

博士学位論文 概要書

権威主義体制における党と新聞－中国の新聞所有制度の時系列的分析－

早稲田大学政治学研究科 工藤文

本研究の目的と問題意識

本研究の目的は中国の新聞所有制度の時系列的分析を通じて、党の新聞統制のメカニズムを明らかにすることである。以上から権威主義体制の持続を考察する。改革開放以降、商業化が進展した現在でもなぜメディア統制は続いているのか。中国では1978年以降、企業化経営に始まり市場競争の激化やメディア・グループ化など商業化が進展した。しかし、商業化が進展した現在でも、研究者の予測通りには自由化・民主化は生じなかった。そこで、中国マス・コミュニケーション研究において、2000年以降コミュニケーションの批判的政治経済学的アプローチ（以下、政治経済学）が、権力と市場の相互作用を明らかにするアプローチとして用いられるようになる。しかし、これらの先行研究は党がメディアに対して直接かつ明示的に権力を行使している点に着目したため、党が政治・経済環境に適応できる万能な主体であることを強調するに至った。そこで、本研究は先行研究が、党が人事・編集・経営を統制する「党がメディアを管理する原則」を研究における所与の前提として党のメディア統制を論じている点を批判した。先行研究は党のメディア統制メカニズムを明らかにしておらず、また政治経済学の理論的發展をも妨げてきたと言える。以上の批判に基づき、本研究は「党がメディアを管理する原則」に代わり中国共産党が独裁体制のジレンマに直面していることを研究の前提に置いた。1949年から2018年を対象に、主管・主辦単位制度を実質的な所有を決定づける制度として位置づけ、政策分析、事例分析、内容分析を行った。以上の分析を通じて所有制度の構築からコンテンツに至るまでの党の支配を正統化するメカニズムを明らかにし、権威主義体制の持続を考察した。

本研究の貢献

本研究の貢献は政治経済学を中国に応用することの問題点を明らかにするとともに、政治経済学が中国における党の権力を明らかにするためのアプローチとして意義を持つことを示したことである。本研究の政治コミュニケーション研究と中国政治研究に対する貢献は以下の5点にまとめられる。第1に、本研究は中国特有の所有を多層性から捉えるとともに、所有制度として主管・主辦単位制度を指摘した。これによって、所有を通じたメディア統制という政治経済学の問題関心を非民主主義国家においても論じることの出発点とした。第2に、「党がメディアを管理する原則」が維持されてきたメカニズムとして、党は過去の制度に依拠しながら所有制度として主管・主辦単位制度を発展させてきたことを明らかにした。この上で党が経路依存に陥ったことを示し、党の権力の脆弱性を指摘した。第3に、本研究は党が主管・主辦単位制度を通じた資源の配分によって新聞に対する取り込みを行ってきたことを明らかにした。本研究が党のメディア統制を理論的に論じたことで、本研究

から得られた示唆を将来比較研究へとつなげることが可能となる。第4に、本研究は内容分析を行い、新聞が党の統制を受け入れた結果、権力を脱政治化してコンテンツに反映させていることを明らかにした。本研究の分析手法は、党の支配を人びとが日常の中で受け容れていくことを実証する手法として政治コミュニケーション研究と中国政治研究を結びつける可能性を持つ。以上の成果から、第5に政治経済学が権力と市場の相互作用としての分析アプローチにとどまらず、党の支配を正統化するメカニズムを明らかにする視点を提供していることを示したことが本研究の貢献である。本研究の分析の経緯は以下の通りである。

各章の概要

第1章では本研究の理論と仮説を示した。「党がメディアを管理する原則」から導き出される理論モデルに対して、本研究は「配分上の統制」の概念に基づき理論モデルを構築した。本研究はこの理論モデルに基づき、党が資源としての外部アクターの排除と包摂を所有制度に基づき決定することでメディアを取り込み、権力がコンテンツに作用する過程を捉えた。以上の理論モデルに基づき本研究の仮説を次のように導き出した。商業化以降、党は新聞の所有制度を発展させ、党と新聞のパトロン・クライアント関係を形成した。この結果、新聞は権力を脱政治化してコンテンツに反映する。仮説を明らかにするためのサブ仮説を3つ設定し、それぞれの仮説を検証するための観察可能な含意を提示した。

第2章では、商業化は新聞社に外部アクターの資本を包摂する要求を生み出し、党の一元的な新聞管理に変化をもたらすことで党が所有制度を構築する圧力となったことを明らかにした。二次資料を用いて新聞管理モデルの変遷を次のようにまとめた。中華人民共和国成立後から1956年までに民営新聞は公私合営化を経て公営化される。文化大革命期の終了に至るまで、党による直接的な新聞管理が行われ管理と所有は同一視された。改革開放以降は編集と経営を分けて管理するモデルへと転換する。国家財政のひっ迫に伴い新聞社の企業化が進められ市場競争が激化したことで新聞社は外部アクターによる投資を求め続けてきた。とりわけ、メディア・グループ化政策は新聞社に十分な経済利益をもたらさなかったため2001年の17号文献の制定につながった。これらの管理モデルの分析から、本研究は中国の新聞所有の特徴として多層性を提示した。新聞所有の多層性は、新聞の所有が資本・管理・ライセンス・イデオロギーの4つの要素によって構成されることを指す。多層性のある所有モデルは公有制すなわち人民所有というイデオロギーを守ることができるが、所有者を明確にしないことと同義であり、党が新聞を所有することは政策の中で明記されていない。

第3章では、党は新聞の所有を保障するとともに外部アクターを包摂する制度として主管・主辦単位制度を再構築したことを実証した。歴史的制度論の制度発展の理論に従い政策分析を行った。主管・主辦単位制度の構築過程を3つの時期に分けて論じた。黎明期（1949～1977年）、新聞の主管・主辦単位制度は明確に定まっておらず、実質的に党が新聞の編集・

経営のすべてを管理していた。商業化が進展した構築期（1978～2000年）、民間資本・外資による新聞の創刊などが相次いだことで主管・主単位制度を法規によって定めた。これによって、党は主管単位を党または政府の関連機関に限定することで、民間資本・外資を排除し、党が新聞を所有することを保障した。再構築期（2001～2018年）、主管・主単位制度に基づき主管単位による出資によって党が新聞を所有することを維持しながらも、国有資本による出資が51%を下回らなければ、新聞社の経営業務を企業化・上場させ、そこに外部アクターの資本が参入することを許可した。しかし、主管・主単位制度によって党の新聞所有を保障したことは同時に経路依存を生じさせた。中国において新聞の所有は主管・主単位制度に基づき、党・政府以外のアクターを排除することで党の新聞所有を保障している。それゆえ、主管・主単位制度を変更することは党の新聞所有自体を否定することになるため、党は主管・主単位制度を変更できないという状態に陥った。

第4章は制度の再構築に伴い党による新聞社の庇護（特権の付与）と党への従属による支配関係が形成されたことを実証した。パトロン・クライアント関係の理論に基づき『新民晩報』の事例分析を行い、党と新聞の関係の変化を明らかにした。黎明期、『新民晩報』は赤字財政の中、公的補助を受け入れ生き残るために自立と引き換えに党の一部門となる。構築期では、『新民晩報』は多角経営の実行、膨大な広告収入を得て経営の自立を果たす。その結果、黎明期とは反対に編集における党からの自立がみられたが、文匯新民連合報業集団の設立による新民晩報社の解体によって自立が制限される。再構築期において、党は上海報業集団の後ろ盾となりパトロン・クライアント関係を構築することとなった。具体的に、上海報業集団の利益はオンライン事業や不動産、資産運用など新聞事業以外に及び、多様な資本を取り込むことで事業拡大を続けている。第4章の分析結果から、党と新聞の関係は従属と自立を経て、主管・主単位制度の再構築によってパトロン・クライアント関係を形成するに至ったことを明らかにした。新聞にとって主管・主単位は編集・人事・経営を通じて統制する主体であると同時に、新聞の経済活動を後押しする役割を持つことになった。

第5章と第6章の分析結果から、コンテンツは党の政治問題を争点化しないとともに娯楽中心となることを明らかにした。ルークスの多次的権力観に基づき、自己検閲も商品化も新聞が党の統制を受け入れた結果であり、権力を脱政治化してコンテンツに反映させていることを明らかにした。

第5章は『新京報』の主管・主単位の変更を事例に、変更前後の記事を比較することで新聞社が自己検閲を増やし、党に配慮する傾向を明らかにした。『新京報』は2011年9月3日に北京市党委員会宣伝部の主管・主単位に変更された。変更になった記事の前後35日の社説を、フレーム理論に基づき分類し文字数の増加を比較した。分析の結果、次の3つの傾向が明らかになった。1つ目に『新京報』は党に関する問題を社説で論じないとともに、問題の原因が政府にあるように争点化して報じる。2つ目に主管・主単位変更後に中央政府に対する直接的な批判が減少し、建設的な意見を表明することで問題の解決を促すように主張する記述が増加した。3つ目に『新京報』は社説で主管・主単位を好意的に報道するこ

とは少ない。以上から主管・主単位の単位の変更は、新聞に党・政府に関する問題を争点化させない圧力として作用していると推測できる。

第6章は『新民晩報』の党からの自立を検証するために1946年から2016年を対象に内容分析を行った。『新民晩報』の本紙（自社）報道を自立、新華社報道を『新民晩報』の党に対する従属とみなし指標化した。さらに、ジャンルと地点の分類を行った。この結果、新華社の記事は政治ジャンルの国内・国外報道で一貫して高い割合を占め、独自報道は文化やスポーツの報道で顕著に割合が増えていくことが分かった。ここから、政治ジャンルでは自立が制限され、政治問題を党の公式見解のまま報じるという「無活動」が進展してきたことを明らかにした。これとは対照的に、新聞社は文化やスポーツ報道に資源を投入し、娯楽面で新聞社としての自立が進展することになった。以上から、70年間の党と新聞の関係がもたらしたものは記事の娯楽化であったことを明らかにした。ここから、中国において新聞の商品化が進展したことを論じた。

結論では、仮説を検証するとともに本研究の結論から導き出される含意を論じた。第6章までの分析によって仮説を実証し、主管・主単位の単位制度の構築からコンテンツの生産に至る一連の過程によって新聞が党の支配を正統化していると結論付けた。党は所有制度に基づいて党以外のアクターが新聞を所有することを排除し、新聞の人事・管理・編集に対して抑圧を続ける。同時に新聞が市場競争の中で資本を増強し事業を展開するために、党は外部アクターの資本を新聞に対する庇護とすることで新聞を取り込む。この結果、新聞は党の権力を脱政治化して報じることで、人々は党の問題とともに党に対する要求を認識しないまま党の支配を受け入れ、党の支配を正統化する。以上の結論に基づき中国における権威主義体制の持続を次のように考察した。現時点では党は政治・経済環境に応じて制度を変化させながら統制を継続させている。しかし、党は自らの支配を制度によって強化するとともに、制度の経路依存性によって制度の抱える問題を解決できないという問題に直面している。したがって、本研究は中国の権威主義体制は危うさを抱えたまま続いていくと結論づけた。

以上から、理論的アプローチを各国の事例に当てはめ、そのアプローチの可能性を検討することの重要性を提起し、今後の課題とした。