

素人の文学

ーロマンス小説における消費と生成の 幸福なるサイクルー

尾崎 俊介

ロマンス小説出版の先駆け

仮に「女性向けロマンス小説」という文学ジャンルが存在するとするならば、このジャンルを確立したのは、1908年にイギリスで創立された Mills & Boon（以下 M&B と略称）という出版社である。1971年にカナダのロマンス専門出版社であるハーレクイン社（後述）に買収され、現在ではその傘下に入っているとはいえ、20世紀初頭という時代にいち早くロマンス小説出版の可能性に気づき、他社に先駆けて「女性読者」という潜在的巨大マーケットを掘り起こした功績は大きい。¹

だが、M&B社の功績は「女性読者」を発掘したことに留まらない。同社にはもう一つ、大きな功績があった。それは「女性作家」、それも「女性素人作家」を重用したことである。

女性素人作家の存在、それは20世紀初頭のイギリスにおいて既に顕著なものであった。実際、M&B社の事例を一つとっても、創業間もない1912年、同社は1000もの小説原稿の投稿を受け付けており、このうち75%は女性から、しかもその95%は無名の素人作家からのものだった。² この時代、ペンを握っていたのは、女性だったのだ。

となれば M&B 社が、これからの時代、小説の読者としてだけでなく小説の執筆者として、「女性」がクローズアップされるに違いないと考えたとしても不思議ではない。事実、同社の小説部門を統括していた Charles Boon は、1913年に開かれたある講演会の中で次のように述べている。

The great majority of the circulating libraries' readers are women, and these are quick to know a good book from a poor one, and do not fail to advise their friends accordingly. Men are not so much readers of novels as they used to be, and when they take one up it is generally because one of their women-folk has spoken highly of it. Of course, the sale of a novel is always influenced somewhat by newspaper criticisms; but I believe it is still more assured by its women readers.

Men are not writing so much fiction as in past years, while the woman writer is immensely on the increase. Woman is doing really distinguished work in the realm of fiction, and there can be no doubt that, as time goes on, the number of women's names on our roll of honoured novelists will be very considerable. Men are running away from novel-writing. Perhaps they are not to be blamed, since the majority of them do not look upon it as sufficiently remunerative work. But publishers ought to be very grateful to women for taking their place with such excellent results.³

この発言からも、M&B 社が女性素人作家の潜在的な実力に早くから注目していたことは明らかであろう。

だがこの発言と共にもう一つ、M&B 社の「女性素人作家重視」の方針を如実に示した事例がある。同社が 1912 年に試みた女性素人作家のための一種の助成金制度である。

この助成金制度を発足させるきっかけとなったのは、Maisie Bennett という 21 歳の女性が *Golden Vanity* というロマンス小説を書いて M&B 社から出版し、これが好評をもって市場に迎えられたことだった。このベネットという女性、実はもともと貸本屋の店員で、職業柄どのようなストーリー展開のロマンスが女性読者に好評をもって受け入れられるかをよく知っており、それで第 1 作目から評判になるような作品を書くことができたのだが、これに

気をよくした M&B 社は、ベネットに対して第 2 作目の執筆に専念するようにと、年額 78 ポンドの助成金を出すことにしたのである。素人作家に対する助成金というのは当時としては珍しかったらしく、この制度の噂は M&B 社が予想していた以上に世間の評判になったという。⁴

もともと、これだけの助成金を得たにも係わらず、メイシー・ベネットの第 2 作が世に出ることはなかった。そのため、この助成金制度も一回切りのことになってしまったのだが、M&B 社が一人の無名新人作家に対して示したこの気前の良さが、同社のイメージアップにつながったのは事実で、この後、多くの女性素人作家たちが自作原稿の投稿先の筆頭候補として M&B 社を選ぶようになったというのだから、同社は 78 ポンドというお金を上手に会社の宣伝に用いたと言ふべきだろう。

「頼れる男」を失った出版社

とはいえ、ロマンス小説とそれを執筆する女性素人作家たちの存在は、M&B 社にとって最初から特に重要なものではなかった。創立当初の M&B 社は、一般の小説・歴史書・教養書・ユーモア・健康・育児・料理・旅行関連書など、どんな種類の本でも選り好みせず出版していたのであって、必ずしも女性素人作家が得意とするロマンス小説の出版に偏向していたわけではなかったからである。それどころか、この時代に「重要な本の出版」を目指した他の出版社と同様、できれば素人作家より名のある職業作家、とりわけ「売れる」男性作家を専属として迎え入れたいという願望は、M&B 社の中に根強かった。

そして、そんな M&B 社の願望を実現することとなったのが、Jack London との専属契約である。彼は *The Call of the Wild* や *White Fang* などの作品で知られ、イギリスのノーベル賞作家 Rudyard Kipling と並び称されるほどイギリスでも人気のあった作家であるが、1911 年、M&B 社はこのジャック・ロンドンと契約を交わすことに成功したのだ。イギリスの新興出版社である

M&B 社の最初の看板作家は、意外なことにアメリカ人だったのである。

創立間もない新興出版社とアメリカの人気作家。一見すると不思議な組み合わせにも見えるが、実はこの背景には、ロンドン自身が以前契約していた Methuen 社や Heinemann 社といったイギリスの出版社の編集方針に対して強い不満を抱いていたことがあった。またそのことに加え、ロンドンのエージェントであった Hughes Massie が M&B 社のことをたまたまよく知っていたという偶然も重なって、当時まだ無名の新興出版社であった M&B 社は、思いもかけず著名な人気作家と契約を結ぶことができたのである。ちなみに両者の最初のコラボレーションとなった *When God Laughs and Other Stories* という作品のイギリス版が 1911 年 9 月に出版された時、その契約内容は「100 ポンドの前払い、5000 部までは 20%、それ以降は 25%の印税」というもので、ロンドンにとってはきわめて有利なものだったのだが、M&B 社の方も以後継続的にロンドン作品を出版し続け、最終的には 36 点もの作品をイギリス・オーストラリア・ニュージーランドで販売し、相当な利益を上げている。イギリスの新興出版社 M&B 社とジャック・ロンドンとの結びつきは、双方にとってかくのごとく互恵的なものであった。⁵

ところが M&B 社とロンドンの幸福な蜜月時代も長く続くことはなかった。というのも契約成立からわずか 5 年の後、1916 年にジャック・ロンドンが 40 歳の若さでこの世を去ってしまったからで、ようやくビジネスが軌道に乗り始めた M&B 社にとって、頼みとする人気作家の突然の死がもたらした金銭的・精神的な打撃は大きく、「ロンドン・ショック」は長く M&B 社経営陣にとってのトラウマとなった。一人の専属人気作家が当該の出版社に大きな利益をもたらすことは言うまでもないが、その作家に頼り過ぎることがいかに危険なことであるか、M&B 社は身をもって体験したのである。

しかも M&B 社を襲った不幸はこればかりではなかった。ロンドンの死と同年の 1916 年、第一次世界大戦にまつわる世界情勢の緊迫により、共同創業者として M&B 社の経営責任を担ってきたチャールズ・ブーン（既述）と

Gerald Mills の二人が揃って軍に招集されてしまうと、リーダーシップを失った同社の経営は途端に迷走し始め、時を経て二人が M&B 社に復帰した時には、100 万部の在庫を抱えるほどの経営不振に陥っていたのである。同業他社が戦後の好景気を背景に業績を伸ばしていた 1921 年当時、M&B 社はわずかに 40 ポンドの黒字しか計上できなかったというのだから、その危機的状況は想像に難くない。⁶

鍵を握る「女性」と「貸本屋」

1910 年代後半から 1920 年代初頭にかけて、社の看板であった「男性」職業作家を失い、さらに社の舵取りを行ってきた有能な「男性」経営陣が兵役に取られてしまったことなどから、極度の経営難に陥った M&B 社。その復活の鍵を握っていたのは、「女性」の存在だった。

第一次世界大戦が終結して 1920 年代に入ると、安価な娯楽としての本の人気が高まり、また新たな本の流通経路として貸本屋が普及したこともあって、イギリスでは空前の読書ブームが起きていた。そしてこのブームの中、新興の巨大読者層として認識され始めたのが女性読者、とりわけ労働者階級中層から上層にかけての女性たちであり、その彼女たちが好んで読んだのがロマンス小説だったのである。M&B 社の出版物の中でも、この頃からロマンス小説に対する注文、とりわけ貸本業界からの注文が急速に伸び始め、これが不振に喘いでいた同社にとって恰好のカンフル剤となった。つまり「女性好み」のロマンス小説を、当時新興の読者層であった「労働者階級中層・上層の女性たち」が、「貸本屋」を通じて読み耽るという習慣の確立、これが M&B 社の急速な業績回復を支えたのだ。またそうなれば、1930 年代に入ってから M&B 社が女性と貸本屋をターゲットにしながら、ロマンス小説の出版に力を入れるようになったのも当然であろう。

かくして 1930 年代以降の M&B 社は、できるだけ多くのロマンス小説を貸本屋経由で女性顧客のもとに届けるべく、出版のペースを上げる戦略をと

り始めた。何しろ貸本屋における本の貸借の回転率は非常に高く、平均的な利用者は週に一度貸本屋を訪れ、その都度 2 冊ほどを借りていくというのだから、毎月 1 冊ずつ新刊を出すといったペースで出版していたのでは、貸本屋の顧客層にアピールすることは到底できない。1930 年代に入ってから M&B 社が「1 週間おきに 2 冊から 4 冊の本を出版する」という超過密な出版スケジュールを確立したのは、貸本屋を訪れる女性顧客の心を捉えるための重要な戦略だったのである。⁷

しかし、このような過密出版スケジュールと同時に、M&B 社が女性顧客・貸本屋対策として打ち出した重要な出版戦略がもう一つあった。ロマンス小説の均質化である。つまり、M&B 社が出版するロマンス小説のストーリーを思い切ってマンネリ化してしまったのだ。その結果、M&B 社が出すロマンス小説はどれも同じような展開を、すなわち、小説の冒頭で偶然出会ったヒーローとヒロインが、紆余曲折の末、相思相愛であることを見出し、最終的にヒーローがヒロインにプロポーズしてハッピーエンドの大団円を迎える、というような型通りの展開をとるようになった。ロマンス小説の筋書きから独創性や意外性を排除することは、ただちに「飽き」につながり、継続的な読者の獲得を阻害するようにも思えるが、一般にロマンス小説を愛好する女性読者というのは、先の見えないストーリー展開やハッピーエンド以外の結末を極度に嫌うものなので、このようなストーリーのマンネリ化というのは、ロマンス小説の出版に関しては決してマイナスには作用しない。それどころか、これらのロマンス小説が主として貸本屋を通じて流通するものであることを考慮するならば、出版するロマンス小説のストーリー展開を統一し、「M&B 社のロマンス小説のうちのどれか一冊が気に入ったのなら、同社が出している他のどの本もすべて気に入るはず」というふうにしておくのは、ロマンス小説出版のマーケティング戦略として非常に有効なのだ。

しかも M&B 社が均質化したのはロマンス小説の内容ばかりではない。同社は本の外観、すなわちロマンス小説の体裁までも均質化してしまったのだ。

もともと M&B 社では、自社の本をすべて茶色の布地で製本し、そのために「ブラウン・ブック」なる愛称を得ていたのだが、1930 年代になると、さらにその上にハリウッドの映画ポスターばりの派手なダスト・ジャケット(=カバー)を纏わせ、それを同社のロマンス小説の新しいトレード・マークにしたのである。公共図書館の場合と違い、貸本屋では本はダスト・ジャケットをつけたまま書架に置かれるので、この種の派手なダスト・ジャケットをつけることは、貸本屋の中での M&B 社の本の認知度を高めるのに大いに役立つのだ。⁸

このように M&B 社は、1930 年代以降、大体同じようなストーリー展開をするロマンス小説を、デザインに共通性を持たせた派手なダスト・ジャケットに包み、これを「M&B」というブランドの商品として売するという形で、女性読者という新興の巨大読者層をターゲットとしたマーケティングを押し進めて行くこととなる。

「質」より「量」へ

しかし、2 週間に一度数冊の新刊を出版するというような出版のペースを維持するには、その分、相当な数の作品を用意していなければならないのは言うまでもない。無論、1920 年代から徐々にロマンス小説の出版に力を入れていた M&B 社には既に何人もの専属女性作家が在籍していて、例えば海外を舞台にしてヒロインが冒険的なロマンスに身を委ねるという筋書きの「エキゾティック・ロマンス」を書き飛ばした Joan Sutherland であるとか、病院内を舞台に医師と看護婦の恋を描く「メディカル・ロマンス」で名を挙げた Louise Gerard などが数多くの作品を提供してはいたが、1930 年代に入って貸本屋との提携が進み、より多くの作品をより頻繁に貸本屋に納入する必要に迫られるようになると、彼女らが書く作品に期待するだけでは間に合わなくなってきたのである。

そこで M&B 社が目をつけたのが、同社に寄稿してくる無数の女性素人作

家たちであった。先に述べたように、もともと M&B 社は投稿原稿のすべてに目を通すなど、素人作家の投稿作品を積極的に受け入れる社風があったのだが、1930 年代以降、貸本屋との関係の強化を図っていた M&B 社は、これらの女性素人作家の中から有望な作家を発掘して専属作家を増やし、出版点数の増加に対応できる体制を作っていく方針を打ち出し始めるのである。1910 年代半ばにジャック・ロンドンを失い、1920 年代にはロンドンと並ぶ同社の看板作家であった Hugh Walpole を他社に引き抜かれるなど、男性職業作家との関係において何度か痛い思いをしてきた M&B 社としては、他社と競合しながら著名な男性職業作家との契約に奔走するより、女性作家、とりわけ女性素人作家の中に将来性のある作家を見出し、もって出版物の安定した供給源の確保を図った方が得策であろうと考えたのも無理はない。

そして結果から言えば、M&B 社の女性素人作家重視の方針は大成功であった。例えば 1935 年の数字を見ても、この年、同社は 531 の投稿原稿を受理していて、この中から 37 作を出版している。しかもその中には、後に M&B 社の専属スター・ライターとなる 4 人の女性作家、すなわち Eleanor Farnes、Jan Tempest、Sylvia Sark、Valerie K. Nelson の作品が含まれていたのだから、M&B 社にとって女性素人作家からの投稿原稿は宝の山だったと言っていい。そしてこの宝の山を掘り当てた M&B 社は、「少数の男性職業作家」に依存しがちなごく普通の総合出版社から、「大勢の女性素人作家」を擁するロマンス小説専門出版社へと変貌していったのである。またそれは、敢えて誤解を恐れずに言うならば、色々な意味で「質」より「量」への転換でもあった。

だが質より量をとった以上、自社が発掘した女性素人作家たちには是非とも沢山の作品を書いてもらわなければならない。事実 M&B 社では彼女たちを励まし、次から次へと作品を書くよう促していたのだが、ロマンス小説というのはコツさえ掴めば量産が効く文学ジャンルらしく、たとえば 36 年組（1936 年に同社が発掘した新人女性作家たち）の一人、Frances Wellesley-Smith は同社のために 89 冊のロマンスを書いているし、同じく 36 年組の Mary

Burchell と Jean MacLeod は、それぞれ 130 冊ものロマンスを提供している。この他、代表的な作家だけを見ても、Anne Vinton が 52 作、Anne Weale が 70 作、Joyce Dingwell が 83 作、Lilian Warren が 59 作といった調子で、M&B 社専属の女性素人作家たちは、平均して年 4 作というペースで書き続け、これらの作品群が M&B 社の回転の早い出版サイクルを支えたのである。⁹

ジャネット・デイリーのケース

そして「大勢の女性素人作家を動員してロマンス小説を量産する」という M&B 社の方針は、その後同社がカナダの出版社 Harlequin Books（現在は Torstar Corporation 傘下の Harlequin Enterprises, Ltd.。以下「ハーレクイン社」と略称）に買収された後も続くことになった。ハーレクイン社もまた、積極的に世の女性素人作家から作品を募り、その中から才能のある作家を発掘するという方針を受け継いだのだ。

もっとも、実際には素人作家の投稿作品が出版までこぎ着けるのは非常に難しく、ハーレクイン社の場合、その採用率は 1000 の持ち込み原稿の中からようやく 1 作が採用されるといった程度なのだが、¹⁰ 1 冊でも作品が出版されれば相当な収入になり、また精神的満足度も高いということもあって、現代においてもロマンス作家志望の女性は多い。例えば 1970 年代後半以降のロマンス小説界で絶大な人気を誇った Janet Dailey という作家も、素人（＝主婦）から一躍、人気ロマンス作家になった一人である。

ここで一つのモデル・ケースとしてジャネット・デイリーの経歴に着目してみると、1944 年生まれの彼女が初めてハーレクイン・ロマンスを手にしたのは 24 歳の時。以来、この種のロマンス小説の熱烈なファンとなり、これに読み耽ると同時に「こういう小説なら私にも書ける」という強い思いを抱き続けた。そしてその思いを胸に、1974 年、実際に自分でロマンス小説を書き、原稿をハーレクイン社に投稿してみたところ、これが見事採用され、その後わずか 4 年間のうちに 28 作を書き上げて 100 万ドル以上の印税を稼

いだというのだから、まさに絵に描いたような成功物語である。¹¹

それにしても4年間に28作といえば、平均して年7冊書いたことになるわけだが、このような爆発的な創作を支えていたのは、機械的とも言えるデイリーの執筆スタイルである。実際、デイリーの執筆のペースは驚くほど規則的で、毎日午前中に執筆を始め、お昼までに必ず11ページ分を書き、それだけ書いたらたとえセンテンスの途中であっても書き止める。そしてこれを16日間繰り返して176ページ、すなわちハーレクイン・ロマンス1冊分の原稿を書き上げてしまうというのだ。なぜこれほどまでにビジネスライクにロマンス小説が書けるのかと問われたデイリーは、「自分が読みたいようなものを書いているから」(“I find it easy to do because I write to please myself.”)と答えているが、¹¹ デイリーにとってロマンス小説の執筆は、まさに天職だったと言っていい。

先輩作家たちのアドバイス

が、ここで注意を促しておきたいのは、上に述べてきたジャネット・デイリーのケースが決して特殊なものではない、ということである。それどころか、むしろこれこそが典型的なロマンス作家の経歴なのだ。ロマンス小説が好きでこれを夢中になって読んでいた女性が、「これなら私にも書ける」という衝動に導かれ、自分が読み慣れた、あるいは自分が読みたいと思う筋書きのストーリーを書いて出版社に送り、これを契機に一躍人気作家となって大金を稼ぐというパターン。これはロマンス小説の世界では頻繁に生じていることなのである。

ロマンス小説の世界では読者と著者を隔てる敷居が非常に低いこともあって、人気ロマンス作家がいかにして現在の地位を築くに至ったか、というようなエピソードは、読もうと思えばいくらでも読むことができる。例えばロマンス小説界のfanzineとして有名な*Romantic Times*の創刊者であるKathryn Falkが編集した*How to Write a Romance and Get It Published*¹²という本はそ

の好例で、この本を読むと、いかに多くのロマンス作家がロマンス小説好きの一般読者（＝素人）の中から生まれてきたか、ということがよく分かる。

ちなみにこの本は、その名の通りロマンス小説の書き方および出版の仕方に関する指南書なのだが、ただ単にロマンス小説を書くにはどうすればいいか、ということを書きつらねたものではない。非常に興味深いことに、この指南書自体の中に一つの架空のストーリーが仕組まれているのである。このストーリーの主人公となるのはロマンス小説の熱烈なファンである Rosie Reynolds という 35 歳の主婦。物語はロマンス小説への思いが高じたロージーがついに自ら執筆を志し、どうすればロマンス作家になれるのかを『ロマンティック・タイムズ』の編集者であるキャスリン・フォークに手紙で尋ねた、というところから始まり、この問に対するキャスリン・フォーク自身のアドバイスや、フォークの友人である 52 人もの著名なロマンス作家たちからのアドバイスを通じて、次第にロージーが自覚と自信に目覚め、一人前のロマンス作家に成長していく、という形で進行していくのだが、要するにロージーという架空の素人作家の卵を一種の狂言回しとして使いながら、間接的にロマンス小説家になるためのノウハウを一般読者に伝授していくというのが、本書の趣向なのだ。

かくして本書には、およそロマンス作家たるものが心得ておかなければならないあらゆること、例えば取材の仕方であるとか、ストーリーの立て方、1 人称にすべきか 3 人称にすべきか、冒頭の章の書き方、必ず書き込むべきこと、逆に書いてはいけないこと、結末のつけ方、清書の仕方、完成した原稿をどこへ持っていけばいいかなど、様々なノウハウが事細かに盛り込まれているのだが、「最初はキッチンのテーブルで書いてもよいが、プロ意識を持つためには自分の書斎を持て」といった説得力のあるアドバイスがあるかと思えば、それに続いて「ただしその際、椅子にはクッションを敷き、壁にはセクシーな男優のポスターを貼れ」といったやや下世話なアドバイスまであるといった調子で、読者を飽きさせないような工夫が随所になされている。

しかし、そのような下世話なことまで含め、本書に登場するありとあらゆるアドバイスの中で、著者のキャスリン・フォークが一番最初にロージーに与えるアドバイスは何かと言えば、「ロマンス作家たるもの、まず熱心なロマンス読者であれ」ということである。

But first, you should know that as an avid reader you have the best chance of getting published. When I researched my book, Love's Leading Ladies, I discovered that most of the popular romance authors are readers turned writers.¹³

「今活躍しているロマンス作家の大半がそうだったように、ロマンス小説の熱烈な読者こそが、ロマンス作家になる一番の候補者である」ということ。これこそまさにキャスリン・フォークがロージーに（＝本書の読者に）最初に語りかけることであり、さらにこの本の中でロージーにアドバイスをする数多くのロマンス作家たちが異口同音に主張していることなのである。つまりロマンス小説の世界においては、単なる一読者の立場から出発して素人作家となり、そこから名を上げていった先輩作家が大勢いるばかりでなく、そうした作家たちがロマンス小説ファンの読者に向かって絶えず「あなたたちだって素晴らしいロマンスが書けるはず」というメッセージを発しつつ、彼女たちの中から自分たちに続く者をリクルートし続けているのだ。

素人の文学

ロマンス小説の熱烈な読者が、いつしかロマンス小説を書く側にまわり、その作品に触発されてまた次の世代のロマンス作家が育つ。そんな生産・消費・再生産のサイクルがしっかり確立されている文学ジャンル、それが「女性向けロマンス小説」の世界なのである。今から 100 年ほど前にイギリスで設立された M&B 社が、1930 年代あたりから少数の男性職業作家に頼るこ

とを止め、大勢の女性素人作家を重用する方針を打ち出して以来、ハーレクイン社など大手ロマンス出版社の出版活動を通じて継続されてきたこの伝統は、今日、「素人」を取り込みながら成長・発展を続けていく文学のシステムとして、見事に定着したと言ってよい。1980年代以降、アメリカでは文学市場のおよそ4割をロマンス小説が占めているのだが、¹⁴ この市場における圧倒的な勢力図の背景には、ロマンス小説を読み、そして書く、膨大な数の「素人」の存在があったのだ。

だが、ロマンス小説における「素人」の活躍を意識することは、その対極にあるもの、すなわち「玄人」のことを考えさせる契機ともなる。素人が読者としてロマンス小説を享受し、さらにその読者が次世代のロマンス作家を生み出す肥沃な母体ともなりながら、活発な市場を形成している間、文学の玄人、すなわち文学研究者や文芸評論家といった専門家たちは、彼ら好みの文学たる「純文学」と、いかなる関係を築いてきたのか。

無論、彼らが純文学の作品群を正しく鑑賞し、研究し、評価しようとしてきたことは間違いない。そしてそうした作品群を生み出した偉大な作家たちの神髄に少しでも近づくべく、知識を磨き、理論武装し、競い合ってきたことも確かであろう。が、残念なことに、あまりにも先鋭化した解釈競争ゆえに、今では当該の作家の作品ばかりか、それを解釈・解説する専門家の言葉すら、一般大衆の理解の範囲を越えてしまっているようなところがある。そしてそのことが純文学を孤立させ、これに親しもうとする素人読者を萎縮させて、その市場を狭めているのである。

しかし、「素人」という巨大読者層とインタラクティブな関係を築くことができない「玄人の文学」としての純文学に、かつて広い意味での「文学」が持っていた社会的な力を取り戻すことはできるのだろうか。「面白い／面白くない」「いい／悪い」といった素人的価値基準で語れなくなった時、どのようなジャンルの文学であれ、それは力を失い、萎縮していかざるを得ないのではないだろうか？

このような一種の危機意識は、幸いなことに、玄人読者の一部にも共有され始めているようで、現在、彼らを中心に「素人」と「純文学」を結びつけるようなムーヴメントが次々と生じている。その動きは殊にアメリカにおいて顕著で、例えば 1996 年、人気テレビ司会者 Oprah Winfrey が主催し、素人向けに純文学作品を紹介するブック・クラブ番組が話題を呼んだことは記憶に新しいし、¹⁵ また 1995 年に批評家の Laura Miller らがインターネット上に「サロン・ドット・コム (salon.com)」という純文学紹介サイトを立ち上げ、さらに 2000 年には「学者のためでも、批評家のためでも、はたまた文学賞の審査員のためでもなく、ただ好きで現代小説を読んでいる読者のために」と銘打って *The Salon.Com Reader's Guide to Contemporary Authors* を編纂したことも、アメリカ文学界の大きな話題となった。¹⁶ このような近年のアメリカにおける素人読者復権の動きは、「文学は誰のためのものか」という重要な命題を、文学の「玄人」たちに突きつけていると言えるのかも知れない。

そしてそのように考えた時、「素人」という存在をうまく巻き込んで消費と生成の幸福なサイクルを確立し、もって非常に活発な市場を維持し続けている女性向けロマンス小説の世界は、あまりにも閉鎖的になり過ぎてしまった純文学の世界へのアンチ・テーゼとして、あるいは、文学の本来あるべき姿を示す一つのモデルとして、さらなる研究と考察の対象になり得るのではないかと思うのである。

*本稿は 2006 年 4 月に中京大学において行われた第 23 回 日本アメリカ文学会中部支部大会に於けるシンポジウム「素人の文学」での発表に、加筆・修正を加えたものである。

注

- 1 Mills & Boon 社に関する基本的な情報は、主として Joseph McAleer, *Passion's Fortune: The Story of Mills & Boon* (Oxford: Oxford UP, 1999) および Jay Dixon, *The Romance Fiction of Mills & Boon, 1909-1990s* (London: UCL Press, 1999) に依った。
- 2 Joseph McAleer, *Passion's Fortune: The Story of Mills & Boon*, p.28.
- 3 Ibid., p.29.
- 4 Ibid., p.30.
- 5 Mills & Boon 社とジャック・ロンドンについては、Joseph McAleer, *Passion's Fortune: The Story of Mills & Boon*, pp.31-38. を参照せよ。
- 6 Joseph McAleer, *Passion's Fortune: The Story of Mills & Boon*, p.40.
- 7 Ibid., p.63.
- 8 Ibid., p.65.
- 9 Mills & Boon 社の専属作家については、Joseph McAleer, *Passion's Fortune: The Story of Mills & Boon*, pp.67-73. および pp.97-105. を参照せよ。
- 10 ハーレクイン・ロマンスの投稿原稿の採用率については、Margaret Ann Jensen, *Love's Sweet Return* (Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1984), p.69. を参照せよ。
- 11 Phyllis Berman, "They Call Us Illegitimate," in *Forbes* (March 6, 1978), p.38.
- 12 Kathryn Falk, *How to Write a Romance and Get It Published* (New York: Crown Publishing, Inc., 1983).
- 13 Kathryn Falk, *How to Write a Romance and Get It Published*, p.2.
- 14 Kenneth C. Davis, *Two-Bit Culture: The Paperbacking of America* (Boston: Houghton Mifflin, 1984), 363. を参照せよ。
- 15 オープラ・ウィンフリーが純文学を一般（素人）読者に対して紹介する番組を作り上げた経緯については、Cecilia Konchar Farr, *Reading Oprah : how Oprah's book club changed the way America reads* (Albany: State University of

New York Press, 2005). に詳しい。

- 16 Laura Miller, et.al., *The Salon.Com Reader's Guide to Contemporary Authors* (New York: Penguin USA, 2000). の「序文」を参照せよ。

文献目録

- Berman, Phyllis. "They Call Us Illegitimate." In *Forbes*. March 6, 1978.
- Davis, Kenneth C. *Two-Bit Culture: The Paperbacking of America*. Boston: Houghton Mifflin, 1984.
- Dixon, Jay. *The Romance Fiction of Mills & Boon, 1909-1990s*. London: UCL Press, 1999.
- Falk, Kathryn. *How to Write a Romance and Get It Published*. New York: Crown Publishing, Inc., 1983.
- Farr, Cecilia Konchar. *Reading Oprah: how Oprah's book club changed the way America reads*. Albany: State University of New York Press, 2005.
- Jensen, Margaret Ann. *Love's Sweet Return*. Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1984.
- McAleer, Joseph. *Passion's Fortune: The Story of Mills & Boon*. Oxford: Oxford UP, 1999.
- Miller, Laura., et.al. *The Salon.Com Reader's Guide to Contemporary Authors*. New York: Penguin USA, 2000.