

研究会	アジア地域統合研究試論（金曜セミナー） 第10回
テーマ	「中国のパブリック・ディプロマシーとアジアの地域統合」
報告者	青山 瑠妙（教育総合学術院教授）
日時	2008年2月8日（金）16時30分～18時
場所	早稲田大学19号館609教室
参加者	天児慧、園田茂人、浦田秀次郎、園田茂人、篠原初枝、植木千可子（以上、アジア太平洋研究科教授）、フェロー、院生など。

報告概要：

パブリック・ディプロマシーの分析を通じて、中国政府によるアジア地域「一体化」政策の歴史の変容と将来的な展望を明らかにすることが、本報告の目的である。一般的に「アジア地域統合」について、「Market-oriented regionalization」や「非国家アクターがコアアクターである」という言説が流通しているが、中国政府の外交政策の分析の経験からすれば、このような言説には少なからぬ違和感がある。本報告は、「中国から見たアジア地域統合とはどのようなものか」について考える。

まず、このCOEプロジェクトは「アジア地域統合」という言葉を用いているが、中国政府は「統合」という言葉を使わない。「アジア共同体」という言葉はあるが、「統合」とは言わず「一体化」と言う。「統合」は遠い将来のことであり、当面は「一体化」を進めてゆく、というのが中国政府のビジョンである。また中国政府の外交政策に「アジア外交」という言葉はなく、「周辺外交」という言葉を使う。歴史的に考えるならば、この周辺外交政策は天安門事件以降、二つの段階があった。第一段階は1990年以降の関係改善政策である。インドネシアなどとの外交関係が修復され、また陸地国境線の確定がなされた。第二段階は1996年7月の「新安全保障観」の提起である。これによって周辺外交が本格的にスタートした。

新安全保障観は三つの意味において非常に重要である。そこでは認識の転換が行われているからだ。①「非伝統的安全保障」を重視している、②ASEAN規範との共通性を構築している、③アメリカ主導の伝統的安全保障観の実態を黙認している。

実際どのような形態で、中国とアジア地域との統合が進展しているのか。言説分析によると、「中国政府は何もしていない」と判断しがちだが、中国政府の実際の政策を分析すると、中国にとってのアジアは「周辺」だが、中国の「周辺外交」の両輪は上海協力機構（SCO）と中央アジア地域経済協力（CAREC）である。SCOは軍事協力だとみなされているが、経済協力についても実際には議論されており、中国政府はSCO内でのFTA締結も計画している。中国とSCOの協力関係、そして中国とASEANの協力関係は同時並行的に進められている。

しかし、中国の地域一体化のグランドデザインは「実質的一体化」であると言えよう。中国はアジアにおける「非伝統的」分野についても活動空間を広げ、アジア地域全体の物理的一体化（幹線道路、鉄道などインフラ）と機能的一体化（中国を媒介とした貿易の基

準など)を推進している。この計画が順調に進めば、2020年までには中国を媒介としたアジア地域の一体化は達成される。つまり、中国が考えている「一体化」のデザインは、いわゆる「アジア地域統合」とは異なるものであると把握しておくべきだろう。

そもそも「パブリック・ディプロマシー」とは1965年にEdmund Gullionが提起した概念であり、従来は「プロバガンダ」と呼ばれていた概念だが、その政治的・歴史的な悪印象を忌避し、パブリック・ディプロマシーという言葉が創出された。ではなぜパブリック・ディプロマシーの分析が重要なのか。それはパブリック・ディプロマシーが地域統合の成否を左右するものであるからだ。冷戦終結後の各国では、対外政策決定においても国民世論の動向が重視されてきている。またITの発達によって、他国の国民に直接なんらかの働き掛けを行なうことが可能になった。パブリック・ディプロマシーによって、一国を超えた「共通の時間」という観念・認識を作り出せるかどうかは、地域統合にとって非常に重要な問題である。ゆえにパブリック・ディプロマシー分析は、たとえ一国研究であったとしても、国内の政治体制・政策決定と国際関係のリンケージを分析することができる。

中国語ではパブリック・ディプロマシーを「公共外交」と呼ぶ。この公共外交は、対外宣伝や「民間外交」（毛沢東時代の国外野党への働きかけ）、「公衆外交」（国内広報活動・海外広報活動）とどのように異なるのか？近年形成されつつあるコンセンサスは、パブリック・ディプロマシーとは情報提供活動と教育・文化交流である。これが中国ならば、対外宣伝と文化交流の二側面をパブリック・ディプロマシーと把握したい。

中国のパブリック・ディプロマシー政策は、歴史的に見て二段階ある。まず、天安門事件後、1997年に公開された『悪魔化された中国の裏に』という書物をひとつの契機としている。欧米先進国に一年以上の滞在歴がある中国人研究者がその著書において、「欧米の主流メディアは中国を悪魔化している」と主張したことが、大衆レベル、政府レベルにおいても浸透した。このような認識を基盤にして、中国はパブリック・ディプロマシー政策として、西側で作られたマイナスイメージを払拭するという目標を掲げた。第二段階は、アメリカ中心に偏っていた外交政策を1990年代後半から全方位外交に転換したことである。これがパブリック・ディプロマシー政策のグローバル化を進展させた。

現在の中国のパブリック・ディプロマシーは、「マイナスイメージの払拭」から「国家ブランドの創出」へとシフトしている。文化について言えば、2002年から文化体制改革が開始された。これはWTO加盟と深く関わり、輸入が多く輸出が少ない赤字体質を改善する目的で、中国文化を海外で普及させるための事業が積極的に展開されている。

アジア地域統合について中国のケースから考えてみるならば、マーケット主導ではなく政府主導、アクターは非国家アクターではなく政府国家アクターだと言えよう。しかし、国家・政府主導であったとしても、その帰結が「競合」であるとは限らない。つまり、パブリック・ディプロマシーが「共通の理念」を作り出してゆく可能性があると考えられる。

記録：佐野智規（GIARI アジア地域統合フェロー）

編集：本多美樹（GIARI 特別研究員）