

女性・男性雑誌とジェンダー規範、ファッション意識

—首都圏男女への質問紙調査の分析—

坂本 佳鶴恵

1. 本稿の視点

(1) 女性雑誌とジェンダー規範

女性雑誌は、女性のステレオタイプのイメージや性役割分業を雑誌のうでで表現しており、ジェンダー規範を強化しているという批判が多くなされてきた。イギリスのメディアにおける女性差別を告発したデイヴィスらは、メディアが、性役割に関する伝統的な観念を獲得するよう促しているとし、特に、女性雑誌におけるファッション、美容、健康関係の記事や広告は、外見での性役割取得に強いプレッシャーをかけていると指摘している（Daviesほか1987=1995：64-5）。

日本でも井上輝子や女性雑誌研究会メンバーの諸橋泰樹は、男女のステレオタイプの描写や女らしさの強調などの、性役割イデオロギーの伝達内容を明らかにすることを、女性雑誌研究の意義としてあげている（諸橋1993）。女性雑誌研究会による1986年の日本・アメリカ・メキシコ三ヶ国の女性雑誌の内容分析では、女性雑誌における女性登場モデルの大半が、主婦向けの雑誌であっても20歳代の若い女性であるなど、女性雑誌において、若さ、痩せているなど類似した外見が強調されていることが指摘されている。井上輝子は、こうした内容分析から、日本の女性雑誌が美容・ファッションといったおしゃれに関する頁数が非常に多く、料理などの家事についての頁数も多いことを指摘し、おしゃれと家事は女性雑誌、余暇は男性雑誌というように性別による役割分業が表現されていると述べている（井上ほか1989）。

フェミニズムは、メディア、とりわけ女性雑誌が、性役割イデオロギーを誌面で表現し、読者を性役割イデオロギーにそのような行動に駆り立てる存在であると批判してきた。ファン・ゾーネンは、こうしたメディア批判のパターンを「伝達型コミュニケーション・モデル」と呼んでいる（Van Zoonen 1991=1995）。

1990年代以降はこうした批判に対して問題も指摘されるようになった。ファン・ゾーネンは二つの問題点を挙げている。一つは、このモデルがメディアの多義性を看過していることである。メディアは、意味をめぐる闘争の場であり、すでに文化的に意味が規定済みであるわけではない。もう一つは、受け手を、メディア・テキストの解釈において選択権をもっていない受け身な存在とおいてしまっていることである。¹

第一の点は、女性雑誌などのメディアのテキストを、ジェンダー規範の表現、あるいは強制と決めつけてよいのかという問題、第二は、女性雑誌などの読者が、女性雑誌などのメディアのテキストをどう読んでいるのか、という問題と置きなおすことができる。この二つは関連しており、読者が、ジェンダー規範とは異なる読みをしているなら、女性雑誌は、より多義的な意味を帯びていると考えることができる。

そこで、読者がこれらの内容をどう受けとめているのかという読者分析がおこなわれるようになった。

メディア研究では、受け手のエスノグラフィー研究として、ラドウェイの、ハーレクイン・ロマンスの読者分析が知られているが、女性雑誌の研究においても、マックロビーが、既知感を前提に雑誌を読む若い女性を議論したり、エルムスが、女性読者が雑誌を語るときに使う言葉の分析をおこなったりしている (Radway 1984) (McRobbie 1996) (Hermes 1995)。

これらの研究は、読者が、日常生活でロマンス小説を読むことをどう利用しているか、あるいは小説や女性雑誌のメッセージをどう読んでいるか、というものであり、メッセージの解釈や日常生活での利用が、ジェンダー規範や家父長制的な現実とどういう関係にあるかが議論された。これらの調査では、読み方や利用の仕方について多様性があること、それまでとは異なる、家父長制への抵抗のしかたがみられることなどが明らかにされていった。その結果ロマンス小説や女性雑誌など、いわゆる女性向けメディアが、必ずしもジェンダー規範の内面化に限らない、多様な機能を果たしたり、効果をもっていることが明らかにされた。

しかし、こうした多様な解釈や利用のしかたは、ジェンダー規範の内面化の作用の存在を否定するものではない。従来からあった問い、すなわち女性雑誌などの雑誌メディアが、果たして何らかの形で、本当に多くの人々のジェンダー規範の内面化に寄与しているのか、という問いについては、やはり解決されぬまま置き去りにされている観がある。また、男性における雑誌とジェンダー規範についての研究はほとんどなされていない。そこで本稿では、質問紙調査の分析によって、雑誌を読むことと人々のジェンダー規範との関係を明らかにしたい。

(2) ファッションへの着目

筆者が2005年におこなった女子大学学生の調査では、次節で述べるように、女性雑誌を読むこととジェンダー規範との関係は、ファッションに対する意識によって媒介されていた。(坂本2009) 今日の女性雑誌におけるファッションの占める比重は大きい。家庭にいる主婦という性分業を基礎とした、主婦雑誌全盛の1960年代までとは異なり、今日、最もよく読まれている女性雑誌は、ファッション雑誌である。2005年雑誌販売部数では、女性ファッション誌のCanCamが、年間1,142,485部の販売部数があり、『月刊テレビジョン』、『家の光』について雑誌全体で3番目に部数が多い。同じくファッション中心の『MORE』、『with』も80~90万部以上の売上げで、女性ファッション誌は、雑誌全体のなかでも非常によく売れている。井上らの1986年10月号の誌面構成調査では、分析対象とした38の女性雑誌のうち16雑誌が3割以上の誌面をファッション・美容のおしゃれ関連記事に割いている (井上ほか1989)。

他方、男性向けにもファッションを中心とした雑誌がある。男性ファッション誌は、女性ファッション誌のような目立った販売部数はないが、『MEN'S CLUB』(1954年創刊、以下括弧内は創刊の年)、『POEPEY』(1976)、『MEN'S NON-NO』(1986)、『FINEBOYS』(1986)、『Boon』(1986)、『Gainer』(1990)、『Smart』(1995)、『Men's JOKER』(2004) など、特に1980年代以降多数出版されている。「秋のバッグ大・研・究」(Smart2007年11月号)「美人スタッフが厳選! シャツ&カットソー最前線」(FINEBOYS2007年10月号)「シンプルだけどセクシーな秋トップスコーディネート術。さりげなくはおって魅せる!! 大ヒット確実! 秋の最新トップス着こなしテク」(Men's JOKER2007年10月号)といった表紙最上段の見出しからもわかるように、これらは、女性ファッション誌と同様、ファッション記事を主体にしている。また、2001年に創刊し「ちょいモテオヤジ」「ちょい不良(ワル)オヤジ」という言葉を流行させた『LEON』

をはじめ、近年では中年男性向けのファッション雑誌も珍しくない。

2005年の業種別雑誌広告費をみると、雑誌に最も多くの広告費を出しているのは、化粧品・トイレタリーで15.8%、ついでファッション・アクセサリーの14.8%であり、他の業種の広告費は10%に満たない(電通広告年鑑'06/'07:183)。ファッションや化粧品は雑誌業界の収入源であり、記事ばかりでなく、雑誌に掲載される広告の多くがファッションに関連したものである。雑誌は、ファッションと密接な関係にある。

本稿では、女性雑誌が本当に多くの読者のジェンダー規範の意識に影響を与えているのかどうか、また男性向けの雑誌についてはどうかを、質問紙による調査で検証する。また、女性雑誌をはじめ雑誌で多くとりあげられ、ジェンダー規範と関わり深いファッションとジェンダー規範との関係を検討する。

2. 先行研究

日本の女性雑誌の誌面の分析は(井上ほか1989)(諸橋1993)(Skov & Moeran1995)を始め多数あるが、読者の分析は、投稿欄などの誌面をもとにおこなわれることが多く、質的な調査も量的な調査も、読者を直接調査した研究は少ない。読者の意識や行動に焦点をあてた調査は、竹下逸郎らの利用と満足度調査(竹下ほか1978)や質問紙調査とインタビューによるギャル系雑誌購読者と非購読者の比較(佐藤2002)、女性雑誌の誌面分析と読者調査について方法的な検討(栗田2006)など、わずかしかない。

そこで筆者は、2005年に二つの女子大学の女子学生150名の質問紙調査をおこない、それを分析して、性役割規範意識、ファッション意識と女性雑誌を読む頻度との関係を検討した(坂本2009)。そして、女性雑誌を読む頻度と性役割規範意識には相関がある($r=.37, p<.001$)、女性雑誌を読む頻度はファッション意識と強い相関がある($r=.50, p<.001$)、ファッション意識は性役割規範意識とも強い相関がある($r=.53, p<.001$)、ファッション意識をコントロールして偏相関分析をおこなうと、女性雑誌を読む頻度と性役割規範意識との相関関係がなくなるという結果を得た。

この結果は、女性雑誌を読むことと性役割規範意識の間に、直接的な関係はないこと、両者には、ファッションに対する意識や態度が関係していることを示している。

そこで2008年に、年齢および性別の対象を広げ、またランダムサンプリングを用いて、新たに調査をおこなった。本稿ではこの2008年の調査を分析して、3者の関係、および重要ファクターとして浮かび上がったファッション意識について、再検討をおこなう。

3. 調査の概要と質問文・尺度

(1) 調査の概要

2008年2月22日(金)～3月11日(火)、首都圏(東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県)の20歳以上49歳以下の男女を母集団とし、サンプリングをおこなった。サンプル抽出の台帳は、中央調査社がすでに住民基本台帳から無作為にサンプリングして作成した「個人マスターサンプル」を用いた。母集団の性別と年代の構成に比例して層化をおこない、全部で2000人を無作為に抽出した。性別と年代による母集団構成に沿った層化の内訳は以下のとおりである。

| | | |
|-----|----------|----------------|
| 女性 | 20-29歳 | 291名 |
| 女性 | 30-39歳 | 378名 |
| 女性 | 40-49歳 | 286名 |
| 男性 | 20-29歳 | 316名 |
| 男性 | 30-39歳 | 414名 |
| 男性 | 40-49歳 | 315名 |
| 女性計 | 955名、男性計 | 1045名、合計 2000名 |

郵送調査法で質問紙調査をおこない、一回督促状を出した。有効回収数は924票、回収率は46.2%である。

(2) 雑誌を読む頻度、女性雑誌／男性雑誌

この調査では「ふだん、雑誌をどのくらいの頻度で読んでいますか。」という質問をし、「ほぼ毎日」「週2～3回」「週1回」「月2～3回」「月1回」「2～3ヶ月に1回」「年数回」「ほとんど読まない」「まったく読まない」の9段階で回答を聞いた。

また、「ふだんどのような雑誌を読みますか。最もよく読む雑誌名を一つご記入ください。」という質問をし、社団法人日本雑誌協会の男性雑誌／女性雑誌の分類にしたがい、雑誌名を男性月刊誌／男性週刊誌／女性月刊誌／女性週刊誌の4つのカテゴリーにアフターコーディングした。²この分類による男性雑誌には、『文藝春秋』『PRESIDENT』などの一般総合誌も含まれているが、これらの読者の多くは男性であるため男性雑誌にカテゴリー分けしているものと考えられる。³この調査ではもっともよく読む雑誌に男性月刊誌をあげた人は男性77.9%女性22.1%、男性週刊誌は男性83.0%女性17.0%、女性月刊誌は男性2.0%女性98.0%、女性週刊誌は男性8.3%女性91.7%であった。

(3) 性役割規範尺度

ジェンダー規範は、広義には性別に基づく社会規範のことを指すが、女性は家事、男性は賃労働といった性分業や女らしさ、男らしさといった性差を中心として論じられることが多い。一般的な社会調査での質問項目も、ジェンダー規範に関する意識は、性分業や性差を中心としている。鈴木は、男女平等意識が、結婚観、教育観、職業観、平等・自立の意識の4つのカテゴリーから成立するとして50の設問項目を選定し、平等主義的か伝統主義的かという性役割の態度の尺度を作っている（鈴木1987、1991）。また、性役割や女性問題に関する意識の調査項目で、総理府などによってよく用いられているのは、「男は仕事、女は家庭」という考え方に同意するかどうか、もし生まれ変わるとしたら男女どちらに生まれたいか、女性の職業と生活設計について、結婚・出産を契機に仕事をやめたほうがよいかどうか、といった質問である（堀・山本・松井編 1994：50-1）。

本稿では、ジェンダー規範を、このような従来主に問題とされてきた性分業を中心とした性役割意識として操作的に定義し、女性雑誌やファッション意識とどのような関係にあるのかを検討する。

ジェンダー規範として従来よく用いられている、性役割分業を中心とした意識を、性役割規範意識と呼

び、性差、性分業、生き方に関する以下の5つの質問に対する回答によって、尺度を構成する（性役割規範尺度）。回答選択肢は、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」の4段階である。

- ①女は女らしく、男は男らしくする方がよい
- ②男性は外で働き、女性は家庭を守る方がよい
- ③女性は結婚した方が幸せである
- ④経済力のない男性は、男として魅力がない
- ⑤女性は家事ができなければならない

これらの5つの質問の結果を合計したものを、性役割規範に対する意識の尺度として用いることとする。この合成変数の得点分布は5～20点、平均は12.5点、標準偏差は3.1、クロンバックの α は0.77であり、尺度としての内的一貫性は確保されている。

(4) ファッション意識尺度

この調査では、ファッションに対する関心や意識を測るため、以下の13の質問を設けた。回答選択肢は、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」の4段階である。

これらの回答を合計して合成変数を作り、ファッション意識の尺度とする。得点分布は18～52点、平均は37.9点であり、クロンバックの α は0.85で、尺度の内的一貫性は確保されている。

- ①自分は流行を人より早くとりいれるほうだ
- ②洋服を選ぶときは、恋人がその服を気に入りそうか考える
- ③洋服を選ぶとき周囲の友人の評価を考える
- ④ほかの人を洋服や身につけているもので判断することがある
- ⑤洋服や身につけているものは、その人の人柄や性格を反映すると思う
- ⑥自分はファッションセンスがある
- ⑦自分はきれいだと思う
- ⑧新しいファッションが市場に出る時、私はそれらをまっさきに採用しようとする
- ⑨ある種の衣服は、私に一層の自信を感じさせてくれる
- ⑩私は友人と、お互いが着用している衣服が似合うかどうか話しあう
- ⑪どのようにアクセサリーを組み合わせれば、自分を魅力的にできるのかを知るため、私は店にならぶアクセサリー・コレクションを研究する
- ⑫私は、格別の服を着る時には愛想よく、また、開放的になる
- ⑬私は洋服ダンスに最新のスタイルの服をそろえるように心がけている

4. 分析

(1) 雑誌を読む頻度、性役割規範意識、ファッション意識の関係

雑誌を読む頻度、性役割規範意識、ファッション意識の相関関係をみよう。

男性の場合、雑誌を読む頻度とファッション意識尺度とは相関がある ($r = .19, p < .001$)。また、ファッション意識と性役割規範意識との間にも相関がみられた ($r = .15, p < .005$)。しかし、雑誌を読む頻度と性役割規範意識の間には相関がみられなかった。

女性の場合も、雑誌を読む頻度とファッション意識尺度とは相関がある ($r = .24, p < .001$)。また、ファッション意識と性役割規範意識との間にも相関がみられた ($r = .26, p < .001$)。しかし、雑誌を読む頻度と性役割規範意識の間には、やはり相関がみられなかった。

女性月刊誌にファッション誌が多いため、ふだんもっとも読む雑誌が女性雑誌である女性に限定し、女性月刊誌と女性週刊誌に分けて相関をみたが、女性月刊誌をもっとも読む人の場合、雑誌を読む頻度とファッション意識尺度とは相関があるが ($r = .25, p < .001$)、雑誌を読む頻度と性役割規範意識の間にはやはり有意な相関はみられなかった。女性週刊誌のほうは件数が22と少ないが、雑誌を読む頻度とファッション意識尺度との間、雑誌を読む頻度と性役割規範意識の間とも相関はなかった。⁴

男性月刊誌をもっとも読む男性の場合は、雑誌を読む頻度とファッション意識尺度とはやや相関があるが ($r = .17, p < .05$)、雑誌を読む頻度と性役割規範意識の間にはやはり有意な相関はみられなかった。男性週刊誌の場合は、雑誌を読む頻度とファッション意識尺度との間、雑誌を読む頻度と性役割規範意識の間とも相関はなかった。

この結果は、雑誌を読む頻度と性役割規範意識の間に相関がみられた2005年の女子大学学生調査とは異なる。異なった原因として、女子大学学生調査が18-22歳が中心であったのに対して、今回は20-49歳であるという対象年齢の違い、前者が大学生のみで今回はすべての学歴を含むという学歴の違い、さらに前者が女子大学のみという大学の傾向の可能性、ランダム・サンプリングでなかったという統計上の偏りの可能性が考えられる。

また、前回は「ふだん、女性雑誌を読みますか。どのくらいの頻度で読みますか。」という質問文であったのに対し、今回は男女双方に聞くため、「ふだん、雑誌をどのくらいの頻度で読んでいますか。」という質問をし、雑誌の種類は、ふだんもっとも読んでいる雑誌名のアフターコーディングにより女性雑誌／男性雑誌を読んでいるかどうかを特定したという違いがある。

そこで、もっともよく読む雑誌に女性雑誌をあげた女性と女性雑誌をあげなかった女性で、性役割規範意識の値が異なるかどうか調べてみた。もっともよく読む雑誌に女性雑誌をあげた女性は368人、あげなかった女性は108人いたが、t検定の結果、両者の性役割規範意識の値に有意な差はなかった。

以上から、一般成人女性を対象とした調査では、女性雑誌を主とした雑誌を読む頻度はファッション意識とは関係があるが、性役割規範意識との間に相関関係はなく、また女性雑誌をもっともよく読むかどうかとも性役割規範意識に有意差をもたらしていないため、女性雑誌を読むことが必ずしも性役割規範意識を強めるとはいえない。

また、今回の調査分析では、男性においても同様にファッション意識と雑誌を読む頻度、ファッション

意識と性役割規範意識の間関係がみられ、男性雑誌のなかでもファッションが重要な要素となっていることが示唆された。

(2) ファッションと価値観の因子分析

女性雑誌はもちろん、男性雑誌も、誌面でファッションを多くとりあげられる雑誌が多ければ、雑誌を読む頻度とファッション意識との間に相関があるのは当然といえる。しかし、ファッション意識と性役割規範意識の間にはなぜ相関があるのだろうか。

ファッション意識と性役割規範意識の関係をより深く検討するため、性役割規範意識だけでなく、恋愛や他者への同調、自己顕示などファッションと関連すると想定される価値観を含めて因子分析をおこない、ファッションへの意識や態度の違いがどのような価値観と関連しているかを探ってみよう。

49項目について男女別に因子分析をおこない、スクリープロットの変化により5因子に限定してヴァリマックス回転をおこなった。5因子によって男女とも全分散の39.6%が説明される。回転後の因子負荷行列が表1である。

表1 因子分析の結果（ヴァリマックス回転後の因子負荷量）

| | | 男性 | | | | |
|------|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | 因子負荷量 | | | | |
| 質問項目 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 新しいファッションが市場に出る時、私はそれらをまっさきに採用しようとする | .782 | .138 | .029 | .048 | -.103 |
| 2 | 自分は流行を人より早くとり入れるほうだ | .771 | .071 | .107 | .051 | -.078 |
| 3 | 私は洋服ダンスに最新のスタイルの服をそろえるように心がけている | .721 | .140 | -.013 | -.012 | -.247 |
| 4 | 私は友人と、お互いが着用している衣服が似合うかどうか話しあう | .667 | -.061 | .210 | -.064 | -.033 |
| 5 | どのようにアクセサリを組み合わせれば、自分を魅力的にできるのかを知るため、私は店にならぶアクセサリ・コレクションを研究する | .652 | -.119 | .093 | -.011 | .074 |
| 6 | 自分は、はやりの話題や流行に敏感である | .642 | -.030 | .054 | .096 | -.042 |
| 7 | 自分はファッションセンスがある | .627 | .114 | .078 | .178 | .317 |
| 8 | 自分はきれいだと思う | .576 | .190 | .012 | .136 | .199 |
| 9 | 私は、格別の服を着る時には愛想よく、また、開放的になる | .482 | .073 | .401 | -.020 | .001 |
| 10 | 洋服を買うときブランド品か気にする | .454 | .045 | .269 | .147 | -.286 |
| 11 | 自分は、身だしなみに気を使うほうだ | .422 | .001 | .126 | .333 | .025 |
| 12 | 洋服を買うとき個性的か気にする | .421 | -.075 | .042 | .115 | .341 |
| 13 | 洋服を買うときセンスがよいか気にする | .380 | .021 | .359 | .281 | .029 |
| 14 | 女性は家事ができなければならない | -.005 | .744 | .055 | -.057 | .011 |
| 15 | 女は女らしく、男は男らしくする方がよい | -.025 | .737 | -.020 | .082 | .095 |
| 16 | 男性は外で働き、女性は家庭を守る方がよい | .059 | .684 | .200 | .042 | -.067 |
| 17 | 女性は結婚した方が幸せである | .064 | .657 | -.012 | .057 | -.149 |
| 18 | 女性は細やかな気づかいができなければならない | .077 | .655 | .248 | -.065 | .093 |
| 19 | 女性はきちんとしたマナーを身につけるべきだ | .058 | .551 | .323 | .199 | .207 |
| 20 | 化粧は女の身だしなみだ | .221 | .537 | .245 | .010 | -.046 |
| 21 | 女性は美しくなければならない | .182 | .500 | .395 | -.058 | .052 |

| | | | | | | |
|----|--|--------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| 22 | 経済力のない男性は、男として魅力がない | -0.09 | .443 | .167 | .115 | -.117 |
| 23 | 私は、自分が男（女）らしいと思う（男性の方は男らしい、女性の方は女らしいでお答え下さい） | .218 | .410 | -.127 | .252 | -.062 |
| 24 | 子供を持たなかったら、人生の重要な部分が欠ける | -.054 | .380 | .050 | .248 | -.111 |
| 25 | ほかの人を洋服や身につけているもので判断することがある | .287 | .065 | .602 | -.085 | -.294 |
| 26 | 洋服や身につけているものは、その人の人柄や性格を反映すると思う | .034 | .035 | .591 | .090 | .109 |
| 27 | 異性から魅力的だと思われたい | .104 | .186 | .554 | -.020 | -.044 |
| 28 | 洋服を選ぶとき周囲の友人の評価を考える | .354 | .027 | .514 | .082 | -.479 |
| 29 | 洋服を選ぶときは、異性はその服を気に入りそうか考える | .443 | .033 | .508 | .034 | -.327 |
| 30 | ある種の衣服は、私に一層の自信を感じさせてくれる | .421 | .134 | .445 | .143 | .135 |
| 31 | 洋服を買うとき自分に自信がもてるか気にする | .283 | .092 | .364 | .312 | -.021 |
| 32 | 教養を身につけた女性のほうが美しい | .070 | .263 | .343 | .263 | .053 |
| 33 | いろいろな人から注目されるようなことをしたい | .234 | .085 | .260 | .246 | .138 |
| 34 | 男性化粧品を使うのは男らしくない | -.058 | .204 | -.238 | -.040 | .026 |
| 35 | 自分を向上させる努力をしている | .247 | -.008 | -.023 | .615 | .291 |
| 36 | 高い目標をたてて、それに挑戦していききたい | .210 | .058 | .000 | .599 | .218 |
| 37 | 職場などその時の状況にあった服装を心がける | -.037 | -.027 | .035 | .594 | -.072 |
| 38 | ものを買うときは、年齢、地位、役職にふさわしいものを買う | .100 | .102 | .175 | .545 | -.270 |
| 39 | 洋服を買うとき清潔感のあるファッションか気にする | .120 | .041 | .265 | .526 | -.112 |
| 40 | 男（女）らしい格好をするよう心がけている（男性の方は男、女性の方は女でお答え下さい） | -.112 | .367 | .034 | .421 | -.215 |
| 41 | 自分は、健康には気を使っているほうだ | .061 | .091 | -.125 | .409 | .127 |
| 42 | 洋服を買うとき年齢にふさわしいか気にする | -.064 | .130 | .200 | .394 | -.210 |
| 43 | 多少値段が高くても品質の良い衣服を選ぶ | .282 | -.017 | .297 | .360 | .067 |
| 44 | たとえ他の人にどう思われようと、自分のセンスでものを選びたい | .096 | -.089 | -.111 | .018 | .588 |
| 45 | 友人集団の仲間の望むように行動する必要はないと思う | .002 | .039 | .054 | -.019 | .523 |
| 46 | 多くの人から理解されなくても、気のあった仲間さえわかってくればよい | -.074 | .060 | .040 | -.040 | .503 |
| 47 | ものを選ぶときは、自分の感覚をもっとも頼りにして決めたい | -.056 | -.005 | .188 | .088 | .504 |
| 48 | いつも、人から変な目でみられないかどうかを気にする | -.005 | .095 | .442 | .066 | -.486 |
| 49 | 他人と接するとき、自分と相手との間の関係や地位が気になる | -.030 | .123 | .331 | .092 | -.333 |
| | 固有値 | 8.317 | 3.941 | 2.715 | 2.417 | 1.996 |
| | 累積寄与率 | 16.973 | 25.016 | 30.556 | 35.489 | 39.562 |

女性

| 質問項目 | 因子負荷量 | | | | |
|--|-------------|------|------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 自分は流行を人より早くとりいれるほうだ | .779 | .071 | .125 | -.006 | -.078 |
| 2 自分はファッションセンスがある | .747 | .086 | .067 | .165 | .166 |
| 3 新しいファッションが市場に出る時、私はそれらをまっさきに採用しようとする | .723 | .083 | .135 | .028 | -.067 |
| 4 自分は、はやりの話題や流行に敏感である | .707 | .072 | .098 | .015 | -.042 |
| 5 私は洋服ダンスに最新のスタイルの服をそろえるように心がけている | .687 | .078 | .183 | .024 | -.029 |

| | | | | | | |
|----|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | どのようにアクセサリーを組み合わせれば、自分を魅 | .598 | -.004 | .301 | -.053 | .093 |
| 6 | 力的にできるのかを知るため、私は店にならぶアクセ | | | | | |
| | サリー・コレクションを研究する | | | | | |
| 7 | 自分はきれいだと思う | .562 | .173 | .065 | .201 | .149 |
| 8 | 自分は、身だしなみに気を使うほうだ | .559 | .040 | -.079 | .317 | .025 |
| 9 | 私は友人と、お互いが着用している衣服が似合うかど | .503 | -.022 | .387 | -.097 | -.042 |
| | うか話しあう | | | | | |
| 10 | ある種の衣服は、私に一層の自信を感じさせてくれる | .499 | .096 | .380 | .093 | .200 |
| 11 | 洋服を買うときブランド品か気にする | .428 | .065 | -.027 | .098 | -.286 |
| 12 | 洋服を買うときセンスがよいか気にする | .394 | -.069 | .139 | .326 | .029 |
| 13 | 多少値段が高くても品質の良い衣服を選ぶ | .392 | .005 | .053 | .337 | .067 |
| 14 | 洋服を買うとき自分に自信がもてるか気にする | .313 | .073 | .252 | .301 | -.021 |
| 15 | 女性は家事ができなければならない | .043 | .737 | .018 | .160 | -.013 |
| 16 | 女は女らしく、男は男らしくする方がよい | .170 | .693 | .129 | .169 | -.037 |
| 17 | 男性は外で働き、女性は家庭を守る方がよい | .037 | .687 | -.090 | -.089 | -.076 |
| 18 | 女性は結婚した方が幸せである | .105 | .670 | .084 | -.052 | -.101 |
| 19 | 女性は細やかな気づかいができなければならない | .095 | .578 | .277 | .241 | .093 |
| 20 | 経済力のない男性は、男として魅力がない | -.001 | .505 | .041 | .115 | -.100 |
| 21 | 化粧は女の身だしなみだ | .246 | .480 | .224 | .238 | .001 |
| 22 | 女性は美しくなければならぬ | .275 | .469 | .381 | .181 | .052 |
| 23 | 子供を持たなかったら、人生の重要な部分が欠ける | -.003 | .449 | .218 | -.129 | -.043 |
| 24 | 男性化粧品を使うのは男らしくない | -.056 | .340 | -.044 | -.051 | .026 |
| 25 | 私は、自分が男(女)らしいと思う(男性の方は男ら | .317 | .324 | -.007 | .302 | -.062 |
| | しい、女性の方は女らしいでお答え下さい) | | | | | |
| 26 | 私は、格別の服を着る時には愛想よく、また、開放的 | .351 | .100 | .581 | .027 | .094 |
| | になる | | | | | |
| 27 | 他人と接するとき、自分と相手との間の関係や地位が | -.035 | .114 | .551 | .038 | -.333 |
| | 気になる | | | | | |
| 28 | いろいろな人から注目されるようなことをしたい | .295 | .111 | .514 | .044 | .138 |
| 29 | 洋服や身につけているものは、その人の人柄や性格を | .054 | .035 | .445 | .231 | .109 |
| | 反映すると思う | | | | | |
| 30 | ほかの人を洋服や身につけているもので判断すること | .116 | .041 | .398 | .092 | -.294 |
| | がある | | | | | |
| 31 | 教養を身につけた女性のほうが美しい | -.024 | .223 | .423 | .373 | .053 |
| 32 | 異性から魅力的だと思われたい | .275 | .079 | .415 | .104 | -.044 |
| 33 | 洋服を選ぶときは、異性はその服を気に入るそうか考 | .294 | .107 | .358 | .045 | -.327 |
| | える | | | | | |
| 34 | 洋服を買うとき清潔感のあるファッションか気にする | .051 | -.044 | .049 | .620 | -.112 |
| 35 | 洋服を買うとき年齢にふさわしいか気にする | -.162 | .135 | .071 | .606 | -.210 |
| 36 | ものを買うときは、年齢、地位、役職にふさわしいも | .036 | .231 | .141 | .568 | -.270 |
| | のをかう | | | | | |
| 37 | 職場などその時の状況にあった服装を心がける | .120 | .094 | .072 | .549 | -.072 |
| 38 | 高い目標をたてて、それに挑戦していきたい | .109 | .031 | .413 | .435 | .218 |
| 39 | 自分は、健康には気を使っているほうだ | .174 | -.063 | -.039 | .434 | .127 |
| 40 | 自分を向上させる努力をしている | .330 | -.023 | .248 | .427 | .291 |
| 41 | 男(女)らしい格好をするよう心がけている(男性の方 | .269 | .386 | .167 | .413 | -.215 |
| | は男、女性の方は女でお答え下さい) | | | | | |
| 42 | 女性はきちんとしたマナーを身につけるべきだ | .047 | .352 | .268 | .392 | .207 |
| 43 | たとえ他の人にどう思われようと、自分のセンスでも | .172 | -.125 | .013 | -.156 | .588 |
| | のを選びたい | | | | | |
| 44 | 友人集団の仲間の望むように行動する必要はないと思 | -.039 | .003 | .043 | .028 | .523 |
| | う | | | | | |

| | | | | | | |
|----|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 45 | ものを選ぶときは、自分の感覚をもっとも頼りにして決めたい | .055 | .036 | .011 | .081 | .504 |
| 46 | 多くの人から理解されなくても、気のあった仲間さえわかってくればよい | .005 | .023 | .007 | -.060 | .503 |
| 47 | いつも、人から変な目でみられないかどうかを気にする | .077 | .113 | .421 | .049 | -.486 |
| 48 | 洋服を選ぶとき周囲の友人の評価を考える | .196 | .120 | .456 | .047 | -.479 |
| 49 | 洋服を買うとき個性的か気にする | .290 | -.170 | .209 | -.059 | .341 |
| | 固有値 | 9.129 | 3.807 | 2.452 | 2.259 | 1.737 |
| | 累積寄与率 | 18.630 | 26.400 | 31.404 | 36.015 | 39.559 |

男性の第1の因子は、「新しいファッションが市場に出る時、私はそれらをまっさきに採用しようとする」「自分は流行を人より早くとり入れるほうだ」「私は洋服ダンスに最新のスタイルの服をそろえるように心がけている」などのファッションに関する質問項目の因子負荷量が高い。これを「流行指向型ファッション」と名づけておこう。

第2の因子は「女性は家事ができなければならない」「女は女らしく、男は男らしくする方がよい」「化粧は女の身だしなみだ」などの質問項目の因子負荷量が高い。「ジェンダー指向型ファッション」と名づけておく。

第3因子は、「ほかの人を洋服や身につけているもので判断することがある」「異性から魅力的だと思われたい」「洋服や身につけているものは、その人の人柄や性格を反映すると思う」「洋服を選ぶとき周囲の友人の評価を考える」「洋服を選ぶときは、異性とその服を気に入りそうか考える」などの質問項目の因子負荷量が高い。異性を始め他者の視線を強く意識して外見を整え、そのことによって自信を持つという指向が読み取れる。「他人指向型ファッション」と呼ぼう。

第4因子は「自分を向上させる努力をしている」「高い目標をたてて、それに挑戦していきたい」「職場などその時の状況にあった服装を心がける」「ものを買うときは、年齢、地位、役職にふさわしいものを買う」などの質問項目の因子負荷量が高い。向上心が強く、TPOや年齢・地位・性別などの社会的状況にあわせて外見を整える。「上昇指向型ファッション」と呼ぶこととする。

第5因子は「たとえ他の人にどう思われようと、自分のセンスでものを選びたい」「友人集団の仲間の望むようには行動する必要はないと思う」「多くの人から理解されなくても、気のあった仲間さえわかってくればよい」「ものを選ぶときは、自分の感覚をもっとも頼りにして決めたい」などの質問項目の因子負荷量が高い。他人の目を気にせず、自分の好みや感覚で外見を整える指向の因子である。「自分指向型ファッション」と呼ぼう。

女性も、大きな傾向は男性と同じであるが、各因子を構成する質問項目に若干の違いがみられる。第1因子の流行指向型ファッションでは、男性とは異なり「多少値段が高くても品質の良い衣服を選ぶ」の因子負荷量が高い。第3因子の他人指向型ファッションでは「他人と接するとき、自分と相手との間の関係や地位が気になる」が高い。第4因子の上昇指向型ファッションでは、「女性はきちんとしたマナーを身につけるべきだ」が高い。

こうした男女の違いは、男性と女性の間での立場やファッション文化がやや違うことが原因として考えられる。たとえば上昇指向型ファッションで女性に「女性はきちんとしたマナーを身につけるべきだ」が高い理由として、他人に対する印象をよくし高い地位をうるためにマナーが必要と女性自身が認識していることが考えられる。また他人指向型ファッションで「他人と接するとき、自分と相手との間の関係や地

位が気になる」の因子負荷量が女性のほうが高いのは、男性の場合、女性より職場中心の生活を送っている人が多く、特に他人指向でなくても自分と相手との間の関係や地位をふだんから気にしやすいということも考えられる。男性の場合、この質問はむしろ自分指向のマイナスの負荷量が大きくなっている。

こうした若干の違いはあるものの、出てきた因子は男女ともほぼ同じように解釈でき、ジェンダー規範意識と特に強い関係にあるのは、ファッションの選択において、男らしさ／女らしさを重視するジェンダー指向型ファッションであることがわかる。

しかし、ファッションとジェンダーとの関係は、より微妙である。特に第3因子の他人指向型ファッションでは、性別割分業の質問項目の因子負荷量は低いものの、「異性から魅力的だと思われたい」「教養を身につけた女性のほうが美しい」「洋服を選ぶときは、異性はその服を気に入りそうか考える」「女性は美しくなければならない」といったジェンダーを意識して外見を整えるという項目の因子負荷量が高い。また、流行指向型ファッションでも「洋服を選ぶときは、異性はその服を気に入りそうか考える」が高く、女性の場合「女性は美しくなければならない」「女らしい格好をするよう心がけている」もやや高い。上昇指向型ファッションも「男(女)らしい格好をするよう心がけている(男性の方は男、女性の方は女でお答え下さい)」が高い。

つまり、ジェンダー指向型ではなくても、他人に評価されたい人は異性に評価される服装をしようとする。流行に敏感な人も異性の目を気にしてお洒落をし、社会的地位にふさわしいかを重視する人は、男／女にふさわしい格好をしようとする。ジェンダーの区別の意識は、さまざまなファッション指向のなかに入り込んでいる。

(3) 因子と雑誌を読む頻度

では、これらの5つの因子が雑誌を読む頻度とどのような関係にあるかを見てみよう。5つの因子の因子得点と雑誌を読む頻度の相関係数は表2のようである。

表2 雑誌を読む頻度とファッション指向因子

| 男性 | | | | | |
|---------|-------|----------|--------|-------|-------|
| | 流行指向型 | ジェンダー指向型 | 他人指向型 | 上昇指向型 | 自分指向型 |
| 雑誌を読む頻度 | .127* | .014 | .159** | .123* | .027 |

| 女性 | | | | | |
|---------|--------|----------|-------|-------|-------|
| | 流行指向型 | ジェンダー指向型 | 他人指向型 | 上昇指向型 | 自分指向型 |
| 雑誌を読む頻度 | .270** | -.069 | .087 | -.002 | -.026 |

男性においては、雑誌を読む頻度と流行指向型ファッションとの相関がややみられ ($r = .13, p < .05$)、上昇指向型ファッションとの相関もややみられる ($r = .12, p < .05$)。雑誌を読む頻度は他人指向型ファッションと有意な相関があった ($r = .16, p < .01$)。女性では、雑誌を読む頻度と流行指向型ファッションとの明確な相関がみられた ($r = .27, p < .001$)。男女とも雑誌を読む頻度とジェンダー指向型ファッションとの相関はみられなかった。

また、流行指向型ファッションと他人指向型ファッション因子での因子負荷量が高い「洋服を選ぶときは、異性はその服を気に入りそうか考える」、他人指向型ファッション因子での因子負荷量が高い「教養

を身につけた女性のほうが美しい」「女性は美しくなければならない」、上昇指向型ファッションでの因子負荷量が高い「男（女）らしい格好をするよう心がけている（男性の方は男、女性の方は女でお答え下さい）」をとりだして雑誌を読む頻度との相関をみたところ、男性は「教養を身につけた女性のほうが美しい」（ $r = .16, p < .01$ ）「女性は美しくなければならない」（ $r = .15, p < .01$ ）と、女性は「洋服を選ぶときは、異性はその服を気に入りそうか考える」（ $r = .14, p < .01$ ）との間のみやや相関がみられた。

5. 結論

女性雑誌は、ファッション記事を中心としたファッション誌が多く、男性雑誌も近年ファッションを専門にとりあげる雑誌が多くなってきている。これを裏づけるように雑誌を読む頻度とファッション意識との間には、男女とも相関が発見された。

また、男女ともファッション意識と性役割規範意識との相関もみられたが、雑誌を読む頻度と性役割規範意識との間に相関関係はなかった。したがって、女性雑誌や男性雑誌を読むことが性役割分業を中心としたジェンダー規範を強めるとは言い難いことが明らかとなった。ふだんもっともよく読む雑誌が女性雑誌である女性とそうではない女性間の性役割規範意識にも有意な差はなく、特に女性雑誌を読むことが性役割規範意識を強めるとはいえない。

次に、ファッションについての意識や態度を詳しくみるため、因子分析をおこなったところ、流行に関心の高い流行指向型ファッション、男らしい／女らしい外見を重視するジェンダー指向型ファッション、他人の評価を重視する他人指向型ファッション、地位や役割に適切な格好を重視する上昇指向型ファッション、自分の好みを重視する自分指向型ファッションの5つの因子が抽出された。

これらのうち流行指向型ファッションは、男女とも雑誌を読む頻度と相関がみられたが、ジェンダー指向型ファッションと雑誌を読む頻度とは相関がなかった。男性の場合、他人指向型ファッションとも相関がみられ、上昇指向型ファッションともやや相関があった。

雑誌を読むことは、性役割分業を中心とする規範とは関係しないが、それはジェンダーの意識とまったく関係しないということではない。女性の場合、他人指向型ファッションに含まれる「異性はその服を気に入りそうか考える」という異性のまなざしを気にする要素や、また男性の場合、他人指向型に含まれる「教養を身につけた女性のほうが美しい」といった女性観、上昇指向型に含まれる「男らしい格好をするよう心がけている」というファッション観と、雑誌が関係している可能性はある。

また、女性雑誌におけるファッションにおいてしばしば議論になる、男性を意識したファッションについては、「洋服を選ぶときは、異性はその服を気に入りそうか考える」がジェンダー指向ではなく、他人指向型のファッション意識と関係していることから、男性を意識したファッションをすることが、性役割分業を中心としたジェンダー規範と関連しているとは必ずしもいえないことも示唆された。

雑誌、ファッションとジェンダー規範との関係は、どういう意味でのジェンダー規範との関連なのかという具体的な内容を詳細に吟味しながら検討していく必要があることが示唆された。

注

1. 誌面のフェミニズムの分析については、このほかに、特に日本で、正しい表現と差別的な表現を分ける難しさの指摘などがある。たとえば（松田1996）。
2. 日本雑誌協会は、出版倫理の向上を図り、雑誌共通の利益を擁護することを目的として、昭和31年雑誌出版社の有力雑誌出版社有志30社によって結成された社団法人である。会員出版社で雑誌発行部数の約80%余を占め、雑誌に関する重要問題に対しては、雑誌出版界を代表して処理にあたっている。（日本雑誌協会2009）および http://www.j-magazine.or.jp/guide_001.html 参照。
3. 雑誌のカテゴリー・ジャンル分けは、協会内の雑誌分類認定委員会で毎年おこない、変更は、正会員の雑誌社の統一見解として申し出ることが記されている（同上資料および同ホームページ）。
4. 『オレンジページ』などの料理中心の雑誌を除いた女性月刊誌をもっとも読むと答えた20代女性に限定して相関をみても、雑誌を読む頻度と性役割規範意識の間に相関はみられなかった。

文献

- Davies, K. Dickey, J. and Stratford, T., 1987, *Out of Focus*, The Women's Press Ltd. =1995 井上輝子・女性雑誌研究会編訳『メディア・セクシズム』垣内出版
- Hermes, J., 1995, *Reading Women's Magazines*, Cambridge: Polity Press.
- 堀・山本・松井編1994『心理尺度ファイル』垣内出版
- 井上輝子・女性雑誌研究会1989『女性雑誌を解読する』垣内出版
- 石田佐恵子 2000「メディア文化研究におけるジェンダー」吉見俊哉編『メディア・スタディーズ』せりか書房
- 木村涼子 1992「婦人雑誌の情報空間と女性大衆読者層の成立」『思想』812号
- 北田暁大 2000『広告の誕生』岩波書店
- 栗田宣義 2006「女性ファッション誌における新方法」『ソシオロジスト』no.8
- 毎日新聞社編 2006『第60回読書世論調査』毎日新聞社
- 松田美佐 1996「ジェンダー観点からのメディア研究再考」『マス・コミュニケーション研究』48号
- McRobbie, A., 1991, *Feminism and Youth Culture*, London: Macmillan.
- , 1996, “More!: New Sexualities in Girls'and Women's Magazines”, pp.172-194 in Curran et al. (eds.) *Cultural Studies and Communications* London: Arnold.
- 諸橋泰樹 1993『雑誌文化のなかの女性学』明石出版
- 諸橋泰樹ほか 2001「現代大学生のファッション行動と意識に関する調査」『玉藻』37号
- 日本雑誌協会 2009『マガジンデータ2009』日本雑誌協会
- 落合恵美子 1990「ビジュアル・イメージとしての女」『日本女性生活史』東大出版会
- Radway, J., 1984, *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and popular Literature*, Chapel Hill, University of North Carolina Press.
- Sakamoto, K. 1999 “Reading Japanese Women's magazines”, *Media Culture and Society* vol.21 no.2
- 坂本佳鶴恵 2000a「女性雑誌の歴史分析」『お茶の水女子大学 人文学部紀要』53巻
- 2000b「消費の政治学」『講座社会学 文化』東大出版会
- 2004『メディアがもたらす女性の意識変化の研究——戦後女性雑誌の送り手・受け手分析』

文部科学省科学研究費報告書

——2009 「女性雑誌とジェンダー規範、ファッション意識の関係——大学生の読者調査分析」
『人文科学研究』第5巻 p.123-134

坂本佳鶴恵ほか 2009 『外見に関する行動・意識と格差との関係——首都圏男女の調査報告書』お茶の水女子大学グローバルCOEプログラム「格差センシティブな人間発達科学の創成」

佐藤（佐久間）りか 2002 「『ギャル系』が意味するもの」『国立女性教育会館研究紀要』6号

Scov, L. and Moeran, B. 1995 *Women, Media and Consumption in Japan*, Curzon Press

鈴木淳子 1987 「フェミニズム・スケールの作成と信頼性・妥当性の検討」『社会心理学研究』2

鈴木淳子 1991 「平等主義的性役割態度：SESRA（英語版）の信頼性と妥当性の検討および日米女性の比較」『社会心理学研究』6

竹下逸郎ほか 1978 「生活ファッション誌の『利用』と『満足』研究」『新聞研究』1978年5月号

Van Zoonen, L. 1991, Curran, J.& Gurevitch, M.(eds.), *Mass Media and Society*, =1995 児島和人・相田敏彦監訳「メディアに対するフェミニズムの視点」(J.カラン、M.グレヴィッチ編『マスメディアと社会』勁草書房、所収)

若桑みどり 1995 『戦争がつくる女性像』築摩書房

Wolf, N. 1991, *The Beauty Myth*, John Brockman Associates Inc. =1994 曾田和子訳『美の陰謀』TBSブリタニカ