

国際コミュニケーション論の再考と展望（2）

ジャーナリズム研究会*（代表 鈴木雄雅）

- 1．はじめに
- 2．「日本映画特別上映制度」成立過程にみる「保護」の様態
- 3．アジアにおける日本の放送メディア産業の事業展開
- 4．アジアにおける外国コンテンツ流入に関する規制と態度
- 5．ポスト帝国主義論的アプローチにおける整理と展望

1．はじめに

筆者は1999年度後期から2000年度前期まで在外研究で、シドニー、オークランド、バンクーバー、ロンドン、ニューヨークなどに長期、短期に滞在する機会を得た。いずれの都市でも、米国系資本である大型書店の進出と、書店の棚にあったはずの「ジャーナリズム」の項が、「メディア・スタディズ」や「カルチュラル・スタディズ」にとって代わられることが一段と進み、ジャーナリズムはもはや政治や外交、あるいは歴史のなかにうずもれ散見するようになったことが印象的であった。既に時代はインターネットでの出版流通が盛んになったのであるから、自然淘汰とも言えるだろうし、それはまたマス・コミュニケーション研究領域の拡大と、複合性の進展とも考えられるだろう。

シドニーでは、日本のアニメーション映画「ポケモン」がヒットし、各地で寿司や回転寿司の大流行を目にした。映画館に集まる彼らがどれほどそのアニメを日本製として、あるいは寿司を手軽なテイクアウトの昼食としてい

*本稿は研究会の原田繁（日本マス・コミュニケーション学会会員）、椎名達人（国際通信経済研究所主任研究員）、上原伸元（同副主任研究員）、浅利光昭（本学大学院新聞学専攻博士後期課程在）が執筆。

るオーストラリア人がそのたびに日本、日本人、日本文化を意識しているかどうかは別として、少なくとも政府政策による流行や文化の創出ではない。

多少気になるのは、1995年以降映像による国際放送が拡充し、ヨーロッパではJSTV（北米ではTVジャパン）などが容易に受信できるようになり、またオセアニアではBBCのワールドサービスの日本語放送や地元のCATVチャンネルが日本語局を提供することが当たり前になったことだ。その結果、かつて海外居住（者）にとって短波ラジオは必携であったのが、代わってパソコンとモデム、各国に適したモジュラーアダプター（電話線コネクタの変換器具）が必須のアイテムになっている。つまり、インターネットを使ってEメールをはじめとして、日本とのコミュニケーションが動画映像までを含み、時差や国際電話料金を気にせず、高度なレベルで日常化したことである。何もマクルーハンをあえて出さずとも、地球村は確実に進んでいるかのように見える。

しかしながら、「いつでも」「どこでも」「誰でも」ネットにアクセスできるかの幻想はごく一部の先進国であり、世界の多くの国々ではそれが個人レベルで可能かどうかとなれば、いささか疑問を呈さなければならないだろう。インターネットによる英語圏文化の拡張＝グローバルスタンダードとはアメリカ・スタンダードという懐疑＝は既に議論されているにはしても、先の書籍のように、いずれ巻き込まれてしまうかのようにも思える。他方、アジアにおいては各国言語への翻訳ソフトの開発が進んでいることを見れば、そうは簡単に言語圏の拡大が文化の侵食になるとは限らないとの反論も間違いではない。IT（情報技術）の進展がサイバー民主主義とも呼ばれる新しい民主化運動を推し進めることを警戒する中国当局は、一次プロバイダーの規制、当局自身によるサイバー警察化、サイバー攻撃を仕掛けているという¹。

昨年度に発表した本研究会報告（『コミュニケーション研究』30号）では、椎名が「文化帝国主義的アプローチの提起した諸問題に立ち返りそれを捉え返すことが重要である」（同、p.69）との指摘をした。本年はそれをうけ、しかし文化帝国主義論的アプローチそのものに基づくのではなく、各論者がそれぞれの立場から具体的事例等を提示することを通して、逆に文化帝国主義論的アプローチがさほど注目してこなかった国際コミュニケーションの諸側

¹ 「IT革命の中国3」『読売新聞』2001年1月20日付朝刊。

面を捉えていくとともに、ポスト帝国主義的な国際コミュニケーションの状況を考えるための方向性を示すことが目指された。

具体的には、以下に、日本映画特別上映制度導入の経緯、コンテンツの発信国としての日本の状況、アジア諸国の外国コンテンツ規制及び海賊版の流通についての状況、といった事例を扱っていくことにより、内的要因が国際コミュニケーションの重要なファクターとして存在していることを明らかにする。

2. 「日本映画特別上映制度」成立過程にみる「保護」の様態

文化帝国主義論的アプローチは、アメリカ合衆国を主とする送り手国側から、発展途上国を中心とする受け手国側への一方的かつ強力な影響の流れを前提として語られている。そこでは、アメリカ合衆国を主とする送り手国側の立場や、多国籍メディア企業の戦略を中心に議論が展開されており、受け手国側はそうした外的要因に対する受動的な存在として位置付けられた。一方、そうした反省に基づいた受け手国側への注目は、受け手（読者、視聴者など）調査ないしはテキスト分析といった手段により求められるような、外国コンテンツの文化的影響からの自律性の問題に収斂しがちであり、必ずしも受け手国側の政治的、経済的システムを考慮した理論構成をとるものではなかった。

本節では、受け手国の政治的・経済的・内的要因が外国文化産業流入に影響を及ぼした事例を考察する。具体的には、日本において外国映画の自由化に伴う「日本映画の保護」の目的で考えられた「スクリーン・クォータ法」の制定に向けた議論が、業界や大手映画会社の思惑から「日本映画特別上映制度」という業界の自主対策制度に変質した過程をみるものである。

2-1. 1960年代半ばの日本映画界

1958年に劇場入場者数11億人を動員した日本映画界は、1960年代に入り大幅な観客の減少と向かい合うこととなった。その一方でテレビ放送の普及はめざましく、1960年から1965年の5年間でNHKの受信契約数は、約1,200万契約世帯の増加となった。

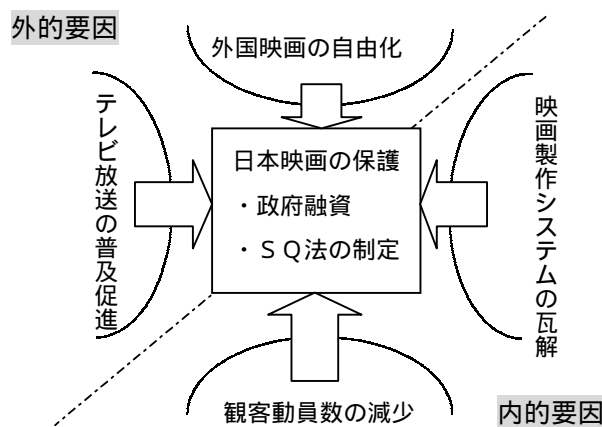
このような社会状況の中で、大手映画5社（東宝、松竹、東映、大映、日

活)は、映画製作から配給、興行までを系列的に支配するブロック・ブッキングシステムをとっていた。しかし、大幅な観客動員数の減少は各映画会社の経営を圧迫し、「撮影所システム」「スターの専属契約」など旧来の映画製作システムを維持することを困難にしていた。

さらに1963年に日本の経済協力開発機構(OECD)加盟に伴い、テレビ・劇映画フィルム自由化を迫られていた。映画産業保護の観点から、実施は64年1月に延期(後に同年7月に再延期)されたものの、自由化は時間の問題とみられていた。

以上のように、1960年代半ばの日本映画界は数々の問題に直面していたのである。

図1 日本映画をめぐる状況



2-2. 「日本映画上映特別制度」成立の経緯

日本映画特別上映制度は、日本の経済協力開発機構(OECD)加盟に伴い²、1964年7月に実施された「外国映画の自由化」が発端となって誕生した制度である。日本映画産業全体として観客動員数が大幅に減少している中

² 劇場用映画およびテレビフィルムの自由化は、「OECDの映画に関する規定」で自由流通が定められていることに伴う措置。これまで規制根拠となってきた「外国為替管理法」の輸入本数割当て、配給業者の資格制限(全国の上映組織を有するもの)、非居住者の取得制限(日本側の取り分は30%以上とする、などを撤廃した。『日本経済新聞』(1964年6月28日付朝刊)より。

での自由化であったため、映画産業界は自由化の延期などを強く求める一方で、自由化後の産業保護対策を迫られていた。その対策は、「映画産業に対する政府融資」³と「スクリーン・クォータ法（S Q法）の制定」の2点へと集約された。

「S Q法」は、本国映画上映館はもとより、外国映画上映専門館に対して、全国一律に、当該年間上映本数に対する一定の割合に相当する本数以上の本国映画の上映義務を法的に課すものである。この根拠は、OECDの映画に関する規定のうち、「(B)内国数量制限、ただし一年をくだらない特定期間中に実際に映写された時間の特定最小限度の部分を国産フィルムの上映にあててを要求する映写時間割当による内国数量制限を除く」⁴とした条項に基づいている。各国の映画産業や映画文化保護政策を正当化するもので、ヨーロッパ諸国ではすでに先例があった⁵。

S Q法の制定をめぐる論議は、「国内映画産業の保護」との立場から映画産業の業界団体である映連（配給部会）と映団連（映画産業振興特別委員会）を中心に議論が開始された。これら映画産業界も現状を鑑みるに、「現状で判断すれば、あとでホゾをかむ結果となる。火は燃え上がらないうちに消すべきだ」⁶との立場から、総論としては「S Q法」の制定には必要との態度を示していた。しかし各論となると、大手映画会社や興行界、教育映画製作者連盟など業界内の利害の対立から、統一した見解を導くことはできなかった。この状況を打開するため、1964年2月に映団連は「スクリーン・クォータ特別委員会」を設置し、外国映画自由化後の配収や観客動員数などのシミュレーションを行い、同年7月に、外国映画自由化の影響を受け、邦画・洋画配給収入比率が昭和43年度には50:50となる、現在の洋画専門館を除き、今後洋画専門館に転向したり、新設の洋画専門館や洋邦混映館に30%のS Q制度を義務化すれば、昭和43年度には14億円の増収を見込めるとした、「日本式S Q制度」となる業界案を作成した。

³ 政府による映画産業への融資策としては、優秀な日本映画の海外進出を目的として、1966年4月15日に(社)日本映画輸出振興協会を設立したことがあげられる。同協会に加盟する大手映画5社の作品で、輸出適格映画選定委員会が承認した申請作品に対し融資を行うもの。初の融資作品は「小さい逃亡者」(大映・1966年)であった。

⁴ 『映画年鑑 1965年版』、pp.82-83.

⁵ 田中純一郎『日本映画発達史』(中央公論社、1976) p.20.

⁶ 永田雅一大映社長の発言。『映画年鑑 1966年版』、p.102.

通産省でも「映画産業の保護」の観点から、産業構造審議会映画部会を中心として外国映画からの保護策を検討していた。通産省としては、S Q法の位置づけとして同法を盛り込んだ「映画振興法」的な綜合法規の制定、同制度のみの単独立法、制令での義務付けにとどめる、との3案を想定していた。その後議論の結果、の単独立法との方針が決められた。

業界案を示した映団連報告書が提出されたことに伴い、同部会でこれ議論したところ、学識経験委員を中心として問題を指摘する意見が相次いだ。「S Q法」の制定自体には賛意を示したものの、業界案における「S Q制度における洋画専門館の除外」に批判が集中、現在の洋画専門館を永久にS Q法対象外とすることは問題がある、洋画専門館を除くS Q法導入の結果が14億円の増収では効果が薄い、業界の将来に向けた合理化策が不透明などとして、洋画専門館を含むすべての映画館に30%のS Q制度を導入することを求めた修正案を出した。この修正案は、もともとS Q制度に反対の立場を取る東宝や全興連、外配協などが強硬に反発、その後修正案を一部受け入れた映団連の妥協案に対しても、「国によって営業の自由が束縛されることは好ましくない」(東宝)との立場から反対となった。

東宝の反対は、同社の興行重視の政策から生まれたものであるが、同時に洋画専門館を他社よりも多く抱えていた事情によるところも大きかった。その立場を逆手に取り、1964年11月に、同社は洋画専門館を邦画に開放する自主的な提案を行った。当初から大映の積極的なS Q制度導入に警戒する松竹、東映、日活はこの提案に賛成していた。また通産省サイドでも「スクリーン・クォータ制の実施については、私の政治生命をかける」との桜内通産相の発言を受けて、同制度をめぐる議論の決着を期待する雰囲気が出来上がりがつあった。

昭和40(1965)年1月27日の通産省と邦画5社長との懇談で、業界側の一致した意見として「スクリーン・クォータの実施については、法律によって規制されなくても、われわれの自主的な調整によって、その主旨を生かすことができる」旨が示され、事実上東宝案を軸に調整が図られることとなった。その後映連配給部会S Q専門小委員会で自主調整案を作成、通産省に提出され、2月15日に開催された産業構造審議会映画部会で、「日本映画特別

上映制度」として採択されたのである⁷。

日本映画特別上映制度の実施要項は、優秀な日本映画の製作意欲を喚起し、一流の映画劇場において慣行的に上映する制度を確立する、指定をうけた日本映画を洋画ロードショー劇場または一流の洋画専門館で年間 40 日以上上映する、この制度を運用するために「映画産業振興懇談会」を新たに設置する、同制度における上映契約や実施、その他運用一般について問題が発生したときは、懇談会が調停を行う、同制度は 65 年 6 月 1 日より満 1 力年とする、などであった。同制度に指定された劇場は 6 大都市の 22 館(東宝 14 館、松竹 7 館、東映 1 館)であった。

このようにして誕生した日本映画特別上映制度であったが、初年度の上映実績は目標を大きく下回った⁸。その後指定劇場の見直しや上映日本映画の範囲を拡大するなどして、実施後 5 年度目(1969 年度)に 100%を達成した。

ただこの頃になると、制度開始当初から大きく映画界の状況が変わっていたことも見逃せない。大手映画制作会社によるブロック・ブッキングシステムが崩壊し、それに代わって独立プロ制作による日本映画の上映が活発になったこと、また A T G を中心とする新たな配給・興行形態の中で、これらの作品が指定劇場の洋画専門館で上映される機会が増大したことなどがあげられる。

2-3. 日本映画特別上映制度の残した問題

このように、日本映画特別上映制度は当初考えられていた「外国映画の自由化対策」としての役割を十分に果たすことはできなかった。そもそも S Q 法制定の論議の段階で、あくまでも保護の対象は「日本映画産業」であり、「日本映画」さらには「文化的生産物としての映画保護」という観点は、産業保護の立場から軽視されていたことが伺える。唯一文化保護の側面で議論がなされたのは、通産省産業構造審議会映画部会の中立委員による最終意見の中で「スクリーン・クォータ制度は映画を保護するだけでなく、わが国文化の保持、興隆にも役立てることを目的とするものでなくてはならない」⁹と

⁷ 正式な通達は 2 月 27 日、「日本映画特別上映制度要綱」として、大川映団連会長あて、島田通産省企業局長名で行われた。同制度の第 1 回作品は「キスカ」(東宝・1965 年)であった。

⁸ 上映作品は 7 作品、合計上映日数は 118 日あまり。達成率は 13.4%にとどまった。

⁹ 『映画年鑑 1965 年版』、p.81.

指摘されただけであった。

さらには同制度の素案は、そもそも東宝という一企業がまとめた案件であることも問題である。東宝は、大手映画製作会社の中で、興行による収入の割合が比較的大きかったこと、さらに洋画専門館を多数保有していたことで、SQ制度の影響を最も大きく受ける可能性があった反面で、洋画専門館による邦画ロードショーの可能性も探るなど、積極的に「洋画専門館における邦画上映」を意図していたことも事実である¹⁰。邦画の上映環境が悪化する中で¹¹、良質の邦画を洋画ロードショー館で上映することで生じる、ブロック・ブッキングの下にある邦画専門館との軋轢を回避するための方便として同制度が活用されたとも考えられるのである。

このように、スクリーン・クォータ制度導入の当初の目的であった国内映画産業保護は、日本映画産業自身によってなし崩しとなり、十分達成されることはなかった。これはひとえに、「外国映画の進行をくい止める」から「日本映画産業の保護」へ、さらには「日本映画企業の保護」へと問題が矮小化し、さらには映画製作配給会社と興行主など、個別の利害関係の中で場当たりの制度となったことが招いた国内の政治的、経済的要因による必然的な結果であるとみることができるのである。(浅利光昭)

3. アジアにおける日本の放送メディア産業の事業展開

アジア地域は歴史的には近代化の過程で欧米の植民地統治と日本支配を経験し、社会・文化的には様々な民族や宗教が交差する複雑な地域である。しかし、文化帝国主義論的パースペクティブに基づくなら、そのような地域においても、圧倒的な規模を誇る欧米のメディア産業の市場支配は全く揺るがないことになる。

そうしたパースペクティブの妥当性を検証する上で、決してグローバルパ

¹⁰昭和 39 (1964) 年公開された「砂の女」は、東京・大阪の洋画系劇場からロードショーを開始するとの配給を行った。この成功は、ブロック・ブッキングに加え、フリー・ブッキングの可能性を探る実験となった。

¹¹「(女性や子どもたちは)性と暴力が露骨でそのために館内に痴漢が出没しやすい雰囲気さえもなってきた日本映画専門館は避けるようになり、アメリカやヨーロッパの比較的ロマンチックなきれいごとの映画を専門に上映する一流ロードショー館にしか行かないという傾向になる」佐藤忠男(1995)『日本映画史』(岩波書店)、pp.18-19.

ワーとはいえない日本の放送メディア産業のアジア地域内における活動を検討することは、文化のグローバル化を議論する上で無益ではあるまい。本節では送り手である日本の放送メディア産業の活動を軸に、アジア地域における日本製番組の流通の現状と情報発信国としての日本の位置づけを探っていく。

3-1. アジア地域における多チャンネル化の進行

アジア諸国で日本製番組の流通が注目されるようになったのは 1990 年代に入ってからである。これは 1991 年に放送を開始したスターTV に代表されるアジア各国の多チャンネル化が進んだ時期と一致する。開発独裁型の権威主義体制が主流だったアジア諸国においては情報管理は最も重要な施策の一つであり、それまで市場経済に即した外国製番組の無秩序な流入は認められなかった。

しかし、政治的民主化や経済発展に伴う中産階級の成長は娯楽産業の需要を高め、身近な存在であるテレビの娯楽化を促進していった。国営放送が主流だったアジア諸国においても、合法、違法を含めたケーブルテレビや衛星放送等の視聴が盛んとなり、インドの国営放送局、Doordarshan の例に見られるように、視聴率や広告収入の低下などに既存の国営局が悩まされるようになったのである。やがて政府側はこうした状況に対応する形で放送産業の規制緩和をはかり、国営局の民営化、衛星放送やケーブルテレビ局の開局、あるいは違法局の合法化といった多チャンネル化政策を推進していくことになる。

当然のことながら、放送市場の拡大は外国のメディア産業にも参入の機会を与えることになり、1990 年代前半のCNN対BBCのニュース戦争や、映画専門のHBO、ドキュメンタリー専門のDiscovery等の米国系ケーブルテレビ・ネットワークの進出に代表されるように、欧米のメディア産業がアジア地域内において活発な活動を行うようになった。具体的には現地法人の設立や資本出資、番組提供などの様々な形で自らの地歩を域内に築いていったわけだが、それとは対照的に日本の放送メディア産業は、この時期、積極的な海外展開を行っていない。言い換えるなら、番組輸出を除いて、日本の放送メディア産業は、現在に至るまで欧米のメディア産業に匹敵するような海外展開はほとんど行っていないのである。

3-2.日本の放送メディア産業の海外展開

日本の放送メディア産業が海外展開に積極的でない理由には、政治、経済、文化などの様々な要素をあげることができるが、最も大きいのが経済的な要素である。ちなみに日本国内の番組制作は、NHK は受信料収入、民間放送はスポンサー制度に支えられ、ファーストラン（初回放送）で収益をあげる構造となっているが、新たに海外流通のための著作権処理やプロモーション等の投資を行っても、経済水準の低いアジア諸国からは十分な利益を期待できないのが現状である。

文化的な要素に関していえば、アジア地域内において日本製番組が受け入れられているのは台湾や香港等の中華圏が中心であり、それ以外のマレーシアやインドネシア等のイスラム圏やフィリピン等のキリスト教圏への進出は難しいといった事情もある。

また、政治的な要素として、放送メディア産業の海外展開を支援する立場の日本政府が、戦前のプロパガンダ政策への反省から対外的な情報発信について慎重であり、米国やフランスのような自国文化の普及に関する積極的な行政支援を行っていないのも無視できない点といえよう。

（１）商業ベース（市場原理に基づいた活動）

海外の放送メディア産業と異なり、日本の放送メディア産業の海外進出はあくまで付帯事業の枠組みを越えるものではないが、アジア地域における放送メディア市場の拡大に対応し、近年は海外番販を専門とする部署や子会社を新設するなど、海外への番組流通システムの整備を進めている。現在、商業ベースによる放送メディア産業の海外展開は、放送事業者間の直接番組取引、エージェント（代理事業者）を介した番組取引、海外における現地法人の設立の３つに大きく分けることができる。

放送事業者間の直接取引に関しては MIP¹²に代表される国際番組見本市が有名だが、最近では各放送局が開設するウェブサイトや専門誌等によって、海

¹² MIP は、March International des Program の略で、毎年４月にフランスのカンヌで開催されている。その他、毎年１０月に同じフランスのカンヌで開催される MIPCOM、毎年１２月にシンガポールで開催される MIPASIA などがある。

外の放送メディア産業が日本の番組情報を入手し、国内の放送事業者と直接、番組販売に関する取引を行う例が多いようである。番組ソフトの送付も従来のパッケージ空輸に加えて、衛星配信が導入されてきており、ハード的側面においても海外への情報発信を意識したシステム構築が進んできている。

その他、直接取引以外の取引形態としては、広告代理店や現地のエージェント（代理事業者）を介した取引があるが、こうした取引が行われる背景には、様々な事情から現地に精通したエージェントを介した取引を行った方がメリットが大きいと考えられる場合と、広告代理店が行うバーター取引¹³に代表されるように、取引に仲介者を置くことで関係者の利害が調整しやすいと考えられる場合があるからである。

一方、日本の放送メディア産業が関与する現地法人に関して、欧米のメディア産業に匹敵するような活発な活動はあまり多く見られないが、1997年に住友商事とTBSなどが設立したJapan Entertainment Television Pty. Ltd.（JETTV）のように、日系資本のチャンネルプロバイダーとして積極的に海外展開を行っている例も存在する。JETTVは、現在、台湾のケーブルテレビに日本製番組の専門チャンネルを提供している他、中国本土に対する衛星配信も行っている。なお、NHK以外の事業者による衛星国際放送の可能性に関しては受託内外放送¹⁴という制度的枠組みが存在するが、現在に至るまで実現した例は存在しない。

（２）非商業ベース（政治・文化的理由に基づいた活動）

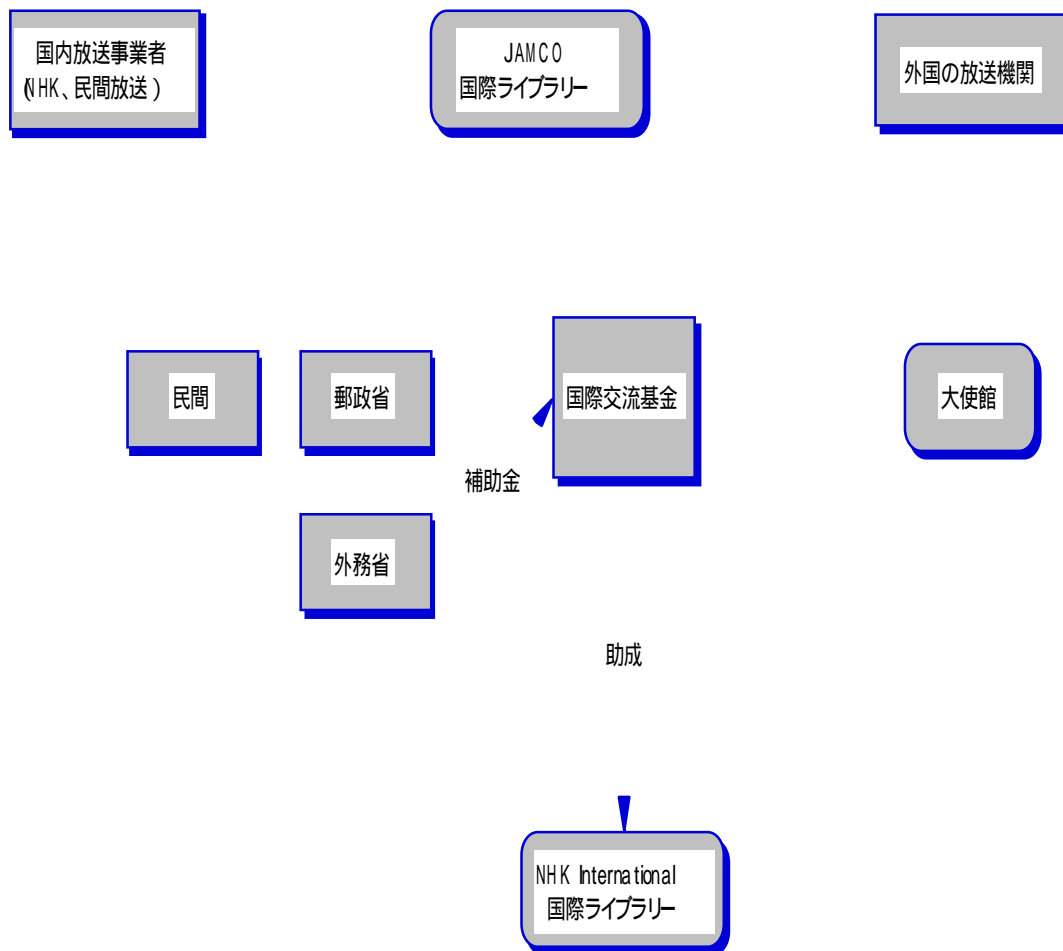
ところで、商業ベースに基づいた海外での放送関連事業が市場原理を最重視するのに対し、その一方で政治及び文化的理由に基づいた非商業ベースの事業活動も存在する。これは政府の公的資金などを中心に、日本の対外イメージの向上や受け入れ国の放送事業の援助を目的に行われており、主な事業としてNHKの衛星国際放送、国際交流基金による日本製番組の提供、外務省

¹³広告代理店が海外進出に意欲的な日本企業に広告を出稿してもらい、代わりに現地の放送事業者が放送枠を提供する取引形態である。番組を提供する日本の放送事業者、仲介する広告代理店、企業（スポンサー）、現地の放送事業者のそれぞれの協力で、番組輸出を実現するビジネスモデルだが、当該市場に興味を示すスポンサーがいなければ成立しない。

¹⁴制度的には委託放送事業者と受託内外放送事業者によって構成される。受託内外放送事業者は電波法に基づいた無線局免許を取得し、日本の衛星を使用しなければならない（詳細に関しては、放送法第二条、第二条の二を参照）。

の海外広報番組の3つがある。

図 2 日本の番組無償援助の仕組み



出所：JAMCO、NHK インターナショナル資料等をもとに作成

衛星国際放送に関しては、越境放送のスターTVの登場を契機に政府内で検討が進められ、1994年6月に放送法の一部が改正されて、NHKによる衛星国際放送の実施が可能となった。1995年4月から、NHKは欧米地域を対象とした衛星国際放送の「テレビ国際放送」を開始し、さらに1998年からはほぼ全世界をカバーする24時間デジタル衛星国際放送の「NHKワールドTV」を開始した。しかし、両放送とも使用言語は日本語が中心であり、番組内容も在留邦人を主な対象としたものである。

一方、パッケージによる諸外国への番組提供に関しては、国際交流基金¹⁵を中心とする番組無償援助制度がある(図表参照)。これは発展途上国を対象とした制度で、日本文化への理解と対象国の放送事業の援助を主な目的としている。国際交流基金は、日本製番組を英語版やスペイン語版などに改編してストックするJAMCO(放送番組国際交流センター)¹⁶やNHKインターナショナル¹⁷に助成を行う一方、現地の放送事業者の窓口となる外務省の在外公館と連絡調整を行い、海外の放送事業者のニーズを国内の関係機関にフィードバックする役割を担っている。

その他、規模的には小さいが、外務省自身も1998年から日本文化を諸外国に紹介する30分程度の海外広報番組を年数本程度のペースで制作し、海外の放送事業者に放送を委託している。しかし、番組制作には大きなコストがかかる他、近年は各国共にプロパガンダを嫌う傾向があるため、番組内容には

¹⁵外務省所管の特殊法人で1972年に設立され、海外との文化交流に際しての大規模な基金と強力な実施組織を備えている。日本研究から日本語教育、学術、芸術、出版・映像メディア、スポーツ、生活文化まで幅広い分野での文化交流事業を行っているが、その中の一つに日本製番組の無償提供がある。[<http://www.jpt.go.jp/j/>]

¹⁶放送番組国際交流センター(Japan Media Communication Center: JAMCO)は、郵政省と外務省共管の公益法人で1991年に設立され、番組による国際相互理解、海外への番組提供の促進、途上国の放送への協力などを目的とする。財源は郵政省の補助金と国際交流基金の助成金で、NHKと民放各局の協力で、英語版及びスペイン語版に番組を改編している。そのペースは年間約100本で、常に700本程度の番組をストックしており、これまでに2,000本以上の番組を発展途上国に無償供与した。[<http://www.jamco.co.jp/>]

¹⁷NHKインターナショナル(NHK International, Inc.)は、番組による国際交流を目的に1980年にNHK関連団体として設立された。財源は外務省の文化無償協力や国際交流基金の助成などで、主な業務はNHK番組を中心とした国際版への改編と海外の放送事業者への番組の無償提供である。現在、年間約500本のペースで国際版を制作しており、英語版やスペイン語版を中心としたストックは既に6,000本に達している。1982年から外務省の文化無償協力で発展途上国に番組を提供しており、これまでの提供数は3,500本に上る。[<http://www.nhkint.or.jp/>]

細心の注意が求められるなど、課題は多い。

3-3. 欧米、アジア、日本の関係性

日本の放送メディア産業の海外展開や日本製番組の海外流通に関しては、商業ベース、非商業ベース共に欧米のメディア産業の規模にはほど遠い状況にあるが、日本製番組自体は香港や台湾などの中華圏を中心に外国製番組として一定の人気を保っている。

現在、日本製番組は香港や台湾などの番組市場では、輸入番組中、50%程度を占めるまでになり、さらに最近はシンガポールやタイなどの近隣諸国においても人気が高まるなど、アジア地域においては事実上、欧米製番組に十分対抗できる競争力を持っているといえる。

日本製番組は日本の放送メディア産業の姿勢とは裏腹に、アジア地域の有力コンテンツの一つとして一定の地位を占め、欧米番組のグローバルパワーに対抗するローカルパワーのみならず、アジア地域を代表するリージョナルパワーとしての可能性も提示しているといえよう。米国のメディア産業の圧倒的な力を強調するクラシカルな文化帝国主義論的アプローチに依拠するならば、日本製番組の位置づけは、ある意味でイレギュラーな存在であり、既存の議論の再検討を行う上で、一つの興味深い事例を示しているといえる。

また、さらに最近では日本以外の域内メディア産業の動向も活発化しており、例えば、香港の放送メディア産業は中国本土や台湾のみならず、世界中の中華コミュニティ向けに番組輸出を精力的に行っている。こうした事例を検討しても明らかなように、もはや、アジア地域における番組流通の問題を、米国からの一方的な流れに基づく支配、被支配の関係として単純に論じることが困難である。今後、域内の放送メディア産業の番組制作能力の向上と市場の成熟が進んでいく中で、アジア地域におけるメディアのグローバル化の問題がさらに明らかになっていくと思われる。(上原伸元)

4 . アジアにおける外国コンテンツ流入に関する規制と態度

多様な文化、宗教、民族、習慣などが混在するアジア地域においては、国境を越える情報の流れに対して強い警戒感を抱き、欧米文化の流入は、時には為政者により文化帝国主義あるいはメディア帝国主義としてたびたび批判

にさらされてきた。

その一方で、アジアでは著作権をクリアしていない外国の違法コンテンツが多く出回っているのも事実であり、国家のレベルで警戒されるにもかかわらず、非合法のレベルで日常的に外国コンテンツが消費されているという現状がある。

本稿では、まず中国・韓国・台湾における外国コンテンツ（放送番組）規制の問題を取り上げ、その流入を制御する各国の法規制の現状を概観する。さらに、違法コンテンツの流通状況について言及する。

文化帝国主義論では、米国メディア産業のグローバル化が他の国々において文化的支配を引き起こしていると指摘されるが、それはメディア帝国主義を含むより広い概念として使用されており、その定義の曖昧さゆえに情報や文化の国際流通はうまく説明できない状態である。

外国（とりわけ米国）からの一方的な圧力を強調する文化帝国主義の議論に欠けていると思われる諸要因を提示し、従来のアプローチの限界性の検証を試みる。

4-1. 外国コンテンツ流入に関する各国政府の法規制

中国では、1997年8月に放送事業の監督機関である「広播電影電視部（ラジオ映画テレビ省）」により制定された「広播電視管理条例（ラジオテレビ管理条例）」（同年9月1日施行、以下「条例」）において、テレビ局が外国番組を放送する際には、行政部門の審査を経なければならない（第39条）、規定する放送時間の比率を超えてはならない（第40条）と規定している。これに違反した場合は2万元（1元＝約14円）以下の罰金が科せられ、悪質な場合には免許が取り消される（第50条第6項）。番組内容については憲法の条項に沿って、国家の安全と社会の安定を揺るがすものや淫猥で暴力的なもの等の放送は禁止する（第32条）と定められている。

「外国のテレビ番組の取引の規制に関する条項」（1997年）には、放送時間に占める外国番組比率は全放送時間の25%以下で、地上波のプライムタイムにおいては15%以下と規定されている¹⁸。それまでは、（香港・台湾を含む）

¹⁸ (財)国際通信経済研究所(2000)『各国の放送番組交流に係る問題点の調査研究』(以下、『調査研究』) p.120.

外国の映画やドラマは毎週放送される全作品の3分の1を越えてはならない等の規定があった。さらに、2000年1月4日、外国番組の増加を規制する通達が出され、18時から22時までの時間帯は外国ドラマの比率を15%以内とすると定められ、19時から21時30分までの時間は許可なく外国ドラマを放送することが禁止された¹⁹。

翌1998年、「広播電影電視部」は機構改革により、「国家広播電影電視總局（国家ラジオ映画テレビ總局）」に改組され、外国番組の輸入管理がさらに強化された。同年に中国国内で放送された147本の外国作品（映画・ドラマ）の内、米国製は78本で53%を占め、次いで英国（27本）、フランス（9本）と続き、日本製はわずかに3本のみであった²⁰。

韓国では、1999年12月に新しい「放送法」（以下、新・放送法）が成立し、2000年3月の施行と同時に、具体的な運用を定めた「放送法施行令」が公布された。番組編成については、地上放送事業者は国内で製作された番組を80%以上、それ以外の事業者は50%以上で編成する。地上放送事業者は、国内で製作された番組を、当該分野の全放送時間のテレビ映画は20%以上40%以内、アニメは30%以上50%以内で定められた比率で編成する。輸入の映画やアニメの編成はその分野別に月間放送時間の60%以内とする、等規定されている²¹。

新・放送法で注目すべき点は、広告を除くすべての外国番組に対する従来の「事前審議」が「事後審議」となったことである。具体的な審議は、放送行政の権限を有する放送委員会の「審議委員会」により、「公正性と公共性の維持」及び「公的な責任の遵守」という観点から行われるが、その規定として「民族文化の創造と民族の主体性の涵養に関する事項」等が盛り込まれている²²。

新・放送法制定以前において、外国番組の輸入については、報道番組を除

¹⁹ 『調査研究』、p.120.

²⁰ 『中国広播電視年鑑 1999』北京広播学院出版社、p.321.

²¹ 戸村栄子「韓国、放送法施行令を公表」『放送研究と調査』2000年5月号、p.81

²² 戸村栄子「アジアにおける放送番組規制（3）韓国」『放送研究と調査』2000年5月号、p.44-45.

き文化観光部長官の承認が必要であった。旧放送委員会は、承認を受けた外国番組に対して、審議規定に反していないか事前に審査を行い、規定に抵触する場面等については、削除または改編し放送することが義務付けられていた²³。外国番組の購入先は、米国を筆頭に英国、日本、香港と続き、日本からの購入番組の大半はアニメであるが、新・放送法では、国営・公営の放送局では40%以上、民放局では35%以上韓国製アニメを放送することが義務付けられている²⁴。

台湾では、1976年に制定された「廣播電視法（ラジオテレビ法）」によって放送番組基準が定められ、番組に対する審査制度が始まった。放送事業の規制監督機関は行政院新聞局で、「廣播電視事業処（ラジオテレビ事業処）」が実務を担当する。外国番組比率および番組の輸入と輸出に関する規制に関しては、自国製作番組の比率が70%を超えなければならないと規定している（第19条）。この条項は、自国のテレビ文化を発展させ、外国文化の過剰な進入を防ぐという目的に加え、自国のテレビ番組制作者や出演者の権益を守るためのものである²⁵。また、放送局の使用に供するすべての番組の、輸出・輸入に関しては新聞局の許可を得ることを定めている（第28条）。

4-2.海賊行為による外国コンテンツの流通²⁶

コンテンツ流通の問題を考える時、現状のアジア諸国において、外国からの正規の流通ルートだけではなく、非合法の流通ルートを看過することはできない。アジア諸国に番組販売を行う上で最大の障害が、著作権侵害、いわゆる海賊行為である。

東アジア各国に流通する映像ソフトにおける海賊版の割合は、中国では90%に達しているものの、韓国では13%、台湾や香港では10%とそれぞれ低い。

中国では、1980年代末ごろから米中間で知的所有権をめぐる攻防が繰り返

²³飯塚留美「現地調査レポート 韓国」『調査研究』、p.155.

²⁴小林真澄「日本の放送界にとっての韓国放送産業」『AURA』142号（2000年8月）pp.20-21.

²⁵猪股英紀「アジアにおける放送番組規制（2）台湾」『放送研究と調査』2000年4月号、p.53.

²⁶海賊版事情については、主に『調査研究』「第2章 映像番組の海外提供に係わる著作権制度及び権利処理の現状並びに問題点」を参照した。

げられ始め、知的所有権の保護に関する法制の整備や制度化を推進しているものの、実効面では不正行為の膨大さに取り締まりが追いついていないという状況がある。

香港では、米国映画の海賊版ビデオコンパクトディスク（VCD）が流通しているが、1998年だけで4000万枚もの海賊版が押収された。違法業者は、取り調べの緩い日本の放送番組やアニメに目をつけ販売し続けている。

韓国や台湾では、映像ソフトの海賊版が出回っているものの、他のアジア諸国と比較すると量はそれほど多くない。台湾では現在日本の映像ソフトが海賊行為の被害を受けることはあまりなく、競合する事業者同士が互いに海賊行為を行っていないかを監視し合っている状況である。

現在、韓国や台湾、香港では著作権保護制度の整備が進み、海賊版駆逐に取り組んでいるが、違法業者は闇ルートによる販売や、インターネットを使った宅配ビジネスを始めるなどして確実に市場を形成している。

アジア諸国のブラックマーケットでは、米国コンテンツの海賊版が大量に流出しており、米国ソフト産業にとっては看過できない問題となっている。米国際知的所有権連合は、海賊版によるソフト産業の被害が1998年に124億ドルに達し、前年比約6%増えたとの報告をまとめた。米通商代表部（USTR）は包括通商法スペシャル301条（知的所有権侵害国の特定・制裁）に基づき、香港、韓国、台湾等を「監視地域」に指定している。

4-3. アジアにおける国際コミュニケーション論の展望

アジア諸国では体制維持や文化保護という観点から、政府が様々な法規制を根拠に外国番組の流入を制御している傾向がみられる。

現在、中国や韓国では、米国等を始めとする外国コンテンツの流入を規制する法的枠組が整備されつつあるが、WTO加盟を目前に控えた中国では、西側からのコミュニケーションやメディアを考察する際には「メディア帝国主義」理論に照らし合わせ、さらに「民族主義」の観点からも論及されなければならないとの指摘がある²⁷。1997年の「条例」は1986年起草の「広播電視法（草案）」をベースに、社会主義市場経済に適応できるものとして修正改定

²⁷揚瑞明（1999）「從“現代化”到“全球化” - “媒介帝国主義”理論的發展及其意義」『新聞与伝播研究』第3期（中国社会科学院新聞与伝播研究所）p.44.

されたもので未だ不完全であり、今後の市場経済の発展及び放送事業の産業化の趨勢に沿ってさらに法整備が進めなければならないとされている²⁸。

主に韓国や台湾は、日本との歴史的背景から日本の文化流入を容認しては来なかった。韓国では、審議規定の「民族の主体性」を法的根拠として、韓国語に吹き替えられたアニメやニュース、ドキュメンタリーを除いて、日本製の番組を放送することが禁止されている。ここ数年来の日本大衆文化の開放政策の進展は、両国間においてさらなる人的・経済的交流を想起させる。しかし、韓国の番組製作会社が自国の市場を守るため、日本製番組の開放について強く反対しており、放送分野における全面開放の道のりは険しい²⁹。そこにはやはり、自国の文化産業を保護するという観点から、時に文化帝国主義論的な言説を政治的に用いて、外国コンテンツ排除の規制を正当化しているのではないかと、という見方もできよう。ともあれ、こうした外国コンテンツ流入に関する法規制は、国際情勢や当該国における政治制度および経済政策と密接にリンクしながら整備されてきた。アジア諸国では、外国からの一方的なコンテンツ流入を制御する機能を有していると言えよう。

アジアにおける海賊版の製造や流通は、たとえば米国映画であっても決して米国企業によるものではなく、地元の違法業者によるものである。版元にとっては悩みの種であるが、皮肉にも値段が安く、手に入れやすい海賊版の普及によってブームが起こり、正規の流通ルートも拡大していくといった見方もできる。このような状況からは、文化帝国主義論的な「支配」の関係を一方向の流通として取り扱うことは単純すぎるとも言える。少なくとも非合法ベースの流通においては、文化的流入は明らかであるが、米国コンテンツ産業の一方的な「支配」という構図は成立にくいと考えられる。

こうしたアジア諸国に存在する外国コンテンツ流入を制御する法規制や、アンダーグラウンド市場における違法コンテンツ流通の問題を検証することは、アジアの国際コミュニケーションを考える際には重要であり、その場合、従来の文化帝国主義的アプローチの適用には限界があると考えられる。

近年、情報技術の急速な発展により国境を越える文化交流は地理的・空間

²⁸陳桂蘭・張駿徳・趙民(1998)「試論我国廣播電視事業的法制化管理」『新聞大学』冬季号(復旦大学新聞学院) pp.57-58.

²⁹戸村栄子「アジアにおける放送番組規制(3)韓国」『放送研究と調査』2000年5月号、p.51.

的な障害を取り払いつつある。各国間における情報格差や法整備の問題等を含め、今後、国際コミュニケーション論はさらなる見直しを迫られることになるであろう。(原田 繁)

5 . ポスト帝国主義論的アプローチにおける整理と展望

5-1.文化帝国主義論的アプローチの限界

文化帝国主義論的アプローチは、いわゆる従属理論(dependency theory)及びマルクス主義的な帝国主義論の影響を強くうけている。そこでは、国際的な従属関係及び支配関係の決定にあたり支配的地位にある側の影響力が強調される。しかしそれは、逆に文化帝国主義的アプローチの限界にもなりうる。文化帝国主義論的アプローチは、国際的な従属関係の変容を捉えうる視角の提供が難しく、また従属側の内的諸要因の分析を等閑視しているともいえるのである³⁰。

本論で提示された3つのケーススタディは、こうした文化帝国主義論的アプローチの限界を見据えた視角からの分析の試みであった。以下にまとめてみた。

- (1)国内メディア産業保護政策(自由貿易の枠内で)を採れば外国コンテンツの流入に一定の歯止めをかけられたであろうにもかかわらず、国内メディア産業の利害関係の不一致から、保護政策の実施を骨抜きにしまったことが、日本の外国映画輸入に関して大きなポイントであったことが示される。米国映画産業にとっての市場としての日本は、ただ外的要因だけではなく、内的要因(国内の政治・経済的なりアクションのプロセス)を抜きにしては語れない。
- (2)日本は、アジアにおける番組流通市場において一定のプレゼンスを確保しつつあり、文化帝国主義論的アプローチには単純に収まらない情報発信国として位置付けることが可能であるということが示される。
- (3)a. 日本とは対照的に、アジアの中には、明確に外国コンテンツの流入に歯止めをかける政策を打ち出しているところが少なくない。単に米国等によるコンテンツの文化帝国主義的押しつけのみがあるのではなく、

³⁰従属理論と文化帝国主義アプローチとの関係及びポスト従属論的な視角に関しては、Hong-Won Park, "A Gramscian approach to interpreting international communication," *Journal of Communication*, Vol. 48, No.4(1998), p.98 を参照。

それを拒否する内的要因（法的政治的プロセス）があるということが示される。

- b. また、外国コンテンツであっても外国からの一方的な流通とは捉えきれない海賊版コンテンツの流通の存在が示される。

5-2. 帝国主義というキーワードの問題

国際コミュニケーションに文化帝国主義を見出し批判的な立場をとる言説実践のアプローチ、すなわち文化帝国主義論的アプローチは、国際コミュニケーション論において一つのパラダイムを形成してきた。しかし議論の中心に位置する、この「文化帝国主義」という文化、経済及び政治的意味合いを混ぜ合わせた用語は、よく指摘されるように、論者の視点により様々な立場をとりうる論争的な用語であり、曖昧さをも有しているものである³¹。

本論の立場は、この用語に基づくこれまでの議論は尊重するものの、この用語にこだわり国際コミュニケーションについて言及することを放棄すべきではないか、というものである。現代の国際的なメディア/コミュニケーションの状況を、帝国主義という用語で示すことにはもはや無理があると思われるからである。帝国主義的な段階からグローバル化（あるいは多国籍 [multinational] 化、超国籍 [transnational] 化）³²への資本主義経済体制自体の移行、また文化的同一性を有する国民国家の不安定化/流動化といった変容を考慮に入れれば、これは当然のことであろう。歴史的にみれば、我々は既にいわばポスト帝国主義ともいいうる状況のなかにおかれおり、そうした時代における問題を、帝国主義という用語に基づき議論し続けることは、曖昧さと混乱を招くのみであると考えられる。もちろん、帝国主義という用語によって喚起されていたであろう国際的な支配関係や権力関係についての検討をなおざりにしようとしているわけではない。しかし、現状を問題とするのならば、当然ポスト帝国主義的な段階における問題として考えるべきである

³¹ トムリンソン(1993)は、この用語を構成する「文化」と「帝国主義」の双方の曖昧さについて言及している。John Tomlinson、*Cultural Imperialism: A Critical Introduction*。ジョン・トムリンソン、片岡信訳『文化帝国主義』（青土社、1993）

³² 多国籍企業と超国籍企業についての定義はRichard Gershon、*The Trans National Media Corporation: global messages and free market competition* (NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1997)、 pp.3-4 参照。なお以下文中では「多国籍」を用いるが、この用語により「超国籍」をも含むものとする。

う。ポスト帝国主義的な段階の問題を考えるにあたって、なお帝国主義というキーワードの下で考察することには、もはや無理があるだろうと思われるのである。

5-3.メディア産業のグローバル化と国民国家

ポスト帝国主義的な段階では、資本主義市場のグローバル化を通じて、多国籍企業の力が増大する。こうした動きは少なくとも 1960 年代頃から表面化したものである。宮崎によれば³³、「多国籍企業は、1960 年代以降急に有名になった」という。また、ミヨシによれば³⁴、「多国籍企業に対する国家主権の喪失が、一九六〇年代、いやそれ以前から論じられていた」。資本が特定の国家との結びつきの下で海外進出を果たしていた帝国主義 / 植民地主義の時代とは異なり、ポスト帝国主義的な資本は、まさに多国籍的である。例えば、ソニーやパナソニックといった多国籍企業は、日本に向けては日本の標準規格による地上波デジタルテレビ受像機を、また、欧州に向けては、欧州規格の地上波デジタルテレビ受像機を生産するであろう。国民国家としての日本の国益という観点からは、世界中が日本の標準規格を採用することが望ましいということになるだろうが、多国籍企業のソニーやパナソニックにとっては特定国家への帰属性は優先事項ではなく、それぞれの市場に向けて、適切な生産地でそれぞれの標準規格による受像機を生産・販売するだけである。「要する

に、超国籍企業はただ単に、研究、開発、製造、販売、広告、マーケティング、財務、税制などの全側面を考慮した上で、費用と利益を詳細に計算して操業場所を選んでいるにすぎないのである」³⁵。

こうしたポスト帝国主義の時代において、メディア産業もグローバル化しているということはいうまでもない。だとするならば、国際コミュニケーションを考える際には、情報の流れやコンテンツの国際的な流通だけではなく、

³³宮崎義一「現代企業の二面性」宮崎義一、玉井龍象、西川潤、宮本憲一『現代資本主義論』（第二版 経済学全集 30、筑摩書房、1977）p.83.

³⁴Masao Miyoshi, "A Borderless World? From Colonialism to Transnationalism and the Decline of the Nation-States," *Critical Inquiry* 19, Summer 1993. マサオ ミヨシ「国境なき世界? 植民地主義から多国籍主義への動きと国民国家の衰退」『批評空間』第 11 期第 1 号、1994）p.96.

³⁵*Ibid.*、 p.98.

メディア産業をめぐる国際的な資本の流れを無視することはできない。そしてこうしたグローバル化に対し、国民国家の側が国益という観点からいかなる方向性を示すかについても注目することが必要である。

米国商務省情報通信庁(NTIA)によれば、外国籍企業の米国内における系列のメディア企業の従業員は、1977年から1990年の間に553パーセント増加している³⁶。資本のグローバリゼーションの時代においては、コンテンツの国際競争力においてははずば抜けた存在である米国メディア企業であっても投資の対象の例外であることはできない。むしろ逆に競争力があるからこそ、米国メディア企業は投資の対象として魅力的であるのだ³⁷。NTIAは、こうした米国メディア産業への外国企業による直接投資に関して、米国経済の競争力の低下及び米ドルの下落といった米国の経済的な問題が原因であるという議論があることを認め、また、最も米国らしい、かつ生産物であり公共的に有用な情報であるメディアコンテンツの直接的な管理を外国資本にゆだねることにに関する議論があることも認めた上で、しかし、「そうした問題にもかかわらず、経済学者の間には、一般に外国からの直接投資は米国経済には純益をもたらすものだ」というコンセンサスが存在する」と述べている³⁸。

このNTIAの報告書では、メディアのグローバル化に関連する米国の国益として、経済的な利益を優先させようとしているのだということができよう。メディアコンテンツの輸出促進は米国の純輸出を増大させるためもちろん好ましいことであるが、しかしそれだけではなく、外国資本の米国メディア産業への投資促進も経済的な観点からは米国にとって好ましいものであると評価しているのである。例えば1996年電気通信法による1934年通信法の改正（放送局の外国性排除規制の緩和）も、こうした国益に関するコンセンサスを反映するものとして捉えることができるかもしれない。従来認められていなかった放送局及びその親会社の外国人役員が、本改正により認められることになったのである。

³⁶ US Department of Commerce, National Telecommunications and Informations Administration, *Globalization of The Mass Media* (NTIA Special Publication 93-290, 1993), p. 13.

³⁷ ソニーによるコロムビア・ピクチャーズ、松下によるMCAの買収参照。ただし、後者は異業種買収の失敗例であるが。

³⁸ *Ibid.*, p. 15.

米国のこうした政策的な姿勢は、ポスト帝国主義的なメディア産業政策のあり方にとって象徴的だということができるであろう。これはある意味においては、発展途上国が経済的發展を遂げるために外資を導入する姿勢と同様である。ただし、国益という観点からは、先進国と途上国におけるメディア産業の外国性排除政策には大きな違いがあると思われる。すなわち、発展途上国においては、国内産業への外資導入促進のために政情を安定させるといった目的から、政府がメディア産業をコントロール下においておくメリットがあり、従って特に言論機関の役割を果たすメディア産業に関しては逆に外資規制が維持されることは国益にかなっていると考えられるであろう。しかし一方、既に言論の多様性がある程度確保されているこうした表現には一定の保留が必要かもしれないが、先進国においては、自国民による言論機関の経済的所有の確保という公共的なメリットよりも、メディア産業の外資規制が緩和されることによる経済的なメリットの方が国益として優先されるという政策オプションも十分あり得るとも考えられるのである。

ところで多国籍メディア企業にとって、その企業が設立された国との関係はいかなるものであろうか。Gershon³⁹は、多国籍メディア企業の事業アプローチはそれぞれ異なっており、事業戦略や企業文化については、当該企業の発展や事業指針をもたらした人物の直接的な影響が大きいとするが、一方で、ソニーとベルテルスマンを例にして、設立された国のマーケットが優先され、そこが事業運営の基盤となっていることも示している。もちろん事業拡大のために米国籍を獲得するマードックのような経営者も存在する。いずれにせよ一つだけいえることは、多国籍企業がそれぞれいかなるアプローチをとろうとも、設立した国を越え世界のメディア市場において多くの利益をあげることが最優先事項であることは共通であろう。

5-4. ポスト帝国主義の時代におけるメディア産業の問題

文化帝国主義の問題は、基本的にはいわゆる南北問題である。西欧先進国（特に米国）からの、途上国への一方的なコミュニケーションやメディアコンテンツの流れを問題にするものだからである。しかし同時に、それは東西問題でもあった。例えば、ユネスコにおける新世界情報秩序の議論に関連し

³⁹ *Ibid.*、 p.4.

て鶴木は、帝国主義という言葉は、「レーニンの『帝国主義論』(一九一七)が示した資本主義の最後の段階を意味するものとしてマルクス主義的伝統の下で、一九世紀末から二〇世紀初頭にかけての国際状況を経済的および政治的に説明するためのものであった……。そのためにこの言葉(文化帝国主義を指す[筆者])は、新世界情報秩序を議論する際に支持者にも反対者にもある種の価値的予見を与えてしまうきらいがあった」³⁹と指摘している。この用語により、メディア大国である米国とそのコンテンツの輸出国との関係の問題 情報/コミュニケーションの南北問題 と、資本主義と社会主義国とのイデオロギー的対立(東西問題)の問題との混乱がそこで生み出されたわけである。こうしてみると、文化帝国主義という概念自体が、ある種の歴史性 いうまでもなく東西冷戦におけるイデオロギー的な意味合い と無縁ではなかったのだといえよう。

東西冷戦の終焉、社会主義国の消滅は、資本の全面的なグローバル化を意味する。このことは、東西問題の終焉(いわゆる「イデオロギーの終焉」)ではあるが、しかし、南北問題の終焉を一切意味しないであろう。しかし同時に、ポスト帝国主義の時代の問題として浮上してきたのは、少数の超国籍/多国籍メディア企業により、先進国/発展途上国を問わず世界中のどの国内メディア市場も支配される可能性、つまり「南」になる可能性があるということなのである。

現在、かつて無い表面的なコミュニケーションチャンネルの拡大の時代をむかえているが、一方でこうした選択の拡大は、メディア産業における資本の集中と表裏一体である。また、メディア産業のグローバル化はマルチメディア化及びエンターテインメント化と不可分で進行している。こうした時代において注目しなくてはならないのは、ジャーナリズム、あるいは公共性などというキーコンセプトの下で一定の政治的、倫理的価値を担うものとして認知され、それゆえ一定の社会的機能 逆機能をも含めて を果たしているといえるであろうマス・メディアの、さらなるグローバル化の時代における地位の変容といった問題である。また情報技術の進歩は、メディア産業の定義自体をも変容させ(「マルチ」メディア産業!)、新たなメディア企業が新た

³⁹ 鶴木真「「情報政治学」への試論的考察 「新国際情報秩序論」と「新世界情報秩序論」を手掛かりとして」東京大学社会情報研究所編『社会情報と情報環境』(1994)、p.86.

な事業アプローチをもってグローバルに活動することにもなろう。

資本の運動は、国民国家とは相互関係を持ちつつも基本的にはその利益からは独立したものである。ポスト帝国主義の時代における多国籍企業の活動は、ますますその事実を浮き彫りにしている。様々な問題が指摘されつつもこれまでメディア企業の果たしていたであろうある種の社会的役割が、今後どのようなようになるのかについては、21世紀における重要な問題となることが予想され、メディア産業の活動及びそれに対する国民国家の側の反応を注意深く見守る必要があると考える。

なお、本論は、「文化帝国主義」という概念を構成する「帝国主義」という政治的、経済的概念に対する注目から議論を進めた。一方、この用語を構成するもう一つの「文化」の側からの国際コミュニケーション論の検討は、また今後の課題である。(椎名達人)

【参考文献】

- Curren, J. and Park, Myun-Jin. (2000) *De Westernizing Media Studies*. London: Routledge.
- McAnany, Emile G. and Kenton T. Wilkinson, ed. (1996) *Mass media and free trade : NAFTA and the cultural industries*. Austin : University of Texas Press.
- Thompson, Kenneth ed. (1997) *Media and cultural regulation*. London : Sage.
- 上原伸元 (1999) 「アジア太平洋地域における衛星放送の制度と現状 (その2) 衛星通信及び衛星放送事業者の動向」『ITUジャーナル』1999年2月号, pp.42-45. 『海賊版ビジネスの世界』別冊宝島365号、1998年。
- アナベル・スレバーニ-モハマディ「国際コミュニケーションにおける「グローバル」と「ローカル」」J. カラン, M. グレヴィッチ編、児島和人, 相田敏彦監訳『マスメディアと社会：新たな理論的潮流』(勁草書房, 1995)
- 放送文化基金(1997)『「アジアからの発信」報告書・資料編』

【中国語文献】

- 趙玉明・王福順編『中外広播電視百科全書』(中国広播電視出版社、1995年)。
「我国広播電視法制工作邁上新台阶」『人民日報』1997年9月2日付。
明安香「新聞伝播覇権主義的充分暴露」『新聞出版報』1999年6月28日付。