

研究論文

長崎と中国の相互交流についての学生の意識調査

香取 淳子*

はじめに

人口の高齢化が進み、生産年齢人口の減少が続く日本ではアジアとの連携を前提に経済活動を展開しなければならなくなっている。長崎も同様である。幸い、長崎は歴史的に東アジアとの関わりが深く、その東アジアで中間層が増大している。とくに中国では今後さらに活発な経済活動の展開が予測されている。中間層の増大に伴い、世界の工場といわれた段階から世界の消費市場といわれる段階へと移行しているからである。そのような状況を踏まえ、長崎県は中国と多面的な交流を推進していく必要がある。

すでに、『長崎県総合計画2011-2015』には、「アジアの活力を本県に取り込むアジア・国際戦略の展開」という政策が盛り込まれている¹⁾。これに基づき、2011年11月には14年ぶりに上海航路が復活され、2012年からクルーズ船が定期運航されるようになった。中国との良好な関係を構築する好機が訪れている。

もちろん、観光から県産品の輸出、国際的な企業支援など多様な企画も構想されている。だが、長期スパンで中国との交流を深めていこうとすれば、次世代を担う若者を積極的に取り込みながら推進していくことが肝要である。世代縦断的な交流システムを構築しておけば、文化

交流であれ物品交流であれ、観光交流であれ、交流は途切れることなく継続していくからである。

もっとも、若者を取り込むにはまず、彼らの交流意識を把握する必要がある。そこで、長崎と中国の大学生を対象に相互交流に関する意識調査を実施することにした。文化の異なる国の若者たちが交流を進めていく上で何が阻害要因になり、何が促進要因になるかを把握するためである。

さて、広大な国土、多様な民族で構成される中国との交流を考えると、地理的、文化的要素を看過することはできない。とくに北部と南部とでは文化が大きく異なるといわれる。長崎は福建省、広東省、江蘇省など中国南部との交流の歴史が深く、人的交流も盛んであるが、より原初的な形で中国との交流に伴う障壁を探ろうとすれば、これまで長崎とは馴染みのない若者の交流意識を把握する必要があると考え、中国北部の大学生を調査対象にした。同様の考えから、長崎の対象者は中国について学んだことのない大学生にした。

本稿では長崎と中国北部の大学生を対象に実施した意識調査の結果から、まず、中国の学生たちが長崎を知っているのか、どのようなイメージを持っているのかを明らかにし、今後の長崎と中国の交流基盤となる要件を抽出するこ

*長崎県立大学国際情報学部教授

とにしたい。

I. 長崎と中国での調査

1. 調査方法・調査対象・調査期間

長崎と中国の大学生に対し、両国の相互交流に関する意識について定量調査を実施した。対象者に調査票を配布し回収する配票調査法を採用し、統計的社会調査を行った。まず、日本語で作成した調査票を長崎県立大学(情報メディア学科)で7月20日から25日にかけて配布し、25日に134票回収した(回収率100%、有効回答132票)。その後、その調査票を中国語に翻訳し、9月23日に河北科技大学(河北省、人文系学部)で200票配布し、同日182票回収した(回収率91%、有効回答178票)。さらに、9月19日および24日に中国傳媒大学、首都師範大学、中華女子学院(いずれも北京、人文系学部)に調査票をそれぞれ100票、50票、100票、手渡しし、11月4日に回収した(回収率79.2%、有効回答198票)。回収したデータはSPSSによって統計処理した。上記の調査を長崎調査、河北省調査、北京調査とする。

2. 調査対象者の属性

対象者はすべて大学生であり、平均年齢は、

長崎調査が19.8歳、河北省調査が20.7歳、北京調査が19.8歳で、3調査ともほぼ同年齢である。また、性別を見ると、長崎調査(132名、男性22.7%、女性77.3%)、河北省調査(178名、男性38.8%、女性61.2%)、北京調査(198名、男性12.6%、女性87.4%)で圧倒的に女性の比率が高い。とくに北京調査でその傾向が強い。したがって、本調査結果についてはすべての変数を性別でクロス集計をし、Pearsonの χ^2 乗検定を行った。その結果を踏まえ、性別によるバイアスを考慮しながら分析を進めていくことにする。なお、本稿では一目で差異を認識できるように、すべての図を折れ線グラフで表示している。

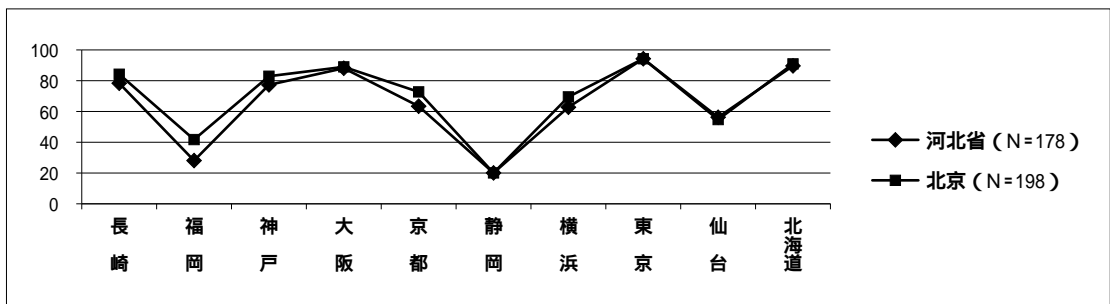
II. 長崎の認知

1. 知っている日本の都市名

そもそも中国の大学生はどれほど長崎のことを知っているのだろうか。今後、中国との関係を深めていこうとするなら、まず、そのことを把握しておかなければならない。そこで、選択肢として日本の都市名を10用意し、知っているかどうかをマルチ回答で尋ねてみた。その結果が図1である。

これを見ると、河北省、北京とも学生たちは

図1 知っている日本の都市名



各母集団に占める比率を表示

似通った反応を示していることがわかる。河北省では、東京(96.1)、北海道(91.6)、大阪(88.8)に次いで、長崎(80.3)は4位であった。一方、北京では、東京(93.9)、大阪(90.4)、北海道(89.9)に次いで、長崎(86.4)は4位であった。どちらの調査でも長崎は、観光地として名高い京都や中国人が数多く居住する神戸、横浜よりも認知度が高かったのである。ほとんどが日本に来たことがない中国北部の学生たちである。それなのに、京都、神戸、横浜よりはるかにメディア露出度の低い長崎がなぜこれほどまでに知られているのだろうか。

2. 長崎と聞いてイメージするもの

長崎の認知につながるものを探るため、長崎についてイメージするものを16項目用意し、マルチ回答で尋ねてみた。その結果が図2である。原爆をイメージする者が両調査とも圧倒的に多く、河北省が64.6%、北京が63.6%とほぼ同じ数値を示している。長崎について何もイメージするものがないと回答した者は、河北省21.3%、北京18.7%で、この項目が原爆に次いで高い数値を示したことは注目に値する。両調査の結果からは、長崎の認知度が高いのは原爆が投下されたからであり、それ以外の要素はほ

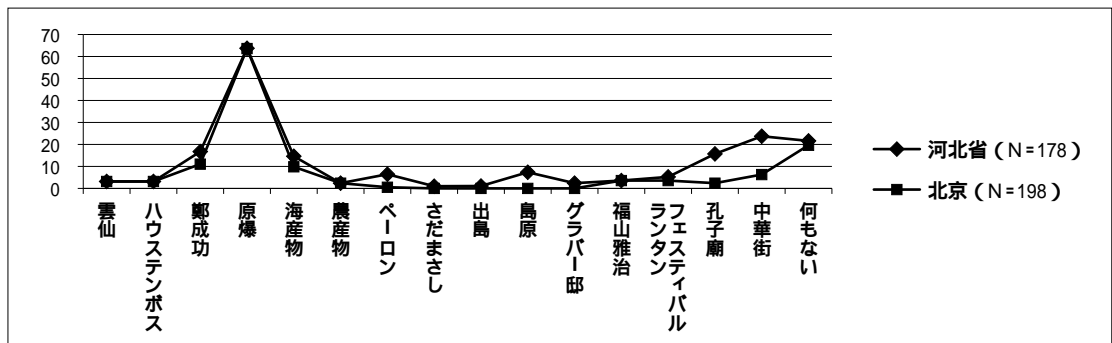
とんどないに等しいといえる。

ちなみに、長崎の認知と長崎イメージとをクロス集計して χ^2 乗検定をした結果、都市名としての長崎を知っている者に原爆をイメージする者が有意に多く見られた($p < 0.05$)。中国の学生たちにとって長崎は原爆とセットで記憶されていることが示唆されている。

もちろん、中国関連の項目はそれなりに知られている。とくに河北省の学生で中国関連の孔子廟(15.2%)、中華街(23%)、鄭成功(16.9%)の認知度が高く、北京の学生では鄭成功(11.6%)が高いのが目につく。長崎固有の資源でいえば唯一、海産物が河北省(16.3%)、北京(9.6%)の学生に知られているのが興味深い。

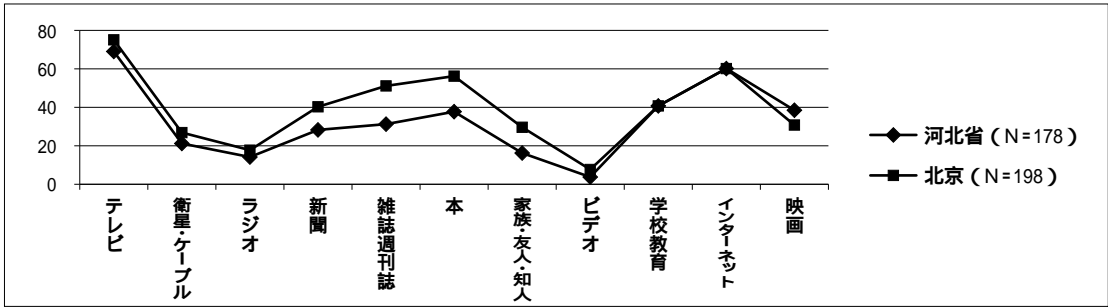
一方、さだまさし、出島は認知度ゼロであり、2010年に大ブームになった「龍馬伝」の福山雅治も中国での認知度はわずか3%にすぎない。長崎の歴史や文化は中国の学生にはほとんど知られていないことがわかる。以上のことから、長崎という都市名の認知は原爆が投下されたからだということを確認できる。それにしても、中国の学生たちはなぜ長崎や原爆をこれほどまでに知っているのか。

図2 長崎と聞いてイメージするもの



各母集団に占める比率を表示

図3 日本についての情報源



各母集団に占める比率を表示

3. 日本についての情報源と長崎

なぜ、圧倒的多数の学生たちは長崎と聞いて原爆をイメージしたのか。そもそも中国北部の学生たちの長崎や原爆の認知度はなぜ高かったのか。それを探るには彼らの情報源と認識対象との関連性を把握する必要がある。そこで、情報源になると思われる選択肢を11項目用意し、日本についての情報をどこから得ているのかをマルチ回答で尋ねてみた。その結果が図3である。

河北省、北京ともテレビ、インターネットが主要な情報源であることがわかる。だが、これだけでは認識対象との関連性を明瞭に把握することはできない。そこで、日本についての情報源と長崎を知っているか否かの項目とをクロス集計をした。χ²乗検定をした結果、河北省ではインターネット (p<0.05)、北京では本 (p<0.001)、学校教育 (p<0.05)、インターネット (p<0.05) で有意差が見られた。これらの情報源で日本情報を摂取している者に長崎を知っている者の比率が高かったのである。

両調査とも日本情報を摂取するメディアとしてもっとも多く利用されているのはテレビであったが、長崎を知るという点では上記の項目に有意差が見られた。また、インターネットで日本情報を得ている者ほど長崎を知っている者

の比率が高いことは両調査に共通していたが、北京ではさらに本、学校教育で日本情報を入手している者ほど長崎を知っている者が多いという結果であった。このことから、北京では長崎に関連した本を入手しやすいこと、学校教育の中で長崎が取り上げられたことを印象的に記憶している学生が多いことが示唆されている。

4. 日本についての情報源と原爆

それでは原爆についてはどうか。なぜ、圧倒的多数の学生たちは長崎と聞いて原爆をイメージしたのか。これについても摂取した情報とイメージ内容との関連を知る必要がある。そこで、日本に関する情報源と原爆についてのクロス集計を行い、その結果をχ²乗検定したところ、原爆について有意差の見られたものは、河北省では衛星・ケーブル (p<0.05)、家族・友人・知人 (p<0.05)、北京ではテレビ (p<0.05)、雑誌週刊誌 (p<0.05)、本 (p<0.001)、ビデオ (p<0.05)、インターネット (p<0.05)、劇場用映画 (p<0.05) であった。これらのメディアへの接触が高い者ほど長崎のイメージとして原爆を想起する者の比率が高いことが判明したのである。

単純集計結果で河北省、北京とも学校教育の比率が高かったことについて、平和教育として

原爆が取り上げられているからではないかと予想していたが、予想に反し、学校教育との間に有意差は見られなかった。

興味深いことに、同じ中国北部でも地方都市の河北省と首都北京では有意差の見られたメディアが異なっている。このことから、地方都市と首都とでメディアへのアクセス可能性に大きな違いがあり、それに伴い、流通する情報内容も異なっていることが推察される。

もっとも、それが明らかになったとしても、なぜ、長崎が中国の学生たちによく知られ、長崎と聞いてイメージされるものとして原爆があげられるのかを説明することはできない。66年前に投下された原爆がいまなお長崎イメージとして中国の学生たちの脳裏に固着しているとすれば、それはなぜなのか。そして、なぜ長崎が京都、横浜、神戸よりも中国人学生によく知られていたのか。彼らの日本に対する認識のメカニズムを把握する必要がある。

Ⅲ．中国人学生の日本認識のパターン

1．情報源としてのテレビ

既述したように日本についての情報源は両調査ともテレビが群を抜いて高く、河北省70.2%、北京73.7%であった。また、日本についての情報を学校教育から得ていると回答した者は、北京で39.4%、河北省で41%であった。河北省では学校教育が日本についての情報源の3位に位置付けられているほどである。このことから、地方都市での日本に関する情報源は首都に比べて多様性に乏しく、特定の情報源から日本についてのステレオタイプが植え付けられやすいことが示唆されている。

一方、北京の学生たちは新聞、雑誌週刊誌、本などの活字媒体からも日本情報を入手してい

る比率が高かった。活字媒体は電波媒体に比べて種類が豊富で多様な情報を提供しうる上に、再読が可能である。そのようなメディア特性を持つ多様な活字媒体から、北京の学生が日本についての情報を入手している比率が高かったことは注目に値する。

以上の結果からは、地方都市と首都とでは入手できる情報内容に差異のあることが示唆されており、多様な情報源にアクセスできる北京の学生の方が日本について特定の情報源によるステレオタイプが形成されにくい状況にあると考えられる。

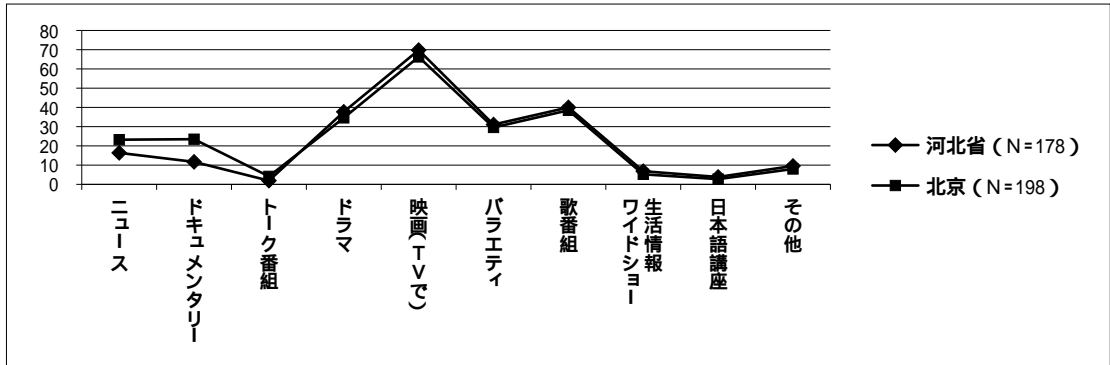
とはいえ、両調査とも、日本情報を知るメディアとしてもっとも接触の高かったのがテレビであった。2位のインターネット(河北省61.2%、北京59.1%)よりそれぞれ10%程度も高く、不特定多数に一斉に提供されるテレビからの視聴覚情報によって、日本についての固定的なイメージが拡散されている可能性も考えられる。

2．日本の情報を知った番組ジャンル

それでは中国の学生たちはどのようなテレビ番組によって日本情報を得ているのだろうか。日本の情報を知った番組ジャンルをマルチ回答で尋ねてみた。その結果を示したのが図4である。

両調査とも日本の情報を知った番組は、映画(TVで放送)、歌番組、ドラマ、バラエティなど娯楽ジャンルが多いのが特徴である。違いといえば、ニュース、ドキュメンタリーとも北京の学生の方がそれぞれ6.8%、11.8%高く、より実態に近い日本情報を得ていると思われることである。そこで、諸変数を性別でクロス集計をした結果、番組ジャンルで有意差が見られたのは北京だけで、歌番組、ドラマ、ドキュメンタリー(いずれも有意水準は $p < 0.05$)であっ

図4 日本の情報を知った番組ジャンル



各母集団に占める比率を表示

た。北京では女性の方がこれらのジャンルの番組をよく視聴する傾向が見られたのである。また、北京では情報源としてドラマをあげた者は日本が好きだと回答する比率が有意に高かった ($p < 0.05$)。このことから、日本のドラマが好きで日本が好きになった若者が多いことが示唆されている。

さて、両調査ともテレビで放送された映画から日本情報を得ている比率がもっとも高く、河北省が70.8%、北京が65.7%であった。そこで、2010年度第4四半期に中国の各テレビ局で放送された日本映画を調べてみると、「未来予想図」²⁾、「カンフーくん」³⁾、「釣りバカ日誌」⁴⁾、「どろろ」⁵⁾、「T.R.Y.トライ」(いずれも CCTV 6で放送)で、2011年度第3四半期にテレビで放送された日本映画は、「犬の映画」⁶⁾、「僕の彼女はサイボーグ」⁷⁾、「カンフーくん」⁸⁾、「ルパン三世」(いずれも CCTV 6で放送)、「チベット犬物語」(上海 TV 炫動卡通 Chで放送)であった⁹⁾。

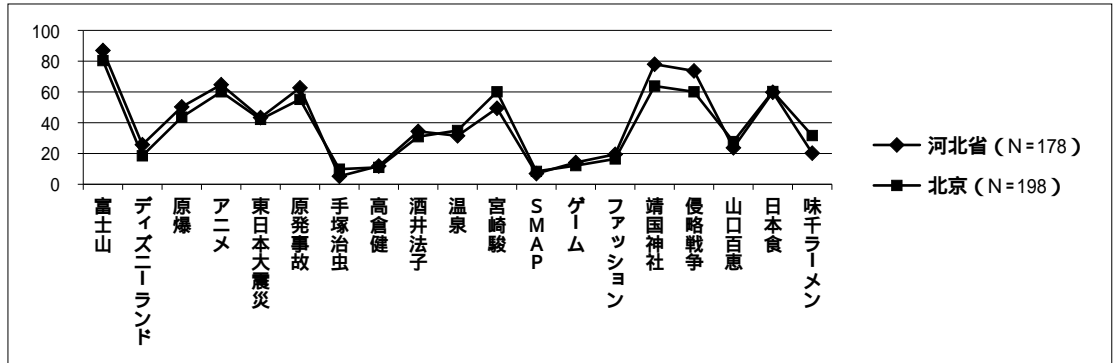
一方、映画に次いで接触の高かったテレビドラマは、2010年度が、「暴れん坊ママ」¹⁰⁾、「セレブと貧乏太郎」(以上、CCTV 8で放送)、「燃える、アタック」¹¹⁾、「結婚できない男」(以上、上海 TV 外国語 Chで放送)で¹²⁾、2011年度は「浅草ふくまる旅館」¹³⁾、「渡る世間は鬼ばかり

Ⅷ」(以上、CCTV 8で放送)、「不毛地帯」¹⁴⁾、「ごくせん」¹⁵⁾、「イタズラな Kiss」等々(それぞれ上海 TV 外国語 Ch、ドラマ Ch、芸術人文 Chで放送)であった¹⁶⁾。

このように最近、中国のテレビで放送された日本映画や日本のテレビドラマのタイトルには、長崎や原爆をイメージさせるものはなにもない。もちろん、歌番組を視聴していても、そこから長崎や原爆をイメージできるとは思えない。したがって、これらのデータからは、長崎と聞いて原爆をイメージする学生が圧倒的に多かったこと(図2)を説明することは難しい。

もちろん、テレビで放送された映画やテレビドラマから日本の情報を入手することが多いという結果からは、彼らが中国やその他の国の映画、あるいはテレビドラマを通して日本情報を入手した可能性も考えられる。だが、中国のテレビ局が66年も昔の日本の出来事を題材にした映画やドラマを繰り返し放送しているとも考えにくい。では、なぜ、河北省にしても北京にしても学生たちはほとんど同じ反応を示したのだろうか。

図5 日本と聞いてイメージするもの



各母集団に占める比率を表示

3. 日本イメージから見る中国人学生の日本認識のパターン

本調査は大量サンプルに対する質問紙調査である。したがって、あくまでも定量的な意識調査のレベルで間接的にイメージ形成の根拠を推察することはしかできない。とはいえ、それを試みることは重要である。そこで、中国人学生たちの日本に対するイメージを尋ねてみた。その回答結果を長崎イメージの結果と比較すれば、中国の学生たちが何に基づいて長崎、あるいは日本についてのイメージを形成しているかを推察することができるはずである。さらには日本を認識するパターンも推察できるかもしれない。そこで、19項目の選択肢を用意し、日本についてイメージするものは何かをマルチ回答で尋ねてみた。その結果が図5である。

河北省、北京とも似通った傾向を示すが、全般に河北省の学生の方が高い数値を示している項目が多い。各調査の上位5位を見ると、河北省が、富士山(87.6%)、靖国神社(78.7%)、侵略戦争(73%)、アニメ(64%)、原発事故(63.5%)であり、北京が、富士山(79.8%)、靖国神社(63.6%)、日本食(61.1%)、宮崎駿(60.1%)、アニメ(59.6%)、侵略戦争(59.6%)であった。

両調査とも富士山、靖国神社が1位、2位を占めているのに、原発事故や若者文化の象徴でもあるアニメはそれより20%程度も低い。さらに、日本の情報として世界を驚かせたはずの東日本大震災でさえ、河北省41.6%、北京42.2%で、アニメよりさらに20%前後低いという結果であった。そして、調査を実施した時期は日本のエンターテイナー・グループのSMAPが北京で初公演した直後であった。当時、北京ではSMAPの北京公演に関する情報が流れていたし、公演前には温家宝首相がSMAPのメンバーに会い、激励したことも報道されている。それにもかかわらず、日本と聞いてSMAPをイメージする者は河北省3.9%、北京5.6%でしかなかった。学生たちがイメージする内容が現在の日本の実情とかがみ合っていないのである。

それでは、中国の学生たちは何に依拠して日本のイメージを形成しているのだろうか。これも回答結果から推し量るしかないが、まずは情報源との関連性を把握しておく必要がある。そこで、日本についての情報源の上位7位と日本イメージの上位7位とをクロス集計をし、 χ^2 乗検定およびFishierの直接法による検定を行ったところ、河北省、北京ともに多くのメディアで有意差が見られたのが、「宮崎駿」「日本

表1 日本についての情報源×富士山、靖国神社、侵略戦争

	富士山	靖国神社	侵略戦争
テレビ	河北 p<0.05	北京 p<0.05	
新聞		北京 p<0.05	河北 p<0.05 北京 p<0.05
雑誌週刊誌	北京 p<0.05	北京 p<0.05	
本	北京 p<0.05	北京 p<0.01	北京 p<0.05
学校教育	北京 p<0.001	北京 p<0.01	北京 p<0.01
インターネット	河北 p<0.05 北京 p<0.005	北京 p<0.001	北京 p<0.001
劇場用映画	北京 p<0.05		河北 p<0.05

注：日本についての情報源と日本イメージの単純集計結果のそれぞれ上位7位をクロス集計し、Pearsonの χ^2 乗検定およびFishierの直接法による検定を実施。上段：河北省の有意水準、下段：北京の有意水準、空欄は有意差なし。

食」であった。つまり、日本と聞くと、宮崎駿や日本食をイメージする者が有意に多かったのである。このような結果からは、これらが新しい日本のイメージとして学生たちの間に浸透しつつあることがうかがい知れる。

一方、「富士山」「靖国神社」「侵略戦争」もまた多くのメディアで有意差が見受けられた。その結果をまとめたのが表1である。

これを見ると、北京調査でとくにその傾向が強いことがわかる。「靖国神社」は劇場用映画以外のすべてのメディアで有意差があり、「富士山」はテレビと新聞以外のすべてのメディア、「侵略戦争」はテレビ、雑誌週刊誌、映画以外のメディアで有意差が見られた。これらのメディアを情報源にしている者は日本と聞いて「富士山」「靖国神社」「侵略戦争」を想起する比率が高かったのである。

単純集計結果からいえば、河北省の方が、富士山、靖国神社、侵略戦争とも北京よりそれぞれ7.8%から15.1%も高い。だが、クロス集計をして検定を行うと、北京の学生の方が日本についての情報源と日本イメージとの関連が明瞭であった。つまり、多様なメディアに接触することができ、古いステレオタイプから脱却できるはずの北京の学生たちの反応として、多様なメディアからむしろ古い日本のステレオタイプを想起する傾向が見受けられたのである。古い日本のステレオタイプが彼らの日本認識のコアになっていることがうかがい知れる。

4. 日本イメージと古いステレオタイプ

相手国に対するイメージの内容は、相手国をよく知らない人にとっては好悪の感情につながりやすく、それが交流の阻害要因になる場合が

ある。それでは、これらの日本イメージは日本に対する好悪の感情とどのように関係しているのだろうか。日本イメージとして設定した19の項目と日本が好きかという設問とをクロス集計をし、 χ^2 乗検定を行ったところ、河北省では宮崎駿 ($p < 0.05$)、侵略戦争 ($p < 0.05$)、日本食 ($p < 0.01$) で有意差が見られ、北京では富士山 ($p < 0.05$)、日本食 ($p < 0.05$) で有意差が見られた。日本イメージとして宮崎駿、日本食、富士山を想起する者ほど日本が好きな者の比率が高く、侵略戦争を想起する者ほど日本を嫌いな者の比率が高いという傾向が見られたのである。これらの結果からは、日本イメージが中国の学生たちの日本に対する感情と密接に結びついていることが明らかになった。とはいえ、日本イメージがどのようにして形成されるのか、そのメカニズムが明確になったわけではない。

ところで、日本と聞いて富士山をイメージする者は河北省ではテレビとインターネット、北京では雑誌週刊誌、本、学校教育、インターネット、映画から情報を得ている者が多いことが判明した(表1)。北京の学生は日本についての古いステレオタイプがさまざまなメディアから植え付けられていることが示唆されている。

単純集計結果では、情報源としてテレビが最も高く(図3)、番組ジャンルではテレビで放送された映画やドラマが高かった(図4)。とはいえ、最近、中国で放映された日本映画やテレビドラマには上記のイメージにつながるものがないことは既述した通りである。したがって、日本のコンテンツからの影響というより中国のさまざまなテレビ番組から日本についてのステレオタイプ像が拡散され、学生たちに共有されている可能性が考えられる。あるいは、かつて見た富士山や靖国神社などの映像が何らか

の強烈な記憶とともに日本イメージとして学生たちの心の奥底に定着してしまった可能性も考えられる。さらには、コアになる日本のイメージがいわば日本についての原体験として学生たちの脳裏に刻み込まれている可能性もある。

これまで見てきたように、回答結果からは、中国北部の学生たちが直近の日本情報よりも日本についての古いステレオタイプを日本イメージとして想起する傾向にあることが明らかになった。河北省の学生たちも北京の学生たちも似たような反応を示していることから、これが中国北部の学生たちの日本に対する全般的な認識パターンだということが推察される。つまり、調査時点でのメディア接触状況からは推し量れないようなさまざまなメディアからのイメージの堆積が、彼らの胸の内では日本についての古いステレオタイプをいまなお息づかせているのだと考えられるのである。

もっとも、河北省でアニメが4位、北京で宮崎駿が4位、アニメが5位にランクされていることから、最近の日本情報も徐々に学生たちの日本イメージの形成に取り込まれつつあることが示されている。今後、さまざまなメディアから日本についての多様な情報を中国の学生たちが入手するようになると、これまでの古い日本イメージはより現実的な文脈で読み直されていくようになるだろう。

IV. 相手国への渡航意欲の阻害要因と促進要因

1. 日中学生の渡航経験および渡航意欲

これまで見てきたように、中国北部の多くの学生たちは日本の現実とかみ合わない古いステレオタイプを共有していた。実際の日本を知らないからである。そこで、日本への渡航経験を

調べると、河北省調査では2度以上の者が0.6%、来たことがない者は99.4%にもぼる。そのうち、渡航意欲のある者は88.1%、ない者は11.9%であった。一方、北京調査では日本への渡航経験は2度以上が0.5%、1度が2%、渡航経験のない者で今後チャンスがあれば日本に来たいと思っている者は74.1%、思わない者は25.9%であった。

中国の学生で日本への渡航経験のある者はごくわずかであったが、チャンスがあれば行きたいと思う者の比率は河北省が北京よりも14%も高かった。日本の古いステレオタイプが河北省の学生でより多く保持されていたように、日本についてさまざまな情報を入手しにくいからこそ日本への渡航意欲がより強く喚起されている可能性がある。

それでは、長崎の学生はどうか。長崎調査で中国への渡航経験を聞くと、2度以上が6.1%、1度が18.2%で、行ったことがない者が75.7%であった。長崎では修学旅行先として中国を選択する高校がある。そのせいか、相手国への渡航経験は長崎調査が群を抜いて高く、24.3%にも達している。だが、渡航経験のない者でチャンスがあれば行きたいと思っている者は70%、チャンスがあっても行きたいと思わない者は30%であった。3調査を比較すると、相手国への渡航意欲は河北省が最も高く、北京とは14%、長崎とは18.1%もの開きがあった。

2. 相手国についての話し合い

なぜ、渡航意欲にこれほど大きな数値の開きが出たのだろうか。今後の長崎と中国の関係を考える上で、若者たちの渡航意欲はきわめて重要である。相手国への渡航意欲を阻害しているものは何か、促進するものは何なのか。さまざまな要因が関係していると思われるが、会話も

また重要な役割を果たしていると思われる。会話はメディアからの一方的な情報と違い、疑問があればその都度、聞き返すことができ、確認することができるからである。そのような双方向コミュニケーションによって人は相手国への渡航意欲をより強く喚起されるに違いない。どんな内容であれ、対話の中では単なる情報の伝達に留まらず、知の交換が行われるからである。

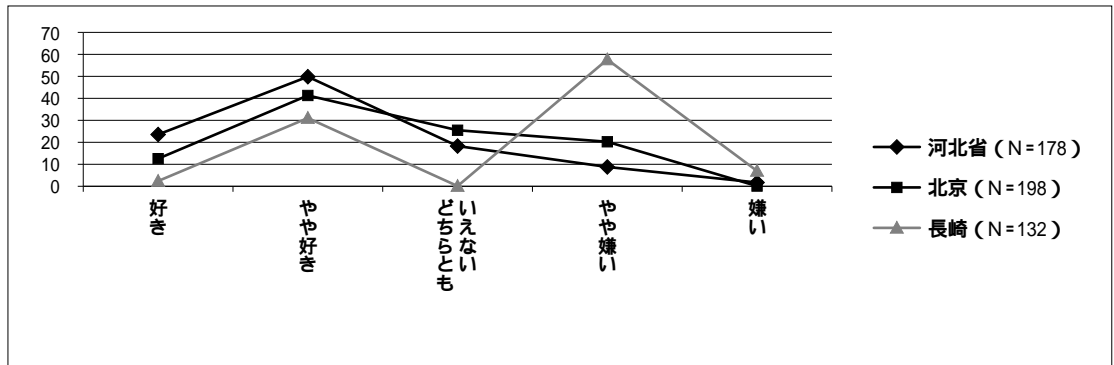
そこで、4種類の対人関係を設定し、其々5段階尺度の回答を用意して、相手国についての程度話し合っているかを尋ねた結果、河北省の学生たちは日本について話し合うことが、家族とは「あまりない」「まったくない」が84.8%で最も少ない半面、友人・知人とは「かなりある」「ややある」が66.9%、教授・先生とは「かなりある」「ややある」が42.7%であった。河北省の学生たちは友人・知人や教授・先生と日本について話し合う比率が他に比べ高いことが判明した。

一方、長崎の学生たちは中国について話し合うことが「あまりない」「まったくない」が友人・知人で66.7%、教授・先生で75.7%にも及び、他に比べ圧倒的に少ないことが明らかになった。ところが、家族とは「かなりある」「ややある」が31.9%にも達している。以上の結果を総合すると、相手国へ行きたいという気持ちは家族との日常な話題によって喚起されるのではなく、若者世代や専門知識を持つ先生たちとの会話によって相手国への関心が高められた場合に、渡航意欲が強く喚起されることが示唆されているといえる。

3. 相手国を好きか？

もちろん、渡航意欲は相手国への好悪の感情にも影響される。そこで、長崎の学生には中国が好きかと尋ね、河北省、北京の学生には日本

図6 相手国を好きか？



各母集団に占める比率を表示

が好きかと尋ねた結果が図6である。

これを見ると、否定的回答は圧倒的に長崎が多く、65.2%を占める。しかも、どちらともいえないと判断に迷う者は少なく、0.8%であった。相手国への渡航経験は他に比べて高く、24.3%にも達していたのに、好意的印象を持っていない学生が多いのである。既述したように、チャンスがあっても行きたくない者は30%を占める。以上の結果からは、中国との交流にはなんらかの課題があると考えている学生が長崎には多いと考えられる。

だが、全般に渡航経験が少なく、中国について先生などと話し合うことも少ない状況を考えて合わせれば、この結果はメディア情報に基づく単なる反応にすぎないのかもしれない。

そこで相手国に対する情報源を見ると、長崎の学生は中国についての情報源としてテレビを選択する比率がもっとも高く90.2%であった。中国の学生たちも日本についての情報源としてテレビを選択する比率がもっとも高かったが、それでも河北省が70.2%、北京が73.7%で、長崎とは16.5%から20%もの開きがある。しかも、一日平均視聴時間を見ると、1時間未満(長崎:25%、河北省:61.8%、北京:65.7%)、1時間以上3時間未満(長崎:52.3%、河北省:

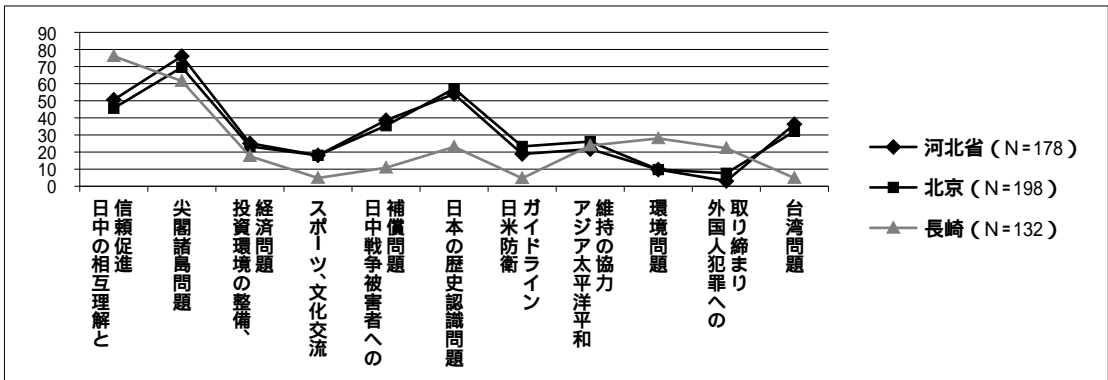
32.6%、北京:28.8%)、3時間以上5時間未満(長崎:20.5%、河北省:3.9%、北京:3.5%)で、長崎の学生の視聴時間がもっとも長い。このようなメディア接触状況を考えれば、相手国への感情もテレビ情報の影響を大きく受けている可能性が考えられる。ちなみに、橋元ら(2009)は調査結果に基づき、日常的にテレビをよく見る大学生は、中国人を閉鎖的で感情的だと思う傾向が高いとしている⁶⁾。

しかも、2010年9月に尖閣諸島沖で中国漁船が海上保安庁の巡視船に衝突した事件は、テレビで大きく取り上げられ否定的な論調で繰り返し報道された。また、11月には衝突した瞬間の映像がYouTubeにアップロードされ、テレビで何度も流された。こうした状況を思い起こせば、長崎の学生たちの多くが中国に対して好意的印象を持てなかったとしても不思議はない。否定的印象の背後にはテレビ情報に基づく中国に対する不信、不安感、あるいは拒否的感情が介在していると思われる。

4. 日中間の懸案事項

相手国への不信あるいは不安感は交流の阻害要因になる。そこで、日中関係で解決すべき課題があるとすれば何かという間接的な設問を設

図7 日中で今後、解決すべき課題



各母集団に占める比率を表示

定し、11項目の選択肢を用意した。単純集計結果を一つのグラフにまとめたのが図7である。

これを見ると、長崎の学生と中国の学生との間で大きな差異が見られたのが、「日中の相互理解と信頼促進」「日中戦争被害者への補償問題」「日本の歴史認識問題」「台湾問題」であった。このうちとくに長崎で比率の高いのが、「日中の相互理解と信頼促進」であった。長崎(78%)は、河北省(50.6%)、北京(47%)よりも30%近くも高い数値を示している。この結果からは長崎の学生の多くが中国になんらかの不信感を抱いていることが推察される。したがって、これが中国への拒否的感情となって、渡航意欲の低さを招いている可能性が考えられる。

そこで、解決すべき課題の設問と日本が好きかの設問とをクロス集計をして χ^2 乗検定をした結果、河北省では「スポーツ・文化交流の拡大」($p < 0.05$)、北京では「日中の相互理解と信頼促進」($p < 0.01$)、「謝罪・補償問題」($p < 0.01$)、「台湾問題」($p < 0.05$)に有意差が見られた。

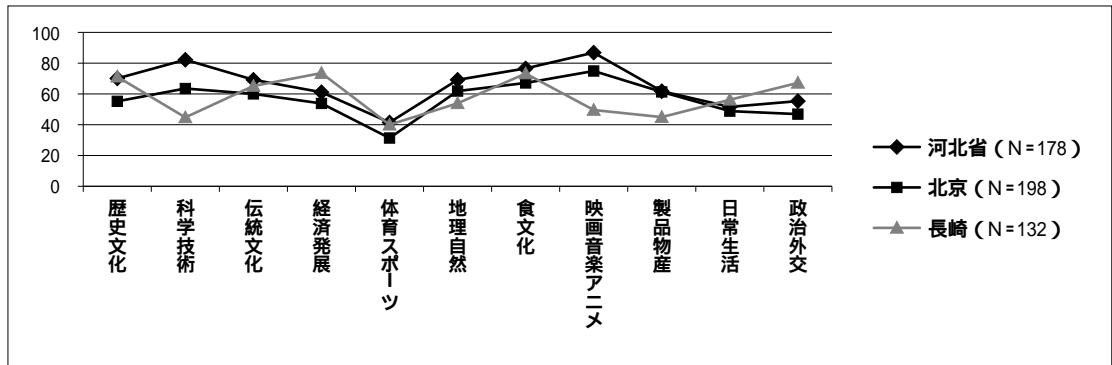
ところが、長崎で有意差の見られたものは一つもなかった。あらためて、回答の数値の分散

を見ると、「日中の相互理解と信頼促進」については、「中国がやや好き」と「中国がやや嫌い」に占める肯定回答がそれぞれ80.5%、78.9%であった。肯定回答の比率がほぼ同じだということは、中国を好きな者も嫌いな者も約80%が一樣に、「日中の相互理解と信頼促進」が日中間の今後解決すべき課題だと考えていることを示す。つまり、予想と違って中国への不信感が中国に対する拒否的感情につながっているとはいえないのである。

とはいえ、中国への拒否的感情が渡航意欲を低下させている可能性は十分ある。そこで、中国好きかの項目と諸変数をクロス集計し、 χ^2 乗検定を行った。その結果、長崎では日中関係をよくないと思っている者ほど中国が嫌いという傾向が見られた($p < 0.05$)。この結果からは、中国に対する不信感から渡航意欲が低いのではなく、中国との関係がよくないと認識しているから渡航意欲が低いことが示唆されている。

それでは、日本に対する拒否感情はどうか。単純集計結果を見ると、否定的回答は河北省が9.5%、北京が20.7%であった(図6)。渡航意欲を見ても、河北省の大学生はチャンスがあっても行きたくないと思わない者は11.9%でしか

図8 相手国への関心事



各母集団に占める比率を表示

く、全般的に日本に好意的印象を持っているといえる。一方、北京の大学生はチャンスがあっても日本に行きたいと思わない者が25.9%と高かった上に、「日本が好きか」の問いに、どちらともいえないと判断に迷う者が25.8%と他に比べ圧倒的に高かった。どう判断していいのかわからない者が4分の1以上にも及ぶのである。以上の結果からは北京の学生にとって相対的に日本の存在感は低いことが示唆されている。

5. 相手国への関心

相手国への関心もまた交流意欲に大きく関与していると思われる。とはいえ、関心を寄せる事項は多様である。そこで、相手国への関心事項として11項目設定し、マルチ回答で尋ねた。単純集計結果を表示したのが図8である。

これを見ると、大きな開きが出ているのが、「科学技術」「映画・音楽・アニメ」であった。いずれも河北省が高い。そこで渡航意欲とクロス集計し、 χ^2 乗検定をしてみると、河北省では、歴史文化($p < 0.005$)、科学技術($p < 0.05$)、伝統文化($p < 0.001$)、地理・自然・風土($p < 0.001$)、食文化($p < 0.01$)、映画・音楽・アニメ($p < 0.05$)、日常生活($p < 0.005$)、政治外

交($p < 0.05$)であった。北京では歴史文化($p < 0.01$)、伝統文化($p < 0.05$)、体育スポーツ($p < 0.001$)、地理・自然・風土($p < 0.05$)、食文化($p < 0.05$)、製品・物産($p < 0.05$)、日常生活($p < 0.005$)であった。

一方、長崎では単純集計結果で高い数値を示したのは、「歴史文化」「経済発展」「食文化」「政治外交」であった。渡航意欲とのクロス集計結果を χ^2 乗検定すると、伝統文化($p < 0.05$)、地理・自然・風土($p < 0.05$)、食文化($p < 0.05$)、製品・物産($p < 0.01$)、日常生活($p < 0.001$)、政治外交($p < 0.05$)で有意差が見られた。どの調査結果を見ても、相手国への関心はきわめて多様な項目で渡航意欲との関連が高いことが判明した。

V. 要約と結論

1. 調査から明らかになった日本についての認識パターン

中国北部の学生たちの多くが長崎を知っており、長崎は原爆とセットで認識されていることが明らかになった。また、日々、さまざまな日本の情報に接触しているはずの学生たちが日本イメージとして内面化していたのが富士山、靖

国神社、侵略戦争であったことも判明した。66年以上も前の日本と中国のネガティブな関係が、現在20歳前後の学生たちにイメージとして共有されていたのである。

彼らには日本についてのコアになる原初的なイメージがあり、それがさまざまなメディアからの断片的な情報によって補強され、そのイメージがさらに強化されて、古いステレオタイプが保持されてきたことが推察される。

おそらく、これがメディアでしか日本を知らない中国北部の学生たちの日本認識のメカニズムであり、認識パターンなのであろう。日本のさまざまな年代の事物や人物、事象を具体的なイメージ内容として選択肢に設定することによって明らかにすることができたといえる。選択肢の工夫によって、横断的な意識調査では把握できない中国北部の学生たちの日本に対する意識の深層を浮き彫りにすることができたのである。

そして、彼らは長崎と聞いて即座に原爆をイメージした。日本を認識するのと同様の認識メカニズムが作用していたのだらうと思われる。

2. 交流の阻害要因、促進要因

さて、日本にとってのネガティブイメージはとくに河北省の学生に高い比率で保持されていた。ところが、彼らの日本への渡航意欲はきわめて高く、河北省ではチャンスがあれば行きたいという者は87.6%にも達していた(北京: 72.2%、長崎: 中国への渡航意欲53%)。ネガティブイメージを抱いていても日本への渡航意欲は高く、日本との交流意欲は低下させられていないことがわかる。つまり、相手国へのイメージは交流の阻害要因にはなっていなかったのである。

一方、長崎の学生の渡航意欲の低さは3調査

の中でもきわだっていたが、日中関係を否定的に捉える者が多い(長崎: 91.7%、河北省: 54.5%、北京: 49.5%) ことでもきわだっていた。両者をクロス集計し χ^2 乗検定をした結果、河北省、北京とも有意差は見られなかったが、長崎は有意確率が0.058であった。明確に有意差があるとはいえないが、きわめて関連性が高いことを示す数値である。また、長崎では日中関係をよくないと思っている者ほど中国が嫌いという傾向が見られた($p < 0.05$)。以上のことから、長崎と中国との相互交流を阻害する要因は相手国との関係についての認識であるといえる。関係がよくないと認識すれば相手国に対する否定的感情が醸成され、交流意欲は低下する傾向が高いのである。

さて、日本に対するネガティブイメージをもっとも強く抱いていたのが河北省の学生たちだが、日本への渡航意欲がもっとも高かったのも彼らであった。彼らの日本に対する関心はきわめて高く、渡航意欲とクロス集計した結果、8項目で有意差が見られた。このうち、単純集計結果でも高い数値を示していたのが「科学技術」、「映画、音楽、アニメ」であった。以上の結果を考え合わせると、長崎と中国との相互交流を促進する要因は相手国に対する評価が学生たちの関心領域で高い場合だといえる。

3. 結論

交流の阻害要因と促進要因を抽出することを目的に、長崎と中国北部の大学で定量調査を実施した。結果は上記に示した通りであるが、中国の学生たち、長崎の学生たちの反応には過去の理論を支持する点がいくつか見受けられた。

たとえば、アッシュ(Asch, S. E., 1946)は66年前に、人物に対する印象形成についていくつか興味深い指摘をしている⁷⁾。これについて萩

原（1975）は「各特性が同等に印象（形成）に寄与するのではなく、印象形成の上で中心になるものとそうでないものがあること」、「同じ特性を用いてもその呈示順序が異なれば印象に差ができること」⁸等々とわかりやすく整理しているが、中国人学生の日本イメージの形成にはまさにこのメカニズムが作用していたと考えられる。

また、リップマン（Lippmann, W. 1922）は90年も前に、「どんな人でも自分が経験したことの無い出来事については自分の思い描いているそのイメージが喚起する感情しかもつことはできない」と指摘している⁹。実際、テレビから中国情報を入手することの多い長崎の学生たちは日中関係をよくないと認識する者の比率が高く、中国に対する否定的感情もきわめて高かった。

このように本調査の結果は古くからの理論を支持するものであった。活字メディアしかなかった時代に、情報によって認識された現実と実際に経験された現実との違いが指摘されており、テレビがまだなかった時代から、未知の者に対する印象形成について研究されてきた。異なる社会状況、メディア状況下で得られた知見が、グローバル時代のいまなお通用することがわかったのである。

ヒトがグローバル社会に適応して生きていく上でこれまで以上に重要になっているのが、現実認識のあり方であり、未知の者との交流のあり方である。グローバル化に伴い、この種の研究の重要性が増している。本調査はその試みの一つにすぎないが、少なくとも大学生にとっての他国との交流に伴う阻害要因と促進要因の一端を明らかにすることはできたといえる。

ヒト、モノ、情報がグローバルに大量に流通する環境下では、現実世界の実事ではなく、メ

ディアが作り出す事実によって人々が動かされやすくなる。それだけに他国と交流を進める際にはメディア情報など間接情報によるバイアス、未知であるがゆえのバイアスを可能な限り除去して臨む必要がある。長崎が今後、中国との交流を長期に渡って円滑に推進していこうとすれば、若者を取り込むとともに、相手国について学び、基本的な理解をしておくことが前提となるだろう。

最後に、本調査の実施に際し、国際情報学部国際交流学科の周国強准教授には調査票の翻訳、北京と河北省の大学の紹介、通訳等々で多大なご尽力をいただいた。おかげでスムーズに調査を実施することができたことを深く感謝したい。

注

- 1) 長崎県知事公室政策企画課、『長崎県総合計画2011 2015』、2011年3月、92-97ページ。
- 2) 日本貿易振興機構、『中国における日本製コンテンツ放映・上映・発売状況等データ』2011年5月、8ページ。
- 3) 日本貿易振興機構、『中国における日本製コンテンツ放映・上映・発売状況等データ』2012年1月、9ページ。
- 4) 日本貿易振興機構（2011）前掲書、7ページ。なお、CCTV 8は全国放送のドラマチャンネル。
- 5) 日本貿易振興機構（2012）前掲書、7ページ。
- 6) 橋元良明・小笠原盛浩・江暉・河井大介（2009）「北京五輪に関する東大生、清華大学生のメディア接触とその影響」『東京大学大学院情報学環情報学研究 調査研究編』25、29-72ページ。
- 7) Asch, S. E. (1946) Forming impressions of personality, *Journal of Abnormal Social Psychology*, 102, pp.543-561.
- 8) 萩原滋（1975）「印象形成の研究」『慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要』第15号、43ページ。
- 9) Lippmann, W. (1922) *PUBLIC OPINION*, W・リップマン著、掛川トミ子訳、『世論』岩波書店、27ページ。

[付記] 本稿は平成23年度学長裁量費の助成による研究成果の一部である。