

# フランスにおける日本のステレオタイプ ——ピエール・ロチからパリ・マッチまで——

ジャン＝リュック・アズラ

池澤明子\*

## 1 はじめに

本稿<sup>[1]</sup>は、フランスにおける日本のステレオタイプを分析するとともに、それを通してステレオタイプそのものの機能およびジャーナリズムとの関係について考察するものである。そのために、まず新聞・雑誌に表れた現代フランスにおける日本のステレオタイプを分析する。次に、明治時代に書かれたピエール・ロチの作品において日本がどのようにステレオタイプ化されたかを見る。

「ステレオタイプ」は、広辞苑（第5版）では「紋切り型。常套的な形式。また、型にはまった画一的なイメージ」と説明されている。Jahoda（1964）は以下のように説明する。

「人の階層や集団、物質に対する信念で、あらかじめ持たれているもの、つまり、現象が起こるごとに新たな評価が行われるわけではなく、習慣的な判断と期待によって行われるもの。（中略）ひとつのステレオタイプは信念であり、証拠によって裏付けられた仮説として出されるものではない。完全にあるいは部分的に誤っていると看做しても、固定されてしまっているものである。」<sup>[2]</sup>

（Jahoda, 1964 : p.694, Amossy et Herschberg の引用より）

（日本語訳は筆者による）

ある国や集団に対するステレオタイプには、肯定的なものと否定的なものが

あり、両者は表裏一体である。否定的なものだけではなく、肯定的なものでさえ、その国や集団の現実の姿を反映したものとはいえない。フランスにおける日本のステレオタイプがそうであるように、日本におけるフランスのステレオタイプも同様であろう<sup>[3]</sup>。

ステレオタイプの機能には、個人的なもの和社会的なものがある。個人的には、ある個人がその属する社会の中で自分自身のアイデンティティを形成するために機能する。社会的には、ある集団が自身を定義するために機能する。ステレオタイプは他者と比較しての異同を測るためのものであり、それが真実かどうかは要点ではない。要点は、自己に関するイメージが瞬時につかめるかどうかである。他者に関するステレオタイプは他者のためではなく、自己のためのものである。その理由で、常に肯定的なものと否定的なものの両面を持つことになる。

現代のステレオタイプにはジャーナリズムの問題がつきまとう。例えば、フランスのジャーナリズムは比較的人権と個人のプライバシーを尊重しており、外国や異文化に関しても配慮している。少なくとも1990年代の終わり頃まではスキャンダルの要素が少なく、冷静であった。しかし、客観的であるように努めながらも、日本に対しては偏った報道がなされている。つまり、ステレオタイプを多く使用している。そのため、日本に関する記事は日本の現実から遠く隔たった印象を与える。

その原因は、フランスにとって日本が神秘的で興味深くあると同時に、模範となるモデルでもあるからだと考えられる。3つの点において、日本はフランスのモデルたり得る。まず、経済モデル。次に、伝統と近代化の均衡をどうとるのかを考える際のモデル。最後に、アメリカとどのような関係を構築するかを考える際のモデル。真の日本の姿ではなく、日本のステレオタイプこそが、フランスが自分自身について考える際に機能する。ステレオタイプが正しいか間違っているかは問題ではない。肯定的なステレオタイプには自己のモデルを見て、自己を改善しようとする。否定的なステレオタイプを通しては、自己のイメージと価値を再確認し、アイデンティティを強化する。ステレオタイプは、自己の属する集団と他の集団を分ける道具の機能を果たす。真の日本の姿がステレオタイプを育てる土壌とすれば、フランスが求めるのは土壌ではな

く、そこから育ったステレオタイプである。発行部数や視聴率を伸ばすために受け手の期待（＝ステレオタイプ）に応えようとするジャーナリズムは、そうすることでステレオタイプをますます強化していく。

以下、フランスにおける日本のステレオタイプを分析しながら、ジャーナリズムやそれに準ずる種類の文学作品がなぜ、またどのようにステレオタイプを利用するのかを見ていく。まず、日常における使用例からステレオタイプの基本的な機能を見る。ステレオタイプはあらゆるものに使用されており、モノを売るためにも利用される。次に、現代フランスのジャーナリズムにおける日本のステレオタイプを分析する。Honoré (1994) の1980年から1993年までの活字媒体における調査とそれ以後の新たなステレオタイプから、日本に関する10のステレオタイプ・カテゴリーを抽出し、それぞれの起源を探る。そして、現在でもフランスで日本といえば名前の挙がる作家ピエール・ロチの日記と旅行記の記述の差異に注目し、彼の作品が日本のステレオタイプの源流になったことを確認する。最後に結論を述べる。

## 2 ステレオタイプの機能

一つの絵本を例にとってみよう。「たこのオクトくん」(2002)という幼児向けの絵本には、3匹のタコの家族が登場する。子どものタコは、頭が大きく、足が短く、頬が赤い。母親のタコは、足が細く、指輪をはめ、目にはまつ毛、こちらも頬が赤い。父親のタコは、体が大きく、口髭があり、頬は赤くない。これは本物のタコの写生だろうか？ もちろん、ちがう。著者は人間のステレオタイプを用いて、タコの家族を描いているのだ。しかし、我々はこの絵のおかげで、どれが女でどれが男か、どれが子どもでどれが大人かを簡単に見分けることができ、その関係を把握することができるのである。

このように、ステレオタイプには有用な機能がある。ステレオタイプは、世界の表象を分かりやすくし、知らない世界のイメージを掴みやすくしてくれる。そのため知識を人に伝える際にも大きな役割を果たす。例えば、熊の絵がロシアの上にかかれている子ども向けの地理の本がある。ステレオタイプは教育にも使用されているのである。

一方、ステレオタイプによって引き起こされる問題もある。過度の単純化のせいで、ステレオタイプなイメージを持たれる側が、差別を受けることがある。性差別や人種差別がその例として挙げられる。もちろん、ステレオタイプを使用する側も、誤った世界観を持つという危険にさらされている。全ての人々が、ステレオタイプと現実の区別が常にできるとは限らないのだ。

このことに関連したロラン・バルトの指摘がある。

「言葉から作り出される記号、つまり記号とはお互いが認識している限りにおいて、お互いが繰り返している限りにおいてしか存在しない。記号とは、付和雷同の生き物なのである。どんな記号にもこのような魔物が潜んでいる。ステレオタイプである。私はもはや言葉の中に転がるものを集めてしか、話すことができない。」<sup>[4]</sup>

(Roland Barthes, 1978, «leçon», p.15; Amossy et Herschberg の引用より)

(日本語訳は筆者による)

どんな記号（言葉）も事物そのものを示すことはできない。例えば「フランス」という言葉も一つの記号であり、それはフランスそのものではない。その記号には、フランスについての繰り返され、強化されたステレオタイプがつけ加えられているのである。

特定の集団に関するステレオタイプについてまず簡単に考察するために、かつてフランスで普及していたバナニアというチョコレート飲料の広告を例にとる。この宣伝ポスターには、アフリカ人男性の顔とスプーンを持った手が大きく描かれ、顔の下に «Y'a bon... Banania»（日本語にすると「バナニア、おいしいあるよ！」という感じか）という宣伝文句が書かれている（図1参照）。この広告は1915年から1960年まで使用され、その宣伝文句とともに大変有名になった。これはアフリカ人が話すフランス語のステレオタイプを、広告に利用したものである。

&lt;図1&gt; バナニアの広告



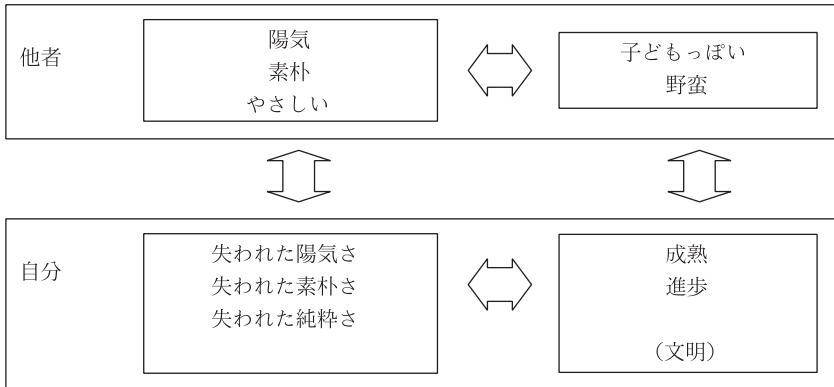
この広告を見る者はこのステレオタイプを通して、知らない世界（この場合は「遠いアフリカの国」）のイメージを簡単に掴むことができる。そして、商品についての情報（アフリカ的なものであること——アフリカ産であるのかどうかは関係ない）を得ることができる。

商業における広告の目的は「ものを売る」ことであり、より多く売るために様々なものを利用する。例えば、暴力のイメージ、性のイメージなどが挙げられるが、ステレオタイプもそのひとつである。それらは世界の単純化したイメージを使っているために分かりやすいのである。

が、ステレオタイプ自体にはそれ以外の機能もある。ステレオタイプは「「私たち」と「彼ら」は違う」というメッセージをも伝える。それによって、「私たちは」「私たちは」に足りないもの、「私たち」が失ったものを意識する（例えば、バナニアの広告の場合では、陽気さや素朴さ、純粹さ、やさしさなど）。と、同時に「私たち」が「彼ら」より優位であると感じる（「彼ら」は子どもっぽい、「私たち」は成熟している。「彼ら」は野蛮だが、「私たち」は進んでいる。→「(自分たちが) 彼らでなくてよかった」…。そして、ちがう者を意識することで、近い者がより近しく感じられるようになる。こうして、「私たち」は「私たち」の集団内の結束を強化する（図2参照）。

広告は商業主義のためにステレオタイプを使用しているだけであるが、ステレオタイプには肯定的なものと否定的なものがあり、功罪は紙一重である。しかも、ステレオタイプが伝えるのは、対象の現実の姿ではなく、「現実らしいイメージ」だ。

<図2> バナニアに見られるステレオタイプ



### 3 現代フランスにおける日本のステレオタイプ

では、フランスにおいて、日本はどのようなステレオタイプ・イメージを持たれているのだろうか。つまり、フランスにおいて日本が語られる時、どのようなキーワードが使用されるのだろうか。まず、フランスの新聞、雑誌において観察してみたい。

#### 3-1 フランスの雑誌・新聞における日本のステレオタイプ

特徴的な2つの年代から、フランスの代表的な週刊誌2誌の記事を取り上げる。

「Le Nouvel Observateur」は中道左派系の総合誌で、読者層はサラリーマンおよび管理職が中心である。その1982年の日本のルポルタージュ記事では、日本の産業が取り上げられている。80年代、日本の経済成長は世界の目を惹

き、フランス社会も日本型経営を大きく称賛した。日本型経営が流行となり、フランスの企業がこぞって真似をした時代である。

記事タイトル「日本——未来への大躍進」<sup>[5]</sup>

記事前書き「自動車、ハイ・ファイ、テレビ、ビデオデッキ、ラジオ、時計…、それらは目に見える [経済の] 武器である。しかし、まだそれ以外の更に効果的な武器が存在する。それはその国の企業の研究所で作られている。日本人は真似の天才だったが、創造的になることをも決意している。[本誌のレポーター] ジョゼット・アリアに、驚きで息がとまるような産業プロジェクトのいくつかを彼らは披露してくれた。」

Le Nouvel Observateur (1982年3月2228号)

(日本語訳, [ ] および下線は筆者による)

筆者が下線を引いた部分は、フランスにおける日本のステレオタイプが表現されていると思われる部分である。読者が意識的または無意識的に持っている日本のイメージに応えたものだ。例えば、「武器」という表現は「脅威」「危険な国」というイメージに込められている。

「Le Figaro Magazine」では、1990年4月に日本特集が組まれた。この雑誌は、右派系の日刊新聞「Le Figaro」の日曜版付録の総合雑誌で、読者層はサラリーマンが中心である。1990年頃、日本はバブル経済の頂点にあった。タイトルの意味は「日本の挑戦」なのか「日本からの挑戦」なのか曖昧である。この両義性は意図的であろうと思われる。

表紙タイトル「日本 [から?] の挑戦—6ヶ月に渡る取材がとらえた初公開写真」<sup>[6]</sup>

記事タイトル「これがニッポンだ」<sup>[7]</sup>

記事前書き「現代日本の困難な挑戦は、聖なる伝統の掟と超近代 [主義] の要求を両立させることだ。我々のルポタージュ写真家ジャン＝ミシェル・ヴォージュ、イヴ・ジェリーは、ニッポン帝国約37,780km<sup>2</sup>にわたる長い探求の末に、驚くべき写真を持ち帰った。これらの写真は、宗教的ともいえる過去からの価

値観へのこだわりと、繁栄する経済の未来への熱望とのバランスをとろうとする意志を証明している。少なくとも現在は、そのバランスは一見、成功しているかに見える。ここ10年の異常なまでの経済的繁栄の鍵がここにあるのだろう。我々は、日本の成功を警戒しないといけないのだろうか？ 我々は、日本の成功から我々のための教訓を引き出さなければならないのだろうか？ この写真特集「これがニッポンだ」は、我々の思考を明確にするのに役立つだろう。」

Le Figaro Magazine (1990年4月7日14188号)

(日本語訳, [ ] および下線は筆者による)

日本型経営が流行した時期の1982年の記事は日本を模倣するべきだという論調であった。日本は脅威であると同時にモデルであったのだ。下って1990年、フランスは日本のやり方をフランス企業にあてはめることができないことに気付いていながら、しかし、その原因は分かっていた<sup>[8]</sup>。そこで、その原因を「伝統」に求めていたのであった。

### 3-2 Honoré によるステレオタイプ研究

Honoré (1994) は、1980年から1993年までの14年間にわたるフランスの新聞・雑誌を調査して、日本についてのステレオタイプを細かく分析している<sup>[9]</sup>。彼が調査した新聞・雑誌は19種類にのぼり、左右両系の新聞・総合誌から経済誌、ファッション雑誌、旅行雑誌、科学雑誌、健康情報誌など多方面にわたっている。それに伴い読者層も女性、男性、青少年、中年、サラリーマン、管理職と多岐にわたり、幅広い層が調査の対象になっている(表3参照)。



〈表3〉 Honoréが調査対象とした新聞・雑誌（1980～1993）

注）発行部数，読者層，種類は筆者による

題名	発行部数	読者層（種類）
Libération	日刊 160,000	サラリーマン，管理職（左派系新聞）
Paris-Match	週刊 663,000	一般（右派系総合誌）
l'Express	週刊 431,000	サラリーマン（右派系総合誌）
le Figaro Magazine	週刊 476,000	サラリーマン（右派系総合誌）
le Nouvel Observateur	週刊 436,000	サラリーマン，管理職（中道左派系総合誌）
le Figaro Économie	週刊 370,000	管理職（経済誌）
le Point	週刊 290,000	一般（中道系総合誌）
Marie-Claire	月刊 448,000	女性（ファッション誌）
Géo	月刊 447,000	一般（旅行誌）
Ça m'intéresse	月刊 316,000	青少年（科学誌）
le Monde Diplomatique	月刊 130,000	サラリーマン，管理職（政治，社会誌）
l'Écho des Savanes	月刊 116,000	中年（漫画，ユーモア記事の雑誌）
Vital	月刊 105,000	女性（健康情報誌）
le Nouvel Économiste	隔週 72,000	管理職（経済誌）
Dynasteurs	月刊 10,000以下	管理職（経済誌）
Voyages d'Affaire	月刊 10,000以下	管理職（出張情報誌）

Honoréは、フランスにおける日本についてのステレオタイプのうち、肯定的なものは8つのキーワードに集約されるとしている（表4参照）。①活力，②合意，③精神性，④美，⑤伝統，⑥名誉，⑦柔軟性，⑧革新志向である。そして、この8つのそれぞれに明確に対応する否定的なステレオタイプを抽出している（表5参照）。①暴力，②服従，③難解，④軟弱，⑤因習，⑥〔人間〕疎外，⑦表裏がある，⑧伝統文化の喪失である。

&lt;表4&gt; Honoré による肯定的なステレオタイプ8種

注) 日本語訳は筆者による。例は筆者が補足したものも含む

肯定的なステレオタイプ	キーワード	例
Énergie 活力	Dynamisme ダイナミズム Force 力 Performances 成果 Travail 仕事 Efficacité 効率	「日本人の生命力の秘密は何か？」 「全日本人を新世紀の征服活動へ駆り立てる壮絶なエネルギー」 「彼らとの競争力を保ち続けるにはどうすればよいのか？ 食事量を減す、睡眠時間を短くする、もっと働く、そしてもっと元気になる。そのための方法を見つけなければならぬ」
Consensus 合意	Harmonie 協調 Wa 和 Courtoisie 礼儀 Politesse 丁寧	「被雇用者が反対することを決定することはできない。あらかじめ根回しをしておかなければならない」 「反抗は禁止。NOを言うことは禁じられている」
Spiritualité 精神性	Maitre 師 Sage 賢者 Temple 社寺仏閣 Zen 禅	社寺仏閣、道場、日本庭園、伝統家屋(写真) 「企業のトップは、古典的教養を身につけた賢者である」
Esthétique 美	Art 芸術 Raffinement 洗練 Dépouillement 簡素 Beauté 美 Nature 自然	「淑女ニロ子さんは、私たちのために、趣味のいい洗練された素敵なお店を開けてくれた」 「駅で売られている庶民的な弁当の神秘、素朴、洗練」
Tradition 伝統	Culture 文化 Ancien 由緒ある	「日本はそのルーツと伝統文化から離れないという能力を持っている」 「着物を着よう！——サムライ、ゲイシャ、ショーゲンではなくても、伝統的な帯使いの服装を取り入れよう！」 リョカン、イケバナ、ゲタ、オンセン、スシ、ゴハン、スモートリ、オチャ＝“honorable (名誉ある) thè(茶)”, ヤマダサン＝“honorable monsieur Yamada” 注) 日本語ではないが、フランス人にとって日本語的な印象のある表現をしばしば使用する。
Honneur 名誉	Loyauté 忠誠心 Fiabilité 信頼できる Qualité 高品質 Dévouement 献身 Samourai サムライ	「一番私が感動したのは、名誉に対する感受性の高さである。その「武士道」、つまり「サムライの道」。それは、何世紀を経てもはっきりと続いている」 「サムライの矜持——国と美徳を愛すること、勇気と礼節を大切にすること、責任感と忠誠心を持つこと」

Souplesse 柔軟性	Flexible 柔軟 Étudier 探求 S'adapter 適応 Intelligence 知性	「忍耐強く、緻密で、細かい研究」 「自分達のクルマの欠陥を徹底的に追求するため、トヨタの技術者たちは何ヶ月にもわたって砂漠を走り回り、[日本にある]工場の一貫組立工程の変更を年に何度も要求するのを躊躇しない」
Innovation 革新志向	Moderne 近代的 Ultramoderne 超近代 21 <sup>e</sup> siècle 21世紀 Futur 未来 Créativité 創造性	「一年であっという間に造られた摩天楼…、28,000トンの海に浮かぶ街…」 「未来志向の国」

<表5> Honoré による否定的なステレオタイプ8種

注) 日本語訳は筆者による。例は筆者が補足したものも含む

肯定的な ステレオタイプ	否定的な ステレオタイプ	キーワード	例
Énergie 活力	→ Violence 暴力	Agressivité 攻撃的 Guerre 戦争 Pearl-Harbor パール・ハーバー Invasion 侵略 Samourai サムライ	「昔の大隊と飛行小隊から、現代のミツビシ、トヨタ、ミツイなどの[社員の]大隊まで、同じエネルギー、同じダイナミズム、同じ計画立った頑張り」 「日本人は[経済において]殺人者だ」 「どうやって日本は我々を[経済において]侵略するのか」
Consensus 合意	→ Conformisme 服従	Uniforme 制服 Salaryman サラリーマン Robot ロボット Grégaire 付和雷同	「日本人は、個人に価値があるということを前向きに認めることができない」 「子ども達は、学校でプログラミングされる前に、既にロボットごっこをしている…。5歳で、男の子たちは初めての適性検査を受けさせられる」

Spiritualité 精神性	→	Ésotérisme 難解	Énigme 謎 Fermé 閉鎖的 Complicqué 複雑 Subtilités 微妙	「処世術の煩瑣なこと、日本の論理の構築の仕方の予測のできないことを発見する」 「日本の金科玉条は「簡単にできることも複雑にする」ということのような」 「確かに、[日本語で]「パン」という言葉は、もっとも普通の言い方からもっとも丁寧な言い方まで、例えば、ソアーヘ、フォランソー、アナタガという。」 注) 誤った日本語を書いている。
Esthétique 美	→	Miévrerie 軟弱	Petit 小さい Miniature ミニチュアの Courbettes 腰が低い	「[そのパリにある日本のバーに] あなた [フランス人] が入って来るのを、何十もの細い目が見つめる。金融界で働くボーイスカウト少年のような男たちが、チューニングのおかしいギターの伴奏で猫が鳴くように歌っている。鳥のようにピーピー喋る子どもみたいな女が、漢字で書いてあるメニューを壁に貼る。」 「パンクでさえも小さいだ」
Tradition 伝統	→	Archaïsme 因習	Féodal 封建的	「封建的な社会構造」 「封建的な文化」 「ニッポン帝国」「金融帝国」「産業帝国」… 「労働者はヴァカンスをハラキリした [休暇を諦めている]」
Honneur 名誉	→	Aliénation [人間] 疎外	Sacrifice 自己犠牲 Soumission 服従 Souffrance 苦しみ Stress ストレス Karoshi 過労死	「仕事のカミカゼ [過労死するまで働く人]」 「会社のサムライ」 「会社に身を捧げない人は裏切り者であり、報復されるか解雇されることになる」 「日本女性は、夫が仕事中毒に耽っている間、独りで家にいることにもう飽き飽きしている。社会からの抑圧にもうんざりしている」 「日本人女性に誉めるところがあるとすれば、自殺しないところだ」(アメリー・ノートン)

Souplesse 柔軟性	→	Duplicité 表裏がある	Tricher ずるい Copier 真似する Espionner スパイする Stratégie 策略	「フランスはアイデアがある。日本人がこのアイデアを盗んで、使う」 「観光客+カメラ=産業スパイ」(記事タイトル) 「日本人は西洋をどうやって犯すかずっと考えている」(エディット・クレソンの発言「Libération」の記事より) 「日本のタコ[何本もの長い腕で世界中のものをとる]」
Innovation 革新志向	→	Déculturation 伝統文化の喪失	américanisé アメリカ化 occidentalisé 西洋化 pollution 公害 détruire 破壊 béton コンクリート	「[日本は]西洋化すればするほど、自分のルーツと独自の文化を失うことになる盲目の巨人だ」 「大阪はまさにスーク [バザール] だ。しかも、ネオンの壁と、闇の地域のあるスークだ。万博の跡地は小さいな遊園地として再利用されている。すでに片足を21世紀に踏み出している世界で一番醜い街のスタイルは、まさに吐き気を催させるような成金文化のスタイルだ」

ここではステレオタイプに肯定的なものと否定的なものがあり、それが対応していることが明確に見て取れる。これらのステレオタイプは現実の日本の姿を忠実に伝えるものではない。「タコのオクトくん」に使用されたステレオタイプは、タコに関する情報を伝えるためのものではなく、子どもに自分とその環境に関して考えさせるためのものであった。同様に、フランスにおける日本のステレオタイプも、日本の現実像との関係はゆるく、フランス人自身とその環境について考えさせるものだ。

マスメディアの情報の受け手が求めているのは、自分自身について知ることであり、日本の真の姿に関する情報を得ること自体は究極の目的ではない。受け手がステレオタイプを通して得ようとしているものは、まず自分自身の価値を再確認すること、次にそれを改善することである。そのため、ステレオタイプには常に肯定的な面と否定的な面の両面が生じる。メディアは、受け手がステレオタイプを求めていることを理解しているので、意識的、無意識的にステ

レオタイプを利用する。それにより、発行部数や視聴率を伸ばそうとする。これは、フランスに限った現象ではない。マスメディアそれ自体の特徴である。日本のマスメディアにおいても、フランスについてだけでなく外国のすべての国について同様のことが観察されるだろう<sup>[3]</sup>。

### 3-3 新たなステレオタイプ

Honoré は1994年に以上の調査結果を発表したが、その後2つの新たなステレオタイプが加わった。肯定的⇔否定的の対応で示すと「先進のポップ・カルチャー⇔低俗な文化」と「エロチシズム⇔倒錯」である。

それには主に二つの原因が考えられる。フランスのマスメディアにおける性の自由化の本格化と、日本のマンガ・アニメ作品の普及である。しかも、このふたつは密接に関連している。1984年までフランスには国営放送しかなく、テレビ放送の内容が非常に限定されていたが、85年以降民放の参入が始まり、それとともにポルノが自由化し、マスメディアにおけるポルノの地位が上昇した。それが本格化したのが90年代である。本格化に伴い、それまでは流入していなかった日本の成人向けあるいはポルノ的な要素のあるアニメやマンガが流入し、ポルノの一ジャンルとして扱われるまでに浸透した。

もちろん、同時期には世界的な「ポケモン・ブーム」などがあり、幅広いジャンルのマンガ・アニメが一般に普及していった。70年代の終わり頃から、テレビでは日本のアニメが放映されていたが、例えば「マジンガーZ」や「キャンディ・キャンディ」などの低年齢児童向けに限定されていた。が、90年代初めには様々なジャンルのアニメが放映・上映されるようになり、それとともに様々な種類のマンガもフランス語訳で広く読まれるようになった。

こうして、上記2つのステレオタイプが決定的になった。

実は、「エロチシズム⇔倒錯」というステレオタイプは以前より日本に關してあったものであるが、Honoré の分析でも表れていなかったように一部の日本通、芸術通の間に留まっていたのが、このマンガ・アニメブームで一気に表に出てきたものと考えられる。それ以前の「エロチシズム⇔倒錯」イメージに影響があったものは、例えば、作家三島由紀夫の作品と言動（自死は1970年）、

大島渚の映画「愛のコリーダ」<sup>[10]</sup> (1976年)、「戦場のメリー・クリスマス」(1983年)、佐川一政事件(1981年)などである。90年代には、ブルセラ騒動や援助交際も大きく報道され、他から来る「エロチシズム⇔倒錯」イメージと補強しあうこととなった。

このふたつの新たなステレオタイプに関して、二例紹介する。

日本でもその映画が劇場公開される映画監督ジャン＝ジャック・ベネックスによる日本社会についてのドキュメンタリー番組が、1994年フランス国内でテレビ放映された。タイトルは、「おたく——ヴァーチャル帝国の息子たち」<sup>[11]</sup>である。ここでも「未来志向性」(「ヴァーチャル」)と「伝統」(「帝国の息子」)という相反するステレオタイプが用いられている。この番組は後にビデオ化され、一般向けに発売された。ビデオのパッケージには「公益ドキュメンタリー」<sup>[12]</sup>と大きく書かれている。これは、「フランス人はこれを知っておくべきである」という警告であり、「私たちもこうなるのか?」という不安をフランス人に喚起している。パッケージの裏には、ビキニ姿のアイドルや戦争ごっこをする成人の写真があり、性と暴力を強調している。ビデオのパッケージとそれが与える強烈なイメージに監督ベネックスの意図とどのような異同があるのかは不明だが、このドキュメンタリーは新たな日本のステレオタイプに応え、かつそれを補強するものであっただろう。

下って2003年、「Paris-Match」という週刊誌(右派系総合誌)に、「ケーブル・テレビにエッチ・アニメ登場」<sup>[13]</sup>という見出しとともに日本の記事が載った。

### 記事前書き

「オランピア・ル＝タンは、ケーブル・チャンネル『パリ・プレミア』の番組「禁断の夜」のためにイメージ・チェンジし、キュートでエッチな司会者を演じている。日本狂の彼女が、キッチュなセットの中、頭に蛍光色のリボンを結んで現代ニッポン・ルックで、成人限定のアニメをナビゲートする。日本人がちょっと変態であることは知られているが、この夜、それが本当であることが確信できるだろう。このキュートでエッチな作品を見ると、あなたもその虜になって、変態になり、自分にこんな趣味があったことに驚くかもしれない。」

Paris-Match (2003年4月30日 M20533号)

(日本語訳および下線は筆者による)

記事全体に新たな日本のイメージに結びつくような表現が散りばめられている。

以上のような新たなステレオタイプも、肯定的なイメージと否定的なイメージの二面性を持っている。ポップカルチャーの「新しい」「進んでいる」という積極的なイメージの裏には、「低俗」という否定的なイメージがある。「エロチシズム」「セクシー」は「倒錯」と表裏一体である。日本のマンガやアニメ、ファミコン、J-POPに惹かれ、その浸透を受け入れる一方で、その低俗さ、暴力性、女性蔑視的な側面に眉を顰めている。そして、それらが日本や日本人に対するイメージと重なっている。

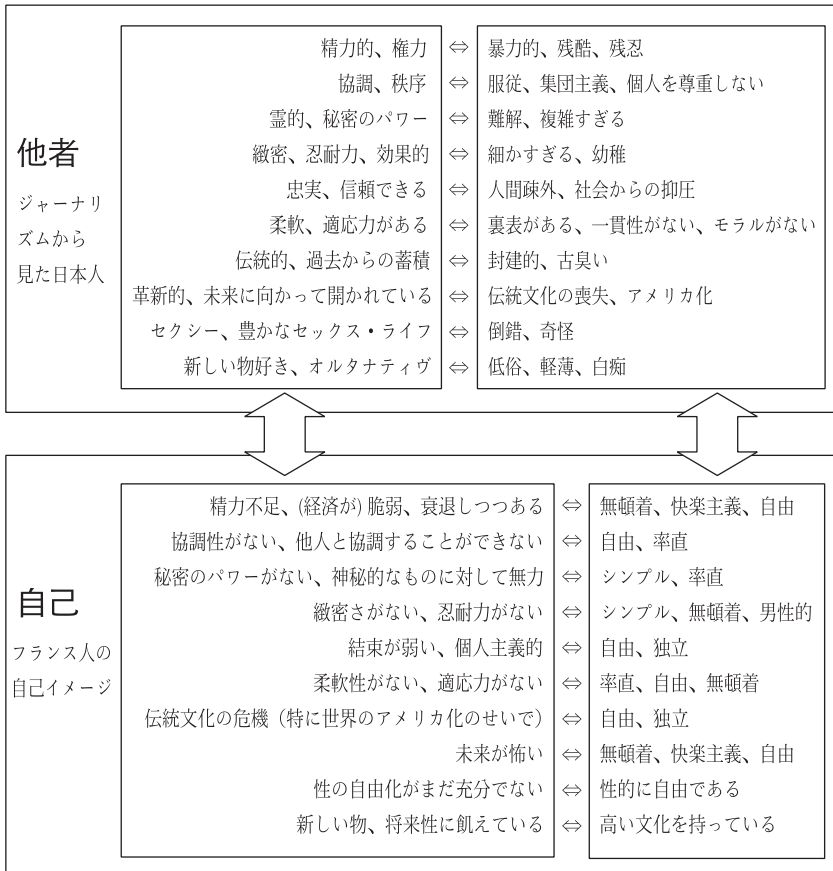
### 3-4 ステレオタイプの心理学的および社会学的分析

日本に関するステレオタイプは、肯定的なイメージと否定的なイメージが表裏一体であることを見てきた。例えば、「協調性」があり、「秩序立っている」ことが称賛される一方で、「盲従的」な「集団主義」で「個人を尊重しない」と非難される。

これらのステレオタイプは何を表現しているのだろうか。これらは、日本への眼差しを表しているだけではない。フランス人の自己イメージをも表しているのである。日本人に「協調性がある」と言及する時には、自分たちに「協調性がない」ことを意識している。日本人が「精力的」で「勢力がある」と言及する時には、自分自身を「精力不足」で「(経済的に)脆弱」で「衰退しつつある」と捉えていることが分かる。また、日本社会が「人間疎外的」で、日本人が「社会から抑圧」されていると見る見方からは、フランス人が自分たちの社会を「快樂主義的」で、自分たちが「自由」で「独立」していると考えていることが指摘できる。他者に対するステレオタイプは、自己に対するステレオタイプが投影されたものなのである(図6参照)。



<図6> 他者（日本）のステレオタイプと自己（フランス）のイメージ



日本人に関する表裏一体のステレオタイプは、フランス人自身の自己投影である。つまり、日本人についての肯定的なステレオタイプは自分たちに欠けているものへの羨望を示し、否定的なステレオタイプは日本人への優越を示している。日本に関するステレオタイプとは、フランスそれ自体を映し出す鏡であると言える。

では、日本のステレオタイプから推測されるフランス人の自己イメージはどのようなものであるのか。肯定的には「自由」「独立」「快樂主義」「シンプル」

「率直」「高い文化レベル」「性的に自由」、否定的には「国や文化の独立の危機（特にアメリカに対して）」「世界に対するフランス文化の影響力の低下」「経済の衰退」「結束が弱い（国内外の問題解決のために団結できない）」「性の自由化がまだ充分でない」などが挙げられるのではないか。

### 3-5 日本に関するステレオタイプの発生源——仮説——

以上のようなステレオタイプは一体どのように発生したのだろうか。ある印象的な事件や人気の出た作品によって喚起されたイメージが人口に膾炙し、ジャーナリストがそのイメージと呼応するような題材を選んでマスメディアに流す。受け手も自分の持っているイメージに合うような情報を選択したり、既に持っているイメージに沿うように解釈したりする。それによって、イメージが強化され、ステレオタイプとしてますます流通することになる。というのが一般的なステレオタイプの経路であると考えられるが、特にフランスにおける日本のステレオタイプには、大きく分けて5つの発生源が考えられる。

まず、「暴力的」「残忍」「裏表がある」「封建的」「倒鎖」「変態」などのステレオタイプは、第二次世界大戦における日本軍の行為や佐川一政による殺人事件、三島由紀夫の自死事件、大島渚の映画などの影響が考えられる。

次に、「精力的」「忍耐力がある」「協調性がある」「忠実」「柔軟」「革新的」といったステレオタイプは、日本の戦後の経済復興が生み出したステレオタイプであろう。一時話題になった「日本型経営」や「バブル経済」もこのイメージに貢献した。

そして、日本人が「盲従的」で、日本社会が「反人間的」であり、「個人を尊重しない」し、「女性を尊重しない」社会であるといったステレオタイプは、それ以前の戦争や経済に関する話題から出てきていたが、アメリー・ノートンの小説「畏れ慄いて」が決定的にしたと考えられる。この小説は日本の企業を題材にしたもので、フランスでベストセラーになり、知名度の高い映画監督アラン・コルノーにより映画化もされた。この小説や映画から得たイメージをそのまま日本の企業社会について抱き続けているフランス人は少なくない。筆者（アズラ）が講師を務めた企業セミナーでは、フランス人参加者が日本企業に

ついて語る際に、しばしばこの作品が言及されていた。

近年加わった「先進のポップカルチャー」「低俗な文化」「自文化の喪失」といったステレオタイプは、マンガ、アニメ、ファミコンなどの日本のポップ・カルチャーの影響である。「エロチシズム」「倒錯」がステレオタイプとして決定的になったのも、これらのためである。

Honoré の調査結果を見ると、以上の4経路以外のところから来ると思われるステレオタイプがまだいくつか残る。「難解」「軟弱」「因習」などである。これらは第二次世界大戦以前に遡るものであろう。明治時代にフランス海軍士官として日本に滞在し、旅行記を発表したピエール・ロチ (Pierre Loti, 1850-1923) の作品が与えた影響ではないかと考えられる。彼の作品からは、「小さい」「子どもっぽい」「古臭い」, 「難解」で「緻密」で「意味のない複雑さ」を持った日本人像が浮かび上がる。ロチは日本をどのように描いたのであろうか。

#### 4 ロチの描いた日本

ロチは主に「事実を文学的にした旅行記」を書いた(「東洋の幻影」「氷島の漁夫」「お菊さん」など)。自身の日記を基に旅行記を書いたが、執筆にあたり、日付と人物名を変えたり、事実にはなかったシーンを付け加えたりしている。また、読者(フランス人)を驚かせるようなことやエキゾチシズムを強調する傾向があり、自分自身を美化して登場させる傾向もあった。

ロチは日本に関する3つの作品を書いた。まず、「Madame Chrysanthème」(1887)(邦訳「お菊さん」野上豊一郎訳, 岩波文庫)を発表した。1885年(ロチ35歳)に長崎に36日間滞在した際の経験を基に書かれた旅行記であるが、日記形式で、しかも事実をそのまま書いたと冒頭で謳っている。次に、「Japonaiseries d'Automne」(1889)を発表した。これは、1885年(ロチ35歳)9月18日から11月17日までの約2ヵ月間にわたり、日本各地を訪ねた際の旅行記である。最後に、「La troisième jeunesse de Madame Prune」(1905)を書いた。1900年(ロチ55歳)から翌年まで日本に再滞在し、合計9ヵ月のうち長崎で過ごした6ヵ月間のことを基に書かれた旅行記である。

本稿では、ロチの代表作であり、最初の日本に関する作品であることから、フランスにおける影響力も最も強いと思われる「お菊さん」を取り上げる。Funaoka (1988) は、「お菊さん」がロチの日記からどのように旅行記化されたかに関する研究を行っている。ここではその成果を引用しながら、ステレオタイプの観点から分析を行う。

「お菊さん」は、海軍士官であり、作家でもあるロチが、その長崎滞在について日記形式で書いたものである。36日間というごく短い滞在の間、我々が現在「現地妻」と呼ぶところの女性を持っていた。それは「お兼さん」という17歳の年若い女性で、両親によって売られた（貸された）のであった。「旅行記」は、ロチとこの女性、その両親、親戚、近所の人々などとの関係や、彼らがロチをもてなし、案内する様子を描いたものである。日記では「Okané-san」と記述されているが、旅行記では「お菊さん」になっている。

「お菊さん」において、ロチは日本は「商売上手」「熱心」「滑稽」(第2章)<sup>[14]</sup>であると述べ、「面白みのない国」「そこら辺の店で売られている役に立たない東洋趣味の小物のような国」だと例えた。日本の人々のことは「小さい」「年寄りじみている」「醜い」と形容し、女性は「子どものよう」「人形のよう」とあると記した。また人々に対して、しばしば「猿のような」という形容を用いた<sup>[15]</sup>。

「お菊さん」の冒頭には、リシュリウ公爵夫人への献辞がある。ここでロチは「私は少しの変更も加へず、日附さへそのままにしました」と述べているが、実際は日付を含む多くの変更、脚色を行っていることが日記との比較から明らかである。この献辞から、ロチの作品がフランスにおける日本のイメージに大きな役割を果たした理由が理解される。ロチが完全な事実であるとしてこの作品を発表したことは、当然読者の日本観に大きな影響があるだろう<sup>[16]</sup>。そして、この献辞にはロチが旅行記で使用するステレオタイプの一覧が既に観察される。日本は「滑稽な」(photographie comique 少しをかきな写真, Vous avez souri 微笑なされました, une potiche drôleをかきな花瓶, 「小さい」(cette petite personne 小さな女, un bibelot こまこました骨董品<sup>[17]</sup>), 「細かい」(si soigneusement peignée [それほどまでに] 丹念に櫛を入れた), 「奇

妙な」(drôle をかしな, saugrenu 奇妙な, étonnante patrie de toutes les saugrenuité すべての奇怪の本産地なる此の不思議な国), 「安っぽい」(quelconque [取るに足りない]) 国であるというメッセージを巧妙に伝えている ([ ] は筆者による, 表7参照)。

<表7> 「お菊さん」の冒頭, リシュリウ公爵夫人への献辞

Dédicace de “Madame Chrysanthème”	「お菊さん」献辞 (野上訳)
<p>C'est le journal d'un été de ma vie, auquel je n'ai rien changé, pas même <u>les dates</u>, je trouve que, quand on arrange les choses, on les dérange toujours beaucoup. Bien que le role le plus long soit en apparence à Madame Chrysanthème, il est bien certain que les trois principaux personnages sont <i>Moi</i>, le <i>Japon</i>, et l'<i>Effet</i> que ce pays m'a produit.</p> <p>Vous rappelez-vous une photographie—assez <u>comique</u>, j'en conviens—représentant le grand Yves, une Japonaise et moi, alignés sur une même carte[...]?—Vous avez <u>souri</u> quand je vous ai affirmé que cette <u>petite</u> personne, entre nous deux, si <u>soigneusement</u> peignée, avait été une de mes voisines. Veuillez recevoir mon livre avec ce même sourire indulgent, sans y chercher une portée morale dangereuse ou bonne—comme vous recevriez <u>une potiche drôle</u>, un magot d'ivoire, <u>un bibelot saugrenu quelconque</u>, rapporté pour vous de cette <u>étonnante patrie de toutes les saugrenuités</u>.</p>	<p>これは私の生涯のうちの或一と夏の日記です。私は少しの變更も加へず、日附さへそのままにしました。それは私の場合にもさうなのですが、一體私たちが事件を整頓しようとする時、却つて不整頓に終るやうなことが屢々あると思つたからです。全體を通じて最も重要な役割はマダム・クリザンテムの上に在る如く見えるかもしれませんが、その實、三つの主要な人物は、私と日本と及び此の國が私の上に及ぼした効果と、それだけです。</p> <p>あなたはあの寫真——少しをかしな寫真ではありませんが——大男のイヴと或一人の日本の娘と私と、此の三人がナガサキの寫真屋の注文通り、一列に列んで撮られてゐるあの寫真を記憶してゐますか？ あなたは私たち二人の間に挟まってゐるあの丹念に櫛を入れた小さな女が私の隣人の一人であつたことをお知らせした時に微笑なされました。どうぞあのやうな寛大な微笑を以つて私の此の本をもお納めください。危険とか善良とかそんな道德的な意義をこの中にお探しなさることなく、——丁度、私があなたのためにすべての奇怪の本産地なる此の不思議な國から持ち歸つたをかしな花瓶、象牙の像、こまこました奇妙な骨董品などをお納めくださつたやうに。</p>

旅行記中ではまず、日記と「お菊さん」の間で、日付に相違がある。日記の日付は7月8日から8月12日の36日間であるが、「お菊さん」では7月2日から9月18日の79日間と長くなっている。

また、人物名にもかなりの相違が見られる（表8参照）。例えば、まず「お兼さん」が「お菊さん」になり、「私の姑」が「きんぼうげさん」になっている。「かかさん」が「梅さん」、「まつさん」が「砂糖氏」、「どいでさん」が「釣鐘草さん」である。「お雪さん」「月さん」という日記には登場しない人物も付け加わっている。

<表8> 「お菊さん」の日付と人物名の異同

「お菊さん」(野上訳)	意味	“Madame Chrysanthème”	ロチ個人の日記
		7月2日から 9月18日	7月8日から 8月12日
クリザンテエム	お菊さん	Mme Chrysanthème	Okané-san (お兼さん)
ベルメエル, マダム・ルノンキュル	きんぼうげさん	Mme Renoncule	Ma belle-mère (私の姑)
マダム・プリユヌ	梅さん	Mme Prune*	Kaka-san (かかさん)
ムッシュ・スウクル	砂糖氏	M. Sucre	Matsou-san (まつさん)
カンパニユル	釣鐘草さん	Madame Campanule	Doïde-san (どいでさん)
オユキ, オユキ・サン	お雪さん	La Neige**	…
トゥキさん, ツキ・サン	月さん	La Lune**	…

\* 作品「お菊さん」の中で、お菊さんが梅さんを呼ぶ時に「ウメサン」と呼ぶことがある。フランス語では“*Oumé-san*”と書いている。

\*\* ロチは作中に「日本語でオユキサン (*Oyouki-san*)」「日本語でツキサン (*Tsouki-san*)」という注を入れている。

ロチの日記と旅行記を比較すると、旅行記ではお菊さんの容姿の描写にステレオタイプが加えられている。両者の原文にあたると、その違いは明白である（表9参照）。

〈表9〉「お菊さん」の容姿の日記と旅行記の比較

「お菊さん」 (野上訳)	“Madame Chrysantheme”	ロチ個人の日記	日記の日本語訳
<p>七 あの小さいクリザン<small>シルエト</small>テムは。……横顔だけでは、何処へ行っても見られる。今日私たちフランスの<small>バザア</small>勸工場<small>の場</small>場塞げ<small>にな</small>っている陶器や絹物の上に描かれてある絵の<u>一つ</u>を見た人なら、誰でも記憶してゐる。あの結び立ての<u>きれいな髪</u>を。あの何か新しい人柄なお辞儀をしようとしていつも前こごみになつてゐる腰つきを。あの大きな脹らみになつて後で結ばれてある帯を。あの垂れ下がった大きな袂を。あの蜥蜴の尾の格好をした、ゆつたりした、小さい裾の足の踵に幾らか掛かる位までに着こなした着物を。</p>	<p>Chapitre VII Cette petite Chrysantheme... comme silhouette, <u>tout le monde</u> a vu cela partout. <u>Quiconque</u> a regardé <u>une de ces</u> peintures sur porcelaine ou sur soie, <u>qui encombrement nos bazars à présent</u>, <u>sait par cœur</u> cette <u>lolie</u> coiffure <u>apprêtée</u>, cette taille toujours penchée en avant pour <u>esquisser quelque nouvelle</u> révérence gracieuse, cette ceinture nouée derrière en un pouf énorme, ces manches larges et retombantes, cette robe collant <u>un peu</u> au bas des jambes avec une petite traîne <u>en biais</u> formant queue de lézard.</p>	<p>(le 24 Juillet) Okané-san, cette petite Okané-san... j'avais déjà vu son portrait partout, sur des paravents, au fond des tasses à thé;  cette <u>figure mignarde de poupée</u>, des beaux cheveux d'ébène, lissés et comme vernis; cette tournure à part, toujours penchée en avant pour <u>une gracieuse</u> révérence; cette ceinture <u>de soie</u> nouée derrière en un pouf énorme, ces manches larges et retombantes, cette tunique collant au bas des jambes avec une petite traîne en queue de lézard.</p>	<p>〈七月二十四日〉 お兼さん、かわいいお兼さん…、お茶のカップや屏風、あらゆるところであなたの顔を前に見かけました。  その人形のようなかわいい顔、ニスを塗ったかのように美しく流れる漆黒の髪。そういった容姿は別にして、彼女は人柄なお辞儀をしようといつも前かがみになっている。あの大きな脹らみになつて後ろで結ばれてある絹の帯、垂れ下がった大きな袂。蜥蜴の尾の格好をした、ゆつたりした、小さい裾の足の踵に掛かる位までに着こなした着物。</p>

日記で「figure mignarde de poupée (人形のように可愛い顔)」と書いたお菊さんの顔の形容に、旅行記では「tout le monde (みんな)」「Quiconque (誰でも)」「un de ces ~ (～のうちの1つ)」「sait par cœur (見飽きた)」

などの表現が追加されて、お菊さんの顔は陳腐で安っぽいものになっている。さらに、「qui encombrement nos bazar à présent (今日でもガラクタ屋の場ふさぎになっているような)」という表現も付け加えられている。髪は「beaux cheveux d'ébène (美しい漆黒の髪)」から「joli coiffure apprêtée (わざとらしくもかわいい髪)」になっている。形容詞 beaux (美しい) から joli (きれい, かわいい) への変更が、明らかにお菊の髪を価値を下げている。帯においては、「de soie (絹の)」という表現が削除されている。裾の描写に関しても、「droit (真っすぐに)」ではなく、「en biais (斜めに)」という表現がわざわざ付け足され、ロチの微妙なレトリックが垣間見える。また「quelque (何か)」「un peu (ちょっと)」「esquisser ((身振りなどを) ちょっと示す)」などの表現の追加も、日本人が曖昧ではっきりしないというステレオタイプを導く。

一方、自分自身に関しては、ロチは旅行記において日記よりも美化して登場させている。日記では「現地妻」と永遠の別れをする際に「振り返らず、後ろを見ることなく去った」男が、旅行記の中では「一二度振り返って彼女を眺める」。しかも「お菊」は、「静かにドアまで送り出す」だけだったのが、「門の闕にひれ伏して、額を地びたにつける」ことまで行ったことになっている。お菊は、日記以上にロチに服従する従順な日本女性として描かれている。

<表10> ロチによる自分自身の美化

「お菊さん」 (野上訳)	“Madame Chrysanthème”	ロチ個人の日記	日記の日本語訳 (筆者訳)
五十二 彼女は門の闕にひれ伏して、額を地びたにつける。さうして私の影が、永久に去つてしまふべき坂道の上に見えてゐる間、彼女は此の丁寧なお辞儀をした姿勢のままじつとしてゐる。 遠く行つてから、私は一二度振り返つ	<i>Chapitre LII</i> <u>Elle se prosterne sur le seuil de la porte, le front contre terre, et reste dans cette position de salut suprême</u> tant que je suis visible, dans le sentier par lequel je m'en vais pour toujours. En m'éloignant, je	<i>(Le 12 aout)</i> Je suis venu là pour dire mes adieux à Okané; elle me reconduit jusqu'à la porte en silence, les yeux baissé, un peu triste. [...]  Et je m'éloigne de ce	<八月十二日> お兼に別れを告げるためここに来た。彼女は少し寂しげに目を伏せたまま黙って私を送って行く。  そして、私はこの家



<p>て彼女を眺める。一併しそれは単に礼儀からである。<u>彼女の最後の美しい礼に適ふやうに答へたのである。</u>……</p>	<p>me retourne bien une fois ou deux pour la regarder, … mais c'est par politesse seulement, afin de <u>répondre comme il convient à sa belle révérence finale.</u></p>	<p><u>logis, sans me retourner, sans regarder derrière moi. […] Ainsi finit mon mariage japonais.</u></p>	<p>から遠去かった。振り返らずに。後ろを見ることなく。[中略] こうして、私の日本の結婚は終わった。</p>
--	---	---	---

ロチはなぜ事実ではなく、このように歪められたステレオタイプを旅行記に加えたのだろうか。なぜありのままの姿を、旅行記に記さなかったのだろうか。

当時、ロチは常に経済的な問題を抱えていた。そのために、軍人の身分ではあったが、旅行記を書いては売っていた。1885年12月、経済状況を心配する母親に宛てた手紙で、「日本について書いたノートは6000フランから10000フランになるだろう。(これを私の貯金としてあてにしている)」と書いている<sup>[18]</sup>。

彼は自分の旅行記が売れるように、読者や出版社の期待に応えるべくステレオタイプを書き加えたのではないか。それは功を奏し、ロチの旅行記は売れた。彼が用いたこのやり方は、今日のジャーナリズムの手法と同様である。ジャーナリズムは自らの正当性を強調し、自身の立場を誇示したり、美化したりして、その重要性を誇張する。そして、自分が伝える情報が特別なものであることを強調して興味を喚起する。あるいは、全てが奇異に映るように表現したり、不安に訴えたりして興味を惹く。

## 5 おわりに

### 5-1 フランスにおける日本のイメージの変遷

フランスにおける日本のイメージが、マスメディアおよび文学においていくつかの経路で時代によって変化してきたことを見てきた。日本のイメージは、まずはロチが旅行記によってもたらしたものであった。それは基本的には、日本は「滑稽な」、「小さい」、「細かい」、「奇妙な」、「安っぽい」ものだというイ

メージであった。ロチはこれらの旅行記を事実に忠実な日記と謳って書いた。が、実際は非常に短期間の表面的な日本滞在経験を脚色し、誇張したものであった。ロチの作品の中で最も有名で、フランスにおける日本の最初のステレオタイプ・イメージに直接の影響があるといえる「お菊さん」は、経済的な理由からわずか36日間の滞在に基づいて書かれたのだった。以上のような点においては、ロチの作品は文学というよりはレベルの低いジャーナリズムに近いといえないだろうか。

ロチ以後、日本のイメージには新たなものが加わった。20世紀の初めから第二次世界大戦中の日本自身のふるまい、続く経済発展、世界経済における地位の拡大に伴って。同時に、日本人作家や映画監督がフランスに日本に関する情報を提供した。が、それは作家の芸術的な視点を通したものであり、おそらく現実の日本そのものといえるものではなかっただろう。一方、フランスでは文学や映画や報道が自分の考える日本のイメージを伝え始めた。これらすべてから、Honoré (1994) がフランスの新聞・雑誌を調査して分析したような日本のイメージが生まれた。それは、肯定的と否定的の二面性のある8つのステレオタイプである。① Énergie 活力 ⇔ Violence 暴力, ② Consensus 合意 ⇔ Conformisme 服従, ③ Spiritualité 精神性 ⇔ Ésotérisme 難解, ④ Esthétique 美 ⇔ Mièvrerie 軟弱, ⑤ Tradition 伝統 ⇔ Archaïsme 因習, ⑥ Honneur 名誉 ⇔ Aliénation [人間] 疎外, ⑦ Souplesse 柔軟 ⇔ Duplicité 表裏がある, ⑧ Innovation 革新志向 ⇔ Déculturation 伝統文化の喪失。

最後に、ここ10年のメディアの自由化に伴う大衆文化への日本のマンガ・アニメの浸透によって、新たなステレオタイプが上述の8つに加わった。それは、⑨ Nouvelle pop culture 先進のポップカルチャー ⇔ Sous-culture 低俗な文化, ⑩ Érotisme エロチシズム ⇔ Perversion 倒錯である。

## 5-2 ジャーナリズムにおけるステレオタイプ

フランスにおける日本のイメージの分析から、ステレオタイプに関するジャーナリズムの機能の仕方についても見るようになった。これに関して、既に述べたことをまとめ、かつ補足したい。

## ◆ ジャーナリズムは受け手の興味を惹起するために誇張する

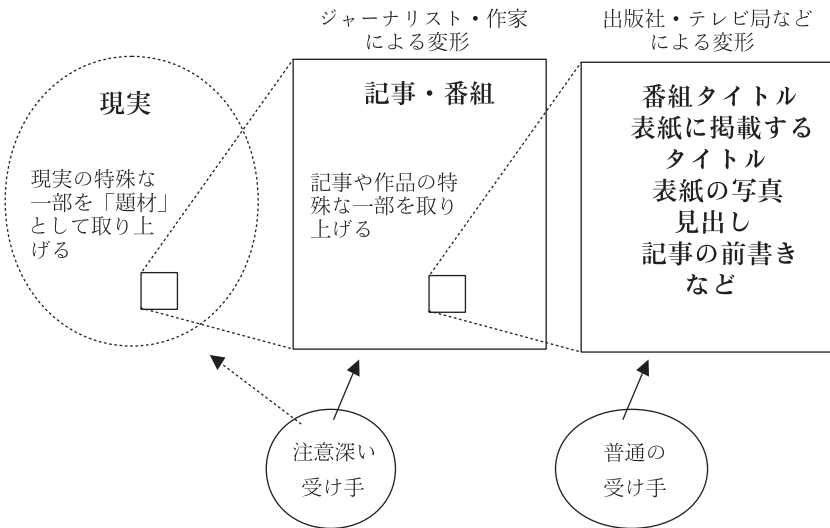
ロチと同様にジャーナリズムは、受け手の興味を惹くために、受け手が持っているステレオタイプを利用して記事や番組を作成する。事实上に受け手のステレオタイプを加え、誇張する。一方、読者はそれを読み、自分が既に持っていたステレオタイプをさらに強化する。そして、ジャーナリズムはその強化されたステレオタイプを用いて、新たな記事や番組を作成する。このようにして、ジャーナリストの目に奇妙に映ったごく一部のものが単独で取り出され、どんどん濃縮されていく。この悪循環が日々繰り返され、ステレオタイプの過度の単純化が進んでいくのだ（表11参照）。

<表11> ロチの手法とジャーナリズムの手法の対照

手法	ロチ 1885年～	フランスの新聞・雑誌 1980年～
自らの正当性を誇張する	「日附さへそのままにしました」 「私が見たままの」	「長い探求の末に」 「6ヵ月にわたる取材」
自らの重要性を誇張する	⇒ 作者自身を美化する	「特派員」 「フォト・ジャーナリスト」 （「プロ」だから信用できると いうメッセージ）
その情報が特別なものであると誇張して、興味を惹く	「すべての奇怪の本産地なる 此の不思議な国」 “l'étonnante patrie de toutes les saugrenuités”	「初公開写真」“des photos jamais vues” 「驚くべき」“saisissantes” 「異常なまでの」 “extraordinaire”
全てが奇異に見えるように表現して、興味を惹く	「小さい」「弱々しい」「かわい子ぶった」「奇怪な」 「突飛な」 “petit”, “mièvre”, “mignard”, “bizarre”, “saugrenu”...	「[人間] 疎外」「変態」「オタク」「謎」など “aliénation”, “tordu”, “otaku”, “énigme”...
不安に訴えて、興味を惹く	「不気味な鋭さ」「狂暴な響め面」 「まだ危険な生き残り」 “inquiétante intensité”, “grimace cruelle”, “débris encore dangereux”...	「閉鎖的な国」「サムライ」 「ショウゲン」 「[経済] 戦争」 “fermé”, “samourai”, “shogun”, “guerre [économique]” etc.

ジャーナリズムによる誇張は大きく二段階にわたって行われることを付け加えておきたい。ジャーナリズムにおいては、第一段階は記者が新聞社や出版社、テレビ局に題材を提供することから始まる。現実（例えば、日本の現実）からひとつの題材（例えば、日本の産業の発展）を取り上げる。この題材の中から最も驚くべき一部を注意深く選択する。そして、それに多少の誇張を加えることもある。次の第二段階では新聞社や出版社、テレビ局が受け手に題材を売る。今度は記事や番組の中から最も驚くべき一部を選択して、誇張し、タイトルや見出しや前書きを作る。こうして各段階を経るごとに、対象の現実の姿からは遠ざかって行く（図12参照）。

<図12> ジャーナリズムによる現実の変形の二段階



ステレオタイプとの関係から、受け手は二種類に分けられる。仮に「注意深い受け手」と「普通の受け手」とする。

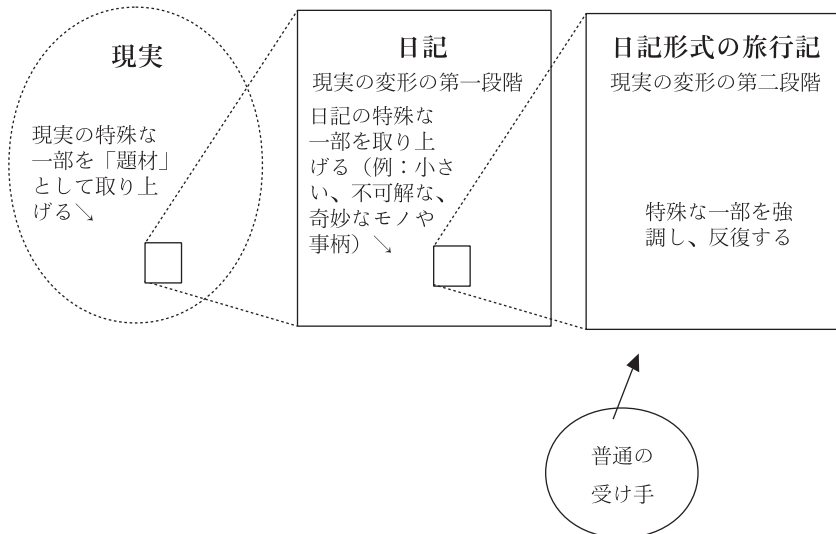
「注意深い受け手」は、記事や番組の全てに目を通す。しかも、テーマの対象について既に知識を持っていたり、現実にも関係を持っていたりする。また、ジャーナリズムとの接触に対する批評能力がある。そのため、タイトルや

見出しに惑わされにくい。つまり、ステレオタイプを持たないわけではないが、そのステレオタイプを盲信しているわけではなく、現実とのバランスをとって更新することができる。他の情報と比較してステレオタイプを検証することができるだけでなく、その行為を愛好さえしている。が、このような受け手は少数派である。

「普通の受け手」は、現実がどのようなものであるかということには興味を持たず、タイトルや写真や前書き、内容の冒頭だけを見て、他の情報との比較をせず、自分の世界に対する信念を強化することだけに意義を見出す傾向がある。そのため、タイトルや見出しに惑わされやすい。つまり、ステレオタイプを検証することなく、盲信しており、それを強化していく。

ロチの場合も、以上と同じく二段階で「お菊さん」を書いた。まず、旅行記を書くことを念頭におきながら日記を書いた。その後、フランスに帰国してから、経済的な必要に迫られ、原稿料をあてにしながら、日記をもとに旅行記を書いた。旅行記化するにあたり、日記の内容をさらに刺激的にする、自分を美化する、ステレオタイプを誇張するなどの変更を加えた（図13参照）。

<図13> ロチによる現実の変形の二段階



ロチの場合は「注意深い受け手」はほとんど存在しない。まず、その日記を読む受け手がほとんどいないからだ。次に、長年日本に関するロチの旅行記以外の目立った情報源がなく、しかも受け手は旅行記をロチの日記と思い、それが現実そのものを描いたものとみなしているからだ。現在でも、ロチの読者の大半は、その旅行記がロチの経験をそのまま反映したものであり、当時の日本を正確に描いたものと考えている。さらに、ロチの日本観がある意味では現在も有効であると考えている。ロチは現在でも評価の高い作家である。

ちなみに、筆者（アズラ）が使用したフランスで最も普及しているバカロレア（高校卒業試験）準備のための文学の参考書には、ロチの「お菊さん」の抜粋が使用されていた。この抜粋の中でも日本人は他の部分でと同様に、小さく、醜く、滑稽な人物として描かれていた。現在でも、ロチは国語（フランス語）の試験問題に登場する作家の地位を占めている<sup>[19]</sup>。

◆ ジャーナリズムは既にあるステレオタイプを利用し、強化する。そして、新たなステレオタイプを付け加える。

ロチの時代は、一般のフランス人にとって日本に関する情報はほとんどなかった。そのため、ロチは、自分の体験と想像から自分の好きなように日本のイメージを人に与えることができた。とはいっても、まったくのゼロからそれをしたわけではないようだ。ロチは、人や事物を形容する場合、当時日本からフランスに輸入されてよろず屋のようなところで売られていた陶器、絹製品、小物、扇子などの商品を頻繁に引き合いに出している。ジャーナリストがするように、作品がより多く高く売れることを願いながら、フランスの大衆が既に持っている日本に関するステレオタイプを利用したのだろう。こうすることで、すでにあったステレオタイプを強化し、さらに自分が考えた新たなステレオタイプを付け加えた<sup>[20]</sup>。

ジャーナリズムは、次々とステレオタイプをつけ足して行く。既存のステレオタイプに代わる新たなステレオタイプが提出されるのではなく、むしろ既存のものに新たなものがつけ加わって行く。このようにして寄せ集めのイメージが形成される。ステレオタイプの使用には悪循環がある。ジャーナリズムは、受け手が求めているという理由でステレオタイプを伝え、受け手のさらなる興

味を惹起するために新しいステレオタイプを作り出す。受け手は、自分の世界に対するステレオタイプ・イメージを強化してくれるようなタイトルとテーマに惹かれ、ステレオタイプを強化しながら、新しいステレオタイプをも受け入れていく。

しかしながら、希望はある。新たな情報が大量に発信され、新たなステレオタイプが次々と付け足されるこの絶え間ない複雑化の過程で、そのためにこそ、ひとつひとつのステレオタイプが弱くなっていく可能性がある。まず、ステレオタイプが大量になればなるほど、矛盾するステレオタイプが出てくる。次に、あるものに関する情報が豊富にあるということは、新たな情報が受け入れやすくなることであり、情報の微妙な点や細部まで理解できるようになる機会があるということだ。ある意味では、イメージはより微妙なニュアンスを捉えたものになり、受け手もステレオタイプはステレオタイプに過ぎないということが少しずつ分かってくるのではないか。現在のフランスでは20年前と比較しても日本に関する情報が豊富に手に入るようになった。それに伴い、日本社会に関するフランス人のイメージも徐々により現実的になってきているようだ。もちろん、ロチの時代とは比べ物にならない。楽観的に過ぎるだろうか。

## 注

\* 西南学院大学留学生別科および福岡女学院大学非常勤講師

[1] 本稿を日本語で執筆するにあたり、野見山昌子氏（西南学院大学大学院生）の協力を得た。

[2] Marie Jahoda, 1964, "stereotype", p. 694; *A dictionary of the social sciences*, London, Tavistock, Amaussy et Herschberg による引用より

[3] 筆者が以前翻訳を依頼された、ある日本の有名なグラフ誌の特集記事のタイトルは、「青い目で見たニッポン」というものであった。明治時代に日本に滞在したフランス人によって撮られた各地の写真がそのように表現されたのだった。

[4] «Les signes dont la langue est faite, les signes n'existent que pour autant qu'ils sont reconnus, c'est à dire pour autant qu'il se répètent ; le signe est suiviste, grégaire ; en chaque signe dort ce monstre : un stéréotype : je ne puis jamais parler qu'en ramassant ce qui *traîne* dans la langue» (Roland Barthes, 1978, *Leçon*, Paris, Seuil, p. 15; Amaussy et Herschberg による引用より)

[5] この見出しのフランス語原文は、「Japon : le grand bond dans notre avenir」。

[6] この見出しのフランス語原文は、「Le défi japonais – Six mois d'enquête ; des photos jamais vues」。

- [7] この見出しのフランス語原文は、「C'est ça le Japon」。
- [8] 筆者（アズラ）はその原因が日本とフランスの意思決定のシステムの差異にあると考えている。ジャン＝リュック・アズラ「フランスにおける企業の意思決定」白石善章、田中道雄、栗田真樹編著『現代フランスの流通と社会』ミネルヴァ書房、2003年参照。
- [9] Jean-Paul Honoré, 1994, «De la nippophilie à la nippophobie : Les stéréotypes versatiles dans la vulgate de presse (1980–1993)» (ジャン＝ポール・オノレ「日本びいきから日本嫌いまで——フランスの新聞・雑誌におけるステレオタイプ (1980から1993まで)») Les langages du politique, Paris, Presses de Sciences po, n° 41, decembre 1994.
- [10] この映画は、フランスでは初公開後もしばしば上映され、映画通の間でカルト的な地位を保持している。
- [11] フランス語原題は、「Otaku – fils de l'empire du virtuel」。
- [12] フランス語で、「Document d'utilité publique」。
- [13] フランス語で、「Des mangas érotiques cablés」。
- [14] «mercantile, empressé, comique」。
- [15] “The mistresses in his novel are curiously stereotyped, treated like pet and discarded as easily on leaving. [*Madame Chrysanthème* could be described as a] “Novel of sexploitation”. . . . [in *Madame Chrysanthème*] the Japanese are mercilessly caricatured as an inferior yellow people – they are small, fragile, and feminine. They are decadent, dangerous and contradictory; full of trickery, superb imitators like comic aged monkeys” (Wilkinson, in Funaoka, p.43)
- [16] アメリー・ノートンの小説と同様である。彼女も日本企業での実体験として「恐れ慄いて」を発表した。両者の共通点はまだある。ロチは「お菊さん」発表の4年後の1891年にアカデミー・フランセーズ会員に指名されたが、ノートンは「恐れ慄いて」で1999年にアカデミー・フランセーズ賞を受賞している。少なくとも日本を舞台とするものについては、事実というスタイルで創作を発表することが文学の正当な手法であるとフランス文学界で認められているということであろう。
- [17] 野上豊一郎訳では「骨董品」と訳されているが、bibelotのここでのニュアンスはむしろ「がらくた」である。
- [18] Funaoka, 1988, p.50
- [19] 例えば、ロチの「Fantôme d'Orient (東洋の幻影)」（1891）の抜粋は2003年のバカロレア（高校卒業試験）のS（理系）の試験に使用された (<http://www.site-magister.com/sujets3.htm>)。この抜粋の中で、ロチはその著作「アジャデ」で必要のために「でっち上げ」「付け加え」「脚色し」「事実をねじ曲げた」ことを認めている。ロチが重要な作家とみなされていることに変化はないが、確かに最近ではステレオタイプが強調された部分は試験には使用されていないようである。
- [20] ロチを弁護する人は、当時の時代の制約でそうなったのだというかもしれない。し



かし、例えば、同時代のラフカディオ・ハーン作品を読むと、その時代でも日本を別の手法で描くことが可能であったことが分かる。

### 参考文献

#### ステレオタイプについて

- Ruth AMOSSY & Anne HERSCHBERG-PIERROT, 2000, *Stereotypes et clichés: langue, discours, société*, Coll "128" Nathan.
- Roland BARTHES, 1978, *leçon*, Seuil.
- Revue LANGAGE, 2002, *Nouvelles approches de la métaphore*, No134, mai 2002, Larousse.

#### ステレオタイプを使用した作品

- 富安陽子(文), 高畑純(絵) (2002) 『たこのオクトくん』ポプラ社

#### 日本について

- Pierre LOTI, 1887, *Madame Chrysanthème*, Calmann-Lévy. ピエル・ロチ「お菊さん」(1937) 野上豊一郎訳 岩波文庫
- Pierre LOTI, 1889, *Japonaiseries d'Automne*, Calmann-Lévy.
- Pierre LOTI, 1905, *La troisième jeunesse de Madame Prune*, Calmann-Lévy.
- Amélie NOTHOMB, 2000, *Métaphysique des tubes*, Albin Michel
- Amélie NOTHOMB, 2000, *Stupeurs et tremblements* (「恐れ慄いて」), Albin Michel,
- Alain CORNEAU, 2003, *Stupeur et tremblements* (「恐れ慄いて」映画).

#### 日本に関する、または日本におけるステレオタイプについて

- Jean-Paul HONORÉ, 1994, "De la nippophilie a la nippophobie: Les stéréotypes versatiles dans la vulgate de presse (1980-1993)", *Les langages du politique*, Paris, Presses de Sciences po, n°41, décembre 1994.
- Martine CARTON, 2001, «Une approche culturelle des clichés des uns et des autres», *Enseignement du Français au Japon* 30, Société Japonaise de Didactique du Français 2001-2002, pp. 61-72.

#### 異文化間コミュニケーション

- Edward T. HALL, 1990, *The Hidden Dimension*, Bantam Doubleday
- Edward T. HALL & Mildred REED HALL, 1990, *Hidden Differences: Doing Business with the Japanese*, Anchor Books/Doubleday.
- ジャン＝リュック・アズラ (2003) 「フランスにおける企業の意思決定」白石善章, 田中道雄, 栗田真樹編著『現代フランスの流通と社会』ミネルヴァ書房

## ロチについて

- Pierre LOTI, 1879/1892, *Aziyadé suivi de Fantôme d'Orient*, Gallimard (Folio).
- FUNAOKA Suetoshi, 1988, *Pierre Loti et l'Extrême-Orient: du journal à l'œuvre*, France-Tosho.
- Susan BACKUS, 1986, La drôlerie chez Pierre Loti – Ma petite comédie Japonaise, *Revue Pierre Loti* No26, Janvier-mars 1986, pp. 29-40.
- André LAGARDE & Laurent MICHARD, 1969, «Madame Chrysanthème. Au Japon : présentations...» in *XIXe siècle : les grands auteurs français du programme*, Bordas, p. 570.

## その他

- Roland BARTHES, 1970, *L'Empire des signes*, Champs Flammarion
- Lafcadio HEARN (KOIZUMI Yakumo), 1896, *Kokoro : Hints and Echoes of Japanese Inner Life*, Charles E. Tuttle.
- Lafcadio HEARN, lettres japonaises 1890–1893, traduction de Marc Logé, *Mercure de France* (cité dans FUNAOKA p. 75).