
「直筆原稿」のメディア論

[論文]

——作家／プロレタリア的身体の痕跡を炙り出す

大尾 侑子

“Handwritten Manuscripts” as Medium:
Revealing the Traces of the Writer-Proletarian’s Body

[Article]

Yuko Obi

本稿は1925年創刊の雑誌『文藝市場』による街頭での直筆原稿叩き売りに着目し、この実践が有名性に支配された文学界への批判であり、その背景には「直筆原稿」を作家の肉体労働の痕跡とみなし、商品価値を認めるべきだとする同人の主張があったことを明らかにした。また、売上金を共同印刷争議に寄付し、構成派的な「活字」表現を駆使するなど、この試みが労働運動とプロレタリア芸術運動との交点にあったことも指摘した。

This paper analyzed the practice of selling manuscripts on the street by the publishers and writers of the magazine “*Bungei Shijou* (Literary market)” in 1925–1926. It became clear that this practice was a criticism of the art world dominated by fame, and that behind this practice was the assertion of the writers that ‘handwritten manuscripts’ should be regarded as traces of the writers’ physical labor, and be recognized as a commodity.

キーワード：直筆原稿，文藝市場社，プロレタリア芸芸連盟，活字，共同印刷争議

1. はじめに

1.1 問題の所在

1925年11月10日、『東京朝日新聞』に「大人気のプロ文藝市場」と題する記事が掲載された。見出しには、「枯川老の原稿 三枚で三圓半也 / 文藝市場での逸品二東三文の投売でも一夜の売上百五十圓の大景気」という文言が躍る。枯川老とは作家・堺利彦の雅号である。添えられた写真は“構成派風”の文字で『『文藝市場』開市』と書かれた垂れ幕と、口上人らしき人物、そして彼を取り囲む黒山の人だかりを活写している(図1)。その正体は、1925年11月に創刊された雑誌『文藝市場』が東京・京橋の街頭で開催した直筆原稿の叩き売り——通称〈原稿市場〉的一幕だった。記事は、現場の様子をつぎのように伝えている(/ は改行, [……] は筆者による中略を示す)。

『世界文芸市場最初の試み』と言ふふれ出しで金子洋文伊東憲梅原北明村山知義なんぞの連中が十日午後四時半から京橋でプロ文士評論家の原稿プロ書家の書稿を、どこからか集めて来てその夜店を開いた / 長髪にロイド眼鏡の主催者はビールの空箱の上に戸板を並べ、背後には構成派風の大型の紙に『文藝市場』と大書して店をひろげるまた、く間に用のなさうな行人が足をとめて黒山、交通巡査までが飛んでくるといふ騒ぎ / 新進作家菅忠雄の原稿が五枚半で二十銭でた、き売られた後で『さあ今度は堺利彦の原稿、三枚いくら』『五銭』と叫ぶ奴があつたが、遂に二圓五十銭、これが当夜の最高値を呼んだ [……] 午後八時店を閉めるまでには大枚百四十五圓の売上げがあつた



図1 京橋で開催された第一回の〈原稿市場〉的一幕
(『東京朝日新聞』1925年11月10日付)

垂れ幕の前で口上を述べていたロイド眼鏡の男は、『文藝市場』の主幹で、のちに戦前昭和の軟派出版界を牽引した人物として名を馳せた作家・編集者の梅原北明（1901-1946）であった。作家の直筆原稿や書画を叩き売るといふ突飛なパフォーマンスは耳目を集め、各紙はこれを大きく報じた。京橋での開催が話題を呼ぶと、その後は神楽坂（1925年12月16日）でも催され、二年後には新聞が「『文藝市場』の同人連といへば世間も知る通り、神楽坂や銀座の盛り場で原稿の競り売りをしたりする変わった連中ばかり」（『読売新聞』1927年2月14日付）と取り上げたほどには、彼らの代名詞となったイベントである。

その特異性は何といても叩き売られた「商品」の性質にある。第一回〈原稿市場〉では、「曲亭馬琴の手紙やら故有島武郎氏のもの」¹⁾など文壇大家の自筆ものにくわえて、『文藝市場』の版元・文藝市場社の同人——小川未明、村山知義、金子洋文、梅原北明ら気鋭作家の直筆原稿が叩き売られた²⁾。それらはいずれも活字化され、印刷された後のものだ。後述するように、〈原稿市場〉が開催された1925年頃には、尾崎紅葉など明治の文壇大家のものでない限り、作家の直筆原稿はおよそ古書市場における「商品」とは見なされていなかった。そんななか文壇大家の直筆原稿に加えて、新進気鋭作家のそれが、夜店の競売りという直接取引の空間で並列的に取り扱われていたのである。

加えてこの試みは、当時の夜店（露店）文化からみても稀有であった。戦前には「縁日や夜店の屋台で読物を安く売る露店の古本屋が存在していた」³⁾が、そこでは「赤本」や講談本、売れ残りのゾッキ本、そして「月遅れ雑誌」が主力商品とされていたからだ。そうした空間は、「相対的に高価格であった新刊図書や新刊雑誌を自ら購入する余裕のない低所得者層に、より安価に出版物を提供する機能」⁴⁾を担う場所として存在していた。ゆえに文藝市場社がゲリラ的に開催した夜店での原稿の叩き売りは極めて珍しく、「世界文芸市場最初の試み」との触れ込みも国内に限っていえば、あながち誇張ではなかっただろう。

では、同社はなぜ活版印刷による複製技術の普及と大量印刷体制が確立されていくなかで、すでに印刷後に用済みとなった玉石混淆の「直筆原稿」と

いう（活字化以前の）メディアを「商品」に選定し、競りにかけたのだろうか。本稿が関心を寄せるのは〈原稿市場〉で叩き売られた作家の「作品（＝テキスト）」の内実や、その文学的価値を問うことではない。このパフォーマンスの前提として、彼らが「直筆原稿」に書かれた内容ではなく、メディアの「形式」それ自体にいかなる価値を見出したのかを、当時の出版界、およびプロレタリア芸術運動のコンテクストに再配置して検討し、同実践の意味を明らかにすることが目的である。以上の作業を通じて、「直筆原稿」がかつて持ち得た一つの姿を炙り出し、近代文学作家の直筆原稿をめぐる出版研究や近代文学研究の諸前提を問い直すための一助となることを目指すものである。

1.2 先行研究と本稿の立場

現在、作家の直筆原稿といえば各地の文学館の目玉であり、作家の意図や創作経緯を辿るうえでエッセンシャルな参照先として取り扱われている。有名作家の直筆原稿は近代文学研究や出版研究において高い価値が認められており、（その真贋が争点となることはあっても）「直筆原稿」の価値自体に疑義が向けられることはほぼない。たとえば古書店店主の反町茂雄は、「自筆草稿本は、原則として唯一・根源的なもの、その意味で絶対的な価値を持って居」とし、「ひとつひとつが根源的な、動かし難く第一次的な文学資料で、学問的には最高の価値を持つ貴重なもの」⁵⁾だと論じている。そのうえで、「著者が自分の手、自分の筆で書いた、ウブに、直接的に、著者の構想・意図・表現を伝える」ものである以上、「どの様な初版本・限定本、又精巧な複製本でも、この点到底自筆本には及」（同前）ばない、という。

この認識は蒐集家にとっての骨董的価値にとどまらず、文学研究にとっての自筆メディアをめぐる学術的価値の根拠としても機能している。そんな直筆原稿への関心の高まりを示すように、2000年代以降には青木正美『大衆自筆原稿集』（東京堂出版、2004年）、『近代文学草稿・原稿研究事典』（八木書店、2015年）、『「改造」直筆原稿の研究：山本実彦旧蔵・川内まごころ文学館所蔵』（雄松堂、2017年）などの成果が見られ、デジタルアーカイブ化技術の進展がこれらの動向を後押ししてきた。なかでも山本実彦の親族

が寄贈した作家二百余名の直筆原稿や書画類、約千二百点に及ぶ資料を扱う『「改造」直筆原稿の研究』に携わった文学研究者の紅野謙介は、「ひとつの出版社に関わりのあった文学者の直筆原稿がこれほど大量にあらわれること自体、稀有の事象」⁶⁾であると述べている。そのうえで、同プロジェクトの意義を、有島武郎や谷崎潤一郎など、「絶対的な名声を獲得した作家、作品の原稿がそろっているというわけではない〔……〕そうした高みにあげられ、原稿研究を展開しうる作家たちではないことが、今回発掘された直筆原稿類の資料的価値」(同前)だと論じた。

この指摘が逆説的に照らし出すのは、学術的な直筆原稿研究の対象が「作家」(とくに“絶対的な名声を獲得した”作家)と、その「作品」に関心の主軸を据え、その前提には「作家の直筆原稿には(学術的)価値がある」という認識が共有されていることである。自明のこのように思えるかもしれないが、この学術的実践はそれ自体が特殊歴史的・文化的な事象に他ならない。たとえば社会学者の佐藤健二は、「近代におけるテキスト空間の産業化は、著者を生産者として特権化し、「作者」「文学者」「文豪」「思想家」「文筆業」「文化人」等々のカテゴリーを析出させ、どこかでスター化(有名化)していった」⁷⁾と言い、文壇的な世界が成立した背後には、「出版市場の成熟がスターに近いブランドを生み出し」⁸⁾たことが挙げられるという。つまり、文壇大家などと呼ばれる作家の誕生の背景には出版産業の近代化と市場の成熟があり、活字媒体の増加に並行するかたちで、作家が手で書いた活字化以前の「直筆原稿」という媒体の固有性が、訴求的に「発見」されていく、という経緯を辿ったのである。なかでも紅野も指摘する「絶対的な名声を獲得した」作家の直筆ものであれば、受け手はそこにある種のアウラを看取することとなり、ゆえに作家／作品研究の資料的価値も裏付けられていった。

以上が示すように、作家の「直筆原稿」に見出される骨董的価値や学術資料価値は普遍的なものではなく、自筆本蒐集家の青木正美は、昭和初年には「近代文学の原稿など、ほとんど商品としては考えられなかった」⁹⁾と述べている。また文学研究者の大木志門も、1920年代半ば以降まで、「一部の稀覯本以外には近代の文学書が古書市場において高値で売買されることはな

かった。現在のように文学者（著名なと注記すべきだろうが）の初版本あるいは生資料であるという、その事実だけでありがたがる風潮は一般にはなかった¹⁰⁾と論じている。

出版産業の近代化が加速した1920年代の直筆原稿については、原稿料にかんする記録や研究には一定の蓄積があるものの、他方で「直筆原稿」の社会的存在形態が変化する過渡的状況を射程に収め、その内容ではなくメディア自体の「形式」性について言及した記録や学術研究はほとんどみられない。これを踏まえて本稿は『文藝市場』の直筆原稿叩き売りを足掛かりとして、この試みの同時代的意図を明らかにするとともに、「直筆原稿」というメディアが、ある時間／空間において持ち得た一つの姿を明るみに出す。メディア研究者の水越伸のひそみにならえば、「可能的様態」、すなわち「過去に構想されたか、あるいは実際に存在したものの、後に廃れたり、忘却されたりしたメディアの社会的なありよう。つまり『ありえたかもしれないメディアの姿』¹¹⁾」を探索する試みとも言い換えられる。

以下では、出版文化の大きな変革期で、プロレタリア芸術運動が出版と他の芸術分野を横断的に貫いた1925年から1926年にかけて、「ありえたかもしれない直筆原稿の姿」を浮かび上がらせ、直筆原稿をめぐる出版研究や文学研究、そしてメディア研究に新たな議論の準拠点を提示したい。

2. 「文藝市場宣言」にみる理念

2.1 社会主義的な文芸運動の時代に

まずは『文藝市場』誕生の経緯と、創刊に際して掲載された「文藝市場宣言」を参照しながら、同誌が文学界に対してどのようなスタンスを示したのかを整理する。冒頭でも述べたように、同誌主幹の梅原北明は戦前昭和の軟派出版界を牽引した中核的存在であった。1925年、ボッカチオの『全訳デカメロン』、アルバート・ウィリアムスの『露西亞大革命史』の翻訳を手がけたことが機縁となり、彼は作家の今東光、金子洋文らの知己を得て、今東光が主催する雑誌『文党』に参加することとなる。その後、プロレタリア文芸雑誌『種時く人』、『文藝戦線』の代表を務めた金子洋文が梅原北明に手

を差し伸べるかたちで、1925年11月に創刊されたのが『文藝市場』だった(図2)。表向きはプロレタリア文芸雑誌としてスタートしたものの、その内実は小説から妖怪、魔窟、変態資料、筆禍文獻といった多岐にわたるテーマを盛り込んだ、いわば雑文雑誌である。

同誌が創刊された1925年の空気を、その復刻版の解説を手がけたアヴァンギャルド芸術家・村山知義は次のように回想している。



図2 『文藝市場』創刊号の表紙。
構成派的なタイポグラフィを特徴とする

「無産者新聞」が創刊され、東大に社

会文芸研究会が生まれ、「文藝戦線」が出始め、日本プロレタリア文芸聯盟が結成された年なのである。つまり、日本に初めて社会主義な芸術運動が始められた年なのであった。〔……〕社会主義的な文芸運動が芽をふき出しながら、アナーキズムとボルシェビズムが無分化の状態だった。こういう時に『文藝市場』という雑文雑誌が生れた。そのころ「文藝春秋」という雑誌が幅をきかせていた。菊池寛という新聞小説の大家がいて、その下に集まった人達や、菊池の同輩の作家たちが寄り合っていた。『文藝市場』はそれに対抗しようとしたものであった。¹²⁾

この村山の述懐が示すように、1925年には社会主義的な芸術運動がインテリ青年を中心に盛り上がりを見せた。『文藝市場』はブルジョア文壇を象徴する存在であった菊池寛を仮想敵として、いわば「反体制」の旗印のもと、血気盛んな芸術家がイデオロギーの枠組みを超え結束した、ひとつの場であったのだ。

2.2 「芸術」という迷信の打破

『文藝市場』における書き手の超党派性・雑居性は、まさに近代的メディア

アである雑誌の「雑」的性格を端的に示すものであったが、他方で同誌には一貫した理念も存在した。それが創刊号から巻頭言として掲載されている「文藝市場宣言」なる檄文である。

芸術に対する迷信はながい間続いてきた。事実に於て芸術は商品の取扱をうけ、算盤によつて評価されてるにかゝらず、芸術のみ金銭を超越してゐるやうに過信してゐる人々が未だこの世にゐる。文藝市場はこの愚かな迷信を破つて芸術を商品として徹底させるために生まれた。これは芸術に対する冒涇でない。資本主義社会に於ては商品でないものは一切存在する意味がないのだ。（『文藝市場』1925年11月号）

「芸術のみ金銭を超越してゐるやうに過信してゐる人々」という言葉が示すように、文藝市場社の同人は「芸術」という衣装を纏うことによって作家の労働が正しく評価されない状況を嘆き、「芸術家」を自認する者もまた「金銭を超越」した営みに自ら甘んじていることを批判したのである。

この宣言は、さらに「中味を吟味することなくレッテルに依つて価格を評定する現今の悪風をうち破る。日本の芸術界はあまりにレッテルに幻惑されてゐる。名に依つてのみ価格が評定される。これは明らかに商業道徳違反である」と続く。「レッテル」、すなわち有名性によって「作品」の価値が決定されるという「愚かな迷信」に異議申し立てをする彼らは、「一切の商品が良悪に依つて評価されるやうに芸術も優劣に依つて評価されるべき」という主張に行き着く。たとえば、『文藝市場』1926年1月号には、執筆者に向けて「いい原稿には高い稿料を。あまりいいと思われない原稿には低い稿料を支払う定めを作りました。今月のところ一枚（一円～三円）の間です」との告知が掲載されている。このように、「レッテル」ではなく徹底的に作品の質で商品価値を定めるべきであるというのが、彼らの一貫した主張だった。

ここで彼らが悪評と呼ぶ「レッテル」偏重の風潮について考えてみたい。社会学者の石田佐恵子は、「なにごとかが広く知られた存在となるには、広い範囲に共有されたメディアの経験があることが必要」¹³⁾だと述べ、とくに

メディア社会における有名性を〈有名性〉と表記し、その文化装置としての一面を論じている。〈有名性〉は、それを知っている者／知らない者の間に境界づけをおこない、「メディアによる共同体」の経験をもたらすが、その一つの作用として諸文化のジャンルを成立、制度化する力があるという¹⁴⁾。石田は映画やテレビ番組、音楽のほか文学ジャンルもその例に出しているが、文藝市場宣言における「レットル」とは、まさに作家の固有名や雑誌タイトルが、出版の大量生産体制の確立を基盤に〈有名性〉を獲得したことを含意している。実際に、1920年代から30年代にかけては文学界の商業主義化が加速した時期であり、それまで貧乏文士というイメージが強かった物書きは、1919年頃から「作家」として専門化していく¹⁵⁾。

したがって、作品の質よりも「有名であること」「有名であることを知っていること」に価値が見出され、それが経済的利潤を生むという文学-市場のメカニズムを、同人らは批判していたのだと解釈できる。では、そんな「悪風」を打開する、という彼らの主張をひとまず飲み込むとして、この主張と直筆原稿叩き売りという実践は、いかなる点で結び付くのだろうか。つぎに両者を接続させる内在的なロジック検討し、彼らの問題意識や「直筆原稿」というメディアに託された運動論上の価値について明らかにする。

3. 〈破棄される原稿〉への想像力

3.1 不可視化される作家の肉体労働

まずは〈原稿市場〉を開催するに至った経緯について、『文藝市場』創刊号（1925年11月号）に掲載された「原稿市場開始広告」という告知をもとに迫ることとしよう。

従来執筆家の原稿は雑誌が出来上がると多くそのまま屑箆になげすられるのがならばしになってゐます。これは執筆家を侮辱し（？）^{原文ママ} 経済的利潤を与えぬことだと思ひます。そこで文藝市場は日本で（或は世界にないことかも知れぬ）初めての原稿市場を開市して不用になつた原稿の即売を行ふつもりです。〔……〕各自の原稿を屑箆に葬ることより遙

かに有意義なことでありユウモアに富んだやり方だと思ひます。〔……〕
勿論、執筆家自身の原稿御買上もかまひません。売上高は諸雑費をひいて執筆家におくります。

つまり、同人は作家の直筆原稿が破棄される現状に不満を抱えており、こうした状況を批判すべく、雑誌完成後に不要となった自筆原稿の即売会という「ユウモアに富んだやり方」を採用して、「執筆家に経済的利潤」を与える決意をしたということである。

実際に、『文藝市場』には当時の〈破棄される原稿〉にかんする記述が散見される。作家の十菱愛彦は、「殊に従来編集室の屑籠に捨てられてゐた古原稿を市場に出すと云ふことは、決して執筆諸家への侮辱ではなく、寧ろ文藝市場としての協賛的利益だ」¹⁶⁾と述べ、また越後谷隆二は、「今迄紙屑籠に埋葬された多くの『原稿たち』の身の上」¹⁷⁾などと表現している。さらに金子洋文は、「新聞紙が思慮の不足からこれまで紙くずに捨て去つた金額は実に莫大／市場に出した原稿はすべて一度雑誌の上で使用した原稿で／これ等の原稿は従来の習慣から従へば屑籠にすて去られたものである」¹⁸⁾と、活字化されたのちに作家の直筆原稿が破棄される出版界の慣習を問題視した。これに関連して、岩波書店の元編集者で夏目漱石の直筆原稿研究をおこない、それにもとづく『漱石全集』にも携わった秋山豊は、〈原稿市場〉が開催された1925年時点では、「作者の自筆原稿は、初出の新聞や雑誌のためのものであって、ひとたび活字化されると、その権威を活字に譲って」、印刷過程で出版社により破棄されるのが常であったとしている¹⁹⁾。

もちろん、一部には〈保存される原稿〉が存在したことも事実である、例えば明治三十七(1904)年10月の『読売新聞』には、当時三十七歳であった尾崎紅葉の直筆原稿を小説その他と交換したいという触れ込みが確認できる(『読売新聞』1904年10月24日付)。こうした原稿は、すでにネームバリューを獲得した文壇大家、人気作家のものであり、「それはどちらかといえば骨董的な趣味から発した関心のもたれ方」²⁰⁾であった。ゆえに、こうしたニーズや欲望もまた、稀なものであったことは間違いない。青木正美によれば、戦前期は「現在のように広く多くの店が扱い、どの分野の自筆本も高

価に売れ、また蒐集もされているというのではなく、「当然、自ら“狂”をつけた個人蒐集家の私のような存在までのごくごくすくなかった」という²¹⁾。さらに新聞記者の高梨光司は、1933年の著作のなかで、西洋では一般に名家の自著が「珍重されて値段もウンと高くなるのであるが、我国ではまだ自著本をさう珍重するまでには、至つてゐない」とし、とくに「現存の人の自署や書入は、たいして問題としていない」²²⁾と書いている。

したがって1925年当時、同時代作家の原稿は活字化のプロセスで破棄されることが慣例化しており、文壇大家の直筆もの、草稿、書簡類を求める局所的なニーズはあれど、その価値が社会的に広く認められていたわけではなかったことが確認できた。『文藝市場』の同人は、そうした出版界の慣例に違和感を覚えており、破棄を「執筆家を侮辱し（？）^{原文ママ}経済的利潤を与えぬこと」と認識していた。彼らは自らの手で／頭で書いた「直筆原稿」を作家（文芸労働者）の肉体労働の痕跡と捉え、そこにもまた「商品」としての価値が認められるべきだと主張したのである。

たしかに、「ヒトという生物が、自身に備わっている手という器官によって書く〔……〕そうした意味合いにおいて「身体性」と関わる」²³⁾直筆原稿の性質上、それは頭脳労働とともに、肉体労働の産物でもあることは間違いない。「印刷物が商品価値を帯びる背後で、直筆原稿の価値が看過されている。これは資本家による搾取ではないか」、これが彼らのロジックだったのだ。

3.2 作家身体と「ユウモア」ある実践

以上を踏まえ、さらに議論を一步進めて考えるべきは、作家の身体性と深く関わる「直筆原稿」という媒体を、彼らはなぜ「口上」を述べて叩き売るという「ユウモア」ある手法によって「商品」へと昇華させたのか、という点である。ここで改めて京橋の現場に視線を戻そう。

〈「堺利彦氏、ボルの親玉だ！ サアいくら」「五十銭」「一円」「三円五十銭」「ヨシ！ 売らう」此処で梅原君が、「露西亞大革命史、買いませんか、僕が訳者ですが、サインして差上げます」此んな事も、御立会の、

サーベル神経を若干突ついたらしい)

『文藝市場』の同人であった作家の青山俊文二は、このように原稿叩き売りの熱狂と、それを監視する警察の姿を鮮やかに描写している(1926年1月号)。ここにはゾッキ本屋の「口上」文化に見られる売り切りのための経済合理性にくわえて、身体性と不可分の「直筆原稿」と、同じく作家の身体を投下した叩き売りの共振関係を見て取れる。柴野京子が論じているように、明治期17年(1884)ころ、天狗書林兎屋誠により新聞紙の初期出版広告に「口上」が現れた。それは「市中に溢れた戯作や通俗小説を廉価に買付け、景品目で割引販売するもので、派手でセンセーショナルな宣伝文句を特徴とした」²⁴⁾。こうした宣伝手法としての口上は、大正期に至ると、月遅れ雑誌販売から特価本販売に至るまで、「説明売(タクバイ)」として広がりを見せた。講談社の『キング』創刊号の広告にも特価本式の誇大広告が掲げられ、宮武外骨がこれを「ヤシ的出版屋」と揶揄したことはよく知られている。

事実、〈原稿市場〉の香具師性については、「中には値段をつけて姿を消す奴がある、『そんならおれが買ってやろう』と五十歳余りの職人が構成派の絵を不思議さうに見て持つてゆく、売行芳しくないと見るや『岡田三郎と間宮茂輔、山田清三郎、こみでいくら』と来る」(『朝日新聞』1925年11月10日付)と新聞が報じたように、直筆原稿や「構成派の絵」といった奇妙な「商品」の競売りという異化的な試みが、一回的な祝祭空間を生んだ側面はあっただろう。露店で口上に引き込まれて購入するという振る舞いは、「自分の関心に照らし合わせて本を吟味する主体的な行為とは違って、外部の刺激的な誘導によって本を買う行為」²⁵⁾であり、例えば上記の記事が示すように、賑やかして参加するものや「構成派」について知らなかったであろう「職人」が空気に流されて値段をつけるといった効果もあった。つまり、口上を取り入れる手法は、明治末期から大正期にかけての香具師的な書物広告、販売の手法を背景としたパロディという側面を多分に含み、作家がみずからこれに興じる点に「ユウモア」があったのだ。そんな初回開催時の売り上げについて、『東京朝日新聞』は、つぎのように報じている。

小川未明氏を二圓五十銭，北尾亀尾氏を一圓〔……〕大衆文藝家も既成作家も減茶苦茶の安売で，堺利彦氏が六圓廿銭で売れると佐藤春夫さんは七圓五十銭の値が出て市場に景気がわくと原稿のサインが流行り村山知義氏が一圓三十銭でサインをする後から金子洋文氏も二圓の原稿のサインをする（『朝日新聞』1925年12月17日付）

やはり文壇大家と新進気鋭の作家の直筆原稿が，玉石混淆でまとめて叩き売られたことがわかる。売上高の全容については，「原稿市場売上げ高一覧」として『文藝市場』1925年12月号に掲載されているが，先の新聞が伝えた「安売」という評価には疑問も残る。というのも古書店でも直筆原稿が商品として一般的でなかった当時，なにをもって「安売」と言えたのか不明だからだ。実際，自筆者ものを扱っていた数少ない書画屋であった大阪南区の古書店・柳屋の目録に，はじめて直筆原稿類が掲載されたのは1927年5月号のことで，そこでは島崎藤村が23枚25円，有島武郎が24枚30円で販売された。北明が『文藝市場』（1925年12月号）で「一枚原稿ばかりですから高く売れませんでした」などと書いているように，叩き売られた原稿が「一枚原稿」であったことに鑑みれば，むしろ好成績であったと評価すべきだろう。そのため新聞の「安売」とは，当時の原稿料相場と比較，混同していたのではないかと推察される。

いずれにせよ，「資本主義社会に於ては商品でないものは一切存在する意味がないのだ」と宣言した彼らは，「直筆原稿」というメディアを「商品」として徹底するという皮肉を呈したことは間違いない。もっとも，これは文字通り「資本主義」への賛同と傾倒を意味する素朴な記述であるはずもなく，あくまでも敵（＝商業主義）の手法をパロディ化すること——あるいはその徹底という諧謔により，芸術のみ金銭を超越しているとみなす「愚かな迷信」を打破することに，その真意があったのだ。そして「商品」が新進作家と文壇大家の玉石混淆であったのは，「レッテル」が支配するブルジョア文壇的な場の力学を換骨奪胎し，直接取引により通行人に価格を決定させることを通じて，オルタナティブな「文芸－市場」を創出するためであった。

このように〈原稿市場〉とは、商業主義に毒された文壇への批判にとどまらず、文芸労働者たる作家が、まさに手で／頭で書いた「直筆原稿」を破棄する慣例への違和感の表明と、そんな出版界に一石を投じる意図が込められていた点で、批評性の高いパフォーマンスだったと評価できる。

4. アヴァンギャルド芸術と労働争議のなかで

ここまで、〈原稿市場〉は「レットル」に支配された市場原理に対して正当な評価と金銭の見返りを求めるためのデモンストレーションであり、同人が「直筆原稿」という媒体に、作家の肉体労働の痕跡と労働価値を見出していたことを確認してきた。そのうえで『文藝市場』同人による実践と「直筆原稿」という媒体をめぐる彼らの言説が、当時のいかなるコンテクストに置かれたものであるのかを整理するために、プロレタリア芸術運動の文脈にこれを再配置し、捉え直すこととしたい。その作業を経由することで、作家の「直筆原稿」をめぐるくだんの認識と、印刷労働者と「活字」という物質的媒体とを紐づける認識^{コンステレーション}の布置^{コンステレーション}も明らかになるだろう。

4.1 共同印刷争議への共鳴と寄附

既述のように、街頭での直筆原稿叩き売りという試みは「文筆労働者＝プロレタリア」という階級性に準拠した課題をめぐる、高度にコンセプチュアルな実践だった。そのため現地では東の間の祝祭性を見せたものの、同人たちの意図は世間に正しく受け止められたわけではなかった。叩き売りという手法を批判する新聞投書も複数寄せられ、また文壇内部からも『文藝市場』には懐疑的な目が向けられた。これについて作家の戸川貞雄は、「趣旨が関係者以外の一般には徹底しなかつたらしく〔……〕素人の文芸愛好家か好事家か、或ひは玄人の下らない雑誌屋か、出版者にでも、叩き売りするかのやうに取られ、忠告されたことがある」²⁶⁾と記録している。ようするに、文学界を茶化した露悪的なお祭り騒ぎと受け取られたのである。

しかし、同人が売上金の用途を二つの方法で示したことで、こうした悪評は一気に覆された。それは第一に、朝日新聞が労働者や恵まれない子供たち

に向けて実施した紙上企画「同情週間」への寄付，第二に，共同印刷労働争議に共鳴し，「印刷工の罷業の運動費か慰労金かに活用する」²⁷⁾ という案であった。これらの表明により，直筆原稿を叩き売るという行為に対する世間の目は変化し，同人のもとには雑誌『文芸』掲載原稿や「東京書籍株式会社の重役大柴四郎氏が其の珍藏さる、曲亭馬琴の手紙」などが寄せられたという。

まず前者の同情週間について、『東京朝日新聞』には、「文藝市場の経営者たちは第二回の売出しを十六日夜神楽坂に開店してその売上額の全部を本社の特情週間に寄付することになった」と同市場の代表者はわざわざ来社してその旨を伝えた（1925年12月10日付）とある。彼らは「文壇の寄書からデッサン，色紙，漫画なども集め『これ等も売るのでウント働くからウント売れるやうに宣伝して下さい』」と述べていたという（1925年12月16日付）。このように同情週間への寄付は，社会的弱者に寄り添う使命感にくわえて，創刊のプロモーションという面も兼ねていた。事実『文藝市場』の表紙デザインには，〈原稿市場〉を写真つきで掲載した新聞記事をコラージュするというアイデアもみられ，新聞報道を雑誌の広告に流用するというセンスも発揮されている（図3）。

もっとも，売上金の寄付が自誌のPRだけを目的とするものではなかったことは，後者の共同印刷争議への寄付からも明らかだろう。彼らが共同印刷争議に参加していった理由は，「文藝市場宣言」が提示した「生きた社会に没交渉な流行文学を侮蔑する」という理念にも通底する，同時代のプロレタリア芸術運動と密接にかかわっていた。日本プロレタリア作家同盟，美術家同盟などの連合した全日本無産者芸術団体協議会の機関誌である『戦旗』に，1929年6月号から11月号にかけて掲載された徳永直の『太陽のない街』



図3 『文藝市場』1925年12月号の表紙に〈原稿市場〉を報じた新聞記事のコラージュ

という小説がある。同作が鮮烈に描き出した共同印刷争議は、日本労働組織評議会に指導されたHPクラブ（H：博文館，P：プリンティング）と出版労働組織が出版印刷の大資本家に圧迫されて起こった、労働運動史に残る闘争だった。ストライキの原因は、「この時代に共通した不況対策としての操業短縮に対し、労組がこれをとらえて反対運動を起こしたこと」によるが、「同時に十四年来〔※1925年〕、日清印刷などの十二社連盟と、総同盟から分裂した左派労働評議会所属出版労組との間に起こった波状攻撃的なストの終盤戦」²⁸⁾という面もあった。表題の「太陽のない街」とは印刷労働者が住んだ谷底を指し、作中では「一平方哩にも足りない谷底に、東京随一の貧民窟トンネル長屋があり、十数年前の千川上水が、現在では、あらゆる汚物を呑んで、梅雨期と秋の霖雨には、定つて氾濫しては、四万の町民を天井へ、吊し寝床を造らせてゐる」²⁹⁾という、劣悪な場所として描写されている。彼らのストライキは1926年1月11日に始まり、3月18日に解決するまで67日間、続いた。

この争議は、作家と知識人、そして労働者が協力することで結実した運動と評されてきたが³⁰⁾、それを象徴するように文芸・芸術・演劇という三つの芸術を労働者のために役立てることを目指した「日本プロレタリア文芸連盟」（以下、プロ連）とも密接にかかわっていた³¹⁾。プロ連はプロレタリア文学運動の組織化を目指し『文藝戦線』の人脈を中心として1925年に設立された組織で、1925年10月、牛込神楽坂で開催された発起人会には、小川未明、青野季吉、新居格、佐々木孝丸、山田清三郎、梅原北明、林房雄らが参集している。洋画家・漫画家の柳瀬正夢が『文藝市場』（1926年4月号）に、「運動系に於いて、員数において〔……〕共同争議団の勝敗は僕等の浮沈にも関係しやう」と記したように、プロ連は共同印刷争議に強く肩入れしていた。

4.2 トランク劇場と似顔絵叩き売り

共同印刷争議に対するプロ連の支援として、作家の山田清三郎は、①演劇部によるトランク劇場の出動、②美術部による街頭似顔絵市場の開催による闘争資金の寄付という二つを挙げている³²⁾。トランク劇場とは、「道具を

トランクにつめ、素早くどこへでも移動して場所に限らず上演する演劇団体で、共同印刷争議に初めて現れ」た³³⁾、いわば労働者に向けた初の演劇として、プロレタリア演劇史にその名を残す存在で、山田清三郎は「これが日本に於ける移動演劇のハシリであった」³⁴⁾と書いている。

加えてプロ連が実施したのが、神楽坂での似顔絵の即売、通称〈漫画市場〉であった。その中心にいた村山知義は戦後自叙伝のなかで、「小石川の共同印刷の争議の応援のために、田河水泡以下のマヴォの連中と一しょに神楽坂の坂上で似顔絵を描いて売る迄になっていた」³⁵⁾と回想している。注目すべきは「神楽坂の坂上で似顔絵を描いて売る迄になっていた」という箇所である。プロ連演劇部がトランク劇場を出勤させる一方で、漫画『のらくろ』の作者・田河水泡をはじめとするマヴォの面々は、神楽坂の街頭で似顔絵の即売会を行い、その売り上げを争議に寄付していたのだ。『文藝戦線』(1926年4月号、68頁)を参照すると、「日本プロレタリア文藝連盟消息」のページには、トランク劇場とともに柳瀬正夢による「漫画市場」にかんする記録を確認できる。

美術部では二月二十八日と三月六日の夜半込神楽坂の郵便局近傍で、似顔を主とした即席揮毫の街頭漫画市場を開いた。出張の盟員橋村康雄、村山知義、柳瀬正夢、途中麻生豊、河森久夫の参加。二十七日の売上四十三円五十銭、六日売上五十九円八十銭、計金百三円三十銭成。即刻これを争議団へ連盟の名によって寄付する。

山田清三郎によれば、この企画の参加者には木部正行、小林源太郎、橋浦康雄らのほか、連盟外からも著名な漫画家として知られた『ノンキナトウサン』の作者・麻生豊や、河森久夫、下川凹天らが加わったという³⁶⁾。現在、街頭での似顔絵売りは見慣れた風景となったが、村山はこれを日本で初の「街頭似顔絵売り」であったと書いており、当時では稀な試みだったのだろう。その後も、似顔絵市場はおこなわれており、村山は『演劇的自叙伝2』(東邦出版社、1974年)のなかで、イギリスで生じた労働連合総評議会によるゼネストに対しても似顔絵市場を実施し、応援金を送ったと記しており、

新聞もその様子を報じていた(図4)。

また、この面々が示すように、プロ連の〈漫画市場〉は連盟外部の漫画家たちを多く擁していた。2ヶ月後の1926年7月には在田綱、下川凹天、村山知義、柳瀬正夢ら6人の漫画家が「日本漫画家連盟」を結成し、新芸術とし



図4 夜店での漫画市場の開催(『朝日新聞』1926年5月13日付)

ての漫画芸術を確立しようと試みている³⁷⁾。メディア研究者の鈴木麻記はこの動きを、当時のプロレタリア文化運動を背景に、「美術」と「思想」との間に介在する新しい芸術としてマンガを位置付け直す実践であったと論じている。それを象徴するように、村山知義は漫画を「娯楽」のためだけでなく「風刺」、すなわち政治的意義を持つ芸術表現と捉え、それを闘争の最前線だと位置付けた。他方で、日本初の漫画映画を作った人物としても知られる下川凹天は、漫画を民衆の味方と見なし、民衆が持ちうる階級闘争の「武器」として捉えたという。

ここで想起されるのが、やはり前例たる〈原稿市場〉の影響だろう。神楽坂といえば、京橋に続いて第二回目の〈原稿市場〉(1925年12月16日)がおこなわれた場所でもある。村山自身も垂れ幕のデザインを担当するなどしてこれに携わったように、顔絵即売の売り上げを争議に寄付するというアイディアは〈原稿市場〉を踏襲したものと考えられる。

このように、〈原稿市場〉は共同印刷争議への共鳴という点においてプロレタリア芸術運動の潮流の一部であり、それは芸術(「文芸」「演劇」「漫画」と労働の繋がりを問い返す、いわばインテリと労働者が共闘した歴史的一幕でもあった。「直筆原稿」というメディアと同様、演劇(トランク劇場)も似顔絵(即席揮毫)も、ともに一回性に裏付けられた作家の身体的／肉体的表現という共通性を持ち、そうしたメディアの性質をどのように運動に組み込み、昇華するのかが作家たちは試行錯誤したのだった。つまるところ、〈作家の身体的／肉体的表現〉という水準でいえば、先の文芸／演劇／漫画

はそれぞれ同等の批評性を持ちうる芸術形式＝「武器」と見なされたのである。

4.3 〈直筆原稿／活字〉のメディア論的相同性

ただし、ここで忘れてはならないことがある。共同印刷争議そのものの性質に立ち返るならば、もっとも重要であると思われるのは「主体－媒体（メディアム）」の結びつき、すなわち「印刷労働者」と彼らが日々取り扱う「活字」の関係だ。前述のとおり「直筆原稿」というメディアに運動論上の価値が見出された背景には、それが作家の肉体労働の痕跡であり、印刷された作品だけでなく、直筆原稿自体もまた「商品」としての価値が認められるべきである、という『文藝市場』同人の主張があった。他方でプロレタリア芸術の潮流において、印刷労働者を代理表象する物質的媒体として発見されたのが「活字」である。活字とは活版印刷において用いられる凸型の字型のことで、金属などの柱状の直方体の頂面に一文字ずつ刻まれている。ここにインクがのせられ、紙に押し付けることで印刷される仕組みで、手書き原稿を見て活字をひとつひとつ棚から選び出して拾い出す文選工、それを箱の枠の中に並べて版をつくる植字工など、職工の手によって活版印刷は成立する。

ここで改めて、原稿叩き売りの現場で彼らが掲げた垂れ幕のタイポグラフィ（＝活字デザイン）を参照しよう（図5）。「！」や「開」の文字を90度反転させ、活字の表現そのものをデザインとして取り入れる手法は『文藝市場』の表紙の意匠にも通じるが、これらに参与したのがタイポグラフィ

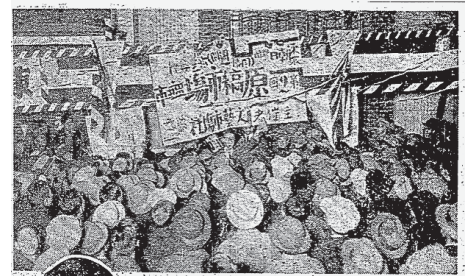


図5 〈原稿市場〉の一幕（『東京朝日新聞』上：1925年11月11日付、下：12月17日付）

を芸術表現とする構成派の技法を習得した村山知義と柳瀬正夢だった。彼らが雑誌『MAVO (マヴォ)』を刊行した1924年には、稲垣足穂・北園克衛らによる雑誌『ゲエ・ギムギガム・プルルル・ギムゲム』や『死刑宣告』の著者・萩原恭次郎や壺井繁治、小野重三郎らの雑誌『ダムダム』が刊行されている。これら前衛芸術／ネオダダの作品は、詩の内容(テキスト)だけでなく、それを構成する個々の活字(タイポ)そのものの物質性を前傾化させ、その視覚的なイメージ(サイズや組み方など)を芸術表現として昇華させた。これらの作品と接触したとき、受け手が看取するのは作品(テキスト)が指示する言語的なエレメントだけではない。そこではむしろ、「●」や「■」「！」といった記号を含む活字そのもの(と、その組み合わせ)の形式性、つまり非言語的／言語以前の要素が織りなす芸術表現としてのインパクトと、活字が人の手によって組まれているという事実が浮かび上がってくる。

これに関連して紅野謙介は、「活字」という物質的媒体が当時の印刷労働者の身体を想起させることを、『太陽のない街』の冒頭で描かれたピラに注目しながら論じている。作中、大同印刷争議団(作中で共同印刷をモデルとした印刷所)と小石川区民有志の署名によるピラが街頭で大量に撒かれる冒頭のシーンについて、紅野は「これまで活字をひろい、印刷、製本に従事して、他人の書いた文章を雑誌や書物、ポスターに仕上げることに黙々と専念していた職工たちが〔……〕不特定多数の都市群衆に向けて自分たちの集団意志を活字のテキストとして発信した」³⁸⁾と評した。

実際にプロレタリア文学者として『文藝戦線』に執筆し、深川貧民窟を題材とした小説で知られる里村欣三は、構成派の手法とプロ文学の親和性について、「プロレ文学を、文壇へでなく、直ちに民衆の中にその反響を求めて見よと云ふのだ。その方法は、即ちダダ表現派、構成派等々のいろいろなプロレタリアを唱導する文学形式でもつて民衆の慰藉に答える事である」³⁹⁾と述べていた。通常、「作品」を消費する読者にとって、活字そのものの物質性が意識に上ることはない。読者が感受するのは、作品=テキスト(と、そこに宿る作家の「精神」)にほかならず、一文字一文字、活字を選ぶ労働者の現実ではないからだ。しかし、しばしば活字が無作為に反転し、また一部

欠落しているとき、読み手ははじめて「活字」の物質性と、その背後に存在する文選や植字工、校正子といった人々の存在を意識しただろう。それは共同印刷争議団の生きた姿そのものだ。

そして前出の戸川貞雄は、作家の直筆原稿が叩き売りに出されることで、『文藝市場』に寄せられる原稿の多くが、多少なりとも綺麗になるならば、それは文選や植字の職工諸君をはじめ、^{ママ}校正子のためにもよいことにちがひない⁴⁰⁾と述べた。紅野謙介は、直筆原稿は「文字自体もそれぞれの個人的な字体によるため、読みやすさに個人差が出てくる」⁴¹⁾とも述べている。戸川は、こうした十人十色の手書き原稿という媒体の性質を踏まえ、叩き売りという場の存在が間接的にでも「貧民窟トンネル長屋」で生きる労働者たちの負担を軽減することにつながるのではないかと、その意義を説いたのである。

5. おわりに——「直筆原稿」が持ち得た顔

結論からいえば、〈原稿市場〉は「レツテル＝有名性」に支配されたブルジョア文壇という権力場とは異なる、オルタナティブな市場原理を創出するための高い批評性を持つパフォーマンスであった。それは同時代のプロレタリア芸術運動の渦中であって、出版産業の近代化を背景に「作品」と「読者」のあいだで不可視化されてきた文選、植字工といった印刷労働者へ寄り添い、かつその存在を社会へと叩きつける実践でもあったのである。おりから、作家の小川未明は『文藝市場』の創刊号で、印刷系の労働組合がある反面、文筆業には「全く頭脳労働者の中の自由労働者」として労働組合がないことに警鐘を鳴らしていた。『文藝市場』の同人が、いまだ労組を持たない「文芸労働者」という立場を自覚していたことも、共同印刷争議へと共鳴した大きな理由だっただろう。その意味で、作家（文芸労働者）の肉体労働が物象化された「直筆原稿」と、植字工や校正子らの肉体労働者が透明化された「活字」という物質的媒体は、彼らの運動論上、パラレルな位置にあったのだ。

そして、この実践はプロ連演劇部のトランク劇場（＝演劇）、マヴォや漫

画家を擁した同美術部の〈漫画市場〉(=漫画／似顔絵)という、まさに一回性に特徴づけられる芸術を「民衆が持ちうる階級闘争の武器」(下川凹天)とみなす同時代の芸術的想像力と根を同じくするものであった。このとき「直筆原稿」もまた、芸術と労働との関係を問い直し、搾取される労働者に寄り添う「武器」としての生命を付与される。それは、ほんのわずかな限られた時間と空間に立ち現れたにせよ、「直筆原稿」というメディアが持ち得た一つの「可能的様態」であったと評価したい。

本稿が光を当てたのは、印刷後の「作品」ではなく、作家の「直筆原稿」というメディアに価値があるという認識が自明性を獲得するまでの過渡的状况で生起し、普遍化することはなかった偶発的な営為に過ぎないかもしれない。しかし、その特殊な批評的実践が立ち現れたのは、書物の大量生産体制の確立を背景とした〈破棄される直筆原稿〉に対する作家の異議申し立てと、活字媒体が氾濫するがゆえに逆説的に「発見」された、その媒体の新たな価値であった。「直筆原稿」というメディアに作家の肉体労働の痕跡を見出した『文藝市場』同人の認識を明らかにし、出版界の慣習や労働運動との関係を析出した本稿の試みは、現在の古書市場に貫く価値観や、学術的な認識そのものの歴史性を問い直す手がかりとなるだろう。

注

- 1) 『東京朝日新聞』1925年12月16日付。
- 2) 『文藝市場』1925年12月号、50頁。
- 3) 永嶺重敏、2001、『モダン都市の読書空間』日本エディタースクール出版部、28頁。
- 4) 売れ残った雑誌が超廉価で再び版元・卸から露店・汽車・汽船等の露店商ルートや、あるいは通信販売ルートを通じて売られる経路が整備されていたものを、「月遅れ雑誌」と読んだ(前掲永嶺、31頁)。
- 5) 反町茂雄、1984、『日本の古典籍——その面白さと尊さ』エール出版、189頁。
- 6) 紅野謙介、2007、「山本実彦旧蔵 川内まごころ文学館所蔵『改造』直宣伝原稿研究について」『日本近代文学』第77集、199頁。
- 7) 佐藤健二、2009、「テキスト空間論の構想」『テキストと人文学 知の土台を解剖する』人文書院、164頁。
- 8) 同上、165頁。
- 9) 前掲青木、113頁。

- 10) 大木志門, 2016, 「〈売買される〉文学: 戦前の文学展示と近代文学資料の価値形成についての試論」『山梨大学国語・国文と国語教育』(21), 84-85 頁.
- 11) 水越伸, 2014, 『21世紀メディア論 改訂版』放送大学教育振興会 40-41 頁.
- 12) 村山知義, 1976, 「『文藝市場』のころ」『復刻版 文藝市場』近代文学館, 3-4 頁.
- 13) 石田佐恵子, 1996, 『〈有名性〉という文化装置』勁草書房, 30 頁.
- 14) 同上, 30, 32 頁.
- 15) 山本芳明, 2013, 『文学とカネ——日本近代文学の経済史』新潮社, 46 頁.
- 16) 十菱愛彦, 1925, 「文藝市場雑観」『文藝市場』1925年12月号, 47 頁.
- 17) 越後谷隆二, 1925, 「原稿市場」『文藝市場』1925年12月号, 49 頁.
- 18) 金子洋文, 1925, 「編集後記」『文藝市場』1925年11月号, 48 頁.
- 19) 秋山豊, 2015, 「本文作成の問題点——岩波書店の『漱石全集』の場合」『近代文学草稿・原稿研究事典』八木書店, 52 頁.
- 20) 前掲秋山, 52 頁.
- 21) 前掲青木, 93 頁.
- 22) 高梨光司, 1933, 『読書の趣味』限定私家版, 54 頁.
- 23) 今野真二, 2014, 『自筆原稿〈日本語学講座8〉』清文堂出版, 4 頁.
- 24) 柴野京子, 2008, 「書棚と平台——近代日本における購書空間の形成」『マス・コミュニケーション研究』73号, 52 頁.
- 25) 前掲柴野, 52 頁.
- 26) 戸川貞雄, 1925, 「美学」『文藝市場』1926年2月号, 8 頁.
- 27) 『文藝市場』1926年2月号, 8 頁.
- 28) 矢次一夫, 1979, 『労働秘録争議』日本工業新聞社, 134 頁.
- 29) 徳永直, 2018, 『太陽のない街』岩波書店, 16 頁.
- 30) 前掲矢次, 318-319 頁.
- 31) プロ連は, 1925年9月に規約草案のなかで「綱領／一, 我々は無産階級の完全なる解放を期す／一, 我々は黎明期に於ける無産階級闘争文化の樹立を期す／一, 我々は団結と相助の威力を以て広く文化戦野に於て支配階級および其の文化の支持者と闘争せん事を期す」と示している. 規約には「三, 本連盟は出版部, 講演部, 演劇部, 音楽部, 美術部, 法律部, およびスポーツ部を置きて左の事業をなす」と記している(「読書人」編纂部『出版年鑑1926版』国際思潮研究会, 1926年, 202 頁).
- 32) 山田清三郎, 1983, 『プロレタリア文化の青春像』新日本出版社, 44 頁.
- 33) 李正旭, 2011, 「村山知義における演劇と映像の融合」『文学研究論集』(29), 95 頁.
- 34) 前掲山田, 45 頁.
- 35) 村山知義, 1971, 「村山知義演劇的自叙伝49」『テアトル』1971年4月号, 132 頁.
- 36) 前掲山田, 45 頁.
- 37) 鈴木麻記, 2015, 「大正期における漫画の両義性と社会的布置: 漫画家集団「東京漫画会」を事例として」『マス・コミュニケーション研究』88巻, 139 頁.

- 38) 紅野謙介, 1999, 『書物の近代 メディアの文学史』 筑摩書房, 188 頁.
- 39) 『文藝市場』 1925 年 12 月号, 39-40 頁.
- 40) 『文藝市場』 1926 年 2 月号, 8 頁.
- 41) 前掲紅野, 2007, 199 頁.