

日本人の対外国人態度

岩 男 寿美子*

要 約

日本社会の国際化は着実に進んでおり、これまでになく日本人が外国人と接触する機会が多くなった。今後、市民レベルにおいて国際的な人的交流がますます盛んになるにつれ、日本人の対外国人態度の問題は国際性を帯び、その重要性を増してくると思われる。しかし、この問題についてはまだ十分な議論がされていない。そこで、本論文では、これまで私が行ってきた社会心理学的研究を中心にいくつかの実証研究をとりあげ、日本人の対外国人態度の問題について考察していく。

先ず最初に広告モデルに反映された日本人の人種差別意識を考える。

日本の広告には外国人モデルが多数登場しているという印象を受けるが、これを確かめるためにある期間に発売された雑誌のグラビアと放送されたテレビのCMに起用されていたモデルを分析し、次の結果を得た。それによると確かに、外国人、それも白人が多数登場している。これは外国人には、日本人の白人コンプレックスを示すものととらえられることが多いが、果たしてそうであろうか。外国人モデルを使った方が日本人モデルを使うより宣伝効果があると判断されてのことかもしれない。この点を確認すべく、同一商品を外国人モデルと日本人モデルとで宣伝している商品を選び、宣伝効果を調べてみた。この結果、全く同一の商品であっても、白人モデルが宣伝している場合は日本人モデルが宣伝している場合より魅力的であると答えた日本人が多く、この答えが今までよく指摘されてきた日本人の白人コンプレックスと一致していることは否定できない。

しかし、白人を他の人種より望ましいと考えるのは日本人に限ったものでは無いことが推察できる米国での実験結果もあり、白人を好む傾向は単に容姿だけからではなく、白人の持つ社会、文化、経済的地位に依存しているとも考えることもできる。人間は自分より上位の対象に同一視すると同時に、下位の対象を蔑むことによって自身を強めるという面を持っていることは否定できない。加えて、肌の色や容姿に基づく感覚的な好みや偏見も強いのである。特に、民族的同一性が強く、対外的接触経験が乏しい日本人にはその傾向が強く、それは単に容姿、外見の判断に留まらず、人間の内面を含む広い範囲の評価にまで及んでいるが、そのようなマイナス効果を抑える努力が全く認められないのは残念である。

このような日本人の対外国人態度を当の外国人はどう考えているのであろうか。私が行ってきた在日留学生に対するアンケート調査にその答えを求めることとする。それによると、留学生が日本人の対外国人態度を極めて閉鎖的ととらえていることがわかる。また留学生の数多いエピソードからは、国籍や肌の色、性別に係わりなく、日本人の外国人に対する差別がごく一般的な現象のように感じられるが、これが「国際化」した筈の日本の現状なのである。

* 慶応義塾大学教授

こうした日本人の外国人に対する態度は、在日外国人留学生ばかりではなく広く国外からも指摘されている。

では、このような外国人の印象に対して、日本人は自覚があるのであろうか。残念ながら、これまで外国人に対する偏見や差別については正面から論じられることはほとんど無かったように思われるし、少なくとも偏見や差別に対する日本人のセンシティブティを磨こうという努力がなされているとは思えない。

ここで一言述べておくが、私が強調したいのは外国人に対する偏見が日本人特有のものであるというのではない。しかし、他の国にも見られるからといって日本人の偏見や差別をそのままにしておいてよいことにはならず。これを取り除くことは国際社会の一員としての責務であると考えてるのである。

ここで、戦後一貫して日本人が最も関係が深いと考えてきた米国人に対する態度について触れておく。

多くの日本人は米国人のステレオタイプとして、思っていることをストレートにはっきり表現し、そのまま行動に移す国民と考えているようである。しかし、米国人は本当に何事も割り切って考え、はっきりと自己主張するのであろうか。本文で述べるように、私が行った調査では、米国人も自分自身の反応としては決して単純に割り切った行動や意見の表明ではなく、かなり日本人に近い反応を選ぶことがわかった。つまり、日本人は極端にステレオタイプ化したものを米国人の実態であるとして接しており、そのような誤ったイメージの下では、両者の間に様々なきしみが生じるのは無理からぬことである。

日本人が比較的良好に知っているつもりで米国人についてさえこうなのだから、他の国の人々について誤ったステレオタイプを過信している危険性はさらに大きい。大人達が不用意に用いる外国人についての発言が、子供達の外国人に対するイメージ形成の核になっていることに十分注意を払い、どんな国の人にも一人一人違った名前と顔があり、いろいろな人がいることを伝える努力をすべきである。それが国際化時代の教育の基本なのである。

本稿では、日本人の対外国人態度について多くの問題が残されていることを述べている。ひき続き、日本人が国際化を声高に合唱したとしても、このような問題の解決なくしては、外国人との円滑なコミュニケーションは難しく、期待するほどには国際化が進まないことは明らかである。そのためには、自らの差別意識を見据え、地球時代に生きる人間として最低限のマナー等を身につけ、より長期的には、異質な人々や多様な考え方が日本社会を、そして世界を一層豊かにするという価値観の確立が必要であろう。

この数年、留学生を含む在日外国人の数や、日本人の国際結婚の数、或は外国人不法就労者の数などいずれをとっても大幅な伸びをみせ、量的にとらえるかぎり、日本社会の国際化は着実に進んでいるように見える。その結果これまでになく広い範囲の日本人がさまざまな機会に外国人と接触するようになった。「外国人と街頭で言葉を交わした経験」が「ある」という人が過半数に達していることを示

している調査もあるが^(注1)、それにもかかわらずこうした接触で問題を起こしがちである日本人の外国人に対する態度については、十分な議論が行なわれているとは思えない。今後市民レベルに於て国際的な人的交流がますます盛んになることは確かだが、その場合、こころの国際化の遅れが深刻な国際問題に発展するおそれがなきにしもあらずである。そこでこれまでに私自身が行った社会心理学的

(注1) 経済企画庁国民生活局編「国際化時代の人つきあい」大蔵省印刷局 1988.

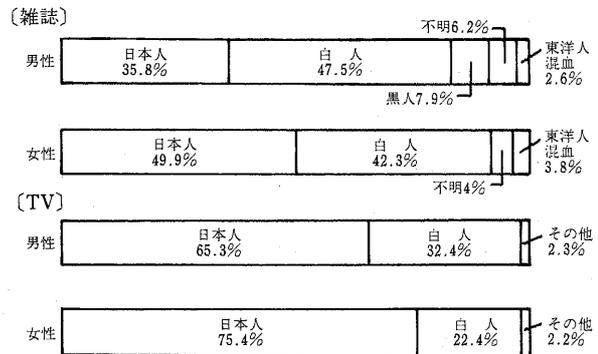
研究のなかから少し角度の異なる4つの実証研究をとりあげ、日本人の対外国人態度の問題を考えていきたい。

まず最初に、広告モデルの扱い方に反映された日本人の心理からその対外国人態度、とりわけ人種差別意識を探ってみよう(注2)。いま日本は電車の中の吊り広告から、テレビのCM、雑誌のグラビアまで外国人モデルを使った宣伝広告で溢れている。外国製品の宣伝に外国人モデルが使われているのなら取り立てて問題にするほどのことはなかろう。しかし、日本人の消費者をターゲットに、どうみても外国とは直接には関係がないとしか思われない商品の広告に外国人モデルが多数登場しているという印象を私は受けるのである。だが主観的印象が時には極めて誤ったものであることは経験的にわれわれのよく知るところである。

そこで私は、期間をある一週間に限り、その週に発売されていた週間誌と月刊誌のなかから発行部数の多い30誌を選び(注3)、グラビア広告515本に起用されていた1,008のモデルをその扱い方を中心に分析することにした。加えて、同じ1週間に東京の民放5局がゴールデンタイムに放映したテレビ・コマーシャル721本に登場する6,470名のモデルを分析し、外国人がどの程度どのような商品の宣伝に登場しているかを調べてみた。

その結果はわれわれの印象の通り、外国人

図1 分析対象の人種別構成



それも白人が分析対象広告に多数登場しており、雑誌の場合で男性モデルの47.5%、女性モデルの42.3%が白人であった。テレビについては男性モデルの32.4%、女性モデルの22.4%が白人ということが明らかになった(図1)。また外国人モデルが宣伝する商品の大半(雑誌で65%、テレビで96%)は国産品であった。なお白人以外の外国人モデルの起用は極めて少数であった。

こうした外国人の扱い方には、日本人の対外国人態度が反映しているのではないだろうか。では、なぜ日本人を主なターゲットとする国産品の宣伝に外国人、それも白人をこんなに多数使うのだろうか。まず、多くの日本人にとって、白人モデルは日本人モデルより一般に格好よく魅力的にみえる、という仮説

(注2) 研究の詳細については、岩男寿美子「外国人モデル起用の実態」慶応義塾大学新聞研究所年報23 1984.

及び岩男寿美子「広告モデルの広告効果—外国人モデルと日本人モデルの比較」慶応義塾大学新聞研究所年報を参照。

(注3) 30誌は次の通りである。

月刊・隔週刊誌		週刊誌	
1 文芸春秋	9 微笑	16 サンデー毎日	24 女性セブン
2 ポパイ	10 メンズクラブ	17 週刊朝日	25 アンアン
3 ノンノ	11 ホットドッグプレス	18 週刊新潮	26 週刊プレイボーイ
4 ナンバー	12 モア	19 週刊文春	27 平凡パンチ
5 J.J	13 クロワッサン	20 週刊現代	28 週刊明星
6 写楽	14 ブルータス	21 週刊ポスト	29 週刊平凡
7 月刊プレイボーイ	15 婦人公論	22 週刊女性	30 アサヒ芸能
8 ビッグトゥモロウ		23 女性自身	

をたてることができる。確かに、金髪碧眼の外国人モデルが日本の広告に溢れているのを見た外国人は、それが日本人の白人コンプレックスを示すものととらえることが多い^(注4)。彼らのなかには、どうして日本人は本国ではとりていモデルにはなれないようなあまり魅力的ではない外国人モデルを使うのか、と不思議そうな顔をする人もいる。そして、白人でさえあれば日本人より魅力的だと考えるほど日本人の白人コンプレックスは重症であると映るようだ。では果たしてそうなのだろうか。

広告は、モデルを使って商品を一層魅力的に見せ、広告効果を高めることを期待している筈である。そうでない限り、モデルを使う意味はない。その点から考えると、仮に日本人モデルと白人モデルが同じ位の費用で利用できるのであれば、外国人モデルによって宣伝された時には、同じ商品が日本人モデルによって宣伝された場合よりも良く見えると判断されていることになる。果たしてそうした判断は正鵠を得たものなのだろうか。

そこで、同一の商品を外国人（白人）モデルと日本人モデルとで宣伝している広告がある6種類の商品を選び出し、広告効果に差があるかどうかを調べる実験を行ってみた。対象としたのは当時東京以外の民放で実際に放映されていたテレビ・コマーシャルで、たとえばアデランスをトム・ワイスコフが宣伝し

ているものと上原謙が宣伝しているもの、カネボウ・レディ80をブルック・シールズが宣伝しているものと古手川祐子が宣伝しているものといった6セットのCMである(表1)。それを日本人モデルを用いたもの3本と白人モデルを用いたもの3本を含む2系列に分けて編集、男女各30名の大学生の被験者にいずれか一シリーズのCMを順次見せ、それぞれのCMについて宣伝している商品とCMそのものに対して評価してもらった。

この実験の結果、全く同一の商品であっても、白人モデルが宣伝している場合には日本人が宣伝しているものに比べて「魅力的」「格好よく」「洗練されて」みえることが明らかに示されたのである(表2)。念のためにつけ加えると、この実験で使ったCMの日本人モデルはいずれも美男美女タイプの一流俳優であるが、どこからみても間違いなく日本人にみえる。一方、比較の対象となる白人モデルはすべて日本でもかなり名の通った俳優やスポーツ選手で、新聞の折り込み広告やスーパーのチラシに登場する部類の無名の外国人モデルではない。

ひとつの実験室実験の結果を広く一般化して論じることば慎むべきではあるが、この実験で得られた白人モデルCM群と日本人モデルCM群の間の統計的有意差は、これまでよく指摘されてきた日本人の白人コンプレック

表1

スポンサー	A 群			B 群		
	商品名	出演者	長さ(秒)	商品名	出演者	長さ(秒)
アデランス	アデランス	上原 謙	30	アデランス	トム・ワイスコフ	30
ニッカウキスキー	スーパー・ニッカ	トロイ・ドナヒュー	30	ハイニッカ	草刈 正雄	30
レナウン	シンプルライフ	高倉 健	30	ダーバン	アラン・ドロン	60
服部時計店	ソシエ	テータム・オニール	15	アルバ	松田 聖子	30
日本リーバ	ラックス	アリ・マクグロウ	15	ラックス	十朱 幸代	15
カネボウ化粧品	レディ80	古手川祐子	30	レディ80	ブルック・シールズ	30

(注4) AJALTレポート「在日外国人はどんなテレビを見ているか」社団法人日本語普及協会、1983.

スと一致していることは否定できない。単に日本人と違っているからひと目をひく、あるいはギャラが安いという理由のために外国人を広告に使うるのであれば、白人に偏る必要はない。日本人とあまり区別のつかないアジア諸国の人は別としても黒人やアラブ人でも同じような効果が期待されるはずである。それなのに白人に偏るのは端的に言って、多くの日本人は、白い肌はハダ色の肌より、大きな眼は小さな眼より、高い鼻は低い鼻より、ながく細い足は短く太い足より美しく格好いいと思っているということであろう。多くの少女まんがやテレビ・アニメの主人公は、読者や視聴者である日本人よりも白人に近い顔かたちをしている。

黒い肌より白い肌の方が望ましいと思うのは何も日本人ばかりではない。以前、米国で行なわれた研究で3歳から7歳の幼児に白人の人形と黒人の人形をみせ、「遊びたい人形」「素敵な人形」「へんな人形(looks bad)」「きれいな色をした人形」それぞれに該当する人形を選ばせると、白人の幼児ばかりでなく黒人の幼児も「へんな人形」に黒人の人形を選び(59%)、その他の肯定的条件については6割から7割が白人の人形を選ぶと報告されている^(注5)。その後、1970年に別の研究者が黒人の幼児が黒人の人形を好むという研究結果を発表し、公民権法制定後の米国における黒人のプライドの高まりと地位の向上をおもわせたが、71年と85年に再び行なわれた研究結果はいずれも黒人の子供たちが白人の人形を好むことを示している。

勿論、幼児でもその判断は肌の色や容姿ではなく社会・文化・経済的地位に依っているのだと考えることもできる。そうだとすると、仮に日本の近代化の手本がアジアの国であったり、今日世界の先進国が黒人国家であった

場合には、日本人は白人を蔑視し、肌の色が黒くないことにコンプレックスをもつことになったのだろうか。また、仮定の問題ではなくより現実的には、今日日本人が日本より「遅れている」とみなしがちなくにが日本に追いつき追い越した時、彼等に対する日本人の態度が変わるものだろうか、また変わるとすればどう変わるかが興味ぶかい問題になる。しかしそうした場合でも国の間に格差は残るため蔑視される民族集団は常に存在しつづけることになるだろう。更に悲観的立場にたてば、人間は個人としても集団としても、自分より上位の対象に同一視すると同時に下位の対象を蔑むことによって自信を強め、こころの健康の維持や集団の凝集力を強めることをはかっているという面を否定できない。加えて、肌の色や容姿に基づく感覚的な好みや偏見も根強く、特に社会の構成員が比較的似通った容貌をしており、多様な人びととの接触経験の乏しい日本人にはその傾向が強い。先に紹介した広告モデルに関する研究結果のように、容姿の美醜が外見の評価に止どまらず、人間の内面から使っている物までを含む広い範囲の評価に影響してしまうことが問題だが、この点を論じ、そのマイナス効果を抑える努力が全く認められないのは残念である。

ところで、こうした日本人の対外国人態度を当の外国人はどうとらえているのであろうか。私が1975年以来、萩原滋慶大助教授と共同で行ってきた在日留学生研究にその答えを求めてみよう^(注6)。1985年に全国の大学で学ぶ1,301名の留学生を対象に行った調査には、「日本人はどんな外国人が好きだと思いますか」という問いが含まれている。これに対する自由記述回答を分析すると、「日本人には好きな外国人などいない」と指摘するものもあるが、「アメリカ人」、「西欧の人びと」、「金

(注5) CLARK, K. & CLARK, M. "Racial Identification and Preference in Negro Children," in *Readings in Social Psychology*, ed, Newcomb & Hartley, New York: Holt, 1947.

(注6) 岩男寿美子、萩原 滋「日本で学ぶ留学生—社会心理学的分析」勁草書房、1988.

日本人の対外国人態度

表 2

		アデランス			ニッカウキスキー			レナウン			服部時計店			日本リーバ			カネボウ化粧品		
		平均	SD	t値	平均	SD	t値	平均	SD	t値	平均	SD	t値	平均	SD	t値	平均	SD	t値
高級	J	3.17	1.46	3.84**	2.03	1.17	10.05**	3.60	1.40	9.32**	1.90	0.83	5.51**	3.57	1.41	3.12**	3.70	1.81	2.70*
	F	4.53	1.23		5.13	1.18		6.30	0.69		3.77	1.63		4.70	1.35		4.57	1.18	
信頼できる	J	4.03	1.47	1.31	4.23	1.33	2.89**	4.90	1.33	1.00	3.87	1.61	4.22**	5.27	0.81	2.75**	4.13	2.45	2.02*
	F	4.50	1.26		5.13	1.02		5.23	1.17		5.33	0.94		4.53	1.20		4.87	1.45	
買が良い	J	4.27	1.40	1.07	4.00	1.41	3.48**	4.90	1.14	2.58*	3.87	1.48	4.88**	4.97	1.17	0.70	4.20	1.69	2.32*
	F	4.60	1.37		5.23	1.28		5.70	1.22		5.43	0.88		4.77	0.99		4.90	0.96	
親しみやすい	J	4.77	1.31	1.09	5.13	1.71	0.64	4.83	1.46	2.44*	5.50	1.23	0.53	5.03	1.08	2.26*	4.93	1.24	1.64
	F	4.37	1.49		5.37	1.05		3.97	1.35		5.67	1.22		4.37	1.14		4.33	1.53	
カッコいい	J	2.93	1.39	3.11**	4.47	1.36	3.81**	4.87	1.87	2.55*	3.87	1.31	3.98**	4.37	0.91	0	4.37	1.25	2.08*
	F	4.20	1.70		5.73	1.15		5.90	1.11		5.07	0.96		4.37	0.87		5.10	1.42	
近代的	J	4.03	1.52	2.52*	3.40	1.56	4.96**	4.37	1.45	2.16*	4.87	1.23	2.12*	4.47	0.67	0.78	4.20	1.28	4.97**
	F	5.00	1.41		5.33	1.40		5.20	1.47		5.50	1.02		4.27	1.21		5.70	1.00	
商品の特徴がよくわかる	J	3.27	1.81	0.41	2.97	1.64	0.53	2.27	1.46	0.82	4.03	1.85	2.00	3.50	1.77	1.35	5.33	1.32	6.52**
	F	3.07	1.86		3.13	1.65		2.60	1.60		3.13	1.56		4.10	1.60		2.77	1.65	
上品な	J	4.47	1.45	1.34	4.73	1.12	4.07**	4.43	1.23	5.80**	3.73	0.89	6.13**	5.13	1.18	0.09	4.67	1.30	1.44
	F	4.93	1.15		5.83	0.93		6.13	0.99		5.17	0.90		5.10	1.30		5.13	1.12	
好き	J	3.07	1.48	1.82	5.10	1.72	1.59	4.73	1.88	0.79	4.20	1.74	4.45**	4.20	1.56	0.77	4.40	1.65	2.38*
	F	3.80	1.58		5.67	0.87		5.37	1.60		5.83	1.00		3.90	1.40		5.37	1.45	
楽しい	J	2.87	1.52	2.38**	4.43	1.87	1.04	4.40	1.76	0.42	4.37	1.60	2.96**	3.23	1.33	0.71	3.97	1.45	2.68*
	F	3.87	1.67		5.57	1.26		4.60	1.87		5.60	1.56		3.47	1.23		5.00	1.48	
印象に残る	J	3.73	1.81	0	4.23	1.99	3.06**	4.67	1.72	0.56	3.43	1.86	4.04**	3.27	1.48	1.47	3.83	1.98	3.42**
	F	3.73	1.88		5.60	1.36		4.93	1.82		5.23	1.52		3.87	1.63		5.43	1.56	
センスがある	J	3.57	1.84	0.58	4.73	1.88	1.83*	4.53	1.89	2.63**	2.77	1.28	8.45**	3.93	1.21	0.48	4.13	1.63	2.00*
	F	3.83	1.55		5.57	1.61		5.67	1.37		5.47	1.15		3.77	1.33		4.93	1.41	
登場人物が信頼できる	J	3.87	1.52	1.80	4.43	1.61	1.06	4.80	1.66	0.73	3.37	1.70	4.03**	4.47	1.59	0.08	4.53	1.50	1.34
	F	4.60	1.56		4.83	1.24		5.10	1.47		4.90	1.14		4.50	1.09		5.03	1.33	
買う気をおこさせる	J	3.03	1.62	1.06	4.47	1.50	0.93	3.47	1.41	1.35	3.90	1.80	1.05	3.87	1.48	0.26	4.40	1.82	0.28
	F	3.47	1.54		4.80	1.17		4.03	1.74		4.33	1.27		3.77	1.45		4.53	1.73	

*P < .05 J:日本人モデル F:外国人モデル
**P < .01

髪、青い目」,「英語を話す人」,「先進国の人」など表現はさまざまであるが、日本人がアジアよりも欧米先進国の人たちを優遇していることを示唆するような回答が圧倒的に多く、特にアジア諸国からの留学生の間でこうした意見が支配的になっていることが目につく。

このほか、「日本の文化、習慣を学ぼうとする人」,「日本のことをほめる人」あるいは「日本語のできる人」など日本人が日本文化に関心をもつ外国人を好むことを指摘した意見もかなり多くみられるが、逆に「日本語のできない人」,「じきに自分の国に帰る人」などもあり、外国人に対する日本人のかたくなな閉鎖性についている回答も見受けられた。

1975年の調査でも、その後国際化が声高に叫ばれた10年を経て繰返された1985年の調査でも、日本語の出来る留学生ほど対日イメージが悪いことが明らかにされている。日本人は外国人がお客さまである間は親切にするが、流暢な日本語をあやつり、見えない壁を乗り越えて日本社会や文化に深く触れようとする外国人には脅威を感じて疎んじるということを示しているのであろうか。「日本で経験した最も愉快なできごと」として留学生が挙げているなかに際立って多くみられたのが、外国人としてではなく、「人間として」或いは「友達として」日本人に受け入れられた経験をあげ、特にそれを例外的なこととして感じていたことから、留学生が日本人の対外国人態度を極めて閉鎖的にとらえていることがよくわかる。

日本社会へ適応するうえでなによりも大きな障害となっていると留学生自身がみているのは、われわれの調査結果にみる限り、日本人がすぐ考える物価高や円高といった経済的要因ではなく、「外国人に対する日本人の態度」なのである。その具体的内容は「日本で経験した最も不愉快なできごと」として留学生が記述しているものからも容易に推測することができる。例えば、「丁寧に道を尋ねたら、おばあさんに唾を吐きかけられた」とい

う20歳の米国人男子をはじめ、外国人というだけで拒否反応を示す日本人と出会った経験は露骨な暴力行為を含めさまざまな状況で報告されている。とくに「不動産屋では契約したが韓国人だということで大家さんが反対して次ぎの日取り消された」というように住居を探す過程で外国人への差別を経験したエピソードは、留学生の国籍や肌の色、性別に係わりなく多く、差別がごく一般的な現象のように思われるのである。これが「国際化」した筈の日本の現状なのである。

こうした日本人の態度に不快感を覚える点はアジアからの留学生と欧米諸国からの留学生に共通している。しかし、日本人の拒否的態度を欧米系留学生は外国人全体に対する嫌悪感の表われととらえるのに対し、アジア系留学生は「日本人はアセアン諸国からの留学生を軽蔑する」,「一部の日本人は途上国の人びとを見下し、西側諸国の人びとを崇拜している」という回答に代表されるように、アジア系留学生への蔑視とみなす傾向がうかがわれるが、いずれにしても「強い偏見がある」という日本人のイメージが形成されていることは確かである。

留学生がさまざまな経験を通して形成する日本人観は、かれらが日本留学を終えて帰国して10年もたつと、次第に悪い面が忘れられ懐かしさが強まるのか、全体的に好転することがわれわれの元留学生の追跡調査で明らかにされているが、その中で、「偏見がある」という日本人のイメージだけは全く印象が薄れていかない。それは、長い年月を経ても容易に変わり得ないほど強いものであったということなのだろうか。

ところで日本人には、自分たちが外国人に対して抱いていると思われる偏見にたいする自覚はあるのだろうか。3年前の中曽根前首相の「知的水準発言」や外国人特派員に指摘されるまで問題であることすらきかなかつた新聞記者たち、「ちびくろサンボ」やサンリオのキャラクターのあるものがなぜ黒人

を傷つけるか理解できないという新聞への投書、渡辺自民党政調会長の無神経な人種差別発言などをみると、とうてい自覚があるとは思われない。

アイヌ、在日韓国・朝鮮人、部落出身者、障害者などに対する偏見や差別やこれまでも折りにふれて問題にされ、決して十分ではないけれども議論もされ研究もされてきた。しかし、外国人に対する偏見や差別については正面から論じられることは殆どなかったように思う。少なくとも、偏見や差別に対する日本人のセンシティブティを磨こうという努力がなされているとは思えないのである。

ここで誤解のないように述べておくが、私は外国人に対する偏見が日本人特有のものなどと言っているのではない。しかし、他の国にもみられるからといって日本人の偏見や差別をそのままにしておいてよいことにはならない。敗戦国日本がまだ貧しかった1950年代後半からアメリカに留学した私は、アメリカで厳然たる人種差別とその撤廃を求める激しい運動をつぶさに見、また黄色人種であるが故の差別に傷ついた経験もいくたびかある。公民権法制定の前後に多くの命が奪われたことからわかるように、人間のこころの奥深いところに巣くう偏見を取り除くなど容易なことではないことも承知している。だから、せめてたてまえとして「言うてはいけないこと」「いてはいけないこと」をしっかりと心に留めておかななくてはならないと考えているのである。これが海外に出て行き、国内に外国人を迎え入れ、国際社会の一員として生きていこうとするものの礼節であり、責務ではないだろうか。

今、在日外国人留学生ばかりでなく、広く国外からあがる声は日本人のマナーの悪さを指摘している。昨年12月に神奈川県大磯で米国外交協議会主催の「日米における社会変化が日米関係に与える影響」に関する国際会議が開かれた。その席上、ゴールドシュミットオレゴン州知事は、「連日のように私の事務所

には米国進出を考えている日本企業の代表が訪ねてくるが、彼等がまず尋ねるのは、『どうすれば黒人を雇わないですむか』ということである。このような状況が続くと、いずれ議会で公聴会が開かれ、深刻な問題に発展することは避けられないだろう」という趣旨の発言をされた。そして障害者のための寄付というようなことでは極めて協力的な日本企業がこと人種差別に関しては目に余る言動をとり続けている、と表情を曇らせた。寄付をしさえすれば「善き市民」としての免罪符が手にはいると考えているとすれば、とんでもない誤解である。マナーと抛金は全く別のものであることを認識しなければならない。

日常生活のあらゆる面で人種問題に対して努めてこころ配りをしているアメリカ人からみれば、日本人の無神経な発言は理解を越えるものに映るに違いない。日本からの進出企業に言わせれば、黒人を採りたくても募集している職種に該当する黒人がいないのだから仕方がない、ということもあろう。しかし、もともと理性では処理できない部分がある人種的偏見や差別には、いかなる言訳も通用しないという認識から出発する以外にはないのである。

だが国内にはさしたる人種問題がない日本人がデリケートで複雑な人種的偏見や差別に対する感覚に鈍いのはまた当然のことといえる。その日本人が多数海外に出かけて行き、日本にいるときと同じ感覚や態度で外国人に接すれば問題が起こって当然であろう。加えて、このところの円高のせいで海外でのビジネス経験が殆どない中小企業の間には海外進出の機運が急速に高まっている。オレゴン州知事に非常識な相談をもちかけた日本人はこのカテゴリーに入るのかも知れない。いずれにせよ、日本人の意識を高めるためには、この種の問題についてもっと積極的に論じることが必要だと私は考えている。そしてそれも深刻な国際的問題を起こす前に、いまずぐ始めなければならないと思う。悪気がなくてもひ

とを傷つけてはならないし、無知故にわれわれが傷つけられてもならないのである。

本年、1月6日付の朝日新聞朝刊の「論壇」は、「『サンボ』」は黒人差別あおるか。名作童話の安易な絶版を悲しむ」という、子供たちのための影絵人形劇活動を熱心にくりひろげているという高校の先生の意見をのせている。彼は、この「愛すべき物語」が「人種問題に鈍感な政治家たちの発言の責任をかぶり（中略）消えていくのだと思うと、やり切れなく悲しい」と述べているが、黒人たちが嫌悪する物語はどんな名作でも黒人以外のひとが愛することは許されない。こと人種問題に関する限り名作か否かは全く無関係なのである。子供たちのためには他にもたくさんある名作を与えれば誰も傷つくことはない。この論者の一方的な主張が純粋な善意に支えられているだけにかえってやりきれない思いがしたのは私だけだろうか。

さて、日本人の対外国人態度のなかの偏見の問題はこの位にして、次ぎに外国人のなかでも戦後一貫して日本人が最も関係が深いと考えてきた米国人に対する態度についてふれておこり。

多くの日本人は米国人のステレオタイプとして、思っていることをストレートにはっきり表現し、それをそのまま行動に移す、と考えているように思われる。従って米国人は婉曲な表現を使ってはっきり意志を表現しない日本的なコミュニケーションが理解できない、とも考える。また、アメリカ人は臆することなく自己主張をするから日本人も米国人を相手にするときには負けずに自己主張をすべきだ、という意見がある。先頃日米交渉に日本側代表として出席し、その態度が米国人に極めて評判が悪かったことで話題になった通産省の役人がいたが、彼はこうした米国人のステレオタイプを信じそれに若干の傲慢さをつ

け加えて行動に移したにすぎない。しかし、アメリカ人は本当に何事も割り切って考え、はっきりと自己主張をするのだろうか。最近私が行った調査では、これに関し興味ぶかい結果を得ているのでここに取り上げてみよう

(注7)。

「日頃から尊敬する職場の同僚」とか、「大事な一人娘」とか、「アパートを共同で借りている親友」といった所謂重要他者との間で、決して譲れないと考えているような重要な問題について意見の相違が生じたときにどのように対処するか、という問題について、日米の大学生の反応を比較してみた。日本人大学生は予想にたがわず、日本人はホンネとタテマエを使い分けたり、事態を静観したり、清濁あわせ飲むといった対応をすると判断し、アメリカ人は自分の気持ちをストレートに表し、また相手の意見を変えようとする予測した。

ところでこうした日本人の予測に対し、当のアメリカ人は日本人のステレオタイプ通りの反応をするだろうか。確かに、アメリカ人の大学生は、「典型的なアメリカ人の反応」を示すように求められると、日本人が予測するものにかなり近い反応、即ち気に入らないことには不快感があらわにしたり、意見を異にする相手を説得しようとするといった反応を示す。ところが、「自分自身の反応」としては、決して単純に割り切った行動や意見の表明ではなく、かなり日本人に近い反応を選ぶことがわかった。つまり、アメリカ人自身も彼らの行動傾向を誤解しているわけだが、日本人はそれを更に極端にステレオタイプ化したものをアメリカ人の実態であるとみなし、それに沿ってアメリカ人に接しているということであろう。私たちはこのように誤まった米国人イメージに基づいてアメリカ人とつきあっているわけで、そこで両者の間にさまざ

(注7) Iwao, S. "Social Psychology's models of Social Behavior : Is It Not Time for West to Meet East?", Paper presented at The 24 International Congress of Psychology. 1988.

まなきしみが生じるのも無理からぬことである。

先頃、たまたま私が車のなかで聞いたKDDのコマーシャルの中で、ニューヨークに住むオノ・ヨーコが、日本にいた当時、アメリカ人は考えていることをはっきり言うと言われていたが、実際にアメリカに来て接したアメリカ人は、決してそうではなかったという話しをしていた。アメリカ生活が長く、しかもどちらかという物事を割り切ってとらえるタイプの人との接触が多いだろうと想像していた彼女の口から、私の調査結果と全く一致した事実が語られたことに私は改めてわれわれのステレオタイプが実体とかけ離れたものであるとの確信を強め、それを知らずに行動したり判断したりすることの危険性について考えさせられたものである。日本人が比較的好くわかっているつもりアメリカ人についてさえこうなのだから、他の国のひとびとについて誤ったステレオタイプを過信している危険性はもっと大きい。相手についての情報が乏しければ乏しいほど私たちはステレオタイプに依存することになり、しかもその内容はあまり好意的ではないようである。

一例として昨年末に私が行った東京近郊の小学4年生と6年生に対する調査を紹介したいと思う。これは外国人と日本人に対する判断(10カ国のなかから「友達になりたいのは」「頭がよいのは」など各項目に該当する国民をひとつ選んだ調査結果)を示すもので(表3)、情報が比較的乏しいインド人、フィリピン人、エジプト人に対して非好意的ステレオタイプが形成されていることがわかる。この年齢の子どもたちのステレオタイプの多くは

親や教師、マスコミの影響を受けてできあがったものであり、並行して行った成人調査の結果に極めて近い。中国人に対する好意的態度は、先に取り上げた留学生調査で韓国をはじめとする他のアジア諸国からの留学生が「日本人の中国人に対する異常なまでの愛」と皮肉をこめて描写した大人たちの態度と一致する。大人が不用意に用いる差別的発言が子どもたちのステレオタイプの核になっていることにわれわれは十分注意を払わなければならないまい。そして子どもたちに、どんな国の人にもひとりひとり違った名前と顔があり、いろいろな人がいることを伝える努力が今ますます求められていることを感じるのである。私にはこれこそが国際化時代の教育の基本に思えるのである。

本稿は、これまでに私が行った研究結果をふまえて日本人の外国人に対する態度について述べ、こうした態度が外国人との接触に多くの問題を生み、円滑なコミュニケーションを妨げることを指摘してきたつもりである。在日外国人の数が増えることや、海外に出かける日本人の数が増えること、また国際化を声高に合唱することでは期待するほどこの国際化が進まないことは明らかである。いまずぐに着手する必要があるのは自らの差別意識を見据え、地球時代に生きる人間として最低限身につけておくべきマナーと、言っではいけないこと、してはいけないことを心に刻むことであり、より長期的にいうならば、異質なひとびとや多様な考えかたが、日本社会を、そして世界を一層豊かにするという価値感の確立であると思う。

日本人の対外国人態度

表3 人種ステレオタイプ

N=270人(%)

子 供	韓国人	インド人	白人	黒人	フィリピン人	日本人	ロシア人	中国人	イギリス人	エジプト人
友達になりたい	5 (1.9)	3 (1.1)	69 (25.6)	14 (5.2)	1 (0.4)	121 (44.8)	4 (1.5)	29 (10.7)	23 (8.5)	1 (0.4)
友達になりたくない	34 (12.6%)	42 (15.6)	9 (3.3)	37 (13.7)	69 (25.6)	0	13 (4.8)	15 (5.6)	5 (1.9)	46 (17.0)
頭がいい	1 (0.4)	3 (1.1)	49 (18.1)	11 (4.1)	6 (2.2)	138 (51.1)	7 (2.6)	19 (7.0)	29 (10.7)	7 (2.6)
頭がよくない	13 (4.8)	63 (23.3)	10 (3.7)	8 (3.0)	63 (23.3)	8 (3.0)	18 (6.7)	11 (4.1)	4 (1.5)	72 (26.7)
清潔	3 (1.1)	5 (1.9)	59 (21.9)	5 (1.9)	2 (0.7)	154 (57.0)	8 (3.0)	8 (3.0)	26 (9.2)	0
不潔	9 (3.3)	85 (31.5)	9 (3.3)	27 (10.0)	40 (14.8)	5 (1.9)	7 (2.6)	8 (3.0)	5 (1.9)	75 (27.8)
運動ができる	25 (9.3)	3 (1.1)	66 (24.4)	95 (35.2)	5 (1.9)	19 (7.0)	13 (4.8)	29 (10.7)	15 (5.6)	0
運動ができない	20 (7.4)	46 (17.0)	5 (1.9)	7 (2.6)	32 (11.9)	62 (22.9)	17 (6.3)	13 (4.8)	14 (5.2)	54 (20.0)
結婚したい	3 (1.1)	0	29 (10.8)	3 (1.1)	1 (0.4)	216 (80.6)	1 (0.4)	6 (2.2)	8 (3.0)	1 (0.4)
結婚したくない	19 (7.1)	60 (22.3)	5 (1.9)	52 (19.3)	50 (18.6)	3 (1.1)	12 (4.5)	16 (5.9)	2 (0.7)	50 (18.6)
生まれ変わりたい	11 (4.1)	2 (0.7)	78 (29.0)	9 (3.3)	2 (0.7)	123 (45.7)	5 (1.9)	19 (7.1)	19 (7.1)	1 (0.4)
生まれ変わりたくない	17 (6.3)	64 (23.7)	2 (0.7)	33 (12.2)	58 (21.5)	6 (2.2)	8 (3.0)	10 (3.7)	3 (1.1)	69 (25.6)