
研究

ロンドン・オリンピック大会と国民イメージの変化⁽¹⁾⁽²⁾

The London Olympic Games and the Changes of National Images

キーワード：

オリンピック大会, 国民イメージ, 国民性ステレオタイプ, メディア報道, メディア利用

keyword：

Olympic Games, national images, national stereotypes, media coverage, media use

文教大学情報学部 佐久間 勲

Bunkyo University, Faculty of Information and Communications Isao SAKUMA

文教大学情報学部 日吉 昭彦

Bunkyo University, Faculty of Information and Communications Akihiko HIYOSHI

要 約

本研究の目的は、ロンドン・オリンピック大会の開催に伴い、日本人・外国人に対する国民イメージが変化するか、さらにそれらの変化にメディアがどの程度影響するかを検討することであった。日本国籍を有する708名を対象にロンドン・オリンピック大会開催前の2012年6月上旬と、大会開催後の8月中旬にwebを利用したパネル調査を実施した。調査対象者に対して、6月上旬に日本人を含む9カ国の国民イメージを回答してもらった。続いて8月中旬に、同じ9カ国の国民イメージ、ロンドン・オリンピック大会開始から8月中旬の調査の回答時点までのイメージ測定の対象国およびそれらの国の選手に関するメディア報道への接触の程度、そしてテレビ、インターネットを含む7種類のメディア利用の程度を回答してもらった。分析の結果、いくつかの国民の一部の次元のイメージは肯定的な方向に変化していた。他方で、少数の国民の一部の次元のイメージは否定的な方向に変化していた。さらにいくつかの国民の一部の次元のイメージに関しては、それらの国および選手に関するメディア報道に接触するほど肯定的な方向に変化していた。メディア利用に関しては、いくつかの国民の一部の次元のイメージは、テレビを利用するほど肯定的な方向に変化していた。一方、少数の国民の一部の次元のイメージは、インターネットを利用するほど否定的な方向に変化していた。以上の結果は、オリンピック大会という国際的スポーツイベントは国民イメージの変化をもたらすものであること、さらにメディア報道やメディア利用がそれらの変化の一因になっていることを示唆するものであった。

Abstract

We examined the effect of the London Olympic Games on the changes of national images. Seven-hundred and eight Japanese participated in the web survey before and after the London Olympic Games. Before the Olympic Games, participants reported nine national images including Japanese. After the Olympic Games, they reported nine national images again, the degree of exposure to media coverage of the target nations and the target national athletes, and the degree of media use during the London Olympic Games. Some national images changed in a positive direction, but a few national images changed in a negative direction. Exposure to the media coverages of the target nations and the target national athletes made some national images positive. The television use made some national images positive. However, the Internet use made some national images negatively. These results suggested that the Olympic Games might have an effect on the change of national images, and that media coverage and media use were factors contributing to the change of national images.

1 はじめに

本研究の目的は、2012年に開催されたロンドン・オリンピック大会に伴い、日本人・外国人に対する国民イメージが変化するか、さらにそれらの変化にメディアが及ぼす影響を実証的に検討することである。

1.1 国際的スポーツイベントと国民イメージ

オリンピック大会やW杯サッカー大会などの国際的スポーツイベントは視聴率の高さからもわかる通り、多くの人々が関心を持っているものである。こうしたイベントの開催が、人々の意識や態度に影響を及ぼすことは想像に難くないだろう。実際にいくつかの先行研究では、オリンピック大会やW杯サッカー大会などの国際的スポーツイベントの開催が、人々の意識や態度に及ぼす影響について実証的な検討がなされてきた。特に、日本人や外国人に対する国民イメージや態度に及ぼす影響についての検討がなされてきた(藤島・村田・伊藤・佐久間, 1998; 樋口・村田・稲葉・向田・佐久間・高林, 2005; 黄・日吉, 2009; 上瀬・萩原, 2003; 上瀬・萩原・李, 2010; Luo, Chwen, Cinzia, Hiyoshi, Hwang, & Kodama, 2010; 向田・坂元・村田・高木, 2001; 向田・坂元・高木・村田, 2007; Sakamoto, Murata, & Takaki, 1999; 佐久間・藤島・高林, 2007; 佐久間・日吉, 2012; 佐久間・八ッ橋・李, 2010; 高林・村田・稲葉・向田・佐久間・樋口, 2005; 高木・坂元, 1991)。これらの先行研究では、同一の調査対象者に、国際的スポーツイベントの開催前後の2時点でいくつかの国民のイメージを尋ね、それらが変化するかどうかを検討するという方法(パネル調査)が主に用いられてきた。そしてこれらの先行研究で繰り返し明らかにされたことは、国際的スポーツイベントの開催前後を比較するといくつかの国民のイメージが変化しているということ、その大半は

肯定的な方向への変化であったが、一部の国民のイメージに関しては否定的な方向への変化であったことであった。つまり変化の方向はともかくとして、国際的スポーツイベントが国民イメージの変化に影響することが繰り返し示されてきた。これらの先行研究と同様に、本研究でも2012年に開催されたロンドン・オリンピック大会の開催前後で、日本人や外国人に対する国民イメージが変化するかを実証的に検討し、その研究成果を蓄積することを第一の目的とする。

本研究で取り上げる国民イメージと非常に近い概念として国民性ステレオタイプ(national stereotypes)がある。近年のステレオタイプ研究では、国民性ステレオタイプを含むさまざまなステレオタイプは人柄の良さや好意度を表す「あたたかさ」と、頭の良さを表す「知的能力」の2次元からとらえられること、さらに多くのステレオタイプはひとつの次元の評価が高い一方で、別の次元の評価が低い相補的な内容になっている(「あたたかいが知的能力は低い」または「知的能力は高いが冷たい」)ことが指摘されている(Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002)。さらに頭の良さを表す「知的能力」と、運動神経の良さや体力の高さを表す「身体能力」の2次元についても、相補的な関係になっているステレオタイプがある(「身体能力は高いが知的能力は低い」)ことが指摘されている(川島, 2009; 村田, 2006; 佐久間・日吉, 2012)⁽³⁾。こうした先行研究の知見に基づき、佐久間他(2010)は国民イメージを「良い-悪い」という単一次元ではなく、「あたたかさ」「知的能力」「身体能力」の3次元に分けた上で、その変化を検討している。本研究も佐久間他(2010)と同様に、これらの3次元から、その変化を検討する。

1.2 国民イメージの変化に及ぼすメディアの影響

国民イメージに影響する要因にはいくつか考えられる。その中でもメディアは国民イメージの変

化に大きな影響を及ぼしているだろう。グローバル化が進展している近年では、過去と比較して、外国人と直接接触する機会は増加しているだろう。しかし直接接触する機会がある外国人はほんの一握りに過ぎず、多くの外国人については間接接触、たとえばメディアを通じたものになっている。そして、それらの外国人に対するイメージは、メディアなどの間接接触を通して得られた情報をもとに形成・変化するであろう。とりわけ国際的スポーツイベントの開催期間中は大会に関する報道が中心となり、直接接触する機会がある外国や外国人（選手）はもちろんのこと、普段の生活の中では直接接触する機会が非常に少ない（もしくはほとんどない）外国や外国人（選手）に関する情報もメディアを通して大量に報道されるだろう。その結果、国際的スポーツイベントの開催期間中にメディア報道に接触するほど、国民イメージは大きく変化する可能性がある。

先行研究でも、国際的スポーツイベントに関するメディア報道への接触と国民イメージの変化の間に関連があることが指摘されている。たとえば、向田他（2001）は一部の国民ではあるものの、ある国の選手に関するテレビや新聞の報道に接触するほど、その国民に対する好意度が高くなることを見出している。同様の結果は向田他（2007）でも確認されている。そこで本研究でも、ロンドン・オリンピック大会期間中のある国やその国の選手に関するメディア報道への接触が、それらの国民イメージの変化に影響するか実証的に検討することを第二の目的とする。

国際的スポーツイベントに関するメディア報道と言っても、報道に用いられるメディアの種類にはいくつかあるだろう。国際的スポーツイベントが国民イメージの変化に及ぼす影響を検討し始めたソウル・オリンピック大会の時代には、メディア報道といえばテレビ、ラジオ、新聞、雑誌というマスメディアによる報道が主なものであった。しかし近年のメディア環境を見ると、これらのマ

スメディアによる報道だけではなく、新しいメディアであるインターネットによる報道を無視することはできないであろう。先行研究のなかには、国際的スポーツイベントが国民イメージの変化に及ぼす影響を検討したものではないものの、日常的に利用するメディアの種類によって外国人に対する態度が異なることを示すものもある。たとえば高・雨宮・杉森（2015）は、旧来のマスメディアの代表であるテレビの視聴時間は在日コリアンに対する偏見とは関連がない一方で、インターネットの使用時間は在日コリアンに対する偏見を強める方向に影響していることを見出している。辻（2008）は、インターネットの利用時間は日本に定住しようとしている外国人を排斥する感情を高める一方で、テレビの利用時間はこうした感情とは無関連であることを見出している。こうした知見を踏まえると、旧来のマスメディアによる報道と、インターネットによる報道が国民イメージの変化に及ぼす影響も異なる可能性も考えられる。そこで本研究では、ロンドン・オリンピック大会期間中のいくつかのメディアの利用が国民イメージの変化に及ぼす影響を比較することを第三の目的とする。

2 方法

2.1 調査対象者と調査手続き

前述の3つの目的を検討するために、ロンドン・オリンピック大会開催前（以下、6月調査）と開催後（以下、8月調査）にwebを用いたパネル調査を実施した⁽⁴⁾。それぞれの調査対象者と調査手続きは次の通りであった。

2.1.1 6月調査

（株）マクロミルのモニター824名を対象に2012年6月8日と9日にweb調査を実施した。824名の内訳は、性別（男性／女性）×年齢（20代／30代／40代／50代以上）の8層に対して、それぞれ103名ずつであった。なお調査対象者は、日本

国籍のみを有している人に限定した。

2.1.2 8月調査

6月調査に回答した調査対象者に再度web調査を実施した。調査は2012年8月14日から22日まで実施した。最終的に708名から回答を得た。

2.2 分析に使用した質問項目

本論文での報告にあたり分析に使用した質問項目は以下のものであった。

2.2.1 国民イメージ

6月調査と8月調査の両方で回答してもらった。イメージ測定の対象となった国民は、開催国の国民であるイギリス人、調査対象者にとって内集団である日本人、そして先行研究（佐久間他, 2010; 高林他, 2005）で対象となっている国民のなかから、地域のバランスを考慮して韓国人、中国人、アメリカ人、ブラジル人、ケニア人、ロシア人を選択した。さらに先行研究では対象となっていなかったものの、北京オリンピック大会でも男子陸上短距離選手（ウサイン・ボルト選手）が活躍し、ロンドン・オリンピック大会でも同様の活躍が見込まれるジャマイカ人を新たに対象として選択した。それぞれの国民のイメージについては、先行研究（佐久間他, 2010）でも使用されていた項目（対になった言葉）のなかから選ばれた8組を用いて回答してもらった（7件法）。これらの項目のうち、「親しみやすいー親みにくい」「冷たいー暖かい」「嫌いー好き」はあたたかさ次元、「頭が悪いー頭がよい」「有能なー有能でない」「知的なー知的でない」は知的能力次元、「運動神経があるー運動神経がない」「身体能力が低いー身体能力が高い」は身体能力次元に対応するものであった。国民イメージの回答の順序は、調査対象者ごとに無作為化されていた。

2.2.2 各国およびその国の選手に関するメディア報道への接触

8月調査のみ回答してもらった。ロンドン・オリンピック大会開催から8月調査の回答時まで

に、国民イメージの対象となったそれぞれの国およびその国の選手に関する報道を、テレビ、新聞、インターネット、雑誌などを通して、どの程度見たと思うか回答してもらった（「非常によく見た」「かなり見た」「どちらかといえば見た」「あまり見なかった」「まったく見なかった」の5件法）。

2.2.3 メディア利用

8月調査のみ回答してもらった。ロンドン・オリンピック大会開催から8月調査の回答時まで、テレビ（地デジ）、テレビ（BS）、ラジオ、雑誌、新聞（一般紙）、新聞（スポーツ紙）、インターネットの7つのメディアについて、それぞれの程度利用したかを回答してもらった（「非常によく利用した」「よく利用した」「どちらかといえば利用した」「あまり利用しなかった」「まったく利用しなかった」の5件法）。

2.2.4 デモグラフィック要因

性別、年齢を尋ねた。

3 結果

6月調査と8月調査の両方に回答した708名を対象として分析を実施した。

3.1 国民イメージの変化

イメージ測定の対象となった国民ごとに、6月調査と8月調査の、あたたかさ、知的能力、身体能力の3つの次元に対応する項目の平均値を算出して、それぞれの得点とした。このとき、それぞれの得点が高いほど「あたたかい」「知的能力が高い」「身体能力が高い」というイメージになるように平均値を算出した⁽⁵⁾。6月調査と8月調査の各国民に対する3つの次元の得点の平均値（標準偏差）は表-1の通りであった。各国民の6月調査と8月調査の得点の間に差があるかどうか、つまりロンドン・オリンピック大会前後で各国民のイメージが変化したかどうかを検討するために、対応のあるt検定を実施した。以下、次元別

表-1 6月調査と8月調査の各国民のイメージ得点の平均値(標準偏差)

ターゲット国民	次元	6月調査	8月調査	t検定
アメリカ人	あたたかさ得点	4.52 (0.78)	4.52 (0.80)	
	知的能力得点	4.27 (0.75)	4.37 (0.73)	***
	身体能力得点	4.54 (0.83)	4.68 (0.87)	***
中国人	あたたかさ得点	3.08 (1.03)	3.02 (1.07)	
	知的能力得点	3.75 (0.90)	3.76 (0.97)	
	身体能力得点	4.06 (0.78)	4.31 (0.85)	***
ブラジル人	あたたかさ得点	4.55 (0.73)	4.56 (0.68)	
	知的能力得点	3.91 (0.53)	3.91 (0.53)	
	身体能力得点	5.04 (1.01)	5.07 (1.00)	
ジャマイカ人	あたたかさ得点	4.39 (0.66)	4.45 (0.68)	*
	知的能力得点	3.85 (0.52)	3.86 (0.52)	
	身体能力得点	5.01 (1.08)	5.26 (1.14)	***
ロシア人	あたたかさ得点	3.53 (0.81)	3.49 (0.78)	
	知的能力得点	4.15 (0.67)	4.15 (0.65)	
	身体能力得点	4.30 (0.70)	4.41 (0.79)	***
イギリス人	あたたかさ得点	4.11 (0.67)	4.15 (0.68)	
	知的能力得点	4.51 (0.74)	4.49 (0.71)	
	身体能力得点	4.17 (0.59)	4.16 (0.58)	
韓国人	あたたかさ得点	3.64 (1.16)	3.29 (1.20)	***
	知的能力得点	3.93 (0.98)	3.70 (1.13)	***
	身体能力得点	4.05 (0.75)	4.03 (0.82)	
ケニア人	あたたかさ得点	4.28 (0.62)	4.32 (0.60)	
	知的能力得点	3.87 (0.54)	3.84 (0.56)	
	身体能力得点	5.35 (1.16)	5.39 (1.16)	
日本人	あたたかさ得点	4.64 (0.91)	4.75 (0.93)	***
	知的能力得点	4.46 (0.90)	4.52 (0.86)	*
	身体能力得点	3.85 (0.78)	3.97 (0.72)	***

注)*** p<.001, ** p<.01, * p<.05. それぞれの得点の範囲は1~7. 得点が高いほど、ターゲット国民に対して「あたたかい」「知的能力が高い」「身体能力が高い」というイメージを持っていることを意味する。

に結果を述べる。

3.1.1 あたたかさ次元

ジャマイカ人 ($t=2.378$, $df=707$, $p<.05$), 韓国人 ($t=10.318$, $df=707$, $p<.001$), 日本人 ($t=3.535$, $df=707$, $p<.001$) の6月調査と8月調査のあたたかさ得点の差が有意であった。ジャマイカ人, 日本人はあたたかいという方向にイメージが変化していた。一方, 韓国人は冷たいという方向にイメージが変化していた。

3.1.2 知的能力次元

アメリカ人 ($t=3.708$, $df=707$, $p<.001$), 韓国人 ($t=6.743$, $df=707$, $p<.001$), 日本人 ($t=1.994$, $df=707$, $p<.05$) の6月調査と8月調査の知的能力得点の差が有意であった。アメリカ人, 日本人は知的能力が高いという方向にイ

メージが変化していた。一方, 韓国人は知的能力が低いという方向にイメージが変化していた。

3.1.3 身体能力次元

アメリカ人 ($t=4.144$, $df=707$, $p<.001$), 中国人 ($t=7.300$, $df=707$, $p<.001$), ジャマイカ人 ($t=5.586$, $df=707$, $p<.001$), ロシア人 ($t=3.335$, $df=707$, $p<.001$), 日本人 ($t=4.217$, $df=707$, $p<.001$) の6月調査と8月調査の身体能力得点の差が有意であった。いずれの国民についても身体能力が高いという方向にイメージが変化していた。

3.2 メディア報道への接触の影響

ロンドン・オリンピック大会開催から8月調査の回答時までの, 各国およびその国の選手に関するメディア報道への接触の程度の回答について度数分布を算出した。さらに見た程度が最も強い選択肢(「非常によく見た」)に“5”, 最も弱い選択肢(「まったく見なかった」)に“1”を与えて平均値を算出した。以上の結果は表-2の通りであった。表-2を見ると, 自国民である日本代表選手に関するメディア報道への接触の程度の平均値は理論的中央値である“3”を上回り, 報道に接触している程度は相対的に高かった。一方, それ以外の国民に関するメディア報道への接触の程度の平均値は理論的中央値である“3”を下回っており, 報道への接触の程度は相対的に高くなかった。

続いて各国およびその国の選手に関するメディア報道への接触が国民イメージの変化に及ぼす影響を検討するために, 8月調査での各国および各国の選手に関するメディア報道への接触の程度と8月調査での3つの次元の得点の間の偏相関係数を算出した(表-3)。このとき性別(ダミー変数), 年齢, 6月調査のあたたかさ得点, 知的能力得点, 身体能力得点を統制した⁽⁶⁾。以下, 次元別に結果を述べる。

3.2.1 あたたかさ次元

アメリカ人 ($r(701)=.211$, $p<.001$), ブラジ

表ー2 各国およびその国の選手に関するメディア報道への接触 (%)

ターゲット国民	非常に よく見た	かなり 見た	どちらか といえば見た	あまり 見なかった	まったく 見なかった	平均値 (標準偏差)
アメリカ(人)	5.1	18.2	35.0	31.1	10.6	2.76(1.03)
中国(人)	3.7	18.1	34.3	31.9	12.0	2.69(1.02)
ブラジル(人)	1.1	6.4	28.5	48.2	15.8	2.29(0.85)
ジャマイカ(人)	6.5	18.8	25.6	33.1	16.1	2.67(1.15)
ロシア(人)	2.0	7.3	25.3	46.0	19.4	2.27(0.92)
イギリス(人)	2.0	8.5	28.5	44.5	16.5	2.35(0.92)
韓国(人)	5.9	17.7	33.2	30.9	12.3	2.74(1.07)
ケニア(人)	0.8	6.5	26.0	45.1	21.6	2.20(0.88)
日本(人)	42.1	27.8	19.2	7.2	3.7	3.97(1.11)

注)N=708。平均値は「非常によく見た」を“5”，「まったく見なかった」を“1”としたときの値。

表ー3 各国および各国の代表選手に関するメディア報道への接触の程度と各国民の3つの次元の得点(8月調査)の偏相関係数

	あたたかさ得点 (8月調査)	知的能力得点 (8月調査)	身体能力得点 (8月調査)
アメリカ(人)報道への接触	.211 ***	.086 *	.128 ***
中国(人)報道への接触	-.005	-.019	.054
ブラジル(人)報道への接触	.076 *	.091 *	.065
ジャマイカ(人)報道への接触	.100 **	.020	.153 ***
ロシア(人)報道への接触	.119 **	.019	.134 ***
イギリス(人)報道への接触	.049	.029	.138 ***
韓国(人)報道への接触	-.047	-.034	.109 **
ケニア(人)報道への接触	.081 *	.038	.020
日本(人)報道への接触	.238 ***	.123 **	.054

注)*** p<.001, ** p<.01, * p<.05。統制した変数は、性別(ダミー変数)、年齢、各国民のあたたかさ得点(6月調査)、知的能力得点(6月調査)、身体能力得点(6月調査)。

ル人 (r(701)=.076, p<.05), ジャマイカ人 (r(701)=.100, p<.01), ロシア人 (r(701)=.119, p<.01), ケニア人 (r(701)=.081, p<.05) 日本人 (r(701)=.238, p<.001) のメディア報道への接触の程度と、それぞれの国民のあたたかさ得点(8月調査)の間の偏相関係数が有意であった。それぞれの国およびその国の選手に関するメディア報道に接触しているほど、それぞれの国民に対してあたたかいというイメージを持っていた。

3.2.2 知的能力次元

アメリカ人 (r(701)=.086, p<.05), ブラジル人 (r(701)=.091, p<.05), 日本人 (r(701)=.123, p<.01) のメディア報道への接触の程度と、それぞれの国民の知的能力得点(8月調査)の間の偏相関係数が有意であった。それぞれの国およびその国の選手に関するメディア報道に接触しているほど、それぞれの国民に対して知的能力が高いというイメージを持っていた。

3.2.3 身体能力次元

アメリカ人 (r(701)=.128, p<.001), ジャマイカ人 (r(701)=.153, p<.001), ロシア人 (r(701)=.134, p<.001), イギリス人 (r(701)=.138, p<.001), 韓国人 (r(701)=.109, p<.01) のメディア報道への接触の程度と、それぞれの国民の身体能力得点(8月調査)の間の偏相関係数が有意であった。それぞれの国およびその国の選手に関するメディア報道に接触しているほど、それぞれの国民に対して身体能力が高いというイメージを持っていた。

3.3 メディア利用の影響

ロンドン・オリンピック大会開催から8月調査

表-4 ロンドン・オリンピック大会期間中の各メディアの利用の程度 (%)

メディアの種類	非常に よく利用した	よく利用した	どちらかと いえば利用した	あまり利用 しなかった	まったく利用 しなかった	平均値 (標準偏差)
テレビ(地デジ)	36.4	32.1	16.4	7.6	7.5	3.82(1.22)
テレビ(BS)	10.6	13.3	11.2	13.6	51.4	2.18(1.44)
ラジオ	0.7	3.4	7.1	13.7	75.1	1.41(0.82)
雑誌	0.0	1.0	5.1	13.7	80.2	1.27(0.60)
新聞(一般紙)	9.9	17.4	18.4	12.3	42.1	2.41(1.42)
新聞(スポーツ紙)	1.1	4.5	8.2	11.4	74.7	1.46(0.91)
インターネット	23.2	25.7	24.0	13.0	14.1	3.31(1.34)

注)N=708。

の回答時までの7種類のメディアの利用の程度の回答について、度数分布を算出した。さらに利用した程度が最も強い選択肢(「非常によく利用した」)に“5”, 最も弱い選択肢(「まったく利用しなかった」)に“1”を与えて平均値を算出した。以上の結果は表-4の通りであった。表-4を見ると、テレビ(地デジ)、インターネットに関する利用の程度の平均値は理論的中央値である“3”を上回り、利用している程度は相対的に高かった。一方、それ以外のメディアに関する利用の程度の平均値は理論的中央値である“3”を下回り、利用している程度は相対的に高くなかった。

続いて7種類のメディアのうち利用の割合が比較的に高く、かつ先行研究(高他, 2015; 辻, 2008)でも対照的な結果が得られていたテレビ(地デジ)とインターネットの2つのメディアの利用が国民イメージの変化に及ぼす影響を検討した。具体的には向田他(2001), 向田他(2007)を参考に、これらの2つのメディアの利用の程度を独立変数、イメージ測定の対象となった国民の8月調査の3つの次元の得点を従属変数とした重回帰分析を実施した(一括投入)。同時に性別(ダミー変数)、年齢、それぞれの国民の6月調査のあたたかさ得点、知的能力得点、身体能力得点も独立変数として投入し、それらの変数が従属変数に及ぼす影響を統制した⁽⁷⁾。標準偏回帰係数は

表-5の通りであった。以下、メディア別に結果を述べる。

3.3.1 テレビ(地デジ)の影響

テレビ(地デジ)の利用が、それぞれの国民のイメージ得点(8月調査)に与える効果が有意であったのは、アメリカ人のあたたかさ得点(8月調査)($\beta = .119, t = 3.721, p < .001$), アメリカ人の知的能力得点(8月調査)($\beta = .084, t = 2.419, p < .05$), アメリカ人の身体能力得点(8月調査)($\beta = .088, t = 2.464, p < .05$), ブラジル人の身体能力得点(8月調査)($\beta = .075, t = 2.106, p < .05$), ジャマイカ人のあたたかさ得点(8月調査)($\beta = .074, t = 2.131, p < .05$), ジャマイカ人の身体能力得点(8月調査)($\beta = .101, t = 2.809, p < .01$), ロシア人の身体能力得点(8月調査)($\beta = .104, t = 2.756, p < .01$), イギリス人のあたたかさ得点(8月調査)($\beta = .082, t = 2.423, p < .05$), イギリス人の知的能力得点(8月調査)($\beta = .083, t = 2.309, p < .05$), イギリス人の身体能力得点(8月調査)($\beta = .105, t = 2.810, p < .01$), ケニア人のあたたかさ得点(8月調査)($\beta = .074, t = 2.181, p < .05$), 日本人のあたたかさ得点(8月調査)($\beta = .076, t = 2.348, p < .05$)であった。ロンドン・オリンピック大会期間中にテレビ(地デジ)を利用しているほど、アメリカ人、ジャマイカ人、イギリス人、

表-5 テレビ(地デジ)およびインターネットの利用が各国民イメージ(8月調査)に及ぼす影響(標準偏回帰係数)

ターゲット国民	従属変数	性別 (1:男性、 2:女性)	年齢	あたたかさ 得点 (6月調査)	知的能力 得点 (6月調査)	身体能力 得点 (6月調査)	テレビ (地デジ)	インター ネット	R ²
アメリカ人	あたたかさ得点(8月調査)	.078 *	.040	.511 ***	.113 ***	.014	.119 ***	.067 *	.382 ***
	知的能力得点(8月調査)	-.053	-.025	.023	.452 ***	.124 ***	.084 *	-.047	.280 ***
	身体能力得点(8月調査)	-.008	-.076 *	.057	.126 ***	.362 ***	.088 *	.064	.238 ***
中国人	あたたかさ得点(8月調査)	-.028	.010	.675 ***	.007	.020	-.034	-.025	.474 ***
	知的能力得点(8月調査)	.038	.038	.161 ***	.451 ***	.038	-.009	-.005	.316 ***
	身体能力得点(8月調査)	.053	-.019	-.048	-.002	.379 ***	.052	-.049	.148 ***
ブラジル人	あたたかさ得点(8月調査)	-.016	.048	.491 ***	-.023	.087 *	.066	.011	.295 ***
	知的能力得点(8月調査)	.058	-.017	.081 *	.436 ***	-.100 *	-.036	-.054	.217 ***
	身体能力得点(8月調査)	.017	-.048	.088 *	-.026	.401 ***	.075 *	-.003	.224 ***
ジャマイカ人	あたたかさ得点(8月調査)	.060	-.027	.428 ***	-.039	.142 ***	.074 *	.042	.279 ***
	知的能力得点(8月調査)	.018	.041	.018	.425 ***	-.014	-.041	-.029	.196 ***
	身体能力得点(8月調査)	.024	-.068 *	.167 ***	-.121 ***	.311 ***	.101 **	.044	.224 ***
ロシア人	あたたかさ得点(8月調査)	.052	-.050	.567 ***	.072 *	-.089 **	.014	-.084 *	.368 ***
	知的能力得点(8月調査)	.031	-.038	.078 *	.413 ***	.027	.031	-.051	.204 ***
	身体能力得点(8月調査)	.026	-.008	-.046	.021	.320 ***	.104 **	.058	.136 ***
イギリス人	あたたかさ得点(8月調査)	-.005	.026	.488 ***	.065	.080 *	.082 *	-.023	.300 ***
	知的能力得点(8月調査)	-.054	-.054	-.013	.417 ***	.070	.083 *	.020	.218 ***
	身体能力得点(8月調査)	.008	.015	.064	.124 *	.288 ***	.105 **	-.041	.154 ***
韓国人	あたたかさ得点(8月調査)	.033	.038	.653 ***	.049	.006	-.026	-.067 *	.506 ***
	知的能力得点(8月調査)	.062 *	.027	.254 ***	.451 ***	.010	.030	-.029	.452 ***
	身体能力得点(8月調査)	.037	.118 ***	.053	.171 ***	.331 ***	.042	.038	.263 ***
ケニア人	あたたかさ得点(8月調査)	.003	-.013	.537 ***	-.041	.044	.074 *	.001	.314 ***
	知的能力得点(8月調査)	.031	.032	.057	.443 ***	-.093 *	-.012	-.023	.224 ***
	身体能力得点(8月調査)	.009	-.009	.030	-.076 *	.374 ***	.048	-.064	.179 ***
日本人	あたたかさ得点(8月調査)	.018	-.012	.570 ***	.004	.017	.076 *	.058	.363 ***
	知的能力得点(8月調査)	-.042	-.065	.105 **	.445 ***	.001	.038	-.001	.254 ***
	身体能力得点(8月調査)	.051	.004	.092 *	.000	.431 ***	.047	-.014	.236 ***

注)*** p<.001, ** p<.01, * p<.05。

ケニア人、日本人に対してあたたかい、アメリカ人、イギリス人に対して知的能力が高い、アメリカ人、ブラジル人、ジャマイカ人、ロシア人、イギリス人に対して身体能力が高いというイメージを持っていた。

3.3.2 インターネットの影響

インターネットの利用が、それぞれの国民のイメージ得点(8月調査)に与える効果が有意であったのは、アメリカ人のあたたかさ得点(8月調査)($\beta=.067, t=2.082, p<.05$), ロシア人のあ

たかさ得点（8月調査）（ $\beta = -.084$, $t = 2.572$, $p < .05$ ）、韓国人のあたたかさ得点（8月調査）（ $\beta = -.067$, $t = 2.295$, $p < .05$ ）であった。ロンドン・オリンピック大会期間中にインターネットを利用しているほど、アメリカ人に対してはあたたかいというイメージを持っていた一方で、ロシア人、韓国人に対しては冷たいというイメージを持っていた。

4 考察

本研究の目的は、2012年に開催されたロンドン・オリンピック大会に伴い、日本人・外国人に対する国民イメージが変化するか、さらにそれらの変化にメディアが及ぼす影響を実証的に検討することであった。以下、国民イメージの変化、メディアの影響に関する結果について考察する。

4.1 国民イメージの変化

先行研究と同様に、ロンドン・オリンピック大会の前後を比較すると、一部の国民イメージは変化していた。そしてその多くは肯定的な方向への変化であった。これらの結果は夏期オリンピック大会を対象とした先行研究（向田他, 2001；向田他, 2007；Sakamoto et al., 1999；佐久間他, 2010）とほぼ同じものであった。つまりオリンピック大会は主に国民イメージを肯定的な方向に変化させるイベントであると言える。

さらに国民イメージの次元ごとに結果を見ると、あたたかさ次元や知的能力次元と比較して、身体能力次元での変化が多く見られた。これらの結果は、国民イメージを単次元ではなく、複数の次元で検討することの重要性を示唆している。

あたたかさ次元での肯定的な方向への変化に関しては、ある対象に接触するほどその対象への好意が高まるという単純接触効果（Zajonc, 1968）で説明可能であろう。ただし、韓国人のあたたかさのイメージが否定的な方向に変化していたとい

う結果は、単純接触効果を用いて説明することはできない。この結果に関しては、ロンドン・オリンピック大会やそれ以外の否定的なニュースの影響があったと考えられる。たとえばロンドン・オリンピック大会終盤に、当時の韓国大統領が竹島に上陸するというニュースが報道された。さらにこの出来事に関連して、男子サッカーの日本対韓国（三位決定戦）終了後に、韓国選手の一人在竹島の領有権を主張するプラカードを掲げたというニュースが報道された。こうしたニュースが、韓国人イメージを否定的にしたのだろう。

知的能力次元と身体能力次元における肯定的な方向への変化に関しては、ロンドン・オリンピック大会期間中の報道が原因であると推測される。大会期間中は競技結果（特に好成績に関する報道）に関して繰り返し報道される。それらの報道に接触した結果、競技結果と直接関連する身体能力次元が肯定的な方向に変化したと考えられる。実際に身体能力次元のイメージが肯定的な方向に変化した国民の金メダル数の獲得順位を見ると、アメリカが1位、中国が2位、ロシアが4位、日本が10位で、いずれも上位であった。ジャマイカに関しては、金メダル数の獲得順位は上位ではなかったが、男子陸上競技で金メダルを獲得していた。さらにそもそも知的能力次元の得点が高い日本人やアメリカ人では、競技結果の原因が知的さ（たとえば「頭脳的なプレー」）に求められたため、知的能力次元のイメージでも肯定的な方向に変化したと考えられる。

一方で韓国人の知的能力次元のイメージは否定的な方向に変化していた。これは前述した韓国（人）に関する否定的なニュースの報道により、あたたかさ次元でイメージが悪化したことが知的能力次元にも般化したと推測される。

4.2 メディア報道への接触の影響

各国およびその国の選手に関するメディア報道への接触の程度と、各国民の3次元のイメージ得

点（8月調査）の関係を分析した結果、各国のメディア報道への接触の程度と、いくつかの国民の一部の次元のイメージ得点（8月調査）との間に正の相関関係が見られた。特に各国のメディア報道への接触の程度と知的能力次元との間と比較して、あたたかさ次元および身体能力次元との間の正の相関関係が多く見られた。これらの結果は前述した単純接触効果によりあたたかさ次元のイメージが肯定的な方向に変化したという解釈や、競技中継や競技結果などのメディア報道への接触により身体能力次元のイメージが肯定的な方向に変化したという解釈が妥当であることを示唆するものである。

4.3 メディア利用の影響

テレビ（地デジ）、インターネットの2つを比較すると、テレビ（地デジ）を利用するほどいくつかの国民の一部の次元のイメージは肯定的な方向に変化していた。一方で、インターネットを利用するほど少数の国民、具体的には韓国人およびロシア人のあたたかさ次元のイメージは否定的な方向に変化していた。これらの知見は、インターネットの利用時間が長いほど移民排斥感情が強いという辻（2008）や、インターネットの利用時間が長いほど在日コリアンに対する偏見が強いという高他（2015）の知見と符合するものであった。インターネットの利用が国民イメージを否定的な方向に変化させる原因のひとつとして、インターネット上で一部の国民に関する発言や記述内容が否定的であることが挙げられる。たとえば高（2014）はTwitterでの在日コリアンに関する発言内容を分析し、肯定的な発言と比較をして、否定的な発言が多いことを見出している。こうしたインターネット上での韓国人に関する否定的な発言や記述内容に接触することを通して、韓国人のあたたかさ次元のイメージが否定的な方向に変化したと考えられる。インターネット上でのロシア人に関する発言や記述内容を分析した先行研究は

見当たらないものの、韓国人の場合と同様に、インターネット上のロシア人に関する否定的な発言や記述内容に接触したことが原因であると推測される。日韓関係と同様に、日ロ関係においても領土をはじめとしたいくつかの問題が存在している。こうした問題に関する否定的な発言や記述はインターネット上でも見られており、こうした情報に接触した結果としてロシア人のあたたかさ次元のイメージが否定的な方向に変化したのだろう⁽⁸⁾。

4.4 おわりに：本研究の問題点と今後の研究課題

最後に本研究の問題点と今後の研究課題を述べる。

第一に、メディア報道の内容やインターネット上の発言や記述内容に基づく考察に関する問題である。本研究では、メディア報道の内容、インターネット上の発言や記述内容と関連づけて、国民イメージの変化を考察した。しかし現時点では、オリンピック大会期間中にイメージ測定の対象となった国や国民について、どのようにメディア報道がなされていたか、インターネット上でどのような発言や記述があったかという点に関するデータは得られていない。今後の研究では、オリンピック大会期間中のテレビ、新聞、雑誌、インターネットなどを対象に、その報道内容および発言や記述内容についても分析し、それらの内容が国民イメージの変化に及ぼす影響について、より直接的に検討する必要がある。

第二に、メディア報道への接触の程度に関する質問項目の問題である。本研究では、ロンドン・オリンピック大会に関する報道への接触を念頭に置いて、それを測定することを意図した質問項目を作成した。しかし実際にはロンドン・オリンピック大会に関する報道への接触の程度と、それ以外の報道への接触の程度を区別できるようなかたちの質問項目にはなっていなかったと考えられる。

今後の研究では、オリンピック大会に関する報道への接触の程度と、それ以外の報道への接触の程度の質問項目を分けた上で、オリンピック大会に関するメディア報道の独自の影響を検討する必要がある。

第三に、メディア報道への接触、およびメディア利用の影響に関する分析結果の問題である。本研究では重回帰分析を用いて、ある国およびその国の選手に関するメディア報道への接触の程度が、その国民のイメージの変化に影響することや、メディア利用が一部の国民イメージの変化に影響することを見出した。ただし、それらの影響はいくつかの国民の一部の次元だけに見られた結果であり、現時点ではこれらの結果を包括的に説明することができる仮説（モデル）を提唱することはできなかった。今後の研究では、メディア報道への接触、メディア利用が国民イメージの変化に及ぼす影響に関して包括的な仮説（モデル）を提唱した上で、それらの影響について継続的に検討する必要がある。

第四に、本研究で得られた結果の一般化可能性に関する問題である。本研究では、大会前後の2回の調査のデータのマッチングが比較的容易にできるweb調査会社の登録モニターを対象に調査を実施した。しかし、本研究で得られた結果はweb調査会社のモニターとして登録していたサンプルに限定される可能性も考えられる。今後の研究ではランダム・サンプリングによる調査を実施することにより、本研究で得られた結果が一般化可能なものであるか検討する必要がある。

注

- (1) 本研究は2012年度文教大学競争的教育研究支援資金、およびJSPS科研費 JP26380849の助成を受けたものである。
- (2) 本研究は2013年度社会情報学会大会にて口頭発表された。
- (3) Fiske et al.(2002) は、多くのステレオタイプ

について、あたたかさとは知的能力の2次元が相補的な関係になっているものの、一部のステレオタイプについては、これらの2次元がいずれも高く認知されていたり（あたたかかく知的能力も高い）、いずれも低く認知されていたり（冷たく知的能力も低い）することを指摘している。同様に、知的能力と身体能力の2次元に関しても、一部のステレオタイプについては2次元の両方が高く認知されていたり（知的能力も身体能力も高い）、低く認知されていたり（知的能力も身体能力も低い）することもあると考えられる。

- (4) ロンドン・オリンピック大会は2012年7月25日に開幕し8月12日に閉幕した。
- (5) これらの得点の算出にあたり、尺度の信頼性を確認した。具体的には、イメージ測定の対象となった国民ごとに、6月調査と8月調査のあたたかさ得点、知的能力得点、身体能力得点についてクロンバックの α 係数を算出した。それぞれの α 係数は、あたたかさ得点（6月調査）が.62～.82、知的能力得点（6月調査）が.58～.79、身体能力得点（6月調査）が.44～.66、あたたかさ得点（8月調査）が.65～.81、知的能力得点（8月調査）が.57～.82、身体能力得点（8月調査）が.45～.67であった。 α 係数が低いケースも散見されたが、これは、あたたかさ得点と知的能力得点は3項目、身体能力得点は2項目という少ない項目から α 係数が算出されていることが主な要因であると考えられる。また本研究では、同一国民内で6月調査と8月調査のイメージの差や、異なる国民間でイメージの変化の差を比較するために、得点の算出に用いる項目は同一でなければならない。こうした点を踏まえて、本研究ではこのまま、これらの得点を分析に用いることにした。

- (6) たとえば、あたたかさ得点(6月調査), 知的能力得点(6月調査), 身体能力得点(6月調査), 性別, 年齢を統制した上で, ある国・ある国の選手に関するメディア報道への接触の程度と, その国民のあたたかさ得点(8月調査)の間の偏相関係数を算出した。
- (7) たとえば, ある国民のあたたかさ得点(8月調査)を従属変数とした重回帰分析を実施した場合, 独立変数としてテレビ(地デジ)の利用の程度, インターネットの利用の程度に加え, 性別, 年齢, その国民のあたたかさ得点(6月調査), 知的能力得点(6月調査), 身体能力得点(6月調査)の5つの変数を同時に投入し, これらの5つの独立変数が従属変数に及ぼす影響を統制した上で, テレビ(地デジ)とインターネットの利用の程度の影響を検討した。
- (8) 韓国人やロシア人の結果と同様に, 中国人についてもインターネットを利用するほどあたたかさ次元のイメージが否定的な方向に変化する可能性も考えられる。しかし, 本研究ではインターネットの利用は中国人のあたたかさ次元のイメージの変化とは関連していなかった。これは, 中国人に対するあたたかさ得点がかなり低く, イメージが低下する余地がなかったためであると推測される。

参考文献

- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J.(2002) A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, pp.878-902.
- 藤島喜嗣・村田光二・伊藤忠弘・佐久間 勲(1998) 「'98W杯サッカーフランス大会による外国イメージの変化(1)ー好意度と類似性ー」『日本グループ・ダイナミクス学会第46回大会発表論文集』pp.198-199.
- 樋口 取・村田光二・稲葉哲郎・向田 久美子・佐久間 勲・高林 久美子(2005) 「アテネ・オリンピック報道と日本人・外国人イメージ(3)ー市民調査の結果ー」『日本社会心理学会第46回大会発表論文集』pp. 610-611.
- 黄 允一・日吉昭彦(2009) 北京オリンピック前後における視聴者の対中国意識調査1～インターネット調査の結果報告～」『武蔵大学総合研究所紀要』18, pp.7-28.
- 上瀬 由美子・萩原 滋(2003) 「ワールドカップによる韓国・韓国人イメージの変化」『慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要』57, pp.111-124.
- 上瀬 由美子・萩原 滋・李 光鎬(2010) 「北京オリンピック視聴と中国・中国人イメージの変化ー大学生のパネル調査分析からー」『メディア・コミュニケーション』60, pp.67-88.
- 川島浩平(2009) 「『黒人身体能力神話』浸透度の文化的格差を探るー概念規定と方法論を中心にー」『武蔵大学人文学会論集』40, pp.1-29.
- Luo, Q., Chwen, C. C., Cinzia, C., Hiyoshi, A., Hwang, Y., & Kodama, M.(2010) Attitudes toward China before and after the Beijing Olympics. *The International Journal of the History of Sport*, 27, pp.1419-1432.
- 向田 久美子・坂元 章・村田光二・高木栄作(2001) 「アトランタ・オリンピックと外国イメージの変化」『社会心理学研究』16, pp.159-169.
- 向田 久美子・坂元 章・高木栄作・村田光二(2007) 「オリンピック報道は外国人・日本人イメージにどのような影響を与えてきたかーシドニー・オリンピックを中心にー」『人間文化創成科学論叢』10, pp.297-307.
- 村田光二(2006) 「『高い身体能力』は偏見の表明か?ー外国人イメージにおける知的能力次元と身体能力次元の関係の検討ー」『日本心理学

- 会第70回大会発表論文集』p.75.
- Sakamoto, A., Murata, K., & Takaki, E. (1999) The Barcelona Olympics and the perception of foreign nations: A panel study of Japanese university students. *Journal of Sport Behavior*, 22, pp.260-278.
- 佐久間 勲・藤島喜嗣・高林 久美子(2007)「ワールドカップサッカー・ドイツ大会と日本人・外国人イメージの変化ー好意度と能力の変化ー」『日本グループ・ダイナミクス学会第54回大会発表論文集』pp.212-213.
- 佐久間 勲・日吉昭彦 (2012)「ワールドカップサッカー・南アフリカ大会と国民イメージ(1)：国民イメージの変化」『情報研究』47, pp.1-11.
- 佐久間 勲・八ッ橋 武明・李 岩梅(2010)「北京オリンピック大会と国民イメージ (1)」『情報研究』42, pp.23-30.
- 高 史明 (2014)「日本語Twitterユーザーのコリアンについての言説の計量的分析」『人文研究』183, pp.131-153.
- 高 史明・雨宮有里・杉森伸吉 (2015)「大学生におけるインターネット利用と右傾化：イデオロギーと在日コリアンへの偏見」『東京学芸大学紀要(総合教育科学系)』66, pp.199-210.
- 高林 久美子・村田光二・稲葉哲郎・向田 久美子・佐久間 勲・樋口 収 (2005)「アテネ・オリンピック報道と日本人・外国人イメージ(2)ー学生調査の結果ー」『日本社会心理学会第46回大会発表論文集』pp.608-609.
- 高木栄作・坂元 章 (1991)「ソウルオリンピックによる外国イメージの変化ー大学生のパネル調査ー」『社会心理学研究』6, pp.98-111.
- 辻 大介 (2008)「インターネットにおける『右傾化』現象に関する実証的研究調査結果概要報告書」<<http://d-tsuji.com/paper/r04/report04.pdf>> Accessed 2015.July 1
- Zajonc, R. B. (1968) The attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology Monographs*, 9, pp.1-27.