OUKA
Osaka University Knowledge Archive

Title	現代中国の若年層における二つの日本観 : マスメディアの影響を中心に
Author(s)	周, 妍
Citation	国際公共政策研究. 2013, 17(2), p. 151-164
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/27175
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

Osaka University

現代中国の若年層における二つの日本観

―マスメディアの影響を中心に―

Dual-Image of Japan Among the Young Generation in Modern China

―Focusing on the Impact of the Mass Media―

周　妍*

Yan ZHOU*

Abstract

The young generation in modern China keeps a dual-image of Japan with a pro-Japan sentiment on its cultural contents, and an anti-Japan sentiment on political issues. A number of approaches exist for analyzing this subject. This paper surveys the related theories on the connection between mass media and nationalism to demonstrate the diversification and centralization of information on the dual-concept phenomena.

キーワード：現代中国、若年層、日本観、マスメディア、ナショナリズム

Keywords : modern China, young generation, image of Japan, mass media, nationalism

* 大阪大学大学院国際公共政策研究科博士後期課程

はじめに

日本と中国は「一衣帯水」の隣国であり、長い交流の歴史がある。昔は日本が中国に学び、吸収することが多かったが、近代に入ってからは逆に、中国が日本に学び、吸収することが多くなった。1978年、中国が改革開放政策を決定して以来、経済や技術をはじめ、中国と日本の間でさまざまな交流が行われた。日本の大衆文化は、その交流の一環として70年代の後半から中国に進出しはじめ、90年代の後半から盛んになり、中国社会、特に若年層には大きな影響を与えた。「80后（80年代生まれを指す）」や「90后（90年代生まれを指す）」と呼ばれる中国の若年層にとって、今や日本のテレビ番組やアニメ・マンガを楽しんだり、日本のブランドやファッションスタイルを好んだりするのが一般化しつつある。近年、社会的関心を集めた「哈日族」[1]の誕生はその典型的な例である。一方、2004年サッカーアジアカップの反日騒ぎや、2005年中国各地で起こった一連の反日デモ、近年台頭した反日感情を強く訴える動きの主力もまた中国の若年層であった。彼らは日本の大衆文化を簡単に受け入れたものの、日本に対する歴史上のイメージは変わらないままである。

日本に対する両面的な認識は、実は早くも世論調査の結果に表れている。「中国青年対日本的認識」では、97.4%の人が日本国内における戦争を美化する動きに「容認できない」、96.8%の人が政治家の靖国神社参拝に「非常に怒りを感じる」と選択しており、歴史問題に対する日本政府の曖昧な態度には否定的であった[2]。一方、日本に学ぶべきところについて聞いたところ、89.5%の人が「敬業精神」、88.5%の人が「科学技術」、88.3%の人が「経営管理」を選択しており、日本経済の発展や科学技術の進歩には肯定的であった[3]。また、日本人に対する印象に挙げられたのは、「残忍」（56.1%）、「創造性に富む」（54.4%）、「団結」（52.1%）、「好戦的」（45.3%）、「倨傲自尊」（45.2%）であり、両面的なイメージの共存が観察された[4]。2000年以後実施された「中国大学生対日本的看法」[5]、「中国青少年能够理性看待日本」[6]、「中国青年日本観調査」[7]など若年層を対象とした対日観の調査でも、日本に対する肯定的、否定的イメージの共存が観察された[8]。以上の調査結果から、二つの問題が考えられる。すなわち、①この両面的な対日認識はどのように形成されてきたのか。②両面的な対日認識はどのように政治的「反日」と文化的「哈日」という社会現象へと発展したのか。この二つを以下で明らかにしていきたい。

1）哈日族とは、日本大衆文化に熱中する若者のことを指す。台湾マンガ家哈日杏子のデビュー作品『早安日本』に由来すると言われている。
2）『中国青年報』中国青年報社、1996年12月4日。
3）同上。
4）同上。
5）陳生洛『青年研究』中国社会科学院社会学研究所、2003年第11期。
6）張伯玉『日本学刊』中国社会科学院日本研究所、2009年第3期。
7）『小康』中共中央求是雑誌社、2010年第11期。
8）若年層の対日観に関する調査結果は少なく、また各地域で各機構（研究員）によって別々に実施されているため、連続性に欠けている。しかし、これらの調査結果から、日本に対する肯定的イメージと否定的イメージの共存が観察されていることは、本稿にとって有意である。恣意的選択をなるべく避けるため、本稿では、全国範囲で実施されるものとインタビューが含まれる調査を分析対象とする。

1．先行研究

若年層の日本観について論じたものは90年代以前にはほとんどなかったが、90年代に入ってから、高揚するナショナリズムに注目が集まるにつれ、爆発的に増えた。その中で、親日感情よりも反日感情に関する論述の方が圧倒的に多いが、両面的な日本観に関する論述はほとんどの場合、親日感情を論じるものから提示されている[9)]。また、日本に対する両面的な認識について触れているものの中でも、総合的に分析したものは少ない。『成長的中国　当代中国青年的国家民族意識研究（成長する中国　現代中国青年における国家民族意識の研究）』（以下『成長的中国』）は、日本観を含む若年層の対外観を総合的に分析した一冊である。そこでは、「中国青年対日本的認識」を含めた対外認識の調査結果を基に、以下の結論が導かれた。①政治面における感情的認同（強い連帯感、認め合う感情）が強い。②現実の事件に注目しており、主流世論に影響されやすい。③政治と社会に対する理性的認識に欠ける。④低年齢層であればあるほど、民族や国家という概念に対する意識が弱くなる傾向にある。以上の結論はこの著作の一節にまとめられており、結論①と③を強調する形で「感情と理性の分離」というタイトルが付けられている。具体的には、現代中国の若年層は近代中国の民族危機と五千年も続く中華文明に基づく強烈な民族的認同と愛国の熱意を必然的に継承する一方、「グローバル化」「世界主義」といった「愛国主義」とは矛盾する言葉や理念もある程度受け入れているという指摘である[10)]。この分析は、「中国青年日本観調査」で導かれる「感情的には拒絶、理性的には認める」という結論にも一致する[11)]。「感情と理性の分離」に基づけば、両面的な日本観はある程度説明することができる。すなわち、歴史上日本は中国に多大な災難をもたらした一人の侵略者として、感情的には忘れたくても忘れられない存在である。他方、高度の経済的発展を遂げた現代日本は成功者として、理性的には認めたくなくても認めざるを得ない存在であるということである。

しかし、このような日本に対する両面的な認識は、ほとんどの先進国に対しても当てはめることができるのではないかという疑問が浮かぶ。結局のところ、若年層が「日本」に執着する理由は明らかにされていない。つまり、日本に対する否定的なイメージは、単に「歴史的記憶」に基づく感情として片づけることはできず、若年層が「歴史的記憶」と現状を結びつけた理由を探る必要がある。一方、日本に対する肯定的なイメージは、単に先進国への憧れとして片づけることはできず、日本文化、特に日本の大衆文化が若年層に受け入れられた理由を考える必要がある。また、『成長的中国』で出された第四の結論「低年齢層であればあるほど、民族や国家という概念に対する意識が弱くなる傾向にある」の背景には、日本大衆文化の浸透が強調されていた。しかし、すでに挙げた世論調査の結果からでもわかるように、文化面における親日感情と政治面における反日感情は分離

9）王敏『ほんとうは日本に憧れる中国人「反日感情」の深層分析』（PHP 新書、2005年）や、遠藤誉『中国動漫新人類 日本のアニメや漫画が中国を動かす』（日経 BP 社、2008年）などが挙げられる。
10）房丁、王柄権、馬利軍編『成長的中国 当代中国青年的国家民族意識研究』人民出版社、2003年、126～137頁。筆者訳。
11）『小康』、前掲。

しつつある。それでは、日本に対する両面的な認識はどのように文化面における親日感情と政治面における反日感情として分離していったのか。

この過程について、さまざまな視点から説明が可能であろうが、本稿では、マスメディアの働きをもっとも重要なカギであると考える。理由は二つある。一つは、マスメディアには相対的に独立しているところがある。なぜなら、マスメディアから提示される情報は、主観によって構成される意味環境（疑似環境[12)]）の中で働いているため、現実社会そのものを映し出せないからである。したがって、文化面に関する日本の情報と、政治面に関する日本の情報が別々に提示されることによって、「日本」という大きな枠組みから相対的に独立した個々のコンテンツとなる。個々のコンテンツに関する人々の認識もまた相対的に独立し、相反するものではないと考えられる。もう一つは、『成長的中国』で出された第二の結論でも言及されているように、若年層には主流世論の影響を受けやすいところがある。現代中国の若年層は情報化の進展とともに育ってきた世代であり、マスメディアは彼らにとって世界を知るための必要不可欠な窓となっている。そのため、彼らが持つ二つの日本観もマスメディアを通して同時に作り出されていると考えられる。

２．研究方法

マスメディアの働きとナショナリズムの関係は早い段階で認識されていた。メディア論の大家であるマーシャル・マクルーハンは、1962年の著作『グーテンベルクの銀河系』の中ですでに、印刷技術による国民言語の普及がナショナリズム形成に対して中心的な役割を果たしたことに言及していた。また、ベネディクト・アンダーソンは『想像の共同体』の中で「印刷資本主義」の発達が国家像の提示や国民意識の塑造に貢献してきたことを論じている。このように、マスメディア論とナショナリズム論の緊密な関連性は絶えず議論されてきた。特に、インターネットの登場により、従来のマスメディアとナショナリズムの関連性に新たな可能性が開けた。この新たな可能性を解明する一つの試みとして、大石裕は「メディア・ナショナリズム」[13)]のメカニズムを提示している。すなわち、メディアと情報の一層の多様化がナショナリズム意識の低下につながる一方、メディアと情報の一層の集中化と感情的世論の表出がナショナリズム意識の高揚につながるという図式である[14)]。

「メディア・ナショナリズム」の図式から、「情報の多様化」と「情報の集中化」という二つの核心的概念を抽出することができる。定義すると、情報の多様化とは、人々の選好によって切り取られる情報が、多く提示されている現象であるのに対して、情報の集中化とは、強調されるある特定の情報に、人々の関心や意見が集中する現象であるといえる。本稿では、情報の多様化と情報の集

12）疑似環境は、ウォルター・リップマン（Walter Lippmann）が提唱した概念であり、二次情報から構成される環境像のことを指す。
13）メディア・ナショナリズムとは、マスメディア、およびインターネットなどのニューメディアの普及が、国民国家のナショナリズムを増幅する一連の現象である。大石裕「メディア・ナショナリズムを考える」大石裕、山本信人編『メディア・ナショナリズムのゆくえ「日中関係」を証言する』朝日新聞社、2006年、15頁。
14）同上、17頁。

中化を具体的に二つのステップを踏まえて分析する。一つは、情報伝達のルーツについて、従来のマスメディアによる情報提示とインターネットを通じた行動の二段階に分けて考えたい。マスメディアが選択した情報を受け取る過程において、大衆は受動的な立場に置かれる。ところで、インターネットが登場するにつれ、受動的であった大衆は能動的になり、情報の送り手と受け手という二つの立場を自由に往来できるようになる。しかし、インターネットを通じた情報の獲得は、従来のマスメディアによる情報提示に依存している部分が多いため、能動的とは言ってもあくまでも相対的なものである。もう一つは、情報選択の理由について、情報の多様化と情報の集中化がそれぞれ形成される心理的要因を考えたい。つまり、「生産（提示）」されている情報はなぜ「消費」されているのか、その心理を考えることである。意識的にせよ無意識的にせよ、情報の取捨選択という行為には必ず何かしらの動機が存在する。したがって、政治面における反日感情と文化面における親日感情の分離を分析するには、若年層の深層心理を探求することも必要となる。

3.「情報の多様化」がもたらすナショナリズム意識の低下

（1） 背景：マスメディアの商業化

情報の多様化をもたらしたのは、マスメディアの商業化である。市場経済が本格的に実施される90年代までには、マスメディアは「党と政府の喉舌」として位置づけられており、単に宣伝の道具でしかなかった。ところが、情報技術の発展に伴って、従来の新聞、雑誌、ラジオに続き、テレビが登場するなどマスメディアの種類がまず多様化してきた。また、マスメディアの市場化が推進されるにつれ、宣伝志向から大衆志向へとマスメディアの変容が加速させられた。日本大衆文化の進出は、日中国交正常化という政治的背景を必要としていたことは言うまでもないが、経済的利益を第一とする資本主義の推進から考えると、マスメディアの商業化が最も重要な役割を果たしたといえる。つまり、日本関連情報が多様化する中、日本大衆文化が進出し、日本大衆文化の浸透はさらに日本関連情報の多様化をもたらす。このような相互関係は、市場における商品の需給関係に一致しており、この意味では、親日感情は商品化の産物であるといえる。以下では、日本大衆文化が浸透する関連データを用いながら、情報の多様化が文化面における親日感情をもたらす過程について論じる。

（2） マスメディア上における日本大衆文化の神話

80年代から90年代にかけて、テレビにおける日本のドラマ、アニメの放送は、日本大衆文化を伝達する主たるツールとなっていた。81年に『姿三四郎』が中国に上陸してから、『赤い疑惑』『おしん』『燃えろアタック』『北の国から』など、80年代においては、総計38本の日本の連続ドラマが放

送された[15]。90年代においては、『東京ラブストーリー』『ひとつ屋根の下』『101回目のプロポーズ』など、若年層に好まれるトレンディドラマを中心に、50本以上の日本の連続ドラマが放送された。また、80年代においては、『鉄腕アトム』をはじめ、『花の子ルンルン』や『一休さん』などが次々と放送され、多くの若年層の少年時代から切り離せない一つの思い出となっている。90年代に入ってから、『ドラえもん』『聖闘士星矢』『美少女戦士セーラームーン』『ドラゴン・ボール』『名探偵コナン』『ちびまる子ちゃん』『ポケットモンスター』など、総計40本以上の日本アニメが中国で放送された[16]。

2000年以後、日本の大衆文化を伝達するマスメディアとして、テレビの持つ影響力は激減した[17]。一方、日本のファッション誌がひっそりと中国市場を占め始めた。日本ファッション誌『瑞麗（RAY)』は発売されて以来、トップレベルの発行部数を維持し続けている[18]。その後、『昕薇（VIVI)』『米娜(MINA)』『卡娜（SCAWAII)』『今日風采（OGGI)』などが続々と輸入され、それぞれ明確なターゲット層が設定されている。また、日本アニメ・マンガ情報誌の発売も2003年から勢いを見せた。『動感新時代（ANIME NEW TYPE)』『動漫販（AC FAN)』『動画基地（ANIME SPOT)』など、全体的に売れ行きが好調である[19]。さらに、音楽誌『COOL 軽音楽』や日本語学習関連雑誌『一番日本語』なども日本の大衆文化を伝達する重要な媒体となりつつある。

（3） インターネット上における日本大衆文化の浸透

全体的な情報量から見ればインターネットと比肩できるメディアはない[20]。インターネットを通じて、人々は情報の消費者と生産者という二つの立場を自由に往来できるようになった。日本の大衆文化は、まさに迅速な情報交換の中で浸透した。中国のインターネット空間には、日本の大衆文化に関する情報が膨大にある。情報獲得の一つの方法としては、「百度貼吧（http://www.tieba.com)」が挙げられる。その中には、日本のアニメ、ドラマ、音楽、ファッションといった大きなテーマに関する掲示板もあれば、具体的な作品や俳優、女優に関する個々の掲示板もある。また、より多種多様な情報が交換されるインターネット空間が普及しており、これは論壇BBSと呼ばれている。たとえば、インターネットで投稿されている字幕付きの動画は、ほとんど論壇BBSを経由している。翻訳から字幕をセリフ通りに合わせるなど技術的処理まで、字幕製作に携わる人たちは、基本的に日本アニメやドラマの愛好者であり、事実上のボランティア活動である。このように、各種の情報獲得ルートを経て、より多くの人が日本のアニメやドラマに触れることができるようになった。膨

15）劉志明『中国のマスメディアと日本イメージ』株式会社エピック、1998年、78～79頁。
16）徐明「中国電視台放過的日本動漫回顧」『考試週刊』吉林省輿林報刊発展中心、2002年46期。
17）たとえば、2005年中国広電総局が公布した『関与促進我国動画創作発展的具体措施（国産アニメの発展を推進するための具体措置)』では、ゴールデンタイム（17：00～21：00）に海外アニメの放送禁止、また放送時間に関しては、国産アニメは全体の六割以上を占めることが要求された。
18）『RAY』の中国版『瑞麗服装美容』は1995年に発売され、好評を博した。その後、1999年には『瑞麗時尚先鋒』や、2000年には『瑞麗伊人風尚』といった各年齢層をターゲットにした姉妹誌が続々と登場している。雑誌舗（http://zazhipu.com）「時尚雑誌訂閲排行」http://www.zazhipu.com/magsell1_1.html（2012年11月30日にアクセス）
19）同上、「動漫雑誌訂閲排行」http://www.zazhipu.com/magsell28_1.html（2012年11月30日にアクセス）
20）遠藤誉、前掲書、81～143頁。

大な情報の中から、彼らは自分の趣味選好に適するものを見つけ出す。

（4）「個人的アイデンティティ」への追求

若年層における日本大衆文化の人気について、コンテンツの内容研究から若年層の置かれる政治、社会的背景に至るまで、多くの研究がなされてきた[21]。本項では、「アイデンティティ」の概念を用いて、若年層の心理構造から分析を加えたい。

人間は絶えず「わたしはいったい何者なのか」「わたしはなぜわたしなのか」といった問いに直面する。その答えとして「アイデンティティ」の概念が提唱された。アメリカの心理学者E. H. エリクソンは、「アイデンティティ」を「特定の社会的現実の枠組みのなかで定義されている自我へと達成しつつあるという確信」[22]であると定義した。アイデンティティを維持するには、単に自分が主張するというだけではなく、それを絶えず承認し肯定してくれる他者が必要である。したがって、自分の主張するアイデンティティと他者による認知にあまり矛盾が見られない場合においては、アイデンティティは安定する。逆に、自分の主張と他者による認知が衝突する場合においては、アイデンティティは不安定なものになる。その結果として一種の心理的危機に陥ることを「アイデンティティ・クライシス（identity crisis）」と言い、青年期は「アイデンティティ・クライシス」が顕著になる時期と考えられている。

「アイデンティティ・クライシス」は現代中国の若年層において具体的にどのように説明できるのか。現代中国の若年層は、一人っ子政策による家庭構造の変化、市場経済の推進による経済制度の転換、義務教育による教育制度の改革、インターネットの普及などを経験した世代である。彼らの「アイデンティティ・クライシス」は、一人っ子政策がもたらす孤独感だけではなく、中国社会が激しい変動を経験する中に生まれる孤独感からも、もたらされる。この種の孤独感は、60、70年代に生まれた欧米の大衆社会における孤独感と類似している。大衆社会において、これまで家庭や地域において強いつながりを持った人間関係が徐々に生産と消費という一面的なものに吸収されていく中、人々はアイデンティティの揺らぎを経験した。このアイデンティティの揺らぎを克服するのもまた、生産と消費という一面的人間関係を通して行わざるをえない。そこで登場したのは、大衆文化であり、大衆文化は個々の孤独感を解消する一つの出口だと理解できる。呉咏梅が若年層に行ったインタビューからもこの理解を支持する意見が多く見られた。「『めぐり合い』が印象に残ったのは、自分の生活にこれまでにない共鳴を得ることができたからだ。福山雅治が演じる主役に一番共感を覚えた。彼は建築を専攻にしたが、本当は写真を撮るのが好きだった。卒業後、建築に関連する職に就かず、バイトしながら写真を撮り続けた。僕も音楽が好きで今音楽の仕事でなんとか食べているが、しかし、長期的に考えると、続けられるかどうかはわからない。このドラマを見ると、

21）石井健一『東アジアの日本大衆文化』（蒼蒼社、2001年）、岩渕功一『トランスナショナル・ジャパン　アジアをつなぐポピュラー文化』（岩波書店、2001年）などが挙げられる。
22）E. H. エリクソン（小此木啓吾訳編）『自我同一性：アイデンティティとライフ・サイクル』誠信書房、1973年、10頁。

いつも胸にずんずん痛みを感じていた（同済大学陳傑、筆者訳）」[23]。また、「日本のドラマを見ると、木村拓哉はいつも髪を伸ばしていた。その髪型が気に入ったので、まねする時期があった。……女子には日本の化粧や服装が特に魅力的だったと思う（上海外国語大学陳偉、筆者訳）」[24] というような意見もあった。

このように、彼らは日本のドラマから個々の実生活に関連させたい部分を見つけ出してきた。アニメについても同様の点が見られる。『スラムダンク』『キャプテン翼』で描かれる仲間と一緒に夢に向かって奮闘する精神や、『新世紀エヴァンゲリオン』『機動戦士ガンダム』で描かれる正義と悪など、例を挙げるときりがないが、日本アニメの深層にある普遍的なものが若年層を引き付ける一つの理由として考えられる。ただし、ドラマと比べてアニメは実生活から離れているため、ストーリー性に富む、映像が綺麗、キャラクター設定が面白いといった理由で選択されることが多い。

改革開放の加速によって、中国はグローバル化に適応していくことができた。西洋文化の大量輸入によって、国家利益を謳う「集体主義」が個人主義に取って代わる中、若年層の人生観、世界観などが多様化してきた。彼らはどこに自己を求めるのか、どのように自己を実現するのかについて、多種多様な考えを持つようになる一方、周りと同調できない孤独感をも覚えるようになった。その意味で、日本の大衆文化は、彼らの孤独感を解消する一つの出口となった。要するに、若年層の持つ文化面における親日感情は、彼らの個人的アイデンティティが多様に発展する中で、生み出されてきたものである。

４．「情報の集中化」がもたらすナショナリズム意識の高揚

（１） 背景：国民統合の構築

グローバル化が推進される一方で、国民統合もまた必要であった。文化大革命の10年間で、社会主義的イデオロギーの魅力は失われてしまった。その意味で、1978年に打ち出された改革開放政策は社会主義的イデオロギーの危機を乗り越える試みとして捉えることができる。ところが、西洋的価値観の浸透によって、危機を乗り越えるどころか、人々は社会主義的イデオロギーそのものから離れて行った。天安門事件は、その典型的な表れだといえる。天安門事件後、空前のイデオロギー危機を乗り越えるためには、中国は一刻も早く社会全体を統合し、内部矛盾を緩和することが必要となった。中国では昔から支配者がその正統性を歴史伝統に置いてきたため、ナショナリズムが強調されやすい。その結果、愛国主義教育の強化が図られることとなった。現代中国の若年層はまさにこの愛国主義教育キャンペーンの下で生まれ育った世代である。中国のナショナリズムは西洋列強の刺激によって形成されたため、侵略された屈辱の歴史は避けて通れない話である。中でも軍国主義日本との戦いは、時間的に最も長く、規模的に最も大きく、その結果は最も悲惨であるため、

23）呉咏梅「『80後』中国年軽人眼中的日本流行文化」『日語学習与研究』2010年第４期、19～28頁。
24）同上。

愛国主義教育キャンペーンの中で最も強調されることとなる。また、愛国主義教育キャンペーンは小中学校を中心に実施されていたため、それが若年層の侵略者であった日本に対する最初の記憶となっている。

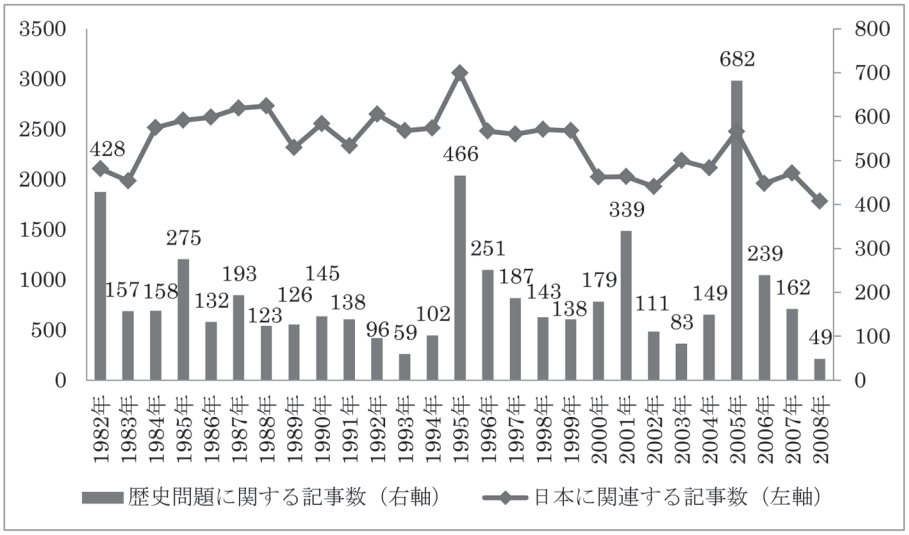
（2） マスメディアを通じた愛国主義教育キャンペーンの展開

マスメディアを通じた愛国主義教育キャンペーンは、具体的には宣伝と教育に分けることができる[25)]。宣伝については、機関紙である『人民日報』が例として挙げられる。王軍によれば、『人民日報』で「愛国主義」が使われている記事数は、50年代と90年代にピークを迎えている[26)]。50年代における愛国主義宣伝は、新生政権を強固するためであり、90年代における愛国主義宣伝は、すでに述べた国民統合のためである。教育については、「三百運動」が挙げられる。「三百」とは、百個愛国主義教育基地、百部愛国主義教育映画、百部愛国主義教育図書のことである。百部の愛国主義教育映画に関して言えば、小学生から高校生まで一年間で５、６本の鑑賞が義務付けられている。その中で、抗日戦争をテーマにしたのは、『小兵張嘎』『鉄道遊撃隊』『地道戦』『地雷戦』『野火春風闘古都』『西安事変』『血戦台児庄』『狼牙山五壮士』『平原遊撃隊』『帰心似箭』『鶏毛信』の11本である。どれも若年層にとって名作であり、その中で「日本鬼子」のイメージは鮮明に描かれている。

このように、愛国主義教育キャンペーンを通じて、軍国主義日本のイメージは若年層の頭の中に鮮明に残されてきた。歴史問題に対する「怒り」は、軍国主義日本のイメージが念頭に置かれていることは言うまでもない。しかし、歴史問題に対する感情的な反応がそのまま反日感情に結びつくとは限らない。若年層は直接戦争を経験していないため、戦争時の日本に対する否定的な感情や認識が現在の日本に向かうようになったのには、何か「刺激」が必要だったはずである。80年代以降の日中関係では、教科書問題や靖国神社問題、領土問題など歴史上残された問題が繰り返されていることに気付く。『人民日報』における日本関連報道をまとめてみたところ、1982年から2008年までの間、1982年（教科書問題）、1985年～1987年（教科書問題、靖国神社問題、光華寮問題）、1995年～1996年（尖閣諸島問題、台湾問題）、2001年（教科書問題、靖国神社問題）、2004年～2005年（教科書問題、尖閣諸島問題）など、日中間に衝突が発生すると、歴史問題に関する記事数が増幅することがわかる（図１参照）。政府系新聞は中立的論調を維持しようとしても、日中間で衝突が頻発すると、取り上げざるを得ないため、結果として情報の集中化を招いてしまっている。

25）王軍『冷戦結束以来中国的民族主義』社会科学文献出版社、2012年、83頁。
26）同上。

図１ 『人民日報』における日本関連記事および歴史問題に関する記事数の推移（1982年～2008年）[27)]



出典：筆者が作成。

80年代以後、歴史問題をめぐる日中間の衝突は繰り返し発生しており、この衝突がもたらす社会的反響は、年代を追うごとに大きくなっている。その背景には、情報が多くの人に届くようになったことが挙げられる。2001年には日本文部省による新しい歴史教科書の認定、李登輝訪日の実現、日中貿易の摩擦、小泉首相の靖国神社参拝などがマスメディアで次々と取り上げられた。2003年に入ると、９月に珠海（広東省）で日本観光客の集団買春事件が、11月に西北大学（西安市）で日本人留学生の寸劇事件が相次いで起こり、従来の歴史問題に加えて、社会問題まで取り上げられるようになった。このように、日中間の衝突が中国社会に知れ渡る中、2004年にはサッカーアジアカップで反日騒ぎが起こり、2005年には日本の安保理常任理事国入りに反対して、中国各地でデモが発生した。80年代では、歴史問題や領土問題といった国家レベルの問題に関しては、マスメディアが取り上げなければ、一般の人々は知ることもなく、まして行動を起こす理由もなかった。ところが、90年代に入ってから、特に2000年以後、たとえ主要メディアで取り上げられなかったとしても、人々はこれらの情報を獲得できるようになった。そして、情報を受け取った後に感想を述べる「場」を作り上げていく。この「場」として登場したのがインターネットであり、従来のマスメディアによる情報の一方的な伝達を打破していった。中国では、インターネットの普及は90年代の半ばから本格化したが、CNNIC の統計によれば、2012年６月の時点でユーザーは5.38億人に、普及率は39.9%

27）この統計は、『人民日報（中国国内版）』の電子版を利用し、作成したものである。日本関連記事は、「日本」をキーワードとして検索した結果である。歴史問題に関する記事数は、日本関連記事を検索した上で、「教科書」「靖国神社」「南京大虐殺」「慰安婦」「軍国主義」「帝国主義」「抗日」といったキーワードを入力し、再検索した結果である。

に達している[28]。年齢層から見ると、10歳以下（1.7%）、10～19歳（25.4%）、20～29歳（30.2%）、30歳以下の若年層は六割近くの割合を占めており[29]、インターネットは愛国感情を表現する場として最も活用されていると考えられる。以下では、インターネット上における情報の集中化がナショナリズム意識の高揚に繋がる過程を、「刺激」と「場」の二段階に分けて分析する。すなわち、日中間における衝突が起こるたびにその出来事が伝えられ、人々の関心や意見も集中する第一段階と、集中した関心や意見が実際に行動に移される第二段階である。

（3） インターネット上で高揚する「愛国主義」

劉志明によれば、2005年１月から５月までの間で、ポータルサイト「新浪（http://www.sina.com）」の国内と国際ニュースの上位30本に入った日本関連のニュースは933本に達しており、これは同じ時期の『人民日報』『環球時報』『新京報』『国際先駆導報』の４紙の対日報道の合計に相当する[30]。インターネットを通じた大量の情報提示は、インターネット上における関心や意見の集中をもたらす。この関心や意見の集中は、しばしば従来のマスメディアによる世論引導とは異なる方向へ発展する。たとえば、2003年７月に京沪高鉄に日本新幹線技術を導入する計画は、予期せぬ愛国主義感情を煽ることになった。中国人が日本の発達した科学技術に対して持っていた肯定的な認識は、自国の利益の前ではあともなく消え去った。また、2003年11月のトヨタ広告事件[31]は、インターネットで騒がれ始めてから、ただちにマスメディアに取り上げられることになり、最終的には日本側が謝罪を迫られることになった。これはインターネット上におけるナショナリズムの高揚が、現実社会に影響を及ぼした一つの好例である。歴史問題をめぐる衝突に反映されるのは、清算できない感情レベルでの問題であると同時に、利益衝突の問題でもある。社会問題、領土問題などに反映される日中間の利益衝突が歴史問題にリンクさせられる中、ナショナリズムは高揚する。

インターネットは関心や意見が集中する場というだけではなく、動員する場でもある。インターネットにおける中国人大学生の愛国主義行動に関するアンケート調査では、「中国の国家利益あるいは核心利益が挑戦された時に、インターネットを通じて直接意見や態度を示すか」という質問に対して、53.9%の大学生は「する」、32.9%は「状況による」と答えたのに対して、「しない」と答えたのはわずかの4.6%であった[32]。また、「どのように直接意見や態度を示すか」という質問に対して、「他者が示した愛国の立場に追随するコメントを残す」を選択した人は66.4%で最も多く、「自発的に愛国の立場を示し、人々の愛国行動を呼びかける」を選択した人は46.3%であった[33]。2003年の日本新幹線技術導入に反対する署名キャンペーン、チチハル遺留毒気に対する賠償署名キャンペ

28）「第30次中国互聯網発展状況統計報告」中国互聯網信息中心（CNNIC）、2012年７月。
29）同上。
30）劉志明「日中コミュニケーションギャップと情報発信」高井潔司、日中コミュニケーション研究会編著『日中相互理解のための中国ナショナリズムとメディア分析』明石書店、2005年、123頁。
31）トヨタ車（プラド）の広告では、跪いた獅子（中国では非常に重要な象徴とされる）がトヨタ車に敬礼する内容が含まれていた。これが中国人の民族感情を傷つけ、中国社会から大きな反発を買った。
32）王軍「網絡空間下大学生的民族主義思潮和行動」『網絡民族主義与中国外交』中国社会科学出版社、2011年、123頁。筆者訳。
33）同上、125頁。筆者訳。

ーン、日本製品の不買運動に関する呼びかけなどが、インターネットを通じた愛国主義行動の例として挙げられる。中でも、2005年日本の常任理事国入りをめぐって、中国各地で発生した反日デモには多くの注目が集まった。署名キャンペーンは米国から始められたが、すぐに国内の反日サイト「918愛国網（http://www.china918.net/qm）」に拠点が移された。「918愛国網」が独自の署名サイトを開いてから、ポータルサイト「新浪（http://www.sina.com.cn/）」「搜狐（http://www.sohu.com/）」「網易（http://www.163.com/）」などが参加した。3月17日から4月28日までの間に4166万の署名が集まるなど、インターネットは強大な動員力を発揮した[34)]。2010年尖閣諸島付近での漁船衝突が発生した後、北京、上海から西安、重慶、成都まで続々と反日デモが勃発した。従来のポータルサイトや論壇BBSに対する監視が強められる中、今回の反日デモに関する呼びかけは主に「QQ（http://www.qq.com）」（ユーザー1000万人に達す）というチャットツールを通じて行われた。また、近年普及しつつあるツイッターやミニブログも一定の動員力を発揮した。デモが発生した後、従来のポータルサイトや論壇BBSのほかに、ブログなどを通じてデモの様子が生々しく伝わっていくことによって、ナショナリズムはますます高揚した。

（4）「集団的アイデンティティ」への追求

自分は何者であるかという問いに対して、自分の所属集団から考えていくことができる。所属集団の一員として自己を理解し行動することは「社会的アイデンティティ」という。ところで、集団間では「わたし」という意識のほかに、「われわれ」と「かれら」、「仲間」と「敵」という意識が生まれる。「社会的アイデンティティ理論」[35)]では、自分の所属する集団（内集団）には好意的態度を、他の集団（外集団）には非好意的態度をとる傾向が示された。国家の場合、「内集団」と「外集団」は、「わが国」と「他国」になる。したがって、ナショナリズムはわが国に対する好意的態度と、他国に対する非好意的態度という二つの傾向から考えることができる。ナショナリズムのナルシス的傾向は、この二つの傾向に一致する。すなわち、共同の言語、風習、伝統、歴史記憶など表象的な特徴を持つ群体に対する病的依存と、こうした特徴を共有しない人に対する被害妄想である[36)]。すべてのナショナリズムにはこの傾向が少なからず見られており、集団間の差別認識の根拠となっている。以下では、対外的と対内的という二つの側面からナショナリズムが高揚する心理的要因を分析する。

P. H. グリースは現代中国のナショナリズムの高揚について、以下のように論じた。「『第四世代』（若年層を指す）は、これまでの世代とは違って、直接的な被害経験をしていないため、西洋帝国主義が中国に与えた苦難から、新たな被害物語を見つけた（筆者訳）」[37)]。近代以来、西洋列強の侵略に

34）劉志明、前掲書（2005）、126頁。
35）社会的アイデンティティ論は、ヘンリ・タジフェル（Henri. Tajfel）らによって提唱された。社会的アイデンティティ達成の過程において、内集団ひいきが生じることが証明された。
36）楊勇兵「論民族主義起源的社会心理機制」蘇州大学、2003年、29～30頁。
37）Peter Hays Gries, *China's New Nationalism: Pride, Politics, And Diplomacy,* University of California Press, 2005, p.4

よって、国家の存亡は中国の主要な問題であった。新中国が成立するにつれ、中国人は事実上存亡の問題から解放されるが、被害者意識は残されたままであった。ところで、90年代以降、中国経済の急速な発展と総合国力一般の増大によって、多くの中国人は「強国夢」に近づく実感を得られるようになった。この実感は、若年層において顕著である。なぜなら、彼らは戦争による「百廃待興」の局面も経験していなければ、文化大革命、天安門事件による社会の劇的変動も経験していなく、中国の凄まじい発展だけを経験してきたからである。残された被害者意識と「強国夢」に近づく実感が影響し合う関係にある。つまり、現代中国の国力膨張が抑え込まれているという思い込みが過去の西洋列強に対する被害者意識を想起させている。そして、この思い込みが逆に、若年層の中国の発展に対する確信を強めているということである。

他方、市場経済が推進される中、「社会主義」は中国人、特に若年層にとってすでに体で感じられるものではなくなり、「愛国主義」が唯一のイデオロギーとなった。「愛国主義」はまた、言論が厳しく制限される環境においては、唯一安全かつ高尚な言語である。劉星はインターネットで高揚するナショナリズム的言説は、「論拠と論証とを混同した『自己完結』的なもの」[38]であると指摘した。この「自己完結」的過程においては、「認知的不協和」[39]の心理が働いている。すなわち、人々には予め持たされる価値観に疑問を投げるよりもそれを維持しようとする傾向があり、その価値観を逸脱するような情報が与えられると自然的に拒絶しようとしたり、その価値観に沿うような情報を自ら選択しようとしたりする。日本に対する固定的な思考方式について、陳生洛は以下のように述べた。「中国の大学生は、中国人の視点、中国文化にある概念から日中間における衝突を解釈したがる。……異なる文化背景を持つ人の考え方をあまり考慮せず、また、考え方に不一致が生じたときには、文化的理解を示すのではなく、道徳的に相手を批判したがる。……したがって、日中間の衝突に関する理解は、感情的で道徳的である（筆者訳）」[40]。「感情的」であるのは、「群衆心理」[41]の一つ大きな特徴である。一個人としてどれだけ優れた人間であっても集団に位置づけられてしまえば、周りの人に同調しようとする模倣行為が起きやすい。したがって、インターネット上において、一時的な感情に流されて、しばしば合理的な判断に合致しないような過激な発言や行動が生じるのは、群衆心理によって説明することができる。周囲に同調しようとする行為はまた、「沈黙の螺旋」[42]現象から見られる孤立への恐怖としても表れる。これは、社会から排除されてしまう恐れを避けたいという人間の本能的判断に基づくものである。「『愛国』を叫ぶ度合がちょっとでも少ないと、すぐさま『売国賊』というレッテルを貼られるのではないか、という恐怖感を若者たちが持っている」[43]。

38）劉星「中国のインターネット・ナショナリズム的対日観―軍事ファンサイトの分析を中心に」『中国21』愛知大学現代中国学会編、2005-06、151頁。
39）認知的不協和は、アメリカの心理学者レオン・フェスティンガー（Leon Festinger）によって提唱された概念である。
40）陳生洛、前掲。
41）群衆心理を最初に研究したのは、フランスの心理学者ギュスターヴ・ル・ボン（Gustave Le Bon）である。ル・ボンは、フランス革命において暴徒化した民衆行動から群衆心理を研究した。
42）沈黙の螺旋は、ドイツの政治学者エリザベート・ノエレ＝ノイマン（Elisabeth Noelle-Neumann）によって提唱された世論形成過程のモデルである。
43）遠藤誉、前掲書、390頁。

このように、一人が愛国を叫んだら、十人が叫ぶようになり、十人が叫んだら、さらには百人が叫ぶようになる中、「愛国主義」というイデオロギーが定着していく。

おわりに

以上、現代中国の若年層が合わせ持つ文化面における親日感情と、政治面における反日感情は、「情報の多様化」と「情報の集中化」によってもたらされたものであるといえる。文化面における親日感情は、日本のドラマ、アニメ、音楽、ファッションなどに関する多種多様な情報を若年層が個々の趣味選好に基づいて選択する中で生まれてくるものである。この種の情報選択には、大衆社会における孤立した個人がアイデンティティを維持したいという深層心理が潜んでおり、日本大衆文化の浸透は若年層の持つ孤独感を解消する一つの出口として理解することができる。他方、政治面における反日感情は、「敵」である日本に関する情報が集中化する中で生まれている。新聞における政治報道の集中や、テレビにおける戦争映像の繰り返しなど、若年層の持つ侵略者であった日本のイメージは、従来のマスメディアを通して形成されてきた。侵略者であった日本のイメージに基づく反日感情はさらに、現代の日中間における利益衝突によって刺激され、インターネットを通して過激な排他的ナショナリズムにエスカレートしていく。この種の情報選択には、揺るぎのない民族的まとまりを追求したいという深層心理が潜んでおり、反日ナショナリズムの高揚もまた若年層の持つ孤独感を解消する一つの出口として理解することができる。異なるレベルでのこの二つの深層心理は、二つの対日感情を分離させつつあり、近年の反日ナショナリズムの高揚はこの現実を物語っている。そのうえ、現代中国の若年層が持つ二つの日本観は決して同一水準ではないため、日本の大衆文化の受け入れにより、反日感情が徐々に消えていくといった楽観的な予測をすることは、今の時点では難しい。また、現代中国ナショナリズムの台頭は、世界からの不信と不安を募らせるだけではなく、中国国内の安定を乱す可能性も高い。したがって、マスメディアとナショナリズムの関係を考察することによって、現代中国ナショナリズムの目指すべき方向性を提言することが今後一層重要になっていくだろう。