

中国を説明する

中国のソフト・パワーと文化交流

青山瑠妙
早稲田大学教授

今世紀に入ってから、中国は積極的な対外文化交流を進めている。そこにはどのような意図が込められているのか。「孔子学院」など、具体的な政策を紹介しつつ、その現状と課題を探る

世界は中国をどう見ているか

アメリカのグローバル・アフエアーズ・

シカゴ評議会 (Chicago Council on Global Affairs) が行なったソフト・パワーに関する調査がリリースされた。アメリカ、日本、中国、韓国、インドネシア、ベトナムで行なわれたこの調査は、経済、文化、人的資源、政治、外交の五つの指標を用いて、この六カ国のソフト・パワーについて評価を下した。五つの指標で総合的に評価された中国のソフト・パワーは、アメリカ、日本に次ぎ六カ国中第三位となっている。

アメリカ、日本、韓国、インドネシア、ベトナムによる中国の経済、人的資源、文化、

外交、政治への評価は図1に示したとおり

である。同調査によると、インドネシアと

ベトナム両国はアメリカ、日本、韓国と比

べ五分野における中国のソフト・パワーに

より高い評価を与えているが、文化分野を

除く経済、人的資源、外交、政治分野にお

いて、中国はすべての国からアメリカ、日

本に次ぐ第三位の評価が与えられている。

文化面に関しては、インドネシアとベト

ナムでは、中国は一位となっている。アメ

リカを除く国々では過半数の人々が中国語

を学習する必要性を感じている。他方、日

本、韓国、インドネシアの大多数の人々は

中国の映画やテレビをほとんど見ない、あ

るいは見たいとはまったく思っていない。

中国のソフト・パワーに対する世界各国、

あるいはアジア諸国の評価を知る上で、こ

の五カ国の調査だけではもちろん不十分で

あり、またサンプリングの妥当性にも問題

は残る。それでも、筆者が知る限りグロー

バル・アフエアーズ・シカゴ評議会の調査

はソフト・パワーを数値化した唯一の世論

調査であり、中国のソフト・パワーに対す

る他国の反応を知る上で重要な指標となる。

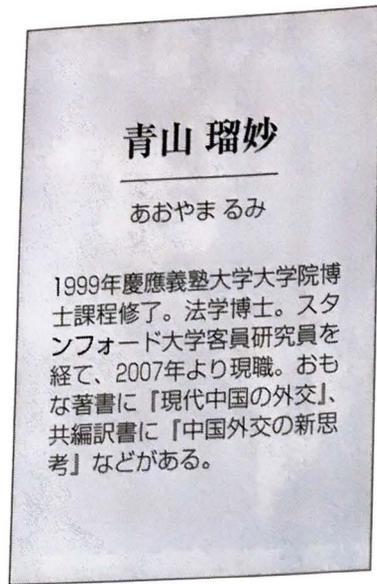
中国のソフト・パワーに関しては一般的に

「したたか」というイメージがあるが、こ

の調査結果はやや厳しい評価となっている。

ソフト・パワーと文化産業の育成

対外文化交流は中国外交の重要な分野の



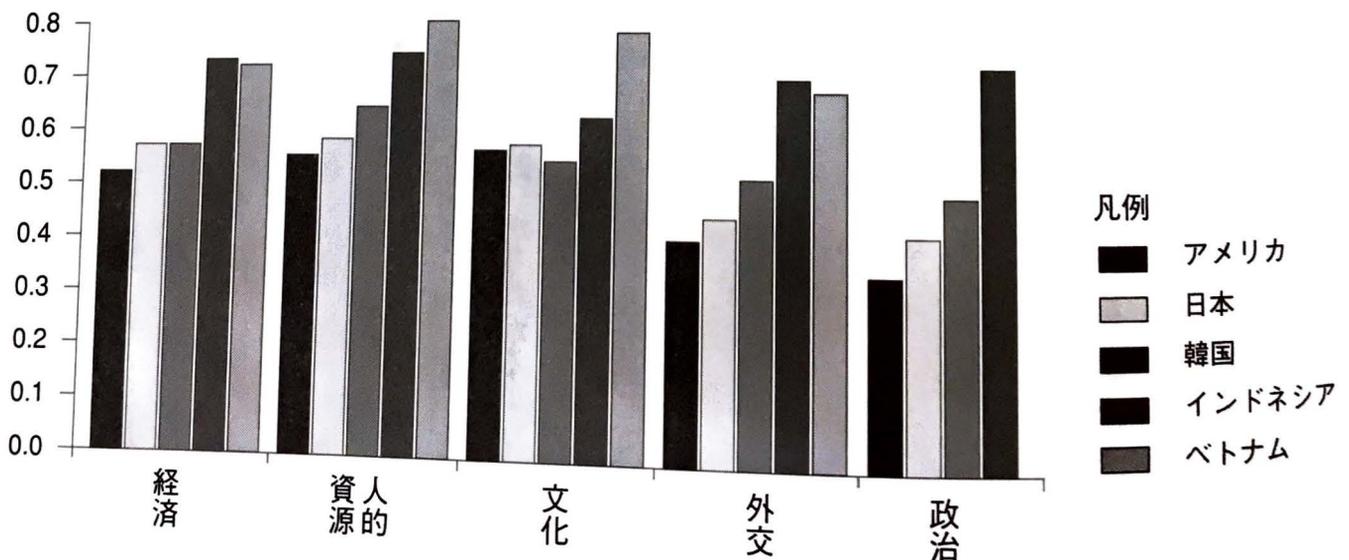
一つとして、建国以来、一貫して重視されてきたが、その重要性と求められる役割は時代とともに変化してきた。目下、対外文化交流は中国の重要な産業として、また重要な外交手段として大きな期待が寄せられている。

対外文化交流が産業として重視され始めたのは二〇〇一年二月に中国の世界貿易機関(WTO)加盟が承認されて以降のことである。WTO加盟に伴い、中国は段階的に文化・メディア市場の開放の必要性に迫られ、〇二年一月に開かれた中国共産党第一六回党大会での「積極的に文化事業と文化産業を発展させ、文化体制改革を深化させよ」との号令のもと、文化体制改革が試験的に始動した。〇四年、当時の文化

大臣孫家正は次のように述べた。「今後、政府が主導し、民間交流を主体とし、市場メカニズムをテコに、中央と地方、政府と民間が連携して、文化貿易の赤字を改善しなければならぬ」¹。このころから中国文化産業の貿易赤字²、特に対欧米貿易赤字問題が国内でクローズアップされた。文化関連製品の輸出促進のための法制定が急がれ³、文化をビジネスチャンスとして捉える意識改革が提唱されるようになった。

二〇〇二年にスタートした文化体制改革の最大の特徴は、スタート当初から国内市場のみならず、海外市場にも照準を合わせていることである。しかも、対外文化交流は国内企業の海外進出を手助けする重要な手法として重視されており、特にメディア産業や文化産業の育成と強化は重要な柱となりつつある。「メイド・イン・チャイナ」のテレビだけではなく、「メイド・イン・チャイナ」のテレビ番組を輸出できる産業育成政策はまだスタートしたばかりであるが、映画、アニメ、ゲームなどの分野で華やかな攻勢をみせている。目下、南アフリカでテーマパークが建設中されており、「恐竜

図1 中国のソフト・パワーへの評価



出所：The Chicago Council on Global Affairs(2008年調査)

の危機 (Dino Crisis)」「ホラガイの入江 (Conch Bay)」などのテレビアニメがインドネシア、インド、中東で放映されることになった。

文化が中国政府によって公式にソフト・パワーの重要な要素として位置づけられたのは二〇〇七年一〇月である。同年に開かれた中国共産党第一七回党大会において、胡錦濤国家主席は文化を「総合国力競争の重要な要素」として捉え、「文化ソフト・パワー」を高めようと呼びかけた。「文化ソフト・パワー」というコンセプトが政府活動報告に盛り込まれたことからわかるように、文化は外交の一役を担う重要な柱としてますます重視されていった。

中国のパブリック・ディプロマシーの重要な目的の一つは「中国を説明すること (explain China)」にある。西側の論理で中国の行動を説明することに限界を感じた一部の学者は、今世紀に入ってから中国の伝統文化に中国外交の理論的根拠を求めようになった。「和諧世界」というコンセプトが二〇〇五年に胡錦濤国家主席によって初めて提起され、第一七回党大会の政府活

動報告に盛り込まれたのも、こうした流れのなかで理解できる。現在、文化外交は政治、経済に次ぐ中国の外交の第三の柱として位置づけられ、文化交流も中国への理解を促進する重要な土台を築くものとしてきわめて重要な外交手段となっている。

このように、中国において文化交流は二つの意味において重要である。第一に、中国にとって、文化促進政策は文化産業の育成の意味合いが強い。海外向けの文化交流は国内企業の保護育成や海外進出とドッキングして促進されている。第二に、中国のソフト・パワーを高める重要な外交手法として期待されている。

全方位の文化・教育戦略

中国の文化交流政策のなかで、世界から大きく注目されているのは、教育と対外文化交流の二つの分野である。ここでは、この二つの分野の具体的な政策と展開を簡単に紹介する。⁴

(1) 孔子学院と孔子教室 (孔子課堂)

対外文化交流のもう一つの主軸となつて、海外での語学普及機構の開設が企画さ

れるようになったのも、二〇〇二年のことである。海外における中国語学習のブームに乗じ〇二年から企画された中国語普及機構は〇四年三月に正式に「孔子学院」と命名された。その後、孔子学院の姉妹版ともいえる孔子教室も検討、設置されるようになった。

「孔子学院は単なる語学教育機構ではなく、海外に中国文化を紹介する機構でもある」という政府方針⁵からわかるように、孔子学院は教育文化施設として位置づけられており、中国語の国際普及を通じて、中国文化の影響力を増強し、国家のソフト・パワーを高めることにつながると期待されている。

国家中国語国際普及・拡大指導小組の初期計画では世界に一〇〇の孔子学院を設立する予定であったが、二〇〇九年三月時点で、孔子学院はすでに世界八一カ国の二五六カ所、孔子教室は五八カ所に設立されている。現在海外からの孔子学院設置の打診は一五〇件を超えている状況⁶を考慮に入れば、世界的な中国語ブームを受けて、孔子学院は、今後さらに拡大する傾向にあ

図2 世界の孔子学院



出典：中国漢語事務局HP URL <http://japanese.hanban.org/kzxy.php>

る。中国政府の予想では、二〇一〇年までにその数は五〇〇に達するであろう。さらに孔子学院のネット版Confucius Institute

Onlineも試運転の段階に入り、ネットで中国文化、中国の現状を紹介し、Eラーニングができるようになった。

孔子教室の成功例とされているのは、長野県で二〇〇八年四月に設立された「長野ラジオ孔子学堂」である。開講式には崔天凱中国大使も出席して、「孔子学堂を通して、さらに多くの日本の方々が中国を理解し、中国人のよき友人になるに違いない」という祝辞を送ったという。長野のこのラジオ孔子学堂は、孔子学院と異なり、中国国際放送局によってラジオによる中国語教育のノウハウを生かした授業が行なわれるところに特徴があるとされている。

以上のように、中国語と中国文化を普及させるために、中国政府は海外で孔子学院を積極的に設置している。海外におけるこうした言語教育は、建国当初から続けられた語学教育の限界を突破し、語学教育普及の手法を一新した。まず、海外における中国語教育の普及はアフリカなどの第三世界に限定した活動から離脱し、欧米先進国までカバーした全方位のプログラムへと進化した。そして普及プログラムのターゲット

は従来の中国語学習者や華僑・華人から、中国語学習の必然性を持たない一般学習者にむしる移ってきている。

(2) 文化交流

中国の対外文化交流は建国直後からスタートしたが、前述のように、特に二〇〇二年以降、政府政策における重みが以前よりも増した。最近では政府高官の外国訪問の際に、従来の貿易代表団に加え、文化代表団も随行している。そして、〇三年フランスで行なわれた「中国文化年」の大成功が目下の中国の対外文化交流の政策に与えた影響はきわめて大きい。

●文化フェスティバル

中国の対外文化交流は当初から現在に至るまで一貫して世界各国で「中国文化週」などの期限付きイベントを設け、展覧会を開き、文化芸術団体や留学生を相互に派遣するといった、伝統的な文化外交の手法を採用している。中国とフランスの文化年が大成功を納めてから、「××国家年」、「感知中国」(「肌で中国を感じ取る」)などの文化フェスティバルが中国の対外文化交流のキーワードの一つとなった。文化フェスティ

バルは文化週、文化年などさまざまな異なる形態をとっているが、基本的には国家間の文化協定に基づいて実行されており、相互主義を採用している。

中国文化の一般市民に向けての発信は、グラスルーツレベルで中国に対する親近感を高める狙いを有している。こうした一連

のイベント活動において、二〇〇五年一月に開催されたケネディ・センター中国フェスティバルは、特筆すべきである。このフェスティバルはアメリカのケネディ芸術センターと中国との間で共同開催され、イベント活動は一カ月にわたり行なわれた。胡錦濤国家主席、ブッシュ大統領も出席したことで、「ニューヨーク・タイムズ」にも報じられたこのイベントを、中国政府はアメリカ向けの中国のパブリック・ディプロマシーの試金石として高く位置付け、非常に重視したという。孫家正文化大臣はこの文化フェスティバルの重要性について次のようにコメントしている。「文化フェスティバルでは中国の音楽、アートを披露したり、中国映画を放映したり、写真展を開催したり、中国の茶文化を紹介したりしているだ

けかもしれない。しかしながら、こうした活動は、普通の中国の人々が何を考え、何をしているかをリアルに表現し、『中国の理念』をそのまま説明しているのだ。これは相互理解の基礎であり、信頼構築の出発点である」。

●中国文化センター

海外における中国文化センターの設置は近年海外から注目されているパブリック・ディプロマシーの一つとなっている。現時点で実際活動している中国文化センターはベナン、カイロ、パリ、マルタ、ソウル、モリシヤス、カザフスタン、ベルリンの計八つである⁸。今後一〇年間でさらに世界各地で二〇～二五カ国に文化センターを設置する予定となっている。二〇〇六年三月の時点で、政府間協定が締結済みあるいは締結交渉中の中国文化センターは、イギリス、フランス、ドイツ、ロシアの四大国、エジプト、モリシヤス、ベナン、マルタ、メキシコの五つの発展途上国、日本、韓国、タイ、カザフスタン、モンゴルの五つの隣国に遍在している。

文化センターの機能は文化活動、教育、

インフォメーションサービスなどのサービスマネジメントに集約できる。具体的には、各種の展示会・映画上映会・コンサートを開催し、中国文化に関する「ディスカバリー中国」(発見中国)シリーズの講義を提供し、中国語・太極拳・漢方医学などの講座を開くなどの活動が行なわれている。そして中国文化センターは、図書館機能も兼ね備えている。

成果と課題

かくして、今世紀に入ってから中国は産業育成、ソフト・パワーの増強のために、文化政策に力を入れてきた。こうした状況に鑑み、冒頭で紹介したグローバル・アフエアーズ・シカゴ評議会の調査結果が中国の文化ソフト・パワーに与えた評価は、おおむね中国の現状を反映したものであるといえる。

中国における文化交流政策とその展開からわかるように、文化面におけるソフト・パワー発揮は、その産業の強さに大きく依存している。国家の産業育成政策により、中国の文化産業は近年大きな発展を見せて

いる。国産アニメの育成はその顕著な一例である。二〇〇二年七月に一〇〜三五歳の都市住民を対象に上海零点市場調査有責任が行なった調査によると、中国大陸のアニメが好まると挙げている人はわずか一八・四%であったが、〇八年放送された中国国産アニメ「福娃（フーアー）・オリンピック漫遊記」は日本、アメリカのアニメの視聴率を上回ったという。他方、国内における文化産業の成長は、ただちに国際市場における競争力に結び付くものではない。このような現状を反映してか、中国の映画、アニメなどは、まだ日本、インドネシア、韓国など多くのアジア諸国には浸透していない。

現在、世界における中国語学習人口は四〇〇〇万人を超えている。こうした「中国語ブーム」に連動して、孔子学院、孔子教室も急速に増えている。また文化を外交戦略のテコにするという政策ビジョンに基づき、世界各地で中国を紹介するフェスティバルが催され、中国文化センターも設置されるようになった。こうしたフェスティバル、文化センターの活動状況は、今の中国

を知ってもらったためのものであり、広い意味で「中国を説明する」内容となっている。特に中国政府は、英語圏で中国文化に関する用語にKoutouやCoolieなどマイナスイメージの言葉が多いと理解しているだけに、中長期的な視点から見れば、文化交流は中国への理解を促進しているといえよう。中国の文化交流は、「中国を説明する」ことに寄与しているが、他方で中国の説明に説得性を持たせるための「和諧世界」をめぐっては必ずしも展開されていない。このことはグローバル・アフエアーズ・シカゴ評議会の調査結果にも裏付けられている。中国を除く被調査国の五カ国の大多数は、「和諧世界」というコンセプトを聞いたことがないと答えている。

グローバルゼーションが進展するなか、文化交流はその国の外交を映し出す鏡となっている。西側の価値に接近するのか、それとも独自の「和諧世界」を展開し、世界に理解を求めるのか、中国の進む道を知る上で重要な「指標」となった中国の文化交流の在り方を、今後ますます注視していく必要がある。

注

- 1 「文化部長張家正：文化外交要保証中国的文化安全」、中華人民共和国ルーマニア大使館 <http://www.chinaembassy.org.ro/chn/whjy/175500.htm> (2004年12月19日)。
- 2 中国のデータによると、中国と欧米諸国の文化製品の貿易赤字は100：1となっている。
- 3 たとえば文化部作成の「商業演出・展示、文化製品の輸出促進に関する通知」、文化部、商務部および税関の共同規制「音声映像製品の輸出促進に関する通知(2004年)」などがある。
- 4 文化交流をめぐる中国の施策については、青山瑠妙「中国のパブリック・ディプロマシー」(国際交流基金調査報告書)を参照。
- 5 「全球将建百家孔子学院 從孔子開始推广中国文化」、山東新聞ネット、http://www2.sdnews.com.cn/news/jiaoyu/2005-8/19_43592.html (2005年8月19日)。
- 6 2007年8月筆者によるインタビュー調査。
- 7 国家漢弁主任：2010年全球孔子学院将達500所」、中国新聞ネット、<http://www.chinanews.com.cn/gn/news/2009/03-12/1599145.shtml> (2009年3月12日)。
- 8 2008年1月現在、筆者の調査による。
- 9 2004年以降の10年間を指す。