

エスニック・メディア研究序説

町 村 敬 志

一 外国人の増加とエスニック・メディア

一九八〇年代半ば以降、日本国内で生活する外国人居住者が急増してきた。その結果、大都市や一部の工業都市などでは、外国人のいる風景というのは、もはや当たり前のものとなってしまった感がある。「多民族化」という表現を使うにはまだ早すぎるが、しかし大きな変化が始まっていることはまちがいない。しかも変化は、生産や労働の領域から生活や文化の領域へと確実に広がってきている。これを象徴する一つの出来事が、外国人を対象とした各種メディアの増加という現象である。

ホスト社会における民族的・文化的・言語的マイノリティの立場に置かれた人々が関わるメディア、これをここではとりあえず、エスニック・メディアと呼んでおこう。日本でも以前から、欧米系外国人を主要な対象とした英語の新聞・雑誌は少なくなかったが、ここ数年、アジア系外国人やラテンアメリカの日系人を対象とした各言語のメディアが次々と国内で刊行されるようになっていく。また、数はまだ少ないが、外国人を主な対象とする外国語のプログラムも、ラジオに登場した。これらマスメディアに、外国人居住者の各種団体、留学生団体、各種の支援団体などが発行するミニコミを加えれば、外国人を取り巻くメディア環境

について、予想以上に広がりのある見取り図を描くことができる。

ただし、これらをまったく目新しい動きとしてとらえるならば、大きな誤りを犯すことになる。なぜなら、たとえば戦前だけに限ってみても、外国人とメディアに関わる次のような多様な歴史を日本国内でも見い出すことができるからである。

第一に、幕末・開国期以来、横浜、神戸、東京などの外国人居留地を中心に発行されてきた数多くの欧字新聞の存在がある。一九三四年に発行された蛸原八郎著『日本欧字新聞雑誌史』の序において宮武外骨は、欧字新聞の役割をこうまとめている。

「外国人が我日本へ来て新聞雑誌を発行したのは、在留の同邦人に我日本の事情を知らしめると共に本国人へ通信する目的であったことは云うまでもない、それが後には、我日本の旧文明を破壊して新文明を建設せしめんとする啓蒙的指導的⁽¹⁾に変じたのであった。

(筆者注、旧字を新字へ変更⁽¹⁾)」

同書の年表によれば、一八六一(文久元)年から一

九三四年(昭和九)年にかけて、少なくとも一一〇タイトル(改題を除く)以上の欧文新聞・雑誌(英・独・仏・露語)が、外国人または日本人によって発行されてきた。

第二に、一九世紀の末から二〇世紀の初めにかけて中国や朝鮮から留学や亡命等のために日本にやってきた学生・知識人たちが発行した多くの雑誌がある。東アジアでいち早く近代化の道を歩み始めた日本を通じて欧米の科学や思想を学ぶことにより、母国の発展や改革をめざそうとした留学生らの意欲がここからは伝わってくる。しかし同時に、留学生らが日本という国で直面したのは、中国や朝鮮への帝国主義的な野望を燃やす日本国家の対応、そして日常的な生活の場面に⁽²⁾おけるさまざまな差別であった。

そして第三に、日本による植民地化の後、朝鮮からさまざまな形で日本に渡ってきた人々が生み出した大量の新聞・雑誌の存在を忘れるわけにはいかない。この中には、独立運動や労働運動、社会主義運動など各種社会運動組織の新聞・機関誌、布教活動を進める宗

教団体の機関誌、地域や趣味・スポーツなどの親睦会誌など、多様なものが含まれる。戦前の公安機関は、

社会主義運動や朝鮮の民族主義運動を弾圧するため、これらメディアを徹底的に管理・抑圧した歴史をもつ⁽³⁾。

われわれが現在直面している状況を理解するために、こうした過去の歴史との比較が欠かせない。閉鎖的と言われる日本社会の中で、異質性を増幅する存在としての外国人メディアは、どのように誕生し、どのような展開をみせたのか。また、画一化や同質化を強制する風土のなかで、それらはどのように変質し、またどのように抵抗してきたのか。日本社会のいわば懐の深さを検証するため、筆者は現在、日本の中の外国人メディア、エスニック・メディアの歴史をたどり、また現状を明らかにする作業をおこなっている⁽⁴⁾。

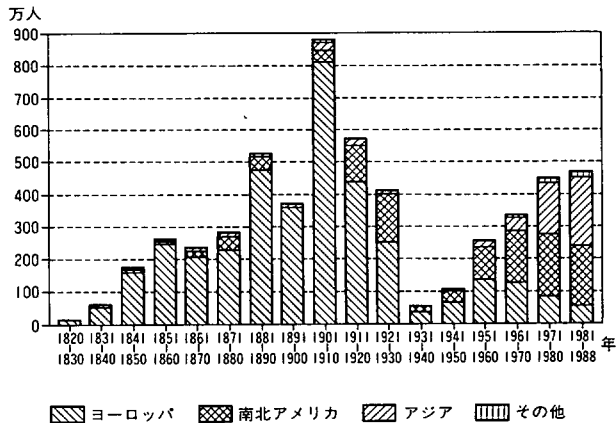
この小論では、以上のテーマを論じる手始めとして、エスニック・メディアの歴史の変容、そして現代日本においてエスニック・メディアを研究する際の焦点について、論じていくことにしよう。

二 エスニック・メディアの歴史の変容

エスニック・メディアの研究を行うとき、忘れることのできない出発点のひとつに、ロバート・E・パークの移民新聞の研究がある。二〇世紀初めに活躍したシカゴ学派社会学者パークは、急増する移民が作り上げた巨大都市シカゴを舞台に都市研究を進めたことでよく知られている。パークは、シカゴ大学で教鞭をとるようになる以前、長い期間にわたり新聞記者や黒人の地位向上のための社会活動に従事してきた。こうした経歴もあって、彼は人種・民族間関係とメディア(新聞)の接点について当初から強い関心をもっていた。そして、カーネギー財団の援助による「アメリカ化研究」(Americanization Studies)の一つとして移民新聞の研究に取り組み始めた彼は、その成果を一九二二年に『移民新聞とその統制』(The Immigrant Press and Its Control)にまとめたのである。

一九世紀末から二〇世紀初めにかけて、アメリカでは、東欧や南欧、そして遅れて東アジアからの移民が

図1 アメリカ合衆国への移民数 1820~1988年



資料: U S Department of Commerce, Bureau of Census, *Historical Statistics of the United States, Part 1*, 1975, pp 105-107, U S Department of Commerce, Bureau of Census, *Statistical Abstract of the United States, 1990, 1990*, pp 9-10

急増していた(図1参照)。この結果、大都市は数多くの民族のモザイクのような状況を呈していた。アメリカにおいて移民メディアがもっとも隆盛を誇ったのは、こうしたいわゆる「新移民」の時代であった。パーク

によると、一八八四年には七九四であった外国語プレスは、一八九〇年の一〇二八、一九〇〇年の一一六三、一九一〇年の一一九八を経て、一九一七年のビトクには、一三二三に達していた。⁽⁵⁾

アメリカ合衆国は、先住民族と多数の移民によって作り上げられた国である。したがって、移民の存在自体はそれまでも決して珍しいことではなかった。しかしながら、これら新移民たちの場合に特徴的なことは、当時のアメリカ社会のドミナントな要素、たとえばアングロサクソン・プロテスタントとはかなり異質な要素を多く含んでいたことであった。たとえば、民族・言語でいえばスラブ系やラテン系、宗教でいえばユダヤ教やロシア正教、そして政治的主張でいえば社会主義、無政府主義などがそれにあたる。加えて、中国や日本などアジアからの移民の増加、そして南部諸州からの黒人(アフリカ系アメリカ人)の北上は、そうした状況の多様化に一層の拍車をかけた。いったい「アメリカ」とは何なのか。新しい移民たちの「アメリカ化」という問題が大きな危機感とともに議論されたの

は、こうした背景においてであった。

移民を取り巻く諸制度、たとえばパークが関心を持っていた外国語の新聞・雑誌(プレス)は、新しい環境に投げ込まれた移民達に、居心地のよい場を用意するとともに、出身地との精神的な一体感を提供した。パークによれば、アメリカの移民の間で外国語新聞が人気があるのは次のような理由によっていた。⁽⁶⁾

第一に、母語による新聞発行に対して移民たちは、一般に強い民族主義的な情熱をもっていた。なぜなら、第一次大戦前のヨーロッパでは、東欧地域などを中心に多くの民族が自らの「国民国家」を持てずにいた。しかも、高まる独立への要求の中で、支配国の多くはしばしば、民族主義を鼓舞するような母語による新聞発行や新聞購読を強く制限してきたからである。このため、移民たちは、本国では果たせなかった活動を、遠いアメリカで実現しようとしたのである。一例をあげれば、リトアニア語による最初の新聞は、本国ではなくアメリカで発行されたといわれている。⁽⁷⁾

第二に、新しい環境にいち早く適応し、寄る辺なさ

を克服するために、移民たちは多くの知識を得る必要があった。とりわけ移民たちの多くを占めた農村出身者の場合、適応の対象は、単に新しい国や言語だけでなくどまらなかった。都市という新しい生活環境じたいが、重要な適応の対象であったことが、メディアの普及にも大きな影響を及ぼした。

そして第三に、母語で気持ちを表したいという素朴な人間的欲求がとても強かったことはいうまでもない。エスニック・メディアとは、はたして移民の統合や同化を促進するものなのか、それとも逆の働きをするものなのか。移民の「アメリカ化」を押し進めようとする立場にとって、最大の関心事はここにあった。この問いに対するパークの立場は、つきつめれば次のようにまとめられる。すなわち、移民のための隔離的な制度——この場合には移民新聞——に関わることは、むしろより効率的な形で、移民集団がアメリカ社会全体のなかで資源をち取り、支配的制度へと統合されていくことを可能にする、という見方である。パーク研究者のB・B・ラルはこれを「エスニシティの逆

説」(ethnicity paradox)と呼んだ⁽⁸⁾。

アメリカ化を最終的なゴールにする彼の視点は、全体としてみれば、同化論の系譜に立つものといっただろう。しかしそれは、当時のアメリカで台頭しつつあったマジョリティの側からの一方的な同化論ではなかった。たとえば、次第に移民排斥の動きが強まる中で、アジア系を含む移民たちが作る外国語メディアの存在を擁護することの積極的な意味は、決して小さくなかったからである。エスニック・メディアの機能に関する基本的見方のひとつが、ここに示されている。同化リアメリカ化という強力な磁場のなかで、ポジティブな方向にせよ、またネガティブな方向にせよ、エスニック・メディアはその影響力を今日に至るまで試され続けてきた。

新移民の数が増加し、同時に第二世代の厚みが増すなかで、外国語メディアはやがて、移民第一世代を対象とした「移民プレス」(Immigrant Press)から、エスニック・グループ全体を対象とする「エスニック・プレス」(Ethnic Press)へと変貌を遂げていった。し

かし、一九二五年以降、移民割当制度の導入などによって新規流入移民は大幅に制限され、それと同時に、移民メディアもまたその基盤を弱体化させていった。これに加えて、ドイツや日本などを相手に戦った二度の世界大戦のもとで、外国語メディアに対する国家管理や同化強制の動きが強まったことも、メディアの衰退に拍車をかけた。外国語プレスの数は、一九二〇年の一〇五二、一九三〇年の一〇三七を経て、戦後の一九六〇年には六九八へと減少した⁽⁹⁾。

しかし一九五〇年代以降、再び外国語メディアは復活を始めた。それはなぜか。アメリカにおけるエスニック・プレスの歴史をまとめたミラーの指摘を、要約しながら紹介してみよう⁽¹⁰⁾。

第一に、第二次大戦後の東西緊張の結果、資本主義陣営の盟主としてのアメリカには、ソ連、東欧諸国、キューバ、ヴェトナムなど社会主義諸国からを中心に大量の政治難民や亡命者が流入した。知識人や高学歴者を多く含むこれらの人々は、メディアの新しい読者となると同時に、本国の政治情勢と連動しながら、ア

メリカ国内でも活発な表現活動をおこなっていった。

第二に、各エスニック集団の定住の歴史が長くなるなかで、その内部に関心のずれが目立ち始めたことがあげられる。たとえば、アメリカ社会への統合・同化が大きく進んだ古い移民層と、戦後になって同じ出身国からやってきた新しい移民の間には、容易には越えがたいような溝が生まれていた。このため、新しい層を代表するメディアが求められるようになった。

第三に、黒人公民権運動の高まりなどを通じて、エスニック意識が全体として復活してきたことを指摘できる。「エスニック・リバイバル」として知られるこの現象については、いろいろな解釈の仕方がある⁽¹¹⁾。しかしいずれにせよ、エスニシティに基盤をおく連帯感やアイデンティティの再確認は、移民の第三世代や第四世代までを含んだ層に、エスニシティ問題を考えさせるきっかけを与えた。

そして第四に、一九六〇年代の移民法改正を経て、カリブ海諸国やメキシコ、それにフィリピン、韓国などのアジア諸国から、大量の移民(新しい「新移民」)

が再び流入するようになった。移民の数は、一九五〇年代(一九五一―一六〇年)の二五一万人に対し、一九六〇年代(六一―一七〇年)は三三二万人、一九七〇年代(七一―一八〇年)は四四九万人、一九八〇年代は一九八八年までで四七十一万人に達する。これによりアメリカ社会の文化的多元性はいっそう増大することになった。

その結果、外国語メディアは再び活性化を始めたのである。その数は一時の減少傾向を脱し、一九七〇年には九〇三、一九七五年には九六〇を記録するようになった⁽¹²⁾。

ただし、これを二〇世紀初頭的なエスニック・メディアの単なるリバイバルと理解するならば、大きな誤解を招くことになる。そこには、大きな違いも存在するからである。現代のエスニック・メディアの特色を知るためには、二〇世紀はじめの状況と比較してみるのがよいだろう。

まず初めに、交通手段の飛躍的な発達と大衆化にともない、国際的な移動が比較にならないぐらい容易に

なったことを、あらゆる点の前提として挙げなければならぬ。例えば、日本からロサンゼルスまでの移動時間をみると、一九二〇年代には航路により一二日もかかっていたのに対し、現在では航空機による約一〇時間にすぎない。このことは、国際的な「移動」というものがもつ社会的意義、精神的意味を一変させたといつてよい。移動の容易化・日常化は、当然ながら「移民」の質も大きく変えることになる。頻繁な往復可能性は、移動者が本国との強い絆を保持することに対して大きく貢献する一方、気安い離脱を促すことにもつながる。ここから、多様な移動の形態が生まれることになる。移民、難民、亡命、出稼ぎ労働、家族呼び寄せ、国際結婚から観光客に至るまで、国際的移動、いいかえると「越境」の形はきわめて多様になっている。そして、大事な点として、これら越境の各形態の間に明確な線を引きにくくなっているのが、現代の特色といえるだろう。現在のエスニック・メディアはこうした多様な層によって担われている。

二番目の点は、グローバルな視点から導き出される。

国際労働力移動という観点からみると、二つの時代の移動はまったく異なった性格をもっており、このことはエスニック・メディアの形成にも影響を及ぼしている。すなわち、急激な資本蓄積を進めつつある発展途上国アメリカへ、資本主義世界経済の周辺部や半周辺部で経済的・政治的に苦境におかれていた民族が移動したのが、一九世紀末から二〇世紀の初めにかけての移民たちであったのに対し、現代のアメリカをめざす移動民の多くは、世界システム内で強い影響力を行使するスーパーパワーへと引きつけられる周辺部・半周辺部諸国の民である。構造的にみれば、彼らは、低賃金労働への従事を通じて、先進国内における資本―労働関係の再生産に大きく貢献する結果を招いている⁽¹³⁾。

前者の場合、移民たちの祖国の多くは、ドイツやオーストリア・ハンガリー、ロシアなど当時の帝国の支配を受けたリ、きびしい政治的抑圧の下にあった。このため、アメリカ国内のエスニック・メディアはしばしば、本国のナショナリズム運動や民主化運動と深い関わりをもつことになった。そして、抑圧状況にある

本国に代わって「国民国家」形成の運動を活性化する上で、大きな役割を果たしたのである。これに対して、現代における送り出し国は、いずれも政治的にはすでに独立を達成している。しかし同時に、送り出し国の多くが、多国籍企業やメディアを介して、移動先社会の経済的文化的影響をあらかじめ強く受けているのが大きな特徴である。ラテンアメリカやアジアの諸国と覇権国家アメリカとの関係は、その典型といえよう。

アメリカの場合と比べると規模は小さいが、日本への流入の図式も、これと重なるところが大きい。このようなケースでは、エスニック・メディアもまた、先進国の文化的支配力の影響を強く受けざるを得ない。

そして最後に、メディア環境の変化を挙げなければならぬ。移民新聞という形のエスニック・メディアが叢生した二〇世紀初期はまた、マスメディアが急速に発展を始めた時代でもあった。全国的な雑誌、映画、ラジオなどを通じて、「トランスナショナル」なアメリカ文化やアメリカ的生活様式が創造される一方で、移民新聞はしだいにその役割を小さくしていった。⁽¹⁴⁾

これに対して現在では、その図式はまったく逆になっている。テレビなどマスメディアが圧倒的に普及した結果、マスカルチュアの支配力はもはや前提となつてしまった。これに対して、エスニシティは、それらをローカルな領域で多元化、相対化する要素として存在している。たとえば、FMやケーブルTVといったローカルなメディアは、コミュニティ単位で新しい情報環境を作り上げるのに、大きな力を発揮している。

また、情報の国際移動が容易になったことも、エスニックなメディア環境に大きな変化を及ぼしつつある。移民たちと本国を結ぶメディアは、かつては手紙であったが、現在では電話がそれにとって替わりつつある。さらに、国際情報通信やFAX、国際宅配便の発達により、出身国のメディアを移動先で簡単・迅速に複製・流通できるようになったことも、エスニック・メディアの質を変化させている。

以上のように、エスニック・メディアは、交通通信技術の革新、国際労働力移動の形態の変化、そしてメディアの多様化のなかで、大きな変容を経験してきた。

そして現在もなお、「移民国家」アメリカがエスニック・メディアの宝庫であることには変わりがない。

しかし、最初にも述べたように、日本もまた、エスニック・メディアとは無縁ではない。たとえば、最初にあげた戦前の事例のほか、近年では、田村紀雄らのグループによる総合的な在米日系新聞研究が大きな成果を残してきた。⁽¹⁵⁾ また、韓国・朝鮮や中国などの定住外国人に関しても、必ずしも十分ではないが、研究や運動の実践のなかでメディアの役割がたびたび論じられてきた。⁽¹⁶⁾ さらに近年では、増大する外国人住民を対象としたメディア・ニーズ調査が地方自治体や国際電話会社などによってたびたび実施されている。

だが、これら研究は、日本国内における外国人メディアの変容をまだ十分に明らかにしていない。またとくに変化しつつある現状についてはほとんど情報を与えてくれているのではない。歴史については他の機会に譲るとし、ここでは、日本国内で姿を現しつつあるエスニック・メディアの全体像をつかむ際に最初に直面する課題を、アメリカの事例との比較をふくめながら、次

にまとめていくことにしよう。

三 エスニック・メディア研究の焦点

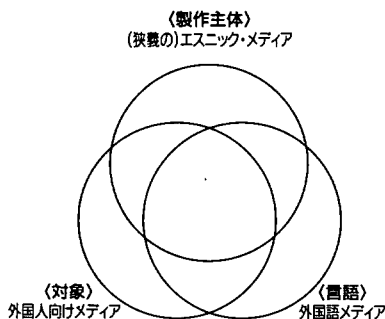
① エスニック・メディア、外国語メディア、外国人向けメディア

本論の初めで、「エスニック・メディア」のことを、ホスト社会における民族的・文化的・言語的マイノリティの立場に置かれた人々が作り出すメディアと特徴づけておいた。

しかしながら、たとえば日本社会の中で、エスニック・メディアの広がりを確認するのは、実際にはそれほど容易な作業ではない。なぜなら、次のような本来異なる性格をもつ複数のメディアがそこには共存し、しかもそれらが微妙なずれを伴いながら相互に重複し合っているからである。

第一に、使用されている言語が日本語以外の言語であるメディアがある。これを、「外国語メディア」と呼ぼう。外国語による表現は、確かにもっとも明確な特徴となる。しかしこれはエスニック・メディアである

図2 エスニック関連メディアの全体像



ための必要条件でも十分条件でもない。たとえば、在日韓国・朝鮮人向けのメディアのほとんどは現在では日本語によっている。また逆に、国内の英語メディアのかなりの部分は、英語学習を目的とする日本人を主要なターゲットとしている。

第二に、エスニック・グループといった形をとるかどうかは別として、とにかく日本国籍をもたない外国人をターゲットとしたメディアが存在する。これは、「外国人向けメディア」と呼べる。アメリカなどと違

って国籍取得がむずかしい日本の場合、この条件は確かに定義として一定の意味をもつ。しかしそれでも、帰化をした元外国人や先住民族などはここから除外されてしまう。

第三に、特定のエスニック・グループによって製作されるメディアがある。たとえば、韓国・朝鮮や中国といった定住外国人がつくるメディア群は、その代表といえる。また、ニューカマーの外国人を基盤として、さまざまな新しいメディアも近年生まれつつある。したがってこれを、「(狭義の)エスニック・メディア」と呼んでもさしつかえないだろう。ただし、外国人によって製作されるメディアが、すべて特定のエスニック・グループを対象としていると考えると、これはまた誤りになる。現在の日本には、不特定多数の外国人を対象とするメディアが数多く存在する。この中には、一般的な生活・娯楽情報紙・誌のほか、地方自治体の広報誌や各種支援団体のニューズレターなどが含まれる。また、この狭義のエスニック・メディアの中にも、日本人や日本企業の大きなバックアップを受けたもの

が少なくない。

これらの関係を図示すれば、図2のようになるだろう。三つの円がカバーする領域の全体が、いわばエスニック関連メディア(広義のエスニック・メディア)の総体にあたる。

アメリカの場合も、当初、この種の移民メディアは、事実上外国語メディアと同一視されていた。しかしながら、移民の英語習得が進むにつれ、外国語は条件として重要視されなくなり、現在ではエスニック・グループを基盤として製作されるメディアが、エスニック・メディアと見なされるようになって⁽¹⁷⁾いる。

しかし日本社会という文脈で、こうした一群のメディアの社会的文化的意味を考える際には、ある程度広い範囲で対象を設定しておくことが、むしろ有益であろう。なぜなら、文化的・言語的同一性へのきわめて強い圧力が存在する日本社会においては、日本語で表現されていないこと自体、あるいは日本人を対象としていないこと自体が、ポジティブにもまたネガティブにも、見逃せない象徴的な意味をもつからである。外

国人向けメディアがマスコミの中で頻繁に報道されるという事実は、このことを物語っているといえるだろう。

むしろ現在の日本での研究課題は、これらエスニック関連メディア(広義のエスニック・メディア)の中から、いかにしてより厳密な意味でのエスニック・メディアが生起してくるか、というところにある。日本社会はこれまで、「異質なものを」をその異質性の程度において厳格に差別化しつつ、ドミナントな社会構造の中にそれらを格差表示的に組み込んでいくための制度を、発達させてきた。エスニック・メディアもまた、こうした差別化の境界線上に位置していることを、見逃すわけにはいかない。

② エスニック・メディアの存立基盤

エスニック・メディアの成立と生き残りを支えるものはいったい何か。アメリカのエスニック・メディアを対象とした、これまでのいくつかの研究のなかで指摘されてきたことを要約して列挙すれば、次のようになるだろう。

(一) エスニック・グループ全体の特徴

- ・対象となる集団の人口規模
- ・メディア受容の習慣や能力（リテラシー）の有無
- ・ドミナントな社会への同化の程度

(二) メディアの製作組織

- ・編集者、執筆者、その他継続的支援者の存在
- ・資金提供者や広告主などの財政的基盤

(三) メディアの社会的環境

- ・エスニック・メディアに対する社会統制
- ・流通を支える制度的条件（販売ルート、郵便制度など）

(四) メディアの内容・効果

- ・移民第一世代にとっての魅力（出身国、移民先の同国人、居住地域社会に関する有益な情報）
- ・第二世代以降にとっての魅力

これらはいずれも、日本の場合にも適用可能である。しかし、異なる条件も少なくない。エスニック・グループの規模の相対的小ささ、歴史の短さはあらためて指摘するまでもないが、日本の場合にとくに重要なこ

とは、エスニック関連メディアの担い手の多くが日本国籍を持たないという点である。旧植民地出身者からの日本国籍剥奪、血統主義をとる国籍制度、帰化に対する強い制約、長期居住目的の入国者の制限、など理由はさまざま。ここから、国籍を理由とした活動のさまざまな制限や制約が生まれ、メディアの存続にも大きな障害になっている。

したがって、外国人が増加すればエスニック・メディアが自然に誕生する、という具合に、そのプロセスをあまり自動的なものと見なさないほうがよい。メディアの製作、複製、流通には、少なからず資源動員が必要となる。またどんなに娯乐的なもの、生活情報的なものであっても、メディア製作者がひとりひとり表現活動を持続していくためには、強い目的意識——思想やイデオロギーであれ、営利意識であれ——による行動力の裏打ちが欠かせない。とりわけ、祖国との関係において、また新しい滞在国との関係で、多くの緊張を抱えたエスニック・メディアの場合にはなおさらであろう。パークが調べたアメリカの外国語プレスの

場合にも、一八八五年から一九二〇年にかけての三五年間を通じ、毎年平均して九八のプレスが新しく誕生したのに対し、廃刊になったものも毎年九一にものぼっていた。⁽¹⁸⁾

その意味で、メディアが映し出す世界が、決してその担い手たちが属する集団全体を平均的に表示するものではないことは注意を要する。エスニック・メディアの最初の発行者、編集者たちは、多くの場合、出身国や移住先で高い教育を受けた知識人であり、大量の越境者たちを代表する存在では必ずしもない。したがって、作り手と受け手の間には関心のずれや微妙な緊張関係があるのがむしろふつうだ。メディアはここから、活性化のきっかけを引き出すこともあれば、解体の道を歩み始めることもある。エスニック・メディアの成立そして展開の形は、作り手と受け手の間の関係、そして国際関係を含めた重層的な社会的文脈の中で決まってくることを忘れてはならない。

③メディア・ミックス状況の到来

メディアの多様化や大衆化は、すでに述べたように、

エスニック・メディアの成立と展開にもきわめて大きな影響を与えている。しかし、こうした状況については、アメリカを含めて、まだ十分な研究が行われているとはいえない。メディアの多様化状況といっても、いろいろな内容があるが、それをまとめると次のようになるだろう。

第一に、メディアの対象規模で、グローバル・メディア、全国メディア、ローカル・メディア、パーソナル・メディアなどを、エスニック・メディアにおいても区別できる。

第二に、メッセージの内容で、文字、画像、音声、音楽、そしてそれらの複合など、きわめて多様化している。

第三に、情報伝達の形態で、対面型(会話、ノンヴァーバル・コミュニケーション)、物流媒介型(手紙など)、大量蓄蔵物媒介型(刊行物、ビデオテープ、レコード、CDなど)、回線媒介型(電話、ファクシミリなど)、電波媒介型(ラジオ、テレビ、衛星放送など)などを、あげられる。

(15) エスニック・メディア研究序説

表1 日本におけるエスニック関連メディアの全体概

受け手 ／ 製作者		国 外 (出身国 移住先 ほか)	国 内		
			マイノリティ層 (主に外国人)		マジョリティ層 (主に日本人)
			一時滞在者	定住志向者	
国 外 (出身国 移住先 ほか)			輸入外国メディア (刊行物、ビデオ等) 衛星放送 CATV 外国新聞日本版 国際電話	在外移民向けメディア 華僑向け同郷会雑誌	外国PR誌
国 内 主に外国人	マイノリティ層 一時滞在者	国外運動拠点型 メディア	生活情報誌 (非日本語) 留学生新聞 雑誌 電報 教会 公園等 (外国人居住用メディア) F E N		出身国情報提供 誌
	定住志向者	国外運動拠点型 メディア	生活情報誌 (欧米系外国人・来日韓 国人向け)	在日韓国 朝鮮人社会 メディア 華僑メディア	在日韓国・朝鮮人問題 啓発・運動推進の ためのメディア
	マジョリティ層 (主に日本人)	外国向け日本PR誌 在外日本人向け情報 紙 誌	観光客向け ガイド誌 支援団体メディア 地方自治体広報紙 誌 広告ビラ 電話サービス・ダイヤルQ* 外国人向けラジオ番組	日本系外国字新聞 (韓国「内鮮融和」系 メディア) 日本人向け一般メディア	

そして第四に、エスニック・メディア独特の特徴として、メディアの製作や流通の形が国際化しつつ多様化していることを指摘できる。もともと、移民たちは、出身地から持ち込まれる新聞などを通じて情報を得ることが多かったが、やがでそれは移住先で発行される新聞(エスニック・メディアや支配的メディア)によって代替されていった。しかし近年では、その境界はきわめてあいまいになっている。たとえば日本国内で流通する外国語新聞・雑誌を調べてみると、①完全に日本国内で編集・印刷するケース、②出身国の通信社・新聞社から記事の配信・電送を受けて日本国内で編集・印刷するケース、③出身国で作成された原稿を輸送して印刷だけを日本国内でおこなうケース、④日本から送られた記事をもとに出身国内で日本国内版を編集・印刷して名目上の刊行地だけを日本国内とするケース、⑤他の大量移住国(特にアメリカ)で刊行されるメディアを輸入販売するケース、⑥出身国で刊行されるメディアを輸入販売するケースまで、多様な形態がある。こうした状況は、非文字系のメディア、た

たとえばカセットやビデオなどの場合にもあてはまる。電送技術、衛星通信、国際宅配便など情報伝達の技術革新とコストダウンは、エスニック・メディアの性格じたいをすでに大きく変化させてしまった。

しかも、一人ひとりの越境者は、以上のような多様なメディアを複合的な形で利用することにより、独特のメディア環境を作り上げている。参考のため、国内のエスニック関連メディアの布置状況を表にまとめてみよう(表1参照)。

四 移民メディアからエスニック・メディアへ、

そして越境者メディアへ

二〇世紀前半におけるエスニック・メディアへの関心の中心は、国内的には、移民の統合・同化に及ぼす影響という政策的な点に、また国際的には、祖国のナショナリズムや国民国家形成との関連という点にあった。エスニック・メディアのメッカ、アメリカの事例を先にみたわけだが、こうした状況については日本も

また例外ではない。ただし、帝国主義的な道を歩んでいた戦前の日本国家の場合、その形は、アメリカのケースとはおのずと違うものとなった。すなわち、祖国の独立や民族の解放、生活の向上を求める在日朝鮮人は、一九二九(昭和四)年から一九四二(昭和十七)年までに限っても、全国で少なくとも二六〇以上の各種定期刊行物を発行していた。⁽¹⁹⁾しかし、「内鮮一体」という統合のイデオロギーのもと、これらは日本政府により徹底的に管理、抑圧されていたのである。今日、こうしたメディアの存在が、管理を目的とした内務省警保局の資料によってもっぱら伝えられるというのは、皮肉な出来事でもある。

これに対し現代では、エスニック・メディアをめぐる関心の焦点には、変化の兆しが見える。国内的に言えば確かに、統合・同化の問題は、どの国でも依然大きな位置をしめ続けている。たとえば、同化と異化の間で揺れる在日韓国・朝鮮人の二世、三世が直面する各種の問題は、そのままメディアの世界にも反映されている。きびしい南北対立を反映した政治的メディア

アの時代を経て、一九七〇年代あたりから、「在日」を出発点としたジャーナリズムの世界が成立してきた（雑誌『季刊三千里』、『季刊ちゃんそり』『季刊まだん』など）。二世世代が大きく関わるこれら雑誌は、南北対立の解消や在日韓国・朝鮮人に対する差別撤廃を大きなテーマとして掲げていた。そして近年では、就職情報や結婚情報から在日文化にいたるまでをテーマにした多様なメディアが三世世代を対象に生まれている。そこでの主要なテーマは、在日としてのアイデンティティをどう保持するか、という点に要約できるだろう。調査の過程では、（狭義の）エスニック・メディアとしての成熟をめざすさまざまな模索の試みに、各地で出会った。

しかし他方、交通手段が発達し経済のグローバル化が進行して、越境が日常化するにつれ、当然一国の内部における「同化」や「統合」の意味も変化せざるを得ない。現代の日本社会が抱える悩みも、多くはこの点に関わっている。ここで注目すべきなのは、法律や政治制度に先立つ形で、メディアの世界がすでにグロ

ーバル化の道を歩み始めていることだろう。国境や文化をクロスオーバーする形で形成される新しいメディア環境が、多くの越境者たちの日常生活世界にどのような新しい要素を提供するのか。

大規模な国際労働力移動、そしてメディアの発達という、二〇世紀の二つの大きな出来事が交錯するところ生まれた「移民メディア」という形式は、「国民国家」形成という近代秩序的の下で、二通りに変容することを迫られてきた。すなわち、移民の祖国に対しては、民族自決を支援する新しい「自民族メディア」となることを、また移民先においては、「エスニック・メディア」として支配的社会システムの中に組み込まれることを、それぞれ要請されてきたのである。

メディアや教育を通して「想像の共同体」としての「国民」が形成され、それはやがて「国家」という制度と結びついた⁽²⁰⁾。そして新しく生まれた「国民国家」が世界中をもれなく分割していったのが、一九世紀以来の歴史であった。エスニック・メディアもまた、こうした巨視的状況のなかで、ひとつの歴史的役割を担わ

されてきたといっただろう。

しかし、国民国家と民族のあり方に大きな変化の兆しが見える今日、エスニック・メディアの役割もまた変化せざるを得ない。グローバル化という新しい変化の方向は、必ずしも国民国家内には収斂しない「越境者メディア」という新しい形態を作り出しつつあるようにみえる。はたしてこれは正しい見方なのであろうか。この点を大きな課題としながら、さらに「エスニック・メディアの世界に足を踏みいれてみたい。それらを通して、日本社会は一体どのような姿に見えるのであろうか。

- (1) 蛸原八郎『日本欧字新聞雑誌史』大誠堂、一九三四年(復刻版 名著普及会、一九八〇年)、五ページ。
- (2) 巖安生『日本留学精神史』岩波書店、一九九一年。
- (3) たとえば、朴慶植『在日朝鮮人運動史 八・一五解放以前』三一書房、一九七九年。
- (4) 途中経過については、『トヨタ財団研究報告書』参照。
- (5) Robert E. Park, *The Immigrant Press and Its*

Control, New York: Harper & Brothers, 1922, p. 318.

- (6) *Ibid.*, pp. 9-11.
- (7) Alejandro Portes & Ruben G. Rumbaut, *Immigrant America*, Berkeley: University of California Press, 1990, p. 105.
- (8) Barbara B. Lal, *The Romance of Culture in an Urban Civilization*, London: Routledge, 1990, p. 96.
- (9) Sally M. Miller, ed., *The Ethnic Press in the United States*, New York: Greenwood Press, 1987, p. xviii.
- (10) *Ibid.*, pp. xviii-xix.
- (11) 李光一「エスニシティと現代社会—政治社会学的アプローチの試み—」『思想』七三〇号、一九八五年、吉野耕作「民族理論の展開と課題—「民族の復活」に直面して—」『社会学評論』三七巻四号、一九八七年、秋庭裕「エスニック・リバイバルに関する一考察」『年報人間科学(大阪大学)』九号、一九八八年。
- (12) Sally M. Miller, *op. cit.*, pp. xviii.
- (13) Saskia Sassen, *The Mobility of Labor and Capital*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 29-31. (森田桐郎ほか訳『労働と資本の国際移動』岩波書店、一九九二年、五八一—六二一ページ)。

- (14) くわしくは、奥出直人『トランスナショナル・アメリカ』岩波書店、一九九一年を参照。
- (15) 田村紀雄・白水繁彦編『米国初期の日本語新聞』勁草書房、一九八六年、田村紀雄『アメリカの日本語新聞』新潮社、一九九一年。
- (16) 在日メディアの多様さを教えてくれる資料として、『在日』ミニコミ・ブックフェア実行委員会編『『在日』ミニコミ・ブックリスト 一九九一年版』模索舎、一九九〇年がある。
- (17) こうしたより広義のエスニック関連メディアの定義およびリスト作成の試みとして Sandra L. J. Ireland, *Ethnic Periodicals in Contemporary America*, New York: Greenwood Press, 1990. を参照。

- (18) Robert E. Park, *op. cit.*, pp. 309-310.
- (19) 内務省警保局編『社会運動の状況』(在留朝鮮人の運動編) 各年版より筆者計算。
- (20) Benedict Anderson, *Imagined Communities*, London: Verso. (白石隆・白石さや訳『想像の共同体』リポレポート、一九八七年)。
- 付記 本研究は、トヨタ財団研究助成金(一九九一年)によっている。

(一橋大学助教授)