Title	ディアスポラの母国メディア利用：バンクーバー在住韓国系ディアスポラの事例
Sub Title	Homeland media use of Korean diaspora in Vancouver
Author	李, 光鎬(Lee, Kwangho)
Publisher	慶應義塾大学法学研究会
Publication year	2016
Jtitle	法學研究：法律・政治・社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.89, No.2 (2016. 2) ,p.213- 237
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	関根政美教授退職記念号
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-20160228-0213

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

ディアスポラの母国メディア利用

——バンクーバー在住韓国系ディアスポラの事例——

李 光 鎬

- 一 はじめに
- 二 母国メディアの利用とディアスポラのアイデンティティ
- 三 バンクーバーにおける韓国メディアの受容状況
- 四 方法
- 五 インタビュー結果
- 六 終わりに

一 はじめに

ICT (Information Communication Technology) の発達によって、出身社会を離れ異郷の地に暮らすディアスポラのメディア環境は大きく変化している。Gumpert and Drucker (2007) は、その影響の大きさを踏まえ、

ディアスポラの概念そのものを、コミュニケーション・テクノロジーの観点から再定義しようとした。別離、疎遠、孤独、望郷など、ディアスポラの生き方につきまといていたメランコリックなニュアンスは、もはや遠い過去の先入観に過ぎず、実際には、様々なメディアによって出身社会と多層的につながり、むしろ出身社会に同期した日常が移住先においても成立しているということである。

わざわざウェブを開かなくとも、いまやニュースはスマートフォンアプリ経由で送られてくる。違法か合法かはさておき、多くのビデオ共有サービスからは各国のテレビ番組を録画した映像が、放送後まもなく簡単な検索だけで視聴できる。インターネットが本格的に普及する以前から、衛星放送やケーブルテレビのチャンネルとして諸国の放送が視聴できる地域もあった。ソーシャルメディアやインスタント・メッセージャーを使えば、国際電話料金を気にすることなく、家族や友人と近況を伝え合ったり、リアルタイムでチャットをしたり、望めば、顔を見ながら話すことだってできる。ある意味、ICTの恩恵を最も享受できるのは、ディアスポラの人々であるといえるかも知れないのである。

Dinulescu (2008) は、「接続された移民」(connected migrant) という言葉で、インターネットや携帯電話などのデジタルメディアが、ディアスポラの人々にもたらした変化を要約している。ICTが、移民の生活の中に広範なコミュニケーション的接続性 (communicative connectivity) をもたらしたというのである。彼は、「移民したらあなたの根っこを切る (immigrate and cut your roots) というのが昨日のモットーだったが、今日のそれはおそらく往来しながら、連絡をとり続ける (circulate and keep in touch) になるだろう」(五六八頁) ということばでディアスポラに起きている変化を描写している。彼によれば、デジタルメディアは、ディアスポラ文化の質を変化させうる、特別な可能性を持っており、異国の地に暮らし、散在していても、移民はいまやコミュニケーション的には以前より母国に近づいているということである。

本稿は、このような現状認識を踏まえ、移住先における母国メディアの利用、母国の人々との繋がりに焦点をおき、ディアスポラの人々のメディア利用行動とそれがもたらすいくつかの結果について予備的な探索を行うことを目的としているものである。

二 母国メディアの利用とディアスポラのアイデンティティ

ここではまず、ディアスポラの母国メディア利用に関する先行研究をいくつか見てみることにしたい。イェ(2015)が指摘しているように、これまでディアスポラとの関連ではホスト社会におけるエスニック・メディアの利用に研究者の関心が集まり、母国メディアの利用に関する研究は相対的に少ない。

Shi (2005) は、アメリカにおける中国人ディアスポラのエスニック・メディアおよび母国メディアの利用についてインタビューを行い、中国人ディアスポラのこれらのメディア利用の主な動機が、「時間つぶし」であること、そしてそのほかにも、母国にいる人々との交流や帰国に備えての準備、アメリカの労働市場における自身の競争力向上のためのエスニック資源の獲得など、様々な動機が母国メディアの利用に向かわせていることを明らかにしている。

Lee and Lee (2014) は、上海と東京に居住している中国朝鮮族の人々が、どのような動機に基づいて韓国メディアを利用しているかについてインタビュー調査を行っているが、彼らの調査からは、インタビュー参加者の朝鮮族の人々のほとんどが、中国や日本のメディアにあまり接触せず、韓国メディアの利用に偏っていること、そして韓国メディアの強い娯楽性その利用の主な動機になっていることを発見している。朝鮮族の人々が、韓国社会の中で度々差別に遭い、韓国メディアそのものによって否定的にステレオタイプ化されている現状を知り

つつも、それでもなお韓国メディアの娯楽性に惹かれていることを Lee and Lee (2014) の研究は浮き彫りにしている。対面インタビューとオンライン・インタビューを併用して東京在住の朝鮮族ディアスポラのメディア利用を調べている Lee and Lee (2015) でも、中国で生まれ、日本に住んでいる朝鮮族の人々が、中国や日本のメディアではなく、韓国のドラマやバラエティ番組に主に接触していること、そして強い快楽的な動機がその利用の背後にあることを見出している。

ヤン (2000) は、アメリカ人と国際結婚しアメリカに住む一人の韓国人女性 M のメディア利用行動を参与観察し、彼女が韓国メディアをどのように利用しているかを分析しているが、その中で、M が、韓国のニュースから韓国の否定的な側面を一貫して見つけ出し、アメリカ人と結婚し、アメリカに暮らすことにした自身の選択が正しかったことを絶えず確認しようとしていたという発見は、韓国メディアがディアスポラとしてのアイデンティティ交渉に利用されている一面を示すものとして興味深い。

以上、ディアスポラの人々が、韓国メディアを利用する動機に関する研究をいくつか見てみたが、単なる気晴らしや娯楽追求の動機から母国に向けられる情報的、情緒的欲求、ディアスポラとして生きていく上での承認や戦略にかかわるものまで、多様な利用動機が存在していることが分かる。

ディアスポラの韓国メディア利用と関連して注目されているおそらく最も大きな問題の一つは、それがディアスポラの人々を「母国に連れて行くのか?」ということである。この問題に関連して、ヨーロッパにおけるトルコ系ディアスポラの母国テレビ視聴を調べた Aksoy and Robins (2000) は、特にドイツにおいて展開されている、韓国メディア接触に対する批判、すなわち、トルコ系移民がトルコのテレビを視聴することによって、ドイツの市民社会から断絶し、「文化的ゲッター化」が進み、イスラム原理主義や民族文化間の対立が激しくなるという指摘の妥当性を検討している。ドイツでは、保守陣営だけでなく、リベラルな陣営からも、マイノリティの

ナショナル文化への非統合を懸念する言説が発せられていると彼らは指摘する。

彼らによれば、トルコの国営放送であるTRTは、国策の一環として、トルコ人の「想像の共同体」を全地球的規模で繋ぎ、国家公認の「トルコ性」をトルコ系ディアスポラの眼前に投影することを目標に、トルコ文化のトランスナショナル化を進めてきた。しかし、ヨーロッパのトルコ系オーディエンスは、トルコの国営チャンネルだけでなく、トルコの民放チャンネルを二五個も視聴できる状況にあり、民放が視聴できるようになるやいなや国営放送に対する人気は急速に衰えたという。さらに、これらの民放が放送している番組は、古いトルコにおいては国によって禁止され、検閲の対象になり、タブー視されていた内容で、いわゆる伝統的なトルコ性とは異なるものであり、そういう点で、ヨーロッパのホスト社会の住人たちが懸念しているように、トルコ系ディアスポラを「母国に連れて行く」ものではないと彼らは結論づけている。

Sanakaran and Pillai (2011) は、シンガポールやマレーシアにいるタミル人ディアスポラがタミル語メロドラマの視聴によって受けている影響を調べている。彼らによれば、タミル人ディアスポラは、タミル語メロドラマの視聴を通じて、日常的にインドの生活と規範に接触しているが、それは同時に、「ホスト社会の国家的全体性への親和性を想起させる空間をも作り出している」(二八七頁)こと、母語メディア・コンテンツへの接触によって、母国の可視性や接近性は高まっていても、「神聖な母国」としての、また文化的始祖のサイトとしてのその地位は変化しており、様々な形で、母国との古い絆を弱めていることを見出している。

一方で、韓国系アメリカ移民の子ども二九五名に対する質問紙調査を行ったパク (2008) は、韓国人としてのアイデンティティを従属変数とする回帰分析の結果、韓国メディアの利用度合が有意な独立変数であることを見つけている。一方、一緒に投入された、父母の韓国人アイデンティティの強調度合は有意な独立変数ではなかった。因果関係は確定できないが、韓国メディアを利用すればするほど、韓国人としてのアイデンティ

テイも強かったということを示す結果である。

Yin (2015) も同じ方向での主張を展開している。ニュージーランドの中国系移民を事例として、母国のオンラインメディアの利用が中国系ディアスポラとしてのアイデンティティにどのように影響しているかをインタビューとオンライン・テキストの分析を通じて検討した Yin (2015) は、ホスト社会における中国系オンラインメディアと違い、中国に本拠を置くオンラインメディアは、海外にいる中国系移民を「中国ネーション」の一部として包摂する言説を用い、「真正な中国文化」を参照し利用できる「貯水池」として機能することで、移民の人々の中国人アイデンティティを強化していると主張しているのである。

それぞれの研究が対象としているケースの個性が大きく、発見の方向性も異なっているため、今の段階でディアスポラのアイデンティティや日常生活に対する母国メディアの影響を単純に比較し、結論を出すことはできない。より多くの事例を調べること、そしてそれぞれのケースの文脈の中で母国メディアの作用を見極めることが求められている。

三 バンクーバーにおける韓国メディアの受容状況

Yu (2012) によれば、カナダ在住の韓国系移民は、韓国語メディアに対する依存度が高い。その一つの理由は低い英語力にある。バンクーバー市のあるブリティッシュ・コロンビア州の場合、六二%の韓国系移民が英語力がないまま到着するという。また韓国語が母語である人々の九〇%が家庭で韓国語を使っているという調査結果もある。

カナダには、韓国の地上波テレビ放送およびケーブル・衛星放送七chの番組を混合編成してケーブルテレビ経

由で放送しているチャンネルが二つ (All TV, All TV K) がある。本社はトロントにあるが、バンクーバーにも支社がある。カナダ全域で約二万世帯が加入しており、視聴料は一つのチャンネル当たり月額二四・九五カナダドルである。開局は二〇〇一年九月。自主制作したニュース番組も放送しており、エスニック・メディアとしての機能も一部果たしている。ラジオ放送も行っている。

しかし、多くの人々はケーブルテレビではなく、インターネット上で無料で視聴できる様々なサービスを利用してはいるようである。最近、韓国のテレビ番組は、中国などでも人気が高く、Tudo、Yoku、Dailymotionなどの中国系ビデオ共有サイトに、放送が終わるやいなや番組を録画したものが数多くアップロードされる。これらのコンテンツへのリンクを集め、視聴しやすいようにジャンル別に整理したり、検索機能を提供したりするウェブサイトが多く存在しているからである。カナダでよく利用されているものとしては、badatv、Happy Korea などがある。こういうものはその多くが違法な映像へのアクセスを提供するものであるが、カナダには、こういうものとは別に、韓国の放送局と契約を結んで、合法的にインターネット上でテレビ番組を提供しているものもある。Alseego、On Demand Koreaなどがそれであるが、AlseegoはAll TVによって提供されているサービスで、韓国の地上波3社の番組に限ってカナダ国内からのみ視聴できるのに対し、On Demand Koreaは、地上波放送に加え、一部人気のあるケーブル・チャンネルの番組や韓国の映画など（一部は会員向けの有料サービス）も提供しており、北米全域で視聴可能である。

新聞社や通信社のニュースは、すべてインターネット上で閲覧可能であり、NAVERやDAUMなど韓国の大手ポータルサイト経由で記事を閲覧することも、各社独自のスマートフォン向けアプリを利用して閲覧することもできる。これらのニュースに関しては、カナダだけでなく、インターネットが利用できるのであればどこでも閲覧可能である。

カナダ現地で発行される新聞・雑誌も二〇紙誌ほど存在する。主なものは、朝鮮日報、中央日報、韓国日報など、韓国の大手新聞社が、カナダ現地のニュースを中心に、韓国の国内ニュース、カナダの韓国人社会のニュースなどを、ハングルで発行している新聞で、韓国系のスーパーの店頭などに積まれ、無料で配布されている。後述するように、このようなエスニック・メディアは、カナダ現地のニュースを知る重要な情報源として機能しているようである。カナダ・エキस्प्रेस、バンクーバー・ライフなど、カナダのメディアが伝えたカナダ現地のニュースだけを、ハングルに翻訳して掲載しているものも比較的読まれているようである。

新聞社はそれぞれウェブサイトでもニュースを提供している。例えば、バンクーバー中央日報は、印刷された紙面をそのままウェブサイトでも読めるようにしている。また JTV という名称でインターネット放送も行っている。番組は、中央日報の系列会社でケーブルテレビの総合編成チャンネルである j t b c のニュース番組やカナダの現地で開催される公演の録画映像、現地の話題などである。j t b c が放送したドラマのいくつかの作品もオンデマンドで視聴できるようになっている。バンクーバー韓国日報、バンクーバー朝鮮日報は、放送番組の提供は行っていない。バンクーバー朝鮮日報は、他の新聞社よりもコミュニティ機能に重点をおいている。

社会関係資本 (social capital) の形成と蓄積を目的とするエスニックなサイバー・コミュニティはほとんど成立していないようである。母国との繋がりを容易にするソーシャルメディアの普及によって、ローカルな繋がりの必要性が減じられているためであろう。ローカルでしか得られない物質的、身体的充足、住居、車、様々な生活必需品などの貸し借りや売り買い、出会いなどの充足がコミュニティ・サイトから得られる主な恩恵のようで、そのようなサービスを中心に展開している。一方で、サイバー・コミュニティではなく、対面のコミュニティはある程度は維持されているようである。大学や高校の同窓会、同窓会主催の飲み会やゴルフコンペが開催されており、それは社会関係資本を形成し、維持していく一つの重要な場になっているようである。

四 方法

母国メディアの単純な利用状況の把握には、サーベイによる量的調査がより適しているかも知れないが、本研究では、単純な利用状況よりも、それをなぜ利用し、利用したことからのどのようなことを感じたり考えたりしているのかについて、そしてそれがディアスポラとしてのアイデンティティとどのように関連しているのかについてのより内面的な資料を得るため、いくつか大まかな質問だけを事前に確定し、対話の流れに応じて質問内容を変える半構造化インタビュー法を用いた。

インタビューは、二〇一五年八月末から一〇月中旬までの一ヶ月半にわたって、カナダのプリティシユコロンビア州のバンクーバー (Vancouver)、サリー (Surrey)、ランリー (Langley) で行われた。バンクーバーでは、サイモン・フレージャー大学 (Simon Fraser University) のダウンタウン・キャンパスにある研究室を利用できたが、その他の市では、そのような場所を手配できず、ファストフード店でインタビューを行った。

インタビュー参加者は、まず最初の一人目はツイッター上で検索をし、接触を試みた。二人目の参加者からは、インタビューを実施した参加者から知人を紹介してもらった。雪だるま式抽出法 (snowball sampling) によってリクルートした。

表は、インタビュー参加者の簡単なプロフィールである。AさんからFさんまでは個別に、GさんとHさん夫婦は二人同時にインタビューをした。参加者は八名と少なく、サンプリングも便宜的に行われたため、今回のインタビューから得られた知見の外的妥当性はもちろん主張できない。本研究では、一般的にどうなのかではなく、多様な個別性の発見を目指している。

表 インタビュー参加者のプロフィール

ID	年齢層	性別	ディアスポラ歴
A	40代	女	15年
B	30代	女	6年
C	40代	女	7年
D	50代	女	20年
E	30代	男	7年
F	30代	男	4年
GとH	50代	男女	5年

インタビューでは、まず研究の目的を簡単に説明した後、録音の許可をもらい、概ね一人あたり六〇分〜八〇分かけて、移民者としての生活状況、韓国メディアの利用状況、オンライン・オフラインでの交友関係、韓国メディアおよび韓国社会に対する認識、移民生活の将来計画などについて話を聞いた。インタビュー終了後は、有名コーヒーチェーン店で使える一〇カナダドル相当のギフト・カードを謝礼として渡した。

五 インタビュー結果

(1) 韓国メディアの利用状況

インタビュー参加者は全員、韓国のテレビ放送を見ていた。そして全員がインターネットを利用して見ていたのである。韓国のテレビ番組を見るためにケーブルテレビのチャンネルを利用してしている参加者は一人もいなかった。そもそもテレビを持っていない参加者もあり、持っけていてもケーブルテレビに加入している人は少なく、テレビをテレビ放送を見るために使っている人は少数派だった。テレビをもつばらインターネット放送を見るためのディスプレイとして使っている参加者も二人いた。

よく見られている番組は、ドラマ、バラエティーなどで、ニュース番組を見ている人は少なかった。Dさんは、毎朝韓国のニュース番組を視聴していたが、他の参加者は、ほぼ全員、ポータルサイトを利用してニュースを読んでいた。

ドラマをたくさん見ていると話していたのはBさんだけであった。韓国のドラマには、週二回放送するミニ・シリーズ、週五回平日に放送する連続ドラマ、一回で完結する単発のドラマなどの種類があるが、Bさんは連続ドラマも視聴していると言っていた。

毎朝、旦那さんに朝食を食べさせて送り出した後、洗濯物をセットして見始めます（笑い）。

興味深いのは、ほとんどの参加者がドラマの視聴に対して一種の「警戒感」を示していたことである。連続ドラマは、一度見始めると最後まで追いかけてはならず、かなりの生活時間をドラマ視聴に奪われてしまうことを経験しているからである。中には五〇話を超える長編ドラマも多く、数ヶ月にわたって見続けなければならぬことになる。さらに、放送が終了した作品の場合、すべてのエピソードが視聴可能な状態で揃っているため、一旦ストーリーの展開に囚われてしまうと、最終回まで集中的に視聴する「羽目」になることをほとんどの参加者が警戒しているのである。「一日中見ていた」とか「徹夜で見続けた」などの視聴経験の告白は、さほど誇張でもなさそうである。

参加者たちが韓国のテレビ放送視聴によく利用しているサイトは、Alseego、bada、HappyKoreaなどであったが、これらのサイトでは、韓国での放送が終わった一・二時間後には各種番組を録画したファイルが次々にアップロードされ、ドラマ、バラエティー、時事・ニュースなどのジャンルに分類される。検索機能も提供されており、非常に利用しやすく、「韓国にいるのと変わらない」（Dさん）と言っても過言ではない。

Aさんは、特に「警戒感」が強く、このようなサイトを意識的に利用しないと語っていた。過去に放送されたエピソードから最新の分まで、すべてがクリック一つですぐに視聴できる状態になっているから、見続けてしま

うそうである。

眠れない時とか、Youtubeでちょっとだけ見るんです。全部見せてくれなくて、一五分くらいで切って見せてくれるからいい。あまりハマれないのがいい。(Aさん)

現地で発行されている韓国語の新聞も比較的読まれているほうであったが、韓国系のスーパーへ買物に行った時に、ついでに手にするくらいで、積極的に読んでいる参加者は少なかった。カナダのメディアに対する接触が全体的に非常に少ないなか、この新聞に掲載される現地の記事が、カナダのニュースを知る重要な情報源になっていることが分かる。カナダのメディアを利用してと言っていたのは、BさんとCさんの二人だけで、Bさんはemailで届けられるGlobe and Mail紙のニュースを真剣に読んでいたが、最近はGoogleのニュースかカナダ人の夫が面白いと言って勧めてくれるRedditの記事に時々目を通すくらいだという。Cさんはカナダの公共放送のラジオニュースを聞いているそうで、「カナダのニュースが」必要だからではなく、英語の勉強のために、そして最小限の動きは知っておかなきゃと思って」聞いていると話していた。Dさんは、自身はカナダのニュースをあまり見なくなつたが、子どもは見ていると言っていた。

韓国のポッドキャスト番組を聞いている参加者も二人いた。Aさんは、文学作品を紹介する番組を、Eさんは、時事問題についての解説やトーク番組をよく聞いていたが、Eさんが聞いているという番組は、現政権に対して批判的なことでよく知られている評論家や政治家がレギュラーを務めるもので、Eさん自身も自分を「左派」と紹介していた。Eさんはソーシャルメディア上で、韓国の時事問題に関する意見を積極的に投稿しており、ポッドキャストで聴取している番組がそのための重要な情報源になっているようである。

ソーシャルメディアはすべての参加者が利用していた。フェイスブック (Facebook) を利用している参加者が最も多く、全員がアカウントを持っていたが、Aさんはツイッター (Twitter) をより頻繁に使い、BさんとDさんはカカオストーリー (Kakao Story)、Eさんはバンド (Band) という韓国で主に使われているスマートフォン用のソーシャルメディアをより中心的に使っていた。ソーシャルメディア上で交流している相手は、韓国や外国にいる家族および韓国人の友人・知人、カナダ現地にいる韓国人の友人・知人、そしてカナダ人を含む韓国人以外の友人・知人などであったが、フェイスブック上では、韓国人以外の友人・知人が交流相手に含まれているケースもあり、Aさんは常に韓国語と英語を併用して、Cさんは主に英語で、投稿している。一方で、カカオストーリーやバンドは、韓国にいる家族や友人、カナダ現地にいる韓国人の友人との間で利用されていた。Aさんがツイッター上で交流している相手はそのほとんどが韓国にいる (と思われる) 人々であるが、興味深いことに、メンションという機能を使い、ツイートに対して相手に返信をしたりする対話的な利用は、アメリカやフランスに居住している (と思われる) 韓国系の移民が多かったのである。

「ツイッター上で」全世界の「韓国人の」人々と会います。みんな食べ物でつながっているんです (笑)。外国生活が長い人は、現地で手に入る食材で「韓国料理を」作る方法を知っているから。朝は北米にいる人々と、午後は韓国にいる人々と話します。(Aさん)

(2) 韓国メディアの利用動機

なぜ韓国のテレビドラマを視聴し、韓国のニュースをチェックし、韓国の人々とソーシャルメディアでつながろうとするのか。または逆に、なぜそういうメディア利用をしようとしなのか。今回のインタビューから包括

的な動機のリストを作成することは期待できないが、いくつか注目すべき動機が存在することは確認できた。そしてそのような動機は、それぞれの参加者のディアスポラとしてのアイデンティティとも関係していることが窺えたのである。

母国のメディアを利用する動機として複数の参加者が挙げていたのは、韓国への「関心」であった。自分が生まれ育った場所、以前暮らしたことのある場所についての関心、家族や親族を残してきた国、そして幼なじみや学校の同期、職場の同僚だった人々が今も住んでいるところに対する関心である。そこでということが起きているのか、何が流行っているのか、どういうふうに変わってきているのかを知りたいと思う欲求が、母国メディアの基本的な利用動機になっている。

しかし面白いのは、その関心が、自身との同類性や連続性、所属の記憶だけによって生み出されているものではないということである。自分の「不在中」に変わってしまったことに由来する新しさ、違和感、疑問なども、その関心を生み出すことに複雑に絡まっているようである。

断絶されているから「韓国の」本も手に入りくくて、情報に対する欲求が大きかった。今は本当に私がいなかった期間が長くなったから、「韓国」社会を学ぶみたいに「韓国メディアを利用している」。人々が何を考え、政治はどのような変わり、人々は何が好きなのかなど。「韓国メディアを利用することは」学びの場としての意味が大きい。私が知っている地ではあるけど、ある意味では全く知らない、私が知っているところだけど、知らないところでもあるところについて情報を得ようとしているのです。(Aさん)

自発的ではない形で母国に対する関心が触発されるケースもある。Cさんの場合、韓国に関心を持つようになったのは、仕事上の理由が大きかった。語学学校で韓国語を教えているCさんは、韓流に興味を持ったカナダ

人生徒に触発されて、韓国のドラマやK-POPなどに接触するようになった。それ以前には、韓国に対する関心は薄れていたという。

移住してきてから、あまり韓国のニュースをフォローしたり、検索したりしませんでした。空白が韓国社会に対する関心を遠ざけたんです。ここで食べていけないといけないから、一つでもこのことを学ぶことが重要だと思っていたのに、「教えている」学生たちが何が好きなのか「を見て、それを授業の」資料として使うこともできるし、見るうちに関心が湧いてきて、今はドラマなんかは一つや二つは見ます。学生たちが推すアイドル・グループも全く興味はないけど……チェックします。(Cさん)

男性の参加者たちは、韓国のニュースに対する接触が特に多いという特徴が見られた。「ハンギョレ新聞や京郷新聞のスマートフォン用アプリで」革新系といわれる二紙の新聞記事を読み、コリアヘラルドという英字新聞のニュースも見るといふEさんは、先述したように、ポッドキャストを利用して、やはり革新系の番組として知られる有名時事解説番組やトーク番組を四、五本聞いている。Fさんはパソコンのウィンドウス10用のニュースアプリを利用して韓国のニュースを読み、さらにフェイスブックの友達が共有する記事や、キーワードを登録しておけば関連するニュースを選んでプッシュしてくれるサービスも利用している。Gさんは、NAVERというポータルサイトに行き、朝鮮日報、東亜日報、ハンギョレ新聞の記事を比べながら読んでいるという。

これらの男性参加者たちの母国に対する高い関心は、ある特定の側面に対する関心、例えば、韓国社会におけるイデオロギー対立や労働問題、貧富の格差、教育問題など、主に母国が抱えている様々な難しい問題、否定的側面に対する関心であり、そういう問題についてすでに多くの知識があつて、状況がよく分かっているから生まれてくる関心である。さらに、Eさんは自身を、社会に積極的にかかわる左翼系のキリスト教信者であると紹介

し、韓国社会が少しでも良くなることを願う気持ちから韓国のニュースをフォローし、それについてソーシャルメディア上で積極的に発言していると語ってくれた。Fさんは自身の政治的な傾向については明言を避けたが、韓国社会の現状に対してはかなり否定的な評価をしており、Eさん同様韓国社会の改革を願っていると語っていた。

母国に対するノスタルジーはもちろん母国メディアに向かわせる重要な動機の一つである。今回のインタビュー参加者の中では、Bさんが特にこのことについて明確に語っていた。

韓国が懐かしくて辛いです(笑い)。朝、目が覚めると、自然にNAVERを見ますし、一通り家事をして「韓国」ドラマを見ます。韓国でやっているのと同じです。ここで暮らすのも悪くないけど、一度は「韓国へ」行って父と母と暮らしてみたいです。……「韓国のテレビを見るのは」私にとっては韓国との連結リンク、ノスタルジーを慰めてくれるもの、友達との会話を繋いでくれるものです。(Bさん)

Dさんは、動機という位置づけではなく、メディア利用の結果として語っていたのだが、次のようなことを話していた。

韓国に対する懐かしさとか、移民者としての孤独感などは、インターネットの発達によってだいぶなくなったと思います。むしろ韓国にいるみたいに暮らしています。むしろここでドラマみたいなものを欠かさず見るし。

韓国のメディアを全く利用できなくなるとしたらどうなると思うか尋ねると、次のような答えが返ってきた。

あまり考えたことがなくて……どうなるでしょう……電話をたくさんかけてしまう気がします。そこ（電話をかけた韓国の相手がいるところ）はどう？という具合に。豪州にいたところは「韓国に」電話をたくさんかけました。ここ（カナダ）の放送を見るんじゃないですか？ そうなると韓国がもつと恋しくなるでしょうね？（Dさん）

うつ病になるでしょうね（笑い）。……韓人タウンにもつと頻繁にいくかも。（Gさん）

韓国のメディアが、韓国へかける電話や韓国人が多く集まる場所への訪問の代わりになっているという感覚は興味深い。メディアによって媒介される「韓国」がリアルな「韓国」との接触をある程度代替し得ることを示しているからである。

インタビュ参加者に共通して見られる認識の一つは、カナダのテレビは面白くないということであった。カナダのテレビで放送されているのは、実際にはアメリカの番組がほとんどであるが、いずれにしても英語で内容を理解する必要があるから、どれくらい楽しめるかには英語力が大きくかわってくる。英語教師として働いたこともあるBさんは、カナダ人の夫と一緒に、アメリカのドラマを見ることもあると言っていたが、他の参加者は、カナダのテレビ放送を見ることはほとんどないそうである。

ここでは韓国の人々は「カナダの」テレビを見ないんです。あまりにも面白くないんです。韓国はテレビ番組をうまく作るんです。外国に売ったりもするから……非常にうまく作っていると思います。でしょ？ そのいつものお決まりの内容で、分かりきったもので「面白く作るから」、不思議なんです。（Aさん）

前節ですでに、韓国ドラマのもつ「中毒性」ゆえに、シリーズ物を見始めることを「警戒する」傾向があることを述べたように、インタビュ参加者たちが韓国のメディアから強い娯楽的価値を見出していることは間違いない。これは単にドラマやバラエティなどの娯楽的なコンテンツに限ったことではない。

ニュース「番組」作りが国によって違うんです。韓国のニュース「番組」は視聴者のフォークスに合わせて、知りたいたいと思うところをびったり搔いてくれるんですけど、カナダのニュースは完全に冷静なんです。悲しいストーリーとかそういうのもあるけど、面白くないんです。……私が見たいニュースがあまり出てこない。(Dさん)

子どもの韓国語教育、韓国人としてのアイデンティティ形成のために韓国のメディアを利用しているという回答も聞かれた。これも十分予想できる母国メディア利用の動機の一つではあるが、興味深いのは、韓国に対する認識の変化と、それに基づいたかなり戦略的な展望がそのような動機の背後に見え隠れしていることである。

韓国は子どもを英語圏へ早期留学させる親が多いことで話題になることも多く、自国の文化を卑下し、外国文化、特に西洋文化に憧憬を抱く傾向が根強い国という自己認識も一般的であったが、経済成長や韓流人気の高まりなどによって、母国の文化に自信を強める傾向が現れているようである。

今回のインタビュでも、そのような認識を表す語りを数多く耳にすることができた。

ただ誇らしい国、……韓国の文化がアジアの中心になって、「カナダ人の」学生たちが韓国文化に関心を持ち、言葉を学びたがるし、……K o p o p とか映画とかそういうものの、私はそういうものがあまり好きではないけど、学生たちに

アップデートしてもらおう状況なんです。(Cさん)

いま韓国が豊かに暮らしてるとはじゃないですか。私から見るとすぐ豊かな国です。……だからその文化を追っかけるようになるんですね。子どもたちにも韓国学、韓国人としてのアイデンティティをもっと教えるようになるし。(Dさん)

本をたくさん読ませて韓国語を維持させようとしてるんです。早期留学に来ている場合は早く英語を習得しないとけないから「親が韓国のメディアを遠ざけるけど」。長くいる場合は、韓国語を忘れるといけないから、ハンゲル学校にも行かせるんです。……最近では韓国が豊かだし、英語だけよりは韓国語もできたほうがずっと有利だから。韓流がここでも影響があるし、セカンダリーに進むと、韓国映画、韓国音楽を見たり聴いたりする「カナダ人の」子がいるから……「子どもたちも」韓国語ができることを誇りに思ったりするみたいです。(Hさん)

将来必ずしも韓国に戻ることを計画しているわけではないが、子どものいる参加者たちは、子どもに韓国人としてのアイデンティティと韓国語の運用能力を持ってもらいたいと願っていた。そしてそうすることが、韓国人として「正しい」ことであり、「有利」なことだと思ってるのである。しかしだからといって、子どもたちには韓国メディアへの接触を自由に許しているのかと必ずしもそうではなさそうである。

例えばDさんは、韓国のドラマは子どもと一緒には見ないといい、子どもが家にいる時に自身が韓国のテレビを見ることに対して、一種の後ろめたさを感じているようでもあった。そして、Hさんも、韓国のテレビ番組が韓国語能力を伸ばす上でそれほど役に立つとは思っていないといい、むしろそれが子どもの集中力を低下させないかと心配していたのである。

(3) 母国メディアへの接触がもたらすもの

何人も参加者が、カナダに暮らしていても「韓国にいるのと変わらない」と漏らしていた。韓国の食材や食べ物、韓国人コミュニティへの容易な接近などに加え、韓国メディアが創りだす象徴的な環境が、「場所だけカナダにいる感じ」(Dさん)を与えるのである。

Bさんの以下のような一連の発言には、シンボリックな空間としての「韓国」がICTによって実現され、物理的な「場所」に対する意識が薄れてしまう感覚が表現されている。

世の中便利になりました。スカイプ、070電話(韓国の国内の電話番号で国内にいるのと同じように利用できるインターネット電話サービス)で、いつでもお母さんと電話できるし、甥姪の顔も見れる。

韓国テレビ見るのは当たり前です。よく映ります。「韓国での放送が終わると」すぐに上がってくるし、速い、すべてが上がってくる。

気が付くと自動的に入って見ているんです。

そしてこのようなシンボリックな環境への没入は、その自然な帰結として、ホスト社会への参加を妨げる。Bさんはカナダ人と結婚していても、市民権も申請しないし、韓国の医療保険もそのまま持っているといい、現地のカナダ人と一緒にできることがないから、韓国に行ったり来たりして、まともな仕事に就けないと話す。Dさ

んはインタビューを開始して、調査の目的を伝えると開口一番、次のように語った。

結論から先にいいますと、インターネットの接続が容易じゃないですか。だから適応が難しくなるような気がします。……三〇年前に移民した人は、韓国メディアも見れなかったけど、私達の「移民」世代は韓国にいるみたいに暮らしている感じです。この社会に交われずに。(Dさん)

韓国と今回インタビューを行ったカナダのバンクーバー市との間には、いやゆるサマータイム期間(四月〜一〇月)において、一六時間の時差が存在する。したがって、例えばテレビで韓国の夜のニュース番組を視聴する場合、アップロードされてからすぐに視聴するとすれば、バンクーバーでは、同じ日付の夜のニュースをその日の朝に見ることになる。録画されて蓄積されているコンテンツをデータベース的に利用する場合にはあまり関係ないが、本放送を追いかけて視聴する場合には、当該番組の韓国における放送日、特に週単位で編成される番組がほとんどであるため、放送される曜日をする必要がある。例えば、韓国で水・木の夜に放送されるミニシリーズのドラマは、アップロードされてすぐに視聴する場合、バンクーバーの水・木の朝に視聴することになるという具合である。慣れてしまえば簡単なことであるが、いずれにしても韓国の時間を意識しなければならぬ。ソーシャルメディアで韓国にいる人々と交流をする場合も同じである。非同期的な使い方をすれば話は別だが、同期的な利用になればなるほど、利用する時間帯を韓国のタイムゾーンに合わせないといけない。ツイッターをよく利用しているAさんに、北米にいる同じ韓国系移民の人々との交流が多い理由を尋ねると、同じ移民の境遇で共感できる部分が多いこと他に、「時間帯が近いから」という回答が帰ってきた。韓国にいるフォロワーには、「朝起きて、お休みなさいをいう」ことになるから、同期的なやり取りは難しい。

Bさんは、韓国にいる家族に頻繁に電話をかける。それも一時間以上の長電話をするという。彼女は、韓国の時間帯に合わせて、電話の相手が電話を受けやすい時間帯を見計らい、電話をかけるという。

時差を計算して、母にかけるときは「韓国時間で」朝にします。母は仕事をしているため、朝が話しやすいから。義理の妹たちには、彼女たちが子どもを学校に送った後の時間に「かけます」。(Bさん)

韓国の朝六時から正午にかけての時間帯は、バンクーバーでは午後二時から夜の八時の間の時間帯になる。専業主婦であるBさんにとっても比較的都合のいい時間ではあるかもしれないが、いずれにしても、韓国の生活時間帯に合わせて行動することになるのである。韓国のメディアを追いかければ追いかけるほど、韓国にいる人々とのネットワークに組み込まれていけばいくほど、韓国のタイムゾーンに拘束されることになるのである。

Cさんは、韓国のドラマを見るようになったことで、韓国の良さを思い出している。移民を考えていた頃のCさんにとって韓国は、離れたところ、「本当に嫌な」ところだった。

正直、韓国ドラマ、私はまったく関心ありませんでした。最近は楽しんでいきます。今の韓国がどうなっているのか、ドラマを通して知ることも。背景に出てくる建物なんかを見ても、やっぱり韓国がいいところだなと思ったり(笑い)。

Aさんにとっても韓国は嫌な国だった。伝統的な女性の生き方を押し付けてくる社会から逃れたかったという。韓国では仕事に対する「正当な」報酬がもらえず、韓国人とは仕事をしたくないとも思ったほどである。体面を重んじ、格好ばかり気にする「気質」も気にいらぬ。将来も韓国に戻ることは考えていないし、カナダにいる

ことが心地良い。今まで暮らした中で経済的には一番苦しいし、仕事にも満足できないけど、気持ち的には一番楽だと語っていた。しかし、ソーシャルメディア上では、韓国人との交流がほとんどである。確かに韓国の国内にいる人よりは、アメリカやヨーロッパにいる同じ韓国系の移民の人々とより共感できる部分はあるが、多くを語らなくても、一言言えばすぐに分かり合える、「阿吽の呼吸で」通じ合う人々が「大切な存在」だと思っている。

対人的なコミュニケーションだけでなく、ニュースやドラマを見ると、トークショーやお笑いなどのバラエティ番組を見るとともに、「韓国人だから」、「韓国語だから」、興味を覚え、共感でき、笑えるのだと、思ってしまうことがあるのである。そうして、自らの韓国人としての宿命的なアイデンティティを再確認し、韓国人だけが共有している「本質的な」何かがあるのだと認めるようになるのかも知れない。

六 終わりに

以上、本稿では、カナダのバンクーバーとその隣接市で行ったインタビューおよび参与観察から得られた資料に基づき、韓国人ディアスポラの母国メディア利用の現状、その利用動機、そしてその利用によってもたらされていると思われるいくつかの結果について記述した。

その状況から浮かび上がってくる一つの暫定的な輪郭は、トランスナショナル化する母国メディアによって、旅立ったはずの「母国」に引き寄せられるディアスポラの姿である。ディアスポラとしての実存的状況やアイデンティティによって、利用の仕方や度合に違いはあるものの、全体としては、母国メディアが張り巡らすシンボリックな囲いに取り囲まれ、母国のタイムゾーンに拘束されながら、母国の娯楽を楽しみ、母国の現状を案じ、

母国の人々と日常を見せ合うことを通じて、一時は嫌悪し、そこから離脱しようとしていた「母国的なもの」、「母国的であること」の存在を再認し、その効用を実感し、活用することで、母国への臨時的な想像上の「帰郷」を果たしているように思われるのである。

そのような意味において、トランスナショナル化する母国メディアは、物理的領土から離脱した人々を、再びその中に呼び戻す、シンボリックに拡張された「領土」のように作用しているといえるかもしれない。

ただ、だからといって、そこから逃れることのできない、何か宿命的なものをディアスポラの人々がそのまま受け入れているようには見えない。母国的なるものに絡め取られ、ホスト社会で孤立し、いつかは果たすべき帰郷を夢見ながら、憂鬱な日々を耐え忍んでいるわけではないのである。むしろ、複数所属性がもたらすメリットを様々な次元で享有し、さらにそれを足場にして、戦略的な未来を展望し、その実現に向けて努力しているというのが実情に近いといえるのかも知れない。

人生の最後は韓国に戻りたいかという質問に対し、はっきりとその意向を示したのは、今回の参加者の中では一人のみで、多くは、できれば韓国とカナダ、またはさらに別の国へ移住し、それぞれの国の間を行き来しながら過ごしたいとの希望を語っていた。

馴染みやすく、心地良い母国の文化に引き寄せられながらも、国境の外に出た者にも備わる視点から母国を対象化し、母国を凌駕する移住先の長所を幾度となく想起しながら、ディアスポラの人々は、置いてきたものも、新しく手に入れたものも手放さずにいられる「賢い」生き方を模索し続けているのかも知れない。

参考文献

Aksay, A., & Robins, K. (2000). Thinking across spaces: Transnational television from Turkey. *European Journal of*

- Cultural Studies*, 3(3), 343-365.
- Dinnescu, D. (2008). The connected migrant: an epistemological manifesto. *Social Science Information*, 47(4), 565-579.
- Gumpert, G., & Drucker, S. J. (2007). Diaspora: An urban communication paradigm. Bailey, Olga G. et al., *Transnational lives and the media: Re-Imagining diasporas*. New York: Palgrave Macmillan, 195-211.
- Lee, J., & Lee, K. (2015). Multilingual experiences, media consumption, and transnational identity in a double diasporic context: The case of Korean-Chinese in Japan. *Keio Communication Review*, 37, 27-39.
- Lee, K., & Lee, J. (2014). Diasporic identity and media consumption among Korean-Chinese diaspora: The case of Shanghai and Tokyo. *Keio Communication Review*, 36, 21-36.
- Sankaran, C., & Pillai, S. (2011). Transnational Tamil television and diasporic imaginings. *International Journal of Cultural Studies*, 14(3), 277-289.
- Shi, Y. (2005). Identity construction of the Chinese diaspora, ethnic media use, community formation, and the possibility of social activism. *Continuum*, 19(1), 55-72.
- Yin, H. (2015). Chinese-language Cyberspace, homeland media and ethnic media: A contested space for being Chinese. *New Media & Society*, 17(4), 556-572.
- Yu, Sherry S. (2012). Diasporic media in multicultural cities: a comparative study on Korean Media in Vancouver and Los Angeles, Doctoral Thesis, School of Communication, Simon Fraser University.
- 박소라 [朴素拉] (2008). 이민 2세 청소년의 미디어이용, 정체성과 문화적응의 관계에 대한 실증적 연구. 한국언론학보, 52(6), 237-257.
- 양정혜 [楊正惠] (2000). 재미 한인여성의 미디어사용. 한국방송학회 학술대회 논문집, 22-31.