

新しい動向を踏まえた書評の実証的考察

濱本 亜由美

本研究は、新刊書についてその内容を批評・紹介する書評を対象とした実証的考察である。書評論の分野では、その機能について主に2つのことが指摘されている。刊行された図書を評価するという批評の機能、そして、その存在を読者に知らせるという広告の機能である。最近の動向としては、インターネットで出版・書店業界や一般の人々などの書評が大量に流通するようになったことが挙げられる。

これまで書評については、最近では2000年前後に数多くの特集が組まれるなど、以前から学術雑誌においても盛んに議論されてきた。しかし、日本の書評のあり方を検討する書評論のほとんどが、紙媒体の書評のみを検討の対象としており、インターネットで提供される書評という現在の新しい動向を十分に視野に入れたものとは言い難い。さらに、数量的な調査分析に基づいた実証的な議論の展開も見られない。

こうしたなか本研究では十分に扱われてこなかったインターネット上の書評を対象とし、その実態について数量的な調査を実施した上で、その考察を行った。今回の調査で対象としたのは、書評の掲載を目的あるいは目的の一部としたWebサイトであり、(1)こうした書評サイトについては開設時期や運営者など、(2)また、書評そのものについては、書評者、書評に掲載された図書やその出版社の分野などの調査を行った。また、書評そのものについては、従来の紙媒体の書評として新聞書評も使用して調査を行い、比較する方法を採った。さらに、その調査結果をこれまでの書評論における指摘と照らし合わせることを最後に行った。

調査の結果、Web上の書評では幅広い職業人や匿名の執筆者による書評が多く、新聞書評とはその点で違いが見られた。被書評書については、これまでの書評論で小・零細出版社の図書を取り上げるべきとの主張が見られたが、本調査ではWeb上の書評でも状況に変化は見られなかった。被書評書としてどんな種類の図書が多く取り上げられているかについては、Web上の書評ではビジネス書系の出版社に偏りが見られる結果となり、新聞書評とは異なっている。なお、高価な図書ばかりが取り上げられるなど、これまで書評論で指摘されてきたことについては、その傾向が見られない結果となった。従来の書評論で扱われなかったこととしては、Web上の書評では書籍販売サイトにリンクを使って直接到達でき、それに絡んで書評サイトに報酬が支払われる仕組み（アフィリエイト）の普及が見られるなど、書評がビジネスと直接に結びつく傾向が指摘できる。

本研究では、インターネットという新たな書評の媒体を対象として実証的な調査に基づいた考察を行った点が、本研究の意義であると考えられる。今回得られた知見によって、これまでの書評論に見直しを求めるものや、従来の書評論では指摘されてこなかった新しい動向が生じていることも明らかとなった。

(指導教員 原 淳之)