

## 2021 年度 個人研究実績・成果報告書

2022 年 4 月 20 日

所属	国際教養学部	職名	准教授	氏名	施 敏
研究課題	中国のメディア事情				
研究キーワード	メディア、新聞、テレビ、雑誌、SMS、伝統メディア、ネットメディア、中産階級、海外メディア、IT 企業役割、新型コロナウイルス	当年度計画に対する達成度	3.概ね順調に研究が進展し、一定の成果を達成したが、一部に遅れ等が発生した		
関連する SDGs 項目	該当なし	該当なし	該当なし	該当なし	

## 1. 研究成果の概要

来日 30 年間、中国のマスメディア事情について、どう変化してきたかに対して、関心が高まった。海外にいる以上中国国内の様子ははっきり見えない部分があるが、現地からの声も聞いた上本研究を行った。中国メディアの役割は政府に把握されている公益性事業（宣伝プロパガンダ）と産業化促されている経営性産業（市場化・株式上場）に分かれている。今の中国には海外メディアの影響が想像以上に大きい。その理由は、海外情報に敏感の中産階級が増えることである。海外で活躍している中国人が多いため、欧米ニュースが伝わるまでのスピードが速い。そして、国の経済を支えている中産階級は世界情勢に関心が高いので、経済メディアにおける海外ニュースの比重が大きい（三分の一）。2016 年時点より、海外メディアの外国語サイト、海外メディアの中国語サイト、中国語の翻訳サイト（海外メディア記事）、中国メディアの翻訳・引用記事及び特派員報道などによって、国内で海外メディアがより知られるようになった。『ニューヨーク・タイムズ』、『BBC 放送ニュースサイト』、『日経中国語サイト』なども大変人気がある。2015 年に、国策として、『インターネット+』が打ち出された。以下の四つ大手 IT 企業がネットワークサービスを開発した。①アリババ（インターネット通販）②Baidu（検索エンジン）③シンラン新浪（Weibo 微博）④テンセント騰訊（WeChat）。全国的に最も浸透したのはアリババインターネット通販とテンセントの WeChat である。特に WeChat はスマホを中心のサービスで人々の関心事を自在に表現し気軽な楽しみを提供している。WeChat は中国スマホユーザーの 9 割が利用し、友達限定のコミュニケーションツールもラインに匹敵している。新聞、雑誌、テレビなど伝統的なメディア手段は WeChat に勝つことができないのは現状である。目下の上海では新型コロナウイルス感染症を拡大させないため、閉鎖されている状態が続いている中、WeChat は市民の目と口になり、政府との交渉役割も果たしている。政府も今まで以上に WeChat を重視し、市民への支援や通達、PCR 検査の結果通知などで利用している。今後、スマホユーザーが増える一方の中国では、国内外のマスメディアは WeChat を通して、情報や影響を与えることはより多くなるに違いないであろう。

**2. 著書・論文・学会発表等**（査読の有無及び海外研究機関等の研究者との国際共著論文がある場合は必ず記載）

【論文（査読あり）】

なし

【著書・論文（査読なし）】

なし

【学会発表等】

なし

**3. 主な経費**

①先行研究を行うために、書籍を購入した

②研究を行うため文房具を購入した。

**4. その他の特筆すべき事項**（表彰、研究資金の受入状況等）