

中国におけるクリスマス文化とサンタクロース神話の受容

富田 昌平

Acceptance of Christmas culture and Santa Claus myth in China

TOMITA Shohei

〈Abstract〉

In Study 1, we collected articles related to Christmas and Santa Claus on the Web, and analyzed the contents using 34 articles as samples. As a result, it was confirmed that the popularity of Christmas and Santa Claus in China has increased rapidly in the last 10 years, and activities to celebrate it have been widely carried out. However, its awareness was only noticeable among young people, not among those in their 40s and above and children. In addition, there was a critical view on the overheating of festivals of different cultures, and there was a “Christmas ban” as a symbolic movement. In Study 2, we conducted a questionnaire survey of 20 Chinese students asking about their beliefs and understanding of Santa Claus. As a result, it was shown that only 50% of the respondents believed in Santa Claus in their childhood, which is less than the results of Japanese students (88%). Chinese students were less likely to encourage their children to believe in Santa Claus than Japanese students. They often preferred to convey scientific knowledge and truth rather than make children believe it. Also, more students from southern China believed in Santa Claus in their childhood than students from northern China.

Keyword : Christmas, Santa Claus, belief, imagination, cross-cultural comparison, China

1. 問題と目的

日本では、毎年12月が近づくと、街にはクリスマス・ツリーやリース、サンタクロースのフィギュアなどの装飾であふれ、至る所でクリスマス・ソングが流れるようになる。家庭では親たちが今年の子どもへのクリスマス・プレゼントをどうするか悩み始め、子どもたちも今年はサンタクロースにどんなプレゼントをお願いするか悩み始める。子どもたちの間では、サンタクロースはクリスマス・イブの夜に空飛ぶトナカイが引くそりに乗って世界中を飛び回り、子どもたちの枕元やツリーの下にプレゼントを届けてくれると信じられており、親たちもまたそうした物語を支持し、子どもたちへの伝播に一役買っている。

こうしたクリスマス文化やサンタクロース神話は、いつ頃どのように日本で普及したのであろうか。堀井（2017）によると、日本での歴史は古く、1549年のキリスト教伝来ま

で遡る。キリスト教の布教を許可した一部地域では 12 月に降誕祭が行われ、クリスマス文化がそれなりに浸透していたという記録が残されているという。その後、1639 年の鎖国令を経て、クリスマス文化が再び日本に広まり始めたのは、明治に入ってからのことである。堀井によると、明治政府では「宗教としてのキリスト教」の受け入れは積極的ではなかったものの、「文化としてのキリスト教」はある種の憧憬とともに人々の間に広く受け入れられ、とりわけクリスマスはその傾向が顕著であったという。初期のクリスマスは、「西洋から来たお祭り」として広く受け入れられていった一方で、その「馬鹿騒ぎ」には否定的な向きもあったようである。ただ、こうした愛憎入り混じった受け止められ方は現在でも同様であり、例えば、恋人たちのロマンチックな夜の演出装置としてのクリスマスへの批判や、商業主義のシンボルとしてのクリスマスへの批判は、現在でも見られることである。

いずれにしても、現代日本においてクリスマス文化とサンタクロース神話が生活の一部として広く受け入れられ、浸透していることは事実である。4 歳から 8 歳の子どもでサンタクロースの名前を知らぬ者はほとんどいないし、少なくとも 8 歳までの子どもの多くは、(半信半疑の子どもも含めて) サンタクロースの存在を信じている (富田, 2002, 2009)。親や保育者をはじめとする身近な大人たちも、12 月が近づくと家庭や保育園・幼稚園などでクリスマスの装飾を取り入れ、クリスマス・ソングを歌い、絵本などの物語を通してサンタクロースの話を伝え聞かせたりする (富田, 2014, 2015)。こうした結果は、アメリカの子どもや親を対象とした研究でも同様に示されており (e.g., Anderson & Prentice, 1994; Goldstein & Woolley, 2016; Prentice, Manosevitz, & Hubbs, 1978; Prentice, Schmechel, & Manosevitz, 1979; Shtulman & Yoo, 2015)、クリスマス文化とサンタクロース神話に対する子どもや大人の行動や態度が、日本とアメリカとでほとんど変わりが無いことがうかがえる。

他方、比較的最近になって欧米の文化を取り入れるようになった国ではどうなのであろうか。日本の隣国である中国では、1949 年に中国共産党の単独政権による国家として中華人民共和国が成立した。この国家体制では欧米の文化は長らく排除されてきたものの、1978 年の市場経済の導入などによる改革開放路線以降、少しずつ開かれていき、2000 年代になると中国経済は著しく成長し、人々の生活は急速に豊かになり、それに伴い欧米の文化もより広く受け入れられるようになった。2008 年の中国での北京オリンピック開催は、その象徴的な出来事の 1 つといえよう。こうした歴史的に劇的な変化の中であって、中国におけるクリスマス文化とサンタクロース神話の受容はどのようなものだったのであろうか。この点について探ることは、クリスマス文化やサンタクロース神話が持つ本質的

な意味や価値を探ることにもつながり、きわめて興味深い問題であるといえる。

そこで本研究では、中国におけるクリスマス文化とサンタクロース神話の受容の詳細について、2つの研究を通して探ることを目的とする。研究1では、クリスマスやサンタクロース関連の Web 上の記事を採集し、その内容分析を通して、中国におけるクリスマス文化とサンタクロース神話の受容の程度や特徴について明らかにする。研究2では、日本に在住する中国人留学生を対象に、サンタクロースに対する信念や理解を質問紙調査によって探り、日本人学生を対象とした同様の先行研究（富田，2015）の結果との比較を通して、より発達的な観点から、中国におけるクリスマス文化とサンタクロース神話の受容の様相とその意味について明らかにする。

2. 研究1

2.1. 方法

中国におけるクリスマス文化とサンタクロース神話の受容の程度や特徴を探るために、「中国 クリスマス」「中国 サンタクロース」をキーワードに Web 上の記事を Google で検索した（2020年3月28日付）。その結果、前者では約81,000,000件、後者では約3,470,000件の記事がヒットした。このうち、それぞれ最初の100件、合計200件をサンプルとして、先述の調査テーマから逸脱する内容の記事や、公共性や客観性が低い内容の記事、及び他の記事と重複する内容の記事を取り除いた、計34件の記事を最終的なサンプルとした（記事のタイトル、URL、配信時期は資料を参照のこと。なお、以下のカッコ内の番号は記事の番号を示す）。

調査テーマから逸脱する内容の記事とは、具体的には、関連する商品等の販売に関する記事や、関連する画像や動画をまとめた記事、辞書や翻訳等の情報に関する記事、国名以外に中国という名称がつく地方や施設・機関等に関する記事がこれにあたる。公共性や客観性が低い内容の記事とは、特定の個人による私的な SNS 等の記事がこれにあたる。ただし、旅行代理店や日中交流・親善を目的とする団体・施設等の職員による記事は私的な SNS 等の記事とはみなさず、今回のサンプルに含めた。

2.2. 結果と考察

検索された記事の量は、先述のように、「中国 クリスマス」が約81,000,000件、「中国 サンタクロース」が約3,470,000件であったが、これは多いのだろうか少ないのだろうか。「中国」を「日本」に置き換えて同様に検索した場合、前者は約250,000,000件、後者は約9,400,000件というように、それぞれ約3倍であった。日本の国土面積は中国の

約 25 分の 1、人口は約 10 分の 1であることを考えると、上記の検索量は少ないといえるかもしれない。しかし、「中国」を「アメリカ」または「米国」と置き換えて同様に検索すると、前者は約 85,800,000 件、後者は約 4,530,000 件であり、ほぼ変わりがなかった。このことから、関連する Web 上の記事の量という点で見ると、(日本語の表記による検索という制限はあるものの)中国は他国の水準と変わりがなく、クリスマスやサンタクロースという言葉が中国で広く認知されていることがうかがえる。

サンプルとなった 34 件の記事の配信時期に関しては、2009 年以前が 1 件 (3%)、2010 年から 2014 年の間が 4 件 (12%)、2015 年から 2019 年の間が 26 件 (76%)、不明が 3 件 (9%)であった。配信時期が不明の記事も、その記述内容からいずれも 2014 年以降の記事であることが推測され、また 2009 年以前の 1 件の記事も、配信時期は 2009 年であったことから、サンプルとなった記事はすべて直近 11 年以内に配信されたものであった。

記事の内容に関しては、「文化」(中国におけるクリスマスやサンタクロースの認知度や過ごし方を報告した記事)、「社会」(中国におけるクリスマスやサンタクロース関連の社会的出来事を報告した記事)、「その他」(上記のいずれにも含まれない記事)の 3 つに大きく分けられた。内訳は、文化 19 件 (56%)、社会 11 件 (32%)、その他 4 件 (12%)であった。以下、カテゴリーごとに記事の主な内容を紹介する。

文化カテゴリーの報告内容： まず、クリスマスやサンタクロースの認知度は中国においてどのようなものなのであろうか。ある記事 (12) では広東省広州市での様子が報告されている。報告者によると、クリスマスに対する一般市民の認知度は 2011 年頃から 2017 年にかけて変化しているという。2011 年頃は「若い人はギリギリ『12 月 25 日はクリスマス』という認識がありましたが、40 代以上の人たちは『クリスマスは聞いたことがあるけど、いつかは知らない』という感じだった」のに対し、2017 年頃にはクリスマスに対する見方が変化し、大々的にクリスマス・グッズを販売するなど、商業的な観点からクリスマス全体の認知度を上げて、売り上げを増やそうという様子へと変化していると報告されている。

このように商業的な観点からデパートやスーパーなどを中心にクリスマス・ムードがつくられるようになったという報告は、今回のサンプルの中で最も古い 2009 年の記事 (1) においても見られる。北京オリンピックの翌年の記事であるが、オリンピックのメインスタジアムとなった「鳥の巣」に、高さ 30 m の巨大なクリスマス・ツリーが設けられるなど、クリスマスが盛大に祝われていることが報告されている。ただし、そうしたお祝い騒ぎは 12 月 27 日頃には終息するのが通常であるのに対し、中国では真夏になっても「メリー・クリスマス！」の文字が店内や店頭を賑わすなど、年間通して見られることへの違和感が

ドイツ人記者の目を通して語られている。その他の記事(3)でも、クリスマスの時期に企業がこぞって割引セールを繰り広げていることが報告されている。クリスマスはさながら「大安売り」のアイコンとなっており、人々の消費行動をより活性化させるために、企業はクリスマスの認知度を高めようとしているのである。

しかし、先に述べたように、クリスマスに対する認知度は、若者たちと40代以上の人たちとの間でかなり隔たりがあるようである。いくつかの記事(12, 21, 22, 33)によると、中国ではクリスマスは家庭の行事ではなく若者の行事であるため、サンタクロースに対する子どもの認知度も日本のように高くないという。また、クリスマスのプレゼントも若いカップルの間でのおしゃれな習慣として広まっており、家庭で親が子どもたちにプレゼントするという習慣は広まっていないようである。クリスマスにケーキを食べるという習慣も日本独自のものであるため、中国ではそのような習慣は定着していない。

次に、クリスマスの過ごし方は中国ではどのようなものなのであろうか。中国独自の習慣として主に報告されていた事柄は2つあり、1つはリンゴを可愛らしくラッピングしてプレゼントする習慣、もう1つは互いに無礼講でカラスプレーをかけ合う習慣である(7, 10, 14, 16)。ただし、これらはいずれも若者たちに限ったことであり、子どもたちや40代以上の人たちにおいては見られない習慣とのこと。前者のリンゴに関しては、クリスマス・イブを意味する「平安夜(ping anye)」のpingと「リンゴ(pingguo)」のpingをかけたのが由来だそうであり、「平和に一生を過ごすことができますように」との願いが込められているという。また、日本ではクリスマスのプレゼントはカップルで送り合ったりもするが、中国の場合、男性から女性へという一方向に限られていること、また、その際に靴、傘、置き時計はプレゼントとしてタブー視されていることなどは中国独自といえるかもしれない。靴は恋人が自分の元から去って行くというように、恋人との別れを連想させるため、傘は「散」と読みが同じであり、恋人との関係が散ることを意味するため、置き時計は中国語で「鐘」となり「終」と読みが同じであるため、恋人との終わりが来るとされているとのことである。中国独自ではなく、日本も共通する事柄としては、クリスマス・イブの夜にディナーを楽しむこと、クリスマスのイルミネーションを楽しむこと、クリスマス・セールの買い物を楽しむことなどが挙げられる。

社会カテゴリーの報告内容：クリスマスやサンタクロース関連の社会的出来事としては、主に次の2つの事柄が大きく報告されていた。1つは、先述のように、クリスマスはここ10数年ほどの間に中国の人々の間で広く認知され、盛大に祝われるようになったが、それらを禁止しようとする政府の動きに関することであり(11, 17, 18, 20, 31)、もう1つは、イギリスで購入された中国製造のクリスマス・カードに、中国の刑務所で強制労働

させられているとする人物からの助けを求めるメッセージが記されていたという報道に関するものである (23, 24, 25, 26, 29)。

前者に関しては、2017 年 10 月に行われた中国共産党の全国代表大会での習近平国家主席による「中国人は中国の祭日を祝うべき」とする演説に端を発したとされており、2017 年以来、12 月になると繰り返し「クリスマス禁止令」に関する記事が示されている。例えば、ある記事 (11) では、「(中国共産党青年団では)『近年、一部の若者が西洋文化やビジネス、ネット上の間違っただ情報に影響されて、クリスマス・イブやクリスマスなど西洋の祝日を祝っている』とし、クリスマスを祝うことを自粛」と述べられており、湖南省衡陽市の党員やその親族に対してクリスマス・イベントへの参加禁止が通達されたという。他方、クリスマス・イベントにより発生する大量のごみや街の景観を損ねる装飾の数々が禁止を求める理由であるとする記事 (17) や、禁止令はあくまでも中国共産党員や公務員を対象とした限定的なものとする記事 (16) もあり、いわゆる禁止令がどこからどの範囲で示されたものなのかははっきりとしない。

しかし、2017 年以来、クリスマスのお祝いの過熱ムードは中国で急速に沈静化されつつあるのは確かなようである。例えば、例年、クリスマスの時期に多数の中国人観光客が訪れる香港では、2019 年のクリスマス・プレゼントの売上げが前年度と比べて 3~7 割減少したと報告している (31)。クリスマス行事禁止の通達は、最初は若者をターゲットとして大学に対して行われていたが、2019 年には小中学校や幼稚園などもその範囲に入ったという (31)。日本の幼稚園や保育園などの多くがクリスマス会を実施しているという事実 (富田, 2015) と照らし合わせても、やはり子どもにおいては、日本と中国とでクリスマスやサンタクロースの認知度は大きく異なっていることがうかがえる。

後者に関しては、2019 年 12 月のイギリスでの報道に端を発するものである。記事 (24) によると、イギリスのスーパー大手テスコで 6 歳の少女がクリスマス・カードを購入したところ、そのカードに「私たちは中国・上海青浦刑務所の外国人受刑者だ。意思に反して働かされている。私たちに助けてください。人権団体に知らせてください」と書かれてあったという。記事では、中国の受刑者が欧米市場向けの製品に助けを求めるメッセージを紛れ込ませたのは今回が初めてではなく、2012 年アメリカ、2014 年北アイルランドでも発見されているとも述べられている。こうした報道に対して、中国政府は外国人受刑者が強制労働を強いられているとの事実は全くないと否定しており、記事を書いた記者に対して、「捏造だ」と反論している。いずれにしても、これらは中国におけるクリスマス文化やサンタクロース神話の受容とは直接的に関係のない記事である。

3. 研究 2

3.1. 方法

対象者： 三重大学に在籍する中国人留学生 20 名（男性 5 名、女性 15 名）を対象とした。年齢範囲は 18 歳から 25 歳であり、誕生年の範囲は 1993 年から 2000 年であった。クリスマスやサンタクロースに対して最も多感な時期は、様々な先行研究（e.g., Blair, McKee, & Jernigan, 1980; Prentice et al., 1978, 1979; Shtulman & Yoo, 2015; 富田, 2002）をもとに、特に 4 歳から 8 歳の間であると考えられる。調査実施年は 2018 年であり、従って、本調査に参加した対象者の最も多感な時期の範囲は、1997 年から 2008 年の間となる。北京オリンピックが開催されたのは 2008 年であり、この 1997 年から 2008 年の間はちょうど中国が高度経済成長を果たしていた時期と重なる。

手続き： 質問紙は対象者に直接配布され、後日回収した。質問紙は富田（2015）に準じて、それを中国語に翻訳したものを作成した。質問は以下の通りである。

質問 1. あなたは子どもの頃の一時期、サンタクロースの存在を信じていましたか？

(你小时候的某个时期相信圣诞老人的存在吗?)

質問 2. あなたは何歳頃までサンタクロースの存在を信じていましたか？（※質問 1 で「信じていた」と答えた人のみ回答して下さい）

(你到几岁为止还相信圣诞老人是真实存在的?) (Q1 回答“相信”的人回答此题)

質問 3. 5 歳の子どもに「サンタクロースって本当はいないの?」と聞かれたとき、あなたはなんと答えますか？

(如果 5 岁的孩子问你圣诞老人是否真实存在, 你会如何回答?)

質問 4. 同じ質問を 12 歳の子どもにされたとき、あなたの回答は異なりますか? 異なるとすれば、その回答をお書きください。

(与 Q4 同样的问题, 如果是 12 岁的小孩, 你的回答有什么不同吗? 如果有, 请在下面写出来)

質問 5. あなた自身の子ども時代のサンタクロースにまつわるエピソードについて、お書きください。(信じていた理由、信じなくなった理由、親・きょうだい・友達の反応など)

(请写出你小时候有关于圣诞老人的故事以及你是否相信的理由, 比如父母,

哥哥姐姐或者朋友表现出的反应等)

3.2. 結果と考察

サンタクロースに対する信念とその時期： 中国が高度経済成長を果たしている時期に幼年期を過ごした中国人留学生たちは、どのくらいサンタクロースの存在を信じていたのだろうか。質問 1 の結果、図 1 に示すように、「信じていた」と回答した者は 10 名

(50%) であり、「信じていなかった」と回答した者は 7 名 (35%)、「わからない」と回答した者が 3 名 (15%) であった。日本人学生に対して同様の質問を行った富田 (2015) では、それぞれ 88%、6%、6% であり、このことから日本人学生と比べて中国人留学生では幼年期にサンタクロースを信じていた者がかなり少ないことが分かる。彼らがサンタクロースに関して多感な時期を過ごした 1997 年から 2008 年頃の中国では、サンタクロースを信じるという経験をするものは、およそ半数程度であったことが示唆された。

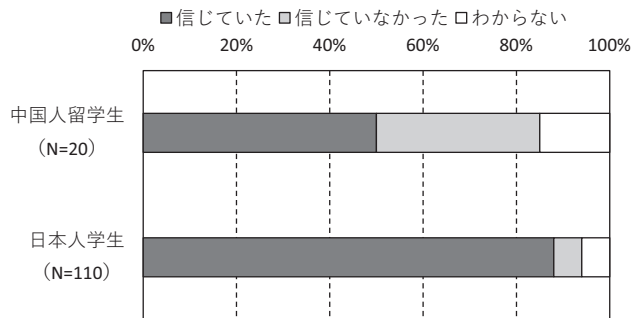


図 1 中国人留学生における幼年期のサンタクロースに対する信念

「信じていた」と回答した者に、何歳頃までかを尋ねた (質問 2) ところ、4 歳 1 名、6 歳 3 名、7 歳 1 名、8 歳 1 名、10 歳 2 名、12 歳 1 名であり、4 歳から 12 歳までの範囲に集中していた (1 名が「今も信じている」と回答)。日本人学生の場合は 4 歳から 15 歳までの範囲に集中しており、サンプル数が 110 名と多かったことを考えると、ほぼ同様の結果であると言える。つまり、サンタクロースを信じる割合に差はあるものの、サンタクロースの存在をいったん信じた場合、それを子どもがいつ頃まで信じ続けるかは文化によってあまり違いがないことを、この結果は示唆していると考えられる。

サンタクロースについての子どもへの質問に対する回答： 5 歳児に「サンタクロースって本当はいないの？」と聞かれた時に、どのように答えるか (質問 3) に関しては、15 名 (75%) が「いると答える」と回答し、5 名 (25%) が「いないと答える」と回答した。12 歳児に同じ質問をされた場合に関しては、11 名 (55%) が「科学的事実を教える」と回答し、3 名 (15%) が「親やきょうだいサンタクロースであると伝える」と回答し、1 名 (5%) が「あなたはどう思う？」と問い返すと回答した。残り 5 名 (25%) は「いないと答える」と回答した。日本人学生の結果 (富田, 2015) では、サンタクロースの実在性を否定する回答を選択した者は、5 歳児 0%、12 歳児 1% というようにほぼ皆無であり、それと比べると中国人留学生による実在性否定の回答 (特に 12 歳児に対する実在性否定の回答) がいかに多いかが分かる。また、日本人学生では、この種の質問を 5 歳児にされ

た場合と12歳児にされた場合とで回答にあまり大きな違いは見られなかったが、中国人留学生では「いると答える」という回答が5歳児では75%もあったのに対して、12歳児では皆無になるなど、児童期を通じて急速に現実化が求められるようになることがうかがえた。さらに、日本人学生では、「いる」か「いない」かの二者択一的な回答以外に、「目に見えないけど心の中にいる」「信じる子どものもとには来る」「いい子にしていたら来る」など、多様な回答が現れたのに対し、中国人留学生ではこうした多様な回答はほとんど現れなかった。この点は、サンタクロースにまつわる豊富で多様な物語にこれまでどの程度接してきたかが反映されているものと考えられる。

サンタクロースに対する信念の地域間比較： 中国の国土面積は日本の約25倍と広く、地域によってクリスマスの習慣やサンタクロースの認知度も異なることが考えられる。そこで中国人留学生に出身地を尋ね、生まれ育った地域によりサンタクロースに対する信念（質問1）が異なるかどうかを探ることとした。本調査に参加した中国人留学生の出身地は、北部地域（内モンゴル自治区、山西省、河北省、天津市）と南部地域（上海市、江蘇省、浙江省、安徽省）とに大きく分けられた。北部出身者は12名であり、南部出身者は8名であった。両者におけるサンタクロースを信じていた者の割合を比較すると、図2のような結果が示された。

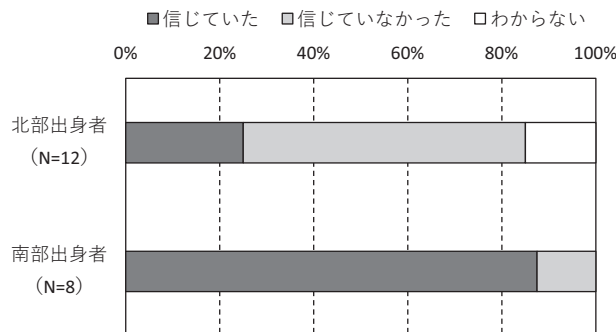


図2 中国人留学生の出身地域別の幼年期のサンタクロースに対する信念

図2からわかるように、南部出身の方が北部出身者よりも、幼年期にサンタクロースを信じていた者の割合がかなり高かった（88%と25%）。南部地域は地理的にも海に近く位置し、港を中心として発達した都市が多く、現代中国では改革開放政策の先行実験田としての役割も担ってきた。グローバル化経済の発展に伴い、異文化間交流もより盛んな地域である。それゆえに、クリスマス文化やサンタクロース神話もより早く広く流入し、そこで生まれ育った中国人留学生においても、幼年期よりそれらの文化や神話に親しんでき

た者が多くいたことが考えられる。つまり、クリスマス文化やサンタクロース神話は北部地域よりも南部地域においてより受容され浸透している可能性を示唆している。

サンタクロースの記憶： 幼年期のサンタクロースにまつわる思い出については、以下のような記述が得られた。

【事例 1】

「子どもの時、毎年クリスマスになると、家で両親と一緒にクリスマス・ツリーを飾った。このことがとても嬉しかった」(浙江省出身の K さん、女性、20 歳)

【事例 2】

「小さい頃、サンタさんからの手紙 (お父さんが書いたもの) を読んで、サンタさんは僕のプレゼントを絶対に忘れないんだと思った」(天津市出身の Z さん、男性、23 歳)

【事例 3】

「小学校 1 年生のクリスマスの時に、人生初めてのローラースケートをもらった。本当に『ありがとう』と言いたくなった」(彼女は質問紙を書きながら、「その時は初めて感謝の気持ちをはっきりと感じた」と笑顔で語ってくれた) (内モンゴル自治区出身の W さん、女性、21 歳)

事例 1 は、クリスマスという神秘的な祝祭への取り組みを通じて、家族に対する愛情や所属感を改めて感じたことがうかがえるエピソードである。喜びや楽しみといった感情体験とその共有の記憶は、家族のきずなを深めるうえで重要な役割を果たすであろう。事例 2 は、信じることによって約束が果たされるという結果が得られたエピソードである。このような経験は、他者を信じたり約束を守ったりする心の育ちにもつながっていくのではなかろうか。事例 3 は、自分を見守ってくれる、大切にしてくれる誰かから祝福されたという経験、そして与えられた祝福に対する感謝の思いのエピソードである。誰かから「与えられた」喜びの経験は、誰かに「与える」喜びへとつながっていくに違いない。

中国人留学生によるこうしたエピソードは、クリスマス文化やサンタクロース神話が幼年期の子どもにもたらす意味が、文化によって本質的に異なることを示唆している。

4. 総合考察

本研究の目的は、中国におけるクリスマス文化とサンタクロース神話の受容の詳細について、2つの研究を通して探ることであった。研究 1 では、クリスマスやサンタクロース関連の Web 上の記事を探集し、最終的にサンプルとなった 34 件の記事について、内容分析を行った。その結果、中国におけるクリスマスやサンタクロースの認知度は、ここ

10 数年で急速に高まり、それを祝う活動が中国各地で盛大に祝われるようになったことが示された。しかし、その認知度や浸透度は若者たちにのみ顕著であり、40 代以上の人たちにとってそれは街中のきらびやかなイルミネーションや大特売セールを表しているに過ぎず、その日がいつで何を意味するのかはほとんど知られていないようであった。また、若者たちにおいても、それは恋人との間でロマンチックな夜を過ごしたり、仲間同士で流行の最先端に行く感覚やおしゃれな気分を味わったりするための催し物として知られているに過ぎず、欧米や日本における見方とは異なるものであった。子どもたちにおいては、日本の子どものようにクリスマス・ツリーやリースを一緒に飾ったり、クリスマス・ソングを歌ったり、サンタクロースに手紙を書いてプレゼントを心待ちにしたりといったことは一般的に行われておらず、サンタクロースについての知識も持っていないことがうかがえた。ただ、その過ごし方は中国の歴史や文化と組み合わせられつつ、独自の発展を示しており、中国の人々が新しい祝祭を自分たちで工夫しながら楽しもうとしている様子が見えられた。

他方、そうした異文化の祝祭の過熱ぶりに対して批判的な立場もあり、いわゆる「クリスマス禁止令」はそうした動きの 1 つであった。禁止令を支持する側の意見としては、「クリスマスなど西側の祝祭を中国で祝うべきではない。民衆は中華文化とその歴史と伝統を反映した春節や中秋節などを重点的に祝うべきである」「我々はクリスマスを祝うべきではない。それは中国人の祝日ではないからだ」「春節の方がよっぽど重要である。春節の方が長い休みであり、家族と団らんを楽しめる」などが見られた (31)。反対する側の意見としては、「中国は多元的文化を持つべきで、クリスマスを排斥すべきではない」などが見られた (31)。近年の中国は、クリスマス文化やサンタクロース神話を取り入れようとする立場と排除しようとする立場との間で揺れ動いていることがうかがえた。

クリスマス文化やサンタクロース神話に対する批判的な意見は、何も中国に限ったものではない。これまでに欧米でも日本でも数多く確認されてきた。その主な焦点の 1 つは、クリスマスの行事そのものが祝祭による経済浮揚効果を狙った商業主義的イベントに成り下がっていることへの批判であり、この点では中国と欧米や日本とで変わりはないと言える。もう 1 つの焦点は、サンタクロース神話を子どもが信じ続けた結末として、実は親に騙されていたという真実への気づきが待ち構えていることへの批判である。Sereno (1951) は、クリスマスを「親に騙された」という感覚とともに終わりを迎える「悲惨なイベント」と呼び、Boss (1991) は「そうした嘘は家族間での信頼関係を損ねる元となる」(p.26) と指摘している。他方、子どもはサンタクロースの真実に気づいた時、確かに激しい怒りや憤りといったネガティブな感情を生じさせるが、それらは一時的なものであり、

親のショックと比べるとごくわずかなものに過ぎないとの指摘もある (Anderson & Prentice, 1994; Kowitz & Tigner, 1961)。こうした議論は今回の中国での記事では見られず、クリスマス文化やサンタクロース神話がまだ子どもたちの間にそれほど広がっていない点を考えると、これから訪れる問題かもしれない。むしろ、中国で生じた批判の声の中で特徴的であったのは、中国を 1 つの歴史や文化、言語のもとにまとめようとする中国化の過程において、クリスマス文化やサンタクロース神話が阻害要因となるとの認識に端を発した批判の声である。これは中国特有のものであり、今後その動向がどのようになるか引き続き注目していく必要があるだろう。

また、研究 2 では、日本に在住する中国人留学生 20 名を対象に、サンタクロースに対する信念や理解を質問紙調査で探り、より発達的な観点から、その受容の様相と意味を探った。その結果、幼年期にサンタクロースを信じていたとする者の割合は、富田 (2015) の研究における日本人学生では 88% であったのに対し、中国人留学生では 50% と少なかった。しかし、サンタクロースを信じていた時期は日本人学生と同様に 4 歳から 12 歳の範囲であり、信じる者の割合に差はあるものの、いったん信じた場合の信じ続ける期間は発達プロセスの中であまり違いがないことが示された。この結果は、アメリカで生まれ育ったキリスト教徒の子どもとユダヤ教徒の子どもを比較した時、前者の大部分は (半信半疑の者も含めて) サンタクロースを信じていたのに対し、後者でそうした信念を持つ者は半数程度に過ぎなかったという Prentice & Gordon (1986) の結果とも類似する。彼女らの研究では、サンタクロースを信じることに関しては文化や宗教による違いが見られたものの、いったん信じた場合の信じ方については、文化や宗教による違いはあまり確認されなかった。このことも本研究の結果と同様である。

他方、大人となった現在、もしも 5 歳児または 12 歳児に「サンタクロースって本当はいないの?」と尋ねられたらどう答えるかという質問に関しては、中国と日本とで大きな違いが見られた。日本人学生の多くが、いずれの年齢の子どもに対しても信じることを奨励するような関わりを好んで選択する傾向があったのに対して、中国人留学生では、5 歳児には信じることを奨励する一方で、12 歳児に対しては信じることを促すよりも科学的な事実や真実を伝えることを好んで選択する傾向があった。また、中国人留学生では日本人学生と比べて、その回答の内容において、伝承されるサンタクロース神話の影響があまり見られなかった。彼らが幼年期の生活において、日本人ほどにはクリスマス文化やサンタクロース神話を受容し親しむ環境に置かれてこなかったことが、この結果に反映されているものと考えられる。

さらに、中国人留学生を出身地域によって北部出身者と南部出身者とに分け、生まれ育っ

た地域によるサンタクロースに対する信念の違いを比較したところ、興味深い結果が得られた。幼年期にサンタクロースを信じていたものは、北部出身者では 25%のみであったのに対し、南部出身者では 88%と日本人学生と変わらない信念水準が示された。このことは、中国の南部地域は北部地域と比べて、歴史的にも異文化に対してより開かれ、交流も盛んであったため、クリスマス文化やサンタクロース神話がより受容され浸透されていたことによるものと考えられる。幼年期のサンタクロースにまつわる思い出の記述では、家族に対する愛情や所属感、信じる心や約束を守る心、与えられる喜びから与える喜びへといったエピソードが語られ、これらは先行研究（Clark, 1995; Kowitz & Tigner, 1961; 富田, 2014）で得られた記述と類似しており、クリスマス文化やサンタクロース神話が子どもにもたらす意味は、文化によって本質的に異なることが示唆された。

最後に、本研究の限界と今後の課題について述べる。第 1 に、研究 1 で確認された現代中国におけるクリスマス文化やサンタクロース神話の受容の様相は、あくまでも Web 上のいくつかの記事にもとづくものであり、正確性や客観性という点で慎重に扱う必要があろう。中国は広大な大地に多彩な歴史と文化を持つ人々が住む国であり、本調査は Web 上の記事の内容分析という切り口で、ほんの 1 側面を明らかにしたに過ぎない。今後はより深く中国に分け入って、より正確で客観的な情報をもとに議論を進める必要があろう。第 2 に、研究 2 も同様に、今回は日本に在住するほんの 20 名の中国人留学生のデータを扱ったに過ぎないため、得られた結果については慎重に扱う必要がある。日本に留学していることから、経済的にも比較的裕福である可能性があり、その点でも一般化には制限が必要であろう。今後は社会経済的地位や地域性、世代性等も加味した、より豊富なデータで検討を行い、明らかにする必要がある。

文 献

- Anderson, C. J., & Prentice, N. M. (1994). Encounter with reality: children's reactions on discovering the Santa Claus myth. *Child Psychiatry and Human Development*, 25(2), 67-84.
- Blair, J. R., McKee, J. S., & Jernigan, L. F. (1980). Children's belief in Santa Claus, Easter Bunny, and Tooth Fairy. *Psychological Reports*, 46, 691-694.
- Boss, J. A. (1991). Is Santa Claus corrupting our children's morals? *Free Inquiry*, 11(4), 24-27. (Anderson & Prentice (1994) より引用)
- Clark, C. D. (1995). *Flights of Fancy, Leaps of Faith: Children's Myths in Contemporary America*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Goldstein, T. R. & Woolley, J. D. (2016). Ho! Ho! Who? Parent promotion of belief and live encounters with Santa Claus. *Cognitive Development*, 39, 113-127.

- 堀井憲一郎. (2017). 愛と狂瀾のメリークリスマス：なぜ異教徒の採点が日本化したのか. 講談社現代新書.
- Kowitz, G. T., & Tigner, E. J. (1961). Tell me about Santa Claus: A study of concept change. *Elementary School Journal*, **62**, 130-133.
- Prentice, N. M., & Gordon, D. A. (1986). Santa Claus and the Tooth Fairy for the Jewish child and parent. *Journal of Genetic Psychology*, **148**, 139-151.
- Prentice, N. M., Manosevitz, M., & Hubbs, L. (1978). Imaginary figures of early childhood: Santa Claus, Easter Bunny, and the Tooth Fairy. *American Journal of Orthopsychiatry*, **48**, 618-628.
- Prentice, N. M., Schmechel, L. K., & Manosevitz, M. (1979). Children's belief in Santa Claus: A developmental study of fantasy and causality. *Journal of the American Academy of Child Psychiatry*, **18**, 658-667.
- Sereno, R. (1951). Some observations on the Santa Claus custom. *Psychiatry*, **14**, 387-396.
- Shtulman, A., & Yoo, R. I. (2015). Children's understanding of physical possibility constrains their belief in Santa Claus. *Cognitive Development*, **34**, 51-62.
- 富田昌平. (2002). 実在か非実在か：空想の存在に対する幼児・児童の認識. *発達心理学研究*, **13**(2), 122-135.
- 富田昌平. (2009). 幼児におけるサンタクロースのリアリティに対する認識. *発達心理学研究*, **20**(2), 177-188.
- 富田昌平. (2014). 子どもはなぜサンタクロースを信じ、やがて信じなくなるのか？：大学生による回想報告をもとに. *三重大学教育学部研究紀要 (教育科学)*, **65**, 161-170.
- 富田昌平. (2015). サンタクロースとクリスマス行事に対する大人の態度と支援. *三重大学教育学部研究紀要 (教育科学)*, **66**, 265-272.

付 記

本論文の執筆にあたり、平成 29 年度科学研究費補助金・基盤研究 (C) (課題番号：17 K 04351) の助成を受けた。また、研究 2 の中国人留学生に対する調査は、Li Zian (2018 年度三重大学教育学部留学生) が、著者の指導のもとで実施した。

資料：中国とクリスマスやサンタクロースとが結び付いた Web 上の記事

ID	記事タイトルとURL	配信日	カテゴリ
1	サンタクロースは真夏も働かされる！困惑感じ得ない中国式クリスマス—ドイツ紙 https://www.recordchina.co.jp/b37636-s0-c30-d0000.html	2009年12月4日	文化
2	サンタクロース集団、天安門広場から追い出される 中国 https://www.afpbb.com/articles/-/2779247	2010年12月14日	社会
3	クリスマス VS 中国の伝統祝日 どっちが大事？ http://j.people.com.cn/94476/8070572.html	2012年12月26日	文化
4	フィンランドが世界に「本物のサンタクロース」をアピール＝中国が最初の地に選ばれる—豪メディア https://www.excite.co.jp/news/article/Recordchina_20131225032/	2013年12月25日	その他
5	中国・極寒のスキー場に「水着女性」出現・・・「お金を稼ぐのは大変だ」と中国ネット民の声も＝中国版ツイッター http://news.searchina.net/id/1555014?page=1	2014年12月24日	その他
6	海外で過ごすクリスマス～のんびり楽しむ中国のクリスマス。「生誕節」はいつまで？～ https://www.ab-road.net/asia/china/beijing/guide/nation/10854.html	2015年12月25日	文化
7	中国人はクリスマスはどう過ごす？実体験レポート https://www.abroaders.jp/article/detail/763	2017年1月19日	文化
8	やっぱり赤い、中国のクリスマス https://www.wowneta.jp/news-read/17763.html	2017年11月6日	文化
9	「サンタクロース」に中国語の手紙が増加 中国語で返信 http://japanese.china.org.cn/culture/2017-11/14/content_50059977.htm	2017年11月14日	文化
10	中国のクリスマス https://www.lchristmas.biz/chaina/	2017年12月7日	文化
11	中国でクリスマス禁止の動き、党員に「欧米の祭り祝うな」—米メディア https://www.recordchina.co.jp/b234454-s0-c30-d0035.html	2017年12月22日	社会
12	【中国版クリスマス】中国人にとってのクリスマスって？クリスマスに対する人々の意識の日本と中国の違いあれこれ read: http://travelclip.jp/articles/431	2017年12月25日	文化
13	年々西洋化が広まる中国のクリスマス事情。サンタクロース【圣诞老人】 https://www.imasugu-chinese.net/chinese/post21054	2017年12月25日	文化
14	中国のクリスマス調査！現地の7つのおもしろ事情！ https://www.funfunchina.net/xmas/	2018年9月10日	文化
15	フィンランドの国宝級絵本「サンタクロースと小人たち」の中国語版が刊行 http://j.people.com.cn/n3/2018/1116/c206603-9519130.html	2018年11月16日	文化
16	中国のクリスマスの楽しみ方！禁止は嘘！？りんごを食べるって本当！？カップルは何をする？ https://最高のクリスマスプレゼント.com/blog/xmaschina-181204.html	2018年12月4日	文化
17	中国の「反クリスマス戦争」？ 市政府が共産党の歓心を買うためXmas商戦や飾り付けを禁止 https://www.newsweekjapan.jp/stories/world/2018/12/xmas-1.php	2018年12月19日	社会
18	中国で本当に「クリスマス中止のお知らせ」 警察「クリスマスしてる人を発見したら通報するように」 https://news.nicovideo.jp/watch/nw4404475	2018年12月19日	社会
19	2018年・クリスマス事情 in CHINA https://www.gldaily.com/inbound/inbound10907/	2018年12月21日	文化
20	中国の主要都市で「クリスマス禁止令」が実施される https://www.visiontimes.jp.com/?p=2049	2018年12月28日	社会
21	中国のクリスマスはどんな感じ？6つのおもしろ豆知識！ https://www.spintheearth.net/travel_china_xmas/	2019年5月19日	文化
22	中国カップルはクリスマスにりんごをプレゼントするらしい【中国カップルのクリスマス事情】 https://penang-malaysiapalmisland.com/tyugokuchristmas/	2019年11月14日	文化
23	英大手スーパー、X'masカードの中国生産を中止へ 外国人収監者がSOSレター https://www.epochtimes.jp/p/2019/12/50155.html	2019年12月23日	社会
24	クリスマスカードに「助けて」 英スーパー、中国での生産を停止 https://www.bbc.com/japanese/50889026	2019年12月23日	社会
25	クリスマスカードに中国から「助けて」 英スーパーが調査 https://www.nikkei.com/article/DGXMZ053723400U9A221C100000/	2019年12月24日	社会

資料：中国とクリスマスやサンタクロースとが結び付いた Web 上の記事

ID	記事タイトルとURL	配信日	カテゴリー
26	刑務所で強制労働とクリスマスカードで告発、中国は報道否定 https://jp.reuters.com/article/tesco-china-labour-idJPKBN1YS01I	2019年12月24日	社会
27	世界のクリスマス装飾品の3分の2が中国製—独紙 https://www.recordchina.co.jp/b769031-s0-c20-d0054.html	2019年12月24日	その他
28	中国のクリスマスプレゼントはリンゴ！？ https://tokuhain.arukikata.co.jp/suzhou/2019/12/post_100.html	2019年12月24日	文化
29	クリスマスカードに「中国の刑務所で強制労働」報道に... 中国側は記者へ個人攻撃「捏造だ」 「実に古臭い」 https://www.huffingtonpost.jp/entry/china-humanrights_jp_5e02b7abe4b0b2520d112315	2019年12月25日	社会
30	日本のクリスマスは訪れる価値がある！ 幻想的なうえに「セール」まで=中国 http://news.searchina.net/id/1685524?page=1	2019年12月25日	その他
31	クリスマスは国恥日？キリスト教を憎む中国の理屈 https://news.livedoor.com/article/detail/17581503/	2019年12月26日	社会
32	(国際交流員 王恒) 中国式のクリスマス http://www.city.hamada.shimane.jp/www/contents/1416548796479/index_k.html	不明 (2014年?)	文化
33	中国語で「メリー・クリスマス」などクリスマスに関連する表現集 http://chugokugo-scrip.net/aisatsu/merry-christmas.html	不明 (2016-2018?)	文化
34	中国のクリスマスの過ごし方 https://xmas-is.net/sugoshikata/how-do-you-spend-in-china-of-christmas/	不明	文化