

<研究ノート>

中国のソフト・パワーとパブリック・ディプロマシー

— Wang, Jian ed. *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*, の検討を中心に —

中 川 涼 司*

China' Soft Power and Public Diplomacy: a Review of Wang, Jian ed.
Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication

NAKAGAWA, Ryoji

Edmund Gullion suggested the concept of *Public Diplomacy* in 1965, and Joseph S. Nye Jr suggested the concept of *Soft Power* in 1990s. After 9.11, US government have put the stress on these concepts in its diplomatic policy. Chinese government also began to pay attention to these concepts at the beginning of the 21st century. Jiang Zemin administration set up the Information Office of the State Council and developed the public diplomacy. Hu Jintao administration suggested the concept of *Harmonious World* in response to the growing wary of China's hegemony and further developed the public diplomacy policy through the institutional change.

As the development of the public diplomacy in China, many academic articles and books published in English, Japanese and Chinese. This paper reviews Wang, Jian ed. *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication* and through this review, make sure of the goal, means, history, result and problems of Chinese public diplomacy.

Keywords : China, Soft Power, Public Diplomacy

キーワード : 中国、ソフト・パワー、パブリック・ディプロマシー

* 立命館大学国際関係学部教授 電子メール : rnt20014@ir.ritsumeai.ac.jp

I. 中国におけるソフト・パワー論、パブリック・ディプロマシー（公共外交）論

1. ソフト・パワー論とパブリック・ディプロマシー論

ソフト・パワー論の中心的論者であるジョセフ・ナイ（Joseph S. Nye Jr.）によればソフト・パワー（Soft Power）とは、「議題を設定し、説得し、魅力を示すという吸引力的な方法によって、望ましい結果を得るために、他者に影響を与える能力」（Nye [2011] pp.21-22）のことである。また「強制や報酬ではなく、魅力によって望む結果を得る能力である。」（Nye [2004] 邦訳10ページ）ともされる。ナイによればソフト・パワーは、①文化（文学、美術、高等教育等エリートを対象とする高級文化と大衆の娯楽になる大衆文化）、②政治的な価値、③外交政策という3つの基本的な源泉に大きく依存するが、同時に、経済的な源泉、軍事的な源泉もソフト・パワーの源泉になり得る（Nye [2011] pp.84-86）。

また、ソフト・パワーを向上させる外交実践として位置づけられることの多いパブリック・ディプロマシー（public diplomacy、中国語訳は公共外交がほぼ定着）という用語は1965年にエドムンド・ガリオン（Edmund Gullion）によってプロパガンダの代替用語として初めて使われた¹⁾。現在は旧アメリカ情報局（US Information Agency）の定義である「自国の国益と安全保障を促進するために、情報を提供することによって他国民に影響を与え、相互理解を促進する」という定義が援用されることが多い（青山 [2009] 1～2ページ）。日本における代表的な定義としては「公共外交とは、外交の目的を達成するためには、相手国の政府に働きかけるだけでは十分でなく、国民レベルに働きかけていくことが必要である、という認識に基づいて行われる政府の活動であり、政策広報としての情報発信、国際文化交流、国際放送がそれに含まれる」（金子・北野 [2007] 15ページ）などがある。アメリカではとりわけ9.11以降に大きく着目されるようになっていく。

2. 中国におけるソフト・パワー論の隆盛

(1) 江沢民政権によるパブリック・ディプロマシーの取り組み

中居良文らが明らかにしているように、江沢民中国共産党総書記（当時）がパブリック・ディプロマシー（公共外交）の取り組みを強化したのは1998年1月からである（中居 [2010] 19ページ）。江沢民は上海時代の部下である趙啓正を國務院新聞弁公室の主任に任命し、國務院新聞弁公室と表裏一体の党機関である中国共産党中央対外宣伝弁公室は2001年ごろには7つの内局をもつ大組織に発展した。1999年2月に開催された全国対外宣伝工作会議の席上で江沢民は包括的な対外イメージ戦略を打ち出した。すなわち、江沢民によれば、対外宣伝工作者は以

1) エドムンド・ガリオン（エドミュンド・ギュリオンと表記されることもある）はキャリア外交官であり、タフツ大学フレッチャー法律外交大学院（Tuft's University Fletcher School of Law and Diplomacy）にEdward R. Murrow Centerが設立されるに当たってDeanを務め、このpublic diplomacyの概念を導入した。

下のような中国イメージを「説明」し、「展示」しなければならない。

- ア 中国的特色を持った社会主義現代化を実現したというイメージ
- イ 改革開放政策を実行しているというイメージ
- ウ 覇権に反対し、国際正義を支持する平和的イメージ
- エ 世界の安定と繁栄に向けて努力しているというイメージ
- オ 法治国のイメージ

(中居 [2010] 20 ページ)。

当時、中国は WTO 加盟申請を本格化し、そのために、その最大のネックとなる米クリントン政権（政権成立当初は人権と国交正常化をリンクさせるとしていた）の対中政策を転換させる必要があった。江沢民 1997 年に訪米し、米中「建設的な戦略的パートナーシップ」を宣言させることに成功していたが、さらに 1998 年にクリントンの訪中が予定されていた。クリントン訪中の結果、クリントン政官は「三不政策」を宣言するに至り、さらに 1999 年には中国の WTO 加盟に合意し、1 年更新であった MFN も恒久化された。つまり、1999 年ごろの江沢民の発言は国際秩序への適応過程の最終段階レベルで、国際社会からの支持、受け入れが強く求められていた時点での提起なのである。

中居 [2009] のように江沢民は中国の好ましいイメージづくりに必ずしも成功しなかったが、少なくとも、この国際秩序への適応のための国際環境づくりには十分に成功したと言える。

さらに、2002 年 11 月に開催された中国共産党第 16 回全国代表大会は江沢民政権から胡錦濤政権に変わる節目の大会であるが、江沢民総書記は、活動報告の中で、次期政権への課題を示す意味合いで文化建設と文化体制改革の必要性を訴えた。

(2) 胡錦濤政権によるパブリック・ディプロマシーの取り組み

2003 年に「平和的台頭」（のち「和諧世界」）論を展開するに至っていた胡錦濤政権はより積極的な中国文化や中国的価値を打ち出し、2007 年の第 17 回大会では中国のソフト・パワーについてこのように述べるに至った。「現代では、文化は民族の凝集力と創造力の重要な源泉であり、総合的な国力競争の重要な要素となっている。豊かな文化生活は我が国人民の熱望するところである。社会主義の精神文化の方向を堅持し、社会主義文化建設の新たな高まりを惹起し、全民族の文化創造力を活性化し、国の文化ソフト・パワーを向上させ、人民の基本的な文化に対する権利を保護し、社会文化生活をより豊富多彩にし、人民の精神的風格を高めなければならない。」「中華民族の偉大な復興のためには、中華文化の繁栄と隆盛が絶対に必要である。人々が文化建設における主体性を十分に発揮できるようにし、広範な文化従事者の積極性を引き出し、更に自覚的に、更に主体的に文化の大発展、大繁栄を推進し、中国の特色のある社会主義の偉大な実践において、文化を創造し、人々が文化発展の成果を享受できるようにしなけ

ればならない。」(胡錦濤 [2007])。つまり、単に中国脅威論を緩和し、国際秩序への適応をスムーズに進めるといった防御的性格のものから、さらに一歩進んで、根本的な中国のソフト・パワーの向上のために、中国的文化の創造と世界への浸透にまで踏み込んできたと言えよう。

さらに2011年10月15～18日の中国共産党第17期第6回中央委員会総会(6中全会)が「文化体制改革を深化させ、社会主義文化の大発展大繁栄を推進させることについての若干の重大問題に関する決定」(以下、「決定」)を行った。上記のようにこれまでも中国のソフト・パワーやパブリック・ディプロマシー(公共外交)に関するさまざまな決定はされているが、中央委員会総会の主要議題が文化とされることは近年なく、日本でも様々な報道がなされた。この「決定」については日本のマスコミ報道では大きくいて二つの側面からの解説がなされている。一つは「決定」の中の「文化強国」という言葉を捕まえて、経済について文化でも強国化を目指す方針である、という論調である。もう一つは、中国において現実の政治に大きな影響を与えるに至ったインターネット言論空間について規制を加えようとしているというものである。ただ、これらはいずれも事態のある一面を強調するものであり、原文についてはもう少し丁寧な検討が必要であろう。

「決定」は9つのパートからなる。第1パートは、中国の文化的伝統を確認しつつも、以下の問題があることを指摘する。すなわち、共通の価値観や道徳観の不十分さ、ネットにおける世論誘導能力の不足、影響力ある文化作品の不足、公共文化サービス体系の不足と地域間のアンバランス、文化産業の規模の小ささと構造の問題、中華文化の国際的影響力の不足、文化人材養成の不十分さである。第2パートは「文化強国」実現のための新たな要請として、2020年までに以下の文化改革が必要とされる。すなわち、良好な思想道徳の確立と人的素養の向上、文化作品の豊富化と質向上、公共文化サービス体系の基本的確立、文化産業の支柱産業化と国際的競争力の向上および公有制を主体としつつ各種所有制が発展する文化産業構造の構築、民族文化を主体としつつ外来文化を吸収し世界に向けた文化発信を強化、高度の素養をもった文化人材の育成である。第3パートは社会主義核心価値体系の構築の推進が必要とする。それはマルクス主義を基礎とするが、中国の特色ある社会主義の共同理想、愛国主義および社会主義的な榮辱観と結びついて発展するものでなければならないとされる。第4パートはより具体的な政策方針を示すものである。文化的創作の発展方向は人民と社会主義のためのものでなければならない(「二為」)、哲学・社会科学は中国の特色ある社会主義建設に奉仕するものでなければならない。世論の正しい方向への誘導が強化されなければならない。優秀な文芸作品の創出が必要である。ネット上の健全な思想文化の建設が必要である。文化作品の評価システムが必要である。第5のパートは公共文化サービス体系に関わるものである。公共文化サービス体系の構築が必要であり、また、文化的影響力の向上のためにもより迅速かつカバー率の高いメディアの発展が必要である。優秀な伝統文化の継承システムを構築する必要がある、農村部と都市部の一体となった発展が必要である。第6のパートは文化産業に関わるものである。現代文化

産業体系が構築されねばならず、それ公有制を主としつつも多種の所有制が発展するものである必要がある。また、科学技術と文化の相乗的發展が必要である。文化消費の拡大も必要である。第7のパートは文化産業の主体に関わるものである。国有の文化事業団体の改革を進め、現代文化市場メカニズムを健全化し、文化管理体制を強め、政策的な保障システムを整える。中華文化を世界に広めるとともに、社会主義建設に役立つ海外の経験は取り入れる。第8のパートは文化人材の養成に関わるものである。トップリーダーの育成と基層における育成の双方が必要であり、職業道徳と作風の構築も求められる。第9のパートは中国共産党の役割に関するものである。党は文化改革の進展に政治的責任を持たねばならず、文化領域の指導組織建設に努めねばならない。党は他の社会団体との共同でこの責任を果たし、人民の文化的創造性発揮の積極性を引き出さねばならない。

以上を見ると、現体制の支配の正統性 (legitimacy) の再構築が展望されているのが分かる。それは単にネット規制を強化するというにとどまらず、現体制の維持発展に寄与する価値体系の構築とその浸透にまで及ぶ。しかし、この文化体制改革は創造的なものを生みだしつつ、同時にそれが現体制の枠組みをはみ出さないよう管理・監督するという両立が容易ではない二つの課題を同時追求するものであることも見てとれる。また、党や政府の宣伝や教育だけでなく、文化産業の発展を大きく位置づけていることも特徴であろう (ただし、これも同様に両刃の剣であろう)。「文化強国」化に関しては、世界における中華文化の影響力向上は目指され、「文化強国」という表現は使われているが、「文化大国」およびそれに類する文言や世界を指導するといった文言はなく、具体策も「孔子学院」に関する記述を除けば一般的なものである。文献では多く取り上げられる「北京コンセンサス」についても触れられていない。この限りでは「文化大国」や「文化覇権」までも目指しているとは判断できない。中国社会科学院文化研究中心副主任の賈旭東が指摘するように第17回大会での提起は、中国脅威論新版としての「中国ソフト・パワー脅威論」も生みだしており、その下では、これも賈旭東の言うように中国版のソフト・パワー政策はアメリカのような冷戦型のゼロサムゲーム的なものではなく、プラスサム的な共存共栄が可能なものである (賈旭東 [2008]) という打ち出しをせざるを得ないのである。

3. 中国のソフト・パワーおよびパブリック・ディプロマシーに関する研究動向

中国共産党および中国政府がこのようにソフト・パワーおよびパブリック・ディプロマシーを重視してくる中で、中国語、日本語、英語にいずれにおいても中国のソフト・パワーおよびパブリック・ディプロマシーについて学術的 (時に政治的) な検討を行った文献も多くみられるようになってきている。ここで、その動向を整理するだけの紙幅はないが、その一端を垣間見よう。中国語によるソフト・パワー論関連の文献の多さは、たとえば、中国の代表的なネット書店である「当当ネット書店」で、ソフト・パワーを意味する中国語である「軟實力」で検索を

かけることで容易に見てとれる。流行語であることから、企業経営など国家レベルではない事柄にも使用されているが、国家レベルに関するものだけにかぎっても、数十冊を数えることができる。研究機関としても2000年10月にはすでに政府系研究機関である中国社会科学院に文化研究中心（文化研究センター）が設置されている。パブリック・ディプロマシー（公共外交）に関して言えば、より専門的な用語となるため、「公共外交」という用語を冠した書物は比較的少なくなるが、前記の金子・北野〔2007〕の中国語訳が2010年に出ているほか、2011年には現在、全国政治協商会議外事委員会副主任兼公共外交小組召集責任者、『公共外交季刊』副編集長兼編集部主任を務める韓方明編によるパブリック・ディプロマシーのテキストである『公共外交概論』北京大学出版社が出版された。また、江沢民によってパブリック・ディプロマシーの責任者に任ぜられ、国家新聞弁公室主任を務めたのち、現在は中国人民大学新聞学院院長を務める趙啓正による『公共外交与跨文化交流』中国人民大学出版社も刊行され、「公共外交」という言葉も中国において市民権を得つつある。

日本では中国外交に関して意欲的著作を次々と刊行している早稲田大学の青山瑠妙（青山〔2007〕第6章）が中国のパブリック・ディプロマシーについて検討し、また、国際文化交流基金からの委託により中国のパブリック・ディプロマシーの概説書である青山〔2009〕も刊行した。日本国際問題研究所『平成22年度「中国外交の問題領域別分析研究会報告書』』の1章として書かれた中居〔2010〕、外務省の発行する『外交』誌の第3号のソフト・パワー特集の中の論文として書かれた童〔2010〕、外交防衛調査室の鎌田文彦による紹介検討などが進められている。ただし、中居〔2010〕、などは中央集権的な方法でソフト・パワー向上を図ろうとすることの矛盾や限界についても指摘するものとなっている。

英語文献で先ず注目すべきはJoshua Kurlantzick, *Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World* (Kurlantzick〔2007〕)であろう。Kurlantzickは同書の執筆当時は*The New Republic*誌の特派員であった。同書は、中国外交が文革期の革命輸出外交からも、また、改革開放初期の体制順応型の消極外交からも大きく変化し、ソフト・パワーを重視した「微笑キャンペーン」(Charm Offensive)による積極外交に転換していること、そして、その外交の成果により東南アジア、中央アジア、アフリカそして、かつてのアメリカの強固な同盟国であったオーストラリアにおいてすら、アメリカよりも中国を重視する傾向が生まれていることをジャーナリストらしい豊富な具体事例を通じて指摘し、それらがアメリカの国益を損ねていることを強く主張するものであった。同書は『フォーリン・アフェアーズ』を発行する外交問題評議会(Council on Foreign Relations)の2008年Arthur Ross Book Awardにノミネートされ、2010年にはペーパーバックで再版されるに至っている。上記のように2007年は胡錦濤が第17回党大会においてソフト・パワーについての報告を行った年でもあり、この文献はタイムリーなものであった。ここにおいて欧米における中国のソフト・パワーへの関心は大いに高められたといえる。もっとも、同書はジャーナリストによるもので、貴重

な情報が掲載されているものではあるが、学術書とは言い難い。

これに対して、Li [2009] や以下に検討する Wang [2010] など欧米の大学に職を持つ華人が中心となり、欧米人の中国研究者や大陸に住む中国人などを巻き込んだ共同研究の成果もだされるようになってきている。さらに書店の予告では2011年および2012年にさらに次々と中国のソフト・パワーとパブリック・ディプロマシーに関する英語文献が出版される²⁾。

II. Wang, Jian ed. *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication* の概要

1. 本書の位置づけ

本書は中国のパブリック・ディプロマシー (Public Diplomacy) を扱うもので、Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy の一冊として出版されたものである。シリーズの他の一冊にはシリーズの編者でもある Philip Seib の編による *Toward a New Public Diplomacy: Redirecting U.S. Foreign Policy* もある。編者の Jian Wang はかつてはマッキンゼーの Senior communication specialist であり、Purdue University や香港中文大学でも教鞭をとり、現在は Anneberg School for Communication and Journalism, University of Southern California の准教授 (associate professor) である。

本書は Kurlantzick [2007] などとは異なり、学術的なものであり、また、Li [2009] とも異なる。同書は (Li [2009] と同じ soft power というタイトルが付いているとはいえ) 思想、文化、価値観が中心論点になることで議論が抽象的になりやすいソフト・パワーよりもむしろそれを生み出す実践としてのパブリック・ディプロマシーに分析の力点がある。しかも、中国のパブリック・ディプロマシーの取り組みを歴史的経緯を踏まえつつ、客観的具体的に評価しようとしている。また、パブリック・ディプロマシーの主体としても、政府のみならず、民間企業や海外華人・華僑の役割まで幅広く検討している。本書は中国のパブリック・ディプロマシーの到達点を客観的に評価するうえで有益な視点と情報を与えていると考えられる。これが本稿で同書を取り上げる理由である。

2. 本書の概要

(1) 本書の構成

本書の構成は以下の通りである。

2) 2011年10月末時点で Amazon.com など出版が予定が確認できるものは以下のもの。Callahan, William A. and Elena Barabantseva eds. *China Orders the World: Normative Soft Power and Foreign Policy*, The Johns Hopkins University Press, Hongyi, Lai and Yiyi Lu eds., *China's Soft Power and International Relations (China Policy Series)*, Routledge, Barr, Michael, *Who's Afraid of China?: The Challenge of Chinese Soft Power (Asian Arguments)*, Zed Books

Chap.1 Introduction: China's Search of Soft Power	Jian Wang
Chap.2 The Expansion of China's Public Diplomacy System	Ingrid D'Hooghe
Chap.3 China's Image Projection and Its Impact	Hongying Wang
Chap.4 China's International Broadcasting: A Case Study of CCTV International	Xiaoling Zhang
Chap.5 The Evolving Chinese Government Spokesperson System	Ni Chen
Chap.6 Chinese Corporate Diplomacy: Huawei's CSR Discourse in Africa	Lu Tang and Hongmei Li
Chap.7 National Image Management Begins at Home: Imaging the New Olympic Citizen	Jeroen de Kloet, Gladys Pak Lei Chong and Stefan Landsberger
Chap.8 Chinese Diaspora, the Internet, and the Image of China: A Case Study of the Beijing Olympic Torch Relay	Hongmei Li
Chap.9 China's Image Management Abroad, 1920s-1940s: Origin, Justification, and Institutionalization	Yong Z. Volz
Chap.10 Itching the Scratches on Our Minds: American College Student Read and Re-evaluate	Judy Polumbaum

(2) 各章の概要

第1章では、中国の指導者たちが、中国のハードパワーの急速な向上に対して、ソフト・パワーの遅れがあることを認識していることが示される。そして、中国に対するイメージは3重の意味で分裂 (divide) があるとされる。第1に、中国が中国自身に対して持つイメージと他国が中国に対して持つイメージとの分裂である。第2に、中国のある側面に対する肯定的イメージと他の側面に対する否定的イメージとの分裂である。第3に、中国人がアメリカに対して持つ比較的好意的なイメージと、アメリカ人が中国に対して持つ比較的否定的なイメージとの分裂である。中国がパブリック・ディプロマシーをさらに前進させるために検討すべき問題は以下のとおりである。第1に、中央集権的な党国家 (party-state) による「宣伝」(Propaganda) の持つ限界性である。第2に、中国のパブリック・ディプロマシーが過去の歴史によって規定されているということである。第3に、パブリック・ディプロマシーは単に対外的なものではなく国内要因 (Domestic Dimension) によって大きく規定されるということである。最後に、パブリック・ディプロマシー研究の2つの難しさが示されている。つまり、第1に、パブリック・ディプロマシーの効果が諸個人のレベルから国民全体のレベルにまでどのように現れているのかを測定する困難である。第2に、ターゲットとする相手国 (とくにアメリカ) が中国に対してステロタイプの認識を持ち、文化的な差異を強く認識しているような場合どのようにすべきか、という問題である。

第2章では、中国のパブリック・ディプロマシーシステムが如何に形成発展しているかが示される。多くの国では外務省（中国では外交部）が政府レベルのパブリック・ディプロマシーの主要アクターとなるが、中国では、國務院新聞弁公室（State Council Information Office：SCIO）と中国共産党中央対外宣伝弁公室（Communist Party's Office of External Publicity）が主要な役割を果たすとされる。特定の対外問題に関していつ、どのように書くかについてのガイドラインは中国共産党中央宣伝部の「内部通説」（英 Internal Report、中 Neibu Tongxun）によって示される。中国外交部（China's Ministry of Foreign Affairs：MFA）は第3のアクターとされる。外交部新聞司（Department of Information）の下に、公共外交弁公室（Public Diplomacy Office ※2009年末までは公共外交処であったが、弁公室に格上げされた－中川）があり、国外の聴衆やマスコミに対して情報提供を行っており、若手外交官はパブリック・ディプロマシーの手腕も養成されてはいるが、情報と影響力において限界があるとされる。すなわち、（対外経済関係では）商務部（Ministry of Commerce）に地盤を奪われ、また、人民解放軍は外交部に依拠しない。外交部は基本的な外交政策の決定には関与できないこともあり、パブリック・ディプロマシーのために必要な情報も得られないことがあるという。政府機関以外では、学術機関、在外華人コミュニティ、NGO、友好協会（friendship association）、とくに、民間外交を担う中国人民対外友好協会（Chinese People's Association for Friendship with Foreign Countries：CPAFFC）と中国人民外交学会（The Chinese People's Institute of Foreign Affairs：CPIFA）、ネットプロガーたち、ボランティアたちもパブリック・ディプロマシーにおいてはそれぞれの役割を果たしている、とされる。中国のパブリック・ディプロマシーの資産（Assets）と負債（Liabilities）についても検討されている。資産は伝統的文化（traditional culture）である。伝統的文化は害が少ない。したがって、世界に500以上の孔子学院が設置されるようになってきている。ただし、現代的な文化は国内でも評価が分かれるためにパブリック・ディプロマシーには使いにくい。国内政策と価値観はソフト・パワーの源泉とはみなしにくくむしろ負債というべきだが、経済発展と国際経済への統合は人々を引きつけている。科学の発展と環境政策は（負債でもあるが）世界の耳目を引きつけている。やや程度はおちるが、中国のソフト・パワーの源泉は、中国の外交政策である。とくに、ワシントン・コンセンサスに対抗する「北京コンセンサス」（Joshua Cooper Ramoのネーミング）は各国間の内政不干渉と互惠関係を主張するため、（内政干渉を嫌う）発展途上国によって支持されている。負債は人権問題、とくにチベット問題、汚職体制、急増する軍事費と軍の不透明性、中国の経済発展による他国の産業衰退、失業、貿易赤字、資源支配、人民元政策等である。中国のパブリック・ディプロマシーは中央集権的な体制に基づいているが、それは長所と短所をともに生み出しているとされる。長所はパブリック・ディプロマシーを中国の指導者が志向する方向性にコントロールできるということである。しかし、そのことは、中国が発するメッセージが受け手の目から見て正統性と信頼性に欠けるとみなされるといふ短所につな

がる。政治的な民主主義が限定されている下で、民衆の意見は国外には届きにくく、情報は統制され、意思決定過程も不透明である（もっとも2003年のSARSの流行において情報秘匿したことが国内外の鋭い批判にさらされたことから、必要な情報の開示が進められているともされている）。中国の国際的影響力の増大とともに、中国のパブリック・ディプロマシーに対する期待感が強まっているが、現状ではそれに十分こたえられていない、と評価されている。

第3章では中国が自らのどのような世界秩序観を各国に投影しようとしたか、それは各国の中国イメージにどのように反映されているか、また、それはなぜか、が1950年代から今日に至る『北京週報』(Peking Review)と『國務院政府工作報告』(Government Work Report)における内容等から解明されている。データは本章の著者が上記文献から中国が投影させようとしているイメージを読み取り、各項目がどの程度妥当するかを数値化したものである。項目として挙げられているのは、平和愛好国家 (a peace-loving nation)、外国による侵略の犠牲者 (a victim of foreign aggression)、反覇権国家 (an opponent of hegemony)、発展途上国 (a developing country)、社会主義国家 (a socialist country)、革命支援国家 (a revolutionary supporter) である。これらのうち、前4者は時代によってあまり変化がないのに対し、後2者は毛沢東時代から今日にかけて大きく減少している。これは中国の対外政策の歴史的变化を反映しているという。つまり、中国の世界観は、建国当初は、社会主義陣営が資本主義陣営を凌駕していくというものであり、平和共存5原則の提唱など非同盟運動を担う中国は世界平和の先導者と考えられていた。それが(中ソ対立を反映して)1960年代から1970年代末までは「三つの世界観」(米帝国主義とソ連修正主義を第一の世界、他の先進資本主義国と東欧社会主義国が第二の世界、そして発展途上国を第三の世界であるとし、発展途上国は世界の平和を脅かす第一世界に対して統一戦線 (united front) を形成しなければならない、そのために途上国の革命も必要というもの) にとってかわられた。さらに、1970年代末から経済改革が進められることで、中国政府の世界観は劇的に転換し、革命理論をすて、既存の国際秩序を積極的に受け入れ、平和的に利用していくことを主張し始めた。中国の対外政策に言説は平和と繁栄が中心になっていった。ただし、各国間の平等性と独立を尊重し、非同盟運動を支持する点は変化しなかった。10年前から中国の対外政策は新段階に入り始めた。つまり、既存の国際秩序を根本的に覆すことはしないが、パワーポリティクスの支配、南北格差の拡大、異なった価値観への不寛容、国際紛争解決に武力を用いる傾向、環境の無視などいくつかの側面についてより声高に批判し始めた。その結果、2004年に提起されたのが「和諧世界」(harmonious world) 論である。その原則は①国際関係における各国間の平等性 (「民主主義」)、②南北間の経済格差拡大は「不正義」であり、共通の経済繁栄を追求すること、③多様性と寛容性、④国際紛争の平和的解決、である。これらの世界観の変化が投影するイメージの変化となって現れているのである。また、1989年の天安門事件による中国イメージのダウンからの回復、国内の統治の正統性の担保もこれらのイメージ投影 (image projection) に積極的に取り組む背景となっている。

中国は近年、アメリカにおける政治的ロビー活動を強化し、また、マスメディアを通じたイメージの伝達にも積極的に取り組んでいる。ではこれらの中国が各国に投影しようとしたイメージはどのように受容されたのか。これは Roper Center for Public Opinion Research の質問項目の変化から分析される。社会主義国家であることや発展途上国であることなどは中国側の意図が反映されているが、平和愛好国家については反映されていない。その理由は客観的に疑いのような事柄については中国の投影するイメージが容易に反映し、そうではなく、主観的判断が必要な時は反映されにくいということである、とされる。

第4章は中国の国際的な影響力増すことを目的とする諸メディアのうちから中央電視台(CCTV)の国際チャンネル、特に英語チャンネルに焦点を当てて、その役割について検討するものである。筆者によれば中国共産党はすでに建国前の1941年に対外宣伝用のラジオ放送として中国国際ラジオ放送(China Radio International: CRI)を開始しており、1947年には英語による放送も始めた。1958年にCCTVの前身の北京電視台(Beijing TV Station)が設立されたが、1963年に中共中央宣伝部が国家対外TV宣伝工作会議(National TV Foreign Propaganda Conference)を開催し、海外向け放送が開始された。ただし、当時の国際的な冷戦と国内的な文革の中で8局が他の共産主義国に海外向けドキュメンタリーを流すだけであった。1970年代末からの改革開放政策の進展により、海外向け放送は強化され、とくに1989年の天安門事件以降その重要性が再認識された。海外華人とや諸外国放送局との合弁で、放送局を設立するだけでなく、既存の放送局に番組を流すことにも注力がされた。1990年代に国際TV放送は新たな段階に入った。1991年にCCTVは海外放送センター(Overseas Broadcasting Center)を設立し、1992年に北京語(マンダリン)によるCCTV-4チャンネルが大陸外華人・華僑向けに開始され、さらに2000年には24時間英語チャンネルCCTV9が設立された。2004年にはスペイン語とフランス語、2009年にアラビア語とロシア語の放送も開始された。英語等による放送を開始したことは提供対象が各国では少数派にすぎない在外華人ではなく、各国の多数派むけに宣伝工作がなされるようになったことを意味している。英語放送は1980年代に教育番組として始まっていたが、1986年にニュース番組が提供されるようになり、その後エンターテインメントやビジネス番組等も増やされた。2003年からは、ニュースキャスターやホストに、国際社会に精通した人材を登用し、信頼度を高める取り組みもなされている。また、ニュースは中国に関することを報道するだけでなく、アジア等各国のニュースも取り上げ、それらに対する中国政府の見方を知らしめる役割も果たしている。BBC、News Corp、AOLと相互番組提供なども進めている。CCTV自身は視聴者調査を行っていないが、インターネットのサーベイによれば、中国外の非中国人39%、中国内の非中国人3%、中国内の中国人43%、中国外の中国人15%であった。英ノッティンガム大学の中国研究を専攻する学生ですら、CCTV国際チャンネルを視聴する人は多くない。また視聴の目的も中国学習と中国の文化や歴史を学ぶことが主で、ニュースを見ることはあまり重要視されていない。ニュー

スを見るかどうかはニュースの信頼性と品質に大きく左右されるが、中国の場合、政府による宣伝という性格を強く持つことから、その点が欠落している。各国は非政府組織がそれを担っており、中国国内にも非政府組織による運営を主張する意見もあるが、国内においても情報統制の必要上、放送局はすべて国営であり、現実性に乏しい。中国の放送局は国有ではあるが、市場化が求められており、TVCMを大きな収入源としている。しかし、CCTV国際チャンネルは商業利潤は求められない。また、地方局が利潤をもとめて海外向け放送を行おうとする動きがあったが、国家広播電影電視総局（State Administration of Radio, Film and Television : SARFT）によって制限されている。西洋的なトレーニングを受けた若手ジャーナリスト達が多数を占めるようになる中で、プロフェッショナリズムと党の指示との調整も大きな課題となっている、とされる。

第5章は、中国における報道官（Spokesperson）システムの発展について考察するものである。筆者によれば中国の急激な経済的・社会的な発展とコミュニケーション技術の発展から、中国の指導者たちは迅速かつ直接的に公衆向けに情報を提供することが求められるようになった。その中で、1991年に政府機構として設立された国務院新聞弁公室（State Council Information Office : SCIO）が報道官システムの創設とその後の発展に大きな役割を果たした。この報道官システムの形成以前にも中共中央宣伝部やその他の政府機関による発表は行われていたが、定期的な開催ではなかった。報道官システムは以下の3つの段階を経て発展した。第1段階（初歩段階、1982 - 2003年）。改革開放の中で鄧小平は記者会見（news conference）を通じて対外的コミュニケーションを行う必要性を認識し、1982年に、中国共産党中央弁公庁（CCP Central Committee's Secretariat）と同中央対外宣伝弁公室（Central Commission for External Propaganda）が共同で、「報道官システムの創設と外国ジャーナリスト業務の改善について」の指示を出した。これは中国に関する国際的な報道の在り方の変革が報道官システム設置の目的であることを示している。この「指示」に基づく初の記者会見が、1982年3月26日に外交部によって、当時のソ連共産党書記・ブレジネフの公開スピーチへの中国政府のコメントを発表する場として開催された。後に外交部長となる外交部報道官として、3文からなるスピーチを読み上げた。質疑応答は許されなかった。その後の中央対外宣伝弁公室の指示も報道官は中国に対する国際的な理解と支持を高めるのが業務であるとされ、内容は対外政策に限定されて、質疑応答もなかった。1991年に中国共産党対外宣伝弁公室は国務院新聞弁公室と名称変更し（中川注：不正確。対外的な関係から、党機関である対外宣伝弁公室が政府機関としての新聞弁公室という看板もつけるようになったにすぎず、同じ機関が二つの看板を持つようになったということである）となり、ニュースリリースは国務院新聞弁公室の名で行われるようになったが、状況は即座には変化しなかった。記者会見が比較的頻繁に開かれるようになったのは、1997年以降のことである。1997年はWTO加盟申請が本格化し、2008年のオリンピックの開催地としての立候補も行いその必要性が増していた。また、1994年の千島湖事件（浙江

省杭州市の千島湖遊覧船で24人の台湾人観光客を含む32人が強盗殺人にあった事件—中川注)でタイムリーに情報提供できずに批判をうけたことも影響した。第2段階(発展段階:2003-2007年)。2003年のSARSの流行においても同様に適切な情報公開が行われずに国内外の批判を受けたことは報道官システムの大きな転換点となった。SARSに関する記者会見はSCIOに一元化され、各省庁がばらばらな対応を行っていたことが是正された。また、記者会見の回数が激増した。2002年に9回しか開催されなかった記者会見が、2003年には160回開催された。記者会見のやり方も質疑応答を受ける国際標準に則った形とした。ニューメディアによる情報公開も促進し、記者会見と相乗作用を持つようにした。また、記者会見もリアル・タイムで公開されることとなり、ビデオもウェブサイトに掲載されるようになった。24時間ホットラインやインターネットを通じた質疑応答もされるようになった。政府高官や専門家がゲストスピーカーかアドバイザーとしてSCIOの記者会見に参加するようになった。記者会見は中央だけでなく、地方政府レベルでも頻繁に開催されるようになった。記者会見の回数だけでなく、内容を高めるためにSCIOは政府報道官のスキルを高めるための教育訓練制度も整備された。2007年1月に「中国政府情報公開条例」(Open Government Information Regulation)が制定され、政府情報の公開性(openness)と透明性(transparency)が概念づけられた。第3段階(成熟段階:2008年以降)。2008年に中国の世界の注目を集める二つに事件があった。一つは四川大地震であり、もう一つは北京オリンピックである。四川大地震では2003年のSARSにおける失敗を教訓に、迅速な情報提供が行われた。SCIOはその窓口として頻繁に記者会見を開催し、中国の公開性と透明性を印象付けた。北京オリンピックは世界が注目するスポーツイベントであり、SCIOは国際的に知られたPR会社であるHill & Knowltonなどと提携しつつ、国際社会への参画と平和的対応を世界にアピールする場として利用した。優れた報道官システムのためには優れた報道官の採用と育成が必要であり、採用と教育訓練のシステムも整備されている。このように、中国の報道官システムは大きな前進を遂げてきたが、課題も少なくない。最大の課題は外国メディアへの発表と国内のコミュニケーションのバランスを如何にとるかである。外国への情報提供が直接かつ迅速に行われるようになるにつれ、国内からも、同様にオープン、正確、直接的な情報の公開を求める要求が強くなっている。

第6章はパブリック・ディプロマシーの担い手としての企業の役割を、華為技術(ファーウェイ、以下、華為)社のアフリカ進出を事例に検討したものである。筆者によればアフリカは「中国のニュー・フロンティア」とみなされるようになっている。2007年中国の対アフリカ投資は15億71千万ドルに達し、900社が49のアフリカ国家において事業活動を行っている。中国アフリカ間の貿易総額も730億ドルに達し、これらの発展は世界的に注目されている。ただし、同時に、多くの批判も生まれている。人権保護団体は中国が油田権益の獲得のためにスーダン政府に武器輸出を行っていること、中国企業がジンバブエのムガベなどの独裁者と関係を持っていることを批判している。環境保護団体は中国がアフリカにおいて不十分な環境対策の下に

インフラ建設を進めることを批判し、アフリカの地場企業や消費者はアフリカ市場を低品質の製品であふれさせたことを批判している。この下で中国政府は対アフリカパブリック・ディプロマシーの展開を求められているが、それは政府だけによって担われるものではなく、企業によっても担われるべきものである。なぜなら、中国企業のイメージが中国のイメージとなるからである。本章は華為のCSR報告書などを読み解くことで企業がパブリック・ディプロマシーにおいて果たしている役割について検討する。中国は内政不干渉を原則とする「北京コンセンサス」によって、欧米諸国が入り込めなかった諸国に食い込むことに成功している。中国とアフリカとの関係は1955年のバンドン会議に遡ることができ、60～70年代は非同盟運動の展開のため貧困国が貧困国を援助する形で援助は続けられた。1970年代末に改革开放が始まると、経済的目的が重視されるようになった。「外交のための経済」は「経済のための外交」に転換された。2000年からは「中国アフリカ協力フォーラム」(Forum on China-Africa Cooperation: FOCAC)も開催されるようになった。中国政府は中国企業に直接援助をするほか、アフリカ諸国への援助や低利子融資等によって投資環境の整備を行い、進出をバックアップした。同時に、中国企業のイメージは中国のイメージとなることから、中国政府と中国企業は相互補完的關係にあった。開発が進む中で、中国を賛辞する国がある一方で、反中国感情も高まっている。セネガルでは、2004年の大統領選挙においてセネガル同業者組合(Senegal Trade Association)はすべての中国人の国外退去を求める最後通牒を出し、ザンビアでは中国人管理者の安全管理ミスによる爆発事故で52人が死亡したことから反中国感情が高まり、2008年の大統領選挙では中国人の国外退去を求める候補が善戦した³⁾。中国政府は当初これらの動きに対して、受け身の対応しか行わなかったが、中国企業がOECDの2005年のガイドラインにそって社会的責任(CSR)を果たすことを求めるようになってきている。中国企業は近年CSRを主張するようになってきている。しかし、その内容は欧米社会とは異なる。欧米社会では、人権(human rights)、市民としての行動(citizenship)、自由市場主義(liberalism)に基づくが、中国はそれぞれ意味合いがことなる。「人権」の中心となるは「生存」(survival)と「開発」(development)であり、自由、安全、平等といったものではなく、また人権概念は普遍的なものでもなく、各国それぞれ異なっていると考えられている。市民的・政治的権利と社会的・経済的権利はどの国においても不可分一体であるとはいえず、中国のような途上国においては政治的自由は社会的不安定をもたらし、経済発展を阻害する可能性があるものと考えられている。中国における市民としての行動は権利と言うよりももっぱら服従(obedience)と義務(duty)を意味する。中国でも経済の民営化が進んでいるが、自由市場主義は制限されており、政府の指導がおきな役割をはたしている。華為のCSRの活動は中国的なCSRを典型的に示すものである。華為は1988年に元人民解放軍将校の任正非(Ren Zhengfei)によって設

3) 2011年9月20日のザンビア大統領選では中国からの投資を徹底的に批判するサタが当選した(『日本経済新聞』2011年10月18日付、その他各紙)

立され、小民間企業から今では世界第5位（※現在は世界第2位 - 中川）の通信機器メーカーに成長した。2007年に売上の72%は海外売上である。従業員は約80000人であり、半数以上は技術開発スタッフである。華為のアフリカ進出は1997年のケニア進出に始まり、2006年にはアフリカで20億ドルの売り上げを上げ、アフリカ40か国で30000人の従業員を雇用している。華為は全世界向けのCSR報告書を毎年発行しているが、それとは別に、2008年にアフリカ事業に絞ったCSR報告書を出版した。そこではどのようなことがCSRとして認識され、どのようなことは認識されていないのか。華為のCSR報告書においてまず社会的責任の第1として位置づけられるのが、企業としての発展（売上、利潤、納税）である。従業員の過酷な労働条件（故郷を遠く離れ、自然災害、環境汚染、戦争などが絶えないなかで雪山を登り、ジャングルを潜り抜け、8日間徒歩で顧客のところに向かうなど）は改善の対象と言うよりも、華為の発展をもたらした「艱苦奮闘」精神として位置づけられる。地域差社会への貢献では、電気通信（おもに無線）インフラ整備、現地従業員の訓練、教育や環境保護への貢献が強調され、地域の持続的な発展への寄与が述べられている。しかし、華為のCSR報告書にはいくつかの欠落がある。それらは、（前述の）労働条件の改善、地域化、事業の透明化である。労働条件については、ほとんど記述がない。中国人従業員が事業所によっては70%以上マラリヤに罹患することや身の安全も保障されていないことなどは記述されず、逆に、中国人向けに中華料理のシェフがまねかかっていることなども記述されてない。これは同社の中国内における会社に寝泊まりすることも辞さない「マットレス文化」や労働契約法を潜り抜けるような解雇・再雇用などを見れば不思議ではない。地域化についても記述は曖昧である。管理層は中国からの派遣駐在員によって占められるが、彼らは会社の宿舎に住み、中国人シェフによる中華料理を食べ、中国に残した家族とのコミュニケーションも重視されている。しかし、地域住民との交流は無く、重視もされていない。事業の透明性については全く記述がない。以上、華為のCSR報告書を見ると、そのCSRの考え方は中国的なCSRの考え方に沿っていることが分かる。しかし、このようなCSR概念では、中国—アフリカ関係の悪化を招きかねない、とされる。

第7章は2008年の北京オリンピックの開催において、市民の外国人への対応が外国人の目に映った市民の生活が中国イメージを決定的に左右すると考えた中国政府が、オリンピック開催の歴史的意義を強調しつつ、市民のマナー向上を訴え、外国人を歓待するボランティアを組織し、タクシー運転手を教育しようとしたことを、マナー向上を訴えるポスターの言説、ボランティアとタクシー運転手に配布されたマニュアルなどから具体的に明らかにするものである。これらのマナー向上とイメージ向上の運動は直接的に北京オリンピックの開催に向けたものであり、実際に、オリンピックが順調に開催されたことを見れば、成功とも言えるが、市民性（citizenry）の向上は継続的課題であり、オリンピック開催という大目的な無い下で、どのように継続していくかが大きな課題である、とされる。

第8章は北京オリンピックの事前行事として世界各国で開催されたトーチリレーにおいて、

在外華僑華人（本章では Chinese Diaspora という表現が使われているが、一時的な滞在者も含めて考察がされている）が、これを反中国運動（チベット独立等）のアピールに絶好の機会とみなして妨害を仕掛けてきた人々を排斥するために、いかに愛国主義的に行動したか、そのような愛国主義運動はなぜ起こったのか、それは何を意味するのかを明らかにするものである。筆者によれば中国の台頭と愛国主義教育により、中国国内においてナショナリズムの台頭がみられるが、それは在外華人社会にも大きな影響を与えている。北京オリンピックを前にした2008年3月10日にチベット蜂起49周年を祝う形で、ラサで反中国騒乱が発生した。これに対して、在外華僑華人は在外華僑華人が集う「未名空間 (mitbbs.com)」のBBSにおいて1万人以上が議論に参加し、とくに欧米メディアの報道の仕方に批判が集まった。数千人の中国人学生が欧米メディアが正しい報道を行うことを求めて抗議行動を起こし、各地で中国を支持する集会を開催した。批判が集中したのはCNNである。これらの行動は中国政府から指令されたものでもなく、また、必ずしも中国政府を支持したものでもなかった。かれらが守ろうとしたのは中国の対外的なイメージ (image) と評価 (reputation) である。在外華僑華人が日常生活の中で経験している民族的偏見もこれらの活動を促した。このナショナリズム運動に参加した人々は一枚岩ではなく、中国政府とは一線を画したいと考える人々も少なくはなかった。欧米メディアのバイアス、チベット活動家の動き、日ごろの民族的偏見などが重なりあったところで、発生したのである。サンフランシスコは在外華僑華人の多い町だが、ここでチベット活動家に対する大規模抗議運動が展開された。デモ参加者の多くは新移民であり、ベイエリアに住む高給取りでもあった。学生ややや年齢の高い人々も同郷会や校友会などの呼びかけを通じて集まった。彼らの目からすればチベット支援活動家は欧米の政府と結託して中国を困らせているにすぎなかった。中国人たちは効果的なデモのために中国国旗をネットを通じて世界中から融通し、また、*NY Times*、*Youtube* などネット空間で中国支持、チベット分離独立反対の論陣が大規模に展開された。しかし、著者によればこのようなナショナリズムは両刃の剣の性格を持っていた。欧米メディアやチベット活動家への理解や同情を示す中国人は「裏切り者」とされ、プライバシーが公開され、洪水のような批判メールにさらされ、侮辱を受けた。例えばデューク大学の留学生であった王千源 (Wang Qianyuan) はネット上の攻撃と侮辱的（「世界で最も醜い中国人」）となり、攻撃が家族にも向けられた。盛り上がるナショナリズムは中国政府の行動をも制約し（2008年4月の中国政府とダライラマとの会見批判）、また、極端にナショナリスティックな行動は、中国のイメージを損なった。デモの様子は少数民族のチベット人を漢族が抑圧するようすとして捉えられ、デモ後欧米各国で中国を脅威と考える人々が増加したのである。

第9章は1920年代から40年代の中華民国期においてとくに欧米で教育訓練を受けたジャーナリスト達が、欧米社会における中国報道の不正確さとバイアスを正すために国際的な宣伝機関の設立をすることを主張し、それが中華民国政府の制度として成立したプロセスを明らかに

している。世界的にはジャーナリストはプロフェッショナリズムとして政府の宣伝ではなく、政府の監視を行うことを指向するが、欧米メディアのバイアスのひどさと中国の危機的状況の打開のために欧米社会の理解と支持が必要であったことから、欧米人むけ英字紙記者も含め、このような機関の設立に同意していったことが示されている。政府宣伝の信頼性の低さから、民間組織による公正な中国報道を求めようとする意見もあったが、当時の状況下では現実性がなかったとされる。

第10章は通常のアメリカ人の対中認識の分裂について検討したものである。1958年にHarold R. Issacが*Scratches on Our Mind*と題された本の中で通常のアメリカ人が、如何に当時のアジアの二大大国である中国とインドを捉えていたかを明らかにした。この本はニクソン訪中のあった1972年に*Images of Asia*と改題されて改版出版され、さらに、1980年に元の題名に戻されて再度改版出版された。これは、米中間の関係が大きく変化しつつも、アメリカ人の中国イメージがかなりの程度分裂していることは依然として変わりが無いことを意味している。アメリカ人は中国人を一面では「劣等民」(inferior people)とみ、同時に、「優等民」(superior people)ともみている。軽蔑的なChinkという呼び方をすることもあるが、「救済者」(wards)としてのイメージもある。パールバックのフィクション小説『大地』に出てきた農民やエドガー・スノーの『中国の赤い星』に描かれた朱徳將軍のような「魅力的な人々」(attractive people)とも考えられる。抗日戦争における「昇った英雄」(heroes risen)のイメージもあれば、汚職と怠惰にまみれた「落ちた英雄」(heroes fallen)のイメージもある。「恩知らずの被追放者」(ungrateful wretches)のイメージもあれば、「恩知らずのドラゴン」(ungrateful dragon)のイメージもある。一方中国人はアメリカ人が中国をどのように認識しているかを大いに気にかけ、それは現在ではCNNの中国報道のバイアスを正すネット民の活動等として展開されている。このようなアメリカ人の対中イメージのバイアスと混乱が著者の勤務するアイオワ大学ジャーナリズム・マスコミ学部での授業実践の中での経験を通じて検証されている。

Ⅲ．考察

(1) 本書内容へのコメント

本書は、中国政府の対外イメージ宣伝の効果、対外テレビ放送の発展、外交における報道官システムの発展、中国多国籍企業のCSRのパブリック・ディプロマシー上の意味、在外華僑・華人の中国イメージ保持への役割など中国のパブリック・ディプロマシーの取り組みの進展とその成果、問題点などについて、極めて具体的かつ客観的に明らかにするものである。そこで明らかにされたことは、中国のパブリック・ディプロマシーの到達度をリアルに示すものであると思われる。

ただし、CCTV 国際チャンネルにしても報道官システムにしても、それらはパブリック・ディプロマシーを進めるための制度や方策の進展に焦点を当てるものであり、グランドストラテジーを示すものではない。外交への直接的効果が検証しにくい文化について考察がないのは、外交上の課題を解明するうえで考察のリアルさを出してはいるが、中国政府が、そこにとどまらず、文化的や価値の領域にまで踏み込みつつあることの意味の考察はできていないといえる。

また、中国のソフト・パワーを銘打ちながら、文化や価値観についてはなにも考察していない。その点は本書の優位性であり、欠点でもある。

(2) 中国のソフト・パワー、パブリック・ディプロマシーを論じる視点について

本書で提起された諸問題をさらに普遍的に考察しよう。上記のように中国のソフト・パワー論やパブリック・ディプロマシーを論じる本は英語でも、中国語、日本語でも多く出版されている。しかし、その視点にはかなりの幅がある。そのような幅が生まれる原因は二つある、と思われる。

評価が分かれる第1の理由は、自らの政治的立場や価値観を分析に明示的あるいは暗示的に反映させていることである。そうではなく主観的判断はいったんわきにおき、中国政府の意図や目標、およびその意図や目標に照らした成果の判断を行うべきであろう。全般的には中国のソフト・パワーおよびパブリック・ディプロマシーに対する日本の研究者の評価は低い。低い評価が行われる大きな理由は評価者自身が中国的価値観や政策に違和感を持つか、あるいは、中国との競争意識から日本研究者が中国ソフト・パワーの向上を受け入れたくないという主観的意識（ないし価値判断）を持っていることであろう。ナイがソフト・パワーの源泉として挙げる第2、第3の政治的価値観や政策においても、言論、集会、結社などの市民的自由が大きく制約される集権国家である中国の価値観や政策は日本（ないし他の先進国）では受け入れられないこと、パブリック・ディプロマシーも、党の対外宣伝という性格を強く持つことも低い評価がなされる理由である。しかし、中国からすれば、(かつての文革時代ならいざ知らず) 日本のような先進民主主義国にそのような価値観を受容してほしいとは要求しておらず、多様な価値観の共存を求めているにすぎない。つまり、「同意」は求めておらず、「寛容」を求めているにすぎない。日中間（ないし中国と他の先進国）の価値観の相違がありつつも、それが両国間の人的、物的交流の大きな阻害要因になっていなければ、それで目的は達成されたと考えるべきであろう。また、党の対外宣伝としての性格が継続していることは否定できない。しかし、これも比較問題である。中国のかつての毛沢東時代の中国の対外宣伝活動はどのようなものであったのだろうか。情報ソースとなるメディアは『北京週報』、『人民日報』、北京放送などに限られ、中国の「友好人士」は中国の統制された情報を持ち帰って、(しばしば政治的・経済的権益の見返りによって) 自国で中国の代弁者となることが求められた。1964年に『読売新聞』、『毎日新聞』、『朝日新聞』などが次々と北京に支局を設置した。しかし、文革に批判的

であった各紙は北京から追放され、唯一文革に肯定的であった『朝日新聞』のみが支局を維持できた。それらの結果、現時点からみれば相当のバイアスのかかった情報が日本でも流布された。その時代といまは同じなのだろうか。現時点でも中共中央宣伝部、国家安全部などを中心に、かなりの新聞、テレビ、インターネットそれぞれにおいて相当程度の統制がおこなわれていることはすでに多くの文献によって明らかにされている。しかし、とはいえ、かつてと比べればマスコミの自由度は格段にあがっており、その情報は外国人もアクセスができる。また、インターネットに中国政府自身の情報公開も含めて、多くの情報が流れるようになっている。また、本書第 3 章で示されているように、国家新聞弁公室や外交部などは頻繁に記者会見を行い、各国記者の質疑にも応じるようになってきている。政策的透明性も（もちろん情報統制による制限はありつつも）格段の前進があったと評価してよい。

低い評価がされるさらに大きな理由は世界中で広がる（そしておそらく評価者自身が感覚的に持つ）「中国脅威論」の隆盛であろう。パブリック・ディプロマシーの主要目的が自国に対する肯定的なイメージを広げることにあるのであるから、中国脅威論の隆盛は中国のパブリック・ディプロマシーが成功していないと判断する一つの根拠とはなりうる。しかし、中居 [2010] が指摘するように、中国のパブリック・ディプロマシーは、他の外交と独立して存在するわけではない。中国脅威論の隆盛は中国経済の急激な台頭とそれに見合う国際的影響力の拡大および 1979 年以来約 30 年間にわたって続けられる軍事費の拡大と海洋戦略等の軍事戦略と軍事行動、中国国内の市民的自由や人権抑圧の実態などから発生している。にもかかわらず、中国脅威論があるからパブリック・ディプロマシーは失敗していると断じるのは早計であろう。ハンチントンの説をそのまま肯定するわけではないが、「文明」はしばしば衝突する。特に「成り上がり」者（中国についてはかつての地位に復帰したというべきかもしれない）に対するパッシングは必定と言ってもよい。衝突は避けられない。それを軍事対立やテロあるいは、経済断交といったものに転化させないで、互惠関係を続けられるかどうかが課題であろう。現状では中国脅威論は避けられない。中国脅威論があるから失敗なのではなく、中国脅威論が決定的な障害となってしまうことを防止するうえで、パブリック・ディプロマシーがいかに貢献しているか、いないか、が検討されるべきであろう。

評価が分かれる第 2 に理由は、客観的分析が心がけられている場合も、中国のパブリック・ディプロマシー推進の論理は政治家の発言から判断されることが多いことから長期的課題と当面の課題が混在していることが多く、それを（意識的にか）区別しないで論じられることが多いということである。

本書の著者の一人でもある d'Hooghe が別の本で明らかにしているように、当初中国のパブリック・ディプロマシーの目的はかなり禁欲的かつ防御的なものであった。中国のパブリック・ディプロマシーの目的は、信頼でき、協力的で、平和を愛し、その巨大な人口の面倒をよく見る開発途上国という中国のイメージを対象国に植え付けることである (d'Hooghe [2005] p.89)。

そこでは中国の思想や文化に同化することはなにも求められていない。むしろ、欧米各国との思想的・文化的差異は欧米各国からみても許容範囲にあり、むしろ共通の価値観やルールに基づいて付き合える相手であることを印象付ける、というレベルである。本書で描かれたパブリック・ディプロマシーのほとんどもその課題に向けた努力であって、中国的価値の魅力の世界に喧伝するものではない。しかも、2010年に世界第2位の経済大国となり、急激な経済成長の中で資源、エネルギー、市場、マネーいずれの面においても国際的影響力が格段に増している中では、大きくなった身の丈にあった行動をしているだけでも多くの猜疑心を生みだしかねない状況にある。したがって、上記の課題は決して受け身の消極的な課題ではなく、「韜光養晦 有所作為」政策からの転換が求められ始めた中国外交の転換の一端を担うポジティブな性格を持つ。このように禁欲的ではあるが、操作性が高く、実践性も高い観点での視点は1999年ごろの江沢民の発言や、その後の指導者たちのより実践的なシーンでの発言、リアリスト的傾向を持つ国際政治学者の発言等に多くみられる。

ただし、現時点においては「文化強国」への展望と文化産業の育成、文化体制改革の提唱など、当面の控えめな課題の追求だけではなくなっていることも明確である。したがって、現時点においては中国のパブリック・ディプロマシーは短期的課題と長期的課題に二重化されたといえる。中国のパブリック・ディプロマシーの評価も、短期的課題からの評価と長期的評価からの評価に二重化して評価する必要がある。中国文化や中国的価値の国際的影響力を過大視することはできないが、同時にその影響力の乏しさや中国脅威論の横行を以て、中国のパブリック・ディプロマシー政策の失敗と性急に結論付けてはならないだろう。中国のパブリック・ディプロマシーの当面の) 現実的目的は心情的に中国に親近感を抱くパンダ・ハガーを世界中につくることではない。上記のように、その当面の目的は、中国を（考え方は違っても）付き合える相手として認知させることであって、文化的なものに限定することはソフト・パワーやパブリック・ディプロマシーの定義から言って狭すぎる。中国の文化的価値の世界への普及は当面は補完的であり、かなり長期的展望を持った課題である。中国のパブリック・ディプロマシーの当面の課題と長期的課題を峻別した評価が必要であろう。

IV. 今後の課題

中国のパブリック・ディプロマシー（公共外交）を政策として捉えた場合、その評価は容易ではない。政策の評価である以上は、政策の目的と獲得目標、政策手段、政策効果を明確に分析をしていく必要があるが、文化や価値観、イメージなどに関わるものであり、獲得目標の設定や政策効果の測定は本質的に難しい（金子・北野 [2007]、渡辺靖 [2011]）。国家のイメージに関する世論調査を一つの指標とすることは可能であるが、それが結局他の政治的ないし経済的な政策目標の実現のためにいかに寄与したかがはっきりしなければ、中間的な指標に留ま

る。報道官の役割強化など対外的な透明性の向上、国外向けメディアの発展、国際イベント、留学生受け入れ、国外での文化伝達機（孔子学院等）の設置、海外進出中国企業のCSR強化など多くの政策手段がありうるが、それらがそれぞれ、どのような意味でどの程度の効果があるのかを定量的に判断することも容易ではなく、政策手段の選択基準を提供することも容易ではない。国家のイメージは当該国家が自らをどのようにイメージするかにもよるが、当該国が実際に何をしているかによって大きく左右されてしまう。当該国が重視されるかどうか、国家イメージも影響があるとはいえ、両国間の政治的・経済的利害関係が大きく反映してしまう。パブリック・ディプロマシーの効果だけを単独に取り出すことは極めて困難である。

しかし、それらにも拘わらず、アメリカを始めとする先進国がすでに長期にわたって今日に言うパブリック・ディプロマシーの実践を行ってきたことは多くの文献によって明らかであり、その効果は歴史的・実践的に検証されているともいえる。中国のパブリック・ディプロマシーの政策手段が欧米のパブリック・ディプロマシーの考え方や手法のうちのどの部分を学び、どの部分を学ばないのかを明らかにする必要があり、また、その効果はどのようなものなのかは、各種の中間的指標、中国の対外関係の歴史的変化、個別の対外政策の成否などから総合的に判断されるしかないだろう。その際に、自らの価値観による性急な判断を避けねばならないことはいうまでもない。

参考文献

英語

- Barnett, A. Doak [1985] *The Making of Foreign Policy in China*, London, I.B. Tauris & Co. Ltd (邦訳：伊豆見元・田中明彦訳『現代中国の外交』教育社、1986年)
- d'Hooghe, Ingrid [2005] "Public Diplomacy in the People's Republic of China," in Jan Mellissen ed., *The New Public Diplomacy*. Palgrave Macmillan
- Jakobson, Linda and Dean Knox [2010] *New Foreign Policy Actors in China*, SIPRI Policy Paper 26, September, <http://books.sipri.org/files/PP/SIPRI26.pdf> (岡部達味監修・辻康吾訳『中国の新しい対外政策 誰がどのように決定しているのか』岩波現代文庫、2011年)
- Kurlantzick, Joshua [2007] *Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World (A New Republic Book)*, Yale University Press
- Leonard, Mark. [2008] *What Does China Think?* Public Affairs
- Leonard, Mark, Catherine Stead, and Conrad Smewing [2002] *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Center
- Mellissen, Jan ed., [2005] *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. London: Palgrave Macmillan
- Li, Mingliang [2009] *Soft Power: China's Emerging Strategy in International Policies*, Lexington Books
- Nye, Joseph S. Jr. [2004] *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Perseus Books Group, (山岡洋一訳『ソフト・パワー—21世紀国際政治を制する見えざる力』日本経済新聞社、2004年)
- [2011] *The Future of Power*, Public Affairs (山岡洋一・藤島京子訳『スマート・パワー—21世紀を支配する新しい力』日本経済新聞出版社、2011年)

Wang, Jian ed. [2011] *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*, Palgrave Macmillan

日本語

- 青山瑠妙 [2007] 『現代中国の外交』 慶応義塾大学出版会
- [2009] 『調査報告書 中国のパブリック・ディプロマシー』 国際交流基金
- 天兒慧 [2010] 「中国の台頭と対外戦略」(天兒慧・三船恵美編著『膨張する中国の対外関係 パクス・シニカと周辺国』 勁草書房、所収)
- 有馬哲夫 [2006] 『日本テレビとCIA: 発掘された「正力ファイル」』 新潮社
- 童倩 [2011] 「中国のソフト・パワー戦略の強みと弱み」『外交』(外務省) 第3号
- 遠藤誉 [2011] 『ネット大国中国 - 言論をめぐる攻防』 岩波新書
- 福島香織 [2011] 『中国のマスゴミ: ジャーナリズムの挫折と目覚め』 扶桑社新書
- 焦国標著、坂井臣之助訳 [2004] 『中央宣伝部を討伐せよ: 中国のメディア統制の闇を暴く』 草思社
- 鎌田文彦 [2010] 「中国のソフト・パワー戦略—その理念的側面を中心として—」『レファレンス』 No.716、9月 <http://www.ndl.go.jp/jp/data/publication/refer/pdf/071602.pdf>
- 金子将史、北野充編 [2007] 『パブリック・ディプロマシー: 「世論の時代」の外交戦略』 PHP 研究所(中国語訳『公共外交—輿論時代的外交戦略』 外語教学与研究出版社、2010年)
- 李大同等著、而立会訳 [2006] 『『氷点』 停刊の舞台裏: 問われる中国の言論の自由』 日本僑報社
- 松田武 [2008] 『戦後日本におけるアメリカのソフト・パワー: 半永久的依存の起源』 岩波書店
- マクレガー, リチャード著、小谷まさ代訳 [2011] 『中国共産党 支配者たちの秘密の世界』 草思社
- 中居良文 [2010] 「中国の公共外交 (Public Diplomacy): 批判的検討」(日本国際問題研究所『平成22年度「中国外交の問題領域別分析研究会報告書」』 2010年、所収 http://www2.jiia.or.jp/pdf/resarch/h22_Chugoku_kenkyukai/02_Chapter2.pdf)
- 中川涼司 [2011a] 「中国対外政策の新段階—国際秩序への適応と新秩序創造—」『立命館大学国際地域研究』 No.33
- [2011b] 「中国対外経済政策決定過程研究の新動向および米中経済交渉議題の変化」『立命館国際研究』 第24巻第1号、6月
- [2011c] 「中国対外経済政策の新段階と政策決定主体、交渉チャンネル、政策指向性の変化」『立命館大学国際地域研究』 No.34、10月
- 佐々木智弘 [2011a] 「文化体制改革の二面性 (今日の『人民日報』-20111014)」 <http://blog.livedoor.jp/sasashanghai-beijing/archives/53050682.html>
- [2011b] 「6中全会の真の意義が見えてきた (今日の『人民日報』-20111015)」 <http://blog.livedoor.jp/sasashanghai-beijing/archives/53059856.html>
- 城山英巳 [2011] 『中国人一億人電脳調査 共産党より日本が好き?』 文春新書
- 渡辺浩平 [2008] 『変わる中国 変わるメディア』 講談社
- 渡辺靖 [2008] 『アメリカン・センター—アメリカの国際文化戦略』 岩波書店
- [2011] 『文化と外交—パブリック・ディプロマシーの時代』 中公新書
- 趙新利著、趙憲来訳 [2011] 『中国の対日宣伝と国家イメージ』 日本僑報社

中国語

- 韓方明主編 [2011] 『公共外交概論』 北京大学出版社
- 賈旭東 [2008] 「賈旭東: 軟実力的中国版本—訪中国社会科学院文化研究中心賈旭東」『中国教育報』 7月3日 <http://theory.people.com.cn/GB/166866/10062645.html>
- 胡錦濤 [2007] 「胡錦濤中国共産党第17次全国代表大会上の報告」 <http://cpc.people.com.cn/GB/64093/67507/6429849.html> など
- 李長春 [2011] 「李長春説明深化文化体制改革決定情況」 http://news.ifeng.com/mainland/special/17jieliuzhongquanhui/content-4/detail_2011_10/27/10180772_0.shtml など

徐瑗 [2010] 「中国应该如何表现自己—專訪全国政協外事委员会主任趙啓正」『南風窓』第16期、7月28日—8月

趙啓正 [2011] 『公共外交与跨文化交流』中国人民大学出版社

中国共産党中央委員会 [2011] 「中央關於深化文化体制改革若干重大問題的決定」

http://www.gov.cn/jrzq/2011-10/25/content_1978202.htm

(本稿は2011年度国際地域研究所重点プロジェクト「日米中トライアングルの国際政治経済構造—膨張する中国と日本—」の研究成果の一部である。)

