



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	文学の商業性 : 1910年頃における文学作品の価値をめぐって
Author(s)	真貝, 恒平
Citation	独語独文学研究年報, 31, 99-114
Issue Date	2004-12
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/26161
Type	departmental bulletin paper
File Information	31_P99-114.pdf



文学の商業性

— 1910 年頃における文学作品の価値をめぐる —

真貝 恒平

1. はじめに

本稿の目的は、北ドイツ連邦からドイツ帝国成立期へと移る過渡期(1860 年～70 年代)から世紀転換期を経て第一次世界大戦開戦前に至るまでの時代に、文学作品が社会においてどのように価値づけられてきたかを考察することである。この問題に取り組むには、とりわけ文学作品の流通における「供給者」と「需要者」の関係が、その当時の時代状況を背景として変化した過程を追跡しなければならない。したがって、当時、文学作品を生産していた供給者、すなわち文筆家(Schriftsteller)が提示した「文学作品の価値をめぐる問題」と、その生産物を受容していた者、すなわち読者・公衆(Publikum)の構造変化という問題に焦点を当てることにする。

文筆家側から発せられた文学作品をめぐる議論について考察する際に格好の資料となるのは、1911 年にヴァルター・フレート(Walter Fred)¹⁾によって発表された小冊子『商品としての文学』(„Literatur als Ware“)である。これは、1909 年にベルリンで結成され、ヴァイマル共和国期にかけて会員数を増やし、ナチスが権力掌握する 1933 年まで存続した「ドイツ文筆家保護連盟」(Schutzverband deutscher Schriftsteller: 略称 SDS)の連盟綱領パンフレットとして刊行された。この連盟は、当時ベルリンで活動していた作家、ジャーナリストを含めた「文筆業」(Schriftstellertum)に携わる人々、とりわけ文筆業を本業とする「職業文筆家」(Berufsschriftsteller)を構成員とする組織であり、文筆家の経済的苦境を打破することを目標に掲げていた。また 1920 年からはその名称を「ドイツ文筆家労働組合」(Gewerkschaft deutscher Schriftsteller)へと変更し、単なる職業団体から当時組織活動において主流であった「労働組合」(Gewerkschaft)へと組織転換を果たしている。

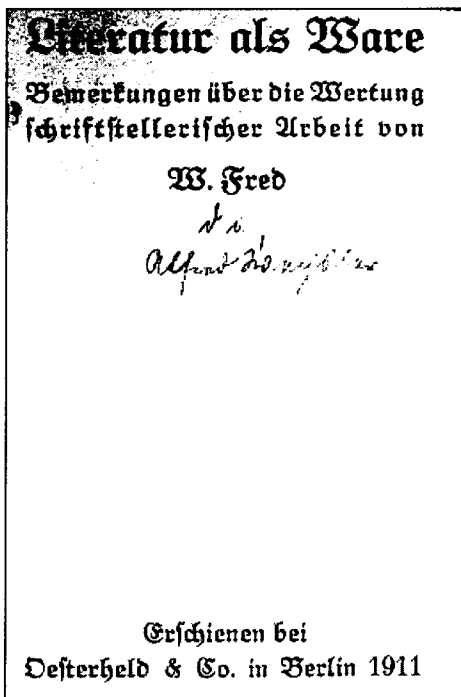
『商品としての文学』は、連盟設立から 2 年経った 1911 年 3 月に刊行され、当時連盟内で活発に繰り広げられていた連盟の綱領をめぐる議論、とりわけ連盟に労働組合としての機能を導入するか否かという問題に解決策を提起するものであった。このため、文筆家の経済状況に関する詳細な分析と、「文学の商業性」の強調という二つの側面を備えていた。

本稿では、このパンフレットを手がかりとして、文学作品の生産者が当時置かれていた経済状況について、および、彼らと読者の間に位置する文芸市場が文筆家に与えた影響について分析し、また当時の文芸市場の構造と社会の変化によって引き起こされた読者層の変化について考察する。

2. 『商品としての文学』

1911 年 3 月に刊行された『商品としての文学』は、公式の連盟綱領パンフレットと見なす

¹⁾ ジャーナリスト、本名はアルフレート・ヴェクスラー(Alfred Wechsler)、1879 年にオーストリアのウィーンに生まれ、1910 年に SDS に入会する。没年不詳。



ことができる²。なぜなら、その副題は『文筆業の価値づけについての覚書』（„Bemerkungen über die Wertung schriftstellerischer Arbeit“）とされており、また前書きには「ドイツ文筆家保護連盟の依頼により刊行」（Herausgegeben im Auftrage des Schutzverband deutscher Schriftsteller）と記載されているからである。このパンフレットは、文筆家の社会的立場の向上が、これまで幾度となく試みられ、そして徒労に終わってきたという歴史を背景として、当時の文筆家たちが社会的、経済的危機を克服するための新しい打開策を提示するものであった³。

当時 SDS の副代表であったテオドーア・ホイス（Theodor Heuss）⁴は、このパンフレットについて連盟機関紙『文筆家』（„Der Schriftsteller“）の中で次のように言及している：

【図版】1911 年に刊行された SDS の綱領パンフレット『商品としての文学』表紙

生み出され、私たち連盟の意見を代弁する、このような卓越した宣伝文書を我々は自由に扱うことができるからである。連盟執行部は、あらゆる本質的な点において、このパンフレットに書かれたフレートの見解を支持している。⁵

SDS 執行部は、この原稿を連盟の綱領パンフレットとして出版できることに喜びを感じている。なぜなら、フレートの言わば「没我的」関心によっ

2.1 フレートによる文筆家のグループ分け

フレートは、文芸市場の状況やそこにおける商品流通の仕組みについて極めて現実的な分析を試みている。分析に際して、彼は商業的成功を収めて名声を得た文筆家たちをまず批判の対象として引き合いに出した。つまり彼は決然として、一部の文筆家たちの間で見受けられる「表向きは理想的な立場」（angeblich idealer Standpunkt）、「（文筆家という）身分の榮譽によって飾り立てられた豪華さ」（Prunken mit Standesehre）、称号や勲章を授与されたり、あるいは食事や旅行へ招待された際に彼らがさらけ出す「恥ずべき自尊心」（der beschämende Stolz）を批難した

² Fischer, Ernst: Der Schutzverband deutscher Schriftsteller. Frankfurt am Main 1980. S. 57.

³ Scheideler, Britta: Zwischen Beruf und Berufung. Zur Sozialgeschichte der deutschen Schriftsteller von 1880 bis 1933. Frankfurt am Main 1997. S. 106.

⁴ 1884-1963 ジャーナリスト、政治家。SDS 設立時から執行部メンバーに名を連ね、1911 年からは連盟副代表を務めている。政治家としてのキャリアは華々しく、1949 年には西ドイツ連邦大統領に就任している。

⁵ Heuss, Theodor: Literatur als Ware. Im „Der Schriftsteller“ 1911.

のである⁶。特に、自らの名声や創造力豊かな才能を誇る文筆家たちが、そうした自意識にふさわしい金額の報酬を手にしたがる、というある種の「理想的」(ideal)な、すなわち非現実的な要求の存在が、文芸市場に害を及ぼすものであるとした⁷。彼の論点は、すでにタイトルにもあるように、次のような現状認識であった：

最も個人的な芸術作品も、衝動的な感性から生まれた文芸作品もまた、一瞬のうちに商品になってしまうのだ。⁸

これは、文芸市場においても「価格は、商品の流通段階で需要と供給の関係において形成されるものである」という認識である。さらにフレートは、自らの能力に見合った報酬を支払われていないと考えている文筆家たちの多くが、長い間商業的成功を収めることができない原因について次のように述べている。まず、文芸市場における文筆家の「業績」(Leistung)と「報酬支払い」(Entlohnung)の間には、さまざまな経済的あるいはその他多くの要因が作用を及ぼしている。とりわけ、生産物(文学作品)とその売上げの間には多くの「媒介項」(Mittelglieder)が存在する。したがって、文筆家の業績とそれに対して支払われる報酬は、必ずしも文筆家に都合の良いかたちで呼応するものではない、というのである⁹。そこでフレートは、文筆家の報酬額を算定する基準として、その作品が文芸市場を通じて劇場や出版社、新聞社などにもたらした実際の経済利益に注目した。つまり、作品が上演された劇場の観客動員数、作品の書籍としての販売部数、作品(あるいは記事)が掲載された新聞の定期購読者の増加数といった具体的な数値に注目したのである。

次にフレートは、文筆家に収入をもたらす文芸市場や出版社、新聞社と文筆家との関係、および文筆家が原稿を作成する際の状況をもとに、文筆家を下記のように三つのグループに分類した。

【表】フレートによる文筆家のグループ分け

Gruppe 1 : Literat ¹⁰	自ら選択した題材をもとに作品を書き、それを自由に市場で売る。
Gruppe 2 : Schriftsteller	市場における需要に応じて、作品、記事を書く。ただし、出版社、新聞社との安定した雇用関係は持っていない。
Gruppe 3 : Journalist	出版社、新聞社との安定した雇用関係を持つ。

⁶ Fred, Walter: Literatur als Ware. Bemerkungen über die Wertung schriftstellerischer Arbeit. Berlin 1911. S. 9.

⁷ Ebd.: S. 55.

⁸ Ebd.: S. 9.

⁹ Ebd.: S. 20.

¹⁰ „Literat“ という語は、通常軽蔑的に「三文文士」といった意味で用いられる。フレートが批難した「自らの名声や才能を誇り、そうした自意識にふさわしい報酬を手にしたがる文筆家」がこのグループに該当する。つまりフレートは、このグループに属する文筆家を批難する意味を込めて „Literat“ という語を用いたと考えられる。

グループ1に属する文筆家たちは、自ら選択した題材をもとに「自由に」作品を書き、また安定した販路を持たず、その作品を「自由に」市場で売ることになる。これに対して、グループ2に属する文筆家たちは、安定した販路を持つてはいないが、市場の需要に応じて、売れる見込みのある作品、記事を意図的に書く人々である。グループ3に属する文筆家たちは、新聞社、出版社との安定した雇用関係を持ち、雇用者が要求する題材を書く人々、文筆家の中でも特に新聞記者、ジャーナリスト、編集者と呼ばれる人々である。

フレートによれば、特にグループ1には他の2つに比べて「かなり狭く現実的な制限」(recht enge reale Grenze)がある。この「制限」とは、すなわち文筆業で生計を立てていく可能性が相当に限られていることを意味する。そこで彼は、このグループ1に属する文筆家のみを、「自由であるように見える芸術家」(scheinbar freier Künstler)と位置づけた¹¹。つまり、このグループの文筆家のみが売れる保証のない作品を書き、安定した販路を持たず、したがって安定した収入を得られる保証をもたない人々であった。

フレートは、このような生活基盤の不安定さを考慮し、文学作品に関して、その題材選択だけでなく形式選択もまた経済的な価値付けに「災いに満ちて」(unheilvollerweise)影響を及ぼすことを指摘する¹²。つまり、詩、短編小説、長編小説、戯曲、エッセイといった作品形式が、文筆家の経済状況の格差と密接に結び付くことを示すのである。

2.2 ペンで生活するにはどうすべきかー指南書としての『商品としての文学』ー

まずフレートは、満足の行く収入を得たいと考えている文筆家たちに、戯曲を書くか、もしくは長編小説を新聞や雑誌に連載することを勧める：

常に舞台のために書いている者は、実際、観客を多く動員し、商業的成功を収めた一つの作品で、年間、最低でも10,000~15,000マルク、平均50,000~100,000マルクの収入が見込める。¹³

当時、文芸市場、出版社、新聞社でもそうであったように、劇場においても、商業化は進んでいた。劇場幹旋者(Theateragentur)と脚本出版者(Bühnenverleger)が、文筆家と劇場の間との契約を円滑に取り結ぶ方向へと導き、それによって劇作家たちに支払われる報酬も改善されていた。小劇場では通常一回の上演につき50~200マルクの報酬が見込めた。さらに大劇場における晩の上演となると、劇作家は上演で劇場が得る総収入の5~20%の利益配当を得ることができたのであった¹⁴。

フレートは、長編小説を一つか二つ長期にわたって新聞、雑誌に連載することで年間25,000~50,000マルクの収入を得た小説家を、商業的成功を収めた文筆家と見なしている。ただしフレートは、この際、出版社などとの契約時に20~25%の利益配当を得られることが、この

¹¹ Fred, Walter: Literatur als Ware. S. 26.

¹² Ebd.: S. 30.

¹³ Ebd. .

¹⁴ Scheideler, Britta: Zwischen Beruf und Berufung. S. 35.

種の文筆家になるための前提条件であるとした。しかし、現実にはこのパーセンテージを勝ち取っていた文筆家は、第一次世界大戦前ではごく限られていた¹⁵。19世紀末に活動した文筆家たちの中で、最も高い報酬額を得た者を見ると、フレートが指摘しているように、長編小説もしくは戯曲を書いた文筆家たちに限定されている。1880年代初頭の上位高額所得者は、喜劇『クラウス博士』(„Dr. Klaus“:1878)を書いたアドルフ・ラロンジェ(Adolf L'Arronge)¹⁶であった。彼は、この作品で100,000マルクの報酬を得た。また、ラロンジェと同様に高額な報酬を得た文筆家に数えられるのは、ヘルマン・ズーダーマン(Hermann Sudermann)¹⁷である。彼は長編小説『栄誉』(„Die Ehre“:1889)だけで、1903年までに300,000マルクの収入を得た。さらにグスタフ・フライターク(Gustav Freytag)¹⁸は、彼の長編作品群『祖先たち』(„Die Ahnen“:1873-1881)によって、彼が亡くなる1895年まで420,000マルクを稼いだ¹⁹。後にノーベル文学賞を受賞するゲルハルト・ハウプトマン(Gerhart Hauptmann)²⁰が劇場から得た報酬は、1896~1899年の間で月平均3,000マルク、この期間で最も高収入を得た1896年12月で6,676マルクであった²¹。

フレートによれば、ラロンジェやズーダーマン、フライターク、あるいはハウプトマンといった文筆家たちが、その文学作品の公刊前の印刷(単行本にする前に新聞、雑誌などに掲載すること)で得た収入は20,000~30,000マルクの間、最高で50,000マルクであった²²。文芸雑誌において公刊前の作品を掲載することは、文筆家にとって収入源として採算の取れるものであった。雑誌の発行による収入額は、通常、本の発行による収入額を10~15倍上回っていた。したがってそれに相応した報酬も見込めた。例えば、ジャーナリスト出身で小説家へと転身したテオドア・フォンターネ(Theodor Fontane)²³は、自分の長編小説を刊行前に文芸雑誌に掲載することで2,000~3,000マルクの報酬を得ていた²⁴。

このようにフレートは、商業的成功を収めた文筆家の例を挙げ、彼らの収入源を分析した上で、長編小説、あるいは戯曲を書くことが、成功につながると指摘した。これは当時の文筆家たちが抱えていた「ペンで生活していくにはどうしたらよいか」という深刻な問題に打開策を提示するものであった。こうした提言が行なわれた背景には、世紀転換期に増加した、ペンによって生計を立てる人々、すなわち「職業文筆家」の存在があった。

2.3 職業文筆家の増加

当時の文筆業に携わった人々の数を示す資料として、次のような数値が挙げられている。1895

¹⁵ Fischer, Ernst: Schutzverband deutscher Schriftsteller. S. 59.

¹⁶ 1838-1908 舞台作家、劇場支配人、指揮者、作曲家。

¹⁷ 1857-1928 小説家、劇作家。

¹⁸ 1816-1895 小説家、美術史家、ジャーナリスト。

¹⁹ Scheideler, Britta: Zwischen Beruf und Berufung. S. 34.

²⁰ 1862-1946 ドイツ自然主義の代表的人物。劇作家、小説家、叙情詩人。代表作は『織工たち』(„Die Weber“)

²¹ Scheideler, Britta: Zwischen Beruf und Berufung. S. 34.

²² Fred, Walter: Literatur als Ware. S. 35.

²³ 1819-1898 29歳から『ドレスデン新聞』(„Dresden Zeitung“)のベルリン通信員として以後20年余りにわたってジャーナリスト生活を送る。1878年、59歳にして初めて小説第一作『嵐の前』(„Vor dem Sturm“)を刊行、以後20年間に17編の小説を書き、ドイツ・リアリズム作家の代表的存在となった。

²⁴ Scheideler, Britta: Zwischen Beruf und Berufung. S. 35.

年には、文筆業を本業もしくは副業としていた作家、ジャーナリスト、学者はドイツ全体で7,407人に達し、当時の全職業人口の0.26%であった。さらにこの中で文筆業を本業とし、特定の出版社、新聞社に雇用されずに自由に活動していた文筆家全体の人数が3,000~4,000人であった²⁵。1907年になると、文筆家全体の人数が、12,002人にまで増加し、その中に占める自由に活動する文筆家は6,000~7,000人であった²⁶。1872年に発足した「社会政策協会」(Verein für Sozialpolitik)の会員であった社会学者マックス・タイヒマン(Max Teichmann)は、1922年の論文の中で次のように述べている：

前世紀の終わりに「自由な文筆家」(die freie Schriftsteller)という職業がそれほど珍しいものではなくなったとはいえ、今のところ、そのほとんどは例外なく、他の職業の出身者である。彼らの作品の成功、つまり文学的労働 [=literarische Arbeit] からの収入が彼らに転職を許し、文筆業を主たる収入源として生きる文筆家にさせたのである。世紀転換期になって、ようやく専業の文筆家を生み出す発展が見られた。つまりこれは、初めから他の職業を経由せずに文筆業に就く人々、知的労働を行なう人々が出現したことを意味する。²⁷

このタイヒマンの発言から、文筆業によって生計を立てる「職業文筆家」が19世紀の終わりにから世紀転換期にかけて出現し、20世紀に入ってからいっそう増加する傾向にあったことがわかる。この文筆業界における労働力の増加は、単に文筆家の平均報酬額を低下させただけではない。文学作品の場合は、ジャンル毎の需要の度合いに相応して報酬額が大きく異なり、また新聞、雑誌においては、どの分野の欄(経済欄、政治欄、文芸欄など)に記事を掲載するかで報酬額が変わってくる、という現象も引き起こしたのである。

このように、当時の職業文筆家の存在は不安定なものであった。次章では、こうした彼らの現状をより詳細に見ていくことにする。

2. 4 世紀転換期における文筆家の状況

当時、出版社との有利な契約へと持ち込めた文筆家はごくわずかであった。多くの場合、文筆家が自らの作品を出版する際に出版社と取り交わす契約の条件は、文筆家にとって非常に不利なものであった。このような状況についてフレートは次のように言及している：

ドイツの出版社は依然として、文筆家たちに報酬を払う前に、印刷業者、製本業者に代金を払わなければならないと考えている。²⁸

²⁵ Scheideler, Britta: Zwischen Beruf und Berufung, S. 35.

²⁶ Ebd.: S. 29.

²⁷ Teichmann, Max: Über die Lage der freien Schriftsteller seit der Gründung des Deutschen Reichs. In: Die geistigen Arbeiter. Erster Teil. Freies Schriftstellertum und Literaturverlag. München und Leipzig 1922. S. 77.

²⁸ Fred, Walter: Literatur als Ware. S. 35.

出版社との契約、取引、原稿の引渡しなどに関するあらゆる問題に関して、当時の文筆家たちは「たいていの出版社が、公式にはないが、事実上連帯しているという状態」²⁹のために、かなり弱い立場に立たされていた。多くの読者を獲得していたはずの文筆家でさえ、経済的な問題に直面しなければならなかったのは、出版社と文筆家のこのような不平等な関係が原因であった。つまり、出版社側は連帯していたのに対し、文筆家は個々人が別個に出版社との契約に臨まねばならなかったのである。

従来の出版社との契約では、出版法により、通常は初版から重版へと発行部数が増大しても、文筆家に支払われる報酬額は引き上げられなかった。大抵は、店頭価格の5~25%分の報酬しか得ることができなかった³⁰。1901年6月19日には新しい著作権法が制定され、違法な複製禁止がこれまでより強化された。また出版社側からの一方的な契約解除もある程度見直された。しかし、違法な複製が作られる際には「悪意なしに、下心なしに」(guter Glaube)という決まり文句が依然として罷り通り、法廷においてもさまざまに異なって解釈された³¹。この結果、少数の有名な文筆家たちは契約内容の主導権を握ることができたが、一方、その他あまり有名ではない文筆家たち——彼らの作品は当時のあらゆる大衆本の2/3を占めていたのだが——は、自分たちの書いた作品を売り出してくれる出版社を見つけられただけでも満足しなければならないのが現状であった³²。フレートも、1911年の段階において、依然として多くの雑誌が実際に報酬を支払って得た原稿ではなく、ただで入手した複製を掲載している、と述べている³³。

さらに文筆家たちには、複製に対する報酬を諦めざるを得ない理由があった。フレートによれば、それは出版社、編集者と良好な関係を維持せねばならぬ、ということであった。つまり文筆家たちは、複製に対して報酬を要求した結果、雇用契約を解消されることを怖れたのである³⁴。付け加えるならば、文筆家の多くには、訴訟を起こす経済的余裕などはなかったのである。そして実際、出版社が文筆家を突然解雇するという事態は頻発していた。当時、出版社への依存関係が最も顕著であったのは、通俗本を書く文筆家たち(Kolportage-Schriftsteller)であった。世紀転換期以降、彼らの作品は10~25ペニヒの間で主に駄などの売店で大量に販売されていたが、通常、彼らは僅かな版数に対する報酬によって満足せねばならなかった。そして自分たちの著作が実際に何部出版されているのかを出版社から聞かされてもいなかった³⁵。こうした出版社による搾取という状況下にあっても、さほど著名とは言えない文筆家たちにとって、自らの作品を一冊の本として出版することは、収入の確保というよりも、むしろ自らの名を世間に広げるための宣伝活動の一環でしかなかったのである³⁶。

1901年に発布された新しい著作権法は、新聞、雑誌に著作、記事などを書くジャーナリストや小説家にはさほど画期的なものではなかったが、他のジャンルの文筆家、とりわけ叙情詩人た

²⁹ Fred, Walter: Literatur als Ware. S. 35.

³⁰ Scheideler, Britta: Zwischen Beruf und Berufung. S. 35.

³¹ Ebd.: S. 37.

³² Ebd.

³³ Fred, Walter: Literatur als Ware. S. 38.

³⁴ Ebd.

³⁵ Ebd.

³⁶ Ebd.

ちの間では、かなり効果的な改善が期待された。つまり詩人たちは、自分たちの作品の定期刊行物への無許可な転用に対して異議申し立てを行なう権利を獲得したのである。他人の作品をアンソロジー、歌集などに収録することが許されたのは、作品の著作者が、収録されることを知らされて 1 ヶ月以内にこのことについて異議申し立てを行なわなかった場合にのみ限られた。よって告知から 1 ヶ月以内に異議申し立てを行なえば、著作者は収録作品に対する報酬を請求できるようになった。この著作権法を最大限に生かしたのが、1902 年に 7 人の叙情詩人たちによって結成された「抒情詩人のカルテル」(Kartell lyrischer Autoren: KLA)である。このカルテルの会員は、雑誌に自らの作品の複製を掲載させる際、1 行につき最低 50 ペニヒの報酬を支払うことを要求した。この額は、まだ経験の浅い若手詩人の場合は、1914 年から 25 ペニヒに設定された。「抒情詩人のカルテル」は、アンソロジーに関する複製許可を留保し、出版社と協定を結ぶことによって、この著作権法で得られた新しい権利を自分たちの作品の価格を上げるために利用したのであった³⁷。

当時、経済的に最も劣悪な状況にあったのは、新聞、雑誌などに短い記事や短編小説を書いて生活している人々であった。彼らは副業で文筆業を営む人々や「臨時文筆家」(Gelegenheitsschriftsteller)と競合せねばならなかった。この背景には、さまざまな人々が出版社・新聞社から記事を書くことを求められ、またそうした記事を掲載した方が、新聞、雑誌自体が面白くなるという出版社・新聞社の目論見があった³⁸。さらに、このような文筆業を本業としない人々は、無償あるいはかなり安い報酬で記事を書いた。これが、文筆活動で生計を立てていた人々の報酬額をいっそう引き下げることにつながった。こうした人々の困窮状態を知る上で、1909 年刊行の新聞『新展望』(„Neue Revue“)に掲載されたハンス・ランツベルク(Hans Landsberg)³⁹の記事の次のような言葉が参考になる：

ある大きな日刊紙の編集者は、一日の原稿の入荷量は、実際の需要の 10~20 倍にもなっている！とはっきり言っている。⁴⁰

ランツベルクは、1909 年当時の文筆家の困窮状態について、まず、新聞、雑誌などの定期刊行物の市場と文筆家との不安定な関係を原因として挙げた。つまり、文筆家が最低限の収入を稼ぐために本来必要であったはずの媒体との安定した契約関係が欠如していたのである。そしてランツベルクは、このような職業文筆家の置かれた劣悪な状況を示す具体例として、彼らに支払われる報酬について次のように言及している：

³⁷ Martens, Wolfgang: Lyrik kommerziell. Das Kartell lyrischer Autoren 1902-1933. München 1975. S. 84.

³⁸ Fischer, Ernst: Schutzverband deutscher Schriftsteller. S. 60.

³⁹ 1875-1920 ジャーナリスト。SDS 設立前のカフェにおける文筆家たちの会合から中心的人物であり、設立の原動力となった人物。世紀転換期頃からフリーのジャーナリストとしてベルリンで活動し、第一次世界大戦前までは SDS 執行部に常に名を連ねていた。第一次世界大戦に志願兵として参加し負傷して帰還したが、その後は SDS に関わることなく、その負傷が原因で 1920 年に亡くなっている。

⁴⁰ Landsberg, Hans: Die soziale Lage des Schriftstellers, In: Neue Revue, Wochenschrift für das öffentliche Leben, vom 29. Mai 1909, S. 801.

現在、ドイツの文筆家には、大きな日刊紙では1行につき10ペニヒが報酬として支払われている。したがって、最も大きな記事が300行なので、文筆家たちは最高でも30マルクしか得ることができない。今日の文筆活動は報酬を得ることで成立している。私は、1日に100行書く(普通の)文筆家の商業的業績について注目したい。このことは、商品売りつけるためには最も大切な事である。実際のところ、最も恵まれた条件でも、これでは1日にせいぜい10マルクほどしか稼ぐことができないのである。さらに、文筆家たちは原稿を出版社に渡した後、つまり、彼らに要求された仕事を済ませた後、直ちに報酬を得ることができるのか、というそれは全く不可能なことなのだ。彼らは、現在の出版法に従って、(報酬支払いを)その活字化まで我慢して待たなければならない。したがって執筆者は、新聞に自分の記事が掲載されてから報酬を得るまで、たいてい4ヶ月は待たなければならないことになるのだ。このような仕組みが正常などとは到底言えまい。⁴¹

雑誌や新聞に日々記事を書く文筆家の場合、その発行部数や執筆者の知名度によって、報酬にはかなりの格差が見られた。しかし実際の相場は、発行部数が高い雑誌では1行につき20ペニヒ、発行部数が平均的な雑誌では1行につき10ペニヒが支払われていた。商業的成功を収め名声を博した作家とは対極に位置する文筆家たち、特に日銭稼ぎの文筆家にとって、こうした低い報酬額は深刻な問題であった。ランツベルクと同様、フレートも文筆家に支払われる報酬の実状について次のように述べている：

次のことはよく知っておかねばならない。あらゆる領域において、12名程の文筆家たちが文芸欄に1行15語で約200行の記事を掲載して、75~100マルクの報酬を得ている。さらに36名程の文筆家たちが、同等の記事で50~75マルクの報酬を得ている。常に働いている〔職業文筆家の大多数を構成する〕文士でも、その全体の10分の1以下の人々だけが、なんとか30~50マルクの報酬を得ていて、残りは20~30マルクの報酬しか得られない。⁴²

ここで言及されている報酬上の序列は、文筆家各人にそれぞれ独自の市場価値があるという現実、そして文筆家たちの間では激しい市場競争が展開されていたという状況を示している。こうした状況は、「独行者」(Einzelgänger)⁴³である文筆家たちが、自ら置かれている経済状況を明確に意識することにつながった。そこでフレートは、そうした文筆家に「ふさわしいライフスタイル」を次のように述べている：

文筆家は、どこか美しい隠れ家で安穩と暮らしてはいけぬ。また、自分の大都市の住居で孤独に仕事に励んではならぬ。私たちはありがたいことに、現代の生活に関するさまざまな物事について書

⁴¹ Landsberg, Hans: Die soziale Lage des Schriftstellers, In: Neue Revue, Wochenschrift für das öffentliche Leben, vom 29. Mai 1909, S. 801.

⁴² Fred, Walter: Literatur als Ware. S. 41.

⁴³ Fischer, Ernst: Schutzverband deutscher Schriftsteller. S. 60.

いている人々が、その物事さえも経験することを求められている時代に働いているのだから。⁴⁴

つまり、文筆家も商取引の現場に身を置いて、現実を直視して活動する必要があるのだ、という提言である。

2.5 『商品としての文学』の意義と反響

フレートの『商品としての文学』は、世紀転換期から1900年代にかけて活動していた文筆家の実生活を浮き彫りにし、文筆業を本業として生活していくにはどうしたらよいか、という当時の文筆家によって提起された極めて深刻な問いかけに対して、確固とした解決策を導き出そうと試みた、言わば文筆家たちの指南書であった。また同時に、ランツベルク、ホイスなどSDS執行部によって言及され議論されていた「文学作品の商品価値」「文筆家たちの文芸市場への関心」「自らの経済的利潤の拡大」といった問題を定式化し、連盟内外に対して説得力のある連盟綱領として示したのであった。連盟執行部メンバーは、宣伝のためにこのパンフレットについてかなり肯定的な感想をさまざまな雑誌に掲載している。代表的な例を挙げると、当時SDS代表であったゲオルク・ヘルマン(Georg Hermann)⁴⁵は、1911年に刊行された文芸雑誌『文学のこだま』(„Das literarische Echo“)の中で、次のように言及している：

文学について観念的価値を有するものとして何度も言及する代わりに、ここで経済的価値を有するものとしての文学生産物について書かれた本を詳細に考察することは、全く適切なことであろう。またこの経済的価値は、表と裏の二重の意味を持っている。まず一つは、文学が市民生活や商業活動においてどのような国民経済学的機能を果たすか、ということである。この経済的側面は、もし思慮深く、専門的で統計的に解明されるとしたら、私たちにとって、とても関心を引くものとなるであろう。しかし文学に関する経済的本質のもう一つの側面として、次のようなことが考えられる。それは今日、どのようにして、またどのような状況下で文学生産者が労働しているのか、また彼らの報酬の支払いはどうに行なわれているのか、彼らの生計を得る機会はどうなものなのか、ということである。これは、すでに私たちにとって、単に客観的な興味を引き起こさせるだけではなく、とりわけ私たち文士にとって極めて主観的な、たびたび地獄のように熱く迫り来る問題でもある。このような文学の経済的側面と、文士、つまり雇用されていない文筆家たち〔＝表のグループ1に該当する人々〕の生活条件について、フレートは実に精確で思慮深い調査を行なっている。さらに彼は、これらの問題について客観的に懇切丁寧に言及している。⁴⁶

⁴⁴ Fred, Walter: Literatur als Ware. S. 43.

⁴⁵ 1871-1943 小説家。SDS 初代代表を務める。1871年にベルリンに商人の息子として生まれ、大学で商業学と文学史、さらに美術史を学んだ後、いくつかの美術批評と散文的な短編を刊行した。1906年に発表した長編小説『イエットヒェン・ゲーベルト』(„Jettchen Gebert“)によって大きな成功を収め、1908年には、その続編である『ヘンリエッテ・ヤコービ』(„Henriette Jacoby“)を発表し、旺盛な創作活動を展開する。その平和主義的な立場からナチスの迫害を受け、1933年にはオランダに亡命し、1943年にはアウシュビッツに強制送還されそこで亡くなった。

⁴⁶ Hermann, Georg: Literatur als Ware. In: Das literarische Echo, 15. Jg, H. 16, S. 1171-1176.

ホイスは、ジークフリート・ヤーコプゾーン(Siegfried Jacobsohn)⁴⁷によって編集されていた文芸雑誌『舞台』 („Die Schaubühne“)に 1911 年に次のような記事を書いている：

フレートの仕事は、的確な問題提起をなすことで事態の核心に迫っている。小説家、エッセイストについての言及、編集者への思慮深く客観的な批評は、全く優れていて、感銘を与えるものである。彼の考え方と態度は、専門家の共感を得ることは明らかだろう。⁴⁸

このように、当時の SDS 執行部は一貫してフレートの『商品としての文学』に賛辞の言葉を送っていた。しかし、連盟外の文筆家、批評家たちの間では賛否両論があった。マックス・ブロート(Max Brod)⁴⁹は、1911 年 4 月 30 日に刊行されたウィーンの『新自由新聞』 („Neue Freie Presse“)の中で、フレートの考えを激しく批判する記事を書いている：

受け取る金額が上がると生産物がより良くなる、という考え方は当然のように思われる。しかし、まさにこのような考え方は正反対の主張をしたショーペンハウアーの言葉を借りて、私は、この意見を留保したい。つまり、報酬を与えたり、複製を禁止したりすることは、まるで災いが金銭に含まれているかのように、基本的に文学を腐敗させるからである。つまり、どんな文筆家でも、自らの経済的利益のために書いている限り、すばらしい作品を書けるはずがないのである。⁵⁰

このブロートと SDS の文筆家の理念をめぐる「ずれ」は、文筆業を「職業」(Beruf)と見なすか、それとも「天職」(Berufung)と見なすか、という問題の図式にそのまま置き換えることができる。これは、特に 19 世紀後半から始まる出版産業の技術革新、市場拡大といった発展の中で、文筆家のもつ「商業性」と「芸術性」という二つの対立する性格が問題視されたために生じたのであった。こうした状況の変化の中から、彼らが創造する文学作品の価値をめぐる議論、つまり文学作品を「芸術作品」(Kunstwerk)と見なすか、それとも「商品」(Ware)と見なすか、という問題が新たに浮上してきたのである。

SDS の歴史の中に位置付けてみると、フレートの『商品としての文学』の刊行は、連盟創設期から続いていた連盟綱領案に関する議論を収束させた。そして、SDS が報酬額、検閲などをめぐって出版社、編集者に対して具体的な行動を起こそうとする、言わば「実践段階」への転換点となった。さらに文筆家の社会史全体で見ると、文筆家の職業性をめぐる問題に正面から取り組み、「文学の商業性」を宣言した書でもあった。

⁴⁷ 1881-1926 編集者、ジャーナリスト。1905 年から雑誌『舞台』 („Schaubühne“)、1918 年から、この雑誌が名前を変更した『世界舞台』 („Weltbühne“)の編集に携わる。

⁴⁸ Heuss, Theodor: Literatur als Ware. In: Die Schaubühne, 7. Jg. Nr. 21, S. 561-564.

⁴⁹ 1884-1968 小説家、文化哲学者。ここで言及されているショーペンハウアーについての論文もいくつか書いている。カフカの編纂者でもある。

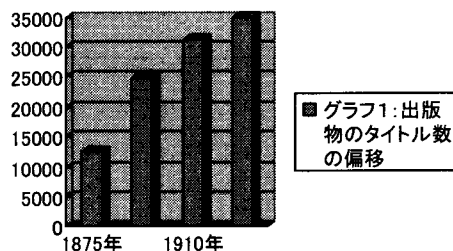
⁵⁰ Brod, Max: Literatur als Ware. In: Neue Freie Presse vom 30. April 1911.

3. 読書の大衆化 ―大衆文学の発展―

フレートは『商品としての文学』の冒頭部で、「最も個人的な芸術作品も、衝動的な感性から生まれた文芸作品もまた、一瞬のうちに商品になってしまうのだ」⁵¹と述べた。しかし、このパンフレットが刊行された 1911 年に突如として文学作品が商品へと変化したわけではない。この段階に至るまでには、それまでの社会全体の発展の歴史があった。そうした発展の中でも、ここでは特に工業化・産業化による技術革新と文芸市場の拡大によって引き起こされた、文学を受容する読者と文学作品との関わりの変化について考察する。

3.1 印刷技術の革新と書籍出版社の増加

印刷技術には、15 世紀半ばのグーテンベルクによる活版印刷術の発明以来、細かな改良は加えられてきたとはいえ、基本的にその後の 350 年間はほぼ変化がなかった。ところが 18 世紀後半に始まったイギリスの産業革命の影響下で、印刷の世界にも画期的な技術革新が訪れた。ドイツ語圏では、1811 年にフリードリヒ・ケーニヒ(Friedrich König)⁵²が蒸気式高速印刷機を発明した。これによって従来の手動印刷の 10 倍の印刷能力が得られ、印刷物の生産が飛躍的に促進されたのであった⁵³。この印刷技術の革新によって、特に泡沫会社設立時代(1871 - 1873 年)以降、文芸娯楽産業(eine literarische Unterhaltungsindustrie)は大きな発展を遂げたのである。



この印刷技術の革新によって、出版社もまた大きな発展を遂げた。ドイツの書籍出版の生産統計によると、出版物(書籍および定期刊行物を含む)は、1875 年に 12,516 タイトル、1900 年に 24,792 タイトル、そして 1910 年には 31,281 タイトルまで増加した。すなわち、この 35 年間で刊行物の数が約 2.5 倍に跳ね上がったことになる。この増加傾向は第一次世界大戦前まで続き、1913 年には

34,871 タイトルの刊行物が出版されている⁵⁴。雑誌に限定すると、1875 年から第一次世界大戦が始まるまでの間に、その部数はほぼ 3 倍に上昇した。特に 1892~1910 年のわずか 18 年間に 3,536~5,891 タイトルにまで上昇した⁵⁵。この刊行部数の増加を支えたのは当時の出版社であった。出版社の数は、1875 年に 4,614 社であったのに対し、1910 年にはそのほぼ 3 倍の 12,650 社にまで増加している⁵⁶。これとほぼ同時期にあたる 1875~1907 年の期間に、各出版社の平均

⁵¹ Fred, Walter: Literatur als Ware. S. 9.

⁵² 1774-1833 発明家。

⁵³ 戸叶勝也 『ドイツ出版の社会史ーグーテンベルクから現代までー』三修社 1992 年 S. 161.

⁵⁴ Umlauff, Ernst: Beiträge zur Statistik des deutschen Buchhandels. Leipzig. 1934. S. 62.

⁵⁵ Menz, Gerhard: Die Zeitschrift, ihre Entwicklung und ihre Lebensbedingungen. Stuttgart 1928. S. 33.

⁵⁶ Umlauff, Ernst: Beiträge zur Statistik des deutschen Buchhandels. S. 45.

従業員数は2.1人から3.1人に増加し、出版社に勤める全従業員も、ほぼ6倍に膨れ上がった⁵⁷。出版社全体の総売上げは、1875年に5,500万マルクであったのに対し、1907年には5億マルクに達していた⁵⁸。

このように、19世紀前半から本格的に始まった印刷技術の革新によって、出版物と出版社の数が19世紀後半から1900年代にかけて飛躍的に増加したのであった。これらの変化は、文芸娯楽産業が発展する「礎」となったのである。そして、この印刷技術の革新による出版物、出版社の増加傾向は、同時に受け手となる読者層の広がりを意味していた。つまり、読者が要求する文芸ジャンル、読者が容易に手に入れることのできる書籍の種類というものが、大きな変化を遂げたのである。

3.2 文芸娯楽産業の発展と読者層の増加

1860年代から1911年までの文芸娯楽産業の広がりを見ると、二つの大きな波があったことがわかる。最初の波は19世紀後半、特に1860~1880年代中盤にかけて大きな広がりを見せた「三文小説」(Kolportageroman)や「俗悪小説」(Hintertreppenroman)、「低俗文学」(Schundliteratur)といった文芸ジャンルの発展である。これらの小説の素材は、騎士・盗賊小説、ウェスタン、インディアンもの、さらには推理小説であり、長編でも一冊にまとめず、15~250回の分冊形式で、通常一回が8~12ページ、価格は10ペニヒで新聞・雑誌に連載された。これらは口達者な書籍行商人(Kolporteur)によって売り捌かれ、都市部の下層市民や青少年の間に多くの予約購読者を獲得した⁵⁹。

二つ目の波は、1880年代中盤から世紀転換期にかけて三文小説を凌ぐ広がりを見せた「シリーズ小冊子」(Serienhefte)と呼ばれるものであった。各号読み切りで、多くの場合は60ページほどの冊子が次々に発行された。その価格は20~50ペニヒと安価であったため、都市に住む下層階級の人々にも手の届くものであった⁶⁰。このシリーズ小冊子は、書籍行商人によってではなく、書店以外の駅のキオスク、文房具店などの販売経路を通じて普及した点で、三文小説や俗悪小説とは異なり、今日の冊子販売の「はじまり」であったとすることができる。実際、1860~1903年の間に、このようなシリーズ小冊子は500~1,000作品が市場に出回っていた⁶¹。こうした大衆文学の書籍は、発行部数も多かったので、あらゆる階層の読者を獲得したのであった⁶²。

さらに、このようなシリーズ小冊子に代表さ大衆文学の発展と並行して、1850年代中頃から世紀転換期にかけて、出版都市シュトゥットガルトとライプチヒを中心に発行された、「家庭雑誌」(Familienblätter)、および「絵入り娯楽雑誌」(Illustrierte Unterhaltungsblätter)と呼ばれる「定期刊行物」が大きな広がりを見せた。これらは、1870年代に書籍の大量生産と大量消費の状況が出現する以前から、すでに他の出版物と比較して多くの読者を獲得していた。特

⁵⁷ Umlauff, Ernst: Beiträge zur Statistik des deutschen Buchhandels. S. 21.

⁵⁸ Ebd: S. 159.

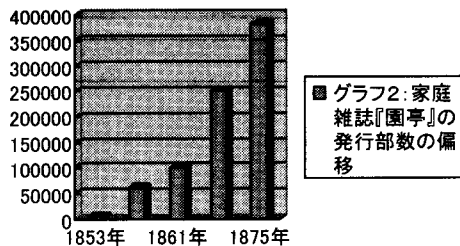
⁵⁹ Jäger, Georg: Der Kampf gegen Schmutz und Schund. Frankfurt am Main 1988. S. 164.

⁶⁰ Ebd.

⁶¹ Ebd.

⁶² Wittmann, Reinhard: Geschichte des deutschen Buchhandels. München 1991. S. 296.

に絵入り娯楽雑誌は、イラストやグラフィックの再生産や印刷技術が向上したために、早い段階から比較的安価で大量の出版が可能となっていたのである。1870年代以降は、出版技術の革新と読者層の急激な拡大を受けて、さらに爆発的にその数値を伸ばしている⁶³。例えば、1858年



創刊の『海山を越えて』 („Über Land und Meer“)や『わが家』 („Daheim“)などがその代表といえる。エルンスト・カイル(Ernst Keil)⁶⁴によって創刊され、ドイツで最も成功した家庭雑誌『園亭』 („Die Gartenlaube“)の場合、1853年の創刊当時は1版4,000部であったが、1874年までに予約購読者の数は実に40万人にまで増加し、また実際の読者数は約200万人、すなわち年齢10歳以上

のドイツ人の約5%にあたる人数を読者として獲得していたのである。『園亭』の最盛期(1870年代中盤)には、「中流の暮らしをしている家庭」のほとんどがその予約者であり、どこのカフェでも必ずこの雑誌が客のために備えつけられていた。つまり、この雑誌は、19世紀後半から世紀転換期頃にかけて、ドイツ中産階級の平均的なオピニオン・リーダーの役を果たしていたのである⁶⁵。

3.3 「商品」へと変わる本

1935年にエルンスト・ヨーハン(Ernst Johann)によって発表された論文『自然主義と新ロマン主義におけるドイツの書籍出版社』 („Die deutschen Buchverlage des Naturalismus und der Neuromantik“)では、1880年代から世紀転換期にかけての書籍出版社の動向、および商品としての「本」と読者層の増加が指摘されている：

古典作家の作品が、赤いクロス上に金押し付けた豪華装丁本で本棚に並ぶ時代である。しかし、この時代の文学は、別の領域で行われている。市民や小市民たちは、読むことを学んでいる。本は、これまでなじみではなかった社会階層の人々にまで達し、これらの人々を読者層として獲得している。人々は、幸運なことに、小さな貸本屋からサファイア [=宝石のような素敵なお本] を借りてくることができるし、あるいは、読書サークルのファイルから『園亭』を借りてくることができるのだ。また、ライプチヒやベルリンでは、新しい読書愛好に奉仕すべき仕事に熱心に行われている。娯楽文学は花盛りで、文学史に登場しないような作家たちの著作が大成功を収めている。大量の家庭雑誌が刊行され、出版が一つの商売になっているのだ。私たちが後の時代になってようやく繰り返し言うようになったあらゆる現象を、私たちは、すでにここで目の当たりにする。つまり、巨

⁶³ 前原真吾 『文筆業の誕生—近代ドイツにおける文筆家団体の活動史—』 東洋出版 2004年 S. 52~55.

⁶⁴ 1816-1878 出版人。王政復古期末期の1846年に政治的な内容を含んだ月刊誌『燈台』 („Der Leuchtturm“) を創刊する。

⁶⁵ エンゲルジング、ロルフ 『文盲と読書の社会史』 思索社 1985年 S. 211.

大な発行部数、センセーショナルな本の成功、そして投機的な出版業者。まさに泡沫会社設立時代である。「本」という商品は、他の商品よりも高級に扱われなくなってしまったのだ。⁶⁶

このヨーハンの記述にもあるように、世紀転換期には貸本屋が書籍や雑誌を賃貸で定期的に配達回収する「読書クラブ」や「書籍回読会」、新聞・雑誌・書籍の共同購読のための組織である「読書組合」あるいは「回読クラブ」など、広い意味での「商業的貸出文庫」が花盛りであり、これらが都市市民を対象としたいわゆる「書籍配給システム」だったのである⁶⁷。1912年にヘルムート・フォン・シュタイネン(Helmut von Steinen)⁶⁸によって書かれた『現代の本』(„Das moderne Buch“)は、その前年に刊行されたフレートの『商品としての文学』と並び、文学の商業性を分析する上で非常に興味深い論文である。シュタイネンは、当時流行していた連載物の三文小説を「大衆本」(Massenbuch)と名づけ、論文の冒頭部で次のように述べている：

書籍は確かに二重の特性を持っている。つまり、知的産物(geistiges Produkt)であると同時に商品(Ware)でもある。⁶⁹

このようにシュタイネンもフレートと同様、「文学の商業性」を指摘している。フレートの『商品としての文学』もシュタイネンの『現代の本』もほぼ同じ時期に書かれた論文である。この20世紀初頭に提起された「文学の商業性」という問題は、ドイツ社会全体を席卷した産業化による印刷技術の革新、さらにこの印刷技術の革新によってもたらされた「パンフレット」、「シリーズ小冊子」のような「大衆本」や『園丁』に代表される比較的安価な娯楽雑誌、家庭雑誌の登場、そしてこれらによって導かれた読者層の急速な拡大、つまり「読書の大衆化」へと連鎖反応的に進行した状況変化の一つの帰結であった。

4. 結論

1909年にベルリンで結成された「ドイツ文筆家保護連盟」(SDS)は、その活動目的として文筆家たちの経済利益の向上を掲げ、「文筆業を本業として生活していくにはどうすべきか」という当時の職業文筆家たちが共通に抱えていた問題に組織として立ち向かった。そして、1911年に刊行されたフレートの『商品としての文学』は、当時の職業文筆家たちに一つの打開策を提示したのであった。文筆家たちが書くことによって生活していくということは、同時に文筆家が生み出す記事、エッセイ、小説などが「商品」となることを意味していた。この文学作品を生産する供給者たちによって提起された「文学の商業性」は、その受け手となる需要者たち(読者)の変化に相応していた。この読者の変化をもたらした「引き金」となったのは、1860~70年代にか

⁶⁶ Johann, Ernst: Die deutschen Buchverlage des Naturalismus und der Neuromantik. Weimar 1935. S. 15.

⁶⁷ 戸叶勝也 『ドイツ出版の社会史—グーテンベルクから現代まで—』 S. 180.

⁶⁸ 1890年、マールブルク生まれ。没年不詳。大学では、文学史、国民経済学を学び、アルフレート・ヴェーバー(Alfred Weber)の指導を受けた。

⁶⁹ Steinen, Helmut von den: Das moderne Buch. Heidelberg 1912. S. 11.

けてのドイツ社会全体を覆った産業化の波であった。印刷技術の革新、書籍出版社の急激な増加、安価な書物の登場によって、読者層が一気に拡大したのである。それと同時に、読者はさまざまなジャンルの文学作品を要求し、文筆家たちも、どの文学ジャンルで十分な収入を得ることができけるかを思案するようになった。

このように、ドイツ社会全体の発展を背景とする読者構造の変化がもたらした新たな状況が、文筆家たちに「文学の商業性」を論じさせることになったのである。

参考文献

- Fischer, Ernst: Der Schutzverband deutscher Schriftsteller. Frankfurt am Main 1980.
- Fred, Walter: Literatur als Ware. Bemerkungen über die Wertung schriftstellerischer Arbeit. Berlin
- Hermann, Georg: Literatur als Ware. In: Das literarische Echo, 15. Jg.(1911), Heft 16, Sp. 1171-1176.
- Heuss, Theodor: Literatur als Ware. In: Neue Schaubühne, 7. Jg. Nr.21, S. 561-564.
- Jäger, Georg: Der Kampf gegen Schmutz und Schund. Frankfurt am Main 1988.
- Johann, Ernst: Die deutschen Buchverlage des Naturalismus und der Neuromantik. Weimar 1935.
- Landsberg, Hans: Die soziale Lage des Schriftstellers. In: Neue Revue, Wochenschrift für das öffentliche Leben, hrsg. von Josef Adolf Bondy, Heft 22/23. Berlin 1909, S. 800-802.
- Menz, Gerhard: Die Zeitschrift, ihre Entwicklung und ihre Lebensbedingungen. Stuttgart 1928.
- Martens, Wolfgang: Lyrik kommerziell. Das Kartell lyrischer Autoren 1902-1933. München 1975.
- Scheideler, Britta: Zwischen Beruf und Berufung. Zur Sozialgeschichte der deutschen Schriftsteller von 1880 bis 1933. Frankfurt am Main 1997.
- Der Schriftsteller. Zeitschrift des Schutzverbandes deutscher Schriftsteller, Jg. 1-3, Berlin 1910-1913.
- Steinen, Helmut von den: Das moderne Buch. Heidelberg 1912.
- Teichmann, Max: Über die Lage der freien Schriftsteller seit der Gründung des Deutschen Reiches. In: Die geistigen Arbeiter, Erster Teil, hrsg. von Ludwig Sinzheimer. München und Leipzig 1922, S. 75-137.
- Umlauff, Ernst: Beiträge zur Statistik des deutschen Buchhandels. Leipzig 1934.
- Wittmann, Reinhard: Geschichte des deutschen Buchhandels. München 1991.
- エンゲルジング、ロルフ『文盲と読書の社会史』思索社 1985 年
- 戸叶勝也『ドイツ出版の社会史ーグーテンベルクから現代までー』三修社 1992 年
- 前原真吾『文筆業の誕生ー近代ドイツにおける文筆家団体の活動史ー』東洋出版 2004 年

(北海道大学大学院文学研究科博士後期課程)