

中国人のマス・メディア接触

——「北京市読者・聴衆・視衆調査報告」から——

岸 田 功

Audience Response of Mass Media in People's Republic of China.

Isao KISHIDA

A project team of the Beijing Society for Studies in Journalism had conducted research, as the first statistical sampling survey, into audience responses of Radio, TV, and Newspaper in Beijing during the summer of 1982.

Remarkable among the data obtained was that only 44% of farmers in that city read newspapers, while 96% of non-farmers do.

It was also found that farmers who “do-not read” newspapers were more numerous than other farmers who “can-not read” them.

TV seems to be a form of entertaining media rather than informational media, especially for farmers in China today.

はじめに

1983年10月、日本新聞学会のメンバー5人は、日中学術懇談会第11次訪華団（新聞学、マス・コミュニケーション論）を結成して中華人民共和国を訪問、北京・南京・上海の各地で、多くの中国の新聞（マス・コミュニケーション）学研究者たちと学術交流を行った。

この訪華団のメンバーは、団長・日本新聞学会会長内川芳美東京大学教授、秘書長・新井直之創価大学教授のほか、春原昭彦上智大学教授、高橋直之成城大学教授、および筆者

の5名で、「日本から新聞学研究者がある程度まとまった形で訪中し新聞学に関する学術交流を行なったのは今回の私たちが最初であった」⁽¹⁾。

最初に訪問した北京の中国社会科学院新聞研究所で私たちは、中国語で印刷された20ページの小冊子を購入した。これが本稿で紹介する「北京市読者、聴衆、視衆調査概況——調査報告之一」で、記述者は北京新聞学会調査組（1982年11月）である。この調査報告書ははじめ「部内資料」ということだったが、私たちの懇望もあって、その後公表を許

されることになった。

報告書の冒頭には、同新聞研究所の前所長で、中国最初の「新聞年鑑」(1982年版)編集委員会の最高責任者でもあった安崗氏の短かい論文「我々は読者・視聴者調査が示す濃厚な空気に顔を向ける必要がある」(以下「安崗論文」と略称)が載っているが、これによると、この調査は、三年前に成立した北京新聞学会の最初の科学的調査であるばかりでなく、「現代化的統計手段を用いて同一地区の新聞読者、ラジオ聴取者、テレビ視聴者を総合的に考察・研究した点で、おそらく中国新聞史上最初の」調査研究である。

1949年の中華人民共和国成立以来、中国は、コミュニケーション効果研究の重要な対象の一つとして、世界のマス・コミュニケーション研究者たちから注目されて来た。ことに1966年から始まったプロレタリア文化大革命は、毛沢東を中心とする中国共産党左派の急進的思想が、この人類の四分の一の部分に対して実施する壮大な説得コミュニケーションの実験として、政治的コミュニケーション研究者の関心を惹かずにはおかなかった。

周知のようにこの“実験”は失敗した。十年にわたって中国をゆるがした文化大革命は全面的に否定され⁽²⁾、中国は経済建設の季節に入った。「实事求是」の思想路線を再び確立し、ぼう大な民衆の生活水準の向上に全力を集中し始めた。対外開放政策はその一環である。そして、ここに紹介するような、科学的方法を用いた社会調査の実施とその公開自体が、中国の正常な客観主義路線への復帰を証明するものといつてよからう。

この調査報告書には、安崗論文の他に、調査方法や、調査結果の分析と解釈も、簡単にだが記述されている。私たちににとっては数表と並んで興味深い所である。以下、調査報告書の主要な部分について翻訳・解説しながら、筆者の観察結果も交えて若干の考察を加えよう。(なお、原文の「聴衆」「視衆」は一括し

て呼ぶときは「視聴者」と訳し、別々に呼ぶときは「聴取者」「テレビ視聴者」と訳出した)。

1. 調査概要と方法

北京新聞学会が発起し、中国社会科学院新聞研究所、「人民日報」、「工人日報」、「中国青年報」が参加した北京新聞学会調査組は、1982年6月8日から8月6日までの約2カ月間にわたって、北京市の13才以上の住民(市部の「無職業的家事労働者」を除く)を対象に、新聞、ラジオ、テレビの接触状況調査を実施した。調査の目的は「新聞、ラジオ、テレビの受け手の需要を知り、新聞と放送の改革の根拠を提供する」ためである。この調査の特徴は「新聞学、統計学、社会学の有機的結合」すなわち「一種の社会統計分析の方法」を採用したことである。この方法は「厳格な無作為抽出の原則によって調査対象を確定するので、一切の主観要素の排除を可能にし、客観的で、実際の状況を反映させ、“標本を全体の縮図とする”」(安崗論文)のである。

標本数は295地点から2,430人、有効回答数2,423人、回答率は99.7%。この回答数は北京全市人口の0.026%だという。

このような驚異的な回答率を可能にした標本抽出法の詳細は必ずしも明らかではないが、「調査方案」として、「北京市統計局に委託して類型分層抽出法を採用」し、「厳格な無作為抽出原則に基づいて、電子計算機で制定」とある。おそらく、少くとも標本地点の抽出にはコンピュータが利用されているものと思われる。日本の場合と異なるのは地点の概念で、地点は無機的な町名や番地ではなく、工場や人民公社などの「基層単位」すなわち末端組織である。標本として選ばれたこれらの組織には、組織の人名簿から等距離間隔の無作為抽出法で割り当て標本を選ぶよう指導がなされた。こうして北京市、区、県の各地区の党

委員会宣伝部と基層単位の幹部が動員された大規模な調査で、調査対象者は直接訪問を受けて回答票に記入したほか、「座談会と個別会談」も行われ、新聞・放送に対する建議は1,172件に及んだ。なお、調査質問数は54個で、このうち前の24問が総合的質問、後の30問は「人民日報」「中国青年報」「工人日報」の読者調査であった。

2. 標本特性

「新聞学と統計学の第一次結合」の結果は「喜ばしいもの」であった。無作為抽出の原則を厳格に守らなかった5つの単位については調査のやり直しをさせた。こうして得られた標本のデモグラフィック特性は以下のとおりで、北京市統計局の検証を受けた結果、全体として北京市の実際と符合することが確認された。

1. 性 別 :	男	56.7%
	女	43.3
2. 戸口種類 :	市 部	70.9
	農 村	29.2
3. 職 業 :	工 人	30.3
	農 民	27.6
	商業職工	6.8
	学 生	8.6
	国家幹部	10.7
	教学人員	4.5
	科技人員	5.7
	退休人員	4.8
	待業人員	1.1
4. 年 齢 :	13~17才	7.7
	18~25才	21.5
	26~35才	26.7
	36~60才	38.8
	61才以上	5.2
5. 文化程度 :	不 識 字	4.9
	初 識 字	2.9
	小 学	14.3
	中 学	65.3

5種類の人口統計のうち、職業の分類法が特徴的で、とりわけ工人(労働者)と商業職工を類別した点が注目される。国家幹部とは「国家機関、軍隊、人民団体中の公職人員を指す。ただし、兵士、雑役夫を除く」⁽³⁾。幹部、教員、技術者の合計が20%を越えるのは首都の特性であろう。退休人員は高年層、待業人員は学校を卒業後、職がなく、自主的に勉強しながら職を待っている若年層である。職業分類の重視は社会主義国の特徴で、この後、江蘇省社会科学院新聞研究所が実施した(はずである)江蘇省における“マス・コミュニケーションの受け手調査”では、職業別の人口比率を基礎として標本抽出を行なう計画を持っていた。

文盲、半文盲については不識字、初識字というカテゴリー名が、中国の長い識字運動の歴史を反映している。ただし、文盲・半文盲率の合計7.8%は、1982年人口国勢調査の12.4%(北京市)⁽⁴⁾より過少となっている。これはこの調査が、前述のように「無職の家事労働者」を除外しているためであろう。このことは性別の数字にもあらわれている。

3. 読者・視聴者の分布

発展途上国である中国⁽⁵⁾のマス・オーディエンス調査は、マス・メッセージ選択状況を調査する前に、マス・メディアへの接近可能性調査と、マス・メッセージ受容可能性調査を実施しなくてはならない。その結果が表1である。「読者」や「視聴者」「聴取者」の定義がなされていないのだが、おそらく新聞やテレビ・ラジオの受信機などの所有や購読などの習慣から判定したものであろう。表1の説明として報告書は、北京市のメディア状況を、1981年の統計に基づいて次のように述べる。

「市部各県の有線ラジオ局14、公社拡大局

表1. 読者・視聴者 %

		ラジオ 聴取者	テレビ 視聴者	新聞読者
全 体		96.9	92.3	81.1
性	男	97.7	93.5	84.1
	女	95.7	90.8	77.3
年 令	13~17才	98.9	96.2	86.0
	18~25	98.7	96.2	86.4
	26~35	96.1	92.3	82.4
	36~60	96.3	90.2	79.1
	61~	94.4	86.5	62.7
文 化 程 度	不 識 字	83.2	69.7	0
	初 識 字	92.9	72.9	40.0
	小 学	93.4	86.4	62.7
	中 学	98.4	95.5	89.6
	大 学	99.0	95.8	99.9
地 域	市 部	98.3	95.9	95.3
	農 村	93.3	83.7	46.6

(放送局) 273, 有線ラジオ拡声機16万6千, 有線ラジオ普及率は生産大隊98.5%, 生産隊98.3%. また, 市部の職工は, 百戸当たりで保有するラジオ108台, テレビ81.7台であり, 農村の人民公社員は百戸当たりでラジオ95台, テレビ14台である. 新聞は, 北京で出版されているもの41紙である。」

補足しよう. 新聞の代表紙は「人民日報」(発行部数500万部), 「中国青年報」(290万部), 「工人日報」(180万部), 「解放軍報」(150万部), 「光明日報」(105万部)など⁶⁾. また, 放送はテレビが3チャンネル, ラジオは一般放送3系統のほか, 外国語講座専門局と短時間のFM放送局が一つずつある. 放送時間はラジオは全日放送だがテレビは日曜日を除き夜間だけの放送である(最近, 昼間も一部で放送が開始されたという). この他, 日曜日を除く昼間は, 放送大学テレビ放送があり, 数学, 物理学, 工学など主として自然科

学技術系の講座が放送されている.

表1が顕著に示すのは, 農村における「新聞読者」が半数未満の46.6%という事である. テレビは普及率が低くても「テレビ視聴者」は84%もある. 共同視聴しているのであろう. 職業別の表は欠落しているのだから構成比から計算すると, 農民の「読者」はおよそ44%と推定される. これが北京市の農民である.

調査報告書が明示している農村居住者の文盲・半文盲率は17.7%である. したがって農村における「読者」の異常な少なさは文盲・半文盲を理由とするものだけではない. いや, 数字から見れば文盲・半文盲だからという理由はむしろ少数派である. そこでこの調査は「なぜ, 新聞を読まないのか?」を追求している. 不読者18.9%に対して不読の理由を尋ね, 410人(全体の16.9%)の回答を得ている. この410人中, 355人が農村居住者である. あわせて表にしよう(表2).

「文化が低いから」読めない, と答えた者は, 市部では53%に達するのに農村では31%に過ぎない. 理由のうち「時間がない」「習慣がない」「テレビ・ラジオですむ」の合計55%は, 読めないのではなく, 読まないのである. 報告書はこれについては何の解説もしていないが, 農村のこの特異性に, 中国の政治の伝統的な問題, 古くして, かつ, 新しい問題がひそんでいるように思われる.

表2. 新聞を読まない理由

	不 読 者	
	農 村 (355人=100)	全 体 (410人=100)
1.文化が低い(文盲, 半文盲)から	31.3%	34.1%
2.時間がないから	30.4	27.3
3.新聞を読む習慣がないから	15.8	14.9
4.テレビ, ラジオですむから	9.3	9.5
5.収入が少ないから	9.3	8.5
6.注文しても届かない (とわかっている)から	2.8	2.7
7.身体が悪くて読めないから	1.1	2.9

4. 固定層

新聞読者、ラジオ聴取者、テレビ視聴者を確定したのち、この調査は次に、それぞれの中から固定（穩定）接触層を類別している。類別の方法は、固定（穩定）層と浮動（不穩定）層に二分する方法で、分類基準は、一週間のうち接触日数の比較的確定している人を固定層とした、とあるだけで、それ以上のことは明らかにされていない。

固定層と判定された人数は、ラジオ1,198人（全体の49.4%）、テレビ963人（同39.7%）、新聞876人（36.2%）だが、この人数を表1の読者・視聴者数で割ると、表3の左表のようになる。接触者に占める固定層の割合はテレビより新聞の方が高い。

性別ではどのメディアも男の方が多い。報告書は「女性は男性よりも文化程度が低いこと、及び市部の女性労働者の一日平均家事労働時間が男性労働者よりも66%高いからだ」

表3. 固定層

		各接触者に占める固定層の%		
		ラジオ	テレビ	新聞
全 体		51.0	43.0	44.5
性	男	56.5	46.6	51.7
	女	43.8	38.2	34.3
年 令	13～17才	47.3	41.3	34.4
	18～25	40.5	32.7	29.8
	26～35	47.5	37.3	40.7
	36～60	59.1	51.2	55.6
	61～	59.7	61.5	70.0
文化程度	不識字	40.4	50.6	0
	初識字	43.1	64.7	31.0
	小学	56.0	53.8	39.9
	中学	49.0	39.9	41.3
	大学	61.2	42.5	64.4
地域	市 部	51.1	38.8	48.0
	農 村	51.0	54.8	27.4
職 業	工 人	（未 発 表）	（未 発 表）	（未 発 表）
	農 民			
	商業職工			
	学 生			
	国家幹部			
	教 員			
	科技人員			
	退休人員			
待業人員				

固定層の一日平均接触時間(分)		
ラジオ	テレビ	新聞
（未発表）		
74	92	55
73	96	53
67	59	35
74	98	53
78	98	50
70	93	57
89	110	76
69	111	0
80	99	34
80	105	50
74	96	54
65	60	57
68	86	56
89	108	41
67	99	55
89	110	43
70	91	57
65	43	39
64	79	62
61	56	54
73	62	54
88	118	70
45	85	28

と解説している。また、文化程度別で、低い層でテレビが他のメディアより優勢である理由は、テレビが「形音兼備」という「吸引力を持つため」である。

表3の右表は、左表の固定層の一日平均メディア接触時間を分数で示したもので、全体の平均分数は発表されていないが、他の数字から計算すると、ラジオ74分、テレビ94分、新聞54分という推定値が出る。テレビがトップになるのである。この数字は固定層の平均であり、かつ、時間の計算方法が明らかにされていないので、直接比較は出来ないが、参考までに日本のNHK「国民生活時間調査」（10才以上の全国民対象、1980年）では、平日の行為者平均で、ラジオ151分、テレビ207分、新聞43分であって、順位は中国と同じである。

表3から属性別に3メディアを比較すると、まず性別では女性が、テレビ固定層で男性より少ないのにテレビ視聴時間では男性より多くなっている。中国でもテレビは“女性向き”のメディアである。

年齢別では13~17才のラジオ・テレビ視聴時間が最少である。「この年代は大部分が在校生で、作業負担が重く、かつ、彼らの視聴時間を家長が制限するからだ」と解説されている。3メディアともに高年層が最多最長であることを含め、高年ほど多いパターンは、ラジオを除けば、日本も同様である。

次に文化程度別では、「新聞は文化程度に正比例し、放送は反比例の傾向にある」。ただしラジオの固定層は大学卒が最多で、むしろ新聞のパターンに近い。後述する中国のラジオの歴史的 성격のためであろうか。

地域別は文化程度に似ている。テレビと新聞が対照的である。ラジオはここでは、両者の中間よりややテレビ寄り、農村寄りである。

左表と右表を比較すると、どの属性もほぼ同傾向の中で、性別でテレビ、文化程度でラジオが逆傾向を示すのが注目される。

分散は、新聞の不識字（文盲）を除けば、やはりテレビ視聴時間が最大である。

職業別は分数しか発表されていないが、これによるとテレビは退休者、農民、工人がトップ3で、ラジオは農民、退休者が、新聞は退休者、国家幹部、商業職工が平均値を越えている。退休者は「幹部の隊列の若年化」政策⁷⁾による原則として60才退職制の結果、生み出されたもので、社会情報に対する強い欲求がうかがわれる。

5. ニュースを何から知るか

「国家の大事を了解するのに、主としてどのチャンネルを通して知るか？」という質問で一つだけ選ばせた結果は、表4のように新聞39%、ラジオ36%、テレビ20%となった。ただし、これは回答者2,325人（総標本の96%）を母数としている、つまり無答者を除いているから、日本流に直せばそれぞれ37%、34%、19%となる。日本で「ニュースを何から知るか」という調査を行うと、たとえばNHK（1980）によれば、テレビ92%、新聞83%、ラジオ48%（16才以上の全国民・MA）のようにテレビと新聞が並び、ラジオはずっと少なくなるのがふつうである。中国ではテレビがラジオに代位してはいない。

表4. ニュースを何から知るか

	n	新聞	ラジオ	テレビ	人から聞いて	内部資料で
全体	2,325	38.9	35.5	19.5	4.9	0.8
男	1,326	44.9	33.5	16.4	3.5	1.3
女	999	31.0	38.2	23.5	6.8	0.2
市部	1,672	49.8	30.4	16.6	1.6	1.1
農村	653	11.0	48.5	26.8	13.6	0
不識字	104	0	51.9	21.2	26.0	0
初識字	68	5.9	55.9	20.6	16.2	0
小学	325	19.7	46.8	22.5	10.8	0.3
中学	1,525	41.2	33.2	21.8	2.6	0.8
大学	303	69.0	25.1	3.3	0.7	2.0

この表の分析は報告書が比較的詳しく記述しているの、以下にほぼ全文を訳出しよう。

「市部は比較的新聞が普及しており、文化程度も高いので、半数近くがニュースを新聞に頼っている。反面、農村ではわずか11%である。ただ、北京郊外の放送網は比較的健全で、ラジオと有線放送の普及率が非常に高いので、家事労働と家庭の副業がラジオを聞きながら出来る。このため農民の半数近くがラジオからニュースを獲得出来るのである。」

「新聞の読者はラジオ・テレビの視聴者よりも少ないのに、この質問ではなぜ首位を占めるのか？ ラジオ、テレビ、新聞の三つのメディアの特徴を見ると、ラジオ・テレビは迅速で、印刷は不要で、配達等の制限条件も無い点は優れているが、他面、ニュースは一般に比較的簡単で、一過性であり、くまなく見たり聞いたりはしないし、もう一度見聞きすることも不可能で、選択性が非常に少い。新聞はニュースの選択性が強く、見たいと思う記事だけを見ればよく、見ながら考えることも出来て、記憶するのに便利だから、人によっては完全にラジオを聞き終ったあと、さらに新聞を読んだりするのである。すでにラジオやテレビでニュースを獲得した人たちがまた新聞を読むのは、新聞のニュースは頭脳の中に印象深く留まるからで、彼が主として新聞からニュースを得ていると思うのは、このためである。」

「なぜラジオはテレビより高率か？ 主要な理由は、テレビはまだチャンネルが少く、放送時間も短かく、視聴者のニュース要求を満足させることが出来ないからである。

人びとがニュースを何から知るかは、今後とも総合考察を進めることが必要である。現在の農村はラジオだけが比較的普及している。しかし農村の経済的發展に従って、農民の保有するテレビ受信機は急速に増加している。またもし、農村に対する新聞拡大工作を積極改善するならば、農村は依然として新聞発行

の広大な天地である。今回の調査では1,852人、全体の76.4%が、ラジオとテレビと新聞の3メディアの兼接触者であることが判明した。将来、この数が増えれば増えるほど、3メディアの相互依存と相互競争の関係はいっそうきわ立つだろう。各メディアが長所を伸ばし短所を避け、自己の優勢を十分発揮し、特徴を示し、相互に配合し、補充し合うことを求めたい。」

6. 嗜好調査

表5～7は、ラジオ、テレビ、新聞の内容を分類して被調査者に示し、それぞれについて「好きなもの」三つを選ばせた結果である。「人びとの興味の特徴を根拠として、宣伝報道を改善するために」実施された。選択肢数はラジオと新聞が各17、テレビは15項目で、回答者数はラジオ2,328人、テレビ2,238人、新聞1,894人である。この人数は表1の視聴者・読者の、それぞれ99.1%、100%、96.2%に当たる。回答結果は、例によって無答者を除いた回答者数を分母としてパーセント計算されているが、ブレークごとに実数(n)が報告されているのであわせて表にした。なお、各表の「全体」については第3位までしか数字がないので第4位以下は筆者の計算による。また、わかりやすさを考慮して、表を全体の順位に従って並べ変えた。

このぼう大な数表を仔細に検討すると「人民群衆の濃厚な空気が匂ってくる」(安岡論文)。が、その前に、私たちににとっては分類された選択肢項目についての理解が必要であろう。まずラジオとテレビだが、どんな内容がどんな編成で放送されているのかの一例として、基幹放送である中央電視台(中央テレビ局)第一テレビ(全国放送)の一週間の番組表を作ってみた(表8)。中国のテレビ局は日本のような週間番組表を持たないので、これは筆者が北京滞在中、街で売っていた「電視週報」(中央電子台発行)から作成したも

表5. 好きなラジオ番組

	全体	性		年 令					文 化 程 度					地 域		職 業									
		男	女	13~17	18~25	26~35	36~60	61~	不識字	初識字	小学	中学	大学	市部	農村	工人	農民	商業職工	学生	国家幹部	教員	科技人員	退休人員	待業人員	
n	2,328	1,338	990	184	511	616	900	117	92	64	318	1,550	304	1,682	646	712	608	161	208	258	107	135	111	28	
1. ニュースと新聞摘要	65.4	69.4	60.0	38.6	54.8	64.9	76.3	71.8	40.2	42.2	58.8	65.2	85.5	75.6	38.7	73.9	37.5	73.9	50.5	88.4	86.0	87.4	80.2	60.7	
2. 連続小説	45.2	42.4	49.2	65.8	41.5	49.2	40.9	42.7	47.8	54.7	56.3	47.0	22.0	38.8	62.2	41.3	62.5	39.8	48.6	29.1	33.6	26.7	45.9	60.7	
3. 伝統劇と音楽番組	41.2	41.3	41.2	19.0	34.6	43.0	46.1	58.1	79.3	71.9	59.7	36.5	28.0	36.5	53.6	42.1	55.3	45.3	18.8	34.1	19.6	26.7	54.1	25.0	
4. スポーツ	17.6	25.1	7.4	32.1	23.7	17.4	12.8	6.0	2.2	1.6	9.7	20.9	16.8	20.5	9.9	21.5	9.5	14.9	34.6	17.4	20.6	14.8	7.2	25.0	
5. 全国ネットワーク	17.4	20.9	12.7	6.0	6.3	15.6	26.0	28.2	9.8	3.1	16.7	15.4	34.2	21.0	8.0	16.6	7.7	18.0	7.2	38.0	28.0	31.9	22.5	3.6	
6. ラジオ劇場	16.0	10.4	23.5	26.6	22.5	18.7	8.9	11.1	12.0	10.9	12.6	18.9	6.9	13.5	22.4	11.6	22.7	15.5	22.1	6.6	10.3	10.4	10.8	17.9	
7. 青年番組	13.9	9.8	19.4	28.3	36.8	10.2	2.0	1.7	1.1	3.1	2.8	19.5	2.6	13.6	14.6	16.0	14.0	21.7	25.5	7.0	5.6	1.5	0.9	32.1	
8. 文芸ポスト	13.4	11.3	16.2	16.3	18.6	13.0	11.1	5.1	4.3	7.8	8.8	16.3	7.2	13.2	13.8	13.2	14.1	22.4	17.3	11.6	11.2	5.2	4.5	17.9	
9. 文学鑑賞	11.8	10.7	13.2	13.6	16.6	15.6	7.1	3.4	—	1.6	1.9	13.6	18.4	14.9	3.7	12.6	3.1	14.9	20.2	18.2	21.5	14.8	2.7	21.4	
10. 外国語講座	7.4	7.7	7.0	3.8	9.2	6.0	7.8	9.4	—	1.6	0.3	4.3	33.9	9.9	0.9	4.6	0.3	2.5	13.9	10.1	19.6	35.6	6.3	7.1	
11. 農村向け番組	7.3	7.5	7.0	4.3	2.9	7.1	10.1	9.4	16.3	12.5	16.0	5.4	3.6	3.8	16.3	4.2	16.8	3.7	1.9	4.3	7.5	2.2	4.5	—	
12. 科学技術番組	6.6	8.2	4.4	6.5	5.9	6.8	7.2	4.3	1.1	1.6	2.5	7.0	11.5	7.6	4.0	8.3	3.8	3.1	8.2	6.2	4.7	17.8	2.7	7.1	
13. 子ども番組	4.6	2.4	7.6	17.9	0.8	5.4	3.9	1.7	4.3	3.1	2.8	5.2	3.9	4.8	4.2	3.4	3.5	3.1	13.0	4.7	9.3	4.4	1.8	—	
14. その他	4.0	4.0	3.9	3.3	5.1	4.4	3.0	6.0	5.4	6.3	5.0	3.7	3.3	3.9	4.2	4.6	4.1	5.0	5.3	1.9	0.9	0.7	7.2	3.6	
15. 広 告	2.8	3.0	2.5	4.9	3.3	2.8	2.1	2.6	3.3	3.1	3.5	2.9	1.3	2.3	4.2	3.2	4.3	1.9	2.4	1.2	1.9	—	0.9	7.1	
16. 社会服務	2.4	1.9	3.1	1.1	1.8	2.4	3.1	1.7	1.1	3.1	1.6	2.8	1.3	2.7	1.5	3.7	1.6	2.5	1.0	3.5	0.9	0.7	1.8	3.6	
17. 部隊と民兵	0.7	1.0	0.4	0.5	0.8	0.5	0.8	1.7	—	—	1.9	0.7	—	1.0	0.2	1.4	0.2	1.2	0.5	0.8	—	—	0.9	—	

表6. 好きなテレビ番組

	全体	性		年 令					文 化 程 度					地 域		職 業									
		男	女	13~17	18~25	26~35	36~60	61~	不識字	初識字	小学	中学	大学	市部	農村	工人	農民	商業 職工	学生	国家 幹部	教員	科技 人員	退休 人員	待業 人員	
n	2,238	1,284	954	179	499	595	858	107	81	51	302	1,509	295	1,648	590	703	553	157	204	252	104	130	107	28	
1. テレビドラマ	55.7	49.5	64.2	62.6	57.5	58.7	52.9	43.0	61.7	60.8	57.3	58.1	39.7	49.8	72.4	54.3	72.3	52.9	48.5	42.5	45.2	46.9	52.3	46.4	
2. ニュース	50.4	55.7	43.5	41.9	45.9	47.1	56.5	57.0	11.1	33.3	44.7	49.8	73.6	60.4	22.9	54.6	22.2	53.5	55.9	69.8	73.1	70.8	61.7	53.6	
3. 劇映画	40.0	36.4	45.1	42.5	40.7	45.2	37.2	29.0	58.0	51.0	43.0	40.4	29.2	33.1	59.7	36.1	60.0	34.4	33.8	32.1	14.4	40.0	29.9	32.1	
4. 世界見聞	35.5	39.3	30.4	34.1	37.7	37.6	34.0	27.1	1.2	7.8	17.5	37.9	55.6	44.7	9.8	42.0	8.7	37.6	47.5	52.0	51.9	50.8	27.1	53.6	
5. スポーツ	24.8	33.3	13.4	40.8	30.9	28.2	16.8	15.9	8.6	5.9	10.6	28.2	29.8	28.9	13.4	30.6	13.0	21.0	45.6	21.8	32.7	24.6	13.1	28.6	
6. 伝統劇中継	20.5	19.9	21.3	5.6	6.8	15.8	31.1	50.5	74.1	60.8	46.7	13.7	6.8	13.7	39.7	14.1	41.2	18.5	4.9	13.1	7.7	6.9	38.3	7.1	
7. 文芸番組	19.9	18.2	22.3	24.6	25.3	20.3	17.1	8.4	7.4	17.6	20.9	22.5	10.2	18.1	25.1	19.9	24.4	31.8	16.7	15.9	12.5	10.0	15.0	21.4	
8. 祖国各地	13.0	13.6	12.1	7.8	9.8	9.1	17.2	22.4	6.2	7.8	14.9	12.1	17.6	15.3	6.3	14.1	5.8	18.5	11.3	20.6	19.2	9.2	18.7	7.1	
9. 文化生活	5.8	4.0	8.2	6.1	9.8	5.9	3.7	1.9	—	—	2.3	6.9	6.1	6.1	4.7	5.8	4.3	10.8	6.4	6.7	4.8	6.2	2.8	3.6	
10. あなたへの服務	5.4	3.1	8.4	6.1	5.2	6.2	4.8	4.7	3.7	2.0	4.3	6.0	4.4	6.0	3.6	6.8	3.8	4.5	4.4	6.0	6.7	2.3	6.5	10.7	
11. 学習講座	4.5	4.1	5.0	3.4	7.6	4.4	3.4	1.9	—	—	1.0	4.4	10.5	5.7	1.2	4.4	1.1	3.8	5.9	5.2	9.6	14.6	1.9	7.1	
12. 観察と思考	4.3	3.7	5.1	5.0	6.6	5.2	2.3	2.8	—	—	1.7	5.4	3.4	5.4	1.2	5.5	1.3	2.5	6.9	4.8	8.7	4.6	2.8	7.1	
13. 新劇中継	4.2	3.2	5.5	3.4	2.8	4.0	5.2	3.7	3.7	2.0	4.3	3.9	5.8	4.1	4.4	3.1	4.5	3.8	3.4	4.8	7.7	4.6	5.6	3.6	
14. その他	2.1	2.4	1.8	3.4	3.2	2.0	1.4	1.9	2.5	2.0	2.6	2.1	2.0	2.0	2.5	2.1	2.7	2.5	2.9	1.2	1.0	1.5	0.9	3.6	
15. 広 告	1.1	1.1	1.2	1.7	1.8	1.7	0.3	—	1.2	2.0	1.3	1.3	—	0.7	2.4	0.7	2.5	1.9	0.5	—	—	—	0.9	3.6	

表7. 好きな新聞内容

	全体	性		年 令					文 化 程 度					地 域		職 業								
		男	女	13~17	18~25	26~35	36~60	61~	不識字	初識字	小学	中学	大学	市部	農村	工人	農民	商業職工	学生	国家幹部	教員	科技人員	退休人員	待業人員
n	1,894	1,125	769	154	428	518	720	74	0	23	199	1,369	303	1,622	272	684	239	153	203	257	104	136	90	28
1. 国際ニュース	43.1	47.2	36.9	44.8	47.9	43.4	39.7	40.5		21.7	34.7	42.4	52.8	44.5	34.6	43.3	33.9	37.9	50.7	38.5	44.2	55.9	38.9	75.0
2. 党・国家指導者の活動	39.4	41.6	36.2	18.8	28.7	40.2	48.8	47.3		30.4	33.7	38.6	47.2	41.3	27.9	39.3	28.5	47.1	22.7	49.0	48.1	48.5	47.8	21.4
3. スポーツ	25.2	31.1	16.5	51.3	31.5	27.4	15.6	12.2		8.7	14.1	28.1	20.5	25.2	25.4	27.0	24.7	23.5	47.8	13.2	29.8	14.0	7.8	32.1
4. 文学芸術	22.9	16.3	32.6	31.8	33.4	25.1	14.2	13.5		13.0	9.0	25.5	21.1	23.1	21.7	21.8	20.9	28.1	34.0	24.5	21.2	16.2	8.9	28.6
5. 知識趣味	22.9	20.4	26.5	34.4	32.7	22.8	15.6	13.5		—	7.0	25.5	23.1	24.5	13.2	24.7	11.3	24.2	35.5	21.0	26.0	17.6	12.2	42.9
6. 道徳風習	19.7	14.9	26.7	16.9	19.6	18.1	21.3	21.6		17.4	24.1	21.0	11.2	18.9	24.6	20.5	23.4	28.8	17.7	16.7	18.3	8.8	22.2	10.7
7. 読者欄	18.2	16.2	21.2	11.7	24.1	20.1	15.7	14.9		21.7	14.1	20.3	12.5	17.3	25.0	20.9	24.7	16.3	11.3	17.9	16.3	13.2	15.6	14.3
8. 政策理論	14.8	17.8	10.5	1.3	6.1	11.8	24.1	21.6		8.7	14.1	13.3	22.8	15.7	9.6	11.4	9.6	17.0	4.4	32.7	17.3	20.6	16.7	—
9. 科学技術の成果	14.2	17.2	9.9	9.1	11.2	14.1	16.5	20.3		—	10.1	10.8	33.3	14.9	9.9	11.8	10.9	5.9	13.3	11.3	21.2	44.9	11.1	14.3
10. 党風党紀	13.5	15.8	10.1	1.9	3.3	10.6	23.3	21.6		21.7	21.1	12.3	13.5	14.9	5.5	13.0	6.3	13.1	1.5	27.2	15.4	18.4	18.9	3.6
11. 法律治安	11.4	13.3	8.7	15.6	9.8	12.5	10.3	16.2		47.8	18.1	11.0	6.3	10.7	16.2	12.6	17.2	9.2	10.8	6.2	4.8	8.8	20.0	10.7
12. 先進人物	9.9	8.2	12.4	10.4	7.9	9.8	11.1	8.1		8.7	20.6	9.0	6.9	8.8	16.5	8.6	16.7	11.8	7.4	6.6	9.6	4.4	22.2	7.1
13. 市場物価	9.7	8.1	12.1	3.9	8.2	12.2	10.1	9.5		8.7	16.1	9.9	5.0	10.3	6.3	14.5	6.7	11.8	2.5	7.0	4.8	7.4	11.1	10.7
14. マンガ	7.1	5.7	9.2	29.2	8.9	5.6	3.2	—		13.0	3.0	8.3	4.3	6.9	8.5	6.9	7.1	2.6	24.6	3.1	2.9	2.9	1.1	3.6
15. 教育衛生	6.6	2.8	12.1	2.6	5.8	7.1	7.4	6.8		13.0	8.0	6.4	5.9	6.8	4.8	5.7	5.0	7.8	4.4	5.8	15.4	5.1	14.4	3.6
16. 生産建設	6.4	7.8	4.4	2.6	3.0	4.6	9.6	16.2		17.4	11.6	4.7	9.9	6.3	7.4	5.3	7.9	2.6	3.4	11.7	4.8	6.6	12.2	3.6
17. 広 告	2.2	2.2	2.3	2.6	3.5	2.5	1.5	—		—	5.5	2.3	—	1.5	7.0	2.3	7.5	1.3	1.0	1.2	—	—	—	7.1

表8. 中央電視台第一テレビの番組 (1983. 10・第一週)

	5:30	6	7	8	9	10	11 pm
月	統計学原理		表音講座 英語講座	ニュース	科技と生活	連続劇 「华罗庚」(浙江台)	C M スポーツ 女子バレー中継録画
火	楽譜の よみ方	品質管理 講座	表音講座 英語講座	ニュース		連続劇「华罗庚」	シンクロ・ スイミング C M 近代史 講座 ドキュ メント
水	統計学原理		表音講座 英語講座	ニュース	健康 小ドラマ 「彼ら」 (北京広 播学院)	新劇 「セールスマンの死」 (北京人民芸術劇院)	
木	楽譜の よみ方	品質管理 講座	表音講座 英語講座	ニュース	マンガと 子ども向け番組	連続劇 「紅紅的雨花石」(中央台)	C M 軍隊 向け 番組 近代史 講座
金	統計学原理		表音講座 英語講座	ニュース	記録映画	中継録画 「質量月」 文芸晚会	ドキュ メント テレビドラマ 「らくだ山下」 (中央戯劇学院)
土	楽譜の よみ方	品質管理 講座	表音講座 英語講座	ニュース	番組紹介 シンクロ・ スイミング	劇映画「精変」	C M 「祖国 各地」 映 画 連続劇 「紅紅的雨花石」
日	(休 止)		マンガ 「ニルスの 旅行記」	ニュース	服 務 「長江」 祖国各地	文化 生活 兄弟 民族 世界 各地 映 画	伝 統 劇

<注> この他に日曜日は、午前8:30~12:15、午後2:00~5:20放送

のである。NHK総合テレビと同様に夜7時の30分ニュースが編成の根幹となっており、それ以前は週間編成による教育番組だが、それ以後は随時編成で、主として娯楽番組である。娯楽番組の大半はドラマで、長時間ストーリーものが毎夜放送されており、その制作に当たっているのは各地のテレビ局、撮影所、劇団、演劇大学など、驚くほどの盛況である。伝統劇とは京劇、昆曲など中国独特の歌劇をいう。金曜日の文芸晚会（文芸のゆうべ）は、半月ほど前に北京の中山公園音楽堂で行われた「品質向上運動月間」ショーの中継録画で、新旧音楽の演奏や歌、漫才などが次々にくりひろげられる間に、客席の有名人（政府要人）も写し出されたり挨拶したりして会場全体が和気あいの雰囲気にも満たされるにぎやかな番組。テレビの「文芸番組」はこの種のバラエティショーを意味するようだ。

教養番組の「世界各地」は各国の放送局と提携したドキュメントで、「ライブチヒの女性」「ベネズエラの水利計画」「美雨的琵琶湖」などを放送していた。一方、「祖国各地」は「泰山」「長江」など連続放送のものがある。また、「文化生活」という番組は数コーナーに分かれており、この日は、人気ドラマ「人到中年」を作った長春撮影所の一泊、文化ポスト（ポストは投書と回答の意）「魯迅のペンネームの由来」、そして国歌紹介「義勇軍行進曲」という内容であった。また「服務」（奉仕）と名のつく番組はラジオにもあるが、内容はいわば“そこが知りたい”で、半自動式長距離電話のかけ方、植物害虫の予防法、商品知識などの他、ことわざの来歴や、アテレコ声優のお顔拝見などであった。ラジオの「部隊と民兵」は人民解放軍向けの放送である。

「中国新聞年鑑」（1982年版）は各紙各局の「重要コラム」と「重要番組」を一つずつ紹介しているが、これによると、中央ラジオ局は「全国ネットワーク」を、中央テレビ局は「観察と思考」を重要番組と指定している。

「全国ネットワーク」（「各地人民広播電台聯播」略称「全国聯播」）は1951年開始の長寿番組で毎夜8時から30分間、第一放送から重大ニュースや、党・政府の重要政策などの告知と論評と教育の番組である。「観察と思考」は1980年開設したテレビ初の評論番組だが、表6で人気が下位だったせいかどうか、私たちが訪れた1983年秋には見当らなかつた。

夜7時以降の番組放送時間は必ずしも予定どおりには進行せず、時間延長はしばしばであった。日本の放送界と比べると実に大陸的であろうものである。なお、表8以外に日曜日は、午前中が主として子ども番組、午後は英語、日本語など語学講座が中心であった。

新聞内容の分類にはよくわからぬ所もあるが、数表から逆に推定出来る部分もある。たとえば「道徳風習」は日本では考えられない記事分類だが、女性、商業職工、農村部にきわ立って高く、こうした組み合わせは他の記事にないことから、旧習・迷信打破を含む冠婚葬祭関係の記事やコラムと推定すれば、いわば婦人欄の役割りと推察出来る。同様にして「知識趣味」はヤングを含む家庭欄に、「文学芸術」はテレビの「文芸番組」と同じく芸能・娯楽を含む学芸・娯楽欄・記事に相当しよう。この他、国際、政治、経済、運動、投書、科学、マンガ、広告などが弁別出来る。日本で最人気の「社会面」と「ラ・テ面」がないが、犯罪記事は「法律治安」に含まれているのであろう。この他「政策理論」「党風党紀」「先進人物」は社会主義国特有の内容だが、日本でも「赤旗」にはあるから、理解不能というほどでもあるまい。

さて、表5～7の数表を分析しよう。

まず、報告書は言う。

「読み取れることは、今日の放送と新聞がそなえている報道と娯楽の内容は各々異なる吸引力を持っており、受け手数も違うので、發揮作用の範囲が異なるということである。ラジ

オは報道作用が第一だが、娯楽作用も比較的強い。テレビは今の所、報道作用より娯楽作用の方が強い。新聞は主としてニュースを掲載しているのだから当然、報道作用が突出している。受け手の好みというものは、家庭環境、個人の経歴、教育程度、文化修養、年齢性別、職業の特徴、風俗習慣、民族伝統等の多種の要因の影響を受けて、異なる特徴を示すのである。ここでは文化程度、年齢、職業、居住地区、及び性別だけの要因から、これらが彼らの好みに与える影響を分析しよう。」

以下は、主要部分の要約である。

「ラジオでは性差は少いが、テレビでは男は報道、女は娯楽性を好む傾向がある。新聞では国家の大事への関心は同じだが、男はスポーツ、女は文芸を比較的好むようだ。

年齢別では、36才以上は国際ニュースよりも国内ニュースへの関心が多くなる。

文化程度はニュースへの興味と正比例する。

地域別では、新聞のトップ3の順位が市部と農村で変わらないのに、放送では市部は報道性、農村は娯楽性嗜好と分かれる。この理由は、文化程度の違いと、農村の生活が市部ほどはニュースを求めないからだが、この他に、現在の放送ニュース番組編成が「不当」で、農繁期には農民がニュースに接触出来ないためである。

職業上の関係では、農民は農村向け番組を、科学技術者は科学技術の報道を、国家幹部は政策理論と党風党紀の記事を好む人数が他の職業の人よりも多くなっている。

放送・新聞の視聴者・読者への影響は、興味を持った受容者に対してのみはたらく。この調査研究は、視聴者・読者の、情報に対する要求をよく知ると共に、彼らの需要を根拠として放送番組を合理的に編成し、新聞の報道内容を科学的に配置し、視聴者・読者をして有限な自由時間内に最も豊富な情報を獲得させ、もって放送・新聞の影響を拡大するためなのである。」

次に、数表の傾向を日本の場合と比較・考察しよう。

一般的に報道系のメッセージは、メディアを問わず学歴の高いほど接触度が高く、娯楽系メッセージは女性が男性より高いという結果は日本と同じで、民族や体制の差を感じさせない。また年齢別では、ニュースは少なくとも国内ものに関する限り、60才までの高年層ほどよく接触するという点も、日本の結果と似ていよう。

新聞で国際記事がトップ、テレビで「世界見聞」が36%も示したことは当局者にも意外だったようだが、外国への関心は技術者、学生、高学歴者、若ものを先頭に高まっているのであろう。上海テレビ局では「国際瞭望」「国際縦横」といった新番組を企画中とのことであった。「国際化」は日本のテレビでも進行中で、人びとが外国を知りたがる傾向、いわば世界的視圏の大衆の拡大は、全世界的傾向なのかも知れない。

テレビ「世界見聞」の嗜好者構造は、かつての日本のテレビ「洋画劇場」と、また、京劇などの「伝統劇」のそれは日本のテレビ捕物帳時代劇や“いろいろ”演芸と似ている。

スポーツは3メディアとも若い人ほど好む結果が出ているが、日本でも嗜好率を調べれば同じ傾向が出るようだ。すなわち、この調査は“視聴率”ではなく“嗜好率”である事に留意が必要である。

テレビドラマ、連続小説、劇映画（ほとんどが中国製）のストーリー一群は、低学歴、農村型である点は伝統劇と同じであるが、年齢別では逆で、むしろ若い層に好まれている傾向は興味深い。日本のNHKテレビ「おしん」は圧倒的に高年層ほどよく見る番組だったが、あの種のドラマも中国では異なる見られ方をするのであろうか。職業別にみると、これらのストーリーものに対する好みは農民層が群を抜いて高く、中国映画やドラマの理解にとって、中国の農村社会の研究が必須であ

ることを痛感させられる。

新聞記事の嗜好については、そもそもテレビ・ラジオと同日に論じ得るかという問題がであろう。前述の報告書の指摘のように職業との関連が顕著だが、顕著過ぎる感がしなくもない。しかしこれを嗜好率ではなく利用率と受けとれば首肯できる。質問を嗜好ではなく利用を聞けばまた違った結果が出たのではなからうか。たとえば「法律治安」記事に対する嗜好は文化程度別の初識字（半文盲）層が48%という高率を示し、標本数が少いとはいえ、同層の最も好む記事となっているが、反面、教員層、幹部層では5%、6%しか選んでいない。利用率を調査すれば異なる数字になったと思われる。

おわりに

今日の中国における三つのマス・メディア、新聞、ラジオ、テレビを比較すると、第一に、やはり新聞が、その社会的役割の重要性の点でリーディング・メディアの位置を確保しており、第二に、テレビは急速に普及して⁶⁾、大都市では普及率80%を越えているが、にもかかわらずテレビはなお初期の様相を呈するニューメディアであって、ラジオの後塵を拝していると言えるだろう。

中国の今日のラジオ放送は、歴史的にも中国共産党の延安時代に開始された新華社の一大部分としての新華放送（1940年開局）から発展した放送であり、「新華日報」（1938年創刊）と共に革命闘争の伝統を持つオール・メディアなのである。全国放送であるラジオ第一放送は今日も一日18回の定時ニュースを流しているが、第一テレビはまだ、一日1回に過ぎない。テレビは今日も娯楽メディア乃至教育メディアであって、報道メディア性は第二義的なのである。そして、このように初期のテレビが報道メディアというより娯楽メディアとして登場するのは、30年前の日本においても同様であった。

テレビの影響力を過大評価し、とくに青少年への悪影響を憂える声のあらわれるのも初期の特徴で、たとえばあるテレビ批評は、テレビドラマで俳優がタバコを吸わぬよう要求しているが、その理由は、タバコは有害であり、とくに青少年に悪習慣をつけるから、というのである⁹⁾。

次に、今回の北京市人民の調査報告書が明らかにしたマス・オーディエンスの実態の特徴は、第一に多くの点で日本人と類似しているが、相違点を見出すことは類似点を見出すことよりも困難であること、とくに嗜好のような感性のレベルではそうであり、メディアの中ではテレビのようなニューメディアにおいて、自由でいきいきとしたコミュニケーションが形成されていたことである。そして第二に、日本人との最大の相違点でもあるが、中国の農民の、他の諸階層と比べた場合の特異性である。（中国人の80%が農民といわれる）。

表1と表2で顕著にあらわれていたことだが、表6「好きなテレビ番組」の職業別を分析すれば、農民層が他の諸階層からひとり離れた嗜好パターンを持つことに気づかずにはいられない。テレビほどではないがラジオ（表5）にも同様に見られるこの異質性は、極端なアンチ・ニュース傾向と、その反面としてのプロ・ストーリー傾向として特徴づけられる。この反ニュース性は徹底したもので、全国ニュース、ローカルニュースはもちろん、外国事情であるとスポーツニュースであるとを問わない。これは反権力とか政治嫌いというよりもっと広いもの——外部環境への無関心としか言いようがない。数字が示すこの結果は農民層のエゴイスティックな小生産者の「自給自足思想」¹⁰⁾のせい、それとも単に一樣なストーリー好きのせい、速断は出来ない。あるいは、かつて三大差異のひとつといわれた農村—都市の懸隔からみれば、これでも国民的統合の進行過程の一断面と見る事も可能かも知れないが、過去の同様データを

欠く以上、確言は出来ない。Alan P.L.Liuによれば「この農民の冷淡さは、左派の人々が……大躍進や文化大革命のような大衆運動をはじめた誘因であった」⁽¹⁾。とはいえこの数表の示すものが文化大革命の原因なのか結果なのかは何とも言えぬ。ただ、中国革命の特色がこの中国型農民問題にあること、換言すれば東洋の農耕型社会主義こそ、北の社会主義とは異なる中国型の特徴とだけは言えそうである。

安岡論文は、この社会調査に対して反対意見のあったことも明らかにしている。

「私を含めてだが、社会統計分析というと妙に“反感”を持ってしまう。“社会”の二字からブルジョワ階級の玩具を想ってしまう。」

「ある同志は“君らはブルジョワ階級の民意を測定するのか”と言った。私はこう答えた。“我々は各種の方法を持っている。作ったりすることは不要である。なぜ前もってブルジョワ階級的とかプロレタリア階級的とか分けられるのか”と。」

「この種の社会統計分析法の創始者は、他でもないカール・マルクスである。彼は1866年にみずから11項目の〈一般調査要綱〉⁽²⁾をつくり、1880年にはフランスの労働者の生活実態調査表〈労働者へのアンケート〉⁽³⁾で100個の質問を提出している。〈資本論〉は社会統計分析方法を利用した模範である。」

「“左”の影響を脱する過程で、私たちの眼は遠く、大、新へ向った。私たちは主人である。有用な手段があればこれを用いるのに妨げはない。自主権は手中にある。どうして自分を封じ、手足をしぼる必要があるか？」

「社会主義国家では人民が主人である。読者、視聴者が主人である。私たち新聞工作者はすべて人民に奉仕せねばならぬ。主人は何

を求めているか？ 何を好み、何を好まぬか？ なぜ好み、なぜ好まぬか？ なぜ、ある主人は好み、他の主人は好まぬか？ これらを知ることは、我々のジャーナリズム改革の基礎である」。

注

- (1) 内川芳美「中国のマスコミおよびマスコミ研究・教育の現状・はじめに」日中学術懇談会事務局『日中学術懇談』新2号、1984、4、P.1
- (2) 中国共産党第11期6中全会『建国以来の党の若干の歴史的問題についての決議』、1981、6
- (3) 吉林大学漢日詞典編集部『漢日詞典』、吉林人民出版社、1982、P.545
- (4) 前掲『日中学術懇談』P.5
- (5) 中国共産党第12回全国代表大会・胡耀邦報告『社会主義現代化建設の新たな局面を全面的にきりひらこう』、1982、9
- (6) 中国社会科学院新聞研究所編『中国新聞年鑑(1982年版)』、中国社会科学出版社、1982、P.521
- (7) 前掲・胡耀邦報告
- (8) 1982年末現在、テレビ受信機の普及台数は2,761万台。日本放送協会編『世界のラジオとテレビジョン』1984年版による。
- (9) 上海テレビ局『上海電視』、1983、9、P.28、なお、タバコのCMは酒、コカコーラのCMと共に禁止されている。
- (10) 岡部達味『中国は近代化できるか・社会主義的發展途上国の苦悩』、日本経済新聞社、1981、P.57
- (11) Liu, Alan P.L., *Communications and National Integration in Communist China*. 1971, 慶応義塾大学新聞研究所訳『中国の政治とコミュニケーション』、慶応通信、1976、P.190
- (12) 大内兵衛・細川嘉六監訳『マルクス=エンゲルス全集』第16巻、大月書店、1966、P.190
- (13) 前掲大内・細川監訳『マルクス=エンゲルス全集』第19巻、大月書店、1968、P.227