

## テレビ番組における訪日外国人、国内在住外国人の表象<sup>®</sup> —地上波民放の「外国、外国人関連バラエティ番組」を中心に—

米倉 律\*

### 1. 問題の所在

本稿の目的は、近年増加が顕著になっている訪日外国人や国内在住外国人を、日本のテレビがどのように表象しているかについて、特に地上波・民放のバラエティ番組を対象とした分析によって明らかにすることである。

法務省の統計によれば、観光やビジネスなどで日本に入国する外国人（＝訪日外国人）の数は、1988年の年間188万人から2013年には同1,126万人と過去25年間で約6倍に増えている<sup>(1)</sup>。政府は東京オリンピックが開催される2020年までに訪日外国人数を2000万人に増やすという目標を掲げており<sup>(2)</sup>、その数はさらに増加することが予測される。また、日本に居住する「在留外国人（＝国内在住外国人）」<sup>(3)</sup>の数は、過去25年間で1988年の94万人から2013年の207万人へと2倍以上になっている<sup>(4)</sup>。日本の人口減少や、建設業、サービス業などでの人手不足を背景に、外国人労働者や研修生・技能実習生の積極的な受け入れが進んでいることから、国内在住外国人の数もさらに増加が続くと予測されている<sup>(5)</sup>。

このように訪日外国人、国内在住外国人の数が増える中、テレビは彼らの姿や彼らを取り巻く状況をどのように表象しているだろうか。人々の外国、外国人についての認識やイメージの形成にとって、マス・メディア、特にテレビの果たす役割は大きい。萩原滋（2012）が指摘するように、実際に外国を訪問したり外国人に接触したりする「直接的経験」と比較して、メディアを通じた「間接的経験」によって接触する範囲ははるかに広く、特にテレビはインターネットの普及が進んだ今もなお、多くの人々にとっての主要な情報源となっているからである。訪日外国人、国内在住外国人の増加によって本格的な到来が予測される日本の「多文化社会化」においては、人々が言葉や習慣、宗教などにおける相互の差異を承認しつつ、そのような差異を前提とした新たな関係性や交流を育んでいくことが重要である。そしてテレビには、「他者」としての外国、外国人を多様かつ公正に表象することを通じて、そうした「文化の対話力」を媒介・涵養していく役割も期待されている（岩淵2007）。

以上のような、多文化社会化の中のテレビの役割という問題関心に立つときに注目されるのが、近年における外国や外国人を主題的に扱うバラエティ番組（＝「外国、外国人関連バラエティ番組」）の急激な増加である。2014年現在、定時（レギュラー）番組だけで20本近くの「外国、外国人関連バラエティ番組」が制作・放送されており、中には訪日外国人、国内在住外国人を主たるテーマとして取り上げる番組も複数ある。これらの番組の多くが視聴好適時間帯（ゴールデンタイム）に放送されており、その社会的影響力が大きいと考えられること、そして独自の発達を遂げて

---

\*よねくら りつ 日本大学法学部新聞学科 准教授

いるバラエティ番組が「娯楽」の枠を超えて、「情報番組」「教養番組」としての役割・機能をも担っていること（＝娯楽番組のインフォテインメント化、エデュテインメント化）（NHK放送文化研究所編2003）、また、外国人についての一面的な取り上げ方やステレオタイプ表現などの問題も目立つことなどを踏まえると、「外国、外国人関連バラエティ番組」が外国、外国人をどのように表象しているかを研究することは、テレビ研究・ジャーナリズム研究上の重要な課題になっていると言える。

以下では、まず外国、外国人とメディア、テレビの関係についての研究動向を概観し（2節）、今どのような「外国、外国人関連バラエティ番組」が制作・放送されているのか、その編成上の傾向を明らかにする（3節）。その上で、現在放送中の番組の中でも特に訪日外国人、国内在住外国人が数多く登場する番組『YOUは何しに日本へ?』（テレビ東京系列）について内容分析を行い、訪日、国内在住外国人の表象の特徴や問題などを明らかにする（4、5節）。

## 2. 訪日外国、国内在住外国人とメディア、テレビの関係性

訪日外国人、国内在住外国人とメディア、とくにテレビの関係については、これまであまり研究対象にはなっていない。本稿の関心から参照し得る関連の研究としては、①日本人の対外認識、イメージとメディアの関係に関する研究、②00年代以降の東アジアにおけるメディア文化交流に関連する研究、③いわゆるエスニック・メディアの社会的役割・機能についての研究、④国内在住外国人の情報行動や外国人への情報提供に関する調査・研究、などが挙げられる。

人々の対外認識、イメージの形成とメディア、特にテレビとの関係については、主として国際的なニュース・情報のフロー、量、そして議題設定機能などが主要な関心の対象となってきた（Unesco1978；ユネスコ1980；Salwen&Matera1992など）。そして日本でも同様の問題意識を共有する研究は比較的早い段階から多く行われてきた（原・中村・田中・柴田2011；萩原編2007；小玉2005；川竹・杉山・原2004；川竹・原1994；杉山1982）。そして、ニュース番組などにおける外国関連報道のあり方が視聴者の外国、外国人に関する認識、イメージの形成に大きく影響するとともに、Lazarsfeld and Merton（1948）が指摘したような社会的規範を確認・強化するマス・メディアの機能が、テレビの国際報道においては、相手国に対する自国の規範的認識、イメージを確認・強化する形で作用することなどが明らかにされてきた。

また、韓国KBSのドラマ『冬のソナタ』の放送をきっかけとする「韓流ブーム（2003～）」やいわゆる「クールジャパン」ブーム等を背景に、東アジアを中心としたメディア文化やメディアコンテンツ流通と人々の対外認識や国際的な交流との関係に着目する研究が活発化し、多くの成果が蓄積されてきた（岩淵編著2011；大野編2010；クォン2010；東編2010；NHK放送文化研究所編2009；イ2008；阿部2008；毛利編2004など）。これらの研究では、外国のメディアコンテンツ（ドラマ、アニメ、映画など）への接触や、五輪やサッカーW杯といったメディアイベントの経験が、人々の対外認識・イメージの変化をもたらしたり、国際的な相互理解や人的交流を促進したりしている側面や、他方では、そうしたメディア接触・メディア文化消費が、「日本」「日本人」というナショナルな境界線を再確認し、強化させることに繋がっているといった問題に関心が向けられてきた。

1990年の「入管法」（＝出入国管理及び難民認定法）改正を契機とした訪日外国人、国内在住外

国人の増加に伴って、彼らとメディアの関係を問題にする研究も活発に行われるようになった。研究初期においてその多くは、移民政策、多文化社会、エスニック・マイノリティといった隣接分野の研究と連携しながら、エスニック・メディアを主たる対象にして展開されてきた。具体的にはエスニック・メディアの動向やそれが日本の多文化共生の実現にどのような役割・機能を果たすかといった点に力点を置いた調査・研究成果が蓄積されてきた（白水 2004；イシ 2002；日比野 2002；白水 1996 など）。

他方で、ホスト社会側の主流メディア（全国紙、放送メディアなど）の役割・機能についての調査・研究は立ち遅れてきた。わずかに、増加を続ける国内の外国人がどのような情報環境、メディア環境にあるのかといった基礎的な調査や、彼らに向けてどのような種類の情報がどのような形で提供されるべきかといった検討が、外国人が多く居住する自治体やメディア事業者などによって行われてきた（静岡県多文化共生室 2008；RITE / 国際通信経済研究所 1998 など）。この分野では、例えば災害・緊急情報や国内ニュースなどの提供のあり方をテーマにした調査・研究が少数ながら行われているが（田中 2014；米倉 2012；米倉・谷 2010、マイヤール・横山 2005）、それ以外にはほとんど蓄積がないのが現状である。

なお、テレビのバラエティ番組における訪日外国人、国内在住外国人の表象を直接的なテーマとして扱った研究はこれまで殆ど行われていないが、数少ない先行例として、日本在住外国人によるスタジオトーク番組である『ここがヘンだよ日本人』（TBS系、1998～2002年）に関する研究を挙げることができる（萩原・国広編 2004）。この研究では、同番組が視聴者に異質な他者としての外国、外国人を「発見」し、「出会う」きっかけを提供している側面がある一方で、多くのステレオタイプ的な表現が日本人が持っている既存の対外認識やイメージを補完・強化する側面もあるという両義性の特徴が明らかにされていた。ただし、この研究は番組に登場する外国人を、日本国内在住外国人というよりも「外国人一般」として扱っており、専ら彼ら・彼女らの表象を通じた視聴者の各国（各国民）に対する認識・イメージ形成の問題に焦点が当てられている。このように、訪日外国人、国内在住外国人とテレビ、及びテレビの表象の関係をめぐる研究は、本稿で取り上げるバラエティ番組だけでなく、報道・情報番組やドラマなど他ジャンルを含めて、ようやく緒に就いたばかりという状況である。

### 3. 「外国、外国人関連バラエティ番組」の編成の動向

では、現在の日本では、どのような「外国、外国人関連バラエティ番組」が放送されているのか、またその中で訪日外国人、国内在住外国人が登場するバラエティ番組にはどのようなものがあるだろうか。ここでは、2014年5月1か月の地上波テレビ放送を対象に行った量的分析の結果から、「外国、外国人関連バラエティ番組」に関するいくつかのデータを用いながら検討していく。

#### 3-1. 対象・方法

量的分析の対象は、NHK・民放の主要な地上波テレビチャンネル、すなわちNHK総合、NHK Eテレ、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京の7チャンネルであり、対象期間は2014年5月1日～31日の1か月間である<sup>(6)</sup>。また、ここ数年の傾向を把握するため5年前の2009年5月1日～31日のデータも同様に収集した。

分析では、「外国や外国人が、主題的に扱われたり、登場したりしている番組」を「外国、外国人関連番組」と定義したうえで、①上記7チャンネルの放送内容について、テレビ欄、各局の番組編成表、番組HPを参照しながら「外国、外国人関連番組」を抽出してリストアップし、次に、②「外国、外国人関連番組」を番組ジャンル別に分類した<sup>(7)</sup>。その際、外国・外国人が登場はしても1コーナーや特定項目など、扱いが限定的であったり主題的であるとはいえないニュース番組やスポーツ番組、語学番組などは除外した。そして、③ジャンル毎の当該番組について、それぞれ放送本数、放送時間量のデータを収集し、④得られたデータについて、ジャンル別、チャンネル別に比較分析した。

### 3-2. 民放「外国、外国人関連バラエティ番組」の急増

表1は、NHKと民放が放送した「外国、外国人関連番組」の本数を、2014年と2009年で比較したものである<sup>(8)</sup>。2014年5月の本数は全体で358本である。ジャンル別の内訳をみると、「ドキュメンタリー・教養」が130本で最も多く全体の36.3%を占めている。続いて「ドラマ・映画」が107本(29.8%)、以下、「バラエティ」105本(29.3%)、「趣味・教育」10本(2.7%)、「その他」6本(1.6%)の順となっている。一方、5年前の2009年5月は計322本で2014年と比べるとやや少ないが、ジャンル別の順位は同じで、「ドキュメンタリー・教養」が155本(48.1%)と最も多く、以下、「ドラマ・映画」107本(33.2%)、「バラエティ」29本(9%)、「趣味・教育」17本(5.2%)、「その他」14本(4.3%)の順となっている。

これに対して、表2は、民放の番組だけを取り出して同様に2014年と2009年を示したものである。合計本数をみると、2009年には180本だった「外国、外国人関連番組」が、2014年には258本と約1.4倍に増加していることが分かる。そしてジャンル別の内訳をみると、2009年には最も多

表1. 「外国、外国人関連番組」の本数、ジャンル別の割合 (NHKと民放の地上波チャンネルの合計)

	2014年5月		2009年5月	
	本数(本)	割合(%)	本数(本)	割合(%)
ドキュメンタリー・教養	130	36.3	155	48.1
ドラマ・映画	107	29.8	107	33.2
バラエティ	105	29.3	29	9
趣味・教育	10	2.7	17	5.2
その他	6	1.6	14	4.3
合計	358	100	322	100

表2. 「外国、外国人関連番組」の本数、ジャンル別の割合 (地上波民放のみ)

	2014年5月		2009年5月	
	本数(本)	割合(%)	本数(本)	割合(%)
ドキュメンタリー・教養	47	18.2	30	16.6
ドラマ・映画	91	35.2	104	57.7
バラエティ	105	40.6	29	16.1
趣味・教育	9	3.4	4	2.2
その他	6	2.3	13	7.2
合計	258	100	180	100

かった「ドラマ・映画」(104本、57.7%)が、2014年には91本(35.2%)と、本数、割合ともに減少している。注目されるのは「バラエティ」である。「バラエティ」の放送本数は29本から105本へと3倍以上に急増している。そして全体に占める割合も16.1%から40.6%と増加し、ジャンル別の割合で「ドラマ・映画」を抜いて1位となっている。

本数の増加は、放送時間量にも表れている。表3は、地上波民放の「外国、外国人関連番組」の放送時間量を2014年、2009年で比較したものである。「外国、外国人関連番組」の全ジャンルをあわせた放送時間量は2009年の188.1時間から2014年には245.6時間に増加している。この大幅な増加に貢献しているのが「バラエティ番組」である。「バラエティ番組」の放送時間量は、2009年の29.3時間から70時間近くも増加して98.4時間になっている。

また、こうした外国、外国人関連バラエティ番組の増加傾向は、どのチャンネル(局)でも同じようにみられるが、特に増加が著しいのがフジテレビとテレビ東京である。フジテレビは2009年の0本から2014年には23本へ、同様にテレビ東京は1本から22本へと急増している(図1)。

### 3-3. 「外国、外国人関連バラエティ番組」の類型

以上のデータが示すように、ここ数年間で、地上波の民放テレビにおいて「外国、外国人関連バラエティ番組」が急増している。そして現在、その放送時間は月間100時間近くにも達している。では、こうしたバラエティ番組にはどのような特徴があるのだろうか。表4は、「外国、外国人関連バラエティ番組」の中から、定時番組をリスト化したものである(2014年5月現在放送中のもの)。これをみると、一週間のすべての曜日で「外国、外国人関連バラエティ番組」が放送されていることが分かる。また、多くが「ゴールデンタイム(19~22時)」といわれる視聴好適時間帯に

表3. 放送時間量の変化(地上波民放7チャンネル)

	2014年5月	2009年5月
外国、外国人関連番組(全体)	245.6	188.1
外国、外国人関連バラエティ番組	98.4	29.3

(時間)

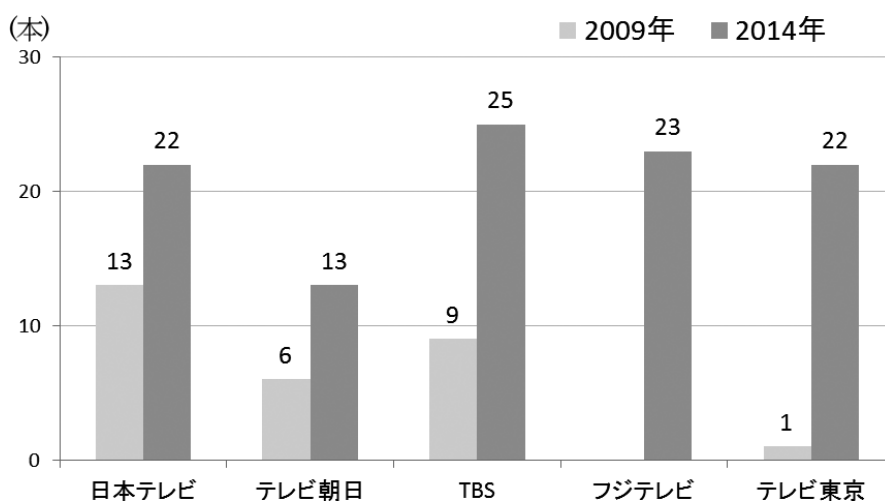


図1. 「外国、外国人関連バラエティ番組」のチャンネル別の本数

編成されていること（リスト 19 本中 11 本）、そして『世界ふしぎ発見』（TBS、1986 年～）、『ザ！世界仰天ニュース』（日本テレビ、2001 年～）など少数の例外をのぞいて、多くが過去数年以内に放送が始まった歴史の浅い番組である。

「外国、外国人関連番組」は、その内容・テーマに応じて、便宜的に次のような 4 つのカテゴリーに分類できる。

**カテゴリー A：外国が舞台であり、外国、外国人が主題的に扱われている番組**

**カテゴリー B：外国が舞台であり、主として日本人が登場する番組**

**カテゴリー C：日本が舞台であり、外国人を通して日本、日本文化が主題的に扱われている番組**

**カテゴリー D：日本が舞台であり、主として国内在住外国人、訪日外国人が登場する番組**

カテゴリー A は、外国、外国人そのものをテーマとし、世界の国々の観光地、文化や習俗などを取り上げる番組で、『世界行ってみたらホントはこんなトコだった』（フジテレビ）、『世界ふしぎ発見』（TBS）、『世界の果てまでイッテ Q』（日本テレビ）などが該当する。カテゴリー B は、番組の主要な舞台（ロケ地）は外国であるが、そこに住む日本人が主要な登場人物であるような番組で、『世界ナゼ？そこに日本人』（テレビ東京）、『世界の日本人妻は見た』（TBS）、『世界の村で発見 こんなところに日本人』（テレビ朝日）、『ウーマン・オン・ザ・プラネット』（日本テレビ）などが該当する。カテゴリー C は、外国人の目を通して日本や日本文化が紹介される番組で、『和風総本家』（テレビ東京）、『これぞ！ニッポン流！』（テレビ朝日）、そして表には挙げていないが 2014 年 10 月に放送スタートした『所さんのニッポンの出番』（TBS）が該当する。

表 4. 民放各局の主な「外国、外国人関連バラエティ番組」（2014 年 5 月現在）

番組タイトル	局	曜日	放送時間	放送開始（終了）
ギャンブル・ザ・ワールド	TBS	月	24:41-25:11	2014 年 4 月～（6 月）
YOUは何しに日本へ？	テレビ東京	月	18:57-20:00	2013 年 1 月～
世界ナゼ？そこに日本人	テレビ東京	月	21:00-21:54	2012 年 10 月～
未来世紀ジパング	テレビ東京	月	22:00-22:54	2011 年 11 月～
世界の日本人妻は見た	TBS	火	19:56-20:54	2013 年 4 月～
ありえへん∞世界	テレビ東京	火	19:54-20:54	2008 年 4 月～
ザ！世界仰天ニュース	日本テレビ	水	21:00-21:54	2001 年 4 月～
アメージパング	TBS	水	0:41-1:11	2014 年 4 月～
世界行ってみたらホントはこんなトコだった	フジテレビ	水	19:00-19:54	2011 年 10 月～
和風総本家	テレビ東京	木	21:00-21:54	2008 年 9 月～
ネプ&イモトの世界番付	日本テレビ	金	19:56-20:54	2011 年 10 月～
世界の村で発見 こんなところに日本人	テレビ朝日	金	21:00-21:54	2013 年 4 月～
ウーマン・オン・ザ・プラネット	日本テレビ	土	23:30-23:55	2012 年 10 月～
世界ふしぎ発見	TBS	土	21:00-21:54	1986 年 4 月～
世界さまぁ〜リゾート	TBS	土	24:00-24:30	2013 年 4 月～
世界 HOT ジャーナル	フジテレビ	土	09:55-10:45	2013 年 10 月～
世界の果てまでイッテ Q	日本テレビ	日	19:58-20:54	2007 年 2 月～
ホームカミ	テレビ朝日	日	22:00-22:54	2013 年 10 月～（9 月）
これぞ！ニッポン流！	テレビ朝日	日	0:45-1:15	2014 年 4 月～ （10 月から番組名変更）

そして、本稿が対象としているのがカテゴリ-Dである。表4に挙げた定時番組の中で該当するのは、『YOUは何しに日本へ?』（テレビ東京）、『アメージバンク』（TBS）である。ただし、別のカテゴリに分類される番組でも、『世界行ってみたらホントはこんなトコだった』（フジテレビ）、『これぞ!ニッポン流!』（テレビ朝日）、『ホムカミ』（テレビ朝日、放送終了）などのように、スタジオに外国人タレントやゲスト、あるいは日本で暮らす一般の外国人が登場しているケースもある。また、表4のリストにない番組の中にも、『日曜ビッグバラエティ』（テレビ東京、19時54分～）のようにイレギュラーに外国や外国人をテーマとして取り上げる番組もある。例えば2014年11月2日放送の『日曜ビッグバラエティ：ニッポンだよ!おっかさん』では、外国人力士や左官職人など国内在住外国人が主要な出演者として登場している。このように訪日外国人、国内在住外国人の登場するバラエティ番組は多様である。次節では、これらのうち、放送本数、放送時間、登場する外国人の数等の点でカテゴリ-Dを代表する番組といえる『YOUは何しに日本へ?』を取り上げ、その内容分析を行う。

#### 4. バラエティ番組における訪日外国人、国内在住外国人の表象 ～『YOUは何しに日本へ?』（テレビ東京）を例に～

『YOUは何しに日本へ?』（テレビ東京）は2012年に放送スタートし、2014年4月からは毎週月曜日18時57分～20時の枠で放送されている番組である。「YOU」とは、外国人のことを意味しており、毎回、多くの訪日外国人、そして国内在住の外国人が登場する。ここでは2014年4月～8月に放送された15回分を対象に、番組における訪日外国人、国内在住外国人の表象の特徴や問題点などをみていく。

##### 4-1. 番組の概要と特徴

番組の構成要素は大きく4つある。①司会者（バナナマン）によるヴァーチャル・スタジオでのトーク、②空港での外国人を対象にした突撃インタビュー、③突撃インタビューした外国人から対象を選んで取材交渉し、日本滞在中の行動を密着取材する「密着取材」、そして、④国内の僻地に住む外国人や日本語学校で日本語を学ぶ留学生など特定の国内在住外国人にスポットを当てる「企画コーナー」である。番組の公式HPは番組コンセプトを、次のように説明している。<sup>(10)</sup>

「外国人たちの日本への玄関口、空港で勝手にお出迎えしてガチンコ直撃取材を敢行!合言葉は“YOUは何しに日本へ?”するとそこは…面白外国人の宝庫。というわけでオモシロ外国人には密着。涙あり、笑いあり、一寸先は全く読めない新感覚ドキュメントバラエティは楽しめる事間違いない!さらに彼ら外国人の目を通し見えてくるのは…今まで気付かなかった日本の素晴らしさ。」

この説明文からは、番組を特徴づける3つの点を読み取ることができる。

第一は、「ガチンコ直撃取材」である。これは、この番組だけでなく、近年のバラエティ番組の制作・演出を語るうえでのキーワードになっている。例えば、2014年5月17日の朝日新聞（朝刊）の記事「バラエティ 出たところ勝負」は、「筋書きなしのない『ガチ（本気）』『突撃』取材を目

玉にしたバラエティ番組が最近、目立つ……次に何が起こるかわからない緊張感が魅力だが、背景には過剰な演出を嫌う視聴者の増加もありそうだ」と指摘し、そうした傾向を代表する番組として『YOUは何しに日本へ?』を挙げている。番組制作者も各紙のインタビューで「ガチガチに作り込んだ番組よりライブ感がある方が面白い」(村上徹夫・プロデューサー)<sup>(11)</sup>、「(バラエティ番組というよりも)ドキュメンタリーのつもりで作っている」(野村正人・総合演出)<sup>(12)</sup>などと『YOUは何しに日本へ?』の制作手法について語っている。

第二は、番組の主要な登場人物が外国人であり、しかもその彼らの中に「面白い」人達がたくさんいるとしている点である。確かに、視聴者にとってのこの番組の魅力が、「面白い」外国人達の姿・言動にあることは容易に想像される。例えば、インターネットのテレビ情報ポータルサイト「Yahoo!テレビ」内の「みんなの感想」のページには、この番組についての視聴者の「感想」が175件掲載されているが、そこにも「日本に来た外国人がどんな事どんな物に感動するのかわ、楽しんでみえています」「いろんな理由や思いを持って日本を訪れる外国人のドラマを、今後も楽しみにしています」といった声が寄せられている。<sup>(13)</sup>

第三は、そうした「面白い」外国人の目を通して、それまで「気付かなかった日本の素晴らしさ」が「発見」されるという点である。上に挙げた「Yahoo!テレビ」の「みんなの感想」にも、「日本人が知らない日本の良さを再発見できる。色々の行事やイベントの為に来日している外国人が案外多い」「すべてが現実だからおもしろい。日本にあこがれて来日する人が多いのにはビックリ」といった感想が寄せられているほか、番組の村上徹夫プロデューサーも、「この番組は日本人が自信を持ち直すきっかけにもなると思います。僕らが思っているほど日本は悪くないし、日本文化も悪くないし、僕らも捨てたもんじゃないぜと思うことができる…」と語っている。<sup>(14)</sup>

以上の3つの点からは、『YOUは何しに日本へ?』という番組においては、番組制作者(送り手)と視聴者(受け手)の間に、次のような「共通認識」が前提として存在していることが分かる。すなわちそれは、①番組はその制作意図においても手法においてもリアリティを重視している、②それゆえ番組に登場する訪日外国人、国内在住外国人達の姿や言動は、事前の仕込みやアポイントなどのない「リアル」なものである、③そしてだからこそ、彼ら・彼女らの存在は「面白く」、またその多くが(時として日本人も知らなかったような)日本や日本文化の魅力に惹かれてやってくる人達だ、というものである。

#### 4-2. 訪日外国人の「欧米人」バイアス

では、訪日外国人、国内在住外国人は実際にはどのような存在として番組に登場し、表象されているのだろうか。まず、訪日外国人からみていく。

番組で多くの訪日外国人が登場するのは、成田空港や関西国際空港、中部国際空港といった国際空港での「突撃インタビュー」のコーナーである。8月18日放送分を例にとると(表5)、この回では、空港でのインタビューのコーナーが3回に分かれて編集されており、その合計放送時間は25分近くになる。<sup>(15)</sup>この回では、舞台はいずれも成田空港であり、計18人の外国人が登場している。この空港でのインタビューコーナーは番組の中心的な構成要素であり、時間にして毎回15~30分、人数では少ない時でも10人から多い時には30~50人の外国人が登場する。視聴者は、このコーナーの視聴を通して、新聞やニュースなどで年間1000万人を超えたことが報じられている



訪日外国人が、実に多様な国々から、そして多様な目的で入国している現状の一端を知ることができる。<sup>(16)</sup>

しかし、こうして番組に登場する訪日外国人達は、実際に各地の国際空港から入国する訪日外国人の実態を必ずしも「リアル」に反映している訪ではない。図2は、5～8月の放送（計15回）における成田空港でのインタビューコーナーに登場した外国人（180人）<sup>(17)</sup>の出身国籍（エリア）を、同じ5～8月に成田空港から実際に入国した外国人の出身国籍のデータ（法務省入国管理局）と比較したものである。これをみると、番組に登場した訪日外国人（計180人）の出身国籍（エリア）で最も多いのは欧州で42.2%、次にアメリカの28.3%、以下、アジア（19.4%）、南米（5.6%）、オセアニア（3.3%）、アフリカ（1.1%）、の順となっている。つまり、番組上の訪日外国人では欧米人（白人）が約7割を占めている。これに対して、同じ時期に、実際に成田空港から入国した外国人（475万人）では、アジアが最も多く66%、次にアメリカ（14.5%）、欧州（14%）、以下、オセアニア（3.9%）、南米（1.3%）、アフリカ（0.3%）の順となっている。番組上は約2割しか登場しないアジア人が、実際の訪日外国人では66%を占めているのである。

さらに、番組に登場する訪日外国人の約7割を占める欧米人（白人）の中に、日本のアニメや漫画、アイドルなどのポップカルチャー・サブカルチャー、また武道や祭りなどの日本文化を好む、いわゆる日本・日本文化“オタク”的な外国人が少なくないことにも注目すべきである。2014年5月～8月の放送（15回）の中から代表例をいくつか挙げると、①日本のサムライに憧れ、日本

表5. 空港インタビューで登場した外国人の属性・訪日目的（2014年8月18日放送分）

	登場人物			来日目的
	番号	国籍	性別	
1回目 (冒頭～5分54秒)	①	フランス	女	日本在住（25年） パリへの里帰りからの帰国
	②	イギリス	男	ロックコンサートのツアー
	③	イギリス	男	ロックコンサートのツアー
	④	イギリス	男	ロックコンサートのツアー
	⑤	イギリス	男	ロックコンサートのツアー
	⑥	インドネシア	男	仕事（マグロ漁）
	⑦	インドネシア	男	仕事（マグロ漁）
2回目 (6分55秒 ～18分20秒)	⑧	アメリカ	男	タイ旅行の途中、立ち寄り
	⑨	アメリカ	男	婚約者（日本人）の親に会いに
	⑩	フランス	男	ヒッチハイク旅行
	⑪	アメリカ	男	格闘技大会への出場
	⑫	アメリカ	男	格闘技大会への出場
3回目 (36分5秒 ～47分30秒) ※CM4分含む	⑬	フランス	男	音楽・パフォーマンスのツアー
	⑭	タイ（親子）	女	観光旅行
	⑮	タイ（親子）	女	観光旅行
	⑯	ロシア	女	ロシア文化フェスティバル出演
	⑰	ロシア	女	ロシア文化フェスティバル出演
		※42人のダンス団体 インタビューへの応答は2人		
	⑱	アメリカ	男	車いすスケート普及

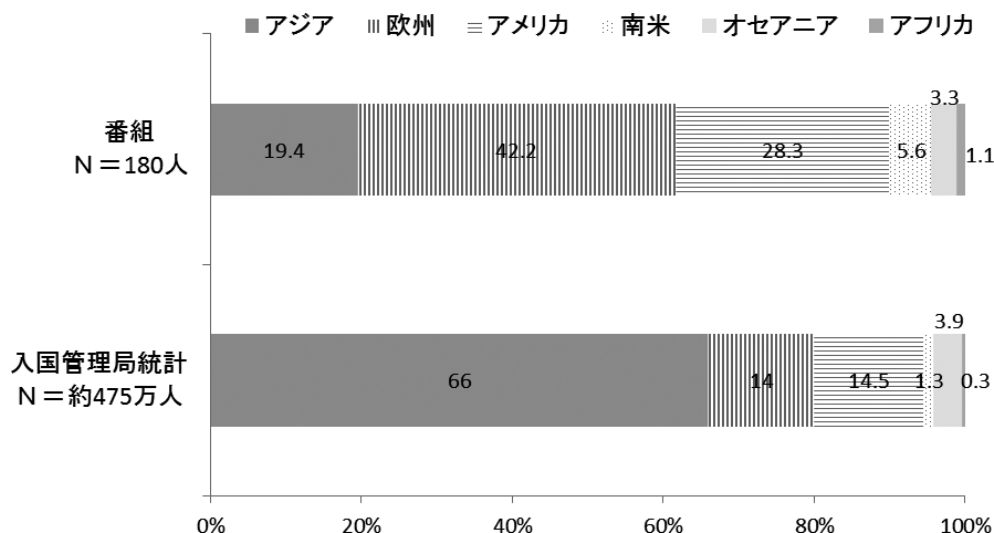


図2. 出身国籍 (エリア) の比較  
 ※法務省入国管理局統計と番組の比較 (2014年5～8月)

の古武道である香取神道流の道場に入門するドイツ人男性 (5月19日)、②日本のアニメが大好きで池袋や秋葉原などアニメの聖地観光を楽しみ、アニメのコスプレをして漫画のテーマパークに行く男女4人組のデンマーク人 (6月9日)、③「川中島合戦戦国絵巻」というイベントに鎧を身につけて参加することを毎年楽しみに来日するアメリカ人・カナダ人の団体 (6月19日)、④ちょんまげ頭に和服という格好で休暇の京都旅行を楽しむアメリカ人 (7月7日)、⑤アイドルグループAKB48のイベント (=「選抜総選挙」) や別のアイドル・イベント「BiS なるの甲子園」に参加するイギリス人とドイツ人の男女4人グループ (8月25日) などである。

これらの“オタク”外国人達の番組上での言動について、②のデンマーク人の男女4人組 (6月9日放送) を例にみってみる。番組では、成田空港で出会った彼らの日本滞在に「密着取材」を申し出、了承される。彼らはデンマークで開催されたコスプレイベントで知り合ったグループで、いずれも日本アニメのファンである。訪日目的を尋ねられると「日本が大好きだから来たの」「日本のアニメやマンガが好きなんだ」「コスプレをしてJ-Worldに行くんだ」と口ぐちに答える。密着取材は2日間に渡って行われる。1日目に彼らの宿泊先と東京タワー観光の様子が紹介された後、2日目、彼らは人気マンガ『NARUTO-ナルト』のコスプレ衣装を身につけて、マンガ週刊誌のテーマパークである「J-World」へ向かう。そして、通りすがりの町の人やテーマパーク内の日本人観光客らが、次々に「似合っている」「かわいい」などと声をかける様子や、それを聞いて喜ぶ彼らの様子が紹介される。この密着取材は彼ら4人の次のような声で締めくくられる。

番組スタッフ：「日本でコスプレをして歩いてみてどう感じましたか？」

男：「よかった。とても快適だったよ」

女：「見ている人のリアクションがみんな良くて嬉しかったわ」

男：「デンマークではコスプレ大会でしか楽しくコスプレができない。でも日本では路上でもみんなが僕らを受け入れてくれる。」

男：「日本全体がまるで大きなコスプレ大会みたいだよ。」 (37分12秒～38秒)

彼らだけでなく番組に登場する“オタク”的な欧米人達の多くは、異口同音に、このような種類の日本と日本文化への強い愛着や関心、そして賞賛の声を口にする。

以上のように、番組が映し出す訪日外国人には、約7割が欧米人（白人）である、そして彼らの多くが日本と日本文化のファンである、逆に現実には訪日外国人の3分の2を占めるアジア人の存在感が希薄である、といった特徴がみられる。番組制作者によると、取材した外国人のうち編集で採用されて実際に放送されるのは「20人に1人の割合」だ<sup>(18)</sup>という。このことは、番組における訪日外国人の「欧米人バイアス」が偶然の産物ではなく、編集によっていわば「人為的」に生み出されていることを意味している。背景には、アジア人が欧米人（白人）に比べて、肌の色や顔の特徴などから「外国人」と識別されにくいことや、欧米人のほうがアジア人よりも観光目的で訪日する割合が高く、番組として「面白い」取材の対象（＝ネタ）になりやすいといった事情もあると思われる。しかし、このような「欧米人バイアス」が、日本の視聴者による訪日外国人に対する認識・イメージの形成に影響を与えている可能性やその意味については過小評価されるべきではない。

#### 4-3. 国内在住外国人の取り上げ方 ～多様性と一面性

一方、訪日外国人に比べて数こそ多くないものの、番組には国内在住外国人も登場する。2014年5～8月の放送（15回）において、比較的長時間にわたって紹介された例としては、①ペルー人歌手の訪問を受ける埼玉県本庄市のペルー人コミュニティの人々（5月12日）、②高知県にある外国人漁業研修センターで漁業を学ぶインドネシア人研修生達（5月19日、26日）、③日本人男性と結婚し沖縄県来間島の農家で暮らすフィリピン人女性（6月9日）、④鳥取市の環日本海経済交流センターで日露文化交流をサポートする仕事をしているロシア人女性（6月23日）、⑤留学生として大分県の大学で学ぶタイ人やインド人の学生達（7月21日）、が挙げられる。また、空港インタビューのコーナーにも、母国に帰省などで一時帰国した後に日本に再入国する外国人など、一定数の国内在住外国人が登場している。

絶対数が多くないために評価は難しいが、番組におけるこれらの国内在住外国人の特徴として、「欧米人バイアス」が顕著な訪日外国人に比べ、アジア系や日系人が多く登場していることが挙げられる。法務省によれば、日本国内に居住する外国人207万人（2013年末現在）の国籍別の構成比では、「中国」が最も多く31.4%、次に「韓国・朝鮮」で25.2%、以下、「フィリピン」10.1%、「ブラジル」8.8%、「ベトナム」3.5%、「アメリカ」2.4%、「ペルー」2.4%、「タイ」2%などとなっており、アジア系と日系の南米人が圧倒的多数を占めている。番組の国内在住外国人もエリア別ではアジア系の数が多く、その意味では現実との間に大きな偏りはない。ただし、国籍別で割合が高い中国、韓国・朝鮮系の人の数は極端に少なく、今回の分析対象（15回分）の中では中国人留学生と韓国スポーツ選手がそれぞれ1名ずつ空港でのインタビューに登場しているのみであった。<sup>(20)</sup>

また、国内在住外国人の取り上げ方は、欧米人中心の「オモシロ」訪日外国人のそれとは対照的に、彼らの日常生活に寄り添いながら比較的淡々と描写する例が多いことも特徴的である。例えば上記③の例では、沖縄の離島、来間島に住むフィリピン人女性・保良アリスさんが約8分間にわたって登場する。この中では、彼女が23年前にサトウキビ栽培を営む日本人男性と結婚し島に移住してきたことや、他にも数人のフィリピン人女性が島で暮らしていること、そしてフィリピン人

女性のグループで定期的に集まってダンスを踊ることが最大の楽しみになっていることなどが、アリスさんの日常生活の様子を交えて描かれている。そこには過度にドラマチックに脚色されたエピソード紹介や笑いを伴うような「バラエティ番組的」な演出は殆どない。このようにこの番組では、国内在住外国人達が、なぜ・どのように来日したのか、日本でどのように暮らしているのかといったことをドキュメンタリー的に伝えているケースが少なくない。これは従来のバラエティ番組にはあまり見られなかった特徴であり（太田 2014）、視聴者が国内在住外国人の多様性や彼ら・彼女らを取り巻く現実、そして彼ら・彼女らと日本社会とのあいだに築かれつつある新しい関係性などについて認知するきっかけや手掛かりを提供するものになり得るであろう。<sup>(21)</sup>

他方で、国内在住外国人の取り上げ方が一面的で、視聴者に誤解をもたらす危険性があると考えられるケースも散見される。上に挙げた例の中では、②のインドネシア人研修生の例がそれに該当する。番組では、高知県の外国人漁業研修センターで漁業を学ぶインドネシア人研修生の姿を3度に渡って取り上げている（2014年2月17日、5月19日、26日）。「49人の青春群像～輝け！青春の日々に密着！」と銘打たれた同コーナーでは、19～21歳のインドネシアの若者達がセンターで日本語や漁業の基礎を学び、その後3年間のカツオ漁の実習に挑戦する様子が紹介される。主人公的に取り上げられる青年は、「実家の父は失業中で、祖母がカキ氷を売って生計を立てている、漁で稼いだお金を送って楽をさせたい」「故郷に家を建てたい」などと来日の動機を語る。彼らの姿は、全体として極めて明るく前向きに描かれ、時にはユーモラスな「オモシロ」外国人のような扱いもなされる。そして、寮生活を送る彼らが、日本人歌手である長渕剛の『乾杯』を部屋で大合唱する姿なども紹介される。この歌は長渕が友人の結婚式のために作曲したとされるが、「固い絆に思いを寄せて、語りつくせぬ青春の日々、時には傷つき、時には喜び、肩をたたきあったあの日～」という歌詞を、インドネシア人研修生達は自らの日本での体験に重ねあわせながら熱唱する。そして、このシーンを受けたスタジオでは司会役が「まさに青春群像」「グッとくる」などとコメントするのである。

このような、同コーナーでの彼らの姿からは、近年研修生・技能実習生制度が社会問題化し、様々な議論の対象とされているようなネガティブなイメージは全くうかがえない。周知のように同制度は途上国への技術移転（国際貢献）の名目で1981年に導入されたもので、現在日本には約15万人の研修生・技能実習生が滞在している。<sup>(22)</sup>しかし、彼らが過酷で非人道的な労働環境や待遇に苦しめられるケースが頻発していることが社会問題化されるようになり、「低賃金労働の隠れ蓑」「現代の奴隷労働」として国際的な批判の対象にもなってきた。<sup>(23)</sup>現政権が製造業等での人手不足解消のため、対象職種や受け入れ期間を拡大する動きを進めていることなどもあって、2014年に入ってから同制度の存在が特に注目されるようになり、新聞・テレビで取り上げられることも増えている。テレビでは、筆者が確認し得ただけでも、2014年のあいだに同制度について、その実態や問題性などを何らかの形で取り上げた報道番組、ドキュメンタリー番組が10本近く放送されている。<sup>(24)</sup>

もちろん、日本に滞在しているすべての研修生・技能実習生が問題のある労働環境・待遇で働いているわけではないし、番組で取り上げられたインドネシア人の研修生達にも特段の問題はないのかもしれない。しかし、同制度が大きな社会的関心と議論の対象になっている、まさに同じ時期に放送された内容としては、あまりに明るく、前向きで、「面白い」トーン（＝「輝け！青春の日々に密着！」）だけで描かれ過ぎているという印象は否めない。そして、このような一面的、表面的

な取り上げられ方が、番組の視聴者の研修生・技能実習制度や国内在住外国人に対する認識、イメージに一定のバイアスをもたらす可能性の有無については、検証が必要である。

## 5. 結論

以上検討してきたように、バラエティ番組における訪日外国人、国内在住外国人の表象の中には、次のような両義性が存在していることが分かる。すなわち、一方においてそこには、「他者」としての外国や外国人の姿を通して、①人々が文化や価値観の多様性や差異に出会い、②そうした差異を相互に理解しあい、③現実社会の中ですでに生まれつつある日本と外国、日本人と外国人の新たな関係性やコミュニティの存在を認識し、共有していくことに繋がるようなポジティブな表現がある。しかし、同時にそこには、①外国人を「外国人」として実体化、周縁化するような表象、②都合のいい文化的消費（娯楽）の対象とするようなメディア・ステレオタイプング、③一面的、表面的な見方によって却って社会の現実の中で生じている様々な差別や軋轢などを覆い隠してしまうようなネガティブな表象が存在する。

この両義性とそれらのせめぎあいは、近年、広く議論の対象となっている「文化的シティズンシップ」の承認をめぐるコンフリクトとしても理解される必要がある。「地球規模での人間の国際的移動の増加、エスニックな集団のアイデンティティ・ポリティクス」の時代（テッサ・モーリス・スズキ 2013）にあっては、国民国家の枠組みを前提とした政治、経済、社会的なフォーマルな次元における権利保障だけでなく、ジェンダー、セクシュアリティ、人種、エスニシティといった、人々のアイデンティティに関わる権利をどう承認・保障するかが問題となっている。そして、そうした「文化的シティズンシップ」の構成にとって、メディアを通じた外国、外国人との接触（間接的経験）が、どのような「他者への想像力」をいかにして生み出すかということが、今後ますます重要な問いとなっていくはずである。

総務省が2005年に立ち上げた「多文化共生の推進に関する研究会」は、その報告書において、多文化共生を「国籍や民族などの異なる人々が、互いの文化的ちがいを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、地域社会の構成員として共に生きていくこと」と定義し、単なる「従来の外国人支援の視点」を超えた多文化共生の理念に基づく新しい地域社会のあり方の模索が必要だと指摘した（総務省 2006）。この報告書が目されたのは、日本国内にいる外国人を「一時滞在者」や「労働者」としてではなく、地域社会を構成する生活者、地域住民であるとしたこと、そして多文化共生を実現していくうえで必要な幾つかの施策の中でも特にコミュニケーション関連施策を重要な課題として打ち出した点である。そこでは特に、「多様な言語、多様なメディアによる行政・生活情報の提供」「生活相談のための窓口の設置、専門家の育成」「NPO等との連携による多言語情報の提供」といった多言語コミュニケーションを柱にした具体策が掲げられた。

しかし、多文化共生のためのコミュニケーション施策が、こうした「情報提供」「情報支援」という「コミュニケーション＝行政サービス」的な観点にとどまる限りは、同研究会の掲げていた「国籍や文化の違いを超えた相互理解」やそのことを通じた「参加と帰属」の促進、対等な関係の構築といった目的は半分しか達成され得ないだろう。そして、原知章（2010）が指摘したように「既存の一元的な公共空間と、そこで主流を占めてきたマジョリティの人々の既得権益の維持を前提として、あくまでその範囲内で文化の多様性を容認する」という仕方での「外国人受け入れ政

策」に終始してしまう可能性がある。重要なことは、自明視され実体視されがちな「日本」「日本人」といったナショナルな境界線をも相対化しながら、訪日外国人、国内在住外国人の増大に伴う日本社会の多文化化を公共空間の多様化・多元化へと媒介し、対話的な共生や相互承認の可能性を拓いていくことである。そしてこの目的を達成するためには、今回分析対象としたテレビのバラエティ番組なども含めたホスト社会側のマス・メディアが、どのような表象空間、情報空間を生み出しているのか、またそれを日本人、外国人の視聴者がどのように受容しているのかが問われ続けなければならない。

今回、本稿が分析対象としたのは、数多く制作され放送されている外国、外国人関連バラエティ番組の中の代表的な1本の番組に過ぎない。そして、3節で示したように、これらの番組は単にその数が増えているだけでなく、舞台やテーマ等によっていくつかの種類に分類することが可能であり、それぞれが異なる仕方で外国、外国人を表象している。それゆえこれらを対象とした更なる詳細な分析、そしてニュースや情報番組、ドキュメンタリー番組、ドラマなど他の番組ジャンルとの関係性などについての検討を今後の課題としたい。

#### 注

- (1) 法務省入国管理局、「出入国統計」([http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei\\_ichiran\\_nyukan.html](http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html))  
参照
- (2) 観光庁「訪日外国人 2,000 万人時代の実現へ」(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/iinkai/senryaku.html>)  
参照
- (3) 日本の外国人関連法における「外国人」の定義は必ずしも統一されていない。外国人登録法では「日本国籍を有しない者」で中長期にわたって在留している外国人を差しており、同法は連続 90 日を超えて日本に滞在する場合に「外国人登録」を義務付けていた。ただし、同制度は 2009 年の入管法改正に基づいて 2012 年に廃止され、新たな在留管理制度に移行、中長期滞在者、特別永住者など 3 か月を超えて日本に滞在する外国人は「在留外国人」として住民基本台帳に登録されることになった。本稿では、従来の「外国人登録者」と「在留外国人」について、「国内在住外国人」と統一して表記することとする
- (4) 法務省入国管理局、同上参照
- (5) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(2012) 参照
- (6) 5 月は、番組の改編期(4 月、10 月)やビッグイベントや夏休み中の特別編成期間にあらず、番組編成が比較的安定している月であるため対象とした
- (7) コーディングは、筆者(米倉)と日本大学法学部新聞学科・米倉ゼミナールの学生(2 人 1 組×5 グループ)が共同で行った。なお分析に用いたコード表は次のようなものである。

## 番組分類コード表

A：ニュース・報道	定時・総合、天気、政治・国会、経済、ワイドショー、地域・ローカル
B：バラエティ	クイズ、ゲーム、トークバラエティ、お笑い・コメディ、旅バラエティ、ほか
C：スポーツ	スポーツニュース、競技中継
D：ドラマ	ドラマ、アニメ、映画
E：ドキュメンタリー・教養	社会・時事、歴史・紀行、自然・動物・環境、カルチャー・伝統文化 インタビュー・討論
F：音楽	歌番組、ライブ・コンサート中継
G：趣味・教育	子供向け番組、生涯番組・資格、語学
H：その他	劇場・公演、福祉、その他

- (8) 放送本数は、定時番組、帯番組などについては、放送回1回につき1本とカウントしている
- (9) 『和風総本家』『ありえへん∞世界』『未来世紀ジパング』（すべてテレビ東京）のように、毎回ではないが、しばしば外国、外国人関連のテーマが取り上げられる番組も含まれている
- (10) テレビ東京・番組公式HP (<http://www.tv-tokyo.co.jp/youhananishini/>) 参照 (2014年11月22日)
- (11) excite ニュース記事『『YOUは何しに日本へ?』なぜ人気なのか プロデューサーは直撃『キーワードは愛』』(2013年4月22日)
- (12) 朝日新聞記事「バラエティ、予測不能」(2014年6月11日朝刊)
- (13) Yahoo! テレビ「みんなの感想」(<http://tv.yahoo.co.jp/review/36963/>) なお、175件は2014年12月末日現在
- (14) excite ニュース記事、同上
- (15) この回は、番組の構成、「突撃インタビュー」に登場する外国人の数などにおいて同番組の標準的な回である
- (16) 訪日外国人の数は2014年には1300万人を突破したことが大きなニュースとなった
- (17) ここでの外国人数は、番組でインタビューに直接受け答えしている人数をカウントしており、家族や友人その他の同行者が画面上に登場していても発話していない場合にはカウントしていない
- (18) 朝日新聞記事「フォーカスオン 来日外国人の後を追って」(2014年3月24日朝刊)
- (19) 法務省入国管理局、同上参照
- (20) 訪日外国人としては、中国人、韓国人は、観光やビジネス目的での入国者として、もう少し多く登場している
- (21) 社会学者の太田省一(2014)は、『YOUは何しに日本へ?』を含む最近のバラエティ番組のなかに、「テレビが自分たちの手で、自分たちが今まで映し出してこなかったコミュニティを発見しようとする」傾向を見出し、「文化の異なる者同士のつながりによるコミュニティを、今のバラエティ番組は積極的にとらえようとし始めているのだ」と評価している
- (22) 法務省入国管理局「技能実習制度の見直しについて」(2013年10月)参照
- (23) 例えば米国国務省報告書「2013年人身売買報告書(抜粋・日本に関する報告) <http://japanese.japan.usembassy.gov/j/p/tpj-20130719b.html>、日本弁護士連合会「外国人技能実習制度の早急な廃止を求める意見書」(2013年6月)など参照
- (24) NHK 総合『クローズアップ現代 アジア労働者争奪戦』(2014年7月6日)、テレビ東京『ガイアの夜明け ようこそ! ニッポン企業へ〜アジアからのグローバル人材獲得』(2014年9月16日)、NHK 総合

『目撃！ 日本列島“建設バブル”の裏側で～外国人実習生受け入れの現場から～』（2014年11月1日）、NHKEテレ『ハートネットTVシリーズ 日本で暮らす外国人 第1回 とともに働く 介護現場の今』など

### 参考文献

- 阿部潔（2008）『スポーツの魅惑とメディアの誘惑—身体／国家のカルチュラル・スタディーズ』世界思想社
- 東浩紀編（2010）『日本の想像力の未来—クールジャパンロジーの可能性』NHK出版
- 萩原滋（2012）「異文化理解とテレビの役割—大学生調査（2010年10月）の報告—」『メディア・コミュニケーション研究所紀要』No.62
- 萩原滋編著（2007）『テレビニュースの世界像—外国関連報道が構築するリアリティ』勁草書房
- 萩原滋・国広陽子編（2004）『テレビと外国イメージ—メディア・ステレオタイプ研究』勁草書房
- 原知明（2010）「「多文化共生」をめぐる議論で、「文化」をどのように語るのか？」
- 原由美子・中村美子・田中則広・柴田亜樹（2011）「日本のテレビ番組における外国要素」『放送文化研究所年報』55
- 日比野純一（2002）「多民族社会を拓くコミュニティ放送局「FM わいわい」」津田正夫・平塚千尋編『パブリック・アクセスを学ぶ人のために』世界思想社
- イ・ハンジン（2008）『韓流の社会学—ファンダム、家族、異文化交流』岩波書店
- アンジェロ・イシ（2002）「エスニック・メディアとその役割」宮島喬・加納弘勝『国際社会② 変容する日本社会と文化』東京大学出版会
- 岩淵功一編著（2010）『多文化社会の〈文化〉を問う—共生／コミュニティ／メディア』青弓社
- 岩淵功一編著（2011）『対話としてのテレビ文化—日・韓・中を架橋する』ミネルヴァ書房
- 岩淵功一（2007）『文化の対話力—ソフト・パワーとブランド・ナショナリズムを超えて』日本経済新聞出版社
- 川竹和夫・杉山明子・原由美子（2004）「日本のテレビ番組の国際性—テレビ番組国際フロー調査結果から—」『放送文化研究所年報』48
- 川竹和夫・原由美子（1994）「日本を中心とするテレビ番組の流通状況—日本のテレビの中の外国番組、外国のテレビの中の日本番組」『放送研究と調査』11月号
- 小玉美意子（2005）「国際比較でニュースの特徴を知る」放送文化基金報 68
- Lazarsfeld, P.F. & Merton, R.K. (1948) Mass communication, popular taste, and organized social action, in The Process and Effects of Mass Communication, Revised edition, edited by Shramm, Wibur & Roberts, Donald F., University of Illinois Press, 1971
- 毛利嘉孝編（2004）『日式韓流—『冬のソナタ』と日韓大衆文化の現在』せりか書房
- R. マイヤール・横山滋（2005）「在住外国人に災害情報はどのように伝わったか—中越地震被災外国人アンケートから—」『放送研究と調査』9月号
- NHK 放送文化研究所編（2009）『放送メディア研究 特集：グローバル化と放送メディア』Vol.6
- NHK 放送文化研究所編（2003）『テレビ視聴の50年』NHK出版
- 大野俊編（2010）『メディア文化と相互イメージ形成 [新装版]—日中韓の新たな課題』九州大学出版会
- RITE / 国際通信経済研究所（1998）「放送の多チャンネル化とエスニック放送メディアの可能性」
- クォン・ヨンソク（2010）『「韓流」と「日流」—文化から読み解く日韓新時代』NHK出版



- 太田省一 (2014) 「現代の世相とバラエティの潮流」『GALAC』6
- Salwen, M.B., & Matera, F.R. (1992) Public Salience of foreign nations, *Journalism Quarterly*, 69
- 静岡県多文化共生室 (2008) 「静岡県外国人労働実態調査報告書」
- 白水繁彦 (2004) 『エスニック・メディア研究～越境・多文化・アイデンティティ』明石書店
- 白水繁彦編著 (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
- 杉山明子 (1982) 「日本を中心とするテレビ番組の国際フロー」『放送文化研究所年報』27
- 田中孝宣 (2014) 「首都直下地震を想定した在日外国人の情報ニーズ～4か国の外国人を対象にしたグループインタビューより～」『放送研究と調査』9月号
- テッサ・モーリス・スズキ (2002) 『批判的想像力のために—グローバル化時代の日本』平凡社
- 米倉律 (2012) 「災害時における在日外国人のメディア利用と情報行動～4国籍の外国人を対象とした電話アンケートの結果から～」『放送研究と調査』8月号
- 米倉律・谷正名 (2010) 「国内在住外国人のメディア環境とメディア行動～4国籍の外国人向け電話アンケート調査から～」『放送研究と調査』8月号
- Unesco (1978) Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, to the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, apartheid and incitement to war
- ユネスコ・マクブライド委員会報告 (1980) 『多くの声、一つの世界—コミュニケーションと社会、その現状と将来』日本放送出版協会