

アメリカ人の持つ日本のイメージ —メディアとインタビューを素材として—

松田 広江

本論文は、在日アメリカ人の持つ日本のイメージと、日本を訪れたことのないアメリカ人の持つ日本のイメージを明らかにして、イメージの変化やバリエーションを考察し、記述することを目的としている。国際社会の今、経済大国といわれる日本はあらゆる方向から研究がなされており、「日本のイメージ」についての研究は多く見られる。そしてその中でも、日本という国を日本国内からであれ、海外からであれ、ある一つのタイプとしてのみとらえているものがほとんどである。しかし、人の持つイメージは、その人の属性や在日年数などにより違う可能性があると考えた。本論文は、個人個人の持つイメージに焦点を当て、それぞれのイメージのバリエーションを考察しようとするものである。そして、人文主義地理学の立場から洞察を行なう。人文主義地理学とは、統計資料等の定量的データを用いて仮説の検証を行なう実証主義の地理学に対して、人間という主体から見た主観的な空間や場所の意味、価値を洞察しようとする地理学の潮流である。

分析を行なう材料としては、日本を取り扱ったアメリカ映画と在日アメリカ人に行なったインタビューを用いた。映画の分析は、日本に滞在経験のないアメリカ人が、アメリカで得た情報から持ち得る日本のイメージを考察しようとするものである。各節ごとに2本、あるいは3本の特定の映画を中心に数本の映画から日本の要素を取り出して、ある程度の共通項を見いだす。「風景」は、都市と田舎の両極の要素が多く、室内の刀の置物や、掛け軸、床の間といった、純和風の要素で日本を印象づけようとしている。「仕事と日本人」

では組織を第一に考える中間管理職と、利益を追求する経営者側の様子が浮き彫りにされる。最後に、映画の中で「日本人女性」は、男性を支える立場にある。

またインタビューは、東京近辺在住のアメリカ人10人に行なった。対象の属性は、会社員（4人）、留学生（4人）、宣教師（2人）、在日年数は、半年から、12年半まで、年齢は、20代から40代である。本論文では、イメージ分析のテーマに「日本の風景」、「仕事と日本人」、「日本人女性の立場」の3つをとりあげた。これはアメリカ人に行なった事前のインタビューで、彼らの意識がこの3点に集中していることが分かったからである。

インタビューによる日本のイメージは、各テーマによって、異なったバリエーションが見られる。「風景」は在日年数によって人の持つイメージが異なっているようである。在日期間が短い人ほど大都市東京のイメージが強く、長い人ほど水田、寺社などゆとりのある風景をイメージする。「仕事と日本人」は、インタビュー対象者が会社員か、そうでないかという属性の違いで、「真面目、働き過ぎ」と「そんなに働き過ぎではない、どちらかというのんびり仕事をしている」、という正反対のイメージが作られている。「日本人女性」は、その人の持つ女性に対する考え方によって様々なイメージが作成されている。これを映画から得られたステレオタイプとあわせてみると、最後にこの10人のだれもが行き着く「日本のイメージ」というものはないようで、日本のどの側面を見るかで、かなり違ったイメージが形成されるようだ。