

# ＜ミドルクラス＞のメディア・イメージとその意味

——「高度経済成長期」における日中新聞の比較分析を通じて——

東京大学大学院情報学環 周倩

## 1 目的

この報告の目的は、＜ミドルクラス＞を再考するために、従来の階層階級研究を振り返った上で、＜ミドルクラス＞の研究上の問題点に対して、独自の「＜ミドルクラス＞の理解モデル」を提出し、その上で、メディア研究の手法を採用して、日中両国の＜ミドルクラス＞のイメージを析出する。また、＜ミドルクラス＞のメディア・イメージを通じて見えてきた日中両国の異同を指摘するところにある。

## 2 方法

そこで、データとして日本と中国の「高度経済成長期」、具体的には、日本では 1955 年から 1973 年、中国では 2001 年以降における、それぞれ二つの新聞（日本では『読売新聞』と『朝日新聞』）、中国では『人民日報』と『南方週末』）に現れた＜ミドルクラス＞に関する記事を拾い上げ、量的集計と言説分析を研究手法として、同時に、「間テクスト性」を分析モデルとして用いる。また、＜ミドルクラス＞のメディア・イメージに対して、日中両国の政治・経済・社会・文化・歴史といった学際的な分析や比較を行うことによって、そのあり方及び形成要因について検討する。

## 3 結果

分析の結果、日中両国の新聞が政府や学术界などの影響を受けつつも、独自の＜ミドルクラス＞のメディア・イメージを形成してきていることが明らかになってきた。また、①強い政策志向、②ローカル言語での＜ミドルクラス＞概念の使い分けの発生、③「ニュー・ミドルクラス」への偏重、④消費財の重視、⑤表現に見られる男女差の存在、⑥欧米へのまなざし、⑦＜ミドルクラス＞のメディア・イメージに見られたヘゲモニーといった共通点と、①学歴への言及の有無、②管理職・インテリ・政府の役人への言及度、③「主婦」の有無、④「平均」（日本）と「裕福」（中国）といった具体的な修飾語の違い、といった相違点が発見された。

本報告では、主として共通した特徴が生まれた理由（「＜ミドルクラス＞の理解モデル」が外部に存在していること、メディアが政策に誘導されていること、階層階級理解をめぐる学术界の状況を反映していることなど）にウェイトを置きながらも、日中が置かれた文化的・時代的な違いから、＜ミドルクラス＞・イメージに微妙な違いが生まれていることを説明している。

## 4 結論

以上から、本報告は第一に、社会学的伝統を継承し、諸先行研究が蓄積してきた理論と実践の成果を引き継いだ上で、従来の階層階級研究で捕捉し損なっているメディアの視座を導入した。既存の階層階級研究を学び、メディア研究の分析手法を通じて、＜ミドルクラス＞の実態と表象をめぐる複雑な力学が解明できる。第二に、＜ミドルクラス＞の構造と特徴を分析し、今後の研究に対する新しい理論的枠組みを提起できる。第三に、「高度経済成長期」の日本と中国を比較することによって、日本と中国の発展プロセスの異同が解明できる。＜ミドルクラス＞という視点からアジアを「横睨み」し、アジアの近代化に対する理解や今後のアジア社会の行方が考察できる。第四に、この日中比較研究は、欧米を中心とする社会学研究の理論的成果を吸収し、東アジアの日中両国における＜ミドルクラス＞イメージについての実証研究を踏まえ、東アジア社会の未来を展望しようとする目論見をもっている。