The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	日本のテレビにおけるインドネシアのイメージ : NHKのインドネシアドキュメンタリ番組の考察
Author(s)	ミルザンティ, アデ
Citation	年報人間科学. 2004, 25, p. 85-112
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/10685
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

日本のテレビにおけるインドネシアのイメージ

～ＮＨＫのインドネシアドキュメンタリ番組の考察～

アデ・ミルザンティ

〈要旨〉

歴史的にみると、日本と東南アジアの関係はかなり古くから存在しているが長い鎖国時代の終わって両方の関係が再開されるのは明治の初期からのことである。今日、日本の社会には、東南アジア諸国の人々がやって来る。一方、東南アジアにさまざまな理由で進出する日本企業や日本人も毎年増加しているという。

アジア系の外国人は増えたが、アジア系外国人にに対する日本人の認識はあまり変わっていない。ＮＨＫ放送文化調査研究所が一九八五年に実施した調査で「あなたが、外国・外国人といってイメージする国・人はどこですか？」という質問に対し、日本人の外国・外国人のイメージは、次のような結果になっている。アメリカやヨロッパの人と認識する人が七七％で、アジアの人を思い浮かべる人は実に四％にすぎなかった。

マスメディアの中に、特にテレビ番組の分析にはＮＨＫのＣＤ―ＲＯＭを調査し、本論文は日本社会における東南アジアのイメージを研究するため、一九八五年～一九九七年のＮＨＫの番組におけるインドネシアに関する番組のＣＤ―ＲＯＭを使って考察加える。

ＮＨＫのインドネシアに関する番組を分析する前に、現代の日本社会における、テレビの役割、影響力について述べ、さらにテレビ番組によって作り出されたステレオタイプに関して取り上げる。

さらに日本のマスメディアの状況とエスニックメディアについて、二次資料から間接的に検証する。

キーワード

外国人のイメージ調査、マスメディアの中に文化交流、多言語マスメディア、ビジュアル・コードとなるテレビ番組、多民族　社会。

序論

本研究では東南アジアと日本の文化と経済の関係をふまえ、特に日本とインドネシアの関係がメディアによって、どの様に映し出されているのかという点に絞って考察する。日本のテレビ局のうち、本論文で取り上げるのはＮＨＫの番組である。「ＮＨＫのデータベース」[1]を番組年代別に分析してみると、一九九〇年代からインドネシアについての番組の制作に積極的である。民放放送局と比較すると、このような傾向がＮＨＫにより多く見られる。また、ＮＨＫでは、インドネシアを含めた東南アジア関連の番組はニュース以外の文化や教養の番組として短時間（十五分〜九十分）のスペシャルドキュメンタリーとして制作され、プライムタイムに放送されることが多い。

歴史的にみると、日本と東南アジアの関係はかなり古くから存在しているが長い鎖国時代の終わって両方の関係が再開されるのは明治の初期からのことである。今日、日本の社会には、東南アジア諸国の人々がやって来る。一方、東南アジアにさまざまな理由で進出する日本企業や日本人も毎年増加しているという。

日本にやってきた東南アジアの人々はエスニック・グループとして考えられる。エスニック・グループとは、人間・遺伝的特殊性基準によって分けられた人種集団に対して、言語や生活用式、宗教など文化的基準により分類され、さらに、集団メンバーの中に単に文化や言語の共有だけではなく、先祖同一性、血縁と地縁の共通と運命共同体意識が存在し、他の異質文化・言語集団との違いを意識するなど共属感覚や一体感が存在する人工集団のことである。現在は、民族とエスニック・グループは同義語と考えられることも多い。

以前はエスニック・グループとは移民・難民など移住者の下位文化集団を指していたが、今日では、先住民族・周辺民族集団（少数民族）など文化的マイノリティ集団や、近代以前の文化集団も意味するようになったのである。[2]エスニックグループという言葉は、東南アジア各国のエスニック・グループのことであり、エスニック・グループの文化は日本ではしばしば「エスニック文化」と呼ばれる。

現在の日本人がエスニック文化と認識するのは主に欧米、中国、朝鮮＝韓国以外、第三世界の民族のものである。[3]

日本に入ってくる外国人の増加の原因は、日本への外国人労働者の流入にある。東京都生活文化局の調査によると、一九八五年以降東京都内で外国人が増加している地区を対象とした調査を行った結果、一九九三年時点で、八〇％以上の人がアジア系外国人（中国、韓国、東南アジアを含む）であった。

アジア系の外国人は増えたが、アジア系外国人に対する日本人の認識はあまり変わっていない。ＮＨＫ放送文化調査研究所が一九八五年に実施した調査で「あなたが、外国・外国人といってイメージする国・人はどこですか？」という質問に対し、日本人の外国・外国人のイメージは、次のような結果になっている。アメリカやヨロッパの人と認識する人が七七％で、アジアの人を思い浮かべる人は実

に四％にすぎなかった。

アジア系外国人（中国、韓国、東南アジアを含む）に対する日本人の態度に関して、高梨成子は、「日本人は、一般に欧米系外国人には積極的に接近しようとするのに対し、アジア系外国人に対しては、時には冷淡な態度をとることが多い。また、在日外国人の状況について、欧米人は日本人の相談相手がいる人が多いのに対し、アジア系外国人の人は、逆に差別されていると感じる人が多い。そして、アジア系外国人で特に差別されていると考える国の人ほど同国人ネットワークに頼る傾向が見られる」と強調してる。(4)

東南アジアのエスニック・グループは、日本で重要な情報を集めるために、自分たちのメディアを作りだした。さらに、現在、東南アジアのエスニック・グループに限らず、他のマイノリティ・グループのメディアによって様々なエスニック・グループの言語による出版物で出版されつつある。例を挙げると新聞や雑誌、ラジオ放送などがそれである。これらは、日本で新しい形のメディアであり、エスニック・メディアと呼ばれる。このメディアの取材範囲は限定され、日本で生活する外国人同士のネットワーク共同社会の一部に留まる。

このことについて、メディアと社会変動を研究している白水(1996,p.17) は「数多くのエスニック・メディアがあるから、日本人の側からみればこうした傾向によってマルチカルチュラル・メディア化が進行するのである」と述べた。すなわち、彼は、これから日本が多文化社会になろうとしていると述べた。しかしながら、マルチカルチャラル・メディア化になることが多文化社会になることと同じではない。このエスニック・メディアはまだ日本社会の中で確立されていない。

エスニック・グループの種類が増えると同時に、その社会状況の変化が日本のマスメディアの中に、多様な文化の紹介番組を増やすという形で現れた。

日本のテレビ番組の中で東南アジアを紹介するニュースをのぞく番組も徐々にではあるが確実に増えてきている。今まで、得られなかったテレビによる東南アジアについての貴重な情報によって、異文化である東南アジアの文化が、少しずつ日本人に受入れられていった。たとえば、東南アジア料理や衣料品、雑貨、東南アジアの伝統的な踊りや音楽の公演が日本の都会に少し目立つようになった。しかし、こうしたテレビ番組の情報によって受け入れられた東南アジアの文化は、しばしば日本流に解釈され変形された東南アジア文化のように見える。

結局、日本で東南アジアの文化は、まだよく知られていない。なぜなら、東南アジアの文化に関する情報量が、まだ絶対的に少ないからである。さらに、これは東南アジアの文化だけに言えることではないが、東南アジア文化はテレビ番組の中で、多くステレオタイプに基づく内容の制作がなされているからでもある。マスメディアの中で、多くの場合東南アジア諸国のイメージは発展途上国として描写される。

テレビ番組の分析にはＮＨＫのＣＤ―ＲＯＭを調査し、本論文は

日本社会における東南アジアのイメージを研究するため、一九八五年〜一九九九年のＮＨＫの番組におけるインドネシアに関する番組のＣＤ－ＲＯＭを使って考察加える。

ＮＨＫのインドネシアに関する番組を分析する前に、現代の日本社会における、テレビの役割、影響力について述べ、さらにテレビ番組によって作り出されたステレオタイプに関して取り上げる。

さらに第三章では日本のマスメディアの状況とエスニックメディアについて、二次資料から間接的に検証する。

これらの資料に基づいて、あらかじめ結論を述べれば東南アジア諸国の状況を詳しく伝える番組の発達は東南アジアの諸国の文化や生活を深く理解するのに欠かせないものであり、そういった知識を背景に持ったうえに経済協力、文化交流がはじめて成り立つという事でる。インドネシアについての情報が、異文化としてどの様に紹介され、日本人はその情報をどの様に受けとめているかを解明することで今後の研究をさらに発展させだと思う。

第一章　ステレオタイプの解説

この章ではまずステレオタイプが形成されてしまうプロセスを述べる。そして、なぜ東南アジアに対してステレオタイプの見方があるのかを検討し、さらに、日本人の東南アジア観について述べる必要があろう。

一―一　ステレオタイプ形成のプロセスと原因

会話をはじめる前に、会話をどのように展開させるか、また会話を成功させるために、会話をする人はどのような話題を選んでいるかを考える。普通は、話題を選ぶ時、相手との共通点がある話を考える。基本的に、会話の中で我々が忘れてはいけないことは進展状況を絶え間なく理解していく事であり、両者からの発話が途切れないことである。ここでの理解とは様々な形があるが、とても重要なのはお互いに合図を送ることである。そして、お互いに送ったその合図によって、話相手がだれであるかということが分かる。また、自分たちが誰なのか、そして、相手が我々のことを誰なのかと認識していることがわかる。つまり、お互いに相手のアイデンティティを理解し、(perceptual identity) 確かめながら、話を進めていく。シンガー（一九八七）次のように、提案する：

> we have a number of *perceptual identities* and defines them as "a number of individuals who perceive some aspect of the external world more or less similarly, but who do *not communicate* this similarity of perception among themselves"(p.38)[5]

異文化コミュニケーションをする場合、お互いに理解するアイデンティティは自分の文化である。似た文化を持つ者同士は一つのグループ・アイデンティティに属している。コミュニケーションする

時、相手が我々と同じグループ・アイデンティティの人であれば、比較的スムースにコミュニケーションがとれるであろう。しかし、相手がまったく違ったグループ・アイデンティティの人だった場合、我々の考え方、感じ方、行為パターンと比較すると現実的に同じようなことは非常に少ない。問題になるのは、我々がイメージした行為パターンが相手が持っている文化の行為パターンと対応しない場合である。ラーリ（一九九一）は次のように、定義する：

Reflect for a moment on those times when we have placed one cultural group above another because we judged them through the lens of our culture. In most instances we evaluate them by standards we have learned from our culture (p.279)[6].

当然のことだが、世間は人間にとって、とても複雑なものである。そこで、人間は世間のことを細かく知るために、心理学上のカテゴリーを必要とする。基本的なカテゴリーとして「同じ文化を持っている人」と「異なる文化を持っている人」とに分けられる。このカテゴリーを作るために、挙げる異文化の特質は肌色、人種、ジェンダー、世代、などに留まる。カテゴリーを作る時には、限られた生きる為に持つ知識、認識に基づいて作ることが必要である。異文化に対する知識、認識が不足している場合、我々はステレオタイプな見方になる。

認識不足である本人が、自分の認識不足に気が付いていないことが一番問題である。自分の認識不足に気が付いた本人は、修正、補充しようとする。

リチャードは(一九九一)、"ステレオタイプは急激に発達するものではなく、文化によって形成される。そして、ステレオタイプは不明確で、不十分な情報からつくられたもので、我々がそれを受け、結論として使う"と述べる (p.280)。

また、ステレオタイプについて、クリフ（一九九一）はつぎの様に説明する：

We should recognize that there are both good and bad stereotypes. Good stereotypes are those that are based on sufficient characteristic and categories to give us a first approximation of how to communicate with the other person. They provide sufficient commonalities for us to identify with some aspect of another's culture. Bad stereotypes are too limited, based on too few characteristics or categories (p.53) .

異なる文化に向き合った時、その文化に対して不十分な知識しかもっていなかった場合、マイナスの方向へのステレオタイプの状況を作り出す可能性がある。なぜなら、我々は異文化に対して、歪みや偽りの前提で考えるからである。ラーリ（一九九一）は、

The intercultural context frequently brings people together who have very little knowledge about each other. When this happens, people often take the easy path and invoke stereotypes. "…such conclusions take very little energy, and also exonerate the individual from any other serious thinking". Stereotypes represent a lazy method of perception (p.280).

と指摘した。

こういった、プロセスで、ステレオタイプが社会の中に生まれてゆき、ある意味ではステレオタイプがコミュニケーションの中で大切な役割を持つ。たとえ少ない情報でも、まったく知らないより知っていた方がいいのである。お互いの情報が、少なすぎると、危険な傾向に陥る。ステレオタイプになることは、良い悪いの両面性を持つが、基本的に、ステレオタイプになることは、悪いことである。数少ない情報で、勝手に決め付け誤解しないことが大切なのである。相手とうまくコミュニケーションをするために、お互いのことを少なくとも知る必要がある。

特に、異なる文化を持つ2つの社会が、コミュニケーションしようとするとき、お互いの情報はメディアから得ることが多い。メディアによって、どんな情報が重要視されるのかは、その社会のメディアの持つ関心事によって違いが出るだろう。そして、情報の量と特質によって、異文化や他国に対する見方が違う。また、逆の場合もある。その社会の持つ関心事、必要な情報をメディアが流すということである。この場合、単に視聴率だけをねらった興味本位の片寄った情報番組になることもある。例えば、A国の情報は生活文化の情報や経済状況の情報が圧倒的に多いのに対し、B国の生活文化や経済の情報は少ないとしたらどうだろうか。このように情報に差がある場合、当然のことながら我々の関心はB国に対する関心よりも、A国に対する関心が高くなるだろう。なぜならば、B国について、あまり知らないからである。そこに、危険なステレオタイプが生まれる。また、日本のメディア（特にテレビ番組）の中には、視聴率をかせぐ為の片寄った関心の高い情報が、多く流され、その結果ある片寄ったイメージがついてしまうことがある。

日本人の持つ東南アジア観を考えた場合に、インドネシアに関する情報は日本で、どの位知られているのだろうか。これを明らかにするために、次の段階に進む。

一―二　新聞調査による日本人の東南アジア観

日本人の持つ東南アジア観の世論調査は朝日新聞によって一九九四年八月に行われた。日本の五大新聞社の一つである朝日新聞は、〝日本人のアジア観〟というテーマを取り上げた。ジャーナリストの今井正俊は、この全国世論調査には日本の過去の「影」と現在の「光」とが交錯すると述べる。日本の戦後の歩みを反映するように、経済重視の国民の意識や、アジアに対して比較的冷淡な若い世代の意識などがそこに表れていると述べた。(8)

まず最初の「アジアの国や地域の中で、あなたが、関心があるのはどこですか」という問に対して、中国の五八％に続いて、南・北朝鮮は四〇％を超えるが、東南アジアの諸国の中ではカンボジャが九％で、軒並みに一〇％以下という結果であり、香港、台湾におよばない。経済的に深い関係のあるインドネシアでさえもわずか四％にすぎない。

つぎに、「アジアの国々のどんな点に関心がありますか」という問いに対しては、「産業・経済」が三五％、ついで「生活・文化」二八％であり、「歴史」は一〇％にすぎない（図1）。

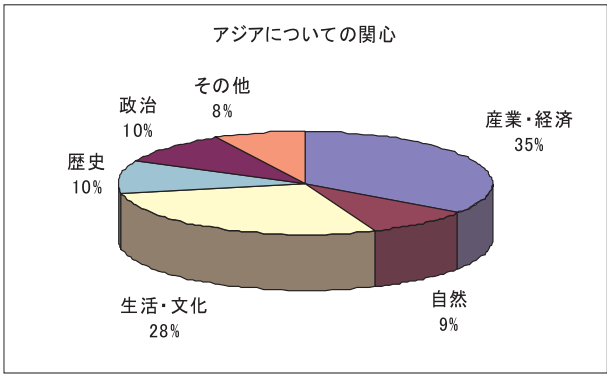

図　1

この結果には日本人の東南アジアについての関心がまだ低いということと共に、「経済」に留まった関心のかたよりがはっきりと表れている。

そして、全体的な親近感について見てみると、世代差が特徴的に表れており、アジアに対する親近感の度合いがよく分かる（図2）。

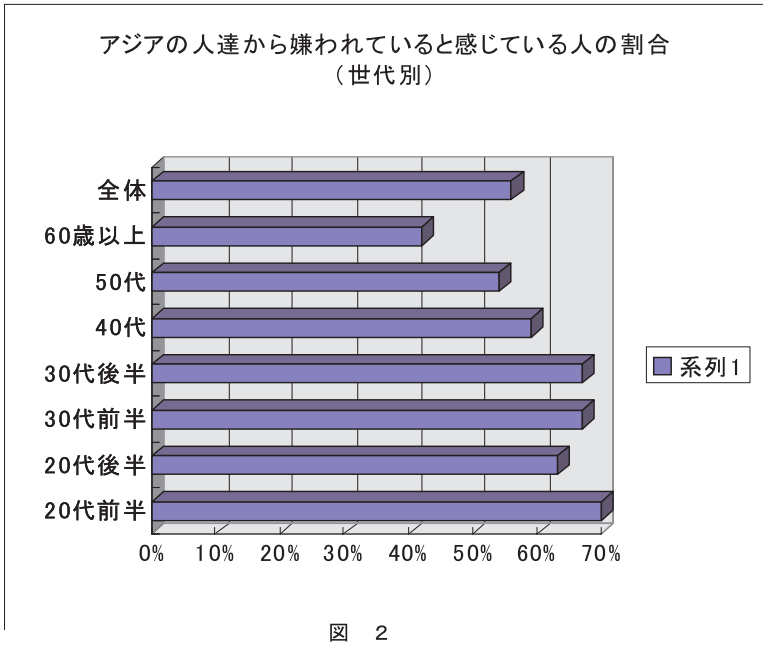

図　2

アジアの国や人々に親しみを持つ人は、高年齢層に多い。また、「日本人はアジアの人から嫌われている」とみている人は若い人ほど多い。年齢別に、数字を具体的に見てみると二〇代前半では七〇%、二〇代後半では六三%、三〇代前半では六七%、三〇代後半では同じく六七%、四〇代では五九%、五〇代では五四%、六〇歳以上では四二%の人がアジアの人から嫌われていると感じている。この結果を見ると、日本にとってアジア国々の存在は、まだ「近くにいる」という感じを受ける。

また、アジア全体への親近感は一九八二年の調査結果と今回ではとんど同じだった。「あなたは、アジアの国々や人たちに親しみを持っていますか」という問いに対して、「（　）内の数字は、八二年一二月調査の答え）」、持っていると答えた人は（五四）五五%、持っていない人は（三二）三三%、その他・答えない人は（一四）一二%という。親近感に関するかぎり、十二年前と変わっていないことになる。

「戦後補償が不十分」「信頼される国になっていない」など日本のアジアに対する姿勢批判も若い世代に多い見方なのである。若い人は日本のアジアに対する態度や日本とアジアの関係について、かなり批判的に受け止めている。

「ボランティア活動に参加して、アジアの人々の役に立ちたい」という人は、各世代でそれほど差はないが、「そうは思わない」とはっきり答えた人は若い世代ほど多く、二〇代では、「役に立ちたい」という人を上回る。これは、日本国内でボランティア活動のことではなく、アジア諸国でボランティア活動に参加するという意味である（図3）。

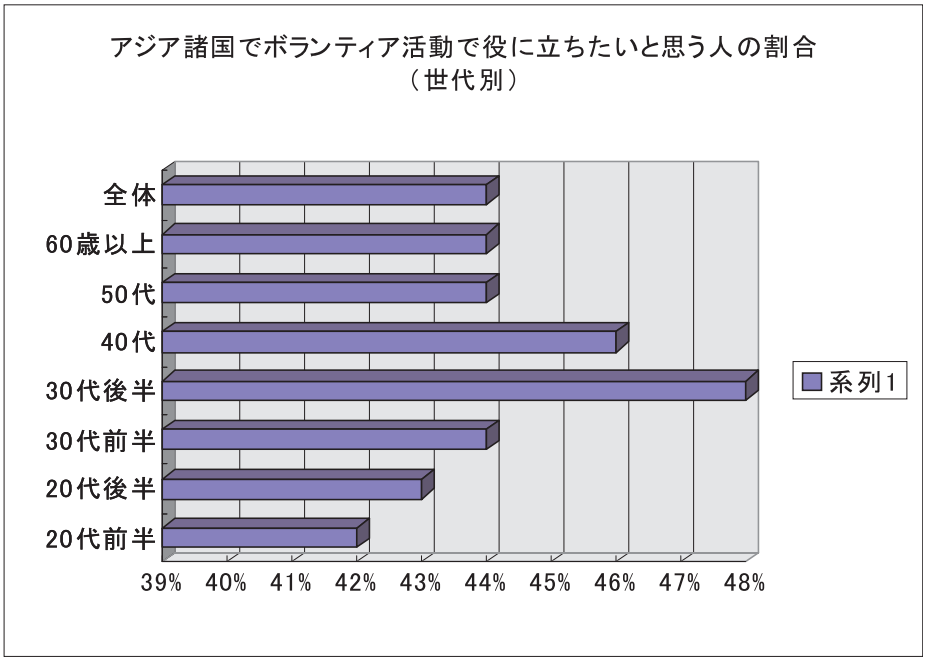

図　3

一方で、これからアジアでもっとも影響力を持つ国として日本をあげる人は、若い世代ほど多い。この理由として、「経済発展している」「経済援助している」という理由をあげた人が最も多かった。

「アジアの国々との関係で、日本がもっと力を入れた方がよいと思うのは何ですか」という問いに対しては、経済関係の強化が二九%、ついで国民レベルの交流が一五%であり、文化交流に関しては六%にすぎないという結果だった。おそらくインドネシアで同様の世論調査をした場合も、同じようなパーセンテージになるであろう。大切なのは、両国がもっと正面で向き合い経済のみの感心でなく全ての面で理解しようと試みる事である。

日本とアジアとの人、物の交流は多方面で飛躍的に増えてきている。しかし、日本人の持つアジア観の単調さは日本人が、アジアの多様な現実に、真正面には向き合っていないことを示している。調査を全体的にみると、アジアの中に、関心のある国としてもっとも多かった中国に対しても、経済への関心が背景に大きくある。「産業・経済」に関心がある人の七〇%は、中国に関心を持っている。経済発展の成り行きや大市場としての中国に目を向けているという。それに対し、東南アジアに対する日本の関心は低く、これからの関係は経済にもっと片寄るという。

発展途上国（第三世界）と日本との経済的な関係は援助国と援助される国の関係である。、こういった関係が一つの文化が他の文化より上にあるという考え方や、また、この様な状況の中で人間性の関係においても上位と下位という関係があると勘違いしてしまう人を作り出した。こうしてみると、ステレオタイプになる原因として経済力が上下関係にあるという事も一つの理由として挙げられる。

現在は国と国の交流関係は両国政府の経済協力といった経済的レベルに留まっている為、民間企業のリードする民間レベルの文化交流にもっと力を入れる必要があろう。民間レベルの交流を成功させるために、メディアの力は欠かせない。メディアを通じて、他国のことを見て、国と国との関係を理解する。メディアが他国の人々や文化のイメージを膨らめさせてくれ、他国に関する知識やその国の文化が理解できる。

こういったメディアの大きな影響力が分かる例を挙げてみる。日本人の外国・外国人のイメージはアメリカである。

このイメージは、日本新聞学会の調査によると、活字メディアにおける国際ニュースの発信国、言及国ともアメリカが群を抜いており、映像＝テレビ番組、テレビ番組の中の外国的要素、それぞれがアメリカをとりあげており、マスメディアによって日本人の心の中に「外国・外国人＝アメリカ」というイメージが形成されていたと言える。もちろん、全世界の各国の情報を平等に取り挙げる訳にはいかない。問題なのは、ある一つの国の情報に片寄ることや、ある国の特定の文化のみを取り上げることである。一方、日本人の心の中に「外国・外国人＝アジア」のイメージが浮かばない要因は日本のメディアにおけるアジアの情報や映像などが少ししかみられないことが挙げられる。もちろん、マスコミにも需要と供給の論理はある。すなわち、日本国民の関心の中でアジアに対する関心がまだ

低いことが言える。

次の段階で、日本の社会の中で、東南アジアの中のインドネシアのイメージがどのようにに描かれているのかということについてのべる。

第二章　ＮＨＫ番組におけるインドネシアの〝描写〟

日本では民放テレビ局の方が多数テレビ局が存在する為、日本の民放テレビ局のデータベースをもとに分析したいと思ったが、現在、使えるデータベースはＮＨＫのものに限られている。NHK CD-ROM「SEARCH-QUERY」によると、ＮＨＫの四つのチャンネル：ＮＨＫ総合、ＮＨＫ教育、ＮＨＫ衛星放送第一と衛星放送第二から、一九八五年〜一九九六年の間に放送されたインドネシアに関する番組の総数は一七二で、データによって内訳は大きく三つの分野、すなわち政治、経済、文化に分けられ、それぞれ三六件、六一件、七五件あった。

この番組を通じて、インドネシアのイメージ、日本とインドネシアの関係、日本人の持つインドネシア文化観、などを考察することができる。

二―一　日本人の持つインドネシアのイメージ

インドネシア文化の分野の番組七五件の中から、本論文で分析できたビデオの総数は二〇本である。本来ならばこの七五本のビデオ全てを分析したかったのだが、ＮＨＫの職員の方の時間的都合により一九八四年〜一九九七年までのビデオ七五本のうち二〇本のビデオしか借りることができなかった為、今回はこの二〇本のビデオに分析を限定する。この二〇本のビデオの放送時間は、十五分番組が四本、三十分番組が九本、四五分番組が五本、九〇分二本である。その番組の内容は二〇本のビデオの内十二本で、インドネシアの民族の伝統的な文化要素に関するものが描かれていた。ここで、意味する伝統的な要素とは民族ごとの社会構造、例えば、母系社会、農作業方法などや、芸術／工芸品、儀式、祭り、村の生活・文化などであり、その他の番組でインドネシア人の日本観、インドネシアと日本との関係についてや、インドネシア人の漫画家や詩を書く人の発言についてというテーマのものもあった。

「文化」の要素が番組の中で、ビジュアル・コードとオラルコードとしてエスニック文化という番組のテーマをはっきり形成させている。

A　ビジュアル・コード（Visual code）

インドネシアの文化を描写する番組は「魔女ランダの祭り」「ジャワ更紗」「インドネシアのガムラン音楽」「トラジャ族の大葬式」「スマトラ島、バリ島の稲作」「ミナンカバウ族の母系社会」「時と信仰の絆〜インドネシアのスンバ島」「ハルク島のハルク村とテルナテ島」「バリ島のケチャダンス」「稲作と祈りの島、インドネシアの伝統と文化」「ワヤンの一夜」「インドネシアの高床式米倉、トラ

ジャ族の生活を撮影する」で、12本である。「ジャワ更紗」以外の番組には、よく出てくるシーンは青空、真っ青な海、ヤシの木、海岸、田んぼ、独特な熱帯植物、民族衣装、が映し出されこのシーンの上にインドネシアの地図が浮かんで、そして、カメラが話に出てくる複数の島の地図にフォーカスする。このような番組では話の内容としてひとつの村や村の生活・文化が中心で、ここでは、村のイメージを強調するために、つぎのシーンが映し出される。

そのシーンは道に人々が歩いている姿、伝統的な家の形、儀式、子どもの笑顔がクローズアップされ、家のベランダや地面で仕事している女性たちの姿、日陰で寝ているひと、または、のんびりしながら、しゃべっている人々の姿、地面で食事している一家の様子、というエスニック的な雰囲気を導入するための典型的なイメージである。

B　オラル・コード（Oral code）

エスニック文化のイメージはビジュアル・コードだけではなく、このイメージを強調する欠かせない役割がオラル・コードにもある。オラル・コードによく使われるエスニック的なものを表わす表現として、「神秘的」、「伝統的」、「エキゾチック」、「魅力的（の）」などがある。

このビジュアル・コードとオラル・コードを使用して、番組の中に描かれている〝エスニック文化〟とは日本人がイメージした発展途上国の文化や生活である。この文化を持つ人は村や森の中に生活し、近代化の世間から離れて生きている。それは世代から世代へと伝えられつつあり、それは「神秘的」「伝統的」な文化である。このイメージを強調するために、そういった番組が島の森の奥にある村で作られた。その場所の状況や人々の暮らしなどから、まったく東南アジア、インドネシアの事を知らない人は、東南アジア諸国をイメージすることなり、それが日本人は考えている〝南の島〟というイメージになる。〝南の島〟という言葉は多くの日本人にとってはのんびりする、又は落ち着く所という意味である。

都会又は近代化の進んだ町から遠く離れ、一つの場所に行くためにも時間がかかり、電気もまだ入ってなく、村民が一つの家族として暮らしており、家族としてみんな一つのルールと習慣を守って生きているといった暮らしのイメージが番組の中に出てくる村の独特のイメージである。人々は伝統的な家に住んで、彼らは独特の宗教を信じ、明るく、誠実、純粋な心を持つと描かれている。

「トラジャ族の大葬式」と「ハルク島のハルク村とテルナテ島」「時と信仰の絆〜インドネシアのスンバ島」の番組を見ると、村での暮らし方に、年輩の人々の考え方と若者の考え方に違いが見られる。子どもたちが良い教育を受けるために、年輩の人は若者が村から離れることがとてもいいことと考える。しかし、年輩のひと自身は村に残った方がいいと考える。その理由は村の生活が静かで、自分の土地や自然の恵みである食べ物が毎日たくさん採れ、お金が必要なく幸せであるからだという。年輩の人は仕事が終われば、友達

と日陰の下でいろいろな話をする。

年輩の人が村に残るもう一つの理由として挙げられるのは、村の平和やルールを守るためであるという。特に、テルナテ島のハルク村は大統領からカルパタル賞を受賞した要因が、この村は50年前から「サシ」という伝統的なルールを守ったから、村が清潔で、自然や動物の保護活動に積極的に参加するからである。

一方、若者が良い教育を受けるために、村を離れても、村の儀式や祭りに参加するために、村に戻る。若者は良い教育を受けても親や伝統文化を尊敬している。つまり若者の考え方とは、常に現状に満足せず村の外の新しい知識、考え方を学び村の発展を考えるべきだという考え方であり、尚且つ伝統的な村の行事をも尊重しなければならないという考えである。

このように年輩の考え方と若者の考え方に違いが見られるが、両者の共通点は伝統文化や、故郷、宗教、親を尊敬すると描かれている。

また、これに似た番組内容で、女性が暮らしの中で伝統的な習慣を行い、その役割の重要さを映し出したものがある。一九八四年十二月二十三日に放送された「魔女ランダの祭り」を見ると、バリ族の女性は毎日、神様に献納の準備をし、また、儀式の行列に持っていくものを運ぶ。こういったバリ族の習慣をとりあげることによって、ここバリ島は神神の島として強いイメージを作る。そして、スンバ島に住んでいる女性は島から離れたことがないから、世界中で芸術的に高く評価される編みものを作り出すことができた。この編みものはスンバ島の独特の絣で、世代から世代へ、特に、母から娘に受継がれるものである。

他の例を挙げてみると、一九九七年の三月二十日に放送された番組「ミナンカバウ族の母系社会」の中に、西スマテラ島のミナンカバウ族の社会は母系社会である。この社会の中で、女性は家族の中心であり、家の財産が母から娘へ受け継がれ、家族の柱は母である。母と娘はルマ・ガダング（民族の伝統的な家、二つか三つの家族が同居できる様に、いくつかの部屋に分かれている）に住み、畑仕事や家事を行い、父と息子はこのルマ・ガダングに住まず、食事の時だけ家族と一緒に過ごす。父と息子は町で仕事し、給料の中から自分のおこづかい以外を母や妻に全部渡す。

しかし、このような母系社会の形も都会で住むミナンカバウ族の人々によって少しずつ、変化してきているということは番組の中から、読み取ることはできず、現代都会で暮らすミナンカバウ族の生活には触れられてはいない。都会で住む女性は畑仕事や家事などをしない、家族全員は一緒に普通の家に住んでいる。また、家族の中心は父親である。ただし、親戚全体に関わってくるような問題は、例えば、娘の結婚などはが母親側の家族のなかで話合われることになる。

伝統的な習慣は村にしか受け継がれていないということではなく、今も場所によって、少し変化は見られるが、都会の中でも家族の中で受け継がれている。バリ族の女性の役割は都会でも神様に献納の準備をすることであり家の中でそれは見られる。

番組では、上に述べた様な女性たちの役割をはっきり映し出し、視聴者に訴えかけたい為、島の村の様子を取り上げる。このような女性の姿のみを映し出すことによって、インドネシアのことをまったく知らない人々は、限られた独特の習慣を持つ少数民族のイメージをインドネシア全体のイメージとしてとらえてしまうであろう。番組で女性をインタビューする時に、夢を持っているのか、また、村に変化があった方がいいのではないか、という質問がよく出てくる。これらの質問に対する答えは決まって、伝統的な習慣を継続させたいという夢や希望であり、伝統的な習慣を壊す変化など自分たちにとってほしくないというものである。都会に出てもそういった気持ちを忘れはしないということである。

そのような内容に含まれるメッセージは家族や文化を大事にする女性たちの信念を表している。それは、女性にとって夢や希望は家族の為に役に立つという事である。この様な女性の例として番組の中では村に住む女性の方が説得力が出るのである。一方、都会に出て出稼ぎの形で働く女性の仕事に対するの考え方は、その女性自身のためという訳ではなく、外に出て、ただ経済的な面で家族を助けるために働くということが描かれている。

村や森の貧しい暮らしの中に伝統的な文化や習慣が受け継がれていることは、日本の視聴者にインドネシアという国は伝統的な文化が生きている国であると伝えられる。さらに、インドネシアのイメージが村の暮らしの様子に描かれている。インドネシアでは急激に近代化することは様々な民族の文化を壊す可能性があることから、民族の中での柔軟な変化の方が自然とかんがえられている。経済の発展の為、民族の文化や習慣を壊すより、経済発展と文化とをバランスよく守るという姿勢が番組では描かれていない。

インドネシアでは一万七千の島々で三百五十以上の民族が存在しており、それぞれの民族の生活・文化を番組でとりあげる事は可能なことだが、番組の中では限られた民族しか取上げられていない。例えば、バリ島のバリ族、ジャワ島のジャワ族、などである。この様な民族的な番組の中で八〇年代では、同じ民族がとりあげられ、インドネシアの未開発イメージのみが描かれた。そして、やっと九〇年代から、様々な民族がとりあげられ、インドネシアは多民族国として、紹介されはじめた。例えば、スマトラ島のミナンカバウ族、スラウェシ島のトラジャ族、アンボン島のアンボン族、スンバ島のスンバ族などである。

二―二　ＮＨＫ番組中で紹介されたインドネシア文化

例として、一九八九年七月二十一日に放送された十五分番組「知られざるジャワ更紗の魅力」を取り上げてみる。東京板橋区立美術館でインドネシアジャワ更紗の展示会があり、それを紹介するＮＨＫの文化番組からインドネシアのイメージを分析してみる。この番組の位置づけは、日本で少しずつ知られてきたジャワ更紗のことについて東京で行われたジャワ更紗の展示会を通じてもっと深く知ってもらおうというものである。この番組の中では、一般的に知られ

ているジャワ更紗の色や模様（茶褐色で幾何学模様）のものだけでなく実に様々な色や模様のジャワ更紗を紹介している。例えば、結婚式の時にまとう金を使った金更紗や中国のシルクの生地にに染められた絹の更紗、藍のろうけつ染めでつくられた手紡ぎ手織りの更紗などが細かく紹介されている。この番組の中では、実際にこのジャワ更紗展示会に足を運んだお客さんに対するインタビューの映像がある。

ある五〇歳位の男性は、初めてジャワ更紗を見るらしくジャワ更紗を見た感想としてもっとエキゾチックなイメージを持っていたがこうして見てみると日本の染め物と共通するイメージのものもあると答え、ある四〇歳位の女性は、一般的に知られている茶褐色の幾何学模様のジャワ更紗しか知らなかったと答え、こんなにたくさん種類があるのかと驚いている。おそらくテレビの前の視聴者も同じような印象を受けたのではないだろうか。

この番組は、インドネシア人の目から見ても実に細かくジャワ更紗について紹介している。例えば、中部ジャワのジョグジャカルタがジャワの京都などと日本人の間で呼ばれジャワ更紗の中心地であり、中部ジャワ更紗の模様は昔の王宮の伝統的な模様が中心となっていることやジャワ島北部のジャワ更紗には、古くからの海の玄関口として外来文化がたくさん入って来ているため、ヨーロッパ系の模様や19世紀の文明開化の波による影響を受けた模様など実に様々な模様のジャワ更紗があるということはインドネシア人の目から見ても実に細かく紹介されている。

また、この番組の中では日本軍が占領していた戦時中の話題にも触れている。戦時中に日本軍に協力するために作られた会、政治翼賛会＝ジャワ奉公会の更紗まで紹介していたのである。この会に組み込まれたジャワ更紗の工房では、ジャワ更紗の熟練の女性が集められ極めて手の込んだ花模様のジャワ更紗が作られた。そして、そのジャワ更紗の完成には、一年の月日が費やされたということが、この番組のナレーションで紹介されている。

そして、番組の中で国立民族博物館助手のインタビューがあり、ジャワ更紗は、色、形、模様といい日本の友禅染めを彷彿させるものがあると述べている。そして忘れてはならないのは、このジャワ更紗は、戦時中、日本軍の厳しい軍政下の中で虐げられた生活の中からそんな状況とは裏腹にこんなにも美しいジャワ更紗を作り出していたということだと述べている。この番組では、ジャワ更紗の地域性の特徴から各種更紗の作られた歴史に至るまで説明され、インドネシアの更紗を知る為には非常にいい番組だといえる。

この番組のコンセプトと深く関係があると思うのだか、国立博物館助手の方が少し触れていたが、日本軍の厳しい軍政下の中で作られた、政治翼賛会＝ジャワ奉公会の状況やジャワ更紗の熟練の女性が集められ作られたという工房でのインドネシア人女性の生活状況は、どうであったのかということや、日本とインドネシアの歴史的に関係のある部分も紹介する別番組をこの番組の次のステップとして製作してほしいと感じた。現在具体的データがないため、番組名まで挙げられないが、民放局で時々放送されるお笑いタレントを使

いインドネシアの僻地のみを紹介した興味本位で馬鹿にしたような内容の高視聴率獲得のみを目的とした番組と比べ真剣にインドネシアジャワ更紗に関しての情報を日本人に伝え、紹介しようという姿勢が見られた。

二―三　インドネシアの漫画

NHKの番組のプログラムの中では、インドネシアの有力な新聞社〝コンパス〟に一九六一年以来インドネシアの社会に関した漫画を連載している漫画家G・M・スダルタ氏を日本の社会に紹介している。

このスダルタ氏の描く漫画の題名は、〝パシコムおじさん〟といいインドネシアでは、知らない人はいないくらいに有名な風刺漫画である。

スダルタ氏は、このインドネシアの有力新聞コンパスに連載するパシコムおじさんを通じてインドネシアの社会や政治を時には皮肉り、時にはジョークで批判するのである。まず、この番組の冒頭では、インタビュアーが、スダルタ氏とパシコムおじさんという漫画を大まかに説明し、映像は近代化されたジャカルタの都市からコンパス社のオフィスへと移りそこには熱心にペンを走らせるスダルタ氏の姿が映し出される。そこでスダルタ氏の生い立ちから現在スダルタ氏がインドネシア漫画協会の会長をしている経歴などが紹介される。そして、次にインドネシアに十数年前に留学経験のあるインタビュアー、上智大学教授村井吉敬によるインタビューが始まる。

まず、村井氏の話は、村井氏がジャカルタ留学時代スダルタさんの漫画パシコムおじさんを読むとインドネシア人の生の生活がわかったというコメントか始まる。次にパシコムおじさんとはどんな性格の人ですかという質問からスダルタ氏のインタビューはスタートする。スダルタ氏の答えは、パシコムおじさんとは、今、インドネシアで起きている様々な出来事に対して批評し、ユーモアを交えてコメントする批評家であるという。このパシコムおじさんの漫画の歴史は一九六九年から連載が始まり、連載当初はユーモアだけを表現した娯楽漫画であったという。しかし、だんだんと社会批判のコメントが加わるようになり、風刺漫画の色が濃くなっていったとスダルタ氏は、述べている。

スダルタ氏は、パシコムおじさんについて更に説明する。パシコムおじさんの服装やしぐさ、表情など全てにインドネシアのその時に起きていることへの皮肉や批評が含まれていると述べる。スダルタ氏の説明を聞いていると、パシコムおじさんは、スダルタ氏の想像の人物だが、パシコムおじさんのコメントはインドネシア国民の大多数のである庶民が感じることを代表として漫画の中でユーモアを交えてコメントしている印象を受ける。パシコムおじさんの服装に関する説明の中にインドネシア国民の現状と考え方がチラリと見える面白い部分があった。

それは、パシコムおじさんは、ゴルフをしないのにゴルフ帽をかぶり、つぎはぎだらけではあるが、好んでジャケットを着るのであ

るという。この服装の説明として、現在のインドネシアでは、パシコムおじさんぐらいの年齢になりお金持ちだと好んでゴルフをするからであり,パシコムおじさんはゴルフをしないがしているように見せるためにかぶっているという。

そして、ジャケットに関しても現代のインドネシア国民はバティックを着るよりステータスシンボルとしてジャケットを着るのを好むからだという。この様なスダルタ氏のコメントから生のインドネシア人の国民がどのような生活をし、考え方を持っているか非常によくわかるのである。

インタビューの中で、更に面白かったのは、スダルタ氏は、パシコムおじさんの職業は、時と場合によっていつも変わるとコメントした。農民のことに関して問題があれば、農民になり、警察官に関してコメントしたければ警察官になり、大臣に関して言いたければ大臣になるといい、更には大統領に関して書きたければ大統領になるとスダルタ氏は述べたのである。そこで、インタビュアーは、「本当に大統領に成る可能性はありますか？」と尋ねたのである。これはかなりきつい質問である。スダルタ氏は、少し困った様な表情をして、「それは冗談ですけどね」とお茶を濁した。この質問は、現在、インドネシアで出版の自由がどのくらい許されているのかを知るのに大変良い質問だといえる。なぜスダルタ氏は、胸を張って「パシコムおじさんの職業が時には大統領に成ることもありますよ」と言えなかったのか。この番組を見た勘のいい日本人の視聴者ならわかったに違いない。

そして、このパシコムおじさんが制作されるにいたったルーツの説明がなされる。スダルタ氏は、それは、インドネシアの伝統的な影絵芝居ワヤンにあるという。ワヤンとは、最近日本でも東京や大阪といった大都市でインドネシアの伝統的な影絵として公演がなされたりしている。この影絵芝居ワヤンの中に、パシコムおじさんの様な登場人物がいる。それは、上司の批評や批判をユーモアを使いながらいつも言っているポノカワンという人物だそうである。スダルタ氏は、ワヤンとは、インドネシア漫画の原点であり、ここから多くのことを学んだと述べる。ここでのスダルタ氏のワヤンの説明によりテレビの前の視聴者は、現代のインドネシアの社会風刺漫画事情からインドネシアの伝統的影絵ワヤンに至るまで知ることができるのである。パシコムおじさんの人物像は、このワヤンの中にポノカワンのイメージからきているとスダルタ氏は述べる。そしてユーモアを通じて様々な批判や批評を行うのはインドネシアの伝統として昔から存在していたと述べるのである。

質問が変わり、インドネシアでの漫画家は、新聞社の社員になり編集部に属して描くというのは普通ですかという質問になる。スダルタ氏の答えは、〝そうです〟である。さらに付け加えて、そのため、その新聞社に掲載される漫画はその新聞社の意向と一致しなければならないと述べる。常に自分が所属している新聞社の意見、意向がどこに向いているか、何なのかを捕らえる必要があると述べる。

そして、時として新聞社の意見・意向にそった正しい方向性がどこにあるかわからなくなってしまい困難に陥る時があるという。ス

ダルタ氏は、これがインドネシアの特徴であるという。その時の意見や見解に対して責任を取らなくてはならない人は編集長であるという。その為、スダルタ氏は、漫画家も編集長に対して責任をとらなければならないと述べる。

この様なインタビューの中で、インドネシアの新聞業界や政治漫画家の現状が日本の視聴者にもリアルに伝わってくる。そして更に、ナレーションにより、インドネシアでの政治漫画家事情が説明される。現在インドネシアでは、だいたい一つの新聞社に政治漫画家は一人おり、インドネシア全体で約四〇名いる。

インドネシアでは、漫画、風刺画は日本よりもはるかに大きな影響力を持っているという。新聞に掲載される政治漫画は、その政治情勢に影響するほど重みさえもっているとナレーションは述べる。その中でスダルタ氏は、一九七八年、インドネシア報道協会から〝黄金のペン賞〟を受賞したほどの人である。スダルタ氏は、漫画家になった真の目的とは、漫画を通じて何か社会の役に立つことをしなければならないということだと述べる。

話はスダルタ氏の子供時代の話になる。絵を描くことが、好きだったスダルタ氏は、毎日大きな板に絵を描き、中国人の食べ物屋が包み紙に使う外国の古新聞の中にかかれていた漫画を食い入る様に見ていたという。そのためスダルタ氏は、この中国人の店への買い物を親から命じられるのがとてもうれしかったという。この様なスダルタ氏の子供時代の話は、昔のインドネシアの田舎町暮らしを知るのにとても参考になる。スダルタ氏は、振り返ってみるとあの頃一生懸命読んで、写した漫画が今の私を作ったのかもしれないと述べる。

スダルタ氏は、政治漫画家とは、例えば何か正常でないことが起こっている場合、それをいち早く察知し、漫画によって広く人々に知らせるものだと述べる。そして、その漫画が新聞に掲載され多くの人々に読まれ、その問題が社会の中に浮上し様々な形で話し合われ、その問題が解決されることが大切なのだと述べている。その問題が、たとえ解決・改善されなくても、それは問題ではないとスダルタ氏は述べる。一番大切なのは、その問題を人々に伝えることなのであるとスダルタ氏は考える。

インタビュアーは、更に、〝漫画による表現に限界はありますか。〟と質問する。スダルタ氏は、〝全てのものは限界を持っている〟と答える。そして、インドネシアの場合、批判してはいけないタブーとして宗教があると述べる。また、とにかく合理的な考えに徹することは、タブーであると述べる。スダルタ氏は、このタブーの話をするとき、日本で天皇の批判や漫画にするのはタブーであることを喩えに使い、それは、その国の文化や社会背景に深く関わっていると述べた。確かに日本で天皇の批判の番組、漫画などはない。インドネシアのタブーに関してもこのスダルタ氏のコメントで日本の視聴者に伝わったと言える。

スダルタ氏は、常に庶民の側に立った漫画を書き続けるという。漫画家は、常に庶民と上の人間との狭間に立っていなければならないという。そして、漫画家は、常に弱者・庶民の間で有名でなけれ

ばならないという。上の人の間で有名な漫画家は真の漫画家とは言えないとスダルタ氏は言うのである。全ての庶民に関わる話題こそ漫画家が取り上げなければならない話題であるという。

インタビュアーが、スダルタ氏に日本軍が占領していた時代の話を質問する。スダルタ氏は、日本占領時代の話は若い自分たちの世代は実際に体験したことがないため、あまり実感がない。確かに独立記念日や、英雄の日にテレビなどで日本軍占領時代の様々な番組が放送されるが、どうしても実際に体験してきた話ではないため実感がわからない。スダルタ氏の生まれた田舎村には、日本軍の連絡事務所の隣にあった。そして、スダルタ氏の父は日本軍の友人がいた。スダルタ氏もその父の友人の西郷さんという人に会ったことがある。西郷さんは、スダルタ氏に日本の歌を教えてくれた。この様なリアルな話は現代のインドネシア人が日本に対してどのような感情・考えを抱いているかという点で大変参考になる話である。若いスダルタ氏の持つ日本の印象は、日本とは、経済的に成功し、近代化の進む中で伝統的なものも大切に受継いでいる国だと述べる。全ての若いインドネシア国民がこの様な考えを持っているとは言わないが、少なくとも、この様な考えを持っていることがこの番組を見た視聴者に伝わったにちがいない。

この様な番組は、現代のインドネシアを伝えるのに最高の番組であると考える。日本の新聞でも社会批判を表した様な漫画をよく見かける。しかし、日本人の中でいったいどれくらいの人がインドネシアにこの様な政治漫画が発達していると知っているのだろうか？番組の中でスダルタ氏の漫画がいくつか紹介されているが、恐らくこれらは、日本人、いやインドネシア人以外の国の人々には面白くない漫画だと言える。なぜなら、その国の文化や背景によって価値観基準は違うからである。日本のテレビ番組の中でこの様な、インドネシア庶民の中に深く入り込んだ内容の番組が放送されることはお互いの国を知るのに大切なことであるといえる。

しかし、今日まで、インドネシアを紹介する番組の内容は、まだ悲しいことに例えばある一つの田舎の特殊な文化を持った村のみを取り上げるといったレベル内容の番組が分析した二〇本の番組の内十二本を占め、それらの番組からは、当然日本人の視聴者にとって現代の全てのインドネシアがはっきり見えてくる番組とは言えない。

二―四　インドネシアの開発に貢献する若者

二〇本のビデオの中に、現代のインドネシアは「水道がやってくる」「正義の見方になるんです～インドネシア・ジャカルタ」という番組の中で描かれている。

「水道がやってくる」という話で、パイプ会社を経営する技術者はほとんど若者であり、自分の取得した技術で故郷に水道を通したいと夢を持っている。都市中心に水道などインフラなどの整備が進むインドネシアにあって、自分たちの手で故郷の整備に参加したいと願う若者たちである。

また、「正義の見方になるんです」に、インドネシアでは、これ

まで弁護士という職業は人気がなかった。事件の解決を頼むと高い金額を要求するため、庶民にとって親しみにくく、弁護士に頼むことは少なかったという。

しかし、経済成長が進み人々の生活が安定していく中で、トラブルの種類も変わってきた。金銭面での保障問題が複雑化し、当事者同士の話し合いでは解決できないケースが増え、弁護士の出番が増えてきたという。

この二つの番組から、現代インドネシアでは若者たちが積極的に社会で活躍している。また、番組を通じて、インドネシアの開発の中にある問題や成功したことなどが日本の視聴者に分かってもらう。このような番組は、もう一つインドネシアの顔が見え、村の生活と違って、インドネシアの都市に生活している人々は、厳しい状況の中で、他人のために、何かをしてあげたいという気持ちが持つ。

二―五　日本が期待するインドネシア

一九九五年十月一日に放送された九〇分番組「インドネシアの中のニッポン」という番組ではインドネシアの映画監督エロス・ジャロットとNHKとが協力し、彼が思っている日本とは何かを明らかにする番組であった。日本を支える伝統と技術がインドネシアとこの先どのような関係を築きあげていくのか、そのことを見極めたいという気持ちが、日本への興味の中心となっていると映画監督は述べた。こういった日本の状況はインドネシアにとって大変興味深いものである。インドネシア独立記念日一九四五年八月十七日から五〇年たったこの時に、日本とインドネシアとの関係を真剣に考えるべきである。

インドネシアで日本食は若者のファションであり、日本の子どもたちと同じ様にテレビゲームをし、漫画を読むインドネシアの子どもたちは、日本の子どもたちと変わらない。テレビで日本の人気ドラマやアニメが放送され、このドラマによって、五〇年前と比べて、日本に対する見方が変わったという。インドネシア人にとって日本は同じくアジアの国だから、テレビドラマやアニメから日本の価値観が分かりやすい。過去の歴史は忘れてはならないが、両国の関係に関して、今日インドネシア人が感じている一番大切なものとは、お互いの国を十分に深く理解することである。

同番組の中で、現代、ジャカルタで人を殺す日本軍はもはやいないが、企業進出してきた日系企業駐在員のビジネスマンが寂しさをまぎらわせるため、夜になるとカラオケバーにやってくる。日本人は海外にいる時も、仕事が終わってまっすぐ家には帰らず、飲みに行き、酔っ払うという文化を持っていると、インドネシア人は受け止めていることが映し出されている。しかし、それは日本人ビジネスマンの一部の姿で、全ての日本人がそうでないとわかっている人も多くいる。

また、同番組の中でインドネシア人にインタビューする日本人のイメージはやさしい、インドネシア人と変わらないという印象をインドネシア人は受けるのである。

一方、日本人はインドネシアに来る前にインドネシアに関する事

をほとんど知らない。それはインドネシア人のことを順番待ちができない、道につばをはいたり、ゴミをすてる。また、森に住んでいると発言するという日本人のインドネシアに対する番組中でのイメージ証言でよくわかる。

インドネシアのことを番組にした場合、番組内容は特殊な文化を持つ経済発展の遅れた発展途上国のイメージとなり、五〇年たっても現代のインドネシアに関して深く知ることができないのは、当然だとこの番組を通じて分かった。

次に、番組の中でインタビューされるジャカルタの日本人客を目当てにしたスナックのホステスや、従軍慰安婦、日本語を勉強している大学生などを通してインドネシア人はこの様な状況をどのように受け止めているのかを確かめる。

このインタビューの中の受け答えをみると、ジャカルタのスナックのホステスと元従軍慰安婦と日本学科の大学生とでは、とても日本のイメージとして心に描くものには差がみられる。日本語学科の大学生は、ジャカルタのテレビ局の放送する日本のドラマ「東京ラブ・ストーリー」に魅力を感じ日本に行ってみたいと答えるのに対し、元従軍慰安婦は、昔は日本軍に、着るものも、食べ物も与えられず暴行され苦しい思いをさせられたが、今は普通に暮せているので日本に対して特に悪い感情はないという。ジャカルタのスナックのホステスは、うわさでは、日本人ビジネスマンに、家や車を買ってもらったという人もいると聞くが、自分はそんな経験はなくインドネシア人の他のお客と同様でお金の使い方が少し多いというに過ぎないという。

インドネシアの中から見た日本のイメージといったテーマの番組は一九八〇年から一九九五年の間の分析した二〇本の番組の中で三回しか制作されていない。それらの番組のタイトルは一九九五年十月一日に放送された「インドネシアの中の日本」、一九八五年七月十七日「アジアの心と心の現代」、一九九三年三月三日「私たちは、日本語を話したい」である。これらの番組に、見える共通点は、例えば従軍慰安婦の体験談を通して、彼女たちから見た日本に対する気持ちなど、インドネシアが見た日本を頻繁にとりあげたことである。インドネシアから見た日本観はは、先に挙げたように世代と世代との間で見方に違いが見られる。

また、分析した二〇本のビデオの中でインドネシアの文化などインドネシア自身の情報をテーマにした番組が大部分の十七本を占める。

この章の結論として、一九八五年〜一九九五年間のインドネシアに関する番組の分析結果は、徐々にインドネシアの文化などに関してより詳しく新しい情報を増やし放送しはじめているということである。しかし、現代のインドネシアを文化・経済など全体的に深く知るには、まだ情報が不足していると感じる。

現代のインドネシアは日本との関わりが強いということが番組を通じてよく分かった。言いかえれば、日本の影響がインドネシアで、経済だけではなく、日本の文化的な面からも影響しているということである。外国で日本の影響があるということは日本で、他国を知

ることよりも、視聴者に喜ばれる。ここで、インドネシア人は日本のことをよく知っているが、逆に、日本人がインドネシアのことを少ししか分からなかった場合どういうことになるのか。この一方的なやり方で結局お互いの関係が、ステレオタイプとしてに形成されてくると言えるだろう。

今日、日本で滞在するインドネシアを含めた発展途上国の人々は日本人に気づかれないままに、ステレオタイプや差別的な態度で接しられている。日本人の態度に対して、彼らは自分のコミューニティを作り、自分の国と離れているため、カルチュラル・ショックのクッションとして、それぞれの言葉で情報を得るためのメディアを形成した。彼らは発展途上国から来ているということから、日本人にとって、彼らのメディアはエスニック・メディアと呼ばれる。このメディアについては、次の章で説明することにする。

第三章　エスニック・メディア

（現在、日本のマスメディア状況）

エスニック・メディアは、普通、マジョリティ・グループの中へと移り住んでいく少数派の人種・民族集団によって作られる。しかしこれとは逆に、他のグループの流入によってマイノリティに転じてしまった先住のグループによって作られるケースも含まれる。(10)

多くの場合、少数派の言語で書かれたエスニック・メディアの存在は決してマジョリティ・グループの中に知られなく、好まれるものではなかった。しかし、少数派の人々が出身地を遠く離れ、異質な言語的・文化的環境の中で暮らすマイノリティとして、カルチャラル・ショックをやわらげるための文化的クッションは欠かせなかった。

日本での、エスニック・メディア設立のいくつかのきっかけは、発展途上国から流入した安い労働者を日本の中小企業が求めたことも一つの原因である。現在、日本に住んでいる外国人の数は登録されていない外国人の数も含めて百六十万人いるといわれており、特に一九八〇年代に日本のバブル時に、外国人の増加が見られた。一九八五年〜一九九四年の間の外国人の増加は次ページのグラフの通りである。

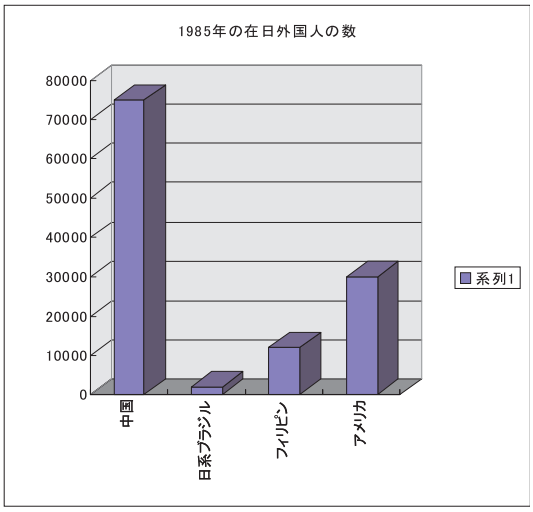

図　4

日本の人口の一％が在日外国人であり人数は在日韓国人（百万人）とほぼ同じである（図5）。

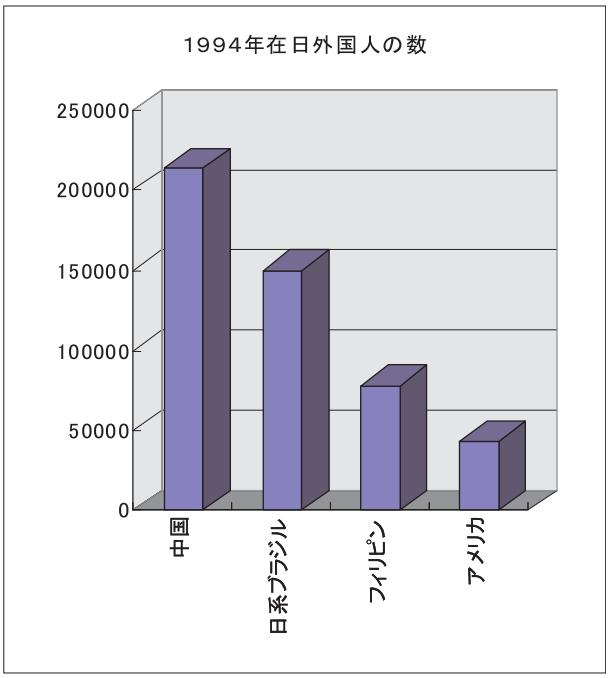

図　5

英語を除いて日本語以外の外国語の定期的出版物は、六〇種類の言語で数多くの外国人グループの移民を支えている。この出版物を大きく見てみると、発行部数が五万部以上の週間誌に中国語、ポルトガル語、韓国語のものがあり、頻繁に出版されるものとしてニュース・レターがある。二〇社の中国語、ポルトガル語、韓国語の出版社があり、わずかにある他の言語の出版社は、スペイン語四社、タガログ語四社、マレー語一社、タイ語一社、ベンガリー語一社、フランス語一社である。

一九九〇年前半に、少なくなる移民の状況において、エスニック・メディアの内容はニューカマーの必要な情報（住宅、ビザ）から娯楽、スポーツニュース（日本と母国での）までと文化的な活動や日本での旅行情報も含めている。

エスニックメディアの中で、それぞれの母国の政府から各国様々ではあるが、助成金を受けているものもある。しかし、それは、そのメディアが母国政府の意向にそった内容の編集がされている場合のみである。そのため助成金を受け取っているエスニックメディアは、事実上、自由な内容で出版しているとはいえない。

エスニックメディアが日本の社会ともっと深く付き合えるよう、エスニックメディア出版社活動を奨励するシンポジウムが、一九九四年に東京で行われた。

そして、一九九五年に、エスニックメディアの中央本部としてエスニックメディアプレスセンターが設立されるに至ったのである。

結論

現在、日本のエスニック・メディアの状況は、放送や出版物など、英語以外のメディアの種類が確実に増えている。増えてきているといっても、その外国語でのメディアは、エスニック・メディアと知られ、分量的に、少ししかなく、マイノリティグループための情報源のメディアにすぎない。外国語での出版物以外にラジオ放送局も

ある。

このエスニック・メディアとしてテレビ番組はこのカテゴリーには入っていない。外国に関する番組の制作はまだ日本のテレビ局の制作によるものである。テレビ番組で、「外国」に関するイメージはドキュメンタリー番組、CM、ニュース、映画によって描写される。しかし、日本のマスメディアが作り出す「外国」のイメージとは大半以上がアメリカかヨーロッパのイメージである。

発展途上国に関する情報やイメージが日本のテレビ番組の中ではまだ広い範囲としてとりあげられていない。

現在、発展途上国のイメージはテレビ番組の中ではまだ〝珍しい文化〟として、描かれているのである。例えば、教育、現代の状況などの情報はほんのわずかでしかない。現実には、発展途上国の教育や現代の状況からこそ、その国々のことは、理解することができるだろう。

東南アジア諸国の位置づけは、日本の中で、発展途上国であり、少数派グループである。そして、日本人が認識する発展途上国の文化は、エスニック文化として思われ、扱われている。その状況をふまえて、考察してみるとエスニック・メディアは発展途上国の人々が作り出した独自のコミュニケーションのための〝珍しい〟メディアなのである。

今日、徐々にエスニック・メディアは目立つようになってきたが、エスニック・メディアにはまだ解決しなければならない様々な課題をまだたくさん抱えている。その課題とは日本社会に認められるようになることであり、最も大切なことは、日本人や日本のメディアからの協力を得ることなのである。

この論文の結論として、日頃見ている日本のテレビ番組全体を考えてみると、狭い範囲の特定の分野や地域を取り上げた番組内容が多く、発展途上国のイメージは〝珍しい文化〟、〝経済的に遅れている〟といった形となっている。そして、彼らのグループのことや文化は、片寄った〝エスニック・文化、エスニック・グループ〟という認識を日本人や日本の社会へ与えている。発展途上国から来る人々は同じアイデンティティを付けられ、普遍化される。現実的に、同じ発展途上国から来る人々でも、それぞれの文化や国の状況は違うのである。この現状をメディアが、どのように現実の正しい方向へ方向づけ、描けるかというところが最も大切なところなのである。

今回NHKの番組を分析してみて、NHKは日本のテレビ番組の中で、教養番組や国際問題などをより積極的にリアルに、数多く制作する傾向が見えた。NHKは様々な東南アジア諸国の状況を番組の中で現実に沿った形で映し出してしており、客観的に近いと言える。

研究資料

一九八三年〜一九九七年にNHKによって、放送されたインドネシアの番組の総数は一七二である。その内訳は政治（三六件）、経済（六一件）、文化（七五件）であった。

七五件のインドネシア文化の番組から、本研究で分析できたビデオの

総数は二〇本である。この二〇本のビデオの放送時間は、十五分番組が四本、三〇分番組が九本、四五分番組が五本、九〇分番組が二本である。二〇本のビデオのリストは次のように表示する。

放送日　一九八三年六月一日〈教育〉
番組名　アジアの文化遺産
　ワヤンの一夜　インドネシア・影絵芝居
放送日　一九八四年十二月二十三日〈総合〉
番組名　ＮＨＫ特集
　魔女オランダの祭り　稲作と祈りの島・バリ
放送日　一九八五年七月十七日〈教育〉
番組名　ＥＴＶ８　アジア・心と心の時代２
　インドネシア賠償留学生東京大会から：　経済から文化へ
放送日　一九八八年十月八日〈総合〉
番組名　シルクロードロマンの旅
　インドネシアのガムラン音楽　塔の来た道
放送日　一九八九年七月二十一日〈教育〉
番組名　ＥＴＶ８　文化ジャーナル
　知られざるジャワ更紗の魅力
放送日　一九九〇年七月十二日〈教育〉
番組名　現代ジャーナル
　ケチャ・バリ島歌舞団
放送日　一九九〇年十一月八日〈教育〉
番組名　ステップ＆ジャンプ
　ステップ世界地理　稲作と祈りの島　インドネシアの伝統と文化
放送日　一九九一年四月二日〈教育〉
番組名　現代ジャーナル
　シリーズ　アジアからの発言　漫画家Ｇ・Ｍ・スダルタ
放送日　一九九三年三月三日〈総合〉
番組名　プライム10　ドキュメンタリー・アジア発（２）
　「インドネシア・私たちは日本語を話したい
放送日　一九九四年三月二十一日〈総合〉
番組名　国立民族学博物館の世界　文化の森への旅
放送日　一九九五年四月六日〈総合〉
番組名　アジア発見
　インドネシア・デパートガール物語：ジャカルタ・チトラランド
放送日　一九九五年十月一日〈衛星第１〉
番組名　日曜スペシアル
　インドネシアの中のニッポン～青年記者ナジブの旅～
放送日　一九九六年一月二十一日〈衛星第２〉
番組名　ＢＳ特選　素晴らしき地球の旅
　「死ぬために生きる人々～インドネシア・トラジャの大葬式～」
放送日　一九九六年二月一日〈教育〉
番組名　アジア発見
　稲作スマテラ・バリ島
放送日　一九九六年六月十一日〈衛星第２〉
番組名　ＢＳスペシャル　アジア染織紀行
　時と信仰の絣―インドネシア・スンバ島―
放送日　一九九六年九月五日〈総合〉
番組名　アジア発見　水道がやってくる～インドネシア・スマテラ
放送日　一九九六年十二月十一日〈衛星第２〉
番組名　ＢＳ素晴らしき地球の旅
　森と海と人との約束　ハルク島・ハルク村とテルナテ島
放送日　一九九七年一月八日〈教育〉

番組名　ETV特集　アジア新世代文化の旗手たち
インドネシア・詩人は民族と国家を問う
放送日　一九九七年二月六日〈総合〉
番組名　アジア発見　正義の見方になるのです〜インドネシア・ジャカルタ〜
放送日　一九九七年三月二十日〈総合〉
番組名　世界わが心の旅「スマテラ・大地の女たち」
西スマテラ・母系社会

参考文献（引用した文献は除く）

浅見克彦訳（一九九六）『メディア・イベント』青弓社
奥野卓司編（一九九六）20世紀のメディア2『速度の発見と二〇世紀活』ジャストシステム
香内三郎編（一九九五）『メディアの現在形』新曜社
小泉允雄（一九八七）『開発のなかのひとびと―東南アジアの現在―』JETRO
白水繁彦編（一九八八）『コミュニケーションと文化変動―メディア・コミュニティ・普及―』白桃書房
津金澤寛編（一九九五）『現代メディアを学ぶ人のために』世界思想社
藤竹　暁・山本　明編（一九九六）図説『日本のマス・コミュニケーション』日本放送出版協会
駒井　洋編（一九九六）『日本のエスニック社会』明石書店
渡辺　潤（一九八九）『メディアのミクロ社会学』筑摩書店
渡辺文夫（一九九一）『異文化のなかの日本人―日本人は世界のかけ橋になれるか―』淡交社
柳井道夫・内川芳美（一九九四）『マス・メディアと国際関係』学文社
吉見　俊哉（一九九四）『メディア時代の文化社会学』新曜社
マーシャル・マクルーハン（一九九五）『メディアはマッサージである』河出書房新社
J・カラン・Mグレウイッチ編（一九九五）『マスメディアと社会新たな理論的潮流』剄草書店
カナダ・オンタリオ州教育省編（一九九六）
FCT（市民のテレビの会）訳『メディア・リテラシー』リベルタ
Asahi Shimbun (1992)『Japan Almanac 1993』朝日新聞社
――――――（1997）『Japan Almanac 1998』朝日新聞社
Anne.Cooper-Chan (1997)『Mass Communication in Japan』Iowa: Iowa State University.Press
Gary.Mukai,ed. (1994)『U.S-Japan Relations: The View From Both Sides of The Pacific Part II :The Media in U.S-Japan Relations: A look At Stereotypes』Stanford, CA: Stanford University
Leyens.Philippe., Yzerbyt.Vincent., Schadron. George (1994)『Stereotypes and Social Cognition』, California: Thousand Oaks.

CD―ROM：
・CD-SEARCH-QUERY 1985〜1996
NHKデータベース
・CD-HIASK'1994
朝日新聞記事データベース

（引用した文献）

（1）NHK大阪放送局所蔵
（2）世界民族問題事典、平凡社、一九九五年、二一七頁。
（3）世界民族問題事典、二一八頁。

(4) 高梨成子、在日外国人と異文化コミュニケーション In：白水、繁彦、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、一九八六、二五四頁。

(5) qtd. in: Borden, George. A., Cliffs.Enlewood. Cultural Orientation: *An Approach to Understanding Intercultural Communication.* New Jersey: Prentice Hall, 1991, p.52.

(6) Samovar,Larry A. *Communication Between Cultures.* Bel-mont, Calif: Wadsworth Publishing Co., 1991.

(7) Cliff, Englewood. *Cultural Orientation.*

(8) 朝日新聞、一九九四年八月二十三日。

(9) 秋原滋他「テレビの中の外国・外国人―日本のテレビにあらわれた外国要素の内容分析―」日本新聞学会『新聞学評論』No.三六、一九八七。

(10) 世界民族問題辞典、二一八頁。

The Image of Indonesia in Japanese Television -Analysis of the NHK Documentary Program-

Ade Mirzanthy

According to history, the bilateral relations between Japan and South East Asian countries began in the early Meiji Period (1867-1901). Today, especially since Japan's economic bubble burst, these relations have come into crisis. One of many reasons, was to keep its business rolling after the bubble burst, many of Japan's small and middle-size companies needed cheap blue-color workers. However, the arrival of blue-color workers was and is not accompanied with acceptance by the Japanese host society. The Japanese perception of gaijin, short for gaikokujin: "foreigner" or "alien" is limited to Americans or Europeans (according to a 1987 survey, by NHK's Research Institute of Culture). Or according to that survey, the Japanese image of a foreign country or foreigner, showed 77% as America and Europe, and less than 4% as Asia and South East Asia.It is clear that peoples move for economic reasons from one place to another. Mobility influences the structure of society, cultural change, and a change in focus of the mass media. This change in the mass media has come in providing more information about various ethnic groups on one hand and become more Japan-focused on the other.

This paper will analyze the present condition of the Japanese mass media that has begun bilingual in radio broadcasting, newspaper and magazines. This change is often misinterpreted as: Japan is changing into a multicultural society. However, this change is far from complete. The real question here, is: "Does Japan accept other ethnic groups as part of it's society?" The main problem is not the quantity of programs broadcast in a foreign language, but the quality of those programs which introduce different cultures and the role they play in the transition of Japanese society.

Key words:

Survey on the image of foreigners, cultural change in mass media, multilingual mass media, television program as a cultural bias, multicultural society,