



Title	中国の若者における対日イメージの発達的变化とその影響要因：ハルビン市における中学生・高校生・大学生を対象に
Author(s)	文, 慧超
Citation	北海道大学大学院教育学研究院紀要, 142, 147-176
Issue Date	2023-06-26
DOI	10.14943/b.edu.142.147
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/90079
Type	bulletin (article)
File Information	11-1882-1669-142.pdf



[Instructions for use](#)

中国の若者における対日イメージの発達的变化と その影響要因

—ハルビン市における中学生・高校生・大学生を対象に—

文 慧 超*

【目次】

- 1 研究背景
 - 2 先行研究と理論的枠組み
 - 2.1 先行研究
 - 2.2 理論的枠組み構築に向けて
 - 2.3 本研究の目的と着眼点
 - 3 研究方法
 - 3.1 質問紙の作成と調査概要
 - 3.2 分析方法
 - 4 結果
 - 4.1 対日イメージの実態
 - 4.2 対日情報源の実態
 - 4.3 対日イメージと対日情報源の関連
 - 5 考察
 - 5.1 対日イメージの実態
 - 5.2 対日情報源の実態
 - 5.3 対日イメージと対日情報源の関連
 - 5.4 学校段階別に見る対日イメージの発達的变化の要因
 - 6 結論と課題
- 【キーワード】 青年期 発達的变化 対日イメージ 対日情報源 自由回答調査法

1 研究背景

近年、日本社会においては「中国反日論」が定着している。しかし、中国においては、中国人の対日イメージは改善する傾向にある。2013年以降、訪日中国人客数¹は年々大幅に増加しており、国・地域別で見て中国は訪日外客数の最も多い国でもある（日本政府観光局, 2018）。この背景には、日中関係の回復以外に、中国の経済発展による日中間における人的交流の拡

* 中国東北林業大学（北海道大学大学院教育学院博士課程修了）

¹ 訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない（日本政府観光局による）。

大や、急速に進む中国社会の情報化²が挙げられる。2020年3月時点³のネットユーザー数は9.03億、ネット普及率は64.5%に達し、本研究の対象である中学生と高校生を含む若年層はネットユーザーの4割以上を占める。依然としてインターネットは中央がコントロールしている部分も多いが、彼らの対日情報を入手する機会は着実に増加し、SNSなど個人が能動的に情報発信するツールも世論の形成に影響する可能性がある。このような状況において、日本との直接接触経験がない中国の若者たちはどのような情報を受け取り、どのように彼らの中で対日イメージが形成されるのだろうか。

2 先行研究と理論的枠組み

1990年代に入ってから、中国人における対日イメージに関する調査研究は様々な分野で行われ、蓄積されてきた。ここでは、まず、対日イメージ研究における世論から個人へという視点の転換の流れに従って検討する。次に、本研究の理論的枠組み構築に向けて、認知発達段階論に関する研究に注目して整理する。

2.1 先行研究

世論を元にした日中関係とイメージの関係性に注目する研究としては、劉（1995, 2003, 2005）、範（2007）小林（2009）、楊・橋元（2010）らの研究が挙げられる。劉（1995, 2003, 2005）はそれぞれの年の世論調査の結果に基づき、時系列で1990年代以降の中国人の対日感情の基本構造とその変遷を論じ、その傾向を「日本好き」から「日本嫌い」へと変化する過程と結論づけている。そしてその要因について、劉（2005）がマスメディアの報道と中国の対日世論の変化が一致することを指摘したのは重要である。小林（2009）はその変化を主に年代別に俯瞰するとともに個人の「心情」についても述べた。また楊・橋元（2010）はその世論のもととなる情報源の多様化と、それに伴うイメージの多様化についての個々人の意見の存在を指摘した。これらの研究をさらに進めるならば、対象者の属性に焦点を当てたアンケートやインタビューによる実際の個人の意識調査が必要になるだろう。

日本人との接触機会⁴の重要性が示唆される研究としては、片桐（2002）、王（2012）が挙げられる。片桐（2002）は、日本人との接触機会が少ない調査地（ハルビン市）における日中両国の大学生のそれぞれが持つ日本人に対するイメージをアンケート調査によって比較検討し、相互イメージのギャップを確認した。王（2012）は、同じ北京の大学生に出身地による差異が確認され、イメージは理性的かつ客観的であると指摘している。理由としては出身地による日本人との接触機会の多少が挙げられ、地域の特徴を配慮した上での対日イメージ

² 情報化は、「高度な情報通信・処理システムの普及に伴う現代社会の産業的、社会的、文化的変化」を指す（青木・梶原, 1999, p.3）

³ 中国互聯網絡信息中心（CNNIC）. (2020). 第45回中国互聯網絡發展狀況統計報告.
<http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm> (2020年10月27日)

⁴ 日本との接触に関しては大西（2014）の定義を参考とする。大西（2014）は、「日本語接触機会が少ない学習環境」は「1）在留日本人が少なく、日本人と日本語でコミュニケーションをする機会が少ない。2）日系企業、日本人観光者が少なく、仕事に日本語が活かせない。3）地理的、経済的に日本を訪れることが難しい」の3点を挙げている。

研究の必要性が示唆された。

次に、対象者の属性のうち、イメージ形成に影響を与えるもう1つの要素である年齢に注目した研究を見てみよう。

日本人の外国や外国人に対するイメージを調べた大坪（2011）は、世代によるイメージの差を確認している。この結果を受け、まず、これまでにほとんど注目されていない高校生（朱、1995）、中学生（井田、1997；中橋・潘・義永、2015）を対象とする年齢別の先行研究を概観する。次に、中学生、高校生以外の若者も対象とする魏（2014）と姜（2017）の研究、最後に、韓国人の小・中・高・大学生を対象とした加賀美・守谷・岩井・朴・沈（2008）の研究の位置付けについて述べる。

1995年に端を発する中国の中高校生に対する調査は、1992年の日中友好条約を記念するものである。朱（1995）は、北京の高校生の日本観を知るために、自由記述によるアンケートを行った。年代的に古く、研究というよりは報告だが、高校生を対象とする調査として先駆的なものであり、学校教育と生徒の日本観の間に相関性を認めた結論は注目すべきである。井田（1997）は、上海の都市部と郊外の小学生と中学生、及び教師を対象にアンケートによる対日イメージ調査を行った。その結果、小学生から中学生になるにつれ、また都市部から郊外に行くにつれ、否定的なイメージが多くなることがわかった。その理由として、年齢による戦争などについての知識の増加に加えて、郊外では都市部よりも知識を得る手段が限られ、教師の対日イメージがそのまま生徒に影響する可能性が指摘されている。片桐（2002）も、情報不足がゆえにステレオタイプ化されたイメージが形成される可能性を示唆している。中学生を対象とする中橋ほか（2015）でも、日本・米国・中国の中学生を対象としたアンケート調査の結果、対象国の人々との直接的な交流を経験する前のメディアや周囲の大人の影響が要因として挙げられた。中国人の中学生は日本の豊かさを評価しており、日本のマス・メディアでしばしば指摘されている中国人の反日感情は確認されなかった。中学生を対象とするこの研究は、中学生と一般世論における対日イメージの齟齬を示唆しており、この知見を踏まえて、本研究ではさらに高校生と比較したいと考える。

中学生、高校生や大学生のいずれかではなく、この3つの学校段階を幅広くカバーする研究としては、魏（2014）と姜（2017）の研究が挙げられる。魏（2014）は、2012年当時の日中関係悪化を背景に、中国の若者の日本のポップカルチャーの受容と対日イメージの関連性について調べたものである。その結果、若者はアニメを通して政治や外交と異なる次元で日本をポジティブに捉えていることが明らかになった。居住地域における対日感情の差も示唆されているが、地域別の分析は行っていないため、さらに検討する余地がある。姜（2017）は日本と接触機会の多い都市である北京に居住する中学生・高校生・大学生・大学院生（修士課程）という幅広い学校段階を対象に、国際政治学の観点から、日本国や日本人に対するイメージについて調査した。その結果、日本国と日本人の双方に肯定と否定の両方の面が見られ、影響を与える情報源としてはインターネットやテレビなどの可能性が示唆された。しかし、学校段階別の比較検討は行われていない。

韓国の小・中・高・大学生の日本イメージの形成過程を量的に分析した加賀美ほか（2008）の研究も参考に値する。学校段階別の相違を考察し、否定的対日イメージは小学校から形成され、中学生が最も強く、高校生から大学生までは固定化されていくプロセスであると結論づけた。また、否定的イメージが強調されやすい一因としては、「日本と韓国のマス・メディ

アのステレオタイプの報道のためである」と分析している。異文化理解教育の視点からなされた本研究は、研究対象を若者に絞ることにより、個人の学校段階別に成長中の若者における対日イメージの形成過程を検討するという新たな視点を示している。中国の若者を対象とする研究でも、同様の調査方法を用いて新たな知見が得られることが期待される。しかし、加賀美ほか（2008）の調査内容はイメージの実態のみであり、情報源及び情報源とイメージの相関関係については調べられていない。

以上の先行研究を踏まえて、本研究では中国人が日本国や日本人に対して持っているイメージとその影響要因をさらに追求するために、日本人との直接の接触の有無、地域差はもとより、とりわけ学校段階別の違いに注目しつつ、次にその立ち位置を明らかにする。

2.2 理論的枠組み構築に向けて

まず、本研究で扱う「イメージ」について述べよう。辞書的定義によれば、イメージとは、「①心の中に思い浮かべる姿や情景。心象。形象。イマージュ。②心の中に思い描くこと」である（『大辞林』⁵）。しかし、イメージについては、国際関係学、教育学、異文化コミュニケーション、心理学など様々な分野で使い方が異なる。社会心理学分野の御堂岡（1992）は、イメージを「ある人が別の文化集団の文化、成員について持つイメージの複合体が、その人のその文化集団についての理解の仕方」であると指摘し、「認知要素（対象の属性についての概念）、評価要素（優劣の評価）、感情要素（好悪の感情）、行動要素（行動意図）」に分けられるとした。対象者主体の視点からイメージを扱った江（2014）の研究では、御堂岡（1992）の定義に基づき、「中国人の日本イメージ」を「中国人が異文化集団としての日本についての理解を指す複合的な概念」としている。また、御堂岡（1992）のいう4要素における関連性を検証した江（2014）は、先行研究で多く指摘されている感情要素と行動意図の間の負の関係のほか、中国人が認知要素と評価要素に基づいて日本に対する行動を行う可能性を示唆した。つまり、認知要素と評価要素はイメージ形成の基礎となると言えよう。そこで、本研究では、御堂岡（1992）の4要素理論と江（2014）の定義を参考にし、中国における若者が抱く対日イメージを、中国の若者が日本や日本人に対する認知要素および評価要素から構成された複合体である、とする。

次に、若者が対象であることから、若者の発達段階を考慮に入れる必要があるだろう。認知的能力の発達に関する最も体系的な理論は、「認識はいかに獲得されるか」という問いに答えるピアジェの認知発達段階論⁶（Piaget & Inhelder, 1966/1969）がある。この理論によると、認知的能力の発達段階は、感覚運動的段階（0～2歳頃）、前操作的段階（2～7歳頃）、具体的操作段階（7～11歳頃）、形式的操作段階（11歳頃以降～）の4つの段階に区分される。具体的操作段階では、子供は具体的対象が眼前に存在すれば論理的思考ができるが、抽象度の高い課題であれば理解しにくくなる。青年期に相当する形式的操作段階に入ると、具体的な対

⁵ <https://sakura-paris.org/dict>

⁶ しかし、足立（1994）は、年齢と対応させて発達段階を記述するという点に対しては、その後、多くの認知心理学研究者から批判されていると述べている。例えば、理論が要求する一貫性が実験課題に欠けていること、年齢段階と発達段階と結びつける主張の不適切さ、子供の問題が領域の異なる科学的概念と推論能力と同時に混同されることが挙げられる（足立、1994）。また、ピアジェが規定したこの段階の思考に到達できる子供は実際に極めて少ないという指摘もある（青年心理学事典、久世・齋藤、2000、p.120）。

象に拘らず、子供は論理的命題を仮説実験したり、組み合わせ可能な全ての結合を論理的に作ったりして、仮説演繹の思考ができるようになる。

青年期については、青年心理学事典⁷では以下のように述べられている。青年期は、社会的・政治的変動の中で発達し、概ね10歳から20歳代半ばまで、つまり、思春期的変化の始まりから25、26歳までの児童期から成人期への成長と移行の時期である。青年期の特徴は内面生活の展開にある。この内面生活の特徴から青年期を区分すれば、青年期は思春期的な主観的特徴を示しやすい青年期前期、内面的世界の獲得、発見と展開の青年期中期、外界と内面の調和とアイデンティティ達成の青年期後期に分けられる。学齢では、それぞれの区分に該当するのは中学生・高校生・大学生である。

この青年期におけるイメージ形成については、小城・萩原・村山・大坪・渋谷・志岐（2010）の調査によると、どの世代においても、自身が青年期に該当する10代から20代に体験した社会的出来事を鮮明に記憶する傾向があるという。それゆえ、個人のイメージの基本構造はおもに幼年時代に築かれるが、実際には幼年期より青年期のほうが、イメージの大部分を決めるのに決定的であるという議論がある（Boulding, 1980, p.69）。そこで、先行研究では若者の対日イメージの特徴のみ明らかにされているため、発達段階別のイメージ形成の特徴を検証し、イメージの形成された年齢層を明らかにするよう試みる。

2.3 本研究の目的と着眼点

ここでは2つの問いが考えられる。若者の対日イメージは、対日情報源からの影響を受けてどのように形成されているのか。今まで「青年期」と一括りにされてきた発達段階のなかに、より細かな変化が見られるのではないか。

そこで本研究では、学校段階別の相違に着目し、自由回答法により得られた質的データを量的に処理し、中学生・高校生・大学生別の対日イメージと対日情報源を比較することによって、イメージの発達の変化とその要因を解明することを目的とする。また、調査地と研究対象については、それぞれ概ね学齢では中学生・高校生・大学生に相当する青年期前期、青年期中期、青年期後期の区別を明確にし、先行研究で明らかになった「日本人との接触機会が少ない環境」の定義と接触機会の有無と対日イメージの形成との関連を踏まえて、日本人との接触機会の少なさという点で一般的な中国人の代表性を持つハルビン市を調査地に選定し、研究対象の若者を中学生・高校生・大学生に分けて分析する。

3 研究方法

3.1 質問紙の作成と調査概要

御堂岡（1992）によれば、イメージの測定法としては、自由回答法で主としてイメージの認知要素と評価要素をとらえることができるとしている。よってイメージの認知要素を測定する本研究では、自由回答法によるアンケートを用いる。自由回答法とは「質問文に対する回答を回答者に自由に答えてもらう方法である。（中略）回答として定量的データと定性的データのいずれかを得たいのかによって、数値記入回答形式と文字記入回答形式に分けるこ

⁷（久世・齋藤, 2000, p.4-5, 149）

とができる」(辻・有馬, 2006, p.73)。本研究はこのうち文字記入回答形式で調査を実施した。

本研究で使用した質問紙は中国語で作成し、フェイスシートと質問文の2つの部分からなっている。質問文では、対日イメージと対日情報源を問う2つの質問に対して中国語で回答してもらった。質問項目は以下のとおりである。

(1) フェイスシート：性別・生年月日・学年

(2) 対日イメージと対日情報源の質問文

①あなたが「日本」と聞いてイメージするものを自由に書いてください（回答は多ければ多いほどよい⁸）。

②あなたは主にどのような手段を通して日本についての情報を得ていますか⁹。

本調査は、2014年6月から7月にかけて、中国黒竜江省ハルビン市に居住する中学生・高校生・大学生計728名（男子356名、女子372名）を対象に、対日イメージ及び対日情報源の実態に関する質問紙調査を実施した。調査にあたって、筆者は各教育機関の担当者に事前許可を得た後、計7校（中学校1校・高校2校・大学4校）を訪問し調査を行った。そのうち、①A中学校¹⁰の2年生と3年生計257名にそれぞれ2回の調査を実施した。②A高校の1年生と2年生にそれぞれ2回、B高校の1年生と2年生にそれぞれ1回、両高校合わせて計254名を対象に調査を行った。③A大学・C大学・D大学それぞれ2回、B大学1回計217名の学部1年・2年・3年の大学生を対象に調査を実施した。

3. 2 分析方法

3. 2. 1 質的分析

対象者全員の回答を原文のままテキストとして入力し、コーディング作業により中学生・高校生・大学生別にカテゴリーを抽出し、最後に、全体を合わせて内容分析を行った。具体的な分析手順は、まず調査者、調査者の指導教員、調査者と同講座に属する大学院生計3名でテキストをもとに下位カテゴリーを抽出し、次にそれらを包括する上位カテゴリーを検討した。さらに、分析に関係していない研究協力者4名が上記の手順で再度下位カテゴリーと上位カテゴリーを抽出した。ずれの生じたものに関しては全員で討議し最終的な結果を決めた。最後に、下位カテゴリーの内容によって、カテゴリーを肯定的、中立的と否定的に分類した。なお、中立的なカテゴリーについては、肯定的と否定的な下位カテゴリーが混在しているものと肯定的か否定的のどちらか明確になっていないものをそれに分類することにした。

3. 2. 2 量的分析

頻出パターンマイニングを用い、上述のコーディング作業によってカテゴリー化したデータを量的に分析した。

1) 頻出パターンマイニング

膨大なデータの中から情報、知識を取り出す技術がデータマイニングであるが、パターン

⁸ イメージの認知要素の全体像を把握するため

⁹ 情報源の全体像を把握する上で、イメージと情報源の関係を調べるため

¹⁰ ハルビンでは、義務教育は小学校5年と中学校4年の「5・4制」である。

マイニングは中でも特に、データ中に高頻度で出現する特徴的なパターンを見つける技術である。頻出パターンマイニングとは、データ集合中で、一定頻度以上で現れるパターンを列挙し、抽出する手法である。それにはデータに隠されているが役立つような部分的傾向知識を発見し(鷺尾, 2007)、物事の関連を見出すことができる¹¹。本研究では、この分析方法を用い、対日イメージと対日情報源の同時出現パターンを抽出することにより、対日イメージと対日情報源の相関関係を探ることとした。

2) 相関ルール

バスケット分析による相関ルール抽出は頻出パターンマイニングの基礎である。相関ルールは、ある事象と他の事象の間における相互依存性と関連性を反映している(Agrawal・Imielinski・Swami, 1993)。もし、2つ(あるいは2つ以上)の事象に一定の相関関係があれば、その中のある事象によってある事象を予測することができる。そのため、 $I = \{I_1, I_2, \dots, I_m\}$ ($I \neq \emptyset$) を m の異なるアイテムの集合¹²とする。D¹³を全トランザクションの集合とする。ここで各トランザクション T は I の部分集合である。本研究においては、相関ルールによって「アイテムの支持度」と「相関ルールの支持度」を算出する。

まず、アイテム X の支持度 $\text{support}(X)$ ¹⁴とは、抽出される X がトランザクション D に出現する頻度を表す値であり、 X の重要度を説明している。 $X, X \subset I$ に対して、 $\text{count}(X \subset T)$ を全トランザクションの集合 D に含まれている X の個数とする。本研究において、 $X=24$ カテゴリーの対日イメージのうちの1カテゴリー、そして、27 カテゴリーの対日情報源のうちの1カテゴリー；トランザクションの集合 D には4種類あり、それぞれ中学生・高校生・大学生・全対象者¹⁵の人数である。公式は以下のとおりである。

$$\text{support}(X) = \frac{\text{count}(X \subset T)}{|D|}$$

また、 $X \subset I, Y \subset I$ でかつ $X \cap Y = \emptyset$ を満たす物を相関ルール (Association Rules) $R: X \Rightarrow Y$ と呼ぶ。相関ルール R の支持度は D の中 X と Y を同時に含むトランザクション数の割合である。本研究において、 $X=24$ カテゴリーの対日イメージのうちの1カテゴリー； $Y=27$ カテゴリーの対日情報源のうちの1カテゴリー；トランザクションの集合 D は4種類あり、それぞれ中学生・高校生・大学生、全対象者の人数である。公式は以下のとおりである。

¹¹ それが最初にバスケット分析の顧客の同時購買パターンの抽出に用いられた。例えば、「おむつを買った人はビールもよく一緒に買う」という頻出同時購買パターンを見出すことができた(鷺尾, 2007)。

¹² 1つの i_k ($k=1, 2, \dots, m$) を1つのアイテム (Item) と呼ぶ。そのアイテムの集合 I をアイテムセットと呼ぶ。

¹³ 全トランザクションの集合 D はトランザクションの全体から構成されている。全トランザクションの集合 D に含まれたトランザクションのフォーマットを $|D|$ で表記される。

¹⁴ また、アイテムセットの最低支持度 (Minimum Support) は指定され、 sup_{\min} と記される。それはアイテムセットが満たすべき最低重要度を測るために用いられる。

¹⁵ 全対象者は中学生・高校生・大学生全員のことを指す。下同。

$$Support(X \Rightarrow Y) = \frac{count(XUY)}{|D|}$$

相関ルールの抽出には2つのステップがある。まず、データの中から全ての頻出アイテムセット¹⁶ (Frequent Itemsets) を抽出する。それから、頻出アイテムセットによって相関ルールを抽出する。

4 結果

4.1 対日イメージの実態

本節では、対日イメージについては、カテゴリ抽出の結果、学校段階別の比較、カテゴリ別の分析に分けて述べる。

4.1.1 対日イメージのカテゴリ抽出

質問1の回答を分類した結果、上位カテゴリ 24と下位カテゴリ 242を確定した。上位カテゴリとその定義そして代表的な下位カテゴリ、評価は表1のとおりである。

表1 イメージの上位カテゴリの定義と代表的な下位カテゴリ

	上位カテゴリ	定義	代表的な下位カテゴリ	評価
1	戦争・歴史認識	日中間における戦争に関する事柄と日本政府の日中戦争に対する認識などに対する批判を表すもの	日中戦争, 南京大虐殺, 日本軍, 日清戦争, 史実を認めない, 故意に歴史を歪曲する, 教科書の改竄	否定的
2	大衆文化	日本のアニメ, 漫画, ゲーム, テレビドラマ, 映画, 歌など今の日本ではやっている文化を表すもの	アニメ, 漫画, 推理小説, ゲーム, テレビドラマ, スリラー映画, 歌, 芸能人	肯定的
3	政治・領土問題	尖閣諸島, 日中関係など中国に関わる問題と捕鯨問題, 原発事故など現代日本における問題を表すもの	日中関係, 尖閣諸島は中国の領土だ, 無責任な政府, 原発事故, 捕鯨, 憲法改正, 安倍晋三, 右翼勢力	否定的
4	代表的な風物	桜, 富士山という中国人の日本をイメージする最も代表的なもの	桜, 富士山	肯定的
5	食文化	日本特有な食べ物や日本の食習慣	寿司, ラーメン, 清酒, 抹茶, 蛸焼き, 吉野家	中立的
6	自然・地理環境	日本の自然条件や地理的環境を表すもの	面積が小さい, 地図, 島国, 海, 北海道漁場, 自然災害が多い, 地震, 津波, 火山	中立的
7	科学技術・高性能高品質	日本の先端技術や, 日本の性能や品質のよい品物を表すもの	科学技術, 新幹線, 自動車, 電化製品, 腕時計, 建築の質がいい, 質のいい眼鏡	肯定的
8	伝統文化	伝統衣装, 国技など日本の伝統的な文化を表すもの	下駄, 和服, 相撲, 柔道, 剣道, 空手道, 生け花, 茶道, 神社, 鯉のぼり	中立的

16 アイテムセットIの相関ルール支持度は予め指定された最少支持度に満たしているとし、Iは頻出アイテムセット (frequent itemset) である。上述のアイテムセットの最低支持度と同様に、 sup_{min} と記された相関ルールの最低支持度は予め指定されたもので、頻出アイテムセットの最低支持度を測るものである。それは相関ルールが満たすべき最低重要度を測るために用いられる。

9	秩序・礼節・習慣	日本社会に昔から今に伝えられた秩序, 礼節, 習慣	整然とした社会環境, 安全で治安がいい, 海賊版がない, 清潔, 礼儀正しい, まじめ, 誠実	肯定的
10	民族・言語	日本人の外見的な特徴, 日本民族の性質, 日本語を表すもの	日本人, 日本人女性, 背が小さい, 日本語, 団結精神, 大和民族, 真似するのが上手	中立的
11	反日感情	日本への反感を表す行動や侮蔑語などを表すもの	日本は中国に非友好的, 中国をいじめる, 日本製品を買わない, 小日本	否定的
12	経済	日本の経済に関わるもの	経済の発展, 工業	肯定的
13	観光	日本の観光都市や, 名所など観光の象徴となるもの	きれいな風景, 東京の夜景, 東京, 京都, 北海道, 沖縄, 大阪城, 銀座, 温泉	肯定的
14	伝統的思想	武士道や男女地位差など日本人の代表的な伝統的な思想に関するもの	武士道 (武士, 切腹, 武士刀, 日本刀, 『菊と刀』), 日本女性の地位, 亭主関白	中立的
15	性風俗	成人向け映画, 風俗業に関わるもの	風俗業, 成人向け映画, 18歳未満禁止	中立的
16	生活環境	日本の住環境など日本の生活で頻繁に接するもの	自然環境がいい, 海産物が肉より安い, 一戸建て, 和室, 畳, 自販機	中立的
17	ファッション	日本ではやっている洋服, 洋服のブランドや化粧法など	学校の制服, ミニスカート, 洋服のブランド品, Evisu ¹⁷ , メイク	中立的
18	日本の歴史	日清戦争以前の日本の歴史に関わるもの	日本は中国を見習った, 鑑真の渡日, 日本の戦国時代, 明治維新以後	中立的
19	文学	日本で有名な作家や文学作品など日本の文学に関するもの	文庫本, 芥川龍之介, 夏目漱石, 川端康成 (ノーベル賞受賞), 村上春樹, 『ノルウェイの森』	中立的
20	現代社会	日本の現代社会で優れている面と社会問題を表すもの	自殺率が高い, 仕事のストレスが大きい, ヤクザ, 電車内の痴漢, 教育レベルが高い	中立的
21	親近感	日本に親しみを感じさせるもの	『愛情公寓』(ドラマ)の関谷, 矢野浩二	肯定的
22	日本の象徴	国旗と天皇	天皇, 国旗	中立的
23	抗日ドラマ・映画	主に日中戦争に関するテレビドラマ・映画	「抗日神劇」 ¹⁸ , 映画『南京!南京!』	中立的
24	不詳	日本との関わりが不明なもの	テコンドー, 人, 免税店, 瓶	不明

4. 1. 2 学校段階別の対日イメージ比較

本結果は質問項目1に対して中学生・高校生・大学生・全対象者から得られた全ての回答を分析したものである。対象者の対日イメージとしては、計3526例のアイテムが収集された。そのうち、中学生からは836例、高校生からは1587例、大学生からは1103例のアイテムが得られた。上述のアイテムXの支持度の算出法によって、中学生・高校生・大学生・全対象者別に、24の上位カテゴリーそれぞれのアイテムの支持度を算出し、全対象者の支持度の高い順に整理した結果は表2のとおりである。

¹⁷ 日本の洋服のブランド

¹⁸ 過剰にグロテスクで荒唐無稽なテレビドラマ

表2 対象者の対日イメージ（数字は%）

	対日イメージ	中学生	高校生	大学生	全対象者
1	戦争・歴史認識	72.4	59.8	57.1	63.5
2	大衆文化	21.0	72.4	45.6	46.3
3	政治・領土問題	27.2	39.8	30.9	32.7
4	代表的な風物	21.4	31.9	37.8	29.9
5	食文化	13.6	34.3	26.3	24.6
6	自然・地理環境	16.3	22.4	21.7	20.1
7	科学技術・高性能高品質	4.7	24.8	29.0	19.0
8	伝統文化	11.3	24.8	20.3	18.7
9	秩序・礼節・習慣	2.7	27.2	20.7	16.6
10	民族・言語	4.3	24.4	17.1	15.1
11	反日感情	23.0	9.4	11.5	14.8
12	経済	2.3	21.3	12.9	12.1
13	伝統的思想	0.8	14.6	7.8	7.7
14	性風俗	0.4	10.2	12.9	7.6
15	観光	1.9	13.4	6.5	7.3
16	現代社会	0.8	6.3	10.1	5.5
17	生活環境	1.9	5.9	8.8	5.4
18	日本の歴史	1.9	4.7	2.3	3.0
19	文学	—	5.9	2.3	2.7
20	ファッション	0.8	5.9	0.9	2.6
21	親近感	—	5.1	0.5	1.9
22	日本の象徴	—	1.2	4.6	1.8
23	中国の抗日ドラマ・映画	0.4	0.8	—	0.4
24	不詳	—	—	0.9	0.3

中学生・高校生・大学生が抱く対日イメージを比較するために、まず、 χ^2 検定¹⁹を行った。その結果、カテゴリー間の度数は、中学生・高校生・大学生で有意に異なっていた($\chi^2=518.583$, $df=46$, $p<0.001$)。支持度10以上の全対象者の結果を見てわかるように、最も多いカテゴリーは「戦争・歴史認識」63.5%で、次いで「大衆文化」46.3%、「政治・領土問題」32.7%といずれも30%以上であった。また、4位から12位までは、「代表的な風物」、「食文化」、「自然・地理環境」、「科学技術・高性能高品質」、「伝統文化」、「秩序・礼儀・習慣」、「民族・言語」、「反日感情」、「経済」の順になっている。

全体的な特徴に関しては、まず、否定的なカテゴリーより、肯定的、中立的なカテゴリー数のほうが多かった。しかし、全対象者の支持度が30%以上のカテゴリーは上位3位の3項目のみであり、そのうちの2項目は否定的なイメージであった。「戦争・歴史認識」は中学生と大学生においては1位、高校生においては2位であり、いずれも高い順位を占めたが、中学生から大学生と年齢が上がるにつれてそのイメージが弱まる傾向が見られる。「大衆文化」については、中学生は21.0%にとどまっているのに対し、高校生は72.4%に達した。大学生は45.6%で、高校生より少なかったが、全体的には中学生より高校生と大学生のほうが「大衆文

¹⁹ χ^2 検定とは、帰無仮説が正しければ検定統計量が漸的にカイ二乗分布に従うような統計的検定法の総称である。

化]への関心が高いと言えよう。一方、「大衆文化」と同様に、現代の日本における一つの側面として「政治・領土問題」も高校段階から若者に注目されるようになった。次に、支持度10%以上の上位カテゴリーのうち、「科学技術・高性能高品質」、「伝統文化」、「秩序・礼節・習慣」、「民族・言語」、「経済」は日本における内面的な事柄である。この結果は、対象者が表面的な事柄のみならず、内面的なものにも目を向けており、多様な対日イメージを持っていることを示している。一方、「反日感情」については、中学生は支持度が23.0%であり、高校生と大学生よりそれぞれ10%ほど多かった。この結果からも対象者が高校段階からより冷静に日本を見ていく傾向がうかがえる。

また、平均回答数（一人あたり記入した回答数）から見れば、全対象者は4.8例、中学生は3.3例、高校生は6.3例、大学生は5.1例であった。カテゴリーの支持度からもわかるように、中学生の対日イメージはそれほど豊富になっておらず、「戦争・歴史認識」に集中しているため、平均回答数も3例ほどにとどまった。しかし、高校生は中学生の倍近くになっており、そして、その内容も多様化している。大学生は高校生より少し少なくなっているが、高校生とほぼ近い程度の数であった。すなわち、学生の対日イメージが定着するのは高校段階であることが見て取れる。

4.1.3 カテゴリー別の対日イメージ分析

本節では、減少傾向のイメージ、増加傾向のイメージと高校生の回答が最多のイメージに分け、中学・高校・大学生の対日イメージの特徴を分析する。図1は増減の傾向を示すものである。

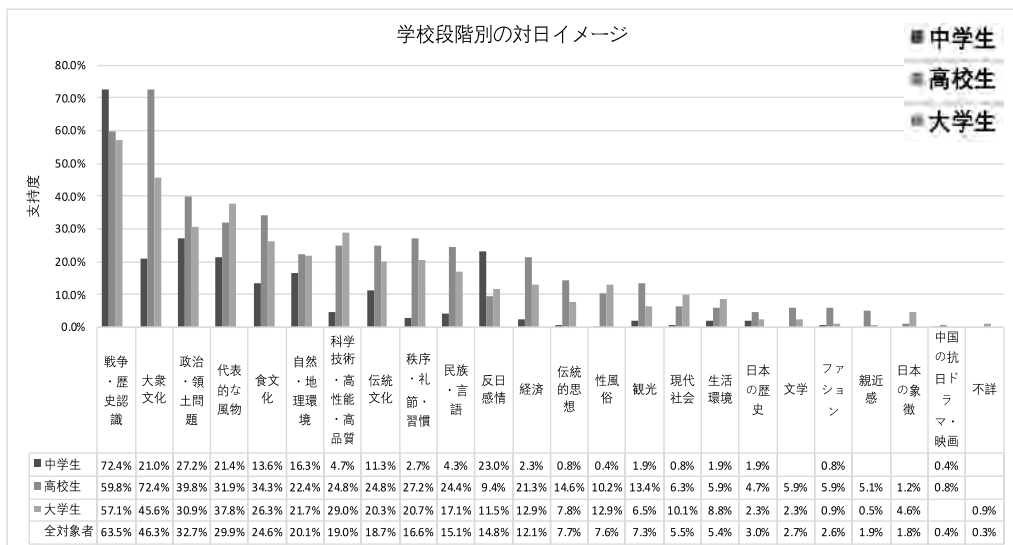


図1 対日イメージの増減傾向

1) 支持度が減少傾向のカテゴリー

「戦争・歴史認識」は、学年が上がるにつれて、唯一支持度が減少しているカテゴリーである。まず、戦争そのものに関しては日中戦争に関する下位カテゴリーが非常に多かった。例

例えば、「中国八路軍は英雄だ、中国は日本に勝った、国の恥」という「中国の偉大さ」を表す表現や戦争に対する認識を表す表現がある。一方、それよりさらに多く書かれたのは、「ファシズム、日中戦争、南京大虐殺、盧溝橋事件、人体細菌実験、日本帝国主義」など中国の教科書で記述された日中戦争に関する内容、あるいは、「日本鬼子、髭」など抗日映画でよく描かれている日本軍のイメージである。また、「残忍、血生臭い」など日本軍の残虐性を表す言葉がある。これらの言葉は戦争映画のシーンや教科書のなかで記述された内容に現れている言葉である。さらに、「史実を認めない、わざと歴史を歪曲する、靖国神社」という日中戦争に対する日本政府の態度なども挙げられる。それらは主に現在中国のニュースでよく報じられる日本の歴史認識に関する下位カテゴリーである。以上の全ては否定的イメージだと言えよう。特に、日中戦争に関する事柄は多様かつ詳細に書かれている。対象者における「日中戦争」に対するイメージは、歴史的イベントなどの知識から、日本軍に対する具体的な描写の細部まで多岐にわたっている。このように、歴史教育と抗日映画・抗日ドラマ、ニュースに関わる「戦争・歴史認識」イメージは、中学段階では最も強く、支持度は72.4%に及んだ。高校段階でも強く残っているが、中学段階よりは、大幅に減少している。そのような傾向が大学まで続いていくが、変化は穏やかになっている。

2) 支持度が増加傾向のカテゴリー

支持度から見れば、増加する傾向が最も顕著なカテゴリーは「代表的な風物」と「科学技術・高性能高品質」という肯定的イメージである。この2カテゴリーのどれにおいても中学生と高校生間の支持度の差が大きかった。「代表的な風物」の場合は、どの学校段階においても20%以上になっているが、「科学技術・高性能高品質」の場合は、中学生の支持度はわずか4.7%にとどまっている。また、カテゴリーの内容から見れば、「代表的な風物」に分類された「桜、富士山」は中国人が憧れる日本の観光スポットでもあるが、日本のシンボルであり、日本の代名詞といっても過言ではない。そのため、桜と富士山は単なる観光スポットのみならず、象徴的存在という特殊な意味が付与されているカテゴリーでもある。また、「桜」、「富士山」の前に「きれいな」、「美しい」という修飾語がつけられることが多い。「科学技術・高性能高品質」には、まず、「科学技術が発展している、品質の良いメガネ、建築の品質が高い」など科学技術への認識に関する表現がある。また、「トヨタ、本田、日産」などの自動車メーカー、「カメラ、ソニー、東芝、三菱、キヤノン、日立の冷蔵庫、腕時計、パイロット²⁰」などのハイテク関係や日常生活によく触れる事柄も書かれた。日本の科学技術と製品の高性能高品質は中国のみならず、世界にもよく知られている。現在の中国においては、経済の急激な発展に伴い、ハイテク製品の需要が増加する一方である。しかし、中国国内のメーカーがこの需要を満足させられない状況の下で、日本製品が中国人の注目を集めている。好奇心が強い若者は日本製品に対する関心度がさらに高いと考えられる。また、日常的に接触する製品も増えているため、日本のメーカーの日用品が中国人の生活に浸透しつつある。「代表的な風物」と「科学技術・高性能高品質」は異なるカテゴリーであるが、日本の美しさと近代化を表現できるカテゴリーであり、中国人が憧れる要素が含まれているという点は共通している。

「性風俗」、「現代社会」、「生活環境」も支持度が増加するカテゴリーであり、現代の日本に

²⁰ 中国の学生に人気を集まっている日本のペンのブランドである。

おける様々な側面を反映しているという特徴がある。それらの上位カテゴリーに含まれる下位カテゴリーは多様多様である。例えば、「性風俗」には「18禁、風俗業、成人向け映画」、「現代社会」には「オタク、やくざ、自殺率が高い、教育が中国と違う」、「生活環境」には「一戸建て、畳、自販機、混む地下鉄、海鮮が肉より安い、スイカが高すぎる、海辺の静かな生活」などがある。また、支持度の増加からも、学年が上がるにつれて、対象者が現代の日本に関心を持ち始めていると判断できる。しかし、支持度は全て10%程度にとどまっており、対象者にとって重要度がそれほど高くないイメージだと言えよう。それは対象者が生な日本社会に関する一次情報を容易に入手することができず、それらの情報が断片的なものにとどまっているからであると考えられる。

3) 高校生の支持度が最高のカテゴリー

支持度が最高のカテゴリーについて、高校生は15項目であり、24項目のカテゴリーのうち62.5%も占めている。中学生の2項目、大学生の7項目より遥かに多かった。そのため「高校生の支持度が最高のカテゴリー」を取り上げて分析する。先述の結果からも、高校生の対日イメージの豊富さがうかがえる。そのうち、「大衆文化」、「政治・領土問題」と「食文化」は支持度が30%以上となっており、上位1位、3位と4位を占めた重要度の高いカテゴリーである。

「大衆文化」は他の学校段階との差が最も大きいカテゴリーで突出している。このカテゴリーにおいて、最も多くあげられたものは「アニメ・漫画」であった。詳しくは、「アニメ、漫画、アニメ産業が進んでいる、萌文化、『少年ジャンプ』、声優」などアニメ・漫画全体やそれに関わる事柄に対するイメージがある。そして、「アニメ・漫画」のジャンルから言えば、子ども向けの「ドラえもん、一休さん、ちびまる子ちゃん、鉄腕アトム、クレヨンしんちゃん」など、少女向けの「カードキャプターさくら」など、歴史劇系の「12国記、銀魂」など、スポーツ系の「スラムダンク、テニスの王子様」など、推理系の「名探偵コナン」など、耽美系の「黒執事」など、熱血系の「ワンピース、ブリーチ、ナルト」など、ホラー系の「空の境界、百鬼夜行」など、アニメ映画「千と千尋の神隠し」などの様々なジャンルがあり、作品として約40点が挙げられた。作品名のみならず、「宮崎駿」などの作者、天空の城ラピュタの挿入歌「君をのせて」（久石譲作曲）などの作品の中の音楽、音楽家、「セーラームーン、チョッパー」などの作品の中のキャラクター、キャラクターの特徴なども細かく記述された。それらの作品の多くは、中国のテレビで放送されておらず、インターネットを通じて見るものである。また、この上位カテゴリーにおいて「アニメ・漫画」のほかに、下位カテゴリーとして推理小説、テレビドラマ、ホラー映画なども挙げられた。これらも作品名のみでなく、作者や作品の主人公もあげられた。しかし、作品の点数はアニメより少ない。さらに、ポップミュージックや昔と現在の人気芸能人もあげられた。以上のように、「大衆文化」に含まれている下位カテゴリーの内容は非常に多様になっているが、そのうち特に「アニメ・漫画」に関わる内容が最も多く書かれた。

「政治・領土問題」については、「尖閣諸島のための中日対立、尖閣諸島、尖閣諸島は中国の領土だ、日本は尖閣諸島を侵略した」などの尖閣諸島に関する下位カテゴリーが最も多く書かれた。次に、尖閣諸島とも関連しているが、「中日関係、無責任な政府、右翼勢力、安倍晋三、日本とアメリカは結託している」など、全体的な日中関係や日米関係としてあげられた下位

カテゴリーもあった。さらに、「原発事故, 捕鯨, 鯨」などの現代日本社会の問題も書かれた。2010年に起った尖閣諸島漁船衝突事件以後, 尖閣諸島における一連の問題が深刻になり, 中国のメディアで大きく扱われているため, 「尖閣諸島」は最も多く挙げられた下位カテゴリーになっている。また, カテゴリー数は多くないが, 尖閣諸島以外でも現在の日本に関わる様々な問題が中国の若者の注目を集めている。大衆文化と異なり, このカテゴリーにおける事柄の大部分は否定的イメージである。対象者, 特に高校生の現代の日本政治のネガティブな側面に対する関心が示されている。

「食文化」に分類された下位カテゴリーは4種類である。まず, 「日本料理, 美味しい料理」という全体的な回答がある。また, 「海鮮, 神戸の牛肉, 清酒, 抹茶, 寿司, たこ焼き」など日本の代表的な食材, 料理名, 飲料名が多く書かれた。さらに, 「吉野家, 不二家, 北海道ミルクティー」という中国に進出した有名な料理店, 食品のメーカーもある。最後に, 「生ものは何でも食べる, 氷入りのお水」という日本人の食習慣を述べるカテゴリーも挙げられた。このカテゴリーに分類できる事柄の種類は「大衆文化」と「政治・領土問題」より単純ではあるが, 対象者に挙げられた下位カテゴリー数は比較的多い。「民は食を以て天と為す」という中国のことわざにあるとおり, この結果から, 対象者, 特に高校生は日本の食文化について多く知っており, 食生活という不可欠な部分に対して高い関心を示している。

以上, 高校生の支持度が最高のカテゴリーのうちの上位3位について分析してきた。そのうち, 「大衆文化」と「政治・領土問題」は, 肯定的イメージと否定的イメージの代表カテゴリーとして, 他の学校段階の支持度との差が示された。また, 「食文化」に分類された下位カテゴリーからわかるように, このカテゴリーにおける下位カテゴリーの多くは中立的イメージである。前述のように, 高校段階は, 対日イメージの最も多様化している段階であるとともに, 二律背反のイメージが最も顕著な段階でもある。

また, 高校生の支持度が最高で10%~30%のカテゴリーは「自然・地理環境」, 「伝統文化」, 「秩序・礼節・習慣」, 「民族・言語」, 「経済」, 「伝統的思想」, 「観光」がある。これらのカテゴリーの支持度は, 中学生との差が大きく, 大学生との差が中学生ほど大きくないという特徴がある。そして, このうちの上位5項目は全対象者の支持度10%~30%の項目と同様な結果になっている。この結果からも, 中学生のイメージはそれほど豊富になっていないことがうかがえる。また, 中学生に比べ, 高校生は大学生と似たイメージを持っていることが明らかになった。

さらに, 高校生が最高で支持度10%以下のカテゴリーは, 「日本の歴史」, 「文学」, 「ファッション」, 「親近感」, 「中国の抗日ドラマ・映画」がある。支持度が低いカテゴリーではあるが, 中学生あるいは大学生にはないカテゴリーも現れた。この結果も高校生における対日イメージの多様性をある程度証明しているといえるだろう。

4.2 対日情報源の実態

本節では, 対日情報源について, カテゴリー抽出の結果, 学校段階別の比較, カテゴリー別の分析に分けて述べる。

4.2.1 対日情報源のカテゴリー抽出

質問2の回答に対して分類した結果, 上位カテゴリー 27と下位カテゴリー 130を確定した。

上位カテゴリーと代表的な下位カテゴリーは表3のとおりである。

表3 情報源の上位カテゴリーの定義と代表的な下位カテゴリー

	上位カテゴリー	代表的な下位カテゴリー
1	中国の新聞	新聞, 古い新聞
2	中国のニュース	メディア, ニュース, テレビニュース, ラジオニュース, CCTV ²¹ , 『新聞聯播』 ²² , 国際事件に関する報道, 政治に関するニュース, 時事問題に関するニュース, 軍事に関するニュース, 電気製品に関するニュース, 安倍晋三に関するニュース, 尖閣諸島事件
3	中国のパラエティ番組	日本を紹介するテレビ番組, 旅行番組
4	中国のポータルサイト・検索エンジン	パソコン, 携帯電話, ウェブサイト, 百度, インターネットで探した資料
5	中国のSNS・BBS	BBS, 微博 ²³ , 微信 ²⁴ , QQ ²⁵
6	中国の動画サイト	動画, ビリビリ ²⁶
7	中国のダウンロードサイト	快播, 動画のダウンロード
8	中国の映画	映画, 戦争映画, 抗日映画
9	中国のテレビドラマ	テレビドラマ, 抗日ドラマ
10	中国の文学作品	文学作品, 小説
11	中国の書籍・雑誌 (教科書以外)	書籍, 雑誌, 軍事雑誌, 学術論文, 百科全書, 『史記』, 史料, 歴史に関する書籍, 『菊と刀』, 『徳川家康』
12	中学校・高校の歴史の授業, 教科書	歴史教育, 歴史の授業, 歴史の知識, 歴史教科書, 先生の教授, 中国の歴史, 日中戦争に関する歴史, 日清戦争, 第二次世界大戦, 日中戦争, 南京大虐殺, 明治維新
13	中学校・高校の各科目の授業・教科書 (歴史以外)	地理の授業
14	日本の映画	日本の映画, ホラー映画
15	日本のテレビドラマ	日本のドラマ
16	日本の文学作品	日本の文学作品, 日本の小説
17	日本のポップミュージック	音楽, 歌, AKB48, 浜崎あゆみ
18	日本のアニメ・漫画	アニメ, 漫画, Cosplay, 『名探偵コナン』, 『銀魂』, 『ワンピース』, 久石譲, 宮崎駿
19	日本のゲーム	ゲーム, 任天堂, PSP
20	家庭内の影響・教育 (親, 祖母, 祖父など)	祖父母世代の話, 親戚の話, 祖母の話, 家族の話, 親との交流, 祖父母から聞いた日中戦争の話
21	日本での直接経験 (旅行, 留学など)	旅行, 日本観光

²¹ 中国の国営の公共放送テレビ局である。

²² 『新聞聯播』とは, CCTVが中国標準時毎日19時から19時30分に放送しているニュース番組の名称である。放送主体はCCTV-1とCCTV-新聞チャンネルであるが, 中国全土の各都市 (主に省都, 直轄市) の主要テレビ局でも同時に放送されている。中国本土内で最も視聴率が高い番組である。

²³ 微博 (日本語: ウェイボー) とは, 中国の新浪会社が運営するミニブログサイトである。Twitterに相当する。

²⁴ 微信 (日本語: ウィーチャット) とは, 中国の大手IT企業テンセントが開発したインスタントメッセージングアプリである。日本のLINEに相当する。中国で最も普及しているコミュニケーションツールである。

²⁵ QQとは, 中国の大手IT企業テンセントが開発したインスタントメッセージングソフトである。中国で微信の次に普及しているコミュニケーションツールである。

²⁶ ビリビリとは, 動画および生配信, ゲームなどのエンターテインメント・コンテンツを提供する中国の動画共有サイトである。特に中国の若者に人気が集まっている。

22	中国での日本人との接触（日本人日本語教師、日本人の友達など）	留学生、日本人、日本人の友人の話
23	旅行、語学研修、居住などの直接経験した人	日本にいる親戚の話、日本に行ったことのある親戚の話、日本で働いている親戚の話、日本人と結婚した親戚の話、日本に留学している友達からの手紙、日本に行ったことのある友人の話、日本に留学したことのある人の話、日本に留学している友人の話
24	人の話	クラスメートの話、友人の話、人との交流、友人との交流、クラスメートとの交流、日本のファンとの交流、日本語を勉強している同級生
25	記録映画	日中戦争に関する記録映画
26	大学の日本語授業	日本語の先生、日本語学習
27	その他	地図、日本製品、電気製品、雑貨、自動車、パナソニック株式会社、日本料理店、日本料理、観光情報、武士道、抗日の歌、博物館見学、抗日英雄記念館見学、南京大虐殺記念館見学、満州事変記念館見学、知りたくない、知らない、知る必要がない、なし

4.2.2 学校段階別の対日情報源比較

本結果は質問項目2に対して中学生・高校生・大学生から得られた全ての回答を分析したものである。対象者の対日情報源としては、計2105のアイテムが収集された。そのうち、中学生からは671例、高校生からは809例、大学生からは625例のアイテムが得られた。上述のアイテムセットXの支持度の算出法によって、中学生・高校生・大学生・全対象者別に、27の上位カテゴリーそれぞれのアイテムセットの支持度を算出し、全対象者の支持度の高い順に整理した結果は表4のとおりである。

表4 対象者の対日情報源（数字は%）

	情報源	中学生	高校生	大学生	全対象者
1	中国のニュース	56.0	62.0	65.9	61.0
2	中国のポータルサイト・検索エンジン	40.9	47.6	47.0	45.1
3	中国のSNS・BBS	24.9	32.3	33.2	29.9
4	中学校・高校の歴史の授業、教科書	42.4	25.2	18.9	29.4
5	中国の書籍・雑誌（教科書以外）	17.5	26.0	23.0	22.1
6	日本のアニメ・漫画	14.4	28.7	17.1	20.2
7	中国の新聞	11.7	15.4	16.6	14.4
8	中国のテレビドラマ	11.7	7.9	10.1	9.9
9	中国の映画	7.0	7.9	13.4	9.2
10	家庭内の影響・教育（親、祖母、祖父等）	10.5	9.4	5.1	8.5
11	人の話	6.2	6.7	6.0	6.3
12	中国の動画サイト	2.7	6.3	3.2	4.1
13	旅行、語学研修、居住等の直接経験した人	-	6.3	6.0	4.0
14	中学校・高校の各科目の授業・教科書（歴史以外）	1.6	5.9	2.8	3.4
15	日本のテレビドラマ	1.6	4.3	3.2	3.0
16	その他	4.3	1.6	2.3	2.7
17	記録映画	1.2	3.1	3.7	2.6
18	中国のパラエティ番組	0.4	4.7	0.9	2.1
19	中国のダウンロードサイト	0.4	3.9	0.9	1.8

20	日本の文学作品	0.4	3.5	1.4	1.8
21	中国の文学作品	0.8	0.8	0.9	0.8
22	日本の映画	-	2.0	-	0.7
23	日本での直接経験（旅行、留学等）	-	2.0	-	0.7
24	日本のポップミュージック	0.4	0.4	0.9	0.5
25	大学の日本語授業			1.4	0.4
26	中国での日本人との接触	-	0.4	0.9	0.4
27	日本のゲーム	-	0.8	-	0.3

中学生・高校生・大学生が利用する対日情報源を比較するために、 χ^2 検定を行った。その結果、カテゴリー間の度数は、中学生・高校生・大学生で有意に異なっていた ($\chi^2=154.124$, $df=52$, $p<0.001$)。全対象者における支持度10%以上の上位カテゴリーを見ると、支持度の最も高いカテゴリーは「中国のニュース」61.0%で、次いで「中国のポータルサイト・検索エンジン」45.1%と上位2位のいずれも高い支持度であった。続いて「中国のSNS・BBS」, 「中学校・高校の歴史の授業, 教科書」, 「中国の書籍・雑誌（教科書以外）」, 「日本のアニメ・漫画」, 「中国の新聞」までは全て10%台の支持度であり、4位から7位までのカテゴリーである。次いで、8位から10位までは「中国のテレビドラマ」, 「中国の映画」, 「家庭内の影響・教育（親, 祖母, 祖父等）」であり、いずれも10%未満であった。

全体の特徴に関しては、まず、全対象者の上位7位となる情報源が全ての学校段階において支持度10%以上のカテゴリーである。すなわち、全体的な傾向としては、どの学校段階においても対象者に利用されている情報源の種類が似ていることがわかる。また、それらの上位カテゴリーを整理すれば、「中国のニュース」, 「中国の新聞」という中国の旧メディア関係, 「中国のポータルサイト・検索エンジン」, 「中国のSNS・BBS」という中国の新メディア関係, 「中学校・高校の歴史の授業, 教科書」, 「中国の書籍・雑誌（教科書以外）」という教育・教養関係, そして「日本のアニメ・漫画」という日本側の情報源と4種類に分けられる。さらに、「中学校・高校の各科目の授業, 教科書（歴史以外）」は「中学校・高校の歴史の授業・教科書」と同じ教育関係のカテゴリーであるが、支持度が低い。それは対象者が歴史以外の学校教育から日本に関する情報をほとんど入手していないことを示している。最後に、先行研究（範, 2007; 楊・橋元, 2010; 見城・三村, 2010など）でも本調査の結果でも示されたように、中国側の情報源は圧倒的多数利用されていることが明らかである。一方、全ての学校段階において、「日本のアニメ・漫画」は日本側の情報源として多く利用されている。その上、支持度はわずかではあるが、「日本のテレビドラマ」, 「日本の文学作品」と「日本のポップミュージック」は全ての学校段階で利用されていることに注目すべきであろう。これは、「日本のアニメ・漫画」以外の情報源が若者に日本に関する情報を提供している可能性を示している。最後に、接触経験からみれば、「日本での直接経験（旅行, 留学等）」, 「中国での日本人との接触（日本人日本語教師, 日本人の友達等）」という直接接触と「旅行, 語学研修, 居住等の直接経験した人」という間接触のいずれも低い支持度となっており、ハルビン在住の対象者の日本接触経験の欠如が証明されている。

次に、平均回答数（一人あたり記入した回答数）から見れば、全対象者は2.9例、中学生は2.6例、高校生は3.2例、大学生は2.9例であった。学校段階別に見るカテゴリー数からもわかるように、種類も量も、高校段階は対日情報源が最も豊富になっている学校段階であり、対日イ

イメージほどの相違が顕著ではなかったものの、イメージと同様の傾向が見られた。すなわち、中学生と大学生の場合は、支持度10%以上のカテゴリー数は高校生より多いが、高校生ほど利用する情報源の数が多くなく、利用する情報源の種類も高校生より集中していることが明らかである。

4.2.3 カテゴリー別の対日情報源分析

学校段階別に情報源が利用される特徴を見るために、本節においては、イメージと同様に、減少傾向のカテゴリー、増加傾向のカテゴリーと高校生の回答が最多のカテゴリーに分け、中学・高校・大学生の対日情報源を分析する。図2は増減傾向を示すものである。

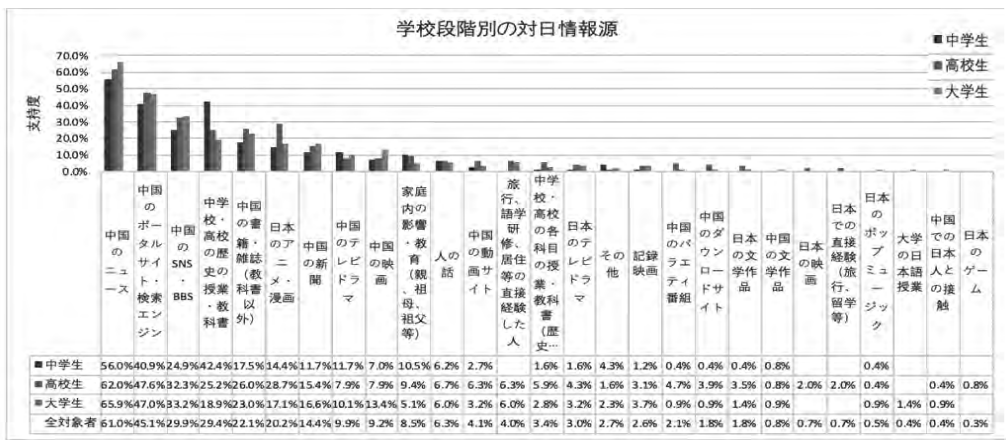


図2 対日情報源の増減傾向

1) 支持度が減少傾向のカテゴリー

「中学校・高校の歴史の授業、教科書」と「家庭内の影響・教育（親，祖母，祖父等）」は、学校段階が上がるにつれて、支持度が減少傾向のカテゴリーとして特徴的である。

まず、カテゴリーの内容から考えれば、上位カテゴリー「中学校・高校の歴史の授業、教科書」にある下位カテゴリーは歴史教育に関する概観的記述と歴史的事件に関する具体的記述の2種類に分けられる。第一に、歴史教育に関する概観的記述には、「歴史教育、歴史の授業、歴史の知識、歴史教科書、先生の教え、中国の歴史」がある。第二に、歴史的事件に関する具体的記述には、「日中戦争に関する歴史、日清戦争、第二次世界大戦、日中戦争、南京大虐殺、明治維新」が挙げられる。この上位カテゴリーに分類された下位カテゴリー数は12項目である。中学生から得られた下位カテゴリー数はその12項目のうちの11項目を占めており、高校生と大学生に比べ最も多くなっている。その内容にも上述の2種類の記述が含まれている。実は、イメージの下位カテゴリーからわかるように、具体的な記述に関する下位カテゴリーには、イメージの上位カテゴリー「戦争・歴史認識」と重複するものが含まれている。すなわち、中学生はイメージと情報源を混同することがある。一方、高校生からは6項目の下位カテゴリーが得られ、そのうち「南京大虐殺」と「明治維新」以外は全て概観的な記述であり、大学生から得られた4項目の下位カテゴリーの全ては概観的な記述であった。この結果から、

学校段階が上がるのに伴い、対象者がイメージと情報源をはっきりと区別できるようになることがうかがえる。また、支持度は中学生の42.4%から高校生の25.2%までと大幅に減少し、差が大きい。この結果から、日本に関する情報源として中学生は「中学校・高校の歴史の授業、教科書」への依存度は非常に高いが、高校段階に入ると、情報源の多様化に伴い、学校教育への依存度が減少していることが明らかになった。また、対象者の成長に伴い、その変化は高校段階ほど激しくないが、大学段階までも続いており、穏やかに変化する様相が示されている。以上のように、「中学校・高校の歴史の授業、教科書」という情報の利用に関して、高校段階が重要な転換点となっている。

また、「家庭内の影響・教育（親、祖母、祖父等）」には「祖父母世代の話、親戚の話、祖母の話、家族の話、親との交流、祖父母から聞いた日中戦争の話」という下位カテゴリーが挙げられる。下位カテゴリー数から見れば、中学生と高校生それぞれ4項目、大学生から3項目が得られ、それほど大きな変化は見られない。支持度については、中学は唯一10%以上になる学校段階ではあるが、11.7%とそれほど高くない。すなわち、全体的には、支持度が高くない「家庭内の影響・教育（親、祖母、祖父等）」は中学段階から減少傾向の情報源として、高校段階、大学段階まで低い水準を維持しており、顕著な変化は見られない。そのため、対日情報源として、「家庭内の影響・教育（親、祖母、祖父等）」は、中学生にはある程度利用されているが、高校生と大学生が家庭から影響を受ける可能性は低いと言えよう。

2) 支持度が増加傾向のカテゴリー

「中国のニュース」、「中国のSNS・BBS」、「中国の新聞」、「中国の映画」、「記録映画」は、学校段階が上がるにつれて、支持度が増加傾向の上位カテゴリーである。それらはさらに「中国のニュース」、「中国のSNS・BBS」、「中国の新聞」というメディア関係と「中国の映画」、「記録映画」という映像関係に分類できる。またメディア関係は「中国のニュース」、「中国の新聞」という旧メディア関係と「中国のSNS・BBS」という新メディア関係に分けられる。

旧メディア関係については、第一に、「中国のニュース」には「メディア報道、ニュース、テレビニュース、ラジオニュース、CCTV、『新聞聯播』、国際事件に関する報道、政治に関するニュース、時事問題に関するニュース、軍事に関するニュース、電気製品に関するニュース、安倍晋三に関するニュース、尖閣諸島事件」という下位カテゴリーが挙げられた。これらはニュースを入手する媒体に関する記述とニュースの内容に関する記述に分けることができよう。中学生・高校生・大学生からそれぞれ7、10、7項目の下位カテゴリーの回答が得られた。そのうち、中学生は「国際事件に関する報道」と「尖閣諸島事件」、大学生は「軍事に関するニュース」以外、全てニュース入手の媒介に関して記述している。しかし、高校生の場合は、6項目のニュース入手の媒介に関する下位カテゴリーと「政治に関するニュース、時事問題に関するニュース、電気製品に関するニュース、安倍晋三に関するニュース」という4項目のニュース内容に関する下位カテゴリーが挙げられている。この結果は、中学生と大学生に比べ、高校生が利用するニュース内容がさらに具体的で明確であることを示している。そして、ニュース内容には政治・時事問題と関わるといふ特徴があるが、「電気製品に関するニュース」は唯一政治に関わることなく、人々の消費行動に関わるニュースとなっている。また、対象者からはニュース内容に関する記述のみが得られたため、そのニュース入手の媒体は不明であり、旧メディアと新メディアの両方が考えられる。さらに、中学生・高校生・大学生

の支持度は、56.0%、62.0%、65.9%となっており、学校段階の変化に伴う変化は緩やかだが、支持度は全て高い水準を維持していることから、「中国のニュース」は対象者にとって非常に重要な情報源だと言える。第二に、もう一つの旧メディアとして挙げられた「中国の新聞」では「古い新聞、新聞」という2項目の下位カテゴリーがある。全体的には増加する傾向が見られたが、支持度は全て10%以上20%以下の水準にとどまっているため、「中国のニュース」と同じ旧メディアではあるが、ニュースに比較して重要な情報源であるとは言いがたい。

新メディアに関しては、それぞれの学校段階における「中国のSNS・BBS」の支持度は「中国のニュース」ほど高くないが、学校段階に応じて増加する傾向は「中国のニュース」と似ており、緩やかであった。また、下位カテゴリーには「BBS、微信、微博、QQ」がある。これらもメディアの一種であるが、微信、QQのようなSNSや微博のようなミニブログから入手できる情報は、ニュースと異なり、個人とのコミュニケーションツールを介して入手する情報である。すなわち、情報入手の媒介の変化とも関わっている。対象者は年齢が上がるにつれて、政府の管理下に置かれているメディアのみならず、個人的意見の伝播を主とするメディアも積極的に利用するようになる傾向が見られた。

映像関係の上位カテゴリーは「中国の映画」、「記録映画」が挙げられ、それぞれの下位カテゴリーは「映画、戦争映画、抗日映画」、「日中戦争に関する記録映画」であり、これらの下位カテゴリーの内容は全て戦争に関わっている。また、増加する傾向のカテゴリーではあるが、支持度10%以上のカテゴリーについては、大学生が利用している「中国の映画」のみが確認された。そのため、このカテゴリーにおける「物語の内容」は戦争に関わるかどうかに関わらず、全ての対象者は映画関係の情報源を主な情報入手の手段として利用していないと言えよう。

3) 高校生の支持度が最高のカテゴリー

対象者の回答の支持度が最も高かった情報源については、高校生は最多であり、27のカテゴリーのうちの13カテゴリーを占めている。しかし、そのうち、支持度が10%以上のカテゴリーは、「中国のポータルサイト・検索エンジン」、「中国の書籍・雑誌（教科書以外）」、「日本のアニメ・漫画」の3項目のみであった。また、支持度はわずか1%～2%程度ではあるが、「日本の映画」、「日本での直接経験（旅行、留学等）」と「日本のゲーム」は高校生だけに利用されていることから、高校生が利用している情報源の種類の多さがうかがえる。以上の結果から、高校生に利用されている情報源が多様化しているとともに、「中国のポータルサイト・検索エンジン」、「中国の書籍・雑誌（教科書以外）」、「日本のアニメ・漫画」の3つの情報源に集中している様相が示された。

まず、「日本のアニメ・漫画」については、高校生の支持度は28.7%であり、中学生（14.4%）、大学生（17.1%）との差が大きい。「日本のアニメ・漫画」には2つの特徴がある。第一に、どの学校段階においても最も多く利用されている日本側の唯一支持度10%以上の情報源である。その上、中学生と大学生と比較し、高校生に最も利用される確率の高い情報源である。第二に、「日本のアニメ・漫画」はイメージの上位カテゴリー「大衆文化」に入る下位カテゴリーであるため、このカテゴリーは、情報源とイメージという二重の性格を持っている。「大衆文化」は高校段階で支持度の最も高いカテゴリーであることから、情報源としての「日本のアニメ・漫画」ではイメージ形成に与える役割の大きさを見て取ることができよう。

また、「中国のポータルサイト・検索エンジン」と「中国の書籍・雑誌（教科書以外）」はそれぞれ新メディア関係と教養関係のカテゴリーに分類できる。利用手段から見れば、インターネットと書籍は異なる形の情報源ではあるが、どちらも「日本のアニメ・漫画」と同様に、対象者が主体的に情報を求めて探しに行くことができる情報源であるという特徴がある。また、その二項目のカテゴリーは高校生での支持度が最も高くなっているが、「日本のアニメ・漫画」と異なり、高校生と大学生における差が非常に小さい。さらに、上述の増加傾向のカテゴリーを振り返ってみると、全対象者の支持度10%以上のカテゴリーのうち、「中国のニュース」、「中国のSNS・BBS」、「中国の新聞」における高校生と大学生の間の差もわずかであった。

全体的に、「中国のニュース」、「中国のSNS・BBS」、「中国の新聞」という上位になる増加傾向の情報源と高校生の支持度が最高の情報源は、中学校から高校段階への移行段階では、支持度が変化する傾向が見られたが、高校から大学への移行段階では、変化は穏やかになっている。情報源利用の実態の相違は中学校段階と高校段階の間と比べ、高校段階と大学段階の間は顕著ではないことが明らかになった。

4.3 対日イメージと対日情報源の関連

対象者の情報源利用状況とイメージ形成の相関関係を明らかにするために、先述の相関ルールRの支持度の算出法によって、 D^{27} の中イメージXと情報源Yを同時に書いた対象者数の割合を算出した。最少支持度30%を基準にイメージと情報源の頻出アイテムセットを抽出した。

その結果、中学生の場合は、「戦争・歴史認識&中国のニュース²⁸」40.1%、「戦争・歴史認識&中学校・高校の歴史の授業、教科書」35.8%、「戦争・歴史認識&中国のポータルサイト・検索エンジン」30.7%という3つの頻出アイテムセットが抽出された。この結果は、日本に対して「戦争・歴史認識」というイメージを持っている中学生は、「中国のニュース」、「中学校・高校の歴史の授業、教科書」、「中国のポータルサイト・検索エンジン」という3カテゴリーの情報源を利用することが多いことを説明している。すなわち、「戦争・歴史認識」のイメージは、何らかの限定された情報源からではなく、政府の宣伝方針の指導のもとで行われたニュース報道、体系的な学校教育、対象者が能動的に利用できるインターネットなどの情報源を総合的に利用することによって得られたのである。また、支持度から見れば、能動的に利用できる「中国のポータルサイト・検索エンジン」より、「戦争・歴史認識、中国のニュース」、「戦争・歴史認識、中学校・高校の歴史の授業、教科書」という受動的に利用している情報源の方が高かった。このことから、中学生は主に受動的な情報入手手段を通じて「戦争・歴史認識」イメージを得ていることがうかがえる。

高校生の場合は、「戦争・歴史認識&中国のニュース」40.1%、「大衆文化&中国のポータルサイト・検索エンジン」34.3%、「戦争・歴史認識&中国のポータルサイト・検索エンジン」30.7%という3つの頻出アイテムセットが抽出された。表2の結果が示したように、高校生の対日イメージにおいて、「大衆文化」と「戦争・歴史認識」の支持度が最も高かった。そのため、この2項目のイメージを中心とする特徴的な頻出アイテムセットも抽出された。この結

²⁷ $D = \text{中学生の学生数} \cdot \text{高校生の学生数} \cdot \text{大学生の学生数} \cdot \text{全対象者の対象者数}$

²⁸ 算出した頻出アイテムセットは「イメージ&情報源」で表記する。

果から、第一に、日本について「戦争・歴史認識」というイメージを持っている高校生は、「中国のニュース」、「中国のポータルサイト・検索エンジン」という2カテゴリーの情報源を利用することが多いと判断できる。すなわち、「戦争・歴史認識」イメージの形成に関わる情報源は旧メディアと新メディアの2種類ある。また、支持度から見れば、中学生と同様に、高校生も「中国のポータルサイト・検索エンジン」より、「中国のニュース」から影響を受けている。すなわち、「戦争・歴史認識」イメージの形成にあたっては、能動的な情報入手手段より、受動的な情報入手手段のほうが強く影響している。第二に、「大衆文化」イメージを持っている高校生は「中国のポータルサイト・検索エンジン」を多く利用していることが確認された。「戦争・歴史認識」に関わる情報源の多様性と異なり、「大衆文化」イメージ形成に関わる情報源は能動的に利用できる新メディアに限定されているという特徴がある。また、否定的な「戦争・歴史認識」と肯定的な「大衆文化」という二項目のイメージの形成には「中国のポータルサイト・検索エンジン」という共通する情報源がある。つまり、同一の情報源が評価要素の異なるイメージに影響を与えているのである。

大学生の場合は、「戦争・歴史認識&中国のニュース」41.5%という中学生と高校生でも頻出するアイテムセットのみが抽出された。この結果から、日本に対して「戦争・歴史認識」というイメージを持っている大学生は、「中国のニュース」という情報源を利用することが多いことが明らかである。中学生や高校生と比較すれば、大学生から抽出された頻出アイテムセットが最も少ないことが特徴的である。すなわち、支持度が突出している項目がないことから、大学生は、イメージの形成と情報源の利用のどちらにおいても極端な状態にはなく、様々な情報源を平均的に利用することにより、対日イメージを形成していることが判断できる。

最後に、全対象者の場合も大学生の結果と同様、「戦争・歴史認識&中国のニュース」40.7%という頻出アイテムセットのみ抽出された。上述の結果も示すように、「戦争・歴史認識&中国のニュース」はどの学校段階においても抽出された唯一の頻出アイテムセットである。すなわち、「中国のニュース」情報源は、どの学校段階の学生における「戦争・歴史認識」イメージの形成にも影響を与えている。また、中学生の「戦争・歴史認識」イメージ形成に役割を果たしている情報源は、高校生と大学生よりさらに多種多様であることも明らかになった。そのうち「中学校・高校の歴史の授業、教科書」が特殊なカテゴリーであることも確認できた。それに対して、高校生の場合は「戦争・歴史認識」のみならず、「大衆文化」に影響を与える情報源も確認された。各学校段階で抽出された頻出アイテムセットのうち、高校段階のみでこのイメージが抽出された。以上のように、本調査では、24項目のイメージ上位カテゴリーと27項目の情報源上位カテゴリーが抽出されたにも関わらず、最少支持度30%を基準に算出した結果、全ての学校段階を合わせた頻出アイテムセットには2項目のイメージと3項目の情報源のみが含まれていた。そのため、多種多様なイメージと情報源における相関関係はパターン化されなかった。

5 考察

5.1 対日イメージの実態

中国の中学・高校・大学生の対日イメージについて自由回答法を用いて検討し、対象者の

対日イメージの内容を整理した。イメージの内容は、代表的な風物、観光名所、大衆文化など現代的な事柄から、日本の歴史、礼節・習慣、伝統文化など伝統的な事柄まで幅広く及んでいる。そのみならず、「戦争・歴史認識」、「政治・領土問題」、「現代社会」など中国と深く関わる事柄やより内面的な事柄も示された。

それらのイメージを肯定的、中立的、否定的に分けると、肯定的イメージには、「大衆文化」、「経済」、「科学技術・高性能高品質」、「親近感」、「秩序・礼節・習慣」、「ファッション」などがあるのに対して、否定的イメージは「戦争・歴史認識」、「政治・領土問題」、「反日感情」のみである。カテゴリー数は肯定的イメージのほうが明らかに多い。また、中立的イメージは最も多く、カテゴリー数の半分以上を占めている。これは対象者が日本に対してある程度客観的に理解していることを反映していると考えられる。しかし、小林（2008）は、中国人の日本に対する具体的なイメージには否定的イメージと肯定的イメージが併存しており、各世論調査において「歴史認識問題」などは否定的事柄として大きな部分を占めていると指摘している。本調査においても、中立的イメージのカテゴリー数が多くを占めているが、上位カテゴリーの「戦争・歴史認識」における下位カテゴリーは46点に達している。この結果から、イメージが多様化しているにもかかわらず、「戦争・歴史認識」という否定的イメージは強調されやすいと言えよう。それが形成された背景は、見城・三村（2010）も述べているように、戦争被害に関する記憶は教科書やテレビからの影響が極めて大きい。一方、上位カテゴリーの「大衆文化」の中のアニメについての下位カテゴリーは69点、アニメ以外のカテゴリーは35点に及ぶ。魏（2014）によると、アニメなどの大衆文化に対する「関心が高ければ高いほど、日本に対する好意的イメージも強まっていく」ことがわかっている。そのため、本調査で検証された大衆文化における多方面の事柄が中国の若者に与える肯定的な影響についてさらに注目すべきであろう。従来の先行研究においては、国際関係論にせよ、日本語教育の分野にせよ、なにが相互理解を疎外するかに論点が置かれていたため、否定的なイメージを対象とする研究が多かった。しかし、若者たちがアニメなどの「大衆文化」に持つ肯定的イメージは関係を促進するのに有効であることから、若者たちが肯定的イメージを持つものに対する認知の内容の詳細を分析することには意義がある。また、対象の若者たちにおいては、中立的イメージが多数を占め、対象者がある程度客観的に日本を見ている態度が見て取れるにも関わらず、カテゴリー数が最も多くを占めている中立的イメージは、先行研究では研究対象とされてこなかった。本調査では、否定的イメージ、肯定的イメージだけでなく、さらに中立的イメージが併存していることが確認された。範（2007）は「中国の日本に対するイメージが統一されたものではなく」、「多くのバリエーションがある」と指摘しているが、本調査によって、中国の若者における対日イメージの全体像の「多くのバリエーション」について具体的に示すことができたといえる。

次に、それぞれの学校段階における対象者の対日イメージの特徴も明らかとなった。学校段階別にみる韓国の若者の対日イメージの先行研究（加賀美ほか、2008）では、「歴史認識や戦争問題」イメージは高校生が最多であることが確認されている。本研究では、その結果と異なり、中国の若者は、中学段階では、否定的な「戦争・歴史認識」イメージに集中している。高校段階に入ると、「戦争・歴史認識」が弱まる一方、「大衆文化」を代表とする様々な側面の支持度の増加に伴い、対日イメージは一層多様化する。さらに、大学段階に入り、多様化の傾向がやや緩和するが、全体的には高校段階と比べて大差ない。すなわち、対象者の対日イ

メージは、中学生から高校生への移行段階では大きな相違が認められたが、高校生から大学生への移行段階では定着していく様相が見て取れる。

さらに、カテゴリー分けしたイメージ分析を行った結果、減少傾向のカテゴリーが「戦争・歴史認識」のみであり、増加する傾向が最も顕著なカテゴリーは「代表的な風物」と「科学技術・高性能高品質」であることが明らかになった。すなわち、対象者における戦争に関わる否定的なイメージが減少するとともに、日本に対する憧れを示す肯定的イメージが増加する。その特徴は特に中学校から高校への移行段階で顕著である。そして、高校生の場合は、支持度が最高のカテゴリーが最も多かったが、特に「大衆文化」、「政治・領土問題」と「食文化」の併存は、高校生の現代の日本に関する文化のポジティブな側面と政治のネガティブな側面に対する関心を示しており、二律背反な対日イメージが見て取れる。全体的には、中学生の単純化したイメージ、高校生の多様化したイメージ、大学生の安定化したイメージが、学校段階別の対日イメージの特徴であるといえる。

5.2 対日情報源の実態

対日情報源について、本研究では、中国の中学・高校・大学生の対日情報源について自由回答法を用いて調査し、対象者の対日情報源の内容を整理した。その結果に基づき、頻出アイテムマイニングによる量的分析を行った。イメージの内容と同様に、情報源の内容も多種多様になっており、①メディア（旧メディア、新メディア）、②教育・教養、③映画・文学、④接触経験、⑤日本側の情報源という5種類に分けることができる。

- ①メディアは、「中国の新聞、中国のニュース、中国のバラエティ番組」という旧メディアと「中国のポータルサイト・検索エンジン、中国のSNS・BBS、中国の動画サイト、中国のダウンロードサイト」という新メディアに分けられる。
- ②教育・教養には、「中学校・高校の歴史の授業、教科書、中学校・高校の各科目の授業・教科書（歴史以外）、中国の書籍・雑誌（教科書以外）、家庭内の影響・教育（親、祖母、祖父等）、大学の日本語の授業」がある。
- ③映画・文学に分類できるのは「中国のテレビドラマ、中国の映画、記録映画、中国の文学作品」である。
- ④接触経験には「日本での直接経験（旅行、留学など）、中国での日本人との接触（日本人日本語教師、日本人の友達など）、旅行、語学研修、居住などの直接経験者、人の話」が分類されている。
- ⑤日本側の情報源には、「日本のアニメ・漫画、日本の映画、日本のテレビドラマ、日本の文学作品、日本のポップミュージック、日本のゲーム」がある。

カテゴリーの内容は多岐にわたっているが、どの学校段階においても支持度10%以上のカテゴリーは10項目以内になっており、重要度の高いカテゴリーは限定される。また、順位には差があるが、異なる学校段階における上位カテゴリーは重なることが多く、限られたカテゴリーに集中している。具体的には、全対象者における支持度10%以上の情報源はどの学校段階においても上位7位に入るカテゴリーである。そのうちの6項目は中国側の情報源であり、圧倒的多数を占めているが、「日本のアニメ・漫画」は唯一上位を占める日本側の情報源として特徴的だといえる。「日本のアニメ・漫画」以外の日本側の情報源は支持度が低いが、先行研究でほとんど注目されていない対日情報源の要素が掘り出されている。また、王（2012）

では、接触経験は対日イメージにポジティブな影響を及ぼすことが確認されたが、全ての学校段階において、接触経験に分類されたカテゴリーの支持度は7%以下にとどまっている。接触経験の欠如は中国の若者のみならず、中国人全体における対日情報源の実情を反映していると言えよう。

学校段階別に見ると、中学生にとって、「中国のニュース」と「中学校・高校の歴史の授業、教科書」という選択の自由度の低いカテゴリーに置かれている情報源が主な情報入手手段であった。特に、「中学校・高校の歴史の授業、教科書」は2位となる高頻出の情報源である。高校段階に入り、「中国のニュース」の利用頻度は変わっていないが、「中学校・高校の歴史の授業、教科書」の代わりに、「中国のポータルサイト・検索エンジン」という新メディア関係の情報源の利用頻度が上位になり、増加する傾向にある。この段階においては、情報源は最も多様化しているとともに、高頻出の情報源が最も集中しているという特徴がみられる。また、日本側の情報源である「日本のアニメ・漫画」は4位で、支持度が30%近くに達しており、突出した情報源である。さらに、高校生における支持度が30%以上のカテゴリーとその順位も、そして支持度が10%以上のカテゴリーも大学段階まで維持されており、高頻出の情報源が安定化する傾向が見られる。すなわち、異なる学校段階で利用されている情報源は共通している。中学生から高校生への移行段階においては、全体的に穏やかな傾向ではあるが、「中学校・高校の歴史の授業、教科書」の利用について顕著な相違が見られ、高校生から大学生への移行段階では、「日本のアニメ・漫画」が特に突出しており注目すべきである。そのほか、対日イメージの形成と同様に、情報源の利用は特に顕著な相違が見られず、固定化する様相が見て取れる。

さらに、カテゴリー別の情報源分析を行った結果、以下のことがわかった。減少傾向のカテゴリーは「中学校・高校の歴史の授業、教科書」と「家庭内の影響・教育（親、祖母、祖父等）」であり、増加傾向のカテゴリーは「中国のニュース」、「中国のSNS・BBS」、「中国の新聞」、「中国の映画」、「記録映画」であった。そして、支持度が最多であったカテゴリーは高校生が大多数を占めていた。特に「日本のアニメ・漫画」、「中国のポータルサイト・検索エンジン」と「中国の書籍・雑誌（教科書以外）」はそれぞれ日本側と中国側の情報源であるが、対象者が主体的に情報を求めて探しに行くことのできる情報源という特徴がある。総じて言えば、中学生の限定的な情報源、高校生の多種多様な情報源と大学生の安定的な情報源という構図が学校段階別の対日情報源の特徴である。

5.3 対日イメージと対日情報源の関連

対象者における対日イメージと対日情報源の相関関係を明らかにするために、頻出パターンマイニングにより、支持度30%以上のイメージと情報源の頻出アイテムセットを抽出した。

その結果、第一に、全対象者から、「戦争・歴史認識&中国のニュース」という、どの学校段階においても支持度が最高の頻出アイテムセットが抽出された。第二に、中学生と高校生からは「戦争・歴史認識&中国のポータルサイト・検索エンジン」が抽出された。第三に、中学生のみから「戦争・歴史認識&中学校・高校の歴史の授業、教科書」、高校生のみから「大衆文化&中国のポータルサイト・検索エンジン」という頻出アイテムセットが抽出された。

上述の結果から、まず、「戦争・歴史認識」は減少傾向のイメージであるのに対して、「中国のニュース」はそれと逆の増加傾向の情報源であり、どちらにおいても学校段階別に相違が

見られた。それにもかかわらず、どの学校段階においても、「戦争・歴史認識」イメージを持っている対象者は「中国のニュース」を利用する頻度が非常に高いことがわかる。また、「戦争・歴史認識」イメージと強い相関関係がある情報源は、「中国のニュース」のみならず、高校生の支持度が最高の「中国のポータルサイト・検索エンジン」も確認された。旧メディアの「中国のニュース」と異なり、新メディアの「中国のポータルサイト・検索エンジン」は、対象者が主体的に情報を求めて取捨選択し利用できる情報源である。さらに、「戦争・歴史認識」イメージと同様に減少傾向にある「中学校・高校の歴史の授業、教科書」情報源は、中学生のみから「戦争・歴史認識」との相関が確認された。このことから、「中学校・高校の歴史の授業、教科書」は「中国のニュース」と異なり、対象者の青年期全期に影響を与えているのではなく、対象者の成長に伴う利用頻度の減少により、その影響力も弱まっており、青年期初期の段階のみで対象者に高頻度利用されていると考えられる。中学生においては、3種類の異なる情報源が一種類のイメージに影響を与えていることが確認できた。最後に、高校生の支持度が最高の「大衆文化」イメージと「中国のポータルサイト・検索エンジン」情報源との相関関係も確認された。この情報源は否定的な「戦争・歴史認識」と肯定的な「大衆文化」イメージのどちらにも影響している。この結果から、評価要素からみたイメージの形成と情報源の利用における動的関係がうかがえる。

全体的には、まず、抽出されたイメージと情報源のカテゴリー数は多くなっているにもかかわらず、イメージと情報源に明確な相関関係がある頻出アイテムセットは非常に限られており、パターン化されていないことが明らかになった。また、「戦争・歴史認識」イメージの形成は、先に同一の受動的情報源によってイメージが形成され、その後、対象者は能動的に情報源を利用することによって、それに関する情報をさらに取り入れようとし、選択して情報入手をする可能性がある。一方、全ての情報源を同時に利用し、そのイメージを強化させているという可能性もある。つまり、情報源からイメージの形成に至るまでの経路については、まず、一つの情報源が様々なイメージの形成に役割を果たし、それとともに、一つのイメージは多様な情報源から得た情報によって形成されている。また、形成されたイメージはさらに別のイメージの形成に影響する。このように、情報源からイメージの形成に至るまでの経路は多様化している。

5.4 学校段階別に見る対日イメージの発達的变化の要因

中学段階においては、主に学校教育から日本に関する情報を入手している。しかし、それらの知識を認識するための思考能力は十分に備わっていない可能性がある。そのため、対日イメージは教科書などの記述や教師の教授に基づくものであり、その形成過程は単純化されていると言えよう。次に、高校段階に入り、年齢があがると共に生徒の思考能力も向上し、教科書やテレビによる日本に関する情報への依存のみならず、様々な情報源を通して能動的に情報を入手することができるようになる。例えば、能動的に利用できる情報源の一つはインターネットである。山谷（2008, p.98）によると、中国の最大の検索サイトである「百度」では毎年の検索ワードランキングが発表されるが、そのうち、地名別ランキングでは、最も多く検索される外国の国名が日本であることが多く、中国人の日本に対する関心の高さが示されている。また、研究背景でも言及した中国のインターネット発展状況に関する調査

(2020)²⁹の年齢・職業別の結果からもわかるように、年齢層と職業の2つの側面から見て本研究の調査対象となる若者はネットユーザーの主力であると考えられる。彼らは能動的にインターネットを利用することにより、日本に関する新たな情報を入手できるようになる。それらの情報を通して日本に対する新たな認識も追加される。さらに、高校生から大学生への移行段階では、高校段階で蓄積した知識に基づき変化し定着した対日イメージが一層固定化されるのだろう。イメージの全体図にはそれほど大きな相違が見られなかったが、それぞれのイメージカテゴリーの支持度から考えると、高校生と異なり、大学生は新情報への好奇心が鎮まり、入手した情報をより理性的に選択し受け止めることができるようになると考えられる。

ピアジェの発達段階論によれば、11歳ごろから「形式的操作段階」すなわち「青年期」が開始し、子供は「具体的な現実から離れ、抽象的、仮説的に思考する形式的操作の能力を備える発達の最終段階」に入るといふ。ピアジェのようにこの青年期を一括りとして考えると、対象者の対日イメージは中学段階からすでに形成されているはずであるが、本調査の結果によれば、対日イメージの変化は中学校段階からではなく、中学から高校への移行段階に生じていることが明らかとなった。その要因については、対日情報源を比較することにより、情報入手する際に、主に歴史教科書や授業などの伝統的かつ受動的な手段に頼っている中学生が、高校段階に入り、情報入手手段の制限から開放され、積極的にかつ能動的に情報を入手していることが考えられる。さらに、高校から大学への移行段階では、イメージと情報源が多様化している実態は似ているが、両段階におけるイメージの相違と情報源の相違の程度から見れば、情報源よりもイメージの相違のほうが顕著である。そのため、この段階におけるイメージの相違は、情報源の種類の相違に由来するのではなく、イメージ形成の主体である対象者の情報源利用の実態に関連している可能性があり、頻出アイテムセットもパターン化されていないのである。高校から大学への移行段階では、対象者が高校段階で積み重ねた知識により変化し定着していく対日イメージは一層固定化される。大学生は新情報への好奇心が鎮まり、情報源の利用もある種の情報源に集中している状態から、特定の情報源に偏らず様々な情報源から平均的に利用する状態に変わっており、日本に対してより冷静に理解、判断することもできるようになることが見て取れる。

6 結論と課題

本研究は、学校段階別に、対日イメージの実態、対日情報源の実態、その両者における関連について検証した。その結果、まず、イメージの形成に影響を与える外的要因から見て、中学生の対日イメージの否定的傾向に対する学校教育の影響が明らかになった。また、高校生の対日イメージと対日情報源の多様化が確認された。そのうち、特に「大衆文化」イメージと「日本のアニメ・漫画」情報源は突出しており、「大衆文化」と「日本のアニメ・漫画」を包含する関係が特徴的である。そして、唯一よく利用されている日本側の情報源としての「日本のアニメ・漫画」は、入手方法からすると、対象者に能動的に利用されている可能性があ

²⁹ 中国互聯網絡信息中心 (CNNIC) . (2020) . 第45回中国互聯網絡發展狀況統計報告.

<http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm> (2020年10月27日)

る。さらに、高校生から大学生への移行段階では、イメージと情報源の多様化している実態が似ていることから、大学生における対日イメージと対日情報源は安定化する傾向が見られた。この結果から、中学の段階で持っている対日イメージは高校段階から再構成されていき、若者の対日イメージが形成されるのは高校段階であることがわかる。しかし、上述の「多様化する」様相は情報源よりもイメージのほうが顕著であることから、その相違の発生が対象者の情報源利用の実態に関わる可能性が考えられる。

しかし、「日本のアニメ・漫画」は唯一よく利用されている日本側の情報源であるが、本研究では、それがどのように認知されているかを明らかにすることができなかった。また、高校段階から多様化しているイメージの形成が何に影響を受けるか、そして高校と大学の両段階における情報源の利用の実態にはどのような相違があるかを解明する必要もある。以上の2点を今後の課題としたい。

付記

本稿は、第十一批「中国外語教育基金」項目（ZGWYJYJJ11Z012）、中国外語戦略研究中心-外教社「世界語言与文化研究」項目（WYZL2022HL0010）、2022年度黒竜江省經濟社会發展重点研究課題（外語学科専項）（WY2022031-C）、中央高校基本科研業務費項目（2572021DF07）、黒竜江省教育科学規劃重点課題（GJB1422727）、東北林業大学教育教学研究項目（DGYJY2021-10、DGY2022-62）の研究成果の一部である。

引用文献

1. Agrawal, R., Imielinski, T., & Swami, A. (1993). Mining association rules between sets of items in large databases. *Acm Sigmod Record*.
2. Boulding, K. E. (1980). *ザ・イメージ:生活の知恵・社会の知恵* (大川信明, 訳). 東京:誠信書房. (Boulding, K. E. (1956). *The image knowledge in life and society*. Ann Arbor: The university of Michigan Press.)
3. Piaget, J., & Inhelder, B. (1969). *新しい児童心理学* (波多野完治・須賀哲夫・周郷博, 共訳). 東京:白水社. (Piaget, J., & Inhelder, B. (1966). *La psychologie de l'enfant*. Paris: Presses Universitaires de France.)
4. 足立自朗. (1994). 認知革命とピアジェの発達心理学. *心理科学*, 16(2), 22-44.
5. 青木保・梶原景昭 (編). (1999). *情報社会の文化1:情報化とアジア・イメージ*. 東京:東京大学出版会.
6. 魏然. (2014). 中国の若者における日本ポピュラーカルチャーの受容と対日イメージ:青少年に対するアンケート調査を手がかり. *政治学論集*, 27, 33-56.
7. 範士明. (2007). 中国の対日イメージの現状についての一考察:2005年8月の日中共同調査を手がかりに (真水康樹, 訳). *法制理論*, 39(3), 327-340.
8. 井田仁康. (1997). 中国上海児童・生徒の対日イメージ—地理教育の観点から. *教育学系論集*, 21(2), 1-9.
9. 加賀美常美代・守谷智美・岩井朝乃・朴志仙・沈貞美. (2008). 韓国における小・中・高・大学生の対日イメージの形成過程:9分割統合描画法による分析から. *異文化間教育*, 28, 60-73.
10. 片桐雅義. (2002). 日本人のイメージ:日中大学生の比較. *宇都宮大学国際学部研究論集*, 14, 1-8.
11. 見城徳治・三村達也. (2010). 現代中国における大学生の「日本」イメージ:日本語専攻生, 日本語学習生, 日本語非学習生の比較. *国際教育*, 3, 1-38.
12. 小林良樹. (2008). 中国における「対日感情」に関する考察:各種世論調査結果の複合的分析. *アジア研究*, 54(4), 87-108.

13. 小林良樹. (2009). 「中国における対日感情」の実態と悪化要因に関する研究:1988年-2008年の各種世論調査結果の複合的分析を中心に. 早稲田大学アジア太平洋研究科. 東京:早稲田大学.
14. 江 暉. (2014). 中国における対日イメージ及びその構造モデルに関する検討:2012年中国全国調査の結果に基づく考察. *情報学研究・調査研究編*,29,221-249.
15. 小城英子・萩原 滋・村山 陽・大坪寛子・渋谷明子・志岐裕子. (2010). 集合的記憶とテレビ:ウェブ・モニター調査(2009年2月)の報告(2). *メディア・コミュニケーション*,60,29-47.
16. 姜 茜. (2017). 中国青年学生心目中的日本形象:以北京的三所学校的学生为例(中国人青年の対日イメージ:北京の3つの教育機関の生徒・学生を例に). 中国青年政治学院青少年工作系. 北京:中国青年政治学院.
17. 中橋真穂・潘 英峰・義永美央子. (2015). 中学生は他国をどう見ているのか:日本・中国・米国の中学生に対するアンケート調査結果報告. *国際理解教育*,21,71-76.
18. 御堂岡潔. (1992). 文化集団のイメージ:マス・レベルにおける文化理解. 大坊郁夫・安藤清志・池田謙一(編), *社会心理学パースペクティブ3—集団から社会へ* (pp. 263-288). 東京:誠信書房.
19. 大西由美. (2014). 日本語学習者の動機づけに関する縦断的研究:日本語接触機会が少ない環境の学習者を対象に. 北海道大学院国際広報メディア・観光学院. 札幌:北海道大学.
20. 王 星宇. (2012). 中国大学生対日認知に関するアンケート調査:データと分析. *日本学刊*,5,125-140.
21. 大坪寛子. (2011). 日本および関係国のナショナル・イメージについての世代別検討. *三田社会学*,16,52-72.
22. 劉 志明. (1995). 中国人の対日イメージと中日関係. *国際協力論集*,3(2),39-60.
23. 劉 志明. (2003). 中日相互世論の変遷と媒体作用. 劉志明(編), *中日関係新思維与世論* (pp. 155-182). 北京:NICCS.
24. 劉 志明. (2005). 日中コミュニケーションギャップと情報発信. 高井潔司・日中コミュニケーション研究会(編), *日中相互理解のための中国ナショナリズムとメディア分析* (pp. 106-131). 東京:明石書店.
25. 青年心理学事典. (2000). 久世敏雄・齋藤耕二(監修). 東京:福村出版.
26. 朱 爾澄. (1995). 中国の中学・高校生の日本観. 日高六郎(編), *日本と中国:若者たちの歴史認識* (pp. 35-48). 東京:梨の木舎.
27. 辻 新六・有馬昌宏. (2006). アンケート調査の方法:実践ノウハウとパソコン支援. 東京:朝倉書店.
28. 鷲尾 隆. (2007). データインテンシブコンピューティング:その1離散構造マイニング. *人工知能学会誌*,115(20),41-46.
29. 山谷剛史. (2008). *新しい中国人:ネットで団結する若者たち*. 東京:ソフトバンク.
30. 楊 霜・橋元良明. (2010). 中国におけるメディアの多元化と日本人イメージの変化:その変化に内在する「人間本位」意識の在り方を中心に. *東京大学大学院情報学環紀要*,79,47-63.

引用ウェブサイト

1. 日本政府観光局 (JNTO). (2018). 訪日外客数の動向.
<http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/pdf/2013_15_tourists.pdf>
(2019年12月21日)
2. 中国互連網絡信息中心 (CNNIC). (2020). 第45回中国互連網絡發展狀況統計報告.
<http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm> (2020年10月27日)

The Developmental Change of Chinese Youths' Images of Japan and its Influencing Factors:

A Study of Junior High School Students, High School Students, and University Students in
Harbin, China

Huichao WEN

Key Words

adolescence, developmental change, images of Japan, sources of information on Japan, open-ended questionnaire

Abstract

This study focuses on the images of Japan among Chinese youths, particularly exploring differences across different stages of education. By comparing the images and sources of information on Japan among junior high school students, high school students, and university students in Harbin, this study elucidates the development and influencing factors of Chinese youths' images of Japan. The study first categorizes the data collected through open-ended questionnaires in a coded manner on images and sources of information on Japan. Subsequently, it quantitatively analyzes the categorized data using frequent pattern mining to identify the images of Japan, sources of information, as well as the relationships between the above two and differences across education stages. The results show that there are differences in images of Japan between junior high school students and high school students. In addition, the author analyzes the reasons for these differences by comparing the sources of information on Japan across education stages: negative images of Japan among junior high school students are related to school education; high school students exhibit diverse images of Japan and use various sources of information; and both university and high school students have similar "diverse" images of Japan and sources of information. It can be seen that images and sources of information tend to be stable in the transition from high school to university. In summary, we conclude that Chinese youths' images of Japan undergoes a reconstruction since high school. However, the specific differences in images between high school and university students are more significant than differences in sources of information. We speculate that the differences in images at the two stages are related to the way Chinese youths, as the main part of image formation, use these sources of information rather than their sources of information.