

I. 文学・文化(自由)

報告 1：林麗婷（同志社大学文学研究科国文学専攻博士課程後期）

余計者としての「留学生」——張資平『一班冗員的生活』を中心に

中国人の日本留学は清末に遡るが、1912年の中華民国成立以降も、引き続き「留学生」の派遣が行われていた。創造社の発起人郭沫若、郁達夫、成仿吾、張資平等はほとんどこの時期に日本に留学した者である。留学に伴って、彼等は小説において、「留学生」を描き出した。郁達夫の最初の小説集『沈淪』（上海泰東書局、1921年10月）は、その代表的なものである。また、季刊『創造』（1922年5月～1924年2月）に掲載された小説の中にも、「留学生」が登場するものがいくつか見られる。中でも、張資平は初期の小説において、多様な「留学生」を描き出した作家として、注目に値する。従来の研究では、張資平が描く「留学生」は郁や郭のような強い民族意識を持っている者ではないことが指摘されてきたものの、張の個々の作品は、具体的に検討されてこなかった。

以上を踏まえ、本発表では、『一班冗員的生活』（『創造』第1期第3巻、1922年12月）を例に、中華民国成立後の「留学生」の社会的立場が小説においてどのように表象されているのかを明らかにする。『一班冗員的生活』は「留学生」が物価高騰や官費の遅延などにより、生活難に陥る話である。本発表は時代背景—日本政府の「対華21カ条」（1914）および「西原借款」（1918）等に反対するために起きた「留学生」の反日愛国運動、留学費用の増額運動—と、作品に登場する「留学生」形象との関連性を検討する。その上で、「留学生」の社会的地位の変化、中国政府との齟齬に注目して、小説のタイトルにある「冗員」の意味を探りたい。さらに、初期創造社の同人の「留学生」を描く小説を視野に入れて、『一班冗員的生活』及び張資平の独自性を考察する。

「留学生」の置かれた立場の歴史的背景を具体的に考察することによって、中華民国以来、「中国」への強い帰属意識を持つ者として表出された「留学生」像を更新することになるだろう。

報告 2：池田智恵（関西大学アジア文化研究センター）

淪陥期上海における雑誌とその読者

上海がいわゆる「孤島」に陥ると、30年代までの文学の中心地としての地位は失われ、多くの作家や出版社が、香港、広西、雲南、四川などにうつっていった。それと前後して新聞副刊は24種、文芸雑誌等の文芸作品を掲載した刊行物は72種あったとされる。しかし、その多くが短い発行期間に終わる等、雑誌等の持続が非常に難しい状態であった。かつその雑誌等を支える作家たちはもとの数の三分の一程度であり、紙や印刷費の高騰により、上海は文学的に空白と言ってもよい状態に陥ったとされる。こうした背景の中、雑誌によっては、広告を掲載することで、販路と発行量をたもち、比較的長い出版期間をほこり、かつ影響力をある程度もったものもある。例えば『万象』や『小説月報』がそうだ。

これらの雑誌は、広告を掲載したほか、多くの通俗ものを掲載した総合雑誌であった。本発表ではこうした『万象』や『小説月報』という総合雑誌に注目したい。前述した通り文学の空白地帯となった上海では、いかに作家を発掘するかという問題が存在していた。すでに先行研究が存在するが、『万象』や『小説月報』は学生小説コンテストを積極的に行い、新たな書き手を発掘、特に東呉大学の女学生たちが多くデビューし「東呉系」と呼ばれた。さらに、雑誌によっては、読者投稿による人生相談欄等も設けられた。角度を変えて考えてみれば、こうした雑誌は、読者との相互関係を重要視し、読者の中から書き手を育てるということをかなり積極的に行ったということが言えるだろう。では、どのような読者たちが、雑誌と積極的に対話し、参加しようとしていったのだろうか。本発表は、そうした『小説月報』等の総合雑誌における、読者との相互関係を示す欄（編集後記や読者投稿欄）及び、読者による雑誌コンテストに注目し、彼らが、文学の空白地帯において、いかなる文学を模索していったのかについて考えたい。

報告3：王静(大阪観光大学観光学部)

「現代中国における茶文化の民族化」

本発表は、1980年代末期以降の中国茶文化に焦点を当て、茶文化がいかに国民的アイデンティティを形成し、またその役目を担わされてきたのか、そしていかに民族文化の象徴とされてきたのかについて、明らかにしようとするものである。

新中国における茶葉生産の回復にともない、1980年代になると、国民の日常生活に飲茶が取り入れられるようになった。この時期、政府の側も茶葉の健康効果を強調するなどの手段によって、茶葉経済の促進を図っていた。そのような状況の中で1980年代の末に、文化的に洗練された台湾茶芸が中国大陸に伝えられたことをきっかけに、茶の消費のあり方が大きく変容することになった。すなわち、中国を代表する優秀な民族文化としての中国茶文化が創造され、茶が文化として消費されるようになったのである。茶を飲むという行為が、「茶芸」という歴史上の作法の集大成ともいえるものに再構築され、中国茶文化は高級文化へと高められていった。

茶文化が高級文化へと変容する過程で、茶文化にはナショナリズム的な色彩が強く与えられるようになっていく。茶文化を中華民族の象徴へと昇華させるために、政府は、国家レベルの茶文化イベントやアジアや世界に向けてのパフォーマンスを積極的に展開する。北京オリンピック開会式の演出は、その代表的な試みである。

それと同時に、茶文化には中国国家としての刻印が押されるようになる。茶文化研究の「オリンピック」の開催や大学教育機関における茶文化専攻の開設などを通して茶に関する学術研究が進められたこと、茶芸の国家資格制度が制定され、それによって茶芸の担い手である茶芸師が国家の管理下に置かれるようになったこと、茶が「国飲」としての地位を与えられたこと、「中国茶都」が定められたことなど、様々な方策や制度を通して、中国が茶文化の真の所有者であることが示されるようになったのである。