

民主化後に新展開を迎えたモンゴルのテレビシステム — 5つの全国向け地上波テレビ放送局を中心に —

李 恩敬*

本稿は、社会主義から民主主義・市場経済社会への移行期にあるモンゴルのテレビシステムに関する研究である。民主化革命後、新聞メディアに起きた変化やジャーナリズム性に関する研究はあったものの、それ以降、テレビメディアに関する研究は少ない。しかし、民主化直後とは違い、テレビが第一の情報源となった現在、地上波テレビだけで15局が存在するなど商業テレビ局の増加が目立つ。本稿ではモンゴルのテレビシステム研究の第一歩として、比較放送システム論の分析枠を用いて5つの全国向け地上波テレビ局の経営首脳たちとのプロフェッショナル・インタビュー調査を実施した。計量的内容分析の方法を用いてインタビュー内容全体を概観し、モンゴルのテレビ放送においても注目すべき事柄を明らかにすることができた。その結果、モンゴルのテレビ放送において、①知識や情報が得られるニュースやドキュメンタリー番組編成に力を入れている点、その中でも②ニュース番組は広告獲得のための有効な手段になっている点、最後に、③テレビ局は民主主義社会におけるジャーナリズム性の理想は持っているが、現実には資金調達のため政党とつながりがあるという3つの知見が得られた。

キーワード：モンゴル、テレビ、民主化、比較放送システム論、ニュース番組

1. 研究の背景と目的

東アジアに位置するモンゴルは旧ソ連に次いで1921年に世界で2番目の社会主義国家となり、1989年の旧ソ連と東欧の激動期とともに民主化時代を迎えた。社会主義から民主主義に社会体制が急転換したのである。70年間にわたって旧ソ連の影響下で社会主義体制にあったモンゴルは社会体制が閉鎖的だったという理由で、今まで世界にあまり知られる機会がなかった。

日本でモンゴルの大相撲力士たちが大活躍し、日本社会でモンゴルという国が少しずつ関心を浴びるようになったのは最近のことである。

社会主義体制から民主主義体制への移行があり、また同時に市場経済社会に移行する過渡期にあるモンゴルでは、政治、経済など、社会のあらゆる面で大きな変化や混乱が起きていると予測される。その中でメディアの変化も避けられない。むしろ、今のモンゴル人にとって最大の情報源と娯楽提供の機能を果たしているテレビに起きている変化は注目に値する。

国家のために機能してきた国営テレビは2005年に公共テレビへと転換した。そして、民主化

* 立命館大学大学院社会学研究科博士後期課程

後の1990年代に2つあった民営放送局は、2000年に入ってから急激に増加し始め、2011年現在では、地上波テレビ局だけで15に至っている。

国の面積は日本の4.2倍と広大な一方で、モンゴルの人口は全体で約270万人。日本の人口の50分の1に当たる。この割合から地上波テレビ局数を考えれば、テレビ局は国際比較の上でも多いと言える。このような状況の中、民主化後のモンゴルメディアに関する変化をたどり、特に現在のモンゴルにおいて第一の情報源として代表的なメディアと思われるテレビメディアの実相を明らかにすることが本論文の目的である。

最近、日本でもその需要が高まっているレアアースを含め、モンゴルの豊富な地下資源に対する世界各国の関心が高まっている。市場経済社会国家の一つとして世界の舞台に踊り出てきた民主化後のモンゴル社会を理解することは、特に同じ東アジア圏という地理的な近接性からみても、今後の日蒙相互協力のためにも必須不可欠なことになるだろう。

メディアは社会を反映する鏡ともいわれる。モンゴルのテレビ放送に関する最近のものとなる本論文は、モンゴルのテレビメディアに関する資料や論文が少ない中、民主化後のモンゴルのテレビ放送について、また、モンゴル社会そのものを理解する貴重な資料の一つになると考える。そして、北朝鮮のように現在は社会主義あるいは独裁政権体制下にあるが、これから社会体制変化の可能性がある国々のテレビ放送における新展開を予測するための一つの参考として貢献できると考える。

2. 民主化後のモンゴルのメディア状況

まず、民主化以降、テレビを含めてメディア

業界全般の変化様相を確認してみたい。

1999年の時点で法務・内務省で登録されていたメディア関係業社は合計1130社であった。そのうち190社だけが事業を維持・継続しているとみられる。それが2009年には、その2倍にあたる385社まで増加した。そのうち110社が新聞、90社が雑誌、82社がテレビ、76社がラジオ（そのうち68社はFMラジオ）、そして27社がケーブルテレビである。

図1をみると、新聞が2007年から急激に減少している一方、他の各メディアの数は全体的に伸びている。ラジオ、テレビ、ケーブルテレビなど電波メディアが持続的に増加している中、特にテレビ局の増加が目立つ。1999年から2009年までの10年間で、首都ウランバートルのテレビ局とローカルテレビ局、全国向けテレビ局を合わせた全国のテレビ局は27局から82局まで急増した。首都ウランバートルのテレビ局は4局から27局まで、ローカルテレビ局も22局から49局へとそれぞれ増加した。また、全国向け地上波テレビ局は国営テレビ1局しかなかったが、2007年には6局にまで増加した。テレビオーナーシップは、*Mongolian Media Today*によると、2009年時点で、全国テレビ局82局の約90%が民営、6%が国営、残り4%が公共およびNGO経営で運営されている。なかでも、民営の約36%がウランバートルの首都圏放送局、57%がローカル局、残り7%が全国向けテレビ局である。

全国向け地上波テレビは6局ある。まずモンゴル初のテレビとして1967年設立の時から国営テレビMNBは、2005年に公共ラジオ・テレビ法（Law on Public Radio and Television）が制定されるとともに公共テレビに転換した¹⁾。そして民放はUBS, MN25, TV5, TV9の4局が

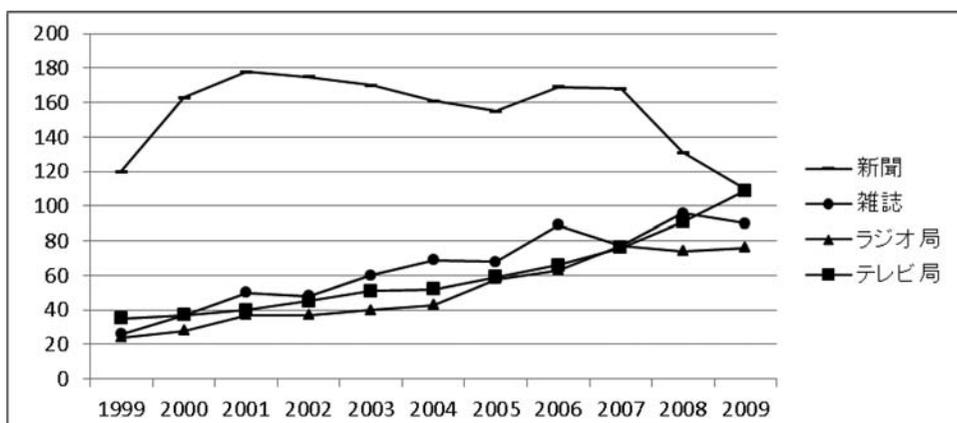


図1 モンゴルの各メディア数の変化推移

注1 : Press Institute of Mongolia が毎年発行している *Monitoring Mongolian Media* のデータをもとに作成。

2 : テレビ局数はケーブルテレビ (27局) を含めた数値である。

あり、2007年に教育テレビチャンネルで公共放送としてスタートしたボラブスロール (Bolovsrol) がこれに加わった。全国向けのテレビ局以外に、首都ウランバートル向けのサービスを行う放送局として、アメリカ資本で福音伝道のために設立されたイーグルテレビ (Eagle Broadcasting TV) をはじめ、C1TV, NTV, STV, TV8, TMTV, BTV などがある。

3. 先行研究の検討

(1) モンゴルのメディアに関する研究

モンゴルのメディアに関する研究のうち多くを占めるのは、社会主義国家モンゴルが民主化された点に焦点をあてた‘民主化後の新聞の変化’に関する資料や報告、論評である。ここではその内容と傾向を検討してみたい。

1990年には、約70年間にわたり、人民革命党の一党独裁が続いたモンゴルに替わって、初の野党「モンゴル民主党」が発足した。その後「社会民主党」など、続々と新しい政党が誕生した。民主化とともに初めて与えられた言論の

自由は新聞の増加につながった。さまざまな政治・社会的な運動が起こり、政治団体、連盟、党などが結成され、その機関紙が相次いで創刊された (鈴木, 1993)。

その結果、民主化以前に30から40あった新聞が、民主化直後の1990年から1992年にかけて、政府に登録された新聞や雑誌数が300にまで増加した。政府の機関紙だけでなく多様な新聞が登場することによって、広告、求人案内、TV番組、星占いなど、新聞が扱う内容も多様になった。

その反面、当時までは社会主義体制の中で人権の概念がなかったことから、取材対象者の人権を無視した記事が新聞の主流で、取材をしたり裏を取ることはほとんどなく、中傷・デマ記事によって名誉を失った人も少なくなかった (松田, 1997)。日本での芸能人をターゲットにした週刊誌のゴシップ的な記事が一般紙に堂々と掲載されることもあった。

一方、旧ソ連離れによって、今まで旧ソ連に依存してきた経済構造をはじめ社会インフラ全般が不安定になり、紙の輸入減少への影響や、

印刷設備の不備、電力不足などが原因で、創刊号のみで廃刊となる新聞も多かった（鈴木、1993）。

1995年の後半から新聞用紙が大量に出回るようになる。性風俗新聞が街頭売りの大部分を占めることになり、過激なヌード写真が堂々と一般紙に掲載された。ゴシップ新聞や性風俗新聞の台頭などが民主化以降の新聞の傾向としてみられる一方、人民革命党のメディア独占およびコントロールなどの現象もみられた（松田、1997; Lowe, 1997b; 澁澤, 2001）。

モンゴルのメディアにおける民主化の実現が難しい理由として、社会的・経済的環境が民営のマス・メディアを維持していくだけの十分な条件を備えていない点、つまり総人口に対する都市人口の比率が低いこと、人口の半数が遊牧民であること、首都と地方都市を結ぶ道路などのインフラシステムが整っていない点をあげることができる。

もう一つは政治家や役人、ジャーナリストの中に残る社会主義時代からの古い体質、すなわち権力を握るものはメディアをコントロールしようとする傾向があり、旧世代のジャーナリストは依然として政府当局の指導に頼りたがること、若い世代のジャーナリストの訓練不足から無責任な記事作成がみられる点が指摘された（藤田、1998b）。

一方、新聞メディアが数的には増加した反面、質的レベルでみるジャーナリズム性に乏しい点も複数の研究者から共通に指摘されている（松田、1997; Lowe, 1997a, 1997b; 藤田、1998b）。その原因の一つ目は、ジャーナリストたちの資格や才能、能力問題、そして二つ目は政府や公的機関の情報公開への認識不足から、（取材や報道によって）国民が事実を知る環境が整って

いない問題が指摘された（松田、1997; Lowe, 1997a, 1997b）。

ジャーナリストの資格や能力問題の具体的な例として、人権尊重など‘責任を伴う’自由な言論への理解不足と、事実（fact）と意見（opinion）が区別できていない記事作成がある。同時にニュース価値判断力の乏しさ、つまりニュース価値をもつ重要な事件を取り上げることができるというニュース感覚が不足している点も指摘されている（Lowe, 1997a, 1997b）。

しかし、近年のモンゴルメディア環境の特徴として、新聞が減少する一方、テレビ局の増加が目立つが、モンゴルメディアに関する資料や報告は民主改革後の新聞メディアの変化にとどまり、テレビ放送に関する研究はあまりみられない。その中、澁澤（2001, 2002）と前田（2003a, 2003b）は2001年8月25日から9月1日にかけてモンゴル現地で主な新聞社や放送局を訪問し、関係者20人を対象としてヒアリング調査を行った。その結果について新聞関係者とのヒアリング内容、ラジオやテレビ関係者とのヒアリング内容を別々に分けて報告している。特に前田のテレビ関係者との詳細にわたるヒアリング調査の結果は、モンゴルのラジオとテレビについての多様な情報を提示していることで大きい成果と言えるが、インタビューの質問と答えがそのまま調査報告の形式で記述されていたため、モンゴルテレビのシステムを体系的に把握するに至らなかったとみられる。

(2) メディア・システム研究

モンゴルのテレビメディアを理解する際に、まずモンゴルのテレビシステムを明らかにする必要がある。メディアが成り立っている仕組みをメディア・システムと言うなら、テレビシステ

表1 メディア・システムを規定する5要因

規定要因	特記説明
コントロール	国管理, 公益法人, 協力, パートナーシップ, 個人所有, 企業支援
資本(資金)	ライセンス料, 一般税, 広告と税の組合せ, 広告, 個人的支援
番組編成	娯楽, 教育, セールス, 文化, 政治, 廉価な番組調達
対象者(ターゲット)	エリート, 大衆, 特化された対象
フィードバック機能	フィールドワーカーの報告, 視聴者参加, 視聴率・調査, 批評家レポート

出典: Wells, A. (1974), p.8.

ムというのは、テレビ放送を成立させるための全体的な仕組を指している。メディア・システム研究は、政治体制や経済構造の要因を中心にメディア・システムを論じるものが多い(Siebert, Peterson, Schramm, 1956; Merrill & Lowenstein, 1971, 1979; Hachen, 1981; Picard, 1985; Altschull, 1995; Hallin & Mancini, 2004)。これらの研究は各国のメディア・システムを類型化することに焦点が当てられており、実証的な調査を行うことには限界があると指摘できる。その中で、比較放送システム論は、常に変化する電子メディアの状況を実際的で多様な面から把握することに重点が置かれており、実証的な調査に基づき放送システムの実相を明らかにする研究に適用することにおいて有用である。

比較放送システム論の第一人者である Browne は、この枠組みに沿ってフランス、オランダ、旧東ドイツ、旧西ドイツ、旧ソ連、日本の6か国の放送システムを *Comparing broadcast systems: The experiences of six industrialized nations* (1989) の中でまとめた。Browne の枠組みは、その以前、Wells (1974) が主張した「メディア・システムを規定する5要因」を基にしたものである(表1)。

Browne はこの5つの要因を受け継ぎ、(1)放送を取り巻く基本的な要因 (basic factor), (2)資金、または運営のための費用調達

(financing), (3)放送に関わる監督、支配、そして内的・外的な側面からの影響力行使 (supervision, control, and influence), (4)コミュニケーション政策 (communication policy), (5)放送と視聴者間のやりとり、および相互作用 (broadcaster- audience interaction), (6)番組編成 (programming) の6つの枠組みを提示した。この6つの枠組みを採用することで、放送に関わる監督・支配項目により政治体制とメディアの関係を、資金調達項目により経済構造とメディアの関係を理解できるとともに、番組編成や放送と視聴者との相互作用の状況なども把握でき、放送メディア状況をより実際の多面的に理解することができる利点がある。

また、比較放送システム論は理論やモデル作りではなく、世界各国の放送システムの独自性を導くことにその目的と意義がある。このような比較放送システム論の意義と目的は、現代モンゴルテレビ放送の実相を把握し、モンゴル独自の特徴をつかみたいという本研究の目的に適合する。

本論文では、モンゴルテレビ放送研究の第一歩として、比較放送システム論の分析枠を採用し、多角的にテレビシステムの現状を把握した上で、民主化後のモンゴルのテレビ放送に起きている変化を明らかにしていきたい。

4. 調査概要

(1) 調査対象と調査方法

全国向け地上波テレビ6局の中で、今回の調査対象としたのは教育テレビを除いた総合編成チャンネルの5局である。公共放送1局と民放4局を2008年9月1日から9月15日までの間に訪ね、放送局業務全般について詳しく把握していると考えられる経営首脳を対象にプロフェッショナル・インタビュー調査を行った。今回のインタビュー調査は、テレビ局の経営に関わっている立場からみた具体的な事情を把握することに焦点をあて、Browneの6つの研究枠組みの中で政府所管の要因となるコミュニケーション政策を除いた5つの枠組みに限定して質問を行った。

5つの質問項目の中で1番目の「放送を取り巻く基本的な要因 (basic factor)」は、比較放送システム論の中ではその国の地理、人口、言語、経済、政治、歴史などの基本情報を意味するが、今回はそれぞれの【局の特性】に代えて質問を行った。【局の特性】についての質問は、「放送局の設立の経緯」、「主に放送する番組ジャンルなど放送局の特徴」、「放送局の社員数」などである。ここで、全国向け地上波放送局5つの「局の特性」を簡単に説明する²⁾。

① MNB (Mongolian National Broadcaster) 【従業員約1,300人】³⁾

モンゴル初のテレビとして1967年9月に旧ソ連の援助で首都ウランバートルにテレビセンター (Mongolian TV Centre) が建設され、実験放送を開始した。その後、ウランバートルでは3系統の放送が存在し、1つはナショナル番組

と呼ばれる国内番組の「総合第1テレビ放送」、第2テレビは通信衛星利用システム「オルビータ (ORBITA)」による旧ソ連番組の放送チャンネルで、第1テレビが全国向けである一方、第2テレビは首都ウランバートルを含めた三大都市向けの放送である。第3テレビはオルビータFMとも呼ばれ、ウランバートル周辺の農村向けの放送である。1990年に民主化運動が起き、民主主義体制に社会体制が転換した後は、テレビ放送が第1チャンネルと第2チャンネルの2系統となり、第2チャンネルではこれまでのソビエト番組の代わりに、米CNNの番組なども放送するようになった。インテルサット (Intelsat) 衛星を使用して各地方局向けの番組を配信しており、全国のおよそ80%をカバーしている。2004年までは国営放送局として主に政治関係の番組に力を入れたが、2005年に公共ラジオ・テレビ法の制定とともに公共テレビに転換してからは、番組の内容にも幅ができていく⁴⁾。

② UBS (Ulaanbaatar Broadcasting System) 【従業員112人】

1992年にウランバートル市が所管する市営テレビ局として設立され、2005年に民営化された。エンターテイメント、情報、ニュース番組を中心に放送している。最近では番組の再放送事業として、教育と娯楽を中心としたケーブルテレビチャンネルUBS-2も運営している。韓国の教育テレビEBSと共同でドキュメンタリー番組を制作するほか、日本のローカルテレビ局と交流し日本の情報を番組として提供するなど、海外のテレビ局との交流を比較的活発に行う。

③ MN25 (従業員120人)

アメリカ資本のキリスト教福音伝播の目的を

もったイーグルテレビや市営テレビとは違って、モンゴルで本格的に商業放送を始めたモンゴル商業テレビ放送の嚆矢ともいえる。1996年に設立。日刊紙「ウヌードル (Unoodor)」や英字新聞「The UB Post」も所有している複数メディア所有グループのモンゴルニュース株式会社が運営している。ニュース、映画とエンターテインメント・ショーなどの娯楽番組が中心で、美術など芸術番組にも力を入れている。ケーブルテレビチャンネル MN25-2 も運営。

④ TV5 (従業員80人)

公共テレビになる前の MNB が政府に属したテレビとして政府関連の限られた情報を発信したことに反発し、さまざまな情報を自由に発信する目的で2003年に設立された。視聴者の関心を最優先とした番組編成を行う商業放送チャンネル。ニュースとスポーツに主に力を入れており、モンゴルで初めて2004年のアテネオリンピックを生中継で放送した。また、モンゴルで初めてインターネット放送サービスを行った。ケーブルテレビチャンネル TV5-2 も運営。

⑤ TV9 (従業員150人)

TV5と同じく2003年に設立された。視聴者のニーズに応える番組放送を迫及している。現在モンゴルの若者たちがもっとも関心をもつ分野がスポーツという視聴者調査の結果をもとにスポーツ放送をほぼ毎日編成している。モンゴルの競馬や伝統スポーツ祝祭のナダムの行事をはじめ、日本の大相撲も放送している。モンゴルで唯一24時間放送サービスを行うチャンネル。また、仏教を発展させるための情報を放送する目的で、仏教団体から支援をもらい仏教関連の放送を毎日30分以上提供している。全国向けテレビチャンネルとしては唯一の宗教色をもつテレビ局。ケーブルテレビチャンネル TV9-2 も

運営。

インタビュー調査における質問のテーマとキーワードは以下のとおりである。まず①【局の特性】、それに加えて、②【監督・支配・影響力、組織運営】関連で「最高意思決定権者、政府の事前検閲、放送後の政府からの不利益、関連政党」、③【資金】関連で「収益の種類・形態(広告、国家補助金、個人寄付金やスポンサーなど)、主な収入源、番組スポンサーの番組への影響、放送設備や装備の調達」、④【番組制作・編成】関連で「主に力を入れている番組ジャンル、海外番組の輸入経路など調達方法、広告放送、政府批評番組、自主制作番組と海外番組の編成比率」、最後に⑤【視聴者との相互作用】関連では「視聴者意見が反映される番組、番組評価制度、番組内容に対する視聴者苦情処理」となっている。

インタビュー対象者と実施日などに関する内容は表2のとおりである。

インタビュー対象者が局長や副社長など経営首脳だったため、1回の面接でインタビューを終えられなかった場合は、日を改めて2回に分けてインタビューを行った。インタビューは、9月2日(火)のUBSでのインタビューだけ当時ウランバートル市内の大韓航空社で勤務していた協力者の韓国語通訳で行い、それ以外の全てのインタビューは現地でJICAの通訳を担当していた協力者を得て日本語で行われ、インタビュー内容はインタビュー어의許可を得た上ですべて録音した。

項目別の質問は事前に用意したものの、必ずしも順番どおりに質問と応答は行われていない。場合によってはインタビュー어의話の流れに沿って順番を前後させてインタビューを実

表2 5つの全国向け地上波テレビ局でのインタビュー対象者と実施日

機関名	インタビュー対象者	実施日	場所
MNB（公共）	ムンフバートル副局長	2008年9月5日（金） 午後2時～午後4時	局内の執務室
MN25（商業）	アユラ芸術部監督 （プロデューサー）	2008年9月12日（金） 午後12時～午後12時30分	局内の 映像チェック室
	アマルザルガル マーケティング部部长	2008年9月12日（金） 午後12時40分～午後1時50分	局内の執務室
UBS（商業）	バヤル副社長 （アート担当）	2008年9月2日（火） 午後4時30分～午後5時25分	局内の執務室
	バヤル副社長 （アート担当）	2008年9月8日（月） 午後6時～午後7時30分	市内のレストラン
TV5（商業）	サランゲル局長	2008年9月10日（水） 午前11時～午後12時30分	局内の会議室
TV9（商業）	エンフバト局長	2008年9月3日（水） 午後2時～午後3時20分	局内の執務室
	エンフバト局長	2008年9月9日（火） 午前11時30分～午後12時10分	局内の執務室

施した。インタビューは一つの局で約1時間半から2時間半行った。ただ、MN25だけは、番組編成について芸術番組担当のプロデューサーと、またそれ以外の質問についてはマーケティング部部长とインタビューを行い、それ以外の局では1人のインタビューイが応じている。

(2) 分析方法

今回は5つのテレビ局のインタビュー内容を単に項目別に記述する形式を避けるため、計量テキスト分析手法を用いてインタビューデータの内容分析を行った。

計量テキスト分析手法の利点は、第一に、大量のデータが扱えることである。膨大な量のデータを扱う場合、データを読み進めながら理解を積み重ねてデータの全体像を把握することが難しい。コンピュータを用いることで、「偏った、不完全な、そして非常に選択的な印象を形

成しがちな」データ解釈において、データの多様性、種類、分布などについての全体像が得られる。データのなかのそれぞれのトピックの関連がわかり、質的にしか表現できない記述を効果的に探し、それを生かすことができる。また、データ中から引用・解釈すべき部分の選定のための助けとして、計量的手法によるデータの探索・要約が役立つ。

2番目にあげられる利点は、質的データ分析における信頼性を高めることである。ここでいう信頼性は、確実性（dependability）のことであり、反復しても同じ結果が出るということの意味する。同じデータを異なる研究者が分析した場合に同じ結果が得られるとは考えにくい。このように実際には、質的調査において信頼性は厳密には成り立たないが、ある研究者がたどったデータ分析の仕方などの過程を他の研究者もたどることができる場合に dependability が

成り立つとする。この信頼性は、計量テキスト分析では、データ中の単語を抽出し、単語にコードをふる段階では、反復してもまったく同じ結果になり、手作業によるコーディングや他の質的データ分析よりは監査可能で信頼性が高いといえる⁵⁾。

今回は、より適切にデータを分析するために、日本語テキストを単語単位で分析するソフトウェアを利用し、データ全体の様子を客観的に示した上で、計量的分析だけにとどまらず、得られた手がかりからデータの内容を確認しながら解釈を進めた。

まず、データ全体の様子を把握する意味で、5局のインタビュー内容全体の中でどのような単語が多く出現したかを確認した。本調査のインタビュー内容が、テレビシステムの構成要素に関する質疑応答をもとに行われたことを考えると、モンゴルの全国向け地上波テレビ局のテレビシステムにおける中心的なキーワードは何かを確認する作業にもなる。

また、項目ごとに特に多く出ているキーワードを確認し、そのキーワードがもとのインタビューデータの中でどのように使われているかを確認しながら解釈を行う形で、項目ごとのインタビュー内容を整理した。

このように量的方法と質的方法を循環的に使用することによって、モンゴルのテレビシステムを理解する際に注目すべき事柄に近づくことを目指した。

5. 分析結果と考察

(1) インタビュー内容で多く出現した語

まず、5つのテレビ局のインタビュー内容でもっとも多く出現した語をみると表3のよ

うである。表3は、上位30位までの頻出語リストである。

「放送」、「番組」、「モンゴル」、「テレビ」などが上位を占めていることは想定内だが、一方で番組編成との関連が予想される「ニュース」や「映画」、そして資金との関連が予想される「広

表3 多く出現した語30位

抽出語	出現数
李	387
放送	341
番組	340
モンゴル	148
テレビ	125
作る	118
今	112
自分	109
思う	107
広告	88
ニュース	84
政府	84
映画	77
見る	74
言う	69
お金	68
視聴	68
出来る	67
時間	66
調査	66
場合	64
機関	62
行く	59
関係	54
局長	50
スポンサー	49
日本	49
情報	48
テレビ局	45
ロシア	44

注1：頻出語が使われたインタビュー内容前後の文脈を把握するため、質問内容も含めて入力。インタビューアである筆者の質問に含まれている言葉もカウントしている。

2：表のトップにある「李」は筆者の名前。発言者の名前の頭文字として多く出現している。

告」や「お金」、監督・支配との関連が予想される「政府」などの語が上位を占め、多く出現している。テレビチャンネルの増加に伴い、番組編成に力を入れていることや、経営資金の確保、そして政府など政治権力との何らかのかかわりなどが重要な話題になっていると予想できる。

「日本」も頻出語リストの中にみられるが、これは日本政府が無償で日本の番組、特にNHKのドキュメンタリーを提供しているという内容で、公共放送MNBのインタビューに多く出てきた。また、モンゴルの状況を説明する時、質問者が研究している日本のメディア状況

はどうかを聞かれた関連で出現しているものもある。

(2) 各項目で語られた内容

各項目に特徴的な語や項目間の内容の類似度を一望するため、対応分析を実施した。各項目に多く出現した特徴的な言葉を調べるため、ここからは、項目ごとに回答を整理したデータを利用する。データ中に出現する単語数を10から50までの幅で調整しながら比較した結果、大きな変化がみられないことから、ここでは頻出語の傾向を一望するに適切な水準の20に設定した図で説明する。

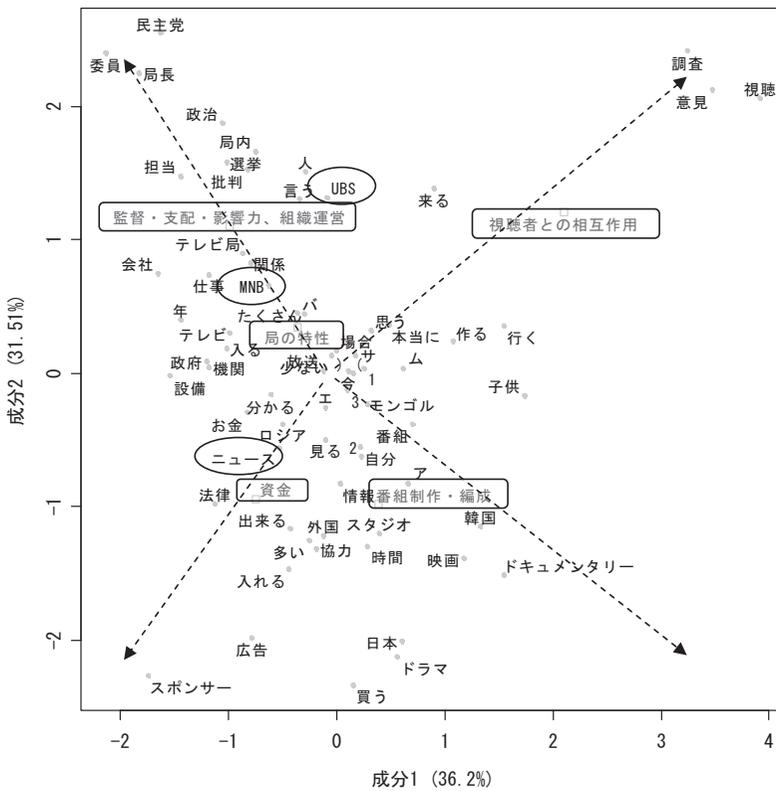


図2 最小出現語数20の場合の対応分析

注：語と質問項目の関連を少数の成分（次元）にまとめることを目指すのが対応分析である。図2のパーセンテージは、それぞれの成分が語と質問項目の関連をどれぐらい説明できるかを示す寄与率である。

まず、図2をみると、【監督・支配・影響力、組織運営】、【資金】、【番組制作・編成】、【視聴者との相互作用】の4つの項目がそれぞれの4つの方向に位置している。【局の特性】はさまざまな話題を含んでいることから原点に近く位置していると予想される一方、その中でも組織運営と重なる内容がより多かったことから【監督・支配・影響力、組織運営】と同じ方向に位置したと考えられる。

もう一つは、各項目の方向に沿って原点から遠く離れれば離れるほど、その項目内容の中で多く出現し、項目特徴をもっとも表すキーワードといえる。【監督・支配・影響力、組織運営】と関連が強いキーワードとなるのは「民主党」、「委員」、「局長」、「政治」である。

このキーワードが含まれている内容を確認してみたところ、「政府や民族について国民に広く伝えなければならない放送機関なので、政府、国会関連の内容も含めて、与党の人民革命党と同じく野党の民主党についても平等に放送している」(MNB, UBS)、「政党から番組放送の要請があり、民主党が民主党関連内容の放送をしたい場合はお金を払って放送しているので、政治・政党関連で外部から特に不満はなく、政府や与党の人民革命党に偏った放送はしていない」(UBS)との発言だった。また、「局内には委員会があり、組織運営に関することや番組編成の計画を報告し、番組をチェックする委員会などがある」(MNB)、「政治・政党関連報道で特定の政党からその政党関連の番組を放送したいという要請がある。政治関連で特定の政党に属さないようにしている」(UBS)との内容の一方で、「選挙の時期には選挙放送をすることが資金確保に直結するので、政治・選挙関連の番組が急増する傾向がある」(UBS)な

ど、政治関連報道ではテレビ局が保つべき独立性と、経営・維持のための資金確保の問題が互いにかみ合っている状況がみえてきた。

2番目に【資金】と関連が強いキーワードは「広告」と「スポンサー」である。

「テレビ局同士の激しい競争から生き残るために広告をたくさん放送するようになる」(UBS)、「商業性が目立つテレビ局のニュースは、ビジネスニュースという企業宣伝ニュースが多い」(TV9)、「不動産物件を紹介する広告があり、テレビ広告でその物件が売られると、その収益の一部を収入としてもらっている」(TV9)、「8割程度が広告収入である」(MN25)など、民放は広告収入が主な収入源である一方、「公共放送 MNB は公共放送法律上、広告が禁止されている」(MNB)という内容から、民放と公共放送の資金調達構造が対極にあるといえる。

そして、「MNB の場合、全国をカバーできる強みから、文部省や自然環境省など政府機関から頼まれた番組を作って放送する場合、ある程度お金をもらう」(MNB)、「設立メンバー6人が今も管理職で働いているが、金銭的にサポートをしている」(MN25)、「スポーツ番組の場合はスポンサーがよくある。オリンピックの時に銅山工場や銀行からスポンサーに提供してもらった」(TV9, TV5)、「番組をみて、企業の社長らとその番組が気に入ったら、自ら連絡してスポンサーを要望する傾向がある」(TV9)、「スポンサーにより収益がたくさん増えるということはない。ただ番組制作に使うだけである」(TV9)などがある。

民放の場合、番組によって企業スポンサーからの資金が制作費用として使われることがある。また、公共放送 MNB は、2005年7月から

「公共ラジオ・テレビ法」により、受信料、政府からの援助、そしてMNBのインタビューは広告が禁止されていると述べたが、実は、部分的に広告放送も行われ、広告費も運営費として充てることができる。受信料（2010年時点で1世帯当たり約80円）が4割、政府からの支援金が4割、その他2割を自主調達収入に頼っている。その他2割収入には国際機関の援助や国内外人の寄付金、放送機材のレンタル、そして広告費が含まれている。公共放送MNBは、受信料だけでは運営が難しい状況下で、政府機関や銀行などからもスポンサーとしての資金を得ており、不足する事業運営資金を調達しているとみられる。

3番目に【番組制作・編成】の項目と関連が強いキーワードは「ドキュメンタリー」、「買う」、「ドラマ」、「日本」などである。

「日本のドキュメンタリー映画は日本政府の協力により無償で提供してもらっている」（MNB, UBS）、「2006年からは国連を通してBBCのドキュメンタリーを提供してもらった」（TV9）、「ドキュメンタリー映画を放送する理由は、海外のドキュメンタリー映画だとしても、その国の科学的、知識的なものが含まれているので、誰がみても知識を得ることができるからである」（MNB）、「ドキュメンタリーはモンゴル人にとって本当に役に立つ情報がたくさんある。科学、例えば自然環境をどう守るか、ゴミ問題をどうすれば良いか、発展した国の場合、自然保護に成功したケースもあれば、経済は発展した反面、自然は破壊されたケースもあり、それを国民に知らせたい。国民もこのような番組が好きだ」（TV9）などの発言があり、現在のモンゴル、これからのモンゴルのために有益な情報、知識を得る目的で、日本やイギリス

の優れたドキュメンタリー番組をよく放送している状況がみえてきた。

そして、「海外映画やドラマはその国に行って購入している」（MNB, TV5）、「海外ドラマを正式に購入しようとする値段がとても高い。しかし、例えばKBSなら韓国のKBSに直接行って、協力者を紹介してもらって協力関係者として契約をしたりすると安く買える。番組交換の形もある」（TV5）、「韓国ドラマを多く放送している。これは視聴者が求めるからである。韓国ドラマの高い人気の理由は、韓国の習慣がモンゴルと似ていること、そしてモンゴル以外に日本、台湾、タイなどアジア地域で広く韓国ドラマブームがあったことと同じ理由で、韓国ドラマが海外販売を狙って高い企画力と競争力で制作されたことが考えられる」（TV5）、「韓国ドラマだけでなく、アメリカ、ロシアドラマもよく放送している」（TV5, TV9）との内容から、アメリカの商業性の強いドラマや70年間文化を含めて社会のさまざまな面で影響を受けてきたロシアのドラマ以外にも、同じ東アジア文化圏の国で、親しみが持てる最新の韓流ドラマを中心に韓国の番組が人気多く放送されていることがわかる。

一方、このような海外番組は日本のように政府レベルの協力で無償提供してもらおうか番組交換形式で調達していて、正式に定価で購入することはまだ難しい現状も浮かびあがってきた。現在、モンゴルのテレビでは、海外ドラマの外国語音声の上にモンゴル語の音声吹き替えをかぶせて放送している。結果として、番組中に二つの言語が同時に聞こえる。正式な吹き替え技術処理がなされておらず、外国語言語がそのまま残っているのである。この点から、正式な番組購入はなく、類推だが、インターネットから

ダウンロードした海外ドラマを著作権処理することなく放送しているのではないと思われる。インターネットからの番組入手に関して、インタビューの中では直接言及されなかったが、キーワードとして現れた「買う」という語が出現した部分を確認してみた結果、海外映画やドラマを正式に買うという点について、不自然な発言内容が多くみられている。国際的なテレビ研究のインタビューに対し、特に著作権の公正さを改めて強調してみせようとしたとも受け止められる。筆者がモンゴルの現地調査で海外ドラマを視聴してみたところ、もとの外国語音声とモンゴル語の音声吹き替えが多重放送処理されることなく流されていることが確認できた。海外ドラマや映画が視聴者に求められ、多く放送せざるを得ない一方で、費用の問題で視聴者のニーズに応じられる番組調達が難しい現在のモンゴルテレビ局が抱える困難な状況を読み取ることができる。

最後に【視聴者との相互作用】と関連が強いキーワードは「意見」、「調査」、「視聴」である。

視聴者が電話で参加するか、スタジオ傍聴客の意見を聞く番組は5つの放送局でほとんど制作・編成されている。

公共放送MNBの場合は、「視聴者からの意見をもらう受付部署がある。電話、手紙、携帯電話のメッセージ、あるいは放送局に直接来て意見を言う」、「視聴率はどれぐらいかを把握する番組調査部がある。視聴者がどんな番組を視聴したかなどの情報を毎週調査部が調査し、レポートとしてまとめる」、「テレビと視聴者が直接会う場もある。例えば、地方のある県について放送するためその県に行った場合、さまざまな分野について取材をするが、その後、「視聴者の時間」という県の住民と一緒に話し合う時間

をもつ。その時に調査部が取った記録をもとに番組を作ろうと考えている」など、視聴者意見が放送局に届けられるルートがあるとともに、視聴者の番組視聴行動について調査を行う調査部が別に存在していて、視聴者からのフィードバック、視聴者との相互関係を念頭においていることが感じられた。

一方、民放の場合は、Press Institute of Mongoliaが行う視聴率調査からデータを入手する以外に独自で調査を行うことはなく、必要によって視聴者対象の調査を行うことはある。そして視聴者から意見を電話で受け付けるルートは持っている。

MNBは公共放送法により、公共放送として国民に多様な番組を提供する義務が定められているため、一般放送法がない中で自由に番組編成を行っている民放に比べ、視聴者との相互関係を意識していると考えられる。むろん国民からの受信料と政府からの補助金が全体予算の8割を占め、資金確保が比較的安定的な環境が、MNBに調査部を開設させ、独自にさまざまな調査を行うことを可能にしたとも言えるだろう。

(3) ニュース番組がもつ意味

4つの項目別に浮かび上がった関連キーワードから特徴を読み取ってきたが、図2ではより検討してみたい点がある。それは、番組制作・編成と関連があると予想される「ニュース」が、原点からみて【番組制作・編成】項目ではなく、【資金】項目と似通った方向に位置していて、「ニュース」が【番組制作・編成】内容のほうより【資金】内容と、より関連していると予測される点である。

【番組制作・編成】項目の中で「ニュース」が

出現する内容を確認してみた結果、「ニュース番組が自局番組編成の核」という位置づけに大きな差はなかった。一方、【資金】項目で「ニュース」が出現した内容を確認した結果、民放として主な収入源である広告獲得に、実はニュース番組が大きな役割を果たしている点が明らかになった。【資金】項目で出現した「ニュース」関連の具体的な内容は以下のようである。

〈例1〉

李：収入はどのようにして得ますか？

エ：(中略) 自社の制作による番組でお金になるという状況は少し難しいです。(収入は) だいたい広告です。(中略) 広告はスポーツ番組の間によく放送します。スポーツ番組は人気があるからです。そして、ニュースの時間に広告を入れて欲しいという広告主からの依頼があります。映画の途中にも広告放送をします。特にドラマです。(TV9)

〈例2〉

李：収入はどのようにして得ていますか？例えば広告とか寄付金などがあると思いますが。

サ：ニュースと映画に伴う広告です。ニュース番組が終わってからではなく、広告が途中に入ります。ニュース番組は幅広い構成を持ちます。国民情報、国際情報、トークショー、娯楽、さまざまな情報を扱います。だから広告がその途中によく入ります。外国のテレビ放送では、映画や他の番組では広告があるかもしれないが、ニュースの間に広告が入る場合はあまりないと思います。ニュースの間に広告が入るのはモンゴルテレビ放送の一つの特徴だと思います。(TV5)

ニュース・アナウンサーのデスクの上にスポンサーメーカーのパソコンを露出することや、ニュース番組の最後のエンディングでスポンサー企業名を表記することもある。先に示したインタビュー内容をみると、ニュース番組の中にコマーシャルの枠が別があり、そのCM時間帯に放送される広告費用が収入に大きく貢献していることがわかる。

モンゴルは日本と同じく、民放では映画やニュースなど、すべての番組の途中にコマーシャルが入る。公共放送 MNB は政府補助金と受信料収入に全体予算の8割を頼っている。一方、民放は全体予算の約8割を広告収入に頼っていることから、番組間だけでなく、番組中にもコマーシャルを放送することが民放の資金調達には欠かせない状況になっている。

ただ、映画やドラマ、トークショーなどの娯楽・エンターテインメントジャンルの番組だけではなく、公正な報道を伝えなければならないニュース番組が、広告獲得に大きな役割を果たしていることは、テレビニュースのジャーナリズム性に影響を及ぼす可能性があると思われる。

ドキュメンタリー番組を好むモンゴルのテレビ視聴者にとって、新しい情報、有益な情報を知っているということは重要な意味があるといえる。その観点からみると、国内・国外情報を含めてさまざまな情報が得られるニュース番組は、視聴者にとっても、同時に広告主にとっても重要な意味をもつといえる。モンゴルの民放テレビがニュース番組に力を入れて制作・編成している背景には、新しい情報に対する視聴者たちの要望と、テレビ局運営のための資金調達という2つの要因の相互作用が存在するとも言えるだろう。

(4) 政治権力とテレビ局の関係

図2では【監督・支配・影響力，組織運営】項目の周りに「UBS」と「MNB」の2局が浮かび上がったが，政府からの関与がより多いと考えられる公共放送MNBより，民放のUBSが原点からみて【監督・支配・影響力，組織運営】項目とより似通った方向に位置していた点から，【監督・支配・影響力，組織運営】内容とより関連していると予測される。その理由を確認するため，それぞれの関係について具体的に検討してみた。

まず「UBS」が出現したインタビューの中で，【監督・支配・影響力，組織運営】項目に該当する内容を検討してみた。その結果，UBSの副社長と行った2回のインタビューのうち，局外で行ったインタビュー内容に関連語として多く出現する傾向がある。局内の執務室と比べて比較的自然的な雰囲気の中でインタビューが行われ，現在モンゴルにおけるテレビ局と政党勢力との密接な関係について率直な話を聞くことができた。

〈例3〉

李：政府を批判する内容の番組はありますか？

バ：もちろんあります。政府のことを国民に放送する機関だから，もちろん放送しなければなりません。（中略）UBS以外のテレビは生放送します。UBSは少し様子をみながら，あまり細かいところまでは放送しないようにします。政党に関する番組は平等に放送するようにします。民主党はこういう番組を放送したので，人民革命党も同じような番組を放送して欲しいという依頼があります。こういう場合はお金の支払いが生じます。

李：誰が払いますか？

バ：政党側が払います。政党はUBSを使って放送するわけですので，お金を払って放送をします。その時はもちろん，〇〇党の提供でお送りしましたという文字をはっきり入れます。テレビ局といっても，ビジネスのための商業機関であるため，国会議員やある政党の人物などとつながりがあります。例えば，MNBの場合は，上から指導する国会議員の誰かがいます。民主党とつながりがあれば，民主党関連の放送を後ろでちゃんと守ってくれる人物がいるので，他の人民革命党については悪いことを言うなど，後ろに誰がいるかによって伝える内容が違います。

〈例4〉

李：政党のことを広告する場を提供する代わりに，放送局は何か協力してもらうことがありますか？

バ：テレビ局を良くするための設備や社員への給料などについてサポートしてもらいます。実は，UBSだけではなく，モンゴルのテレビ局ほとんどが，テレビ局を正確な情報や役に立つ知識をモンゴル国民に提供する機関というよりは，お金を儲ける機関として認識しています。特に，選挙が近づいてくると，政治・政党関連のことをたくさん放送するようになります。テレビ局は競争して，政党広告をたくさん放送しようとしているのではないかと思います。

この内容を見ると，まず，政府についてはテレビ局によって放送や報道態度に差があることが予想される。UBSは政府に関する内容はさまざまな状況を踏まえた上で放送するようにし，現政権に対する刺激的な放送・報道は避け

ているとみられる。

また、政党関連の放送については平等に放送するようにしていると答えたものの、政党側がお金を払えば、政党宣伝の番組を自由に放送できるシステムになっていることから、テレビ局が政治的に公平に報道するには難しい状況にあるといえる。

モンゴルでは社会主義時代に国営放送だったMNBが政権党寄りの政治勢力宣伝に使われる傾向があったことから国民の批判が続いた。これにより2005年に「公共ラジオ・テレビ法（以下、公共放送法）」が制定され、国営放送が公共放送に転換された。「公共放送法」では広告放送からの費用も事業運営費の一部として明記されているが、広告放送時間は総放送時間の2%を越えない範囲に定められている。また、広告内容にも規制があり、子供番組の時間帯には子供向けの広告のみが放送可能であり、プライム・タイムのニュース時間帯や20分以内の番組の間には広告を放送できない。このように公共放送の場合は従うべき放送法があるが、商業放送局が従うべき一般放送法は今まで存在しなかった。この中で、2011年3月になって、初めて一般放送事業者向けの法律（テレビ・ラジオ放送調整案）が発表された⁶⁾。

〈例4〉の内容から、政党宣伝の番組がたくさん放送される時は選挙キャンペーン期間である。「公共放送法」と今回発表された「テレビ・ラジオ放送調整案」では、選挙キャンペーン放送については「モンゴル国会選挙法」、「大統領選挙法」、「首都および地方（アイマグ）市民代表者選挙法」に従うと明記されている。これらの選挙法では、国営ラジオ・テレビ放送をはじめメディア機関は、全ての政党や選挙候補に平等に政見放送の機会を提供するよう規定されて

いる。また、国家選挙委員会が定めた時間を越えて政見放送を行う政党や無所属候補などは、費用を払わなければならないと規定している。すなわち、一定の時間は全ての政党や選挙候補に政見放送の機会が無料で提供されるが、その時間制限を越えた政見放送は、放送局に電波料を払うよう法律で定められており、電波料を払えばいくらでも政見放送が可能である。つまり、モンゴルでは、法制度上、政党がお金で放送枠を買うことができることから、放送局と政党の間には局収入増加に関係する特別な関係が成立しているのである。

そして、民放の場合、受信料や政府からの補助金がない中、広告でほとんどの経営資金を確保することが厳しい状況下で、広告獲得の競争が激しい。国土は広いが産業は首都ウランバートルを含めた三大都市だけに主に集中しており、テレビ局数と比較すると相対的に広告市場の規模が小さい。また、藤田（1998b）も指摘したように、国民の半分が遊牧民ということもあり、消費市場も小さい。この2点が商業テレビ局の激しい広告獲得競争を促す原因とも考えられる。

このような厳しい経営状況の中で、政党勢力との協力は、放送局の設備や社員の給料などへのサポート獲得の機会になるため、テレビ局は政治的に中立の立場を保つことが難しい状況になっているのである。

テレビ局は、ジャーナリズム機関として政治権力から独立した、公正・公平な報道をすべきことは当然と認識していながらも、実はジャーナリズム性よりも放送局としての厳しい生存競争を生き残るため、資金確保が優先になる状況があるといえる。また、選挙時期の政党PR放送はテレビ局として大きな収入を得るチャンス

になることから、テレビ局はメディア機関として監視機能を働かせるより、政党PRのための有効な手段として使われているとみられる。

(5) ジャーナリズム機関としての在り方

政治とテレビ局に関する分析内容から、言論の自由を初めて経験するモンゴルのテレビ局において、メディア機関の役割に対する概念に混乱が起きている可能性が考えられる。

社会主義体制から民主主義体制へ転換したモンゴルのテレビメディアは、ジャーナリズム機関としての在り方をどのように認識しているかをインタビュー内容の中から確認してみた。関連がありそうな「民主主義」、「公共」のキーワードを中心に検討してみた結果、次の2点を指摘できる。

一つ目は、モンゴルのテレビ局は公正・中立であり、「自由」な放送局ということを強調している点である。その具体的なインタビュー内容は次のようである。

〈例5〉

李：最初TV5を設立した時、何人がいましたか？

サ：私以外に3人がいました。若い制作者たちです。政府から予算、補助金を勧められたが、フリー、自由な放送という設立の目的のために断りました。

(TV5, 【監督・支配・影響力, 組織運営】項目)

〈例6〉

李：もっとも力を入れている番組ジャンルは何ですか？

エ：ニュースです。娯楽や音楽番組よりニュースです。ニュースなら、今何が起きたか、最新の情報を、素早く現場で伝えることができま

す。政党から独立して自由に放送します。

(TV9, 【番組制作・編成】項目)

二つ目は、特定の政党に偏らない報道、多様な人々にも目を向けた「平等・多様性」の概念が存在しているという点である。その具体的な内容は以下である。

〈例7〉

李：MNBは2005年から公共放送になりました。

副局長が今考えている公共性とは何ですか？

ム：社会的には民主主義、そしてそれぞれ違う環境に置かれている人々のことを放送することだと思います。平等に、まとめて放送することです。(MNB, 【局の特性】項目)

〈例5〉から、民放TV5の設立目的が、社会主義時代に国内唯一のテレビ局として存在した国営テレビが政府宣伝の放送をしてきたことに反発し、政府に属さない自由な放送を実現するためであることがわかる。TV5は、放送への政府関与を恐れ、政府からの補助金を断った。政府から補助金をもらえばより安定的な経営が可能になるが、その反面、政府から完全に独立した自由な放送をすることは難しいと判断したのである。

TV5と同じ時期にスタートしたTV9は、エンターテイメントより最新のニュースを素早く報道することに特に力を入れ、ニュース番組に専念している放送局と自ら強調し、政治権力から独立した報道、自由な報道をすることがジャーナリズム機関としての在り方という認識を示した。

すなわち、民放の場合、社会主義時代に政府の宣伝機関だったMNBの前例から、政府に属

さない立場で、政府関連事項だけでなく、国民生活や社会全般に関するあらゆる情報を扱うことを意味する「自由」な放送を目指しているとみられる。

一方、公共放送 MNB は、モンゴル国民に対して疎外された人が存在しないオルタナティブな放送、さまざまな環境に置かれている国民のことを多様に扱う‘多様性’を平等理念の一つとして理解し、公共放送局の在り方として認識していることが確認できた。

公共放送も民放も、ジャーナリズム機関が保つべき独立の立場や多様性など、民主主義社会におけるジャーナリズム性の理想は持っていると思われる。しかし、資金調達のために選挙期間中の政党 PR 放送を行うこと、また政党からさまざまなサポートを受けるなど、現実には政党との間で、完全に独立した関係になっていないことから、ジャーナリズム機関としての理想と現実が矛盾している状況とみられる。

6. まとめと今後の課題

本論文では、社会体制の転換を経験し、民主主義・市場経済社会への移行期にあるモンゴルのテレビシステムにおける変化を5つの地上波テレビ局を中心に調査した。比較放送システム論の5つの枠を採用することで、実証的なインタビュー調査にもとづくデータを得ることが出来た。計量テキスト分析手法を用いてインタビューデータ全体を概観し、モンゴルのテレビシステムの全体像を把握した上で、モンゴルのテレビ放送においてもっとも注目すべき事柄を明らかにすることを試みた。その結果、大きく3つに整理することができる。

第一に、知識や情報が得られる番組が視聴者

に求められ、テレビ局はニュース番組やドキュメンタリー番組の編成に力を入れている。

発展途上国の場合、海外ドラマや映画などが多く放送される現状は既に知られている。モンゴルも韓国、アメリカ、ロシアのテレビドラマや映画が多く放送されている。しかし、ドラマや映画のような娯楽ジャンルよりモンゴル国民にとって重要な番組は、知識と情報が得られるニュースやドキュメンタリー番組である。これは、モンゴルのテレビ編成の特徴とも思われる点で、番組編成調査により、編成率や時間帯など、より具体的に調べる必要があるとの見解に至った。

第二に、民放の場合、ニュースを含め、すべての番組の途中で広告が入るモンゴルでは、最大多数の広告獲得を目指して、ニュース番組を多く編成する傾向があり、ニュース番組はテレビ局の資金確保と密接な関係がある。

第三は、資金確保の問題は政治権力とも関係しているとみられることである。インタビュー内容からは一つの矛盾点が表れた。モンゴルのテレビ局はジャーナリズム機関が保つべき独立の立場や批判機能など民主主義社会におけるジャーナリズム性の理想はもっているが、現実には資金調達のために政党とのつながりを感じさせることもある。モンゴルの放送ジャーナリズムは理想と現実の間でさまざまな試行錯誤を経験する過渡期にあると言えるだろう。

ニュース番組は新しい知識や最新の情報が得られる点で視聴者からの関心が高い一方、テレビ局の経営者の立場からみると、視聴率が高いという点で広告獲得に有効な番組でもある。ニュース番組はテレビ局の資金確保に大きく貢献している。

そして、資金確保に大きく貢献するもう一つ

の要素が政治権力との関係である。このように、資金確保にニュース番組が関わることや、政治権力と密接な関係をもっていることは、いずれも、中立的な立場に立ち、公正・公平な報道を伝えなければならないジャーナリズム機関としてのあり方、ジャーナリズム性を揺るがす要因となる。

民主化とポスト社会主義改革以降の新聞メディアに関する先行研究の多くが、新聞メディアの数的な成長に比べて、質的レベル、すなわち新聞のジャーナリズム性における問題点を指摘している。民主化以降、約20年経った現在、新聞からテレビへ、代表的なメディアは変化したものの、ジャーナリズム性への懸念は変わらない状況である。

本論文では、ジャーナリズム機関としての在り方についても触れ、ジャーナリズムの理想と現実が矛盾していることを確認した。しかし、実際に、放送局側がその理想をどういう意味で、またどのくらい理解しているかまでは明らかにすることができなかった。この点は今後、モンゴルのテレビ放送におけるジャーナリズムの研究として課題にしたい。

民主化後の新聞ジャーナリズムに関する先行研究に続いて、今後は、モンゴルのテレビメディアにおけるニュース番組分析を通じ、ジャーナリズム機関としての立ち位置を把握する研究が行われる必要がある。

その時に念頭におきたいことは、政党勢力からの影響を受けざるを得ない状況下でも、国民のため、モンゴル国のためという公益性への意識をもって、それぞれニュース番組が制作されているかどうかという点である。この点を視野に入れ、ニュース制作過程における送り手としてのジャーナリストが、ニュース選択において

どのような判断を行っているかに着目することは、次の段階の研究課題として意味を持つてくるだろう。特に、モンゴル放送局のニュースルームで観察調査を実施することは、ニュース選択過程でジャーナリストたちの価値観や世界観がうかがえる点から、モンゴルのテレビニュースの特徴をより適切に導き出す研究として意義を持つと考える。

注

- 1) MNB (Mongolian National Broadcaster) はテレビ部門 MNPT (Mongolian National Public Television) とラジオ部門 MNPR (Mongolian National Public Radio) の総称であるが、テレビ放送だけで MNB とも呼ぶ。
- 2) モンゴルテレビ業界の市場規模や経営状況への理解のために関連情報を示しておきたい。2011年現在、首都ウランバートルには100万人程度が居住しており、全人口の約3分の1が首都に集中している。公共放送 MNB と教育放送(公共)をはじめ全国向けテレビ4局を含めて首都ウランバートルには33のテレビ局が存在し、テレビ局全体の4割が首都にある。テレビ台数は2002年時点で千人当たり65台、2008年時点で公共放送 MNB の視聴者が180万にのぼるというデータがあり、2002年以降テレビ台数が急増したと予測される。

テレビ局のジャーナリストの月給水準は、2011年3月時点で、公共放送 MNB の場合、25万トゥグリグ(1トゥグリグ=0.064円)から60万トゥグリグで、日本円で約1万6千円から3万8千円相当である。全国向け商業テレビTV9のジャーナリストの月給は、45万トゥグリグ程度で、約2万9千円相当であることがジャーナリストたちから確認できた。2009年度モンゴル統計局の発表によると、1世帯の平均月収は36万トゥグリグ(約2万3千円)であり、テレビ局のジャーナリストの月給水準はモンゴル国民の平均レベルかそれより少し高いくらいとみられる。

商業テレビの場合、広告費が8割以上を占めている状況で、広告費用は商業テレビの主な経営収入といえる。広告費は、静止画によるテロップ広告の場合、単語ごとに値段が付けられ、1つの単語で、高い放送局では5千トゥグリグ(約320円)から1万トゥグリグ(約640円)、平均的には300トゥグリグ(約20円)程度がチャージされている。広告の中で料金の高い広告形態は、番組の放送中にテレビ画面に流される字幕広告で、1秒で、5千トゥグリグ(約320円)から2万トゥグリグ(約1,280円)まで、そしてもっとも高い場合は、ウランバートル向け首都圏テレビのNTVの50万トゥグリグ(約32,000円)まで幅がある。

- 3) 従業員の数については、民放4社の場合は2008年にインタビューーから聞くことができたが、公共放送MNBは2011年2月から3月までの現地調査でジャーナリストから聞いた数値である。これにはテレビ部門とラジオ部門(200人程度と予測される)、1993年から独立した報道局MM(53人)の人数が含まれている。*Mongolian Media Today*によると、2009年時点で、モンゴルのラジオとテレビ業界に従事する従業員数は約2,300人である。
- 4) 社会主義時代のMNBの体制についてはインタビュー内容だけでは情報が少ないことから、日本放送協会が発行する『世界のラジオとテレビジョン』と『NHK データブック世界の放送』の「モンゴル」部分を参考にした。
- 5) 計量的分析手法、計量テキスト分析方法の利点に関しては、樋口(2006)と谷、芦田(2009)の内容を参考にした。また、本論文で利用した計量テキスト分析用のソフトウェアKH Coderは、樋口耕一(2001年)によって開発されたプログラムで、統計的な内容分析のためのフリーソフトウェアである。新聞記事、質問紙調査における自由回答項目、インタビュー記録など、社会調査によって得られたさまざまな日本語テキスト型データを計量的に分析するために製作された。KH Coderを用いた研究事例は、情報学、医学、心理学分野など2011年9月現在約300件があり、その研究リストは

<http://khc.sourceforge.net/bib.html> で閲覧できる。今回は khcoder-2b22-f バージョンを使って分析を行った。2011年9月現在 khcoder-2b26-f までバージョン・アップされている。

- 6) 民主化後の「言論の自由」に関する法律として、1998年8月に「言論自由法案」(The Law on Freedom of Media)が制定され、1999年1月1日から施行された。しかし、具体的な実行方策がないこの法律は、メディアの自由を制限する法律制定の禁止、国による報道内容のチェック・監督の禁止、国からの維持運営費の財政支援をメディア機関が受け取ることを禁止、政府機関によるメディア所有と支配禁止、メディア自身が掲載記事や放送番組に責任を持つことなど、わずか4箇条からなる法律であった(Globe International NGO)。記者の権利保障などはまったく含まれておらず、この法律によってメディアの自由化の問題が解決されたとは言いがたい。実際に、モンゴルメディアの言論の自由のためのNGO、Globe Internationalが毎年出版している *Media Freedom Report* の2009年版には、「1998年の言論自由法に検閲や国によるメディア所有が禁止されているが、実際はさまざまなタイプの検閲が依然として存在している。メディア所有についても新聞の33%、雑誌の42%、ラジオの46%、テレビの10%が国営であり、言論の自由の一方で、ジャーナリストの半数ぐらいが脅迫や攻撃、投獄を恐れている」と報告している。

引用・参考文献

- Altschull, J.H. (1995). *Agents of power: The media and public policy* (2nd ed.). White Plains, NY: Longman.
- Browne, D.R. (1989). *Comparing broadcast systems: The experiences of six industrialized nations*. Ames, IA: Iowa State University Press.
- Globe International NGO (2009). *Media Freedom Report 2009*. Ulaanbaatar: Globe International NGO.
- Hachten, W.A. (1981). *The world news prism: Changing media, clashing ideologies* (2nd ed.).

- Ames, IA: Iowa State University Press.
- Hallin, D.C. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- 樋口耕一 (2006) 「内容分析から計量テキスト分析へ—継承と発展を目指して」『大阪大学大学院人間科学研究科紀要』第32巻 2006年3月 1-27
- 藤田博司 (1998a) 「模索続く民主化への道—モンゴルメディアの事情」『ソフィア：西洋文化ならびに東西文化交流の研究』47巻2号186号 上智大学 97-105
- 藤田博司 (1998b) 「民主化への大きな期待と遠い道のり—モンゴルの最新新聞情報」『新聞研究』563号 日本新聞協会 58-61
- 金山勉 (2005) 「東アジアの主要拠点が発信する映像コンテンツの概観とその比較検討」菅谷実編『東アジアのメディア・コンテンツ流通』慶應義塾大学出版会 185-217
- Lowe, B. (1997a). Mongolia's bid for free media stifled by lack of standards. *Media Development*, 44(3), 44-46.
- Lowe, B. (1997b). Mongolia's media at the Crossroads. *Nieman Reports*, 51(3), 78-79.
- 前田康博 (2003a) 「モンゴルの変容とマス・メディアの興亡 (上) —マスコミ関係者20人の面談調査を中心に」『北九州市立大学外国語学部紀要』107号 北九州市立大学外国語学部 19-84
- 前田康博 (2003b) 「モンゴルの変容とマス・メディアの興亡 (下) —マスコミ関係者20人の面談調査を中心に」『北九州市立大学外国語学部紀要』108号 北九州市立大学外国語学部 129-174
- 松田忠徳 (1997) 「民主化が問うジャーナリズムの本質〈新聞〉」小長谷有紀編『アジア読本—モンゴル』河出書房新社 146-153
- Merrill, J.C. & Lowenstein, R.L. (1971). *Media, messages, and men: New perspectives in communication*. New York, NY: David McKay Company.
- Merrill, J.C. & Lowenstein, R.L. (1979). *Media, messages, and men: New perspectives in communication* (2nd ed.). New York, NY: Longman.
- 日本放送協会編 (1981) 『世界のラジオとテレビジョン』日本放送出版協会
- 日本放送協会編 (1992) 『NHK データブック 世界の放送』日本放送出版協会
- Picard, R.G. (1985). *The press and the decline of democracy: The democratic socialist response in public policy*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Press Institute of Mongolia (2001). *Monitoring Mongolian Media 2001*. Ulaanbaatar: Press Institute of Mongolia.
- Press Institute of Mongolia (2005). *Monitoring Mongolian Media 2005*. Ulaanbaatar: Press Institute of Mongolia.
- Press Institute of Mongolia (2010). *Mongolian Media Today*. Ulaanbaatar: Press Institute of Mongolia.
- 澁澤重和 (2001) 「モンゴル・マスメディアの動向 (上) —民主化後10年を経ての現実と課題」『学苑・環境文化特集』737号 昭和女子大学近代文化研究所 152-160
- 澁澤重和 (2002) 「モンゴル・マスメディアの動向 (下) —民主化後10年を経ての現実と課題」『学苑・環境文化特集』744号 昭和女子大学近代文化研究所 134-148
- Siebert, F.S, Peterson, T, Schramm, W. (1956). *Four theories of the press*. Urbana: University of Illinois Press.
- 鈴木裕子 (1993) 「民主改革後のモンゴル新聞」『アジア研ニュース』No.150 63-69
- 谷富夫, 芦田徹朗編 (2009) 『よくわかる質的社会調査 技法編』ミネルヴァ書房
- Wells, A. (1974). Mass media systems: Introduction and theoretical overview. In Wells, A. (Eds.), *Mass communication: A world view*. Palo Alto, CA: National Press Books. 3-9.
- インターネット・ホームページ
Globe International NGO, <http://www.globeinter.org.mn/?cmd=Content&id=202&menuid=205>
(最終アクセス日: 2011年7月23日)

Mongolian Television Broadcast System Undergoing New Developments since Democratization : An analysis of interviews with five national TV stations

LEE Eunkyung *

Abstract: This report describes the shift of Mongolia's television broadcast system from the socialist society to the democratic and market-driven society. Since the democratic revolution, there have been several papers on the changes in newspapers and journalism. On the other hand, there have been few reports on television media. Today, television media is the first information source for Mongolians. There are fifteen terrestrial television stations. Especially, commercial TV stations have been increasing drastically since 2000. As a first study of Mongolia's television broadcast system, this research was conducted with professional interviews with executives or managers of five national TV stations, applying five factors of comparing broadcast systems theory. The interview data were analyzed with the quantitative content analysis software, which made it possible to show the overall view of the data, and to make obvious what the features of Mongolian broadcasting should be focused on. First, Mongolian TV stations produce more news programs, or documentaries offering new information and knowledge, than other genres. Second, to produce news programs is the most effective way for commercial TV broadcasts to obtain advertisement revenue. Thirdly, Mongolian TV stations seem to have an ideal view of the role of journalism in maintaining democratic society, but in the actual fact, they are closely related to political parties which support them financially.

Keywords: Mongolia, Television, Democratization, Comparing broadcast systems, News programs

*Ph.D. Candidate, Graduate School of Sociology, Ritsumeikan University