

マンガの社会学

——マンガを通してみる大衆意識の分析——

片 桐 新 自

はじめに

もし今、外国から、現在日本の文化を代表するものは何かと尋ねられた時、我々はなんと答えうるだろうか。能、歌舞伎、茶道、華道などというのが、オーソドックスな回答であろうが、そういう回答をしながら、その内容についてはよく知らないと言う人がどれほど多いことだろうか。確かに、これらのものは「芸術的完成度」が高く、世界に誇りうる日本文化なのかもしれないが、そう呼ぶには現在あまりに多くの日本人がこれらの文化について知らなさすぎるような気がする。長い時間をかけて作られた複雑なルールを理解できるわずかな人々——エリート——だけしか楽しめない文化によって、日本文化を代表させるのは、かなり偏ったイメージを外国人に与えることになりはしないだろうか。今の日本人によって広く知られ、支持されている文化の方が、現在の日本社会と日本人を理解するために有用ではないだろうか。そう考えるなら、大衆文化こそ現在の日本を代表する文化として取り上げるべきではないだろうか。中でもその圧倒的な量で現在日本社会に強い影響を与えてきているマンガを取り上げるなら、一定のバイアスを含みながらも、かなり具体的な日本社会の姿が浮び上がってくるだろう。少なくとも、マンガ読者層という形で現われる大衆の意識はある程度明らかになろう。本稿では、こうした狙いに基づき、マンガを社会学的考察の対象にしたい。

1. 大衆文化としてのマンガ

大衆文化とはその名の通り、大衆によって支持されている文化のことであるが、ある時期まで「大衆」と「文化」というふたつの言葉は結びつかなかった。文化とは一部のエリートによって支持され、継承されていくものであり、大衆あるいは民衆の生活にはかかわらないものと見られていた。文化を広義にとらえ、パターン化された生活様式とその産物のすべてと見るならば、すべての人は文化の創造者であり継承者たりうるわけだが、こうした広い捉え方よりも、シェーラーに代表されるドイツ文化社会学流の捉え方である「文化とは他の社会に誇りうるその社会独自の形式を持つ伝統的パターン化様式」、あるいは「理念的な目標をめざす精神によって生み出された所産」といった「文化＝高級なもの」とする狭い定義が一般には広まってきた。この後者の定義に立つならば、大衆が文化の担い手でありようはずはなかったのである。それが「大衆文化」という形で結びつくようになったのは、大衆的メディア——映画、ラジオ、新聞の普及——が登場した20世紀前半以降のことと見られる（しばしば1920年代は大衆の時代と呼ばれる）。そこでは大衆はエリートが大事に守ってきた文化の篡奪者として現われ、その価値を低下させるものと位置づけられた¹⁾。いわば、大衆と文化が結びつくことによって文化はかつての高級なものから低級なものへとその質を変容させたというわけである。しかし、それでもこうした大衆文化の供給主体はその多くがエリートであり、決して大衆自身ではなかった。つまり、大衆は受容するだけの存在であり、創出者ではなかった。その意味では文化はまだエリートたちの手の内にあったと見ることもできる。大衆文化がこうしたエリートにより大衆向けに提供されるものである限り、それはエリートによる大衆操作の一環として容易に利用されうる（ヒットラーによる映画やラジオの利用は有名）。

1) こうした議論を展開している代表的な論者は、言うまでもなくオルテガである。オルテガ・イ・ガセット「大衆の反逆」『世界の名著 56』中央公論社を参照。

これがひとつのオーソドックスな大衆文化の捉え方であるが、これに対してはいくつかの異論を提示することが可能である。まず第一に、大衆に受容される文化が20世紀前半になって漸く現われたというのは確かであろうか。歴史を紐解けばすぐにわかるように、現実には20世紀以前でも多くの文化が大衆の支持を基盤に発生しており、その大衆的普及過程を経たのちにエリートによって取り上げられ、その形式を整えて「文化」と呼ばれるようになったケースが少なくない。第二に、大衆を全く自律性を欠いた存在として見ることは極端すぎる見方である。大衆の潜在的欲望がいずこにあるかをいち早く見抜き、それを提供することによってのみ広範な大衆的支持は得られるのであり、完全にエリートの思うままに操れるわけではない。しばしば大衆文化の創出者たちが「一歩先では行き過ぎになる。半歩先を行くことが肝心だ」というのも、このあたりの大衆心理を実感としてつかんでいるから言える言葉であろう。第三に、これと関連して大衆は常に受容者でしかありえないのかという問題がある。場合によっては大衆自身が大衆文化の供給者になっている場合があるのではないだろうか。本稿で取り上げるマンガという大衆文化などは、膨大な数の同人誌作家の存在を考慮に入れるならば、今やその送り手も大衆そのものと言える段階にある。

さてそのマンガだが、これは絵と文の組み合わせによって成立するメディアであり、特に絵の方に重点が置かれていることをその特徴とする。絵と文の重みづけのバランスを絵の方により極端化すると、文による補則説明の一切ない1コママンガまで行き着くが、ここまで至ると、一般の絵画との区分はあいまいなものになってくる。論者によっては、マンガをその内容において捉え、「風刺」か「笑い」があるものをマンガとするものもいるが、昨今のマンガによる各種の入門書の氾濫をみると、今や「風刺」や「笑い」は必ずしもマンガの必要不可欠な要素とは言えなくなっている。副田義也が言う「メディアとしてのマンガ」²⁾ という見方が妥当性を高めてきている。

2) 副田義也『マンガ文化』1983年、紀伊国屋書店を参照。

絵と文の比重を逆転させ、文を中心としてストーリーを進め、付随的に絵を配置しているのが、絵物語や絵本である。この種のメディアでは、文でストーリーが追えるのはもちろんだが、絵の方でもおよそのストーリーの展開が追えるぐらいの重要性をまだ維持している。これが、さらに文の比重を高めると、挿し絵つき小説になるが、そこでは絵だけでストーリーを追うことはもはや困難である。当然この行く着く先には、絵の全く入っていない小説を位置づけることができる。このようにマンガは絵画から小説に至る表現形式の階梯の中に位置づけられる一大衆文化である。

2. マンガの社会学的研究方法

マンガを社会学的に研究する方法として以下の四つの方法が考えられる。第一に、マンガの歴史を追うことによって、時代とマンガの関わりを捉ええる方法がある。どのようなマンガが多く現われ、どのようなマンガが人気を博したかを知ることによって、その時代の大衆が求めていたものが浮び上がってこよう。第二に、時代を画するようなマンガを取り上げ、その内容を深く分析をする質的分析法がある。この方法の問題点は、個々のケースの特殊性が強く作用しすぎて、一般論的な形では議論がしにくいということである。この分析で取り上げるマンガの場合は、マンガ家本人の才能、感性などに分析が大きく依存しすぎることになりがちである。それゆえ、多くの場合この種の分析は、文芸評論に類するマンガ評論と言う形でなされることが多い。ただし、一人の優れたマンガ家の登場によってマンガ状況全般が変化するといったケースもある——たとえば、手塚治虫の登場などはまさにそのケースにあたるだろう——ので、社会学的立場からみてもこうした内容分析もやはり軽視できない。

第三の分析方法として、個々のマンガの内容にはほとんど立ち入らず、あくまでも量的現象としてマンガを捉える方法がある。どのような読者対象を想定したどのようなマンガ雑誌がどのくらい売れているのか。年間どのくら

いのマンガの単行本が出版され、どのくらい売れるのか。子どもたちは一日どのくらいマンガと接触しているのか。このように現在量的データとして押えうるものは少なくない。その上に、アンケート調査を利用してマンガとの関わりを調べることも可能である。内容にはほとんど触れないため、マンガという素材のおもしろさが十分に出ず、やや堅苦しく感じられるかもしれないが、もっとも手堅い分析にはなるだろう。第四に、マンガの送り手側の分析が可能である。マンガの送り手としては、マンガ家と出版社が考えられる。マンガ雑誌や単行本の出版を利潤追求の手段としてやっている出版社は様々な戦略を用いて、商売を成功させようとしている。新人の発掘から、専属契約までの一連のプロセスは現在ではどの出版社でも基本的な仕事のひとつと考えられているが、これも後発誌として登場した『少年ジャンプ』がベテランのマンガ家を使えなかったために、必要に迫られて生み出したシステムが成功したために普及したものである。マンガ家は一定の人気を獲得するまでは、編集者の強力なリーダーシップの下に置かれ、編集の方針に従わされる。ここにマンガ家と編集者の興味深い社会関係が生まれる。出版社の分析はひとつの企業組織論として取り扱えるだろう。他方、マンガ家の方は少数の優れた者に焦点を絞れば、第二の内容分析と同じものになるが、ここでは大衆化した書き手を分析することを考えてみたい。以前からマンガ家予備軍は少なくなかったが、近年特に同人誌即売会が盛況を博するようになってから一段と急激にマンガ家予備軍は増加した。といっても、その多くは必ずしも真剣にプロのマンガ家をめざしているわけではなく、自己満足のために趣味として描いているケースが多い。つまり、読み手と書き手の境界があいまいになり、書き手の大衆化を生み出している。こうした同人誌即売会は、開催されるたびに何万人という人を集め、人気のある同人誌の所には、開門と同時に何十人、何百人という人が薄っぺらい小冊子を求めて列を作り、中には好きなマンガ家に花束や贈りものを手渡すような光景をそこそこで現出させている。明らかに、これはひとつの社会現象である。会場には、出版社の人間

もかなりおり、プロとして使えそうな人間を探している。現に少女マンガの世界では、こうした同人誌出身の作家が多くでてきている。以上のように、マンガを分析する方法は様々にありうるが、本稿では紙幅の都合もあるので、もっともオーソドックスな研究方法であるマンガの歴史を分析すること限定し、他の分析は別の機会に譲りたい。

3. マンガの変遷

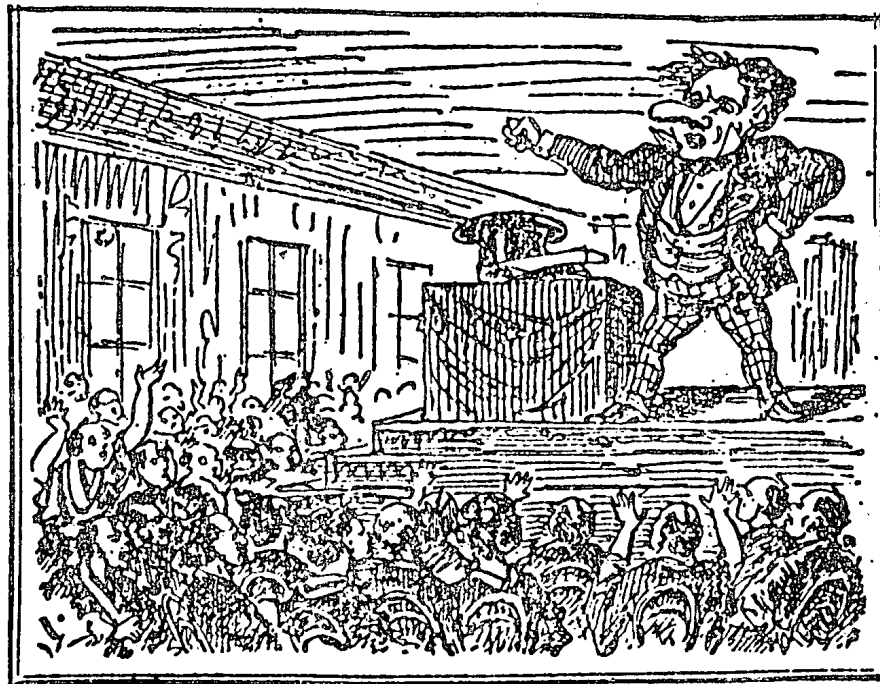
3-1. マンガ前史

日本のマンガの起源についてはいくつかの説があるが、もっとも遡った場合、鳥羽僧上の「鳥獣戯画」があげられることが多い。擬人化、デフォルメ、おかしみなど、これまでマンガの基本要素と見られてきたもののいくつかがここには存在する。「鳥獣戯画」以後でマンガ的要素を持ったものを探すならば、各種の絵巻物やお伽草子などがあげられるだろう。しかし、これらはいずれも肉筆のものであり、絵と物語とが一体として大衆レベルに普及するには大きな限界があった。大衆への普及という観点から見た場合、大きな転換点は江戸期の浮世絵によってやってきた。周知のように浮世絵は木版技術の進歩により、発展した絵画である。つまり、同じ絵が何百枚、何千枚と作れるため、はじめて大衆の手にはいる絵画が誕生したのであった。大衆を主要な購買層として人気を博するためには、大衆の求めるものを作っていかなければならない。そこから、役者絵、美人画、春画などが主要な題材として選ばれるようになってきた。マンガとの関わりでは、すぐに葛飾北斎の『北斎漫画』が思い浮かぶが、これは北斎自身が描いた絵の手本集といった意味合いを持ったもので、必ずしも現在のマンガとは直接的な関係があるとはいえない³⁾。それゆえ、江戸期の浮世絵については、特に『北斎漫画』のみに絞らずに、絵画の大衆化と出版業の成立という点で押さえておくことにしたい。

3) 北沢楽天が「ポンチ絵」と呼ばれていたマンガを「漫画」として名称変更をさせた際に、この『北斎漫画』が念頭に置かれていたと考えられ、その意味ではこれが漫画（マンガ）という名称の生みの親と言える。

日本の文化は長い固有の歴史を持つにもかかわらず、それを無視して何もないところに苗を植えるように、明治期に西欧から多くの文化を輸入したが、マンガもこの例に漏れない。チャールズ・ワーグマンやジョルジュ・ビゴーといった風刺画家が明治の日本のマンガ界を引っ張り、ペン画としてのマンガのイメージを固めた。ワーグマンは、1862年から横浜の外国人居留地で『ジャパン・パンチ』という風刺雑誌を発行し、これを1887年まで続けた。『ジャパン・パンチ』という名前は当時イギリスで人気のあった風刺雑誌『パンチ』の日本版をという意図で名付けられたものだったが、その後「パンチ」がなまった「ポンチ」は風刺画全体を指すまでになったほど影響力のあるものであった。ビゴーの方は、丁度ワーグマンの『ジャパン・パンチ』が終わった1887年から、『トバエ』という風刺雑誌を出し始めた。彼らの絵の大部分は、文字なしの1コママンガであり、これがその後しばらくの間、マンガ（ポンチ絵）の基本形になった。日本人では、もともと浮世絵の出身であった小林清親がワーグマンの門下に入り、1877年から出版されていた

図 1



小林清親『団々珍聞』より

『団々珍聞』という風刺雑誌で活躍したことが注目される。図1に見られるように、典型的な西洋風の絵になっている。

明治の末になると、マンガ界にも新しい動きが出てきた。ひとつは、「ポンチ絵」に対し、「漫画」という言葉が使われるようになってきたこと。もうひとつは、マンガの中に文が添え書き的に組み込まれるようになってきたことである。「漫画」という名称をポンチに替えて意図的に使い始めたのは、北沢楽天である。彼は、時事新報に入社し、「時事漫画」を担当した後、1905（明治38）年に『東京パック』という雑誌を創刊し、大人気を博した。現在から振り返れば、楽天以後の「漫画」とそれ以前のポンチ絵との間にそれほど大きな違いがあるようには見えないが、当時は画期的な新しいものと受け止められた。楽天ら——他には岡本一平や下川凹天——は、ポンチ絵は滑稽さのみを追い求めて、極端な誇張をし、それでよしとしていると批判し、それに対し、「漫画」はその目的からして異なり、決して滑稽さを目的として追い求めているわけではないと主張した。読者の目には色付き大判の『東京パック』と楽天の絵のうまさが、旧態依然の『団々珍聞』より新鮮に映ただけだったかもしれない。しかし、いずれにしろ、北沢楽天というマンガ家の登場は時代を一步先へと進めたことは間違いない。次節で述べるように楽天は最初に子どもマンガに手をつけはじめたし、1コマものばかりでなく、4コマものやそれ以上のコママンガにも挑戦している。ひとつの才能が時代を推し進めた典型的な例であろう。

明治末期のマンガのもうひとつの変化である絵と文とのドッキングは、明治の教育改革の浸透の結果と見る事が可能である。1870年に28%程度であった初等教育就学率は、1900年には81%に上がり、文盲率は急速に減少していた。こうした社会的な条件の変化により、はじめて大衆を相手にしたマンガにも文を入れることが抵抗なくできるようになったのであった。ここに絵と文の組み合わせによるマンガの基本形が成立したのであった。

3—2. 子どもマンガの誕生

ここまでで扱ってきたマンガはすべて大人読者のためのものであった。ポンチ絵にしる、「漫画」にしる読者としては大人を想定し、大人に受ける政治・世相風刺画や滑稽画を提供し続けてきた。アリエスは『＜子供＞の誕生』という著作の中で、子どもという存在が小さな大人ではなく、全く別のカテゴリーに属する存在であると位置づけられるようになったのは、近代以降のことだと指摘したが⁴⁾、その言い方をここにあてはめれば、この時点までの日本は、子どもという存在を独立カテゴリーとみなすしうるほどには、近代化されていなかったと言えよう。そうした中で、子どもマンガは、1908年に北沢楽天の「茶目と凸坊」によって端緒をつけられ、その後を受けた岡本一平や宮尾しげをによって、大正時代に入って本格的に開花した。岡本が『良友』という雑誌に「平気の平太郎」というコママンガを発表した1918（大正7）年には、児童文学雑誌として有名な『赤い鳥』が小川未明らの努力により創刊されている。まさにこの時代、日本に「子ども」がはじめて誕生したと言えよう。

大正時代を代表する子どもマンガとして必ずあげられるのは、1923年に朝日新聞で連載が始まり、その後『アサヒグラフ』に移った、織田小星作、椎島勝一画の「正ちゃんの冒険」である。この時期、購読者獲得競争の激化した各新聞は新たな読者を求めて、マンガを販売拡張の切り札にしようとしはじめた。このマンガもそうした状況の中から生まれたわけだが、他にも宮尾しげをの「団子串助漫遊記」が1924年から『東京毎夕新聞』に、麻生豊の「ノンキナトウサン」が同じ年から『報知新聞』に連載された。子どもマンガが新聞に連載されたのは、子どもを通じて親を定期購読者にしようという戦略であった。もっとも人気を博した「正ちゃんの冒険」は、主人公の少年「正ちゃん」——大正生まれの子には、「大正」の「正」を名前につけている子が多かった——がおとものリスとともに様々な問題解決にあたる物語だ

4) フィリップ・アリエス『＜子供＞の誕生』みすず書房、参照。

図 2



織田小星文，樫島勝一画『正チャンの冒険』より

が、そこでは現在マンガにとっては不可欠なものになっている「フキダシ」と呼ばれる話し言葉を線で囲む方式が採用され、絵の一部として文字を読んでいくことが可能になった。絵に比重を置いたマンガというメディアが成立するために不可欠なこの技法は、当然のこととして、この後急速に普及していく。「正ちゃんの冒険」でもうひとつ特筆すべきことは、主人公のかぶっていた帽子が「正ちゃん帽」として売り出され、子どもたちの間でたいへん人気が出たということである。現在では、人気マンガからキャラクター・グッズが売り出されるのは、自明のこととなっているが、その最初のものがこの「正ちゃん帽」だったわけである。

昭和の時代に入ると、子どもマンガは『少年倶楽部』や『日本少年』などの少年誌を中心に急速に拡大していく。そうした中で、名実とも戦前の子どもマンガを代表する田河水泡の「のらくろ」が登場してくる。このマンガの登場によって、「マンガ＝子どもの読み物」というイメージが形作られ、講

談社は、その後現在にまでつながる少年マンガ雑誌出版を利益のあがる有力な一事業として確立させた。「のらくろ」は1931（昭和6）年1月から41年10月まで10年以上の長期にわたって『少年倶楽部』に連載され、33年から連載の開始された島田啓三の「冒険ダン吉」とともに、『少年倶楽部』を子どもたちのバイブルにするほどの人気を呼んだ。「のらくろ」のストーリーは単純で、黒いのらくろが猛犬連隊に入り、数々の失敗をしながらも勇敢に活躍し徐々に出世していく物語である。途中で山猿軍と戦ったり、熊軍と戦ったりするが、それらが中国やソ連をモデルにしていることは一目瞭然であるほどに、当時の社会情勢を端的な形で反映していた。（ちなみに、「冒険ダン吉」も主人公の少年が南洋に出かけていって、その原住民を部下に従え活躍する話であり、見事なほどに当時の時勢を反映していた。）しかし、子どもたちは社会情勢を考慮しながら、マンガを読むわけではなく、おもしろいから読むのである。「のらくろ」にも当然子どもたちをひきつける要素があった。人間にとって身近な存在である犬、それも特別の才能はない黒く見栄えのしないのらくろを主人公にしたことは、普通の子どもたちに親近感を持たせたいだろう。さらに重要なのは、軽妙な会話のテンポの良さである。まるで、誌面で掛合い漫才でも読んでいるような感じである。これは、マンガ家になる以前に落語作家をめざしていた田河水泡の独特の持ち味である。田河は、「のらくろ」の圧倒的な人気により、現在では「のらくろ」の作者という固定的なイメージで見られているが、他にも「タコの八ちゃん」（1931年から『報知新聞』に連載）や「凸凹黒兵衛」（1933年から『婦人倶楽部』に連載）などの人気作品があり、またこの時代には珍しい「ラッキーサッチャン」（1934年から『少女倶楽部』に連載）という少女を主人公にしたマンガも描いており、その活躍は多岐に渡っている。田河と島田以外では、穴戸左行「スピード太郎」（1930年から『読売サンデー漫画』に連載）、阪本牙城「タンクタンクロー」（1934年から『幼年倶楽部』に連載）、吉本三平「コグマのコロスケ」（1935年から『幼年倶楽部』に連載）などがこの時代の人気作品とし

図 3



田河水泡『のらくら軍曹』より

てあげられよう。

マンガは子どものための読み物というイメージが漸くできはじめたこの時期に、はやくもマンガは子どもに悪影響を与えるという「教育的」観点から批判がなされているのは興味深い。いわく、「漫画は子どもを“オッチョコ

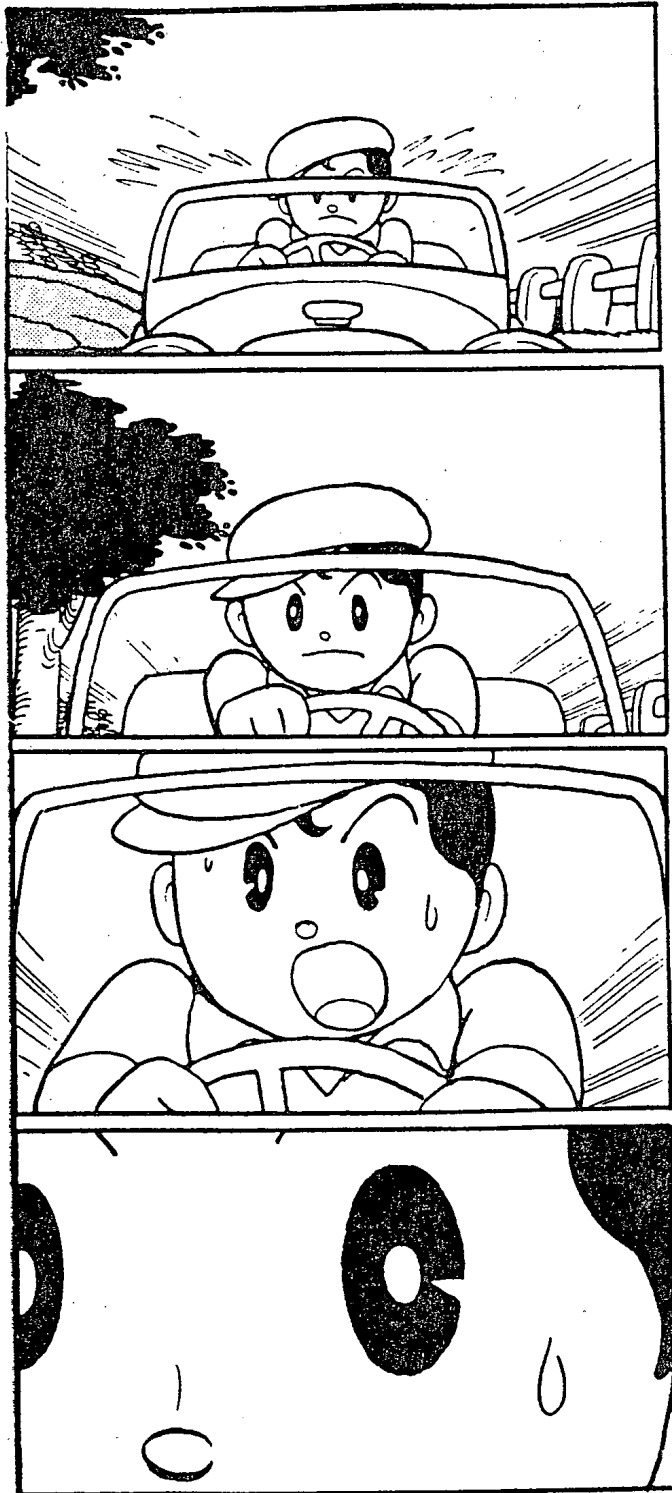
「チョイ」的性格にする」, いわく, 「内面的に物を非常に粗雑に考える傾向が, 漫画の中で出てくる。」もちろん, マンガ家の方から反論もなされたが, せっぱ詰まった時代状況もあり, 「笑い」に寛容でなかった政府は, 「のらくろ」や「冒険ダン吉」のような時勢に合わせたマンガすら連載終了へと追い込んでいった。太平洋戦争の始まった1941年以降敗戦までマンガは暗黒の時代を迎えたのだった。

3—3. ストーリーマンガの確立と劇画

戦争が終わった時, 人々は飢えていた。食料, 住居, 衣服, そして笑いにも飢えていた。後に『ガロ』というマンガ雑誌を創刊する長井勝一は, 1945年の8月17日に浅草の露店で『少年倶楽部』や『講談倶楽部』などのいくつかの雑誌をばらして綴じ直し, 表紙だけを新しくつけなおした「改造本」をあっというまに売り切ったという経験をしている。さらに16ページずつひとまとまりになったマンガの刷り出しを適当にいくつかくっつけて売り出したところ, これもまた飛ぶように売れたらしい⁵⁾。このようにマンガならどんなものでも売れるという粗悪本——紙質の悪さから「赤本マンガ」と呼ばれた——の時代に, ひとつの傑出した才能が突然変異的に現われた。それは, 1947年に大阪の育英出版からでた手塚治虫の『新宝島』だった。その流れるような線描, 大胆な構図はこれまでのマンガのイメージを一新させた。当時中学2年生だった安孫子素雄(藤子不二雄[Ⓐ])は, このマンガに出会った時の印象をこう語っている。「本文のページをめくって, 僕は目のくらむような衝撃を感じた。……(中略)……こんな漫画見たこともない。2ページ, ただ車が走っているだけ。それなのに何故こんなに興奮させられるのだろう。まるで僕自身, このスポーツカーに乗って, 波止場へ向って疾走しているような生理的快感を覚える。これは確かに紙に印刷された止った漫画なのに, この車はすごいスピードで走っているじゃないか。まるで映画を観ているみ

5) 長井勝一『「ガロ」編集長』1987年, ちくま文庫, 95-100頁参照。

図 4



手塚治虫『新宝島』より

たい!! そうだ、これは映画だ。紙に描かれた映画だ。」⁶⁾

この印象は当時のマンガ少年たちに共通のものだった。図3と図4を比較すればその違いは、一目瞭然だろう。「のらくろ」を読む読者の視座は固定している。それは丁度舞台で行なわれる芝居を観る視点と一致する。それに対して、手塚は映画カメラの視点を取り入れ、ズームアップやロングショットを自在に使い分けている。これが従来のマンガしか知らなかった少年読者に新鮮に映らないはずはなかった。手塚がこうした手法を導入しえたのは、もちろん彼の才能ということもあるが、大衆娯楽として映画が芝居にとってかわる時代に手塚が生まれ育ったことがおおいに関係していると言えよう。この『新宝島』は60万部とも80万部とも言われる程の驚異の売

6) 藤子不二雄『二人で少年漫画ばかり描いてきた』1980年、文春文庫、22-23頁。

れ方を見せ、手塚は一躍赤本ブームの寵児となり、その後も『ロストワールド』（1948年）、『メトロポリス』（1949年）と次々に名作を生み出し、以後雑誌に主たる活躍の場を移し、「ジャングル大帝」（1950年から『漫画少年』に連載）、「鉄腕アトム」（1952年から『少年』に連載）、「リボンの騎士」（1953年から『少女クラブ』に連載）、「火の鳥」（1954年から『漫画少年』で連載開始し、その後いくつかの雑誌で連載される）といった大作を発表していく。こうした手塚の大車輪の活躍によって、戦前のマンガとはかなり質を異にするマンガ、いわゆる「ストーリーマンガ」が誕生したのだった。

手塚の後に登場してきたマンガ家は、大なり小なり手塚の影響を受けていると言っても過言ではない。それらのマンガ家に話しを移す前に、手塚と時期を同じくして、あるいは手塚よりわずかに前から少年誌で人気を博していた絵物語について触れておこう。戦後の絵物語の前身は紙芝居にある。「黄金バット」という大ヒット作を出した紙芝居は、戦前からストリート・パフォーマンスとして子どもたちの人気を得ていた。この紙芝居作者のひとりであった山川惣治は、月刊少年誌に活躍の舞台を移し、紙芝居で人気を呼んでいた作品「少年王者」（1947年から『おもしろブック』に連載）で、一躍人気作家になり、引続き「少年ケニア」（1951年から『産業経済新聞』に連載）で絵物語のブームを作った。どちらの物語もアフリカを舞台にしたもので、アメリカ映画「ターザン」の焼き直しだが、この時期の絵物語にはこうしたアメリカ映画の焼き直しが多い。小松崎茂は「大平原児」（1950年から『おもしろブック』に連載）のような西部劇を得意とし、福島鉄治は「砂漠の魔王」（1949年から『冒険王』に連載）を描いた。このように絵物語が外国に舞台をとり、アメリカ映画の焼き直しのようなものばかり現われたのは、戦後敗戦国として連合軍——実質はアメリカ——の占領下に置かれていた日本では、少しでも日本的な伝統文化を評価するようなものは避けざるをえなかったという事情が反映している。こうした消極的な理由ばかりでなく、アメリカ的なものはすべてすばらしいと大衆が積極的に評価する傾向があったことも確

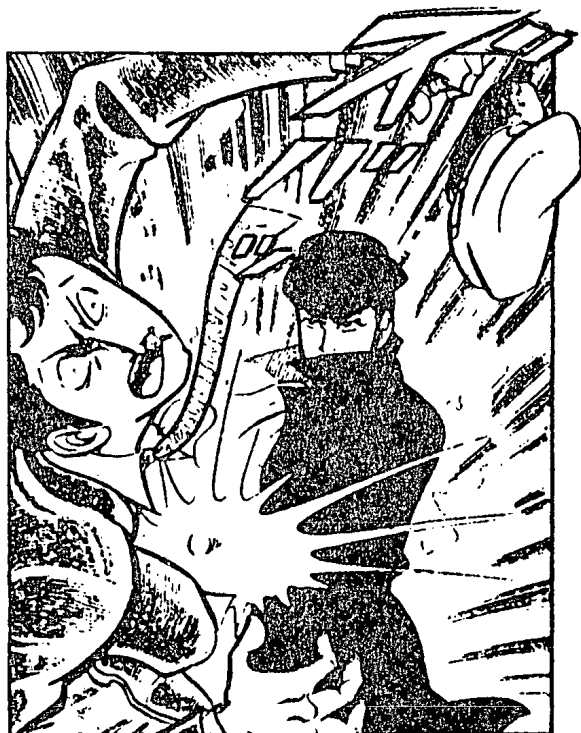
かである。後で述べるようにスポーツマンガの分野でも、柔道や剣道（「チャンバラもの」と呼ばれた剣術ものを含む）といった日本の伝統的なスポーツは、米ソの冷戦が激化し、アメリカが占領政策の理念を変えた50年代になるまで登場しえなかった。絵物語はリアルな画風をその特徴としており、すぐ後に出てくる劇画に少なからぬ影響を与えた。

手塚に多大な影響を受けながら、それに反発する形で登場してきた「劇画」が主たる活躍の舞台としたのは貸本の世界だった。1954年に「貸本ブーム」と呼ばれ、貸本業は最盛期を迎えたが、その時には、貸本屋は全国に2～3万軒あったのではないかとされている。戦後次々に出版された赤本マンガや月刊のマンガ雑誌を購入して読むほどに経済的な豊さのなかった1940年代、50年代の日本社会で貸本屋が繁栄したのは、必然的なことだった。そうした貸本屋を支えた有力な購読者層のひとつとして中卒ブルーカラー労働者の存在があった。1954年時点での高校進学率はわずか50.9%にすぎず、つまり2人に1人は中卒労働者として、労働市場に組み込まれていたのである。現実社会の厳しさに日々直面している彼らにとって、夢とロマンと善意に満ちた健全すぎる子どもマンガはあまりに現実と掛け離れすぎて、欲求不満を感じさせるものであった。悪意と欺瞞が渦巻く厳しい世界をさっそうとたくましく生き抜くヒーローこそ彼らの求めるものだった。こうした欲求に応えうるマンガを同じような境遇にいた若いマンガ家たちが描きはじめた⁷⁾。粗く鋭いタッチ、笑いの排除、暴力や殺人のシーンの多さなどを特徴としたマンガを彼らは意識的に描き出し、それを「劇画」と名付けた。この名称自体が使われ出したのは、1957年になってからだが、56年に創刊された『影』という雑誌はそうしたタイプのマンガばかり掲載しており、この時点で「劇画」

7) たとえば、劇画作家として一時非常に人気のあった佐藤まさあきは自分の半生を振り返って、劇画に目覚めたのは、両親を亡くしていた彼自身が中学卒業の時に、進学はおろか就職もおもうようにできなかったことから、まじめに生きようとしても世間から疎外され白眼視される前科者などを心情的に理解することができたからだと述べている。佐藤まさあき『劇画私史三十年』1984年、桜井文庫、20—21頁参照。

は実質的に誕生したとみることができ
る。『影』は、八興という大阪の
貸本マンガ専門の小出版社から出さ
れたのだが、月刊誌を出す東京の大
出版社ではとうていできない冒険も
大阪のこうした小出版社だからこそ
出しえたという面があったことは注
目に値する。先に述べた手塚の『新
宝島』も大阪の小出版社から出され
ていることを考え合わせると、新し
く大胆な発想をもった新人とその作
品は、既成の人気作家を使えない事
情のあるところから生まれてくると
言ってもよさそうである。しかし、
手塚にしても劇画作家たち——当時の主要な劇画作家としては、さいとうた
かお、辰巳ヨシヒロ、松本正彦などがあげられる——にしても、一定の評価
を得ると、より大きな活躍の舞台を求めて、東京へ出ていき、既成の雑誌に
吸収されていった⁸⁾。

図 5



佐藤まさあき『みなごろしの歌』より

3—4. 週刊誌の登場とタブーの破壊

1950年代の後半に入ると、次々と週刊の一般誌が創刊されるようになってきた。特に58, 59年は、皇太子の結婚を当て込んで創刊ラッシュと言えるほどだった。このように一般誌の週刊化が進む中で、当然その影響はマンガの世界にも達し、週刊誌の時代を生み出した。『週刊少年マガジン』と『週刊少年サンデー』は59年に相次いで創刊され、やや遅れて63年に『週刊少年キ

8) 劇画誕生の頃の経緯については、桜井昌一『ぼくは劇画の仕掛人だった』1985年、桜井文庫を参照。

ング』が創刊された⁹⁾。週サイクルで進むテレビの普及が週サイクルを一般化させるのに大きな役割を果たした。月刊マンガ雑誌が週刊マンガ雑誌に取って替られるにつれ、貸本屋も衰退の道を歩んでいった。月単位でサイクルが回っている時には、1ヵ月の期間を埋めるためには、貸本屋通いが不可欠だったが、1週間はあっというまにやってくる。貸本屋に行こうかなと思い始めた頃には、もう次の号が発売されるというのでは、貸本屋が衰退するのは当然であろう。経済成長とともに、雑誌を買って読むことのできる層が増えてきたことも貸本屋衰退の一因と言えよう¹⁰⁾。

こうした週刊誌でもっとも人気のあったジャンルはスポーツを対象としたものだった。スポーツマンガは、戦後井上一雄の野球マンガに始まり、途中、柔道を扱った福井英一の大ヒット作「イガグリ君」(『冒険王』に1952年から連載)などをはさみながらも、基本的には野球マンガがスポーツマンガの主流を占めてきた。50年代は、善意と友情に満ちあふれた寺田ヒロオの「背番号0」(『野球少年』に1956年から連載)や「スポーツマン金太郎」(『週刊少年サンデー』に1959年から連載)などが人気作品だったが、60年代に入ると、「ちかいの魔球」(福本和也作、ちばてつや画、「週刊少年マガジン」に1961年から連載)や「黒い秘密兵器」(福本和也作、一峰大二画、「週刊少年マガジン」に1963年から連載)といった「魔球もの」が人気を得るようになってきた。その延長線上に梶原一騎原作の「巨人の星」(川崎のぼる画、「週刊少年マガジン」に1966年から連載)が登場してくる。「大リーグ・ボール」という魔球を投げる投手が主人公のマンガだが、単に魔球のすごさを語る物語ではなく、その魔球を完成するまでの血のにじむような努力とその結果としての勝利、ライバルとの真剣勝負と友情などが原作者の梶原一騎が語った

9) 大人向けマンガ誌の週刊化は少年漫画誌よりやや早く、57年に『土曜漫画』と『週刊漫画 TIMES』が創刊されている。

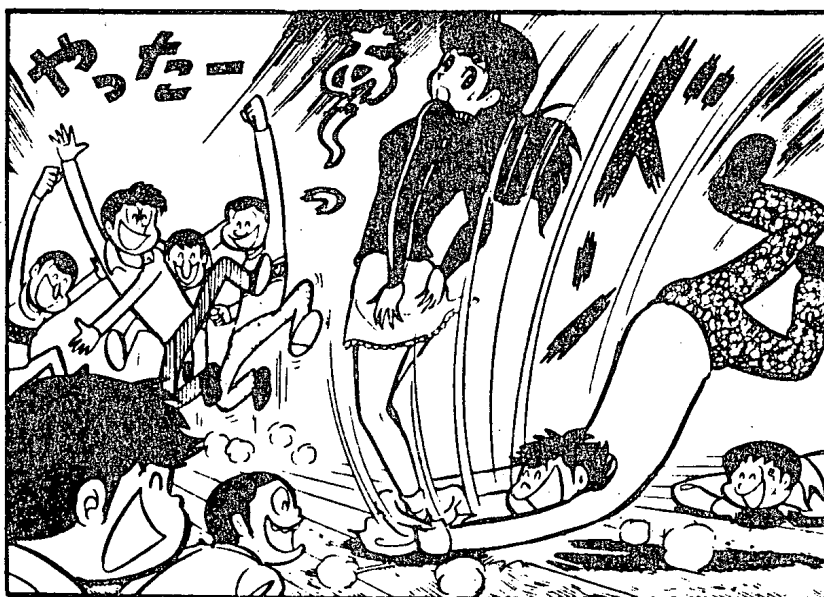
10) 貸本屋が衰退していく中で、白土三平やつげ義春などの、完成度の高い作品を描く才能豊かな作家が貸本の世界に登場してきたが、週刊誌優勢時代への流れを変えることはできなかった。

かったものであった。この「努力、勝利、友情」という三つの言葉は、従来から少年マンガのキー・コンセプトであり、現在でも『少年ジャンプ』はこの三つの言葉をキー・コンセプトとして誌面づくりをし、毎号500万部以上を売っているが、梶原の成功によってはじめて少年たちをひきつける要素であることが広く意識されるようになったと言えよう。「巨人の星」、「柔道一直線」（永島慎二画、『週刊少年キング』に1967年から連載）、「あしたのジョー」（ちばてつや画、『週刊少年マガジン』に1968年から連載）、「タイガーマスク」（辻なおき画、『ぼくら』に1968年から連載）という4本の人気スポーツマンガを梶原が同時並行的に書いていた1960年代の後半は、まさに梶原一騎の時代とでも呼びうるほどだった。この種のマンガは「スポ根もの」と呼ばれ、東京オリンピック直後のスポーツ熱を引きずって、男女の別なく子どもたちの間に大きな人気を博した¹¹⁾。こうしたスポ根もののヒット作を次々に書き続けることによって、梶原は原作者主導型のパターンを確立させ、マンガ原作者の地位を大きく向上させた。

友情に支えられた主人公が血のにじむような努力を続け、ついに勝利をつかむというスポ根もののストーリーが高度経済成長時代の表の価値観を代表しているとすれば、1968年以後次々に出てきたタブーを破るマンガは、まさに高度経済成長時代の裏の価値観を代表していると言えるかもしれない。60年代後半に入って、徐々に活発になりつつあった学生運動は、68年になると過激化の度合いを強め、翌69年まで荒れ狂った。この運動がなんらかの成果を達成したかどうかは議論の余地があるところだが、既成の権威、価値観を疑わせる役割を果たしたことはまちがいない。この余波がマンガの世界にも表われ、従来の約束事をほごにするマンガ家たちが現われた。その先頭をき

11) 少女マンガの世界では、東京オリンピックでの女子バレーボールの優勝以降生じたバレーボール・ブームを背景に、浦野千賀子の『アタック No. 1』（1968年から『マーガレット』に連載）が大きな人気を得た。その後テニスブームの到来とともに、「スマッシュをきめろ！」（志賀公江、1969年から『マーガレット』に連載）や「エースをねらえ！」（山本鈴美香、1973年から『マーガレット』に連載）などのテニスを題材にしたマンガが登場してくる。

図 6



永井豪『ハレンチ学園』より

って走っていたのが、「ハレンチ学園」(『少年ジャンプ』に1968年から連載)という作品で「性のタブー」に挑戦した永井豪であった。それまでの少年マンガでは決して「性」を露骨な形では扱わないという暗黙の了解があったが、永井はこれに真正面から抵抗し、性的関心を毎回直接的な形で取り扱い、爆発的な人気を得た。性的関心を持ち始める小学校の高学年から中学生あたりの読者に支持された。このマンガでもうひとつ注目すべきことは、教師たちが下劣で強欲な人物として描かれ、最後にはいつも生徒たちにやっつけられ、嘲笑される対象になっていたことである。まさに学園紛争時代の状況をカリキュアライズした形で反映していたと言えよう。

永井に続いて、本宮ひろしは「男一匹ガキ大将」(『少年ジャンプ』に1968年から連載)で、番長(学園の不良)を正義漢の主人公にしたマンガを書き、「暴力=絶対悪」のタブーを消失させた。不良学生が主人公として活躍するストーリーは、この後ピカレスク・ロマン的な色彩の強い影丸譲也の「ワル」(『週刊少年マガジン』に1970年から連載)、純愛物語的要素の強い梶原一騎原作の「愛と誠」(ながやす巧画、『週刊少年マガジン』に1973年から

連載)などいろいろなパターンを生み出しながら、現在に至るまで少年マンガの有力な一ジャンルとなっている。

「性」、「暴力」以外にも糞尿を扱うギャグマンガ(とりいかずよし「トイレット博士」『少年ジャンプ』に1970年から連載)、金儲け至上主義の少年が主人公のマンガ(ジョージ秋山「銭ゲバ」『週刊少年サンデー』に1970年から連載)、下品さを売り物にしたマンガ(谷岡ヤスジ「メッタメタガキ道」『週刊少年マガジン』に1970年から連載)など、かつての少年マンガでは避けられていた題材が、1968年～70年にかけて次々に登場してきた。こうしたタブー破りは、学園紛争の激動が既成の価値観をゆるがせたことと連動して起こったと見ることができるが、それはいわば構造的な誘発要因であり、直接的なきっかけは新興雑誌『少年ジャンプ』の登場にあったと言えよう。どのような分野でもあてはまることだが、新興勢力が既存の勢力に対抗していくためには、既存の勢力が手をつけていない何か新しいことをしなければならない。マンガの世界ではそれが様々なタブー破りという形で表われたのだった。これによって、『少年ジャンプ』は一気に人気雑誌となり、経営戦略としては見事な成功をおさめたのであった。

3—5. 少女マンガの革新とその影響

少女マンガはマンガのジャンルの中では後進分野だった。戦前においては、田河水泡などが少女読者に向けたマンガを多少描いたりしているが、後に名を残すほどの人気作品は生まれなかった。戦後になって登場した倉金良行の「あんみつ姫」(『少女』に1949年から連載)が最初のヒット作と言えるだろう。戦後しばらくの間の少女マンガは、倉金良行や手塚治虫といった男性マンガ家によって支えられていた。この時期の女性マンガ家で活躍していたのは長谷川町子や上田とし子などだが、いずれも4コマものを中心にしており、手塚以来もっとも有力なジャンルとなりつつあったストーリーマンガより、戦前以来のマンガのパターンの連続線上にあった。50年代の後半は、ちばて

図 7



西谷祥子『どういふわけか
愛してる』より

つや、石森章太郎、赤塚不二夫、貸本マンガの方から模図かずおなどが少女マンガの世界に入り、男性マンガ家による少女マンガのパターンを踏襲するとともに、水野英子、わたなべまさこ、牧美也子といった力のある新人女性マンガ家が登場し、徐々に少女マンガは女性が描くものというイメージを作り上げつつあった。この傾向は、60年代に入ったあたりから急速に進み、『週刊少女フレンド』（1962年創刊）と『マーガレット』（1963年創刊）という二つの週刊誌の登場をもってほぼ完成した。こうした週刊誌の中でもっとも幅をきかせていたのは、「学園もの」と呼ばれるジャンルであった。西谷祥子や

若くしてデビューした里中満智子などがこのジャンルの確立に大きな役割を果たした。『フレンド』も『マーガレット』も既存の雑誌に対抗するために、新人の発掘を積極的に行ない、若い能力のある女性（少女）たちを見出したが、彼らはその若さと人生経験の少なさゆえ、学園以外に舞台を設定することができなかったことも、少女マンガの世界で「学園もの」が大きな比重を占める一因になったと言えよう。星の輝く大きな瞳、折れそうな手足、背景には意味もなく花びらが散ると言われる、少女マンガのイメージはここで形作られた（図7参照）。

こうしたパターン化されたマンガによって停滞していた少女マンガの世界に、パターンから脱皮した新しいタイプのマンガ家が70年代になって次々に登場してきた。山岸涼子、大島弓子、萩尾望都、竹宮恵子らの1949(昭和24)年前後に生まれたマンガ家たち——しばしば「昭和24年組」と総称される——がそれである。いずれも叙情性の高い文学的作品を表わし、単に少女マンガのレベルを引き上げただけでなく、マンガ全体の地位を引き上げるほど

に高く評価された。この段階で少女マンガはもっとも遅れたジャンルから一気にマンガ界の最先進ジャンルへと飛躍したのだった。「昭和24年組」と呼ばれる人たちの中には、上にあげた以外に大ヒット作「ベルサイユのバラ」を描いた池田理代子や青池保子、三原順といったストーリー中心の作家や、徹底的に叙情性を追求した樹村みのりや倉田江美などを入れて考えることができるだろう。彼らが質の高いマンガを提供し続けた70年

図 8



竹宮恵子『風と木の詩』より

代は「少女マンガの時代」であったと言ってもよいだろう。こうしたすぐれた作品を発表する少女マンガ家が一時に多数登場したのには様々な原因が考えられる。第一には、『少年ジャンプ』の創刊が少年マンガのタブー破壊につながったように、この時期、後発誌である『少女コミック』（1968年創刊）や『花とゆめ』（1974年創刊）や『La La』（1976年創刊）が、必ずしも大衆受けしない彼らのマンガを積極的に掲載していったことがあげられる。第二に、学園紛争世代にあたるこの世代のマンガ家たちは、同世代の若者たちと同様、伝統的権威への懐疑的思いを持ち続けていたために、新しいタイプのマンガの創出者となったと考えられる。そして第三には、「24年組」とほぼ同世代であるマンガ離れしない第一世代の読者——ベビーブーム世代と一致する——の年齢が20代半ばへとさしかかり、単純なマンガだけでなく、やや難解な複雑な構成をもったマンガを欲するようになってきたことがあげられよう。

ではこうした少女マンガにはそれまでのマンガにはなかった一体何があったのだろうか。端的に言えば、複雑な心理描写があったといえるだろう。常に少女マンガの主テーマであったのは男と女の恋愛だが、これを露骨な性描写に対するタブーの生きている少女マンガの枠の中で描こうと思ったら、心理描写に片寄せざるをえない。いやでも少女マンガは心理描写に磨きをかけなければならない状況にあった。1960年代末に少年マンガの世界で生じた性タブーの破壊が少女マンガで生じなかったのは、放出するだけの行為として性（性交渉）を軽く考えられる少年たちと異なり、性的経験のない少女たちにとって性（性交渉）は妊娠、出産という重大な結果を引き起こす恐れのあるものとして深刻に受け止めざるをえないためであった。こうした心理描写を中心に人間を描こうとする質の高い少女マンガの登場は、翻って少年マンガに大きな影響を与えた。少年マンガ家の中で、恋愛に悩む少年と少女の心理描写をいち早く描き始めたのは、柳沢きみおである。もともとギャグ・マンガを描いていた柳沢は、徐々にヒロインとなる少女の比重を増し、主人公の少年との恋愛にテーマを移していく。1978年からの連載の開始された「翔んだカップル」の大ヒットにより、少年マンガの世界にも恋愛マンガの成立することが編集者やマンガ家に広く認識されるにいたり、こうしたマンガを描くマンガ家が次々に登場してきた¹²⁾。考えてみれば、ティーンエイジャーにとって、性別を越えて最大の関心事項のひとつは恋愛なのだから、恋愛をテーマにしたマンガが少年誌の世界でも受け入れられる下地は十分にあったと言えよう。しかし、少年たちに向けた恋愛マンガは、少女マンガのように心理描写の枠内に留まることはできなかった。先に述べたように、恋愛の先につながる性体験を恐れをもって受け止める少女たちとは違い、少年たちはもっと気楽に性への関心を露にする。少年たちの人気を得るマンガは、

12) たとえば、1979年にデビューした野部利雄は「翔んだカップル」を読んで、少年誌にスッポリ空いている穴が見え、「男に読ませる少女マンガ」を描こうと思ったと語っている。少年サンデー編集部編『まんが家インタビュー(Ⅱ)オレのまんが道』1990年、小学館、86頁参照。

複雑な心理描写にすぐれたものではなく、彼らの性的好奇心を満足させるようなものへと変化していった。

3—6. 多様化時代のマンガ状況

1980年代以降のマンガ状況は、絶対量の拡大に伴って複雑に多様化しており、簡単に語ることはできないが、いくつかポイントになる点をあげるならば、①多様な読者層の関心に合わせた多様なマンガの出現、②メディア化、③絶対量の拡大、④徹底した大衆化、などがあげられるだろう。

「のらくろ」の登場以後、急速に「マンガ=子ども向け読み物」というイメージを強めたマンガは、手塚の出現によってそのイメージを広く大衆に共有させた。手塚やその直接的影響下にあったマンガ家たちの作品を読んで育ったマンガ世代は、成長とともにマンガ離れをすると考えられていたそれまでの常識を破り、マンガ離れをしない第一世代になった。これが丁度、1947～49年にかけて生まれたいわゆるベビーブーム世代にあたる。このベビーブーム世代はその圧倒的な量を背景に様々な面で時代に影響を与えてきたが、マンガに関しても例外ではなく、彼らの成長に合わせてマンガ雑誌が創刊されたり、新しいマンガのジャンルが生みだされてきた。まず、彼らが10～12才だった1959年には『少年マガジン』と『少年サンデー』が創刊され、彼らが青年期に入った67、68年には『漫画アクション』、『ヤングコミック』、『ビッグコミック』、『プレイコミック』といった青年誌が創刊され、青年マンガというジャンルが生まれた。『ビッグコミック』はその後もこのベビーブーム世代を主要な読者層として設定し続け、彼らの年齢に合わせたマンガを掲載してきているために、現在では青年マンガには程遠く、完全な大人向けのマンガ雑誌となっている。しかし、以前の大人向けマンガ雑誌——例えば、1954年創刊の『文春漫画読本』など——とは異なり、ストーリーマンガを中心にしている。つまり、『ビッグコミック』の成長により、大人向けストーリーマンガが生みだされたとして位置づけることができる。これまでと

表 1

大手3社の男性まんが雑誌			
	集英社	小学館	講談社
少年誌	週刊少年ジャンプ (500) 月刊少年ジャンプ (130)	コロコロコミック 月刊 (130) 別冊コロコロコミック 隔月刊 (50) 週刊少年サンデー (150)	コミックボンボン 月刊 (70) 週刊少年マガジン (260) 月刊少年マガジン (160)
ヤング・青年誌	週刊ヤングジャンプ (230) BEARS CL UB月2回刊 (60) スーパージャンプ 月刊 (50) ビジネスジャンプ 月2回刊 (80)	ヤング・サンデー 月2回刊 (90) 週刊ビッグコミック ・スピリッツ (150) ビッグコミック・ スペリオール 月2回刊 (60)	週刊ヤングマガジン (150) 増刊ヤングマガジン・ 海賊版 (30) 月刊 (30) 週刊COMICモーニング (110) アフタヌーン 月刊 (40)
一般誌		ビッグコミック・ オリジナル 月2回刊 (150) ビッグコミック 月2回刊 (120)	

() 内は推定売上部数、単位：万部

(出典：『AERA』1990. 6. 12号, 33ページ)

同様、今後もベビーブーム世代はマンガ離れをしないだろうから、いずれ「老年マンガ」も登場することは間違いない。

こうしたマンガ誌と読者の並行的成長は生じ易く、時としておきざりにされた世代のために新しいマンガ誌が創刊されることがある。『少年マガジン』、『少年サンデー』が読者の成長とともに青年向けマンガに近づいたため、おきざりにされた当時の小学生に向けて『少年ジャンプ』が創刊されたことなどその典型例である。『ビッグコミック』を出している小学館は、これを教訓にして、その後は自分のところでそれぞれの年齢に向けた雑誌を出している(表1参照)。同様に少女マンガの世界でも読者の関心に合わせて、現在では、ローティーン向け少女誌、ハイティーン向け少女誌、OLを主たる読者層とするレディスコミックの三種類が存在する。いずれこの分野でも、さらに年齢の高い女性が楽しめるマンガ誌が登場してくることだろう。

第二の特徴であるメディア化については1でも簡単に述べたが、要するに

これまでマンガの基本要素と考えられていた風刺やおかしみといった内容を規定する要素が絶対的必要要件ではなくなり、文と絵の組み合わせによる表現形式としてだけでも意味を持つようになってきたことを言う。こうしたマンガのメディア化のひとつの典型的な表われが、マンガによる入門書が多数出版されるようになってきたという事実である。実際にはこの種のマンガが最初に登場してきたのは、1960年代のことで決して最近のことではない。当時は「教育まんが」とか「学習まんが」とか呼ばれ、主として物語性のある歴史を子ども向けに描いたものとして一定の人気を得ていた。この種の子ども向け教育マンガのイメージを根本的に変え、現在のマンガによる入門書のブームを作ったのは、1986年に出版された石ノ森章太郎の『日本経済入門』の大ヒットだった。これは、日本経済をわかりやすく解説した本として評判を呼んだ日本経済新聞社編の『ゼミナール日本経済入門』を、同社の注文に応じて石ノ森がマンガ化したもので、簡単なストーリーと経済用語の解説をふんだんに盛り込み、その後の入門マンガのパターンを作りあげた。マンガのストーリーによって関心を引きつけ、知識は解説の形で提示するというパターンである。また、こうした入門書のようなものばかりでなく、芸術的な作品として高く評価されているマンガも、文だけでも、絵だけでも表わせない世界を洗練された形で構築することによって、文と絵の巧みな組み合わせというマンガ・メディアの独自性を高めるのに大きく寄与している。

量の絶対的拡大は、見方によっては現代社会におけるマンガの位置をもっとも端的に示していると考えられる。町の書店でもマンガ本を置いたスペースがかなりの部分を占め、そのあおりで一般書の売り場はどんどん狭くなってきている。また出版社の方でもいまやマンガ出版部門を持たないところは先行きは経営が悪化すると言われており、これまでマンガなどに力を入れていなかった出版社が次々にマンガ出版に進出してきている。映画やテレビドラマの原作にもマンガが数多く使われるようになった。こうした量の拡大をもっとも典型的に示しているのが、毎号500万部ずつ『少年ジャンプ』が売

れているという事実であり、これは大新聞の発行部数に匹敵する。これだけ『少年ジャンプ』が売れるのは、もちろんマンガ家自身と編集部の自主的な努力が最大の原因だが、子どもがマンガを買うことを公認する——マンガを許容する——社会的風潮が根付いたこともあげておかなければならない。社会的に許容され、ひとつのメディアとして確立されたマンガが絶対量の拡大という形で生活のすみずみまで入り込むと、テレビとともに、映像によって思考する人間を作りだすのに大きな役割を果たす。これはどちらかといえば感覚的には優れているが、創造力や論理的思考に弱いタイプの人間の創出につながっていることは否定できない。24年組のマンガなどを考えればわかるように、マンガは常に熟考を必要としないものばかりではなかった。十分芸術性が高く、深い思考力を養うことのできるものもあったが、全体として見れば、明らかにマンガはわかりやすく単純な満足感の得られるものに向っている。最後にこれについて語っておこう。

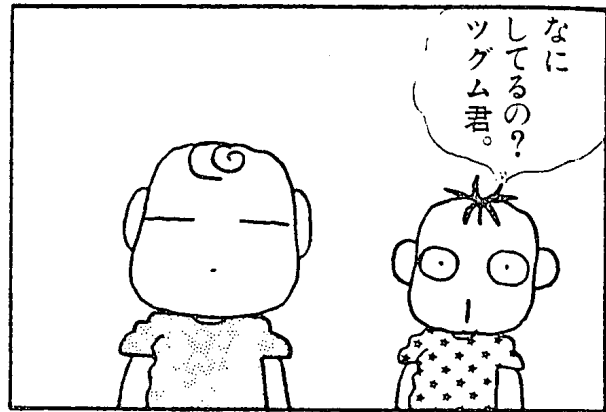
4. 浸透する「低位大衆文化」

小説でもそうだが、結局大衆はわかりやすく、単純におもしろいものを好む。一部で質の高い難解なものが人気を得ても、それが大衆全体をつかむことはない。本稿ではマンガの歴史を追ってきたわけだが、その分析から、結局のところマンガに大衆が求めているものは、「笑い」、「性」、「力」の三要素であると言えるのではないだろうか。もちろん、いまやマンガは他のメディアと肩を並べるほどに巨大な分野となっているため、こうした三要素で括れない様々なマンガも存在する。しかし、「努力、勝利、友情」をキー・コンセプトに単純な誌面づくりをしている『少年ジャンプ』が500万部売れていることや、他にどんなマンガが人気を得ているかを知るならば、やはりこの三要素の重要性は認めざるをえない。

「笑い」は、すでに幾度か述べたように、伝統的にマンガの基本的要素とみなされてきたものであり、これが大衆をマンガに引きつける重要な要素で

あるということについては、特に説明を必要としないだろうが、これは笑いの種類によってさらにいくつかに分けられる。ほのぼのとした明るい笑いや、風刺のきいた笑いを生み出すマンガなどは、マンガのもっともオーソドックスなものだが、タブーの破壊が起こって以後のマンガ界には、一時「ガ

図 9



玖保キリコ『いまどきのコドモ』より

キデカ」(1974年から『少年チャンピオン』に連載)に代表されるような、下品な笑いを引き起こすようなマンガがブームのように輩出した。こうした笑いの質を問わず、笑わすことができさえすればいいという考え方は現在でも根強く、パワフルで下品なギャグマンガは数多く散見する。また一方で新しい傾向として、他の人よりテンポが遅く、無口で茫洋としたキャラクターが笑いの対象となるマンガが登場してきていることが注目される(図9参照)。このようなパワフルな下品さとテンポの遅さを笑いの対象とする傾向は、マンガの世界だけでなく、他の笑いの世界——たとえば、漫才の世界——でも生じている事態と一致していると言えよう。

「性」に対する関心は、人間の基本的欲求に関わることであり、かなり本質的なものであるが、これがマンガの世界で求められるようになってきたのは、1960年代末以降のことである。68年にマンガと性の関係を緊密にする出来事が生まれている。ひとつは、少年マンガ誌における「性タブーの破壊」、そしてもうひとつは、青年マンガ誌の登場である。その後、73年には、エロ劇画誌と呼ばれる性だけをテーマに取り扱った雑誌が生まれ、大人向けの性的関心を充足させるマンガの一ジャンルが確立した。80年代に入ると、少女マンガの影響を受けた少年向け恋愛マンガが、実質的には性を取り扱ったマンガに変質し、現在に至るまでかなりの人気を保っている。そうした流れの

図 10



中西まさひろ『Oh! 透明人間』より

中から、同人誌という制約の少なさを生かして、エロ劇画的要素を加味した「ロリコン・マンガ」——1985年前後からは、「美少女マンガ」と呼ばれる——と称されるものが登場し、80年代に入ってブームを起こし、その一部は同人誌の枠を出て、商業誌にまで進出した（図10参照）。女性向けマンガの方では、やはり80年代になって登場したレディス・コミックが、性を主要なテーマにしたマンガを掲載してきており、少女向けでは、

最近、やはり同人誌の特徴を生かして、有名なアニメのキャラクターを使って、男の子同士の恋愛を描いた「ヤオイ・マンガ」¹³⁾ と呼ばれるマンガがかなりの人気を得ていることが注目される。書店などで雑誌を散見すればすぐにわかる通り、全体として現在、性を扱ったマンガは量的に非常に多い。このことが、大衆の求めているものが何かをよく語っていると言えよう。

第三の「力」は、「闘い」と言い直すことができるかもしれない。健全な闘いを扱ったものとしては、スポーツマンガがあり、その対極には、暴力や殺人などを扱ったマンガがある。いずれも、ヒーローの活躍により、痛快な印象を読者に与えることをめざしているが、片やルールに基づいた力の発揮であるのに対し、もう片方は、しばしば非合法的な物理的な力の発揮である点が大きく異なる。前者は、戦後の井上一雄の野球マンガで始まり、梶原一騎

13) 「ヤオイ」という名称は、「ヤマなし、オチなし、イミなし」の頭文字をとってつけられている。

が確立した「スポ根マンガ」の隆盛期を経て、現在多様なスポーツを題材として少年マンガを中心に人気を維持し続けている。他方、後者のタイプのマンガは、劇画の登場の頃からひとつのマンガのジャンルとして明確に意識されはじめ、60年代末の少年マンガにおけるタブーの破壊——「暴力＝悪」という公式の消失——により広く提供されるようになり、現在に至っている。特に、最近の傾向として目立つのは、この種のマンガのヒーローがかつてと異なり、非常に雄弁になってきていることである。従来の日本的な闘う男は、大体寡黙だった（たとえば、「ゴルゴ13」のデューク・東郷）。

ところが、現代の闘う男たちは実によく喋る（たとえば、「北斗の剣」のケンシロウ）。能書きを述べてからでないと闘わないといった感じさえする。丁度、無口なキャラクターが笑いの対象になっていることの裏返し現象と言えるだろう。いずれにしろ、現在でもスポーツマンガと「闘う男」の物語は、マンガ誌の中で重要な位置を占めていることに間違いはない。

ここで述べてきたマンガに求められている「笑い」、「性」、「力」という三要素は、実のところ、マンガだけでなく他の領域——例えば、テレビ番組や小説——でも求められている。つまり、この三要素こそ、大衆文化の質を規定するものと言えよう。しかしだからといって、大衆文化が基本的にはこうした三要素を中心にした単純でわかりやすいものであることは、一概に否定されるべきことではない。歌舞伎にしても、落語にしても、かつては単純でわかりやすかったものが、複雑な規則で縛られた「芸術性」を獲得するに従って、大衆から遊離し、複雑な規則を知っている少数のエリートだけが楽し

図 11



武論尊作・原哲夫画『北斗の拳』より

める文化になり、パワーを失ってきたという現実もある。マンガも一時期、学者や評論家と自称する人々からその「芸術性」の高さを賞賛され、「文化」として社会的に認知されるにいたったが、全体として見るならば、そうした芸術性の高さを追求せず、徹底した大衆化を図ることによって、大衆のための文化としての位置に留まり、それがために圧倒的な量を獲得し、社会に対する影響力を行使し続けていると言えよう。

お わ り に

非常に短い文章の中に、マンガ史の概観を述べようとしたため、個々のテーマについて深く突っ込んだ分析がなしえなかったし、本来なら取り上げるべきマンガ家と作品について十分に触れることができなかった。もちろん、これはマイナス点であるが、ただ大衆意識の変化を大雑把につかむには、枝葉末節を切り捨てて、この程度に短くまとめられたものの方がわかりやすいということも言えるかもしれない。今後は、個々のテーマをより深く分析することや、量的に読者の意識をつかむ分析を進めていきたい。

Sociology of Comics: Analysis of Mass Consciousness through Comics

Shinji Katagiri

At the present time, comics is one of the typical Japanese mass culture, which is supported and inherited by the masses. So, we can know mass consciousness through analysis of comics. Here are four methods of sociological analysis of comics. First is historical analysis of popular comics in each period. To some degree, we can explain why one comic got popular by the situation of period. Second is qualitative method of important comics. It's a kind of intensive analysis of comic content. Third is quantitative method. Researching how many each comic magazine is printed, how often children read comics and so on, we can understand mass consciousness quantitatively. Fourth is analysis of comic writers including lots of semi-professional ones ("doujin-shi" writers) who can be called "mass writers". I select the first method in this paper. Analyzing popular comics historically, I emphasize four characteristics of present comics.

- 1) Appearance of variety for different readers.
- 2) Establishment as a media.
- 3) Publishing very large number of comic books.
- 4) Vulgariness of content with simple fun, sex and violence.