学術出版をめぐる神話の形成と崩壊

――出版界の変容に関する制度論的考察についての覚え書き――

佐　藤　郁　哉

本当に「本」を殺しているのは，自称文化人たちではないだろうか．著者は，「書店は消費者ではなく文化人が集まるところ」と述べたり，現在の書店は「およそ愚にもつかないベストセラー本だけうず高く平積した，世にも退屈なところ」と書いたりしている．しかし私は，「あなたたちのような勘違いした人間が偉ぶっているからこそ，本が売れなくなるのだ」と言いたい．……書籍業界の本当の問題は，自称文化人たちが食い物にしていること，そしてそのような少数のうぬぼれた人間達を読者対象としてきた出版サイドの閉じた体質にある．彼らは市場の変質を無視して，自分たちの既得権益であるかのような閉じたコミュニティを守ろうとしてきただけにすぎない．誰もが知識を求める現代社会には適応できていないのである．

――経営学研究者 京都府（佐野眞一『誰が「本」を殺すのか』に対する amazon.co.jp ウェブページ上のカスタマー・レビュー（2001年5月20日付）より）

はじめに――「神話」の形成と崩壊

「不況に強い出版」「不景気の時ほど本はよく売れる」――出版業については，長らくこのような通念があった．じっさい，既存の統計をみる限り，書籍と雑誌をあわせた出版物の売上は，景気の変動にもかかわらず戦後一貫して「右肩あがり」の伸びを示し，1989年には合計で2兆円を突破し

て「2兆円産業」とよばれるまでの成長を遂げた．しかし，この出版業についての通念は，1997年に戦後はじめて前年の売上実績を割り，さらにその後5年連続して下降傾向が続くなかでまさに一種の神話に過ぎなかったことが明らかになっていった[(1)]．

出版不況は，出版業界のなかでもいわゆる「硬派出版」とよばれる，文芸書や学術書の出版を専門とするサブセクターにおいて特に深刻な事態となっている．これが典型的な形であらわれているのは，初刷り部数の減少である．かつては数千部を見込めたジャンルの専門的な出版物も今や2000部以下の初刷りとなることも稀ではなくなってきており，また既刊書の売上不振もあいまって再版や重版の決定はますます難しいものになりつつある．2001年暮れに起きた，専門書を中心とした中堅取次会社である鈴木書店（岩波書店，東大出版会，有斐閣，大学生協等を主要取引先とする取次業者）の自己破産は，この硬派出版の苦境を象徴的に示すものであったと言えよう．

硬派出版にかぎらず全般的な出版不況については，これまでバブル経済崩壊以降の日本経済全体の停滞に加えて，次のような要因が指摘されてきた——出版物の再販価格維持制度および委託販売・返品制度の弊害，活字離れおよび本離れの傾向，知の細分化と陳腐化速度の上昇，活字媒体にかわる電子媒体によるコミュニケーションの急速な進展．たしかにこれらさまざまな要因が「堅い本」の売上不振に関して，それぞれ少なからぬ影響を与えてきたことは否定できない．しかし，これらの要因についての議論は，多くの場合，出版物の生産・流通・消費に関わる全プロセスのごく一部を断片的にとらえているに過ぎない．

学術出版の対象となるのが広義の「知」や「教養」であるとするならば，学術出版の不振をまねいたとされる上記の諸要因は，出版物以外の媒体によるものを含めた，より広範な知や教養そのものの生産・流通・消費を支

えるシステムのあり方，そしてまた社会全体のなかにおけるそのシステムの制度的位置づけと密接な関連をもつことは明らかであろう．またそれは，読書を通して得られる知や教養および読書という行為や習慣そのものが社会のなかで持つ意味や経済的および象徴的価値や意義と切り離して考えることはできないだろう．これは，とりもなおさず，知や教養の意味づけ・評価（価値づけ）・権威づけを支える制度的枠組を吟味していくことであり，知や教養がもつ権威性と「神話性」がいかに形成・維持・再生産され，あるいは逆に縮小・解体していったかについて分析していくことでもある．じっさい，ある意味では，学術出版の盛衰という問題について考えていく際に〈なぜ近年学術出版が不振になったのか〉という問い以上に重要なのは，〈なぜある時期までは学術出版が一定程度の売上をあげることができたのか〉という問いなのである．

以上のような問いについて吟味していくにあたって，本論では，出版界，学術界，高等教育界，読書界，という四つの社会的世界が交錯する場の力学に注目し，その力学をそれぞれの社会的世界の制度的枠組と行為主体の戦略という両面から分析していくための分析フレームの構築を目指す．分析フレームを構築する際のよりどころとなるのは，ダイアナ・クレーンが提唱した文化生産における「報酬システム」の図式，ピエール・ブルデューの象徴資本と文化資本をめぐる議論，新制度派組織理論の発想とりわけ「組織フィールド」の概念である．以上の諸概念をふまえた上で，本論では，学術出版にかかわるさまざまな行為主体が用いる，経済資本，文化資本，象徴資本を組み合わせた「ポートフォリオ戦略」を中核的なアイディアとしてリサーチ・クェスチョンを定式化していく．

I　問題の位置づけ

1.「出版危機」と学術出版の命運

出版不況

出版危機とも「出版クラッシュ」とも呼ばれる出版不況である．出版科学研究所が毎年刊行している『出版指標年報』によれば，雑誌と書籍をあわせた取次経由の出版物の推定売上額は1997年に初めて前年割れを記録して以来5年間連続して減少傾向を続け，2001年には約2兆3000億円という，10年前の水準にまで落ち込んだという．

この出版不況を端的に示すのが，近年頻発した，出版社や書店など出版業関連のM&Aや自己破産などの出来事であった．主なものをあげただけでも，次のようになる．

1997年　サイマル出版会倒産
1998年　リブロポート，出版事業から撤退
　　誠文堂新光社，営業権譲渡
　　中央公論社，読売新聞傘下に
　　三一書房，労使紛争
1999年　仏大手出版社アシェット，婦人画報社を子会社化
　　主婦の友社，販売・物流を角川書店に委託決定（※2002年に提携解消）
　　鈴木書店，出版社に20パーセント支払いカット要請
　　ほるぷ，自己破産
2000年　駸々堂，自己破産
　　日販，特別損失200億円を計上．90億円の赤字となり，創業いらい初の赤字
2001年　『フォーカス』休刊

鈴木書店自己破産

出版不況は，いわゆる「硬派出版」とよばれる，芸術性の高い文芸書や教養書あるいは学術書などの出版を中心とする出版社にとっては，特に深刻な事態となって現れている．これらの出版社の場合は，全体的な売上の減少もさることながら，既刊書の売上の不振が切実な問題となっており，それを埋めるためということもあって，相対的に少部数の新刊書を頻繁に出版するという，一種の自転車操業のような刊行方針を強いられている．

じっさい，既刊本つまり「バックリスト（既刊書目録）」にある本が着実に版を重ねて売れている場合には，それらの本に関しては特別の営業努力をしなくても固定収入源となるため経営が安定し，また，その安定収入を基礎にして新刊書で思い切った実験的な出版企画を試みることも可能になる．そして，その新刊書のうちの何割かが，今度は長期にわたって版を重ねる既刊本として生き残り，出版社の経営を支えていくことにもなった．しかし，現在は，新刊を出すたびにその都度かかる経費（直接生産費，編集者の人件費，営業費，広告費など）が回収できるかできないかの状態のままに自転車操業のような状態になっているというのである．（「本の学校」大山緑陰シンポジウム実行委員会　2000：36）．

じっさい，その新刊本にしても，かつては初刷り数千部程度で刊行できたとも思えるタイプの出版物が，今や2000部を割ることも珍しいことではなく，これが結果として価格の上昇と売れ行き不振の悪循環に結びつき，再版ないし重版の決定はますます難しいものとなっており，さらに一点一点の書籍の「商品寿命」の短命化にもつながっている．また，新刊点数の増加は，編集機能や営業機能の拡散を生み出し，これもまた，価格上昇と売れ行き不振の場合と同じような悪循環を生み出しているとも考えられる．すなわち，編集者一人あたりの作業負担が増大するにつれて，一冊一冊の

書籍に手間と時間をかけた丁寧な本づくりが出来にくくなっており，営業面でも，それぞれの書籍に向けられる平均的な営業経費や労力は減少しているのではないかと懸念されるのである．

変わってきたのは，既刊本と新刊書の相対的な比重だけではない．新刊のラインナップ自体も大きく変わってきた．硬派出版社と呼ばれてきた出版社の中には，ラインナップを大幅に変更して，かつてその出版社のアイデンティティとブランドイメージを支えてきた質の高い文芸書や「原報」的な，オリジナルな研究成果を盛り込んだ学術モノグラフなど採算性の低い出版物の比率を減らし，むしろ読み物的な啓蒙書や実用書的性格の強い教科書や全集あるいは講座物など，より手堅い収益が期待できるジャンルの出版物にシフトしてきたところも少なくない．

つまり，刊行点数だけを見れば近年は続々と学術書（ないし準学術書）の新刊が出版されるようになってきており，一見学術出版の世界がかつてないほどの活況を呈しているようにも見えるのであるが，現実には学術書においても「原報」的な書物というよりはより小さな判型の啓蒙書や教科書ないしマニュアル的な書籍の新刊が増加しているのであり，しかもそれぞれの書籍のライフサイクルはますます短いものになっているのである．

そして，冒頭にあげた，生協を中心にして人文社会科学系の出版物の取次をしていた鈴木書店の経営不振と最終的な自己破産も，専門書を中心にして出版事業を営んできた中小の出版社にとっては売掛金が回収困難になったり在庫の回収費用の負担を強いられることなどによって，大きな痛手となったと考えられる．

第三次ペーパーバック革命？

新刊点数の増加やそのラインナップにみられる変化に加えて，出版社の編集方針や営業戦略の変化を如実に示していると思われる現象に，中堅な

いし大手の出版社による文庫・新書ラインの増加とその性格の変容があげられる．まず新書からみていくと，90年代には新書の創刊が相次ぎ，主なものだけでも，次のようなものがあった．

91年　丸善ライブラリー
94年　ちくま新書
98年　文春新書
99年　平凡社新書，宝島新書，集英社新書
00年　講談社＋α新書，角川oneテーマ21

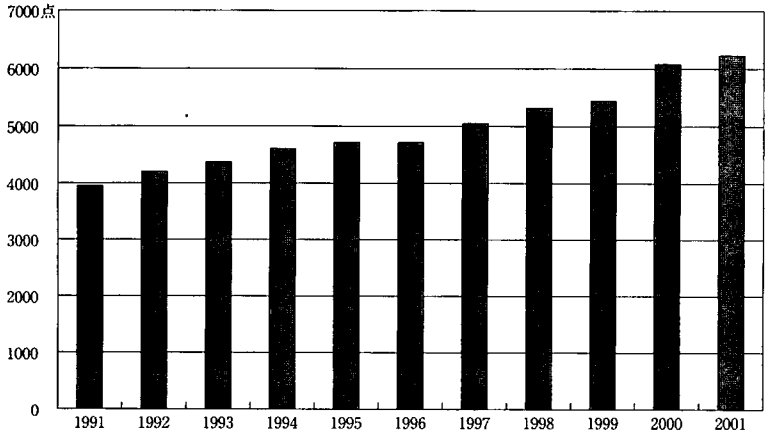
さらに21世紀に入ってからは，2001年の1年間だけで，以下のように大手ないし中堅だけでも5つの新しい新書ラインが創刊されている――中公新書ラクレ（中央公論新社），日文新書（日本文芸社），ベスト新書（KKベストセラーズ），光文社新書（光文社），生活人新書（NHK出版）．

この新設の新書シリーズに関しては，教養書というよりは実用書や「雑学」書，時事的なトピックを扱ったものが中心になっており，またこれと関連して新書の「雑誌化」が指摘されている．この傾向を如実に示しているのが，2002年に岩波書店から創刊された「岩波アクティブ新書」である．『ここまで進んだ花粉症治療法』『こうして治すアトピー』『女性のためのマネープラン』など，創刊直後に刊行されたいくつかの本のタイトルに明らかなように，この新書ラインでは，従来の教養中心の岩波新書やそのジュニア版の岩波ジュニア新書とは，かなり趣の異なる，実用書的な内容のものが中心になっている．ある意味でこの「教養新書から実用・雑学新書へ」という流れに先鞭をつけたのは，講談社が2000年に，従来の現代新書，ブルーバックスに加えて創刊した「講談社＋α新書」であるが[(2)]，このシリーズにも同じような傾向が濃厚である．

もっとも，新書の雑誌化や雑学書化・実用書化は新設の新書シリーズに限らない．実は，既存の新書シリーズについても似たような傾向がみられるのである．たとえば，1938（昭和13）年にペリカン・ブックスをモデルにして創刊されたと言われ，教養新書の「本家本元」であるとされる岩波新書の場合も，1988年に新赤版シリーズが開始されて以降は，それまでのイメージを一新してより「読みやす」くすることが編集方針の柱の一つになっており，また著者についても「現在光っている人」を頻繁に採用するようになっている．その刊行方針を象徴するのが，1994年に刊行された放送タレントの永六輔による『大往生』である．この本は，2年間で200万部以上のミリオンセラーとなったが，岩波書店編集部は，永の対談や放送原稿などに編集者が手を加えて一冊の本に仕上げるという異例の手法で，『大往生』の続編とも言える『二度目の大往生』（1995）の後も『職人』（1996）『芸人』（1997）『商人』（1998）『夫と妻』『親と子』（2000）『嫁と姑』（2001）を矢継ぎ早に出し，いずれも数十万部の売上部数を達成している(3)．

文庫についても，きわめてよく似た傾向がみられる．文庫じたいはさまざまなタイプの出版社から毎年10シリーズほどが創刊されているが，2000年には，次にあげるように，主要出版社が相次いで新シリーズを創刊したことで注目を集めた――岩波書店・岩波現代文庫，三笠書房・王様文庫（1月），祥伝社・祥伝社黄金文庫（2月），光文社・知恵の森文庫（6月），学習研究社・学研M文庫（9月），新潮社・新潮社OH文庫（10月），日本経済新聞社・日経ビジネス人文庫（11月）(4)．これらの新設文庫シリーズについても，実用書化や雑学書化や雑誌化が指摘されており，また，一方では文庫本の価格が上昇し他方では新書価格が相対的に安定していることもあって，内容面でも価格の面でも文庫と新書の境界線はあいまいなものになってきている．

図1　一般文庫新刊点数：1991-2001



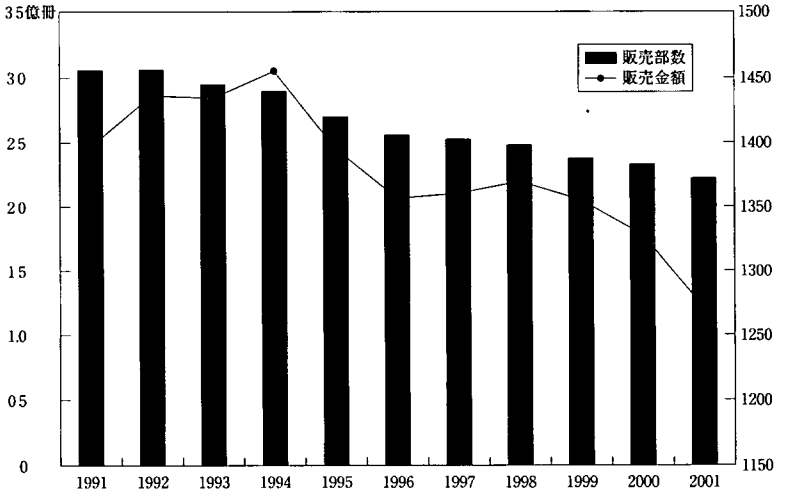
出所．全国出版協会・出版科学研究所（2001　120），同（2002：4-5）より作成

新シリーズの文庫の創刊は，この判型の書籍の新刊点数の急激な伸びとなって表れている．これを示したのが，図1である(5)．

この図にみるように，文庫の新刊点数は，この10年ほどのあいだに急速な伸びを示している．92年以降は，全てのタイプの書籍の新刊点数において文庫が次第に大きな比率を占めるようになっており，2000年には実に1割近くを占めるにいたっている．ただし，これはあくまでも出版点数の伸びである．実際には，出版ラインや新刊点数の拡大の割には市場の成長は鈍く，また，出版社の側でも大量返品を警戒して一点あたりの発行部数をおさえているため，必ずしも全体としての売上の拡大には結びついていない．それどころか，図2に見るように，販売部数，販売金額ともにむしろかなり深刻な落ちこみを見せているのである．また，文庫の返品率も91年には3割を切っていたのが，徐々に上昇傾向にあり2000年には43パーセントにまでいたっている．

かつて，米国においては，第二次世界大戦後にアンカー・ブックスなど

図2　一般文庫販売の推移：1991-2001



出所：全国出版協会・出版科学研究所（2001：121），同（2002　4）より作成

の高級ペーパーバックが創刊されて古典や名作などが安価にかつ大量に供給されるようになり，これが「ペーパーバック革命」と呼ばれた．同じように，日本においては，先にあげた岩波新書が1938（昭和13）年に，またそれをさかのぼること11年前の1927（昭和2）年にはレクラム文庫に範をとって岩波文庫が創刊されている．この1927年以降を最初のペーパーバック革命と見ることができる．戦後では，1954（昭和29）年に創刊された光文社の「カッパ・ブックス」やそれに続く各社の新書・文庫の創刊が，従来の読書人階級に限定された感のある読書を一般大衆に広げる上で大きな役割を果たしたとされている．これを第二次のペーパーバック革命とするならば，1990年代以降の新書・文庫ラインの急増は，第三次のペーパーバック革命と呼べないこともない．

もっとも，昨今書店の売り場面積の相当部分を占めるようになってきた

新書や文庫の光景や展示スペースをめぐる出版社同士の競合状態は，むしろ一種の消耗戦の様相を呈していると言えよう．じっさい，教養書的な性格をもつ新書や文庫に関していえば，単行本で新刊として刊行された学術書が好評を博して一種の中古典としての位置を獲得した後に新書ないし文庫化されるような場合（あるいは評価の定まった原報的な学術書の内容を平易に解説したペーパーバックを刊行する場合）とは異なって，学術書・教養書的な性格をもつ書籍が最初からペーパーバックとして刊行される場合に，新書や文庫という判型や想定される読者層からくる形式上の制約がその内容に与える影響ははかり知れないものがあると言えよう(6)．

2. 読者マス化論から「文化のダイヤモンド」へ

読者マス化論

以上のような，深刻な出版不況とそれにともなう出版ラインナップの変容を背景として，皮肉にも小さなブームとなっているのが，以下にあげるような，「出版危機本」とも名づけることのできる一連の書籍の出版である．

小田光雄　1999 『出版社と書店はいかにして消えていくか』 ぱる出版
安藤哲也・小田光雄・永江朗　2000 『出版クラッシュ』 編書房
小田光雄　2000 『ブックオフと出版業界』 ぱる出版
小林一博　2001 『出版大崩壊』 イースト・プレス
佐野眞一　2001 『だれが「本」を殺すのか』 ダイヤモンド社
賀川洋　2001 『出版再生』 文化通信社

もともと書籍出版には古くから「本の本」と呼べる定番的なジャンル，

すなわち，傑出した出版人や編集者の自伝や評伝あるいは出版業界の体質や制度的問題を取り扱った本のジャンルがあるのだが，5年連続の出版界全体の売上減少や老舗の出版社，書店，取次等の経営不振ないし経営破綻という深刻な事態が相次いで生じるなかで，日本の出版業界に内在する問題が新たな切実さを持って語られるようになってきたのだと言えよう．

再版制度，委託販売制度，取次寡占など日本の出版界が抱える構造的な問題と並んで，これらの書籍において頻繁にあらわれるテーマの一つに「読者マス化論」とでもよべるものがある．このテーマをめぐる議論の骨子は，出版危機の最大の原因を，「読書人階級」の解体とそれにともなう書籍の大衆消費財化に見るところにある．

その概要は，次のようなものである．

> 出版不況の責任の一端は，読者市場の本質を見誤ってマス市場をターゲットとした経営戦略をとってきた出版社や書店あるいは取次にある．1970年代後半以降，日本の出版市場はひたすらマス読者を中心とした出版ラインナップを中心とするものになってきた．これは，本来せいぜい数千部前後の読書人階級をターゲットにした市場を念頭において文化水準を維持・向上させていくべき出版関係者がその使命を放棄してマス市場に志向したことの，いわば「自業自得」の結果である．書店や寡占状態にある取次を含む生産や流通システム自体がそのようなマス市場を前提とした構成になっていることもあって，今や本は文化の精華を体現するものではなく，むしろ使い捨て（読み捨て）の大衆消費の一アイテムと化してしまった．

たとえば，取次の寡占状態や再販制度の問題についての出版人による内部告発書とでも呼べる刺激的な著作『出版社と書店はいかにして消えていくか』(1999) をあらわした小田光雄は新古書店ブックオフの問題を扱った『ブックオフと出版業界』(2000) で，次のように述べている

それ［本の大衆消費財化］は特に［19］80年代になってさらに加速し，中性から近代へと至る読者ではなく，ひたすら現代読者とでもいうべき消費者に向けて書店市場を形成してしまった．消費社会においては，消費者が大衆だからそれで正しいのだと言われれば，返す言葉もありませんが，吉田兼好や太田南畝の書物や読書の世界が正当なものであることは明らかでしょう．（小田光雄　2000：31-32；強調は引用者）

同じように，ジャーナリストの佐野眞一は，日本における出版の危機的状況を出版社，取次，書店，読者を通して本の世界を「串刺し」にしてミステリータッチで描いた労作『誰が「本」を殺すのか』（2001）という本の中で，書店について次のように述べている．

特殊な例外を除いて，書店員の商品知識のなさはもはや絶望的なところまできている．真新しいインクの匂いのする究極の暇つぶしだった場所は，およそ愚にもつかないベストセラー本だけうず高く平積みした，世にも退屈なところにかわっている．（佐野　2001：21-22）

いまや書店は他の物販店同様，消費者が集まるところにすぎず，読書家や文化人が集まるサロンを書店の上に夢想するのは，それこそ「オールドファッション」ということになるのだろうか．（p. 39）

また，佐野は，同書の別のところでは，次のようにも語っている．

かつて「読書人」といわれた人々は，社会・人文系専門書を瀕死の状況に追いこんだ一因である商業出版の猖獗（しょうけつ）によって，さらには，こうした動きを倍速させる恐れがないわけでもないデジタル出版の台頭によって，単に「消費者」と呼ばれる存在になっていくのだろうか．（p. 14）

さきに述べた昨今の出版ラインナップの変化を見るかぎり，たしかに以上のような指摘は事実の一端を伝えているようにも思われる．また日本と同じように第二次世界大戦後急速に出版市場のマス化が進んだと考えられる米国の状況を検討してみると，制度上の顕著な違いは幾つかあるものの，ベストセラー（＝「ブロックバスター」）本に「偏向」した出版戦略や大型チェーン書店の席巻と密接に関連するマス読者市場の成立が少部数の書籍を中心とする硬派出版の存続を脅かしているという点では，多くの共通点があると言える（エプスタイン　2001；金平 1992；Whiteside 1980；Greco 1997；Thornton 1999, 2002）．

もっとも，読者マス化論は，議論の大枠としては正鵠を得てはいるものの，具体的な出版物の生産・流通・消費のプロセスについての分析という点ではいくつかの問題が無いわけではない．これは，本論の主たる対象である学術出版に関しては，とりわけ深刻な問題となってあらわれてくる．

まず，読者マス化論の議論では，書籍の生産にかかわる関係者については，主に出版社（版元）を中心にして論じており，著者および著者をとりまく制度的枠組については十分に吟味されていない．つまり，作り手である著者の顔と著者たちが作り上げる社会的世界の姿が見えてこず，著者はあたかも出版社の注文どおりに原稿を生産する下請け業者のようにも見えてくるのである．言葉をかえていえば，読者マス化論の議論に欠けているのは，〈著者がどのようにして実際に出版社（特に編集者）との交渉を経て出版物にとっての必須の原材料である原稿をつくりあげるのか〉という問題についての検討であり，また，〈著者たちが独自にどのようなインセンティブや制度的特徴をもった世界をつくりあげているのか〉という問題である．

特に，本論の主たる対象である学術出版の場合は，著者である研究者や学者が属する「学術界」は，出版社の思惑や利害関心とはある意味で非常に異なる思惑と利害関心を特徴としていると考えられる．個々の学術書，

専門書，教養書は，まさにその学術界と出版界とのダイナミックな相互作用を経て産出されていくのである．したがって，硬派出版の一サブジャンルである学術出版の変容をとらえるためには，一方では学術界そのものの変容のあり方について検討するとともに，他方では〈学術界と出版界の相互作用のあり方がどのように変化していったか〉という問題について分析を加えていかなければならないことになる．

読者マス化論に見られる二点目の重大な問題は，著者とは逆に，書籍出版という文化生産プロセスの最も川下の位置にある読者についても，必ずしも十分な分析が加えられていない，という点にある．じっさい，読者マス化論の議論の中心は〈読書人階級の解体と純消費者的な「マス読者」の拡大〉というところにあるのだから，ほんらい書籍購買層の構成とその変化についての詳細な情報が必要なはずである．しかし，さきにあげたいくつかの本には，それらの情報は著しく欠如しており，むしろ，それは新刊書籍の洪水という現象から類推されているに過ぎない(7)．

これによって，読者マス化論の基本的ロジックは，一種の循環論法ないしトートロジーの様相を呈していると言える．すなわち，「なぜ，『愚にもつかないベストセラー』しか売れないのか？」という問いに対して，読者マス化論者は「読者が読書人階級を中心とした構成からマス読者中心のものに変質してしまったから」という答えを提出する訳であるが，「それでは，どのような根拠によって読者が読書人階級からマスの読者に変質してしまった，と言えるのか？」という問いに対しては，単に「何よりの証拠は，愚にもつかないベストセラーしか売れないことである」という解答を提出しているに過ぎないからである．

もっとも，これは，あながちマス化論者の責任にのみ帰せられない面もある．というのも，日本に関していえば，読者ないし書籍購買者の具体的な構成（階級，性別，年齢別，読書週間，購買行動の特徴等）に関しては，大

衆向けの雑誌など以外に関してはしっかりしたマーケティングデータや大規模なサーベイデータはほとんど存在せず，かなりのところ，売れた本の傾向（あるいは逆に売れ行き不振の本の傾向）から類推せざるを得ないところがあるからである(8)．

この書籍購買層についての情報の決定的な不足という問題は，〈読者の形成過程および読者間の相互作用についての検討不足〉という問題と不可分の関係にある．そもそも書籍というのは，他の商品以上にその購入と消費（享受・受容）に関しては，永年にわたる習慣の形成と一種の「消費者教育」が必須条件であり，また，消費者間の相互作用つまり「読書共同体」のあり方に左右されるところが大きな商品であると考えられる．じっさい，本の購入や読書という行為にあたってはその中に盛り込まれた情報やメッセージを解読するためのレディネスや技能が前提となるだけでなく，読書を経て得た知識や情報あるいは教養が社会生活を送る上で何らかの効用や意義を持つことが前提となる．じじつ，読者マス化論の中では「活字離れ」ないし「本離れ」の現象が頻繁にとりあげられ，また読書に関わる技能，レディネスの一般的な水準低下と読書という行為の社会的効用や意義の低下，そしてまた読書共同体の解体が想定されているのであるが，これらの問題についても実証データにもとづいて直接的な検証がおこなわれているわけではない．

以上を要するに，読書マス化論においては「学術界」に加えて「読者界」についての情報が不足している，と言えるのである．

さらに，読者界の問題と不可分の関係にあるのは，「学校界」の問題である．というのも，近代社会において，学校は，読者およびその読書習慣を形成し，また読書の社会的効用や意義を規定する上で，家庭と双璧をなす重要な制度的装置だからである．じっさい，近代出版業の成立は，義務教育制度を中心とした識字教育および読書習慣の形成と切り離して考える

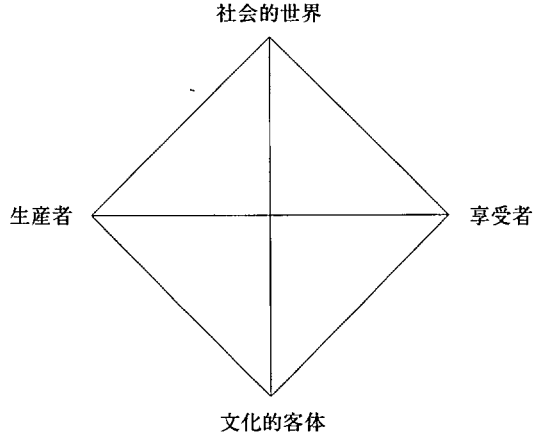
ことはできないことは，ここで改めて強調するまでもないことであろう．じっさい，読者界は，かなりの程度，学校という制度を通して形成されてきたと言えるのである．さらに，特に本論の課題である学術書および教養書の出版に関しては，高等教育制度のあり方が重要な意味をもってくる．なぜならば，高等教育の場は，それ自体教科書および参考書という形で学術書および教養書の最も有力な市場の一つをつくりあげるだけでなく，教育課程を経た者が卒業後もその種の書籍や雑誌の中核的な読者として存在していく上で大きな役割を果たしてきたからである．そして，高等教育機関は，自らが著者となる人々を生産する主要な装置でもあることは，言うまでもない．言葉をかえて言えば，学校，特に高等教育機関は，読者と著者を生産し，また著作そのものを生産する場であることによって，学術界，出版界，読者界の交差する場なのである．

文化のダイヤモンド

以上にみてきたように，学術出版の消長という問題について考えていく場合には，これを，学術界，出版界，読者界などさまざまな社会的世界の交錯する場の構造との関連でとらえていく必要がある．その場の全体的な構造を見渡す上できわめて有効な視点を提供してくれるのが，図3-1に示す「文化のダイヤモンド図式」である．

文化のダイヤモンドとは，文化と社会の関係に関する社会学的な分析をおこなうためにアメリカの文化社会学者ウェンディ・グリスヴォルド（Griswold 1994）が提案したヒューリスティックな図式である．上図に見るように，ダイヤモンドとは，この場合，宝石ではなく野球場のダイヤモンド（菱形のフィールド）を指し，四つの点にはそれぞれ文化的客体，その直接的な生産者と享受者，そして，以上の三者が位置づけられる社会的な文脈としての社会的世界が配置される．この図式において，以上の4点を

図3-1　文化のダイヤモンド図式

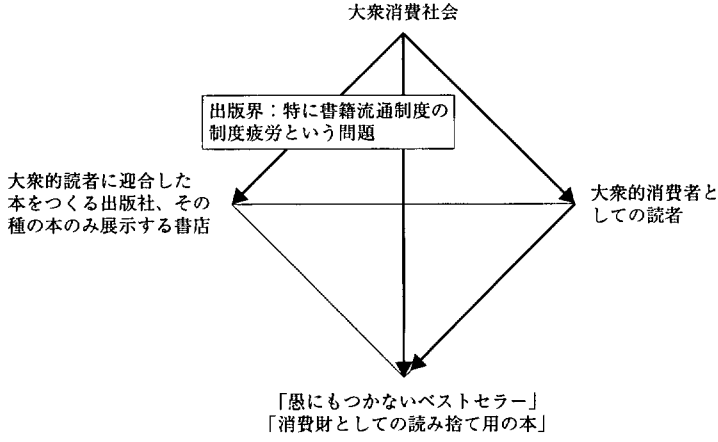


結ぶ6本の線分は，それぞれの要素のあいだの関係性を示すものであり，グリスヴォルドによれば，文化と社会のあいだの関係を社会学的に分析する際には，この6本の線分で示された因果関係の全てに注意を払わなければならないとされる．

逆に言えば，この6本の線分で示される関係に目配りしていない議論は，何らかの意味で還元主義的な議論に陥りがちになる．たとえば，「演劇（小説，歌，川柳，漫画……）は社会を映す鏡」式の素朴反映論は，作り手と受け手の要因を度外視して，社会的世界から文化的客体へと向かう矢印で示される因果関係のみをとりあげる傾向がある．同じように，〈暴力的な内容を含む映画やテレビ番組が暴力犯罪の増加の直接的な原因である〉とするような議論は，作り手と受け手の要因を無視ないし軽視して文化的客体から社会的世界へ直結する因果の矢印を想定していることになる．

文化のダイヤモンド図式をあてはめてみると，さきにあげた読者マス化論の議論は，出版社や取次，書店という出版業界の内情についてはかなり

図3-2　読者マス化論の論理構造



詳しい情報を提供してはいるものの，受け手としての読者や書籍の第一次的な生産者である著者たちがつくりあげている社会的世界については無視ないし軽視していることが分かる．その一方で，彼らが主要な因果関係として想定しているのは，大衆消費社会という社会的背景から読者および文化的客体としての書籍へと向かう矢印で示されるものである．つまり，読者マス化論の論理構造は，上にあげる図3-2のようなものであると考えることが出来るのである．

しかも，さきに述べたように，読者マス化論の説明ロジックにおいては，出版不況という現象に対する説明要因となる大衆消費社会およびマス化した読者という二つの要素に関しては，個別にそれを直接実証するようなデータは提示されず，むしろ説明されるべき文化的客体である書籍の中身（「愚にもつかないベストセラー」）と量に関する情報そのものから，それらの要素のあり方が類推されており，基本的に循環論法ないしトートロジーの構造となっているのである．この点からすれば，読者マス化論は，根本の

ところでは古典的な大衆社会論ないし大衆文化論の一亜型であり，大衆社会・文化論一般がそうであるように，社会と文化の関係について極端に単純化して論じているのだと言えよう．

古典的な大衆社会論は，近代資本主義社会の発展にともなう産業化，都市化，一国規模のマーケットやマスメディアの発達などが，伝統的なコミュニティを解体させ人と人との密接な接触を断っていった，と主張する．人々は，かつての地域社会や階級社会の中で持ちえていた密接で生き生きとした接触とそのような社会関係に根ざした文化とを失い，孤立したアトムと化した大衆（マス）として存在するようになる．そのような，自ら文化を生み出す力を失った大衆が享受するのは，マスメディアを中心とした「文化産業」が提供する，「レディメイドの紋切り型」の画一的な商業主義的大衆文化であるとされる．

この大衆社会論の前提からすれば，文化における商業主義の傾向が顕著に見られるのは，さまざまなタイプの市場の中でも大量生産―大量流通―大量消費を前提として成立する大衆消費市場においてである．すなわち，大衆社会において商業主義的な傾向が顕著にみられるのは，大衆消費市場（マス・マーケット）において利潤を最大化することが至上命題となるからなのである．利潤の追求が最優先される時には，質的には高くても少数の人にしか理解され支持されない内容のものは避けて，老若男女あるいは生活水準や教育水準の高低を問わずできるだけ多くの人にアピールする，当たりさわりがなくて口あたりのよい「最小公分母」的内容のものが中心にしていくのが賢明である．また，「当たる」どうか分からない先鋭的で実験的な内容のものよりは既に実績のある「レディメイドの紋切り型」を繰り返した方が得策であることは言うまでもない．このような傾向は，結果として，文化の平準化や画一化を招くことになるとされる．

この大衆社会・文化論については，従来，次の三点からの批判がなされ

てきた――①「大衆」ないし消費者についての検討の不備，②論者の価値前提の問題性，③文化産業についての検証の不備．

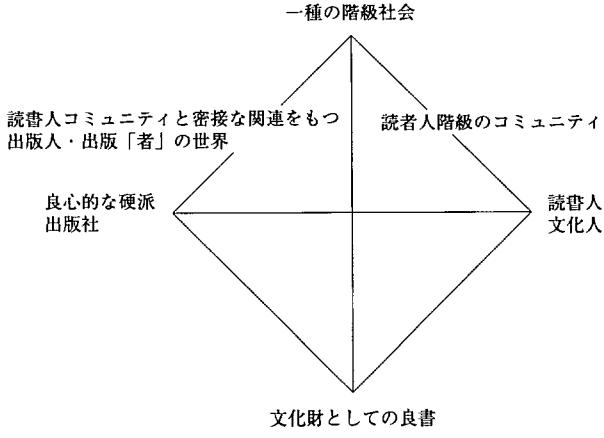
一点目の「大衆」に関する検討の不備という問題については，大衆社会・文化論が想定する，〈エリート層に操作された文化産業の提供するソフトを無反省に受容する無知蒙昧な大衆〉という図式が，何ら具体的な実証データにもとづかない，現実の姿とはかけ離れた図式である，という指摘がなされてきた．同じようなことが，読者マス化論に関しても言える．つまり，さきに見たように，読者に関する本格的なサーベイが欠如していることもあって，読者の構成については大衆的人気を博している書籍の内容から間接的に類推がなされているに過ぎない．

次に，価値前提については，大衆社会・文化論者が大衆文化論の低俗さを指摘する場合にその価値判断の規準としてきたのは，多くの場合，かつての階級社会で培われた洗練された階級文化ないし高級文化であるが，そのような価値規準にもとづく判断は，エリート主義的な，高みから下を見おろすような発想に他ならない，という批判がなされてきた．そして，そのような高踏的というよりはむしろ高圧的な発想に反発し大衆文化――この場合，「マス・カルチャー」ではなく「ポピュラー・カルチャー」――を擁護する立場に立つ研究者たちは，しばしば，大衆文化にはそれに固有の豊かな内容やすぐれた表現形式が含まれていると指摘してきた．

読者マス化論についても，同様の傾向が濃厚である．さきにあげた小田や佐野の著作からの引用からもうかがえるように，彼らが理想としているように見えるのは「吉田兼好や太田南畝の書物や読書の世界」であり，「読書家や文化人が集まるサロン」としての書店なのである．つまり，彼らは，大衆的読者が参入する以前には，図3-3に示すような構造が成立していたと考え，それが本来のあるべき姿だとしているらしいのである．

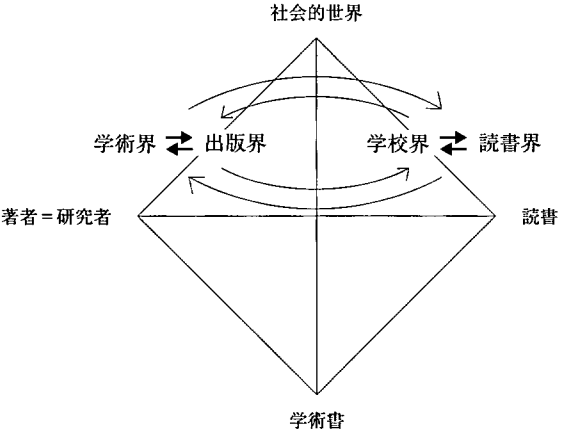
最後の「文化産業」についての検討不足という批判は，本論でとりあげ

図3-3　読者マス化論者にとっての理想像



た読者マス化論については，必ずしも当てはまらない．というのも，読者マス化論は，一種の「業界（内幕）物」的な性格が強く，主に出版社，取次および書店に関しては，出版業界の内側にいる者にしか知り得ない事情やゴシップ的な情報も含めて比較的詳しい情報をもとにしているからである．もっとも，この業界の内部事情に関しても，肝心の著者たちがつくりあげている社会的世界に関しては情報が不足しているだけでなく，業界全体の構造に関して必ずしも適切な分析がなされていない，という問題がある．というのも，読者マス化論者が業界の事情について論じる時に主なよりどころとしているのは，出版社，取次，書店についてのインサイダーとしての見聞情報や関係者への聞きとりを元にしたエピソード中心の個別事例の検討だからである．これもあって，出版社，取次，書店はともすれば特異な事例の分析を中心として「点」として扱われる傾向があり，それぞれの業界サブセクター内部が「群」ないしネットワークとしてどのような相互影響関係にあるかについては，ほとんど分析がなされていない．

図 3-4　社会的世界の交錯からみた学術出版



以上のような特徴をもつ読者マス化論を一つの「反面教師」としてみた場合，学術出版の消長という問題についてより包括的な視点からとらえていく際には，図 3-4 に示すように，出版界という社会的世界の事情だけでなく，著者が属する学術界，そしてまた，読者の行動と深い関わりをもつ読者界と学校界との関連でとらえていかなければならないことが明らかになる．つまり，学術書籍の売上不振や出版ラインナップの変容は，これらのさまざまな社会的世界およびそれらの相互関連のあり方の変容の問題としてとらえ直していかなければならないのである．

Ⅱ　理論的前提とリサーチ・クェスチョンの定式化

図 3-4 は，単に日本における学術出版の消長というテーマについて検討を進めていくための分析フレームの大枠を示したものに過ぎない．今後関

係者への聞きとりや文書資料，統計資料などの検討を通して実証調査をおこなっていくためには，それぞれの社会的世界の制度的構造や行為者の利害関心のありようについて明らかにしていかなければならない．以下では，そのような実証研究をおこなう上での理論的前提を明らかにし，また，その理論的前提に即して定式化したいくつかのリサーチ・クェスチョンを示す．

1. 学術出版におけるインセンティブの種類と「報酬システム」

報酬システム図式

学術出版をめぐるさまざまな社会的世界，とりわけ学術界のあり方について理解していく上できわめて重要になってくるのは，学術書の刊行が著者である研究者にとってもつ非経済的なインセンティブのあり方である．よく知られているように，学者ないし研究者が書籍を刊行する際の主たる利害関心は，必ずしもその書籍の販売による経済的収入であるとは限らない．じじつ，内容が専門的なものになればなるほど直接的な経済収入は取るに足らないものであり，逆に自ら必要経費のかなりの部分を負担して自費出版に近い形で研究業績を発表することも稀ではない．このような場合，経済的収入というよりは研究成果の公表による威信や名声という象徴的な報酬がより重要なものになっていることは言うまでもない．もちろん，直接的な経済収入が期待できない場合であっても，学術出版があらゆる種類の物質的・現世的報酬と無縁であるというわけでは必ずしもない．それどころか，研究業績を書籍として刊行することは，教育・研究機関におけるポストの獲得や昇進・昇給にとって必須の条件であることが少なくないのである．特に，「(研究業績を) 出すか，(研究機関を) 去るか (publish or perish)」という厳しい要求のある場合には，業績を書籍として出版できるかどうかは，死活問題となることが多い．

ただし，同一の著者が刊行する書籍の中でも，最先端の研究業績を「原報」としてまとめ，主に同じ分野の研究者や専門誌の読者層，言葉をかえていえば，自分たち自身が研究業績の生産者である読者に向けて書く場合と，むしろ知や教養の純粋な消費者に近い性格をもつ一般の読者に向けて啓蒙書や教養書を書く場合とでは，期待される報酬の種類がきわめて異なるものになることは言うまでもない．啓蒙書や教養書あるいは教科書的な書物は，時として思いがけないほどの経済的報酬をもたらすが，その半面，その種の活動は，たとえば「テキストブック・ライター」や「雑文書き」に対する否定的な評価に見られるように，研究者の世界においてはしばしばネガティブな評価に結びつく．

このように，ひとくちに「学術出版」とは言っても，著者の利害関心やそれに対応するインセンティブの種類はきわめて多様なものであり，それが出版物の内容に直接的に反映されていくことも少なくない．また，どのような種類のインセンティブがそれぞれどの程度重要なものとなるかは，かなりの程度著者が所属しあるいは主体的に関わっていく組織や社会的世界の制度的枠組によって規定されることになる．

アメリカの社会学者ダイアナ・クレーンが提出した，文化生産における「報酬システム」に関する類型論図式は，このような事情について理解を深める上できわめて有効な視点を提供するだけでなく，学術出版に関わる，学術界以外の社会的世界（出版界，読者界，学校界など）について理解していく上でも重要な示唆を与えてくれる．表1は，その概要を示したものである．

この表にみられるように，クレーンの図式においては，文化生産における第一次的な生産者（表では「クリエーター」），仲介者，消費者（ないし享受者――表では「オーディエンス」）の関係構造が焦点になっている．特に，〈この三者のうちの誰が生産されたものの質や価値について判断する際の

表1　報酬システム図式

		独立型	半独立型	サブカルチャー型	異種文化型
事例		基礎科学，神学法律体系，ロイヤル・アカデミー(仏)，スターリン時代のソビエトの芸術界	前衛美術，一部の基礎科学，欧米のオペラ業界	民族文化，世代限定のサブカルチャー，宗教的セクトないしカルト	エンタテイメント・ビジネス，civil religion，テクノロジー，応用化学
認知的・技術的規範の設定主体（※）		クリエーターたち自身	クリエーターたち自身	クリエーターたち自身	経営者ないし官僚
報酬の提供者	象徴的報酬（賞，称号等）	クリエーターたち自身	クリエーターたち自身（＋近しい評論家）	消費者（サブカルチャーのメンバー）	消費者（マス）
	物質的報酬	クリエーターたち自身	消費者，経営者，官僚	消費者（サブカルチャーの構成員）	経営者，官僚（物質的報酬が象徴的報酬より優位）
主なオーディエンス		クリエーター仲間	（言及無し）	特定のサブカルチャーの構成員	複数の種類の文化に属する人々（マスメディア向け）
クリエーター同士の結びつき		密接・独自のコミュニティを形成	密接・独自のコミュニティを形成	密接・独自のコミュニティを形成，態度と価値を共有する消費者と密接な関係	ほとんど無し
手段統制主体	生産手段	クリエーターたち自身（例：学部，研究所）	どちらか一方のみをクリエーターたち自身がコントロール	クリエーターたち以外の者．ただし，ビッグビジネスではない	（他のタイプの領域の手段による成果を利用）
	発表媒体・流通手段	クリエーターたち自身(例：専門誌)			ビッグビジネス

出所：Crane 1976, Peterson 1994
※認知的規範…イノベーションの対象となる問題やテーマの適切性に関わる規範
技術的規範・イノベーションの方法やテクニックの適切性に関わる規範

規準を設定しかつ実際の評価をおこなう「ゲイトキーパー」であり，また，誰がその評価にもとづいて報酬を分配する権限を持っているのか〉という問題が最も重要なポイントになる．また，その報酬には，象徴的報酬（賞賛，名声，賞，称号など）と物質的報酬（金銭，地位など）という二つのタイプのものがあるとされる．

この類型論図式の適用範囲は学術研究というジャンルの文化生産に限定されるものではない．むしろクレーンは，以下で解説する四つのタイプの報酬システムは学術研究，芸術，宗教という三つの文化生産ジャンルに共通に見いだされるものであると主張しており，また，報酬システムの類型論はこれら3ジャンルにおける文化生産や革新的な文化創造（イノベーション）のあり方について統一的に分析する上で有効な図式だとしている．したがって，文化生産者の中には研究者だけでなく芸術家や宗教家が含まれている．同じように，仲介者としてはメディア関係者，プロデューサー，劇場主，画廊オーナーなどが，消費者（享受者）としては読者の他に観客や信徒などが含まれることになる．

一番目のタイプは，独立型報酬システムである．この場合は，生産者である研究者，芸術家，宗教家たち自身が，研究論文や芸術作品などの「文化生産物」の質や価値を判定する上での評価規準を設定し，また物質的・象徴的報酬を分配する上での権限を持っている．生産者たちは相互に密接な関係で結ばれており，また外部からの干渉からかなりの程度自由な仲間うちの独特のコミュニティ，いわば一種の「独立王国」を形成している．代表的な例としては，大学などの研究機関，その中でも特に基礎科学の分野があげられる．芸術の分野では，フランスのロイヤル・アカデミーあるいはスターリン時代のソビエト連邦の芸術界などが典型的なものである．独立型報酬システムにおいては，基礎学問の場合に学者たち自身が学部や研究所における人事権や運営上の権限を握り，また，学術専門誌の編集や

運営に研究者たち自身があたっている例に典型的にみられるように，生産者たちは報酬配分における権限を握っているだけでなく，生産手段や発表媒体および流通手段についてもみずから権限を持ってコントロールしている．そして，この，一言で言い表せば「アカデミー」と総称できる独立型報酬システムの場合，生産物（学術書や芸術作品など）の主たる享受者もまた広い意味での同僚や仲間であることが多い．

第二のタイプは，クレーンが半独立型報酬システムと呼ぶものである．このタイプの報酬システムにおいては，賞や称号などの象徴的報酬については生産者たち自身が評価と分配の両面において権限を持っているが，物質的報酬については消費者の意向や仲介者である経営者や官僚などの意向に左右されるところが大きい．クレーンは，学術研究の分野では，政府機関が報酬配分の権限を握っているようなタイプの基礎科学がこのような報酬システムとしての特徴を持つ傾向があるとする．

三番目のタイプをクレーンはサブカルチャー型報酬システムと呼ぶ．この場合，生産者と消費者と仲介者はともに特定のサブカルチャーに属しており，また三者のあいだに明確な区別が存在していない場合も珍しくない．生産者に対して象徴的報酬と物質的報酬を提供するのは一種の「身内」ないし「同志」としての消費者であるが，象徴的報酬の方が物質的報酬よりもはるかに重要な意味をもち，生産者が物質的報酬をほとんど得ていないことも多い．典型的な例としては，特定地域におけるマルディグラなどの民族・民衆芸能のパフォーマンスや世代限定型のサブカルチャーなどがあげられる．学術研究の分野では，ラディカル・サイエンスや特定の民族集団あるいは宗教団体が独自の科学体系（ないし疑似科学的体系）を作り上げている場合がこれにあたる[(9)]．この報酬システムの略称としては，「サブカルチャー」が最もふさわしいであろう．

最後のタイプは，異種文化混合型報酬システムであり，芸術分野での典

型的な例としては，エンタテイメント産業があげられる．この場合，いくつかの大手企業が映画やテレビあるいは音楽レコードの生産と流通を牛耳っている．学問の分野では，産業界や政府機関が大きな権限を持っている技術工学や応用科学の世界がこれにあたる．異種文化混合型報酬システムにおいては，経営者ないし官僚が作品や製品の質を評価したりその価値を決める上で大きな権限をもっている．最終的に作品や製品を購入するのはそれぞれが雑多なタイプのサブカルチャーに属する人々からなる「マス(大衆)」的な消費者であるが，消費者たちから集めた物資的な報酬を実際に生産者たちに出演料や給与の形で分配する上で決定権をもつのは経営者や官僚であり，消費者は人気投票などにより象徴的報酬を与えるに過ぎない．またこの報酬システムにおいては，象徴的報酬よりも物質的報酬の方が圧倒的に重要である．この報酬システムの略称には，「ビジネス」をあてることができる．

サブセクター間の移動に関する規範とルール

さきにあげたように，報酬システム図式は芸術，科学，宗教などさまざまなタイプの文化生産の領域に共通する制度的枠組を共通の視点で理解するためのモデルであるが，単独の文化生産領域に着目してとらえれば，表1に示された四つの報酬システムはそれぞれの文化生産領域を構成する四つのサブセクターであると考えることができる．たとえば，既に述べたことからも明らかなように，芸術の場合には，アカデミー的セクターと，半独立型のセクターがある一方で，サブカルチャー的な芸術活動も存在するし，娯楽ビジネスのセクターも社会の中で重要な位置を占めている．

このように見てくると，読者マス化論の議論の骨子は，〈図3-2に示されるエンタテイメント系の出版界セクターが肥大化することによって，図3-3に示されるサブカルチャー的セクターとして成立していた人文・社会

系の出版の世界が解体の危機にある〉という形に図式化することが出来るかも知れない.

もっとも，ここで注意しなければならないのは，報酬システム図式は，あくまでもさまざまなタイプの文化生産を規定する制度的枠組の分類図式なのであり，文化生産者は必ずしもいずれかのサブセクターにのみ常時属しているという訳ではない，ということである．たとえば，主に半独立型報酬セクターを中心としてオペラハウスの舞台で活動して名声を博しているオペラ歌手がマス・アピールのある歌をCDとして発表して異種文化混合型セクターの音楽ビジネスの世界で活躍する，というような例はよく見られる．この点からすれば，文化生産における四つのセクターは，クリエーターをどれか一つのセクターに閉じこめておく牢獄のようなものではなく，むしろ相互に異なるルールと賭け金によって特徴づけられるゲームの場のようなものとして考えることができる.

したがって，その社会的ゲームのプレイヤーである文化生産者が異なるタイプのゲームの場を行き来することも稀ではない．そして，さきに「テキストブック・ライター」や「雑文書き」に対する否定的な評価についてふれた際にも指摘したように，それぞれのセクターに特徴的なルールがあるように，一つのゲームの場から他のゲームの場への移動ないし往復運動に関しても，何らからのルールや一種の法則性のようなものが存在していると考えることが出来るのである(10)．そしてまた，本論の冒頭にあげたように現在学術書の出版ラインナップや出版形態に大幅が起こっているとするならば，それは，何らかの形でこれらのゲームの場およびタイプの異なるゲームの場を移動する際の行動を規定する規則における変化を反映しているのではないかとも考えられる.

2. 学術出版をめぐる象徴資本と文化資本

経済資本と非経済資本，経済的利害と非経済的利害

クレーンの報酬システム図式は，文化生産に関わるさまざまな関係者のうち特に第一次的な生産者であるクリエーター（著者，芸術家，宗教家など）にとってのインセンティブのタイプと革新的な文化創造の選別と評価にたずさわるゲートキーパー役のあり方を中心とした制度的枠組に焦点をあてたものである．さきに指摘したように，本論の主たる対象である学術出版の象徴という問題について吟味していくためには，これに加えて少なくとも次にあげる二つの問題について吟味していかなければならない．

- 著者以外の関係者にとっての利害関心とそれに対応するインセンティブには，どのようなものがあるか？
- 関係者の利害関心とインセンティブは，どのような特徴をもつ社会的世界の制度的枠組によって規定されているか？

以上の問題について検討し，学術出版にかかわるさまざまな社会的世界の構成とその相互の関連性について統一的な視点から吟味していく上できわめて重要な示唆を与えてくれるのが，フランスの社会学者ピエール・ブルデューによる，「象徴資本」と「文化資本」をめぐる一連の論考である（ブルデュー　1988a, b, 1993；Bourdieu 1984）．

象徴資本とは，個人，集団ないし組織など何らかの行為主体（agent）が社会的行為をおこなう際に動員できる，多かれ少なかれ正統性の裏付けをもった威信，名声，名誉などの蓄積およびその蓄積の度合いを指す．一方，文化資本というのは，行為者がそれまでの生活で蓄積してきたさまざまなタイプの文化的素養や文化的知識・能力の総体を指すが，それは同時

に，社会生活を円滑に送っていく上で必要となってくる，文化的対象に関する認知と認識の基本的な枠組でもある．

象徴資本と文化資本は，経済学，とりわけ新古典派流の経済学の議論を典型とする「経済的経済」のロジックには還元し得ない社会的行為のロジックを理解する上でブルデューが導入した一連の非経済的資本を示す概念（「宗教資本」「学歴資本」など）の一つである．

報酬システム図式でいう独立型セクターと異種文化型セクターとでは主たる報酬のタイプがきわめて対照的であることからも分かるように，経済資本と象徴資本の蓄積と投資・再投資をめぐって行為主体がとる戦略は，相対立する行動様式やその背景となる制度的枠組と密接に関連していることが少なくない．

ブルデュー自身があげた例でいえば，「純粋芸術」ないし「芸術のための芸術」という理念を典型とする文化生産の自律性が成立して以降のフランス芸術界における前衛的芸術および芸術家の位置づけについての分析が，経済資本と象徴資本をめぐる戦略のあいだに存在するロジックの違いを最も鮮明に示していると言える．つまり，ブルデューは，前衛ないし先進的な芸術家（集団）にとっては，表現が先進的すぎるため未だ芸術家仲間にしか理解できないような芸術作品のみを製作し，したがってブルジョワジーの読者や観客を相手にして得られる世俗的な成功を達成していないこと，すなわち経済資本に乏しいという事実それ自体が一種の勲章として威信や名誉の根拠になり，象徴資本を獲得する上での必須条件になることがあるとし，これを「裏返しの経済世界」とよんでいるのである．

> じっさい，ここは裏返しの経済世界なのだ．芸術家は（少なくとも短期的には）経済的土俵で負けることによってしか象徴的土俵で勝つことができないし，逆に（少なくとも長期的には）象徴的土俵で負けることによってしか

経済的土俵で勝つことができない.（ブルデュー　1995 : 136 ; Cf. Bourdieu 1993 : 564）

象徴資本と同じように，文化資本もまたしばしば経済資本とはきわめて異なる行為戦略や行動原理の背景となることがある．たとえば，一代で資産を築き上げた「成り上がり」タイプの資産家が経済資本を豊富に持っている割には文化資本に乏しいことがあるのに対して，芸術家は貧窮の生活を余儀なくされながらも豊富な文化資本を持つことがある．

もっとも，象徴資本や文化資本がしばしば経済資本とは対照的な行動パターンの背景にあるとは言っても，経済資本と非経済資本とのあいだに全く共通性や関連性が無いわけではない．それどころか，ブルデューが，威信や権威あるいは文化的素養を資本と呼ぶのは，非経済資本が経済資本と同じように，しばしば投資や再投資の原資（元手）となり，交換行為を通して獲得されたり，失われたり，あるいは競争や闘争の対象となるからに他ならない．

要するに，ブルデューは，社会的行為の最も重要な動機づけとして何らかの利害関心や利得を想定し，また，本質的な行動原理として何らかの利得の極大化への志向を想定するという点では効用主義的な経済学理論と共通の仮定を置くのではあるが，その「利害関心」「利得」には経済学者が想定するような純経済的なものには還元し得ないさまざまなタイプのものが存在することを想定するのである．つまり，彼は，社会的行為の原動力となる利害関心には経済学者が想定するような経済的利害関心の他に，それには還元し得ない「象徴的利害関心」などと呼べるものが存在すると仮定していることになる．そして，ブルデューは，経済的資本は数ある資本の中の一特殊事例であり，しかも市場経済を中心とする「経済的経済」のロジックがあらゆる社会関係をおおうようになった近代において顕著な意

義を持つようになった資本に過ぎない，と主張するのである．

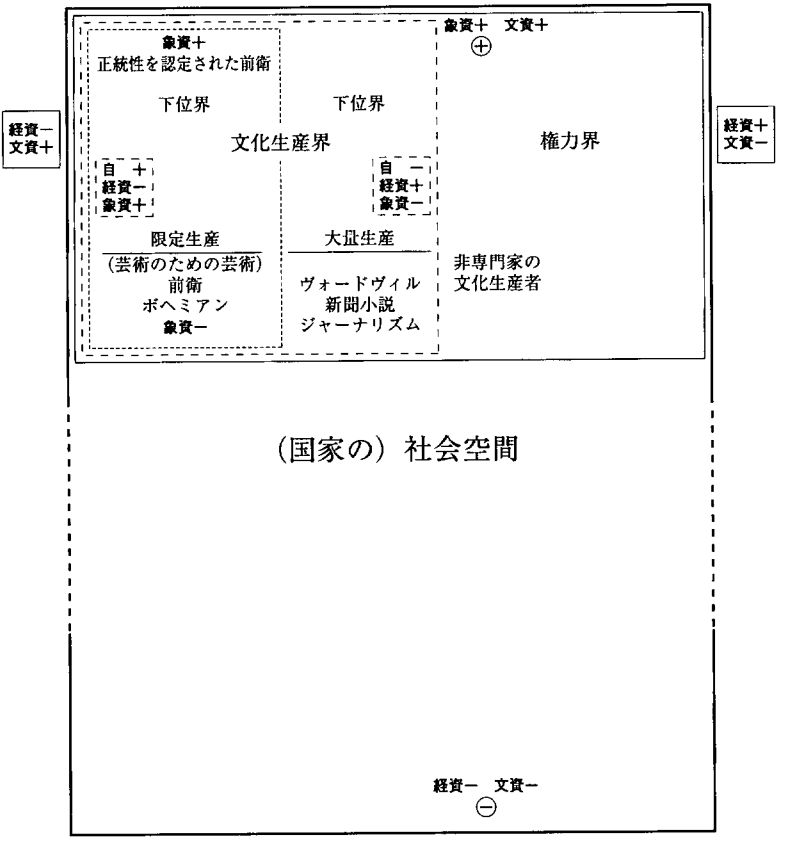
闘争と競争の場としての「界」

この象徴資本をはじめとする一連の非経済資本の概念を導入し，また，「界（champ）」と呼ぶ，さまざまな資本をめぐって闘争や競争がくりひろげられる客観的な社会関係の場を想定し，さらに，界への参加それ自体の前提条件ともなり，また界におけるそれぞれの行為主体の認知様式や戦略のあり方を規定する構造的要因としての「ハビトゥス」を想定することによって，ブルデューは，客観主義と主観主義を乗り越える社会行為理論を構築していった．つまり，彼は，一方では功利主義的な経済還元主義に陥ることもなく，また，他方では，文化的規範の台本や経済的下部構造の力学に盲目的に従属する「文化的オートマトン」ないし象徴的・記号的コードの影法師に過ぎない行為者像を否定して，「実践的行為（practical action）」の理論を切り開くことになったのである．

すなわち，経済学者が経済資本をめぐる市場という場における競争を基本にして社会的行為と社会の成り立ちを説明するのに対して，ブルデューは，「経済的経済」を律するロジックとは異なるタイプのロジックが支配し，非経済的なものも含めて複数のタイプの資本をめぐって闘争や競争が展開されるさまざまな社会的世界ないし場が「界」として成立していることを主張したのである．また，ブルデューによれば，一つひとつの界にはそれぞれ固有のロジックがあるとは言っても，それが単一で全ての行動を支配するわけではなく，むしろ，時には，複数のロジックが共存し，また「入れ子」のようにして複雑に入り組んでいることもあるという．

これについても，芸術界の例がきわめて示唆的である．図4は，ブルデューがフランスの芸術界とりわけ文学界の内部構造とそのフランス社会全体における位置づけを図に示したものである(11)．この図にみるように，いか

図4　さまざまな界の入れ子構造



出所　ブルデュー（1995　199）

凡例

━━	社会空間	経資	経済資本
──	権力場	文資	文化資本
- - -	文化生産の場	象資	象徴資本
-----	限定生産の下位界	自	自律性

に芸術界が相対的に自律した文化生産の場を構成しているとは言っても，現実には芸術家たちの世界は，社会全体の権力構造の中では強大な政治経済的権力を持った支配層が形成する権力界全体の中では従属的な地位にある．さらに，芸術界じたいが複数の「下位界」から構成されている．つまり，より大衆的な成功を目指し，したがって経済資本の蓄積には恵まれていても象徴資本には乏しい一方のサブセクター（下位界）と，先鋭的な成功を目指すことによって象徴資本を豊富に持ってはいるものの経済資本には乏しい他方のもう一つのサブセクター（下位界）が存在するとされているのである．

経済資本と非経済資本の転換可能性

さきにあげた利得の極大化への志向や競争や闘争などという面での基本的な行動原理における類似性という点に加えて，経済資本と非経済資本の間の関係で注目すべきは，異なるタイプの資本間の転換可能性である．

たとえば，学歴資本がより有利な職業に就く上で有効であるという点で経済資本に転換可能であるというのは比較的分かりやすい例であるが，この他にも，たとえば同じような文化的素養を持っていることによって，新進の企業家が上位の企業グループの実力者の気に入られその推挽を受けてビジネス・チャンスをつかむこともあるだろう．象徴資本と経済資本のあいだの関係にも，たとえば，有利な経済的地位にある企業がその経済力を背景として社会貢献活動をおこなって威信を高め，それがブランドイメージや業界内での名声を高め，ひいては売上増加に結びつくといった例に見られるように，経済資本と象徴資本は相互に転換可能であり，また両者の間には一種の投資と再投資の関係が成立することもよくある．

ブルデュー自身があげた例では，さきに引いた，「裏返しの経済世界」についてのコメントで言及されている前衛的芸術の例が，象徴資本の経済

資本への転換可能性の好例である．さきの引用で「(少なくとも短期的には)経済的土俵で負けることによってしか」と断り書きが入っているように，新進の前衛芸術家は，必ずしも表現に関する自分の主義主張や理想に最後の最後まで殉じてひたすら象徴資本の蓄積や投資・再投資を目指すマゾヒスティックな存在ではない．むしろ，初戦では経済的闘争の土俵で負けながらも，次第に先進的な芸術表現が一般の理解を得て一つの表現ジャンルとして確立されていくことになれば，「先駆者」としての声価も高まっていき同時に作品の価値も上がっていく中で，長期的にはむしろ莫大な経済的利得を得ることもありうるのである．

3. 制度・利害関心・戦略——理論的前提とリサーチ・クェスチョンの定式化

すでに述べてきたことからも明らかなように，本論では，学術出版に関わるさまざまな行為主体——著者，出版者，読者などの個人的な行為主体の他に研究者グループのような集団あるいは学会や出版社，書店などの組織などの集合的行為主体を含む——の行動原理とそれぞれの行為主体が関与する社会的世界の制度的枠組との関連について，以下のような理論的前提を置いている[12]．

- 行為主体の利害関心は単に「人間の本性」にもとづくものではなく，むしろ行為主体が所属する社会的世界の制度的枠組によって形成，強化されるものである．その利害関心には，市場経済の制度的枠組によって規定される経済的なタイプのものもあれば，象徴資本や文化資本に密接に関連する非経済的なものも存在する[13]．
- 経済的利害関心と非経済的利害関心は必ずしも全ての面において相互に対立するものではない．また，経済資本と非経済資本は相

互に転換可能である.

- ある社会的世界においてどのような利害関心が支配的なものであるかは，アプリオリに決定されるべきものではなく，実証研究の結果から明らかにされるべき種類の問題である.
- 「行為主体の利害関心は社会的世界の制度的枠組によって形成，強化される」とは言っても，各行為主体はそれぞれの社会的世界の制度に特徴的なロジック（理想とされる価値，中心的な利害関心，利害関心や価値を充足・実現するための行為を規制する規範など）に一挙手一投足をプログラミングされているわけではない．行為主体は，むしろ基本的にはさまざまな戦略を駆使して経済的あるいは非経済的な利得を追求するように行動する．つまり，社会的世界を律する制度的ロジックは自動機械の動きを厳格に規定する精密プログラムと言うよりは，むしろゲームのルールのような性格をもっているのである(14).
- 行為主体が特定の制度の枠組に完全に拘束される訳ではなく，自己の利得の最適化をめざした行動をとることができる主たる理由の一つは，行為主体が複数の社会的世界に関わり，またその複数の世界を行き来することができるからである．じっさい，行為主体は必ずしもいずれかの社会的世界に埋没している訳ではない．複数の社会的世界を構成している制度的枠組のロジックの間には，しばしば矛盾や葛藤が存在するが，行為主体は複数の制度のあいだで板挟みにあって苦悩することもある一方で，時にはむしろ状況に応じて制度間の食いちがいを戦略的に使い分けて自己の利害関心を追求することがある(15).
- 行為主体が個々の社会的世界の内部で自己の利害関心を充足させるために駆使する戦略あるいは行為主体が複数の社会的世界を行

き来する際に用いる戦略，そしてまたその戦略によって充足しようとする利害関心は，しばしばそれ自体が何らかの制度的枠組によって規定されている[16]．行為主体の利害関心を規定する制度的枠組の中には，行為主体が現時点で最も深くコミットしている社会的世界のものもあれば，行為主体がその生活史の中でかなり以前から関わり，その基本的な認知や選好の傾向，性向あるいは「ハビトゥス」を規定してきたものもある．

以上のような前提からすれば，本論の主たる考察対象である「学術出版の消長」という問題について検討するという作業は，とりもなおさず，次のような三つのレベルにおける変化について吟味していくことに他ならない――①出版に関わる行為主体の**利害関心**のあり方の変化，②その利害関心を形成・強化する**制度的枠組**の変化，③行為主体が自らが関わる制度的枠組を前提として何らかの利得を最適化する際に用いる**戦略**の変化．

これを，より具体的なリサーチ・クェスチョンとして整理していくと，以下のようになる．

A．学術出版に関わる社会的世界についての問い

a　学術書籍の生産，流通，消費に関わる社会的世界は，それぞれどのような制度的特徴を持ち，また，どのような（短期的・長期的な）経済的，非経済的利害関心および報酬構造を特徴としているのか？

b　学術出版に関わる社会的世界は，過去数十年にわたってどのような変化を遂げてきたのか？

c　学術出版に関わる社会的世界の変化は，どのような原因によるものなのか？

B. 経済的利害関心と非経済的利害関心についての問い

a　学術出版における経済的利害関心と非経済的利害関心および経済資本と非経済資本のあいだには，相互にどのような関連性があるのか？

b　経済的および非経済的な利害関心や資本のあいだの関連性は，過去数十年にわたってどのような変化を遂げてきたのか？

c　経済的および非経済的な利害関心や資本のあいだの関連性に見られる変化は，どのような原因によるものなのか？

C. 個々の社会的世界における行為主体の戦略についての問い

a　学術出版に関わるさまざまなタイプの行為主体に特徴的な戦略は，それぞれどのようなものか？

b　行為主体の戦略とそれぞれの社会的世界の制度的枠組との関連性は，どのようなものか？

c　さまざまな行為主体の戦略は，過去数十年にわたってどのような変化を遂げてきたのか？

d　行為主体の戦略の変化は，どのような原因によるものなのか？

D. 社会的世界のあいだの関係についての問い

a　学術書籍の生産，流通，消費に関わるさまざまな社会的世界のあいだには，相互にどのような協調，相互補完ないし対立関係があるのか？

b　社会的世界のあいだの関係は，過去数十年にわたってどのような変化を遂げてきたのか？

c　社会的世界のあいだの関係の変化は，どのような原因によるものなのか？

E. 複数の社会的世界にまたがる行為主体の戦略についての問い

a　行為主体が学術書籍の生産，流通，消費に関わるさまざまな社会的世界のあいだを行き来する際の戦略には，どのようなものがあるか？

b　行為主体が学術書籍の生産，流通，消費に関わるさまざまな社会的世界のあいだを行き来する際の戦略は，過去数十年にわたってどのような変化を遂げてきたのか？

c　複数の社会的世界にまたがる行為主体の戦略の変化は，どのような原因によるものなのか？

4. 感受概念としての「ポートフォリオ戦略」

以上のような一連のリサーチ・クェスチョンについて検討していく際の「感受概念（sensitizing concept）」，つまり，研究の初期に大まかな方向性ないし問題を検討していく上で手がかりとなる「感受」の方向を示す概念（Blumer 1969；佐藤　1992：81-82）として，本論では「ポートフォリオ戦略」を提案したい．ここでポートフォリオというのは，学術出版に関わるさまざまなタイプの行為主体が蓄積し，かつ何らかの利得を最適化することを目的として投資・再投資することができる経済資本と非経済資本の組み合わせのことである．

言うまでもなく，通常の用法における「ポートフォリオ＝資産の組み合わせ」は，もっぱら経済的資産の維持と拡大が中心的な目標になっている．たとえば，よく知られているように，「製品ポートフォリオ・マネジメント」では，マーケットシェアと市場成長率という二つの軸を中心にして製品ラインナップや複数の事業の構成を調整していくことによって，いかにキャッシュフローをコントロールして企業全体としての経済的利益と成長

をはかっていくか，という問題が主たる関心となる．

これに対して，ここで言う，学術出版に関するポートフォリオ戦略の場合には，出版物の生産・流通・消費によって得られる経済的利得だけでなく非経済的利得が考慮の対象になる．したがって，この概念を用いて研究を進めていく際の主たる着眼点は，次のようなものになる．

> 出版物の生産・流通・消費にかかわるさまざまな行為主体は，消費財であるとともに「象徴財」としての性格を色濃く持つ書籍の出版を通して，どのような組み合わせで経済資本および非経済資本を蓄積・投資・再投資し，また，それによってどのような経済的利害関心および象徴的利害関心を充足しようとしているのか？(17)

前節で述べた理論的前提からすれば，出版物に関するポートフォリオ戦略は，一方では，行為主体がある時点で属している社会的世界の制度的枠組によって規定されるが，他方では，行為主体がたどってきた歴史的経緯の中で「刷り込まれ」たハビトゥスによっても規定されている．したがって，「ポートフォリオ戦略」概念は，さまざまなタイプの行為主体の利害関心，ハビトゥス，戦略，そしてまたその背景となる社会的世界の制度的枠組を統一的に理解する上でカギとなると思われる．(18)

ここで，経済資本と非経済資本の組み合わせを実証分析の中心的課題に設定する主な理由は，書籍というものが，消費財であるとともに「象徴財」としての性格を色濃く持つものであり，また，「出版物の生産・流通・消費にかかわるさまざまな行為主体の行動を理解するためには，書籍を通して得られる象徴資本や文化資本と経済資本の両面に注目し，さらに，それら相互の転換可能性について注意を払っていく必要がある」という基本的な認識にもとづいている．言葉をかえていえば，本というものは，商

品であるとともに「作品」ないし何らかの文化的価値を体現する「シンボル」としての性格をもつが，同じように出版物の生産・流通・消費にかかわるさまざまな行為主体もまた，経済活動の主体であるとともに，文化活動の主体であるという二重の性格を持っていると言えるのである．

たとえば，出版社について言えば，多くの学術出版社は，さほどの売上は期待できないような「原報」的な性格をもつ書籍を刊行する一方で，教養書や啓蒙書，教科書類を出版・販売して経営の安定をはかっていることが少なくない[19]．その原報的な書籍は，専門出版社ないし硬派出版社としての威信とブランドイメージをたもつ上で大きな意味をもつが，同時にそれによって常連的な著者をつなぎとめる上で効果的であるし，他の有望な著者に原稿を依頼する時のPR効果を狙うことも出来る（Powell 1985 : 85-86）．実際，売上の大半を一般誌や大衆的な読者をターゲットとした単行本に依存している大手の総合出版社の場合であっても，一方で，利幅の薄い哲学書や歴史書あるいは採算の見込みがほとんどない文芸誌などを刊行してブランドイメージを高めようとしている場合が少なくない．

つまり，出版社は，企業体であると同時に文化事業体としての二重の性格を持っているのである．これについて，出版ジャーナリストの塩澤実信は，『売れば文化は従いてくる』（1985）という刺激的なタイトルの本の序文で，次のように語っている．

> 出版社の存在価値は，出版された出版物の内容によって決定されてきた．資本金の額，建物の規模，社員の多寡は問題外とされていた．しかし，企業体である限り，いい出版物をもちながらも，赤字をふやして倒産に至っては意味をもたない．文化性と商品性を同時にもつのが出版物である以上，両立させなければならないのである．（p. iv）

出版社の刊行図書目録は，出版社が持つこのような企業体と文化事業体としての二重の性格を如実に示すものであり，また経済資本と象徴資本の組み合わせを中心としたポートフォリオ戦略のあり方を知る上で最も重要な資料であると言える．同じように，組織構成とりわけ部署の構成に関する資料もまた，その出版社のポートフォリオ戦略を知る上での貴重な手がかりを提供するだろう．

学術書や教養書の主たる著者である研究者のポートフォリオ戦略を知る上での最も重要な資料は，その研究業績表であろう．出版社の場合と同じように，著者にとって原報的な著作は，多くの場合それほど大きな印税収入は望めるわけではなく，むしろ自費出版に近い形で刊行せざるを得ないことも多い．しかし，それは，学位を取得したり，「出すか，去るか（publish or perish)」という，アカデミック・ポストや研究業績をめぐる生き残りの競争の中で大きな意味をもつ．また，そのような業績の刊行によって得られた威信や名声は，「本業」の収入の足しになるような新書や文庫の刊行という形で経済資本に転化可能である．

もちろん，その種の本ばかりを書いていると，「テキストブック・ライター」や「雑文書き」ないし（少し古い表現でいえば）「売文家」というそしりを招いて象徴資本の喪失になりかねない．したがって，その意味でも，純学術的な著作と啓蒙書，教養書，教科書的な書物の組み合わせには細心の注意を払うことが必要となるのである．そして，著者が，研究者ないし大学人としてのキャリアのどの時点でどのようなタイプの刊行物（学術論文，高度な専門書，教科書，啓蒙書，「雑文」等）を発表し，それが実際にどのような反響をどのようなタイプの読者から得ていたかは，ポートフォリオ戦略の変化をたどっていく上できわめて重要なポイントになるだろう[20]．

書店に関しては，その在庫品目ないし品揃えのラインナップが，本や雑誌という消費財の小売業であるとともに地域における文化拠点ないし文化

的権威[21]としての二重の性格（Miller 1999）にもとづくポートフォリオ戦略を知る上で重要な手がかりになる．実際，回転率が高く，確実に利益を生み出す上で効果的な実用書や教養書，エンタテイメント系の書籍や雑誌は，書店経営の安定や成長をはかるための必須の条件となるが，その一方で芸術性の高い文芸書や高度な専門書を揃えておくことは，地域社会における文化的権威としての威信や名声を維持していくためには不可欠の条件であると言える．

読者の場合は，その書棚が，消費者でもあり読書人ないし教養人でもある二重性を反映するそのポートフォリオ戦略を知る上で一つの重要な手がかりになる．読書を通して得られるさまざまなタイプの知識や情報には，経済的効用に容易に直結するようなきわめて実用的なタイプのものもあれば，むしろ知識人ないし文化人としての象徴資本の蓄積に貢献するものまでさまざまなものがある．この点で興味深いのは，学術書の生産者である一方である意味で最も熱心で「貪欲」な読者でもある研究者ないしその卵である大学院生の読書傾向である．というのも，学術書籍の売上不振は，この読者層のポートフォリオ戦略の変化を何らかの形で反映していると考えることができるからである．

いずれにせよ，ブルデュー流にいえば，著者，読者，出版社，書店を含む大きな単位の社会的世界は，さまざまなタイプの資本の組み合わせと，それを相互に転換・投資・再投資する上でのさまざまな戦略が展開される闘争ないしゲームの場であると考えることができる．このように考えると，本論の中心テーマである学術出版のラインナップの変化ないし売上自体の不振という現象は，単に社会全体の経済不況の影響によるというよりは，むしろ，そのゲームのルールおよび主たる賭け金の内容が大幅に変化し，それにともなってゲームの参加者によるポートフォリオ戦略のあり方が変化してきたことを反映しているのだと考えることが出来るだろう．

Ⅲ　現状の素描

本論の理論的前提からすれば，行為主体の基本的な利害関心と戦略は行為主体が関わりをもつ社会的世界の制度的枠組によって，かなりの程度規定されることになる．したがって，学術書の生産・流通・消費に関するさまざまなタイプの行為主体が採用するポートフォリオ戦略に見られる変化は，その制度的枠組の変化に対応していると考えることができる．

既にみたように，学術書の著者である研究者については，報酬システム，とりわけ独立型および半独立型報酬システムに分類できる，大学やその他の研究・教育機関，学会組織に加えていわゆる「見えざる大学」(Crane 1972) などが，その利害関心とポートフォリオ戦略のあり方を規定する上できわめて重要な意味をもっていると考えられる．したがって，学術出版の消長という問題を考える場合には，独立型および半独立型報酬セクターの動向やそれらのセクターと他のセクターとの関連が重要なリサーチ・トピックとなってくる．

出版社の場合には，市場の動向，すなわち主なターゲットとして想定される読者層の動向に加えて，同じようなタイプの書籍を刊行している他社の動向についての配慮や「読み」が，出版ラインナップの内容を決めたり営業戦略を展開していく上で大きな比重を占めているものと思われる．書店の場合も同様に，その商圏に含まれる書籍や雑誌の購買者層の動向に加えて，他の書店の動向が重要な意味を持ってくるものと思われる．また，これに加えて，書籍仕入れの大半を支配している取次業者の動向が大きな意味をもってくる．読者に関しては，その読書傾向は，かなりの程度，学校をはじめとする教育制度によって左右されるだろう．また，何らかの読書共同体とでも呼べる社会的世界の制度の変化のあり方も重要となるであ

ろう.

本論の締めくくりとして，以下では今後実証研究を進めていく上での手がかりとして，現在までに得られたごく限られた情報をもとにして，それぞれの社会的世界における変化についての素描を，提出していく.

1. 出版社——組織フィールドの変容と組織内部の政治力学の変容

出版業界に関しては，以前から「流通業者志向型」の出版社のサブセクターと「生産者志向型」の出版社のサブセクターからなる二重構造の存在が指摘されてきた．流通業者志向型の出版社というのは，もっぱら大衆的読者を自社のターゲットとして想定し，相対的に巨額の投資をおこない，資金と商品両面におけるかなり高い回転率および派手な宣伝戦略によって特徴づけられるエンタテイメント系の大手出版社である．これに対して，生産者志向型の出版社というのは，限定された読者層，特に自分自身が生産者つまり専門書の著者になりうる可能性をもつ専門家を主なターゲットとする専門的な中小の出版社を指す（Hirsh 1978；Coser, Kadushin, Powell 1982：42）．クレーンの図式でいえば，流通業者志向型セクターは文化生産における異種文化混合型セクターとの親和性を持ち，生産者志向型セクターは独立型報酬セクターとの親和性を持つと言えよう．そして，日本でいう「硬派出版」は，まさに生産者志向型の出版社の別名であるとも言える.

出版社に見られる以上のような二極分化の傾向は，読者層という市場の制度的枠組が出版社のポートフォリオ戦略と実際の行動に影響を与える例であると言えるが，この二重構造は，同時に，それぞれのセクターに属する出版社が構成する「組織フィールド」の制度的枠組によっても維持・強化されていると見ることができる.

ここで組織フィールドというのは，ある共通の文化生産活動に関わる組

織や機関が全体として構成する影響関係の場を指す．組織フィールドは，もともと新制度派組織理論に分類されるポール・ディマジオとウォルター・パウェルの論文によって1980年代初めに定式化された概念である(DiMaggio and Powell 1983, 1991 ; DiMaggio 1983)[22]．ディマジオとパウェルおよび彼らのアイディアを援用して実証研究をおこなった研究者たち（たとえば，Fligstein 1990）によれば，狭義の組織フィールドである業界がそれに属する組織体に対して及ぼす影響のうち最も重要なものの一つは，一種の準拠集団としての機能であるという．つまり，同一の産業セクターに属する複数の組織においては，組織構造や組織行動あるいは組織―環境間の関係についての認知や規範が共有され，それが正当性と自明性を持った一種のパラダイムとして機能する．したがって，あるセクターに属する企業は，他社の動向をにらみながら，それをモデルにして意思決定したり戦略を決めていくことになる．

特に書籍出版のように，市場の動向が読みにくくまた原因と結果の対応関係（「どのような本を出せば当たるか」）を判断するのが難しい業種においては，他社の行動の模倣が大きな役割を果たすことが考えられる．たとえば，何か一冊ベストセラーが出ると，「柳の下のどじょう」をねらって同じようなテーマやスタイルの本が続々と刊行されるのは，その典型的なあらわれであると言えよう．また，同じ業界サブセクター内における各種の業界団体の活動や同じ職能にある出版関係者の間で形成される所属会社を越えた横の連携は，同一セクター内の同質性を高めるとともに他のセクターとの区別をきわだたせるように作用する．

最初にみたように，日本の出版界において近年顕著になってきた傾向の一つは，硬派系出版社の出版ラインナップの変化であり，新書や文庫の雑学書化および雑誌化の傾向である．これは，かつて比較的明瞭であった流通業者志向型出版社と生産者志向型出版社という二重構造の境界が不明確

になってきたことを示唆する[23]．また，これは一方では市場の変化に対応して出版社がポートフォリオ戦略を転換したことを示し，他方ではそれによって同時に組織フィールドの変容がもたらされつつあることを示唆すると考えることができる．

つまり，岩波書店が実用書系の新書ラインを新設したことに端的に示されているように，「堅めの本」の売れ行き不振の打開策の一つとして硬派系の出版社がより「やわらかめの本」の出版ラインを強化していったことは，市場環境の変化によってその種の出版社がかつて採用していた，象徴資本にかなりのウェイトを置いたポートフォリオ戦略があまり有効ではなくなってきたことを意味する．結果として採用することになった，経済資本の蓄積と再投資の方により傾斜したポートフォリオ戦略は，その一つの帰結として，市場における流通業者志向型出版社と生産者志向型出版社とのあいだの「すみ分け」の構造を崩していくことにつながった．つまり，かつては教養・専門書のニッチに特化する戦略をとっていた生産者志向型出版社がそれまでは主に流通業者志向型出版社のターゲットとしていたマス市場へと進出していくことによって，業界地図が大幅に変化していきつつあると考えることができるのである．たとえば，かつて中央公論社が漫画という出版ジャンルに進出することによって小学館や集英社と競合していったように，今や岩波書店や中央公論新社が実用書のレベルで他の流通業者志向型の出版社と競合するようになってきていると推測できる．

経済資本に傾斜したポートフォリオ戦略の変更とそれにともなうドメインの変更は，出版社の企業アイデンティティの変化と組織フィールドの変化，そしてまた企業内部の政治力学の変化をもたらすかも知れない．つまり，「やわらかめの本」の刊行は硬派系出版社としてのアイデンティティを損ないかねないものであり，また実際に結果として象徴資本の減少に結びつく可能性がある．それはまた，準拠集団となりかつその動向をモニタ

ーすべき「同業他社」に他の硬派系出版社だけでなく総合出版社や実用書系出版社が含まれていくことをも意味する．そのような企業アイデンティティと組織フィールドの変化は，編集，製作，営業など出版社内部の部署間の力関係における変化をもたらし，さらには，組織内における資源や資金，人材の配分におけるプライオリティの変化に結びついていくかも知れない．そして，それは，ポートフォリオ戦略の変化をさらに促進させていくことにつながるかも知れない．

たとえば，硬派出版社については，従来，編集畑出身の者が社長になるという慣行があった．これは，出版社が象徴資本に傾斜したポートフォリオ戦略をとり，また，著者や著者が属する社会的世界と自社との関係を何よりも重視していたことの表れであると考えられる．これに対して，硬派出版社がより大衆的市場との関係を重視したポートフォリオ戦略をとるようになった時には，より市場との関係が強い部署出身の者が経営の中枢を握っていくことも考えられる．それは，同時に，かつて重要であった「いかにしていい内容の本をつくり，売るか」という問題にかわって「いかに利益のあがる本をつくり，売るか」という問題の方がクローズアップされていくことを意味するかも知れない．さらに，それはまた，かつては硬派系の出版・書店界で優勢であった「編集職ロジック」とでも呼ぶことができる基本的パラダイムが市場ロジックないしビジネス・ロジックにとって変わられていくことをも意味するだろう（Thornton 1995 参照）．

2. 書店——チェーン書店の展開と取次主導の強制的同型性

出版社の組織フィールドおよびポートフォリオ戦略の変容の重要な背景として，市場構造の変貌があることは疑いようもない．その市場構造の変貌を考える上で見逃してはならないのは，書店が読者のテイストを形成し，

総体的な書籍販売量を規定する上で果たしてきた役割である．よく知られているように，書籍の市場は他のタイプの商品以上に流通のあり方によって規定されるところが大きい．というのも，書籍は，その極端な他品種少量生産を特徴とする商品の性格上，相互に代替可能な大量生産的商品の場合とは違って，市場における直接的な競合は起こりにくいからである．じっさい，辞書や参考書あるいは同じテーマを扱った実用書などの例外をのぞけば，われわれはパソコンやオーディオ機器を購入する時のように，競合メーカーの商品を比較して特定の製品を購入するようなことは滅多にない．

特に，日本のように出版される書籍の7割前後が「出版社→取次→書店」という，いわゆる「書店ルート」を経由していると言われる社会においては，いったん書店まで届いた書籍の4割前後が返品されていくという事実はあるものの，書店における展示は書籍と潜在的読者との出会いにとって最も重要な役割を果たしてきた[24]．また，書店は，その商圏にある地域の文化水準と読者のテイストを規定する上で少なからぬ役割を果たし，一種の準公共的な文化施設ないし「学校」としての役割を果たしてきたと言っても過言ではない．

重厚な店構えの森閑とした店内で抑えめの照明に浮かぶハードカバーの文芸書や単行本は，そのような文化施設としての書店を象徴するものである．これに対して，1970年代後半以降になって目立ってきたのは，一見ファストフード店やスーパーマーケットと何ら変わるところのない，アップテンポのBGMと天井に何本も並べられた蛍光灯によるまぶしいばかりの照明を外見上の特徴とする大型チェーン書店であり，また，ブックオフをはじめとする新古書店である．すでに指摘したように，旧来の書店の場合も「堅い本」以外に雑誌や実用書あるいは「売れ筋」のベストセラー本を在庫に揃えることによってポートフォリオ戦略を展開している場合が少

なくなかった．これに対して，新しいタイプの書店の在庫の大半は後者のタイプの本であり，明らかに象徴資本よりは経済資本の蓄積と投資・再投資に傾斜したポートフォリオ戦略をとっている．

米国の場合は，1970年代にこれとよく似たタイプのショッピング・モール内の書店や大型チェーン書店が全米を席巻した．そのビジネスモデルの一つがスーパーマーケットであることはよく知られている．日本の場合も，新しいタイプの書店にとって主なモデルとなっているのは，スーパーマーケットないし量販店である．それは，特に郊外に出店した大型書店が持つ巨大な駐車スペースそしてまた「本」と一字だけ大書されたディスプレイに如実に示されている．

旧来の書店の中には，そのような新型の書店やチェーン書店の出店のあおりを受けて閉店に追いこまれたところも少なくない．一方では，老舗の書店の中からは，そのような新型の書店によく似たスタイルに店内を改装しまた品揃えについても実用書や新書や文庫あるいはベストセラーを中心にするところも増えてきた．街の中心街にあった本店の他に郊外に別店舗を設ける時にも，同様のスタイルを採用する場合が少なくない．（その場合，経営の比重が郊外店の方にシフトしていくことも珍しくない．）つまり，旧来の書店も，象徴資本というよりは，経済資本の蓄積ないし維持と投資・再投資に傾斜したポートフォリオ戦略を取らざるを得ない事態になっているのである．

出版社の場合と同じように，このポートフォリオ戦略の原因となり結果ともなっている重要な要因の一つに組織フィールドの変容があると考えられる．すなわち，かつて書店は，子が親の店舗を継いだり，従業員がのれん分けによって新店舗を開店する形をとることが多く，象徴資本に重きをおいた旧来のポートフォリオ戦略が継承されることが多かったと考えられる．また，大都市の代表的な専門書店がモデルとなることも多かったこと

であろう．書店関連の業界団体もこのようなモデルを普及，強化する上で大きな役割を果たしてきたと言える．同業他店との競合がある場合でも，同じようなタイプの書店との競合であったと考えられ，業態やビジネスモデル自体にはあまり変化が無かったと考えられる．

これが近年では，旧来の書店も従来のものとは全く異なるポートフォリオ戦略をとるチェーン書店や新型古書店との競合を強いられるようになってきたのである．さらに書店は，コンビニエンスストアとの競合に直面することにもなった．じっさい，1983年当時は全体の4パーセント前後に過ぎなかったコンビニエンスストアの出版物販売額は，この20年ほどの間に急速な伸びを示し2001年の実績で2割前後にまで及ぶようになっているのである．特にコンビニエンスストアが主に扱っているのは，かつて書店の定常的な収入を支えてきた雑誌や週刊誌あるいは漫画本であることは，老舗の書店にとってきわめて深刻な事態として受け止められている．

以上のようにして，書店をめぐる，「業界」という意味での組織フィールドの構造は，近年大きく変貌してきたのであるが，これに拍車をかけているのが，取次によるいわゆる「パターン配本」の営業政策である．パターン配本というのは，取次が書店に出版物を卸す際に，書店の規模や立地条件，得意分野などによって一定のパターンを決めてそれに即して配本する方針を指す．取次にとってみれば，パターン配本は，書籍の新刊だけでも年間6万点以上にも及び，流通部数では30億冊から50億冊ともいわれる膨大な量の出版物の流通にともなう情報オーバーロードの状況に対処していく上できわめて効率的な方針であると言える．しかし，パターン配本の場合には，本の内容を詳しく吟味した上で配本のポリシーが決められる訳ではなく，主に取次が出版社から引き取った出版物の部数やその大まかなジャンル分けが主な基準となっている．これは結果として，全国どの書店に行っても同じような本が並ぶいわゆる「金太郎飴書店化」の傾向を生

みだしている．これによって，読者にとってみれば思いがけない本との出会いが難しいものになってきており，一方，出版社にとっては少部数の「堅い本」の刊行がますます困難になる主な原因の一つともなっている．

このような取次の配本方針による金太郎飴書店化の現象は，ディマジオとパウエルが言う，組織フィールドにおける「強制的同型性」に該当するだろう．強制的同型性というのは，組織フィールド内において支配的な影響力をもつ組織や機関がより下位にある組織に対して権威や権力をふるうことによっておこる組織構造や組織行動の均一化傾向をさす．（組織フィールド概念を用いる時には，単に同業の組織群からなる産業セクターだけでなくそのセクターと密接な関わりをもつ，生産・流通・販売の流れで川下，川上に位置する組織や行政機関などを含めて，その全体的な影響関係の場を分析の対象とすることができる．）日本においては，書店の多くは出版物の大半を取次からの仕入れに依存しており，取次が書店に対して圧倒的な影響力を持っているが，取次主導のパターン配本は，まさに強制的同型性を生みやすい制度的枠組であると言えよう．

ディマジオとパウエルは，組織フィールド内において組織構造や組織行動に類似性が生じやすくなるもう一つの要因として「規範的同型性」の可能性を指摘している．これは，さきに出版社について指摘した組織内部での部署間ないし役職間の政治的力学の変化とある意味でよく似た変化が書店の組織内部で生じていく可能性を示唆している．

規範的同型性というのは，組織間の横のつながりを形成する業界団体や専門職集団が共通の規範や認識の枠組を共有することによって，組織構造や組織行動に類似性が生じていく現象である．さきに述べたように，かつて，のれん分けなどで新しい書店が出店していた時代には，この規範的同型性が，象徴的資本に傾斜したポートフォリオ戦略の継承という形をとって生じていたと考えられる．この場合は，書店経営者や従業員がもつ，

「文化人」ないし「専門人」という，専門知識やそれにもとづく矜持や認識が規範として機能していたと考えられる．これに対して，近年の顕著になってきた傾向として考えられるのは，むしろ営業成績にプライオリティを置く，ビジネスマン的な書店人の登場である．チェーン書店などの場合には，支店を渡り歩く「サラリーマン店長」ないし書店チェーンの幹部社員の登場がこの傾向に拍車をかけていることが予想される．

このようにしてみると，現在書店界に起きているさまざまな変化は，支配的なロジックとそれを如実に示すポートフォリオ戦略の組み合わせの変容，すなわち「文化施設としての書店，文化的シンボルとしての本，専門人としての書店人」というものから「消費財の小売業としての書店，商品としての本，サラリーマンないしビジネスマンとしての書店人」というポートフォリオの組み合わせへの大がかりな変容を示しているのかも知れない．

3. 読者——中間的読者層の解体

書店が文化施設というよりは消費財の小売業としての性格を強め，また，出版社が文化事業体から営利企業体へと変貌していくプロセスの重要な背景として，読者の購買パターンの変化と書籍市場じたいの変容があることは疑いようもないだろう．この点に限っていえば，読者マス化論が想定する，「読書人階級の解体と大衆的読者の誕生」という指摘は，正鵠を射ている．ただし，読者マス化論は，一方に「吉田兼好や大田南畝」ないし「読書家や文化人」という知的エリートとしての読書人階級を想定し，他方に匿名的で顔の見えない「消費者」的読者層を想定するという例に見られるように，読者層の構成に関して極度に単純化した仮定を置く傾向がある．

ここに欠けているのは，両者をつなぐ存在としての中間的読者層が果た

してきた役割についての考察の欠如である．ここで中間層の読者というのは，一方の極に読者マス化論者の想定するような大衆的読者を置き，他方の極には，生産者志向型の出版社が主たるターゲットとし，また独立型報酬セクターにおいてコアのオーディエンスを構成する，自らが学術文献の生産者でもあるいわば「プロ」の読者を置いた場合，その中間に位置づけられる読者層を指す．本論の課題である学術書の場合に即してもう少し具体的に言えば，これは，研究者の卵のいわば「セミプロ」的な読者や，専門的な研究者になることは特に志望していないものの，学術書の扱うテーマやトピックに関して相当程度の知的関心をもつアマチュア的な教養人タイプの読者である．

芸術，スポーツ，学術研究などさまざまな文化生産の分野におけるアマチュアの役割についてすぐれた研究を発表してきたカナダの社会学者ロバート・ステビンスによれば，アマチュアは，プロと一般大衆の中間に位置し，プロが開拓した知識や技術を社会全体に分かりやすい形で「翻訳」して普及させたり，将来プロとなる人材が育っていく土壌を形成していく上できわめて重要な役割を果たしてきたという（Stebbins 1979, 1992）．

芸術の分野でいえば，博物館のヘビーユーザーや劇場や音楽ホールにおけるコアの観客を構成しているのは，セミプロないしアマチュアの芸術家であることはよく知られている．日本の場合は，クラシック音楽がこの点に関して一番分かりやすい例であろう．というのも，クラシック音楽ファンの中核を形成しているのは，自らが幼少時からの「習い事」などを通して音楽鑑賞に関する素養を積み，音楽に関する文化資本を蓄積してきた層であることはよく知られているからである．また，彼（女）は，自らの子弟に対する同様の教育を通して次代のオーディエンスを形成する上で重要な役割を果たしていることもよく知られた事実である．

日本における専門的ないし準専門的な書籍に関して，このクラシック音

楽と最も近いイメージでとらえられるのは，おそらくは歴史書のジャンルであろう．つまり，高度に専門的な歴史書は，一方では大学や研究機関で歴史学を専攻する研究者やその卵をプロフェッショナルな中核的読者とする一方で，他方では，郷土史家や教師をはじめとする民間のアマチュア研究家というセミプロないしアマチュア的な分厚い中間層の読者によって支えられてきたと言えるのである．また，歴史書の場合には，専門的な文献からより大衆的な「読み物」風の書籍までバラエティが豊富であり，裾野の広い読者層が形成されている．つまり，歴史書に関しては，いまだに「読書共同体」ないし「読者共同体」とでもよべる社会的世界がある程度健在なのであり，また，その世界において意味と価値をもつ象徴資本と文化資本が比較的豊富に流通していると考えることが出来るのである．

かつて教養主義全盛の時代には，歴史書に限らずさまざまな学術書（ないし準学術書）のジャンルにおいて中間層の読者が比較的厚い層を形成しており，それが出版文化を支える強固な基盤になっていたと考えることができる．これらの人々は単に書籍を購入するだけでなく，そのアマチュアとしての活動を通して一般読者に対して読者のあり方に関する一つのモデルを提供し，また，専門的な知や教養がもつ，社会の広範な部分で通用する象徴資本や文化資本としての価値を高めてきたのだと言える．言うまでもなく，中間層の読者は単に専門的な知や教養の献身的な「伝道師」であるだけでなく，自らが読書という行為実践や読書共同体への参加を通して得られる象徴資本や文化資本の恩恵にあずかり，時にはそれを経済資本に転換することもできた[25]．教養主義の時代とは，とりもなおさず，そのような中間層の読者のポートフォリオ戦略が有効な時代であったとも言えよう．

教養主義的価値と制度の崩壊は，この読者共同体とりわけ中間層の読者の解体に結びつき，読者層はプロの読者と大衆的読者層に二極化していったと考えられる．それにともなって，専門知識や教養の象徴資本や文化資

本は，社会全体の広い範囲で通用する価値を失い，非常にローカルな社会的世界でしか有効ではない，いわば地域貨幣のような意味しかもたなくなっていったのだと言えよう．つまり，中間層の読者の解体は，象徴資本や文化資本の通用範囲の縮小とそれらの非経済資本が経済資本に転換される回路の切断へと結びついていったのだと言えるのである．

4. 著者（研究者）——独立型報酬システムの自閉化と自律性喪失

教養主義の解体あるいは知や教養一般の権威性や社会的・経済的「効用」の失墜については，これまでも，大学進学率の上昇による高等教育の大衆化や消費社会の進展による大学生のライフスタイルのマス化，あるいは教養主義を構成してきた知の社会的レリバンスの喪失などさまざまな要因が指摘されてきた．ここでもう一つ見逃してはならないのは，〈そのような傾向に対応して著者である研究者たち自身が，どのようなポートフォリオ戦略をとり，またそれは知や教養がもつ象徴的・社会的・経済的効用の喪失を食い止める上でどの程度の有効性を持っていたのか（あるいは有効ではなかったか)〉という問題である．

紙幅の制約から詳述は避けるが，今後学術出版の消長に関して実証研究を進めていく上での一つの手がかりとして，ここでは，次のような仮説的前提を立てておくことにする．

> 学術出版が危機的な状況となっている原因の一端は，著者である研究者集団の学術書籍を通じたポートフォリオ戦略の失敗にある．その失敗は，大きく分けて〈独立型報酬セクターの自閉化〉と〈異種文化混合型セクターへの安易な接近〉という二つのものからなる．この二つの動向は，ともに，知や教養に関する象徴資本の通用する社会的圏域

を極度に狭いものにしてものにしていった.

上で言う，独立型報酬セクターの自閉化に結びつくような学術書の典型的な例としては，たとえば，分担執筆者の数は多いにも関わらず本来盛り込むべき内容と比較してページ数自体は極端に少ない，学部学生向けの教科書があげられるだろう．この種の教科書は，得てして用語法が統一されておらず，また，内容面での重複も少なくないが，執筆者自身の担当する講義を受講する学生という人質的読者（captive audience）を確保できるというメリットもあって出版社にとっての経済的リスクはそれほど大きくはない．また，執筆者，とりわけまだ確実なアカデミック・ポストを得ていない大学院生や若手の研究者にとっては，投稿論文の場合のような厳しい審査プロセスを経ずに一定の研究業績をあげられるメリットもある．しかし，このような「内向き」の論理で作られた教科書は，一方では，すぐれたテキストブック，すなわち内容面でも質が高く用語の統一や読みやすさという点でも優れ，また同じ学問分野に学ぶ者にとっての共通の理解とコミュニケーションの基盤となるような定番的教科書の出版を妨げることになり，またそのような書籍が出版されたとしても，その販路を著しく狭めることにもなりかねない.

同じような点は，あまり質の高くない翻訳書についても言えるだろう．学術書の翻訳に関しては，明らかな誤訳や悪訳もさることながら，そもそも日本語の文章として成立しているとは言い難いものがしばしば見受けられる．そのような翻訳書をもとにしておこなわれてきた教育や研究は，研究者の縮小再生産に結びつきかねず，また一方では，ごく限られた仲間内にしか通用しない概念や用語法（ジャーゴン）に満ちた「タコツボ化」した自閉的な研究集団を多数出現させることにもなるだろう.

以上のようにして自閉化していった研究集団によって生産される知や教

養は次第に社会的レリバンスを失い，それにともなって研究者たちの社会的世界それ自体もまた独立型セクターというよりはサブカルチャー型セクターに近いものになっていく可能性がある(26)．

この独立型セクターの自閉化と一見対照的な現象であるように見えて実際には非常に密接な関連にあるのは，独立型セクターの異種文化混合型セクターへの接近という傾向である．すなわち，高等教育の大衆化は入門書的な書籍や解説書への大量の需要を生み出したが，それは一方では研究者やその卵にとってその種のマス読者をターゲットとした出版物への執筆の機会が増えていくことをも意味する．そのようなタイプの書籍は，専門的なモノグラフに比べて経済的利得を生み出しやすいことも執筆の動機づけの一つとしてある．これは結果として，学術書が高度に専門的な「プロ向け」の書籍と入門書的な書籍や解説書へと二極化する傾向を生みだしたと考えられる．ここで欠けているのは，その中間に位置づけられる大学院生向けの教科書やそれに使えるモノグラフであるが，これは，まさに大学や研究機関以外で活動する中間層の読者をもターゲットにしうるレベルの書籍であり，また，次代の研究者を形成していく上で必須の媒体であるとも言える．

これと密接な関係にあると考えられるのは，日本における中堅レベルに位置づけられる研究者の層の薄さである．要するに，日本のアカデミズムは，高等教育が大衆化し一般化する過程において，それに見合って中間層の読者を形成し，また次代の研究者の層を分厚いものにする努力を怠ってきたのだと言えよう．

すでに述べたように，以上に素描してきた学術書籍の生産・流通・消費に関連するさまざまな社会的世界の姿は，学術出版の消長に関する実証研究を今後おこなっていくための一つの手がかりとなる，ごく大まかな仮説

的前提に過ぎない．また，本論の冒頭に掲げた学術出版の現状に関する記述じたい，綿密な実態調査の結果にもとづくものというよりは，むしろ，これからさらに検討を重ねることによって，以下の二つの基本的な問いをより具体的・個別的なリサーチ・クェスチョンとして練り上げていくための足がかりとしてのラフスケッチを示したものである――「過去数十年の間に日本の学術出版は，どのような変貌を遂げてきたのか？」「それは，どのような理由によるのか？」．じっさい，本稿の執筆のねらいは，まさに，今後の実証研究の過程を通してその問いと答えを練り上げ，鍛えあげていく作業の最初の一歩を確認するところにあったのである（佐藤　2002：3章参照）．

（1） Connors, Henry, and Reader（1985-86：45）によれば，出版業に関しては，米国においても同様の神話があったという．

（2） 朝日新聞 2001 年 10 月 16 日付記事「新書創刊なぜか活況」

（3） 清丸（2001）

（4） 全国出版協会・出版科学研究所（2001：22）

（5） この図で「一般文庫」というのは，文庫タイプの書籍の中でも漫画文庫などを除く「活字文庫」をさす．なお，文庫とは対照的に，新書の場合は新しい新書ラインの新設ラッシュにもかかわらず，新刊点数や発行部数はむしろ横ばいないし漸減傾向にある（全国出版協会・出版科学研究所（2001：155））．

（6） 同様の点は，学術書の「値頃感」にも大きな影響を与えていると考えられる．つまり，ほんらい単行本として出版されるべき内容を含む書籍が最初から新書ないし文庫として刊行される傾向が強まり，一方では原報的な書籍の価格が売れ行き不振から高騰し，（ある編集者の言葉を借りれば）少なくとも価格に関しては「医学書化」することによって，学術書の価格帯が二極化の様相を呈している．その中間にある価格層（3000 円から 5000 円前後）の書籍の「値頃感」が薄れ，その刊行が非常に難しくなってきているのである．これは，米国の場合にある時期から文芸書が従来の「ハードカバー→質の高いペーパーバック→大衆向けペーパーバック」という経緯を経ないで，直接ペーパーバック

で刊行されるようになり，またある場合には一種の企画本としてシリーズの枠組が決まってから著者を指定するような出版が横行するようになった流れとかなりの共通点があるかも知れない．

（7） 小田（1999：189，193）は，日本の人口構成についての資料と既存の読者サーベイの結果を引用しているが，そのデータは，必ずしも読者層の構成について詳しい情報が得られるようなタイプのものであるとは言えない．

（8） なお，同じような，読者サーベイやマーケティングデータの欠如による循環論法的ロジックは，出版社および著者の意思決定過程に関して自己成就的予言として作用することがあるかも知れない．というのも，現在売れている本の傾向から類推された読者像は，それに向けた出版ポリシーを導きかねないからである．

（9） 主たるゲートキーパーのタイプおよび報酬の種類という点では，独立型とサブカルチャー型はきわめてよく似た構造を持っていると言えないこともない．この二つの文化生産のセクターを分ける顕著な違いは，それぞれのセクターで生産される知や技能に対して社会から与えられる正当性の度合いとそれにもとづいて供給される外的資源の有無である．すなわち，独立型の場合には，そのセクターが生産する知や教養に対して国家や支配層など社会の権力の中枢から正当性を認められそれによってさまざまな経済的援助や免許状などの庇護が与えられているのに対して，サブカルチャー型の場合には，それらがほとんど与えられず，同志ないしファン的な消費者の支持に依存せざるを得ないのである．独立型の場合の知や技能が一種の「学」としての性格を持つのに対して，サブカルチャー型の場合は「術」としての性格を持っているとも言える．もちろん，独立型とサブカルチャー型のあいだの区分がそれほど明瞭ではない場合も珍しくなく，また，歴史的にサブカルチャー型のセクターであったものが独立型に昇格したり，その逆のケースもある．たとえば，かつて精神分析「術」的な性格を持っていた精神治療の知や技能が後に精神分析「学」に昇格した例が参考になるだろう．同じような例については，臨床心理学者とウィッチ・ドクター，民間エコノミストと経済学者，医師と偽医者，社会学者と通俗的社会評論家およびイエロー・ジャーナリスト，人類学者と探検家・冒険家の区別を考えてみてもいいかも知れない．

（10） 執筆するジャンルによって，異なるペンネームを使い分ける作家はまさに

この事情を指していると言えよう．なお，竹内（2001：4章）は，講壇ジャーナリストが大学界とジャーナリズム界を行き来しながら威信と名声をめぐる戦略する姿についてブルデュー理論を用いて分析している．

(11) 訳書では，界が「場」と訳されているが，ここでは，他の文脈における「場」の用法と区別するために「界」の訳語をあてた．

(12) 本論の理論的前提は，クレーンの図式やブルデューのアイディアだけではなく，新制度派組織理論とよばれる社会的理論の影響を強く受けている．新制度派組織理論の発想によれば，行為主体の認知的枠組，手段―目的関係についての理解，そしてまた「私利私欲（self-interest）」を含む基本的な利害関心もまた，社会制度によって規定されているのだとされる．すなわち，新制度派組織理論の前提からすれば，制度は行為主体が次のような一連の問いに対して答えを求めていく上でレディメイドの指針を提供しているのだと言える――「社会の成り立ちはどのようなものか？（特に手段―目的関係は，どのようなものか）」「自分はそもそも何を欲しているのか？」「どのようにして，その利害関心を追求していけばいいのか？」．

(13) 本論では，一見きわめて個人的な self-interest（私利私欲）に見えるものが，実際には，個人の欲求の最適化に究極の価値を置く近代に特有の個人主義的価値観およびそれを支える社会規範という文化的規定にもとづいているものだ，という仮定を置いている．これについては，Hirschman (1977), Meyer and Rowan (1977) および Dobbin (1994) 参照．

(14) 制度的規定や要請という文化的要因が社会的行為の全てを規定する要因になり得ないことの一つの理由は，一つの制度に含まれる無数の規範や要請の間の関係が必ずしも一貫しているわけではなく，また，個々の規範や要請自体が明確ではないことも多いからである．これについては，Swidler (1986；2001)．

(15) Frieland and Alford (1991), Thornton and Ocasio (1999)．

(16) Dobbin (1994：132)．

(17) ある意味でこれとよく似た発想は，非営利組織の活動を経済的存続（economic viability）への貢献度と本来の使命への貢献度の二つの軸で分析し，これを「製品ポートフォリオ」と名づけた Oster (1995) の発想に見ることが出来る．しかし，Oster の場合は，あくまでも使命の実現という目的に重点が置かれており，経済的存続の方は手段としての位置づけがなされている．これ

に対して，本論で提唱するポートフォリオ戦略は，経済資本，象徴資本の目的ないし手段としての相対的評価とは別の問題を扱っている．

(18)　このポートフォリオ戦略の発想に照らして考えてみると，読者マス化論は，出版を構成するさまざまな社会的世界のあり方についてきわめて単純化したとらえ方をしているだけでなく，出版をめぐる利害関心やそれを規定する制度的枠組の変化についてもまた単純化していることが明らかになる．すなわち，読者マス化論者の議論によれば，日本の読者および出版社，書店に特徴的な利害関心は1970年代後半になって，従来の非経済的利害関心を基礎におく読書人階級を中心とした，いわゆる「教養主義」的ロジック的なものから市場経済のロジックへと一足飛びに変貌を遂げたことになる．そのドラスティックな変化の要因として，彼らが想定するのは，次のような二つの要因である――①日本社会全体の大衆消費社会への変貌，②再販制と委託販売・返品制度を中心とする書籍の出版と流通に関わる制度的基盤の「制度疲労」による新刊の洪水と書籍関連情報のオーバーロード．

(19)　もっとも，専門出版社の中には，総合出版社がジェネラリスト戦略をとっているのに対して，ニッチ市場に特化したスペシャリスト戦略をとることによって一定の経済的利益をあげている場合も少なくない．

(20)　同じように，出版社のポートフォリオ戦略の変化は，その目録のジャンル別の相対的比重にみられる変化や，どのようなタイプの書籍がどの時点で図書目録に収録され，また消えていったかで判断することが出来るだろう．

(21)　書店経営者も地元の名士ないし地域の文化人としての威信と地位を持つことが少なくない．

(22)　1970年代後半までの組織理論においては，組織に対して重大な影響を及ぼす環境について，市場や技術環境のみが重視されていた．これに対して，1980年前後には，組織体同士のネットワーク的関係や政治的関係が重視されるようになってきた．特に同業他社から構成される「業界」もしくは産業セクターが重要なくくりとしてとらえられるようになってきた．

(23)　もっとも，一部の専門書出版社は，むしろ逆により高価で価格面に関しては「医学書化」した書籍のみを刊行するようになってきたとも言える．

(24)　したがって，出版社にとっては書店において，どれだけの陳列スペースをどのような店内の位置に確保できるかは死活問題となってくる．さきに述べた

ように，昨今出版界における顕著な傾向は，文庫・新書を中心とする一種のペーパーバック革命であるが，これが現在では，陳列スペースをめぐる出版社間の「パイの奪い合い」を引き起こしている．同じ出版社の新書や文庫ではあっても，ラインの異なる新書・文庫同士でスペース争いが生じているが，これに加えて，新刊ラッシュは新刊書と既刊書のあいだでのスペースの競合を生み出してさえいる．もちろん，文庫や新書のラインと新刊書の増加は，時として単行本の陳列スペースの減少にも結びついていくことにもなる．

(25) 象徴資本に偏向したあり方は，ディレッタント的な読者の行動とその社会的位置づけに見ることができる．

(26) じっさい，表1にみるように独立型とサブカルチャー型の違いはそれほど無いようにも見えるのだが，実際には，それが権威性を持っているかという点と必要な資源を自給するかそれとも他から保証されているかという点で大きな違いを持っている．じじつ，グーテンベルク革命は，それまで地理的にもごく狭い範囲で通用していた，ローカル・カルチャー的な学術的知をより広い範囲のサブカルチャーに拡大し，さらには，教育制度（特に高等教育制度）の整備にしたがってナショナル・カルチャー，そしてまたグルーバルな文化へと拡張していったと考えられる．近年の知のミニ・パラダイム化と電子媒体によるコミュニケーションの拡大には，この動きを逆転させる可能性がある．

引用文献

安藤哲也・小田光雄・永江朗　2000『出版クラッシュ』編書房
エプスタイン，ジェイスン（堀江洪訳）2001『出版，わが天職』新曜社
小田光雄　1999『出版社と書店はいかにして消えていくか』ぱる出版
――――　2000『ブックオフと出版業界』ぱる出版
賀川洋　2001『出版再生』文化通信社
金平聖之助　1992『アメリカの出版・書店』ぱる出版
清丸恵三郎　2001『出版動乱』東洋経済新報社
小林一博　2001『出版大崩壊』イースト・プレス
佐藤郁哉　1992『フィールドワーク』新曜社
――――　2002『フィールドワークの技法』新曜社
佐野眞一　2001『だれが「本」を殺すのか』ダイヤモンド社

塩澤実信　1985『売れば文化は従いてくる』日本経済評論社
全国出版協会・出版科学研究所　2001『2001出版指標年報』
――――　2002『出版月報』2002年3月号
竹内洋　2001『大学という病』中央公論新社
ブルデュー，ピエール（今村仁司他訳）　1988a『実践感覚 1』
――――（石崎晴己訳）　1988b『構造と実践』新評論
――――（石井洋二郎訳）　1993『芸術の規則 I』藤原書店
「本の学校」大山緑陰シンポジウム実行委員会　2000『'99本で育むいのちの未来』
Greco, Albert. 1997. *The Book Publishing Industry*. Allyn and Bacon.
Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism*. University of California Press.
Bourieu, Pierre (Tr. by Richard Nice). 1984. *Distinction*. Harvard University Press.
――――. 1993. *The Field of Cultural Production*. Columbia University Press.
Connors, Linda E., Henry, Sara Lynn and Reader, Jonathan W. 1985-86 "From Art to Corporation : Harry N. Abrams, Inc., and the Cultural Effects of Merger," *Book Research Quarterly* 1 : 28-59.
Coser, Lewis, Kadushin, Charles, and Powell, Walter. 1982. *Books*. University of Chicago Press.
Crane, Diana. 1972. *Invisible Colleges*. University of Chicago Press.
――――. 1976. "Reward Systems in Art, Science, and Religion" In Peterson, Richard ed. *The Production of Culture*. Sage.
DiMaggio, Paul and Powell, Walter. 1983. "The Iron Cage Revisited" *American Sociological Review* 48 : 147-160.
――――. 1991. "Introduction" In *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. University of Chicago Press.
DiMaggio, Paul. 1983. "State Expansion and Organizational Fields" In Hall, Richard And Quinn, Robert. Eds. *Organizational Theory and Public Policy*. Sage.
Dobbin, Frank. 1994. "Cultural Models of Organization : The Social Construc-

tion of Rational Organizing Principles." pp. 117-141 in *Sociology of Culture : Emerging Theoretical Perspectives*. Edited by Diana Crane. Basil Blackwell.

Fligstein, Neil 1990. *The Transformation of Corporate Control*. Harvard University Press.

Griswold, Wendy. 1994. *Cultures and Societies in a Changing World*. Pine Forge Press.

Hirsch, Paul. 1978. "Production and Distribution Roles among Cultural Organizations" *Social Research* 45 : 292-314.

Hirschman, Albert. 1977. *The Passions and the Interests*. Prınceton University Press.

Johnson, Randal. 1993. "Editor's Introduction." In Pierre Bourieu *The Field of Cultural Production*. Columbia University Press.

Meyer, John and Brian Rowan (1977) "Institutionalized Organizations : Formal Structure as Myth and Ceremony." *American Journal of Sociology* 83 : 340-63.

Oster, Sharon. 1995. *Strategic Management for Nonprofit Organizations*. Oxford University Press.

Peterson, Richard. 1994. "Culture Studies through the Production Perspective," In Crane, Dianna. ed. *The Sociology of Culture*. Blackwell.

Powell, Walter. 1985. *Getting into Print*. University of Chicago Press.

Robert A. Stebbins 1979. *Amateurs : On the Margin between Work and Leisure*. Sage.

————. 1992. *Amateurs, Professionals and Serious Leisure*. McGill-Queen's University Press,

Swidler, Ann. 1986. "Culture in Action" *American Sociological Review* 51 : 273-286.

————. 2001. *Talk of Love*. University of Chicago Press.

Frieland, Roger and Alford, Alford. 1991. "Bringing Society Back in" In *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. University of Chicago Press.

Thornton, Patricia and Ocasio, William. 1999. "Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations : Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry, 1958-1990" *American Journal of Sociology* 105 : 801-843.

Thornton, Patricia. 2002. "The Rise of the Corporation in a Craft Industry : Conflict and Conformity in Institutional Logics" *The Academy of Management Journal* 45 : 81-101.

Whiteside, Thomas. 1980. *The Blockbuster Complex*. Columbia University Press.