

# 『ここがヘンだよ日本人』で 描かれた日本人ステレオタイプの分析

有馬明恵 ・ 山本 明



“ステレオタイプ”は‘我々の頭の中に描かれた像 (pictures in our heads)’を指し、人間によって創られた擬似環境を意味する。こうしたLippmann (1922) の独創的アイデア以降、ステレオタイプに関する多くの定義が提出されているが (Leyens, Yzerbyt, & Schadron, 1994), ある社会的集団の成員を特徴づけると信じられている属性の集まり (e.g. Oakes, Haslam, & Turner, 1994) という定義が最も一般的であるようだ。特に“社会的ステレオタイプ”という場合には、ある集団の成員が別の集団の成員について共有しているステレオタイプを指す (Tajfel, 1981)。Lippmannによれば、真の環境はあまりに大きく、あまりに複雑で、あまりに移ろいやすいために直接知ることができず、また、我々にはこれほど精妙で多種多様な組み合わせに満ちた対象を取り扱うだけの能力が備わっていない。そのため、我々人間は客観的な現実に対して直接反応するのではなく、頭の中に創り出した表象である擬似環境に反応し、ステレオタイプに基づき行動しているという。

一方、“ステレオタイプング”とは、あるカテゴリーの集団の成員に対し、ステレオタイプを形成するような様々な特性や特徴をその成員性に基づき帰属させる過程を指す。ステレオタイプングという過程には、現実を扱いやすく簡略化し、複雑な環境との相互作用を可能にする機能、個人差を否定し、人々の本当の特性を誤った表象へと導く可能性、がある (Oakes, *et al.*, 1994)。

社会心理学におけるステレオタイプ研究は、Katz & Braly (1933) が行った「チェック・リスト法」によるステレオタイプの内容研究が始まりと言われている。「チェック・リスト法」とは、多様な人種・民族・国民名と多数の特性形容詞のリストを同時に示し、各集団に当てはまると思われる形容詞に数の制限をつけずに をつけさせる方法である。ステレオタイプ研究が着手された当時においては、ステレオタイプの内容記述を目的とするこのような「古典的アプローチ」が主流であった。

1969年にTajfelは‘Cognitive Aspects of Prejudice’の中で、偏見やステレオタイプングは非合理的な病理現象ではなく、カテゴリー化や同化といった認知的プロセスの産物であると主張している。このようなステレオタイプを認知的バイアスの一種と位置づけ、知覚や記憶といった人間の情報処理過程をステレオタイプという社会的な事象に適用した研究(「認知的アプローチ」)が1970年代後半に始まった(唐沢, 2001)。認知的アプローチでは、ステレオタイプの形成や変容、維持にかかわる認知過程の性質が調べられている。Tajfel & Wilkes (1963) に代表されるようなカテゴリー化に関する研究、ステレオタイプ

形成の説明に錯誤相関という認知バイアスの視点を取り入れたHamilton & Gifford (1976)などは、代表的な認知的アプローチによるステレオタイプ研究といえよう。

認知的アプローチから、外集団の成員は互いに類似していると知覚され(外集団同質性効果)、内集団の成員はそれぞれ個性をもち異質な存在であると知覚される(内集団異質性効果)ことが明らかにされている(e.g. Jones, Wood, & Quattrone, 1981)。また、我々は内集団と外集団との比較(集団間比較)を行い、内集団の成員を外集団の成員よりも有利に扱う内集団ひいきを行うことも知られている(Tajfel, Flament, Billig, & Bundy, 1971)。

ところで、テレビ、新聞、雑誌などのマス・メディアは今では我々の日常生活の一部となっており(Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1986)、我々は日々、そのようなマス・メディアから膨大な量の情報を得ている。それらメディアが伝達する情報は我々の現実認識や意識の形成を左右するといわれ、例えばテレビ広告におけるジェンダーについては次のことが明らかにされている。すなわち、伝統的な性別役割観やジェンダーに基づくテレビ広告は、受け手のステレオタイプのジェンダーを強化したり、性に型づけられた行動を導いたり、職業選好に好ましくない影響を及ぼすのである(Pingree, 1978; O'Bryant & Coder-Bolz, 1978; Geis, Brown, Jennings, & Porter, 1979; Jennings, 1980; Ruble, Balaban, & Cooper, 1981; Geis, Brown, Jennings, & Porter, 1984; 有馬, 2000, 2001)。

マス・メディアを通して我々に伝えられる内容は、その生産過程で働く様々な外的・内的要因の影響を受ける(村松, 1998)。取材が可能であるか否かといった外的な要因のみならず、メディア内容の制作に携わる人々の頭の中にある擬似環境、それらの人々が受け手やスポンサーは何を求めているか、すなわち受け手の擬似環境をどう判断するか、といった内的要因によりメディアの内容は決定されると考えられる。これまでテレビのドラマや広告で描かれるジェンダー(e.g. FCT, 1991; 延島, 1998; 国広, 2001)、海外のテレビで描かれる日本イメージおよび日本のテレビで描かれる外国イメージ(川竹・杉山・原・櫻井, 2000)などが、メディア・ステレオタイピングの産物としてその内容が調べられてきた。その結果、ジェンダーの描写については根強いジェンダー・ステレオタイプの存在が明るみとなった。また、国広(2001)は、ステレオタイプの内容の検討だけでなく制作過程におけるジェンダー・ステレオタイプの生産過程を参与観察し、送り手と受け手の間でジェンダー・ステレオタイプが循環的に再生産されていることを指摘している。

メディアにおけるステレオタイピングを解明することは容易いことではないだろう。なぜなら、もはやメディアは我々の生活の一部であり、日々膨大な情報がメディアを通じて我々にもたらされているからである。それらの情報の内容を余すところなく検討することは不可能に近い。また、時としてステレオタイピングはテレビ番組などの制作者に意識されずに行われ、我々受け手もそれらステレオタイピングの産物を何の疑いも持たずに受け入れている可能性は否めない。なぜなら、我々は社会化の過程において様々なステレオタイプを学習し、それらステレオタイプを空気のごとく当然のことと捉え、そのような認知枠組みを用いてテレビ番組などの内容を解釈していると考えられるからである。そのような状況においては、日常生活においてメディア・ステレオタイピングの事例を受け手にあげてもらうことは無理である。しかし、あるテレビ番組におけるステレオタイプの内容を詳しく検討することにより、メディアにおけるステレオタイピングの実態の一端を明らかにすることは可能であろう。

本稿では、『ここがヘンだよ日本人』というバラエティ番組を取り上げ、メディアにお

けるステレオタイピングの実態を明らかにすることを試みることにした。この番組では在日外国人が日本（人）について辛辣な意見を述べるのが特徴の一つとなっているが（萩原, 2003）、番組の主題（テーマ）に続くスタジオ討議場面の冒頭において文字情報（テロップ）として意見提示者の属性（氏名、性別、国籍、職業など）と共に“討議トピックス”（以下、トピックスと称する）が提示された後、討論場面が映し出されていた。日本人に関して外国人出演者が提起するトピックスとそれに続く討論過程を分析することは、メディア・ステレオタイピングの事例をわかりやすく提示することになると思われる。なぜなら、番組の討論という俎上に乗せられるのは、普段日本人であれば意識せずにやり過ごしている日本人像が外国人の目と口を通して‘ステレオタイプ的な日本人’として受け手につきつけられているからである。そこで、今回は番組で扱われたトピックスの特徴整理、および外国人が日本人に対して抱いているステレオタイプの討論過程、を明らかにする。研究1では番組で扱われたトピックス全てについてそれらの種類と特徴を、研究2では外国人出演者によって提示されたトピックスの特徴を調べ、研究3ではトピックスという形で提示される外国人出演者が抱いている日本人に対するステレオタイプがどのような討論過程を経るかを検討する。

## ▶ 研究1

### 目 的

3年半にわたる放送期間中に取り上げられた討議トピックスの種類を調べ、それらの分布特徴やトピックス提示者の特徴を明らかにすることを目的とする。また、外国人によって提示されたトピックスのみならず、日本人によって提示されたものも合わせて整理することにより、研究2で扱う外国人によるトピックスの特徴をより明確なものにしたい。

### 方 法

**分類対象** 1998年10月～2002年3月に放送された『ここがヘンだよ日本人』の番組中に出演者が提起した討議トピックス全て。ただし、特別番組などで以前放送された番組の一部が再放送され、トピックスが重複しているものは初出のもののみを対象とした。また、1つのトピックスの中に複数の意見が含まれているものは分割した。その結果、分類対象となったトピックスは413個、延べ番組数は110本であった。

#### 分析方法

413のトピックスをISOP超発想法のプログラム（親和法）に従い、筆者二人で一緒に分類し、カテゴリーに対する命名は分類作業途中で行った。

各トピックスの発言対象が“日本人”“外国人”“なし”のいずれであるかを筆者二人で一緒に判断した。

各トピックスの方向、すなわちそれらのトピックスが発言対象に対して“肯定的”“中立的”“否定的”のいずれであるかを筆者二人で共に判断した。なお、トピックス対象が“なし”と判断されたトピックスの方向は“なし”というカテゴリーに分類された。

### 結 果

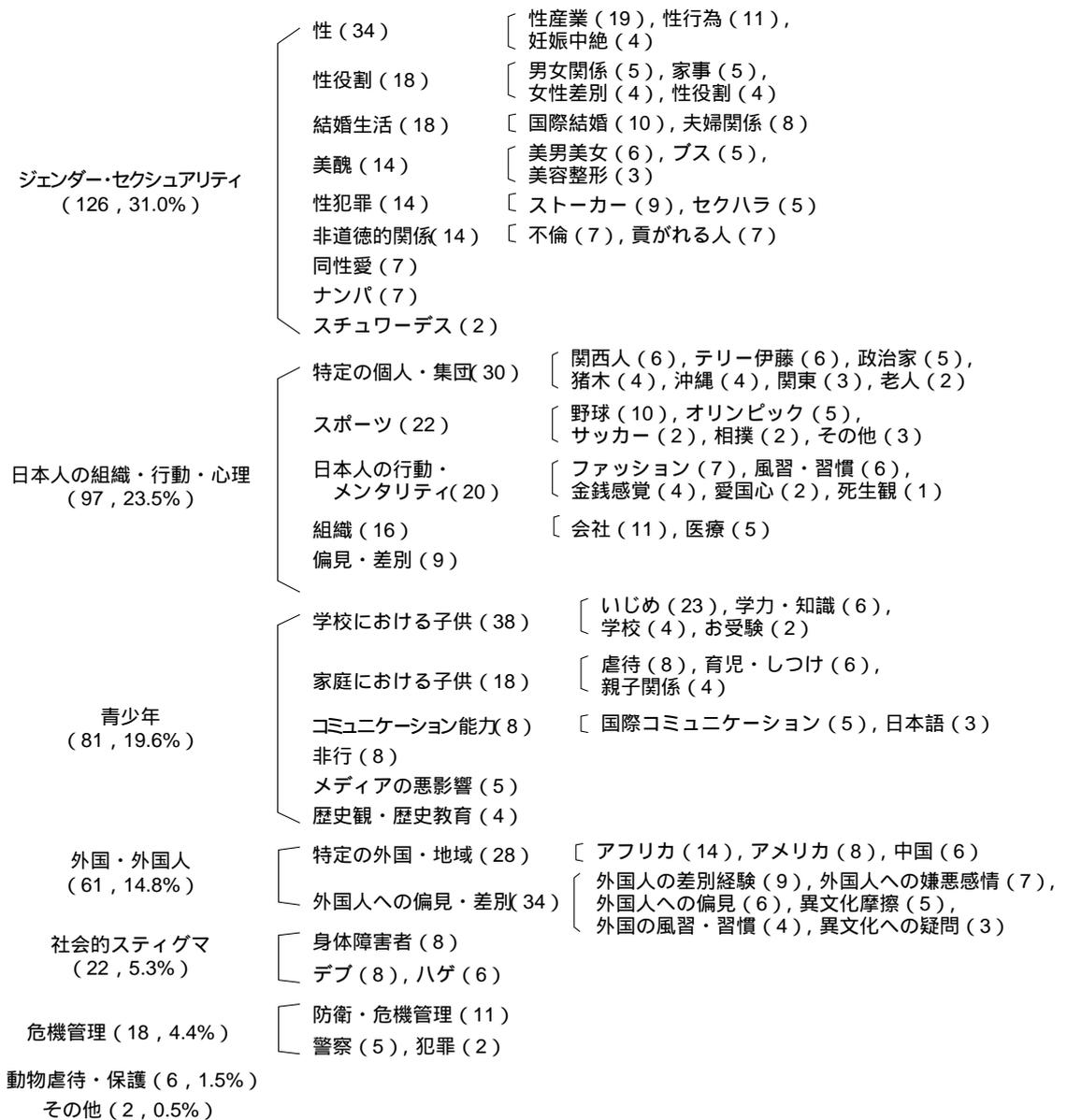
413個のトピックスの分類結果は図1に示されている。「ジェンダー・セクシュアリティ」が全トピックスの3割を占め、とりわけ「性」に関する話題が多いことは意外であった。“バラエティ”という切り口はタブーや重い話題を取り上げやすくすることができ

るのか。

この番組と現代日本のジェンダー変容との関連を検討した国広(2003)は、「ストーカー法規正法」の成立と同時期にストーカーをテーマにする番組が制作されたこと、また「妊娠中絶」「セクハラ」「女子大生の就職難」などジェンダー関連のトピックスが番組内で数多く取り上げられたことを指摘し、ジェンダーに関連する事象について意識した番組づくりが制作者によってなされていたと解釈している。

“日本人の組織・行動・心理”は2割強であったが、番組の題名からこのカテゴリーが上位を占めるのは当然と考えられる。第3位の「青少年」(19.6%)では「学校における子供」、とりわけ「いじめ」が多く、“外国人を交えた討論”“バラエティという形式”においても扱われるほど深刻な問題であることを痛感させられた。

図1 トピックスの分布



第4位を占めていたのは「外国・外国人」(14.8%)であり、特定の外国に対する意見や在日外国人が体験した日本での差別体験などがこのカテゴリーに分類された。

以上の他に、「社会的スティグマ」「危機管理」「動物虐待・保護」といったトピックスが取り上げられていた。

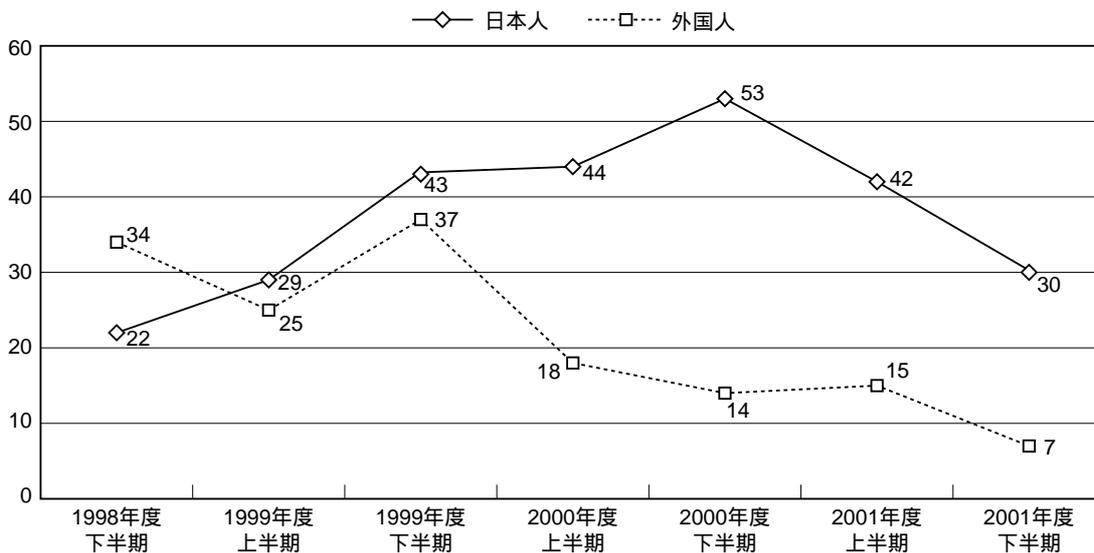
さて、延べトピックス提示者数は日本人(263名)が外国人(150名)を大幅に上回った。『ここがヘンだよ日本人』という番組がスタートした当初のスタジオ討論の形式、すなわち外国人出演者が日本について意見を述べるというスタイルが、ある日本人集団(例えば、“暴走族”“身体障害者”)が提示した討議トピックスからスタジオ討論を始めるといった形式に変わっていったことがその原因と考えられる。日本人と外国人によって提示されたトピックス数の推移を1998年10月から半年単位でみると、外国人が日本人を上回っていたのは最初の半年、すなわち1998年度下半期(外国人34個、日本人22個)のみであった。次の1999年度上半期では両者の数は拮抗し(外国人25個、日本人29個)、それ以降は外国人と日本人のトピックス提示数の差は大きくなり、日本人が外国人を大幅に上回っていった(図2参照)。

また、男女の内訳は男性216名(52.9%)、女性192名(47.1%)であった。ただし、日本人トピックス提示者の中には性別が判別できない者がいた。また、日本人と外国人を分けて性別を見ると、外国人では男性99名(66.0%)が女性51名(34.0%)の約2倍に上った。一方、日本人の男性は117名(45.3%)、女性は141名(54.7%)と女性が男性を上回っていた。

トピックス・カテゴリーの「ジェンダー・セクシュアリティ」を見ればわかるように、この番組では“女性”の問題が取り上げられることが多かった。その当事者として日本人女性がスタジオに招かれ、トピックス提示者となったことが予想される。このカテゴリーでの日本人女性のトピックス提示は73個に及んだ。

トピックス提示者の国籍をトピックス・カテゴリー別に整理したのが表1である。外国人のトピックス提示が「日本人の組織・行動・心理」に多いことは、『ここがヘンだよ日本人』という番組の本来の主旨と一致しており、容易に納得できる。一方、日本人の

図2 放送時期別にみた外国人と日本人のトピックス提示数



	外国人 (n=150)	日本人 (n=263)
ジェンダー・セクシュアリティ	25 (16.7%)	101 (38.4%)
日本人の組織・行動・心理	62 (41.3%)	35 (13.3%)
青少年	26 (17.3%)	55 (20.9%)
外国・外国人	21 (14.0%)	40 (15.2%)
社会的スティグマ	0 (0%)	22 (8.4%)
危機管理	12 (8.0%)	6 (2.3%)
動物虐待・保護	4 (2.7%)	2 (0.8%)
その他	0 (0%)	2 (0.8%)

	外国人 (n=150)	日本人 (n=263)
対日本人	127 (84.7%)	56 (21.3%)
対外国人	18 (12.0%)	69 (26.2%)
なし	5 (3.3%)	138 (52.5%)

	外国人 (n=150)	日本人 (n=263)
否定的	141 (94.0%)	108 (41.1%)
中立的	1 (0.7%)	4 (1.5%)
肯定的	3 (2.0%)	13 (4.9%)
なし	5 (3.3%)	138 (52.5%)



トピックス提示は「ジェンダー・セクシュアリティ」と「青少年」に偏っている。これは「セクハラ」「性行為」「美容整形」など、あらゆることに日本人女性のトピックス提示が目立ったことが要因と考えられる。また、「青少年」の「いじめ」においていじめの当事者であるいじめの加害者と被害者がスタジオでトピックス提示を行ったことが、「青少年」における日本人の発言の多さを助長したと思われる。

トピックスの対象は、外国人は専ら「対日本人」(84.7%)が多いのに対し、日本人の「対外国人」(26.2%)は3割にも満たず、「なし」(52.5%)が過半数を占めていた(表2参照)。前にも触れたように、身体障害者、キャバクラ嬢などの日本人当事者に主義主張を披露させ、議論の発端とするというスタイルに番組の構成が変化していったことがその要因であろう。

表3はトピックスの方向(「否定的」「中立的」「肯定的」)を整理したものである。外国人のトピックス提示のほとんどが「否定的」(94.0%)に集中しているのに対し、日本人のそれは「否定的」(41.1%)と「方向なし」(52.5%)に二分された。

## ▶ 研究2<sup>(1)</sup>

### 目的

外国人が日本人に対して抱いているどのようなステレオタイプがテレビ番組の中で紹

1. 研究2は日本社会心理学会第43回大会(2002年11月10日)において発表された。

介されているかを明らかにすることが目的である。そのためには外国人出演者が日本人について表明したと考えられる討議トピックスに限定し、分類作業を行い結果を解釈する必要がある。

## 方 法

**分類対象** 1998年10月～2002年3月に放送された『ここがヘンだよ日本人』という番組において外国人出演者が提起したトピックスのうち日本（人）に関するものに限定したところ、分類対象は126トピックス、それらのトピックスが含まれていた番組は延べ46本であった。ただし、1つのトピックスに2つの話題が含まれているケースが1つあったため、そのトピックスは2つと数えた。したがって、分類対象となったトピックスは127である。

### 分析方法

127のトピックスをISOP超発想法のプログラム（親和法）に従い分類し、それらトピックスの分布を調べた。具体的には、まず各筆者が独立に分類作業を行い、後日各自が作成した分類図を持ち寄った。その時点で、トピックスの分類が大きく食い違うことはなかったが、異なるカテゴリーに分類されていたトピックス、異なるカテゴリー名がつけられていた点については、話し合いにより解決を図った。

各トピックスについて、発言者の属性とそのトピックスの方向、すなわち日本人に関して否定的、中立的、肯定的のいずれであるかを各筆者が個別に検討した。トピックスの方向について判断の一致率を算出したところ98.4%であった。判断方向が異なるトピックスについては、話し合いによって判断を修正した。

## 結 果

127のトピックスは「青少年問題（18.1%）」「行動と心理（16.5%）」「ジェンダー・セクシュアリティ（15.7%）」「特定の個人・集団（15.0%）」「スポーツ（11.8%）」「組織（10.2%）」「外国人（8.7%）」「防衛・危機管理（3.1%）」「その他（0.8%）」の9つのカテゴリーに大別された（**図3**参照）。

図3 外国人出演者が提示したトピックス

青少年（23，18.1%）	しつけ（4），少年犯罪（3），メディアの影響（3），女子高生（3），歴史教育（2），教師（2），部活（2），お受験（2），大学生（1），その他（1）
日本人の行動と心理（21，16.5%）	風習・習慣（8），心理（7），愛国心（3），残虐性（2），考え方（1）
ジェンダー・セクシュアリティ（20，15.7%）	男女関係（7），性産業（7），若者の性（3），女性差別（3）
特定の個人・集団（19，15.0%）	関西人（5），政治家（5），テリー伊藤（5），老人（2），猪木（2）
スポーツ（15，11.8%）	
組織（13，10.2%）	サラリーマン社会（7），警察（4），病院（2）
外国人への差別・偏見（11，8.7%）	外国人差別（8），外国（人）への無知（3）
防衛・危機管理（4，3.1%）	
その他（1，0.8%）	

各カテゴリーに分類されたトピックスの内容を概観すると、「青少年問題」には“子供に対するしつけの甘さ”“日本のメディアが子供に及ぼす悪影響”“受験戦争の弊害”“教師の程度の低さ”“部活動のあり方”“少年犯罪への処罰の甘さ”“女子高生の生活態度”“歴史教科書の問題”といった家庭内外における教育全般について在日外国人が厳しい意見を述べていた。

「日本人の行動と心理」では、日本人はおだてに乗りやすく騙されやすいこと、動物愛護精神に欠けること、お中元やお歳暮、親子で一緒に風呂に入ることなど日本独特の風習が批判されていた。

「ジェンダー・セクシュアリティ」は女性差別、男女の力関係、性産業（特にAV）についての不満や非難、若者の性に対する懸念が占めていた。

「特定の個人・集団」には、“関西人”“老人”に対する批判、出演者である“テリー伊藤”“猪木”への抗議、特定の“政治家”に対する批判があった。

「スポーツ」ではプロ野球のあり方やスポーツ選手の育成方法などがスポーツ先進国といわれるアメリカとの比較で槍玉にあげられる格好となっていた。

「組織」には、“サラリーマン社会”に対する批判として日本が年功序列制度をとっていること、家庭生活が犠牲になっていることが指摘され、“警察”については日本の警察の程度が低いこと、“病院”についてはその診察内容に対して不信の声があがっていた。

「外国人」では在日外国人が経験した差別の実態や日本人が外国について無知であることが暴露されていた。

「防衛・危機管理」としては弱い自衛隊とアメリカに守られていることを問題視する意見が出されていた。

以上からわかるように、外国人出演者たちは日本人の日常生活の些細な事柄から青少年問題といった社会問題、果ては防衛問題など超国家レベルの問題までさまざまなレベルのトピックスを討議していた。トピックスをひとつひとつ見ると、日本人が言ったのであれば名誉毀損で訴えられる、もしくは時代風潮に合わないと逆に批判の対象となるような意見も目につく。さらに、それらトピックスの方向は“否定的”が122個（96.1%）で圧倒的多数を占め、“中立的”は2つ（「テリー伊藤は本当はアメリカが大好きなはず。」他），“肯定的”（「日本の警察は食事をさせてくれる。」「日本の首相が初めて本当のことを言った。本音を言っていると評価できる。」など）は3つにすぎなかった。したがって、『ここがヘンだよ日本人』という番組は日本人視聴者にとって決して心地よい番組とはいえない。それにもかかわらず3年半もの間放送が続き、比較的高い視聴率を維持することができたのはなぜであろうか。

『ここがヘンだよ日本人』という番組では、“外国人の目から見た日本（人）”というフィルターをバラエティ番組という形で作り出していた。このような番組形態は日本人視聴者の批判を避けること、あるいは批判の矛先を外国人という外の者に向けさせること、そしてトピックスや発言内容に関する真剣な議論を阻止する役割を果たしたのではないか。つまり、番組の中で表明された日本人に関する負のステレオタイプが日本人を傷つけることもなければ問題の解決に結びつくこともあまりなかったのではないか。この点についてはさらなる研究を重ねる必要がある。

次に、トピックスカテゴリーとトピックス提示者の属性との関係をみてみよう。トピックス提示者に占める男性の比率が女性の2倍近くであったことは既に研究1で明らかにされたとおりであり、発言者の男女比と一致する（萩原、2003）。ただし、「青少年問題」「ジェンダー・セクシュアリティ」「外国人」「組織」では女性が、「特定の個人・集団」「日本人の行動と心理」「スポーツ」では男性が、それぞれ高いトピックス提示率を示し

表4 日本人に関するトピックと提示者の性別との関係

	男性 (n=82)	女性 (n=45)
青少年問題	12 (14.6%)	11 (24.4%)
日本人の行動と心理	16 (19.5%)	5 (11.1%)
ジェンダー・セクシュアリティ	11 (13.4%)	9 (20.0%)
特定の個人・集団	15 (18.3%)	4 (8.9%)
スポーツ	13 (15.9%)	2 (4.4%)
組織	7 (8.5%)	6 (13.3%)
外国人	3 (3.7%)	8 (17.8%)
防衛・危機管理	4 (4.9%)	0 (0%)
その他	1 (1.2%)	0 (0%)

表5 トピックスカテゴリーと提示者の出身地域との関係

	アジア (n=37)	アフリカ (n=14)	ヨーロッパ (n=23)	北米 (n=30)	その他* (n=23)
青少年問題	6 (16.2%)	4 (28.6%)	2 (8.7%)	7 (23.3%)	4 (17.4%)
行動・心理	2 (5.4%)	2 (14.3%)	8 (34.8%)	4 (13.3%)	5 (21.7%)
ジェンダー・セクシュアリティ	6 (16.2%)	4 (28.6%)	5 (21.7%)	1 (3.3%)	4 (17.4%)
個人・集団	9 (24.3%)	2 (14.3%)	2 (8.7%)	3 (10.0%)	3 (13.0%)
スポーツ	2 (5.4%)	0 (0%)	1 (4.3%)	12 (40.0%)	0 (0%)
組織	3 (8.1%)	1 (7.1%)	4 (17.4%)	0 (0%)	5 (21.7%)
外国人	6 (16.2%)	1 (7.1%)	0 (0%)	2 (6.7%)	2 (8.7%)
防衛危機管理	3 (8.1%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (3.3%)	0 (0%)
その他	0 (0%)	0 (0%)	1 (4.3%)	0 (0%)	0 (0%)

\*中南米，中東，オセアニア



ていた(表4参照)

トピックス提示者の出身地の分布は表5に示されている。アジア出身者は「特定の個人・集団」「外国人」でとりわけトピックス提示が多かった。アジア出身の外国人が最も日本で差別を受けているのかもしれない。アフリカ勢は北米出身者やアジア出身者とならんで「青少年問題」で発言が多かった。「ジェンダー・セクシュアリティ」ではヨーロッパとアフリカ出身者が拮抗していた。ただし、「組織」と「日本人の行動と心理」ではヨーロッパとその他の出身者のトピックス提示が目立った。

なお、「スポーツ」において“北米”と“男性”が多いのは、アメリカ人スポーツ・コメンテーターのマーティン・キーナート氏の発言に番組が大きく依存していたことによる。

### ▶ 研究3

#### 目的

スタジオ討論の中で日本人に関するステレオタイプがどのように扱われていくのか、すなわち討論参加者の発言にみられるステレオタイプの認知の過程を明らかにすることが目的である。

#### 方法

**研究対象** 研究2で扱った127個のトピックスに続く討論過程を研究対象とした。ただし、2つのトピックスが単一のトピックスとして紹介されているケースが1つ存在したため、最終的な研究対象は126の討論過程となった。

**分析方法** 番組VTRを見ながら、昨年度、プロジェクトで作成した構成表(萩原, 2003)の余白に発言趣旨を記入した。まず、任意に選び出した13の討論過程について、一人の筆者が分析したものを他方の筆者が再度チェックするという方法を取り、発言趣旨の概念についての合意を図った。残りの討論過程については、番組が録画された複数のビデオテープそれぞれに含まれるトピックス数を考慮し、分析する討論過程数が筆者間で等しくなるよう各筆者にビデオテープを分配し、分析作業は独立で行った。

発言趣旨は、基本的に1つの発言を一単位として扱い、後述のカテゴリーに分類したが、発言時間が長いなどの理由により、複数の要素が1つの発言に含まれていることがあった。そのような場合には、該当する複数の発言趣旨カテゴリーを構成表の所定の余白欄に記入した。

**発言趣旨** 今回の分析では次のような発言趣旨カテゴリーを用いた。

ステレオタイプ: “日本人(あるいは日本人の下位集団)は類似している、同じ特徴を持っている”という発言。あるいは、日本人(あるいは日本人の下位集団)に関する抽象化した知識の披露(e.g. “女子高生はチンピラ”)。また、日本人(あるいは日本人の下位集団)のプロトタイプ、すなわち典型的な人物を例にあげる場合。

否定的な評価: あるステレオタイプについての否定的な評価の表明。

肯定的な評価: あるステレオタイプについての肯定的な評価の表明。

集団間比較: 外国人出演者が自国と日本を比較している場合など。

反ステレオタイプ: ステレオタイプに反する事例をあげたり、ステレオタイプを否定している場合。

正当化: ステレオタイプを正当化するための言い訳など。

ステレオタイプの原因: ステレオタイプを正当化するのではなく、原因を推測したり説明している場合。

(内集団他)ひいき: ある集団を一方よりも好意的に扱うこと。例えば、内集団ひいきは自分の集団を他の集団よりも好意的に評価する、有利に扱うことを指す。

集団異質性(認知): ある集団の成員はそれぞれ個性豊かな人たちであるという発言。

反論: 他者の発言を根拠を示さずに封ずる、言いがかりをつけるなど。

その他、“笑い(笑いをとるための発言)”、“話題転換”などは適宜命名した。

## 結 果

討論過程については発言趣旨を基に、トピックス提示時の発言趣旨の特徴、トピックス提示に続く討論過程で発生する対立軸、討論過程における発言者側とそれに対立する側の主な発言趣旨の特徴、を検討した。

まず、トピックス提示者がトピックス提示時に発言する内容についてみてみよう。表6からわかるように、「ステレオタイプ+負の評価」が半数弱(44.4%)と最も多かった。つまり、彼らトピックス提示者は日本人に対して抱いているステレオタイプを披露すると同時にそのステレオタイプを否定的に捉えていることを表明していたのである。また、単に「負の評価」をする者も約2割と多いことから、この番組での討論のきっかけは外国人が日本人に対して否定的な意見を言い、いわば喧嘩をしかけるところからスタートしていたといえよう。

上記以外のトピックス提示時の発言は、「ステレオタイプ+負の評価+集団間比較」(8.7%), 「ステレオタイプ」(6.3%), 「集団間比較+負の評価」(4.8%)などであった。

外国人によって提示されるトピックスが様々な分野の話題であることは、既に研究2で明らかにされたとおりである。では、「負の評価」を主とするトピックス提示が行われ

表6 トピックス提示時の発言趣旨 (N=126)

発言趣旨	N (%)
ステレオタイプ+負の評価	56 (44.4%)
負の評価	26 (20.6%)
ステレオタイプ+負の評価+集団間比較	11 (8.7%)
ステレオタイプ	8 (6.3%)
集団間比較+負の評価	6 (4.8%)
集団間比較	5 (4.0%)
ステレオタイプ+集団間比較	3 (2.4%)
正の評価	3 (2.4%)
ステレオタイプ+負の評価+原因推測	2 (1.6%)
その他	6 (4.8%)

表7 討論過程における対立軸 (N=126)

対立軸の種類	N (%)
外国人 vs 日本人 <sup>1)</sup>	38 (30.2%)
当事者 vs 外国人など <sup>2)</sup>	33 (26.2%)
特定の外国・地域 vs 他の地域など <sup>3)</sup>	17 (13.5%)
発言者 vs 外国人など <sup>4)</sup>	13 (10.3%)
女性 vs 男性 <sup>5)</sup>	4 (3.2%)
外国 vs 日本と米国など <sup>6)</sup>	4 (3.2%)
その他	1 (0.8%)
なし	16 (12.7%)

- 1) 「発言者 vs 日本人」も含む。  
 2) 「当事者 vs 外国人」「当事者 vs 発言者」「当事者 vs それ以外の人々」  
 3) 「アジア・アフリカの人々 vs それ以外の人々」「中東・アフリカの人々 vs それ以外の人々」「中国 vs それ以外の人々」「中国・韓国の人々 vs それ以外の人々」「アメリカ人 vs アメリカ人以外の外国人」など。  
 4) 「発言者 vs その他の人々」「発言者 vs その他の外国人」。  
 5) 「女性 vs 男性」の他に「外国人女性 vs それ以外の人々」。  
 6) 「韓国 vs 日本」「一部外国人 vs 日本人とその他の外国人」など。

表8 発言者側と対立者側の主な発言趣旨 (複数選択)

発言趣旨	発言者側 % <sup>*</sup>	対立側 % <sup>*</sup>
ステレオタイプ	41 (32.5%)	17 (13.5%)
負の評価	102 (81.0%)	6 (4.8%)
正の評価	5 (4.0%)	27 (21.4%)
集団間比較	16 (12.7%)	5 (4.0%)
原因推測・説明	3 (2.4%)	7 (5.6%)
正当化	0 (0%)	68 (54.0%)
反ステレオタイプ・否定	0 (0%)	19 (15.1%)
反論	17 (13.5%)	37 (29.4%)
当事者非難	3 (2.4%)	0 (0%)
集団異質性	0 (0%)	2 (1.6%)
日本人ひいき	0 (0%)	3 (2.4%)
その他	2 (1.6%)	5 (4.0%)

\*それぞれの発言趣旨項目について“あり”と“なし”の合計 (N=126) を100%として算出。

ることにより、その後の討論過程においてどのような“対立”が生まれたのであろうか。表7から明らかなように、「外国人」と「日本人」の対立、もしくは「外国人」と「(日本人)当事者」が直接対立するというケースが全体の6割弱を占めていた。

その他の対立としては、特定の外国・地域とその他の地域が対立するケース(13.5%)や「発言者」が1人で「日本人」や日本人を含む他の外国人と対立するケース(10.3%)などがあり、単純に外国人が日本人と対立する番組ではなかったことが示された。

では、対立した者たちは主にどのような発言により相手に対抗していたのであろうか。表8は、発言者側に立った者(たち)とそれに対立する側に立った者(たち)に分けて、主な発言趣旨を整理したものであるが、両者で用いられた発言趣旨は異なるようだ。発言者側は討論過程においても「負の評価」(81.0%)を続けることが非常に多いことが表8よりわかる。続いて多かったのは「ステレオタイプ」(32.5%)であり、彼ら発言者側が繰り返しステレオタイプを提示していたことをうかがわせる。それ以外には、「反論」

図4 討論過程の一例(2002年6月6日放送「ここがヘンだよ関西人」より)

トピックス：関西人はどんな店でも必ず値切る。恥を知れ！			
外国人A	関西人はどこでも関西だと思込んでいる。「もうちょっと負けてくれんかねー」という。郷に入れば郷に従え。	ステレオタイプ 負の評価	トピックス提示時の発言趣旨
関西人1	皆さん誤解しているところがあると思うが、値切るのは愛嬌なんだ。コミュニケーションなんだ。	正当化	対立側の発言趣旨
外国人A	言葉の問題ではなく、習慣の違いの問題。	負の評価	発言側の発言趣旨
関西人1	恥を知れというのはおかしい。これは愛。ちゃんと手を上げて言いなさい。途中で手も上げずに話し始める方が恥や。	反論 正当化	対立側の発言趣旨
< 中 略 >			
関西人2	定価の2割までで物はできている。そして、自分が買いたい値段を言う。それでダメなら、“No, thank you.” でいいわけですよ。	正当化	対立側の発言趣旨
< 中 略 >			
外国人B	値切るのがダメとは言っていない。値切って値段が決まったら、すぐお金を払ってください。さらに値切ろうとする。恥を知れよ。	ステレオタイプ 負の評価	発言側の発言趣旨
関西人3	値切ってもう1個買うくらいの根性持ってる。客を呼んでくるという根性がある。	正当化 正の評価	対立側の発言趣旨
外国人C	値切るだけでなくケチ。岐阜で店をやっているが、大阪から客が来て飲み食いして、三人で3,000円だった。「高いな岐阜で」と言われ、そのまま帰った。	ステレオタイプ 負の評価	発言側の発言趣旨
関西人4	あなたのサービスが良くなかった。人徳が足りない。	正当化	対立側の発言趣旨
外国人C	1杯で500円。カラオケもただ。安いですよ。	反論	発言側の発言趣旨
関西人5	大阪人は価値判断が瞬時にできる。特に食べ物については。商売辞めたほうがいい。	ステレオタイプ 正の評価	対立側の発言趣旨
< 以下省略 >			

(13.5%)と「集団間比較」(12.7%)が1割以上の討論にみられた主な発言趣旨であった。

一方の対立者側は、ステレオタイプの「正当化」(54.0%)を行うことが最も多く、ステレオタイプの存在を暗黙のうちに認め、その上でそれらステレオタイプを“変なことではない”“仕方ない”“日本人のやり方”などと正当化していたことがわかった。「正当化」に続いて多くみられた主な発言趣旨は、「反論」(29.4%)であったが、発言者側の発言に言いがかりをつける、発言を封じるための罵声染みだ発言などが頻繁にみられた。また、ステレオタイプに対する「正の評価」(21.4%)も2割強の討論で主流を占めていた。しかし、外国人によって指摘されたステレオタイプの存在を否定するための「反ステレオタイプの提示」もしくは「ステレオタイプの否定」(15.1%)や「集団異質性」(1.6%)は比較的少なかった。

以上の結果から、『ここがヘンだよ日本人』における外国人出演者によって提示されたトピックスに続く討論過程の典型的な特徴は、「ステレオタイプ+負の評価」による討論開始、「外国人 vs 日本人」もしくは「外国人 vs (日本人) 当事者」という対立構図、発言者側は「負の評価」、対立側は「正当化」による論駁、であることがわかった。このような特徴の条件を満たす討論過程を以下に紹介しよう(図4)。この討論過程は2002年6月6日に「ここがヘンだよ関西人」というタイトルの番組の中で放送されたものであり、外国人と日本人当事者が“値切る”という関西人のステレオタイプの行為に関して対立していた。

## ▶ 考 察

以上、メディア・ステレオタイピングの実態を明らかにするために、『ここがヘンだよ日本人』という番組で取り上げられたトピックスの特徴整理と外国人出演者によって提示されたトピックスに続く討論過程を検討してきた。ここでは、番組で提示されたトピックスの特徴から推察されるメディア・ステレオタイピング、および討論過程におけるステレオタイプの扱われ方、を論じ、今後の研究展望について述べる。

### 提示トピックスから推察されるメディア・ステレオタイピング

研究1は3年半にわたる番組放送期間中に提示されたトピックスについて、研究2は同じ期間に外国人出演者によって提示されたトピックスについて分類し、特徴を明らかにしたものである。いずれの分類結果からも討議トピックスが実にバラエティに富んだものであったことは明白である。出演者の意見が直接番組のテーマ設定に反映されていたとは考え難い。むしろ番組制作者側が意図的に様々なテーマを取り上げていたと解釈するのが妥当であろう。

では、外国人によって提示されたトピックスと全体トピックスとの差異は何であろうか。まず、「ジェンダー・セクシュアリティ」関連のトピックスが日本人による提示を含めると、外国人のみの提示トピックスを分析した場合の2倍の割合を占めていた。番組発足当時、制作者は日本人当事者(e.g. キャバクラ嬢、不倫経験者など)によるトピックス提示、すなわち話題提供および討論過程への参加がなくとも、外国人出演者によって活発な議論が可能であると考えていたのではないか。ところが、何本かの番組を制作したところ、性に解放的な意見を述べるヨーロッパ勢とそれに対して非常に因習的なアフリカ勢といった外国人出演者の役割が明確になってしまったのではないか。また、日本人当事者が不在の状態では討論を活発にすることにも限界を感じたのであろう。その打開策として、ストーカー行為の加害者および被害者、キャバクラ嬢などの日本人当事者を番組に出演させ、トピックス提示という形で議論のきっかけを作り出すことを講じた

のではないか。

「青少年」関連のトピックスが占める割合は全体でも外国人のみでも大差はなかった。しかし、トピックスの中身に注目すると、外国人出演者からの提示がなかった「いじめ」や「虐待」といった、日本社会の抱える大きな問題が日本人当事者をスタジオに招いたうえでトピックスとして取り上げられていた。日本人視聴者への問題提起、当事者不在の状況では不可能に近い踏み込んだ議論を番組制作者が狙っていたのではないか。バラエティという番組形態の新たな試みと捉えることも可能である。

その他の目立った違いと言えば、外国人出演者のみではトピックス提示のなかった「社会的スティグマ」すなわち「身体障害者」や「デブ」といった社会的マイノリティの問題が全体では取り上げられていた点である。「社会的スティグマ」に関連したトピックス提示にも「青少年」の「いじめ」や「虐待」のケースと同様の制作背景があるのではないか。つまり、「社会的スティグマ」の問題について、これまで日本のテレビ番組で取り上げ当事者も含めて議論を交わすということがあったであろうか。そのような今までにない試みと外国人だけでは弱くなってしまおう視聴者への問題提起に『ここがヘンだよ日本人』の制作者は挑戦したのではないか。

以上のように、番組で取り上げられた全体のトピックスと外国人によって提示されたトピックスを振り返ってみると、トピックス提示には番組制作者の制作意図がかなり反映されていたと推察できる。『ここがヘンだよ日本人』という番組はバラエティ番組でありながら、日本社会が抱える様々な問題を日本人に向けて発信していたのではないか。当初、日本人にメッセージを投げかけるために、番組制作者は“外国人”を媒体とする方法を取り、外国人にトピックス提示を行わせ論客（日本人芸能人や識者）と意見を交わさせた。しかし、そのような番組形式には踏み込んだ議論を期待することができず、次第に外国人のトピックス提示に対して反論する日本人当事者を討論に参加させるようになり、最後には日本人当事者にトピックス提示の役割を与えるようになったのではないか。このように考えると、番組制作に携わる人たちは自分の思い描いた番組づくりをするためにいろいろな手段を講じていると解釈できる。長期にわたる番組形態の変遷を分析することにより、番組制作者の内的要因によりメディア・ステレオタイプが進行していく様子を明らかにすることができるのではないか。

#### 相互作用場面におけるステレオタイプ

ステレオタイプは、通常、個人の頭の中で処理される事象であると思われる。つまり、Aという集団の成員がBという集団について抱えているステレオタイプを、Bという集団の成員に対して面と向かって表明することは少ないのではないか。当該集団の成員に対して表明されることがないからこそ、ステレオタイプを抱かれた集団の成員はそのステレオタイプの存在を否認する機会を与えられない。その結果、外集団に対する集団同質性効果が起こると解釈できる。

今回、研究3において外国人が日本人に対して抱くステレオタイプが討論されていく過程に注目した。外国人の頭の中にある日本人ステレオタイプが外国人自身によってどのように表明され、それに対して日本人がどのように反応するかを分析したのである。その結果、次のようなことが明らかにされた。まず、研究2および研究3のトピックス提示時の発言趣旨の結果から、日本人ステレオタイプは否定的なイメージを伴うことがわかった。

また、討論過程における対立軸の分析から、外国人全てが日本人に対して同一のステレオタイプを抱いているわけではないことも明らかとなった。トピックスによっては、

外国人同士の対立、発言者一人と日本人の対立などが見られた。この結果は、外国人が抱く日本人像、すなわち日本人に対する認知がバラエティに富んでいる可能性を示唆する。この認知の多様性をもたらした要因は、少なくとも2つあるのではないかと。第一に、『ここがヘンだよ日本人』に出演していた外国人は日本語を流暢に話す人が多く、日本人および日本文化への接触頻度が高いと思われる。日本人との接触量が少ない外国人が日本人に対して抱くステレオタイプの内容は画一的なものであるが接触量が多くなるにつれ日本人に対するステレオタイプの認知にも変化が生じることは容易に想像できる。第二に、外国人出演者の出身地域はまちまちであるため、当然彼らの文化背景も来日以前に持っていた日本人についての知識も異なり、そのような外国人側の来日前の差異が日本人に対するステレオタイプに多様性をもたらしたのではないかと。この点については、今後検討していく必要がある。

最後に、外国人によってステレオタイプが表明された後の討論過程についてであるが、発言者側はステレオタイプに対する負の評価を、それに対立する側は指摘されたステレオタイプの正当化を行うことが最も多く、ステレオタイプの存在を否定するために反ステレオタイプの事例をあげたり集団異質性を唱えるという対抗手段はあまりとられなかった。このような対立側の特徴は、発言者側すなわち日本人に対してステレオタイプの認知をしている者たちのステレオタイプを減滅したとは考え難い。それどころかステレオタイプの存在を認めた上での正当化や反論であり、むしろ発言者側のステレオタイプの認知を助長したのではないかと。つまり、集団間の相互作用場面においてもステレオタイプが確認されることを研究3の結果は示唆しているのである。

上記の対立側の発言特徴は発言者側の発言に、反証事例（反ステレオタイプの事例）を否定する機会を与えず、ひたすらステレオタイプを否定的に評価することに専念させたのではないかと。

相互作用の有無とは関係なくステレオタイプは助長されていくのか、それともステレオタイプの提示の仕方（否定的な評価の有無など）により相互作用場面におけるステレオタイプの扱われ方が異なるのか、を今後検討する必要があると思われる。

#### 今後の展望

本稿の3つの研究から、メディア・ステレオタイプングの一端を明らかにすることができたと思われる。3年半にわたって放送されたあるバラエティ番組で扱われたトピックスの内容およびトピックス提示者の特徴を分析することにより、番組制作者の制作意図を推測することが可能となったのである。番組制作者の制作意図は、まさにメディア・ステレオタイプングの内的要因そのものと考えられる。内容分析は非生産的と考えられがちであるが、長期間にわたってある番組の内容を検討することにより、メディア・ステレオタイプングの過程を明らかにすることができるのではないかと。本研究の方法や知見をメディア・ステレオタイプングの研究に応用していきたい。

また、研究3の討論過程の分析から異なる集団の成員同士が相互作用を行う場面においてステレオタイプが確認されていく様子が示された。認知的アプローチによるステレオタイプ研究では、このような異なる集団の成員同士があるステレオタイプについて相互作用を行う場面はあまり取り上げられてこなかった。『ここがヘンだよ日本人』という番組の討論過程が特異な過程であるのか否かについては、今後詳細に検討していく必要があろう。

さらに、『ここがヘンだよ日本人』のような受け手当事者（ここでは主に日本人を想定）を批判するような番組は、受け手にどのような影響を及ぼすのであろうか。この点についても近い将来検討することができれば幸いである。

## 引用文献

- 有馬明恵 (2000) テレビ広告におけるジェンダー描写に対する人々の期待と評価 広告科学, 40, 70-91.
- 有馬明恵 (2001) テレビ広告におけるジェンダー描写に対する受け手の期待類型と受け手のジェンダー属性との関係 広告科学, 42, 71-85.
- 有馬明恵・山本明 (2002) TVステレオタイプング: 『ここがヘンだよ日本人』(TBS系)を素材として - 外国人出演者が提示する日本人ステレオタイプ - 日本社会心理学会第43回大会発表論文集, 624-625.
- FCT (Forum for Citizen's Television, 市民テレビの会) (1991) テレビが映し出す「外国」と日本の国際化
- Geis, F. L., Brown, V., Jennings (Walstedt) J., & Porter, N. (1979) *Do stereotyped TV commercials depress women's achievement aspirations?* Manuscript in preparation, University of Delaware. = Jennings (Walstedt) J. et al. (1980)
- Geis, F. L., Brown, V., Jennings (Walstedt) J., & Porter, N. (1984) TV commercials as achievement scripts for women. *Sex Roles*, 10, 513-525.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986) Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant, & D. Zillman (Eds.) *Perspectives on media effects*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. Pp. 17-48.
- 萩原 滋 (2003) 『ここがヘンだよ日本人』: 分析枠組と番組の特質 メディア・コミュニケーション, 53, 5-27.
- Hamilton, D. L., & Gifford, R. K. (1976) Illusory correlation and the maintenance of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 832-845.
- Jennings (Walstedt) J., Geis, F. L., & Brown, V. (1980) Influence of television commercials on women's self-confidence and independent judgement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 203-210.
- Jones, E. E., Wood, G. C., & Quattrone, G. A. (1981) Perceived variability of personal characteristics in ingroups and outgroups: The role of knowledge and evaluation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7, 523-528.
- 唐沢 穰 (2001) ステレオタイプ 山本眞理子・外山みどり・池上知子・遠藤由美・北村英哉・宮本聡介 (編) 社会的認知 北大路書房 Pp. 108-111.
- Katz, D., & Braly, K. (1933) Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.
- 川竹和夫・杉山明子・原由美子・櫻井武 (編) (2000) 外国メディアの日本イメージ 学文社
- 国広陽子 (2001) 主婦とジェンダー: 現代の主婦象の解明と展望 尚学社
- 国広陽子 (2003) 現代日本のジェンダー変容と『ここがヘンだよ日本人』 メディア・コミュニケーション, 53, 29-48.
- Leyens, J. P., Yzerbyt, V., & Schadron, G. 1994 *Stereotypes and social cognition*. London: Sage Publications.
- リップマン W. 掛川トミ子 (訳) (1987) 世論 (上・下) 岩波文庫 (Lippmann, W. (1922) *Public Opinion*. New York: The Macmillan Company)
- 村松泰子 (1998) マスメディアで語っているのはだれか 村松泰子, ヒラリア・ゴスマン (編) メディアがつくるジェンダー 新曜社 Pp. 9-40.
- 延島明恵 (1998) 日本のテレビ広告におけるジェンダー描写 広告科学, 36, 1-14.
- Oakes, P.J., Haslam, S.A., & Turner, J.C. (1994) *Stereotyping and social reality*. Oxford: Blackwell Publishers.
- O'Bryant, S. L., & Corder-Bolz, C. R. 1978 The effects of television on children's stereotyping of women's work roles. *Journal of Vocational Behavior*, 12, 233-244.
- Pingree, S. (1978) The effects of nonsexist commercials and perceptions of reality on children's attitudes about women. *Psychology of Women Quarterly*, 2, 262-277.
- Ruble, D. N., Balaban, T., & Cooper, J. (1981) Gender constancy and the effects of sex-typed televised toy commercials. *Child Development*, 52, 667-673.
- Tajfel, H. (1969) Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25, 79-97.
- Tajfel, H. (1981) Social stereotypes and social groups. In J. C. Turner, & H. Giles (Eds.) *Intergroup behaviour*. Oxford: Blackwell. Pp. 144-167.
- Tajfel, H., & Wilkes, A. L. (1963) Classification and quantitative judgement. *British Journal of Psychology*, 54, 101-114.
- Tajfel, H., Flament, C., Billig, M. G., & Bundy, R. F. (1971) Social categorization and intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149-177.

(有馬明恵 平成国際大学法学部専任講師)

(山本 明 慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所研究員)