

グローバリゼーションとエスニック・メディア

櫻井 武

This article discusses the recent situation in Japan in which local communities have been influenced in many ways by the continuing influx of foreign residents. The incoming foreigners, thanks to the development of information technology, began to help themselves by publishing the so-called ethnic media in their own mother tongue, whereas the host communities have provided them with bulletins in many different languages. And the various studies, including this author's, suggest that this form of information is useful for giving integration to the new citizens themselves and social stability to the host community as well. In that respect, we should not underestimate what those ethnic media have to say.

キーワード：グローバリゼーション，エスニック・メディア，集団内的機能，集団間の機能，社会安定機能

1 はじめに

2002年、FIFA日韓ワールドカップ・サッカーの開催で、韓国や日本では、出場選手団やサポーターを迎えて大いに国際交流の輪が広がった。とりわけ、日本においては副産物として失礼ながら一度もその名を聞いたことのなかったような地域が、「アフリカ時間」をいきなり突きつけられて右往左往する姿や商魂とともに、マスコミによって全国レベルで紹介された。しかし、この日本各地の国際交流は単にワールドカップによって始まったのではなく、また、くだんの地域に限ったことではないのである。全国には海外にルーツを持つ人々が随分前から暮らし始めているのである。その広がりは私たちの想像をはるかに超えたものであると言ってもよいかもしれない。

そこで、本論文では、その広がり、換言すれば、地域の国際化の現状をデータ中心に論じ、次いでそれらの地域に暮らす外国人住民が日常生活の上で必要とする情報を得ているとされる「エスニック・メディア」と呼ばれる自国語情報メディアについて検討する。そして外国人居住者たちを受け入れている地域、筆者はそれを「ホスト地域」と呼んでいるが、横浜市の対応策を例に考察し、最後に共生のための「情報化」の意義などについて触れ、問題提起としたい。

2 地域のグローバリゼーション

本項では、まず、テーマに引き付けてグローバリゼー

ションについて簡単に検討した後、各種のレベルの中でも、ヒトの移動による日本の人口構成の変化の実態を見てゆくこととしたい。そのことが地域やそこに住む日本人市民にいやおう無く対応を迫ることになるからである。

近年、「グローバリゼーション」という言葉を聞かない日はないほどだが、これについてまず触れておこう。様々な研究者がそれぞれの立場から定義をしているが、ここでは富永健一(1997)のそれを紹介しておきたい。グローバリゼーションとは「『地球化』ということで、人と物と金と情報の移動と伝達が国境を超えて地球規模に広がり、その結果として、いずれの国の政治も経済も社会も文化も、地球全体を一つにしてしまうほどの規模において相互に影響を与えあうこと」としている¹。アメリカの文化人類学者アバジュライが地球上のこうした現象について風景(landscapes)という言葉に基に「5つの風景」に分類している²。すなわち(1)「おかねの風景」(financescapes)、(2)「民族の風景」(ethnoscapes)、(3)「メディアの風景」(mediascapes)、(4)「思想の風景」(ideoscapes)、そして(5)は「技術の風景」(technoscapes)である。関根政美(2000)もグローバリゼーションは複雑多方面にわたる現象だとして、1)経済のグローバリゼーション、2)人口移動のグローバリゼーション、3)メディア・コミュニケーションのグローバリゼーション、4)思想・イデオロギーのグローバリゼーション、そして5)工業化・脱工業化のグローバリゼーションの各次元に分類している³。両者の主張はほぼ重なっており、富永の定義とも合わせると、こうした側面が現在起こっている「地球化」に関わる様々な現象を指しているとひとまず言うておいてよいだろう。なかでも、ヒトの移動はその意志に基づくものと強制されて発生する以外、モノ、カネ、情報が動けば必ずそれに伴って促進されるのが特長である。

SAKURAI Takeshi

武蔵工業大学環境情報学部教授

ところで、4年前のワールドカップ・フランス大会では地元フランスが多数の移民出身の名選手を擁して見事優勝した。そして2002年大会の優勝国ブラジルも南米最大の移民国である。その一方で広域化政策を続けるEU（欧州連合）内では、国政、地方両レベルの選挙において移民排斥を標榜する政党や候補が善戦をするというアンビバレントな国民感情が露呈している。さらに9.11米同時多発テロとそれにとまなう米国内におけるイスラム系市民への迫害、アフガン内戦、パレスチナ問題、アフリカ諸国における民族紛争と飢餓の連鎖はグローバル化がもたらす複雑な局面の発露となっている。一言で言えばグローバル化下での様々の「せめぎ合い」である。そのような中で果たして日本はこうした問題と無縁でいられるのであろうか。その議論の参考のために、次に、日本を中心としたヒトの移動のグローバル化について見てゆこう。

近年ヒトの移動に関するデータは多数公開されており、ひとつひとつがとても興味深いものであるが、さりとてそれらを全て取り上げていたのでは与えられた紙幅をそれだけで超過してしまう。そこで、ここでは法務省入国管理局が2002年6月11日に発表した2001年末時点でのデータを中心に紹介して行き、足もとで国際化が広がっていると言われていることへの裏づけとしたい。

人間が地球規模で移動を繰り返してきたことは世界史を紐解くまでもなく周知のことであろう。そして現代、国際移住機構（IOM）の2000年報告書によると、世界における年間の移動人口は、自発的、強制的なものを含め1億5000万人にも及ぶという。世界最大の人口保有国中国や経済大国日本のある東アジアからは、中国人が3000万、韓国人400万、そして日本人100万人が海外に

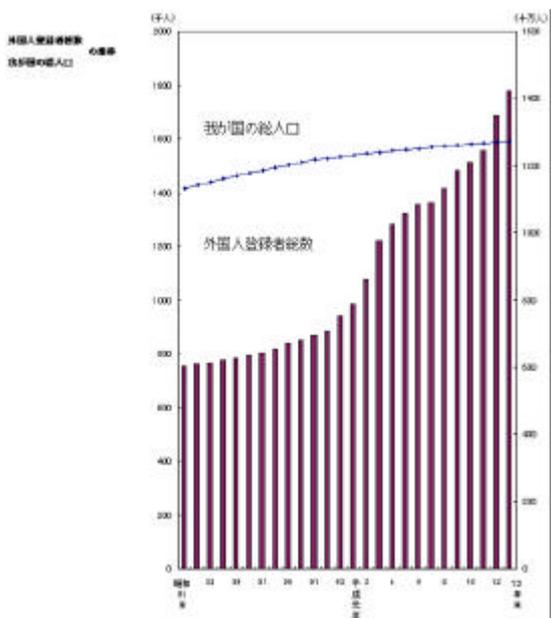
出て行っているという。一方、この地域では1500万人もの人々が母国を離れて働いており、そのうち、日本、香港、台湾が最大の受け入れ国・地域である⁵。

さて、法務省の統計によれば、2001年末現在における外国人登録者数は、177万人を超え、33年間連続して過去最高を更新、日本の総人口の1.4%を占める。翌日の新聞は「33年連続最多更新」の見出しを打って報道していた。この数は、2000年末現在に比べ、92,018人（5.5%）の増加であり、10年前に比べると55万9571人（45.9%）の増加となっている。そしてこの外国人登録者の日本の総人口、1億2729万749人（総務省統計局、2001年10月1日現在推計人口）に占める割合は、1.4%である。

外国人登録者の国籍（出身地）の数は、182ヶ国である。そのうち、韓国・朝鮮が63万2405人で全体の35.6%を占め、依然第1位であるが、91年の69万3050人をピークに毎年減少している。以下、中国、ブラジル、フィリピン、ペルー、米国の順である。関連のポイントとしては、中国は、77年末の4万7862人から毎年増加を続け、2001年末は、前年に比べ13.6%増の38万1225人と大幅な増加となっている。その他ブラジル、フィリピン、ペルーともに増加傾向にある。因みに2001年における外国人の正規入国者は528万人強（前年比0.3%増）で、過去最高を記録している。また、入国者を地域別に見るとアジア地域からの入国者が328万人余で全体の62%を占め、以下北米、欧州、オセアニア、南米、アフリカの各地域の順となっている⁶。

次に、都道府県別に外国人登録者を見てみよう。最も多いのが東京都（31万8996人）で、全国の17.9%を占めている。以下、大阪府、愛知県、神奈川県（13万1038人、7.4%）、兵庫県、埼玉県、千葉県、静岡県、京都府、茨城県の順となっており、上位10都道府県で全国の70.6%を占めている。反対に減少したのは、長野県、福井県、島根県のみであった。

では、更に身近な地域に引き寄せて横浜市の例で見よう。横浜市はその歴史的経緯もあり、戦前から今日に至るまで多くの外国人が住み着いて来た都市である。その彼らによって西洋の文化が初めて移入された、いわば日本でも有数の国際化先進地であることを念頭に置いておきたい。2002年4月末現在、横浜市に外国人登録をしているのは58,748人である。国別では、中国がトップで20,048人、韓国・朝鮮16,141人、フィリピンが5,522人、ブラジル4,126人、米国4,126人、ドイツ516人、その他42,091人となっている。18ある区のうち、外国人が一番多いのは中区で13,269人、次いで鶴見区（6,993人）、南区（5,839人）、港北区（4,316人）の順である。ちなみに本学部が立地する都筑区は2,145人で第11位、もっとも少ないのは栄区の314人である。もっとも都筑区は市内でドイツ人がもっとも多く住むところである⁷。



日本の外国人登録者数（出典：法務省HP）

以上、各種の数字を並べてきたが、長引く日本経済の低迷や米国の同時多発テロ事件による影響から新規入国者の減少はあったものの、33年連続の外国人登録者の増加、それによって日本の人口100人に一人強が外国人となっているのである。ところで、本項の標題を「地域のグローバリゼーション」としたが、実は国は出入国管理法などに基づき外国人の入国や在留資格について認定するが、一旦入国を認定された外国人は日本全国いずれかの市町村に居住地を定め、そこに外国人登録をすることになるのである。それ以降は、いわばその自治体が、医療、福祉、教育、住宅等日常生活におけるもろもろの施策によってこれらの外国人住民に直接対応することになる。つまり、文字通り地球規模から説き起こしたのであるが、結局はヒトの国際移動を語る場合は、地域の取り組むべき重要テーマとして真正面から向き合わなければならないということなのである。

それでは、次項では、入国してきた外国人たちの日常生活を支える様々なメディアについて触れて行きたい。なぜならば、これらのメディアは、故国を離れ定住して行く過程で、彼らを精神的に支えるばかりでなく、決して十分とは言えないまでも、自治体が行っている外国人住民に対する各種の施策へ到達するまでの「仲介者」の役も担っていると考えるからである。また、超過滞在者にとってはヒューマン・ネットワークとともに最大の情報源であるからである。

3 ニュー・カマーたちのメディア

日本への外国人流入の急増期は大きく二つある。一つは戦前1920年代から30年代にかけて朝鮮半島から、そして戦後、1980年代以降の日本のバブルによる経済の拡大のいわば分け前にあずかるとうとするアジアや南米からの日系人による出稼ぎの増大である。そして、前者とそれまでに定住をした中国人をはじめとするその他の国からの人々を「オールド・タイマー」「オールド・レジデンツ」などと呼び、後者の人々を「ニュー・カマー」「ニュー・アライバルズ」などと呼んで、日本入国の時期や在留目的などとの兼ね合いで区別している。そしてこれまで見てきたように「オールド・タイマー」は減少傾向にある反面、「ニュー・カマー」は継続的に増加しているのである⁸。

ヒトが故国を離れる決心をして他国に向かう場合、単純化すれば「プッシュ・プル・ファクター」が働くという。すなわち、その土地では暮らして行けず出稼ぎをせざるを得ない事情（プッシュ＝送り出し要因）がまずあり、経済力の違いから故国の何十倍ともなる稼ぎができ、しかも業種によっては人手不足の事情（プル＝呼び込み要因）があるためにヒトの移動が起こるといふものであ

る。しかもそれを促しているのがグローバル時代の情報ネットワークや広義の国際コミュニケーションの進展である。その一つが送り出し国と受け入れ国に出来上がった「ヒューマン・ネットワーク」であり、テレビや国際電話などの「情報ネットワーク」による受け入れ国の様子が容易にわかる状況の現出、そして国際航空網の進展による航空運賃の廉価格化などによって、かつての「片道切符」をもった移民からいつでも帰国が可能な「往復切符」をもった国際移動が可能になっている状況がある⁹。

あるアジアからの日本行きを目指す志望者（ニュー・カマー）がいたとしよう。彼または彼女は、自国のテレビを通じて日本が豊かな先進国であり、一儲けできそうだと印象を持つ。そこでまず手始めに自分の親戚や近隣に住む知人で日本からの帰国者を訪ね様子を聞くとともに、日本に到着したらまずどこへ行けばよいのか、仕事はあるのかなどのアドバイスを受ける。いずれかのピザによって入国が叶うと新宿や池袋などにある同国出身者の経営する食堂や簡易宿泊施設などを訪ね、食事と一晩の宿の提供を受ける。翌日から慣れない東京の街を、そうした場所に置いてあった「無料の自国語の情報誌（紙）」を片手にアパートや仕事探しなどに出かけるのである。このような時自国語によるメディアが彼、彼女の日本における最初の生活の指針となって行くのである。われわれはこのメディアを「エスニック・メディア」と呼んでいる。この「エスニック・メディア」については、この研究で先導的役割を果たしている白水(1996)は「当該社会に居住する人種的・民族的マイノリティの人びとを主たる受け手とする定期的情報媒体」と定義し¹⁰、都市社会学者の町村(1997)は、「共通する言語や文化的背景などを基盤に成立する人種・民族的マイノリティ向けのメディア」¹¹としている。

このエスニック・メディアの存在は日本に限ったことではないが、ここでは日本の場合について概略を紹介しておこう。この種の研究は存外少なく、上述の白水のほか主なものとしては森口(1997)などがあるばかりであ



日本で発行されているエスニック・メディア（筆者撮影）

る。これらのメディアは浮沈、消長が激しく実態を把握し難い、個人的研究では多様な言語が研究の壁になるなどの理由があると思われる。そこでこれらの研究に加えて、筆者が指導した台湾からの留学生、陳佳琳の卒業論文、現在指導している韓国留学生ナ・ヨンスクのレポートなどにも準拠することとしたい。

現在日本で発行されているエスニック・メディアはいわゆる活字系でおよそ 160 紙（誌）と言われている。一説には 200 にのぼるとされる。使用言語、発行の形態、規模、サイズ、購読料の有無、販売、配布方法などは様々である。マイノリティ向けといってもなかには発行部数 10 万部を超えるポルトガル語版、スペイン語版の『インターナショナル・プレス』のようにカラー印刷で数十ページにおよび、日本の一般紙と同じように駅売店で販売されるものもある。発行元としては、個人から法人組織に至るまで各種あり、発行の形態も月刊、日刊、不定期と様々であり、購読料を取らずに広告料でまかなってフリーペーパーとして配布しているものも少なくない。食材店、日本語学校、旅行社などが広告を出しているが、これらはまたエスニック・メディアの配布場所でもある。国際電話や銀行が広告主という例もある。これは一説によると、ブラジル人は 1 ヶ月に一人 2 万円の国際電話を使っているという。ブラジル人は日本に 26 万人いるわけだから、ここには単純計算で 520 億円の市場があるということになるのである。マイノリティだからと無視できない数字である。紙幅の関係でどのような言語でどのようなタイトルのものが発行されているのかについては、上述の研究書を参照してもらえば、森口のホームページを参照するとよいだろう¹²。

それでは、ここでエスニック・メディアに共通する内容について見てみよう。キャッチコピー風に言うならば「ライフラインとしての生活情報誌」ということになる。外国に初めて来て心配なことは誰でも同じであろうが「医・衣・食・職・住」の問題である。日本語の読めない外国人の場合、火事や犯罪に巻き込まれた時の連絡先について母語による病院、警察、役所、消防などの情報は欠かせない。また、仕事やアパートの探し方、ごみの出し方、トラブルに巻き込まれた時の法律相談、母国の食材がどこで購入できるのか、こうした生活情報を提供することが、エスニック・メディアの創刊のねらいでもあった。

また、ライフラインという意味では、阪神大震災は一つの契機になっている。超過滞在者も多いことから、被災地の自治体では安否を把握し切れなかったのである。ここで各紙の記者たちが被災地を訪ね歩き、日本語に不自由な外国人たちの目となり足となって、独自ルートで被災者を調査したのである。その被災状況や安否状況調査の結果は本国のマス・メディアでも伝えられたほどで

ある。一方、最近の特徴として、母国のニュースや日本のニュース、その他の外国人コミュニティの情報、さらに定住化にともなう、教育や福祉、さらに上述の 5 つの要素に更に「遊」を加え、母国の芸能人の話題や日本国内旅行に関する記事などが急増中である¹³。また、韓国語メディアでは、「占い」ページが欠かせないようである。

さて、こうしたエスニック・メディアが在住外国人の日常生活を支えるメディアとなっていることが想像に難くないと思うが、その役割といったものについて別の角度から一つのケース・スタディを通して整理しておこう。陳佳琳は、日本で発行されている中国語系新聞 40 紙を検討し、その中から台湾系新聞「台湾報」と本土系のうち発行部数が最も多い「中文導報」を分析対象として選び、99 年 1 月から 2000 年 6 月までのトップ記事の集計をし、白水の提起するエスニック・メディアの機能分析を行った¹⁴。白水の分析枠組とは次の 3 点である。 集団内的機能 (intra-group functions, エスニック母語の使用、日本への適応推進、医・衣・食・職・住・遊情報対応)、 集団間的機能 (inter-group functions, 自グループと日本社会に共生する様々なグループとの「架け橋」としての役割、二言語、英語使用、代弁機能など)、そして 社会安定機能 (環境適応情報を流して安心を与える機能、公的情報の付与、対立・抗争の可能性の減少をはかることなど)の以上である。

トップ記事を集計した結果「台湾報」では、全体の 63% が台湾本土のニュースとなって、第一位の扱いであった。「中文導報」では、在日中国人関連記事 (特に人権問題) が最も多く、全体の 37.5% であった。また、内容分析の結果、両紙とも日本への適応促進情報を提供することで、集団内的機能を果たしているほか、自グループと他グループとの架け橋としての集団間的機能、社会安定機能も発揮していることが判明した。例えば、集団内的機能については、「中文導報」では生活を助けるために「読者投書欄」をもうけ、相談や質問に対応。「台湾報」では台湾本土のニュースを提供し、故郷と結ぶことで在日台湾人の集団内の安定に貢献している。因みに同紙では、最近まで本国ニュースの編集部を台北に置いていた。集団間的機能の面では「台湾報」は日本語のページをもうけ、台湾の話題、政治、ビジネスなどについて情報提供し、日本社会との架け橋としての役割を果たした。社会安定機能については、「中文導報」は一般の日本のマス・メディアが報じないニュース、例えば人権問題などについて取り上げることにより不満解消としての役割を果たすことによって日本社会との不要なトラブルを避ける役割を果たしているということである。

「台湾報」における日本語ページの設置ということがあったが、他のエスニック・メディアにおいても日本語ページを持つものも増加している。白水がその定義の中で

「主たる受け手」と言うところにポイントがある。すなわち在日外国人への日本社会における関心の高まりや国際交流、語学学習の目的で購読を始めた日本人読者を意識しているためである。これにより集団間的機能が更に発揮されることを期待したいものである。

さて、同じくアジア、それも隣国の韓国系の情報誌についても多少触れておこう。この部分は筆者の研究室学生のナ・ヨンスクの内容分析にも依っている。前出の森口のカウントではハングルを使用した新聞、雑誌類は17種類となっているが、これも主要なもののみと言ってよいかもしれない。新聞形式のものとして、現在もっとも成功しているのは「日本交差路(イルボン・キョーチャロ)」であろう。月2回発行の同紙は公称25,000部出ており、韓国からのニュー・カマーの中でも人気を誇る。1995年創刊で、「売ります」「買います」「求人」「求職」「教えます」などの個人広告を無料で掲載しているのが特長であり、この情報を求めて購読者数が多いことから、広告媒体としての機能が広告主から評価され、写真のサービス・サイズ版の広告で1~3.5万円だそうであるが、全掲載広告の半分は広告主側からの申し出であると、編集部での筆者のヒアリングに対し、回答があった。面建ては、平均32ページで、前半はすべて上記の無料個人情報と広告である。中央見開きを韓国の芸能ニュースが埋め、それに続いて韓国、日本、国際ニュース、暮らし、スポーツ、パズル、占い、そして韓国紙には必ずあるというユーモア・ページの構成となっている¹⁵。

さて、ゼミ生のナ・ヨンスクが2002年9月に韓国語の情報誌のうちランダムに選択した4誌(「シナプロ」「Mail」「日本情報」「留学生」)を内容分析したところ、「シナプロ」「留学生」は広告も10~30%程度で、読み応えのある記事内容となっていたが、他の2誌は広告が50%を占めていた。「シナプロ」では防災の日特集をして、自然災害に備える日本の実情が紹介されていた。「留学生」では、日本の外国語系の私立大学が大きく特集されていたほか、<クイズジャパン>と題して、クイズを通して日本を知るコーナーや日本語講座が掲載されていた。「Mail」は、通信販売と芸能、パチンコ情報が大半、「日本情報」では、ビジネスで成功した人物の物語や日韓芸能ニュースなどが特集されていた4誌に共通するものとして、「占い」「法律相談(在留資格の変更)」「生活に便利な電話帳」があった。このように記事の大半は集団間的機能を優先させた編集となっているが、集団間的機能にも配慮し、ホスト社会との調和を図って行こうとする姿を垣間見ることができた。

この項を締めくくる前に印刷系メディア以外のものについて触れておこう。近年の技術革新による情報環境の変化により、情報の入手方法は大きく変化している。既に国際電話の利用については触れた。ますますの成長ビ

ジネスである。また、かつては、本国でダビングされた番組ビデオが食材店などのコーナーに置かれ擦り切れるまで貸し出されていたが、現在はCS放送に加入さえすれば、CNNやBBCといった従来のマス・メディアによる英語放送以外にも、10チャンネルの外国語放送が視聴可能である。内訳は中国語によるもの5チャンネル、韓国語1、スペイン語2、ポルトガル語1、タガログ語1の各チャンネルである。いずれも24時間放送のバラエティに富む編成内容である¹⁶。筆者が浜松市取材した際立ち寄ったブラジル・レストランでは、故国からのテレビ放送がノン・ストップで放送されており、お客はリアル・タイムで故国情報を母語で触れられる状況になっていたのが印象的であった。また、インターネットの普及も大きい。因みに検索エンジンを使ってエスニック・メディアを調べてみると各種のオンライン版があることにすぐ気づく¹⁷。日本でつくられているサイトばかりでなく、例えば、本国のマス・メディアのオンライン版が目立つ。中国の「人民日報」や台湾の「光華」など。さらに各国のラジオ放送が手軽にインターネットでアクセス可能となっている。はたして、こうした情報環境の変化は在日の外国人にどのような心理的な影響を与えるのであろうか。今後面接やアンケートなどで深めていきたい点である。

4 ホスト地域のとりくみ

前項において、情報環境の変化について述べたが、民放FM局の「インターFM」では9ヶ国語を使用した放送セグメントをもっているほか、NHKラジオ第2でも数年前から英語、中国語、スペイン語、ポルトガル語ニュースの時間をもっているほか、同局国際放送のインターネット版で、21ヶ国語による日本情報を入手することができる。遅ればせながら国内放送メディアを通しての対応も始まりつつある。

第1項で触れたように日本全国の多くの地域において外国人住民の数は着実に増え続けている。こうした外国人を受け入れている地域を「ホスト地域」あるいは「ホスト・コミュニティ」と呼ぼう。奥田(1997)は、コミュニティとは「さまざまな意味での異質・多様性を認め合って、相互に折り合いながらともに自覚的、意志的に築く、洗練された新しい共同生活の規範、様式」としているが、まさに我々の住まう「コミュニティ」はこれら増加する外国人を迎えて規範、様式の変化を迫られ、結果として僅かながらも変容しつつあるのではないだろうか¹⁸。

奥田説の「コミュニティ」の定義からすると、例としては規模が大きくなるが、筆者の研究室では、日本の都道府県および政令指定都市、59自治体のすべてのホーム

ページを通して国際化の進捗状況を調査しているところである。まだ調査の途上である上、質的なことについては未調査なため断定は控えるが、これまでわかったところでは、自治体の対応は「形式的」には進んでいるとの印象を受けている。例えば多言語表示については、59自治体の全てが英語ページを持っている。その他、3ヶ国語表示が7、4ヶ国語4、5ヶ国語3、6ヶ国語2、7ヶ国語1と自治体の3割強ほどが多言語サービスを実施している。語種については、まさに外国人登録者の国別順を反映したものになっており、韓国、中国語がそれぞれ16自治体、スペイン語6、ポルトガル語5自治体などとなっている。その他、語種の選定は、姉妹都市の関係の有無や交流活動の活発さの度合い、あるいは環日本海経済圏構想を標榜する日本海側の自治体がロシア語のページを持つなどによるようである。

従って、ほとんどの自治体が、国際室、国際交流課などのセクションを持っているほか、「国際化基本計画」のような外国人住民向け施策の根拠となるような政策を掲げているところがほとんどである。それにともない、ページをたどると「エスニック・メディア」がお得意とする「医・衣・食・職・住」の生活情報へと行き着く。さらにサイトのメニューを進んで行くと、自治体内に居住する外国人を対象としたアンケートや外国人住民の意向を聞く「外国人住民会議」などに関するデータや議事録などが公開されている。こうした事実はヒトのグローバリゼーション（出稼ぎ、日本人の配偶者としてなども含む）が日本各地に確実に浸透していることのひとつの証左であろう。

さて、横浜市の場合、前市長の政策である「ゆめはま2010プラン」によって対外国人施策が実施されてきている。横浜市は日本の国際化の窓口としての歴史を踏まえ世界都市にふさわしい環境整備を行い、地域の国際化と市民レベルの国際交流の促進、国際平和や地球環境問題などへの貢献をするとの目標を打ち出し（1997 - 2001年までの5ヶ年計画）、具体的施策として、1）世界の人びととの相互理解の促進、2）外国人の暮らしやすい環境づくりを掲げた。まず、前者については、市民ボランティアの育成とネットワークづくりを行い、地域の国際化の推進のために、地域の状況に応じて「国際交流ラウンジ」を整備するほか、国際理解教室の実施が提案された。後者については、広報広聴手段を充実して外国人の意向吸収に努めるとした。この施策により、横浜市は、市内18区すべてに2010年までに国際交流ラウンジを作り地域国際化の拠点整備を開始した。ところが、2002年から2006年までの5ヶ年計画では、地域国際化の推進はするものの、18区全部にという文言は消えた。長引く不況による税収の落ち込みで、市の施策の見直しが急な現在、果たして地域国際化についての政策はどの程度の重みを

与えられて行くのか注目されるところだ¹⁹。

現在、横浜市内の国際交流ラウンジは、中区にある横浜市国際交流協会（Y O K E）に付属するラウンジのほか、港南区、保土ヶ谷区、青葉区、港北区にあり、鶴見区にも近々できると聞いている。筆者の研究室ではゼミ生が「事例研究」の一環として、港北国際交流ラウンジの正式な情報広報部員としてラウンジのホームページの作成、維持管理、図書委員、広報ビラの作成などに携わっている²⁰。

ところで、本学部が立地する都筑区にはラウンジが当面出来る予定はないが、横浜市の政策にもとづき、都筑区役所は、区民の異文化に対する理解を促進し、在住外国人の暮らしやすい環境づくりを目指すとして、区内にあるドイツ学園との交流やフランスの町との交流をはじめ、外国人区民支援事業として、英文生活情報紙の発行や国際交流サークルの支援活動などを実施している。しかし、こうした事業の区役所における窓口は「地域振興課」あるいは「生涯学習支援室」となっており、外国人を含む区民には見えにくい状況である。研究室では地域振興課や地元国際交流団体などと連絡をとりつつ「都筑区国際化マトリックス」と名付けたホームページを立ち上げ、ヴァーチャルな国際交流ラウンジに育成して行きたいとコンテンツの充実に現在苦心しているところである²¹。



都筑区国際化マトリックスHP（櫻井研究室製作）

以上、概略的ではあるが、外国人住民の増加にともない、地方自治体レベルにおいてもその対応策が模索されていることを見てきた（施策の中味が要諦であるのだが）。ただ、情動的には「エスニック・メディア」と、決して十分ではないと思うが、各自治体の多言語情報発信が上手に出会うことができるなら、日本在住の外国人にはかなりのものが流布しているといえるのではないだろうか。ただ、こうした情報を恐らくもっとも必要とする、例えば超過滞在者やその他の外国人住民たちが、自治体の

様々の対応やインターネットにアクセスする手段をもっているのかどうか、あるいはアクセスしたいが出来ない事情もあるといった問題はこれからも残るだろう。

5 終わりに代えて

日本において真の国際化を実現するには第一に国レベルにおいて、どのような国際化を実現して行くのか、同化主義を貫くのか、多元主義をとるのか、あるいは多文化主義へと移行して行くのか、こうした基本的な政策が明確化されてゆく必要がある。それによって施策が変わってくるからである。89年の出入国管理法の改正を契機に多数の外国人が来日することになったが、これまで議論したように、これらの外国人はすべてが定住を目指してやって来ている訳ではない。日本の豊かな経済の果実を目指して、自己実現や故国の家族の生活を豊かにするために「期限を区切って」「永住するつもりがなく」来ているのである。その中では、「同化」するベクトルは働かない。また、それを可能にしているのが、今日のエスニック・メディアを中心とした外国人間の情報ネットワークであり、エスニック・コミュニティのネットワークであると言えるだろう。

問題は日本の長引く不況のせいで、これら一攫千金を夢見る外国人たちの生活は、自分たちが来日前にテレビ番組を通して、あるいは人づてに聞き思い描いていた姿とは異なる現実の前にあるということであろう。滞在が長引き、生活の基盤が確立するのにもない子弟の教育や福祉問題、医療問題、人権の問題等新たな課題を外国人市民たちは担うことになる。しかし、それはまたホスト地域が突きつけられた問題でもあるのである。我々はこうした状況を「内なる国際化」と呼んでいるのだが、これは単なる表面的な異文化交流の問題ではなく、外国人住民に発生する個別の実質的な現実の問題に目配りをし、日常生活的に対応して行くことに他ならない。それはまた、日本の生活様式や日本人の意識のレベルに「同化」することを要求して行くのではなく、異文化のままの彼らと「共生」して行く道を探るといふ息の長い道程でもあると言えよう。とりわけ、入管法の改正は日系ブラジル人たちに無制限の再入国を可能にしたことなど、「同化」とは無縁の流れが出来上がっていることにも注意する必要がある。

また、この時、「エスニック・メディア」やそれに対置するホスト地域の行政サービスや支援のための日本人市民のボランティア活動などの位置づけはどのようなものになるのだろうか。町村は「移動者は、新しい環境に順応していくにつれ、やがて自らの情報環境を再定義していく。こうしたプロセスのもとで、エスニック・メディアは絶えずその役割を変えることを余儀なくされる」と述べ、その多様化が必然であることを示唆しつつも、異

国の中で暮らす人々にとって依然としてローカルな現場における同胞人との共有感覚が欠かせず、その重要な役割は変わらないとしている。しかし、エスニック・メディアもありようによっては、そのエスニックな境界の両側に頑迷なナショナリズムを蔓延させ、民主的な議論の場の形成が妨げられるジレンマもあることにも注意を促している²²。もはやグローバルな情報環境の中では、例えローカルな場所で発生した問題であっても、内容によってはすぐさまグローバル化する潜在性は必然であり、その意味でローカルなエスニック・メディアが投げかける問題や提案にはこれからも注目する必要があるだろう。その時、願わくはホスト地域が、彼らに納得の行く解答を投げ返す実力と実質を備えていることである。

(本稿は、当初2002年度横浜市民大学講座のレジュメとして書かれたものに加筆修正したものであることをお断りしておく)

¹ 富永健一(1997)『環境と情報の社会学』日科技連 p.157
² Appadurai, A (1996) *Modernity at Large, Cultural Dimensions of Globalization*. Univ. of Minnesota Press, p.33.

³ 関根政美(2000)『多文化主義社会の到来』朝日選書, pp 8 - 9

⁴ <http://www.moj.go.jp/PRESS/020611-1/022611-1.html>
 (2002年8月15日閲覧)、日本経済新聞、2002年6月12日朝刊

⁵ IOM (2000). *World Migration Report 2000*. United Nations Publication, pp.59-79.

⁶ 参考までに再入国者を除く新規入国者は422万人余で前年に比べ2万7000人(0.6%)の減少で、これは米同時多発テロ事件の影響と見られる。外国人新規入国者を地域別に見ると、アジア地域からの入国者は250万人で、全体の59%、以下北米、欧州、オセアニア、南米、アフリカの順である。また、出身国の推移では、増加しているのが韓国からの新規入国者で、過去最高だった前年を上回り100万5451人で、対前年比5.6%の増加。中国からは22万5357人で、対前年比18.4%の大幅増加。フィリピンからは11万5318人で、対前年比10.5%と前年に引き続き大幅に増加している。一方、台湾、アメリカ、ブラジルからの新規入国者は共に減少。とりわけブラジルからは3万9533人で対前年比32.5%、1万9044人の減少である。一方在留資格別(在留目的別)に見ると、在日を含む永住者が約68万5000人で38.5%であるのに対し、日本人の配偶者や定住者、留学など非永住者が110万人で61.5%となっており、非永住者の構成比が年々上昇傾向にあると、法務省は述べている。なお、2002年3月同省のまとめによると、2002年1月1日現在で、日本に不法に滞在している外国人の数は22万4067人であり、

前年同期に比べ 8054 人 (3.5%) の減少である。これは日本経済の低迷、当局の取締りの強化、米国同時多発テロなどの影響が見られるという。男女別に見ると男性は 11 万 8122 人 (構成比 52.7%)、女性は 10 万 5945 人 (47.3%)。国別では韓国、フィリピン、中国、タイ、マレーシアの順である。この不法残留を在留資格別に見ると、観光などの短期滞在は減少しているものの 16 万 3000 人でトップ、就学も減少、しかし、興行、留学、研修などではわずかながら増加に転じている。

⁷ 横浜市外国人登録人口 (平成 14 年 4 月末現在) 都筑区役所開示資料より

⁸ 各種の研究書において使用されているが、ここでは渡戸一郎 (1999) 『グローバル化と都市社会の変動』藤田弘夫・吉原直樹編 『都市社会学』有斐閣ブックス、p.69 などを参照

⁹ 平野健一郎 (1997) 「ヒトの国際移動と国際交流」日本国際政治学会編 『国際政治第 114 号』、p.99

¹⁰ 白水繁彦 (1996) 『エスニック・メディア、多文化社会日本をめざして』明石書店、p.41

¹¹ 町村敬志 (1997) 「エスニック・メディアのジレンマ」奥田道大編著 『都市エスニシティの社会学』ミネルヴァ書房、p.123

¹² <http://www.asahi-net.or.jp/~cj7h-mrgc/EMG/>

¹³ 森口秀志 (2001) 「在日外国人の生活を支えるエスニックメディアの底力」時事通信社「世界週報」2001 年 12 月 4 日号、pp.29-32 を中心に、氏の注 12 記載の HP も参照。なお「世界週報」では、氏の寄稿以降、毎号にて「エスニックメディア・ウォッチング」という 1 ページ建てのルポを掲載。2003 年 2 月 18 日号現在継続中である。日本のマスメディアが息長く継続しているということは、それだけ数も多く認知されてきていることの証左であろう。

¹⁴ 陳佳琳 (2000) 「日本におけるエスニック・メディア～中国語新聞を中心に」武蔵工業大学環境情報学部提出卒業論文、未公開

¹⁵ 「日本交差路」はもともと韓国で発行されていたタウン誌に由来し、現在では韓国全土に発行地の名を冠した「交差路」があるとともに、ソウルに国際交差路編集部と印刷所がある。日本からの素材は全てインターネットを介してソウルに送られ編集、印刷された上で、毎回空路成田に到着して、配布されている。2001 年からは「日本交差路」の発行人であるチョウ・ヒョウチョル氏は、米国での「交差路」のフランチャイズを獲得し、ハワイにて、地域の韓国人コミュニティに対しサービスを開始している。

¹⁶ スカイパフェクト V 番組情報誌「月刊 Sky PerfecTV!」2002 年 8 月号

¹⁷ http://hi-ho.excite.co.jp/member_encounters/foreign_resident_in_japan/ethnical_media および <http://dir.biglobe.ne.jp/dir/182183/176877/184539/179074/index3.html> 参照 (2002 年 8 月 13 日閲覧)

¹⁸ 奥田道大 (1997) 「序論、都市エスニシティの社会学」

同氏編著 『都市エスニシティの社会学』ミネルヴァ書房、p.7

¹⁹ 横浜市「ゆめはま 2010 プラン 5 ヶ年計画」平成 13 年 11 月発行ほか参照

²⁰ <http://homepage2.nifty.com/kohokulounge/>

²¹ <http://www.tzk-mtx.info/index.html>

²² 町村敬志 (同書)、pp.123-125

主な引用文献

奥田道大編著 (1997) 『都市エスニシティの社会学』ミネルヴァ書房

白水繁彦 (1996) 『エスニック・メディア、多文化社会日本をめざして』明石書店

関根政美 (2000) 『多文化主義社会の到来』朝日選書

富永健一 (1997) 『環境と情報の社会学』日科技連

森口秀志 (1997) 『エスニック・メディア・ガイド』ジャパンマシニスト

Appadurai, A. (1996) *Modernity at Large, Cultural Dimensions of Globalization*. Univ. of Minnesota Press.

IOM (2000) *World Migration Report 2000*. United Nations Publication

平野健一郎 (1997) 「ヒトの国際移動と国際交流」日本国際政治学会編 『国際政治第 114 号』 日本国際政治学会