

要旨

日中の中で、コミュニケーションのツールとして重要な役割を果たすのが、マスメディアである。日々日本のメディアで流されるニュースは、日本人が中国に対するイメージや認識を形成する際の重要な要因となる。しかし、日本のマスメディアにおける中国報道の実態をどう把握するかという課題は、これまでの研究においては重視されず、研究成果はかなり少なかった。両国の良好な関係は世界の安定的発展にとっても必要であり、関係改善のためにメディアが果たすべき役割は大きい。だからこそ日本メディアの中国報道の特徴や傾向を分析し、今後に生かすことが大切である。

研究方法は内容分析方法を用いる。朝日新聞と読売新聞の600件以上の新聞記事について内容分析を行い、日本の新聞における中国報道のニュースソースとメディア・フレームを抽出する。

その結果、「中国人観光客」のキーワードとして取り上げた新聞の社説では、「経済効果フレーム」、「文化交流フレーム」、「生活フレーム」、「不法フレーム」、「外交フレーム」、「安全フレーム」の6つのメディア・フレームが抽出されたが、このような分析結果から、朝日新聞と読売新聞2紙の「中国人観光客」に関する新聞社説は、いくつかのメディア・フレームに依拠し、それらのメディア・フレームは、そのときどきの日中関係によって変化していることが明らかになった。

まず、〈件数〉から見ると、『朝日新聞』は357件、『読売新聞』の1.5倍で最も多い。〈フレーム〉により、「経済効果フレーム」が一番多い、2紙とも同じである。

〈フレーム数〉から見ると、『朝日新聞』と『読売新聞』の場合は、6つである。主なフレームでは、『朝日新聞』の「経済効果フレーム」は5割以上に、「文化交流フレーム」は2割ぐらいに占める。『読売新聞』は主なフレームが「経済効果フレーム」1つしか出現しておらず6割程度に占める。

2紙ともに経済の立場から中国人観光客を論説する報道はかなり多くて、経済効果フレームがつねに主旋律になっていることがみられる。

新聞の内容における朝日新聞が賛否両面で中国人観光客を多様な立場から報道されたが、読売新聞がよく政府の立場から報道し、悪しき中国人観光客を表しているケースが多い。

日中両国の共栄、繁盛を図るうえで、メディアの果たすべき役割を極めて重要視しなければならない。