

英国週刊誌『エコノミスト』に見る世界の中の日本

藤 村 香 予

Eyes on Japan in the U.K. Weekly Magazine: *The Economist*

Kayo FUJIMURA-WILSON

Abstract

This article examines the way in which Japanese news and events are described in the English weekly magazine *The Economist*, from October to December, 2012. When foreign editors write articles, they use many metaphors to attract an audience which give them a huge impact while emphasizing events.

Editors tend to choose particular up-dated events and news, such as elections, war-related news, Fukushima Dai-ichi nuclear power station, acts of Japanese administration and companies, which Japanese people handle differently from Westerners. The articles particularly emphasize the characteristics of Japanese society and people which deeply relate to a group oriented society. Cultural values and criticisms are reflected on these articles and this might be a hindrance for foreigners to understand Japan in cross-cultural communication.

Key words: critical discourse analysis, weekly English magazine, *The Economist*, Japanese news, Japanese culture

1. は じ め に

日本は海外ではどのように伝えられているのだろうか。我々が異国の文化を見る際に、時には理解し難いことがあるように、日本という社会の中では当たり前のことが他の国の文化や価値観から見ると奇妙なものとして解釈されることはよくある。特にメディアは言葉を巧みに操り読者の心情に影響を与える。また過剰な表現やライターの先入観が言葉に鮮明に表れる。

本稿は英国の週刊誌 *The Economist* を題材に、そこで書かれている日本に関わるニュースがどのように取り上げられ伝えられているかを分析していく。世界で広く読まれている雑誌の中の日本のイメージから、日本が英国をはじめとした海外でどのように理解されているのかを考察していくと共に、異文化理解の難しさを指摘していく。Richardson (2007: 51) は自分と他人の文化がどのように談話に反映されるかに関連して以下のように述べ、英国にとって他国の文化である日本について否定的な表現が使われる可能性を述べている。

The ideological square (discourse in general) predicts that 'outsiders' of various types will be represented in a negative way and 'insiders' will be represented in a positive way. This occurs by emphasizing (what is called foregrounding) 'their' negative characteristics and social activities and de-emphasising (or backgrounding) 'their' positive characteristics and social activities.

(談話では、外のは否定的に、そして内のは肯定的に表現される。これはすなわち外の否定的な性質や行為を強調し、肯定的な性質や行為は重視しないということである)

(Richardson, 2007: 51)

本稿では、最初に談話分析の方法のひとつであるクリティカル談話分析についての定義を確認すると共に、海外の文字による記事で日本が取り上げられている例を見ていく。その後、調査方法を説明し、2012年に発行された3か月にわたる *The Economist* の記事を対象に分析を行っていく。今回分析した記事には、日本のイメージが、今なお過去の戦争と結びつき、集団主義的思考特有の公に言葉で表さない側面があることが明記され、エディター達の日本に対するイメージとそれに対する疑問が伝えられている。

2. クリティカル談話分析と日本人論

日常会話という身近なものから、大衆に出回るメディアや書物まで多種多様の談話がある。しかし、「ことば」が伝えるものは内容や情報だけではない。背後には筆者の価値観や意図も隠れている。また時には社会の価値観や社会構造を映し出すだけでなく、それらを生み出す社会過程の一部となることもある(飯野 et al., 2003)。Fairclough (1989) は談話を社会の中で見ることの必要性を唱え以下のように述べている。

Language is a part of society; linguistic phenomena are social phenomena of a special sort, and social phenomena are (in part) linguistic phenomena.

(言語現象は社会の一部であり、言語現象は社会現象の一形態であり、社会現象は言語現象を含む)

(Fairclough, 1989: 23)

更に、言葉と社会性との関係をフォアクラフ (2012) は次のようにも記述し、社会分析や社会研究における言語の重要性について言及している。

社会的出来事の要素としてテキストは因果作用を有している。[中略] テキストは、きわめて直接的に私たちの知識や信念、態度、価値観などにおいて、変化をもたらすことができる。テキストはまた長期にわたる因果作用を有している。[中略] 要するに、テキストは人々(信念、態度など)、行動、社会的関係、そして物質世界に対する因果作用を有し、これらにおける変化に寄与しているのである。

(フォアクラフ, 2012: 9)

また、談話は社会的行為の一部として様々な問題を含んでいる。社会において「ことば」は平等ではなく、差別や優劣、支配や被支配の構造を表しており、時には権力をも行使する(飯野 et al., 2003)。これは社会団体が使用することばからマスメディアで使われることばまで多岐に渡る。こういったところで使われる「ことば」や「表現」は正しいのだろうかという疑問と批判をもとに、1990年代に入り、クリティカル言語認識 'Critical Language Awareness', クリティカル談話分析 'Critical Discourse Analysis' が行われるようになった。

多くの場合、メディアは特定の立場に立ち、一定の見解を伝える。これらは“media stance”（メディアスタンス）と呼ばれ分析の対象となっている。例えば、Iyer (2009) はインド女性に対するプリント上のメディアにおける描写を調査し、“ambivalent and ambiguous with Indian women portrayed as traditional and modern, passive and proactive, dependent and dependent” (p. 241)（インド人女性は伝統的で現代的、受動的だが、先取りをする力を持ち、依存もするが独立心もあるなど矛盾した両側面を持ち曖昧である）と結論付けている。このようにメディアにおける主張は一定のメディアスタンスに基づいて述べられている。

実際にどのようなかたちで言葉が人々の価値観や社会を理解するのに影響しているかを具体的に見た場合、ひとつの例として「日本人がイギリス人にどう思われているか」を取り上げると、花井（2011）は「日本人＝残酷。働き蜂」と考えられていると報告している。日刊紙 *The Times* の日本関連記事について1975年から2005年までを10年ごとに調べ、若者のテロ活動、日本軍による残虐行為や刑務所での虐待、捕鯨問題などからイギリスでは「日本人は残酷」というイメージがひとつの共通認識として読み取れると述べている。イギリス人が第二次世界大戦で日本軍の支配下に置かれ虐待を受けた体験の記憶が今でも色濃く残り、先進国に仲間入りをした日本が、世界有数の工業製品輸出国、世界一の投資国としての地位をイギリスから奪い取った事実はイギリスのプライドを十分に刺激する要因となっている（花井，2011）。

このように我々日本人が過去として扱い、既に忘れかけている出来事が、遙か遠いイギリスの人たちに否定的な印象を与えている事実は現在も存在する。今回、本論にて取り上げた2012年度の *The Economist* の記事においても、イギリス特有の皮肉を使い、日本がイメージと共に描写されている様が確認できる。

3. 調査方法

本稿のデータとなった英国の週刊誌 *The Economist* は、1843年9月に James Wilson によりロンドンで発行された。雑誌は Pearson PLC の傘下にあり、総勢約75名のジャーナリストにより独自の記事が執筆されている（2013年度現在）。*The Economist* の出版理念は自社のホームページに、以下のように書かれている。この理念には社会における権利を重んじ、平等と自由を尊重することが掲げられ、それらを人類世界に求め追求していく姿勢が窺える。

It aims to take part in a severe contest between intelligence, which presses forward, and an unworthy, timid ignorance obstructing our progress, and it takes an editorial stance which is supportive of free trade, globalization, free immigration and some socially liberal causes. It targets highly educated readers and claims an audience containing many influential executives and policy-makers.

（前進するために障害となる無知を打開し、厳格な論戦に参加していくことを目的とし、自由貿易、国際化と人々の移民、社会的自由主義を指示する立場をとっていく。また影響力のある幹部や政策発案者を読者の対象とする）

この記述から、読者はある程度の教育を受けた中流階級以上のビジネスパーソンや官僚であることが推測できる。

The Economist は目次に約20の項目を掲げ、各項目はいくつかのニュースや特集記事から構成されている。それらは世界の地域や主要な国々、金融、経済やビジネス関連、科学や芸術など多

岐に渡る。項目の順序は発行場所によって異なり、日本で購入できるアジア版ではアジアや中国の記事が最初に掲載されている。

例えば、2012年10月6日に発行された号では次の19の項目を目次にあげており、本稿では2012年10月から12月までに発行された計12冊の中から、日本に関して書かれていた26の記事をデータとし、分析を進めていく。

Contents:

1. The world of this week (今週の世界), 2. Leaders (リーダー), 3. Letters (手紙, 意見), 4. Briefing (報告, 要旨説明), 5. Asia (アジア), 6. China (中国), 7. United States (アメリカ合衆国), 8. The Americans (アメリカ人), 9. Middle East and Africa (中近東とアフリカ), 10. Europe (ヨーロッパ), 11. Britain (イギリス), 12. International (国際), 13. Business (ビジネス), 14. Briefing (報告, 要旨説明) 15. Finance and economics (ファイナンスと経済), 16. Science and technology (科学とテクノロジー), 17. Books and arts (書籍と芸術), 18. Economic and financial indicators (経済と財政の指標), 19. Obituary (死亡記事)
(*The Economist* issued on October 6th, 2012, in Asia, p.7)

4. 政治・経済への関心と消え去らない過去

2012年10月から12月までの英国週刊誌 *The Economist* で日本の話題が登場した回数は26回あり、日本関連の記事として取り上げられた記事は政治経済、東北大震災と福島第一原子力発電所（福島原発）、第二次世界大戦を思い起させる記事などであった。海外の国々へ影響するとみられる政治経済のニュースは特に多く取り上げられ、12月16日の衆議院の総選挙に関する記事は合計6回書かれている。

その他、日本のビジネスに関わる記事が合計6回取り上げられており、日本を経済大国の一つとして捉え、政治・経済の動向に注目していることがわかる。これらには世界的に有名な自動車企業のトヨタの記事が3回、次に電気製品を生産販売するパナソニックの記事が1回、ゲーム産業関連の記事が1回、携帯電話 Softbank に関する記事が1回含まれている。

しかし、その一方で日本に対する厳しい印象や近年の津波による原発事故に対する批評も載っている。沖縄を含めた先の大戦を思い起こさせる内容の記事も3回登場しており、68年前の戦争の印象が消えていないのも確かである。また、2011年3月の東北大震災による巨大津波の被害処理、福島第一原子力発電所に関連した記事も二度書かれていた。

4.1 日本のイメージ

記事の最初に書かれる標題 ‘headline’ は読者に強烈な印象を与えるために誇張して書かれる。特に ‘headline’ はイデオロギー（観念, 思考様式）を表している (Richardson, 2007)。日本の記事の標題を見ていくと英国人を含めた海外のメディア（外国人）から見た日本のイメージがわかる。真実を興味深く伝えるために皮肉を含めた表現が使われており、日本では日常使われない、日本語が語源となっている「神風」や「腹切り」などの語彙も見られた。特に、ジャーナリズムにおいては隠喩 ‘metaphor’ の使用が頻繁である。今回取り上げた記事にもよく見られた「皮肉」が日常的に英語でどのように使用されているかを *Oxford English Corpus ‘Sketch English’* で確認すると、「冷笑的, しゃれを使い面白く言う, 激しい怒り, 意図的に無礼 “cynical and ironic, witty and funny, bitter and angry, and rude” を表現するときに頻繁に使われている」と Culpeper

and Haugh (2013) は説明している。

11月17日号の *The Economist* では解散総選挙を決めた政府の記事が、国会の予算委員会で当時の野田佳彦内閣総理大臣と安倍晋三自民党総裁がお互いに日本の習慣であるお辞儀をしている写真と共に掲載されている。この記事は“The Kamikaze election”（神風選挙）と表題が付けられ、副題には“As the economy sinks, the prime minister appears ready to go down with it” (p. 28)（経済の落ち込みと共に、総理大臣も一緒に沈んでいく用意ができているようだ）と書かれている。‘Kamikaze’ は日本の神風特攻隊員（もしくは戦闘機）という語彙から派生して使われている英単語であり比喩的に「無謀」であることを表現している。‘sink’（沈む、比喩的に「姿を消す」）や ‘go down’（落ちる）といった語彙を使用し、今後野田内閣が消えて行く様を率直に伝えている。

更に、同じ号の“The world this week”（今週の世界）では日本の国民総生産は第三期目に0.9%の下落をし、世界第三位の経済大国は、景気後退に向かっている“Japan’s GDP shrank by 0.9% in the third quarter, adding to worries the world’s third largest economy could be heading back into recession” (p. 10) という記事もあり、経済状況が悪い中で民主党への希望が薄い衆議院解散総選挙に対する筆者の厳しい見解を、景気後退へ向かっている“heading back in recession”可能性と共に言明している。

また、12月1日号の“Books and Arts”（著書と芸術）に取り上げられた日本の現代美術の紹介では“Harakiri hellraiser,”（腹切り問題児）という標題が、“An enfant terrible of Japanese art comes out of the shadows”（当惑するような日本芸術が突然出てきた）(p. 86) という副題と共に使われている。これは東京の森美術館に展示された日本人画家の奇妙な作品を紹介する記事であり、“Harakiri School Girls”（腹切り女学生）と書かれた刀を振り回す女学生や銃の乱射と裸の絵を創作作品とする画家の紹介で、“War Picture Returns”（戦争関連絵画の再来）と思わせるような内容だと伝えている。これに対して、画家は自身の悪戯な異常な性格を表現しただけで政治的な主張は全くないと説明しているが、ここで注目すべき点は数多くの伝統的な日本の芸術の中から、このような現代美術を選び掲載しているということであり、エディターが理解し難い日本の芸術のイメージが過去の「戦争」と現代社会においても結びついているということである。これは、否定的なイメージと過去の大戦を結びつけている点で、談話における外の否定的な性質や行為を強調する特性 (Richardson, 2007) に当てはまる。

更に、10月20日号の“The world this week”（今週の世界）では政治家の靖国神社の参拝の記事が掲載されており、このニュースは“An ignoble precedent”（卑しい恥すべき慣例）と表題が付けられ、日本人が過去の過ちや海外の批評を無視していると、批判的な表現で書かれている。

Japan’s new opposition leader, Shinzo Abe, visited the controversial Yasukuni war shrine in Tokyo, which honors Japan’s war dead, including war criminals. Mr Abe would not say if he would visit the shrine again if he becomes prime minister. (p. 8)

（日本の野党の新党首安倍晋三は戦争犯罪人を含む戦死者を祭っており異論とされている靖国（戦争）神社を参拝した。安倍氏は自身が内閣総理大臣になったときに参拝をするかについては発言を控えている）

これらの記事からわかることは、日本の出来事は日本の過去の歴史と結びつけて伝えられる傾向があるということである。それらは日本という国が第二次世界大戦の「加害者」であるという

日本に対する世界の認識を思い起こさせると共に、昨今日本人が無縁と思い込んでいる戦争が、今なお「現代の日本」から切り離されていないことが窺える。「戦争」という強烈なイメージが談話で使用される例は他のトピックでも見られ、例えば「ガン」と「戦争」を結びつけて表現することは読者に強い印象を与え科学的な内容を説明しやすく、物語として伝えるのに効果的であると Camus (2009) は述べている。

4.2 異文化日本；正義と論点の欠如

日本人の考え方が英国人を含む他国の人に理解できないことは多々ある。伝統的な日本文化は今なお根強く引き継がれ、21世紀に入り西洋化が進んでいる日本ではあるが根底にある考え方の変化にまではなかなか及ばないことが記事から読みとれる。正しい行政が行われていない事実、集団的社会では容易に真実を公に話すことができない事実、明確な政策や方針の議論がなされない事実、そして継続することを第一の目的とし、その為にとられる組織的な手段など、民主主義の浸透しているヨーロッパの先進諸国では見られないニュースが日本関連の記事に掲載されている。

例えば、2011年の東北大震災は当時世界中に伝わり、海外から多くの支援を受け、海外の関心が高い事項である。この関連記事として、11月3日号の“The world of this week”（今週の世界）に、復興税の財源が東北の復興以外に使われていた記事が載っている。

An audit of funds for rebuilding areas in Japan that were flattered by last year's tsunami found that some of the money had been misused. Projects that benefited from the earmarked spending included a promotion for Japan's tallest building and research into whaling, all under the guise of economic renewal. (p. 6)

(昨年の津波で被害を受けた地域再建のための資金の一部が適切に使用されていなかった。日本で最も高い建物（東京スカイツリー）の宣伝広告や捕鯨調査など、経済の再生と偽って多くの別のプロジェクトに大金が使われていた）

日本でも一時期話題となった復興税の誤った使い方であるが、エディターが強調しているのは東京スカイツリーや捕鯨など明らかに全く震災に関係のない項目に、経済の再生という表現と共に資金が間違ったかたちで使われていた“some of the money had been misused”ということであった。英国でも税金の使われ方が正しいものであるかの議論はあるが、この記事の題目の「東北大震災の復興」と内容が全く異なることに実際にお金が使われていたという偽りと、更に英国でも反対の多い捕鯨に資金が使用されていた事実は許しがたいことかもしれない。日本国政府は「経済の再生」と理屈付けているが、英国の記者は「間違ったかたちの使用」“misuse”と声明し、日本式の理屈が通じないことがわかる。読者に日本に対する批難と否定的なインパクトを与えるのに十分な内容である。

更に、10月27日号の“Asia”（アジア）の記事では福島第一原発で作業をする人々を取り上げ、“Nuclear workers in Japan, Heroism and Humility: Meet the “Fukushima 50”, the men on the front line of the nuclear disaster” (p. 24)（日本の福島第一原子力発電所の作業員、ヒーローとして見られることを卑下した態度：原発事故処理の前線で働く50名に会う）という表題のもとで、危険な仕事をしている作業員との接触が大変困難であった事実を伝えている。この記事には作業員達の厳しい作業環境が、太平洋戦争時の硫黄島の日本軍に例えて以下のように記述されている。

According to his friends, the man in charge of the Fukushima Dai-ichi nuclear-power plant during the 2011 disaster, Masao Yoshida, say it felt like being on Iwo Jima. That is the North Pacific island heroically defended by the Japanese in 1945 but doomed to fall to the Americans. ... They were driven, especially, by a desire to protect the local communities in which many of their families lived. (p. 24)

(2011年の事故の際、福島第一原発の責任者であるヨシダマサオ氏は硫黄島にいるようだと言っていた。硫黄島は北太平洋の島で、1945年に日本軍が勇敢に戦い、アメリカ軍によって全滅した島である。[中略] 特に、作業員たちは自分たちの家族が住んでいる地元地域を守るという使命で頑張ってきた)

この記事では、東京電力が長期に渡り *The Economist* 誌が要望してきた作業員とのインタビューに応じなかった事実も明らかにされている。本来、英雄としての扱いを受けて称えられるべき作業員が、日本特有の集団を重んじる社会の中で称賛されることは困難であると本誌は説明している。

Yet the Fukushima 50, despite heroic efforts, still suffer from the complex of emotions that soldiers might experience when returning from a losing battle. ... Yet what was striking was that six of the eight men present hid their faces from the cameras. Far from feeling like heroes, they took pains to conceal their identities. ... Tokyo Electric (TEPCO), which owns the plant, long resisted all request to interview these men. But the crippled utility has now been taken over the government, which told it to allow two of them to talk to *The Economist*, a first. (p.24)

(しかし50人の作業員の勇敢な努力にも拘らず、戦争に負けて帰還した兵士のように未だに精神的に苦しんでいる。[中略] 驚いたことに8人中の6人が写真撮影の際に顔を隠した。ヒーローのような思いとは程遠く、自身のアイデンティティを隠し苦しんでいた。[中略] 長い間、本誌は彼らのインタビューを要請してきたが東京電力は拒否してきた。しかし、今回政府の援助により経営を維持している東京電力は *The Economist* による作業員2人のインタビューを許可した)

Heroism is a tricky subject in a group-oriented culture like Japan's – all the more so when it comes to talking to employees of TEPCO, which is deeply reviled. (p. 24)

(英雄という観念は日本のような集団主義を重んじる国には難しい課題である。特に東京電力の社員が会社の悪口を言うことになるとなおさらである)

これらの記事には、日本の組織の裏では間違ったことが行われていたり、正義や英雄が社会的団体の圧力で表に現れないことが明記されている。日本という集団主義を重んじる国では、所属する機関が失態を犯し非難を受けている場合、懸命に作業を続けている作業員達は英雄であるにも関わらず現実的に「英雄」が存在し難いことを指摘している。物語に現れるヒーロー（英雄）は正しい道徳心を兼ね備えた想像上の人物であり各文化において存在する (Jandt, 2013) はずであるが、集団主義下における個人の業績は表面には出にくいことがわかる。

またこの記事では、エディター達の価値観と大きく違う日本の 'group-oriented culture' (集団主義的文化) による価値観も指摘している。日本の集団主義的思考は西洋の個人主義的思考としばしば比較研究されており、その中で、日本の社会では子供のころから集団の中で団体行動のルールを学び、人々は自己を抑え他人への配慮と協調性を身につけていく (Fujimura-Wilson, 2005; Ota et al., 2000; Yoshino, 1992) と明示されている。西側先進諸国では個人主義が確立されているのに対し、日本では同族的行動や振る舞いが尊重されている (Ide and Kataoka, 2002) ことは様々な研究で明らかにされている。また佐藤 (2001) はイギリス人は人前で堂々と自己主張ができるのに対し、日本人は他人を気にするあまり自己の考えを明確に伝えられないと研究結果

で報告している。

次に、12月1日号の“Asia”（アジア）と題する項目では、日本のオーナー企業が今もなおファミリービジネスとして君臨している内容を伝える記事が載っている。“Adult adoption in Japan, Keeping it in the family: Family firms adopt an unusual approach to remain competitive” (p. 28)（大人の養子縁組、家族内で今なお行われ、ファミリービジネスのオーナー企業は競争力を保持するために普通ではありえない方法をとっている）と題されたこの記事では、世界で一般的な養子縁組といえば通常子供たちを引き取る手段であるが、日本で行われる養子縁組の90%以上が成人を対象に行われ、特に20代から30代の男性が会社の後継者となる目的で養子に入るという世界でも珍しい事実を伝えている。

ANDREW CARNEGIE, a 19th-century tycoon, famously said that inherited wealth “deaden talents and energies” – one reason why he gave most of his fortune to charity. Business research tends to support the Carnegie thesis. Companies controlled by heirs often underperform competitors that have professional managers. Except, apparently, in Japan. A forthcoming paper in *the Journal of Financial Economics* finds not only that inherited family control is still common in Japanese business, but that family firms are “puzzlingly competitive”, outperforming otherwise similar professionally managed companies. “These results are highly robust and ... suggest family control ‘causes’ good performance rather than the converse,” say the authors. (p. 28)

(19世紀の実業家アンドリューカーネギーは相続による富は「才能とエネルギーを殺す」と述べ、それが彼自身の富をチャリティーへ寄付した理由のひとつであると言われている。ビジネスの研究では彼の理論が指示されており、相続によって後継された企業は競争に勝てないことが多い。しかし、日本は例外のようである。発売予定である雑誌 *the Journal of Financial Economics* では相続によって後継された企業は未だ日本には多く、これらのオーナー企業は不思議なくらい競争力があり優れているか、またはその業界で立派に生き残っている。この結果は素晴らしく、一族が支配する方が話し合いによるよりよい業績を生むことを示唆していると筆者は述べている)

本来、世界の先進国ではファミリービジネスは衰退していくのが常であるが、日本では逆に企業は成功し存続している事実を取り上げ、その理由として “So how do Japanese firms do it? The answer, says the paper, is adoption.” (p.28)（どうやって日本の企業が上手くやっているのか？その答えは養子縁組であると言われている）と養子縁組について記述している。世界では見られない方法 “We haven’t come across this custom in any other part of the world.” と明言し、企業と家族の存続という目的のもとに大人の養子縁組が行われ、日本人独特の珍しいものとして捉えている。また、大人の養子縁組により日本企業が成功している事実に対して理解し難い様が “puzzlingly competitive”（一体何故そんなに競争力があるのか）と、皮肉ともとれる表現で表されている。家族の存続について、Todd (1985) は家族の構成と政策はその国の政治的な観念に結びつき、一般的に日本では長男が相続する権威主義がとられていると説明している。日本特有の制度が必ずしも海外の論理に当てはまらない一例である。

更に、12月8日号の選挙に関する記事では “Mutton dressed as lamb: As the candidates fan out for a general election on December 16th, voters look as volatile as ever” (p. 29)（親羊が子羊のふりをする：12月16日の総選挙の候補者に熱狂的な有権者）という見出しで、中年の女性が少女のように候補者に熱狂的になっている様子を伝えている。‘mutton’ は ‘old woman’（熟年女性）を表すときに使われる比喩表現であり、熟年女性が少女のように振る舞うという表現は皮肉ともとれる。

... : girls screamed and mothers swooned. Yet that was mostly because one of the candidates was the good-looking-son of Junichiro Koizumi, prime minister from 2001 to 2006 and easily the most charismatic Japanese leader in memory. There was certainly no policy discussion. (P. 29)

(若い女性は叫び、母親たちは気絶しそうだった。それは立候補者の一人に、2001年から2006年まで最もカリスマ性のあった元内閣総理大臣小泉純一郎のハンサムな息子がいるからである。そこには全く政策的な議論はない)

この記事では、政治は政策が語られるべきであるにもかかわらず、人気が高いという単純な理由で立候補者をスターのように扱い、有権者は熱狂的な若いファンのものであると記述されている。通常、選挙活動では各候補の政策が明確に議論され、投票する候補者を選ぶべきであるが、日本人女性の有権者の中には議論を必要としていない人達がいるという事実を伝えている。

またエディターは、この記事に書かれている二世議員候補者の選挙活動で、全く政策の議論がなされていないことに注目している。日本の社会では必ずしも発言をすることが良いと理解されている訳ではなく、話をしない行為が受け入れられることもあり、これに関して Doi (1971) は “privilege of keeping silent” (黙っていることは名誉である) という肯定的な表現を使い、Lebra (1987) は日本の社会では発言しないことが肯定的に理解される “being quiet is often understood to be a positive aspect in Japanese society.” と述べている。

こういった日本人の解釈は、コミュニケーションにおいて発話交互行為が不可欠とされる英語圏の人々と対照的であり、今回取り上げた *The Economist* に掲載されていた日本のニュースや出来事を伝える記事にも、英国人をはじめとする海外のエディター達が常に感じている日本における議論の欠如と自国とのギャップが鮮明に表れている。選挙に関する記事においては、通常政策の議論が不可欠にもかかわらず、政策議論がない “no policy discussion” と批評し、先程の会社存続のための養子縁組に関する記事においては話すことより “... rather than the converse” 一族が支配する方法が取られると説明している。議論 ‘discussion’ や話すこと ‘converse’ を重視するイギリスとそれが見られない日本とのコミュニケーションの相違がメディア談話から読み取れる。

5. ま と め

世界で広く読まれている雑誌の中の日本のイメージは日本人が実際に考えているものと比べ、かなり距離がある。それは海外のエディター達が否定的に感じる日本が頻繁に取り上げられ、描写されているからである。特にメディアは言葉を巧みに操り読者にインパクトを与え、読者の心情に影響を与える。また、隠喩や皮肉を取り入れ、過剰な表現を使い、筆者の先入観が言葉に鮮明に表れる。

本稿は2012年10月から12月までに発行された英国週刊誌 *The Economist* 計12冊の中で、日本に関して書かれていた26の記事を取り上げ、日本が英国をはじめとした海外でどのように理解されているのかを提示していくと共に、異文化理解の難しさを考察した。本論で取り上げた *The Economist* の読者はある程度の教育を受けた中流階級以上のビジネスパーソンや官僚である。

今回の分析では、英国週刊誌 *The Economist* が取り上げるニュースや記事からは、過去の大戦の歴史から離れられない日本の現状が明らかになり、現代に引き継がれている日本の慣習はイギリス人を多く含むエディター達には容易に理解してもらえないことが確認できた。「戦争」とい

う言葉が与える強いインパクトが記事に使われるのはよくあること (Camus, 2009) ではあるが、日本の出来事を伝える記事には戦争に関連する内容と語彙が取り上げられ、現代の日本語ではほとんど使用されていない「神風」や「腹切り」が日本のイメージとして今なお使われ紹介されていた。

また、記事の内容を伝える際に、西側先進国とは考え方が異なるレベルではない日本を表現しているものが多かった。例えば、震災復興の目的とは違う内容に使われていた復興資金に関する記事では、西側諸国が強く反対する捕鯨が含まれていたことや、福島第一原子力発電所の作業員へのインタビュー許可が長期に渡り下りなかった事実、英雄的存在であるはずの福島原発の作業員達が顔を公にしながらないこと、世界的なビジネス理論に反して家系と会社を存続するために成人の養子縁組を行う企業が今なお日本に多い事実、そして選挙活動にも拘らずメインであるはずの議論が欠如しているなど、「公に発言しない」「集団的に行動する」といった日本人の特質が記事の内容に反映されていた。日本という社会の中では当たり前とされていることが他の国の文化や価値観から見ると奇妙なものとして解釈されることはよくあるが、これらの記事が読者に与える影響は、更に日本は理解し難い国としての印象を強めている可能性がある。

掲載される記事が選ばれる前提にニュースとしての価値があるかどうかを考慮されるとともに、それらの記事は「監視する役割」‘community commandos’も担い、「訴えるべき内容’‘appeal’が取り上げられることが多い (Richardson, 2007)。しかし、ジャーナリズムの客観性は時には疑問をいだくことがあるのも確かである。これについて Richardson (2007: 86) は “The voice of the journalist is either too loud or too central for them to be objective.” (ジャーナリストの声は筆者が強調しすぎたり、自身が中心になっていることが多い。) と記述し、実際には ‘objectivity’ (客観性) の本来の定義とはかけ離れていると述べている。また、Khubchandani (2013) はインドにおける言語使用を取り上げた語用論の研究で、東洋式コミュニケーションでは、周囲との繋がりを大切にするため自己を相手に合わせて下げることがあると説明している。これらの点については今回取り上げた記事においても、自由主義や国際化 “socially liberal causes and globalization” を雑誌の理念として掲げているが、西洋的民主主義の視点のみから見た日本に対する批評にとどまっている点は否めない。これはそれぞれの立場と価値観の根底にある文化的側面の理解の欠如であり、その成り立ちと背景を明確にしない限り、本当の意味での異文化理解にはならないのではないだろうか。

この点を含め、今後更に他のメディア談話を取り上げながら細かいトピックや社会的属性に絞った分析を進めていく必要があると共に、記事で使用される語彙や表現の違いも探究していく必要がある。また、クリティカル談話分析において、日本と英語圏の国々とのギャップを埋めるために、世界の大国として日本がどのような行動をなすべきかを考えながら、異文化理解に貢献できる伝え方の探究と必要性を追求していきたい。

参 照 文 献

- Camus, J. T. W. (2009). Metaphors of Cancer in Scientific Popularization Articles in the British Press. *Discourse Studies*, 11 (4), 465-495.
- Culpeper, J. and Haugh, M. (2013). (Im)politeness and mixed messages. Paper presented at the 13th *International Pragmatics Conference*, New Delhi, India.
- 土居健郎. (1971) 『甘えの構造』. 東京：弘文堂.

- Fujimura-Wilson, K. (2005). *A Sociolinguistic Study of Japanese Conversation: Analysis of Three Conversational Features*. Unpublished PhD Dissertation, in Birkbeck college, University of London.
- Ide, S. and Kataoka, K. (2002). Culture, Interaction, and Language. In Ide, S. and Kataoka, K. (eds.), *Culture, Interaction, and Language*. 東京：ひつじ書房, i – xiii.
- Iyer, R. (2009). Entrepreneurial Identities and the Problematic of Subjectivity in Media-Mediated Discourses. *Discourse and Society*, 20 (2), 241–263.
- Jandt, F. E. (2013). *An Introduction to Intercultural Communication, Identities in a Global Community*. Los Angeles: Sage.
- Khubchandani, L. (2013). Language Code as 'Being' Vis-à-vis Language Activity as 'Becoming.' Paper presented at the 13th International Pragmatics Conference, New Delhi, India.
- フェアクラフ, ノーマン. (2012). 『ディスコースを分析する, 社会研究のためのテキスト分析』. 東京：くろしお出版.
- 花井晶子. (2011). 「日本人と〈残酷〉～イギリスの日報紙 *The Times* の日本関連報道から～」. *Media, English and Communication*, 1, 73–85.
- 飯野公一, 恩村由香子, 杉田 洋, 森美直子. (2003). 『新世代の言語学, 社会・文化・人をつなぐもの』. 東京：くろしお出版.
- Lebra, T. (1987). The Cultural Significance of Silence in Japanese Communication. *Multilingua*, 6 (4), 343–357.
- Ota, H., Harwood, J., Williams, A. and Takai, J. (2000). A Cross-cultural Analysis of Age Identity in Japan and the United States. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 21 (1), 33–41.
- Richardson, J. E. (2007). *Analysing Newspapers, An Approach from Critical Discourse Analysis*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- 佐藤淑子. (2001). 『イギリスのいい子 日本のいい子 自己主張とがまんの教育学』. 東京：中公新書.
- 鄭 高咏. (2003). 「羊に関するイメージ考察—中国のことばと文化—」『言語と文化』9. 愛知：愛知大学. 181–200.
- The Economist, Retrieved from <http://www.economist.com/mediadirectory>
- Todd, E. (1985). *The Explanation of Ideology: Family Structures and Social Systems* (D. Garrioch, Trans.). Oxford: Basil Blackwell.
- ヴィダック, ルート・マイヤー, ミヒヤエル. (編) (2010). 『批判的談話分析入門, クリティカル・ディスコース・アナリシスの方法』. 東京：三元社.
- Yoshino, K. (1992). *Cultural Nationalism in Contemporary Japan, A Sociological Enquiry*. London: Routledge.

Appendix

使用した記事は *The Economist* の以下の号に掲載されている。

- The Economist* October 6–12
The Economist October 13–19
The Economist October 20–26
The Economist October 27–November 2
The Economist November 3–9
The Economist November 10–16
The Economist November 17–23
The Economist November 24–30
The Economist December 1–7
The Economist December 8–14
The Economist December 15–21
The Economist December 22–January 4