

中国メディアの「世論監督」機能の実践

『南方週末』の党に対する「世論監督」機能の実施を事例に

王 冰

人社・国際日本研究専攻

問題意識

中国メディアの「世論監督」機能:

党及び社会の不正に対して、メディアが批判・チェック機能を果たすものである

- 党のメディアの「世論監督」機能に対する規制

- ① 「プラス宣伝を主とする」方針

- ② 党は報道責任者の更迭・解任などの強圧的統制によって、党に対する「世論監督」機能の実施を妨害する

- メディアが党の規制に抵抗している

2011年7月に浙江省温州市で発生した高鉄衝突事故をめぐる党の報道規制に対して、メディアが反発した

問題の所在

- ① メディアが「世論監督」機能の実践過程において、いかに党に抵抗しているのか
- ② どのように党に対して同機能を実施しているのか
- ③ なぜ党に実施できているのか

本研究はメディアの党への抵抗に注目し、メディアの党に抵抗する実態、党に対する「世論監督」機能の実施状況及び実施戦術について考察する

『南方週末』を事例とする理由

- ▶ 同紙が中国メディア「世論監督」機能の実践において最も影響力を持つ報道機関である
- ▶ 同紙の辛辣な批判口調及び「異地監督」と呼ばれる報道手段が全国の報道機関の手本となり、学界から「『南方週末』現象」として注目を集められている(孫、2003)

議論の展開

- メディアによる党への抵抗という視点から、メディアの党に抵抗する主体的役割について考察する

これまでの研究は、中国メディアの役割の過小評価に陥る

- 『南方週末』の実施対象を党政幹部、非党政幹部に、実施内容を党政幹部の不正・非党政幹部の不正に分類し、実施対象毎、実施内容毎の差異に注目し議論を展開する

これまでの研究は同紙の党に対する「世論監督」機能実施の状況を考察対象とするものは少ない

記事の抽出及びコーディング

- 記事の抽出

『南方週末』の1997年から2010年までの各号の第1面トップ記事(表4-1を参照)

- コーディング

- ① 記事のカテゴリー化

「世論監督」記事・政治宣伝記事・一般記事

- ② 「世論監督」記事に対するコーディング作業

①記事のカテゴリー化

- 「世論監督」記事

第1に党と国家の権力機関及び幹部の不正行為、第2に社会の各不正、社会問題を暴露、批判する内容を判断基準とする

- 政治宣伝記事

天安門事件以降、党が提起し続ける「プラス宣伝を主とする」方針を判断基準とする

具体的に、党の理論、綱領、路線及び政策、党指導者の活動、発言、党の偉業、社会領域の業績などのプラス面に対する政治宣伝の意味合いを持つ記事

- 一般記事

上述した2カテゴリー以外の記事。社会の一般的な出来事に対して客観的に、中立的に記述する記事を指す

②「世論監督」記事に対するコーディング

- 実施対象
- 実施内容
- 実施手段
- 批判意見代弁の身分
- 記事ソース
- 不正発生原因
- 改善意見
- 引用資料

表4-2を参照

メディアの党への抵抗

「プラス宣伝を主とする」方針に対するメディアの抵抗

- 党がメディアに対して、「世論監督」機能より党に対する政治宣伝機能を優先しなければならないと規制した
- 党の規制に対して、メディアがいかに抵抗している
「世論監督」記事と政治宣伝記事の比率を比較する(表4-3)
 - 『南方週末』は政治宣伝機能より「世論監督」機能を大いに重視していることが分かった
 - 一方、「世論監督」記事数が全体的に減少している傾向にある(図4-1)

党に対するメディアの「世論監督」機能の実施

実施対象毎(党政幹部・非党政幹部)の差異及び実施内容毎(党政幹部の不正・非党政幹部の不正)の差異に注目する

- 実施対象の分布(表4-4)

党政幹部(94.8%)・非党政幹部(44.9%)

一方、党政幹部を実施対象とする「世論監督」記事数が全体的に減少している傾向にある(図4-2)

- 実施内容の分布(表4-5)

党政幹部の不正(90.4%)・非党政幹部の不正(66.5%)

一方、党政幹部の不正を実施内容とする「世論監督」記事数が全体的に減少している傾向にある(図4-3)

党に対するメディアの「世論監督」機能の実施

- 実施手段の分布(表4-6)

党政機関による実施(45.2%)

非党政機関による実施(72.7%)

党政幹部・党政幹部の不正を批判する場合、一般民衆による摘発などの非党政機関による実施手段の利用がより重視される傾向にある(表4-7)

- 批判意見代弁の身分(表4-8)

党政幹部による批判意見(44.4%)

非党政幹部による批判意見(88.3%)

党政幹部・党政幹部の不正を批判する場合、一般民衆や学者・専門家及び弁護士などの非党政幹部による批判意見の代弁がより重視される傾向にある(表4-9)

党に対するメディアの「世論監督」機能の実施

- 記事ソースの分布(表4-10)

自社記事(89.8%)・他社記者による記事(9.7%)・『人民日報』、新華社の記事(0.5%)

党政幹部・党政幹部の不正を批判する際、メディアの独自取材に基づく自社記事の掲載がより重視されている傾向が顕著である(表4-11)

- 不正発生原因の分布(表4-12)

党による原因(42.3%)・党以外による原因(18.4%)

党政幹部・党政幹部の不正を批判する場合、党政策の欠陥などの党による原因の指摘がより重要視される傾向が顕著である(表4-13)

党に対するメディアの「世論監督」機能の実施戦術

- 改善意見の提示

2000年より、改善意見の提示が重視される傾向は顕著である(図4-4)

党に関する改善意見(22.6%)

党以外に関する改善意見(6.6%)(表4-14)

党政幹部・党政幹部の不正を批判する場合、改善意見の提示がより重視される傾向にある同時に、党に関する改善意見を提示する戦術がよく利用されることが明らかとなった(表4-15)

この戦術利用の目的は、メディアが党に対して党の政策改善に建設性のある姿勢を見せ、党を批判する政治的リスクの軽減を図ることであると考えられる

党に対するメディアの「世論監督」機能の実施戦術

- 資料の引用

資料引用のある「世論監督」記事の割合が73%までに達している(表4-16)

党発行の資料(68.5%)・党発行以外の資料(4.0%)

党政幹部・党政幹部の不正を批判する際、資料の引用がより重視される傾向にある同時に、党発行資料の引用という戦術がよく利用されることが明らかとなった(表4-17)

メディアにとって、党意思の反映とされる党発行資料の引用が党を批判する政治的正当性の獲得を図る策略であると考えられる

メディアの「世論監督」機能実施の実態

- メディアの党への抵抗は、メディアが党に対する政治宣伝機能より、党の不正を批判する「世論監督」機能の実施を重視しているものである
- メディアの「世論監督」機能の実践において、党を批判するものが中心としている
- メディアの党に対する「世論監督」機能の実施が弱体化している傾向が顕著である
- メディアは党を批判する同時に、党に関する改善意見の提示をより重要視している戦術を利用する
- メディアは党を批判する同時に、党発行資料の引用をより重視している戦術を利用する

メディアの「世論監督」機能実施の限界

- 行政職位の高い党政幹部を批判するには限界がある(表4-4)
- 行政職位が高い党政幹部ほど、一般民衆などによって批判を実施されることが困難となる(表4-18)

ご清聴、どうもありがとうございました。

