

スウェーデン・サーミの生活と意識(3)

～サーミ・メディアとメディア接触～

札幌学院大学 小内純子

1. 目的

本報告は、先住民族メディアとしてのサーミ・メディアの現状を把握するとともに、スウェーデンに暮らすサーミ人の日常生活の中でこれらメディアがどのように利用されているかを、利用者の特性に関わらせて明らかにすることを目的とする。

先住民族の人たちが自分自身のメディアをもつ意味は大きい。内部的には、民族としてのアイデンティティを確立し、民族としての共同行動を促すような力を持ちうる。また、外部的には、主流社会からは「みえない存在」であった先住民族の存在を可視化するという効果がある。本報告では、「世界の先住民族の復権運動を牽引する立場にある」(葛野 2007:214) とされるサーミを事例に、先住民族メディアの普及と定着のためには何が必要であるのか、という点にも言及する。

2. 方法

本報告では、第1に、2012年9月にスウェーデンで実施した主なサーミ・メディアに対する機関調査からスウェーデンにおける先住民族メディアの歩みと現状について把握する。第2に、2012年のサーミ人を対象とした面接と配布調査、および2014年1～4月に実施した郵送調査の結果(有効回収332票、回収率27.1%)を用いて、サーミ人のメディア接触の現状を考察する。

3. 分析の結果

スウェーデンの先住民族メディアは活字メディアで約100年、放送・通信メディアで約60年の歴史をもつ。活字メディアの代表である雑誌“Samefolket (サーミの人々)”の創刊は1918年で、最近では若者向けの雑誌“Nuorat (若者)”も若者自身によって刊行されている。いずれも国の文化評議会から資金援助を得て40頁前後のカラーの雑誌を発行している。また、サーミラジオの放送は1952年に開始されており、2001年にはテレビにおいてサーミ語のニュース番組(10分間)がスタートしている。放送メディアはSVT(スウェーデン公共放送)の番組制作の1部門として存在しており「広義の先住民族メディア」(伊藤・八幡 2007)とみることができる。経営面では相対的に「安定」しているが、編集面ではいくつかの課題を有している。

一方、郵送調査結果によれば、回答者のほぼ半数は「サーミ語が使えない」と回答しているが、サーミメディアの利用率は約80%に達している。これはサーミ語とスウェーデン語を組み合わせる情報発信している成果と言える。ただし、サーミ語が使えるかどうかによってメディア接触到質的違いはみられる。性別、年齢別のメディア接触の違いも顕著で、特に活字メディアは女性の方が接触率が高く、サーミ人社会の特質が現れる結果となった。このような違いを内包しつつ、サーミメディアはサーミ人の生活のなかに位置づいている。その一方で、サーミ人以外の人に対する情報発信は十分に行われているかという点では、「まあまあ行われている」という人でも2割程度にすぎない。従って、先住民族メディアとしてサーミ人内部の情報共有には役立っているが、外部への情報発信という点では、必ずしも十分とは言えない現状が浮かび上がる。

文献

葛野浩昭, 2007, 「ローカルからグローバルな資源へ、過去遡及かつ未来志向の資源へー 北欧の先住民族サーミ人による文化の管理と表現の試み」 山下晋司編『資源化する文化』弘文堂, 209-36.

伊藤直哉・八幡耕一, 2004, 「先住民族メディアの理論に向けた社会的機能についての考察ー 関連する国際機関の概観とともにー」『北海道大学大学院国際広報メディア研究科・言語文化紀要』第47号, 1-26.