

は、つぎのとおりである。「あなたは現在の日本をつぎのようなそれぞれの側面——科学・技術の水準、文化・芸術の水準、経済・貿易の水準、日常生活の水準、国際化の水準——についてどの程度評価していますか。」ここでも、それぞれの質問項目に対する回答の選択肢はいずれも5つに分かれた格づけ法 (rating method) ——「わからない」を除いて「非常に高い」「やや高い」「どちらともいえない」「やや低い」「非常に低い」の5段階——をとっているが、各項目の評価度のレベルの相対的な比較の基準としては「非常に高い」という回答の割合を用いた。その結果は図8に示したとおりである。

この結果から、日本に対する評価は、一方の

「科学・技術」「経済・貿易」で高く、他方の「文化・芸術」「国際化」「日常生活」で低いというように、分極化していることがはっきりとわかる。ここでも、「リアリティ」と「意識 (あるいはイメージ)」という切り口からの分析が興味深い課題として提起されるであろう。

(9) 日本の広告に対する「好感度」と「有用度」

まず日本の広告の好感度に関してはつぎのような質問文を用いた。「あなたはつぎにあげるような日本の企業の広告や日本の商品の広告が好きですか。それとも嫌いですか。」また日本の広告の有用度に関してはつぎのような質問文を使った。「あなたはつぎのような日本の企業の広告や日本

図6 目につく日本の広告「企業・商品」と利用・購入したことがある日本の「企業・商品」

