

一九六八年以降の西ドイツにおける文学産業——管理された書籍

楠根重和

以下の論文は昨年秋の日本独文学会研究発表での『一九六八年以降の西ドイツの文学と社会』というシンポジウムで発表した原稿に手を加えたものである。

文学産業 (Literaturbetrieb) というような、およそ融合しそうな、文学と産業という合成語を研究対象とすること自体が、文学の今日置かれている状況を雄弁に語っている。経済・社会・歴史など外的要因によっても条件づけられている文学の産業化、工業化が進むにつれて、文学と産業は対等ではなくなり、後者の産業の方へ力点が移って行くものと思われる。Kronはこのことを「文学と市場、芸術と産業のような概念を結合することに抵抗があるのは、ブルジョワ的で、個人主義に基づく、教養イデオロギーと、ブルジョワ的かつ資本主義的で、メディアの膨脹によって、経済に条件づけられた文学生産の弁証的連関を見抜くことの困難さから来ている」と書いている。

シンポジウムでは受容 (Rezeption) を共通のテーマに持っていたが、文学コミュニケーションを考える場合、作品解釈とか Rezeption だけを問題にするのは片手落ちである。受容を問題にするなら、生

産 (Production) も、また分配 (Distribution) も問題にせざるを得ない。これは Dimpfi 女史の鋭い指摘である。²⁾ 確かに、生産や分配がなければ受容も存在しない。受容理論が読者と作品との間の文学コミュニケーション理論であり、文学の大衆化を追認したものだ、という単純化が許されるとすれば、文学産業を研究することは、そのコミュニケーションを他のファクターにまで拡大することに他ならず、広い意味で、受容理論を補強するものと考えられる。

文学産業という非常に平凡な言葉を使うこと自体に、文学を「美のパラダイス」³⁾ から追放しようとする意図が感じ取られ、Michel の「文学に対する死刑判決」⁴⁾ とともに、背後に六八年の反体制の気分が読み取れる。なるほど『生産者としての文学者』という Benjamin の一九三四年の論文も、字面は文学・産業という二つの語を持っているが、今日的な意味での文学産業研究とは内容を異にしている。

この論文には「一九六八年以降の」という条件がついているが、文学の産業化それ自体は連続的な現象であつたらうし、六八年に突如新しい事態が生じたとも思えないが、文学産業というテーマがひんぱんに取り上げられるのが七〇年以降、文学産業という合成語が

辞書に登場するのは七〇年代後半、これから触れるであろうが、文学の大衆化、産業化、それに対抗する動き、作家の意識の変化、作家同盟結成、労働組合加入、これらのデータを重ねて行くと、一九六八年を一つの区分りとして使うことが、さほど妥当性の欠いたものではないと言える。

書籍というものが西ドイツ経済全体の中でどのような位置を占めているかを示すために、WiesandとFohrbeckの二人は一九七三年度において、その生産額を洗剤や女性下着のそれと比較し、大体匹敵できる、と指摘した。⁶⁵⁾最も日常的な消費材と「精神的」な書籍とを同一レベルで論じようとする態度から、この著者、Wiesand（一九四五年生まれ）、Fohrbeck（一九四二年生まれ）の二人が、六八年の反体制運動の世代であることを感じ取れるかも知れない。

西ドイツの書籍年間発行点数（新刊と再版を含む）は統計の取り方で幅があり、（例えばユネスコの統計では四ページ以上のものを本としているのに反し、西ドイツでは四九ページ以上を本と定義している）⁶⁶⁾ 確実なことは言えないが、低く見積っても、五・六万冊あり、ソ連、アメリカについて世界第三位、ソ連の発行点数には相当数のパンフレット類が含まれており、アメリカは最近発行点数が減っており、実質は世界一、二だと推定される。これに関しては『数で見た本と出版一九八四年』⁶⁷⁾からの統計を最後に掲げておく。表(一)参照けれどもこれらの統計は発行点数だけを言っているものであって、実際の発行部数の総合計は不明である。また西ドイツには、Federhen-Roskeに⁶⁸⁾れば、二、〇〇〇の出版社、三、八〇〇軒の書店、三〇〇、〇〇〇冊の供給可能なタイトルがあり、Strussによれば、

二五、〇〇〇人の著者、この内定期的に出版している作家は二、〇〇〇人、文筆業だけで生活できるのは、一〇〇人程度である。⁶⁹⁾これらの数字を頭に入れて、まず最初に生産の方に目を向けると、出版社の資本の集中、系列化が目につく。書籍の出版はごく少数の出版コンツェルン、例えばBertelsmannグループ、(この中には、Goldmann, Westdeutscher Verlag, Gabler, Blanvaletなどが含まれる)やHoltzbrinckグループ、(この中には、Fischer, Rowohlt, Knauer, Stahlberg, Krüger, Droemerなどが入っている)に独占されていく。Bertelsmannコンツェルンがどれほど巨大な企業であるかを、出川氏の『物語 世界の書籍出版社』という本から見てみると、このコンツェルンはフランクフルトの書籍見本市(Buchmesse)で毎年最大のレセプションを催すことで有名であり、新聞、雑誌、書籍、印刷、製本、配本、販売、テレビ、映画、レコード、ビデオ、コンピューターなどに進出し、傘下にはアメリカ最大のペーパーバックであるバンタム社をはじめ、他五〇社を欧米各地に有し、従業員一万五千人、年間売上げ、一兆二千億円、世界最大の出版コンツェルンである。出版社の集中化に関しては、『数で見た本と出版一九八四年』からの統計を最後に載せておいたので、表(二)表(三)を参照。西ドイツにある約二、〇〇〇の出版社の二・二パーセントで、全体の売上げの五〇パーセント、また二・八パーセントの出版社がタイトルの四九・四パーセントを独占している。⁷⁰⁾しかも上位にランクされる一〇社の内、一社だけがまともな文芸書(schönggeistige Literatur)を出版しており、他の九社は実用書、娯楽小説を発行している。文芸書、とりわけ高級なものは、いわゆる儲けにならず、ま

ともな企業の取り組む対象ではないと考えられている。

出版業全体における文芸書の地位が低いことは、別の統計からも読み取れる。一九七八年に Bertelsmann 出版社が行った調査、『コミュニケーション態度と本』(◇Kommunikationsverhalten und Buch)によると、西ドイツでは世帯当り、月二〇マルクを本代に支出し、その内二〇パーセントの四マルクを文芸書に当てているが、たゞしその三分の二は娯楽小説であるとされる。¹⁰²

また話を文芸出版社に限っても、同じく集中化の現象が見られる。このことは文芸の発表の場として、限られた数の出版社しか対象にならないことを意味する。Voit氏の調査によれば、『ドイツ語現代文学批判事典』(◇kritisches Lexikon zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur)で取り上げられた作家の三分の一が Insel 社を含めた Suhrkamp 社を主たる発表の場としており、二位の Luchterhand 社は全体の四分の一、三位以下は Kiepenheuer & Witsch 社、Rowohlt 社、Fischer 社、Hanser 社と続く。三位以下は上位二社に大きく水をあけられている。今世紀最初の三分の一に占めていた Fischer 社の位置を、一九五〇年に創立した、若く Suhrkamp 社が占めている。このポケットブックシリーズは、他の出版社で出されたもの、再版が多く、オリジナルとしては、ほとんど見るべきものがない。というのはポケット版では初版の数が多く、相当数捌けなければならないことから、新人作家のデビューとしては相応しくないからである。Fischer 社は Holzbrinck コンツェルンに属しており、この保守的な企業は、儲からない、アヴァンギャルド文学には興味を示さず、新しい作家が入ってこないことも、Fis-

cher 社が衰退した原因である。¹⁰⁴

出版大手企業が文芸部門、とりわけ高級な文学 (hohe Literatur) から手を引き、限られた数の出版社に文学作品出版が集中する一方、それに対抗する新しい出版社が出現している。例えば Wagenbach 社(一九六五年)、Trinkant 社(一九六七年)、Wagenbach 社から分れた Rotbuch 社(一九七三年)、Bertelsmann 社から訣別した、Autoren Edition(一九七八年)などがそれである。またそれ以外にも多くのミニ出版社が出現している。後者で有名なのは二〇〇一出版社である。

アルタナティーフプレッセ誕生の年とされる一九六八年以降、¹⁰⁵ 夥しいアルタナティーフ出版社が出現した。一九八〇・八一年度の『アルタナティーフ文学手引書』(◇Handbuch der deutschsprachigen alternativen Literatur)によれば、九〇の出版社、二〇〇人の作家が名簿に記載されている。アルタナティーフの人々はフランクフルトの書籍見本市に対抗すべく、反書籍見本市 (Gegenbuchmesse) を同じ期間中に開催して氣勢を上げているが、アルタナティーヴェから見た「体制側」が初版物で、年間五〇、〇〇〇〜六〇、〇〇〇タイトルも発行しているのに、代替をスローガンに掲げるアルタナティーヴェが、雑誌を含めて年間、六〇〇〜七〇〇タイトルほどで、今後どのような変遷を挙げるか予想はできないが、まだ現在のところは大海の一滴であり、こゝでは出版業の集中化に逆行する動きの一つとしてアルタナティーフ出版のことに言及するだけにとめておく。

出版社との関連では是非とも触れておかねばならないのは、ブック

クラブの存在である。日本にはこのシステムが根付かなかったが故に、とりわけ顕著な現象である。年間最低四冊、ブッククラブの出版物を引き受けることを条件に、定価の四〇パーセント程度で本を手に入れることのできるこの商法は、ドイツの各階層にそのメンバーを持っている。

この分野においても資本の集中化が著しいことが見て取れる。五〇年代半ばには、八五社もあったのに、六七年には一七社、七五年には一〇社に激減している。この現存するブッククラブの中で、なんとと言っても我々の関心をひくのは『読書の輪』（V. Lesering）というクラブを主軸にした Bertelsmann 系のブッククラブ（会員数四五〇万人）と、『ドイツ書籍連合』（Deutscher Bücherbund）を中心とする、Holtzbrinck 系のブッククラブ（会員数一六五万人）である。この二つで市場の九〇パーセントを占めている。Bertelsmann 社は国内はもとより、欧米各地にブッククラブを持って、『世界大帝國』を形成している。一九六九年には日本に進出したが、定着できなかった。けれどもその時の日本の出版界の危機感は大きく、黒船を迎え撃つべく、同じ年に、『全日本ブッククラブ』が生まれたほどであった。このようなブッククラブが西ドイツに定着する理由の一つとして Roszinsky-Terjung は、本を安く提供すること、文化的生活への参加、文化的ステータスを廉価に与えているからだとしている。¹⁰⁹ もう一つ別の理由として、全国に三、〇〇〇軒しか書店がないが、その代わりブッククラブの発達したアメリカの例から推察できるように、西ドイツに書店が少いことから来ていると思われる。西ドイツの三、八〇〇店に対して、日本には二万三、〇〇〇軒もある。

（もっとも最近の日本の本屋は少数の例外を除いてはコミックス、雑誌、文庫本、ベストセラー、それに実用書しか置いていない。）このことから人口二万人以下の小さな町に、ブッククラブの会員の割合が特に高くなっていることの説明がつく。ところがこゝで問題となることがある。ブッククラブが取り扱うタイトルはせいぜい五〇〇〜七〇〇どまりであり、一般の書店が扱う一〇〇、〇〇〇〜三〇〇、〇〇〇タイトルとは大違いである。このことから、いったんブッククラブの選択本に採用されると、たちまち五〇万部、時には一〇〇万部を超えることもまれではない。このことは書籍に関する操作が容易であることを意味する。そして驚くべきことは、これらのブッククラブが、といっても実質上は上位二社のことであるが、量的には西ドイツで取引きされている書籍の三分の一に関与している事実である。

次に生産に加わっている作家を中心に見てみると、作家はドイツ語では種々な単語で言い表わすことができる。その中の一つに、自由文筆家 (freier Schriftsteller) がある。これは面白い言廻しだと思うが、どうしてわざわざ frei という言葉を付加するのであろうか。Lattmann によればこの前に置かれている Freiheit は、Vogelfreiheit であると思われる。¹¹⁰ 同じ趣旨のことを Grass は一九六八年に次のように言っている。frei と vogelfrei の言葉遊びのために訳出できないので原語のまま引用すると、

> O. schöne Fiktion des freien, beziehungsweise vogelfreien, des unabhängigen, beziehungsweise von der Unabhängigkeit abhängigen Schriftstellers, beziehungsweise Dichters. <

Grass は自由文筆家の自由というのはフィクションだと言いつつ

ている。Schwengerはそれを「死滅しつつある職業」と言う。⁹²⁾ また Arnoldは自分の論文のタイトルを、『とてもない神風業、別名いわゆる自由文筆家・批評家』と名付けている。⁹³⁾

作家の身分がこゝで言われているように、不安定であるのは、作家が自由人であるというイデオロギーに囚われ、ナチスの御用組合である『ドイツ作家帝国組合』(Reichsverband Deutscher Schriftsteller) (略して RDS) への強制加盟への反動として、連帯することを拒み、利益を代表する「ロビー」を政界に持たなかったために、確かに freiであったがそれは実は、vogelfreiであったということになる。この反省のもとに、一九六九年六月九日にケルンで、戦後初めて全国的なレベルでの『ドイツ作家同盟』(Verband deutscher Schriftsteller) (略して VS) が結成された。これまでの VS に先行する作家同盟に比べて、作家の文学性、倫理、政治傾向などといった問題はひとまず置いて、むしろ作家が労働者、もしくは「労働者に近似する存在」であるとの共通の認識のもとに、職業、法律、経済、社会厚生上の利益を追求することが全面に打ち出されているところに、その特徴がある。

一九六九年の大会では Schriftsteller というエリート的ニュアンスのある言葉よりも、もっと中立性をもった Autor という言葉が好まれ、また「言語版權所有者」(Worturheber) という言葉も使われた。一九七〇年十一月二〇―二三日の第一回作家会議では、作家を独立した創造者と定義するのではなく、「私的企業や公的機関に属する版權所有者」と定義し、「一匹狼の連帯」がスローガンとされた。⁹⁴⁾ 作家業はほとんど専業としては成立せず、最初のところで述べた

ように、二五、〇〇〇人中一〇〇人程度しか専業として生活できないということをお願いしていた。収入も不安定で、老後の保証もない。そこで VS は少し長びきはしたが国会を動かして、一九七二年九月に、公的な図書館が本を一冊貸し出す度に、図書館の設置者から一〇フェニヒを納めさせることに成功した。こうして集めた金の半分を作家に還元し、半分は作家のための社会保険の基金とした。これは実際に売られた本の数よりも、図書館で利用された数の方が多く、著作権の無断利用である、という考え方から出てくる。本をレコードに、図書館を貸しレコード屋に置き換えれば、このことが理解できる。またこの年の法改正で、自由業のものにも公的年金を受給できる可能性が開かれた。作家が自らを自由業と規定せず、雇用関係に似たものと定義するような認識の変化は、多分に作家の活動範囲が、活字から、他のメディア、例えばラジオ、テレビなどに重点が移っており、個人の創造から、集団の創造へと変化し、Schriftsteller というよりは、むしろ Sprachsteller という方が、より現実に合わせている、というような状況から来ている。作家の「活字離れ」という現象は、もちろんオーディオヴィジュアルなメディアの方が金になり、生活が安定することから来ているが、この新しいメディアでは、作家は自分の創意から物を生み出す、というよりも、委託されることが多くなり、いわゆる「作家の自由」を放棄することにつながる。Wiesand/Fohrbeckによると、一九七〇―七二年の自由文筆家の数は七、二〇〇人とされ、その内の五分の二は新聞・雑誌、三分の一はラジオ・テレビ、五分の一は出版、五パーセントは映画を主とした活動領域にしているとされる。⁹⁵⁾ 作家が

置かれたこのような現状から、VSが労働組合に加入したのは、別に不思議なステップではないように思える。一九七三年、VSは印刷・製紙産業組合 (IG Druck und Papier) に参加を決定、三分の二のVSの会員が労働組合員になった。もっともVSの労組加入に反対した作家達も多くいて、同じ年の一九七三年に、『自由ドイツ作家同盟』 (Freier Deutscher Autorenverband) (略してFDA) がVSから分裂したことも触れておかねばならない。FDAはVSとは違って、労働者としての身分の向上を計ることだけを目的とするのではなく、作家の「倫理上、政治上の使命」をも重要視するのだとしている。それにもかゝらず、確かに自己を「労働者に近似する存在」と規定したのは大きな変化であった。

このような政治法律上の動きとあいまって、作家たちは出版社での発言権を強めようと努めている。作家たちが直接出版社経営に乗り出したり、経営参加に成功したりするケースもある。Wagenbach社やZyglodge社では作家も共同決定権を有し、利益配分に与っている。Theaterverlag der Autoren社やSyndikat社では共同経営者となり、Luchterhand社では作家達は拒否権を有している。Wagenbach社の実験が行き詰まると、そこからRotbuch社が分離した。又、大手出版社に属しながら、作家の責任において出版するものとしては、Bertelsmann系のAutoren EditionやHolzbrinckの子会社Fischer社に属するWerkkreis Literatur der Autoren der Arbeitsweltがある。この関連におおづらはVerlag der Autoren (フランクフルト) の名も挙げておかねばならぬ。

これまでの話は作家になっている人についてであるが、作家にな

ろうとする人を文学産業の選別メカニズムが待ち構えている。日本に比べて、新人発掘に適した雑誌は少数の例外を除いて (Akzenteやオーストリアのmanuskripteなど)、西ドイツでは存在しない。また文学賞や振興賞も、半分は名誉賞であり、Alfred Döblin賞やBachmann賞などの例外を除いては、印刷されていない原稿を対象としておらず、有名な作家の間でタライ回しされており、本当に必要な人には与えられない。それと、文学賞の受賞も、西ドイツでは本の売れ行きに対して、決定的な影響を与えることはない、と言われている。原稿を直接出版社に送り付けても採用される見通しはまずない。Bertelsmann社に送られてきた一、五〇〇の原稿の内、日の目を見るのは二原稿だけで、Fischer社に送り付けられた一、〇〇〇の原稿の内、それは一つだけだったと言われている。従って作家になる一番の可能性は、出版社お抱えの作家を通じ、原稿監定人 (Lektor) に原稿を読んでもらうことであるが、今迄見てきたように、文芸出版社の寡占状態が強まって行く中で、特定のLektorに権限が集中する危険性が存在する。ミニ出版社、あるいはアルタナティーフ出版社から著名な作家になれる可能性は、ごく少数の例外を除けば、まずないと断定できる。

次に話を書店に移すが、西ドイツでは日本のそれと比べて書店の数が極めて少ないこと、そしてそれを補う形でブッククラブが存在することは、もつすでに述べた。書店は、『ドイツ書籍取引組合』 (Börsenverein des Deutschen Buchhandels) に加入して、組合員の機関紙として、『ドイツ書籍取引組合新聞』 (Das Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel) を持っており、読者の情報サービス

としては、*Li* という雑誌を発行している。またそれ以外に、広告代理店 Harenberg 社を通じて *PR* 紙 *Buch aktuell* を作らせている。このパンフレットは店頭で無料で配布されると共に、*TEE* や *Intercity* の特急列車の中にも置かれている。また特定の書店が集って *Leserzeichen* というパンフレットも発行されている。

書店の部門でも、合理化、産業化の傾向は否定できない。「本の発行から書店での販売停止までの期間が短くなっていて、以前は文芸書のサイクルは一〇年あるいはそれ以上だったのに、今日では平均二、三年に短縮され、個々のケースにあつては、それ以下のものもある」と言われている。書籍の「永遠の価値」という神話は、この方面からも疑わしいものになる。できるだけ在庫を少くしようとすると、本ははつきりと、ごくわずかの、発行部数の多い儲かる本と、多くの損をする本に二分される傾向があり、中間のものが少くなってくる。⁶⁹⁾

その結果書店は回転の速い儲かる本だけを取り扱う傾向にあり、いわゆる肩のこらない本ばかりを置きたがり、小出版社の、得てして要求度の高い、実験的な文芸書は書店から敬遠される破目になる。また出版社の方も儲かる見込みがない書籍の初版の部数をできるだけ二、〇〇〇部以下にして、損金を少くしようとする。

本が商品としての性格を持てば持つ程、いわゆるまともな本が、ごく少数の専門店以外には見られなくなり、一方、ベストセラーや消耗品としての本は、キオスクや本のセルフサービス店、百貨店、スーパーマーケット、コーヒー豆販売店などで売られ、書籍は書店でという考え方は通用しなくなる。

また売れ行きが悪く、今後とも売れる見通しのたたない本は、著者の承認を得て、早い時点で投げ売り (*Ramschandel*) される。この場合この本はもちろん定価 (*verbindlicher Preis*) を離れ、製造原価で投げ売りされ、作家には一文も入ってこない。こういって本で商売しているのが通信販売書店 (*Versandbuchhändler*) や、新刊の古本屋 (*Moderne Antiquariat*) である。

これまでに見てきたように、ベストセラーにのみ力点を置き、在庫を出来る限り少くし、本の回転を速めるといふ状況では、普通の書店において、まともな文芸書や社会批判的な本を置くことは困難になってきている。(最近では日本の書店でも全く同じ現象が見られるが) こうした事態を自らの手で回避しようとして、作家が一九七三年ミュンヘンで独自の書店 (*Autorenbuchhandlung*) を作った。七年にはベルリン、七九年にはフランクフルトにも支店がおかれた。作家達は出資金一、〇〇〇マルクを出し、その代り年五%の配当金を受け取れる仕組みになっている。この書店では、内外の文芸書、それもミニ出版社のものを含めて常時在庫を貯え、また作家と読者のコンタクトを直接取れるような催物も行われている。

本の商品化に関して見落していけないのは冊子小説 (*Hefroman*) の存在である。週刊、隔週刊と、いろんなものがあるが、主としてキオスクや百貨店、スーパーマーケットで売られ、一部が九〇フェニヒと安い。年間の総発行量三億四、〇〇〇万、三億七、〇〇〇万冊 (一九七一年) と気の遠くなるような売れ行きである。冊子小説の場合、特に問題となるのは、出版社の指導と作家側の自主規制によって内容が決められ、ステレオタイプにならざるを

得ない、という点である。例えば政治問題は取り扱わないとか、作品には必ず善人を登場させなければならないことなど。冊子小説をマイナーなもので取り上げる価値がないとは言い切れない。何故なら、冊子小説の読者層は保守的な階層に属してはいても、本を読む階層に属しており、必ずしも学歴の低い、低所得階層とは限らないからである。一九七四年の冊子小説を発行する会社の調査によれば、規則的に国民の

一一・四パーセントが女性物 (Frauenromane) や運命物 (Schicksalsromane)

一〇・四パーセントが推理物、

六・七パーセントがウェスタン物

三・九パーセントがSF物

二・二パーセントが恐怖物

一一・七パーセントがクイズ冊子を読んでいる。

最後に本と読者との関係に目を転じたい。

(一〇年以上も前の統計であるが) 本を買う動機を購読者に尋ねると、

一八・二パーセントはテレビを見て、

一〇・九パーセントはラジオを聴いて、

一八・九パーセントは新聞の書評を読んで、

二二・三パーセントはショーウィンドーを見て、

一八・九パーセントはカタログやパンフレットを見て、

九・三パーセントは出版社の広告を見て、

と答えた。⁶⁷⁾ このことから分かるように、ある本が売れるために、

特に重要なのは、その本に対して十分な広告費がかけられるかどうか、新聞・雑誌で書評が掲載されるかどうか、ラジオ・テレビで紹介されるかどうか、そしてそもそもその本が書店に置かれるかどうかである。そして最後に挙げた段階、すなわちどの本を店に並べるかの決定以前に、多くの判断が下されているのである。インサイダーでない一般読者は批評家の判断を振り所にする他ないのである。実際に本を買って読まなくても、書評を読む人は多い。従って批評家は作家に対して生殺与奪の権を有している、とも言える。ところが批評家と言えども、すべての本に目を通すのは不可能であり、その判断には、「恣意」ばかりか、「偶然」が入り込む余地が多い。ラジオやテレビにしても事情はそれ以上に悪く、一部を紹介するだけであり、これら批評家の判断が読者の中で増幅されることは、想像に難くはない。

ベストセラーリストも購読決定に少なからざる影響を与えている。しかしながらそのリストは余り信用が置けず、操作されている可能性があることを Ransøger は指摘している。⁶⁸⁾

本の操作ということに関して、ベストセラーを人意的に生み出せるか、という問題を考えてみたい。ベストセラー作りに失敗している例や、成功している例もあって、一概に宣伝をかければ良いとは言えない面があるが、ベストセラーを人意的に作り出す副作用として、普通の本の発行部数が従来の平均して、四、〇〇〇〜六、〇〇〇冊あったものが、現在では二、〇〇〇〜三、〇〇〇冊に半減していることが Zimmer によつて指摘されている。⁶⁹⁾ この点からも売れる本と売れない本という、本の世界の二極分化現象が進行している。

西ドイツで広告費を多量に投下して、意図的にベストセラーを作った典型的なケースは、一九七〇年の Fritz Molden 社のそれである。西ドイツの角川商法とも言ふべき手段が構じられている。そのケースというのは、Hildegard Knief の自叙伝を売り出すために、この出版社は二五〇、〇〇〇マルクを注ぎ込む。この本の発行は七〇年八月。一月にはプロモーションキャンペーンが張られ、前述した業界紙『Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel』に三ヶ月以上にもわたって、二ページ大の広告。五月には試用の本、レコード、著者のサイン入り絵葉書が書店に並ぶ。次は一時間にわたる Knief とのテレビインタビュー。八月になると、各新聞に一斉に広告、たちまちの内に、Boris Pasternak の『ドクトル・ジバコ』(Doktor Schiwago) (一九五八年) に匹敵する大ブームが起る。Molden 社のケースはそれ以来、他の出版社にも真似られ、ベストセラーを目指す本の広告代は八〇、〇〇〇—一五〇、〇〇〇マルクが普通になり、また作家の方も Knief の例にならって、広告費を多くかけるよう要求し、サイン会に積極的出かけ、テレビ・ラジオとのインタビューを計画させ、本の装丁にもロヤカましくなった⁹⁵⁾と言われている。またもう一つ別の例として Pankus は Martin Gregor-Dellin のケースを挙げている。彼は何週間にもわたって朗読会の旅に出かけ、その距離は一一四、〇〇〇キロメートルにも達した⁹⁶⁾。

私はこれまで Reception の前提に於ける Produktion と Distribution を見てきた。そして作者と読者を繋ぐのは、関心ではなく、利益⁹⁷⁾であり、Production も Distribution のどの段階でも、それに対抗するまだ弱い動きは存在するが、管理されていることを明らかにし

てきた。そして「管理された本」という西ドイツの現象が日本にもいや我が国においては一層先鋭化された形で出現してきていることを嘆く者である。そして一般読者が最後の Reception も他人に委ねてしまつて、それも管理させてしまつていのではないかといふことを恐れる者である。この論文がそうならないために、そうさせないための一助となれば幸いなことである。

- (1) Kron, Friedhelm: Schriftsteller und Schriftstellerverbände. Stuttgart (Metzler) 1976, S. 162f
- (2) Dimpfl, Monika: Literarische Kommunikation und Gebrauchswert. Bonn (Bouvier) 1981, S. 151
- (3) Greven, Jochen: Bemerkungen zur Soziologie des Literaturbetriebs. In: Arnold, Heinz Ludwig (Hrsg.): Literaturbetrieb in der Bundesrepublik Deutschland. München (edition text + kritik) 1981², S. 11
- (4) Vgl. Michel, Karl Markus: Ein Kranz für die Literatur. In: Enzensperger, Hans Magnus (Hrsg.): Kursbuch 15. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1968, S. 169-186
- (5) Wiesand, Andreas Johannes/Fohrbeck, Karla: Literatur und Öffentlichkeit in der Bundesrepublik Deutschland. München (Hanser) 1976, S. 58f
- (6) Börsenverein des deutschen Buchhandels e. V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen Ausgabe 1984. Frankfurt a. M. (Buchhändler Vereinigung) 1984
- (7) Federhen-Roske, Renate: Tanz um den Leser. In: Arnold: a. a. O., S. 103
- (8) Struss, Dieter: Der Lektor oder: Wer bin ich? In: Arnold: a. a. O., S.

193

(9) 出川沙美雄「物語 世界の書籍出版社」（日本エディタースクール）一九八二
二

(10) a. a. O., S. 64 u. S. 72

(11) Wiesand/Fohrbeck: a. a. O., S. 61

(12) Roszinsky-Terjung, Arnd: Imperien auf dem Hauptvorschlagsband.

In: Arnold: a. a. O., S. 113

(13) Voit, Friedrich: Verlage und deutsche Gegenwartsliteratur S. 477

(14) Voit . . . a. a. O., S. 483

(15) Schubert, Christoph: Alternative Literaturszene in der Bundesrepublik

Deutschland. In: Arnold: a. a. O., S. 126

(16) Engel, Peter/Rheinsberg, Anna/Schubert, Christoph (Hrsg.): Handbuch

der deutschsprachigen alternativen Literatur. Trier

(éditions tréves) 1980, S. 5 u. S. 55

(17) Vgl. Wiesand/Fohrbeck: a. a. O., S. 60

(18) Roszinsky-Terjung: In Arnold: a. a. O., S. 117

(19) Roszinsky-Terjung: In Arnold: a. a. O., S. 116

(20) Wiesand/Fohrbeck: a. a. O., S. 21

(21) Fohrbeck, Karla/Wiesand, Andreas Johannes: Der Autorenreport. Rein-

beck bei Hamburg (Rowohlt) 1972, S. 219

(22) Schwenger, Hannes: Literaturproduktion. Stuttgart (Metzler) 1979, S.

110

(23) Arnold, Heinz Ludwig: Der schöne Kamikaze-Job oder: Der soge-

nannte freie (wissenschaftliche) Schriftsteller und Kritiker.

In: Arnold-Dielewicz, Ilisabe Dagmar/Arnold, Heinz

Ludwig (Hrsg.): Literarisches Leben in der Bundesrepub-

lik. Stuttgart (Reclam) 1979, S. 33

(24) ハムルター・キートンマン [Kiauln, Walter] 「むがた・相乗入——ハン

ンスト・ローヴォルトとその時代」(社会評論社)一九八三 二
九三ページ。

(25) Vgl. Wiesand/Fohrbeck: a. a. O., S. 21f. このシュルゲルアンケートに
基づいて、作家の六五七〇パーセントが「労働者に近似する
存在」なのだ。

(26) Kron: a. a. O., S. 85

(27) ebd., S. 91

(28) Wiesand/Fohrbeck: a. a. O., S. 13

(29) Kron: a. a. O., S. 87

(30) Wiesand/Fohrbeck: a. a. f., S. 50

(31) Engel, Peter: Teuer erkanntes Statussymbol Buch. In: Arnold: a. a. O.,

S. 166

(32) Fohrbeck/Wiesand: a. a. O., S. 182

(33) Zimmer, Dieter E.: Der Bestseller. In: Arnold-Dielewicz/Arnold: a. a.

O., S. 102

(34) Vgl. Poppe, Inge: Wo Bücher nicht nur Ware sind. In: Arnold: a. a. O.,

S. 161ff.

(35) Vgl. Fohrbeck/Wiesand: a. a. O., S. 130ff

(36) Wiesand/Fohrbeck: a. a. O., S. 101

(37) Pankus, Hartmut: Wie Bücher gemanagt werden. In: Arnold: a. a. O.,

S. 85f

(38) Greven: a. a. O., S. 16

(39) Ebd., S. 16

(40) Vgl. Ramseger, Georg: Bestsellerlisten——zynische Verhöhnung des

Lessers. In: Arnold: a. a. O., S. 92ff oder Vgl. Wiesand/
Fohrbeck: a. a. O., S. 63ff

(41) Zimmer: a. a. O., S. 102

(42) Vgl. Pankus: a. a. O., S. 80f

表 (一)
Internationale Titelproduktion 1979 bis 1981 (UNESCO-Statistik)

Land	Titel		
	1979	1980	1981
Belgien	10040	9009	9736
China	14738	19109	22920
Deutschland, Bundesrepublik	62082	67176	59168
Frankreich	25019	32318	37308
Großbritannien	41864	48069	42972
Indien	11087	13148	11562
Italien	11162	12029	13457
Japan	44392	45596	42217
Jugoslawien	12061	11301	11088
Kanada	21793	19063	**
Korea, Süd-	16081	20978	25747
Niederlande	13429	14591	13939
Polen	11191	11919	10435
Schweiz	10765	10362	10544
Sowjetunion	92398	92746	94646
Spanien	24569	**	**
Tschechoslowakei	10089	11647	10493
USA	**	**	76976

** Meldung liegt der UNESCO nicht vor.

表 (二)

Steuerpflichtige* und steuerbarer Umsatz 1982
in Buchverlagen (ohne Adreßbücher) und in Verlagen von Fachzeitschriften
nach Umsatzgrößenklassen
(Umsatzsteuerstatistik)

Umsatzgrößenklasse von... bis unter...DM	Buchverlage (ohne Adreßbücher)		Verlage von Fachzeitschriften	
	Steuer- pflichtige	Steuerbarer Umsatz in 1000 DM	Steuer- pflichtige	Steuerbarer Umsatz in 1000 DM
20000- 50000	181	6261	51	1701
50000-100000	206	14890	53	3881
100000-250000	289	47715	89	15053
250000-500000	222	80016	80	29466
500000- 1Mio.	189	134889	61	43181
1Mio.- 2Mio.	156	225286	56	79970
2Mio.- 5Mio.	159	507335	55	167422
5Mio.- 10Mio.	81	591592	20	128891
10Mio.-25Mio.	67	1056923	15	246084
25Mio.- 50Mio.	37	1240395	11	727908
50Mio.-100Mio.	11	781131		
100Mjo. und mehr	6	1118789		
Bundesgebiet	1604	5805221	491	1443557

表 (三)

An der Titelproduktion der Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West) beteiligte Verlage nach der Zahl der veröffentlichten Titel

Zahl der veröffentlichten Titel	1975		1977		1979		1981		1983	
	v. H. von Verlagen	v. H. von Titeln								
1	33.6	2.3	31.7	1.7	28.5	1.4	32.6	1.9	31.8	1.9
2	13.8	1.9	12.4	1.3	12.2	1.2	14.4	1.6	14.4	1.7
3- 5	16.7	4.2	16.8	3.4	17.8	3.3	17.1	3.7	17.5	3.9
6- 10	11.4	5.8	11.3	4.6	11.8	4.3	12.2	5.4	11.9	5.4
11- 20	9.6	9.7	11.8	9.2	12.0	8.7	9.0	7.6	9.6	8.5
21- 30	4.7	8.3	4.7	6.2	5.1	6.1	4.4	6.3	5.4	8.1
31- 40	3.0	7.3	2.7	5.1	3.2	5.4	2.4	4.5	2.1	4.3
41- 50	1.6	5.0	1.6	3.8	1.8	3.9	1.3	3.1	1.6	4.2
51-100	3.0	14.7	3.9	14.2	4.1	13.9	3.7	14.9	2.9	12.6
über 100	2.6	40.8	3.1	50.5	3.5	51.8	2.9	51.0	2.8	49.4
Jnsgesamt	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

一九六八年以降の西ドイツにおける文学産業——管理された書籍（楠根重和）