

## モンゴル国—人口 318 万人の Facebook 大国

### モンゴル人は遊牧民？

2018 年春、モンゴルについて自由にエッセイを書く機会をいただいた。そこで、モンゴル国（以下、モンゴルとする）<sup>\*1</sup> に行ったことのない友人に何を知りたいかたずねると「モンゴルでイメージが強いのは食べ物か動物。だから実際の食事<sup>\*2</sup>や動物との関わりがわかったら楽しい」との答え。よく聞くと「動物」は家畜を指していた。実はこの友人は私の論文をいつも読んでくれている。そして、私をはじめとするモンゴル研究のフィールドワーカーはこれまでに遊牧民の生活、とくに畜産物や家畜について多く論じてきた。

にもかかわらず、まだ足りない？あるいは、私たちの論文がモンゴルのイメージを畜産物と家畜に固定してきてしまった？そういえば、東京育ちの従妹もモンゴルへの憧れを「動物と距離が近

\*1 モンゴル人はモンゴル国・中国・ロシアをはじめとする世界各国に住んでいるが、本稿ではモンゴル人がマジョリティーとして暮らす独立国である「モンゴル国」に焦点をあてる。

\*2 モンゴル牧畜地域の日常的な食事については風戸真理 (2018) 「いっどこで何を飲食するのか？—モンゴル国における日常的な食事行動とジェンダー—」『生態人類学会ニュースレター』23:101-107 を参照。

い」つまり「羊や馬が家の近くにいるのは日本では考えられないことだから、行ってみたい」と表現していた。



写真① 家畜が覗きこむ、モンゴル牧民のゲル  
(2017 年、モンゴル国ボルガン県)

私の感じているモンゴルはそれだけではない。遊牧とともに都市生活があり、情報化やグローバル化においては時に日本よりも進んだ多面性が魅力の社会である。これまで草原の牧民の視点からモンゴル社会を描いてきたが、本稿ではモンゴルの現代的な暮らしの一面として彼らの SNS 利用を紹介したい。2018 年 8 月のモンゴルを舞台として、SNS の中でも一番よく使われている Facebook

(以下、FB)を通して浮かびあがる、草原と都市をまたぐ多様な人間関係や、経済動物である家畜に加えて娯楽のための鑑賞動物との関係を描いていく。

### ケータイとスマホの使用

モンゴルの人びとは広大な草原で家畜に語りかけるようなアナログな生活を送っていると想像している読者もいるだろう。確かに牧民は草原でゲル(移動式住居)に住み、家畜と畜産物を生産し、それを食べたり売ったりしている。同時に、大人も子どもも携帯電話(以下、ケータイ)を持ち、近隣や遠方の知人と頻繁に通話している。

モンゴルの携帯電話加入者数は2017年6月現在、約357万人<sup>\*3</sup>で人口の112%に達している。モンゴルには携帯電話事業者が4つあり、地域ごとにサービス開始時期や電波の強さが異なり、同じ事業者内での無料通話サービス等があるため、複数のSIMカードを所持している人が多く、電話番号も複数、端末も複数台になる。

広大な草原を飛ぶ弱い電波を強くキャッチしてくれる端末は折りたたみ式以前のストレート

(棒形)ガラケーである。一方、首都ウランバートルなどの都市、県や郡の中心地といった定住地では「オハラク・オタス」(uhaalag utas、賢い電話)と呼ばれるスマートフォン(以下、スマホ)を持ち、FBを代表とするソーシャルメディアを使う人が多い。草原ではインターネット電波が届きにくい、若者たちは定住地で学校に通う間にスマホを入手し、草原の実家に帰ってもアルバム・カメラ・ゲームなどを楽しんでいる。大人たちは、幼い子どもをスマホゲームに子守りしてもらって繁忙期のりきったり、時間のある時には微弱な電波をひろえる場所に立ってFBを楽しんだりしている。

電力はソーラーパネルで自家発電し、ケータイ・スマホの他にゲルの照明・テレビ・パソコン・DVDプレイヤー・ラジオなどの電化製品が使われている。



写真②学生に人気、ユニテル社のSIMカード(2017年、ウランバートル)

\*3 総務省(2018)「世界情報通信事情 モンゴル(最終更新:平成29年度)」(<http://www.soumu.go.jp/g-ict/country/mongolia/detail.html>)(2018年7月31日閲覧)。



写真③草原のソーラーパネル発電（2017年、モンゴル国ボルガン県）

## 移動とFB

草原のケータイ利用について書いてきたが、実は2017年の国家統計によると、「草原の遊牧民」は人口の3割ほどにとどまり、モンゴル人の7割近くが都市に住み、その半数近くが首都ウランバートルに集中している。とはいえモンゴルの人びとは、草原、都市、そして国境を越えて頻繁に移動する。牧民は、家畜の採草地を求めて一年に数回ずつ引っ越すが、その子どもたちは就学のために都市と実家を行き来している。加えて、都市や外国で暮らす親戚を訪ねたり、中国やロシアに親

光がてら自家消費材と商材を買い出しに行ったりする。

草原では隣の世帯と離れてキャンプし、移動もよくするモンゴル人は、ケータイでの通話やSMS（メッセージ）機能をフル活用している。GMobile社が提供する、年額2700円で時間制限のない誰でもカケホーダイプランはとくに牧民に人気である。

他方で、一対一のコミュニケーションを越えたグループでの情報共有、外国に住む親戚や友人との連絡、そして新しい人間関係を拓く場などとしてインターネット上のSNSが用いられる<sup>\*4</sup>。モンゴル人がスマホに入れているSNSアプリには、世界的ネットワークのFB・Twitter・Instagram、地域型のWeChat（中国）・LINE（日本）・Kakao Talk（韓国）などがある。世界的SNSの使いわけは、30代男性（大学教員・政治学）によればモンゴルでは「FBに悪人はいない。Twitterにアホはいない」と言われており、「FBには人生を書く。Twitterでは政治を語る。そして、Instagramでは就職・転職したい人が輝かしい経歴を並べる」のだという。40代女性（大

\*4 総務省（2018、同上）によれば、モンゴルのモバイルインターネットの加入者は2016年6月現在251万人である。

学教員・英語)は「Instagramでは容姿のいい人が自己宣伝する」と女性の視点で補足してくれた。

モンゴルのソーシャル・メディア・マーケティング会社 NATHOUSE によると、2018年2月現在モンゴルでは人口の66%にあたる210万人がFBを使っている。そのうちわけは男女ともに子どもから年金生活者までと幅広い。端末はアンドロイド・スマホをはじめとするモバイル端末が9割と圧倒的多数である<sup>\*5</sup>。



写真④会食中も手元にスマホとiPad。都市で学び草原出身の女性たち(2017年、ウランバートル)

モンゴルの人びとは自身の近況をFBのタイムラインで紹介し、特定の相手との連絡手段として

メッセージ機能を用い、国際電話としてFBのビデオ電話を使う。このようにFBは今、モンゴル人の生活に深く浸透していて、「*feis*」(フェイス)と親しみを込めて呼ばれる。FBにはモンゴル語版がなく英語版を使っているので英語のFB用語が取り入れられ、キリル文字やローマ字で「*laiki*」(いいね!)、「*sheir*」(シェア)と書かれたり、英語の「PM」(メッセージください)という略語がそのまま使われたりしている。

さらにモンゴル人は、何かの役に立ちそうだと  
思った相手には面識がなくても臆せずに「*ナイツ  
イン・フセルト*」(*naizyn huse/lt*、友達申請)を  
送り、日々、社会的ネットワークの拡大に努めて  
いる。私にもまったく知らないモンゴル人たちか  
ら次々と友達申請が届く。

<sup>\*5</sup> NATHOUSE (2018) 「Facebook хэрэглээ Монголд 2018 – Инфографик」 (<http://www.nathouse.mn>) (2018年7月31日閲覧)。

## グループでつながる

FBの諸機能の中でもモンゴルでは「グループ」利用が盛んである。グループとは、投稿された記事がグループメンバー全員に届くしくみであり、メンバーだけが記事を見られる非公開グループとメンバー以外も見られる公開グループとに分けられる。2018年8月現在、モンゴル最大グループの一つである「*Mongol uls Media*」(モンゴル国メディア)はモンゴルの人口(318万人)の15%にあたる49万人のメンバーを擁する(私のような外国人も含まれるが)。

彼らは自身が参加しているグループに自身の「ナイツ」(*naiz*、友達)を勝手に登録するので、グループメンバーは増え、私も多くの「モンゴルのグループ」に参加している。たとえば2018年6月、私が画質のよくない写真を自分のタイムラインで紹介したとたん、ナイツが私を「*iPhone hereglegchid sonirhogchid*」(iPhoneユーザーと興味のある人)グループに登録した。これは主に中古iPhoneを個人間で売買する情報交換の場で、本人から説明はないが「写真はiPhone画質で撮りなさい」というオススメだろうと推測している。モンゴル人は、私が調査を始めた1990年代から写真を撮られるのも見るのも大好きで、今は自身のスマホカメラでの撮影やセルフィーを存分に

楽しんでいる。

ところでインターネットは世界的なネットワークであるが、「モンゴルのグループ」という限定は使用言語がモンゴル語であることによる<sup>\*6</sup>。文字は、キリル文字やそのローマ字転写が用いられる。

以下ではモンゴルのグループの中でも、2018年8月4日時点でメンバーが多いもの、モンゴルらしいもの、それらのトップ記事、を公開グループに限定して紹介していきたい。内容としては、①販売、②全国情報、③地域情報、④動物、に分けられる。「販売」はFBの定めるグループカテゴリ名称であるが、実際には「売ります・買います」というフリマ機能を果たしている。また、それ以外のカテゴリのグループでも商取引がおこなわれている。

### 1. 販売

スマホ・生活用品・不動産などの新品や中古品を、主に個人間で取引するマーケットである。私もメンバーになった「*iPhone hereglegchid sonirhogchid*」(iPhoneユーザーと興味のある人)

---

\*6 モンゴル語系の言語は中国やロシアでも話されているが、方言に分かれている上に、中国ではFBへの接続が制限され、ロシアの話者は多くないため、FBグループのメンバーはモンゴル国民が主である。

グループのメンバーは 32 万人で、これは総人口の 10%にもものぼる。

## 2. 全国情報

話題は雑談・ゴシップ・宣伝などである。モンゴル最大グループの一つとして先に挙げた「Mongol uls Media」(モンゴル国メディア)のトップ記事は、芸能人の三角関係についてのネットニュースの紹介であった。もう一つの大人気グループはメンバー42 万人(人口の 13%)の「Medehgui zuilee asuu」(わからないことを聞いて)である。最新投稿の一つは夏の牧畜風物をテーマとしたもので、仔ヒツジ・仔ヤギを去勢した多数の糞丸に米を足して炊いたリゾットの写真に「好きな人どのくらいいるかな?」とのキャプションが添えてある。「何これ」「やだ」と書き込む若い町っ子と「おいしいよ」「糞丸」「去勢した玉」と草原暮らしの経験を伝える人びとが、30 時間で 250 件のコメントを投じていた。

## 3. 地域情報

スケールの異なる地域ごとに地域情報グループがある。大きくわけて、国内グループ・外国のグループ・国際グループの 3 つがある。



写真⑤スマホ画面スクショの写真/タイを旅するエレンチェンハンドさん。「世界旅行者」グループへの投稿(2018年)

国内グループは、県や郡といった行政単位ごとに組織されているリアルな「郷人会」のオンライン連絡網として機能していることが多い。モンゴルには 21 の県、その下位組織である平均 15 の郡があり、それぞれに郷人会がある。そして各郷会には目的や社会関係ごとに、交通情報・親睦・販売などの複数の FB グループがある。たとえば「Chuluut sum / Chuluut Arkhangai /」(アルハンガイ県チョロト郡)グループには 2500 人が参

加して、最新投稿は「今日の昼間に県の中心地からチョロート郡に自動車が行きます。電話番号」であった。郡のグループでは、地元と都市を行き来する自動車やガソリンをシェアするための交通情報の投稿が多いが、他にも年長の国家級横綱牧民を訪ねた記念写真、地元で咲いた花の写真、保育園に空きがあるかの質問、住み込みで働いてくれる牧民家族の求人、などがある。他県でフィールドワークしている仲間によると、パーソナルな近況報告が交わされる親睦グループもある。

外国のグループは、大きく国や都市ごとに、さらに目的や社会関係によって分かれる。たとえば韓国に関係するモンゴル人のグループは複数あり、そのメンバー総数は33万人以上にのぼる。韓国よりもメンバーは少ないものの、ヨーロッパ、日本、アメリカ関連でも大きなグループがある。

とはいえモンゴル最大の地域情報グループは、メンバー54万人（人口の17%）を擁する「*Delhiigeer Ayalagchid, World Wanderers*」（世界旅行者）である。モンゴル人が世界各地を旅した経験や世界各地に住むモンゴル人からの近況が写真メインで紹介される。万里の長城にゲルの模型を置いて撮った写真や、ケルン大聖堂の前で家族4人が民族服を着て撮った記念写真など、全世界の風景にモンゴルを象徴するモノが写し込

まれている。

#### 4. 動物

動物グループは多数あるが、家畜や畜産物に直接関係するものは、草原ではインターネットへのアクセスが限定されることもあって小規模である。しかし、一部の牧民はFBグループを通して、集約的な畜産経営について議論したり、新しい家畜品種や家畜医療についての知識を共有したり、農産物の売買をおこなったりしている。

農産物の販売グループに「*Mal Mah Suu Tsagaan idee Ovliin idesh Hunsanii Nogoo*」（家畜・肉・乳・乳製品・冬用の家畜飼料・野菜、2.3万人）がある。そこでは、「馬乳酒売ります」「羊肉買います」「ザブハン県トソンツェンゲル郡産のブルーベリー売ります。10リットル2300円。配送します。電話番号」「旬の純国産野菜、予約受付中。ご希望の場所に配送します。ジャガイモ1キロ45円、ニンジンとキャベツ68円、タマネギ90円…」などの情報が盛んに交換されていた。

このグループでは家畜生体（ウシ・ウマ・ヒツジ・ヤギ・ラクダ）の売買やバーターを希望する投稿も多い。「（馬群の写真付きで）こちらを向いている3歳オスウマ、売ります」「（畜舎とウシの写真付きで）畜舎を牛群とセットで売ります」「首

都近郊の1DKのマンション売ります。仔ヒツジを含むヒツジの群れ(と交換)で」などの投稿に、値段や詳細をたずねるコメントが多くつく。これらのやりとりから、現金が必要で家畜を売りたい、離農あるいは新規就農したい、家畜の種・性・年齢バランスを調整するために家畜どうしをバーターしたいという牧民たちの思いがうかがえる。このような情報交換はかつては口コミ、社会主義以降にはラジオやテレビへの投稿広告としてもなされ、今ではインターネットを通して全世界公開でおこなわれている。

モンゴル人と動物のユニークな関係が浮かび上がるグループとして、家畜に加えて、モンゴル在来品種犬「*Mongol bankhar*」(バンカル犬、3.4万人)グループと「*Hamster buyu orog zusag sonirhogchdyn grupp*」(ハムスター、千人)グループを紹介したい。バンカル犬は家畜を守ってオオカミと闘う番犬であるが、国際的な保護活動もあり人気上昇して高値で取引されている。バンカル犬は民家の屋外で一頭から数頭で飼育されることが多いが、ブリーダーが経営するバンカル牧場もある。グループメンバーには男性が多く、話題は愛犬自慢、売買とバーター、迷い犬、品評会や競技会の情報などである。たとえば、「(犬の写真付きで)アタル(名前)、1歳メス」という投稿があると、「電話番号」「値段」「交換できるオ

スがいるよ」「売るつもり？」などのコメントがつく。愛犬自慢では家畜と異なり動物の「名前」があげられるが、ディスカッションは鑑賞にとどまらず、売買・交換の交渉や繁殖のためのペアリングにつながっていく。



写真⑥大きくて強いバンカル犬(1998年、モンゴル国アルハンガイ県)

一方、ハムスターのグループには子ども、とくに女の子が多い。ハムスターはキヌゲネズミ亜科の5属をもとに近年100年間に品種改良が進んだ鑑賞動物であり、毛の色や長さによって20以上の品種に分けられている。モンゴルにはジャンガリアンやロポロフスキーという種類が多い。モンゴル人は愛ハムスターのためにハムスター専用の飼育グッズを揃えている。カラフルなプラスチック



ック製のケージ、回し車、哺乳瓶、エサ容器に加えて、床材（土の代わり）や浴び砂も輸入品を揃える。ジャンガリアン・ハムスターの原産地はカザフ草原周辺なので、浴び砂はウランバートルの砂でよいと思うが、グローバル・スタンダードな道具を求める傾向はモンゴル人らしさである。

一方で、鑑賞動物であっても繁殖などのために交換・売買しようとするのも、家畜やバンカル犬に共通するモンゴル人らしさである。「(写真付きで)うちのハムスターは少し寂しげな様子なのでお友だちをみつけてあげたいな」と投稿があれば「うちに同い年くらいのお友だちがいますよ」、逆に「売りますか？」などのコメントが並ぶ。

ところが2018年7月、それまでハムスターの名づけ方や慣らし方について楽しく話しかけていたメンバーたちから「ハムスターを道具一式と共に2000円で。配送します」「よい家族にあげます」といった投稿が続投された。“愛ハムスター”を売りに出した中学生くらいの女の子に話をたずねてみた。すると、学校が夏休みになって例年のように家族で草原の祖父母宅などに数カ月滞在することになったが、長距離の自動車移動やバンカル犬が放し飼いされているような環境にハムスターは連れて行けないと判断したらしい事情を教えてくれた。バカンス前のペット放棄はフ

ランス等でも多発して社会問題となっているが、モンゴルでは意外にも悲惨さはない。ハムスターセール投稿には「オス？メス？」「いくら」「配送は」などのコメントが次々かついた。人間によく馴れた「中古のハムスター」は人気なのである。日本では哺乳類の鑑賞動物やペットといえれば幼獣に人気が集まるが、モンゴルのハムスター・グループでは一年中「手のりの (*gart dassan*、手に馴れた) ハムスター買います」という投稿が出る。これらのことから、モンゴル人は動物を飼育し馴らす技術や知識の価値を尊重しているように思われる。

## おわりに —モンゴル人のバーチャルノリアル生活

このように2018年夏のモンゴルではケータイとスマホが使われ、スマホではFBが重要なコミュニケーションツールとなっていた。FBというバーチャル空間では、親戚や旧知の人びとと交流を深めると共に、面識のない人とも「ナイツ」になったり、さまざまな規模や目的のグループメンバーどうしとして出会ったりしていた。このようにモンゴル国の318万人はリアルとバーチャルの二つのレイヤーでネットワーク的につながっているのである。

FB グループでは、①販売、②全国情報、③地域情報、④動物、に関するものを取りあげた。ここでは、中古の家具や iPhone が転売されて必要とする人の手に渡り、家畜やペットも現金取引やバーターで譲渡されて飼い主が変わっていた。地域のコミュニティでは個人どうしの交渉によってカーシェアが実現していた。

このように、モンゴルでは情報化が進むと同時に、それによって資源を再利用ないしはシェアする循環型社会が実現されているといえる。その取引の様子からは、貨幣経済のみに依存するのではなく物々交換という経済様式が生きていることもわかる。人間と動物の関係では、ペットであっても消費するだけでなく繁殖させて仔を売ったり、その育成技術が付加価値に転換される点が、家畜生産の歴史をもつモンゴル人ならではの態度といえるかもしれない。

私は 1994 年からモンゴルの牧畜地域各地に通い、最初は通信がしごく不便であったが、彼らのリアルで豊かな社会的ネットワークに助けられながら調査をおこなってきた。それが、たとえばザブハン県テルメン郡では 2010 年代にケータイとスマホが普及し、都市で就学・就労する人を中心に FB ユーザーが増えた。2018 年現在、モンゴル人は「フェイス」をモンゴル語で楽しむ 210 万人の仲間たちと「ナイツ」あるいは同じグループ

のメンバーとして画期的な速度でつながりつつある。モンゴル人はリアルとバーチャルの両面でソーシャルな人たちであるようだが、彼らのバーチャル／リアル生活の絡み合いや、他言語・地域での FB 利用とも比べつつ、日々変化するモンゴル人の FB 利用の「参与観察=フィールドワーク」を続けていきたい。

風戸真理（かざとまり）