

文化の力で日本と外交を もつと元気にしよう

文化庁長官

近藤 誠一



ソフトパワーとハードパワー

——まず文化がそもそも持っている力についてお話しただけですか。

近藤 近年、ジョセフ・ナイによる「ソフトパワー」という概念が話題になっているように、文化・芸術が持っている力や影響力が、国際関係においても重要性を増してきたということは紛れもない事実です。それは、民主主義が広がり、大衆がITを活用したコミュニケーション手段でつながり、グローバル化が進むといった、さまざまな要素による複合的な結果として、多くの人々に直接、文化・芸術が届きやすくなったとい

うことでもあると思います。

ソフトパワーやパブリックディプロマシーなどの重要性が増していることは間違いありません。そこに、もつと政府が予算面でも、人的リソースの面でも注意を払うべきだと思いますが、ただ、ここで忘れてはならないのは、ハードパワー、つまり安全保障と経済的な繁栄は厳然たる事実として引き続き重要性があるということです。

ソフトパワーは、ハードパワーにとって代わるものではなく、決してないと思います。しっかりとした安全保障体制と経済の基本的な繁栄があって、ソフトパワーが発揮される環境が整うのです。一部の人は誤解しているかもしれないので、そこは

しっかりと押さえておくべきだと思います。その上で、可能性が広がってきたソフトパワーをどう使うかが、今後の文化外交の課題だと思います。

——ハードパワーとソフトパワーの組み合わせが力を持つことでしょうか。

近藤 ハードパワーというのは、経済的なインセンティブやさまざまな力で、相手の意思に反しても言うことを聞かせることです。そのような方法が有効な場合もありますが、逆に、かえって反発を受けることもあるでしょう。しかし、ソフトパワーのように、文化で相手を魅了して、ぜひ日本に行ってみたい、日本のことをもっと学びたいという気持ちにさせることが、まさしく「パワー」たるゆえんです。だから、いつの間にか取り込まれる状況をつくることのできる方法だと思いますね。状況や相手に応じて両方を使い分けることが国益を最大にする秘訣ひけつです。

私にとって、文化外交を意識した印象深いきっかけは、南フランスのボルドー地方にある、ラスコーの壁画でした。素晴らしい壁画を見て驚愕きょうわくし

たわけです。飢えに苦しみ、寒さに苦しみ、野獣の声におびえていたであろうクロマニヨン人が、こんなに素晴らしい感動的な芸術をなぜ、どのようにつくりあげたのか。人間にとって、安全や繁栄はもちろん必要だけれども、仮にそれがなくても、自然への畏敬いけいの気持ちとか、そしてそれを感じ動する気持ちを表現したいという欲求、そういう芸術を求め強い欲求が人間にはある。これは国境や時代を超えたものとして普遍的にあるのではない。その点で日本には世界に誇れる伝統的な文化資源があると感じました。

もう一つは、インドネシアのプサントレンというイスラム学校の先生に教えられたことです。インドネシアは、いわゆる公立の学校システムと、イスラム教による教育システムの2本立てで、両方とも正規の教育としてあります。プサントレンでは、かなり信仰心の強いイスラム教徒が育つということで、私が外務省文化交流部長のときに、プサントレンの先生を外務省で招待したんです。高校の先生ですけれども、2週間ぐらい滞在して彼

らが日本をたつ際に、団長さんが、こういうことを言ってくれました。「素晴らしかった。日本政府に感謝します。一番良かったのは比叡山の森でした。そこには神々が宿っていて、ここに日本人の素晴らしい精神生活の元があると感じました。これはイスラム教に通じます」と。

私はびっくりしました。たとえ言葉が通じなくても、日本の自然、日本の雰囲気が直接彼らの胸に飛び込むんだということや、それがイスラム教に通じる要素としてポジティブに感じてもらえることがあること、それによる相互理解と親近感を持つてるということに驚きました。外国の人を、日本にどんどん呼んできて、日本の魅力、日本への理解を深めてもらう。それが日本の外交のやりやすさにつながると確信しました。

文化外交の「分野」と「手法」

——文化外交には、戦略も必要になってくると思います。ポイントは何でしょうか。

近藤 それについては、分野の問題と、手法の問題と両方あると思います。分野においては、最近よく言われている、マンガ、アニメなどのポップカルチャー、食文化などへの関心がある一方で、伝統文化もあります。どこに、どの程度、政府が資源を投入すべきか。

ポップカルチャーや食文化への関心は、私も大使をしているときに実感しましたが、日本人が思っている以上に、海外の若い人を引きつけています。これは紛れもない事実です。日本の伝統的な精神文化、美意識が底流にあり、それを現代風の形式で表現している「ポップカルチャー」は、日本をまだよく知らない外国人の日本への親しみやすい入り口として、つまり敷居が低く、幅が広い玄関として、大いに活用すべきだと思います。

そういった入り口から日本を知り、そこからさらに奥に入って日本に興味を持ってもらい、精神性、自然観や人生観といったものにまで入ってきてくれればいいわけです。

また、日本の文化を体現しているものとして、能

楽、狂言、歌舞伎、文楽といった、さまざま伝統文化があります。武道もそうだと思いますけれども、その底流にある精神性に直結した味わいのある文化もぜひ分かってほしい。

もう一つは手法の問題で、どういうやり方で発信するのが一番効果的かということです。インターネットを活用するのがよいのか、人や芸術作品を派遣するのがよいのか、あるいは外国から日本へ招くのがよいのか。その中でも、私はやはり、人の交流が最も効果があると思います。文化をつくり、それを演じ、そしてそれを鑑賞するのは人ですし、その過程でインスピレーションが湧いて、さらなるクリエイションに向かうこともあるでしょう。外国の若いアーティストを日本に招き、日本の社会の中に住まわせることで、日本の気候風土、日本の魅力を分かってもらうことが、時間がかかるかもしれないけれども、長い目で見て、日本の魅力を発揮する最も効果的な方法だと思いませんか。彼らがいずれ自分の国に戻り、偉大な芸術家になったときに、その心の中に日本というもの

が残っているというのが、ある意味では最も効果的な文化発信でしょう。

—— 日本からの発信力という点は。

近藤 一言で申し上げると、日本人は自分自身の魅力、自分自身が持っている文化遺産の価値、自分自身の文化の洗練度、優秀性などについて、感性ではよく分かっていますが、それを論理立てて説明することは必ずしも得意ではありません。特に、外部の人に日本の歴史や文化を説明したり、彼らの立場で自国の文化の魅力を考えるところがなかったですね。言い換えれば、外国人の目で、価値を評価し、それを英語やフランス語という論理的に明快な言葉で分析し、説明をするという習慣がなかった。例えば、世界遺産の申請をするときにそれが表面化するわけで、京都、奈良といった、誰が見ても圧倒的な価値があるものは別として、平泉のような場合、日本の歴史とか当時の社会風潮、前九年の役、後三年の役とか、浄土教の占めた地位とか、当時の末法思想などを知らない人に平泉の価値を説明することは、大変に難しい。

それが日本の文化の価値が、国内外で十分に理解されていない一つの要因だと思います。

これは一朝一夕には変えられないと思います。私はいつも、世界遺産の候補がある地域には、海外からたくさん人を招いてきて、地域の魅力を説明し、評価してもらい、最後は、世界遺産登録のための推薦書を英語の論理でもって英語で書くぐらいのつもりで準備してくださいということを行っています。

先ほどの話に戻れば、アーティスト・イン・レジデンスみたいに、世界の若い芸術家を呼び込んできて、例えば平泉に1年間住んだら、絶対平泉のことが分かり、魅了されると思うんですね。

だからこそ、日本のふところに取り入れて、彼らに発信してもらおう。それにわれわれが学ぶ。そういうことで、どうやったら世界に効果的に日本の魅力を発信できるかを早く学ぶことができる。その意味でも、若い人、メッセージを発する人、いわば自分のふところの中でつくる。そのために、感受性豊かな若い芸術家を取り入れることで、日

本の発信能力が高まると思うんです。

——文化外交に重点的に取り組む対象としての国はどこでしょうか。

近隣 リソースに限りがあるわけですから、すべての国で取り組むことは難しいでしょう。一例ですが、日本の文化にすでなじみ、親しみを持っている国で、より活動を展開していくことで、効果が大きくなることを見込まれるという意味ではフランスは重点国の一つとして挙げられるでしょう。これはフランス1国だけでなく、アフリカを中心とする世界中の仏語圏の国への影響力という意味でも、欠かせない重点国だと思います。

それ以外でも、東欧には親日国も多いですし、地域の特性を考慮して、拠点となることを決めてそこにリソースを集中することがよいと思います。もう一つは、逆に、対日感情が悪いところや、日本をほとんど知らないけれども、実は重要な地域にも、ある程度、重点配分をすべきだと思います。日本のことを誤解して嫌いであるとか、あるいは、日本のことをよく知らないけれども、その社会に

において影響力を持ち、メインストリームになる人を味方につける努力もしなくてはいけないでしょう。対象を選んで粘り強く日本の文化の魅力を知ってもらおう努力を続けていく。これが外交のポイントの一つだと思います。

政治や経済もさることながら、文化は、国境を越え、立場を越え、直接、大衆の心にアピールする力がありますから、日本の味方を増やすためには、やはり文化が一番良いと思いますし、その際、本人のみならず、配偶者や家族もターゲットにすることも考えたほうがよいと思います。

例えば、マンガ、アニメのほか、寿司などの食文化は、子どもは皆好きですから、仮に反日派のお父さんだったとしても、「将を射んと欲せばその馬を射よ」ということで、家族など、周りから攻めて、親日派を増やす。そういう戦術的な使い方 maybe やはり行うべきでしょう。

自国の「文化」に誇りを

—— 今後、文化外交に向けて、国内でどのような

な取り組みが必要でしょうか。

近藤 日本の芸術・文化が優れていて、日本全体が素晴らしい国と諸外国からは評価をされているのに、日本人の方では、その意識が低いと思います。戦後、「欧米に追いつけ追い越せ」ということで、すべてのリソースを経済を中心に注ぎ込んで、30年ぐらいで大成功し、世界をあつと驚かせました。経済成長は人々の豊かな生活の基盤として必要ですが、それ自体が目的ではないはずですから、いまだに「経済成長が一番大事だ」というマインドが残っているために、経済の停滞ですっかり元気がなくなっただけです。

しかし、客観的に見れば、これほど豊かで安全な国は世界にそうはないわけです。この客観的な評価を日本人自身が十分理解していない。「経済成長」を目的達成の指標にしてきた習慣が抜けないが故に、文化・芸術は、経済的な目的を達成した後、その余暇に楽しむものだという脇役になってしまっている。日本人自身もずっと自分の国の文

化・芸術の素晴らしさに自信を持つ。これが大切だと思えます。同時に、東京一極集中ではなくて、地方から直接発信してもらうことも必要ですから、地域にある、いい伝統芸能を直接発信してもらう仕掛けもつくっていくべきでしょう。欧州でも、創造都市や文化都市といった、さまざまなプロジェクトがあり、その都市の特徴を生かした文化・芸術による活性化と、世界とのネットワークづくりが始まっています。例えば、欧州文化都市（現在は欧州文化首都）は1985年から始まっています。1990年には、それまで廃墟と化していたような町だったイギリスのグラスゴーが文化都市となったことでよみがえり、フランスのナント市も、エローさんという親日派の市長が1980年代に当選して、それ以来、文化による町の復興に取り組み、大成功しました。『ル・ポワン』という雑誌では「最も住みやすい町」としてナントが4、5回、トップに輝いたということですから、そういうことを日本ももっとやるべきです。

日本人の主観や自己像と、客観的な指標がかけ

離れていることは、幾つかのデータあるいは調査を見れば明らかです。客観的に見て日本は、もちろんGDP規模では2位か3位ですね。いろいろな指数があつて、例えば国連のUNDPのやつているHDI（Human Development Index：人間開発指標）では6位です。それからBBCがやっている調査でも「世界に貢献している国」で1位か2位を毎年取っています。最近、『ニューズ・ウィーク』が出した「ベストカントリーズ」という世界のランキングがあります。これは、HDI指標と同じように、経済だけではなくて技術や競争力などさまざまな観点で見ているものですが、日本は総合で9位でした。英米中心のさまざまな調査において、日本は大体10位以内に入っています。

それから、リチャード・フロリダというアメリカの社会学者が「創造都市」（クリエーティブ・シティ）についてさまざまな本を書いていますが、そこで「クリエーティブティ・インデックス」という指標をつくりました。21世紀型の成熟した民主主義国にふさわしい成長、新しい社会の発展を遂

げていく鍵として「クリエイティビティ」という概念を提唱し、さまざまな統計を使ってそれを指標化して総合的なランキングをしたところ、その1位がスウェーデンで、2位が日本です。

それだけ客観的に優れた点を日本は持っています。ところが、世界の幸福度調査を幾つかの組織が行い、ケンブリッジ大学のもが一番有名ですが、いつもデンマークが1位なんですね。日本は90位前後で低いのです。日本人の主観と客観的指標の間にはこれだけ大きなギャップがあるのです。——日本を再発見することが、日本を元気にして、同時に外交も充実する方策に持ち込んでいくということですね。

近藤 外交には、日本社会、日本国民自身の状況が反映されます。どんなにいい政策を考えても、国民のサポートや裏付けがなければ、十分に執行できません。国内の自信の回復と国際交流への意欲を進めていくことが、外交のしつかりとした後押しになると思います。

また、省庁の壁も今後は取り払って、実質的な

連携を進めていかなければいけないでしょう。文化庁長官に就任した日に、文化庁の幹部への訓示で私が言ったことはただ1つの内容でした。それは「初心に戻ってください」ということです。国のためを思って霞が関に来た人たちは、最初は狭い省益などにとらわれていなかったはず。それぞれの省庁が持っているリソースを持ち合って、日本にとって良いと思われることを共同でやりましょう。そうすれば、厳しい財政の下でも、予算1と1を足して3や、それ以上の効果を果たすことができるはずだから、そういう方向で努力しましょうと呼び掛けつつあります。みんなで一緒に日本のために働く。

その初心に戻りましょうということ
を言いたいと思
います。
(2010年10
月12日収録)

近藤 誠一
こんどうせいいち

1946年生まれ。1972年外務省入省。広報文化交流部長を経て、2006～2008年ユネスコ日本政府代表部特命全権大使。2008年9月から駐デンマーク大使。2010年7月30日より現職(第20代文化庁長官)。