

中国におけるメディアの多元化と日本人イメージの変化

—その変化に内在する「人間本位」意識のあり方を中心に—

Diversity of Chinese Media and Change in Perceptions about Japanese People: the role of Awareness of "Putting People First" in The Change.

楊 霜*・橋元 良明**

Shuang Yang, Yoshiaki Hashimoto

1. 日本人イメージに変化を起こす要素を問う

現代情報社会では、一般的に直接接触が困難である外国人に対するイメージの形成には、メディアが発揮する機能は極めて重要である。日本に関する情報の伝達においては、1945年終戦から90年代初期までに、政治問題を中心とするマスメディアと抗日戦争を題材とする映画が圧倒的な優位に占める主な情報源であった。90年代半ば以後、メディア業界が急速な発展を見せ、メディア情報の多様化が進んできた（後述）。それは日本関連情報提供に何らかの変化をもたらすと思われる。一方、政治・外交を中心とする中日関係のあり方も中国人の日本（国民）への見方と情緒に影響する要素である。中日国交正常化から35年を越えた年月において、両国の関係は必ずしも安定した理想的な状況にあるわけではない。戦争認識をめぐって時々起きる摩擦は両国の国民の間に新たな矛盾を引き起こす場合もあれば、友好的外交行事によって相互理解を促進する場合もある。2007年から、中日関係は全体として改善の方

向へ進み、続く2008年には、「暖春の旅」と喩えられる胡錦濤主席の日本訪問は以前の成果を踏まえて中日関係をいっそう推進したと見られ、その直後の四川大地震に積極的な救援活動を行う日本政府と民間の行為は中国人の間で話題になった。

日本人イメージの形成と変化に影響する要素が多数存在するが、本稿では上記の二つの要素、つまり中国社会のメディアの多元化と国際関係のあり方に焦点を絞り、それによってますます顕在化してきた「人間本位」意識がいかに日本人イメージの変化と関連するかを考察する。この問題に関して、メディアコミュニケーションの視角から扱う論文はほとんど見あたらなかったが、中国社会科学院日本研究所やマスメディアが行った世論調査結果、さらに日中関係を論じる文章等より参考になる資料を集めることができた。それらの資料に基づき、日本人イメージが中国メディア環境変化の中でいかに形成・変化しているのかを概観したうえで、中

*西南財経大学人文学院準教授

**東京大学大学院情報学環教授

キーワード：メディアの多元化、日本人イメージ、国際関係、「人間本位」意識、「読者」、草の根ブログ

日関係の変動と日本人の国際活動のもとで日本人イメージの変化を雑誌とインターネットの事例分析を加え、メディアの多元化と国際関係の

変動に促進された「人間本位」意識が日本人イメージの変化に中心的な役割を果たしていることを実証する。

2. 中国の情報環境の変化と日本に関する情報の多様性

2002年に社会科学院日本研究所が実施した第1次中日世論調査の結果によれば、日本人イメージについて、「仕事に勤勉」と「がんばる精神」が言及されたが、53.5%の調査対象者が「侵略者の日本人軍人」を挙げた。また、2008年に「中国日報」と日本の「言論NPO」が共同で行った第4回日中共同世論調査では、日本への印象について、首位に占めたのは「南

京大虐殺」である¹。50、60年代の日本人イメージより多様化してきたが、マイナスな部分が依然として大きいと見受けられる。これらのイメージ形成と変化はメディアとはどういう関わりがあるのか、以下、80年代以後のメディアの変貌を踏まえて、映画、ドラマ、インターネット、マスメディア報道の四つの分野でその一側面を概観しておく。

2.1 中国社会におけるメディアの多元化

1970年代末に始まった改革開放は広告の導入によってメディア業界で新たな道を開きはじめた。80年代を通じて、広告経営を中心とする経営多様化にともない、メディアは行政機関から脱皮し、事業機構と企業へ転換し、組織構造と経営の改革が次第に進んできた。90年代になると、新たな展開がみられつつある。新聞業界では、都市報（都市新聞）、晩報（夕刊新聞）、週末新聞、週刊紙などの新しいタイプの新聞が元来主役である党報（政府機関新聞）の優位を奪い、庶民生活にかかわる情報に重点を置くことで社会市民権を獲得している。テレビ放送において、1999年時点ですでに全国放送を行うチャンネル数は40以上に達し（中央テレビの8局にプラス31の省テレビ衛星チャンネル）、各地方テレビ局は3つ以上のチャンネルを設けることで²本格的な多チャンネル化を

実現し、2009年現在都市部では50チャンネル以上（中央テレビが提供する16チャンネルのほかに、香港系鳳凰テレビや地域テレビ局が増設した専門チャンネルがある）視聴できることが多い。ラジオ業界では、音楽チャンネル、交通チャンネルが特定ターゲットを獲得するのに成功を収め、雑誌業界においては多様化した文化系とファッション系雑誌が売店の棚を彩り、雑誌市場の細分化を進めてきた。加えて、90年代後半からインターネットが驚異的な発展ぶりを見せ、近年オンライン・コミュニティやブログなどを積極的に利用するネットユーザーも急増し³、ネット情報はいっそう充実するようになった。留学生を中心とする海外生活経験者の増加が外国に関する情報内容の多様性に貢献しているといえる。

2.2 メディアのありようと日本人イメージの形成・変化

(1) 映画による日本人イメージの形成とステレオタイプの残存

中国人の日本人イメージ形成は、抗日戦争を題材とした映画作品の日本人軍人役に基づいた部分が多い。中国で1930年代から80年代まで製作された日本関連の映画はほとんど戦争映画で、登場する日本人役は軍人役が大半を占め、残酷な悪人イメージに単純化されていた（『平原遊撃隊』（1955）、『地雷戦』（1962）、『小兵張嘎』（1963）、『地道戦』（1966）などが代表作品である）。しかも、当時中国の映画産業は政治文化面で多くの制限を受けているので、映画題材は乏しく、戦争映画は大きなシェアを占めていた。したがって、限られたメディア情報によって、多くの中国人は残忍性などの本性が日本人の国民性の固有部分であると認識し、ステレオタイプが形成されやすい。むしろ、ステレオタイプ化した、人格的な魅力に欠けるような映画・ドラマ作品の悪役描写は日本人役に限らない。国民党と共産党の闘争に扱う映画・ドラマにおいて、国民党側の人物も悪の面だけ強調するようにデフォルメした描き方が多かった。50年代から80年代初期までの作品ではとくにその特徴が目立ち、映画『南徴北戦』（1952）、『英雄虎胆』（1958）、『烈火中永生』（1965）と連続ドラマ『敵営十八年』（1981）などが代表的である。近年のドラマ（連続ドラマ『新敵営十八年』（2008）、『潜伏』（2009）など）の国民党役に対して、デフォルメした描き方の束縛を打ち破ったと誉める発言もその反証となる。1972年の国交正常化以後、両国協力で撮影した映画では一般市民の日本人役（例え

ば『一盤没有下完的棋』（1982、『未完の対局』）が登場しているため、日本人の新たな一面を提示しはじめた。

80年代以後、改革・開放路線のもとで映画内容が多様化しはじめ、製作本数も大量に増えた。北京映画制作会社を例にとってみれば、80年代以前の30年間において93本の映画を製作したのに対して、80年代の10年間を通して製作本数は倍増した⁴。一般市民の生活を反映する作品は映画マーケットに大きなシェアを占めるようになった。2007年11月17日に開催された中国80年代映画フォーラムで代表作として上映された8本の映画の中、戦争映画は1本（『一個和八個』1983、ほかの映画は農村生活内容の3本（『黃土地』（1984）、『孩子王』（1987）、『紅高粱』（1987））、都市部題材の4本（『黒砲事件』（1986）、『人、鬼、情』（1987）、『頑主』（1988）、『本命年』（1989））あった。しかも、社会思潮の多元化の影響を受けて、戦争題材の映画作品でも特定のイデオロギーのニーズに満たすための誇張的な描き方にかわって、人間本来の性格の多元性を反映する役作りが増えてきた。日本人に関して、戦争時代に生きる普通の人々の不幸を訴える映画も何本もあった（例えば、『天音』（『Thrown together by fate』1987）、『清涼寺鐘声』（『乳泉村の子』1991）、『云南故事』（『The Story of Yunnan』1993）、『精武英雄』（『Fist of Legend』1994）などがある）。さらに、2003年に上映された『天地英雄』（『ヘブン・アンド・アー

ス』)が堂々とした日本人武士を見せたように、日本人役の描写は画一化された戦争悪人の枠を越え、より多面的な人間性を示すのに機能していた⁵。ただし、戦争中の日本人軍人役の性格描写はあまり変化がないので、以前から形成された日本人のマイナス的なイメージが依然

(2) テレビドラマにおける日本人役の変化

テレビ放送の多チャンネル化にともない、ドラマソフトの需要が急増し、戦争関連の作品は一大ジャンルとなった。抗日戦争に関して、映画作品のドラマリメイク版を除き、近年放送された連続ドラマのなかで、日本人軍人役には新たなイメージで登場する者がいた。一例を挙げれば、『範家大院』（全41話）（2006年7月9日よりCCTV8で放送開始）の武田将校は話題になっている。作家、記者および評論家を兼ねる達日汗はブログで、阿威が演じた日本人将校武田は背が高く、上品で賢い人物で、スクリーン上のいままでの日本人軍人役のなかで最も格好良い軍人であり、彼のやさしい目つきは人々を感動させ、魅了したと書き、出演者の阿威が記者に発した言葉を引用した。「これは以前のような様式化、マンネリ化を破り、ドラマのハイライトとなり、人気の一因である」、「民族や国籍を別にして、“鬼”のような悪役でも他の役と同じく人間性の側面がより豊富に表現されるべきだ。彼らの感情、思考様式、そして愛に対する独特の悟りを含めて」という。一部のメディアと文化評論家は阿威が演じる武田将校のイメージが「一つの時代を開いた」、「中国の悪役の演じ方を革新するプロセスを推進した」などと評価し、褒める態度を隠さな

として中国人の心に根付いている。

一方、映画市場自体の萎縮とテレビ産業の拡大につれて、映像ソフトマーケットの中心は映画からテレビに移った。スクリーン上の日本人軍人役に起きた変化も、主に90年代以後急速に発展したテレビドラマで見られる。

かった。また、「日本人が本当に武田のようだったら、受け止められる」という書き込みから、人々の日本人イメージは芸術作品における描き方に影響される部分があると感じさせる⁶。

もう一つ最近好評を得ている『夜幕下の哈爾濱』（2008年4月中央テレビ放送『夜幕下のハルピン』）は人物の真実味で視聴者の心の琴線に触れた。正直で善良な日本人役玉旨一郎は人柄で人々に受け入れられ、出演者の演技も高く評価された。

このような客観性と理性追求する意図を込めた制作側の変化は一般市民の間で共感を呼び、視聴者側からの提言も積極的になった。中国新聞社サイトと台湾中央日報サイト（2008年12月9日付き）が転載している文章「中国の映画・テレビにおける日本人イメージは時代と共に進むべき」は次のような見解を述べている。

「中国人の日本に対する認識と理解は映画とドラマに多大な影響を受けているため、平和時代において、悪人ばかり描くのは日本を客観的に理解するには不利である。人間性が豊かな日本人役、例えば中国留学生を支援する日本の年配の方や、会社と仕事に忠誠心をもつ社員、そして家庭を支える主婦などを登場させるべきである」⁷。

映画・ドラマの日本人役の多様化とそれに対する評価からは、日本人イメージに多少の変化が見られた。一方、今日の国際コミュニケーションにとって重要な発受信ツールになって

いるインターネットではどのような状況であろうか、この点について、インターネットにおける日本アニメーションの受容と日本人イメージの関連状況を例にとって確認してみる。

(3) ネット上での日本アニメーション文化の受容とその影響力の限界

——現実社会で公的に言いづらい若者の日本文化好き

80年代から中国市場へ浸透しはじめた日本の流行文化（アニメーションをはじめ、漫画や音楽など）は、中国の「80後、90後」（80年代生まれと90年代生まれの世代への呼称）の若者の成長過程にともなってマーケットを拡大し、一部の若者の間で高い人気を博している。アニメーションについて言えば、中国最大の検索エンジン百度（Baidu）で検索すると関連項目は3,760,000件羅列されている。百度（Baidu）百科（ウィキペディアに似た中国語最大オンラインフリー百科事典）では日本アニメーションについて特徴（キャラクターや主題、ジャンルなど）、歴史、ランキング、発展ブーム、青少年が見逃せない11本のアニメ、流行の要因、上位100位の人気キャラクター、出版と表現様式などの項目で紹介されている⁸。挙げられた作品は、内容の概要からテーマ曲のローマ字表示と中国語訳文まで様々な情報が満載されている。文字紹介より映像のほうが数は多く、ほとんどがマニアたちによって制作された中国語の字幕がついている。また、百度の日本アニメーション・バー（bar）をみると、1030のテーマをめぐって7000近くのスレッドがある。タイトルを見れば、作品そのものに関する内容が多い⁹。しかし、日本あるいは日本人に対する見方に関するテーマであれば、たいてい喧嘩の“戦場”

になる。ただ、ここに集まるネットユーザーがほとんど日本アニメーションに興味を持つ人なので、異議を唱える人でも言葉遣いは比較的に激しくなく、極端な悪口は少ない。また、「一般市民を恨むべきではない」、「学習すべき」、「中国アニメーションが遥かに及ばない」¹⁰などの発言からは日本に対する親近感を示し、アニメーションに代表される日本文化を認める傾向が見られる。

しかし、日本アニメーションに対する好感は現実社会で公に言い出すのに勇気が必要である。筆者の一人である楊霜の授業に出た日本文化が大好きな大学二年生の話によると、インターネットのような匿名なメディアで日本文化が好きだと言うのでさえひどい目に遭うことがよくあるので、現実世界ではやはり黙ったほうがいいという雰囲気を感じる。上記の日本アニメーションバーのスレッドの中でもこういった経験が語られた（たとえば「友人が日本音楽を聴くと、クラスメートに叱られた…」¹¹）。したがって、一部の人とは同じ趣味を持つ人とコミュニケーションするとき、アニメーションそのものについて話し合い、それ以外の話題（とくに政治的な話題）はやめようと提言し、衝突を意識的に避けようとしている。

また、周囲の目が気になって、日本や日本人

どころか、日本文化さえ堂々とは言えないようである。民族間の戦争史を背景に、日本アニメーション好きの若者の多くは周りの意見と反発に配慮し、公的に日本文化が好きとはいわずらいのが現状である。若者の日本アニメーション鑑賞は、意識的あるいは無意識的に感覚的な鑑賞に止まることが多いと推察される。

一方では、アニメーションでよく現れる主な象徴的要素——着物、武士道、畳、桜、日本料理、富士山、東京タワーなど——は若者の日本認識に着実に一定の役割を果たしていると思われる。日本アニメーション文化や音楽文化など

(4) 対日報道：政治的フレームを超越する兆し

2005年以降毎年1回、4年連続で実施された日中共同世論調査の結果からは、両国の国民とも本国のメディア情報が、相手国を知る主要なツールであることがわかる¹³。1972年以来中日関係の不安定状態が目に見え、中国人の日本人イメージの底流に政治経済面の摩擦というマイナス的な部分が存在していると言わざるをえない。近年両国首脳は相互訪問によって友好関係を推進し、中国のマスメディアも政府の姿勢に協力し、友好的な雰囲気を作り上げている。

2007年4月の温家宝首相訪日を前に、「岩松看日本」（「白岩松が見た日本」）というタイトルのドキュメンタリーシリーズ（20回）が中央テレビ第1チャンネル（総合）の人気番組「東方時空」枠（放送時間は18時15分から7時までのゴールデンタイムで、一般市民の生活に重点を置く番組）で3月19日より放映されはじめた。中央テレビの人気キャスター白岩松氏は3週間ほど日本に滞在し、日本の各業界

によく接している若者の中に日本へ行ってみたい人も少なくない。日本アニメーションに触れたことのある大学生に対する調査結果¹²によると、桜と富士山は言及率ランキングの第1位と第2位を占め、靖国神社や南京大虐殺、抗日戦争など主流メディアでよく言及されるキーワードより上位にある。つまり、若者の間では、政治・イデオロギーとは別次元での日本・日本人に対する文化的な興味が強くなりつつある。ただし、その背景として、外交関係やマスメディア報道など様々な条件の考察が必要である。

の著名人（渡辺淳一、村上龍、浜崎歩、中曽根康弘など）にインタビューしたほか、アニメーション、落語寄席とか、ゴミと環境、防災などの社会問題にまでテーマを広げていた。話題を呼んだこのドキュメンタリーシリーズはネット上で多数の映像サイトで流され（一部の大学の構内ネットワークの映像ソフトデータベースにも保存されている）、関連文章も数が多い（グーグルでのウェブ検索結果で299000件あった）。

その続きとして、2008年胡錦濤主席の訪日期间中、中央テレビをはじめ、多くのメディアが特集を組んで、訪問の詳細を繰り返し報道した。徹底した「中日友好」報道によって明らかに好転した中国人の対日感情は、「四川大地震」関連報道によって拍車がかげられた。

一方、2004年にメディア改革の方向は「党が管理する」という方針が再確認され、中国のメディア環境と情報発信状況の行方はさらに

注目を集める。政府の姿勢、マスコミの報道と同調し、中国国民の対日感情や世論は比較的容易に変化する。メディア報道が政治的フレームを超えないかぎり、日本の現況を全面的に提示できないのではないかという疑問の声もある。これについて、白岩松氏は『南都周刊』¹⁴のインタビューでその特性を語っている。「中国メディアの日本報道は、日本メディアの中国報道ほどには、客観的できめ細かいとは言えない。歴史問題に多くを費やし、日本の変化の細かいところについての関心がきわめて少ない。その原因の一部は、視聴者・読者への迎合にあり、情緒的なものを超える勇気に欠けている。さら

に中国人の物事に対する見方は、往々にしてやや極端であり、白黒をはっきりさせる。問題を立体的にみる視角に欠けている。これも影響要素の一つであるかもしれない。大切なのは、情緒的な部分を乗り越え、客観性と理性に戻ることだ」¹⁵。

この発言から、それまでの中国メディアの日本報道の偏りに対する自省がはっきり見えただけでなく、これから隣国をよりよく理解するために視野を拡大し、より多様な情報を取り入れようとするメディアの変革姿勢がある程度伺える。

3. 「暖春の旅」、救援隊派遣をきっかけに活躍するポジティブな意見表明

——中日関係と日本の国際活動にともなう動き

今日の世界、政治面においても文化面においても、グローバル化は必ずしも国家（国民）間の理解を深めるわけではない。歴史認識問題などを含む複雑な中日関係はむしろ国民の相互理解に影響する重要な要素であるに違いない。

中日関係について、学界では一般的に政治、外交、経済、文化と四つの部分に分けて研究されている。政治分野で、金熙徳によれば（金、2008）、1978年「中日平和友好条約」以来の30年間は平和友好、政冷（政治関係が冷え込んでいる）、新たな暖春と三つの時期に分けられ、それに対応する世論も友好の雰囲気、相互の感情悪化、互いの再認識という変化が見られた。中国社会科学院日本研究所が実施した世論調査によれば、中国民衆の日本に対する好感度は2001年～2006年の期間では最悪の10%以下

に落ちた。

近年の動きとして、2006年安倍晋三首相の「氷を割る旅」と、2007年温家宝総理による「氷を融かす旅」を経て、さらに福田康夫首相の「迎春の旅」に続き、2008年5月には胡錦濤主席が5日間の「暖春の旅」を行った。暖かい春のような中日両国人民の友情が永続することを心から願い、「相互信頼を増進し、友情を強め、協力を深め、将来の方向を定め、中日の戦略的互惠関係を全面的に推進すること」を目的とした今回の訪問は、「日中共同声明」の締約によって中日関係の新たな位置づけと方向付けを定め、戦略互惠関係の実質的な展開に積極的な姿勢を表明した。2007年の中日関係発展の特徴を「新たな出発点に立った中日関係の開局は良好で、正常な発展の軌道に戻る年だ」とい

うなら、2008年は協力関係が達成に実際の行動によって証明されたと言いうる。

2008年に実施された第4回中日共同世論調査によると、胡錦濤主席の訪日に伴う両国首脳会談について、中国の学生58%と一般市民80%が「効果が大きい」と答えた。それに対して、日本市民は21.5%、知識層は66.3%が「効果が大きい」とした。中日関係の今後について、わりと楽観的な態度を示す中国の学生は64.9%、一般市民は82.3%にのぼり、後者について前年の73.1%に比べてやや増加した¹⁶（前年の学生は65.9%）。中国市民が日本市民より政治行事の重要性を高く評価する傾向があるといえる。

2008年における中日関係において、もう一つ言及しなければならない重大な出来事があった。それは周知のように、2008年5月12日、胡錦濤主席訪日の直後に四川大地震が発生したことである。被害規模が阪神淡路大震災の10倍以上になるこの大地震は、世界各地から義援金をはじめ様々な形の援助を受けていた。そのうち、日本政府と民間の積極的救援行為が中国人に深い印象を残した。とくに日本救援隊の気高い人道精神とプロ意識は中国人から高い評価を受けた。

検索エンジン百度（Baidu）で日本救援隊について検索したところ、398,000件がヒットし（ほかの訳語、例えば「日本捜救隊」で検索しても46900件があった）、Google中国語版では449,000件あった。それに比べて、ロシア救援隊の検索結果はそれぞれ194,000件と343,000件あった。いずれも日本救援隊に関する情報量のほうが多く、中国国内に最もよく使われる百

度（Baidu）では大差があった。ここから中国人は日本救援隊により多くの関心を払っているといえるだろう（ちなみにヤフージャパンでは「日本救援隊&中国」の検索結果は930,000件）。

胡錦濤主席が7月8日に（北海道洞爺湖G8サミットに参加する期間中）、日本救援隊および医療チームの代表と会見した。会見で、胡錦濤主席は「日本救援隊が最初に被災地に駆けつけた国際救援隊であり、彼らの目覚ましい救援活動に、中国国民は強い感銘を受けた」、「中国人民は永遠に覚えている」¹⁷と述べ、感謝の意を表した。

被災地への救助期間中、『人民日報』をはじめ『解放日報』、『文匯報』など大手新聞社は主要紙面で日本救援隊の被災地における懸命な努力、日本国内での募金活動などを報道した。

『国際先駆導報』（新華社通信系の新聞）は日本救援隊に関して、5月19日に「見捨てない、諦めない」をタイトルとする現場報道記事を第2面で全面掲載した。昼夜を問わず救援活動にあたる勤勉な姿や最新の装備、被災者の感謝の言葉などを紹介し、「救援活動を通じて両国の国民感情に変化が生まれている」とまで書いた。中央テレビ局、鳳凰テレビのニュース報道番組では日本救援隊・医療チームの活動に注目している（多数の映像がネット上で流されている）。

日本人の人道主義的な行為は政府とメディアに高く評価されただけでなく、多くの中国国民にも感謝されている。日本政府および現地日本企業の迅速な対応、日本救援隊活動の写真、救助行為の詳細がネット上で広く伝えられ、尊

敬と感動の言葉が溢れる。日本の声援と救助行動は「もう一つの日本」を中国人に発見させたと言われるほど、中国人の日本人観を変化させるきっかけになり、日本の援助に感謝する声がネット上に沸き起こった（具体例は後述する）。

中国人の日本に対する態度変化について、北京大学留学経験のある加藤嘉一氏のブログが一つの裏付けとなる。「香港系フェニックスサイト（鳳凰網）のブログで、中国の社会問題、日中関係、国際情勢などについて日々、コメントしている。日本人としてモノを言うだけに、読者からの反応は厳しく、しばしば「お叱り」を受ける。胡主席の日本訪問期間中、私も多くを語ったが、読者からの評価は「褒め一辺倒」だった。『日中友好万歳』『中国人は日本人を尊敬している』『お前は日中の使者だ、がんばれよ』など。感情的に罵るようなコメントはほとんど見られなかった。（中略）『日本人はやっぱり優秀だ、歴史の壁を越えよう』。日本が外国で初めて救助隊を被災地区に派遣することが決まってから、中国の対日世論は更なる

4. 「人間本位」意識と日本人イメージ

上述したメディアの多元化に伴って浮かびあがってきた「人間本位」意識は、近年中国指導層が核心として科学的な発展観に盛り込んだ「以人為本」（「人をもって本となす」）の信念と共通する底流として注目されるべきである。一方、大地震のような突発災害は、多数の

「うねり」を見せ始める。日本の行為を肯定・評価し、日中関係の未来を楽観視する声がネット上に溢れた。これまで、日本人であるが故に、日本批判の標的にさらされてきた私。だが今回は逆に、中国国民は一国民に過ぎない私を通じて日本に対する感謝の意を表現した。感謝メールは1万通を超えた¹⁸。

また、駐華公使の道上尚史氏は中国人からの多くの電話を受けたことに感動したといい、大使館職員も中国人から感謝の電話を受けたという。

総じて、2008年から中日関係は友好感情と共同利益を推進する新局面を迎え、「氷を割る」以来の「回復的な発展」から「暖春」のもとで「実質的な発展」段階に入った。改善された中日関係の影響を受けて、災害に遭遇したとき日本人の友好行為に感動した中国の一般民衆は、日本・日本人に対して、より客観的で冷静と理性的な態度で見ようになり始めた。2008年5月以後、日本に関するポジティブな情報が明らかに優位を占めている。

命を奪ってしまう残酷さを持つだけに、人間性を問うきっかけになる。本章では四川大地震における日本人の救援行為をめぐって、メディアの情報発信のありよう、「人間本位」意識、日本人イメージの三者の関連を、雑誌とインターネットの事例分析を通じて考えみたい。

4.1 世界で共通する人間性の良さに訴える

——人間性の良さを求め続け、多元的文化共存を図る『読者』の役割

人間性をめぐって議論が盛り上がるなかで、人の心を揺さぶるストーリーを通じて人間性のよさを伝え、独自の役割を果たしている雑誌があり、『読者』はその代表の一つである。『読者』が2008年10月発行の第19号に載せた「一人の日本人兵士」を例にとり、雑誌の国際コミュニケーションにおける役割を考察したい。

「一人の日本人兵士」（原文題名「一個日本小兵」）は事実に基づいた話で、1942年大連のある牢獄で、一人の日本人兵士が中国人の赤ん坊を世話して生きる力を与えたことを描き、兵士の素朴さと優しさに感銘を受けた心境を表した。文章の最後で、作者は名前も知らない兵士が戦争に命を奪われていないように祈り、彼の人間性にある気高さと良心を謳え、それが人類の希望の拠りどころだと確信している。

この文章の影響力の大きさがある程度判断させる背景的な資料として、まず『読者』雑誌の概況を紹介しておく。

『読者』は1981年創刊され月2回刊で、全64ページの総合文化誌であり、エリート文化と大衆文化の完璧な結合だと賞賛される人気雑誌である。1994年に年平均発行部数347万冊と中国雑誌ランキング第1位に躍進し¹⁹、2000年より2006年まで、7回連続で首位を確保してきた（2006年4月には1003万冊に達した²⁰）。国際雑誌連合（FIPP）の2004年統計結果によると、『読者』はアメリカの『READER'S DIGEST』、『NATIONAL GEOGRAPHIC』、『TIMES』に続き、発行部数は世界で第4位、アジアで第1位を占め

た²¹。この誇らしい成績によって、中国雑誌ブランドNO.1と誉められている。『読者』の編集長がアメリカ『READER'S DIGEST』の理事長に「我々は持続的で人間性的なものによってファッションとホットトピックスに勝った」と言ったように、人道的配慮に固執することで市民権を獲得した。央視索福瑞会社²²と『中国青年報』²³のそれぞれの調査と推定によれば読者数は2億人に上る。

『読者』は、世界で共通する人間性の真、善、美の側面を強調し、開放性、寛容性のある文化を提唱する。大学生を中心に高校以上の教育レベルに達する青年を主要ターゲットとし、「人間は互いにいっそう理解して信頼する存在になること」を目指している。『読者』が転載する外国文章の大半は欧米系のものであり、日本の作品が比較的少ないが、「一杯のかけそば」²⁴のような多大な影響力を持ったものもあった。

『読者』の日本関連作品の掲載近況について「暖春の旅」と四川大地震を境に期間を区分して調べた結果、2008年6月から2009年現在までの18号²⁵の中で、日本救援隊に言及したような内容的に関連があるもの²⁶を除いても、日本関連の文章は17作あり、平均1号に1作の頻度での掲載である。中国人が書いた日本文化・日本人に関する文章と日本人による作品の二種類に分けてみると、前者は10作あり、後者は7作ある。これは2008年1月から5月までの前半10号に6作あるのに比べて、掲載数は増加している。また、前述した「一人の日本人兵

士」にある日本人軍人の善意的な行為の描写は内容が珍しいだけではなく、『読者』のウェブサイトで行われる「最も好きな作品」オンライン調査によると、当月号55作の中で12位にランキングされた。ほかの日本関連作品のランキング順位と比べても上位にあることから、注目度の高さがうかがえる。

そこで、2008年の日中関係だけではなく、近年中国社会全体の環境変化に注意すべきことがあると指摘したい。中国の政治・文化環境の変化を代表するシンボルは「以人為本」のスローガンである。「以人為本」は2003年10月の中国共産党第16期中央委員会第3回総会で中央文件に盛り込まれた言葉で、「和諧社会（調和のとれた社会）」、「科学的発展観」とともに現在中国社会の発展において最も重要な理念と目標として提唱され、しかも「科学発展観」の中核となすスローガンと位置づけられる。「以人為本」は「人間第一」を意味し、政

4.2 ネット上日本関連情報にみる「人間本位」精神——草の根ブログを中心に

中国互情報息中心（CNNIC）が2009年1月に公表した「第23回 中国インターネット発展状況に関する統計報告書」²⁷によれば、2008年末現在、インターネット普及率は22.6%で、ネットユーザー人口は2億9800万人に達した。そのうちブログを持っているネットユーザーは全体の54.3%を占め（2007年末より11.7ポイント増加した）、1億6200万人の計算になり、ブログの影響力もいっそう強くなっている。

前述した日本救援隊に代表される四川大地震への日本政府と民間の救援活動に対して、中国のネット世界でブログをはじめ多様な情報発信

治面と文化面における影響が多岐である。政治面では「階級闘争を要とする」元来のイデオロギー論調の陰影から完全に抜け出たことを示し、文化面では多様な文化、能力、個性を持った個人々人を尊重する新たな価値観の確立に影響し、情報発信の多様化につながる。人々の言論（少なくとも公的に発表する意見）の表現は政治的環境と大いに関連するのは歴史的な経験から明白である。

人間性への尊重は以前から『読者』の宗旨であるが、戦争の恨みがある日本人に対してはそう簡単に言えるわけではない。「一人の日本人兵士」に表明された心境は中国の政治文化環境と中日関係と切り離して見ることができない。つまり、『読者』の記事選択のありようは社会環境と関連する部分があり、中国の政治文化環境、中日関係、大衆世論など社会環境的要素に複合的に作用されているといえる。

が見られた。ここで具体例を挙げながら、日本人イメージにおいて人間性への重視を強調する見方を紹介する。

救援隊や募金行動をもとに、今日の日本人の品格について意見と感想を述べるスレッドが多い。最も反響を呼んだ話題として、5月18日に新浪（ポータルサイト）画像ニュースコラムに掲載された救援隊隊員が黙祷する写真のことが挙げられる。通常あらゆる事柄に於いて、人々の意見や反応は多様である。しかし、この画像ニュースを見た中国人は一斉に賞賛した。また、百度のBBSでは「日本救援隊パー」

(331のテーマがあり、3333のスレッドがある)²⁸が作り上げられ、日本救援隊を中心にする会話が交わされる。

個人のブログの例を見ると、王学進氏(常に社会問題に関心を払い、評論を書き続けている)が書いた文章「今回、日本救援隊が我々に教えてくれたこと」は多く転載される。「日本救援隊隊員が中国の母子の遺体を丁寧に扱い、黙祷する写真は、17日に各ウェブサイトで転載された男が妻の死体を自転車に乗せて家に戻る写真と同様に社会を震撼させた」、「遺体を丁寧に包み、二列に整列して黙祷する場面は大和民族の一貫した厳格さ、真面目さと執着を見せてくれた・・・(中略)どんな複雑で困難な状況にあっても、生きている人と同じ様な態度で死者に対しても尊敬の念で接する。死者に対し、最後まで人間の尊厳を保つ。これは最低限の生命の倫理である。この点について、日本救援隊が適時に教えてくれました」、「日本救援隊は、自国の国民に向けて行なう儀式を、見ず知らずの中国の母子に行った。彼等の眼中には、生命の価値は人種や国境や信仰を超え何のものにも代え難い至上のものである」、「この種の行為はヤフージャパンで見た多くの日本人が残した被災地の人々に同情するメッセージと同じ精神と趣旨を伝えた」²⁹。

もう一例として、劉衛兵氏が1998年に出版した『日本人印象』(写真集)と関連文章を救援隊派遣後にブログで公開したことが挙げられる。彼は紹介文の冒頭で、「中国の遭難者に対して救援隊メンバー全員が黙祷する場面は、多くの中国国民を感動させた」「いま、私が10年前に撮影した『日本人印象』写真集と当時書

いた文章の一部をここで公開し、皆さんの日本、日本人および中日関係への関心と研究を呼び起こしたい」³⁰と書いた。

ネット上に「感動」、「感謝」などの言葉が溢れていて、「日本人は嫌いであったが、日本人への見方が一変した」、「日本人がとても好きになった」、「歴史を忘れないと同時に、今の身の回りのことをよく見て考えるべきだ」といった発言もよく目にする。

この内容は多くのブログに転載されている。日本政府の寄付行為と日本のメディアが払う関心からネット上にある一般市民の書き込みまで詳しく紹介し、四川大地震発生後日本側の振る舞いを賞賛する文章である。文章は、「一刻も早い災害派遣を望む、地震後48時間が勝負」、「何の罪もない子供たちが多数犠牲になっていると知って、とても胸が痛いです。1人でも多く、早く、命が助かることを愿えます」(百度で後者のウェブ検索結果1020あり、ヤフージャパンでは560あった)などの発言を引用し、多くの日本人が救助隊の派遣に心から支持し、一人でも多くの中国人を救うことを願っていると紹介している³¹。

また、日本の高校生が街頭で救援募金を行う映像が中国の多数の動画サイトで流れている。搜狐(ポータルサイト)のビデオブログでは、この映像に関するスレッドは百に近く、ほとんどの内容は感謝、感動の気持ちを表すものである。善を尊重し、友好を呼びかける声が多く、自分の体験したことを紹介する内容もある³²。

もう一種の国際関係に緊密にかかわる声があった。日本と韓国のネチズンの発言を比較するブログは40以上のウェブページで転載され

ていることである。このブログはヤフージャパンと韓国のウェブサイト³³にあるスレッド（日本の部分は原文があり、韓国の方は訳文とリンク先がある）を掲示している。5月下旬に韓国大統領の中国訪問はちょうど大地震発生後の救援時期にあたる。韓国のウェブサイトでは地震と訪問に関連した、中国人を激怒させた発言があり、日本の支援とは正反対である。日本のネット発言はほとんど関心と同情を示すのに対して、韓国のネット発言に他人の不幸を喜び、中国の救援活動に不満を表したようなものもあり、巨大な災難に遭遇した中国人としては許せない側面をもっていった³⁴。

むろん、救援活動をきっかけに日本と日本人へ好意的な発言がネット上で溢れている中、「感謝はすべきだが、国家の恨みを忘れてはならない」、「偽善」³⁵といった警戒、不信、さらに批判的な発言が少ないながら存在した。ただし、今回のように多くの人が日本人の善意を高く評価し、敵対的な発言に堂々と反発したり、日本人を客観的に冷静的に理解しようと呼びかけたりするのは、1945年以来はじめての

5. むすび

90年代後半からメディアが多様化するにつれて、情報発信がより自由で多様になっている。映画・ドラマにおける人物描写の客観性と役作りの革新から、生活文化系雑誌の人間性の良さを求め続ける執念まで、より真実に接近しようとする努力がみられる。また、日本文化の中国市場への浸透は中国人（若者を中心）の日本理解に新たな素材を提供している。ステレオタイ

ことであるに違いない。

以上のような様々な形で日本人の善意を広く伝達する中国人のネット行動自体は、少なくとも日本人の良し悪しを判断する基準について反省すべきという意味を伝えているのではないかと思われる。「中国人が政治以外の問題について反省すべきだろう、とくに“人道”の二文字」、「多くの国では中国人を敵視する人がいる、多くの国では中国人が好きな人がもっている。人道主義は大波の如く、土砂を浚い、埃を取り除く」³⁶、「日本などの国の人道主義救援に感謝！そこにいる善良な人々に感謝！」³⁷、「日本政府にしても、救援隊や日本国民にしても、最初の出発点はいずれも人道主義である！それは人間性の中に善良さの表しである」³⁸など人間性や人道に関心を払い、客観と冷静を強調する発言は目立つ。これをきっかけに一部の中国人が日本人を見るときに、常に政治・歴史に関連して判断するのではなく、具体的な出来事に関連する一人一人の行為（言論）に注目し、個人レベルで、人間性の次元で判断する態度をとるようになったと見受けられる。

的な日本人イメージは、依然としてマイナス的な部分が存在するが、これらの要素の複合的な作用によって変化を見せつつある。

最近、両国関係の好転と日本の救助行動により両国民間の「零距离接触」は、日本に好感を持つ人の意見表明により自由な言論環境を提供し、依然反感を持つ人にも客観的で冷静な態度形成を促すと考えられる。そこで特筆すべき

なのは、マスメディア報道が依然として多様性に欠けている現状のなかで、インターネットを中心とする草の根コミュニケーションが果たす役割は極めて重要だということである。

インターネットは人と人との架け橋の役割を果たすのにより便利なプラットフォームを提供し、個人の体験を広汎に伝達させるのに大いに役立つ。ただし、情報源の種類と信憑性などを考えると、インターネットだけに頼るのは不十分であり、マスメディアの報道姿勢の変化と情報伝達の責任が期待される。

一方、政府が「以人為本」を提唱するような

状況と、人々が本心で事実の良し悪しを判断するような内面的な思考とが融合し、それによって中国社会では人間性を重要視する意識が強くなりつつある。しかも、このような意識は多元化するメディアによって表現され、日本人イメージを含む国際理解にとって大切な要素になる。

今後の両国国民の相互信頼と理解に影響する要素を考える際には、政府、メディア、一般市民の三者の動的関係により注意を払うべきだと思われる。

註

- 1 第1次中日世論調査は2002年9月下旬から10月上旬にかけて行われ、中国全土にわたる220の市・県で3400部の調査票を配布し、3157部を回収した。中日共同世論調査は中国日報社と日本の非営利団体「言論NPO」が2008年6月から7月にかけて実施したもので、中国側は北京、上海、西安、成都、瀋陽の5都市の市民1557人と北京大学を含む5大学の学生1037人が参加し、日本側は1000人の市民と400人のインテリが参加した。
- 2 『中国広播電視年鑑』（国家ラジオ映画テレビ総局主管）中国伝媒大学出版社 2001年版
- 3 中国インターネット情報センター（CNNIC）（<http://www.cnnic.cn/>）は1997年よりインターネット発展状況統計報告を年2回の頻度で出している。歴年のデータはサイト数もユーザー数も幾何級数的に増加したことを示している。
- 4 劉健宏「中国電影市場的機会和構成」伝媒學術網（コミュニケーション・メディア學術サイト）
<http://academic.mediachina.net/article.php?id=2350>
- 5 倪駿、張超「歴史的印痕—中国電影中的日本人形象」『世界知識』2005年第20期p18-21世界知識出版社
- 6 光頭阿威：演繹反派經典 <http://blog.bfxb.cn/?uid-624-action-viewspace-itemid-18820>
- 7 「新華僑報：中国影視的日本人形象应与時俱進」<http://www.chinanews.com.cn/hb/news/2008/12-09/1479240.shtml>
- 8 「日本動漫」百度百科事典 <http://baike.baidu.com/view/495014.htm>
- 9 百度貼吧>動漫周邊>日本動畫吧>主題列表 <http://tieba.baidu.com/f?kw=%C8%D5%B1%BE%B6%AF%BB%AD>
- 10 「大家为什么要恨日本人（平民）？」<http://tieba.baidu.com/f?kz=291028979>
- 11 「***喜欢日本动漫的人进***（让我气愤的事）」<http://tieba.baidu.com/f?kz=289111054>
- 12 王維 程淼「日本动画对中国青年的文化影响力」伝媒學術網 <http://academic.mediachina.net/article.php?id=5285>
- 13 「民調顯示多數日本知識階層人士認為日中首腦會談富有成果」新華網國際ニュース
http://news.xinhuanet.com/world/2008-09/08/content_9864888.htm
- 14 『南都週刊』は広州にある南方日報グループの傘下にある有名な週刊誌である。
- 15 「我们对日本缺乏超越情绪的勇气」『南都週刊-生活報道』第112期電子版2007.4.13
<http://nbweekly.oooo.com/Print/Article/146.14.567.0.shtml>
- 16 「中日共同世論調査（2）首脳会談は重大かつ効果大」人民網日本語版2008.9.9 <http://j.people.com.cn/95911/96020/6547994.html>
- 17 「『胡锦涛在日本会见日本救援队和医疗队代表』（新華社2008.7.8）人民網 <http://politics.people.com.cn/GB/1024/7483773.html>
「中国人民将永遠記住你们！」——記胡锦涛主席会见日本國際救援隊、國際醫療隊代表」



楊 霜 (よう そう)

中国人民大学国際関係学部卒業。東京大学博士(社会情報学)。現在、中国西南財経大学准教授。専攻はメディア論、コミュニケーション論。主要著作として、「市場競争とともに発展する中国のテレビ放送」(『マス・コミュニケーション研究第58号、2001年』)、「中国の衛星放送に対する一考察」(『情報通信学会誌 第67号、2001年』)、『コミュニケーションの政治学』(共著：慶応義塾大学出版会、2003年)、『テレビメディアの政治経済学』(知識産権出版社、2010年)など。



橋元 良明 (はしもと よしあき)

1978年東京大学文学部心理学科、1982年同大学大学院社会学研究科修士課程修了。東京大学社会情報研究所助教授を経て現在、東京大学大学院情報学環教授。コミュニケーション論、社会心理学専攻。著書・論文に『背理のコミュニケーション』(勁草書房)、『コミュニケーション学への招待』(編著、大修館書店)、『ネットワーク社会』(編著、ミネルヴァ書房)、『メディア・コミュニケーション学』(編著、大修館書店)、『ネオ・デジタルネイティブの誕生』(共著、ダイヤモンド社)等。

Diversity of Chinese Media and Change in Perceptions about Japanese People: the role of Awareness of "Putting People First" in The Change.

Shuang Yang*, Yoshiaki Hashimoto**

Abstract

Against the background of rapid evolution in information environment and international relations, this paper analyzes impact of a diversity of information provided by pluralized media on the perceptions of Chinese people about Japanese people. Based on the case that the Internet provides a convenient platform for showing awareness of "putting people first", significance of grass-root communication in promoting international communication is deliberately discussed.

The analysis documents a trend that with the diversified information about Japan from various media, the perceptions of the Chinese people about Japanese people are multi-faceted and more objective and realistic.

*Southwestern University of Finance and Economics, School of Humanities

**The University of Tokyo Interfaculty Initiative in Information Studies Graduate School of Interdisciplinary Information Studies

Key Words : Diversity of Media, Perceptions about Japanese people, International relations, Awareness of "Putting People First", Reader, Grass-root blog.