

# 地域相互理解実践における地域ステレオタイプの変容<sup>1</sup>

Change of Area Stereotype in Mutual Understanding Practice among Multi Areas.

知識経営研究室 教授 畦地真太郎

AZECHI, Shintaro, Professor, Knowledge Management Laboratory

**概要:** コミュニティにおける知識創造を促進するメディアであるパブリック・オピニオン・チャンネル (POC: Public Opinion Channel) によって結ばれた地域間で、ステレオタイプの地域理解が変容し、個別的な地域イメージが形成されることを確認した。

**Abstract:** This study shows stereotypical recognition of area is changed and individual understanding could be created by using Public Opinion Channel that is a media which enhances circulation of community knowledge.

本研究では、コミュニティにおける知識創造を促進するメディアであるパブリック・オピニオン・チャンネル (POC: Public Opinion Channel) の実証モデルである POC コミュニケーターを用い、多地域間の大学生が相互理解を行う実践を行った。第1実践(予備実践)は日本国内3ヶ所、第2実践(国内実践)は日本国内4ヶ所、第3実践(国際実践)は日本3ヶ所+韓国2ヶ所の、計5ヶ所を結んだ。地域ステレオタイプが、直接的に地方間を結ぶ相互理解実践により、どのように変容するかを調査した。実践終了後に自地域に対するステレオタイプ化(自己地域ステレオタイプ)が進行する場合が見られた。これらの社会心理学的な現象についての考察が行われた。

## 1. 方法

本研究では、3つの実践が行われた。第1実践は、日本国内の3地域をつないでおこなわれた「予備実践」である。この実践では、POC コミュニケーターの動作の安定性を確認するために、参加者には制約の低い自由な情報交換を行ってもらった。参加者の関与

の度合いを示す「POC ストーリーの投稿数」「POC メッセージの枚数」の基本的変数が測定された。

第2実践は、日本国内の4地域をつないで行われた「国内実践」である。これは、札幌、湘南、岐阜、鳴門の大学生を参加者とした。第3実践は、日本と韓国の5地域をつないで行われた「国際実践」である。これは、札幌、岐阜、鳴門に加え、韓国の仁川、春川に設置された大学の大学生を参加者とした。第2実践と第3実践では、それぞれの地域を紹介し、他の地域の情報を収集し反応するようにとの教示が行われた。参加者の関与を示す基本的変数の他に、実践の前後で各地域に対するイメージを、役割構成体領域検査と呼ばれる測定法を用いて測定した。

### 1-1. POC コミュニケーター

POC (Public Opinion Channel) (Nishida, et. al., 1999) は、インターネットを通じて視聴者が“番組”をサーバーに投稿することにより、インタラクティブな放送を可能にすることを目的として開発されたシステムである。その実証モデルである POC コミュニケー

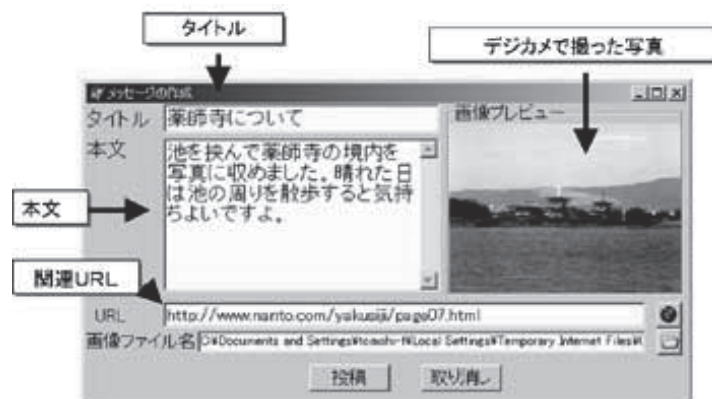


図1. POC コミュニケーター

ター（畦地ら，2001）においては、POC メッセージと呼ばれる一連のデジタル写真＋文章を“物語”の形（POC ストーリ）でサーバーに投稿することにより、POC 視聴者同士が相互に交流することを可能にしている（図1.）。

POC コミュニケーターによるコミュニケーションは、以下のような手順で行われる。まず、使用者は1枚の写真に対しコメントを付与する。この組み合わせが、基本単位である「POC メッセージ」である。使用者は、数枚の POC メッセージを組み合わせ、デジタル的な紙芝居（以下、デジ芝居（Fujihara, et. al., 2002））を作成する。POC におけるデジ芝居は、POC ストーリーと呼ばれる。作成された POC ストーリーは、POC コミュニケーターを通じてサーバーにアップロードされ、蓄積される。一方、POC コミュニケーターは、投稿者全ての POC ストーリーを“放送”する。放送は、メイン画面内に POC ストーリーを表示すると同時に、音声エージェントにより合成音声で読み上げられる。これにより、POC の持つ基本的な特徴（コミュニティ内の情報やつぶやきを拾い上げ、コミュニティ内に放送する）の再現を行っている。

ユーザーは、放送された POC ストーリーを視聴することによって感じたことや、そのストーリーに関連する情報・知識を反映さ

せた POC ストーリーを製作し、反応として POC コミュニケーターに投稿することができる。その際に、新たな画像を用いて POC ストーリーを作成することも可能であるが、他の成員が投稿したストーリー（POC メッセージ）に使用された画像やコメントを再利用することも可能である。これは、引用のレベルから、POC メッセージ自体を完全に再使用して、投稿者の POC ストーリーに組み込むことまでが含まれる。

POC コミュニケーターの特徴としては、以下の4点が挙げられる。第1に、POC の設計段階から目指していたことであるが、一方的に情報が送りつけられるだけの放送とは異なり、コミュニティ成員が放送に対して放送で反応をすることが可能である点である。この相互作用的な特徴により、コミュニティ内には多くの知識が表出化され、あるいは知識創造を促進することが可能になると考えられる。

第2に、POC コミュニケーター固有の特徴として、POC メッセージが静止画とテキストとを一単位としている点が挙げられる。POC コミュニケーターが開発され実践が行われた2002年～2006年頃にかけては、デジタル動画の利用とインターネット上へのアップロードは、帯域幅やコストの関係上困難であった（例えば、簡易的な動画編集を Web

上のサービスによって行うことは不可能であった)。静止画とテキストは、ストーリーの共有や再利用を容易とする選択である。

第3に、音声エージェントがストーリーを読み上げるという点が特徴的である。これは、POCが放送を目指して構築されているということに由来する実装である。一方で、例えばウェブログのサイトを読みながら情報を追ってスクロールを行うというような、煩わしさが存在しない。静止画情報の存在があるとはいえ、POCコミュニケーターによる放送は、ラジオ的な“ながら”視聴が可能な特徴を持っている。

第4に、POCコミュニケーターでのPOCストーリーの作成は、Webページを作成するのに比べ、非常に容易である。これも、実践当時には、Webサイト上で編集や投稿が容易に行われるサービスが少なかったことを前提としなければならない。しかし、POCコミュニケーターでは「メッセージの作成」ウインドウを開き、画像の入っているフォル

ダからドラッグ・アンド・ドロップで写真をPOCに取り込み、コメントを付加するという単純な作業で、POCメッセージを作成することができた。後は、メッセージの順序を確定させ「送信」するだけで、サーバーへの投稿が行われる。この操作の簡便さは、情報発信のために特にツール利用の訓練を必要としないという面で、実践における参加者の負荷を下げることができた。

### 1-2. 役割構成体領域検査

役割構成体領域検査は、Kelly (1955) が考案した、個人の持つ概念間の関係を調べるための調査法である。対象についてのイメージ、評定項目間の関係、評価者個人内の概念構造に関する3相3元データを取得することが可能である。よって、Kellyが本来的に適用を意図した臨床心理学の分野（人がどのように自分の住んでいる世界（社会・人間関係）を認識しているか）においてのみならず、マーケティング分野でも度々使用される手法である。

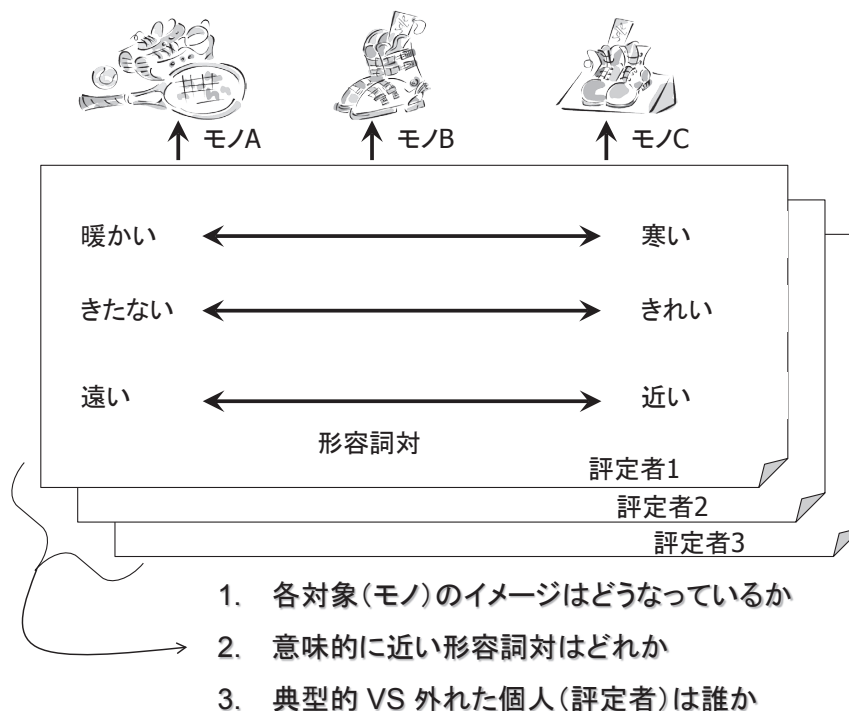


図2. 役割構成体領域検査の概念

役割構成体領域検査では、評定者に対し、複数の対象に対してSD法（Semantic Differential Method；意味微分法）による評定を行わせる。例えば3つの対象、モノA、モノB、モノCに対し、3つの特性語対「暖かい－寒い」「きたない－きれい」「遠い－近い」を用いて評定を行う場合を考える（図2）。評定者は、それぞれ特性語対を用いて、対象の評定を行っていく。例えば「モノAはやや暖かく、非常にきれいで、近く感じる。モノBは冷たく、やや汚く、非常に遠く感じる」などである。それぞれの対象に対する特性語対による評定が複数の評定者により行われると、得られるデータによって、以下の三相を分析することができる。

① 各対象（モノ）のイメージはどのようなか

各特性語対に関して、対象ごとの評定特典を評定者間で平均することにより、例えば「評定者全体から見て、モノAは暖かく、きれいで、近く感じられている」という評価を知ることができる。これは、各対象について平均的な評定者が持つイメージとして捉えることができる。

② 意味的に近い特性語対はどれか

対象を固定し、評定者間の共分散構造を分析することによって、意味的に近い特性語対を調べることができる。例えば、「冷たい」という評定は、常に「きたない」という評定と連動している、など。この特性語対の意味構造を統計的に分析する際には、探索的因子分析などが用いられる。

③ 典型的VS外れた個人（評定者）は誰か

対象を固定し、各特性語対の評定平均値を算出することにより、平均的な評価から偏差した評定を行っている評定者を発見す

ることができる。その評定者は、まじめに評定していない場合も考えられるが、他の評定者とは感性が異なる人物である可能性がある。この人物の評価は文脈に依存するが、臨床的場面では標準から離れた世界把握をしている人物、マーケティング場面では先駆的採用者（イノベーター）である可能性がある。

本研究では、役割構成体領域検査を用いることにより、地域に対するステレオタイプの認知を把握する。②に述べた、意味的に近い特性語対は、その意味をもたらす背景的・仮説的な概念因子により構成していると考えられる。もし、ある対象を評定する際に、他の対象の評定に比べて少ない因子数による評価が行われているとしたら、その評価は対象についてのより単純な構成概念を示していると考えられる。この認知的複雑性の低い評価構造は、対象に対するよりステレオタイプの評価が行われていることを意味する（畦地，1993）。

さらに、実践前後での、各特性語対による地域の評定の得点変化についても分析を行う。実践前の評定得点と実践後の評定得点の差を検討することにより、実践を通じて地域イメージがどのように変化したのかについてを考察し、地域に対するステレオタイプの認知に変化が見えたかどうかを調べる。

## 2. 予備実践

予備実践は、本実践である「国内実践」「国際実践」の遂行のために、他地域を結んだPOCコミュニケーターの動作が可能かどうかを確認するために行われた。一方、実践参加者がPOCコミュニケーターを用いて容易にPOCストーリーを作成・投稿することが可能かどうかも確認された。

表 1. 予備実践の参加地域と大学、実践参加者数

地域	大学	参加者 (計)	自由投稿	リレー投稿
鳴門	鳴門教育大学学校教育学部	2	1	1
岐阜	朝日大学経営学部	6	3	3
札幌	北海道東海大学国際文化学部	11	5	6

## 2-1. 概要

予備実践は、2004年7月の第1週から3週間にわたり、日本国内の3地域に設置された3大学の学生の間で、POCコミュニケーターを用いた地域相互理解コミュニケーションを行ったものである。3地域と3大学および実践参加者数については、表1. に示す通りである。

参加者は、それぞれの大学において、ゼミの課題の一部として、もしくはアルバイトとして参加を求められた。実践の目的として、POCコミュニケーターというツールを用いて3地域での交流を行うことが教示された。POCコミュニケーターについての使用法が説明され、各参加者が個別にあるいはチームを組んでPOCストーリーを投稿し、視聴することが可能であることが確認された。なお、使用機材についてはノートPCとデジタルカメラが貸与され、インターネット回線はPHSモデムの契約により確保された。

参加者は、自由投稿群とリレー投稿群に分けられた。自由投稿群に対しては、デジタルカメラを用いて自分の地域の文物を被写体とした写真を撮影し、POCストーリーを週1回作成・投稿することが求められた。その際、自地域を紹介したり、他地域について質問するようなストーリーであることが求められた。さらに、各地域で特定のぬいぐるみを決定し、それが主人公となって地域を紹介するような内容とすることが求められた。

一方、リレー投稿群に対しては、POCストーリーのタイトルを「鳴門（札幌、岐阜）といえは？」とするように設定が行われた。

1本のPOCストーリーは6枚のPOCメッセージにより構成されるように固定し、2本目以降のストーリーは他地域のストーリーを引き継ぎ、その続きとなる展開を指定した。例えば、第1週目において札幌が「岐阜といえは？」というストーリーを作成し、それを視聴した鳴門の参加者は続くメッセージを追加し、さらに最終週にその地域（岐阜）にリレーされて、最終的に18メッセージからなる一貫した1本のストーリーが作成されるように求められた。

## 2-2. 結果と考察

自由投稿群においては、3地域から3週間分（3本）の投稿がなされ、合計で9本のPOCストーリーが作られた。タイトルと内容は、表2. に示す通りである。なお、数値はPOCメッセージの枚数であり、「紹介」は自地域を紹介する内容、「質問」は他地域への問いかけ、「回答」は質問に対する回答である。メッセージの内容は複数の研究者による議論の結果分類された。

自由投稿群においては、自地域の紹介がメッセージの大半を占める結果となった。その中でも、マスメディアで取り上げられるような、ステレオタイプの情報が多数を占めたことは注目に値する。各地域で話題に上った内容は、以下の通りである。

鳴門：渦潮、大鳴門橋、鯛、なると金時、阿波踊り

岐阜：岐阜城、関ヶ原、美濃和紙、養老の滝

札幌：時計台、ラーメン、ジンギスカン、ク

表 2. 予備実践「自由投稿群」による POC ストーリーの内容

投稿週	地域	POC ストーリータイトル	紹介	質問	回答
第 1 週	鳴門	すだちくんと一緒	20	1	0
	岐阜	リスさんのおうち	9	0	0
	札幌	コンちゃんの旅行 札幌の街編	14	0	0
第 2 週	岐阜	美濃路	10	0	0
	札幌	コンちゃんの旅行！！	9	0	0
	鳴門	すだちくんの発見とグルメ	3	0	9
第 3 週	岐阜	養老の滝	10	1	0
	札幌	コンちゃんの旅行	16	1	0
	鳴門	すだちくんの阿波踊り	7	0	2

### ラク像、札幌ドーム

ただし、教示の影響が強いと思われるが、2・3週目には他地域に対する質問も見られるようになった。たとえば「鳴門や北海道にも美しい気はあるのかな？（岐阜）」や、「岐阜や鳴門にもきっと、トイザラスはあるよね（札幌）」などの内容が見られた。

また、共通の話題に沿った受け答えが見られるようにもなった。例えば札幌と鳴門の間では「ラーメン」が、岐阜と鳴門の間では「焼き物」や「和紙」が共通の話題となり、互いに紹介し合うという POC メッセージが見られるようになった。

一方、リレー投稿群では操作の通り、18枚の POC メッセージ（3地域×6枚）からなる POC ストーリーが3本作成された。この群においては、タイトルとストーリー製法についての拘束が強かったために、非常に固定した地域イメージの列挙が見られた。他地域については、そこに関して知っていることが、自地域にとっては単なる紹介に留まる内容のメッセージが多く見られた。よって、質問と回答というよりは、一連のステレオタイプの地域イメージ（情報や知識）の確認といったストーリーとなってしまった。代表

的な内容は、以下の通りである。

テーマ「鳴門といえば？」：（ラーメンなどに入っている）ナルト、渦潮、鳴門大橋  
 テーマ「岐阜といえば？」：関ヶ原  
 テーマ「札幌といえば？」：ラーメン、カニ、白い恋人、クラク像

なお、3週目にはストーリーは、テーマと一致する地域に配当されるが（「岐阜といえば？」が岐阜地域にリレーされる）、おおそが前2週の内容を受けたストーリーとなっていた。他地域が持っている自地域についてのイメージを確認する内容となり、たとえば「ラーメンはよく食べます」など、他地域から見たステレオタイプの地域イメージを強調する展開となるが多かった。

### 2-3. 論議

以上の結果から、本実践となる「国内実践」および「国際実践」においては、参加者にテーマを与える形でリレー的に POC ストーリーを作成させるのではなく、おおよそ自由な投稿をしてもらう方が、ステレオタイプの地域イメージの解消に役立つのではないかという議論が為された。

自由投稿群のストーリー内容についても、主体的に地域情報の収集や取材が行われたり、地域に特有の（他地域の人間が知らない）情報が投稿されたわけではなかった。しかし、相互作用の進行状況から、期間を3週間に限らず、継続的な交流を行うことにより、ステレオタイプから離れた個別の地域イメージが現れ、呈示されてくるのではないかという予測が立てられた。

予備実践においても、写真に写り込んだ意図しない風景や文物が、他地域の注目を浴びることがあった。静止画から手がかりを読み取ることにより、日常的な地域の情報を取得することが可能になるかどうか、実践の中で重視されるべきであるという見解が得られた。

### 3. 国内実践

#### 3-1. 概要

国内実践は、2004年10月ら12月にわたる8週間におよび、日本国内の4地域に設置された4大学の学生の間で、POCコミュニケーターを用いた地域相互理解コミュニケーションを行ったものである。4地域と4大学および実践参加者数については、表3. に示す通りである。

実践のセッティングは、予備実践と同様である。参加者は、それぞれの大学において、ゼミの課題の一部として、もしくはアルバイトとして参加を求められた。実践の目的についての教示とPOCコミュニケーターの使用法の説明、実際の使用の確認が行われた。使用機材としてノートPCとデジタルカメラ、PHSモデム契約によるインターネット回線が貸与された。

参加者に対する実践の進行についての教示は、予備実践「自由投稿群」と同様である。参加者は、最低1週間に1度ずつ、POCストーリーを投稿することとした。デジタルカメラを用いて自分の地域の文物を被写体とした写真を撮影し、自地域の紹介や他地域への質問が含まれるストーリーの製作が求められた。ぬいぐるみの登場については指示を行わず、使用に制限も設けなかった。

実践の前後に役割構成体領域検査による各地域に対する印象の測定を行った。これは、全ての地域の参加者を評定者とし、全ての地域を評価対象とするものである。つまり、他地域および自地域に対するイメージの測定が行われる。評価に用いた特性語対は、図3. に挙げる18対である。

これらの特性語は、一般的なSD法に用い

表3. 国内実践の参加地域と大学、実践参加者数

地域	大学	参加者（計）
札幌	北海道東海大学国際文化学部	10
湘南	東海大学文学部	11
岐阜	朝日大学経営学部	8
鳴門	鳴門教育大学学校教育学部	2

1. 暖かいー寒い*	2. きたないーきれい	3. 遠いー近い
4. 楽しいー楽しくない*	5. 陽気ー陰気*	6. 暗いー明るい
7. 親しみやすいー親しみにくい*	8. 活発ー不活発*	9. 単純ー複雑
10. にぎやかーさみしい*	11. 新しいー古い*	12. 嫌いー好き
13. 無名ー有名	14. 田舎ー都会	15. 自由ー不自由*
16. ふまじめーまじめ	17. 山ー海*	18. あわただしいーのんびりした

図3. 国内実践の役割構成体領域検査に用いられた特性語対（18対）

暖かいー寒い *		評定	きたないーきれい	
暖かい	7点	非常にそう思う	1点	きたない
	6点	そう思う	2点	
	5点	どちらかというそう思う	3点	
	4点	どちらともいえない	4点	
寒い	3点	どちらかというそう思う	5点	きれい
	2点	そう思う	6点	
	1点	非常にそう思う	7点	

図 4. 評価語対の評定得点の尺度化

られる形容詞対の3因子（評価性、力動性、活動性）（Osgood, 1964）に配慮し選定した。その上で、地域のイメージを測定するにふさわしいと思われる特性語（「13. 無名ー有名」「14. 田舎ー都会」「17. 山ー海」）を共同研究チーム内で協議し、追加した。

実験参加者は、それぞれの対象地域について、全ての評価語対について「非常にそう思う、そう思う、どちらかといえばそう思う、どちらともいえない、どちらかといえばそう思う、そう思う非常にそう思う」の7件法で評定した。特性語対のうち、肯定的なイメージを表すと思われる特性語に高得点、否定的なイメージを表すと思われる特性語に低得点が与えられるようにして尺度化を行った。なお「17. 山ー海」については、便宜的に山を高得点側としている。尺度化の例は、図4. に示す通りである。なお、特性語の順番と評定得点の順番が一致しない“逆転項目”については、図3. 中の特性語対の後ろに\*マークをつけて表記した。

結果に関する明確な仮説が立てられないために、探索的研究としたが、以下の2点に関

しては分析と考察を行うこととした。

- 1) 自地域と他地域に対する評価語の背景にある因子構造の差異
- 2) 実践前後での評価語ごとの評価得点の変化

### 3-2. 結果と考察

#### 3-2-1. 自地域と他地域に対する認知構造の差異

役割構成体領域検査の結果を、探索的因子分析（主因子法・プロマックス回転）を用いて整理し、参加者の他地域・自地域に対する認知構造を調べた。結果は表4. ～表6. に示すとおりである。

因子負荷量や因子構造の単純さなどを考慮し、他地域に対する認知構造は3因子構造、自地域に対する認知構造は2因子構造が妥当と判断した。表4. ～表6. の結果から、評定者は他地域に対するよりも自地域に対して、より単純でステレオタイプの印象を持っているという結論が得られる。それは、以下2つの理由による。

表 4. 自地域と他地域を評定する際の認知構造

	累積寄与率	第1因子	第2因子	第3因子
他地域	44.5%	31.0%	8.0%	5.5%
自地域	71.7%	54.7%	17.0%	



表 5. 他地域に対する評定項目の因子構造

他地域に対するイメージの因子構造(主因子法/プロマックス回転)						
				第1因子	第2因子	第3因子
			累積因子負荷量	31.0%	8.0%	5.5%
14	田舎	—	都会	0.834		-0.44
16	ふまじめ	—	まじめ	-0.776		
18	あわただしい	—	のんびりした	-0.705		
10	にぎやか	—	さみしい	0.662		
17	山	—	海	-0.58		
13	無名	—	有名	0.484		
12	嫌い	—	好き		0.817	
2	きたない	—	きれい	-0.425	0.691	
7	親しみやすい	—	親しみにくい		0.65	
4	楽しい	—	楽しくない		0.626	
6	暗い	—	明るい		0.587	
8	活発	—	不活発		0.416	
15	自由	—	不自由		0.423	
1	暖かい	—	寒い			0.55
3	遠い	—	近い			
5	陽気	—	陰気			
9	単純	—	複雑			
11	新しい	—	古い			

因子間相関係数	第2因子	第3因子
第1因子	.637	.232
第2因子	—	.006

第1に、他地域に対する評定は、3つの評価因子により行われているのに対し、自地域に対する評定は2つの評価因子により行われている。これは、他地域に対する認知構造よりも、自地域に対する認知構造の分化性が低いことを意味する。すなわち、他地域に対してより自地域に対して、複雑でない認識を行っている可能性がある。

第2に、自地域に対する評定は、他地域に対する評定よりも、累積因子寄与率が高い。表4によると、自地域に対する評定は、

2評価因子により71.7%が説明される。一方で、他地域に対する評定は、3評価因子により44.5%が説明される。これは、自地域に対しては他地域に対するよりも未分化な認知構造(大まかに「肯定的-否定的」を意味づけている)によって、非常に高い割合(71.7%)の地域の印象情報を当てはめて処理していることを意味する。一方、他地域に対しては誤差分が55.5%存在しており、呈示された評定項目による評価因子のみでは印象を構成していない部分が多いということを示している。

表 6. 自地域に対する評定項目の因子構造

自地域に対するイメージの因子構造(主因子法/プロマックス回転)					
				第1因子	第2因子
			累積因子負荷量	54.7%	17.0%
15	自由	—	不自由	1.009	
5	陽気	—	陰気	0.959	
6	暗い	—	明るい	0.952	
1	暖かい	—	寒い	0.921	-0.484
10	にぎやか	—	さみしい	0.898	
3	遠い	—	近い	0.827	
8	活発	—	不活発	0.765	
13	無名	—	有名	0.691	
12	嫌い	—	好き	0.685	
7	親しみやすい	—	親しみにくい	0.649	
4	楽しい	—	楽しくない	0.513	
14	田舎	—	都会	0.502	
16	ふまじめ	—	まじめ		0.964
9	単純	—	複雑		0.917
18	あわただしい	—	のんびりした		0.845
2	きたない	—	きれい		0.802
17	山	—	海		0.776
11	新しい	—	古い		0.607

因子間相関係数	第 2 因子
第 1 因子	. 466

以上の2点から、評定者は自地域に対しては、非常に少ない評価因子を用い、なおかつ多くをそれによって印象形成しているということが判明した。評定者にとって自地域は、「与えられた評定項目では語り尽くせない多様性を持つ場所」ではなく、非常に一般的な評定項目により全てが説明できる、ステレオタイプ的な場所であるということが示された。

3-2-2. 実践による参加者の地域イメージの変化  
各地域に対する特性語対の評定得点を、実践前後で比較した。比較は、他地域に対する

ものと自地域に対するもの、双方を行った。

3-2-3. 他地域に対する実践前後の地域イメージの変化

他地域に対する特性語対の評定得点の変化は、図5.～図8.に示す通りである。また、各特性語対の評定得点を従属変数、実践前後を独立変数とした一元配置分散分析を行い、結果を整理した。統計的に有意な差が見られた評定項目の結果は表7.に示す通りである。ただし、危険率を一般的な0.05ではなく、0.10にして結果を整理している。これは、実験参加者の少なさにより、危険率0.05として設

表 7. 実践前後での他地域に対する形容詞得点の変化

地域	特性語対	得点	p
札幌	「遠い→近い」	1.32→2.06	.051
札幌	「陽気←陰気」	4.74→5.56	.099
岐阜	「にぎやか←さみしい」	2.75→3.63	.053
鳴門	「楽しい←楽しくない」	4.04→5.08	.006
鳴門	「活発←不活発」	4.11→4.67	.095
鳴門	「新しい←古い」	3.54→4.50	.004
鳴門	「山→海」	2.75→1.83	.036

定した場合に、全般的な傾向が分からなくなってしまうためである。

札幌については、実践前は「遠くて陰気」というイメージを持たれていたのが、実験後に「近くて陽気」の方向に評定が変化した(図5.)。北海道に位置する札幌は、本州の各地域から見て「遠い」というイメージを持たれていた。一方で、北国に位置するせいか「陰気」というイメージを持たれていた。実践の

結果として、そのようなステレオタイプの認知の一部が、解消の方向に向かった(「遠い→近い」1.32 → 2.06 (p=.051)、「陽気←陰気」4.74 → 5.56 (p=.099))。

一方、「寒い」「有名」などのイメージについては、実践前後で変化は見られなかった。これは、札幌が観光地である点と北国にある点という事実に基づいたイメージであるためだと考えられる。

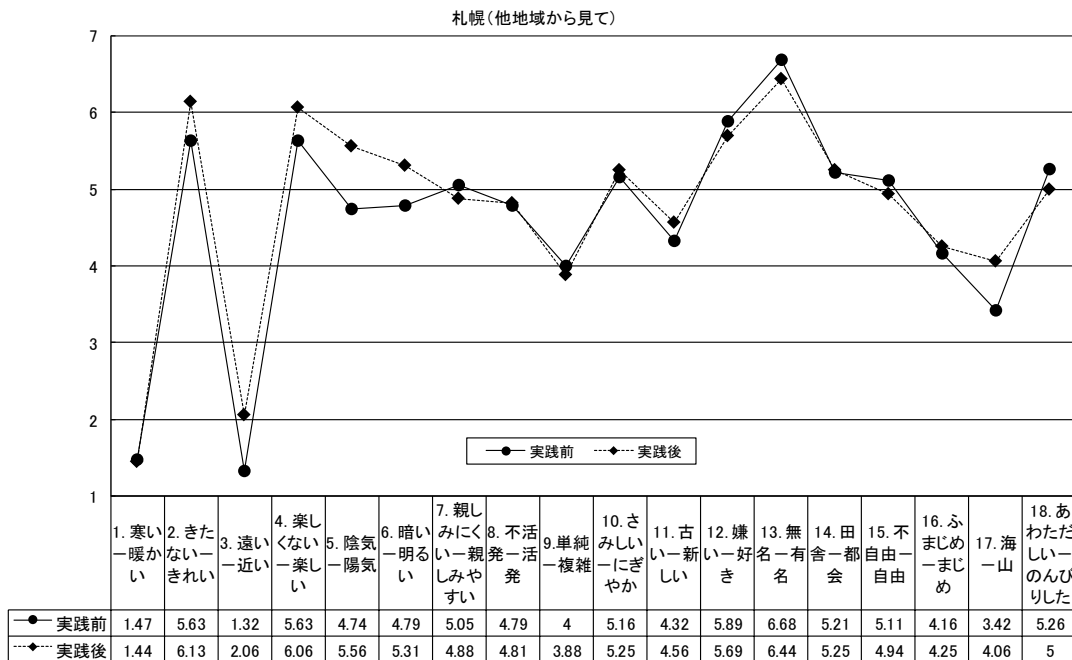


図 5. 他地域から見た札幌の実践前後のイメージ変化

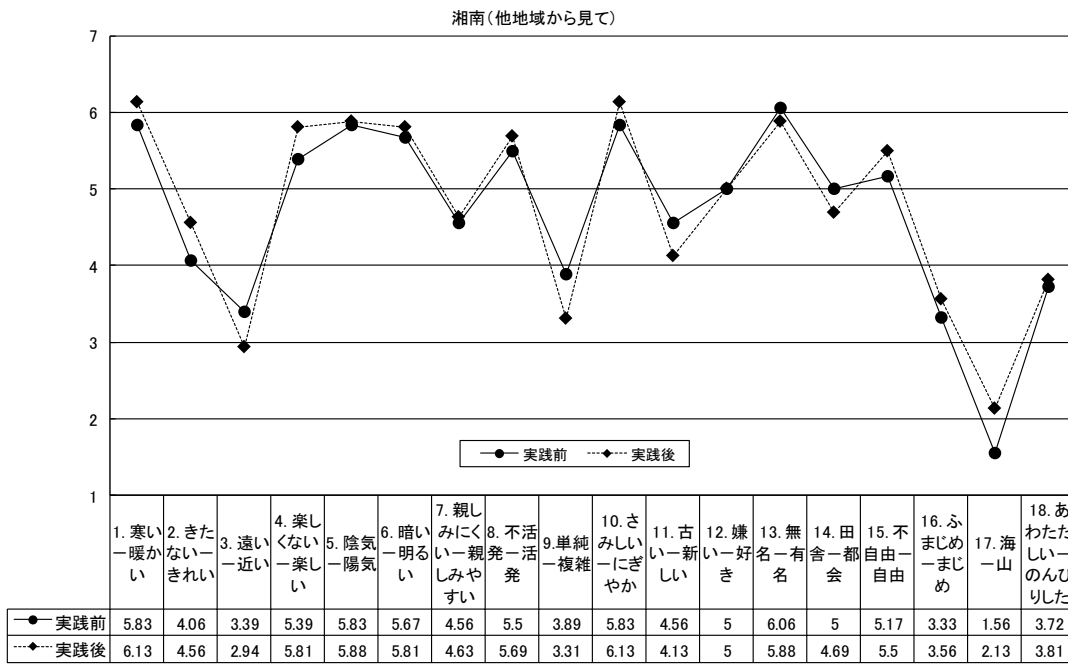


図 6. 他地域から見た湘南の実践前後のイメージ変化

湘南については、実践前後でのイメージの変化は見られなかった(図6.)。他地域から「暖かく、有名で、海寄りである」というイメージを持たれている地域であったが、その一般的なイメージは、実践の前後で変化しなかった。

岐阜については、実践前は「さみしい」というイメージを持たれていたのが、実験後に

「にぎやか」の方向に評定が変化した(図7.)。岐阜は他地域から見て地域イメージが捉えられにくく、さらに飛騨地方のイメージが強いため、かなりの田舎に位置すると見られているようである。いた。実践の結果として、そのようなステレオタイプ的な認知の一部が、解消の方向に向かった(「にぎやか←さ

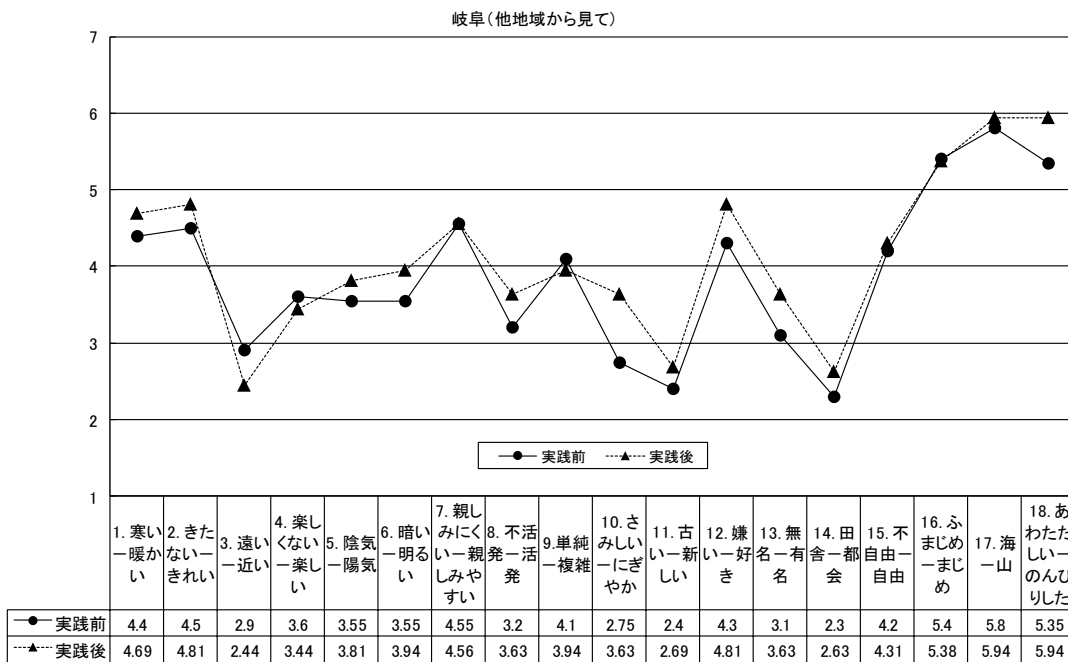


図 7. 他地域から見た岐阜の実践前後のイメージ変化

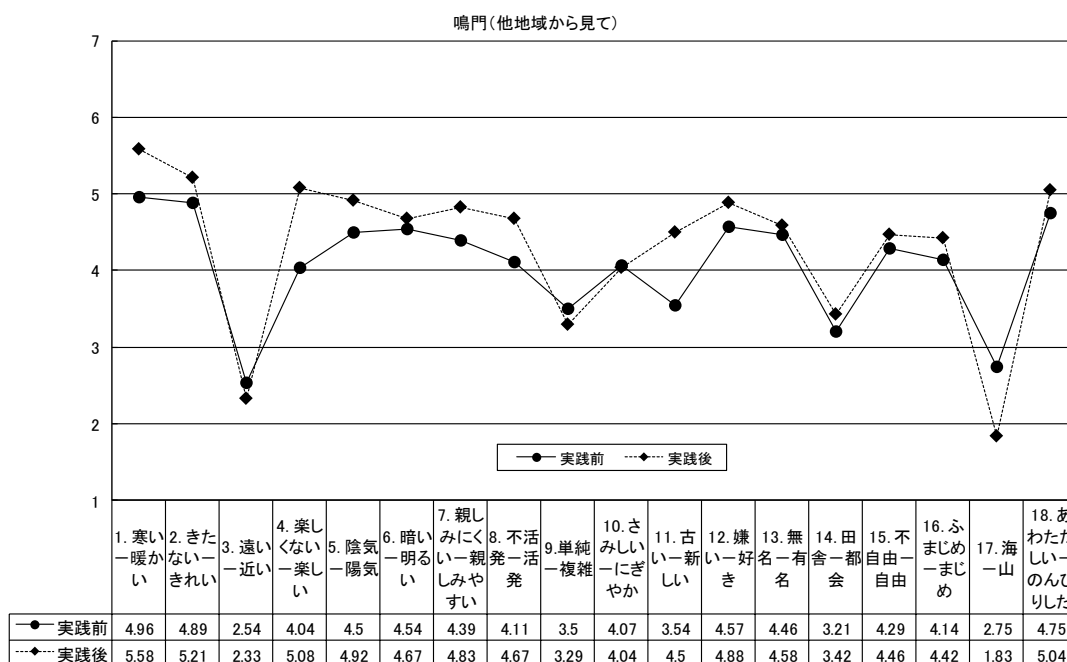


図 8. 他地域から見た鳴門の実践前後のイメージ変化

みしい」2.75 → 3.63 (p=.053))。

鳴門は、実践に参加した4地域のうちで、実践前後のイメージが最も変化した地域であった(図8.)。鳴門については、実践前は「楽しくない不活発で古い山に近い地域」というイメージを持たれていたのが、実験後に「楽しく活発で新しく海に近い地域」という方向に評定が変化した。鳴門は実践前の他地域から見て、強い地域イメージが得にくく、漠然と「遠い田舎」という印象を持たれていた。一方、実践の結果として、漠然とした地域イメージを修正することに成功した(「楽しい←楽しくない」4.04 → 5.08 (p=.006)、「活発←不活発」4.11 → 4.67 (p=.095)、「新しい←古い」3.54 → 4.50 (p=.004)、「山→海」2.75 → 1.83 (p=.036))。

一方で「遠い」「単純」「田舎」などについてのイメージについては、実践前後で変化は

見られなかった。

### 3-2-3. 自地域に対する実践前後の地域イメージの変化

自地域に対する特性語対の評定得点の変化は、図9.～図11.に示す通りである。他地域に対する地域イメージ変化の分析と同様に、各特性語対の評定得点を従属変数、実践前後を独立変数とした一元配置分散分析を行い、結果を整理した。統計的に有意な差が見られた評定項目の結果は表8.に示す通りである。ただし、危険率を一般的な0.05ではなく、0.10にして結果を整理したのは、他地域に対する地域イメージの変化の分析と同様である。

なお、鳴門についての自地域に対するイメージは、実践参加者(評定者)数が2のため、意味のない結果が得られたため、分析を中断した。

表 8. 実践前後での自地域に対する形容詞得点の変化

地域	特性語対	得点	p
岐阜	「あわただしい→のんびりした」	6.0→6.75	.060

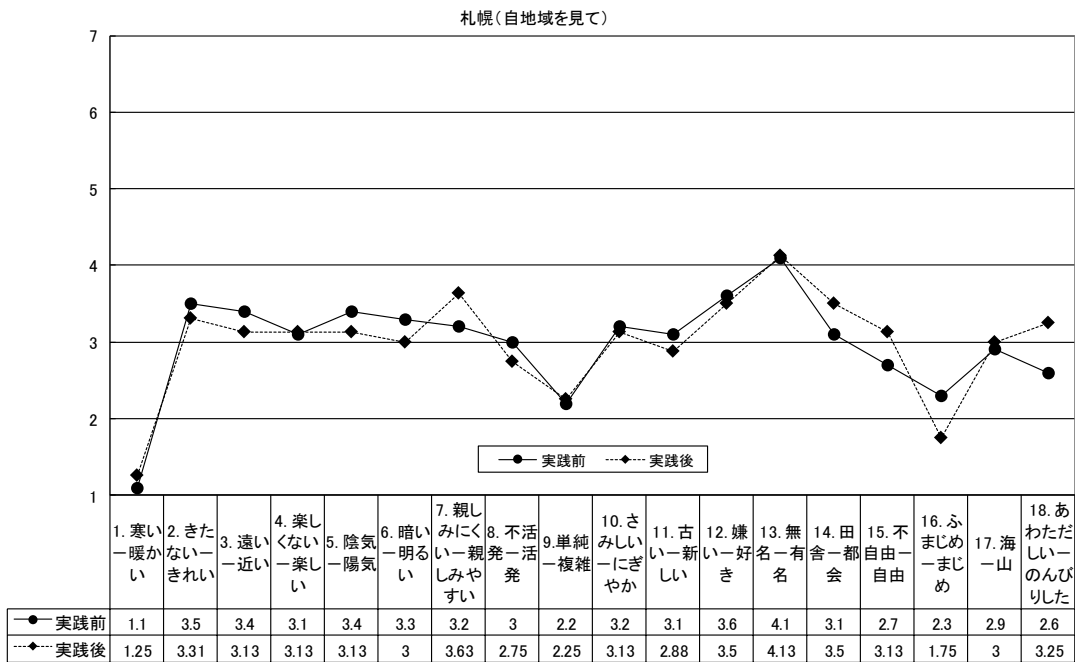


図 9. 札幌から見た札幌の実践前後のイメージ変化

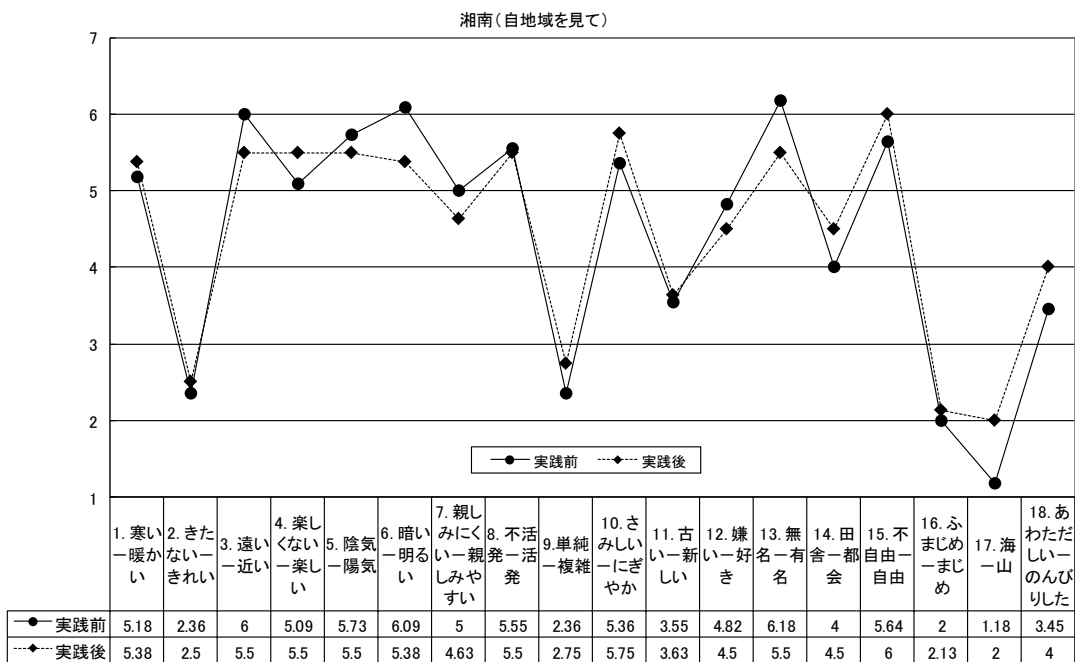


図 10. 湘南から見た湘南の実践前後のイメージ変化

札幌については、実践前後での自己イメージの変化は見られなかった(図9.)。強く「寒い地域である」というイメージが持たれており、その他には自らを「単純」で「ふまじめ」と捉えている。全般に、札幌の評定得点は低く、自地域に対して否定的なイメージを持つことが示された。

湘南については、実践前後での自己イメージの変化は見られなかった(図10.)。強く「ふまじめで海に近い」というイメージが持たれている。全般的に湘南の評定得点は高く、自地域に対して肯定的なイメージを持つことが示された。

岐阜においては、一部の評定語につい

地域相互理解実践における地域ステレオタイプの変容

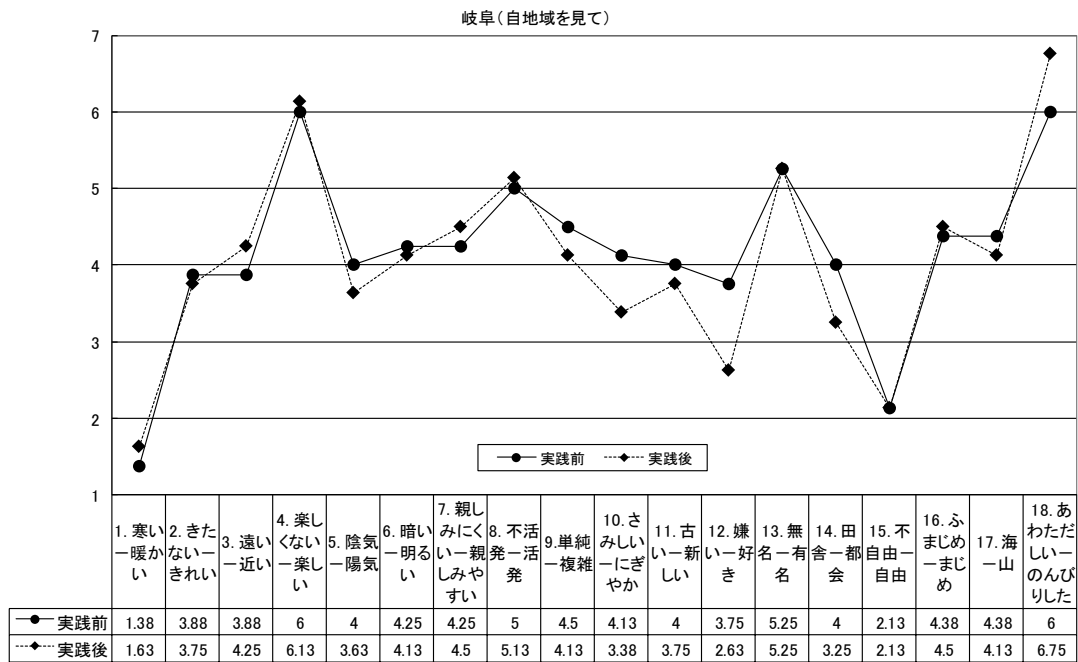


図 11. 岐阜から見た岐阜の実践前後のイメージ変化

て、実践前後での評価得点の変化が見られた（「あわただしい→のんびりした」6.0 → 6.75 (p=0.060) (図 11. )。岐阜においては、他地域との交流を行うことにより、自地域に対するイメージが変容した。しかも、実践前に強く持たれていた「のんびりした」というイメージが、より強くなる形での変化が見られた。岐阜の実践参加者は、岐阜を元々のんびりした地域であると見なしていたが、実践に参加することにより、さらに強くのんびりした地域であると考えようになったということである。これは、他地域との交流により、自地域に関するステレオタイプの認知が強化されたことを意味する。

岐阜の自地域に対するイメージは平均的なものであるが、「寒い」「楽しい」「無名の」「のんびりした」「不便な」地域であるという方向に、強い自己認識が行われている。

### 3-3. 議論

全体的に、自地域に対する印象は実践前後でほとんど変化しなかったのに対し、他地域

に対する印象は、多くの地域と項目で変化した。特に、鳴門に対する印象の変化が大きかった。一方で、湘南に対する印象の変化は見られなかった。全体的に、地域間交流実践を通じて、他地域に対するイメージは、肯定的な方向に変化した。

この結果は、他地域に対するステレオタイプの認知の一部が、交流により解消されたとみなすことができる。例えば、実践前には札幌については「遠くて暗い」というイメージが持たれていたが、交流によって「思ったより遠くなく明るそうである」という評価の変容が見られた。これは、他地域の成員（学生）と直接的に交流することにより、その地域についての知識が増加し、元から持っていた地域に関する知識の内容を書き換えた結果によると考えられる。

一方で、ステレオタイプの認知が強化されたように思われる例も見られた。例えば、鳴門については実践前から「海」というイメージを持たれていたが、実践後にはさらに強く「海」とであると評定されることとなった。鳴

門に海があるということは事実であり、役に立つステレオタイプの例であると言うことができるが、他地域との交流によってその地域を知ることが、単純にステレオタイプ適任地の解消に結びつくわけではないということが分かった。

さらに、他地域に対するイメージは、全体的に肯定的な方向に変化している。可能性としては、交流によって他地域のことが嫌いになり、否定的なイメージが持たれることも考えられるために、本実践では交流が友好的な効果をもたらしたということで評価できる。

他地域の印象については、地域差が顕著であった。比較的、全国的に有名であり、地域に関する情報が豊富と思われる“湘南”については、実践前後で印象が変化しなかった。一方、全国的な地域情報が少なく、渦潮だけが有名な“鳴門”については、実践により印象が大きく変化した。これらの「有名性」「地域情報の多寡」が、その地域に対するイメージの形成に対してどのような効果を持つのかについては、今後の研究により考察されなければならない。また、その地域についての「豊富な情報」が、実はステレオタイプに基づくものであり、他者からもしくは自地域に対するイメージの形成に影響を与えているのではないかという文脈についても検討を行うべきである。今回の実践に参加した「湘南」地域は、「東海大学湘南キャンパス」であり、神奈川県平塚市の丘の上に位置している。相模湾に隣接した地域に位置するにせよ、多くの学生は小田急（丘陵地帯を通過する私鉄）を用い、丘陵部に位置する最寄り駅からバスを使い、丘の上のキャンパスに通学するという生活を行っている。これは「湘南」という言葉にイメージされる「夏の暑い海でサーフィンを行う」という生活からは離れているが、実践に参加した他地域および湘南地域の参加者はともに、全国的に豊富に流布された、こ

れらのステレオタイプの情報に影響されているように思われる。なお、東海大学湘南キャンパスの位置する平塚市は相模川以西に存在するために、本来は「西湘」と呼ばれる地域にあることを付記しておく。

実践前後で他地域に対するイメージがある程度変化することが判明した一方、自地域に対するイメージは、ほとんど変化しないことが分かった。これは、他地域に対するよりも自地域に対する認知構造の方が単純であるという結果と合わせ、実践参加者が自地域に対する強固な自己ステレオタイプを持っていることを示している。地域自己ステレオタイプが強力に作用しているため、他地域からの質問・回答のサイクルや評価などが得られたとしても、それらの多くが地域自己ステレオタイプによって処理され、ステレオタイプに合致する情報は採択されるが、合致しない情報は棄却される（確証バイアス）ことでステレオタイプが守られてしまうのであろう。このような地域自己ステレオタイプが、どのように形成され維持されているのかに対しては、さらなる研究が必要である。

実践を通じて、岐阜の自己イメージと、鳴門のイメージの一部は、ステレオタイプを強化する方向に変容した。個別の相互交流が、必ずしもステレオタイプの認知を解消するものではないという例として、注目したい。

## 4. 国際実践

### 4-1. 概要

国際実践は、2005年5月から7月にわたる8週間におよび、日本および韓国国内の5地域に設置された5大学（日本3地域3大学、韓国2地域2大学）の学生の間で、POCコミュニケーターを用いた地域相互理解コミュニケーションを行ったものである。5地域と5大学および実践参加者数については、表9に示す通りである。



表 9. 国内実践の参加地域と大学、実践参加者数

地域	大学	参加者 (計)
札幌	北海道東海大学国際文化学部	8
岐阜	朝日大学経営学部	4
鳴門	鳴門教育大学学校教育学部	6
仁川	仁川大学新聞放送学部	8
春川	翰林大学言論情報学部	4

実践のセッティングは、国内実践と同様である。教示を均一化するために、日本語および韓国語に堪能な共同研究者（韓国語母語、日本での大学教員としての勤務が可能な水準）が、日本語で作成された教示テキストを韓国語に翻訳した。参加者は、それぞれの大学において、ゼミの課題の一部として、もしくはアルバイトとして参加を求められた。実践の目的についての教示と POC コミュニケーターの使用法の説明、実際の使用の確認が行われた。韓国での参加者への教示と POC コミュニケーターの動作確認については執筆者が帯同し、英語と日本語による教示を、現地の共同研究者および先述の共同研究者が同時通訳を行った。使用機材として、日本国内の参加地域に対してはノート PC とデジタルカメラが貸与された。韓国の参加地域に対しては、日本語版 WindowsXP が使用可能なノート PC が貸与された。これは、POC コミュニケーターの動作制限（動作に日本語版 WindowsXP を必要とする）から行われた措置である。

参加者に対する実践の進行についての教示は、国内実践と同様である。参加者は、最低 1 週間に 1 度ずつ、POC ストーリーを投

稿することとした。デジタルカメラを用いて自分の地域の文物を被写体とした写真を撮影し、自地域の紹介や他地域への質問が含まれるストーリーの製作が求められた。なお、投稿は全て英語で行われた。これは、日韓いずれかの言語による交流は不公平となること、機械翻訳の水準が実用に達していなかったこと、POC コミュニケーターが日本語と英語の投稿に対応していたことによる。英語の翻訳についての、共同研究者による補助は認められた。ぬいぐるみの登場については指示を行わず、使用に制限も設けなかった。

実践の前後に役割構成体領域検査による各地域に対する印象の測定を行った。これは、全ての地域の参加者を評定者とし、全ての地域を評価対象とするものである。つまり、他地域および自地域に対するイメージの測定が行われる。評価に用いた特性語対は、図 12. に挙げる 9 対である。なお、この特性語対についても、韓国での実施分については韓国語に翻訳された。なお、本節の一部の図表には英語が用いられているために、英訳分も付記した（ただし英訳は実際の特性語の意味とは一致しない場合がある／実践参加者に対しては用いられていない）。

1. 暖かいー寒い* (Warm-Cold)	2. 遠いー近い (Far-Near)	3. 親しみやすいー親みにくい* (Friendly-Unfriendly)
4. 活発ー不活発* (Active-Inactive)	5. 新しいー古い* (New-Old)	6. 嫌いー好き (Dislike-Like)
7. 無名ー有名 (Nameless-Popular)	8. 田舎ー都会 (Rural-Urban)	9. あわただしいーのんびりした (Busy-Calm)

図 12. 国内実践の役割構成体領域検査に用いられた特性語対 (9 対)

これらの特性語は、国内実践で選択され、評価に用いられた物を元としている。一方、国内実践の結果として、探索的因子分析により「弁別力が低く評価因子を代表していない」と見なされた特性語9対については、除外された。これは、国内実践の参加者から評価に対する負担の大きさが示されたことと、国際実験では国内実験に比べて評定対象地域が1地域増加すること、日本語から韓国語への翻訳の手間と労力を考察した結果である。評定語は日本語により選定され、韓国での実施分については、先述の共同研究者により韓国語に翻訳された。実験参加者は、それぞれの対象地域について、全ての評価語対について「非常にそう思う、そう思う、どちらかといえばそう思う、どちらともいえない、どちらかといえばそう思う、そう思う非常にそう思う」の7件法で評定した。

#### 4-2. 結果と考察

実践期間内には、5地域から46本のPOCストーリーが投稿された。

##### 4-2-1. 他地域に対する実践前後の地域イメージの変化

他地域に対する特性語対の評定得点の変化は、図13.～図17.に示す通りである。また、各特性語対の評定得点を従属変数、実践前後を独立変数とした一元配置分散分析を行い、結果を整理した。統計的に有意な差が見られた評定項目の結果は表10.に示す通りである。ただし、

危険率を一般的な0.05ではなく、0.10にして結果を整理したのは、国内実験の分析と同様である。

札幌については、実践前は「さみしい」というイメージを持たれていたのが、実験後に「にぎやか」の方向に評定が変化した（「にぎやか←さみしい」4.48→5.71 (p=.062)）(図13.)。札幌は、今回の実験参加地域の中で唯一の冬季オリンピック開催都市であり、韓国人にとっても知られた地名である。また、その特性がステレオタイプの情報となり、「寒くて新しく好きな」地域であるというイメージが付与されたものと考えられる。

岐阜については、実践前は「活発でのんびりした」というイメージを持たれていた一方で、実験後に「不活発であわただしい」の方向に評定が変化した（「活発→不活発」3.85→4.57 (p=.041)、「あわただしい←のんびりした」4.80→5.57 (p=.033)）(図14.)。活発とのんびりの意味関係から考えると、この評定は一貫していないように思われる。ただし、全体的に中庸なイメージが持たれている岐阜に対し、実践を通じてイメージの変容が行われたことについては、注目に値する。

鳴門については、実践前後でのイメージの変化は見られなかった(図15.)。他地域からは、やや遠く暖かいというイメージを持たれているが、実践の前後で変化しなかった。

仁川については、実践前は「不活発で古い」というイメージを持たれていた一方で、実験後に「活発で新しい」という方向に評定が変化した（「活発←不活発」3.80→3.00 (p=.019)、

表10. 実践前後での他地域に対する形容詞得点の変化

地域	特性語対	得点	p
札幌	「にぎやか←さみしい」	4.48→5.71	.062
岐阜	「活発→不活発」	3.85→4.57	.041
岐阜	「あわただしい←のんびりした」	4.80→5.57	.033
仁川	「活発←不活発」	3.80→3.00	.019
仁川	「新しい←古い」	4.34→3.50	.022

地域相互理解実践における地域ステレオタイプの変容

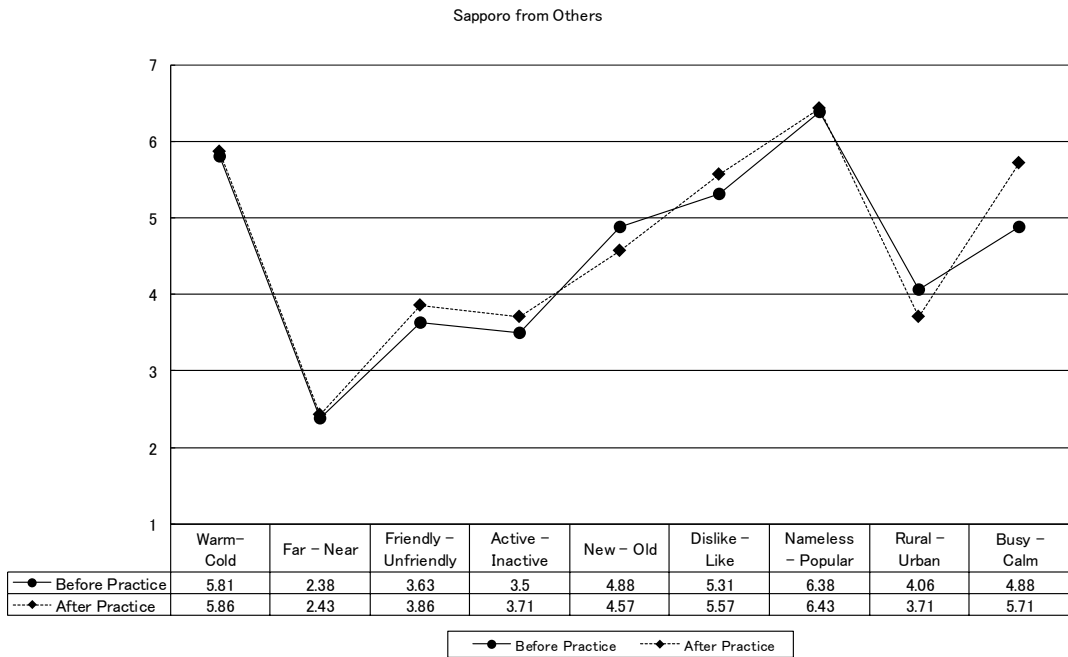


図 13. 他地域から見た札幌の実践前後のイメージ変化

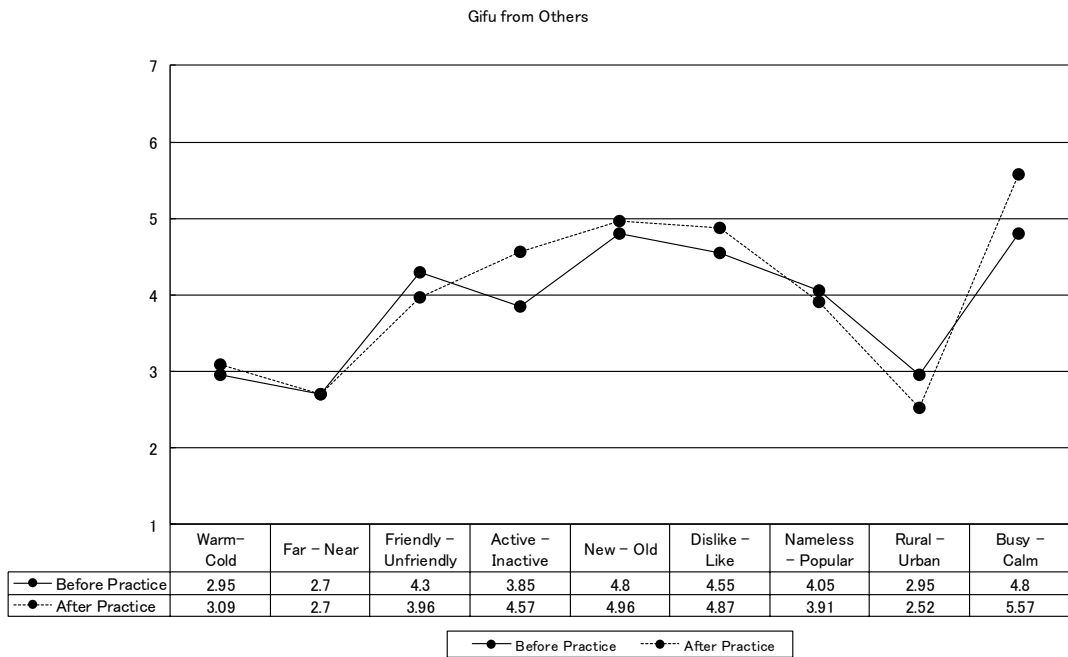


図 14. 他地域から見た岐阜の実践前後のイメージ変化

「新しい←古い」4.34 → 3.50 (p=.022)) (図 16.)。仁川はソウル近郊に位置する港町で、東京に対する横浜、大阪に対する神戸のような存在である。近代に入り“文明開化”がいち早く始まった事情は横浜・神戸と同様であるが、やや地味な存在として、実践前の評価が得られたのかもしれない。一方、仁川広域市

には国際ハブ空港である仁川国際空港が設置され (2001 年開港)、旧来の港湾機能と連携した物流都市化が進んでいる。実践を通じて、近年の先進化を紹介されることにより、仁川のイメージは強く変化したのではないかと考えられる。

鳴門については、実践前後でのイメージの

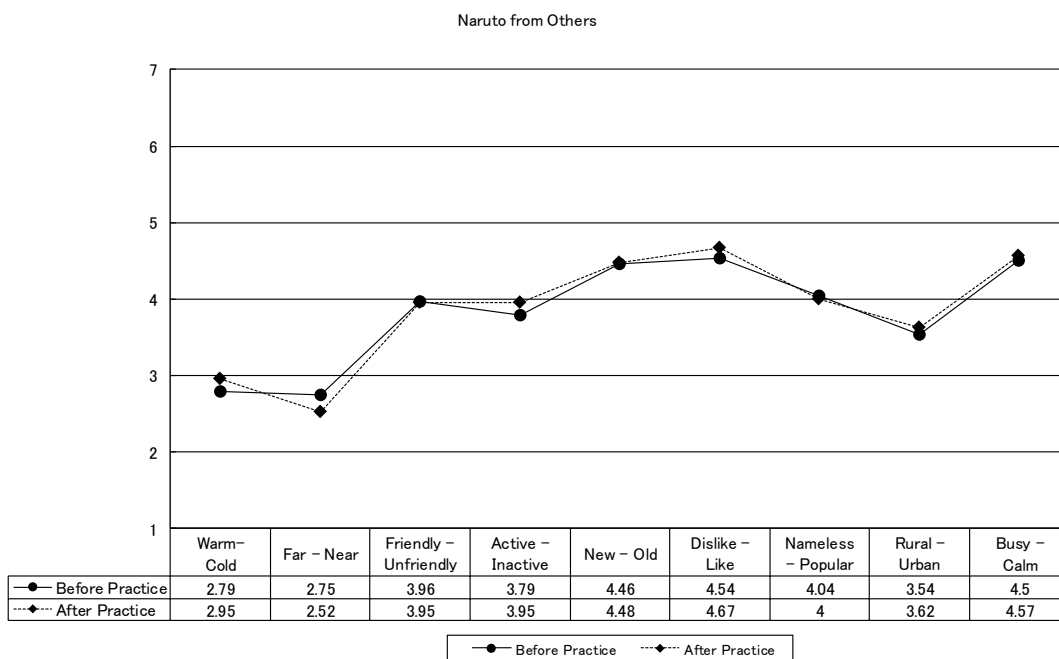


図 15. 他地域から見た鳴門の実践前後のイメージ変化

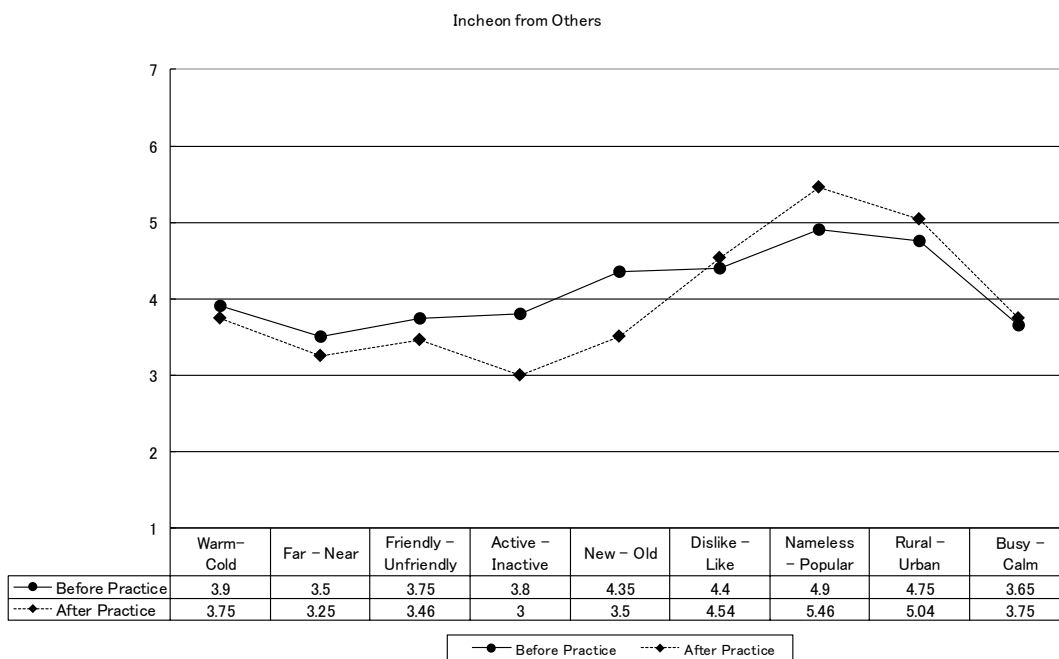


図 16. 他地域から見た仁川の実践前後のイメージ変化

変化は見られなかった（図 17.）。他地域からは、やや好きで有名だが田舎というイメージを持たれているが、実践の前後で変化しなかった。

春川市は日本では 2003 年に放映され、大人気を博したと共に「韓流ブーム」の火付け役となったドラマ「冬のソナタ」のロケ地で

ある。実践における交流中にも、冬のソナタに関する紹介、質問と回答が行われたが、それらの情報は地域に対するイメージを変容させることはなかった。

#### 4-2-2. 自地域に対する実践前後の地域イメージの変化

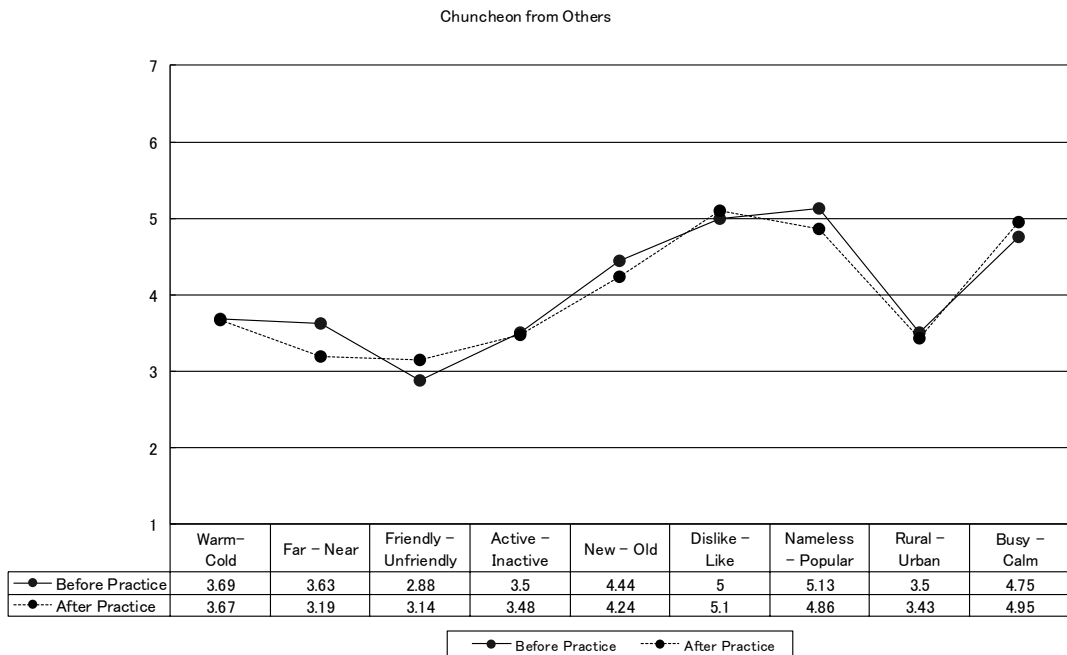


図 17. 他地域から見た春川の実践前後のイメージ変化

国内実践の結果とは異なり、自地域についてのイメージの変容は、国際実践では生じなかった。

#### 4-3. 異文化間での交流の連鎖

一部の話題については、地域間で質問と回答、話題と情報提供が連鎖する場合もあった。代表的なのは、岐阜と仁川の間に見られた、マンガに関する話題の連鎖である（付録参照）。

岐阜の参加者は、JR 岐阜駅南口に位置するマンガ・アニメ関連商品専門店へ出かけたことを話題とし、POC ストーリーを投稿した。すると、同様の話題に興味を持つ仁川から、韓国にもマンガ・アニメ関連商品専門店が存在すること、韓国の漫画が日本に進出しており、日本の雑誌に翻訳・掲載されていることが投稿された。岐阜からは、その漫画については知っていること、（たまたま岐阜の担当教員＝執筆者が所有していた）日本の漫画については韓国語版が存在し、韓国国内で販売されていることが紹介された。

また、岐阜は国内実践から引き続いて、登

場人物としてぬいぐるみを使用していたが、仁川も地域性を示す複数のぬいぐるみを用意し、POC メッセージに登場させるということを行った。一方、岐阜に対しては、ぬいぐるみの地域性についての質問があり（「そのぬいぐるみは岐阜にいる動物ですか？」）、岐阜は改めて地域を代表するキャラクター“さるぼぼ”を用意するという一幕もあった。

#### 4-4. 議論

実践の前後で、他地域に対する印象が、3つの地域において変化した。特に、岐阜と仁川に対するイメージの変化が大きかった。一方で、鳴門と春川に対するイメージの変化は見られなかった。

この結果は、国内実践の結果と一貫している。他地域に対するステレオタイプの認知の一部が、交流により解消されるということが示された。さらにそれは、国際的な交流の場においても同様であるということが分かった。交流は共通言語としての英語で行われたが、その場合にも文化差や言語差を乗り越えて、他地域への理解が深まったと考えること

ができる。

国際実践においてイメージの変化が大きかった岐阜と仁川は、実践前にはどちらかといえば中立的なイメージが持たれていた、敢えて言えば確たるイメージのない地味な地域であった。そのように、他地域から見て情報の少ない、イメージが漠然としている地域については、直接交流を行うことによってイメージを変化させることができるということが示された。特に仁川については、現代的な都市の情景が静止画によって伝えられることにより、事前の漠然とした地域イメージが大きく変容したモノと考えられる。

一方、札幌と春川については、イメージの変化が小さかった。これらの地域は、「冬季オリンピック」および「冬のソナタ」により、地域イメージが確立している地域である。このような強いイメージを持つ地域については、交流を行っても容易に事前に持っていたステレオタイプのイメージが変容しないのではないかと推測される。

元々の地域イメージが漠然としていた鳴門については、イメージが変容しなかった原因が不明である。恐らく、交流における地域情報の提示が上手く行かなかったのではないだろうか。

実践参加者は、異文化に属する参加者とPOCストーリーを交換し、自地域に対する自己呈示を行い、質問と回答、意見を交換することによって、自地域についての思考を深めているようだった。各地域間では、互いの投稿に対する積極的な関与が見られ、そこに紹介されているものが何かを知ろうとしていた。それにより、例え自己ステレオタイプの認識を凌駕することができないにせよ、他者に答える形で、自地域の文化内容や背景について思考を深めることができたようである。

## 5. 総合論議

以上の3つの実践の結果から、以下の3点を主張することができる。

- 1) 他地域についてのステレオタイプのイメージは、交流によって解消させられる可能性がある

他地域に対するステレオタイプのイメージは、主にマスメディアから流される情報に基づいていると考えられる。これは、マスメディアは対象の地域に存在するのではなく、主に“中央”からの視点によって、対象地域に対する固定化されたイメージを既存しているからである。マスメディアにとって必要なのは、対象地域の姿をありのままに示すことではなく、他地域に対して“商品価値のある”（面白おかしい）情報として提示することである。そこには、“中央”の手によって「変わっている」「他にない」「商品価値のある」地方の姿しか存在しない。しかし、他地域の住民にとって、ある地域についての情報は、そのようなマスメディアを通じた歪んだ形で取得するしかない。このことによって、各地域間では他地域に対してステレオタイプのイメージを持つことになり、地域間の無理解や、ある場合には地域対立を増長する結果となる。

- 2) 自地域についてのステレオタイプのイメージは、他地域に対するステレオタイプのイメージより強固で、かつ交流によって解消されにくい

実践によって得られた役割構成体領域検査の結果を分析することにより、人は自地域に対するステレオタイプの認知を、他地域に対するよりも強く行っていることが明らかに

なった。これは、地域住民が自地域に対しても、マスメディアの手による“中央”のステレオタイプの偏向情報により強い影響を受けたイメージ形成をしていることを意味する。さらに、そのステレオタイプは、他地域との直接交流によっても解消されにくい。たとえ他地域の人間が、自地域について新しい個別的な評価や情報を提示したとしても、ステレオタイプの自地域のイメージに合致しない情報は確証バイアスによって無視されてしまう。このような心的傾向は、地域本来の価値や姿を見いだそうとする認知を抑圧してしまう。こうして地域住民は、いつまでも自地域の本当の姿（良さ）を見つけることができずに、マスメディアにより偽りの商品価値を付与されたステレオタイプの自地域のイメージに拘泥することになってしまう。

- 3) 地域情報は多分にステレオタイプ的であり、直接的な交流によって、それを解消することが必要。

マスメディアによるステレオタイプの偽りの自地域のイメージを打破し、真の地域イメージを地域住民自らの手で確立するためには、マスメディアを通ずに直接的に地域間が交流することが必要であろう。例えば、国際実践の岐阜と仁川の間に見られたように、共通の話題を見つけ、それを展開していくことにより他地域に自地域の真の姿を開示していくことによって、地域住民は真の地域の姿を知ることができるであろう。そのためには、インターネット上のサービスを通じて、多地域間が直接交流することのできる継続的な場の構築が必要である。本実践に示されたように、その場ではマスメディアによりステレオタイプ的に誘導された情報提示は必要ない。日常のちょっとしたこと、些細なことを互いに開示することのできる、POC コミュニティ

のような場が望まれる。

本実践の成果として、POC の実証モデルである POC コミュニケーターが、実用的に機能し、遠隔地をつないだコミュニティにおける知識の攪拌を行うことができるツールであることが実証された。実践は、断続的に 20 週間におよび、その間、POC サーバーのダウンやインターネット回線の不調などによって実践が中断されることもなかった。特に、PHS を用いたインターネット回線は 64kbps であり、当時の技術水準においても十分に低速であった。このような狭い帯域幅の回線の確保においても、POC コミュニケーターが十分に機能したことについては、特筆に値する。以上のことから、一連の実践は、POC コミュニケーターの実証実験としても、十分な成果をもたらしたと述べるができる。

#### 注

\*1 本論文は、文部科学省科学研究費補助金（基盤研究(C)（研究課題番号：16500592）「遠隔コミュニティ間の相互理解におけるオルタナティブ・メディアの有効性の検討」（研究期間：2004 年 4 月 - 2006 年 3 月・研究代表者：藤原伸彦）によって行われた研究成果の一部である。内容の一部は科学研究費成果報告書ならびに複数の学会口頭発表によって公開済みだが（畦地ら、2005；Azechi, 2006）、本論文において全実践についての未公開分を含むデータの提示および実践方法の詳述、全実践結果に基づく総合論議を行うことにより、論文として公表する。

#### 引用・参考文献

畦地真太郎（1993）対人認知の構造分析，大阪大学人間科学部卒業論文。






- 畦地真太郎, 福原知宏, 藤原伸彦, 角薫, 松村憲一, 平田高志, 矢野博之, 西田豊明 (2001) パブリック・オピニオン・チャンネル—知識創造コミュニティの形成に向けて—, 人工知能学会誌, 16, 1, 130-138.
- 畦地真太郎, 藤原伸彦, Choi Eunheui, 水島久光 (2005) 地域相互理解実践における地域ステレオタイプの変容, 教育システム情報学会全国大会 (第30回) 講演論文集, 555-556.
- Azechi, S. (2006) Communication among Distance Areas with Alternative Media “POC” (2): Cultural Representations Varying through the Practices, International Workshop for Social Intelligence Design Proceedings.
- Fujihara, N., Taniguchi, M., Fukuhara, T., and Nishida, T. (2002) Application of POC system to education. In: Damiani, E., Howlett, R. J., Jain, L. C., and Ichalkaranje, N. (eds.), Knowledge-based Intelligent Information Engineering Systems and Allied Technologies, Frontiers in Artificial Intelligence and Applications, 82, 1346-1350, IOS Press, Amsterdam.
- Kelly, G.A. (1955) : A theory of personality: the psychology of personal constructs, Norton, New York.
- Nishida, T., Fujihara, N., Azechi, S., Sumi, K., and Hirata, T (1999) : Public Opinion Channel for Communities in the Information Age, New Generation Computing, 17, 417-427.
- Osgood, C.E. (1964) . Semantic differential technique in the comparative study of cultures. American Anthropologist, 66, 3, 171-200.








付録

「国際実践」において、岐阜と仁川の間に見られた交流の連鎖（抜粋）。

岐阜によるマンガに関する話題の提供。韓国語版の日本のマンガの例、韓国人漫画家による日本のマンガ雑誌への連載、韓国漫画の例を挙げた後、マンガ・アニメ関連商品専門店への来店を述べている。

	<p>Azumanga-Daio : Hello,everyone. We are Gifu team. Today, I answer to Incheon's questions about Japanese comics and animations. At first, I talk about "Azumanga-Daio". The left is the first page of Azumanga-daio, Korean version and the right is Japanese. It is actually same, isnt it?</p>
	<p>Bookshelf:This bookshelf is Seiuchi-kun's one. It contains full of comics. Can you see Korean comic "SinAmHenOSa" in the second left cell? How much time should be spent for to read the whole of these comics!?</p>
	<p>My teacher's favorite comic : This is my teacher's favorite comic. Do you know "NOW"? Wow!! My teacher can read Hungle!</p>
	<p>Animate:This shop is Animate Gifu. Animate is a chain store of comic and animation and other related goods. It sell much amount of various goods. Then, let's go inside of the shop.</p>
	<p>Goods:There are a lot of goods related to animation. This is the corner of "Gundam". Do you find these kinds of shop in Korea?</p>

仁川による応答。韓国人漫画家による日本のマンガ雑誌への連載について、自分たちも好きであること、仁川にもマンガ・アニメ関連商品専門店が存在することを紹介している。なお、仁川が用いたぬいぐるみは、“海辺”という地域性を表すために選ばれたものである（クラゲ、ヒトデ、ウニなど）。

	<p>[3] ShinAmHenOSa is my favorite cartoon. JjuKkumi girl like this very much!</p>
	<p>[4] We also have animation stores.</p>
	<p>The store sell various goods about animation. It's cute!</p>
	<p>There are many Japanese song in our Karaoke. Amuro Namie, Lar'c en ciel, Kinki Kids and so on. Japanese singer, actor, and movie is well known in Korea about its unique quality.</p>
	<p>Also we hope that Korea and Japan to be able to play a game in World Cup 2006. GanBaTte KuDaSaE Korea and Japan!!</p>