

第1回 中国メディア研究会

現代中国のメディアとその受容—制度・市場・オーディエンス—

2020年9月18日（金）13:00～15:30

政治経済学会 第11回研究大会 <自由企画> オンライン

日本の学术界、ジャーナリズム界を問わず、習近平政権によるメディアの言論統制が強化されているという認識がある。以上の認識は、中国のメディアが、中国共産党の上から下のトップダウンによって容易に影響されうるものであるという前提に立っている。確かに、中国共産党は「党管媒体（党によるメディア管理）」を主張し続けている。党による管理は人事・経営・編集に及び、ニュース・メディアは「党の喉舌」として政治宣伝の役割を担っている。しかし、中国のメディアが容易に影響されうるものとしてとらえることは、現代中国のメディアとその受容を単純にとらえすぎているのではないか。

1978年に始まった改革開放以降、メディアは政治経済環境の変化とあわせてボトムアップの要求によっても変化を続けてきたとみるべきである。その一つがメディアの商業化によって深まる読者志向である。例えば、メディアの企業化経営によって都市住民向けの新聞である「都市報」が発行されるなどメディアに多様性が生じ、ジャーナリズム精神が叫ばれるようになった。さらに、情報環境の発達によってオーディエンスは自律性を持ち、自らの要求をSNSによって表明できるようになった。この結果、メディア政策は人々の要求に応えるように不断に変化し、政策同士が矛盾する事態も生じている。したがって、習近平政権下における統制の強化と人々の要求のせめぎ合いの結果として、現代中国のメディアとその受容を捉える必要があるのではないだろうか。

以上、現代中国メディアとその受容を各専門分野から議論し、若手による中国メディア研究者の交流を発展させる機会につなげていきたい。

プログラム

13:00～13:05 趣旨説明

13:05～13:30 報告：工藤 文（早稲田大学）「中国の新聞所有の曖昧さ—新聞管理制度の変遷から—」

13:30～13:55 報告：于 海春（早稲田大学）「党国体制下における新聞の商業化—地域比較の視点から—」

14:00～14:25 報告：上村 陽子（大妻女子大学）「中国における日本製化粧品広告とその受容—能動的なオーディエンスに着眼して—」

14:25～14:50 報告：王 冰（北海道大学）「中国の「自媒体」によるエンパワメントと市民社会への示唆—2018年の欠陥ワクチン事件を事例に—」

15:00～15:30 全員で討論