



日経ビジネス

ONLINE

総合トップ > 政治・経済・国際 > 中国新聞趣聞～チャイナ・ゴシップス

中国新聞趣聞～チャイナ・ゴシップス

この記事のある場所は、

<http://business.nikkeibp.co.jp/article/world/20150126/276688/?P=1>

中国の若者に広がる『知日』ブーム

反日でも親日でもなく村上春樹や奈良美智

福島 香織

2015年1月28日（水）

気分が滅入る事件の最中なので、すこし軽い話題でいきたい。

先日、中国で刊行されている『知日』という雑誌の日本語デモ版が日本の潮出版から刊行されることになり、記者会見が開かれた。主筆は在日中国人紀行作家で神戸国際大学教授の毛丹青さんである。毛さんは、私が北京駐在時代から何度も取材した旧知の仲。4年前から、日本を中国に紹介する雑誌を手掛けていたとは聞いていたが、ついにそれが逆輸入されるまで中国でヒットしているとは知らなかった。久しぶりにお会いした毛さんは、「僕は商売人やから、売れるもんしか作らんよ」と独特の関西弁で誇らしそうに話していた。

この『知日』は、2011年1月に北京で創刊された。「奈良美智」だとか「推理小説」だとか「明治維新」だとか、日本に関するテーマを一つ取り上げ、オタク的に徹底紹介、徹底分析するちょっと贅沢なムック本である。創刊号では1万部売れたらもとがとれる、と計算していたら初版3万5000部を2カ月で完売したとか。今は月刊誌として毎月実売5～10万部も売れている。人口13億人の国で10万部？ 大したことないじゃないか、と言っではいけない。人口は多いが書籍・雑誌流通などが成熟していない中国出版界では、中国で人気の経済時事隔週刊誌『財経』ですら公称40万部。日本のことだけに特化した月刊誌が創刊4年目で毎月実売10万部も売れるというのはかなりすごいことなのだ。

反日デモ8万人、『知日』読者10万人

「2012年秋の反日デモは50都市で8万人が参加したというけどね、その反日デモの最中に、それ以上の数の中国の若者が『知日』を買ってたわけですよ～」と毛さん。「日本人たちは、中国にこんなに日本に関心を寄せている人が多いって知らなかったでしょ？」

私は、中国に何度も通っているのですが、あの激しい反日デモが日本憎しで起きているものではないと知っていたし、ある一定の生活水準にいる人たちが猛烈に日本親派であることも知っており、日本のオピニオン誌にも何度か書いている。ただ、最近あまりオピニオン誌も読まれないので、確かに多くの日本人は中国人がこんなに日本が好きだとは知らないかもしれない。では、中国人はなぜ日本が好きなのか。記者会見では蘇静編集長と日本語版装丁も担当したアートディレクターの馬仕睿さんが、その理由について熱く語っていたので、紹介したい。

蘇静さんは1981年生まれいわゆる「80后」。湖南省の故郷を出て北京の中央民族大学に進学、在学中は映画クラブに所属し、一時は自主制作映画に没頭していた。2007年に北京の大手出版社に就職。2年後にはミリオンセラーを続々と世に出す凄腕編集者と評判になった。学生時代に大好きだった小説は村上春樹作品。「村上作品を読んでいると、主人公としゃべっているみたいにリラックスできる。田舎から北京に上京して孤独だった自分と主人公の孤独が似ていて慰められた」というハルキストだ。

世の動きと逆に、日本への知的好奇心を満たす

2008年、北京で開かれた毛丹青講演会に行き、そこで毛さんと出会う。意気投合して若き駆け出し編集者だった蘇さんは、「日本の小説やアニメやファッションは個別にいろいろ入ってきているが、総合的に日本を紹介する雑誌を創りたい」という夢を語っていた。

その情熱にほだされて、毛さんが仕掛け人と主筆を引き受け準備に入った。2010年は尖閣諸島漁船衝突事件が発生、社会の表舞台では反日感情が盛り上がり、国営書店では、日本関係の本までが棚から引き揚げられていた。だが、その前後は山岡壮八の『徳川家康』がミリオンセラー、どの書店でも東野圭吾が平積みで、日本モノが売れていたことを知っていて、「いける」と思ったという。しかもその頃は、蘇さんもミリオンセラーを出していて編集者としての自信もあった。毛さんも、反日機運が盛り上がっているときこそ、世の空気と逆の方向に動く人が出てくるもの、と判断。読みは見事あたったのだった。

ちなみに創刊号のテーマは「奈良美智」。「禅」とか「武士」じゃなくて「奈良美智」にしたのは、蘇さんが画家・奈良美智さんの作品が大好きで、ちょうど「高い版権料を払って、とびきり高額な定価の奈良美智画集を自分の企画として出版する時期と重なっていたから、その相乗効果を狙ったテーマ選択」という、マーケティング的理由だった。

そう、この雑誌自体は、可能な限り、「日中友好」という古臭い政治用語から距離を置こうとしている。なので、雑誌名も『親日』ではなく、『知日』。あくまで日本に対する知的好奇心を満たそう、というコンセプトなのだ。

ところで、中国の若者はなぜ、日本にここまで興味を持つのか。日本のどこに惹かれるのか。80

年代も中国では日本ブームが起きていたが、80 後の親世代にあたるその時代の中国人と、今の若い中国人と、心ひかれる日本的なるものは違うのだろうか。私は会見で、蘇さんに、そんな質問をしていた。たとえば蘇さんが奈良美智になぜ惹かれるのか。奈良美智のどこが日本的なのだろうか、と。

彼はこう答えた。

「私たちの親世代と私たちの日本への関心は大きく違うと思います。私たちの日本への関心は主にネットで個人がアクセスしている。ですから、非常に多様です。

たとえば、日本の「枯山水」。これは、最初は米国の IT 長者たちの間で非常に流行している、というところから中国の若者に知られました。それが、実は日本の伝統文化であるということは、あとで知ったのです。あと、中国の若者に人気のある小魅族というスマートフォンブランドのイメージは侘寂という概念で売り出しています。そこの経営者から、侘寂で宣伝してくれ、とも頼まれました。これはスティーブ・ジョブズらが侘寂に傾倒したからなんだと思います。

この日本のものが米国から入ってきたり、それで興味をもったりと、今の中国人の日本に対する関心は広いのです。よく『知日』のテーマのネタがいつまでもつくと、周囲の人から心配されるのですが、私はあと五年十年、ネタが尽きる気がしません」。

中国を逆さまに映した鏡を見るように

「私も最初から日本的なものが好きだったわけではありません。でもある小説を読むと、この小説が好きだな、と思う。ある映画を観て、この映画が好きだなと思う。このデザイン好きだな、この絵好きだなと思う。そうやって、ある時突然気づきました。私の好きなものはみんな日本のものじゃないか、と。

今の中国人の日本への理解、イメージというものは、かけらを集めたようなもので、特にまとまったものではありません。

たとえば禅。中国の禅の心は宋の時代でもう絶えてしまっています。ですから、日本で禅がまだ生きているときいて、非常に驚きました。日本を紹介するということは、まるで中国を逆さまに映した鏡を見ているような気がするのです。

今の若者はそれほど政治意識というものがありません。ですから、みんなもっと日本のことを学びたいと思っています。たぶん、親世代の方がもっと政治的に敏感だったと思います。ですから、私の父は、私の仕事について、あまり賛成していません。私が政治的に安全かどうか心配なようです。こういう父親世代の考えを変えることは非常に難しい。でも、今の若者たちはそんなことで悩みません。みんなもっと日本のことが知りたいと思っています」

80年代の日本ブームは、映画やテレビが中国国内で解禁され、それと連動して政治的にも日中友好ムードが盛り上げられた。日本を好きになることは、政治的に正しかったから、安心して日本を好きになれた。もし、政治的に関係が悪化していたら、日本好きを公言することはできなかっただろう。だが、今の若者はインターネットを通して、世界中から自分の好みのものをかき集める。そうやって自分の興味の赴くままに、好きなものを集めてみたら、全部日本のものだった、というわけだ。若者世代の親日は同じ親日でも、父親世代のように政治の色もついておらず、単一でもないのだ。だからこそ、日本はこういう国だ、という固定のイメージもあまりない。だからこそ、もっと知りたい、日本の新しい面を知りたいと好奇心がわく、ということなのだ。

馬さんも興味深いことを言っていた。

「私は横尾忠則がすごく好きなんです。彼のデザインは、西側の完璧な手法と日本の和の概念を融合させているんです。これは日本の街並みとよく似ています。標識、看板などでカタカナとアルファベットが並んでいても、違和感をぜんぜん感じません。日本って、そういうところがすごいなと思います」

日本の受容性が中国の若者を驚かす

これは日本の文化が、外国の文化をうまく取り込み、融合する術にたけている、という評価だととらえていいと思う。私もかねがね日本文化の特徴は「受容」だと思っている。日本は排他的だという人は多い。確かに島国らしい排他的なことはあるが、それは日本の受容をかたくなに拒否する人に対して、「区別」「すみわけ」という形で共存しようというだけで、それは古い日本人にとっては争いを避けるための知恵だと思われていた。異文化の個性のとげをとって日本化してしまうという「日本の受容」のやり方に対する是非の論はさておき。

日本の精神文化の支柱が神道ならば、はっきりいって神道ほど、寛容な教義らしい教義もない宗教は珍しいだろう。寺の中に神社があるのも普通。長崎などは鳥居と十字架が共存する神社もある。日本人は大晦日に仏教寺院で煩惱を払い、新年に神社で神頼み、クリスマスにはミサに行く人も。そのうちらマダンも、日本人の祝祭行事に加わるのではないか。そういう日本の受容性が、中国の若者の目から見ると、驚きのなだろう。

日本文化は外国のものを受容し、あらたな日本文化を生み出す。その一方で日本の伝統文化はたとえ米国に渡り、アメリカナイズされても、その本質は失わず、たとえ米国経由で中国に渡ったとしても、中国人はそれが日本の伝統文化であると認識するのだ。他者とまざっても日本らしさを失わない。日本人が、色に染まりやすく主体性がないようで、どこに行っても日本人なのと少し似ている。

このグローバル化された世の中で、中国が影響を受ける文化は日本以外にもたくさんある。だ

が、アメリカンカルチャーにやたら詳しい知米派青年の存在や、ドイツ文化ファンに向けた「知徳」といった雑誌が売れているという話は寡聞にして知らない。清華大学には日本のアニメ研究会はあるが、アメコミ愛好会はない。おそらくアメリカンカルチャーはグローバル化され過ぎて識別しにくくなっているのだろう。ディズニーといえばアメリカ文化だが、中国人にとってはディズニーランドとは、東京ディズニーランドであるように。

知の落差を懸念、『知中』を準備

『知日』を読み、蘇さんや馬さんの話を聞くと、あー、日本ってそういう国だったか、という気づかされて、本当に面白い。

ただ、こういう中国の若者の知日ブームを聞いて、日本人が好い気分になっているだけではだめなのだ、と毛さんはちくりと苦言を呈していた。

「中国の若者は日本に好奇心いっぱいなのに、日本の若者は今の中国のことを知ろうとしない。今の中国と日本は、60年代の日本とアメリカみたいな関係だ。知の落差が生まれることが心配だ」

つまり、60年代、日本人はアメリカ文化に憧れ崇拜して懸命に吸収しようとしていたが、アメリカ人は日本をバカにしていたので、興味を持たず、フジヤマゲイシャぐらゐの理解しかなかった。だから80年代、米国は日本に追い越された。だが、日本がジャパンアズナンバーワンと慢心している間に、米国のスティーブ・ジョブズら若いアメリカ人が日本文化に傾倒し、日本を学び、彼らが再びアメリカナンバーワンの座を取り戻した。

ある国の若者が相手国文化に対する知的好奇心で負けてしまったら、その国はやがて相手国に負ける。知の落差は国家のパワーの関係にも影響する、ということは歴史が証明している、というのだ。

四半世紀も日本にいて日本も深く愛する毛さんは、だから、教え子の日本人の若者たちに雑誌『知中』を発行させるための仕掛けをすでに進めているようである。

(出典：「日経ビジネス ONLINE」)