

文俊 著

现代中国女性 面对的公领域和私领域

——以大众传媒话语为切入点

現代中国女性にとっての私的領域と公的領域

——マスメディアの言説分析を通じて——



现代中国女性 面对的公领域和私领域

——以大众传媒话语为切入点

現代中国女性にとっての私的領域と公的領域

——マスメディアの言説分析を通じて——

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代中国女性面对的公领域和私领域/文俊著. —北京:
中国社会科学出版社, 2009. 12
ISBN 978 - 7 - 5004 - 8501 - 8

I. ①现… II. ①文… III. ①妇女地位—研究—中国
IV. ①D442. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 023227 号

责任编辑 王 茵
责任校对 王有学
封面设计 格子工作室
技术编辑 王炳图

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010—84029450(邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京君升印刷有限公司

装 订 广增装订厂

版 次 2009 年 12 月第 1 版

印 次 2009 年 12 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 7.5

插 页 2

字 数 187 千字

定 价 28.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

目 次

序章 私的領域と公的領域の間にさまよう

中国女性	(1)
第一節 本論文の目的	(1)
第二節 市場化の進行とマスメディアの発展	(6)
第三節 中国におけるマスメディアの位置づけと 自律性	(18)
第四節 公的領域と私的領域	(27)
第五節 本論文の構成	(32)

第1章 異なる言説で語られる中国女性

(35)

第一節 はじめに	(35)
第二節 女性をめぐる状況および言説の変化	(38)
第三節 ジェンダーとマスメディア:予備的考察	(47)
第四節 まとめ	(61)

第2章 解放言説の下で推進された女性労働力の動員

——「大躍進」期(1958年—1960年)の『人民日報』 を中心に——	(63)
--	------

第一節	はじめに	(63)
第二節	中国のマスメディア体制の特質	(66)
第三節	「大躍進」運動についての先行研究	(70)
第四節	中国女性の地位の変化(1949年—1957年)	(73)
第五節	女性労働力の動員——「大躍進」期の 『人民日報』に対する内容分析——	(80)
第六節	まとめ	(91)

第3章 女性家庭復帰の流れと中国都市女性のアイデ ンティティ危機についての一考察

	——雑誌の特集記事を手がかりに——	(93)
第一節	はじめに	(93)
第二節	「婦女回家」論争の背景、概要、特徴お よび問題点	(95)
第三節	女性の家庭復帰の動向およびその構造的 要因	(102)
第四節	中国都市女性が直面するディレンマ ...	(106)
第五節	まとめ	(110)

第4章 中国都市社会における夫婦関係に対する 社会的共同意識

	——『中国式離婚』およびそれをめぐる 諸言説を通じて——	(115)
第一節	はじめに	(115)
第二節	性的役割分業への社会的期待	(118)
第三節	夫婦関係に関する『離婚』の言説及び	

周辺言説	(123)
第四節 まとめ	(142)
 第5章 現代中国における理想的な女性像？	
——『楚天都市報』主催「十佳主婦コン テスト」を手がかりに——	(145)
第一節 はじめに	(145)
第二節 中国女性をめぐる社会的・政治的・経済 的状況	(147)
第三節 先行研究：伝統と体制に対する姿勢およ び活動領域の区分から捉えられる女性像	(151)
第四節 メディアイベントとしての「十佳主婦 コンテスト」	(158)
第五節 まとめ	(174)
 終章 中国における公的領域と私的領域	
——総括と今後の課題	(182)
第一節 総括	(182)
第二節 中国における公的領域と私的領域：実践 的課題	(193)
 参考文献	(202)
 謝辞	(230)

図表目次

図 0-1	中国における女性・マスメディア・国家の 三者関係図	(3)
図 0-2	2002 年 1—10 月各新聞の広告市場における シェア	(7)
図 0-3	中国におけるマスメディア体制の分層	(22)
図 0-4	公私の境界線の流動性	(28)
表 0-1	1992—2000 年都市農村平均百世帯あたりの テレビ、ラジオの所有量	(6)
表 0-2	メディア体制各レベルにおける改革の過程	(24)
表 0-3	中国のインターネット利用人口の増加	(26)
図 1-1	1949—1965 年全民所有制部門女性労働者 数の変遷	(43)
図 2-1	中国のコミュニケーション・システム系統図	(68)
図 2-2	人民日報における「解放婦女」と「解放婦女 労働力」を内容に含んだ記事数の経時的変遷	(82)
表 2-1	年末における全民所有制部門にいる女性	

	労働者の人数(1949—1965 年)	(77)
表 2-2	先進生産者に選ばれた女性従業員の状況 (1949—1965 年)	(79)
表 2-3	『人民日報』における「女は天の半分を支 える」とウフレーズの使用回数	(81)
表 2-4	『人民日報』における「解放婦女」と「解放 婦女労働力」を含んだ記事数	(83)
表 2-5	先進生産者に選ばれた女性従業員の増加 (1957—1961 年)	(90)
表 3-1	地域別年齢層別専業主婦の割合(1998 年)	(104)
表 3-2	専業主婦・職業女性、私的領域・公的領域の 関係図	(112)
図 4-1	『中国式離婚』の主要人物関係図(筆者作成) ...	(125)
表 5-1	候補者 30 人と當選者 10 人の年齢構成	(166)
表 5-2	各指標が候補者 30 人の評価における地位 (2002 年度)	(166)
表 5-3	各指標が候補者 30 人の評価における地位 (2004 年度)	(167)
表 5-4	各指標が「十佳主婦」の評価における地位 (2002 年度)	(167)
表 5-5	各指標が「十佳主婦」の評価における地位 (2004 年度)	(168)
表 5-6	第一屆「十佳主婦コンテスト」の採点結果一覧 (2002 年度)	(178)
表 5-7	第三屆「十佳主婦コンテスト」の採点結果一覧 (2004 年度)	(180)
図 6-1	国家と女性との間の中間集団の状況	(195)

序章

私的領域と公的領域の間 にさまよう中国女性

第一節 本論文の目的

中国共産党第 15 回全国代表大会における江沢民主席のスピーチに次の発言があった。「鄧小平理論という偉大な旗印を高く掲げ、21 世紀に向けて中国特色的を持つ社会主義事業を全面的に建設する」（中共中央文献研究室，2000；訳は筆者、以下同様）。毛沢東時代以降、市場経済の導入を推し進める鄧小平理論の遂行過程において、「中国の特色を持つ社会主義」というのは公認されたフレーズとして、表舞台に登場してきた。そして、この「中国の特色を持つ社会主義」の一環を形成するものとして、中国女性の社会的地位向上が掲げられた。

男女平等を掲げた毛沢東時代から市場経済の導入を試みた鄧小平時代、そして鄧小平理論を堅持した江沢民時代までの歴史的、文化的諸文脈において、社会主義中国における女性の社会的地位向上は常に新と旧、現代と伝統、国家と家庭、公と私の緊張関係を孕んだ問題圏としてあらわれた。

本論文では、このような緊張関係のなかで中国の女性たち

が自らの抱える葛藤にいかに対処してきたかを、社会的・政治的・経済的諸文脈における中国女性の位置づけとそれを描写してきたマスメディアの機能の分析を通じて明らかにしていきたいと考えている。

今日のマスメディア研究について概観すると、次の二つの研究スタイルが目につく。一つは世論形成という視点から国家とマスメディアの相克関係を、特に報道史というかたちで考察する研究であり、そしてもう一つは男性の欲望の対象として客体化された女性という視点から、マスメディアにおける女性像を批判的に論じた研究である。このうち前者は、言論機関としてのマスメディアの報道倫理や公的責任を強調するジャーナリズム論といえる。これはある時点（現在進行形の場合もあれば、過去形の場合もある）のマスメディアをめぐる諸事情に焦点を当てることによってマスメディアの国家との関係性を明らかにし、その関係性の帰結としてマスメディアが世論形成に与える影響について論じる。そして、マスメディアが国家に対して一定の距離を保つ努力をすることで自律性を維持し、立法および行政の監督という役割をしっかりと果たすべきことを要請する。一方、後者はマスメディアの商業的側面を指摘するジェンダー論といえる。これは特に男性の女性に対する優位性が形成されるプロセスに注目し、そのなかでマスメディアが利益追求という目的の下、女性のステレオタイプ化を進んで行き、性別秩序の定着および固定に荷担していることを批判する。

しかし、これらの研究はどちらも国家と女性との関係性を視野に入れていたとはいいがたい。もちろん、国家と女性との関係性に注目した先行研究がないわけではない。特に女性の国民化（小山, 1999; 若桑, 2001）や、第二次大戦期のドイツや日本における戦争への国民動員などに注目した研究は少なくない

(Gordon, 1977 = 2000; George, 1975 = 1994)。しかし、中国女性をメディアおよび国家との関係性まで視野に入れて研究したものについてはいまだ見当たらないのが現状である。

そこで筆者は中国女性の現状を、上記の先行研究も参考にしながら、女性—マスメディア—国家の三者関係において捉えたい。それを図式化すると図0-1になる。それは次の四つの次元を包含している。

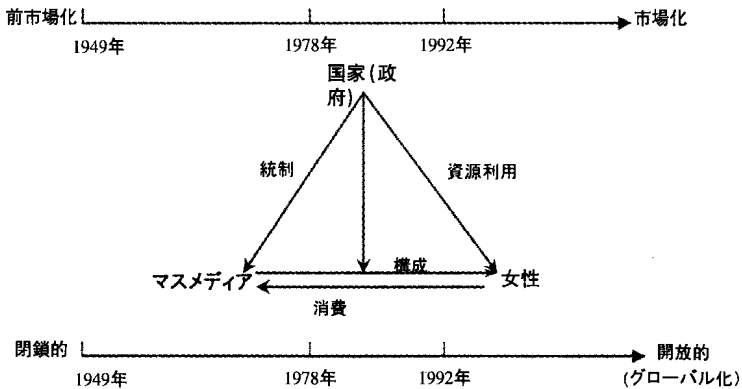


図0-1 中国における女性・マスメディア・国家の三者関係図

第一に、マスメディアの表象世界における女性像をジェンダーの視点から考察する意義。ジェンダーという視点は、女性をめぐる現状の背後に潜む性別秩序にアプローチすることに批判的かつ有効な手段を提供している。そして、ジェンダーとマスメディアの関係についていえば、ジェンダーのあり方は現実世界における女性の生活環境に影響を与えるのみならず、表象世界におけるそれにも大きな影響を与えている。なぜなら、マスメディアの表象世界は現実世界の反映、現実世界における欲望の投射という側面を有しているからであ

る。それは逆にいえば、表象世界における女性像の考察が、現実世界の女性の社会的地位を理解する手がかりにもなるということの意味する。

第二に、産業としてのマスメディアが受ける市場経済からの影響。利益追求という動機は、マスメディアが構成する表象世界における女性像にも大きな影響を与える。女性は第一の消費者である男性の欲望の対象として客体化される。女性の身体は商品化され消費される。そのため、もっぱら若くて美しい女性だけが脚光を浴びやすい状況が生まれる。

第三に、マスメディアにおける女性像を考察するのに、上記の経済的要因以外に、マスメディアと国家の距離を政治的要因として考慮する必要がある。中国でも利益追求という動機は確かに重要な要素である。だが決定的要素ではない。政治体制を考えたとき、むしろ国家の要請こそ決定的要素である。マスメディアの裁量度は国家との相対的な位置づけ^①に

① 両者の関係を「権力の性格と新聞のあり方の二つの因子の相互関係」と考えた塚本（1995）は、両者間の対抗関係の強さを「対抗値」とし、それを次の積の式で非常に明晰に表わしている。 $\text{「対抗値」} = \text{権力の「強さ」} \times \text{新聞の「強さ」}$ （塚本，1995：160）。この式から判別できるように、「両者の「強さ」がともに最大のときは「対抗値」は最大」となる。他方、極端な場合、「権力の「強さ」が極大であっても新聞の「強さ」がゼロのとき」、またはその逆のとき、「対抗値」もゼロとなり、「対抗関係は事実として存在しない」と考えられる（同：161）。しかし、この状況はヨーロッパを念頭においた理念型であるといえよう。ヨーロッパではマスメディアが自律をかけて権力に対する闘いを正面から挑んだ歴史があった。いうまでもなく、中国のメディアをめぐる歴史はヨーロッパのそれとは異なっており、上の式をそのまま適用することはできない。だが、マスメディアと国家の相互関係を理解するための手助けにはなる。中国ではマスメディアと国家が両極に据えられるほど対立したものではない。近年になってようやくマスメディアの民営化が許されてきたが、その民営マスメディアはあくまでも体制の枠内におさまった存在である。本論文で両者の関係を表わすのに「相対的位置づけ」を使用しているのも、このような理由からである。

よって決定される。すなわち、マスメディアがどれくらい国家と距離を取り、自立性を保持できているかを考察することが不可欠となる。

第四に、マスメディアにおける女性像を考察するのに、国家による女性政策の歴史的変遷を視野に入れる必要がある。国家政策における女性の位置づけは、国家の発展において女性にどのような期待が寄せられているのかの裏返しでもある。そのため、マスメディアと国家の関係を考慮したとき、次のような仮説を立てることができよう。すなわち、マスメディアが構成する女性像は、その時点における国家が要請する女性像と一致する。控えめに言っても、マスメディアは国家政策や国家の要請に違反しない範囲内で女性像を作り上げている。

したがって、ある時点においてマスメディアにより描かれた女性像だけを分析するよりも、「女性・マスメディア・国家」という三項から複眼的に考察することによって、中国女性を社会的・政治的・経済的諸文脈のなかでより立体的に把握できるのではないかと筆者は考える。

なお、ここで次のことについてあらかじめ断っておきたい。本論文では考察の対象としてのマスメディアを新聞、雑誌、テレビに絞ることにする。これらの他にも有力なマスメディアとしてラジオがあるが、中国のメディア状況においてラジオが中心的地位を占めたことは一度もなく、近年ではむしろその勢いが衰えてきていること（表0-1を参照）、またラジオ番組の大部分は音楽番組であり、内容的に本論文の主題と直接関係するものが多くないなどの理由で考察対象から除外した。

以下では、本論に向けての予備的作業として、次の三点を明らかにしたい。

第一に、「女性・マスメディア・国家」をめぐる社会状況の変化。

第二に、中国におけるマスメディアの位置づけを時系列的に概観する。その上で、公共言説の編成において中国のマスメディアがどれほど自律性を保持できるかについて、その自律性の範囲ないし限界を検討する。

第三に、先行研究を踏まえて、鍵概念としての「公的領域」と「私的領域」の定義および両者の関係性について述べる。

表 0-1 1992—2000 年都市農村平均百世帯あたりのテレビ、
ラジオの所有量 (単位: 台)

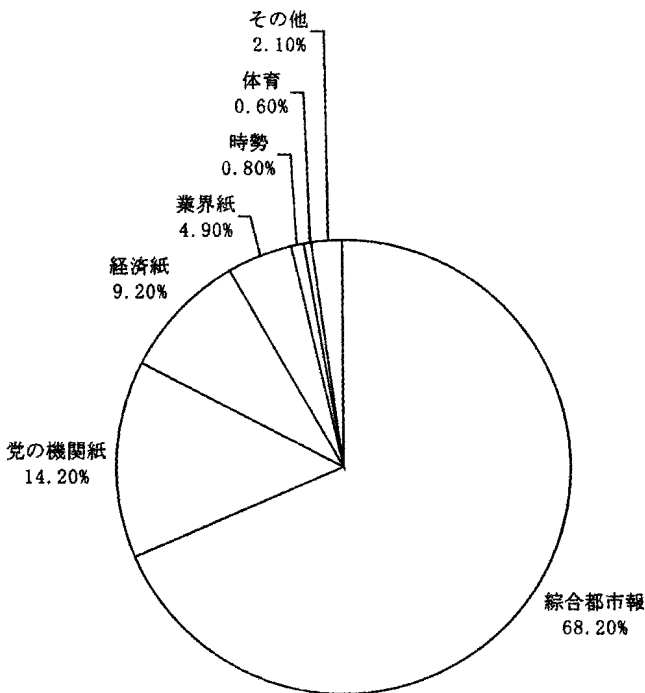
年度	都市世帯				農村世帯			
	カラーテレビ	白黒テレビ	ラジオ		ラジオ	白黒テレビ	カラーテレビ	ラジオ
			ステレオ	モノクロ				
1992	74.87	37.71	33.90	39.69	31.95	52.44	8.08	20.95
1993	79.46	35.92	34.03	41.50	32.22	58.30	10.86	24.24
1994	86.21	30.47	28.65	44.31	31.19	61.77	13.52	26.08
1995	89.79	—	72.83		31.05	63.81	16.92	28.25
1996	93.50	—	72.66		28.53	65.06	22.91	31.15
1997	100.48	—	57.20		28.11	65.12	27.32	32.02
1998	105.43	—	57.63		28.19	63.57	32.59	32.36
1999	111.57	—	57.18		26.97	62.35	38.24	31.99
2000	116.56	—	47.93		—	52.97	48.74	21.58

出所:『中国統計年鑑』(1993 年—2001 年)にある都市世帯と農村世帯の「年末平均百世帯あたりの耐久消費財所有量」にもとづいて筆者が作成。

第二節 市場化の進行とマスメディアの発展

中国が建国以来、計画経済体制から市場経済体制への軌道転換を経験してきたのは周知の通りである。計画経済体制の下で

は、社会資源はすべて計画に基づいて配分されており、マスメディアも例外ではなかった。運営費用と生産手段はもちろんのこと、製品の消費も人材の使用も国家の管理下にあった。しかし市場経済体制への移行にともない、社会資源の配置は市場によって調節されるようになった。そして、マスメディアもある程度市場を念頭におきながら自らの発展をはかる「自由」を手に入れつつあるようにみえた。1990年代の半ばから後半にかけて、地方都市に密着する「都市報」は機関紙を押しよせる勢いを見せた（鮑，2003：16）（図0-2を参照）。



出所：王学友（2005）から引用。

図0-2 2002年1—10月各新聞の広告市場におけるシェア

本論文では、経済体制の転換における市場化の進行という視点から建国以来の中国社会を前市場化段階、半市場化段階と市場化段階の三段階に分けることにする。以下では、経済体制とそれにともなう中国社会の外部環境に対する開放の度合いという二つの側面がマスメディアに及ぼす影響を段階ごとにみていく。

1. 前市場化段階（1949 年—1978 年）

この段階では資源の計画的配分を特徴とする計画経済体制が実施されており、市場はあくまでも補助的な存在であった。

前市場化段階において、中国は二度にわたり社会的転換を経験したと考えられる。一度目は1949 年 10 月 1 日の建国をきっかけに半植民地、半封建社会の歴史が終息し、中国は新民主主義社会になったこと。その際、実質的にはどうであれ、形式的には人民の為のマスメディア事業が確立した。当時、人民には労働者階級、農民階級、都市小資産階級（プチブル）と民族資産階級（民族ブルジョアジー）が含まれていた。二度目の転換は1953 年—1957 年の社会主義改造を経てから起こった。この時期は一つの過渡期と考えられ、ここから中国は新民主主義社会から社会主義社会に変貌を遂げた。同時期、私営の報道事業の歴史が終わり、所有権と経営権がともに社会主義国家に属する報道事業が確立された。また、階級としての都市小資産階級と民族資産階級は消え、人民は労働者階級と農民階級から構成されていた。

次に、この段階の経済構造に目を向けよう。新民主主義社会の時期には个体経済や私営経済からなる私有経済と公有制経済が共存していた。それが社会主義社会に入ると農業、手

工業および資本主義工商業に対する社会主義改造が行われ、その結果公有制経済のみとなった。所有制構造のこのような変化は、一方で既存のマスメディア産業構造を破壊、旧来の私営メディアを抹消することで国営マスメディアの独占状態が作り上げられた。他方で、マスメディア産業の今後の発展に影響を与える種もまいた。高度な集中と統一に特徴づけられる計画経済体制はマスメディアの生産と配置、そして消費全般を国家の計画下に置いた。

このことは中国の外部環境に対する開放性とも大きく関係している。中国は建国から1960年代初頭までにソ連および東欧諸国との間に外交関係を確立しながら、欧米諸国との間では断絶状態が続いていた。しかしその後中ソ関係が悪化し、それが中国と東欧諸国との関係にも悪影響を及ぼし、結果中国は閉鎖的になっていった。このような閉鎖した環境は閉鎖した情報環境の形成に結びつく。それは情報が統制されやすい環境でもある。

2. 半市場化段階（1978年—1992年）

1978年の中共第11期三中全会の開催から1992年の中共第14期全会にかけて、中国は逐次計画商品経済に方針が移った。この時期、国家による計画が依然として国民経済を主導する役割を果たしていたが、市場調節によるプラスの影響も顕現してきた。

1) 市場作用に対する認識の変化——中国共産党の公式文書から

ここでは、中国の最高決議機関である中国共産党中央委員会全国大会が1978年—1992年の間に発表した重要な文書に