

タイ農村部のメディア普及 —タイ東北部を中心に—

岩 佐 淳 一

はじめに～問題の所在～

現在、アジアの放送事情は大きく変わりつつある。その引き金を引いたのは STAR TV の放送開始 (1991. 8) であろう。東はカムチャッカ半島から西は中東までのアジア全域、28億人をカバーする STAR TV の登場はこれまで国家という枠に守られてきた放送の秩序を脅かし、「国境を越えるテレビ」という問題をアジア諸国全体に提起した。

STAR TV の放送が始まった頃、アジア諸国全体の平均テレビ放送チャンネル数は必ずしも多くなかった。また番組や報道に厳しい規制をおこなっている国も多かった。こうしたところに突然空から何のことわりもなく、5チャンネルの電波が降り注ぐようになったのである。チャンネル数の少ない国や自国のテレビメディアのコンテンツ(番組)に飽き足らない人々にとって、これは福音であった。人々は次々とパラボラアンテナを買い求めたり、CATV に加入して STAR TV からの番組を受信するようになったのである。このような状況は風俗・習慣の全く異なるアジア各国に、国境を越えるテレビをどのように規制するか、放送をめぐるどのような枠組み、秩序づくりをおこなうかについての議論を巻き起こした。1994年11月に京都で開催されたアジア太平洋放送連合 (ABU) の総会ではアジア・太平洋地域の多様な文化的、社会的価値への配慮を求めた「アジア・太平洋地域における国境を越える衛星放送機関のためのガイドライン」(Guidelines for Transnational Satellite Broadcasters in the Asia-Pacific Region) を採択するなど、新しい放送秩序の模索が続けられている。

東南アジア地域ではその地理的・政治的理由から、インドネシアが1976年に通信衛星パラパ(Palapa)を打ち上げ、自国や周辺諸国のテレビ放送、映像伝送に利用してきたが、1990年代になってタイが Thaicom (1993) を、マレーシアが Measat (1996) を打ち上げるなど、衛星による多チャンネル化が急速に進みつつある。

ここでタイに目を向けてみよう。現在、バンコクでは従来の地上波テレビ5系統、ラジオ約75局に加えて、CATV局やCS衛星放送の直接受信、民間UHF局の視聴が可能になっている。首都バンコクでは先進国に近い情報環境が実現しているといつてよい(1)。しかしながら、ここで注意しなければならないのは、東南アジア諸国といい、そのなかのタイといい、国土の大部分を占める農村部は情報化による恩恵をあまり受けてこ

なかったという点である。首都圏の情報環境と農村部のそのの間には大きな格差が存在し、首都圏の急速な情報化の中で、農村と都市との情報格差は縮まるどころか、逆に大きくなりつつある。また農民のあいだには一般的に新聞、書籍等の文字メディアに日常的に接触する習慣があまりないため⁽²⁾、相対的情報過疎はさらに増している。情報化著しい首都とそこから取り残される農村のあいだには情報格差がますます拡大しているといえる。

とはいえ、首都バンコク周辺における高度経済成長の影響が農村部まで及んでいることもまた事実であり、所得の相対的上昇やその他さまざまな要因のなかでテレビやラジオ、ラジオカセット、ビデオデッキのようなメディア機器は以前に比べるとかなり普及したといえよう。今日、テレビの普及してない農村は未電化村を除けばほとんどないと言ってよい⁽³⁾。また電話も徐々にではあるが農村へ普及しつつある。タイ国内や世界の出来事に関するニュースはタイムラグなく農村にも流入する時代となった。

では農村部のメディア普及による情報環境の変化は人々の認知・態度・意見・行動や生活意識にどのような影響を与えているのだろうか、またコミュニケーションの変化は農村の社会構造にどのような影響を与えているのか。こうした情報論的、メディア論的視点からのアプローチは国外はいうまでもなくタイ国内でもほとんどみられなかった。それはタイ農村へのマス・メディア普及のスピードがきわめて緩慢であり、こうしたアプローチが研究者の射程に入らなかったからに他ならない。しかしながら、1980年代～90年代の農村へのマス・メディア普及はタイの農村研究のなかにメディア分析を組み込む必要性を提起しているといえよう。

本稿では上述のような問題の解明を最終的な目標としながら、まずタイ農村部においてどのようにメディアが普及したのかをラジオとテレビを中心に跡づけ、農村へのメディア普及の現状を調査村のデータから報告する。そののち、タイ農村における住民の情報接触とテレビの役割について論じたい。

1. タイにおけるメディア普及

まずタイにおけるメディアの歴史を鳥瞰してみよう。タイ初の民間新聞はアメリカの宣教師、ダン・B・ブラッドレイ (Dan Beach Bradley) によって1844年に発行された月刊新聞 The Bangkok Recorder であった。さらに1858年にはラーマ4世の命によって官製新聞、Government Gazette (年刊) が発刊された。また1874年にはタイ国最初の日刊紙 Darunowat が創刊されている。我が国初の日刊新聞『横浜毎日新聞』の創刊が1870年、バタビアのオランダ政庁の週刊機関誌『ヤバツシュ・クーラント』の抄訳『官板バタビア新聞』の発行が1863年であるから、タイの近代新聞の出発は日本とほぼ同時期で

あった⁽⁴⁾。さらにラーマ6世の時代になると王は政治的主張を伝える手段として積極的に新聞を活用するようになった。1932年の立憲革命後も新聞は情報や政治的主張を国民に伝達する重要なメディアであり続けたが、その読者層は中間層以上の都市のある程度富裕な人々に限られていた。その主たる理由は民衆のリテラシーと新聞を購読するための購買力にある。ユネスコの統計によるとタイの文盲率は1957年当時に男性31.4%、女性48.0%であった⁽⁵⁾。しかし、農村部のイリテラシーの割合はこれよりかなり高かったであろう。重富スパポンは農村の人々が新聞に接触しない状況を「農村の人々にとっては、新聞は情報源としてそれほど重要でなかった。彼らには見たり聞いたりすることで入る情報の方が重要であり、その意味で、テレビ、ラジオが好まれた」⁽⁶⁾と述べている。

ラジオ放送が始まるのは1931年である（日本は1925年、ちなみに世界初のラジオ放送の開始は1920年）。チュラロンコーン大学の Ubonrat が初期のタイのラジオを、最初は商業メディアとして始まったもののすぐに国家の宣伝マシーンと化したというように⁽⁷⁾、ラジオは戦前・戦後を通じて強力な政府のイデオロギー装置として機能した。特に戦前のピブン首相の時代にはラジオは愛国ナショナリズム運動の道具として為政者によってさかんに利用されている。しかし、ラジオもまた長らく都市的なメディアであって、農村に普及するのは都市に比べかなり遅く、1970年代であった。さらにテレビ放送が開始されたのは1955年である⁽⁸⁾。ちなみに日本でテレビ放送が始まるのは1953年であった。多くのアジア諸国のテレビ放送開始には大きなタイムラグは見られず、ほぼ同時期に放送が始まった。しかしながら、その普及の歴史は大きく異なる。たとえば我が国ではテレビ放送開始後5年で普及率20%、さらにその5年後には90%に達したが、タイの放送普及はラジオ以上にきわめて緩慢であり、農村部にテレビが普及するのは1980年代を待たねばならなかった。

ではタイにおいてメディアがどのように普及していったかを統計データを中心にあとづけてみよう⁽⁹⁾。

1-1. 1960年代のメディア普及

テレビ放送が始まって7年後の1962年の資料からラジオの所有状況をみてみよう。表1でみるようにバンコク、トンブリ地区ではラジオ普及率55.8%、南部の都市部で37.5%、北部都市部で36.4%、東北部都市部で32.6%とかなりの普及を示しているが、農村部では南部で9.8%、北部で12.5%、東北部で4.9%ときわめて低い普及率にとどまっていた。ただし、水野浩一による東北タイ、コーンケン県のドンデー村調査(1964年)ではラジオ所有率は30.1%と報告されており⁽¹⁰⁾、地域による差は考えられる。60年代初頭、都市部ではラジオはようやくマス・メディアのマスたる条件を整えつつあったが、農村部

ではまだ世帯全体に行き渡るポピュラーなメディアとなっていなかったことがわかる。

表1 メディア所有率 (1962) (%)

| 地域 | バンコク トンプリ | 東 部 | 北 部 | 東北部 | 南 部 |
|--------|--------------|------|------|------|------|
| ラジオ都市部 | 55.8 | 47.6 | 36.4 | 32.6 | 37.5 |
| ラジオ農村部 | — | 36.3 | 12.5 | 4.9 | 9.8 |
| テレビ都市部 | 14.4 | 7.4 | 0.8 | 0.6 | 0.4 |
| テレビ農村部 | — | 0 | 0 | 0 | 0 |

出典：『タイ国テレビジョン放送網建設計画調査報告書』海外技術協力事業団 1962.371頁より作成。

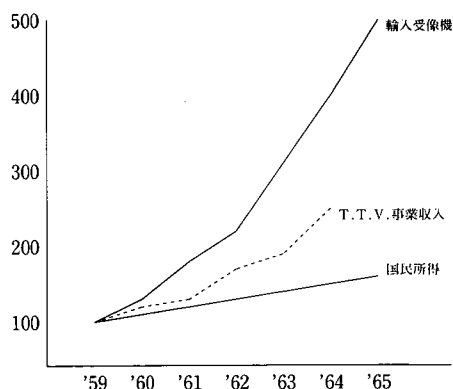
テレビはどうか。1955年の放送開始直後、タイ国内ではテレビ受像機を生産することができなかったため、そのすべてを輸入に頼らなければならなかった。したがって、当時のテレビの輸入台数がタイに存在するテレビ台数となる。表2でみるように放送開始当時のテレビ輸入台数は2,556台であったが、58年には1万台、62年には2万台、64年には3万台と輸入実績を伸ばしていった。放送開始後10年間の累計輸入台数は187,460台であった。またタイのテレビ国内生産は1963～64年頃に開始されたが、輸入・国内生産あわせて60年代中期には約25万台のテレビ受像機がタイ国内にあったと推定されている⁽¹¹⁾。テレビと国民所得、タイテレビ(T.T.V)の増加傾向を示したのが表3である。これを見るとテレビ輸入の伸びはきわめて大きく、国民所得の伸びを大幅に上回っていたことがわかる。

表2 年度別テレビ受像機輸入台数(台)

| 年度 | 年間輸入台数 | 累計 |
|------|--------|---------|
| 1955 | 2,556 | 2,556 |
| 1956 | 3,194 | 5,750 |
| 1957 | 7,161 | 12,911 |
| 1958 | 13,342 | 26,253 |
| 1959 | 11,769 | 38,022 |
| 1960 | 13,551 | 51,573 |
| 1961 | 15,924 | 67,497 |
| 1962 | 22,024 | 89,521 |
| 1963 | 28,122 | 117,643 |
| 1964 | 30,765 | 148,408 |
| 1965 | 39,052 | 187,460 |

出典：『タイ国テレビジョン放送網建設計画調査報告書』
海外技術協力事業団 1962.362頁。

表3 国民所得の増加と輸入受像機及びT.T.V.の増加の傾向(単位百分)



出典：『タイ国テレビジョン放送網建設計画調査報告書』
海外技術協力事業団 1996.362頁。

また、テレビ台数の増加にあわせてタイテレビ(初期のテレビ放送会社)の事業収入も増加している。データによれば、60年代中頃、タイのテレビ受像機は平均型で2,300バー

ツから2,600バーツ、当時のバンコクおよび周辺の平均世帯月収は1,519バーツであるから⁽¹²⁾、バンコクの平均的な世帯にとってテレビは購買可能な耐久消費財ではあったと考えることができる。

農村部ではどうか。バンコクトンブリ地区で14.4%のテレビ普及率を示しているものの、農村部では東部⁽¹³⁾の0.7%を除いてデータなし、すなわち、テレビ所有世帯がない、という結果になっている(表1)。

この原因として、第一に当時のテレビ放送カバレッジがバンコクトンブリ、ハジャイ、ランパン、チェンマイ、コーンケン、ナコンラーチャシーマーの各都市に限られており、それ以外の地域の人々はテレビ放送サービスを受けることができなかったという物理的要因をあげることができる。地方に放送サービスをおこなうためにはマイクロウェーブ網を各地に敷設しなければならない。そのためには膨大な経費と時間が必要だが、初期のテレビ放送ではそこまでの余裕はなかった。結果として、当時のテレビ受像機の約90%がバンコクトンブリに集中し、他の都市のテレビ台数はすべて合わせても2万5千台余りとテレビオーディエンスの量としてはきわめて少数にとどまった。さらにメディア機器を買うための購買力の問題がある。放送普及率は当該国のGNPの大きさにほぼ正比例している。アセアン各国を比較してもそれぞれの国の国民総生産の順位と放送普及率の順位は同じになるが、農村部の住民の購買力ではテレビ受像機を買うことはかなりの金銭的負担を強いられるものであったといえよう。

ここからタイにおいては1960年代初頭、テレビは大衆のメディアとはなりえておらず、その意味ではマス・メディアとは言い難かったことがわかる。とりわけ、農村部の住民にとってテレビはまったく生活の外にあるメディアだったといえよう。

1-2. 1970年代におけるメディア普及

次に1970年代中期のメディア普及状況を見よう(表4)。

1974年の統計によるとラジオ受信機はバンコクおよび中部の都市・農村部に80%以上の所有率を示していることがわかる。また各地域においても60~80%の普及を示し、10年間で急速な普及をみたことがわかる。ラジオの場合、トランジスタラジオをはじめ受信機が低廉なこと、送信設備に多額の経費をかける必要がないこと等、普及条件が早くに整ったため短期間に農村部にまで普及したのである。70年代になってラジオというメディアが都市のみならず、タイ国民全体に普及し、基幹的メディアになったことは注目に値する。このことは70年前後にタイ国内で実施されたメディア視聴調査の分析の主力がラジオであり、ラジオをマスなメディアととらえられていたことからもうかがえる。テレビはどうか。バンコクや中部都市では普及率も過半数を超えていたが、農村部では

相変わらずほとんど普及していなかった。

表4 タイにおけるメディア普及の推移(世帯所有)

| 調査年 媒体名 | 1974 | | 1979 | | 1984 | | 1989 | |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | ラジオ | テレビ | ラジオ | テレビ | ラジオ | テレビ | ラジオ | テレビ |
| バンコク | 82.7 | 62.0 | 82.3 | 66.0 | 80.6 | 78.5 | 81.9 | 79.9 |
| 中部都市部 | 81.7 | 58.0 | 84.8 | 54.1 | 78.7 | 69.4 | 82.0 | 79.6 |
| 中部農村部 | 81.5 | 14.3 | 83.9 | 18.4 | 80.5 | 41.0 | 78.5 | 61.8 |
| 北部都市部 | 79.0 | 28.0 | 86.1 | 46.3 | 77.8 | 63.2 | 79.3 | 76.1 |
| 北部農村部 | 73.8 | 1.4 | 81.5 | 4.8 | 76.5 | 22.9 | 71.3 | 44.3 |
| 東北部都市部 | 70.0 | 32.8 | 77.7 | 41.9 | 74.2 | 62.6 | 75.1 | 73.8 |
| 東北部農村部 | 62.3 | 1.4 | 74.8 | 0.9 | 73.5 | 15.1 | 69.4 | 32.4 |
| 南部都市部 | 69.8 | 23.5 | 73.6 | 46.6 | 71.3 | 61.8 | 71.8 | 72.0 |
| 南部農村部 | 60.8 | 1.8 | 73.4 | 4.0 | 63.0 | 20.4 | 62.0 | 42.2 |

出典:PRELIMINARY REPORT NATIONWIDE,RADIO&TELEVISION SURVEY 1974 NATIONAL STATISTICAL OFFICE.

RADIO AND TELEVISION SURVEY 1979,National Statistical Office, Office of the Prime Minister.

MASS MEDIA SURVEY 1984, National Statistical Office, Office of the Prime Minister.

REPORT OF THE MASS MEDIA SURVEY 1989, National Statistical Office, Office of the Prime Minister.

次に1979年の統計資料を見てみよう(表4)。ラジオの普及率は相変わらず高く、都市部農村部ともに普及率は高い。テレビは都市部でようやく40~50%に達しようとしているものの農村部への普及率は相変わらず低いままである。こうしてみると70年代を通じて農村部にテレビメディアはほとんど侵入しておらず、公的メディアは口頭を除けば、ラジオであったことがわかる。Y. Atalは1987年に、アジアのたいていの社会ではいわゆるマス・メディアはいまだ特権的少数者の事実上の独占であり、それが地方の遠隔地に届かない間はCLASS MEDIAと呼んだ方が良くと述べているが⁽¹⁴⁾、1970年代においてもタイ農村部ではテレビはCLASS MEDIAだったのである。

ところで、農村部の住民にとって新聞はどのような位置づけなのであろうか。先の重富の引用にもあるように農村部の住民にとって新聞は重要なメディアではなかった。1984年の新聞調査でも新聞を定期的に読むと答えた世帯は全国平均で34.7%、最も低い東北タイ(全体平均)では25.1%(農村部はさらに低く23.0%)にすぎなかった⁽¹⁵⁾。ここからも農村部の人々がいかに新聞と接触する習慣がないか推察できよう。

1-3. 1980~90年代のメディア普及

次に1980年代におけるメディア普及の展開をみよう。表4にみるように1984年のラジオ受信機の世帯普及率は約70~80%台の幅で推移しており、全体的に大きな変化はない。ちなみに1981年に口羽益生らによっておこなわれた東北タイ、ドンデーン村調査でも所有率72.7%と報告されている⁽¹⁶⁾。すなわちタイのラジオの普及に関しては70年代す

で飽和点を超えていたとみることができる。テレビについてみると農村部のテレビ普及が著しいことがみてとれる。70年代末には農村部にテレビメディアはほとんど侵入していなかったが、84年になると徐々に普及をみせるようになり、89年には40%程度の普及をみせるのである。このようにタイ農村へのテレビ普及は80年代中頃から始動した現象といえることができる。

こうしたテレビ普及は娯楽やニュースへのアスピレーションとともに農村部の電化、放送カバレッジの整備、テレビ受信機を買う購買力の上昇、という要因が相まってなされたものと考えられる。放送カバレッジに関しては1986年当時、Ch.3、Ch.9はバンコク首都圏のみの放送サービス（ただしCh.9は地方局へ1時間のニュース配信をおこなっていた）、Ch.5でもタイ中央部に5つの中継局しか有していなかった。Ch.7のみが全国16カ所に中継局をもっているという状況であった。当時のテレビ放送カバレッジは全国土の70%であり、なお、30%がテレビ電波を受信できない状態であった。

以上、タイ農村部を中心にメディアの普及過程を概観したが、こうした農村部へのテレビ普及はタイ人の情報行動にも影響を与えずにはおかないだろう。長い間農村部の住民の主たる情報源は人＝口コミであったと予想される。たとえば、1989年の調査によれば、都市部の住民は公的情報を得る際、すでにテレビ、ラジオ・新聞の3媒体に多くを依存していた。それに対して、農村部ではテレビ、ラジオというマス・メディアと同時に区長・村長、友人・近隣から公的情報を得ていた(表5)。しかしながら80年代における農村部へのテレビ・メディアの普及は公的情報源としてのテレビの役割をさらに高めるに違いない。

表5 公的情報を受け取るメディア (%)

| | バンコク | 中 部 | | 北 部 | | 東北部 | | 南 部 | |
|-------------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| | | 都市部 | 農村部 | 都市部 | 農村部 | 都市部 | 農村部 | 都市部 | 農村部 |
| 友人・近隣 | 6.3 | 7.7 | 13.0 | 9.2 | 13.6 | 7.0 | 12.5 | 11.9 | 19.0 |
| カムナン・ブーヤイバーン | 0.4 | 0.1 | 15.8 | 0.1 | 19.6 | 0.1 | 23.8 | 0.4 | 20.8 |
| 教師 | 0.1 | 0.3 | 0.5 | 0.7 | 1.5 | 0.5 | 2.1 | 0.2 | 1.9 |
| 僧 | 0.009 | 0.03 | 0.06 | — | 0.2 | 0.9 | 0.3 | — | 0.08 |
| 政府職員・国営 企業職員 | 0.3 | 1.5 | 0.3 | 2.0 | 0.9 | 2.3 | 0.9 | 0.4 | 0.6 |
| 新聞 | 22.7 | 21.6 | 9.6 | 21.7 | 9.7 | 19.9 | 5.6 | 19.2 | 7.8 |
| ラジオ | 25.7 | 28.0 | 28.8 | 26.0 | 26.0 | 27.3 | 26.9 | 26.0 | 23.5 |
| テレビ | 35.2 | 35.2 | 30.1 | 33.2 | 26.6 | 33.7 | 25.5 | 35.7 | 24.9 |
| 映画・ビデオ | 1.3 | 0.5 | 0.2 | 0.3 | 0.1 | 1.7 | 0.6 | 1.6 | 0.2 |
| 雑誌・ジャーナル 定期刊行物 | 7.1 | 4.5 | 1.3 | 4.6 | 1.3 | 5.6 | 1.2 | 3.8 | 1.0 |
| 他 | 1.0 | 0.6 | 0.3 | 2.2 | 0.29 | 1.9 | 0.5 | 0.6 | 0.076 |

出典：REPORT OF THE NEWSPAPER READING SURVEY 1989
 NATIONAL STATISTICAL OFFICE, OFFICE OF THE PRIME MINISTERより作成。
 数字は出典のままである。

2. 調査村におけるメディア普及の現状

2-1. 調査村の選定と概要

次に農村部においてどのようにメディアが普及しているかを実態調査からみてみよう⁽¹⁷⁾。まず調査地について説明する。調査地はタイの地域のなかで開発や電化が遅れ、テレビなどの進入が遅かったタイ東北部を選択した。タイ東北部は近年急速にテレビ等のメディアが普及した地域である。無論それはこの地域のメディア普及が他地域に比べて著しく遅れていたからに他ならない。テレビは映像をともなうためラジオ以上に情報の影響力が強いと考えられている。こうしたことからメディアの普及による情報化が地域社会のさまざまな側面に与える変化や影響を測定するにはタイ東北部、ことに農村部がもっとも適していると思われる。そしてその中で、比較的閉鎖的な空間性を有する村と開放的で外部との接触が極めて容易な、対照的な村の比較を試みた。

◇調査村1

チャイヤブーム県ゲンクロー郡ターマファイワーン行政区タータングクワイエン村⁽¹⁸⁾
チャイヤブーム県はタイ東北部の西端に位置し、ペチャブーン山脈に沿って立県されているため、山地や高原高地が比較的多い県である⁽¹⁹⁾。郡の数は13、19のスカピバーン⁽²⁰⁾、123の行政区、1,267の村からなる。県の人口は1,086,726人、労働人口の88.7%が農業をはじめとする第一次産業に従事している。ゲンクロー郡は県都から北へ45km、人口582,196人、2つのスカピバーン、10の行政区、111の村からなる。ターマファイワーン行政区はゲンクロー郡プーコーン山中標高約500メートルに位置し、10の村から構成される。国有地の森林を切り開いてつくられ、高地にあるため灌漑用水が稲の栽培をほとんどおこなうことができず、土地はやせており生産力は低い。村民の多くはキャッサバ(タピオカ)、牛の放牧、ラップチャー(日雇い)などで生計を立てている。バンコクなどへ出稼ぎへ行く住民も多い。

タータングクワイエン村は1966年に初代村長のB氏(存命中)が家族を引き連れてこの地に入植したことで基礎がつくられ、正式な村に昇格するのは1979年と歴史の新しい村である⁽²¹⁾。農地面積は約2,400ライ⁽²²⁾、居住地面積は約150ライ、調査時点で世帯数67、人口350人(男性191人、女性159人)であった。近年、郡都ゲンクローからターマファイワーン村まで道路が舗装されたが、タータングクワイエン村までは未舗装であり、比較的、外部と隔絶した「村」ということができる。

◇調査村2

ルーイ県プーア郡ノーンボア行政区ノーンサクラン村

ルーイ県はタイ東北部の最北に位置し、メコン川をはさんでラオスと接する⁽²³⁾。東北

タイでもっとも北に位置する県である。人口574,956人、12の郡、12のスカピバーン、89の行政区、784の村からなる。チャイヤプーム県同様、第一次産業従事者が87.6%を占め、純農村県といってよい。米の生産はほとんどが糯米で、主食に関しては自給自足体制が色濃く残っている。プールア郡は県都から約49kmの距離にある。プールア郡には6つの行政区と46の村、1つのスカピバーンがある。人口は18,396人、451世帯、土地の80%は高原状の山地であるが、灌漑用水も発達している。行政区の中心ノーンボア村周辺には郡庁、病院、小中学校、市場、レストラン、書・新聞店⁽²⁴⁾が存在する。調査村であるノーンサクラン村はノーンボア村からの派生村で、郡庁から2kmの至近距離にあり、調査時に115世帯、人口454人（男性222人、女性232人）であった。入植は1895年と調査村1と比較するとかなり古く、伝統的な農村の文化や習慣をも残している。この村は全世帯が自作農であり、農業収入が主たる収入源となっており、バンコクなどの都会へ出稼ぎに行く村人はほとんどいない。最近までの営農パターンは自家消費用として糯米を作り、換金作物としてトウモロコシをつくるという形態であったが、近年こうした生産構造が崩れつつある。輸出用のショウガの作付け、花栽培も盛んになっている。近年、至近距離にあるプールア国立公園、新年に郡庁前で開催される「花フェスティバル」を当て込んだレストランやバンガローの急増、都会人用別荘地の開発、花栽培による農作物の作付変化などによって、外形的には急速に村が変化しつつある。また郡の中心地の至近距離にあるため農業以外の職業を主とする人やレストランやバンガローを営む村人がいる。農地面積は2,000ライ。宅地面積は500ライである。ムアン・ルーイとダンサーイ、ロムサクを結ぶ幹線道路国道203号線が村内を貫通している。県都までバスで約1時間。郡都からきわめて近い距離にあるため、買い物、通学等生活の便は良く、消費生活が浸透している。この村は調査村1と比較すると情報的に開かれた「村」といえる。

2-2. 調査手順および方法

調査の手順及び方法は以下の通りである。

◇調査村1

1996年2月中旬、村を訪問し、日本人僧プラ・ユキー・ナラテラー師の仲介で村長・助役・小学校長はじめ村の有力者と面会した。その後、7月上旬に聞き取り調査をおこない、9月11日～18日に（主として）質問紙調査を実施した。質問紙調査は留置法による全数調査で、回答方法については村助役・調査実施者（報告者）が全世帯に説明した。住民登録をしている住民350人のうち調査時村に居住しており、調査可能な者（村に現住する者）141名（男性47%、女性51%、NA 2%）であった。

◇調査村2

1997年3月～4月初旬、関係者との面会、聞き取り調査をおこない、8月29日～9月9日に(主として)質問紙調査をおこなった。方法は調査村1と同様である。回答方法については村長が全世帯に説明し、配布・回収した。調査実施者も質問紙の説明・配布・回収・督促にあたった。住民454人のうち調査可能な者(村に現住する者)は176名(男性45%、女性51%、NA 4%)で、両村とも18歳以下の者、村を離れている者、60歳以上の者を除外した。

2-3. 調査村のメディア状況

◇調査村1

山中の「村」であるため電化が遅れ、付近の村も含めて1991年に電気が通じた。したがって、電化製品が「村」に流入し始めたのもその直後と考えられる。電話は1997年に行政村の中心地ターマファイワーン村、隣村のクンゴーン村(公衆電話)に通じている。テレビはタイのテレビ地上局5局のうち4局、Ch.3・5・7・9が視聴可能である。新聞は交通の便が余り良くないため、手軽に購入できない。

◇調査村2

1970年代の共産ゲリラ対策のため、電気・道路などのインフラ整備は調査村1と比べて早く、1977年に電化されている。電話は2 km離れた郡庁周辺で容易に利用可能である。テレビはCh.3・9・11が視聴可能である。またノーンボア村には衛星放送を受信するパラボラアンテナが1カ所存在する。ノーンボア行政区内の村長は全員、郡庁からトランシーバーを貸与され、郡庁および村内の村長と連絡を取り合っている。郡庁の向かいに書・新聞店、貸本店があるので、活字への接触は容易にできる。また、村長宅には郡庁によって新聞購読所が併設され、村人が閲覧できるようになっている。(1998年現在、郡財政難のため閉鎖中)

2-4. 調査村におけるメディア普及の現状と接触時間

表6で見るように両調査村ともテレビ普及率は高く、特に調査村2では回答があった住民の9割近くの家にも普及しており、村人が接触できるメディアのなかでもっとも接触率の高いメディアとなっている。調査村1が山中にあるのに対して特に調査村2は比較的早くに電化し、街道沿いに立村されているため、テレビ普及率もより高くなっているとみられる。表4でみるようにタイ東北部では1984年段階で農村部へのテレビの平均的な普及率は15.1%、89年になっても32.4%であった。したがって両村も含めてテレビの普及がいかに短期間にかつ急激に起こったかがわかる。調査村1の所得分布を示したのが表7である。調査村1では月収2,000バーツから3,999バーツの層がもっとも多く

なっている。当時のテレビ受信機は6,000パーツ前後から購入可能だったので、この層だと月収の2～3倍程度でテレビを購入できるということになる。

ラジオはテレビよりも早くに導入されたメディアでありテレビが導入されるまで村と外界とをつなぐ重要なメディアであったが、ラジオ単体機そのものの所有率はそれほど高くない。しかし、ラジオカセットの所有率とあわせると約100%に上っており、ラジオも村の必須メディアとなっている。

表6 メディア所有状況 (%)

| 項目 | 調査村1 | 調査村2 |
|--------|----------|-----------|
| テレビ | 72.7(32) | 87.6(155) |
| ラジオ | 56.8(25) | 52.5(93) |
| ラジカセ | 45.5(20) | 63.8(111) |
| ビデオデッキ | 2.1(3) | 0.6(1) |

注：調査村1では世帯ごとの所有率を計算した。
 ()内は世帯数。調査可能世帯は44世帯。
 調査村2では回答があった者すべてから所有率を計算してある。
 ()内はサンプル数。

表7 調査村1の所得分布 (%)

| 月収 | 比率 |
|---------------|----------|
| 499未満 | 12.1(7) |
| 500-999 | 22.4(13) |
| 1,000-1,999 | 19.0(11) |
| 2,000-3,999 | 36.2(21) |
| 4,000-6,999 | 5.2(3) |
| 7,000-9,000 | 0(0) |
| 10,000-29,999 | 0(0) |
| 30,000以上 | 1.7(1) |
| DK・NA | 3.4(2) |
| 計 | 100(58) |

注：世帯主からの回答。
 世帯主がいない場合、それに準ずる。
 家族構成員に答えてもらった。単位はパーツ。

次にメディア接触時間をみると、ラジオの聴取頻度(表8)は調査村1では1時間から2時間未満と答える住民、ついで1時間以下が多い。調査村2は調査村1よりもラジオ聴取時間が幾分長く2時間から3時間未満と答える村人が多かった。また4時間以上ラジオに接触する(含む「ながら聴取」)高聴取者もあまりいない。特徴的なのは、ラジオを全く聴取しない住民が両村とも4割前後にのぼっていることである。

表8 ラジオ聴取頻度(平日) (%)

| 聴取時間(平日) | 調査村1 | 調査村2 |
|-----------|----------|----------|
| 1時間未満 | 18.3(20) | 12.1(21) |
| 1時間～2時間未満 | 19.3(21) | 14.9(26) |
| 2時間～3時間未満 | 13.8(15) | 24.1(42) |
| 3時間～4時間未満 | 3.7(4) | 4.6(8) |
| 4時間～5時間未満 | 5.5(6) | 1.1(2) |
| 5時間以上 | 0.9(1) | 2.3(4) |
| 全く聞かない | 38.5(42) | 40.9(74) |

DK・NAは除外。()内は実数。

それに対してテレビを視聴しない村人はほとんどいない。このことから村の中心的なメディアがラジオからテレビへと変化しつつあることが伺える。次にテレビの視聴頻度

(表9)を見ると調査村1は最多視聴頻度が2時間～3時間なのに対して調査村2では1～2時間の視聴時間が最も多くなっている。また調査村1は調査村2に比べ全体に視聴時間が長くなっている。むしろ視聴時間は季節や農作業の繁忙期か否かという要因によっても大きく左右されるが、調査期間は時期こそ1年のタイムラグはあるがほぼ同時期、調査時両調査村とも繁忙期ではなかった。したがってこの理由は、(1)調査村1は2に比べて外部と隔絶しており、娯楽が少ない分テレビへの依存度が高い。それに対して調査村2は郡庁の至近距離にあるため外出する住民が多い。(2)後述するように調査村1は山地という地理的理由もあって活字メディア接触率が低い、その分だけ情報源をテレビに依存する割合が高くなっている(男女別では両調査村とも女性の方がテレビ視聴時間が長い)(3)テレビ視聴経験が調査村2よりも短いため、よりテレビ慣れていない、以上3点が考えられる。

表9 テレビ視聴頻度(平日) (%)

| 視聴時間 | 調査村1 | 調査村2 |
|-----------|----------|----------|
| 1時間未満 | 10.1(8) | 3.7(6) |
| 1時間～2時間未満 | 25.3(20) | 54.3(88) |
| 2時間～3時間未満 | 30.4(24) | 29.6(48) |
| 3時間～4時間未満 | 16.5(13) | 3.7(6) |
| 4時間～5時間未満 | 7.6(6) | 1.3(2) |
| 5時間以上 | 7.6(6) | 7.4(12) |
| 全く見ない | 2.5(2) | 0(0) |

*DK・NAは除外。()内は実数。

表10 新聞接触状況 (%)

| 頻度 | 調査村1 | 調査村2 |
|---------|----------|----------|
| 毎日読む | 0(0) | 10.8(17) |
| 週に4～6回 | 0(0) | 9.5(15) |
| 週に2～3回 | 12.2(11) | 57.6(91) |
| 週に1回 | 4.4(4) | 8.2(13) |
| 月2～3回 | 13.3(12) | 4.4(7) |
| 月1回 | 5.6(5) | 0.6(1) |
| あまり読まない | 45.6(41) | 5.0(8) |
| 全く読まない | 18.9(17) | 3.8(6) |

*DK・NAを除外。()内は実数。

新聞の接触状況(表10)をみると調査村1では毎日新聞を読む習慣を持った住民はおらず、「あまり読まない」「全く読まない」をあわせると6割を超えるなど、新聞購読は一般化していない。週一度以上新聞を読む住民はわずか16.6%に過ぎない。これは表6の農村部の住民が公的情報源として新聞をあまり利用していないというデータと符合している。

それに対して調査村2では86.1%の村人が週に一度は新聞メディアに接触しており、情報接触のうえで大きな対照をなしている。調査村1は山間部の奥まった場所に位置し、交通の便が良くない。郡都ゲンクローまでソントオで約1時間30分、ターマファイワーン村までも30分程の距離にあるため、日常的に新聞に接する機会が相対的に少ない。またターマファイワーン村、調査村1の村内いずれにも書店、新聞店はない。先にも述べたように、調査村2には村長宅に新聞購読所が設置されていたうえに、郡庁の向かいに書・新聞店、貸本店があり、活字接触が容易である。(1997年9月の調査時点では16紙が確認できた)このように両村の住民は新聞メディア接触の上で著しい対照性をなして

いる。

3. タイ農村部における情報伝達とテレビメディアの役割～まとめにかえて～

統計的データからタイのメディア普及過程を跡づけ、調査村の現状を述べてきたが、結果として、調査村においてテレビはひとりあたり普及し終えており、農村部の人々にとって基幹的メディアとなっていることがわかった。では最後に農村部の住民の情報接触について検討しよう。

調査村1・2とも世界的出来事、国内・政治経済情報といった広域的な情報の入手に関してはマス・メディアの力がきわめて強く、特にテレビが圧倒的な情報入手先となっている(表11)。同様に全国メディアである新聞も広域的な情報を入手するのに一定の役に立っている。特に調査村2では新聞が世界の出来事、国内政治経済、県内情報の入手に大きな役割を果たしている。反面、狭域的情報になるとテレビ、新聞以外のメディアが選択される。県内情報は調査村1・2、いずれもラジオから入手する住民が多い。またより狭いローカルな情報の入手先には村長が大きな役割を果たしている。範囲が小さくなればなるほど情報流通に村長が関わる比率が大きくなる。郡内情報では両村とも実に8割以上の住民が情報入手先として村長をあげている。また調査村1は調査村2と比較して情報に対して相対的に閉鎖された村であるが、閉鎖された村の方が広域的な情報も村長に依存する傾向がみられる。村長は定期的に郡庁に集められ、政府や郡庁からの情報を伝えられ、それをさらに住民に伝達する義務を持つとともに、他の村長等とのコミュニケーションからさまざまな情報を入手する。また村長という立場にもとづく人間関係・交流が情報の集積を容易にしている。すなわち、村長という地位が情報の「要」的な機能を持っているということが出来る。

表11 調査村の情報入手先 (MA)

| | テレビ | ラジオ | 新聞 | 雑誌 | 村長 | 家族 | 友人知人 | 役人 | その他 |
|--------|---------------|---------------|---------------|-------------|---------------|-------------|--------------|--------------|-------------|
| 世界の出来事 | 93.5 (87) | 47.3 (44) | 30.1 (28) | 3.2 (3) | 26.9 (25) | 3.2 (3) | 4.3 (4) | 10.8 (10) | 2.2 (2) |
| | 91.4 (159) | 64.4 (112) | 58.0 (101) | 1.7 (3) | 1.7 (3) | 1.1 (2) | 1.7 (3) | 2.3 (4) | 1.1 (2) |
| 国内政治経済 | 87.4 (83) | 50.5 (48) | 31.6 (30) | 5.3 (5) | 36.2 (34) | 5.3 (5) | 11.7 (11) | 17.0 (16) | 4.3 (4) |
| | 89.7 (156) | 63.8 (111) | 59.8 (104) | 0.6 (1) | 1.7 (3) | 3.4 (6) | 4.0 (7) | 1.7 (3) | 0 (0) |
| 県内の出来事 | 40.7 (37) | 58.2 (53) | 12.1 (11) | 2.2 (2) | 63.7 (58) | 3.2 (3) | 11.0 (10) | 22.0 (20) | 4.3 (4) |
| | 16.1 (28) | 51.1 (89) | 37.9 (66) | 2.9 (5) | 62.1 (108) | 2.9 (5) | 9.2 (16) | 8.0 (14) | 1.7 (3) |
| 郡内の出来事 | 6.4 (6) | 16.0 (15) | 7.4 (7) | — | 83.0 (78) | 9.6 (6) | 17.0 (16) | 18.1 (17) | 2.2 (2) |
| | 3.4 (6) | 6.3 (11) | 5.2 (9) | — | 86.2 (150) | 5.7 (10) | 9.8 (17) | 19.5 (34) | 2.9 (5) |

*上段は調査村1、下段は調査村2 ()内は実数。

表12 よく接触するラジオ・テレビ番組・調査村2 (MA) (%)

| | ラジオ | テレビ |
|------------|-----------|------------|
| 1. ニュース | 44.1 (78) | 79.7 (141) |
| 2. ドラマ | 23.7 (42) | 58.2 (103) |
| 3. 歌謡番組 | 26.6 (47) | 14.1 (25) |
| 4. バラエティ番組 | 8.5 (15) | 49.2 (87) |
| 5. 教育番組 | 1.1 (2) | 4.0 (7) |
| 6. 知識・教養番組 | 15.3 (27) | 16.4 (29) |
| 7. アニメ番組 | — | 4.0 (7) |
| 8. スポーツ番組 | — | 9.6 (17) |
| 9. ムアイ | — | 17.5 (31) |
| 10. 映画 | — | 9.0 (16) |
| 7. 宣伝番組 | 2.8 (5) | 1.1 (2) |
| 8. コマーシャル | 1.7 (3) | 1.7 (3) |
| その他 | 0.6 (1) | 4.5 (8) |

() 内は実数。

次に村人がメディアを通じてどのような情報に接触しているかを調査村2で示したのが表12である。もっとも多く接触しているのはラジオ、テレビともにニュースであり、特にテレビにおいては約80%の村人がニュースに接触している。その他ラジオでは歌謡番組が、テレビではドラマとバラエティの人気の高い。また男性を中心にムアイ(タイ式ボクシング)の人気の高い。よく視るニュースとしては国内の政治、経済、社会が多いが、天気予報をあげる住民も多かった。さらに調査村2で情報入手の詳細をみると農業情報・暮らし一般・商品情報・健康・衛生情報いずれもその入手先としてテレビ・ラジオ・新聞の比率が高かった。村長の情報媒介も一定の力を果たしているが、全体としてマス・メディアの情報入手に果たす役割が大きくなっていることがわかる。

表13 調査村2における情報入手 (MA)

| | テレビ | ラジオ | 新聞 | 雑誌 | 村長 | 家族 | 友人知人 | 役人 | その他 |
|--------------|---------------|--------------|---------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|------------|
| 農業情報 | 51.7 (90) | 24.7 (43) | 55.7 (97) | 3.4 (6) | 37.9 (66) | 4.0 (7) | 9.2 (16) | 17.8 (31) | 1.1 (2) |
| 暮らし一般の 情報 | 40.2 (70) | 20.7 (36) | 55.2 (96) | 2.9 (5) | 43.7 (76) | 10.9 (19) | 8.0 (14) | 15.5 (27) | 2.3 (4) |
| 商品情報 | 77.0 (134) | 48.3 (84) | 68.4 (119) | 6.9 (12) | 29.9 (52) | 4.6 (8) | 7.5 (13) | 5.2 (9) | 1.7 (3) |
| 健康・衛生 情報 | 51.7 (90) | 22.4 (39) | 61.5 (107) | 4.0 (7) | 31.6 (55) | 6.9 (12) | 4.6 (8) | 13.8 (24) | 5.2 (9) |

() 内は実数。

ところで、佐藤智雄はマス・メディアが伝達する情報をイベント情報、生活情報、文

化情報、問題情報という4つの型に分類し、この4つの型を発生源・地域的利害関係・影響圏・ニュースヴァリューが受け手の関心を動員しうる範囲から、それぞれ地域情報と広域情報に分けた⁽²⁵⁾。この分類を組み合わせるとマス・メディアが伝達する情報の類型を得ることができる（例：地域情報+イベント情報=地域イベント情報）。

表14 マス・メディアが伝達する情報（タイ東北部農村のばあい）

| 情報の種類 | イベント情報 | 生活情報 | 文化情報 | 問題情報 |
|-------|--------|------|------|-------|
| 地域情報 | ×または△ | × | × | ×または△ |
| 広域情報 | ○ | ○ | ○ | ○ |

佐藤智雄編『地域オピニオンリーダーの研究』から作成。

◎はマス・メディアからの情報の伝達が十分におこなわれている状態を、○はある程度伝達されていることを、△は伝達が不十分、×は全く不十分であることを示す。

佐藤の分類をもとにみると、タイ農村においても、テレビの普及によって4つの領域いずれも広域情報はある程度充足されていると考えられる。しかしながら、マス・メディアが伝達する情報において地域情報が決定的に不足している。上述の調査結果にもあるようにメディア、特にテレビは広域的な情報や一般性の高い情報の伝達メディアでありえても、地域メディアとしては機能していない。結局、テレビというメディアはタイ農村では国全体の広域的・一般的な社会情報・生活情報・娯楽情報の伝達には寄与しているが、身近な地域の情報伝達メディアではないのである。

その理由はタイのテレビが、いくつかの地方局は存在するものの、基本的には県域ごとに置局されておらず、バンコクの主要な放送局が地方に中央で制作された番組を放送するという形態をとっているというところにある。我が国のテレビ局は関東・東海・近畿の3広域圏を除いて、県単位に置局されている。日本のばあい、ローカル局は当該県の企業からの広告収入をある程度は見込めるが、タイのばあい、県単位に置局しても、バンコク周辺を除いて県内の企業からの広告出稿はほとんど見込めない。放送局を支える経済的基盤が存在しないのである。したがって、各県ごとにローカルテレビ局を置局することは不可能といえよう。こうしたテレビ局の置局体制は地方への情報流通にも大きな影響を与えている。我が国の場合、テレビは歴史的に地域情報の伝達に大きな役割を果たしてきたが、タイではこのような役割をテレビに求めることはできない。テレビは広域的・一般的な情報や娯楽を伝達するメディアという限定的役割のみを持つこととなり、狭域的・地域的な情報については地方局が存在し、地域向けの番組も伝達するラジオか、それ以外の口コミということにならざるを得ない。しかし、ラジオ局もタイのばあいは、明確な法的根拠付けをともなった地域メディアとして成立しているわけではないので、やはり地域の情報伝達という点からみるとその機能は限定的にならざるをえ

ないだろう。

では、マス・メディア、特にテレビの普及はタイ農村部の人々にどのような影響を与えているのであろうか。影響の概念は多義的であり、素朴な実感・印象風の記述は避けなければならないが、認知・態度・意見・行動、どのレベルでどのような変化をもたらしているのか、慎重な分析がおこなわれなければならない。こうした分析はタイ農村の変化を考察するうえで、有益な分析視角を提供するものと考え、これについては今後の研究の課題としたい。

注

- (1) タイの地上波テレビは現在5系統ある。Ch.3=Bangkok Entertainment, Ch.5=Royal Army Television, Ch.7=Bangkok Broadcasting & TV, Ch.9=MCOT (タイマスコミ公社), Ch.11=Television of Thailand. 加えて民間UHF局ITV=Independent Television. がある。CATVはUBCとThai Skyの2系統だが、Thai Skyは現在放送を休止中。ラジオ局は全国で約500局。
- (2) 1969年段階ではタイ東北部農村の村人のうち80%が非常に不定期にしか新聞を読まず、ごく少数の教員、村役人がときどき読む程度であると報告されている。また1989年の統計では東北タイの農村部(非市域)で公的情報を新聞から受け取るという村人は5.6%にすぎなかった。Bumrongsook Siha-Umphai et.al, Summary of Mass Media Surveys: Northeastern Thailand, The Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, 1974 および Kaan-samruad Kaan-aannangsupim pho. so. 2532 (Report of The Newspaper Reading Survey 1989)
- (3) 未電化村の情報流通については益本仁雄『市場経済化・情報化にゆれるアンカイ村—北タイの未電化村—』近代文藝社, 1995が詳しい。
- (4) 新聞についてはSanan Padmadin, Mass Communication in Thailand-an overview (Asian Mass Communication Research and Information Centre, 1984)を参照した。
- (5) UNESCO, Statistical Year Book, 1963.
- (6) 重富スパボン「マスメディアに映る社会とその変化」、アジア経済研究所編『第三世界のマスメディア』(明石書店, 1995), P.83.
- (7) Ubonrat Siriyuvasak, RADIO IN A TRANSITIONAL SOCIETY: THE CASE OF MODERN THAILAND (Centre for Mass Communication Research, University of Leicester, 1989), P.38.
- (8) Sanit Sithirak, Kamnoad Thorathat Thai (2493-2500) (Bangkok: Kletthai, 1992)がタイのテレビの成立について詳しい。
- (9) 1960年代のメディアに関する信頼できる統計的データがタイの大学にもほとんど残されておらず、やむを得ず二次資料から復元した。この時期の資料としてはREPORT OF THE RADIO AND TELEVISION SURVEY: RADIO LISTENING, 1968-1969 (タイ文)があるが、資料的価値はあまりない。

- (10) 水野浩一『タイ農村の社会組織』（創文社,昭和56年）,p.67.数字は口羽益生編『ドンデーン村の伝統構造とその変容』（創文社,1990）,p.188から引用した。
- (11) 海外技術協力事業団『タイ国テレビジョン放送網建設計画調査報告書』1966,361頁。
- (12) 前掲報告書,363頁。
- (13) 東部は中央部に含まれる。
- (14) Yogesh Atal, The Communication Revolution in Asia, Media Asia vol.14,N0.1,1987.p.4.
- (15) National Statistical Office, Office of the Prime Minister,Newspaper Reading Survey 1984.
- (16) 口羽益生編,前掲書,188頁。
- (17) 2・3章は岩佐淳一「タイ農村におけるコミュニケーション変化(Ⅰ)」『茨城大学教育学部紀要』（人文・社会科学・芸術）第48号、1999を大幅に加筆訂正したものをベースに執筆した。
- (18) ここでいう行政区はタイ語でいうタンポンを、村はムバーンをさす。また表5内、プーヤイバーンは村長、カムナーンは区長の意である。
- (19) チャイヤプーム県のデータは以下の資料に依った。Samutraaigaan Sathiti Cangwat 2537 Chaiyapum, National Statistical Office, Office of the Prime Minister. (Statistical Reports of Changwat Chaiyapum 1994)
- (20) タイの地方行政制度の一つで衛生区と訳される。
- (21) 村内資料、Phrawati Baan Thatangkuvian dooi Songkhep (Short History of Thatangkuvian Village) 日本人僧ブラ・ユキー・ナラテラー氏提供。
- (22) 1ライは1,600平方メートルである。
- (23) ルーイ県のデータは以下の資料・文献に依った。NATIONAL STATISTICAL OFFICE OF PRIME MINISTER, STATISTICAL REPORTS OF CHANGWAT LOEI, 1994. 酒井出『タイ東北部一農村の村落統合様式について』『村落社会研究』No.1(1994)
- (24) 書籍と新聞の合売店。
- (25) 佐藤智雄編著『地域オピニオンリーダーの研究』中央大学出版部,昭和60年,4頁。

(いわさ じゅんいち 国際コミュニケーション学科非常勤講師)