

岩間一弘著

上海大衆の誕生と變貌

——近代新中間層の消費・動員・イベント——

大野 公 賀

本書は「近代上海における『大衆』の誕生と變貌のダイナミズムを、新中間層を中心とする人びとが體驗した消費・動員・イベントから浮き彫りにすること」を目的に、「上海の俸給生活者やその家族が、日常生活のなかでどのように『大衆』となっていたのかを、多様な視點から」論じたものである（岩間一弘『上海大衆の誕生と變貌 近代新中間層の消費・動員・イベント』東京大學出版會、二〇一二年、七頁。以下、本書からの引用に際しては頁數のみを表記する）。

初めに、本書の機軸とも言うべき「大衆」と「新中間層」につき、著者の言葉からその定義を明らかにしておきたい。著者は、オルテガの定義にしたがい、「大衆」とは「みなと同じでありたいと願い、多くの人びとと同じように行動する人びと」（三五五頁）であり、「新中間層」とは學校教育を受けて「精神・頭腦勞働に従事する俸給生活者やその家族など」の社會階層（二頁）であるという。この兩者の關係について、著者はまた、一九二〇-

五〇年代上海における「大衆」および「大衆」化現象は、決して民國期に登場した「新中間層」とともに出現したわけではない、すなわち「新中間層」イコール「大衆」ではないとしながらも、近代上海における「大衆」および「大衆」化現象の中核をなしたのは「新中間層」であると指摘する。

著者によれば、「大衆」および「大衆」化現象は、遅くとも宋代には既に出現していたが、近代上海における「大衆」の規模や「大衆」間の類似性は、他の時代に比べて突出したものであり、その重要な一因が「新中間層」の増大と擡頭であったという。その背景には、當時新たに登場したメディアとビジネスが存在する。當時、新聞や雑誌などの定期刊行物、映画、ラジオなどの各種メディアが発達したが、その主要な讀者は一定の文化的・經濟的能力を有する「新中間層」であり、彼らは新聞や雑誌の廣告を通じて、自らを對象とするビジネスの情報を得、またそれに基づいて各種の消費行動を起こした。

本書で著者は、「新中間層」とメディア、ビジネスの三者が相互に影響を及ぼし合い、その過程で「大衆」が誕生し、「大衆」が「大衆」を再創出していく様相を、映畫スター阮玲玉の自殺や集團結婚式、ミス上海コンテスト、漢奸裁判などの事例を挙げながら、具體的に提示している。

本書の詳細について論じるにあたり、まず著者の前著『上海近代のホワイトカラー 揺れる新中間層の形成』（研文出版、二〇一一年）について、簡単に觸れておきたい。同書は教育・職業・結婚などの視點から「新中間層」の形成について論じたもので、

言わば本書の前編とも言うべきものである。

近代上海における「新中間層」について、著者は前著で次のように述べている。

上海においては兩大戦開期までに、民間企業の職員を始めとするホワイトカラーとその家族が増加し、新たな中間層として認知されるにいたった。しかし、中間層という社會意識だけが先行して、經濟的實態はそれに追いつかず、二極分化の傾向が著しかった。それゆえ平等主義的な社會の到來を求める聲が高まり、上海の新中間層の形成過程をきわめて不安定にしていた。くわえて、ホワイトカラーが體驗した教育や職業の近代的再編は、「市民」(citizen) というよりは「大衆」(mass) というべき人びとを養成する面が強く、そのことが新中間層を時流に押し流されやすくしていた(岩間一弘『上海近代のホワイトカラー 揺れる新中間層の形成』研文出版、二〇一一年、二八頁。以下、同書からの引用に際しては、「二〇一一年、頁數」と表記する)。

同文で著者は、「新中間層」は「市民」的特質よりも、むしろ「大衆」的特質を有していたと指摘する。これについて、著者はまた「新中間層」の勃興にともない、人びとにさらに明確に意識されるようになった「職業人としての公共性」は、必ずしも「市民社會の萌芽」(地域社會に參與・貢獻する自發的な意識や活動の芽生えのこと。以下、引用箇所に関する注はすべて著者による引用箇所と注の記載頁が異なる場合のみ、注の後に頁數を記載する)に繋がるとも限らなかった、と論じている(二〇一一年、五四頁)。

著者はまた前著で、中國都市の社會生活においては、「共同」と「公共」の區別がしばしば曖昧であったとして、次のように述べている。

ここで指摘すべきは、中國社會における公共性は、同化と排除の論理からなる「共同」(common)としての性格が強かったことである。それは、立場や見解の相違を認めつつ、協力して自立と聯帶を同時に達成しようとする「公共」(public)への志向に乏しかったといえる。換言すれば、「公」(public)と「共」(common)が、しばしば同義で用いられたのであり、そうした公共性のあり方を兩大戦開期のホワイトカラーも経験していた。

【中略】

こうした個人が集團に服従すべきとする公共意識は、例えば、中國國民黨の新生活運動の指針にも取りこまれて、店員に教化された。さらに後には、中國共產黨によって、「大公無私」「爲人民服務」の公共意識としても宣傳された(二〇一一年、五七頁)。

上述の近代中國における「公共性」と「市民社會の萌芽」の関係について、筆者は本書ではさらに、當時の社會秩序においては「大衆的公共性」(大衆感情に大きく左右される秩序の構造。三一頁)が優位であり、またそれは愛國主義と協同していく局面があったと指摘する(二九頁)。

著者によれば、これまでの上海史研究では「社會」のなかに「公共性」の萌芽を見出し、「社會」に對する『國家』權力の浸透

によって『公共性』が失われていくという圖式が、二〇世紀前半の趨勢を理解する説明様式として一般的であった（二一〇頁）。著者は、このような「市民社會の萌芽と挫折」論は、その要因を「外在的な專制國家の擴大だけに求めがちである」とした上で、むしろ「清末民國期の都市社會の『市民的公共性』を再検証し、そこに内在された要因から人民共和國初期までの歴史過程をとらえ直すべき」であるとする（二一一・二二頁）。

近代中國の都市社會における「公共性」を如何に認識するかという問題は、本書の獨自性にも關わる重要な點である。以下、著者の認識を簡単に整理しておきたい。

著者は、清末あるいはそれ以前から人民共和國初期にかけての公共性には、「構造的ともいえる聯續性」があったと指摘する。この聯續性の下、中國社會において傳統的に想定されてきたのは、「人びとの共感・共鳴によって公共的な意志が生成されるという自然調和的な公共性」であった。このような公共性が、同胞や仲間との「共感・共鳴」を成熟し、敵に對する「反感や憎惡」を生み出したのである。中國社會は、こうした判斷に基づいて、部外者を自分たちに「歸屬・同化」、あるいは「阻害・抑壓・排除」させ、同胞や仲間から成る「共感・共鳴の公共圏」を形成してきた。著者は、中國史においては、こうした「共感・共鳴の公共圏」こそが支配的であり、「討論の公共圏」よりも大きな影響力を有してきたと述べている。それ故、この「共感・共鳴の公共圏」という傳統は、「大衆」の登場した民國期以降の都市社會にも引き繼がれ、人びとは『國民』『公民』『人民』や『中國人』『中華民族』などへの一體化」を望み、またそうあることを求め

られたという（二五二・二六頁）

著者は續けて、またこゝも記している。

こうした公共性の構造は、西歐を含めた世界各地の近世・近代史上においても見られたが、とりわけ中國の近代においては、戦争と革命が繰り返されたので、構造を強化する趨勢が克服する趨勢を全體的・長期的に壓倒した。さらに、このような社會秩序のあり方は、一部のエリートが人民大衆に代わって政治をおこない、エリートによる權力獨占と大衆動員が目標達成のために正當化される權威主義的な政治指導體制（『代行主義』、『賢人支配の善政主義』、『革命的權威主義』などといわれる）とも親和的に相呼應していたのである（二六頁）。

著者は、中國社會における公共性は時に「部外者を自分たちに歸屬・同化させる」方向に、また時に「疎外・抑壓・排除しよう」とする方向に働いたと述べているが、これについて著者はまた、前者は清末・民國期に、後者は人民共和國初期にそれぞれ顯著な傾向であるとした上で、「こうした變化の底流には『大衆の公共性』というべき共感・共鳴にもとづく秩序原理が貫かれていた」ともいう（六三頁）。

このような前提の下、著者は本書において「近代上海の新中間層の消費・動員および彼らが関わったイベントに着目しながら、一九二〇・五〇年代における大衆行動の變化と聯續を明らかにすること」、「兩大戦開期から戦時・戦後、さらに人民共和國初期へと至る上海社會の變化と聯續」を考察した（七三頁）。以下、その内容を見ていきたい。

本書は本文の二部八章と序論、結論から構成される。各章の題目は以下のとおりである。

序論 上海における大衆の時代

第一部 兩大戦開期から戦時・戦後へ

第一章 見せる群衆の誕生——『新聞報』の廣告に見る新中間層と大衆消費

第二章 阮玲玉の自殺と大衆消費社會の黎明

第三章 集團結婚式——消費する大衆、動員される大衆

第四章 娯樂と消費における大衆動員——戦時・戦後の聯誼會

第二部 戦後から人民共和國初期へ

第五章 「漢奸」の告發と戦後上海の大衆——李澤事件を例として

第六章 市參議員選舉と「漢奸」告發運動

第七章 ミス上海コンテストに見る戦後大衆社會

第八章 演技と宣傳のなかで——共產黨支配の確立と大衆行動の秩序

結論 大衆の誕生と變貌のダイナミズム

第一章「見せる群衆の誕生——『新聞報』の廣告に見る新中間層と大衆消費」で、著者は商業新聞の増加と紙面の變化、なかでも大衆のための圖版廣告に着目し、商業新聞が新中間層を抽象化した群衆を「消費リーダー」として圖版廣告に登場させることで、新聞の讀者すなわち消費者の共感や同調を誘い、商品に對する關

心を生み出そうとしていたことを檢證し、「こうした商業と消費の高度化のなかで、近代上海に大衆が誕生した」と論じる（三五六頁）。

第一章のタイトルにある「見せる群衆」について、著者は「多數の人びとが情緒や觀念を共有している様子を見せつけることによって、それを見た人びとの行動を型にはめようとする」ものであり、それは兩大戦開期に「商品宣傳＝消費喚起のために開發されたが、後には政治運動に大衆を動員するためにも利用されていくメディアの一つ」であるという（一三五頁）。こうした性質をもつ「見せる群衆」は、時に商品廣告と政治宣傳という異なる役割を擔わされたが、そこには「廣告・宣傳主體が望む方向に大衆の行動を誘導」しようとする「構造的な聯續性」があると著者は指摘する（一三七頁）。

次に第二章「阮玲玉の自殺と大衆消費社會の黎明」は、一九三〇年代上海の映畫スター、阮玲玉のスキヤンダルと自殺およびそれに對する反響を取り上げ、兩大戦開期の中國都市において大衆が誕生し、それがメディアを通じて大衆感情を形成し、大衆の行動に影響を及ぼすに至る過程を考察したものである。阮玲玉は自らの三角關係を非難する大衆感情を恐れて自殺したが、彼女の死は大衆感情を非難から同情へと一轉させ、それは「談阮（阮玲玉についてあれこれ話すこと。一四二頁）」という社會現象を生んだ。

阮玲玉の自殺に關して、著者が特に着目したのは、それが「新聞・雜誌・書籍・映畫・演劇・ラジオ・小賣などの業界において徹底的に利用された點」である（一四三頁）。阮玲玉の自殺に便

乘した廣告さえ出現した。當時、嗜好品の大量生産と大量消費が進むなか、より多くの消費者の関心を集めるために、廣告にも様々な工夫がこらされるようになり、時に「商業道德を輕んじた廣告主や廣告業者の奔放な創意」が社會常識を逸脱し、社會秩序に緊張をもたらすこともあったのである（一五八―一五九頁）。

こうした状況を踏まえ、第二章では、論證は民國期における不適切な廣告や放埒な大衆消費と、それらに對する規制および、當時「中國都市の大衆消費は成熟の兆しを見せていたが、十分に成熟するまもなく大衆動員の時代の到來を迎えることになった」との結論を提示する（一六五頁）。

第三章「集團結婚式——消費する大衆、動員される大衆」で、著者は「近代上海における大衆の誕生と擴大を象徴するもう一つの社會現象」として（三五六頁）、一九三五年に政府主導で始められた集團結婚式について考察を行っている。集團結婚式が流行した背景について、著者は民國期には、結婚式という儀禮こそが結婚成立の社會的・法的な要件であったこと、そして上海を中心に大衆社會が形成されていたことの二點を擧げている。著者はまた、集團結婚式という大衆行動には「國民政府による大衆動員」と「上海の人びとによる莊嚴な婚禮の大衆消費」という二面性があったと指摘する（一六八頁）。

集團結婚式は、結婚という極めて個人的行爲を、國民政府の權威の下、結婚の儀式的側面を強調することで集團的行爲に轉換させたという點で、國家による集團統制的要素が高い。では、参加者はいかなる意識をもって、集團結婚式に臨んだのだろうか。

著者によれば、政府主催の集團結婚式は當時、「國家の『社會

統制』の一手段」と認識されていたが、それは「無意識のうちに集團行動の習慣を養成するものとして推奨されていた」という。集團結婚式の参加者たちは、規律のままに同一の衣裳を着て、統一的な行動をとったが、それは彼らが「國威發揚に利用されること」に對してあまり抵抗を感じていなかったからである。換言すれば、彼らは集團結婚式を「莊嚴な婚禮の大衆消費」として上手く利用したのであり、集團結婚式では抹消される「個性や主體性」は式後に親しい人たちと私的な宴會を開くことで十分に發揮し得たのである。また、集團結婚式の流行は民間のブライダル産業を發達させ、大衆消費社會の擴大を促したとも著者は記している（三五六頁）。

次に、第四章「娛樂と消費における大衆動員——戦時・戦後の聯誼會」では、戦時上海で擴大した俸給生活者の親睦・互助團體（聯誼會）を取り上げている。聯誼會の活動には、演劇・合唱・スポーツなどの文化・娛樂的要素と、生活必需品の配給販賣や福利厚生サービスなどの生活支援的要素があり、著者はこの娛樂と消費という二つの側面から、聯誼會が政治的宣傳や大衆動員に果たした役割を考察している。

著者は、戦時・戦後の聯誼會の活動は、「娛樂や消費を動員と密接に關わらせながら大衆化していた」との結論を提示し、それは形を變えて人民共和國成立後にも繼承されたと述べている（四三二―四四頁）。

以上、第一部では主として兩大戦開期から戦時・戦後にかけての大衆消費と大衆動員について論じられた。第五章以降、第二部では戦後から人民共和國初期にかけての大衆イベントと大衆動員

が取り上げられている。

第五章「漢奸」の告發と戦後上海の大衆——李澤事件を例として」では、漢奸の告發に際してマスメディアの果たした役割に着目しつつ、漢奸に対する大衆感情の形成過程と、その政治的反映について考察している。李澤事件とは、當時の上海の四大デパートの一つ、新新会社の總經理を務めていた李澤に対する告發事件である。それは、終戦後における國民黨政權下の一般市民による最初の漢奸告發事件であり、また「新聞界がつくり出したもの」と言われたように、戦後上海における「もっとも大きなメディア・イベントの一つ」でもあった(二四八頁)。

著者は、漢奸告發運動を一九五〇年代の政治運動に聯續するものとして位置づけ、「大衆の告發と運動」による身近な有力者の打倒という経験は、人民共和國成立後の大衆運動に受け繼がれていたと述べている。具體的には、李澤事件で告發者の舒月橋が用いた「告發箱への投書、デモ行進、スローガン・宣傳文句・漫畫等の書かれたビラの貼りつけ、壁新聞などの動員手段」は、一九五二年春の「五反」運動(民間の企業家による贈賄、脱税、國家資材の横領、手抜き仕事と材料のごまかし、國家經濟情報の竊取を批判する運動。五七頁)などで見られた手法である。また抽象的には、李澤事件での「大衆による告發とメディアを用いたキャンペーン、攻撃対象への憎惡をかりたてる情動的な言説、攻撃対象を擁護する者まで攻撃しようとする大衆心理、法治の不備を大衆感情(輿論)の制裁によって補完しようとする趨勢、さらには大衆運動が政權内において奪權闘争に利用される構造など」は、人民共和國成立前後の大衆運動に聯續すると著者は指摘

する(二七〇―二七一頁)。

續く第六章「市參議員選舉と『漢奸』告發運動」、第七章「ミス上海コンテストに見る戦後大衆社會」も第五章と同様に、漢奸告發運動と深く關わりながら、終戦直後の上海大衆を巻き込んで、地域秩序を揺るがしたメディア・イベントについて論じたものである。

まず第六章では、著者は上海で行われた初めての普通選舉である市參議員選舉を取り上げ、選舉前後の混亂と世論の動向に着目しながら、上海の大衆が投票やメディアを介して、地域秩序の再生過程に如何に關わったかを考察している。

また第七章では、江蘇省の長江の北側にあたる蘇北の難民の慈善救済のために、國民黨政權の要請を受けて、上海の秘密結社、青幫の領袖で當時は市參議會議員等を務めていた杜月笙らが推進したメディア・イベントであるミス上海コンテストを題材に、戦後上海のメディアと大衆感情、社會的反響との關係について論じている。

著者によれば、集團結婚式や聯誼會、ミス上海コンテストへの参加は「なかなか手のとどかない商品・娛樂・式典・美人などの大衆消費」であると同時に、また一方では「明確に意識しないまま、ゆるやかな大衆動員を受け入れてそれに加擔する行動」でもあった。換言すれば、日常的な大衆行動における、消費から動員への轉換は、「國民黨および對日協力政權の下ではじんわりと」推進され、一九五〇年代、共產黨政權下の上海では「急激に進展した」のである(三五七頁)。

このような都市中間層の大衆行動の劇的な變貌について、著者

は第八章「演技と宣傳のなかで——共產黨支配の確立と大衆行動の秩序」において、一九五〇年代の黨・政府幹部が民間企業および公営企業、公営企業の職員、特にエリート職員を動員する様相を検證し、企業職員たちの職場における大衆行動や、彼らの體驗した大衆の脅威などの視點から明らかにしている。

本章で特徴的なのは、政治運動とそれともなう社會變容、すなわち階層再編を分析するにあたり、著者が「演技」という觀點を重視している點である。一九五〇年代以降、他人の自己に對する印象を操作するための日常生活のなかの「演技」が、黨や政府、そしてそれらに忠實な組織の宣傳によって方向づけられ、さらに大衆運動によって統御され、高いリスクや緊張をともなうにいたつた。つまり、大衆は黨や政府の望むように「演技」をし、その言動はメディアや集會で「宣傳」され、そしてさらに多くの人々がそれを模倣し、「演技」をすることが繰り返され、大衆はその「繰り返し」のなかで、政治運動に動員されていったのである（三一八—三一九頁）。

一九五一年、國家機關・國營企業を對象に、「黨員幹部の汚職・浪費・官僚主義を批判する『三反』運動」（五七頁）が發動されると、高級職員・技術人員は「黨幹部の意向を慎重に推察しながら、黨が望むようにたちふるまつた」。なぜならば、「もしそれに失敗すれば、さらに厳しい批判や尋問にさらされる危険が生じた」からである。彼らは「個々に黨の意向を探りながらも、演じるべき最良の政治的態度を見つけ出せずにいた」。そのため、「職員」のなかですでに分化が始まり、その内部の矛盾はしだいに増している」という、混亂狀態に陥っていた」（三三三—三三四

頁）。

翌年、民間企業を對象に發動された「五反」運動の政治宣傳では、高級職員に對する寛容な方針が表明されていた。それは、黨・政府が高級職員による「さらなる告發」を必要としていたからである。黨・政府は、高級職員に對して「一方で威嚇し他方で寛容さを示しながら、彼らを政治運動の從順な追從者に『改造』しなければならなかった」のである（三二七頁）。

こうして、「五反」運動の展開にともない、多くの高級職員たちは「労働者・店員に協力して企業主を告發し、黨・政府の代表者や労働者たちに『階級的自覺の向上』の様子を示していた」。その結果、『高級職員』『資本家代理人』と企業主の人間關係は完全に破壊され（三二七—三三八頁）、「従業員によって攻撃された企業主や、企業主との信頼關係を失った『資本家代理人』『高級職員』たちは威信を失い、その代わりに黨員や労働者の權威が増した」のであった（三三〇頁）。

一九五五年、上海では民間企業の公私合營化が加速的に推進された。合營化の達成された企業の人員は「①『公方幹部』といわれる黨・政府幹部、②『私（資）方人員』といわれる『資本家』と『資本家代理人』、③『群衆』（大衆）といわれる従業員（職員・労働者）』に三分されたが、この三者間で「緊張關係」が生じた。これは、黨組織が従業員を十分に掌握できていなかったためで、黨・政府幹部と労働者の關係は「もっとも緊迫する危険」な狀態にあった。これを回避するために、黨・政府幹部が利用したのが「資本家」や「資本家代理人」の存在であった（三三八—三三九頁）。

一九五七年に反右派闘争が正式に發動されると、黨・政府幹部と労働者の関係はさらに悪化した。それに對して「共產黨の意向に忠實な理論家たちは『資本家』『資本家代理人』と職員・労働者が團結して、黨・政府に對抗することがないような論理」、すなわち「資本家」とその『代理人』が依然存在し、職員・労働者との間に階級的矛盾が残存するが、そうした大衆と黨・政府幹部との関係は改善しつつある、というフィクションを堅持」したのであった（三五〇頁）。

以上、本書の内容を順に見てきた。本稿の初めに記したように、著者の本書執筆の目的は「近代上海における『大衆』の誕生と變貌のダイナミズムを、新中間層を中心とする人びとが體驗した消費・動員・イベントから浮き彫りにすること」にある。著者はまた、この「近代上海における『大衆』」について、その中核をなしたのは民國期に登場した「新中間層」であるとも指摘している。

これまで見てきたように、著者は「新中間層を中心とする人びとが體驗した消費・動員・イベント」について、これまで公開されていなかった資料も含めて、大量の一次資料を駆使して、非常に詳細に記述している。この意味において、著者の目的の大半は達成されていると言えよう。ただ、「近代上海における『大衆』の誕生と變貌のダイナミズム」という點に、筆者はいささか違和感を覺えずにはいられない。

以下、著者の結論を提示しつつ、筆者の感じた違和感について簡単に述べたい。著者は「大衆行動」という視點から、新中間層の日常生活の檢證を通じて、上海社會史の展開過程を明らかにし

てきた譯であるが、その結論として著者は次のように述べている。

一九二〇年代までに形成された新中間層が中心となって、上海に近代的な「大衆」を誕生させた。民國期の上海においては、形成途上の不安定な新中間層と黎明期の荒々しい「大衆」が、否應なく戦争と革命の渦中に巻きこまれる。それゆえ、「大衆社會」の「市民社會」への成熟化の兆しは阻まれ、「大衆的公共性」というべき大衆行動の秩序が繼承された。こうしたなかで消費リーダーとして擡頭した新中間層は、しばしば政治運動に動員されるようになっていった（三六三頁）。

これについて、著者は大まかな趨勢として、以下のように整理している。

一九二〇年代 大衆消費の勃興

一九三〇―四〇年代 大衆消費と大衆動員の結合

一九五〇年代 大衆消費から大衆動員への轉換（同上）

一方で、著者はまた、こうも記している。以下、長文ではあるが、筆者の感じる違和感と關聯する箇所でもあり、そのまま引用する。

兩大戰開期の中國都市に誕生した大衆は、十分に秩序づけられることなく未成熟なまま、日中戦争後には憎悪や敵對心を煽る政治運動のなかで荒々しさを増し、人民共和國初期にその威力を發揮した。人民共和國初期において大衆の中核になったのは、消費リーダーの新中間層ではなく、政權に忠實な労働者たちであった。政治運動が緊迫化した時期には日常生活におけるあらゆる言動や態度が、大小様々なメディア・

集會・グループにおいて「批判」「自己批判」の對象となつた。人びとは日常的に政治的なパフォーマンスを強要され、個人として氣を許して私的にふるまえる場所を失つていった。

このように、近代上海で起こった大衆の誕生と變貌は、一九世紀末から二〇世紀初に始まり第二次世界大戦期（一九四五年まで）に至る時期のドイツ・イタリア・日本などにおける展開と似ていたが、大衆の變貌の時期はずれていた。中國都市の大衆は、日本などと時差のほばない一九一〇年代から二〇年代に登場し、日中戦争の影が忍びよる三〇年代から變化の兆しを見せ、戦時・戦後期には變化が始まっていたものの、共產黨政權樹立後の五〇年代初頭の短期間にきわめて劇的な變貌をとげたのである（三六二頁）。

この大衆の劇的な變貌の理由について、著者は「黨・國家權力の社會への浸透が急激な社會變革を招いた」との考えを否定し、以下のように分析する。

むしろ逆に、中國都市においては、黨・國家機關にせよ社會團體にせよ個人にせよ、大衆感情や大衆行動を批判的に秩序づける作法や仕組を成熟させなかったことが、一方では社會に活力をあたえていたものの、他方では動搖の搖れ幅を擴大して社會變化を過激化させる原因になったと考えられる。端的にいうならば、何でも商業化し、商品廣告に利用することを許容していた中國都市の大衆は、何でも政治問題化し、政治的批判の材料にすることも容認しがちだったのである（三六二・三六三頁）。

著者のこうした議論に、筆者が違和感あるいは一種の強引さの

ようなものを覚えるのは、主として以下の二點による。

まず、著者が本書全體を通じて議論の對象とする「大衆」の定義についてである。著者は、誕生した當初の「大衆」の中核を「消費リーダーの新中間層」に置いていたが、人民共和國成立後のそれは「政權に忠實な労働者たち」であるという。「大衆」の中核あるいは構成者が異なる以上、その性質が異なっているのも當然のことと言えはしまいか。民國期の「大衆」と人民共和國成立後の「大衆」はいずれも、「みなと同じでありたいと願ひ、多くの人がとと同じように行動する」という點において、ともに「大衆」と呼ぶことは可能である。しかし、その目指すところ、すなわち「みなと同じ」であることや、「みな」自體が異なっている以上、この二つの時期の「大衆」を同一に論ずるには無理があるように思われる。

また第二點としては、「大衆的公共性」や大衆の秩序を強調するあまり、當時の上海の多面性や複雑さがあまりに過度に整理され、當時の混沌とした社會の實態が描ききれてはいないのではないかと思う。一例として、第三章で論じられた集團結婚式について簡単に述べたい。

著者の指摘するように、集團結婚式は確かに「黨旗・國旗や孫文像などの政治シンボル」をたくみに利用することで、「黨・政府の權威を可視化」させ、國民黨政權にとっては「黨・國家の權威を高め、國民國家の確立を目指した新生活運動に大衆を動員するためのイベント」であったと言えるかもしれない。しかし、結婚する者にとって、それは単に「個性や主體性を追求しないかわりに、少ない費用で格式の高い結婚式に参加できる、いわば莊嚴

な婚禮の大衆消費」と論じられるものであろうか（一七三—一七五頁）。

本書にも記されているように、當時、大都市の知識青年らを中心に「文明結婚」「文明婚禮」などと呼ばれる西洋式の結婚式も行われていたが、都市の新中間層の間でもっとも流行していたのは中國式と西洋式の兩方の要素を併せもつ「中西結合式」結婚式であった。西洋式あるいは中西結合式の結婚が流行した背景には、西洋式生活への憧れや自由戀愛の出現などが指摘される。これらの要素は、集團結婚式の普及にも影響を及ぼしたことであろう。また集團結婚式における孫文の肖像へのお辭儀も、「國父」孫文の「神話的な地位を確立」するための儀式と見ることも出来るが（三九九頁）、一方でまた西洋式結婚のなかの中國式要素、あるいは逆に中國式結婚への否定と見なすことも可能であらう。

本書は、日本ではまだあまり論じられていない、近代上海における大衆行動やイベントについて、「大衆公共性」や大衆行動の

秩序などの新たな視點から論じたものであり、從來の研究史に對する劃期的な貢獻である。著者が東京大學出版會から提示されたという、「思わず引きこまれて最初から最後まで読み通してしまふような本」という目標は、十分に達成されていると言えよう（四四八頁）。

【参考文献】

小濱正子『近代上海の公共性と國家』研文出版、二〇〇〇年。

岩間一弘『上海近代のホワイトカラー 揺れる新中間層の形成』研文出版、二〇一一年。

連連『萌生 一九四九年前の上海中産階級』中國大百科全書出版社、二〇〇九年。

江文君『近代上海職員生活史』上海辭書出版社、二〇一一年。

二〇一二年九月 東京 東京大學出版會
A五判 九十四四八十二頁 七四〇〇圓十税