新聞を読んで

世界との付き合い方

鈴木　雄雅

グローバリゼーションの進展とともに、世界との付き合い方が変わったのだろうか。変わるべきなのだろうか。とりわけ日本の外交姿勢が問われる。時に、外交は国内向けを意識して行われることがあり、読者は十分認識すべきところでもある。

岡田克也外相が20、21両日に訪豪した際、議論になったひとつが捕鯨問題。捕鯨問題は日本とオーストラリア、ニュージーランドとの間に摩擦を生じている。このところ、毎年この時期に時節もののようにニュースとなる。捕鯨調査船への過激な活動も報じられている（17日社説）。過激と言っていいかどうかは別とすれば、抗議のために海上で調査船に乗り込む荒業は「テロ行為に近い」と呼ばれても仕方がないかと思う。

この二カ国は、一般的に親日的というイメージがあるだろう。と言っても、第二次世界大戦では日本軍と戦火を交え、その傷は癒やし切れていない。日本がアジア諸国への過敏性とは対照的と言っていいほど、この事実に無頓着なところがある。

現在の調査捕鯨活動は、日本にとっては国際捕鯨委員会（IWC）によって認められた活動である。しかし、根本的には、文化の違いではないか。非難の応酬であっても、互いの文化を尊重することが根本にない限り、物事の解決につながらないであろう。

「捕鯨問題が日豪関係全体に悪影響を及ぼさないよう努力する必要があるとの認識では一致」（22日朝刊2面）しているにしても、外交がきれいごとで終わるとは思えない。

新聞をはじめメディアは文化諸相を映しだす身近な媒体である。二十世紀は映像（メディア）の時代と言われるほど発達した。米映画「アバター」が世界中でヒットしているなかで、番組を遮断したり（見せたくない）、国産映画を推奨したりする（見せたい）政策をとる国もある（1月20日朝刊国際面）。

また、トヨタバッシング（2月5日夕刊2面＝カナダ紙「トヨタは犠牲者」、英主要紙がトヨタ批判）も、実は米国内にくすぶる経済状況の改善の鈍化のはけ口ともみられる。トヨタやソニーは世界的ブランド。安くても壊れやすいという日本製から、多少高くとも長持ちし、品質が高いメード・イン・ジャパンという代名詞を築き上げた功績は評価される。

同様に、世界で通じる日本のモノづくり＝匠（たくみ）とも呼ばれる技術を継承しているのは、実は国内ではあまり知られていない多くの中小企業である。「彼らが日本の技術と文化を伝えている」（14日社説）。

大国小国に限らず、グローバリゼーションもまずは相手を認めることから始まるのではないか。お付き合いの仕方にも質の高さが求められる。

（上智大学教授）

※この批評は最終版を基にしています。