

図書館情報メディア研究科修士論文

中国人留学生の情報発信が日中交流において
果たす役割に関する研究

2018年3月

201521659

唐 嘉

中国人留学生の情報発信が日中交流において
果たす役割に関する研究

筑波大学

図書館情報メディア研究科

2018年3月

唐 嘉

目次

第 1 章 はじめに.....	3
1.1 日中関係の現状.....	3
1.2 日本における中国人留学生数の変遷.....	5
1.3 研究目的.....	7
第 2 章 先行研究.....	9
2.1 中国人留学生の異文化適応に関する研究.....	9
2.2 異文化交流における「能動性」と「受動性」に関する研究.....	9
2.3 中国人留学生の役割に関する研究.....	10
2.4 日本と中国の交流に関する事例.....	11
第 3 章 調査結果.....	13
3.1 調査方法.....	13
3.2 対象者のプロフィール.....	13
3.3 分析方法.....	15
3.4 中国人留学生の情報発信における傾向性.....	16
3.5 中国人留学生の情報発信における発信内容.....	20
3.5.1 日本人に対する中国についての情報発信内容.....	21
3.5.2 中国人に対する日本についての情報発信内容.....	28
3.6 具体的発言から見る中国人留学生の積極性と消極性.....	36
3.6.1 日本人に対する情報発信.....	36
3.6.2 中国人に対する情報発信.....	39
第 4 章 考察.....	41
参考文献.....	43

第1章 はじめに

1.1 日中関係の現状

近年、日本とアジア諸国との関係は政治的に緊張状態にある。特に、日本と中国との間には歴史認識に関する見解の相違や尖閣諸島に代表される領土問題などの困難な問題が山積している。中でも歴史認識に関する見解の相違は古くから問題視されており、例えば、蔣は第二次世界大戦後より今日に至るまで日本の歴史教科書をめぐる論争が絶え間なく続いている歴史を、主として教科書を作っている日本の立場から概観している¹⁾。また、日本の首相による靖国神社への参拝に対する中国などからの猛反発は毎年のようにマスコミに取り上げられている。一方、日本では中国に対する映画やアニメに関する知的財産権問題や東シナ海におけるガス田開発などの問題に対する抗議を続けている。日本文化庁の調査²⁾では日本のアニメやゲーム等のコンテンツにおける著作権侵害は年間6.5兆円になると判明され、それに関する訴訟事件が今でも続いている。また、2004年から軍事目的や資源開発をめぐる中国の東シナ海におけるガス田開発に対する抗議をし続けている。

一般の人々における両国に対するイメージという観点から見ても、近年改善傾向にあるものの、良好な関係とは言い難い。非営利団体「言語NPO」と中国国際出版集団とが行った「第13回日中共同世論調査」³⁾の結果によれば、現在の日中関係を「悪い」と判断している日本人は44.9%、中国人は64.2%であり、いずれも昨年調査より大きく減少している。特に日本では過去3番目に低い数字となった。しかし、日中両国民の相手国に対する印象を見ると、中国に対する印象を「良くない」と回答した日本人は依然8割台に上り、日本に対する印象を「良くない」と回答した中国人は昨年より10ポイント減少しているものの、依然66.8%の高い割合となっている。これを理由という側面から見ると、日本人は「領土問題」(56.7%)、「歴史批判」(46.4%)の順であるのに対して、中国人は「歴史について反省しない」(67.4%)、「領土問題」(63.0%)の順となる。これらの結果は、両国マスメディアによる互いの国に関する報道が影響していると思われる。例えば、日本においては中国の報道官

が日本に対して批判的なコメントをした場合のみにニュースとして取り上げる傾向にある。日本人の中国人に対する印象が悪化した最大の要因であると思われる 2012 年の中国における反日デモについての報道においても、「激化する反日デモ」と題し、現地の反日情報が詳細に報告された。衝撃的な場面や映像が繰り返し放映されたが、それらが中国人の全体像を伝えられていたかという点と疑わしい部分も多い。毎日新聞前中国局長の成沢健一は『日中対立を超える「発信力」』の中で“確かに反日デモや大気汚染など注目されるテーマでは衝撃的な場面や深刻な内容について詳しく報じている。だが、ストレートなニュースにならない等身大の中国、そして中国人の姿を伝える機会は非常に限られている”と述べている⁴⁾。このような傾向は中国のメディアにも同様に見られる。範と宋の調査⁵⁾によれば、中国の主流メディアである「人民日報」では、2010～2014 年までの 5 年間に於いて、日本に対する政治報道が 34.7%で最も多く、次に歴史報道が 27.1%、そして日本文化についての報道が最も少なく 4.9%であった。さらに、どの話題についても日本に対してネガティブな報道が中心になっていることが判明した。最新の動向を見るために中国の「360 新聞」⁶⁾で「日本」を検索すると、一番検索されている話題として、「日本の安保法案」、「日本人の女性スパイが逮捕された」、「日本の天皇は戦争を反省」、「日本に再び 7.3 級の地震」等の政治や戦争に関するニュースが多く挙げられた。さらに近年では、中国のテレビ放送局において「抗日ドラマ」というジャンルの放送が多く見られる。ここでは「日本軍」を「鬼子」と称し、その鬼子と中国軍との戦いを描いているが、これもマスメディアが日本に対するネガティブなイメージを伝えている一例であると思われる。ここまで見てきたことからわかるように、日中両国に対する印象は決して良いものばかりとは限らない。そして、その印象は身近な人から得られる具体的なものというよりむしろマスメディアを通じて形成される曖昧模糊としたものであることが多いように思われる。

その中でも中国人留学生は10万人を超え、割合も40%強で圧倒的多数である(表1参照)。

表1 出身国別留学生数上位5位⁷⁾ ()前年度

順位	国(地域)名	留学生数(人)	構成比(%)
1	中国	107,260 (98,483)	40.2
2	ベトナム	61,671 (53,807)	23.1
3	ネパール	21,500 (19,471)	8.1
4	韓国	15,740 (15,457)	5.9
5	台湾	8,947 (8,330)	3.4

図2に示すように、在日中国人留学生は平成25年度以降増加の一途をたどっており、表1にあるように今年で107,260人に達し、留学生全体の40.2%を占めている。また平成16年から平成29年までの間、在日留学生数は中国人留学生の数と共に上昇していく傾向が見られた。このような傾向から、日本が掲げている「留学生30万人計画」は中国からの留学生によって支えられていると言っても過言ではないと言える。

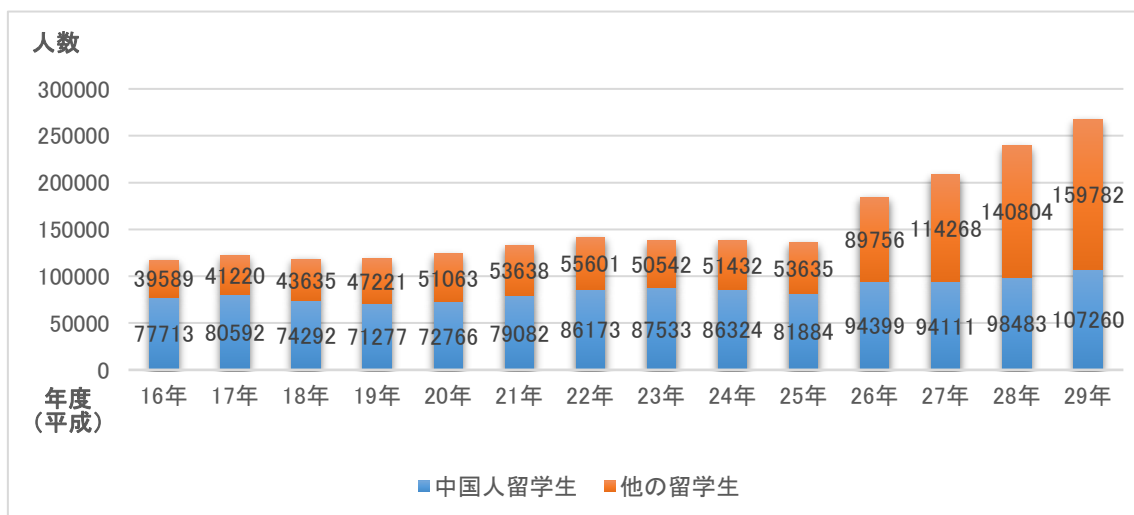


図2 中国人留学生と在日留学生の推移

独立行政法人日本学生支援機構「外国人留学生在籍状況調査」平成16~29年度のデータを基に筆者作成

1.3 研究目的

日中両国のマスメディア等が形成するそれぞれの国に対するイメージが二国間関係に大きな影響を与えているのは確かであるが、在日留学生の4割を占めている中国人留学生は日本人、中国人双方に対して日常的に行う情報提供もまた日中交流に対して一定の役割を担っているように思われる。中国の国家主席習近平が“留学生たちには自身の優勢を十分に発揮してもらい、中国と諸外国の民間友好大使の役割を果たして欲しい”と話している⁸⁾。中国教育部国際司高級研究員である苗丹国も“我々は留学外交という概念を発表する。すなわち、中国人における在外留学生および帰国留学生は我が国の公共外交力や民間外交勢力の重要な一翼を担っており、その数が増加するという事は我が国の公共外交力や民間外交勢力が増強されることを意味する”と述べた⁸⁾。また、管は、留学生は中国海外イメージ宣伝の最前線で最もストレートに中国人新世代のイメージを伝えており、特に膨大な数の在日留学生による国際的宣伝効果は十分に重視されるべきであると述べた⁹⁾。一方、日本では「留学生30万人計画」の意義として述べられている通り、“留学生を通じた日本語、日本文化等「日本」の魅力の普及、海外における我が国の理解者、支援者の育成”が重要だとされている¹⁰⁾。日本外務省もまた“留学生交流は日本と諸外国との友好親善や対日理解の促進、日本の高等教育機関の国際化、地域・企業の活性化、及び開発途上国の将来を背負う人材の育成といった様々な重要な側面をもっています”と述べている¹¹⁾。大西は教育外交の概念を提唱し、米国におけるイラン人留学生の推移を例に、“良好な外交関係を築けない政府にかわって、大学が将来の外交関係発展のための礎を営々築いて来た”ことを指摘し、留学生の受け入れは外交において重要な役割を果たしていると主張した¹²⁾。

このように、日本と中国の二国間交流を考える際に留学生の存在は非常に重要である。日本や中国の政府等が期待しているように、中国人留学生の存在は日中両国の人々がお互いの国に対して抱くイメージの形成や理解において重要な役割を果たすはずである。彼らが自らを異文化の中でどのように位置づけ、身近に存在する日本人や中国人とどのようなコ

コミュニケーションを行っているのかを明らかにすることは、日中二国間交流の今後を考える上で大きな意義があると考えられる。そこで本研究では、中国人留学生が身近に存在する日本人および中国国内の家族や友人に、互いの国に関してどのような情報発信をしているかを調査することを通して、中国人留学生が日中交流において果たす役割を明らかにすることを目的とする。

第2章 先行研究

本章では、日中二国間の交流や中国人留学生に関する研究を紹介する。なお、中国人留学生の異文化適応は本研究が注目する「日中交流」に直接関わるものではないが、留学生の留学先の人や文化との関わりを対象とした研究領域において主流となるテーマであるため、ここで代表的な研究の概要を紹介する。

2.1 中国人留学生の異文化適応に関する研究

劉と服部によれば、人は新しい環境へ移行した後、環境と快適な関係を保つために適応問題に直面し、特に新しい環境が自分の馴染んだ文化、習慣と異なれば異なるほど適応に対する心理的負担はさらに大きいものとなる¹³⁾。徐らは中国人留学生の生活実態調査を行い、日常生活における悩みや問題について明らかにした¹⁴⁾¹⁵⁾。村田は留学生の様々な領域に対する「慣れ」に注目し、「慣れること」を「適応」と定義して、各主体の「適応に要する時間」を得た¹⁶⁾。孫は在日中国人留学生の適応はパーソナリティと関係があることを明らかにした。特に留学を志向する者は損害回避が低く、固執性、自己志向および協調性が高いという特徴が示された¹⁷⁾。異文化適応に影響する要因の研究では、葛は来日目的、専攻、日本語能力や年齢などの個人属性が中国人留学生の適応度に影響を与えていることを明らかにした¹⁸⁾。葛は留学前後における対ホスト国（日本）の「親和性」に関するイメージは「対日感情」と「対人関係」、「勤勉性」に関するイメージでは「対日感情」、「対人関係」および「日本語力」との間に相関があると述べている¹⁹⁾。他にも、早矢仕は中国人留学生における自己効力感や自国文化への肯定意識が適応度に間接的に影響していると述べている²⁰⁾。

2.2 異文化交流における「能動性」と「受動性」に関する研究

新崎は、異文化コミュニケーションにおいて、調整・仲介作業が増えるほど通訳者の役割は受動的なものから能動的なものに変化すると述べている²¹⁾。川内(2006)は異文化交流は

バーガーが提唱した不確実性減少理論と関係があると述べている。バーガーは知らない人同士が交流する際に不確実性を減少させるためにとる方策として受動的、活動的、相互作用の3つがあると述べているが、川内は、これは同じ国の知らない人同士の交流と異なる国の人との交流とでは様相が異なるとし、例えば海外に行って積極的で明るい性格になったと感じるのは活動的・相互作用的方策が使われたからだと述べている²²⁾。同じ人物が自国でのコミュニケーションの際には受動的方策を採用したと考えると、海外で生活する際の性格の変化を説明することができる。このように、異文化交流における特徴は、能動性、受動性という概念を取り入れることで説明できることが多い。

さらに倉八は、対話的能動性を異文化の人々が摩擦やコンプレックスを恐れず、正面から見据え、人の価値観を問い、積極的に相互作用に向かおうとする力であると定義している²³⁾。すなわち、対話における「能動性」「受動性」はそれぞれ「積極性」「消極性」と言い換えることが可能である。

2.3 中国人留学生の役割に関する研究

中野は、異文化教育において留学生自身にとっての教育効果と日本人に対する教育効果の両側面を整理した²⁴⁾。留学生は“異文化の中であって感じる偏見と差別”によって委縮してしまうことがあるが、異文化教育の実践において自国の生活や文化について語り、自らの語ったことに対して日本人が興味を持ってくれたと感じることによって、自らが日本人の役に立つことができたことを実感し情緒を安定させることができる。一方、日本人学生は留学生による異文化に関する語りを聞くことによって自国文化を相対的に見る視点を獲得することができる。これを留学生の役割という観点から捉えなおすなら、留学生が自国の生活や文化について語ることは日本人学生の自国文化への相対的視点の獲得および視野の拡大をもたらす。

宮本は、大学教育における留学生と日本人学生の混合クラスで、お互い言語の壁を乗り越

えて授業に参加してもらうための働きかけについて検討した。そして、バイリンガルの学生に言語に関する苦い経験を語ってもらい、相互支援を呼び掛けてもらうことが非常に効果的であることを導き出した²⁵⁾。すなわち、留学生の異文化適応に関する体験談が授業を円滑に進めることにおいて重要な役割を果たしたということである。

孫は、在日中国人児童の支援活動における中国人留学生の役割について、東京都荒川区での教育委員会、民間団体及び留学生の三位一体の協働による実践を取り上げて、中国人留学生の役割は子供たちの心のケア、適応指導、学習指導、生徒指導、通訳活動を通してのパイプ役等にあることを明らかにした²⁶⁾。

廖は“帰国留学生は中国国内で力量を発揮しており、海外にいる中国人留学生も中国と海外の文化交流の促進、特に「中華文化」の宣伝におけるポジティブな役割がどんどん大きくなっている”と述べている。具体的な内容としては、2014年12月に、京都の中国人留学生が「第四回京都留学生料理世界大会」において中国の美食を紹介することで中国の食文化を広めたり、2009年に、日本京都府福知市石原の小学校で子供たちに日中における生活や文化等の違いを話したりしたことが紹介された。他にも、文化展覧会、スピーチコンテスト、スポーツ競技、環境活動等の文化交流イベントに参加することによって、中国人留学生は中国民間大使の役割を果たしているということが述べられている²⁷⁾。

これらの研究は中国人留学生の役割に焦点を当てており、主として中国人留学生が中国のイメージ形成に大きな役割を果たしているという研究結果を報告している。しかし、日中両国の仲介役としての役割や彼らが自国の家族や友人に対して日本について語ることによって形成されるイメージに関する研究はこれまで行われてきていない。

2.4 日本と中国の交流に関する事例

日本と中国の間で「事業としての文化交流」²⁸⁾は様々な団体が行っている。例えば国際交流基金日中交流センターでは、中国の高校生を日本に招いて、日本人高校生と同じ生活を体

験したり、日本に関する情報や日本人と接する機会が少ない中国の地方の大学で在留邦人や日本の留学生などの協力を得て「ふれあいの場」を開催したり、日中共同のイベントを開催するなどの多様な活動を行っている。他にも、日中青少年層のネットワークを構築するために、日中の大学生同士で企画から運営まで行う「中国ふれあいの場大学生交流事業（派遣）」や日本人留学生ネットワーク化支援を行っている²⁹⁾。

公益社団法人日本中国友好協会による訪中活動では、中国政府の要請を受け、中国へ「2017 日中友好大学生訪中団第一陣」を派遣し、中国の生活文化に触れ、より客観的に中国を理解することを目的としている³⁰⁾。公益財団法人国際文化フォーラム（TJF）では日本の高校中国語教師と中国の中高校日本語教師間の交流の橋渡しをしている³¹⁾。このような文化事業団体による日中交流イベントも多く行われている。2018年1月には、東方文化交流協会の協力を得て中国IGW小熊合唱団が訪日し、中国大使館で友好交流演出を行った³²⁾。また、2015年から、Youtube等の動画サイトを通して「私がここに住む理由」というドキュメンタリー番組が配信されている。これは日本に住む中国人と中国に住む日本人を対象として互いの国に住む理由についての密着取材を行ったもので、ネットでは人気を博した³³⁾。

これまで述べてきたように、従来の中国人留学生を対象とした研究では、中国人留学生が異文化にどれだけ適応できるか、もしくは彼らが自国文化をどれだけ発信できるかに焦点を当てられており、本研究が注目している双方向性、すなわち中国人留学生が自国の人々に日本のどのような情報を伝えているか、についてはそれほど重視されてこなかった。また、日中交流という文脈では研究というよりはむしろ事業や実践に焦点が当てられており、そこで個人がどのように考えているのかには注目してこなかった。そこで、本研究では、中国人留学生が日本人、中国人双方に対してどのような情報提供を行っているかを調査することを通して、中国人留学生が日中二国間交流においてどのような役割を担っているかについて検討することを目的とする。

第3章 調査結果

3.1 調査方法

本調査では、筑波大学大学院に在籍している中国人留学生を中心にスノーボールサンプリングで調査対象 21 名を獲得し、一人につきおおよそ 30～45 分の半構造化インタビューを行った。質問内容は以下の通りである。

- 1) 自分から（日本人に）中国/（中国国内の家族や友人に）日本の話をするか
- 2) 日本人/中国国内の家族や友人に中国/日本について聞かれたことがあるか
- 3) 日本人/中国国内の家族や友人は中国/日本について興味を持っているか

中国人留学生の役割を考える上で、能動性、受動性という概念が重要であると考えたため、質問項目は後でそれぞれの概念に対応付けが可能なように工夫した。インタビューの進行に応じて、適宜追加質問を行った。なお、インタビュー調査は中国語を用いて行ったが、本論文で発言を提示する際は、筆者が適宜日本語に翻訳した。

調査対象を筑波大学に在籍する中国人留学生とした理由は、当該大学の留学生受け入れ数が多かったからである。独立行政法人日本学生支援機構⁷⁾によると、外国人留学生受入れ数が多い大学ランキングにおいて筑波大学は全国では 6 位、国立大学だけで見ると 2 位である。また筑波大学校内調査のデータによると、2016 年 10 月時点で留学生の総数は 2,642 名で、その中で中国人留学生は最も多く、半数程度（1,337 名）を占めている。

3.2 対象者のプロフィール

調査対象者 21 名の内訳は次の通りである。性別は男性 9 名、女性 12 名、所属研究科は図書館情報メディア研究科 17 名（博士前期課程（図書館情報学）4 名、博士前期課程（情報学）11 名、博士後期課程 1 名、研究生 1 名）と人間総合研究科 4 名（内訳：修士課程 3 名、

博士課程 1 名) であった。日本滞在年数は平均 2 年以上となり、日本語能力試験 N2、N1 所有者からなっている。また既婚者 1 名で、職歴経験者 3 名となっている。ただし研究生 1 名については来日 3 ヶ月未満で情報提供・発信の経験がほとんどなかったため、分析データから除外した。故に、実際に分析を行ったのは 20 名 (男性 8 名、女性 12 名) である。表 2 に分析した調査対象者 20 名のプロフィールを示す。

表 2 対象者のプロフィール (※は既婚者)

ID	性別	専攻	滞在期間	日本語力	職務経歴
1※	女	図情	3 年	N1	なし
2	女	図情	3 年	N2	なし
3	男	図情	2 年	N2	2 年
4	女	図情	2 年	N1	なし
5	男	人間総合	4 年	N2	なし
6	女	図情	3 年	N1	なし
7	男	人間総合	6 年	なし	なし
8	女	図情	3 年	N1	なし
9	男	図情	2 年	N1	なし
10	男	図情	2 年	N1	なし
11	女	図情	3 年	N1	半年
12	女	図情	2 年	N1	なし
13	男	図情	2 年	N1	なし
14	女	図情	2 年	N1	なし
15	女	図情	2 年	N1	なし

16	女	国情	2年	N1	なし
17	女	人間総合	2年	N1	なし
18	男	国情	2年	N1	なし
19	男	人間総合	2年	N1	なし
20	女	国情	3年	N1	2年

3.3 分析方法

インタビュー内容を分析する際には、中国や日本についての内容を「自分から話す/自分から行動を起こす」と回答した場合には「能動的」、「聞かれてから話す/他人が起こした行動に応える」を「受動的」と分類した。なお、インタビューの内容から中国/日本についての話題やエピソードをカウントする際に、エピソードの詳細度に関わらず、中国/日本についてのエピソードとしての「キーワード」が変わらなければ、内容の長さに関わらず、1つの項目としてカウントした。

そして1名の対象者につき、「能動的」に分類される項目が「受動的」に分類される項目より数が多かった場合にはその対象者を「能動的傾向」とし、その逆の場合には「受動的傾向」とした。「能動的」「受動的」の項目が同数であった場合には、「傾向性がない」とする。また、中国や日本についての発信内容がない場合は発信していないとする(表3参照)。

表3 傾向性の分類基準

「能動的」 > 「受動的」	「能動的傾向」
「受動的」 > 「能動的」	「受動的傾向」
「能動的」 = 「受動的」	「傾向性がない」
中国/日本について内容がない	発信していない

3.4 中国人留学生の情報発信における傾向性

調査対象者個人ごとに、トピック総数、能動的トピック数(自分から話すと言った話題)、受動的トピック数(聞かれたら話すと言った話題)、表3の基準に従って付与した傾向性を示す。表4は「日本人に対して中国の話題を話すかどうか」という質問項目への回答を整理したものである。表5は「中国人に対して日本の話題を話すかどうか」という質問項目への回答を整理したものである。

表4に示すように「日本人に対する中国についての情報発信」では、トピック総数108件、能動的トピック数は48件で、受動的トピック数は60件であった。

表4 日本人に対する中国についての情報発信件数と傾向

ID	トピック総数	能動的トピック数	受動的トピック数	傾向性
1	6	2	4	受動的傾向
2	5	2	3	受動的傾向
3	3	1	2	受動的傾向
4	1	0	1	受動的傾向
5	3	2	1	能動的傾向
6	7	4	3	能動的傾向
7	7	5	2	能動的傾向
8	9	4	5	受動的傾向
9	5	2	3	受動的傾向
10	6	3	3	傾向性がない
11	10	3	7	受動的傾向
12	10	3	7	受動的傾向
13	7	6	1	能動的傾向

14	5	2	3	受動的傾向
15	3	2	1	能動的傾向
16	2	0	2	受動的傾向
17	7	4	3	能動的傾向
18	0	0	0	発信していない
19	7	2	5	受動的傾向
20	5	1	4	受動的傾向
合計	108 件	48 件	60 件	

表 5 に示すように「中国人に対する日本についての情報発信」では、トピック総数 110 件、能動的トピック数は 60 件で、受動的トピック数は 50 件であった。

表 5 中国人に対する日本についての情報発信件数と傾向

ID	トピック総数	能動的トピック数	受動的トピック数	傾向性
1	7	5	2	能動的傾向
2	4	3	1	能動的傾向
3	6	2	4	受動的傾向
4	5	4	1	能動的傾向
5	5	2	3	受動的傾向
6	7	3	4	受動的傾向
7	1	1	0	能動的傾向
8	8	6	2	能動的傾向
9	5	1	4	受動的傾向

10	5	5	0	能動的傾向
11	3	1	2	受動的傾向
12	7	1	6	受動的傾向
13	2	0	2	受動的傾向
14	8	4	4	傾向性がない
15	3	1	2	受動的傾向
16	7	5	2	能動的傾向
17	8	5	3	能動的傾向
18	7	5	2	能動的傾向
19	7	5	2	能動的傾向
20	5	1	4	受動的傾向
合計	110 件	60 件	50 件	

「日本人に対する中国についての情報発信」では、総件数 108 件、能動的に発信する内容は 48 件で、受動的に発信する内容は 60 件であった。一方、「中国人に対する日本についての情報発信」では、総件数 110 件、能動的に発信する内容は 60 件で、受動的に発信する内容は 50 件であった。すなわち、総件数では「中国への発信」と「日本への発信」で差はなかった。しかし、能動的発信件数では、「中国人への発信」は「日本人への発信」より 12 件多く見られた。受動的発信件数では、「日本人への発信」は「中国人への発信」より 10 件多く見られた。

中国人留学生の情報発信における傾向性について論じるために、表 4、表 5 に分割して表示していた調査対象者ごとの「傾向性」をまとめて表 6 に示した。

表6 調査対象者ごとの情報発信の傾向性

ID	日本人に対する 中国についての情報発信	中国人に対する 日本についての情報発信
1	受動的傾向	能動的傾向
2	受動的傾向	能動的傾向
3	受動的傾向	受動的傾向
4	受動的傾向	能動的傾向
5	能動的傾向	受動的傾向
6	能動的傾向	受動的傾向
7	能動的傾向	能動的傾向
8	受動的傾向	能動的傾向
9	受動的傾向	受動的傾向
10	傾向性がない	能動的傾向
11	受動的傾向	受動的傾向
12	受動的傾向	受動的傾向
13	能動的傾向	受動的傾向
14	受動的傾向	傾向性がない
15	能動的傾向	受動的傾向
16	受動的傾向	能動的傾向
17	能動的傾向	能動的傾向
18	発信していない	能動的傾向
19	受動的傾向	能動的傾向
20	受動的傾向	受動的傾向

次に、表6に基づき、「能動的傾向」、「受動的傾向」、「傾向性がない」、「発信していない」における人数をカウントし、表7を作成した。中国人留学生の情報発信における傾向性について、「中国人への情報発信」では能動的傾向10名、受動的傾向9名で、傾向性がないのが1名であった。「日本人への情報発信」では能動的傾向6名、受動的傾向12名で、傾向性がないのが1名で、発信していないのが1名であった。このように「中国人への情報発信」ではやや能動的傾向が多いが、ほぼ差はなかった。それに対して「日本人への情報発信」では受動的傾向が多く見られ、発信していない人もいた。そして「中国人への情報発信」は「日本人への情報発信」より能動的傾向が多く見られた。「日本人への情報発信」は「中国人への情報発信」より受動的傾向が多く見られた。

表7 調査対象者全体の傾向

項目	中国への情報発信	日本への情報発信
能動的傾向	10名	6名
受動的傾向	9名	12名
傾向性がない	1名	1名
発信していない	0名	1名

3.5 中国人留学生の情報発信における発信内容

ここで、本研究の目的の一つである「中国人留学生が互いの国に対してそれぞれどのような内容を発信しているのか」を明らかにするため、インタビュー調査において得られた具体的な発言の中から「日本や中国について自分から話した内容」と「日本や中国について聞かれて話した内容」を抽出し、主題カテゴリを付与した。

3.5.1 日本人に対する中国についての発信内容

中国について自分から話した内容を「能動的発信内容」として抽出し、主題カテゴリを付与した（表8参照）。

表8 中国についての能動的発信内容

発信内容	主題カテゴリ
M1の時に中国語に興味がある人とカフェで語学勉強する	中国語
同じ場面における日中の違いについて	日中の違い
食文化について（日中の違う食習慣、食べ方に興味を示して、中国側の話をする）	食文化（食習慣）
食文化について（「桂花糕」という中国のお土産を差し入れて、説明する）	食文化（食べ物を紹介）
日本メディアによる中国の報道について説明する（傾いていると話説明する）	中国の報道（不正報道）
中国観光について（お得な情報、季節、食べ物）を教える	観光
友達を中華料理店に連れていく、料理の特徴やお土産を紹介する	食文化（一緒に食事する）
語学について（中国語の名前を教える）	中国語
日中の違う恋愛観について（日本男性は積極的、中国は控えめのイメージ）	日中の違い（恋愛観）
食文化について（南の方は年末に餃子を食べる習慣がない）	食文化（食習慣）
中国社会について（中国では人口密度が大きいので、外食デリバリーサービスが盛ん）	社会事情（人口）
中国の社会現象について（電子マネーの普及でキャッシュレスになる）	社会事情（電子マネーの普及）
中国の社会現象について（屋台商売が多い）	社会事情
中国の地域文化が違うことについて（南北文化が違う）	地域文化
食文化について（「油条」という揚げパンの画像を探して見せる）	食文化（食べ物を紹介）
日中の違いについて（中国のお土産の牛肉のお菓子を食べてくれなく、日本ではお土産は点心のようなものが多いと気づく）	日中の違い（食習慣）

語学の勉強について（中国語を教える、中国のドラマについて話す）	中国語
食文化について（中国の柿はやわらかい、日本は硬い）	食文化（食習慣）
日中の違い、著作権について（中国はソフトウェアのダウンロードが無料、日本は著作権の保護整っている）	日中の違い
中国の交通事情について話す	交通事情
日中の違い（日本携帯の緊急避難の通知について聞く、中国では緊急避難の通知がない、あると地震で死者はたくさん出ないと話す）	日中の違い
建築家の中国の作品「広州大劇院」について教えて、写真を見せる	建築・芸術
中国の地下鉄についての歴史沿革の動画を見せる	交通
報道と違うリアルな中国を伝えたい（インターネットの発展、電子マネーの普及）	社会事情（インターネット、電子マネーの普及）
日中の違いについて（中国側について話す）	日中の違い
中国事情について（人口が多いため、競争が激しい、積極的でない、いい生活できないと話す）	社会事情（人口）
中国人のマナー問題（今の若者は良くなっていると話す）	マナー問題
食文化について（湖南料理と四川料理の違いについて説明する）	食文化（食習慣）
中国インターネット事情（グーグルや FACEBOOK が使えないと説明する）	社会事情（インターネット、SNS）
中国の SNS を FACEBOOK などに例えて区別や違いを説明する	日中の違い（SNS）
中国の SNS（WEIBO 等）の使用を勧める（Twitter は文字制限はあるが、中国ではない説明する）	日中の違い（SNS）
日中の違いについて（日本では著作権が整っている、中国では情報共有の規制が少ないと説明する）	日中の違い（法律）
インターネット事情（中国では海外のメディアを封鎖していること、Twitter など使えないと話す）	社会事情（SNS）
中国の歴史について話す	歴史
研究について中国出版の本を貸してあげる	出版物
中国の物価が安いことを話す	社会事情（物価）
中国のインターネット事情について（グーグル、海外 SNS の使用はできないこと）	社会事情（インターネット）

中国では海外テレビ番組を見るための字幕組という存在がある事を話す	テレビ番組
中国の物価が安いことについて話す	社会事情（物価）
中国の電子マネーの普及について話す	社会事情（電子マネーの普及）
中国の観光スポット「四川」や「九寨沟」について紹介する	観光
中国でのコミュニケーションの仕方について話したい	コミュニケーションの仕方
中国に興味を持っている人とは交流してみたい、その人が知りたいことを教えてあげたい	その他（相手の知りたいことについて）
中国のおいしい食べ物について話す	食文化（食べ物を紹介）
中国の大学について（日本との違いについて）話したい	日中の違い（学校）
あらゆる場面で日中の違いについて（中国側について話す）	日中の違い
毎年の研究室のパーティーでそれぞれの地元の料理を作って皆で食べる（私は中華料理（四川料理）を作る）	食文化（料理を作る）
中国の電子マネーの普及について（WECHATで支払うことがすでに中国では普及していると話して、実際の機能を見せる）	社会事情（電子マネーの普及）

これを主題カテゴリの観点から整理しなおしたものを表 9 に示す。発信内容を主題という観点から見ると、「社会事情」「（様々な事柄における）日中の違い」「食文化」に関するものが多いことがわかる。

表 9 能動的発信内容のトピックと件数

トピック	件数	トピック	件数
中国語	3	コミュニケーションの仕方	1
日中の違い	11	テレビ番組	1
食文化	9	出版物	1
社会事情	12	歴史	1

中国の報道(不正)	1	マナー問題	1
観光	2	建築・芸術	1
地域文化	1	その他	1
交通事情	2		

次に、中国について聞かれて話した内容を「受動的発信内容」として抽出し、主題カテゴリを付与した（表 10 参照）。

表 10 中国についての受動的発信内容

発信内容	主題カテゴリ
日中文化における各自の情報（中国側について聞かれて話す）具体的な内容は覚えていない	日中の違い
中国の出身地について聞かれる（〇〇ですと答える、話が続かなくなる）	出身地
中国の出身地の位置について聞かれて、相手の認識に合わせる（中国への認識は上海と北京だけわかる感じで、上海のどの方向にあると答えるようになっている）	出身地
中国について（彼が知りたいことだけを話す）	その他
中国の政治に関してはあまり聞かない、話題の中心になったら話す	政治
「2ちゃんねる」などネット上の中国についてのクチコミを聞かれて真実を伝える	中国の真実/イメージ
中国では外部の携帯アプリが一部使えないことについて聞かれ、説明する	社会事情（アプリ封鎖）
インターネットで中国の西湖についてある漢字を聞かれる	中国語
食文化について（料理の作り方、材料）聞かれて教える	食文化（料理の作り方）
中国語の読み方を聞かれて、教える	中国語
中国の交通事情について聞かれて説明する	交通
中国サイトでネットショッピングの仕方について聞かれて（アドバイスする）	ネットショッピング

食文化について（中国では「麻婆豆腐」はあまり食べていない、餃子はメインメニューである。）	食文化（食習慣）
中国人が茶葉の入ったお茶が好きと言われ（好きでないと話す）	食文化（茶）
中国物産店の特産品について聞かれて説明する	食文化（特産品）
中国の出身地について聞かれ（東北出身で、冬では-20度、氷の彫刻写真を見せる）	出身地
中国の出身地について聞かれて（〇〇と答える）	出身地
中国について聞かれイメージが古いまま（昔と違うと話す）	中国イメージ/真実
食文化について興味を示され（麻婆豆腐、回鍋肉あまり食べない、辛いもの苦手）	食文化（食習慣）
観光について興味を示され（情報を教える）	観光
日中のパフォーマンスの違いについて（合宿に行った時にお互いの出し物に笑いのツボが一致しないことに気づく）	日中の違い（お笑い）
食文化で日本人が食べられないものについて（リュウレン榴蓮/ドリアンを紹介する）	食文化（食べ物を紹介）
政治について聞かれ（北朝鮮のミサイル事件で中国は日本の仲間になるのか、冗談交じりの返事をして、笑い話にする）	政治
中国のバラエティ番組について聞かれて（面白い、ロケ番組が多い）	テレビ番組
中国の食文化や食事のマナーについて聞かれた（食卓ではよくお酒を飲まされる）	食文化（食卓マナー）
北京動物園でパンダを見たことを話してくれたので、中国ではいろいろな所で見られると話した	パンダ事情
中国食文化について聞かれて（中国料理の系統が多い自分は辛い物が好きではない）	食文化（食習慣）
中国料理店に連れてほしいと言われ（探して一緒に行く）	食文化（一緒に食事する）
中国の卓球選手の話聞かれ、（日本の女子の卓球選手もすごい人がいっぱいと言われ）	スポーツ
中国のイメージが悪い話を聞かされ（中国の事情や事実を伝える）	中国イメージ
食文化について（ピータン「皮蛋」に興味を示され、買ってあげて、たくさん食べるとよくないと説明する）	食文化（食べ物を紹介）

中国のイメージが古い（女子は髪の毛を切ってはいけ ない、KFCがない、それについて説明する）	中国イメージ
中国のイメージ（ハロウェイン普及でないが、クリスマス はあると話す）	中国イメージ
食文化について聞かれる（麻婆豆腐、エビチリはあまり食 べないと説明）	食文化（食習慣）
中国人同士で話していると仲いいと言われ、（中国語につ いて話を続ける）	中国語
中国の出身地について聞かれる	出身地
中国の政策について興味を示され（一人っ子政策、少数民 族について話す）	政治（政策）
中国語できる人に中国語を話され（中国語で話す）	中国語
日中政治について話され、（深く触れないようにする）	政治
中国のイメージについて（上海、北京について聞かれて話 す）	中国イメージ
中国のニュースについて聞かれて説明する	中国の報道
研究について（中国側の状況について聞かれて、中国では 中国語の字幕付きの動画や研究に関する中国語版の本の 出版について話す）	研究書籍
中国の政策（一人っ子政策について聞かれて話す）	政治（政策）
中国語の発音について聞かれて（中国の漢字、意味、書き 方の違いを教える）	中国語
中国の高校生事情について興味を示され（朝7時授業が始 まり、夜10時帰る、大学受験が難しいことを話す）	社会事情（学校）
中国のお水は飲めるかどうかについて聞かれ（ペットボト ルの水は大丈夫、水道水は飲まない方がいいと答える）	食文化（食品衛生）
中国の携帯ブランドについて聞かれる（今中国で有名な携 帯ブランドと説明する）	ブランド製品
私が手で中国の数字の数をすると、それについて聞か れて（中国の独特の数え方について1~10まで説明する）	日中の違い（数字の数え方）
中国の漢民族衣装について聞かれる（日本でいう和服ほど 中国では普及していない）	日中の違い（民族衣装の普 及）
中国ドラマや中国人タレントについて話されて（中国人の 女優さんがきれいと言われ、中国ではそれ以上きれいな方 がたくさんいると説明する）	テレビ番組

中国料理でおいしいと思う料理はレシピを見て習う事を話されて（他の料理も作ってあげると話す）	食文化（料理を作る）
食文化について（食卓マナーとしてお酒を飲まされるかどうかについて聞かれて、そうですと答える）	食文化（食卓マナー）
中国の大学事情について聞かれて（中国の大学の寮は4人部屋、6人部屋、8部屋というのが普通だと説明する）	社会事情（学校寮）
中国の漢字「质量」について聞かれて（中国の「质量」は日本語の「質量」の意味の違いについて説明する）	日中の違い（漢字）
中国のショッピングサイト「淘宝」（TaoBao）について興味を示され、日本で言う「楽天」のようなサイトだと説明する	ネットショッピング
中国の「新年」は何時なのかについて聞かれ旧正月であると説明する	新年
中国人は政府によって住居範囲を決められているかどうかについて聞かれて（お金で買えば/賃貸すれば、どこでも住むことができると説明する）	中国のイメージ/真実
日本メディアによる中国の報道について聞かれる（中国政府は強制退去を民間人に強いることについて、極端な場合である、一般的な話ではないと説明する）	中国の報道
食文化について（日本の「麻婆豆腐」は本場の味と同じかどうかについて聞かれて説明する）	日中の違い（料理の味）
中国人観光客のマナー問題についての文句を聞かされ（国関係なく、中国でもマナーがいい人がいるということの説明する）	中国イメージ/真実

これを主題カテゴリの観点から整理しなおしたものを表 11 に示す。発信内容を主題という観点から見ると、「食文化」が圧倒的に多く 14 件で、「中国のイメージ/真実」が 8 件で続いた。

表 11 受動的発信内容のトピックと件数

トピック	件数	トピック	件数
日中の違い	6	中国新年	1

出身地	5	ネットショッピング	2
中国のイメージ/真実	8	テレビ番組	2
食文化	14	ブランド製品	1
中国の報道	2	研究書籍	1
政治	5	卓球	1
社会事情	3	パンダ事情	1
中国語	5	観光・交通	2
その他	1		

これまで「能動的発信内容」と称してきた話題は、言い換えれば中国人留学生が発信しやすい内容ということになる。一方、「受動的発信内容」と称してきた話題は、中国人留学生が話しやすいというよりむしろ日本人が関心を持ちやすい内容と言うことができる。これまでに述べてきた調査結果をこのような観点から見直してみると、「食文化」に関する話題は中国人留学生、日本人学生双方が関心を持ちやすく、また話しやすいものだと言えよう。また、「能動的発信内容」において「社会事情」に関する発言数が多く、一方で「受動的発信内容」において「中国のイメージ/真実」に関する発言数が多いことから、中国社会の仕組みや現状について説明することは自分から話しやすいのに対して、マスメディア等が発信する中国のイメージなどについて自ら率先して訂正するようなことはしないということが読み取れる。

3.5.2 中国人に対する日本についての情報発信内容

日本について自分から話した内容を「能動的発信内容」として抽出し、主題カテゴリを付与した（表 12 参照）

表 12 日本についての能動的発信内容

発信内容	主題カテゴリ
日本医療システムがいいと話す (WECHAT で X 射線の図を送る)	医療
日本の食文化についての写真を送る	食文化
日本の交通事情について (あまりクラクションを鳴らさない、車は人を優先させる)	交通事情
日本医療システムがいいと話す (中国国内の医療費について)	医療
観光に来る友達だけ観光地を紹介する	観光
日本の生活環境がいい (空気がうまい、空も青い、食べ物がおいしい)	生活環境
日本の違い物価について (食べ物は高いが、服や小売り製品は国内と大差はなく、安い所もある)	日中の違い (物価)
日中の製品の品質について (国内の中華鍋やフライパンは使用時間が短いのに高い、日本は品質が良く、使用時間が長いのに安い)	日中の違い (品質)
食文化について (友達が初めて日本に来た時に、ご飯を全部食べないとマナーがないと)	食文化 (食卓マナー)
日本人の友人関係 (親しいと思われる友達同士で水で金銭交換)	日中の違い (友人関係)
日本のマナー (公共の場で大声を話すのはよくないと教える)	マナー
食文化について (焼肉の写真を WECHAT にアップする、日本では生肉だけではないことを教える)	食文化 (食習慣)
お酒文化について初来日した友達に居酒屋のルールについて説明する	食文化 (お酒文化)
WECHAT、WEIBO でエンタメ情報をアップする	エンタメ情報
自転車、車の運転について (全員安全運転していないと話す)	交通事情
日本の生活環境 (空気がうまい、生活が便利、サービスもいい、人を気遣える、配慮具体的にできる)	生活環境
留学生奨学金プログラムの活動について (日中友好を目的とすることを教える)	日中友好

日本の交通事情について（ルールを守り、車は人を優先させる）	交通事情
日本のサービスについて（おもてなしを極めている）	サービス業
日本のコミュニケーションの仕方（研究について、直接答えがもらえない）	コミュニケーションの仕方
日本の生活環境（空気がうまい）	生活環境
サービス業について（日中の違い、接客態度が親切で慣れない）	日中の違い
日本の交通事情について（電車は便利に使える）	交通事情
お互いの研究について（学術において似ている所が多い、日本は厳格というイメージがある、中国も同じである）	日中の違い（研究）
日中の違い、中国のように友達も家族のような付き合いになりにくい）	日中の違い（友人関係）
仕事について（ストレスが溜まりやすい、大変）	仕事が大変
日本の交通事情、車は人を優先させる	交通事情
日中の生活水準（日本の物価は高いが、収入も高い、中国より生きていける）	生活環境
地震の時に WECHAT で実況する（無事であることを伝える）	自身の安全情報
観光について（旅行の写真を WECHAT で送る）	観光
WECHAT で日本についての写真を載せる	日常
日本社会（治安いい、秩序が取れている）、つめいたいところはあ	社会事情
日本はマナーがよく、包容力が大きい、冷たい所もある	社会事情
日本旅行に誘う（日本の景色がきれいであると伝える）	観光
日本観光について（旅行先にて WECHAT で実況する）	観光
食文化について（日本では辛い料理が少ない）	食文化（食習慣）
医療について（薬液の仕組みは工夫されている）	医療（器具）
日本のエンタメ情報について（アイドル文化）	エンタメ情報
日本で助けられた話について（IC カードを無くしたときに、知らない人に助けを求めたら、IC カードを贈ってくれてチャージまでしてくれた）	日本・日本人イメージ
日本の治安について（ごはんを食べている途中でカバンをそのまま置いて盗まれない）	社会事情
WEIBO、QQ で日本での日常生活のことについて発言したり、投稿したりする	日常

WEIBO、QQ で自分が好きな日本の作家や本について最新情報を投稿し、趣味の合う友達からコメントしてくれる	文芸作品
WEIBO、QQ で観光についての写真を投稿する	観光
小説の中で書かれた場所に行く時の写真を友達にシェアする	観光
日本で買った洋服を見せる（日本では洋服のデザインは大体似ているような感じと話す）	日常
日本での安売りバーゲンが安いについて話す	日常
日本の治安について	社会事情
日本の賃貸事情について	賃貸事情
金銭感覚、（日本の物価が高い、家賃が高い）	社会事情
観光について（神社、桜等の写真を WECHAT でアップする）	観光
日本医療保険（外国人関係なく受けられる）	医療
交通が便利	交通
食品衛生	食文化
スーパーでの買い物	日常
日本では学生の生活は大変だと伝える（日本語の授業を受け、日本語の論文を書かないといけない点は難しい）	学生生活が大変
研究調査で長野県に行く際に美しい景色を写真に撮って WECHAT で送る	観光
日本の造景について（中国より細かく、精緻を極めたデザインだと伝えたい）	デザイン
日本に観光に来る友達をガイドとして案内（東京）	観光
日本のデザインについて話す	デザイン
日本の物価が高い（果物が高い）	社会事情

これを主題カテゴリの観点から整理しなおしたものの表 13 に示す。発信内容を主題という観点から見ると、「観光」の 9 件が最も多いが、「食文化」、「日中の違い」、「交通事情」も各 6 件で比較的話題に上っていた。

表 13 能動的発信内容のトピックと件数

トピック	件数	トピック	件数
医療	4	文芸作品・デザイン	3
食文化	6	日中友好	1
交通事情	6	サービス業	1
観光	9	コミュニケーションの仕方	1
生活環境	4	自身の安全情報	1
日常	5	日本イメージ	1
日中の違い	6	賃貸事情	1
マナー	1	仕事・学生生活が大変	2
エンタメ情報	2		

次に、日本について聞かれて話した内容を「受動的発信内容」として抽出し、主題カテゴリを付与した。（表 14 参照）。

表 14 日本についての受動的発信内容

発信内容	主題カテゴリ
中国メディアによる悪い日本情報について聞かれ、メディアを信じ込まないと伝える	日本人・日本イメージ
地震の時に無事かどうかについて聞かれて	自身の安全情報
日本製品の買い物をお願いされる	日本製品・買い物
中国メディアによる台風のニュースで連絡で無事を伝える	自身の安全情報
日本のゲームの発売日について聞かれる	日本製品
日本製品の買い物をお願いされる	日本製品・買い物
日本の買い物について（バーゲンセールの情報）	買い物
台風の時に WECHAT で連絡がくる、無事を伝える	自身の安全情報

日本製品について意見を聞かれる	日本製品
日本観光について聞かれる（どこに行くかを教える）	観光
日本人のイメージについて聞かれる	日本・日本人イメージ
日本製品の買い物をお願いされる	日本製品・買い物
日本企業の過労について聞かれ（企業によると答える）	日本イメージ（企業イメージは過労）
日本進出中の中国の鍋料理の味は同じかどうか	日中の違い（味の違い）
日本語の翻訳問題	日本語
地震の時に連絡は来る、無事を伝える	自身の安全情報
WEIBO でよく検索されている日本について聞かれて事実を伝える	日本イメージ
地震の時に連絡が来る（危険を感じる地震はあまりない、地震で部屋は倒れない、防震のために作っている）	自身の安全情報
ポップカルチャーについて聞かれて（秋葉原、アニメ、メイドカフェについて、実際に体験して教える）	エンタメ情報
歌舞伎町について聞かれて（実際に行ってみて印象を伝える）	歌舞伎町
食文化について（慣れると、健康にいい、生ものは多いが、食材の味を楽しめる）	食文化
地震の時連絡が来る、無事を伝える	自身の安全情報
中国メディアによる日本の悪い情報について聞かれる（実体験を話し、すべてのメディアを信用しないと話す）	日本イメージ
日本での就職について聞かれて（日本と中国の就職事情の違いを話す）	日中の違い（就職活動）
日本製品の買い物をお願いされる	日本製品
地震の時に連絡が来る（無事を伝える）	自身の安全情報
日本製品（化粧品）について聞かれて（値段等の商品情報を伝える）	日本製品
日本観光についてのアドバイスを聞かれる（観光名所等）	観光
日本留学についてアドバイスを聞かれる（学校情報、生活に必要な情報）	留学情報
日本製品（電子機器、化粧品）についての情報、買い物を お願いされる	日本製品
日本人とのコミュニケーションはうまく行っているかについて聞かれる	コミュニケーションの仕方

中国メディアによる地震のニュースで連絡が来る（大丈夫と安心させる）	自身の安全情報
中国の支払いアプリ「アリペイ」日本での普及状況について聞かれ（東京では普及していて、地方ではあまり見ないと説明する）	社会事情
日本で差別されているかどうかについて聞かれて（日本人はマナーがよく、優しいと伝える）	日本人イメージ
メディアによる地震があるとき連絡が来る（日本の部屋は耐震設計されていて、普通の地震は大丈夫だと伝える）	自身の安全情報
日本での買い物をお願いされる	日本製品
中国メディアによるニュースについて（事実を伝える）	日本イメージ
日本人とのコミュニケーションについて（差別されるかどうか）	コミュニケーションの仕方
日本の都会について東京以外あまり知らない（各地にそれぞれの都市があって、中国よりバランスを取れていると教える）	都会事情
日本での生活のコストについて（高いイメージだが、それに相当する給与水準があるので、あまり変わらない）	生活水準
留学の情報について聞かれて（情報調べて、中国語に翻訳して文献を送る）	留学情報
日本で心臓病に関する先進的医療方法について聞かれる（資料調べて、中国語に翻訳して文献を送る）	医療
日本の製品（化粧品等）についての情報を聞かれて話す	日本製品
日本人はマナーがいいと言われて（マナーがいいというより、仕事のためでもある、ストレスは大きいと説明する）	日本人イメージ
核放射能漏れ事件について聞かれ（遠いところにある、安心させる）	自身の安全情報
地震の時に連絡が来る（安心させる）	自身の安全情報
エンタメ情報について興味を示され、（WECHAT や WEIBO で情報発信）	エンタメ情報
食文化について興味を示され、（WECHAT や WEIBO で情報発信）	食文化
日本製品についてアドバイスを求められ（日本の製品情報を教える）	日本製品
日本のイメージについて（差別されていないと話す）	日本イメージ

これを主題カテゴリーの観点から整理しなおしたものを表 15 に示す。発信内容を主題という観点から見ると、最も多いのは「日本製品・買い物」の 12 件で、それに「自身の安全情報」（11 件）、「日本・日本人イメージ」（9 件）が続いた。

表 15 受動的発信内容のトピックと件数

トピック	件数	トピック	件数
日本・日本人イメージ	9	歌舞伎町	1
自身の安全情報	11	食文化	2
日本製品・買い物	12	留学生情報	2
観光	2	医療	1
日中の違い	2	コミュニケーションの仕方	2
日本語	1	社会事情・都会事情	2
エンタメ情報	2	生活水準	1

「中国人に対する情報発信」においても「日本人に対する情報発信」と同様に、「能動的発信内容」と称してきた話題は、言い換えれば中国人留学生が母国の知り合いに対して発信しやすい内容ということになる。一方、「受動的発信内容」と称してきた話題は、中国人留学生が話しやすいというよりむしろ中国人が関心を持ちやすい内容と言うことができる。

これまでに述べてきた調査結果をこのような観点から見直してみると、日本に遊びに来た友人を案内したり、どこかに行ったときにとった写真をソーシャルメディアにアップロードしたり、というような行動が見られ、中国人留学生は「観光」に関する話題を比較的発信しやすいと感じていることがわかる。また、他にも「交通事情」、「生活環境」、「医療」、「食文化」、「日中の違い」などにおいても発言数が一定数あることから、日本の各方面について自ら積極的発信していることが言えるだろう。一方、「受動的発信内容」において「日

本製品・買い物」「日本・日本人イメージ」に関する発言が多かったことから、中国国内においては「日本製品」に対する評価が高く、関心を持つ人が多いこと、まだ日本や日本人そのものに対する興味や関心を持っている人が多いことがわかった。また、「自身の安全情報」に関する発言が多いことから、中国国内の家族等からは無事に生活しているかどうかについて心配されているのに対して、自ら心配されるような情報は発信しないことが読み取れる。

3.6 具体的発言から見る中国人留学生の積極性と消極性

本節ではインタビュー調査で得られた具体的発言の中から中国人留学生が情報発信に対して持っている考えや情報発信に伴う感情に関するものを抽出し、彼らが能動的もしくは受動的に情報発信を行っていることの背後にどのような考えや感情が存在するかについて考察した。

3.6.1 日本人に対する情報発信

前節までの分析において、中国人留学生の日本人に対する情報発信の全体的な傾向では受動的傾向が多く見られたことがわかっている。受動的傾向になる理由はいくつかあることがわかった。

第一に、インタビュー調査において「聞かれないとわざわざ話さない」という発言が多く見られた。例えば、調査対象者 1 は「受動的発信内容」として「出身地について聞かれたが、日本人は上海と北京くらいしか知らないので、自分の出身地について詳しく紹介しなかった」と回答した。このようにあまり多くを語らなかった理由は「相手が相当中国に興味を持たなければ、私からわざわざたくさん話さなくてもいいかな」と考えたからだという。また、調査対象者 9 は「話す相手が中国に対してどんな感情や態度を持っているかが分からないと話せないと思っている。万が一中国嫌いな人であったら、なんか怖いと思ったからです。」と回答している。これらの発言から、どのような内容を話すかということ以前に、話す相手

が自分や自分の国について興味を持ってきている、好意を持ってきている、ということを感じられないとそもそも情報発信自体を行わないという留学生の消極性を読み取ることが可能である。

次に、日中関係における「政治」「歴史」に関する話題に関連して「聞かれても避ける」「触れないようにする」といった消極的な発言が見られた。その理由として、複数の調査対象者から「政治とか歴史とか敏感なので触れたくない」という発言があった。例えば、調査対象者2は中国に関して話す際であっても「深刻な話題に関しては話さない」、「特に政治に関する話題はあまり話さない」と回答している。「年配の方（政治）とかに興味があって聞かれた（ことがあった）が、意見が違ったりする場合もあるので、話の衝突を起こさないように避けるようにするべきだと思う」とも話しており、意識的に避けていることがわかる。また、調査対象者8は「私の研究室では、ある男の子が中国のテレビではよく抗日ドラマとか放送されていることを知っていて、私はそれについて触れないようにしている。もしその人がそういうことを気にしているのであれば、普段のコミュニケーションに支障が出ると思う。」と話しており、やはり摩擦が起きる恐れがあると考えている話題には触れないように気を遣っていることが明らかになった。

他にも、日本語力、人間関係、日本人の壁によって、情報発信における消極性が見られた。調査対象者3は「私からは話しかけるが、あまり伝わらなかったと思う。だんだん話さなくなった感じはした」と発言していた。そして、日本人との交流が徐々に減っていった理由として「日本人は日本語を話すのが速いので、ついて行けない時がある。」ということも話していた。また、調査対象者2は「日本人と話すのは研究に役立つので、自分からも話しかける」というように交流したい気持ちはあるが、一方で「学校では授業で話す機会がたくさんあるが、私は外国人であるというのもあるかもしれないが、ちょっと壁を感じたような気がします。ちょっと難しい所はある」とも感じている。すなわち、「日本人」を対象とした情報発信やコミュニケーションに対して積極的か否かということ以前に、留学生であれば必

ず経験する語学力の不足や異文化の人々との交流の難しさを感じている者も少なからず存在するということである。

一方、留学生という立場は同じでも情報発信に対して非常に積極的な学生も存在する。例えば、対象者6は、積極的に日本人と交流したり、一緒に食事をしたり、友達を家に招待したりしていたが、なぜ積極的に日本人と交流するのかという問いに対しては「留学においては地元の人々とのコミュニケーションが大事」だという考えが表明された。そして、中国について話をする（情報発信する）ときには「私は中国のポジティブなところを伝えられればなあと思っている。中国は発展のスピードや勢いがすごいし、日本は昔の中国文化の影響もあるので、現代日本人の中にも中国に興味がある人はたくさんいると思われます。」というように考えていた。この対象者はそもそも積極的にコミュニケーションをとって周囲と溶け込もうと努力するタイプであるが、日本人に対して母国について語る場合には「中国が好きだから良く思ってもらいたい」という純粋な気持ちからより積極的に話そうとするのだと思われる。

また、やはり積極的に中国について話すとは回答した対象者11は、バイトの仲間や店長は中国のマイナスな面について聞かれた際にいつも反論していた。ただし、反論と言ってもネガティブな感情からではなく「みな仲がいいからこそ、言える」と考えている。そして、「例えば、日本である出来事について話しているときに、私は中国の場合はどうなっているかについて話しますが、一つは日本と中国の違いについて話したいのと、こういう面では中国のほうがすごいとちょっとイメージを上げたいと思っている。」と答えた。仲が良い仲間が相手だからこそ話せると考えてはいるが、ここでもやはり、母国についてよく思ってもらいたいという感情から積極的に話していたことがわかった。

以上の発言より、「日本人に対する中国についての情報発信」は、全体的に「受動的傾向」を示しただけでなく、極めて消極的な姿勢を示す者も少なからずいることがわかった。

3.6.2 中国人に対する情報発信

中国人の知り合いに対する日本についての情報発信では、能動的傾向、受動的傾向はほぼ同数であり差は見られなかったが、インタビューの発言からは家族への情報発信に対する積極性、国内友達への情報発信に対する消極性がはっきりと見られたため、それらの発言をここに提示してまとめた。

第一に、家族を安心させるために積極的に情報発信している様子が見られた。その理由は次のような発言に現れている。例えば、調査対象者 15 は「海外で日本人に助けられたことを（自分から）家族に話した」と回答している。その理由は「私は海外にいても、助けてくれる人がいるので、心配しなくてもいいですよと母に教えてあげたい」からである。また調査対象者 16 は「普段、日本での日常生活を話すことで安心させられると思う」と回答している。

家族に対して積極的に情報発信する理由として、上記の他に複数の対象者が言及していたのは「親の世界を広めたいから」「（親に）もっと海外（日本）について知ってほしいから」といったものであった。例えば、調査対象者 1 は家族に対して日本に関する情報について発信し続ける理由として「日本のいいところをたくさん紹介しようと思う」「父と母の住んでいる世界が狭いので、もっと外国のことやいろんな情報を教えてあげようと思っています。」と回答した。また、調査対象者 9 は「家族は日本に対する印象はあまり良くないが、自分はよく説明している」「家族は日本に関心がないため、もっと日本事情を知ってほしいと思う」からであると述べた。

後者の理由はまさに中国人留学生が日中交流において一定の役割を果たしていることを示している。

一方、中国国内の友人に対する情報発信に関しては、家族に対するそれとは様相がかなり異なる。家族に対しては積極的に情報発信している者でも、友人に対してはむしろ消極的な姿勢をとると回答していた。理由は、自ら日本について、しかもプラスイメージのエピソード

ドを語ると自身へのマイナス印象につながると考えるからである。例えば調査対象者1は「家族のようにたくさん話さない、あまりにも話すで見栄を張っていると思われるので」と回答している。

また、話題によって消極的になると回答した者もいた。特に政治に関するシリアスな質問には非常に慎重に対応し、答えないようにしている。例えば、調査対象者9は「中国国内の人から政治に関する真面目な話をされた時に、答えないようにしている。もし私が答えたら、聞いた人もほかの人に話しかねないので、日中の関係に影響があるんじゃないかと心配する」と述べていた。相手が家族であれば、日本に対してそれほど好意的でなかったとしても良い印象を持ってもらおうと自分から積極的に話す、相手が友人になると、その人が日本をよく思っているか否かということとは無関係に、自慢話に聞こえてしまうことを心配して、あまり積極的ではなくなる傾向にある。

第4章 考察

3.4において述べた通り、対象者の「中国人への発信量」と「日本人への発信量」はほぼ同等であった。しかし、能動的発信件数では「中国人への発信量」が「日本人への発信量」より多く、受動的発信件数では逆に「日本人への発信量」が「中国人への発信量」より多かった。また、対象者一人一人の傾向性という観点から見ても、「中国人への情報発信」の方が「日本人への情報発信」より能動的傾向にあり、「日本人への情報発信」は「中国人への情報発信」より受動的傾向にあった。

3.5において述べた通り、情報発信の内容という観点から見ると、日本人への情報発信は能動的であれ受動的であれ「食文化」という回答が多かった。これは、食文化に関する話題が留学生としても話しやすく、日本人学生も興味を持ちやすいものであり、日中交流において扱いやすいということを示している。また、様々な事柄における日本と中国との違いも比較的扱いやすい話題だととらえられていることが推察可能である。中国人への情報発信における能動的なものは家族に対して行われることが多いことが主たる理由であると思われるが、「観光」、「医療」、「食文化」、「交通事情」、「生活環境」、「日常」、「日中の違い」、「社会事情」など多岐にわたるものであった。すなわち、中国人に対する情報発信は、単に発信量が多いだけでなく、内容の側面から見ても多様だということである。特に、家族に対する発信は「日本の良いイメージを伝えたい」という理由から行われることも多く、日中交流を推進する役割を果たしているとみることができる。

本稿では、中国人留学生が具体的にどのようなやりとりをしているかということに関する分析を通して日中交流における留学生の役割について考察した。結果として、彼らが中国国内の知り合い、特に家族に対して日本の良い印象を伝えようと努力する傾向にあることが示された。それに対して、日本人の知り合いに対する情報発信は思うようにできていなかったり、積極的にやろうとは思わなかったりして、どちらかというとな消極的であることがわ

かった。これを日中交流における留学生の役割という観点からまとめるなら、中国人学生が日本に留学し、生活することは、日本に関するポジティブな情報の中国への発信につながることを示唆された。一方で、中国国内の友人にはそれほど積極的に情報発信をしていないことから、中国人留学生の存在が未来の留学生を生み出すことに直接つながっていたり、若い世代に対して従来彼らの中にある日本に対するイメージと全く異なるイメージを提供しているわけではないと言えるだろう。

参考文献

1. 蒋晓静(1982). 「歴史教科書問題をめぐる中日関係」朝日新聞社会部『「政治」の風景』すずさわ書店, 194-220.
2. 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社. 『海外における著作権侵害等に関する実態調査中国-報告書』日本文化庁委託調査. 2013. 3
3. 認定 NPO 法人言論 NPO, 中国零点研究コンサルティンググループ, 日本輿論科学協会, 「第 13 回日中共同世論調査」2017
4. 段躍中編. 『日中対立を超える「発信力」』. 日本僑報社出版. 2013. 9. (ISBN13:9784861851582)
5. 范颖, 宋莽宇(2015). 「対主流媒体涉日报道的分析 ——以 2010-2014 年《人民日报》为例」东北师范大学 传媒科学学院, 吉林长春
6. 360 新聞 <http://sh.qq.com/> (最終アクセス 2018. 2. 2)
7. 独立行政法人日本学生支援機構「平成 29 年度外国人留学生在籍状況調査結果」2017
8. 苗丹国(2015). 「出国留学与留学外交」. 中国教育新聞網-中国教育報
http://www.jyb.cn/world/cglx/201510/t20151001_638808.html (最終アクセス 2018. 2. 2)
9. 管秀兰(2014). 「在日留学生与日本的中国形象建构问题研究」. 中国青年研究
10. 「『留学生 30 万人計画』の骨子」とりまとめの考え方に基づく具体的方策の検討 (とりまとめ) > 「『留学生 30 万人計画』の骨子」とりまとめの考え方. 2008. 4. 25
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/houkoku/attach/1249711.htm
(最終アクセス 2018. 2. 2)
11. 日本外務省「外交政策>広報文化外交>人の交流>留学生交流」2017. 6. 7
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/hito/ryu/index.html>
(最終アクセス 2018. 2. 2)
12. 大西好宣(2017). 「教育と外交-異なる位相の異なる夢想-」. ウェブマガジン『留学生交流』2017 年 4 月号 Vol. 73
13. 劉音, 服部環(2012). 「在日中華系留学生における異文化適応の促進要因について」筑波大学心理学研究-(43), 9-14
14. 徐光興, 蔭山英順(1994). 「在日中国人留学生の適応に関する実体と問題」名古屋大学教育学部紀要. 教育心理学科, 41, 39-47
15. 岡益己, 深田博己(1994). 「中国人留学生と就学生の意識」岡山大学経済学会雑誌, 26(1), 1-28

16. 村田雅之(1994). 「留学生の「適応に要する時間」に関する分析」飯山論叢, 11 (2), 88-105
17. 孫怡(2009). 「在日中国人留学生の異文化適応：パーソナリティ特性からの影響」人間文化創成科学論叢, 12, 241-248
18. 葛文綺(2003a). 「中国人留学生の適応度に影響を与える個人属性について」学生相談研究, 23, 274-283
19. 葛文綺(2003b). 「留学前後における対ホスト国イメージの変化に関する研究-中国人留学生と日本人留学生との比較を通して-」異文化コミュニケーション, 6, 117-130
20. 早矢仕彩子(1997). 「外国人就学生の自己認知, 自・他文化への態度が適応感に及ぼす影響」心理学研究, 68, 346-354
21. 新崎隆子(2007). 「異文化コミュニケーション能力の修得プロセス～通訳演習参加者の事例より～」日本通訳学会, 通訳研究(7), 65-88
22. 川内規会(2006). 「大学生の異文化適応と心理的不安の変化に関する研究」青森県立保健大学雑誌, 7(1), 37-44
23. 倉八順子(2002). 『多文化共生にひらく対話: その心理学的プロセス』明石書店 (ISBN: 9784750314822)
24. 中野はるみ(2006). 「異文化教育における留学生の役割」. 『長崎国際大学論叢』第6巻, 55-64
25. 宮本美能(2013). 「バイリンガルの学生が果たす役割: 留学生と日本人学生の混合クラスにおける-考察-」多文化社会と留学生交流: 大阪大学国際教育交流センター研究論集(17), 65-71
26. 孫曉英(2013). 「在日中国人児童の支援活動における留学生の役割-東京都荒川区での実践を事例として-」早稲田大学大学院教育学研究科紀要, 別冊, 20号(2), 37-47
27. 廖小健(2016). 「中国留学生促進中外文化交流的作用初探」八桂僑刊, 暨南大学华侨华人研究院; 广东广州 510632
28. 平野健一郎, 足羽與志子, 田中明彦ら(2010). 「国際交流基金文化交流研究委員会報告書 2010-21世紀、新しい文化交流を」: 「事業としての文化交流」では、「誰が何のために、誰のどのような文化を活用する」国際文化基金交流委員会, 1-33
29. 国際基金日中交流センター: <http://www.chinacenter.jp/> (最終アクセス 2018. 2. 2)
30. 公益社団法人日本中国友好協会: <http://www.j-cfa.com/> (最終アクセス 2018. 2. 2)
31. 公益財団法人国際フォーラム <http://www.tjf.or.jp/> (最終アクセス 2018. 2. 2)
32. 王鵬(2018). 「中日が青少年交流を深化-中国の IGW 小熊児童合唱団が日本で公演-」
<http://jp.jnocnews.jp/news/show.aspx?id=54853> (最終アクセス 2018. 2. 2)
33. 「私がここに住む理由」WEIBO https://www.weibo.com/u/5111751117?is_hot=1
(最終アクセス 2018. 2. 2)