

1. 偏見とステレオタイプ

2. 国境を越えたコミュニケーション、大衆文化の流通

国際関係学科 **渡邊 聡**

●連絡先 TEL.054-264-5324 FAX.054-264-5324



ステレオタイプ、偏見、スキーマ、集団アイデンティティ、内集団バイアス、イデオロギー、ヘゲモニー、社会的表象、オリエンタリズム、大衆文化、グローバリゼーション、文化帝国主義、ポストコロニアリズム、対外意識

1. ステレオタイプや偏見について、社会的認知に関する社会心理学的実験研究の成果と社会的表象・オリエンタリズム・社会意識・イデオロギーなどに関する社会学的理論とを総合した多角的観点から検討・考察を加える。

ステレオタイプとは、あるカテゴリー(範疇)にくくられた人々、もの、事柄についての単純化された図式的で固定的なものの見方のことである。偏見は、否定的な内容のステレオタイプだと言える。人種・民族、性別、年齢に関するステレオタイプは、ステレオタイプの代表的なものだが、日本の場合は、血液型によるステレオタイプも広く流布し、信じられている。こうしたステレオタイプの形成と維持の仕組みを明らかにすることを目的している。

人間にとって、カテゴリー化に伴うある程度のステレオタイプのものの見方は避けることができないし、それらは無害なことも多い。しかし、それは、偏見や差別、憎悪や対立につながる危険性も常にはらんでいる。ステレオタイプの背後に潜む集団間の利害関係や権力関係に自覚的になること、ステレオタイプを維持させている認知の錯誤について自覚的になることで、ステレオタイプの持つマイナス面を無力化させていくことが必要だと考える。

2. 国境を越えたコミュニケーション、国境を越えた大衆文化の流通について、地域研究者、メディア研究者、メディア実務家、政策立案関係者との協働により、サーベイ調査、聞き取り調査などを用いた実証的な方法で研究を行っている。

日本では、2004年に韓流がブームの最盛期を迎えたが、1990年代後半には、台湾や中国を中心としたアジアの各地で、日本のテレビドラマ、アイドル、ファッション、歌などの大衆文化が大流行した。国境を越えたコミュニケーションのひとつである大衆文化の流通の実態を把握し、それが人々や社会にどのような影響をもたらすかについて、実証的に明らかにしようとしている。

近年、大衆文化輸出のもたらす経済効果や外交効果に注目が集まっているが、海外から流入してくる大衆文化がそれを受け入れる人々によってどのように受けとめられ、どのような影響を及ぼしているかについての実証的で精密な検証はまだ十分になされていない。われわれが行った調査結果の多くは、海外の大衆文化によく接触する人は、その大衆文化の発信国に対して好意的であることを示しているが、両者の因果関係を特定するには至っていない。今後の更なる検証が必要だと考えている。