

大学生が受容・内在化するジェンダー —主流イメージの再生産と脱主流への葛藤—

石倉 瑞恵*¹

要 旨

本稿の目的は、若者を通して再生産されるジェンダー・イメージを明らかにすることにある。大学生は、幼少期から親しんだ文化やメディアの中で表象されている古層としての性役割やジェンダー・イメージを内在化している傾向にある。ジェンダー論受講生を対象として、彼らが受容し、内在化する文化・情報を明らかにするための調査を行った。関心がある情報、他者受容の着眼点、内在化する価値観、ライフ・コース認識、家庭領域への認識という点から分析した結果、主流のジェンダー・イメージによる無意識の行動規制、男性と女性に対する異なった価値基準の適用が、男子学生、女子学生の両者に見受けられた。また、女子学生は、男性を他者として認識すると同時にその他者性を内在化しようと試みる。しかし、内在化した他者性が女性のライフ・コースの中で統合されないために、脱主流イメージと主流への回帰という両義的な立場に置かれることが明らかになった。

キーワード：ジェンダー／再生産／大学生／文化・メディア／受容・内在化

はじめに

本稿の目的は、価値再生産の場として若者文化に注目し、若者が受容・発信する文化には、どのようなジェンダー・イメージが含まれるのか、そのイメージは何の影響を受けて形成されるのかを明らかにすることにある。

従来の「教育とジェンダー」をテーマとした研究では、学校内部に着目し、教科書における固定的性役割や、教師による性別カテゴリーの使用等、隠れたカリキュラムという枠組みを通してジェンダー再生産の仕組みを明らかにすることが主流であった(氏原, 2011)。しかし、かつてのように学校が必ずしも青少年文化の中心ではなくなったこと、青少年の関心事に占める学校の比重が縮小していることを鑑みれば、若者文化研究は重要性を増していると考えられる。そこで、大学生が形成する文化を通して再生産されるジェンダー・イメージを明らかにするために、石川県立大学ジェンダー論受講1年生(注1)を対象として調査を実施した。大学生になるまでに内在化したジェンダー・イメージ、現在選びとる傾向にあるジェンダー・イメージとその背景、ジェンダー論の学びを経ても影響力をもつ主流イメージを明らかにするのがねらいである。

本論においては、最初に、現在の児童文化・若者

文化の潮流について歴史的に概観する。次に、大学生になるまでに受容した児童文化が彼らのジェンダー・イメージに及ぼす影響力を明らかにする。さらに、大学生を対象として実施した調査、自己をとり巻く社会から発信される情報のうち何を好意的に、あるいは批判的に受け止めるのか、受け止めた情報を自分自身にどのように反映するのかを問う質問調査から得られた結果を分析し、大学生が受容し発信するジェンダー・イメージを明らかにしようと試みる。

1. 現代日本の児童文化・若者文化の潮流

今日の児童文化・若者文化の潮流は高度経済成長にその始点をさかのぼることができる。高度経済成長は生活様式の変容と社会・文化の豊かさをもたらした。地方の農業従事者が減り、農村から都市に出てサラリーマンや工場労働者となる若い世代が増加した。人々の労働の場が家庭から離れた工場やオフィスになると、農村では主要労働力であった女性が都市部労働力から除外された。農業とは異なり、オフィスや工場では、労働を妊娠・出産・育児と並行させることができないので、継続的生産活動には不都合な不安定労働力とみなされたからである。代わって、女性には産業労働者のケアという役割が与えられた。すなわち、現役労働力(夫)、次世代労働力(子ども)、及び退職した労働力のケアにあた

*1 石川県立大学 生物資源環境学部 教養教育センター

る専業主婦業が女性の主たる役割として定着するようになった（伊藤, 2011, 133-134）。

この男女の役割分担が、豊かさの中で花開く大衆文化、ひいては児童文化・若者文化に反映された。現在流通している数多くの大衆雑誌はこの時期に創刊された。男性を読者層にすえた雑誌は、都市労働者の情報源としての性質を（注2）、女性を読者層とする雑誌は、ファッション・芸能情報を扱う娯楽情報源としての性質を帯びていた（注3）。マンガ雑誌は、男児向け、女児向けと読者層を分けて発刊され、それぞれの雑誌群において日本マンガ文化の土台が形成される（注4）。

また、高速道路と新幹線が開通、交通網が発達し、自動車産業や建築業が盛んになるにつれ、列車や自動車、交通網、建築をテーマとした玩具が男児向けとして登場し、人気を集めるようになる。老舗玩具会社トミーは1958年に列車をテーマとしたプラレールを、1970年には自動車をテーマとしたトミカを発売し始める。一方で、女児向けの玩具として1967年にタカラが「リカちゃん（着せ替え人形）」を発売する。「リカちゃん」はその2年後、日本国内においてアメリカ発のバービー人形を上回る売れ行きとなる。

表1は、現在の大型玩具店における男児向け、女児向け玩具の分類を示したものである。男児向け玩具に分類されているのは、プラモデル、キャラクター変身アイテム、トミカ、レゴ、ミニカー、プラレールなどである。女児向け玩具に分類されているのは、リカちゃん人形関連のものに品目数が最も多く、他にはアクセサリ作りやぬいぐるみ、レゴ、ごっこ遊びセット、ファッション・コスメ玩具などがある。高度経済成長期に形作られた大衆文化・児童文化の

上に、現在に至る玩具の発展があることを見てとれる。

さらに、表1からは、男児玩具と女児玩具にそれぞれのジェンダーを見出すことができる。男児玩具は、現実世界の経済活動や技術発展に根付き、組み立てたり、創造したりする遊びを提供するもので、挑戦する意欲や技術革新への夢を育むものである（注5）。一方で、女児玩具は、ファッション・コスメや家事をテーマとしたものが主であり、産業が産出したモノのミニチュアを用途に応じて利用する受動的消費文化、あるいは日常の家庭生活の疑似体験を提供する内容である。そこには、挑戦したり、変革したり、未知の世界を開拓する精神性が欠如している。すなわち玩具には、理系、社会的労働、テクノロジー、開拓精神を男性領域とし、家庭やファッションを女性領域とするジェンダーが反映されている。

玩具のジェンダー分類は、あくまでも社会的主流であり、実際の選択には、保護者や子ども本人の意思が介入するので、必ずしもすべての女児が女児向けを、すべての男児が男児向けを選択するとはかぎらない。しかし、社会的主流のジェンダー・イメージは何らかの形で子どもに影響を与えている。その影響力を明らかにしたのが次に示す「エクササイズ」結果である。

2. 古層としてのジェンダー・イメージ

社会的主流は、西洋音楽で言う「執拗に繰り返される低音音型」、古層である（注6）。男女雇用機会均等法、女性の社会参画、女性の活躍、男性の育児休暇、主夫など新しい意識・概念と社会が構築されつつあるが、その社会の根底には低音音型である古

表1 大型玩具店における玩具の男女分類

男児玩具		女児玩具	
カテゴリー	項目数 (内容例)	カテゴリー	項目数 (内容例)
プラモデル、フィギュア	4,480 (アニメを題材にしたプラモデル、フィギュア)	人形	732 (リカちゃん人形とその付属品)
キャラクター	1,098 (変身グッズなど)	女児向けホビー	344 (ビーズアートやアクセサリ)
トミカ	516	ぬいぐるみ	337
レゴ	408	レゴ	320
ミニカー、モデルカー	419	ごっこ遊び	236 (ままごと、スーパー、医者)
男児向け玩具	296 (組み立てセット、ショットガン)	ファッション、コスメ	118
プラレール	250	電子玩具	80 (楽器、PC、動く動物、たまごっちなど)
ラジコンカー	232	キッチンセット	48
トレーディングカード	210	出典：玩具店のホームページより作成 (2019. 6. 21 閲覧)	
コレクション	139 (ディノザウルスなど)		
列車、自動車	67		
ロボット	39		

層のジェンダー・イメージが脈々と流れている。

大学1年生が、高校卒業までの十数年間に身につけたジェンダー・イメージを自己確認するために、前期「ジェンダー論」講義第1回目において「エクササイズ」にとり組ませている。ジェンダー論第1回目とは、学生がまだジェンダーについての知見、および思考力を深めていない段階にある。

エクササイズの内容は、「ジョギングをしている社長が犬の散歩をしている秘書と偶然に出会う」シーンをイラストで描写するものである（注7）。このエクササイズにおける意図は、学生が社長と秘書をどのように描写するのか、すなわち、男性か女性か、どのような年齢層や風体で描写するのかを見ることにある。しかし、その意図を汲みとられないことがないように留意し、学生には構図を含めて工夫を凝らし自由に描写するようにとのみ指示する。なお、毎年度、受講生は100人程度で、男女比はほぼ等しい。

このエクササイズを2013年度から2019年度まで実施した。学生が描いた人物イラストを分類した結果は表2のとおりである。社長を男性と描くパターンが圧倒的に多く、2013年度を除き、社長を男性、秘書を女性として描く「パターン2」が最多であることがわかる。一方で、社長を女性として描くパターンは少なく、そのうち、社長を女性、秘書を男性として描く「パターン4」が累計で最も少ない。

この結果から考察できることは、男女の描き分けパターンのみではない。学生が描写した二人の人物的特徴である。学生はそれまでの経験上、社長や秘書と直接的に関わることが少ないはずなので、それらのイメージをどこからか引用することになる。学生が描写した人物像には類似性、明らかにアニメや漫画の特定の登場人物を引用していると考えられる類似性が見られた（注8）。

2020年度「ジェンダー論」では、同様のエクササイズにおいて、「社長」を「校長」に、「秘書」を「英語教師」、すなわち、学生が直接関わったことがある職種に置き換え、「ジョギングをしている校長が犬の散歩をしている英語教師と偶然に出会う」

シーンを描写するように指示した。今回は、校長の専門は理科で物理が得意であるということ、英語教師は、大学での研究テーマが「赤毛のアン」であったという人物情報も提示した（注9）。

得られた結果は、表3のとおりである。校長を男性、英語教師を女性と描く「パターン2」が最も多く、校長を女性、英語教師を男性と描く「パターン4」が最も少ない。社長と秘書を描く場合、校長（理科教師）と英語教師を描く場合の両者において、「パターン2」が最多で「パターン4」が最少であった。すなわち、管理職、理系教師を男性領域とし、補助職、文系教師を女性領域とするジェンダー・イメージが学生の中に根付いているということである。本学で教員免許を取得する場合は、中学校・高等学校「理科」であるにもかかわらず、「不明」を除く74人中、「パターン1」と「パターン2」（物理教師＝男性）を選んでいる学生が96%を占めていることは特筆すべきである。今講義を受けている女子学生が理科教師になるかもしれないという自己の経験、自己をとりまく環境よりも、社会の主流イメージに影響を受けていることがわかる。

校長と英語教師を描くエクササイズは、学校が舞台であるために、隠れたカリキュラムの影響力があることも否めない。しかし、隠れたカリキュラムの影響力以上に、メディアを通して伝えられる社会の主流イメージから多くの影響を受けているとする根拠を見出すことができる。それは、彼らが描いた校長像が昨年度まで描かれていた社長像と類似している点である（注10）。すなわち、社長を描くときと同様、学生の描写にはアニメや漫画の登場人物から得たイメージが表出されているのである。自分の経験や記憶にある実在の教師像よりも、児童文化・メディアを通して伝えられる主流イメージのほうを強く内在化する傾向にあると考えられる。

学生は、幼少期から親しんだ文化やメディアの中に表象されている古層としての性役割やジェンダー・イメージを内在化している傾向にあり、その既成のジェンダー観に基づいて自己の活動が規制されると考えられる。

表2 社長と秘書の描写

パターン	社長	秘書	年度毎の回答数							累計
			2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
1	男	男	56	22	37	24	38	45	30	252
2	男	女	52	62	70	60	70	50	56	420
3	女	女	2	2	2	8	4	3	2	23
4	女	男	0	0	2	5	5	5	2	19
	不明		11	33	20	18	16	0	25	123
	合計		121	119	131	115	133	103	115	837

表3 校長と英語教師の描写

パターン	校長	英語教師	回答数
			2020
1	男	男	13
2	男	女	58
3	女	女	2
4	女	男	1
	不明		25
	合計		99

3. 大学生が受容するジェンダー・イメージ

ジェンダー論講義の目的は、女性らしさや男性らしさ、固定的性役割が成立したプロセスを分析する批判的思考力・分析力を育むことにある。例えば、宗教や神話、アニメ・小説や玩具の中にこめられたジェンダー・メッセージをとらえてその背景を探り、人々と社会に及ぼした影響を考察する道筋を示し、批判的思考の手法を習得してもらう。最終段階ではジェンダー・フリーの未来図を構築する。ジェンダー・フリーとは、多様性が受容される状態である。女性が社会進出すべきである、男性が育児をすべきである、という生き方の押しつけをする思想ではない。多様性を受容するとは、自分とは異なる選択、例えば専業「主夫」や男性の育児休業というライフ・コースを尊重することにある。すなわち、ジェンダー・フリーは、企業生産や戦争行為を男性領域としてその価値を過大評価し、家庭や人を育む業種を女性領域とみなして、男性領域に従属する価値の低いものとする固定的考えに疑問を抱く（上野, 2011）。従来の男性領域、女性領域を同等の価値観で測る精神こそがジェンダー・フリーの目指す多様性を受容する精神である。

したがって、ジェンダー論講義は、学生自身のライフ・コースよりも、「他者」（注11）に対する意識の変容を促す。学生は、古層としてのジェンダー・イメージを認識し、その上にジェンダー・フリーの考えを構築していくことになる。しかし、意識変容は葛藤のプロセスであるため、無意識的に古層としてのジェンダー・イメージが表出される。古層としてのジェンダー・イメージの影響力を明らかにするために、ジェンダー論受講生を対象として、大学1年現在、受容する文化・情報に関する調査を行った。自己をとり巻く社会から発信される情報のうち何を好意的に、あるいは批判的に受け止めるか、受け止めた情報を自分自身にどのように反映するのかに関する5つの質問を用意し、段階的に調査を実施した。

(1) 方法と質問内容

2020年6月から7月にかけて、講義後に一問ずつ自由記述式回答を主とする質問紙を実施した（注12）。本研究に関する調査は5項目であるが、実施時には他の質問も交え、調査意図が明白にならないよう、学生の自然状態を引き出すように留意した。5つの質問は、①「現在関心をもっていて積極的に収集する情報は何か」②「(a) 好きな有名人はだれか、(b) それはなぜか」、③「(a) どのような人になりたいか、モデルとなる人物を挙げ、(b) その理由を述べよ」、④（女性統治者が主人公の映画ストーリーを提示して）「(a) その後彼女にどのような人

生を送ってほしいと思うか、(b) それはなぜか」、⑤「(a) ジェンダー的な固定観念が強いと思われる人はだれか、(b) それはなぜか」である。①から③、④ (b)、⑤は自由記述式、④ (a) のみ選択式とした。

(2) 結果

①「現在関心をもっていて積極的に収集する情報は何か」に対する回答を種類別にまとめ、男女学生別で示したものが表4である。なお、情報収集源を尋ねたところ、インターネットやSNSなどの情報媒体と回答した学生が9割に上った。男子学生では「社会・国内政治、国際政治、アルバイト、スポーツ、生活、進路、ゲーム、生物・生物学」という順で、女子学生では「芸能、ファッション・コスメ、生活、国際政治、料理、アニメ、社会・国内政治、アルバイト」という順で回答数が多かった。

表4 関心のある情報

男子学生	人	女子学生	人
社会・国内政治	8	芸能	15
国際政治	7	ファッション・コスメ	7
アルバイト	5	生活	3
スポーツ	4	国際政治	3
生活	3	料理	3
進路	3	アニメ	2
ゲーム	2	社会・国内政治	2
生物・生物学	2	アルバイト	2
教育、イラスト、面白いネタ、車、地震、料理、IT、科学、音楽、芸能（各1人）		ホームステイ、動物、パソコン、車、ボランティア、サークル、アニメ、カフェ、科学、ゲーム（各1人）	

②「(a) 好きな有名人はだれか」に対して挙げた人物名を職業等種別でまとめたのが表5である。男子・女子学生の両方から「芸能人」が最も多く挙げられた。男子学生のうち男性芸能人を挙げた学生は15人、女性芸能人を挙げた学生は4人である。一方で、女子学生のうち男性芸能人を挙げた学生は20人、女性芸能人を挙げた学生は10人である。

②「(b) それはなぜか」に対する回答は、男子学生の場合、男性芸能人の「演技力や面白さ、頭の回転、発言力」など内面が、女性芸能人の「かわいさ」など雰囲気や外見が挙げられた。一方で女子学生は、男性芸能人に対して「かっこよさ」、女性芸能人に対して「かわいさ、おしゃれ、美しさ」を挙げており、どちらの性別に対しても雰囲気や外見に注目する傾向が強い。また、男子学生は、「歴史上の人物、アーティスト、スポーツ選手」を挙げる傾向が女子学生より強く、その理由として「かっこいい生き様、革新的、行動力、勇気、成長」など、挑戦する意欲や姿勢の側面を挙げている。

表5 好きな有名人

職業等種別	男子学生				女子学生			
	男性有名人		女性有名人		男性有名人		女性有名人	
	人	理由	人	理由	人	理由	人	理由
芸能人	15	演技力 (3)、面白さ (3)、頭の回転 (2)、発言力 (2)、センス (2)、牽引力、知識、精神力	4	かわいさ (3)、美人 (1)	20	かっこよさ (5)、面白さ (4)、実力・努力 (3)、演技力、熱意、頭脳、幸福感、向上心	10	かわいさ (4)、面白さ (2)、強さ (2)、おしゃれ、努力、演技力、美しさ、癒し、実力、多才
歴史上の人物	9	かっこいい生き様 (4)、尊敬 (2)、革新的、自分を発揮、行動力、名君			2	人情、信念		
アーティスト	6	勇気、感激、自分に影響、楽しませる			3	心 (2)、創作力、こだわり、面白さ		
スポーツ選手	6	かっこいい生き様、ポジティブ、成長、努力、成功率、筋肉			1	影響力		
漫画家・作家	2	勇気、自分に影響			2	こだわり、惹きつける力		
小説・漫画の登場人物	2		2	心・幸福感				
実業家	1	優越感			1	信念		
知識人	1	説得力			3	影響力、知識、頭脳		
ユーチューバー							1	考え方
政治家					1	ユーモア		

③「(a) どのような人になりたいか、モデルとなる人物を挙げよ」という問いに対して挙げた人物名を職業等種別でまとめたのが表6である。男子学生は、1人を除く全員が同性である男性を挙げているのに対し、女子学生は、約4割が異性である男性を挙げている。

男子学生の回答は、架空の人物である「アニメ・

ドラマの登場人物」が最も多く、「(b) その理由」として、「信頼、統率力、自由、他者を大切にする姿勢」など、チームの中での位置づけ（リーダーシップの資質）や他者との良好な関係性を挙げている。続いて、「芸能人、歴史上の人物、スポーツ選手」が挙がる。「生き様、信念、チャレンジ性」などが理由である。

表6 どのような人になりたいか

職業等種別	男子学生				女子学生			
	男性		女性		男性		女性	
	人	理由	人	理由	人	理由	人	理由
アニメ・ドラマの登場人物	9	信頼されている (2)、統率力 (2)、自由、他者を大事に、オールラウンド、やさしさ、楽しそう、頭の良さ、弱さを受け入れる			3	文武両道、優しい、努力	6	かっこよさ、ポジティブ、家族思い、やさしさ、自由、全力、運のよさ
芸能人	7	楽しむ生き方 (2)、熱意、社交性、豊かな人生、マッチョ、イケメン、金持ち、人気、エネルギッシュ	1	意志力	5	ムード・メーカー (2)、リーダーシップ、かっこよさ、豊かな人生、笑い、前向き、勇気を与える	9	かわいさ、美人、仕事と家庭の両立、努力、全力、前向き、軸のある生き方、自分の考え、積極性、努力、慈善活動
歴史上の人物	5	生き様、信念、自分を活かす、壮絶さ、カリスマ性			2	意志、信念	1	人によりそう
スポーツ選手	5	ストイック (2)、チャレンジ (2)、勇気			1	影響力		
恩師	2	他人思い、芯の強さ、知識			2	いつも笑顔、誠実	2	家庭も生徒も大切、凜としている
身内	2	努力、明るくさせる			1	行動力	4	仕事と家庭の両立 (2)、かっこよさ、強さ
実業家	2	起業力、有名			1	努力		
ユーチューバー	2	好きなことに転身、人を幸せに					3	自分の考え (2)、明るい
アーティスト	1	楽しむ生き方						
作家	1	熱意						
知識人	1	人のために動く			1	頭のよさ、金持ち	1	努力
知人							1	誰とも仲良し

一方で、女子学生の回答に多かったのは、男性・女性ともに「芸能人」である。「(b) その理由」では、男性に対しては「ムード・メーカー、リーダーシップ」など集団の中での位置づけを挙げている。女性に対しては、「かわいさ」などの外見・雰囲気、および「仕事と家庭との両立、軸、自分の考え、積極性」を挙げている。女性「ユーチューバー」を挙げた理由にも「自分の考え」があることが挙げられ、自己を確立している女性がモデルとなっていることがわかる。また、「身内」の女性という回答が多いのも女子学生の特色である。その理由は、「仕事と家庭との両立、強さ」である。

④映画ストーリー後の女性統治者に「(a) どのような人生を送ってほしいと思うか」を問う質問において設けた選択肢は、「独身、結婚・少子、結婚・多子」の3つである。結果は表7に示すとおりである。「独身」を選んだ学生は女子学生に多く42%であり、男子学生は34%であった。男子・女子学生ともに、「独身」の「(b) 理由」には「孤高の人であってほしいが多い。女子学生の回答には、「国家が家族であってほしい、かっこよく、強くあってほしい、権力を夫に奪われないように」など、男子学生にはない理由も挙げられている。

「結婚・少子」を選んだのは、男子学生の41%、女子学生の40%である。ともに統治のためには「協力者」がいたほうがよいという理由が最多である。女子学生が挙げた理由の中に「恋、結婚、大切な人」というワードが上がっている点は、男子学生との相違である。

「結婚・多子」を選ぶ学生は男子・女子学生の両方において最も少ないが、男子学生では25%、女子学生で18%であることから、男子学生のほうが多いことがわかる。理由は、「幸せ、寂しくない」などである。また、男子学生は「王国繁栄」のためとする理由があるのに対し、女子学生が挙げた理由からは、夫婦で「協力して家事・子育て」をして「理想の家庭」を築いてほしいとの思いを読みとること

ができる。

⑤「(a) ジェンダー的固定観念が強いと思う人物はだれか」という質問は、ジェンダー的固定観念とジェンダー・フリーを対比的に把握することができるようになった後に問う必要があるので、講義の終盤回に行った。結果は、表8に示すとおりである。ジェンダー的固定観念の表れ（「(b) それはなぜか」への回答）として、家事・育児を女性の役割とする認識、女性にとっての早期結婚の重要性や学びの必要性主張、男女別のライフ・コース認識、性的マイノリティへの不理解、男女への対応の違い等を挙げている。男子・女子学生の両方から、「芸能人」が多く挙がり、次いで、男子学生では、「政治家、漫画家・作家、両親、祖父母」の順となっている。女子学生では、「祖父母、両親、教師、友人・兄弟、政治家」の順である。少数意見であるが、「地域住民、ユーチューバー、産業界、知人・親戚」という回答がある。芸能、マンガ・小説、ユーチューブというメディア、また、メディアを通して視聴する政治的見解、および身近な人間関係の中に固定観念が多く見いだされることを学生は認識している。

(3) 考察

⑤（ジェンダー的固定観念が強いと思う人物）の結果から明らかになったように、学生は、日常生活の中でジェンダー的固定観念を認識・受容しやすい環境にあるといえる。そして、おそらくはジェンダー論での学びの成果として、性役割分業、女性と男性のライフ・コースの差別化、性的多様性への否定などに対して敏感に反応する傾向にある。

しかし、①（関心がある情報）の結果を見れば、男子・女子学生間で異なった関心が認められ、例えば、女子学生は、芸能、ファッション・コスメなどに対する関心が高いなど、主流のジェンダー・イメージに行動が規制されていることが明らかになった。

また、②（好きな有名人）の結果を考察すると、男子学生、女子学生それぞれに他者に向ける基準が異なっており、その基準には、主流のジェンダー・

表7 ストーリー後の女性統治者のライフ・コースを考える

選択肢	男子学生		女子学生	
	人 (%)	理由	人 (%)	理由
独身	15 (34)	たくましい、知識があるので孤高の人で (5)、ストーリーの面白さ (5)、1人で仕事に邁進 (3)、自由に、自分が生まれた家族を大切に、子育てと両立難しい、他人を傷つけない	21 (42)	孤高の人で (4)、かっこよくあってほしい (3)、国家が家族であってほしい (3)、強くあってほしい (3)、権力を保持するため (2)、自由に、ストーリーから
結婚・少子	18 (41)	協力者 (8)、幸せに (3)、ストーリーの面白さ (2)、後継者が必要、協力者、仕事に集中、出会いを	20 (40)	協力者 (8)、幸せな家庭を (2)、恋をして、結婚をしてほしい、大切な人を見つけて、子育てに時間を取られない落ち着いた家庭、人生を豊かに
結婚・多子	11 (25)	幸せ (3)、1人ではなくなるのでさみしくない (2)、子どもは王国繁栄に必要 (2)、有能な子どもをたくさん	9 (18)	子どもにとって大家族は楽しい、子育ての能力もある、にぎやかさ、子どくさんの理想の家庭、幸せな家庭、協力して家事・子育て、跡継ぎ、ストーリーの面白さ

表8 ジェンダー的固定観念が強いと思う人物

職業等種別	男子学生				女子学生			
	男性		女性		男性		女性	
	人	理由	人	理由	人	理由	人	理由
芸能人	9	女性蔑視の発言、女性をモノ扱い、男性らしさ発言	1	か弱いアピール	5	不倫賞賛、女性蔑視、女性らしさの決めつけ、亭主閑白、家事は女性	3	男性が女性を選ぶ、男性は稼ぎ手
政治家	7	女性は出産すべき発言、女性は早くに結婚発言、性的マイノリティへの差別的発言			3	性的マイノリティへの差別、性差別、女性は出産		
両親	5	家事・育児丸投げ、男のくせに発言、妹・姉との対応の違い	1	女のくせに発言	4	兄・弟との対応の違い、家事は女子、固定的性役割分業	1	料理や話し方など、女性としてのしつけ、育児優先の生き方
漫画家・作家	4	キャラクター設定が固定化（専業主婦など）、登場人物がほぼ男性、ジェンダー化した描写	3	キャラクター設定の固定化	1	キャラクター設定の固定化	1	固定的性役割分業
教師	3	女子生徒との対応の違い、女子・男子への決めつけ	1	女子生徒への決めつけ	4	男子に力仕事、男子は理系・女子は文系、女子に甘い	1	男子・女子の色分け
祖父母	2	家事をしない、食卓から動かない、「男は、女は」発言	3	男子が料理をすると驚く、否定	3	家事は女性、女子の言動のあり方、女性は早期結婚	4	女子は勉強より結婚
地域住民	1	女性が参加できない行事を主張						
ユーチューバー	1	性役割分業肯定						
産業界			1	女性は専業主婦発言				
友人・兄弟（同世代）					1	女性らしさ発言、料理は女子	3	男性が支払う、家族のあり方
知人・親戚（上世代）					1	女子の進路	1	女性管理職への偏見

イメージが適用されている点を指摘できる。男子学生は、「演技力や生き様」など実力に着目して好意を抱く男性有名人を選び出し、受け入れる傾向にあるが、女性に対しては異なった観点、雰囲気や外見から選び出す傾向にある。女子学生は、「かっこよさ、かわいさ、美しさ」など、雰囲気や外見に視線が行きやすい中でも、男性有名人に対しては、「実力、努力、頭脳」などに着目して好意を抱く対象を選び出す。すなわち、男子・女子学生共に、男性と女性それぞれに異なった基準を当てはめているのである。

③（モデルとなる人）、④（女性統治者のストーリー）の結果からは、女性のライフ・コースをとらえるなかで、脱主流イメージへの葛藤を経て、主流イメージへ回帰する思考のプロセスを読みとることができる。③からは、芸能人のみならず、アニメ・ドラマなど架空の人物が学生に影響力を及ぼすことが示された。男子学生は人間関係における「位置づけ（リーダーシップ）、生き様」に着目し、架空世界や現実世界の同性の中に自己の理想を見出す傾向にある。女子学生は、「リーダーシップ」など人間関係における位置づけという点では男性をモデルとして挙げ、「かわいさ、美しさ」などの外見や雰囲気、またそれとは対照的な（すなわち男性的価値観であ

る）「かっこよさ」、および「仕事と家庭との両立」、「自分の考え」を持つという観点から女性をモデルとしてとらえている。男子学生とは異なり、女子学生の4割が異性である男性をモデルとして挙げる理由は、集団内における位置づけモデル、すなわち、リーダーシップなどの資質を見出すことができる女性に思い当たらないからと考えられる。リーダーシップにおける女性モデルの不在は、女性が主役になる生き方の得難さや困難さの認識に通じており、したがって、強い女性、自己が確立している女性モデルを模索すると言える。すなわち、女子学生には脱主流イメージへの葛藤が生じるのである。

④から明らかになったことは、全体の4割近くが「独身」を選んでいることにより、女性が主体として働くことと家庭を持つことの両立が困難であると男子学生も女子学生も認識しているという点である。その認識は男子学生よりも女子学生のほうが強い。そして、女子学生の中には、かっこよさと家庭が両立しない価値観であるとする認識がある。女子学生が「独身」を選択した理由には「かっこよさ、孤高、強く」が、「結婚」を選択した理由には「恋、大切な人」が挙げられ、「かっこよさ、強さ」と「家庭」が相対する価値観、両立しえない価値観として内在化されていることが示されているからである。

また、男子・女子学生ともに「結婚」を選択した理由として「協力者」の必要性を挙げていることから、家庭と出産・育児にまつわる役割が付随する女性がリーダーシップを担うことには、男性がリーダーシップを担うよりも多くの困難が生じるとの認識があると考えられる。

さらに、男子・女子学生共に、これは割合としては低いですが、結婚と家族が（女性の）幸せであるとする認識が見られた。しかし、子どもに対する認識は男子学生と女子学生との間で異なっている。男子学生は、後継者としてとらえ、女子学生は幸せの象徴としてとらえる傾向にある。

すなわち、女子学生は、リーダーシップなどの男性的価値観を内在化しようと脱主流イメージを試みつつも、結婚や家庭、結婚後のライフ・コースを思い描く時、また女性がリーダーシップを担うという具体的なシーンに直面した時に、主流イメージに依存した選択をするという回帰志向を示す。

以上のように、主流のジェンダー・イメージによる無意識の行動規制、男性と女性に対する異なった価値基準の適用が、男子学生、女子学生の両者に見受けられた。また、とりわけ女子学生に顕著に見出されたのが、脱主流イメージへの葛藤と主流への回帰というアンビバレントな状態である。女子学生は、男性を他者として認識するのであるが、同時に他者性（リーダーシップの資質など）を内在化しようと試みる。しかし、内在化した他者性が女性のライフ・コースの中で統合されないために、二つの両極のライフ・コースを思い描く。すなわち、脱主流イメージと主流イメージとの間で揺れる両極性をはらんでいるという女子学生の傾向が見出された。

おわりに

近年では、大衆文化を支えるメディアにおいて固定的ジェンダー・イメージを表象しないよう注意が払われる傾向にある。広告やアニメ、ドラマ・映画等には、多様な男性像、女性像が描かれている。しかし、多様なジェンダーは、主流ジェンダー・イメージを前提とした新規性や面白さの効果を期待している。例えば、男性が家事をする、主夫業をするようなプロット、女性がキャリアを積み重ねるといったプロットは、自然状態として描かれるのではなく、プロットそのものが新規であり面白いものとして描かれる。したがって、昨今メディアを通じて表現される多様なジェンダーは主流とはなりえていないと言えよう。

学生は幼少期から児童文化の中で受容したジェンダー・イメージの上に、そのイメージを受容した時と同じように無意識に社会や文化・メディアが伝達

する主流イメージを受容することになる。自分自身の選択や覚醒した意識の中には、主流に対する反発や批判が表れることがあるが、比較的無意識な行動である他者を見る視線は主流に依る傾向がある。のみならず、他者との関係性で成り立つ多様な社会（家庭を含む）での選択においては、主流へ回帰する傾向を、女子学生に顕著に見出すことができる。このようにして、若者が形成する文化は、主流のジェンダー・イメージを再生産する働きを担うと考えられるのである。

本研究は、2019 - 2021 年度科学研究費助成事業（基盤研究 C）「若者文化の中で再生産されるジェンダー・ストーリー — チェコと日本の比較 —」の成果の一つである。

注釈

1. ジェンダー論受講生を対象とした理由は、受講中にジェンダーに関する理解を深め、受講以前との思想的変容を生じさせるはずだが、そのような思想形成の機会がある場合でも、幼少期に身についたジェンダー観が影響するという仮説を検証するためである。また、石川県立大学は、県外県内の学生が半々を占め、男女の割合もほぼ等しいので、地域性を排除した考察、および男女間の比較考察が可能である。
2. 『週刊新潮』1956年創刊など。
3. 『週刊女性』1957年創刊、『女性自身』1958年創刊など。
4. 男児向け『少年マガジン』1959年創刊、『少年サンデー』1959年創刊、女児向け月間『なかよし』1962年創刊など。
5. 創刊期男児向け漫画雑誌に掲載された漫画もまた、将来的な科学技術の発達を予見する内容のものが多かった。『パーマン』、『ドラえもん』、『サイボーグ009』など。
6. 丸山(加藤・木下・丸山・武田, 1991, 152-154)は、文化の土台のたとえとして、音楽用語のバスソ・オスティナート(basso ostinato)を用いている。バスソ・オスティナートは、低音部に一定の旋律をもった音型として執拗に登場し、上・中声部と一緒に響く。日本文化は外から入ってくる体系的な外来思想を変容させる執拗な持続力を持っていると考え、その力をバスソ・オスティナートに見立て、「古層」という語を当てた。本稿においては丸山が用いる意味の「古層」を高度経済成長期に成立したジェンダー・イメージを意味するものとして用いる。
7. 小平・氷見(2010, 10)「はじめてのワークシート」を用いた。
8. 類似性が顕著に表れたのは「社長」である。「サザエさん」の父「波平」に似た人物を描くパターンが例年多く見受けられた。
9. 「社長」を「校長」に、「秘書」を「英語教師」に置き換えたのは、それらが学生の経験を伴う学校を舞台とする職種

であり、経験上のイメージがある場合(学校)とそうでない場合(会社)との描写比較が可能となるからである。また、本学は理系の大学であるが男女の割合が等しく、「理科」に対してはジェンダー・イメージを付与しないはずである。しかし、そのような場合でも、主流イメージが彼らの「理科」に対するジェンダー・イメージに影響を及ぼすことを検証しようとした。

10. 「社長」、および「校長」の両者の描写では類似性が高く、「校長」にも「波平」イメージが多用されていた。
11. 「他者」とは自分ではないもの、男性にとっての女性、女性にとっての男性、あるいは自分とは異なるジェンダーを受容している対象を意味する。
12. 大学共通のeラーニング・プラットフォームであるmoodleのアンケート機能を活用し、講義後から当日中に回答するように指示した。2020年度は、zoomを用いたりリモート講義であったので、講義資料のアップ、課題提出まですべてmoodle上で管理した。実施したのは、2020年①6月23日、②6月9日、③7月21日、④7月14日、⑤7月28日。

参考・引用文献

- 伊藤公男・樹村みのり・國信潤子. 2011. 女性学・男性学 ジェンダー論入門. 有斐閣アルマ.
- 上野千鶴子. 2011. 生き延びるための思想(東京大学退職記念特別講演). 講談社.
- 氏原陽子. 2011. 隠れたカリキュラムによるジェンダー・メッセージの伝達に関する研究. 名古屋女子大学紀要 57: 151-160.
- 押山美知子. 2007. 少女漫画ジェンダー表象論〈男装の少女〉の造形アイデンティティ. 彩流社.
- 加藤周一・木下順二・丸山真男・武田清子. 1991. 日本文化のかくれた形. 同時代ライブラリー.
- 小平麻衣子・氷見直子. 2010. 書いて考えるジェンダー・スタディーズ. 新水社.
- 田中和子・諸橋泰樹. 2006. ジェンダーからみた新聞のうら・おもて ―新聞女性学入門―. 現代書館.
- 諸橋泰樹. 2005. ジェンダーの語られ方、メディアのつくりられ方. 現代書館.
- 米沢嘉博. 2008. 戦後少女マンガ史. ちくま文庫.

Gender Image Accepted and Internalized by University Students : Reproduction of the Mainstream Image and the Conflict for the Post-Mainstream

Ishikura, Mizue (Liberal Arts Education Center, Ishikawa Prefectural University)

Abstract

The purpose of this paper is to clarify the gender image that is reproduced through youth. The university students tend to have internalized the mainstream gender roles and gender images that have been represented in the culture and media that they have been familiar with since their childhood. A survey was conducted for the students who attended the lecture on Gender Study to clarify the culture and information they accept and internalize. Results of five questionnaire surveys were analyzed from the viewpoints of the information of their interest, criteria for accepting others, internalized values, recognition of life course, and awareness of home.

The following was derived from the analysis. First, both male and female students apply different standards of value to men and women. Second, male students find qualification models such as leadership and self-establishment in the same-sex they long for. Female students try to find qualification models in the same sex and the opposite sex. That is, female students acknowledge men as others and at the same time try to internalize otherness. Third, both male and female students recognize that women's professionally cool life and family formation are incompatible. Finally, though female students try to de-mainstream images to internalize otherness, they tend to make choices that depend on the mainstream image when they envision a woman's post-marriage life course or when faced with a specific scene in which a woman takes leadership.

Keywords: gender / reproduction / university students / culture and mass media / acceptance and internalization