

Irmgard Keun „Das kunstseidene Mädchen“ における „die Neue Frau“ の女性像

—ワイマール共和国時代の „die Neue Frau“ を定義するものは何か—

高 宮 純 子

1

ワイマール期の新しい女性像は、ナチス政権成立とワイマール共和国の終焉によって、その役割を終えた。ナチズムにおける女性観によって、良妻賢母の女性像が求められたことが決定的な要因として挙げられるが、もともと新しいタイプの女性像は支持されていなかった。極めて特殊な一部のブルジョア層の女性たちだけが、理想的な生活が体現可能だったのであり、若い女性たちに向けて「自立する女性」としての自由な生き方を推奨してきた。しかし大多数の女性たちは「見せかけの自由」しか享受できなかった。

フランスやイギリスと同様に、帝国主義時代末期のドイツでも女性の地位向上を図る女性解放運動が繰り広げられた。また文学上でも社会的・個人的に自立した「新しい女性像」が女性作家によって描かれるようになり、その女性像は一部の女性に影響を与えていった。例えば1920年にベルリンでも出版された Alexandra Kollontai の „Die neue Moral und die Arbeiterklasse“ では、文学上の創造物であった新しいタイプの女性が、実際に存在していることが主張された。職業や階層は関係なく主に大都会で働き、誰からも支配されない女性たちである。独自の内的世界観や趣味を持ち、経済的に自立しているだけでなく、内的にも自立する女性たちが賞賛された。¹⁾

ワイマール共和国憲法の民主主義的な政治理念と前世代の女性運動家たちの功績によって、学問や選挙権などの社会的権利が女性たちに与えられた。又、第一次世界大戦で女性も労働を余儀なくされ、社会構造の変化に伴い女性の社会進出が不可避となった。画一的な伝統的女性像は根底から崩された。社会の急激な変化に対し、ワイマール共和国期の若い女性たち

も「人間分類」²⁾に悩まされた。女性は分析される対象でありながら、ロールモデルとしての自分自身の規範や指針を必要としていた。

ワイマール共和国期の „die Neue Frau“ はワイマール文化の「先進性」あるいは「墮落」の象徴として広く認識されているにもかかわらず、その絶対的な定義がつけがたい。1920年代に社会進出した若い女性たちの「新しさ」はこれまで様々な視点から捉えられてきた。女性解放運動を軸にした社会現象と異なる20年代の女性たちの生き方は、ドイツでは1970年代以降フェミニズム思想の観点から本格的に研究され始めた。80年代には社会・経済学的な意味において女性の役割が言及されるようになった。同時に、マスメディアに描かれる女性像について研究された。90年代に入ってからメディアや文化研究者によってマスメディアとの相互関係として女性の役割が捉えられた。女性が単なるメディアの受け手ではなく、メディアと相互に関わり経済を発展させていく生産的役割として研究されていった。³⁾ また、ワイマール共和国期の „die Neue Frau“ はどの女性を示し、どんなものなのかという問いはワイマール共和国研究の大きな課題の一つである。しかしながら先行研究として、 „die Neue Frau“ は基本的に二つのグループにわけて分析されている。ひとつは、ごく一部のブルジョア層で、医者や法律家、ジャーナリストなどの専門的な職業意識を持って仕事に励む女性たちである。芸術家、作家、女優などの自己表現の場を持つ女性たちも含まれる。⁴⁾ もう一方が、消費文化を享受し、職場では美しさや女性性を売り物にする女性たちである。社会構造の変化に伴い台頭した新中間層で、ライフスタイルに消費文化を積極的に取り入れた。一面的な解釈にはなるが、1920年代に世界的に広がりを見せた「モダンガール現象」そのものであるともいえる。世界の共通認識であるモダンガールの特徴は国によって差異がみられるが、以下の点で共通しているといえる。主に都市を活動の基礎にしていることと、産業資本が誘導する消費文化の担い手でありその広告塔であることだ。いずれのタイプの女性たちも「見せかけの自由」はつきまとうのだが、新中間層の Die Angestellte (サラリーマン女性)⁵⁾ としての新しい女性像は、メディア産業によって決定づけられたとあってよい。女性自身が求める精神的な指針はなく、外側から空虚なイメージを押し付けられた。1900年代の初頭では、女性の社会的・個人的な「自立」と「自由」が大いに期待されていた。しかし20年代が進むにつれ、むしろ

る「社会に媚びる女性」の姿があらわれていく。そして、女性解放運動そのものが「古臭い」ものになって、みせかけの自由に縛られていった。今回は、Irmgard Keun（1905-1982）の„Das kunstseidene Mädchen“（1932）における主人公「ドリス」の女性像をもとに、„die Neue Frau“の新しい女性現象の実態に迫る。ドイツにおけるサラリーマン女性を分析対象にすることで、メディア産業と女性文学者が作り出した女性像との関係性を二つの視点から浮き彫りにする。

コインの作品は、ワイマール文学研究においても、前作の„Gilgi, eine von uns“（1931）と並んで重要な研究対象であり、女性文学あるいはサラリーマン文学としても研究される。また Alfred Döblin の„Berlin Alexanderplatz“と同様に都市文学であるとともに、映画を彷彿させるモンタージュ技法が画期的だとされた。つまり、都市に次々と現れては消える現実の断片を直接文学上で再配置するのである。またコインの作品では、文法上の誤りや崩された文章がつづられることで、まるで教養教育を受けていない若い女性が直接作品を手がけている様な錯覚に陥る。更に、作品そのものが20年代の特徴である新即物主義として位置づけられ、「ドリス」によって皮肉と冷静な態度で社会が鋭く観察される。

20年代は内面性や知性を重視した教養主義の価値が崩れ、浅はかなものとされてきた娯楽文化が隆盛し、文学の形態や需要も大きく変化した。芸術の役割が変化していく急激な流れの中で、コインの作品も議論の対象となった。コインの作品は、主人公がまさに„eine von uns“（わたしたちのひとり）として当時の女性を代弁するかのように、現実と密接にかかわる文学作品であった。例えば、サラリーマン女性として„Gilgi, eine von uns“の「ギルギ」は一般大衆のモデルとなりうるか分析されてきた。一方で「ドリス」の女性像は「ギルギ」と異なり、与えられた労働環境で自立を目指す努力をしない。はじめから「ドリス」は、自分のみじめな階層から出て、マスメディアに描かれる華やかな理想像を求める。「ギルギ」は経済的な自立を目指してきたが、「ドリス」はその足場を放棄して、空虚な「見せかけの世界」へ行こうとした。女性の現実性を分析するなら、当時のサラリーマン女性として「ギルギ」の女性像が妥当に思われるかもしれない。しかしながら「ドリス」の生き方は„die Neue Frau“の構造そのものにみえる。ワイマール期の„die Neue Frau“を定義しようとすると、

前世代の女性解放運動的な新しさを規定する「自由」や「自立」が見えにくいことに気がつくだろう。代わりに、メディア産業が台頭していくと共に、ボブヘアや帽子、毛皮、スカートなどに代表される新装束や消費文化などの外側の共通項がはっきりしていく。

„Das kunstseidene Mädchen“では、社会的つまり男性の視点で求められる女性像を演じるドリスと、下層階級の退屈で悲惨な日常が中心に描かれる。階級格差の中で教養を得る機会を逃したドリスは、社会階層に決定付けられた生活から逃れることができない。それでもドリスは、日常から逃れようともがき、自由で華やかな「新しい女性」としての„Glanz“（輝き）になろうとするのだが、残酷なまでにその二つの世界の溝は決して埋まることなく物語は終わる。つまり、ドリスは二つの大きく矛盾した世界にはさまれることで自分自身の精神的な柱まで失ってしまう。新中間層としての„die Neue Frau“の現実的な自己理解と理想像には大きな矛盾がある。マスメディアで喧伝された理想像が現実のように描かれる一方で、社会的状況や労働環境などは全くその理想像と相容れない。この相容れない二つの構造は、ワイマール期の女性の生き方そのものの根底に流れる。20年代の女性たちは、見せかけである自由や夢に意識的もしくは無意識に縛られ、逃れられない悲惨な環境のなかで自立性を失っていった。

2

弁護士事務所でタイピストとして働く主人公は、自分自身を「ドリス」とよび、映画女優の様に理想の女性を演じることで退屈な日常を切り抜けようとする。職場では女性性を武器にして仕事をすすめ、裕福な男性を手に入れることで、華やかな「新しい女性」の「輝き」になろうとしていた。実際に望んでいるものは男性からの純粋な愛情とキャリアを形成する機会なのだが、彼女はそれに気がつかない。欲しいものを得ることができずに「輝くこと」に躍起になっていく。職場を追い出され劇団に所属するのも束の間、事件をひき起こし、それは自業自得な結果となり大都市ベルリンに逃げる。大都会の表面的な華やかさに酔いながら、「見られること」だけが重要な「新しい女性像」に執着するが、その実態はまるで娼婦のような生活になっていく。最終的に親切な青年に助けられ、その男性を愛するのだが、無教養のドリスは知性が高い前妻に負けてしまう。自分から愛す

ることを知ったドリスは、何もかも失ってから実際は「輝き」が重要ではないことに気が付く。

この物語には、典型的な新中間層としての„die Neue Frau“の矛盾が描かれている。主人公は自分自身を本来の名前ではなく、別名「ドリス」と名乗り、悲惨な状況の中で優雅な女優のように日常を演じる。特に「裕福な男性と結婚すること」が惨めな状況を救うものと信じているので、男性視点の理想の女性像を演じるのは特に大切なことだ。自分自身を特別な人間だとも感じている。

だけど私は映画みたいに日記を書くわ。だって、私の人生はそうあるべきだもの。もっと映画のようにあるべきだもの。⁶⁾

内面性は常に不要で、「見られること」だけが重要である。男性に気に入られるために、若さ・美しさ・優雅さ・純粋さを演じる。給料に見合わなくても美しい装束にだけはこだわる。「新しい女性」像の外見的な輝きだけに目を奪われて、自立したり成長する機会を逃していく。ドリスは常に自分自身が下層階級であると意識せざるを得ない。固定された階級が彼女を惨めな生活にとどめる。それに相反して、ますます特別な人間になろうとする。マスメディアに登場し、街中の広告にあふれる「新しい女性」の輝きが彼女にとって唯一のよりどころであった。ドリスは„Glanz“(輝き)になると誓う。それはドリスにとって正しいことなのだ。ところが現実では無教養が彼女を苦しめる。ドイツでは「財産と教養」を身につけることに人々は腐心していたが、ブルジョア層だけではなく中間層の市民にとっても社会の地位を向上させるために「教養」は必要であった。しかし、ドリスは一環して職業訓練や教養を身につける機会に恵まれず、急にめぐって来た機会を生かす術も知らない。教養を身につける代わりに男性に媚びを売り「純粋で穢れない女性」を演じるのだが、その日々の行為は女性性を売りにする娼婦のような生活になっていく。それでもドリスは若い普通の女性であることに変わりない。寂しく辛い日常でひたすら純粋な愛情を求めている。ところが、社会構造や男性に都合の良い女性像の投影によって望んだものを受け取ることができず、幻想に惑わされていく。又、表面的な理想像を追いかけることで墮落してく女性の姿の合間に、ドリスが実

際には「頭が弱い女性」ではなく、むしろ本質を見極める鋭い観察眼を持っていることが描かれる。上層階級である劇団員のトラッパーは、知識に欠ける下層階級のドリスが劇団に居ることを見下し「芸術もますますプロレタリア化していくのは残念ね。」と吐き捨てるのだが、ドリスには「芸術の世界もオフィスの世界でも女の子の行動は皆同じ」であることがわかっている。文化が上層階級の特権であるという欺瞞や「内」は何も変わらないのに「外」の評価や偏見によって全てがひっくり返されてしまう滑稽さに「ドリス」は皮肉をこめて語る。

大企業家は、私がユダヤ人かどうかをきいてきた。まあ、この人は何を言うのかしら。でも私は思ったの。彼がそう望むのなら、そうしておこうじゃないの。そして言ってやった。「もちろんよ。先週私の父はシナゴグで足を捻挫したの」・・・大企業家は急に私に冷たくなったので、国家主義の人種差別主義者なのだとわかった。・・・ふん、知らなかったわ。たったひとつの言葉が別人に変えてしまうのね。私はその前から何も変わっていないのに・・・⁷⁾

20年代は女性が堂々と「書く」という表現方法を手に入れた時代である。自己表現を手に入れた一方で、女性の「見られること」の重要性はそのまま。ドリスはただの「バカな女性」ではないのだが、「外から見られる」ドリスはおばかさんでしかない。ドリスの学問的な知識不足は、滑稽な発言として外側にうつる。しかしドリスは、社会全体や差別、社会的に立派な男性の理性を欠いた態度に対し、鋭い眼でその欺瞞に満ちた本質を導き出す。それでも、外から見る限り「無教養」の無能な女性としか映らない。外から見られる自分と、内なる自己には絶えず矛盾が生じる。ベルリンで出会った盲目の男性ブレンナーとの交流は、「見る」と「見られること」で生じる矛盾の象徴だ。ブレンナーは目が見えないことで、真っ直ぐに対象の内面をみつめる。

「この街はよくない。陽気じゃないし病んでいる。でも君は素晴らしいし、僕は君に感謝している。」とブレンナーは言った。感謝なんてしなくていい。ただ彼にベルリンを美しいと思って欲しいの。

でも今は、私にはすべてが違って見える・・・⁸⁾

表層的なベルリンの華やかさに酔うドリスの側でブレンナーは、その大都会に内在する闇や現実を感じ取る。ドリス自身も薄々そのおかしさに気がついている。それでもドリスにとっての救済は、„Glanz“（輝き）しかないのだ。日記を書く自己表現が与えられたドリスには、外部からの女性像を演じるだけでなく、内部から世の中を皮肉を込めて自由に表現することもできる。文学上では、見ることも見られることもできる。つまり、男性の理想像を演じるドリスが、演じていることに気がつかない男性の浅はかさを冷笑することが同時に行われる。社会構造の中で自立する術がない若い女性に「演じること」が社会によって求められるが、演じながらも同時に冷静に世の中を俯瞰することが可能になる。「演じられた純粹さ」とは別に、愛し合える男性を求める純粹な女性の感情を描くこともできる。「行きずりの男性と一緒にいるのは疲れるが、愛する男性と一緒にならば疲れることがない。」自分自身の愛の表現を、今しがた共に過ごす男性の影の向こう側に見る。愛する男性は、他の男性と同じではない。彼がまぬけな姿をみせたとしてもあざ笑ったりする対象ではない。演じることも批判も消えてしまう。ドリスも若い女性たちも純粹な愛情が欲しいのだが、単に社会が許さないのだ。何故なら自由恋愛を成立させるには経済的な自立が必要なからだ。

3

1920年代は文学上のテーマとして職業をめぐる問題が取り扱われたが、女性文学史上においてはもちろんのこと、ドイツ文学史全体においても新しいテーマであった。ワイマール文化の理想を体現するには、経済的な自立が絶対条件である。「職業と自由」はそのテーマの中心であるが、特に職業と自由恋愛が女性文学のテーマの中心になった。しかし経済的にも社会的にも女性の自立に対する20年代の試みは失敗に終わった。„Vermännlichung der Frau“（女性の男性化）⁹⁾、新即物主義の特徴などと結びつけられた女性たちは批判の対象になり、道徳や母性をおびやかすものとして墮落の象徴とされた一方で、大多数の女性たちには自由を謳歌するための自立や自由は確立されなかったのである。

1920年代の新しい女性として認識される主なタイプが「サラリーマン」

であるが、経済の構造の変化で増加した主要層がサラリーマンであるためである。当時の公式の統計によるとサラリーマンは350万人いた。そのうち女性は120万人である。極めて多数の女性がサラリーマンとなった。¹⁰⁾以前では働く必要の無かった女性たちも戦争の影響により働かなければならなくなったが、„die Neue Frau“は大都市で働く女性、あるいは大都市の仕事に憧れを抱く女性である。しかし実際に、若い女性達は街で働くことに憧れていたわけではなく、街で働くことを選択したのは生活をしていくためである。まず20年代に女性の労働者数が増大したという言説の誤りを訂正せざるをえない。単にそれまで労働市場に女性の進出が許されていなかったことやインフレによる職の減少によって、女性の労働の進出が著しくみえた錯覚に過ぎない。全体的に労働人口の増加は見られたが、男性を含めた全体的な労働人口の増加と比較すると女性の労働人口は、女性の社会進出によって伝統的母性意識の変化が深刻な社会問題となるほどの増加があったわけではない。1907年から1925年までの増加はたったの0.7パーセントである。„die Neue Frau“として認識されたホワイトカラーは1907年から1924年まで人口比は7パーセント増加したが、全体の就業女性の12.5パーセントにすぎない。女性の労働者が急増したように思われたのも、街のあちらこちらで見かける女性の姿が働く女性として認識されたためである。また、若い女性のほとんどは街に憧れていたのではなく、農業に従事してきた女性が農業の分野からしめだされ、主に経済的な理由から都市に進出せざるをえなかったためである。¹¹⁾「大都市の街の明かりに憧れる女性」は単なる後付けによるイメージだ。つまり女性たちの労働も偏見とイメージに支配されている。

新中間層やホワイトカラーの女性たちの実際の仕事に対しても偏見は見受けられる。ベルトコンベアの導入により、ほとんどが以前よりも価値の低い仕事ばかりになった。教養教育を受けていないか速成教育しか受けていない新中間層がその機械的な仕事を受け持ったが、特に女性が好まれた。サラリーマンの仕事が単純化することで高い能力は不要になり、女性は低い賃金で雇えたからである。全体的なホワイトカラーの給料は低く、更に女性の給料は男性の同僚と比較すると平均で約10から20パーセント低かった。¹²⁾女性が低い賃金で雇われる間に一部の男性は高いレベルの事務職として少しずつ仕事が増えていった。その状況に失望した女性たちは

自分たちの仕事を腰掛としてみるようになっていった。女性の仕事は秘書、タイピスト、販売員などであった。消費文化が拡大しデパートが増えると大量のセールスレディの需要が増え、仕事は女らしさを武器にして愛想を振りまき、勧誘して商品を買わせることになった。女性らしさを武器にするという特徴はセールスレディだけではなく、企業などでも同じであった。オフィスで働く女性たちも実際の仕事に加えて、エロティシズムと女性らしさを求められたのである。美しさを際立たせるためにスポーツ・化粧・モードを使用した。規則的なスポーツ活動、最先端のモードなどによって美しさを維持することが重要であった。彼女たちは少ない収入にも関わらず、職場を確保するために最先端のモードの基準に従うしかなかった。クラカウアーのエッセイ「サラリーマン」によれば、仕事よりも外見の好ましさが重要になる現象は女性だけではなく男性にも見られた。雇用者や職業安定所が要求するのは感じの良さあるいは愛想の良さ、清潔さであった。

雇用者は感じの良い人間を求めている。感じの良い印象を与えられる者は、たとえ成績が悪くても受け入れられる。「ドイツ人もアメリカ人のようになるべきだ。人間は愛想の良い顔をしなければならない。」…サラリーマンはそれぞれの意志に関わらず皆同じようにしなければならない。多くの美容院へ殺到するのは、生活の心配のためだ。化粧品を使うのはいつも贅沢のためではない。古くなった「モノ」として退けられる心配から女も男も髪を染める。40代がスポーツするのも、スマートさを維持するためである。¹³⁾

4

マスメディアの作り出す「理想的な生活のイメージ」は街中にあふれ出した。„die Neue Frau“のイメージ形成に貢献したといわれているのが当時の女性誌で、大手出版社は、ブルジョア層の女性の激減に代わり台頭した新中間層にターゲットを向け始めた。教養市民的な女性たちは雑誌から姿を消し、代わりに新中間層に向けられた新しいモードを取り入れた雑誌が次々と創刊されていく。都市を紹介するだけの雑誌は次第にモード・娯楽・手芸などの文芸欄を備えた雑誌に成長していく。1920年代の花形の雑誌はウルシュタイン社の„Die Dame“であり、„die Neue Frau“のイメージ形

成に最も貢献した雑誌である。ドイツ最大の出版社であるウルシュタイン社は早くから新しいタイプの女性をターゲットにした雑誌を考案しており、大衆紙の成功をもとに女性誌を手がけた。雑誌が提供する女性像は「若さ」「スポーティー」「スレンダー」といった女性のイメージであふれていた。流行の女性とは「実際は何歳であろうとも、少年のようにスレンダーな女の子」なのである。若く活動的な女性像は、スレンダーな身体、短い髪、軽やかな服装と結びついて語られた。軽やかな新装束は女性の身体と共に「消費」するための商品、モードあるいはスポーツ活動、バカンスなどと並べられた。戦争による物資の不足と働きやすさを目的とした合理性でしかなかった軽やかな新装束は、雑誌の戦略によって流行となり、女性の典型的なタイプとなっていった。いつしか女性たちは「若く、スポーティーで、スレンダーな女の子」にならねばならなくなった。消費文化が提供する商品の数々はそのイメージを維持するための手段になったのである。また、20年代の新聞や雑誌メディアの増大は写真技術の発明と進歩も大いに関係している。女性誌の場合も、リトグラフや写真技術の発明に伴い、レイアウトが変化していった。ヴィジュアルな要素を多用した女性誌は飛躍的に売り上げを伸ばしていく。さらに、メディア産業によって体系的に広告産業が形成された時代でもあった。ドイツの知識市民層を中心に伝統的なドイツの風景や思想などを崩壊させるものとして広告は敵視されるようになったが、それでも広告の需要は増える一方であった。¹⁴⁾

20年代におけるメディア産業は膨大なアメリカの企業進出と広告代理店による広告戦略である。アメリカの生活が好ましい未来像・夢として受け入れられていった。アメリカの夢が人々に与えたものは、階級や地位の格差はなく、全ての人々にチャンスがもたらされるという幻想であり、自動車や家具などの大量生産である。ドイツの知識市民層がドイツの教養主義的価値観の崩壊を嘆いている間に、アメリカによるキャンペーンは次々と行われアメリカの批判は消え、1923年から24年には雑誌・書籍などでアメリカは好ましい夢として取り扱われるようになった。アメリカ映画はドイツで次々と封切られ、映し出されるアメリカの女性が憧れのイメージとなっていた。経済的な援助をアメリカから受け入れざるを得なかったドイツは、文化さえもアメリカを受け入れざるを得なかった。ワイマール期の問題に取り組む場合、常にアメリカニズムとメディア産業について考え

ねばならない。

5

クラカウアーは、サラリーマン階級の自己理解の矛盾を指摘した。メディアが信じ込ませる理想像と実態における大きな矛盾によって、„geistig obdachlos“（精神的なホームレス状態）を生み出したと考えた。新中間層の下部は労働者階級とその実態は変わらないのに、労働者階級としての階級意識を失い、階級的な文化も捨ててしまった。しかし、メディア産業による華やかな文化がみせかけで表面的であるにもかかわらず、そこに自分自身のアイデンティティを見出そうとする。暗い現実には、娯楽的な産業に隠される。革命的な変化に対する試みや抗議は隠される。つまり階級意識がなくなった下級サラリーマンたちは、簡単に高級な理想に感化されてしまった。サラリーマンたちは必要以上に自分をみせたがる。むしろ社会からの要求として見せなければならなくなる。そして、支配階級に都合のいい状態になることで、簡単に支配されていく。

「見せかけの自由のイメージ」が、女性解放としての思想が意味していた「自由」を隠してしまうことで、「自由」と「依存」を同時に抱える矛盾を生み出した。20年代に広がった理想的な女性像の意味するところは、みせかけの女性解放思想でしかなかったのである。社会は依然として家父長制のシステムを維持し、そのシステム上では、新たな従属を生み出す結果となった。それでも「ドリス」はその社会構造の中で抗うひとつの形として「書き続けた」のである。

注

- 1) Kollontai, Alexandra : Die neue Moral und die Arbeiterklasse, Berlin 1920.S.5.
- 2) 1927年の8Uhr-Abendblattの記事が示すように、大きくわけて「グレートヒェン」「ギャルソヌ」「ガールタイプ」の女性がいた。グレートヒェンタイプは、伝統的なドイツ人女性の女性像である。多くの雑誌や文学作品に登場するのは、可愛らしく女性性を売りにしたガールタイプであったが、意志が強く男らしい風貌のギャルソヌのタイプもあった。
分類学の熱狂は、ワイマール期の特徴である。このワイマール期における

分類の病的な熱狂を戦後の社会の混乱に要因をみる説や19世紀の生物・医学的な言説のなかに既にその要因があると主張されることがある。

- 3) Drescher, Barbara: Die „Neue Frau“ In Autorinnen der Weimarer Republik, Bielefeld 2008. S. 163-185.
- 4) 1933年にワイマール共和国期を振り返った作家でジャーナリストの Gabriele Tergit は職業意識を持つ少数派のエリート層の女性たちの活躍に対して „die Neue Frau“ という一つの社会現象として捉えた。Tergit, Gabriele : Die Frauen Tribüne In : Die Frauen Tribüne 1.1933. S. 3.
- 5) Die Angestellten の適切な日本語訳はつけがたい。一般的に「サラリーマン」と訳される。「勤める人」という意味で、有産階級と無産階級あるいは上流階級と下層労働者には含まれない市民層の一部、また労働者層の上部層。社会的変化によって台頭した新中間層が一般的にあてはまる。本稿訳は「サラリーマン」とした。
- 6) Keun, Irmgard : Das kunstseidene Mädchen, S.8.
- 7) Keun, Irmgard : Das kunstseidene Mädchen, S.45-46.
- 8) Keun, Irmgard : Das kunstseidene Mädchen, S.118.
- 9) Berliner Illstrierte Zeitung, 1924. Nr.35.
- 10) Kracauer, Siegfried : Die Angestellten. Aus dem neuesten Deutschland, Frankfurt a.M. 1930. S.11.
- 11) Bridenthal, Renate and Koonz, Claudia : Beyond kinder, Küche, Kirche Weimar women in politics and work from Liberating women's history theoretical and critical essays, Champaign 1976. P.301-329.
- 12) Renate Bridenthal and Claudia Koonz : Beyond kinder, Küche, Kirche
- 13) Kracauer, Siegfried : Die Angestellten. S.17-25.
- 14) Hansen, Stefan and Schulz, Alexander : Moments of Consistency eine Geschichte der Werbung, Bielefeld 2004. P. 26-35.

参考文献

- ・ Keun, Irmgard : Das kunstseidene Mädchen, Berlin 2004
- ・ Keun, Irmgard : Gilgi, eine von uns, Berlin 1954
- ・ Döblin, Alfred: Berlin Alexander Platz, Frankfurt am Main 1999

- Barndt, Kerstin : Sentiment und Sachlichkeit. Die Roman der Neuen Frau in der Weimar Republik, Köln, Weimr, Wien 2003.
- Bridenthal, Renate and Koonz, Claudia : Beyond Kinder, Küche, Kirche Weimar women in politics and work from Liberating women's history theoretical and critical essays, Champaign 1976.
- Fähnders, Walter / Karrenbrock, Helga (Hrsg.) : Autorinnen der Weimarer Republik :Bielefeld, 2008.
- Giese, Fritz : Girlkultur, München 1925.
- Görtemaker, Manfred : Weimar in Berlin Porträt einer Epocche, Berlin 2003.
- Häntzschel, Hiltrud : Irmgard Keun,Hamburg 2001.
- Hassinger, Anije und Hessinger, Sylbile : Die wilden Jahren in Berlin, Göttingen 2002.
- Kollontai, Alexandra : Die neue Moral und die Arbeiterklasse, Berlin 1920.
- Kracauer, Siegfried : Die Angestellten. Aus dem neuesten Deutschland, Frankfurt a.M. 1930.
- Lethen, Helmut : Neue Sachlichkeit 1924-1932 Studien zur Literatur des weißen Sozialismus, Stuttgart 1970.
- Petra, Bock und Katja, Koblitz, : Neue Frauen zwischen den Zeiten, Berlin 1995.
- Meskimmona, Marscha und West, Schearer : Visions of the „Neue Frau“ Women and the visual arts in Weimar Germany, Saarbrücken 1995.
- Tergit, Gabriele : Die Frauen Tribüne, In : Die Frauen Tribüne 1, 1933.
- Wittmann, Livia Z : Liebe oder Selbstverlust : Die fiktionale Neue Frau im ersten Drittel unseres Jahrhunderts.
In : Der Widerspenstigen Zähmung, hrsg. Von Sylvia Wallinger und Monika Jonas, Innsbruck 1986.
- 50 Jahre Ullstein. 1877-1927. Berlin 1927.
- Drei Frauen stehen heute vor uns. Die drei Typen: Gretchen, Girl, Garçonne. In : 8-Uhr-Abendblatt : Allg.Dr.-u.Verl.-AG,4. 1927.