

台湾における日本メディア文化の普及と 「日本イメージ」の形成

Diffusion of Japanese Media Culture and Forming “Japanese Image” in Taiwan

松下慶太
(Keita MATSUSHITA)

キーワード：メディア文化、ポップカルチャー、テレビドラマ、日本イメージ、台湾

Key Words : Media Culture, Pop Culture, TV drama, Japanese Image, Taiwan

1. はじめに

20世紀末からメディア・コンテンツのグローバル化が急速に進展した。その背景には政治・経済のグローバル化・ボーダレス化があるが、より直接的には衛星放送、ケーブルテレビ、インターネットといった情報メディア技術の急速な進展と普及が大きな要因としてあげられる。メディア・コンテンツのグローバル化は既存の政治・経済体制を飛び越えて大きな影響を与えている。またこうしたメディア・コンテンツのグローバル化はソフトパワーやGNCといった概念に見られるように、国家イメージについても影響を与えている⁽¹⁾。そういった意味でメディアは今後の国際関係において一つの大きなファクターとなる。ただし、こうしたメディア・コンテンツによって影響を受ける国家イメージは一朝一夕に形成されるものではなく、長い年月をかけ歴史的に形成されてきたものである。本稿では戦後、台湾における変容する「日本イメージ」について特にケーブルテレビの普及による日本のメディア・コンテンツの流入をひとつのポイントとして歴史学・社会学的に考察していく。1993年は台湾の現代メディア史におけるひとつのターニングポイントであったと言えるだろう。特にケーブルテレビを合法化する有線電視法が成立したことは大きな意味を持っていた。これを踏まえて、第2章と第3章では1993年以前と以後の台湾におけるメディア状況と社会変化について特にケーブルテレビの普及を軸に確認していく。第4章では、台湾における高齢者層の「日本イメージ」形成について、戦前の日本統治時代と戦後の中国国民党による接収の歴史的な流れを確認することでイメージ形成における歴史的な影響を検討する。

2. 1993年までの台湾におけるメディア状況

2-1. 東アジアにおける衛星放送の開始

台湾におけるケーブルテレビ普及のひとつのきっかけとなったのは衛星放送の開始であった。東アジアでは1980年代後半に入って衛星によるテレビ番組配信が始まった。こうした衛星放送は各国の国境を越した越境放送となった。東アジアにおける越境放送の嚆矢は1987年から始まったNHKの衛星放送であった。越境放送はNHKの意図するところではなかったが、衛星からの放送ビームを日本列島全てに到達するように発射するには、その範囲に韓国、台湾の一部を含んでしまうことになったのである。このように意図しない形で放送ビームが他の地域に届いてしまう問題をスピルオーバーという。韓国や台湾はNHKのスピルオーバーを日本による「文化侵略」だと批判した。NHKはその後、ビーム成形を変更したものの、いまだに韓国、台湾の一部地域では一般家庭にパラボナアンテナを設置すればNHKの放送を直接受信することが可能である。しかし、少なくとも韓国に関しては自国衛星「コリアサット」による衛星放送を始めた際にはスピルオーバーが発生し、それ以降はNHKのスピルオーバーに対しても柔軟な姿勢を示している。いずれにせよ、NHKの衛星放送開始以降、アジア各国も放送用衛星を打ち上げ、アジアで本格的な衛星放送時代が到来したのである。

その中でも代表的な衛星放送チャンネルが1991年に38カ国をカバーして放送を始めたスターテレビである。スターテレビは香港の財閥である李嘉誠グループが創業し、1993年にはメディア王と呼ばれるオーストラリア出身のロバート・マードックが率いるニュース社によって買収された。その後、スターテレビはアジアで最も成功している衛星放送会社と呼ばれるまでになった。視聴者の多くは高価であるパラボナアンテナを購入するのではなく、ケーブルテレビを経由して視聴している。特に台湾においてはその傾向が著しく、「第四台」と呼ばれる政府に無許可で営業しているケーブルテレビ事業者によって配信されている。

2-2. 台湾におけるメディア規制と政治運動

台湾においてケーブルテレビは1969年に地上波テレビの難視聴対策として登場した。台湾は1972年に日本が、1979年にはアメリカが中華人民共和国と国交を回復したのに伴って、両国と国交を断絶した。これを受けて、1982年には主にアメリカ、日本を中心とする外国製ビデオ番組の輸入制限を開始した。当時、台湾の地上波テレビは1962年に設立された台湾省政府経営の台湾電視台（TTV）、1969年に設立された国民党経営の中国電視台（CTV）、1971年に設立された国防部・教育部経営の中華電視台（CTS）の3局のみであった。また台湾では戒厳令のもとで新聞、テレビなどのマスメディアは国内統制の必要性から非常に厳しい規制を受けていた。こうした統制状態において主な娯楽コンテンツは外国製ビデオ番組が担っていた。そのため1982年の外国製ビデオ番組の輸入制限以後、娯楽コンテンツが不足し、その不足を埋めるべくケーブルテレビが外国製ビデオ番組を非合法に放送するようになった。こうしてケーブル

テレビは徐々に契約者を獲得していった。

また、台湾における民主化への動きもケーブルテレビの普及に大きな影響を与えた。先にも述べたように、台湾の地上波テレビはすべて国民党政府の管理下にあった。そのため、地上波テレビでは国民党政府に有利な報道しかされないということが囁かれていた。1980年代以降、民主化推進を訴えることで勢力を伸ばしてきた民進党は、新聞をはじめ、地上波テレビにおいても政治的アピールを禁止されてきた。そこで民進党が目をつけたのが非合法メディアのケーブルテレビであった。1990年には民進党員の経営する24社のケーブルテレビ局が参加して「民主有線電視台」がつくられた。また、1993年11月に行われた台湾の県、市統一首長選挙ではTVBの台湾向け衛星放送において台湾で初めて政党間のテレビ討論会が実現した⁽²⁾。

メディアが徐々に国家による統制から開放されていく背景には、このような民進党の動きの他に、1988年に総統に就任した李登輝による国民党からの民主化の動きもあった。李登輝は憲法改正、行政改革、教育改革に並んでメディアにおける改革も目指していた。具体的にはそれまで非合法とされてきたケーブルテレビの合法化、国民党以外の地上波テレビの開局、公共テレビ局の開局などの内容であった。その結果、1997年には民進党系の資本が中心となった民間全民電視台が開局し、同年に公共電視法が成立、翌1998年には公共テレビ局も開局した。

2-3. ケーブルテレビの取り締まり

政府は当初、非合法ケーブルテレビを新聞や地上波テレビと比べると娯楽的要素が強く、政治的な影響力は小さいメディアであると判断し、取り締まりも真剣なものではなかった。しかし、先にも述べたように「民主有線電視台」のようにケーブルテレビが政治的な動きと連動し、政治的な性格を帯びてくると政府は厳しい取り締まりに乗り出した。取り締まり当局はケーブルを見つけ次第、切断していったが、ケーブルテレビ業者も切断されると、すぐに接続し直すといったいわゆる「イタチごっこ」が続いた。またケーブルテレビ局自体が比較的簡単な機材だけで開局できることもあり、効果的な取り締まりは困難であった。

こうした取り締まりの一方で、1990年初頭からはアメリカが著作権に関して台湾政府に対して圧力をかけていた。先にも触れたように、多くのケーブルテレビ局は台湾にスピルオーバーしてくる衛星からの電波を拾って非合法に放送しているために、放送される番組の著作権は無視されていた。こうした状況に対し、アメリカは台湾政府にケーブルテレビ局の著作権無断使用を取り締まるように求めたのであった。また同時に、台湾の地上波テレビ局も、テレビ局としての商業競争の面からケーブルテレビ局への取り締まりを求めたのであった。

ここにいたって、台湾政府はケーブルテレビ局に対して奇妙なねじれの状況に置かれることになる。すなわち、ケーブルテレビ局に対して非合法的なメディアという点で取り締まりを強化

していったものの、法による規制を効果的に行うためにはケーブルテレビ局を法的に認める必要が出てきたのである。

3. 1993年以降の台湾におけるメディア状況

3-1. 有線電視法の成立

以上のような背景のもと、1992年には著作権保護を目的とした新著作権法が、翌1993年にはケーブルテレビを法的に認めた有線電視法が相次いで成立した。有線電視法の成立当初、台湾全体でケーブルテレビ局は600余りあったと言われている。しかし、600以上に上るケーブルテレビ局を統制するのは困難であると判断した台湾政府はケーブルテレビ局認可のための審査を行い、最終的には100あまりのケーブルテレビ局が残った。

1993年に有線電視法が成立したことで、それまで非合法的な存在であったケーブルテレビは合法化された。それに伴って、ケーブルテレビへの加入世帯数は急速な伸びを見せた。調査によると、1993年の段階で50%近くであったのが、1996年の段階で70%を越すまでとなった。一方、ケーブルテレビ局は合法化によって、それまでのように受信料なしに受信した衛星放送や海賊版のビデオを放送するといったことができなくなり、各番組における著作権の問題から番組制作会社と正式な契約を結ばなくてはならなくなった。このことは、各ケーブルテレビ局における番組編成に大きな影響を与え、その結果、ソフト不足に陥るケーブルテレビ局が増した。

台湾ではテレビ番組の内容に関する厳しい検閲が行われてきた結果、台湾国内の番組制作会社は検閲を通過するような番組制作に慣れていたが、視聴者を惹きつける内容が求められる娯楽系の番組制作に関するノウハウはほとんど蓄積されていなかった。こうした事情から台湾国内の制作番組ではソフト不足を埋めることができず、また視聴者を満足させることもできなかった。結局、こうしたソフト不足を補うためにはアメリカ、日本、香港などの海外制作番組の輸入に頼ることになったのである。

日本は90年代半ばまでアニメや一部ドキュメンタリーを除いて、テレビ番組を海外に向けて積極的に輸出しているとは言い難い状況であった。そもそも日本のテレビ産業自体が国内市場だけで成立することを前提としていたことに加えて、特にアジア地域に対しては第二次世界大戦における歴史・政治的な問題もあり、文化輸出に関しては慎重になっていた。しかし、1993年に台湾で有線電視法が成立、さらに日本大衆文化解禁が宣言されると、こうした状況に変化が見られるようになった。1994年にはNHK制作のドラマである「おしん」が地上波テレビにおいて視聴率トップの番組になると、日本の各テレビ局も番組輸出に積極的になりだした。

例えば、NHKでは、海外への番組販売は1994年以降アジア地域の比重が高まり、1997年になると販売時間数の60%近くがアジア地域向けとなった。その中でも1位であった台湾向けの番組販売実績は518時間と、2位の127時間であった韓国を大きく引き離している。この数字は衛星放送での番組配信を含んでいないために実際にはさらに多くの番組が台湾で視聴されていると考えられる。またジャンルに関して言うと、その8割近くがドラマであった。

3-2. 日本製テレビ番組のジャンル分析と背景

以上のように、日本製テレビ番組の台湾への流入は日本のメディア産業による積極的な売り込みの結果というよりも、ケーブルテレビの合法化によるソフト不足、そして日本大衆文化解禁などの要因が折り重なった結果であった。それではこうして流入した日本製テレビ番組が台湾でどのように消費されていたのかについて、NHK放送文化研究所が1997年にまとめた「台湾・多チャンネルテレビ視聴者と番組」の調査結果をもとに見ていきたい。

調査によると、日本製番組の視聴経験は男女とも13～25歳がそれぞれ66.8%、76.2%と他の年齢層よりも高い値を示しており、また男性よりも女性がよく視聴していることが分かる。(表1参照。) また、これらの視聴経験者は日本製番組の評価についても13～25歳の年齢層でより高い値を示している。

表1 男女・年齢層別に見る日本製番組の視聴経験

	13～25歳	26～35歳	36～45歳	46～55歳	56～74歳
男	66.8%	59.7%	49.7%	51.8%	46.7%
女	76.2%	68.2%	61.4%	40.7%	35.9%

※NHK放送文化研究所「台湾・多チャンネルテレビ視聴者と番組」1997年、p31 表III-1を参考に松下が作成。

こうした結果は他の研究者も指摘するように、10代から20代を中心とする女性が「日本偶像劇」と呼ばれる日本アイドルドラマの影響が大きい。調査によると女性13～35歳の各層で日本製のドラマへの評価が他国製のものよりも高かった。⁽³⁾ それではなぜドラマに関しては日本製のものへの評価が高いのか。視聴者の具体的な発言を見ていくといくつかの理由が浮かび上がってくる。

「アイドルドラマについて言えば、好きなアイドルが何人かいるし、それに着ている服なんかも参考にする」(18歳・専門学校4年)

「私はアイドル一人一人の役柄が来ているものを注意して見ている。みんなきちんとしたものを着ている。」(24歳・会社員)

以上のような発言に見られるように、出演者自身が魅力的であることが一つの理由としてあげられる。

「毎回見るたびに次も見たいと思わせるし、次の回を見た時もうまくつないでいる。しかも、テーマがとても現実的だし、社会に関心を寄せている『高校教師』というドラマは、同性愛や不倫など社会現象を取り上げているし、現代が背景になっている。台湾のドラマの方が親しみがない。日本の番組はまるで自分も中にいるような幻想を抱かせる。」(17歳・高校2年生)

「日本のドラマは現代社会にマッチしていてリアルだ。また、ラブストーリーに関連する内容が多い。内容だけでなく撮影の手法も丁寧で、NGが少ない。」(15歳・高校生)

以上のような発言に見られるように、ドラマのストーリーが現代社会に即していて現実的であるということも理由の一つとしてあげられる。またここでは挙げられていないが、欧米製や台湾製のドラマは放送回数が50回以上にもわたる長編シリーズが多いのに対して、日本製のドラマはそのほとんどが10回ほどで終わる。だからと続かないために集中してみることができるということも高評価のひとつの要因として挙げられている。

このように、日本製ドラマへの高評価は出演している俳優かアイドルへの関心か現実社会に即して練られたストーリー、だからと続かず集中して見れる放送回数などが要因であると言える。

3-3. 現代日本的ライフスタイルへのあこがれ

それではこのような日本製ドラマが台湾の若者と日本イメージ形成にどのような影響を与えているのかを考えていきたい。影響という点から見れば、日本製ドラマが提供する出演者のファッションや、背景にある都会的な生活が大きい。日本製ドラマを視聴することで、台湾の若者はドラマの中に出てくる現代日本のライフスタイルに関心を持つようになった。しかし、その都会的な生活はあくまでドラマのなかのものであることは指摘しておかなくてはならない。岩男寿美子も指摘しているように、「(日本製) テレビドラマの多くは舞台設定が大都会である。80年代から90年代に制作されたトレンドードラマの多くは登場人物が自分のキャリアからは不釣り合いなほど贅沢な都心のマンションに住み、生活している。それがバブル崩壊前の視聴者の憧れをかきたてた。」そして、「このような都会中心のドラマを見せられては、受けて、とりわけ若者は、都会での暮らしが標準となり、都会こそが生活するに相応しい場所と想うようになるのではないだろうか。」このことが、まさに90年代の台湾でも起こったと言えるだろう。

特に日本のトレンドードラマの代表作とも言える「東京ラブストーリー」は台湾の若者を

引きつけた。「東京ラブストーリー」は1991年にフジテレビで放映されたドラマで平均視聴率が22.9%と大人気を誇り、いわゆる「月9」⁽⁴⁾を代表するドラマである。織田裕二演じる「カンチ」と鈴木保奈美演じる「リカ」とのラブストーリーを描いたもので、現代的な女性であるリカの恋愛模様は当時の女性に大人気であった。「東京ラブストーリー」が台湾で人気を博したのはそういった現代的な女性の恋愛模様も理由の一つとしてある。しかし、それと同様、あるいはそれ以上にドラマで描かれる都会的な雰囲気が人気の理由として挙げられる。こうした雰囲気は原作者である柴門ふみがつけたサブタイトル、「東京では誰もがラブストーリーの主人公になれる」に集約されている。台湾の若者たちはドラマの中で描き出されるマンションでの暮らし、そこに登場するファッションやインテリアをはじめとする小物などを現代日本のライフスタイルの象徴と捉え、それにあこがれに近い感情を持ち、好んで自らの生活に取り入れていったのであった。

台湾は1980年代に急速な経済発展を遂げ、アジアの四小龍の一つとまで言われるようになった。このような急速な経済発展の結果、新興中産階級とも言うべき層が出現し消費行動の中心となっていった。彼ら彼女らは都市を中心としたライフスタイルを求め、台湾における伝統的な文化とは「感覚的なズレ」を持っていた。こうした彼らの求めるライフスタイルの「手本」を示したのが日本製ドラマだったのである。

実際、筆者が2001年に台北で行った聞き取り調査において、あるファッション店店員は「日本のドラマを見ることで日本人の着ているファッションを参考にしている。またファッション雑誌はほとんど日本のものを参考にする。そのために東京まで服を仕入れに行っている。」と答えている。また別の店員によると台湾の若者たちが西洋文化に対して持っているのは「Want but Can't」の感覚であると言う。例えばアメリカ製のドラマにもさまざまな「あこがれ」の要素はあるものの、演じている俳優が白人や黒人であることが多いためにどうしても現実感を持って視聴できない。そのため、そこに出てくるファッションやライフスタイルは真似したいと思ったとしても、そのようになる自分を現実感をもって想像できないのである。一方で、台湾の国産ドラマはあまりにも身近すぎるし、もともと制作ノウハウが十分に蓄積されていないので、若者の視聴者が満足するようなファッションやライフスタイルを提供できていないという。その点、日本製ドラマは台湾の若者が求めるファッションやライフスタイルを彼らが想像したり、共感するストーリー、あるいは、消費意欲を刺激するような距離感を提供できているのである。

以上のようなことは、台湾において日本製ドラマは単に娯楽のコンテンツとして消費されるだけでなく、都会的なファッションやライフスタイルを提示し、実際に都市に住む新興中産階級がドラマの中で示されるファッションやライフスタイルを行うための消費行動を誘発した

と言える。逆に言うと、都市に住む中産階級を中心として、台湾の経済発展に伴う消費欲を満たすためのモデルを提示するためのコンテンツとして日本製ドラマが求められたのである。

台湾において日本製ドラマが見られ出した当初は、少し前に日本で放送されたドラマが放送されていたが、経済発展を遂げるに従い放送される日本製ドラマのタイムラグは縮まっていった。例えば、フジテレビは視聴率が高かった人気ドラマをひとつのパッケージとして販売していくというそれまでの手法から、「直近放送」を試みるようになった。「直近放送」とは日本で放送されている連続ドラマを現地では2、3週間遅れで放送するというものである。これはインターネットなどを通じて日本の芸能情報が瞬時に台湾に届いてしまうという状況に対応したものであると言われている。しかし、それと同時にファッションやライフスタイルの流行をいち早く取り入れたいという欲求が高まったためとも言えるだろう。

3-4. 哈日族の登場

このようにメディアによってもたらされる日本のライフスタイルに夢中となっている人たちは「哈日族（ハーリーズ）」と呼ばれるようになった。「哈」は中国語で「何かに夢中になっている」という意味だが、例えば「お酒好き」、「女好き」などを表す時に用いられ、比較的ネガティブなニュアンスが込められている。日本語に置き換えると、「～狂」、「～オタク」といったニュアンスに近い。つまり「哈日」とは「日本狂」、「日本オタク」といった意味となり、特に大人世代からすると、「日本にうつつを抜かす若者たち」といった位置づけとなっている。この「哈日」という言葉は台湾の漫画家である哈日杏子が1996年に台湾で出版された『早安日本』の中で用いたのが始まりだとされている。それ以降、若者たちを中心に「哈日族」が表面化した。例えば、哈日杏子は『哈日杏子のニッポン中毒』の中で哈日について次のように述べている。

わたしはただ…、

日本に行きたい！

日本に住みたい！

日本人になりたい！

日本語をしゃべりたい！

日本料理が食べたい！

日本のテレビが見たい！

日本の音楽が聞きたい！

日本のアイドルに会いたい！

それだけの…。

わたしはただ、

前世は日本人だった気がするだけ。

わたしはただ、

哈日症にかかっただけ。

(哈日杏子『哈日杏子のニッポン中毒』小島早依訳、2001年、pp.10-11、「哈日症になっちゃった」より抜粋。)

90年代後半にはこうした「哈日」現象は台湾で一つの社会現象となり、台湾国内はもとより日本のマスメディアでも報道されるようになった。日本の大衆文化が急速なスピードで普及し、若者のライフスタイルに大きな影響力を持ち出すと、一方でこのような「哈日」現象を日本の文化侵略とする批判も出てくるようになった。石井健一は『東アジアの日本大衆文化』の中で日本大衆文化の普及が文化侵略であるという典型的な批判として台湾の大手新聞社『中国時報』の記事を取り上げている⁽⁵⁾。

…日本の番組と台湾の地上波の番組には、大きな違いがある。日本のドラマは視聴者に娯楽として楽しませる他に、日本の「文化資本」を伝達する役割を持っている。つまり、商品をテレビの中で作り出し、それを台湾市場で販売するということである。日本のドラマを見た台湾の視聴者は、男女の主人公たちを夢見るだけでなく、ドラマの中に置かれたいろいろな商品、たとえば服、文房具、音楽、家庭用の雑貨などを買うことができ、視聴者はそういう商品を買うことで、「夢を実現」することができるというわけである。また日本の番組は「日本精神」を視聴者に知らせる役割も果たしている。(中略) このように番組を通して伝えられるものは、全て日本の「文化資本」であり、ドラマの中の商品と違って街で買うことはできないが、日本文化が台湾で根付くことに貢献しているのである。

(『中国時報』2000年3月4日付)

このような批判がありながらも、1990年代後半から現在に至るまで日本の大衆文化は台湾の特に若者たちのライフスタイルの中にすっかり根を下ろしている。そういった意味では単に流行として片づけられる問題ではないかも知れない。哈日族たちはテレビドラマに映し出される現代的な、あるいは都会的なライフスタイルに代表される「日本イメージ」にあこがれを抱きながら、それに満足するだけでなく、それを購入することで現実化し、満足を得ているのである。このような結果は台湾の経済成長による中産階級の増加、そして90年代以降のメディア規制の撤廃・日本大衆文化の開放などが複雑に絡み合うことでもたらされたのである。

4. 日本イメージと台湾アイデンティティ

4-2. 日本統治時代の台湾

台湾は親日的な国だとされている。このような親日イメージは哈日族だけではなく、高齢者層によっても構成されている。その大きな影響として日本統治時代という歴史的経験が挙げられることが多い。そういった意味では、以上で見てきたようなメディアによる影響だけが台湾における「日本イメージ」を形成しているわけではない。ここでは、日本統治時代に育ってきた高齢者層がどのように「日本イメージ」を形成してきたか、についてその歴史的背景を中心に検討していく。

台湾と日本との歴史的な関わりは1895年の台湾割譲までさかのぼることができるだろう。日清戦争の講和条約である下関条約において、台湾は遼東半島、澎湖諸島とともに清から日本に割譲されることになった。それを受けて、日本は台北に占領軍を送り、日本統治時代の象徴と呼ばれる台湾総督府を設置、台湾の植民地経営を開始した。1895年11月に日本軍は「全台平定」を宣言したが、実際は台湾各地で日本の統治に対して激しい抵抗運動が起こっていた。主だった武装蜂起を制圧するのに1902年までかかったとされている。1902年以降は局部的な抵抗となり、1915年までは武装蜂起のような表面化する抵抗よりも陰謀など地下における抵抗が多くなっていったとされている。いずれにせよ、日本が台湾を清より割譲されてからその全土をコントロール下に置くには一定の年月がかかったのである。

以上のように、台湾全土を政治的・軍事的に掌握した日本は交通・通信システムなどをはじめとした社会インフラの整備、また日本本土への輸出用に米や砂糖など農業を中心とした経済開発といったいわゆる植民地経営に力を注いだ。

植民地経営の精神的基盤をなすべく近代学校教育制度も積極的に整備されていった。学校では「国語」として日本語が使用され、「日本人」への同化政策を推し進められた⁽⁶⁾。総督府統計によると、台湾人の初等教育（公学校。後の国民学校）への就学率は1923年（大正12年）の段階では28.6%であったのが、1930年（昭和5年）には32.6%、1938年（同13年）には49.8%

となり、1943年（昭和18年）になると92.5%にまで達した。これらの統計からおおよそ20年で初等教育が行き渡ったことが分かる。またそれに伴って日本語の普及率も増加した。同統計によると、1905年（明治38年）の段階では0.38%とほとんど普及していなかったのが、1930年（昭和5年）には12.36%、1944年（昭和19年）には71%にまで増加した⁽⁷⁾。

4-3. 中華民国による接収と二・二八事件

1945年、太平洋戦争の終戦により、台湾は中国国民党によって接収されることになった。ここに、台湾は中華民国としての歴史を歩み始めることになった。1945年10月17日、中国国民党は米軍による護衛のもと、台湾党へと上陸した。さらに同24日には台湾省長官に任命された陳儀が来台し、25日には正式に台湾が中華民国の主権下におかれることが宣言された。また中国国民党とともにやって来た人々は外省人と、台湾に住んでいる人々は本省人と呼ばれ、区別されるようになった。当初、本省人は日本の統治を離れ、中華民国への帰属したことを「光復」として歓迎した。しかし、外省人は本省人に対して次第に政治的な弾圧・差別を加え、またインフレも発生し、台湾の社会情勢はむしろ不穏なものとなり、本省人は外省人に対して不満を募らせていった。

このような本省人の外省人に対する不満が爆発したのが二・二八事件であった。1947年に外省人による本省人の闇タバコ売買摘発に端を発したこの事件は台湾全土に及ぶ大きな暴動にまで発展した。その暴動を鎮静するために国民党政府は軍隊を動員し、徹底的な弾圧を行った。その中には運動の中心的指導者となりうる多数の大学教授、弁護士、医師、作家などのインテリ・エリート層が含まれていた。その後二・二八事件について、関係者は肅正を恐れ、沈黙し、また政府は情報を公開しなかった。こうして二・二八事件は台湾社会にあってはいっさい触れることの許されないタブーとなった⁽⁸⁾。

4-4. 多桑世代と親日の裏側

こうした日本統治時代を生きて、日本の教育を受け、日本人と生活をした世代の人たちは「多桑世代」と呼ばれている。「多桑世代」とは映画「多桑」から来ている。「多桑」は台湾語で「とうさん」と発音し、日本語の「父さん」の当て字である。

映画「多桑」は呉念眞の作品で1994年に公開された⁽⁹⁾。息子である彼から見た父親セガの生きざまを描いた作品である。簡単にストーリーを紹介すると、炭坑夫であったセガは1929年生まれで日本の統治下で教育を受けて育った。1945年の日本敗戦後も炭坑夫として働きつづけ、息子を映画に連れていくという口実をつけ街で飲み歩き、職にあぶれると麻雀に明け暮れるという放蕩生活を送っていた。セガは自分を「日本人だ」と言い、息子たちに自分のことを「父さん」と呼ばせるほど「日本的」であった。例えば、セガの息子たちがテレビでの日本と台湾

とのバスケットボールの試合に熱中していると、日本に勝てるはずがないと息子を怒鳴りつける。また、ラジオが壊れると日本製ならこんなことにはならない、と文句を言う。その後、セガは年老いて肺を患い、闘病生活を送る。そして、いよいよ死が迫っている時、セガは家族に日本に行くことを宣言する。息子たちの制止も振り切って、いよいよ出発といったときにセガは死を迎える。その時、時代は1990年になっていた。ラストシーンではセガの死の翌年、すなわち1991年に息子が日本を訪れるということだけが語られる。

この映画で描かれるセガの苦悩や葛藤は日本統治時代に育った多くの「多桑世代」の台湾人に共通するものである。「多桑世代」にとって、特に自らのアイデンティティをどのように保持するかは重要な問題である。日本人としての教育を受けながらも台湾人として区別された日本統治時代から、中華民国による接収により、中国人として同化すべくところが、外省人と本省人という区別を持ち込まれた戦後までの歴史的経験から、複雑に絡み合ったアイデンティティを形成しているのである。映画「多桑」のサブタイトルが「A borrowed life」であることはその象徴とも言えるだろう。

このような背景もあり、戦後、中国国民党が日本に変わって台湾を統治しだしたことを「犬が去って、豚が来た」という表現がなされることがある。この表現には、犬（＝日本）は何かの役に立つこともあるが、豚（＝中国国民党）はエサを食べるだけで何も役に立たない、という皮肉が込められている。「多桑世代」である台湾の高齢者層は一般的に親日的であると言われるが、その背景には、日本統治時代に対してよい評価をしているというよりも、むしろ、日本統治時代の後の中国国民党政治への反発の現れであるということは確認しておくべきであろう。多桑世代の「日本イメージ」形成には以上に述べたような歴史的経験が大きな影響を与えているのである。

5. 台湾の各世代における「日本イメージ」形成のされ方

以上で見てきたような背景を踏まえると、親日的とされる哈日族と多桑世代の間には大きな断絶があると言えるだろう。

哈日族と多桑世代との間の中年層にあたる世代は反日的だとされている。戦後、中国国民党は日本語の本や雑誌の取り締り、マスメディアで日本語使用の禁止などをはじめ、日本文化の排除を進め、脱植民地化を進めるために反日教育を行った。そして、同時に標準語として「北京語」を強要し、現地語である台湾語を禁止するなど「中国化」の政策も進められた。そのため、この時代に生まれ育った世代は、親の「多桑世代」と違い、日本文化もほとんど知らず、日本に対して否定的な感情を持つ「反日世代」となっていた。

以上を踏まえて、台湾における「日本イメージ」形成のされ方をまとめておこう。日本統治

時代に教育を受けて育った「多桑世代」は日本統治時代の経験から「日本イメージ」を形成しているというよりも、日本統治時代終了に伴う、中国国民党による接收後の弾圧の経験から「日本イメージ」を形成した。また中国国民党による接收後に教育を受けて育った「反日世代」は実際の日本に関する経験をほとんど持っていないまま反日的な「日本イメージ」を形成していった。そして、90年代以降のメディア規制の開放、日本大衆文化解禁後に登場した「哈日世代」は先の世代とはさらに異なり、テレビドラマを中心としたメディアに登場する「日本」から「日本イメージ」を形成していったのである。そういった意味では、親日的と言われる台湾は主に哈日族と多桑世代によって担われているが、その両者の間には「日本イメージ」形成のされ方に大きな差異が見られる。

またこれらの世代に加えて、21世紀になって急増したアニメやマンガ、ゲームなどのサブカルチャーを中心に日本に接近する「オタク世代」とも言える10代の若者たちがどのように「日本イメージ」を形成しているか、について調査を進めていくことを今後の研究課題としたい。

【註釈】

- (1) 「ソフトパワー」は1990年ごろからアメリカの政治学者ジョセフ・ナイが提唱した考え方である。ソフトパワーは一言で言えば「その国の魅力」を指しており、軍事力や経済力など直接的な力という意味の「ハードパワー」に対する力を意味している。また、「Gross National Cool」はGNP（国民総生産）をもじった造語で、2002年に「Foreign Policy」誌に発表されたマックグレイの「Japan's Gross National Cool」で打ち出された概念である。マックグレイは世界中で日本製のアニメやマンガ、ゲームといったポップカルチャーを中心としたメディア文化が「クール」であり、魅力を持っていると主張した。
- (2) NHK放送文化研究所『台湾・多チャンネルテレビ視聴者と番組』部内報告、1997年、pp.48-49
- (3) フジテレビ系列で月曜9時～10時の枠で放送されているテレビドラマ。特に90年代を中心に「東京ラブストーリー」（1991年）、「101回目のプロポーズ」（1991年）、「ラブジェネレーション」（1997年）など多くのヒット作が生まれた。
- (4) TVBは香港にある民間のテレビ局で、1967年に放送開始した。地上波の他にも、海外在住の香港人、あるいは台湾向けの衛星放送もある。
- (5) 石井健一編著『東アジアの日本大衆文化』蒼蒼社、2001年、pp.225-226。
- (6) 言語をはじめとして文化的に日本への同化を推進する一方で、政治的・経済的には本土出身の日本人と明確に差別が存在したという意味では同化政策はアンビバレントなものであったと言える。
- (7) 喜安幸夫『台湾の歴史』原書房、1997年、p.120。
- (8) 映画『悲情城市』では戒厳令が解かれたことをきっかけに、それまでタブーであった二・二八事件についても取り扱っているために、台湾において大きな社会的インパクトを持った作品となった。
- (9) 呉念眞は1989年に公開された『悲情城市』（侯孝賢監督）の脚本も手がけたことでも知られている。『悲情城市』は日本統治の終わりから中華民国による接收までを描いた作品で、同年、台湾の作品として初めてヴェネチア国際映画祭で金獅子賞を受賞した。

【参考文献・資料】

- 石井健一編著『東アジアの日本大衆文化』蒼蒼社、2001年
岩淵功一『トランスナショナル・ジャパン』岩波書店、2001年
岩淵功一編『グローバル・プリズム〈アジアン・ドリーム〉としての日本のテレビドラマ』平凡社、2003年
五十嵐暁郎編『変容するアジアと日本』世織書房、1998年
岩男寿美子『テレビドラマのメッセージ』勁草書房、2000年
喜安幸夫『台湾の歴史』原書房、1997年
酒井亨『哈日族』光文社新書、2004年
謝雅梅『日本に恋した台湾人』綜合法令、2000年
哈日杏子（小島早依訳）『哈日杏子のニッポン中毒』小学館、2001年
放送文化基金『アジアからの発信：アジアのテレビ番組の交流促進・多様化に向けて』放送文化基金、1997年
丸川哲史『台湾、ポストコロニアルの身体』青土社、2000年
劉志明『中国のマスメディアと日本イメージ』エピック、1998年
若林正丈編『もっと知りたい 台湾』弘文堂、1998年
若林正丈『台湾』筑摩新書、2001年
Douglas McGray, "Foreign Policy — Japan's Gross National Cool", 2002年, available online at <http://www.chass.utoronto.ca/~ikalmar/illustex/japfpmcgray.htm>
Joseph S. Nye, "soft Power", Perseus Books Group, 2004年（邦訳：山岡洋一訳『ソフト・パワー』日本経済新聞社、2004年）
Lee, Chin-Chuan, 「政治的統制、テクノロジーおよび文化的諸問題 台湾におけるケーブルテレビ政策」『放送学研究』No.48、1998年
NHK放送文化研究所『台湾・多チャンネルテレビ 視聴者と番組』部内報告、1997年