

Title	韓国人イメージに与える直接経験の影響とその持続性： 日本人大学生の訪韓経験の事例研究
Sub Title	The role of direct experience in developing the Japanese image of Koreans and the persistence of the effects of that experience on that Image : a case study of a trip to Korea by Japanese university students
Author	呉, 正培(Oh, Jeongbae)
Publisher	三田哲學會
Publication year	2018
Jtitle	哲學 (Philosophy). No.140 (2018. 3) ,p.49- 71
JaLC DOI	
Abstract	<p>The purpose of this study is (1) to show how the direct experiences of a group of Japanese university students on a visit to Korea influenced their images of Koreans and (2) to examine the persistence of the effects of that direct experience on that image. In order directly to analyze the image changes, interview surveys were conducted three times - (1) before the informants visited Korea, (2) immediately after they visited Korea, and (3) five months after the second survey. The same six informants were consulted for each interview.</p> <p>The findings are as follows : (1) The experience of the students who visited Korea produced images related to personality traits of Koreans ; (2) as a result of their experiences of visiting Korea, a previously unarticulated anxiety and wariness about Koreans on the part of the Japanese students appeared to diminish ; (3) the Japanese students' experiences of visiting Korea worked to counteract their previously superficial images of Koreans ; (4) the images received by the Japanese students from their visit to Korea are likely to endure ; and (5) image changes caused by the visit to Korea like those referred to in (2) and (3), are not likely to endure.</p>
Notes	特集：人間科学#寄稿論文
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00150430-00000140-0049

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

韓国人イメージに与える
直接経験の影響とその持続性

——日本人大学生の訪韓経験の事例研究——

—— 吳 正 培* ——

**The Role of Direct Experience in Developing the Japanese
Image of Koreans and the Persistence of the Effects of
that Experience on that Image:**

A Case Study of a Trip to Korea by Japanese University Students

Jeongbae Oh

The purpose of this study is (1) to show how the direct experiences of a group of Japanese university students on a visit to Korea influenced their images of Koreans and (2) to examine the persistence of the effects of that direct experience on that image. In order directly to analyze the image changes, interview surveys were conducted three times — (1) before the informants visited Korea, (2) immediately after they visited Korea, and (3) five months after the second survey. The same six informants were consulted for each interview.

The findings are as follows: (1) The experience of the students who visited Korea produced images related to personality traits of Koreans; (2) as a result of their experiences of visiting Korea, a previously unarticulated anxiety and wariness about Koreans on the part of the Japanese students appeared to diminish; (3) the Japanese students' experiences of visiting Korea worked to counteract their previously superficial images of Koreans; (4) the images received by the Japanese students from their visit to Korea are likely to endure; and (5) image changes caused by the visit to Korea like those referred to in (2) and (3), are not likely to endure.

* 尚綱学院大学

1. 研究の背景と目的

社会心理学の対人認知研究 (Brewer, 1988; Fiske & Neuberg, 1990) では、人が他者を判断する際の情報処理には、カテゴリーに基づくものと個人に基づくものがあり、カテゴリーに基づくものが先行することが明らかになっている。つまり、われわれは他者をその人が所属する集団の特徴に基づいて判断しやすいということである。集団の特徴はあくまでも所属する構成員の傾向を表しており、すべての構成員に当てはまるわけではない。また、集団としての捉え方を個人に当てはめること (stereotyping) には、個々人の特徴を考慮せずに他者を画一的に捉えてしまう危険性が含まれている (上瀬, 2003)。以上の社会心理学の知見は、特定の集団に対するイメージが先入観として働き、当該集団の個人に対する判断を歪めうることを示唆している。

本研究は、日本人の韓国人に対するイメージが、韓国人との接触場面で先入観として働き、両者のコミュニケーションを阻害しうる側面に注目したものである。本研究の目的は次の2点に集約される。第1は直接経験が韓国人イメージに与える影響の在り方を明らかにすることである。日本人大学生の訪韓経験前後の韓国人イメージを比較し、現地でのどんな経験がどのようなイメージの形成や変化に結びつくのかを具体的に記述する。第2は直接経験の韓国人イメージへの影響の持続可能性を検討することである。日本人大学生の訪韓経験の前、後、5ヶ月後の韓国人イメージを比較し、訪韓経験による影響 (イメージの形成や変化) がどの程度持続するのかを分析し、持続しやすい側面と持続しにくい側面を浮き彫りにする。

2. 先行研究との比較における本研究の特徴

日本人の韓国人に対するイメージについては、長年にわたって数多くの研究が行われてきた。その中で、韓国人との接触経験、訪韓経験といった直接経験の韓国人イメージへの影響に注目した研究としては、辻村・金・

生田（1982）、呉（2013a）、呉・松本（2013）が挙げられる。これらの研究のたまかな概要を表1に示す。

表1 日本人の韓国人イメージと直接経験の関係を扱った主要研究

先行研究	調査方法	調査対象者	主な結果
辻村・金・生田（1982）	質問紙法	高校生	<ul style="list-style-type: none"> ・修学旅行によるイメージの変化とその持続性 →イメージが好転し、1年後にもある程度持続
呉（2013a）	質問紙法	大学生	<ul style="list-style-type: none"> ・韓国人との接触経験から形成されるイメージ →コミュニケーション行動の特徴に関する認識
呉・松本（2013）	面接法	大学生	<ul style="list-style-type: none"> ・直接経験によって形成されるイメージ →「明るく、やさしい」 「意見・主張・感情を表す」 「積極的で、向上心がある」 「まじめである」 「美人が多く、美容に関心が高い」など ・直接経験によるイメージの変化 →反日という認識に伴った不安や警戒心の払拭 →無関心から親密感へ

辻村・金・生田（1982）は、福岡県の高校生を対象に韓国修学旅行の前、後、1年後に質問紙調査を行い、訪韓経験による韓国人イメージの変化とその持続性を検討した。旅行後の方が旅行前に比べてイメージが良く、1年後の方が旅行前に比べてイメージが良かったことから、訪韓経験は韓国人イメージの好転に貢献でき、その効果は持続するものと述べている。呉（2013a）は、日本の5大学の学部生を対象に2段階の質問紙調査を行い、回収データに回帰分析などの統計分析を加え、韓国人イメージの形成に関する因果モデルを提案した。韓国人との接触経験が「気さくな隣人」イメージと「熱い表現者」イメージを促していることから、直接経験

によって韓国人の「コミュニケーション行動の特徴に関する認識」が形成されると述べている。呉・松本（2013）は、宮城県の大学生を対象に半構造化面接法による調査を行い、韓国人イメージが形成される多様な事例を分析し、直接経験の韓国人イメージへの影響を検討した。その結果より、1) 直接経験の影響には「新しいイメージを形成する側面」と「それまでのイメージを変化させる側面」があり、2) 直接経験によって「反日という認識に伴った不安や警戒心」が払拭され、「無関心」が「親密感」へ変わりうると述べている。

本研究は研究の内容と方法において従来の研究と異なる特徴をもっている。研究内容の特徴は、現地での直接経験（訪韓経験）に重点を置き、直接経験の影響の持続性までを検討していることである。呉（2013a）と呉・松本（2013）は、直接経験を韓国人との接触、訪韓経験に分け、両経験の韓国人イメージへの影響をそれぞれ分析している。しかし、両研究で得られた知見は、日本での経験（韓国人との接触）に関するものが多く、現地での経験（訪韓経験）に関するものが少ない。また、両研究は直接経験による影響の持続性については取り上げていない。辻村・金・生田（1982）は、現地での直接経験（修学旅行）に注目し、その影響の持続性を検討している点で、本研究と類似している。しかし、同研究は訪韓経験による韓国人イメージの変化とその持続可能性に言及しているものの、どんな経験がイメージの変化をもたらすのかに関する具体的な情報は提供していない。本研究は、訪韓経験を現地韓国人との接触、現地での観察に分け、どんな経験が韓国人イメージの形成や変化を促すのかを具体的に記述している点で、辻村・金・生田（1982）と異なる。

本研究の研究方法の特徴は、「自由連想」を用いた追跡調査を行い、直接経験の影響を縦断的に検討していることである。呉（2013a）は、直接経験の有無と韓国人イメージの因果関係を統計的に分析し、直接経験の影響を導き出した。呉・松本（2013）は、韓国人イメージが形成される多様

な事例を分析し、直接経験の影響を浮き彫りにした。両研究は、直接経験の影響を間接的に捉えており、同一の対象者に対する追跡調査を通して両研究の知見を検証する必要がある。辻村・金・生田（1982）は、直接経験（修学旅行）の前、後、1年後に追跡調査を行っているが、質問紙法を用いており、検討できるイメージの枠組みが限定されている。本研究は、直接経験（訪韓経験）の前、後、5ヶ月後に「自由連想」を用いた追跡調査を実施し、想起されやすいイメージの変化を分析することにより、従来の研究の知見を検証するものである。

3. 研究方法

3.1 調査の方法と内容

本研究では、約1週間の日程で韓国を訪問した日本人大学生を対象に、渡航前（調査1）、帰国直後（調査2）、帰国5ヶ月後（調査3）の3回にわたって半構造化面接法による調査を行った。調査では、頭の中で想起されやすいイメージを検討するため、「自由連想」を用いた。また、インフォーマントの連想項目やエピソードからイメージの内容と影響要因を導き出す際には、「インフォーマントによる解釈」を積極的に求め、調査者による恣意的な解釈がなされないよう工夫した。「自由連想」と「インフォーマントによる解釈」は、PAC分析¹の技法を参考にしている。

調査1～3の質問項目は、「韓国人イメージの内容」「各イメージへの影響要因」「韓国人イメージ全般への主な情報源」「自分の韓国人イメージへの気づき」の4部分に分かれる。「自分の韓国人イメージへの気づき」については、インフォーマントに自ら回答を振り返ってもらい、自分の韓国人イメージに対して思ったこと、感じたこと、気づいたことを述べても

¹ 個人別態度構造分析（Personal Attitude Construct Analysis）。個人ごとに態度やイメージを分析する方法で、自由連想とクラスター分析を組み合わせ、被験者による解釈を重視する（内藤、2006）。

らった。調査2のみ「渡航前後の韓国人イメージの変化」に関する質問を加えた。

3.2 インフォーマント

調査1は、渡航1週間前～渡航前日（2016年8月29～9月2日）に宮城県のある大学の学部生6名を対象に実施した。インフォーマントは大学の国際交流プログラムに参加し、2016年9月3～9日（6泊7日）の日程で韓国を訪問した。訪問期間中は、協定大学の学生との交流（プレゼン、ゲーム、インタビュー、遺跡地探訪）、韓国文化（伝統衣装、韓国料理）の体験、観光地の見学などの活動を行った。調査2は、帰国後1ヶ月以内（2016年9月27～10月7日）に調査1のインフォーマント全員を対象に実施した。調査3は、帰国して約5ヶ月が経過した時期（2017年1月23～2月23日）に調査1・調査2と同様のインフォーマントを対象に実施した。面接時間はインフォーマントの連想項目の数によって差があり、1回につき25～50分程度であった。インフォーマントの属性を表2に示す。

表2 インフォーマントの属性

インフォーマント	性別	専攻	学年	訪韓経験		韓国人との接触経験		韓国語学習経験	
				渡航前	帰国後	渡航前	帰国後	渡航前	帰国後
A	女性	社会学	3年	無	無	有	有	有	無
B	男性	社会学	3年	無	無	有	有	有	無
C	男性	社会学	3年	無	無	有	有	有	無
D	女性	社会学	3年	有	無	有	有	無	無
E	女性	社会学	2年	無	無	有	有	無	無
F	女性	社会学	2年	無	無	有	有	有	有

インフォーマントは、女性（4名）が男性（2名）より多く、社会学専攻の2年生（2名）と3年生（4名）で構成されている。ほとんどの人

(5名)は今回の渡航がはじめての韓国訪問であり、帰国後に再度訪れた人はいなかった。渡航前後の韓国人との接触経験の多くは、講義を通じた韓国人教員との交流であった。インフォーマント(A, B, C, F)の韓国語学習経験は1年生の時に韓国語の授業を受けている程度であり、韓国語能力は文字や挨拶表現の一部を覚えているレベルであった。

3.3 面接の手順

調査1~3では共通の面接手順を踏んだ。最初に、調査時点での訪韓経験、韓国人との接触経験、韓国語学習経験の有無を確認し、それぞれの経験をもっているインフォーマントには、どのような経験をどの程度したのかを尋ねた。次に、「韓国人」という刺激語を提示し、頭の中に思い浮かぶことを順番に記述してもらった。その後、各連想項目に対して具体的な意味や関連するイメージを語ってもらい、各イメージの形成に何がどう影響しているのかを内省してもらった。調査2では、各イメージが渡航前からあったのか、今回の訪韓経験によって新たに生まれたのかも確かめた。最後に、韓国人イメージ全般に最も影響を与えた情報源と、自分の韓国人イメージ全体について振り返ってもらった。

3.4 分析方法

呉(2013b)は日本人大学生(511名)の韓国人イメージ(自由記述)に対して内容分析を行い、その結果として日本人大学生の韓国人に対するイメージ24カテゴリーを析出している。本研究では、呉(2013b)のカテゴリー名と意味に基づき、インフォーマントより報告されたイメージを分類した。24カテゴリー以外の内容に関しては新たにカテゴリーを設定した。書き起こしのデータをもとに、渡航前、帰国直後、帰国5ヶ月後の調査時期別に回答を検討した上で、インフォーマントごとに調査1~3の回答を時系列的に分析した。

4. 結果

4.1 調査1: 渡航前の韓国人イメージ

(1) 韓国人イメージの内容と影響要因

自由連想の回答から渡航前の韓国人イメージの内容と各イメージへの影響要因を分析した。2名以上のインフォーマントから報告されたイメージとその主な影響要因を表3に示す。

韓国人イメージの内容としては、11カテゴリーが導き出された。出現頻度が非常に高かったのは「美人が多い、オシャレ」(6名)と「美容にこだわる、整形をする」(5名)であり、ほとんどの人がそのようなイメージを抱いていた。次に高かったのは「辛い物好き」(3名)であり、インフォーマントの半分がそのようなイメージをもっていた。「美人が多い、オシャレ」と「美容にこだわる、整形をする」は外見、「辛い物好き」は嗜好に関する内容といえる。これより、渡航前のインフォーマントは韓国人の表面的な特徴に注目していることがうかがえた。

各カテゴリーへの影響要因を総合的に分析した結果、韓国人イメージへの主な影響要因として次の4つが見出された。第1は日本のテレビである。娯楽番組やニュースからの情報が「美人が多い、オシャレ」「美容にこだわる、整形をする」「辛い物好き」「礼儀正しい、上下関係が厳しい」「学歴重視、受験大変」とのイメージの形成につながっていた。第2はインターネットである。SNS、YouTube、ブログなどからの情報が「美人が多い、オシャレ」「まじめ、勉強熱心、努力家」「親近感がわく、日本人と変わらない」「流行に敏感」「頭がいい、能力・スキルが高い」イメージの形成を促していた。第3は教育である。高校と大学の授業で獲得した知識が「美容にこだわる、整形をする」「辛い物好き」「親しみやすい、社交的」「学歴重視、受験大変」とのイメージの形成に寄与していた。第4は韓国のドラマである。ドラマからの情報が「優しい、親切、気さく」「まじめ、勉強熱心、努力家」「親近感がわく、日本人と変わらない」イメー

ジの形成に影響していた。

表3 渡航前の韓国人イメージの内容と影響要因

韓国人イメージの内容	影響要因
美人が多い, オシャレ (6)	日本のテレビの娯楽番組 (4) YouTube 動画 (2) SNS (ツイッター, インスタグラム) (2) 女性向けサイト (1)
美容にこだわる, 整形をする (5)	大学の講義 (5) 日本のテレビの娯楽番組 (2)
辛い物好き (3)	日本のテレビ番組 (ニュース, 娯楽) (2) 高校の授業 (地理) (1)
親しみやすい, 社交的 (2)	訪韓経験者 (友人) の話 (1) 大学の講義 (1)
礼儀正しい, 上下関係が厳しい (2)	日本のテレビの娯楽番組 (1) 韓国留学経験者の話 (1)
学歴重視, 受験大変 (2)	大学の講義 (1) 日本のテレビの娯楽番組 (1)
優しい, 親切, 気さく (2)	韓国のドラマ (1) 韓国人留学生との接触 (1)
まじめ, 勉強熱心, 努力家 (2)	ブログ (1) 韓国のドラマ (1)
親近感がわく, 日本人と変わらない (2)	女性向けサイト (1) 韓国のドラマ (1)
流行に敏感 (2)	女性向けサイト (1) 日本のファッション雑誌 (1)
頭がいい, 能力・スキルが高い (2)	YouTube 動画 (2)

() 内の数値は回答者数. 複数回答.

(2) 韓国人イメージ全般の振り返り

自由連想が終わってから, インフォーマントに自分の韓国人イメージ全般 (渡航前) について振り返ってもらった. その主な内容を表4に示す.

表4 渡航前の韓国人イメージ全般の振り返り

韓国人イメージ全般への主な情報源	自分の韓国人イメージへの気づき
<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット (5) →SNS, YouTube など ・日本のテレビ (4) →娯楽番組, ニュースなど ・訪韓経験者の話 (1) ・日本の新聞 (1) ・韓国のテレビ (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ・否定的なイメージより肯定的なイメージが多い。(A) ・韓国人イメージというよりは外国人イメージといえる部分が多い。(B) ・「愛国心が強い」「団結力が強い」イメージの根底には、「日本・日本人が嫌い」というイメージがあると思った。(C) ・韓国の文化については知っているけど、人についてはあまり知らないと思った。(D) ・見た目に注目している。憧れている部分があると思った。(E) ・韓国や韓国人が好きだなと思った。(F)

() 内の数値は回答者数。複数回答。A～Fはインフォーマント。

イメージ全般に最も影響を与えている情報源（複数回答）については、多くの人が「インターネット（SNS, YouTube, ブログ）」（5名）と「日本のテレビ（娯楽番組, ニュース, スポーツ中継）」（4名）を挙げていた。両媒体の渡航前イメージへの影響の大きさを示している結果といえる。

自分のイメージへの気づきからは2つの傾向が見受けられた。第1に具体的な情報に乏しく、曖昧で表面的な認識をもっている。韓国人についてあまり知らず(D)、外国人として広く捉えており(B)、見た目に注目している(E)。第2に韓国人に対して何らかの感情を抱いている。魅力的な存在としての好感(A, E, F)と自分たちを嫌う存在としての反感(C)が表れている。

4.2 調査2: 帰国直後の韓国人イメージ

(1) 韓国人イメージの内容と影響要因

自由連想の回答から帰国直後の韓国人イメージの内容と各イメージへの影響要因を分析した。2名以上のインフォーマントから報告されたイメー

ジとその主な影響要因を表5に示す。

表5 帰国直後の韓国人イメージの内容と影響要因

韓国人イメージの内容	影響要因
優しい, 親切, 気さく (4)	現地韓国人 (学生, 店員) との接触 (4) 現地での観察 (学生, バスの中の人) (2)
配慮しない, 強引, マナーが悪い (4)	現地韓国人 (運転手, 店員) との接触 (4) 現地での観察 (電車の中の人, 店員) (3)
人の目を気にしない, マイペース, 開放的 (4)	現地での観察 (街の男女, 学生) (3) 現地韓国人 (店員) との接触 (1)
明るい, おもしろい (3)	現地韓国人 (ガイド, 学生) との接触 (3)
辛い物好き (3)	現地での観察 (食事) (3)
気が短い, せっかち (3)	現地での観察 (街の人, ガイド) (3)
日本に興味をもっている, 日本文化好き (3)	現地韓国人 (学生) との接触 (3)
無愛想, サービス精神がない (3)	現地韓国人 (店員) との接触 (3)
美容にこだわる, 整形をする (3)	現地での観察 (洋服, 学生, 整形街) (3)
美人が多い, オシャレ (3)	現地での観察 (街の人, 店員) (2) 現地韓国人 (店員) との接触 (1)
情熱的, 積極的 (3)	現地での観察 (学生, ガイド) (3) 現地韓国人 (学生, ガイド) との接触 (2)
親しみやすい, 社交的 (2)	現地韓国人 (学生) との接触 (2)
まじめ, 勉強熱心, 努力家 (2)	現地韓国人 (学生) との接触 (2)

() 内の数値は回答者数. 複数回答.

韓国人イメージの内容としては, 13 カテゴリーが導き出された. 出現頻度が最も高かったのは「優しい, 親切, 気さく」「配慮しない, 強引, マナーが悪い」「人の目を気にしない, マイペース, 開放的」の3カテゴリーで, 6名のうち4名から報告された. 次に高かったのは「明るい, おもしろい」「辛い物好き」「気が短い, せっかち」「日本に興味をもってい

る、日本文化好き」「無愛想、サービス精神がない」「美容にこだわる、整形をする」「美人が多い、オシャレ」「情熱的、積極的」の8カテゴリで、インフォーマントの半分（3名）から報告された。出現頻度が最も高かった3カテゴリは、いずれも性格や性向に関する内容といえる。これより、帰国直後のインフォーマントは韓国人の内面的な特徴に注目していることが見受けられた。

各カテゴリへの影響要因を総合的に分析した結果、13カテゴリのいずれにおいても訪韓経験が主な影響要因となっていることが明らかになった。具体的には、現地韓国人との接触経験と現地での観察はともに「優しい、親切、気さく」「配慮しない、強引、マナーが悪い」「人の目を気にしない、マイペース、開放的」「美人が多い、オシャレ」「情熱的、積極的」とのイメージの形成に寄与していた。また、現地韓国人との接触経験は「明るい、おもしろい」「日本に興味をもっている、日本文化好き」「無愛想、サービス精神がない」「親しみやすい、社交的」「まじめ、勉強熱心、努力家」のイメージ、現地での観察は「辛い物好き」「気が短い、せっかち」「美容にこだわる、整形をする」イメージの形成を促していることがわかった。

(2) 韓国人イメージ全般の振り返り

自由連想が終わってから、インフォーマントに自分の韓国人イメージ全般（帰国直後）について振り返ってもらった。その主な内容を表6に示す。

イメージ全般に最も影響を与えている情報源（複数回答）については、6名全員が「訪韓経験（現地韓国人との接触、現地での観察）」を挙げていた。現地での直接経験の帰国直後イメージへの影響力が他の情報源に比べて圧倒的に強いことを示している結果といえる。

自分のイメージへの気づきからは2つの傾向がみられた。第1は韓国人イメージの多様化である。現地で韓国人の色々な面を体験し（A）、韓国

人に対していえる部分や考える部分が増えている (F)。その結果として、渡航前イメージの変化 (C)、個人内のイメージの衝突 (D, E) が生じている様子がうかがえた。第2は韓国人に対する感情の複合化である。現地での直接経験より新たな発見が生まれ、渡航前に抱いていた好感 (A, E, F) と反感 (C) がともに弱まり、韓国人への感情がより複雑なものになっていた。

表6 帰国直後の韓国人イメージ全般の振り返り

韓国人イメージ全般への主な情報源	自分の韓国人イメージへの気づき
<ul style="list-style-type: none"> ・訪韓経験 (6) →現地韓国人との接触, 現地での観察 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地で韓国人の悪いところも見てきた感じ。色々な面が見られ、それがイメージとして現れている。(A) ・イメージの根拠になる情報源がメディアから体験に変わった。(B) ・交流した学生が日本に興味をもっていたので嬉しかった。「日本・日本人が嫌い」とのイメージが自分の中でなくなった。(C) ・何を重視しているのかわからなくなってしまった。学歴なのか外見なのか、混乱が起きている。(D) ・街の中で見かけた人、関わった店員さんのイメージと協定校の人たちのイメージが真逆で、イメージがより複雑になってきた。(E) ・現地で経験したらイメージが良くなると思っていたが、あまり良い方向へ行かなかった。(E) ・マナーの悪さでがっかりしたけど、現地で見て、いえる部分、考える部分が増えた。(F)

() 内の数値は回答者数。複数回答。A~Fはインフォーマント。

(3) 訪韓経験の韓国人イメージへの影響

各インフォーマントの渡航前と帰国直後の韓国人イメージを比較し、訪韓経験の韓国人イメージに与える影響を分析した。その結果を表7に示す。

表7 訪韓経験の韓国人イメージへの影響

影響	事例（インフォーマントの回答）
<p>新しいイメージの形成 (6)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「明るい、おもしろい」 ・「気が短い、せっかち」 ・「日本に興味をもっている、日本文化好き」 ・「無愛想、サービス精神がない」 ・「配慮しない、強引、マナーが悪い」 ・「人の目を気にしない、マイペース、開放的」 ・「優しい、親切、気さく」 ・「自己主張が強い、自己中心的」 ・「親しみやすい、社交的」 ・「酒豪、お酒好き」 	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドの話、キャラ、ノリがおもしろかった。(A) ・ガイドは、歩くスピードが速く、せかせかしていた。(E) ・交流した学生が日本語の勉強に力を入れており、日本文化について熱く語った。(B) ・店員は笑顔もなく、レジをこなすだけだった。(D) ・並んでいた時、割り込みをしてくる人がいた。(F) ・公共の場でスキンシップをしているカップルがいた。(B) ・コンビニの店員が私服の帽子をかぶっていた。(C) ・ホテルの従業員が印刷を無料にしてくれた。(B) ・電車で年寄りが優先席に座った若者に注意していた。(B) ・交流会で現地の学生が寄ってきて声をかけてくれた。(C) ・現地の学生と飲んだ時、ペースも速く平気だった。(C)
<p>渡航前イメージの変化 (6)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「日本・日本人が嫌い、反日感情が強い」 ⇒「日本に興味をもっている、日本文化好き」 ・「過激、怖い」 ⇒「優しい、親切、気さく」 「明るい、おもしろい」 ・「美容にこだわる、整形をする」 ・「美人が多い、オシャレ」 ・「頭がいい、能力・スキルが高い」 ⇒そうでもない 	<ul style="list-style-type: none"> ・交流した学生が日本に興味をもっていたので嬉しかった。「日本・日本人が嫌い」のイメージは自分の中でなくなった。(C) ・「反日」のイメージがあったが、若い人は日本に興味をもっており、そこまですでもないと思った。「反日」「過激」みたいなイメージはなくなった。(E) ・韓国に行く前は「優しい」「明るい」イメージよりは「怖い」「怒りやすい」イメージをもっていた。(B) ・整形する人が多いと思っていたが、そうでもなかった。(A) ・皆目が大きくて色白だと思っていたが、目の細い人が多く、きれいな人が少なかった。(D) ・「学歴重視」と聞き、英語ができると思っていた。街の人に英語で話しかけたが、韓国語で返された。(D)

() 内の数値は回答者数。複数回答。A～Fはインフォーマント。

訪韓経験（現地韓国人との接触，現地での観察）は，インフォーマント全員において，渡航前になかった新しい韓国人イメージを生み出し，渡航前の韓国人イメージに変化をもたらしていた。訪韓経験によって新たに生まれる韓国人イメージとしては，「明るい，おもしろい」「気が短い，せっかち」「日本に興味をもっている，日本文化好き」「無愛想，サービス精神がない」など10カテゴリーが見出された（表7）。そのうち「日本に興味をもっている，日本文化好き」「酒豪，お酒好き」を除く8カテゴリーは，韓国人の性格や性向に関する内容といえる。よって，訪韓経験，すなわち現地韓国人との接触や現地での観察を通して，韓国人の「内面的な特徴に関する認識」が形成されやすいことが明らかになった。

訪韓経験による韓国人イメージの変化については2つの傾向が見受けられた。第1は「漠然とした不安や警戒心」の軽減である。現地の学生との交流を通して日本に強い関心をもっている人々の存在に気づき，自分たちを嫌う存在としての不安（「反日」イメージ）が軽減されていた（C, E, F）。また，現地の人々との接触経験が「優しい」「明るい」との印象を形成し，それまで抱いていた警戒心（「過激，怖い」イメージ）の解消につながっていた（B）。第2は「表面的な認識」の弱化である。外見（「整形する人が多い」「きれい」のイメージ）と能力（「英語ができる」イメージ）に関する認識が，現地でそれに反する事例に遭遇したことにより，「必ずしもそうとは限らない」との認識へと変わっていた（A, D）。

4.3 調査3：帰国5ヶ月後の韓国人イメージ

(1) 韓国人イメージの内容と影響要因

自由連想の回答から帰国5ヶ月後の韓国人イメージの内容と各イメージへの影響要因を分析した。2名以上のインフォーマントから報告されたイメージとその主な影響要因を表8に示す。

韓国人イメージの内容としては，8カテゴリーが導き出された。出現頻

韓国人イメージに与える直接経験の影響とその持続性

度が最も高かったのは「美人が多い、オシャレ」で、6名のうち5名からそのようなイメージが報告された。次に高かったのは「辛い物好き」「優しい、親切、気さく」「美容にこだわる、整形をする」の3カテゴリーで、インフォーマントの半分（3名）がそのようなイメージを抱いていた。出現頻度が高かった4カテゴリーのうち、「美人が多い、オシャレ」「美容にこだわる、整形をする」の2つは外見、「辛い物好き」は嗜好、「優しい、親切、気さく」は性格や性向に関する内容といえる。よって、帰国5ヶ月後のインフォーマントは韓国人の内面的な特徴（性格・性向）よりも表面的な特徴（外見・嗜好）に注目していることが示された。

表8 帰国5ヶ月後の韓国人イメージの内容と影響要因

韓国人イメージの内容	影響要因
美人が多い、オシャレ (5)	現地での観察（街の人、学生、広告）(3) SNS（フェイスブック、ツイッター、インスタグラム）(2) YouTube 動画 (2)
辛い物好き (3)	現地での観察（食事）(3)
優しい、親切、気さく (3)	現地韓国人（学生）との接触 (3)
美容にこだわる、整形をする (3)	現地での観察（整形街、学生、街の人）(3)
頭がいい、能力・スキルが高い (2)	現地韓国人（大学職員）の話 (1) 韓国留学経験者の話 (1)
礼儀正しい、上下関係が厳しい (2)	韓国のドラマ (2)
愛国心が強い、団結力がある (2)	日本のテレビニュース (2)
親しみやすい、社交的 (2)	現地韓国人（学生、店員）との接触 (2)

() 内の数値は回答者数。複数回答。

各カテゴリーへの影響要因を総合的に分析した結果、訪韓経験は8カテゴリーのうち6カテゴリーにおいて主な影響要因となっていた。具体的には、現地での観察が「美人が多い、オシャレ」「辛い物好き」「美容にこだわる、整形をする」イメージ、現地韓国人との接触経験が「優しい、親

切、気さく」「親しみやすい、社交的」とのイメージの形成を促していた。他には、インターネット（SNS, YouTube）が「美人が多い、オシャレ」のイメージ、口コミ（留学経験者の話）が「頭がいい、能力・スキルが高い」イメージ、韓国のドラマが「礼儀正しい、上下関係が厳しい」イメージ、日本のテレビ報道が「愛国心が強い、団結力がある」イメージの形成に寄与していた。

(2) 韓国人イメージ全般の振り返り

自由連想が終わってから、インフォーマントに自分の韓国人イメージ全般（帰国5ヶ月後）について振り返ってもらった。その結果を表9に示す。

イメージ全般に最も影響を与えている情報源（複数回答）については、6名のうち4名が「訪韓経験」を挙げており、現地韓国人との接触経験や現地での観察は5ヶ月が経った時点においても大いに影響を及ぼしていることが確認された。一方で、主な情報源として、「訪韓経験」ではなく、「インターネット（SNS, YouTube）」を挙げている人も2名おり、訪韓経験のイメージ全般への影響力が帰国直後に比べて多少弱まっている様子もみられた。

自分のイメージへの気づきからは2つの傾向がうかがえた。第1は訪韓経験による影響の持続である。帰国して5ヶ月が経っても訪韓経験の影響力は健在しており（B, C, D, F）、特にインパクトの強い経験が覚えられ（C）、他の情報源から得る情報の裏づけとして機能していた（F）。第2は訪韓経験による影響の弱化である。訪韓経験とマスメディア（テレビ）からの情報との間に矛盾が生じることにより、訪韓経験への疑いが生まれていた（A）。また、訪韓経験を通してなくなっていた渡航前のイメージ（「過激」）がマスメディア（テレビ）からの情報によって蘇っていることも見受けられた（E）。

韓国人イメージに与える直接経験の影響とその持続性

表9 帰国5ヶ月後の韓国人イメージ全般の振り返り

韓国人イメージ全般への主な情報源	自分の韓国人イメージへの気づき
<ul style="list-style-type: none"> ・訪韓経験 (4) →現地韓国人との接触, 現地での観察 ・インターネット (2) →SNS, YouTube など ・外国訪問経験 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地での経験とニュースで聞く情報との間に矛盾があったりする。どちらの情報にも偏りがあると思ひ、距離を置いている。(A) ・人柄や外見に関する肯定的なイメージが多くなっている。現地での経験の影響が続いている印象を受ける。(B) ・現地での経験の中で、インパクトの強い特徴的な部分は結構覚えている。また行かないと更新されないのではないか。(C) ・現地での経験が最も影響しているが、帰国後に他の国(香港)に行った経験もイメージに影響していると思ひた。(D) ・現地で交流した学生とか現地の風景はそのまま頭の中にあるが、最近の大統領関連ニュース(抗議デモ)が衝撃的だった。帰国直後は「反日」「過激」みたいなイメージはなくなっていたけど、今は「ヒートアップしやすい」イメージをもっている。(E) ・現地での経験がSNSから得る情報の裏づけになっているので、その影響はまだ残っている。(F)

() 内の数値は回答者数。複数回答。A~Fはインフォーマント。

(3) 訪韓経験による影響の持続性

各インフォーマントの渡航前、帰国直後、帰国5ヶ月後の韓国人イメージを比較し、訪韓経験の韓国人イメージに与える影響の持続性を分析した。その結果を表10に示す。

まず、訪韓経験によって生まれた新しいイメージ(10カテゴリー)が当該インフォーマントの5ヶ月後の回答に現れているかどうかを分析した。その結果、5名の回答に7カテゴリー(表10)の当該イメージが出現していた。一方、「無愛想、サービス精神がない」「自己主張が強い、自己中心的」「酒豪、お酒好き」の3カテゴリーは帰国5ヶ月後の回答では報

告されなかった。訪韓経験から新たに形成された韓国人イメージは、5ヶ月後にも比較的注目されていることがわかる。以上の結果より、訪韓経験が韓国人イメージの形成に与える影響はある程度持続可能であることが示唆された。

表10 帰国5ヶ月後における訪韓経験の影響の持続性

韓国人イメージ	事例（インフォーマントの回答）
<p>新しいイメージの持続 (5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「優しい、親切、気さく」 ・「明るい、おもしろい」 ・「親しみやすい、社交的」 ・「人の目を気にしない、マイペース、開放的」 ・「日本に興味をもっている、日本文化好き」 ・「気が短い、せっかち」 ・「配慮しない、強引、マナーが悪い」 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地で接した人の雰囲気、話し方が優しいと思った。(B) ・現地学生との交流会で「明るい」と思った。よく笑っていた。(A) ・インタビュー調査の時、現地の学生がよく話してくれた。関係ない話や質問以外の話までしてくれた。(C) ・現地の学生は男女で仲良く話していた。日本は同性で固まる。(B) ・現地の学生が自分のわからない日本の音楽について知っていた。(C) ・現地の車は歩行者のことを待ってくれなかった。(D) ・現地のバス停の椅子や屋根にゴミが残されていた。(E)
<p>渡航前イメージの再浮上 (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「過激、怖い」 ・「美人が多い、オシャレ」 	<ul style="list-style-type: none"> ・最近の大統領関連ニュース（抗議デモ）が衝撃的だった。帰国直後は「反日」「過激」みたいなイメージはなくなっていたけど、今は「ヒートアップしやすい」イメージをもっている。(E) ・現地の若者は、化粧なのかもともとそうなのかわからないけど、肌色が白かった。(D)

() 内の数値は回答者数。複数回答。A～Fはインフォーマント。

次に、訪韓経験によるイメージの変化（「漠然とした不安や警戒心」の軽減、「表面的な認識」の弱化）の持続性を検討するため、当該インフォーマントの渡航前（変化前）のイメージが5ヶ月後の回答に現れているかど

うかを分析した。その結果、訪韓経験によって弱まった当該イメージが5ヶ月後に再浮上する傾向がみられた。訪韓経験を通して払拭されていた「漠然とした不安や警戒心」（「過激」イメージ）がマスメディア（テレビ）からの情報により復活していた（E）。また、外見に関する「表面的な認識」（「肌色が白い」イメージ）も反例に遭遇した訪韓経験を通して弱まったものの、5ヶ月後に再び浮上していた（D）。以上の結果より、訪韓経験が韓国人イメージの変化に与える影響はなかなか持続しにくいことが示唆された。

5. 考察

5.1 訪韓経験の日韓コミュニケーションへの影響

本研究では、訪韓経験が韓国人の「内面的な特徴に関する認識」を生み出すことを明らかにした。また、そのような影響はある程度持続可能であることを浮き彫りにした。

直接経験によって韓国人に対する新しいイメージが形成されるという呉・松本（2013）の結果は、本研究の結果より支持された。本研究は直接経験（訪韓経験）によって新たに形成されるイメージとして10カテゴリーを導き出したが、そのうち「優しい、親切、気さく」「明るい、おもしろい」「自己主張が強い、自己中心的」の3つは、呉・松本（2013）の結果（「明るい、優しい」「意見・主張・感情を表す」）と類似した内容であった。また、本研究は直接経験（訪韓経験）から「内面的な特徴に関する認識」が形成されやすいことを明らかにした。性格や性向は態度や行動を規定する要因であることから、「内面的な特徴に関する認識」は人に接する態度や人付き合いの仕方を捉えているものと解釈できる。したがって、本研究の結果は、直接経験から「コミュニケーション行動の特徴に関する認識」が形成されるという呉（2013a）の結果を裏付けるものといえる。

では、訪韓経験者がもちやすい「内面的な特徴に関する認識」は韓国人

との接触場面でどのように働くのであろうか。まず、異文化知識として働くことが期待できる。韓国人の性格や性向に関する情報は、異文化知識として作用すれば、相手の行動を理解する手助けとなり、両者の相互理解を深める方向に働くことが期待できる。一方で、先入観として働くことも考えられる。訪韓経験から形成される認識は、自分の体験を根拠としているため、信頼度の高い情報として扱われ、過信されやすいと思われる。韓国人の性格や性向に関する情報が過度に一般化され、先入観として作用すると、相手の個性を無視した画一的な判断を促し、両者の相互理解を阻害する方向に働きうる。

5.2 訪韓経験による偏見の低減効果とその持続性

本研究では、訪韓経験が韓国人への「漠然とした不安や警戒心」と「表面的な認識」を弱めることを明らかにした。また、そのような影響は持続しにくいことを浮き彫りにした。

直接経験によって「反日という認識に伴った不安や警戒心」が弱まるといふ呉・松本（2013）の結果は、本研究の結果より支持された。呉（2013a）は、「反日家」というイメージが、否定的な感情を内包し、マスメディアと学校教育を通して形成されることを明らかにした上で、そのような認識を日本人の韓国人に対する偏見と位置づけている。本研究では、「反日」「過激」という漠然とした否定的な認識が訪韓経験によって弱まる事例を報告している。これは日本人の韓国人に対する偏見が訪韓経験を通して低減される可能性を示唆している。一方で、本研究では、複数の事例より上述した否定的な認識が時間の経過とともに再浮上すること、またその復活にはマスメディアからの情報が影響することを報告した。これは訪韓経験による偏見低減の効果が持続しにくいことを示唆しており、マスメディアがそのような偏見の形成に関与しているという呉（2013a）の結果を裏付ける結果といえる。

6. おわりに

本研究では、国際交流プログラムに参加し、韓国を訪問した日本人大学生を対象に、渡航前、帰国直後、帰国5ヶ月後の3回にわたって韓国人イメージに関する面接調査を実施し、訪韓経験の韓国人イメージへの影響とその持続性を検討した。そして、その結果より、1) 訪韓経験が韓国人の「内面的な特徴に関する認識」を生み出し、韓国人への「漠然とした不安や警戒心」と「表面的な認識」を弱めること、2) 訪韓経験のイメージ形成に与える影響は持続しやすいのに対し、イメージ変化に与える影響は持続しにくいことを明らかにした。本研究は、追跡調査によって直接経験の影響を縦断的に捉えているものの、インフォーマントの属性や人数に限りがあり、仮説探索型の事例研究としての性格が強いといえる。よって、今後大学生以外の対象者を盛り込んだ量的調査を行い、本研究の結果を検証するとともに、より一般性の高い知見を導き出すことが求められる。

参考文献

- Brewer, M. B. (1988) "A dual process model of impression formation." Srull, Thomas K., & Wyer, Robert S. (ed.) *Advances in social cognition*. Vol. 1, pp. 1-36.
- Fiske, S. T., & Neuberg, S. L. (1990) "A continuum model of impression formation, from category-based to individuating processes: Influence of information and motivation on attention and interpretation." Zanna, M. P. (ed.) *Advances in experimental social psychology*. Vol. 23, pp. 1-74.
- 池田謙一 (2004) 『社会のイメージの心理学』サイエンス社.
- 上瀬由美子 (2003) 『ステレオタイプの社会心理学: 偏見の解消に向けて』サイエンス社.
- 宮本聡介 (2005) 「対人認知とステレオタイプ」唐沢かおり (編) 『社会心理学』朝倉書店, pp. 15-28.
- 内藤哲雄 (2006) 『PAC 分析実施法入門: 「個」を科学する新技法への招待』ナカニシヤ出版.

- 呉正培 (2008) 『韓国人大学生の日本人イメージに関する社会心理学的研究：日本語学習の影響を中心に』(博士論文, 東北大学大学院文学研究科).
- 呉正培 (2013a) 「日本人大学生の韓国イメージの形成メカニズム：イメージ形成の因果モデルの提案」『日本研究』35 輯, 中央大学校日本研究所, pp. 285-302.
- 呉正培 (2013b) 「日本人大学生の韓国に対するイメージの内容分析：韓国人大学生の日本人イメージとの比較」『東北亜文化研究』35 輯, 東北アジア文化学会, pp. 303-317.
- 呉正培・松本一見 (2013) 「日本人大学生の韓国イメージに関する質的研究」『言語科学論集』17 号, 東北大学大学院文学研究科, pp. 59-72.
- 辻村明・金圭喚・生田正輝 (編) (1982) 『日本と韓国の文化摩擦：日韓コミュニケーション・ギャップの研究』出光書店.