

労働と成長のユートピア

——深圳における「物語」をめぐる——

高橋 俊

0 はじめに——問題の所在

野家啓一は『物語の哲学』において、「現代においては、人間の「物語る」能力は著しく衰退しているように見える」としたうえで、次のように述べている。

かつては寝物語に枕辺で子供たちに「語り」聞かせるものであった昔話やお伽噺も、今では豪華な絵本を前に「読み」聞かせるものとなっている。炉端で自己の来歴と経験を虚実をとりまぜながら物語ってきた老人たちは、すでに核家族の中にはその居場所を持たない。伝承され語り伝えられるべき経験は、今日では実用的な「情報」と化して書棚やフロッピー・ディスクの中に小ぢんまりと納まっている¹。

これが書かれたのは1996年。1990年代後半には、日本社会で「物語の消滅」の危機が懸念されていたようである。そこからさらに20年あまりの時を経た今、フロッピー・ディスクはすでに過去のものとなり、今ではその数百倍もの容量を納められるメディアが当たり前に使われるようになったが、世の中には（野家が思い浮かべていたものと同類のものかはともかく）過剰なほどの物語が溢れているように、私には思われる。

本稿は、中国の大都市・深圳について／おいて語られる物語について考察を行うものである。まず、本稿でいうところの物語に関する整理から始める。

0.1 物語とは何か

現代社会において、物語はいかなる位置を占め、いかなる意味を持っているのか。以下二点にわたり整理を行う。

0.1.1 歴史学の言語論的転回

歴史研究は、「言語論的転回」により大きな転換点を迎えた、といわれる。それはひとことでまとめれば、「歴史とは物語である」という主張である。歴史について何かを語ることは、それがいかに一次史料・統計データを駆使した重厚な学術論文であっても、語り手による物語である。そもそも一次史料の多くはテキストであり、我々はテキストを越えて何事かを認識することはできず

¹ 野家啓一『物語の哲学——柳田國男と歴史の発見』（岩波書店、1996）、pp. 19-20。

(「テキストの外部はない」)、かつテキストとはかならず書き手の「主観」が反映されたものである。ゆえに歴史研究がいかに「科学」を標榜し、歴史研究者が「自分たちは「客観的史料」を基にして「客観的事実」を明らかにしているのだ」と意気込もうとも、使用する史料にしろ、執筆した論文や著作にしろ、それらは「文学作品」と何ら変わるところはないのである……。

歴史研究の抱えるこうした「問題」について、西洋の学術世界ではおおよそ1960年代から議論されてきたが²、日本においてはカルチュラル・スタディーズやジェンダー・スタディーズと結びつき、1990年代中盤～2000年代前半の学術界に大きなインパクトを与えた³。「公的」な史料には残されない「私的」な言説(=物語)からこそ、ひとびとの生活ぶりが明らかになるのではないかと、という問題意識が浮上してきたのである。そこから歴史学は、それでもあくまで「実証」を突き詰める者⁴と、「語られた(「真実性」の乏しいといわれる)歴史」であっても歴史には変わりないとする者、すなわち歴史を物語として語ることを厭わない者⁵とに分岐していくことになる。そして後者はオーラル・ヒストリーを代表とし⁶、その思想様式はやがてナラティブ・セラピー⁶や後述する物語マーケティングなどを生み出すことになる⁷。

本稿において重要なのは、後者、すなわちオーラル・ヒストリーを中心とする流れである。もちろん、オーラル・ヒストリーにたずさわる者たちが、真実などどうでもいいと考えているというわけではないだろう。しかしオーラル・ヒストリーにおいては、自らが行っているのは「客観的事実」とは別の次元の探求である、とする考えが主流である。

生活史の調査で重要なことは、小細工を弄して事実から真相なるものを引きだそうとするナイーブな妄想にとらわれることなく、可能な限り充分に、被調査者本人の主体としての見方を引きだす方向に導くことである。社会科学の大部分は「客観的なもの」を得ようと努める。しかし生活史研究は、ほかでもなく主観的なものの領域を明らかにしようとするのだ⁸。

² アーサー・C・ダント『物語としての歴史——歴史の分析哲学』(河本英夫訳、国文社、1989。原著は1965)、ヘイドン・ホワイト『メタヒストリー——一九世紀ヨーロッパにおける歴史的想像力』(岩崎稔監訳、作品社、2017。原著は1973)等。近年のものでは、イヴァン・ジャブロンカ『歴史は現代文学である——社会科学のためのマニフェスト』(真野倫平訳、名古屋大学出版会、2018。原著は2014)がある。

³ 「論争」当時の空気を伝えるものとして、小田中直樹『歴史学ってなんだ?』(PHP新書、2004)がある。

⁴ 前者による「宣言」の代表が、遅塚忠躬『史学概論』(東京大学出版会、2010)である。同書において遅塚は、「言語論的転回」の功績は認めつつも、それでも「事実」が存在することは疑いなく、歴史研究者は「事実」を探求することを放棄することはできない、とする。

⁵ 日本におけるオーラル・ヒストリーの展開については、大門正克『語る歴史、聞く歴史——オーラル・ヒストリーの現場から』(岩波新書、2017)を参照。

⁶ ナラティブ・セラピーに関してはデイヴィッド・デンボロウ『ふだん使いのナラティブ・セラピー——人生のストーリーを語り直し、希望を呼び戻す』(小森康永他訳、北大路書房、2016)等を参照。

⁷ 「物語」のさまざまな分野への派生については、小方孝・金井明人『物語論の情報学序説——物語生成の思想と技術を巡って』(学文社、2010)が参考になる。

なお、「物語と現実との区別がつかない」という類の言説は、1990年代から2000年代初頭にかけて多く見られたものである。「私たちが自明としている現実が何らかの意味でつくりものであることへの感覚は、近年では、社会主義国家の解体や再編、地震による災害やオウム真理教の一連の事件がもたらした日常生活への脅威、などによって増幅しているし、一方で、広告などを含めたマスメディアによる「疑似現実」の創出や、今日の電子メディアの高度な発達によるヴァーチャル・リアリティ(「仮想現実」)のさらなる拡大は、つくりものとしての現実という感覚をより強めている」(磯部卓三他編『フィクションとしての社会——社会学の再構成』世界思想社、1996「はじめに」)。

⁸ ケン・ブラマー『生活記録の社会学——方法としての生活研究案内』(原田勝弘他訳、光生館、1991)、p.24。

過去の出来事は語り手の意味解釈をとまなう経験となって記憶され、その経験が語りの時空間をふくむ現在の状況に関連して語られる。いわば過去の出来事は語り手の経験として第一次的な変形を受け、語りの行為によって第二次的な変形を受ける。そして調査者／研究者を通して提示されるライフヒストリー・テキストとして第三次的な変形を受けている。[中略]とりわけ、語りの行為とは、過去の出来事や体験を述べることに以上〈いま—ここ〉を主体が生きることであるという視点は、ライフヒストリー研究においては忘れてはならない点である。人はたしかに客観的な経歴をもつが、ライフヒストリーとして語られるような自分の人生についての秩序だった筋書きをあらかじめもっているわけではない。語りの場こそが、ライフヒストリーを創造する文化的な営為の場である、と私は考えている⁹。

生活史は事実である。それは、いくらかの間違いや誇張や、場合によっては意図的な嘘を含みながら、それでもやはり、そこで語られていることの大半は、事実である。[中略]そこに間違いが含まれていることは問題にはならない。むしろ、事実というものは、本来的に間違いを含んでいなければならないのである。間違えることができなければ、正しくなることもできないのだ¹⁰。

ここで各論者が強調しているのは、「生活」、そして「主観」である。公的な歴史に回収されない「私的」な領域(=「生活」)を探求するには、なによりも個人の「主観」を重視・尊重しなければならない、とする認識は、オーラル・ヒストリーにたずさわる者の共通認識といってもいいだろう。

オーラル・ヒストリーは大きな流れとなって、現在ではその地位を完全に確立しているといえる。が、一方でこれにより、「物語においては、事実として正しい／正しくない、はそもそも問題ではないのだ」とするいわば「開き直り派」ともいべき主張に道を開くことにもなった。もちろん、オーラル・ヒストリーに携わる人々がみな「正しい／正しくない」は問題ではないと考えているわけではないし、またオーラル・ヒストリー側もその「対策」を講じている¹¹。が、「本人が信じているのであれば、正しい／正しくないという尺度で判断する必要はない」「いい話、なんだから真偽はどうでもいいじゃないか」といった「開き直り言説」が、さまざまな領域で氾濫する遠因にもなったのである¹²。

おそらくこの流れを受けて、現代社会の隅々にまで浸透しているのが、物語マーケティングである。

0.1.2 物語マーケティング

現代社会において、物語マーケティングは我々の生活のいたるところに入り込んでいる。「モノ消費からコト消費へ」というフレーズに象徴されるように、「モノ＝商品」だけを売るのではなく、

⁹ 桜井厚「生が語られるとき——ライフヒストリーを読み解くために」(中野卓・桜井厚編『ライフヒストリーの社会学』(弘文堂、1995))。

¹⁰ 岸政彦『マンガと手榴弾——生活史の理論——』(勁草書房、2018)、pp. 20-21。

¹¹ 例えば保莉実「実証とオーラル・ヒストリーを同時に行う「二正面作戦」を提示している(『ラディカル・オーラル・ヒストリー』御茶ノ水書房)。

¹² 現代社会におけるこうした「開き直り言説」には、たとえば「江戸しぐさ」が挙げられよう。原田実「江戸しぐさの正体——教育をむしばむ偽りの伝統」(星海社新書、2014)や『オカルト化する日本の教育——江戸しぐさと親学にひそむナショナリズム』(ちくま新書、2018)を参照。

商品の背後に物語を構築し、それによって関連する商品、そして企業をまとめて広告することが有効なのである、というマーケティングにおける「物語」は、2000年代に入って一気に浸透した。

ベストセラーになった『ストーリーとしての競争戦略』¹³において、著者の楠木健はこう述べる。

私は、経営大学院（ビジネススクール）での研究と教育を仕事にしています。経営学の中でも、競争戦略とかイノベーションについて考えたり、調べたり、書いたり、話したりしています。こういう仕事をしていると、さまざまな業界のさまざまな会社の方々から「戦略」についてのお話をうかがい、議論をしたり、助言をする機会があります（どこまで役に立っているのかわかりませんが）。

そうした場で「これは！」という興奮を覚えるような秀逸な戦略構想が立ち現れることもあります。しかし、こんなことを言うのも僭越なのですが、どうにも面白くない「戦略」が出てくることもしばしばです。数でいえば、後者のほうがずっと多い。ここで問題にしているのは、プレゼンテーションの巧拙とか、必要なデータがもれなく含まれているかどうかとか、そうした表面的な話ではなく、戦略の中身そのものについての優劣です。[中略]

こうした経験を一〇年、一五年と重ねているうちに、私なりの基準が次第にはっきりとしてきました。それは戦略が「ストーリーになっているか」ということです。そこに生き生きと動く「ストーリー」が見えるか。私がよりどころとしている戦略の優劣の基準はここにあります。

（まえがき）

同書に代表されるように、近年出版されているマーケティング本には、「物語」や「ストーリー」を冠したものがきわめて多い¹⁴。大塚英志がビックリマンチョコを題材に「物語マーケティング」(的なもの)を批判した¹⁵のは1980年代後半。その後彼が「転向」し、2000年代に入って物語作りのハウツー本を書き続けているのは、象徴的といえよう。

こうしたマーケティングを行っているのは、今では企業に限らない。地域・自治体も物語マーケティングに次々に参画している。地域のマーケティングにおいては、その地域をまるごとブランド化し、農産物や海産物、製品、そして観光地などを包括的に売り出すことが必要になる。そういう意味で、物語マーケティングは、むしろ地域マーケティングにおいてより効果を発揮するといってもいいだろう¹⁶。今では、地域ブランド構築を進めていない自治体はないといっていいほど、全国各地、さらには全世界に広がっている。

以上、本稿のテーマに即して、現代社会における物語を、ごく簡単に説明した。続いて、本稿の舞台となる深圳について、基本的な事項を確認しておく。

¹³ 楠木健『ストーリーとしての競争戦略——優れた戦略の条件』（東洋経済新報社、2010）。

¹⁴ 日本に物語マーケティングを導入したのは、1990年の福田敏彦『物語マーケティング』（竹内書店新社）であるとされ、現在では楠木健がその代表格である。またアメリカにおける状況はRobert Mckee and Thomas Gerace, *STORYNOMICS: Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World*, twelve, 2018を参照。

¹⁵ 『物語消費論——「ビックリマン」の神話学』（新曜社、1989）。

¹⁶ 地域ブランドに関しては、小林哲『地域ブランディングの論理——食文化資源を活用した地域多様性の創出』（有斐閣、2016）とAdriana Campelo, *Handbook on Place Branding and Marketing*, Edward Elgar Pub., 2017をおもに参考にした。また地域における物語マーケティングはツーリズムという形をとるものが多い。増淵敏之『物語を旅するひとびと——コンテンツ・ツーリズムとは何か』（彩流社、2010）を参照。

0.2 深圳とは何か？

0.2.1 深圳のたどった道

深圳は中国史上長らく、中国南部のどこにでもあるような農村・漁村であった。近代に入ると、香港に隣接するという「地の利」を生かしてそれなりの発展は遂げたものの、それでも香港と広州を結ぶ通過点、という以外にはさしたる重要性も持たなかった。しかし1978年、鄧小平によりこの地を経済特区にすることが定められ、翌79年に深圳市が成立。80年には深圳経済特区が正式に成立した。79年の時点でこの地域の人口は31万人余り。これが10年後の89年には141万人、さらに10年後の99年には632万人となり、2010年に1000万人を突破し、2018年現在の人口は1300万人にのぼる¹⁷など、北京・上海・広州と並び、中国四大都市の一つに数えられるまでの成長を遂げている。また、深圳は現在、メーカーズ的世界的な中心地・発信地として名を馳せており¹⁸、21世紀に入ってから以降の中国の爆発的な経済発展の象徴する都市といえる。また中国の「住みやすい都市ランキング」等でもつねに上位に位置するなど、さまざまな意味で先進的な都市といえる¹⁹。

しかし、現在に至るまで、深圳に居住する者の多くは、「外来者」、すなわち他地域から移入してきた者たちである。出身地に強いこだわりを持ち、一方で「外」で働くことを厭わない中国人が、今、たまたまこの地で働いているからといって、自らを深圳人であるとする意識は、そう簡単には生まれてこない。それで何の問題があるのか、みな意識がバラバラでもいいじゃないか、とはもちろんいえる。しかしながら、深圳においても都市ブランドの構築が大きな課題となっており、ここでは「巨大都市としてふさわしい独自文化を建設しなければならない」という欲求が、都市の成長とともに日増しに大きくなってきている²⁰。そのためにも、自らを深圳人とみなし、そのことに誇りを持つ市民の創出が、重要な課題となっているのである。その試みはしばしば行われてきたが²¹、前述のように、出身地に強いアイデンティティを有する中国で、新興都市のアイデンティティ形成はそう簡単ではない。さらに、深圳はネガティブに捉えられかねないイメージを長い間有していた。それが「打工人」である。

0.2.2 「打工人」の街・深圳

深圳という都市を語る際、もちろんITやメーカーズに代表される「世界最先端の都市」のイメージもあるが、同時に語られるのは「打工人」のイメージであった。深圳の爆発的な経済的・技術的発展により語られることは減ってきたが、農民工問題が大きく取り上げられた時、その象徴とされたのが深圳だったのである。

中国全土では一般的に「農民工」と呼ばれる出稼ぎ労働者を、深圳を含んだ珠江デルタ地域では

¹⁷ 深圳の人口については、王世巍『深圳市人口変遷研究』（海天出版社、2014）を参照。

¹⁸ 世界的なマイカームーブメントにおける深圳の重要な役割については、藤岡淳一『ハードウェアのシリコンバレー深圳に学ぶ——これからの製造のトレンドとエコシステム』（インプレスR&D、2017）や高須正和・ニコニコ技術部深圳観察会編『メーカーズのエコシステム——新しいモノづくりがとまらない』（インプレスR&D、2016）を参照。

¹⁹ 2016年の「中国十大宜居城市排名（中国十大住みやすい都市ランキング）」では1位（<http://sh.bendibao.com/tour/2015820/141373.shtml>）となっている。もっとも、この種のランキングは中国国内で数え切れないほど発表されており、「信憑性」は判断し難い。

²⁰ 深圳市群衆文化学会編『城市・市民・文化』（商務印書館、2005）。

²¹ 1994年には「どうやって深圳人になるか」についてのキャンペーンが張られ、「深圳人」という映画も作られた。Constance Clark, The Politics of Place Making in Shenzhen, China, *Berkeley Planning Journal* 12 (1998)。

「打工者」と呼ぶ。それについて語る前に、まずは「中国における労働観」について確認しておこう。

中国における伝統的な労働観は、「勞心者治人、勞力者治於人（心を勞する者は人を治め、力を勞する者は人に治められる）」という昔から伝わる一文に集約できるであろう。自らの体や手を用いて働くのは「下流」の人間のやることであり、人の上に立ち、人を使う立場になってこそ一人前、という価値観である。現在でも、中国人は人の下で働くのが大嫌いであり、日本のようにひたすら技術を磨いて「職人」を目指すような態度はまったく有しておらず、ちょっと技術を覚えたらすぐに独立して職人を使う立場に立ちたがる、とはよくいわれるところでもある²²。

そういった労働感を有する中国において、「農民工・打工者」は、基本的に侮蔑の対象であった。近年の中国の爆発的な経済発展を支えてきた存在でありながら、「都市民」が彼らに向ける軽蔑のエピソードは、しばしば見聞きするところである²³。また中国特有の戸籍制度²⁴によって、自ら、あるいは子女は教育や福祉の面でつねに不利益を被っている²⁵。かつ、打工者は前述の「勞心者治人、勞力者治於人」における「勞力者」の典型とされてきた。

中国の都市ブランド構築において、たとえば上海は、後述するように民国期の「オールド・シャanghai（老上海）」のイメージを全面に出し、北京や西安は数千年にわたる悠久の歴史をアピールしている。数千年はおろか、上海のような百年の歴史すら持たず、泥臭い「打工者」のイメージを濃厚に漂わせる深圳は、どのように自らのブランドを構築しようとしているのか。次章では、深圳がいかなる物語を構築して自らのブランドイメージを作り上げたのかについて考察する。

1 労働と成長のユートピア

結論からいえば、深圳は「労働と成長の物語」によって、自らのブランドイメージを構築した。言い換えると、「汗水流して働くのは卑しい行為だ」という中国の伝統的な労働観を、「労働は成長につながるのだ」という物語で払拭しようとしたと思われるのである。

その材料として多用されているのが、オーラル・ヒストリー（口述）である。2010年、都市建設30周年を記念して、深圳では多くの記念書籍が発行されたが、そこで目立ったのが口述や日記という体裁をとったものである。その中でも本稿では、『深圳口述史』²⁶を取り上げる。これは三巻本の大部なものであり、都市建設30周年の記念に出版された。その名の通り、深圳に居住する者総勢100人の聞き書きを集めたものである。語り手も語られる内容も一見バラバラであり、「できるだけ多様な分野の人を集めよう」もしくは「集めたように見せよう」という意図が感じられる。しかし彼らの語るストーリーには、多くの共通点があるのである。そうしたメタストーリーを析出し、

²² 中国の伝統的な労働観については拙稿「修養する青年たち——『生活週刊』と新しい労働観の生成」（『野草』83、2009）を、現在の中国人の労働観については、中国モダニズム研究会編『中華生活文化誌』（関西学院大学出版会、2018）所収の拙稿「第六章 働く」を参照されたい。

²³ 安田峰俊『和僑』（角川書店、2012）には、著者が深圳に留学中、「打工者」に挨拶しようとしたら、一緒に歩いていた中国人大学生に「ああいう人間とは会話するな」と注意された、というエピソードが語られている（p. 22）。私にも同じような経験がある。

²⁴ 中国の戸籍制度については、新保敦子・阿古智子『超大国・中国のゆくえ5 勃興する「民」』（東京大学出版会、2016）で詳細に検討されている。

²⁵ 1990年代後半にベストセラーになった郁秀『夏季雨季』（海天出版社、1996）は深圳の高校に通う青年たちの青春群像を描いた作品であるが、都市戸籍の有無が重要なテーマとなっている。

²⁶ 海天出版社。上中下の三巻本だが、上巻と下巻は2015年、中巻が2017年発行となっている。

「伝えたいこと」はなんなのかを探るのが、本章の目的である²⁷。

1.1 冒険としての深圳行き

人々の多くが、それまでの生活を捨てて深圳に来たこと自体が「冒険」だったと語っている。そして家族や周囲から猛反対されたと語る者も少なくない。

深圳での生活は質量ともに広州にとどまるよりもずっと低かったが、深圳に来ない理由は100もあったにも関わらず、私たちは来る前から苦しむ準備をしていた²⁸。

家族は戸籍簿を隠し、私を行かせないようにした。しかし天津市衛生局は私に祖国の命に従って赴任するようにいった。私はこっそり家から飛び出して、一人で列車に乗った。先生は私に10元を渡し、私は歯ブラシと歯磨き粉を買って、広東に着いた。一年後、家族は私が決して帰らないと心に決めているのを見て、ようやく戸籍簿を私に送って寄こした²⁹。

なぜ、深圳がここまで嫌われていたかということ、「多くの人が「深圳は姓が資(本主義)であり社(会主義)ではない」と責めていたから」³⁰でもあり、また深圳にはなにもないということが知られていたからでもあった。他にも、「鉄飯碗」³¹を捨てて「泥飯碗」をわざわざ拾いに行くのはなぜだと友人にいわれた³²、派遣される時に上司に「これはお前が自分で望んだことであって、我々が無理に行かせたものではない」と念押しされた³³等々、周囲の人々に大反対されたということがたびたび強調されている。

「家族や周囲に猛反対された」ことが強調される一方で、「でも自分はどうしても来たかった」と多くの者が語っているのも注目される。これはおそらく、「リスクを省みず、むしろリスクに自分から飛び込んでいく」姿を賞賛することからきているのであろう。深圳に来たことを創業になぞらえ、「創業精神こそが「深圳精神」なのだ」³⁴と語る者など、リスクを取る態度が繰り返し賞賛される。そしてリスクを取り、「賭け」に勝った人間こそが、事後的に成功を語る資格を得る。あえて苦難の道を選択したその勇気を誇らしげに語るのは、「勝者・成功者」の特権なのである。

1.2 都市建設の苦労話

希望に胸をときめかせて深圳にやってきた者たちは、着いたとたん、その「なにもなさ」に呆然

²⁷ ここで用いる手法としては、石原千秋『国語教科書の思想』（ちくま新書、2005）における「構造分析」に近い。「構造分析」は複数のテキストから同じような性質を取り出し、その性質がどのように組み立てられているのか、その仕組みを明らかにする方法である」（p.9）。

²⁸ 上322

²⁹ 上348

³⁰ 中12

³¹ 「鉄飯碗」とは食いつぱぐれのないこと、すなわち公務員を指す。

³² 下211

³³ 上22-23。

³⁴ 下173-174

とする。

我々は車両に向かい合って座っていたが、列車が深圳に入ると、沿線の景観は一面荒れ山と野っ原で、そこに農村の炊事の煙が寂しく上がっているだけだった。列車を降り、東門から党市委に向かう道は泥だらけで、両側は田んぼだった³⁵。

1980年1月、蛇口に着くと、目に入るの是一片の荒地で、雑草は人の背丈より高く、飛んでいる蚊も多いだけでなく、大きかった。一匹捕まえてみたら1.5ミリもあり、瓶に入れたら三ヶ月も生きていた³⁶。

車を降りると、目に入る風景は農村と変わりなかった。目印の上海賓館がポツンと建っていて、周囲には目立つ建物はほとんどなかった。…ベッドもなく、床にビニールシートを敷いた。ガスもなく、電気ポットを一つ買い、湯を沸かし、カップ麺を食べ、それに二つばかりゆで卵を作って、それで三食を解決した³⁷。

「来たばかりの時、深圳には何もなかった」とは、とくに最初期にやってきた者がみな口にする感想である。一方で「この時の深圳は白紙の状態だったが、私はこの空白に何かをできると信じていた」³⁸ というように、何もないからこそそのやりがいを感じた、という者もいる。それまで活動していた上海で「なぜ深圳に行くの？」と聞かれ、深圳は今まさに建設中だが、上海はすでに大都市であり、私は必要ないのだ、と答えた女優³⁹など、まったくのゼロから始めることのやりがいを語る者は多い。

1.3 仕事と成長

深圳に到着するとすぐに仕事が始まるが、その膨大な仕事量を誇る者が多い。40時間ぶっ続けて仕事をした⁴⁰、毎月400時間労働は普通で多い時は420時間⁴¹、3年も実家に帰らず働いて1万元を貯めた⁴²等々、日本のブラック企業も真っ青の長時間労働ぶりであり、家族が「過労死」してしまう例もあった⁴³。仕事も決して生易しいものではない。悪臭や蚊の大群、そして灼熱の太陽に耐えながら水路の建設にあたるなど⁴⁴、想像するだけで目眩がするような仕事ぶりが語られる。だが、「荒れ牛たちは、中国の改革開放に青春を捧げ、汗を流し、鮮血を流しながら」⁴⁵ 働いたと、自らの馬

³⁵ 上76。

³⁶ 上94-95。

³⁷ 上322。

³⁸ 上122。

³⁹ 上262。

⁴⁰ 下169

⁴¹ 下184

⁴² 下183。

⁴³ 下241-242。

⁴⁴ 上50。

⁴⁵ 上107。

車馬のような労働を誇り、そして「三日で一階分が建設される」といわれるが、実際には二年で一つの都市が完成したのである⁴⁶と、猛烈なスピードで都市が建設されていったことを誇るのである。

何より注目されるのは、これらの労働が自分自身の成長とセットになっている点である。

この歳になると、やはり深圳がいいと感じる。私は深圳と同時に成長した。深圳は30歳、私も働いて30年。ここで私は中年から成熟に向かい、この都市も発展を始めた⁴⁷。

私は幸運にもこの私が愛する、いつも元気いっばいの都市とともに成長することができ、夢と無限の想像力を追求することができた⁴⁸。

誰もが、自分が一番成長した地に深い思いを抱くものだ。私は汕頭人だが、人生の大部分を深圳で過ごした⁴⁹。

わたし自身は、まずは打工者、次にソファ製造の工人として成長した。しかし私はソファを作る時、それをただ仕事と考えるのではなく、趣味、もしくは自分が将来それによって生存し発展していく事業と考えており、そのため私は他人よりも一生懸命、力を用いて、徐々に技術によって起業の準備とし、今では自分のブランドを持つようになった。私もこの話によって従業員の作業中に学び、成長しろと激励しており、たとえば私の会社の営業の総経理は、入ってきた時にはもっとも下の作業員だったが、会社とともに一歩ずつ成長し、現在では営業総経理となった⁵⁰。

もちろん、成長のためには努力が欠かせない。深圳に来た当初、仕事が上手くいかなかった者は、「自分がなぜ役に立たないのか」を考え、言葉の問題が大きいと悟り、それから一生懸命広東語を勉強し、習得したのである⁵¹。その後も彼は北京大学でMBAを取るなど努力を欠かさない⁵²。このように、つねに努力し成長し続ける姿を、深圳と重ね合わせて誇るのである。

1.4 自由の獲得

彼らの長時間労働が日本のブラック企業ともっとも違う点は、「自由」が強調される点である。「深圳で得たものは心の自由である」⁵³。「[深圳での仕事は]辛いけど、深圳の雰囲気は[他都市とは]違う。[中略]深圳経済特区では、輸出入で、合法・非合法だけ気にすれば、やりたいことができ、誰も気にしない。もちろん、誰も教えてくれない。みんな自分のことに精一杯で、「恐る恐る

⁴⁶ 上92。

⁴⁷ 上271

⁴⁸ 下343

⁴⁹ 上181。

⁵⁰ 上286-287。

⁵¹ 上275

⁵² 上285-286

⁵³ 下179。

河を渡っている」のである⁵⁴のように、多くの者が深圳の「自由」を強調する。さまざまなしがらみから解放された自由な空間として、深圳は設定されている⁵⁵。

1.5 冒険者の楽園

多くの者は、口述の最後に自分の人生を振り返る。「人生をやり直すとしたら、たとえゼロから始めても、また深圳を選ぶ⁵⁶、「今となつては、大きな駕籠で迎えに来られても、香港には行かない⁵⁷」等々、当然といえば当然ながら、自分の「あの時」の選択の正しさを確認する。

さらにこの時、自分の人生を「冒険」に喩える者が多い。「人生は冒険であった⁵⁸」とすることで、自らの冒険心と進取の気性を誇るのである。

深圳は私を、平凡な国家機関の公務員から、偉大な時代の目撃者と参加者へと変え、多くの予想もしなかった体験と経歴を与えてくれた⁵⁹。

あのまま武漢にいたら、平凡な役人で終わっていただろう。理想があってもダメだ。自分は水の一滴にすぎないが、深圳に来たから、海という生命力を得た⁶⁰。

深圳に来たことで、人生が思ってもみないようなものになった。あのまま軍人をやっていたらできなかったことがたくさんできた⁶¹。

深圳は私を、普通の国家公務員から、偉大な時代の目撃者・参与者にしてくれ、予想もしなかった体験と経歴を与えてくれた⁶²。

思うに、あの時深圳に来なかったら、若造の分際で北京で全国の泰斗と一緒に会議に出て、鄧小平ら国家のリーダーたちに接見などできただろうか？ 無名大学の出身者が有名大学の修士・博士を率い、「文化深圳」の建設に力を尽くし、全国ではじめての特区文化研究センターを率いるなどといった大事ができたでしょうか？⁶³

このように、人生の最後を成功で語るにより、人生という「冒険」を締めくくり、深圳の物語

⁵⁴ 上323-324。

⁵⁵ 深圳は「自由」というイメージで語られることが多い。文学研究者の王素霞は、娘に「お母さんは十年前、なぜ深圳に来たの？」と聞かれ、「自由と尊厳を求めて」と答えたという（『深圳：日光之下的文学虚構』海天出版社、2015「後記」）。

⁵⁶ 下233

⁵⁷ 上21

⁵⁸ 上47

⁵⁹ 下267

⁶⁰ 下342

⁶¹ 上46

⁶² 下267

⁶³ 中79

に華を添えるのである⁶⁴。

1.6 深圳への誇り

そして最後に、みなが深圳という都市への誇りを口にする。

〔歴史のある北京、外国との関係により繁栄した上海や広州に比べ：高橋注〕深圳には何があるか？ 深圳は都市建設前には単なる漁村であり、何もなかった。深圳は歴史に頼らず、舶来のものにも頼らず、全て新中国人民の手で作りに上げられたものである。各項目では広州と並び、香港をも抜く深圳は、「奇跡」ではないか！⁶⁵

もちろん、こうした深圳への誇りは、それを作り上げた自分への誇りにもつながる。ここに出てくる者たちは、みな故郷での「平凡」な生活を捨て、新しい土地での生活に身を投じた者たちばかりである。彼らにとって深圳は自らと一心同体であり、その発展は自らの成長と軌を一にしている。深圳は、彼らの人生そのものなのである。

2 労働者の楽園？

以上をまとめよう。深圳は、「労働者によって作られた新しい街」という、中国ではネガティブにしかかなりえないイメージを逆手に取り、都市ブランディングを行った。とくに使用されたのが、「労働者による口述」である。都市建設を担った者たちが「自らの言葉」で物語を紡いでいく。ここでは「汗水たらす労働」をむしろ積極的にアピールし、労働によって「奇跡」を成し遂げた自分たち、そして深圳の偉大さを全面に押し出していったのである。

さて、さまざまな地域からの流入民からなる都市という点、中国国内においてはなによりも上海が「先輩格」である。その上海がいかにして都市アイデンティティを構築したかについて、以前、拙見を述べたことがあるが⁶⁶、しかし上海イメージでは、基本的に労働は排除されている。上海を、というよりも民国期の中国を代表するイメージであろう「月分牌」に見られるように、そこでは優雅な消費者の姿が強調され、「労働」はまったくといっていいほど登場しない。

一方深圳が強調するのは、上海が排除した生活感である。中国各地から、希望を胸に抱いてやってきて、泥だらけになりながら都市建設に参加し、現在の大都市を作り上げた、そうした自負を持つ者たちの姿が、繰り返し強調される。

また中国において、あるいは世界各地において、その土地のアイデンティティを有するのは、通常「その土地で生まれ、育った者」である。成長後にある土地にやってきて、事業で成功し、その土地に多大な貢献をしたとしても、その人物は通常「余所者」の扱いを受ける。とくに中国におい

⁶⁴ 「移民の口述史」が往々にして成功物語となることについては、有末賢『生活史宣言——ライフヒストリーの社会学——』（慶應義塾大学出版会、2012）p. 243が指摘している。

⁶⁵ 上92

⁶⁶ 「上海事変をめぐる報道と上海人アイデンティティの形成——上海における社会・文化変容を通じて——」（『東方学』107、2004）。

ては、昔から「同郷意識」が強く、世界各地に出稼ぎに行く時も、頼るのは通常、同郷の者たちである。その同郷とはまさに「その土地で生まれ、育った者」であり、そのコミュニティがアイデンティティの核となる⁶⁷。

しかし深圳には、生まれつきの深圳人は(ほとんど)いない。みな、深圳人に「なった becoming」⁶⁸ 人々である。そして、深圳にやってきて、何らかの形で都市建設に従事した・している者たちは全員が深圳人である、という論理によって、深圳人となることの障壁は低くなる⁶⁹。

もちろん、深圳にかぎらず、地方から都会へやってきた者の物語は往々にして「成功談」である⁷⁰。しかし他都市における「成功談」は「(経済的) 成功者」であることがそれを語る条件なのに対し、深圳における成功談はそうした制約を持たない。『口述史』に出てくる人物たちには、「ごく普通」の者も多い(数としては「経済的成功者」が多いが)。しかし深圳においては、彼らも「成功者」である。それはすなわち、「深圳が世界的都市になったことこそが、成功の証である」という論理によって、である。元から繁栄していた都市に行き、その地で「成功」を収めるのとは違い、ここでは「都市(建設)」と「(都市建設に参加した) 個人」とが一体となっている。

さて、こうした「若者が血と汗と涙を祖国に捧げる」という物語は、いうまでもなく共産党中国の伝統的なプロパガンダでもある。雷鋒に代表されるであろうこうした若者の姿は、人民共和國建国後の中国ではお馴染みのものであり、であれば深圳に関する物語も「共産党中国の伝統的なナラティブ」に収斂させることも可能であろうし、深圳そのものが「共産党中国の申し子」といえる。

違い(あるいは「進歩」)を見るとしたら、深圳という都市を売り込む意図が全面に押し出されているところであろう。深圳は、共産党中国の「労働賛美」の様式の枠内にとどまりながら、そこに「都市建設」や「打工人」などの独自の要素を組み込み、それによって中国の他都市との差異化を図っている。そして「自分たちこそが共産党中国の理念を体現している都市なのである」という自負が、彼らの地域ブランディングの核であり、またアイデンティティの源泉となっているのである⁷¹。

以上のような「深圳物語」による都市ブランディングは、成功とっていいのであろう。前述のように、各種アンケートでも「住みやすい都市」「若者が集まる都市」等のランキングでつねに上位に位置し、いまや世界で知らない者はほとんどいない、といえるまでの存在になった。もちろ

⁶⁷ 中国人の同郷意識についてはこれまで多くの研究の蓄積がある。

⁶⁸ Wen-Hsin Yeh ed., *Becoming Chinese: Passages to Modernity and Beyond*, University of California Press, 2000参照。また1990年代後半の『深圳特区報』を中心に、深圳にやってきた青年がいかに「深圳人」になっていったかを論じたものにEric Florence, *How to Be a Shenzhen: Representation of Migrant Labor in Shenzhen's Second Decade*, O'Donnell, Wong and Bach ed., *Learning from Shenzhen: China's Post-Mao Experiment from Special Zone to Model City*, The University of Chicago Press, 2017がある。本稿執筆中に同論文を知り、意を同じくする同業者がいることを知り嬉しいとともに「先を越された」ことに失望もしたが、ただ同論文は1990年代の深圳を分析したものであり、本稿とは時期がズレているということで、諒とされたい。

同論文では、当初深圳の新聞記事で「盲流」として扱われていた打工人たちが、インタビュー記事によって「一生懸命に働く明るい若者たち」としてイメージされるようになる変化が分析されている。

⁶⁹ もちろん、前述のように、実際には戸籍の問題により、「深圳人になる」のは容易なことではない。

⁷⁰ 徐徳明「郷下人進城」的文学叙述」(原載『文学評論』2005-1、本稿では楊劍龍主編『都市文学』(上海人民出版社、2014所収による)。

⁷¹ 労働における都市ブランドとしては、潮州人が挙げられる。李嘉誠に代表されるような「白手起家(無一文から財を成す)」が潮州人の特徴であるとされ、またそれが潮州の「都市ブランド」とされてきた(志賀市子編『潮州人——華人移民のエスニシティと文化をめぐる歴史人類学——』風響社、2018)。が、いうまでもなく、潮州人の場合には「出自」が重要な要素を占める(今現在どこで働いているかは問われない)のに対し、深圳人は出自は問われず「今現在深圳で労働している者」を指すものであり、方向性が逆である。

ん、深圳の発展こそが人々を惹きつけ、都市ブランディングを成功させたともいえ、この両者の「どちらが原因でどちらが結果か」を厳密に分けるのは難しい。が、少なくとも、「深圳物語」がこの都市にポジティブなイメージを付与したことに、疑う余地はないだろう。

深圳を「先進的な都市」と「中国夢」⁷²の理想的なユートピア・「深圳夢」⁷³の花開く場所として提示することも可能であろうし、実際に深圳はそうやって都市ブランディングを行ってきたし、そしてそれは上記のように「成功」したといえる。

本稿は、『深圳口述史』というたった1種類の書籍でのみ論じた。もちろん、これが精度として不十分であることはいうまでもない。今後はさらに多くの関連書籍から、深圳の物語を析出していきたい。

3 「夢の終わり」もしくは「終わらない夢」

……とは書いたものの、しかしその作業を今後進めていくことに、今ひとつ気がすまないのも、事実である。もうおわりの通り、こうした物語は、もうストーリーも答えも決まっている。いくらこれ以上のサンプルを集めても、それは結局、こののっぺりとした深圳物語を補強することにはならない。

こうした深圳物語が陳腐だからダメだとか、語られた物語はすべてウソだとかいうわけではない。彼らの語る「成長物語」を読むと、感動すら覚える。しかしながら、いくら「口述」を標榜しようが、いくら大勢の声を集めようが、それらは結局、すべてが一つのストーリーへと回収されてしまう。オーラル・ヒストリーが「真実性」を犠牲にしてまで抗ってきた「公的な物語」に、彼らの「口述」はなんとも易易と結びついてしまっているのである。

深圳物語などのような「地域ブランディング」においては、まずは物語を作り上げ、それに合致する人物なり事例なりが集められる、という手法が採られる。そこから今度は「物語に合致する者こそが〇〇人なのである」もしくは「〇〇人であるからには物語に合致しなければならない」という「逆転」が起こる。地域活性化の現場では「地域住民は自ら進んで活動に参加しなければならない」と繰り返し説かれるが、これはまさに、「〇〇人であるからには物語に合致しなければならない」という逆転そのものである⁷⁴。

こうした物語は、当然ながら、容易にナショナルな物語にも回収される。「伝統」「国民性」といった物語を作り上げ、それに合致・賛同する人間こそが「〇〇人」なのである、という「ストーリー」は、ナショナリズムの姿そのものである。ナショナルな物語の枠を超えず、それどころか「自分たちこそがナショナルな物語の嫡子なのである」と競い合う姿こそが、現在世界各地で行われている地域活性化だといえよう。そしてそれを突き詰めると、住民一人ひとりが「ナショナルな物語」に賛同しているかを四六時中チェックされ続けるという、中国が近年、急ピッチで進めようとしている国家ぐるみのパノプティコンへと行き着くのであろう⁷⁵。

⁷² 「中国夢」に関しては、林望『習近平の中国——百年の夢と現実』（岩波新書、2017）等を参照。

⁷³ 「深圳夢」もよく目にするフレーズである。『深圳口述史』には表表紙に「春の物語 夢が始まる場所」と書かれている。

⁷⁴ 現在の日本では、「おもてなし」という物語が人々を縛り、苦しめているといえる。榎本博明『「おもてなし」という残酷社会——過剰・感情労働とどう向き合うか——』（平凡社新書、2017）を参照。

⁷⁵ 川島博之『習近平のデジタル文化大革命——24時間を監視され全人生を支配される中国人の悲劇』（講談社

こうした「物語」には、「外部」も、そして「終わり」もない。通常、本を閉じれば、あるいは(DVD等の)スイッチを切れば、物語は終わる。しかし、国家の、あるいは地域の物語は、その地に住む者の日常に侵入する。深圳物語がそうであるように、「そこに住んでいるからには、お前はこの物語の登場人物にならねばならない」と、強要され続けるのである。

こうした物語に対し、我々はいかなる態度を取ればいいのか。抗うすべはないのか、そもそも抗う必要もないのか。

4 「物語化する世界」で文学はいかに語りうるか？

深圳に氾濫する「深圳物語」に逆らい、冷水を浴びせているのは、「物語」の本家ともいえる、文学である。「深圳文学」は、「口述」による千篇一律の成功譚が語られ続ける深圳物語とは大きく異なり、哀しい色合いを色濃く帯びている⁷⁶。

例えば、21世紀初頭の深圳文学の代表とされる、薛憶鴻「出租车司機（タクシードライバー）」⁷⁷。夢と希望を抱いて深圳にやってきてタクシー運転手となった主人公が、夢破れて田舎に戻ることになり、深圳最後の食事をファーストフード店で済ませたあと、号泣する、という作品である。

あるいは、テレビドラマ化もされた、慕容雪村「天堂向左，深圳往右（天国は左へ、深圳は右へ）」⁷⁸。この小説は、冒頭、企業経営者の自動車事故から始まる。この事故で死亡するが、これは事故なのか、それとも自殺なのか。そこから彼の人生が語られる。地方の貧しい家庭に生まれ、苦学して大学を卒業した後、ガールフレンドとともに深圳にやってきて、経済的成功を取めるが、徐々に自分が何を目的にしているのかがわからなくなり、ガールフレンドとも別れ、精神的に追い込まれていく様を描く、という作品である。

これらの作品に見られるように、深圳文学においては、「深圳物語に乗りそこねた人間」「深圳物語という夢から覚めた人間」を描くのが、むしろ主流といえる。深圳物語の「外部」にも、しっかりと目を向けているのである。

繰り返すように、現代社会は物語に溢れている。我々は逃げ場のない環境下で、終わりのない物語の登場人物を演じ続けさせられている。そうした中、いかにオルタナティブな物語を作り出せるか。いかに「わかりやすい物語」に逃避せず、つねに「新たな物語」を紡いでいけるか。文学の可能性(の一つ)はそこにこそあるように思えてならない。

もちろん、文学にその力がある、というのはあまりに楽観的すぎるのかもしれない。また、文学がその責を負わねばならないというわけでもないだろう。しかしそれでも、つねに外部に目を向ける文学の想像力に望みを託すことも、あながちの外れとはいえないのではないか。文学を講じる者として、私もその可能性を捨てたくないと思っている。

+α新書、2018)。また *The Economist* 2018 May 31stはこのテーマの特集を組んでいる(“Does China’s digital police state have echoes in the west?” “China has turned Xinjiang into a police state like no other”)。

⁷⁶ 深圳文学については、拙稿「深圳に読む物語——文学を都市から救い出す? ——」(『野草』百号記念号編集委員会編『中華文藝の饗宴——『野草』第百号』研文出版、2018)を参照されたい。

⁷⁷ 原載は『天涯』2000-5。

⁷⁸ 元はネット小説であり、2004年に作家出版社から単行本化された。