

独学する受験生たちの紙上共同体 ——メディア文化としての受験文化の機能と変容——

藤村 達也

受験競争がどのように経験されているのかを捉えるうえでは、受験をめぐる意味秩序、すなわち受験文化の視点が必要である。本研究は、増進会の通信添削とその会報『増進会旬報』を対象に、受験メディアを通じて形成され共有される受験文化の特徴と機能がいかなるものであり、それが大学受験の大衆化によってどのように変容したのかを明らかにすることを目的とする。1950年代から1960年代の『旬報』上では投稿欄や筆名を用いた会員間の活発なコミュニケーションが行われ、「Z会」に対する共同体意識が生じていた。またそうした共同性を基盤にした会員間の競争が学習意欲を向上させる装置として機能していた。その後1970年代以降になると、会員の増加・多様化や成績管理の合理化により『旬報』の構成やそこでのコミュニケーションが変化したことで共同性は衰退し、加熱装置の中心は共同性に基づく会員間競争から、個別化された学習管理へと移行した。

1 問題の所在

1-1 受験文化という視点

本研究は、増進会の通信添削とその会報である『増進会旬報』を対象に、メディアを通じて形成され共有される受験文化の特徴と機能がいかなるものであり、それが大学受験の大衆化によってどのように変容したのかを明らかにすることを目的とする。

戦後日本において、受験競争は主に学歴主義と結びつけられ教育上の問題として扱われてきた（藤村 2024）¹。1950年代後半には新制大学・高校への進学をめぐって受験競争が激化し、浪人生の増加などが問題視された（清水 1957 など）。その後1960年代後半には学歴社会論が台頭し、『学歴社会』の問題性の論拠として『受験競争』の非教育性が言及されるという形で、『学歴社会』と『受験競争』は相互参照的・循環的にひとつながりの問題群を形成（本田・平沢 2007: 6）しているという認識が支配的になった。また受験競争はそれ自体が学歴社会と不可分の問題であると同時に、非行、落ちこぼれ、不登校といった「教育荒廃」を生じさせる原因としても位置づけられた（岩田 1981）。このように、受験競争は「学歴社会」と「教育荒廃」という大きな社会問題・教育問題の中心的要素として認識されてきた。その後1980年代中頃には、当時の日本社会において学歴が地位達成に与える影響が国際的に、あるいは戦前期と比較してもとりわけ大きいとは言えず、受験競争の激しさは学歴の効用によっては十分に説明できないことが認識された。そして受験競争を加熱させる要因は、学歴の象徴的価値や学校内部の配分メカニズムなどに見出されるようになる（中西 2016）。

そのようななかで、学歴主義や選抜構造ではなく、受験という領域固有の特徴に競争を激化させる要因を見出したのが竹内洋である。竹内（1995）は「受験社会」が「学歴社会」に従属するシステムでありながらも相対的に自律し、自己準拠的な構造を有することに着目した。学歴の機能的価値や象徴的価値から一定程度独立して、受験競争はその領域内部で意味や報酬を供給し、人々を競争へと駆り立てる仕組みを有しているという。また竹内（1991）は入

学試験だけでなくその準備期間まで含めて、人々のライフコースにおいて特別な意味が与えられた時間・空間としての受験生活を「受験的生活世界」と呼び、受験勉強をめぐる意味づけや動機づけといった主観的理解をめぐる問題を歴史的な視点から捉える意義を示した。

竹内が提示したのは、受験競争を学歴主義に従属的な現象あるいは教育問題として捉えるのではなく、一定の自律性と固有の意味秩序を持った社会現象として理解する方針である。これは文化社会学 (cultural sociology)² の視点から「社会的現実の意味構成・意味秩序」(佐藤成基 2010) にかかわる局面に照準し、受験競争をめぐる文化、すなわち「受験文化」の形成過程と機能を捉えることを意味するといえる。学歴主義に付随する問題として受験競争をみると、受験生は学歴獲得に邁進する目的合理性に囚われた存在か、あるいは学歴社会に抑圧される受動的な「犠牲者」とみなされることになる。それに対して受験文化の視点を取ることで、受験競争をめぐる意味構成・意味秩序が受験生により「つくりだされ」「構造化され」「生きられる」(佐藤健二・吉見 2007) 側面を捉えることが可能になり、「何がかれらを努力と勤勉に押し出したか」(竹内 1991: 4) を当事者の意味世界に即して説明することが可能になる。

1-2 受験メディアへの着目

受験競争を文化社会学的視点から捉えるにあたって重要な観点として、「場」と「メディア」をあげることができる。北田暁大と東園子は佐藤・吉見 (2007) の議論を踏まえ、「事象を文化的かつ社会的に捉えるという作業が不可避的に『歴史』への志向性を持つ」と同時に、「意的的な史層のうえに繰り広げられる意味実践の『場』を『分析に値する場』として位置づけることの重要性」と「場の協同的維持を空間的制約を超えて可能にすると同時に変質させる『媒体』^{メディア}に着目することの認識利得」を捉えるものだとする (北田・東 2023: 256)。

これを踏まえれば、まず受験文化が形成され共有される「場」への着目が必要である。竹内 (1991) が学校、受験雑誌、予備校、講義録、参考書などの様々な対象を取り上げ、近現代日本の受験文化を通史的に概観したものであるのに対し、受験文化に関してより個別的な「場」に着目した分析も行われてきた。教育社会学では、学校におけるテスト経験や受験指導をめぐる認識や相互行為に関する調査を行った山村賢明らによる調査 (学校社会学研究会 1983) や、中学受験塾でフィールドワークを行った岩瀬 (2010)、予備校における浪人経験を分析した塚田 (1999) などの研究が存在する。これらは学校、塾、予備校といった受験指導が行われる個別の場に着目し、そこで経験や実践がいかなるものであるかを検討している。

他方、対面的コミュニケーションが行われる空間とは異なり、地理的制約を超えて受験文化が形成され共有される「場」を作り出すのがメディアである。全国規模で行われた大学受験に関して共通の経験に基づく文化が形成されるうえでは、受験準備目的の学習メディア、すなわち「受験メディア」の存在が大きな役割を果たしていたと考えられる。メディア論の領域では、戦前の講義録 (井上 2008a)、通信添削やラジオ講座 (井上 2008b)、受験雑誌『螢雪時代』(佐藤卓己 2015) などの受験メディアの発展と機能がメディア史的視点から論じられてきた。また先述の竹内 (1991) も受験雑誌や講義録、学習参考書に関する分析を行っている。これらの先行研究は、受験メディアに関して、企業の展開や受験生による購読状況、

大学等への進学をめぐる人口動態等を踏まえ、個々の受験メディアの展開と機能を論じている。他方でその分析の中心は送り手たる出版社や企業などにあり、各メディアの内容・構成などの特徴や、受験生による利用の在り方については十分に検討されていない。またいざれの研究も共通して、受験文化を支えた要因としてメディアを通じて形成される受験生の共同性を、受験文化の機能としては学習意欲の維持・加熱機能をあげている³。しかし、そうした共同性や受験文化の機能についてもメディアの利用行為自体がもたらすものとしており、それを成立させたメディアの具体的な特徴や受験生による認識などについては十分に論じられていない。先行研究では各受験メディアが置かれた位置の変化と受験生の変化を対応させて論じており、当のメディア自体がいかなる特徴を持つものであったのかについては看過されてきたといえる。

先行研究のこうした課題を乗り越えるべく、本研究では「メディアの使用をめぐる ways of life と人々の間でのその共有のあり方」(難波 2011) に着目する「メディア文化」の視点から、受験文化の形成と共有においてメディアが果たした役割を論じる。すなわち、受験生の大衆化や受験産業の拡大といった外在的要因を考慮しつつも、そうした要因が受験メディアの構成や受験生による使用に与えた影響に注目し、受験メディアの機能とその変容の検討を通じて受験文化を論じるのである。

さらにメディア文化に着目することは、竹内（1991）による「受験のポストモダン」論を更新するうえでも有用であると考えられる。竹内は、昭和 40 年代を境に受験競争が変質して「受験のモダン」から「受験のポストモダン」へと移行したとし、努力主義の衰退、学歴の象徴的意味の変容、偏差値の普及といった要素による受験生の意識の変容により説明を行った。しかし、日本文化全体に関わる努力主義の衰退や、竹内（1995）による「学歴社会」と「受験社会」の区別において前者に属する学歴の象徴的意味の変容は、いずれも受験文化に外在的な説明である。また偏差値の普及による加熱装置の変容が直接的に受験生の意識を変えたとされており、受験文化の変容に偏差値がいかに関わっていたのかは十分に論じられていない。メディア文化に着目することで、受験の大衆化による受験文化の変容を、より具体的な対象とともに論じることができる。

以上の問題意識から本研究では増進会の通信添削に着目し、(1) 特定の受験メディアを通じて形成され共有される受験文化がいかなる特徴と機能を持ち、(2) 大学受験の大衆化によってそれがどのように変容したのかを、歴史的な分析により明らかにする。とりわけ、受験文化の形成と共有という点から先行研究における議論も踏まえ、利用者による相互作用により形成される共同性に照準し、またその機能として学習意欲の加熱に着目する。先述のように、受験文化という視点を取ることの利点は、学歴主義などとは異なる観点から、人々を受験へと駆り立てた要因を論じられることにあるからである。

増進会の通信添削を対象とする理由としては、まず通信添削というメディアの重要性があげられる。通信添削では一般に会報が継続的に発行される。この会報には添削問題の解答解説などの学習教材としての機能に加えて、会員投稿欄や様々な記事などが掲載されており、受験雑誌に類する性格を併せ持っている。この点において、学習教材としての性格を持つつ

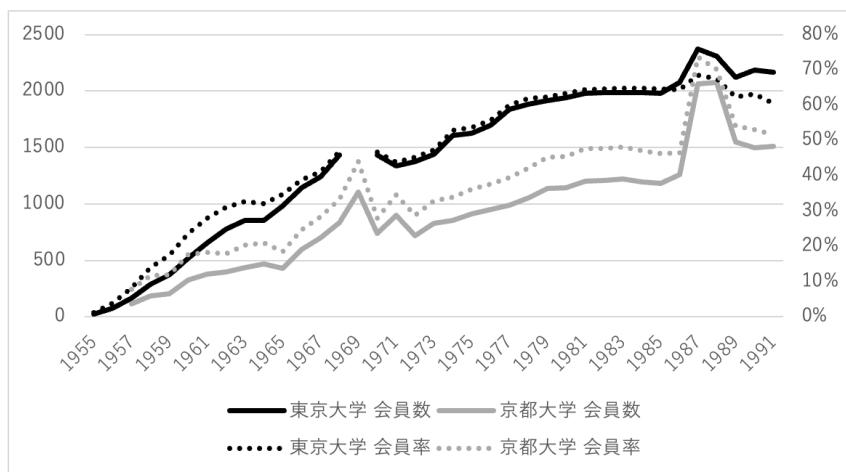
つも受験情報の提供に力点があった『螢雪時代』（佐藤卓己 2015）よりも、添削を通じた学習と会誌というメディアが連動していた通信添削の方が、メディアによる受験文化と学習意欲をめぐる問題がより直接的に表れると考えられる。また、受験雑誌と比較して読者が会員に限られることから、閉じたコミュニティとしての性格を有していることも、受験生の共同性を描き出すうえでの利点である。

第二に、通信添削における増進会の位置づけがあげられる。井上（2008b）によれば、受験準備目的の通信教育の歴史を振り返ると、旺文社、増進会、福武書店が順に発展し、多くの受験生に利用されてきた。なかでも増進会は戦後の難関大学受験生に支持され、大学受験の大衆化過程で規模を拡大してきた。その点で、大学受験の大衆化が受験文化にもたらした影響を受験メディアという視点から捉えるにあたって好適な事例であるといえる。

2 増進会とその展開

本節では、対象とする増進会と資料『増進会旬報』について説明する。増進会は、旧制中学の英語教員であった藤井豊が、東京淀橋で実力増進会として1931年に創業した。当初扱っていた科目は英語のみであったが、1932年には数学・国漢（国語・漢文）も開講され、月3回（1日・11日・21日）問題と旬報冊子が発送され、成績表、投稿欄、質疑応答を掲載した付録や、月報も発行されており、戦後に続く通信添削の体制はこの時点ですでに原型ができていたという（増進会出版社 1991）。

増進会はその後戦災に遭い指導を中断して静岡県に疎開し、再開したのは1952年であった。指導再開以降の増進会は難関大学志望者の間で広く認知され始め、また合格実績において飛躍を遂げ、とりわけ1950年代から1960年代にかけて東京大学・京都大学の合格者全体における会員数・会員率がともに大きく増大した（図1）。



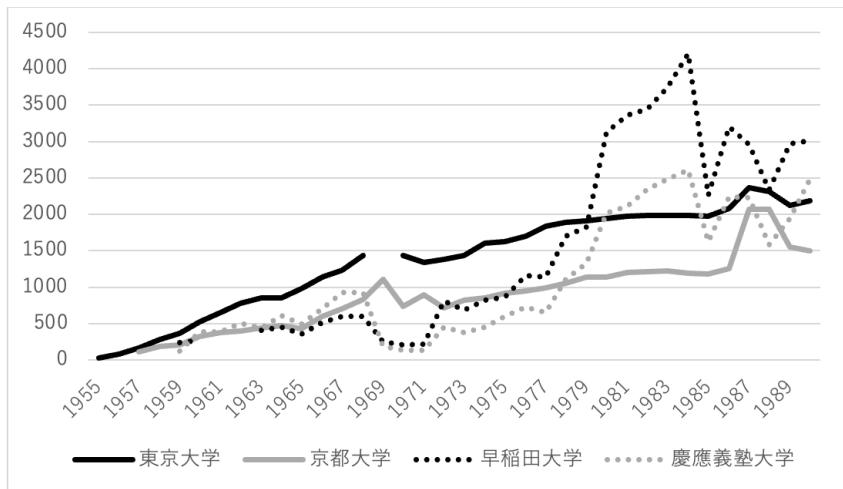
（出所）増進会出版社（1991）および『増進会旬報』各号より著者作成

図1 東京大学・京都大学の入学者全体に占める会員数および会員率⁴

その後の1970年代は大学受験が全体的に変化した時期である。最も大きな要素として、受

験競争の大衆化があげられる。1960年代末には第一次ベビーブーム世代が大学進学期を迎える、進学者数・率ともに大幅に増大し、それに伴って受験生の学力や志望校も多様化した。また1960年代後半から1970年代にかけては駿台予備学校、河合塾、代々木ゼミナールなどの全国型予備校や、増進会と同じく通信添削を主力商品とする福武書店も発展を遂げていた(木村1999; 井上2008b)。

受験をめぐるこうした動向は増進会にも変化を迫ることになった。1960年に個人事業から有限会社へと変更した時点では、社員数5人、資本金100万円という小規模な家族的経営を行っていたが、その後とりわけ1970年代には増進会は大きく経営規模を拡大している。「大学を目指す人がどんどん増えている時に、旧来の方針のままでは相対的にシェアが低下してしまう」(増進会出版社1991: 112)ことを危惧した増進会は、対象となる顧客層を広げることで対応した。社内では反対する声もありつつも、「東大・京大のZ会から一流大学を目指す人のZ会へ」(増進会出版社1991: 112)と位置づけを変えていくこととなったという。実際、増進会では1970年代には早稲田大学、慶應義塾大学の合格者が飛躍的に増加しており(図2)、また私立大学志望者の志望者増加を受けて1981年には私立大コースが開講されている。



(出所) 増進会出版社(1991)および『増進会旬報』各号より著者作成

図2 増進会会員の難関大学合格者数⁵

こうした経営方針が功を奏し、1960年度に約5000人であった会員が1980年度には約40000人まで増加している⁶。そして会員の増加は運営体制の合理化を要求した。共通一次試験が実施された1979年には「会員数の増加、人材の確保、執筆者との連絡、物流の改善などのために中伊豆にこれ以上とどまることは困難となってきた」(増進会出版社1991: 115)ために、本社を駿東郡へと移転した。これと同時にコンピュータが導入され様々な面での情報化が進んだという。

このように、増進会は戦後の新制大学受験において早い段階から難関大学志望者に支持され、経営規模を順調に拡大してきた。また1960年代後半以降の大学受験の大衆化を経て、顧客層を東京大学・京都大学といった最難関国立大学から広く難関大学の志望者へと拡大し、

またコンピュータの導入による情報化といった変化を遂げている。増進会の変化を追うことで、受験文化とその機能がどのように移り変わってきたのかを受験メディアとの関連から跡づけることができるだろう。

本研究では資料として、会員に月3回送付された『増進会旬報』⁷（以下、『旬報』）各号を中心的に用いる。時期にもよるが、『旬報』は以下の内容・構成を基本としている。(1)添削問題の解答・解説が掲載され、受講者の答案を踏まえて指導する講評や指導余録の欄がある。優れた答案などが取り上げられ、学校・名前（本名あるいは筆名）・志望校が掲載される。(2)会員投稿欄（以下、投稿欄）があり、学校・名前とともに投稿が掲載される。(3)答案の採点結果をもとにした科目別のランキングが、学校・名前・志望校とともに掲載される。これらの他にも年度や時期によって合格者名簿、コラム、出願動向、質疑応答、合格体験記、大学情報、合格者座談会などの様々な記事が掲載されていた。本研究では、通信添削が持つ学習教材としての側面よりも、受験文化を形成し普及させるメディアとしての性質とその変化に着目するため、とりわけ上記の(2)と(3)に着目して通時的な検討を行う⁸。また、経営体制の変化などについては、創立60周年を記念して刊行された社史（増進会出版社1991）に依拠して記述を行う。以下とくに注記のない場合、基本的事実に関する情報はこの社史あるいは『旬報』を出典とする。

分析対象となる時期は、1955年度から1985年度頃にかけての約30年間である。分析の始点については、Z会本社に保管されている『旬報』が1955年度以降のものであることに加え、この年は東京大学合格者が25人に達し、戦後における増進会の発展にとって画期とされることによる⁹。終点については、大学受験の大衆化による影響を検討するため、1980年代中頃までを対象としている。加えて後述するように、調査と分析の結果として、1980年頃には『旬報』上での利用者のコミュニケーションが大きく変容し、1984年度の『旬報』再編以降は特筆すべき変化が見られなかったことにもよる。

以下では、まず3節では投稿欄を中心に分析し、会員間でのコミュニケーションを通じて共同性を生じさせていた『旬報』の特徴を検討する。続けて4節ではランキングと段位制度に着目し、会員共同体を基盤にした競争的コミュニケーションの特徴と、その学習意欲の加熱機能を分析する。5節では、1970年代以降の『旬報』をめぐる変化を跡づけ、会員間の共同性が減衰し、同時に競争意識とは異なる加熱装置が台頭する背景を分析する。

3 『増進会旬報』における会員共同体

3-1 投稿欄におけるコミュニケーション

本節では、『増進会旬報』の投稿欄に着目し、そこで交わされたコミュニケーションのあり方とそれに基づく共同体意識の特徴を分析する。5節における分析結果の先取りになるが、本節で検討するコミュニケーションと共同性は1950年代から1960年代にかけて形成され、その後1970年頃からは衰退に向かう。そのため、本節と次節では1955年から1960年代の約15年間を対象として分析し、その中の変化についても言及する。

「会員くらぶ」と題された投稿欄の内容は、学習の内容や方法、受験生活の悩み、志望校選

択、大学・予備校に関する情報など大学受験に直接関係するもののみならず、政治や人生論、読書、恋愛、健康、テレビ・映画や音楽など多岐にわたっていた。ときには激しい論争が繰り広げられ、特定の投稿者に対して冒頭で「○○君!」、「○○殿へ」のように呼びかけ、共感や反論を表明する投稿も多く掲載されていた。受講者からは「毎日十数通」(1965年5月1日)の投稿があるほどの人気を博しており、代表の藤井自らが編集し、「一応適否の選択はしますが、あとはだいたい原稿通りで、左右を問わず、硬軟選ばず」(1965年5月1日)という方針で採用されていたという。

投稿欄を通じたコミュニケーションは、ときに『旬報』外にも展開していた。「皆様と（男女を問わず）はげましの通信を切に希望しています」(1955年5月21日)、「貧農の次男坊として生まれた私は予備校など問題外で、唯一つの頼みの綱は添削、他にラジオぐらい。同じような境遇にある方と文通したい。お互い励まし合い、力強く、この一年を生き抜こうではないか」(1957年4月11日)といった投稿にみられるように、自分の住所を掲載して文通相手を求める投稿が非常に多く寄せられていた。他にも、「昭和14年頃発刊の旧体制の代数学についての参考書が（例えば「代数学のあたま」などです）手元にありましたらお譲り願えませんか。値段はいくらでも結構です」(1957年8月21日)のように書籍の売買・譲渡や、「来春、一橋を受験するのですが、諸君の中に泊めてやろうという方がおられましたら、ご一報ください」(1968年1月1日)のような受験時の宿泊先に関する投稿もしばしば見られた。紙面での不特定多数のみならず、ときには特定の個人との直接的なコミュニケーションにも発展していたといえる。

こうした交流を活発化させていった装置が筆名である。1955年度時点では投稿欄やランキングで使用される名前は大半が本名と思われるもので、一部にイニシャルを使用する者がいる程度であった。しかし1957年度初頭から、「C.G.S.」や「Red Shoes」、「Genius」といった筆名の使用者が少数ながら現れた。こうした筆名の使用をめぐっては、1957年度に賛否が投稿欄で議論された。「【お願い】此の頃よく見かける「早入亭猪突、赤い靴、白雪姫、あけぼの、休火山」などという方々！ 若しどうしても匿名というのなら、もっと名前らしい名前にして下さい」(1957年4月21日)のように否定派もいれば、「No.4の会員くらぶのところにもお願いとして妙な名前はやめてくれとありましたが、私は今のままの方が好ましいと思います。私がこの会へ入ったのも、この会員くらぶとランキングの『Red Shoes』とか『休火山』さんとかいう名前を見て、この会に入っている方々は皆さん愉快な仲間だと思って気に入ったからなのです」(1957年5月21日)のようにペンネーム賛成派もあり、活発な議論が交わされた。その後、女性を装った男性会員の存在や匿名投稿者による投稿の無分別さなどをめぐって筆名の氾濫に苦言を呈する投稿が散見されるものの、次第に筆名の使用が一般化し、1965年度頃には筆名と思われる名前が大半を占めるようになった。

筆名の存在は、会員が交流するうえで重要な役割を果たしていた。合格座談会では「旬報や答案の上では親しくなっているが、顔を見るのはほとんどはじめて。『シャーベット・トーンです』と高橋君がいようと、(あゝ、そうか)というほゝえみがみんなの顔に浮かぶ」(1963年4月11日)といったように、筆名によって互いに認知していたことを示す場面が多々あった。

大学に合格した元会員の筆名を他の会員が受け継ぐ「継承」という文化も生まれた。「僕の筆名 Sad Sack II をだれか継いでくれませんか。この筆名は兄から受け継いだもので、(中略) 兄も僕も一応東大に現役でパスしていますから今のところこの筆名は「土つかず」というところです。(中略) 希望者は自己紹介の手紙をください」(1964年4月11日) という投稿があり、一年後には「さて僕の筆名“Sad Sack”をだれかに継いでもらいたいと思います。Sad Sack I は文一から法学部へ進み今春卒業した人。Sad Sack II は、僕の先輩で、去年一年、受験生活についていろいろと指導、アドバイスをしていただいた。現在文一2年。IIIが僕で、僕のところまでは3人とも、現役でパスしました。(中略) 希望者は御連絡ください」(1965年5月1日) というように、「三代目」が次の継承先を探していた。

このように、筆名は匿名性を担保したうえで会員のアイデンティティを示す役割を果たしていた一方で、筆名欄自体が自己表現やコミュニケーションの道具としても機能していた。「Z会に存会中は、筆名をあれこれひねって、それを楽しみしてきた」(1963年5月21日) のように、投稿ごとに筆名を変更し、そこに意味を込める会員も少なくなかった。それを象徴するのが、「会員くらぶ」やランキングに登場した筆名について、会員が特定の基準から論評する「筆名コンテスト」という文化である。たとえば、「Z会主催第2回筆名コンテスト発表!」と題して、「Z大賞」、「努力賞」、「ユーモア賞」、「ハイセンス賞」、「ナンセンス賞」、「新人賞」、「エログロ賞」、「特別賞」、「佳作」という各項目に、過去の『旬報』に掲載されたペンネームを選定しているものがある(1967年2月1日)。これに対して別の会員から、「心待ちにしておりました第2回コンクールの審査を見て、いささか失望の念を禁じ得ませんでした。ユーモア賞はきみと同意見ですが、Z大賞、努力賞に至っては、共にゴテゴテとして韻律的な美もみいだせず、むしろハイセンス賞を高く評価したいと思います」(1967年3月1日) といったように、筆名評に対するさらなる論評が複数寄せられていた。筆名の存在自体が会員間のコミュニケーションを促進していたといえる。

このように「会員くらぶ」は、会員間コミュニケーションの場として機能していた。「また一ばん楽しかったのは『会員クラブ』だった。恐らくこの欄を設けているのは増進会だけだろう。僕が旬報を手にして最初に見るのは『会員クラブ』である」(1960年4月11日)、「特によかったのは、『会員くらぶ』であった(どうもすみません)、受験生の悩みやものの考え方方が、よく表されていた。ここは繰り返し読んだ」(1963年6月21日) といったように、合格体験記や合格者座談会においても、「会員くらぶ」が重要な存在であったことが頻繁に語られていた。会員にとって「会員くらぶ」は、添削問題の解答解説と並んで、あるいはそれ以上に重要な位置を占めていたのである。

3-2 共同体「Z会」の形成

上でみたコミュニケーションを通じて、会員は増進会という集団に意味を見出していた。その最も象徴的な現象として、「Z会」という名称をあげることができる。現在では「Z会」という名称が社名とともにブランド名としても用いられているが、これは受講者のなかで普及した愛称を増進会が自ら取り入れたものである。1958年頃から「会員くらぶ」で増進会を「Z会」と呼称する投稿が増え始め、1960年度の入会案内では「Z会」という表記が正式に用

いられるようになり、Zの文字が刻まれた公式バッジが販売された。1961年度の入会案内では「本会は創立当時は『実力増進会』が会名でしたが、戦後は『増進会』を正称とし、さらに『Z会』の略称も用いることにいたしました」という記載がなされるに至った。

会員が増進会に対する帰属意識や他の会員に対する仲間意識を表明することも珍しくなかった。「急告！ Z会会員諸君はのバッヂを至急つけよ！ 特に試験の時はバッヂをつけて試験場にのぞもうではないか。小生は阪大志望だが、試験場で会員諸君に逢えるのを楽しみにしてるぜ」（1961年3月2日）、「君の学生服のエリ章に“Z”的マークを発見。同族…？を見い出した時のこの歓びにも似て心温まる思いでした」（1961年2月1日）といったように、同じ「Z会」の会員であることによって帰属意識や仲間意識が生じていたのである。「今度、仙台へ出ることになりました。ところが同じ下宿にZ会員の能代の■■さん〔引用者により匿名化〕とおっしゃる方がおいでになり、とても楽しくなりました」（1961年8月11日）といったように、入試などで会員同士が直接対面した際にも、互いが増進会の会員であることを契機とした交流の報告がしばしばなされていた。

増進会に帰属意識を抱いていたからこそ、その在り方についても会員から積極的な意見が寄せられており、ときには運営方針に対する批判的なものも少なくなかった。「あー、Z会でも旬報に表紙つけはじめたネ。ぼくがっかりしたなあ。（中略）今までの方が添削会（純粹な）らしく、また威厳があって重みがあると思うんだがな」（1966年9月1日）のように運営や編集の方針に否定的な意見が載せられ、編集部から返答がある場合もあり、ときにはそうした意見が編集方針に採用されることもあった。

こうした増進会に対する批判さえ含む自由闊達な議論は、編集・運営側によって促進されていた側面もあった。「指導部→会員という一方的な流れだけでは、いかに指導部や出題陣にすぐれた頭脳が揃っていたとしても、ひとり合点・マンネリズムになってしまいます。これに、会員→指導部という流れが加わってこそ、いきいきした指導が可能となります。（中略）まず、毎旬の感想欄を切実な感想で埋めることから始めて下さい。一層豊かな流れとしてお返ししましょう」（1957年5月11日）のように、増進会は会員からの意見を積極的に求めていた。

「会員くらぶ」の在り方についても頻繁に意見が寄せられ、議論が交わされていた。1966年度には、「Z会はとても良いと思っていますが、どうして会員くらぶは他に例がないほど低級なのでしょうか。とても友達に推薦しようにも、恥ずかしくてできません。（中略）勉強するためZ会に入ったのです。余計な知識なんかつかなくて結構です」（1966年6月21日）といった投稿があった。これをめぐっては激しい議論が交わされ、「今日の受験雑誌界にあって、Z会の会員くらぶほど自由で独特なものが他にあろうか」（1966年7月11日）といった批判的意見が多く寄せられた。こうした議論は頻繁に行なわれ、「最近この欄をもっとまじめな記事を多くしようという意見がありますね。私はダンコとして反対！ このらん一受験生活における楽しみの唯一のトリデーまでが、あのいやなグレイ一色でぬりつぶされでもしたら、いったい私たちは、どこに楽しみを見つけることが出来るでしょう」（1960年1月11日）のように、単なる受験勉強だけではなく、ユーモアなどを含んだ多様な文化があることに「Z

会」らしさが見出される一方で、「高校生としての良識を失わない程度のものであってほしいな。何とつけようと自由であるとは言うものの、『明星』だの、『平凡』だのの読者投稿欄とはちがうのだから」（1962年5月11日）のように、品位や威厳を保つべきだという意見も絶えず寄せられていた。「会員くらぶ」を中心とした「Z会」共同体は、難関大学志望者＝学歴エリート予備軍としてのアイデンティティを保ちつつ、受験生の交流と息抜きの場としての意義を与えられていたといえよう。

また、前節でみたコミュニケーションの様式や、本節で検討した「Z会」への帰属意識は、世代を跨いで継承・学習されていった。一般的な雑誌であれば継続的な読者がいるのに対し、受験準備目的の通信教育では入試が終われば受講を終了するのが通常である。そのような環境で、文化の継承にとって最も大きな役割を果たしたのは、合格体験記や合格者座談会といった、大学受験を終えた会員による現会員に向けた語りである。とりわけ合格者座談会では、「増進会をどのように使用したか」という話題が頻繁に取り上げられており、学校や予備校との両立の仕方といった学習方法に加えて、「会員くらぶ」などのコミュニケーションやそれによる学習意欲の維持についても語られていた。また「〔最近の心情〕（中略）Z会の旬報に合格体験記を書きたい」（1970年1月1日）といったように合格体験記の執筆は受験勉強に励む会員にとって目標とされることもあり、「Z会」の会員としてのモデルストーリーを再生産する役割を果たしていたといえる。

このようにして、前節でみた「会員くらぶ」上でのコミュニケーションは、「Z会」という仮想の共同体を形成し、「我々会員皆で作り上げた旬報という気がしませんか」（1955年7月1日）といった発言にも表れているように、会員の帰属意識を醸成していた。そしてそうした共同性や帰属意識は、先にみた「会員くらぶ」上でのコミュニケーションを通して形成されていたのである。

4 ランキングという紙上のアリーナ

前節では、増進会における投稿欄を通じた会員間コミュニケーションの様相と、そこから生じる会員の共同性の特徴を明らかにした。本節ではこうした共同性との関係から、会員の学習意欲を高める装置としてランキングや段位制度といった会員間の競争的側面に着目する。

『旬報』には提出答案の点数による科目別のランキングが掲載されており、「毎旬送られて来るランキングは大変励みになり胸を轟かせてみる」（1955年6月11日）というように、このランキングは受講者にとって大きな意味を持っていた。最も基本的な使い方は、ランキング入りを目指すことである。「Z会のA・B2・Cに入会し、ランキング入りを目指に必死になってがんばり続けた。（中略）そして努力した（？）結果が12月から1月にかけて約2ヶ月連続したランキング入りだった。B2が一番多かったが、英・数・国に自信がついてきた」（1966年2月1日）というように、ランキングにおける氏名掲載は学力に対する自信の獲得につながっており、会員はそれを目標に答案作成に励んでいた。

自分がランキングに掲載されるかどうかだけでなく、他の会員の順位についても会員の関心事であった。「ランキングの赤線工作をおすすめする。方法は志望校を同じくする成績優

秀者の下に赤線を引くのである。ライバルが一目でわかって、実に励みになる」(1960年7月21日)、「ランキングでのライバルをつくれ。私は、自分の名前を赤で囲み、ライバルには赤でアンダーラインをしました。ファイトをもやすのにもってこいです」(1961年8月21日)のように、自らと志望校と同じくする受講生などをライバルとみなすことで学習意欲を高めていた。またこうしたライバル関係は必ずしも個人的なものに限られず、「私はいつも ranking をみて、県内の人から rival を選びます。その方が fight が出ますので」(1958年8月11日)、「小倉高の会員よ！ ランキングを我が校の名で埋めてしまおう」(1963年10月11日)といったように、地域や学校という単位での仮想的な集団戦としての意味を見出す者もいた。

さらに一方的なライバル意識の形成のみならず、明示的なライバル関係を特定の個人と相互に結ぶ「挑戦」という文化もあった。「国語が苦手だが、同じ文一志望の“考える葦”君に戦いをいどみたい。受けてくれるかナ」(1962年6月21日)、「ところで Renate Reirce 君、僕も彼地で貴君と同じ楽しい経験をしてきたのですが、ランキング上のライバルにしていただけないでしょうか。又他の方の挑戦を期待します」(1962年11月1日)のように、投稿欄上で特定の受講者に「挑戦」を挑む場合もあれば、挑戦者を求める投稿を行う場合もあった。

学習意欲をかき立てたもうひとつの仕掛けが段位である。答案が一定以上の評価を受けた成績優秀者に段位を与える制度があり、1959年の「免状規定」では一定以上の席次率(総提出者中の席次)を規定回数獲得した成績優秀者に免状(初段～四段)と副賞(金券)が贈呈され、ランキングに氏名が掲載される際にも段・級が示されていた。段位や免状という名誉に加えて金券という実利的な賞品もあり、「増進会では段に入ると黒丸や白丸が名前の前に付いて旬報に載るが、あれもちょっと気持がいいものだ。賞金が来るのも楽しい」(1959年7月1日)のように、成績優秀者は段位の取得を目指していた。また「会員合格者」名簿にその会員の段位が併記されていたことも、段位取得が学習目標として積極的に位置づけられていたことを示しているといえる。

こうしたランキングや段位は目標として学習意欲を焚きつけるものであり、また「入試当日、増進会からもらった激励の葉書と、解II初段の免状を腹に巻きつけて、勇んで試験場へとでかけました」(1957年7月21日)といったように、良い成績を取った受講生にとっては自信になっていた。しかし他方で、「不安生」という筆名で「合格記をみると皆、有段者のように、ランキングや段位が合格可能性の指標として過剰な意味を持つてしまうこともあった。アンケートに「ランキングの人数をもっとふやして、会員を元気づける親切がほしい」という意見と、現在よりも厳しい掲載水準を取るべきだという意見が同時に載る(1964年11月1日)ほど、ランキングにおける名前の掲載が会員にとって大きな問題になっていたといえる。

こうした不安に対しては、ランキングや段位を重視しすぎることを諫める助言がたびたび寄せられていた。そしてランキングや段位をめぐって不安を抱く会員に対しては、通信添削という学習形態を根拠にした助言がなされていた。合格体験記では、「この場合注意せねばならないのは通添といいうものの性質—制限時間の半分でやったものも、一週間かゝってやった

ものも同じ規準で採点されるということである。したがってランキングを軽視しそうても重視しそうてもいけない」（1960年10月11日）といった忠告が述べられていた。先述の「不安生」への編集部からの返答にも、「成績表にのるようなら、有段でなくても合格できます。又、答案提出の際に徹底的に調べてやる型と、試験場のつもりで無参考書でやる型があり、両者の間には相當に得点の開きができるが、通信ではこれはやむを得ないです」（1955年9月21日）という助言がなされている。このようにランキングや段位は受講者の学習意欲を加熱する機能を果たしていたが、ときに「過熱」状態に陥ってしまうことがあり、それに対しては通信添削の特性を参照することで不安への対応がなされていたといえる。

このようにランキングや段位は受講者の学習意欲を加熱する装置として機能していた。そしてランキングに筆名が使用されていることや、ランキングへの言及や「挑戦」が「会員くらぶ」でなされていることにも表れているように、これは「会員くらぶ」を通じて形成された共同体意識の上に成立した競争的コミュニケーションであった。それゆえにこれは単なる「仮想敵」との競争ではなく、紙上の共同体意識を前提とした「戦友」との切磋琢磨を求める場であったことが、以下の記述などからもうかがえる。

小生はもう疲れが出てきちゃってね。でもランキングを刺戟剤にして、辛うじて続けてまさア。ランキングはありがたきかな——ですよ。よく名前を見かける人は、まるで親しい友達みたいに思われまして一度逢ってみたい気がしてならんです。きっと気楽に話せるでしょうなあ、まあ来年戦場で会うのを楽しみにしておろうか」（1957年4月11日）

そしてランキングや段位による競争という加熱装置は、増進会の会員に難関大学志望者が多く、また実際の高い合格実績によりその効果を高めていた。「ランキングで争つたライバル達は、殆んど合格しているのを見て、今更ながら貴会の優秀さに驚いています」（1956年4月11日）といった言明にも示されているように、増進会内で優秀な成績を取得した会員が実際に志望校に合格していることで、ランキングや段位といった仕掛けが説得力のある加熱装置として機能していたのである。

さらにいえば、先にみた「過熱」を諫める編集部の助言にもあったように、増進会で段位を取ることはむしろ難関大学の合格よりも高い壁だとさえみなされていた。「段位をとることは、入試合格に対しては十分条件であるが、必要条件でないことは今春の入試が語る所。現に京大の会員合格者は204名であったが、その内、段位のある者は18人であった。つまり、九割以上は2~3級の所であろう。今更ながら増進会の強烈さに驚く」（1959年11月20日）といったように、難関大学合格よりも難しいとされる段位の取得は目標となると同時に取得した会員にとっては自信となり、入試に対する不安を緩和させる機能を果たし得たのだといえよう。

本節では、ランキングと段位制度という装置を通じた会員間の仮想的競争に学習意欲の加熱機能を見出した。こうした競争は、前節でみた投稿欄上でのコミュニケーションや共同体意識のもとで成立していたことも示された。同じ難関大学を目指す「Z会」の会員との競争

だからこそ目標となり、またそうした競争へと投稿欄上で言及されることでさらなるコミュニケーションが生じていた。増進会の通信添削は、答案の解説・添削といった直接的な入試対策の手段のみならず、『旬報』というメディアを通じて受験文化を形成しており、それが受験生を勉強へと水路づける役割を果たしていたのである。

5 共同性の解体と個人化する学習

5-1 紙上コミュニケーションの消散

3節と4節では、1950年代から1960年代にかけての『旬報』を検討し、そこで生じていたコミュニケーションに依拠した共同性のあり方と、それに基づく会員間競争が持つ学習意欲の加熱機能について検討した。しかしその後、増進会および『旬報』のこうしたあり方は、1970年代以降変容を遂げる。本節では、進学希望者の増加による大学受験の大衆化という外在的な影響を受け、増進会およびその中心を占める学習メディアとしての『旬報』がどのように変容し、またそれにより学習意欲の加熱装置がどう変貌したのかを分析する。

2節でみたように、大学受験の大衆化を経て増進会の経営規模は拡大し、会員の量的拡大と質的多様化という変化に直面する。「東大・京大のZ会から一流大学を目指す人のZ会へ」(増進会出版社 1991: 112)と言われたように、難関大学志望者を中心としつつも、志望校や学力において以前よりも多様な受験生を抱え込むことになるのである。

このような会員層の変容と軌を一にして、『旬報』上でのコミュニケーションが占める位置にも変化が生じる。すでにみたように、それまでは合格者座談会において、自らが使用していた筆名を述べることでお互いを認知する、あるいは「Z会の使用法」として「会員くらぶ」やランキングに言及するなど、『旬報』を介したコミュニケーションが主要な話題の一つとなっていた。しかし、1973年に小さく言及されたのを最後に「会員くらぶ」への言及がなくなり、1976年からは本名のみが名乗られるようになる。

代わってこの時期から「会員くらぶ」の多くを占めるようになるのは、「近ごろの会員くらぶは、わけのわからん詩ばっかしやたら多くてまったくくだらん」(1973年8月11日)といった投稿にも表れているように、自己完結したエッセイや詩などである。「会員くらぶ」では投稿やペンネームを類型化する投稿がたびたび見られたが、そうしたもの一つとして、「ただ闇雲に自分の不平不満を並べ立てても、会員くらぶには載りません。コツがあります」といって「傾向と対策」と称し、投稿を「青春談義」、「受験体制批判」、「宗教問題」、「人生論」、「ポエム」に分類するものがあった(1977年8月11日)。この類型論からもうかがえるように、社会問題に関する持論や、自らの私的な問題や心情についての文章が多くを占め、投稿欄を介した会員間コミュニケーションは『旬報』の中心ではなくなる。

そして1980年代になると、掲載される投稿自体が減少していった。1981年度から『旬報』は基礎科旬報、私立大受験科旬報、国公立大受験科旬報の三分冊になり、「会員くらぶ」はそれぞれ「遊歩道」、「散歩道」、「並木道」と改称された。『旬報』の分割以後はさらに投稿が不活化し、投稿がほとんど掲載されないことや、カット(イラスト)のみの掲載となることも少なくなかった。

こうした変化の背景として、『旬報』というメディアをめぐる変化を指摘することができる。第一に、会員層の拡大は指導体制、とくにコース設定や教材編成に影響を与えた。この時期の増進会では志望校や学力に基づきコースや科目、『旬報』冊子の細分化が行われた。1955年の時点では、英語、解析I、解析II、国語と4科目（9月からは社会と理科が追加されて6科目）で構成されており、文理選択や志望校による区分ではなく、受講科目に限らず全科目の解答・解説が掲載された一種類の『旬報』が配布されていた。その後、受験科における物理・科学（1976年度）や日本史・世界史（1979年度）の設置など、コースや科目が拡大され、また1979年度には受験科の英語、数学、国語、物理、化学が2コース（数学は3コース）に分割されて学力や志望校に応じた区分となった。そして1981年度には受験科が国公立大コースと私立大コースに分けられ、共通一次試験コース対策数I受験科も追加されている。そして1984年度にさらに文系と理系の区分が導入された時点では全30コースの編成となっている。『旬報』についても、1981年度から1983年度には国公立大と私立大で、1984年度からは文系と理系で別冊子となった。個々の受験生の学力や需要に合わせて指導内容の細分化が進んだことでメディアが細分化され、共通のコミュニケーションの場としての性格を弱めていったといえるだろう。

第二に、2節でみたコンピュータの導入による会員情報管理の合理化もまた、会員間コミュニケーションに影響を及ぼした。投稿で用いられる筆名は必ずしも固定されたものではなく、それゆえに筆名は自己表現とコミュニケーションの道具としても機能していた。しかし1981年1月21日号において、新年度からは事前に「筆名カード」により登録した筆名がランキングに掲載されるという通知がなされた。この「筆名カード」の導入は会員数の増加とコンピュータの導入による情報処理の効率化によるものだと考えられるが、この変更により筆名を通じたコミュニケーションの回路は制限されることになった。これを受けて、以下のような読者投稿があった。

我々会員の立場からすれば、これほどおもしろくない制度はない。（中略）筆名登録制度が採用される以前は、答案に書いた自分の筆名が読まれて、人の手によって活字となり成績ランキング欄に載る可能性があった。（もっとも、この可能性は人により大小様々ではあったが……）それに毎回筆名を変えることもできた。だから以前は答案に筆名を書く楽しさがあった。今はこのような楽しみは全くない。（1981年9月21日）

このように会員間コミュニケーションの減少は会員層の変化だけでなく、受験メディアとしての『旬報』の在り方が変容したことにも起因していたと考えられる。こうした様々な環境の変化による帰結として、かつて存在した会員間の活発なコミュニケーションと、それに支えられた「Z会」という学習共同体への帰属意識は次第に薄れていったことが伺える。1980年5月の投稿欄には、「ある冷めた一会员の戯言」と題して以下の投稿が掲載された。

最近このコーナーでZ会に対しエリート意識だの、何かNo.34では、「Z会は精神安定剤」よなんて宣っておられたけど、本気でそんなこと抱いている方この世に存在してるの、また同旬報のG2でT・W先生（？）も、「我国最強の学習集団」なるお言葉掲げて

おられたけど、「集団」って言葉どうも解せない。個々の会員が各々「実力を高めよう」という純粋な意思の下になるＺ会、そこには、その会員個人と、Ｚ会（否、添削者のみかも？）しか存在しないのでは？なぜ、会員方が「集団」を意識し合う必要があるの。僕だけの勝手な解釈ですまないけど、こうしたお言葉には、「権威主義」とでも命名できるようなＺ会への絶大な信仰があると思う。（1980年5月11日）

ここでは「Ｚ会」に共同体としての性格や権威を見出す心性が否定され、あくまで個別の利用者としての個人と、指導サービスの提供者としてのＺ会あるいは添削者のみが存在すると述べられている。かつてであれば、こうした問題提起に対しては他の会員から積極的な反論や同意の投稿が寄せられていたであろう。しかしこの投稿に対する反応はなかった。もはや難関大学を目指す集団としての「Ｚ会」という共通のアイデンティティを持つには会員は増大・多様化し、『旬報』というメディアは細分化・合理化されすぎていたといえる。

5-2 加熱装置の変容

以上で検討した会員間コミュニケーションとそれに基づく共同性の変容は、学習意欲の加熱装置にも影響を及ぼした。4節でみたように、ランキングを通じた学習意欲の加熱は、「会員くらぶ」上でのコミュニケーションや共同体意識に基づいており、自らの順位だけでなく、他の会員を参照して競争意識を持つことによって成り立っていた。しかし、コミュニケーションの減少や共同性の衰退は、こうしたランキングの位置づけを変化させた。前述のとおり、合格座談会においてもランキングへの言及が減少し、触れられる際にも他の会員との競争を意識したものではなく、自分の氏名が掲載されるかどうかが問題とされた。こうした変化にともなって、合格者座談会や合格体験記で語られる増進会の魅力は、教材や添削の質の高さやペースメーカーとしての役割など、入試対策上の機能的側面が大半を占めるようになる。

ランキングをめぐる位置づけの変化は、共同性の衰退に加えて、先述したコースや科目の細分化とも直接的に関わっていたと考えられる。ランキングは科目別の得点に基づいて定められていた。たとえば英語であれば、1955年当時には単一の「英語」という科目であった。しかし次第に志望校や学力により細分化されていき、1984年度には受験科だけでも6つの科目に分割されている。志望校や学力の多様化が同じ「Ｚ会」に所属するライバルという意識を薄れさせると同時に、分割されたランキングは共通のアリーナとしての意味を弱めることになる。

また共同体意識に基づく加熱装置の衰退と並行して登場したのが、コンピュータによる成績管理である。増進会は1979年に経営規模の拡大にともない本社を移転すると同時にコンピュータを導入し、成績管理の合理化を行っている。会員情報や成績の管理がコンピュータ化されて個人成績が通時に記録され、各問得点・総得点・平均点・偏差値・総員・順位等を印字された成績表」（増進会1991: 118）が配布されるようになった。また基礎科では1983年度に、受験科では1985年度において、「各教科ごとの特性を考慮して分野別・要素別に一定期間の成績を蓄積し、そのデータを会員個々にフィードバック」し、「毎回の得点にのみと

らわれるのではなく、一定期間の学力の伸長度や弱点分野の発見・補強に重点を置く」（増進会 1991: 122）成績管理の方針が取り入れられた。

このような成績管理による指導の個別化は、コンピュータの導入による情報管理の合理化によって可能になったと同時に、増進会が以前より目指していた在り方でもあるという。50周年記念誌の巻頭言において、藤井史昭（当時の代表取締役）は昭和 60 年代以降を Z 会の第三期とし、「大先輩達が、諸種の技術的制約から果たせなかった、教育の理想を完成させる為に挑戦していく時期」であるとしている（増進会出版社 1986: 3）。そしてその理想とは、「お客様である会員の性格（自己学習が向いているか、対面教育に向いているか、等）や能力、長所短所の分布、志望先の特性や難易度等々、個々人による千変万化する条件に、できるだけふさわしい教育を与えること（個別学習管理、個別会員管理）を目指すシステムの構築」であると述べている（増進会出版社 1986: 3）。学習の個人化という趨勢は、通信添削が元来持っていた志向がテクノロジーによって実現したものもあるといえる。

そしてこのような個人化・合理化された成績管理は、従来とは異なる学習意欲の加熱装置として機能しうる。竹内（1991）によれば、偏差値は現実的な合格可能性を伝えるという意味で「クール・ダウ」の装置でもあるが、自分の学力に見合った範囲で相対的に上位の学校を目指させるという点で「柄相応主義」の加熱装置でもある。そして、偏差値や順位は他の会員との比較に依拠するものではあるが、ランキング表に自分やライバルの名前を見つける場合とは異なり、あくまで個人の成績情報として提示される。そして過去の自分や志望校の偏差値を参照点として、成績の上下、志望校選択の妥当性などを判断する場合、そこに他の受験生は直接的には介在しない。個別の成績情報を参考しつつ、各自の学力に応じた志望校に向けて、自らの弱点科目・分野を補っていく、というのがこの時期の増進会において導入された、個人化された学習の在り方であるといえるだろう。

本節では、大学受験が大衆化した 1970 年代以降の増進会および『旬報』をめぐる状況の変化を跡づけた。会員層が拡大したことで学力や志望校が多様な受験生を抱え込み、またコースや科目、『旬報』冊子が細分化・合理化されたことで、会員間のコミュニケーションや共同体意識は衰退していった。それにより、共同性に依拠していた競争意識による学習意欲の加熱機能もまた次第に失われていった。それと入れ替わるように立ち上がったのが、偏差値を中心とした個別成績情報という加熱装置である。人口動態の推移やそれに伴う組織やメディアの変化が、通信教育による学習を個人化させたといえるだろう。

6 考察と結論

ここまで本論文では、増進会の通信添削とその会報である『増進会旬報』を対象に、メディアを通じて形成され共有される受験文化の特徴と機能に関する分析を行った。『旬報』上では、投稿欄を介して会員間のコミュニケーションが盛んに行われ、「Z 会」をめぐる共同体意識が生じていた（3 節）。そうした共同性を基礎として、会員同士でランキングをめぐる競争意識が生じ、学習意欲の加熱装置として機能していた（4 節）。その後、1970 年代以降になると、会員層の拡大やそれを受けた教材編成の細分化、会員管理の合理化により、『旬報』上で

のコミュニケーションや、それに支えられた競争的加熱装置は衰退した。それに代わって、個人化・合理化された成績管理が重視された（5節）。

これらの分析から、（1）受験メディアを通じて形成され共有される受験文化の特徴と（2）大学受験の大衆化によるその変容について、以下のように結論づけることができる。

第一に、増進会の通信添削においては、直接的な受験対策としての答案添削のみならず、会報である『増進会旬報』が受験文化を形成し共有させるメディアとして大きな位置を占めてきた。『旬報』における会員投稿やランキングといった仕掛けが会員間のコミュニケーションを促進することで共同性が構築され、またそうした共同性をもとに会員間の競争意識が生じ、学習意欲を加熱する装置として機能していた。

先行研究においても、受験メディアが全国の受験生の間に作り出す共同性と、その学習意欲の加熱機能については示唆されていた（竹内 1991; 井上 2008b; 佐藤卓己 2015）。しかし個々のメディアのいかなる特徴がそうした共同性を形成し、学習意欲を高めるのかについては十分に述べられていなかった。それに対して本論文では、増進会の通信添削に着目し、『旬報』という受験メディアの特徴がそうした受験文化の成立と機能と関わっていたことを明らかにした。

第二に、大学受験の大衆化は受験メディアの在り方を変容させ、その影響により受験文化にも変化が生じたことが示された。具体的には、増進会会員の増加・多様化は、『旬報』というメディアの細分化や合理化を促し、会員間のコミュニケーションや共同性を衰退させた。その結果として、増進会の通信添削に組み込まれた学習意欲の加熱装置は、共同性に基づく会員間の競争から、個別化された学習管理へとその重心を移行させたと考えられる。

先行研究においても、大学受験の大衆化が受験文化を変容させたことは指摘されてきた（竹内 1991; 井上 2008b; 佐藤卓己 2015）ものの、それは教育産業の経営動向や受験生の変化の結果として論じられてきた。それに対して本論文では受験メディアの使用をめぐるメディア文化に着目し、その会員による『旬報』に対する認識や使用の変化から、大衆化による受験文化の変容を跡づけた。

以上のように本論文の意義は、受験競争を受験文化という観点から捉えるにあたって、受験メディアが形成し普及させるメディア文化としての側面に着目することで、メディアを通して経験される受験競争の在り方を描き出したことがあるといえる。さらに本研究の観点を広げるならば、受験文化は全国の受験生によって共通に経験される側面と、個々の「場」によって異なる形で存在し、経験されるという側面があることが示唆される。1970年代以降は予備校が全国的に展開し、また都市部の私立進学校が台頭する時期であった（木村 1999; 菊谷 1995）。そのように対面的な受験勉強の「場」へのアクセスが相対的に拡大したことは、通信添削というメディア=場に求められる機能を変容させた可能性がある。

日本社会において、受験競争は単なる学歴獲得の手段や進路選択の一過程ではなく、様々な意味や規範が付与される文化的現象としての側面を持つ。そしてその文化は、学校、塾、予備校といった空間や、受験雑誌や通信添削といったメディアにおいて形成され、共有される。そうであるならば、受験文化が共通して有する特徴とあわせて、それぞれの場に固有の

様式で作り出される文化の特徴とその機能を捉えることが求められる。今後は通信添削以外の場やメディア、あるいは異なる時期の通信添削なども対象に、受験文化の在り方とその変容を多角的に跡づけていく必要があるだろう。

付記

資料調査にあたっては、株式会社増進会ホールディングスの皆様から多大なご協力をいただきました。また、本論文の執筆にあたり、教育社会学研究互助会および歴史社会学研究互助会のみなさまから貴重なご助言をいただきました。深くお礼申し上げます。

本研究は、京都大学若手研究者スタートアップ研究費、公益財団法人電気通信普及財団研究調査助成、公益財団法人日立財団倉田奨励金、公益財団法人稻盛財団稻盛研究助成、公益財団法人松下幸之助記念志財団研究助成、JSPS 科研費 23K25580、JSPS 科研費 23K02210 の成果の一部である。

本論文は、公益財団法人電気通信普及財団研究調査助成報告書第 38 号に掲載された「通信教育における学習意欲の加熱メカニズムに関する比較メディア論的研究」(2023 年 9 月公開)をもとに、問題設定の変更や分析対象の拡大などを含めて大幅な加筆・修正を行ったものである。

注

- 1 戦後日本の教育社会学における受験競争に関する研究動向については、藤村（2024）において詳細に検討したのでそちらも参照されたい。本論文は藤村（2024）が示した、学校外教育との関わりから受験競争や受験生の変容を論じるという研究方針を、増進会の通信添削という個別事例において行った研究としても位置づけられる。
- 2 佐藤成基（2010）は、Alexander らの議論を参考しつつ、文学、音楽、絵画、演劇、メディア、様々なサブカルチャーなどの個別具体的な文化現象を対象とする「文化の社会学 (sociology of culture)」と、社会的実践における意味付与過程や意味秩序構成に関わる「文化的」側面に照準する理論的立場としての「文化社会学 (cultural sociology)」の区別を行っている。
- 3 竹内（1991）は、受験的生活世界は常に誘惑と倦怠の危険にさらされており、受験雑誌は努力と勤勉の勉強空間を維持するための物語を供給する装置であったと指摘した。佐藤卓己も竹内の議論を受けて、受験雑誌『螢雪時代』は「合格体験記を読んで受験生活のテンションを維持するモラル装置」であり、「直接対面しないライバルと向き合う受験生の『想像の共同体』を具現化したメディア」（佐藤卓己 2015: 15-8）であったと述べている。また井上（2008b）も、独学による受験勉強を支えた要素としてメディアを通じた受験的公共圏への参加感覚をあげている。
- 4 増進会会員の各大学合格者数については、増進会出版社（1991）に加え、可能な限りで不足分を『旬報』各号から補った。資料によって合格者数の記載が異なる場合は、刊行時期が後のものを採用している。入学者全数については、駒場 70 年史編集委員会（2021）および京都大学百年史編集委員会（2001）を参照した。なお 1969 年度は東京大学で入学試験自体が行われていない。
- 5 出所等については注 3 同様である。1961 年度、1962 年度の早稲田大学の合格者数については不明との記載があった。また、かつての増進会では東京大学と京都大学は会員名簿と照合してほぼ全数が把握されていたのに対し、それ以外の大学の合格者数は会員からの合格報告に基づいている。そのため単純な比較はできないが、合格者数の増加傾向の把握は一定程度可能だと考えられる
- 6 1960 年度時点での会員数については、『旬報』1960 年 12 月上旬号の「会員志望校類別」調査の回答者数に関して、「1285 人（全会員の 2.5 割強）」との記載があることから推計した。1980 年度時点で

- の会員数については、社史（増進会出版社 1991）の記載を参照した。
- 7 Z会本社に保管されていた1940年頃の入会案内（後年付された「創立9周年」とのメモより推測しており正確な刊行年は不明）によれば、当時の名称は『受験戦線』だった。その後、1955年度時点では『増進会旬報』の表記となっている。
- 8 分析にあたっては、メディア論における読者・読書共同体研究の視点を参照している。雑誌等のメディアにおける読書実践に関する研究では、投稿欄などの分析を通じて、読書の共同性が論じられてきた（北田・東 2014）。本研究で扱う『増進会旬報』は本来の意味での雑誌とは異なるが、定期刊行され読者投稿などの欄を備えていたという点で雑誌に近い性質を持つ。こうしたメディアにおけるコミュニケーションや共同性を検討するうえで、雑誌を中心とした読者・読書共同体研究の手法は有効であると考えられる。
- 9 社史には、「戦前の通信添削の機関誌類の多くは戦災により現存せず、本社に保管されている『増進会旬報』は昭和32（1957）年以降のものである」（増進会出版社 1991: 27）とある。ただしZ会本社で閲覧したところ、1956年度の『旬報』はほぼ現存していないかったものの、1955年度分については欠落がありつつも十分な冊数が残されていた。そのため、本論文では1955年度以降を分析対象としている。

文献

- 学校社会学研究会編, 1983, 『受験体制をめぐる意識と行動——現代の学校文化に関する実証的研究』伊藤忠記念財団.
- 藤村達也, 2024, 「受験競争をめぐる研究の系譜・死角・展望——戦後日本の教育社会学史を読みなおす」『京都大学大学院教育学研究科紀要』70: 113–34.
- 本田由紀・平沢和司, 2007, 「学歴社会・受験競争序論」本田由紀・平沢和司編『学歴社会・受験競争』日本図書センター, 3–16.
- 井上義和, 2008a, 「螢雪メディアの誕生——勉強立身熱と講義録ブーム」佐藤卓己・井上義和編『ラーニング・アロン——通信教育のメディア学』新曜社, 20–41.
- , 2008b, 「螢雪時代からベネッセの時代へ——受験生的公共性の構造転換」佐藤卓己・井上義和編『ラーニング・アロン——通信教育のメディア学』新曜社, 193–215.
- 岩瀬令以子, 2010, 『塾のエスノグラフィー——中学受験向けの日常過程にみる受験体制の成立』東洋館出版社.
- 岩田龍子, 1981, 『学歴主義の発展構造』日本評論社.
- 刈谷剛彦, 1995, 『大衆教育社会のゆくえ——学歴主義と平等神話の戦後史』中央公論新社.
- 木村好美, 1999, 「予備校の社会史——予備校の“全国展開”がもたらしたもの」『奈良女子大学文学部教育文化情報学講座年報』3: 83–93.
- 北田暁大・東園子, 2023, 「文化社会学の存在理由——歴史・媒体・場」北田暁大・東園子編『岩波講座社会学12 文化・メディア』岩波書店, 251–85.
- 京都大学百年史編集委員会, 2001, 『京都大学百年史 資料編3』京都大学教育研究振興財団.
- 駒場70年史編集委員会, 2021, 『駒場の70年 1949–2020——法人化以降の大学像を求めて』東京大学出版会.
- 中西祐子, 2016, 「『学歴社会』論のゆくえ——『学歴』をめぐる戦後日本の教育社会学研究史」池岡義孝・西原和久編『戦後日本社会学のリアリティ—せめぎあうパラダイム』東

- 信堂, 171–202.
- 難波功士, 2011, 「なぜ『メディア文化研究』なのか」『マス・コミュニケーション研究』78: 19–33.
- 佐藤健二・吉見俊哉, 2007, 「文化へのまなざし」佐藤健二・吉見俊哉編『文化の社会学』有斐閣, 3–25.
- 佐藤成基, 2010, 「文化社会学の課題——社会の文化理論にむけて」『社会志林』56(4): 93–126.
- 佐藤卓己, 2015, 「『螢雪時代』——『来春』を幻視する受験雑誌」佐藤卓己編『青年と雑誌の黄金時代——若者はなぜそれを読んでいたのか』岩波書店, 1–36.
- 清水義弘, 1957, 『試験』岩波書店.
- 竹内洋, 1991, 『立志・苦学・出世——受験生の社会史』講談社.
- , 1995, 『日本のメリトクラシー——構造と心性』東京大学出版会.
- 塙田守, 1999, 『浪人生のソシオロジー——一年間の予備校生活』大学教育出版.
- 増進会出版社, 1986, 『理想・前進・調和——五十周年によせて』増進会出版社.
- 増進会出版社, 1991, 『新生－Z会 60年の歩み』増進会出版社.

(ふじむら たつや、京都大学、fujimura.tatsuya.5f@kyoto-u.ac.jp)
(査読者 相澤真一、井上義和)

The Function and Transformation of Juken Culture in Media: The Case of the Correspondence Course by Zōshinkai

FUJIMURA, Tatsuya

In Japanese society, ‘juken’, or the preparation and competition for school or university admission, is not only a social and educational selection process, but also a life course experience enriched with various cultures and values. This paper aims to reveal the characteristics and functions of juken culture formed and shared through media and to trace its transformation resulting from the massification of university entrance exams, with a focus on Zōshinkai, one of Japan’s largest correspondence course companies. In the Zōshinkai Junpō (Zōshinkai bulletins) during the 1950s and 1960s, communication among members was facilitated through the reader’s column, forming a community called “Z-kai.” Based on this sense of community, the Zōshinkai Junpō heightened competitive awareness through rankings, functioning as a mechanism to boost learning motivation. However, from the 1970s onwards, the increase and diversification of members changed the role of the Zōshinkai Junpō as learning media, leading to a decline in community spirit and, as a consequence, learning motivation. In its place, learning management emerged as a significant factor in enhancing learners’ drive for study.