

CCTV と1978年以降の中国経済改革政策

香 取 淳 子

CCTV and China's Economic Reform Policy since 1978

Atsuko KATORI

Abstract: After Chinese government adapted the economic reform policy in 1978, advertising broadcasting and CCTV (Chinese Central Television) started. China's TV system was reformed several times depending on the progress situation of the economic reform. The aim of this study is to explore the relationship of Chinese government and CCTV by the materials based on some academic papers, books, and statistical data. As a result, despite of many changes during three decades since 1978 it is thought that the fundamental role of CCTV as a mouthpiece for the Chinese Communist Party and the government is still maintained.

Keywords: CCTV, economic reform, TV system

はじめに

中国のテレビは1958年5月1日に試験放送が始まり、同年9月2日に「北京電視台」の名で本放送が開始された。まずは首都北京の名を冠したテレビ局としてスタートしたのである。だが、20年後の1978年5月1日、現在の「中央電視台」(China Central Television, 以下、CCTV)に名称変更された¹。首都とはいえ一地域名にすぎない「北京」から、権力の中樞を示唆する「中央」に名称変更されたのである。その後、改革開放路線の採用に合わせて広告放送が導入され、テレビ制度も改革開放の進捗状況に合わせて、なんども変更された。はたしてテレビに何が求められていたのか。

そこで本稿では文献資料に基づき、まず改革開放路線に至った経緯を当時のメディアに絡めて概観し、次いで、CCTV 設立とその後のテレビ制度改革、テレビ局の現状等を把握する。それらを踏まえ、国家とテレビの関係を探ってみることにしたい。

1) 改革開放路線の採択とテレビ局

1. 改革開放路線を誘導したメディア戦略

1978年5月10日、「実践は真理を検証する唯一の基準である」という論文が『理論動態』²に発表された。それが翌日の5月11日には知識人を対象にした全国紙『光明日報』³に転載され、翌

1 『NHK データブック 世界の放送2011』, p. 63.

2 『理論動態』は中央党学校の理論研究誌。内部向けの雑誌で一般には出回らず、発行部数は数百部。

3 『光明日報』は知識人を対象とする全国総合日刊紙。本部は北京。発行部数は2000年で28万部。

々日の12日には『人民日報』⁴、『解放軍報』⁵に転載された。さらに国営新華社通信が全国に配信したため多くの地方紙にこの論文が掲載された。転載に次ぐ転載でまたたく間に全国に知れ渡ったこの論文の筆者は「特約評論員」となっているが、鄧小平が書いたものだとする⁶。

その論旨は、「いかなる理論も絶えず実践の検証を受けなければならない。真理かどうかを検証する基準は、社会の実践だけであり、実践を通じて誤りないし実際にそぐわないと証明されたら、改変すべきで、堅持すべきではない」というものであった⁷。空理空論ではなく実践的有効性を強調しているところがいかにも鄧小平らしく思える。

だが、実際は当時、南京大学哲学部の副主任であった胡福明の論文であったようだ。胡が1977年10月に『光明日報』に投稿した論文を関係者が読み、数カ月かけて10回も手直しをさせ、最後にタイトルの文言を「すべての基準」から「唯一の基準」に変更してから、『理論動態』への掲載が決定されたという⁸。

掲載誌の発行は5月10日、華国鋒主席の北朝鮮から帰国する前日であった。当時、華国鋒主席は5日から10日の予定で北朝鮮を訪問しており、北京には不在であったという⁹。いってみれば、「鬼のいぬ間」に論文は公表されたのである。

この論文には毛沢東路線を引き継いだだけの華国鋒への批判が込められていた。だから、本来なら表に出るはずのない論文だったが、発表から日を置かずに全国に行き渡ってしまった。発行部数わずか数百部の内部向け雑誌に掲載された論文が、翌日には日刊紙、翌々日には党の機関紙、さらには新華社通信によって全国の地方紙に配信されたからである。

そもそも中国ではすべての文書は中央宣伝部の検閲を受けてから公刊される。だから、政権中枢に対する批判文書が全国に伝播することは通常、ありえない。しかも、この論文は党中央学校の理論誌、党機関紙、新華社通信など中枢メディアに掲載され、転載され、配信されている。考えられないことが起こったのである。批判文書の公表は、中枢批判が中枢機関の中で許されていたことを意味するからであり、中枢内部の対立をうかがわせるものにほかならなかったからである。実際、この論文を掲載したため、人民日報編集長や新華社の社長には上部から叱責の電話が相次いだという¹⁰。

だが、いったん発表されてしまったものはもはや取り返しがつかない。論文はすぐさま全国的な話題となって論議を呼び、これまで表に出にくかった改革の機運が芽生えはじめた。発表後の経緯をみると、この論文が政治的効果を狙ったものであることは明らかであった。発表を契機に論争が湧き起こり、紆余曲折を経て、鄧小平支持の流れが形成されていった。とはいえ、論文の発表から、議論が方向づけられるまでに数カ月はかかっている。議論が収束し、改革を求める機運が高まった12月、中国共産党第11期中央委員会が開催された。機が熟したとみた鄧小平は、12月18日から22日にかけて開催された第3回全体会議でリーダーシップを発揮し、改革開放路線を主導し採択した。そして、これを機に中国は計画経済から市場経済へと大きく舵を切ることになったのである。改革派による用意周到なメディア戦略の勝利だといえる。

4 『人民日報』は中国共産党の機関紙。本部は北京。発行部数は年々落ち込み、2005年で100万部余。

5 『解放軍報』は中国共産党中央軍時委員会の機関紙。本部は北京。発行部数は2010年で50万部。

6 <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%8C%E3%81%A4%E3%81%AE%E3%81%99%E3%81%B9%E3%81%A6>

7 伊藤正、矢板明夫（産経新聞）、『鄧小平秘録』、(<http://www.vanyamaoka.com/senryaku/index4905.html>)

8 『鄧小平秘録』同上。

9 伊藤正『鄧小平秘録下』2008年4月。産経新聞出版、p.84-85。

10 伊藤正、同上。p.84-85。

2. 1978年5月の出来事

1978年5月1日、北京電視台はCCTV（China Central Television）に名称変更された。北京という地域名ではなく、中国全体の中枢を表す名称に変更されたのである。そして、5月10日、論文「実践は真理を検証する唯一の基準である」が『理論動態』に掲載された。

この論文に発表のゴーサインが出されたのが4月末であったとされる¹¹。論文内容の修正に数カ月を要したことに比べれば、公表後の伝播の速さは異例であった。政府に対する批判が含まれていたにもかかわらず、媒体を変えて連鎖的に公表された。しかも、掲載誌はすべて権威ある媒体であった。そのことがこの論文に価値を付与し、人々の関心を喚起した。刺激的ではあるが考えさせられる内容の論文が全国に伝播したのが5月中旬、共産党中央委員会の開催までにまだ数カ月はあった。各地で議論が展開され、やがてあるべき姿に収れんしていくには十分な期間である。これより長くても短くても、これほどの政治的効果を発揮することはできなかったのではないか。

いずれにしてもこの年の年末に開催された共産党中央委員会で、鄧小平が主導する改革開放路線が採択された。この論文がその引き金になったことは確かだ。また、この論文が、その内容から発表媒体、発表時期に至るまで用意周到に準備されていたことも事実である。そして、予想通りの政治的効果を挙げた。とすれば、5月1日に行われた北京電視台のCCTVへの名称変更もなんらかの政治的意図があったと考えるべきではないか。

CCTV副総工程師の周純栄（1884）は中央電視台の発展の歩みについて記述した論文の中で、「北京電視台（任務の発展に伴い中央電視台と改称）」と記している¹²。「任務の発展に伴い」という記述からは、中国政府にとってこの時期、テレビの機能と役割を拡大する必要があり、そのための北京電視台の格上げであったことが示唆されている。

単なる「北京」から「中央」への名称変更ではなく、テレビ局の組織化、体系化が企図された放送制度改革の一環だったのではないか。とすれば、制度改革に伴うテレビ局の機能と役割の拡大はすでに計画されていたと考えられる。それではなぜ、この時期にテレビ局の機能と役割を拡大する必要があったのか。

山田（2010）は中国メディアの体制について、「1949年に中華人民共和國を建国して以来、中国メディアは中国共産党の「喉と舌」と位置付けられてきた」とし、「各メディアは宣伝を担当する党中央宣伝部の指導下に置かれている」と指摘している¹³。新聞やラジオなどの伝統的なメディアは中国共産党の宣伝機関として位置付けられ、人々のための言論機関というより社会を安定化させる情報装置として捉えられてきたが、テレビも同様であった。したがって、テレビ局の機能と役割を拡大する必要が発生したとすれば、これまでの機能をさらに強化するか、あるいは国家の宣伝機能以外の機能を拡充するか、であった。いずれにしても、この時期、国家運営に関わるなんらかの重大事態が発生していたはずだ。

そこで気になるのが、論文の発表（5月10日）と北京電視台のCCTVへの名称変更（5月1日）とがほぼ同時期に行われていたことである。これまでの経緯からすると、この時期的な符合からは両者に共通するなんらかの政治的意図が働いていたと考えざるをえない。

3. 改革開放路線とテレビ

Junhao Hongら（2009）は、1958年に中国にテレビが導入されて以来、テレビは中国共産党

11 『鄧小平秘録』前掲。URL。

12 周純栄（1984）「中央電視台の技術の発展」『テレビジョン学会誌』Vol.38, No.6, p34.

13 山田賢一（2010）「「対外発信強化」に動く中国」『放送研究と調査』2010年2月号, pp.28-30.

の代弁者であり、政治闘争を呼びかけるイデオロギーの牽引車としての機能を果たしてきたと述べる。一方、北京電視台を CCTV に名称変更した1978年は中国が改革開放の時代に入った年だと位置づける。これを契機に中国政府は、新たに市場部門の導入、国営部門に責任体制の導入、等々の方向で改革を進めたが、それがテレビ局にも適用された。これまでのように国家丸抱えで放送事業を行うのではなく、自身の財政能力で運営責任を負いながら事業を展開するよう方向づけられたというのである¹⁴。

こうしてみると、1978年5月に起きたメディアをめぐる二つの出来事は同じ政治的意図に基づいて起きていたことがわかる。一つは、共産党中央委員会で改革開放路線を採択に導くためのメディア戦略であり、もう一つは、採択された後の改革開放路線を主導するためのメディア戦略であった。

改革開放を進めようとしていた人々は、12月に開催される共産党中央委員会に向けて党員の意見誘導をしておく必要があった。どのような議論展開があったとしても12月にはある程度議論が収れんされ、意見が大筋で集約されているのが望ましかった。それには少なくとも5月には問題提起をしておかなければならなかったのだと思われる。一方、12月に改革開放路線が決定されれば、ただちにその方向ですべての組織改革を行わなければならない、テレビはその後の組織改革、社会改革を主導するための機関として準備されたのではないか。

とくに改革開放に向けて中心的な役割を担うことになるテレビの組織改革は重要であった。そこで、まずは北京電視台を CCTV へと名称変更をしたのだと思われる。これも、共産党中央委員会の開催まで数カ月を残した上での変更であった。改革開放路線に沿って CCTV を中心としたテレビの組織改革が構想され、財政資源が検討された。CCTV の役割と機能が調整され、その位置づけが明確にされた。

Junhao Hong らは最近20年ほどで CCTV は世界級のテレビになったとしており、その要因として、改革開放路線を採用してから政治的、経済的規制が緩和され、CCTV が柔軟に多方面に業務を拡張できたからだとしている¹⁵。実際、CCTV の放送開始（初期は北京電子台）以降のチャンネル数をみると、1958年から1986年までは1チャンネルしかなく、1986年から1989年までも2チャンネルしかなかった。それが2004年には16チャンネルまで拡張しており、16チャンネルのうち2チャンネルは1日24時間放送である。チャンネル数、放送時間からいえば、Junhao Hong らが CCTV を世界でもっとも大きく、先進的で、強力で、影響力のあるテレビシステムのひとつになったと書くのもわからなくはない。だが、当初の計画どおりの結果になったにすぎないともいえる。改革開放路線を採択した段階で中枢部は CCTV を世界級のテレビシステムにすることを目指していたと思われるからである。

Junhao Hong らは、1978年以来、中国政府は CCTV を世界級のテレビにすることを目指し、さまざまな変革を行ってきたと記す。そしてその CCTV の変革そのものが、中国の大量消費社会への移行を示していたと指摘する¹⁶。というのも、中国の人々は CCTV を通して中国の政治、経済、社会を見ており、CCTV の変革は CCTV 内にとどまるものではなかったからである。社会変革に臨まざるをえない中国の人々にとって CCTV は社会変革の窓として機能していたと思われる。

改革開放路線に沿って CCTV が変革すれば、必然的に、大衆志向の市民文化を中国に持ち込

14 Junhao Hong, Yanmei Lu, & William Zou (2009) *CCTV in Reform Years: A New Model for China's Television? TV CHINA*, Indiana University Press, pp.40-41.

15 Junhao Hong et al. 同上. p.46.

16 Junhao Hong et al. 前掲. pp.40-41.

むことになる。これまで通り共産党や中央政府の代弁者の姿勢を堅持し続けたとしても、市場性を追求せざるをえなくなれば、CCTVは大衆志向の方針を採らざるをえなくなる。結果として、人々を大衆消費社会に誘導する先導役を果たすことになってしまう。それが一党独裁の政治体制に適合的なのかどうか疑問であるが、ただ、当時、そのような側面まで中枢部で考慮されていたのかどうかはわからない。

2) 中国社会とテレビ

1. 改革開放路線と当時の社会的背景

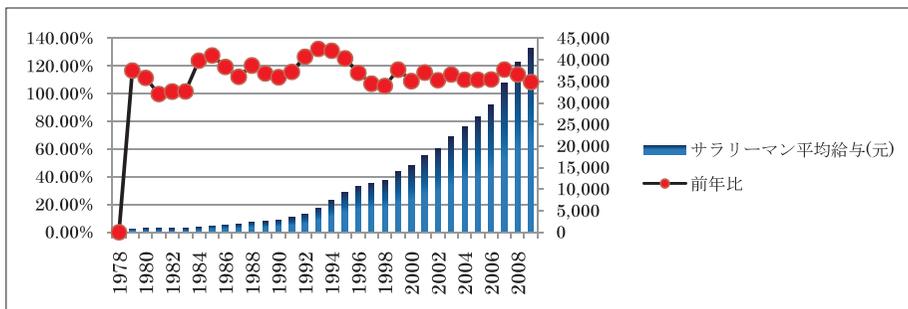
当時、中国は文革の10年間の後遺症で多大な経済的、人的損失に苦しんでいた。鄧小平らは巧みなメディア戦略の下で改革開放路線を主導したが、もしそうしなければ、社会崩壊につながりかねなかった。実際、社会主義の制度疲労に適切に対応しなかった旧ソ連をはじめ東欧諸国の社会主義体制は1980年代末に次々と崩壊している。

曾培炎は、『改革開放』は、硬直化した経済制度に風穴を明け、社会主義市場経済体制の絶え間ない改善により、深く、広範囲にわたる変革のなかで社会主義制度を堅持し、また、社会主義の条件のもとでの市場経済の発展を成し遂げている」と書き、1978年の改革開放は「わが党が人民を導き、推進させた偉大な革命」だと自賛している¹⁷。

だが、苦勞の末、改革開放路線を主導した鄧小平は当時、市場経済を導入することによって社会が混乱に陥ってはならないと考えていた。そうなる可能性が彼には予測されていたからである。

そもそも「改革開放」は中国が貧困から脱却するため、苦澁の末に採択された政策であった。採択後の1978年以降は、実際にサラリーマンの平均給与は急増している(図1)。「改革開放」路線の成果といえるが、当然のことながら、それは社会主義の理論枠組みとは整合性がなく、大きな矛盾を孕んでいた。

図1 中国所得推移(1978年~2008年)



資料：上海統計局 2010年データ

だから、鄧小平は悩んでいたのだが、現在、共産党の理論家とされる胡喬木は、『人民日報』(日本語版)で、「われわれがとっている開放、経済の活性化、改革などの政策の目的はいずれも社会主義経済を発展させることである」と書き、改革開放は続けるが、「社会主義制度が腐食

17 曾培炎「中国の『改革開放』を成功させた指導者と実践者」
(http://www.peoplechina.com.cn/zhuanti/2011-07/18/content_377429_4.htm)

し、覆されぬよう守っている」と言明している¹⁸。だが、市場の開放と社会主義体制がどこまで相容れられるのか、改革開放路線が採択されてから33年後のいまなお、明確な理論的説明がない。結局、当時から現在に至るまで「社会主義市場経済」を推進していくために政府がしていることは何かといえば、表向きは改革開放を進めながらも実際は厳しく言論統制をし、これまでの社会秩序を堅持することであったといえる。

1978年に（執行は1979年）テレビの組織改革に着手し、早々と広告放送を導入したのは、改革開放路線に沿ったものであった。一方、改革開放路線の矛盾を隠し、生活水準の向上、社会全体の豊かさを追求するための媒体として着目されていたのもテレビだったのではないと思われる。だからこそ、ほぼ同時期に問題提起するように論文を発表して改革開放路線を方向づける一方、テレビの組織改革を行っていたのではなかったか。

2. 貧困からの脱却とテレビによる教育

放送略史をみると、1960年に北京、上海、瀋陽でテレビ利用の放送大学が開設されている¹⁹。中国を代表する3大都市で、テレビ放送開始後わずか2年で放送大学をスタートさせている。文革期には閉鎖されていたとはいえ、中国が当初からテレビを通して教育の裾野を広げ、教育内容の向上を企図していたことがわかる。1973年10月にはカラー放送が開始され、さらに多様な領域で教育にテレビを活用することが可能になった。そして、1986年10月1日にはCETV（中国教育テレビ）が衛星放送を開始し、全国2000以上の大学、40万以上の小中学校をカバーするに至っている²⁰。テレビを通じた遠隔教育を実施することによって、広大な国土で散見される教育レベルの差異の解消を図っていたことがわかる。

放送の管轄官庁をみると、中国中央テレビ（CCTV）、中央人民ラジオ（CNR）、中国国際ラジオ（CRI）は国家ラジオ映画テレビ総局（SARFT）が管理するが、教育は別扱いとなっており、教育省が中国教育テレビ（CETV）を管理している²¹。テレビに関わる領域として報道、娯楽とは別に教育が位置付けられ、独自のテレビ利用が促進されているのである。一連の事柄から、改革開放後に中国政府がテレビに期待したものの一つが教育だということが示唆されている。

さて、中国では1978年から2000年の間に農村地域の飛躍的な経済発展に伴い、農村の貧困人口が2.5億人から3000万人にまで減少し、貧困人口比率は30.7%から3%にまで大きく減少した²²。これは市場経済への方向転換を行った中国政府がまず農業中心の経済改革を行ったからであったが、その後、21世紀に入ってから貧困人口の比率は低下していない。経済刺激策だけでは貧困からの脱却が難しいことが示されている。

一般に、途上国の貧困人口を削減するには、基礎教育の普及が大切だとされる。教育に代表される人的資本の蓄積が貧困削減に大きな役割を果たすことが実証データから確認されている²³。したがって、中国が比較的早期にテレビを使った遠隔教育システムを確立し、基礎教育普及のためにテレビを活用していたのは貧困対策でもあったことがわかる。

ちなみに、1998年12月24日に制定された「中華人民共和国『21世紀に向けた教育振興行動計画』」をみると、主な政策措置として掲げられた5項目の一つに「現代遠隔教育プロジェクト」がある。

18 胡喬木「中国共産党はどのようにマルクス主義を発展させたか」
(http://japanese.beijingreview.com.cn/jd90/2011-04/19/content_351762.htm)

19 『NHKデータブック 世界の放送2011』p.67.

20 世界情報通信事情（総務省：<http://g-ict.soumu.go.jp/country/china/detail.html>

21 同上。p.62.

22 陳 文學「中国の貧困削減と制度的障害」(<http://www.ir.nihon-u.ac.jp/pdf/401.pdf>)

23 大塚啓二郎、黒崎卓著『教育と経済発展』東洋経済新報社、2003年

具体策として、中国教育科学研究ネットワーク（CERNET）、衛星テレビ教育の拡大、インターネット大学の普及などによる継続教育制度の確立、等々が計画されている。テレビについては衛星だけではなく、地上波についてもラジオ・テレビ教育の放送網を改修し、全国農村部の小学校・初級高級中学が教育テレビの番組を視聴できるようにしている。さらに、優秀な教員や新しい教育手段を活用して教育テレビ番組を作成し、辺境、島嶼部、山岳地帯、林業牧畜地域等の教育需要に重点的に応える体制を整備しようとしている²⁴。

こうしてみると、中国政府がテレビに期待していたものの一つは基礎教育の普及と充実、教育内容の向上であったことを再確認できる。改革開放路線を進め、持続的に効果をあげていくには人々の中に近代的な考え方を醸成していかなければならず、それにはまず国民の教育レベルを向上させる必要があったからである。そして、遠隔教育を徹底するにはテレビの普及が前提になる。

3. テレビの普及と衛星放送

2009年末時点で中国のテレビ局数は272で、人口の97.2%をカバーしている。この時点でケーブルテレビの加入世帯数は1億7398万人に達し、普及世帯数では世界一である²⁵。

一方、テレビ普及の伸び率の大きいのが1980から2001年にかけての20年間である。改革開放路線が採択されて2年後の1980年の人口カバー率はわずか30%であったのに、2001年には94.2%にまで上昇している。その期間の中国の経済成長率をみると、最高が15.2%、最低が3.8%、平均は9.73%であった。国が経済発展を遂げている期間、人々の年間所得も増加の一途を辿っており、テレビやその他の物品を購入できる可処分所得も増大していたことがわかる。その結果、都市世帯に限っていえば、一世帯当たりのカラーテレビの普及率は1997年に100%を超えている。

もちろん、国土の広い中国ではテレビは決して一様に普及しているわけではない。とくに農村部ではまだテレビの恩恵に浴しない世帯が多数、残されていた。そこで、国家ラジオ映画テレビ総局（SARFT）は1998年にラジオ・テレビの「村村通」（全家庭への普及）プロジェクトを立ち上げた。ラジオを聴けず、テレビが見られない状況を改善するためのプロジェクトである²⁶。

当時、辺境や貧困農村に住む約2億人の人々はテレビを見ることができなかった。そのような地域に「村村通」プロジェクトでは無償でテレビセットを供給し、衛星放送やケーブルテレビを使って放送網の普及率を高める運動を展開してきた²⁷。その結果、ラジオ、テレビを視聴できるようになった農民は1億人以上にもぼり、2005年には中国のラジオ・テレビの普及率が96%になった²⁸。さらに「第11次5か年規画」（2006～2010年）では、全国に71万6600あるといわれる電波の届かない世帯について、該当する世帯が20以上ある村には、ラジオやテレビが見られるようにするための予算が組まれた²⁹。直接放送衛星による普及策が推進されるようになったのである。

2008年6月9日、中国ではじめて直接放送衛星「ChinaSat-9」が打ち上げられ、7月から試験放送を開始した。この衛星は中国のほぼ全域に放送電波を送信することができる。東経92.2度の静止軌道に乗り、22本のトランスポンダを積み、衛星の設計寿命は15年だといわれる。フラン

24 文部科学省、「中華人民共和国21世紀に向けた教育振興行動計画の概要」

(http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/gijiroku/030301df.htm)

25 『NHKデータブック 世界の放送2011』p.62.

26 中国国際放送局、日本語部、「中国、ラジオ・テレビ普及率、96%」2009年9月14日

(http://japanese.china.org.cn/poverty/txt/2009-09/14content_18523262.htm)

27 国吉澄夫「中国の家電を農村に」政策、『中国経済と産業』(http://bbiq-mbs.jp/blog/post_525.php)

28 中国国際放送局、日本語部、「中国、ラジオ・テレビ普及率、96%」2009年9月14日

(http://japanese.china.org.cn/poverty/txt/2009-09/14content_18523262.htm)

29 中国 (<http://g-ict.soumu.go.jp/country/china/pdf/086.pdf>) 2011年8月3日アクセス。

スの Thales Alenia Space 社が製造し、運用は中国直播衛星有限公司が行う³⁰。できるだけ多くの中国人が北京オリンピックを見られるよう、中継業務のための衛星が急ぎ導入されたのである。オリンピック開会までに CNR-1³¹、CCTV-1³²、CCTV-7³³の人口カバー率をそれぞれ84%、82%、68%に引き上げることが目的であった³⁴。この衛星は中国全域をカバーできるが、現時点では「村村通」プロジェクトのために使われており、もっぱら難視聴対策として機能している³⁵。

興味深いことに、この衛星のビジネスモデルは、視聴者が無料で衛星放送を楽しむことができるよう、衛星使用に関しては各地の衛星テレビ局からチャンネル使用料を徴収する方法が採用されている³⁶。辺境、島嶼部、山間地域など所得の低い層が暮らす地域に向けての放送波の中継業務だから当然だといえは当然だが、このような形で視聴者に負担が掛からないよう配慮されているのは注目に値する。さらに、全国どこにいてもテレビやラジオを受信できるよう、「星網一体（衛星とケーブルのリンク）」政策がすすめられている³⁷。広大な国土の中国では電波の受信状況も地域によってさまざまである。そのような課題については、衛星とケーブルを使って洩れなくテレビやラジオを受信できるよう対策が取られているが、これも中国ならではの措置といえる。

3) 中国のテレビ放送体制

1. 中央電視台 (CCTV) と北京電視台 (BTV)

1978年に CCTV となり名称だけそのまま残された北京電視台は、その1年後に北京市をカバーするローカルテレビ局として設立された。北京テレビ (BTV) が設立された1979年はまだ衛星放送もなく、カラーテレビが放送開始されてようやく5年余を経たころであった。もちろん当時は CCTV も1チャンネルしかなく、1986年まではその状態が続く。ようやく2チャンネルになったのが1986年、鄧小平が再び改革開放路線を強調した年であった。このとき彼は、共産党の一元独裁を堅持すべきだとしながらも、政治改革の必要性を説いている³⁸。政治改革を進めなければ経済改革も進まないことが判明したからであった。

その後、北京には1992年5月4日に北京ケーブルテレビ局が誕生し、市民は一挙に数十チャンネルを楽しめるようになった。ちょうど鄧小平が南巡講和を終えてから3ヶ月後のことである。おそらくチャンネル数を増やす必要があったのであろう、この年、CCTV も1チャンネル増やし4チャンネルで放送している。

当時、改革開放路線は1989年の天安門事件の影響を受けて停滞していた。それを憂えた鄧小平は1992年の1月18日～2月21日、南巡講和³⁹を行い、改革開放の意義を説いてまわった。それをきっかけに中国経済は勢いを盛り返し、その後の外資投下も急増している。改めて中国市場の潜在性が世界から高く評価されていたことがわかる。もちろん、中国側もそれに合わせてメディア改革を進め、社会風土を変容させていかなければならなかった。

Junhao らは1993年以降、CCTV の改革がさらに徹底されたと記す⁴⁰。「真摯に視聴者に向き合

30 「通信衛星『中星9号』打ち上げ成功」(<http://kosmograd.jp/2008/06/10/chinasat-9-launch/>)

31 CNR-1 「中国の声」(voice of China) 中央人民ラジオ番組。2009年より24時間体制のニュース放送を実施。

32 CCTV 第1チャンネル。ケーブル、地上波放送の視聴者向けのニュース番組を放送。

33 CCTV 第7チャンネル。中国の軍および農村向けの番組を放送。

34 「ラジオ・テレビ放送衛星の運用を開始、すべての村で五輪観戦を可能に」『中国通信社』2008年7月15日

35 中国、「衛星放送」p.28 (<http://g-ict.soumu.go.jp/country/china/pdf/086.pdf>)

36 「通信衛星『中星9号』まもなく打ち上げ、47局を放送」『人民網日本語版』2008年6月9日

37 中国、「衛星放送」, p.28 同上。

38 関志雄(2007)「問われる鄧小平路線の功罪」(<http://www.rieti.go.jp/users/china-tr/jp/070330-1kaikaku.htm>)

39 引退していた鄧小平が改革開放の停滞を憂い、武漢、深圳、上海などを視察してその意義を説いた。

40 Junhao et. al. 前掲。p.42.

う」をスローガンに、視聴者の意向をくみ取った番組制作に努めるようになった。さらなる経済改革を進めるにはテレビのチャンネル数を増やただけでは足りず、外資受け入れに伴う番組改革を行う必要があったのだと思われる。1993年5月1日から放送された『Oriental Horizon (東方時空)』はその象徴であった。政治、経済、芸術、文化など各界の第一線で活躍している著名人へのインタビュー (東方之子)、中国社会が直面している問題のレポート (百姓故事)、中国各地を結んでのテーマ討論 (時空連線) など社会問題をさまざまな角度から検証しており、中国を知るには最適の番組であった⁴¹。

こうしてみると、1978年以来テレビのチャンネル数が増え、テレビ制度が改革されるのは決まって改革開放路線を強調する必要が生じた年であったことがわかる。

そして、2001年6月、北京電視台と北京市ケーブルテレビ局とが合併し、現在の北京テレビ局 (China Beijing TV Station) になった⁴²。以来、北京ではCCTV、CETV、BTVはもちろんのこと、全国各省・直轄都市のチャンネルも視聴できるようになっている。

現在BTVには、ニュースからエンターテインメント、公共サービス、アニメなどの10チャンネル、HDTVチャンネル、ドラマやテレビショッピングなどの有料チャンネル、さらに北米とアジア地域をカバーする衛星チャンネルの計14チャンネルがある。さらに、2008年3月10日には視聴番組サイト「BTV在線 (オンライン)」が開始されたので、BTVは初期段階で10チャンネル、最終的には15チャンネルの番組を提供することができるようになった⁴³。もっともBTVのホームページを見ると、英語版はなく、あくまでも北京市に居住する中国人向けのテレビという位置づけである⁴⁴。

そこで、CCTVとBTVのチャンネル内容を比較すると、BTVには公共サービスやショッピングなどのチャンネルがあるのに、CCTVにはない。日常生活に直結びつく情報サービスをBTVは提供していることから、地域住民の日常的な情報ニーズに応えるテレビ局として位置づけられていることがわかる。また、海外向けチャンネルを比較すると、CCTVは全世界を網羅しているのに、BTVの場合、関わりのある国や地域に限定されている。この点でも、ローカル局に課せられた使命と全国を対象としたテレビ局に課せられた使命の違いを見て取ることができる。

2. CCTVとローカルテレビ

1978年にCCTVが誕生して以来、中国のテレビは省域のローカル局との2級体制で放送事業が展開された。CCTVをトップにテレビ放送ネットワークの基礎が築かれ、CCTVはニュース番組「新聞聯播」を全国に放送し、世論統一の役割を担ったのである。

1983年に開催された第11回全国広播電視工作會議で、すべてのテレビ局は、中央、省・直轄市・自治区、市、県の4つの行政レベルに対応して組織化され、厳密に管理、運営されるようになった。いわゆる4級体制である。このとき、市、県域のテレビ局は中央と省域のテレビ番組を再送信することが明確に規定された。1986年に、「完全再送信でなければならない」とされ、1988年には、「地区、市、県テレビ局の発展の重点は中央と省レベルのラジオとテレビのカバーを拡大していくこと」とされた⁴⁵。CCTVと省域、省域以下のテレビ局の階層化、役割分担

41 CCTV大富 (http://www.cctvdf.com/j/program/cctv_detail_news.php?program_id=95&program_div_id=02)

42 中国「北京電視台」p.30 (<http://g-ict.soumu.go.jp/country/china/pdf/086.pdf>)

43 中国「北京電視台」前掲。

44 BTV (<http://www.btv.com.cn/>)

45 楊霜 (2001)「市場競争とともに発展する中国のテレビ放送」『マス・コミュニケーション研究』No.58, 2001年, pp.154-170

が明確に規定されたのである。

1998年、それまでテレビ局を管理していたラジオ映画テレビ省（CRFTM）は、中国共産党（中央宣伝部）下にある国務院直属の広播電影電視（ラジオ映画テレビ）総局（State Administration of Radio, Film and Television, 以下、SARFT）に改組統合され、国務院の直属機関になった。CCTVはこのSARFTの直接管理下に置かれ、CCTV以外のテレビ局（上記の、）は、SARFTの指導の下、各レベルの行政機関によって管理、運営されることになった。

中国には現在、全国に272のテレビ局があり、人口の97.2%をカバーしているが、全国放送ができるのはCCTVだけである⁴⁶。CCTV以外のテレビ局には午後7時のCCTV-1「新聞聯播」を放送することが義務付けられており、組織形態上、CCTVによるニュースの一元管理が行われている。CCTVの「新聞聯播」はいささかの変更も許されず、完全再送信されなければならない。1998年10月の全国広播・電視局長会議では「全国で統一的な世論を形成し、維持する」と規定が加えられた⁴⁷。言論統制下でのCCTVによる世論形成が企図されていることがわかる。

技術面からみても、情報管理が徹底されている。中央政府と直結して唯一、全国テレビ放送が許されているCCTVだが、すべてのチャンネルが無線電波で送信されているわけではない。CCTV-1以外は、衛星経由でケーブルを通して各家庭に伝送される⁴⁸。つまり、不特定多数が視聴できるテレビ（無線電波）は政府が許可した「新聞聯播」（CCTV-1）に限定されており、それ以外の番組はすべて衛星経由のケーブルテレビで視聴者に送信されている。中国ではこのように衛星放送を各放送センターで受信し、サービスエリア内にケーブルを通して再送出するケーブルテレビ方式が採用されているのである⁴⁹。

さて、CCTV-1以外の番組は衛星経由でケーブル配信されているが、このシステムはそもそも電波が届かない地域への対策として講じられたものである。中国で衛星放送が始まった1986年当時、新疆ウイグル自治区や雲南省などの遠隔地には電波が届きにくく、人々はテレビ番組を視聴しづらかった。このような難視聴地域の解消を目的に、省級のテレビ局が衛星放送を行うようになったのである。

1990年代になるとローカルテレビ局が次々と衛星放送に着手し、1998年までに衛星放送が認可された省級のテレビ局は25局となった。その後もローカルテレビ局の衛星放送化は相次ぎ、2000年5月に海南電視台が衛星放送を開始したことで、中国の省級テレビ局がすべて衛星放送を手がけるようになった⁵⁰。衛星放送によって、それまでCCTVだけが可能であった全国ネット放送を省レベルのテレビ局ができるようになったのである。

3. 視聴者ニーズに沿った番組制作

searchina編集部は、衛星放送を実施できるようになったローカル局とCCTVとの間で視聴者争奪戦が始まったと指摘する⁵¹。中国全土をカバーできる強みがあったので、CCTVはこれまでローカルテレビ局とは別格の位置づけであった。ところが、ローカル局も衛星放送を実施できるようになると、中国全土を視野に入れた放送が可能になる。その結果、CCTVはローカルテレ

46 『NHKデータブック 世界の放送2011』, p.62.

47 楊霜(2001)「市場競争とともに発展する中国のテレビ放送」『マス・コミュニケーション研究』No.58, 2001年, pp.154-170

48 『NHKデータブック 世界の放送2011』前掲。p.63

49 王佳悦「中国のテレビ放送に関する考察」(http://www.kyotogakuen.ac.jp/o_human/Association/pdf/C01.pdf)

50 searchina編集部「CCTVの脅威：中国衛星放送」(<http://news.searchina.ne.jp/>)

51 同上。

ビ局との視聴者争奪戦に晒されるようになった。スポンサーが放送料金の高いCCTV よりもはるかに安価な省級テレビ局の衛星放送を選択するようになったからである。放送エリアの面で遜色がないとすれば、放送料金の安い方に流れるのは当然で、やがて、CCTV が広告収入の面で劣位に立たされる事態が発生するようになった。

渡邊（2010）はヒット番組を制作した湖南衛星テレビの事例を紹介している。湖南衛星テレビは『*超級女声*』⁵²という、日本でいえば『*スター誕生*』（日本TV系、視聴者参加型歌手オーディション番組、1971年10月3日 - 1983年9月25日放送）のような番組を制作して放送したところ、決勝戦は4億人が視聴したといわれるほど、省域を超えて人気を博した。このときのCMの売上は100億円で、一時的に湖南テレビのスポット広告単価がCCTV を抜いたといわれるほどであった⁵³。

中華人民共和国の建国（1949年）以来、中国のジャーナリズム教育では、「メディアは中国共産党の喉である」というジャーナリズムの理念が教えられてきた⁵⁴。だが、1979年にメディアに広告が導入されると、広告収入を増やすために、視聴者の意向を視野に入れざるを得なくなった。とはいえ、衛星放送が登場するまではCCTV だけが全国放送ができたので、その役割や機能も大きな変化はなかった。

ところが、ローカル局が衛星放送を実施するようになって以来、CCTV は広告収入の面で熾烈な闘いを強いられるようになった。それまで圧倒的に優位であったCCTV をローカル局が視聴率の面で超えるという現象がみられるようになったのである。その結果、CCTV に危機感が芽生え、ローカル局に対抗するため、番組改編に全面的に取り組むとともに、各チャンネルの専門化を進めるようになった。視聴者ニーズに対応した番組制作に踏み切らざるをえなくなったのである。広告放送の導入がもたらした民主的効果の一つといえる。

4．広告放送の導入

テレビが導入された1958年から改革開放路線が採択される1978年までの20年間、中国ではテレビは国家政策や思想を宣伝するための手段でしかなかった。テレビ番組の制作費には政府予算が充てられており、国家政策に沿った番組だけが制作されていたからである。ところが、政府が改革開放路線に踏み切った直後の1979年、ラジオとテレビに広告放送が導入されることになった⁵⁵。それまで国家丸抱えであったテレビ局に早くも国家の経済政策（改革開放）の影響が表れたのである。そして、改革開放路線が採択されてからわずか1カ月後の1979年1月28日には上海テレビがテレビ広告を放送した。「*参桂補酒*」という1分30秒のお酒の広告であったが、これが中国で最初のテレビ広告である⁵⁶。

もちろん、テレビ広告の数はまだ圧倒的に少なく、試験的なものでしかなかった。だが、それまで国家の宣伝機関であったテレビ局が商品の宣伝を手掛けるようになったのである。そのことが人々の意識に与えた影響はきわめて大きかったはずだ。

興味深いことに、3月にはCCTV がコカコーラの広告を放送している⁵⁷。だが、なぜコカコー

52 2004年に放送開始され、2006年に終了。以後2年間中断し、2009年から『*快樂女声*』とタイトルを変えて放送。18歳以上の女性を対象にした番組。

53 渡邊浩平（2010）「変化する中国のメディア環境」『*経済広報*』7月号，pp.18-19。

54 李双龍（2007）「グローバル化の進展とアジアのジャーナリズム」『*コミュニケーション研究*』37，pp.17-46。

55 『*NHKデータブック 世界の放送2010*』，p.63。

56 「*改革開放30年，流行したものの全記録1979年*」『*北京週報*』

（http://japanese.beijingreview.com.cn/ggkf30zn/txt/2008-11/10/content_162897.htm）

57 『*改革開放30年 中国の巨大な変化*』

（http://www.peoplechina.com.cn/zhuanti/2008-10/21/content_170623.htm）

ラがこの時期に中国でテレビ広告を出すことができたのか。ニクソン大統領が1972年に電撃的に中国を訪問してはいるが、このとき、アメリカと中国はまだ国交がなかったはずだ。そこで調べてみると、1978年12月16日、中国とアメリカは「中華人民共和国とアメリカ合衆国の外交関係樹立に関する共同コミュニケ」を発表しており、1979年1月1日に両国は正式に外交関係を結んでいた⁵⁸。1972年のニクソン訪中以来、何度か合議を重ねていたはずだが、ようやく国交樹立できたのが1979年だったのである。

国交樹立と同時期に中国で広告放送が導入され、その3カ月後にコカコーラがCMを放送している。このタイミングのよさからは、政府の中の改革派がアメリカとの国交樹立を水面下で進めながら、一方で、改革開放路線が党大会で正式に採択されるよう画策していたと考えられる。一連のプロセスからは広告放送も実は相当以前から準備されていた可能性がある。

米中が国交回復すると、コカコーラは待ちかねていたかのように、すぐに中国市場に参入した。以来コカコーラは、中国人の27%が自国ブランドだと思っているほど（2008年BCG調査結果より）親しまれており⁵⁹、世界第3位の市場を中国で維持してきた。だが、2010年には販売量が6%増にとどまり、むしろ中国の飲料企業のシェアが増大している⁶⁰。このケースからは市場を開放して海外製品に席卷されたとしても、30年もすれば自国産の消費に人々が自発的に立ち戻っていく可能性が示されている。グローバル化の波をかぶってもその影響がいつまでも続くわけではなく、やがてはローカル化の動きが芽生えていくことの好例である。

さて、広告放送が導入された直後、中国は相当、混乱したようだ。それまで中国には広告産業がなく、広告業界の組織化が未成熟であったにもかかわらず、広告業務が急増したからである。その結果、広告取引が混乱した。1981年2月6日、国家工商行政管理局によって、社会主義国ではじめての広告法「広告管理暫定条例」が規定された。中国ではじめてテレビ広告が放送されてから2年後のことであった。さらに、数年かけて実情に合わせて調整をし、1987年10月に「広告管理条例」が実施された⁶¹。まずは広告取引業務を管理するルールが必要だったからである。そして、1994年10月27日、「中華人民共和国広告法」が公布され、1995年2月1日に施行された⁶²。これは放送広告を含む広告全般を対象とした法律で、広告基準、広告活動、広告の事前審査や罰則等の内容が盛り込まれている。

1979年にゼロからスタートした広告産業が2004年には一千億元を超える大規模産業になり、2005年には中国の広告支出総額は世界で3位にランクされるまでに成長した⁶³。楊（2007）は、テレビ広告費は10年連続でマスメディア4媒体のトップを維持し、テレビ放送の発展にとっても重要な推進力になってきた⁶⁴と指摘する。改革開放路線にしたがってテレビ局に導入された広告放送がテレビ局の経営基盤を大きく変えつつあるのが現状である。

おわりに

思い起こせば、改革開放の動きに合わせて誕生したのがCCTVであり、広告放送の導入であった。以来、CCTVは改革開放路線に合わせてチャンネルを増やし、国家を支える情報基盤と

58 「中米関係と3つの共同コミュニケ」『人民網日本語版』2011年1月20日

59 「中国人の27%がコカコーラは「自国ブランド」」(<http://monopowers.com/wp/archives/276>) 2008年10月1日

60 「コカコーラ 中国市場で8年連続の2ケタ成長に終止符」『新華社日本語版』2011年3月31日

61 <http://www.ia.inf.shizuoka.ac.jp/nakao/thesis/pan/P-thesis.doc>

62 日本貿易振興機構、北京センター知的財産権部編『中華人民共和国広告法』1994年10月27日公布。

63 楊霜（2004）「発展する中国の広告界」『AD STUDIES』vol.8, 2004.

64 楊霜（2007）「中国のテレビ放送における広告の発展と機能 批判的アプローチと実証的アプローチとの融合への試み」(<http://www.i.u-tokyo.ac.jp/postgraduate/database/2007/536.html/>)

して機能してきた。CCTV の運営方針をみると、 共産党、政府および人民を代弁する、 中国における思想と文化の重要なプラットフォームの役割を果たす、 中国の、もっとも競争力のあるマスメディアであり続ける、 ニュース、社会教育、文化と娯楽、情報などの多種多様なサービスを提供する、 改革と発展の路線を堅持し、自身の改革を深めて迅速な発展を目指す、 新世紀、新時代において世界的に一流の品質と影響力を持つテレビ局になるよう努力する、等々とされている⁶⁵。このうち、 と が注目に値する。 をみると、「共産党」が第一に書かれ、次に「政府および人民」と書かれていることから、CCTV が共産党の方針を代弁する機関であることが示唆されている。また、 をみると、「中国における思想と文化の重要なプラットフォーム」と書かれている。以上を総合すると、CCTV は、共産党の方針を代弁する言論機関、国民の価値観や思想、文化を涵養する機能を持つ文化装置として重視されていることがわかる。テレビは中国の一党独裁体制を支える重要な情報基盤であり、CCTV はその頂点に位置づけられているのである。

広い国土に多様な民族で構成されている中国を統治するには、どの家庭にも普及し、誰にもわかりやすいテレビが不可欠である。だからこそ、中国政府は改革開放路線に舵を切つて以来、テレビの制度改革を繰り返してきた。僻地、難視聴地域対策として衛星放送を実現させ、番組には北京語の字幕を付与した。そうすれば全国くまなく統一された情報を行き渡らせることができるからである。政治的安定と経済的発展に寄与するテレビシステムが模索し続けられ、CCTV を頂点にまず 2 級体制、そして 4 級体制、2002 年以降は 3 級体制へと、行政組織と緊密に連携しながら国家を支えるテレビ放送体制が構築されてきた。最大の権限が与えられた CCTV は、広大な国土に限らず番組を送信できる世界最大級の放送システムとして強化された。

だが、変化の兆しが見えてきた。広告放送が大きな力を持ち始めたからである。楊霜は広告放送導入後の 20 年を概観し、広告は消費社会の形成に拍車をかけ、市場経済の進展を速めることによって放送を取り巻く外部環境の市場化を推進し、競争体制を整えている⁶⁶と指摘する。Janice Hua Xu (2009) も、省級テレビ局や直轄市級のテレビ局がライフスタイルや消費情報、余暇情報などの番組を提供し、人々の消費行動を主導してきたと記す⁶⁷。したがって、広告放送や視聴者ニーズに即した番組を提供してきたテレビ局が、中国を自給自足的な経済から消費経済へとスムーズに移行させてきたのは確かである。

一方、Janice Hua Xu (2009) は、テレビ局の 90% が広告放送に依存するようになっていると記す⁶⁸。テレビ局の経営基盤が広告収入に大きく依存するようになると、その体質も変化せざるをえない。広告は何らかの形で民意を反映せざるをえず、市場体制にはなじむが情報の一元管理体制にはなじまないからである。そして近年、広告収入の面で CCTV がローカル局に抜かれる場合も出てきた。広告収入に依存している限り、CCTV もまた視聴者ニーズに即した番組制作に取り組みざるをえなくなっている。となれば、中国政府がこれまで築き上げてきたテレビ体制はどうなるのか。国家体制にどう影響するのか。

Junhao ら (2009) は中国語で書かれた論文に基づき、広告収入に依存していても CCTV の基本姿勢は民意よりも政府の意向を反映すると記す⁶⁹。というのもメディアの中でもとくにニュー

65 CCTVのHP (<http://www.cctv.com/profile/intro.html>)

66 楊霜 (2001) 「市場競争とともに発展する中国のテレビ放送」『マス・コミュニケーション研究』No.58, 2001年, pp.154-170

67 Janice Hua Xu (2009), Building a Chinese "Middle Class": Consumer Education and Identity Construction in Television Land, *TV CHINA*, Indiana University Press, pp.151-152.

68 同上。pp.150-151.

69 Junhao Hong, Yanmei Lu, & William Zou (2009) ,CCTV in Reform Years: A New Model for China's Television? *TV CHINA*, Indiana University Press, pp.52-53.

ス部門の自由度が少ないからだと述べ、CCTV-1の新聞聯播が中国全土のテレビ局で放送されている現実をあげる。さらに、いくつものテレビ制度改革は新しいグローバルな環境あるいは国内環境に対応するためのもので、その本質は変わらないと指摘する⁷⁰。メディアが統治の一環として機能している場合、国家との密接な関係は当然で、そのような社会でこそメディアリテラシーが必要なのだろう。

参考文献&URL

- BTV (<http://www.btv.com.cn/>)
- CCTV大富 (http://www.cctvdf.com/j/program/cctv_detail_news.php?program_id=95&program_div_id=02)
- 伊藤正『鄧小平秘録 下』2008年4月。産経新聞出版
- 伊藤正, 矢板明夫(産経新聞), 『鄧小平秘録』, (<http://www.vanyamaoka.com/senryaku/index4905.html>)
- Janice Hua Xu (2009), Building a Chinese “ Middle Class ” : Consumer Education and Identity Construction in Television Land, *TV CHINA*, Indiana University Press, pp.151-167.
- Junhao Hong, Yanmei Lu, & William Zou(2009), CCTV in Reform Years: A New Model for China's Television? *TV CHINA*, Indiana University Press, pp.40-55.
- 胡喬木「中国共産党はどのようにマルクス主義を発展させたか」(http://japanese.beijingreview.com.cn/jd90/2011-04/19/content_351762.htm)
- 国吉澄夫「中国の家電を農村に」政策, 『中国経済と産業』(http://bbiq-mbs.jp/blog/post_525.php)
- 文部科学省, 「中華人民共和国21世紀に向けた教育振興行動計画の概要」(http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/gijiroku/030301df.htm)
- 『NHKデータブック 世界の放送2011』
- 日本貿易振興機構, 北京センター知的財産権部編『中華人民共和国広告法』1994年10月27日公布。
- 大塚啓二郎, 黒崎卓著『教育と経済発展』東洋経済新報社, 2003年
- 王佳悦「中国のテレビ放送に関する考察」(http://www.kyotogakuen.ac.jp/o_human/Association/pdf/C01.pdf)
- 『北京週報』「改革開放30年, 流行したものの全記録1979年」(http://japanese.beijingreview.com.cn/ggkf30zn/txt/2008-11/10/content_162897.htm)
- searchina 編集部「CCTV の脅威: 中国衛星放送」(<http://news.searchina.ne.jp/>)
- 曾培炎「中国の『改革開放』を成功させた指導者と実践者」(http://www.peoplechina.com.cn/zhuanti/2011-07/18/content_377429_4.htm)
- 周純栄(1984)「中央電視台の技術の発展」『テレビジョン学会誌』Vol.38, No.6, p34.
- 『新華社日本語版』「コカコーラ 中国市場で8年連続の2ケタ成長に終止符」2011年3月31日
<http://www.ia.inf.shizuoka.ac.jp/nakao/thesis/pan/P-thesis.doc>
- 『人民網日本語版』「通信衛星『中星9号』まもなく打ち上げ, 47局を放送」2008年6月9日
- 『人民網日本語版』「中米関係と3つの共同コミュニケ」2011年1月20日
- 『人民中国』「改革開放30年 中国の巨大な変化」(http://www.peoplechina.com.cn/zhuanti/2008-10/21/content_170623.htm)
- 世界情報通信事情(総務省: <http://g-ict.soumu.go.jp/country/china/detail.html>)

70 同上。p.53.

- 関志雄（2007）「問われる鄧小平路線の功罪」（<http://www.rieti.go.jp/users/china-tr/jp/070330-1kaikaku.htm>）
- 中国；「衛星放送」，「北京電視台」（<http://g-ict.soumu.go.jp/country/china/pdf/086.pdf>）
- 中国国際放送局，日本語部，「中国，ラジオ・テレビ普及率，96%」2009年9月14日（http://japanese.china.org.cn/poverty/txt/2009-09/14content_18523262.htm）
- 『中国通信社』「ラジオ・テレビ放送衛星の運用を開始，すべての村で五輪観戦を可能に」2008年7月15日
- 「中国人の27%がコカコーラは「自国ブランド」（<http://monopowers.com/wp/archives/276>）2008年10月1日
- 「通信衛星『中星9号』打ち上げ成功」（<http://kosmograd.jp/2008/06/10/chinasat-9-launch/>）
- 陳 文挙「中国の貧困削減と制度的障害」（<http://www.ir.nihon-u.ac.jp/pdf/401.pdf>）
- 李双龍（2007）「グローバリズムの進展とアジアのジャーナリズム」『コミュニケーション研究』37，pp.17-46.
- 山田賢一（2010）「「対外発信強化」に動く中国」『放送研究と調査』2010年2月号，pp.28-30.
- 楊霜（2001）「市場競争とともに発展する中国のテレビ放送」『マス・コミュニケーション研究』No.58，2001年，pp.154-170
- （2004）「発展する中国の広告界」『AD STUDIES』vol.8，2004.
- （2007）「中国のテレビ放送における広告の発展と機能 批判的アプローチと実証的アプローチとの融合への試みー」（<http://www.i.u-tokyo.ac.jp/postgraduate/database/2007/536.html/>）
- 渡邊浩平（2010）「変化する中国のメディア環境」『経済広報』7月号，pp.18-19.