

『週刊少年ジャンプ』という時代経験[®]

——解釈枠組みとしてのマスター・ナラティブ——

池 上 賢 (立教大学大学院生)

1. 問題意識——経験され、語られる『週刊少年ジャンプ』

本稿では、1980年代から90年代前半において人気を博していた『週刊少年ジャンプ』に関する経験が、オーディエンスにどのように語られ、意味づけられているのかを検討する。また、その際に経験を意味づける枠組みとなる『週刊少年ジャンプ』に関するマスター・ナラティブに焦点化する。分析を通して、現代社会におけるメディア経験の再構成において、人々はテキストのメッセージ内容だけでなく、メディアに関する社会の中で共有された談話⁽¹⁾を用いていることを提示することが本稿の目的である。

『週刊少年ジャンプ』は、1968年7月に集英社が創刊したマンガ雑誌である。社団法人日本雑誌協会が公開するデータによると、発行部数は278万部(日本雑誌協会 2008)と日本においてもっとも発行されているマンガ雑誌の一つである。最近では、『DEATH NOTE』(大場つぐみ作・小畑健画, 2003-2006)や『ONE PIECE』(尾田栄一郎, 1997-)などの作品が知られている⁽²⁾。さて、現在でも多くの読者を持つ『週刊少年ジャンプ』であるが、その発行部数がとくに高かったのが、1980年代から90年代前半である。『週刊少年ジャンプ』の創刊号の発行部数は10万5000部であったというが、1980年には少年週刊誌でトップの300万部となり、1995年には653万部に到達した(斎藤次郎 1996: 10-11)。また、1987年に全国規模で行われた読書世論調査では、〈好きな週刊誌〉として、全体で1位となっている(毎日新聞東京本社広告局 1988: 28)。

あわせて考慮したいのが、『週刊少年ジャンプ』に関する社会的談話が数多く存在し、その中で同誌がマンガ史における重要な位置づけを与えられているという点である。たとえば、作家・翻訳家の Frederik L. Schodt は同誌を「マンガ界のゴジラ」と評し、「日本のマンガ雑誌を語る上で、『週刊少年ジャンプ』を無視することはできない」としている (Schodt 1996=1998:74)。また、戦後マンガの歴史を扱った『現代漫画博物館——1945-2005』では、「巨大産業への成長 少年誌の躍進」という項目において、代表的な存在として『週刊少年ジャンプ』の名前があげられている (竹内オサムほか編 2006:222)。

さて、筆者は現代社会におけるマンガ経験が読者にとってどのような意味を持ちうるのか、そして現代社会においてマンガとはどのように位置づけられるのか分析するため、ライフストーリー・インタビューを継続して行っている。その成果の一つである拙稿「ライフストーリーにおけるメディア経験の構成」(池上賢 2008:55-66) では、メディアに関連する経験はただ保持されるだけではなく、さまざまな場面において再構成され、時には語り手が自身に関する事柄を提示するために利用されることがあるという点が明らかにされた。たとえば、本稿でも紹介している柳沢きみおファンの協力者は、自らのマンガ経験や音楽経験を参照しながら、少年時代の価値観を提示していた (池上賢 2008:62)。

そして、さらに帰納的に分析を進める中で、マンガ経験が語られ再構成されるときに、社会の中で共有された談話が参照されるという点が明らかにされ、とくに多くの事例で言及されたのが『週刊少年ジャンプ』に関する談話であった。そこで、本稿では人々がライフストーリーにおいて、『週刊少年ジャンプ』に関するものを含めたマンガ経験を語る中で、関連する社会的に共有されたストーリーがどのように経験の構成に関与するのか分析する。

マンガ、および『週刊少年ジャンプ』を取り上げる意義は以下のとおりである。まず、これまでのメディア研究領域においてマンガ、とくにそのオーディエンス (=読者) に対する研究は、荻野が「いままでのマンガ論には、マンガを読む読者に関しての議論がほとんどない」(荻野昌弘 2001:138) と指摘するように、十分になされているとは言いがたい。もちろん、思弁的な論考 (安川一 1987:248-85; 瓜生吉則 2001:128-39) や、特定の読者層と人気作品の関係 (谷本奈穂 1997:168-81) についての検証などが行われてきたものの、実証的な研究が十分に行われているとは言いがたい状況である。その点で、本稿はこのような状況に知見を提供するという意義を持つといえる。そして、先述のとおり『週刊少年ジ

ジャンプ』は、一時期圧倒的な人気を誇っており、新聞・雑誌記事や評論などでも頻繁に取り上げられている。このような社会的位置づけの大きさを踏まえ、マンガをメディア論的に研究する上で同誌は、取り上げる意義のある対象の一つであるといえる。

2. 理論と方法

2-1 メディア経験の再帰性

本稿では上記の点を踏まえ、オーディエンスの語りに見られる再帰性、とくにメディアに関する言説が、メディア経験を再構成する枠組みになるという再帰性に注目した分析を行う。オーディエンスの語りを分析するという方法は、オーディエンス研究において古くから現在に至るまで行われているが、その分析視座は1990年代以降変化を遂げた。Pertti Alasuutariは、“Rethinking the Media Audience”の序章(Alasuutari 1999: 1-21)において、オーディエンス研究を3つの世代に分類・整理し、1990年代以降にあらわれた研究が再帰性に焦点化していることを指摘している。彼によれば、第1世代の研究の特徴は、オーディエンスの社会的属性により異なる解釈であり、第2世代のそれは、オーディエンス集団の日常生活に関連付けられるメディア利用である。そして、Alasuutariは第3世代の研究において、「再帰性」という概念が取り入れられたことを指摘する。

再帰性にはさまざまな水準が含まれるが、筆者が注目するのは、Alasuutariによるメディアとオーディエンスに関する社会的な言説それ自体が公的なものとなり、メディアに関連する項目を結び付けるのに使用される共有された枠組みと言説が、我々のメディアへの関係性に影響するという指摘(Alasuutari 1999: 12-13)である。この点を踏まえ、本稿では、『週刊少年ジャンプ』に関する人々の語りにおける、語り手自身や語り手の経験の再帰的な意味づけの過程と、その際に参照される公的な言説の関与に注目する。しかし、Alasuutariの議論には、2つの問題点がある。第1に、Alasuutariは上記のように、メディアについて語られた内容自体が、人々のメディアへの関係性に影響する点を示唆しているものの、その関係性を具体的に分析する方法論的・理論的枠組みを提示していない。たとえば、同著書に収録されている、Birgitta Höijerの“To Be an Audience”(Höijer 1999: 179-94)では、人々が自身を「良い」あるいは「悪い」テレビ視聴者として構成する際に関与する価値観が指摘されている。しかし、それは「額に汗して

働かなければならない」という「ルター主義の伝統」(Höijer 1999: 181) としか表現されておらず、それらの具体的な事例やテレビや語りとの関係性は、十分に分析されていない。第2に、これまでのオーディエンス研究が過去のメディア経験を対象としてこなかったという点があげられる。Alasuutari は、近年のオーディエンス研究の目的を「同時代のメディア文化の把握」(Alasuutari 1999: 6) としている。しかし、本稿における事例からも分かるとおおり、人々が関与するメディア経験は、同時代のものであるとは限らない。そこで、本稿ではこれらを解決する方法としてライフストーリー法を援用した分析を行う。

2-2 ライフストーリー法の導入と本稿の事例

ライフストーリー法とは「個人が歩んできた自分の人生についての個人の語るストーリー」(桜井厚 2002: 60) を見ることで、さまざまな社会的事柄について分析を行う方法である。本稿において、ライフストーリー法が有効であると主張する根拠は、以下の2点によるものである。まず、この方法は同時代のメディア経験だけでなく、人々が人生の中で経験してきた過去のメディア経験を記述することを可能にする。

また、ライフストーリー法には、人々とメディアの再帰的な関係をより詳細に把握することを可能にする枠組みが存在する。それが、「ストーリー」と表現される特有の局面(桜井厚 2002: 61) である。「ストーリー」とは談話および言説に含まれる概念であり、個人が語りを構成していく上で大きな役割を果たす。たとえば、Ken Plummer は『セクシュアル・ストーリーの時代』(Plummer 1995 = 1998) において、性的な危険や性的冒涇を事例として、「固有の歴史をもち、トークショーで独自に演出され、それぞれドキュメンタリードラマとなる「他者が経験する性的危険のストーリー」が、人々に「自分の苦痛を理解する象徴や手がかりを提供してくれる」(Plummer 1995=1998: 161-62) と指摘する。この指摘は、メディアにおいて共有されたストーリーが人々にとって、自身の経験を解釈する際に再帰的に参照される可能性を示唆している。

そして、ライフストーリー法では、ストーリーの中でも全体社会の支配的文化で語られているストーリーをマスター・ナラティブとよぶ(桜井 2005: 178)。これは「文化的慣習や規範を表現するストーリー」であり、多様な談話の集合体ともいえる抽象的な存在であるが、しばしば新聞や雑誌などの支配的なメディアにおいて具体的な形として表象される。また、人々のライフストーリーにおいて、

個人に特有のストーリーの中に「重層化されて含まれている」(桜井 2005:179)。そして、桜井はライフストーリーそのものから社会的なコンテクストを引き出すための焦点として、「だいたい」「一般的には」などのフレーズを伴う、「語り手自身の解釈をとおして一般化や普遍化が行われる『説明』や『報告』の類に属する」語りの存在を示唆している(桜井 2005:166)。以上の点を踏まえ、本稿では筆者が行ったライフストーリー・インタビューにおける、マスター・ナラティブが含まれる語りに注目した上で、それを裏付けるものとして新聞・雑誌・評論などにおける談話を参照する。

分析に使用したインタビューは2005年から2008年にかけて行われた。本調査では、特定の読者集団をア・プリオリに同定することなく人々のマンガ経験を聞き取るため、マンガにたいする接触頻度に関係なく機縁法を用いてインタビュー対象を選定した。結果として1945年から1986年に生まれた22人の男女を対象とし、人生におけるメディア経験について話を聞いている。調査では、ライフストーリーの全体像を把握しつつ、マンガ経験が語られた場合、この点についてより詳しく確認した。そして、先述のとおり多くの対象に共通して見られたのが『週刊少年ジャンプ』に関する経験である。そこで、筆者は同誌について比較的多く語っている、ジェンダー、世代、マンガに対する関与の度合いなどが異なる特徴的な対象5人(内2名は姉妹のため4組)⁽⁵⁾のデータを抽出した。

3. 『週刊少年ジャンプ』経験とマスター・ナラティブ

3-1 分析対象となる協力者のプロフィール

はじめに、本稿において分析するインタビュー協力者の基本的な属性について、表1で示す。加えて、ここでは分析に関連する、各協力者のマンガとの関係性について簡単に紹介する。

Aさんはマンガ家柳沢きみお⁽⁶⁾の熱心なファンであり、インターネット上などで積極的な活動を行っている。また、マンガ全般に詳しく「大変読んで」という。しかし現在は、上記の柳沢きみお以外の作品については、ほとんど読んでいないと語っていた。

Fさんは今回分析対象とする協力者の中では、もっともマンガの関与の度合いが高い。Fさんは予備校の講師として働くかわら、マンガを中心とした古書店を営んでおり、評論などの執筆も行っている。そのため、マンガについても個人

表1 本稿におけるインタビュー協力者の属性

| ID | 性別 | 生年 | 職業 | 最終学歴 | その他 |
|----|----|-------|---------------|----------|------------------|
| A | 男性 | 1974年 | 会社員(事務), 英語教師 | 大学院(社会学) | 柳沢きみおファンサイト管理人 |
| F | 男性 | 1948年 | 予備校講師, 古書店店主 | 大学院(国際法) | マンガ評論なども執筆 |
| J | 女性 | 1979年 | 会社員(商社) | 大学(日本文学) | 現在は, マンガとの接触頻度は低 |
| Q1 | 女性 | 1980年 | 会社員(IT関係事務職) | 大学(社会学) | Q2さんの姉 |
| Q2 | 女性 | 1985年 | 会社員(銀行員) | 大学(経済学) | Q1さんの妹 |

的な経験のみならず, マンガに関連する社会的事象などについてもインタビューの中で言及していた。

Jさんは, 今回の対象者の中では相対的にマンガにたいする関与が低い協力者である。Jさんは, 大学以降マンガをほとんど読まなくなったという。また, 好きな作品としても『週刊少年ジャンプ』掲載の『スラムダンク』(井上雄彦, 1990-1996)や名作とされる少女マンガ『ベルサイユのばら』(池田理代子)など, 一般によく知られたものが多かった。

最後にQ1さんとQ2さんである。2人はいずれもマンガにたいする造詣が深い。しかし, AさんやFさんと比較すると, インタビューにおいて, マンガのみならずアニメやゲーム, 小説などについても頻繁に言及していた。Q1さんは「腐女子」, Q2さんは「オタク」として自らを位置づけており, 複合的なメディア利用が特徴的であった。

3-2 「少年」という読者像——女性にとっての『週刊少年ジャンプ』

本稿において帰納的に見出された『週刊少年ジャンプ』に関するマスター・ナラティブとは, 「1980年代から90年代前半にかけて, 『週刊少年ジャンプ』が当時の少年(小中学生の男子)を中心に人気を博していた」というものである。これは, 実際のインタビューにおける人々の語りの中に, 先述したように「説明」や「報告」として, あるいは「一般的には」「普通は」などのフレーズとともに見ることができ, さまざまなマンガ経験を再構成し, 意味づける過程において重要な役割を果たしている。以下では, マスター・ナラティブを構成する談話の実例とし

て、新聞・雑誌記事なども参照しながら、この点について検討する。

まずは、読者層に関するマスター・ナラティブである。マンガに限らず、雑誌は対象とする年齢・ジェンダーを明確に規定するメディアである。『週刊少年ジャンプ』も、雑誌名から分かるとおり、おもに小中学生の男子、すなわち「少年」を対象としている。たとえば、1991年1月12日付けの『毎日新聞』夕刊では、「現代少年たちの心をとらえている」雑誌として紹介されており、女性読者については10%であるという集英社の調査結果が示されている（『毎日新聞』1991.1.12.夕刊）。では、そのような読者像は、人々の語りの中でどのような役割を果たしているのだろうか。これに関連して、インタビューにおいて特徴的であったのが、女性による『週刊少年ジャンプ』の位置づけであった。たとえば、Jさんは、小学生の頃に少女向けのマンガ雑誌である『りぼん』（集英社）を購読していたという話に続いて、『週刊少年ジャンプ』を購読していた理由に⁽⁷⁾触れている。

J：ジャンプは、たぶん男の子が読む雑誌／*：うん／それは多分お兄ちゃんが読んでたから、それを一緒に読んでたような感じで。

*：じゃあ、お兄ちゃんの影響ってことですかね？

J：ああ、影響が大きいですね。

*：ていうか、Jさんって結構お兄ちゃん子ですよ、たしか。

J：ああ、そうです。そうです。

*：だからなのかな。

J：かなり。うーん、かなあ、そうかもいつも後ろ付きまどってフフフ、感じなので、そうかもしれない。

ここでは、Jさんは『週刊少年ジャンプ』の購読理由に言及している。Jさんはマンガ雑誌の分類として、『りぼん』と対比して『週刊少年ジャンプ』を「たぶん男の子の読む雑誌」としている。このように、マスター・ナラティブは、多くの場合一般性を示す修飾語とともに提示されることが分かる。その上でJさんは、女性である自分が同誌を購読していたのは、兄の影響があったことを述べ、最終的に自身の幼少期における、兄の「後ろに付きまどっている感じ」であったという人間関係を提示している。このように、Jさんの語りでは『週刊少年ジャンプ』が少年読者を対象としていたというマスター・ナラティブが、マンガ経験の意味づけにおいて前提条件として関与している。

さて、Jさんの場合、『週刊少年ジャンプ』の読者が少年であるということそのまま参照する形で、自身の経験を再構成している。しかし、メディア経験の再構成においてマスター・ナラティブは、必ずしもそのまま受容されるとは限らない。たとえば、マンガにたいして造詣が深いQ1さんとQ2さんの場合、マスター・ナラティブを前提にしつつも異なった社会認識を構成している。

Q2：なんか、普通にドラゴンボールって少年マンガだけど女の子も見ていたよね。

*：うん。

Q1：うん、見ていた。

Q2：なんか、男と女の垣根がなくなり始めた。

Q1：垣根がなくなり始めて、とー、やっぱり男の子が少女マンガを見るのは少ないけど、女性が男性マンガを見るのが増えてきた／*：あー。／ちょうど、ドラゴンボールだね。

Q2：でも、この少女マンガを見る男もさあ、抵抗少なくなってきた感じがするけど。

ここでも、Jさんと同じように「普通に」というフレーズにより、当時の人気作品『ドラゴンボール』（鳥山明、1985-1995）が「少年マンガ」であったというマスター・ナラティブが用いられている。その上で、2人はこの時期について語る中で、『ドラゴンボール』を「少年マンガだけど」女性が読んでいたという記憶に焦点をあて、当時を「男と女の垣根がなくなり始めた」時期として構成している。

Q1さん、Q2さんの場合、「少年マンガだけど女の子もみていた」というように、『週刊少年ジャンプ』の主要な読者に関するマスター・ナラティブを参照しつつも、そこから新たなストーリーを構成しているという点において特徴的である。マスター・ナラティブを違和感なく受け入れていたJさんと対照的に、Q1さん、Q2さんは、『ドラゴンボール』が「少年マンガ」でありながら、「女の子も読んでいた」というまったく反対の状況に焦点化して、「男と女の垣根がなく」なった時代の代表的な事例としているのである。

いずれにしても、雑誌の読者層に関するマスター・ナラティブは、人々にとって当該のメディア経験を位置づける際に重要な役割を持つといえるだろう。マン

が一般的に対象とする読者層により、「少年マンガ」「少女マンガ」あるいは「青年マンガ」などと分類され、本来読んでいるべき読者の性別や年齢のイメージと明確に結びつく。そして、本節で見たように、それはオーディエンスに関する談話としてただ存在するだけではない。それは、当該の読者や、そこから外れる例外的（と認知される）読者にとって、経験を「兄」との関連の中で位置づけたり、時代の変化と結びつけたりする上で関与するのである。

3-3 作品内容・傾向——他ジャンル・経験の評価基準として

続いて雑誌もしくは作品の内容や傾向に関するマスター・ナラティブが、どのように利用されるのか検討するため、引き続き Q1 さんと Q2 さんの語りに注目する。前節の引用部において Q2 さんは「少女マンガ」を読む男性が増加しつつあることを示唆していた。そこで筆者は、自身が購読した少女マンガ作品として『のだめカンタービレ』（二ノ宮知子）をあげたが、その後、以下のような会話が見られた。

Q2：だって、のだめってさあ、少年マンガ的な香りがしない？

Q1：する。

*：うーん。

Q2：なんか、基本的に努力と友情でー、なんか恋愛はなんか／Q1：そえもの／なんか、なんていうの／*：まあ、確かに／隠し味、あんなに結構ラブってるのに、どうしてあんなに恋愛、愛って感じがしないんだろ、あれ。

Q1：いや、多分作者の嗜好じゃなくて。

*：悩みがないからじゃないですか。

Q1：突っ走ってる。

Q2：いや、悩みはあるけど、お互いに全力で、ストレートに付き合ってる感じがする。

*：だから、恋愛な悩みじゃないんですよ。俺はどうすればもっとうまくなれるんだっていう。

Q1：そう熱い、あの昔 80 年代にあるあの黄金期ジャンプの主人公っぽいところが。

Q2さんは『のだめカンタービレ』を、「少年マンガ的な香り」がする作品として位置づけている。そして、「努力と友情」がこの作品の基本であると述べ、それを受けてQ1さんが作品について「80年代にある黄金期ジャンプの主人公っぽい」と述べている。

ここでは、『のだめカンタービレ』という作品を意味づける過程において、『週刊少年ジャンプ』に掲載されている作品に関する一般的イメージが参照されている。『週刊少年ジャンプ』の「人気の秘密」として、しばしば取り上げられていたのが「友情・努力・勝利」（『特別企画『週刊少年ジャンプ』に100の質問Part1』『すばる』1991.5.1：239）という3つのキーワードである。この3つのキーワードは他の分析や解説を行った評論などにおいても頻繁に見ることができる（斉藤次郎 1996：10-11；Schodt 1996=1998：76など）。そして、Q1さんとQ2さんはその点を踏まえ、『のだめカンタービレ』という作品を「努力と友情」という要素が存在する「80年代にある黄金期ジャンプの主人公っぽい」キャラクターが登場する作品として構成しているのである。

同様の事例はJさんにも見られた。インタビューの終盤、『週刊少年ジャンプ』が流行していた80年代から90年代について話を聞いたところ、以下のような話が見られた。

J：うーん、あたしは小学校、中学校のときか、中学校くらいか。

*：そうかな、高校はいるぐらいの時にちょっとジャンプもつまらなくなってきたみたいな話をよく聞くから。

J：ああ、たしかにね、それはあるわ。／*：あります？／あのね、ドラゴンボールもそうだったけど、最初はすごく、まあドラゴンボールに関していえば最初すごく面白かったんだけど、これは本当のことか知らないけど、途中から、あの一、無理やりなんかつなげているっていう話を聞いたことがあって、たぶん本当はピッコロかフリーザで終わらせるはずが、まあ、一応人気があったからって言って、むりやり後ろにまた付け加えたっていう話を聞いたことがあったし、実際に見ていてなんかただらして面白くなかったんだよねフッフ。

ここでは、筆者の発言をきっかけとしてJさんが『週刊少年ジャンプ』および『ドラゴンボール』について感じたことが述べられている。Jさんがいう「ピッ

コロカフリーザ」とは、同作品に登場する悪役の名称である。この発言は、それぞれの悪役との決着がついた時点で本来であれば物語が終結しているはずなのに、その後も連載が続いたということを指している。Jさんは「本当のことか知らないけど」としつつも、同作品について「人気があったからって言って、むりやり後ろにまた付け加えた」という話を聞いたことがあると述べ、それを踏まえて「実際に」「面白くなかった」という自身の評価を構成している。

ここでは、Jさんが筆者の「高校はいるぐらいの時にちょっとジャンプもつまらなくなってきた」という発言に対して、「たしかにね、それはあるわ」と違和感なく受け入れているという点に注目したい。ここでは、筆者とJさんの共通の認識として『週刊少年ジャンプ』が「つまらなくなった」という点が確認されている。そして、それを踏まえ、Jさんは自身も、そのように感じた事例として、「聞いたことがあ」る話として、『週刊少年ジャンプ』に関するマスター・ナラティブを用いている。

このマスター・ナラティブは『週刊少年ジャンプ』の編集方針とその弊害に関連するものである。『週刊少年ジャンプ』が人気を得ていた頃、その理由としてしばしば取り上げられていたのが、その編集方針である。たとえば、前掲の特集記事では同誌の大きな特徴としてアンケートはがきを用いて読者の反応を紙面に反映させようとした点があげられている（「特別企画『週刊少年ジャンプ』に100の質問 Part1』『すばる』1991.5.1：239）。また、1988年の朝日新聞の夕刊では「面白くなければ、10週で打ち切り」（『朝日新聞』1998.12.13.夕刊）という原則が紹介されている。このように『週刊少年ジャンプ』の編集方針は広く知られていた。しかし、その一方で編集方針による弊害、すなわち人気作品の長期化によるマンネリ化もしばしば指摘されており、その代表例として『ドラゴンボール』は頻繁に取り上げられている。たとえば、マンガ雑誌の低迷に関する1998年の週刊誌『エアラ』の記事では、「『ドラゴンボール』にしても、最後の方は無理して続けているのではないかと、薄々感じていた」という読者の証言が紹介されている（坂本哲史 1998：48）。また、月刊誌『サイゾー』でも、連載長期化の問題に関する「巷に溢れる“ループマンガ”が最終回を迎えられない理由」（小石川光希 2007：73-74）という記事を見ることができる。そこでは、そのような作品の代表例として『ドラゴンボール』があげられ、『週刊少年ジャンプ』について、「たとえ、作者が拒否しても、人気の高い作品は編集部が無理やり引き伸ばさせて、できる限り連載を長期化するやりかた」が批判されてきたと指摘している。

Jさんはこの後、当時の『週刊少年ジャンプ』に掲載されていた作品が「ファッション性ばかりに気を取られて中身がなさそう」な作品ばかりになってしまい、雑誌自体を購読しなくなっていったことを述べている。このように、Jさんは作品に対する評価を私的なものとして構成するのではなく、『ドラゴンボール』という作品や『週刊少年ジャンプ』の編集方針に関するマスター・ナラティブを「聞いたことがあ」るものとして踏まえながら、これらを「実際に」「面白くなかった」ものとしているのである。

これら2つの事例は、いずれも『週刊少年ジャンプ』に掲載されていた作品の傾向や内容に関する言説を用いて、自身の『週刊少年ジャンプ』や『のだめカンタービレ』に関する評価を構成している。ここまで繰り返し紹介している新聞・雑誌記事などをみても分かるとおり、一般的にメディアに対する社会的な評価や論考は、ある作品の内容や、読者との関係性、編集方針などを考察する中で記述されている。また、学術領域においても、しばしば統計的な手法やテキスト分析などによって、作品や雑誌が読者にとってどのように魅力的なのか検証されてきた(例として 谷本奈穂 1997; 住田正樹・藤井美保 1992)。一見するとそれらの考察や研究は、作品からは独立したものであるかのように思われる。しかし、本節の事例からは、作品に関する評価や考察などの談話は一度成立すれば、人々がその作品を意味づける際に再帰的に参照されるなど当該の作品と分かちがたく結びつき、時には他の作品を評価する際の基準となるという再帰性が明らかになったといえる。

3-4 『週刊少年ジャンプ』の流行——「ジャンプ世代」と「通過儀礼」

最後に、もっとも大きな枠組みといえる1980年代から90年代前半にかけて『週刊少年ジャンプ』が人気であったという事柄に関連する要素に注目してみよう。まず、注目したいのが、当時の新聞・雑誌記事や評論においてさかんに報じられていた『週刊少年ジャンプ』の発行部数である。たとえば、1988年6月26日の朝日新聞朝刊では、当時の編集長にたいする取材の中で、その業績について雑誌を「世界でもまれな450万という大発行部数に成長するまで育ててきた」と紹介している(『朝日新聞』1988.6.26.朝刊)。また、先述した同年12月13日付の朝日新聞では「『週刊少年ジャンプ』500万部 “怪物コミック” またはねた!」という見出しで、その人気が報じられている(『朝日新聞』1988.12.13.夕刊)。なお、『週刊少年ジャンプ』本誌でも、ある部数に到達すると表紙において「～部達成!」と

という言葉が使用されていたという（「特別企画『週刊少年ジャンプ』に100の質問 Part1』『すばる』1991.5.1：233）。このようなメディアにおいて流通していたキーワードは、実際に人々がマンガ経験を語る中で用いられる。たとえば、Aさんの語りでは、『週刊少年ジャンプ』の発行部数が人気の象徴的なキーワードとして参照されている。

A：あれは400何万部って当然ですよ。あれは今みたくネットとかで宣伝とか出来たら、あれは1000万部近くって良い雑誌でしたね／*：ジャンプが／ジャンプってのはすごい雑誌でしたね。素晴らしい雑誌でしたね。今、目も当てられないけれど。

雑誌・書籍・CD・ゲームなどのヒット作品がメディアにおいて取り上げられる際、発行部数や販売枚数が広報に用いられるというのは珍しいことではない。そして、それらの情報は作品に関する客観的な情報としてただ存在しているだけでなく、オーディエンスが自身のメディア経験を再構成する上で参照されることがあるのである。

発行部数に対する言及からもわかるとおり、『週刊少年ジャンプ』の流行に関する談話は、単にメディアにおいて流布するだけでなく、経験を再構成する際にも参照される。それらは当時の時代状況の象徴としてだけでなく、別のマンガ経験を再構成する際にも用いられる。たとえば、Aさんは、自らを柳沢きみおの熱心なファンとして構成していく過程において、『週刊少年ジャンプ』の流行に触れている。

A：そらあの、キン肉マン、小学校のころキン肉マンだろ、シェイプアップ乱だろ／*：うん／男塾 だろ、北斗の拳だろ／*：うんうん／なんだー、あー出てきただけでもそんだけあるでしょ。そらもう、大変読んでますよ。マンガは。

*：でも、一番印象に残っているのは、柳沢きみおってことなんですか。

A：そうですね。キン肉マンとかは、いってみれば、普通免許みたいなもんだからあの時代は。持ってないと当たり前だから、別に印象に残るものもないよね。

ここでは、『週刊少年ジャンプ』に関する経験が、ごく一般的なものとして構成されている。筆者は、Aさんの多様なマンガ経験の中でもっとも印象が強いものが「柳沢きみお」に関するものなのかという点を確認している。Aさんはそれに対して同意する中で、当時の『週刊少年ジャンプ』掲載作品である『キン肉マン』（ゆでたまご、1979-1987）を「普通免許」と表現している。Aさんは、自身にとって柳沢きみおに関する経験が重要な意味をもつことを提示するため、比較対象として『週刊少年ジャンプ』の流行に関するマスター・ナラティブを参照し、「キン肉マン」を購読したという経験を、「あの時代」における「当たり前」の経験として意味づけている。それは以下のような語りにも表れている。

A：そうですね。あれはあの時代みんな読んでたものだから、通過儀礼ですよね。

このように、Aさんは自身が柳沢きみおファンであるということを提示するために、『週刊少年ジャンプ』に関する経験を、「普通免許」や「通過儀礼」という言葉で表わされるような、ありふれたものとして意味づけている。Aさんは、『週刊少年ジャンプ』の流行という時代状況を自身の経験を特別なものとして構成するための比較対象としているのである。

最後に、媒体や作品の人気に関する談話が、特定の世代集団としてのオーディエンス像に結実するという事例を参照したい。先述のQ1さん、Q2さんの語りでは、『週刊少年ジャンプ』掲載の『ドラゴンボール』がジェンダーの区別なく購読された作品とされていた。そして、Fさんの語りではより広い範囲を含む「ジャンプ世代」の存在が構成されている。Fさんは、自身の所属する世代を「団塊世代」とした上で、80年代のマンガ市場と当時の『週刊少年ジャンプ』の読者について以下のように述べている。

F：80年代ぐらいはこの再びマンガがまた数の上ではすごく市場としては
どんどんと増してくけど、もうその時代には団塊世代がマンガを支えているわけではないですね。

*：そうかもしれないですね。

F：やっぱり、その時代を支えているのは、やっぱりあのいわゆる少年ジャンプ世代と言われている人達ですね。

(中略)

F：ジャンプ世代ですか？

*：まあ、26なので小学校だったので。80年代半ばあたりに。

F：なるほど、あの頃はドラゴンボールはあるわ、ジャンプ600万部が、夢のような世界ですね。あの頃がピークだったですね。マンガの市場としては。

ここでも、「やっぱり」というキーワードがマスター・ナラティブを示唆する表現として用いられている。そして、FさんはAさんと同じく、『週刊少年ジャンプ』の「600万部」という発行部数を、「マンガ市場が」「ピーク」だった「あの頃」の象徴として提示している。その上で、Fさんはそのような状況において、マンガ市場を支えた『ジャンプ世代』という読者集団を構成する。Fさんの『週刊少年ジャンプ』人気に関するマスター・ナラティブの利用を見ると、人気を得たマンガ雑誌やマンガ作品に関する言説は、特定の世代集団像の構成に大きな役割を果たす可能性があることが分かる。圧倒的な人気を誇った雑誌や作品は、特定の世代にとって、さながら共通の経験であるかのように語られ、特定のオーディエンス集団のイメージの構成に寄与するといえるだろう。

4. 結論——時代経験としての『週刊少年ジャンプ』と マスター・ナラティブ

本稿では、個人がライフストーリーにおける『週刊少年ジャンプ』やその他のマンガに関する経験を語る中で、関連するマスター・ナラティブを再帰的に参照しながら、自分自身の社会的な位置づけや、テキスト内容の評価、過去の経験などを再構成する過程を参照してきた。最後に、ここまでの議論を振り返りながら、考察を加えていくことにする。

第1に、『週刊少年ジャンプ』が「少年読者」を対象としていたというマスター・ナラティブが、語り手の過去における人間関係やマンガをめぐる社会状況の構成において重要な役割を果たしていた。たとえば、Jさんの場合、『週刊少年ジャンプ』を「男の子が読む雑誌」と位置づけながら、兄との関係を提示していた。Q1さん、Q2さんの場合、『ドラゴンボール』を「少年マンガ」として位置づけ、当時がマンガ読者の「男と女の垣根がなくなり始めた」時代であるという

認識を示していた。マンガの読者像は、単に社会の中でどのような読者がいるのかということを示すだけでなく、本稿の事例に見られるように、語り手が自身の経験や自身が捉えた社会状況を再構成する上で準拠する枠組みとなるのである。

第2に、『週刊少年ジャンプ』の作品に関する評価や内容に関する談話が、『週刊少年ジャンプ』自体や、その他のマンガ経験を解釈する上での規準の一つとなっていた。たとえば、Jさんは、自身が『週刊少年ジャンプ』を「面白くなかった」と感じた時期について語る中で、同誌の編集方針についての議論を参照していた。また、Q1さんとQ2さんは、『週刊少年ジャンプ』の作品傾向に関する知識を参照しながら、マンガ作品を評価していた。作品の内容や評価に関する談話は、共時的に共有されるのみならず、その後も言及されたマンガそれ自体や、他のマンガなどについて言及する際の枠組みとなるのである。

第3に『週刊少年ジャンプ』の流行という現象それ自体が、経験をありふれたものとして位置づけたり、特定の世代に共通のものとなしたりする源泉となっていた。まず、Aさん、Fさんいずれの語りの中でも、同誌の人気を示すキーワードとして当時の発行部数が参照されている。Aさんの場合、さらに『週刊少年ジャンプ』に関する経験を「普通免許」として位置づけつつ、自らの柳沢きみおに対する思い入れを提示していた。Fさんは、自身を「団塊の世代」として位置づける中で、『週刊少年ジャンプ』に関する経験を特定の世代に共有された経験として位置づけて、「ジャンプ世代」という社会集団を構成していた。

本稿では、メディア経験が個人のライフストーリーの中で、過去の状況や人間関係、あるいは現在の社会的立場などを、再帰的に参照する中で再構成され、意味づけられることを踏まえつつ、そこで大きな役割を果たすマスター・ナラティブの存在を明らかにした。この点を踏まえると、『週刊少年ジャンプ』に関する経験とは、単に人気作品が数多く掲載されていたマンガ雑誌を講読したという経験ではなく、関連する社会状況やマスター・ナラティブを含む歴史的な共有された経験として存在しているといえる。そして、それゆえに『週刊少年ジャンプ』それ自体を購読した経験や、他のマンガ経験、または自分自身の社会的な位置づけを、現在において再構成する過程において重要な準拠点となるのである。その意味で、『週刊少年ジャンプ』とは、インタビューに見られた「黄金期」「あの時代」などの表現からも分かるとおり、一つの時代の象徴、あるいは時代そのものであるといえるだろう。

最後に今後の可能性としてマスター・ナラティブから新たなストーリーが生み

出される可能性に言及しておきたい。Plummer は「ストーリーの意味は、決して固定化されるものではなく、コンテキストを変えながら、生産者と読者との相互行為の絶えず変化する流れから出てくる」(Plummer 1995 = 1998 : 43) と指摘する。今回の事例をみると、Q1 さん、Q2 さんは『週刊少年ジャンプ』の流行した時期を「男女の垣根がなくなった」時代として意味づけていた。ここでは、『週刊少年ジャンプ』は、必ずしも「少年」にのみ読まれていたものではなく、性別を超えて読まれていたものとされている。F さんの場合も、『週刊少年ジャンプ』から、ジェンダーに言及せず「ジャンプ世代」という読者集団を構成していた。このように、『週刊少年ジャンプ』に関するマスター・ナラティブは必ずしも固定されたものではなく、人々の語りの中で変容する可能性を持っている。たとえば、マンガにおけるジェンダーの垣根を破った『週刊少年ジャンプ』という新たなストーリーが生成されるかも知れない。そして、変容したストーリーは、再び人々の語りの中で参照され語りを意味づける枠組みとなる。このように、メディアとマスター・ナラティブの間には再帰的で動的な関係性が存在しているのである。

本稿では、メディアとオーディエンスの関係に見られる、メディアについて社会の中で語られた言説それ自体が、人々のメディアとの関与に大きな役割を果たすという再帰性が明らかにされた。従来、オーディエンス研究では、主にオーディエンスとテキストの関係性が対象となり、オーディエンスの置かれている社会的状況や、テキストの内容が持つ意味などが分析されてきた。しかし、本稿の成果を踏まえると、オーディエンスとメディアの関係性を分析する際には、上記に加えて彼らが経験の再構成に用いている社会的に共有された談話も把握しなければならぬといえる。

一方で、本稿では具体的な『週刊少年ジャンプ』に掲載されていた作品の解釈については、十分な紙幅を割くことができなかった。この点については、個別の作品内容とオーディエンスの解釈、そしてその際に参照されるマスター・ナラティブなどについての詳細な分析を今後の課題としたい。また、本稿においては対象をマンガ経験に限定したため、いわゆるメディアミックスをめぐるマスター・ナラティブを対象とすることができなかった。1980 年代の『週刊少年ジャンプ』に掲載されていた作品の多くは、その人気アニメ化などのメディアミックス展開や関連グッズの人気などにも支えられていた。筆者が行ったインタビューでも、たとえば『ドラゴンボール』について「アニメは見ていた」という発言が散見さ

れた。その点を踏まえると、今後は同様の研究として、作品をめぐるメディアミックスなども踏まえ、さまざまなメディアにおいて横断的に展開される作品の“コンテンツ経験”に関する分析枠組みも検討していく必要があるだろう。

注

- (1) 談話については、さまざまな定義が存在するが本稿では、「文より上位のレベルで一定のまとまりを有する言語行動、そして実際に、あるコンテキストでおこる言語行動、またそれを文字化したもの」(メイナード 1997:1)として定義することにする。
- (2) 紙幅の都合もあり、個別のマンガ作品の内容については言及を避け、初出時に作者名を記し、あとは必要最低限の説明にとどめる。また、『週刊少年ジャンプ』掲載作品については、初出時に連載年を記載することにする。
- (3) 以下メディア経験と呼称する。また、本稿では中心的に分析する媒体としてマンガに関する経験を多く取り扱っているが、これについてはマンガ経験と呼称する。
- (4) ドミナント・ストーリーと表記する場合もあるが、意味は同一である。
- (5) 今回は相対的にマンガとの関与の度合いが深い対象が多くなっているが、今回とりあげたJさんを初め、マンガとの関与の度合いが低い、あるいはまったくない人でも、『週刊少年ジャンプ』に関する言及が散見された点を付言したい。
- (6) 1948年生まれのマンガ家。代表作に「翔んだカップル」「妻をめとらば」など。
- (7) 文章のトランスクリプト化にあたっては、傾聴マーカ―やどもり、「あー」、「えー」などの発話や笑い声なども可能な限り記述するようにしている。また、傾聴マーカ―に代表される同時発話については、//で挟みこれを記述し、筆者の発言は*で示している。なお、表記の一部は桜井(2005:135-138)を参考にした。

引用・参考文献

- Alasuutari, Pertti (1999) "Introduction: Three Phases of Reception Studies," Pertti Alasuutari eds., *Rethinking the Media Audience*, London: Sage.
- Höijer, Birgitta (1999) "To be an Audience," Pertti Alasuutari eds., *Rethinking the Media Audience*, London: Sage.
- 池上賢 (2008) 「ライフストーリーにおけるメディア経験の構成」『社会学研究科年報』No.15 立教大学大学院社会学研究科
- 小石川光希 (2007) 「巷に溢れる“ループマンガ”が最終回を迎えられない理由」『サイゾー』No.124
- 毎日新聞社東京本社広告局 (1988) 『読書世論調査 1988年版』
- メイナード, K, 泉子 (1997) 『談話分析の可能性——理論・方法・日本語の表現性』くろしお出版
- 日本雑誌協会 (2008) 『JMPA マガジンデータ 少年向けコミック誌』
(http://www.j-magazine.or.jp/data_001/index.html, 2009.2.22)
- 荻野昌弘 (2001) 「マンガを社会学する」宮原浩二郎・荻野昌弘編『マンガの社会学』世

界思想社

- Plummer, Ken (1995=1998) *Telling Sexual Stories: Power, Change and Social Worlds*, London: Routledge. (桜井厚・好井裕明・小林多寿子訳『セクシュアル・ストーリーの時代——語りのポリテクス』新曜社)
- 斎藤次郎 (1996) 『少年ジャンプ』の時代——子どもと教育』岩波書店
- 坂本哲史 (1998) 「さよなら、マンガ狂時代 コミック雑誌の失速、若者はもう読まない」『アエラ』No.32
- 桜井厚 (2002) 『インタビューの社会学——ライフストーリーの聞き方』せりか書房
——(2005) 「インタビュー・テキストを解釈する」桜井厚・小林多寿子編『ライフストーリー・インタビュー——質的研究入門』せりか書房
- Schodt, Frederik L. (1996=1998) *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*, Stone Bridge Press. (樋口あやこ訳『ニッポンマンガ論——日本マンガにはまったアメリカ人の熱血マンガ論』マール社)
- 住田正樹・藤井美保 (1992) 「少年少女漫画の受容過程分析——受け手の特性と反応」『九州大学教育学部紀要(教育学部門)』No.38
- 竹内オサム・米沢嘉博・ヤマダトモコ編 (2006) 『現代漫画博物館——1945-2005』小学館
- 谷本奈穂 (1997) 「人気マンガの魅力の構造」『マス・コミュニケーション研究』51号
- 瓜生吉則 (2001) 「マンガを語ることの〈現在〉」吉見俊哉編『メディア・スタディーズ』せりか書房
- 安川一 (1987) 「パーソナルなメディア空間——音楽、マンガ、若者文化」香内三郎・山本武利・岩倉誠一・田宮武・後藤和彦・川井良介・安川一『現代メディア論』新曜社