

海外情報 中国 16年の都市報、大幅欠損に 旧態依然の支援は疑問



北海道大学大学院
准教授

シロ
ルカ

中国インターネット情報センター(CNNIC)は1月22日、ネット発展状況に関する新たな統計を発表した。2016年12月末時点で、中国のネットユーザーは7億3100万人に達した。このうち携帯電話でネットに接続する人は6億9500万人に上り、ネット総人口の95・1%を占める。

増加率は、3年連続で10%を上回った。ネットユーザー、特に、スマートフォンからのネット利用者の規模拡大に対し、政府やネット会社はその経済効果に大きな期待を寄せている。その一方で、伝統メディアは追い込まれ、風前のともしびの状態となっている。

16年は大衆向け新聞の都市報の半数以上が大幅

な欠損を出し、深刻な赤字経営に陥っている。新聞の広告総収入は前年比で38・7%下落した。広告収入を主要な収入源とする中国の新聞にとって、致命的な打撃となっている。経営難に陥った新聞は、続々と店じまいを告げた。中でも全国的に知られる北京の都市報「京華時報」の休刊はメディア業界に大きな衝撃をもたらした。広東省の「南方報業伝媒(新聞メディア)集団」の元社長で、現暨南大学新聞学院の範以錦院長は「京華時報」の休刊について、新聞経営のモデルチェンジを加速させるに違いないとの見通しを語る。伝統メディアの倒産は、新聞に限らず、雑誌、テレビにも波及している。

伝統メディアから人材流出続く

伝統メディアの不況が長引く中、会社の中堅として活躍している人材の流出が16年は一層深刻になった。伝統メディアから離れたベテラン記者たちは、コンテンツ制作会社を起こしたり、大手のネット会社に移行したりする人が多い。起業する代表例として、本欄でも紹介した中国第1号の専門オンラインニュースサービス「澎湃新聞」の最高経営責任者(CEO)を務めた邱兵だ。中国で最も注目される上海報業集団のメディア融合の試みとしての「澎湃新聞」の創設に尽力した彼は16年7月29日、ウィチャット(微信)のモーメンツ(朋友圈)で辞職を発表した。その後、「梨視頻」と名付けた動画会社を立ち上げた。

先日、「私の朋友圈に参加するメディア人で、アリババに転職した人は数十人いる、あなたはどうする?」と題した記事がSNS(ソーシャル・ネットワークキング・サービス)メディアをにぎわせた。記事の最後にアップしたアリババ転職組の記者名簿には、新京報、南方都市報、南方週末、財經などの中国で最も専門性の高いメディアの経歴豊かな記者の名前がずらりと並んだ。

12年から5年連続で、新聞の広告は下落している。その2年後、テレビ広告も減少し、しかも歯止めが利かない。一方、ネット広告収入は好調に推移し、16年は前年度より30%増加した。中国の三大ネット会社のアリババ、百度、テンセントの広告収入が中央テレビ局(CCTV)の収入をはるかに上回った。

そもそも、14年8月に中国共産党はメディア融合戦略を打ち出し、インターネットの普及を押し進める一方、伝統メディアに対して早くネットメディア、SNSメディアに進出し、ネット技術を駆使し、バーチャル空間においても世論誘導できるポジションを占めるよう求めた。

前年、習近平国家主席はイデオロギー管理強化を訴えた8・19演説で、「多くの人、とりわけ若者たちは基本的に主流メディアを読まず、大部分の情報をインターネットから得る。この事実を直視し、力を入れて、できるだけ早くこの世論の戦場での主導権を把握しなければならぬ」と述べ、メディア融合を切実な課題として訴えた。そ

の後の演説でも「われわれの党がインターネットを制御できなければ、長期政権を握ることができない」と指摘した。

こうした指示に従って、中国の伝統メディアはSNSへの進出を一層加速し、微信、微博の公式アカウント、およびニュースアプリで発信している。さらに、SNSメディア、ネットメディアの発信に適応した編集システムに改編し、融合型発信システムを構築した。これはいわゆるメディア融合で取った一般的な手法だ。

しかし、メディア融合は本当に進んでいるだろうか。

2月8日、社会科学文献出版社、北京市新聞工作者協会、暨南大学新聞与伝播学院は共同で『メディア融合青書・中国メディア融合発展報告（2016）』（以下は融合青書と略称）の出版発表を行った。報道によると、融合青書は次のように指摘する。

「目下、メディア融合は全体的に、依然として困難な模索期に置かれており、業界全般のモデルチェンジ、そして格上げを支える成熟なビジネスモデルが形成されていない。実践面においても、理論面においても、多くの課題は前向きに粘り強く探求する中で突破することが求められる」

つまり、全ての新聞は微信、微博の公式アカウントを作っても、ネットでニュースを閲覧する6億1390万ユーザーにどの程度読まれ、影響力を発揮しているかは予断を許さない。人民日報の

微信アカウントは人気があるようだが、数多くの新聞の記事はSNSにどれほど浸透しているかは疑問だ。

政府補助金はメディア融合を成功に導くか

16年、都市報の経営の悪化と対照的に党機関紙・誌は好調という奇妙な現象が現れた。

旧正月の直前、新進気鋭のメディア学者である郭全中氏が「政府の補助金は融合の前提だ」という題名の文章を発表した。ここでは財政支援下で運営される党機関紙の驚くべき実態が紹介されている。

16年12月、「広東広州日報伝媒株式会社」は、党機関紙の発展のための広州市財政局による資金支援に関する通知を受け取った。支援金は3億5000万元で、広州日報の印刷と販売の支出に充てる。広州日報は巨額の支援を受ける特殊な理由があったという。それは同社が上場会社として行った企業買収に巨大な損失を出し、上場停止の危機に追い込まれたためだ。

政府が党機関紙やテレビ局に支援金を出すのは広州市だけではない。16年に広東省政府は「南方日報」に1億元、「羊城晚報」に6000万元、広東テレビ局に4000万元、合わせて2億元を出した。こうした支援は13年から始まった。同様の支援は上海、重慶、四川省、河北省なども地方財政から補助金を出している。

直接支援金を出す以外、財政出資で党機関紙を

購読する地域もある。重慶市財政局は10万部「重慶日報」を購読し、無料で関係者に配る。また、いろいろな優遇政策を党機関紙に与える措置もある。例えば、期間限定の減免税措置など。

山東省などの地域は土地をメディア機関に商業用地として使わせ、雲南省は良質な観光資源をメディア機関に運営させる。他に、公費購読のため、光明日報、南方日報などは値上げをし、増収を狙う。

確かに、14年からメディア融合を図る指示を出した時点で、政府は主要な機関メディアに対し財政支援を行った。16年になると、地方政府もあの手この手で税金を投入し、機関紙・誌を保護する。果たしてこうした政府におんぶにだっこの党機関紙・誌がSNSメディアなどの新興メディアに対抗し、習近平政権が望む世論誘導の役割を果たせるか疑問である。

かつて広告収入が機関紙の収入をはるかに上回り、機関紙と集団を形成し機関紙を養ってきた都市報の経営がここに来て急降下した。財政支援を受けるのは機関紙だけであり、都市報は自力で新たなビジネスモデルを構築しないと衰退の道を歩むことになる。

問題は財政支援策が古いやり方で進められている点だ。どういうメディアを支援するか、なぜ支援するか議論されずに政治決定される。こうした古い体質のままで行われるメディア融合が成功を収めるとはとても思えない。