

課程博士の学位授与申請に係わる審査報告書

学 籍 番 号	10DC1604
氏 名（本 籍）	張 楠（中国）
学 位 の 種 類	博士（学術）
報 告 番 号	甲 第 105 号
学位授与年月日	2019（平成 31）年 3 月 20 日
学位授与の要件	学位規則第 4 条第 1 項該当
論 文 題 目	新时代背景下的中国国家形象传播研究

審 査 委 員

主査 高橋 五郎



副査 宇佐美 一博



副査 薛 鳴



2019（平成 31）年 2 月 12 日
愛知大学大学院中国研究科

審査の結果の要旨

本研究の問題意識

本論文は、欧米や日本・韓国などの国家がすでに熟成した国家イメージを形成し伝播しているのに対し、中国においてはなお未熟な段階にあるとの認識のもとで、習近平が打ち出した中国の「新時代」に於ける国家イメージをどのように捉え、それを世界に向けてどう伝えるべきかに関する研究を体系的に記述したものである。その問題意識にあるものは、新時代に於ける中国の国家イメージ形成の重要性と国際的理解を得ることの必要性に鑑みて、その具体的方法がよいまだ形成されていないとする点にある。

しかし中国はその手段としての一面もあり、広義には、普遍的な国家イメージ研究といえる。

国家イメージは各国が国際的に安定した交流活動やその国際的評価を得るための重要な概念であり、どの国にとっても重要であり、すでに多くの国は国際的に浸透した国家イメージを持っている。しかし中国に関してはいまだ、社会主義や一党独裁といった伝統的な国家イメージから抜け出せずにおり、そこに胚胎する新しいイメージの形成と理解の広がり停滞している感が否定できない。

このような状況を改善する有効な方法として、官製による国家イメージ形成とは別の民間人的な理解にもとづく国家イメージの研究とどの伝播の方法に関する研究がある。

現在国家イメージの形成と伝播に関する理論的枠組みや研究方法論は十分でなく、先行研究事例も少ないことから、本研究では試行錯誤的な取り組みとなる点もあるが、その嚆矢となるべく心がけられている。

本研究のキーワード：国家イメージの伝播、中国、新時代、民間外交

研究方法：

本論文の研究方法は多岐にわたる。①申請者が勤務する組織が 2011 年から毎年実施する「中国国家イメージグローバル調査」（アジア、欧米など 22 カ国、11,000 人に対するアンケート調査）であり、中国の内政・外交、経済発展、文化・科学技術、国防等いくつかの項目についての世界の対中イメージを探ったデータ分析が柱の一つとされている。②中・英・日・韓などの研究論文、政治関係文書、外国政府のホームページ（当該国の国家イメージ伝播を比較するため）の分析、③各国の国家イメージおよび伝播についての把握と中国との比較、④中国の異なった領域、異なった局面などに於ける国家イメージの事例研究を通じた問題点の把握などである。とくに本論文が重視している方法は①及び②である。

参考文献：

本論文が参考した文献は①中文専門書（含む訳書）・政府文書・各種報告書等 52 編、②中文学術論文、新聞等 113 編、③英文専門書 15 編、④英文学術論文 15 編、⑤日文 9 編、⑥ウェブサイトホームページ 43、となっている。①～⑤計 205 編である。

章別概要

緒論

ここでは国家イメージが定着している主要国の例を挙げ、世界経済の中心となったばかりでなく、多くの面で大国となった中国にふさわしい国家イメージの形成と伝播の必要性が述べられる。アメリカの価値観外交、日本の文化・観光立国、ドイツの高品質の製造国家、韓国の韓流文化イメージ、イギリスの非凡英国（グレート・ブリテン）、インドの不可思議の国イメージなどを例に挙げ、中国国家イメージの現状が比較される。

また国家イメージ形成とその伝播に関する Walter Lippmann の研究『公衆世論』（1922）を取り上げ、学术界に於いても、ある国家についての国際的国家イメージの重要性が早くから指摘されてきたこと、Kenneth Boulding『イメージ論－生活と社会に於ける知識』（1956）など、18 名の海外の学者の基礎文献を引き合いに、ある国家の対国際的関係の形成に優れた国家イメージが及ぼす影響を具体的に分析する。

中国に於いても、国家イメージに関する研究は 2000 年以降急増、毎年 600 編程度の研究論文が

発表され、その論文形式の詳細な分類もなされている。

しかし中国の研究の問題点として、研究の枠組みが欧米式に偏重し中国の独創性が乏しいこと、これらが国家戦略や外交に偏り官製に依存し、民間の色彩が弱いこと、言語依存が高く、グローバルな情報収集に基づくものが乏しいなどの欠点があることが指摘される。

また中国が迎えている新時代に対応する国家イメージとその伝播研究が不十分であり、この点の克服が課題になっているとされる。

第一部分 国家イメージの伝播：理論と実践

第1章 国家イメージの伝播動因に関する理論的研究

本章では本論文の核心的概念、「国家イメージ」及び「新時代」についての定義を中心とする考察が行われる。

国家イメージについての研究者の定義の紹介「ある国家の自己認識と国際体系に於いて生まれる認識活動に対するその行動体」(Kenneth)、「ある国家のイメージとは、国民がその国家に対して考える際生まれる認識の全体、抽象的には認識、感情、行動の三つの側面を持つ」(William)、「国家イメージは一つの総合体であり、国内外の大衆が国家本体、国家の行動などに対して抱く評価や認識である。国家イメージは強大な影響力、凝縮力を持ち、それは国家全体の実力を示す言葉である」(管文虎)など中国内外7名の考えを取り上げる。

これらを国家イメージの評価主体面、同構成面、同実現経路面、同重要性面などから考察したうえで、本論文は国家イメージには広義と狭義両面概念があることを抽出、広義面では内外の大衆がある国家全体に対して持つ認識と評価、狭義面ではある国家が国際的大衆に与える認識と評価と分類する。この点は、本論文の斬新な部分の一つである。このような認識に立って、本論文は中国に対する国際的認識を国家イメージとし、その伝播のあり方を検討するとしている。

新時代については、習近平がいう新時代の中国の特色ある社会主義という規定に即した国家イメージの形成と伝播が求められるとの認識から、現代のみならず将来にわたり発展する動態的中国社会主義をも考慮する必要があるとする。本論文の「新時代」とはこのように永続する概念であり、国家イメージもまたこれに対応する永続的な内容を持つべきだとの主張である。しかしこの主張には、新時代の意味する内容に科学性を満足させる論理性を備えなければならないと思われるが、その検証はやや弱く、論旨展開に実証性が乏しい感が否めない。

こうした問題はあるものの、国家イメージ論が持つ抽象的観念性の危惧を保管するための理論装置がはめ込まれ、緻密な論旨展開を心がけようとする意志が見える。

この点は、本論文の要諦の一つである。

具体的には「国家イメージ理論」への敷衍である。同理論はグローバル伝播論、文化越境伝播論、そして観念構築論という3つの動態理論から成るとし、それぞれについて詳細な紹介と考察を経て、これまでの国家イメージの伝播論が公共外交のみによって担われてきたことを批判し、民間外交による必要性和その広がりの可能性を肯定的に述べている。

第2章 国家イメージ伝播の実践に関する研究

本章では中国以外の国家、アメリカ、日本、ドイツ、ロシア、韓国を事例に、国家イメージ伝播がどのように行われているかを中心とする考察が試みられている。いくつかの国家の事例考察について要約する。

アメリカについては、国家イメージの伝播が非常に重視されているとし、アメリカ文化の伝播を通じて、軍事を含む対外戦略の一環として位置づけられているとする。その最も中核的な方法は公共テレビ放送、在各国のアメリカ大使館の広報、援助外交などであり、最近ではツイッター、インターネットなどを使ったSNSによる伝播も増えているとする。とくに、中国内では微博のフォロアー数の獲得を通じた方法が勢いを増しているとする。

日本については、大戦後のプレッシャーの下、オリンピック、アニメ、援助、世界遺産登録などを通じて文化立国、観光立国という国家イメージの伝播に成功している。その主な担い手は外務省、総務省、文化庁、観光庁である。

ドイツは大戦後、ナチス問題を乗り越えるための国家イメージの形成と伝播に非常に多くの努力を払ってきた。東西ドイツの統合を経て、一つは90年代から始まった難民受け入れ、文化大国イメージ形成、通信、クルマ、光学、電子、航空などを中心とするものづくり大国イメージ形成など、多様な顔を作り上げる努力が効果を上げ、ドイツの国家イメージ伝播も成功している。

以上を踏まえ、現代中国についての考察が行われているが、その概要は以下のとおりである。ま

ず中国の国家イメージ形成と伝播の変遷を 1949-78、78-2008、2008 以降の三つの時期に区分、その大まかな基準を中国内政の反映としての外交の基本政策、これに国際的な情勢との関係に求める。

1949-78 年は「独立自主的」な社会主義中国という国家イメージの形成とその伝播が特徴であったとする。とりわけ、初期の毛沢東思想の中国というイメージから国連の議席回復以降における人民外交への変化、その後の半官外交への変化に対応する国家イメージ形成がこの時期を代表するものであった。

1978-2008 年は改革開放的社会主義国家イメージの形成が、米中、日中をはじめとする有力な国家間との国際関係の正常化、世界に於ける中国経済熱の沸騰などとあいまって、新しい中国国家イメージの世界的な伝播を起こした時期とする。他方、この時期には早くも、国際間に「中国脅威論」が生まれ、国際社会に於ける中国理解に、国家イメージが必ずしも比例していない状況もあるとする。

2008 以降では多様な顔を持つ社会主義国家中国としての国家イメージ形成が進み、とくに北京オリンピックの開催を嚆矢に、一段と国際社会との関係が深まった時期とする。経済規模も世界第二位となり、科学技術立国、創新中国などのイメージ形成が進んだとする。

第二部分 新時代を背景下の中国国家イメージの伝播

第 3 章 新時代に入った中国の特色ある社会主義

本章では、中国の新時代社会主義に於ける大国化など国家イメージが従来と異なり、他方伝播手段が技術面で大きな変化が起きたことを背景に、その伝播のあり方の変化を検討している。

まず中国の大国化は指摘するまでもなく、経済規模の拡大と一層の国際化、これを背景とする外交政策の多様化、たとえば AIIB、一帯一路などの新戦略が起こる一方で、グローバル化の進展により世界単位で「現地化」が進んでいる。このような時代、国家イメージの伝播は従来と異なる意味と手法が生まれている。

一つの例は中国を越えて普及する WeChat であり、これを通じて中国から世界に向けて中国のイメージが伝えられている。加えて国際的なネットの広がり、たとえば新華社のツイッター、facebook などを通じた伝播が日々行われるようになった。以上のように、国家イメージは日常的な手段を通じて、中国の日常的な顔が伝えられるという手段の世界的同時性や同型性が進んだ。

第 4 章 新形勢下の国家イメージの解体と分析

本章では J.デリダ、G.ドゥルーズなどが提唱したいわゆる「ポスト構造主義」を参考に、国家イメージの役割・意義に関する構造的な分解・分析が試みられる。本論文の斬新さを披瀝する中核的部分でもある。

ここで本論文は国家イメージの発現方式を多面的に考察し、国家イメージについての 4 つの評価主体（政府・メディア・研究機構・大衆）、5 つの評価指標（認知度・関心度・好感度・参与度・信頼度）を挙げ、国家イメージ評価構造の仕組みを抽出する。本論文は、現代の国家イメージがこのような構造的評価のもとで評価されることを分析している。

この視角から、中国の国家イメージの現状が分析され、たとえば日本に於ける中国の国家イメージの変遷を「日中世論調査」を介した日本人大衆の中国イメージ調査が分析される。ここでは、日本人の対中イメージの具体的事象として、歴史問題、領土問題、経済摩擦、海洋資源など双方によって敏感な問題が評価指標とされるが、これは本論文のいう国家イメージの具体的評価の例の一つである。

ここでは、国家イメージが変化するものだという事例を挙げたものだともいえるが、変化する性格をもつ国家イメージは国家間の関係に於いてどのような意味を持つのかという視点が弱いことは指摘しなければならない。

第 5 章 問題と対策

中国の新時代社会主義の国家イメージの伝播には問題があり、その検討を行ったのが本章である。その視点は、国家イメージの設計に関する系統性・連続性の希薄さ、その具体的推進方法に関する問題、異なった文化への浸透の図り方などの面での問題を克服する必要があるとする。この問題は、ほかならぬ唯我独尊の閉鎖的な国家イメージをいかに開放的な、国際社会から理解を得やすい国家イメージにするかという問題でもあるが、これ自体は中国の国家づくりと密接に関係する問題であり、単に国家イメージの伝播の方法の問題にとどまらない性格のものである。

本研究の結論

本論文の結論は、国家イメージは結局のところ国家に属する人々の対外的イメージの問題だという点に立ち返り、そのあり方を考えるというものであり首肯できる。その場合、異なった国家、異なった層、その上で多様な伝播方法をいかに柔軟に組み立てるかという点の重要性を結論とするのが本論文である。

本論文の評価・問題点

本論文は国家イメージの伝播について、中国を主対象に研究したものである。研究視点は中国の国家イメージの伝播という狭義な課題にとどまらず、これを題材に、諸国家の現在の経済・政治国際関係や外交関係といった普遍的な課題に挑戦したものといえる。

まず本論文は「国家イメージ」を評価主体面、同構成面、同実現経路面、同重要性面などから考察したうえで、広義と狭義両面概念があることを抽出、広義面では内外の大衆がある国家全体に対して持つ認識と評価、狭義面ではある国家が国際的大衆に与える認識と評価と分類した。「国家イメージ」についてのこのような明確な概念規定自体、本論文の成果の要諦といえることができる。

次に、国家イメージについての4つの評価主体（政府・メディア・研究機構・大衆）、5つの評価指標（認知度・関心度・好感度・参与度・信頼度）、そして国家イメージ評価構造の仕組みの解明を試みた点が本論文の二つ目の成果の要諦である。

これらを踏まえた上で、中国、アメリカ、ロシア、日本、韓国、ドイツなどの事例分析を行い、国家イメージの形成・伝播の重要な今日的意義を、国際社会における各国の正鵠な相互理解の浸透に求めるという結論、しかしその根底にあるものは各国の人々の持つ、ある国に対するイメージが国家イメージの伝播・形成にとって重要であるとの結論に致すのである。

一方本論文の主要な問題点の一つは、本研究のディスプリンに関することである。研究テーマは別にして、研究方法論としてのディスプリンを容易に理解するには、論文を読み進めていかないと辿り着きにくいという問題がある。ディスプリンとは、本来、論文の最初の段階で理解できるものである。結局、本論文のディスプリンとして当てはまるものは見出しにくく、あえていえば情報科学の国際情報学に属するものといえよう。国際情報学は比較的新しいディスプリンであるが、学位申請者の日常業務と深い関係のある分野であり、今後の一層の昇華に期待したい。

審査結果

本審査委員会は2019年1月17日、口頭試問を行い、とくに「国家イメージ」の普遍性、「新時代」の意味等について質疑を行った。その結果等を踏まえ本審査委員会は協議の結果、上掲のような問題点について、今後の研究課題としてさらに研究を深める旨の姿勢を考慮し、博士学位を認めることとした。

本論文に関連する主要既発表論文：

「从 WeChat 海外推广看新媒体时代国际传播战略先择」『今传媒』2016 年第 6 期。

「民间外交与政府外交关系探析」『南京政治学院学报』2013 年第 2 期。

「国际非政府组织在中国的治理传播」『陕西行政学院学报』2013 年 5 月。

以 上