

『China Report』 Vol. 21
中国の国内情勢と対外政策の因果分析⑤：
習近平政権の国内世論統制

西本紫乃（北海道大学大学院公共政策学連携研究部附属公共政策学研究センター研究員）

1. はじめに

マルクス主義メディア観の大義名分の下、中国のメディアは建国以来一貫して共産党の管理下に置かれている。しかし、党のメディアに対する姿勢は「人民性」、「党性」のどちらに軸足を置くか、時の指導者によって揺らぎがある¹。

胡錦濤政権期は、インターネットの急速な普及を背景に、国民世論の顕在化が社会現象となった。ネットによる新たなコミュニケーションの形態は、共産党が主導する主流の意見に与しない公共知識人の台頭や草の根NGOの活性化をもたらした。政治を圧倒する民間のパワーを前に、胡錦濤政権はSNSで政府機関や党幹部らに国民との直接対話を奨励するなど、比較的「人民性」を重視したメディア政策をとった。

しかし、習近平政権ではイデオロギー統制強化が図られ、メディアに対して「党性」を強く求めるようになった。習近平政権の世論統制策の特徴として、江藤はリベラルな政治思想の抑制と社会主義イデオロギーへの回帰、「中国の特徴」を前面に据えた独自の発展モデルの模索を指摘している²。こうした共産党の世論統制の方向性は、国民世論が制御不能になり、ひいてはそれが政権の足元を揺るがしかねないという危機感を反映したものにはかならない。

2017年10月の党大会で習近平の二期目の政権がスタートした。過去5年間のメディア統制の取り組みと、現状の世論がいかなる状態であるのかについてポイントを整理してみたい。

2. 世論の主導権の掌握

（1）SNS上の意見領袖の排除

中国では2000年代初め頃からブログやSNSの普及によって、共産党の「主流の意見」とは異なる意見をもつ知的エリート、公共知識人の考え方に多くの人が触れることが可能になった。また、メディアに所属しない公民記者（市民ジャーナリズム）もSNSを活用し、官製メディアが伝えない情報を発信していた。SNS「微博」で公共知識人や公民記者は一千万人以上から数百万人規模でフォロワーを抱える意見領袖（オピニオンリーダー）として大きな影響力をもつようになっていた。

2013年8月、国家互聯網信息弁公室は公共知識人らを集めて「網絡名人社会責任論壇」を開催し、社会主義制度や国家利益といったネットの著名人らが守るべき「七つのボトムライン」を提示した。この直後から「微博」で公共知識人をはじめとした世論に影響を与える「微博」ユーザーの排除が行われ、言論空間としての「微博」に一気に自粛ムードが広がった³。活気を失った「微博」ユーザーの多くは、2011年からサービスを開始した騰訊の新しいSNS「微信」に移行した。「微博」に比べると公共性の薄い「微信」にユーザーが移ることで、エリートと非エリートが分断され私的なやりとり中心のコミュニケーションへと変化した。

（2）ニュース・メディアの融合と管理システムの整備

2000年代以降、新聞『南方都市報』や雑誌『財経』などをはじめとした様々な媒体で独自の視点で社会問題に鋭く切り込む調査報道が展開され、読者の関心と支持を集めた。調査報道は社会の矛盾に問題意識をもつ記

者らによってリードされ、汚職や環境汚染など国民世論を刺激する事件が多く取り上げられた。調査報道が隆盛な局面では、いわば世論の主導権はメディア各社の取材・編集の現場に握られていた。党と政府はその主導権を取り戻すべく、2013年10月から2014年2月にかけて全国の記者の「社会主義核心価値観」や「マルクス主義メディア観」を含む職業道德の再教育と記者証の再交付を実施した。

2014年8月に開催された中央全面深化改革領導小組の第四回会議における習近平総書記の重要講話で、伝統メディアと新興メディアの融合が指示された。これを受けて各地の党機関紙を中心とするメディアグループで取材、配信、データ分析を集中的に行う「中央厨房」が創設された⁴。ニュースを「中央厨房」で一括管理することにより、コンテンツの均質化や世論分析、世論誘導の効率的な実施が試みられている。

3. 個人情報の管理とイデオロギー教化

(1) ビックデータを活用した包括的社会管理

2015年3月「インターネット・プラス」が政府の全国人民代表大会（全人代）の活動報告に盛り込まれた。「インターネット・プラス」構想は、インターネットを商工業や金融、農業、環境など幅広い社会活動のデータを包括的に管理するプラットフォームにするという壮大な計画である。

ビックデータによって生産活動の最適化を目指すのと同時に、個人に対しても信頼情報のポイント化が試みられている。2015年1月に中国人民銀行は「個人の信用情報業務の準備活動実施に関する通知」を公布し、芝麻信用や騰訊征信など8つの企業に対して個人の信用情報のデータベース化を指示した。個人の信用情報は公共料金やクレジットカードの支払いや、電子商取引でのやりとりの誠実さ、引っ越しや交友関係など様々な情報をもとに点数化される。ポイント化された情報は電子商取引やP2Pレンディング、アリペイなどが仲介する第三者決済などの際に参照されるが、レンタカー利用や住居の賃貸、恋愛や結婚、ビザ取得などでも相手が信用に足る人物か判断する際の参考にされる。信頼というソーシャル・キャピタルをシステムで「見える化」することによって、人々の行動の規範化が行われている。

(2) 大衆宣伝の洗練化

上記のように人員や環境を整備しても、国民の生活水準が向上し価値観も多様化するなかで、旧態依然とした党の宣伝スタイルでは国民に浸透しない。このため、若い世代の嗜好に合わせ、党と政府からみて好ましい情報、「正能量（プラス・エネルギー）」の情報発信の方策が模索された。2014年10月に開催された全国文艺工作者座談会にネット上で愛国的で体制を肯定する言論を繰り広げていた周小平らが招待された。権威のある作家らが招待され、習近平総書記も出席するこの会合に、異色の人物が招待されたことは国内で関心を集めた。しかし、彼らの素性や動機の不明朗さから、かえって世論の冷笑を買うこととなった。周小平のケースでは、インターネットが人々と情報との主要な接点となる時代に合わせ、当局が若者に受け入れられやすいプロパガンダを試行錯誤していたことがうかがえる。

政治宣伝のネット動画でも新たな試みがなされた。2013年10月には最高指導者が誕生するプロセスを解説するフラッシュアニメ動画「領導人は怎樣練成的」が突如ネット上に登場して話題を呼んだ。同様の動画として2015年10月の第十八期中共中央委員会第五回會議（五中全会）後にも第十三次五か年計画を宣伝する「十三五之歌」が公開されて海外からの関心を集めた⁵。2017年10月の党大会の前には、中央人民廣播電台が習近平政権の5年間の社会発展を称賛するラップ調の歌「為新時代打call」の動画を制作している。近年、中国のプロパガンダは若者世代の嗜好にあわせてより洗練されてきているといえる。

近年、中国ではスマートフォンの普及により世論の主な舞台は「両微一端」（「微博」「微信」の二つのSNSと移動端末のアプリケーションソフトウェア）になっている。SNSについては上述の通り意見領袖の排除が行われる一方、ニュースの発信元のマスメディアのアプリの充実も図られている。なかでも、2013年10月に

新たに創設された上海報業集団は、2014年7月にネット・ニュースサイト『澎湃新聞』を立ち上げた。『澎湃新聞』はデザイン性に富むインターフェイスで、都市の若者世代から好評をえている。

この他、文化コンテンツでもクオリティの高い作品が公開され、人気を博している。2017年にはドラマ「人民の名義」や映画「戦狼Ⅱ」といった検察や軍を題材にした作品が話題となった。この他、ドキュメンタリー映画でチベットを題材にした「岡仁波齊」や慰安婦を題材にした「二十二」などが公開されている。

4. メディア政策と世論環境の今後の見通し

(1) メディア政策の今後の方向性

2013年8月に行われた全国宣伝思想工作会議において習近平総書記は重要講話で「インターネットは最重要課題の中でも最も重要」と述べ、前政権以上にインターネット統制の強化を強いトーンで指示した。2014年2月の中央網絡安全和信息化領導小組第1回会議では関連法の整備などによる「網絡強国」建設を国家戦略に格上げした。この頃までは国内で党と政府がいかにインターネットを掌握するか、という課題に重点が置かれていた。その後、中国のインターネット政策は国内から国外へとビジョンが拡大していく。

2015年12月の第2回世界互聯網大会では、習近平総書記は大会の祝辞の中でインターネットの発展と管理に関する「四項原則」（主権の尊重、平和安全の維持、開放と協力の促進、良好な秩序の構築）と「五点主張」（グローバル・ネットワークの建設、文化交流のプラットフォームの創造、經濟發展の推進、ネットの安全保障、相互管理システムの構築）という世界も視野に入れたインターネット政策の方向性を示した。「四項原則」の海外からの自由な情報の流入の規制を正当化する主権の尊重と、「五点主張」のグローバル・ネットワークの建設は一見矛盾しているかのように見える。しかし、こうしたコンセプトからはインターネットの自由を規制する中国の管理モデルを世界のスタンダードにしようとする意欲が感じられる。このような中国が世界をリードする立場に立とうとする目標は近年さらに前面に打ち出されるようになってきている。2016年4月の中央網絡安全和信息化領導小組の網絡安全和信息化工作座談会での重要講話で習近平総書記は、インターネットの発展における技術面での主導権を握ることで、「弯道超车」（カーブでの追い越し）を実現しなければならないとした。「弯道超车」で追い抜く対象は明示されていないが、米国をはじめとする情報通信先端技術をもつ他国を意図しているものとみられる。今日、中国のいう「網絡強国」とは、世界におけるインターネットに関するヘゲモニーの掌握の意味合いを帯び始めている。

(2) インターネット環境の大衆化

中国互聯網絡信息中心（CNNIC）の最新の報告によると、2017年12月時点での中国のインターネットユーザーは7.72億人に達し、国民の半数以上がインターネットを利用するようになっている。ここ10年ほどにおける中国のインターネットユーザー総数の増加を支えているのは、携帯電話を中心とした移動端末の利用者と農村地区での利用者の増加である。移動端末でのインターネット利用は今日すでにインターネット利用者の全体の98%を占めており、農村のインターネット普及率も利用者全体の35%にまで上昇している⁶。

こうした利用者のすそ野の広がりや、公共空間としてのインターネット環境をより大衆化させている。90年代末のインターネット普及の初期の利用者は大学生を中心とした都市部の情報リテラシーの高い人たちであった。インターネット利用者の学歴別の統計によれば、2003年は利用者に占める中卒以下の学歴の人の割合は14%にすぎなかったが、2017年は54%にまで比率が拡大している⁷。このような利用者層の変化により中国の公共空間としてのインターネットは、社会性の高い話題から私的な会話へ、討議よりも娯楽へと変化し公共性が低下している。また、主に人々が利用するSNSが「微博」から「微信」に移ったことで、世論は小グループ化し、見知らぬ人同士の広範囲の連帯を生じさせにくくなっている。今日、ネット上の公共知識人の排除やメディア各社の記者に対する管理強化によって、党と政府が世論の主導権を取り戻しているが、それ以外にイン

ターネットの利用者自体が、より管理されやすい状態へと変化していることも注目すべきであろう。

5. おわりに

上述の通り、習近平政権の一期目の5年間は、それまで「人民性」に偏っていた世論環境を「党性」へと引き戻した。これによりインターネット普及以前のように党が情報発信の主導権を握り、世論を誘導する体制を取り戻している。ITテクノロジーが人々の日常生活へ浸透する機会を捉え、党と政府がシステムとしてのインターネットを掌握することで、オーウェルが小説『1984』で描いたような、テクノロジーによって個人を管理する全体主義国家が、まさに中国で実現化しつつある。そして、中国はそうしたインターネットの管理についての独自の考え方や手法を確立し、それを対外的に広めていこうとさえしている。

2017年以降、世界的にSNSとポピュリズムに関する研究が盛んになっている⁸。中国のメディア統制と世論誘導の仕組みが、報道や言論の自由に対するいかなるアンチテーゼとなりうるのか、今後も引きつづき観察が必要であろう。

注

1. 「人民性」とは民情を党幹部がくみ取るためのメディアの機能を重視する立場であり、「党性」とは党の指導によって国民を啓蒙することをメディアの役割とする立場である。朱家麟は1948年の新聞工作に関する毛沢東と劉少奇の講話から、両者のあいだのメディア観には「党性」と「人民性」のどちらを重視するか考え方の違いがあったことを指摘している。朱家麟『現代中国のジャーナリズム』田畑書店、1995年、84-87頁。

2. 江藤名保子「習近平政権の世論対策に内在するジレンマ」、

http://www2.jiia.or.jp/pdf/research/H28_China/04-eto.pdf（最終閲覧：2018年3月21日）。

3. 「微博」は2009年に本格的なサービス提供が始まって以来、ユーザー数は急激に増加していたが、2013年には政府の取り締まりを受けて急速にユーザー離れが進んだ。アクティブユーザーはおよそ4割減少したといわれており、多くの人意見領袖への締め付け強化の政治の風向きを感じ取り、「微博」から離れていったことがうかがえる。時代週報「新浪微博活躍ユーザー半年減半 知情人：5億ユーザー80%不登録」、2014年1月23日、

http://news.ifeng.com/shendu/sdzb/detail_2014_01/23/33280795_0.shtml（最終閲覧：2018年3月21日）

4. 「中央厨房」は2017年年末時点で全国にすでに55か所設けられており、ニュースの発信を管理し国民の反応を観測することで、世論を適切に誘導するシステムが整備されている。搜狐「全国已有55家媒体“中央厨房”，看有没有你们单位？」

http://www.sohu.com/a/214515401_654813（最終閲覧：2018年3月21日）

5. これらの動画の制作元は「復興路上工作室」とされているが、「復興路上工作室」がいかなる機関なのか明らかにされていない。一部報道では宣伝部関係の組織であることが示唆されている。BBC「『十三五之歌』流行 中国外宣新嘗試」

http://www.bbc.com/zhongwen/trad/china/2015/10/151028_13th_five_year_plan_video
（最終閲覧2018年3月21日）

6. 中央網絡安全和信息化領導小組弁公室、国家互聯網信息弁公室、中国互聯網絡信息中心「第41次中国互聯網絡發展狀況統計報告」2018年1月

7. 中国互聯網絡信息中心「第12次中国互聯網絡發展狀況統計報告」2013年7月、および中央網絡安全和信息化領導小組弁公室、国家互聯網信息弁公室、中国互聯網絡信息中心「第40次中国互聯網絡發展狀況統計報告」2017年7月

8. 2017年以降、Cyber-PopulismやDigital-Populismという切り口から、2016年の英国のEU脱退を問う国民投票や、米国のトランプ氏の当選とSNSを利用した有権者とのコミュニケーションなどの他、ギリシャやトルコなど各国の事例が次々に報告されている。

Eugenia Siapera, Michael Theodosiadis, (2017) “(Digital) Activism at the Interstices: Anarchist and SelfOrganizing Movements in Greece”, *tripleC*, 15(2), pp505- 523;

Ergin Bulut, Erdem Yörük, (2017) “Digital Populism: Trolls and Political Polarization of Twitter in Turkey”, *International Journal of Communication*, 11(2017), pp.4093- 4117他
(2018-03-30)