

# 台湾におけるエスニック・ メディアが作り出すインドネシア 女性労働者のネットワーク

小 池 誠

## はじめに

本稿は、2011年1～2月と2012年2～3月に台湾の台北市と高雄市で実施した文化人類学的調査の結果<sup>1)</sup>にもとづき、台湾在住のインドネシア女性労働者の概要についてまず報告し、続いてインドネシア語のエスニック・メディア、具体的にいえば、近年、台湾で数多く出版されているインドネシア語雑誌が、彼女らの生活にとってどういう意味をもち、また彼女らのネットワーク形成とどのように関わっているのかという点を明らかにしたいと考えている。さらに、エスニック・メディアの受け手だけでなく、送り手側のネットワークについても合わせて考察を進めたい。

インドネシア女性に限らず、海外へ働きに出ている労働者については、さまざまな角度から研究することが可能である。サウジ・アラビアなど中東諸国で働くインドネシア人労働者と比べると、はるかに恵まれているといえるが、それでも台湾で働くインドネシア人労働者、とくに女性の介

---

\* 本学国際教養学部

キーワード：台湾，インドネシア，移住労働者，エスニック・メディア，  
ネットワーク

護／家事労働者には休日など労働条件の面で数多くの問題が存在する。彼女らを取り巻く厳しい搾取の構造に焦点を当てることもできるが、本稿では彼女らが直面する問題などにはあまり触れずに、彼女らに束の間の娯楽を提供するインドネシア語の雑誌を中心に、インドネシア女性の文化的活動とネットワークを取り上げたい。シンガポールで働くフィリピンとインドネシア出身の家事労働者について上野加代子は詳細なモノグラフを書いている [上野 2011]。上野は、女性労働者を単なる「弱者」や「犠牲者」として描くのではなく、雇用者や斡旋業者に抵抗する技法に注目し、彼女らの生活戦略に着目する。本稿も、エスニック・メディアに焦点を当て、台湾という「異国」で自己の可能性を広げて生き抜こうとしているインドネシア女性の姿を描きたいと思う。

## 1 エスニック・メディアの多様性

エスニック・メディアについては白水繁彦が数多くの研究を発表している [白水 1998, 2000, 2004]。白水は、エスニック・メディアまたはエスニック・マイノリティ・メディアを「当該国家内に居住するエスニック・マイノリティの人びとによってそのエスニシティのゆえに用いられる、出版・放送・インターネット等の情報媒体である」と定義<sup>2)</sup>している [白水 2004: 23]。一般的には、エスニシティという概念のもとに、アメリカに居住する日系人という移民とその子孫や、アメリカ先住民などのマイノリティが研究の対象となるが、本稿が取り上げるのは、永住志向をもつ移民ではなく、あくまで労働目的のために一時的に台湾に住むインドネシア人労働者である。グローバル化が進展する現在、さまざまな形で国境を越える移住労働者 (migrant workers) が急激に増え、それとともに彼女／彼らを対象とする多種多様なメディアが出現しているので、次に紹介するような「越境移動者メディア」の調査・研究はその重要性を増している。

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

日本のエスニック・メディア研究の第一人者である白水は、日系アメリカ人が発行する新聞から在日ベトナム人向けの月刊誌まで幅広いメディアを研究の対象としている。白水はエスニック・メディアの歴史的類型を「初期移民メディア（旧移民一世向け）」と「ネオネイティヴ・メディア（二世以降向け）」、「越境移動者メディア（グローバル移動者向け）」の3つに分類している〔白水 2004：49-50〕。このなかで最後の「越境移動者メディア」が、日本に働きに来ている日系ブラジル人など現代的グローバル化の時代の移住者向けのメディアを指す。これの下位分類として、出稼ぎ者や留学生などをターゲットとする「短期滞在志向者メディア（ニューカマー・メディア）」と、国際結婚カップルや渡来者としての難民などをターゲットとする「永住志向者メディア」を白水は挙げている。本稿が取り上げる台湾のインドネシア語誌は、もちろん「短期滞在志向者メディア」である。ただし、台湾男性と結婚したインドネシア女性が経営するインドネシア人向け商店が、インドネシア語誌の販売に大きく関わっている。この問題は台湾在住インドネシア人ネットワークの問題と合わせて、後で紹介したい。

白水は、世代を軸にエスニック・メディアを分析している〔白水 2004：31-50〕。ここで、本稿の議論に関係する部分を紹介しよう。一世向けのメディアでは、送り手は相対的に早期に移住した知識層だという。これは戦前の日系人の新聞にも在日ニューカマー向けのメディアにも当てはまる。現在数多くみられる海外在住フィリピン人向けのメディア<sup>3)</sup>は、多数をしめる最近の移住労働者ではなく、すでにホスト社会に移動していた知識層から発行を担う人が現れている。また、「短期滞在志向型」の特徴は、居住社会（ホスト社会）に関する情報ではなく、出自国に関する情報が重要視され、それに次ぐのは、ホスト社会のなかの同胞コミュニティに関する情報である。このように海外在住フィリピン人向けメディアの特徴は、居

住社会に関する無関心ぶりであるといえる。この点は、後で紹介するように、台湾のインドネシア語誌にも妥当する結論である。

## 2 台湾におけるインドネシア人労働者

台湾では、急速な経済成長に伴って労働力が不足するようになり、1990年代から正規の外国人労働者の受け入れが始まった。1991年にタイ人の建設労働者を試験的に導入したのを皮切りに、おもに東南アジア出身の外国人労働者の総数は、1990年代後半から2000年にかけて急激に増加した。1997年には151,989人だったが、2000年には326,515人になり、さらに2007年に357,932人にまで増加している。インドネシア人労働者については、2002年から2004年末まで二国間の協議によって受け入れを凍結した時期もあったが、現在ではその総数が一位となっている。労働者の出身国は変化し、当初はタイ人とフィリピン人が中心であったが、2000年代に入ってインドネシア人とベトナム人にシフトした [奥島 2008: 114-121]。手元にある最新のデータ（2010年11月）によれば、第一位のインドネシア人は総数378,083人のなかの154,596人（40.89%）を占めている（表1参照）。2番目がベトナム人で、以下、フィリピン人、タイ人と続いている。

表1 台湾の出身国別外国人労働者（2010年11月）

	インドネシア	ベトナム	フィリピン	タイ	その他	合計
産業部門	20,949	52,778	54,489	64,633	10	192,859
%	10.86	27.37	28.25	33.51	0.01	100
サービス部門	133,647	27,018	23,306	1,252	1	185,224
%	72.15	14.59	12.58	0.68	0.00	100
合計	154,596	79,796	77,795	65,885	11	378,083
%	40.89	21.11	20.58	17.43	0.00	100

[Bidang Imigrasi 2010]

表2 インドネシア人労働者の送出先（2009年）

	男性	女性	合計
サウジ・アラビア	24,909	251,724	276,633
マレーシア	62,512	61,374	123,886
台湾	6,057	53,278	59,335
アラブ首長国連邦	1,591	38,800	40,391
シンガポール	18	33,059	33,077
香港	16	32,401	32,417
その他	8,085	58,348	66,433
合計	103,188	528,984	632,172

[Badan Pusat Statistik 2011: 113]

東南アジア諸国のなかでフィリピンが以前から労働力輸出大国として知られているが、インドネシア政府は1980年代になって外貨獲得手段の一つとして労働者の送り出しのための制度の整備を進めてきた [奥島 2008: 117-121]。その結果、90年代後半から、一時的な落ち込みはあるものの、その数は増加し、2009年の送出者の合計は632,172人に達している（表2参照）。この表から明らかなように、海外に送り出すインドネシア人労働者の特徴は、圧倒的に女性の比率が高いことである。マレーシアだけは例外で、男性が少しだけ上回っているが、その他の国では女性の割合が高い。合計でみると、男性労働者が16.3%であるのに対し女性は83.7%に達している。女性労働者のほとんどは家事労働者または介護労働者として諸外国で働いている。まさにこの数字は、「再生産労働分野における国際労働力移動が徐々に拡大し、それとともに女性の『移住労働力化』が進行していることを示している」 [伊藤るり・足立真理子編 2008: 7]。

インドネシア語では移住労働者を指して *TKI*, *TKW*, *BMI*<sup>4)</sup> という3つの略語がしばしば使われる。*TKI* は *Tenaga Kerja Indonesia* の略で「イン

ドネシア人労働者」, *TKW* は *Tenaga Kerja Wanita* の略で「(海外で働くインドネシア) 女性労働者」, *BMI* は *Buruh Migran Indonesia* の略で「インドネシア移住労働者」を意味している。インドネシア語のインタビューでは略語が使われることが多いので、本稿では上記のような訳語を使用する。なお、このなかで *BMI* は比較的最近使用されるようになった語である。

表3 台湾におけるインドネシア労働者：部門別人数（2010年11月）

	人数	%
船員	6,242	4.04
3K 特別プロジェクト	6,146	3.98
製造部門（2年契約）	5,027	3.25
産業部門その他	3,534	2.29
産業部門小計	20,949	13.55
看護（施設）	1,352	0.88
介護（家庭）	131,119	84.81
家事	1,176	0.76
サービス部門小計	133,647	86.45
合計	154,596	100

[Bidang Imigrasi 2010]

表3に示す台湾のインドネシア人労働者の部門別人数は男女比を明示しているわけではないが、「介護（家庭）」を中心とする「サービス部門」で働くのが女性で、「産業部門その他」で働くのが男性であるといえる。「介護（家庭）」といっても、日本で求められている介護士というような資格を有した女性ではなく、学歴や資格が不要な単純労働者であり、おもに個人の家庭宅に高齢者の介護という名目で働きに来ている女性である〔奥島 2008：117-118〕。名目は介護であっても、彼女らは介護以外のさまざま

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

まな家事を押し付けられている介護／家事労働者であるというのが実態である<sup>5)</sup>。

### 3 台湾のインドネシア語誌

台湾の各都市には駅前を中心に多くのエスニック雑貨店・料理店が並んでいる一画がある。たとえば台北駅近くの北平西路周辺には、インドネシア人向け商店（インドネシア語で *Toko Indo* と呼ばれる）が11店舗、確認できた<sup>6)</sup>。また、桃園駅前（正しくは大型商業商店が立ち並ぶ北口の反対側で、少しさびれた一画）には、ベトナム人向けとインドネシア人向けの商店が混在していた。そのなかには、美容サロンや海外送金業務など役割が特化した店もあるが、一般的にいて台湾の各地にあるインドネシア人向け商店には、一つの店内で、インドネシア製の食品と化粧品などの販売、インドネシア料理（店によっては週末のみ）、雑誌・CD・DVDなどの娯楽メディア、カラオケ、インドネシア向け国際宅配・送金、携帯電話カードなど、台湾で働くインドネシア人が必要とする複数のサービスを提供する店が多い。経営者には、台湾男性と結婚したインドネシア女性が夫とともに経営しているケースや、また華人系インドネシア人男性が経営しているケースもある（たとえば『インタイ』という雑誌のオーナー）。また、華人系でないムスリムのインドネシア人男性が経営する店もある。

インドネシア人向け商店には、インドネシアから輸入したインドネシアの女性向け月刊誌も販売されているが、それよりも台湾で発刊しているインドネシア語誌のほうが種類が豊富である。インドネシア人向けのラジオ放送もあるが、放送時間などは限られていて、その影響力はあまり大きくないので、台湾におけるインドネシア人向けメディアとして圧倒的な存在力をもっているのは、インドネシア語の雑誌である。すでに紹介したように台湾では女性労働者が多いため、当然、雑誌の内容も女性向けになって

表4 台湾のインドネシア語誌

	雑誌名	値段: TWD	創刊年	最新号	発行部数 *1	発行	発行地	ページ 数	サイズ	使用言語
1	INTAI	70	2006	64(2012-3)	14,000	月刊	台北市	200	28×21	インドネシア語
2	Indo Suara	40	2006	65(2012-3)	45,000	月刊	台北市	94	37×26	インドネシア語
3	TIM International	40	2007	53(2012-2)	15,000	月刊	台北市	160	28×21	インドネシア語
4	Holiday	50	2008	41(2012-2)	8,000	月刊	台北市	98	29.3×20.7	インドネシア語
5	Jelita	30	2010	9(2012-1)	?	不定	台北市	96	21×15	インドネシア語
6	BMI Times	40	2011	9(2012-2)	10,000	月刊	新北市	78	37×26	インドネシア語
7	MajalahHitam Putih	50	2011?	9	?	月刊	新北市	90	29.4×20.8	インドネシア語
8	DOT	30	2011?	7(2012-7)	?	?	新北市	90	21×18.5	インドネシア語
9	EmpatArah	20	2006	6(2012-3)	6000	月刊	新北市	24	34×29	二言語併用

\*1: 発行部数については雑誌編集スタッフへの聞き取り調査にもとづいている。

いる。上質の紙を使った雑誌もあるし、タブロイド判の新聞のようなものも存在するが、日刊紙はなく多くは月刊なので、インドネシア語誌と総称することにする。

表4<sup>7)</sup>に示しているように、台北と高雄にあるインドネシア人向け商店で9誌の存在が確認できた。これから個々の雑誌について聞き取り調査の結果も含めて、まとめていこう。聞き取りはおもに雑誌創刊の経緯、雑誌の特色、編集スタッフの構成などについて、インドネシア語で話を聞いた。質問票を用いずに、比較的自由に話を聞く方法を取ったため、インフォーマントによって強調して話す内容が変わってくる。なお、編集者にまだコンタクトを取れていない雑誌については、当然記述が少なくなっている。その結果、調査項目の点でも分量の点でもばらつきの目立つ記述になったことは否めない。なお、表4に掲載した9誌以外にも、『台湾レーダー(Radar Taiwan)』や『INDEX スター (INDEX Star)』という無料のパンフレットに近いものも発刊されている。無料誌については今回は取り上げな



台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

いことにする。

### (1) 『インタイ』

『インタイ (INTAI)』という誌名は、Indonesia-Taiwan に由来し、「インタイ，台湾のインドネシア社会のために最も良いものを提供する (INTAI, menyajikan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia di Taiwan)」というキャッチフレーズが表紙に書かれている。インドネシア語誌の老舗であり，良質の紙と印刷技術を使った高級感のある雑誌で，値段もそれに合わせて一番高く，70 TWD (210円)<sup>8)</sup> に設定されている。この金額は簡素な昼食代にほぼ相当する。



写真1 『インタイ』の表紙

編集担当のSL (女性) が以下のように語った<sup>9)</sup>。『インタイ』と『インド・スアラ (Indo Suara)』は2006年に同時に出版された<sup>10)</sup>。最初は今のようない紙質ではなく，もっと質の悪い紙を使い雑誌全体も薄かったが，だんだんと今ようになった。この雑誌の発行人はインドネシア系華人 (カト

リック教徒)である。台湾で最初のインドネシア人向け商店 (*Toko Indo*) を台北のモスクの傍に開き、その後、インドネシア人向けの中国語学校も始めた。今は、隣の事務所でやっている海外送金とインドネシアからの女性労働者の斡旋業 (Agency) など手広く商売している。小説を書くのが好きで、すでに3冊のインドネシア語の小説を出版している (Dede C. というペンネームを使用)。

この雑誌の特徴は、多様性 (*variasi*) である。インドネシアの女性労働者に関係する記事も、娯楽記事もすべて雑誌の中に織り込んでいる。最新号 (64号) に掲載されている「セックス・マラソン (*Seks Maraton*)」という記事 (性行為がもたらす健康面での悪影響を取り上げた内容) にあるように、セックス関連の記事は読者をひきつけるために必要である。この表紙の見出しを見て雑誌を選ぶ読者がいる。表紙に「21歳以上 (21+)」と書かれているのは、そんなに深い意味がない。ただし、こういうセックス関係の記事があることを意識している。インドネシアで出版されている『カルティニ (*Kartini*)』などの女性誌でも、このような記事は掲載されている。また、雑誌の値段が高いのは、雑誌の質を高めるためである。カメラマンもプロを使っているし、台北にいるデザイナーが雑誌自体と雑誌内の広告のデザインを担当している。なお、64号 (2012年3月) で表紙が横長になっているのはデザイン上の都合で、平常は縦長の表紙になっている。

毎年、読者も参加して『インタイ』の発刊記念日 (*Ulang Tahun INTAI*) を開催している。62号 (2012年1月) に、そのパーティの記事が掲載されている。記事の最初の写真に写っているステージ上の女性はすべてインドネシア女性労働者である。雑誌のなかで彼女らをモデルのように採用して、読者とのつながりを大切にしている。64号の表紙の女性 (写真1参照) は素人の女性労働者である。このように女性読者をモデルとして使うのが

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

表紙のパターンとなっている。また64号に掲載されているインタイ・クラブ (*INTAI's Club*) という読者参加欄も必要である。読者が送った顔写真と自己紹介の文章が掲載されている。読者の投票で一番を決め、賞品を出している。このなかで参加者の携帯電話の番号を記載しているが、台湾ではとくにトラブルは起きていない。ちなみに、これがきっかけで結婚したインドネシア人のカップルもいる。

聞取りに応じてくれた SL はインドネシア系華人で台北の中国語学校で勉強した後、『インタイ』が創刊してから2年後に編集部勤めるようになった。また、記者をしているインドネシア人（非華人）の女性スタッフは台北の工場で2年間働いた後、文章を書くのが好きだったので、『インタイ』に入社した。以前は SL が取材に行っていたが、今はこのスタッフが外に出るようになっている。

## （2）『インド・スアラ』

『インド・スアラ (*Indo Suara*)』という誌名の「インド (*Indo*)」<sup>11)</sup> は、インドネシアの短縮形で、台湾在住インドネシア人の自称としてしばしば使われていて、インドネシア人向け商店の看板には *Toko Indo* と書かれているものが多い。マレーシアでインドネシア人に対して *Indon* という語が一種の侮蔑語として使用されるが、台湾で使用されるインドはもちろん蔑称ではない。『インド・スアラ』は「インドネシア人の声」という意味である。タブロイド判の月刊誌で、『インタイ』とは対照的に親しみやすい作りになっている。

編集長の BO（男性）から聞いた話は以下の通りである<sup>12)</sup>。彼の言葉の端々に、他の雑誌と違って『インド・スアラ』はプロの雑誌だという自負が現れていた。2006年6月に雑誌創刊の予定が決まり、デモ版を作る。台北駅の地下街にある *IS Shop (Indo Suara Shop)* の経営者が資金を出して



写真2 『インド・スアラ』の表紙

いる。同年11月の断食明け（Lebaran）の時に第1号を創刊した。当初は16ページで現在よりも質の悪い紙を使っていたが、だんだんと雑誌のページを増やしていき、今は82ページになっている<sup>13)</sup>。発行部数は45,000部で台湾のインドネシア語誌では1位である。フィットネスとスポーツを含め、多様な記事を掲載している。読者の好みを考え、すべてのトピックを取りあげるのがモットーである。台湾のインドネシア人労働者の記事だけでなく、インドネシアの話題も数多く取り上げる。成功者の話題も取り上げる。

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

また、相談 (*konsultasi*) のコーナーがあり、インドネシア人の医師がセックスの質問 (*Soal sex*) にも回答する。きちんと謝礼を払い、それぞれインドネシアの専門家に回答してもらう。

編集スタッフは15人で、マーケティングと営業なども入れると、合計35人のスタッフがいる。この他、海外で働くインドネシア人労働者の問題、有名人 (*selebriti*)、社会経済問題などそれぞれ専門分野ごとにインドネシアに10人の記者がいる。記者はプロとしてニュースを送ってくる。また香港にも1人の記者がいる。すべて自分たちで撮影した写真を使用し、インターネットから取ってくることはない。

会社のなかには事業部もあり、雑誌刊行以外の事業をやっている。2009年にインドネシア映画『愛がアラーを讃える時 (*Ketika Cinta Bertasbih*)』の上映会を開き、2,100人の観客を集めた。台北で初のインドネシア映画の上映会であった。この映画に出演していた女優と男優が台北にプロモーションのために来た。この映画の原作者はハビブラマン・エル・シラジーで、彼の小説が台北駅地下街の *IS Shop* で売られている。

### (3) 『TIM インターナショナル』

『TIM インターナショナル (*TIM International*)』は、2011年2月の時点は現在よりも小さなサイズだったが、2012年には表4に表記されているようなサイズに変わっている。雑誌名に「インターナショナル」が入っているように、他の雑誌と比べて、台湾とインドネシア以外の海外の話題が比較的多い雑誌である。

編集長の LW (女性) が以下のことを語った<sup>14)</sup>。また、他のスタッフも時々必要に応じてインタビューに加わった。『TIM インターナショナル』は2007年8月創刊の月刊誌である。インドネシア人向けの送金と宅急便などを扱う INDEX 社と、フィリピン人向けの EEC 社を経営する台湾人

(インドネシア系華人ではない) が刊行している。創刊当初は3,000部で、今は毎月15,000部発刊している。読者(インドネシア人労働者)に「やる気と希望を与える (*Memberikan semangat dan harapan*)」のが雑誌の目的である。海外のインドネシア人労働者に起きた悲惨な事件など、ネガティブな内容の記事よりもポジティブな内容が中心になっている。これを雑誌のミッション (*Misi*) としている。「将来のことを考える (*Pikir masa depan*)」をモットーに、インドネシア人同士の「助け合い (*Saling membantu*)」を目指している。

41号(2011年1月)を例に取り上げると、以下のような記事の構成になる。「展望鏡 (*Periskop*)」は、インドネシア人労働者の生活を伝えるような内容になっている。「JJS」は、INDEX 社と協力してインドネシア人労働者が参加しやすいような料金で台湾の観光地に旅行に行き、そのことを記事にする。「ゲスト・オン (*Guest On*)」は著名人を取り上げる欄である。41号はダライ・ラマを取り上げたが、成功したインドネシア人労働者や、香りが良いインドネシアのコーヒーを台湾に紹介した台湾人を取り上げたこともある。インドネシアの食文化の紹介記事や、韓国に関する記事も掲載している。「Stories」は読者から寄せられた短編小説 (*Cerpen*) を掲載している。投稿者はインドネシア人労働者ばかりで、留学生はいない。これは詩 (*Puisi*) やエッセイも同じである。投稿者の80%は女性が占めている。メールではなく、自筆の作品を郵便で編集部に送ってくる。投稿作品は、最低限の間違いを直す程度で、あまり編集の手を加えないようにしている。短編小説のコンクール (*Lomba Cerpen*) と詩のコンクール (*Lomba Puisi*) を毎年開催していて、投稿者は多い。読者の病気に関する質問に台湾人の医師が答え、それをインドネシア語に訳して掲載するコーナーもある (*Healthacholic*)。その他、中国語の学習、イスラムの教えを扱う「宗教相談 (*Konsultasi Rohani*)」などのコーナーや、科学関係の記事も掲載し

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

ている。「TIM 意見調査 (*TIM jajak pendapat*)」は雑誌が持っている Facebook の内容を紹介するコーナーである。インドネシアの有名人に関する記事も掲載しているが、記事の出所 (*Sumber*) はインドネシアの雑誌やウェブサイトである。写真もウェブサイトと契約していて、そこに使用料を払い、問題が起きないようにしている。また、広告を数多く載せると広告ばかりだという不満が読者から寄せられるので、広告の比率をあまり多くしないようにしている。

この雑誌の付録には「友達チーム (*Tim Fren*)」があり、孤独感を感じているインドネシア人労働者にとって、「友達をさがす場 (*Wadah cari teman-teman*)」となっている。投稿者は自分の名前と携帯電話の番号を書いている。ただし、編集部は番号を出してよいか、投稿者に確認している。雇用者宅で仕事していて、あまり外出できないインドネシア女性労働者にとって、携帯電話を通して、同じインドネシア人といろいろとお喋りできるのは大切なことである。「ハロー (*Halo*)」は編集部に寄せられた写真付の手紙を紹介するコーナーである。これを通して友達とコミュニケーションを取ることもある。

編集部には6人が働いている。編集長の LW は、西カリマンタンの生まれでジャカルタの学校に通った。台湾の学校で中国語を3年間学び、その後、台湾政府の労働局で5年間、翻訳や、インドネシア人向けのパンフレットの作成にも携わった。一度、インドネシアに帰ったが、INDEX の社長に雑誌を出すから台湾に来いと呼ばれて、ここで働くようになった。雑誌のデザインを担当しているスタッフは、スラバヤ出身である。台湾のデザインの学校で学び、ここで働くようになった。「展望鏡」を担当している男性スタッフは、以前、桃園の工場で5年間働いていたインドネシア人労働者である。その時に雑誌にしばしば投稿していた。またイベントの司会をやったり、歌のコンクールで優勝したこともある。その結果、ここで働



くようになった。この他、台湾人のスタッフも編集部で働いている。

短編小説や詩、エッセイのコンクールだけでなく、歌のコンクールも主催している。台湾で働くインドネシア人労働者は多様な可能性をもっているで、それを発表する場 (*Wadah*) を雑誌が提供している。毎月、編集部は何かのイベント (*Acara*) を開催している。昨年は、ポップとダンドゥット<sup>15)</sup> (*Pop dan Dangdut*) を歌う 5 Bidadari というインドネシアでデビューしたばかりの女性 5 人組を呼び、台湾でコンサートを開いた。

#### (4) 『ホリディ』

『ホリディ (Holiday)』は、これまで紹介した雑誌と比べると、インドネシア人労働者に関する記事が多い内容になっている。完全に女性誌という体裁の『インタイ』と比べると、男性読者もターゲットに考えているような雑誌の装丁と構成である。

編集部の二人の男性スタッフ (AD と TG) から以下のような話を聞いた<sup>16)</sup>。2008年 9 月に創刊した月刊誌である。台北にある 2 つのインドネシア人向け商店のオーナー (インドネシア人) が資金を出して発刊した。創刊当初は、「遊び気分で (*Cuma main-main*)」で、「まだ方向性が決まっていなかった (*Belum ada arah*)」。4 号ごろからすべてのトピックを載せることを目指すようになった。「インドネシア人労働者にサービスする (*Melayani TKI*)」ことを目標とするので、「情報と知識 (*Informasi & pengetahuan*)」に多くのページを割いている。最初は発行部数が 3,000 部だったが、今では 8,000 部に増えている。ただし、『インド・スアラ』がもっとも多く売れている。

雑誌の読者の多くは女性だが、雑誌のスタイルを変えて男性ももっと読むようにしたい。そのために音楽とスポーツの記事をもっと増やす予定である。また、以前から香港のことも記事に取り上げていた。雑誌名はその



台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

まだだが、今後、台湾だけでなく香港も対象とする<sup>17)</sup>。そのため、今年、スタッフが香港に行き、香港の記事ももっと取り上げるようにする。香港にも多くのインドネシア語誌がある。その中には、新聞のようなスタイルで無料のものもある。台湾と香港の読者、つまりインドネシア人労働者が、それぞれの状態をお互いに知るようにするのが目的である。

編集担当のADは東ジャワ州のスラバヤ出身で、1999年から台湾で中国語を学び、2年半後、学生ビザのままパートで皿洗いの仕事をした。その後、編集部で働くようになった。一方、TGは東ジャワ州のマラン出身である。マランの大学を出た後、ラジオ局で交通を担当するレポーターになる。その後、台湾のコンピューター工場の部品供給の部署で働くこととなった。2007年7月から工場で2年間働いた。その当時、『ホリディ』の通信員(*responden*)をしていた。工場の契約が切れ、インドネシアに戻って半年後、雑誌関係者から電話があり、記者に採用された。

編集スタッフは合計6人である。営業とマーケティングのスタッフも入れて合計15人が働いている。雑誌のデザインはインドネシアのスラバヤに住む4人の外部スタッフに依頼して、インターネットを通して編集作業を進めている。また雑誌のアドバイザーのL氏(華人)はスラバヤに住んでいるが、しばしば台湾に来る。その他、雑誌の通信員はみんなインドネシア人労働者である。台湾中に通信員がいて、毎月、EメールやSMSを使って、ニュースを送ってくる。

工場で働くインドネシア人労働者のなかには、土日に休みたくても、無理やりは休日出勤させる工場がある。台湾ではインドネシア人労働者の権利が十分に守られていない。インドネシア人労働者は何か問題が生じると、インドネシア経済貿易代表処(略称はKDEI)やその他の組織に電話する。しかし、インドネシア経済貿易代表処に電話しても、なかなか解決しない時は、『ホリディ』の編集部で電話して助けを求めてくる。そういう時、

場合によっては、雑誌のスタッフがその人に会いに行くこともある。また、インドネシアのムンタワイの地震とジャワ島のムラピ山の噴火の被害者のために、編集部がインドネシア人労働者から募金を集め、衣類が入った大きな箱をインドネシアに送った。

(5) 『ジュリタ』

『ジュリタ (*Jelita*)』はインドネシア語雑誌のなかでもっともサイズが小さく、写真の割合も低く、文芸誌というスタイルの雑誌である。*Jelita* はインドネシア語で「可愛い、きれい」という意味である。

営業担当をしているFB（女性）から聞いた話は以下の通りである<sup>18)</sup>。『ジュリタ』は2010年11月に創刊された月刊誌で、対象はインドネシア人労働者である。記事の中心は文化関係（とくにジャワ文化の保護）と小説である。編集長（男性）はジョクジャカルタに住み、一度も台湾に来たことがない。もともとインドネシアの小説などを扱う本屋<sup>19)</sup>が台北にあり（FBはその支店で普段は働く）、それが母体となってジョクジャカルタに住む小説家を編集長として招いて（編集はインターネットを使用）、文学中心の雑誌を創刊することになった。そのため、この本屋と『ジュリタ』は経営者（インドネシア人）が同じである。インドネシア人労働者は「やる気を求める (*Butuh semangat*)」ので、それを提供するのが『ジュリタ』の目的である。ニュース中心の『ホリディ』などの雑誌とは違う。インドネシア人労働者のあいだでインドネシア語の書籍や雑誌などの需要は多く、「インドネシアのメディアは十分に売れる (*Media Indonesia cukup laku*)」。外との連絡が密接になるのを避けようとする台湾人雇用者のために、女性労働者はインターネットの使用が許されていない。だからこそ、『ジュリタ』のような雑誌が必要になる。女性労働者は読書が趣味である。より専門的な本を読むインドネシア人留学生はこのようなインドネシア語の雑誌

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

を読まないで、対象はあくまでインドネシア人労働者である。

インフォーマントのFBはスマトラ島のランブン生まれでジャカルタの学校を出た後、台湾の学校で中国語を学ぶ。その後、時々インドネシアに帰るだけで、ずっと台北のインドネシア語本屋と編集部で働いている。

#### (6) 『BMI タイムズ』

『BMI タイムズ (*BMI Times*)』は副題に「台湾のインドネシア人移住労働者の結合 (*Karangnya Para BMI di Taiwan*)」と書かれているように、「インドネシア人移住労働者 (*BMI*)」の問題を正面から扱うタブロイド判の月刊誌である。『インド・スアラ』と同じサイズであるが、『インド・スアラ』がインドネシアの芸能人の写真を表紙に使っているのに対して、『BMI タイムズ』の表紙(9号)は、6階の雇用者宅から落ちて負傷し、病院のベッドで寝ている女性の写真を大きく掲載していて、対照的である。

実質的に雑誌のマネージャーで、会計と営業も担当するAN(男性)から以下のような話を聞いた<sup>20)</sup>。4人のインドネシア人留学生が集まって2011年4月27日に『BMI タイムズ』を設立した。この雑誌は、「インドネシア人労働者の現状をみつめ、かれらを助け、エンパワーメントすることが理念である (*Melihat sementara tentang TKI, idenya membantu TKI, memperkuat TKI*)」)。インドネシア経済貿易代表処は何もしないので、われわれがインドネシア人労働者を助けている。他の雑誌は商品の販売もしている。多くの雑誌はビジネスであり、それぞれインドネシア人向け商店とつながりをもっている。たとえば『インド・スアラ』はインドネシア人労働者を援助しているが、商売もしている。しかし、『BMI タイムズ』は他の雑誌とはまったく目的が違う。「純粹にインドネシア人を援助し、品物を販売するようなことはしない (*Bekerja murni, membantu TKI, tidak menjual barang*)」。新しく出た『DOT』(後述)も雑誌の中に販売のページがあり、



写真3 『BMI タイムズ』の表紙

雑誌全体が一種のカatalogのようになっている。『BMI タイムズ』は、半分がインドネシア人労働者に関する情報に充てられていて、残りの半分が娯楽のページである。発行部数は、最初は4,000部だったが、毎月500部ずつ増やしていった、今は10,000部になっている。『インド・スアラ』が28,000部<sup>21)</sup>で最大で、次が『インタイ』の14,000部だから、2位との差はあまりない。

『BMI タイムズ』を出版するために、北スマトラ州のメダンの実業家

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

（華人）が出資してくれた。彼は台湾で商売しているわけではなく、たまたま台湾に来た時に、この『BMI タイムズ』の話を聞いて、資金を出してくれることになった。もともとメダンに養老院を作るために用意していた資金であった。毎月 100,000 TWD（30万円）をこの雑誌のために寄附してくれた<sup>22)</sup>。そのため資金面では問題ない。今、編集部として使っているマンション<sup>23)</sup>の1室は、月に 17,000 TWD（51,000円）の賃貸料を払っている。普通は 30,000 TWD（90,000円）以上かかるが、貸主がこの雑誌の趣旨に協力して安くしてくれた。

今はスタッフが4人から6人に増えている。この他、メダンにいる2人の兄弟（ANの小学校時代からの友人で、華人）が雑誌のデザインを無償で手伝っている。AN以外のスタッフはまだ学生で、みんな給料をもらってなくボランティアで雑誌作りに参加している。『インド・スアラ』と『インタイ』は自分の記事を掲載しているが、他の雑誌はたんにインターネットを通して記事を集めているだけである。70歳代の台湾人の弁護士が無料で手伝ってくれる。インドネシア人の労働者を受け入れる斡旋業者で働いていたが、もう退職した。この人に手伝ってもらったので、台湾での出版許可などがすぐに下りた。

2012年5月5日に香港に支店を開く予定である。香港で出版許可を取るわけではなく、台湾から『BMI タイムズ』を送って香港のインドネシア女性労働者に売る。また、香港からも記事を集め、将来は台湾の記事と香港の記事を半々にしたい。さらにインドネシア人労働者が働いているシンガポールとマレーシアにも支店を作って販路を広げたいと考えている。また、台湾内では台北だけでなく今年中に桃園と台中で支店を開く予定である。支店といっても商店全体を借りるのではなく、台北駅の地下街にすでにあるカウンターのように、インドネシア人向けクレジット会社などと協力して商店を借り、その一画にスタンドを置くだけで十分である。このよ

うな支店は単に雑誌を売るだけでなく、インドネシア人労働者の不満を聞くための窓口となり、労働者に関わる様々な事件の情報を集めたい。それは海外に開設予定の支店でも同じことである。また、雑誌の中に法律のコラムを作り、インドネシア人労働者の権利と義務などについて掲載する予定である。

インフォーマントのAN（24歳）はメダン出身で、2008年に高校を卒業後、台湾に来了。2010年まで2年間、中国語を勉強した。華人（*Orang Cina*）だから中国語を話せないのは変だと考え、台湾に留学した。親は貧困層で、小学生の時に祖母に預けられた。留学中はインドネシア料理屋で食器洗いをして学費を稼いだ。卒業後、運送会社に就職した。

（7）『ヒタム・プティ』

『ヒタム・プティ (*Majalah Hitam Putih*)』は、直訳すれば『黒白誌』という意味になる。まだ関係者への聞き取りはしていないので確かではないが、iPhone の新製品の情報などテクノロジーを扱う白地のページが前半にあり、後半の黒地のページで怪奇現象 (*Misteri*) などをおもに扱っている誌面の構成に由来すると考えられる。雑誌のサイズはほぼ『ホリディ』と同じであり、インドネシア人労働者に関する記事の部分では『ホリディ』と似ているが、前述のように怪奇現象を取り上げる部分と、「健康とセックス」という括りで、セックスに関連する記事が比較的多いのが、この雑誌の特徴になっている。

（8）『DOT』

『DOT』という誌名は、*Indo Taiwan* という言葉の真中の3文字に由来すると考えられる。モットーとして「インドネシア人移住労働者から、インドネシア人移住労働者によって、インドネシア人移住労働者のために

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

(*Dari BMI oleh BMI untuk BMI*)」と表紙に書かれている。他の雑誌と比べて、あまり特徴は認められない雑誌である。すでに『BMI タイムズ』のスタッフが指摘しているように、DOT Shop というインドネシア人向け商店の広告が4ページにわたって掲載されている。34-35ページは携帯電話とパソコンの広告で、76-77ページは女性ファッションの広告である。また、7号（2012年2月）の表紙にはチェリーベル（Cherry Belle）というインドネシアの女性アイドル・グループのメンバーの顔写真が使われている<sup>24)</sup>。ただし、カバー・ガールになってみないかと読者に呼びかける文章が掲載されていて、今後は読者をモデルに採用するようである。

#### （9）『四方報』

『四方報』はインドネシア語名が *Empat Arah*（4方向）となっているタブロイド紙である。これまで取り上げてきた雑誌とはまったく性格が異なり、インドネシア語と中国語の二言語併用型のメディアである。インドネシア語版以外にも、ベトナム語版、フィリピン語版などの『四方報』も刊行されている。正式名称を『世新大學台灣立報印尼文版』といい、財団法人社会発展文教基金会<sup>25)</sup>が発行している。インドネシア人向け商店の広告も掲載されているが、多文化主義の理念のもとに発刊されている雑誌である。一般のインドネシア人向け商店では販売されてなく、販路は限られ入手が難しい。

### 4 インドネシア語誌と女性労働者のネットワーク

最初に、インドネシア語誌がこれだけ多様に存在する背景を考えてみたい。多くのインドネシア語誌は、13万人を超える台湾在住のインドネシア女性労働者をおもな読者と想定して発刊されている。表4から推定すると、発行部数の合計は確実に10万部には達しているだろう。雑誌を読む習慣の

ない女性（小学校を卒業していない女性労働者もいる）も当然存在するから、ビジネスとしてみたら、読者の数に比べて雑誌の数と発行部数は多すぎると考えられる。それなのに2010年以降に新しいインドネシア語誌ががつぎつぎと創刊される状況になっている。その最大の理由は、雑誌自体を売って利益を上げるのではなく、広告媒体としての雑誌の価値が高まっているからだといえる。男性の工場労働者と違い、休日が限られている女性の介護／家事労働者にとって、雑誌をみて自分の欲しい服などを携帯電話から注文できるのはとても便利である。そういう女性労働者の需要に合うような形で『DOT』に代表されるような雑誌が発刊されている。もともと、『インタイ』と『TIM インターナショナル』に典型的に表れているように、女性労働者をおもなターゲットとするインドネシア人向け商店の経営者または海外送金業者が雑誌を発刊しているケースが多いのである。休日がなく買物に出る機会がほとんどないインドネシア女性労働者のために、どの雑誌も定期購読サービスを始めていて、外出できない女性も雇用者宅で雑誌を読むことができるようになっている。台湾各地で働くインドネシア人労働者と、彼女／彼らを顧客とするエスニック・ビジネスをつなぐ役割をインドネシア語誌が果たしているといえる。この点で厳しい見方をすれば、『BMI タイムズ』など一部の雑誌を除く商業目的のインドネシア語誌は、インドネシア人労働者に対する搾取構造の一翼を担っているといえよう。

上記の見方をさらに進めていくと、厳しい労働条件のなかで得た安い給料から雑誌を買い、さらに華やかな雑誌広告に消費意欲を煽られ、ついつい無駄な買物をしてしまう弱者としての女性労働者というイメージができあがってしまう。もちろん、これは一面的すぎる見方である。『TIM インターナショナル』の女性編集長が語るように、インドネシア語誌は、女性読者にとって短編小説・詩などの貴重な発表媒体となっている。インドネシ



台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

ア国内で発刊される雑誌も同様の役割を担っているが、読者数と雑誌の数の比率を考えたら、あきらかに台湾で働く女性労働者のほうが、投稿作品が掲載される可能性が高くなっている。台湾人の雇用者宅でのきつい労働の合間を縫って書いた作品が雑誌に掲載され、自分の作品が認められた喜びが刺激となって、さらに執筆意欲を増すというパターンが生まれると考えられる。雑誌を出す側としても、幅広く投稿作品を募るのは購読者数を増やす一つの戦略である。

ここで台湾で介護労働者として働きながら書き溜めた短編小説を、最終的には一冊の本として出版した女性の例を紹介しよう。首都ジャカルタの西のバンテン州スラン生まれのジェニー・エルフィナ (Jenny Erivina)<sup>26)</sup> は、高校卒業後、2008年に大学進学の学資を稼ぐため台湾に渡り、新竹の雇用者宅で高齢者の介護者として2年半、働いた。台湾に来る前から書いた短編小説と台湾で働きながら執筆した作品を集めて、2010年11月にインド・スアラ社から『少女は処女でない (*Gadis Bukan Perawan*)』という題の本を出版した。ジェニーによると、最初、手書きの原稿を『インド・スアラ』の編集部に送っても相手にされなかったが、送り続けているうちに、だんだんと認められるようになったという。『インド・スアラ』の編集者の話では、1ヵ月間(2010年12月末までに)で2,500部も売れた。これは台湾におけるインドネシア語書籍の記録だという。この短編集のなかには、台湾での労働体験とまったく関係ない恋愛小説が含まれているが、台湾男性の一人称で語られるインドネシア人介護者との交流を描く話<sup>27)</sup> (「イナのための贈り物 *Persembahan untuk Ina*」) や、ともに台湾で働くインドネシア女性マリアと男性がインドネシア人向け商店で出会い恋に落ちた話 (「マリアのメモ *Catatan Kecil Maria*」) など、著者の台湾での何げしかの経験をもとにして書かれた短編小説もある。

この例は少し極端な例であるが、インドネシア語誌に作品を投稿したり、

また通信員として記事を送っていたことが一つのきっかけとなり、雑誌編集部で働くようになったインドネシア人労働者は、『インタイ』や『ホリディ』の編集部に実在する。もともと限られた期間の契約労働であったが、インドネシア語誌との関わりの結果、台湾での新たな仕事が見つかり、台湾滞在が延びたという興味深い例である。ただし、インドネシア語誌の編集スタッフのなかでインドネシア人労働者としての就業経験を有するのは少数派である。本稿で扱うような「ニューカマー・メディア（越境移動者メディア）」の送り手は「先着の知識層」[白水 2004: 35] から生まれたという白水の指摘は当たっている。つまり台湾のケースではインドネシア人の元留学生（華人が多い）が編集スタッフに多いのである。

インドネシア語誌を短編小説や詩という形で自己表現の場として利用する人よりも圧倒的に多いのは、友達探しの場として使うインドネシア女性である。雑誌ごとに名称はさまざまだが、『四方報』以外のインドネシア語誌には、投稿者の名前と顔写真、出身地、居住地、携帯電話の番号、短いメッセージなどが掲載されているページがかならずある。『TIM インターナショナル』の編集長の「雇用者宅で仕事していて、あまり外出できないインドネシア女性労働者にとって、携帯電話を通して、同じインドネシア人といういろいろとお喋りできるのは大切なことである」という発言は、このような欄がインドネシア女性のネットワーク形成にとっていかに重要かを的確に示している。実際には、夕方、介護している高齢者を近所の公園に散歩に連れて出かける時、近隣に住むインドネシア女性たちと対面的なコミュニケーションをとることができる。ただし、そのような形で知り合える同胞の数はせいぜい10人以下であり、同郷者とか同じ趣味のインドネシア女性と知り合う機会を与えてくれる雑誌の役割は大きい。

最後に忘れてはいけないことは、『BMI タイムズ』のマネージャーが語るように、台湾のインドネシア語誌はかならずしも台湾という国家に閉ざ

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

されているのではないということである。インドネシア語誌は、香港やシンガポール、中東諸国で働き、同じような（場合によってはより厳しい）境遇にある「インドネシア人労働者」の存在を「想像」させるメディアともなっている〔アンダーソン 1997参照〕。このような海外在住の「同胞」への志向性をすべてのインドネシア語誌がもっているわけではないが、台湾以外の諸国で働くインドネシア人労働者に関するニュースは、多かれ少なかれどの雑誌にも掲載されている（例外は文芸志向の強い『ジュリタ』）。

雑誌作りの点でも、インドネシア語誌は台湾に閉じられたメディアではない。インターネット環境が整った現在、たとえ台湾で印刷・刊行される雑誌であっても、編集が100%インドネシアで進められても何ら差し障りがないのである。編集長がインドネシアに住む『ジュリタ』はその極端な例である。『ホリディ』と『BMI タイムズ』でも雑誌の編集作業の一部はインドネシアで行われ、本国とのネットワークが雑誌作りに不可欠であることを示している。台湾における数多くのインドネシア語誌の発刊は、グローバル化と技術革新によって台湾とインドネシアとの距離が格段に縮まったことが大きく関わっている。

## おわりに

本稿では、インドネシア語誌というエスニック・メディアに注目し、台湾で働くインドネシア女性のネットワーク形成と結びつけて、その多様な役割を論じた。台湾での2回にわたる調査では、インドネシア女性労働者（合計17人）への聞き取り調査も実施しているので、本来ならば、その成果も含めて、彼女らにとってのインドネシア語誌の受容という問題にも触れるべきであったが、今回はインドネシア語誌に関する調査結果の提示に留めた。また、エスニック・メディアの研究では、たとえば雑誌全体に占めるインドネシア人労働者に関連する記事の割合を算出して各誌の比較を試

みるという量的分析と、またインドネシア人労働者の描き方が雑誌によってどのように異なるかという質的分析も必要とされるが、各雑誌の詳細な内容分析については別稿で取り上げたいと考えている。

契約によっては休日をまったく取らずに雇用者宅でおもに高齢者の介護（極端に言えば365日間24時間労働になる）に従事するインドネシア女性は、時間的にも空間的にもかなり束縛された存在である。そのような特異な労働条件に適合した形で、2006年以降、台湾社会においてインドネシア語誌がビジネスとして成長している。一方、インドネシア語誌を自己表現の場として、またネットワーク拡大のツールとして利用するインドネシア女性労働者も数多く存在することを本稿で明らかにできた。

#### 注

- 1) 本調査は、科学研究費補助金（基盤研究（B）一般）「東南アジアにおける人の移動と帰還移民の再統合に関する社会人類学的研究」によるものである。調査の機会を与えていただいた研究代表者、伊藤眞教授（首都大学東京）に感謝の意を表したい。また、高雄市における調査では桃山学院大学大学院文学研究科博士課程後期に在籍する徐幼恩に中国語通訳を始めとしてさまざまな便宜を図ってもらった。この他、筆者の台湾調査に協力していただいた方々に、この場を借りて感謝の気持ちを述べたい。
- 2) エスニック・メディアに関するアメリカの入門書では、「特定のエスニック・グループの成員のために制作されたメディア（media produced for members of a particular ethnic group）」[Matsaganis et al 2011: 25] と、より簡潔に定義されている。
- 3) 白水は、高畑幸が科研の研究成果報告書に書いた、フィリピン人向けメディアに関する論文（2002）を参照しているが、筆者はこの原文をまだ読んでいない。
- 4) 本稿では、インドネシア語はイタリックにしている。
- 5) 台湾で介護／家事労働者として働くインドネシア女性が直面する様々な問題とその背景については、安里 [2008] と奥島 [2008] が詳細に取り上げて

台湾におけるエスニック・メディアが作り出すインドネシア女性……

いる。

- 6) 2012年3月の調査。
- 7) 雑誌の値段とページ数、サイズに関する項目は、2012年3月に入手した最新号にもとづいている。
- 8) TWD は新台湾ドルの正式略称である。調査時（2012年3月）の交換レートをもとにして、1 TWD=3 JPY で計算している。
- 9) 編集者への聞き取りは、2012年3月2日に『インタイ』の編集部で実施した。
- 10) 別の雑誌の関係者によると、『インタイ』のほうが少しだけ発刊が早いという。
- 11) インドネシア語辞書には *Indo* の意味として「Eurasian（欧亚混血）」という意味が載っているが、それと台湾で使われる *Indo* とはまったく別物である。
- 12) 聞き取りは、2011年2月3日にインドネシア人のイベントが開かれた中壢のモスクで行われた。
- 13) 65号（2012年3月）はさらに増えて、94ページになっている。
- 14) 聞き取りは、2011年1月31日に『TIM インターナショナル』の編集部で行われた。
- 15) ダンドゥットはインドネシア独自のポピュラー音楽のジャンルである。
- 16) 聞き取りは2011年2月1日に台北駅にあるカフェで行った。
- 17) 29号（2011年2月）には、台湾では30台湾ドルで、香港では10香港ドルと、地域ごとの雑誌の値段が書かれている。
- 18) 聞き取りは2011年1月31日にホテルのロビーで行われた。
- 19) この本屋の支店は台北（台北駅の地下街）にしかなく、台北以外に住むインドネシア人労働者はインターネットで注文する。
- 20) 聞き取りは2012年3月2日に編集部が入っているビルの1階で行われた。
- 21) 『インド・スアラ』のスタッフは45,000部と述べている。
- 22) 私見では、AN も含めて、この雑誌のスタッフはすべてメダン出身（たぶん全員華人）ということもあって、その実業家から信用されていると思う。
- 23) 地下に住民用のプールも備えている高級マンションであった。
- 24) 本人の許可を得ていない無断借用だと考えられる。この手の雑誌にみられる著作権に関するルーズさを批判する雑誌関係者がいる。

- 25) 誌名と財団名には、台湾の繁体字が使用されているが、ここでは常用漢字で表記している。
- 26) これは出版された本で使われているペン・ネームである。2010年の出版時に年齢は24歳である。
- 27) この高齢男性が自分に尽くしてくれたインドネシア女性イナに遺産を与えるという、介護女性からすれば一種の夢物語になっている。

### 参考文献

- アンダーソン, B., 1997, 『想像の共同体：ナショナリズムの起源と流行』（白石さや・白石隆訳）NTT 出版。
- 安里和晃, 2008, 「介護者としての外国人労働者と結婚移民——台湾における高齢者・障害者の家族介護の変容」, 『異文化コミュニケーション研究』 20：43-77。
- Badan Pusat Statistik, 2011, *Statistik Indonesia 2010*, Jakarta: BadanPusat Statistik.
- Bidang Imigrasi, 2010, *Data Statistik Warga Negara Indonesia di Taiwan: Nopember 2010*, Taipei: Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia di Taiwan.
- 伊藤るり・足立眞理子編著, 2008, 『ジェンダー研究のフロンティア 国際移動とく連鎖するジェンダー——再生産領域のグローバル化』 作品社。
- Matsaganis, M. D. et al, 2011, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, Los Angeles: Sage.
- 奥島実夏, 2008, 「台湾受け入れ再開後のインドネシア人介護労働者と送出制度改革——銀行債務制度とイメージ戦略から看護・介護教育へ」, 『異文化コミュニケーション研究』 20：111-189。
- 白水繁彦, 1998, 『エスニック文化の社会学——コミュニティ・リーダー・メディア』 日本評論社。
- , 2000, 「ひとびとの移動とエスニック・メディア」『ことばと社会』 4：109-119。
- , 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。
- 上野加代子, 2011, 『国境を越えるアジアの家事労働者——女性たちの生活戦略』 世界思想社。

## **The Ethnic Media and the Networks of Indonesian Female Migrant Workers in Taiwan**

KOIKE Makoto

The aim of this paper is to examine how the ethnic magazines in Taiwan are concerned with the daily lives of Indonesian migrant workers, whose number has increased recently to amount to 154,596 in 2010, and how they help them to extend their networks among the Indonesians working in Taiwan. Over 70 % of those workers are women who are hired as caregivers to look after the sick and elderly but are forced to do other types of domestic work by their employers. By focusing on the Indonesian-language magazines published in Taipei, I highlight how Indonesian female workers utilize them to survive their harsh labor conditions binding them to the employers' home. In Taiwan, nine magazines targeted at Indonesian migrants are published regularly. Every magazine provides some pages in which readers can find some personal information, for example, names, photos, addresses and telephone numbers of the subscribers. By using them, the readers can look for new friends they can communicate with via hand phone because they are not permitted to go out even on weekends. Also, the magazines provide not only articles for entertainment and information but also pages provided for contributions by the subscribers. Some write short stories and poems based on their diverse experiences among Taiwanese families, whose culture is alien to them. The opportunities to publish their writings help them to extend their networks among the Indonesian community in Taiwan.