

機関紙から大衆紙へ
主役交代で一変する中国新聞界

劉偉・三宅孝之

島大法学第56巻第1・2号抜刷〔論説〕

2012年7月

機関紙から大衆紙へ 主役交代で一変する中国新聞界

劉偉・三宅孝之

— 目 次 —

はじめに

第1章 概観 新聞産業発展の三つの時期

第2章 公有新聞体系の形成期（1949～77年）

1. 単一の同質的な公営新聞体系の確立
2. 「極左」の時代
3. 世論を支配していた3紙誌共同社説
4. 真理標準問題の大論争
5. 「文革」からの脱却

第3章 多元的な新聞メディア構造への移行期（1978～92年）

1. 新聞小説「傷痕」
2. 政府予算から切り離されて独立採算制へ
3. 宣伝からニュースへ
4. 商業広告の再開
5. 「週末版」ブーム
6. 改革時代と成長のひずみ
7. 自社配達革命—「郵発合一」体制の崩壊

第4章 新聞市場化への加速期—大衆紙の勃興（1992～）

1. 南巡講話—高度成長のスタート
2. 経済紙・専門紙の躍進
3. 夕刊ブームと党機関紙の販売不振

4. 都市報ブーム—新聞業界地図が大きく塗り替えられる

第5章 群雄割拠の時代へ—新聞業界の淘汰・再編

1. 朝に夕刊がやってくる
2. 終わりなき値引き合戦・景品戦争
3. 増ページ競争と新聞用紙高騰
4. テリトリーによる住み分けが崩れ始める
5. 再編の波が容赦なく押し寄せている
6. 中央紙（全国紙）の退潮と地方紙の台頭

おわりに

I 参考文献

II 巻末資料 付表：中国の主な新聞グループ

は じ め に

中国の政治体制改革と経済市場化の中には、当然情報サービス産業の新聞分野も含まれる。しかし、情報統制から自由化へ一気に変貌を遂げるというよりは、新聞に商業広告、読者の要求・関心にこたえる記事など、既存の新聞の形態に少しずつ欧米スタイルの紙面を取り入れていた、ということ、ここ30年の中国の新聞紙面変遷からもうかがい知ることができるだろう。

中国の新聞産業は30年前と比べれば相当変わってきている。1960年代後半から1970年代中期ごろまで続いた文化大革命の時期、中央（全国紙）と地方で発行された新聞は、わずか42種にすぎなかった。むろん経済紙も娯楽紙もなかった。

それが今日はどうか。朝夕刊合わせて1900種を超える。国家新聞出版総署の調べによると、2010年の1日の新聞発行部数（日刊紙の部数）は1億3千万部を超え、世界一の新聞大国となっている。

欧米日など先進諸国で、広告収入低迷の長期化や、新興のインターネット

ニュースサイトとの競争による新聞の凋落が話題となっているのと対照的に、中国の新聞産業はさらに拡大する勢いだ。

こうした高成長をもたらした要因の一つに、ごく一部の党組織を相手とした、党と政府の政策や思想を宣伝する「党報」（党機関紙）の時代から、一般大衆を相手とし、大発行部数を競う「都市報」（都市情報紙）や「晩報」（夕刊紙）などの大衆紙時代へという新聞構造の変化がある。

中国における新聞の企業化・市場化など一連の構造変化は、旧秩序の交代を意味した。その一方で、高度な中央集権から民主政治への変化は時代の流れとはいえ、決してスムーズにはいかなかった。

中国の政治体制改革といっても、党指導体制、組織内の改革は、一定の成果を上げた反面、改革の範囲やスピードをめぐる党内の意見対立を激化させ、経済改革に比べて大きく後れを取っている。当然ながら党機関紙とされる新聞の企業化・市場化改革もこの影響を受けて、一進一退を繰り返している。

中国社会は、多くの側面でご変容の最中にある。この社会的構造変化は、建国63年間で構築された社会主義メディア構造を根底から揺るがしている。本稿では、このような社会環境の変化が中国の新聞メディア構造にどのような影響を及ぼしてきたかを政治、経済および社会的側面から明らかにするとともに、転換期を迎えた中国新聞業界の現状と、新聞改革の方向性を検証する。

第1章 概観 新聞産業発展の三つの時期

中華人民共和国建国（1949年10月）後の新聞産業の発展は、ほぼ三つの時期に区分できる。

第1期は建国まもない1950年代初頭から1970年代末ごろまで、社会主義的な公営新聞体系の形成期である。内戦後の復興と朝鮮戦争の参加を同時に展開する中で、国内での政権基盤を強化するために、中国政府は民間新聞に対して「公私合営」を実施し、国内世論の引き締めを図った。新聞管理システム

のモデルは旧ソ連方式に全面的に改められ、高度集権的な計画経済に対応する国家管理体制が導入されたが、長期にわたって「党報」だけが発行される状態が続いていた。

これらの新聞は、行政の一形態として国費頼りの運営であったが、内部闘争と政治宣伝の道具にされてきた。映画「武訓伝」批判¹（1951年）、兪平伯の「紅樓夢研究」に対する批判（1954年）、胡風批判（1955年）、反右派闘争（1957年）、文化大革命（1966年）などの際、新聞の社説は常に路線闘争の先鋒となった。

第2期はそれ以後1990年代初頭ごろまで、市場志向の経済体制改革で新聞メディアの規制緩和が始まろうとする時期である。改革開放初期に出現した郷鎮企業（人民公社・生産大隊の企業）・私営企業設立ブーム、株式ブームが経済への関心を高め、時流に乗って経済・証券など専門紙（業界紙）の創刊が相次いだ。文化大革命後の「撥乱反正」（世の乱れを治め、正しい世の中に戻す）期にはさまざまな規制が撤廃され、民間企業の経営手法の導入によって新聞各社の間で再び自由競争が始まった。空前の景気により大衆消費社会が形成された1980年代中期には、新聞各社は文化や娯楽に力を注ぎ、「週末版」（週末増刊）がブームであった。そして、大衆文化の浸透を背景として、大都市部を中心に「晩報」創刊ラッシュが起き、新聞メディアの構造は単一の党機関紙から多元的な新聞メディアに移行することとなった。

第3期は、その後、現在にいたるまでで、依然として経済紙・夕刊紙が人気だが、むしろ、大都市に根拠をもち、世間で起こった事件や家庭・娯楽的な内容などを多く取り扱う「都市報」がそれ以外の新聞を圧倒しているのである。「世界の工場」が都市化を促し、大衆消費社会が生まれた。新聞の市場化や社会主義イデオロギーの衰退につれて党機関紙はいずれも部数が減っている状況で、低迷打開の狙いもあるが、サラリーマンにも女性にも読ませる「晩報」をモデルに都市圏域の大衆紙市場への参入を進んでいた。1970年代末から1980年代初期にかけの「日報」（党機関紙）絶頂期、1990年代の「晩報」時期なブームが去り、代わって「都市報」の創刊は目覚ましくなり、新

間メディアの中で最大のシェアを占めるに至ったのである。

一方、インターネットの普及により、新聞業界の経営環境は厳しさを増している。上海交通大学世情研究実験室の『2010年中国危機管理年度報告』によれば、中国のニュース報道では、事件の第一報がインターネットで伝えられる確率は2009年の53%から2010年の67%にまで高まっており、インターネットが事件を明らかにする主要報道経路の一つとなっている。海外メディアのグローバル化やその（中国への）浸透が急速に進んでいることも、中国国内の新聞には逆風となった。ニュースをネットで読む人が増え、新聞離れが進む中、各紙は競ってビジネス構造の改革で苦境の打開を図り、社会の変化に応じて「脱機関紙」と紙面の刷新を図るだけでなく、デジタルと融合した新メディアを発行し、多媒体の大衆メディアを目指して商業化への道を歩み始める。

しかし、中央紙（全国紙）と地方紙の取材・配布エリアの垣根が崩され、新聞市場は従来の地域独占市場から競争市場へと段階的に移行されつつある。有力全国紙・地方紙は、グローバル化とデジタル化が急速に進展する中で、今後も競争力を維持するには、外部資本の導入が必要と判断し、国内外の株式市場への上場へ乗り出している。他社との資本・業務提携も進め、大規模な新聞グループが次々と誕生した。そして新聞グループによる新聞寡占支配の時代の再生産へ進もうとしている。新聞グループを株式上場させる出口戦略をいかに迅速に進めるかは、「官主導」による新聞の市場化への体制転換と中国新聞業界再編の是非が問われる試金石になりそうだ。

第2章 公営新聞体系の形成期（1949～77年）

1. 単一の同質的な公営新聞体系の確立

新中国建国後の新聞産業はもともと民営新聞が多数存在する競争市場であった。建国初期には、中国政府は「社会主義への過渡期」として、民族資本主義商工業に対して「利用・制限・改造」の政策を実行し、敵対的な国民党系の新聞を除いて民間新聞の発行をそのまま認め、段階的に公有化するという

「新民主主義路線」を採用した。しかし、朝鮮戦争の爆発でその路線は大きく転換した。

朝鮮戦争の参加を機に、中国は本格的な戦時体制に突入した。戦時下であったため、米国の制裁により物資は乏しかった。この時期、軍需最優先の戦争経済が展開され、物資統制がしかれた。中国政府はソ連の歴史的経験から中央集権の計画経済体制を導入し、経済統制を強化した。1952年11月には国家計画委員会が設立され、「第1次5か年計画」を推し進め、戦後復興と近代化（工業化）を目指した。

一方、戦時下体制と内戦後の混乱が続く中で、国内での政権基盤を強化するために、政府は「土地改革運動」、「反革命鎮圧運動」、「三反五反運動」などの政治的な動員と大衆運動²を次々と展開し、思想・体制の引き締めを図った。また、国内の世論を引き締めるため、民間新聞に対して「公私合営」³という「国家資本主義形態」で急進的な国有化を進めた。当時は、内戦後の経済混乱にともなう広告の激減による民間新聞の経営難の影響もあり、重慶『大公報』に続いて1950年武漢『大剛報』が武漢市共産党委員会の機関紙『新武漢報』に統合されるなど、1953年の終わりごろまでに、ほとんどの新聞を国有化した。こうして新聞体制は、高度集権的な計画経済に対応するソ連方式に全面的に改められ、新聞総署が全面的に指導し、公的財政で運営を行う単一の社会主義的な公営新聞体制として確立した。1953年には新聞総署が廃止され、中共中央宣伝部（中宣部）は新聞総署に代わって、新聞メディア管轄の権力を行使するようになった。中宣部はメディアを統括するこの仕組みは、今でも基本的に変っていない。

2. 「極左」の時代

「整風運動」をきっかけに1957年に巻き起こった「反右派闘争」は、こうした社会主義化の動きに拍車をかけた。

1956年、毛沢東は「百花斉放・百家争鳴」（双百方針）を打ち出し、党批判を奨励するような動きを見せていた。しかし、ジャーナリストや知識人によ

る党への批判が高まる1957年後半から様相が変わってきた。毛沢東は1957年7月1日の『人民日報』で『文匯報』のブルジョア的方向は批判すべきである」という社説⁴を書き、自由化の動きを厳しく批判した。「民主諸党派の政治参加を要求して政治設計院」の設置を提唱した『光明日報』の章伯鈞社長や、『光明日報』で「毛主席、周総理に意見を言う」を発表し、「党の天下」思想を攻撃した『光明日報』の儲安平総編集長、「平反（正名）委員会の設置」を主張した『文匯報』北京事務所の浦熙修など、党の政策に批判的な新聞報道部門の幹部が次々に「右派」として激しく弾圧され、労働改造や失職などの憂き目に遭った。

社会主義への「過渡期の総路線」に基づく資本主義商工業の社会主義的改造が基本的に完成された1958年ごろ、「三本の紅旗」（大躍進、人民公社、総路線）のもとでの急進な社会主義改革が強行された。大躍進時代の先導役に『人民日報』などの新聞は大きな役割を果たした。大製鉄・製鋼運動が続く中で、新聞社は人々にさまざまな形で愛国心を訴え、大躍進宣伝キャンペーンを盛んに行うようになった。この時期、連日のように「より多く、より早く、より良く、より経済的に社会主義の建設を進める」などの政治的スローガンが新聞紙面をにぎわした。

しかし、大躍進の急進政策によって社会・経済の大きな混乱が生じ、3年に及ぶ自然災害も重なった結果、経済均衡の失調と農村の荒廃という失敗の結果に終わった。1959年には毛沢東は国家主席を辞任した。

大躍進政策の失敗後、中国は経済調整期に入った。穏健な調整政策をとる「修正主義」の傾向が現われた。ところが、「大躍進」「人民公社」政策の失敗で「三本の紅旗」の評価と「四清運動」（社会主義教育運動）をめぐる党内の政策対立が次第に表面化し、やがて新聞界は文化大革命の舞台と化する。

1965年11月、毛沢東の「大躍進」政策に反対して失脚した彭徳懐を擁護するものとして、姚文元（『解放』誌編集長）は、上海市の日刊紙『文匯報』⁵で呉晗（北京市副市長）の歴史劇「海瑞罷官」を批判したのも束の間、『文匯報』と共産党上海市委員会機関紙『解放日報』にも『三家村』を評す「燕山夜

話「三家村札記」の反動的本質」を続々と掲載し、文化大革命の火がつけられた。

呉晗を擁護し、北京市の新聞メディアに姚文元論文の転載を拒否した彭真（北京市長）の失脚、そして反ブルジョア思想の運動を展開するように呼びかける「中共中央通知」（5・16通知）を機に、中国は本格的な文化大革命体制に突入した。

全国各地の党政指導機関で「資本主義の道を歩む最大の実権派」から権力を奪う「奪権闘争」が繰り広げられ、党中枢では「中央文革小組」（組長＝陳伯達、副組長＝江青、顧問＝康生）が政治局（党の主要な政策決定機関）に代わって全権を握り、全国各地地方・企業に「革命委員会」を成立させ、文化大革命を起こした「造反派」が勝利を得た。

全国の新聞は「革命委員会」の管理下に置かれ、新聞報道活動のすべてが「文革色」に塗りつぶされ、「文革」下の新聞体制へと邁進したのである。「文革」体制下の政治混乱とともに経済は縮小し、物資不足が深刻化し、やがて新聞用紙の配給・統制が開始された。多くの新聞は、党機関紙に統合される形で、廃刊や休刊を余儀なくされた。この頃から、『人民日報』など中央・省の党機関紙を除き地方新聞の大きさはタブロイド版の小型新聞になった。新聞のページ数も減少し、文化大革命終わりの時点では、わずか4ページのペラ新聞となった。

1967年1月中共中央「新聞問題に関する通知」に基づく「停刊して革命運動に参加するよう」方針の下、新聞界はさらに衰微の一途をたどった。1968年の終わりに『人民日報』、『解放軍報』（党中央軍事委員会機関紙）、『光明日報』を除く大多数の新聞は姿を消し、中国の新聞界は『人民日報』、『解放軍報』、『紅旗』（党中央機関誌）が毛沢東主席の「最高指示」を披露する「2報1刊」の時代に突入した。

3. 世論を支配していた3紙誌共同社説

文化大革命前後を通じて中国で最も影響力がある新聞メディアはいうまで

もなく、『人民日報』、『解放軍報』、『紅旗』であり、これらの紙誌は「2報1刊」と呼ばれ、文化大革命の期間中、常に政治・路線闘争の先鋒を飾った。

この時期の『人民日報』の発行部数は、文化大革命が始まって間もない1966年に220万部、文化大革命終束のところには538万部に達した。1979年には640万部を超え、これは中国の新聞全体の1割余を占め、当時の『人民日報』の強さがうかがえる。

とりわけ全国の世論を支配していたのは、「2報1刊」の共同社説であった。同共同社説はいずれも当時の実質的権力を掌握していた「四人組」（江青、王洪文、張春橋、姚文元）などの方針に沿って執筆されたもので、常に文化大革命運動の方向を決定づけた。当時、文化大革命下の混乱が続く中で、「2報1刊」の共同社説は中共中央の指針（党の正式文書）を示すものとみなされ、全国各地の新聞はそれを1面に転載しなければならないことも義務付けられていた。

共同社説が3紙誌に登場するようになったのは、1967年11月6日の社説「10月社会主義革命の切り開いた道に沿って前進しよう」が最初である。以来10年にわたって中国国内の世論を支配していた。

厳しい報道統制と情報量が乏しい当時、共同社説は、海外メディアにとってまさに中国政治動向を測る羅針盤ともなっていた。なかでも、いわゆる毛沢東の遺言「君に任せれば安心だ」「既定方針どおりに行う」を伝える共同社説「毛主席は永遠に我々の心の中に生きつづける」（1976年9月16日）は、中国現代新聞史上でも有名な社説として知られている。これは、毛沢東から権力を受け継いだ華国鋒が後継の正当性と大義名分を示すために使われたのである。

また、1977年2月7日付の3紙誌共同社説「文章をよく学び要をつかもう」は、中国現代政治に一大変革を巻き起こす契機となった。この共同社説は「毛主席の決定はすべて守り、毛主席の指示にはすべて従う」（二つのすべて）を社説に掲げる華国鋒ら「すべて派」と、「実践こそ真理を検証する唯一の基準である」を打ち出す胡耀邦ら「実践派」との間で「真理標準問題」の大論争

を巻き起こし、その後の華国鋒らの退陣と、毛沢東の指示で党内外の一切の職務を失っていた鄧小平らの復活につながるなど、現代中国政治への影響は大きいものとなった。この「真理標準問題」論争を機に、中国新聞界の大変革と、鄧小平の改革・開放時代の幕が開いた。

4. 真理標準問題の大論争

1976年に入ると、毛沢東をはじめあい次ぎ建国の元老たちが世を去る。これは激動の時代が始まったという兆候でもあった。毛沢東の死後、華国鋒・党第1副主席兼首相が江青一派を逮捕・監禁して後、党主席と中央軍事委員会主席を兼任することで、文化大革命は終結した。

1977年の年明けと共に、周恩来逝去1周年を記念した記録映画「敬愛する周恩来総理は永遠に不滅」が全国で上映された。続いて北京市内に鄧小平の復活と第1次天安門事件（1976年4月）の再評価を求める「壁新聞」が相次いで出現した。

一方、鄧小平の復活と第1次天安門事件の評価をめぐる党指導部内の意見対立が表面化した。3紙誌は「文献をよく学び、カナメをしっかりとつかもう」（1977年2月7日）との共同社説を掲載し、「二つのすべて」原則を主張した。だが、1977年7月に開かれた中国共産党10期3中全会は「安定・団結」を旗印に、文化大革命の終結と「四人組」の追放、鄧小平の復活が決定され、党内融和路線を取った。

再び権力の中枢に返り咲いた鄧小平はただちに胡耀邦や趙紫陽などを抜擢し、自ら唱える「改革開放」路線を展開した。中共中央党校（党幹部養成機関）の副校長に就任した胡耀邦は、党校機関誌『理論動態』を創刊すると、胡福明（南京大教員）の論文「実践は真理を検証する唯一の基準である」を同誌に掲載し、華国鋒の「二つのすべて」原則論に襲いかかった。

1978年5月11日、『光明日報』はさっそく「本報特約評論員」の署名で同論文を掲載した。新華社もそれを「国内ニュース」のトップニュースとして全国に配信した。一方、『人民日報』と『解放軍報』の2紙は新華社からの配信

全文をそのまま掲載したが、『紅旗』はその論文掲載を拒否した。こうして「真理標準」論争の口火が切られた。胡耀邦らの「実践派」は「実践は共産党の路線が正確かどうかということを検証する『唯一の基準』である」、華国鋒・汪東興らの「二つのすべて」派は毛沢東の指示に依拠し、それぞれの真理標準を唱え、党内の主導権を争った。

この「真理標準」論争の結果、胡耀邦らの「実践派」は国民から大きな支持を得て、1978年12月に開かれた中国共産党11期3中全会で政治の主導権を握るに至ったのである。同全会で華国鋒らの「二つのすべて」が否定され、「四つの現代化」方針が打ち出された。「全党の活動の重点と全国人民の注意力を社会主義の近代化建設に移す」という「歴史的転換」に踏み切った。これにより、中国はイデオロギー優先の「文化大革命」時代と決別し、名実ともに鄧小平の「改革と開放」の時代に入った。

1979年には広東、福建2省に「経済特区」を設置することが決められ、対外開放政策が積極的に進められた。一方、対外開放の拡大で外貨と輸入が増え、消費者の欲望も多様化するようになった。民衆は政治的問題よりも、経済問題や日常の市井におこった身近の出来事により多く興味を持ち、次第に娯楽の要求が盛んになってくる。このような社会の変化に応じて、各紙は競って文化・社会・家庭欄の充実を図り、新聞の多様化の萌芽がようやく顔を出した。

5. 「文革」からの脱却

文化大革命後も中国の新聞は政治の影響を強く受けながらも、紙面構成や論調、ニュース文体は従来の画一的なものから多様なものに変化している。文化大革命が終息すると、新聞界では撥乱反正キャンペーンが盛んとなり、新聞各紙に展開される論調、ニュース文体⁶には、脱「文革」の動きが加速している。まず、1977年1月30日付の『人民日報』は、評論「みんなで『ハダシ』の文章を書こう」を掲載し、「四人組」の冗漫な文体・文風の克服を訴えた。同年3月、代表的な改革派新聞人、胡績偉・人民日報副編集長が同編集

長に昇格し、「文革」期の空言主義を克服しようとする「文風改革キャンペーン」を積極的に推進した。このころ、『人民日報』などの紙面に周立波の『暴風驟雨』、草明の『原動力』、李季の『王貴と李香春』、喬林の『白蘭花』、馬烽・西戎の『呂梁英雄伝』、呉敬梓の『儒林外史』など多様な文学作品を紹介した記事が目立つようになった。

この時期、中国社会の大衆文化の発展は目覚ましいものとなった。

1977年には55もの大学が復活、新設された。そして翌年には大学入学試験が復活され、570万人が受験した。また「全日制10年教学試行草案」が試行に移され、大学・高校・中小学校についての「暫定条例（試行草案）」が公布された。次いで中・小学校の教員を重点に養成する師範学校が増設され、ラジオ・テレビ教育、職員・労働者教育などの社会・正課外教育にも力が入れるようになった。文化大革命時に解体された中国文学芸術界連合会（文連）など全国各地の文芸界組織も復活され、文学・芸術面での創作活動が奨励された。このころ、「文連」の機関紙『文芸報』や中国作家協会の全国的文学雑誌『人民文学』、中・長編小説に重点を置く『収獲』など大型文学雑誌が相次いで復刊した。1977年12月には中国文字改革委員会は新たに「第2次漢字簡化方案草案」を発表し、さらなる漢字の簡略化を目指した。中国科学院所属の研究所と北京大学は、文化大革命期間の「革命委員会」を廃止し、それぞれ所長制、校長制を復活させた。

こうした大衆文化と教育の発展に合わせて新聞部数の増大は目覚ましく、1979年の終わり頃には『人民日報』は600万部を超え、中央紙（全国紙）と「日報」（党機関紙）が最盛期を迎える。この頃、中国の新聞業界は科学化、現代化につとめた。中国人民大学（北京市）に新聞学部が設けられ、中国社会科学院が新聞研究所を設立し、本格的な新聞研究が始まった。これが中国新聞産業の拡大と質的向上に役立つことになった。中国社会科学院新聞研究所はコンピュータによる世論調査システムを導入し、客観的で信頼の高い統計手法を用いた世論調査を始めた。

1977年中盤から、テレビ放送はカラーに全面切り替え、テレビ受像機数は

100万台、ラジオ保有台数は3000万台に達した。改革開放とともに映画館やスポーツ場などの娯楽施設も徐々に充実しつつあり、人々が暮らしを楽しむ機会が広がり、レジャーへの関心が高まった。このような中で、「政治報道」一色の新聞紙面には新聞小説や映画評論、スポーツ記事などの娯楽記事が登場するようになる。

第3章 多元的な新聞メディア構造への移行期（1978～92年）

1. 新聞小説「傷痕」⁷

文化大革命が終息すると、文化大革命で生じた冤罪や誤判（審）、フレームアップ（デッチ上げ）事件などについての再審、是正が進められた。1978年に入り、文化大革命の初期に「三家村反党グループ」として批判された『三家村札記』執筆者の鄧拓・人民日報前編集長⁸らの名誉が完全に回復された。

一方、その過程で文化大革命に対する否定的評価が次第に表面化してきた。1978年8月11日、上海市の日刊紙『文匯報』は、青年作家・盧新華の新聞小説『傷痕』を掲載し、それまでタブーだった「文革批判」の作品という新しい文学の創作スタイルが大きな反響を呼んだ。毛主席の決定・指示を金科玉条とした「二つのすべて」原則の記事が紙面ににぎわう当時の新聞紙上に、まったく無名な復旦大学（上海市）中文学部一年の女学生の小説が掲載されたこと自体、きわめて珍しいことだが、当時は文化大革命の直後であり、文化大革命の悲惨さを暴露した紀（写）実文学「傷痕文学」ブームのきっかけをつくった。

中国共産党11期3中全会を経て、中国の司法制度は再建を開始した。最高人民法院特別法廷が林彪・江青らに対する審理を開始したのを機に、中国国内で思想解放運動の機運が高まり、政治事件の再評価が文化大革命前についても全面的に行われるに至った。冤罪やフレームアップ事件などの再審が進みつつあり、過去の政治運動で失脚した劉少奇、薄一波、彭德懷、陶鑄、薄一波、楊尚昆などの名誉が回復された。

このような中で、「傷痕文学」の題材は、次第に1957年代の「反右派闘争」に遡り、苦難の歴史動機・原因を追い求める「反思文学」（反省文学）へと発展した。なかでも、茹志鵬の『剪辑錯了的故事』（編集間違いの物語）、張一弓の『犯人李銅鍾』、諶容の『人到中年』（人、中年に到る）、王蒙の『蝴蝶』（チョウ）『布礼』（ポリシェヴィキの敬礼）、高曉声の『李順大造屋』（李順大の家）、『陳煥生上城』（陳煥生が町へ行く）、古華の『芙蓉鎮』などが特筆に値する。これらの作品は、中国の作家を思想的な束縛から解放させる上に大きな役割を果たし、現代中国文学の発展に大きな影響を与えた。

2. 政府予算から切り離されて独立採算制へ

1978年は、中国経済にとって画期的な年であった。2月の全国人民代表大会（全人代）で、経済近代化をめざす1985年までの10カ年計画が決められ、この年の工業生産総額は、前年比12%増という高成長を記録した。経済と企業の管理体制改革の大枠を示す「工業30条」が同年7月に試行され、企業管理の分権化と自主性も段階的に強化された。12月には「国営企業の企業基金試行に関する規定」も実施され、利潤の一部を福祉や報奨に用いることが可能となった。

近代化を目指す方針のもとで商品経済が拡大するにつれ、情報を求め、新聞報道への関心も高まった。このような中で、情報サービス独占で販売部数を急速に伸ばし、高収益を謳歌した党機関紙は、新聞の運営費を政府予算で賄わない企業管理方式への移行に熱心になった。そしてこの年、『人民日報』や『光明日報』など首都の中央紙は財政省へ企業の経営方式導入に関する意見書⁹を提出し、新聞各社の会計は政府予算から切り離されて独立採算制に移行した。新聞が党・政府内の一機関から企業化した独立事業法人へと移行した。新聞社が営利企業となり、30年以上にわたって続いた国費で運営する新聞社の市場化が始動した。

ただ、一方で、政府の一般会計から切り離される企業管理方式は、報道サービスを提供する最終責任と編集権限が政府に依然として残る制度となってい

る。企業化の独立事業法人へ移行した背景には、新聞メディアの独占を利用して高収益を享受しているとの批判や、国家財政の補助金では新聞の運営費が足りない、新聞社の主体的自立的な経営でその運営費不足を補う、といった議論が当時あった。

新聞の独立採算化に合わせて、新聞の経営体制も編集委員会指導の総編集長責任制から社長・総編集長の「二権制」への組織転換が進み、国からの一定のガバナンスを維持しつつも、経営的には政府から独立し、地域内・地域間の新聞同士が販売部数で競争するようになった。他方、新聞各社の企業管理方式への移行を受けて、これまで無料で全国の新聞社に配信していた新華社のニュースも、1982年から有料化された。

3. 宣伝からニュースへ

1978年の前掲「真理標準問題論争」は、中国新聞業界に「新聞とは何か」「新聞の役割とは何か」をめぐる論争へと向かう契機をつくることとなった。同年12月の中国共産党11期3中全会では「実践こそ真理を検証する唯一の基準である」との立場を確認した一方、「二つのすべて」派の重鎮である『紅旗』誌の編集長・熊復と党中央宣伝部長・張平化は更迭され、それぞれ「実践派」の胡績偉と胡耀邦が新たに任命された。これにより、党の宣伝中枢と主要メディアが「実践派」に握られていった。新聞界業内では「新聞の第一の使命は単に政治の宣伝のみでなく、日常のニュースを始めとしたあらゆる情報を伝えることである」を唱える「思想解放派」が台頭し、新聞視察団の海外派遣など欧米メディアとの交流も図ろうとした。

この中で電子工業省の電子科技情報研究所がアメリカ合衆国の出版グループIDGと合併した新聞『計算機世界』が1980年に創刊された。欧米流の新聞経営に力を入れ、豊富な業界ニュースが呼び物で、破格の廉価も受けて大ヒットし、多くの読者を獲得した。「読者にIT産業のニュースを伝えること」を謳ったこの新聞の創刊は、欧米の新聞経営に大胆に学び、宣伝の道具だけという当時の中国の新聞の役割とその単一的な機能を一変させたという点で、非常

に大きな意味をもっていった。

1980年代初頭から、大衆文化の浸透を背景に、中国新聞業界の構造も大きく変わろうとしている。すでに『人民日報』を筆頭とした党機関紙は巨大化した。ゆえに成長率の鈍化がみられた。これに代わって情報本位または娯楽本位の経済紙、生活情報紙、文化・スポーツ紙など多様な新聞が都市一般住民に向けて多数創刊され始めた。1981年には新聞の種類は文化大革命ときの42紙から10倍の451紙に増えるに至った。

1980年2月に夕刊老舗『羊城晩報』（広州市）が復刊された。文化大革命中、各地で「党報」に統合されていた農民報、青少年報、工人報などもそれぞれ独立して発刊するようになった。そしてニュースを本位とする非「党報」系新聞の占める割合が年々増加し、1981年には新聞全体の約半数となった。ニューメディアとして国内外からの新聞記事を集める『読者文摘』（週刊紙）も加わり、その発行部数は1000万部に達し、『人民日報』を抜いて中国最大の新聞メディアになった。

この時期、所得向上が続き消費者の可処分所得は大幅に増え、都市部で家電品など耐久消費財が一般家庭に急速に普及を始めた。家電品の中で最初に普及したのはテレビである。テレビの前に普及していたラジオは、家庭の娯楽の主役であり続けたが、1979年に国産カラーテレビの生産が始まり、1985年には生産台数は1600万台をこえ、世界トップの日本に次ぐ規模となった。それと共にカラーテレビも普及していき、家庭における娯楽に新たな風を吹き込んだ。これに合わせて、番組内容や放送時間などラジオ・テレビの週刊番組表を掲載した『広播電視報』（週刊紙）の創刊が相次いで100万部を超えるものも現れた。1980年代末には、『広播電視報』の普及率は「晩報」を抜いて「日報」に次ぐ新聞メディア第2位になった。

4. 商業広告の再開

新聞は、政府予算から切り離されて独立採算制に移行した当初、各紙は好調な販売成績で採算をとり、広告収入は当てにしていなかった。

1978年12月に改革開放政策へと経済政策が転換され、商品の自由な生産・流通が始まり、工業生産が拡大した。この頃から、「工業30条」が試行に移され、さまざまな統制が撤廃され、企業は経営の自主権を拡大した。1979年1月4日、天津市の歯磨剤メーカー・天津牙膏厂が、改革開放後で初めて『天津日報』に歯磨剤広告を掲載した。これにより、文化大革命で中断していた新聞業界の商業広告業務が再開した。広告は新聞社の新しい収入源としても注目された。

近代化への「歴史的転換」により、中国は自力更生路線を放棄し、欧米日との経済協力を推進するため、政府間借款や外国企業の中国への投資を受けることになった。外貨と輸入が増え、多国籍企業が相次ぎ中国国内に進出するにつれて、外資広告が目につくようになった。1979年3月、ラドーウォッチ株式会社（スイス）の腕時計広告は、初めての外資広告として、上海市の日刊紙『文匯報』に登場した。党機関紙の紙面は資本主義企業の宣伝手段としても重要な役割を担っていった。

一方、当時の新聞社で、広告の社内の地位はきわめて低く見られていった。広告受付係員も少ない上、広告掲載スペースが制限されるので、広告掲載の順番待ち時間が大変長い状態にあった。しかし、1979年後半に財政省が「新聞社の企業基金に関する試行方法」を発表し、新聞社の広告収入を認めると、新聞各社の間に広告部を置くことが普通になった。

1984年に入ると、対外経済開放を四つの「経済特区」から14の沿海港湾都市へと拡大した。都市を中心とした経済体制の全面改革が展開され、全国主要都市で100%外資の企業の設立が認められるようになり、この外資企業の中国進出加速と投資ブームに拍車がかかった。東芝、セイコー、ミノルタなどの外資広告が新聞の紙面をにぎわした。そして「経済改革に関する決定」が発表されてから、工業生産と投資は一気に過熱状態となった。空前の景気を背景に、新聞各社では広告収入が大いに伸び、次第に販売収入を抜いた。ちなみに、広告業界紙の『中国広告報』が創刊されたのは、1984年である。広告業界の動向を扱う専門紙がでてきたことは、広告需要の増加を物語ってい

る。新聞の広告面が記事面より多くなり、広告収入は新聞社収入全体の8割を占めるまでになった。広告だけを収入源にしている広告依存の新聞も多くある。こうして景気の変動が新聞社の広告と経営を大きく左右する、という中国新聞業界の特殊な経営構造が出来上がった。

ただ、一方で、これら中外企業の広告費は、生産・消費を牽引する沿海地域、商工業都市のローカル総合紙と夕刊紙へ向けられ、中央紙（全国紙）の広告市場は次第に失われていった。

5. 「週末版」ブーム

「四人組」の逮捕とその裁判のあと、中国の新聞界には文化大革命中の「極左路線」の影響からの脱却を模索する動きが広がっている。全国の新聞では「左傾主義」批判の論調が目立ち始める。社説「批判と自己批判の方法で『左』の思想を一掃しよう」とか、肖華論文「『左』の思想を清算し、自覚して党の路線を実行しよう」などの見出しが『人民日報』などの紙面をにぎわした。

また新聞各社は、「文革」後の社会の変化に応じて一般大衆向けに紙面の充実を図り、改革に大きな力を注ぐ。紙面には様々な試みが加えられ、小説連載・文芸欄・シリーズものや生活娯楽性に富んだ新聞「週末版」「星期天」「月末版」が続々と発刊され、新聞界をにぎわせた。

新聞「週末版」といえば、1981年1月4日に発刊された『中国青年報』「星期天」の果たした役割は大きい。文化や歴史といった大衆向けの一般教養内容をのせた、一見普通の「副刊」のように見える紙面は当時、あまり注目されなかったが、文化大革命の終わりころには、「政治報道」一色である当時の党機関紙に新風を吹き込んできた。また、本紙以外に刊行される定期購読という「週末新聞」の独特方式は、当時としては「革新的」であった。上意下達の宣伝内容とは違った幅広い知識とその散文体の目新しさは、たちまち人気を博すようになった。政府の補助金がなくなった多くの党機関紙にとって、新たな広告の獲得や販売収入源としても注目された。

1982年、『中国青年報』「星期天」にヒントを得た江蘇省の日刊紙『南京日

報」は「週末」を創刊した。1984年には広東省の『南方日報』『南方週末』、上海市の『解放日報』『週末増刊』も相次いで発刊され、着実に読者層を広げていた。しかし、その「週末版熱」は長続きしなかった。それは1989年の「天安門事件」を経て、政府の新聞規制は次第に厳しくなっていったからである。

それで早くも下火になるかと思われた「週末版熱」が、逆に人気はますます過熱する一方となった。改革と開放による大衆文化の浸透は「週末版」の市場を作り上げ、1990年代に入ると爆発的な大ブームを呼んだのである。『中国青年報』『星期天』発刊以後の約10年間では、『人民日報』や『光明日報』など首都の中央紙をはじめ全国各地地方約200紙から「週末増刊」や「月末版」などが続々と発刊され、「週末版大戦」と呼ばれるほど、「週末版」は黄金期を築いた。その内容も一般向けの総合新聞から女性、若者、青少年を対象にしたもの、漫画や劇画中心のもの、週刊芸能、さらに医学、経済、音楽、スポーツ、テレビなどの専門紙まで、まさに百花繚乱である。

その中で、1984年2月11日に創刊された『南方日報』『南方週末』は、幅広く全国に読者をもち、中国最大の「週刊新聞」となった。ピーク時で130万部以上を販売、当時の諸「週末版」の中で突出していた。売れる理由には、大衆向けの内容や話題の面白さ、文章を平易にした物語のような記事文体などで構成する深みのある紙面が挙げられる。調査報道や深みのある解説、分析報道に力を入れたことも売れている理由の一つと言えそうだ。高度成長がもたらした格差拡大による農民や都市失業者など「弱勢群体」（社会弱者）の代弁者としての報道姿勢を貫き、政府に隠されてきた新型肺炎（SARS）感染拡大の事実を暴露するなどこれまでいくつものスクープを生み出している。

ただ、一方では、新聞「週末版」は党機関紙の紙面構造を支える一つの機能あるいは補完的な役割としての位置づけに過ぎないケースが多かった。党機関紙の不振打開のために企画され、史上空前の「週末版ブーム」を巻き起こしながらも、それは依然として党機関紙の宣伝性格を多分にふくむ、党機関紙を苦しい境遇から抜け出させることは到底できなかった。「週末版」は党機関紙時代より大衆紙時代への「過渡的性格」のものであった関係上、本格

的な大衆紙時代の形成は、従来の羈絆を脱するかたちで実現されねばならなかった。そして1980年代初期ころから1990年代半ばころまでに起きた「週末版大戦」は、党機関紙の退潮と晩報（夕刊紙）、都市报など大衆紙の台頭につれて下火となり、時代の移り変わりと共に人々の記憶の中からも薄れてしまった。

6. 改革時代と成長のひずみ

1980年代の10年間は中国政治・経済の激動期であった。

改革開放初期から農家生産請負制が導入され、農産物の買付け価格の引上げなどで食糧生産は飛躍的に増大した。1983年の食糧生産量は、前年より2500万トンの増の3億8000万トんと、史上最高を記録した。企業への経営・財務権限の一部委譲など一連の分権的政策に支えられて工業生産面も好調であった。1983年の工業生産額は前年比10.2%増の6147億元で、第6次5カ年計画に定められた1985年の目標額をすでに上回った。このころ、毎日のように好景気を謳歌する見出しが新聞の紙面を踊った。

しかし、改革と開放を鄧小平らの党指導部が強く推進したことは、逆に党の政権支持基盤を弱体化させることにもなった。鄧小平が唱えた「先富論」は、劇的な経済成長を実現する一方、所得格差を拡大し、富を独占する党・政府の特権層を生み出したのである。自動車の不正輸入転売事件や官僚ブローカーとの結託で国家資産の横領など経済不正事件が相次いだ。改革と開放は、経済領域だけにとどまらず、欧米文化の流入とともに知識人や大衆の間に意識の変革をもたらし、「全般的西洋化」の風潮とも重なり合って、権力腐敗に対する世論の不満が高まった。これに伴って王若望（評論家、作家）、方励之（中国科学技術大学副校長、物理学者）、劉賓雁（小説家、ジャーナリスト）、王若水（『人民日報』副総編集長）、白樺（作家）など、政治改革を求める勢力がこの頃に集まり始めた。

この時期、中国の新聞界には事件に対して政府の発表報道に頼ることなく、記者が主体性を持って証拠を積み上げ、事件の真相を突き止めていこうとす

る「調査報道」が流行した。経済犯罪の実例が相次いで報道され、論文「不正の風を保護するという不正の風を抑えよう」とか、社説「経済分野の犯罪活動に断乎とした打撃を与えよう」などの見出が『人民日報』の紙面をにぎわしていった。

政治改革の議論が活発になったこの頃、1983年10月に開かれた中国共産党12期2中全会で、党のイデオロギー面での意志統一を図る「整党に関する決定」が採択され、「反精神汚染」のキャンペーンが展開され始めた。「自由化運動」のなかで登場した周揚（党の理論家、作家）らの「社会主義疎外論」（いわゆる『周揚報告』）を掲載した『人民日報』の胡績偉社長、「ヒューマンイズム論」（抽象的人道主義）を支持した王若水・人民日報副総編集長らが解任された。

ところが、イデオロギー面をいかにして統一したものにするのか、また「反精神汚染キャンペーン」の対象範囲を農村、科学技術分野にも拡大していくのかをめぐり、党内の保守勢力との意見対立が激化し、批判対象の拡大に反対する『中国青年報』が批判的な評論を第一面に掲載した。そのため「反精神汚染キャンペーン」の対象はイデオロギー面、とくに抽象的人道主義、「社会主義疎外論」の批判に限定された。そして1984年1月27日付『人民日報』に掲載された胡喬木・党政治局員の論文「人道主義と疎外の問題について」によって急速に終息に向かうことになった。

他方、一時的に冷却させようとしていた政治・経済改革の議論が再び高まった。1984年10月に開かれた中国共産党12期3中全会では「経済体制改革についての決定」を採択し、社会主義計画的商品経済理論を提起した。経済改革は、農村から都市、工業に重点が移され、全面的な経済改革が始まった。経済の開放と改革は新たな段階に入り、社説「改革の奔流に身を投じよう」「改革のなかで前進しよう」や論文「社会主義の民主がなければ社会主義の近代化はない」などの改革論調が、この時期の『人民日報』の紙面を賑わしていった。

ただ、一方で、「経済体制改革についての決定」が発表されてから1985年前半にかけて、全国各地で一斉に駆け込み設備投資が行われたことから、景気

は一気に過熱となり、インフレが急速に進行した。その過程で新たな不正の風潮が生じた。1986年に宇宙工業部所属企業の大規模なカラーテレビ密輸事件が起こったのである。権力腐敗に対する世論の不满が再び高まり、新聞・理論界では「多党論」「三権分立論」など政治体制改革の論議が公然と現われてくるようになった。それをめぐる党内の論争も俄然活発化した。1986年9月に開かれた中国共産党12期6中全会で、「社会主義精神文明建設に関する決議」案に「ブルジョア自由化反対」「四つの基本原則の堅持」の記載を強く要求する鄧小平ら党中央顧問委員会委員に対して、胡耀邦らが消極的抵抗を示すなど、党指導部内での意見対立も改めて表面化した。

こうして政治体制の改革をめぐる議論は大きな高まりを見せている一方、1986年の末には、人民代表選挙制度の改革を求める学生デモが安徽省の中国科学技術大学で発生し、次第に深圳、長沙、武漢、天津、上海などに波及した。1987年に入ると、無許可の天安門広場集会や北京大学構内で『北京日報』が燃やされるなどの事件をへて、党中央顧問委員の間で政治体制改革を積極的に推進している胡耀邦への批判がさらに強まった。同年1月、党中央顧問委員会代表が参加した中央政治局拡大会議が開かれ、胡耀邦総書記の辞任を全員一致で承認した。趙紫陽首相が総書記代理を兼任することになった。胡耀邦の失脚に伴い、胡氏に近い中央宣伝部長の朱厚沢が解任され、同部長ポストは改革慎重派の王忍之に替えられた。また、劉賓雁、方励之、王若望らが党から除名され、政治改革議論は過熱からついに冷却方向に急転回していった。

胡耀邦が党総書記を辞任した後、胡氏の消費拡大政策が批判され、総投資と総需要を抑制する方針がとられた。一方、1987年10月に中国共産党13期大会が開かれ、「社会主義初級段階論」が党の基本路線として承認された。この大会では、党の長老たちが中央委員から全面的に引退し、実務に通じた改革志向のテクノクラートによる「集団指導体制」が形成された。

ブルジョア自由化への思想引締めの中で、総書記に就任した趙紫陽はただちに「一つの中心、二つの基本点」¹⁰を提唱し、「ブルジョア自由化反対」から

「改革、開放、活性化」へと方針を転換した。1984年以来の経済過熱は冷却されず、逆に工業部門を中心に景気が再び過熱した。

新聞界の制度改革に向けた議論も再び活発化を見せた。1988年1月には胡啓立・政治局常務委員が全国宣伝部長会議で党の宣伝部門の仕事の仕方と指導方式を変えてゆく必要があると主張し、改革加速の宣伝キャンペーンを展開した。国家新聞出版総署が「新聞、雑誌、出版の有料サービスと経営活動に関する暫時弁法」を発表し、新聞の経営規制が大幅に緩和された。『新聞法』の起草小組もこの時期に成立した。

ところが、経済過熱から1985年後半以降の経済引き締め、好況によるインフレの亢進から急激な経済秩序整頓まで二転三転した「改革・開放」以来の経済の乱高下は、党と政府・企業の職責分離の政治改革と、その後の価格・賃金体系改革の途上で終わる。1988年5月、主要副食品価格の自由化で価格統制が緩和すると、生活必需品の価格が一気に上昇するとともに、便乗値上げや買占めが発生した。加えて「官倒」（官僚ブローカー）と呼ばれる党政特権官僚層の不正な経済活動が横行し、国民の政治改革・民主化を要求する運動が公然化した。

1989年は、これまで10年にわたり推進してきた改革開放政策に大きな転換点が訪れた年であった。この年、「天安門事件」が起こった。『人民日報』は4月26日社説で学生デモを「動乱」としたが、経済・政治体制改革の進め方をめぐる党指導部内の対立が再び表面化するようになった。

1989年6月、中国共産党13期4中全会が開かれ、趙紫陽が解任され、江沢民・上海市党委書記が党総書記に就任した。続いて同11月に13期5中全会で鄧小平が党中央軍事委主席を辞任し、すべての公職から退いた。「天安門事件」の影響を受け、政治改革も滞るようになり、新聞規制は次第に厳しくなっていた。『人民日報』の社長と編集長が更迭され、香港『文匯報』社長が解任された。『世界経済導報』など自由化を唱える新聞も姿を消していった。

7. 自社配達革命—「郵発合一」体制の崩壊

政治・経済体制改革に伴う一時的な混乱が続く中で、中国の新聞界においても大きな変化が起こっている。まず新聞の市場化にいち早く対応し、新聞の郵便局配達から自社配達に移行した。

1984年5月には国務院が「国营工業企業の自主権をいちだんと拡大することに関する暫定規定」を発表し、計画外生産・販売権が公式に認められた。同年10月に開かれた中国共産党12期3中全会では、「経済体制改革についての決定」を採択し、社会主義計画的商品経済理論を提起した。この規制緩和の中で、これまで政治体制改革論議の影響で改革が十分進まなかった新聞メディア分野での改革が積極的に進められるようになり、1985年には「自社配達革命」がはじまった。

河南省洛陽市の地元紙『洛陽日報』が、従来の計画経済体制下の「郵発合一」体系（郵便局による新聞の発行・配達を行う）を廃止し、直接読者に発行・配達する方式に乗り出した。これは、全国の郵便局を介した間接販売中心の中国新聞業界にとっては大きな方針転換となる。同紙はこの変更で、新聞社と読者の間にあるギャップを埋め、郵便局より速く、効率的に新聞を届け、読者の利便性を高めた。この過程で同紙の販売部数が激増し、それに対応する形で新聞界では自社配達チャンネルの導入が一斉にはじまった。

他紙との競合の中で、自主配達チャンネルは持続的競争優位の源泉となり、中国の新聞界を風靡した。2005年までに新聞全体の4割、約800紙¹¹が自社配達を実施した。これによって1950年代以来30年にわたって新聞発行・配達を牛耳っていた郵便局支配の「郵発合一」体制が崩壊した。そして、読者を獲得するため、新聞各社の間では自社の新聞を早めに届ける「早報」がブームになる。その一方で、「自社配達」革命は販拡競争をさらに激化し、景品や値引き合戦がエスカレートしていた。

またこの時期、新聞界は、技術革新にいち早く対応し、先端を行く新聞印刷・制作システムへの切り替えを次々とすすめてきた。1986年には、『人民日報』『光明日報』などの有力紙と肩を並べる存在になった『経済日報』は中国

新聞業界で最初に国産印刷オフセット輪転機を稼働させ、読者の多様なニーズにこたえる「情報型の新聞」への足固めが着々と築かれていくことを示している。1980年代の後半の高度成長期は、同時に大量生産・大量消費時代の先がけの時期でもあった。その時代のニーズに応じて、新聞各社は競って多色刷り印刷工場を建設し、増ページ競争を積極的に展開した。

1987年には新聞出版事業と著作権管理を主管する国家新聞出版総署（国家版權局）が復活され、これをもとに新聞メディア管理の体系も明瞭な形になった。他方、商品経済社会の進展は、新聞業界にも影響を与えた。新聞業界と政財界との癒着を生みだし、提灯記事が氾濫していた。また、第4の権力と揶揄され、社会に絶大な影響力をもつ新聞メディアへの就職が人気を集めているため、伝媒（メディア）大学や新聞学部の新設も相次ぎ、マスコミ志向の学生数は全体として増えた。

他方、胡耀邦―趙紫陽体制を通じて規制緩和や行政改革による経済活性化策が強く推進された1980年代に、経済紙・専門紙創刊ブームが起これ、新聞の種類は大きくふえた。1988年の新聞種類は1579種に達し、各紙はいよいよ過当な競争へと突入した。そのため国家新聞出版総署は新規創刊を制限して、既存新聞の経営基盤を保護する政策を取り始めた。

第4章 新聞市場化への加速期―大衆紙の勃興（1992～）

1. 「南巡講話」―高度成長のスタート

1980年代末期まで続いた高度経済成長は、「天安門事件」の発生とともに終止符を打った。趙紫陽の後に登場した江沢民―李鵬体制が「天安門事件」で政治改革・経済改革とも慎重になった。

経済政策の重点は、1989年11月の中国共産党13期5中全会で採択された「一層の整備・整頓と改革深化に関する決定」に基づく、経済引き締めの一貫に置かれた。この結果、1990年に入るとインフレは減速し、工業部門を中心とした経済過熱状態も徐々に沈静化した。投資を厳しく抑制された地方では

すぐ景気後退が現れた。

政治改革に関わる政策面でも保守回帰を鮮明に示した。党と政府の中樞人事は、「安定団結」を旗印に、改革・保守の各グループに配慮した安定重視のバランス人事を行った。新聞改革などをめぐる議論では、ソ連共産党とソ連邦が崩壊すると、従来よりも保守的な論調が目立った。1990年12月、新聞・出版メディアを管理する国家新聞出版総署が「報紙管理暫定規定」を公布した。認可・登録・経営の違反に対する処罰などを具体的に定め、新聞への管理を強化した。

一方、経済引き締め政策の進行に伴って、消費と投資が抑制されるなど経済全体は次第に停滞色を呈するようになった。そのため基幹生産企業の倒産・経営不振で経済停滞に苦しむ地方政府は、経済面での地域保護色を強め、経済引締め路線をとる党執行部と激しく対立するようになり、「諸侯経済」が蔓延していった。

このような中で、伝統的社会主義イデオロギーを重視する保守派と、経済発展を優先する改革派の間で、『人民日報』など新聞メディアを舞台に「姓社姓資」論争（改革は社会主義なのか資本主義なのか）が再び起き、改革の目標と方法論をめぐる「保革対立」が激化していった。

党執行部による強力な引き締め政策が始まって1年が経過し、経済停滞色が鮮明になった1991年に入ると、地方の新聞メディアでは「引締め政策」批判の論調が目立ち始める。なかでも、上海市では皇甫平（「皇甫」＝黄浦江すなわち上海、「平」＝鄧小平）の署名論文「改革開放の導きの羊になれ」「改革開放には新思考が必要」「改革を動揺させてはならない」が連日のように市の党委員会機関紙『解放日報』の一面を賑わい、改革中に起こった新しい問題はさらなる改革でしか解決できないと主張し、思想の解放と改革の加速を呼びかけた。

1992年の年明け、党中央機関紙『人民日報』までも「経済建設中心をさらによく堅持しよう」「改革の肝っ玉をさらに大きくしよう」という一連の社説を一面トップで掲載し、鄧小平が同年の年初から広州や上海など南方の地方

を視察する際の講話（いわゆる「南巡講話」）を盛り込んだ長大な評論を載せた。

「天安門事件」を受け、計画経済への回帰を求める声が強まる中、市場経済の加速を号令した「南巡講話」の発表が中国にとっては、歴史的な転換点となった。経済建設を最優先とする鄧小平の改革・開放路線が全面的に復活したことで、地方を中心に空前の改革・開放加速ブームが巻き起こり、1992年の国内総生産（GDP）成長率は4年ぶりに2桁となった。そして、同年10月の中国共産党14期党大会では「南巡講話」を理論面で定式化した「社会主義市場経済」が改革の目標に掲げられ、生産手段の公有制という伝統的な社会主義理念と決別した。1993年には全人代第1回会議で憲法改正も行われ、「社会主義市場経済」路線が国是となり、中国の改革と開放は新段階に入った。

一方、鄧小平を「核心」（中枢）とした第2世代から、江沢民を「核心」とした第3世代への権力の世代交替が完成され、社会主義市場経済体制のもとで中国は「経済は自由化、政治は引き締め」という一見あい矛盾する二つの方向で発展させた。経済は天安門事件以降の停滞を抜け、旺盛な投資と堅調な輸出に支えられて「世界の工場」として高成長を享受するようになった。その反面で都市・沿岸部を除く農村・内陸部は発展から取り残され、地域・階層間の格差の拡大や汚職・腐敗の蔓延などの問題が一層深刻なものになった。内外の批判に応える形で、後を継いだ第4世代の胡錦濤体制は、「経済至上主義からの脱却」を掲げ、「科学的発展観」に基づく和諧社会の建設を目指すことになったが、過度な経済成長速度を下げながら、不動産バブルやインフレ、経済格差問題を封じ込み、社会不安を起こさせないようコントロールを一段と強める。

さらに特筆すべきは、鄧小平の「南巡講話」で資本主義 VS 社会主義というイデオロギーの論争に終止符が打たれたということである。その後、中国経済はWTO加盟を機に一段と飛躍し、世界第2の規模になった中国経済の高成長の基礎はこの頃に確立したと言われる。他方、改革・開放の加速により、中国社会のさまざまな利益関係と人々の価値意識が急激に多元化・多様化し

ている。イデオロギーの求心力がなくなり、それに取って代わって愛国主義が登場するようになった。グローバル化が進むにつれ、民族精神や市民の愛国心の発露がクローズアップされ、中国人の心情・情緒に可能な限り近づこうとする視点・論調の記事が目立つようになった。また、計画経済から市場経済への転換により、個人や企業（新聞・メディアを含む）は、自立的な経済主体となっており、国・組織への依存度は急激に低下した。これに伴って、政府による公衆・世論のコントロール方法も徐々に法的手段に基づくようになった。

「南巡講話」が発表されてから、商品の自由化も資本の自由化も急速に行われた。国営大・中型企業の経営メカニズムの転換、株式制実験の拡大、第3次産業の対外開放など経済改革テンポが加速するのにしたがって、中国の新聞業界は広く一般大衆を対象とした商業化、市場化、株式会社化、グループ化への道を歩み始める。高度経済成長の夜明けともいえる1990年代後期に入ると、地方の都市化と大衆社会の拡大に伴って、経済紙や夕刊紙、都市報が全国的規模で販売部数を伸ばし、やがて大衆紙は最盛期を迎える。

2. 経済紙・専門紙の躍進

1980～90年代には、もっとも躍進した新聞は、ビジネス全般に関する話題を広く扱う経済紙と、特定業種の記事に特化した専門紙であった。中国の経済紙が登場した1980年代が黎明の時期だとすると、1990年代が花開の時代であり、2000年代は競争かつ淘汰の時期である。

1980年代の経済紙・業界紙ブームを支えたのは、改革と開放から鄧小平の「一部先富論」の浸透と、商品経済化にのってあふれていた当時の郷鎮企業（非国有企業）・個人企業設立ブームであった。

人民公社の形骸化で農村自ら郷鎮企業を作り、全国各地に農民が家族単位で集団所有の土地を請負う「生産責任制」が生まれた。1977年末には、全国の郷鎮企業は109万に達し、企業で労働に参加している公社員は1700万人をこえた。商品取引が盛んになり、自由市場が増え、貿易自由化による所得が増

加すれば、人々の関心は余暇の過ごし方など文化面にも向けられるようになった。「全面的小康（中流の生活水準）社会の実現」を目指す10億人にとって、宣伝工作の内容を中心とした「党報」だけでは、情報の欲望を満足させることができなかったのである。商品経済の導入に追いつこうとしたこの時期に、郷鎮企業・私営企業の設立ブームが経済への関心を高め、経済情報媒体として専門の経済紙が登場した。

中国でいちばん最初の経済紙は、『人民日報』が1979年に創刊した『市場報』である。企業経営者や経済専門の読者を中心にした週3回発行の新聞であった。当時、農村改革によって商品経済が導入され、わずか1年の歴史しか持っていなかった。社会主義の中央集権経済下で政府が生産手段を所有し、一般大衆は市場経済の経験・ノウハウを持っておらず、市場メカニズムとはというものかも知らなかった。そんな中で、「中国市場に向かい、世界市場に向かい、生産者、経営者、消費者および各管理者に奉仕する」というコンセプトから生まれた『市場報』の創刊は、中国経済の市場化への貢献度も高かった。

この時期、中国政府は経営効率の向上をめざして企業近代化に着手した。まず国営企業は経営自主権を拡大し、「全人民所有制工業企業法」の発布、「経営メカニズム転換条例」の施行によって欧米式の経営方法が導入され始めた。経済紙もようやく花を開いた。経済媒体は1983年から『経済日報』、『経済参考報』、『中華工商時報』がそれぞれ創刊され、新聞界を賑わせた。

1990年代以後は、中国の市場経済が根を下ろした時期とされる。1992年初の鄧小平「南巡講話」がきっかけとなって、全国で改革・開放加速ブームが巻き起こった。そして、中国共産党14期党大会はこのブームのさなかに開催され、党規約が改正されて「社会主義市場経済」論を提起した。こうした政策の全面的な転換が「天安門事件」以来の引き締めから回復しつつあった経済に波及し、1992年の国内総生産（GDP）は2兆3938億元（前年比12.8%増）と4年ぶりに2桁成長となった。このころから、主な経済紙の経営が軌道に乗り始め、各社ともに高収益を謳歌した。広告面は記事面より多くなり、広告スペースが新聞紙面の6割近くまでを占めるに至った。

中国の資本市場、特に上海と深圳の証券市場もいちおう形を整えてきたもので、証券類新聞は量的に著しく増大した。国家所有の形態を維持したままで自主権の拡大を目指した改革から、所有権にまでメスを入れる国有企業体制改革へと深化した。中国政府が推進した国営企業の株式会社化制度に合わせて、株式会社が続々と生まれ、自社職員に向けて非公開株の発行とも盛んであった。

当初、非公開株は企業内部買売が中心だが、1990年の上海証券取引所、1991年の深圳証券取引所の開業を契機に株投資は活発化したのである。とくに1992年初の「南巡講話」により、改革、開放加速ブームが巻き起こり、不動産・株式の市場に外国からの投機資金が大量に流入した。生産財や土地、株式などの価格が急騰し始める1992年から中国全土で不動産ブーム、株式ブームが起き、経済への関心を一気に高めた。これに伴って売買株・相場見通しなど株式市場に特化した株式専門紙や一般投資家向けの金融紙の創刊はめざましかった。

証券専門紙といえば、『上海証券報』（1991年創刊）、『中国証券報』（1993年創刊）、『証券時報』（1993年創刊）は中国証券専門紙の草分けとして、業界を長年リードしている。同証券専門3紙は、中国証券監督管理委員会（証監会）の指定を受け、中国国内市場に上場している全企業の基本情報、業績、株価データ、財務データを掲載し、投資家から絶大な支持を得て、金融広告媒体の地位を獲得した。企業決算公告の出稿や金融商品の広告はこの3大証券紙に集中され、全体の8割以上を占めた。

自動車、電機、出版、食品、不動産、電器、教育、文化、スポーツに特化した業界紙・専門紙もこの時期に相次いで創刊された。経済分野の高成長は専門紙・業界紙の市場をつくりあげ、中国の新聞市場成長のけん引役としての地位を確立した。1990年代末には、約1500紙に達して新聞全体の約7割を占めた。

21世紀に入ってから、経済の高成長とともに総合経済紙も著しい躍進を示した。すでに独自の地位を築いていた『経済日報』に対して、2000年代には、

『21世紀経済報道』、『経済観察報』、『第一財經日報』が創刊され、ニュース性と実用性、情報量で幅広い中間層の人気を獲得し、『経済日報』の地位を脅かした。『経済日報』の得意広告主は多くこれらの後発3紙に流れることになった。

こうして経済紙・専門紙創刊が盛んになるにつれて、反面、新聞各社間の販売競争が激しくなり、ついに停刊に追い込まれる新聞が現れるようになった。『人民日報』の子新聞として1979年に創刊され、経済紙の先鞭をつけた『市場報』は、ピークの1980年代半ばごろの発行部数は約85万部だったが、その後は販売部数の低迷や競争激化、新聞用紙の高騰で業績が悪化した。2005年の発行部数は3万部ほどに落ち込み、同紙はついに紙の新聞を停刊してネット専門新聞に移行した。

新聞メディアの単一の党機関紙発刊のかつての構造は、経済・専門紙創刊ラッシュが起こった1980年代初期から徐々に、そして1990年代初期の晩報ブームを境に急速に多面的な新聞メディア構造に移行していた。

3. 夕刊ブームと党機関紙の販売不振

経済改革は農村から都市、工業に重点が移されたのを契機にして、中国の工業都市化への拍車がかかるようになった。都市の労働人口の増加や大衆文化の普及を背景に、新聞の購読者が増大した。また、新聞社間の激しい競争によって頭角を現した一部の夕刊紙は、全国紙として飛躍した。『新民晩報』、『羊城晩報』『北京晩報』、『揚子晩報』などはその代表格で、内外最新のニュースや魅力ある読み物、充実した娯楽欄の内容で、着実に全国の読者層を拡大した。

中国の夕刊紙は1970年代の文化大革命後からの発刊と思われがちだが、実はすでに中華人民共和国建国直後の1950年代に『羊城晩報』（広州）が存在していた。それが文化大革命後、その時期にいったん停刊されていた『羊城晩報』、『北京晩報』（北京）、『新民晩報』（上海）が相次いで復刊している。

1980年代半ばごろから1990年代後半にかけて、消費の高度化・大衆娯楽の成

立などを背景に、消費者の欲望が多様化するのに合わせ、大衆向けの夕刊紙の創刊ラッシュが起こった。1980年初期では『羊城晩報』、『北京晩報』、『新民晩報』の三紙だったが、1990年44紙、1994年128紙、1998年では144紙¹²にもなり、夕刊紙は黄金期を迎えた。

その頃まで中国の新聞市場の主流だった「日報」（党機関紙）は、組織を対象とした購読の減少により衰退しつつあり¹³、各紙はその対策として大衆向けの夕刊紙「晩報」を創刊したのだった。『北京晩報』の成功にヒントを得て江蘇省共産党委員会の機関紙『新華日報』から創刊された『揚子晩報』がその一つである。『新華日報』の発行部数は、1980年の約70万部をピークに、ほぼ毎年減少し続けているが、1994年はずいに半分の約35万部までに落ち込んだ。

『新華日報』のような党機関紙不振の背景には、無味乾燥な政治評論や、千篇一律の会議報道、単調な紙面レイアウト、郵便局予約・配布の官僚的な販売ルートなどの問題が挙げられよう。また、1980年代半ば頃の高度成長期を迎え、都市部の一般家庭の生活に余裕ができたこともあろうが、経済発展で社会の情報化が進展し、民衆の権利意識・多様な要求が高まりつつあることも要因と見られる。

党機関紙の部数減に何とか歯止めをかけようと、新聞各社とも新たな読者層の獲得に向けて、紙面改革や専門紙、「晩報」への参入を進めていた。1986年元日に『新華日報』は夕刊『揚子晩報』を創刊した。家庭向けの実用的な記事と、文化・スポーツニュース、そして大衆向けの読み物で構成される紙面で新たな読者層を獲得し、後の夕刊紙創刊ラッシュの先鞭をつけた。1999年には『揚子晩報』の販売部数が200万部を突破し、広告収入もその年の国内新聞全体で6位を占め、親紙の『新華日報』をはるかに超えた。読者獲得競争が激しくなる中で、とりわけ、徹底的な大衆向けの夕刊紙戦略が大成功を収めた。

1990年代に入ると、高成長期の消費拡大と大衆文化の浸透により、これまで北京、上海、広州など大都市中心に発展した夕刊紙ブームは全国に拡大した。『錢江晩報』、『武漢晩報』、『深圳晩報』が『揚子晩報』などとともに夕刊

市場を牽引した。

経済の高成長のもとで、新聞を読む機会が増えた都市部の人々に向けて、新聞に掲載される広告が増加することも夕刊紙ブームを支えた。1990年以後の10年間では、新聞への広告出稿量は約20倍に飛躍した。特に広告の掲載が多かった不動産、薬品、食品、家電製品は、「新聞の4大広告主」と呼ばれ、夕刊紙の一面に広告が掲載されることも多くある。1999年度の中国国内新聞広告収入ランキングでは、「晩報」がトップ10の半分以上を占め、夕刊紙の人気、評判がうかがえる。

4. 都市報ブーム—新聞業界地図が大きく塗り替えられる

しかし、1980年代初期の「日報」（党機関紙）黄金期、1990年代後半の経済紙・夕刊紙市場の成長拡大期を経て、中国国内の新聞シェアは大衆紙の都市報（都市部発行の新聞）に一気に偏り、新聞業界地図も大きく塗り替えられた。

都市報の勃興を支えたのは、1984年から都市を中心とした経済体制改革政策の浸透と、高度経済成長による都市部の新中間層の成立であった。全国主要都市で100%外資の企業の設立が認められるようになり、合弁企業の国内向け販売の比率も高められるようになった。外資系企業の進出が、産業・消費集積地の形成につながり、中国の都市化を促進すると同時に、都市部の急速な経済発展に伴い、農村から都市への労働者らの流入が進んだ。都市の労働人口の増加は、都市報の市場を作り上げ、都市報は新しい大衆媒体としての地位を確立した。

他方、経済の急成長に伴い、所得・生活水準も向上し、「世界の工場」から「世界の消費市場」へと変貌を遂げるにつれ、消費娯楽的な生活をおくる傾向をもつ新しい都市型新中間層が生み出された。生活文化の欧風化が進み、新しい都市生活にマッチさせる情報が必要になった。このような中で、都市人の生活感覚・価値観に合った街ダネ・生活情報を伝えるニューメディアとしての都市報が登場し、中国の新聞業界をリードする存在となった。

都市報ブームの引金が、1995年に創刊された『四川日報』系の『華西都市

報』の成功であったことは、ほぼ定説になっている。販売部数と広告収入の減少、というダブルパンチを受けている状況で、低迷打開の狙いもあろうが、発刊当時は『四川日報』の補足的役割をするもの、いまの夕刊紙「晩報」のようなものを考えていたという。ところが、地元の成都市には『成都晩報』がすでにある。国家新聞出版総署は同一地域でふたつの「晩報」が存在することを認めなかったため、「都市報」の形で創刊され、「党報」や「晩報」とは異なる路線を目指した。

その特色の一つは、「市民生活新聞」のスローガンを掲げて大衆向けから記事は短くわかりやすい表現で写真やイラストが多用され、かつ、街頭スタンド販売という点にあったが、「日報」（党機関紙）が担ってきた朝刊の硬いイメージを刷新した。また、地域中のおもしろいニュース、もちろん大人気のスポーツ記事や文化の特集記事も充実しているという点を受けて、大ヒットした。1997年は50万部を売り、2010年は2倍の100万部に達した。市民の視線で記事構成するというコンセプトから生まれ、大衆の生活に即した『華西都市報』は、着実に読者層を広げ、今や中国西部で発行部数最多の総合紙になった。

一方、『華西都市報』の大成功で新聞各社が相次いで参入し、都市報を発刊し始めた。いずれも高部数を得ていたが、そんな競合紙が続々と出てきて、都市報合戦が各社間で繰り広げられた。この中で、『南方日報』系の『南方都市報』の独自報道スタイルは、特筆すべきことである。1997年3月の創刊以降、既成の「晩報」とは一線を画し、単なる生活情報の提供だけでなく、政治経済分野の調査報道など堅実な記事を掲載し続けた。軟派「都市報」隆盛のなかで、まさに鶏群の一鶴である。2003年、中国南部で流行した新型肺炎（SARS）の追跡報道から大学生の冤罪案記事まで、中国社会・政権の恥部をしばしば鋭く皮肉ってみせ、これが硬い「党報」とおなじところから出版されているとは信じられないこともある。

1990年代後半に出現した都市報ブームは、いまや全盛を迎え、中国社会の多様化・スピード化を背景に、ものに限らず、精神を求める「新中間層」の

心情に合った情報提供でいわば「国民的大衆紙」の地位についた。現在、都市報は北京、上海などの大都市を中心に、計約150紙が発行され、中国国内の大衆紙の中樞を占めるようになった。この都市報ブームの陰で、夕刊の発行を取りやめる新聞社が相次ぎ、夕刊専門紙のいくつかは朝刊紙の都市報に転向した。

第5章 群雄割拠の時代へ—新聞業界の淘汰・再編

1. 朝に夕刊がやってくる

朝に夕刊がやってくる、というのは、決して怪談ではない。夕刊というと夕方にだけ発行されるのが一般的だが、中国の夕刊は必ずしもそうではないのである。中国で、いまは「晩報（夕刊）早出」と呼ばれる現象が起きている。夕刊を朝に発行するのがはやりである。夕刊老舗を除く約9割の「晩報」が朝刊に切り替わっている¹⁴。

背景にあるのは、都市化の進展で夕方の外出が増えるなど生活スタイルが変わり、夕刊が読まれなくなったことであろうが、最大の要因はやはり、都市報ブームの影響である。少し前まで、中国では都市部の朝刊市場を地元の「日報」、そして夕刊市場の読者・広告をその「日報」系の「晩報」が独占している。「日報」と「晩報」は、そもそも同一発行元で、それぞれ組織向けの販売とごく一般的な家庭・個人向けの販売とに棲み分けをして、正面からの競争関係にはならず、共存関係にあることが多い。前者が、全国・海外ニュースや政治ニュースなどを取り上げるのに対し、後者はもっぱら地域生活ニュースのみを取り上げることが多いためである。つまり、「晩報」は地元の「日報」の、補完的な役割としての性格をもっているのである。

しかし、新聞規制の緩和や新聞の市場化に伴い、「テリトリー制」の崩壊が進み、地元の「晩報」が圧倒的な資金力と取材力の中央紙・省級大手紙系の都市報との競争にさらされる時代になった。都市報は「日報」の全国・海外ニュースだけでなく「晩報」の地方ニュース・生活情報なども扱う。販売合

戦は朝刊の「日報」ばかりではなく、「晩報」の多くが苦戦している。

原因については、「晩報」関係者の間では「同一内容を守る都市報に食われた」などいろいろいわれている。やはり街頭スタンドに頼る「晩報」が売れないのは、発売時間が遅くて、発売してから実際に売れる時間、いわゆる販売寿命と広告の有効時間というのが、同じ街頭スタンドで販売している都市報より短くなったせいだ、という意見が業界一般の見方である。1997年1月には四川省成都市で『華西都市報』と熱戦を繰り広げた『成都晩報』が朝刊に移行した。さらに、2006年9月には南京市の夕刊老舗『揚子晩報』も都市報に勝てなかった。2010年ころまで、『北京晩報』や『新民晩報』、『羊城晩報』といった夕刊老舗を除くほとんどの「晩報」は、「晩報」の題字を変更しないまま朝刊化に踏み切っていた。これらの「晩報」には今、「羊頭狗肉（ようとうくにく）」という批判が寄せられている。

2. 終わりなき値引き合戦・景品戦争

こうして、この時期、都市報市場の新規参入がつづき、1990年代末には、都市報の種類は約150紙に達した。拡販競争が激しくなれば価格競争が始まり、採算を度外視した値引き合戦が度々おこるようになった。1紙が価格を引き下げたら他紙が追随し、終わりなき値引き合戦の火ぶたが切って落とされる。値引き合戦は、参戦する新聞すべてが利益を削り、自らの首を絞める消耗戦である。1999年中盤に起こった江蘇省南京市での新聞価格戦争が好例¹⁵である。

1999年5月、南京市の『江蘇商報』は、即売価格を同業最低の一部0.2元にするを発表した。同年9月、同じ南京市で発行される『人民日報』系の『江南時報』は、『江蘇商報』の定価に合わせて購読料金を値下げした。同年10月、今度は同一地域で発行している新華社江蘇分社の『現代経済報』が、題字を『現代快報』に変更するのを機に、一部0.1元の定価で参戦。同年12月、地元紙『南京日報』は、同紙を買うと傘下の夕刊紙『金陵晩報』を無料提供し、さらに『金陵晩報』の購読者に購読料を全額返還するとともに、同値の牛乳を贈呈することでこれに応戦した。

新聞価格「戦争」は低価格で読者を引き付けることを狙いとしているが、次から次へと報復的に価格が引き下げられていくと、最終的には新聞業界全体の利益が急激に低下してしまった。その結果、新聞の販売部数は過去最高を記録したが、同時に損失も過去最高となった。にもかかわらず、価格戦争はますます日常化しつつあり、その内容もこれまでに激しくなっている。

一人でも多く読者を獲得しようと、競合他社をかわす戦略がさまざまに駆使されている。なかでも、景品を武器とするケースが増大しており、ちょっとした小競り合いが次第に「景品戦争」に発展してしまうのも、いまや日常茶飯である。都市報の激戦地・北京市にある主要紙の景品を例にとってみると、食用油や牛乳、石鹸、さらに洗車・飲食店・映画館に使用できる代金券など、家庭向けの日用品が定番である。なかには、年間購読料150元程度の新聞に3000元相当の37センチ液晶テレビをつけているところも出ている。景品が盛り上がりを見せているのは、都市報だけではない。今や、夕刊紙や週刊紙、党機関紙などあらゆる新聞が溢れかえっている。もはや景品は、どの新聞にとっても必須なのである。国家新聞出版総署が、新聞各社をあつめて、行き過ぎた勧誘・景品を自制するように呼びかけたが、強制力はなく、「景品戦争」はエスカレートする一方である。

3. 増ページ競争と新聞用紙代高騰

1980年代中盤の好景気により、中国の大衆消費社会が拡大した。新聞各社は、広告需要の伸びや都市部読者層の情報需要の拡大に対応するため、増ページ路線に大きくかじを切った。

1987年1月1日から、『広州日報』は地方紙として初めて8ページへと増ページし、増ページ競争の口火を切る。他社も一斉にこれに追従し、大幅な増ページ競争に入り、中国新聞業界は「厚報」（多セクション印刷）の時代へと突入した。1980年代初期に基本4ページ建てだった日刊紙は、現在60ページ（都市報）が基本で、100ページを超える夕刊・都市報も現れた。

しかし、新聞は分厚く見えても、実は読まなければならない字数はそれほ

ど多くない。紙面をよく見ると、広告だけのページが2分1もある。1990年代に入ってから、好調な広告原稿の需要にともなって各紙の増ページ競争がいつそう激化し、「厚報」（厚い新聞）という流行語も生まれた。

その一方で、増ページ競争の激化は紙価の高騰をもたらし、新聞用紙不足は深刻になっていた。新聞用紙の価格は上昇の一途をたどった。新聞用紙の価格は、2007年の4500元/ト^ンから2008年の5400元/ト^ンと2割増した¹⁶。新聞販売の利潤がなくなり、生産原価を割る新聞もあふれ、出版経営危機的状況を迎えていた。

中国の新聞社では、用紙代は総支出の7割以上を占める。用紙代高騰の影響はかなり深刻である。国家新聞出版総署がサンプル企業に対して行った調査では、『南方日報』報業集団が総費用の80%、大衆報業集団の70%が用紙代に使われている。そもそも、中国の新聞は伝統的に一部売り価格が安く、即売部門は赤字にちがいない。用紙代高騰は新聞各社の経営にさらに影を落としてきた。新聞用紙購入資金に充てるため、銀行からの融資を調達する新聞が相次いでいる。新聞業界関係者の間では各社の純有利子負債が膨らむことを懸念する声が出ている。そのため『南方日報』をはじめ北京などの主要紙が2007年1月から1部売り価格を値上げした。だが、読者の流失を心配し、多数の新聞は購読料を据え置き、値上げには踏み切れなかった。一方、紙代を節約するために、紙面の幅を縮小する「瘦報」が流行している。印刷経費と輸送費用の削減を狙うウォールストリート・ジャーナル（WSJ）など米紙の経営手法だが、中国の新聞もその流れに沿った。

4. テリトリーによる住み分けが崩れ始める

もともと中国の新聞に限られた広がり（発行機関の支配の及ぶ範囲）で取材活動し、ある区域の広告・読者市場を独占しているなど、新聞各紙は競争関係になかった。全国に配布される中央紙と省（直轄市・自治区）全域に配布される省級紙、市・県のレベルで発行される市級紙と発行・事業範囲の住み分けのテリトリー制も明快であった。

しかし、土台となる計画経済システムを改革することで自由競争の市場経済時代に入ると、テリトリー制は次第に有名無実になり、2003年以来、発行機関の支配の及ぶ行政区域外の新聞発行を営むことが国家新聞出版総署から漸次認められてきた。新聞各紙の事業領域がぶつかり合うようになった。

2003年11月、広東省の有力紙『南方日報』が北京市の新聞市場に進出することになった。中央政界に強力な発言力・政治力をもつ中央紙の『光明日報』（本社・北京市）と共同で都市報の『新京報』を創刊すると発表した。広東省を中心とした華南地域の新聞業界は、『南方日報』と『広州日報』、『羊城晚報』がしのぎを削る。これら3紙は、珠江デルタ地域内の新聞を相次ぎ傘下に入れ、規模を拡大してきた。勢力圏はほぼ固まり、『南方日報』がさらなる拡大を目指すには、広東省域外の進出が不可欠とされてきた。

その一方で、かつての中国新聞界の旗手『光明日報』は、市場自由競争の「敗者」となったが、成長性のあるローカル紙を目下の同盟者に取り込んで、再び旗手の地位を確立しようとしている。中央紙が地方紙との資本提携を決めたことは、かつて中国の新聞市場を席卷した中央紙の弱体化を象徴している。ブランド力はあっても、コスト競争力や市場のニーズをつかむ力の点で地方紙に水をあけられつつあり、中央紙は正念場を迎えている。地方紙との競争で苦境に立たされている『人民日報』でも2005年、北京市に進出してやはり都市報の『京華時報』を創刊し、『北京日報』、『北京晚報』、『北京青年報』、『新京報』などと正面から競合することになった。

こうした中国の新聞ビジネス寡占体の相互浸透と相互領域での競争激化が、21世紀に入って顕在化し始めた。地方の新聞は、相互の競争以上に、地方の新聞市場へ参入してくる地域外の手紙との戦いを迫られることとなった。この中で、大都市に本社を置く省級紙グループは、圧倒的な資金力や取材力、地域での強い政治影響力を生かし、全国紙と市級紙の地盤にも進出し、着実に販売版図を拡大している。上海文匯新民聯合報業集団、『広州日報』、『北京青年報』の3社が提携して共同で2004年11月15日に創刊した経済総合紙『第一財經日報』はその代表例で、わかりやすい編集内容や、実用性など複合的な

戦略で全国紙より多い読者を獲得した。

5. 再編の波が容赦なく押し寄せている

しかし、次第に新聞販売合戦一色に染まる中で、かつて行政や地方に対してもっていた影響力、公費購読者を失った中央紙（全国紙）と、拡販競争の激化が加わって財務基盤の弱い市・県級紙の経営は悪化の一途をたどった。テリトリー制が崩壊し、新聞の市場化が進む一方で、大手紙の地方進出や都市報を中心とした新聞販売競争が激しくなり、『中華新聞報』など新聞の破たんも現れた。

新聞間の価格競争がますます日常化しつつある中で、中央紙のみならず、末端の市級紙は軒並み減収減益に見舞われ、新聞の生き残りをかけた合併・提携が行われ、中国新聞業界には再編の波が容赦なく押し寄せている。そして、地域独占形態に依存して利益を蓄積できる新聞グループのみの独占化が進んだのである。中国の新聞業界では、「自由競争」といわれた時代は終わり、（政府によって）管理された「寡占競争」の時代へ突入しようとしている。

1996年1月、広州市の地元紙『広州日報』と『信息時報』、『足球報』、『広州文摘報』など14紙が経営統合する方針を発表し、中国初の大型新聞グループが誕生した。広州市の新聞市場には強みのある『広州日報』だが、新聞用紙調達の共通化や共同印刷でコストを削減し、競争力を高めることをねらう。とはいえ、中・小新聞の生き残り策として「官主導」の業界再編という色彩が濃い。中国新聞業界の新聞社の多さはかねてから指摘されてきただけに、業界内でも再編期待は強い。都市部における成長市場での買収も含めて、新聞業界では省内外で積極的な動きが続きそうだ。

とくに1990年代後半に入ってから、経営基盤強化を目指した大手紙のグループ化、提携関係の動きが目立ってきた。有力紙が中国の各地に大小さまざまな新聞グループを乱立させていた。中央紙と省級紙では1998年6月に光明日報業集団、経済日報業集団、文匯新民聯合報業集団などの大手・中堅紙の新聞グループが相次ぎ姿を現した。新聞の大半が新聞グループに集約され、行

政区域の垣根を越えた競争を繰り広げている中国の新聞業界はすでに寡占体制を確立し始めていた。

2000年以降、「日報」（党報）を旗艦紙（『主報』と呼ばれる）とする47の新聞グループが生まれているが、同グループが資産総額と発行部数で全新聞の3分の2、広告売り上げの約8割を占め、世論形成面・経営面ともに中国新聞界の支柱になっている。その勢力圏をみると、現存の新聞グループ47のうち、中央紙が2、省（直轄市・自治区）級紙が28、市級紙が17。全国31の省都（省・中央直轄市・自治区政府の所在地）のうち、17の省都では二つ以上のグループが勢力を張り、対立して覇を競う。なかでも特に群雄がひしめいていたのが、北京、広州で、同一市区に三つの新聞グループが鼎立する。中国新聞業界は「群雄割拠」の時代を迎えた。

6. 中央紙（全国紙）の退潮と地方紙の台頭

1949年の中華人民共和国建国から1980年代末ころまで、中国の新聞市場のシェアを最も多く占めていた新聞は、いうまでもなく首都・北京に本社を置く中央紙いわゆる全国紙である。情報の流れは、中央から地方へという当時の高度な中央集権・計画経済体制の時代に、『人民日報』、『光明日報』、『工人日報』など中央紙が中央行政機関の影響力・資金力でトップを走った。

しかし、改革開放方針下で進められる市場体制への移行に伴って、中央行政の影響力は著しく低下した。新聞の企業化で新聞社への政府補助金が減少しつつあり、中央紙の強みであった政治影響力・資金力は、もはや競争優位の決定打ではなくなった。中央紙各紙の販売部数とも1980年代半ば頃をピークに一進一退を繰り返しているが、地方の「晩報」、「都市報」など大衆紙の台頭で下がり続け、2010年は新聞全体発行部数の1割に落ち込んだ。

経済格差の拡大が大都市圏域への人口集中を促し、人々の生活の拠点が農村・地方から長江デルタや珠江デルタ、京津経済圏など経済的先進地へシフトするなかで、この大都市圏域を舞台に中央紙・省級紙・市級紙は三つどもえになって戦った。そして争いの末、生き残って徐々に勢力を広げていった

のが、販売地域が複数の省・市に跨がる地方紙のグループである。国家新聞出版総署が2010年7月に発表した「全国新聞グループの総合経済規模ランキング」で、トップ10にランクされたのは、广州日報報業集団（広州市）、解放日報報業集団（上海市）、文匯新民聯合報業集団（上海市）、成都日報報業集団（成都市）、南方報業伝媒集団（広州市）、浙江日報業集団（杭州市）、杭州日報報業集団（杭州市）、北京日報報業集団（北京市）、河南日報業集団（鄭州市）、山東大衆報業集団（済南市）である。新聞各社の総資産額や売上高、売上高純利益率などを指数化して評価したが、地方勢が上位を独占した。

21世紀に入ってから、中央紙が有力の地方紙と提携して大衆紙を発行するのも、中央紙の苦境を浮き彫りにした形である。国家新聞出版総署の「新聞出版産業分析報告」（2010年7月）によると、2010年には全国地方紙の総発行部数は年間375億部を突破した。これは中国の新聞全体の8割5分を占めた。なかでも地方中核都市に本社を置く「都市報」「晩報」が、中央紙に比べて群を抜く取材力・コスト競争力を生かし、地域の読者・広告を独占した。50年以上にわたって中国の新聞業界をリードしていた中央紙は、すでに地域の新聞に座を譲り、地方中核都市の省新聞グループは広範囲の地方圏で圧倒的な部数と競争力を持つ、主導的地位を占める中国の新たな新聞市場構造が形成された。

お わ り に

これら中国で起こった新聞メディアの構造的変化は、中央集権の計画体制から市場体制への移行を背景していた。計画体制の縮小につれて長い期間にわたって中央の指令に頼って、発行を政府・郵便局のみに依存する中央紙（全国紙）・党機関紙は、いずれも部数が減っていることは不思議でなく当然だろう。

党機関紙から大衆紙への主役交代で一変した中国の新聞業界は、21世紀に入って、新聞グループを軸に寡占体制を築こう、という戦略への切り替えを

目指そうとする上で、「都市報」や「晩報」など地方の大衆紙が、新世代メディアとして再々編成を遂げ、中央紙と党機関紙に続く、その後に中国の新聞市場の寡占状態をつくり上げて行ったのは、皮肉にも、1978年に始まった中央紙・党機関紙の企業化改革と、新聞の市場化による自由競争の結果である。中国は今、社会的・経済的構造などあらゆる点で大きな転換期を迎えようとしている。大衆紙の登場が、中国の新聞業界だけではなく中国社会や国民の価値観の変化を象徴しているといえる。

一方、新聞の市場化は、新聞の市場への参入を意味する。しかし、経済的に見て意味あることが、政治的に見て合理的とは限らない。政治指導者が、社会的世論、とくに新聞への影響力の喪失を恐れて新聞の市場化に抵抗したり、さらには政治諸集団の利害と政治改革の複雑性が絡んで、新聞市場化の進捗が停滞したりすることがある。

新聞の市場化の過程ではイデオロギー時代のさまざまな「新聞規制」を廃止したり、緩和しなければならない。しかし、『北京青年報』の北青伝媒、『解放日報』の新華伝媒、『広州日報』の粵伝媒などのように、新聞規制が緩やかで、2004年に入ってから新聞が相次いで株式会社化するようになり、資本主義市場的な株式市場にも上場できる場合もあったが、新聞に対する国家規制が廃止されたわけではなかった。例えば、中宣部・国家広電総局・国家新聞出版総署は2001年に新聞市場化改革の方向性を示した「新聞・ラジオ・テレビ放送事業の改革についての若干意見」で、新聞の運営・トップ人事は、国家主管を原則とする方針を強調した。新聞グループの株式上場など市場化の改革の方向はあくまでも欧米流の新聞経営手法による既存新聞の統合再編、経営強化の目的のために行うものであることを示している。

新聞の市場化への体制転換は、イデオロギー時代の観念・意識形態構造にメスを入れることでもあり、過去のイデオロギー構造が強い中国の場合、とくに宣伝部門のような長期にわたるイデオロギー形態の下で形成されてきた保守的思想体系・構造が存在している場合、市場化の推進に対する観念形態の抵抗を克服する上で、新聞メディア市場化の政治的意義はきわめて大きい

ものとなる。

新聞の市場化の進展にともない、改革当初の中国新聞業界の一元的な党機関紙構造は、経済紙や夕刊紙、都市報などからなる多元的構造に変わり、半分以上の新聞社が政府機関から法人企業に移行してきた。それにより、中国新聞産業の生産性と報道の多様性も大きく前進した。

その一方で、現在の中国における目覚ましい大衆紙の成長と新聞自由競争の時代はここから始まったと言えるが、「報道の自由」という点において、欧米の基準から見ると、中国は依然として遅れをとっている。国民的大衆紙であると自負している「都市報」でさえ、政府・行政の広報・政策方針の周知という政府の統治機能の一翼を担う側面と適正な真実報道という権力監視・世論喚起の機能を担う側面との不断のジレンマに当面しており、自立した言論活動を行う近代的なメディアにはまだ程遠い状況である。

また、中国の新聞市場化の過程に典型的に見られるように、政治の構造改革より新聞の市場化が先行した場合、何処でも法的整備の遅れがあり、報道活動への過剰な政治干渉、報道をめぐる訴訟の増加、過当拡販競争、新聞市場混乱の原因となっている。その意味では、新聞の市場化は政治改革という範疇に入り、市場化しでも政治改革を成功させないと、市場化の本来的な意味が失われる。

中国を取り巻く内外の環境変化は大きく、また、国民の価値観も変容を遂げている。そうした中で、新聞体制のあり方も時代の要請に合わせて変化していかなければならない。中国は今後も、新聞市場化の改革をさらに進めるに際しては、市場化それ自体の法的整備だけでなく、市場化後の新聞社経営や正当な取材活動の保障、報道による名誉毀損の救済などを律する法的環境の整備を予め行っておくべきで、特に政治改革の加速が必要だろう。この点は、中国の新聞市場化改革開始後の20年を経た現在でも、依然として重要な課題である。

- 1 映画「武訓伝」批判の詳細については、袁晞『武訓伝批判紀事』長江文艺出版社、ISBN：9787535419651参照。
- 2 中共中央政治局拡大会議の決議の要点については、『毛沢東選集』（第五卷）外文出版社、電子版〈<http://www.geocities.jp/maotext/001/maosen-5/maosen-5-047.html>〉参照。
- 3 建国後の私営新聞国有化の経緯については、李斯頤「也谈建国初期私营传媒消亡的原因」人民ネット〈<http://www.qhnews.com/ll/system/2009/08/03/002785097.shtml>〉参照
- 4 外文出版社『毛沢東選集』第五卷（電子版）参照
- 5 朱永嘉「评新编历史剧『海瑞罢官』发表前后」『炎黄春秋』2011年第6期
- 6 文化大革命後のニュース文体変化の詳細については、许燕「30年中国新闻文体变迁」中华传媒学术网〈<http://academic.mediachina.net/article>〉参照。
- 7 小説『傷痕』が『文匯報』に掲載された経緯については、马达「小说『伤痕』发表前后」『新闻信息报』書刊報ネット〈<http://skbhebnnews.cn/20050508/ca464855.htm>〉参照。
- 8 鄧拓と「文革」の関係については、「政治让书生走开—毛泽东为什么说“邓扩死人办报”」『文史参考』2012年第5期参照。
- 9 支英珉「探寻中国报业未来“出口”」人民ネット〈<http://media.people.com.cn/GB/22114/45733/138870/8351139.htm>〉参照。
- 10 1987年の中国共産党13期党大会で提起された党の基本路線である。一つの中心は「経済建設」で、二つの基本点は「四つの基本原則」と「改革開放」である。
- 11 支英珉、前掲注9。
- 12 同
- 13 党機関紙発行部数の増減状況などについては、中華全国新聞工作者協会など編「我国省级党报的现状与走势—全国省级党报基本情况调查报告」『新闻记者』ネット〈<http://xwjz.1.eastday.com/epublish/gb/paper159/8/class015900002/hwz450228.htm>〉参照
- 14 吴锋「应对报刊发行危机的“青岛模式”—青岛日报集报刊发行创新路径解析」『编辑之友』2010第10期。
- 15 崔保国 朱铭佐「报业竞争—鏖战在长江一线」新浪传媒、〈<http://tech.sina.com.cn/other/2003-10-21/1230246575.shtml>〉参照
- 16 2012年6月1日付『東方早報』参照

I 参考文献

年鑑社編『中国新聞年鑑』新華出版社

中共中央党史研究室編『中国共産党歴史大事記』中共党史出版社

新華月報編『中華人民共和國大事記』人民出版社

II 卷末資料

付表：中国の主な新聞グループ

全国紙（中央紙）

- ・人民日報系列紙

人民日報、人民日報（海外版）、環球時報、京華時報、中国汽車報、中国能源報、証券時報、諷刺与幽默、健康時報、生命時報、國際金融報、環球時報（英文版）、人民网

- ・新華社系列紙

参考消息、新華每日電訊、經濟參考報、中国証券報、上海証券報、現代快報、現代金報

- ・光明日報報業集團

光明日報、文摘報、中華讀書報、新京報、書摘、博覽群書、考試、老人天地、科学健身、光明网

- ・經濟日報報業集團

經濟日報、經濟日報農村版、証券日報、名牌時報、中国花卉報、中国建材報、中国化工報、中国紡織報、服装時報、中国服飾報、中国書画、中国企業家、經濟月刊、中国經濟信息、中国石油石化、裝飾裝修天地、經濟日報出版社、中国建材出版社、中国經濟网

地方紙（華北地域）

【北京市】

- ・北京日報報業集團

北京日報（北京市党委員会機關紙）、北京晚報、北京晨報、北京娛樂信報、京郊日報、北京現代商報、首都建設報、北京社区報、競報、新聞与写作、大学生、支部生活、同心出版社、京報网

- ・北青伝媒

北京青年報、信息産業報、中学時事報、北京少年報、今日北京英文週刊

【天津市】

- ・天津日報報業集團

天津日報（天津市党委員会機關紙）、每日新報、城市快報、假日100天、採風報、球謎報、車天下、新広角、藍盾、天津网

- ・今晚伝媒集團

今晚報、天津老年時報、渤海早報、今日天津、今晚經濟週刊

【河北省】

- ・河北日報報業集團

河北日報（河北省党委員会機関紙）、燕趙都市報冀東版、河北農民報、河北經濟日報、河北法制報、雜文報、現代護理報、家庭百科報、都市時訊、書刊報、燕趙都市報

・河青伝媒

河北青年報

【内モンゴル自治区】

・内蒙古日報伝媒集団

内蒙古日報（内蒙古日報自治区党委員会機関紙）蒙漢文版、北方新報、北方經濟報、北方家庭報、北方週末報、内蒙古生活週報（蒙文）科爾沁都市報、新聞論壇、人力資源、北方新聞網、蒙古語新聞網

地方紙（華東地域）

【上海市】

・文匯新民聯合報業集團

文匯報、新民晚報、上海日報、東方早報、上海東方體育日報、文學報、新聞記者、新民週刊、新民晚報社區版、家庭週刊、外灘畫報、今日上海、上海灘、私家地理

・解放日報報業集團

解放日報（上海市党委員会機関紙）、新聞晨報、新聞晚報、報刊文摘、申江服務導報、上海學生英文報、人才市場報、上海計算機報（網絡時代報）、房地產時報、支部生活、上海小說、新上海人、解放日報電子網絡版

【江蘇省】

・新華日報報業集團

新華日報（江蘇省党委員会機関紙）、揚子晚報、服務導報、南京晨報、江蘇經濟報、揚子經濟時報、宿遷日報、昆山日報、伝媒觀察、党的生活、新華報業網、揚子網

・南京日報報業集團

南京日報（南京市党委員会機関紙）、金陵晚報、週末報、大衆証券報、江蘇商報、東方衛報、現代家庭報、家教週報、都市文化報、南京手機報、金陵瞭望雜誌、龍虎網、南京報業網、中國家教網

【浙江省】

・浙江日報報業集團

浙江日報（浙江省党委員会機関紙）、錢江晚報、今日早報、美術報、家庭教育導報、平安時報、共產黨員、新聞實踐、浙江在線互聯網

・杭州日報報業集團（2001年）

杭州日報（杭州市党委員会機関紙）、都市快報、每日商報、蕭山日報、富陽日報、城鄉導報、都市週報、風景明勝、休閒、杭州

地方紙（東北地域）

【遼寧省】

・遼寧日報報業集團

遼寧日報（遼寧省党委員会機関紙）、遼瀋晚報、半島晨報、北方晨報、遼寧農民報、球報、朝鮮文報

・瀋陽日報報業集團

瀋陽日報、瀋陽晚報、瀋陽今報、瀋陽网、青年科学、晚晴報、衛生与生活報、都市青年報、人生十六七

【吉林省】

・吉林日報報業集團

吉林日報（吉林省党委員会機関紙）、城市晚報、吉林經濟報、閔東週報、東亜經貿新聞、婚育週報、機關生活報、吉林朝鮮文報、文摘旬刊、東西南北、中国吉林网

【黒龍江省】

・黒龍江日報報業集團

黒龍江日報（黒龍江省党委員会機関紙）、生活報、老年日報、農村報、新都市報、読者新報、家庭保健報、黒龍江經濟報、今天消費報、大衆家事報、新聞傳播、活力雜誌、黒龍江日報報業集團网

地方紙（華南地域）

【広東省】

・広州日報報業集團

広州日報（広州市党委員会機関紙）、信息時報、足球報、広州文摘報、老人報、岭南少年報、現代育兒報、舞台与銀幕、美食導報、広州英文早報、商旅導報、贏週刊、科技先驅報、番禺日報、增城日報、看世界、南風窓、新現代画報、大東方、広州出版社、大洋网

・南方日報報業集團

南方日報（広東省党委員会機関紙）、南方都市報、新京報、南方週末、南方人物週刊、名牌、21世紀經濟報道、21世紀商業評論、南方農村報、城市画報、南方日報出版社、南方网、南方報業网

・羊城晚報報業集團

羊城晚報、新快報、新聞週刊、羊城体育、民營經濟報、粵港信息日報、広東建設報、羊城晚報出版社

・深圳報業集團

深圳日報、深圳特区報、晶報、深圳週刊、深圳青少年報、汽車導報、深圳商報、深圳晚報

【広西チワン族自治区】

・広西日報伝媒集団

広西日報（広西チワン族自治区党委員会機関紙）、南国早報、当代生活報、健報、南国今報、南国城報

【海南省】

・海南日報報業集団

海南日報（海南省党委員会機関紙）、南国都市報、法制時報、証券導報、特区文摘、南島晩報、南海網

地方紙（西北地域）

【陝西省】

・陝西華商伝媒集団

華商報、新文化報、重慶時報、大衆生活報、消費者導報、南非華人報、華商晨報、錢経、名仕、淑媛、大衆文摘、汽車自駕游、華商網、遼一网、96128城市購物網

【寧夏回族自治区】

・寧夏日報報業集団

寧夏日報（寧夏回族自治区党委員会機関紙）、新消息報、華興時報、法制新報、現代生活報、新知訊報、小龍人學習報、看天下、理財世界、馨家

地方紙（西南地域）

【重慶市】

・重慶日報報業集団

重慶日報（重慶市党委員会機関紙）、重慶晩報、重慶晨報、重慶商報、時代信報、健康人報、新女報、渝州服務導報、三峡都市報、巴渝都市報、武陵都市報、重慶法制報、今日重慶、華竜網

【四川省】

・四川日報報業集団

四川日報（四川省党委員会機関紙）、四川農村日報、文摘週報、華西都市報、天府早報、新經濟時報、金融投資報、家庭与生活報、四川質量報、四川體育報、新聞界

・成都日報報業集団

成都日報（成都市党委員会機関紙）、成都商報、成都晩報、先鋒、公司、青年作家、時代教育、成都時代出版社

【雲南省】

・雲南日報報業集団

雲南日報（雲南省党委員会機関紙）、春城晩報、滇池晨報、大衆消費報、文摘週刊、春城手機報、雲南經濟日報、民族時報、雲南法制報、雲南科技報、東陸時報、大

観週刊、社会主義論壇、影響力、車与人、雲南网、雲南日報网

【貴州省】

・貴州日報報業集團

貴州日報（貴州省党委員会機関紙）、貴州都市報、貴州商報、西部開發報、經濟信息時報、新報、天下文摘、新聞窓、金黔在線

地方紙（華中地域）

【湖北省】

・湖北日報報業集團

湖北日報（湖北省党委員会機関紙）、楚天都市報、楚天金報、農村新報、体育週報、三峽晚報、特別關注、前衛、可樂、愛你、城市情報、大武漢、新聞前哨、家庭保健、黨員生活、荊楚网、湖北省政府門戶网、大楚网

・長江日報報業集團

長江日報、武漢晚報

【湖南省】

・湖南日報報業集團

湖南日報（湖南省党委員会機関紙）、現代消費報、家庭導報、文萃報、三湘都市報、大衆衛生報、科技導報

【安徽省】

・安徽日報報業集團

安徽日報（安徽省党委員会機関紙）、新安晚報、安徽商報、安徽日報農村版、安徽法制報、江淮時報、世界報、新聞世界、徽商雜誌、中安网刊

地方紙（中原地域）

【山東省】

・大衆報業集團

大衆日報（山東省党委員会機関紙）、農村大衆、齊魯晚報、生活日報、魯中晨報、半島都市報、經濟導報、大衆電腦報、青年記者、小記者、大衆网

・青島日報報業集團

青島日報、青島晚報、青島早報、老年生活報、青島画報、誦報參考、青島新聞网

【河南省】

・河南日報報業集團

河南日報（河南省党委員会機関紙）、河南日報農村版、大河報、河南商報、河南手機報、河南法制報、期貨日報、今日消費、大河健康報、大河文摘報、漫画月刊、新聞愛好者、大河网

【山西省】

・山西日報報業集團

山西日報（山西省党委員会機関紙）、山西晩報、良友週報、生活文摘報、人民攝影報、山西農民報、山西經濟日報、山西法制報、山西市場導報、發展導報、先鋒隊、青少年日記

地方紙（閩台地域）

【福建省】

・福建日報報業集團

福建日報（福建省党委員会機関紙）、福建經濟快報、海峽都市報、海峽導報、海峽週報、每週文摘、伝媒天地

※なお、本論文は、島根大学大学院法学研究科修了生である劉偉氏作成の論文であるが、修了生の論稿は島根法学会の申し合わせにより、教員との連名掲載が義務付けられていることから、形式上、共同執筆の形をとっていることを明記しておきます（名誉教授 三宅孝之）。

