



Title	移行期にあるモンゴルのテレビジャーナリズムのプロフェッショナリズム：「独立性」、「組織特性」からの検討
Author(s)	李, 恩敬
Citation	モンゴル研究. 2012, 27, p. 2-18
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/102373">https://doi.org/10.18910/102373</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

# 移行期にあるモンゴルのテレビジャーナリズムの プロフェッショナリズム

## —「独立性」、「組織特性」からの検討—

李 恩 敬

### I. 問題の所在

世界各国のジャーナリズム活動の研究には、1956年に発表された「プレス四理論」が多く採用されてきた。しかし、現代の世界では、権威主義、自由主義、社会的責任、ソビエト共産主義の4つの類型に分類できない国家体制が多くみられるようになった。その代表的な例が、ソ連の崩壊によって体制転換を迎えたロシア、そして、ソビエト連邦の一部だった東欧や中央アジアの国々である。移行期にあるこれらの国のジャーナリズムも含めた理論の見直しが必要とされる一方、実証的研究や調査も不足している。

各国のジャーナリズムの実相を正確に把握し理解することは、現代世界の理解や相互理解に欠かせない。

本研究では、モンゴルのテレビジャーナリズムを事例とし、実地調査によって得られたデータを分析し、社会主義から自由主義への移行期にある国とのジャーナリズムの現状を考察する。

#### 1-1 モンゴルの社会変化とテレビメディアの状況

北はロシア、南は中国に接し、北東アジアに位置するモンゴルは、1921年、旧ソ連に次いで世界で2番目の社会主義国となった。それ以来70年間ソ連の影響下にあったモンゴルは、1989年に民主化運動が発生し、1992年に新憲法を制定するに至った。これにより初めて「言論・表現の自由」が認められ、国としても複数政党制に基づく自由民主主義国家となり、市場経済への移行を始めたのである。

社会主義政権下の70年間、ソ連の保護下の計画経済により、モンゴルは安定した社会体制を維持したが、輸入や経済援助の大部分を共産圏に依存していたため、ソ連解体後のモンゴル社会は大きな打撃を受けた。国際金融機関、アメリカ、そして日本など、資本主義国からの援助を得た上で、国営企業の民営化、財産の私有化を進めたが、同時に失業と貧富の格差が深刻化した。加えて、政治家たちの汚職、不正腐敗問題も表面化し、民主化と市場主義経済への移行はモンゴル社会に混乱をもたらした。現在も高い失業率や不安定なインフレ変動などの経済問題を抱えているが、比較的安定した政情の中で、豊富な地下資源利用への開発を軸にした経済成長を目指している。

テレビ放送の歴史に目を向けると、1967年、ソ連の援助で首都ウランバートルにテレビセンターが建設されたのが始まりである。当初、国営放送は、国内全国放送の「第1テレビ」が中心だった。これに加え、「第2テレビ」として、ソ連の国営中央テレビである「モスクワテレビ第1放送」のシベリア向け

時差送出番組がウランバートルを含む3大都市に毎日7時間中継で放送された。民主化後の1990年以降には、「第2テレビ」が米CNNからの番組を放送するようになったほか、1994年にはウランバートルにアメリカ資本のEagle TVが設立され、英語ニュースやキリスト教系放送を開始するなど、欧米の放送文化流入もみられるようになった。

メディアの自由化はテレビ局の増加にもつながった。モンゴルのメディア研究機関Press Institute of Mongolia(以下、PIM)が1999年から毎年発行している*Mongolian Media Today*のデータによると、1999年からの10年間で、国内テレビ局総数は27から69まで増加しており、2009年時点では、首都ウランバートルでは14局、他方ローカル局は49局、全国ネットが6局となっている。全国局のうち、2005年から公共局に転換した元国営放送のMNB(Mongolian National Broadcaster)が唯一の公共局、残りのUBS(Ulaanbaatar Broadcasting System)、MN25、TV5、TV9、教育TVは民放局である。

首都ウランバートル向けローカル局は14ある。日本で首都東京を中心に放送している民放の関東圏ローカル5局と独立局6局をあわせて11局があるのに対し、国土は日本の4倍と広大な一方、人口が日本の50分の1であるモンゴルの首都の局数14は多いと言える。民主化以降に急増した民放局間で激しい視聴者獲得競争が展開されている。

## 1-2 体制転換によるモンゴルのジャーナリズムの変化

モンゴル人のメディア学者であるマウレット(2009)によると、民主化後、新聞の記事作成における構造や文体が、ヨーロッパのメディアで広く用いられているリード付きの「逆ピラミッド型」文体に変わること、西洋のジャーナリズム技術やアプローチの導入がジャーナリストの技術レベルの向上に影響したとみられる(マウレット 2009:63)。

一方で、短期間のうちに伝播されたメディアの自由化の影響は、多種多様なメディア媒体の急激な増加をもたらし、それと同時に多くのマイナス面を生み出している。その一番の問題としてプロの職業人が担うジャーナリズムがアマチュアによるジャーナリズムに侵食された点が指摘されている(マウレット 2009:65)。

社会主義時代のモンゴルでは、ジャーナリストがそのための専門的な教育を受け、国から書き手の「プロ」であるという資格を与えられていた可能性があり、記事や番組において一定の質が保たれていた(マウレット 2009:65)。しかし、民主化後、メディアが商業化へ向かう過程で、社会主義時代の職から転じて、他業種から新たにメディア業界に参入した「アマチュア」ジャーナリストやジャーナリストとしての基礎知識がない者が増えた。これにより、記事や番組の質が低下し、憶測や誤報、バランスを欠いた報道内容が散見されるようになり、例えば、誤字脱字、文法上の間違い、映像の質の低下などの現象が目につくようになった(マウレット 2009:66)。

モンゴルのメディアに関わる法整備は、実効性の不十分さについて非難の声はあるが、徐々に進んでいるとみられる<sup>1)</sup>。憲法によって言論・報道の自由を得たモンゴルでは、ジャーナリズム活動の自由度において課題は山積している<sup>2)</sup>。ジャーナリズムがその役割を十分果たすため、法的には憲法で保障されているとみられがちだが、現実はそうではない。

言論の自由の実現が抱える問題に加え、短期間の間に急増した新規メディア事業者の参加によるジャーナリズムの質の低下は、自由で民主主義的な国家となったモンゴルにおいて、ジャーナリズムのあるべき姿、つまりジャーナリズムのプロフェッショナリズムの追及という点をめぐって、克服すべき

新たな課題をもたらしているとみられる。

また、国営放送の公共放送への転換、そして視聴率を最優先とする民営放送の登場と急増といったメディア組織体に関する一連の変化は、メディア経営とジャーナリズム概念に揺らぎをもたらしている。財政的に独立できないメディアが政党と協力関係をもつなど、公共への奉仕を妨げる政治権力や経済要因から距離を置くべき独立性に欠けている状況が予想される(李 2011)。

本論文では、ポスト社会主義国家のジャーナリズムを考察するための研究事例としてモンゴルに注目し、中でも、モンゴル国内で最大の影響力をもつテレビメディアに焦点をあてる。その際、社会主义時代からの元国営放送と民主化後に登場した民放とを比較し、新規参入した民放のニュース制作業務の中で、どのような要素がプロフェッショナリズム低下に影響するかについて考察する。関連して、ニュース制作過程におけるテレビ局の組織特性とプロフェッショナリズムとの間の関係性を、「ニュースルームの機能」に注目しながら分析する。

また、テレビ局が政党から独立した立場を保つことを難しくしている要因について併せて検討・考察する。

## 2. 先行研究の検討

### 2-1 ジャーナリズムにおける「独立性」とポスト社会主義国家の現状

ジャーナリズムに関するプロフェッショナリズムについてはさまざまなアプローチの先行研究事例がある。米国では、公共への奉仕を使命とするジャーナリズムがプロフェッショナルであるべきとの理念から、1920年代にプロフェッショナルとしてのメディア制度構築が追求されている(別府 2006)。1923年に米国新聞編集者協会(ASNE / American Society of Newspaper Editors)が採択したジャーナリズム規範集(Canons of Journalism)では、公共への奉仕を使命とするメディア(新聞)が一般の福利に反する私益を追求することや真実から逸脱した党派性のある社説を認めず、「独立性(Independence)」を担保することがジャーナリズムにとって最も重要としている。

「独立性」は、米国ジャーナリズムのプロフェッショナリズム論でも、課題としてしばしば指摘される点である。メディアの巨大化により、編集方針や論説内容が広告主の影響を受ける、過剰なメディア商業主義化現象がその例である(シーバートほか 1959: 141-142)。

他方、ソビエト連邦解体後のロシアのメディアでは、経済改革の影響でメディア機関が経営難に置かれ、政治・経済権力に助けを求める傾向がみられ、結果として、ジャーナリズムが権力と親密な関係をもつようになったとの指摘がある。例えば、選挙キャンペーンにおけるアンバランスな歪曲報道や、政治性のある有料メッセージ枠の編成などがみられ、ニュース・ジャーナリズムが政党PRの手段として活用されることで、ジャーナリズムの独立性を確保できていない(Oates 2007; Pasti 2005)。

モンゴルの場合、選挙キャンペーン期間中に政党宣伝の番組が多く放送される傾向がある。モンゴルでは選挙広報放送について法的な規制が存在していない。「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」の選挙3法では、選挙広報について全ての政党や選挙候補者に政見放送として一定の時間を無料で提供すると定めているが、一定の時間枠を超えた政見放送は放送局に電波料を支払うことになっており、選挙資金さえあればいくらでも政治メッセージを送ることが可能である(李 2011: 136)。公共放送、民間放送を問わず、テレビ局が選挙広報の獲得をめぐって

政党や政治家との依存関係を持ちやすい法制度になっていると言える。

ロシアや東欧で社会主義時代の国営放送から公共放送へと転換した組織では、政府の影響力から独立するために政府の資金依存を避けるべきだが、転換後も国内最大規模の放送局として存在してゆくため、現実は政府に頼るしかなく、公共放送が公共放送らしく機能しているとは言い難い現実がある (McNair 2000 = 2003 ; Sparks & Reading 1994)。

テレビ局の経営難による資金獲得の問題はニュース制作にも影響を及ぼしている。メディア側に廣告主がより高い視聴率を求めるのとは異なり、メディア側が廣告主に積極的に働きかけ、新聞のニュース記事欄やニュース番組の間にあたかもニュースのように見せかけた企業宣伝、つまりパブリシティ枠としての放送がある。「隠れた広告 (Hidden advertisement)」と呼ばれるが、ロシアやソ連の一部だったスロベニア、中央アジアの国々でみられている (Erjavec & PolerKovačič 2010 ; Kenny & Gross 2008 ; Oates 2007 ; Pasti 2005)。これらの「隠れた広告」は、ジャーナリズム倫理に関わる問題として議論の俎上にあがっている。

本論文では、「政治性のある有料ニュース」や「隠れた広告」などが存在するか調査し、モンゴルジャーナリズムの「独立性」を検討するとともに、社会主義から体制転換した国に共通の特徴が見出せるか検討する。

## 2-2 組織レベルのジャーナリズムのプロフェッショナリズム

ジャーナリズム研究者の Breed (1955) は、ジャーナリストはニュース組織内のポリシーを習得していく社会化の過程を通じて職業基準を得るとし、結果としてジャーナリストが組織の社会的な統制下にあると指摘、ニュース組織に焦点をあてたマクロ的な見解を示した。社会学では、プロフェッショナリズムを現象学や職業特徴的な伝統的なアプローチではなく、プロフェッショナルを取り巻く環境との関係から考えようとする「力学関係アプローチ (Power relations approach)」が比較的新しい見方として位置づけられており、これもマクロ的な視座から捉えようとする行為に近いと言える (Allison 1986 ; Beam 1990)。

なかでも Beam は、プロフェッショナリズムは、ジャーナリストが組織に属し、職業的期待を満足させる組織方針や業務ルーチン、そして組織文化に従っていく中で獲得されるものとの観点から、組織レベルのプロフェッショナリズムを検討する必要があると主張、関連して組織レベルのプロフェッショナリズムを測定するための尺度を以下のように提案している。

アメリカの新聞社 60 社の 300 人の編集者たちを対象とした質問紙調査をもとに提案された尺度は 7 つからなり、①専門性の開発 (Professional development)、②資源関連 (Resource commitment)、③公正な業務 (Impartial practices)、④報奨制度 (Occupational prizes)、⑤編集における積極性 (Editorial aggressiveness)、⑥ニュース制作へのコントロール (News process control)、⑦業界カルチャーへの参加 (Professional involvement) である。また、Beam はスタッフ数がプロフェッショナルなニュース業務と直接的な関係があるとしている。つまり、ニュース制作に関わるスタッフ数が多ければ多いほど記事作成など新聞制作業務に対する対応力 (Beam はこれを「コントロール力」とした) が高まり、組織目標達成の形としてのプロフェッショナルなニュース制作業務が実現されるとする。

ソビエト連邦の影響を受け、国営放送としてニュース・ジャーナリズムのノウハウを構築し、モンゴル国内最大の放送局規模を誇る現・公共放送と、民主化以降に登場し、放送の歴史がまだ浅い民放との

間には、スタッフ数をはじめとするニュース制作能力に関する資源の多少に違いがある。それが、ひいてはニュース制作業務のプロフェッショナリズムにも影響を与えてることが予測できる。

本論文では、第二に、メディアの自由化による民間テレビ局の急増と、これらの自由メディアの新規参入がもたらしたプロフェッショナリズム低下の具体像とその原因をニュース制作過程から検証する。そのため、Beam が示した尺度のうち、ニュース制作能力ともっとも関連があると予想される「資源関連」尺度を取り上げ、調査項目として適用する。

### 3. 方法

#### 3-1 調査方法

本調査では、実際にモンゴルのテレビ局において、ニュース制作過程に関する観察調査を行い、あわせて記者や編集者たちとの半構造化インタビューを実施した。加えて記者たちの取材に同行することでニュースルームでは確認できないジャーナリズム現場の状況も含めて検討することができた。

調査対象は、テレビ放送の組織的な特性をみる上で、公共と商業の差異を特に確認・検証するため、公共放送 MNB と、全国放送を行っている民放の TV9 の 2 局とした。

モンゴル初のテレビ局となる MNB は 1967 年に国営放送として設立された。新憲法により体制が変わった 1992 年以降も依然として国営放送だったが、2005 年の「公共ラジオ・テレビ法（以下、公共放送法）」の制定とともに公共放送に転換した。MNB はテレビとラジオ部門（約 200 人）を合わせて約 1,300 人の従業員をもつ、国内最大の規模と歴史を誇る放送局であり、他の民放局の幹部やジャーナリストたちの中には、MNB での仕事経験を経ている場合が少なくない。MNB の民放局員は過去の経験が大いに役立ったとの点で一致する一方、社会主义時代からの閉鎖的で硬い組織文化のイメージにも共感している。

民放 TV9 は、全国放送を行う民放の中で最も歴史が浅い点、そして民放の中でも公正な報道に特に力を入れているとみられる点で、新規テレビ局の登場による「プロフェッショナリズムの低下」と、ジャーナリズムの「独立性」に注目する本研究において、元国営放送の公共局 MNB と比較する対象として、民主化後に登場した民放局としての代表性を備えていると判断した。

TV9 は、本格的な商業局である TV5 とともに、教育 TV を除いた全国民放の中では最も遅い 2003 年に設立された。他の全国民放の従業員数が 80 人から 120 人程度である一方、TV9 は最も多い約 150 人の従業員を抱える。資金的にも比較的安定していると言える。

設立から 1 年後、約 40 人の少ない従業員で、借金も多かった TV9 の救世主として就任した現在の局長は、TV9 へ転職する前、2000 年から 2004 年までの間、国営放送 MNB のテレビ部門副局長、その前の 1994 年から 2000 年まではモンゴル国内のジャーナリズム研究機関でジャーナリズム教育も行う PIM のアカデミー学長としての経験をもつ。TV9 は、スポーツ番組など視聴者のニーズに応える放送を追求しながらも、独立した放送局として公正な報道に力を入れており、ニュース報道にこだわる局として評価されている<sup>3)</sup>。

調査では、メディア組織のニュース制作能力と関連する Beam の「資源関連」尺度の指標となる〈1 面担当の編集者数〉、〈内部ページ担当の編集者数〉、〈一日の社説ページ数〉、〈プロジェクトやシリーズ記事数〉、〈一般記者の社説執筆起用頻度〉、〈各新聞で共同・反復利用のため予め用意された社説の頻度〉の 6

項目を適用する。これらの尺度はアメリカの新聞社を前提としたものではあるが、ニュース制作能力について実証的調査を行う際に適用可能な調査枠があまりない中、ニュース現場を対象とした本調査研究に有用と考える。

これらの6項目をテレビ局のニュース制作過程でも検討できる項目として整理した。〈1面担当の編集者数〉と〈内部ページ担当の編集者数〉は①【編集に関わる人的資源の規模】、〈一日の社説ページ数〉は②【ニュース解説や論評数】、〈プロジェクトやシリーズ記事数〉は③【特別企画コーナー数】、〈一般記者の社説執筆起用頻度〉と〈各新聞で共同・反復利用のため予め用意された社説の頻度〉は④【効率至上型のニュース制作頻度】とし、この4つの「資源関連」項目を2つのテレビ局でそれぞれ検討する。

調査期間は、2011年2月14日から3月29日までの間、それぞれ平日の13日間(MNBは2月15日から28日まで、3月14日から16日まで、TV9は2月28日から3月15日まで、3月24日)である。調査期間中には現地ウランバートル大学[韓国語科卒]のネイティブ通訳が常に同行し、現場で何が起きているかについての理解の助けとした。現場ではメモを記録し、A4用紙171枚のフィールドノートを作成した。

### 3-2 分析方法

現場での実践的調査内容を分析に最大限に生かすことを目指し、現場のデータから理論を作り上げることを志向するグラウンデット・セオリー分析手法(GTA)を用いてフィールドノートのデータを分析した。今回は Glaser & Strauss(1967 = 1996)の GTA では曖昧だったコーディング方法を明確にした木下(2007)の修正版グラウンデット・セオリー手法(MGTA)を採用している。

ニュース選択、取材、編集などニュース制作の各プロセスの中でみられる政治・経済要因と一定の距離を置くという独立性の実現、そして、ニュース制作能力と関わる資源関連の4項目に注目しながら、調査で得られたデータを GTA 解析方法によってコーディング作業を行った。コーディング作業では41の概念が作られ、それをカテゴリー化した結果、以下のようにチャート化することができた。

## 4. 結果

### 4-1 ニュース制作過程

図1をみると、上から「ニュース素材探し」、「ニュース選択」、「取材」、「編集」、「オンエア」のフローでニュース制作が行われている。

ニュース素材探しの段階では、2局とも報道局内に専用電話が設置されている。専用電話からの情報提供はニュースルームにある共有のニュースノートに記入され、ニュース選択の際に参考として使われる。MNBには、一般国民や NGO 団体からの電話も寄せられるが、大統領、総理、政府、国会など政治機関の広報担当部署から記者会見を知らせる電話が多く、ニュース選択の際にはこれら政府機関に関する情報が多く書かれているニュースノートが重要な材料になっている。一方、TV9は、ニュース番組のコーナーとして存在する「ビジネスニュース」での露出を目的に、自社への取材を求めてくる企業の電話や一般国民からの電話があるが、ニュースノートの活用度は MNB ほどではない。

取材段階では、総理大臣(モンゴル人民党)の政治資金問題で NGO 機関(民主党関連)主催の記者会見に同行した際、取材に来た放送局が非常に少なかった点から、どの政党関連のニュースかが放送局側

の取材の有無を左右する可能性がうかがえた。また、公共機関や警察署で関係者のインタビューを取ろうとする際、インタビューに応じてくれないケースが多く、記者たちにとって独自取材内容を裏付ける信頼性のあるニュースソース確保が難しい状況もうかがえた。

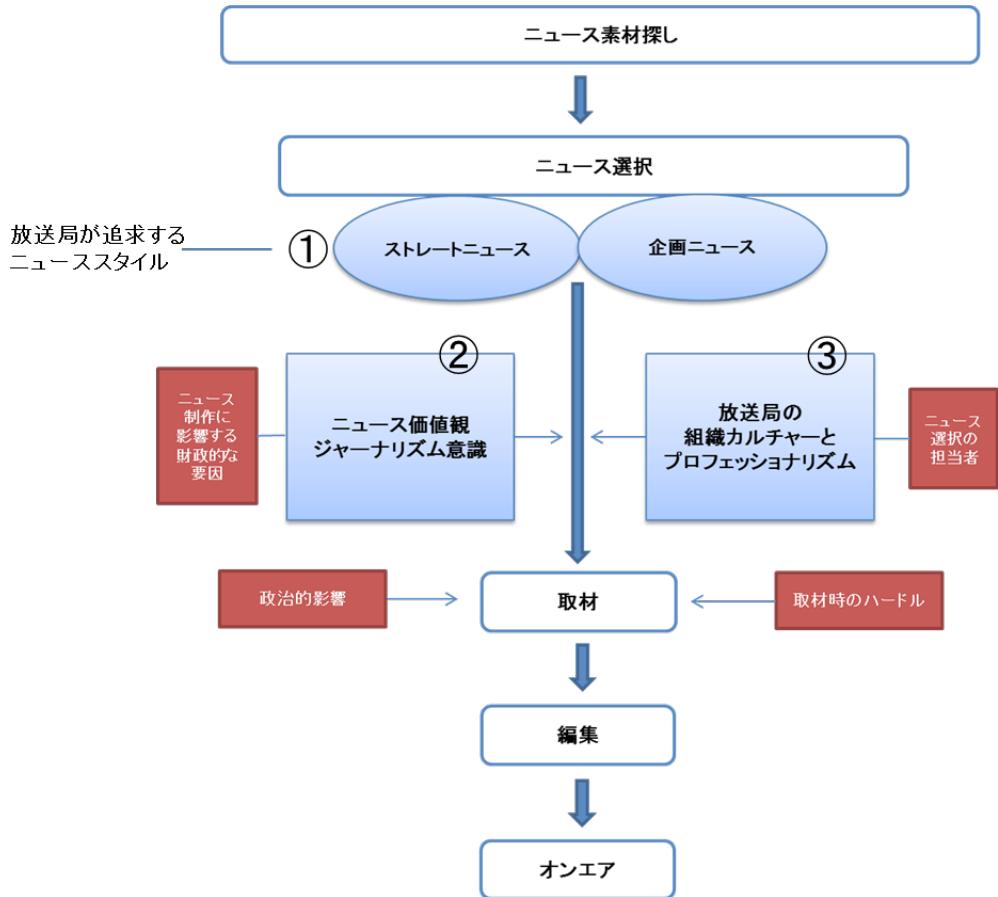


図1 モンゴルのテレビニュース制作過程の概念図

ニュース選択の段階では、(1)放送局が追求するニューススタイル、(2)ニュース価値観とジャーナリズム意識、(3)放送局のカルチャーとプロフェッショナリズムの3つのテーマが浮かび上がった。

この中から「独立性」の検討要因となる「隠れた広告」と「政治性のある有料ニュース」が確認できた。そして「組織資源」の検討要因に「組織カルチャー」要因が新たに加えられたプロフェッショナリズムに影響する「組織特性」が確認できた。

GTA 分析で浮かび上がった3つの主要テーマと、「組織資源」と「独立性」の検討要因、そして新しく加えられた「組織カルチャー」要因を一つの図に表したのが図2である。

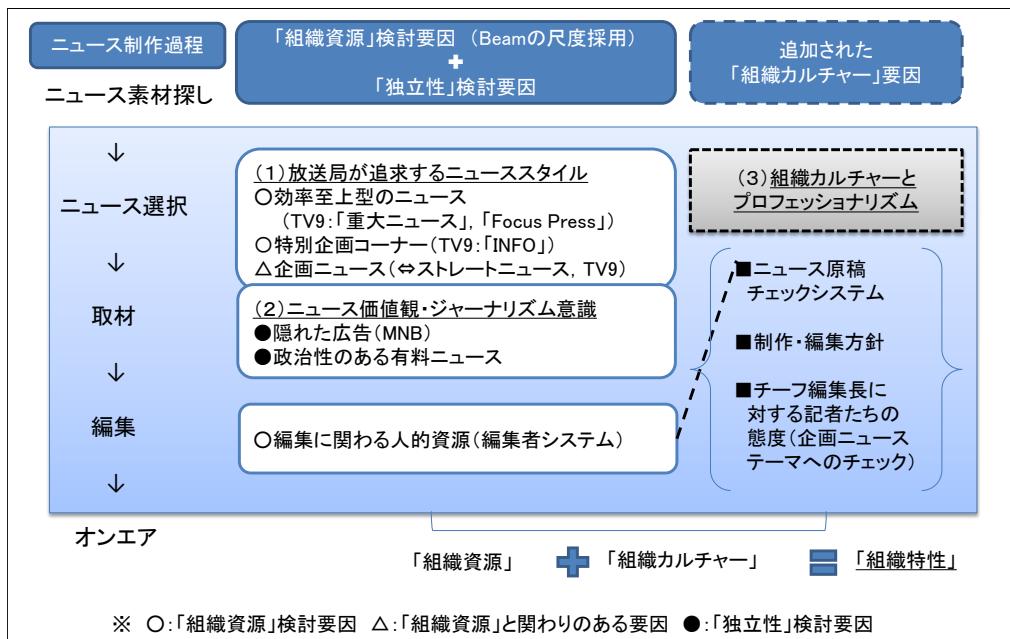


図2 モンゴルのテレビニュース制作過程でみられたプロフェッショナリズムへの影響要因

#### 4-2 放送局が追求するニューススタイル

放送局が追求するニューススタイルの部分では、組織資源と関連する「ニュース解説や論評数」、「効率至上型のニュース制作頻度」、そして「特別企画コーナー数」について特徴的な点が確認できた。また、組織資源に関する検討要因とは別に、放送局のプロフェッショナルなニュース制作に影響を及ぼすとみられるメカニズムについても確認できた。

##### (1) 「ニュース解説や論評」、「効率至上型のニュース」

Beam (1990) は組織資源を示す指標の一つとして新聞の社説ページ数を挙げている。社説は組織の中で、ある程度実力が認められた人材、例えば日本では論説委員にあたるジャーナリストが書くコンテンツであり、社説ページ数が多ければ多いほどその組織は優れた人材を多く保有しているとの根拠とされる。

テレビニュースでは、社説にあたるコンテンツとして「ニュース解説や論評」が考えられるが、MNBとTV9の両局で、これらのコンテンツに関するものはみられなかった。そのため、本項目においては、両局の組織資源の差は語れない。

一方、組織資源を示す指標の中で、〈一般記者の社説執筆起用頻度〉は、新聞の社説に相当する特別セクションを担当できる熟練ジャーナリストが不足する中、一般記者にその執筆を任せるケースで、その頻度が多ければ多いほど、優れた人材が不足していることを意味する。

〈各新聞で共同・反復利用のため予め用意された社説〉も、同じく熟練ジャーナリストの人材不足を

示す指標と言える。社説という熟練ジャーナリストが担当すべきコンテンツを担当できる人材がいないため、配信コンテンツなどでカバーしていると解釈でき、組織資源の豊富さにおいてはマイナス要因として働く。〈一般記者の社説執筆起用頻度〉や〈各新聞で共同・反復利用のため予め用意された社説〉をテレビニュースで考える際、人的資源投入を節約する方策としての「効率至上型のニュース」と見なすとするなら、これらのコンテンツが多ければ多いほど、組織資源の貧弱さを示す根拠となる。

MNB で効率至上型のニュースコンテンツはみられなかつたが、TV9 では、夕方メインニュース番組の中にある「重大ニュース」というコーナーが効率至上型のニュースとして確認できた。「重大ニュース」は、国民が知るべき重要ニュースと判断した内容を、一日4本程度ピックアップして放送している。しかし、熟練ジャーナリストが担当するだろうと予想されるこの重大ニュースの選択とレポートを担当しているのは、大学卒業後、TV9 に入社して2年という短い経歴の記者1人で、しかも新人の時からこのニュースを担当していた。その意味で、「重大ニュース」は TV9 のニュースにおいて人的資源投入を節約する方策として機能していると見なせるだろう。

また、TV9 には「Focus Press」というコーナーがある。日刊紙の記事の中から局長が直接選んだ4つから多い場合は7つ程度の記事の要旨がナレーションによって紹介されるものである。本コーナーの制作のために、別途、記者が配置されることなく、新聞記事をそのまま利用して制作している。「Focus Press」も「重大ニュース」の制作でみられたように、人的資源投入を節約する方策として位置づけられているとみられる。

「重大ニュース」と「Focus Press」の存在から人的資源が不足する民放 TV9 のニュース番組制作の現状が読み取れると見えるだろう。

## （2）「特別企画コーナー」

〈プロジェクトやシリーズ記事〉は一般記事以外にそれを担当する人力が別途必要であり、これは日本で言う「遊軍記者」に相当する。これらの記事数が多ければ多いほどより多くの人的資源を保有していると考えられ、プロジェクトやシリーズ記事数は組織資源の豊富さを示す要因として挙げられている。テレビニュースでこれにあたるコンテンツになるのは、通常のニュースとは別に設けられている「特別企画コーナー」と言える。

公共放送 MNB ではこれにあたるコンテンツは特にみられなかつた。一方、TV9 では21ある地方の各アイマグ（県）の現地人を記者としてトレーニングし、その現地記者から E メールでニュース映像コンテンツを伝送させて放送する「INFO」という地方ニュースコーナーが存在した。MNB は、大統領や総理の番記者による国家元首の地方出張への密着取材はあるものの、TV9 のように地方に記者を派遣してはいない。

「INFO」コーナーの制作に関わる現地人記者を、毎日取材を行っている本社記者と同じレベルの人的資源と見なし、それをもって組織資源の豊富さを表す根拠とするには無理があるかもしれない。しかし、MNB では扱っていない地方のニュースを増やす努力として、その地域に密着したニュースを充実させようとしている点では、21アイマグの現地記者の取材動員力とネットワークをもつ TV9 の方が、より積極的なニュース制作姿勢を持っているとは言えるだろう。

## （3）「企画ニュース」（vs. ストレートニュース）

今回採用した Beam の「組織資源」の検討要因に該当するものではないが、それと関わりのある要因として、放送局が追求するニューススタイルが、ニュースの質を低下させる制作メカニズムを生み出し

ている状況が、TV9でのインタビューや取材同行から確認できた。

ニュースにはさまざまな種類があるが、日本では、新聞報道研究会が取材方法や報道の様式に注目し、①ストレートニュース、②調査報道、③キャンペーン報道、そして④論評・解説の4つに分類している（新聞報道研究会 1995：181-182）。この4つの中で、「キャンペーン報道」と「論評・解説」を除く「ストレートニュース」と「調査報道」が、一般的にテレビで報道されるデイリーニュースの多くを占めていると言える。

「ストレートニュース」は、政治や経済、社会、国際といった分野で日々起きている出来事を伝えるもので、個人的な意見や主張ではなく、客観的な事実を伝えることが求められる。

「調査報道」は、記者がそれぞれの問題意識に基づき視点を定め、隠れた事実を掘り起こして報道するものである。ストレートニュースが日々の出来事を追いかける受身の取材だとすると、調査報道は能動的で積極的な取材によるものであり、その意味では「独自報道」とも言われる。取材対象を決める問題意識や問題の切り口、事実を掘り起こすために必要な発想や検討など、記者個人のニュース感覚や公正で誠実な姿勢が報道の信頼性に大きく影響するとされる。

Beam(1990)は、ジャーナリズム組織のプロフェッショナリズムを測る7つの尺度のうちの一つである「編集における積極性」を示す指標として「調査報道」を挙げている。記者個人のニュース感覚や誠実さが求められる部分もあるが、ニュース組織としては、時間や財政的資源がより必要とされる独自取材によるこれらの報道が多ければ多いほど、そのニュース組織は、よりプロフェッショナルなニュース制作を行っていると解釈できる。

モンゴルでは、記者会見やイベントなどへの取材をもとに事実をそのまま報道する「ストレートニュース」と、社会問題や記者が関心をもつ科学、文化、海外関連ニュースなど、多様なテーマを記者独自で決め、取材報道する「企画ニュース」の2種類のニュースがあることが今回の調査で分かった。

「ストレートニュース」は日本で認識しているストレートニュースとほぼ同様のものとみられる。「企画ニュース」は、記者独自の取材によるものという面では日本やアメリカの「調査報道」や「独自報道」と類似しているとみられる。しかし、実際のモンゴルにおける「企画ニュース」の事情は、ニュース組織の取材力や取材方法などを考えると、日本やアメリカのそれとは異なる。したがって、企画ニュースの分量や頻度が多いということでそのニュース組織がよりプロフェッショナリズムに立脚しているとは言い難い部分がある。

各局でのインタビューデータによると、MNBはストレートニュースが全体ニュースの6割、TV9は企画ニュースが全体ニュースの7割を占めるよう、それぞれの局で目標値を設定していることが示された。目標値だけをみると、企画ニュースを全体ニュースの7割に設定しているTV9のほうが、よりニュース感覚のある人材とニュース制作能力を持っていているようにみえるが、記者の数と勤務システムをみると実際はそうではない。

MNBでは22人のジャーナリストがニュース取材に動員されている一方、TV9では12人のジャーナリストが取材を担当し、MNBがTV9より取材動員力を10人多く保有する。

MNBでは一人の記者が毎週1本から2本の企画ニュースを担当しているのに対し、TV9はMNBより10人少ない取材動員力で全体ニュースの7割を企画ニュースとして制作しようとしているため、TV9の記者は毎日2本の企画ニュースを担当するハードな取材スケジュールを強いられている。2011年3月2日のインタビューで、TV9チーフ編集長のウォトゴン氏から、激しい視聴率競争の中、他の民放局

のニュースとの差別化を図るため、ストレートニュース向きの記者会見の取材内容も、異なる角度でテーマ設定をしたり、記者独自の現場レポート、演出、映像制作に少し工夫をすることで企画ニュース化し、企画ニュースを多く制作する方針を探っているとの話を聞くことができた。このようなTV9の企画ニュース制作重視方針がニュースの質に影響を与えていたことも確認できた。

実際に、TV9で取材同行をした2011年3月10日は、野犬が人に害を与えるなどの理由で殺され、犬の殺処分が増えているとの内容を企画ニュース化しようとしていた。これと関連して、殺された犬の肉と皮を加工する工場があるとの情報は入手して企画を掘り下げることが出来たはずだが、工場が遠距離との理由で工場への取材を諦め、代わりに市内にあるペット用品店を訪ね、店員を取材して、この企画ニュースとは直接関連のないシーンでの撮影が行われた。その後、店の中で椅子に座っている記者の膝に大きな犬を乗せる演出で現場レポートをする様子が確認された。

正確な事実をもとに報道するためには遠距離であっても工場まで足を運ぶべきだが、この日は4つの取材がスケジュールされており、手軽く取材できる場所に行かざるを得なかったとの印象を受けた。それでもインパクトのある取材映像を撮影しようと大きな犬を記者の膝に乗せる演出にこだわり、何回も繰り返して撮影を行っていた。

#### 4-3 ニュース価値観とジャーナリズム意識

「隠れた広告」、「政治性のある有料ニュース」など、テレビ局の独立性に関する検討項目は、記者や放送局組織のニュース価値観やジャーナリズム意識と関連する内容として、取材同行とニュースルームでの記者たちとの話から確認できた。

ニュース番組の役割と資金調達との間での妥協の産物と理解される「隠れた広告」についてMNBで顕著な例がみられた。

公共放送法第13条では、子供向け番組に限って子供向けの広告を許可し、それ以外のすべてのコマーシャルと「隠れた広告」は基本的に禁じるとしている。

しかし、2011年3月15日、研修中のMNB記者に同行して、取材先企業の新商品についての情報をニュース番組の中で放送しようとする事例を観察した際、取材先から放送局に対価が払われると記者から聞いた。これによって「隠れた広告」の存在が確認できた。MNBチーフ編集長のムンフル氏も、NGO機関や企業の要請があり、国民に必要なニュースだと判断した場合には取材に行き、取材先から宣伝の対価をもらうことがあると説明しており、国民に必要な情報をニュースと判断して扱う限り、対価をもらうことに問題はないとの意見を述べた。MNBでは「隠れた広告」が暗黙、当然視されているとみられる。

選挙時期には、政党要請による選挙演説や政党宣伝内容をニュース枠で放送する代わりに電波料をもらう有料ニュースが急増する傾向がある。2011年2月25日、MNBのある記者からは、政治性のある有料ニュースを放送することがジャーナリズムの独立性に影響を与えるとして疑問を感じるとの話を聞き、公共放送法への解釈も含め、局内でもジャーナリズムのるべき価値観をめぐって矛盾や混乱が存在していると言えるだろう。

一方、TV9にはニュース番組の中に「ビジネスニュース」コーナーが存在した。飲食店やデパートのオープン、セール、企業や新商品の紹介などもひとつのニュースという扱いで放送されている。一般ニュースと混同しないようにビジネスニュースの開始時にはコーナーを知らせる音楽と映像で区分はしてい

るが、企業宣伝ともとれる「ビジネスニュース」をコマーシャルとは別途にニュース番組中に入れるのは、国民に必要な情報をニュースとして捉えるTV9のジャーナリズム意識を反映しているとも言える。

MNBにおける「隠れた広告」の存在とそれに関するチーフ編集長の考え方、そして企業宣伝を国民に必要な情報という視点からニュース扱いをするTV9の「ビジネスニュース」は、ジャーナリズム概念と資金調達との間に妥協が行われている状況を表していると言える。

今回の調査期間中、TV9で政治性のある有料ニュースの存在は確認できなかった。しかし、Globe Internationalが発行した *Monitoring Report on the 2009 Presidential Election Coverage* (2009)によると、2009年度大統領選前の15日間の選挙キャンペーン時期にTV9は、有料ニュースや政党PRといった選挙関連放送のうち54%をニュース番組の中で放送していた。TV9でも政党PRの有料ニュースが存在感を示していると考えられる。

#### 4-4 放送局の組織カルチャーとプロフェッショナリズム

放送局の組織カルチャーとプロフェッショナリズムの部分では、プロフェッショナルなニュース制作に影響する組織資源として、「編集に関わる人的資源の規模」がニュースルームでの観察を通じて確認できた。同時に、これらの組織資源に加え、MNBとTV9にはそれぞれ特有の「組織カルチャー」が存在し、「組織資源」と「組織カルチャー」がプロフェッショナルなニュース制作業務に影響する可能性がうかがえた。

##### (1) 「編集に関わる人的資源の規模」とニュース原稿のチェックシステム

「編集に関わる人的資源の規模」はMNBがTV9より優位で、両局には編集者システムと、それと関連して編集者によるニュース原稿のチェックシステムに差があった。

MNBにはチーフ編集長を支える中間的リーダーとして3人の当番編集長がいる。3人の当番編集長によるトロイカ編集制度はロシアの影響を受けたもので、経験8、9年のベテラン記者が当番編集長となり、3人が毎日交代しながら担当する。当番編集長は記者の取材派遣や、午前、午後の10分ニュースのニュース選択とオンエア、20時メインニュース項目の順番を含め、第一版のニュース選択を担当する一方、ニュースソースの確かさ、文法、表現などを中心に記者たちのニュース原稿をチェックしている。

MNBのトロイカ編集制度に対し、TV9は入社2年以上の記者たちが順番で1週間ずつ担当する交代制の当番編集長制を探っている。当番編集長の役割を果たすのにMNBほどの経験や専門性は求められておらず、また、当番編集長が、記者たちが作成したニュース原稿のチェックをする光景もみられなかった。

##### (2) MNBとTV9の組織カルチャーにおける差

今回の調査では、これら組織資源に関わる要因だけでなく、ニュースの質に影響すると予想されるMNBとTV9それぞれの組織カルチャーの存在が確認できた。

ひとつは、編集方針やニュース制作方針の有無である。MNBには、「国民に知らせなければならない必須のニュース」として、年2回その具体的項目が更新されるほか、「公共の利益を重視するニュース」、「今、現在」の時宜性をもつニュース」など3つの編集方針が確認され、ニュース選択における基本軸を形作っている。

また、1本の企画ニュースには3つから4つのニュースソースがあること、取材した記者はニュース

の中でレポートをすること、映像にミスがないこと、インタビューやビデオ映像は20秒以内に収めること、ニュースはできる限り3分を超えないことなどの制作条件が存在し、これについては入社時にチーフ編集長から教育・研修が行われる。一方、TV9は、ニュース制作業務にあたって記者たちが従うべきニュースルーム規則は存在するものの、ニュースの方向性を隨時決めるなど、全体的に一貫した編集方針がみられない。

組織カルチャーを構成する二つ目の要因は、チーフ編集長に対する記者たちの態度である。MNBのチーフ編集長は報道局の記者たち全員を管理する責任者でありながら20時のメインニュース項目の最終決定権者であり、現在のチーフ編集長は1989年に記者としてMNBに入社し、17年間の記者経験を経て2006年からチーフ編集長になった。ロシアで学士を取得し、アメリカの大学院で4年間ジャーナリズムを勉強したモンゴルでも著名な記者で、MNBの記者たちにとってこのチーフ編集長は尊敬の対象である。

また、記者たちが筆者にチーフ編集長を「ボス」と紹介したことや、有料ニュースの妥当性についてチーフ編集長の考えを代わりに聞いてくれないかとの発言も聞かれ、チーフ編集長と記者たちの間に権威的な上下関係があるとみられた。これには記者たちの企画ニューステーマへのチーフ編集長のチェックが機能しているとみられる。

MNBでは、チーフ編集長が記者たちの企画ニューステーマについて時宜性と局の編集方針を基準にチェックを行っている。その時にカットされる場合が多いことから、チーフ編集長の権威は記者たちに緊張感をもたらしていると考えられる。

一方、TV9のチーフ編集長は、2003年にTV9の創立時期に入社した第1世代の記者で、実力のある女性ジャーナリストとして評価され、5年間の記者経験を経て2008年からチーフ編集長になった。MNBではチーフ編集長の部屋が別にあったのに対し、TV9のチーフ編集長のデスクは他の記者たちと同じくニュースルームにあり、記者たちがチーフ編集長のデスクや椅子を必要に応じて使用したり、編集長が席に戻っても直ちにもとのように、チーフ編集の業務が再開できる状態に戻さない場面も見られた。場合によって記者たちと同じく取材に行くこともあり、TV9のチーフ編集長はMNBほどの権威は感じられない。TV9では、チーフ編集長が局長との話し合いをもとに記者たちへ大まかな取材指示を出し、MNBのようにチーフ編集長が記者の企画ニュースのテーマをチェックすることはない。

## 5. 考察

体制転換後、移行期にあるモンゴルのテレビジャーナリズムにおいて、政治的に中立な立場を持つべきテレビ局の独立性の実現と、メディアの自由化に伴うプロフェッショナリズム低下の具体像とその影響要因を探るため、元国営放送である公共放送MNBと民放TV9のニュース制作業務からみられるプロフェッショナリズムについて検討を行い、次の2点の知見を得ることができた。

ひとつめの知見は、政治・経済要因と一定の距離を置くべき「独立性」を阻害する「隠れた広告」や「政治性のある有料ニュース」といったポスト社会主义国家でみられる一連の現状がモンゴルでも共通にみられたことで、特に、これらが顕著にみられた公共放送で「独立性の実現」が問題視される点である。

「政治性のある有料ニュース」の原因としては、先行研究でもみられたように選挙広報放送に関する法制度上の問題が考えられる。選挙3法は、選挙広報放送においてお金を支払えばいくらでも政見放送

が可能な仕組みになっている。公共放送法でも選挙広報放送についてはこれら選挙3法に従うと明記していることから、テレビ局と政党が協力関係になりやすい法制度が、公共放送の独立性を妨げる原因に繋がっていると言える。

「隠れた広告」の原因として考えられるのは、自立できない資金調達構造にも関わらず、収入源になる広告放送を過度に規制している公共放送法の内容である。公共放送 MNB の運営資金は、受信料(2010 年時点で 1 世帯当たり約 80 円)が 4 割、政府支援金が 4 割、その他 2 割を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、そして広告費などで自主調達している。受信料だけでは運営が難しい状況下で、広告収入や政府からの支援金に頼るしかないが、公共放送法で広告放送時間を総放送時間の 2% 以内と定めていることや、子供番組の時間帯に子供向けの広告のみが放送可能になっており、プライム・タイムのニュース時間帯や 20 分以内の番組には広告を放送できないとの制限がある(李 2011: 136)。このような広告時間や広告内容に対する過度な制限がある中で、「隠れた広告」は、国民から徴収する受信料が増えない限り、政府からの支援金により強く依存しかねない公共放送としての最悪の状況を防ぐ妥協点になっているとも考えられるのである。

公共放送局の独立性が保障できない選挙広報放送関連法や、経営難の突破口となれる広告放送を過剰に規制する公共放送法によって、移行期国家モンゴルの公共放送は、政党や企業などとつながりをもつ構造から離れにくい環境にあると言えるだろう。「隠れた広告」が妥当との見解を示した MNB チーフ編集長のジャーナリズム倫理意識にも疑問の余地があるが、体制転換を経て手に入れた公共放送を維持するためには、現実性のある公共放送法の整備が欠かせないと考えられる。

ふたつめの知見は、メディアの自由化で低下したプロフェッショナリズムの中心には視聴率を意識した民放の企画ニュース重視方針とニュースルームのチェック機能低下があり、中でもニュースルームのチェック機能低下には、当番編集長によるニュース原稿チェック、ニュース制作や編集方針、チーフ編集長による記者たちのニュース感覚トレーニングの 3 点の不在が影響するとみられることがある。

民放 TV9 では、限られたニュース素材をできる限り独自のニュースとして伝え、視聴率を獲得しようとする企画ニュース重視方針が、ニュースの質低下を招いていた。TV9 は数多い他民放局のニュースと差別化を図るため、ストレートニュースになれる取材内容もそれを企画ニュース化し、企画ニュースが全体ニュースの 7 割となるよう制作しようとしていた。しかし、通常、ニュース感覚や誠実さなど記者個人の素質以外に、ニュース組織としては時間と財政的資源が必要とされる独自取材が前提となる企画ニュースを、限られた取材人力を動員して制作しようとしていることで、ニュース内容と直接関連のないシーンで納めることや、内容よりインパクトのある映像作りにこだわる状況が起きていた。言論の自由化で異常に増えた民放局間の視聴率競争が、質のあるニュース制作を阻害する形となっていると言えるだろう。

プロフェッショナリズム低下のもう一つの原因としては、ニュースルームでのチェック機能の低下が挙げられる。

まず、当番編集長によるニュース原稿のチェックが行われるのは公共放送 MNB だけで、原稿チェックを行う当番編集長に求められる資質や専門性にも MNB と TV9 には差があった。記者として長年の経験を積み、中間リーダーとしてふさわしい素質を備えた記者が当番編集長になる MNB は、その当番編集長による後輩記者たちへの徹底したニュース原稿のチェックが行われていた。しかし、一般記者が順番で 1 週間ずつ交代しながら当番編集長を担当する民放 TV9 は、チェック機能がほとんど働いておらず、

間違ったニュース内容や文法がそのままレポートされる可能性がMNBより高いと考えられる。

また、報道局内のニュース制作や編集に関する具体的な方針においても、MNBは、「国民に知らせなければならない必須的なニュース」、「公共利益を重視するニュース」、「今、現在」の時宜性をもつニュース」など3つの明確な編集方針をもってニュース選択を行っており、1本のニュースの中に入るニュースソースの数やインタビュー時間制限など、従うべき基準が存在し、入社時から記者たちに教育されている。しかし、TV9はニュース制作や選択時に従うべき基準がみられなかった。取材物が定められた基準に合っているかどうかを検討する作業がチェックだとすると、基準になる具体的な編集方針やニュース制作方針が不在ということは、チェック機能の低下につながりかねないとも言える。

最後に、記者たちがジャーナリズム教育機関よりも現場でジャーナリズムを学ばせる機会が多いとみられる現状から考えると、編集室で最高の権威者であるチーフ編集長による企画ニューステーマに対するチェックがあるMNBでは、記者のニュース感覚、つまり、ニュースになりうるトピックを取り出す能力を養うトレーニングが、日々行われていると言える。その意味で、チーフ編集長による企画ニューステーマのチェックがみられないTV9では、記者たちのニュース感覚を訓練する機会がMNBより少ないと考えられる。

ここでひとつ疑われるのが、企画ニューステーマのチェック機能の不在とニュースルームのカルチャーとの関連性である。TV9の記者たちの中には、入社理由として他の民放局よりも特に良い同僚関係、良い職場環境を挙げた者が数名いた。チーフ編集長によるニューステーマのチェックがないことが、記者たちの中で不十分なニュース価値判断力を向上させようとするモチベーション不在につながっているとも考えられる。これにTV9の同僚愛の強い職場環境が加わり、能力不足が起因するミスや問題点があっても、互いに指摘しないニュースルームのネガティブなカルチャーが生まれ、ジャーナリズムのプロフェッショナリズム低下をもたらしている。

元国営放送と民放の比較調査の形を採っている本調査が、民放局としてTV9だけを対象としている点で、こういったニュースルームのカルチャーとニューステーマのチェック機能不在とを関連付けて推測することに限界があると言えるだろう。

しかし、メディア・ジャーナリズムの自由化によるプロフェッショナリズム低下の具体像とその影響要因を探る目的で行った本調査では、公共放送MNBが民放TV9よりプロフェッショナルなニュース制作環境整備が進んでいると言える「編集作業に関わる人的資源」とそれに連なるニュース原稿チェックシステムに加え、ニュース制作や編集方針、チーフ編集長による記者たちのニュース感覚トレーニングなど、チェック機能を中心として、編集室でジャーナリズムのプロフェッショナリズムを徹底させることが、プロフェッショナルなニュース制作に大きく影響する可能性を見出せた。

民主化後のモンゴルにおけるジャーナリズムのプロフェッショナリズムの低下要因と関連したより踏み込んだ研究に向け、今後は、メディア組織内のチェック機能の有無とジャーナリスト同士の批判や指摘を受け入れる組織文化などについて、他の民放も視野に入れた、より踏み込んだ調査研究を進めていく必要があると考える。

## 註

- 1) 1998年に「言論自由法案」が制定されたほか、2005年には「公共ラジオ・テレビ法」、2011年3月には一般放送事業者向けの法律である「テレビ・ラジオ放送調整案」が発表され、最近の2011年12月1日からは「情報公開と情報へのアクセス権利法」が施行された。特に、初期の法である「言論自由法案」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への禁止、政府機関によるメディア所有と支配禁止など、具体的な実行方策のないわずか4箇条からなる法律であり、記者の権利保障などはまったく含まれておらず、制定当時、非難の声が多かった。
- 2) モンゴルメディア言論の自由のためのNGO, Globe International が発行した *Media Freedom Report 2010* によると、2010年5月から2011年5月までの間、ジャーナリストの権利を侵害する刑法や民法上の訴訟、取材装備の損害や押収、脅迫、編集物の検閲、情報源公開の強要などが30件に至り、そのうち75%が権力者や公務員の指揮下でなされた (Globe International, 2010)。
- 3) モンゴルの国営通信社モンツアメが発行する日本語新聞「モンゴル通信」(2012年8月10日)によると、モンゴル人民革命党党首であり、元大統領のN.エンフバヤル氏が汚職事件に関する裁判で有罪となり、モンゴル人民革命党党首の職権を4年間禁じるほか、所有するTV9テレビの器械や技術を押収するなどの判決が言い渡された。これにより、TV9がエンフバヤル氏が所有するテレビ局であることが明らかになった。しかし、テレビ局が政党と親密な関係をもつモンゴルのテレビ局の状況を考えると、TV9は、選挙時期以外の報道においては、他の民放と比べて比較的公正な内容で、多様な社会問題を扱うなど、評価できる報道を行っているとの意見を報道研究所の関係者やテレビ業界の関係者から聞くことができ、本調査の調査対象として問題はないと考えられる。

## 引用・参考文献

- Allison, M. (1986) A literature review of approaches to the professionalism of journalists. *Journal of Mass Media Ethics*, 1(2), 5-19.
- Beam, R.A. (1990) Journalism professionalism as an organizational-level concept. *Journalism Monographs*, 121, 1-43.
- 別府三奈子(2006)『ジャーナリズムの起源』世界思想社
- Breed, W. (1955) Social control in the newsroom: A functional analysis. *Social Force*, 33, 326-335.
- Erjavec, K., PolerKovačič, M. (2010) News producers' pressures on advertisers: Production of paid news in Slovenian television programs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(3), 357-372.
- Glaser, B. G., Strauss, A. L. (1967 = 1996) *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*, Aldine De Gruyter. (後藤隆・大出春江・水野節夫訳『データ対話型理論の発見』新曜社)
- Globe International (2009) *Monitoring Report on the 2009 Presidential Election Coverage*. Ulaanbaatar: Globe International.
- Globe International (2010) *Media Freedom Report 2010*. Ulaanbaatar: Globe International.
- Kenny, T., Gross, P. (2008) Journalism in Central Asia: A victim of politics, economics, and widespread self-censorship. *The International Journal of Press/ Politics*, 13(4), 515-525.
- 木下康人(2007)『ライフ講義 M-GTA－実践的質的研究法 修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチのすべて』弘文堂

- 李恩敬(2011)「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」『立命館産業社会論集』47巻(2)立命館大学産業社会学会 121-142
- マウレット・ゾルカフィル(2009)「モンゴル国におけるメディアの自由化—そのプラス面とマイナス面」『日本とモンゴル』44巻(1)日本モンゴル協会 61-72
- McNair, B. (2000 = 2003) Power, profit, corruption, and lies: The Russian media in the 1990s. In Curran, J. & Myung-Jin, Park (Eds.), *De-westernizing media studies*. New York, NY: Routledge. 79-94. (杉山光信・大畠裕嗣訳「権力、利益、腐敗、嘘：一九九〇年代のロシア」『メディア理論の脱西欧化』勁草書房 93-124)
- Oates, S. (2007) The Neo-Soviet model of the media. *Europe-Asia Studies*, 59(8), 1279-1297.
- Pasti, S. (2005) Two generations of contemporary Russian journalists. *European Journal of Communication*, 20(1), 89-115.
- Press Institute of Mongolia (2010) *Mongolian Media Today*. Ulaanbaatar: Press Institute of Mongolia.
- 新聞報道研究会(1995)『いま 新聞を考える』日本新聞協会
- Siebert, F.S., Peterson, T., Schramm, W. (1956 = 1959) *Four theories of the press*. (F.S. シーバート・T.A. ピータスン・W. シュラム、内川芳美訳『マス・コミの自由に関する四理論』創元社)
- Sparks, C. & Reading, A. (1994) Understanding media change in East Central Europe. *Media, Culture & Society*, 16, 243-270.

(い・うんぎょん)