

博士論文要旨

呉江城 0260-31-7182

教育学環専攻

現代中国の社会変動と「小資」 ——多様な媒体・アクターに注目して——

1990年代以降、社会主義市場経済体制の創立によって、中国社会は、伝統型社会から現代型社会へと転換する「社会転型」という新たな時期に突入した。「社会転型」を背景として、都市新中間層の誕生と勃興が学者、政府政党、メディアなどの注目を集めている。都市新中間層の誕生に対して、学者、政府政党、メディアなどは、「白領（ホワイトカラー）」、「小資」、「中産階級」、「中産階層」、「中産」、「中間収入者」、「中間収入階層」、「中間収入群体」といった言葉に各自の意図を託しながら、都市新中間層に対する名付けを複雑化してきた。本論文では都市新中間層に対する名付けの一環と位置付けられる「小資」概念に注目したい。ほかの概念と比べて多様な媒体で流通していた「小資」概念は、1990年代以降の中国の社会変動という文脈に強く依存する特有の産物だとみなされている。

「小資」概念の前身、すなわち「小資産階級」概念はマルクス主義とともに外国から近代中国に輸入された舶来品であり、「小資産階級」概念への言及には、階級闘争を連想する政治的な意味が強い。それに対して、1990年代以降の中国に登場した「小資」概念は、「小資産階級」概念を語源とするが、意味上の脱政治化を遂げており、消費能力の高い都市新中間層との結びつきが定着した。この現象を「小資」概念の変容と呼ぶ。変容を経た「小資」概念は、2000年代初期に、メディア空間で意味上の拡大を展開していった。メディア空間では、都市新中間層の生活様式や文化的趣味を総括する「小資生活」、「小資趣味」、「小資文化」のような造語や、都市新中間層の生活様式を具体的に指示する「小資文学」、「小資旅行」、「小資語彙」のような造語や、または都市新中間層の文化的趣味を具体的に規定する「小資情調」、「小資コンプレックス」のような造語が「小資」概念のサブコンセプトとして次々と登場した。これは「小資」概念の展開と呼ぶ。メディア空間における「小資」概念の展開によって形成された都市新中間層の文化的趣味を象徴するメディアコンテンツの総体を「小資」文化と呼ぶことにする。「小資」文化には政治への無関心、消費への熱狂、文化的オムニボア、グローバル文化崇拝という特性が見られた。これらの特性は「小資」文化がなぜ都市新中間層のメディア文化と見なせるかを考察する際に重要な手がかりとなる。

しかし、「小資」概念は1990年代から変容、展開という段階を経たが、2020年代を目前にして、数量上かつ認識上の衰退に至った。「小資」概念と都市新中間層との結びつきも衰えており、都市新中間層のメディア文化としての「小資」文化も過去のものとなっている。それを言い換えれば、「小資」概念にあった都市新中間層を指すという機能が失効したということになる。これを「小資」概念の衰退と呼ぶ。

本論文では、「小資」概念の変容、展開、衰退というプロセスを「小資」の構築と名付ける。この30年(1990年-2019年)の中国社会の「社会転型」を刻印するものとして、「小資」の構築がいかに社会変動とともに変遷してきたかは重要視すべきだろう。「小資」の構築を取り巻く現代中国の社会変動のキーワードとして、イデオロギー統制の緩和、情報化、グローバル化、消費社会化があげられる。メディア上の「小資」の構築と

いうミクロな次元と中国の社会変動というマクロな次元がどのように連動してきたかに関しては、歴史変遷のなかで二つの次元の進展をともに考察することが必要だと考えられる。

一方、「小資」の構築をめぐることは、以下の表に挙げられる多様なアクターと媒体が関わってきたことにも注意すべきである。スチュアート・ホールの表象理論を踏まえれば、「小資」の構築という動的な実践のなかでは、多様な媒体・アクターが文化をめぐる力関係＝ポリティクスに巻き込まれながらも、どのように統合されるかは精緻な検討を必要とする課題だといえる。本論文では、「小資」の構築の各段階において、多様な媒体・アクターの動向に合わせて研究の焦点を調整していく。

「小資」の構築	アクター	媒体	焦点
「小資」概念の変容 (1949年-1990年代)	政府政党	共産党機関紙	「小資産階級」から「小資」への変動における「小資」概念と都市新中間層との結合
「小資」概念の展開 (2000年代半ばまで)	メディア従事者（編集者・経営者など）	複合メディア環境	都市新中間層のメディア文化としての「小資」文化の生産
「小資」概念の衰退 (2000年代半ば以降)	テキストの書き手	マスメディア	社会的認識における「小資」概念と都市新中間層との離脱
	インターネットユーザー	ソーシャルメディア	Web2.0の時代における都市新中間層的「小資」文化の変容

以上の検討を踏まえて、「小資」の構築を研究対象とする本論文では2つの研究目的を設定する。まず、中国独特の「小資」概念の変容、展開、衰退の流れを追うことで、様々なアクターと様々な媒体を統合する「小資」の構築のメカニズムを明らかにする。そのうえで、1990年代以降の中国の社会変動の在り方が現代中国の近代化方式のいかなる特質を映し出すか、またその特質が「小資」の構築にいかなる影響を与えたかも研究射程に入れる。

これらの課題の解明によって、社会主義国を掲げる中国における都市新中間層という集団の成立・変化の過程が明らかになる一方、欧米や東アジアの都市新中間層と比べての中国の都市新中間層の特徴を炙り出すことも期待できる。なお、都市新中間層を含む「中間層」という西洋伝来の概念およびそれに基づく社会的成層の方式が、戦後の日本、韓国などの非西洋社会でどのように受容されたかは、アジア的近代化の方式につながっている。アジア的近代化の経路を踏襲した中国は1990年代以降、日本や韓国のように高度な経済成長と社会変革も成し遂げてきた。しかし、中間層は中国民主化の先駆けの役割を果たすという欧米の識者の思惑がかなうどころか、近年、「中国モデル」の成功に関する激論を嚆矢に、社会主義と資本主義の融合を高く評価する傾向が現れている。中国の近代化方式の特質をいかに捉えるかについて以上のような議論が高まっているが、それらの議論には常に、中国社会はなぜ欧米社会あるいは東アジア社会のようにならないのかというまなざしが投げかけられてしまっている。本論文では、「小資」の構築という中国独特の現象にまつわる1990年代以降のイデオロギー統制の緩和、情報化、グローバル化、消費社会化の急展開を研究の俎上に載せて、「社会転型」という文脈に還元して現代中国の近代化方式の特質を理解する。

「小資」の構築のプロセスに従って、本論を三部構成にする。第1部「『小資』概念の変容:都市新中間層との結合」では、「小資」概念の変容に向けて、政府政党の機関紙における政府政党側のイデオロギー統制に注目する。第2部「『小資』概念の展開:都市新中間層のメディア文化の創出」では「小資」概念の展開に議論の軸を移し、主に2000

年代半ばまでの歴史を射程とし、複合メディア環境におけるエリート大学生のメディア従事者がいかに「小資」文化を創出したかを取り扱う。第3部「『小資』概念の衰退:都市新中間層との乖離」では、2000年代半ば以降の「小資」概念の衰退に対して、マスメディアにおける「小資」言説の変容から社会全体の「小資」に対する認識の変化を考察し、また、インターネットユーザーが活躍したソーシャルメディアにおける「小資」文化の変容を検討することで、「小資」概念と都市新中間層との乖離を解釈する。各章の概要は具体的に以下ようになる。

第1章では「小資」概念の前身である「小資産階級」概念に立ち戻り、『人民日報』における「小資産階級」イメージが社会階層と接合・乖離していくプロセスを検討する。そのうえで、「小資」概念と都市新中間層との結合の意義を論じる。

第2章では、1980年代の中国の高等教育改革を背景に、「小資」文化の創出における重要な担い手としてのエリート大学生に焦点を当てる。彼らが1980年代の「文化熱」と高等教育改革の変動からいかなる文化資本を習得したかを究明し、「小資」文化のオムニボアの特質を解釈する。第3章では、1990年代以降の複合メディア環境を背景とするエリート大学生のメディア進出に注目する。エリート大学生のメディア従事者が、中産階層的雑誌・新聞やポータルサイトや「小資」図書からなる「小資」文化を生産するメディア体制の整備に果たした役割を考察する。第4章では、『上海壹週』の誌面分析を通して、エリート大学生の文化資本の投入に着目し、彼らの差異化戦略によって「小資」文化の「中間性」の規定・相対化を検討する。

「小資」概念の衰退を検討する第5章では、「小資」概念の誕生と展開が築いた「小資＝都市中間層」という図式の失効に焦点を移す。そこで、『南方都市報』・『広州日報』・『羊城晚報』における「小資」言説の変容に対する分析から、消費社会論を補助線として、「小資」概念に対する社会的認識から「小資」概念と都市新中間層との乖離を考察する。第6章では、ソーシャルメディアにおける「小資」文化の生産方式の変革に着目し、「豆瓣網」に対する文化生産論的な分析によって「小資」文化の変容を究明し、「小資」概念の衰退に関して知見を加える。

最後に終章では、多様な媒体やアクターを取り巻く「小資」の構築のメカニズムをまとめ、また中国社会の「社会転型」に対応させながら、「小資」の構築が社会変動の「圧縮性」から受けた影響を検討する。