

中国政治・メディア研究の最先端

中国政治・メディア実証研究会ニュースレター2026年8月号

概要

本号では、2026年8月に公開された英語論文から、中国政治・メディアの実証研究にとくに有用な15本を紹介する。宣伝映画の娯楽化、宣伝との心理的共鳴、オンライン請願、官僚制内部における情報流通、微博での転覆的増幅は、権威主義的コミュニケーションの到達と応答を測定する材料となる。あわせて、ショート動画プラットフォームの抖音におけるネットワークの凝集性、社内AI、抗議運動の言説誘導、戦狼外交と気候外交、小紅書の検索エンジン化、フィードの公正ラベル、吸収的検閲を取り上げ、国家・メディア・プラットフォーム・公衆の相互作用を多様なデータと方法から捉える。

一 国家・情報・デジタル統治

1. When propaganda resonates

Xiaoxiao Shen | *Political Psychology* | 2026-08-02 | [10.1111/pops.70181](#)

中国を事例に、複数回のサーベイ実験、著者が開発したニュースアプリを用いた仮想実験、国営メディアのテキスト分析、現地インタビューを組み合わせ、宣伝が心理的欲求とどう共鳴するかを検討する。所属欲求、自尊感情の維持、中核的価値の表明に訴える宣伝は、その欲求が強い人ほど効果的だが、一般向けの心理的訴求だけでは十分でない。宣伝の効果を、内容や到達範囲だけでなく、受け手の動機との対応から捉える研究である。

2. Entertainment as Trojan Horse: Voluntary Consumption of Propaganda in China

Hanzhang Liu, Linan Yao | *Political Communication* | 2026-08-13 | [10.1080/10584609.2026.2701201](#)

現代中国の新しい世代の宣伝映画を対象に、観察データと事前登録したサーベイ実験を用いる。娯楽的な要素は、もともと宣伝に触れたがらない層でも視聴を促し、娯楽と政治的教化が編み込まれている場合には、それが教化だと認識されても受容されやすい。権威主義体制が、娯楽を媒介にして宣伝の自発的消費を生み出す条件を示す。

3. Rising Engagement and Substantive Responsiveness: 13 Years of Online Petitioning in China

Matt DeButts, Tongtong Zhang | *The China Quarterly* | 2026-08-05 | [10.1017/s0305741026102550](#)

全国最大級のオンライン請願窓口「領導留言板」に2011年から2024年に寄せられた400万件超の訴えを分析する。習近平期に請願件数は約12倍、利用者は約5倍に増え、地方政府の実質的な応答も拡大した。東部の都市部市民を中心に、請願内容も住宅関連の訴えや、党委書記へ向けた戦略的な訴えの増加が目立つ。電子請願を通じた市民と国家の長期的な相互作用を示す研究報告である。

4. How patronage communicates: information campaigns and government responsiveness in China

Haemin Jee, Kaiping Chen | *Political Science Research and Methods* | 2026-08-06 | [10.1017/psrm.2026.10112](https://doi.org/10.1017/psrm.2026.10112)

官僚制内部の情報流通が、公式階層に埋め込まれたパトロン・クライアント関係によってどう構造化されるかを、中国の情報キャンペーンと政府応答から検討する。庇護関係は、上向きの情報伝達と下向きの応答を左右し、監視だけでは捉えにくい官僚内コミュニケーションの経路を明らかにする。権威主義体制における情報と応答性の実証研究である。

5. Freedom of Sexual Expression Under Absorptive Censorship in China

Ge Chen | *Human Rights Quarterly* | 2026-08-03 | [10.1353/hrq.2026.a997254](https://doi.org/10.1353/hrq.2026.a997254)

中国法における性的表現規制を、政治的ポルノ、商業的ポルノ、そして周辺の性関連コンテンツという三つの層を通じた、「吸収的検閲 (absorptive censorship)」モデルとして提示する。海棠事件は、道徳的規制と政治的規制が一つの弾力的な体系へ収束する過程を示す。性的表現を個人の自由から政治的安定と市場規律の問題へと再配置する法的メカニズムを論じる。

二 メディア、ジャーナリズム、政治コミュニケーション

6. Authoritative Yet Conditionally Cohesive: The Cohesion Dynamics of Journalistic (Non-) Authority on Chinese TikTok (Douyin)

Peng Xiao, Wen Shi, Yangkun Huang | *Journalism & Mass Communication Quarterly* | 2026-08-31 | [10.1177/10776990261469101](https://doi.org/10.1177/10776990261469101)

抖音の推薦システムが、国家系メディアと非国家系メディアの周囲にどのような凝集性を生むかを、エージェントベース・テスト（agent-based testing）と時系列ネットワーク分析で検討する。国家系メディアの凝集性はニュースに支えられる一方、非国家系の凝集性は非ニュース・コンテンツに依存しやすい。アルゴリズム的キュレーションの下で、ジャーナリズムの権威が条件付きで形成される過程を示す。

7. Building the oracle: power, culture, and the organizational domestication of In-house AI in Chinese newsrooms

Hongyi Bai, Zhouyi Yao | *Chinese Journal of Communication* | 2026-08-03 | [10.1080/17544750.2026.2712458](https://doi.org/10.1080/17544750.2026.2712458)

中国の報道機関が導入する社内大規模言語モデルの帰結が報道機関ごとになぜ大きく異なるかを、比較事例から検討する。ニュースルームを単一の技術導入現場ではなく、権力と文化が交錯する慣らし (domesticate) の場として捉える。AI は効率性を高める道具であるだけでなく、編集判断や組織内抗争を通じて選択的に慣らされていくと論じる。

8. Discursive channeling: evidence from newspaper responses to anti-waste incineration protests in China

Jingping Liu, Chi Shun Fong | *Chinese Journal of Communication* | 2026-08-10 | [10.1080/17544750.2026.2711048](#)

中国の廃棄物焼却施設建設反対運動に対する新聞報道を対象に、公式言説を敵対的か同情的かの二項対立を超えて再整理する。同情的な公式言説は抗議運動を促進するだけでなく、不満を管理可能な水路へ誘導する「言説的チャンネル化」としても働く。権威主義体制における抗議運動に対する統制を、弾圧だけでなく言説の誘導から捉える。

9. News is Becoming Similar? A Diachronic Text Mining Exploration of News Convergence in Chinese Media

Junheng Qian, Zhi-Jin Zhong | *Journalism Studies* | 2026-08-31 | [10.1080/1461670x.2026.2719575](#)

主要中国メディア 4 社の投稿 607,871 件をテキストマイニングし、国内向けと対外向けニュースがそれぞれいかに収れんしているかを測定する。中国のメディア・システムは二つのコミュニケーション戦略を同時に運用しており、国内向けと対外向けでニュースの類似性は一様ではない。大規模時系列データから、ニュースが収れんする程度と条件を実証する。

10. Generative Logic and the Mediatization of Politics: Deepfake Parodies and Political Reinterpretation in China

Tianru Guan, Wenhui Guo, Yilu Yang | *Journalism & Mass Communication Quarterly* | 2026-08-15 | [10.1177/10776990261471547](#)

中国のネット空間で外国政治家の顔を重ねた生成 AI パロディを分析し、政治のメディア化理論を「生成論理」の観点から拡張する。こうした映像は、外国政治を国内向けに再解釈し、娯楽と風刺を通じて政治的意味を流通させる。西洋民主主義を前提としたメディア化論を、権威主義的ネット空間へ開く試みである。

三 プラットフォーム、公衆、抵抗

11. Subversive Amplification: Online Dissent and the Limits of Information Control in China

Christian Göbel | *The China Quarterly* | 2026-08-28 | [10.1017/s0305741026102562](#)

2022 年ウルムチ住宅火災後の二日間に投稿された微博メッセージ 274,721 件を用い、白紙運動に先行したオンライン抗議への動員と不満の表出を分析する。公式発信の失敗が潜在的な不満を怒りに駆り立て、ハッシュタグへの集中的な関与が批判的内容の可視性を高める「転覆的増幅 (subversive amplification)」が生じる。ただし、オピニオン・リーダーが不在のため、不満は断片化したままで収束しにくい。

12. “Fairness Labels” in Feeds: Process Disclosures, Provenance, and User Choice Among Short-Video Creators in Mainland China

Dandan Liu, Guangrui Fan | *Social Media + Society* | 2026-08-25 | [10.1177/20563051261475922](https://doi.org/10.1177/20563051261475922)

中国本土のショート動画制作者 1,154 名を対象とするモバイル実験で、フィード上の「公正ラベル」（過程開示、来歴表示、選択の余地）が手続的正義や正当性の認知を高めるかを検証する。複合的な公正開示は認知を改善し、発行主体や開示の深さによって効果は変わる。アルゴリズム的可視性の統治を、制作者側の公正感覚から測定する研究である。

13. Social media as search engines? Manufactured usefulness and the rise of RedNote in mobile search

Shangwei Wu | *Big Data & Society* | 2026-08-04 | [10.1177/20539517261473356](https://doi.org/10.1177/20539517261473356)

小紅書が検索エンジン代わりに使われる現象を、「製造された有用性」という概念で捉える。有用な投稿は利用者、プラットフォーム、広告主の協働によって構築され、ユーザーの検索行動そのものを変える。中国のモバイル検索がソーシャルメディアへ移行する過程を、プラットフォーム研究として整理する。

四 国際コミュニケーションと戦略的ナラティブ

14. Being seen or being endorsed: Institutional and individual voices in China’s public diplomacy on Twitter

Fangyuan Che, Qian Qin, Linjiang Guo | *International Political Science Review* | 2026-08-25 | [10.1177/01925121261475523](https://doi.org/10.1177/01925121261475523)

中国の「戦狼」外交を Twitter 上の組織アカウントと外交官個人の発信から分析する。大規模言語モデルによるスタンス検出とネットワーク分析を組み合わせ、可視性と支持は一致しないと論じる。組織アカウントは戦狼的語りで注目を集めうるが、支持へは結びつきにくく、個人アカウントの方が支持を得やすいという構造的逆説を示す。

15. China’s mediated public diplomacy on climate change: Cross-media dynamics between Chinese, US, and UK news outlets

Wodong Guo, Zhong Zhang | *Journalism* | 2026-08-12 | [10.1177/14648849261475851](https://doi.org/10.1177/14648849261475851)

2020 年から 2025 年の中米英報道コーパスを計算社会科学的手法から分析し、中国の対外ニュースが気候問題の顕在性をどこまで形成しうるかを検討する。中国の気候コミットメントは外国報道で認知されやすい一方、中国の行動に対する評価は中国側の発信から相対的に独立している。争点の性質が媒介的パブリック・ディプロマシーの効果を左右すると論じる。