

中国メディアの中の 日本のイメージ

高井 潔 司

はじめに

近年、日中間において、靖国参拝問題からアジア杯サッカーでのブーイング事件、「反日」デモ事件まで、さまざまなレベルで摩擦や対立が繰り返られるようになった。しかも、それぞれの事件では、両国のメディアによる報道のあり方が問題になっている。報道が必要以上に摩擦や対立を拡大させるようになったのだ。例えば、二〇〇四年夏、中国で開催されたアジア杯サッカーでは、日本代表チームに対する中国ファンの激しいブーイングや対戦後の騒動について、日本のメディアが「反日教育の結果」と批判的に報じたのに対し、中国当局はむしろ日本のメディアによる

「新聞炒作」（ニュースの扇動）の結果であり、日本側こそ問題をさらに複雑化させたと反発した。両国のメディアによる報道自体がいまや、両国間の摩擦発生の大きな一因になっているとさえいえる。ここで見落としてならないのは、こうしたやり取りを通じて、メディアの中に相手国のマイナスイメージが形成され、それが「反日感情」や「嫌中感情」を醸成していることである。

本稿では、「中国メディアの中の日本のイメージ」を対象として分析する。その目的は、決して中国メディアだけが摩擦の原因であると指摘するためではない。日本のメディアも、もちろん摩擦の拡大に大いに作用している。「日本メディアの中の中国イメージ」は別途、論じる必要があることは言うまでもない。

一九九〇年代以降、中国のメディア環境は大きく変化している。最大の変化はメディアの大衆化と商業化である。

メディア環境の変化が当然、対日報道の内容にも大きな影響を及ぼしている。大衆メディアは中国の大衆に日本に関する情報を提供し、日本イメージの形成に大きく関わっている。日本に対する大衆の情報チャンネルが限られているからだ。しかし、他方、逆に商業メディアとして、大衆の日本イメージに合わせた報道を行うという側面もある。日本のイメージ形成は、メディアによる一方的な過程ではなく、大衆との相互作用の過程を通して進行する。また相互作用だけでなく、メディアを依然として牛耳る中国当局の意向も大きく作用する。

本稿では、まず九〇年代以降の中国のメディアの置かれている環境の変化を新聞を中心に紹介する。資料が集めやすく、調査をしやすいという側面があるからだ。また実際にマスメディアの中でも、新聞の変化がもっとも激しく、また他のメディアの報道をリードする性格を持っている。その上で、メディア環境の変化が対日報道をどう変えているか、中国メディアの現状と対日報道との関係を分析する。対日報道、対日イメージが、中国メディアの置かれている環境に大きく制約されているからだ。その上で、現在の中
国メディアで形成される日本イメージの内容を明らかにし、その改善策についても検討したい。

一 中国のメディア環境の変化

——進む商業化、多様化

中国メディアは改革・開放路線が導入される八〇年代まで、党や政府の声を代弁する「喉舌」すなわち宣伝機関と位置付けられてきた。実はその位置付けは、公式的には、現在も変わっていない。それどころか、新聞、テレビ、ラジオといったマスメディアへの参入は、外国資本はもちろん国内の民間資本も締め出されている。すべて当局が管理できる「国有」の形態に留められている。

しかし、改革・開放の進展に伴って、八〇年代から大きな変化を生じているのも事実である。変化は新聞から始まった。改革・開放によって、経済情報が重視され、これを伝える経済紙の発行が増え、市民にとって娯楽のスポーツ新聞も人気を集めた。またこの時期、新聞社の経営に独立採算制が導入されたことも大いに注目される。

さらにメディアに対して、当局の政策や方針を伝える宣伝機関ではなく、むしろ当局の不正などを監視する「社会監督機能」をどの程度認めるか、そのために「報道の自由」をどう認めるかという議論も始まり、全国人民代表大会（全人代＝国会）の常務委員会で「新聞法」（中国語の新聞とはニュースを意味し、この場合、報道と解釈すべき）の草案

作りも始まった。

一九八七年の第一三回共産党大会で趙紫陽総書記(当時)の政治報告が指摘しているように、「経済体制改革に比べ、政治体制改革のテンポが遅れて」おり、政治体制改革の重要な柱である報道改革はまだまだ遅々たる歩みに留まっていた。八九年に発生した天安門事件でも、「報道の自由」は学生・市民の掲げるスローガンの中で、最も強い要求事項の一つとなった。天安門事件は、周知のように軍事弾圧され、その結果、「報道の自由」に関する論議はタブーの状態になってしまった。「新聞法」制定の先頭に立っていた胡績偉(元人民日報社長)は解任された。

しかし、九〇年代半ばに入って、中国メディアに転機が訪れた。それは市場経済の本格的導入がもたらしたものであった。市場経済への転換に伴って、経済の高度成長が続き、それは広告需要を急増させた。中国の広告売上高は、九一年の三五億人民元(一元は約一五円)から九二年には六八億元、九三年一三四億元と、ほぼ倍々ゲームを繰り返り上げ、二〇〇三年には一〇七八億元に達している。他方、都市住民の所得の向上によって、新聞を購読する層も形成された。広告量の急増と新聞購読層の誕生は、それを掲載する新聞をはじめとするメディアの環境を大きく塗り変えることになる。新聞経営の独立採算が文字通り可能になり、さらに多くの利益を求め商業化の色合いを深めていった。

これに伴い、当局によるメディア空間の独占体制が揺らぐことにもつながる。

文化大革命の最中、四二種類に過ぎなかった新聞の数は、二千種類を超えるようになった。庶民が求める社会、経済、スポーツ、芸能、文化などの記事を満載する新聞が人気を集めるようになった。国土が広いこともあって、アメリカ同様に、主要都市で「都市報」と呼ばれる大衆紙が相次いで創刊され、夕刊紙とともに新聞発行の中心になった。また、国内政治に関する報道が依然として制限されているため、国際報道や世界で中国がどう報じられているかといった「逆輸入情報」にも関心が向けられている。

中国の新聞の代名詞のようにいわれ、依然として宣伝機関の役割を演じている『人民日報』はピーク時の六百万部台から大幅に部数を減らし、二百万部を切っている。代わって街頭の新聞スタンド販売されている各地の「都市報」や夕刊紙が売れ行きを伸ばし、新聞間の競争が激化している。都市報や夕刊紙の類は、「大報」と呼ばれる党機関紙に対し、「小報」(大衆紙)と呼ばれる。北京の代表的な朝刊紙は、『北京青年報』『京華時報』『北京晨報』『新京報』といった「小報」で、『北京青年報』は、日本のスポーツ紙を学んだといわれ、派手な見出し、カラフルな紙面が売り物。最後発の『新京報』は逆に高級紙を目指し、光明日報集団と広東の南方日報集団が地域の枠を超えて提携し、二〇〇三

年一月に創刊された。タブロイド版の落ち着いた体裁だが、かなりの苦戦を強いられ、記事の内容は徐々に他の小報に近づきつつある。すでに述べたように、独立採算制だから、それぞれの特徴を競い、発行部数と広告売り上げを競う。新聞の商業化である。市民の生活の変化と改善を受けて、新聞紙上では不動産関連や自動車特集が毎週のように組み込まれている。『北京農報』は北京市共産党委員会の「北京日報」社が発行している。一方、人民日報社では、北京市民向けに『京華時報』を発行しているほか、全国向けの国際問題紙『環球時報』を発行している。『環球時報』は国際問題とはいえ、大衆向けで、民族主義的色彩が強く、愛国主義を売り物にして、人民日報に匹敵する発行部数を誇り、同社を財政的に支えている。

筆者は二〇〇四年夏、中国最初の都市报である四川省・成都の『華西都市报』社を訪問した。同紙は『成都商報』とがっぷり四つの戦いを展開している。幹部たちの関心事は、ライバル紙との日々の戦いである。いかに広告と販売部数を獲得できる紙面を作るか、そしてどれだけの広告を獲得し、ページ数を確保するか、それが最大のポイントである。そのためには読者の関心を引き付ける派手な紙面を作り、販売部数を獲得することにある。訪問した日の『華西都市报』は二四ページ、一方、『成都商報』は不動産広告を満載して四二ページ。『華西都市报』の完敗であった。

こうした「小報」も、一方では当局の管理下にある。まず経営面では、民間資本、外国資本の新聞参入は厳しく制限されている。まず大報は、党や政府、それを取り巻く諸団体の機関紙である。その機関紙を発行する単位(新聞社)が、他方で都市报や夕刊紙などの小報を発行して、大報と小報をあわせて傘下に置く新聞発行集団を形成している。

『華西都市报』の場合は、四川省党委員会の機関紙、『四川日報』社の下にあり、『成都商報』は成都市党委員会の機関紙、『成都日報』社の下にある。といつても「親会社」ともいえる機関紙の方は、さっぱり売れず、新聞発行集団を財政的に支えているのは都市报であり、夕刊紙である。したがって、「大報」が「小報」の新聞発行の政治的基盤を保証し、「小報」が「大報」の経済的基盤を保証しているという形になっている。

内容面でも、「小報」は表面上激しい競争をしているが、二重三重に当局の管理下に置かれている。政治問題や腐敗問題などに対しては、当局が様々な通達や内部規則を設けて一定の枠をはめている。また突発的な大事故や事件も、国営新華社通信による配信記事の利用を求められている。外交についても、基本的には新華社か人民日報報道の転電に制限されており、そもそも自社の特派員を海外に派遣している「小報」は稀有である。また人事面でも、「大報」を通して、党の宣伝部門が編集幹部の人事を握っている。し

たがって、激しい販売競争を演じている小報も、派手な見出しや写真の割りに、内容の薄い記事が多い。統制の中で商業化が進んでいるのである。新型肺炎事件（〇三年）の際、国民の「知情権」（知る権利）を求める声が高まったが、むしろ党の管理強化が目立った。

テレビメディアでも同様のことがいえる。衛星放送や有線放送の発達で、聴視できるチャンネル数は沿海の大都市で、少なくとも四〇、場合によっては五〇、六〇に達する地域もある。しかし、影響力が大きいメディアほど当局の締め付けは依然厳しい。外国のテレビは一切見ることができない。結局、増えたチャンネルは他の地方のテレビ放送か、地元テレビ局の映画、スポーツ、経済などといった専門チャンネルで、とくに報道は見るべきものがない。

むしろ報道や情報という面では、インターネットが急速に影響を増している。インターネット利用者の数は九〇年代後半から倍々ゲームで急増し、すでにアメリカに次いで世界第二位の八七〇〇万人（二〇〇四年六月現在）を突破した。報道機関によるインターネット報道はもちろん政府やその外郭団体、プロバイダーや地域コミュニティなどがホームページを通じて情報を掲載するようになった。利用者には、都市部の若者や高学歴者が多く、併設されたインターネット論壇で無責任ともいえる激しい議論を繰り広げている。

インターネット報道がそもそも注目されるようになったのは、九九年五月のNATO（米）軍機による在ユーゴスラビア中国大使館爆撃事件がきっかけで、人民日報をはじめ中国メディアはインターネットで速報と詳報を行い、あわせて国民の声を掲載する強国論壇も設置された。当局はこの新しいメディアについて意外にも既存のメディアほど規制せず、利用すべき時は利用する構えだが、他方、徐々に押さえの効かない部分も始めている。新聞が地域メディアであるのに対し、インターネットは数少ない全国メディアであり、一地方で起きたスキャンダル情報や地方紙の記事がネットを通じて全国に伝えられ、他の地方の新聞がそれに追従して報道し、ニュースとして定着するというケースが目立ち始めている。二〇〇三年秋、広東省珠江市で発生した日本人グループによる集団買春事件などもこのルートで日本にまで届いたニュースである。

総じていえば、市場経済の浸透に伴って当局のメディアの独占体制は打破された。だが、当局は、当局の管理が及ばない新たな「公共空間」の創設は許さず、緩やかではあるが、当局の管理下に置くための様々な措置を講じている。その結果、言論の空間も中国的ないびつな特徴を備えることになる。対日報道もそれによって大きな影響を受け、形成される日本イメージも歪んだものとなりやすい。

二 対日報道の現状と特色

筆者が理事長を務め、日本と中国両国のメディア関係者、研究者で組織している日中コミュニケーション研究会（JCC）では、二〇〇四年、東京と北京でシンポジウムを開催した。シンポジウムでは、中国の新聞による対日報道についていくつかの分析発表があった。いずれの発表にも共通していた点は、対日報道の報道量が増え、内容的にも多様化しているという評価だった。

八〇年代、まだ中国の新聞をリードしていた人民日報のページ数は八ページ程度で、日本関係のニュースは中国の首脳が訪中した日本の政治家、企業界代表との会見記事程度で、このほか日中関係、日本経済などに関する情報が数日に一度紙面を飾る程度であった。日本関係の記事が掲載されること自体、中国に駐在する日本メディアの特派員にとってはニュースだった。しかし、九〇年代以降、人民日報は一六ページに、都市報は少なくとも二〇ページ、多い日には四〇ページから五〇ページという版立てになっているから、当然、日本関連の記事も大幅に増えた。

中国社会科学院新聞メディア研究所の劉志明研究員らは二〇〇四年一月から一〇月の中国の代表的な都市・夕刊紙六紙と人民日報の調査を行い、JCCのシンポジウムで報

告した。それによると、上海の『新民晩報』は四六五本の日本関連記事を掲載、これに続いて『北京青年報』二八八本、成都の『華西都市報』二五七本だった。第四位は『人民日報』の二二四本、以下は広東の『羊城晩報』一七七本、瀋陽の『華商晨报』一六四本、西安の『華商報』八四本の順だったという。もちろん紙面の広さなどによって日本報道の量も変わってくるが、やはり上海や北京は日本との関係が深く、西安や瀋陽など内陸の経済的に遅れた地域では日本への関心がまだ低いということが見てとれる。

表1は、七紙の報道内容比較だが、各紙の第四位までの項目を比較してみると、対日報道の特色が浮かび上がってくる。まず各紙とも「日本の社会文化」に関する記事が上位に必ず入っているが、これは日本社会への関心の高さというより、分類として幅が広いためだろう。『北京青年報』、『新民晩報』は大衆紙らしく、娯楽やスポーツがトップを占め、『新民晩報』は上海紙らしく経済に関心が高い。これに対し『人民日報』は指導者の往来に関する記事が他紙に比べ突出している。これは交流への関心というより、中国側指導者の動静を詳しく伝えているためである。これは日本に関する報道とはいえないだろう。日本の軍事の動向は各新聞とも四位という高い関心を集めている。また侵略戦争や遺棄化学兵器などの問題も『羊城晩報』『北京青年報』が二位、三位を占めただけでなく、他の新聞も上位に来てい

表1 代表的中国紙の日本報道内容の比較

単位：本数

	羊城晩報	北京青年報	新民晩報	人民日報	華西都市報	華商晨報	華商報
日本の軍事	21	36	52	20	46	26	13
日本指導者イメージ	23	13	18	16	8	9	12
日本経済	16	28	61	14	29	3	3
日中文化交流	10	13	44	36	18	4	6
日中戦争と被害	26	41	39	20	32	24	1
日本のハイテク	8	4	45	4	15	2	1
日本の社会文化	41	47	58	37	21	15	10
指導者の往来	3	3	4	38	0	0	0
娯楽体育	9	58	65	9	29	18	24
日本企業	8	16	12	6	21	10	5
日本外交	6	19	28	18	15	10	5
領土問題	4	6	6	5	6	15	2
その他	2	4	33	3	16	28	2

る。「華西都市報」「華商晨報」は、いずれも「日本の軍事」が一位、「日中戦争と被害」が二位だった。

また劉志明グループは、全ての記事をプラスイメージを伝える「正面報道」、マイナスイメージを伝える「负面報道」、中立的な「中性報道」に分けている。この分析では、中性報道が五八・五%と多数を占めるが、マイナス報道が二七%に対し、プラス報道は一四・五%と、倍近い差が出ている。特に『羊城晩報』『華商晨報』『華商報』といった日本報道の少ない新聞ほど、プラス報道とマイナス報道の比率が、三五・六%対八・五%、三八・四%対六・一%、二七・四%対六・〇%という開きを示している。

- 劉志明グループは、こうしたデータから、
- (1) 日本に関する報道の量が大きく増え、また報道の内容も多様化している
 - (2) 歴史問題を中心に、日本に対する批判的記事の占める割合が上昇している
 - (3) 機関紙より大衆紙、全国紙より地方紙、歴史が長い新聞より新しく創刊した新聞のほうが、日本に対する報道姿勢が厳しい

との分析を明らかにしている。

確かにこの分析から中国の新聞メディアに現われた日本イメージの一端が窺われるだろう。だが、マイナス、プラスの分類には分析者の主観が入る。また、記事の本数の分

析であつて、記事の大きさなども不明という問題もある。

筆者は、人民日報社が発行している『環球時報』（週三回発行）の分析を行っている。すでに紹介したように、愛国主義を売り物にした大衆向け国際問題専門紙で、タブロイド版の通常二〇ページから二四ページの版立てになっている。愛国主義を看板にしているから日本の軍国主義化を批判したり、台湾やアメリカとの緊張を煽る新聞として知られる。センセーショナルな論調だから、中国の知識人もほとんど信頼をおいていないというが、中国大衆の日本のイメージを分析するには格好の新聞である。

二〇〇四年一〇月の『環球時報』の日本に関する報道三六本の分析では、見出し、字数、執筆者ないし情報源の一覧は表2の通りだ。筆者の判断で、劉グループ同様に、プラス、マイナス、中立報道を分けてみた。筆者の分類（表中の評価A）では、二一本がマイナス、八本が中立、プラス報道は七本に過ぎなかった。同じ記事を劉志明グループに分類（同B）してもらつたところ、「負面」が二三、「中性」が一三、「正面」が一〇との結果を得た。筆者の分析ほど明確ではないが、劉グループの分析でもマイナス報道が目立っている。また字数で見えていくと、さらにその傾向が目立つ。劉グループの分類によって、一千字以上の大きな記事を見ると、マイナスは七本、中性は五本、プラスはわずかに三本となる。つまり、マイナス報道ほど大きな扱い

ということがわかる。一〇月度は日本関連報道の一面トップはなかったが、一月度は三本あり、「日本が戦争の脅威を散布」（二〇日付）、「日本各界、小泉を批判」（二六日付）、「日本の親台湾派、また馬鹿騒ぎ」（二九日）といった具合に、マイナス報道ばかりである。最後の記事などは一部の国会議員も参加した親台湾派の集まりで台湾独立を支持する「決議」が行われたという動きを報じたものだが、こうした動きを報じる新聞は日本では稀有であろう。『環球時報』こそ「馬鹿騒ぎ」をしているといわざるを得ない。中国のマスコミ関係者、日本研究者に聞くと、「日本たつき」が「売り」になっていると解説する。

この点に関連し、『環球時報』の何崇元総編集が人民日報のサイトである「人民網」の「総編集在線（オンライン）」で興味深い発言を行っている。何総編集は「環球時報の立場は『中国本位』と了解しているが、それは民族感情を主にするということか」とのネット読者からの質問に対し、「創刊以来、民族感情を主とするということは考えたことはない。ただ、党と国家、人民の声を反映し、わが中国の読者の声を反映したいと考えているだけだ。民族主義を辞書で調べてみると、資本主義が上昇する時期や植民地、半植民地国家が独立と民族解放運動の中で、民族主義は一定の進歩性があると指摘されている。孫文先生が提唱する三民主義においても第一条は民族主義であった。彼の言う民族

表2 『環球時報』の日本に関する報道(2004年10月)

掲載日	見出し・記事字数など	執筆者ないし情報源	評価	
			A	B
1日	6面「日本の右翼、衆議院の門前に放火」322字	朝日新聞の転電	×	×
4日	休刊日			
6日	3面「日本外相、対中 ODA は終了に向かうと語る」1101字	人民日報特派員	×	△
	6面「日本も先制攻撃能力の保持へ」296字	ロイター電の転電	×	△
8日	11面「台湾における日本の影響力は？」1514字	趙潔署名	×	×
	8面「小泉の軍事ブレーンはいかなる人物か——事は静かに運び、会議は頻繁に」1865字	日本駐在特約記者	×	△
13日	19面「ホットイッシュ熱評」日本は中日関係に氷を加えようとしている」1011字	劉賞新署名	×	×
	3面「日本、韓国に外交文書を公開させず——歴史の汚点の暴露と戦争責任の追及を恐れる」897字	日本駐在特約記者	×	×
13日	4面「日本のイラク駐在の自衛隊、恨みを買う——三分の二の人員が自身の安全警護にあたり、請負プロジェクトの建設に滞り」1676字、イラク兵に警護される自衛隊の写真付き	特約記者	×	×
	5面「遣唐使の墓誌が日本で騒動を引き起こす」941文字、写真付き	東京駐在特約記者	×	○
	6面「日本の国会議員、わが国の全人代表にサッカー試合を申し込み」427文字	朝日新聞の転載	△	○
	6面「日本の平和維持部隊、国連の専用予算を流用」296文字	朝日新聞の転載	×	×
	6面「東京で9青年が集団自殺」363字	共同電の転載	×	×
15日	21面「日本のとても珍しい絆創膏——児童向けのアニメデザイン」562字、写真付き	本紙記者	○	○
	17面「ホンダ、GE と合併で“空中タクシー”の製造へ」761字	日本駐在特約記者	△	○
18日	18面「国際論壇」積極的に中日関係を理解しよう」3182字、全面	専門家の投稿	○	○
	4面「対中侵略戦争漫画が封殺される——南京大虐殺の真相の暴露、右翼の抗議に遭う」1683字、漫画のカット2枚	日本駐在特約記者	×	×
18日	4面「日本、国連で露出に走る」962字	国連駐在特約記者	×	△
	6面「日本、わが国第3の貿易パートナーに転落——EU トップ、アメリカ2位」1256字、グラフ付き	本紙記者	×	×
	25面「創業百年の老舗で和菓子作りを学ぶ」1168字、写真付き	日本駐在特約記者	○	△
20日	30面「日本、国連安保理非常任理事国に当選」194字、写真付き	日本駐在特約記者	△	○
	4面「日本の政治家、また靖国神社を参拝」857字	日本駐在特約記者	×	×
20日	10面「日本、スーパー戦車の研究開発へ」685字	潤田署名	×	×
	22面「東京の不動産価格、速い値上がり」738字、銀座の写真付き	日本駐在特約記者	○	○
22日	4面「日本、台風の当たり年」831字、写真付き	日本駐在特約記者	△	△
	14面「ジンギスカンの墓探し、近年熱を帯びる——日本の財団が資金援助、各国の考古隊が墓探しに」3494字、全面写真3枚	特約記者	×	△
	19面「日本の動向が人びとを不安に(小泉外交論評)」742字、コラム五州雑談	蘇北署名	×	△

掲載日	見出し・記事字数など	執筆者ないし情報源	評価	
			A	B
22日	24面「日本ハイテクを使って老人の世話」1592字、老人ホームの先進トイレの写真	日本駐在特約記者	○	○
25日	2面「日本、地震で1000人余りが死傷」984字	人民日報東京特派員	△	△
	11面「石原また台湾へ走り、悪巧み——観光の旗を掲げ、台独支の悪事支持を表明」1456字、写真付き	本紙記者	×	×
	15面「仙台は魯迅を忘れず——毎年記念活動を開催、中国人学生を厚遇」1397字	人民日報特派員	○	○
27日	3面「日本のメディア、東シナ海巡る会谈引っ掻き回す——エネルギー衝突を言い募り、政府に対中強硬姿勢を要求」1539字、会谈写真	日本駐在特約記者	×	×
	18面「カルフル、日本で苦戦、撤退か——日本の風土に合わず、経営不振」1102字、店舗写真付き	日本駐在 本紙特約記者	△	△
	23面「日本企業、ネット上でも技術の取引」677字	日本駐在特約記者	○	○
29日	3面「日本、人質救出のためにやっき——25カ国に協力要請、イラクからの撤退は拒否」1534字、自衛隊撤退を求める市民のデモ写真	日本駐在特約記者	×	△
	6面「日本の2歳の男児、生き埋めから4日目で無事生還」499字	朝日新聞の転載	△	△
	18面国際論壇「中日韓は東アジアの共同勝利に向けて努力を」3739字、3人のパネリストの写真、全面		△	○

注：評価のうち、Aは筆者の評価で○＝プラス、×＝マイナス、△＝中立を、Bは劉志明グループによる評価で○＝正面、×＝負面、△＝中立を表す。

主義は帝国主義に反対し、国内民族の一律平等を主張するものであった。だから私は、民族主義はよくないものとは考えない。ただ、『環球時報』は愛国主義だと考える。われわれ『環球時報』は祖国を愛し、中国の読者の声を反映するものと考える」と答えている。つまりこの新聞は愛国主義の立場に立ち、読者の声を反映する新聞であることを第一義としていることがわかる。現在はグローバル化の時代といわれるが、この総編集の頭の中は、まだ半植民地時代や孫文の時代にとどまっているようだ。中国の大衆紙（都市、夕刊紙類）は、こうした立場を基本とし、それぞれの地域性を反映しているといえる。そう考えれば、劉志明グループの調査と分析は良く理解できる。

三 中国メディアの日本イメージ

さて、中国メディアから見える具体的な日本イメージはどのようなものだろうか。これは比較的単純である。なぜなら、中国メディアに見る日本イメージは非常に固定的で、記者や読者の日本イメージをステレオタイプ化したものであるからだ。

それは情報源をみればわかる。大衆紙は、特派員

を置いていない。本社で、新華社などの通信社電や日本の新聞、雑誌の記事を編集し直して、これに編集記者のコメントなどを付け加えて記事に仕立てるケースが多い。「本社総合編集」と称するクレジットが付いている。国際報道を売り物にしている、『環球時報』では、それに加え「特約記者」と称する三百人近い執筆陣を抱えているという。海外に住む外交官、あるいは中国国内のシンクタンクの研究者や軍事問題専門家などに依頼し、原稿を書いてもらうのだ。もちろん彼らは専門家ではあるが、現場や当事者を直接取材するケースは決して無いから、その人のステレオタイプに沿って情報をまとめることになる。生の情報、取材対象に接してステレオタイプを修正したり、あらたな観点を見出すといったことは考えられない。『環球時報』の日本報道の場合、同じ特約記者がほぼ毎回書いているが、テーマは多岐にわたっていて、「大報」の人民日報特派員より記事を書いている。だが、この特約記者がどんな取材をしているのか、何を情報源にしているのか、不明で、記者のステレオタイプで「日本たたき」をしているとの印象が拭えない。第二章で紹介した大半の記事は、人民日報の記者が執筆せず、責任の所在が不明な「特約記者」が書くことになる。もっとも、先に紹介した日中コミュニケーション研究会東京シンポジウムでは、『環球時報』の宋年申記者が自社の日本関係の記事の分析結果を報告し、同紙の報道内容はか

なり客観的だと主張した。その主張は別として、宋記者は、報道を三つのタイプに分け、

(1) 日本社会の先進性・積極的側面を紹介し、学習し、参考にしていく

(2) 両国関係の現実の報道では摩擦や矛盾についての内容を含むがその姿勢は客観的である

(3) 日本政治家の歴史否定発言も日本のメディア報道がまず報道するので中国のメディアも関心を寄せざるを得ないし、批判を加えないわけにはいかない

と指摘した。この指摘はかなり興味深い。宋報告と劉グループの調査を重ね合わせると、日本イメージが見えてくるからだ。まず(1)で指摘している点でいえば、「経済先進性」が一つのイメージである。劉グループ調査の各紙で「日本の社会文化」「日本のハイテク」の記事が上位を占めたことと関連する。改革・開放以降、中国は日本の高度成長を目標としてきた。そして、沿海地域の都市部が一定の発展レベルに到達したことで、大衆は自動車、デジタルカメラ、携帯電話などの新製品やハイテク商品に大いに関心を持っている。したがって、大衆紙は特集面を作り、新製品の紹介記事を、写真付きで掲載している。広告を取るという戦略にも適っている。しかし、その製品を生産する企業や経営者に関する報道はそれほど多くない。アンケート調査による中国で知られている日本人リストでも、世界的に有名な

松下幸之助、盛田昭夫といった人物は登場しない。日本社会や日本人への関心も感じられない。また中国人にとつて、個々の日本人に個人的な輝きがないという点も指摘されるだろうし、日本企業の側のPR不足、広報体制の弱さも出ている。また経済以外の社会システムについてはほとんど知られていない。

一方、最近では日本経済の不振もかなり紙面をにぎわしている。それは直接、日本経済の不振と関係ない記事にも現われる。例えば、『環球時報』一八日六面の「日本、わが国第三の貿易パートナーに転落」は、一月〜九月までの日中間の貿易額が、中国とEU、アメリカの貿易額に追い抜かれ第三位になったとの中国税関統計の発表を報じたものである。五月にEUが一五カ国から二五カ国に拡大、四五億人の巨大市場になったことが原因で、EUが日本を追い越すのは余りにも当然のことであろう。ことさらに取り上げるほどのニュースではない。日中貿易は順調に拡大しているのである。日本の経済不振と冷たい日中関係というステレオタイプがこの記事を大きくしてしまった。

宋報告が(2)と(3)で指摘した歴史問題やそれを否定する政治家の失言、あるいは現実の摩擦(軍事問題)は、劉グループ調査でも中国の新聞が高い関心を寄せるテーマであった。愛国主義を標榜する『環球時報』では最も関心を寄せるテーマであることは、別掲表2の一〇月の記事一覧を見ても明

らかである。そこでは日本大国化や防衛力増強に対する強い警戒心が窺える。また日本の政治家の発言に対し強い不信感も読み取れる。宋報告は、こうした記事の情報源は日本のメディアであるケースが多く、客観的だと主張する。確かに、日本のメディアによるところが多いが、日本のメディアは多様であり、一つの記事にも様々な観点が盛り込まれているケースが多い。どの部分を引用したり強調するかは、やはり中国の記者、編集者の主観が入ってくる。日本のメディアを使うのは客観性を装うための手法であるともいえる。こうしたテーマでの筆者の評価と劉グループの評価も、マイナスと中立に分かれるケースが目立つ。それは日本人の筆者と彼らの基準になる常識(ステレオタイプ)やイメージが異なっていることの現われでもあろう。例えば、二二日付け一九面「日本の動向が人びとを不安に(小泉外交論評)」という蘇北署名のコラム。小泉首相は、日本

が国際社会の中で、経済力に見合った地位を得たいという狙いから全方位外交を開始した。しかし、それは国連安保理の常任理事国入りを目指し、平和憲法の改正や軍事力の増大などを意味し、アジアの国々の不安を引き起こしているという内容。筆者の評価はマイナス、劉グループは中性ということになる。アジア各国の不安といっても何の根拠も示されておらず、中国あるいは筆者自身の不安を表現したものに過ぎない。六日付け三面「日本外相、対中ODA

は終了に向かうと語る」の記事も評価が分かれた。二五年間で対中ODAが三兆三千億円で昇ることを明らかにした上で、中国政府も感謝しているにもかかわらず、中国の成長や軍事費の増額などを理由に中止しようとしていると指摘した記事。中国が一定の経済発展を達成し、それに対する誇りがあるにもかかわらず、日本がODAを停止する裏に別の意図が働いているとの疑いを抱かせる内容になっている。

靖国参拜問題や歴史認識に関する記事では、日本が真摯に過去の侵略戦争について反省していないという不信感が常に付きまとう。経済的には中国より発展しているが、不誠実な日本の政治家、政府、さらには不誠実な日本人という、中国メディア、読者のステレオタイプを感じさせる記事が多い。六日付け一面「台湾における日本の影響力は？」は、五〇年間の植民地統治の間に、日本がいかに皇民化教育を進めてきたかを紹介し、その典型が李登輝前台湾総統とした上で、李登輝氏が日本色を強め、日本の戦略、陰謀に迎合し、台湾独立を鼓吹しているという指摘である。他方、日本も皇民化教育の復活を目論み、哈日族を育成し、大陸と台湾の文化を分断し、台湾独立の準備をしていると批判している。また、買春事件などが大きく取り上げられ、好色な日本人というイメージも深く刻み込まれていることも、付け加えておきたい。

『環球時報』において、プラスイメーজの記事はいわばマッチポンプである。ときおり日本通の専門家を後の方の面を使って登場させ、マイナス記事を薄める。また昨今の日中関係の悪化を受け、機関紙では中国当局の意向を受けて、日本のプラスイメージを伝える記事や冷静な視点で書いた記事も目につくようになった。

おわりに

以上、中国メディアの日本イメージの一端を明らかにしてきたが、中国のメディアが改革・開放と市場経済の浸透に伴って、多様化しつつあるにもかかわらず、言論空間に一定の枠がはめられている。とりわけ対日報道については、取材体制も含めて制限が大きい。したがって、中国メディアに現われる日本は、古いステレオタイプ、イメージの中に閉じ込められている。その一方で、メディアの商業化が進み、「日本たたき」が売りになって、『環球時報』などでは無責任な日本報道が幅を利かせることになる。他の新聞は『環球時報』ほどではないが、日本側の広報の不足や日本のメディアの保守化などと相まって、事件が発生すれば、『環球時報』と似たり寄つたりのステレオタイプな日本イメージが顔を覗かせることになる。それがインターネットによって全国に転送され、国民的なステレオタイプに拡大

される。メディア自身が、摩擦や対立を増幅させる結果を招く。その改善のためには、大衆紙の記者、編集者がより直接的に日本と接触し、日本の本当の姿を見ることが大切だろう。中国側がよりメディア政策を開放的に展開する必要があるし、日本側も政府や企業がもっと広報体制を充実させる必要があるといえよう。中国当局の対応は、メディア政策の改革に踏み込まず、当局の意向を反映した内容面の改善にとどまっている。本論の執筆時に、日本の国連安保理常任理事国入りをめぐって、反対署名運動や反日デモが繰り広げられた。ここでも、中国のメディアが大きな役割を演じている。一部の反日の声がたちまち全国的にふくれ上がり、日中間の対立、摩擦に発展する構造を冷静に分析し、対応していくことがいま求められている。

注

〈1〉 日中コミュニケーション研究会のホームページ

日本語 <http://moli.cims.hokudai.ac.jp/jcc/index.php?FromPage>

中国語 <http://www.jccnet.cn/>

〈2〉 何崇元・環球時報総編集の発言

<http://www.people.com.cn/GB/14677/35928/363352/2756298.html>