

研究ノート

政治宣伝絵画のある風景

——社会主義国ベトナムの公的空間から考える“政治文化ツーリズム”の可能性——

Landscape with Political Propaganda Paintings: The Possibility of “Political Culture Tourism” from the Public Space of Vietnam

齊藤穂高*
SAITO Hodaka

This study focuses on political propaganda paintings in public spaces in Vietnam and examines their potential as tourism resources. Political propaganda paintings are one of the symbols of the political culture unique to socialist countries, and they constitute a part of the daily scenery when installed in public spaces. While they are commonplace to local residents, they can also be attractive tourist attractions for visitors. This paper discusses the tourism value of political propaganda paintings and proposes a new tourism concept, “political cultural tourism,” while presenting specific examples of their use as a tourism resource. It also discusses the challenges and prospects that the utilization of political landscapes for tourism brings. This research, exploring a new area where politics and tourism intersect, will contribute to tourism studies and political culture theory.

キーワード：政治宣伝絵画 (Political Propaganda Paintings)、社会主義 (Socialism)、ベトナム (Vietnam)、観光 (Tourism)、政治文化ツーリズム (Political Culture Tourism)

1. はじめに

東南アジア諸国が観光地としての関心を集めて久しい。2020 年に始まった新型コロナウイルスにより、観光客数は減少に転じたものの、2023 年は ASEAN 諸国全体で 1 億 1900 万人の観光客が年間で訪れていることから回復基調に転じていると言えよう (ASEAN State Date Portal, 2024)。筆者も、熱風が吹く気候と壮大な自然景観、渋滞するスクーターの大群、比較的安い物価と多様な食文化といった、東南アジア固有の風景に魅了されてきた。若いバックパッカーから富裕層まで、世界中の人々を魅了し続ける観光地と言えるだろう。

東南アジア諸国は、政治という観点から見ても興味深い事例に富む。タイやマレーシア、ブルネイといった君主制を取る国家やシンガポールのように民主主義にもかかわらず、単一政党が強力な権限を持つ国家、ミャンマーのように民主的政権と軍政の動乱が起きる国家もある。そして社会主義、マルクス・レーニン主義といったソ連の影響を受けた国家システムがその姿を残している国が 2 カ国ある。その中でも本稿で注目するベトナム社会主義共和国¹には、数多くの観光客を惹きつけている²。

さて、ベトナムが持つ魅力は、食文化や歴史遺産といった、東南アジア諸国が持つ観光地としての性格だけではないように筆者は考える。それはつまり、社会主義という政治理念がもたらした特有の風景や都市景観である。



図-1 「党とセンフォン地区の人々は強い競争心で、2023 年に社会経済開発を成功裏に遂行し、安全保障と防衛を確保する決意である」本稿の扱う政治宣伝絵画の一例である。ハノイ市、2023 年 6 月筆者撮影。

¹ 本稿のいう社会主義国とは、国家原則に社会主義的な原則（例えばマルクス・レーニン主義）を採用している国家である。「社会主義」がどのような政治体制や性格をもつ国家なのかについて、ここでは議論しない。

² 2023 年には、ベトナムに 1260 万人、ラオスに 341 万人の観光客が訪れている。

筆者が特に念頭に置いているのは、政治的原則や主義主張、イデオロギーを強調するため、スローガン、シンボル、指導者の肖像、そして労働者などを描いたプロパガンダポスター、つまり政治宣伝絵画のある風景である[図-1]³。このような政治宣伝絵画は、道路上や交差点といった人目のつく公的空間に多く設置され、風景の一部として、その国の雰囲気構成する要素となっているといえよう。

そもそも政治宣伝を一言で言い表すのは困難であるが、大衆を「説得する」ひとつの仕方であり、状況に応じてそのスタイルは変化するとされるように、様々な手段や方法を用いて、人間の根本的な態度に影響を与える諸手段と要約できよう。[図-1]のような本稿の射程とする政治宣伝絵画は、その点において、図画による宣伝媒体であり、政治宣伝の技術形態の一つとして、人の目をひく、もっとも効果的な手段とも評されている（ドムナック, 2022）。

観光地において景観は、その観光地の魅力を決める重要な要素である。なぜなら、空間や建築物という物体には、そこでの歴史・文化など、生活や固有の社会的活動が対象化されているからであり、その空間の個性というものが、観光の対象となるからである（山田, 2021）。政治宣伝絵画のある風景は、その共同体に住む人々にとっては、ほとんど目に留める対象物ではないのかもしれない。しかしながら我々のように、その共同体の外から訪れたものにとって、それらの存在は非日常な空間、もっと言えば物珍しい光景として、我々の目に映ることもあるだろう。当局から地元住民に向けた政治宣伝の存在は、その国や地域における政治理念や目標を伝達するだけでなく、生活様式や文化が対象化された産物でもある。つまり、それらを眺める観光客にとっては、その国について知るための、そこから観光をより「楽しむ」ための手がかりになる可能性をもつかもしれない（小槻・河村・身玉山・尤・金, 2024）。

本稿では、手がかりとして、ベトナムの政治宣伝絵画について考察する。人々に対する啓蒙や宣伝のために用いられている政治宣伝絵画には何が描かれ、都市景観や風景にどのように溶け込んでいるのか。そして、ツーリズムという視点から公的空間に存在する政治の対象物を捉えることの可能性や課題についても議論する。

2. ベトナム社会主義共和国における政治宣伝絵画

(1) ベトナムと“社会主義らしさ”

ベトナム社会主義共和国は、ベトナム共産党による一党独裁の社会主義国家である。ベトナムの街を歩けば、スローガン、鎌と槌や星、紅旗といった象徴、そして国父ホー・チ・ミン主席の肖像画など、“社会主義らしい”演出やシンボルは容易に観察できる [図-2]。とはいえ、観光客にしてみれば、政治的な側面というものは、豊かな食文化や数多くある世界遺産といったベトナム観光の数多くの選択肢の存在により、やや相対化されているともいえよう⁴。その中でも、ベトナムの独自色の強いものとしてあげられ、観光の対象にもされるのが、政治宣伝



図-2 「ベトナム共産党の栄光と万歳」。観光客が多く集まるホアンキエム地区の商業ビルにも、他のネオンサインと共に、党を讃える赤いスローガンが設置されている。外国人観光客の視点では、数あるネオンサインの一つにしか見えないのかもしれない。ハノイ市、2023 年 6 月筆者撮影。



(上) 図-3「社会主義国ベトナムを守ることは全国民の義務です」(右) 図-4「力を合わせて疫病を予防し戦いましょう」政治宣伝絵画の主題は政治分野だけでなく、感染症についても描かれている。ハノイ市、2023 年 6 月筆者撮影。



³ 本稿では、外来語である「プロパガンダ」という語を極力用いず、政治宣伝という用語に置き換えている。前者の言葉には、演説や演劇といった行為の意味も含んだ広範な概念であるためである。

⁴ 入国が容易であることや、旅行の自由度が高いことも、政治色が薄い理由として考えられよう。

絵画である。政治宣伝絵画は、ベトナム語でチャイン・コー・ドン（Tranh cổ động）といい、美術のジャンルの一つとして確立しており、それらに関する著作も複数存在する⁵（澁谷, 2021）。

ベトナムにおける政治宣伝絵画は、その様式が特に興味深く、本稿で取り上げる最大の理由でもある。国家や党の目標に対し、国民を鼓舞するための公共コミュニケーションの手段として、目を引くカラフルな色使いと構成に、人を惹きつける

イメージや公式スローガンの力強い言葉が融合されていることが特徴である〔図-1〕（Vietnam Fine Arts Museum, 2020）。宣伝されるテーマは、ホー・チ・ミン主席やベトナム共産党、ベトナム人民軍に対する誇示や賛美だけでなく、発展への宣言、生活する上でのハウツーや指針、感染症、薬物や避妊にまつわる注意喚起、農作業や労働、生産に関する啓蒙、歴史的な主題など多様性に富む⁶〔図-3, 4〕。かなり政治色と歴史性の強い対象物であるものの、言語や文化的枠組みを共有していない者が見れば、その色使いや筆致はむしろ、ポップでキッチュな印象を受けるかもしれない（e.g. 大塚, 2015）。このような政治宣伝絵画を統括している部局は、文化スポーツ観光省の基礎文化局（Cục Văn hóa cơ sở）である。当局のウェブサイトを見れば、記念日や指導者、軍といった様々なテーマの絵画作品を見ることができ、特定のテーマについてはコンテストなども開催されている（澁谷, 2021）。例えば 2021 年に開催されたコンペである、ホー・チ・ミンが船のコックとしてフランスに赴いた 1911 年から 110 周年をテーマにした政治宣伝絵画の入賞作品を見れば、様々な描き方がなされたホー・チ・ミンの絵画が掲載されている（Cục Văn hóa cơ sở, 2021）。記号として、社会主義的なシンボルや色、人物を用いている点では、やや形式化された雰囲気を感じるものの、バラエティの多さからは、芸術分野としての興盛や自由闊達な印象を受ける⁷。中には高い芸術性や技法をもつ作品も存在し、見る者の興味を引くと言える〔図-5, 6〕⁸。



（左）図-5 グエン・ズイ・タン「ホーおじさんが国を救う方法を探しに出かける日」
（上）図-6 ハ・フイ・チュオン「グエン・アイ・クオック ベトナム初の共産主義者—フランス共産党の設立に参加した」
若きホー・チ・ミン（阮愛國）は写實的、絵画的と各々の方法で描かれている。



図-7 ハノイ市にある政治宣伝絵画のある風景の一例。指導者への賛美や発展など、様々な主題のものが、公的空間に設置されている。ハノイ市、2023 年 6 月筆者撮影。

⁵ 例えば、筆者が見つけたものとして、政治宣伝絵画画家のトラン・ラム（Trần Lâm）の著書が存在し、作品だけでなく、美術家としての経歴や勲章などにも言及されている（Trần, 2003）。他にも観光客が容易に観察できる政治宣伝絵画の作者として、ハノイ市のホアンキエム湖周辺に掲げられている鳩の背景に子供を抱いたホーチミンがシンプルに描かれている「子供とホーおじさん」の画家トラン・トゥ・タン（Trần Từ Thành）や「ホーおじさんが勝利といえば、我々は勝つだろう」のレ・ヌオン（Lê Nhưông）などの作品が挙げられよう。

⁶（Cục văn hóa thông tin cơ sở, 2006）も参照。本資料に関しては、2023 年 6 月のハノイ渡航時に入手している。

⁷ 当局ウェブサイトからダウンロードすることも可能である。

⁸ 〔図-5, 6〕の出典元は、（Cục Văn hóa cơ sở, 2021）である。

(2) 政治宣伝絵画とその風景

このような政治宣伝絵画は、博物館や行政機関、政治的モニュメントや記念碑、道路、交差点、市場、学校など、ベトナムの至る所に設置されており、その中には手描きの芸術作品さながらのものも数多く存在する。ただし、上述で取り上げた、当局のウェブサイトや美術書籍に取り上げられるような、芸術性やメッセージ性に富んだ作品ばかりが、設置されているわけではない。中には形式化され、簡易的に作成されたものも打ち立てられており、ベトナムの街に設置されている政治宣伝絵画が、全てにおいて美術的要素を兼ね備えているわけではないことは留意されたい。とはいえ、容易に発見できるこれらの存在は結果として、美術館のギャラリーのように、ベトナム固有の風景として、見るものにイメージさせることにも繋がっている。つまり、政治宣伝絵画が存在する風景そのものが、観光の対象ともなりえよう。本節では、筆者のハノイ市のフィールドワークを中心に、政治宣伝絵画はどのようなテーマで、どこに存在するのかなど、政治宣伝絵画のある風景とそれらの見方について紹介してみよう。ベトナムの風景において政治宣伝絵画は日常の一部となり、市民生活と馴染んでいる、そのような感覚を受ける。[図-7]はハノイの都市部で設置されている政治宣伝絵画とその風景を表したものであるが、どのような印象を受けるだろうか。道路沿いや商業ビルといった人々が生活する場所とともに、政治宣伝絵画は佇んでおり、このような光景がベトナムの一般的な風景と言える（澁谷, 2021）。といっても、「ホー・チ・ミン首席の 133 回目の誕生日を心から歓迎します!」といった指導者を賛美するスローガンや「ソントイの党と国民は、より豊かで美しく文明的な町を建設する決意をしています」などの発展の決意を示す政治宣伝絵画など、様々な主題で色彩豊かな絵画が設置されている光景は、自然とも異様ともどちらにも受け取ることができる⁹。興味深いことに、設置されている政治宣伝絵画に関して、現地の人々が目を向ける様子も見られなかった。ハノイから郊外に向かえば、幹線道路沿いにも一定間隔で政治宣伝絵画が設置されていることが確認できる。幹線道路沿いに存在するものは、「党とフックトー地区の人々は継続して学習を促進し、ホーチミンの思想、倫理、スタイルに従います」といった、その地区の発展や決意といったものを主題にした絵画が多く観察でき、その地域ごとにメッ



図-8 ハノイ市郊外の田園地帯においても、政治宣伝絵画は設置され、ベトナム固有の風景を演出する。ハノイ市、2023 年 6 月筆者撮影。



図-9 政治宣伝絵画の中には手描きのものもあり、さながらギャラリーのようである。ハノイ市、2023 年 6 月筆者撮影。

⁹ 本稿の取り上げる外国の政治宣伝絵画に書かれているスローガンなどは、スマートフォンの写真翻訳機能などで簡単に翻訳することができる。色やイラストを手がかりにどのような主題なのかを想像した上で、翻訳機能で正解を知るといった楽しみ方もできるだろう。

セージの違いが見て取れる¹⁰。緑の多い田園地帯に、ひっそりと佇む色彩豊かな政治宣伝絵画と、そこを颯爽と走るスクータが横切る光景は、ベトナム固有の風景として、他所から訪れた者の目に映るといえよう[図-8]。

コンピュータ生産された政治宣伝絵画と異なり、手書きで描かれた政治宣伝絵画も多く存在する[図-9]。スローガンに大きな違いはないが、それぞれ個性があり、芸術性も高いため、それ自体眺めていても楽しむことができるのではないだろうか。

このような政治宣伝絵画を、単なる「政治宣伝」として看做すことは容易い。だが、これらに注目すると、様式やスローガンに書かれていることなどが、地域や場所によって大きく異なる。そして何よりも、このような政治宣伝絵画はその国において、何を大事にしているのかをヴィジュアルを通じて知ることができる情報の宝庫でもある。単なる観光だけでなく、このような政治宣伝絵画に少し意識を傾けるだけでも、その国の解像度は大きく変わってくるのではないだろうか。

(3) 観光産業としての政治宣伝絵画

政治宣伝絵画は、ベトナム固有の風景、ベトナムらしさを観察することができる対象であることについて紹介してきた。近年は、政治宣伝絵画をモチーフとした土産物が、ハノイ市やホーチミン市で販売されており、外国人観光客らの人気を集めている（澁谷,2021）。事実、土産物としてホーチミンやベトナム共産党などをモチーフにしたものは容易に購入することができる。ベトナムの政治宣伝絵画が観光産業として用いられている点についても少し触れ、観光との関わりの可能性について見ていこう。

ベトナムの政治宣伝絵画は、それ自体、観光客用の土産物とされ、販売されている。特に首都ハノイでは、政治宣伝絵画のみを商品として販売する店がいくつか存在する。[図-10]は、その中の一つの様子であり、主に外国人などを対象に、土産物として、政治宣伝絵画のレプリカを小さめのシルク印刷や和紙に印刷したものを販売している。オーナー自体が蒐集家でもあり、中には原本やオリジナルの絵画なども高価で販売もしている[図-11]。

ホーチミン市では、政治宣伝絵画をモチーフにしたレストランも営業している。ホーチミン市の統一会堂付近で営業する「プロパガンダ」では、壁一面にベトナムの政治宣伝絵画をモチーフにした壁画が描かれており、店舗のコンセプトとなっている[図-12,13]。観光客はベトナムの政治宣伝絵画が描かれた店内で、ベトナム料理を楽しむことができる。



(左) 図-10 土産物として政治宣伝絵画を販売する店舗の様子。
(上) 図-11 相談すれば、絵画の原本も購入することができる。
ハノイ市、2023 年 6 月筆者撮影。

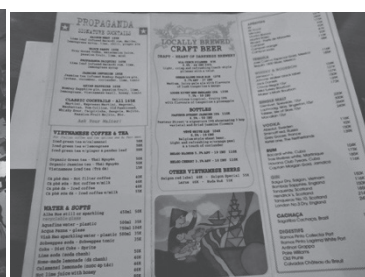


図-12 レストラン「プロパガンダ」の様子。政治宣伝絵画のような絵画が壁一面に描かれている。ホーチミン市、2023 年 8 月筆者撮影。

図-13 「プロパガンダ」のメニュー表。料理はベトナム料理が中心である。ホーチミン市、2023 年 8 月筆者撮影。

¹⁰ 他にも筆者が訪れた 2023 年 6 月時点では、「リエンチュン地区の党と人民は、経済・文化・社会開発の課題を成功裡に遂行する決意をしている。」「ダンフォン地区の役員、党員、および人々は、地区を構築することを決意しています。」「ホンハ地区の党と人民は 2023 年に新たな農村基準モデルを満たすコミュニティを建設する決意をしている」といった政治宣伝絵画のスローガンが存在していた。

ベトナムの政治宣伝絵画について、その風景と、観光産業との関わりに関しても、本章で外観した。特にベトナムにおいては、政治的対象物であるこれらの政治宣伝絵画を観光客向けの商品やサービスとして産業化を見せしており、観光客もこれらを楽しむ土壌ができており、これからの発展を期待できるといえよう。

3. おわりに

(1) “政治文化ツーリズム”とは何か

本稿では、社会主義国であるベトナムの政治宣伝絵画のある風景を中心に、観光という観点からその国の政治文化を捉えることについて事例を紹介しつつ、議論を試みてきた。このような公的空間に配置された政治的対象物に着目した観光は果たして成立しうるのだろうか。筆者はこれを新たな観光概念として「政治文化ツーリズム」と位置づけ、提唱したい。

政治文化ツーリズムとは、その国や地域の政治的対象物そのものや、それらが存在する風景、人々との関わりなどに注目・観察することを通じ、当該地域の政治文化や生活様式を理解し楽しもうとする観光の新たな考え方であり、実践でもある¹¹。風景とは、それが人間との関わりがある以上、それ自身政治的なものでもあるという議論もある（ヴァルンケ, 1996）。上述したように、政治的な風景を見ることを通じて、その国の政治性や文化を考えることも観光を「楽しむ」ための一つの新たな視点といえないだろうか¹²。

とはいえ、類似概念が存在しないわけではない。特に、政治的対象物に注目する要素を含んだ観光形態としては、「レッドツーリズム」や「ダークツーリズム」という考え方がすでに存在している。前者は、百武（2015）によると、「レッドツーリズムとは、中華人民共和国を成立させるために起こった革命に由来する地域を観光するものであり、そこでは革命精神を学び、中国式愛国主義教育を受けるものである」と定義され、観光学においても議論され始めている観光形態である（e.g. 王, 2021）。主に中国国内の観光の文脈で用いられている概念であるものの、政治的記念物に観光する点では類似している。後者は、数多くの定義が考えられるが、「戦争や災害の跡などの、人類の悲しみの記憶を巡る旅」のことを指す概念である（遠藤, 2016）。特に、人の死や悲劇の歴史といったネガティブな記憶は風化しやすい特性があるものの、観光客に訪れてもらい悲しみを追体験してもらうことで、同じ悲劇を二度と繰り返さないことにつながるとされる（金, 2024）。悲劇や悲しみを対象とした観光という点では、モニュメントや記念碑といった政治的対象物も議論の範囲に入ると言える。

政治文化ツーリズムがレッドツーリズムやダークツーリズムと異なる点は、その視点の広さと対象の多様性にある。レッドツーリズムでは特に、中国の革命史や愛国主義教育といった特定の政治的・歴史的テーマに重点を置き、国民的アイデンティティや国家の正統性の再確認に焦点が当てられる。一方、ダークツーリズムは悲劇や死に関わる記憶を巡る旅としての要素が強く、訪問者に人間の経験としての苦難や追悼の意味を問いかけることが多い。

これに対して政治文化ツーリズムは、必ずしも社会主義といった国家のイデオロギーを称揚するものでもなければ、特定の歴史的イベントや悲劇性に限定されるものではなく、日常の風景や生活の中に根付いた政治的象徴や価値観を観察することを通じて、その地域全体の政治文化を理解しようとするものである。この観光は、単なる歴史の記憶や悲劇的体験の共有に留まらず、現代の生活と政治の結びつきを発見し、その文化的背景を多角的に楽しむことを目的とする点で、これらの観光形態と異なる。さらに、政治文化ツーリズムは観光者に対し特定の感情（愛国心や哀悼など）を喚起するよりも、その国の政治や社会構造に対する理解を深めさせることを重視している。

(2) 概念化に向けての今後の課題

¹¹ 筆者の造語である。より精緻な概念化は今後の課題としたい。

¹² 政治文化ツーリズムは、観光資源の乏しい国や地域においても成り立つ可能性のあるツーリズムである。なぜなら、どのような政治体制かはさておき、政治という営みがない国は存在しないからである。

ただし、副題に“可能性”と称しているように、政治文化ツーリズムをツーリズムの一分野として確立する上では、考えるべき課題も多い。まずは、政治的なリスクである。本論文で取り上げたベトナムは、外国人の受け入れや行動に比較的寛容な国である。筆者のような外国人が、節度やルールを守っていれば、公的空間に存在する政治宣伝絵画や記念碑を撮影したことで、現地住民との誤解が発生し、当局に拘束されるリスクはほとんど生じない。とはいえ、どの国にも隠したい事実や撮影禁止の場所があるように、観光客側の無理解や認識不足による問題が生じないとは言い難い。また、昨今の中国や北朝鮮のように、政治に関わる肖像やポスター、施設を観光の対象とすること自体が困難で且つ危険を及ぼす蓋然性を有する国家が存在することもまた事実である。政治文化ツーリズムをツーリズムとして捉えるならば、観光の受け入れ国側も自国の政治文化やそれらを出している政治的対象物の持つ魅力に意識的になり、観光客の（偏見や固定観念も含めた）眼差しを受け入れる必要があるだろう。

そして筆者も含めた観光客側も、自身の持つ観点や感情に自覚的になることも重要である。例えば、指導者の肖像画を街中に掲げる政治文化を持つ国家を想定してみよう。その国に訪れる観光客にとって、指導者の写真がたくさんある光景は、もの珍しく、さらにいえば滑稽に映るかもしれない。ただし、そのような政治文化を持った国家の当局側や、住む人々にとっては、至極日常的な光景であり、かつ、彼らの論理からしてみれば、極めて真面目に行なっている諸活動であるはずである。観光客は訪れた国の政治文化を観察する上で、敬意を欠き、嘲笑や卑下するようなことがあってはならない。むしろ、その国の政治文化を観察することによって感じる違和感や滑稽さに対し、意識的になるべきである。なぜなら、自身の持っている常識や知識と比較することから、その国の文化を考えることに繋がるためであり、その営みが観光として政治文化ツーリズムを楽しむ狙いでもある。自身の視点・観点に意識的になることで、オリエンタリズム的な枠組みを前提とした観点から少しでも脱却することができるのではないだろうか。

政治文化ツーリズムは、その国や地域の政治や文化を観光として「楽しむ」だけでなく、自ずと自国の政治を相対化して考える機会でもある。ツーリズムとしての一形態だけでなく、一主権者としての政治に参画するきっかけを提供し、政治意識を養成することにも繋がるのではないだろうか。

【謝辞】

本研究に取り組むにあたり、ハノイでは 2023 年 5 月 31 日から 6 月 4 日、ホーチミンでは 8 月 6 日から 9 日にかけてフィールドワークを実施しました。本研究の執筆にあたっては、大阪観光大学観光学部で熱心に学ぶベトナム人学生たちから、貴重なコメントをいただきました。ご協力いただいた方々に心より感謝申し上げます。また本研究は、JST 次世代研究者挑戦的研究プログラム JPMJSP2148 の支援を受けたものです。

【引用・参考文献】

- ヴァルンケ,マルティン (1996)『政治的風景：自然の美術史』福本義憲訳、法政大学出版局
- 遠藤英樹 (2016)「ダークツーリズム試論：『ダークネス』へのまなざし」『立命館大学人文科学研究紀要』110、pp.3-22
- 大塚直樹 (2015)「ベトナム社会主義のなかのホーチミンと観光実践」『亜細亜大学国際関係紀要』24(1・2)、pp.131-142
- 金世徳 (2024)「ダークツーリズムと民主化の試論：五・一八光州民主化運動を事例に」小槻文洋・河村悟郎・身玉山宗三郎・尤驍・金世徳『楽しむ力とツーリズム』晃洋書房、pp.72-87
- 瀧谷由紀 (2021)「ベトナムのプロパガンダ絵画」東京大学附属図書館アジア研究図書館上廣研究財団棋譜研究部門、URL: <https://u-parl.lib.u-tokyo.ac.jp/japanese/column41> (最終閲覧日 2024 年 11 月 29 日)
- 高山陽子 (2015)「社会主義キッシュと観光土産」『亜細亜大学国際関係紀要』24 (1・2)、pp.55-79
- 坪井善明 (2002)『ヴェトナム現代政治』東京大学出版会
- ドムナック,ジャン・マリー (2022)『政治宣伝』小出峻訳、筑摩書房
- バージャー,ジョン (2013)『イメージ：視覚とメディア』伊藤俊二訳、筑摩書房
- フォスター,ハル (2007)『視覚論』樽沼範久訳、平凡社
- 百武仁志 (2015)「レッドツーリズムとは何か」『日本国際観光学会論文集』22、pp.205-209
- 山田良治 (2021)『観光を科学する：観光学批判』晃洋書房

- 王張璋（2021）「中国におけるレッドツーリズムに関する一考察」『岐阜市立女子短期大学研究紀要』71、pp.21-29
- Artbook（2013）*Vietnam Posters and Billboards* (Le Van Vien, Trans.). Hanoi: Lao Dong Publishing House.
- Asean States Data Portal（2024）Visitor Arrival to ASEAN Member States by Origin Countries (in person),
URL:<https://data.aseanstats.org/visitors> (Accessed on Nov 29, 2024)
- Cheles, Luciano, and Giaccone, Alessandro, eds (2020) *The Political Portrait: Leadership, Image and Power*. London: Routledge.
- Cục văn hóa thông tin cơ sở (2006) *60 năm Tranh cổ động Việt Nam, 1945-2005*. Hanoi: Văn hóa thông tin.
- Cục văn hóa cơ sở (2021) Album tranh cổ động tuyên truyền kỷ niệm 110 năm ngày Bác Hồ ra đi tìm đường cứu nước,
URL:<https://vhctcs.org.vn/gallery.aspx?sitepageid=662&albumid=92> (Accessed on Nov 30, 2024)
- Trần Lâm (2003) *Tác phẩm tranh cổ động*. Hanoi: Nhà xuất bản Văn hóa Dân tộc.
- Vietnam Fine Arts Museum（2020）*Our Nation's Quest for Peace*, Hanoi: Fine Art Publishing House.