

CLAIR REPORT No. 379

文化強国をめざす中国

現代中国における文化改革発展の
流れと文化政策の動向について

(本編第 I 部)

Clair Report No.379 (Feb 21, 2013)

(財)自治体国際化協会 北京事務所



財団法人自治体国際化協会

「CLAIR REPORT」の発刊について

当協会では、調査事業の一環として、海外各地域の地方行財政事情、開発事例等、様々な領域にわたる海外の情報を分野別にまとめた調査誌「CLAIR REPORT」シリーズを刊行しております。

このシリーズは、地方自治行政の参考に資するため、関係の方々に地方行財政に係わる様々な海外の情報を紹介することを目的としております。

内容につきましては、今後とも一層の改善を重ねてまいりたいと存じますので、ご指摘・ご教示を賜れば幸いに存じます。

本誌からの無断転載はご遠慮ください。

問い合わせ先

〒102-0083 東京都千代田区麴町 1-7 相互半蔵門ビル

(財)自治体国際化協会 総務部 企画調査課

TEL: 03-5213-1722

FAX: 03-5213-1741

E-Mail: webmaster@clair.or.jp

目次

はじめに

概要	1
----	---

第 I 部 現代中国における文化改革発展の流れ

第 1 章 文化の位置づけの変革	5
------------------	---

第 1 節 中国の経済発展と、文化とパワーの構造変化	5
----------------------------	---

1 WTO加盟とグローバル化	5
----------------	---

2 中国の先進的文化の前進方向	5
-----------------	---

3 「科学的発展観」と文化建設	7
-----------------	---

4 文化とパワーの構造変化	8
---------------	---

5 文化とパワーをめぐる国際関係	9
------------------	---

第 2 節 北京オリンピック	11
----------------	----

1 文化体育を通して世界に開かれた中国の形成	11
------------------------	----

2 オリンピックにみる文化交流	12
-----------------	----

第 3 節 上海万博	13
------------	----

1 「より良い都市、より良い生活」	13
-------------------	----

2 万博で発信力を強めた中国のソフト・パワー	14
------------------------	----

第 2 章 文化強国をめざす中国	17
------------------	----

第 1 節 文化産業振興計画について	17
--------------------	----

1 文化産業振興計画とは何か	17
----------------	----

2 文化、文化産業及び文化事業の概念	18
--------------------	----

第 2 節 国家第 12 次 5 カ年規画での文化政策の位置づけ	20
----------------------------------	----

1 国家第 12 次 5 カ年規画綱要	21
---------------------	----

2 伝承と創新 文化の大発展・大繁栄の推進	23
-----------------------	----

第 3 節 「文化体制改革」について	25
--------------------	----

1 「文化体制改革の深化による社会主義文化大発展、大繁栄の推進に関する 若干の重大問題に関する決定」	25
---	----

2 文化体制改革の背景と狙い	26
----------------	----

3 文化体制改革の仕組み	28
--------------	----

4 文化体制改革の深化へ向けた国家財政支援	30
-----------------------	----

5 「文化安全」について	31
--------------	----

6 越境する文化とその受容	33
---------------	----

第 4 節 国家“十二五”時期文化改革発展規画綱要について	52
-------------------------------	----

第 5 節 “十二五”時期文化産業倍增計画について	53
---------------------------	----

第 6 節 「文化走出去」と「中華文化の復興」の取組	54
----------------------------	----

1	文化のソフト・パワーの発信強化	54
2	出版関係の動き	56
3	放送関係の動き	58
4	中国文化センター	59
5	孔子学院	60
6	流行歌『中国話』にみる中国語国際啓蒙気運の高まり	61
7	儒教思想の復興にみられる伝統回帰と孔子ブランドの発信	62
8	「春節聯歓晩会」で国家が発信するメッセージ	66
9	急成長を遂げた中国美術市場	70
10	海外流出文物の回収と中華文化の復興の取組	72
11	文化保税區「国際文化貿易サービスセンター」	74
第7節 無形文化遺産保護・継承・発展の取組		75
1	無形文化遺産保護業務の強化	75
2	“王老吉”にみる伝統文化の回帰	77
第8節 中華文化の根本精神と多民族国家としての中国		79
1	中華文化の根本精神	79
2	文化の伝達・記憶装置としての「言語」と「漢字」	81
3	「中華民族の偉大な復興」の理念	83
第Ⅱ部 文化政策の動向について		
第3章 首都「北京」での取組事例		86
第1節 「北京精神」について		86
第2節 文化連盟の発足		87
1	五大文化連盟の成立	87
2	首都図書館連盟の成立	90
第3節 北京市の文化の発展目標		91
第4節 北京市文化創意産業分類標準		92
第5節 文化創意産業園區・基地等について		92
1	798芸術区	92
2	Dパーク751	94
3	草場地芸術区	95
4	北京二十二院街芸術区と今日美術館	96
5	観音堂文化大道	98
6	北京写真・図版産業基地「競園」	98
7	高碑店伝統民俗文化産業園區	99
8	宋荘文化創意園區	100
第6節 歴史的伝統的街並整備の動きと文化継承・発展		101

1	北京の中軸線について	101
2	北京における文化財保護について	102
3	戯曲（伝統演劇）の継承・発展とまちづくり	106
4	小劇場文化について	107
第7節	文化振興拠点としての博物館・美術館等	108
1	中国国家博物館	108
2	中国美術館	110
3	国家大劇院	113
4	中国電影博物館	114
5	首都博物館	116
6	首都図書館二期プロジェクト	117
第8節	社区文化と住民アイデンティティ形成の課題	118
1	社区の建設について	118
2	社区における教育文化活動	120
3	都市再開発に伴う近隣関係と生活文化の断絶	122
第9節	朝陽区における文化政策とまちづくり	125
1	北京市朝陽区について	125
2	文化創意産業の集積する朝陽区	126
3	文化創意産業への支援と目標について	128
4	朝陽区における文化事業について	129
第10節	北京市の文化予算措置等	131
1	北京市2012年予算草案	131
2	「国民経済と社会発展統計公報」にみる北京市の文化の現況	132
第4章	大都市「上海」での取組事例	133
第1節	ポスト万博の文化建設をめぐる動き	133
第2節	中国博覧会コンベンション総合体の建設	134
第5章	各地における取組事例	135
第1節	中国－ASEAN博覧会と国際民歌芸術祭(広西チワン族自治区)	135
1	国際民歌芸術祭	135
2	「中国－ASEAN博覧会」と併催イベントの相乗効果	136
3	「中国－ASEAN国際ビジネスエリア」建設と文化の発信・交流	139
4	『劉三姐』伝説を活かした伝統文化の革新と走出去	140
第2節	“両城一都”構想と創意デザインを重視した文化振興(深圳)	141
1	“両城一都”構想	141
2	経済特別区・深圳における文化産業振興の取組	144
第3節	脱工業化の進展と「文化創意産業園区」発展等の動向(広州)	149

1 広州における文化産業発展及び文化創意産業園区開発の状況	149
2 中国国際漫画フェスティバル	152
3 広州における文化によるまちづくり	153
第4節 歴史文化都市における文化事業と文化産業発展等の取組（長沙）	154
1 考古研究で中華文明の新知見を発信するまち“長沙”	154
2 “長沙”の現代生活に溶け込む娯楽文化産業	156
3 長沙天心文化産業園区	157
4 「長沙市文化創意産業発展規画（2012-2015）」と政策支援	161
5 長沙市における公共文化サービス体系整備をめぐる状況	161
第5節 アジア最大級の国際文化芸術センター「西九龍文娛芸術区」（香港）	162
第6節 各地で相次ぐ国際コンベンションセンター建設と都市文化の問題	163
第Ⅲ部 中国の文化政策の展望	
第6章 市民・地球の視点からみた中国の文化政策の展望	167
第1節 都市型社会における市民文化	167
第2節 地球時代における都市の文化的創造	169
第3節 地球時代における都市文化・地方文化・市民文化	171
第4節 中国における市民文化の展望	173
最後に	175
資料編	179
【資料1】	
国家統計局「文化及び相関産業分類」（日本語訳）	180
【資料2】	
文化産業振興計画（日本語訳）	185
【資料3】	
「国民経済と社会発展第12次5カ年規画綱要」第十編（日本語訳）	194
【資料4】	
「国家“十二五”時期文化改革発展規画綱要」の10大プロジェクト抜粋 （日本語訳）	198
【資料5】	
「文化中心としての作用の發揮及び、中国の特色ある社会主義先進文化都市 づくりの加速に関する中国共産党北京市委員会の意見」が示した9大プロジ ェクト概要の抜粋（日本語訳）	205
<参考文献>	209

はじめに

中国の文化をめぐる国家戦略は新たな局面を迎えている。

改革開放政策のもとで、2001年のWTO加盟後も、高度成長を持続して経済発展を遂げた中国は、2010年に国内総生産（GDP）で日本を抜いて、アメリカに次ぐ世界第2位の経済大国となった。

その翌年、2011年10月、北京で開催された中国共産党第17期中央委員会第6次全体会議では、「文化体制改革の深化による社会主義文化大発展、大繁栄の推進に関する若干の重大問題の決定」が審議され、文化強国をめざす国家戦略が明確に示された。同年公布された「国家第12次5カ年計画」（略称：十二五、対象期間：2011年～2015年）では、「文化産業を国民経済の支柱産業とすること」や「国家のソフト・パワーを強化すること」が強調されている。

また、「十二五」の目標実現に向けて、2012年2月には、国務院が「国家“十二五”時期文化改革発展計画綱要」を、文化部が「“十二五”時期文化産業倍增計画」を発表した。さらに、地方政府は、国家“十二五”を踏まえた「“十二五”計画綱要」「文化発展計画」「文化産業発展計画」等を相次いで発表し、各地域の特性や地域資源を活用した文化政策を積極的に展開している。

本報告は、こうした情勢の中で、自治体国際化協会北京事務所において日中地方政府間の橋渡しを担い、日中地域間交流・協力事業等の企画実施を通じて日中間の相互理解と信頼関係の構築に努めてきた所長補佐が、現地・現場主義を基本とした見聞と調査に基づき、現代中国における文化改革発展の流れと文化政策の動向について紹介しようと試みたものである。

なお、本報告で対象とする文化の範囲は広範に及ぶ。国家級大型プロジェクトから、地方政府の文化事業・文化産業振興の取組、文化遺産・伝統文化から現代美術、流行音楽・テレビドラマ・映画・アニメなど大衆文化をめぐる状況と政府の対応に至るまで、現代中国における各種の文化事象と政策を調査対象としている。

執筆に際して、著者は、文化の特定ジャンルや、限られた側面を対象に仮説を検証するのではなく、様々な文化事象を身近に捉え、深く見つめる中で、現代中国における文化状況の全体像と、文化の変容の背景をできる限り体験的に把握しようと努めた。極論すれば、文化は、政治・経済・社会の姿を反映する鏡である。現代中国の文化を理解することは、畢竟、現代中国の政治・経済・社会の問題を理解することにつながっている。

2012年、日本と中国は国交正常化回復40周年を迎えた。日中関係は未だ政治的に多くの課題を抱えているが、人と人の心の通った交流の地道な積み重ねこそが未来を切り拓く。体制の異なる国家間・地域間において、国家・地域を構成する人と人が信頼関係を築き、交流・協力をさらに深めるには、文化の本質を見つめた相互理解と共感が欠かせない。

本書が中国理解の一助となれば幸いである。

(財)自治体国際化協会北京事務所長

概 要

本報告書の本編は、**三部構成**をとっている。

社会主義市場経済のもとで、経済建設を最優先し、2010年にGDP世界第2位の経済大国となった中国では、グローバル化時代における持続的発展のために、公共文化サービスへの基本的需要を満たす文化事業の強化、新たな国家支柱産業としての文化産業の発展、国のソフト・パワー向上等が重要課題と考えられており、文化強国をめざした様々な取組が進められている。

今、大きな変革期に直面している現代中国における文化改革発展の流れを理解するため、**第Ⅰ部（第1章、第2章）**では、まず、文化の位置づけの変革、国家計画に基づく文化体制改革・文化産業振興等の取組、中国特有の文化観の形成された歴史や、文化走出去、中華文化の復興など、国家戦略として推進されている文化政策の様々な動きと背景、その狙い等について論述する。

第Ⅱ部（第3章、第4章、第5章）では、現地・現場での調査・見聞をもとに、地方での文化政策の動向・実態について紹介する。特に、国家が最優先して文化建設に資金投入している政治・文化首都「北京」での取組を詳述するとともに、万博後の「上海」の動き、ASEANへの玄関口として国家が重視する「広西チワン族自治区」、経済特別区として改革開放が先行した「深圳」、中国華南地方・珠江デルタ地区を代表する大都市「広州」、沿海部とは異なる発展をみせる歴史文化都市「長沙」、一国二制度の下にある「香港」の、それぞれの地域特性や地域資源を活用した文化政策の動向等について紹介する。

第Ⅲ部（第6章）では、第Ⅰ部及び第Ⅱ部で紹介した文化改革発展の流れや文化政策の動向を踏まえ、市民・地球の視点からみた中国の文化政策の展望について試論を展開する。

さらに、**資料編**として、巻末に、国家統計局「文化及び関連産業分類」、「文化産業振興計画」、「国民経済と社会発展第12次5カ年規画」第十編、「国家“十二五”時期文化改革発展規画綱要」の10大プロジェクト抜粋、「文化中心としての作用の発揮及び、中国の特色ある社会主義先進文化都市づくりの加速に関する中国共産党北京市委員会の意見」が示した9大プロジェクト概要の抜粋の訳文を添付する。これらの訳文は、本報告の執筆に際して、著者が翻訳した試訳である。

以下、本編の各章の具体的な展開について、概要を紹介しておきたい。

第1章 文化の位置づけの変革

本章では、中国がWTO加盟を果たした2001年を概ね起点として、現代中国における文化改革発展の流れを紹介する。第1節では「中国の経済発展と、文化とパワーの構造変

化」について概観する。第2節では、中華文化の復興を世界にアピールした北京オリンピックを、第3節では、文化の発信力を強める大きな契機となった上海万博を振り返る。

第2章 文化強国をめざす中国

本章では、文化強国をめざす中国の国家レベルの動きを中心に紹介する。第1節で国家の文化産業振興計画について、第2節で国家第12次5カ年計画（十二五）での文化政策の位置づけ、第3節で「文化体制改革」の取組と「文化安全」の問題を概観するとともに、文化体制改革の背景を理解するために、越境する文化とその受容の動きとして、①流行音楽、②インターネット文化、③テレビドラマ、④映画、⑤アニメの事例を紹介する。

また、第4節で、国家“十二五”時期文化改革発展計画綱要について、第5節で、“十二五”時期文化産業倍增計画について、第6節では、「文化走出去」と「中華文化の復興」の様々な取組と動向について紹介・解説する。

第7節では、無形文化遺産保護の取組を紹介し、第8節では、「中華民族の偉大な復興」の理念につながる、中華文化の根本精神と多民族国家としての中国について概説する。

第3章 首都「北京」での取組事例

本章では、首都「北京」での文化政策についての最近の取組事例を紹介する。第1節では、文化政策の規範にもなっている「北京精神」について、第2節で、文化連盟（首都劇院連盟、首都博物館連盟、首都出版発行連盟、首都影院〔映画館〕連盟、首都影視〔映像〕産業連盟、首都図書館連盟）について紹介する。また、第3節では、北京市の文化の発展目標、第4節で、北京市文化創意産業分類標準を紹介する。

第5節では、北京市における文化創意産業園区・基地等について紹介する。798芸術区、Dパーク751、草場地芸術区、北京二十二院街芸術区と今日美術館、観音堂文化大道、北京写真・図版産業基地「競園」、高碑店伝統民俗文化産業園区、宋荘文化創意園区の発展状況取材した。

第6節では、歴史的伝統的街並整備の動きと文化の継承・発展について取り上げる。ここでは、北京の中軸線、北京における文化財保護、戯曲（伝統演劇）の継承発展とまちづくり、北京の小劇場文化について紹介・解説する。

第7節では、文化振興拠点としての博物館・美術館等について紹介する。北京で近年、整備された施設として、中国国家博物館、中国美術館、国家大劇院、中国電影博物館、首都博物館、そして、現在整備中の首都図書館二期プロジェクトを取材した。

第8節では、社区文化と住民アイデンティティ形成の課題について解説する。社区における教育文化活動については、北京市東城区の社区学院の状況を取材した。

また、都市再開発に伴う近隣関係と生活文化の断絶の問題について、国家大劇院に隣接する北京市西城区の東絨線胡同49号北院プロジェクトの状況を観察した。

第9節では、北京市の新都心を形成している朝陽区における文化政策とまちづくりについての取組を紹介する。

第10節では、北京市の文化予算措置等について触れる。紹介内容は、北京市2012年予

算草案及び、「国民経済と社会発展統計公報」にみる北京市の文化の現況である。

第4章 大都市「上海」での取組事例

本章では、大都市「上海」における取組事例を紹介する。ここでは、ポスト上海万博の文化建設をめぐる動き、中国博覧会コンベンション総合体の建設について調査した。

第5章 各地における取組事例

本章では、各地の取組として地方都市の事例を紹介する。都市間競争時代に突入し、中国各地で、地域特性や地域資源を活用した文化政策が積極的に展開されている。ここでは、北京や上海とは異なる地域文化力を発揮し、独自の発展を示す事例を幾つか取り上げた。

第1節では、少数民族チワン族の伝統的な文化資源を活かして、伝承と創新により地域活性化を図る事例として、ASEANとの文化交流の枢軸を果たす広西チワン族自治区の「中国－ASEAN博覧会と国際民歌芸術祭」の取組を中心に紹介する。

第2節では、経済特別区として、改革開放政策と現代化建設が先行した実験都市・深圳における“両城一都”（①図書館のまち、②ピアノのまち、③デザインの都）構想の進捗と、国際文化産業博覧交易会、代表的な文化創意産業基地等の建設の取組を紹介する。

第3節では、中国華南地域を代表する大都市・広州における脱工業化社会への進展と「文化創意産業園區」発展等の動向について、代表的な創意社区、中国国際漫画フェスティバル、独自資源を活かした文化によるまちづくりの事例等を紹介する。

第4節では、歴史文化都市・長沙における、考古研究で中華文明の新知見を発信するまちづくり、現代生活に溶け込む娯楽文化産業の現況と「長沙天心文化産業園區」の取組、市の政策支援、公共文化サービス体系整備をめぐる状況を紹介する。

第5節では、一国二制度の下で、大陸と異なる文化風土を持つ香港で、香港特別行政区政府が推進しているアジア最大級の文化芸術センター「西九龍文娛芸術区」建設計画を紹介する。

第6節では、各地で相次ぐ国際コンベンションセンター建設と都市文化の問題について解説する。

第6章 市民・地球の視点からみた中国の文化政策の展望

本章では、市民・地球の視点からみた中国の文化政策について展望する。都市型社会における市民文化、地球時代における都市の文化的創造を現代的課題として見つめた上で、中国における市民参画の文化基盤、市民文化の展望についての試論を展開する。

第 I 部 現代中国における文化改革発展の流れ

第1章 文化の位置づけの変革

第1節 中国の経済発展と、文化とパワーの構造変化

1 WTO加盟とグローバル化

2011年に中国は世界貿易機関（WTO）加盟¹10周年を迎えた。

WTOへの加盟を実現した2001年からの10年来、中国のグローバル化、市場化、都市化は目を見張るスピードで進展をみた。国際社会における中国の地位は大いに向上し、北京オリンピック開催前後から、中国のマスコミに「中美共治²」という概念が登場した。また、従来の主要8カ国「G8」に代わる「G2³」論や中米（チャイナ・アメリカ）の概念が登場したのもこの頃である。

中国100年の念願⁴と言われたオリンピックを2008年に北京で開催して国威発揚し、経済発展を遂げ対外開放された姿を世界に誇示した中国は、上海万博を開催した2010年には国内総生産（GDP）で日本を追い越し、アメリカに次ぐ世界第2位の経済大国となったことを世界に示した。

本報告では、現代中国における文化改革発展の流れと文化政策の動向を、北京オリンピック誘致が成功し、入世（WTO加盟）が認められた年である21世紀初年度の2001年を概ね起点として論述していく。

政策内容等については次章以下で詳述するが、中国のWTO加盟は、後述する「文化産業振興」や「文化体制改革」のきっかけとなる出来事であった。急激に加速した市場経済のグローバル化の要求や、経済グローバル化に伴って現代中国に生じたグローバル社会現象への対応、政治における国際世論対応への要求は、「文化の産業化」を促すとともに、「社会主義文化の核心部分に対する中国共産党によるコントロール強化」へと結びつくものであった。

グローバル化は、中国では「全球化」と表される。WTO加盟は中国にとってグローバル化加速への大きな外圧となったが、21世紀を迎えて世界中がグローバル化へと進む情勢の中で、中国は改革開放以来発展を遂げてきた経済のさらなる持続的発展をめざして、自ら世界組織の下でのグローバル化を志向した。但し、中国が目標としているのは、現在国際社会を席卷しているアメリカナイゼーションとほぼ同義として用いられるグローバル・スタンダードではない。中国がめざすのは、中国全球化であり、チャイナ・スタンダードのグローバル化である。

2 中国の先進的文化の前進方向

オリンピック開催決定及びWTO加盟の翌年の2002年、江沢民総書記（当時）が発

¹ 中国語では、WTOのことを「世界組織」、WTO加盟を「入世」と表現する。

² 「中美共治」は中国とアメリカの2大国が世界を統治するという意味で用いられる。

³ 「G2」は中国とアメリカの2大国首脳が定期的に会談し、国際社会をリードしようとする考え方である。

⁴ 「中国100年の念願」は、近代におけるアヘン戦争を始めとする欧米列強諸国からの侵略・略奪という苦難の歴史を克服し、中国が国力において、世界の最前列に躍り出るといった願いを込めて中国のマスメディアでオリンピック誘致・開催に当たり頻りに用いられてきた言葉である。

表した「三つの代表」論においては、中国共産党が代表する三つの代表の中に「中国の先進的文化の前進方向」が位置づけられ、文化面でも共産党がリードしていくことが明確にされた。

「三つの代表」論では、共産党が「中国の先進的生産力の発展要求⁵⁾」、「中国の先進的文化の前進方向」、「中国の最も広範な人民の根本利益⁶⁾」の三つを代表することが示された。これは、改革開放政策のもとで市場経済を導入して私有財産を認め、貧富の差が拡大した中国社会において、建国以来、一党執政を続けてきた共産党が、WTO加盟を機にグローバル化の新たなステージを迎えた国家を引き続き統治するために必要な新たなアイデンティティを確認するための理論であった。

江沢民は2002年5月31日の中央党学校での講話で「中国の先進的な文化の前進方向」について、次のように述べている⁷⁾。

「われわれは社会主義の経済、政治を発展させると同時に、社会主義精神文明の建設を強化し、現代化に目を向け、世界に目を向け、未来に目を向ける、民族的、科学的、大衆的な社会主義文化を大いに発展させ、人々の精神世界を絶えず豊かにし、人々の精神力を絶えず増強しなければならない。先進的文化の前進方向を堅持し、わが国の文化事業を全面的に建設し、繁栄させなければならない。・・・改革・開放と現代化建設の實踐に立脚し、世界の科学文化の発展の最前線に着眼し、文化イノベーションを積極的に行い、中国の特色をもつ社会主義文化の吸引力と感化力を絶えず増強しなければならない。民族精神の育成と発揚を文化建設のきわめて重要な任務の一つとし、広範な人民に中国の特色をもつ社会主義を建設する過程で、終始発奮と向上の精神状態を保たせなければならない。」

鄧小平時代以来、改革・開放政策を進め、江沢民時代に入りグローバル化を加速して国際社会との関わりと影響力を強め始めた中国は、北京オリンピックの開催決定を機に、諸外国との文化交流関係をさらに深めていくことになるが、「三つの代表」論における「中国の先進的文化の前進方向」は、共産党がその進むべき方向を示し、共産党の政治のもとで主導することを明らかに告げたものである。この理論は、中国が先進国と並ぶ対等の発言力を発揮するためにも、世界の科学文化の発展の最前線に着眼しつつ、文化や思想、生活スタイル、マナー等の文明レベルの向上を図り、社会主義文化の発展に資する先行モデルを国際社会から学びつつ、独自の中華文化の創新(イノベーション)を行い、民族精神を発揚して中国を国際社会の最前列へ導こうとする共産党の姿勢を表したものである。

⁵⁾ 「中国の先進的生産力の発展要求」は、共産党が経済発展のための産業化を導くことを示している。

⁶⁾ WTO加盟により、国有企業の民営化改革の要請が加速した。「中国の最も広範な人民の根本利益」は、こうした中で、これからの共産党は、従来のような労働者階級だけの党ではなく、民間企業の経営者(資本家)も入党できる幅広い人民の党になると宣言したものだ。つまり「三つの代表」論は、社会主義の階級闘争の終わりを告げる理論である。「中国の社会主義」は、「権貴」といわれる“権力と資本を握る特権階級”の共産党員がリードする「中国の特色ある社会主義」の時代を迎えた。

⁷⁾ 『人民中国』に掲載された「中央党学校における江沢民総書記の重要な講話」参照。
(<http://www.peoplechina.com.cn/maindoc/html/16da/1.htm>)

3 「科学的発展観」と文化建設

2002年11月の中国共産党第16回全国代表大会（以下「第16回党大会」という。）で幕を開けた胡錦濤総書記（国家主席）時代の政権スローガンとして掲げられたのが「科学的発展観」と、「和諧社会」（調和のとれた社会）の実現である。第16回党大会では、「文化」に着目し、その発展を重視する姿勢が強く示され、文化建設と文化体制改革の必要性が唱えられた。

2007年10月に開催された中国共産党第17回全国代表大会（以下「第17回党大会」という。）で第2期目を迎えた胡錦濤政権は、党規約を改正し、「科学的発展観」を党の指導理論に追記し、併せて「四位一体」を規約に盛り込んだ。

「科学的発展観」とは、海外にも目を向け、中国に有益な発展経験や成功事例は積極的に取り入れようとする考え方であり、高度経済成長の一方で拡大が問題となっている貧富の格差や地域格差を軽減し、安定した「和諧社会」をめざすため、科学的に裏打ちされた手法を駆使して発展推進を図ろうとするものである。

また、「四位一体」は、これまで中国が社会主義市場経済のもとで最優先してきた「経済建設」に加え、「政治建設」「文化建設」「社会建設」を一体的に推進し、それによって、都市・農村間、区域間、自然と人間、経済社会など、全ての面で調和のとれた発展をめざし、国内発展と対外開放を両立する中で「中国の特色ある社会主義」の発展を実現しようという考え方である。

胡錦濤は、第17回党大会で「文化建設」の重要性について次のように述べている⁸。

「現代において、文化はますます民族の結束力と創造力の重要な源泉となり、総合的な国力競争の重要な要素となっている。精神・文化生活を豊かにすることは我が国人民の熱望するところである。社会主義の先進的文化の前進方向を堅持し、社会主義文化建設の新たな高まりを奮い起こし、全民族の文化創造力を活性化し、国家の文化のソフト・パワーを高め、人民の基本的な文化に対する権利をさらに保障し、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揚・向上させなければならない。」

また、社会主義文化の大発展と大繁栄を促すために、次の4つの方針を示している。

- ① 社会主義の核心的価値体系づくりにより、社会主義イデオロギーの吸引力と凝集力を増強する。
- ② 和諧文化（調和のとれた文化）を確立し、文明の気風をはぐくむ。
- ③ 中華文化を宣揚し、中華民族共有の心の故郷を建設する。
- ④ 文化の創新（創造刷新）を推進し、文化発展の活力を増強する。

第17回党大会における胡錦濤の「文化建設」に向けた提起は、次のように締めくく

⁸ 中華人民共和国中央人民政府ホームページ「胡錦濤在中共第十七次全国代表大会上的報告全文」（2007年10月24日発表）参照。併せて中国共産党新聞網「中国共産党第十七次全国代表大会」報道参照。

<http://cpc.people.com.cn/GB/104019/104098/6378312.html>

<http://cpc.people.com.cn/GB/104019/104098/6378677.html>

られている。

「中華民族の偉大な復興を成し遂げるためには、中華文化の繁栄と隆盛が必要である。文化建設における国民の主体としての役割を充分発揮させ、広範な文化従事者の意欲を引き出して、文化の大発展・大繁栄をより自覚的かつ能動的に推進し、中国の特色ある社会主義の偉大な実践の過程で、文化創造を行い、国民の誰も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。」

中国における中華文化の繁栄・隆盛の究極の目的は、「中華民族の偉大な復興」を成し遂げることにある。

4 文化とパワーの構造変化

新中国における階級闘争と抗日戦争に裏付けられた建党・建国の歴史の中、毛沢東は1942年の文芸講話⁹で、“文学・芸術は政治に奉仕し、労働者・農民兵のためにあれ”と説いた。この文芸講話が新中国の文化を方向づけることとなる。「今日の世界では、あらゆる文化あるいは文学・芸術は、すべて一定の階級に属し、一定の政治路線に属している。芸術のための芸術、超階級的な芸術、政治と並列するか相互に独立した芸術は、実際には存在しない¹⁰。」——これが、毛沢東の文化についての基本的な考え方であった。革命思想が絶対的パワーを持つイデオロギーとして存在した毛沢東時代において、プロレタリア文化大革命（1966～1977年）（以後、「文革」という¹¹。）では「四旧打破」が叫ばれ、古い思想、文化、風俗、習慣が否定された。文革期には、前近代的で封建的とみなされた清代以前の階級によって築き上げられた歴史的な街並や多くの伝統文化、文化遺産が紅衛兵らにより破壊された。

改革開放政策を進めた鄧小平時代には、「先富論」のスローガンが掲げられ、沿海部から始まる国家戦略としての社会主義市場経済のもとで、中国は経済発展の道を邁進し、経済のパワーを高めた。しかしながら、経済中心の政策の中で、文化政策や文化建設は語られることなく、先に富んだ者は利権を形成し、「先富」は「共富」に至らず、貧富の格差や地域格差が拡大した。

改革開放は、世界的なグローバリゼーションの波を避けることができない。情報化の進展と規制緩和に支えられ欧米でいち早く産業化を遂げパワーを帯びた文化、特に大衆文化（流行音楽・テレビドラマ・映画・アニメなど）が中国にも押し寄せた。その媒介的役割を果たしたのはメディアである。文化が思想やライフスタイルを表現するものである以上、言論統制されている中国において、体制の価値観にそぐわない文化の受容は脅威でもある。後述する「文化安全」が重視される所以でもある。

文化のグローバリゼーションの波を受けて、中国共産党が文化政策を重視する姿勢

⁹ 1942年5月23日に延安で行われた「文芸座談会における講話」。新華網「毛沢東：在延安文艺座談会上的讲话（一九四二年五月）」参照。（http://news.xinhuanet.com/ziliao/2004-06/24/content_1545090.htm）

¹⁰ 毛沢東(著), 竹内実(訳)『毛沢東語録』（角川書店、1971年10月）

¹¹ 文革は毛沢東が死亡し、四人組が逮捕された1976年にかけて中国全土に展開された政治・思想・文化闘争であった。ここでは、第11回党大会で終結宣言が出された1977年を終期とした。

を示したのは江沢民時代に入ってからである。前述のとおり江沢民政権では、WTO加盟を果たし、党のパワーを維持するために「三つの代表」論が唱えられた。この理論では、共産党が中国の「文化」を導くことが示された。また、それと同時に、共産党が経済発展のための「産業化」を導くことが示された。「文化産業」政策の萌芽がここに見られる。「三つの代表」論は、併せて、「幅広い人民の根本利益」を共産党が代表することを示し、改革開放で先に富んだ資本家や民間企業の経営者の共産党への入党を認めた。つまり、「三つの代表」論は「先富」を成し遂げて経済的パワーを手にした資本家や企業経営者を含む共産党員が、国家の新たな支柱産業となる「文化産業」を担うことを裏付けた理論でもある。

中国の国有企業の最高経営者は共産党文化の下で政治的権力を有しており、国有企業と政治指導部が共生関係にあることは中国の常識である。国有大企業の最高経営者のデスクには、一般回線と異なる「紅色機器」（共産党幹部専用電話）があり、党や政府幹部とつながっている。民間企業経営においても、（他国の）同業者に負けない順調な経営を行うために、権力を持つ党や政府幹部と「関係」（グアンシ）が重視されている。これは、自由主義市場経済とは基盤の異なる社会主義市場経済の下で、「関係」に支えられた中国の企業文化の特色でもある。中国では特権パワーをつなぐ媒介として「関係」が重視される。なお、外資系企業にも設立が求められる企業内の労働組合・工会は党の方針伝達を担う企業内ネットワークとしての役割を果たしている。

革命思想のイデオロギーがパワーを持たなくなった一党執政体制の下で、“政治権力”と“経済”のパワーが“関係”でつながる社会が、権力と資本力の集中する「権貴資本主義」（以下「権貴」という。）あるいは「関係資本主義」と言われる社会状況に陥りやすいのは必然である。

現代の中国社会は、貧富の格差や地域格差が拡大し、不平等感や不公平感が広がり、「拝金主義」が蔓延していると言われて久しいが、社会の安定には、民生の重視と、経済資源の合理的配分が欠かせない。中国人民に“衣食足りて礼節を知る”状態が行きあたり安定した「小康社会」を実現・持続するには、「経済成長の持続」、「法治文化」の建設と「行政管理体制」の改革、「公共サービス型政府」の樹立と同時に、「精神文化」のパワーの建て直しが鍵になると考えられている。こうした状況の中で、胡錦濤政権は「先富」から「共富」をめざすため、「科学的発展観」に基づく「和諧社会」の理念を示し、経済体制改革と同時に、政治・文化・社会の体制改革の推進を強調した¹²のである。

5 文化とパワーをめぐる国際関係

「共通の文化をもつ国家は、互いにより理解しあい、信頼しあう傾向がある。世界

¹² 胡錦濤国家主席と温家宝総理による体制下で、「政治体制改革」の必要性が繰り返し唱えられてきた。しかしながら、「政治体制改革」は十分な進展を見ず、鄧小平時代以来30年来の「経済体制改革」に続く改革として「文化体制改革」が先行して着手されることとなった。著者は中国の政治体制内に“文化は政治に奉仕する”という観念が根強く残る限りにおいては、文化体制改革に十分な真の成果は期待できないと考える。

政治は文化と文明のラインにそって再構成されつつある」——これはアメリカの政治学者サミュエル・ハンチントンの言葉である。ハンチントンは、「出現しつつある世界において、国々の主な違いは、イデオロギーや、経済、あるいは政治ではない。それは文化の違いである」と説き、「人々の主観的自己認識（アイデンティティ）」と「言語、歴史、宗教、生活習慣、社会制度などの共通した客観的要素」から形作られるものとして文化を捉え、文化の包括的な集合を「文明」と定義している。また、「西欧がその価値観と文化を他の社会に押しつけようとするパワーにはすでに翳りが見え」ており、「現在、世界中のあらゆる国々が自らのアイデンティティをめぐる大きな危機に直面している」と説く。さらに、世界政治の根本的な二つの点における変化として、世界は「文化や文明の境界線によって本質的に再構成され」、「世界政治は常にパワーをめぐる展開される」と説き、今後の国際関係はパワーと文化の相互作用によって決定されると説いている¹³。

グローバリゼーションの波に直面した中国が、文化とパワーを極めて重視する政策に転じた必然性は、このハンチントンの説にも裏付けられている。

それでは、文化が、異文化とぶつかる時にどのような反応が生じるのであろうか。イギリスの文明史家のアーノルド・J・トインビーは、「文化は他の文化の犠牲においてのみ広がることができる」と説く。そして、「文化的な侵略に対して取り得る態度は二つある」、その二つとは、「先祖伝来の文化にしがみつくとという消極的な態度」と「侵入してきた外国の文化と折り合いをつける工夫をするという積極的な態度」だという。トインビーは、また、「文化が拡がりつつある時には、侵入して行った地域の文化よりも勢力（パワー）が強い」と考えられ、「事実そうならば、挑戦に対する消極的な応答の仕方は失敗するに決まっている」、そして「その反対に外国の文化と折り合うという態度に出る方が守勢に立つ文化の少なくともいくつかの要素を保存するのに適している」と説いている¹⁴。

オリンピックや万博を実現して勢いづき、経済大国の地位を獲得した中国が、科学的発展観のもとで推し進めようとしているのは、“伝承”と“創新”を共に重視した文化建設である。トインビーが二分したような「しがみつくとという消極的な態度」や「折り合いをつける工夫をするという積極的な態度」ではない。中国が実践しようとしているのは、優れた民族文化を継承し、世界文明の成果を参考にする文化建設であり、科学技術と文化資源の両輪で成し遂げる「文化創新（イノベーション）¹⁵」の態度を重視しようとしている。

アメリカの社会学者ルイス・マンフォードは、「都市は、建造物の集合体であるより、むしろ、相互に関係し、たえず作用しあう機能の複合体——パワーの集中化だけでなく、文化の磁極化——なのだ」と説いた¹⁶。

¹³ サミュエル・ハンチントン(著), 鈴木主税(訳)『文明の衝突と21世紀の日本』(集英社、2000年1月)

¹⁴ アーノルド・J・トインビー(著), 吉田健一(訳)『現代が受けている挑戦』(新潮社、2001年12月)

¹⁵ 「文化創新」にとって重要なのは、政治に奉仕する文化ではなく、創造力豊かな市民の精神文化であろう。

¹⁶ ルイス・マンフォード(著), 生田勉(訳)『歴史の都市 明日の都市』(新潮社、1969年1月)

今世紀に入り、中国を代表する都市、北京・上海・広州で相次いで開催された国際イベント——「北京オリンピック」「上海万博」「広州アジア競技大会」や、各地で開催されはじめた国際博覧会や国際コンベンション等の取組は、それぞれの国家的イベントのテーマ実現による直接的効果はもちろん、経済発展や都市基盤形成を狙う取組であった。また、文化の磁極化を推し進め、国のパワー、地域のパワー、そして、中華民族の精神文化のパワーを向上し、発信する取組と位置づけられて国家戦略的に誘致され、実施をみたのである。

第2節 北京オリンピック

1 文化体育を通して世界に開かれた中国の形成

我が国を振り返れば、1964年に東京で開催された夏季オリンピックは、歴史的に見ても、第二次世界大戦での敗戦後、急速な復興を遂げた日本が再び国際社会の中で先進国としての地位を高めるためにシンボリックな意味を持つハレの舞台であった。東京オリンピック招致の成功は、開催に先駆けて1964年に経済協力開発機構（OECD）への加盟が認められる背景にもなり、日本が先進国として自他ともに認められた証ともなっている。東京オリンピックは、東京を中心に新幹線や高速道路などの急速な開発を呼び、戦後日本の復興・発展を世界にアピールする絶好の機会となった。

中国においても、オリンピック開催は、「中華文明の偉大な復興」を世界に印象づけ、国際社会の中心に躍進するためにも中国の長年の夢であった。2008年の夏季オリンピック開催地を決定する国際オリンピック委員会（IOC）総会での投票が行われて北京開催が決定したのは、2001年7月13日のことである。2000年開催のオリンピック誘致ではシドニーに2票差で敗れた中国にとって、2008年開催オリンピック招致の成功は21世紀の幕開けを飾る出来事であり、「中華民族の100年の夢¹⁷」の達成とも言われた。オリンピック開催決定直後、2001年10月には上海でアジア太平洋経済協力会議（APEC）が開かれ、また、11月にはWTO加盟が認められている。北京オリンピック開催決定は国際舞台に大きく飛躍する中国の姿を象徴する出来事となった。

北京オリンピック開催年の2008年は改革開放30周年の記念すべき年である。オリンピック開催決定後、そのハレの舞台の成功をめざし、北京市内においては、競技施設はもちろん、空港ターミナル・滑走路の増設、地下鉄、環状道路、高速道路の建設をはじめとする様々なインフラ整備が急速に進展¹⁸し、10年足らずの間に北京の街並は劇



国家体育场（通称：鳥の巣）

¹⁷ 中国のマスメディアで常用されてきた表現である。アヘン戦争以来、一世紀に渡る西欧列強諸国の侵略等によって虐げられてきた中華の伝統的地位の復興を成し遂げるという意味が込められている。

¹⁸ 北京首都国際空港、地下鉄網、上下水道等インフラ整備は、日本の対中円借款（ODA）支援を受けて実施された。

的な変化を遂げた。

北京市内東部の中心地としてCBD（中心業務地区）建設計画が進展したのもオリンピック開催決定後のことである。CBDの第一期工事、国貿三期工事など、都市化を急速に進めるインフラ整備は2008年オリンピック開催時まで完成することを目標として進められ、高層ビルの建設ラッシュが続き、雇用は拡大し、国民収入は増加した。

「ひとつの世界、ひとつの夢」をスローガンに掲げた北京オリンピックは、世界の交流の場となり、同時に北京から世界に向けて中華文化を発信する大舞台となった。オリンピックの魅力は「遊戯・儀式・祝祭そしてスペクタクルという四つの要素の結合¹⁹」だといわれるが、北京オリンピック開会式²⁰では、中国を代表する映画監督・張芸謀が演出し、人類の社会進歩を促進した中国古代の「四大発明（火薬、羅針盤、製紙法、印刷術）」に焦点をあてた芸術パフォーマンスが繰り広げられた。国際的な火薬アーティスト・蔡国強が特殊効果とビジュアルデザイン設計を務め、パフォーマンスの広範にわたって花火²¹が用いられている。また、孔子の教え²²と漢字文化を基調とし、絵画絵巻をめぐる展開する中華文明のアピールにより、国威発揚と同時に、民族意識を高め、中華民族の一体感を高揚するための宗教的、かつ、スペクタクルな演出が見られたことが特筆される。

オリンピック開催後、国民のスポーツや文化活動への関心はさらに高まり、2010年広州アジア大会など様々なスポーツ大会や文化イベントが以前に増して各地で開催されるようになった。中国人民はオリンピックという盛大な文化祭典の実現を通じて、より世界に開かれた中国としての自信を獲得し、中国が国際社会を代表する国家であるという意識を高めたといえる。北京オリンピックは大きな経済効果をもたらし、国民の生活や意識変革のターニングポイントとなるとともに、発展した中国の姿を強く国際社会にアピールし、国際的発言力や文化発信力をさらに高めるための大きな一里塚であったのである。

2 オリンピックにみる文化交流

古代ギリシアにおいて、オリンピックは、各地から集まってきた人々が技を競い合う中で、ギリシア人意識を形成する宗教的行事であった。人々の共同参加によって、分立する諸ポリスを統合し、ギリシア文化の精神的支柱を育む競技会であった。

オリンピックは世界最大のスポーツ祭典であるとともに、世界の芸術祭典としての顔を併せもっている。古代オリンピックにおいては、文学や絵画などを題材とするス

¹⁹ ジョン・J・マカルーン著『オリンピックと近代 評伝クーベルタン』（平凡社、1988年8月）

²⁰ 北京オリンピックは2008年8月8日8時に開幕した。中国では、「8」は「発」につながる最も縁起の良い数字である。

²¹ ヴァルター・ベンヤミンは『都市の肖像』で、中国由来の打ち上げ花火を「竜のような姿をとって昇ってゆく天候変幻の術」と記している。現在も中国の春節は賑やかな花火を打ち上げて祝う。

²² 北京オリンピック開会式では、「朋有り、遠方より来たる、また楽しからずや」など『論語』の言葉が使われた。

ポーツ芸術もオリンピックの正式競技として競われていた。近代オリンピックの創始者で「近代五輪の父」と言われるフランスのクーベルタン男爵は古代オリンピックの姿を理想とし、スポーツ芸術もオリンピック正式種目に取り入れることを提唱しており、1912年のストックホルム大会から1948年のロンドン大会に至るまで、スポーツ競技とともに芸術競技がオリンピック種目として行われ、金、銀、銅メダルが授与されている。その後はメダル対象からは外されているものの、現在も、「文化プログラム」と名前を変えて、その精神が引き継がれている。

各オリンピック大会の組織委員会は、オリンピック憲章の「文化プログラム」規定に基づき、国際オリンピック委員会（IOC）理事会の承認のもとに、開催国や都市の特徴を活かした多種多様なプログラムを実施することとなっており、その内容は、演劇、音楽、美術、各種パフォーマンスなど、多岐にわたる。

IOCはオリンピックの文化プログラムに関して、大会期間前後だけでなく、少なくとも大会3年前からの実施を求めており、文化プログラムは大会そのもののPRやオリンピックイベントの事前盛り上げに重要な役割を果たしている。北京オリンピックにおいても、オリンピック開催決定後には天安門広場に開催までのカウントダウン表示が設置され、開催決定から7年間、国民の関心を絶えずオリンピックに向けるよう、文化プログラムなどの様々なカウントダウンイベントが行われた。

また、会期中は美術館・博物館で門外不出の中国の歴史文物や美術品が全国から集められて公開展示され、劇場、コンサートホール等では様々な催しが行われた。さらに、街角には入場無料・一般公開のライブサイトが多数設置され、パブリックビューイング用の巨大モニターで競技が放映された。ライブサイトのステージでは、競技の合間に音楽、ダンス、アニメ映像の放映など様々な文化イベントが実施された。

オリンピック開催を機に各種スポーツ競技場が整備され、スポーツ熱が高まったことは言うまでもないが、北京では、オリンピック開催に向けて整備された国家体育场（通称：鳥の巣）や市内の各体育館はもちろん、各種文化施設において、オリンピック終了後も、コンサート等をはじめとする文化イベントが引き続き盛んに行われている²³。



2011年に鳥の巣で開催された「日中韓三カ国音楽の競演」（チラシ広告部分）

第3節 上海万博²⁴

1 「より良い都市、より良い生活」

²³ 例えば、国家体育场では、2011年9月、音楽の国際的な交流競演イベント「三国演芸—中日韓風雲音楽盛典（日中韓三カ国音楽の競演）」が北京市对外文化交流有限公司、中視メディア、北京北奥集団主催で実施されている。このイベントでは、日本からEXILE、倉木麻衣らが出演した。

²⁴ 上海万博は中国では上海世博会と表記される。上海での万博開催は中国が世界貿易機関（WTO）にかけた翌年の2002年12月3日にモナコで開かれた博覧会事務局総会で決定をみた。

2010年5月1日から10月31日の6カ月間にわたり、上海万博が開催された。中国で行われた初の万博であると同時に、日本以外のアジアで開催された初の万博、社会主義国家が開催した初の万博であった。

上海万博のメインテーマは「城市、讓生活更美好（より良い都市、より良い生活）」である。「都市」に焦点が当てられたのは万博史上初めてである。そして、サブテーマとして「都市における多様な文化の融合」「都市経済の繁栄」「都市科学技術の革新」「都市コミュニティの再生」「都市と農村の対話」の5つが掲げられた。万博のメインテーマとサブテーマは開催国・中国の置かれている状況と課題を言い表しているといつてよい。

中国では改革開放政策の進展の中で都市化が急速に進んだ結果、上海万博開催時点において、国全体の都市化率²⁵はほぼ50%に近づき、農村人口が都市人口を支えてきたこれまでの社会構造は変革期を迎えた。国策として都市化推進がさらに進められる現代中国において、中国全土の都市と農村の調和のとれた今後の発展は社会経済の大きな課題である。

また、世界は都市の成長とともに、国家間競争の時代から、都市が互いの魅力を競い合う都市間競争の時代に移ろうとしている。こうした中で開催を見た上海万博は、中国の都市化の現状を総括し、世界にメッセージを発信すると同時に、中国が現在の世界の文化や先端技術を見て、全世界の知恵を借り、成長都市から成熟都市への転換をめざすために時宜を得た博覧会であった。

改革開放政策のもとで国際都市として発展を遂げた上海は、万博開催を機に地下鉄や高速道路などの交通網や、通信・電気の供給などの都市インフラ整備が進展し、人流・物流の利便性は大きく向上した。高速鉄道や長距離バスターミナルと地域交通ハブ機能の拡充、浦東・虹橋空港の整備拡大により、上海市域を越え江蘇省や浙江省をも含む長江デルタ経済圏、国際文化観光都市圏としてさらなる発展を遂げようとしている。

2 万博で発信力を強めた中国のソフト・パワー

2010年上海万博は246の国・地域・国際機関が参加し、上海市内の黄浦江兩岸の南浦大橋と盧浦大橋間の黄浦江兩岸地区で開催された。会場は黄浦江を挟んで浦東地区と対岸の浦西地区に分かれ、浦東には各国のパビリオンが、浦西には企業パビリオンやベストシティー実践区等が建ち並んだ。会場総面積は5.28平方キロメートルに及び、184日間の会期中に、7,308万人の入場者を数え、史上最大規模の万博となった。

4月30日夜に万博文化センターで行われた開会式では、国民的歌手の宋祖英²⁶とア

²⁵ 国家統計局統計で中国全体の人口を見ると、2011年末の総人口は13億4,735万人で、前年末比644万人増加している。このうち、都市人口は6億9,079万人（前年比2,100万人増）、農村人口は6億5,656万人（同1,456万人減）で、中国の長い歴史の中で、都市人口が農村人口を初めて上回った。農村人口が都市人口を支えてきたこれまでの社会構造は変革の時代を迎え、中国は都市文化の新たな発展段階に直面している。

²⁶ 宋祖英は湖南省出身のミャオ族の女性民歌手で、現代中国の民族楽曲、愛国楽曲の第一人者である。

ジアのトップスター成龍（ジャッキー・チェン）が『和諧歓歌』をデュエットした。

“和諧”は現代中国のキーワードであり、和諧社会²⁷の建設は胡錦濤・温家宝体制がめざす中国の政策の目標である。また、中国が世界に誇る若手ピアニストの朗朗（ラン・ラン）と世界で活躍するバレリーナの譚元元のコラボレーションによるバレエ音楽『長江の歌』が披露された。さらに、中国でも著名な日本人歌手の谷村新司が『昴』を、イタリア人テノール歌手のアンドレア・ボチェッリが『誰も寝てはならぬ』を歌い、国際的な文化の競演²⁸で開会式を盛り上げた。

上海万博で最もシンボリックなパビリオンは「中国国家館」であった。中国国家館内で万博のテーマ「より良い都市、より良い生活」に即して展示された最大の呼び物は北宋時代の都市生活を動画で再現した絵巻『清明上河図』²⁹であった。世界に誇る中国第一の名画が、現代中国の最先端技術を駆使して壁面一杯に迫力ある動画で描かれた。絵巻の舞台である北宋時代は、貴族階級の独占物とされた芸術文化が大衆にも



中国国家館（近景）

広がりはじめた時代である。『清明上河図』は、するどい都市観察眼で、都市の大衆文化や消費が活気づいた時代の息吹を表現している。中国国家館の動画展示では、絵巻に描かれた圧倒される数の庶民（登場人物）が、あたかも生きているかのように動き出し、漢民族の文化が大衆社会に興隆した都市の繁栄の姿を示し、来場者に中華文化の伝統と革新をアピールした³⁰。

また、「中国国家館」と一体となっている「中国省区市連合館」では、各省・自治区・直轄市それぞれが工夫を凝らして各地の特色ある文化、歴史、民俗を紹介し、万博センターの西に位置する元製鉄工場跡³¹を舞台に改造した「宝鋼大舞台」においては、中国各地の伝統劇や舞踊、無形文化遺産や工芸美術の公演や実演が行われた。

開催国中国は上海万博のテーマ「より良い都市、より良い生活」を伝えるため、さらに5つのテーマ館を設けた。都市と人間の関係をテーマとして、世界の都市に暮らす人々の多様性を伝えた「都市人館」、都市を一つの生命体として表現し、都市の魂や精神にあたる世界の各都市の固有の文化を館内の都市広場で紹介した「都市生命館」、

²⁷ 経済発展と同時に所得格差が広がった中国は、社会の安定を守るため、「和諧社会（調和のとれた社会）」の建設を目標に掲げている。北京オリンピックや上海万博を機に開通した中国の高速鉄道の名称が「和諧号」であることも興味深い。

²⁸ 万博には一般博と特別博があるが、一般博は2000年のハノーバー万博以降、5年に一度開催されることとなっている。上海万博での谷村新司とアンドレア・ボチェッリの出演は2005年愛知万博から2010年上海万博、2015年ミラノ万博へと続く万博の文化の伝承を象徴している。

²⁹ 『清明上河図』は、中国美術史上屈指の名画として知られ、北宋時代の都・開封を舞台に、都市に生きる大衆の姿が精密に描かれている。

³⁰ 動画による絵巻『清明上河図』は、万博閉会后、香港・マカオ等で展示された。さらに、2011年には、台湾でも公開された。こうした文化交流の実施は兩岸の政治関係の改善もアピールしている。

³¹ 新日鉄の全面的協力のもとで建設され、中国の技術発展に大きな影響を与えた「宝山鋼廠」の工場跡。

人・都市・環境の調和のとれた共存共生を訴えた「都市プラネット館」、都市発展の足跡を振り返る「都市足跡館」、夢が人類の都市の未来を導くをテーマに未来都市建設の無限の可能性を示した「都市未来館」の5つである。

テーマ館ではそれぞれ、文化財や模型の展示、マルチメディア等の組み合わせにより博物館さながら上海万博のテーマが発信された。とりわけ、「都市足跡館」では都市の起源・発展・知恵等のコーナーが設置され、門外不出とされてきた敦煌の唐代の仏典・仏像等をはじめ、世界の国宝級文化財が公開され、都市文明の発展や世界の文化の交流の歴史を再現する興味深い展示が行われた。

上海万博の出展国や都市は、いずれも自国や都市の文化の魅力を、工夫を凝らした展示やパフォーマンスでアピールした。上海万博は、改革開放以来、大きく発展をみた中国の経済力と文化の底力を世界にアピールするのみならず、広い中国全土から訪れた人民大衆が、世界には多くの国々や地域がそれぞれ特色ある文化をもって存在することを各種展示やイベントを通じて知り、中国の文化力のさらなる発展に向けた意識を高めるという意味においても大きな役割を果たしたといえる。

上海万博が開催された2010年は中国が日本を追い越し、アメリカに次ぐGDP世界第2位の経済大国へと躍進を遂げた年でもあった。しかしながら、中国は経済発展と同時に地域間の所得格差が広がり、万博のサブテーマが掲げるように「都市コミュニティの再生」「都市と農村の対話」といった様々な課題を抱えている。こうした中で、社会の安定を守る調和への努力をしつつ、成長した経済がさらに安定成長を続けて成熟に向かう時に大切なものは何か。それは文化力の強化であり、ソフト・パワーのさらなる発信である。

次章では、経済大国となった中国が国家第12次5カ年計画「十二五」時期の目標に掲げた「文化強国」への取組について紹介したい。

第2章 文化強国をめざす中国

第1節 文化産業振興計画について

1 文化産業振興計画とは何か

2009年9月、国務院³²は「文化産業振興計画」（以下「振興計画」と略す。）を発表した。中国の文化産業振興の基本方針となる計画である。中国では、この振興計画が発表される以前に、既に10分野の産業（鋼鉄、自動車、紡績、装備製造業、船舶工業、IT産業、軽工業、石油化学、非鉄金属、物流業）の計画が「十大産業振興計画」として順次発表されてきている。これらの産業を見れば、中国がいかなる産業をこれまで国策として重視してきたのかを知ることができる。「文化産業」はこれら十大産業に続く11番目の重要産業として国家が位置づけた産業である。

中国共産党及び中国政府が文化に着目して、その振興を重視する姿勢を示した歴史は古いとは言えない³³。改革開放政策の中で、中国は「世界の工場」としての発展を遂げ、鋼鉄や自動車産業等に代表される第二次産業を中心とする基幹産業が中国の経済発展をリードしてきた。経済発展が大目標とされる社会状況の中で、工業が重視され、文化振興は政策的に大きくとり上げられることはなかったのである。

2001年のWTO加盟、2008年の北京オリンピックの開催、2010年の上海万博開催等を迎え国際化、グローバル化が進展し、国家的な文化イベントを準備・実施する中で、世界との交流の機会が増加し、「三つの代表」論にも見られるような「先進的な文化の前進方向」をめざす要請がさらに高まった。また、2008年9月にはリーマン・ショック³⁴が世界を揺るがしたが、中国においても国際金融危機に直面して、外資に頼る従来型の工業の発展のみではなく、中国が自ら創造したコンテンツにより新たな産業分野を育てる要請も高まったと考えられる。世界との交流の拡大の中で次第に国力を高め、新富裕層の台頭とともに内需を拡大し、消費型社会へと変化を遂げてきた中国は、国際的にも「世界の市場」として評価される国となった。文化産業振興の必要性を強く訴えたこの振興計画はこうした状況のもとに発表されている。

振興計画は、「文化産業を国民経済の新たな成長点へと育成・発展させる」ために、①文化市場主体の整備、②文化産業構造の改善、③文化創新の能力向上、④現代文化市場体系の整備、⑤文化製品とサービス輸出の拡大の5つを計画目標として定めている。

また、重点的な任務として次の8つを掲げている。

³² 中国国家行政の最高権力執行機関。日本の内閣に相当する。

³³ 2001年の世界貿易機関（WTO）加盟により、中国は文化産業の面でも世界基準の市場開放が迫られるようになる。中央党学校での江沢民総書記（当時）の講話については前章でも触れたが、2002年11月に開催された党第16回全国代表大会の活動報告で、江沢民は文化建設と文化体制改革の必要性を訴えている。また、2007年10月に開催された第17回全国代表大会では、胡錦濤総書記（国家主席）が国の文化ソフト・パワーの必要性について述べている。

³⁴ 国際的な金融危機の引き金となったアメリカの投資銀行（リーマン・ブラザーズ）の経営破綻とその後の株価暴落等を指す。「文化産業振興計画」序文には、「国際金融危機の新たな情勢への対応と文化領域の改革発展の切迫したニーズを結合させるため、特別に本計画を制定した」と記されている。

- ① 重点文化産業³⁵を發展させる。
- ② 重大プロジェクト牽引戦略を実施する。
- ③ 基幹文化企業を育成する。
- ④ 文化産業園区・基地建設を加速する。
- ⑤ 文化消費を拡大する。
- ⑥ 現代文化市場体系を建設する。
- ⑦ 新興文化業態を發展させる。
- ⑧ 対外文化貿易を拡大する。

「文化製品とサービス輸出の拡大」と「対外文化貿易の拡大」は同義であるが、振興計画の計画目標でもあり、重点的な任務としても掲げられた。第17回党大会で、胡錦濤国家主席が述べた国の文化のソフト・パワー³⁶強化に通じるものである。

文化製品は、大量生産・大量消費時代の従来の工業製品のように、市場開拓をすれば売れるという性質のものではない。魅力ある文化コンテンツを開発し、あるいは、埋もれていた文化資源を発掘して磨きをかけて、発信し続けることが必要とされる。文化貿易の拡大には、こうした文化コンテンツや文化資源の産業化とともに、多様化した文化のさらなる理解促進を通じた、産業の文化化が求められる。

2 文化、文化産業及び文化事業の概念

文化政策を論じるに際しては、まず「文化」の概念の何たるかが問題となるであろう。現在、中国で一般に普及している国語辞典「現代漢語詞典」³⁷によれば、文化とは「人類が社会歴史の發展過程で創造したあらゆる物質財産と精神財産。とりわけ文学、芸術、教育、科学などの精神財産を指す」とされる。中国の人々が現在、日常使っているこの「文化」という用語は、19世紀末に日本から伝わったものである。なお、古代の中国で統治者が使った「文化」という言葉は、文をもって教化するという意味で、「文化」はすなわち、「規範」や「秩序」を普及させることであった³⁸。

国際連合教育科学文化機関（ユネスコ）の国際的な見解も示しておきたい。2001年の第31回ユネスコ総会において、「文化の多様性に関する世界宣言」³⁹が採択されているが、この宣言は、文化の多様性の保護及び推進の重要性に係る世界宣言である。

³⁵ 重点的文化産業として、文化創意、映画・テレビ、出版発行、印刷・複製、広告、演芸娯楽、文化コンベンション、デジタル・コンテンツ、アニメ・漫画等の産業が挙げられている。

³⁶ 胡錦濤は2007年10月の第17回党大会で、「文化は総合的な国力競争の重要な要素」と述べている。第1節第3項参照。

³⁷ 「現代漢語詞典第5版」（中国社会科学院語言研究所編、商務印書館発行、2010年8月）参照。

³⁸ 王柯著「多民族国家 中国」（岩波書店、2005年3月）参照。

³⁹ 「文化の多様性に関する世界宣言」は文部科学省ホームページ参照。

<http://www.mext.go.jp/unesco/009/005.htm>

世界宣言が採択された背景には、WTO体制のもとで、自動車やハイテク産業のみならず、映画やテレビ番組、音楽、出版物などが貿易自由化の対象になれば、ハリウッド映画のように経済的に影響力の強い巨大文化産業が世界市場を席捲し、文化的多様性を損なうのではないかというヨーロッパ各国を中心とする強い危機感があった。

ユネスコは、20世紀末から急速に進む市場原理主義的なグローバリズムにより、文化的多様性が損なわれ、文化的画一化が進むことに警鐘を鳴らしてきた。この世界宣言の趣旨からみても、文化は多様性が認められるべきものであり、様々な形態、多様なアイデンティティこそが認められるべきものである。文化の範囲は、決して限定して定義できる性質のものではない。

以下に、ユネスコの「文化の多様性に関する世界宣言」中の文化に関する記載の要点を紹介しておく。

「文化とは、特定の社会または社会集団に特有の、精神的、物質的、知的、感情的特徴をあわせたものであり、また、文化とは、芸術・文学だけでなく、生活様式、共生の方法、価値観、伝統及び信仰も含むものであることを再確認し、文化は、アイデンティティ、社会的結束、知識に基づく経済の発展という問題に関する今日の議論において、核心となっていることに留意し、国際平和と安全保障実現のための最善策は、相互信頼と理解に基づいた文化の多様性、寛容、対話、協力の尊重であることを確認し、文化の多様性の理解、人類調和の意識及び異文化間交流の促進に立脚した、全世界のさらに強い結束をめざし、新たな情報・通信技術の急速な発展によって促進されているグローバリゼーションのプロセスは、文化の多様性にとっての問題点も同時に提起しているが、異文化間・異文明間の新たな対話のための条件を整えるものであることを考慮し、国連システムの中でユネスコに託された、豊かな文化の多様性の保存・振興を保障するという任務を認識し、・・・本宣言を採択する。」

文化は多様性を尊重すべきものであり、その範囲は限定すべき性質のものではないという基本認識は踏まえつつも、本報告で中国の文化や文化政策を論じるにあたっては、中国政府が政策を進めるにあたって重視している文化サービスや文化関連サービスの枠組を理解しておく必要があるだろう。

そこで、参考までに国家統計局「文化及び関連産業分類」について触れておきたい。この分類は、国家統計局と中国共産党中央宣伝部及び国務院の関係部門の共同研究を踏まえて2004年4月に発表されている。分類の詳細は資料編に掲載することとし、ここでは、この分類の骨格を示すこととする。

国家統計局「文化及び関連産業分類」

第一部分 文化サービス

- 一. 報道サービス
- 二. 出版発行と著作権サービス
- 三. ラジオ、テレビ、映画サービス
- 四. 文化芸術サービス
- 五. ネットワーク文化サービス
- 六. 文化・レジャー・エンターテインメントサービス
- 七. その他の文化サービス

第二部分 関連する文化サービス

八．文化用品、設備及び関連する文化製品の生産

九．文化用品、設備及び関連する文化製品の販売

次に「文化産業」及び「文化事業」の概念について述べたい。

現行の中華人民共和国憲法⁴⁰では第 22 条第 1 項で「国家は、人民に奉仕し、社会主義に奉仕する文学・芸術事業、新聞・ラジオ・テレビ事業、出版・発行事業、図書館・博物館・文化館その他の文化事業を振興して、大衆的文化活動を繰り広げる」と規定されており、同条第 2 項では「国家は、名勝・旧跡、貴重な文化財その他重要な歴史的文化遺産を保護する」と規定されている。

また、憲法第 47 条では「中華人民共和国人民は、科学研究、文学・芸術創作その他の文化活動を行う自由を有する。国家は、教育、科学、技術、文学、芸術その他の文化事業に従事する公民の、人民に有益な創造的活動を奨励し、援助する」と規定されている。

憲法には、文化事業として「文学・芸術事業、新聞・ラジオ・テレビ事業、出版・発行事業、図書館・博物館・文化館その他の文化事業」と例示されており、これらは国家が振興する事業として明確に規定されている。これに対して、文化産業の概念規定及び例示は現行憲法中には見られない。

中国人民大学文化創意産業研究センター執行主任の彭翊副教授は『中国城市文化産業発展評価体系研究』⁴¹の中で、「わが国で文化産業と文化事業の違いを正確に理解することは非常に重要である。新中国が成立して以来、文化産業もしくは文化サービス業はほとんど文化事業として扱われ、産業経営の概念はなかった。現在、特に中国共産党第 17 回全国代表大会が文化産業を大いに発展させる方針を提示した後、科学的な文化産業発展戦略計画を立てるための基礎として、理論上と実践上から文化産業と文化事業の区別がなおさら要請されている」と指摘し、具体的に文化産業と文化事業を区別する主要な相違点として「①内容と属性の違い」、「②生産目的と運営メカニズムの違い」、「③政府コントロール方式と管理主体・対象の違い」を挙げている。

要するに、社会主義文化の発展や思想を支える公共・文化サービスの核心領域は、「事業（公的部門）」として強化し、それ以外は、「産業（営利を追求する企業）」として市場化の中で育てるという考え方である。改革・開放政策が進み、市場経済社会が高度化を遂げつつある中で、「公益性」と「経営性」の二分法の採用により、中国の文化政策は、新たな段階を迎えているのである。

第 2 節 国家第 12 次 5 カ年規画での文化政策の位置づけ

⁴⁰ 中華人民共和国憲法条文は『現行中華人民共和国六法』（法務大臣官房司法法制調査部職員監修、中国総合研究所・編集委員会編集、ぎょうせい発行の追録加除版）参照。中華人民共和国憲法は 2004 年に最終改正が行われ、現在に至っている。

⁴¹ 彭翊『中国城市文化産業発展評価体系研究』（中国人民大学出版社、2011 年 5 月）

1 国家第12次5カ年計画綱要⁴²

中国共産党第17期中央委員会第5次全体会議（2010年10月18日閉幕）で採択された「国民経済と社会発展第12次5カ年計画の策定に関する中国共産党中央委員会の建議」に基づいて作成され、2011年3月14日の第11期全国人民代表大会第4次会議を通過した「国民経済と社会発展第12次5カ年計画綱要」は、2011年から2015年までの5年間の中国の国家戦略と重点政策を明示した政府要綱である。

第12次5カ年計画（以下「十二五」という。）と前期（2006年から2010年）を対象期間とした第11次5カ年計画（以下「十一五」という。）を対比すれば、現在、中国が重要視している戦略や政策が明らかになる。

「十二五」では主に下記の8つの政策項目が特に強調（あるいは新設）された。

- ① 「産業の核心競争力の向上」
- ② 「サービス業の大発展の推進に向けた環境づくり」
- ③ 「地域の協調発展と都市化の健全発展に向けた社会構造の最適化」
- ④ 「健全な基本公共サービス体系の確立による民生改善」
- ⑤ 「社会管理の強化と創新のための根本治療」
- ⑥ 「伝承と創新 文化の大発展・大繁栄の推進」
- ⑦ 「中華民族の共同故郷の建設に向けた協力の深化」
- ⑧ 「軍・民融合による国防強化と軍隊の現代化建設」

この8つの政策項目について、文化の視点で捉えた要点を指摘しておきたい。

- ① 「十一五」における「工業構造の高度化」の目標は、「十二五」においては「産業の核心競争力の向上」へと重点化し、サービス型製造への転換、高付加価値化、高度情報化等をめざしている。この政策において支柱産業の一つと位置付けている「戦略的新興産業」は、文化産業振興と密接に関わる「次世代インターネット」や「デジタル放送テレビ網」等の「新世代情報技術産業」を包含している。
- ② 「十二五」は「サービス業」を産業構造最適化と高度化に向けた戦略的重点と位置付けている。これは、「第三次産業」の発展強化をめざす動きである。この政策には、コンベンション産業や文化観光開発等の文化産業振興が含まれる。
- ③ 「十二五」では「都市化の健全発展」⁴³が強調されている。これは、上海万博のテーマ「より良い都市、より良い生活」の実践である。都市化推進の目的は、経済や社会の持続的発展であり、定住条件にかなう農業からの移転人口を徐々に都市住民として受け入れるとともに、農民工等社会的弱者に対する公共サービス等の権利改善による社会安定が重要任務とされる。このため、優位産業やサービス

⁴² 国家発展と改革委員会編『国家及各地区国民経済と社会発展“十二五”計画綱要』（人民出版社、2011年11月）参照。

⁴³ 2005年時点で43%の中国の都市化率は、「十一五」時期の2010年には目標値47%を超え、47.5%を達成している。「十二五」最終年2015年の計画目標値は51.5%と設定されている。

業の発展を促進するとともに、基本公共サービスの均等化や就業率向上の実現をめざした文化施設整備など公共インフラへの投資が各地で推進される。

- ④ 「基本公共サービス体系の確立」は「十二五」の民生改善の核をなすものとして新設された項目である。都市・農村間、地域間のサービス格差を徐々に縮小することが目的とされる。ここには、社会保障・住宅保障・医療衛生・就業サービスなどと併せて、公共文化・公共教育サービス等も含まれている。公共文化サービスの内容として、「基層公共文化やスポーツ施設の無料開放」、「農村全域でのラジオ・テレビの普及」、「農村への無料映画上映や巡回演劇公演、書物・新聞の送付」等公益性文化サービスが例示されている。
- ⑤ 「社会管理の強化と創新」も「十二五」で新設された項目である。これは単位社会の解体や急速なインターネットの普及による新たな言論空間の拡大により、従来の情報統制による民意誘導と社会管理が困難になった時代の表れでもある。社会的矛盾⁴⁴を抱える中で増大する陳情や暴動への対応、ネット世論・民意への理解と対処あるいは統制、「社区建設⁴⁵」の全面的展開による末端の管理・サービスシステム構築等が課題とされる。
- ⑥ 「十一五」における「社会主義文化の建設」の目標は、「十二五」において、「伝承と創新 文化の大発展・大繁栄の推進」として強調された。この政策項目は文化政策の核心をなす。「中華文化発揚」、「和諧文化（調和のとれた文化）建設」、「文化事業」と「文化産業」の発展、そして「国家のソフト・パワーの強化」が重視されている。文化の持つ「社会を導き」「人民を教育し」「発展を推進する」という3つの機能を十分に発揮させることで「民族凝集力」と「創造力」を増強することが狙いとされる。
- ⑦ 「中華民族の共同故郷の建設」として、「香港・マカオの長期的繁栄と安定維持」、中国大陸と台湾の「兩岸関係の平和発展と祖国統一大業の推進」が新たに政策項目に盛り込まれている。「一国二制度」の実践と祖国平和統一の大業を推進し、「中華民族の偉大な復興」の実現のため共に努力することが明記された。香港・マカオについては、文化創意産業など新興産業の育成に対して支援することが、兩岸関係については、文化・教育・観光等の交流強化に努めること、「平和発展」に向けて「胡六点」⁴⁶を全面的に推し進めることが明記されている。
- ⑧ 「国防と軍隊建設」について、現代化が強調されている。中国の国家発展には、文化のソフト・パワーとともに、経済力はもちろん、軍事力が重要とされている。「十二五」時期の中国では、ハード・パワーとソフト・パワーを併せたスマート・

⁴⁴ 「十二五」では、社会的矛盾の誘発原因として、労働紛争、土地収用・立ち退き、環境汚染、食品薬品安全、企業再編・破算による失業等が例示されている。党と政府の主導により、大衆の権利・利益を守る合法的な仕組み整備や、社会的矛盾の調停の仕組み整備を進めることが課題とされている。

⁴⁵ 「十二五」において、社区建設は「社会管理」と「基本公共サービス機能」の両面を強化するためのプラットフォームと位置付けられている。社区に関しては、北京の事例を第3章第8節で紹介する。

⁴⁶ 「胡六点」は、2009年6月に胡錦濤が呉伯雄国民党主席との会見で述べた6点の意見「政治的相互信頼関係の増進」「経済協力」「文化・教育交流の強化」「涉外問題」「敵対状態の終結」「国共両党の交流・対話」を指す。兩岸関係は「平和発展」に向けた新たな段階に入ったと言える。

パワー⁴⁷戦略がとられているのである。

「十一五」時期のGDP（国内総生産）の年平均増加率の目標値は7.5%と計画されていたが、2010年の実績公表値では11.2%を達成している。2005年に18.5万億元だったGDPは2010年に39.8万億元まで上昇した。「十二五」時期のGDPの目標については、2015年計画値が55.8万億元とされ、年平均増加率の目標は7.5%から7%へと下方修正が加えられた。

これは2010年のGDPで、既にアメリカに次ぐ世界第2位の「経済大国」の地位に躍り出た中国が、今後は「量」的発展ばかりでなく、「質」的発展も図ろうとしていることを意味している。

経済成長を通じてこれまで国際的影響力を高めてきた中国は、文化事業や文化産業を重視する「文化強国」建設、社会の基盤となる「公共文化サービス体系」確立、「文化のソフト・パワー」発信強化の取組等を通じて、「成長」を持続し「成熟」の方向に向かおうとしているのである。さらに言えば、社会統治の有効な手段として文化事業を重視するとともに、文化産業を国民経済の新たな支柱産業として推進することで、文化産業全般の実力と競争力を高め、文化“走出去”（海外進出）モデルを革新し、中華文化の国際競争力と影響力、国のソフト・パワーを高め、中華民族の精神に根ざしたグローバル化（中国全球化）を推し進めようとしているのである。

2 伝承と創新 文化の大発展・大繁栄の推進⁴⁸

「十二五」で強調された前項の政策項目のうち、文化政策の核心をなす「伝承と創新 文化の大発展・大繁栄の推進」のための具体的任務として、「全民族の文明レベルの向上」、「文化創新の推進」、「文化事業と文化産業の繁栄・発展」の3つの柱が示されている。以下にその要点を紹介する。

① 全民族の文明レベルの向上

- 「中華民族の偉大な復興」の実現をめざして、「愛国主義を中核とする民族精神」と「改革創新を中核とする時代精神」を発揚する。「中華の伝統的美徳」を伝承し、「社会主義精神文明」の要求や「社会主義市場経済」に適応した「道徳と行動規範」を築くことにより、「社会主義の核心的価値体系づくり」を図る。
- 「一人は皆のために、皆は一人のために」という社会の気風を形成し、ボランティア精神の高い大衆の精神文明の創出に向けた活動の拡大を図る。
- 青少年の健全育成、都市文化、企業文化、農村文明化等を支える良好な社会文化環境の醸成を図るとともに、「文化市場の監視管理」を強化し、有害情報等の流布を効果的に食い止める。

⁴⁷ ハード・パワー、ソフト・パワー、スマート・パワーの概念については第6節で詳述。

⁴⁸ 全文訳は資料編参照。

② 文化創新の推進

- 優れた民族文化を継承し、世界文明の成果を参考にして、文化の内容・形式の革新を図り、文化品質の向上と豊富で多彩な文化生活を実現する。重大文化プロジェクトを支援し、哲学・社会科学を繁栄発展させる。
- 「公益性文化事業単位」の改革を加速し、公共文化サービスのメカニズムを革新する。同時に「経営性文化単位」の企業転換改革を進め、現代企業制度を構築し、開放され、競争と秩序を備えた現代文化市場システムを整える。
- 国有文化資産管理体制と運用メカニズム構築、著作権など法律政策体系の整備等の文化管理体制改革を加速する。

③ 文化事業と文化産業の繁栄・発展

- 社会的効果を有する「公益性文化事業」を最優先として強力な発展を図るとともに、社会主義市場経済の中でより経済的効果が高まってきた「経営性文化産業」を国民経済の支柱産業とするように発展を加速させる。

○文化事業の強力な推進（主な取組）

- ・公共文化施設の無料一般開放
- ・少数民族文化製品の創作・生産の奨励・支援
- ・健全な公共文化サービスシステム整備
- ・文化惠民プロジェクト⁴⁹の継続実施
- ・農村の文化インフラ改善、文化サービス・ネットワークの整備
- ・都市社区（コミュニティ）文化施設整備
- ・重要なニュース・メディアの建設強化
- ・インターネット等新興メディアの管理等による正しい世論誘導
- ・文物（有形文化財）、歴史文化都市、無形文化遺産等の保護強化
- ・法に基づく言語文字に関する業務推進
- ・国家文化芸術栄誉制度の構築

○文化産業の発展加速（主な取組）

- ・重大文化産業プロジェクト牽引戦略の実施
- ・文化産業基地、地域的な特色のある文化産業群建設の強化
- ・文化創意（クリエイティブ）、映像、出版発行、印刷複製、エンターテインメント、デジタル・コンテンツ、アニメ漫画など重点文化産業の発展強化
- ・伝統産業の改善・向上、新興文化産業の育成発展
- ・中西部地域中小都市での映画館建設
- ・非公有制経済の文化産業分野進出の奨励・支援
- ・公有制を主体とする多種所有制の共同発展の枠組み構築

⁴⁹ 人民に文化の恵みを与える事業プロジェクト。

- ・優れた民族文化を主体とする国際文化市場の開拓
- ・文化「走出去」モデルの創新
- ・中華文化の国際的競争力と影響力の強化による国のソフト・パワー向上

第3節 「文化体制改革」について

1 「文化体制改革の深化による社会主義文化大発展、大繁栄の推進に関する若干の重大問題に関する決定」

2011年10月に開かれた中国共産党第17期中央委員会第6次全体会議（以下、「17期6中全会」と略す。）では、「文化体制改革」が主要議題とされ、「文化体制改革の深化による社会主義文化大発展、大繁栄の推進に関する若干の重大問題に関する決定」（以下、「重大問題に関する決定」という。）が採択された。

「重大問題に関する決定⁵⁰」は次の9つの部分から構成されている。

- ① 文化改革・発展を推進する重要性、緊急性を十分認識し、社会主義文化の大きな発展・繁栄をより一層自覚し、主体的に推進する。
- ② 中国の特色ある社会主義文化発展の道を堅持し、社会主義文化強国の建設に努力する。
- ③ 社会主義の核心的価値体系づくりを推進し、全党・全国各民族人民が団結、奮闘する共通の思想道德の基礎を固める。
- ④ 「二つのため」（人民と社会主義のために奉仕する）の方向と「双百」（百花斉放、百家争鳴＝多彩な文化を開花させ、多様な意見を自由に論争させる）の方針を全面的に貫き、人民により良い、より多くの精神的糧をもたらす。
- ⑤ 公益性文化事業を大いに発展させ、人民の基本的な文化的權益を保障する。
- ⑥ 文化産業の発展を加速し、文化産業を国民経済の支柱産業にする。
- ⑦ 改革・開放を一層深め、文化の繁栄・発展に役立つ体制・仕組みづくりを急ぐ。
- ⑧ 壮大な文化人材陣を築き、社会主義文化の大きな発展、繁栄を人材面から力強く支える。
- ⑨ 文化活動に対する党の指導を強化し、改善し、文化改革・発展推進の科学的レベルを高める。

この「重大問題に関する決定」は、中国が今後、国家的戦略として「文化強国」をめざすことを宣言したものであり、政治的、経済的、社会的にも大きな意味をもつ。

中国共産党がここで使っている「文化」は狭義のカルチャーの意にとどまらない。「文化強国」は対外的には「文化によるソフト・パワーの強化」を意味する。国際社会の中で、既にGDP世界第2位の経済大国に躍進した中国が、中華民族としてのアイデンティティと結束を強固にし、党・国家主導で国内の文化事業、文化産業の体制

⁵⁰ 重大問題に関する決定の構成内容は、中国共産党の権限を受けて全文公表した新華社報道を参照。

を改革し、文化で世界をリードする国になろうとする意思表示である。

中国において文化体制改革が、声高に唱えられるに至った背景とその狙い等について、次項以下で、さらに掘り下げて述べたい。

2 文化体制改革の背景と狙い

改革開放政策の開始後に、中国共産党中央が全体会議等で「文化」をテーマに議論した歴史を振り返れば、1996年の14期6中全会で「思想道德と文化建設」の課題が提起されたことに始まる。現代中国における「文化」の命題の出発点は、「思想道德」との密接な関係にあった。

その後、市場経済の進展の中、WTO加盟に伴うグローバル市場化への対応が国家の目の前の最重要課題となった2000年10月の15期5中全会で、「文化事業」と「文化産業」の体制改革をめぐる問題が初めて政策課題として取り上げられた。

そして、文化体制改革の問題が初めて国家の重要課題として党大会報告で取り上げられたのは、「三つの代表」論で「中国の先進的文化の前進方向」を示した江沢民から、「科学的発展観」を唱える胡錦濤へと政権が移行する2002年11月の中国共産党第16回全国代表大会であった。

2003年6月、党中央宣伝部は、「全国文化体制改革試点業務会議」を北京で開催し、同年より、北京市、上海市、重慶市、広東省、深圳市等をはじめとする9省市で文化体制改革の試行を行うことを決定した。

2005年12月、中国共産党中央と国務院は、「文化体制改革の深化に関する若干の意見」を発表し、「小康社会」を実現するためには「文化」が重要との意見を公式に示すとともに、文化が経済、政治と密接につながる問題であるとの認識を示した。同時に、この意見において、文化体制改革の基本的な考え方として示されたのが、「公益性文化事業」と「経営性文化産業」を区分し、それぞれの適切な発展を導く改革手法である。

2006年3月に開催された「全国文化体制改革試点業務会議」では、文化体制改革の試行を既に開始している9省市に対しては、成果を踏まえて、点から面へとさらに展開すること、その他の地域においては、部分試行から開始すること、チベット等辺境の地においては、調査研究から開始することが求められ、文化体制改革の本格的な全国的展開がスタートすることとなった。

そして、胡錦濤体制の二期目に入る2007年10月の第17回党大会では、前述のとおり、初めて「文化」が中央全体会議の主要議題とされ、同年、文化建設と経済建設、政治建設、社会建設を一体的に進める「四位一体」が党規約に盛り込まれた。

2009年の「文化産業振興計画」の公表、2010年に党が示した建議に基づき2011年に策定された「十二五」で、「文化事業」と「文化産業」の繁栄・発展が強調され、国家のソフト・パワーの強化が重視されたこと、同年10月の17期6中全会で、「文化体制改革の深化」が、重要議題とされたことについては、前述のとおりである。

現代中国の文化改革の課題において、文化の問題は、二面性を持っている。国家統治のための思想道徳の問題、つまり、中国共産党が建国以来、築き上げてきた社会主義政治体制堅持の要請が根本にある。そして、WTO加盟後、国際ルールと世界基準が求められる市場化対応、つまり、急激に進展する経済と文化のグローバリゼーションの問題がある。

国家統治の観点で見れば、外来の経済や文化の受容が、国内経済や文化とのバランスを無視して進めば、国家の包括性と自律性が失われるという危機感が生じる。

また、自律した経済・産業の発展には、文化の土壌が欠かせない。「ものづくりは、設計者の思いを“もの”につくりこむことであり、よいデザインのよい流れがものづくりの基本である。ものづくりとは文化・思想を形にすることである⁵¹」。産業と文化は不可分である。

そして、文化のグローバリゼーションの進展は、「同質化」及び「多様化」という二つの相反する作用を持つとともに、異文化の「融和」「融合」により、より質の高い新たな文化を創造する可能性を持っている。

こうした背景の下で、「文化事業」を強化し、「文化産業」を振興しようとする改革が「文化体制改革」である。

改革開放以来の中国の経済成長は、外資導入や、国外からの先進技術の導入によって支えられ、「世界の工場」としての発展をみた。経済成長の達成に伴う物質的「量」と「技術集積」が一定充足した段階の中国が、新たに課題認識し始めたのが、精神文化のニーズ、つまり、生活の「質」の充足である。

中国近代の社会発展を振り返り、語られ続けてきたのは、アヘン戦争以来、中国人の精神文化の荒廃に乗じて、西欧列強に思想文化の領域を浸食されたという屈辱の歴史である⁵²。強い歴史観に支えられてきた中国が、「中華民族の偉大な復興」の時代の到来を告げ、「世界の工場」から「世界の市場」、さらに、「世界の文化センター」に移行する段階を迎えたことを示す最大の国際イベントが上海万博であった。

国民経済における「量」から「質」への視点の移行は、富裕層のさらなる増大と国内市場の拡大を狙いとするものでもある。国内支柱産業と位置づけられた文化産業の振興は、国内的には「内需拡大」を、対外的には「走出去」をめざす動きである。

中国は今、「文化強国」の実現をめざしている。国家政策として掲げられている「文化強国」は正確には「社会主義文化強国」である。グローバル化の時代において、中国がめざすのは、中国から人・物・情報を発信する中国全球化（中国グローバリゼーション）である。アメリカナイゼーションを基調としたこれまでの世界のグローバリゼーションの過程で国際社会に席卷している西欧の価値観に根ざす文化をそのまま享受しようとするものではない。

⁵¹ 藤本隆宏 東京大学大学院経済学研究科教授「アーキテクチャと組織能力ー東アジアの産業競争力」講演（2011年12月10日、北京外国語大学北京日本学研究センター開催）参照。

⁵² この歴史観は、中国国家博物館、中国電影博物館、首都博物館等を参観すれば強く実感できる。

「文化基盤を整備し、末端の文化資源の統合・综合利用を促し、大衆の文化活動を活性化するとともに、国家の重要なニュース・メディアの建設強化やインターネットなど新興メディアの運用・管理を重視し、世論の方向を正しく把握・誘導し、中華文化の伝播力を高める⁵³」ことが、「文化事業」の政策目標とされている。

また、「優れた民族文化を主体とし、海外の有益な文化を吸収する産業の枠組みを構築し、国際的な文化市場を積極的に開拓し、文化走出去（海外進出）モデルを創新し、中華文化の国際競争力と影響力を強化し、国のソフト・パワーを高める⁵⁴」ことが、「文化産業」の政策目標なのである。

そして、「中華民族の偉大な復興」に向けて、国のソフト・パワーを強めるために重視されているのが「文化のパワー」である。「文化強国」の実現は、「社会主義の核心的価値体系づくり」に支えられた「中国の特色ある社会主義文化」の発展をめざすものでなければならないと考えられている。そして、「社会主義文化強国」の実現に必要とされている体制改革が「文化体制改革」である。

3 文化体制改革の仕組み

中国共産党中央は、社会主義精神文明建設の重要な任務の一環として文化建設を位置づけており、中央文化体制改革・発展業務弁公室の主任は党中央宣伝部副部長が務める。中国共産党指導下で、国務院の機構である文化部⁵⁵、国家広播電影電視総局（以下、「国家広電総局」という。）及び、国家新聞出版総署（国家版權局）が文化体制改革の主たる部局（署）を構成している。

文化体制改革では、中国の文化関連組織を、「文化事業」と「文化産業」に区分し、その性質——「公益性」と「経営性」——による色分けを行い、改革の方向性を明らかにして、それぞれの発展ニーズに応じて、改革を徹底的に推し進めることを求めている。これにより、文化組織は、基本的に「公益性文化事業」と「経営性文化産業」に大きく区分される。なお、文化事業の中でも営利的性質を持つ領域は企業化・市場化に努める方向性も示されている。

博物館、美術館、図書館等、重点文化惠民プロジェクト・公共文化サービスの基本となる組織は、「公益性文化事業」として位置づけられる。なお、文化体制改革の問題が国家の重点課題として党中央で取り上げられて以来、改革の試行省市を手始めに博物館等の新設、増改築、展示内容の充実等の整備が進み、愛国主義教育基地⁵⁶にも位置づけられ、入場無料化措置が取られている。公共文化施設の整備は、現在、全国的に展開されている。

中国のかつての国営企業単位は、所有と経営の分離の政策により 1992 年以降、国有

⁵³ 資料編【資料 3】「十二五」（第十編第四十四章第 1 節）参照。

⁵⁴ 資料編【資料 3】「十二五」（第十編第四十四章第 2 節）参照。

⁵⁵ 国務院の各部は日本の中央官庁の「省」に相当する。

⁵⁶ 愛国主義教育基地は、小・中・高等学校等教育機関の校外学習においても積極活用が推奨される。

企業⁵⁷へと転換されてきたが、国有企業改革が発表された1998年以降、市場経済に適合する効率的な企業制度の確立を目標として、企業改革が進められてきた。「十一五」時期以来、開始された文化体制改革では、国有企業の中で、経営性の強い文化活動を業とする企業を「経営性文化産業」と位置づけ、独立採算の企業への転換が進められている。企業転換を果たした経営性文化企業は、文化産業振興の対象として支援される。

文化体制改革は、政府主導・社会参加・長期計画・段階的实施という指導方針の下で、各分野の文化業界・企業に要請され、それぞれの性格や業務に応じた改革が進められている。「出版」を例にとれば、「経営性文化産業」形成に向けた改革の試みは北京から開始された。全国文化体制改革のモデルケースとなったのが「中国出版集団」である。

「中国出版集団」は、2002年4月、国务院直属の機関で全国の報道・出版事業と著作権管理業務を監督する国家新聞出版総署（国家版權局）の指導下で、人民出版、商務印書館、中華書局、新華書店総店、中国大百科全書出版社、三聯書店、中国对外翻訳出版公司、中国出版对外貿易総公司等の出版社10数社により結成された大型企業グループである。WTO加盟後の本格的な對外開放に向けて、出版企画から印刷・流通・對外翻訳・對外輸出・版權売買等、一連の出版にかかる大型企業の参入した集団体制を構築し、資本運営を一体化した多角経営を担い、大型外資企業の新規参入に負けない体制づくりを図るとともに、對外展開を図ることが大きな狙いである。

国家新聞出版総署は、「出版物市場管理規定」整備により、外資企業の急激な市場参入を調整するとともに、国有企業の株式制度改革、非国有企業の發展政策の推進、市場監視・管理や、市場参入に係る審査手順・審査期間の明確化等を進めた。

2004年4月、「中国出版集団」は国务院から公司（会社）制への移行の認可を受け、複数出版社が組織する管理委員会体制から、傘下各社の資産・株式の管理を集中して集団公司在「中国出版集団公司」へと移行した。従来の政府関連の非営利性事業体から営利企業体に転身を遂げた集団公司是、科学的發展觀に根差す集積の經濟性的の実現と、科学的管理手法の採用により、競争優位に立って中国の出版文化をリードして新たな文化市場を切り拓く。企業化改革を完了した文化企業は法人登録を行い、従業員は労働契約書を取り交わし、社会保険の加入対象となる。国家は企業転換を果たした文化企業に対して、税収面での優遇措置等を講じて發展を引き続き支援する。これが基本的な文化体制改革の仕組みである。

北京での出版社の集団化・公司化に続く2005年の「安徽出版集団」の設立に際しては、集団設立と同時に、事業体から企業体への業務転換がなされた。2006年には出版發展基金を設立し、デジタル出版等の新たなマーケット開拓が進んでいる。

新興の経営性文化産業の創出により、文化市場は拡大し、金融の文化産業支援度も高まる。企業提携、信用保証、銀行融資、上場による資金調達等を通じて企業転換を

⁵⁷ 国有企業には、国务院の各部傘下の中央国有企業と、地方政府の傘下にある地方国有企業がある。

果たした企業は、産業力の諸要素の集積を実現する。

文化体制改革による企業化・集団化は、自由主義市場化とは異なる。中国の特色ある社会主義体制の下での市場化である。新興の企業集団は、経営面においては、法律を踏まえて独自の責任を負い、自主的な企業発展をめざすが、最高経営層には共産党幹部が選任され、企業内文化は共産党指導の下にある。集団機関直属の党総支部の下に、各業務部門や傘下の会社ごとに党支部が置かれ、それぞれ書記が配置される等、集団内の党組織ネットワークを構築し、社会主義政治体制で世論を正しい方向に導くべき社会的責任を引き受けている。

書籍出版に続き、新聞出版業においても、国家新聞出版総署が2009年4月に発表した、「報道出版体制改革の一層の推進に関する指導意見」に基づき、「公益性報道出版事業」と「経営性報道出版産業」に二分した改革が進められている。なお、党及び政府の重点メディアや、研究機関、民族的特色を有する国家レベルの機関等は、企業化の対象になっておらず、国有管理体制を維持し、引き続き、国家財政による運営が行われることになっている。

文化部所管の芸術団体等においても、国家重点事業である京劇、崑劇、オーケストラ、バレエ、民族芸術団体、文化遺産保護の関連団体など、社会事業的な性質を帯びた団体は、企業転換や制度改革の対象とはならず、引き続き、国の財政予算での運営が行われている。

文化体制改革の産業構造調整や再編にかかる支援、特に地域、業種、所有制の枠を越える複合企業体の合併再編については、社会主義市場参入の監督管理部門である国家工商行政管理総局が全国の工商管理機関とともに支援を担っている。

アメリカのディズニーランドやハリウッドに匹敵する、コングロマリットの大型産業集団の形成をめざした取組も各地で進められている⁵⁸。

4 文化体制改革の深化へ向けた国家財政支援

中国財政部は、2011年11月、文化投入を財政予算の重点に置き、財政支出の比率を高めて、文化体制改革の深化をサポートし、社会主義文化の発展と繁栄を促進するため、財政支援の5つの柱を公表している。

① 財政部門の文化産業への投資の強化、文化事業の新規資金ルート開拓

中央、地方各レベルの財政が、文化産業への投資を増加し、公共財政の文化産業に対する投資の伸び率が経常利益の伸び率を上回るよう保証し、財政支出に占める文化支出の比率を高める。また、資金調達ルートを開拓し、文化産業に投資する非税収入の増加に努め、宝くじ公益金の文化事業への投入比率を高める。

② 文化産業に投入する財政支出構造の最適化、重点文化領域の経費保障の強化

⁵⁸ 地域・業種等を越えた大型文化産業集団への体制改革事例として、「万達文化産業集団」や「文化科技集団」等がある。「万達文化産業集団」は、映画、メディア・報道、舞台演芸、美術、音楽、テーマパーク産業等の複合した世界的な大規模企業集団をめざす。「文化科技集団」については、第5章の「各地における取組事例」で紹介する。

公共文化サービス体系の建設、都市文化と農村文化の一体化した発展の加速、優秀な伝統文化の保護と伝承をサポートする。また、文化製品の創作・生産の指導強化や、中国文化走出去（海外進出）、文化産業発展の加速をサポートする。

③ 財政の投資と管理方法の改革による財政資金効果の向上

財政資金のレバレッジ効果を発揮し、金融資本とその他社会資本の文化産業に対する資金投入を牽引する。また、財政管理方法を改革し、文化の資源配分と使用効率を高める。

④ 各種支援策の着実な実行による文化体制改革のイノベーションの加速

文化を、その性質・機能によって区分・分類し、それぞれの特質にあう支援を実施し、重点文化領域で新たな進展を図る。経営性を持つ文化領域の企業化に関する制度改革を加速する。また、公益性文化事業の改革を着実に進める。

⑤ 新たな国有文化資産管理体制を構築・整備、文化建設の総合力を向上

非営利的国営文化資産管理体制を整備・確立するとともに、営利的国営文化資産管理体制を築く。文化体制改革の過程で国有資産の管理を強化し、文化の総合力と競争力を増強する。

財政部は国有文化企業の管理体制を、従来の行政管理方式から、政府を出資者とする財産権管理方式へと転換を進めている。

2011年の文化産業に対する財政投入額は、前年同期比27.5%増の1,207億元となっている。また、財政部は、国務院発表の「文化産業振興計画」に合わせて、文化企業を育成するため、「文化産業発展専項資金」を設立し、60億元の支援を進めてきたが、文化体制改革の深化に向け、2011年には、さらに文化産業向けの投資ファンド「中国文化産業投資基金」を設立し、初回分60億元を募集した。

2011年12月時点において、財政部が国務院を代表して政府出資している国有文化企業は403社、総資産規模は501億元である⁵⁹。

5 「文化安全」について

文化体制改革についての理解を深めるためには、中国の指導層が重視している「文化安全」の問題に触れる必要がある。

アヘン戦争以降、中国は、西洋の科学、技術、思想、観念、制度を大量に受け入れた。さらに辛亥革命100年、WTO加盟10年を迎えて自由貿易化が進む中で、欧米諸国側の文化のパワーにおされ、世界に向けた中国文化の価値観の波及が進まない一方、中国では改革開放の流れの中で、欧米文化の受容が進み、中国人の生活は半西洋化した。

中国は現在、文化体制改革の深化を通じて、自国のソフト・パワー強化を図り、中華文化の国際的影響力を高めて、世界が認める「文化強国」をめざそうとしているが、

⁵⁹ 「中国証券報」（2011年12月8日）参照。

その背景には、特に 2001 年の WTO 加盟後、新たなステージを迎えた市場化とグローバル化の一層の進展の中で、海外からの文化浸透が進み、自国の文化や核心的価値観が脅かされているという危機感がみられる。

2005 年 10 月、ユネスコがパリ本部で開催した第 33 回総会では、「文化表現の多様性の保護及び促進に関する条約」が 148 カ国の賛成を得て採択された。提案国はフランス、ドイツをはじめとする EU 諸国、カナダ及びアフリカの多くの国を含むフランス語圏の国々であったが、中国、日本、そしてイスラム文化圏も賛成票を投じた。反対はアメリカ、イスラエルの 2 カ国で、オーストラリアなど 4 カ国が棄権している。ユネスコでこの条約が提案された背景には、ハリウッド映画をはじめとするアメリカのコンテンツ産業が世界市場を席捲し、アメリカを中心とした文化のグローバル化が進み、アメリカ以外の諸国が自国の文化表現に関わる産業を十分に発展させられなくなり、文化の多様性を損なってしまうのではないかという危惧があった。

WTO 加盟前の 2000 年に、北京の故宮敷地内にスターバックスコーヒーが店舗を構えたが、ユネスコの「文化表現の多様性の保護及び促進に関する条約」批准後の 2007 年 1 月に中国国営テレビ・中央電視台のキャスターである芮成鋼が自身のブログで、「スタバのサービスは故宮の売店よりも良いかもしれない。しかし、それはある文化記号を代表しているのだから、故宮のなかには出現するのはふさわしくない」と書き、中国国内で議論が巻き起こった。このブログエントリーは一晩のうちに数十万のアクセスを記録したという。結果として同年 8 月、故宮内のスターバックスコーヒーは正式撤退したが、これは「文化安全」の問題を示した一つの事例である。芮成鋼は「今の中国において経済はもう発達した。考えるべきなのはもっと重要な、たとえば文化の保護といったような話題になった」と語っている⁶⁰。

現在、中国の都会の街角にはマクドナルドやケンタッキーフライドチキンなどのファストフード店が増えている。セットメニューの飲み物は、お茶ではなくコーラが標準である。昼時にもなると若者が弁当を買うためにコンビニエンスストア⁶¹で列をつくる。繁華街には海外資本の百貨店やスーパーが立ち並び、地下鉄駅やバス停、メインストリートの看板を見れば高級感溢れる海外ブランド・ファッション広告が目には飛び込む。そして、ハリウッド映画や日本のアニメ・漫画（中国ではアニメと漫画をあわせて「動漫」という。）を愛好する若者が増え、テレビでは海外ドラマや輸入アニメが視聴率を稼いでいる。



前門大街にもあるスターバックスコーヒー
(2011 年 8 月に撮影)

⁶⁰ ふるまいよしこ著『中国新声代』（集広舎、2010 年 2 月）。

⁶¹ コンビニエンスストアはアメリカで原型ができ、日本で発展を遂げた。中国にはセブンイレブン、ローソン、ファミリーマート等が展開している。

近年、中国では、日本のコミック漫画を原作とする台湾ドラマブームに続き、韓国ドラマブームも興ったが、政治的に文化のソフト・パワーへの注目が高まり、「文化強国」をめざして文化産業振興が国策の重点と位置づけられると同時に「文化安全」志向も高まり、大衆文化の各分野等において、海外からの輸入コンテンツの規制を強める傾向が見られる。

6 越境する文化とその受容

中国のメディアは、中共中央宣伝部⁶²の強い影響下にあることをまず明らかにしておかなければならない。しかしながら、一方で、文化は政治的境界で区切られるものでないこともまた事実である。大衆に支持される文化は、市場化の進展とメディア技術の発展の中で国境を越えて価値観を発信する。グローバル社会の中で文化、特に大衆文化は越境して影響を与え合い、受容されることによって、よりパワフルになる。文化は、国家や地域の枠組みを超え、受容者の潜在的意識に影響を及ぼすと同時に、異文化との交流を通じて改めて認知され、新たな価値観を発揮するのである。そしてまた、越境する文化とその受容は、政治や経済、社会状況の影響を受けるとともに、逆に政治・経済・社会に大きな影響を与える力を持っている。ここでは越境する文化の事例を大衆に身近なサブカルチャーを中心に幾つか取り上げ、併せて「文化安全」の思想の背景となる歴史や、政府が行っている保護政策や輸入規制の動き等も紹介したい。

① 流行音楽

中華人民共和国の建国当時には、「群衆歌曲」と呼ばれる大衆向け歌曲が数多く創作された。これらの音楽は、紅歌（革命歌曲）として人民の闘志を鼓舞するスローガンの役割を果たした。また、組織的には国家設立による芸術演技団体「文芸工作団」が、農村を巡回して歌や舞踊などを披露しつつ、政治的プロパガンダの普及に功績を残している。

そして建国後、中国文化部は 1952 年に北京で「全国民間音楽舞踊祭」を盛大に開催し、翌 1953 年⁶³から職業歌舞団の設立が始まっている。歌舞団は、都市部の劇場で披露できる芸術を確立し、人民に社会主義思想を啓蒙する必要性から、既存の文芸工作団の再編等を基本として、各省・市・自治区の基本行政単位毎に設置された。また、中央に中央歌舞団が、軍隊には軍隊歌舞団が、対外的文化交流の必要性から東方歌舞団が設立されている。

歌舞団は、伝統的民間音楽（民歌）や舞踊の伝承と発展を主要な任務とし、新作歌舞の創作を行う団体だが、設立経緯から見てわかるように、その活動や創作は政治的影響下にあり、思想教育の重要な一つの手段であった。

⁶² 中国共産党中央委員会宣伝部の通称。文化部、国家広電総局、国家新聞出版総署等の施策の方針等に関わる文書は、通常、中共中央宣伝部との連名で通知される。

⁶³ 1953 年は日本では、NHKテレビが開局され、『紅白歌合戦』の放映が開始された年である。

中国大陸で、洋楽やその影響を受けた流行歌曲を求める機運が高まるのは、文化大革命終結後、改革開放政策が始まる 1970 年代末期以降である。1980 年に、天津で開催された「第一回中日友好音楽祭」に日本のロックグループのゴダイゴ⁶⁴が出演し、翌 1981 年にはアリスが北京での単独コンサートを行い、日中音楽交流の幕が開けた。

1980 年のゴダイゴ公演は中国で初めて開催されたロックコンサートとなった。ゴダイゴやアリスの中国公演は、その後の中国大陸での流行歌の展開に大きな影響を与えた。1986 年に「第一回百名歌星演唱会」が北京で開かれ、この演唱会（コンサート）で、北京生まれの歌手・崔健が歌った『一無所有』（俺には何もない）は、中国人が初めて公の場で歌ったロックであり、中国の新時代を告げる歌であった。この歌は、後に天安門学生運動でも愛唱されている。

また、「第一回中日友好音楽祭」でのゴダイゴとの共演を縁に、中国大陸出身の歌手として初めて日本でレコードデビューした歌手は関牧村⁶⁵である。関牧村が歌った『愛のつばさ』はタケカワユキヒデ作曲、王均時作詞、ミッキー吉野編曲による日中合作であった。

中華圏のポピュラーミュージックの世界で、アジアの歌姫として最初に名をはせた歌手は鄧麗君（テレサ・テン）である。台湾で天才少女歌手としてデビューした鄧麗君は華人社会を足がかりに香港や東南アジア全域で人気を広め、日本デビューも果たし、日本歌謡界で活躍したことは周知のとおりである。台湾では、日本の流行歌が多くカバーされ、公共の電波で流されてきた経緯があるが、鄧麗君が歌った曲は、中国大陸の伝統的民歌よりも、日本の流行歌・演歌の影響が色濃い。鄧麗君のヒット曲の『何日君再来』『夜来香』などは 1980 年代に中国大陸で精神汚染音楽、靡靡之音（みだらな音楽）として禁止されたがテープレコーダーの普及とカセットテープのコピーにより中国全土に広まった。鄧麗君は大陸を訪れて歌うことなく、大陸においても国民的歌手となった。

中国大陸では、1980 年代末から各地に音楽ラジオ局が誕生した。また、1990 年頃から音楽媒体のデジタル化が進み、カラオケ⁶⁶の流行や CD、VCD（DVD 普及前に中華圏を中心に流通したビデオ CD）の普及⁶⁷が進み、流行音楽の市場化と大衆化のさらなる進展をみる。1990 年代以



王菲『靡靡之音』（アルバム表紙部分）
（台湾・福茂唱片音楽股份有限公司発行）

64 ゴダイゴは 1978 年に、日本のテレビ番組『西遊記』の主題歌『ガンダーラ』、『Monkey Magic』をヒットさせていた。これらの音楽やドラマは日本でのシルクロードブームを高め、中国でも中日友好の気運を高めた。

65 関牧村は天津歌舞劇院出身の著名なメゾソプラノ歌手である。「第一回中日友好音楽祭」の後、日本で開催された 1981 年の「第 10 回東京音楽祭」に出演予定だったが、体調不良のため不参加となった。近年、中国人民政治協商会議委員を務めている。

66 1970 年代後半から日本で流行したカラオケは、その後台湾や香港での流行を経て中国大陸に浸透した。

67 CD、VCD の普及に見られる音楽や映像媒体のデジタル化は、大量の海賊版の流通にもつながった。

降、香港や台湾の歌手の大陸公演が盛んとなるが、こうした動きは市場化を背景とするメディアや娯楽、コマーシャリズムの発展と密接な関係がある。こうした時代背景のもと、鄧麗君に続き 1990 年代にアジアの歌姫となったのは王菲（フェイ・ウオン）である。北京生まれの王菲は香港でデビューし、アメリカ生活を経て、帰国後発表した 1992 年のアルバム『Coming Home』の『容易受傷的女人』（傷つきやすい女）が大ヒットを放った。この曲は日本のシンガーソングライター・中島みゆきの『ルージュ』のカバー曲である。王菲は香港映画の新時代を切り開いた王家衛（ウオン・カーウァイ）監督の 1994 年の作品『重慶森林』（日本名：『恋する惑星』）に出演して主題歌も歌い、アジアを越えて国際的評価を獲得した。その後、鄧麗君の楽曲を歌ったカバー・アルバム⁶⁸も発表している。

日本で中国の流行音楽が本格的に紹介されるようになったのは、京都で「アジアミュージックフェスティバル」が開催された 1994 年頃からである。このフェスティバルに出演するために来日した中国人歌手は前述の崔健と、瀋陽生まれの艾敬であった⁶⁹。崔健の『一無所有』（俺には何もない）や、艾敬が歌った『我的 1997』（私の 1997 年）は、自らの経験や、社会への疑問、自らの夢を歌っている。艾敬は、1996 年には、鄧小平の「白猫黒猫論」のパロディーとも思われる歌『黒猫白猫』を発表している。かつて政治との密接な関係のもとで流行音楽の主流を担った文芸工作団や歌舞団の歌は「人民」や「我々」が主役であったが、崔健や艾敬は組織に束縛されない自由な精神で、従来の因習を打破し、個としての認識である「俺」や「私」の思いを歌にして、若者に共感を得るとともに、国境を越えて受容されたのである。

中国への返還前の香港では、ビートルズなどの欧米ロックに影響を受けたバンドブームが続き、流行音楽は大陸とは異なる発展を遂げていたが、1990 年代に入ると、「四大天王」と呼ばれる 4 人のスター（張学友、劉徳華、郭富城、黎明）が、それぞれ、広東ポップスを歌い、映画スターとしても活躍して注目を浴びた。彼ら香港の歌手たちは、1997 年の香港返還を睨み、従来の広東語の曲に加えて普通話（北京語）のアルバムを発表して活躍の場を広げ、アジアの大スターとなった。こうしたスター歌手の受容は、大陸にとってエンターテインメントとしての流行音楽と音楽産業の受容の過程であった⁷⁰。



張学友北京演唱会（チケット・カード）

68 王菲は 1995 年に鄧麗君の楽曲を歌ったカバー・アルバムを発表した。アルバムには、『靡靡之音』という「非」と「菲」の同音をかけた意味深長なタイトルがつけられた。このアルバムで王菲は、鄧麗君の時代には望んでも叶わなかった北京中央フィルハーモニー管弦楽団との共演を実現した。なお、このアルバム制作中に鄧麗君は亡くなり、追悼アルバムとなった。

69 崔健は、ロック歌手として本格デビューする以前は、北京歌舞団所属のトランペット奏者であった。また、艾敬は瀋陽歌舞団と東方歌舞団での活動を経て、独立後、台湾の滾石唱片（ロックレコード）から『我的 1997』を発表して人気歌手となった。

70 例えば、アジアの大スターで、エンターテインメント性の高い張学友の演唱会などをみれば、多くのエンターテインメント・広告・メディア関連企業等が興行実施体制に組み込まれており、文化産業の発展に結び

また、台湾を拠点に中華圏全域で活躍する香港出身の周華健や、台湾・香港・中国大陸の垣根を超えて音楽活動する台湾出身の羅大佑、李宗盛などのシンガーソングライター兼音楽プロデューサーの活躍に見られるように、1990年代以降、流行音楽の世界においては、政治に先行して中華文化圏のボーダーレス化が急速に進んでいる。特に台湾資本のレコード会社による大陸市場を視野に入れた事業展開が顕著となり、大陸の実力派歌手が台湾のレーベルと契約を交わしてアルバム（CD）を発表する動きが増え、台湾を拠点とする流行音楽の商業化が進行する⁷¹。

さらに、2000年代に入ると、孫燕姿や光良、梁静茹に代表されるシンガポールやマレーシアの華人歌手による台湾を足がかりとした中国大陸での活動も活発化している。

日本においては、1990年代半ば以降、中国古箏奏者の伍芳や、古典楽器演奏グループ・女子十二楽坊による古典音楽に現代風アレンジを加えた演奏が人気を博し、ウーロン茶のコマーシャルでは中国歌曲が注目された。ポップスの世界においても、日本語と中国語を交じえた歌を歌い、大陸歌手として、初めて日本の紅白歌合戦に出場した上海出身の歌手・aminや、中国語のヒット曲を日本語でカバーして歌い 2000年代後半から台湾を中心に中華圏で人気を獲得した日本人歌手・中孝介⁷²のように、国境や言葉の壁を越え、心が共感する音楽をめざして活動する歌手も増え、音楽の垣根はさらに低くなってきている。

前述のように、台湾が中華圏の流行音楽の発信拠点としての機能を強める一方で、中国大陸においては、湖南省の湖南衛星テレビ局が、2004年から新人女性アイドル歌手のオーディション番組『超級女声』の放送を開始し、大陸におけるスター歌手を発掘することになる。大陸では、歌手は歌舞団などの単位に所属して活躍するのが基本であり、商業ベースでの歌手の輩出は台湾の音楽産業が主力を担ってきたが、娯楽性の強いオーディション番組の放映開始により、テレビというメディア媒体で視聴者によるPK投票を得て一躍スター歌手になる道が開けたので



『超級女声』出身人気歌手・張靚穎の北京演唱会（広告ハガキ）

ついていることがよくわかる。なお、2011年1月に張学友の演唱会が行われた北京の五棵松体育館は万事達（マスターカード）が5年間の命名権を取得し、同年、張靚穎の演唱会開催時（2011年11月）には、万事達中心（マスターカードセンター）と名称変更している。中国におけるネーミング・ライツ制度導入の先行事例である。

⁷¹ 例えば、台湾の大手レコード会社・滾石唱片（ロックレコード）による大陸歌手のアルバム制作着手の動きや、艾敬と同じく瀋陽歌舞団出身の実力派歌手・那英が台湾の福茂唱片と契約する動きなど。いち早く自由な市場化を進めた台湾の制作会社は、台湾はもとより中国大陸の放送局等メディアをはじめ、華人の多い東南アジア市場へもネットワークを広げた。大陸歌手にとって台湾大手レコード会社との契約はマーケット拡大につながる動きである。

⁷² 中孝介は台湾の周杰倫や香港の陳奕迅、シンガポールの華人・光良のヒット曲などを次々と日本語翻訳バージョンで歌った。2008年の台湾のヒット映画『海角七号』では日本人歌手役で出演するなど、国境を越えるアジア圏の歌手として活躍している。

ある。なお、この番組のPKでは、視聴者はショートメッセージで応援する女性に票を投じた。大衆社会における携帯電話の普及⁷³がこの番組がヒットする条件でもあった。

第2回目の2005年の『超級女声』では、中国全国から15万人が応募し、決勝戦の視聴者は約2億人といわれる。国営テレビ局・中央電視台をおびやかすほどの全国視聴率No.1の人気番組となり、全国に「超女（スーパーガール）」（『超級女声』の略称）ブームを巻き起こした。その後、2007年には、男性版オーディション番組の『快樂男声』が始まり、『超級女声』は2009年に『快樂女声』に改編されて改めて放送開始されている。

「超女」が社会的ブームとなったポイントは、現在の政治に希薄な「大衆の参加」と「投票による選抜」を娯楽の中で実現したことにある。勝ち抜いて新人歌手デビューを果たすのに必要なのは、従来の歌舞団の女性歌手たちに特徴的な「歌唱力に優れた美人」という画一的な条件ばかりではない。中性的な雰囲気の子宇春や、少数民族出身の何洁などに見られるように、個性やファッション性、大衆との親近感などが求められる。こうして選ばれた歌手たちは、演唱會やテレビ出演をはじめ、様々な企業コマーシャルに出演し、ファッション誌のトップを飾るなどトレンドイヤーな活躍をしている。

『超級女声』にはじまるテレビ番組の群衆参加と選抜型の娯楽路線は、他の地方局も追随するところとなり、類似番組が増え、テレビ番組の低俗化批判を巻き起こした。そして、国家広電総局の規制を受け、その決定と管理に従う形で、湖南衛星テレビ局は2012年から『快樂女声』の放送見送りを発表している。

中国で、女性アイドル・オーディション番組『超級女声』の放送が開始された翌年の2005年、日本では、女性アイドルグループ・AKB48が結成されている。AKB48は、日中国交正常化40周年を記念する2012「日中国民交流友好年」親善大使となり、2012年2月に北京や上海等で開催された「元気な日本」キャンペーンで、日本の文化を紹介するプログラムの一環として舞台に出演し、ミニライブを行った。中国でも若者を中心に日本のポップカルチャーの熱心なファンが多いのは、インターネット空間がグローバル化を遂げた結果でもある。

② インターネット文化

中国では、グローバル化とIT技術の進展に伴い、2000年代以降、インターネット文化が急速に普及した。大衆音楽の世界でも、かつてのレコード、カセットテープやCD・VCD、DVDに変わり、インターネットによる視聴が日常化している。

流行音楽が合法・非合法を問わず、簡単に視聴、ダウンロードできる状況が広がる中で、国家により、安易に流通する音楽を規制しようとする動きが強まる。

2000年9月、國務院は「インターネット情報サービス管理弁法」を施行し、第4条

⁷³ 湖南衛星テレビ局のこのオーディション番組は、携帯電話メーカー「步步高」がスポンサーであった。

で、営利目的のインターネット情報サービスには許可制度を、非営利のインターネット情報サービスには届出制度を設け、許可・届出手続きを履行せずにインターネット情報サービスに従事することを禁じた。

また、2002年6月、文化部と税関総署の連名で「音楽製品輸入管理弁法」を施行するとともに、文化部は2003年7月、「インターネット文化管理暫定規定」（以下「暫定規定」という。）を施行した。暫定規定は、国务院の「インターネット情報サービス管理弁法」等に基づき、インターネット文化製品の生産・伝達・流通と、その提供・サービス活動を管理するための規定で、音楽をはじめ、芸術作品、ゲーム、アニメなど、インターネット上の文化製品が対象とされた。インターネット文化活動を営利と、非営利に区分し、許可制度と届出制度を設けて情報管理するものであり、文化部と省・自治区・直轄市の文化行政部門が、インターネット文化製品を各管轄ごとに管理することを定め、規定違反には罰則を適用している。

さらに、文化部は「十一五」時期の2006年12月、「インターネット音楽の発展・管理に関する若干の意見」を公布し、中国国内で配信される全てのインターネット音楽製品は、文化部による輸入許可もしくは登記が必要とし、インターネット音楽の輸入は、文化部の内容審査を経てから行う必要があり、輸入音楽の配信に際しても、法律に基づく手続きが必要と規定した。外資企業等の市場参入や、コンテンツ内容の管理を強化する内容である。

また、「十二五」時期に入った2011年4月、文化部は、「改訂インターネット文化管理暫定規定」（以下、「改訂暫定規定」という。）を施行した。改訂暫定規定では、インターネット文化が社会公衆の精神文化や思想道徳に与える影響を認識し、文化事業と文化産業の発展を重視する「十二五」の文化発展の方向性を踏まえ、これまでのインターネット文化管理業務をさらに地方行政に委ねる内容となっている。特に各レベルの地方政府の文化行政部門が、インターネット文化の建設と管理の中で、社会主義の核心的価値体系を発揚する積極的な役割を強調し、県レベル以上、特に省・自治区・直轄市人民政府の行政部門の職責・権限・義務を強化している。

文化部は改訂暫定規定等に従い、未検閲音楽のブラック・リストを発表し、国内のインターネット音楽サイトに対して、ダウンロードと再生を禁じている。2011年8月に、文化部が第3回目の未検閲オンライン音楽として発表・通知した100曲の中には、日本では平井堅や倉木麻衣が、英語圏の曲では、レディー・ガガ、ビヨンセ、バックストリート・ボーイズなどがリストアップされている。中国語圏の曲でブラック・リストに載った多くは台湾・香港の歌手の歌であった。一国二制度下にある香港・マカオ経由の迂回輸入への対応も、国家の文化安全の観点から、課題と考えられている。

中国では、音楽をはじめ、写真、動画、オンラインゲーム、アニメなど、インターネット文化市場の監視・管理体制の強化とともに、優良なインターネット文化企業やインターネット文化製品の国際市場の拡大を奨励し、中国が発信地となるインターネット文化の国際競争力と影響力の向上をめざしている。

なお、言論統制が敷かれている中国で、インターネット文化製品のコンテンツ以上

に、政府が危機感を持ち、警戒を強めているのが、瞬時にして双方向性の伝達機能を持つ新興メディアの普及である。ツイッター、フェイスブック、You Tube 等へのアクセス遮断措置が取られる一方で、携帯電話の短信（ショートメッセージ）、QQ（インスタントメッセンジャー）、マイクロブログ・微博（ウェイボー）等、国内で開発されたソーシャルメディアの利用が急激に拡大している。ソーシャルメディアが文化のみならず、政治・経済・社会に与える影響は計り知れない。進化発展を遂げる新興メディア、ネット社会の大衆化と管理規制をめぐる動向が、今後極めて注目される。

③ テレビドラマ

中国ではテレビ放送は、1958年の放送開始以来、長年にわたり、政治プロパガンダの手段として位置づけられてきた。こうした中で、中国国産のテレビ番組は、テレビ局による制作に限られ、長い間、娯楽というより教育メディアとして捉えられてきたため、国家イデオロギーに即したコンテンツが主流であり、革命の歴史を特徴づける「紅色ドラマ」⁷⁴が多かった。その後、改革開放政策の中で、市場化とグローバル化が進展し、テレビの一般家庭への普及と同時に海外テレビ番組コンテンツの輸入が進む中で、各地のテレビ局は商業メディアとしての性格を強め、テレビ番組は次第に娯楽性を高めていった。

1983年から1984年にNHKが放送した連続テレビ小説『おしん』は、日本での放送翌年の1985年に中国各地で放送され、高視聴率が記録された⁷⁵。胡錦濤国家主席は、2008年の訪日前に人民大会堂で行われた記者会見で、日本の文化と日本人の印象に関して、「中国で1980年代に一世を風靡した日本のテレビドラマ『おしん』の印象が深く残っている。主人公が向上心を持ち、努力して困難を克服した創業精神は印象深い。」と語っている。『おしん』は、儒教的ともいえる勤労観や道徳観が日本の戦後の高度経済成長を支えたストーリーでもある。市場経済に転換しつつあった1980年代の中国社会で、視聴者は『おしん』の物語に日本の経済発展の背景を見て、その人生を自らの夢に重ねるとともに、日本人の文化と精神に共感を覚えたのであろう。

また、1990年代には、漫画家・柴門ふみ原作のドラマ『東京ラブストーリー』（中国名：『東京愛情故事』）をはじめとする日本のトレンドドラマが中国で話題を呼ぶ。中国の若者たちはドラマを通じて日本に興味をもち、都市生活へのあこがれを抱くきっかけとなった。中国の青春アイドルドラマのはしりである『北京愛情故事』（1996年）や『将愛情進行到底』（1998年）⁷⁶にはこうした日本のトレンドドラマの影響が見られる。2011年にはテレビドラマ『北京愛情故事』のリメイク版がテレ

⁷⁴ 紅色ドラマの主流を占めてきたのは「抗日ドラマ」である。ドラマ制作に際しては、歌舞団の協力や、人民解放軍による機材の提供等も見られる。

⁷⁵ 中国では『阿信』のタイトルで放送された。1985年放送時、90%近い視聴率が記録されている。

⁷⁶ ドラマ『将愛情進行到底』の主演は徐静蕾と李亜鹏である。ドラマの後日談として2011年に公開された映画も同じ二人が主役を務めた。女優の徐静蕾は1996年の『北京愛情故事』でも主演を務めていた。徐静蕾が監督・主演して2010年に公開された映画『杜拉拉昇職記』では都市社会で颯爽と生きるトレンドリーな女性の姿を描いている。

び放映され、『将愛情進行到底』はドラマの続編が映画公開⁷⁷されている。これらのドラマは、現代の都市社会での若者の愛や生活をテーマとしたドラマであり、従来の「紅色ドラマ」とは一線を画する。

中国国産テレビドラマの大きな転換期は、中国のWTO加盟準備期の1999年、民間制作会社の参入が認められ、テレビドラマ制作の産業化が開始されたことを一つの起点とする。82号文書といわれる国家広電総局のガイドラインにより、テレビ局が責任を持って番組を制作し放映していた従来システムから、テレビ局や民間制作会社が制作した番組を国家広電総局の審査を経て放送するシステムに切り替えられたのである。「番組の制作」と「番組の放送」の分離、つまり、コンテンツを流通と区別して商業化・商品化可能なものを明確にするという国のこの施策は、WTO加盟に起因するものだが、国家にとっては、商業化しても「安全なコンテンツ」と「危険なコンテンツ」を分ける作業、つまり、コンテンツのどの分野を商業化するのかが問題となった。規制原則として、「政府は継続的に、コンテンツ自体を、①商業的なもの、②商業的ではないもの、③その中間のもの、という三つのカテゴリーに分けている。安全なコンテンツとみなされている金融・経済ニュースのチャンネルや番組へは、海外からの投資が認められている。一方で合弁会社による娯楽番組はいまだ禁止されている」⁷⁸のであり、国家がメディアを「文化的安全保障」と位置づけている現代中国では、外国企業との合弁政策等についても、市場化と規制の間で揺れる状況が見られる⁷⁹。番組制作の市場化に伴うコンテンツの多様化の一方で、国家にとって危険と判断されるコンテンツの入り込む可能性が高い番組——特に大衆性の強い娯楽番組——を中心とする規制が続く。こうした中で、国家広電総局による不明確な審査基準や放送禁止措置など、中国のテレビドラマでは、引き続き文化安全をめぐる問題を抱えている。

日本の漫画を原作に台湾で2001年に制作されて大ヒットした連続テレビドラマ『流星花園』は、台湾はもちろん、アジア各国に輸出されて高視聴率を獲得した。原作は神尾葉子の漫画『花より男子』⁸⁰である。これ以降も台湾では相次いで日本の漫画を原作としたドラマが放映されて人気を博し、ドラマで主演した台湾のユニットグループ「F4」⁸¹や「飛輪海」のメンバーはアジアを代表するアイドルに育っている。

日本の漫画を原作とした台湾ドラマのヒットは、創造力豊かなストーリーと魅力あるキャラクターを生み出す日本の漫画やアニメ文化を台湾が受容してきた結果である。

77 この映画の主題歌『因為愛情』は王菲と陳奕迅がデュエットしてこの年のヒット曲となり、『春節聯歡晚會』でも披露された。

78 王瑾著、松浦良高訳『現代中国の消費文化—ブランディング・広告・メディア』（岩波書店）参照。

79 ニューヨークを拠点とするメディア・コングロマリットのニュース・コーポレーションがチベット族の多く住む青海省の衛星放送「青海衛視」の広告事業や番組提供に関与し始めた後、中国政府は、2005年7月、外資のメディア参入やコンテンツ輸入の厳格化の方針を発表している。

80 『花より男子』は1992年から少女漫画雑誌『マーガレット』に連載された漫画で、日本では1995年に内田有紀主演により映画化、1996年にはテレビアニメ化されていた。台湾では、テレビドラマ化に先立ち、中国語版の単行本が『流星花園』のタイトルで出版され、日本のテレビアニメ版もケーブルテレビで放送された。これらの人気を受けて台湾で制作されたテレビドラマの脚本は、原作漫画のストーリーをほとんどアレンジすることなく踏襲したものである。

81 F4は『流星花園』の主題歌『流星雨』（平井堅の曲のカバー）を歌い、歌手としてもデビューした。

『流星花園』は、外来文化に対する審査が厳しい中国大陸ではなく、商業化がいち早く進み自由な気風の台湾だからこそ制作できたのである。

ドラマ『流星花園』がシンガポールやマレーシアなど華人圏でも大ヒットする中、中国大陸でも、地方テレビ局などが台湾のテレビ局からドラマを買い付け、テレビ放送が計画された。国家広電総局の審査を受け、当局により問題ありと判断されたシーンが大幅にカットされた末、許可が下りて 2002 年 2 月から地方各局で放送開始されたが、3 月に、国家広電総局から各省広電局に、『流星花園』は青少年に悪影響を与え誤った方向へ導くとして、放送停止の通知がなされ、全てのテレビ局の放送が急遽停止された。しかしながら、放送停止措置にかかわらず、このドラマはインターネットやVCDを通じて中国全土に人気を広げた。



『流星花園』VCD(ライナーノート部分)
(台湾・可米瑞智文化傳播事業有限公司制作)

台湾制作の『流星花園』は、2003年に日本でもテレビ放映され、華流ブームを巻き起こすきっかけとなった。台湾版の大ヒットを受け、日本でも 2005 年に日本のテレビドラマ『花より男子』が、2007 年にドラマ続編の『花より男子 2 (リターンズ)』が、2008 年には映画『花より男子 F (ファイナル)』が放映されている。

その後、韓国でも 2009 年に『花より男子』の韓国版である K B S テレビドラマ『花様男子』が放映され、さらに、2002 年当時に台湾版が放送禁止された中国大陸においても、2009 年には、湖南衛星テレビ制作による大陸版の『流星花園』が、『一起来看流星雨』⁸²のタイトルで放映されるに至る。このように、グローバル化が進み、情報メディアが発達した現代において、文化は、たとえ国家の規制を受けても、合法非合法を問わず国を跨ぎ、時と空間を経て越境しつながって受容される、あるいは変換されて逆輸入される現象が見られるのである。

また、それと同時に前述の「紅色ドラマ」が現代においても、時時の政治状況や世相を反映しつつ、繰り返し制作され、国家広電総局から優良ドラマとして表彰を受けている。例えば、日中戦争 60 周年にあたる 2005 年には抗日をテーマとするドラマが、建国 60 周年を迎えた 2009 年には、共産党による革命の歴史や建党・建国の偉業を讃えるドラマが、辛亥革命 100 周年の 2011 年にも革命をテーマとしたドラマが多数制作、放映される傾向が見られた。愛国主義や民族団結の精神などを描いたドラマは「主旋律」⁸³ドラマ」と言われ、今も国のプロパガンダの役割を果たしている⁸⁴。

⁸² 『一起来看流星雨』は、『流星花園』から押金主義的な内容や暴力的な場面を除いて大陸版としてリメイクされ、国家広電総局の審査を経て放送されたドラマであるが、放送禁止措置がとられた『流星花園』のようにはヒットしていない。

⁸³ “主旋律”は党や政府が伝えたいプロパガンダの核心をさしている。

⁸⁴ 日中国交正常化 40 周年を記念して、京都を舞台にしたテレビドラマ『今夜相思雨』を制作したプロデューサー・脚本家の孫軍氏は、自治体国際化協会北京事務所での面談の際に、「中国では、依然として日本兵

一方、台湾の作家・瓊瑤原作による清代の宮廷ドラマ『還珠格格』（1998年、中国大陸と台湾合作）の大ヒットをきっかけに、時代劇ブームも巻き起こった。女優の趙薇は『還珠格格』でお転婆な“小燕子”を演じて中華圏のアイドルスターとなった。以来、中国では、女性が活躍する時代劇ドラマが多く制作放映されている。

2010年に放映された中国大陸制作の漢代宮廷ドラマ『美人心計』の主演は台湾女優の林心如が演じた。女優の楊冪が主演し2011年に放映された中国大陸の清代宮廷ドラマ『宮鎖心玉』は香港の李慧珠が監督している。中国のテレビドラマの世界では、中国大陸と香港、台湾の垣根はますます低くなってきている。

また、清代宮廷を舞台にした2011年の劉詩詩主演ドラマ『步步惊心』は、『宮鎖心玉』と同様、現代社会に生きる若い女性が清朝にタイムスリップして活躍するドラマである。2011年には孫麗主演の清朝後宮ドラマ『甄嬛伝』も制作された。これら清代のドラマの舞台は“康乾盛世”（康熙帝、雍正帝、乾隆帝の三代にわたる国力が盛んな時代）で、清朝の統治による版図が最大となり、文化が最も興隆した時代である。ドラマはいずれも、康熙帝から、その世継ぎとなった雍正帝に治世を引き継ぐ時代が焦点である。雍正帝の時代の記録は少なく、解き明かされていない謎も多いが、北京にある故宮博物院⁸⁵が公開している歴史資料等によれば、政局を安定させ、国庫の充実を図り、人民の負担を軽減するなど、先帝の成果を継承し、輝かしい乾隆時代を切り開いた明君と位置づけられている。また、雍正帝は儒教思想を極めて重視し、その教化指導と文化の継承を提唱した皇帝として紹介されている。中国には、「過去の事実によって現在を語る」という伝統がある。清朝ドラマの制作や公開が続く背景に、文化強国をめざす現代中国の政治と文化の世界における中華復興と伝統回帰志向が垣間見られる。

一方、中国で制作される現代ドラマの状況を見れば、政治的プロパガンダ色の濃い主旋律ドラマを除けば、現在の社会状況を反映して、①革命後の急速な経済発展を背景とした社会の歪みや道徳観念の喪失、②伝統的家庭観念と個人の価値観の衝突など親子・新旧世代間の観念の対立、③一人っ子政策や女性のキャリア志向、都市農村間格差を背景とした困難な結婚事情などを背景とした深刻なストーリーのドラマ（テーマとしては、拝金主義、第三者⁸⁶、裸婚⁸⁷、離婚など）が多く、新時代の担い手である80后や90后⁸⁸の若者たちに人気のあるドラマにはなり得ていない。

さらに、こうした状況の中で、文化体制改革の一環として、2011年11月、国家広電総局は2011年11月、地方の衛星テレビ局等が視聴率を競い合う娯楽番組に対し、

が悪役の戦争ドラマが繰り返し放送されているが、自らのドラマ制作を通じて、そうした日本の固定化されたイメージを払拭したい。そしてこのドラマ放映を通じて日中友好の架け橋にしたい。」と語られた。（2011年9月14日）

⁸⁵ 2009年に北京の国立博物院と台北の故宮博物院の初の共同展として開催されたのが、「雍正大展」であった。収蔵品の貸出しも行われ、中国大陸と台湾の文化交流と兩岸関係は新たな時代を迎えている。

⁸⁶ 中国語の「第三者」は「愛人」のこと。

⁸⁷ 「裸婚」は裸一貫の貧しい状態での結婚のこと。厳しい格差社会と不安定な経済構造の下で就職困難な大卒低所得群居集団を指す「蟻族」とともに、社会問題となっている。

⁸⁸ 中国では1980年代生まれを80后（バーリンホウ）、1990年代生まれを90后（ジウリンホウ）と呼ぶ。

2012年から番組一本当たりの放送時間を90分までとすること、番組本数に総量制限を加えること、ニュース番組の放送時間を確保すること、CM内容や時間に一定の規制を加えること等の通達を行っている。湖南衛星テレビ局が2012年の『快樂女声』の放送見送りを発表したのはこうした事情による。

現在、中国大陸の若者の多くは、話題のドラマ番組や流行情報などをインターネットを介して入手している。テレビでの海外ドラマ放送が許されないのであれば、海賊版の安いDVD、さらにはインターネット上の動画共有サイト⁸⁹に次々と公開されるコンテンツで楽しむのが当たり前の状態となっている。大衆文化の越境が進む中で、国家広電総局の規制に関わらず海賊版が流通するという矛盾を抱える中、国の海外ドラマ規制はさらに強化の動きが見られる。

国家広電総局は、2000年より海外ドラマの輸入が特定国・地域からに集中しないように調整するとともに、ゴールデンタイム（19時～21時30分）は海外ドラマの放送を控える措置を取ってきたが、さらに、2012年2月9日付け通知で、海外ドラマを禁止するゴールデンタイムを19時～22時に延長するとともに、海外長編ドラマ（原則50集を超えるもの）の放送を控えるよう、各テレビ局や地方政府に要求した。この通知では、併せて、テレビ局の一日のドラマ番組の放送時間のうち、25パーセントを超えて海外物を放送することを禁じるとともに、放送する海外ドラマは、暴力や低俗な内容が含まれていない質の高い作品であることを求め、特定国・地域の作品を集中的に放送することを避けるよう規定している。

海外テレビドラマの放送に制限を加える一方で、国家広電総局は、次節で取り上げる2012年2月15日の「国家“十二五”時期文化改革發展規画綱要」発表の記者会見にて、中国で制作される自国の優秀ドラマに対する奨励基金を設け、毎年3,000万元を奨励金として準備し、優秀作品には100万元から300万元の奨励金を交付する施策等も発表しており、国産ドラマの保護強化策がとられている。

④ 映画

始めてアメリカ映画が中国に正式に輸入されたのは1994年のことであった。前年にアメリカで公開されたハリソン・フォード主演のサスペンスアクション映画『亡命天涯』（原題：『The Fugitive』、日本公開タイトルは『逃亡者』）である。その後、中国は毎年10本のハリウッド映画を輸入することになる。一大産業を築き上げていたハリウッド映画の輸入開始について、中国映画業界や文化人の間ではまるで黒船の襲来のように不安視された⁹⁰が、事実上、その後の中国映画市場の繁栄を促進するきっかけになったとも考えられる。1998年に輸入されたパニックスペクタクル映画『タイ

⁸⁹ 優酷網、土豆網など様々なサイトが立ち上げられている。

⁹⁰ 1996年に出版された『中国可以説不』（日本語訳版：『ノーと言える中国』）で、作家の張蔵蔵は次のように説いている。「制作に巨費を投じ、パッケージとして送り出させるハリウッド映画に代表されるいわゆる“アメリカ文化”は、世界各地で侵略を実行している。暴力シーンと性犯罪に満ちたハリウッド映画は、ビジュアルな刺激が強く、その侵略の結果は、多くの国と地域の映画産業に未曾有の大打撃を与えたばかりか、それら地域の伝統文化と現代文明とをじわじわと絞め殺している。」

タニック』は中国映画の年間売上げの5分の1を獲得し、中国国内で3.2億元という入場券売上を記録している。

その後、2001年に中国はWTOに加盟し、ハリウッド映画の年間輸入本数をこれまでの10本から20本に拡大する。輸入映画の増大は国産映画の衰退につながるのではないかとの危機感を背景に、文化強国への流れが加速し、文化産業構築に向けた国家の政策転換により映画の産業化がはじまり、東洋のハリウッドをめざして北京や上海をはじめとする都市を中心に国家を挙げての映画産業基地⁹¹づくりが進むことになるのである。

2001年に国務院が公表した「中央宣伝部と国家広電総局及び新聞出版総署による『出版・メディア・放送・映画の改革の推進に関する若干の意見』に関する通知」はWTO加盟後の中国におけるマスメディアの市場の原理導入の必要性を明確に示したものであった。同年、「映画管理条例」が改定⁹²され、映画審査制度の一部緩和が行われている。従来は映画制作許可を得た会社のみ撮影前審査を受ける権利が与えられ、国家広電総局の映画審査委員会への完成脚本提出や中間素材審査が求められていたが、2001年の緩和により、「主旋律」にかかる特殊題材をテーマとするものを除き、映画監督もしくは映画制作会社が、撮影前に省や直轄市の窓口に梗概（あらすじ）を提出し、撮影許可を取得すれば撮影できるシステムに改められた。ただし、撮影後編集済みのフィルムは、国家広電総局の審査を経て、上映許可を得る必要があることに変わりはない。

その後、2003年には文化部が「文化部による文化産業発展の支持と促進に関する若干の意見」を発表している。この文化部の意見では、文化産業の発展戦略を充分認識することの意義や、中国の文化産業発展の現状とその問題点などが、各省、自治区、直轄市等に示された。こうした動きを受け、同年には、国産映画の創作活動の促進や、映画を通じた国際文化交流の促進、制作者の権益保護等を目的として、改正後の新たな映画管理条例を踏まえた「中国と外国との合作撮影映画管理規定」「映画台本（梗概）や映画審査にかかる暫定規定」「映画制作、発行、放映営業資格許可にかかる暫定規定」「外商投資映画館にかかる暫定規定」等の一連の規定が国家広電総局により相次いで整備されている。こうして、市場化に対応する映画の管理基準が2003年に次々と明文化され、映画をグローバル時代の文化産業として育成するための政策転換が動き出したのである。

2003年の政策転換を映画監督の賈樟柯は次のように語っている⁹³。

⁹¹ 北京では懷柔区楊宋鎮に、ハリウッドに対抗する中国電影集団（中国映画グループ）の映画製作スタジオ基地として、2008年、「国家中国映画デジタル製作基地」が整備された。この基地は15万平方メートルの広さを持ち、ハリウッドの撮影スタジオ群を凌ぐ規模である。映画村機能を持つ星美今晟影視城（星美今晟影視城制作中心）も隣接している。

⁹² 2001年12月25日に改定公布された「映画管理条例」により、2002年2月以降、映画配給会社が省を超えて個別に映画館と契約を結べる「院線制」も開始された。これにより、映画配給会社の戦略的マーケティングが可能となり、映画の産業化が進むこととなった。

⁹³ ふるまいよしこ『中国新声代』（集広舎、2010年2月）から引用。賈樟柯は『世界』、『三峡好人』（日本上映タイトル：『長江哀歌』）、『二十四城記』（日本上映タイトル：『四川のうた』）など、改革開放

「2003年にぼくは「解禁」された、つまりずっと映画を撮ることを禁じられていたのが、2003年に当局が中国における映画の撮影と配給を認めた。」「以前は映画は中国政府の宣伝担当機関に属するとされていて、そこでは政府の政策、党の政策の宣伝といったものに責任を負ってきたんですね。だから、その審査はとても厳しかった。それが、2003年になって新たに映画を産業として位置づけたことによって、映画は「宣伝の工具」から産業になって、中国映画をある意味で開放した。あの年にぼくと一緒に解禁された監督も十数人いましたね。そして、そんな監督が撮った映画が映画館入りするようになった。そんな観客面での変化を除けば基本的にまだ審査制度は残っていますが、基本的に空間はかなり大きくなった。」

1993年の作品『風箏』（日本上映タイトル：『青い凧』）で、子供の目を見た中国の政治・社会の変遷を描き、東京国際映画祭グランプリを獲得した映画監督の田壮壮も、その映画は中国での上映が禁止され、10年間にわたって映画撮影を禁じられた。

中国映画は従来、イデオロギー色が濃く、建党・建国の歴史を讃えるプロパガンダ映画⁹⁴が主流であった。そうした中であって、『黄土地』（日本上映タイトル：『黄色い大地』）で監督デビューした陳凱歌や、『黄土地』では撮影を務め、莫言の小説を映画化した監督デビュー作品『紅高粱』（日本上映タイトル：『紅いコーリャン』）でベルリン国際映画祭グランプリを獲得した張芸謀監督作品をはじめとする芸術性の高い映画が国際的にも認められてきた。しかしながら、WTO加盟を機に自由貿易が進展し、海外資本との合作映画が容易になり、中国映画制作のグローバル化が進む。そして、多様性や娯楽性がなければ輸入映画に太刀打ちできない中で、多くの映画監督が商業映画に参入する傾向が強まっている。

日本のアニメ映画では、セル画⁹⁵作成加工の多くが北京や上海、広東省等の中国人をはじめとするアジアの人材に支えられているのはもはや常識であるが、中国の映画製作も、国際的な協力・分業時代を迎えている。例えば、2010年に公開された中国初のIMAX映画である馮小剛監督作品『唐山大地震』では地震の特殊効果を表現するためにニュージーランドの特殊効果スタジオであるウェタ・デジタルの技術協力を得ており、2011年公開の張芸謀監督作品『金陵十三釵』の爆破シーンではハリウッドの技術支援を受けている。

国務院は、2009年の「文化産業振興計画」発表後、引き続き、2010年1月に2015年を目標年次とする「映画産業の繁栄発展の促進に関する指導意見」を発表している。指導意見は、「十二五」時期に中国映画産業がめざすべき三つの大きな国家戦略目標

政策の経済発展の影で戸惑う庶民の姿を描く作風で知られる。映画撮影が解禁された2003年以降、日本やフランスなどの資金協力を得て合作映画を多く手掛けている。

⁹⁴ 2009年の中国建国60周年には、成龍（ジャッキー・チェン）や李連杰（ジェット・リー）など国際的な豪華スターを多く起用した韓三平監督（中国電影集団董事長）による大作『建国大業』が中国映画興行収入の大半を稼いでいる。その後、引き続き共産党成立90周年記念作『建党偉業』も撮影された。プロパガンダ映画は今なお強い影響力を持つ。

⁹⁵ 現在、セルアニメはアニメ産業の中心的存在であるが、CG（コンピュータグラフィックス）技術の普及により、素材としてのセルの使用はほとんど姿を消し、デジタル化を遂げている。

を明らかにした。それは、第一に、映画産業の生産・発行・放映システム、政策法規システム、市場監理監督システム、市場媒介システム等、トータルな映画産業機構システムの構築目標であり、第二に、世界水準の強大な産業組織を育成し、世界に知れ渡る映画芸術の名作を創作するパワーを培う目標である。そして、第三に、グローバル化社会の国際的な協力・分業時代の中で、世界に影響力を持つ映画強国となることである。そのためには、プロデュース、営業・プロモーション等の総合力を兼ね備えた映画強国をめざす必要があると指導意見は示している。

さらに、2011年12月、国務院は「映画産業促進法（草案）」を発表した。この草案では、財政・税制・金融措置や、中国映画産業への民間資本参入促進などの内容を盛り込み、映画製作に対する外資参入の規制緩和を図る一方で、国家に危害を与える内容や、社会道徳に反する内容を禁止している⁹⁶。

また、2012年2月、習近平国家副首席はアメリカ訪問時、WTOの映画問題解決に向けた覚書について合意し、3DやIMAX映画を中心にハリウッド映画の年間輸入本数をこれまでの20本から34本に増やし、興行収入のアメリカ側取り分を13%から25%に引き上げる合意をした。中国は今、国境を越えた協力と競争の時代の中で、国家主導の映画産業促進策による文化強国への道歩んでいる。



映画館の輸入映画広告と北京精神の標語
(2012年2月、百麗宮影城国贸店)

⑤ アニメ

日本では、近年、アニメ文化を外交ツールとして積極的に活用しようとする動きが広がり、外務省や、国際交流基金を中心に、中国においてもアニメによる日中文化交流の各種イベントが開催されるようになってきた。2011年11月、北京において、日中映像交流事業「2011日本アニメ・フェスティバル」が日本の関係省庁と中国文化部や国家広電総局の共催で開催された。北京の日本大使公邸での開幕式には、日本の外務大臣、在中国日本大使、中国の文化部長（日本の大臣に相当）、国家広電総局副局長他が出席し、『鉄腕アトム』の声優・清水マリさんや、『ドラえもん』の主題歌を歌ったアニメ歌手・山野さと子さん達も参加した。日中の国民間の相互理解を促進するための取組である。



外務大臣、日本大使、中国文化部長、広電総局副局長による開幕テープカット

⁹⁶ 国家広電総局が審査を行う「映画審査制度」は引き続き実施されている。

中国には日本のアニメファンが多く、国策としてアニメを文化産業の大きな柱に育てようとする動きも活発化しており、国境を越えた日中間の民間レベルによる協力作業も増えてきている。

日中のアニメ交流については、一般的に日中国交正常化後の日本アニメの中国への輸出から語られ、アニメ文化は平和の象徴として捉えられることが多いが、アニメ文化交流がもつ歴史的な性格と本質を理解するには、日中戦争当時の交流史を振り返る必要がある。

アジアで最初に製作された長編アニメ映画は中国の『鉄扇公主』（日本公開タイトルは『西遊記 鉄扇姫の巻』）である。『鉄扇公主』は、1930年代後半に上海で公開されたディズニー初の長編アニメ『白雪姫』を観て刺激を受けたアニメ製作者の万兄弟（万籟鳴と万古蟾）が、日中戦争の最中、ディズニーアニメを目標として、中国の国威発揚のために製作した73分の長編作品である。中国で1941年に公開されたこのアニメ映画は、「同時期の時代劇が愛用した“借古諷今”手法を踏襲し、抗戦イデオロギーを娯楽性により巧妙に溶け込ませた作品」⁹⁷と位置づけられているが、中国の古典小説『西遊記』を題材に、ディズニー映画の特殊効果や最新技法と、中国の伝統絵画に根ざした水墨画アニメの技法等の融合により、芸術的にもアニメの新境地を切り開いた作品であった。

この長編アニメ『鉄扇公主』は、日本においては、戦時下の1942年に早くも中国から輸入・公開されてヒットし、日本のアニメ関係者に衝撃を与えると同時に、西洋に対抗する東洋のアニメとして賞賛され、日本の海軍に長編アニメ映画を製作させる動機となった。そして、海軍の依頼を受け、アニメ製作者の瀬尾光世が1943年、日本初の長編アニメ映画『桃太郎の海鷲』⁹⁸（37分）を、1945年4月には、戦前最大の大作といわれる『桃太郎 海の神兵』（74分）を完成させている。

『桃太郎 海の神兵』は、映画学者・加藤幹郎の論評を借りれば、「全体として単純なプロパガンダ性を越えた豊穡な描写力を有しており、戦時プロパガンダ映画という歴史的意味を越えて、アニメーション映画史にのこるみごとな映画テキスト」⁹⁹であり、芸術性が高く、詩情に溢れている。

漫画家の手塚治虫は、『桃太郎 海の神兵』を戦後の焼け残った映画館で観て、日本でもこんなアニメ大作映画が作れるのかと感動し、アニメ映画の製作を決意したというエピソードもある¹⁰⁰。手塚治虫は、この戦時プロパガンダ映画の中に、戦争に翻弄された製作者が子供たちに向けて語りたかった未来への夢と希望を見たのであろう。

日本初のカラー長編アニメ映画は、東映が1958年に公開した藪下泰司監督の『白蛇伝』だった。「白蛇伝」¹⁰¹はもともと、「孟姜女」「梁山伯と祝英台」「牛郎織女」

⁹⁷ 晏妮著『戦時日中映画交渉史』参照。借古諷今とは、昔のことに託して現代を諷刺・表現することである。

⁹⁸ 晏妮著『戦時日中映画交渉史』によれば、『桃太郎の海鷲』（中国名：『天空神兵・飛太子』）は当時、国策色の薄い娯楽映画とともに、上海で上映されている。

⁹⁹ 加藤幹郎著『日本映画論 1933-2007 テキストとコンテキスト』参照。

¹⁰⁰ 中尾明著『まんがとアニメで世界をむすぶ手塚治虫』参照。

¹⁰¹ 「白蛇伝」は京劇の題材としても演じられる中国の有名な物語である。1930年代に中国映画スター女王

とともに中国の四大民間伝説の一つとして知られる有名な物語である。また、東映の長編アニメ映画第3作目の『西遊記』（1960年公開）では手塚治虫の漫画『ぼくの孫悟空』が原案とされた。この映画制作で漫画家・手塚治虫は構成を担当し、アニメ映画界でのデビューを果たした。この作品は中国の長編アニメ『鉄扇公主』の影響を多分に受けている。手塚治虫自身、漫画『ぼくの孫悟空』のあとがき¹⁰²で次のように述べている。

「昭和17年に封切られた中国最初の長編アニメ『鉄扇公主』が、ぼくの目をみはらせ、つよい印象をあたえたのが、『ぼくの孫悟空』をやりたいというのぞみになったのです。このアニメは、そのコピーフィルムのボロボロになったのが一本ぼくの手元にあります。当時、ディズニーの『白雪姫』がつくられてからまもないというのに、あの中国でマルチや特殊効果までつかった長編アニメができたのは、ほんとうにおどろくべきことです。・・・そのアニメのおもしろさ、スケールの大きさときたら、もう舌をまいたほどでした。」
「『ぼくの孫悟空』には、この『鉄扇公主』の影響がかなりつよくでています。ことに『火焰山と牛魔王』のくだりは、はらいのけようと思ってもあのアニメのイメージが心にちらついて、とうとう、ほとんどイミテーションにちかいものになってしまったくらいです。今それを読んで、まったくおはずかしいくらい、あのアニメのものまねなのです。」

長編アニメ『鉄扇公主』の他にも、中国には、上海で制作された盛特偉監督による1960年製作の教育アニメ映画『小蝌蚪找妈妈』（おたまじゃくしがお母さんを探す）のような詩情豊かな水墨画アニメの伝統や、万籟鳴監督が手掛けた1961年製作の京劇仕立てのアニメ『大鬧天宮』（大暴れ孫悟空）、中国の神話を題材に京劇の動きも取り入れた1979年製作の王樹枕監督作品『哪吒鬧海』（ナーザの大暴れ）などの名作アニメがあった¹⁰³。

アニメ映画の黎明と発展の歴史において、国境を越えた影響力と相互作用を無視することはできない。

日本では、テレビ放送開始（1953年）10年後、1963年1月に日本初の連続テレビアニメ、手塚治虫の『鉄腕アトム』が放映され、同年9月、アメリカにも輸出され『アストロボーイ』として好評を得る。その後、『鉄腕アトム』（中国公開タイトルは『鉄臂阿童木』）は、1972年の日中国交正常化と、文革（1966～1977年）の時代を経て、1980年に中国初の海外輸入テレビアニメとして中央電視台（CCTV）で放映され、人気を博した。現代中国における日本のテレビアニメは、『鉄腕アトム』から始まり、その後、次々と受容され、中国に欠かせない大衆文化として定着することになる。

そして中国では、『一休さん』『ドラえもん』『美少女戦士セーラームーン』『スラムダンク』『クレヨンしんちゃん』『ドラゴンボール』『ちびまる子ちゃん』『名探偵コナン』など、数多くの日本のテレビアニメが公開されてきた。長編アニメ映画

の胡蝶が出演した実写版映画もある。

¹⁰² 手塚治虫漫画全集19『ぼくの孫悟空』8（講談社、1980年7月）あとがきより平仮名も原文どおり引用。

¹⁰³ 「中国電影博物館」展示資料参照。

では、『となりのトトロ』『千と千尋の神隠し』など、寓意性の高い独自の世界観と実写映画に勝る空間表現力をもつ宮崎駿監督作品が中国の若者の心を掴んだ。こうして、日本アニメは、中国の未来を担う若者たちの精神文化に少なからぬ影響を与え、80后、90后にして「私達は幼い頃から日本のアニメを見て育った」と言わしめている¹⁰⁴。

次に、中国の国産アニメの状況を見ておきたい。

中国国産アニメ振興が強化されてきた背景として、中国の伝統やシンボルを利用して制作されたアメリカの輸出アニメが、中国を映画消費地として大ヒットを収めたこと、世界的にも大きな興業成績を収めたことを無視できない。1998年のディズニーの長編アニメ映画『Mulan』（ムーラン）は、古代中国を舞台とした伝説の物語を題材に、京劇『花木蘭』の要素も取り入れて中国に逆輸入されて大ヒットした。2004年には『Mulan 2』も公開されている。さらに、2008年、アメリカのドリームワークス・アニメーション制作のCGアニメ『kung fu panda』（カンフーパンダ）が全世界でヒットし、中国でもアニメ作品歴代一位の興業成績を収めている。このアニメ映画は、中国のシンボルであるパンダが、龍の戦士に選ばれてカンフーで戦う喜劇アニメである。2011年には『kung fu panda 2』も公開されている。

世界に誇る歴史と伝統と文化資源を持ちながら、自国でそれをソフト・パワーとして活かせず、アメリカ資本が中国のお家芸を使って成果を挙げる状況を打開するため、2000年代に入り、政府によるアニメ産業の保護育成と、外国アニメ規制の動きが強化されることになる。

2000年には国産アニメ製作人材の育成強化を図るため、北京電影学院¹⁰⁵に国内初のアニメ専門の動画学院が設立される。同年、国家広電総局は、外国アニメの発行許可制度を設け、事前審査による許可を得なければ国内でテレビ放映ができないこととした。さらに、2003年4月に、テレビ局が放送するアニメのうち、クォータ制によって国産アニメ放送枠を保障し、輸入物は40パーセントを越えてはならないという通達を出している。そして2004年4月、国家広電総局が「わが国の映像アニメーション産業の発展に関する若干の意見」を発表し、同年12月に同局主催による第1回の「国家アニメ産業基地」や「国家アニメ教学研究基地」の認定が行われるなど、国家政策として国産アニメ振興の方針が明確に打ち出された。また、2006年4月に國務院弁公庁が財政部等10部・委員会と共同で、「わが国のアニメ・漫画産業の発達を推進する若干の意見の通知」を出しており、北京、上海、広州、深圳、長沙などの国内各都市で国



上海万博アジア広場でセーラームーンのコスプレ姿で寸劇を演じる中国人の少女グループ（2010年6月）

¹⁰⁴ 中国ではアニメ文化の中に、コスプレというジャンルが確立されている。地方政府主催の漫画・アニメのイベントなどでも、コスプレ競技が行われている。第Ⅱ部第5章第3節第2項参照。

¹⁰⁵ 北京電影学院の歴史については、第Ⅱ部第3章第7節参照。

家予算支援によるアニメ産業振興育成のためのイベントが活発化する。

一方、国家広電総局は2006年9月に、アニメのゴールデンタイム（17時～20時）の輸入アニメ放送禁止の指令を出し、さらに、2008年2月通知では、アニメチャンネルや青少年・児童向けチャンネル等が一日に放送するアニメのうち、国産アニメの占める比率を7割以上としなければならない原則を示し、2008年5月からは輸入アニメ放送禁止時間をさらに17時～21時に拡大している。

そして、2008年8月、文化部から「文化部の中国アニメ産業扶助に関する若干の意見」が発表され、これを受けて、全国の地方政府もアニメ産業扶助政策を打ち出しており、国内アニメ産業の振興に向けた資金面での優遇策が強化されている。このようにして、中国のアニメ産業は国策として成長産業への道を邁進する。

現在、中国で最も人気の国産アニメは羊のキャラクターが主人公の『喜羊羊と灰太狼』である。2005年のテレビ放映開始以来、子供たちの心をつかみ取ったこのアニメは、映画化もされ、すでに公開されたシリーズ3部作の総収入は3億元を超えており、キャラクターグッズも人気商品となった。著作権を持つ広東原創動力文化傳播有限公司は、2011年にディズニーとの間で、『喜羊羊と灰太狼』及び派生製品に関するグローバル代理権契約を結び、ディズニーとの戦略的パートナーシップのもとで、国際ブランド化をめざしている。『喜羊羊と灰太狼』は、英語のほか10カ国語以上に翻訳され、ディズニー傘下のチャンネルを通じて世界52の国・地域で放映されることになった。

また、政府の文化産業政策のバックアップを受けている国家重点アニメ企業で、2007年より国家文化輸出重点企業¹⁰⁶の認定を受けている湖南山猫卡通有限公司¹⁰⁷製作のアニメ『山猫とジミー』シリーズは、“優秀国産アニメ”として国家広電総局から評価を受け、中央電視台（CCTV）のアニメ番組として放映されているほか、同会社が開発しているキャラクターグッズとともにパッケージ商品化して中東各国、ベトナム、インドネシアなど数十カ国・地域に輸出されている。



IT企業やアニメ制作企業が集積する湖南省の「長沙ソフトウェアパーク」

『中国アニメ産業発展報告（2011）』¹⁰⁸によれば、中国では2010年の一年間で、新たに国産のテレビアニメが385本、アニメ映画が16本生産されており、2004年に

¹⁰⁶ 国家文化輸出重点企業は、国家商務部、国家文化部、国家広電総局、国家新聞出版総署及び中共中央宣伝部が合同組織する委員会で選定され、選定された企業は市場開拓、新技術開発、税制、通関等の優遇措置を受けることができる。

¹⁰⁷ 長沙国家ハイテク技術産業開発区管理委員会の龔計勛副主任の協力のもと、国家ソフトウェア産業基地長沙ソフトウェアパーク発展センターにある湖南山猫卡通有限公司の吳暉総裁に中国アニメ事情について取材協力を得た。社名にある“卡通”（cartoon）はアニメーションの意。吳暉氏は山猫カンフー研究会会長や湖南省太極拳運動協会副主席を務める武術家でもある。山猫拳を使うアニメ『山猫カンフー』のキャラクターによる中国武術の普及も図っている。

¹⁰⁸ 盧斌、鄭玉明編『中国動漫産業発展報告（2011）』（社会科学文献出版社、2011年5月）参照。

国家政策としてアニメ産業支援の方針が明確に打ち出されて以来、7年間で国産アニメの生産量は約50倍となっている。しかしながら、量的には著しく増えたものの、質的には課題が多い。前述の『喜羊羊と灰太狼』や『山猫とジミー』のように、国内で好成績を収め、海外展開も成功させている中国アニメは、いずれもほぼ低学年までの年齢を対象とした子供向けアニメである。日本アニメのように中高生や大学生、大人をも夢中にさせるようなキャラクターやストーリー展開、テーマの多様性は認められない。

こうした中、2011年7月に中国で公開された長編アニメ映画『藏獒多吉』（日本公開名は『チベット犬物語～金色のドージェ～』）は、本格的な日中共同製作第一号となった。日本のアニメ制作会社のマッドハウスと中国電影集団の合作であり、中国人作家の楊志軍が書いたベストセラー小説『藏獒』（チベット犬）を原作とし、企画開発と原画を日本側が、動画と仕上げを中国側が担っている。従来の国産や輸入の枠にこだわらない新たな試みである。単なる委託加工の下請け方式ではなく、国境を越えて互いの長所を生かして協力する取組に今後、期待が寄せられる。

中国では、政府の手厚い支援と輸入規制により、前述のように、国産アニメの生産本数は急激に増えているが、興行成績は振るわない現状がある。新聞や週刊誌で、「国産アニメはどうして人気がないのか？」といった疑問が投げかけられている¹⁰⁹。これに対して、中国のマスコミでは明快な答えは見られないが、現在の中国アニメ産業が抱える構造的な問題を客観的に見て、大きく次の二点が指摘できる。

一点目は、現在の中国ではアニメ番組に対し、映画やテレビドラマと同様、審査許可制が厳格に実施され、国家がコンテンツの立案、製作、放送許可等に厳しく関与していることである。このため、既存の価値観や世界観を描き変える従来にないオリジナリティー溢れる作品を創作しても放送まで漕ぎ着けないリスクがある。政府の手厚い支援と関与が裏目となり、結果的に制作者の冒険心と豊かなイマジネーションの表出の阻害につながっている面もある。また、中国社会ではアニメは子供のものという意識が根強く、子供たちに対する教育的効果が求められる。このため、現在のところ、小学校の高学年以上を満足させるアニメ作品はほとんど見られない。アニメ産業が娯楽性と芸術性を高めるためには、時代の息づかいが感じられる多様な題材や表現とともに、自由な精神が不可欠なのである。

二点目は、アニメ産業は、ディズニーが確立したビジネスモデルが示すように、劇場やテレビ公開だけでなく、DVDや音楽ソフト、書籍・パンフレット等の出版、キャラクター文具や遊具など関連商品と商業施設、テーマパーク、観光産業など、様々なエンターテインメント関連産業とともに産業チェーンを確立することにより大きな売上効果が期待される。しかしながら、中国では、作品やキャラクターが公開され、そのキャラクターグッズが販売されるや否や、海賊版が現れるという現実がある。アニメ産業関連企業の著作権、知的所有権保護に関する認識不足が、国産アニメ市場に

¹⁰⁹ 一例を挙げれば『中国新聞週刊』（2011年9月15日号）で、特集記事「国産オリジナルアニメはなぜ面白くないのか？」が組まれている。

投資を呼び込み、海外展開する障害となっているのである。

第4節 国家“十二五”時期文化改革發展規画綱要について

国務院は2012年2月15日に国家“十二五”時期文化改革發展規画綱要（以下「綱要」と略す。）を発表した。この綱要は、第2節で紹介した「十二五」及び第3節で紹介した「重大問題に関する決定」に基づき、「十二五」時期に、中国が国家をあげて文化改革發展を推進するための拠りどころとなる計画綱要である。各地方政府や各部門はこの計画に基づき、「文化強国」の樹立に努めることが求められる。

長文の綱要であり、ここで全体を詳細に紹介することはできないが、「十二五」期間に文化改革發展のために国家が示した規画の柱及び特徴的なポイントをまず簡単に紹介しておきたい。

綱要は、「重大問題に関する決定」でも重視された「社会主義の核心価値体系づくり」を改めて第一の重点として掲げ、具体的な取組として、「公共文化サービス体系構築の促進」「文化産業發展の促進」「文化体制構造改革イノベーションの促進」「文化産品創作生産指導の促進」「メディア体系づくりの促進」「文化遺産の保護伝承・活用の促進」「対外文化交流と協力の促進」「文化人材づくりの促進」を柱としている。

そして、政策措置として、①政府投入保障政策、②文化経済政策、③文化貿易促進政策、④著作権保護政策、⑤法制保障を掲げた。「文化強国」の樹立に向けて、各分野で投資額の増強等が図られ、「十一五」時期を上回る、大規模な文化改革が実行される。

具体的な取組のうち、特徴的ポイントを幾つかピックアップして紹介しておきたい。

○公共文化サービス体系に関して、市民に身近な公共施設の無料開放をさらに推進する。中国では綱要の公表時点で、既に全国約1,800の公共博物館の無料開放が実施されているが、さらに無料公開を推し進め、博物館や美術館、文化会館、図書館、科学技術館、記念館、工人文化宮、青少年宮等をはじめとする公共文化サービス施設はすべて無料開放とする計画である。

○現代文化産業体系の構築をさらに推し進めるため、様々な特色をもつ文化創業創意園区の建設等を企画・推進し、中小文化企業の發展を支援する。中国の東部、中部、西部各地域において、各地それぞれの優れた地域資源を活用して、文化産業基地計画や建設の促進を図り、全国文化産業モデル区建設や、文化産業集積群の發展を促し、文化産業の集積化、専門化レベルをさらに高める。

○国家の許可範囲内で社会資本を多様な形で文化産業に投入して国有經營性文化単位の企業転化を図り、重大文化産業プロジェクト実施と文化産業園区の建設を進めると同時に、各種文化企業の公共文化サービスへの参入を推奨し、資金援助や税の減免等の政策措置をとる。

○民間収蔵の文化遺産・文化財についての鑑定制度、資格管理制度を整備導入し、文化財保護・管理を強化するとともに、文化遺産・文化財の検査、登記登録、認定制度等を整備する。併せて、世界文化遺産、大遺跡等の保護修繕や巡察管理の強化を

図るため、文化財管理機構を設置する。また、工業遺産や、元代以前の木造建築、郷土建築、文化景観等を守るための調査を行い、その保護策を展開する。

○都市化の中で古い街並を改造するに際しては、文化遺跡の保護を高度に重視する。工業遺産、文化景観、考古遺跡公園等の文化資源を整備・活用して、文化遺産情報リソースやデジタルリソースを開発利用し、中華文明の対外PRの向上を図るとともに、国民教育の中で文化遺産教育を推進する。

なお、綱要が示した10大プロジェクトの抜粋を資料編に掲載するので参照されたい。

第5節 “十二五” 時期文化産業倍增計画¹¹⁰について

中国文化部は2012年2月28日に、「“十二五” 時期文化産業倍增計画」（以下、「倍增計画」と略す。）を発表した。これは、「十二五」 時期における文化産業の具体的目標値を示した発展計画であり、2015年までの5年間で文化産業の増加値を2010年比の倍増をめざすものである。

倍增計画では、文化部が所管している文化産業全体の付加価値ベースの増加額¹¹¹を年平均20%以上成長¹¹²させ、5年間で4,000億～4,300億（2010年時点数値）から、8,000～9,000億元へと倍増させることを達成目標として掲げている。

文化部が所管している文化産業は、現在、国家統計局の統計データが示している全ての文化産業の約3分の1強を占める。倍增計画で示された重点対象業種は、演芸・芸能、娯楽・エンターテインメント、アニメ・漫画、ゲーム、文化観光、芸術品、工芸美術、文化コンベンション、創意デザイン、インターネット文化、デジタル文化サービスの11分野である。

なお、それぞれの重点業種ごとの主な発展目標は次のとおりである。

<重点11業種とその発展目標>

重点業種	発展目標の概要
1. 演芸・芸能	全国主要都市をカバーする、全国規模あるいは広域にわたる劇場等ネットワークを10件程度構築するとともに、国際的知名度の高い演芸・芸能産業集積区1～2カ所を形成して演芸・芸能強国への礎を築く。
2. 娯楽・エンターテインメント	5～10件の大規模で競争力と実力のある娯楽産業のブランドを築き、国産設備と国産オリジナルコンテンツによる国内市場占有率を60%以上にする。

¹¹⁰ “十二五” 時期文化産業倍增計画の目標値については、中国文化部及び財政部のホームページを参照。

¹¹¹ 増加額とは、生産過程において産出される全体投入を上回る価値を指す。中国国家統計局の規定では収入法に則して次のように計算される。労働者が得た報酬、生産税の実質納付額、固定資産減価償却と営業利潤を合計して算定。

¹¹² 文化部発表によれば、国家統計局のデータに基づいて算定した文化産業に係る2004年～2008年の増加額は年平均23.2%、2008年～2010年における増加額は年平均24.2%増を達成している。

3. アニメ・漫画	2015年までに生産増加額 300 億円をめざす。5～10 件の国際的に強い競争力と影響力のあるアニメ・漫画ブランドと中核企業を育成するよう力を注ぐ。
4. ゲーム	2015年までに業界の収入規模 2,000 億円をめざす。
5. 文化観光	文化観光を文化産業と観光産業の新たな経済成長ポイントとする。
6. 芸術品	2015年までに市場取引総額 2,000 億円をめざす。
7. 工芸美術	2015年までに工芸美術の生産増加額 6,000 億円超をめざすとともに、輸出額 200 億ドルをめざす。
8. 文化コンベンション	3～5 件程度の中国全土をカバーして国際競争力のある文化コンベンションを構築する。
9. 創意デザイン	1～2 件の国際影響力のある創意デザイン展・会議・コンテスト等を実施し、3～5 都市の世界に名だたる「設計之都（デザインの都）」建設を支援する。
10. インターネット文化	インターネット文化商品のオリジナル創作力と文化的プレゼンスを高め、インターネット文化の核心競争力を増強する。
11. デジタル文化サービス	デジタル技術の制作・伝播・営業・普及等サービスを担う文化サービス企業の集積を図り、文化産業とハイテク技術の融合発展を支える。

倍増計画は、また、高度な国家級文化産業モデル園區と文化産業モデル基地を全国 10 カ所程度建設することや、地域の特色ある 100 カ所程度の文化産業集積ゾーンや文化産業の集積した町や村を育て、社会的影響力が強く事業効果の高い文化コンベンションやフェスティバル等の活動を新たに 10 件程度立ち上げることも目標に掲げている。

第 6 節 「文化走出去」と「中華文化の復興」の取組

1 文化のソフト・パワーの発信強化

ソフト・パワーは、アメリカの安全保障問題の専門家であるジョセフ・S・ナイが提唱した外交用語で、その国の文化・言語・生活様式等が持つ政治・外交能力や諜報能力を背景とした対外的影響力のことをいう。ナイは、パワーにはハード・パワーとソフト・パワーがあり、軍事力による威嚇や経済支援で他国を従わせる力をハード・パワー、強制や報酬ではなく魅力によって望む結果を得る力をソフト・パワーとして区分し、外交においては、この 2 つのパワーをうまく組み合わせたスマート・パワーが重要だと説く（中国では、ハード・パワーは「硬実力」、ソフト・パワーは「軟実力」、スマート・パワーは「巧実力」と訳されている。）。そしてソフト・パワーの源泉として、第一に「文化」、第二に「政治的価値観」、第三に「政策」を挙げている。

る¹¹³。特に平和の時代にこそ、ソフト・パワーの役割は重要であり、ソフト・パワーを強化し、対外発信を続けて、支持、理解、共感を得ることで、国際社会における信頼や、発言力は高まると考えられている。これは、政治的な交渉の場における話語権（自らの立場や考えを認めてもらうために発言する権利）に関わる問題でもある。

このソフト・パワーの発想は、中国においては、戦わずして相手を心服させるのを最も上策とした孫子の兵法の思想に既に認めることができる。また、日本では、30年余り前に高度経済成長を遂げて日本人が海外からエコノミック・アニマルと呼ばれた時代に文化立国政策の重要性を説き、『新・文化産業論』を著した日下公人が、次のように述べている¹¹⁴。

「日本人がエコノミック・アニマルと言われる理由は、商売のやり方にあるのではなく、商売以外の生活がないためである。心に余裕がないのである。敗戦後、日本は武をすててひたすら商に徹したが、ここでも文を忘れていた。文武両道と同じく文商両道ということもあるのではないか。文化も身につけた立派な商人である。高度成長を達成して、日本はいよいよそれが必要な段階にきたと思う。そしてきっと立派に日本はそれをやりとげるだろうと思う。」

『新・文化産業論』で説かれた「文武両道」や「文商両道」の譬えは、いずれも、ソフト・パワーとハード・パワーを併せたスマート・パワーに相当する。

また、アメリカの社会学者ダイアナ・クレーンは、文化政策の国際レベルの目標は次の3つだと説く。それは、「①外国の文化業績による支配や外国のメディア産業による侵入から、自国の文化を保護すること、②自国文化を海外に輸出するために、国際市場を開発・保護すること、③自国に対する国際的イメージ、または、国内の地域や都市に対する国際的イメージをつくり出し、保持すること」¹¹⁵である。この論によれば、①は既に紹介した「文化安全」の問題であり、②と③は「走出去」（海外進出）及びソフト・パワーに関わる問題である。

2007年10月、胡錦濤総書記は、北京人民大会堂で開催された第17回党大会報告で、社会主義文化の発展と繁栄の推進のため、国家の「文化の軟実力」（文化のソフト・パワー）の向上の必要性について述べたことは特筆される¹¹⁶。

中国では近年、文革の反省を踏まえた伝統思想や伝統文化の価値観の見直しの動きとともに、グローバル化と情報化社会の進展を背景に、海外の理論や政策研究も積極的に行われており、とりわけ、ソフト・パワーの概念は中国でも極めて重要視された。取組内容については追って紹介するが、国家戦略として文化政策を重視し、政府主導で中華の文化のソフト・パワーの強化をめざそうとする様々な動きが現在の中国で顕著に見られる。そして、国家の規画や指導に即して国有企業や民間企業が、国や地方

113 ジョセフ・S・ナイ著、山岡洋一訳『ソフト・パワー』（日本経済新聞社、2004年9月）参照。

114 日下公人『新・文化産業論』（東洋経済新報社、1978年9月）。

115 佐々木雅幸他編『グローバル化する文化政策』（勁草書房、2009年7月）参照。

116 中華人民共和国中央人民政府ホームページ「胡錦濤在中共第十七次全国代表大会上的報告全文」（2007年10月24日発表）他参照。なお、第1章第1節第3項で報告内容を紹介したので参照されたい。

政府の支援を受けつつ企業活動として文化のソフト・パワーを発揮する動きはますます広がりつつある。

一方で、個人の自発的な創造活動が、結果として国のソフト・パワーに結びつく事例も見られる。例えば、文芸作家や現代美術家の国際的な活躍に見られるように、政府が進めた改革開放と市場経済を背景としつつ、作家自らが国境を越えて活躍する中で、ソフト・パワーを高める結果をもたらした事例である。

2 出版関係の動き

中国文化を海外に広める動きは「走出去」（海外進出）のスローガンのもとで推進されている。このうち、特に出版に係る「走出去」は「出版走出去」と言われている。

中国が文化の「走出去」を重視する背景には、国際社会における中国文化のソフト・パワーの影響力を高め、国際世論づくりにおける欧米先進国優勢の現状を打破しようとする中国政府の戦略がある。文化の「走出去」の取組は、第3節で紹介した「文化安全」のための政府の一連の保護政策と表裏の関係であるといえる。

中国文化を世界に発信する対外宣伝機関として 1994 年から運営開始した「五洲伝播センター（五洲伝播出版社）」は、国務院新聞弁公室直属の総合メディア機関であり、映像文化、図書電子出版、インターネット情報、国際文化交流、外国語刊行物出版等を業務領域とし、様々なメディアを通じて中国文化を世界に向けて発信している。

中国語の「五洲」とは「世界五大陸」のことである。五洲伝播センターの活動趣旨は「世界に中国を理解してもらい、中国も世界を理解する」ことであり、地球上の各国各地に中国文化情報を発信すると同時に、世界の優れた文化を中国国内に伝える中国メディアの最前線機関として、世界と中国を結ぶ中継ステーションの役割を担っている。

メイン事業の出版事業部では、海外 200 数十カ国以上に及ぶ中国大使館、領事館の刊行物をはじめ、中国の文化や社会経済、人々の暮らしなどを紹介する書籍等を 10 カ国語に翻訳し発行するなど、国際的な出版事業を展開している。

『2010 向世界説明中国書目集粹』¹¹⁷によれば、五洲伝播出版社の出版物は①中国基本状況シリーズ、②中国共産党シリーズ、③中国文化シリーズ、④中外文化交流シリーズ、⑤経済中国シリーズ、⑥中外関係シリーズ、⑦地方、民族シリーズ、⑧人物と事件シリーズ、⑨外国人が見た中国シリーズ、⑩電子出版物シリーズ、⑪定期刊行物シリーズ、⑫その他等となっている。また、これらの出版物が発送されている国家、地区はアジア、アフリカ、ヨーロッパ、オセアニア、南アメリカ、北アメリカの五大陸の 155 の国家及び地区に及んでいる。

また、五洲伝播センターは国内外の文化活動への参加にも力を入れており、海外における中国文化や文化遺産の展覧会や、文物、服飾、伝統芸能の発表会など、総合的な文化交流の促進といった役割も担っている。

¹¹⁷ 『向世界説明中国書目集粹』（国務院新聞弁公室編）は、中国を世界に紹介する目的で五洲伝播出版社が発行している主要図書の目録である。

五洲伝播センターの出版事業の中で、特に日本人中国駐在員にもなじみが深い情報誌は『城市漫歩』シリーズの雑誌であろう。シリーズ誌として日本語月刊情報誌の City bros シリーズ、英語月刊誌 that's、韓国語月刊誌 Morning 等がある。これらの情報誌は中国を訪れた外国人や中国に住んでいる外国人に向けて、都市発展の新たな状況の下での中国の現在の豊富多彩な文化生活情報を紹介し、中国への理解を深め、中国の生活に適応させるとともに、外国人読者を通じて国外に中国情報を発信し、対外文化交流を促進することを目的としている。

なお、『城市漫歩』は2010年下半期以降、新たに日本でも発行することが決まり、東京、大阪、名古屋の他、上海と直行便が開通した都市等を発行エリアとして月3万部が発行されている。

国務院新聞弁公室直属機関が実施している取組の一端について触れたが、報道出版業の対外展開とも言える取組は、五洲伝播センターに限らず、「中国出版“走出去”重点図書出版計画」等を受けて、数多くの出版社が実施している。

出版業の走出去は従来、書籍の実物輸出と著作権輸出が中心であったが、これらの輸出奨励に加え、2006年以降、国家新聞出版総署と国務院新聞弁公室が共同ですすめる「中国図書対外推广(普及)計画」により、海外の中国書籍の翻訳に中国政府が資金援助を行う施策も行われている。

新聞出版総署が発表した前述の2009年の「報道出版体制改革の一層の推進に関する指導意見」¹¹⁸では、出版走出去は新聞出版総署の五大重要戦略の一つと位置付けられており、中国の国際社会の中での対外プロパガンダの一層の強化が極めて重要視されている。指導意見では、出版メディア企業が全額出資、合弁、合作などの形をとって、海外(域外)で新聞、定期刊行物、出版社、印刷所などの実体を経営し、国外及び香港・マカオ・台湾地区の市場を広げることを奨励している。

新聞出版総署の柳斌傑署長は、2011年12月22日に開催された「全国新聞出版走出去業務会議」¹¹⁹に出席した際、次のように語っている¹²⁰。

「走出去戦略の実施は党中央及び国務院が我々、報道出版戦線に与えた重大任務である。国家の文化のソフト・パワーを高め、中華文化の重要手段を大いに発揚することは中華文明が人類の進歩事業に貢献する重要な道筋でもあり、党中央はこれを終始極めて高く重視している。党の17期6中全会¹²¹で文化強国戦略目標が提示された。この目標への道は、報道出版業のさらなる改革と発展の方向であり報道出版業の走出去の推進を速めることで巨大なパワーをもたらす。17期6中全会の精神を踏まえ、真剣かつ徹底的に遂行し、「十二五」期間の報道出版業の走出去の任務の緊急性を十分認識し、情勢変化を踏まえ、チャンスをつかみ、

118 本章第3節第3項参照。

119 「全国新聞出版走出去業務会議」は中宣部出版局長、外交部、財政部、商務部、文化部、国務院新聞弁公室及び直属単位と所管団体、各省(区、市)新聞出版局責任者、主要な出版及び印刷団体等の責任者参加の下で開かれた重要会議である。

120 中華人民共和国中央人民政府網「柳斌杰出席全国新聞出版走出去工作会议并讲话」記事等参照。

121 本章第3節第1項参照。

困難を排除して問題解決に当たり、「十二五」時期の報道出版業の走出去の新局面を切り開こう。」

3 放送関係の動き

中国国家テレビ局「中国中央電視台（CCTV）」は中国で最も影響力があり、カバーするジャンルも広く、視聴率の高い国営テレビ局である。このCCTVから日本での放送事業を展開するためのパートナーとして依頼されているCCTV大富¹²²（本社：東京都中央区、北京事務所：朝陽区建外SOHO）は、中国国外放送チャンネルとしてCCTVの名称使用を日本で唯一認められているテレビ局である。

CCTV大富は、1998年に「在日中国人のために中国の最新文化・時事情報等を提供するとともに、日本人の中国及び中国人への理解をより深め、日中友好関係構築の一翼を担うことをめざす」ことを事業理念として設立された放送会社であり、CCTVの看板ニュース番組「新聞聯播」や、毎年旧暦の大晦日の夜に放送されている春節（旧正月）を祝う番組「春節聯歡晚会¹²³」をはじめ、中国テレビドラマやドキュメンタリー、中国歴史探訪、教育、伝統文化芸能、旅行など様々な情報番組をCSで放送している。

CCTV大富は、中日国交正常化40周年を迎える2012年の春節を祝う大晦日の日（2012年1月22日）から、同時通訳や字幕による日本語放送を開始した。2011年12月23日から一部の番組で中国語と日本語による2カ国語放送（18時～24時）が試験的に放送開始されていたが、1月22日の本開始により、早朝の一部ニュース以外、全て2カ国語放送となった。

日本語放送の本開始に際しては、程永華中日中国大使が春節の大晦日番組で、「CCTV制作番組日本語化放送は、日本の皆様の対中認識を増進する手助けとなり、重大な意義を有する。日本語化事業スタートが成功し、改善を続け、中日交流の促進に貢献することを希望する」旨、述べている。

現在、ニュース番組など生放送の番組については、主音声は日本語同時通訳、副音声は中国語で放送され、その他のドラマ、情報番組などは基本的に日本語字幕及び中国語字幕で放送されている。

このように放送に関しては、中国国家テレビ局が日本で直接放送するのではなく、CCTV大富という独立会社の運営形態による取組であるが、リアルタイムの中国情報を伝えるCCTV番組の日本語放送開始は中国文化の走出去にとって大きな役割を果たすものであることは間違いない。

さらに、インターネット時代に対応して、CCTV自らの運営によるネット放送・中国電视网のほか、CCTV傘下の組織が国の委託を受けて2009年12月からネット

¹²² CCTV大富は現在、京セラ株式会社や株式会社フジテレビジョンなどが株主となっている。会社創始者で代表取締役社長の張麗玲は、かつて、日中両国で大きな反響を巻き起こしたドキュメンタリー番組『私たちの留学生活～日本での日々～』の制作者としても有名である。

¹²³ 「春節聯歡晚会」については、本節第8項参照。

テレビ局「中国網絡電視台（CNTV）」を開設しており、ネットを利用した中華文化のグローバル化（グローバル化）と中国の対外プロパガンダ強化に貢献している。CNTVは現在、中国大陸及び香港、台湾をカバーする中国語の2つの字体（簡体字、繁体字）での放送のほか、海外に向けて英語、スペイン語、フランス語、アラビア語、ロシア語、韓国語での放送を、また、中国辺境に向けてモンゴル語、チベット語、ウイグル語、カザフ語、朝鮮語での放送を行っている。CNTVの開設により、ネット環境さえ整えば、テレビ普及率の低い世界の国々・地域等においてもCCTVテレビ番組の視聴が可能なのである。

2012年1月には、ケニアのナイロビに「CCTVアフリカ」が、同年2月にはアメリカのワシントンに「CCTVアメリカ」が開設され、現地における番組制作を開始している。「十二五」時期に入って以来、CCTVは、「海外支局をこれまでの約3倍にあたる56まで一気に増やす¹²⁴」という。

また、「新華社通信は2010年1月、海外向け24時間テレビ放送をアジア地域などで開始し」、「7月には英語放送、その後、フランス、スペイン、ポルトガル、アラビア、ロシア語の放送にも乗り出し」、「海外支局の数も年内に現在の約120から140に増やす¹²⁵」など、国営メディアのテレビ放送を通じた中国の文化のソフト・パワー戦略はますます活発化している。

4 中国文化センター

中国文化センターは中国政府が国外に設置する文化機構で、中国文化部に属する組織である。広報文化外交の窓口として海外各国へ中国文化を発信し、中国と駐在各国の文化交流の促進を図り、相互理解と友好を深めることを目的としている。

国外における中国文化センター設立の構想は1980年代後半に始まり、1988年にアフリカのモーリシャス、ベニンに開設されて以来、マルタ、パリ、ソウル、パリ、ソウル、カイロ、ベルリンと続き、2009年には東京に、2010年にはモンゴルのウランバートルに開設された。

中国文化センターは、①中国に関する情報提供、②講座やセミナー、展覧会等の開催、③両国間の文化団体や文化企業の架け橋という3つの役割をもっている。

日本における東京中国文化センターの開設は、2008年5月の胡錦濤国家主席来日を機に進展をみた。日中両国政府間で文化センター相互設置協定が締結され、これに基づき2009年12月14日に正式オープンした。開設セレモニーには、習近平国家副主席が来日・出席している。

東京中国文化センターは、虎ノ門37森ビル1階に開設されており、日中文化交流の歴史を踏まえて、各種の中国文化発信の取組が行われている。オープニング展覧会となった「山高水長—中国現代名家精品展」をはじめ、「平山郁夫¹²⁶と中国交流特別記

¹²⁴ 読売新聞中国取材団著『メガチャイナ』（中央公論新社、2011年4月）参照。

¹²⁵ 〃

¹²⁶ 日本画家で文化勲章受章者の平山郁夫は、シルクロードを題材に多くの作品を描いた。また、2008年ま

念展」「人類文化遺産保護の先駆者—梁思成¹²⁷展」等の企画展、シルクロードと日中文化交流をテーマにした連続講座、各ジャンルの講師が中国文化・社会・最新事情を紹介する「漢語之家」講座、毎週定期的に開催される中国映画上映会のほか、太極拳や書道講座等も実施されており、文化外交の拠点として、文化交流を通じた中国の文化のソフト・パワー発信拠点となっている。

5 孔子学院

文化部に属する中国文化センターと並び、中国が力を注ぐ文化走出去を担う機関として教育部所管の孔子学院がある。中国では 2001 年に北京オリンピックの招致が決定し、WTO加盟が認められて以降、中国語教育の本格的な走出去政策がはじまる。中国教育部は 2002 年から世界の大学生を対象にした中国語コンクール「漢語橋」（中国語架け橋）をスタートさせた。また、中国語や中国文化の普及を国策として積極展開するための対外文化施設設立に向けた検討が教育部の直属事業単位である「国家漢弁¹²⁸」により進められ、2003 年に「孔子学院」構想がまとめられた。

2004 年に教育部が公表した「2003—2007 年教育振興行動計画」では、教育の対外開放の拡大が重点施策の一つとして位置づけられ、異文化圏への中国語普及拡大をめざす「漢語橋プロジェクト」が国の対外言語政策プロジェクトとして提示された。「孔子学院」はこの「漢語橋プロジェクト」の中心施策であり、中国の「文化走出去」政策の柱の一つである。また、国務院の同意を受けて 2007 年 5 月に通知された教育部制定「国家教育事業発展“十一五”規画綱要」¹²⁹においても、中国語の国際普及活動の強化のために、国家政策として孔子学院の建設推進を加速する方針が改めて示された。

「孔子学院」は、中国語の教育と中国文化の普及を目的に、海外の大学や教育機関と連携して設置運営される非営利の教育文化機関であり、「国家漢弁」の所属下に、2007 年、北京に「孔子学院総部」が置かれ本部事務局機能を果たしている。そして海外の大学と中国の大学が、国家漢弁の仲介のもとで協定を結び、日中双方の教育機関が協力校として共同運営¹³⁰するパターンが基本である。教材や教員は中国側から提供され、外国側には開設場所や設備の確保が求められる。

第一号の「孔子学院」が 2004 年にソウルに設立されて以来、短期間の間にアジア、アフリカ、ヨーロッパ、アメリカ、オセアニア大陸の各地に次々と開設が進んだ。日本でも 2005 年の立命館孔子学院を第一号として各地で開設が進み、2007 年には温家宝総理が立命館大学を、孔子学院が 2007 年に開設された早稲田大学には翌 2008 年に

で日中友好協会会長を務めた。

¹²⁷ 梁思成は中国の建築家、建築史家。古代建築と文化遺産の保護に尽力した。

¹²⁸ 国家漢弁は教育部の下に設けられた非営利的な事業単位と呼ばれる部署である。1987 年に設置された当初は中国国内の外国人留学生に対する教育を中心としていた。

¹²⁹ 「十一五」に依拠し、2006 年から 2010 年を対象年している。

¹³⁰ 中国政府は孔子学院の施設修繕や設備購入、広告費等に対して資金援助を行い、各年度の経費は、外国の教育機関と中国の教育機関が共同負担している。

胡錦濤国家主席が訪問している。国家指導者のこうした政治的支持も受け、2010年を目標年とした「十一五」期間中、目を見張るスピードで孔子学院の開設が続いた。

2011年12月時点で、海外の大学に設立される孔子学院のほか、その分校や中学・高校等に設置された孔子課堂（孔子教室）も併せると、既に世界105カ国・地域に、約850校が設置されるに至り、2011年12月に北京で開催された「第6回孔子学院大会」には、105カ国・地域から大学の学長や孔子学院の代表など約2,000人が参集している¹³¹。

世界各地の「孔子学院」では、中国語講座、中国文化講座のほか、国家認定の中国語能力認定試験のHSK（漢語水平考試）¹³²の実施、中国語教員の養成、文化交流イベント等が行われ、「十二五」期間においても、引き続き中国の対外教育文化政策を通じた中国文化のソフト・パワー発信の大きな柱となっている。

6 流行歌『中国話』にみる中国語国際啓蒙気運の高まり

孔子学院総部が北京に設置され、中国語と中国文化の海外への普及が国家的プロジェクトとして本格化した2007年、中国大陸では、人気アイドルグループS.H.Eが歌った『中国話』（中国語）というタイトルの流行歌がヒットした。S.H.Eは台湾の女性ボーカルトリオで、メンバーは台湾ドラマでも度々主演を務め、中華圏で若者を中心に絶大な人気を誇る。日本の国土交通省が2003年4月から始めたビジット・ジャパン・キャンペーンの初年度（2003年度）の親善特使も務めている。2010年に行われた「S.H.E世界巡回コンサート」（北京では首都体育館で開催）でも『中国話』が歌われた。



S.H.E北京演唱会(チケット・カード)

“歌は世につれ世は歌につれ”といわれるが、特に流行歌は時代の空気を読んで流行するものである。歌はその時々の世相や人情を反映し、世の中の情勢もその歌の流行によって影響される。S.H.Eが歌った『中国話』は、ラップミュージックと中国語の早口言葉を使った軽快な曲で、台湾でヒットするやいなや、中国大陸はもとより、中華圏全域で流行して、中国語国際啓蒙の気運を高めた。歌のメインをなす部分の中国語歌詞と日本語訳を紹介しておきたい。

『中国話』

(中国語歌詞) (S.H.E歌)

¹³¹ 孔子学院の校数及び孔子学院大会参加数は「人民網」（2011年12月15日）記事参照。

¹³² HSK（漢語水平考試）は中国の文化をテーマとした出題が多い。合格者には国家漢弁主任名の合格証が発行される。また、北京語言大学出版社が出版している対外中国語教育の語学教材は、“十一五”国家規画に準拠して出版されている。北京語言大学出版社は、2011年に、全国新聞出版“走出去”業務最高賞を受賞している。言語は文化であり、文化伝達的手段でもある。学習者は言語習得と同時に中国文化を理解することになる。

各种颜色的皮肤各种颜色的头发 嘴里念的说的开始流行中国话
多少年我们苦练英文发音和文法 这几年换他们卷著舌头学平上去入的变化
平平仄仄平平仄 好聪明的中国人好优美的中国话・・・（中略）・・・
全世界都在学中国话 孔夫子的话越来越国际化
全世界都在讲中国话 我们说的话让世界都认真听话

（日本語訳）（筆者訳）

様々な色の皮膚の人たち 様々な色の髪の毛の人たちが 中国語で話し始める
何年もの間 私たちは英語の発音と文法の練習に苦しめられてきたけれど
この数年で彼らの方が 舌を巻き平仄（四声の発音）の変化を学ぶようになった
平平仄仄平平仄 なんて賢い中国人 なんて優美な中国語・・・（中略）・・・
全世界が中国語を学ぶ 孔子さまの言葉はますます国際化していく
全世界が中国語で話す 私たちの言うことを世界中が真剣に聞くようにするのよ

このS. H. Eのヒット曲『中国話』は、北京オリンピックの開催を翌年に控えて、孔子学院総部が首都北京に設置され、孔子学院の開設が世界各地で本格化した 2007年当時の中国の社会心理の一面を反映しているといってもよいであろう¹³³。

この歌では「孔子さまの言葉はますます国際化していく」とあるように、中国文化の代表として孔子ブランドが登場しており、“中国語”は“孔子の言葉”と同義に用いられ、“孔子の言葉”を、“世界中が真剣に聞くべき私たちの言うこと”に結びつく「文化のソフト・パワー」として捉えている。

7 儒教思想の復興にみられる伝統回帰と孔子ブランドの発信

孔子は、春秋時代末期に周の文化の復興を提唱し、「温故知新」の立場で伝統に基づいた独自の考えを述べて、儒教をもって時世を救おうとした。その後、戦国時代の群雄割拠を経て、天下統一した秦の始皇帝は、焚書坑儒を行い、儒学者を生き埋めにしてその書物を燃やした。その後、儒教の教えが復興したのは、前漢第七代皇帝の武帝の時代である。匈奴征伐を繰り返し、中央集権的な郡県制を強化する中で、武力ばかりでは王朝は続かないと考えた武帝は、学者・董仲舒の意見を受け、儒教を漢王朝公認の教えとした。漢代以降、皇帝は何人も交代するが、道德、礼儀作法、国家や家族のしきたりは、儒教を主流としてその後、2000



十一五期に改修された北京・孔廟
に建つ孔子像

¹³³ この歌は中国大陸市場でのプロモーションを意識して作られ、狙い通り大陸でヒットした。一方で、この曲は、台湾においては大陸に媚びる歌として批判され、物議をかました。

年にわたって続く。

1910年代に入り、マルクス主義など様々な思想が中国に紹介され、デモクラシーと科学主義で社会改革をめざす新文化運動が起こり、五四運動では、伝統道徳（儒教）批判¹³⁴がなされた。そして、1949年の中華人民共和国成立以降、マルクス主義による徹底した思想統一が行われ、儒教思想の地位と影響力は著しく低下した。毛沢東は1940年に著した『新民主主義論』の中で、文化に言及して、次のように述べている。

「中国には帝国主義文化と、また半封建主義文化とがある。前者は帝国主義が中国で直接経営している文化機関ばかりでなく、一部の恥知らずな中国人によっても提唱されている。奴隷化思想をもつすべての文化が、いずれもこの部類に入る。中国にはまた半封建的文化がある。孔子をたつとび、経書を読むことを主張し、古い礼教と古い思想を提唱し、新文化・新思想に反対する人々は、いずれも、この部類の文化を代表するものである。帝国主義的文化と半封建的文化とは、非常に仲のよい兄弟であって、彼らは文化の面で反動同盟を結び、中国の新しい文化に反対している。こういう反動的文化は、帝国主義や封建階級に奉仕するものであって、打倒しなければならないものである。」¹³⁵

文革期には、反伝統主義が標榜され、旧思想・旧文化・旧習俗・旧習慣の「四旧打破」が叫ばれて、秦の始皇帝が行った焚書坑儒に似た振る舞いがなされた。また、「批林批孔」運動で儒教は徹底的に批判され、孔子の故郷の山東省曲阜市にある孔子像や墓碑は破壊された。反伝統思想が盛んとなるのは、中国においては古代以来、動乱の時代の特徴でもある。

1949年以後の新中国では、社会主義革命のイデオロギーのもとで、儒教思想は発展する空間を失っていたが、21世紀に入り、儒教研究が大きな転換期を迎え、また、知識人たちによる儒教運動が徐々に広がり、世界に誇りうる中国独自の文化としての伝統文化が回帰されるようになって儒教思想の復興が本格化しはじめる。儒教研究が大きな転換期を迎えた背景として、第5章第4節でも具体的な事例を紹介するが、近年、孔子やその弟子たちの時代の文献である簡牘（竹簡・木簡資料）が、各地の古墓などで大量に発見されるという劇的事態が相次いでいることが指摘できる。また、知識人たちによる儒教運動が進んだ背景として、文革の終結後、革命のイデオロギーによってかわり、鄧小平が進めた改革開放政策と市場化により、従来の公共空間としての単位制度を越えた新たな私的空間が広がり、中国社会に新中間層が出現して、新たな言論空間が生まれたことも指摘できる。

同時に、急激な市場化の進展に伴って「向銭看」¹³⁶と言われ私利私欲を求める傾向が強くなり、権貴政治¹³⁷、汚職やコピー商品の氾濫、性モラルの荒廃など、道徳倫理

¹³⁴ 西洋の経済や軍事の圧倒的な優勢の状況の中で、新たな価値観が積極的に輸入され、同時に、儒教思想が中国の発展を遅らせた要因とみなされたのである。

¹³⁵ 岡田武彦全集 20『中国と中国人』（明德出版社、2009年10月）参照。

¹³⁶ 「向前看」（前に向かって進め）という革命のスローガンは、現代社会では、同じ発音の「向銭看」（銭に向かって進め）に置き換えて自嘲されている。

¹³⁷ 党権力と一部富裕層が結託して権益・利益を共有する政治。

規範の喪失が叫ばれる現在の社会状況の中で、精神文明の建て直しが必要だと認識されるに至ったのである。儒教は、そもそも、精神的・道徳的な修養を重んじ、私利私欲の追求は恥ずべきものとする思想である。建国以来の革命史観としての社会主義イデオロギーが有効性を失い「拝金主義」が蔓延する中で、儒教思想の復興という伝統回帰が見られるのである。

2002年には、康暁光が儒教の国教化を主張し、儒学教育を学校教育に組み入れること、儒教思想をエリート指導や民衆の自治に生かすこと、儒教を日常に浸透させ民衆の精神的支柱とすることを説いた。康暁光は、中華文化の復興をグローバル化時代の歴史的使命とし、中華文化復興の核心は儒教文化の復興だと唱えた。

康暁光は、社会学者の園田茂人との対談において次のように述べている。

「マルクス主義を前提にした統治は、すでに不可能になっています。だからといって、共産党は自由主義的価値観を受け入れることはできない。となると、どうしても伝統的な価値観を利用せざるをえず、儒教は、その意味でも重要な役割を果たすようになるはずですよ。」¹³⁸

さらに、中国大陸最大の問題として儒学復興を唱えた蒋慶が、翌2003年に、『政治儒学』を著し、儒学による中国政治の合法性の再建こそが、中国の政治の長期安定をもたらすと説いた。2003年は前述の、孔子学院構想がまとめられた年でもある。同年、湖南省長沙市では、全国児童を対象とする初の「全国児童誦読経験交流会」が開催されている。そしてこれを機に、2004年には、中国教育学会の課題研究として蒋慶が中心となり、中華孔子学会が編纂した『中華文化経典基礎教育誦本』が出版されている。こうして2000年代半ば頃から、儒教復興が顕著になり、児童向けに改めて編集された教材により、小学校で読経運動が展開されている。

儒教研究者の岡田武彦は、孔子の思想の真髄は「人と与（とも）にする」すなわち「世の中の人と共にする」精神にあると述べ、孔子のこの考えは「自分の行いだけを潔白にすれば良い」という隠者の超俗的な思想や、わが利欲のみを追求して、他をかえりみない功利主義的な考え方に対する批判からでたもの」だと説いている¹³⁹。

「人と共に」の精神は「和」の精神であり、儒教の宗旨である。儒教では、「和を以ちて尊しと為す」（『礼記』儒行）「礼の用は和を尊しと為す」（『論語』学而篇）「和して同ぜず」（『論語』子路）「和は実に物を生じ」（『国語』）という文化理念が掲げられている。

人と人、人と社会の和諧発展を理念として、胡錦濤主席・温家宝総理体制が唱えた「和諧社会」の言葉の起源は儒教にある。「和諧」は中国の伝統に根ざした概念である。

孔子の故郷である山東省曲阜市で孔子の生誕を記念して毎年秋に開催される「国際孔子文化節」は2004年以降、政府の支援により対外発信力が強化され、「十一五」期

¹³⁸ 園田茂人編『中国社会はどこへ行くかー中国人社会学者の発言ー』（岩波書店、2008年5月）参照。

¹³⁹ 岡田武彦全集20『中国と中国人』（明德出版社、2009年10月）参照。

間には、海外の孔子学院の代表者も招かれるイベントとなった。また、2010年秋には、2007年から整備が始まった山東省済南市の「山東博物館」新館がオープン¹⁴⁰し、孔子の生涯、孔子の教え、儒教の思想が世界に与えた影響を展示する『孔子文化展』が開幕した。新館整備により、山東博物館は中国の省クラスの博物館の中で、建築面積最大の総合博物館となった。

国策として儒教思想を精神文化に復活させようとする新たな兆しは、儒教を国教とした漢の武帝の生涯を描く国産長編テレビドラマ『漢武大帝』が2003年から2004年にかけて撮影されたことにも見られる。胡玫（フー・メイ）監督によるこの長編歴史ドラマは、国内向け64回、海外向け58回分の連続テレビ番組として制作され、公開された2005年には国家広電総局より政府公認のドラマ大賞である第25回飛天奨（中国優秀長編テレビドラマ賞、優秀監督賞、優秀主演男優賞）を受けている。

2010年の春節には、映画『孔子』¹⁴¹が公開されている。この映画は日本では『孔子の教え』として公開された。孔子を主人公にした映画製作は中国映画史において、これが初の試みであった。監督は前述のテレビドラマ『漢武大帝』も制作した胡玫、主演はハリウッド映画でも活躍した周潤発（チョウ・ユンファ）と、周迅（ジョウシュン）が起用され、王菲が主題歌を歌っている。

また、2009年から2010年にかけてテレビドラマ『孔子』（日本での公開タイトル：『恕¹⁴²（じょ）の人—孔子伝—』）が制作された。佛山テレビ局のこの大河歴史ドラマは、現代を起点に歴史劇が交錯する。女子大生が孔子を主題とした論文執筆のため、留学中のアメリカから帰国して孔子の生涯を追うストーリーである。これは、いわば西洋の価値観の世界に暮らす現代の若者が、孔子の生き様を知り、中国思想と文化の価値観を見つめ直す伝統回帰のドラマである。韓剛が監督を務め、中国大陸、香港、台湾、韓国、日本の俳優が共演¹⁴³し、日本でもBSで放送されるなど、国境を越えた儒教思想の発信を狙ったドラマである。

さらに2010年には、湖南衛星テレビ局がテレビドラマ『孔子春秋』を制作するなど、孔子思想の復興に向けたメディアの動きが活発化している。

2011年1月には、北京の天安門広場東側の中国国家博物館前に高さ9.5メートルの孔子像が設置された。博物館の増改築プロジェクトに併せて企画され、全国政治協商会議委員でもある彫刻家の呉為山が制作した巨大な野外彫刻である。天安門広場は東に国家博物館が、西に人民大会堂が、南に毛主席記念堂が、北には天安門と故宮が立ち並ぶ。中国政治を象徴する場所である。1月11日に行われた落成式に出席した中国国家博物館の呂章申館長は「中国の歴史において孔子は中国伝統文化の代表」と述べている。この孔子像はその後、「中華伝統と現代文化の融合」と評価する声がある

¹⁴⁰ 新館の整備による規模拡大に伴い、「山東省博物館」が「山東博物館」と改称された。

¹⁴¹ 国策映画『孔子』はアメリカのSF映画『アバター』と同時期に公開され、『孔子』VS『アバター』として話題を呼んだ。なお、『孔子』上映に伴い、『アバター』2D版は一時、上映中止になっている。

¹⁴² “恕”は“思いやりの心”である。「それ恕か、己の欲せざるところは、人に施すことなかれ」（論語・衛霊公）。

¹⁴³ 日本からは、俳優のいしだ壱成が孔子の弟子の顔回の役で出演している。

一方で、インターネット上では、「孔子を厳しく批判した毛沢東が横たわる毛主席記念堂を孔子像が見下ろしている」「革命の時代が終わったという政治的メッセージではないか」などと様々な憶測を呼び、設置3カ月を経て、同年4月に中国国家博物館の敷地内に移転している。

このように、伝統思想を完全に否定しようとした文革の後遺症を未だに抱えながらも、政府が、国家の存続発展のために、儒教的価値観を中華文明の核心として、また、中華民族の精神文化の支柱として再評価しようとしているのが、中国の現状である。国内における伝統回帰の動きは、前述した孔子学院などによる海外への文化のソフト・パワーの発信の原動力となっているのである。

8 「春節聯歡晚会」で国家が発信するメッセージ

1983年以來、国営テレビ放送局の「中国中央電視台（CCTV）」が毎年春節の大晦日に放送している「春節聯歡晚会」（日本のNHK「紅白歌合戦」に相当する番組）は、2012年1月22日放送をもって30周年を迎えた。CCTVの看板とも言えるこの長寿テレビ番組は、歌と踊り、小品（コント）、魔術（マジック）などで構成され、家族が集う大晦日の年越しを祝う中国の国民的番組であり、「春晚」の略称で呼



中央電視台の看板番組「春節聯歡晚会」

ばれ、親しまれてきた。現在の中国社会は、以前と比べてライフスタイルが多様化し、娯楽の選択肢が拡がり、テレビチャンネルも増えており、必ずしも「春晚」を見たい人ばかりではない状況になりつつあると考えられるが、この番組は、国家統制された中国のメディア管理状況の下で、国営テレビ局・CCTVが直接運営する複数のチャンネルで中国全土及び海外に向けて放送されているほか、複数のチャンネルを有する地方テレビ局等も大晦日には優先してこの番組を放送しており、中国時間の年越しの大晦日の午後8時から午前1時までの5時間は、中央・地方を問わず多くのチャンネルでこの番組「春晚」が放送されるという状況がみられる。なお、中国語圏以外でも視聴できる環境整備が進み、日本向け放送も既に開始されていることは「放送関係の動き」の項で述べたとおりである。

中国のメディアコンテンツが強い政治的影響下にあることについては各事例を通じて既に繰り返し述べてきたが、とりわけ、国営テレビ局・CCTVが放送する番組は比較的娯楽性の高い番組においても、国が正当性と必要性を認めるから放送できる番組なのである。毎年、年末ともなれば話題になるテレビ番組「春晚」の構成は、中国の社会状況を強く反映しており、出演者や歌の曲目を観察すれば、国家が大衆に伝えようとしているメッセージを窺い知ることができる。ここでは、過去3年間の「春晚」のその年の特色を示す代表的な出演者と曲目等を紹介し、背景となる社会状況と国家のメッセージを読み解きたい。

【2010年「春晚」】

- 歌手活動を休止していたアジアの歌姫・王菲は、春節に公開された国産映画『孔子』の主題歌『幽蘭操』を歌って歌手復帰を遂げた。『幽蘭操』は孔子の思想を表現した唐代の詩人韓愈の古典詩をアレンジした歌である。韓愈は儒教復興の思想を基盤とし、古文復興運動を提唱したことで知られる文人である。これまで新アルバムを発表する度に、中華の概念や地域性を超える創作活動を展開し欧米でも注目される歌手となった王菲は、復帰に際し、中国古典を志向した。伝統回帰と孔子ブランドの発信がここにも見られる。テレビの「春晚」の舞台上で王菲は、現代の吟遊詩人と言われる李健の隠れた名曲『伝奇』を歌い、古典詩から現代詩へと中華民族の歴史をつなぐ役割を果たした。
- 2010年「春晚」のもう一つの話曲は、大陸歌手の孫楠、台湾歌手の王力宏、香港歌手の容祖兒、マカオ歌手の余翠芝の4人が合唱した『相親相愛』（相思相愛）である。この曲の共演では、兩岸関係の大陸と台湾、主権を既に回収した香港とマカオという4つの土地を代表する歌手が、舞台上で共に手を携えて、互いに相手思い愛し合う歌を歌い、中国が大中華圏として平和発展を志向していることを強くアピールした。これは、「十二五」に台湾・香港・マカオの記述が盛り込まれた政治状況¹⁴⁴を踏まえて意図された演出である。

【2011年「春晚」】

- 台湾歌手の周杰倫と台湾女優の林志玲が、古典を題材とする周杰倫の曲『蘭亭序』で共演した。『蘭亭序』は、東晋時代に現れた中国を代表する書家・王羲之の天下第一の行書と言われる書法芸術を表現した歌である。周杰倫は古典の題材を流行歌曲に巧みに取り入れ、広く中華圏で若い世代に人気を誇る歌手である。三国志の赤壁の戦いを描いた2008年公開の中国映画『赤壁』（日本公開名：『レッドクリフ』）でヒロインを務めた林志玲¹⁴⁵との話題の顔合わせで、偉大な中華文明を若い世代に実感させた。
- 農民工ユニット・旭日陽剛が『春天里』（春の日に）¹⁴⁶を歌い、北京の地下鉄西単駅通路でギター弾き語りをして日銭を稼ぐ“西単女孩”（西単の女の子）と呼ばれた農村出身の任月麗が『想家』（家が恋しい）を歌い話題を呼んだ¹⁴⁷。彼らはイ

¹⁴⁴ 中共第17期5中全会で2010年10月に採択された「十二五」制定に関する建議において台湾・香港・マカオにかかる記述が盛り込まれた。これを受け、「十二五」では、「中華民族の共同故郷の建設」として、「香港・マカオの長期的繁榮と安定維持」、中国大陸と台湾の「兩岸関係の平和発展と祖国統一大業の推進」が新たに政策項目とされた。本章第2節参照。

¹⁴⁵ 『赤壁』の後、林志玲は映画『刺陵』で周杰倫と共演しており、「春晚」でテレビでの共演が実現した。

¹⁴⁶ 『春天里』の原作者は北京のロックシンガー・汪峰である。

¹⁴⁷ 西単女孩がテレビ出演するきっかけとなったのは、インターネットに流れた『天使的翅膀』（天使のつば

ンターネット上の動画で全国的に有名になり「春晚」に出場した。彼らの登場は、都市と農村の二極構造の中で、農村の余剰労働力が都市へと流れ¹⁴⁸、都市においても失業者が溢れる深刻な社会状況と、中国におけるネット社会の影響力の拡大を象徴している。彼らの出場が認められた「春晚」は、社会の底辺¹⁴⁹にも目を注ぎ、和諧社会の実現をめざすという政府の姿勢の表明の場でもあった。

【2012年「春晚」】

- 香港歌手・陳奕迅とアジアの歌姫・王菲がヒット曲『因為愛情』（愛があるから）をデュエットした。この歌は、2011年公開の中国映画『将愛情進行到底』の主題歌として人気を得た。10数年前の同名ドラマの続編として徐静蕾と李亜鵬が再び主演したこの映画は、主題歌を王菲（主演男優・李亜鵬の妻）が歌ったことでも話題を呼んだ。映画『将愛情進行到底』と主題歌『因為愛情』は、時代が変遷し、都市化を遂げた現代中国を象徴する愛情物語である。

- アメリカ育ちの台湾歌手の王力宏と、大陸出身の国際的ピアニスト李云迪（ユンディ・リ）が『金蛇狂舞』（龍の狂舞）をピアノで連弾し、李云迪のピアノと王力宏の歌とギターで『龍的伝人』（龍の伝人）が共演された。『金蛇狂舞』は中国国歌『義勇軍行進曲』の作曲者・聶耳が民歌を現代に蘇らせた曲である。また、『龍的伝人』は、台湾生まれの外省人のシンガーソングライター・侯德健が1978年、アメリカと中国の国交正常化（アメリカと台湾の国交断絶）を前に、中華文化のアイデンティティへの思いをこめて作り台湾で大ヒットした歌である。後に侯德健が台湾から大陸に亡命したため、この歌はその後、台湾で暫時放送禁止となる。大陸に渡った侯德健は、民主化運動に参加して劉曉波らとともに天安門四君子の一人に数えられ、その後、中国大陸での歌手活動も制限された。政治状況に翻弄されてきたこの歌は、中国大陸と台湾間の政治関係の緊張緩和とともに、再び表舞台に蘇った。

2008年12月31日、胡錦濤総書記が発表した「手を携えて兩岸の平和発展を推進し、中華民族の偉大な復興を実現しよう」と題する6項目の談話「胡六点」は、兩岸関係の新たな方向を告げるものであった。台湾に平和統一を呼び掛けた1979年の「台湾同胞に告げる書」発表以来、30年来の歴史を経て発表された談話「胡六点」の核心は、「平和統一」の掛け声の強調ではなく、政権が対外政策の基本とする「平

さ）を歌う映像であった。

¹⁴⁸ 農村労働力が都市へと流れる問題は「民工潮」と言われて社会問題となっているが、中国では、現金収入を求めて都市に出稼ぎに出る農民が増加している。生活の苦しい多くの農民が農業を離れ、さらに農村の荒廃をもたらしているのである。

¹⁴⁹ 生産性の低い農業、荒廃した農村、貧しい農民、この農業・農村・農民に係るいわゆる「三農問題」は中国における深刻な問題である。「十二五」においても「三農問題」は政策の第一に位置づけられている。現代中国において、都市と農村の二極構造のもとで生じているのは「三農問題」だけではない。学卒者の就職、戸籍管理制度、高等教育体制、利潤分配システムなど、社会の底辺に置かれた階層の生活安定に係る様々な問題が顕在化している。

和発展」を台湾政策にも適用する主張にあった。

「胡六点」は中華民族アイデンティティと台湾人の意識は矛盾しないとの前提に立ち、平和発展に向けて中華文化の宣揚と文化のソフト・パワーを重視し、中華民族の偉大な復興を共に図る精神的絆を強化するために、文化交流推進の必要性を説いている。



福建省アモイから見た台湾・金門の夕景

こうした政治環境の変化の中で、中共中央宣伝部は、2009年に「愛国歌曲推薦100曲」の一曲として『龍的伝人』を選定した。そして、2011年5月に開催された滾石唱片（ロックレコード）30周年コンサートでは、20年以上の時を経て、侯德健が北京の舞台に姿を見せ、中国文化部の許可を得て『龍的伝人』を歌い話題を呼んだ。さらに、2012年の「春晚」におけるニューヨーク育ちの若手人気流行歌手・王力宏とクラシックピアニスト・李云迪による『龍的伝人』の共演では、サブカルチャーとメインカルチャーの一体化の演出により、中華アイデンティティを鼓舞すると同時に、その普遍化を図ろうとする試みがなされた。かつて、中国大陸と台湾の関係の断絶の中で生まれた歌曲『龍的伝人』は、中華文化のソフト・パワーを発信する曲となり、老若男女や育った土地を問わず、中華民族の誰もが口ずさめる現代の中華圏の愛国歌と位置づけられたのである。

『龍的伝人』

（中国語歌詞）（王力宏による改編版）

遥远的东方有一条江 它的名字就叫长江
遥远的东方有一条河 它的名字就叫黄河
古老的东方有一条龙 它的名字就叫中国
古老的东方有一群人 他们全都是龙的传人
巨龙脚下我成长 长成以后是龙的传人
黑眼睛 黑头发 黄皮肤
永永远远是龙的传人・・・（中略）・・・
多年前宁静的一个夜 我们全家人到纽约
野火呀烧不尽在心间 每夜每天对家的思念
别人土地上我成长 长成以后是龙的传人
巨龙巨龙你擦亮眼 永永远远的擦亮眼

（日本語訳）（筆者訳）

遥か遠くの東方に一条の大河がある その名は長江
遥か遠くの東方に一条の大河がある その名は黄河
歴史のある東方に一条の龍がいた その名は中国

歴史のある東方に一群の人々がいた 彼らは全て龍の伝人
巨大な龍のあしもとで私は育ち 成長すれば龍の伝人となる
黒い眼 黒い髪 黄色い皮膚
永遠に永遠に 龍の伝人・・・（中略）・・・
ずいぶん前の静かなある夜 私たち家族はニューヨークにやって来た
故郷への熱い想いは燃え尽きることなく 毎日毎晩故郷を想う
他の土地で 私は成長し 成長すれば龍の伝人となる
巨大な巨大な龍よ目を見開け 永遠に永遠に眼を光らせろ

なお、2012年の龍年を祝って、舞台では『龍鳳呈祥』の派手なパフォーマンスが繰り広げられた。また、2012年の「春晚」では、番組時間中のコマーシャル放送が制限されている。これは、国家広電総局による前述の各種の規制措置等と同様、国家の文化安全をめぐる対応の一環である。

9 急成長を遂げた中国美術市場

中国美術市場は、改革開放政策下の経済成長を原動力に、国際社会の中で急成長を遂げている。従来、中国では美術家といえば画院や美術家協会に所属して国から公的な肩書きを認定された者を指し、国の指導のもとで政治的役割が求められてきた。文革中、美術は政治に従属し、表現を制限されたが、改革開放が進みグローバル化が進展する中で、現代美術が国境を越えて評価されるようになるとともに、保守的なアートに疑問を感じ、自己表現を追求するフリーアーティストたちの活動が活発化¹⁵⁰する。

そして中国現代美術は、絵画、工芸、彫刻といった近代美術の枠組みを超え、その表現領域を大きく拡大し、2000年代に入ると世界的なオークションブームに乗って活況を迎えた。2006年には、張曉剛の作品『血縁シリーズ：大家族No.15』がサザビーズ香港のオークションにて112万ドルで落札、2007年には岳敏君の作品『死刑執行』がロンドン・クリスティーズのオークションにて594万ドルで落札されるなど、オークションでの中国現代美術の売上高¹⁵¹が高騰している。

世界を代表するオークションハウスのサザビーズ（アメリカ資本）とクリスティーズ（イギリス資本）のオークションにおける中国美術の高額入札が話題となる中、近年、新たに設立された北京を本拠地とする中国のオークションハウスの躍進が目立つ。特に2010年の中国年間オークション取引総額の第1位に踊り出た北京保利と、取引総額は第2位ながらオークション回数最多の中国嘉徳の美術品競売額は、すでにサザビ

¹⁵⁰ 一例を挙げれば、従来の美術の枠を超えて活動するアーティストとして艾未未（アイ・ウェイウェイ）がいる。既成秩序の権威を意に介さず自己表現を迫り、世界的に有名になった現代美術家の艾未未は、北京オリンピックの国家体育場“鳥の巣”のデザインに関わったことでも知られる。その言動は国際的に注目され、近年、国家権力による拘束等を繰り返している。艾未未のブログでの発言は影響力が強く、グローバルなメディアでも報道され、作品や言動への注目はさらに高まり、美術界を越えて国際政治の舞台でも注目される状況が見られる。

¹⁵¹ 中国現代美術の落札価格は「美術手帳 2012年1月号」（美術出版社、2012年1月）データ参照。

ーズ香港とクリスティーズ香港を凌いでいる。

2010 年取引総額の首位に躍進した北京保利（ポーリーインターナショナルオークション）は、国务院国有資産監督管理委員会の管轄下にある人民解放軍系の保利集団（ポーリーグループ）が 2005 年に文化関連事業として発足させたオークションハウスである。保利集団は、北京に本社を置き、貿易事業、不動産開発、テレビ事業、劇場や博物館事業等の文化関連事業を展開している



大型劇場やホテルもある保利集団ビル

している中で、1999 年 12 月に「北京保利博物館」を開設しており、海外に流出している貴重な中国美術品の回収（買い戻し）も行っている。この博物館は中国で国有企業が開設した初の博物館である。北京保力のオークションは、世界に眠る中国美術品を発掘・収集し、中国に還流することを事業目的としている。

また、中国嘉徳の創始者である陳東昇（保険会社“泰康人壽”董事長）は、2003 年より中国現代美術を専門とする系統的な収集を開始し、2009 年に北京草場地芸術区内にアートスペース「泰康空間」を開設している。

< 中国美術市場オークション年間取引総額上位 6 社¹⁵² >

年	2009 年			2010 年		
	会社名	回数	総額 (万円)	会社名	回数	総額 (万円)
1	中国嘉徳	74	270,610.74	北京保利	88	915,493.04
2	北京保利	61	243,585.08	中国嘉徳	123	755,484.10
3	クリスティーズ香港	21	238,073.56	クリスティーズ香港	28	478,644.32
4	サザビーズ香港	20	174,944.06	サザビーズ香港	25	445,096.33
5	北京瀚海	54	146,868.97	北京瀚海	49	337,891.00
6	北京匡時	24	111,110.74	北京匡時	26	257,986.96

WTO加盟を機とする市場化の進展と、北京オリンピックや上海万博の開催に向けて急進した経済発展を背景に、中国では美術ギャラリーやアートフェアなどのインフラが拡充し、新富裕層の増加とともに美術の大衆化が進み、購買層が拡大している。現在、オークションでの落札者の相当数を中国人が占める。「十一五」時期が始まる 2006 年には、中国社会で芸術が投資対象と認められる時代の到来を示すかのように、月刊美術雑誌『藝術与投資（芸術と投資）』が創刊された。また、2004 年に北京で行われた本格的なアートフェア「第 1 回中国国際画廊博覧会」を皮切りに、2007 年 9 月には上海でアートフェア「第 1 回上海コンテンポラリー」が、2008 年には香港で国際

¹⁵² 中国で初めて国際化芸術をテーマとして 2011 年に刊行された国際標準刊行物『時尚芭莎芸術(時尚出品、2011 年 1 月)』を参考に作成。

アートフェア「第1回アート香港」がスタートしている。オークションの活況と同時に、中国各地で新たなアートフェアも相次いで実施されるようになってきている。

中国が世界の現代美術市場の中心となりつつある中で、北京や上海では金融機関による美術市場への参入が見られる。民生銀行は2007年6月に“芸術品投資計画1号商品”を発表した。芸術品投資が銀行業務として正式に示され、投機家の投資気運はさらに高まる。民生銀行は、同年、北京にある民営の大型美術館である「炎黄美術館」の改築を支援し、2007年以降引き続き運営費支援を行っている。また、2010年1月には“芸術品投資計画2号商品”を発表し、中国近現代書画や中国現代美術品及び古代書画作品の資金投資を募集している。さらに民生銀行は、2008年から上海の紅坊国際文化芸術園区に「民生現代美術館」の整備を進め、2010年には、大規模展覧会「中国現代美術30年の回顧展」を開催している。この美術館は中国で初の銀行が設立した現代美術館である。

その他、北京銀行が政府による文化産業重視の政策を受けて、中小企業の文化創意産業を支援する金融商品“創意貸”を発表している。この融資は「古美術及び芸術品交易」を含む9業種¹⁵³と「文化創意産業集積区の建設」を対象としている。

2008年秋のリーマン・ショックに始まる金融危機の影響で国際美術市場は一次冷え込むが、2010年には、中国国内で売買された美術品の売上高はイギリスを抜き、アメリカに次ぐ世界第2位¹⁵⁴となった。美術市場の動向や作品を観察することで、中国の経済発展や社会の変化を読み取ることが可能である。特に現代美術の世界では、作品としての美術的価値だけでなく、世情を反映したメッセージ性と社会に対峙したパフォーマンスや話題性が注目される。美術品投資の拡大と同時に2011年にはアート投資信託も活況を迎えている。投資目的で急成長した市場はバブル崩壊を招くリスクも孕む。国際的影響力を高め、世界の中心に躍り出た中国現代美術が発信する文化のソフト・パワーの今後の動向が注目される。

10 海外流出文物の回収と中華文化の復興の取組

2000年のサザビーズとクリスティーズのオークションにおいて、かつて1860年に英仏連合軍によって破壊され、海外に流出したとされる円明園の遺物「十二支噴水人体獣頭銅像¹⁵⁵の頭部像」（以後「十二支像」という。）の一部が競売された。

北京市にある円明園は、頤和園の三倍の面積を持つ清代の離宮である。雍正帝の代から造営され、乾隆帝の代に「円明園」と名づけられた。乾隆帝が宮廷画家の郎世寧（カステリオーネ）に設計を委ねて造営したとされる豪華な大理石の西洋楼と、郎世寧同様、乾隆帝に仕えた天文学者・蒋友仁（ミシェル・ブノワ）が設計に関わった

153 北京銀行の“創意貸”の対象9業種は、「古美術及び芸術品交易」のほか、「広告及びコンベンション」「演芸公演」「創意デザイン」「テレビ・ラジオ・映画制作と交易」「出版及び版權貿易」「アニメ・漫画及びゲームの研究開発と制作」「文化旅行」「文化・体育及びレジャー」の各産業である。

154 ヨーロッパ美術財団（The European Fine Art Foundation）の2010年オークションとプライマリーマーケットリサーチに拠る。

155 体は人間、頭部は十二支の動物の姿をした動物神の銅像である。

宮殿前噴水は、第二次アヘン戦争の余波を受け、1860年に英仏連合軍によって破壊されている。その際に略奪されたといわれている円明園の美術品の多数は行方がわからず、現在はその残骸が遺跡として一般公開されている。噴水とその周りを取り囲んで円形に設置された十二支像は乾隆帝のお気に入りだったという。十二支像は中国に古代から伝わる天の方位や時刻と結びつく動物神である。子（ネズミ）を北、午（ウマ）を南に置き、それぞれ十二支¹⁵⁶の方向に配列され、大地の果ての天と地が接触する場所を表す。



円明園遺跡

十二支像の一部は、海外骨董商からオークションハウスに流れ、「丑（ウシ）の像」をクリスティーズが、「申（サル）の像」と「寅（トラ）の像」をサザビーズが請け負った。中国では、略奪されたといわれる文物が競売されることに対して抗議の声が上がったが、予定どおりオークションは行われた。そして、オークションで落札したのは保利集団（ポーリーグループ）であった。保利集団は、前述のとおり、国有資産を原資として貿易事業や不動産開発を行うとともに、近年、文化事業の領域を拡大し、世界に流出した中国美術品を発掘・収集している集団である。落札された円明園の十二支像は、「北京保利博物館」で展示・公開されている。



円明園にある十二支像頭部像レプリカ

2002年10月、北京で「中華抢救流失海外文物专项基金」¹⁵⁷が設立された。文化部所管の公益性社会团体「中華社会文化发展基金会」を母体とし、政府に協力して、海外に流出している貴重な中国文化財・美術品を速やかに国内に取り戻すことを目的とする中国初の公益組織である。この基金活動は、中国における“国宝プロジェクト”と位置づけられ、その活動資金は全国公募される。

「中華抢救流失海外文物专项基金」の顧問・役員は、国家文物鉴定委员会、中国文物研究所、故宫博物院、中国国家博物馆、上海博物馆、北京大学考古文博院、中央美术学院、中国考古学会、中国文物学会、国家历史文化名城保护专家委员会、中国社会科学院、中国艺术研究院など、中国を代表する文物研究組織の中国文化財・美術品の権威ある専門家及び、法律家、会計士等で構成されている。

专项基金の母体の「中華社会文化发展基金会」は中華民族文化の発掘、保護、発展を旨とする非営利性の公益性社会团体として、民政部に認められており、国家税務総

¹⁵⁶ 曆法・時法の確立や、中国文化の発展を支えた循環序数「十二支」は、殷代の甲骨文字に既にその原型が認められる。

¹⁵⁷ 基金名にある“抢救”とは“急いで救い出す”ことを意味する。

局が、2002年、各省、自治区、直轄市等の国家税務局、地方税務局に対して「企業等から中華社会文化発展基金会に対する公益救済性寄附金の控除問題に関する通知」を發出し、寄附に対する企業所得税及び個人所得税に関する優遇措置を与えている。そしてその最初の寄附者は保利集団であった。

翌2003年にオークションに現れた十二支像の「亥（イノシシ）の像」は、「中華搶救流失海外文物専門基金」が落札し、保利集団に寄贈されており、先の3体同様に「北京保利博物館」で展示されている。

2004年には、中国文物を所蔵している海外の博物館¹⁵⁸との連絡協力体制づくりの取組が始まっている。これは海外文物に係る学術調査研究及び国際文化交流の側面をもつ一方で、海外の博物館との情報ネットワークや対話関係を構築するための取組である。同年から中国では、海外の博物館からコレクションの写真や資料情報の提供を受けて、「海外の中国文物コレクション写真展」を中国国内で巡回開催している。海外流出した美術品の歴史を紹介する活動は、国宝プロジェクトの中国社会における啓発活動であり、愛国心を高める運動でもある。

2007年、サザビーズ香港秋のオークションで、円明園「十二支像」の「午（ウマ）の像」がマカオの富豪の資力によって海外から国内に回収された。また、同年、「中華搶救流失海外文物専門基金」が海外の華人の協力を得て海外から回収した国宝級『仏舎利五重宝塔』は学術的価値の高い文物として話題を呼んだ。

2011年4月に、「中華社会文化発展基金会」は「中華搶救流失海外文物専門基金」を「国宝プロジェクト公益基金」に改組し、「国宝プロジェクト公益基金管理委員会」を発足させた。「国宝プロジェクト公益基金」は海外流出文物の回収を引き続き担うと同時に、流出文物復元展示プラットフォームの建設やインターネット3D展示計画なども着手しており、これまでの国宝プロジェクトを発展させて、多様な方式とネットワークによる文化遺産保護活動へと活動を広げている。

11 文化保税区「国際文化貿易サービスセンター」

北京市順義区の天竺総合保税区内に、文化保税区「国際文化貿易サービスセンター」が建設される。2015年のオープンをめざし、2012年3月11日に定礎式が行われた。国内初の文化保税区となる「国際文化貿易サービスセンター」は、国産文化商品の走出去を促進し、文化企業の国際競争力を増強するため“国家対外文化貿易基地”として位置づけられており、国有企業の北京歌華文化発展集団が、中国文化部と北京市の支援の下で建設を進めている。

「国際文化貿易サービスセンター」は、「国際文化商品展示交易センター」「国際文化貿易企業集積センター」「国際文化保管物流センター」の3つのエリアで構成され、計画用地は約17万平方メートル、建設延面積50万平方メートル、投資総額は50

¹⁵⁸ 中国文物のコレクションを持つ世界の代表的な博物館として、イギリスの大英博物館、ヴィクトリア&アルバート美術館、アメリカのメトロポリタン美術館、京都の泉屋博古館（住友コレクション）、大阪市立東洋陶磁美術館等がある。

億元とされている。

「国際文化貿易サービスセンター」の運営の担い手である北京歌華文化発展集団は、完成後の営業額を年間 500 億元と見込んでいる。そして、空港保税区の天竺総合保税区内に立地する優位性を生かし、さまざまなニーズに応じた保税サービスを文化企業や文化生産・発信・貿易機構に提供する国家対外文化貿易の創新モデル区として、国家級文化貿易のゲートウェイとなり、文化走出去の能力を高めて、アジア最大の芸術品交易市場を築くことを発展目標に掲げている。

この北京歌華文化発展集団は、中国における一連の国有企業改革の中で、1997 年に成立した集団で、北京市を代表する大型文化機構である。香港返還¹⁵⁹が実現したこの年、中国大陸では國務院發展研究センターの課題提案「国有經濟の戦略的改組」を受けて“大型国有企業集団育成政策”が始動し、集団公司への授權經營・授權投資による国有資産の運営方式と株式制が本格導入されている。

国有資産の授權を受けた北京歌華文化発展集団は「中華文明の伝承」、「優秀文化の創造と伝承」を使命とし、現在、“3 + 2”の發展戦略モデルを実行している。“3”は「文化」と「メディア」と「科学技術」、その發展の驅動力として位置づけられるのが、“+ 2”の「資本」と「創新」である。

北京歌華文化発展集団は、21 世紀の中国の發展を願い、軍事博物館の北側に建設された「中華世紀壇・世界芸術館」を文化サービス活動拠点として、『偉大な世界文明展』の開催など外国との文化交流・文化外交を行っているほか、メディア交流サービスセンター、文化創意産業センター等の公共文化産業サービスのプラットフォームを北京市内に設置し、2008 年の北京オリンピック文化芸術イベント、建国 60 周年の式典、世界デザイン大会、北京国際映画祭、中国国際流行音楽祭等の公益性の大型文化プロジェクトを手がけてきた。また、中国フランス文化年、中国文化アメリカ行（アメリカでの中国文化紹介活動）など海外に向けた中国文化走出去活動の企画運営などを担い、文化プロジェクトサービスを専門に実力を高めてきた。そして、国家及び首都北京の文化改革發展の要求に基づき、「十二五」時期に同集団が新たに推進する取組が、文化保税区「国際文化貿易サービスセンター」の建設なのである。

第 7 節 無形文化遺産保護・継承・發展の取組

1 無形文化遺産¹⁶⁰保護業務の強化

2003 年、中国政府は、ユネスコ総会が採択した「無形文化遺産保護に関する条約」に正式署名し、国際的な無形文化遺産保護の枠組みに参加した。以来、中国では「中国民間文化遺産緊急補修プロジェクト¹⁶¹」「中国民間文化保護プロジェクト」など、

¹⁵⁹ 資本主義制度下で發展を遂げた香港が 1997 年にイギリスから中国に返還されて以来、中国大陸と香港の間では返還後 50 年間の香港での資本主義の継続を認める“一国二制度”がとられている。

¹⁶⁰ 「無形文化遺産」は中国語では「非物質文化遺産」と表現される。

¹⁶¹ 中国民間文化遺産緊急補修プロジェクトは最終的に 17 シリーズ、15,000 種の図書が作成されることになっているという。完成すれば、中国の歴史上、清代の『四庫全書』編纂以来、最大の文化的集大成となる。

中国全土での保護活動が展開されており、文化部技術研究院に民族民間文化保護国家センターが設置され、部局横断組織である「民族民間文化遺産保護部間会議」が設立された。

2005年、国務院弁公庁は「中国無形文化遺産保護業務の強化に関する意見」を発表した。これは事実上、共産党中央と国務院が、無形文化遺産保護業務を今後、国家的に重視するという姿勢を中国全土に知らしめるものであった。翌2006年には“文化遺産の日”（毎年6月第2土曜日）も制定され、国家級無形文化遺産の指定が始まっている。

「十二五」時期に入り、2011年には、「中華人民共和国無形文化遺産法」が施行され、また、17期6中全会では「文化体制改革の深化による社会主義文化大発展、大繁栄の推進に関する若干の重大問題に関する決定」が採択されて、優秀な伝統文化の伝承体系づくりの必要性が明示された。

これを受けて文化部は、2011年より「国家級無形文化遺産生産性保護モデル基地」建設プロジェクトを開始し、同年、国内で保護すべき41カ所の企業・工場等を第一次国家認定基地として指定・公布した。認定された国家級無形文化遺産の種類は、大きくは伝統技芸、伝統美術、伝統医薬の三分類のもとで、各地域に伝わる陶器、織物、染色、絨毯、版画、木彫、石彫、土人形、民族楽器、製茶など39項目の技術に及ぶ。

2012年2月、文化部はさらに、「無形文化遺産生産性保護の強化に関する指導意見」を発表した。これは、無形文化遺産の生産性保護の概念や、意義、原則、措置等を示し、生産性保護業務を科学的に発展させるための指導意見であった。重視されるのは優秀技能者の積極支援及び生産性回復による技術伝承である。文化部の意見は、伝承が危機的状況に陥っている業種については優先して支援・保護措置を講じ、伝統技術に関する資料保存・整理等を行うとともに、後継者育成を支援し、徐々に生産回復を指導すること、また、市場での潜在需要が見込まれながら生産力が分散している業種については、技能者の連携組織である“協会”設立による横断的モデル、あるいは農家や工房と“公司（会社）”をつなぐ垂直的モデルによる支援で、生産力向上を図ること等を示している。

なお、中国の無形文化遺産の生産方式及び流通形態は多様である。純手工、手工・機械加工の結合方式、生産直販形態もあれば、生産・流通の分離形態もあり、家族経営から企業家・専門化生産方式まで各種各様である。文化部は、ユネスコの“無形文化遺産保護条約”の精神を貫徹し、歴史的に形成された多様性を尊重し、生産工程と技術の核心的価値を堅持すること、無形文化遺産の伝統生産方式は守らなければならないことを強調している。

国家による生産性保護モデル基地認定に先駆けて、「十一五」時期には、既に北京、浙江省、陝西省、広西チワン族自治区などの省（区、市）政府レベルで、無形文化遺産生産性保護業務が積極的に開始されており、延べ89の省級生産性保護モデル基地が認められていた。「十二五」時期に入り、河北省、安徽省、山東省等においても省級政府によるモデル基地形成の取組が始まっている。また、江西省、遼寧省では民間主

体で伝統工芸、伝統美術の市場化等を進める取組に対し、政府が生産性保護の支援を進めている。黒竜江省、湖南省、天津などでは、省級政府が積極的に生産性保護の代表的な無形文化遺産を展示・紹介・販売するプラットフォームづくりを進めている。なお、山西省では、無形文化遺産生産性保護の成果として、企業、経営農家、工房等を合わせて約3,000件、従業員は400万人に達していることが公表されている¹⁶²。

2012年2月5日には、北京の全国農業展覽館で「第1回中国無形文化遺産生産性保護成果大展」が開催された。これは、共産党中央と国務院の指導の下で、近年、無形文化遺産保護業務を戦略的に展開してきた関連各部署が、その業務成果を示すため、中国各地から第一級の国家級無形文化遺産を一堂に集めて展示・実演公開した中国初の展覧会である。

文化部、国家発展改革委員会、教育部、科学技術部、工業・情報化部、国家民族事務委員会、財政部、住房・城郷建設部、商務部、国家旅遊局、国家宗教事務局、国家中医薬管理局、国家文物局、中国社会科学院、全国政協文史・学習委員会、北京市人民政府による共同主催で、文化部無形文化遺産司、中国無形文化遺産保護中心と北京市文化局が事務局を共同担当した。



賑わう無形文化遺産生産性保護成果大展

展覧会では、中国が国家級無形文化遺産として指定している188項目の伝統技術が紹介され、

2,000件の国宝級の実物作品が展示された。会場には中国各省（市、区）から約170名の優秀技能者が集い、制作実演パフォーマンスを通じて伝統の技を披露した。

中国民間文芸家協会の白庚勝は、「中国での無形文化遺産の保護が、決して保護のための保護に止まらない」「伝承、転化、刷新、開発と保護とを適度に結合させ、その上で、学術的な静態保護を実施し、同時に生活化された動態保護も行っている」と述べている¹⁶³。

無形文化遺産生産性保護は、文化の発展・繁栄をめざす「十二五」期の文化改革において、伝統文化の価値を守り、発展、継承する取組である。技術伝承が危ぶまれていた中華の伝統文化を守り育てる取組は、新たな段階を迎えており、全国民が参加する「文化運動」となっている。

2 “王老吉”に見る伝統文化の回帰

前項で紹介した「第1回中国無形文化遺産生産性保護成果大展」は、伝統工芸や伝統美術、伝統医薬を中心とする展示であったが、会場の中でひととき異彩を放つコーナーがあった。中国伝統の“涼茶”を紹介するコーナーである。コーナーでは紅色の

¹⁶² 「中国無形文化遺産生産性保護成果大展」（2012年2月5日～15日）での主催者公表データに拠る。

¹⁶³ 白庚勝『中国の無形文化遺産保護』（『無形文化遺産の保護—国際的協力と日本の役割』〔独立行政法人国立文化財機構東京文化財研究所無形文化遺産部編集・発行、2008年1月〕）

コスチュームを纏ったキャンペーンガールが積極的に涼茶の試飲を勧めた。涼茶はもとも南方の蒸し暑い広東省で、体の火照りを鎮め、のぼせをとるための煎じ薬として服用された漢方薬であった。

現在、中国で最も有名な涼茶の商標は“王老吉”である。涼茶の始祖・王澤邦が1828年に創業し180余年の歴史を持つと言われている老舗ブランドである。改革開放以来、広東省では資本主義体制の香港に近い地理的優位性を活かし、国外市場展開をめざした経済社会発展戦略がとられるが、王老吉は、この発展戦略のもとでブランド化を進め、市場開拓を図って発展を遂げた¹⁶⁴。



国家無形文化遺産「涼茶」の看板

中国では“緑色の紙パック”の王老吉と、“紅色の缶”の王老吉が流通し競合している。前者は広東省に根付く国有企業“広州医薬集団”が、後者は改革開放後、期限付ライセンス契約により商標権を得て参入した香港資本の民営企業“加多宝集団”が商品化したものである¹⁶⁵。

涼茶は、そもそもは漢方薬であり、日常的に飲用される商品ではなかったが、加多宝集団が1995年に開発・商品化した缶製品“王老吉”は、伝統中国と新中国の融合したイメージを押し出して消費者への宣伝力を強化し、のぼせをとる“民間伝承医薬”から、のぼせを予防する“大衆清涼飲料”へと涼茶のポジションを転換させた。トレードマークは、中国国旗色の紅地に涼茶の始祖の名を刻む“王老吉”の黄色い文字である。マーケティング戦略で用いられたのはポジショニング理論（中国語では定位理論）¹⁶⁶であった。他商品との差別化を図り、これまでにない中国色の濃いパッケージデザイン¹⁶⁷を採用するとともに、薬材を煎じる従来方式に換えて、濃縮生産技術が採用されている。

2006年、国家級無形文化遺産指定登録の制度が始まった際、“涼茶”は中華民族の伝統文化を伝承する国家級無形文化遺産として指定された。国務院が公布した518項目の中には、王老吉を代表とする涼茶18ブランド（生産企業21社、伝統技術54件）が含まれている。

清涼飲料へとマーケティング・ポジションを転換させた王老吉が、最大のライバル

¹⁶⁴ 返還前の香港やマカオが、涼茶文化をもつ地域であったことも幸いしている。

¹⁶⁵ 資本主義の自由競争によらない社会主義市場経済の下で、国際的な自由貿易化の要求を背景とした国有企業改革は中国の重要な課題である。国有企業集団の既得権独占による民業への圧迫は依然として見られる。王老吉にみる国有企業と民営企業の競合は一例に過ぎない。

¹⁶⁶ アメリカのマーケティング戦略家ジャック・トラウトらが提唱した理論。物と情報が溢れる現代社会でマーケティング成否の鍵を握るのは、ポジショニング、すなわち消費者の脳裏に商品の的確なイメージが築き上げられるかどうかだと説く。北京大学が2012年3月に開講した企業経営者向け“定位理論”講座において、王老吉は定位理論で成果を取った典型的企業として紹介されている。

¹⁶⁷ 缶パッケージ側面に、上質な薬草エキスが入っている健康飲料としての位置づけを示すと同時に“人民大会堂宴会用”と大きく示す政治の権威を借りた広告手法も採られている。

と認識しているのはコカコーラである。中国では、アメリカ文化の価値観が中国市場を席卷しているブランドの代表例として“コカコーラ”が認識されている。“王老吉”PK“可口可樂（コカコーラ）”の図式がマスコミでも取り上げられ¹⁶⁸、王老吉がグローバル戦略をめざす姿勢が明確に示されている。

2008年の北京オリンピックでは、“2008, Welcome to Beijing, China”の横断幕とセットで国旗色の紅色缶飲料“王老吉”の大規模な宣伝キャンペーン活動が繰り広げられた。オリンピック開催前には、アメリカ・ニューヨークの自由の女神像前でのオリンピックウェルカムキャンペーンとして王老吉の宣伝イベントも実施され、北京への旅行ガイドも配られた。

こうした中国の文化状況を背景とした一連の取組を通じて、涼茶“王老吉”は、中国の冷茶文化と健康飲料を代表するブランドとして名を馳せ、知名度、生産量とも中国を代表する飲料ブランドに成長を遂げている。2002年当時、1億元余りだった王老吉の売上高は、2009年には160億元を突破した。この数値はコカコーラの中国市場での年間売上高の150億元を超えている。

2011年には、涼茶の国家級無形文化遺産指定5周年記念イベント「涼茶文化・産業発展サミット」¹⁶⁹が北京で開催され、涼茶ブランド各企業が協力して、内外のメディアに涼茶ブランドをPRしている。

2012年の「第1回中国無形文化遺産生産性保護成果大展」で王老吉をはじめとする涼茶は、中国伝統文化の核心価値と現代科学技術の融合により、“文化”の“創新”を短期間で実現した代表事例として紹介された。前述のように、国営企業と民間企業が商標で競合するという問題を抱えつつも、王老吉の躍進は、地域資源としての中華の伝統文化の強みを現代に活かし、世界に向けて中国のソフト・パワーを発信するモデルケースとして位置づけられているのである。

第8節 中華文化の根本精神と多民族国家としての中国

1 中華文化の根本精神

文化には歴史軸と空間軸がある。歴史軸において文化のパワーは深まり、空間軸において、文化のパワーは広がる。力強く豊かな文化力を育み、新たな価値を創造するには、温故知新の精神と文化の多様性の尊重が必要である。

中国では、国家重点科学研究項目として「夏商周断代プロジェクト」が1996年に批准され、2000年に至るまで、歴史的な暦年代を実証する作業が行われた。歴史・考古・天文・古文字学などの専門家グループの検証の結果、夏王朝の成立は紀元前2070年と公表されている。その後、引き続き2001年に「中国古代文明探源プロジェクト」が立ち上げられ、地理・遺伝・動物・植物・冶金学などの専門家も加わって、官・学

¹⁶⁸ 『北京青年報』（2011年1月11日）のテーマ記事参照。

¹⁶⁹ 文化部の非遺司（無形文化遺産担当部局）、中国無形文化遺産保護センター、広東省文化庁等の協力を得て、内外メディア100数社に涼茶文化をPRした。

をあげて中国古代文明の起源の研究が進められている¹⁷⁰。

ここでは、国家重点科学研究の近年の成果を踏まえて、現在、注目を集めている「華夏」文化の歴史を遡り、現在、国家をあげて進められている「中華民族の偉大な復興」運動へと結びつく中華文化の根本精神について紹介したい。

「華夏」の「華」は、形成文字で「草木のはな」を表し、「文化の盛んな土地」・「都」としての中国を意味する。中国の初代王朝の名称とされる「夏」は、会意文字で「夏の季節の陽気の盛んなさまから、転じて、大きいの意味、大いなる国、中国」を表す。「華夏」は、「文化の開けた大きい国の意」がある¹⁷¹。「中華文化」が多民族を包摂する広い概念で使われるのに対し、「華夏文化」は、中国の核心をなす文化の意で使われる。

北京保利博物館で所蔵されている西周時代の青銅器には、夏王朝を開き、その主君となった人物と伝えられる禹王が『徳』の執行をもって治世した事跡を表す漢字の銘文が見られる。禹は、古代中国において、大地を安定させ、文明の歴史を切り開いた文化英雄だといわれる。禹が中原の地で定着農業の礎を築き、定住人口を有する社会的関係の基本を、徳をもって治めたことで、文化基盤が構築されたとみられている。

夏王朝時代は、新石器時代から高度な青銅器時代への移行期であり、中国文明の指標となる礼制が形成される過渡期にあたりと考えられている。つまり、夏文化（華夏文化）は、中華の都市文明の源流とみられている。

歴史学者・王柯によれば、中華文化は古代以来、多民族的性格を有しており、夏・商（殷）・周の時代にその支配地域である「中原」を統治した者はいずれも、「四夷」、外来の者たちであったという。王柯は、「中華文化が“多民族的”性格をもつにいたったのは、中華文化の形成期に“中原”“中国”“中華”という舞台で政治的主役を演じたのが原住民の漢族の人々ではなく、周辺から入ってきた異民族の支配者だったことによる。そのため、中華文化は周辺の人々を排除するのではなく、受け入れて共存共栄することを正当な政治権力とする文化となった」と説き、「古代中国語における“文化”の政治性とは、正当な統治者の“天下”を治める手段とされるものであり、そして“文化”の道徳性とは、“天下”を治める最終目的とされるものであった」という。また、「“文”が“規範”や“秩序”であり、“文化”とは、“規範”や“秩序”を普及させること」、「“文化”による“規範”や“秩序”は、つまり中華文化の真髄とされる『礼』という文化システムである」と説いている¹⁷²。

「国家政治制度と人間行動規範として確立された“礼”は、宗教性が強く、あらゆる価値判断の最終基準を“天”の意志に帰結するシステムであった」。そして、「古代中国の最高支配者は“天子”と呼ばれ」、「“天”の“徳”の執行が“天子”とし

170 岡村秀典『夏王朝』（講談社、2007年8月）参照。

171 鎌田正、米山寅太郎著『大漢語林』（大修館書店、1992年4月）。

172 王柯『多民族国家 中国』（岩波書店、2005年3月）。以下二段落も同様。

ての最も重要な資格とされ、・・・異民族も“文化”の対象者であり、異民族も“天下”の一部であるという論理が“中華文化”に生まれた」。この二つの中華文化的考え方こそ、中国が多民族国家を形成する原動力となっていると王柯は説く。

「中原」の農業文明を基礎にする「中華文化」を、農業文明をもたない遊牧民などの「四夷」（夷・蛮・戎・狄）が積極的に受け入れてきた、つまり、「中華文化」は、「“文化”（の実施）によって非“中華”が“中華”に変身するという論理を内包していた」のであり、「中華文化が勢いを保ってきた理由は、歴史上において周辺の人々が次から次へと中華文化に引き込まれたことにあった」と説く王柯の核心的な言説は説得力がある。

また、中国史家・川勝義雄は、中国の膨大な史書と、多くの歴史家たちに一貫する特色を、第一に、「歴史を見る目が、常に強烈な倫理的精神に裏打ちされていることである」と説く。そして第二に、「歴史を政治の資とする意識の強さにある」と説く。さらに、中国における「経世」とは、「世に経糸を通すこと、人間の住むこの世界全体に筋の通った秩序を樹立すること、を意味している。それは、近代の国民国家と結びついた Staatswissenschaft としての『政治』観念とは異なって、国家レベルを越えた、はるかに広い人間世界全体の秩序づけであり、秩序の確立によって文明世界を維持することにほかならない。・・・したがって、中国では政治と倫理とが一体である。倫理は政治のよってもって立つ基盤であり、政治は倫理的世界すなわち文明世界の樹立をめざさねばならないとされていた。・・・（「経世」意識は）文明を成り立たしめる基本秩序の護持意識であり、基本秩序としての『礼』原理を失うまいとする自覚的な意志にもとづいている」と説いている¹⁷³。

共産党の一党執政体制のもとで、中国は、現在、“歴史を政治の資とする意識の強さ”を再び発揮し、「中華民族の偉大な復興」をめざして、文化政策を重視しているが、その思想の根本には、こうした中華文化の歴史的概念がある。

2 文化の伝達・記憶装置としての「言語」と「漢字」

多民族国家・中国が、国家アイデンティティを保つために重視しているのが、言語政策である。同族意識や親和力は、文化の共有が大きな役割を果たし、特に「文化共同体」意識は、言語文字の共有が決定的要因となっている。

中国で現在、中国語の対外普及活動が重要視されていることについて、既に、孔子学院をはじめとする文化走出去の事例で述べたが、国土が広く、漢族以外に 55 の少数民族¹⁷⁴を抱え、人口 13 億人



「56 民族が共に祝う国慶節」の飾り

¹⁷³ 川勝義雄『中国人の歴史意識』（平凡社、1993年6月）。

¹⁷⁴ 55の少数民族の数は中国政府の認定数である。中華人民共和国政府による民族識別工作（作業）開始後、ほどなく実施された1953年の第1回全国人口調査では、400余りの民族名が自己申告されている。

超の中国には、地域に根ざした多様な方言がある。普通話（標準語）の普及教育が進められているが、民族や出身地が異なれば、話し言葉の違いが大きく、国民どうしても意思疎通が難しい場面が多くみられる。少数民族言語も、一民族一言語という単純な状況ではない。

中国の言語政策の方針を明文化した「国家通用言語文字法」は、2001年1月に施行された。法第2条で、国家の通用言語・文字を「普通語及び規範化された漢字」¹⁷⁵と規定している。2006年には、共産党中央宣伝部、全国人民代表会議教科文衛委員会など5部門から「『国家通用言語文字法』の学習・宣伝および徹底した実施に関する通知」が各地方政府に出されている。これを受けて各地方政府は、各地での言語の状況を考慮しつつ、実施弁法を制定している。

ラジオやテレビ番組においては、標準語以外の方言の使用を規制する措置等が取られている。国家広電総局は2004年10月に「区域外テレビ・ラジオ番組の吹替版放送に対する管理の強化に関する通知」を、また、2005年9月には、「中国テレビ・ラジオのアナウンサーと司会者の自律規約」を公布し、また、同年10月には、「テレビドラマにおける規範言語使用に関する追加の通知」が出されている。この通知は、原則として方言を使用したテレビドラマの制作を禁止するものであった。しかしながら、一方では、方言を使用せずして地方色のあるドラマが制作できないという現実的な問題や、文化伝承面から、方言の保護、文化的重要性が主張される動きもあった。2001年のWTO加盟後の対応が、「十一五」時期には、移行期から本格実施段階を迎える中で、中央制御を担うメディア政策と、産業化も要請される文化政策との間で、言語政策はジレンマと不均衡を抱えながら、実施されている状況が見受けられる。「マスメディアはけっして『大衆』のメディアではない。・・・情報分配と支配の中央制御システムがいわゆるマスメディアの本質なのである。¹⁷⁶」

話し言葉の多様な地域を包括する中華文明社会において、多様な人々をまとめ、中華文化の根本精神を古代から現代に伝え、文化の記憶・伝達装置として歴史的に重要な機能を果たしてきた伝統メディアが「漢字」である。漢字は、世界のありさまや、人間のふるまいを古代から伝えてきた表意文字である。漢字の原型は、殷代の甲骨文字に認められる。それは権力者が独占し、未来の行動を天（神）に占い、地上を統治する王の判断が正しいことを神に報告するために使われたと考えられる。西方から殷に攻め入った遊牧民族の周は、殷の用いた表意文字の文化を受け継ぎ、漢字を用いた礼の教化と契約により、周辺の文化の異なる他部族を封建制度で統治した。その後の王朝にも漢字による統治文化は引き継がれている¹⁷⁷。世界文明の中で、数千年に渡り、表意文字を現代に伝えるのは、漢字文明だけである。

¹⁷⁵ 標準語（普通話）及び簡体字を指す。

¹⁷⁶ 神林恒道他編『芸術学ハンドブック』所収、室井尚著「マスメディアと美術」（勁草書房、1989年4月）

¹⁷⁷ 漢字文化圏の朝鮮半島において、李朝第4代世宗が1446年に「訓民正音」（民を教える正しい音）として音節文字のハングルを公布したのは、朝鮮民族の独自の文化を維持継承するためであった。

中国古代の文化を特色づける重要な遺品である古代青銅器には、饕餮（トウテツ）文¹⁷⁸や、龍形文様、鳥形文様等の動物文様とともに、部族の符号、祖先名が鑄出されているものが多くある。青銅文化の爛熟期には、長い銘文も見られる。

例えば、「徳を守り、王家を助けて外敵を退けるように」、「武も文もすべて盛んに、永き世まで忘れることのないように」といった銘文が鑄出されている¹⁷⁹。

古代漢字学者の白川静は、「古代人の思惟の体系のうちにみられる群形象、対偶や全体の関連的把握、また字形による意味系列の理解と、これらのものが結合し交叉するところに、文字が成立する」、「文字の創造とは、文字の形象とその構造とを通じて、文字による世界像を構成することにほかならない」と述べ、「文字が作られた契機のうち、もっとも重要なことは、ことばのもつ呪的な機能を、そこに定着し永久化することであった」と説いている¹⁸⁰。

近年、中国では、国家重点科学研究項目として、歴史・考古学をはじめとする専門家によるプロジェクトが立ち上げられ、中国古代文明の歴史を解き明かす文字資料が次々と発見されている。

世界が注目した北京オリンピックという現代の祝祭の開閉会式では、漢字文化と、それを媒介に現在に伝わる中華思想を世界にアピールする盛大な演出が行われた。漢字は中華文明の証であり、文化の記憶・伝達装置としての役割を現在も果たしている。

3 「中華民族の偉大な復興」の理念

「十二五」時期の文化政策で中国政府が「中華民族の偉大な復興」の実現という理想・信念の教化運動を重視する背景を知るには、中国人の歴史観と、近代国家の形成の歴史を振り返る必要がある。2011年は中国共産党成立90周年であるとともに、辛亥革命100周年の節目の記念すべき年であった¹⁸¹。

中華民国を成立させた中国革命の指導者・孫文の遺言「革命尚未成功」（革命なお未だ成功せず）は有名であるが、近現代における「中国」の国家の形成は、民族の栄辱観を奮起して国勢を回復し、列強諸国が租界を築く清朝末期の反植民地状態から脱却して、主権国家として国際社会で自由平等の発言権が認められる強国をめざす革命願望に支えられてきた。中華人民共和国憲法前文では、辛亥革命で未だ達成されない苦難を中国共産党が打開したと説明されている。

考古学者・高濱秀は、「中国先史・古代美術の多様性」の視座から、中国は「異な



中国56民族が中国共産党成立90周年を共に祝う看板（北京中華民族博物院前）

178 饕餮文は古代中国の青銅器や玉器の装飾に用いられた獣面の文様である。

179 泉屋博古館（京都）に保管されている春秋戦国時代の陳列品参照。

180 白川静『中国古代の文化』（講談社、1979年10月）。

181 歴史観を重視する華人の経済界幹部は、2011年、名刺に90周年及び100周年を刻印していた。

る環境をもったさまざまな地域からなっており、そこで、発達したおのおのの独自性をもつ文化が互いに影響を与え合い、融合して全体としての文化を形作っている。・・・また、中国は一つの完結した世界であったわけではない。現在の中国領の外の地域とも接触し、さまざまな影響関係を保っていた」と説いている¹⁸²。

また、中国近現代史家・川島真は、「近代国家建設における諸政策と辛亥革命前後の版図の継承は、20世紀から現在に至る、いわゆる民族問題の背景となっている」とし、「『中国』の空間設定において清朝の版図が前提とされた」と説く¹⁸³。

さらに、日中関係史家・劉傑は、「国民政府時代から掲げられた『統一と建設』という国家目標は、いまだに実現されていないのではないかと説く¹⁸⁴。ここでいう『統一』とは、香港とマカオの『回帰』および台湾問題の最終的解決であり、『建設』は「物質文明」と「精神文明」の建設である。

これらの説を踏まえれば、「十二五」時期において、「全民族の文明資質の向上」や、「中華民族の共同故郷の建設に向けた協力の深化」が政策目標に掲げられている論理が理解できる。「中華民族の偉大な復興」は、中華民族多元一体構造論を唱えた社会学者・費孝通や、考古学者・蘇秉琦らが提起した新たな中華民族論を理論的な武器として、民族団結と国家統一、文明建設をめざして掲げられたスローガンである。多民族国家「中国」の枠組みは、近代国家建設の歴史の中で示され、空間軸において国家の文化のパワーを広げ強めるため、「中華民族の偉大な復興」の理念が唱えられるに至ったのである。

【執筆者】（当時）

自治体国際化協会北京事務所

所長補佐（京都府派遣） 古川 健

182 高濱秀, 岡村秀典編『世界美術大全集東洋編第1巻 先史・殷・周』（小学館、2000年9月）

183 川島真『シリーズ中国近現代史 近代国家への模索 1894-1925』（岩波書店、2010年12月）

184 劉傑『中国人の歴史観』（文藝春秋、1999年12月）