

平成 21 年 5 月 22 日現在

研究種目：基盤研究(B)

研究期間：2006～2008

課題番号：18310155

研究課題名(和文) 中国の新興活字メディアと世論

研究課題名(英文) The emergent printed media and public opinion in China

研究代表者

高井 潔司(TAKAI KIYOSHI)

北海道大学・大学院メディア・コミュニケーション研究院：教授

研究者番号：20312407

研究成果の概要：

中国では、1990年代を通じて行われたメディアの改革により、党機関紙とは性格を異にする商業紙が数多く誕生し、また、時事ニュースを扱う週刊誌が創刊された。本研究では、それら新興活字メディアの現状調査、他のメディア動向(テレビ、出版、ネット)の分析、さらに中間層のメディア接触調査を加えて、経済改革により階層分化された大衆世論の創生メカニズムの一端を明らかにした。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2006年度	2,800,000	840,000	3,640,000
2007年度	7,100,000	2,130,000	9,230,000
2008年度	2,500,000	750,000	3,250,000
総計	12,400,000	3,720,000	16,120,000

研究分野：複合新領域

科研費の分科・細目：地域研究

キーワード：中国、社会主義市場経済、多元化、メディア、世論、愛国主義、インターネット

1. 研究開始当初の背景

中国は1978年から従来の革命路線から、経済建設路線に転換、90年代より「社会主義市場経済」体制へと移行した。それは経済システムに限らず、政治や社会、外交に大きな転換をもたらした。依然として「社会主義」を看板に掲げ、共産党の一党指導体制を堅持しているとはいえ、社会の階層分化が進行した。都市と農村、沿海地域と内陸地域の格差が拡大、社会に様々な利害の異なるセクターが誕生し、多元化社会が出現したのである。また経済のグローバル化により急成長した中国は、経済だけでなく、情報という面でも

国際社会とどうつながるかという新たな課題が生まれた。

メディア界においても従来の宣伝機関から、大衆の求める様々な情報を発信するメディアが誕生し、メディアの産業化、市場化が進行した。党や政府の公式的な方針と異なる「世論」も生まれるようになった。新聞界では、90年代半ばから、従来の党機関紙に代わって、都市報、晩報(夕刊紙)が新聞の主流となり、経済専門紙、生活情報紙もそれぞれの読者を獲得し、新聞の多様化が進んだ。出版界では、週刊誌の発行も盛んになり、アメリカの「タイム」、「ニューズウィーク」を模

した時事問題専門週刊誌も相次いで創刊された。多元化社会は利害の異なるセクターが同時に存在することから、その間の摩擦、衝突、対立も生まれるようになり、その利害のぶつかりあいを調整するメカニズムの創設が求められるようになった。その際に大きな役割を果たすのが、大衆の感情を意味する

「世論」と公論としての「輿論」を形成するメディアである。「輿論」形成には、社会的に必要とされる情報を自由かつ責任を持って提供し、その議論の方向を提示し、さらに大衆がその言論を表明する場を提供していくことが不可欠である。

2. 研究の目的

多元化した中国社会において、当局の管理の下で多様化したメディアのうち、どのメディアが主流媒体として「輿論」形成を担うことができるのかどうかの検討を通して、中国の「世論」環境とその現状を明らかにする。

3. 研究の方法

以下の方法で研究をすすめた。

(1) 中国側研究者の文献、先行研究の総括

(2) 都市報、時事週刊誌という新興活字メディアの内容分析。また『新聞戦線』（人民日報社発行）、『記者生活』（国営新華社通信発行）といった当局の方針を呈した職業専門誌の内容分析。

(3) 報道に関する指導者の談話、当局の通達をはじめメディア制度に関する分析。中国のメディアは基本的に国有であり、産業化が進行しつつも、「党管媒体（党によるメディアの管理）」という原則が貫かれている。

(4) 新興活字メディアの編集者へのインタビュー。都市報・夕刊紙では、華西都市報（成都）、遼瀋晩報（瀋陽）、南方都市報（広州）、

揚子晩報（南京）など、時事週刊誌では、瞭望、中国新聞週刊、東方瞭望週刊、南方週末などの編集部取材を行った。

(5) メディア接触調査。上海と北京で中間層を対象とした質問紙調査及びグループインタビューを実施。

4. 研究成果

90年代、急速に発展した中国の新興活字メディア（都市報、時事問題専門週刊誌）に対し、主流媒体としての「輿論」形成機能が期待された。しかし、当局のメディア管理政策の強化によって、新興活字メディアは一定の発展段階で停滞状況に陥り、「輿論」の形成機能を十分に果たせない状況にある。むしろ後発のインターネットなどの新興メディアが大衆に言論表明の場を提供し、一見「輿論」形成を担うかの様相を呈している。しかし、そこでは、必要十分な情報が提供されているとは言い難く、偏った情報によって、排外的で、感情的な「世論」が生まれ、国際社会との対立現象を引き起こしている。本研究は、こうした中国特有の世論環境とその形成過程を、新興活字メディアの動向を通して明らかにした。

(1) 都市報の発展と停滞

新聞（党機関紙、生活情報紙、業界紙などを含む）1935種類の中で、タイトル数では14.9%を占めるに過ぎない都市報・晩報類が、印刷部数で40.55%、総ページ数では60.36%、広告収入でも54.63%を占める。都市報のコンセプトは市民本位であり、大衆が関心を持つ生活情報を発信する新聞である。

90年代を通してほぼ10倍に増加した都市報・晩報類を含む広告営業額は21世紀に入ると鈍化し、マイナス成長を記録する年もある。中国の日刊紙は、人口千人あたり91部で、「中国の新聞業界は依然として幼稚産業

である」という指摘もある。

本研究は、その停滞の原因は当局の厳しい管理政策にあることを明らかにした。中国の伝統メディアはいずれも国有であり、民間の投資や外資の参入は締め出されている。政府機関、党機関、政府が認可した団体のみに発行権が許され、大衆向けの都市報、晩報も、その多くが、党機関紙発行会社が子会社として設立したものである。主要な新聞は、党機関紙を中心に新聞発行集団を形成し、党機関紙が人事や論調までを管理している。

また新聞の管理体制が新聞の発展を阻害している。中央レベル、地方省レベル、市レベル、県レベルと等級に分けられ、中央レベルは国家新聞出版総署、地方では地方省の新聞出版局が管理し、この管理体制を越える全国的な都市報の形成は不可能で、影響力は当該地域に限られる。

(2) オーディエンスのメディア接触の変化

メディアの改革により誕生した新興の活字メディアや省級の地方テレビの衛星化、さらにインターネットの普及といった多メディア化によって、オーディエンス（視聴者・読者）のメディア接触が大きく変化した。この点が、北京・上海・広州で実施した定量調査で明らかになった。また北京・上海で行った定性調査では、党機関紙などの官製メディアへの忌避やネットメディアへの信頼と不信という、相反する感情が多く語られ、オーディエンスが能動的にメディアを受容している実態が明らかになった。

(3) 議題設定機能を持たないメディア

「出版管理条例」第3条で「社会主義のために服務するとの方向を堅持し、マルクス・レーニン主義、毛沢東思想と中国の特色ある社会主義理論を導きとすることを堅持しなければならない」と規定されている。都市報ではこうした枠組みから一歩外に出ている

が、条例は、内容面についても国家の安全、民族、宗教問題、社会の安定に関わるテーマについて報道を禁じている。また内部規定によって、内政、外交、突発的な事件についての報道規制も敷かれ、事後検閲の制度も張り巡らされている。

「このような報道方式では中央が要求する世論への積極的な影響と誘導という目標を達成することもできない」「国際世論との競争においても常に受け身の立場に立たされる」と批判する研究者もいる。

2002年暮れから2003年に発生した新型肺炎（SARS）事件では国民の知る権利が無視され、メディアの要求にも関わらず、感染の発生から患者の診断、治療までほとんど“機密”扱いされ、国際社会での中国イメージは大幅に低下した。本研究はこうした問題が発生する背景を明らかにした。

SARS事件ではその後半中国政府も情報の公開に動いたが、2008年3月のチベット暴動事件では、従来通りの報道規制を行い、メディアは“失語症”症状を繰り返した。

大都市では、4-5種類の都市報がしのぎを削っているが、内容面では同工異曲の感を拭えない。競争は販売や広告面で現れ、各地で価格の引き下げ競争や景品付きの販売が問題化している。以上、国内の大衆や世界の関心を集めるニュースにおいて沈黙を強いられる都市報が主流媒体の役割を演じることは不可能に近いことを明らかにした。

(4) 時事問題専門誌の創刊と挫折

齊愛軍（2005年）は主流媒体の特徴として、①現に発生し形成されようとする歴史に深い関心を持ち記録する②基本的な風格として理性観察、建設性を出発点とする③社会に対する深い関心と価値判断を内容訴求の重点とする——の3点を挙げ、「新進のニュース週刊誌創刊は、こうした目標によって設

定された」と時事週刊誌創刊の背景を分析する。実際、20世紀末には『中国新聞週刊』、『瞭望東方週刊』、『新民週刊』、『新週刊』などの時事問題専門週刊誌が創刊された。

だが、時事問題誌は、読者層の設定、価格設定、広告の掲載状況などからみて、中間層の中の上層、富裕層をターゲットにしたものであり、決して大衆の世論を汲み取った「輿論」を代表する論調を掲載しているものでもなければ、大衆の意見表明の場にもなっていない。むしろ経営の安定のため、高級車や高級嗜好品、高額商品、ファッションの広告を獲得し、高級紙の体裁を保とうとしている。その発行部数は公開されていないが、10万部から20万部程度にとどまっていると見られている。

メディアの特性として、齊愛軍の言うように「輿論監督」に力を入れているが、他方、社会の上層である読者の趣味や実益に合わせた編集姿勢が読み取れる。

また新聞同様、時事問題週刊誌も当局の管理の下に置かれ、創刊当初から様々な規制を受けてきた。例えば『三聯生活週刊』はSARS事件の最中、知る権利の拡大を訴える論調の記事を掲載して、当局の批判を受け、編集方針を転換したといわれる。

姚君喜(2008)は、多元化社会のメディアは必ずしも利益の調整機能を果たさず、むしろ特定の階層の利益を代表して、情報弱者をさらに抑圧する方向に作用するケースが多いと指摘する。コミュニケーションギャップや文化の周縁化現象、さらには各セクター間の断裂や衝突、“失語症”現象を引き起こす。時事問題誌は社会の上層のメディアであって、「輿論」を反映する場ではない。販売は全国規模が建て前であるが、実際には地域的な販売にとどまり、社会の上層の利益を代表するメディアとなっている。以上のように、

時事問題誌も「輿論」を形成するメディアとしての機能を発揮できない状況にあることが明らかになった。

(5) 大衆世論を担うインターネット論壇

当局の管理体制の下にあって、「輿論」形成機能を持たない伝統メディアに代わって“主流媒体”の機能を果たしつつあるかに見えるのが、インターネットメディアである。インターネットの特色として、双方向性にあり、大衆が情報を発信したり、意見表明を行ったりする場になっている。

2007年末にはウェブサイトの数も150万を超え、ブロガーは1億人に迫るといふ。

インターネットを通して、高官の腐敗問題に対する内部告発や行政に対する批判の書き込みなどが、社会的な反響を呼び、伝統メディア以上に情報発信機能、政府に対する監督機能の役割を果たすケースも出ている。しかし、あくまで個別のケースであり、ニュースメディアとして、組織的に、継続的にそのような役割を果たしているわけではない。しかも、中国政府は、ニュースメディアとしてのインターネットには様々な規制も加えている。ニュースサイトの編集者には記者としての取材証を与えず、しかも伝統メディアから編集者を迎えることになっている。したがって、ニュースサイトに掲載される記事は、伝統メディアおよびそのサイトからの転載ということになる。

(6) 愛国主義に傾斜するインターネット

インターネットのニュースサイトも商業メディアである。大衆の注目を浴びるニュースを掲載して、アクセス数を増やし、広告媒体としての価値を高めなければならない。全国の新聞、テレビおよびそのサイトから大衆の興味を持つ話題、ニュースを転載し、それに対する読者の意見の書き込み欄(論壇)を設けて、読者を引き付け、商品価値を高めている

る。

インターネットとしての利点は、①双方向性メディアとして論壇を持つこと②速報性があること③地域割りの都市報、テレビと違って全国のメディアであること④取材コストがなく、無料で提供できること⑤論壇は匿名であり、その主張は無責任になりがち——といった点にある。

伝統メディアにおいては、様々なニュース報道に対する制約から、愛国主義をめぐる報道が一つの大きな“売り”になっているが、インターネットメディアは、その傾向をさらに強め、全国の新聞からより過激な論調を転載する。その結果、論壇には排外的な意見が広がることにつながる。2005年の反日デモ、2008年の反仏デモの発生はいずれもインターネットや携帯電話という新しいメディア抜きには語れない。しかし、インターネットは専門組織として自らの責任で情報を取材し、編集し、発信する機能を持たない。匿名の下に、無責任な情報や言論を発信するケースも目立つ。伝統メディアが議題設定機能や大衆世論を表明する場を持たないため、インターネットが大衆の感情である「世論」表明の場になっているが、それはパブリックオピニオンとしての「輿論」表明の場になっていない。インターネットにおける世論形成の問題点は、本研究の主たる対象ではなく、今後の問題として扱いたい。

参考文献

汪 凱『転型中国 媒体、民意与公共政策』（復旦大学出版社、2005年）
戴元光『社会転型与傳播理論創新』（上海三聯書店、2008年）
姚君喜『社会転型傳播学』（上海交通大学出版社、2008年）
張国良『社会転型与媒介生態実証研究』（上

海交通大学出版、2007年）

張殿元『中国報業傳媒体制創新』（南方日報出版社、2007年）

齊愛軍『新時期新聞週刊の生存与發展』（山東人民出版社、2005年）

佐藤卓己『輿論と世論』（新潮社、2008年）

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計11件）

① 渡邊浩平「変化する中国メディアと企業の対応」（査読なし）『グローバル経営』日本在外企業協会、2009年2月号、12-15

② 渡邊浩平「どこまで進むかテレビの中台合作」（査読なし）『ジャーナリズム』2009年1月号、朝日新聞社、4頁

③ 渡邊浩平「中国メディア・情報革命の実態」（査読なし）『GALAC』2008年11月号、NPO法人放送批評懇談会、30-33頁

④ 高井潔司「際立った日中の報道ギャップ」（査読無し）『新聞研究』2008年11月号、日本新聞協会、22-25頁、2008年11月

⑤ 高井潔司、「緑色五輪から紅色五輪に」（査読なし）、『外交フォーラム』2008年8月号、都市出版、16-20頁、2008年8月

⑥ 高井潔司「『和諧社会』建設構想から見た第17回党大会」（査読あり）『問題と研究』、2008年1-3月号、台湾国立政治大学国際関係研究センター、21-19頁、2008年3月

⑦ 諏訪一幸「中国共産党の党内選挙制度」（査読あり）『メディア・コミュニケーション研究』第54号、2008年3月、北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院、61-77頁

⑧ 高井潔司「第9章マスメディア」『中国総覧』2007～2008年版、ぎょうせい468-474頁、2008年

⑨ 渡邊浩平「アイドルのつくり方 - 党のメディアの商業路線 -」（査読なし）『変

わるテレビ・変わる日中関係』平成 18
年度外務省日中知的交流支援事業報告
書、62-74 頁、2007 年 3 月

⑩ 高井潔司、「日中関係的改善与媒体——回
顧2006年日本媒体的中国報道」(中国語、査読
なし)、『中国伝播』2007 年第 1 期、3-6 頁、
2007 年1月

⑪ 諏訪一幸「胡锦涛時代の幹部管理制度」
(査読あり)『国際政治』145 号、2006 年 8
月、日本国際政治学会、109-125 頁
〔学会発表〕(計 3 件)

① 渡邊浩平「広報の視点から中国メデ
ィアの変化を読む」日本広報学会、
2008 年 10 月 26 日、北海道大学

② 高井潔司「CCTVチャンネル9の現状と課
題」『第17回JAMCOオンライン国際シンポジ
ウム』(主催：財団法人放送番組国際交流セ
ンター)、2008年2月1日～29日

③ 高井潔司「社会主義市場経済下におけるメ
ディアの変容」アジア政経学会東日本大会、
2007年5月26日、学習院大学
〔図書〕(計 11 件)

① 高井潔司「中国の愛国主義的世論の舞台
裏」『中国情報ハンドブック』21 世紀中国総
研編、108-127 頁、蒼蒼社、2008 年 7 月

② 高井潔司「中国・香港」『日本新聞年
鑑』電通81-82、電通、2008年

③ 高井潔司、藤野彰、遊川和郎共編著
『現代中国を知るための50章』明石書店
、2008年、高井：3-23, 40-48, 60-70, 129-134
,187-190,230-233、遊川：82-86,118-122,
135-138,155-159,162-186,212-216

④ 高井潔司「第9章マスメディア」『中国総
覧』2007年～2008年版、ぎょうせい、468-
478頁、2008年

⑤ 遊川和郎 経済、企業・ブランドの項
担当『中日辞典新語情報篇』小学館、全
633頁、2008年

⑥ 渡邊浩平『変わる中国 変わるメデ

ィア』講談社、234頁、2008年

⑦ 高井潔司、『日中関係の改善とメディア—
友好から戦略互惠関係へ』中日コミュニケーシ
ョン機構、216ページ、2007年3月

⑧ 高井潔司「中国・香港」『日本新聞年鑑
68~69 頁、電通、2007 年

⑨ 遊川和郎『中国を知る』日本経済新
聞社、215頁、2007年

⑩ 高井潔司『日中関係とメディアの役割—日中
コミュニケーション学のすすめ』中日コミュニケー
ション機構、153ページ、2006年5月

⑪ 高井潔司「中国メディアの変容と『中国世論
』の展開」(共著)渡邊光一編『マスメディアと国
際政治』南窓社、全254ページ、132-153頁、
2006年1月

6. 研究組織

(1) 研究代表者

高井潔司(TAKAI KIYOSHI)

北海道大学・大学院メディア・コミュニケー
ション研究院・教授

研究者番号：20312407

(2) 研究分担者

諏訪一幸(SUWA KAZUYUKI)

静岡県立大学・国際関係学部・教授

研究者番号：50374632

遊川和郎(YUKAWA KAZUO)

北海道大学・大学院メディア・コミュニケー
ション研究院・准教授・

研究者番号：40312409

渡邊浩平(WATANABE KOHEI)

北海道大学・大学院メディア・コミュニケー
ション研究院・准教授

研究者番号：50333638

(3) 連携研究者

なし