

海・外・情・報

中国

メディア融合の最前線

上海の「澎湃ニュース」

北海道大学大学院
准教授

シロ 菊

新聞や雑誌、ラジオ、テレビなどの伝統的メディアは、民主主義社会であれ、独裁体制下の社会であれ、今や等しく一つの課題に直面している。すなわちインターネットの急速な普及と通信技術の目覚ましい更新がもたらした挑戦である。

日本と比較して中国の顕著な違いは、新聞など伝統メディアが大衆化と商業化の道をわずか20年間しか走っておらず、企業体として十分な体力を蓄えていないのに、もう、新しい技術の衝撃にさらされている点だ。しかも伝統的なメディアは政権の「喉と舌」の役割に甘んじ、民衆が求める「社会の木鐸」役を担っていない。

民衆はインターネットという誰でも発信できるツールを手に入れ、時に「自由満喫」し、お祭り

騒ぎの様相さえ呈している。真実と虚偽、感情と理性をなげまぜに、さまざまな声がネット空間で攪拌され、発酵して、時に炎上する。インターネット世論が真相を奪い取り、司法や行政を乗っ取る怪現象まで生んでいる。

そこで共産党政権としては、なすがままに任せられるのではなく、インターネットをコントロール可能な空間に転換させる決意を固めた。習近平総書記は、2013年8月、「インターネットという戦場において、主導権を握り、勝利を収めるかどうかは、直接わが国のイデオロギー分野の安全と政権の安全に関わっている」と演説した。

大波に洗われるメディア融合

中国のインターネット利用者数は14年末までに6億4900万人に達した。また携帯電話のユーザー数は12億8600万人、携帯電話からネットに接続する人は5億5700万人を数え、ネット利用者の85・8%に上っている。また別の統計では、携帯のニュースアプリ利用者は3億4400万人の規模に達し、携帯電話でネットに接続する人の60%を超えた。昨年のメディア産業の部門別広告収入は、インターネットがテレビを超えて首位となった。ネット利用では日本と変わらない。

これに対し、中国の新聞業界は12年から経営困難に陥っている。日増しに発展するインターネット業界と違って、新聞はもはや政権維持の道具としても、更新されるべき対象であり、淘汰される日が来るかもしれない。だが、中国のインターネ

ット普及率は全体として47・9%だから、まだまだ先進国の水準に達していない。政府はインフラ整備に力を入れ、農村部での利用者拡大を目指している。と同時に伝統メディアと新興メディアの融合を国家戦略として打ち出し、メディア業界の転換の推進を促している。

メディア融合戦略の推進は、インターネット技術の発展の力を借り、大きな波で中国のメディア業界を洗い流し、その再編を断行。重点的に幾つかの新型のメディア集団を創り出し、世論空間を一変させようとしているかに見える。

「澎湃ニュース」は大波を乗り越えるか

中国でのインターネットニュース配信、特に移動端末を利用したニュース配信には、大まかに言って二つの潮流がある。一つは「騰迅」「搜狐」「網易」「鳳凰」「新浪」など民間の主要ポータルサイトが主導するニュースサービス。もう一つは、伝統メディアがネット技術を利用するサービスだ。新華社や人民日報、中央テレビ局などのサイトは国家レベル、さらに「澎湃ニュース」や「浙江ニュース」は地方レベルということになる。

「澎湃ニュース」は中でも卓越した存在で、たちまち内外の注目を集めた。他と異なる最大の特徴は、もっぱら時事、政治問題を扱うサイトである点だ。中国の厳しい報道管理体制の下で、時事問題を扱うことの難しさは容易に理解できよう。従って多くの関係者は、澎湃の型破りな登場は、上層部の肝煎りのおかげだと分析した。

澎湃の名称は「PAPER」の音をもじって作られ、14年7月22日に正式にアップロードされた。ニュースアプリの形式で、主に携帯で閲覧し、広告も掲載されている。パソコン利用のホームページ版もある。合わせて、ミニブログやウィチャットに展開し、公式アカウントを運営する。

筆頭株主で経営を担うのは13年10月に合併を完成し、中国最大の新聞発行グループとなった「上海新聞集団」である。澎湃のニュース製作は集団傘下の「東方早報」が担っている。東方早報はもとも03年に創刊した大衆向けの都市報で、時事問題や文化情報に長けていた。08年粉ミルク汚染問題をスクープし、読者だけでなく業界でも評判を取った。澎湃には3億〜4億元（1元＝19円）の投資があり、創業チーム300人のうち、60%が東方早報からの出向組で、中核を占めている。このチームは今後さらに拡大されるという。

これまでの大衆参加型で利用者が伸びたインターネットメディアと澎湃が異なるのは、ニュース製作に当たって専門主義を堅持し、オリジナルなニュースコンテンツを提供するメディア企業である点だ。澎湃のサイトは時事、経済、思想、生活の4領域に分かれ、その下に計49の専門的な欄が設けられている。時事問題では22の欄があり、政治、時事報道を売りとするこのニューメディアの特色がよく出ている。

澎湃によると、そのアプリをダウンロードした人は200万人を超え、1日当たりのアクセスも延べ200万人を数える。1日当たりのページの

閲覧数は延べ1400万回に上る。ユーザーは大都市に集中し、北京、上海、広東が合わせて全体の30%を占め、海外が10%となっている。上海という地方を超えた全国メディアとなった。

澎湃の閲覧は目下無料で、財政支援に頼り、ビジネスモデルができていない。考え方としては「優れたオリジナルな内容によって多くの利用者を集め、さらに、広告、電子ビジネスとオフラインのサービスを導入する」とされている。

毎日閲覧している数人のユーザーに、なぜ澎湃を選択するのか、理由を聞いてみた。

「たくさんあるニュースアプリの中で、断然素晴らしいというわけではないが、中身を比較してみると、寄せ集めではなく、粗製乱造でもない」「硬派のニュースが主で、ゴシップ狙いではない。日本のNHKに似ているかな」

「読者のコメント欄は華々しくはないが、内容がすっきりしていて、罵詈雑言が少なく、問題について深い突っ込みもあった。」「反腐敗報道のベストプラットホーム」の「虎退治記」は、なかなか出色のコラムだった。最大の「虎」とされた周永康・元党政治局常務委員のケースでは、その深層、内幕をえぐり出した。これらの反腐敗報道によって、澎湃に対する期待が大いに高まった。

5月の連休の間、筆者は1日から5日まで「虎退治記」欄を観察した。記事20本のうち、澎湃の記者の署名記事は3本のみで、8本は「中央紀律監察部サイト」からの転載であり、その他のもの

も新華社ネット、人民日報報道からだった。

昨年9月、澎湃の報道は「危険ライン」に触れ、当局から批判を受けたという。澎湃が民衆の期待に応えるためには、報道規制の緩和が必要だ。

実利と管理の二股戦略

中国のメディア融合は当局が設計したメディア機関の再編であり、決して報道側の自由な改革の動きではない。当局は従来の主流メディアと新しいメディアとの融合を支援する一方、最強のライバルであるニュースポータルサイトの管理強化も進めている。今年2月に新浪、搜狐、網易、騰迅、鳳凰の幹部に対してヒアリングを実施するとともに、社会的にこれらのサイトに対する通報、監督の展開を呼び掛けた。当局としてはインターネット業界の見直し、再編を利用し、既成の地方省レベルのメディア集団の割拠、対立の局面を打破し、幾つかの全国を率いる新型の巨大メディア集団を打ち立てようとしているかに見える。

上海市党委員会は一連の動きに対して、欣喜雀躍。5月7日には、韓正・市委書記が澎湃ニュースを含む上海メディア界を改めて視察し、伝統メディアを換骨奪胎し再編して、飛躍を期し、全国の最前列を歩むよう訓令した。

【本号筆者略歴】北海道大学大学院メディア・コミュニケーションシオン研究院准教授。中国遼寧省の『新思維輯刊』『遼寧青年』編集者を経て、北海道大学大学院博士課程修了。著書に『中国の経済体制改革とメディア』（集広舎）など。