

## II-4部会 1

## 女子学生文化にみるジェンダーの現代的位相

## —女性内分化の視点から—

- 菊地 栄治 (国立教育研究所)  
 ○加藤 隆雄 (東京大学大学院)  
 ○越智 康詞 (東京大学大学院)  
 ○吉原 恵子 (東京大学大学院)  
 高井 靖雄 (学校法人河合塾)  
 土倉 三奈 (お茶の水女子大学大学院)  
 中原由里子 (日本女子大学大学院)  
 宮崎あゆみ (東京大学大学院)

## I. 問題の所在

現在、女性をめぐる社会情勢は新たな局面を迎えている。男子を上回った女子の大学・短大進学率、女性の職場進出と雇用機会均等法の成立、伝統的な結婚・出産からの脱却と家族の変貌、ライフコースの多様化、といった変化は、女性の社会的地位と同時に、女性という存在についての社会意識をも変えずにはいない。もちろん、これらの達成は、いまだに不十分なものである。女性は依然として二重労働に従事しているし、育児休暇制度などの労働条件の整備もまだ進んでいない。そして、男性の意識は依然として遅れている。

こうした状況のなか、女性に対する差別と不平等というこれまでの問題設定もまた新たな展開を必要としているように思われる。いくつかの調査が報告しているように、女性の意識に伝統からの脱却と同時に、伝統への回帰という方向も指摘されている。

“ポストモダン社会”と呼ばれるように、現在、近代主義的な価値、つまり、平等・解放・発展・人間性といった価値が相対化される傾向にある。それと同時に先進諸国で、また特に日本で“高度消費社会”と呼ばれる《超一豊かな社会》が到来した。さらに“新階層社会”と呼ばれるような階層構造の硬直化についてもまた議論される。

こうした社会状況のなかで女性をめぐる問題が変質してきたのである。高度消費社会のなかで、近代的業績主義価値を求めて、男並み（またはそれ以上）の努力をする女性もいるが、一方で主婦として“ニューリッチ”の生活を享受する女性もいる。生活世界が分断されるにしたがって、従来同一のカテゴリーで捉えられていた女性から、さまざまな意識と生活スタイルをもつ女性が析出してきたのである。女性はもはや均質的な集団ではない。それは、社会階

層を初めとして、様々な形で分化し始めている。同時に、女性を均質的なものに見せていた性別という社会的カテゴリーも揺らぎ始めている。こうした《女性内分化》の状況とそのダイナミクスについて研究が必要とされている。

以上のような状況は、現代女性の意識に先鋭的に反映されると考えられる。特に、1970年代に生まれた世代、つまり現在のティーンエイジャー～20歳代初めであるこの世代に、現代女性の意識構造の先端的変化が集約されているだろう。中でも、女子大学生、とくに東京近郊の女子大学生は伝統的層・近代的な層・脱近代的層が混在する、いわば「サラダボール」である。彼女らを分析することで、女性とその分化というポストモダンの状況が解明されるのではないかと考えることができる。

## II. 調査の概要

本報告で分析するデータは、東京都およびその近郊の四年制大学・短期大学を対象とする調査によって収集された。調査の概要を以下に記す。

## 1. 実施時期・方法

平成3 (1991) 年6～7月に、集合自記式の質問紙調査（一部持ち帰り方式）を実施し、あわせて関連資料の収集を行った。

## 2. 調査対象選定

選抜性・設置主体・共学/別学の基準にもとづいて、関東近郊の四年制大学・短期大学を6グループに層化した。その上で、各層から2校ずつ（一部1校）を調査対象校として選定した。文科系学部の1・2年生（一部3・4年生を含む）

を中心に実施した結果、合計999名の有効サンプルが得られた。

### 3. 対象校の特徴

各大学の特徴とサンプル構成は、表Iの通りである。

表I 調査対象校の特徴とサンプル構成

大学名	A大	B大	C大	D大	E大	F大	G大	H大	I大	J大	K大
①西大/短大	四大	四大	四大	四大	四大	四大	四大	四大	四大	短大	短大
②女子/男子	共学	共学	共学	共学	共学	共学	共学	共学	共学	共学	共学
③設置主体別	私立	私立	国立	私立	国立	私立	私立	私立	私立	私立	私立
④サンプル数	99	82	40	55	95	96	56	156	46	83	191
⑤男子比率	27.3	26.8	-	-	30.5	25.0	42.9	-	-	-	-
⑥出身高校学年	81.3	76.9	85.5	83.6	76.1	71.4	72.3	64.1	53.9	67.2	29.1

\*サンプル中に占める男子学生の%を示す。

\*\*出身高校の四年制大学進学率(成人進学率を含む)を「8割以上(中心値90%)」「6~7割(65%)」「5割(50%)」「3~4割(35%)」「2割以下(10%)」の5段階でたずね、各大学ごとに進学率の平均を算出した。

## III. 分析

### III-1 家庭と学校における女性内分化の関連要因分析

さまざまな社会的・歴史的要因が複雑に絡み合っており、ジェンダーの現代の特徴が形づくられている。とりわけ、女性内分化という視点をもつことによって、新たな研究の перспекティブが生まれてくる。もちろん、多様な女性像の存在が指摘されるだけでは充分ではない。試みるべきステップのひとつとして、女性内分化が成立するダイナミクスを解明するという厄介な課題がある。以下では、とくに家庭と学校でのさまざまな経験が女性内分化とどのように関わっているかに検討を加える。

#### (1) 女性アイデンティティの受容

女性としての自信をもっていないという女子学生が6割を超えている(60.6%)。この割合は、男子学生の場合(34.1%)に比べると格段に高い。伝統的な女性性からの〈脱却〉という趨勢の中で、女子学生の意識は少しずつ揺らぎつつある。つまり、女らしさの受容は、男らしさの受容に比べればはるかに臆気である。「女(男)らしさ」について5段階で自己評価してもらったところ、次のような結果が得られた。「1」または「2」と回答した肯定群の割合は、女性の場合男性の半数以下にとどまった(男性50.4%；女性22.6%)。他方、女性アイデンティティ受容の様子は、女性によってさまざまであることも事実である。そ

こで、この受容をめぐる女性内分化がどのような契機で生じるかを探ってみた。表III-1の①・②は、とくに際立った関連が確認できた要因の一部について、肯定率の変化を要約したものである。

表III-1 女性内分化の関連要因分析

①	女らしさの自己評価	暮らし向き	↔	暮らし向き	↔	全体	$\chi^2=28.4$ $p<.001$
	肯定率	32.2	28.9	19.2	14.0	16.7	22.6
②	女らしさの自己評価	らしさ教育	↔	らしさ教育	↔	全体	$\chi^2=30.6$ $p<.001$
	肯定率	37.2	22.4	18.7	14.9	22.6	
③	家事実施	家事しつけ	↔	家事しつけ	↔	全体	$\chi^2=66.5$ $p<.001$
	(実施)	実施率	86.1	85.5	69.8	57.2	75.5
④	家事実施	母親の就労	↔	母親の就労	↔	全体	$\chi^2=12.7$ $p=.002$
	(実施)	実施率	78.8	78.8	69.6	75.5	
⑤	結婚	らしさ教育	↔	らしさ教育	↔	全体	$\chi^2=71.0$ $p<.001$
	結婚	該当率	43.8	28.6	16.0	9.4	24.6
⑥	結婚	母親の就労	↔	母親の就労	↔	全体	$\chi^2=16.4$ $p=.001$
	結婚	該当率	20.9	20.9	31.0	24.6	

①「女らしさの自己評価」…5段階で「1」「2」(女らしい)と回答したものの割合を示す。  
 「暮らし向き」…「あなたのご家庭の暮らし向きは、次のどれにあてはまりますか」とたずね、「非常に良か」「やや良か」「よつう」「やや良しい」「非常に良しい」の5段階で回答を求めた。  
 ②「らしさ教育」…「女の子は女らしくしなさい」と言われてきたかどうかを4段階の評定法でたずねた。  
 ③「家事実施率」…洗濯をするかどうかを「よくする」「たまにする」「まったくしない」の3段階でたずね、「よくする」「たまにする」と回答した者の割合を求めた。  
 「家事しつけ」…「よく料理の手伝いをさせられた」かどうかを4段階の評定法でたずねた。  
 ④「母親の就労」…母親が収入になる仕事をしているかどうかをたずねた。  
 ⑤「伝統的性別役割」…結婚した相手とどのような関係でいたいかわたずね、次の4つの選択肢の中から回答を求めた(このうち「2」と答えた者の割合を示す)。「1. 家は私が守るから、相手には別でしっかり働いてほしい」「2. 仕事に専念したいので、家事・育児はすべてに別してほしい」「3. 家庭も仕事も両立させよう頑張りたい」「4. お互いに仕事は大切だが、いざというときは女が家を守るべきだ」。

女性らしさの自己評価は、大まかに言って母親の生き方と家庭での社会化のあり方によってかなりの程度影響を受けていると推論できる。とくに、母親が家庭的で就労しておらず、性別ステレオタイプを強調し自立性を阻むようなしつけを受けてきた女性ほど自らを女性らしいと認識している点が注目される。しかも、経済的に豊かな階層(主観的評価)ほど女性らしいと答える割合が高くなっているのである。これに対して、学校経験については限られた関連しかみせない(ただし、大学差は比較的大きくカレッジ・インパクトの可能性は捨て去れない)。経済的な基盤に部分的に条件づけられながらも、家庭での社会化経験というソフトな要因が女性性の形成に重要な影響を及ぼしている可能性が高いと言ってよい(以上の傾向性は《異性化願望》をたずねた項目でも部分的に確認できた)。

#### (2) 家庭志向性の形成

次に、家庭への志向性という観点から、女性内分化の有り様をたどってみる。ここでは、家事を実際にどのくらい行なっているかという《家事実施》と結婚した相手との関係からみた《性別役割分業観》という2つの要素を取り上げることにする。

##### (a) 家事実施

まず、さまざまな家事に日頃どのくらい従事しているかを

たずねた。洗濯を例にあげてみよう(表Ⅲ-1の③・④)。分析の結果、関連のある要因はかなり限定されることがわかった。ひとつは家事のしつけ経験である。家事の手伝いなどのしつけが家事実施率を左右するようである。もうひとつは、母親の就労である(家事内容によって違いがあるが)。これは、先の女性らしさの自己評価とは逆の方向に作用している。つまり、母親が就労しているという家庭状況の中で女子学生が必要な家事労働を補完するという仕組みになっているのである(就労形態別では、母親がパートをしている場合には実施率がかなり低くなる)。自立のしつけや家事志向性の予期的社会化ばかりでなく母親の就労という条件が家事遂行をある程度左右しているのである。しかしながら、こうした家事実施が女性的アイデンティティの形成や伝統的な性別役割分業観の維持へとダイレクトに結びついているかといえれば必ずしもそうではない。

#### (b) 性別役割分業観

次に、結婚後の性別役割分業のあり方に関する女子学生のパースペクティブを吟味する。分業観に応じて、専業主婦型・準専業主婦型・両立型・キャリア型の4つのタイプを設定したが、このうち専業主婦型(「家は私が守るから、相手には外でしっかり働いてほしい」と答えた女子学生の割合が、さまざまな要因によってどのように変化するかを調べてみた。ここでも女性らしさの受容の場合と似通ったパターンがみられる(表Ⅲ-1の⑤・⑥)。家庭的な専業主婦の母親をもつ場合には、該当率がかなり上昇する。また、家庭での社会化経験(例:女性らしさの強調)も伝統的な性別役割分業観の形成を促進することがわかる。さらには、家計の豊かさもまたこの方向で作用する。ただし、大学によるバラツキがかなり大きいことを見落としてはならない。たとえば、専業主婦パターンを選んだ比率は、最高のI大(39.1%)と最低のA大(7.1%)の間ではじつに5~6倍の開きがあるのである。また、中等教育(とくに、高校教育)の組織のあり方が性別役割分業観の形成に何らかの影響を及ぼしている可能性も否めない。たしかに、女性的アイデンティティと同様、性別役割分業観は家庭内の社会化のあり方に非常に大きく左右される。現在自らが位置している家族をひとつのモデルとしながら性別役割分業観が形成されるし、それを可能にする経済的基盤も等閑に付すことはできない。しかし、大学による大きな差異は、入学後のさまざまな経験を通じて、家庭志向性が大きく変容し得ることを示している。過去の文化に一定の拘束を(潜在的に)受けながらも、かの女たちがさまざまな生き方へと自らを変えていく余地は決して小さくない。

### Ⅲ-2 女性的社会化と女性文化の影響

女性的社会化のエージェントとして、家庭と学校以外に、友人関係とマス・メディアが考えられる。これらの領域で社会化の支配的原理となっているのは、女性特有の行動様式、つまりここでいう《女性文化》である。もしも、同世代の女性に汎通的な文化が存在するならば、これは時として、女性内分化に抵抗する勢力となる。共通文化という基盤によって、分化が繋ぎ留められるからである。女性文化の存在は以下の点で確認された。

同性の友人関係について尋ねたところ、「誕生日にはプレゼントをする」「愛称で呼び合う」「いっしょに買物をする」「手紙のやりとりをする」の4つの項目で、「よくあてはまる」と答えたものは、女性は男性の4倍またはそれ以上であった。また、ふだんの行動について尋ねたところ、「ショッピングには時間をかける」「ファンシー・グッズを買う」「丸文字を書く」「花の名前をよく知っている」「インテリアの趣味にはうるさい」「友だちの星座や血液型が気になる」で、「あてはまる」(とても+やや)と答えたものは、どの項目においても、女性の方が男性の約3倍であった。「ケーキをよく作る」「部屋にぬいぐるみが多い」で女性の方が多いのは当然であるが、どちらも3割前後の女性があてはまると答えている。これに対して「電車で本を読む」「冗談を言って人を笑わせる」「事務的な仕事は得意だ」「心霊現象を信じる」については男女差はなく、「ファミコンやパソコンのゲームをする」については圧倒的に男性の方が高かった。

以上に見られた《女性文化》の特徴は、融和的な友人関係と、いわゆる《ファンシー》なオブジェへの愛着である。女性に共有された友人関係とファンシーなオブジェへと変換された文化環境というものがあり、女性は独特の友人関係を通じて、女性文化の共有された基盤へと参入して行くのではないかと考えられる。

### Ⅲ-3 異性観

#### (1) 性別ステレオタイプ

「女性・男性にとって必要なこと」として、男性も女性も7割以上が、女性については「素直さ」が必要であり、男性にとっては「誠実さ」が必要であると回答している。女性に必要なものとしてこれに続くのが、男女とも「誠実さ」「子ども好き」である。しかし、男性に必要なものとして「誠実さ」に続くのは、男性の場合「素直さ」「勤勉さ」であるのに対して、女性の場合「ユーモア」と「収入」「昇進意欲」

であった。女性のステレオタイプについては、男女ともに一致する傾向が強いのにに対して、男性のステレオタイプは、男性がより内面的な価値を重視するのに対して、女性はより実際の面を重視する傾向がある。

さらに、女性に対する「素直さ」「料理が得意」「ファッションセンス」に関しては、僅かだが、女性の方が男性よりも高い値を示している。逆に、女性に対する「容貌」については、男性の方が女性よりも高い。

しかし、他方で、女性にとっての「昇進意欲」「収入」「学歴」では、男性よりも女性の方が、必要と回答するものが多かった。と同時に、男性にとっての同じ項目も女性の方が必要と回答するものが多かった。

#### (b) 異性との交際と平等化要求

大学生にとって恋愛は一大関心事である。恋愛は性と結婚のはざまにあって、時代により、年齢により、さらには男女によってさまざまならえかたが可能である。ここでは、恋愛のなかで用いられるルールにおいて何が重要とされているのかに焦点を当ててみた。

異性との交際で相手に期待することのうち、デートの場所をきめたり、デート代を出してくれるなど男性にリーダーシップを期待し、依存する傾向がどのくらいあるかをたずねてみた。各項目の得点を合計しランク付けして《男性依存度》を測り、これと職場での平等要求に関する項目との関連を調べた。その結果、平等要求が高い場合でも必ずしも男性依存度が低いわけではないし、また逆に、男性依存度が高いからといって平等要求が低いわけでもない。キャリア型に多いと思われる業績主義的価値志向と男性依存度との関係にも同様の結果が得られた。「仕事において出世できる」ことがとても重要と答えたものでも、必ずしも恋愛において男性のリーダーシップを求めないわけではないのである。

このように職場での平等要求を貫く原理と異性との交際におけるルールの支配原理は同じではない。制度的要素が強い結婚に比べ、恋愛はゲーム性が強いだけに《装いととしての女らしさ(男らしさ)》が強調されやすい。このことは、男女関係を規定しているさまざまな規範や役割観が仕事をめぐる公的世界と、恋愛・結婚などの私的世界とは異なっており、二つの世界を区別して考えなければならないことを示唆している。

### III-4 仕事観とキャリアパターン

女子雇用者の中高齢化が目される一方、女子大学生の新規卒就職者の就職率は約80%に達している。女性の“社会進出”と就労について考える場合重要なのは、仕事内容や就労パターンによって職業の意味が大きく異なってくる可能性があることである。結婚・出産の高齢化とキャリア志向の高まりのなか、就労継続の問題はどのようにとらえられているのだろうか。以下ではライフコースの視点から仕事観と結婚・育児等に関する意識がどのようにかわっているのかを検討する。

#### (a) 仕事観 —総合職と一般職—

就職の際どのような点を重視するかについては、全体の約8割が「やりたい仕事ができること」を挙げている。「出世の見込みがあること」を「とても重視する」ものの割合は全体の6.8%と比較的低いが、「やや重視する」を含めると42.3%となる。

女子学生における女性内分化を象徴的に表しているのが就職における「総合職」希望者と「一般職」希望者である。就職希望者全体のうち約25%が会社員を希望しているが、総合職と一般職はそれぞれ約45%、約55%となっている。総合職希望と一般職希望別で「出世の見込みがあること」に対する期待をみると、「とても重要」「やや重要」を含めると約60%が総合職希望である。一方、「仕事が楽であること」が重要であるとするものは、約45%であった。

#### (b) 育児休業制度

就労継続の鍵となる育児休業制度について、「とても重要である」とするものは全体の約40%であり、「やや重視する」も含めると、約75%が就職にとって重要であると考えている。これを結婚時期パターン別で見ると、「平均年齢までに」とするものより、「早くなくてもよい」と考えている場合、就職の条件として重要だとする率が高い。

全般的に、仕事観に関して現代女子学生には、やりたい仕事を無理のない程度でという、《仕事エンジョイ派》が多いようである。しかし、女性のキャリアを育てる雇用システムは、総合職・対・一般職というかたちで、女性内分化を促進させることになることも考えられる。

### III-5 結婚と家庭

III-3(a)でみたように、女性に対しては「素直さ」が、男性に対しては「誠実さ」が必要とされる傾向があった。このような男性像と女性像の差異は将来の結婚と家庭のイメー

ジにどのように反映しているのだろうか。

#### (a) 結婚観

結婚の時期については、全体でみると「できるだけ早くしたい」が約10%、「結婚の平均年齢までにはしたい」が約25%、「結婚したいが早くしなくてもよい」が約45%、「おそくてもよい」が約5%、「あまり結婚したくない」が10%となっている。約半数が結婚を急いでいないことが明らかになったが、その理由のなかで特に多かったのは、「自由な生活をエンジョイしたいから」83.0%、「いろいろな人と付き合いたいから」72.0%、「仕事に打ち込みたいから」72.0%となっている。逆に「結婚しなくても幸せになれるから」という理由に対しては約70%があてはまらないと答えている。また結婚のメリットについては「人生のよきパートナーが得られる」と「精神的な支えができる」それぞれについて、とてもあてはまると答えたものが全体の約70%を占めている。

卒業後のライフコースとして、「いつかは結婚すると思うが、すぐにではなく、まずは自分にあった職業を得て、充実した職業生活、独身生活をエンジョイしたい」との将来図を描くものが多い。しかし、「結婚しなくても幸せになれるから」という理由は支持されていない。このことから「いつかは良きパートナーと結婚して精神的安定を得たい」という気持ちとセットになっていることがうかがわれる。

#### (b) 性別役割分業観と子どもへの性別しつけ

子どもができたなら、どのような人になってほしいと思うかについて、5つの項目に順位付けしてもらったところ、女の子の場合、第一位として最も多く挙げられたものは、「素直で他人の言うことをよくきくこと」(25.8%)、次いで「他人に頼らず自分で決断し行動できる人」(25.6%)であった。男の子の場合には、第一位として最も多かったものは「決断」(56.4%)で、第二位として最も多かったのは「規律を守り責任ある行動ができること」(37.9%)であった。女の子像に対して男の子像のイメージの方がはっきりしたものとなっていることが興味深い。

これを結婚後の性別役割分業観との関連でみると、女の子の第一位に挙げられたのは、「専業主婦型」および「準専業主婦型」の場合、比率の高い順から「素直」「人の和」である。「両立型」は「決断」「素直」を、「キャリア型」は「決断」「人の和」を挙げている。男の子については、どのタイプも「決断」「規律」となっている。

以上のように、子ども像も一般的な女性像・男性像と近

いものとなっている。すなわち、「女の子は素直で家庭的」、「男の子は決断力と行動力」というように「女は家庭を守り、男は働いて家を支える」家父長制原理を反映したものとなっている。

### III-6 ジェンダーの特殊現代的位相

女性が女性アイデンティティや女性役割・主婦役割を受容することには、家庭での性別社会化の経験や女性文化が大きな意味を持つことは既に明らかにされた。しかし、ここ数年の女性の意識や行動の傾向を解明するには、女性が自ら女性性や女性役割を選び取っていく（あるいは男性的な生き方を敢えて選ばない）といった戦略的な側面をも考慮に入れる必要がある。イエ制度の下での「良妻賢母」、高度成長期における「専業主婦」、高度消費社会の中での「ニューマザー」は、相互に関連し合っているが異なった形成原理を持つのである。また、こうした女性性の自己形成的側面を明らかにすることによって、一方で「結婚しないかもしれない症候群」を生み出しながら、他方で女性の「保守化」傾向を生み出す理由、つまり女性内分化の形成メカニズムを解明することができる。

経済的に豊かな階層ほど自分を女性らしいと評価する割合が高いことについては既に触れた。実際、経済的に豊かな階層ほど、生まれ変わるとしたら「男」というように、異なった性を選ぶ傾向は少ないし、自己の性アイデンティティに対する不安も少ない（ジェンダーの鑑別: 男性10.2%女性12.9%対15.8%対18.0%）。こうした一連のデータは豊かな階層の文化と女性性とのつながりが強いことを示している。豊かな階層の出身者ほど、女性の徳目として「素直さ」や「礼儀」といった伝統的な女性性を重んじる傾向があることはこの点を裏付ける。しかし、これは単に文化的再生産の問題として片付けられるべきではない。むしろ、我々は経済的な豊かさが「女性であること」に適合的であるという点に注目すべきである。女性は男性以上に経済的に恵まれた生活を強く求める者の割合が高い（男性21.6%女性31.9%）が、このことが示すのは、豊かさが女性性を強めるのみならず、「女性であること」は豊かさを求める傾向を強めるということである。後述する女性性と消費的傾向との関連はこうした結び付きを媒介する重要な要素である。

では大学の選抜性や成績と女性性の間にはどのような関係があるのだろうか。女性性を多く身につけた女性は選抜性の低い大学に多く、また成績もあまりよくない。そして、逆に、職業意識や自分の能力や才能を伸ばそうという意欲を強く持

つ女性は選抜性の高い大学、成績のよい者に多い。

さて、以上の結果は、女性のライフコースが二つの選択肢の間で引き裂かれていることを示唆する。どちらのコースを志向するかによって女性の間で分化が生じていることが予想されるのである。こうした女性内分化を明らかにするために、いくつかの合成変数を作り、相互関係を調べてみた(表Ⅵの1)。ここで〈自己実現〉とは、「自分の能力を生かして仕事を通じて自己実現をはかりたい」といった自己実現への意欲をどの程度持つかを表した指標である。〈女性度〉とは、「自分は女だからそれほどいい大学を目指さなくてもいいと思った」とか「女性にあった仕事をしたい」など、自分が女性であることを意識し、それに従って行動する度合いである。また、〈消費度〉とは、「高級ホテルを利用して遊ぶ」「ブランドにこだわる」「ショッピングには時間をかける」など、いわば贅沢な自己目的的な消費を行う傾向性を表す指標である。ここで〈自己実現〉を中心とした連鎖と〈女性度〉を中心とした連鎖に注目すると、〈自己実現〉は「大学の選抜性」や「成績」と、〈女性度〉は〈消費度〉や「暮らし向き」と強く関連し連鎖し合っていることがわかる。〈自己実現〉に対する意欲を持つことは、「大学の選抜性」によってかなり限定されされており、また、そのコースを外れると女性的になりやすいか、逆に自己の女性性を意識するとそのコースを外れることになる。ただし「暮らし向き」と「成績」や「大学の選抜度」との間には有意な関連はない。

この〈女性度〉を中心とした第二の連鎖は〈結婚志向〉(専業主婦志向)と強く結び付いている。ただし、これは「ロマンチック・ラブ・イデオロギー」からイメージされるような単純な結婚願望とは異っている。この違いを特徴づけるのは、彼女たちの結婚相手に対する期待の高さである。誰でもいいから愛情さえあれば結婚するというのではなく、ある「条件=将来の約束」と結婚をする。ここでは年令・学歴といった条件からやさしく頭がよく頼りがいがあるといった性格特性を期待する度合いの合計点から〈期待度〉という指標を作ったが、〈消費度〉が高いほどこの〈期待度〉も大きくなることがわかる。

ここでⅢ-1で見た〈家庭での社会化〉の問題を考慮すれば「専業主婦」が形成される二つのパターンを推定することができるだろう。一つは「家庭での社会化・教育での落ちこぼれ→女性度の高まり→専業主婦」という軸であり、もう一つは「消費傾向→結婚に対する期待→専業主婦」という軸である。〈女性度〉に代表されるような女性性は、自己実現の冷却装置あるいは業績競争からの逃避シユルターとして機能しているが、〈消費度〉はそれ自体としては

自己実現を阻むのではない。しかし、消費傾向の強い女性は、有利な結婚、あるいはより高いレベルの生活を求めるという積極的な行動を通じて、結果的に業績主義的な世界から降りていく(=専業主婦)ことになる。その時、女性性は戦略として身につけられることになるのである。男性の求める女性像が「素直でかわいい」に集中し(58.1%)、彼らの結婚へのイメージが「身のまわりの世話をしてくれる人が出来る」(男34.4%女3.3%)に固着している限り、結婚上昇を求める女性は自己実現への意欲を捨て、女性性を身につけることが、合理的な選択となるのである。

表Ⅵ-6 相関係数表

	暮らし向き	大学選抜度	自己実現	女性度	消費度
自己実現	-.041	.201	-	-.145	-.041
女性度	.085	-.235	-.145	-	.170
消費度	.182	-.086	-.041	.170	-
期待度	.085	-.077	-.023	.110	.213
結婚年齢	.060	-.247	-.281	.249	.066
専業主婦志向	.076	-.153	-.255	.170	.090

\*下線は $p=.001$ で有意差が認められるもの

#### IV. 課題と展望

ジェンダー問題とは女性と男性の関係の問題であるが、これは同時に女性性と男性性の問題でもある。現在では、業績主義的な社会に消費社会という文脈が割り込むことで女性性/男性性の布置状況が変化しジェンダー関係はより一層複雑なものとなってきた。業績原理のもとでは、女性性は日陰に追いやられてきたが、消費社会をリードするのは他者とのコミュニケーションと差異の原理であり、ファンシーな文化であるが、これらは女性の文化である。しかし、こうした女性性/男性性の布置状況の変化の中にあってもなお、男女間の不平等という問題は根深くのこる。家庭では依然としてジェンダーによる差異的社会化が行なわれており、学校教育は、成績や学校の選抜性を通して、決定的な影響を与えている。

さて、以上は東京近郊の文学部・教育学部を中心とした文科系の学生の意識を通じた分析であるという極めて制約されたデータの下での結論である。対象とする層、ライフコースにおける段階を拡張して、さらに分析を積み上げていく必要があるだろう。また、現在のジェンダー状況においては、女性のみならず男性(男性性)も問い直されるべき深刻なテーマとなっている。本調査ではほとんど男性の現在について触れることは出来なかったが、これは今後の重要な課題である。

[付記]調査にご協力いただいた先生方、学生の皆様にご場を借りて心からお礼申し上げます。