

マンガは「大衆文化」なのか？ 日本研究におけるマンガの位置づけをめぐって

ジャクリーヌ・ベルント

序文

日本研究という制度的枠組みにおいて果たして如何なるマンガ/コミック研究が可能なのかが本稿の主な問いである。以下この問いを追究するに当たり、英語での出版物を中心に据え、場合によってはそれを日本語文献と比較するが、現在筆者が籍を置いている教育・研究の場との関係から、ドイツ語圏の研究は考慮の対象から外すことにする。

欧米の大学で英語圏やフランス語圏のコミック研究がそれぞれの文化研究の上でなされるのと同様に、東アジア系の「漫画」¹⁾についての講義や研究は、原則として日本学科に属する。それはアジア文化の専攻学科にまで広げられる場合があるとしても、文化圏に応じてコミック研究を切り離して区別することは、実技系の教育、つまり作家育成にも当てはまる²⁾。日本マンガを本格的に研究調査するためには、言語力及び社会・文化についての知識を持っていることが望ましい。しかし、欧米では非欧米の文学や美術、文化を「地域研究」の対象とする伝統がある上に、マンガは通常「ジャパニーズ・ポピュラーカルチャー」という枠内に組み込まれてしまう傾向がある³⁾。

1) 「マンガ」という語は、文化圏を問わない意味でのコミックと同時に日本系・東アジア系のコミックを指すが、本稿では主に後者の意味で「マンガ」を使用する。その際、ストーリーマンガ（あるいはグラフィック・ナラティブ）に重点を置く。

2) 例えば、京都精華大学マンガ研究科から2012年に修士号を取得したマンガ家クリスティーナ・ブラカは、ドイツの美術造形大学のコミック専攻の教員になれず、結局、自らの「漫画学校」を開校している。<https://iammangaka.com/>

3) 例えば、Freedman/Slade 2017 を参照。

「ジャパニーズ・ポピュラーカルチャー」は「日本」と「ポピュラー」および「文化」といった三要素からなる。まず「日本」に触れておこう。人文系の日本研究は、1980年代以降、社会学・文化人類学やカルチュラル・スタディーズ式の文学論へと重点を移すにつれて、日本を特殊で神秘的な異文化としてよりも、むしろ他の国々と比較可能な事例として把握してきた。最近では日本研究自体を社会科学と同一視する傾向も生まれてきている⁴⁾。そのようなコンテキストの中で、マンガには大きな社会問題を代表象する資料を提供する役割が求められている。つまり、一方では歴史認識やジェンダー、さらには民族的マイノリティなどの問題がどのような形でマンガの物語に反映され、マンガを媒体にして取り上げられているか、また他方ではマンガを含むメディア・ミックスとそれに相当するファン活動が如何に機能しているかという問題への関心のどちらかが優先されていると言っても過言ではないだろう。両者の視点は大いに異なっているが、マンガ自体の（表現から受容形式に至るまでの）特質を重視しない点では共通しているのである。そのことは、例えば、マンガとアニメをひとまとめにして取り扱う点などに典型的に表れている⁵⁾。

表象論であれ業界論であれ、「日本」に対して高度な問題意識が存在しているが、それとは対照的に、「ポピュラーカルチャー」という言葉が自明であるかのように使用されがちである。その場合よく見逃されるのは、「ポピュラーカルチャー」「大衆文化」という用語や概念の歴史的変容のほかに、英語言説と日本語言説との不一致である⁶⁾。ゲーム研究の第一人者である美学者の吉田寛によると、「マスカルチャーとポピュラーカルチャーは、日本語ではどちらも区別なく『大衆文化』と訳されることが多いが、『マス』と『ポピュラー』には異なる含意がある」(2020:544)。つまり、「ポピュラー」という語の意味は、「大衆的(マス)」「大多数の人々」より広く、「人気のある」「世間一般の」「普通の人々」などの、量的側面と質的側面が絡み合っており、この微妙なニュアンスを日本語特有の文字体系をもって「大衆文化」に対する「ポピュラーカルチャー」(あるいは「ポピュラー文化」)

4) 例えば、Kottmann/Reiher 2020はその代表である。

5) その一例としては山田奨治編著(2017)を参照。

6) Buist(2006:367)は英語のpopular cultureに相当する日本語としてはtaishū bunkaをあげている。

の形で使い分けて表すことができる。韓国と中国語圏の留学生による言葉遣いが示すように、日本語以外の(旧)漢字圏では、「マスカルチャー」と異なる「ポピュラーカルチャー」を表すために「流行文化」、さらに、近年のメディア環境下では「ACG文化」(animation, comics, games)や「二次元文化」といった用語が採用されている。日本語での状況を複雑にしているのは、「大衆文化」と「ポピュラーカルチャー」の関係よりも、むしろそれらを「サブカルチャー」という語に変換してしまう習慣である。これは1980年代半ばにさかのぼる。当時、博報堂や電通が大衆の終焉を唱え、一時期「分衆」という言葉を流行らせていた⁷⁾。

本稿では、まず最初に、英語圏の日本研究が「大衆文化」という名の下で何を取り上げてきたかを俯瞰し、日本国内の言説との比較を通して「マスカルチャー」と「ポピュラーカルチャー」、さらには「サブカルチャー」といった用語によって如何なる問題が提供されてきたかを検討する。その次に焦点をマンガに移し、芸術社会学的視点から「マンガ」の多様性・細分化を確認した上で、マンガの「大衆性」を問題視する。

(1)「大衆文化」と「ポピュラーカルチャー」: 集感性・同質化

マンガを「ジャパニーズ・ポピュラーカルチャー」という名において取り上げる日本研究は1990年代後半にまでさかのぼる。Koulikov(2020:70)は、加勝秀俊の英語著書(Kato 1959)を最も早い例に挙げているが、しかし、それは「日本ポピュラーカルチャー研究」という研究分野の形成に大いに貢献したとは言い難い。むしろその出発点となったのは、近現代日本文学を専門としているジョン・W・トリート(John W. Treat)編の論集『現代日本とポピュラーカルチャー』(Contemporary Japan and Popular Culture, 1996)だった。編者の序文において、ポピュラーカルチャーは、レジャー活動や娯楽に限定されず、むしろカルチュラル・スタディーズの「文化」概念を背景に、「集感的に経験される日本の『日常生活』[略]、人々の人生に様々な意義を与えている流動的な象徴のシステムと実践」と定義

7) 例えば、藤岡(1984)と博報堂生活総合研究所編(1985)を参照。

されている⁸⁾。具体的に挙げられている事例は、美空ひばりと坂本龍一、村上春樹と吉本ばなな、『ゴジラ』(1954年)と『AKIRA』(1988年)など、多岐にわたり、口承文芸や視覚的物語から、女性雑誌やテレビ番組にまで及んでいる。「マスカルチャー」という語を題名に含める章も所収されているが、論集全体は、歴史的に「大衆文化」を連想させる現象、つまり政治的に動員され組織された大衆でも画一的消費者集団でもなく、むしろ一般の生活者とその文化的モダン性に主眼を置いている。したがって「日本ポピュラーカルチャー」の研究を先き駆ける論者として、戦前の柳田國男と権田保之助、今和次郎、戦後の大宅壮一や(上記の)加勝秀俊などが参照される。このように「ポピュラーカルチャー」は、民俗文化(フォークカルチャー)と大衆文化(マスカルチャー)、さらに下位文化(サブカルチャー)を包括する用語として採用されている⁹⁾。類似のアプローチを取る井上聡・伊藤公雄編『ポピュラー文化』(2009)は上記の論者に佐藤忠男と多田道太郎、鶴見俊輔などを加えている。ちなみに、鶴見の『戦後日本の大衆文化史 1945～1980』では、英訳の際「大衆文化」を「マスカルチャー」か「ポピュラーカルチャー」のどちらにするかという翻訳上の選択問題をあっさり回避して、『A Cultural History of Postwar Japan 1945-1980』(戦後日本文化史)という題名が付けられたことも注目に値する。

この著書において鶴見は、大衆文学と「漫画」、演歌、漫才や落語といった大衆芸能などを例に、日本社会における一般人の価値観とその変化を追究している。その際、テレビ局や大手出版社のようなメディア企業が主流であるが故に「マスカルチャー」と理解してもよい文化に加え、お祭りや貸本屋のように、生産者と享受者が密接な(つまり、メディア企業の媒介度が低い)関係を結ぶ文化を考察の対象にしている。似たような形で「ポピュラーカルチャー」を包括的用語として取り扱うのは、オーストラリアで活動してきた社会学者の杉本良夫である。杉本はその『日本社会入門』(An Introduction to Japanese Society, 1997年初版)で「ポピュラーカルチャー」

8) "Japan's collectively experienced 'everyday life' [...] fluid symbolic systems and practices that enable groups to make various kinds of sense of their lives today" (Treat 1996: 2).

9) 加勝秀俊は自らの日本語出版物の題名に一度も「ポピュラーカルチャー」(あるいは「大衆文化」)という語を使用していないこともまた英語言説と日本語言説の相違を確認させる。

を日常生活と結びつけながら、3領域に分類している。一つは、マンガからパチンコ屋およびラブホテルに及ぶ商業主義的で現実逃避的な「マスカルチャー」であり、二つ目は、地元の共同体とその集合的記憶に根差す「民俗文化」である。また三つ目としていわゆる「オルターナティブ文化」を立て、それは1960年代のアングラから1980年代の暴走族にまで及び、新宗教と市民運動、さらにはヤクザも含むとしている。

杉本と同様に社会科学的問題への関心からポピュラーカルチャーに注目しているのは文化人類学者ドロレス・マルティネス (Dolores Martinez) の編集による『The Worlds of Japanese Popular Culture: Gender, Shifting Boundaries and Global Cultures』(1998)である。編者のマルティネスは国民国家の文化が上から目線と同時に下から目線で構築されるという認識を前提に、ポピュラーカルチャーを「さまざまな人々によってさまざまな形で消費される文化」と定義し、『『国民文化』と称する過程を吟味するための最もよい手段だ』と述べている¹⁰⁾。女性向け雑誌やNHKの朝ドラ、カラオケ、競馬、サッカー、相撲といった個別の事例は、近年、日本ポピュラーカルチャー論には登場しなくなっているが、「ポピュラーカルチャー」と「国民文化」が対をなす点においては事情はあまり変わっていない。興味深いことに、「ポピュラーカルチャー」の名において下から目線で日本社会を照らし出そうとしているマルティネスの論集は、その多様性を主にジェンダー、つまり性別領域の形で考慮しているが、それを除くと、「一億総中流」言説や、物品の消費における均一性を前提にした一般論を押し進めてしまっている。つまり、性別を除いて、ここで主役をなすのは、同質とみなされた観衆としての日本国民全体なのである。「大衆的」と言ってもよいこの「ポピュラーカルチャー」は、NHK紅白歌合戦など、ゴールデンアワーのテレビ番組のような、デジタル化時代以前の全国的「コンテンツ」に代表される。ちなみに、文学者の押野武志(2015)も一昔前までの「大衆文化」をテレビというメディアと関連づけている。

上記のような例が示すように、「ポピュラーカルチャー」という視点では、『『みんな』の文化』(片上平二郎、2017)とか「感じられた集合性」(felt

10) "... culture consumed, and consumed in various ways, by different people" (Martinez 1998: 6), "the best possible means through which to examine the process that is often called 'national culture'" (ibid.: 14).

collectivity; Takacs 2014: 16) を中心にする傾向が見られ、この集合性を国民性と等置する場合が多い。国民的枠組みを回避しようとしても、「ポピュラー」あるいは「大衆」が日本特有の言説空間において何を意味しているかをきちんと考慮しない限り、この国民性への傾斜を回避することは困難と思われる。例えば、大塚英志は、日文研大衆文化研究プロジェクトによる共著『日本大衆文化史』への序章において『日本人』ではなく『大衆』という普遍的な何者か(2020: 12)に焦点を当て、国民的枠組みに対する懐疑を表明しているが、その中で、鶴見の『戦後日本の大衆文化史』を想起させるほど、「大衆」をプロパガンダやマーケティング、テレビに動員される「文化の受容者」ではなく、むしろ「文化の作者」として理解しようとしている。こうした理解は回顧的視点からは妥当性をもつかもしいないが、鶴見の大衆文化論以来、「分衆の誕生」(藤岡 1984)などの形で言説が変わってきたことは、筆者には単なる偶然だとは思えない。「サブカルチャー」を経て、情報化時代における「クラウド」の群れへという流れは「大衆(マス)」という大規模で同質な集合体を、現象としても概念としても、大幅に相対化させてきたのではないだろう。

1960年代に盛んだった欧米での「マスカルチャー」論は、生産と消費、コミュニケーション媒体といった面で量を強調し、受動的享受者を前提としていた。やがてこの意味での「大衆文化」論と一線を画す形で「ポピュラーカルチャー」論が登場し、特にカルチュラル・スタディーズ系の研究対象として大衆の同質性よりもその内的差異に注目した上で「どういう人々の間で人気があるのか」を問いながら、享受者の能動性を認め、その主体性を高める可能性を探求してきた。大塚の「序:日本大衆文化史は可能なのか」(2020)には、現代日本文化の研究において特権化されてきたオタクというサブカルチャーの地位を脱中心化し、しかも、「史」に主役を果たさせようとする動機が読み取れる。つまり、日本文化研究に対する歴史的眼差しを強化し、現在のオタク文化やその起源が戦時中の日本にあるという事情を暴露することである。これに対し、岡田斗司夫はその『オタク学入門』(1996: 230)において、「黒船」から「敗戦」の間の日本史を、黒ベタの空白および「断絶」という語で表現するにとどまり、オタク進化論を帝国主義や軍国主義のコンテクストから切断してしまっている。さらに言うと、岡田は「ポピュラーカルチャー」や「大衆文化」という語を避け、その代

わりに「メインカルチャー」と「サブカルチャー」の対立を提示しているが、この中で、日本のサブカルチャーは敗戦後の子供文化の延長線上に登場した「おたく文化」に代表され、西洋文化がもつ「カウンターカルチャー」(対抗文化)が欠落していると述べている。この記述の妥当性はさておき、岡田のオタク論は1990年代の日本語での表現、つまり、脱政治的志向と同時に「大衆」にみられないような細分化を表す「サブカルチャー」言説を明確に反映しているものだと言えよう。

「サブカルチャー」という外来語は1990年代初頭、「周辺文化」の代わりに、日本のマスコミで流行り始めたが、同時に「オタク」の反意語としても、「ポピュラーカルチャー」の類義語としても採用されていた(吉田司雄 2014: 206)¹¹⁾。1960年代以降「大衆文化」を論じていた鶴見などは、それを「対抗文化」とまでは見なさなくても、市民運動や社会的格差などと関連づけていたのに対し、1990年代以降の「サブカルチャー」言説は、社会内の他者性や少数民族あるいは政治的対抗と関連させることはあまりなかった¹²⁾。売春婦や犯罪者、原発ジプシー、ヤクザなどを「日本のサブカルチャー」の名の下で取り上げる研究もあるが、それが全く別種の言説領域に属していることは、例えば、Japan Subculture Research Centerが¹³⁾日本の「サブカルチャー」を代表するマンガの(ファン)文化に対してとってきたスタンスからも明らかである。2010年に有名なマンガ家・評論家などが反対したいわゆる「東京都非実在青少年条例」を、センター長ジェイク・エーデルスタイン(Jake Adelstein)が積極的に支持していたのである。

英語での日本ポピュラーカルチャー研究は、現代の若者やファンによるメディア使用に注目しているが、日本の国文学側からの問題提起をほとんど考慮に入れていない。千田洋幸と西田谷洋と並んでそれを代表しているのが押野武志である。押野は、歴史的観点から「サブカルチャー」を「ハイカルチャー」や「ポピュラーカルチャー」から区別しているが、国内の少数派に始まってグローバルなポピュラーカルチャーへと拡大してきたオタクの例が示すように、21世紀の情報化社会においてはかつての境界や

11) ユリイカ編集部 2005 をも参照。

12) 成実 2001 (特に 97 頁以降)、吉田司雄 (2014)、押野 (2015) を参照。

13) 2007 年設立。http://www.japansubculture.com/

上下関係が曖昧になっているとしている(押野 2015: 3, 16)。社会学者の片上平二郎が重視しているのは、1960年代の東京オリンピックや熱血物語から1980年代のアイドル文化に至るまでを実感できた共通感覚である。片上は、3.11以後復活してきたかのようなこの共通感覚は昔と異なり、ノスタルジックな参照の形をとっているとしている(片上 2017: 250)。換言すると、近代文学や映画、テレビなどによって支えられていた「集合的(collective)」記憶は、最近ではソーシャル・メディアを基盤とする「接続的(connective)」記憶によって(完全に置き換えられなくても)かなりのところ補われている¹⁴⁾。それにつれて、昔「みんなの文化」を共有していた「大衆」は、高度に細分されて「群れ」(クラウド)化してきたのである。大塚英志は柳田國男の言葉に依拠しながら、大衆を近代的「個人」に對置させて「群れとしての作者」と定義している。しかし、3.11以後の日本の社会状況からイギリスの欧州連合離脱(ブレグジット)に至るまで、目を引く群れの多くは、社会・文化に対する「作者」というよりも、漠然とした感覚を共有するバーチャルなものに見える。社会科学・経営学の視点からは、21世紀初頭から増してきた非正規雇用と格差社会が「大衆」という集合体の土台をどこまで突き崩してきたかが指摘されるだろう。大衆の希薄化のもう一つの徴候は、日本経済における大量生産から細分化(セグメンテーション)へのシフトを示すマーケティングに関する学術分野が徐々に広がってきていることである。

(2) マンガ: 細分化・接続性

上記のことから明らかなように、「ポピュラーカルチャー」の概念は虚実さまざまであり、その反意語を特定することによって初めて意味内容を獲得する¹⁵⁾。西洋近代を背景に「ポピュラーカルチャー」は、モダンな文化として伝統的民俗文化に對置される一方、「実利」の文化として、「自律」の芸術と学問に代表される高尚文化とも對置されてきた。それに呼応するかのよう、鶴見俊輔は『戦後日本の大衆文化史』の前身に当たる『限界芸術論』(1967)で、芸術の表現分野を「純粹芸術」と「大衆芸術」、さらに「限界芸術」に分けて考えていた。「専門性」(つまり、プロであること)

14) Hoskins 2017 を参照。

15) Takacs 2014 を参照。

を基準にしながら、「純粹芸術」を専門的作者と専門的享受者との関係、「大衆芸術」を専門家から大衆としての一般人への送信、「限界芸術」を非専門家同士の対等な交流と規定した。今日の視点からは、作り手と受け手との関係がどれほど間接的であるかという「媒介度」、また生産と享受を媒介する「流通」といった点も鶴見による分類基準に加えられるだろう。さらに「専門性」が、オタクなどのファン・エキスパートが示すように、もはや職業に限らないことは言うまでもない。

マンガを「限界芸術」に分類した鶴見のこの1960年代の論考と同様に、吉田寛も2020年発行の『美学の事典』において「ポピュラー文化」よりも「ポピュラー芸術」に重点を置いているが、こちらは主に英語圏理論家の視点を参照しており、鶴見には一切言及していない。それは厳密な意味での「美学」という研究分野のためでもあれば、日本語での「ポピュラーカルチャー」論においては「芸術」へのこだわりが英語圏ほど強力ではないという事情にも起因すると思われる。また、鶴見自身がやがて「芸術」から「(大衆)文化」へと用語を変えたことにも裏づけられているだろう。『限界芸術論』の初版当時、マンガは(「大量」という意味での)「マスカルチャー」として受け入れられ始め、やがて週刊誌『少年マガジン』の発行部数が100万部を突破するほどの有力な文化産業となりかける時期だったのである。

ここでいうマンガとは、近代社会の公共圏と密接に結びついていた風刺画・コマ漫画ではなく、もともと子供向けの娯楽として発達してきたストーリーマンガを指す¹⁶⁾。映画文化というよりもテレビ、特にそのシリーズ番組に匹敵するこのマンガは、未成年者にとって安価で入手しやすいものであるとともに、多数のマンガ家に生計を立てるチャンスを与えてきた。しかし、英語圏での日本研究においてマンガが「マスカルチャー」と称される際、メディア企業による「コンテンツ」の一方通行的な「伝達」に主眼が置かれ、商業性のポテンシャルが見逃されてしまう場合が少なくない。マンガを一枚岩的なメディアとみなしてしまうこと、そして民俗文化と対抗文化という意味での「ポピュラーカルチャー」を想定しているために、結局はマンガを見下すことにつながってしまう。こうしたスタンスは先に挙げた杉本の著作の序章に見られる。文学者のトリート(Treat)も最近「日本のポピュ

16) 小田切 2010 を参照。

ラーカルチャー」としてのマンガに対してきわめて懐疑的になっている¹⁷⁾。そうした見方においては、マンガは、感情移入を誘発しながらも、それを情動の領域に留め、政治・社会問題と結び付かない無責任で子供っぽいメディア、あるいはまた個性的独創よりも画一的約束事を優先してしまう表現とみなされがちだからである。

ところが、売り上げや表現の「標準化」ということから、マンガが「大衆的」に見えるとしても、日本の読者は必ずしも同じコンテンツを「大衆」として共有してきたわけではない。マンガ業界はまさに読者層を年齢別・性別に分割することによって、その市場を拡大してきたからである。マンガ雑誌という媒体は、マンガに特化しない定期行物から貸本屋専用の出版物に至るまで、さまざまな場と体裁をもつマンガを合流させたと同時に¹⁸⁾、他方で読者層を「少年」「少女」「青年」、そしてついには「レディース/女性」に区分けした。しかもマンガ雑誌は、ジャンル別の物語的パターンと視覚的様式だけでなく、それをめぐる趣味共同体の形成をも促進してきた。読者の手紙や投稿から発足した参加型文化としてのマンガには、インターネット時代のバーチャル・コミュニティを先取るかのような要素もあるが、それはマンガが、インターネットが普及する遥かに前から「大衆」を逃れていたことを示している。その徴候は、例えば、文学研究者の大橋崇行が、アニメとライトノベルとともにマンガを「サブカルチャー的テキスト」と称していることから見て取れる(大橋 2017: 290)。このことは、雑誌連載という体裁によって読者同士の接続性を促す参加型の文化を生み出した日本のマンガが、「大衆」と「個人」を媒介する「共同体」、特に性別・年齢別ジャンルごとの趣味のつながりをベースとして商売としても文化としても成熟してきたことから分かる。このようなマンガは「ポピュラーカルチャー」でありながら「サブカルチャー」でもあるからに他ならない。

性別ジャンルをはじめとする細分化が示唆するように、マンガを一枚岩のものとして取り扱うことは難しい。そこからマンガのどの側面がジャンルや時代を横断し、不変なのかという問題が浮かび上がってくる。外見

17) "... 'popular culture' is largely only the highly capitalized, highly commodified parts of it. Anime and manga, easily imported to wherever we are, are deployed to stand in for the whole of pedagogic object 'Japan' ." (Treat 2018, 427).

18) 山森 2019 を参照。

(キャラクター造形、描線、コマ割りなど) が異なっているとしても、雑誌連載やフランチャイズ化、二次創作などを基準にして見ると、本格的な「マンガ」として認められる場合もあるし、外見や出版体裁が同じでも、異なる位置づけによって「マンガ」としては認められない場合もある。よくあるのは、マンガをマンガにする、つまり、内的細分化を横断する同一的なメディアに至らしめることこそが普遍的で「典型的な表現構造」¹⁹⁾だと想定する傾向である。具体的なジャンルの文脈やメディア環境から離れた形式主義を特徴とするこの傾向は、例えば、ジェニファー・ロバートソン (Robertson) 著『ロボ・サピエンス・ジャパニクス』(Robo Sapiens Japonicus: Robots, Gender, Family and the Nation) に代表される。

この著作の中で、文化人類学者であると同時に日本学者でもある著者は、日本特有の人間型ロボットをめぐる言説をジェンダーと家族、国民国家との関係から批評し、日本のロボット開発者がロボットに対して抱いている好意的なイメージをサイエンス・フィクション、アニメ、マンガの影響とみなしている。そして、マンガの具体例として、第一次安倍政権による長期戦略「イノベーション25」を推進する『2025年伊野辺(イノベ)家の1日』という、政府の諮問機関の依頼で制作された短編作品を取り上げている(江口・藤井 2007)。「描かれたプロパガンダとしての劇画」²⁰⁾といわれる、この10頁からなる短編学習マンガは、出版の体裁と環境だけでなく、キャラクターのクローズアップが欠落しているなどの点で、視覚表現上「フツーのマンガ」とは言い難い。しかし、マンガそのものの政治的・社会的効果を判定しようとする場合には、マンガ家と編集者、オタク系のファンとカジュアルな読者が何を「マンガ」ないし「劇画」とみなしているか、その意味合いが時代とジャンルによって如何に変わるかを考慮に入れる必要がある²¹⁾。文と画、漫符と形喩、あるいはコマの「ショットサイズ」に当たる類型だけでは²²⁾、高度に細分化され、その効果においてそのつど具体的

19) "typical graphic structure" (Robertson 2018: 74).

20) "exemplary of the widespread use in Japan of gekiga (graphic propaganda)" (Robertson 2018: 22)

21) 例えば、竹内 2013 を参照。

22) 後者の点に限ってロバートソンは、コーン (2020) 第8章「日本のビジュアル言語」を参照している。ロバートソン著と同様の傾向は Otmazgin/Suter 2016 に見出せる。

な場に依拠するメディアとしての日本のマンガを十分把握することができるとは疑問であろう。

日本研究において見逃されやすいマンガの細分化は、英語でのコミック言説においては次のような分類の形で認められている²³⁾。海外でのマンガ観において支配的な第1種はジャンプ系の主流であり、これは1990年代末から地球的規模でティーンエイジャーの心をつかまえ、メディア・ミックスとの相性もよい。第2種はこの主流の対極とみなされる大人向けの作品群である。日本で相変わらず「ガロ系」と称されているつげ義春と丸尾末広、海外で「社会批評的」とみなされる劇画作家の辰巳義弘、さらにホラーマンガの巨匠と評価される伊藤潤二などがこの範疇に数えられる。だが、欧米特有の文化制度を背景とするこうした二極化は果たして現代の日本とその「ポピュラー文化」にも当てはまるのか。「当てはまらない」と言わざるを得ないのは、近年の翻訳版で増えている第3種の作品群である。先の両者の間に位置するこのタイプは、例えば、この史代の『この世界の片隅に』のように、「萌え」系キャラ（やそれらが基づく「データベース」）よりも、むしろ面白く読みやすい物語とそれを支える視覚表現で読者を魅了する青年マンガ・女性マンガからなる。ついでに言う、これは戦後日本におけるジャンルの性別を横断するマンガのタイプでもある。

とはいえ、「大衆芸術」と「純粋芸術」の二極化から逸脱するマンガは必ずしも近年の現象に限られない。すでに1960年代後半の時点で、鶴見は「マンガをいわゆる主流文化に対する対抗文化として図式的に位置づけようとするものではない。むしろ、その境界線の上であって、雑賀忠弘によると、二項対立の図式の中に回収され切らないもの」、つまり「限界芸術」として位置づけていたのである（雑賀2020: 42-43）。もっとも、マンガ自体が二項対立の図式から逃れるとしても、マンガの中には「主流文化」と「対抗文化」の区別が見受けられる。例えば、1968年創刊の『少年ジャンプ』と1964年創刊の『月刊ガロ』を想起すればよい。この「メジャー」と「マイナー」の相互関係は1980年末に終焉を迎えたとされているが（伊藤2005: 44）、そもそも両者はどれほど対立していたのかも疑問である。出版社の大きさや作品の発行部数という商業的規模に加え、物語及び視覚表現

のスタイルが相違点として挙げられるが、「マイナー」なマンガ家は大手出版社を完全に回避していたわけではなく、彼らもまた業界の商業原理に基づいて自らの作品を読者に届けようとしてきたのである。

1970年代後半になると、ガロ系の個性派とは異なる新しい「マイナー」が登場し始めた。同人誌マンガである。東アジアの映像文化を専門としているアレクサンダー・ザルテン (Alexander Zahlten) は最近の論文において、それを日本の自主映画と比較している。ザルテンによると、両者の共通点は、政治的な立場を取らずに制作及び流通を自主的にやり、商業主義を活動の場にしないが、かといって商業的主流と一線を画するわけでもないということである。同人誌マンガは（もはや独自の市場を成していることはさておき）自主映画と同様に、「職業作家」対「アマチュア」あるいは「商業的・公共的他人」対「自己表現的自律」という欧米の近代的対立図式から逃れ、対極にあるものとの関係から自らのアイデンティティを主張するより、むしろ「接続性への強い欲求」²⁴⁾を特徴としている。ザルテンのこの論考は比較文化論としても比較メディア論としてもなかなか刺激的である。しかし、マンガの代わりに、同じ映像メディアであるアニメの同人活動²⁵⁾を自主映画と比較してみたらどうなるのか。その場合は、ザルテンが触れなかった表現上の問題が浮上してくるにちがいない。つまり、同人誌マンガの表現は、二次創作に限らず、キャラクター造形から見開きページやそれにおけるコマ構成に至るまで、業界主流のマンガのそれとかなり類似しているという点で、自主映画とは異なっているのである。同人誌マンガと主流マンガのどちらとも異なるものとしては、職業マンガ家でも（「アマチュア」より制作力の高い）同人誌作家でもない、カジュアルな読者が創作してソーシャル・メディアで発表しているいわゆるエッセイマンガを考慮に入れればよいだろう²⁶⁾。

24) "intense desire for connectivity" (Zahlten 2020: 163).

25) その部分的言及については森下2018を参照。

26) 2021年1月9日に日本マンガ学会九州部会などでこのテーマについての報告を行った竹内美帆に感謝する。

23) Berndt 2016: 121-133を参照。

結び

今日マンガというメディアがテレビドラマやアニメ、ポピュラー音楽ほど大衆的でないという見解は容易に認めてもらえるだろう。戦後史を振り返ってみるなら、マンガがそもそも大衆的だったのかという疑問も出てくる。このような認識は当然ながら「大衆性」をどう理解するかに左右される。しかも、学術的定義とは別のところで一般的イメージもまた変化している。それを反映しているのは、例えば、京都精華大学の「ポピュラーカルチャー学部」である²⁷⁾。この学部は既存のマンガ学部とは厳密に区別された形で2013年に開設され、音楽コースとファッションコースからなっていたが、2020年度までしか存続せず、2021年度からは「メディア表現学部」に挿げ替えられている。この事実は21世紀初頭のマンガ言説とも共鳴し合っていると言えよう。

本稿の後半において、日本マンガは「大衆文化」なのかという問いを、マンガのメディアとしての「接続性」及び「細分化」に着目しながら追究してきた。「細分化」という点では、マンガはアニメと根本的に異なり、アニメの方が「大衆文化的」に見える。「接続性」とは、読者がマンガ作品の物語世界とマンガが媒介する趣味共同体とを接続することを意味しているが、それはキャラクターと物語内容、雑誌連載からメディア・ミックス、さらにはファンによる流用・二次創作にまで及んでいる。『美学の事典』で「マンガ」の項目を担当した石田美紀(2020)は、読者参加論を中心に据え、キャラクターを成り立たせる漫符と形喩などの記号の集積と反復について論じている。マンガの表現論を展開しているのに、コマやその構成、しかも線描に一切言及しないことは驚くべきことではあるが、近年ではメディア特質論を上回るメディア横断論の優勢という現象も見受けられる。読み手としても作り手としても、あるいは同人誌即売会の開催者としてもコスプレイヤーとしても、マンガ文化に関与している者は、マンガが「ジャパンイズ・ポピュラーカルチャー」であると同時に、トランスナショナルなメディア文化へと広がっていることを実感として経験している。同様に研究者にも、マンガの他メディアとの「接続」と同時にそのメディアとしての固有性を視野に入れることが求められている。本稿で、マンガは「大

衆文化」なのか否かという問いに対する一義的な答えを提示する代わりに、マンガをめぐるこの両面性の解明に挑戦してみた。

参考文献一覧

- 謝辞：本稿の日本語校正に斎藤瑛子と小林敏明の協力をいただき、感謝申し上げます。
- Berndt, Jaqueline (2016): "Manga, which Manga? Publication Formats, Genres, Users" . In: Targowski, Andrew/Abe, Juri/Katō, Hisanori (eds.): *Japanese Civilization in the 21st Century*. New York: Nova Science Publishers, 121-133.
- Buist, David (2006): "Bunka" . In: *Theory, Culture & Society* 23(2-3), 266-268.
- 千田洋幸 (2013) 『ポップカルチャーの思想圏：文学との接続可能性あるいは不可能性』おうふう。
- 江口克彦 (原作)・藤井龍二 (作画) (2007) 『2025年伊野辺(イノベ)家の1日』PHP研究所。
- Freedman, Alisa/Slade, Toby (eds.) (2017): *Introducing Japanese Popular Culture*. New York: Routledge.
- 藤岡和賀夫 (1984) 『さよなら、大衆 感性時代をどう読むか』PHP研究所。
- 博報堂生活総合研究所編 (1985) 『「分衆」の誕生』日本経済新聞出版。
- Hoskins, Andrew (ed.) (2017): *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition*. New York: Routledge.
- 井上聡・伊藤公雄編 (2009) 『ポピュラー文化』世界思想社。
- 石田美紀 (2020) 「マンガ——描かれた身体と読者とのコミュニケーション」, 美学会編『美学の事典』丸善出版, 556-559.
- 伊藤剛 (2005) 『テツカ・イズ・デッド：ひらかれたマンガ表現論へ』NTT出版。
- 片上平二郎 (2017) 『「ポピュラーカルチャー論」講義：時代意識の社会学』晃洋書房。

27) 学術研究に接触のない高校卒業生およびその学費を主に負担する親を念頭においての名付けは、ある程度一般的認識の鏡になりうる。

Kato, Hidetoshi 加勝秀俊 (1959): *Japanese Popular Culture: Studies in Mass Communication and Cultural Change*. Rutland/Vermont: Tuttle.

Kottmann, Nora/Reiher, Cornelia (eds.) (2020): *Studying Japan: Handbook of Research Designs, Fieldwork and Methods*. Baden-Baden: Nomos.

Koulikov, Mikhail (2020): "A Field in Formation—A Citation Analysis of Japanese Popular Culture Studies". In: *portal: Libraries and the Academy* 20(2), 269–283. <https://doi.org/10.1353/pla.2020.0014>.

コーン、ニール (2020) 『マンガの認知科学: ビジュアル言語で読み解くその世界』 中澤潤訳、北大路書房 [英語初版 [Cohn, Neil (2013): *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images*. London: Bloomsbury].

Martinez, Dolores (ed.) (1998): *The Worlds of Japanese Popular Culture: Gender, Shifting Boundaries and Global Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press.

森下豊美 (2018) 「商業と芸術の間にある個人制作アニメーションの場についての考察: 「アニメーション3人の会」を手がかりに」, 『名古屋芸術大学研究紀要』 39, 28–303. <https://www.nua.ac.jp/research/bulletin/>.

成実弘至 (2001) 「サブカルチャー」, 吉見俊哉編『カルチュラル・スタディーズ』(知の教科書) 講談社, 93–122.

西田谷洋 (2014) 『ファンタジーのイデオロギー 現代日本アニメ研究』ひつじ書房.

大橋崇行 (2017) 「ジャンルの変容と『コーギー・ミステリ』の位置」, 西田谷洋編『文学研究から現代日本の批評を考える: 批評、小説、ポップカルチャーをめぐって』ひつじ書房, 290–310.

小田切博 (2010) 「『マンガ』という自明性: ガラパゴス島に棲む日本のマンガ言説」, 『世界のコミックスとコミックスの世界: グローバルなマンガ研究の可能性を開くために』 ジャクリーヌ・ベルント編 (国際マンガ研究 = Global Manga Studies, 1), 京都精華大学国際マンガ研究センター発行. <http://imrc.jp/images/upload/lecture/data/4小田切.pdf> [最終閲覧: 2021年11月11日].

岡田斗司夫 (1996) 『オタク学入門』太田出版.

押野武志 (2015) 『日本サブカルチャーを読む: 銀河鉄道の夜からAKB48まで』 北海道大学出版会, 1–22.

Otmazgin, Nissim/Suter, Rebecca (2016): "Preface". In: Ibid. (eds.): *Rewriting History in Manga: Stories for the Nation*. New York: Palgrave Macmillan, v–x.

大塚英志 (2020) 「序: 日本大衆文化史は可能なのか」, 日文研大衆文化研究プロジェクト編『日本大衆文化史』 KADOKAWA, 7–26.

Robertson, Jennifer (2018): *Robo Sapiens Japonicus: Robots, Gender, Family, and the Japanese Nation*. Oakland: University of California Press.

雑賀忠弘 (2020) 「鶴見俊輔『戦後日本の大衆文化史 1945～1980年』」, 吉村和馬・ジャクリーヌ・ベルント編『マンガスタディーズ』(ブックガイドシリーズ 基本の30冊) 人文書院, 41–45.

Sugimoto, Yoshio (1997): *An Introduction to Japanese Society*. Cambridge: Cambridge University Press.

Takacs, Stacy (2014): *Interrogating Popular Culture*. New York: Routledge.

竹内美帆 (2013) 「線からとらえなおす『劇画』 さいとう・たかをを中心に」, 『日韓漫画研究』 ジャクリーヌ・ベルント・山中千恵・任任蕙貞編 (国際マンガ研究 3), 京都国際マンガ研究センター発行, 175–199. http://imrc.jp/images/upload/lecture/data/09_%E7%AB%B9%E5%86%85.pdf [最終閲覧: 2021年11月11日].

Treat, John Whittier (1996): "Introduction: Japanese Studies into Cultural Studies". In: Ibid. (ed.): *Contemporary Japan and Popular Culture*. Richmond: Curzon Press, 1–14.

Treat, John Whittier (2018): "Japan is Interesting: Modern Japanese Literary Studies Today". In: *Japan Forum* 30(3), 421–440.

鶴見俊輔 (1967) 『限界芸術論』 勁草書房.

鶴見俊輔 (1984) 『戦後日本の大衆文化史 1945～1980』 岩波書店.

Tsurumi, Shunsuke (1987): *A Cultural History of Postwar Japan 1945-1980*. London/New York: Kegan Paul International.

山田奨治編著 (2017) 『マンガ・アニメで論文・レポートを書く: 「好き」を学問にする方法』 ミネルヴァ書房.

山森宙史 (2019) 『「コミックス」のメディア史』 青弓社.

吉田寛 (2020) 「ポピュラーカルチャーと美学」, 美学会編『美学の事典』丸善出版,
544-547.

吉田司雄 (2014) 「大衆文化、サブカルチャー」『日本近代文学』90号,
206-210.

ユリイカ編集部 (2005) 「総特集 = オタク vs サブカル! 1991 → 2005 ポップカル
チャー全史」, 『ユリイカ』37(9), 8月増刊号.

Zahlten, Alexander (2020): "Media models of ,amateur ' film and manga" .
In: Bernardi, Joanne/Ogawa, Shota T. (eds.): *Routledge Handbook of
Japanese Cinema*. New York: Routledge, 153-169.

LEIPZIGER OSTASIEN-STUDIEN

(vormals: Mitteldeutsche Studien zu Ostasien)

21

Begründet 1998 als
Mitteldeutsche Studien zu Ostasien
durch Gesine Foljanty-Jost, Ralf Moritz und Steffi Richter,

übernommen 2009
durch Steffi Richter, Philip Clart und Stefan Kramer,

weitergeführt 2015
durch Steffi Richter und Philip Clart,

und abgeschlossen
durch Steffi Richter.

„... denn alles, was entsteht, ist wert, daß es zugrunde geht ...“

(Goethe, Faust. Der Tragödie erster Teil, 1808)

Dorothea Mladenova, Felix Jawinski,
Katrin Gengenbach (Hg.)

Die Aufgabe der Japanologie

Beiträge zur kritischen Japanforschung



Leipziger Universitätsverlag 2022