

Title	中国モンゴル民族のアイデンティティとメディア利用： フフホト市モンゴル民族を事例として
Sub Title	A study on the relationship between the identity of Mongols in China and their media use: a case study of Mongols in Hohhot city
Author	金, 雪(Kimu, Soru)
Publisher	慶應義塾大学大学院法学研究科
Publication year	2012
Jtitle	法學政治學論究：法律・政治・社会 (Hogaku seijigaku ronkyu : Journal of law and political studies). Vol.94, (2012. 9) ,p.37- 64
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN10086101-20120915-0037

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

中国モンゴル民族のアイデンティティとメディア利用

——フフホト市モンゴル民族を事例として——

金

雪

- 一 問題の所在
- 二 中国少数民族における民族概念とアイデンティティ概念
 - (一) 中国少数民族における民族概念
 - (二) 中国における民族アイデンティティの概念
 - (三) 中国の少数民族アイデンティティとしての民族言語
- 三 中国内モンゴル自治区におけるモンゴル民族
 - (一) 内モンゴル自治区の形成
 - (二) 「創られた」モンゴル民族
 - (三) フフホト市の概況
- 四 質問紙・インタビュー調査にみるモンゴル民族のメディアの利用とアイデンティティとの関係
 - (一) 調査の方法
 - (二) 調査項目
 - (三) 分析結果
- 五 考察

一 問題の所在

本稿は、「中国少数民族のアイデンティティ形成におけるメディアの役割に関する調査研究」の一環として、中国内モンゴル自治区のモンゴル民族が抱く民族アイデンティティとメディアの利用との関係を明らかにすることを目的とする。

周知の通り、中国の少数民族は公式には五五民族とされ、主に国境沿いの広大な領域に漢民族と雑居している。一九四九年、中華人民共和国の設立とともに誕生した民族自治地方（五自治区、三〇自治州、一二〇自治県・旗）の総面積は、中国国土の六四%を占め、陸地国境線のほとんども民族自治地方が占めている。吉林省の延辺自治州・モンゴル自治区・新疆ウイグル自治区・チベット自治区などの国境地域では、三〇余りの少数民族が居住している。一九四九年から一九七〇年代までは、国境周辺ということから、また中国政府の国防という観点から、民族自治地方における少数民族と自民族国・隣接国との経済的・文化的交流は、極めて制限されてきた。しかし、一九八〇年代の中国の経済改革政策とともに、民族自治地方は、現在は、中国と隣国との経済的・文化的交流の窓口となっている。例えば、延辺自治州と北朝鮮・韓国、内モンゴル自治区と外モンゴル、新疆ウイグル自治区と旧ソ連、チベット自治区とインドなど民族自治地方と隣接国との経済的・文化的交流が活発に行われている。

その一方、現代マスメディア環境の進展によって、隣国の多様な情報が中国国境を越えて流通するようになっており、国境地域の中国少数民族は、自民族国メディアまたは隣国メディアの利用が可能となっている。その例の一つとして、一〇〇年余りの移民の歴史を持つ、延辺朝鮮族自治州における朝鮮民族の韓国衛星放送の利用が挙げられる。延辺朝鮮族自治州では、一九九七年より国境を越える韓国衛星放送の利用が可能になった²⁾。そもそも韓国人と単一民

族アイデンティティを抱く朝鮮民族は、中国への移住によって中国人・朝鮮民族という多層的なアイデンティティを保持する傾向が強い。韓国の衛星放送を日常的に利用することによって、朝鮮民族は、韓国人との新たなネットワークを形成し、自民族の文化（伝統文化）や民族語を生かし続けている。さらに言えば、こうした朝鮮族の韓国衛星放送の利用は、彼らが抱く多層的なアイデンティティ形成に影響を与える一つの要因であることは否めない。³⁾

しかし、多様な歴史や文化的背景を持つ中国少数民族にとつて、越境メディア（自民族メディア）が日常的に重要な役割を果たしているとしても、中国少数民族のアイデンティティ形成は彼らの住んでいる場所、すなわち、少数民族が置かれている中国国内のメディア環境に大きく影響されざるを得ない。本稿で注目するのは、国境周辺という民族自治区におけるマスメディア環境と少数民族のメディアの利用である。したがって、本稿では、外モンゴルと隣接している内モンゴル自治区のモンゴル民族に着目し、モンゴル民族のメディア利用分析を通じて、彼らが抱くアイデンティティを特徴づける。

本稿は、本章を含む全五章から構成される。本章に続く第二章では、本稿の基本概念となる、中国少数民族における民族概念と民族アイデンティティ概念について定義する。本稿で使用する「少数」という概念は、多数―少数という数の上での意味だけではなく、中心―周縁という意味も含んでいる。また「民族」という概念は、言語・宗教・生活習慣などの帰属意識を持つ人々からなる民族グループに関わる語として用いることにする。第三章では、内モンゴル自治区における文化的背景や少数民族メディアに関する先行研究を整理する。第四章では、内モンゴル自治区における政治・経済・文化の中心都市である、フフホト市のモンゴル族の事例分析を行い、最後に、第五章で結論を述べる。

二 中国少数民族における民族概念とアイデンティティ概念

(一) 中国少数民族における民族概念

スチュアート・ホールは、「エスニシティとは、主体性およびアイデンティティの形成における歴史、言語文化の場所を認めるものである」と述べる⁽⁴⁾。中国における民族概念は、中華人民共和国期に入ってから（一九五三年の第一次人口センサスから一九八六年の第三次人口センサスの間に）行われた民族識別工作により「創られた」ものである⁽⁵⁾。民族識別工作では、主に「スターリンの四原則にしたがい、なかでも各民族の民族意識がとりわけ重視された」⁽⁷⁾。しかし、回民族を例に考えると、中国の民族識別工作には、スターリンの民族定義に当てはまらない部分が大きい。回民族の場合、文字も言語も地域も固有のものを持っていないにもかかわらず、一つの民族として認定されている⁽⁸⁾。今日「少数民族」と呼ばれる人々の多くは、かつて「原住民」、「土着民」、「部族民」などと呼ばれ、高度で「自立的な」部族社会を営んでいた。また、中国で通常いうところの民族の意味はかなり広い。つまり、自己の特徴を持つ民族グループはその発展レベルや歴史的段階の如何にかかわらず、習慣上すべてこれを「民族」と呼んでいる。

しかしながら、中国における民族概念は、民族の形成における統一国家の役割を特に重視したものであった⁽⁹⁾。中国では、全国民に身分証（IDカード）が交付されるが、身分証には明確に「民族」が記入されている。そして、身分証に対して中国少数民族からは何の違和感も表明されない。今回聞き取りを行った人々に「何民族ですか」と聞けば、必ず身分証に記入されている民族名で返答する。中国少数民族にとって、アイデンティティとは、まずは身分証上の記載であり、彼らを持つ身分証じたいは、彼らが抱いているアイデンティティに目覚めていく過程においてある。言い換えれば、この身分証は文字どおり、スチュアート・ホール⁽¹⁰⁾が語る、「おまえは何者か」という政府（支配権力）

の問いに答えるために発行されたものとも言えよう。

(二) 中国における民族アイデンティティの概念

中国少数民族のアイデンティティについて考える場合、その形成と変容に不可欠な要素として、各民族がおかれて
いる歴史的状况の個別性あるいは特殊性が挙げられる。⁽¹¹⁾ 中村は中国少数民族のアイデンティティを、中国への帰属意識
によって、「独立指向、自治要求、民族回帰、事実追認グループ」という、四つに分類している。⁽¹²⁾ また李は中国少
数民族を歴史的・地政学的な側面より、「越境民族（朝鮮族など）、土着民族（チベット族など）、散居民族（満州族な
ど）」という、三つのグループに分類している。⁽¹³⁾

しかし、現実的には、中国少数民族の帰属意識はもつと複雑である。民族識別工作によって、中国少数民族である
ことを認定されてからの長い期間のなかで、個人的であれ、集団的であれ、「中国」と「少数民族」という二重アイ
デンティティあるいは多層アイデンティティが形成されていると考えられる。結局、中国少数民族のアイデンティ
ティとは、鈴木が言うように、「国家という上からの方向と、現実に生活する人々の帰属意識という、下からの方向
が交錯する局面で、第三カテゴリーとして生み出された⁽¹⁴⁾」ものである。

(三) 中国の少数民族アイデンティティとしての民族言語

中国における少数民族について考えるとき、民族同士を区別する要素の一つとして日常生活に使用している言葉が
挙げられる。言語はそれぞれの民族で独自の発展を遂げているものであり、民族アイデンティティ（民族性）を表す
ときに考えられる特徴の一つである。現行の中華人民共和国憲法（一九八二）の第四条では、各民族の一律平等、民
族区域自治の実行や各民族語・文字の使用と発展の自由などを定めている。ここでの「民族の一律平等」とは、少数

民族文化の言語、文字、生活習慣、宗教信仰の尊重を意味すると言えよう。

中国少数民族における言語教育の特徴として、主に二言語（中国語と民族語）教育が挙げられる。中国少数民族の二言語教育は、またその地域と民族グループによって、①モンゴル民族・朝鮮民族型 ②ウイグル民族・カザフ民族・チベット民族型 ③南方少数民族型の三つに分けられる。¹⁶⁾

最初に、モンゴル民族・朝鮮民族の場合、主に学校教育を通して民族語を保持しつつ、中国語を学習することを目的とする。次に、ウイグル民族・カザフ民族・チベット民族の場合、言語教育＝漢語教育という意識で行われている。この民族グループにとって民族語を喪失することへの懸念はほとんどなく、中国語のできない子ども達にいかにも中国語を教えるのが問題とされている。最後に、南方少数民族の型は民族語・文字を媒体として第二言語たる漢語を学習させることを目的とする。民族語は中国語を学ぶ補助手段であり、民族語の授業は小学校低学年に限られている。

他方、このように民族文化・言語を守る権利を与えられているにもかかわらず、二言語教育を行っていない民族集団もある。張の研究により、「民族文字を持たない民族グループは、普通の教育（中国語の教育）を採用しており、南方少数民族においては、授業中に教授の言語は中国語で、教材は民族語という教育を採用している」ことが明らかに¹⁷⁾なっている。このように、少数民族の二言語教育によって、少数民族自治地方では、「民考漢」と呼ばれる民族が増加しつつある。「民考漢」とは、「近年、中国新疆ウイグル自治区において、中国語と民族語両言語を使用するウイグル民族であるが、彼らは周囲の漢民族や自民族による他者化のまなざしのなかで独自の社会範疇として形成されつつあり、それはまた国家と少数民族社会の相互交渉の文脈に位置づけることによって、中国における少数民族文化や民族関係の動態を把握する重要な切り口も提供する」¹⁸⁾とも考えられる。

三 中国内モンゴル自治区におけるモンゴル民族

(一) 内モンゴル自治区の形成

内モンゴル自治区は中国の北西部辺境に位置し、東部は中国東三省（黒龍江省、吉林省、遼寧省）、南部は河北省、山西省、陝西省、寧夏回族自治区、北東部はロシア、北部はモンゴル国と境を接している。

「内モンゴル」という名称はもともと地域として存在しなかった。一九四七年以後、中華人民共和国の設立とともに、中国共産党によって漢民族地域を含めた「地域」として、内モンゴル自治区が歴史的に形成されてきた。言い換えれば、モンゴル民族の歴史は、中国の周辺社会として位置づけられているさまざまな少数民族地域の歴史に起きた重要な変化を示すものであった。⁽¹⁹⁾

二〇一〇年の第六次人口センサスによると、内モンゴル自治区の総面積は一一八万三千平方キロメートルで、中国では新疆ウイグル自治区、チベット自治区に次いで三番目の広さをもつ。内モンゴル自治区は、「フフホト市（呼和浩特市）、パオトウ市（包頭市）、ウーハイ市（烏海市）、ウランハダ市（赤峰市）、トゥンリヨ市（通遼市）、オルドス市（鄂爾多斯市）、フルンボイル市（呼倫貝爾市）、ウランチャブ市（烏蘭察布市）、バヤンノール市（巴彥淖爾市）」の九つの地級市（省の下の地方行政単位）と「ヒンガン盟（興安盟）、シリングル盟（錫林郭勒盟）、アルシャー盟（阿拉善盟）」の三つの盟から構成されている。内モンゴル自治区は、価格が高騰している石炭などの天然資源が豊富で、中国で最も速い成長を遂げる地域の一つである。また、ハイテク製品や武器の製造に不可欠のレアアース（希土類）の産地でもある。内モンゴル自治区の人口は二四七〇万人、そのうち漢民族は一九六五万人で八〇%を、モンゴル民族の人口は、四二五万人で一七%を、回民族、満民族、朝鮮民族などその他の人口は八三万人で三%を占めている。

(二) 「創られた」モンゴル民族

モンゴル民族についての特徴を簡潔にまとめると、遊牧騎馬民族で広域に散らばって居住しているため、居住地の地理条件は複雑であり、多くの古い風俗習慣が残っていることやモンゴル語を使用していることなどが挙げられる。

モンゴル民族は、そもそも独自の言語と文字を有している民族である。現在広く使われている文字は一三世紀初頭に誕生したものである。また、モンゴル民族は朝鮮民族と同様に自民族言語による教育システムを維持してきた少数民族の一つである。中華人民共和国の設立とともに、一九五〇年代から内モンゴル自治区全域において学校教育制度が整い、モンゴル語の教科書を教材とする民族学校が増えてきた。またモンゴル語の教育は、内モンゴル自治区だけではなく、「八協⁽²¹⁾」という「全国モンゴル語文委員会」によって、中国各地域に居住しているモンゴル民族にモンゴル語を普及させてきた。モンゴル族において民族教育システムの形成過程を、以下の三つの段階に分けて特徴づけることができる。まず、一九五〇年代から一九六〇年代前半は、民族学校、民族出版社、民族新聞社、民族ラジオ局などの設立とともに、めざましい発展を遂げた黄金時代という段階である。次に、一九六〇年代後半から一九七〇年代までは、中国文化大革命の影響によって、民族教育システムが破壊されるなど、民族文化の後退時代という段階である。最後に、一九八〇、一九九〇年代において、中国の市場経済体制の導入とともに、民族言語、民族文化、民族教育⁽²²⁾が全面的に復活し新たな局面を迎えた、発展時期である⁽²³⁾。

しかし同時に、市場経済化・情報化によって、モンゴル語の使用範囲が大きく縮小しているのも現実である。その例の一つとして、内モンゴル自治区において、民族学校から漢民族学校あるいは中国語クラスに移るモンゴル民族のことも違が挙げられる。二〇〇四年版の「内モンゴル教育出版社」の調査によると、一九九九年から二〇〇一年の間、内モンゴル自治区の小学校は三二一〇校から一六二六校に、中学校は四〇四校から三〇〇校に減り、モンゴル民族語

教材購入総数は一九九〇年の六万四五七〇冊から二〇〇三年の二万五七四九冊と半分以下に減少してきた。²⁴⁾

このように、モンゴル自治区において中国語の使用率が高い背景に、漢民族が多数という人口構成上の要因が挙げられる。それに加えて、もう一つの要因として、中国の市場経済によるモンゴル民族の若者における中国語化・漢民族化という変容が挙げられるだろう。ここでいう中国語化・漢民族化とは、モンゴル民族の日常生活において中国語の高い使用率と漢族文化の浸透を意味する。言い換えると、モンゴル民族の漢民族への同化を示す。

上記のように、中国語化・漢民族化は主に若者を中心に形成されているが、ともに民族学校卒業生たちの就職率低下を招いている。中国政府は現在まで少数民族出身エリートを育成するなどを目的として、民族学生においてさまざまな優遇措置を実施してきた。しかし、それらの優遇措置は大学入試や公務員において、少数民族出身であることが優遇するものであり、民族語の使用に配慮がなされていることを意味してはいない。つまり、少数民族出身であっても中国語レベルが高い学生が優先されているのが現実である。

(三) フフホト市の概況

フフホト市（中国語で呼和浩特、モンゴル語で「青い城」という意味）は、内モンゴル自治区の政治、経済、文化と商業の中心である。二三〇〇年以上の歴史を持つフフホト市は、かつて古城と新城に分かれていた。古城は明の時代一五七二年に建設され、帰化城と名づけられた。新城が清の時代一七三五年に綏遠城と名づけられた。一九二八年に、二つの地区が合併し、帰綏市となった。一九五四年にフフホト市に改名し、内モンゴル自治区の政府所在地となった。

二〇一〇年の第六次人口センサスによると、二〇一〇年の時点で、フフホト市の総面積約一万七二二四平方キロメートルのうち、市街地面積が二〇五四平方キロメートルである。フフホト市の人口は二八六万人、そのうち漢民族

は二四九万人で八七%を、モンゴル民族の人口は、二九万人で一〇%を、回民族、満民族、朝鮮民族などその他の人口は八万人で三%を占めている。

フフホトにある「内モンゴル大学」は一九五七年に設立され、一九七八年二月に教育部より全国重点大学の選定を受けた。一九九七年一月には、国家計画委員会の承認により「二一プロジェクト」⁽²⁵⁾ 指定の重点大学となった。

『内モンゴル日報』は、一九四八年、共産党機関紙としてフフホト市で創刊した。モンゴル語版・中国語版の二種類からなる『内モンゴル日報』は、モンゴル民族とその他の民族を対象に、モンゴル語版の場合、毎週水、金、日曜日は八紙面、月、火、木、土曜日は四紙面で発行される。中国語版は日曜日に四紙面、月から土曜日は八紙面で発行されている。現在、内モンゴル自治区では、『内モンゴル日報』以外、『内モンゴル生活日報』、『法制日報』、『経済日報』、『ラジオ・テレビ日報』など一三種類が発行されている。

「内モンゴル人民放送局」は一九五〇年七月一日に設立された。現在そのラジオ番組に、モンゴル語ニュース総合チャンネル、北京語ニュース総合チャンネル、交通チャンネル、音楽チャンネル、経済生活チャンネル、民俗芸能チャンネルなどがある。その中でも、ニュース総合チャンネルは衛星放送を利用し、全国及び周辺五三カ国まで電波が届いている。総合チャンネルはモンゴル国ウランバートルでも放送している。

「内モンゴルテレビ局」は、一九六〇年四月に設立され、一九六九年一〇月に放送を始めた。全国向けの地上放送である内モンゴルテレビ局は、一九七六年一〇月からモンゴル語の番組を、一九七九年からカラー放送を始めた。現在「内モンゴルテレビ局」のチャンネル数は、内モンゴル自治区のメインチャンネル（モンゴル民族語と中国語二チャンネル）、中国語による総合ニュース・音楽・スポーツ・経済ニュース・ドラマ・映画チャンネルなど含め全部で八チャンネルがあり、なかでもモンゴル語・中国語二チャンネルは衛星放送⁽²⁶⁾で、全国およそ八〇%をカバーする。

四 質問紙・インタビュー調査にみるモンゴル民族のメディアの利用とアイデンティティとの関係

(一) 調査の方法

以上で述べた現状を踏まえ、ここでは、フフホト市モンゴル民族のメディア利用とアイデンティティに着目し、以下二つの仮説を設定した。

仮説1…モンゴル民族のメディア利用は彼らの抱くアイデンティティに左右される。

仮説2…モンゴル族のメディア利用は、モンゴル民族の二言語（中国語・モンゴル語）の使用能力と相関関係がある。上記の仮説に基づいて、二〇〇九年八月に、フフホト市に住む一五歳～六六歳のモンゴル族男女二〇〇名を対象に質問紙調査を実施した。回収した回答紙は、回答内容が不十分であった調査票を除いた一八七名の回答紙を有効とした。

また本調査では、ベリーの文化適応理論⁽⁷⁾に基づいて、分析対象となったモンゴル族を、①モンゴル語・中国語の能力が両方とも高い「統合」グループ、②モンゴル語能力が高く、中国語能力が低い「分離」グループ、③中国語能力が高く、モンゴル語能力が低い「同化」グループ、④モンゴル語・中国語能力両方とも低い「疎外」グループに分類した。

(二) 調査項目

本稿の分析で用いた質問項目は以下のとおりである。

表1 インタビュー対象者 (2009年)

対象者	性別	年齢	職業	学歴
A	男	40代	企業家	大学卒業
B	女	40代	ジャーナリスト	大学卒業
C	女	30代	ホテル従業員	高校卒業
D	女	20代	ホテル従業員	高校卒業
E	男	30代	留学生	博士
F	男	60代	タクシー運転者	高校卒業
G	女	50代	専業主婦	中学校卒業
H	女	20代	学生	大学在学中
I	男	20代	学生	大学在学中
J	女	20代	学生	大学在学中

まず、文化に関わる変数として、回答者の言語能力、すなわち、中国語・モンゴル語の能力をそれぞれの三つの項目(①読み能力 ②書き能力

③話す能力)に分類して、最も近い回答一つを選んでもらった。(1「非常に低い」、4「非常に高い」の四段階)。次に、回答者のメディア利用に関わる変数として、主に中国中央テレビ局(CCTV)の一五チャンネル中心とする中国語メディアと、モンゴル自治区のモンゴル語メディア(①新聞②ラジオ ③テレビ ④インターネット)の利用程度を、四段階(1「全く利用しない」、4「非常に利用する」)の尺度で尋ねた。最後に、回答者の成長環境に関わる変数として、①家庭環境 ②社会環境 ③居住している環境や両親の学歴について尋ねた。

インタビュー調査では、表1のように、異なる年齢層と社会的背景を持つモンゴル民族男女一〇名を対象に、①個人情報 ②民族意識 ③メディア利用 ④日常生活について尋ねた(表1)。

(三) 分析結果

1 回答者の構成

回答者の主な人口統計上の特性を見ると、男性八五名(四五・五%)、女性一〇〇(五三・五%)と女性の方が幾分高い比率を示している。回答者の年齢構成は二〇代が八五名(四四・七%)と最も多く、回答者の学

表2 回答者の構成 (単位:名)

男女内訳		年齢内訳		学歴内訳		職業内訳	
男	45.5% (85)	10代	1.6% (3)	小学卒業	2.7% (5)	学生	22.5% (42)
女	53.5% (100)	20代	44.7% (85)	中校卒業	7.5% (14)	教員	7.0% (13)
		30代	23.6% (44)	高校卒業	11.2% (21)	職員	15.0% (28)
		40代	10.0% (19)	専門校卒業	8.6% (16)	企業家	3.2% (6)
		50代	11.7% (20)	大学卒業	56.7% (106)	牧農民	12.3% (23)
		60代	4.2% (8)	修士以上	12.8% (24)	公務員	6.4% (12)
						メディア関係者	26.0% (48)
NA	1.0% (2)		4.2% (8)		0.5% (1)		8% (15)
合計	100% (187)		100% (187)		100% (187)		100% (187)

表3 言語能力による4グループ (単位:名)

4グループ		中国語能力		合計
		1 低い	2 高い	
モンゴル語能力	1 低い	16% (31)	20% (37)	36% (68)
	2 高い	13% (25)	48% (89)	61% (114)
合計		29% (56)	68% (126)	97% (182)

歴を見ると、大学卒業者が一〇六名(五六・七%)と半数以上を占めている(表2)。

表3に、モンゴル語能力について、「読み能力」、「書き能力」、「話す能力」三つの項目のそれぞれ四つの変数(1)「非常に低い」、2)「やや低い」、3)「やや高い」、4)「非常に高い」をもとに算出し12変数値より中央値11を求め、モンゴル語能力高い(中央値11以上)群と低い(中央値11以下)群に分類した。一方、中国語能力もモンゴル語能力と同じ方法で変数計算を行い、中央値である9を基準に二つの群に分けた。その結果をみると、回答者の五割にあたる八九名(四八%)が「統合」グループに属する。続いて、「同化」グループ三七名(二〇%)、「疎外」グループ三二名(一六%)、モンゴル語能力が高く中国語能力が低い「分離」グループ二五名(一三%)である(NA五名(二・七%))(表3)。

家庭環境と言語能力による四つのグループの特徴をみると、表4に示すように、有意な差は現れていなかった($p < 0.05$)。家庭で利用する言語と関係なく、「統合」グループ七七名(五三・五%)が家庭で主にモンゴル語を

表4 家庭・社会環境と4つのグループ (単位:名)

家庭・社会環境		言語能力による4つのグループ				合計	Pearson のカイ2乗
		疎外	同化	分離	統合		
家庭で使用 する言語	モンゴル語	16.0% (23)	15.3% (22)	15.3% (22)	53.5% (77)	100.0% (144)	0.077
	モンゴル語・ 中国語両方	24.1% (7)	37.9% (11)	6.9% (2)	31.0% (9)	100.0% (29)	
	中国語	14.3% (1)	28.6% (2)	14.3% (1)	42.9% (3)	100.0% (7)	
	合計	17.2% (31)	19.4% (35)	13.9% (25)	49.4% (89)	100.0% (180)	
友達の割合	モンゴル族 友達が多い	17.0% (25)	17.7% (26)	14.3% (21)	51.0% (75)	100.0% (147)	0.044
	モンゴル族・ 中国人両方 とも多い	17.4% (4)	34.8% (8)	4.3% (1)	43.5% (10)	100.0% (23)	
	中国人友達 が多い	0.0% (0)	33.3% (1)	66.7% (2)	0.0% (0)	100.0% (3)	
	合計	16.8% (29)	20.2% (35)	13.9% (24)	49.1% (85)	100.0% (173)	

* 非常に利用するとやや利用するを「利用程度が高い」に、あまり利用しないとまったく利用しないを「利用程度が低い」に合算。

** 4つのグループの特徴は、「モンゴル語・中国語能力低い」を疎外に、「モンゴル語能力低い、中国語能力高い」は同化に、「モンゴル語能力高い、中国語能力低い」は分離に、「モンゴル語・中国語能力高い」を統合と区分した。

話す割合が高く、次に「疎外」グループ二三名(一六・〇%)、「同化」グループ二二名(二五・三%)と、全体的にモンゴル語をよく使用することがわかった。しかし、四つのグループと友達関係を見ると、有意な差は現れている(χ²検定)。つまり、「モンゴル族友達が多い」回答者は「統合」グループ五一%(七五名)と、「同化」一七・七%(二六名)との高い割合を占め、「中国人友達が多い」回答者の割合が非常に低い結果がみられた(NA、七名(三・七%))(表4参照)。

2 メディアの利用状況

(1) モンゴル語・中国語メディアの利用

中国語メディア(新聞、ラジオ、テレビ、インターネット)を普段どの程度利用しますか」と尋ね、最も近い回答を一つ選んでもらった(1)「まったく利用しない」、4)「非常に利用する」の四段階)。また、メディア利用に関して1)「まったく利用し

表5 モンゴル民語・中国語メディアの利用実態（単位：名）

メディア		利用程度 低い	利用程度 高い	合計	NA
モンゴル語 メディア	新聞	31.6% (59)	67.4% (126)	98.9% (185)	1.1% (2)
	ラジオ	36.9% (69)	62.0% (116)	98.9% (185)	1.1% (2)
	テレビ	12.8% (24)	85.6% (160)	98.4% (184)	1.6% (3)
	インターネット	46.0% (86)	49.7% (93)	95.7% (179)	4.3% (8)
中国語 メディア	新聞	22.5% (42)	75.9% (142)	98.4% (184)	1.6% (3)
	ラジオ	47.1% (88)	46.5% (87)	93.6% (175)	6.4% (12)
	テレビ	9.6% (18)	89.3% (167)	98.9% (185)	1.1% (2)
	インターネット	19.8% (37)	78.6% (147)	98.4% (184)	1.6% (3)

*「非常に利用する」と「やや利用する」を利用程度が高いに、「あまり利用しない」と「まったく利用しない」を利用程度が低いに合算。

ない」、2 ㊦「あまり利用しない」と答えた群はメディアを「利用程度低いグループ」、3 ㊦「やや利用する」、4 ㊦「非常に利用する」と答えた群はメディアを「利用程度高いグループ」と分類した。

表5に示すように、回答者のモンゴル語メディア利用をみると、テレビを利用する人の割合（八五・六％、一六〇名）が圧倒的に高く、次にモンゴル語新聞（六七・四％、一二六名）、ラジオ（六二・〇％、一一六名）、インターネット（四九・七％、九三名）の順であった。また、回答者の日常生活における中国語メディアの利用について尋ねたところ、テレビ（八九・三％、一六七名）、インターネット（七八・六％、一四七名）、新聞（七五・九％、一四二名）を利用する割合が高く、ラジオ（四六・五％、八七名）を利用する割合が低いことがわかった（表5参照）。

(2) 中央CCTV番組の利用

中央CCTVの利用については、「あなたは、平均すると一日何時間くらい中央CCTVを視聴していますか」と尋ね、1 ㊦「1時間未満」、2 ㊦「1―2時間」、3 ㊦「3―4時間」、4 ㊦「5時間以上」の四段階で測定した。結果として、回答者の一日中央CCTVの平均視聴時間は、五時間以上利用者は八四名（四五％）と多く、次に、三―四時間視聴者は四五名（二四％）、一―二時間視聴者は三三名（一八％）、

表6 中央テレビチャンネルの利用実態 (単位:名)

中央テレビチャンネル	メディア利用程度					
	まったく利用しない	あまり利用しない	やや利用する	非常に利用する	NA	合計
CCTV-1 総合	0.5% (1)	8.0% (15)	30.5% (57)	57.8% (108)	3.2% (6)	100.0% (187)
CCTV-2 経済	0.5% (1)	24.1% (45)	36.9% (69)	29.4% (55)	9.1% (17)	100.0% (187)
CCTV-3 芸能	1.6% (3)	16.6% (31)	38.0% (71)	34.8% (65)	9.1% (17)	100.0% (187)
CCTV-4 中国語国際放送	3.7% (7)	38.0% (71)	27.3% (51)	16.0% (30)	15.0% (28)	100.0% (187)
CCTV-5 スポーツ	1.1% (2)	26.7% (50)	27.8% (52)	36.4% (68)	8.0% (15)	100.0% (187)
CCTV-6 映画	4.8% (9)	20.3% (38)	24.1% (45)	43.9% (82)	7.0% (13)	100.0% (187)
CCTV-7 軍事・農業	9.6% (18)	42.2% (79)	24.1% (45)	9.6% (18)	14.4% (27)	100.0% (187)
CCTV-8 ドラマ	3.7% (7)	27.3% (51)	30.5% (57)	27.8% (52)	14.4% (27)	100.0% (187)
CCTV-9 英語国際放送	33.2% (62)	33.2% (62)	12.8% (24)	4.8% (9)	10.7% (20)	100.0% (187)
CCTV-10 教育	7.0% (13)	25.7% (48)	32.6% (61)	25.7% (48)	9.1% (17)	100.0% (187)
CCTV-11 歌劇	39.0% (73)	26.2% (49)	11.8% (22)	8.0% (15)	15.0% (28)	100.0% (187)
CCTV-12 社会・法律	3.7% (7)	17.1% (32)	30.5% (57)	42.2% (79)	6.4% (12)	100.0% (187)
CCTV-13 ニュース	19.3% (36)	16.0% (30)	31.0% (58)	25.7% (48)	8.0% (15)	100.0% (187)
CCTV-14 子供	3.6% (59)	32.6% (61)	13.9% (26)	6.4% (12)	15.5% (29)	100.0% (187)
CCTV-15 音楽	24.1% (45)	17.1% (32)	26.7% (50)	22.5% (42)	9.6% (18)	100.0% (187)

一時間未満は二四名(一三%)の順になった。また、表6により、モンゴル民族のCCTV(中央テレビ)の利用程度をみると、CCTV-1総合チャンネルを全体(二八七名)の過半数にあたる一〇八名(五七・八%)の人が「非常に利用する」と回答しており、さらに、CCTV-6映画チャンネル(八二名、四三・九%)やCCTV-12社会・法律チャンネル(七九名、四二・二%)は全体の半分近くの人が、また、CCTV-5スポーツチャンネル(六八名、三六・四%)やCCTV-3芸能チャンネル(六五名、三四・八%)は全体の三分の一以上の人が「非常に利用する」と答えている(表6参照)。

3 四つのグループによるメディア利用

四つのグループによるモンゴル語メディアの利用をみると、新聞(News)以外三つのグループは有意な差が現われなかった。つまり、「同化」、「統合」グループのモンゴル語

表7 モンゴル語メディア利用と4グループの特徴 (単位:名)

メディア利用程度		言語能力による4つのグループ				合計	Pearson のカイ2乗
		疎外	同化	分離	統合		
新聞	低い	25.9% (15)	24.1% (14)	17.2% (10)	32.8% (19)	100% (58)	0.017
	高い	13.1% (16)	17.2% (21)	12.3% (15)	57.4% (70)	100% (122)	
	合計	17.2% (31)	19.4% (35)	13.9% (25)	49.4% (89)	100% (180)	
ラジオ	低い	14.7% (10)	19.1% (13)	19.1% (13)	47.1% (32)	100% (68)	0.460
	高い	17.9% (20)	21.4% (24)	10.7% (12)	50.0% (56)	100% (112)	
	合計	16.7% (30)	20.6% (37)	13.9% (25)	48.9% (88)	100% (180)	
テレビ	低い	16.7% (4)	37.5% (9)	12.5% (3)	33.3% (8)	100% (24)	0.136
	高い	17.4% (27)	17.4% (27)	14.2% (22)	51.0% (79)	100% (155)	
	合計	17.4% (31)	20.1% (36)	14.0% (25)	48.6% (87)	100% (179)	
インター ネット	低い	18.6% (16)	17.4% (15)	14.0% (12)	50.0% (43)	100% (86)	0.676
	高い	15.9% (14)	25.0% (22)	12.5% (11)	46.6% (41)	100% (88)	
	合計	17.2% (30)	21.3% (37)	13.2% (23)	48.3% (84)	100% (174)	

* 非常に利用するとやや利用するを「利用程度が高い」に、あまり利用しないとまったく利用しないを「利用程度が低い」に合算。

** 4つのグループの特徴は、「モンゴル語・中国語能力低い」を疎外に、「モンゴル語能力低い、中国語能力高い」は同化に、「モンゴル語能力高い、中国語能力低い」は分離に、「モンゴル語・中国語能力高い」を統合と区分した。

利用率が高い回答者は、モンゴル語新聞の利用率が高い(「同化」二二名(一七・二%)、「統合」七〇名(五七・四%)といえる(表7参照)。

他方、四つのグループと中国語メディア利用との関係を見ると、モンゴル語メディア利用と同じように、新聞の利用は有意な差が現れていた($p < 0.05$)。また、ラジオの利用にも有意な差が現れ、「分離」と「統合」の中国語利用率が高い回答者が中国語ラジオの利用率が高いということが言いうる(表8)。

一方、回答者のCCCTV番組の視聴について、表5と同じように、「まったく視聴しない」と「あまり視聴しない」群を「利用程度低い」、「やや視聴する」、「非常に視聴する」群を「利用程度高い」に分けた。四つのグループによるCCCTV利用においては、CCCTV・1総合チャンネルの利用には有意な差が見られず「疎外」二九名(一七・九%)、「同化」三二名(一九・八%)、「分離」二〇名

表8 中国語メディア利用程度と4グループの特徴 (単位:名)

メディア利用程度		言語能力による4つのグループ				合計	Pearson のカイ2乗
		疎外	同化	分離	統合		
新聞	低い	23.8% (10)	28.6% (12)	21.4% (9)	26.2% (11)	100% (42)	0.009
	高い	13.9% (19)	18.2% (25)	11.7% (16)	56.2% (77)	100% (137)	
	合計	16.2% (29)	20.7% (37)	14.0% (25)	49.2% (88)	100% (179)	
ラジオ	低い	17.2% (15)	16.1% (14)	21.8% (19)	44.8% (39)	100% (87)	0.031
	高い	14.1% (12)	23.5% (20)	7.1% (6)	55.3% (47)	100% (85)	
	合計	15.7% (27)	19.8% (34)	14.5% (25)	50.0% (86)	100% (172)	
テレビ	低い	35.3% (6)	17.6% (3)	11.8% (2)	35.3% (6)	100% (17)	0.223
	高い	15.3% (25)	20.2% (33)	14.1% (23)	50.3% (82)	100% (163)	
	合計	17.2% (31)	20.0% (36)	13.9% (25)	48.9% (88)	100% (180)	
インターネット	低い	20.0% (7)	8.6% (15)	20.0% (7)	51.4% (18)	100% (35)	0.211
	高い	16.7% (24)	22.9% (33)	11.8% (17)	48.6% (70)	100% (144)	
	合計	17.3% (31)	20.1% (36)	13.4% (24)	49.2% (88)	100% (179)	

* 非常に利用するとやや利用するを「利用程度が高い」に、あまり利用しないとまったく利用しないを「利用程度が低い」に合算。

** 4つのグループの特徴は、「モンゴル語・中国語能力低い」を疎外に、「モンゴル語能力低い、中国語能力高い」は同化に、「モンゴル語能力高い、中国語能力低い」は分離に、「モンゴル語・中国語能力高い」を統合と区分した。

(二・三%)、「統合」八一名(五〇・〇%)

という結果になっており、全体的によく利用することがわかった。表9に見られるように、四つのグループによるCCTV-2の経済チャンネル、CCTV-7軍事・農業チャンネル、CCTV-13ニュースの利用には有意な差が現れていた(p<0.05)。

また、CCTV-6映画チャンネル(p<0.05)、CCTV-11歌劇チャンネル(p<0.05)、CCTV-15音楽チャンネルなど娯楽番組をよく利用するということがある(表9参照)。

4 インタビュー調査にみるモンゴル民族アイデンティティ

インタビュー調査は、上記の表1にあるように、フフホト市の身分証を用いているモンゴル民族一〇名を対象に、インタビュー調査を行い、その結果から彼らがどのようなアイデンティティを抱きながらメ

表9 中央テレビチャンネル利用程度と4グループの特徴(単位:名)

CCTV 利用程度	言語能力による4つのグループ				合計	Pearsonの カイ2乗	
	疎外	同化	分離	統合			
CCTV-1 総合	低い	13.3% (2)	20.0% (3)	26.7% (4)	40.0% (6)	100% (15)	0.177
	高い	17.9% (29)	19.8% (32)	12.3% (20)	50.0% (81)	100% (162)	
	合計	17.5% (31)	19.8% (35)	13.6% (24)	49.2% (87)	100% (177)	
CCTV-2 経済	低い	13.3% (6)	24.4% (11)	26.7% (12)	35.6% (16)	100% (45)	0.010
	高い	17.4% (21)	17.4% (21)	9.1% (11)	56.2% (68)	100% (121)	
	合計	16.3% (27)	19.3% (32)	13.9% (23)	50.6% (84)	100% (166)	
CCTV-3 芸能	低い	18.2% (6)	12.1% (4)	15.2% (5)	54.5% (18)	100% (33)	0.749
	高い	18.1% (24)	20.3% (27)	13.5% (18)	48.1% (64)	100% (133)	
	合計	18.1% (30)	18.7% (31)	13.9% (23)	49.4% (82)	100% (166)	
CCTV-4 国際	低い	13.0% (10)	22.1% (17)	18.2% (14)	46.8% (36)	100% (77)	0.166
	高い	22.8% (18)	15.2% (12)	10.1% (8)	51.9% (41)	100% (79)	
	合計	17.9% (28)	18.6% (29)	14.1% (22)	49.4% (77)	100% (156)	
CCTV-5 スポーツ	低い	11.8% (6)	11.8% (6)	21.6% (11)	54.0% (28)	100% (51)	0.070
	高い	19.8% (23)	22.4% (26)	10.3% (12)	47.4% (55)	100% (116)	
	合計	17.4% (29)	19.2% (32)	13.8% (23)	49.7% (83)	100% (167)	
CCTV-6 映画	低い	19.6% (9)	8.7% (4)	28.3% (13)	43.5% (20)	100% (46)	0.020
	高い	15.3% (19)	23.4% (29)	8.1% (10)	53.2% (66)	100% (124)	
	合計	16.5% (28)	19.4% (33)	13.5% (23)	50.6% (86)	100% (170)	
CCTV-7 軍事・農業	低い	13.7% (13)	20.0% (19)	20.0% (19)	46.3% (44)	100% (95)	0.016
	高い	23.0% (14)	18.0% (11)	3.3% (2)	55.7% (34)	100% (61)	
	合計	17.3% (27)	19.2% (30)	13.5% (21)	50.0% (78)	100% (156)	
CCTV-8 ドラマ	低い	19.3% (11)	14.0% (8)	21.1% (12)	45.6% (26)	100% (57)	0.222
	高い	15.1% (16)	22.6% (24)	11.3% (12)	50.9% (54)	100% (106)	
	合計	16.6% (27)	19.6% (32)	14.7% (24)	49.1% (80)	100% (163)	
CCTV-9 英語国際	低い	13.1% (16)	20.5% (25)	17.2% (21)	49.2% (60)	100% (122)	0.049
	高い	31.3% (10)	12.5% (4)	6.2% (2)	50.0% (16)	100% (32)	
	合計	16.9% (26)	18.8% (29)	14.9% (23)	49.4% (76)	100% (154)	
CCTV-10 教育	低い	13.3% (8)	20.0% (12)	20.0% (12)	46.7% (28)	100% (60)	0.426
	高い	17.6% (19)	19.4% (21)	11.1% (12)	51.9% (56)	100% (108)	
	合計	16.1% (27)	19.6% (33)	14.3% (24)	50.0% (84)	100% (168)	
CCTV-11 歌劇	低い	11.7% (14)	20.8% (25)	18.3% (22)	49.2% (59)	100% (120)	0.025
	高い	27.0% (10)	10.8% (4)	5.4% (2)	56.8% (21)	100% (37)	
	合計	15.3% (24)	18.5% (29)	15.3% (24)	51.0% (80)	100% (157)	
CCTV-12 社会・法律	低い	15.8% (6)	26.3% (10)	18.4% (7)	39.5% (15)	100% (38)	0.468
	高い	17.4% (23)	18.2% (24)	12.9% (17)	51.5% (68)	100% (132)	
	合計	17.1% (29)	20.0% (34)	14.1% (24)	48.8% (83)	100% (170)	
CCTV-13 ニュース	低い	16.9% (11)	10.8% (7)	23.1% (15)	49.2% (32)	100% (65)	0.011
	高い	17.3% (18)	25.0% (26)	7.7% (8)	50.0% (52)	100% (104)	
	合計	17.2% (29)	19.5% (33)	13.6% (23)	49.7% (84)	100% (169)	
CCTV-14 子供向け	低い	14.3% (17)	17.6% (21)	17.6% (21)	50.4% (60)	100% (119)	0.083
	高い	21.6% (8)	27.0% (10)	2.7% (1)	48.6% (18)	100% (37)	
	合計	16.0% (25)	19.9% (31)	14.1% (22)	50.0% (78)	100% (156)	
CCTV-15 音楽	低い	12.2% (9)	12.2% (9)	24.3% (18)	51.4% (38)	100% (74)	0.001
	高い	21.1% (19)	25.6% (23)	5.6% (5)	47.8% (43)	100% (90)	
	合計	17.1% (28)	19.5% (22)	14.0% (23)	49.4% (81)	100% (164)	

* 非常に視聴するとやや視聴するを「利用程度が高い」に、あまり視聴しないとまったく視聴しないを「利用程度が低い」に合算。

** 4つのグループの特徴は、「モンゴル語・中国語能力低い」を疎外に、「モンゴル語能力低い、中国語能力高い」は同化に、「モンゴル語能力高い、中国語能力低い」は分離に、「モンゴル語・中国語能力高い」を統合と区分した。

ディアを利用してゐるかに注目した。以下では、八名のインタビュー内容に基づいて、具体的事例を示したい。

事例1…モンゴル族としての民族意識が強い

私たちは、モンゴル大学を卒業後結婚した。現在一歳の娘と母と一緒にフフホト市に住んでいます。家族で使用する言葉は、母とは主にモンゴル語で、主人と二人はモンゴル語と中国語両方ともよく使います。食事はやはりモンゴル族風です。母は中国語ができないので、家ではモンゴル語チャネルをよく利用します。民族意識といえば、常にモンゴル族であることを意識しています。私たちは自分がモンゴル族であることを、誇りに思っています。中国は現在漢民族が国を支配していますが、モンゴル民族は元朝を建てた歴史があります。チンギス・ハンを尊敬します。

(Aさん、Bさん)

私はフフホトが好きです。将来もずっとここに住みたいです。友達もモンゴル族が多いです。でも漢民族も好きです。私の夢はここでモンゴル語を教える先生になることです。結婚はやはり同一民族としたいです。メディアはテレビをよく利用します。ドラマ番組が好きです。モンゴル語の新聞もよく読みます。(Hさん)

主人の仕事で、三年前からフフホトに住んでいます。子供は大人になって一人で暮らしています。周りに親戚もいないし、モンゴル族の友人もあまりないので、ほぼ毎日朝八時から夜七時までテレビをみています。よくみる番組は、モンゴル語チャンネルでの地方ニュースと娯楽番組です。(Gさん)

事例2…中国人としての民族意識が強い

モンゴル族とモンゴル国のモンゴル人とは同一民族だ。しかし、私は自分をモンゴル人だと思わない。モンゴル族は中国の少数民族であり、中国人だ。私はモンゴル国ではなく、ここ内モンゴルで、中国の少数民族であることをうれしく思う。外モンゴルのメディアは利用したことはないが、モンゴル人の生活が内モンゴル族より貧しいことはみんなわかっているよ。私が仕事上よく利用するメディアは中国語ラジオ番組です。(Fさん)

漢民族が多数住んでいるフフホト市のモンゴル族は、ほとんど漢民族化され、日常生活中で自分たちをモンゴル族だと意識しません。モンゴル族を含め、中国の少数民族は漢民族とともに一つの中華民族になっています。家で両親とは中国語で話します。私は小学校一年から中国学校で中国語を学び始めました。(Cさん)

私にとってモンゴル語より中国語で話すことが気楽です。結婚はいつするかまだ考えていませんが、結婚相手は漢民族もOKです。将来は北京でお仕事をしたいです。テレビは中央テレビの映画・ドラマチャンネルをよく利用します。(Dさん)

事例3…中華民族の一員としての意識が強い

私は中国人には自分をモンゴル族と自己紹介をしますが、モンゴル国のモンゴル人には自分を中国人だといいますが、もしも南北(外・内)モンゴルが統一される日が来ても、私にとってモンゴル国への帰化はあり得ないです。私は永遠に中国のモンゴル族としてここ内モンゴル自治区に住みたいと思っています。私は草原が好きです。砂漠が好きです。内モンゴルが好きです。中国はもっと好きです。(Iさん)

モンゴル民族は日常生活の中で、モンゴル人または中国人という言い方をしません。モンゴル族は中国五六民族の一員なので、中国のモンゴル民族という呼び方が正しいと私は強く思います。(Jさん)

私は、中国少数民族の中で、モンゴル族が一番大きくて偉大な民族だと思います。モンゴル民族は中華民族の誇りです。チンギス・ハンはモンゴル民族のヒーローというだけではなく、中華民族のヒーローでもあります。モンゴル民族の歴史には中国の歴史があると同時に、中国の歴史を論じる際、モンゴル族の歴史なしには論じられません。モンゴル族と外モンゴル国のモンゴル人と同じ民族であることを認めながら、モンゴル族・モンゴル人という意識より、私はモンゴル族・中国人という意識を持っています。モンゴル族は中華民族の一員です。(Eさん)

事例4…モンゴル族の漢民族化問題について

私は、モンゴル族社会の漢民族化には反対です。モンゴル族の漢民族化は民族の特性を失わせてしまい、中華民族という中国の特性も失わせてしまう（Aさん）。特に、現在、内モンゴル自治区のテレビチャンネルは全部で八チャンネルですが、モンゴル語のチャンネルは一チャンネルしかありません。モンゴル語チャンネル数を増やしてほしいです。（Eさん）

モンゴル族として自民族文化を守ってほしい（ずっと）。しかし、モンゴル自治政府は力がない。（Gさん）

中国の少数民族である限り、漢民族化は当たり前前のことだと思います。中国社会を生きる少数民族にとって、民族語より中国語がもつとも必要です。（Cさん）

自分が何民族であるかということはあまり重要な問題ではありません。モンゴル族の生活レベルが高くなるのが大事です。お金持ちになりたいです。（Fさん）

事例5・モンゴル国のメディア利用について

非常に興味を持っていますが、内モンゴル地域では受容できません（Cさん）。政府の許可を得て、モンゴル地域でのモンゴル国のメディアの利用が可能になったらいいなと思います。（Aさん、Bさん）

モンゴル国のメディアを利用したことはありません。でも同じ民族としてモンゴル人の日常生活について知りたい気持ちはあります。（Eさん）たまにインターネットを利用して、モンゴル国のニュースを読みます。（Bさん、Jさん、Hさん）

モンゴル国について、まったく興味がありません。中国国内のメディアがあまりにも多くて、海外のメディアを利用する時間がない。私は中国語メディアしか利用しない。（Iさん）私はモンゴル国のメディアは利用しないが、たまに貿易関係の仕事をしているお客さまからモンゴル国の話を聞いています。（Fさん）

五 考 察

本稿の目的は、中国内モンゴル族自治区・フフホト市のモンゴル族の事例分析を通して、モンゴル民族が抱いているアイデンティティとメディア利用との関係を明らかにすることであった。分析方法として、中国内モンゴル自治区・フフホト市のモンゴル族を対象に質問紙・インタビュー調査を実施した。ここまで行われてきた分析結果を以下のようにまとめることができる。

第一に、モンゴル民族のメディア利用は彼らが抱くアイデンティティに左右される、という本稿で設定した仮説1についてみると、例えばテレビに関しては回答者の一六七名（八九・三％）が中国語メディアを、一六〇名（八五・六％）がモンゴル語メディアを利用していると答え、モンゴル語メディアの利用と中国語メディアの利用との差はみられなかった。しかし、インタビュー調査によると、モンゴル民族意識が高い対象者（Aさん、Bさんなど）はモンゴル語メディアを、中国人意識が高い対象者（Cさん、Dさんなど）は中国語メディアをよく利用する傾向がみられた。

第二に、モンゴル民族のメディア利用と二言語（中国語・モンゴル語）能力との相関関係を明らかにする分析方法として、回答者の言語能力によって四グループ、すなわち、①モンゴル語・中国語の能力が両方とも高い「統合」グループ、②モンゴル語能力が高く、中国語能力が低い「分離」グループ、③中国語能力が高く、モンゴル語能力が低い「同化」グループ、④モンゴル語・中国語能力両方とも低い「疎外」グループに分類した。結果として、モンゴル民族の多くは「統合」グループに属し、自民族文化と中国文化の両文化に巧みに適応していることが明らかになった。また四グループとメディアの利用程度に注目すると、モンゴル族のモンゴル語新聞利用と、中国語新聞、ラジオ利用には有意な差が生じ、モンゴル民族の言語能力と新聞・ラジオメディアの利用とは緊密な関係があることが明らかに

なり、仮説2の一部分を支持するという結果が得られた。

第三に、インタビュー調査からみるモンゴル民族の意識として、内モンゴルと外モンゴルをはっきり区別していることがわかった。内モンゴル民族は自分たちとモンゴル人は同じ民族であることは認めているが、モンゴル族はモンゴル人ではないと述べて、中国人としての意識が強いことが明らかになった。

したがって、モンゴル族は中国人・モンゴル族という二重アイデンティティを抱きながら主に中国語・モンゴル自治区のメディアを利用すること、外モンゴルのマスメディアの利用率が低いということが明らかになった。以上の点から、内モンゴル民族は、朝鮮民族が抱く多層的なアイデンティティ（中国人・朝鮮族・韓民族）とは異なり、モンゴル国への帰属意識が低いと考えられる。他方、自民族国への帰属意識において、朝鮮民族とモンゴル民族との間にこのような差異が生じる背景に、朝鮮民族の韓国の衛星放送の利用と比べ、モンゴル民族は、外モンゴルのメディアを利用しない（あるいは利用できない）ことが一つの要因として挙げられるだろう。

結果として、モンゴル民族が持つアイデンティティの特徴は、メディアを利用する際、さらに明らかになると考えられる。つまり、彼らの中国におけるモンゴル語メディアの利用であれ、中国語メディアの利用であれ、どちらとも「中国人・少数民族」というモンゴル族の二重アイデンティティの形成に影響を及ぼすと考えられる。しかし、内モンゴル自治区における二言語（中国語とモンゴル語）の使用と、メディアの利用を全体的にみた場合、坂元がいうように、中国語を優位言語とするゆるやかなダイグロシヤ (diglossia) 状況や民族語から中国語への社会的言語移行 (language shift) の予兆も浮かびあがってくる。²⁸⁾

また、今回のインタビュー調査では、民族政策や少数民族が抱く宗教など政治的に敏感な問いに対して、答えは拒否されてしまった。しかし、近年、民族自治地方で起きた民族運動を考えた場合、宗教による文化衝突も無視できない。したがって、今後の研究課題として、中国少数民族であるチベット民族とウイグル民族の持つ宗教や日常生活と

ニューメディアの利用について分析を行う必要があると考える。

- (1) 放送番組の質の向上のため、韓国の放送通信委員会(KCC)が毎年放送事業者を対象に行っている評価で、前年に続いてKBS1が地上放送者の主要四チャンネル中、最も高い評価を受けた。二〇一〇年一月から二月までの期間を対象にした番組評価では、KBS1は、放送審議規定遵守、障害者向け番組編成などの項目で他のチャンネルよりも高い評価を受け、九〇〇点満点で七五八・六七点を獲得して一位となった。NHK放送文化研究所編『放送研究と調査(月報)』二〇一二年一月号参照。
- (2) 韓国の衛星放送で配信されている主なチャンネルはKBS(韓国放送公社、公共放送)、MBC(文化放送)、SBS(首都ソウル放送)、EBS(教育放送公社)などがある。
- (3) 金雪(二〇〇九)「メディア利用とアイデンティティとの関係——中国朝鮮族の事例を中心に」『法学政治学論究』慶應義塾大学大学院法学研究科、第八三号参照。
- (4) スチュアート・ホール(一九八八―一九九八)(大熊高明訳)「ニュー・エスニシティーズ」『現代思想』第二六巻第四号、八八頁。
- (5) 毛里和子(一九九八)『周縁からの中国——民族と国家』東京大学出版会、六八頁。
- (6) スターリンは、民族を「言語、地域、経済生活、および文化の共通性の内に現れる心理状態の共通性を基礎として生じたところの、歴史的に構成された人々の堅固な共同体である」と定義した。毛里、前掲注(5)六八頁参照。
- (7) 梶丸岳(二〇〇八)『民族アイデンティティ』からエイジェンシーへ——中国貴州省アイ族を事例に』『中国研究月報』第六二巻第七号参照。
- (8) 五五民族のうち、固有の文字をもつのは二一、固有の言葉をもつのは五三だとされる。毛里、前掲注(5)六七頁参照。
- (9) 黄光学(一九九三)『当代中国的民族工作』当代中国出版社、六七頁。
- (10) Hall, Stuart (1996 = 2001) "Introduction: Who Needs Identity?" In Hall, S. and Paul du Gay, eds., *Questions of Cultural Identity*, London: Sage Publication. (宇波彰監訳)『カルチュラル・アイデンティティの諸問題——誰がアイデンティティを必要とするのか?』大村書店、一四頁。

- (11) 川崎嘉元 (二〇〇七) 『エスニック・アイデンティティの研究——流転するスロヴァキアの民族』中央大学出版社、一七頁。
- (12) チベット民族、ウイグル民族の場合、独立指向が顕著にみられている。特にチベット民族の場合、そもそも五七年にダライラマの判断と亡命があった。民族自治の要求が表出している傾向がみられるのはモンゴル族である。民族回帰の傾向がみられる満州族は、彼らの言語や生活習慣の独自性をほとんど失っているが、改革開放以後、少数民族としての登録者の増加の傾向がみられる。事実追認の傾向がみられるグループには、チワン族、回族、ミャオ族などが属する。これらの少数民族については、ほとんど主体的な動きがみられない。中村則弘 (一九九三) 「中国の社会変動と少数民族アイデンティティ」『人文社会科学論集』第八巻第四号、二九三—三〇九頁参照。
- (13) 李鉄哲 (二〇〇六) 「グローバル化時代の朝鮮族社会構図」『朝鮮族のグローバルな移動と国際ネットワーク』中国朝鮮族研究会編、アジア経済研究所参照。
- (14) 鈴木正崇 (一九九三) 「創られた民族——中国の少数民族と国家形成」飯島茂 (編) 『せめぎあう「民族」と国家——人類学的視座から』アカデミア出版会、二一一—二三八頁参照。
- (15) 中華人民共和国が設立した直後、国家教育部が一九五八年八月、中学暫定教科書課程 (草案) の中で少数民族の初等中学で「国語と民族語を同時に教える」よう定め、漢語の授業時数を初級中学一年生から週三時間と指示し、ここから中国における少数民族教育が公式に始められたという。
- (16) 岡本雅亨 (一九九九) 『中国の少数民族教育と言語政策』社会評論社、一一六頁。
- (17) 張瓊華 (二〇〇〇) 「中国における二言語教育と少数民族集団の選択」『東京大学大学院教育学研究科紀要』第四一巻、二二—二二三頁参照。
- (18) 坂元一光・希日娜依・买苏提 (二〇〇六) 「中国少数民族の言語と集団間関係の新局面——新疆ウルムチの「民考漢」を中心に」『九州大学大学院教育学研究紀要』第九号 (通算第五二号) 七—一九頁参照。
- (19) 周大平 (二〇〇五) 「内モンゴル近現代地域研究の新たな課題」『アジア太平洋論叢』(15) 一一二—一三〇頁参照。
<http://xxw3441.blog.163.com> 参照。
- (20) 「全国モンゴル語文委員会」とは、内モンゴル自治区、新疆ウイグル自治区、青海省、遼寧省、吉林省、黒龍江省、河北省と雲南省の「モンゴル語文委員会」によって構成されている。

- (22) モンゴル大学は中国 教育部により国家重点大学に指定された、内モンゴル自治区で唯一の大学である。哲学、歴史学、文学、法学・経済学、理学、工学、管理学および芸術学などの学科を有する総合大学を形成している。一五の学部、四一の学科、一〇の国家自治区重点分野研究室を有している。モンゴル学において全国に約一〇〇カ所ある人文社会科学研究基地の一つとして中核的な役割を果たしている。 <http://www.imu.edu.cn/> 参照。
- (23) 一九九〇年の段階では、モンゴル語による講座を持つ専門学校と大学がそれぞれ三〇と一〇校になった。このような状況は、民族語による出版物にも大きな影響を与え、モンゴル語教材は三五〇種にのぼり、出版部数は六五〇万冊に達した。それ以外の出版物を含め、一九八九年末にモンゴル自治区の六つの出版社から一万二五八四種類のモンゴル語出版物が発行された。フレルバートル(一九九七)「内モンゴル自治区の民族教育をめぐる諸問題」田中克彦ほか(編)『言語・国家、そして権力』(ライブラリ相関社会学 四) 新世社、九一―一〇五頁参照。
- (24) 内モンゴル教育出版社(編)(二〇〇四)『内蒙古自治区近一〇年蒙古語授課小学訂購課本情況』参照。
- (25) 「二一プロジェクト」は「二一世紀」へ向けて中国全土に「一〇〇余り」の重点大学を構築することから名づけられた国家プロジェクトである。一九九三年に教育部が主管部門となって実施が決定した。一〇年以上の年月を通して、一部の大
- 学と学科に重点的に投資を継続することによって優秀な高等知識人材を育成するとともに、国家建設および社会発展の中で生じる様々な問題を科学技術力によって解決することができる専門的人材の基盤を構築することを目標としている。 <http://baik.baidu.com/view/7085.htm>。
- (26) 内モンゴル自治区は、一九九七年から衛星放送を始めた。
- (27) ベリーは、四つの文化適応パターンを提示する。すなわち、①文化統合(integration)は、移民国の文化によく適応すると同時に、出身国の文化も維持している。②文化同化(assimilation)は、出身国の文化を維持できず、移民国の文化に同化する。③分離(segregation)は、出身国の文化を維持し、移民国の文化に適応しない。④疎外(marginalization)は、出身国の文化も移民国の文化にも適応しなす Bery, J. W. (2005) "Acculturation: Living successfully in two cultures", *International Journal of Intercultural Relations*, Vol. 29 (6) : 697-712.
- (28) 坂元ほか、前掲注(18) 二一頁参照。

金 雪 (キム ソル)

所属・現職 慶應義塾大学大学院法学研究科後期博士課程

最終学歴 慶應義塾大学大学院法学研究科前期博士課程

所属学会 日本マス・コミュニケーション学会

専攻領域 政治コミュニケーション論、中国政治

主要著作 「メディア利用とアイデンティティとの関係——中国朝鮮族の事例を中

心に——」『法学政治学論究』第八三号 (二〇〇九年)