

改革開放期中国におけるメディアの人事に対するコントロール —地方のメディアグループのトップ人事を事例に— Media Control at Top Management Level in the Chinese Economic Reform Period: A Case of Local Media Group Control

于 海春¹
Haichun YU

¹早稲田大学政治学研究科ジャーナリズムコース
Waseda University, Graduate School of Political Sciences, Journalism Course

要旨…本稿は2000年以降地方レベルのメディアグループの最高責任者76人のデータを用いて、中国共産党・政府のメディア人事に対するコントロールの程度を計量的に分析した。その結果、次の二点を発見した。第一に、時間的変化。人事決定パターンの変動から、中国共産党・政府のメディアコントロールにおける二つの強化期間が明確にみられた。第二に、地域的差異。メディアコントロールの程度において、まったく時間的変化がない地域と、大きな変化がみられた地域があった。とりわけ北京・上海・広東ではそれぞれ異なる特徴がみられた。以上から、中国共産党・政府の人事を通じた地方メディアに対するコントロールの実態を解明した。

キーワード メディアコントロール, 人事, 事業単位, 中国

1. はじめに

本研究の目的は、中国共産党・政府の人事を通じた地方メディアに対するコントロールの実態を解明し、とりわけメディアコントロールにおける時間的変化と地域的差異を実証することである。

改革開放以降中国共産党・政府は商業化しつつあったメディアをどのようにコントロールしたのか。この問いを解明するために、先行研究は①法律法規などのメディア管理制度、②現場のジャーナリストへの聞き取り、③報道規制の事例など多様な視点から中国におけるメディアコントロールを分析してきた(西 2008; He, 2008)。本研究は先行研究の補足として、従来十分に重視されていなかったメディアの人事に対するコントロールに着目して分析を行う。先行研究は中国共産党がメディアの幹部を管理する(中国語:「党管幹部」)原則を継続して強調してきたことを指摘している(He, 2008; Winfield & Peng, 2005)。しかし、メディア組織の人事決定を中心に分析したものは管見のかぎり見当たらない。その理由は先行研究は中国共産党のメディア人事に対するコントロールを絶対的なものとして捉え、人事コントロールにおける変化及びバリエーションの可能性に十分に注目していなかったからである。しかし、中国におけるメディアコントロールの実態を解明するには、メディアの人事決定における時間的変化と地域的差異の有無を検証する必要がある。そこで、本研究は時間的視点を取り入れ、地方のメディア組織の人事決定に焦点をあてて分析を行う。

2. 「事業単位」としてのメディア

中国のメディア管理体制は、改革開放以降「事業単位、企業化管理」(公共事業体という属性を持ちながらも、経営上企業と同じ管理運営体制を容認する)という二元体制である。この二元体制は産業としてのメディアが商業化を通じて市場利益を獲得するのを実現させると同時に、中国共産党・政府がメディアの人事管理を通してメディアに対するコントロールを確保するという一石二鳥の体制である。

事業単位としてのメディアは中国の行政制度によって官僚機構的な特徴を持つ。メディアは政府機関と同様に、行政ランクが付与されている。例えば、国家メディア通信社の『人民日報』と新華通信社はそれぞれ中国共産党中央と國務院に属しているメディアであり、両者ともメディアの中で最も高い行政ランク「正部級」がつけられている。また、各省・直轄市の党委員

会が主管している党機関紙やメディアグループが「正庁級」である。一方で各省・直轄市に主管されているメディアグループ傘下のいわゆる「市場志向」新聞は党機関紙より一段ランク下げて、「正処級」となる。このように、中国ではメディアは行政レベルを持っており、政府機関との明確な上下関係が規定されている。この点から、中国メディアはある意味で依然として政府機関の一部として捉えることができる。

また、メディア組織の主要責任者の任命権は党・政府に握られている。改革開放以降、中国共産党・政府はメディアの事業単位という属性を変えてはいけなかったものとした。そうすることで、メディア組織における主要責任者は実質官僚であり、主要責任者に対する管理は公務員に準じる管理体制を実行できるからである。今でも『人民日報』などの国家メディアの主要責任者の任命権は中国共産党中央にある（崔 2009）。地方の場合、メディアの人事は管理元である地方の党委員会の自由裁量の範囲であるため、事実上地方メディアは地方の党・政府によって直接管理されている。党機関紙及びメディアグループの主要責任者は、その管理元である各地方の党委員会と政府の人事部門によって任命される。「処級」以上の幹部（メディアグループ、党機関紙の各部門の主任や都市報の社長、編集長など）は党の組織部門の審査を経たうえ、人事部門の許可を得る必要がある。とりわけ主要責任者に任命される場合、地方の宣伝部門に候補者の「政治的信頼性」の確認を取ることが必須となっている（He 2008）。一方で、「処級」より下位のメディア組織の幹部の人事決定には、党の許可・確認をとる必要がある。このように、地方メディアのトップ人事は地方権力に決定されている。

3. リサーチデザイン

(1) 研究対象としての報業グループの最高責任者

分析は、地方の報業グループを対象に、最高責任者（集団党委員会書記兼社長 or 総編集長）の決め方に注目して、比較分析を行う¹。報業グループの最高責任者はほとんどの場合、党報の最高責任者が兼職する。最高責任者は党委員会書記、社長あるいは総編集長のケースがそれぞれあるが、本研究はメディアグループ内における実際の最高責任者を研究対象とする。

(2) 分析対象

分析対象として直轄市・省レベルの報業グループに着目し、24のうち20のグループを取り入れた²。ただし、上海において、元々二つの独立したグループが2013年に合併して一つのグループになった。そこで2013年以降では分析対象の数は19として計算する。さらに、各新聞グループの人事異動はそれぞれ異なる時期となるため、分析上データ処理できるように、毎年12月31日時点での各メディアグループのそれぞれの最高責任者ポストに在職している人物のデータで統計をとる³。政府の情報公開のホームページ、新聞報道、メディアに関連する雑誌など公開資料を利用して資料収集をした結果、20のグループの最高責任者76人のデータを収集できた⁴。

(3) メディアコントロールの視点から最高責任者人事の決め方を分類

報業グループの最高責任者は「省・直轄市によって管理される幹部（省管・市管幹部）」の位置づけであるため、人事決定の権限は、管理元である地方の党委員会にある。人事決定は地方によってそれぞれパターンが異なるが、大まかに①社内昇進と②パラシュート人事に分けることができる。まず、社内昇進とは、新聞社の記者出身で、「記者→編集者→主要部門主任→編集長→党委員会書記&社長」の順に二、三十年間をかけて出世するケースを指す。また、パラシュート人事は具体的に、党・政府は報業グループでの職歴の有無に関係なく、政治的に信頼性が高い幹部を派遣し、最高責任者を担当させる人事決定のパターンを指す。

党・政府の立場から見れば、社内昇進より、パラシュート人事のほうがメディア組織に対する直接的な監督と指導が実現しやすいといえる。（Brocksgard, 2012）は中国の国有企業のトップ人事の決定について、不定期的な人事異動により主要責任者の企業内における利益集団の構築が困難になり、その結果、党・政府に対してより従属的になるというコントロールの仕組みを指摘した。これと類似的に、パラシュート人事では、報業グループにおける人的ネットワークがなく、かつ政治的信頼性が高い幹

¹近年メディアグループの最高責任者の決め方は社会的に注目されている。例えば、「省級党報集団主要責任人群像—社長総編是怎樣煉成的」（2018）<http://wemedia.ifeng.com/62241376/wemedia.shtml>（2019/03/19）

²分析対象から除外したのが、新疆、チベットなどの政治的に特別地域や、資料の欠損で時系列な分析を実現できなかった地域である。

³この統計処理により、任職期間が極めて短い少数の最高責任者は分析に入れられなかった問題がある。

⁴欠損データは次の通りである。①北京日報報業グループは2017年最高責任者のポストを決めていない。②雲南日報社雲南日報報業グループの最高責任者2000～2001年のデータは収集できていない。

部を報業グループに派遣する。したがって、党・政府はパラシュート人事を通じて報業グループに対するコントロールの強化を図ろうとしているといえる。中国で最もジャーナリズム志向が高い新聞として知られている『南方都市报』の元総編集長は中国共産党・政府が宣伝部幹部をメディア組織に派遣することは新聞の検閲制度より効果的な手段であると明言している（程2012）。

また、最高責任者と権力との距離から「社内昇進」と「パラシュート人事」をそれぞれ細分化した。第一に、社内昇進の人事決定はa普通の社内昇進、b社内昇進後の宣伝部幹部登用という二つのサブ・カテゴリーに細分化することができる。特定の省・市においては、社内から最高責任者に抜擢され、昇進後しばらくして宣伝部幹部を兼任するか、次の職から宣伝部幹部を担当するケースがみられた。これらの省・市においては、報業グループの最高責任者になれば、つぎに宣伝部および政府機関の幹部になれるという暗黙のルールが存在しているようにみえる。その場合、宣伝部幹部登用を前提とした社内昇進は普通の社内昇進より権力との距離が近いと想定する。第二に、パラシュート人事の決定は、c他のメディア組織に所属していた幹部が派遣されるケース、d省・直轄市宣伝部や政府部門の幹部（ほとんどの場合が宣伝部副部長）が報業グループの最高責任者として指名され、派遣されるケース、e党宣伝部の幹部が報業グループの最高責任者を兼任するケース、という三つに分けられた。最高責任者と権力との距離は党・政府のメディア組織に対するコントロールの程度に関連していると想定できる。上記五つの細分化したカテゴリーをメディアに対する直接的なコントロールの程度で降順に並べると、e→d→c→b→aである。本研究では、量的分析を実現できるように、社内昇進とパラシュート人事の分類に合わせて、それぞれのカテゴリーにあたるメディアコントロールの程度を次のように数値化した（表1）。また、最高責任者人事の決定方法の時間的変化、地域によって生じた差異を意識して、時系列的に、地域別の比較分析を行った。

表1 最高責任者人事決定の分類とコントロールの程度の数値化

分類コード	説明	コントロールの程度
社内昇進	記者・編集経験者のグループ内部での昇進	
a	後で宣伝部幹部/政府部門の役職担当しないケース	1
b	後で宣伝部幹部あるいは政府部門の役職担当するケース	2
パラシュート人事	党・政府からのトップダウンの任命（パラシュート人事）	
c	他のメディア組織から派遣されるケース	3
d	党・政府部門に直接に所属していた幹部が派遣されるケース	4
e	党の宣伝部幹部が兼任するケース	5

4. 分析結果

(1) 地方報業グループ最高責任者の全体像

2000年以降、全国地方レベル20の報業グループの最高責任者76人のデータに対する分析を通じて、地方報業グループの最高責任者の全体的なイメージは次のように描くことができる。

- ① 大卒以上の学歴を持つ男性が圧倒的に多い。76名のうち、男性は73名であり、分析対象の96.1%を占める存在である。一方で、女性で報業グループの最高責任者になれたのはわずか3名で、全体の3.9%にすぎない。また、学歴のデータを取得した68名のうち、学歴が大卒以上は66名で、95.6%も占めている。さらに、最高責任者に任命された時点での平均年齢と在職期間はそれぞれ51.32歳、558年間である⁵。
- ② 報業グループの最高責任者の決め方はパラシュート人事が社内昇進より圧倒的に優位を占める。20の党報グループの最高責任者76名の77回の人事決定分類を見ると⁶、社内昇進できたケースはわずか16回で、人事決定の20.8%にとどまっている。一方で、パラシュート人事、即ち党・政府がもともとメディア組織に所属していない人を指名し派遣するケースが圧倒的に多くみられた。77回の人事決定のうち、61回（79.2%）がパラシュート人事だった。
- ③ 最高責任者は、退任後そのまま定年するか、準定年ポストに着任することが多い。一部の最高責任者はさらに出世する

⁵社内昇進とパラシュート人事で比較してみたが、社内昇進組の平均年齢と在職期間はそれぞれ51歳、654年間である。一方で、パラシュート人事組の場合、平均年齢と在職期間はそれぞれ51.41歳、542年間である。社内昇進とパラシュート人事の任命された時点での年齢、在職期間のデータを用いてt検定を行ったが、サンプル数が少ないため、結果的に二つの組のデータにおける有意な差異が認められなかった。

⁶劉海陵は羊城晚報報業グループと南方報業伝媒グループの最高責任者を歴任したため、2回の人事決定として計算した。

チャンスも得て、また党・政府機関に戻る流れがみられる。最高責任者の去就は年齢と大きく関連している⁷。本研究では最高責任者の去就を「定年組」と「出世組」という二つのグループに分けた。本研究で研究対象とした76名の最高責任者のうち、去就が確定できたのが57名である⁸。57名の構成は、社内昇進組が12名(21.1%)で、パラシュート人事組が45名(78.9%)である。そのうち、定年組が34名(59.6%)、出世組が21名(36.8%)、その他2名(3.5%)である⁹。また、パラシュート人事組でステップアップできたのが17名で、全体の29.8%も占める存在である。一方で、社内昇進組で、さらに出世したのはわずか4名で、全体の7.0%に過ぎない。さらに、出世組のほとんどが省宣伝部・政府機関などでの要職を担当した(19名、86.4%)。

以上の分析から、地方報業グループの最高責任者の全体的なイメージとして高い学歴を持つ男性である。また、人事決定の方式からみれば、パラシュート人事が圧倒的に多いことが分かった。さらに、パラシュート人事で決定した一部の人は最高責任者を務めた後、さらに昇進した。ここからメディアの市場化改革にもかかわらず、最高責任者の人事は終始中国の官僚システムと一体化となっていることがわかる。

(2) 時系列にみる人事決定の分類の変化傾向

時系列にみる場合でも、地方によって、最高責任者人事交代のタイミングが異なるが、パラシュート人事は一貫して多いことがみられた(表2)。一方で、(一貫して比率の少ない)社内昇進型の人事決定を行ったのは2000年の段階で5つのグループに限られていた。この5つのグループは順にリストアップすると、①北京日報伝媒グループ、②天津日報報業グループ、③南方報業伝媒グループ、④新華日報伝媒グループ、⑤大衆日報伝媒グループである。しかし、この5つのグループその後の最高責任者の交代を見ると、内部昇進を続けられたのは南方報業伝媒グループと大衆日報伝媒グループの2つしかない。2000年から2006年まで期間中、記者の社内昇進のケースが次第に減り続け、一方でより多くのパラシュート人事が行われた。また、2009年以降ますますパラシュート人事の割合が高まっている。

表2 時系列に見る最高責任者の分類(単位:人数(%))

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
社内昇進	5(26.3)	5(26.3)	3(15.0)	3(15.0)	3(15.0)	3(15.0)	2(10.0)	4(20.0)	6(30.0)	6(30.0)	5(25.0)	3(15.0)	2(10.0)	2(10.5)	2(10.5)	3(15.8)	3(15.0)	5(27.8)
パラシュート人事	14(73.7)	14(73.7)	17(85.0)	17(85.0)	17(85.0)	17(85.0)	18(90.0)	16(80.0)	14(70.0)	14(70.0)	15(75.0)	17(85.0)	18(90.0)	17(89.5)	17(89.5)	16(84.2%)	17(85.0)	13(72.2)

(3) 時系列に見るメディアコントロールの程度の変化

人事決定のパターンの変化に連動して、メディアコントロールの程度においても時間的な変化がみられる。まず、2000年から2017年までの分析期間中、メディアコントロールの程度を本研究で用いた指標(表1)で数値化した。20の報業グループの平均値から中国全体のメディアコントロールの程度が窺える。図1に明確に示した通り、メディアコントロールの程度は時間的に変化している。メディアコントロールの強化は時系列にみて二つの強化期間がみられた。第一期の強化は2002年から2006年までである。メディアコントロールの程度を表す平均値は2001年末時点でわずか3.32であるが、ピークの2006年末になると3.85となった。第二期の強化は2010年から2016年である。メディアコントロールの程度を表す平均値は2010年末時点で3.25であるが、ピークの2013年末になると3.90まで上昇した。その後も2016年末まで高い数値を続けていた。しかし、2017年には多くの報業グループで人事異動が行われ、同年末時点の平均値は3.26まで再び低下した。二つのピークがみられたのは中国メディアを取り巻く環境の顕著な変化として捉えることができる。

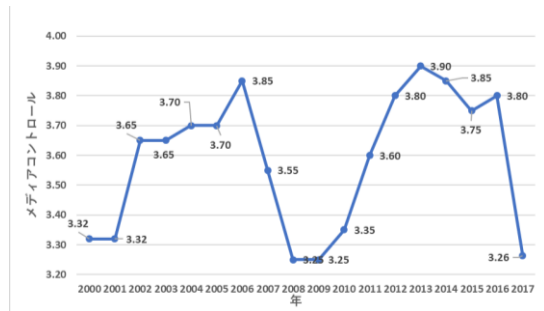


図1 データコントロールの程度の時間的な変化

(4) 地域別にみるメディアコントロールの程度の差異

また、地域によって、メディアコントロールの程度に差異があることがわかる。ここでは、北京・上海・広東という中国メディア市場の先進的な地域に焦点を絞って、比較を行う。地方レベルの報業グループの数は、北京は1、上海は2013年の合併前後で2から1に、広東は2である。本研究では地域のメディアコントロールの程度をそれぞれの地域の報業グループに対する

⁷中国の行政システムのルールにより、定年年齢は、官位序列が省部級副職以下が60歳、省部級副職あるいはそれ以上が65歳である。ただし、省部級副職でも60歳以上になると地方の人民代表大会や地方の新聞工作者協会(記者協会)などの職を担当させることとなっている。現状では58歳以上になると昇進のチャンスがほとんどないことと同然である。

⁸2018年12月末時点在職者、進路の資料が確認できなかった最高責任者を取り除いた。

⁹最高責任者在職中に汚職・不正などで失脚した特例の人事異動2件がある。

コントロールの平均値で測る。比較の結果は下記の図 2 に示した通りである。

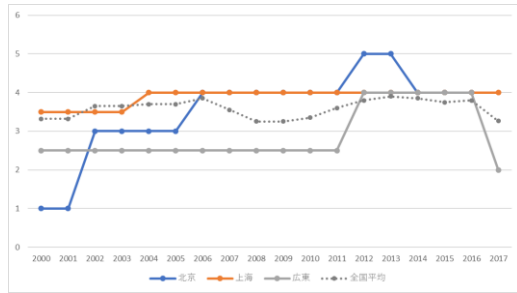


図 2 地域別にみるメディアコントロールの変化

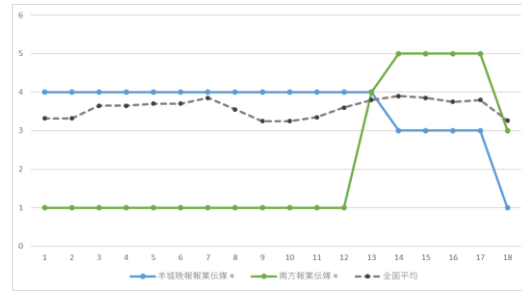


図 3 広東省の報業グループに対するコントロール

まず、三地域の中で、メディアコントロールの程度が最も安定していたのは上海である。図 2 からみて取れるように、上海におけるメディアコントロールの程度はほぼ全分析期間にわたって全国平均より高い程度にある。2007 年以降メディアコントロールの全国平均が低下していたにもかかわらず、上海は一貫して高い程度のメディアコントロールが続いていた。一方で、北京におけるメディアコントロールの程度は全体的に上昇した傾向がみられる。2000～2005 年まで北京はコントロールの程度では全国平均よりはるかに低い。しかし、メディアコントロール全国平均の第一期の上昇に合わせて、北京のメディアコントロールの程度も大きく上昇した。その後、2007 年以降メディアコントロールの全国平均が低下していたにもかかわらず、北京は高い程度のメディアコントロールを続けていた。また、2012 年以降、再び全国的にメディアコントロールの程度が高まっていた時期（第二期の上昇）において、北京のメディアコントロールの程度が一層高まり、2014 年以降は若干低下するも平均以上の高い程度で続いていた。

また、広東におけるメディアコントロールの程度は全体的に上昇した傾向が見られたが、上昇の時期は北京とは異なる。2012 年まで広東のメディアコントロールは一貫して全国平均よりずっと低い程度にある。ただ、2012 年以降、全国的にメディアコントロールの程度が高まっていた時期（第二期の上昇）に合わせ、広東のメディアコントロールの程度は急激に上昇した。しかし、2017 年になると、再び全国平均より低い程度まで低下した。

さらに、広東にある二つの報業グループを別々にみれば、広東におけるメディアコントロールの程度変化の原因は主に南方報業伝媒グループへのコントロールが強化されたからであるといえる。図 3 に示した通り、南方報業伝媒グループへのコントロールは 2012 年以降急激に強化されてきた。データを裏付ける事実として、2012 年 5 月に中央からパラシュート人事決定で元新華社副社長の廣震氏が広東省宣伝部部長に任命された。そして同年 5 月に広東省宣伝部副部長の楊健氏が南方報業伝媒グループの党委員会書記となる異例の人事異動が行われた。それ以降も省宣伝部副部長が最高責任者を兼任するなど異例の人事決定が行われたことから、南方報業伝媒グループに対するコントロールを強化しようとする中国共産党中央の意図がうかがえる。一方で、羊城晚報報業グループに対するコントロールは 2012 年まで一貫して高い程度が続いていたが、2013 年以降南方報業伝媒グループへの強化と対照的に、メディアコントロールの程度が低くなる傾向がみられた。このように、広東のメディアコントロールの程度の上昇は主に南方報業伝媒グループへのコントロールが強化されたからだと断定できる。

北京・上海・広東三地域のメディアコントロールの程度の時間的変化を比較した結果、三地域のうち、北京と広東ではメディアコントロールの時間的変化がみられた。両地域のメディアコントロールの変化はある程度全国的なメディア環境の変化に合致しているが、それぞれ変化の時期が異なり、変化の程度も異なることが分かった。ここから、メディアコントロールにおける明確な地域的差異が抽出できたといえる。

4. 考察

本研究は人事決定のパターンによってメディアコントロールの程度を計量的に分析することで、メディアコントロールの程度における①時間的変化、②地域的差異の有無の実証を試みた。

分析の結果について、具体的に次の三つを述べたい。

第一に、地方の報業グループの最高責任者はパラシュート人事で決定したケースが圧倒的に多いことが分かった。中国共産党・政府はメディアの事業単位の属性を保つことで、制度上メディアのトップ人事を官僚システムと一体化させた。そしてトップ人事へのコントロールを通じてメディアに対するコントロールを行っている。ここからは、党・政府が商業化しつつあったメディアをうまくコントロールできた原因の一つは人事コントロールにあるといえる。

第二に、中国全体では、メディアコントロールの程度は一定ではなく時間的に変化している。分析期間中において二つの上昇した時期がみられた。コントロール強化を引き起こした原因は中国共産党・政府が危機対応をしていたからであると推定できる。まず、第一期の上昇はメディアを取り巻く環境の変化から生じた可能性が高い。WTOの加入によって外国メディアがもたらした競争に対応するために、中国メディアのグループ化が始まった。グループが成立したばかりの時期において、人事決定が慎重化になる傾向がみられた。また、第二期の上昇は2008年世界金融危機の後に、共産党政権内部の体制不安定への危機感からメディアコントロール強化につながった可能性が高い。経済成長は共産党政権の正統性に関連しているため、経済成長がうまくいかない時期になると、メディアコントロールが強化される傾向になる。さらに、2012年に降習近平政権が発足して以来、権力の中央への集中、共産党への集中が急激に進んでおり、集権化と経済成長の鈍化が相まって、メディアコントロールが強化される一方である。とりわけ省党委員会宣伝部の副部長が最高責任者を兼任するケースがもっとも多くみられた現象から、中国共産党がメディアに対するコントロールを強化していると解釈できる。

第三に、地方メディアに対するコントロールの程度の変化には、地域差がある。メディアコントロールは地方のそれぞれ異なる状況に合わせて絶えず調整しているものだとわかった。地域別にみる場合、メディアコントロールの程度において、まったく変化がない地域と、時間的な変化がみられた地域がそれぞれあった。時間的な変化を見せた地域に限っても、それぞれ変化の時期が異なり、変化の程度も異なる。とりわけ広東省のメディアコントロール程度の激しい変化を引き起こした原因は中央権力の南方報業伝媒グループへのコントロール強化であることがわかった。

南方報業伝媒グループに対するコントロールの強化は中国における権力の集中に伴い、メディアコントロールにおける地域的差異への許容度が小さくなったとして捉えることができる。南方報業伝媒グループ傘下の『南方週末』などはその影響力の拡大とともに、その報道内容が共産党・政府の安定を脅かす恐れがあるとされてきた。実際に1990年代以降中央権力はしばしば『南方週末』、『南方都市报』などの新聞の運営や人事に干渉してきた。しかし、人事干渉のレベルは市場志向新聞の責任者にとどまり、報業グループの最高責任者までに及ばなかった。それゆえ、2012年以降、南方報業伝媒グループの最高責任者人事への干渉は、中央の地方メディアに対するコントロール程度のグレードアップだと捉えてもよいであろう。このような人事干渉は、中央権力の拡大だともいえる。さらに、その権力拡大に伴ったメディアコントロールにおける地域的差異の縮小は、全国的に政治情報のさらなる一元化につながる可能性があるかと推論できる。

以上、本研究は地方の報業グループの最高責任者人事決定に対する実証分析を通じて、改革開放期における地方メディアに対するコントロールの程度を時系列に、地域別に量的に捉えることができた。分析を通じて、地方メディアに対するコントロールの程度は時間的に変化するものだとわかった。また、地域によって、その度合が異なることもわかった。ここから改革開放期中国において、メディアコントロールにおけるある程度の地域的差異が許容されてきたことがいえる。一方で、この地域的差異は中央権力の拡大に伴って縮まる傾向にある。地域的差異の縮小により、中国メディアの情報生産はいかに影響されるのかは今後の課題とする。

参考文献

- 1) Brodsgard, K.E. (2012): Politics and business group formation in china: The party in control. *China Quarterly*, (211), pp.624-648.
- 2) 程益中(2012): 審査制度的病毒, <https://www.newstatesman.com/2012/10/Cheng-Yizhong-media-censorship> (2019/09/22).
- 3) 崔梅花(2009): 九〇年代以降中国の新聞管理規制の再構築, 『一橋社会科学』(7), pp.93-124.
- 4) He, Q. (2008): *The Fog of Censorship: Media Control in China*, Human Rights. Retrieved from <http://www.whichina.org/cn/node/4050> (2019/09/22).
- 5) 「省級党報集団主要責任人群像—社長総編是怎样煉成的」(2018): <http://wemediaifeng.com/62241376/wemedia.shtml> (2019/09/22).
- 6) Winfield, B.H. & Peng, Z. (2005): Market or party control? Chinese media in transition. *Gazette*, 67(3), pp.255-270.
- 7) 西茹(2008): 『中国の経済体制改革とメディア』集広舎