

「又紅又專」から「理想主義」へ、 「奮闘」から「リーダー」へ

—雑誌『中国青年』から見る改革開放後における時代的ディスコースの変化—

王 鳳

問題設定

- 1 雑誌『中国青年』のプロフィール及び先行研究
- 2 周年記念の内容から見る雑誌の自己認識の変化
- 3 三回の改版に見る若者との位置関係の変化
- 4 全体の考察

問題設定

1978年以降、中国では「改革開放」といわれる国策が採られたが、これによって中国社会はそれまでの「階級闘争を要とする」政治社会から「経済建設」を中心とする社会へと切り換わった。30年あまりの月日を経て社会構造には大きな変化が起こり、人々の意識の表出の仕方も大きく変わった。これまで、改革開放による中国社会の変化を捉えようとする研究においては、階層研究をはじめとして多くの優れた成果が蓄積されており、階層構造の変化によって人々の実際の社会生活での位置づけがいかに変化してきたのかがある程度、解明されてきた。一方、社会のあり方についての人々の解釈の枠組みの変化という角度からの研究はあまり見当たらない。社会主義を立国の根本とする国に、市場経済という経済システムが取り入れられることによって、社会のあり方に対する解釈の枠組み＝時代的ディスコースも大きく変化した。特に90年代以降、中国社会で社会的現実が語られる際に用いられるディスコースは、「階級」、「革命」のパラダイムを脱却し、社会科学的な語り方がなされるようになってきたと言われる。改革開放政策が始まってからの中国では、このような解釈の枠組み＝時代的ディスコースがいかなる時期にいかなる表現をとり、具体的にどのような様相にあったのかということ、即ち、改革開放後における時代的ディスコースの変化を明らかにしようというのが本論文の根本的な問いである。

これを解明するために本論文では、雑誌『中国青年』（1978年～2008年）を研究対象にした。『中国青年』は中国共産党の下位組織に当たる共産主義青年団中央の機関誌という政治的色彩の強い雑誌であるが、90年代以降市場経済の時代を生き延びるために度重

なる改革を行った。本論文では、既存研究を踏まえたくて、同誌がどのように自らを位置づけていたか、また、どのように社会の状況を解釈していたかを中心に検討し、あるメディアのあり方の変化という視点から、改革開放後の30年間で、時代の状況を語る際に使われた複数ある解釈の枠組みの一つとして、政治の流れをくんでいる時代的ディスコースにどのような変化があったのかに着目してアプローチしていきたい。本論文は、時代を生きる人々の意識の変化というよりは、人々を取り囲み彼らの生活環境の一部となっている「外側」＝外部環境のほうに目を向けており、社会のあり方に対する語られ方の変化に注目している。

本論文は次のような構成になっている。まず問題の所在を述べたくて、第1節では『中国青年』に関する先行研究のレビューとサンプルの選定理由について述べる。第2節では七回の周年記念号（5周年記念5回、10周年記念2回）から、『中国青年』がそれぞれの時代にどのように自らを位置づけていたのかを整理する。第3節では改革開放以降の『中国青年』の三回の改版を整理し、そのつど変化した読者との位置関係を捉える。第4節では以上の分析を通して、時代の状況を語る際に使われている解釈の枠組み＝ディスコースの変化を考察する。

1 雑誌『中国青年』のプロフィール及び先行研究

本節では、本研究で使用される主要な資料である『中国青年』の概要を紹介するとともに、先行研究を考察して問題意識の再確認を行い、サンプルの選定理由について説明する。

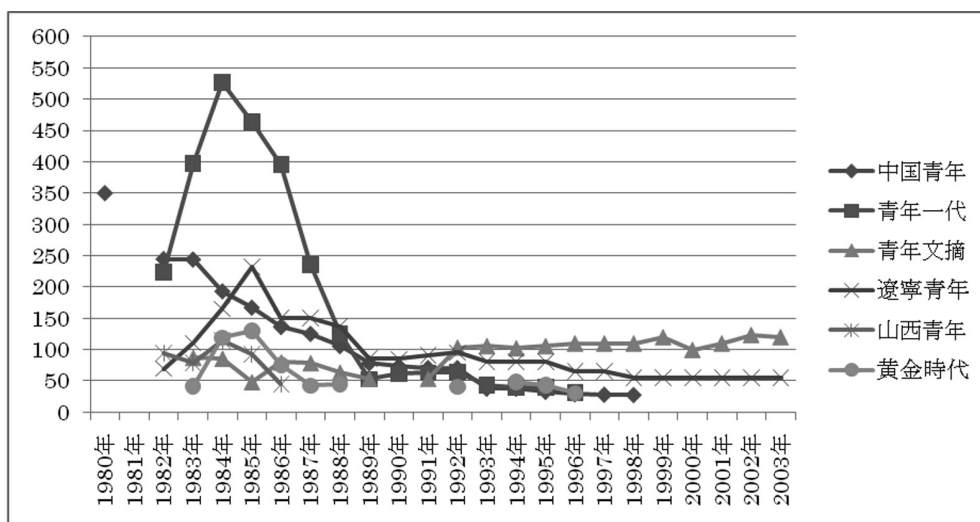
1-1 『中国青年』のプロフィール

中国では、中央から各地の省、自治区、直轄市に至るまでの共産主義青年团组织やその他の青年組織が、概ね何らかの形で雑誌を発行している。その中で政治的ランクの最も高いものが1923年に創刊された共青团中央の機関誌である『中国青年』である。1980年初頭の青年雑誌は、50年代、60年代のプロパガンダ誌から大きく変化し、総合雑誌の性格を帯びようになり広く読まれていた。『中国青年』も1980年初頭にその全盛期を迎え、一時は350万部の発行部数を誇っていた。中国の数多くメディアの中でも、共産主義青年团组织中央の機関誌として党の政策や路線を伝え、共産主義イデオロギーをもって若者を教化する「赤い雑誌」であることが『中国青年』の最も大きな特徴といわれている。1990年代に入ってから、青年雑誌全般の発行部数が十数万部にまで年々減っており、多くの雑誌社が経営難で市場から撤退する危機的な状況に陥った。その原因は、ファッション雑誌や時事ニュース類の雑誌の創刊、インターネットの普及、読者層の細分化のなどであると言

われている¹。このように、『中国青年』を含む青年雑誌は、90年代に入ってから読者数を減らし社会的な影響力も落とした。青年雑誌の発行部数の変化を確認すると、1980年から2003年まで『中国統計年鑑』の「毎号平均印刷部数50万冊／40万冊／25万冊を超えた雑誌ランキング」コラムに継続的に登場するのが、『中国青年』、『青年文摘』、『青年一代（上海）』、『山西青年』、『遼寧青年』、『深圳青年』、『福建青年』（のちの『青年博覧』）の7誌であるが、図1からわかるように、1980年に350万部の発行部数を誇っていた『中国青年』は、2003年前後には平均印刷部数が25万部を下回り、『中国出版年鑑』の統計に入らなくなった。ファッション誌をはじめとする大衆誌と競合しながら細々と続いているのは『青年文摘』という青年向けのダイジェスト誌と遼寧省青年団の機関誌『遼寧青年』のみである。現在、若者の中で最も人気のある雑誌は、女性向けファッション誌や時事生活週刊誌、経済ジャーナル、或いは車雑誌など、細分化された雑誌である。これらのことを考えると、『中国青年』は、雑誌業界で周縁化されているといえよう。

しかし、その社会的影響力が大幅に落ちたとはいえ、『中国青年』は政治的権力との関係が密接であるがゆえに、政治中心の社会から改革開放へという社会状況の変化の流れを最もよく反映していると考えられる。また、同誌は機関誌としての性格を有しながらも読者の好みに合うような雑誌作りをするという目的のもとで度重なる改版を行っており、政治権力との関係を意識しながら脱皮していくという雑誌のこのような変身ぶりは、中国社

図1 『中国青年』雑誌を含む主要青年雑誌の毎号印刷部数の変化（単位：万部）



出所：『中国出版年鑑』1980～2003各年版より筆者作成（ただし、『中国青年』の1981年のデータを入手することができなかった。）

1 鄭鳳媚 2007「網絡時代青年期刊發展的挑战与对策思考」『決策管理』2007年第3号；範圍平 2010「新媒体環境下对傳統青年類期刊的反思」『青年記者』2010年第6期。

会の変化の一側面を如実に物語っているとも考えられる。これらの理由により、一般文化総合誌ではなく、共青团機関誌である『中国青年』を資料として選んだ。

現在の『中国青年』は、青年団中央の機関誌であるとともに、社会問題や若者の生活全般に関する報道内容が多く盛り込まれた文化総合雑誌でもある。個人の読者による購読以外に、主に各地の青年団組織による公費での購読がなされている。

1-2 『中国青年』を含む中国雑誌を対象とした先行研究

『中国青年』を含む中国雑誌についての日本語の先行研究は、管見の限りでは極めて少ないのが現状である。最も有名な研究としては、村田雄二郎編集の『「婦女雑誌」からみる近代中国女性』がある。そこでは30年代～40年代に発行された中国雑誌『婦女雑誌』について、雑誌研究や女性史研究、ジェンダー研究などの角度から多角的に分析が行われている²。

宮穎麗（2005）は、メディア出版の角度から中国の80年代～90年代初頭の雑誌出版について大まかな紹介をしている³。また中国伝媒大学教授の黄昇民（2005）は「中国の活字メディアの現状——2002年～2003年」で2002年から2003年前後に行われた活字メディア業界の改革について紹介する⁴。しかしながら、これらの研究はメディア出版という視点からの研究であり、本研究で試みるようなメディアのテキスト分析ではない。

中国語の先行研究でも、改革開放以降の社会意識の変化を明らかにしようという本研究の目的と関係のあるものはそう多くはない。李巧寧（2004）と蘇宝俊（2007）は主に『中国青年』に反映されていた50年代の理想的な青年観、青年の思想教育の特徴を中心にして論じている⁵。趙楠（2003）は、メディア編集学の角度から雑誌の編集理念とその市場運営手段を中心に検討している⁶。しかしながらこれらの研究は、本研究で取り上げる改革開放以降の時代におけるディスコースの変化については触れていない。他方で、呂海燕（2004）と向海欣（2008）は、数十年間にわたる『中国青年』の内容の変化に注目して、この間、政治的雰囲気が薄らいできたことと、個人が自分自身の価値の実現により積極的に関心を持つようになってきたことを指摘し、改革開放以降の時代を含む通時的な中国社

2 村田雄二郎編、2005『「婦女雑誌」からみる近代中国女性』研文出版。

3 宮穎麗 2005「中国の雑誌出版と雑誌広告市場——高度成長期を中心に」『出版研究』2005年第36号。

4 黄昇民 2005「中国の活字メディアの現状——二〇〇二年～二〇〇三年」山本武利 2005『新聞・雑誌・出版』ミネルヴァ書房、pp. 169-180。

5 李巧宁 2004「1950年代『中国青年』塑造的革命青年形象」『経済与社会發展』2004年第11号；蘇宝俊「从『中国青年』看建国初的青年理想教育」『广西青年幹部学院学报』2007年第9号。

6 趙楠 2003「時代的先锋、精神的家園——新时期『中国青年』解讀」河南大学 2003年修士論文。

会の変化を指摘した⁷。しかし、これらも、政治的な雰囲気が薄らいだ後の中国社会に具体的にどのような変化があったのかは深く追及していない。

上述のような先行研究の到達点を踏まえて、本研究では、『中国青年』（1978年～2008年）からサンプルを抽出し、同誌がどのように自らを位置づけてきたか、また、どのように社会の状況を解釈してきたかを中心に、メディアのあり方の変化を検討することを通して、改革開放以降、中国社会の捉え方＝解釈の枠組みにどのような変化があったのかとの問いにアプローチしていきたい。

1-3 サンプルの選定理由について

1978年から2008年までの30年あまりの間に発行された『中国青年』の中からサンプルとなる号を選定した。『中国青年』は1923年10月に創刊されており、5周年、10周年等の記念すべき年の10月号には周年記念の内容が盛り込まれている。これらの記念文章を時系列的に見ていくことによって、それぞれの時代のコンテクストに照らして『中国青年』という雑誌が自らの歴史をどのように位置づけ振り返っているかが分かる。こういった理由から、サンプルは選定した年の10月号とした。

以上の要素を踏まえ、次の通りサンプルとなる号を確定した。すなわち、文化大革命終息後の復刊号に当たる1978年10月号（第2号）から、5年ごとに10月号を選び、計7号を抽出した。ただしそのうち、1998年10月号の第10号は、1999年からの改版（月2回発行、上半期号は総合版、下半期号はダイジェスト版）のダイジェスト版の試刊号であり、ページ数が48ページから80ページに変わっているのみならず、ダイジェスト版とあって内容もほかの雑誌からの引用が殆どであるため、サンプルとしては不適切と判断し、その代わりに、創刊75周年に関する内容も一部含まれている11月号、即ち1998年第11号をサンプルに選んだ。

サンプルとしたのは具体的には下記の号となる。

- ・70年代：1978年10月号（第2号）
- ・80年代：1983年10月号（第10号）、1988年10月号（第10号）
- ・90年代：1993年10月号（第10号）、1998年11月号（第11号）
- ・00年代：2003年10月号（第19号⁸）、2008年10月号（第19号）

7 吕海燕 2004「对『中国青年』雜誌五十年讀者来信的内容分析」『中国青年研究』2004年第7号；向海欣 2008「由政治領袖到娛樂明星——从『中国青年』雜誌封面看中国50年社会變遷」中国青年政治学院2008年学部論文。

8 1999年から『中国青年』は月刊誌から月2回刊行（biweekly magazine）に切り換わり、上半月は通常の総合版、下半月はダイジェスト版となった。2000年からは2号とも通常の総合版の発行となったので、9月号は第17号、18号の2冊が発行されている。2003年と2008年のサンプルは、10月号の上半月版に当たる19号を選んだ。



- ① 1978年10月号（第2号）「青春を新たな長征に捧げる」
- ② 1983年10月号（第10号）「滦河の水を引く工事に参加している戦士」
- ③ 1988年10月号（第10号）「中国共青团五四奖章」
- ④ 1993年10月号（第10号）タイトルなし
- ⑤ 1998年10月号（第10号）タイトルなし
- ⑥ 2003年10月号（第19号）「国際的に著名なバイオリスト、呂思清氏」
- ⑦ 2008年10月号（第19号）「北京五輪音楽総監督、卞留念氏」

図1 サンプルの表紙とタイトル

2 周年記念の内容から見る雑誌の自己認識の変化

本節では、1978年～2008年の間に見られる七回の周年記念に関する記事を整理し、雑誌として何をもって自らの価値を定義しようとしているのかという点を中心に、雑誌の自己認識の変化を確認していきたい。具体的には、本研究のサンプルとして抽出した号、すなわち55周年に当たる1978年10月号、60周年に当たる1983年10月号、70周年に当たる1993年10月号、75周年に当たる1998年11月号、80周年に当たる2003年19号、85周年に当たる2008年19号が資料となる。結論を先取りすると、80年代前半に見られた政治的価値の評価から、読者の承認による価値の評価へと少しずつ移行しており、90年代後半に至っては読者の承認をもって雑誌の価値を評価し、2003年以降は歴史あるユ

ニークなメディアとして雑誌の価値を評価するなどの特徴が明確に観察されるようになった。以下ではこの点を詳しく見ていきたい。

2-1 政治的価値の評価

創刊 55 周年の 1978 年、60 周年の 1983 年の記念行事に関する記事を見ると、この時代の『中国青年』は、政治的プロパガンダ誌としていかに優れているものであるかという点をもって雑誌の価値を評価しようとしていたことがわかる。

a) 創刊 55 周年記念の記事

1978 年 10 月は創刊 55 周年の月になるが、1978 年第 2 号に当たる 10 月号にはその記念として、27 ページの「革命伝統」コラムに『『中国青年』の創始者惲代英』と題する文章が掲載されており、元国家総理の周恩来によって 1953 年に複製された惲代英が獄中で書いた詩作とともに、同誌創始者である惲代英の「革命者」の側面が中心的に紹介されている。また、前号の 9 月号 = 1978 年第 1 号でも復刊にあたっての記念が大々的にうたわれた⁹。1978 年第 1 号の裏表紙 2 には、「敬愛なる周総理がわが編集部をお尋ねになられた」と題して、元首相の周恩来が『中国青年』編集部を見学し、「重要な指示」をしたという写真が掲載された。内容ページの 2、3、4 ページには元国家主席である毛沢東、元党中央副主席、元中央軍事委員会副主席の葉劍英、当時党中央軍事委員会副主席の聶榮臻を含む国家指導者 3 名による復刊を祝う直筆の題辞が掲載された。さらに、内容ページの 24 ページと 25 ページとの間に、通常のページ以外の内容 7 ページが挿入され、当時の国家主席である華国鋒による直筆の題辞と毛沢東の写真と詩作 3 首(直筆と印刷二つのバージョン)が掲載された。

b) 1983 年 10 月号

1983 年 10 月は創刊 60 周年に当たる月だが、10 月号には 60 周年を記念するための内容が大々的に盛り込まれた。

裏表紙 2 には、『中国青年』創刊者の惲代英の写真と記念文章、元国家主席の毛沢東によって四回にわたって書かれた『中国青年』という四文字の題字、1959 年 19 号に掲載されていた当時の国家総理である周恩来の題辞との 3 点が掲載された。また裏表紙 3 には、数号分の表紙の写真が組み合わせて掲載されていた。右上の目立つところに、創刊号の目次ページの写真が掲載され、「1923 年 10 月 20 日に『中国青年』創刊第一号が上海で出版された」との説明が加えられている。

内容ページでは、第 4～17 ページと計 14 ページの誌面を割いて、元中央軍事委員会副主席である徐向前、元中央軍事委員会副主席である聶榮臻、元中央軍事委員会常任委員で

9 復刊という出来事も雑誌にとっては自らの価値をアピールする重要な場面であるという判断から、ここでは復刊号の 9 月号も視野に入れて整理した。

ある王震、「早期の読者」で民主党派九三学者の創始者である当時全国人民代表大会常任委員会副委員長の許徳珩、元全国政治協商委員会副主席であり詩人でもある肖華、元中央党校顧問である宋振庭などによる題辞や記念文章が掲載されたが、彼らはいずれも中国共産党中央の高級幹部である。

国家指導部による記念の内容のほかにも、同誌編集部による記念文章や60年来の雑誌の歴史紹介の文章が掲載された。編集部による記念文章は「青年の忠実なる友人になりますよう」と題されているが、そこでは、「戦争の時代」、「国家建設の時代」、「復刊してから」というように、国家建設の歴史の中でどのような役割を果たしてきたかとの視点から同誌の歴史を振り返り、『『中国青年』の歴史は、中華民族の数世代の青年がマルクス主義という科学的な思想体系を受け入れていく成長の歴史であり、革命の先達たちが後輩に愛情を持って手を差し伸べた友情の歴史であり、半世紀以上にわたる中国の革命青年の奮闘の歴史である」と、「マルクス主義」および「革命」との関わりが強調されている。そのうえで、中国特色のある社会主義の近代的強国を建設するという新しい政治的使命の前でどのようにすれば、時代的な特徴のある、質の高い精神的糧を青年に提供することができるかが重要であるといったように、いかにしてプロパガンダ誌としてよりよく国家建設に役立つことができるかとの点が強調して述べられている。また、同誌編集部による『『中国青年』六十年概況』が掲載されている。そこでは、1923年に創刊してからの同誌の生い立ちについて整理したうえで、党の仕事の重心が経済建設に移行するという大きな政策の転換があった中で、『中国青年』は「四つの現代化を実現することが新時代の青年の主要な任務である」と提起し、現代的な科学文化的知識を学習し、国民経済の回復と発展に貢献するように青年を動員したことが述べられている。そして、新時代の『中国青年』は、「青年が積極的に祖国に献身し、四つの現代化に向かって集中するための集結の信号になり、青年が努力して奮闘し、高度の物質文明と精神文明を建設するよう彼らを励ます栄養豊かな精神的糧になるべきである」と、新時代における当誌の政治的自覚を述べている。

以上、創刊55周年の記念記事（1978年総刊号と第2号に掲載）と創刊60年の記念記事（1983年第10号に掲載）を見てきたが、当時の『中国青年』は主に、国家指導者による題辞や文章をふんだんに盛り込み、国家政権の樹立及びその後の政治生活の中でどのような重要な役割を果たし、またそのような貢献によってどれほど国家指導部に認められてきたかという点を強調してきた。編集部による歴史紹介の文章においても革命期に果たした役割を中心にアピールし、改革開放以降の新時代に向けて、若者を教化し激励するために何が出来るかという点を中心にして雑誌の価値を評価した。即ち、プロパガンダ誌として、国家政権によって定められた国家規模の中心的なミッションに貢献してきたという政治的価値をアピールするなど、常に政治的自覚を有していたことが窺えた。即ち、この時代の『中国青年』は、雑誌の政治的価値を積極的に評価していたのである。

2-2 政治的価値の評価から読者の承認による価値の評価への移り変わり

前項では、80年代初期の『中国青年』が政治的価値の評価を積極的にしてきたことを確認したが、その後、1988年の周年記念の内容からは、政治的な価値の表明が続くのと同時に、読者に愛読されることによって雑誌の価値を評価するという特徴も現れてくる。ここでは、創刊65周年＝1988年10月号、創刊70周年＝1993年10月号、創刊75周年＝1998年11月号を中心にこのプロセスを追ってみたい。

c) 1988年10月号

1988年は『中国青年』の創刊65周年に当たる。10月号においては、次のような記念記事があった。

まず裏表紙2のページに、これまでの周年記念号と同様、国家指導者による題辞が掲載されている。当時全国政治協商委員会主席であり、元国家総理の周恩来の夫人としても有名な鄧穎超、当時国家副主席であった烏蘭夫、当時国家副総理であった李鵬、当時党中央総書記であった胡耀邦、当時全国政治協商会副議長であった陸定一、計5人のメッセージが一つのページに載っている。これは、今まで同様、国家指導部の題辞によって、国家の政治生活の中で重要な役割を果たしているというプロパガンダ誌としての自信と価値を評価したものといえよう。だが、それまでと比べて政治的指導者の題辞に割かれるスペースがかなり縮小した。これはそれまでと大きく異なる点である。このほかに、別の特徴も見られる。たとえば、内容ページの2ページに掲載された同誌の総編集長、肖東昇による記念文章、「新時代に新しい貢献を」の内容を見てみよう。この文章では、同誌の「青年の思想的な旗印、青年の知己」としての「光栄なる歴史」を振り返り、「新時代においては新たな貢献をしなければならない」と提起している。その新たな貢献については五点が挙げられているが、そのうち三点が若者の読者に関する内容である。これは、1978年や1983年には見られなかったものであり、初めて「読者」を意識した発言である。「青年とのつながりを第一に」し、「青年の代弁者」となり、「青年が興味を持つホットな話題を報道の中心に」し、「青年の関心の変化に追いつき」「青年に好まれるため」に雑誌作りを考えるとという言葉から窺えるように、この時点で『中国青年』は、若者を教育・指導すべき対象としてのみではなく、自らの立場から独立した「読者」として意識するようになった。社会主義建設の跡継ぎとしての「青年団員」としてではなく、今まであまり取り上げなかった「読者」としての一面を若者の中に見出し、雑誌の中で取り上げ始めたのである。

d) 1993年10月号

1993年10月号は『中国青年』創刊70周年の号である。1993年創刊70周年を記念する内容を見ると、10月号では青年団中央総書記、李克強による祝辞が述べられ、また11月号には当時の党総書記兼国家主席である江沢民、国家総理である李鵬をはじめとする国家指導部による題辞が掲載された。これは、それ以前と同様、『中国青年』が政治的システムの中で大きな役割を果たしており、それゆえ非常に重要視されているということア

ピールするものである。

しかし、以前は国家指導部による題辞のために利用されていたスペースである裏表紙2には、「著名な画家が『中国青年』創刊70周年記念のために描いた絵」と題して、画家による祝賀の絵6点が掲載された。いずれもタイトルがついておらず、花や山水画などイデオロギー性の薄い絵という印象を与える作品である。また、内容ページ16～17ページには、15ページにわたる記念ページが設けられた。16ページの上半分に、「本誌創刊70周年に際して、90歳以上の創刊号の読者から、現在の若い友人たちまでが、祖国の各地域から祝福の気持ちを伝えてくれた」と記されているが、ここでは、「読者」「友人」という言葉が目立っており、青年が「読者」として同誌にとって重要なファクターであることが認識されるに至ったと理解できよう。また、17ページには歴代の社長や元編集者による祝辞に次いで、「読者と作者からの祝福」と題して、読者や執筆者からの祝辞が掲載された。さらにはその右に「北京の読者より」と記された12行の詩が掲載された。ここで「読者」が初めて言葉を持つ存在として「祝辞」を述べるスペースが与えられた。

このような変化をどのように理解すればいいのだろうか。1993年においては、雑誌の価値を定義するにあたっては、政治的な価値の評価と同時に、画家や文化人から関心を寄せられているということを示すことによって雑誌の文化的価値を高めたいという意図が窺えた。また、何より重要なのは、これまで『中国青年』にとって政治的な意味合いしか持たなかった「青年」が、「読者」になり、メディアとしての雑誌の価値を判断するのに重要な要素であることが認識され始めたことであるといえよう。

e) 1998年11月号(75周年)

1998年10月号には、75周年の記念として1923年10月20日に出版された創刊号の「創刊に当たって」の文章が掲載された。そして次号11月号の1ページ目、「青年論壇」コラムには、「刷新は新時代の要求」と題された編集部による記念文章があった。そこでは「知識が絶えず更新され、競争に満ちている社会においては、読者の興味を惹き、社会の変化に適応することが、メディアが生き残っていくためのポイントである」というように、メディアとして生き延びることが読者の興味に大きく依存していると述べられている。ここでは、競争の時代においてメディアとして生き残っていくためには青年の好みを重視すべきだと明確にその方針を示している。一見、単なる「形式的な言葉」の羅列のようにも思われるが、同号の重点コラムである「社長による話」を見ると、読者の重視は、一方ならぬ危機感の切実なる表現であったと理解できる。

同号の扉ページに位置する「社長による話」は60周年にまつわる内容であったが、『中国青年』1923年の創刊号を所蔵する読者、上海高橋化工工場組合幹部の馮建中との対話を中心に展開されている。馮の話——「貴誌が現在の風格と特徴を持っているのは偶然ではなく、その英気と気骨は先達たちから由来しているんだよ」というもの——から、同誌の歴史的影響や伝統を再認識させられたというストーリーであるが、文章は、「読者の馮建

中さんに感謝する。創刊 75 周年の記念に良いヒントを提示してくれた」と括られている。

過去の記念号と比べると、75 周年記念の内容の特徴が明らかになる。まず、国家指導者による祝辞が掲載されていない。また、読者の話をもって雑誌の価値を再認識するというこれまでになかった読者を重視する姿勢が見られる。1998 年は、雑誌の購読部数が大幅に減る中で、機関誌でありながらどのようにすれば読者の好みに合うような雑誌作りが出来るかという問題意識を念頭に度重なる調整を行い、それがようやく落ち着いてきた年である。その中で、「青年のための雑誌として青年と運命を一つに」して刷新する意欲を読者に示し、そのうえで読者の談話によって雑誌の価値を再認識したという姿勢を見せたのは、メディアとして同誌が置かれていた状況に由来していることが分かるだろう。読者を中心に 75 周年記念の内容が組まれたのは、政治的な役割を強調するよりも、むしろプロパガンダ誌としての色彩を薄くし、市場経済での競争に生き残るために読者の好みを重視する姿勢を全面的に打ち出すためと理解して良いだろう。即ち、雑誌の存続にとって、政治的な力よりも、読者の好みに合うかどうかという市場経済的な要素がさらに重要になってきたということである。

本項では、1988 年、1993 年、1998 年に発行された周年記念号のテキストを確認した。そこからは、80 年代前半に見られた政治的価値の評価から、読者の承認による価値の評価へと、少しずつ移行してきたこと、そして 90 年代後半に至っては、読者の承認をもって雑誌の価値を評価するに至ったことが明確に観察された。

2-3 歴史あるユニークなメディアとしての雑誌の価値の評価

前項では、政治的な価値の評価から、読者の承認による価値の評価に変化したプロセスを整理した。2003 年の周年記念の内容は、それまでとはまた違う特徴が見られる。ここでは、歴史あるメディアとしての実力をもって雑誌の価値を評価しようとしているのである。

f) 2003 年 10 月号（同年第 19 号）

2003 年 10 月は『中国青年』創刊 80 周年に当たる月である。第 19 号、およびその前後の第 18 号と第 20 号に 80 周年を記念する特別コラムが設けられ、3 回にわたって「『中国青年』の伝説的な歴史」という題で文章が連載された。このシリーズの記念文章は、タイトルのページは、同誌の中国政治における「赤い雑誌」としての特殊な地位を象徴するように、ビジュアル的に迫力のある赤色で一面が塗られている。創刊 80 周年の記念として、第 18 号、第 19 号、第 20 号と三号にわたり記事を連載をするというのは今までになかった大掛かりなものといえよう。1983 年の 60 周年の際にも第 10 号に雑誌の歴史を詳しく紹介した「『中国青年』六十年概況」と題する文章があったが、この文章で強調されていたのは、党の政策や路線を貫徹させていくという政治的な任務を前にして、青年を教育する政治的機関の一つとしてどのようにそれに貢献してきたかという点であった。一方、

2003年に連載されたこの記念文章には、1983年の文章とはまた異なる特徴が見られる。一言でいうと、この一連の文章は、中国の社会発展にメディアとしての『中国青年』がどのように関わってきたかという点を中心に据えたものとなっているのである。

具体的に述べると、第一に、青年教育を行う政治的機関としての歴史よりも、メディアとしての発展史を強調している。第18号と第19号の文章は、1983年の文章と同様、革命時期の雑誌の役割について触れているが、それもメディアとしての雑誌の発展史の一部として位置づけられている。90年代以降の市場経済に入ってから、メディアとして生き残るために雑誌の位置づけを見直し、雑誌作りのモチーフを「理想主義+ロマンチックな情念」から、「奮闘によって運命は変えられる。夢があるからこそあなたは特別な存在」に改めた。記事ではこのプロセスを紹介し、メディアとしての存続に関わる難題に挑戦し、時代とともに変化し続け、「喧騒な時代に夢を追い続ける」雑誌としてアピールしている。第二に、第18号の文章では、創刊したばかりの1923年～1927年の間に『中国青年』が中国共産党の宣伝機関として機能していた歴史について、「炎のような赤色の流行」というサブタイトルが付けられている。雑誌の発展史を整理する中で、「革命」を「赤色の流行」という言葉によって相対化したわけである。ここで革命という言葉は、雑誌の価値を浮かび上がらせる飾りとしての意味を持っており、「消費されるもの」という意味合いさえある。以前は政治的に高い価値を持っている「革命」に奉仕する雑誌という従属的な位置づけであったのが、今度は「革命」をメディアの価値の飾りとして使い始めたのである。これはまさに大きな逆転といえるだろう。第三に、第19号に掲載された文章は、「どの足跡も理想と激情に満ちている」というサブタイトルが付されており、「『中国青年』の歴史は青年の探索と前進の歴史であり、中国社会が直面したいずれの重要な転換点においても若者の思想の足跡を忠実に記録し」、「80年間の中で時代の価値観念と社会の発展に影響を与え、どの時代においても困難に負けずに大きな勇気を持って前進してきた」というように、『中国青年』がメディアとして中国社会の発展に緊密に関わり、そのうえで大きな役割を果たしてきたと強調している。

この一連の記念文章には「『中国青年』・伝説的な雑誌」というタイトルがつけられている。また、少し小さめの文字で「これは伝説的な雑誌であり、これは雑誌の伝説である」という前置きがあった。1983年の記念文章と比べて明らかになった三つの特徴を見たが、では総じていうとこの一連の80周年記念文章を通して何が強調されていたのだろうか。「伝説」という言葉が何度も使われていることからわかるように、『中国青年』が豊かな発展史を持っている非常にユニークなメディアであると、メディアとしての存在の大きさをアピールしようとしているように思われる。即ち、2003年の80周年記念の内容は、政治的な存在として党の任務の遂行に貢献をしたという価値の評価でもなく、また読者に人気のある雑誌であるという価値の評価でもなく、メディアとして社会の発展に大きく関わり、またメディアとして時代の発展に取り残されることなく何度も脱皮に成功したユニークな



① 1978年第10号



② 1983年第10号



③ 1988年第10号



④ 1993年10月号
(第10号)

図2 サンプルの表紙

雑誌であるという価値を評価しようとしたものである。

g) 2008年10月号=第19号

2008年は『中国青年』の創刊85周年になるが、特別な周年記念の内容が見当たらなかったため、考察の対象から除外する。

以上、七回の周年記念に関する記事を整理し、『中国青年』の自己認識の枠、即ち、何をもって自分自身の価値を証明しようとしてきたのかを見てきた。具体的には、政治的価値の評価の時期、政治的価値と読者の承認による価値の評価の時期、豊かな発展史を持つユニークなメディアとしての価値の評価の時期、という三つの段階を見た。この作業を通して、時期によって、『中国青年』は自らの位置づけに関して異なる価値の定義の仕方をとってきたことを明らかにできたと思われる。

では、それぞれの時期において『中国青年』はどのような雑誌作りをし、雑誌のターゲットである若者とはどのような位置関係にあり、時代の状況をどのように解釈していたのであろうか。次節では、三回の改版を整理してこの点を確認していきたい。

3 三回の改版に見られる若者との位置関係の変化

本節では、1995年以前の『中国青年』の特徴、及び1995年、2003年、2008年の三回の改版の特徴を整理することを通じて、『中国青年』が読者といかなる位置関係にあり、時代の状況をどのように解釈してきたかを確認していきたい。

3-1 1995年改版以前：政治的権威を背景に指導的・教化的な立場をとる

上に1978年、1983年、1988年、1993年のそれぞれ第10号の表紙を並べたが、これらのサンプルから分かるように、1988年までの表紙は、政治的符号（青年団の徽章及び青年団員としての若者、軍人、「五四青年奨章」の徽章）が誌面全体を占めており、機関誌としての同誌の性格がはっきりと現れている。一方、1993年第10号の表紙は女性モデル

の写真になっている。1992年に計画経済から商品経済への改革が国家主導で行われ始め、ここから若者を政治的存在としての「青年」としてだけではなく、「読者」として惹きつけようとする傾向が見られるようになってくる。ここに見られる表紙の変化も、雑誌のデザインから少しずつそれに向けた努力を始めた証と言えよう。

一方、読者の需要に目を向け始めたとは言え、内容から見れば、この時期の『中国青年』は、ある意味ではまだ政治的権威を持って指導的立場から若者と関係を取り結ぼうとしている。その目指すところは、四つの現代化のために「又紅又專（思想的に党と人民に忠誠を持つとともに、専門的技術を有する）」の人材になるべきであるというもの、また改革に順応できる近代的素質や考え方を持つべきであるというもの、時期によって違いがあったが、いずれも上から権威的に指導する姿勢であったことに違いはない。

3-2 迎合と教化との間の不自然さ——1995年一回目の改版

1993年10月号と比べると、1998年11月号の表紙やコラムの設置には大きな変化があった。表紙は女性モデルの写真ではなく、主要な記事のタイトルによって埋められている。また、目次ページでも、その号の内容が写真付きで紹介されている。これは、記事の内容で読者の目を惹くための努力であろう。

どのようなプロセスを経てそこに至ったのだろうか。以下ではこの5年の間に行われた度重なる誌面の調整を確認していきたいと考えている。結論から言うと、これは、メディアとして市場経済の時代を生き延びるために、読者との距離を縮めようとするさまざまな努力をした過程であったといえる。同時にそれは、メディアとしての自覚を持ち始め、若者に対して指導的・教化的立場から脱皮するプロセスでもあった。しかし一方、あまりにも力んでしまったため、読者に迎合するような態度も見られるようになった。

3-2-1 改版の背景

1995年の改版は、「機関誌としてどのようにすれば市場の海を泳げるようになるのか」という課題を解決するための調整であると同誌の担当者は位置づけており、市場経済改革が進められる中で、自主経営を余儀なくされた「青年雑誌」の変身の一つのパターンとされる¹⁰。この改版について、当時の雑誌社社長の石国雄によると、彼が社長に就任した1994年には、同誌の月発行部数は40万部を下回っていたという。80年代初期のピーク時の発行部数300万部以上と比べると、大きく下落していたと想定できる。1993年当時の『中国青年』は、財政的支援が大幅にカットされた経営環境の中で、メディアとしていかに生き残ってゆくべきかという危機的な問題に直面していたことが窺える。

10 晋雅芬 2008 「『整体滑坡 生存艰难』青年類期刊迷茫前行」『中国新聞出版報』2008年4月28日付け。

3-2-2 「理想主義」と「人間の正しい道」

市場経済に適応するために行われたこの一回目の改版時のモチーフは、1995年当時は「精神服務（精神面でのサポートをする）」と表現されていた。この発想について、1995年第1号に掲載された雑誌社による新年あいさつ、「『中国青年』から中国の青年の皆さんへの約束」では、市場経済が導入されることによって社会が大きく変化する中で、「素直で美しく崇高なる魂、進歩と光明を追い求める本質」を持っている青年が、物質的なものの追求によって「無情に蔽われ、無視され、或いは悪い方向に誘導され、歪曲される」危険にさらされていると論じ、改版のモチーフを、そのような青年を「精神面でサポートをする」ことに見いだしている。この「精神面のサポートをする」というのは、社会背景にてらしていうと、「現実的な利益に駆り立てられた人々は日常生活の平凡でささいなことばかりに目を奪われており、比較的レベルの高い、純粋な精神面の生活に目を配る」ことができなくなっているため、それができるよう手助けするということだという。1997年第8号に掲載された「編集長手記」では、編集長の彭波が、初めての今回の改版のモチーフを「理想主義＋ロマンチックな情念」と定義している。そして『中国青年』が特徴として守ろうとする「理想主義」とは、「強烈な社会的責任感、国家と民族とともに生きていくという使命感、思想の旗を高く掲げ、時代の先を駆けるようなこと」であると述べる。また、「物欲が横行し拝金主義が氾濫している昨今の状況の中で、理想主義は相変わらずわれわれ『中国青年』の最も鮮明な特徴である」と紹介している。理想主義と対比されているのは、やはり物質的欲望の氾濫である。その後、1998年第3号から第12号までの「主要内容の紹介」ページの上のスペースには、「『中国青年』を読み、人間の正道を歩もう」との言葉が印刷された。

総じて言うと、1995年の改版は、市場経済体制の樹立によって存亡の危機にさらされた『中国青年』が、市場経済によって取り残された「精神的なもの」を樹立する——すなわち市場経済によって引き起こされた問題点に注目し、それに対抗する——という道徳的な雰囲気醸し出しながら、自らの立脚点をそこに見いだそうとするものであった。

3-2-3 読者参加コラムの大幅な増加

改版後の『中国青年』では、読者参加のコラムが大幅に増加した。1995年の改版直後には、読者のためのコラムが四つ設けられた。「青年広場」、「社長の話」／「総編集長の話」、「読者と編者の往来」（のちに「読者からの声」）、「熱心読者」（1992年から始まったコラム）がそれらである。その後、1996年と1997年に多少誌面の変化があったが、読者のためのコラムは継続的に存続していた。その一つである「青年広場」コラムは、目次ページの前に設けられた新しいコラムであり、「雑誌として最も重要なのは読者の声を発し、読者の情を伝えることである」とあるように、雑誌作りについての意見を含めて普段考えていることを発表する場を読者に提供することを目的としたものである。ここにも、目次の前のスペースという誌面での位置や編集者の言葉遣いから、読者との交流を大事にするという

姿勢が見られる。

3-2-4 雑誌社指導部による読者への直接的な語りの増加

改版後の『中国青年』の著しい特徴として、読者との交流を非常に重視していることをあげることができる。そのための努力を一つずつ確認してみよう。

1995年第1号には、当時の副編集長の彭波から読者への新年挨拶が「編者と読者」コラムに、読者からの雑誌への意見3通に続いて、あまり目立たない位置に掲載された。「親愛なる読者の皆さん、新年おめでとうございます」との丁寧な挨拶ののち、今回の改版について紹介し、読者の意見に基づいた改版であると強調している。言葉遣いから語り口まで読者の気持ちを気遣い、読者とは平等な立場であり、読者の好みが雑誌を作るにあたっては非常に重要なものであるという雑誌社の姿勢をアピールしている。また、1997年2月号より、同誌の主要な責任者によるコラム「総編集長手記」と「社長の話」が設置され、その目的として、「雑誌作りにあたっての考え方、或いは読者の皆さんが関心をお持ちの問題について答える」ことをあげている。1998年まで「社長手記」／「総編集長手記」は続いたが、いずれも読者に関係する内容であった。これも読者の「心」を引きとめ、読者とのつながりを強くしようという努力の一つであったといえよう。

ここから分かるように、1995年改版以降、『中国青年』の姿勢は非常に謙虚になったといえよう。中でも、「読者至上主義」というポリシーのもとでの総編集長の彭波の言葉遣いは、読者に意識的に迎合しているのではないかと思われるほどに非常に丁寧なものとなっている。「私にチャンスをください。その代わりに奇跡を見せてさしあげます」（1997年年「総編集長手記」連載4回目タイトル）、「良いニュースが続出する中、恐縮の気持ちは変わっていない」（1997年第11号「総編集長手記」タイトル）、「我々は能力は限られているが、誠の心がある。誠のころがあれば、信頼してもらえると信じている。一所懸命こつこつ頑張れば、いつかは収穫の時期が来るだろう」（1997年第11号「編集長手記」本文）、「そのような幸せは言葉で言い表せないもの」（1997年第12号「総編集長手記」タイトル）などの言葉遣いからは、読者に認めてもらうように努力している姿勢が窺える。しかし一方、メディアとして豊かな内容を提供し、内容によって読者の心を掴むのがメディアの本分とするならば、ここでは雑誌づくりの裏舞台、即ち「努力」している「姿勢」、読者を大事にしている「姿勢」そのものによってアピールをしている。一方、社長の石国雄による文章の言葉遣い、特に「社長手記」の幾つかには、明らかに青年団機関誌の責任者、「官僚」としての指導的な目線が所々見られる。総じて言うと、それまで若者を政治的な存在としての「青年」としてのみ見てきたため、時代の変化で「読者」に変わった若者との距離のとり方をうまく掴めないでいることが看取できる。

その後も、1) 雑誌購読の際に優遇措置を提供する、2) 姿勢を低くして丁寧な語り口で購読広告を出す、3) 雑誌としての多くの社会活動を展開し、読者に参加の機会を提供する、などの手段によって、『中国青年』は読者とのつながりを強化しようとした。この

努力は、1994年に始まり、1995年、1996年、1997年にピークに達して、その後少しずつ弱まっていったが、2003年の改版まで続いた。読者とのつながりを確保しようとさまざまな努力を見せたわけである。

このように、1995年の改版は、メディアとしての自覚を持ち始め、読者とのつながりを強化しようとしたことによるものといえよう。当時の編集長の彭波と社長の石国雄の語り口の温度差からは、青年団機関誌という政治的立場からの指導的な態度が依然として見られるものの、読者を神として拝む姿勢を見せ始めた。政治と市場という二つの解釈の枠組みの狭間に位置するこの時期の『中国青年』は、若者に対しても、迎合と教化という二つの態度の間で揺れているといえよう。

3-3 「奮闘」の過程そのものの重視：『中国青年』2003年二回目の改版

3-3-1 2003年改版までの微調整

90年代後半に入ってから、ファッション誌や経済誌、ニュース系の週刊誌など新しいジャンルの雑誌が台頭するなどし、『中国青年』を代表とする青年雑誌の発行部数は低迷した状況からなかなか回復できずにいた。そういった状況の中で、五つ目のサンプルである1998年第10号と六つ目のサンプルの2003年第10号との間にも、『中国青年』は発行部数を拡大するためにさまざまな調整を行った。

まず、1999年より、月刊誌から月二回発行の雑誌となった。上半期の号はそれまでと同様の総合版で、下半期の号はダイジェスト版となっており、「情報の整理」が改版後の『中国青年』の特徴だとアピールしていた。なお、2000年よりダイジェスト版を取りやめ、上下2冊とも総合版に変わった。

この間、雑誌の位置づけを表すモチーフも何回か変わった。1995年の改版に際して編集長の彭波が何度も述べた新しい編集方針、「理想主義+ロマンチックな情念」そのもの自体は、実はモチーフとして雑誌の誌面に登場することはなかった。誌面に初めて登場したモチーフは、1998年第3号から第12号までの「主要内容の紹介」ページの上のスペースに印刷された「『中国青年』を読み、人間の正道を歩む」との言葉であった。その後の2001年第13号から「青年の生存状態に注目し、青年の人生の需要に服務する」という言葉が登場した。そして2002年第14号からは、「奮闘によって運命が変えられる。夢があるからこそあなたは特別な存在」が掲載されるようになった。

3-3-2 迎合から付き添いと励ましへ—2003年の改版に見られる読者との関係

2003年1月から、雑誌はフルカラーの誌面に変わった。2003年6月上半期号の第11号から、目次欄の誌面が変わり、これを機に目次ページの右下に、「奮闘によって運命が変えられる。夢のある人間こそ特別な存在」というモチーフとともに、「中国 NO. 1 の勵志雑誌」との宣伝文句が打ち出された。ここから、『中国青年』は「夢」に向かって「奮闘」している若者を励ますことを雑誌の主旨にしていることをより明確に打ち出してゆくこと



図3 2003年10月号、第19号に掲載された購読広告ページ

となる。

2003年10月上半期号となる第19号では、2004年度の購読を呼びかけるための広告が3ページ目に掲載された。片手に背広を持ち、片手に鞆を持つサラリーマン風の長身の男性が、一面の砂丘を駆け上がる写真がページの中心にあり、「中国 NO. 1 の励志雑誌」、「奮闘によって運命が変えられる。夢のある人間こそ特別な存在」の言葉とともに、次のような文句も赤色の大きな文字で書かれていた。

もしあなたが教師なら、学生は励まされることが必要だろう。

もしあなたが親なら、子どもは期待をかけられることが必要だろう。

もしあなたが上司なら、部下は奨励されることが必要だろう。

もしもあなたが若者なら、あなたの夢にはサポートが必要だろう。

もしあなたが恋をしているなら、あなたの恋人はともに学ぶことを必要とするだろう。

この広告のフレーズは、若い人は自分の夢の実現のために、また教師が学生のことを、親が子どものことを、上司が部下のことを、恋をしている人が恋人のことを考えているなら、この雑誌が役に立つだろうという趣旨のものであるが、ここで重要なことは、「学生」も「子ども」も「部下」も「恋人」も、さらに上へとレベルアップする（「励まされる」「期待される」「奨励される」「ともに学ぶ」）ことが重要だと強調していることである。レベルアップするために頑張っている＝「奮闘」している若者をサポートするという雑誌の趣旨がここで再び強調されているわけである。

上では、2003年の改版について宣伝フレーズの変化を中心に見てきたが、ここから、『中国青年』で用いられている社会に対する解釈の枠組みの変化が窺えるだろう。1995年の改版時は、市場経済の導入によって人々は精神面よりも物質面の追求に目がくらんでいる

という時代解釈のもとで、理想主義や「ロマンチックな情念」をもって物質主義的な傾向に対抗しようという姿勢を示していた。その後も、「中国青年を読み、人生の正しい道を歩む」というフレーズを提起する。即ち、ある時代の流れの中で、『中国青年』はある方向が「正しい道」とであると決めて、若者をその方向へと誘導しようとしていた。そこでいう「正しさ」とは、それまでの政治的指向性を基本とする「正しさ」ではなく、物質的な追求によって人々に忘れられているある道徳的な「正しさ」と言えよう。

その後、「青年の中国に注目し、中国の青年に注目する」（2000年第5号より）「青年の生存状態に注目し、青年の人生の需要に服務する」（2001年第13号より）などの宣伝フレーズが登場したが、市場経済が社会の各領域に浸透してゆく中で『中国青年』も少しずつ「正しさ」の代表という自意識から離れ、現状肯定の立場を強めて市場経済を生きている若者の真の需要に目を向け始めた。その結果として、2002年第14号から「奮闘によって運命が変えられる。夢があるからこそあなたは特別な存在」を掲げ始めた。これは、ある意味では、『中国青年』にとって、道徳的「正しさ」を諦める過程でもあった。「理想主義」や「人生の正道」などの言葉に見られたような、奮闘の手段が正しいものであるかどうかという視点は、ここでは不問とされた。「奮闘」そのものに価値を置くようになったのである。

この時代状況については、奮闘すれば自分自身の運命を変えられるという解釈の枠組みをもって臨んでいた。この枠組みの中で、指導するのではなく、また迎合するのでもなく、自分自身の運命を変えるために奮闘する若者に、ただただ付き添うという姿勢を見せていた。

その裏づけに、この時期の誌面では、普通の読者である若者が自分自身の体験談や心情を語る「四季風鈴」コラムに見られたような投稿文が大幅に増加した。

3-4 「先駆者」や「リーダー」、「奮闘」の結果の重視—2008年の第3回改版

2008年に入って『中国青年』は3度目の改版を行った。まずその具体的な変化を確認しよう。

3-4-1 読者参加の内容の大幅なカット

2008年の改版に関する告知では、「先駆者の品格、リーダーの魂」をキャッチフレーズに、優秀な青年を対象とする人気雑誌を作るとされているが、設置されたコラムからもこのような意図が窺える。全体では「脈動」、「天下」、「先駆者」、「学養」、「品のある人生」、「編集者と読者」の六つのブロックがあり、各ブロックの下に合計30以上の小さなコラムがおかれている。「脈動」の下には「ヒエラルキーの高い人物の語録」、「中南海瞭望」、「民声」、「観察」などのコラムがあり、内容は政治や経済の専門家による解説が中心である。「天下」ブロックではグローバルな視点から中国と世界との交流にフォーカスが当てられている。「先駆者」ブロックは、各業界の優秀な人物のドキュメンタリー記事が中心となっている。これらの三つで、全体64ページの三分の二を占めている。タイムリーな話題を扱うもの

が多く、雑誌の主要な内容となっているといえる。「学養」、「品のある人生」、「編者と読者」ブロックは散文、感想文、人生についての雑談、漫画など、よりソフトな内容になっている。こういった内容から分かるように、政治的、或いは文化的、経済的に高いクラスにいる人間の視点による記事が多く、一般の読者である若者の投稿で成り立っているコラムは大幅に減っている。

3-4-2 雑誌の位置づけとモチーフの変化

2007年11月の上半期号、第21号は試刊号として発行され、読者へ改版を知らせるページがあったが、そこでは同誌の位置づけについて「優秀な青年、エリート、社会のリーダーに当たる人々に全面的に情報を提供しサポートする」とし、その内容の特徴は「社会のホットな話題に注目し、情報の整理を重んじ、思想的なレベルを高め、権威のある観点を提示する」ことにあると自己定義している。2003年から2007年まで使われていた「奮闘によって運命が変えられる」というモチーフとあわせて考えると、今回の改版は、ターゲットとする読者と目指す目標に大きな変化があったことが窺える。即ち、ターゲット読者層を「奮闘」の若者から、「優秀な青年、エリート、社会のリーダーに当たる人々」に移し、また雑誌の位置づけを、人々に付き添い励ますというところから、高いレベルの権威のある観点を持って再び指導する立場をとるというところへと変化させているのである。

続いて、この改版を手がけた当時の総編集長の語りや雑誌の表紙、記事の内容からこの点を確認しておこう。2008年の改版は、1995年、2003年に続いて三回目の改版となるが、その直接の原因となったのは、やはり購読部数の下落である。『中国出版年鑑』の統計によれば、2003年の『中国青年』の購読部数は25万部であるが、2003年の改版以降も、購読部数は毎年10%の勢いで減っていたという¹¹。実際、『中国出版年鑑』の統計コラム「毎号印刷部数が25万部を超える雑誌のリスト」には、2003年以降『中国青年』が登場しなくなっており、このことから同誌の発行部数は25万部以下に下落していることが分かる。改版当時の構想について、総編集長の胡守文は次のような考えを表明している¹²。胡によれば、雑誌の発行部数の80%は青年団の公費による購読であり、青年団による公費購読こそが大きな市場であるが、購読するかどうかを決めるのは青年団機関の組織と幹部である。そう指摘した上で胡は発行部数の低迷の原因を「青年の中のハイレベルなグループ、先進的な人物、エリートと一般の青年とを混同したことで、雑誌の特徴と魅力をなくしてしまった」ことに見だし、その対策として、「そこらの道端で売っている品の低い雑誌」との差別化をはかり、雑誌の機関誌としての性格とその特色を守り、党の事業の跡継ぎを養成するという歴史的な使命を堅持し、「人を発見し、養成し、成功へと導く」ことを中心に取り組むという方針を強調した。そのために、「青年に注目し、青年の注目す

11 晋雅芬 2008 「青年類期刊該如何走出迷惘」『中国新聞出版報』2008年6月18日。

12 胡守文 2009 「『中国青年』的改刊思路」『编辑之友』2008年第1号。

ることに注目する」という雑誌の主旨を改め、「先鋒品格、棟梁気魄（先駆者の品格、リーダーの魂）」へ方向転換する。これをもって、雑誌がターゲットとする読者は一般の青年よりも「リーダー」、「先駆者」であるということ 강조했다。胡によるこの語りは、中国共産党の下位組織である青年団の「機関誌」であるがゆえの政治的な「思想レベル」の語り、政治的な「権威」についてのものというよりは、青年団を雑誌の購読部数を拡大するための手段として利用しようという割り切った態度が窺えるものとなっている。また、ここでは機関誌としての特色を守るために、青年団幹部を代表とする「青年の中のハイレベルなグループ、先進的な人物、エリート」をターゲットとすべきと述べているが、胡の文章の趣旨は、いかなる内容に誌面を改めれば雑誌の発行部数をあげることができるかというものであり、それを考えると、機関誌であるがゆえ「党の事業の跡継ぎを養成する」任務をよりよく果たす必要があるというのは、本音というよりも、むしろ建前／レトリックであるといえよう。実際、2008年改版前の『中国青年』は、「奮闘によって運命は変えられる。夢を持っている人間こそ特別な存在」をそのモチーフとしており、いわば「頑張っている途中」の若者を激励することを中心とする姿勢が窺えた。これを考えると、2007年～2008年前後の中国では、「頑張っている途中」の一般の若者よりも、「頑張り抜いた成功者」＝社会階層の上部にいる若者、つまりエリート向けの雑誌、エリートの好みに合い、或いはエリートの価値観を称揚する雑誌を作ることが時勢に合うと編集部が判断したと理解できよう。『中国青年』はこのようにして、市場経済の社会の中で再び指導的な立場を手に入れようとした。ただし、ここで依拠しているのは政治的な権威ではなく、市場経済社会の中でいかに経済的な成功者になるかという成功の権威である。

3-5 『中国青年』の3回の改版に見られる社会学的意味

以上、『中国青年』の1995年以前の特徴、及び1995年、2003年、2008年に行われた三回の改版のプロセスを詳しく見てきた。それを中国社会の変容と結びつけて考える際に、どのような社会学的な意味が見いだされるのだろうか。一言で言うと、これは、『中国青年』が社会についての解釈の枠組みの変化につれて、政治への「忠誠」から離れ、また「理想主義」、「人間の正道」などの道徳的な「正しさ」から離れて、「奮闘」に価値を見出し、その後、経済の「成功」の価値へと向かっていくプロセスであった。これは、改革開放以降30年間の中国社会の時代的ディスコースの変化の一面を反映したものであると言えよう。

まず、1995年以前は、表紙のデザインを女性モデルの写真にするなどして、少しずつ市場の需要、読者の好みに眼を向け始めはしたものの、政治的に忠実で専門的知識を持ち、四つの現代化に貢献し、改革に順応せよと若者に対して政治的立場から教化する態度を取っていた。次に、1995年の改版は、購読部数の大幅な下落から生じた危機感に基づき、それまでの政治主導の雑誌作りから脱却して、市場の需要＝読者の需要に目を向け始

める第一歩であった。その際には、「機関誌」の性格を守りながら「読者に近づき読みやすいものにする」というのが改版のポイントとされていた。読者の声を掲載するコラムを増やし、改版に関して読者と絶えず意見を交わしていたことも特徴の一つであろう。また、1995年第1号に掲載された編集部の文章『『中国青年』が中国の青年の皆さんに約束を』を始め、雑誌社のトップ責任者＝雑誌社社長や総編集長、さらには各コラムの担当者＝編集者、記者が直接読者に語りかけて改版について説明していた。これは「われわれの市場は読者である」、すなわち市場＝読者という考え方によるものであろう。こういった中において、「迎合」と「教化」という態度の変わり目でかたくなな姿勢を見せながらも、1995年の改版によって、『中国青年』は「理想主義」や精神的なものをもって市場経済によって発生したとされる社会の問題点に対抗しようとする道徳的「正しさ」の論理を持ち始めたのである。

2003年の改版では、「奮闘によって運命が変えられる。夢があるからこそあなたは特別な存在」との言葉がモチーフとして掲げられるようになった。1995年改版後の趣旨は、市場経済によって引き起こされた問題点に対抗する姿勢を見せるというものであったのに対して、2003年改版後の趣旨は、市場経済のルール＝夢を持って奮闘するということ認め、それを提唱する姿勢を示すものとなったといえよう。ここでは、「奮闘」の過程そのものが重要であるという認識を持ち始めたといえる。

2008年改版後のモチーフは、「先駆者の品格、リーダーの魂」である。これは、市場経済のルールを守り、勝者となったもの＝「先駆者」「リーダー」に注目する雑誌を作ることをアピールするものだと言えよう。改版後の内容やコラムを見ても、一般の若者による投稿や読者コラムが大幅に減り、指導者としての雑誌の立場を改めて示していることが観察された。とはいえ、ここでは政治的な指導者の立場ではなく、現代社会の「成功」に関する指導者の立場を取っている。この時期に同誌によって用いられる論理においては、「成功」そのものの価値が強調されているといえよう。そこでは、成功するまでの手段が正しいかどうかという「正しさ」の問題も、成功するまでの「奮闘」の過程も、あまり注目されなくなった。

4 全体の考察

以上、七回の周年記念の記事（5周年5回、10周年2回）、及び3回の改版のプロセスを整理してきた。要点を改めて確認しておこう。

第2節では、周年記念の内容から見る雑誌の自己認識の変化について論じた。周年記念の記事の整理を通して、『中国青年』がどのように自らを位置づけてきたのかを考察し、1978年～2008年の30年間に、『中国青年』は政治的価値の評価、読者の承認による価値の評価、豊かな歴史を持つユニークなメディアとしての価値の評価という三つの仕方を通

して自らを位置づけてきたことを示した。

第3節では、『中国青年』の青年への態度、同誌と青年との関係の変化をめぐって、1995年改版以前、及び1995年、2003年、2008年に行われた三回の改版の特徴を整理し、次のことが明らかになった。まず1995年改版以前の時期は、政治的な仕組みの中で、「祖国」に忠実である上に、「四つの現代化」や「中華民族の振興」という国家目標のために「青春を捧げる」べきだという政治的「正しさ」を掲げて、青年に対して上の立場から教化する態度を取っていた。そこでは、1984年前後を境に「知識の習得」から「改革への協力」へというように、政治的「正しさ」への指向性の中での微調整も見られた。次に、1995年の改版では、市場経済の導入によって引き起こされた社会の問題は拝金主義の氾濫によるものであると仮定したうえで、「理想主義」＝精神的なものをもってそれに対抗するという道徳的な意味合いでの「正しさ」によって、青年を誘導しようとした。それ以前は政治的に指導する対象であった青年の「読者」としての一面を重視し、教化的な態度から誘導の態度へと切り換えたわけであるが、そこには「迎合」と「教化」の間で揺れ動く不自然さも見られた。さらに、2003年の改版では、市場経済という現実を積極的に受け入れ現状を肯定したうえで、市場経済の社会を生き抜くルールとして、「夢をもって奮闘し運命を変える」という指針を青年に提示し、「奮闘」している若者に付き添うという姿勢を示した。1995年と2003年の改版は、市場経済の導入によって国家による財政的支援が打ち切られ、自主経営を余儀なくされた雑誌社が、激しい競争を生き抜くために懸命に読者の要求に考えをめぐらし、それに適応しようとしたことの証であるといえよう。続いて2008年の改版では、市場経済を導入した後の社会において勝者となったもの＝「先駆者」「リーダー」と称される成功者に注目し、「成功」という新たな枠組みを承認・奨励しつつ再び指導的な態度をもって青年と向き合い、保守的、権威的な態度を取り始めた。それ以前の段階においては、雑誌の発行に関して「青年団」とのつながりによるメリットの存在を認めないというほどに、政治との関わりではなく、メディアとしてのユニークさと実力を訴えていたが、ここでは、発行部数を伸ばすために、メディアとしての実力ももちろんのこと、政治とのつながりも積極的に利用しようとした。ここにも、手段に拘らずに「成功」を手にしようとする思考、まさに同誌がこの時期に依拠している解釈の枠組みそのものが反映されていた。

以上の二つの作業を通して、市場経済が確立される過程で『中国青年』が時代の状況を語るために用いる解釈の枠組みが具体的にどのように変化してきたかを確認できた。即ち、1978年から1990年代前半までは、「四つの現代化」の実現という国家目標に青春を捧げるべきであるという政治的「正しさ」の論理を掲げ、青年に対して指導的で強硬な態度を示しており、雑誌自体についてもこの政治的「正しさ」に依拠して政治的な価値の評価をしていた。1995年の改版では、「理想主義」や精神的なものをもって市場経済によって発生したとされる社会の問題点に対抗しようとする道徳的「正しさ」の論理を示し始め、こ

の時期には読者の承認によって雑誌の価値を評価しようとしていた。2003年の改版では、市場経済を導入した社会の現実を積極的に肯定し、その社会の中でいかに「奮闘」して「運命」を変えられるかが重要であるという論理を示し始め、それに対応するように、雑誌の価値についてもメディアとしてのユニークさと実力をアピールすることによって評価しようとするようになった。その際には運命を変えるという成功者の論理も重視されていたが、「奮闘」そのものに価値が置かれていた。一方、2008年の改版では、「先駆者」や「リーダー」といったエリート＝成功者になることが重要であるとの論理を示し始め、青年に再び指導的、権威的な態度を取り始めた。これに対応するように、メディアとしての実力よりも政治的なつながりを利用して発行部数を上げようといった考え方が見られるようになった。

このプロセスの中で、若者に対する認識が、政治的な存在としての「青年」から生活者としての「読者」に変わり、さらにその「読者」が「奮闘している若者」から「先駆者」「リーダー」と称される成功者へと切り換わったのである。

90年代以降、中国社会で社会現実を語る際に用いられるディスコースは、「階級」、「革命」のパラダイムから社会科学的な語り方へと変化してきたと言われるが、雑誌『中国青年』を資料にして考察を行った本論文は、これをより詳細に確認し、さらには社会科学的な語り方をするようになってから、どのよう解釈の枠組みに依拠してきたのかを明らかにした。つまり、「又紅又専」から「理想主義」へ、「奮闘」から「リーダー」へというように、政治的「正しさ」から道徳的「正しさ」の論理へ、さらには「奮闘」の過程そのものを重視する論理から「奮闘」の結果＝「成功」を重視する論理への変化があったのである。いいかえるならば、本論文では中国社会を語る際にメディアで使われる社会科学的な語り方が、どのよう論理に依拠して、時期によってどのように変化してきたのかを明らかにした。これにより、改革開放後における中国社会の時代的ディスコースの変化の一面を発見することができたと思われる。

キーワード 時代的ディスコース 社会のあり方に対する解釈の枠組 雑誌の自己認識
(WANG Feng)