

調査結果に見る『ここがヘンだよ日本人』 の視聴者像と番組視聴効果

大坪寛子・相良順子・萩原 滋



法務省による出入国管理統計調査によれば、平成12年の日本人の海外渡航者は1,782万人、そのうち観光等を目的とする者が1,458万人と大多数を占める。これは15年前の3.6倍、10年前の1.6倍である。このように外国を訪れる日本人が増えたとは言え、海外旅行での異文化接触は表面的なものであり、また渡航先もアジア（45.7%）、北米（32.4%）、ヨーロッパ（12.9%）に大きく偏っており、アフリカや南米を渡航先とする者は1%にも満たない。

直接経験によって知り得ないことは、他者やメディアからの情報に依存せざるを得ない。一般に、直接経験の乏しいことがらについては、マス・メディアの影響力が大きくなることが知られており（Weaver et al.,1981; Morgan and Signorielli,1990; McCombs et al.,1991）、その意味では諸外国に対する認識やイメージ、とりわけ日本人が渡航先とすることの少ない国・地域のそれは、メディア情報の影響を受けやすいと言えよう。

本研究は、日本人の外国・外国人に対する認識やイメージにメディアがどのような影響を及ぼしているかを検討しようとするものである。実際には各種メディアの中で最も広く社会に浸透しているテレビ、具体的には地上波放送に対象を限定しているのだが、その中でも今回は『ここがヘンだよ日本人』という特定の番組を取り上げ、その視聴効果を見ていくことにする。この番組は、1998年10月から3年半にわたってTBS系列で放送され、毎回、多数の外国人が登場して硬軟取り混ぜたさまざまな話題について日本語で討論を繰り広げるものであった（詳細については萩原（2003）参照）。この番組に注目したのは、多数の外国人が出演しているということだけでなく、その出身国がバラエティに富んでおり、アフリカをはじめ日本人になじみの薄い国・地域の人たちが数多く登場して自らの考えや思いを主張していたことにもよる。

さて視聴効果を検討するに際して、特に次の2点に注意を払った。一つは、アメリカや韓国、中国と対比して、アフリカに対する番組視聴効果の大きさを検討することである。この番組には、多数のアフリカ人が登場しており、その顕現性（salience）の高さがひとつの特徴となっていることは萩原（2003）が指摘した通りである。この他にアメリカや韓国、中国も番組内で大きな比重を占めることが明らかにされているが、これら日本人になじみの深い国々に比して、視聴者があらかじめ持っている情報が少なく、なじみの薄いアフリカやアフリカ人に対する認識やイメージは、この番組の視聴によってより大きな影響を受ける可能性が高い。

第二点目は、効果が及ぶレベルである。Gerbnerらが提唱した培養理論（cultivation

theory) を批判的に検討したHawkins & Pingree (1990) は、知覚や認識レベルと信念や価値レベルとに分けてテレビ視聴が現実認識に及ぼす影響を分析し、前者から後者が必ずしも生まれるわけではなく、それぞれに独立したものであることを示唆している。本研究でも、特定の国・地域に関する知識や認識といった表層的レベルから、より抽象的なイメージのレベル、さらに番組内で取り上げられた争点や外国・外国人に対する態度といった異なるレベルを設定して、それぞれのレベルでの視聴効果を見ていくことにする。

さらに、回答者を外国や外国人に対してあらかじめ異なった認識を持っていると思われるいくつかの群に分類し、各群ごとに番組の視聴効果の検討を行っている。ここでの分類は、普段のメディア利用及び外国情報への興味・関心の程度に基づいて行ったが、それは外国情報の大部分をメディアに依存しているのであれば、メディア利用のパターンや外国情報に対する関心によって、外国や外国人に対する認識は異なると考えたためである。

▶ 方 法

予備調査を通じて質問項目の修正を行った後、2002年5月27日から6月7日にかけて東京及び近郊の10大学で本調査を実施した。いずれも授業時間中に質問紙を配布、回収する形式をとっており、留学生からの回答や無回答の多いものを除き、計2,012名の大学生の回答を分析対象とすることにした¹⁾。回答者の所属大学ごとに男女別、学年別の内訳を整理した結果を表1に示す。

質問項目は、各種メディア利用、テレビ番組のジャンル別視聴頻度、外国への渡航経験や外国人との接触経験、外国のニュースや文化情報への関心度、世界の主たる地域に対する基礎知識、『ここがヘンだよ日本人』の内容に関連した現実認識、外国や外国人に対するイメージ、『ここがヘンだよ日本人』の視聴経験、その他外国人が登場するテレビ番組の視聴状況、番組で取り上げられた話題や外国・外国人に対する態度などから構成されている。

ここでは、まず番組の視聴者像を明らかにすると共に、「外国に関する基礎知識」「外国・外国人に関する現実認識」「外国人に対するイメージ」「外国のイメージ」「番組で取り上げられた話題や外国・外国人に対する態度」の5領域を対象を限定して、番組視聴経験による違いが見られるかどうかを検討する。その際に、回答者全員を対象としたものだけでなく、メディア利用及び外国情報への関心に基づいて回答者をクラスター（群）に分類し、そのクラスター別に見た分析結果についても併せて報告することにしたい。

▶ 結 果

1 番組視聴に関して

1-1 番組視聴状況と番組評価

この番組を「見たことがない」と回答した者は12.3%、従って9割近くが(87.7%)少なくとも数回は番組を視聴していたことが確かめられる。さらに視聴経験を4段階に分

脚注

1. 調査の実施には、本プロジェクトのメンバー以外に、多くの方々のご協力を得た。斉藤勇(立正大学)、山本真理子(筑波大学)、小野浩一(駒澤大学)、及び増田直衛、井下理、菅谷実、

吉川肇子、木島伸彦、水元豊文、小川葉子(慶應義塾大学)の諸先生に深甚の謝意を表したい。

表1 回答者の大学別（男女別，学年別）内訳

	大学別	男女別			学年別				
		男性	女性	不明	1年	2年	3年	4年	その他
慶應義塾大学	763	479	281	3	433	172	109	43	6
武蔵大学	364	141	223	0	177	67	89	29	2
江戸川大学	152	95	57	0	10	65	53	24	0
駒澤大学	134	64	70	0	68	44	18	3	1
聖徳大学	132	0	132	0	46	82	4	0	0
お茶の水女子大学	129	0	129	0	95	31	1	1	1
立正大学	115	61	54	0	72	12	0	31	0
筑波大学	92	40	52	0	0	62	17	9	4
早稲田大学	82	54	28	0	54	9	12	7	0
平成国際大学	49	28	21	0	19	21	7	2	0
計	2,012	962	1,047	3	974	565	310	149	14



けたところ、「ほんの数回見た程度」が全体の30.0%と最も多く、それに次いで「何回か見たことがある」25.5%、「ときどき見ていた」23.9%、「よく見ていた」8.3%という順になっており、よく見ていた者は1割以下だとしても、何回も見ている者が過半数（57.7%）を占めていることが明らかになる。番組に対する視聴経験者の評価も悪くはなく、番組終了について設定した4つの選択肢のうち「面白かったので再開して欲しい」が12.2%、「まあ面白かったので、再開してもよい」が39.9%、「それほどつまらなくはないが、再開する必要はない」が37.8%、「つまらない番組なので、もう見たいとは思わない」を選んだ者は1割に過ぎなかった。

1-2 番組視聴と関係する要因

この番組の視聴経験は、他のどのような要因と関連しているのだろうか。以下に主たる関連要因を取り上げてみることにしよう。

性差 視聴経験について、「見たことがない」の1から視聴経験に応じて「よく見ていた」の5までの5件法で男女別に平均値を算出したところ、男子学生（ $M = 3.06$ ）の方が女子学生（ $M = 2.68$ ）よりも、この番組をよく視聴していた（ $t(2001) = 7.39, p < .001$ ）。

外国への渡航経験及び外国人との接触経験 海外旅行の経験や1ヶ月以上の滞在経験の有無、親しい外国人の友人の有無に基づいて、番組視聴経験の平均値を比較した。海外旅行経験がある者は全体の58.8%、1ヶ月以上の滞在経験がある者は13.7%、親しい外国の友人がいる（いた）者は31.3%であったが、番組視聴と関係が見られたのは後の2つで、1ヶ月以上の海外滞在経験のある者の方が（ $M = 3.00$ vs $2.83, t(1986) = 2.34, p < .05$ ）、また親しい外国人の友人が存在する（した）者の方が、そうでない者よりも（ $M = 2.97$ vs $2.80, t(1993) = 3.08, p < .01$ ）、番組をよく視聴していた。

外国のニュースや文化情報への関心の程度 外国の政治や社会情勢などのニュースへの興味・関心の程度及び外国文化（映画・演劇・音楽など）への関心の程度との関係についても検討した。両者とも、関心の程度を「ほとんどない」から「かなりある」までの4件法で尋ねているが、その回答と番組視聴経験との順序相関（ r ）を見たところ、両者ともに関連が見られ、外国の政治や社会情勢などのニュースへの興味・関心が高い者ほど（ $r = .138, p < .001$ ）、また外国文化への関心の程度が高い者ほど（ $r = .122, p < .001$ ）、この番組をよく視聴していた。

テレビ番組視聴ジャンル テレビ番組を9つのジャンルに分け、それぞれについて視聴頻度を「ほとんど見ない」から「よく見る」までの4件法で尋ね、番組視聴経験との相関()を見た(表2参照)。有意な関係が見られたのは、「お笑い系」「トーク系」「スポーツ」「ニュース」「劇場用映画」の5つであった。なお、番組のジャンルについては、最近ではその境界が曖昧となり、視聴している番組がどのジャンルに相当するのかが判然としないものも多かったと思われるが、それは回答者の主観的な判断に任せた。

各種メディア利用 新聞、インターネット、映画(レンタルビデオも含む)の利用頻度やテレビ視聴量と番組視聴経験との相関を見ると、有意な関係が見られたのは、映画の視聴頻度($r = .136, p < .001$)とテレビ視聴量($r = .170, p < .001$)のみだった。

外国人が登場する他のテレビ番組視聴 外国人が登場する10種類のテレビ番組の視聴頻度との相関を見たところ、0.1%水準で有意な関係が見られ、かつガンマ係数が0.2以上の番組は、『進め!電波少年($r = .303$)』(日本テレビ系)、『世界まる見え!テレビ特捜部($r = .230$)』(日本テレビ系)、『さんまのスーパーからくりTV($r = .220$)』(TBS系)、『ザ・世界仰天ニュース($r = .213$)』(日本テレビ系)の4つだった。これらはいずれも娯楽色の強いバラエティ番組であり、『地球に乾杯』(NHK)、『世界遺産』(TBS系)あるいは『世界・ふしぎ発見』など教養的色合いの強い番組とは視聴傾向を異にすることが示されている。

2 番組視聴効果

それでは次に、この番組の視聴効果が見られるかどうかを「外国に関する基礎知識」「外国・外国人に関する現実認識」「外国人に対するイメージ」「外国のイメージ」「番組で取り上げられた話題や外国・外国人に対する態度」の5つの領域ごとに検討していく。

2-1 外国に関する基礎知識

アジア、ヨーロッパ、アフリカにある国を5つまで自由に記入する質問を設けたところ、アジアに関しては中国と韓国の2カ国、ヨーロッパに関してはフランス、イギリス、イタリア、ドイツの4カ国、アフリカに関しては南アフリカとエジプトの2カ国が特に多く挙げられていた。これに基づいて各地域の国名の正答数を求めると、その平均値はアジア4.70、ヨーロッパ4.69に対して、アフリカは3.52と一段と低く、全体としてアフリカに関する知識の乏しさが明確に裏づけられる結果となっている。こうした正答数には、所属大学や性別による違いが明白に現われているが、いずれにおいてもアフリカに関する正答数が他の地域を大きく下回っていることに変わりはない。これを視聴経験別に見ると、ヨーロッパとアフリカについて有意差が生じており、特にアフリカの正答数は番組視聴経験と共に直線的に増加していることが確かめられる(図1参照)。

2-2 外国・外国人に関する現実認識

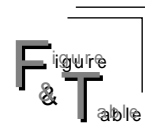
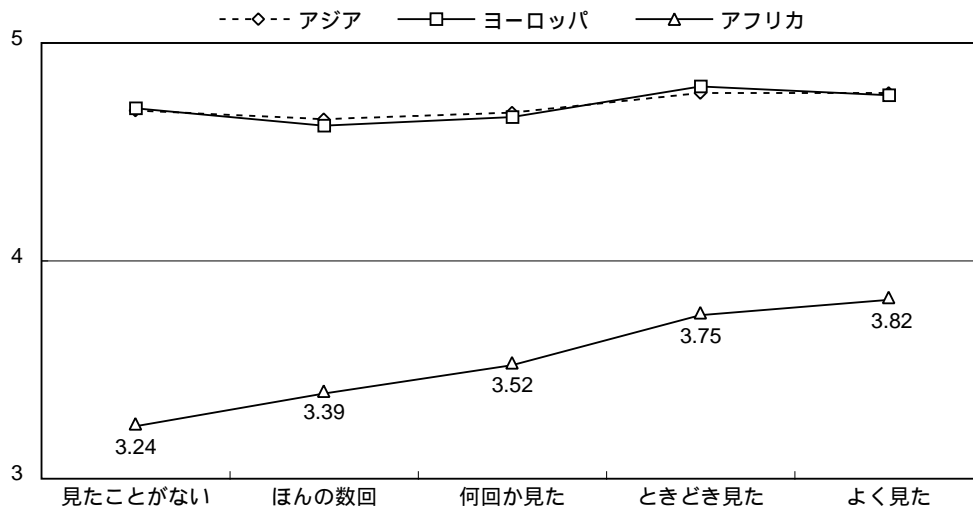
外国や外国人に関する現実認識に、番組の視聴効果が見られるかどうかを検討するために、番組で繰り返し伝えられたメッセージに基づいて16の記述文を設定し、それに対

表2 テレビ番組ジャンル別視聴頻度と当番組視聴経験との相関()

ニュース	お笑い	情報	トーク	ドラマ	音楽	スポーツ	映画	アニメ
.119***	.258***	.029	.214***	.013	.022	.131***	.105***	.005

*** $p < .001$

図1 番組視聴経験による各地域の国名の正答数の違い



する賛同の程度を5件法（「そう思う」から「そう思わない」）で尋ねた。その中には、アメリカ関連の3項目，韓国や中国を中心としたアジア関連の8項目，アフリカ関連の7項目が含まれている（アジアとアフリカ両方に言及した2項目を含む）。これら16の記述文の中で，特に多くの回答者の賛同を得たのは，「学歴が重視される韓国では，日本よりも学生がよく勉強している」と「アメリカでは『自分の身を守るために銃を所持するのは当然』という考えが強い」の2項目，逆に賛同が低かったのは，「『アフリカには同性愛者はいない』とアフリカ人は信じている」「アフリカ人の男性の中には，アメリカ出身と偽って日本の女性にもてようとする者がいる」「アフリカ人は『日本の男性は家族を大事にしていない』と批判的な目で見ている」「アフリカ人は，何かというとすぐ植民地支配を受けた自分達の過去の歴史をもちだす」などアフリカ関連の4項目であった。

これらの項目に対する賛同の程度を番組視聴経験別に分散分析で検定したところ，16項目中13項目で有意差が見られ，いずれも番組の視聴経験が増すにつれて平均値が上昇する傾向を示すことが確かめられた（表3参照）。すなわち，この番組をよく見ている者ほど，これらの記述文の内容を受け入れる傾向が認められたわけであるが，それは「『アフリカには同性愛者はいない』とアフリカ人は信じている」「アフリカ人の男性の中には，アメリカ出身と偽って日本の女性にもてようとする者がいる」「アジアやアフリカの人たちは『日本の若い女性は肌を露出し過ぎる』と否定的に見ている」などアフリカに関連する項目で特に顕著になっている。これらの記述文の内容は，他の番組や情報ソースではなく，この番組を視聴することによって独自に得られた知識に類するものが多く，それだけに番組の視聴経験による違いが，特に強く現われたものと思われる。

2-3 外国人に対するイメージ

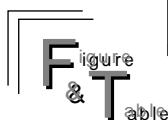
外国人イメージの測定には，Katz & Braly（1933）の古典的研究で用いられたチェックリスト法を採用した。すなわち20個の形容詞リストの中から，アメリカ人，韓国人，中国人，アフリカ人及び日本人のそれぞれに該当すると思われるものいくつかをマルをつけるという形式の質問を設定したのである。因子分析によって5因子を抽出し（主成分法，エカマックス回転），因子ごとに項目を再配置して，それぞれの国・地域の人々

表3 外国・外国人に関連する現実認識に関わる記述文への5段階評価の平均値(全体及び番組視聴経験別)

	全体	視聴経験別					F 値
		見たことがない	ほんの数回	何回か見た	ときどき見た	よく見た	
アメリカでは「自分の身を守るために銃を所持するのは当然」という考えが強い	4.07	4.02	4.09	4.08	4.01	4.17	1.04
「アメリカは世界の警察だ」というアメリカ人の主張に多くの外国人が反発している	3.76	3.63	3.68	3.75	3.81	4.15	7.69***
アメリカ人は、動物愛護や自然保護のことで他の国の人々を批判しがちだ	3.36	3.28	3.31	3.33	3.39	3.66	3.17*
学歴が重視される韓国では、日本よりも学生がよく勉強している	4.19	4.01	4.13	4.25	4.23	4.41	5.78***
韓国では「女性は美容整形をしても美しくなった方がよい」と考える人が多い	3.36	3.13	3.29	3.42	3.43	3.55	3.55**
中国や韓国では「オリンピックで活躍した選手の生活を国が保障するのは当然」とされている	3.79	3.64	3.76	3.74	3.86	4.05	4.83***
中国では、犯罪に厳しく対処するために、死刑制度に賛成している人が多い	3.17	3.11	3.10	3.21	3.22	3.27	2.23
中国人は「世界の国々はもっと中国を見習うべきだ」と思っている	2.96	2.87	2.89	2.88	3.06	3.30	5.57***
中国人は「契約精神が乏しく、国際ルールを守らない」と諸外国の人々から非難されている	2.84	2.72	2.73	2.87	2.88	3.26	8.96***
アジアやアフリカの人たちは「日本はアメリカのまねをしすぎる」と苦々しく思っている	3.62	3.52	3.54	3.64	3.66	3.96	5.69**
アジアやアフリカの人たちは「日本の若い女性の服装は肌を露出し過ぎる」と否定的に見ている	3.02	2.82	2.81	3.06	3.20	3.45	13.77***
アフリカの家庭では父親の権威が絶対的に強い	3.35	3.14	3.25	3.34	3.44	3.73	9.10***
アフリカ人は、何かというときすぐ植民地支配を受けた自分達の過去の歴史をもちだす	2.83	2.69	2.68	2.83	2.96	3.22	10.37***
アフリカ人の男性の中には、アメリカ出身と偽って日本の女性にもてようとする者がいる	2.67	2.31	2.44	2.69	2.80	3.39	27.72***
アフリカ人は「日本の男性は家族を大事にしていない」と批判的な目で見ている	2.67	2.63	2.61	2.70	3.27	2.73	1.11
「アフリカには同性愛者はいない」とアフリカ人は信じている	2.55	2.24	2.37	2.51	2.71	3.30	30.14***

(数値は1以上5以下で高いほど賛同していることを表す)

***p<.001, **p<.01, *p<.05



に該当するとして各項目が選択された割合を一覧表の形で整理した結果を表4に示す。

これを見ると、5つの国・地域の中では、アメリカ人に当てはまるとされた項目数が際立って多く、特に「自己主張が強い」「愛国心が強い」「個人主義」といった《自己中心性》と「陽気」「遊び好き」「親しみやすい」といった《親和性》の2つの側面がアメリカ人イメージを特徴づけていることがわかる。中国人と韓国人は、いずれも「勤勉」「愛国心が強い」とされているが、中国人に関しては、むしろ「考えが古い」という保守的なイメージの方が目立っている。一方、アフリカ人については「リズム感がよい」「陽気」というステレオタイプのイメージが顕著に現われているが、この他に「家族思い」「迷信深い」という正負両面のイメージが認められる。また日本人については「集団主義」「礼儀正しい」「勤勉」「人情に厚い」など、外国人との対比からなのか、若者よりも高齢者に該当するような伝統的イメージが強調される結果になっている。このうちアメリカ人の「陽気」「個人主義」、中国人の「考えが古い⁽²⁾」、アフリカ人⁽³⁾の「陽気」などは、古

脚注

2. 我妻・米山(1967)では「保守的」という表現が用いられている。

3. 我妻・米山では、「黒人」と表現されている。

表4 各国・地域の人々のイメージ（各項目の選択率）と番組視聴経験による有意差の有無

	アメリカ人	B	韓国人	B	中国人	B	アフリカ人	B	日本人	B
陽気	78.6		2.3		2.8		73.3	***	2.8	
リズム感がよい	46.4		2.6		2.3		85.0	**	3.0	
親しみやすい	63.7		13.3		8.3		40.4	***	22.9	
家族思い	59.8		36.7		37.1		54.4	**	16.4	
人情に厚い	17.0		21.5		19.2		43.5		52.3	***
愛国心が強い	78.6	*	50.6		60.6		31.2	**	5.7	
自己主張が強い	91.1		25.2		41.5		20.2		2.3	
気性が激しい	50.1		30.8		38.9		39.8		3.5	
感情的	54.7		28.6	*	37.4		37.3	**	14.8	
頭がよい	27.5	**	46.8		34.5		3.7		44.2	
論理的	33.1	*	30.1		25.0		1.3		47.7	**
勤勉	5.7		71.1		52.3		4.3	*	59.7	
礼儀正しい	4.5		43.3		30.3		8.9		68.1	***
迷信深い	9.2		28.9		46.8		50.7		37.2	
集団主義	4.2		23.7		37.8		21.1		80.3	
考えが古い	2.0		45.2		64.5	**	16.3	**	42.2	**
自己中心的	64.6		15.6		31.5	**	9.7	*	24.7	
遊び好き	76.4	*	3.9		3.5		37.9	*	33.4	***
なまけ者	22.0		1.8		10.7	**	35.4	*	23.6	
個人主義	77.5		15.7		19.1		6.6		14.1	

因子分析（主成分分解，エカマックス回転）の結果に基づいて項目を再配置

半数以上が選択した項目は太字で表示

B = 『ここがヘンだよ日本人』の視聴経験による選択率の違いが以下の有意水準に達したもの

*** < .001

** < .05

* < .01



く我妻・米山（1967）の調査結果にも見られたステレオタイプと言えよう。

これを番組視聴経験別に見ると，²検定で有意差が認められたのは（表4参照），アメリカ人については「頭がよい」「愛国心が強い」「遊び好き」「論理的」の4項目，韓国人については「感情的」の1項目，中国人については「なまけ者」「考えが古い」「自己中心的」の3項目，日本人については「礼儀正しい」「人情に厚い」「遊び好き」「考えが古い」「論理的」の5項目と少ないのに対して，アフリカ人に関しては「陽気」「親しみやすい」「家族思い」「リズム感がよい」「感情的」「考えが古い」「愛国心が強い」「なまけ者」「遊び好き」「自己中心的」「勤勉」と11項目で有意水準に達していることが判明する。いずれも，番組の視聴経験と共にそのイメージが強化される傾向を示しているが，たとえばアフリカ人は「勤勉」とした者は全体の5%に満たないとしても，「なまけ者」「遊び好き」といった正反対のイメージと同様に，その項目を選ぶ割合が番組をよく見ている者の間で大きくなっているのは，アフリカ人の顕現性が全体に高まったことを反映しているのであろう。なお，番組視聴経験に伴って直線的な上昇が明示されたのは，アメリカ人及び韓国人については1項目もなく，中国人については「考えが古い」の1項目，日本人については「礼儀正しい」の1項目，アフリカ人については「陽気」「親しみやすい」「愛国心が強い」「遊び好き」の4項目であった（図2参照）。

2-4 外国に対するイメージ

外国に対するイメージを測定するために，番組を通じて提示されたメッセージに関連する内容を中心に15の記述文を設け，「アメリカ」「韓国」「中国」「アフリカ」「ヨーロッパ

パ」の5つの国・地域の中から、それぞれが該当すると思われるものをいくつでも選択するという形式の質問を導入した。各項目について、それぞれの国・地域が選択された割合を整理した結果を表5に示す。

まず中国については、回答者の半数以上が「子どもに対するしつけが厳しい」「犯罪者に対する処罰が厳しい」「性に対する道徳や規律が厳しい」「男性優位の考えが強い」「日本が欧米化することに対して批判的」「家庭での父親の発言権が大きい」としており、全体に伝統的な価値観が支配する保守的な国というイメージが顕著になっている様子が見えてくる。韓国イメージには、中国との共通性が多く認められるが、「子どもに対するしつけが厳しい」「性に対する道徳や規律が厳しい」の2項目以外に、「日本人に対する差別意識が強い」という項目で賛同率が5割を超えている。それに対してアメリカは「女性の社会的地位が高い」「人々の間で経済優先の考えが強い」「日本人に対して友好的」、ヨーロッパは「高齢者が大切にされている」「女性の社会的地位が高い」「日本についての知識や関心が乏しい」の各3項目に過半数が賛同しているが、両者を比較するとヨーロッパよりもアメリカの方が日本との心理的距離が近いという点で認識の違いが生じている様子が見えてくる。一方、アフリカは、「日本についての知識や関心が乏しい」「自然の環境に恵まれている」など日本から遠く離れた未開の地というイメージの他に、「男性優位の考えが強い」といった保守的なイメージによって特徴づけられていることがわかる。

これを番組の視聴経験別に見ると、²検定で有意差が生じた項目は、ヨーロッパについては皆無、アメリカは1項目、中国と韓国は2項目と少数に限られているのに対して、アフリカについては8項目で有意水準に達しているのである。とりわけ「日本が欧米化することに対して批判的」「性に対する道徳や規律が厳しい」「男性優位の考えが強い」

図2 番組視聴経験によるアフリカ人イメージの違い(4項目例)

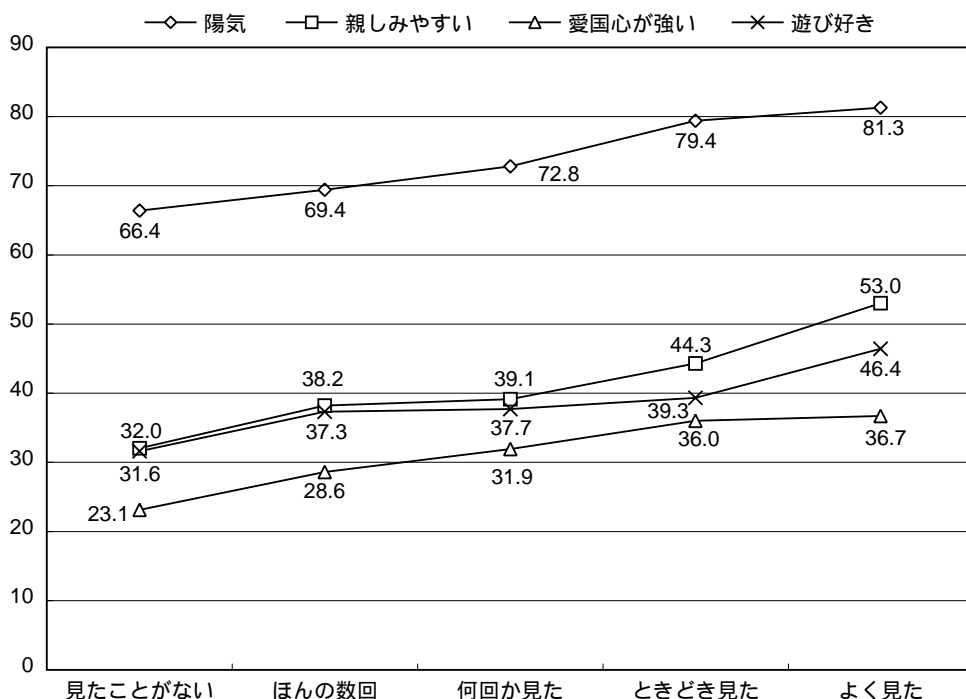


表5 各国・地域のイメージ（各項目の選択率）と番組視聴経験による有意差の有無

	アメリカ	B	韓国	B	中国	B	アフリカ	B	ヨーロッパ	B
家庭での父親の発言権が大きいのは	14.2		48.7		57.3		41.0	*	8.6	
男性優位の考えが強いのは	9.2		48.5		59.1		53.5	*	8.1	
子どもに対するしつけが厳しいのは	11.9		64.6	*	62.9	*	13.3	**	15.2	
性に対する道徳や規律が厳しいのは	7.7		55.8		60.6		21.7	***	11.2	
日本が欧米化することに批判的なのは	7.0		41.9		58.9		15.6	***	15.3	
日本人に対して友好的なのは	62.9	*	25.4		10.0		16.9	***	21.9	
外国人に対する偏見や差別が少ないのは	45.9		7.3		6.0		27.8		24.8	
日本人に対する差別意識が強いのは	29.8		50.1		47.8		4.4		27.2	
人々の間で経済優先の考えが強いのは	69.9		23.5		28.6		4.7		37.4	
女性の社会的地位が高いのは	76.0		4.2		3.8		5.6		57.7	
犯罪者に対する処罰が厳しいのは	44.0		26.1		61.6	**	8.6	*	15.6	
伝統的な日本文化に対するあこがれが強いのは	47.8		14.7		8.0		13.4		39.0	
日本についての知識や関心が乏しいのは	20.2		9.0		13.0		75.5		50.0	
自然の環境に恵まれているのは	25.0		2.9		21.5		74.7	***	38.8	
高齢者が大切にされているのは	21.1		30.0	*	31.5		22.0		58.7	

因子分析（主成分分析，エカマックス回転）の結果に基づいて項目を再配置

半数以上が選択した項目は太字で表示

B = 『ここがヘンだよ日本人』の視聴経験による選択率の違いが以下の有意水準に達したものの

*** < .001

** < .05

* < .01



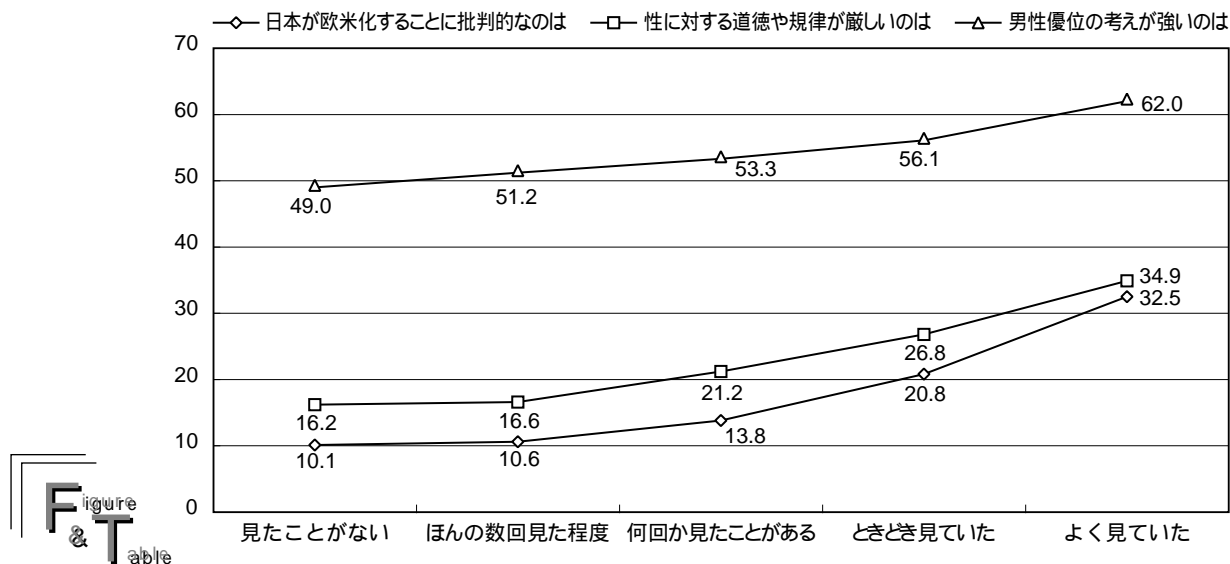
という3項目については、それぞれがアフリカに該当するとした割合が視聴経験と共に直線的に上昇しており（図3参照）、また「日本に対して友好的」「犯罪者に対する処罰が厳しい」「自然の環境に恵まれている」の3項目についても同様の傾向が認められる。この他には、中国は「犯罪者に対する処罰が厳しい」というイメージが番組視聴経験によって強化される傾向が現われているだけであり、やはりこの番組は、他の国・地域よりもアフリカのイメージに一段と大きな影響を与えていることが再確認される結果となっている。

2-5 番組で取り上げられた話題や外国・外国人に対する態度

番組で取り上げられた話題及び外国・外国人に対する態度は、設定した15の記述文に対する賛同の程度を「そう思う」から「そう思わない」までの5件法によって測定した。全体に賛成する割合が高かった項目は、「日本は、まだ障害者にとって住みやすい国とは言えない」「日本語を学び、日本社会に融け込もうとしている外国人には好意を感じる」「さまざまな文化的背景をもつ外国人が来ることは、日本の文化を豊かにする」「日本人は、アメリカやヨーロッパではなく、アジアにもっと興味や関心をもつべきだ」、逆に賛同の割合が低かったのは、「外国人は、自分のミスを認めず、言い訳ばかりするのでつきあいにくい」「自分の顔に自信のない人は整形手術を受けた方がよい」「客商売をする人が、けちでうるさい外国人を歓迎しないのは当然だ」といった項目であった。なお、「同性愛者はそのことを隠すべきではない」については、半数以上（54.5%）が「何とも言えない」と判断を保留していた。

これらについて番組視聴経験による平均値の差を分散分析によって検定すると、7項

図3 番組視聴経験によるアフリカイメージの違い(3項目例)



目で有意差が見られ、いずれにおいても視聴経験と共に賛同する割合が上昇していることが確かめられる(表6参照)。その内容を見ると「日本語を学び、日本社会に馴染もうとしている外国人には好意を感じる」と在日外国人に対する好意的見解が番組視聴によって強化される一方で、「外国人犯罪が多いので、日本人が外国人に警戒心をもつのは仕方がない」という否定的見解も強まっており、さらに番組をよく見ていた者ほど「日本の若い女性は、外国人男性に対する警戒心がなすすぎる」「日本の若者は、ものを知らず、マナーも悪い」「外国で日本人が盗難にあたり、だまされたりするのは、日本人の側にも問題がある」という具合に日本人に対してもより厳しい批判の目を向けていることが判明する。また、番組視聴経験に伴って「自分の顔に自信のない人は整形手術を受けた方がよい」という意見に賛同する割合が上昇しているが、この点に関しては「韓国では『女性は美容整形をしてでも美しくなった方がよい』と考える人が多い」という認識を示す人ほど美容整形に積極的な態度を示すことが同時に確かめられている。

2-6 番組視聴効果に対する考察

以上、5つの領域について番組視聴効果を見てきたが、その結果から次の2点が言えるだろう。第1点目は、番組視聴がもたらすアフリカ・アフリカ人についての認識やイメージに対する効果である。アフリカは、日本人にとって、まだなじみが薄い地域である。観光等で訪れる日本人も、アジアやアメリカに比べるとはるかに少なく、またマス・メディアで取り上げられることも少ない。ところが、この番組では、数多くの外国人の中でも特にアフリカ出身者の顕現性が際立っていた。ベナン出身のゾマホン・ルフィンが、発言した番組数が出演者の中で最も高く、また本調査で「印象に残った外国人出演者」を自由に挙げてもらったところ、その名前が飛び抜けて高い割合で想起されており、視聴者に強い印象を残していたことが確かめられる。番組の中ではアメリカ人や中国人、韓国人もそれぞれに目立ってはいたが、本調査で、番組視聴経験との関係が明確に現われていたのは、アフリカ及びアフリカ人に関する認識やイメージだった。この番組をよく見ていた者ほど、アフリカの国名の正答数が高く、アフリカに対するイメー

表6 外国・外国人に対する態度や番組中の争点に関する記述文への5段階評価の平均値(全体及び番組視聴経験別)

	全体	視聴経験別					F値
		見たことがない	ほんの数回	何回か見た	ときどき見た	よく見た	
日本は、まだ障害者にとって住みやすい国とは言えない	4.47	4.41	4.50	4.43	4.43	4.62	2.60*
日本語を学び、日本社会に馴染もうとしている外国人には好意を感じる	4.44	4.31	4.40	4.40	4.53	4.64	7.16***
さまざまな文化的背景をもつ外国人が来ることは、日本の文化を豊かにする	4.06	3.98	4.08	4.01	4.10	4.17	1.71
日本人は、アメリカやヨーロッパではなく、アジアにもっと興味や関心をもつべきだ	4.03	3.99	4.01	4.02	4.10	3.98	0.94
外国で日本人が盗難にあたり、だまされたりするのは、日本人の側にも問題がある	3.97	3.86	3.94	3.94	4.00	4.18	2.56*
外国人犯罪が多いので、日本人が外国人に警戒心をもつのは仕方がない	3.87	3.77	3.80	3.90	3.93	4.08	4.16**
日本の若者は、ものを知らず、マナーも悪い	3.60	3.52	3.52	3.56	3.68	3.85	4.00**
外国人に家を貸さない家主や外国人お断りの店は日本の恥だ	3.59	3.60	3.54	3.60	3.61	3.71	0.78
日本の若い女性は、外国人男性に対する警戒心がなさすぎる	3.43	3.28	3.36	3.40	3.56	3.67	6.09***
同性愛者は、そのことを隠すべきではない	3.30	3.29	3.28	3.30	3.29	3.46	1.37
子どもたちでのいじめは、いじめられる側にも問題がある	3.29	3.23	3.23	3.28	3.31	3.52	2.18
外国で外国人が自分の身を守るために銃を所有するのは仕方がない	2.89	2.82	2.88	2.97	2.89	2.81	0.91
客商売をする人が、けちでうるさい外国人を歓迎しないのは当然だ	2.70	2.67	2.62	2.75	2.75	2.77	1.62
外国人は、自分のミスを認めず、言い訳ばかりするのでつきあいにくい	2.44	2.40	2.38	2.47	2.47	2.52	1.13
自分の顔に自信のない人は整形手術を受けた方がよい	2.41	2.19	2.32	2.48	2.48	2.67	6.98***

(数値は1以上5以下で高いほど賛同していることを表す)

***p<.001, **p<.01, *p<.05



ジが鮮明になり、番組で繰り返されたアフリカに関するメッセージに賛同する割合が高く、それはアメリカや中国、韓国と比べると、格段に顕著なものとなっていたのである。

第2点目は効果のレベルである。これまで5つの領域について番組視聴効果を見てきたが、国名を想起したり、番組で繰り返されたメッセージに基づく現実認識には、番組視聴による効果が明確に現われていた。特に後者については、設定した16項目中13項目(81%)で、視聴経験の増加と共に認知が高まっていた。しかし、外国人や外国に対するイメージになると、番組視聴による違いはそれほど明確には現われず、また番組で提示された話題や外国・外国人に対する態度となると、設定した15項目中6項目(40%)にしか番組視聴による違いが見られなかった。

それでは次に、回答者をあらかじめ有している現実認識が異なると思われるクラスター(群)に分類し、その上で番組の視聴効果を見ていくことにする。

3 クラスター別による番組視聴の影響

3-1 メディア利用と外国への関心に基づくクラスター分析

メディアからの情報で間接的にしか経験できない世界に対する認識は、どのようなメディアから情報を得ているかによって異なるものと思われる。たとえばマス・メディアの影響に関する仮説の中に、メディアでの争点の顕出性がオーディエンスの知覚に影響

を及ぼすとする議題設定仮説があるが、Weaverら（1981）は、テレビと新聞では議題設定効果が異なるとしている。また、同じく議題設定仮説での随伴条件のひとつにオリエンテーション欲求があり、これが高い者ほどメディアの議題設定効果を受けやすいとされているが、Weaverらは、このオリエンテーション欲求を関心と不確実性という2つの概念の組み合わせからなるとしている。つまり、普段のメディア利用タイプが異なり、かつ外国情報への関心の度合いが異なれば、メディアから得る情報の内容ばかりでなく、影響の受け方も異なり、結果として外国や外国人に対する認識も異なることが予測される。こうしてあらかじめ異なった認識を持っていると思われる者たちの間でも、番組視聴効果が現われるかどうかを検証するため、回答者をメディア利用及び外国情報への関心に基づいたクラスター(群)に分類し、分析を行うことにした。

回答者のメディア利用やテレビ番組のジャンル別視聴頻度には、ある傾向が見られた。テレビ番組のジャンル別視聴では、9つに設定した番組ジャンルを集団間平均連結法により階層クラスター分析してみると、「お笑い系・トーク系・ドラマ・音楽系番組」の組合せと、「情報系・アニメ・劇場用映画」という組合せ、そして「スポーツ番組」と「ニュース番組」という4つのクラスターに分けられた。また、他のメディア利用についても、それぞれの利用頻度との順序相関()を見ると、有意だったのは新聞とインターネット利用頻度($r = .318, p < .001$), 映画とテレビの視聴頻度($r = .145, p < .001$), インターネットの利用頻度と映画の視聴頻度($r = .118, p < .001$), インターネット利用頻度とテレビ視聴量($r = -.091, p < .01$)であった。インターネット利用とテレビ視聴とは負の相関を示しているが、これはインターネット利用時間が増えるとテレビ視聴時間が減るという川上(1999)の調査結果と一致している。

このように各種メディアの利用の仕方にはある傾向が見られたことから、回答者をメディア利用のタイプによって、いくつかのクラスターに分けることは可能であることが確認された。メディア利用のタイプと、これに外国情報への関心の程度を加えたものに基づいて分類したクラスター別に番組視聴効果を見ていくことで、より多くのことが明らかになるとと思われる。

方法 各種メディアの利用頻度とテレビ番組ジャンル別視聴頻度に、外国のニュースや文化情報に対する興味・関心の程度を加え、いずれも標準化した上で大規模ファイルのクラスター分析を行った。クラスター数は、試行の結果、5つに設定するのが妥当であると判断した。

各クラスターのメディア利用及び外国情報への関心 5つに分けたクラスターの各種メディア利用とテレビ番組ジャンル別視聴及び外国のニュースや文化情報への関心についての平均値は表7の通りである。クラスター間の平均値を分散分析で検定したところ、すべての項目について危険率0.1%で有意差が見られた。

この結果により、各クラスターのメディア利用と視聴するテレビ番組のジャンル、及び外国のニュースや文化情報への関心の程度について特徴を述べると以下ようになる。

【第1クラスター：「テレビドラマ大好き群」(19.6%)】

新聞及びインターネットの利用が5群中際立って低いが、テレビの視聴量は多い。テレビの視聴番組ジャンルでは、ドラマや音楽番組の視聴頻度は高いが、ニュースの視聴頻度は低い。外国情報への関心は、ニュースについても文化情報についても極めて低い。

【第2クラスター：「メディア積極利用派。テレビ大好き群」(21.6%)】

すべてのメディアの利用頻度が高く、とりわけテレビ視聴量は5群中最も高い。テレビでは、すべてのジャンルについて平均以上に視聴しているが、とりわけ、お笑い系、劇場用映画、トーク系、スポーツ番組などの視聴量が多い。外国情報への関心は高く、

特に文化情報については5群中最も高い。

【第3クラスター：「メディアによる積極的情報探索派。ニュース大好き群」(31.0%)】

新聞及びインターネットの利用が5群中最も高いが、テレビの視聴量は平均よりも低い。テレビ番組では、ニュースの視聴頻度が5群中最も高いが、それ以外のジャンルについては、スポーツ番組を除いて平均を下回っている。外国情報への関心は高く、とりわけニュースについては飛び抜けて高い。

【第4クラスター：「アニメ大好き群」(9.7%)】

メディア利用は全体的に低く、テレビ視聴量のみ平均を少し上回っている。テレビ番組の視聴ジャンルでは、アニメ番組の視聴頻度が5群中突出して高い。ドラマやトーク系、スポーツ番組や音楽番組を好まない。外国情報への関心は中程度。

【第5クラスター：「メディアの消極的利用群」(18.0%)】

メディア利用がすべてにわたって低く、特に映画とテレビ視聴量については5群中際立って低い。テレビ番組の視聴も、すべてのジャンルにわたって5群中最も低い。外国情報への関心は低く、とりわけ文化情報に関しては5群中際立って低い。

各クラスターの構成 各クラスターの構成を男女別及び大学別に見ると表8のようになる。第1、第4、第5クラスターでは女性の方が多いのに対して、第3クラスターでは男性の方が多く、また大学別で見てもクラスター間で大きな違いが見られた。

各クラスターの当番組視聴経験 この番組の視聴経験者の割合は、「見たことがない」という回答が5群中最も高かった第5クラスターで17.6%、「何回か」以上は見たことがある者の割合は、第1クラスターで58.2%、第2クラスターで68.5%、第3クラスターで57.6%、第4クラスターで53.7%、第5クラスターで47.4%であり、最もメディア利用が低い第5クラスターでも、半数近くの者が一定回数以上の視聴経験を報告している。

3-2 クラスターにより差が見られる項目

メディア利用と外国への関心の程度が異なる他に、各クラスターには以下のような違いが見られた。

外国に関する基礎知識 アジア、ヨーロッパ、アフリカについて、思い浮かぶ国名

表7 各クラスターのメディア利用頻度および外国情報への関心

	第1群	第2群	第3群	第4群	第5群	F値
新聞利用	1.79	3.06	3.13	2.31	2.14	134.50***
インターネット利用	2.07	3.07	3.28	2.73	2.60	114.76***
映画視聴	2.40	2.79	2.69	2.42	1.96	63.36***
テレビ視聴量	3.31	3.47	2.60	2.94	1.90	268.37***
<テレビ>ニュース、報道系	2.82	3.59	3.63	3.44	2.57	163.05***
<テレビ>お笑い系	2.98	3.36	2.17	2.61	1.83	194.50***
<テレビ>情報系	1.78	2.46	1.85	2.17	1.57	65.02***
<テレビ>トーク系	2.69	3.03	1.89	1.83	1.54	257.78***
<テレビ>ドラマ	3.12	3.05	1.71	1.81	1.63	314.28***
<テレビ>音楽系	3.19	3.28	2.18	2.28	1.98	205.76***
<テレビ>スポーツ	2.50	2.96	2.64	2.11	1.75	69.88***
<テレビ>劇場用映画	2.18	2.78	2.14	2.43	1.43	114.94***
<テレビ>アニメ	1.38	1.74	1.20	3.12	1.16	404.34***
外国ニュースへの興味・関心	2.04	2.95	3.25	2.55	2.24	220.43***
外国文化情報への興味・関心	2.60	3.33	3.22	2.77	2.30	114.89***

(数値は1以上4以下で、高いほど利用頻度や関心の程度が高いことを表す)

*** <.001



を5つ書くという質問で、正答数の平均値にクラスター間で有意差が見られた。いずれの地域についても同様の傾向が生じており、第3クラスター「メディアによる積極的情報探索派。ニュース大好き群」の正答率が最も高く、それに次いで第2クラスター「メディア積極利用派。テレビ大好き群」、第4クラスター「アニメ大好き群」、第5クラスター「メディアの消極的利用群」、第1クラスター「テレビドラマ大好き群」の順になっている。これは外国ニュースに対する関心の程度と同じ順序であり、外国ニュースへの関心が高い者ほど外国に関する知識があるという、当然とも言える結果だった。

外国・外国人に対する認識 番組で繰り返されたメッセージに基づいて設定した外国・外国人に対する認識は、クラスター間で見ると16項目中7項目で有意差が見られた。これは番組視聴効果を見るために設定された質問であるため、クラスター間の認識の差を見るためには、この番組を見ていない者を対象に分析を行う必要がある。そこで、この番組を「見たことがない」及び「ほんの数回見た程度」の者だけを対象に、平均値の差を検定したところ、有意差が見られたのは『アメリカは世界の警察だ』というアメリカ人の主張に多くの外国人が反発している」($p<.01$)と「中国や韓国では『オリンピックで活躍した選手の生活を国が保障するのは当然』とされている」($p<.05$)の2項目だった。

番組で繰り返し伝えられたメッセージに基づく認識を問うものであるから、視聴経験がほとんどない者が対象の場合、クラスター間の差がほとんど現われないのは当然だが、それでも上記の2項目に差が出たということは、この2つに関しては、この番組以外でも得られる知識と考えることができる。2項目とも外国情報への関心が高い第3クラスターの平均値が最も高く、外国情報への関心が最も低い第1クラスターの平均値が最低となっていた。これは外国情報への関心の差によって生じた結果であると言えよう。

外国及び外国人に対するイメージ 外国及び外国人に対するイメージについて、番組の視聴経験別に見た場合よりクラスター別に見た方が、アフリカを除き、有意差が見られる項目数が多かった。クラスター間で有している外国及び外国人に対するイメージが、アフリカ以外では、大きく異なっていることが示唆される。

番組で取り上げられた話題や外国・外国人に対する態度 これについても、クラスター間で差が見られたのは9項目で、番組視聴経験別に見た場合(6項目)よりも多かった。このようにクラスター間では、番組で取り上げられた話題や外国・外国人に対する態度に違いが見られたが、その点に関する各クラスターの特徴を番組視聴の影響をで

表8 各クラスターの男女別・大学別構成

		第1群	第2群	第3群	第4群	第5群
男女別	男性	134 (35.0%)	213 (50.5%)	350 (57.9%)	81 (42.6%)	149 (42.3%)
	女性	249 (65.0%)	209 (49.5%)	253 (41.8%)	109 (57.4%)	202 (57.4%)
大学別	慶應義塾大学	92 (24.0%)	151 (35.8%)	321 (53.1%)	48 (25.3%)	131 (37.2%)
	武蔵大学	76 (19.8%)	92 (21.8%)	92 (15.2%)	32 (16.8%)	61 (17.3%)
	江戸川大学	42 (11.0%)	42 (10.0%)	20 (3.3%)	21 (11.1%)	15 (4.3%)
	駒澤大学	33 (8.6%)	26 (6.2%)	37 (6.1%)	15 (7.9%)	19 (5.4%)
	聖徳大学	48 (12.5%)	18 (4.3%)	15 (2.5%)	20 (10.5%)	28 (8.0%)
	お茶の水女子大学	31 (8.1%)	23 (5.5%)	22 (3.6%)	21 (11.1%)	31 (8.8%)
	立正大学	18 (4.7%)	30 (7.1%)	31 (5.1%)	18 (9.5%)	17 (4.8%)
	筑波大学	14 (3.7%)	15 (3.6%)	26 (4.3%)	11 (5.8%)	24 (6.8%)
	早稲田大学	9 (2.3%)	16 (3.8%)	36 (6.0%)	2 (1.1%)	14 (4.0%)
平成国際大学	20 (5.2%)	9 (2.1%)	5 (0.8%)	2 (1.1%)	12 (3.4%)	
計		383 (100%)	422 (100%)	605 (100%)	190 (100%)	352 (100%)

きるだけ排除した上で捉えておきたい。そのために、この番組を「見たことがない」及び「ほんの数回見た程度」の者に限定して再分析を行った結果、表9に示した6項目でクラスター間に有意差が認められた。

これらの結果を見ていくと、「子どもたちの間でのいじめは、いじめられる側にも問題がある」や「外国人犯罪が多いので、日本人が外国人に警戒心をもつのは仕方がない」といった現状容認的な態度は、第1クラスターと第2クラスターで高く、第4クラスターで低い。「日本の若い女性は、外国人男性に対する警戒心がなさすぎる」「外国で日本人が盗難にあったり、だまされたりするのは、日本人の側にも問題がある」といった日本人に対する批判的な態度は、第3クラスターで高く、第1クラスターで低い。また、「同性愛者は、そのことを隠すべきではない」という自ら偏見や差別に挑戦すべきだとする態度は、第2クラスターで高く、第5クラスターと第4クラスターで低い。「さまざまな文化的背景をもつ外国人が来ることは、日本の文化を豊かにする」という異文化交流に対する肯定的態度は、第1クラスター、第3クラスター、第2クラスターで高く、第4クラスターで低い。

こうした結果をまとめると、次のようなことが言えるであろう。第1クラスターには異文化間交流には肯定的で、現状容認、さらに自己肯定的な態度が見られ、第2クラスターは、異文化間交流に肯定的で、偏見や差別に対して積極的に挑むべきだという面と同時に、やや現状容認的な態度も見られる。第3クラスターには、日本人に対して批判的で、外国人に対して肯定的な態度が見られ、異文化間交流に対しても積極的な態度である。第4クラスターは、異文化間交流には消極的で、現状容認には否定的、特に番組で話題となったいじめ問題に対しては、いじめる側にも責任があるという考えには否定的である。第5クラスターは、社会に対してやや無関心であり、差別や偏見に対して表立って挑むことには消極的、日本の若い女性に対してはやや批判的な態度が見られる。

3-3 クラスター別に見た番組視聴効果

それでは、外国や外国人に対して異なった知識、イメージ、態度を持っているクラスター別に見た場合でも、番組視聴効果は現われるだろうか。以下でこれまでと同様、5つの領域ごとに検証していくが、その際に視聴経験のカテゴリーを5つから3つに変更して分析を行うことにした。クラスター及び視聴経験の両方で回答者を分割するため、該当者数が少なくなりすぎないように配慮して、「見たことがない」及び「ほんの数回見

表9 クラスター間に差が見られた番組での話題や外国・外国人に対する態度（低視聴者のみ対象）

	第1群	第2群	第3群	第4群	第5群	F値
同性愛者は、そのことを隠すべきではない	3.19	3.54	3.35	3.17	3.14	5.61***
日本の若い女性は、外国人男性に対する警戒心がなさすぎる	3.08	3.34	3.47	3.32	3.42	3.91**
外国で日本人が盗難にあったり、だまされたりするのは、日本人の側にも問題がある	3.78	4.02	4.09	3.76	3.80	3.80**
さまざまな文化的背景をもつ外国人が来ることは、日本の文化を豊かにする	4.15	4.11	4.13	3.81	3.91	3.65**
外国人犯罪が多いので、日本人が外国人に警戒心をもつのは仕方がない	3.98	3.84	3.64	3.69	3.78	3.26*
子どもたちの間でのいじめは、いじめられる側にも問題がある	3.35	3.44	3.24	2.95	3.12	3.05*

（数値は1以上5以下で高いほど賛同していることを表す）

***p<.001, **p<.01, *p<.05

た程度」を『低視聴』,「何回か見た」は『中視聴』,「ときどき見ていた」及び「よく見ていた」を『高視聴』として3群に分割したのである。

外国に関する基礎知識 アジア,ヨーロッパ,アフリカの国名を5つまで自由に記入するという問いで,正答数に視聴経験による有意差が見られたのは,第3クラスターと第5クラスターだった。第3クラスターはアジア ($p<.05$)とアフリカ ($p<.05$)で,第5クラスターはアフリカ ($p<.05$)で,いずれも視聴経験が増すにつれて正答数が上がっていた。

外国・外国人に対する認識 番組内で繰り返し伝えられたメッセージに基づいて設定した16の記述文に対して,5つのクラスターすべてについて,視聴経験別に平均値を出して検定を行い,有意差が見られたもののうち視聴経験の増加とともに直線的に平均値が上がった項目を取り出すと,計18項目となった(表10参照)。

これをクラスター別に見ると,第1クラスター及び第2クラスターでは2項目,第3クラスターでは5項目,第4クラスターでは1項目,第5クラスターでは8項目となった。第5クラスター及び第3クラスターの項目数の多さが目につくが,第5クラスターの「メディアの消極的利用群」は,普段メディアへの接触が少ない群であるが,他の情報への接触が少ないだけに,この番組視聴の影響が大きく出るのかもしれない。また,第3クラスター「メディアによる積極的情報探索派。ニュース大好き群」は,外国情報に対する関心が高いため,議題設定効果でオリエンテーション欲求が高い者がメディアの議題設定効果を受けやすかったように,番組からの情報を敏感に認知するのかもしれない。なお,番組の視聴経験と共に認識する者が有意に高くなった項目で,すべてのクラスターに共通していたものはなかった。3つのクラスターで共通していたものは3項目あったが,いずれもアフリカに関する記述であった。クラスター別に見た場合,全体で見た場合よりも番組視聴効果は現われにくくなるが,それでもアフリカに対する認識

表10 視聴経験による差が見られた外国・外国人に対する認識(クラスター別)

	クラスター	低視聴	中視聴	高視聴	F値
アフリカ人の男性の中には,アメリカ出身と偽って日本の女性にもてようとする者がいる	第2群	2.34	2.46	3.21	26.47***
	第3群	2.44	2.80	2.95	11.51***
	第5群	2.33	2.82	2.95	10.78***
「アフリカには同性愛者はいない」とアフリカ人は信じている	第1群	2.37	2.62	2.68	3.30*
	第3群	2.33	2.54	2.86	12.02***
	第5群	2.20	2.45	2.92	13.82***
アジアやアフリカの人たちは「日本の若い女性の服装は肌を露出し過ぎる」と否定的に見ている	第3群	2.79	2.95	3.28	9.24***
	第4群	2.61	3.00	3.47	9.45***
	第5群	2.84	3.16	3.37	6.19**
アフリカの家庭では父親の権威が絶対的に強い	第3群	3.21	3.42	3.45	3.14*
	第5群	3.15	3.22	3.79	10.62***
「アメリカは世界の警察だ」というアメリカ人の主張に多くの外国人が反発している	第2群	3.62	3.82	3.95	3.45*
	第5群	3.59	3.75	3.94	3.17*
中国や韓国では「オリンピックで活躍した選手の生活を国が保障するのは当然」とされている	第1群	3.58	3.68	3.94	3.89*
	第5群	3.61	3.81	3.96	3.51*
中国人は「契約精神が乏しく,国際ルールを守らない」と諸外国の人々から非難されている	第5群	2.64	2.93	3.03	4.19*
アフリカ人は,何かというときすぐ植民地支配を受けた自分達の過去の歴史をもちだす	第3群	2.58	2.70	2.88	3.91*
中国では,犯罪に対してきびしく対処するために,死刑制度に賛成している人が多い	第5群	3.01	3.34	3.42	6.79**

(数値は1以上5以下で高いほど賛同していることを表す)

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$

には、番組視聴効果が維持されていた。

外国人に対するイメージ チェックリスト法で測定されたアメリカ人、韓国人、中国人、アフリカ人のイメージについて、クラスター別に見て視聴経験による有意差があり、しかも視聴経験と共に選択率が上昇あるいは下降傾向を示した項目は、第1クラスターでは、アフリカ人に対して3項目とアメリカ人に対して1項目で計4項目、第2クラスターは無し、第3クラスターでは、中国人とアフリカ人に対して各4項目及びアメリカ人に対して1項目の9項目、第4クラスターでは、アメリカ人に対して2項目、中国人とアフリカ人に対して各1項目の計4項目、第5クラスターでは、アフリカ人に対して3項目、中国人と韓国人に対して各1項目の計5項目だった。

視聴経験による差が見られた22項目の半数（11項目）がアフリカ人に関するものであり、ここでも番組視聴がアフリカ人に対するイメージの形成・強化に大きな影響を与えたことが裏づけられた。ただし、クラスター間で共通していた項目は少なく、アフリカ人と中国人に対して「なまけ者」というイメージが、第3クラスターと第5クラスターで共に強化されたのみであった。

この番組はアフリカ人に対する視聴者のイメージ形成・強化に寄与した可能性はあるものの、番組視聴によって受けるアフリカ人に対するイメージは、クラスターによって異なっていたということであろう。好意的なイメージが視聴経験と共に強化されていたのは、第1クラスターでの「陽気 ($p<.05$)」「親しみやすい ($p<.01$)」と第3クラスターでの「陽気 ($p<.01$)」「リズム感がよい ($p<.05$)」で、残りの7項目は必ずしも好意的とは言えないものだった。第1、第3クラスターともに異文化間交流には肯定的な態度を持っており、好意的なイメージが強化されたのがこの2つのクラスターだったということは、そうした態度と関連しているものと思われる。

外国に対するイメージ アメリカ、韓国、中国、アフリカ、ヨーロッパのイメージを測定するために設けられた15項目のうち、クラスター別に見て番組視聴経験による差が有意で、しかも視聴経験と共に選択率が上昇していたのは、第1クラスターでは、アフリカとヨーロッパに対して各1項目の計2項目、第2クラスターでは、中国とアフリカに対して各1項目の計2項目、第3クラスターでは、アフリカとヨーロッパに対して各1項目の計2項目、第4クラスターでは、アフリカに対して3項目とアメリカに対して1項目の計4項目、第5クラスターでは、アフリカに対して4項目だった。ここでもやはりアフリカに対するイメージの強化が最も多く見られ、番組視聴経験によって差が見られた14項目中10項目（71.4%）を占めていた。そのうち4つのクラスターで共通していた項目は「日本が欧米化することに批判的」としてのアフリカで、2つのクラスターで共通していたのが「性に関する道徳や規律がきびしい」及び「家庭での父親の発言権が大きい」地域としてのアフリカだった。こうしたイメージは番組の中で繰り返し伝えられたメッセージと重なる部分が多く、番組視聴による影響が強いものと解釈できる。

番組で取り上げられた話題や外国・外国人に対する態度 番組で取り上げられた話題や外国・外国人に対する態度について、設定した16の記述文に対する回答をクラスター別に見た場合、番組視聴経験によって有意差があり、かつ視聴経験が増すとともに直線的に平均値が上がった項目は計6項目だった（表11参照）。

それは、先に報告した外国・外国人に対する認識に関しての18項目に比べるとはるかに少なく、やはり態度への番組視聴効果はそれほど多くは現われないということが再確認される。クラスター別に見ると、第1クラスターでは2項目、第2クラスターは1項目、第3クラスターは2項目、第4クラスターは1項目、第5クラスターでは1項目もなかった。第5クラスターは、外国や外国人に対する認識やイメージに関しては番組視

表11 視聴経験による差が見られた番組での話題や外国・外国人に対する態度（クラスター別）

	クラスター	低視聴	中視聴	高視聴	F値
自分の顔に自信のない人は整形手術を受けた方がよい	第1群	2.13	2.37	2.45	3.54*
	第3群	2.26	2.47	2.57	4.41*
外国人犯罪が多いので、日本人が外国人に警戒心をもつのは仕方がない	第2群	3.84	3.90	4.09	3.11*
	第4群	3.69	3.72	4.24	7.93**
日本の若い女性は、外国人男性に対する警戒心がなさすぎる	第1群	3.08	3.34	3.42	4.34*
日本語を学び、日本社会に融けこもうとしている外国人には好意を感じる	第3群	4.37	4.41	4.66	9.07***

（数値は1以上5以下で高いほど賛同していることを表す）

 *** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$


視聴経験による差が見られた項目は多かったが、態度についてはほとんど認められなかった。第5クラスターは「メディアの消極的利用群」であり、他の情報への接触が少ないため番組視聴による影響は受けやすいが、それは知識やイメージに対しての影響であって、態度への影響はほとんどないということであろう。また、第3クラスターも、外国や外国人に対する認識及び外国人に対するイメージで番組視聴経験による差が現われた項目数が多かったが、このクラスターは「メディアによる積極的情報探索派。ニュース大好き群」であり、外国情報への関心が高いため認知レベルの影響は受けやすいが、やはりそれが態度への影響とつながることは少なかった。

3-4 クラスター別に見た番組視聴効果に関する考察

以上、クラスター別に5つの領域で番組視聴効果を見てきた。メディア利用タイプと外国情報への関心に基づいて分類された各クラスターは、あらかじめ持っている外国に関する知識、外国人及び番組で話題となったいじめや同性愛者に対する態度に違いが見られた。そのような違いがありながらも、どのクラスターにも、程度の差はあれ、番組の視聴効果は見られた。それはアフリカやアフリカ人に関して最も顕著に現われ、番組の視聴経験が増すほどアフリカ人やアフリカに対する認識が高まり、またイメージが多様になっていったが、視聴者の態度レベルまで影響が及ぶことは少なかった。

ここまでの結果は、回答者全体で分析した場合と同様であるが、クラスター別に分析を行ってみて判明したことがいくつかある。まず、番組視聴の影響を受けやすいクラスターが存在したということである。第5クラスターは、外国や外国人に対する認識に関して、番組視聴経験と共に認識が有意に高まった項目数が5群中最も多く、外国や外国人に対するイメージについても、番組視聴経験による差が出た項目数が多かった。このクラスターは、メディアの利用頻度が低く、外国情報への関心も低い群である。国名の自由記入で正答数が5群中下から2番目と、あらかじめ持っている外国に関する知識も少ない。それだけに番組で得る情報の相対的な有効性も高く、この番組の視聴の影響を受けやすかったものと思われる。ただし、これは知識やイメージのレベルについて言えるだけで、態度レベルではほとんど影響は見られなかった。また、第3クラスターも、外国や外国人に対する認識やイメージについて、番組視聴経験の増加による差が見られた項目数が多かったが、これは第3クラスターが積極的な情報探索を行う群であり、外国情報への関心が高いため、番組内で提供される情報を敏感に認知したためと思われる。しかし、態度レベルへの影響は、やはり認知レベルへの影響ほどには見られなかった。

また、番組視聴が外国人に対するイメージの形成・強化に寄与した可能性は示唆され

たが、番組から受ける外国人の印象はクラスターによって異なるのか、番組視聴経験と共に強化されたイメージのほとんどは、クラスターごとに異なっていた。

さらに、第2クラスターについては、この番組をほとんど見ていない者でさえも、番組で提示されたメッセージに沿う態度を有する傾向が見られたが、このクラスターは番組を最もよく視聴していた群であり、番組で繰り返し伝えられたメッセージと一致した態度をもつ人たちが番組を好んで視聴していた可能性も考えられる。

▶ 結 論

以上、この番組の視聴効果について、回答者全員を対象とした分析と、メディア利用及び外国情報への関心に基づいて分類したクラスターごとの分析を通して検討してきた。

この番組は、アフリカ人の顕現性の高さがひとつの特徴となっているが、アフリカ人やアフリカに関しては、明確な視聴効果が現われていた。視聴経験が増すにつれて、アフリカに対する基礎知識は増し、番組で繰り返し伝えられたアフリカに関するメッセージに対しては、番組の視聴経験による差が顕著に現われていた。アフリカ人に対するイメージも、番組に出演するアフリカ人に当てはまると思われるような形容詞（「陽気」「親しみやすい」「遊び好き」など）が、視聴経験が増すにつれて多く選択されていた。アフリカに関しての番組視聴効果は、メディア利用と外国情報への関心の程度に基づいて分類した5つのクラスター別に見た場合でも、クラスター間で程度の差はあったものの、維持されていた。これはアフリカに関する情報が、直接経験によって得にくく、またメディアからも十分には得られないため、この番組で得られるアフリカに関する情報が、相対的に大きな影響力をもっていたためと考えられる。

しかし、そうした効果も、それが現われるレベルには違いが見られた。国名を挙げるといった基礎知識や諸外国に関する現実認識には明確に視聴効果が現われていたが、イメージの形成や強化への影響となると、それほど明確には現われなかった。これは、番組視聴経験によって強化されるイメージがクラスター間で異なっていたことから示唆されるように、同じ番組を視聴していても、そこからどのような印象を受けるかは視聴者によって異なるためであろう。さらに、番組でのメッセージが視聴者の態度へ及ぼす影響となると、さらに現われにくくなった。これは、認知レベルでは番組視聴効果が現われやすかった第3・第5の両クラスターについても言えることであった。

メディア利用タイプや外国への関心に基づいて分類したクラスターを用いて分析を行った結果、新たな示唆も得られた。普段のメディア利用のタイプや外国情報への関心が異なれば、外国に関する基礎知識や外国人に対する態度にも違いのあることが判明し、また認知のレベルではあるが、番組視聴の影響を受けやすい群が認められたのである。それは、普段のメディア利用頻度が低く、外国への関心が低い第5クラスターと、逆に、メディアによって積極的に情報探索を行う第3クラスターであった。さらに、メディアを積極的に利用し、テレビ視聴量が多く、どのジャンルに対しても視聴頻度が高い第2クラスターは、この番組についても5群の中で最もよく視聴していたが、同じ第2クラスターで番組をほとんど見ていない者でさえも、番組で提示されるメッセージに沿った態度を示す傾向が見られた。従って、あらかじめこの番組のメッセージに沿う態度を有している者が、好んでこの番組を視聴した可能性を考慮する必要性も示唆されたことになろう。

本研究により、この番組が特にアフリカに関する認知面へ効果を及ぼしたことは検証されたと言えるが、この番組がGreenberg (1988) のドレンチ仮説で想定したように、ス

テレオタイプの形成・維持・変容に大きな影響力を持ち続けるのかどうかは、この後の調査結果を待たねばならない。本調査は、番組が終了した直後（2002年5月末から6月初旬）に行われたものだが、それから半年を経過した時点で（同年10月初旬）再調査を実施している。その結果については、また別稿で報告したい。

引用文献

- 我妻洋・米山俊直(1967) 偏見の構造 日本人の人種観 日本放送出版協会
- Greenberg, B.S(1988) Some uncommon television images and the drench hypothesis. In S. Oskamp(ed.) *Television as a social issue: Applied Social Psychology Annual(Vol.8)* Newbury Park, CA: Sage.
- 萩原滋(2002) テレビを中心とする大学生のメディア利用状況(2001) 首都圏7大学での調査結果の報告 *メディア・コミュニケーション*, 52, 157-178.
- 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.
- Hawkins, R.P., & Pingree, S(1990) Divergent psychological processes in constructing social reality from mass media content. In N. Signorielli & M. Morgan(eds.) *Cultivation analysis: new directions in media effects research*. Newbury Park, CA: Sage.
- 法務省 出入国管理統計調査 (<http://www.stat.go.jp/data/sekai/zuhyou/0218>)
- 川上善郎(1999) インターネットと日常生活 橋元良明(編著) 情報行動と社会心理 北樹出版 pp.66-86.
- McCombs, M., Einsiedel, E., & Weaver, D(1991) *Contemporary public opinion: Issues and the news*. New York: Lawrence Erlbaum Associates, Inc(= 大石裕訳(1994) ニュース・メディアと世論 関西大学出版部)
- Morgan, M. & Signorielli, N(1990) Cultivation analysis: conceptualization and methodology. In N. Signorielli & M. Morgan(eds.) *Cultivation analysis: new directions in media effects research*. Newbury Park, CA: Sage.
- 竹下俊郎(1998) メディアの議題設定機能, 学文社.
- Weaver, D., Graber, D., McCombs, M. & Eyle, C(1981) *Media agenda-setting in a presidential election*. New York: Praeger Publishers(= 竹下俊郎訳(1988) マスコミが世論を決める 勁草書房)

- (大坪寛子 慶應義塾大学大学院社会学研究科博士課程)
- (相良順子 聖徳大学人文学部専任講師)
- (萩原 滋 慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所教授)