

現代中国人が抱く対日イメージの形成における 情報源の役割

The Effect of Information Sources on Modern Chinese Images to Japan

江 暉*

Jiang Hui

1. はじめに

本稿は中国人の「対日イメージ」という現実問題に焦点を当てたい。ここ数年、日中両国の間に政治的、外交的摩擦が多発しており、緊張関係が高まる中、両国民の相互イメージがますます重視されており、様々な次元で語られるようになった。日本社会において、暴徒化までエスカレートする「反日」デモを繰り返している中国人は日本に対して深い憎悪を抱いているという「反日論」が定着する傾向にある。学術的に明確な定義づけをされているわけではないが、「反日」とは、社会通念上「日本の一部または総体に対して反対する感情・言論・行動の総称である」と理解されており、これまで多くの研究に目が向けられている。またそれと関わって「反日」感情の形成に関する議論も散見できる。中では、中国共産党が主導する「愛国教育」を主な原因とする見方が多くみられ、とりわけ学校の歴史教育（古森，2001）及び「反日ドラマ」、「反日映画」（武田，2005；水谷，2005）に対する批判が際立っている。

る。

しかし、中国人の対日イメージを単純に「反日」の一言に収斂できるのか、という疑問が浮かび上がる。これを明らかにしない限り、その形成過程を検討するのは無理があるだろうと言わざるを得ない。また、人間の「態度」形成の要因として、「個人のパーソナリティ」と「欲求充足の過程」という内的原因の他に、「情報への接触」と「集団からの影響」などの外部からの影響が指摘されている（Krech他，1962；榊，2004）。「態度」研究の延長線上にある外国イメージの形成に関しても、実際に教育やマスメディア、説得的コミュニケーション、直接接触などの情報源の効果が検証されている（御堂岡，1990）。これに基づいて考えれば、現時点では中国人の対日イメージの形成過程に対して行われた考察は内容的に体系的且つ充分であると言え難い。また、研究方法の側面から見ても、上述の先行研究は歴史教科書やドラマ、映画に対してある程度内容分析を行っているもの

* 東京大学大学院学際情報学府博士課程

キーワード：対日イメージ、情報源

の、情報の受け手の立場から検証していないという問題点が無視できない。すなわち、現在の中国人の日本に関する情報源を全面的に把握することが現実的に要請されていると言えよう。

そこで、本稿はまず中国人の抱く対日イメー

ジの現状を示した上で、情報源の利用という側面からイメージの形成プロセスにアプローチし、実証的な考察に基づいて両者の関連性を明らかにしたい。

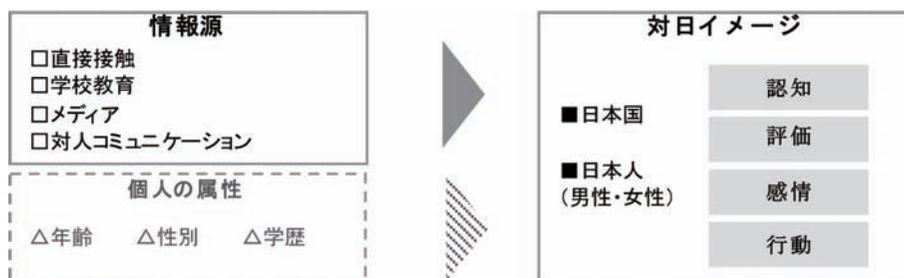


図1. 本研究のフレームワーク

2. 研究方法

2.1 調査の概要とサンプルの構成

本稿は著者が2012年5月から6月にかけて中国で実施した質問紙調査の結果を用いて分析を行う。調査はランダム・ロケーション抽出法に基づき、中国本土の全7地域（東北と華北、華東、華南、華中、西南、西北）で、地域ごとに省一つ、省ごとに市一つ、市の都市部ごとに区一つ（またそれに準ずる行政単位）、区ごとに大型集合住宅二つ（内の一つは予備用）をランダムに抽出し、留置回収法と集合調査を併用して実施した⁽¹⁾。有効回収数は合計1152票、全体回収率は59.6%となる⁽²⁾。サンプルの詳細構成は文末脚注⁽³⁾を参照されたい⁽³⁾。中

国の「第六次人口調査」の結果に比べ、今回抽出したサンプルにおいて20代、30代及び高学歴者の比率が高いことは否めない⁽⁴⁾。これに関して、本調査は教育が発達している都市部でサンプリングしたことが主な原因として挙げられ、加えて国際事情やメディア利用に関する合計41問の質問項目を含めた今回の調査票は、分量的にも内容的にも低学歴者や高齢者にとって大きな負担となることも回収率に影響を及ぼしたのではないかと考えられる。以下では、このサンプルの特徴を念頭に入れながら考察を進めたい。

2.2. 使用変数の説明

2.2.1 対日イメージの実態

御堂岡（1990）の指摘によると、「外国イメージ」は具体的に「認知」（対象の属性についての概念）と「評価」（優劣についての評価）、「感情」（好悪の感情）、「行動」（対象に対する行動意図）という4つの要素から構成されている。この知見に基づき、「好感度」を重視するこれまでの研究と異なり、本研究は調査で「認知・評価」と「感情」、「行動意図」の多指標を用いて対日イメージを測った。また、日本を含む8ヶ国を比較し、国と国民、国民では男性と女性を区別してそれぞれに対するイメージを考察したのも本調査の特徴と言える。

具体的に、「認知・評価」要素の測定は日本に関する9組、日本人に関する18組のSD項目を用いた⁽⁵⁾。「感情」要素は「好感度」尺度、「行動意図」は「警戒度」（「日本に対して

警戒を持つべきだと思うか」と「模範度」（「日本を見習うべきだと思うか）、「親密志向」（「今後日本ともっと協力して、親密な関係を築くべきだと思うか）、「関心度」（「日本に対して関心を持っているか）、「社会的距離」（日本での「短期滞在」と「長期居住」の希望、及び「日本男性に対する行動意図」と「日本女性に対する行動意図」計4項目⁽⁶⁾）の5つの尺度を用いて五件法で考察した。

図2は日本を含む8ヶ国に対する「認知・評価」の平均得点を示している。全体として、発展途上国に比べ、日本の先進的要素が高く評価されているものの、先進国の中では最も脅威な存在として認知されていることが印象的である。日本の得点に因子分析をかけると、「脅威性」と命名し得る第1因子と「先進性」と命

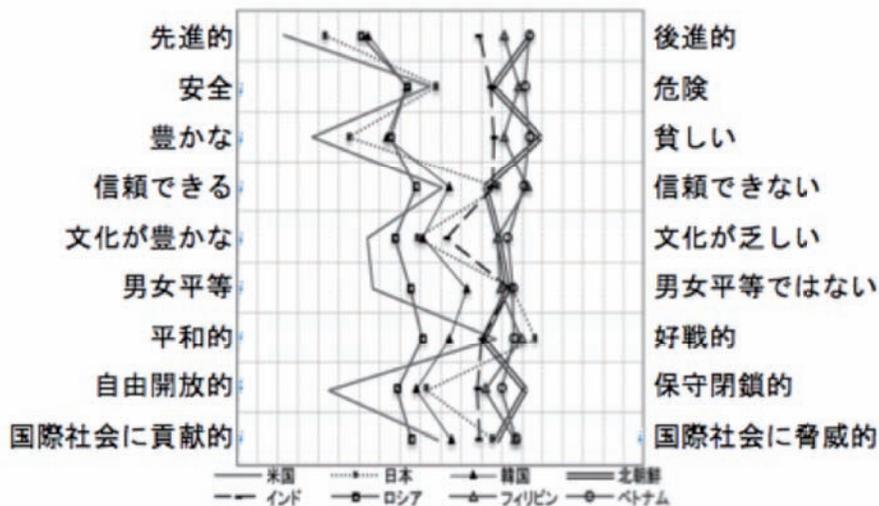


図2. 国に対する「認知・評価」得点の8ヶ国比較（江, 2014a）

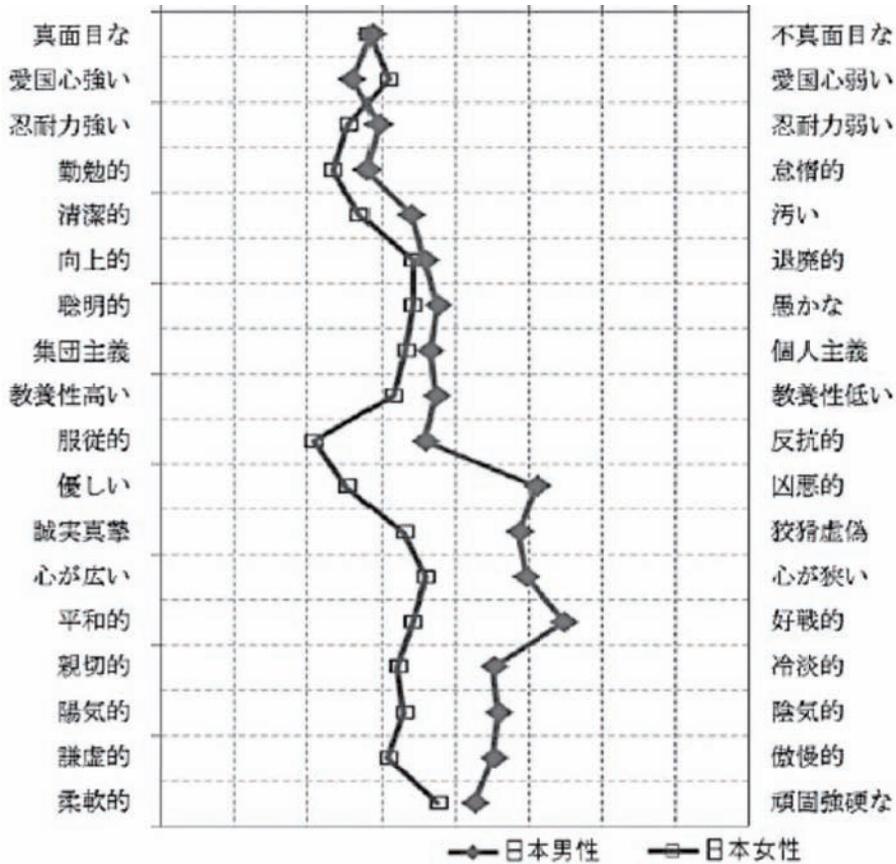


図3. 日本人に対する「認知・評価」(江, 2013a)

名した第2因子が抽出された。日本人に対する「認知・評価」は図3に示されるように、日本男性と日本女性イメージに見られる歴然とした差が非常に興味深い。因子分析の結果で、男性は2因子が抽出され、それぞれ「行動性」と「人間性」と命名した。それに対して、女性では因子1つのみが抽出され、「不真面目な-真面目な」や「狡猾虚偽-誠実真摯」など伝統的な日本人の特性と思われる項目の因子負荷量が

上位にあったため、「伝統性」と命名した(因子分析の詳細は文末の注7を参照)⁽⁷⁾。

感情要素と行動要素に関する考察結果を表1にまとめた。日本に対する好感度の低さが一目瞭然であり、警戒度と親密志向の結果も決して楽観的であるとは言えないが、模範度及び関心度はアメリカに次いで高かった。全体的には、対日イメージにおいて、アンビバレントな部分の存在が目立っている。

表1. 感情及び行動意図の平均得点の8ヶ国比較 (江, 2013a)

順番	国好感度	関心度	警戒度	模範度	親密志向	国民好感度
1	口 3.35(0.90)	米 3.50(1.03)	日 4.09(0.94)	米 4.16(0.81)	口 3.72(0.92)	口 3.25(0.89)
2	米 3.20(1.04)	日 3.28(1.13)	米 3.95(0.95)	日 3.88(1.05)	米 3.58(0.95)	米 3.24(0.99)
3	韓 3.16(1.03)	韓 3.17(1.05)	フィ 3.74(1.07)	口 3.73(0.95)	韓 3.38(0.96)	韓 3.11(1.04)
4	朝 2.79(0.91)	口 3.10(1.07)	越 3.62(1.02)	韓 3.72(0.99)	朝 3.36(0.93)	朝 2.93(0.88)
5	印 2.69(0.90)	朝 2.86(1.05)	印 3.57(0.96)	印 3.01(1.08)	印 3.18(0.92)	印 2.76(0.87)
6	日 2.48(1.12)	フィ 2.74(1.13)	韓 3.47(0.97)	朝 2.74(1.12)	日 3.03(1.10)	日 2.50(1.07)
7	越 2.35(0.94)	印 2.69(1.01)	朝 3.29(1.01)	越 2.62(1.12)	越 2.86(1.01)	越 2.48(0.93)
8	フィ 2.26(0.97)	越 2.56(1.06)	口 3.25(1.05)	フィ 2.59(1.13)	フィ 2.71(1.06)	フィ 2.43(0.96)
分散分析(一般線形モデル)	N=1145 F (5.50,6296.52)	N=1138 F (5.17,5879.87)	N=1147 F (5.08,5818.84)	N=1143 F (3.34,3815.46)	N=1141 F (5.10,5812.88)	N=1145 F (5.60,6401.58)
反復測定)	=294.05, p<.001	=214.68, p<.001	=186.91, p<.001	=629.12, p<.001	=242.64, p<.001	=232.78, p<.001

※尺度:1 全くそう思わない~5 非常にそう思う。 ※平均値の後ろの括弧内の数値は標準偏差である。

2.2.2 情報源の分類

情報源に関して、本調査は【直接接触】（「旅行や出張による短期滞在」、「半年以上の長期居住」、「日本人の友人がいる」、「友人ではないが、日本人と接触がある」の4項目）、【学校教育】（「教科書・学校教育」、「日本語の学習経験」の2項目）、【メディア】（24項目）及び【対人コミュニケーション】（「家族・友人との会話」の1項目）という4カテゴリー、合計31項目を設置した。メディアの詳細項目については、龐（2012a;2012b）を参考にし、国産メディアと海外メディア、国営メディアと地方メディア、及び伝統的マスメディアとニューメディアであるインターネット、特にドラマ・映画に関して戦争ドラマ・映画をその他題材の作品と区別し、以下のような5カテゴリー合計24項目に分類した。

【テレビ】：「中央テレビ（以下は「CCTV」と記述する）のニュース報道」、「地方テレビのニュース報道」、「海外テレビのニュース報道」、「国産戦争ドラマ」、「国産その他ドラマ」、「海外ドラマ」、「国内のテレビ番組」、「海外のテレビ番組」の8項目

【ラジオ】：「国内ラジオ」、「海外ラジオ」の2項目

【出版物】：「機関紙」、「地方紙」、「機関誌」（政府機関が発行した雑誌）、「一般雑誌」（スポーツ、ファッション、音楽、旅行、文学誌等）、「国内の評論教養類書籍」、「国内の小説・随筆・漫画」、「海外の出版物（翻訳作品を含む）」の7項目

【映画】：「国産戦争映画」、「国産その他映画」、「海外映画」の3項目

【インターネット】：「国内のネットニュース」、「国内のSNS・BBS・ブログ」、「国内の動画サイト」、「海外のウェブサイト」の4項目

3. 日本に関する情報源の利用状況

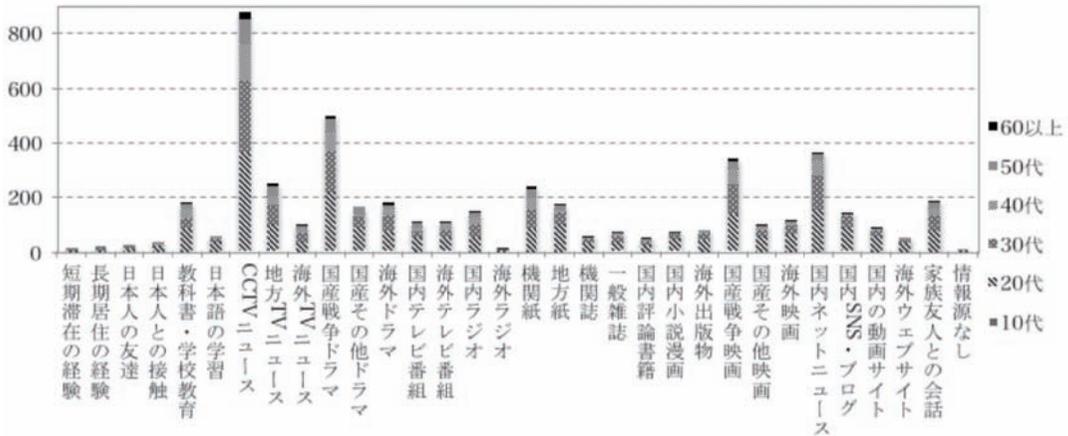


図4. 年齢別の日本に関する情報源（複数回答）

実際に、中国人はどのように日本に関する情報を入手しているのか。回答者の「日本に関する重要な情報源」（複数回答、5つ以内）は図4に示されている通りである。大きな分類から見れば、現時点で中国人の日本に関する情報の獲得は依然としてメディアに依存していることが明らかである。その中で、「CCTVのニュース報道」が一番高く、利用者数はサンプル全体の76.9%に達しており、しかもこの傾向は各年齢層で共通している。それに次いで、2割を超えたのは「国産戦争ドラマ」（43.5%）と「国内のネットニュース」（31.3%）、「国産戦争映画」（29.8%）、「地方のテレビニュース」（21.3%）、「機関紙」（21.0%）である。すなわち、海外メディアと比べ、国内メディアの絶対的優位性がうかがえる。また、ネットニュースを除けば、SNS・ブログやオンライン動画サイトなどインターネットツールの利用は

若年層に限られており、未だに伝統的マスメディアの影響に及んでいないという現実が示されている。

性別と学歴による差異を見るために、各群のサンプルにとって重要な日本情報源の上位5位を表2に示した。上述の年齢別の分析結果と同様に、「CCTVのニュース報道」と「国産戦争ドラマ」の支配的地位が確認されている。男女の間では大きな差異が見られなかったが、低学歴者が主に「地方のテレビニュース」や家族、友人など身近の情報源を通じて情報を獲得しているのに対して、学歴が高くなるにつれて、「国内のネットニュース」の重要度が高くなっている、という学歴による差異が明らかにされている。また、その他の学歴者にとって重要な情報源としての「国産戦争映画」は、大学院卒のサンプルでは上位5位に入ることができず、その代わりに「海外ドラマ」や「学校教育」の

重要性が認められていることも新しい発見である。但し今回高学歴者サンプルにおいて若年層

が多かったことが調査結果に影響を及ぼしている可能性は否めない。

表2. 性別・学歴別の日本に関する情報源の上位5位

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
男性 (N=508)	CCTVnews (74.6%)	国産戦争ドラマ (42.5%)	国内 Netnews (33.3%)	国産戦争映画 (26.8%)	地方 TVnews (20.5%)
女性 (N=623)	CCTVnews (79.9%)	国産戦争ドラマ (44.9%)	国産戦争映画 (32.7%)	国内 Netnews (30.2%)	機関紙 (22.8%)
中学校以下 (N=72)	CCTVnews (80.6%)	国産戦争ドラマ (38.9%)	国産戦争映画 (26.4%)	地方 TVnews (25%)	家族友人の話 (16.7%)
高校 (N=268)	CCTVnews (81.3%)	国産戦争ドラマ (45.1%)	国産戦争映画 (31.0%)	地方 TVnews (25%)	国内 Netnews (22.8%)
大学 (N=725)	CCTVnews (76.8%)	国産戦争ドラマ (44.7%)	国内 Netnews (35.3%)	国産戦争映画 (30.8%)	機関紙 (21.4%)
大学院 (N=84)	CCTVnews (60.7%)	国内 Netnews (41.7%)	国産戦争ドラマ (31.0%)	海外ドラマ (23.8%)	学校教育 (22.6%)

※学歴の分類：「中学校以下」（「小学校」と「中学校」）、「高校」（「中専」と「高校」）、「大学」（「大専」と「大学」）、「大学院」（「修士」と「博士以上」）；
 ※パーセンテージ数は各該当サンプルの人数を母数として計算したものである。

4. 情報源利用と対日イメージ

本章では上述の調査結果に基づき、中国人が抱く対日イメージの各要素と情報源の利用との関連性を実証的に考察したい。そこで、第3章の分析結果にも示されているように、年齢と性別、また学歴などの個人の属性が結果に大きな影響を与える可能性が考えられるため、本研究はこれらの属性を統制して偏相関分析を行う

ことにした（表3、表4）。分析においては、対日イメージの各項目の平均得点（「認知・評価」要素については因子得点）が使用されている。この結果については、4.1以下で情報源別に、中国の社会的背景を踏まえながら詳細に考察する。

4.1 接触効果の検証

社会心理学では、ある刺激に繰り返しさらされることで、刺激に対する態度の変化が生じ、特に好意度や印象が高まるという「単純接触効果」が長年提唱されてきた（R.B. Zajonc, 1968；宮本他, 2008）。異文化コミュニケーションの研究分野でも、異文化集団間の接触回数を増やせば、その対象に対する偏見や排外意識が低減されるという考え方（「接触仮

説」）がある（稲増, 1982）。では接触経験が中国人の対日イメージの形成においてどのような役割を果たしているのか。

全体として、両者の間にポジティブな関連性が確認されている。具体的に言えば、国のイメージに関して、日本での滞在経験及び日本人の友人との接触経験は日本に対する好感との間に正の関連性が認められ、また短期滞在の経験

表3. 性別、年齢及び学歴を統制した対日イメージと情報源利用の偏相関分析

	認知・評価		感情 好感度	行動意図					
	脅威性	先進性		警戒度	模範度	親密志向	関心度	短期滞在	長期居住
接短期滞在	-	-	.09**	-	.08*	-	.08**	.08**	-
触長期居住	-.12***	-	.12***	-	-	-	.07*	.08**	.06*
経日本人友人	-	-	.06*	-.07*	-	-	-	-	-
験日本人接触	-	-	-	-	-	-	-	-	.08*
教科書・教育	.07*	.10**	-	-	.11***	-	-	.10**	-
育日本語の学習	-.11***	-	-.17***	-.07*	.07*	.11***	.14***	.11***	.09**
CCTVnews	.10**	.13***	-.09**	.08**	.06*	-	.06*	.08**	-
地方TVnews	-	-	-	-	-	-	-	-	-
海外TVnews	-	-	.07*	-	-	.09**	-	-	-
戦争ドラマ	.08**	.11***	-.12***	.15***	.10**	-	.08**	-	-
その他ドラマ	-	-	-	-	-	-	.06*	-	-
海外ドラマ	-.09**	.08*	.12***	-	.08**	.13***	.07*	.07*	.09**
TV番組	-	-	-	-	-	-	-	-	-
メ海外TV番組	-	-	-	-.12***	-	-	-	-	-
デラジオ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
イ海外ラジオ	-	-	.09**	-	-	-	-	-	-
ア機関紙	-	.06*	-.06*	.10***	-	-	-	-	-
地方紙	-	-	-	-	.06*	-	-	-	-
機関誌	-	-	-	-	-	-.06*	-.08*	-	-
一般雑誌	-.08**	-	.06*	-	-	.06*	-	-	-
評論書籍	-	-	-	-	-	-	-	-	-
小説随筆漫画	-	-	-	-	-	.07*	-	.06*	-
海外出版物	-	-	-	-	-	-	-	.02*	-
戦争映画	-	.10**	-.06*	.11***	.12***	-	-	.08*	-
その他映画	-	-	-	-	-	-	-	-	-
海外映画	-	.10**	-	-	-	-	-	.13***	-
Netnews	-	.14***	-	-	.10**	-	.07*	.14***	-
SNS/BBS/Blog	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Web動画	-	.07*	-	-	-	-	.06	.09**	-
海外Website	-	-	-	-	-	-	-	-	-
家族・友人の話	-	.08*	-	-	-	-	-	-	-

※数値は相関係数である。統計的に有意な数値のみ表示した。 ※*** p<.001、 ** p<.01、 * p<.05.

は日本の模範作用に対する肯定と正の相関、長期居住経験は日本に対する脅威感と負の相関、日本人の友人との接触は日本への警戒感と負の相関も示されている。一方、接触経験と日本人イメージとの間に、特に「認知・評価」面において有意な関連が見られた項目は比較的少ない。とりわけ友人関係を含む日本人との接触経験は日本人イメージとの関連性が非常に低く、日本人への好感と正の相関を持つのは長期居住経験のみである。すなわち、日本人との接触経験に比べ、日本での滞在経験の方が対日イメージの諸要素との相関関係が顕著であると捉えら

れる。

この結果をどのように解釈すれば妥当だろうか。「接触仮説」に関する諸知見を再確認すると、実はこの仮説が成立する前提として、接触行為は「等階層の接触」、「対象集団の高い地位の人との接触」、「社会的権威や世論の支援」、「親密な接触」、「快適な状況下での接触」、「協力的場面での接触」、「文化的基盤を同一にする民族間での接触」、「先進国の国民との接触」などの条件を満たす必要があるとこれまでの研究に指摘されている（稲増,1982）。すなわち、人との接触はその具体

表4. 性別、年齢及び学歴を統制した日本人のイメージと情報源利用の偏相関分析

	認知・評価			感情 好感度	行動意図	
	男性行動性	男性人間性	女性伝統性		対男性	対女性
接触	-	-	-	-	-	.08*
経験	-	-	-	.11***	.09**	.09**
教育	.10**	-	.09**	-	-	.08*
CCTVnews	-	-	-	-	.08*	.08**
地方TVnews	-	-	-	-	-	-
海外TVnews	-	-	-	-	-	-
戦争ドラマ	.10**	-.06*	.09**	-.08**	-	-
その他ドラマ	-	-	-	-	-	-
海外ドラマ	.09**	.07*	.11***	.10***	.09**	.10*
TV番組	-	-	-	-	-	-
メディア	-	-	-	-	-	-
ラジオ	.07*	-	-	-	-	-
海外ラジオ	-	-	-	.06*	-	-
ア	-	-	-	-	-	-
機関紙	.07*	-	-	-	-	-
地方紙	-	.07*	-	-	.08*	.10**
機関誌	-	-	-	-	-.08**	-.07*
一般雑誌	-	.13***	-	.09**	.07*	-
評論書籍	-	-	-	-	-	-
小説随筆漫画	-	-	-	-	-	-
海外出版物	-	-	-	-	-	-
戦争映画	.15***	-.07*	.11***	-	-	-
その他映画	-	-	-	-	-	-
海外映画	.10**	-	.07*	.08*	.09**	.11***
Netnews	.13***	-	.08**	.07*	.11***	.14***
SNS/BBS/Blog	-	-	-	-	-	-
Web動画	-	-	-	-	-	.08**
海外Website	-	-	-	-	-	-
家族・友人の話	.11**	-	.06*	-	-	-

※数値は相関係数である。統計的に有意な数値のみ表示した。 ※*** p<.001、 ** p<.01、 * p<.05.

的なシチュエーションにより、異なるイメージが形成される可能性が示唆されている。

実際に、中国人留学生の日本人イメージを考察した李（2007）によると、調査対象の大半は日本で差別された経験を持ち、それが日本人に対するネガティブなイメージにつながっているという。それゆえ、今回の調査結果では接触経験と日本人に対する認知・評価との間に有意な相関が見られなかったことは、両者の間に関連性が存在しないというより、一貫した関連の傾向性が見出されなかったと理解したほうが適切だろう。その中で、日本で長期居住の経験

があるサンプルが、日本人に対して高い好感を持ちながらも、日本人をより肯定的に認知・評価する傾向が見られなかったのはやや意外な結果である。その原因の一つとしては、恐らく日本人に対する理解が深まっていく内に、その認知・評価が多面的なものとなり、中では肯定的と否定的な部分が相殺されてしまい、今回の調査結果に反映されたのではないかと思われる。すなわち、理解の深まりにより、認知・評価における偏りが解消され、中庸的なものになっている可能性が考えられる。このような日本人との接触経験と比べ、日本に滞在する間に自ら

体験した、日本の先進的な政治体制や経済の発展ぶり、良好な社会秩序などは直感的なものであり、日本に対するポジティブなイメージの形成につながりやすかったのではないと思われる。

但し、上述のように接触経験と日本（特に国）に対する好意的イメージとの有意な関連性が確認されたものの、現時点では両者の間に因果関係が明確にされていないことを指摘しておきたい。なぜなら、日本に対して好感を持つ人

4.2 「反日教育」に関する検証

学校教育の影響については、「教科書・学校教育」及び「日本語の学習」の2項目を用いて検証を行った。前者は日本の脅威性に対する評価との間に正の相関を示しながらも、日本の先進性や模範作用に対する肯定、更に日本で短期滞在する希望との間にも正の相関が見られた。日本人イメージについては、日本男性の「行動性」及び日本女性の「伝統性」に対するポジティブな評価との間に正の関係を持つことが確認された。上述の接触経験と異なるのは、一般学校教育と教科書の内容は基本的に利用者の能動性と無関係であるため、従って対日イメージの形成との因果関係において曖昧な部分が少ないと言って良い。それゆえ、今回の調査では、学校教育は日本に対する脅威感の増加につながっている可能性が示されていると同時に、全体として日本と日本人双方のイメージ形成にポジティブな影響も与えている可能性が示唆されている結果となった。

では、「反日教育」批判一辺倒のこれまでの観点と矛盾するように見える上述の結果を如何

が積極的に日本へ渡航し、日本人との友人関係を構築する可能性が排除できないからである。とはいえ、行動者の能動性が比較的低いと思われる「友人ではない日本人との接触」の項目も日本での長期居住志望との間に正の相関が見られ、また、全体として対日イメージとネガティブな関連性を持つ項目がなかったことから、接触行為は対日イメージの形成に負の影響を及ぼす可能性が低いと推察できよう。

に理解すれば良いのか。中国の「歴史」と「国語」教科書の内容分析を行った李（2007）によると、中国の教科書において日中戦争中、日本の侵略行為によって中国社会にもたらされた被害が重点的に言及されている一方で、明治維新後に近代化の道を歩み始め、戦後著しく発展を遂げて「経済大国」に成長した日本に関する諸事情も詳しく紹介されている。これに基づき、今回の研究で学校教育と日本の先進性に対する賞賛や日本の模範作用に対する肯定との間に正の相関が見られたのもうなずけるだろう。また、李（2007）は「大多数の日本人民」について、中国の教科書において「一部の資本家や帝国主義者」と区別され、「好意的に」取り扱われている特徴も言及した。過去の戦争相手の国民であるにもかかわらず、そのイメージと「教科書・学校教育」との間にポジティブな関連性が検証されたという結果は、この点から解釈し得るのではないかと。

無論、学校教育と日本に対する脅威感との間に正の関連性が検証されたのも事実である。こ

の結果は、これまでの「反日教育」に対する批判にも指摘されたように、中国の学校教育（教科書）における過去の戦争に関する記述との関連性が否めないと思われる。しかし上述の考察から総合的に見れば、そのネガティブな影響は非常に限定的なものであると言わざるを得ない。要するに、効果論の観点から言えば、中国の学校教育を完全に日本に対するネガティブな感情を育つものというイメージに収斂させてはならない。

一方、日本語の学習は、対日イメージの15項目の内の12項目と正の相関を持ち、両者の極めて緊密でポジティブな関連性が示されている。但し、日本語学習行為の背後には行動者の

4.3 メディアの影響

メディアの影響については全体の傾向として以下の特徴が挙げられる。テレビに関して、CCTVの影響力が地方と海外テレビを遥かに凌駕し、ニュース報道とドラマがその他のテレビコンテンツより対日イメージとの関連性が強かった。活字媒体においても、地方や一般出版物と比べて政府機関の発行物の影響力が大きく捉えられる。映画項目では、国産戦争映画と海外映画が諸項目において対照的な影響力を示

4.3.1 国営メディアの立場

日本に関する重要な情報源として強い存在感を示した「CCTVのニュース報道」は、一方では、日本への好感と負の相関、また、日本に対する脅威感と警戒感との間に正の相関があるなどネガティブな関連性が明らかにされ、しかし同時に、日本の先進性と模範作用に対する肯

高い能動性が無視できないため、日本語の学習が一方的に対日イメージを向上させると断言できない。実際に、95年に中国の5都市で実施された日中共同調査⁽⁸⁾の報告によると、日本語を第一外国語とする人の学習動機について、「学校の指定する必修科目だから」（40%）を挙げる人が最も多く、次いで「進学のため」や「学びやすいため」、「仕事・研究上の必要があるため」（26%）が「日本が好きだから」（13%）を大幅に上回っているという結果も示されている（劉,1998）。これに基づいて、日本語の学習が肯定的な対日イメージの形成あるいはイメージの改善にポジティブに寄与している可能性が大きいと思われる。

し、この特徴はドラマ項目でも見られた。これらに対して、国内のネットニュースを除き、インターネットのその他の項目による貢献は目立たないレベルであった。また、ラジオと書籍類の利用効果もそれほど顕著ではなかった。この全体像に基づき、本稿は国営メディアと国産戦争ドラマ・映画、海外ドラマ・映画、及びインターネットを取り上げて考察を行いたい。

定、また日本への関心や日本で短期滞在する希望との間にポジティブな相関も示されている。同様の傾向は政府機関が発行した新聞や雑誌にも見られた。すなわち、国営メディアの利用と対日イメージとの関連性は一元的なものではないことが示唆されている。

そもそも、CCTVをはじめとする国営メディアは「党・政府の対日方針・政策を宣伝し、世論に影響を与えることを主な任務としている」（劉, 1998）と指摘されたように、体制的に決められた役目として民間メディアと大きく異なるのは自明である。地方紙や一般雑誌では社会や芸能、スポーツに関する情報が多く取り上げられるのに対して、政治や外交摩擦のような国際問題は、多くの中国人は主として国営メディアの報道を通じて知るようになると考えられる。川竹他（2004）は、社会一般、文化芸術に関する「ソフトニュース」と比べ、戦争・紛争・事件・事故・災害・犯罪などと関連する「ハードニュース」の報道自体は外国イメージ

をネガティブなものにしやすくと主張している。当然、メディアの報道姿勢にも左右されるのだが、国営メディアはその性質上報道姿勢に制約が多いことは否めない。

その中で、国営メディアの利用は日本国の先進性や模範度などの項目と正の相関にあることも注目に値するだろう。実際に、阪神大震災（1995年）と3・11東日本大震災（2011年）に対する中国新聞紙の報道では、機関紙も地方紙も共通して日本の健全な法制度に基づいた社会秩序や日本国民の集団意識を称賛する姿勢を示したようである（劉,1998；雷,2013）。一例に過ぎないが、そこから中国政府の対日報道の一側面がうかがえるだろう。

4.3.2 「反日ドラマ・映画」の真相と「日本ドラマ・映画」の魅力

これまで批判を浴びてきた中国の国産戦争ドラマ・映画、所謂「反日ドラマ」と「反日映画」について、今回の調査結果では、その視聴行為と対日イメージとの間に負の相関が確認された。すなわち、先行研究に指摘されたこれらの作品における日中戦争や日本軍人に関する描写は、中国人の日本に対する脅威感と警戒心、日本男性に対するネガティブな評価、更に日本（国・人）への嫌悪感をもたらしたことが否定できない結果となっている。

但し、留意すべきなのは、この負の関連性は全項目において一貫しているわけではなく、日本の先進性と模範作用との間に正の相関も見られたことである。また、日本人イメージとの関連性では、日本男性と女性との相違に注目されたい。とりわけ日本男性の「人間性」に対するネガティブな評価と「行動性」に対するポジ

ティブな評価ともに国産戦争ドラマ・映画の視聴と相関していることは興味深い。これを理解するには近年の作品における戦争描写に現れた新たな特徴を確認する必要がある。実のところ、80年代以降は、日本軍の残虐な侵略行為に重点をおいて批判した過去の作品とは異なり、「戦争の悲惨さと無意味さを訴え、反戦を掲げる」（劉,1998）ものが増えてきた。その中に登場した装備優良で高い戦闘力をもつ日本軍隊や、武士道精神を重んずる軍人たちはこれまでの矮小化された愚かで滑稽な日本兵と一線を画すことができる（江,2013b）。この変化は日本男性に対する「行動性」と「人間性」の評価における相反するイメージの形成に寄与しただろうと考えられる。それに対して、日本女性イメージとメディア利用との間に全て正の相関が認められた。このような好意的なイメージの

形成には、中国の戦争ドラマ・映画、特に80年代の作品において極端に好意的に作り出された「美貌」と「剛柔兼備の性格」を有する「理想的な」日本女性像（江，2014b）が大きく貢献していると思われる。無論、これらの人物像の生産と消費は中国社会の政治・文化的背景と結びつけて語る必要があるが、いずれにせよ、中国の戦争ドラマと戦争映画を、必ずしも単純な「反日」イメージを醸成する要因と定義すべきではないのだろう。

他方、海外ドラマ・映画の視聴は対日イメージの諸項目とのポジティブな関連性も際立って見られる。実際にこれまでの研究に言及されている日本ドラマ・映画の中国での人気、また中国に輸入された各国のドラマ・映画の数量⁽⁹⁾から考えても、中国人の対日イメージの形成において日本のドラマと映画が大きな影響を与えたことは想像できる。劉（2006）の考察によると、70年代末期に中国で一般公開された『君よ憤怒の河を渡れ』（佐藤純彌監督、1976年）や『愛と死』（中村登監督、1971年）

4.3.3 インターネットへの期待

2000年以降、インターネットが中国で急速に普及し始め、2012年12月31日時点でのユーザー数は5.64億に達している⁽¹⁰⁾。伝統的マスメディアが中国政府の代弁者として批判を受け続ける中、インターネットは検閲を突破し、言論の自由を保持できる革命的な存在として期待が寄せられている（石、2011）。今回の調査結果では、ネットニュースと動画の利用は対日イメージとポジティブな相関を持つことが確かに確認されている。但しこの結果に関しては個人

をはじめとする数々の日本映画は「社会現象になるほどの熱狂的な人気を巻き起こした」という。その中に映し出された「資本主義社会の物質的な豊かさ」やモダンなライフスタイル、主人公の「洗練されたファッション」が、長年政治運動の混乱に巻き込まれていた当時の中国人に想像を絶するほどの衝撃を与えたようである。80年代後半になると、テレビの普及によって日本製ドラマが広く受容され、CCTVで放送された『おしん』や『赤いシリーズ』に描かれた「勤勉、質素、仁愛、忍耐強い」女性主人公が、中国人の日本人理解に大きな影響を与えたと言われている（劉、1998）。90年代以降も、日本のトレンドドラマが現代の都市生活、若者の恋愛、仕事、流行を一種のモデルとしてタイムリーに中国の新興ホワイトカラー層に示したと指摘されているように（劉、2006）、中国人が抱く現代日本、特に現代日本人イメージの形成において、日本ドラマ・映画の果たした役割は非常に重要で、無視できない存在である。

の好みで情報を取捨選択するというユーザーの能動性による影響を完全に排除することができないため、インターネットの影響を単純に評価してはならない。また、中国ネット上の「反日」サイトの存在を懸念する意見も少なくないが、現時点ではその利用効果が検証できていない。ネットユーザーはインターネットを通じて日本に関する多種多様な情報に接することができ、特にSNS・ブログのような個人発信のサービスではこの特徴がより顕著である。今回の

調査で、対日イメージとSNS・BBS・ブログの利用との間に有意な関連が見られなかったものの、それは当該項目の利用者数が少なかったのも一因といえ、更には、イメージの形成に及ぼした影響が一定の方向性を持っていない可能性、所謂相殺効果も考えられる。インターネットの更なる普及が予想される今後、ネットユーザーを対象に改めて調査研究を行う必要があるだろう。

上述の「直接接触」と「学校教育」、「メディア」と比べ、家族や友人との会話という対

5. おわりに

以上、本稿は2012年に中国で行ったアンケート調査の結果に基づき、中国人の抱く対日イメージが形成されるプロセスにおいて情報源が果たしている役割を検討した。本論は社会心理学分野における「イメージ」の定義を再確認し、日本の国と国民に対するイメージ、また国民イメージにおいて日本男性と日本女性イメージを区別して「認知」と「評価」、「感情」、「行動意図」という4要素から定義された「対日イメージ」の15項目と、「直接接触」と「学校教育」、「メディア」、「対人コミュニケーション」の4カテゴリー、合計31項目の情報源利用との関連性を実証的に考察した。結果として、以下のことが明らかになった。

まず、直接の接触経験と対日イメージ、特に国としての日本に対する好意的なイメージとの間に正の相関が見られたが、現時点で大多数の中国人は依然として間接の情報源、主としてマスメディアに依存して日本に関する情報を得て

人コミュニケーションの項目は、日本国の先進性、日本男性及び日本女性に対するポジティブな評価との間に正の相関が見られたが、しかしその影響力は日本に対する「認知・評価」の段階にとどまっており、「感情」と「行動意図」要素まで影響が見られないのが特徴である。この意味で、中国人の日本に対する「感情」や「行動意図」は対人コミュニケーションによって容易に左右されるものではない可能性が示唆されている。

いることがわかった。すなわち、直接接触は中国人の日本認識においてポジティブな役割を果たしているものの、未だにこの情報手段が十分に利用されているとは言えない。無論、渡航する際にビザの発行や滞在費用など現実の問題が存在する。しかしこれらの問題がもし解決できれば、直接接触は最もストレート且つ有効な手段として期待できるのではないと思われる。

また、本稿はこれまで「反日」感情を醸成する源とみなされる学校教育や国産戦争ドラマ・映画と対日イメージの関連性を検証した。確かに、これらの情報源と対日イメージにおけるネガティブな部分との間に有意な相関が認められ、特に戦争ドラマの視聴は対日（国・国民）好感度に負の影響を与えていることが明らかにされた。しかし、分析結果から見れば、これらの情報源は完全にマイナスな対日イメージを作り出しているとは限らない。例えば、日本の先進性や模範度、また日本女性に対する賞賛との

間に正の相関も見られた。それゆえ、この3つの情報源に単純に「反日」のラベルを貼るのは妥当とは言えないだろう。それに対して、日本ドラマ・映画が対日イメージの形成に与える影響は確実にポジティブなものであると捉えられる。

但し、上述のように情報源利用と対日イメージの諸項目との間に有意な関連性が確認されたものの、相関係数で言えば、0.1前後にとどまるものが多いことを強調しておきたい。すなわち、中国人の対日イメージは、複合的な情報環境において形成された多面的なものであると捉えられ、その形成要因を個別の情報源に帰すると考えることには無理があると結論づけすることができる。従って、「反日」であると問題視されてきた中国の国産戦争ドラマ・映画、また学校教育に対する批判は過剰評価のではないかと思わざるを得ない。

ところが、今回の考察はサンプルの属性変数を統制したうえで行ったものであるため、全体の傾向性がある程度把握できたとはいえ、属性別に更に検討を深める必要があると考える。例えば、学歴が上がるにつれ、戦争ドラマの重要性が下がっていく結果から、教育レベルによって日本に関する情報源も、当然対日イメージも異なっていることが示唆され、すなわち、高学歴者の割合が高くなると、社会全体の対日イメージにおいて変化が生じる可能性を継続的に観察しなければならない。その他、本研究は情報源の利用状況と対日イメージとの関連性を考察したが、各情報源（特にメディア）の具体的な内容に対する分析は十分とは言えない。これらを今後の課題として中国人の対日イメージの形成プロセスに関する研究を進めていきたい。

註

- (1) 調査を計画する段階で、農村部での実施も予定していたが、予備調査の結果に基づいて今回の調査は教育レベルが比較的低い農民層にとって困難であると判断し、都市部のみでの実施にした。都市部では、各年齢層のサンプルを集めやすい大型集合住宅で実施した。華東、華南、華中、西南では社区のビル番号、階数、部屋番号の偶数のものを抽出し、調査員（雇用した現地の大学生、華中と西北では現地の調査会社の協力も得た）が対象世代を訪問し、18歳以上（中国の法定成人年齢）の常住人口の人数分の調査票を配布して当日また翌日に回収した。東北、華北、西北では調査員の人数や実施期間など実際の状況に制約されたため、集合住宅の住民管理委員会の協力を得て集合調査を行った。
- (2) 各地の有効回収数及び回収率（江蘇省と広東省、江西省はアタック成功率となる）は以下の通りである。遼寧省169票（78.2%）、河北省159票（64.4%）、江蘇省212票（52.6%）、広東省112票（58.3%）、江西省227票（62.3%）、重慶（直轄市）114票（57.6%）、陝西省159票（71.3%）。
- (3) 男性44.1%、女性54.1%、無回答1.8%。18～83歳（10代0.7%、20代42.8%、30代31.3%、40代13.3%、50代8.9%、60代以上2.5%、無回答0.5%）。「小学校」（1.2%）、「中学校」（5.1%）、「中専（中等職業専門学校）」（10.0%）、「高校」（13.2%）、「大専（高等職業専門学校）」（28.6%）、「大学」（34.3%）、「修士」（6.6%）、「博士以上」（0.7%）、無回答0.3%。
- (4) 中国第六次人口調査（2010年11月～2011年4月に実施）によると、中国大陸の人口年齢分布は、「0～19歳」24.1%、「20～29歳」17.1%、「30～39歳」16.2%、「40～49歳」17.3%、「50～59歳」12.0%、「60歳以上」13.3%であり、学歴構成は「大学」8.9%、「高校」14.0%、「中学校」38.8%、「小学校」26.8%となる。但し、地域間また都市部と農村部とのバラツキが非常に大きいことに留意されたい。
- (5) SD項目は、左端にポジティブな項目で、右端にネガティブな項目となる。五件法で測定されている。例えば「先進的（1点）～

後進的(5点)」の場合は、得点が高くなるほど「後進的」であると評価されていることを意味する。

- (6) 「1」.日本男性(女性)があなた・あなたの家族と結婚する」、「2」.日本男性(女性)があなたの子どもの学校の先生になる」、「3」.日本男性(女性)があなたの家の近くに住む」、「4」.日本男性(女性)がレストランやバスなど公共の場所でああなたの近くに座る」、「5」.日本男性(女性)があなたの同僚になる」合計10項目を設置した。各項目の得点を加算して得た平均値を「日本男性に対する行動意図」と「日本女性に対する行動意図」得点として分析に使用した(α 信頼性係数は0.92と0.93となる)。
- (7) 主因子法・プロマックス回転、固有値1以上の基準で因子抽出。数値は反転後の因子負荷量である。全項目は五件法で測定したため、平均得点が3.00以下の項目に対して反転処理を行った。(反転後)と標示した項目は、反転処理したことを意味する。

日本国項目	因子 I	因子 II
平和的-好戦的	.88	.14
信頼できる-信頼できない	.82	.01
国際社会に貢献的-国際社会にとって脅威である	.80	-.07
男女平等-男女平等ではない	.71	.04
安全-危険	.50	-.23
貧しい-豊かな(反転後)	.10	.94
後進的-先進的(反転後)	.12	.89
文化が乏しい-文化が豊かな(反転後)	-.29	.54
保守閉鎖な-自由開放な(反転後)	-.30	.40
固有値	4.07	1.92
α 信頼性係数	0.86	0.80

日本男性項目	因子 I	因子 II	日本女性項目	因子 I
不真面目な-真面目な(反転後)	.98	.18	不真面目な-真面目な(反転後)	.84
愛国心が弱い-愛国心強い(反転後)	.90	.21	狡猾虚偽-誠実真摯(反転後)	.84
忍耐力が弱い-忍耐力強い(反転後)	.84	.10	傲慢な-謙虚な(反転後)	.81
怠惰的-勤勉的(反転後)	.75	.01	退廃な-向上的(反転後)	.80
汚い-清潔な(反転後)	.69	-.12	汚い-清潔な(反転後)	.79
退廃な-向上的(反転後)	.66	-.19	凶悪な-優しい(反転後)	.79
愚かな-聡明な(反転後)	.59	-.24	教養性が低い-教養性が高い(反転後)	.78
個人主義-集団主義(反転後)	.59	-.20	冷淡な-親切的な(反転後)	.77
反抗的-服従的(反転後)	.58	-.07	愚かな-聡明な(反転後)	.76
教養性が低い-教養性が高い(反転後)	.51	-.32	心が狭い-心が広い(反転後)	.76
優しい-凶悪な	-.12	-.92	忍耐力が弱い-忍耐力が強い(反転後)	.74
誠実真摯-狡猾虚偽	-.01	-.87	怠惰な-勤勉な(反転後)	.74
平和的-好戦的	-.16	-.85	愛国心が弱い-愛国心強い(反転後)	.73
心が広い-心が狭い	-.00	-.83	好戦的-平和的(反転後)	.73
親切的な-冷淡な	.10	-.72	個人主義-集団主義(反転後)	.72
陽気な-陰気な	.04	-.71	陰気な-陽気な(反転後)	.71
謙虚な-傲慢な	.12	-.67	頑固強硬な-柔軟な(反転後)	.70
柔軟な-頑固強硬な	.34	-.40	反抗的-服従的(反転後)	.68
固有値	9.20	2.28	固有値	10.84
α 信頼性係数	0.93	0.90	α 信頼性係数	0.96

- (8) 1995年1月~3月に日本国立国語研究所と中国人民大学の共同研究で中国の北京市、大連市、西安市、ウルムチ市、唐山市で実施した調査。サンプル(778名)の47.3%が日本語学習経験者。
- (9) 1980年から90年まで、中国で放送された日本ドラマは38本、アメリカ(45本)に次いで第2位(劉,1998)。2005年~2011年の間、中国で輸入許可された海外ドラマの内、日本ドラマ合計43本、香港、台湾、韓国に次いで多い(JRTEO『中国コンテンツ市場調査2012』)。また1978年~91年、日本映画合計81本、年間平均7本が中国で一般公開された(劉,2006)。現在テレビとインターネットの映画チャンネルでの公開や、ウェブ上やDVDなどのルートを通じて流通している日本映画・ドラマは完全に把握できないほど大きな数にのぼると考えられる。
- (10) 中国互聯網絡信息中心CNNIC (<http://www.cnnic.net.cn>)、2014年1月12日現在。

参考文献

- 石平 (2011) 『中国ネット革命』海竜社
- 稲増龍夫 (1982) 「直接接合の効果」 辻村明・金圭煥・生田正輝編 『日本と韓国の文化摩擦—日韓コミュニケーション・ギャップの研究』 出光書店
- 川竹和夫・杉山明子・原由美子 (2004) 「日本のテレビ番組の国際性」 『放送研究と調査NHK放送文化研究所年報』 48,213-250.
- Krech, D. & Crutchfield, R.S., Ballachey, E.L. (1962) *Individual in society*, McGraw-Hill.
- 江暉 (2013a) 「中国における日本イメージ及びその構造モデルに関する検討」 『情報学研究・調査研究編』 29,221-249.
- 江暉 (2013b) 「『対立』から『対話』へ—中国の戦争映画に描かれる日本人像に対する考察」 『中国研究論叢』 13,125-144.
- 江暉 (2014a) 「中国人の『外国認識』の現状図—8ヶ国イメージ比較を通じて日本の位置づけに焦点を当てて」 日中関係学会第2回宮本賞最優秀賞受賞論文
- 江暉 (2014b) 「『美』と『哀』—中国の戦争映画に描かれる日本女性像について」 (『中国研究論叢』 14号に掲載予定)
- 榊博文 (2004) 「態度と態度変容」 青池慎一・榊博文編 『現代社会心理学』 慶応義塾大学出版社
- R.B.Zajonc (1968) Attitudinal effects of mere exposure, *Journal of Personality and Social Psychology* (9) ,1-27.
- 武田雅哉 (2005) 『『鬼子』たちの肖像—中国人が描いた日本人』 中央公論新社
- 古森義久 (2001) 『日中再考』 産経新聞ニュースサービス
- 龐井君 (編) (2012a) 『中国広播電影電視發展報告2012』 社会科学文献出版社
- 龐井君 (編) (2012b) 『中国視聽新媒体發展報告2012』 社会科学文献出版社
- 御堂岡潔 (1990) 「文化集団のイメージ：マス・レベルにおける文化理解」 大坊郁夫・安藤清志・池田謙一編 『集団から社会へ』 誠信書房
- 水谷尚子 (2005) 「抗日戦争映画最新反日ドラマで中国共産党が創る極悪なる日本兵」 『諸君』 37,54-68.
- 宮本聡介・太田信夫 (2008) 『単純接合効果研究の最前線』 北大路書房
- 雷紫雯 (2013) 「東日本大震災をめぐる中国の新聞報道についての考察」 『国際広報メディア・観光学ジャーナル』 16,105-124
- 李洋陽 (2007) 「中国人の日本人イメージとその形成要因」 東京大学文学部大学院人文社会系研究科博士論文
- 劉志明 (1998) 『中国のマスメディアと対日イメージ』 エピック
- 劉文兵 (2006) 『中国10億人の日本映画熱愛史』 集英社



江 暉 (こう・き)

【生年月】 1982年10月生まれ

【出身大学または最終学歴】 東京大学大学院学際情報学府修士課程修了

【専攻領域】 社会情報学、異文化コミュニケーション学

【主たる著書・論文】 (3本まで、タイトル・発行誌名あるいは発行機関名)

(共著) 「北京五輪に関する東大生、精華大学のメディア接触とその影響」 (2009) 『東京大学大学院情報学環・調査研究紀要』 No.25, pp.25-72、「中国における日本のイメージ及びその構造モデルに関する検討」 (2013) 『東京大学大学院情報学環・調査研究紀要』 No.29, pp.221-249、「『対立』から『対話』へ—中国の戦争映画に描かれる日本人像に対する考察」 (2013) 『中国研究論叢』 No.13, pp.125-144.

【所属】 東京大学大学院学際情報学府博士課程、桜美林大学北東アジア総合研究所客員研究員

【所属学会】 マス・コミュニケーション学会、日本社会学会、日本社会心理学会、日中関係学会、異文化コミュニケーション学会

The Effect of Information Sources on Modern Chinese Images to Japan

Jiang Hui*

Abstract

Based on a survey conducted in 2012 at China, this paper empirically discussed how information sources affect the Chinese images to Japan. According to the criticism towards the “Anti-Japanese Sentiment” in current China society, this study covered four elements: “Recognition”, “Evaluation”, “Emotion” and “Behavior”, on the basis of the definition of “Image” in social psychology. In addition, study objects are categorized into Japan nation, Japanese male and female residents. Moreover, four types of source information, such as “Direct Contact”, “School Education”, “Media” and “Interpersonal Communication”, included a total of 31 items according to the development and usage of media at China. In particular, this paper set up individual investigation items about “Anti-Japanese Education”, “Anti-Japanese TV Dramas” and “Anti-Japanese Movies” that were criticized severely in previous studies.

Initially, it is obvious that the most of Chinese people at present are relying on various information sources, especially the media, to get information about Japan. On the other hand, as the result of the consideration to find out the relationship between the usage of information sources and the images to Japan of Chinese, it shows that there are certain kinds of relevance between them, however, the tendency is unidentified there. In conclusion, it is unreasonable to consider the formation of modern Chinese images to Japan only from single information source. It needs to be perceived as a pluralistic product formed in a complex information environment.

Doctoral Course, Graduate School of Interdisciplinary Information Studies, the University of Tokyo

KeyWords : Images to Japan, Information Sources