

I. 問題

1. オリンピック報道と外国人イメージ

オリンピックやワールドカップサッカー大会などの国際スポーツイベントは、マスメディアを通じて世界中の人々に報道される。競技内容はもちろんのこと、競技の応援に関する報道、著名選手や開催地に関するニュースなども視聴者に届けられる。競技開催期間中の報道量は、圧倒的といつてよいものである。

もちろん報道内容は主として、「平和の祭典」としてオリンピック大会を描くものである。平和であるからこそスポーツができるといった側面や、紛争の当事者同士であってもスポーツの場面では一緒に取り組むといった側面など、国際協調や国際交流の場としてのオリンピックが描かれる。過去の研究では、オリンピック大会の後には、その前と比べて、諸外国に対するイメージは概して肯定的に変化することが認められた（向田・坂元・村田・高木, 2001; Sakamoto, Murata, & Takaki, 1999）。特に開催国のイメージについては、その傾向が強かった。おそらく、肯定的内容を多く含んだオリンピック報道に接触したことによって、そこに登場する国の人々に対するイメージが良くなったのだと考えられる。

しかし他方で、多くの国際スポーツイベントでは、国家間対抗といった枠組みで競技が実施される。団体競技は国家かそれに準ずる単位で実施され、個人競技であっても国の代表として競い、表彰式では国歌が流れ、国旗が掲揚される。国家間対抗という集団競争の文脈では、オリンピックは「擬似戦争」としての側面も併せ持っている（高木, 1994）。しばしばマスコミにも取り上げられるように、オリンピック期間中、多くの日本人は日本チームと日本選手を応援しやすく、日本人意識を高揚させやすいだろう（渡辺, 1996）。こういった日本人意識の高揚が、諸外国人のイメージを低下させ、彼らを排斥するような態度が形成されることはないのだろうか。こういった問題が懸念される。

2. これまでのオリンピック研究

以上のような基本的問題意識を背景として、オリンピック報道が外国人イメージに及ぼす影響について、これまで実証的な社会心理学研究が積み重ねられてきた。高木と坂元がソウル・オリンピック大会の時（1988年）に実施した研究は、その嚆矢となった（高木・坂元, 1991）。この研究では、オリンピックの前後に、日本の大学生を対象にパネル調査を

実施して、さまざまな外国（人）に対するイメージの変化を検討している。高木・坂元たちの一連の研究では「外国」と「外国人」とを必ずしも明確に分けていないが、いずれの結果も「外国人」に適用可能だと判断される。

その結果、まず、大会直後に諸外国のイメージが非好意的方向に変化する傾向が認められた。特に韓国とカナダに関しては有意に悪化した。他方（当時の）東ドイツ、ルーマニアといった（当時の）東側諸国に関しては必ずしもそうではなかった。また、認知的複雑性の指標を求めると、諸外国認知の複雑性が低下して、単純で一次的に諸外国を評価しやすくなったことが認められた。さらに、認知的複雑性の低い者は、日本の不振を外的原因に帰属しやすかったし、韓国の好意度を低下させやすかったことも認められた。そして、日本の成績を韓国と比べて低く予想した者は、韓国の好成績をより外的に帰属しやすくなったのである。

以上の結果から考察されることは、日本の成績不振によって「自尊心の脅威」を感じた人々が、脅威となる国（身近で予想外に成績がよかった韓国）のイメージを悪化させることによって、集合的自尊心を維持回復しようとしたことである。他方、カナダに関するイメージの低下は、百メートル競走で「優勝した」ベン・ジョンソン選手がドーピング検査で薬物違反と裁定され、失格となった事件に直接の原因があったと考えられる。このようにソウル・オリンピック報道の影響に関する研究結果は否定的影響を示し、日本人にとって一種の「擬似戦争」として機能することを示唆した。

この研究では、イメージを多数の形容詞尺度に評定させ、その結果を因子分析し、「野蛮性」と「権謀術数性」の二次元を見出している。別に測定した「好意度」をこれらに加えた三つの次元で各国民のイメージをとらえ、さらにはその変化をとらえる試みは特筆に値する。しかし、回答者が一つの大学の学生で、その人数も百名足らず（有効回答数 91 名）で十分ではないし、対象国民も日本を含めて十であり、結果の一般化可能性に疑問が残る。また、「野蛮性」「権謀術数性」という評価が対人認知の次元としてどんな意義を持つのか、直感的な理解は難しいだろう。

バルセロナ・オリンピック大会（1992 年）に際しては、多くの大学の多数の回答者（有効回答数 681 名）を対象に同様のパネル調査が実施された（Sakamoto, et al., 1999）。その結果、否定的影響も少しは認められたが、全体としてはオリンピック報道の望ましい（肯定的）側面の影響を明らかにした。この研究では、まず大会直後に多くの諸外国のイメージが好ましい方向に変化したことが認められた。また、日本と諸外国との類似度認知を調べると、韓国、アメリカを除いていずれの国との間でも増大したことが示された。さらにこの研究では、一部の対象者に三ヶ月後の追跡調査を実施している。その結果、諸外国イメージの好転は三ヶ月後にはほとんどの国で消失していたが、開催国スペインに関してはなお持続していたことが示された。

これらの好意度変化は、本当にオリンピック報道によるものなのであろうか。この問題を詳しく検討するために、対象の学生自身がオリンピック期間中にマスメディアを通じて

各国の選手をどれだけ見たのか評定してもらい、好意度変化との関係を調べた。重回帰分析の結果、好意度が好転したいずれの国においても、またその他のいくつかの国においても、国別メディア接触が好意度変化に正の有意な影響を及ぼしたことが認められた。しかし、中国、韓国などのアジア諸国に関しては、このような関係は認められなかった。

以上の結果は、自国が比較的好成績だった（と感じていた）日本人は、自尊心の維持回復といったメカニズムを必ずしも必要とせず、情報接触に応じて諸外国人のイメージを概して好転させたと考えられる。特に開催国であるスペイン人に関しては、競技以外の様々な情報がメディアから提供され、持続的なイメージの改善が認められたといえるだろう。これはオリンピックが「平和の祭典」としても機能することを示唆している。

アトランタ・オリンピック大会（1996年）の研究結果も（有効回答数 543名）、基本的にはバルセロナ五輪と同じものであった（向田他, 2001）。オリンピック後、対象とした16ヶ国のうち、ドイツ、ルーマニア、ロシア、アメリカ、南アフリカの5ヶ国の好意度が有意に好転し、インドの好意度だけが悪化した。そして、日本自身の好意度もかなり好転した。この変化は、ドイツ、ルーマニア、ロシア、日本については、4ヶ月後も持続していたことが示された。しかし、開催国アメリカでは持続せず、有意な低下が認められた。他方、中国、韓国のイメージには変化が認められなかった。

続くシドニー・オリンピック大会（2000年）の研究結果では（有効回答数 295名）、大会直後の諸外国に対する好意度はほとんど変化しなかった（向田・高木・村田・坂元, 2001）。他方で、日本に対する好意度は上昇し、3ヶ月後も持続していた。このように、オリンピック報道が外国人イメージに及ぼす影響は、国際的な情報が増える中で減少傾向にあった。しかし、メディア接触の効果は認められ、弱いながらイメージを好転させる方向に作用していた。また、諸外国人に対する類似性認知は大会後に高まったが、これにもメディア接触が正の影響を及ぼしていた。

以上のこれまでのオリンピック研究は、概して「平和の祭典」としての側面を明らかにしてきた。しかし、「擬似戦争」にあたる負の側面を示唆する証拠も示され、後に述べるような問題点も残している。

3. 外国人イメージとその構造

ここまで「外国人イメージ」と呼んできた概念は、社会心理学では一般に「外国人ステレオタイプ」と呼ばれてきたものである。ステレオタイプとは、あるカテゴリー（集団）成員が持つ特徴（外見、行動傾向、性格、能力など）についての固定的見方のことである。特に性格や能力などの内面的特徴を過度に一般化したり、誇張したりする傾向をさす。ここで問題とする「ある外国人」という対象も、もちろんステレオタイプという概念で把握

することができる。例えば「日本人は勤勉である」といった単純な見方が繰り返し認められてきた。ステレオタイプに関する最も古典的な実証研究でも、民族集団や国民集団に対する共有されたイメージが扱われた (Katz & Braly, 1933)。

しかしながら、外国人は異国の人であるがゆえに、日常その集団の成員と接する機会が乏しい。したがって、対象となる事例をよく知らず、記憶構造内に明確な知識として存在するかどうか対象国民によってはあいまいな場合がある。そこで本研究では、ある国の人一般について描く心的な像を、ばくぜんとした言葉であるが、「外国人イメージ」と呼んで検討したい。

本研究では、日本人の抱く外国人イメージを好感度（温かさ、人柄）と知的能力の二側面から検討する。近年のステレオタイプ研究では、次に紹介するように、多くの外集団がこの2つの対人認知の次元上で把握可能で、しかも評価の点で背反しやすい相補的傾向が示されてきた (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002)。

グリックとフィスクは、女性差別の問題の背後にある偏見に二通りがあると考え、両面価値的性差別理論を提唱した (Glick & Fiske, 2001)。一般に、男性は作動性が高く、女性は共同性を特徴とするというジェンダーステレオタイプがあると指摘されている。男性と同様に課題遂行能力（作動性）が高い女性が出現したときには、本来女性が示すべき規範的特徴（共同性）に欠ける人物として非難されやすい。その結果、能力の高い女性に対して敵対的な態度が、主として男性によって社会的に示されやすくなる。これは、女性の社会進出を直接阻害する「敵対的偏見」と呼ばれている。こういった状況で女性は、直接仕事に関わる能力だけでなく、対人関係を調整する能力も高いことを示す必要が感じられ、しばしば葛藤する複数の役割期待のもとで苦しんできた。

このような偏見を抱く社会でも、他方で女性を慈しみ、保護し、愛情を持って接してきた人が多かったと考えられる。この点では女性を高く評価し、肯定的にとらえてきたことになる。しかし、この態度は「慈悲的偏見」と考えられ、女性を家庭にとどまらせ、結果的に社会進出を阻んできた心理的要因の1つであるだろう。グリックとフィスクは、この態度の背後には、女性に「温かさ」を認めるが、能力の点では男性に及ばないというステレオタイプが考えられると主張した。この慈悲的偏見は、女性を「その個人の好みや特徴に基づいた役割」ととどまらせ、男女間の社会的不平等を正当化し、維持する機能を果たすことになる。このように、反感だけでなく、直接的には好意であるが、保護的な態度を示すことも偏見の一種だと、グリックたちは指摘したのである。

以上の二種類の偏見は、「温かさ（人柄）」と「(潜在的)能力」との二次元を想定し、一方が肯定的なときに他方が否定的という関係になっている。異なる次元上だが、感情価の点で負の相関関係になっており、両面価値的性差別として議論された。

この議論は、けれども、もっと幅広く集団間関係一般に成り立つだろう。実際フィスクとグリックは、ステレオタイプの内容モデルと呼んで、ジェンダー関係以外にも広く適用するように理論を拡張した (Fiske, et al., 2002)。集団関係には、友好的であるのか競争的

(または敵対的)であるのかという側面が考えられる。この側面は、先の温かさ次元での評価の決定因となるだろう。また、集団関係には、友好性とは独立に、地位の高低(上下関係)が考えられるだろう。この側面は、能力評価の決定因となるだろう。このモデルでは、温かさと能力の2つの次元の高一低を組み合わせ、表1のような4種類のステレオタイプを類型化した。このモデルのなかでは、両面価値的性差別理論で「敵対的偏見」と呼ばれたものが「嫉妬的偏見」、「慈悲的偏見」が「温情主義的偏見」と呼ばれているが、内容は同じである。

表1 外集団の4つのタイプと対応する偏見*

		能力	
		低	高
温かさ	高	[低地位、非競争的] 温情主義的偏見 哀れみ、同情 (例;高齢者)	[高地位、非競争的] 賞賛 誇り、賞賛 (例;内集団)
	低	[低地位、競争的] 軽蔑的偏見 軽蔑、反感 (例;生活保護受給者)	[高地位、競争的] 嫉妬的偏見 嫉妬、妬み (例;金持ち)

*各欄には、集団間関係(地位の高低と競争性)、偏見の種類、伴う感情、具体的な集団例を記述してある(Fiske, et al., 2002)。

しかし、両次元の高一低が一致する集団は実際には少なく、両次元での評価が食い違う両面価値的なステレオタイプが多いと考えられた。そして、両面価値的なステレオタイプこそが、偏見や差別の源泉として問題となりやすい。特に、1つの次元で高く評価することが、他の次元で低く評価することを正当化する役割を果たす点に注意が必要である。フイスクたちの調査研究では、以上の考えが繰り返し実証された。彼女らは、ステレオタイプは好悪の次元だけでとらえることは難しく、温かさと能力の次元の組合せで内容を把握するのが適切であることを示した。また、温かさは友好性、能力は地位の高低という集団

関係の特徴によって、その次元上の程度が決まってくることも実証した。加えて、二つの次元は相互に背反する傾向があって、相補的な性質を持ちやすいことも示したのである。

以上のようなステレオタイプの二次元モデルは、外国人ステレオタイプにも適用可能だろう。これまでのオリンピック研究のデータを再分析しても、この両面価値的な傾向が認められることが実証されている（村田，2006）。図1は、バルセロナ、アトランタ、シドニーの3大会の事前調査データを再集計して、人柄（温かさ）と能力の2次元で示したものである。

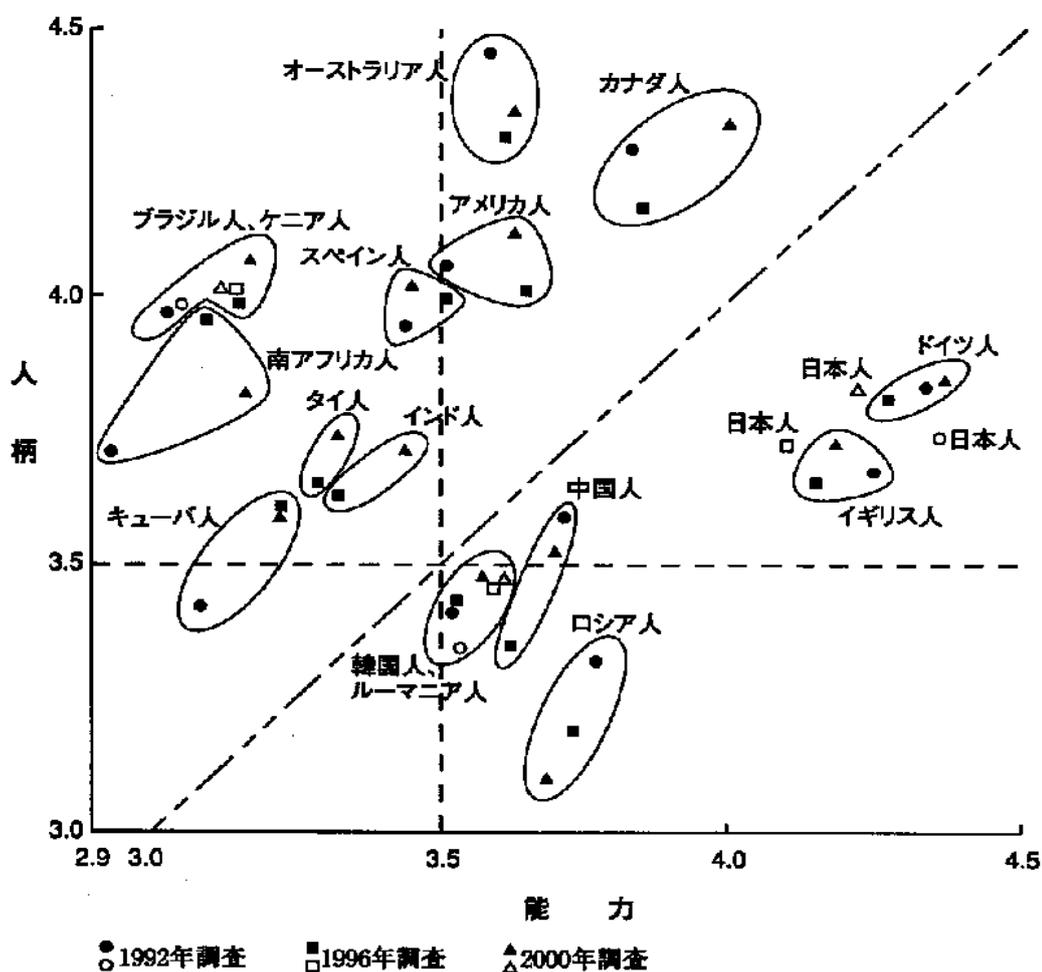


図1 1992年、1996年、2000年のオリンピック大会調査に基づく外国人イメージの2次元評価（村田，2006）

4. これまでの研究で残された問題

オリンピック報道が外国人イメージに及ぼす影響を考えたときには、先に述べたような肯定的方向への変化と否定的方向への変化の両側面が考えられる。これまでの研究で検出された影響は肯定的なものが多かったが、否定的イメージは外国人に対しても表出しにくく、必ずしも本心を反映しているとは言えない可能性がある。近隣国家（韓国や中国）の人々のイメージはほとんど変化しなかったが、こういった全体としての無変化の背後には、他の諸国に対しては一般に認められる肯定的変化と同時に、否定的変化を示す無視できない人々がいる可能性が考えられる。

また、先に論じたように、オリンピック大会前後に認められる国民イメージ変化のうち、もっとも明確でもっとも頑健なものは日本人イメージの肯定的変化であった。こういった日本人意識の高揚は、ときとして諸外国人への排斥的態度につながる心配がある。内集団びいきが外集団の蔑視につながる問題である。攻撃や差別などの明示的行動で示されることは少なくとも、評価判断を求めた場合に日本人意識の高揚と、ある外国人に対する否定的評価との間には関連が考えられるかもしれない。どういった人や条件下でこの関連が認められるのか、これまでの検討は不十分である。

これまでのオリンピックはパネル調査を実施して、イメージの変化を測定し、それに影響を及ぼす要因を統計的分析によって探る方法をとってきた。この方法によってイメージ変化の実際についてはかなりよく実証してきた。しかし、実験方法と異なり、原因を特定し、変化の過程を詳細に調べることは難しい。各オリンピック大会はそれぞれ異なる特徴を示すが、それぞれにおけるイメージ変化のデータを積み重ねることによって、変化の原因と過程との特定を少しずつ進めることになる。また、オリンピック報道に接しない、実験でいうところの統制群にあたる比較対象可能な調査対象者を得る努力も必要だろう。

また、これまでの研究では、何らかの授業を受講している大学生が調査対象者であった。比較的少ないコストで多くの調査対象者を得るためには最適であっただろう。しかし、得られた結果の一般化可能性には疑問がある。もっと幅広い世代の人を対象にする必要があるし、日本人の少なくともその一部であったとしても、何らかの母集団から代表性のあるサンプルを抽出して調査することが望ましいだろう。

5. アテネ・オリンピック研究の目的

過去の研究をふまえ、以上のような課題を克服するために、2004年のアテネ・オリンピック大会の前後にもパネル調査を実施して、調査結果を分析し、外国人イメージの変化を検討した。今回の研究では、特に以下の3点を研究目的に掲げた。

まず、外国人イメージを「好感度」と「知的能力」の2つの次元からとらえ、各次元におけるイメージ得点とその変化を検討することである。オリンピック研究では、従来、イメージ尺度をポジティブ・ネガティブの一次元としてとらえ、「好意度」と名づけてイメージの指標としてきた。これはステレオタイプ内容モデルの「温かさ」（日本語では「人柄（の良さ）」とも呼ばれる）に相当するものである。今回の研究ではその次元を「好感度」と呼び、さらに「知的能力」次元も測定して多面的にイメージとその変化をとらえることを試みたい。オリンピックは身体能力を示す場でもあるが、一般的な能力次元におけるイメージも変化する可能性があるだろう。

次に、「日本人意識」に関わる特性を、個人差要因としてとらえて、イメージ変化に及ぼす影響を検討することである。日本人意識の個人差にも、素朴に国を愛する気持ちである「愛国心」に相当するものと、他国と比べて自国を高く評価する「ナショナリズム」にあたるものがあると指摘されている（Karasawa, 2002）。前者の愛国心の高低は、外国人イメージとは比較的独立な特性だと考えられるが、後者のナショナリズムは他国との比較や競争の上に立って、自国を高く評価する傾向である。そうすると、ナショナリズム傾向の強い人は、弱い人と比べて、オリンピックに伴う何らかの出来事の影響を受けて、他国のイメージを悪化させる可能性が考えられる。特に、日本とライバルとなる国の競技成績が良い場合には、日本人としての優越的意識（ナショナリズム）に脅威が及びやすいので、対象国民の評価を他の次元で悪化させることによって、その脅威を解消させるという過程が予測される。

第3に、学生調査に加えて、一般市民からもランダムサンプリングをおこなって、代表性の高い対象者のデータを得ることである。具体的な方法としては、学生、市民とも2004年8月のアテネ・オリンピック大会の前後にパネル調査を実施する。事前調査は、学生の場合には5～6月に教室で実施するが、市民は郵送調査で実施する。事後調査は、学生の夏休み期間にあたるので、事前調査回答者を対象に、学生、市民とも郵送調査で実施する。そして、事前・事後の対応データについて分析を実施する。対象とする地域は東京都下の小金井市として、そこの選挙人名簿をもとに20歳以上の成人千名をサンプリングすることとした。

最後に、本研究では翌2005年にも同様のパネル調査を実施して、オリンピックが無い期間に認められるかもしれない外国人イメージ変化に関するデータも収集する。翌年調査は、実験研究における「統制条件」にあたるデータを得るために行うものである。しかし、翌年には別の社会的出来事が生じ、それが報道され、その影響によってイメージが変化することもある。翌年の何時の期間がより望ましいのか必ずしもはっきりしないし、「統制」できないさまざまな要因が翌年調査の結果には影響を与える可能性がある。けれども、時期を置いて繰り返し実施するパネル調査そのものに伴うバイアスがあったとすれば、2年間の調査で共通した傾向として検出されるだろう。そういった傾向はオリンピック報道の影響とは別の現象として論じることが可能となる。

6. 予備調査

本研究が目的とする、好感度と能力との2次元からなる、外国人イメージ尺度を作成するため、および愛国心尺度とナショナリズム尺度を作成するために、次の予備調査を実施した。この調査結果に基づき、適切な測定項目を選び出し、本調査に利用した。

調査対象者と手続き

立命館大学の学生 298 名と文教大学の学生 56 名の合計 354 名（男 193 名、女 161 名）が調査対象者であった。2004 年 4 月下旬に、それぞれの授業時間の最後に、以下の「日本人の国際理解に関する予備調査」と題した質問紙を配布して、回答を求めた。

質問紙の構成

質問紙には、1. 愛国心とナショナリズムに関わる 32 項目、2. 構造への認知的欲求尺度 12 項目 (Neuberg & Newsom, 1993)、3. コスモポリタニズム尺度 20 項目 (岩田, 1989)、4. オリンピックに対する態度 10 項目、5. 外国人イメージ尺度 12 項目（対象国民はブラジル人、韓国人、ギリシャ人、日本人）が、この順に含まれていた。

愛国心とナショナリズムに関わる項目については、主として Karasawa (2002) の先行研究に基づいて項目を選定した。関連する内容として、日本のシンボルに対する態度を調べる項目、日本の歴史や伝統に対する態度を調べる項目も含めた。

外国人イメージ尺度は 10 項目を用いる予定であったが、好感度を測定する 4 項目（「親しみやすい—親しみにくい」「冷たい—暖かい」「信用できない—信用できる」「好き—嫌い」）、知的能力を測定する 3 項目（「頭が良い—頭が悪い」「無能な—有能な」「知的な—知的でない」）、独立した内容を測定する単項目として「身体能力が高い—身体能力が低い」「愛国心が強い—愛国心が弱い」「感情的な—理性的な」「集団主義的な—個人主義的な」「攻撃的な—攻撃的でない」の 12 項目を予備調査で使用した。好感度と能力を測定する項目は過去のオリンピック研究をもとに選定し、尺度として成り立つのか確認をした。独立の項目はそれ以外の次元について探索的に測定するために含めた。この中からより適切なものを 3 つ程度選定する予定である。

結果

ここでは、研究目的と直接関係する、愛国心とナショナリズムに関わる項目の分析結果と、外国人イメージ尺度に関わる分析結果とを説明する。

愛国心・ナショナリズム尺度の分析

まず、因子分析（主因子法、バリマックス回転）を実施すると、固有値 1 以上で 9 因子

が認められた。必ずしも意味内容の近い項目が因子としてまとまっていないように見受けられ、解釈できない因子も多かった。そこで、寄与率の減衰状況を鑑みて、因子数を5に指定して、再度因子分析を実施した。

その結果、次の因子が認められた。第1因子（寄与率 17.7%）は「式典などで『君が代』を歌うことは望ましい」などの項目の負荷量が高く、「日本の伝統や象徴に対する態度」を示す因子と考えられた。第2因子（寄与率 6.2%）は「日本人でよかったと思う」などの項目の負荷量が高く、「愛国心」を示す因子と考えられた。第3因子（寄与率 3.7%）は「海外で日本人が悪いことをしてもたいして気にならない」などの項目の負荷量が高く、「海外の日本人や日本文化に対する態度」を示すと考えられた。第4因子（寄与率 3.4%）は「日本人は他の民族と比べて、とりたてて優秀な民族だと思わない」などの項目の負荷量が高く、「ナショナリズム」を示すと考えられた。第5因子（寄与率 2.4%）は3項目だけで、解釈が難しい内容であった。

本研究では、愛国心尺度とナショナリズム尺度を作成して用いればよいのであるが、第1因子であった日本の伝統や象徴に対する態度も含めることが望ましいと考え、3つの因子それぞれに負荷量の高い5項目ずつを選び出して、合計15項目の尺度を構成した（付録の2004年事前調査を参照のこと）。予備調査データから各下位尺度の信頼性係数を求めると、伝統・象徴尺度では $\alpha = .73$ 、愛国心尺度 $\alpha = .81$ 、ナショナリズム尺度 $\alpha = .63$ であった。ナショナリズム尺度は内の一貫性がやや弱かったが、これ以上項目を落としても信頼性係数の値は上昇しなかったため、5項目を用いることにした。

外国人イメージ尺度の分析

外国人イメージ尺度には独立した単項目を多く含み、また4つの国民はそれぞれ特徴的で、評価に用いる次元も異なる可能性があつて、因子分析結果は国民間で一定のものではなかった。その結果を解釈するよりも、好感度と能力を測定するために用意した項目がうまく利用できるのか、まず信頼性を検討することにした。

好感度を測定するために用意した「親しみやすい—親みにくい」「冷たい—暖かい」「信用できない—信用できる」「好き—嫌い」の4項目の信頼性係数は、ブラジル人では $\alpha = .54$ 、韓国人では $\alpha = .81$ 、ギリシャ人では $\alpha = .80$ 、日本人では $\alpha = .70$ であった。ブラジル人の値がかなり低い、これは「信用できない—信用できる」の評定が、他の項目と相関が低いことによつていた。この項目を除くと、 $\alpha = .63$ と改善した。これはブラジル独特の傾向であると判断して、当初の4項目を本調査では用いることにした。

能力を測定するために用意した「頭が良い—頭が悪い」「無能な—有能な」「知的な—知的でない」の3項目の信頼性係数は、ブラジル人では $\alpha = .60$ 、韓国人では $\alpha = .81$ 、ギリシャ人では $\alpha = .83$ 、日本人では $\alpha = .72$ であった。これもブラジル人の値がやや低かったが、許容範囲内と考えて、この3項目を用いることにした。ただし「無能な—有能な」については、「無能な」という言葉の否定的意味合いが強く、中立点よりこちら側の評定がなかな

かされにくいことから、意味を和らげた「有能でない」を用いることにした。

独立した単項目の中からの選抜は難しかったが、知的能力に対してオリンピックなどのスポーツ競技大会では、身体能力についての評価が独立してなされることがあると考え、それを測定できる項目を含めることにした。また、愛国心についてはイメージ尺度にも含めて他国民の愛国心の認知について検討しようと考えた。最後の1項目については、特に強い理由はなかったが、「感情的な－理性的な」を選んだ。この結果、「集団主義的な－個人主義的な」「攻撃的な－攻撃的でない」の2項目は本調査では省かれることになった。

Ⅱ オリンピック前後のパネル調査

1. 2004 年学生パネル調査

1-1 方法

調査対象者

東洋大学（埼玉県朝霞市）、東海大学（神奈川県平塚市）、中央大学（東京都八王子市）、帝京大学（東京都八王子市）、明治学院大学（東京都港区）、上智大学（東京都千代田区）、昭和女子大学（東京都世田谷区）、清泉女学院大学（長野県長野市）、文教大学（神奈川県茅ヶ崎市）、一橋大学（東京都国立市）の 10 大学の学生を対象に調査を実施した。事前調査と事後調査の人数の内訳は表 2 の通りであった。

表 2 事前・事後調査における各大学の人数（単位：人）

	東洋	上智	東海	中央	帝京	清泉女子	文教	明治学院	昭和女子	一橋	合計
事前	77	135	88	72	138	113	237	392	125	157	1534
事後	21	123	23	16	29	81	47	46	31	76	392

事前調査

2004 年 6 月中に各大学で講義中に質問紙を配布して実施した。事前調査の回答者数は 1534 名であった。

事後調査

2004 年 9 月上旬に、事前調査で事後調査への協力を表明した 687 名に質問紙を郵送して回答を求めた。最終的に、392 名から回答が得られた（回収率 57.1%）。分析は事前・事後両方に回答したものを対象にした。そのうち 3 名は質問紙に不備があったため分析から除外した。その結果、389 名（男 101 名、女 288 名）を対象に分析を行った。平均年齢は 19.8 才であった。

質問紙の構成

事前調査

2つのパターンの質問紙を用意し、回答者はいずれかのパターンに回答した。いずれのパターンに回答するかは学生（学籍）番号の末尾が偶数か奇数かで決めて、事前・事後とも同じパターンのものに回答させた。

外国人イメージに関しては、いずれのパターンの質問紙においても計9カ国の人のイメージをたずねた。そのうち2カ国（日本とギリシャ）は共通で、それ以外の7カ国は異なっていた。Aパターンの質問紙では、ブラジル人・キューバ人・オランダ人・エチオピア人・オーストラリア人・トルコ人・韓国人・日本人・ギリシャ人のイメージをたずねた。Bパターンの質問紙では、アルゼンチン人・ロシア人・アメリカ人・ハンガリー人・中国人・イギリス人・ケニア人・ギリシャ人・日本人のイメージをたずねた。調査用紙の1ページには3つの国民の質問を決められた順序で配置して9ヶ国の人についてたずねたが、3ページの順序パターンは6つすべてを用意して、いずれかの順序の質問紙に回答を求めた。順序パターンについては、事前・事後それぞれの調査において、当該学生にランダムになるように配布した。

各国民のイメージは、「親しみやすい—親しみにくい」「冷たい—暖かい」「頭が良い—頭が悪い」「感情的な—理性的な」「有能でない—有能な」「信用できない—信用できる」「知的な—知的でない」「愛国心が強い—愛国心が弱い」「身体能力が低い—身体能力が高い」「好き—嫌い」の両極形容詞対10項目に7点尺度で回答を求めた。

愛国心とナショナリズムに関しては、予備調査に基づいて、愛国心に関する5項目（「日本人であることに、幸せを感じている」「日本にはあまり愛着をもっていない（逆転）」「日本が好きだ」「日本人でよかったと思う」「日本人であることを誇りに思う」）と、ナショナリズムに関する5項目（「日本が戦後驚異的な成長を遂げたのは、日本人が勤勉であったからだ」「日本の経済力を考えれば、国連や国際会議における日本の発言権はもっと大きくあるべきだ」「日本人は他の民族に比べて、とりたてて優秀な民族だとは思わない（逆転）」「日本の大幅な貿易黒字は優れた技術と努力の結果である」「日本はいろいろな分野で世界をリードすべきである」、日本の伝統や象徴に対する態度5項目（付録参照）の計15項目について7点尺度で回答を求めた。

その他に、次の質問を行った。まず、日本人と諸外国人の類似性認知の評定である。これは、AおよびBパターンでイメージ評定を求めたすべて（15）の国民について評定させた。「日本人と似ているところが」「1. 非常に少ない」から「7. 非常に多い」までの7段階で評定させた。

次に、日頃のスポーツ情報への接触量を、6種類のメディアごとに5段階で評定させた。メディアとして、「テレビ・スポーツ・ニュース」「テレビ・スポーツ中継」「新聞」「スポーツ新聞、雑誌」「競技場観戦」「スポーツの実施」を用意した。その次には、オリンピックでの日本のメダル数合計の予想を記入させた。さらにオリンピックで楽しみにしている競技を自由記述させた。

その次には、オリンピックや国際スポーツ大会に対する態度を、7項目について回答させた。例えば、「オリンピックや国際スポーツ大会では、日本選手に活躍してほしい」という項目に、「1. 全くそう思わない」から「7. 非常にそう思う」までの7段階で回答させた（詳細は付録を参照）。加えて、コスモポリタニズム尺度を10項目に短縮したものに、回

答を求めた。例えば、「地球環境を守るためには、国際協力が不可欠である」に、「1. 全くそう思わない」から「7. 非常にそう思う」までの7段階で回答させた（詳細は付録を参照）。

大学・学部、性別、年齢、海外経験等については質問紙の最初のページでたずねた。ここでは併せて学生番号への回答を求め、事前調査と事後調査との対応付けのために利用した。多くの授業では、この質問紙への回答が出席点として成績評価の一部となった。

また、質問紙の最後で、事後の郵送調査への参加依頼が行われて、参加できる者には質問紙送付先の住所・名前の記入を求めた。事後調査は、この者たちへ調査用紙を郵送して実施した。

事後調査

同じ外国人に対するイメージを回答させるために、事前調査と同様に、学生番号の末尾によってAまたはBパターンの調査用紙を指定して、回答を求めた。ただし、順序パターンについてはランダムに配布しており、事前調査と異なることが多かった。外国人イメージの回答に用いた項目は、事前調査と同じであった。また、事前調査の分析結果を考慮して、事後調査では愛国心5項目、ナショナリズム4項目だけを用いた。ナショナリズム尺度から除いた項目は「日本はいろいろな分野で世界をリードすべきである」であった。

このほかに、事前調査と同じ、日本人と諸外国人の類似性認知に回答させた。また、オリンピック期間中の報道やメディアへの接触量を、次の6種類のメディア（「テレビニュースやダイジェスト番組」「深夜のテレビ中継番組」「夕方から夜間のテレビ中継番組」「新聞」「雑誌」「インターネット」）ごとに6段階で評定させた。事前調査の後、オリンピックの直前に中国で実施された「アジアカップ・サッカー大会関連番組」についても同様に評定させた。次に、よく見た競技を4つまで、自由に記述させた。さらに、15の外国と日本別に選手についてのメディア接触量を7段階で評定させた。さらに、日本人選手の成績評価やその成績の原因帰属について回答を求めた。これらについての詳細は付録を参照していただきたい。

事前調査と同様に、最初のページで大学・学部、性別、年齢、海外経験等についてたずねた。併せて、対応付けのために学生番号の記入も求めた。

なお、郵送した封筒にはお礼としてボールペンを1本同封した。

1-2 結果

各国民の好感度・知的能力の得点

外国人イメージの両極形容詞対 10 項目のうち、「親しみやすい—親しみにくい」「暖かい—冷たい」「信用できる—信用できない」「好き—嫌い」の合計得点を項目数で割った値を好感度の指標とした。「頭が良い—頭が悪い」「有能な—有能でない」「知的な—知的でない」の合計得点を項目数で割った値を知的能力の指標とした。オリンピック前後それぞれ、また各国ごとに好感度得点と知的能力得点を算出した。それらの値は表 3 の通りである。

表 3 2004 年オリンピック前後での各国イメージ（好感度・知的能力）の変化（学生）

	好感度				知的能力			
	事前	事後	t 値	p	事前	事後	t 値	p
ブラジル人(A)	4.70	4.66	-.75		3.77	3.93	3.06	**
アルゼンチン人(B)	4.24	4.22	-.38		3.93	3.91	-.46	
エチオピア人(A)	4.08	4.07	-.14		3.74	3.78	.81	
ケニア人(B)	4.56	4.52	-.66		3.82	3.65	-3.05	**
トルコ人(A)	4.25	4.22	-.59		4.18	4.18	.11	
ハンガリー人(B)	4.15	3.93	-2.61	**	4.19	4.01	-3.74	**
キューバ人(A)	4.04	4.03	-.11		4.18	4.18	.12	
ロシア人(B)	3.63	3.60	-.60		4.46	4.49	.46	
オランダ人(A)	4.59	4.42	-3.02	**	4.39	4.31	-1.52	
イギリス人(B)	4.46	4.46	.11		4.84	4.84	.03	
オーストラリア人(A)	5.05	4.83	-3.39	**	4.26	4.36	1.97	
アメリカ人(B)	4.49	4.44	-1.02		4.40	4.55	2.40	*
韓国人(A)	4.07	4.08	.11		4.47	4.53	1.12	
中国人(B)	3.78	3.52	-3.88	**	4.33	4.18	-2.46	*
ギリシャ人(A+B)	4.12	4.29	4.82	**	4.49	4.15	-7.90	**
日本人(A+B)	4.33	4.55	5.21	**	4.47	4.58	2.23	*

注) 得点の範囲は 1~7。**は 1%、*は 5%の有意水準。A の人数は最大 201 人。B の人数は最大 188 人。

好感度と知的能力のイメージ変化

好感度の次元において大会前後で有意に変化していたのは、ハンガリー、オランダ、オーストラリア、中国、ギリシャ、日本の 6 ヶ国であった。そのうち、ギリシャと日本人に対する好感度は好転していた。日本人および開催国の人（ギリシャ人）に対する好感度の変化は、これまでの先行研究でもほぼ一貫して見られる傾向である。ギリシャ人に関しては、開催国であったため日ごろに比べて多くの情報に接したことが影響したものと考えられる。

他方、ハンガリー人、オランダ人、オーストラリア人、中国人に対する好感度は悪化していた。この悪化は、後に考察するように、それぞれ違った理由が考えられるが、こういった複数の否定的方向への変化が同時に示されたことは、ソウル大会を除き、過去に認められなかったものである。

知的能力の次元において有意に変化していたのは、ブラジル人、ケニア人、ハンガリー人、アメリカ人、中国人、ギリシャ人、日本人であった。そのうちブラジル人、アメリカ人、日本人に対する能力評価は好転していた。しかし、ケニア人、ハンガリー人、中国人、ギリシャ人の能力評価は低下していた。

知的能力評価に焦点を当てて検討したのはアテネ・オリンピック大会の調査が初めてであるが、こちらでも好感度評価と同様に、大会前後で好転する場合と悪化する場合とが認められた。こちらの理由もそれぞれ考えられるが、悪化した国民が多かったこと、開催国であるギリシャの人々の評価が下がってしまったことは予想外の結果である。

身体能力と愛国心のイメージ変化

オリンピックは身体能力を競う場であるため、身体能力のイメージにも影響を及ぼすと考えられる。また、オリンピックは国別対抗の競技でもあるため、「愛国心」の認知にも影響すると考えられる。こういった次元での評価はこれまで検討されてこなかった。本研究では「身体能力がある－身体能力がない」と「愛国心がある－愛国心がない」の各 1 項目のみであるが、これらのイメージ変化について探索的に検討した。事前調査と事後調査における愛国心と身体能力の平均点は表 4 の通りであった。また、それぞれの得点に事前と事後の対応のある t 検定を行った。

大会後、「愛国心がある」という方向で変化したのは、韓国人、中国人、日本人であった。日本を含め、いずれも近隣の国の人々だった。逆に、「愛国心がない」という方向に変化したのは、ケニア人とイギリス人であった。

身体能力評価では、多くの国民でポジティブな方向に有意な変化がみられた。ロシア人、オーストラリア人、アメリカ人、日本人がそうで、いずれもスポーツ大国で、活躍する選手が概して多いと考えられる。しかし、イギリス人についてはネガティブな変化で、大会前よりも身体能力の評価が低下した。

表4 2004年オリンピック前後での各国イメージ（愛国心・身体能力）の変化（学生）

	愛国心				身体能力			
	事前	事後	t 値	p	事前	事後	t 値	p
ブラジル人(A)	5.28	5.24	-.35		5.75	5.68	-.62	
アルゼンチン人(B)	4.87	4.90	.28		4.92	4.75	-1.73	
エチオピア人(A)	4.68	4.49	-1.89		5.01	4.90	-.96	
ケニア人(B)	4.93	4.67	-2.51	*	5.89	5.76	-1.28	
トルコ人(A)	4.76	4.76	.00		4.26	4.16	-1.14	
ハンガリー人(B)	4.43	4.57	1.85		4.04	4.08	.44	
キューバ人(A)	4.80	4.86	.72		5.20	5.29	.88	
ロシア人(B)	4.50	4.53	.23		4.48	4.91	4.26	**
オランダ人(A)	4.56	4.50	-.58		4.38	4.36	-.17	
イギリス人(B)	5.13	4.82	-2.76	**	4.52	4.30	-2.53	*
オーストラリア人(A)	4.51	4.65	1.42		4.59	4.86	2.81	**
アメリカ人(B)	5.97	5.89	-.71		5.12	5.34	2.14	*
韓国人(A)	5.39	5.61	2.03	*	4.18	4.21	.47	
中国人(B)	4.77	5.34	4.64	**	4.56	4.64	.71	
ギリシャ人(A+B)	4.67	4.77	1.31		4.10	3.99	-1.72	
日本人(A+B)	2.92	3.45	7.08	**	3.52	4.11	7.96	**

注) 得点の範囲は1~7。**は1%、*は5%の有意水準。Aの人数は最大201人。Bの人数は最大188人。

各国民のイメージのパターン

オリンピック前の各国民に対する「好感度」、「知的能力」、「身体能力」の得点をみると、いくつかの国民ごとに、何らかのパターンを読み取ることができた。まず、西欧諸国の人々（オランダ人・イギリス人・オーストラリア人・アメリカ人）に対しては、好感度、知的能力、身体能力ともに中央値（4）よりも高い点が付与された。他方、アフリカ・南米諸国の人々（ブラジル人・アルゼンチン人・エチオピア人・ケニア人）については、好感度と身体能力は高いが、知的能力は低く評価されていた。日本に近い大国（ロシア・中国）については、好感度は低いですが知的能力は高く評価された。

日本人自身のイメージも、好感度と知的能力の点では西欧諸国と同様に、いずれも高得点であった。しかし、身体能力得点は低く、最低点であった。愛国心の得点も同様で、こちらも極端に低い評価だった。

メディア視聴量

外国人のイメージ変化に影響を及ぼすものとして、オリンピック期間中のメディア視聴量が挙げられる。各メディアへの視聴量の分布は表5の通りであった。ここからわかるように、学生のメディア視聴の中心はテレビ番組であり、オリンピック期間中には多くの人がテレビを中心にオリンピックに関する情報をよく見たことがわかる。

表5 メディア視聴の分布（学生；単位%）

	まったく見て いない	あまり見て いない	どちらかといえ ば見ていない	どちらかといえ ば見た	かなり見た	非常によく見た
テレビニュース・ダイジェスト番組	1.5	5.4	4.6	30.1	36.2	21.9
深夜のテレビ中継	16.5	15.2	10.8	27.0	19.9	10.3
夕方から夜間のテレビ中継	5.1	14.7	12.1	33.2	22.6	11.6
新聞	12.1	22.9	13.9	22.9	17.7	9.8
雑誌	55.3	20.1	11.8	8.2	1.5	2.6
インターネット	45.8	16.7	8.0	16.7	8.0	4.4

メディア接触が好感度・知的能力変化に及ぼす影響

オリンピック期間中のメディア視聴量が外国人イメージの変化に及ぼす影響について検討するために、次の分析を行った。表5にあるメディア視聴の各項目について、「まったく見ていない」から「非常によく見た」までを「1」～「6」に得点化して、6項目の合計点を求めた（ $\alpha = .73$ ）。このメディア視聴の指標を説明変数、各国の事後の好感度、知的能力を目的変数として重回帰分析を行った。その際、性別、年齢とそれぞれの事前の得点（好感度、知的能力）を統制した。

その結果、ハンガリー人の好感度において、メディア視聴量の効果がみられ、オリンピック期間中のメディア接触が多かった者ほど、ハンガリー人の好感度が低下していた（ $\beta = -.170, t = 2.42, p < .05$ ）。また、知的能力においても、メディア視聴量の効果がみられ、オリンピック期間中のメディア接触が多かった者ほど、ハンガリー人は知的能力が低いと評定していた（ $\beta = -.189, t = 2.73, p < .01$ ）。

ギリシャ人の好感度において、メディア視聴量の効果がみられ、オリンピック期間中のメディア接触が多かったほど、ギリシャ人の好感度が上昇していた（ $\beta = .094, t = 2.03, p < .05$ ）。

愛国心・ナショナリズム

外国人のイメージ変化に影響を及ぼすと考えられるもうひとつの要因として、個人の愛国心、ナショナリズムが挙げられる。愛国心得点は、5項目（「日本にはあまり愛着をもつ

ていない（逆転）」「日本が好きだ」「日本人でよかったと思う」「日本人であることを誇りに思う」「日本人であることに、幸せを感じている」）を合算した。ナショナリズム得点は、他の尺度項目との相関の低かった1項目（「日本はいろいろな分野で世界をリードすべきである」）を除いて、4項目（「日本の経済力を考えれば、国連や国際会議における日本の発言権はもっと大きくあるべきだ」「日本が驚異的な成長を遂げたのは、日本人が勤勉であったからだ」「日本人は他の民族に比べて、とりたてて優秀な民族だとは思わない（逆転）」「日本の大幅な貿易黒字は優れた技術と努力の結果である」）を合算した。尺度の信頼性係数の値は、事前・事後の順に、愛国心尺度（ $\alpha = .85; .88$ ）、ナショナリズム尺度（ $\alpha = .65; .66$ ）であった。

アテネ・オリンピック大会前後のそれらの値を算出すると、表6のようになった。このように、愛国心とナショナリズムともに、大会後に有意に上昇していた（それぞれ $t(380)=8.58, p<.001, t(379)=6.76, p<.001$ ）。このように、オリンピックは学生の愛国心とナショナリズムにポジティブな影響を及ぼしたことが認められた。

表6 愛国心とナショナリズムの変化（学生）

	オリンピック前	オリンピック後	差
愛国心	23.56	25.31	1.74
ナショナリズム	16.88	17.96	1.08

この得点は、日本人自身のイメージ得点とも相関を持った。事前調査では、愛国心イメージとの相関は、愛国心得点（ $r=.19, p<.01$ ）、ナショナリズム得点（ $r=.19, p<.01$ ）とも、小さな値だが有意だった。日本人の好感度イメージとは、ともにある程度の相関が認められたが、愛国心得点（ $r=.52, p<.01$ ）の方がナショナリズム得点（ $r=.29, p<.01$ ）よりも大きな値だった。逆に、知的能力イメージとは、愛国心得点（ $r=.26, p<.01$ ）よりもナショナリズム得点（ $r=.43, p<.01$ ）の方が大きな値だった。この相関の大きさの傾向は、事後調査でも同様であった。

愛国心・ナショナリズムが好感度・知的能力変化に及ぼす影響

外国人イメージの変化における日本人の愛国心・ナショナリズムの影響をみるために次のような分析を行った。愛国心得点とナショナリズム得点を説明変数として同時に投入し、各国の事後の好感度と知的能力をそれぞれ目的変数とした重回帰分析を行った。その際、性別、年齢とそれぞれの事前得点（好感度、知的能力）を統制した。

その結果、アルゼンチン人の好感度変化において、愛国心の効果が有意であり、愛国心が強いほど、アルゼンチン人の好感度を高く評定するようになった（ $\beta = .476, t = 2.64,$

$p<.01$)。また、アルゼンチン人の知的能力変化において、愛国心とナショナリズムの効果が有意であった。愛国心が高いほどアルゼンチン人の知的能力が高いと評定するようになった ($\beta = .377, t=2.08, p<.05$)。一方、ナショナリズムが高いほどアルゼンチン人の知的能力評価を低下させた ($\beta = -.398, t=2.19, p<.05$)。

キューバ人の好感度変化において、ナショナリズムの効果が有意であり、ナショナリズムが高いほど、キューバ人の好感度を高くするようになった ($\beta = .158, t=2.81, p<.05$)。

トルコ人の知的能力変化において、ナショナリズムの効果が有意であり、ナショナリズムが高いほど、トルコ人の知的能力を高く評価するようになった ($\beta = .196, t=2.58, p<.05$)。

ギリシャ人の知的能力変化において、愛国心とナショナリズムの効果が有意であった。愛国心が高いほど、ギリシャ人の知的能力を低く評定するようになった ($\beta = -.254, t=2.23, p<.05$)。一方、ナショナリズムが高いほどギリシャ人の知的能力を高く評定するようになった ($\beta = .253, t=2.22, p<.05$)。

日本人の好感度変化において、ナショナリズムの効果が有意であり、ナショナリズムが高いほど、日本人の好感度を高く評定するようになった ($\beta = .208, t=2.14, p<.05$)。

類似性認知の変化

この調査でイメージをたずねた 15 の外国人すべてについて、「日本人と似ているところが多いか少ないか」という質問に 7 段階で順次回答させて、日本人との類似性認知について測定した。その結果、事前・事後調査それぞれの平均値は表 7 のようになった。表には、全 15 国民の平均値も「全体」として示した。

事前調査では、韓国人、次に中国人に対する類似性認知が高くなっていた。逆に類似性認知が低かったのは、ケニア人、次いでキューバ人、エチオピア人の順であった。事前と事後の差を t 検定により検討したところ、全体では有意な差が見られ、オリンピック後に諸外国の人に対する類似性認知が上昇していることがわかった。国別に見ると、ブラジル人、キューバ人、オランダ人、オーストラリア人、アメリカ人、ギリシャ人に対する類似性認知が上昇していた。一方、中国人に対する類似性認知のみ、事前より事後のほうが下がっていた。

類似性認知の変化に国別メディア接触量が影響しているかどうかを調べるために、国別メディア接触量を独立変数、事後の類似性認知を従属変数とする回帰分析を行った。なお、事前の類似性認知と性別、年齢の効果は統制した。その結果、全体では有意な主効果が認められ、国別メディア接触量が多いほど類似性認知を高めていることがわかった ($\beta = .13, t=2.94, p<.01$)。国別に検討したところ、オーストラリア人 ($\beta = .10, t=2.22, p<.05$)、ギリシャ人 ($\beta = .09, t=2.02, p<.05$)、ケニア人 ($\beta = .10, t=2.19, p<.05$)、トルコ人 ($\beta = .13, t=2.82, p<.01$)、ハンガリー人 ($\beta = .11, t=2.38, p<.05$) において、国別メディア接触量の肯定的な影響が認められた。

表7 2004年オリンピック前後での日本人と各国民との類似性認知の変化（学生）

	類似性			
	事前	事後	t 値	p
ブラジル人	2.90	3.04	2.16	*
アルゼンチン人	2.98	3.01	0.40	
エチオピア人	2.69	2.75	0.89	
ケニア人	2.45	2.56	1.70	
トルコ人	3.54	3.50	-0.64	
ハンガリー人	3.10	3.14	0.60	
キューバ人	2.67	2.84	2.54	*
ロシア人	2.95	2.94	0.19	
オランダ人	3.26	3.44	2.96	**
イギリス人	3.47	3.59	1.87	
オーストラリア人	3.54	3.71	2.43	*
アメリカ人	3.08	3.53	6.02	**
韓国人	5.17	5.11	0.84	
中国人	4.80	4.54	-3.84	**
ギリシャ人	2.89	3.03	2.17	*
全体	3.29	3.38	2.29	*

注) 得点の範囲は1～7。**は1%、*は5%の有意水準。回答者は最大で385人。

楽しみにしていた競技と実際によく見た競技

事前調査では、アテネ・オリンピック大会で楽しみにしている競技をいくつでも自由に記述してもらった。事後調査では、関心をもってよく見た競技を4つ回答してもらった。回答の形式は異なるが、これらを集計してまとめたものが表8である。

学生では、事前には「バレーボール」「サッカー」といった団体戦の球技が上位にきたが、日本の成績があまりよくなかったことも影響したためか、実際によく見た人は半数程度であった。他方、柔道、水泳、陸上といった個人競技で、競技数も多数あり、活躍した日本人選手も複数いた競技は、実際にはよく視聴されていた。シンクロ、体操もかなりよく視聴されていた。

事前に楽しみにしている競技の延べ回答数は783（1人当たり2.0）であったが、事後によく見た競技の延べ回答数は1350（1人当たり3.5）と増大した。柔道やソフトボールなどは、特に予想以上に多くの学生に視聴されたと考えられる。

表8 興味を持った競技（学生；上位10位）

オリンピック前 *1		オリンピック後 *2	
競技名	人数(順位)	競技名	人数(順位)
バレーボール	177(1)	柔道	297(1)
サッカー	140(2)	水泳	273(2)
水泳	129(3)	陸上	142(3)
陸上	75(4)	シンクロ	131(4)
柔道	74(5)	体操	113(5)
野球	48(6)	バレーボール	98(6)
シンクロ	42(7)	ソフトボール	96(7)
卓球	16(8)	野球	89(8)
レスリング	11(9)	サッカー	76(9)
ソフトボール	11(9)	レスリング	74(10)
その他 *3	60	その他	61

*1 事前に楽しみにしていた競技。 *2 期間中よく見た競技。

*3 11位以下の競技の合計。

1-3 考察

イメージ変化

アテネ・オリンピック研究では、外国人イメージを好感度次元と知的能力の次元とに区別して測定し、検討した。両者の変化がほぼ同じようになった国民もあったが、いくつかの点では異なる結果を得た。

まず、ハンガリー人については、好感度と知的能力がともに低下した。メディア視聴量の説明変数とした重回帰分析の結果からは、オリンピック報道を視聴したことがこのイメージの悪化に影響していると考えられる。おそらくハンマー投げの選手のドーピング疑惑による部分が大きいのと考えられる。検査に応じず一度獲得した金メダルを持ったまた、立ち去ってしまったことも印象的だったし、その結果金メダルを獲得することになったのが日本選手であったことも、日本人にとっては記憶に新しいだろう。大会を通じて、ハンガリー人に対しては、どちらの次元でも悪い印象を抱くようになったと思われる。

中国人についても、どちらの次元でも印象が悪くなった。しかし、この悪化はアテネ・オリンピック大会によるという証拠は乏しく、その直前に北京で行われたアジアカップ・

サッカー大会の影響が大きいと考えられる。この大会では日本チームが優勝したが、決勝までのどの試合でも、中国人観衆が日本チームを非難する様子が報道された。それを批判する日本のメディアもみられた。その結果が反映された可能性が高いだろう（樋口, 2005）。

以上以外にも、好感度の次元では、オーストラリア人とオランダ人のイメージが悪化した。この理由は明確ではない。オーストラリア人については、事前調査の好感度得点が調べた国民のなかで最高で、事後調査で平均値方向に回帰したという統計的なバイアスの可能性もある。しかし、オランダ人にも同じバイアスが生じていたとは考えにくい。それぞれ、この期間中に原因となった何らかの出来事が生じていた可能性もあるが、現在のところ特定できていない。

他方、好感度の次元でイメージが改善されたのは、開催国のギリシャ人と、日本人自身である。これは、これまでのオリンピック研究の結果とほぼ同じものである。ギリシャ人については、メディア接触がこの改善に影響を及ぼしたという証拠も得られた。

知的能力の次元では、日本人自身の評価がやはり改善された。日本人自身については両次元とも、評価が高まったことになる。

しかし、開催国のギリシャ人については、知的能力次元の評価はかなり悪化した。これは今までに認められなかった結果である。ギリシャに関しては、大会前から準備の遅れが指摘されたり、会期中も交通渋滞やタクシーのマナーの悪さなどが報道されていた。こういった報道が知的能力次元の評価の低下につながったのかもしれない。しかし、この原因に関する証拠はまだ不十分である。

ケニア人についても知的能力評価の悪化が認められたが、理由は不明である。逆に、ブラジル人については、知的能力評価の改善が認められたが、こちらも理由は不明である。この2つの国民は、事前の知的能力が低く評価されていたが、逆方向に変化したことになる。

アメリカ人の知的能力は大会を通じて好転した。これまでアメリカ人のイメージがオリンピック大会を通じて変化することはほとんど認められなかったが、アメリカはほとんどの大会で最もメダルを獲得する国である。能力次元を独立させて評定させると、このような能力評価の向上は得られやすいのかもしれない。なお、身体能力の評価もやはり好転していた。

ハンガリー人や中国人についての評価にみられるように、外国人イメージはポジティブ・ネガティブの次元上でかなり一次元化することもある。しかし、ギリシャ人の評価に認められたように、2次元で別々に相補的に評価されることもある。またアメリカ人の評価でも、独立した能力次元を測定したことによって、独特のイメージ変化をとらえられたと考えられる。本研究でめざした外国人イメージの、温かさ（好感度）と知的能力による2次元評価は意義があっただろう。

イメージ変化に及ぼす愛国心・ナショナリズムの影響

イメージ変化に及ぼす愛国心・ナショナリズムの影響は、いくつかの国民において認められたが、影響する次元および影響の方向について一貫した結果が得られなかった。特に、ナショナリズム傾向が強いことが、外国人イメージを悪化させることにつながる、という予測を支持する結果は少なかった。逆に、ナショナリズム傾向が、場合によってはイメージを好転させることもあった。

4項目の愛国心尺度はまだ信頼性もそれほど高くなく、妥当性の検証も不十分である。尺度構成から再検討する必要があるかもしれない。他方で、ナショナリズム傾向は、外国人イメージの変化に影響を及ぼすことは少なく、日常的なイメージに対して影響している可能性もある。こういった点については、今後の研究が必要だろう。

類似性認知の変化

これまでの結果に近い、オリンピック報道の肯定的影響が認められたのが、諸外国人との類似性認知の変化であった。特別の事情のあった中国人の場合を除いて、外国人との類似性は大会を通じて強く感じられるようになった。15の国民のうち6つで正の有意な変化が認められた。また、メディア接触がこの変化に及ぼした影響も5つの国民で確認された。このように、オリンピック大会は諸外国の人々との共通性を認知させる働きをするのだろう。

2. 2004年市民パネル調査

2-1 方法

調査対象者

東京都小金井市（人口約 11 万人）の有権者名簿から二段階無作為抽出法（50 地点、各 20 人）によって選ばれた 1000 名を対象に調査を行った。事前調査は、2004 年 6 月に上記の 1000 名に対して質問紙を郵送した。事後調査は、2004 年 9 月に事前調査に回答した 522 名（回収率 52.2%）に対して質問紙を郵送した。分析に用いたのは、事前・事後の両調査に回答した 387 名（男性 173 名、女性 212 名、不明 2 名；平均年齢 48.2 歳；回収率 74.1%；最終的な回収率 38.7%）であった。

質問紙への記入は匿名形式で実施し、返信用封筒にも名前・住所の記入は求めなかったが、あらかじめコード番号を質問紙にふるることによって、回答者を特定して、その者に事後の質問紙を送付した。コード番号は、この対応付けのためだけに利用した。

調査回答に対するお礼として、事前調査には一橋大学のロゴ入りのボールペンを同封した。事後調査には、図書券 500 円分を同封した。

質問紙の構成

事前調査

2 つのパターンの質問紙を用意し、回答者はいずれかのパターンに回答した。質問紙は、外国人イメージ、日本人と諸外国人の類似性、日頃のスポーツ情報の接触量、オリンピックでの日本のメダル予想、オリンピックや国際スポーツ大会に対する態度、愛国心・ナショナリズムに関する項目が含まれていた（詳細は、付録を参照のこと）。

外国人イメージに関しては、いずれの質問紙においても計 9 カ国の人のイメージをたずねた。そのうち 2 カ国（日本とギリシャ）は共通で、それ以外の 7 カ国は、パターンにより異なっていた。A パターンの質問紙では、ブラジル人・エチオピア人・トルコ人・キューバ人・オーストラリア人・オランダ人・韓国人・日本人・ギリシャ人のイメージをたずねた。B パターンの質問紙では、アルゼンチン人・ケニア人・ハンガリー人・ロシア人・アメリカ人・イギリス人・中国人・日本人・ギリシャ人のイメージをたずねた。なお国の提示（回答）順序は、学生調査と同様の 6 通りを設けた（付録参照）。

各国民のイメージは、「親しみやすいー親しみにくい」「冷たいー暖かい」「頭が良いー頭が悪い」「感情的なー理性的な」「有能でないー有能な」「信用できないー信用できる」「知的なー知的でない」「愛国心が強いー愛国心が弱い」「身体能力が低いー身体能力が高い」「好

きー嫌い」の両極形容詞対 10 項目に 7 点尺度で回答を求めた。

愛国心とナショナリズムに関しては、予備調査に基づいて、愛国心に関する 5 項目（「日本人であることに、幸せを感じている」「日本にはあまり愛着をもっていない（逆転）」「日本が好きだ」「日本人でよかったと思う」「日本人であることを誇りに思う」）と、ナショナリズムに関する 5 項目（「日本が戦後驚異的な成長を遂げたのは、日本人が勤勉であったからだ」「日本の経済力を考えれば、国連や国際会議における日本の発言権はもっと大きくあるべきだ」「日本人は他の民族に比べて、とりたてて優秀な民族だとは思わない（逆転）」「日本の大幅な貿易黒字は優れた技術と努力の結果である」「日本はいろいろな分野で世界をリードすべきである」、日本の伝統や象徴に対する態度 5 項目（付録参照）の計 15 項目について 7 点尺度で回答を求めた。

その他に、学生調査と同様の次の質問を行った。まず、日本人と諸外国人の類似性認知の評定である。次に、日頃のスポーツ情報への接触量を、6 種類のメディアごとに 5 段階で評定させた。また、オリンピックでの日本のメダル数合計の予想とオリンピックで楽しみにしている競技を記述させた。その次には、オリンピックや国際スポーツ大会に対する態度について 7 項目に回答させた。

最後に、性別、年齢、職業、学歴について回答を求めた。

事後調査

事前調査と同じパターンの質問紙を送付して、同じ外国人に対するイメージを回答するように求めた。イメージの回答に用いた項目は、事前調査と同じであった。このほかに、日本人と諸外国人の類似性、オリンピック期間中のメディア視聴量、国別メディア接触量、日本人選手の成績評価（原因帰属）、愛国心、ナショナリズムをたずねた（詳細は、前節の学生調査の説明および付録を参照のこと）。

オリンピック期間中のメディア視聴量は、「テレビニュースやダイジェスト番組」「深夜のテレビ中継番組」「夕方から夜間のテレビ中継番組」「新聞」「雑誌」「インターネット」の 6 項目に関して、「1（全く見ていない）」から「6（非常によくみた）」の 6 点尺度でたずねた。

2-2 結果

各国の好感度・知的能力得点

外国人イメージの両極形容詞対 10 項目のうち、「親しみやすいー親しみにくい」「暖かいー冷たい」「信用できるー信用できない」「好きー嫌い」の合計得点を項目数で割った値を好感度の指標とした。「頭が良いー頭が悪い」「有能なー有能でない」「知的なー知的でない」

の合計得点を項目数で割った値を知的能力の指標とした。好感度得点と知的能力得点は、事前・事後調査でそれぞれ算出した。それらは表9の通りである。

各国のイメージ

オリンピック前（事前調査）の各国の国民に対する「好感度」「知的能力」の得点を見ると、アフリカ・南米諸国（ブラジル・アルゼンチン・エチオピア・ケニア）は、中央値よりも、好感度は高いが知的能力は低かった（表9上部）。西欧諸国（アメリカ・イギリス・オランダ・オーストラリア）は、好感度も知的能力も高かった（表9下部）。近隣の大国（ロシア・中国）は、知的能力は高いが好感度は低かった。以上の結果は学生調査とほぼ同じであった。

表9 2004年オリンピック前後での各国イメージ（好感度・知的能力）の変化（市民）

	好感度				知的能力			
	事前	事後	t 値	p	事前	事後	t 値	p
ブラジル人(A)	4.50	4.44	-1.44		3.86	3.90	1.11	
アルゼンチン人(B)	4.22	4.22	0.11		3.90	3.93	0.75	
エチオピア人(A)	4.12	4.07	-1.52		3.89	3.85	-1.03	
ケニア人(B)	4.33	4.28	-1.20		3.89	3.90	0.22	
トルコ人(A)	4.17	4.13	-.97		4.02	3.96	-1.57	
ハンガリー人(B)	4.09	3.90	-3.99	**	4.04	4.03	-.30	
キューバ人(A)	3.96	3.95	-.23		3.86	3.90	1.00	
ロシア人(B)	3.62	3.55	-1.24		4.16	4.23	1.36	
オランダ人(A)	4.33	4.40	1.73		4.27	4.25	-.52	
イギリス人(B)	4.38	4.40	0.40		4.59	4.60	0.19	
オーストラリア人(A)	4.60	4.56	0.87		4.15	4.25	2.54	*
アメリカ人(B)	4.54	4.51	-.58		4.26	4.30	0.62	
韓国人(A)	4.00	4.00	0.26		4.28	4.38	1.81	
中国人(B)	3.69	3.47	-3.83	**	4.49	4.32	-2.43	*
ギリシャ人(A+B)	4.14	4.20	1.79		4.22	4.10	-3.07	**
日本人(A+B)	4.63	4.85	4.58	**	4.62	4.71	1.83	

注) 得点の範囲は1~7。**は1%、*は5%の有意水準。Aの人数は最大181人。Bの人数は最大189人。

好感度・能力の変化

アテネ・オリンピック大会前後でのイメージの変化を検討するために、事前調査と事後調査間でt検定を行った（表9参照）。

好感度・能力に関して変化がみられたのは、以下の国であった。その中で、好感度・能力ともに有意な変化が見られたのは、中国人のみであった。中国のイメージは、好感度・能力の評価がともに下がっていた（ $t(183)=3.83, p<.01$; $t(182)=2.43, p<.05$ ）。好感度・能力のいずれかの評価が有意に変化したのは、オーストラリア人、ギリシャ人、ハンガリー人、及び日本人であった。ギリシャ人は、能力の評価が下がっていた（ $t(354)=3.07, p<.01$ ）。ハンガリー人は、好感度の評価が下がっていた（ $t(178)=3.99, p<.01$ ）。日本人は好感度の評価が上がっていた（ $t(337)=4.58, p<.01$ ）。以上の変化はすべて学生調査の結果と一緒であった。学生調査ではさらにいくつかの有意な変化が認められたが、市民調査ではその数が少なかった。

表10 2004年オリンピック前後での各国イメージ（愛国心・身体能力）の変化（市民）

	愛国心				身体能力			
	事前	事後	t 値	p	事前	事後	t 値	p
ブラジル人 (A)	4.93	4.90	-.32		5.10	5.18	0.93	
アルゼンチン人 (B)	4.64	4.71	0.74		4.56	4.59	0.28	
エチオピア人 (A)	4.47	4.49	0.21		4.99	4.98	-.14	
ケニア人 (B)	4.39	4.47	0.77		5.47	5.46	-.11	
トルコ人 (A)	4.72	4.66	-.67		4.31	4.19	-1.78	
ハンガリー人 (B)	4.38	4.45	0.85		4.15	4.24	1.42	
キューバ人 (A)	4.76	4.69	-.64		5.10	5.14	0.41	
ロシア人 (B)	4.61	4.75	1.52		4.76	5.01	3.15	**
オランダ人 (A)	4.50	4.50	0.00		4.44	4.39	-.64	
イギリス人 (B)	4.88	4.80	0.74		4.26	4.27	0.17	
オーストラリア人 (A)	4.48	4.48	0.06		4.58	4.75	1.82	
アメリカ人 (B)	5.54	5.38	-1.10		5.07	5.21	1.41	
韓国人 (A)	5.46	5.48	0.15		4.30	4.37	0.96	
中国人 (B)	4.76	5.20	3.64	**	4.66	4.87	2.16	*
ギリシャ人 (A+B)	4.57	4.64	1.04		4.16	4.15	-.26	
日本人 (A+B)	3.40	3.83	4.89	**	3.93	4.29	5.31	**

注) 得点の範囲は1~7。**は1%、*は5%の有意水準。Aの人数は最大176人。Bの人数は最大186人。

学生調査では認められなかった結果がオーストラリア人の能力の評価で、有意に評価が高まった ($t(173)=2.54, p<.05$)。ただ、学生調査でも同様の傾向で、有意水準に達しなかっただけかもしれない。

愛国心・身体能力のイメージ変化

その他の分析として、愛国心と身体能力のイメージを取り上げた。オリンピック前後でどのように変化したのかを検討すると、表10のような結果になった。

愛国心の評価の変化が見られたのは、中国人と日本人のみで、いずれも事前よりも評価が上がっていた ($t(185)=3.64, p<.01$; $t(345)=4.89, p<.01$)。また、身体能力の評価の変化が見られたのは、ロシア人・中国人・日本人で、いずれも事前よりも評価が上がっていた ($t(183)=3.15, p<.01$; $t(185)=2.16, p<.05$; $t(348)=5.31, p<.01$)。これらの結果は、ほぼ学生調査の結果と一致していた。

メディア視聴量

オリンピック報道についての接触をメディアごとにたずねると、表11のようになった。報道視聴量の指標として、オリンピック期間中のテレビやニュースでどの程度見ているのかを尋ねた6項目を合算した(各6点尺度で、報道視聴量の得点範囲は6~36までである)。平均値は、19.96 (SD=5.18) であった。一般市民対象の調査であるため、雑誌 (M=2.16, SD=1.29) やインターネットの視聴 (M=1.87, SD=1.33) が少なかったが、それ以外の項目では視聴量が多かった。

表11 メディア視聴の分布(市民; 単位%)

	まったく見ていない	あまり見ていない	どちらかとい		かなり見た	非常によくみ見た
			えば見ていない	えば見た		
テレビニュース・ダイジェスト番組	0.8	5.7	4.7	27.1	43.7	17.3
深夜のテレビ中継	19.4	17.3	13.7	24.0	17.3	6.7
夕方から夜間のテレビ中継	4.9	12.4	10.1	34.4	26.4	10.9
新聞	6.5	8.5	8.0	30.7	29.2	15.2
雑誌	41.9	20.4	20.7	8.5	4.4	1.8
インターネット	61.0	11.6	9.3	10.6	4.4	1.3

メディア接触が好感度・知的能力変化に及ぼす影響

各国イメージの変化がオリンピック期間中の報道への接触による影響であるかどうかを調べるために、メディア視聴量の指標を説明変数、各国の事後の好感度、知的能力を目的

変数として重回帰分析を行った。その際、性別、年齢とそれぞれの事前の得点（好感度、知的能力）を統制した。

好感度の変化にメディア視聴量が影響を及ぼしたのは、ブラジル人、ケニア人、日本人であった。ブラジル人と日本人の好感度は、報道視聴量が多いほど上がっていた（それぞれ $\beta = .22, t = 3.27, p < .01$; $\beta = .12, t = 2.65, p < .01$ ）。他方でケニア人の好感度は、視聴量が多いほど下がっていた（ $\beta = -.14, t = 2.14, p < .05$ ）。

能力において影響がみられたのは、ブラジル人、キューバ人、ロシア人、韓国人であった。ブラジル人、キューバ人、韓国人の能力は、報道視聴量が多いほど上がっていた（それぞれ $\beta = .15, t = 2.08, p < .05$; $\beta = .18, t = 2.54, p < .05$; $\beta = .22, t = 3.02, p < .01$ ）。他方でロシア人の能力は、報道視聴量が多いほど下がっていた（ $\beta = -.15, t = 2.34, p < .05$ ）。

愛国心・ナショナリズム

事前調査と事後調査における愛国心得点、ナショナリズム得点を学生調査と同様に算出した。尺度の信頼性係数の値は、事前・事後の順に、愛国心尺度（ $\alpha = .85; .85$ ）、ナショナリズム尺度（ $\alpha = .66; .62$ ）であった。

オリンピック期間中の愛国心得点、ナショナリズム得点の変化をみると、愛国心得点（事前 $M = 26.91$ vs 事後 $M = 27.10$ ）、ナショナリズム得点（事前 $M = 20.70$ vs 事後 $M = 20.99$ ）ともに有意な変化はみられなかった。この得点は学生の平均点と比べると明らかに高く、事前、事後調査ともすべて有意差があった（ $t_s > 4.0, p_s < .001$ ）

愛国心・ナショナリズムが好感度・知的能力変化に及ぼす影響

外国人イメージの変化に愛国心、ナショナリズムが及ぼす影響を検討するために、次の重回帰分析を行った。事前の愛国心とナショナリズムの指標を説明変数として同時に投入し、各国の事後の好感度、知的能力、愛国心をそれぞれ目的変数とした重回帰分析を行った。その際、性別、年齢とそれぞれの事前得点（好感度、知的能力）を統制した。

その結果、アルゼンチン人の好感度において、ナショナリズムの効果がみられ、ナショナリズムが高いほど、アルゼンチン人の好感度が上がっていた（ $\beta = .17, t = 2.14, p < .05$ ）。この効果は学生調査の結果とは逆だった。

ハンガリー人の好感度において、愛国心の効果がみられ、愛国心が高いほど、ハンガリー人の好感度が下がっていた（ $\beta = -.21, t = 2.52, p < .05$ ）。同様に愛国心が高いほど、ハンガリー人の能力の評価が下がっていた（ $\beta = -.19, t = 2.37, p < .05$ ）。

アメリカ人の好感度において、ナショナリズムの効果がみられ、ナショナリズムが高いほど、アメリカ人の好感度が上がっていた（ $\beta = .15, t = 2.35, p < .05$ ）。

日本人の好感度において、愛国心の効果がみられ、愛国心が高いほど、日本人の好感度が上がっていた（ $\beta = .25, t = 4.72, p < .01$ ）。同様に愛国心が高いほど、日本人の知的能力の評価が上がっていた（ $\beta = .16, t = 2.75, p < .01$ ）。

類似性認知の変化

諸外国人と日本人との類似性認知について、市民の回答の平均値を事前・事後調査でまとめると表12のようになった。事前調査では、学生調査と同様に、韓国人、次に中国人に対する類似性認知が高くなっていた。他方、ケニア人、ロシア人に対する類似性認知は低かった。事前と事後の差をt検定により検討したところ、学生調査とは異なり、全体では有意な差が認められなかった。国別に見ると、アメリカ人とイギリス人に対する類似性認知が上昇していたが、アルゼンチン人、トルコ人、ハンガリー人、キューバ人、ロシア人に対する類似性認知が低下していた。

表12 2004年オリンピック前後での日本人と各国民との類似度認知の変化（市民）

	類似性			
	事前	事後	t 値	p
ブラジル人	3.49	3.62	1.40	
アルゼンチン人	3.30	3.14	-2.30	*
エチオピア人	3.04	3.00	0.73	
ケニア人	2.87	2.85	-0.27	
トルコ人	3.68	3.54	-1.98	*
ハンガリー人	3.41	3.17	-3.42	**
キューバ人	3.16	2.91	-3.53	**
ロシア人	2.99	2.80	-2.55	*
オランダ人	3.52	3.52	0.00	
イギリス人	3.48	3.66	2.38	*
オーストラリア人	3.58	3.66	1.40	
アメリカ人	3.12	3.35	3.17	**
韓国人	4.36	4.48	1.67	
中国人	4.03	4.01	-0.22	
ギリシャ人	3.16	3.11	-0.81	
全体	3.45	3.45	0.01	

注) 得点の範囲は1～7。**は1%、*は5%の有意水準。回答者は、最大で369人。

楽しみにしていた競技と実際によく見た競技

事前調査では、アテネ・オリンピック大会で楽しみにしている競技をいくつでも自由に記述してもらった。事後調査では、関心をもってよく見た競技を4つ回答してもらった。

回答の形式は異なるが、これらを集計してまとめたものが表13である。

陸上、水泳、および野球などは、楽しみにしていた以上の人がよく見ていたことになるが、予想と実際の食い違いはそれほど大きくはなかった。他方、学生と同様に、バレーボール、サッカーについては予想していたほどには見なかった。逆に、予想以上によく見られた競技は、柔道、体操、シンクロなどであった。

市民では事前の延べ回答数が1023（1人当たり2.6）で、事後の延べ回答数は1409（1人当たり3.6）で、学生同様増大したが、その差は学生よりも小さかった。競技単位で見たときも、予想と実際の視聴との食い違いも学生よりもはるかに小さく、何度もオリンピックを経験していることによるのか、あるいは人生経験の豊富さによるのかかわからないが、オリンピック大会の楽しみ方をよく知っている様子が見える。

表13 興味を持った競技（市民；10人以上が挙げたもの）

競技名	オリンピック前（人）*1	オリンピック期間中（人）*2
陸上	219（1）	222（3）
水泳	169（2）	267（2）
バレーボール	131（3）	64（8）
野球	131（3）	144（4）
サッカー	126（5）	54（9）
柔道	123（6）	298（1）
体操	33（7）	124（5）
ソフトボール	23（8）	41（10）
シンクロ	21（9）	75（6）
レスリング	16（10）	68（7）
卓球	13（11）	32（11）
その他*3	18	20

*1 事前楽しみにしていた競技。 *2 期間中よく見た競技。 *3 10人以下しか挙げなかった競技。

2-3 考察

イメージ変化

市民調査では、学生調査と比べて、大会前後でイメージが変化した外国人はそれほど多くはなかった。まず、ハンガリー人については、好感度のみで評価が低下した。これは学生調査と一貫する結果であるが、知的能力では有意な変化が示されなかった。また、重回帰分析ではメディア視聴量の影響が検出されなかったが、やはりハンガリーのハンマー投げの選手などのドーピング問題が影響していると考えられる。中国人については、どちらの次元でも印象が悪くなった。これも学生調査と一貫する結果であるが、学生調査のところでも論じたように、北京で行われたアジアカップ・サッカー大会の影響が大きいと考えられる。開催国のギリシャ人では知的能力次元の評価が悪化したが、これも学生調査と一貫する結果である。しかし、学生では好感度評価が好転したが、市民調査では有意水準には達しなかった。日本人自身については、好感度の次元で評価が好転した。これも学生調査と一貫する結果であるが、知的能力次元の評価の向上は、学生とは異なり有意水準には達しなかった。学生調査では示されなかった唯一の有意な変化は、オーストラリア人の知的能力評価の好転である。この理由は残念ながら不明である。

以上のように、市民調査でもいくつかの点で外国人イメージの変化がアテネ・オリンピック大会の前後で認められたが、その数は少なく、学生と比べて大会報道の影響力が小さかったことがうかがえる。年齢の高い層を含む市民では、外国人イメージがすでに明確に形成されていることが多く、一時的な情報によって変化することは少ないのかもしれない。メディア接触の内容の点でも、従来型のテレビや新聞に接することは学生よりもやや多いが、深夜のテレビ中継やインターネットに接することは少なかった。こういった視聴内容の違いもイメージ変化が起きにくかったことと関わっていたかもしれない。

イメージ変化に及ぼす愛国心・ナショナリズムの影響

イメージ変化に及ぼす愛国心・ナショナリズムの影響は、いくつかの国民において認められたが、影響する次元および影響の方向について一貫した結果が得られなかった。特に、ナショナリズム傾向の強さが、アルゼンチン人の好感度とアメリカ人の好感度を高めたことが認められたが、これらは予測と反する結果である。他方、愛国心の強さが、ハンガリー人の好感度と知的能力評価を低下させ、日本人の好感度と能力評価を改善していた。いずれも、有意あるいはそれに近いイメージ変化に対して、愛国心の強さが影響を及ぼしていた点は興味深い。しかし、この結果こそ、ナショナリズムが及ぼす影響として予測していた内容であった。こういった点については、愛国心とナショナリズムの関係の検討を含めて、今後の研究が必要だろう。

類似性認知の変化

類似性認知の結果は、学生とは異なり、オリンピック報道の否定的影響がむしろ多く認められた。5つの国民に関して類似性認知が有意に低下した。ハンガリー人の結果はイメージ変化と対応したものであったが、他の国民に関しては、理由は不明である。イギリス人とアメリカ人との間では、類似性認知が有意に高まった。この理由も不明であるが、アメリカ人の結果は学生調査と一貫したものであった。

このように、市民調査の結果からは、オリンピック大会が諸外国の人々との共通性を認知させる機会になるとは、必ずしも言えないだろう。

Ⅲ 翌年のパネル調査

1. 翌 2005 年学生パネル調査結果

1-1 方法

調査対象者

上智大学（東京都千代田区）、明治学院大学（東京都港区）、和光大学（東京都町田市）、一橋大学（東京都国立市）、文教大学（神奈川県茅ヶ崎市）、清泉女学院大学（長野県長野市）の6大学の学生であった。事前調査と事後調査の人数の内訳は表14の通りであった。最終的な分析対象は、事前調査と事後調査両方に回答した者588名（男245名、女342名、不明1名）で、平均年齢は20.2才であった。

表14 事前・事後調査における各大学の人数（単位：人）

	上智	明治学院	和光	一橋 ¹	文教	清泉女子	合計
事前	96	66	116	189	173	83	723
事後	100	68	110	207	163	83	731
事前-事後	62	49	82	173	139	83	588

調査時期

オリンピックというターゲットとなる出来事がないので、一定の時期に調査するよりも、授業内で可能なさまざまな時期に実施した方がよいと考え、2005年5月～12月の間に、2～3ヶ月の間隔をおいてパネル調査（事前および事後調査）を実施した。一橋大学と清泉女学院大学は5月～7月、和光大学と文教大学は7月～9月、明治学院大学と上智大学は9月～12月に実施した。事前調査、事後調査とも、各大学での講義中に質問紙を配布して実施した。

¹ 一橋大学の学生の中には、学外から講義を受講している2名が含まれていた。

質問紙の構成

事前調査

2004 年調査と同様に、A、B、2つのパターンの質問紙を用意し、回答者は学生番号の末尾に基づいて、いずれかのパターンに回答した。外国人イメージに関しては、2004 年調査と同じ国の人（9 カ国ずつ；2 パターン合計 15 カ国）を対象に同様の尺度を用いて回答してもらった。愛国心とナショナリズムに関しても 2004 年の事後調査と同様に、愛国心に関する 5 項目とナショナリズムに関する 4 項目に 7 点尺度で回答を求めた。その他に、日本人と諸外国人の類似性尺度、スポーツやスポーツ番組への接触量、アテネ・オリンピックの記憶、コスモポリタニズム尺度などへの回答を求めた。詳細は巻末にある付録を参照していただきたい。

事後調査

2004 年調査と同様に、同じ国民に対するイメージを調べるために、事前調査と同じパターンの質問紙に回答させた。このほかに、日本人と諸外国人の類似性尺度、愛国心・ナショナリズムについてたずねた。

1 - 2 結果

好感度・知的能力のイメージ得点

2004 年の調査と同様に、事前・事後調査とも、各国民について好感度得点と知的能力得点を算出した。それらの平均値は表 15 の通りであった。

事前・事後調査において好感度、知的能力が変化したかを調べるために、対応のある t 検定を行った。その結果、韓国人において好感度が有意に低下したことが認められた。また、キューバ人とオーストラリア人については知的能力が有意に上昇した。オリンピック大会前後で認められたような、開催国ギリシャ人や日本人自身についての変化は認められなかった。

表 1 5 2005 年各国イメージ（好感度・知的能力）の変化（学生）

	好感度				知的能力			
	事前	事後	t 値	P	事前	事後	t 値	p
ブラジル(A)	4.59	4.52	-1.60		3.88	3.86	-.55	
アルゼンチン(B)	4.31	4.30	-.33		3.97	4.01	1.04	
エチオピア(A)	4.07	4.12	1.32		3.89	3.87	-.50	
ケニア(B)	4.48	4.47	-.36		3.77	3.76	-.08	
トルコ(A)	4.23	4.26	.80		4.15	4.20	1.04	
ハンガリー(B)	4.15	4.11	-1.59		4.16	4.17	.29	
キューバ(A)	4.07	4.05	-.36		3.96	4.06	2.49	*
ロシア(B)	3.68	3.75	1.60		4.41	4.42	.39	
オランダ(A)	4.45	4.48	.72		4.27	4.31	.90	
イギリス(B)	4.41	4.40	-.30		4.70	4.75	1.00	
オーストラリア(A)	4.85	4.78	-1.74		4.18	4.34	3.73	**
アメリカ(B)	4.49	4.49	.15		4.29	4.30	.34	
韓国(A)	4.00	3.87	-2.66	**	4.29	4.29	.05	
中国(B)	3.41	3.44	.80		4.13	4.11	-.39	
ギリシャ(A+B)	4.17	4.17	.18		4.43	4.44	.29	
日本(A+B)	4.35	4.40	1.43		4.33	4.39	1.78	

注) 得点の範囲は 1~7。**は 1%、*は 5%の有意水準。A の人数は最大 291 人。B の人数は最大 297 人。

身体能力と愛国心のイメージ変化

事前調査と事後調査における身体能力と愛国心の平均値は表 1 6 の通りであった。それぞれの得点に対して対応のある t 検定を行った。

身体能力で有意な変化がみられたのは、アルゼンチン人であった。2004 年のオリンピック後調査におけるアルゼンチン人の身体能力の得点は $M=4.75$ であったのに対し、2005 年の事前調査におけるアルゼンチン人の身体能力の得点は $M=5.01$ と上昇していた。それが元の水準に戻ったと考えられるような変化だった。

愛国心では、トルコ人、オーストラリア人、ロシア人、中国人、日本人に有意な変化がみられた。このうち、トルコ人と中国人は否定的変化、ロシア人、オーストラリア人、日本人は肯定的方向への変化だった。いずれも理由は不明であるが、それぞれ国の愛国心、身体能力の評価に関わる何らかの出来事があったのかもしれない。しかし、学生の回答では、特に単項目であった場合、評価が変動しやすいのかもしれない。

表 1 6 2005 年各国イメージ（愛国心・身体能力）の変化（学生）

	愛国心				身体能力			
	事前	事後	t 値	p	事前	事後	t 値	p
ブラジル(A)	4.99	5.10	1.28		5.79	5.72	-.81	
アルゼンチン(B)	4.70	4.66	-.46		5.01	4.81	-2.90	**
エチオピア(A)	4.44	4.50	.73		4.98	4.97	-.08	
ケニア(B)	4.62	4.52	-1.12		5.71	5.59	-1.43	
トルコ(A)	4.75	4.58	-2.08	*	4.19	4.25	1.10	
ハンガリー(B)	4.33	4.34	.15		4.14	4.10	-.77	
キューバ(A)	4.59	4.76	1.95		5.07	4.97	-1.20	
ロシア(B)	4.50	4.69	2.36	*	4.57	4.56	-.13	
オランダ(A)	4.38	4.47	1.13		4.34	4.40	.87	
イギリス(B)	4.83	4.84	.14		4.36	4.43	1.27	
オーストラリア(A)	4.24	4.56	3.56	**	4.55	4.63	1.13	
アメリカ(B)	5.75	5.74	-.11		5.00	5.00	.08	
韓国(A)	5.61	5.59	-.26		3.98	4.07	1.38	
中国(B)	5.72	5.49	-2.71	**	4.48	4.58	1.17	
ギリシャ(A+B)	4.59	4.55	-.56		4.26	4.23	-.68	
日本(A+B)	2.93	3.12	3.20	**	3.59	3.63	.82	

注) 得点の範囲は 1~7。**は 1%、*は 5%の有意水準。A の人数は最大 291 人。B の人数は最大 297 人。

愛国心・ナショナリズムが好感度・知的能力イメージに及ぼす影響

2005 年はオリンピックがなかったため、外国人イメージ変化ではなく、通常の外国人イメージに焦点を当て、普段、愛国心とナショナリズムがそれらにどのような影響を及ぼしているのかについて検討した。そこで、事後調査の愛国心得点とナショナリズム得点を説明変数として同時に投入し、各国の事後の好感度、知的能力をそれぞれ目的変数とした重回帰分析を行った。その際、性別、年齢を統制した。その結果を表 1 7 にまとめた。

これをみると、まず愛国心がいくつかの国民の好感度に肯定的な影響を及ぼしていたことが読みとれる。ブラジル人、トルコ人、キューバ人、オーストラリア人、そして日本人に関して、愛国心が強いほどそれぞれ好感度を高く回答していた。愛国心は、知的能力の評価に関しても、いくつかの国民については肯定的な影響を及ぼしていたことがわかる。ロシア人、オランダ人、ギリシャ人、そして日本人に関して、愛国心が強いほどそれぞれ知的能力を高く評価していた。以上のように、愛国心が外国人イメージに及ぼす効果は、

一貫してポジティブなものであった。

他方、ナショナリズムも少数であるが効果を持ったが、日本人イメージの場合を除いて、いずれもネガティブなものであった。まず、韓国人の好感度に対して、否定的な影響を及ぼした。ナショナリズム傾向が強いほど、韓国人の好感度を低く回答した。同時に、韓国人の知的能力も低く評価していた。知的能力評価に及ぼす否定的効果は、ケニア人とギリシャ人でも認められた。どちらでも、ナショナリズム傾向が強いほど、知的能力を低く評定したのである。

表 17 2005 年愛国心・ナショナリズムが好感度・知的能力に及ぼす効果（学生）*1

目的変数 説明変数	好感度				知的能力			
	愛国心	ナショナリズム	性別*2	年齢	愛国心	ナショナリズム	性別	年齢
ブラジル(A)	.143*							
アルゼンチン(B)			.143*					-.137*
エチオピア(A)								
ケニア(B)			.149*					-.141*
トルコ(A)	.147*		-.122*					
ハンガリー(B)			.125*					
キューバ(A)	.147*		-.122*					
ロシア(B)			-.171**		.146*			
オランダ(A)					.171*			
イギリス(B)								
オーストラリア(A)	.181**							
アメリカ(B)			-.143*					
韓国(A)		-.193**	.158**					-.195**
中国(B)								-.196**
ギリシャ(A+B)					.159**	-.122**		
日本(A+B)	.461**	.157**			.109**	.410**		

*1) **は 1%、*は 5%の有意水準。数値は標準化偏回帰係数 (β)。

*2) 性別の効果は正であるときには女性の方が男性よりも高く評価したことを示す。負はその逆。

日本人自身のイメージだけは、愛国心もナショナリズムも肯定的影響を示した。これはある意味あたりまえのことであるが、好感度においては愛国心の効果が強く、知的能力の評価についてはナショナリズムの効果が強いことも認められた。

1-3 考察

イメージ変化

オリンピック大会が無い期間でも、外国人イメージの変化がいくつかの場合認められた。まず、韓国人の好感度が低下した。この低下は、2004年の事前 ($M=4.07$)、事後 ($M=4.07$) の水準からも下がったと考えられる。この理由として、おそらく、2005年中の日韓の政治情勢の悪化に原因を求められるだろう。韓国側に端を発した問題として、5月2日に「竹島」に韓国人が上陸し、日本の外務省が抗議した事件があった。日本側から生じた問題として、10月17日に小泉首相が靖国神社を参拝したが、これに対して韓国政府は抗議と遺憾の意を日本政府に対して表明した。北朝鮮との間の問題も生じていて、日韓の間には他の時期よりも政治的な摩擦が生じていたと考えられる。

また、キューバ人 ($M=3.96 \rightarrow 4.06$) とオーストラリア人 ($M=4.18 \rightarrow 4.34$) について知的能力評価が有意に上昇した。これらも両国における、あるいは両国と日本との間の何らかの政治・社会的出来事の反映であるかもしれないが、何であるか特定できていない。しかし、2004年調査の結果と比べてみると、2005年の事前調査の評価水準がいずれの国民についても低かったと考えられる。2004年調査では、キューバ人の知的能力は事前・事後とも $M=4.16$ と評価された。オーストラリア人の知的能力はアテネ大会前には $M=4.26$ だったものが大会後には $M=4.36$ と上昇した (有意差はなかった)。いずれの国民も2005年の事前調査の段階では、何らかの理由で低下した評価が、事後調査の時点では回復したものと考えられる。

以上のようにいくつかの変化が認められたが、全体としては変化が少なかったし、開催国イメージの変化や、日本人自身のイメージの変化はまったく認められなかった。

しかし、愛国心イメージにおいては多くの国民について変化が認められ、学生対象のこういったパネル調査では必ずしも意味のない、誤差による変動を得ている可能性も示唆された。

外国人イメージに及ぼす愛国心・ナショナリズムの影響

事後調査の1時点のサンプルについての検討だけであるが、愛国心は少なくともいくつかの外国人の好感度に肯定的な影響を及ぼすことが示された。否定的な影響は一つも得ら

れておらず、自国を素朴な意味で愛することが他国の人々を蔑視することにはつながらない可能性を示唆している。

他方、ナショナリズムは外国人イメージに否定的影響を及ぼす可能性も示唆された。少数の国民についてであるが、知的能力評価を低下させることに貢献していた。また、韓国人だけについては、知的能力評価だけでなく、好感度も悪化させていた。ナショナリズムに関しては、肯定的影響については、日本人自身のイメージを除いて認められておらず、外国人の蔑視や差別につながる問題を指摘できる。

以上の結果はいずれも本研究の問題意識や予測に沿ったものである。しかし、この分析からは因果の方向については特定できないし、外国人イメージの悪化とナショナリズム意識の強化をともに産み出す別の要因の存在も考えられる。しかし、今後の外国人イメージ研究の重要課題であることは確かだろう。

2. 翌 2005 年市民パネル調査

2-1 方法

調査対象者

東京都小金井市の有権者名簿から二段階無作為抽出法（42 地点、各 24 人）によって選ばれた 1008 名を対象にパネル調査を行った。事前調査は、2005 年 8 月に上記の 1008 名に対して質問紙を郵送した。事後調査は、2005 年 11 月に事前調査に回答した 420 名（回収率 41.7%）に対して質問紙を郵送した。分析に用いたのは、事前・事後の両調査に回答した 287 名（男性 135 名、女性 152 名；平均年齢 46.9 歳；回収率 68.3%；最終的な回収率 28.5%）であった。

調査回答に対するお礼として、事前調査にはボールペンを同封した。事後調査には、図書カード 500 円分を同封した。

質問紙の構成

事前調査

2004 年調査と同様に、A、B、2 つのパターンの質問紙を用意し、調査対象者はいずれかのパターンに回答した。外国人イメージに関しては、2004 年調査と同じ国の人々を対象に同様の尺度を用いて回答してもらった。愛国心とナショナリズムに関しても 2004 年の事後調査と同様に、愛国心に関する 5 項目とナショナリズムに関する 4 項目に 7 点尺度で回答を求めた。その他に、日本人と諸外国人の類似性尺度、スポーツやスポーツ番組への接触量、アテネ・オリンピックの記憶、コスモポリタニズム尺度などへの回答を求めた。詳細は巻末にある付録を参照していただきたい。

事後調査

事前調査と同じパターンの質問紙に回答させ、同じ外国人イメージに関して回答を求めた。このほかに、日本人と諸外国人の類似性尺度、愛国心・ナショナリズムをたずねた（詳細は、付録を参照のこと）。

2-2 結果

好感度・知的能力のイメージ変化

2004年調査と同様に、好感度得点と知的能力得点を事前・事後調査ごとに算出した。それらの平均値は表18の通りであった。ここでも事前調査と事後調査間でのイメージ変化を検討するために、t検定を行った。その結果、有意な変化がみられたのは、ギリシャ人の好感度の低下のみであった。2005年度の事前調査におけるギリシャ人の好感度は、2004年の事後調査の好感度得点 $M=4.20$ と近似しており、また2005年の事後調査と2004年度の事前調査の好感度得点 $M=4.14$ も近似していた。2004年の変化は有意水準には達していなかったが、オリンピックで高まった開催国の好感度が長期間持続して、翌年中に元の水準に戻ったとも考えられる。

表18 2005年調査での各国イメージ（好感度・知的能力）の変化（市民）

	好感度				知的能力			
	事前	事後	t 値	P	事前	事後	t 値	p
ブラジル (A)	4.50	4.39	-1.92		3.92	3.89	-0.61	
アルゼンチン (B)	4.31	4.28	-0.93		3.93	3.94	0.32	
エチオピア (A)	3.89	3.90	1.34		3.89	3.90	0.16	
ケニア (B)	4.33	4.36	0.82		3.88	3.89	0.34	
トルコ (A)	4.13	4.12	-0.19		4.04	4.04	0.56	
ハンガリー (B)	4.23	4.16	-1.86		4.16	4.18	0.28	
キューバ (A)	4.03	4.06	0.78		3.91	3.87	-0.63	
ロシア (B)	3.64	3.62	-0.24		4.26	4.29	0.50	
オランダ (A)	4.31	4.31	0.28		4.29	4.33	0.73	
イギリス (B)	4.36	4.37	0.09		4.66	4.63	-0.39	
オーストラリア (A)	4.69	4.77	-1.35		4.25	4.25	0.41	
アメリカ (B)	4.59	4.56	-0.57		4.31	4.33	0.32	
韓国 (A)	3.89	3.97	1.41		4.32	4.28	-0.55	
中国 (B)	3.59	3.54	-0.92		4.30	4.29	-0.03	
ギリシャ (A+B)	4.21	4.13	-3.00	**	4.29	4.29	0.16	
日本 (A+B)	4.71	4.76	1.08		4.55	4.60	0.96	

注) 得点の範囲は1~7。**は1%、*は5%の有意水準。Aの人数は最大142人。Bの人数は最大144人。

愛国心・身体能力イメージの変化

愛国心・身体能力に関して有意な変化がみられたのは、トルコ人のみであった。トルコ人の愛国心の強さは、有意に低下していた。その他の国民では、愛国心、身体能力に関して、有意な変化はみられなかった。

表 19 2005 年調査での各国イメージ（愛国心・身体能力）の変化（市民）

	愛国心				身体能力			
	事前	事後	t 値	p	事前	事後	t 値	p
ブラジル (A)	5.12	5.01	-1.00		5.18	5.22	0.31	
アルゼンチン (B)	4.74	4.75	0.06		4.64	4.58	-0.70	
エチオピア (A)	4.46	4.49	0.32		4.97	4.91	-0.59	
ケニア (B)	4.44	4.43	-0.14		5.47	5.46	-0.06	
トルコ (A)	4.78	4.61	-2.50	*	4.18	4.10	-1.25	
ハンガリー (B)	4.47	4.43	-0.45		4.18	4.14	-0.75	
キューバ (A)	4.66	4.77	0.89		5.07	4.98	-0.79	
ロシア (B)	4.70	4.64	-0.42		4.85	4.84	-0.15	
オランダ (A)	4.43	4.41	0.19		4.41	4.40	-0.21	
イギリス (B)	4.99	4.95	-0.26		4.30	4.38	1.22	
オーストラリア (A)	4.49	4.38	-0.97		4.63	4.63	0.09	
アメリカ (B)	5.35	5.33	-0.14		5.22	5.17	-0.62	
韓国 (A)	5.81	5.52	-2.02		4.37	4.24	-1.54	
中国 (B)	5.55	5.50	-0.51		4.66	4.66	0.08	
ギリシャ (A+B)	4.55	4.53	-0.21		4.20	4.21	0.14	
日本 (A+B)	3.50	3.49	-0.12		3.91	4.01	1.30	

注) 得点の範囲は 1~7。**は 1%、*は 5%の有意水準。A の人数は最大 140 人。B の人数は最大 143 人。

愛国心・ナショナリズムが好感度・知的能力変化に及ぼす影響

外国人イメージの変化において愛国心・ナショナリズムの影響をみるために、まず事前調査と事後調査における愛国心得点、ナショナリズム得点を算出した。これら得点の事前・事後の変化をみると、愛国心得点（事前 $M=26.66$ vs 事後 $M=27.10$ ）、ナショナリズム得点（事前 $M=20.51$ vs 事後 $M=20.46$ ）ともにほとんど変化はみられなかった。

外国人イメージの変化に愛国心、ナショナリズムが及ぼす影響を検討するために、次の

重回帰分析を行った。事前の愛国心とナショナリズムの指標を説明変数として同時に投入し、各国の事後の好感度、知的能力をそれぞれ目的変数とした重回帰分析を行った。その際、性別、年齢とそれぞれの事前得点（好感度、知的能力）を統制した。

その結果、ナショナリズムの否定的効果がいくつか認められた。まず、ナショナリズムが高いほど、ロシア人の好感度が下がるという影響が認められた（ $\beta = -.25$, $t = 2.85$, $p < .01$ ）。また、韓国人の好感度においても同じネガティブな効果が認められた（ $\beta = -.19$, $t = 2.56$, $p < .05$ ）。さらに、韓国人においては、知的能力次元でもナショナリズムの効果がみられ、ナショナリズムが高いほど、韓国人の能力評価が下がっていた（ $\beta = -.25$, $t = 2.44$, $p < .05$ ）。

愛国心は日本人の好感度評価に肯定的な影響を及ぼし、愛国心が高いほど日本人の好感度が上がっていた（ $\beta = .15$, $t = 2.38$, $p < .05$ ）。

1-3 考察

イメージ変化

市民調査では、オリンピック大会が無いこの期間には、ほとんど外国人イメージの変化が認められなかった。唯一認められたギリシャ人の好感度の低下も、事前調査の水準が前年のアテネ・オリンピック大会によって日頃よりも高まっていた可能性が考えられた。他方で、学生調査で認められた、韓国人の好感度の低下も示されなかった。こういった点から、市民の外国人イメージは、好感度と知的能力という基本次元の点では、ほぼ明確に形成されていて、安定していると考えられる。

外国人イメージに及ぼす愛国心・ナショナリズムの影響

市民調査データに対しては、学生調査データの分析と異なり、2004年調査と同様な事前調査データも用いた分析を実施した。その結果、ナショナリズムの否定的影響について、ロシア人の好感度の低下と、韓国人の好感度と知的能力評価の低下という結果が得られた。いずれも日本と国境を接している国の人々であり、概して日頃のイメージも良くない。そういった国々の人のイメージが悪いことと、ナショナリズム傾向との関連が示されたと言えるだろう。

この結果は本研究の問題意識や予測に沿ったものである。また、2005年の学生調査の結果とも一貫している。排外主義的なナショナリズムについては多くの議論が行われているが、代表性のある調査データから得た証拠として重要だと考えられる。今後さらに分析と検討を重ねていく必要のある重要な研究課題であるだろう。

IV. 総合考察

アテネ・オリンピックを通じた外国人イメージの変化

本研究では、アテネ・オリンピック大会を通じて、開催国ギリシャ人の好感度イメージが上昇したという結果を得た。この点は市民調査では必ずしも明確ではなかったが、2005年調査も併せて考えると、市民でも好感度が上昇していた傾向が読みとれる。これは従来から見出されてきたように、オリンピック報道を通じて、その国や国民についての情報に多く接触したことによると考えられる。

しかし、本研究では、外国人イメージが否定的方向に変化するといういくつかの結果を得た。まず、そのギリシャ人の知的能力については、学生調査でも市民調査でもイメージは悪化した。これはかなりはっきりとした結果で、情報内容次第では、また知的能力次元では、単純接触効果が予測するようなポジティブな効果は得られないのだろう。

ハンガリー人に対するイメージの悪化も明白だった。知的能力次元では、学生調査しか有意水準には達しなかったが、好感度次元では、どちらの調査でも否定的変化を示した。これはソウル・オリンピックのときのカナダのイメージ悪化と似た結果である。そこでは、陸上競技の100メートル走で一度は「優勝した」カナダの選手が、薬物検査で陽性になり、メダルを剥奪された事件によって、カナダのイメージが悪化したと考えられた。

オリンピック大会を通じた外国人イメージの変化については、以上のように、どんな内容の情報に基づいて、どんな次元で変化が生じるのかを特定していくことが必要だろう。これまでの研究のように、情報量が多いか少ないかということだけでなく、その内容と影響とを併せて検討する必要がある。また、イメージの次元についても、ステレオタイプ研究で提唱されるようになった温かさ（好感度）と知的能力の少なくとも2つを考慮に入れる必要があるだろう。両次元の変化は、元となる情報内容も異なると考えられる。

この報告書では詳しい分析結果に言及しなかったが、さらに身体能力次元のイメージも検討する必要があるだろう。村田（2006）、Murata（2007）の研究では、その次元での外国人評価が、知的能力次元と相補的になる傾向が示された。オリンピック大会で好成績を収めた選手の国の人々の身体能力次元のイメージが改善されたときに、他方で知的能力次元の評価を下げる傾向が示されたのである。スポーツ大会と関連の深いこの次元についても、今後もっと詳しく研究する必要があるだろう。

市民調査を実施して認められたことは、学生では外国人イメージの変化が比較的大きく示されることである。おそらく年齢が上がるに連れて、外国人イメージはある程度明確に形成されていき、安定していて一時的な情報では変化しにくくなると考えられる。若い年齢層で多数を調査した場合には、むしろ誤差変動を統計的に有意な結果としてとらえてしまう危険もあるだろう。しかしながら、一時的な情報に敏感に反応する世代を調べることによって、スポーツイベントがもつ影響内容をうまく検出して研究を進めることも必要

だと考えられる。今後の国際社会の中で、スポーツイベントが持つ影響力はますます増大すると考えられるからである。

オリンピックを通じた日本人イメージの変化

アテネ・オリンピック大会を通じて、学生調査では、好感度、知的能力ともに、日本人イメージが改善された。市民でも好感度はさらに高まったが、知的能力では有意水準には達しなかった。学生と市民とでは、日頃の日本人イメージに差があり、市民の方が日本人を高く評価していた。その分、学生の方がオリンピック大会の影響が敏感に生じやすかったとも考えられる。

学生では、オリンピック大会を通じて愛国心とナショナリズムも肯定的に変化した。市民ではこういったことは認められなかった。日本人イメージと愛国心、ナショナリズムとの関係の検討も今後の課題だろう。

愛国心・ナショナリズムと外国イメージ

愛国心は外国人イメージとは直接関係しないが、ナショナリズムが強い場合には外国人イメージを悪化させる可能性があるかと予測して、本研究を行った。それを示す証拠は残念ながら（あるいは幸運にも）得られなかった。

しかし、ナショナリズムは、2005年調査の結果からは、日頃の外国人イメージに否定的な影響を及ぼす場合が多いことが認められた。特に韓国人のイメージは、学生調査でも市民調査でもナショナリズム傾向が強いほど、好感度も低く、知的能力評価も低いことが示された。他の国民についてもこういった証拠はいくつか認められ、ナショナリズムが他国に優越して自国を高く評価しようとする傾向であることと一貫した結果であった。ナショナリズムが持つ、こういった危険性については十分注意が必要であるし、今後も検討を続けていく必要があるだろう。特に、オリンピック大会が学生の結果に認められるように、ナショナリズム傾向を強め、それが外国人を蔑視することにつながる可能性については、注意深く検討したい。

ナショナリズム尺度はまだ信頼性、妥当性の点で十分な水準ではない。この点の改善も含めて今後も研究を継続することが必要である。

最後に

本研究では多くのデータを集め、さまざまな結果を得た。まだ分析が充分には進まず、本報告書から割愛した内容もある。この点をお詫び申し上げる。今後はさらに分析を続け、オリンピック報道が日本人・外国人イメージに及ぼす影響の全体像にせまりたい。

また、オリンピック大会は4年に一度やってくる。1つ1つが条件の異なる自然実験だととらえると、データを積み重ねることが重要だろう。2008年の北京オリンピック大会でも、またパネル調査ができることを祈っている。その際には、日本だけでなく他の国でも

データを収集して、国際比較研究へと発展させることが望ましいだろう。

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 status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902.
- 樋口収・村田光二 (2005) 中国人イメージの変化—アジアカップサッカー大会前後での比較— 日本心理学会第 69 回大会発表論文集, 164.
- Glick, P. & Fiske, S.T. (2001). Ambivalent sexism. In M.P.Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol.33, pp.115-188). San Diego, CA: Academic Press.
- 岩田紀 (1989) コスモポリタニズム尺度に関する経験的検討 社会心理学研究, 4, 54-63.
- Karasawa, M. (2002) Patriotism, nationalism, and internationalism among Japanese citizens: An etic-emic approach. *Political Psychology*, 23, 645-666.
- Katz, D. & Braly, K. Racial stereotypes in one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290. 1933.
- 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・高木栄作・村田光二・坂元章 (2002) シドニー・オリンピックによる外国イメージの変化(1)—好意度の変化と持続—, 日本社会心理学会第 43 回大会発表論文集, 338-339
- 村田光二 (2006) 外国人イメージの構造—調査データに基づく考察— 森村敏己(編)『視覚表象と集合的記憶—歴史・現在・戦争—』旬報社 Pp.203-233.
- 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.
- Murata, K. (2007) *Does "physically able" mean "intellectually incompetent"?* *Another dimension of ambivalent national stereotypes*. Poster presented at the 8th Annual Meeting of the Society for Personality and Social Psychology, Memphis, U.S.A., 321.
- Neuberg, S.L. & Newsom, J.T. (1993) Personal need for structure: Individual differences in the desire for simple structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 113-131.
- 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(2), 260-278.
- 高木栄作 (1994) 擬似戦争 『心理学がわかる (AERA Mook3)』朝日新聞社, 82-84.

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—大学生のパネル調査— 社会心理学研究, 6, 98-111.

渡辺久哲（1996）アトランタオリンピック視聴者動向—ナショナリズムをあおるのではなくオリンピックの原点に立ち戻った放送を 『新・調査情報』、第2期第2号（通巻412号）、68-73.