

I -2 メディア・情報行動1 (心理・受容)

ロンドン・オリンピック大会と国民イメージ¹⁾

The London Olympic Games and images of national people

○佐久間 勲¹, 日吉 昭彦¹
Isao SAKUMA and Akihiko HIYOSHI

¹文教大学情報学部広報学科 Bunkyo University, Faculty of information and communications

Abstract We examined the impact of the London Olympic Games on images of national people. Seven-hundred and eight Japanese participated in web survey before and after the Olympic Games. Participants rated images of nine national people, the degree of exposure to media reports, and the degree of media usage from opening of the London Olympic Games to the time of web survey. Images of most national people changed in positive direction, but a few images changed in negative direction. Exposure to the media reports on the nation and the national people made the images of some national people positive. The newspapers and television usage made the images of some national people positive. However, the Internet usage made the images of some national people negative.

キーワード ロンドン・オリンピック大会, 国民イメージ, ステレオタイプ, メディア報道への接触, メディアの利用

1. 問題

本研究の目的は、2012年に開催されたロンドン・オリンピック大会を通して国民イメージが変化するか検討することである。さらに国民イメージの変化を規定する要因として、メディア報道への接触の程度を取り上げて検討する。

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、多くの国民が関心を持っているものである。そして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。先行研究では、オリンピック大会やW杯サッカー大会が、人々の意識や態度に及ぼす影響について実証的に検討してきた。特に、日本人や外国人に対するイメージや態度に及ぼす影響について繰り返し検討してきた(藤島他, 1998; 樋口他, 2005; 上瀬・萩原, 2003; 上瀬他, 2010; Luo et al., 2010; 向田他, 2001; 向田他, 2007; Sakamoto et al., 1999; 佐久間他, 2007; 佐久間・日吉, 2012; 佐久間他, 2010; 高林他, 2005; 高木・坂元, 1991)。それらの先行研究で明らかにされたことは、大会を通していくつかの国民のイメージが変化するということであった。つまり、国際的スポーツイベントが国民イメージに影響する可能性が実証的に示されたのである。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・オリンピック大会を通して、日本人や諸外国人の国民イメージが変化するか実証的に検討し、その研究成果を蓄積することを第一の目的とする。国民イメージに関しては、先行研究(e.g., 佐久間・日吉, 2012)と同様に、「あたたかさ」「知的能力」「身体能力」の3次元で検討する。近年のステレオタイプ研究では、ステレオタイプは「あたたかさ」と「知的能力」の2次元でとらえられること、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ことが指摘されている(e.g., Fiske, 2002)。さらに「知的能力」と「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ことが指摘されている(村田, 2006; 佐久間・日吉, 2012)。こうした先行研究の知見に基づき、本研究でも、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次元から検討する。

こうした国民イメージの変化を規定する要因にはいくつか考えられるが、その中でもメディア報道の影響が大きいだろう。オリンピック大会期間中のメディア報道は大会に関するものが中心となり、日本を含めたさまざまな国や国民(選手)の活躍やエピソードなどが多く報道されるだろう。そして、こうした報道に接触することにより、その内容に応じて国民イメージは変化するであろう。先行研究でも、マスメディア報道に接触しているほど、諸外国人のイメージが肯定的になることが見出されている(向田他, 2001)。そこで本研究でも、メディア報道への接触が国民イメージの変化を規定するか実証的に検討することを第二の目的とする。メディア報道への接触については、その内容と、メディアの種類による影響を検討できるように、いくつかの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、複数のメディアの利用の程度について尋ねた。

2. 方法

(1)調査対象者と調査の手続き

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。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。

①6月調査 (株)マクロミルのモニター800名を対象

I-2 メディア・情報行動1 (心理・受容)

に2012年6月8日と9日にweb調査を実施した。800名の内訳は、性別×年齢(20代, 30代, 40代, 50代以上)の8つのセルからそれぞれ100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。

②8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。以下で報告する結果は、6月調査と8月調査の両方に回答した708名を対象としたものである。

(2)質問項目

本報告に関連する質問項目は以下の通りであった。

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民であるイギリス人、アメリカ人、ロシア人、中国人、韓国人、ジャマイカ人、ブラジル人、ケニア人、日本人であった。これらの国民については、オリンピックでの活躍の見込み、地域のバランス、先行研究との継続性の3点を考慮した上で選択した。それぞれの国民に対して先行研究(e.g.,佐久間・日吉, 2012)でも使用されていた8組の形容詞対(7件法)を用いてイメージを回答してもらった。形容詞対のうち、「親しみやすいー親しみにくい」「暖かいー冷たい」「好きー嫌い」はあたたかさに関する次元、「頭がよいー頭が悪い」「有能なー有能でない」「知的なー知的でない」は知的能力に関する次元、「運動神経があるー運動神経がない」「身体能力が高いー身体能力が低い」は身体能力に関する次元であった。回答の順序は、調査対象者ごとにランダム化されていた。

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。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ついて、テレビ、新聞、インターネット、雑誌などを通して、どの程度見たかを回答してもらった(5件法)。

③メディア利用 8月調査のみ回答してもらった。大会開催から8月調査の回答時までに、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(5件法)。

3. 結果

(1)国民イメージの変化

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つの次元に関する形容詞対の平均を算出して、それぞれの得点とした(表1)。そして6月調査と8月調査の平均値に差があるかを検討するために、対応のあるt検定を実施した。

①あたたかさ得点 中国人、ジャマイカ人、韓国人、ケニア人、日本人の平均値の差が有意または有意傾向であった($ts>1.75$, $ps<.10$)。ジャマイカ人、ケニア人、日本人のイメージはあたたかいという方向に、一方、中国人、韓国人のイメージは冷たいという方向に変化していた。

②知的能力得点 アメリカ人、韓国人、日本人の平均値の差が有意であった($ts>1.98$, $ps<.05$)。アメリカ人、日本人のイメージは知的能力が高い方向に、一方、韓国人のイメージは知的能力が低い方向に変化していた。

③身体能力得点 アメリカ人、中国人、ジャマイカ人、ロシア人、日本人の平均値の差が有意であった($ts>3.33$, $ps<.01$)。いずれの国民のイメージも身体能力が高い方向に変化していた。

(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の影響

大会開催から8月調査回答時までの、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は表2の通りであった。

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に及ぼす影響を検討するために、8月調査でのメディア報道への接触の程度を独立変数、8月調査の各国民の3つの次元のイメージ得点を従属変数にした回帰分析を実施した。このとき、同時に性別(ダミー変数)、年齢、6月調査の各国民のあたたかさ得点、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。標準偏回帰係数は表3の通りであった。

①あたたかさ得点 アメリカ人、ブラジル人、ジャマイカ人、ロシア人、ケニア人、日本人のあたたかさ得点に及ぼす効果が有意であった($\beta s>.06$, $ts>2.01$, $ps<.05$)。メディア報道に接触しているほど、各国民に対してあたたかいというイメージを持っていた。

表1 6月調査時と8月調査時の各国民の3次元のイメージ得点の平均値(標準偏差)

	あたたかさ得点		知的能力得点		身体能力得点	
	6月調査	8月調査	6月調査	8月調査	6月調査	8月調査
アメリカ人	4.52 (.78)	4.52 (.80)	4.27 (.75)	4.37 (.73)	4.54 (.83)	4.68 (.87)
中国人	3.08 (1.03)	3.02 (1.07)	3.75 (.90)	3.76 (.97)	4.06 (.78)	4.31 (.85)
ブラジル人	4.55 (.73)	4.56 (.68)	3.91 (.53)	3.91 (.53)	5.04 (1.01)	5.07 (1.00)
ジャマイカ人	4.39 (.66)	4.45 (.68)	3.85 (.52)	3.86 (.52)	5.01 (1.08)	5.26 (1.14)
ロシア人	3.53 (.81)	3.49 (.78)	4.15 (.67)	4.15 (.65)	4.30 (.70)	4.41 (.79)
イギリス人	4.11 (.67)	4.15 (.68)	4.51 (.74)	4.49 (.71)	4.17 (.59)	4.16 (.58)
韓国人	3.64 (1.16)	3.29 (1.20)	3.93 (.98)	3.70 (1.13)	4.05 (.75)	4.03 (.82)
ケニア人	4.28 (.62)	4.32 (.60)	3.87 (.54)	3.84 (.56)	5.35 (1.16)	5.39 (1.16)
日本人	4.64 (.91)	4.75 (.93)	4.46 (.90)	4.52 (.86)	3.85 (.78)	3.97 (.72)

注)N=708. 得点の範囲は1~7. 得点が高いほどターゲット集団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。*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$, , + $p<.10$.

I-2 メディア・情報行動1 (心理・受容)

表2 各国および国民に関するメディア報道への接触(%)

	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
アメリカ(人)	5.1	18.2	35.0	31.1	10.6
中国(人)	3.7	18.1	34.3	31.9	12.0
ブラジル(人)	1.1	6.4	28.5	48.2	15.8
ジャマイカ(人)	6.5	18.8	25.6	33.1	16.1
ロシア(人)	2.0	7.3	25.3	46.0	19.4
イギリス(人)	2.0	8.5	28.5	44.5	16.5
韓国(人)	5.9	17.7	33.2	30.9	12.3
ケニア(人)	0.8	6.5	26.0	45.1	21.6
日本(人)	42.1	27.8	19.2	7.2	3.7

注)N=708.

②知的能力得点 アメリカ人, ブラジル人, 日本人の知的能力得点に及ぼす効果が有意であった($\beta_s > .07$, $ts > 2.29$, $ps < .05$). メディア報道に接触しているほど, 各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身体能力得点 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, 韓国人の身体能力得点に及ぼす効果が有意または有意傾向であった($\beta_s > .05$, $ts > 1.72$, $ps < .10$). メディア報道に接触しているほど, 身体能力が高いというイメージを持っていた.

表3 メディア報道への接触の影響(標準偏回帰係数)

	あたたかさ得点	知的能力得点	身体能力得点
アメリカ(人)	.17***	.08*	.11***
中国(人)	-.004	-.02	.50
ブラジル(人)	.07*	.08*	.06*
ジャマイカ(人)	.09**	.02	.14***
ロシア(人)	.10**	.02	.13***
イギリス(人)	.04	.03	.13**
韓国(人)	-.03	-.03	.10**
ケニア(人)	.07*	.03	.02
日本(人)	.20***	.11**	.05

注) N=708. *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$.

(3)メディア報道への接触の影響の比較

大会開催から8月調査の回答時までの7種類のメディアの利用状況は表4の通りであった. テレビ(地デジ), インターネットなどの利用の程度は高かった. 一方, ラジオ, 雑誌, 新聞(スポーツ紙)の利用の程度は非常に低かった.

表4 各メディアの利用の程度(%)

	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
テレビ(地デジ)	36.4	32.1	16.4	7.6	7.5
テレビ(BS)	10.6	13.3	11.2	13.6	51.4
ラジオ	0.7	3.4	7.1	13.7	75.1
雑誌	0.0	1.0	5.1	13.7	80.2
新聞 (一般紙)	9.9	17.4	18.4	12.3	42.1
新聞 (スポーツ紙)	1.1	4.5	8.2	11.4	74.7
インターネット	23.2	25.7	24.0	13.0	14.1

注)N=708.

そこで7種類のメディアのうち利用の割合が高い, テレビ(地デジ), 新聞(一般紙), インターネットの3つのメディアが国民イメージに及ぼす影響を検討した. 具体的には, これら3つのメディアへの接触の程度を独立変数, 8月調査の各国民の3次元のイメージ得点を従属変数に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, 6月調査の各国民のあたたかさ得点, 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. 標準偏回帰係数は表5の通りであった.

表5 メディア利用の影響(標準偏回帰係数)

		テレビ (地デジ)	新聞 (一般紙)	インターネット
アメリカ人	あたたかさ	.11***	.05	.06*
	知的	.07*	.06*	-.06*
	身体	.07*	.07*	.05
中国人	あたたかさ	-.03	-.01	-.02
	知的	-.02	.04	-.01
	身体	.05	.01	-.05
ブラジル人	あたたかさ	.06*	.05	.00
	知的	-.03	-.02	-.05
	身体	.08*	-.02	.00
ジャマイカ人	あたたかさ	.07*	.03	.04
	知的	-.03	-.05	-.02
	身体	.10**	.01	.04
ロシア人	あたたかさ	.01	.00	-.08
	知的	.02	.08*	-.07*
	身体	.09*	.05	.05
イギリス人	あたたかさ	.07*	.07*	-.04
	知的	.08*	.04	.01
	身体	.11**	-.01	-.04
韓国人	あたたかさ	-.03	.01	-.07*
	知的	.03	.03	-.03
	身体	.05	-.03	.05
ケニア人	あたたかさ	.06*	.07*	-.01
	知的	-.02	.02	-.03
	身体	.04	.03	.06
日本人	あたたかさ	.08*	-.02	.06*
	知的	.03	.04	-.01
	身体	.04	.06	-.03

注) N=708. あた:あたたかさ得点, 知的:知的能力得点, 身体:身体能力得点. *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$.

①テレビ(地デジ) アメリカ人のあたたかさ, 知的能力, 身体能力, ブラジル人のあたたかさ, 身体能力, ジャマイカ人のあたたかさ, 身体能力, ロシア人の身体能力, イギリス人のあたたかさ, 知的能力, 身体能力, ケニア人のあたたかさ, 日本人のあたたかさへの影響が有意または有意傾向であった($\beta_s > .05$, $ts > 1.64$, $ps < .10$). いずれもテレビを利用したほど, 3つの次元の得点が高くなるという結果であった.

②新聞(一般紙) アメリカ人の知的能力, 身体能力, ロシア人の知的能力, イギリス人のあたたかさ, ケニア人のあたたかさへの影響が有意または有意傾向であった($\beta_s > .05$, $ts > 1.67$, $ps < .10$). いずれも新聞(一般紙)を利用したほど, 3つの次元の得点が高くなるという結果であった.

③インターネット アメリカ人のあたたかさ, 知的

I -2 メディア・情報行動1 (心理・受容)

能力, ロシア人のあたたかさ, 知的能力, 韓国人のあたたかさ, 日本人のあたたかさへの影響が有意または有意傾向であった($\beta s > .05$, $t s > 1.65$, $p s < .10$)。インターネットを利用したほど, アメリカ人と日本人のあたたかさのイメージが強くなった。一方, アメリカ人の知的能力, ロシア人のあたたかさ, 韓国人のあたたかさのイメージは弱くなった。

4. 考察

(1)メディア報道への接触と国民イメージの変化

先行研究と同様に, オリンピック大会の前後を比較すると, いくつかの国民に関するイメージが変化していた。次元ごとに見ると, 身体能力とあたたかさの次元での変化が多く見られた。

オリンピック大会期間中は, 競技中継や競技結果の報道が多くなるために, 身体能力のイメージは変化しやすいと考えられる。本研究でも, ある国やその国の選手に関するメディア報道に接触するほど, 身体能力のイメージが高くなるという結果が得られた。こうした結果は, この解釈の妥当性を示唆するものであろう。

あたたかさの次元に関する変化は, 単純接触効果(Zajonc, 1968)によるものと考えられる。つまりメディア報道を通して, その国や選手に関する情報に接触するほど, 好意が強くなるのだろう。本研究の結果も, この解釈の妥当性を示唆するものであった。ただし, 中国人と韓国人のあたたかさのイメージが低下していたという結果は単純接触効果では説明できない。この結果に関しては, 大会期間中のオリンピックやそれ以外のニュース(主に領土問題)による影響の可能性が考えられるであろう。

(2)メディア間の影響の比較

テレビ(地上デジタル放送), 新聞(一般紙), インターネットの3つを比較すると, 前者2つのメディアの利用は国民イメージを肯定的な方向に変化することに影響していた。他方で, インターネットに関しては一部の国民の特定の次元のイメージを否定的な方向に変化することに影響していた。この知見は, インターネットを利用するほど移民排斥感情が強くなっているという辻(2008)と符合するものであった。インターネットでは排外主義的な論調が多いことに起因する結果であると考えられる。

(3)今後の研究課題

考察ではメディア報道の内容やインターネットの論調に応じて国民イメージが変化する可能性について論じたが, 現時点ではそれを直接示す証拠は得られていない。今後の研究課題としては, オリンピック大会期間中のメディア報道の内容分析を実施して, 報道内容に応じて国民イメージが変化するか実証的に検討する必要があるだろう。

補注

1)本研究は2012年度文教大学競争的教育研究支援資金による研究成果の一部である。

引用文献

- 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**, 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)－好意度と類似性－ 日本グループ・ダイナミクス学会第46回大会発表論文集, 198-199.
- 樋口 収・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)－市民調査の結果－ 日本社会心理学会第46回大会発表論文集, 610-611.
- 上瀬由美子・萩原 滋 (2003). ワールドカップによる韓国・韓国イメージの変化 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要, **57**, 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－大学生のパネル調査分析から－ メディア・コミュニケーション, **60**, 67-88.
- 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**, 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**, 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－シドニー・オリンピックを中心に 人間文化創成科学論叢, **10**, 297-307.
- 村田光二 (2006). 「高い身体能力」は偏見の表明か?－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－ 日本心理学会第70回大会発表論文集, 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**, 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－好意度と能力の変化－ 日本グループ・ダイナミクス学会第54回大会発表論文集, 212-213.
- 佐久間 勲・ハッ橋武昭・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**, 23-30.
- 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**, 1-11.
- 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)－学生調査の結果－ 日本社会心理学会第46回大会発表論文集, 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－大学生のパネル調査－ 社会心理学研究, **6**, 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-tsujii.com/paper/r04/report04.pdf>>(2013.6.26取得)
- Zajonc, R. B. (1968). The attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology Monographs*, **9**, 1-27.