

Title	著者リプライ
Sub Title	
Author	谷原, 吏(Tanihara, Tsukasa)
Publisher	三田社会学会
Publication year	2023
Jtitle	三田社会学 (Mita journal of sociology). No.28 (2023. 7) ,p.105- 106
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	書評
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA11358103-20230701-0105

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

著者リプライ

谷原 吏

本稿は、拙著「〈サラリーマン〉のメディア史」に対する阪本博志先生による書評へのリプライです。拙著を書評対象として選定してくださった編集委員の先生方、そして、お忙しい中、書評の労をとっていただいた阪本博志先生には深く感謝の意を示したく存じます。誠にありがとうございました。

拙著でも言及していますが、日本の社会学の蓄積の中には、「〇〇のメディア史」「〇〇の時代」というタイトルを冠した、メディア史・歴史社会学の豊かな研究群が存在します。その中には、阪本先生の御著書である『『平凡』の時代——1950年代の大衆娯楽雑誌と若者たち』（阪本 2008）も含まれています。徹底した資料収集と丁寧な読み込みに支えられた社会史の記述は、確実に世の中に新たな知見を追加する営みです。拙著は、そのような学術的蓄積からヒントを得た結果生まれた研究でした。従って、阪本先生に書評をいただいたことは望外の喜びです。その上で、いただいた書評に2点コメントしたく存じます。

第一に、拙著について、「紙という媒体をとおしての先行研究との対話」であり、学生たちの参考になるであろうと評価いただいた点です。拙著が、これから修士論文や博士論文を書こうとしている社会学徒にとって学びとなるのであれば、著者としては本望です。

しかし実は、この点は博士論文を書籍化する際に悩んだ点でもあります。アカデミアの外の一般の方々も対象読者に入れて書籍を企画する場合、先行研究の整理とその乗り越え方に紙幅を割くのは一般的にあまり得策ではありません。どうしても文章が学術論文調となり、読みにくくなるからです。悩んだ末、私は先行研究への言及の部分を削るということはしませんでした。それは端的に言って、先行研究へのリスペクトからです。拙著で述べられている知見は、先行研究の蓄積なしには発見しえなかったものです。いわば、先人がこつこつと耕した畑に新たな作物を植えたようなものです。

第二に、女性向け雑誌への直接の言及がないという御指摘についてです。この点は率直に言って、著者の未熟さゆえの結果です。そもそも「サラリーマン」という主題を取り上げた以上、その存在と対をなす「主婦」や「OL（オフィス・レディ）」という存在について何らかの言及が必要であることは当然想定されることです。しかしその点を十分に記述できなかったのは、正直に申し上げると、とても自分の手には負えない、と思ったからです。主婦研究や働く女性研究に関しては、書評で言及されている石田（2006）、木村（2010）のほか、金野（2000）等、多くの先行研究が存在します。そうした先行研究群に対して、ジェンダー論に明るくない自分に何が書けるかと問うた時、白旗を上げざるを得ませんでした。

しかし言うまでもなく、女性を対象とした雑誌の社会史的重要性は疑う余地がありません。拙著で主として扱った「ビジネス雑誌」というジャンルにおいても、『日経WOMAN』、『PRESIDENT WOMAN』等、現在でも少なくない読者に読まれている雑誌が存在します。より広くライフスタイ

ル雑誌まで射程に入れば、非常に豊かな研究が展開できるでしょう。もっとも、それはもはや、労働や仕事といった枠組みに収まりきらない、いわば「女性のライフスタイルの社会史」とでもいうような研究になることが予想されます。なぜなら、女性向け雑誌はビジネス雑誌といえど、仕事にのみフォーカスしているのではなく、生き方全般に対する言及があるからです(牧野 2012)。さらに言えば、この男女における種差性こそ研究の価値があるのかもしれませんが。

最後に余談を記しておきたいと思います。拙著は「サラリーマン」に主題を絞っています。これは修士時代に研究を始めたところからの既定路線でした。しかし研究を進めるにつれ、そのつかみどころのなさに苦労することとなりました。しかしそのつかみどころのなさこそが、研究する意義であるとも思いました。拙著では、誤解を恐れず「普通の人々」という言い方をしましたが、いわば「知識人」でも「若者」でもない大衆的な存在、一見すると議論する価値を疑われるような余事象的な存在を記述することこそ、日本社会の一幕を記述し、新たな知見を追加する営為であると思ったのです。拙著が、また別の研究の先行研究となり、新たな研究に発展していくのであればそれは何よりの喜びです。

(参考文献)

- 石田あゆう, 2006, 『ミッチー・ブーム』 文藝春秋.
木村涼子, 2010, 『〈主婦〉の誕生——婦人雑誌と女性たちの近代』 吉川弘文館.
金野美奈子, 2000, 『OLの創造——意味世界としてのジェンダー』 勁草書房.
牧野智和, 2012, 『自己啓発の時代——「自己」の文化社会学的探求』 勁草書房.
阪本博志, 2008, 『「平凡」の時代——1950年代の大衆娯楽雑誌と若者たち』 昭和堂.

(たにはら つかさ 神田外語大学専任講師)