

『現代家族』の批判的検討 III

— 女子大学生の性差別意識形成に及ぼす社会的要因の検討をととして —

高島真澄*・吉田昭久**・小熊 均***・吉田絃子****

（1983年9月30日受理）

Critical Inquiry into "Families in Modern Society"
with Special Reference to Social Factor Effects on the Process
of "Sexism"¹⁾ Development in College Woman

Masumi TAKASHIMA, Teruhisa YOSHIDA, Hitoshi OGUMA and Hiroko YOSHIDA

(Received September 30, 1983)

はじめに

前論文^{2),3)}において取り上げた課題は、「女性」性形成過程に影響を及ぼす社会的要因の分析をととして、「現代家族」の問題性を明らかにすることであった。そこでは、「専業主婦」を含めて「現代女性」が、「期待される性役割」を習得する過程に働く社会的要因として、家庭・学校及びマス・メディアを取り上げた。しかもこれらの社会的要因は、個人が意識するとなしにかかわらず社会的圧力として働くことを描き出した。このような状況の中で、「性差」は「女らしさ」「男らしさ」という社会的価値づけを生むことになる⁴⁾。「性」に結びついた「らしさ」の価値基準は、個の所属する社会によって異なることが、種々の調査報告によって示されている⁵⁾。しかし、現代社会においては、「らしさ」の価値基準が画一化されたものとなってきた結果、その基準に合わせて自己の「性」は作りあげられることになる⁶⁾。そのことは、自己の「性」を商品価値として高く位値づけようとする「性の商品化」を進行する結果を生み出している⁷⁾。「結婚」を理想化し、また「結婚」が人生の最大目標となり、その「結婚」への束縛が、多くの「現代女性」の生き方を規定している。一方で、離婚の多発や中絶の常識化、性情報の氾濫に基づく性の混乱等の社会現象の現出は、「結婚」を絶対のものとする「性」に対する認識が変化してきたことを示している。従って、「女性」性形成過程に符合する「性役割分業意識」の形成について検討する際には、「現代女性」が「性」認識そのものをどのように変えたのかをも問題にしなければならないであろう。

すなわち、「現代女性」をとりまく社会的圧力に基づく種々の期待が、どのように日常生活諸行

* 茨城大学教育学部教育専攻科教育心理学選修生

** 茨城大学教育学部教育臨床心理研究室

*** 都留文科大学文学部

**** 茨城大学教育学部家政学研究室

為を規制し、自己の「性」を抑圧しているのかを検討することが課題となり、さらには、その背景に働く社会・文化的要因を明らかにし、「現代家族」の持つ問題性を明確化していくことが、重要かつ必然的な課題となる。ここでは、将来、社会に進出して「現代女性」の中核となり、現代社会を構造的に支える可能性を持ち、その期待をも受けている女子大学生を対象とした調査を行ない、女子大学生の「性差別意識」の形成に影響をおよぼす社会的要因の分析を課題とする。

I 茨城県内在住の大学生を対象とした質問紙調査

I-1 調査視点の構造化と調査票の作成

本調査の実施にあたり、調査視点を、縦軸に「『現代家族』の性に対する自己規制要因」、横軸に「性役割分業意識の形成要因」と設定し、表1のように構造化した。

個人が「女らしさ」「男らしさ」を形成していく際には、他者に自己がどのように見られているかの比較を常に行なう⁸⁾。他者の価値基準に当てはめ、自己の「性」を高く売ろうと試みる。すなわち、「性の商品化」が生じ、「性」の画一化がおこることになる。また、社会規範における

「結婚」の重視は、自己の生き方を規定し束縛することになる。「性」は自己の在り様とは異ったところで、常に他者から管理される。そこでは、自己が自己の「性」を認識する手段は、他者の尺度に合った「女らしさ」（「男らしさ」）を「もつ」⁹⁾かどうかの比較しかありえないことになる。「女らしさ」（「男らしさ」）という「らしさ」に対する画一化した価値づけは、自己の存在の価値づけと同じ意味を持ち始める¹⁰⁾。すなわち、自己の本来の「おんな」性あるいは「おとこ」性との同一性¹¹⁾を喪失しているために、自己の「性」に対して常に「不信」をいだくことになる¹²⁾。

以上のことから、「『現代家族』の性に対する自己規制要因」を、「性の商品化志向」「性についての社会規範の許容」「性に対する不信」とに分節した。

一方、「人」は生まれた時点から呼び名や被服にはじまり、行儀・ことば遣いといった行動面、さらには攻撃性・依存性などの人格・情緒面に至るまで、性別によって異なる「しつけ」を周りから受ける¹³⁾。また、マス・メディアをとおして得た「性役割分業」のモデルを個々の水準に合わせて内面化している¹⁴⁾。基本的かつ単純な「性自認¹⁵⁾」は、すでに幼児期の段階で作られ、一度作られると取り消しがたいものとなる¹⁶⁾。従って、「性役割分業意識の形成要因」を「しつけの影響」と「マス・メディアの影響」とに分節した。

表1 構造化された具体的質問項目視点

..	しつけの影響 (コード番号)	マス・メディアの影響 (コード番号)
性の商品化志向	<ul style="list-style-type: none"> ・服装、服飾についての親の関心との同一化 (A-1) ・容姿に対する親の関心との同一化 (A-2) ・立居振舞いに対する親の関心との同一化 (A-3) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランド製品情報の重視 (a-1) ・美容に関する情報の重視 (a-2) ・立居振舞いに関する情報の重視 (a-3)
性についての社会規範の許容	<ul style="list-style-type: none"> ・結婚適齢期に対する親の関心の許容 (B-1) ・学歴に対する親の関心の許容 (B-2) ・異性交友関係に対する親の関心の許容 (B-3) 	<ul style="list-style-type: none"> ・結婚に関する情報の受容 (b-1) ・異性交友関係に関する情報の重視 (b-2) ・避妊・中絶に関する情報の受容 (b-3)
性に対する不信	<ul style="list-style-type: none"> ・立居振舞いに対する親の考え方への同調 (C-1) ・親のものの見方、考え方への同調 (C-2) ・生き方に対する親の考え方への同調 (C-3) 	<ul style="list-style-type: none"> ・占い、性格判断テストに関する情報への同調 (c-1) ・からだに関する情報への同調 (c-2) ・生き方に関する情報への同調 (c-3)

注) ・ 「性役割分業意識の形成要因」を示す

・ ・ 「『現代家族』の性に対する自己規制要因」を示す

・ ・ ・ コード番号は、質問紙にランダムに並べた項目が、どの視点に属する項目なのかわかりやすくするためにつけたもの

以上の縦軸と横軸の視点を交絡させ、日常生活における多くの行為を範疇化し、表1に示すような具体的質問項目視点を設定した。質問項目は、各具体的質問項目視点に基づき各々2項目ずつ作成した。例えば、「マス・メディアの影響」「性に対する不信」の交絡する中の『占い・性格判断テストに関する情報への同調』の質問項目は、《異性との相性の良し悪しが気になるので、雑誌に載っている占いは関心をもって読む。》となる。他の質問項目については、Appendix 1 -i, iiを参照されたい。

「現代家族」内で子供に対してある行動様式をしつける場合には、親の命令的なかかわりが多く見られる。質問項目の作成にあたっては、「しつけ」に関する項目においては命令語を用い、また、マス・メディアによる影響の受け入れに関しては、「見る、聞く、読む」という行為によるため、それらの行為の取り入れを表わす語を用いた。

I-2 Face sheet

Appendix 1 -iiに示したように、Face sheet には、性別・年齢・自宅か下宿か・出身地域・両親の職業を設定した。設定の理由は以下のとおりである。

- 1) 性別 本研究は日常生活場面において、個々が「女らしさ」「男らしさ」を習得していく過程で、自己の「性」に対しどのようなことが圧力となり、日常生活諸行為を規制しているのかを明らかにしていくことを目的としている。同じ圧力のかかり方でも、「女性」と「男性」との間ではその受け止め方に違いが生じ、また、日常生活の中で何が期待されているかにより、自己の規制の仕方も異なる。従って、どのような社会的圧力が、より「女性」にかけられてくるのかをみるために男女両性を被調査者とした。
- 2) 年齢 年齢によりその時代の社会状況の受け止め方は異なる。また、高校卒業直後の者は、高等学校までの強く管理された教育の影響が残っており、行動規制も強く、大学生活を何年か経験した者との間に生活習慣の違いがある。従って、年齢をとりあげた。
- 3) 自宅か下宿か 自宅生は下宿生に比べて、家族の直接的規制を強く受けざるを得ない。また、下宿生は自宅ではないでも済ませていた事をしなければならないので、精神的自立度は相対的に高いことが考えられる。従って、自宅か下宿かの差異を問題とした。
- 4) 出身地域 かつては、地域の持つ慣習・文化の特質が個に強く影響を及ぼしていたが、今日、マス・メディアの普及により、どの地域においても同じ情報が提供されるようになった。そのため、地域の持つ特質は薄れ、文化的格差がなくなりつつあり、自己の「性」のあり方に関してマス・メディアの影響を受け、画一化した興味・関心を持っていると考えられる。従って、出身地域の差を問題とした。
- 5) 両親の職業 親の職業によって、ものの見方・考え方が異なり、情報の受け入れ方に違いが生じる。また、母親が職業を持つことにより、家庭内の役割分業のあり方が変わり、子供の「性役割分業意識の形成」に大きく影響することが考えられる。このことから、両親の職業内容を取り上げた。

I-3 方法及び被調査者の選定

調査は、1982年11月20～26日の間、表2に示す茨城県内の4年制大学生を対象とし、原則として授業時間内に実施した。所要時間は15～20分である。

表2 被対象者数及び有効データ数

大 学 名	被対象者数	有 効 デ ー タ 数			有 効 率
		男	女	計	
茨 城 大 学	(名) 312	(名) 124	(名) 187	(名) 311	(%) 99.68
茨城キリスト教大学	30	12	16	28	93.33
流通経済大学	99	95	2	97	97.98
計	441	231	205	436	98.89

被調査者の選定にあたっては、大学を複数にし、一つの大学の特徴になることを避けると同時に、茨城県の特質となることを避けた。また、4年制大学を選定した理由は、大学卒業後ある程度の社会的地位につくことが可能な存在であることによる。女子大学生は、たてまえとしては、男子大学生と対等な社会的地位を得、平等に扱われる。しかし、「男性」と同じような社会的地位を「女性」が獲得することは、「男性優位」を前提とする現代社会では、その構造に組み込まれることを意味し、性差別状況は本

質的に変わらない。現代社会のヒエラルヒー構造の中で、「現代女性」の中でエリート的存在である4年制女子大学生の持つ意識や行動は、「期待される性役割」を志向する「現代女性」の「性」のあり方に大きな影響力を持つと考えられる¹⁷⁾。短大に関しては、今回も前回の論文に示した理由により対象としなかった¹⁸⁾。被調査者、及び有効データ数を大学別に整理したものが表2である。

調査票はAppendix 1-i, iiに示した。回答は5段階評価とし、被調査者は現実の自己の日常生活に照らし合わせ、自分がしていることに「当てはまる」「やや当てはまる」「どちらともいえない」「あまり当てはまらない」「当てはまらない」までのいずれか一つに必ず回答する方法をとった。インストラクションについては、Appendix 1-iiに示した調査票の表紙該当の部分を参照されたい。回答する際には、インストラクション及び注意事項を必ず読んでもらう方法をとっている。

II 大学生の日常生活諸行為及び興味・関心に関する因子分析的検討

前述の構造化が、理論的に妥当であるかを検討することを目的として、因子分析的検討を行なった。因子が抽出され、各質問項目の妥当性を各項目の分散及び平均値により検討した後に、全因子に含まれる項目に関して、判別分析を行なった。この結果に基づき、どの質問項目がFace sheetとの関連で判別力を持つかを明確にし、さらに女子に圧力がかかる項目と男子に圧力がかかる項目とを分類した。因子分析にあたっては、前回と同様に、相関はピアソンの相関係数、因子抽出法は主因子法、因子軸の回転はVarimax法に拠った。今回の統計的処理は、東京大学大型計算機センター「HITAC M-280 H/M-200」により、主にSPSS¹⁹⁾を使用して行なった。

Ⅱ-1 因子分析の結果と解釈

表3 因子名及び各因子に含まれる項目番号

因子	因子名	因子に含まれる因子負荷量 1.30000以上の高得点 順の項目番号
第1因子	「しつけに基づく異性に対する自己の商品化」の因子	14. 21. 25. 17. 12. 9. 30. 29. 15.
第2因子	「マス・メディアの影響による商品選択における自己の商品化」の因子	32. 27. 28. 10. 24.
第3因子	「しつけの影響による対人不信」の因子	22. 19. 35. 26. 23.
第4因子	「マス・メディアの影響による結婚重視」の因子	2. 1. 3.
第5因子	「性交渉に関するマス・メディア情報許容」の因子	13. 11. 7. 29.
第6因子	「マス・メディアの影響による「性」に対する不信」の因子	31. 7.
第7因子	「マス・メディアの影響による自己性格判断」の因子	34. 36.
第8因子	「しつけに基づく結婚選択基準」の因子	20. 33.
第9因子	「マス・メディアによる立居振舞いに出する自己商品化」の因子	6. 16. 12.
第10因子	「マス・メディアの影響による他者志向」の因子	18. 16.
第11因子	「しつけの影響による他者志向」の因子	4. 3.

Varimax 回転後の因子負荷量は、Appendix 2 に示す。t 検定において危険率 1% で有意な相関は |.29461| 以上であるが、因子負荷量 |.30000| 以上を便宜的な抽出基準として、項目検討をすすめることにした。

表 3 に示すように、各 Factor に含まれる項目の中には同じ項目が含まれることがある。例えば、Factor 1 と Factor 9 には項目 12 が含まれているが、解釈する際には双方の因子解釈に用いた。

表 4 には、因子の解釈に用いた項目番号と質問項目内容、因子負荷量、構造化した視点、具体的質問項目視点を示した。

まず、第 1 因子には、9 項目が含まれている。この 9 項目を構造化した視点から見ると、「性役割分業意識の形成要因」の視点の「しつけの影響」と、「『現代家族』の性に対する自己規制要因」の視点の「性の商品化志向」「性についての社会規範の許容」とに関連する項目が入っている。具体的質問項目の視点を表 4 に示した項目内容でみると、「不潔に見られるような髪にしておくな」「他人に不快感を与えるようなむだ毛（ワキ毛やヒゲ）はそりなさい」「異性にだまされるな」というように、何らかのかたちで、異性を意識の対象とした諸行為について言及している。このことは、また、異性に対して自己を商品化するものと捉えることができる。以上より、この因子をくしつけに基づく異性に対する自己の商品化」の因子と解釈した。

次に、第 2 因子に含まれる 5 項目は、「性役割分業意識の形成要因」の視点の「マス・メディアの影響」と、「『現代家族』の性に対する自己規制要因」の視点の「性の商品化志向」とに入るものである。具体的な項目内容をみると、「名の通った化粧品は信頼がおける」「洋服やバックはブランドものをそろえたい」「ヘアースタイルによって雰囲気が変わる」といった項目に示されるように、意識の深層に働く自己の商品化志向が、商品の選択行為に反映した諸行為に関連するものである。このことから、「マス・メディアの影響による商品選択における自己の商品化」の因子と解釈した。

第 3 因子に含まれる 5 項目をみると、「性役割分業意識の形成要因」の視点の「しつけの影響」と、「『現代家族』の性に対する自己規制要因」の視点の「性に対する不信」に入る項目である。項目内容を検討すると、「自分の得にはならないので他人のことは構わない」「異性の仕事だと見られる事なので異性にまかせて自分はしない」「物事を深刻に考えてもしかたがないので頭が痛くなるようなことはしない」という内容であり、人間存在の証左とも言える、他者との人間関係性を重視しないか、あるいは否定する意識を反映した行為性に関して言及している。以上から、この因子はくしつけの影響による対人不信」の因子と解釈した。

第4因子に関して、|.30000|以上の3項目を中心に、他の相対的因子負荷量の高い項目と合わせ検討すると、多くは「性役割分業意識の形成要因」の視点の「マス・メディアの影響」に入る項目である。表4に示した項目内容でみると、《結婚によって生き方が変わってしまう》《一人の異性ととのつき合いを大切にしたい》《いつまでも一人でいると世間体が悪い》というように、「結婚」に関連したものであり、しかも《雑誌や本を見る》《結婚を考えて相手を見つける》といったように、「結婚」に対する積極的な行為性を示す内容となっている。以上のことから、この因子を「マス・メディアの影響による結婚重視」の因子と解釈した。

次に、第5因子を特徴づける項目を視点との関連で検討すると、「性役割分業意識の形成要因」の視点の「マス・メディアの影響」と、「『現代家族』の性に対する自己規制要因」の視点の「性についての社会規範の許容」との二つの視点を含んでいる。具体的質問項目視点をみると、『避妊・

表4 第1因子～第11因子の各因子に含まれる質問項目

因子	項目	項目内容	因子負荷量	視点	
第1因子	14	顔から、不審に見られるような髪にしておくと言われてきたので、洗髪はきちんとする	.71546	商品化・しつけ「容姿」	
	21	顔に、人から見られても恥ずかしくない顔容をなさいと言われてきたので、もっともいぬは着ない	.69061	商品化・しつけ「服装・服飾」	
	25	顔から、他人に不気味感を与えるような目ま（ワキ毛やヒゲ）はそりなさいと言われてきたので、手入れをする	.60768	商品化・しつけ「容姿」	
	17	顔に、異性のような話し方や歩き方、しぐさをすると言われてきたので、異性にまがえられる顔容はしない	.48624	不信・しつけ「立居振舞い」	
	12	顔から、人に見られても恥ずかしくない歩き方やすわり方をしなさいと言われてきたので、見た目にいい顔容にする	.46858	商品化・しつけ「立居振舞い」	
	30	顔に、もっともいぬアセナリーやネクタイはするなと言われてきたので、装飾品は慎重に選ぶ	.43939	商品化・しつけ「服装・服飾」	
	29	顔に、大学は結婚適齢期を考えて4年で卒業しろと言われてきたので、無断ではない	.43551	社会規範・しつけ「結婚適齢期」	
	29	顔に、夜間外出や外泊を異性とするのはだらしがないと言われてきたので、無断ではない	.43428	社会規範・しつけ「異性交友関係」	
	15	顔に、異性にはだまされるなと言われてきたので、注意してつきあう	.37482	社会規範・しつけ「異性交友関係」	
	第2因子	32	名の通った化粧品は値段がおけるので、テレビのコマーシャルや雑誌を見て買う	.53862	商品化・マス・メディア「ブランド」
		27	スタイルによって人に与える印象が変わるので、雑誌やテレビを見て美容体操やスポーツをする	.51481	商品化・マス・メディア「美容」
28		結婚前は世間体にしたので、式場や振舞いについて調べている雑誌は関心をもって見る	.49292	社会規範・マス・メディア「結婚」	
10		洋服やバッグはブランドのものこそえたいので、雑誌をかかざすを見る	.48077	商品化・マス・メディア「ブランド」	
24		ヘアスタイルによって容顔がかわるので、常にいった型を雑誌やテレビにかまけて美容師に頼む	.44350	商品化・マス・メディア「美容」	
第3因子	22	顔に、自分の裸にならなさいとはするなと言われてきたので、他人のことは構わない	.58092	不信・しつけ「裸のものの見方・考え方」	
	19	顔に、たかひたかことを書くのは大変だと言われてきたので、安全な道を選ぶ	.52165	不信・しつけ「生き方」	
	25	顔に、異性の仕事だと見られる事は手を出すなと言われてきたので、異性にまかせて自分はいない	.51860	不信・しつけ「立居振舞い」	
	26	顔に、物事を頼りに考えようとしたかたがたと言われてきたので、強がってくるな	.44869	不信・しつけ「裸のものの見方・考え方」	
	23	顔に、他人の前で品のない食べ方や飲み方をすると言われてきたので、全態食べずじらし減らす	.43934	商品化・しつけ「立居振舞い」	
第4因子	2	結婚によって生き方が変わってしまうので、結婚生活について書いてある雑誌や本を読む	.67471	不信・マス・メディア「生き方」	
	1	一人の異性ととのつき合いを大切にしたいので、男女のつき合い方が書いてある雑誌や本を読む	.48397	社会規範・マス・メディア「異性交友関係」	
	3	顔に、結婚を考えて相手を見つめると世間体が悪いと言われてきたので、結婚を考えて相手を見つめると世間体が悪い	.47654	社会規範・しつけ「結婚適齢期」	
第5因子	13	異性とつき合う時の常識として、避妊・中絶について書いてある雑誌や本を読む	.66699	社会規範・マス・メディア「避妊・中絶」	
	11	今、子どもができると病めるので、避妊・中絶について書いてある雑誌や本を読む	.63551	社会規範・マス・メディア「避妊・中絶」	
	7	セックス（sex）について、不安があるので、性機能について書いてある雑誌や本を読む	.37441	不信・マス・メディア「からだ」	
	29	顔に、夜間外出や外泊を異性とするのはだらしがないと言われてきたので、無断ではない	.32472	社会規範・しつけ「異性交友関係」	
	第6因子	31	自分のからだづきや性器の形が気になるので、からだについて書いてある雑誌や本を読む	.72404	不信・マス・メディア「からだ」
7		セックス（sex）について不安があるので、性機能について書いてある雑誌や本を読む	.66083	不信・マス・メディア「からだ」	
第7因子		34	異性との性的な楽しみが限られるので、雑誌に載っている台は関心をもて見る	.72571	不信・マス・メディア「占い・性格判断」
	36	異性に見られている自分が気になるので、雑誌に載っている性格判断テストはしてみる	.69050	不信・マス・メディア「占い・性格判断」	
	第8因子	20	顔に、結婚相手の学歴が低いと世間体が悪いと聞かされてきたので、同じレベルの学歴の人とつきあう	.69651	社会規範・しつけ「学歴」
13		顔に、結婚相手は同じレベルでないと付き合いがとれないと聞かされてきたので、学歴を考えて相手を見つける	.61346	社会規範・しつけ「学歴」	
第9因子		6	お金の都合や仕事の都合で相手が品よく見たいので、雑誌やテレビで見られるような話し方や歩き方、しぐさをしたいので、運用中や雑誌に書いてあることを取り入れる	.65992	商品化・マス・メディア「立居振舞い」
	16	人から好意をもたれるような話し方や歩き方、しぐさをしたいので、雑誌から人に見られても恥ずかしくない歩き方やすわり方をしなさいと言われてきたので、見た目にいい顔容にする	.40587	商品化・マス・メディア「立居振舞い」	
	12	顔に、夜間外出や外泊を異性とするのはだらしがないと言われてきたので、無断ではない	.31072	商品化・しつけ「立居振舞い」	
第10因子	18	交際相手とは常に一緒に行動をしないので、異性の興味、関心について書いてある雑誌や本を注意して読む	.55026	社会規範・マス・メディア「異性交友関係」	
	16	人から好意をもたれるような話し方や歩き方、しぐさをしたいので、運用中や雑誌に書いてあることを取り入れる	.42205	商品化・マス・メディア「立居振舞い」	
第11因子	4	顔に、目立つような自己主張はするなと言われてきたので、通りに考え方を合わせる	.55578	不信・しつけ「生き方」	
	3	顔に、いつでも一人でいると世間体が悪いと言われてきたので、結婚を考えて相手を見つける	.39776	社会規範・しつけ「結婚適齢期」	

注）視点すべて省略しているため表1を参照

中絶に関する情報の受容』と『からだに関する情報への同調』に属するものである。項目内容をみると、《異性とつき合う時の常識としての避妊》《今、子供ができると困るので中絶》《セックス（sex）についての不安を解消するための性機能情報》《夜間外出や外泊を異性とするための規制》といったように、性交渉と何らかの点で関連する項目であることを示している。以上から、この因子は「性交渉に関するマス・メディア情報許容」の因子と解釈した。

第6因子と第7因子、第8因子には、因子負荷量が、|.30000|以上の項目は2項目しかない。そこで、前述したように各因子に含まれる他の相対的に高い因子負荷量を持つ項目と合わせて検討し、因子命名を行なった。

第6因子の2項目をみると、「マス・メディアの影響」と「性に対する不信」の二つの視点を含む項目である。具体的質問項目視点は、2項目とも『からだに関する情報への同調』である。この因子に含まれる他の項目をみると、

項目1, 項目18 (Appendix 1 -i, iiを参照) などの項目にみられるように, 異性交友関係の持ち方を表わした項目である。従って, ここでの「からだ」への志向性は, 「性」に関連したものを示していると考えられる。従ってこの因子を, <マス・メディアの影響による「性」に対する不信>の因子と解釈することは妥当であろう。第7因子の2項目は, 2項目とも『占い・性格判断テストに関する情報への同調』といった具体的質問項目視点に入るものである。具体的項目をみると, <<異性との相性の良し悪しが気になる>><<異性に見られている自分が気になる>>という項目内容であり, 容易に占いや性格判断テストを受け入れる行為性を示すものである。以上より, この因子は<マス・メディアの影響による自己性格判断>の因子と解釈した。第8因子は, 「しつけの影響」と「性についての社会規範の許容」との二つの視点に入り, 具体的質問項目視点でみると, 2項目とも『学歴に対する親の関心の受容』の視点に入る。さらに, 項目内容を検討すると, 親の結婚相手に対する学歴重視を示すものである。以上から, この因子を<しつけに基づく結婚選択基準>の因子と解釈した。

同様に第9因子と第10因子, 第11因子をみると, 第9因子の3項目は, 「マス・メディアの影響」の視点と「性の商品化志向」との二つの視点に入るものであり, 具体的質問項目視点は立居振舞いに関するものである。項目内容を検討すると, <<お茶の飲み方>><<話し方や歩き方, しぐさ>><<歩き方やすわり方>>を品良くみせたり, 他人から好感を持たれるように自己の行為をみせようとする内容のものである。このことから, この因子を<マス・メディアによる立居振舞いに表出する自己商品化>の因子と解釈した。第10因子の2項目は, 「性役割分業意識の形成要因」の視点の「マス・メディアの影響」に入るものである。項目内容をみると, <<一緒に行動したいので異性の興味・関心に合わせる>><<好感を持たれるような話し方や歩き方, しぐさをする>>といった項目であり, 他者に自己を合わせていくことに関心を示す内容のものである。以上から, この因子を<マス・メディアの影響による他者志向>の因子と解釈した。第11因子の2項目は, 2項目とも「しつけの影響」の視点に入り, 項目内容を検討すると, <<自己主張はしたくないので周りの考え方に合わせる>><<一人でいるのは世間体が悪いので結婚を考えて相手を見つける>>というように, 他者志向性を示している。このことから, この因子は<しつけの影響による他者志向>の因子と解釈できる。

以上のように, 解釈可能な因子は合計で11因子であった。そこで, これらの解釈可能な諸因子を構成する34項目を基に, 「性」に対する自己規制の要因について分析・検討を行なう。

II-2 判別分析とその結果

因子分析の結果抽出された各因子を含む34項目について判別分析を行なった。判別分析は調査票 (Appendix 1 -ii) の Face sheet にそって, 5つのグループに関して行なったが, 各グループの判別成功率を整理したものが表5である。この結果, 年令以下のグループに関しては判別成功率の低いことが示された。本研究の目的は, 多くの女子大学生が日常生活において, 「女らしく」あろうとすることで, 自らの諸行為を過度に規制していることを捉えることである。表5のように, 判別分析の結果は, 本調

表5 5グループの判別成功率

Group	Per cent
性	84・86%
年 齢	45・41%
自宅か下宿か	62・84%
出身地域	51・83%
両親の職業	父 30・05% 母 29・36%

表6 各項目のF値と性差に関する判別係数

項目№	F	判別係数	項目№	F	判別係数
1	0.2026D-01	-0.18044	19	0.8864	-0.06501
2	1.983	0.22215	20	24.17	0.07417
3	1.095	-0.06918	21	4.004	0.13963
4	1.794	-0.11034	22	1.898	-0.12191
5	1.271	-0.10738	23	0.6631D-02	-0.05849
6	1.250	0.09124	24	6.060	0.35105
7	4.155	-0.08996	25	2.952	0.12315
8	3.947	0.03153	26	0.2520	0.07027
9	10.70	-0.13896	27	7.909	-0.01485
10	0.7051	-0.20224	28	9.959	0.08233
11	0.5706D-01	0.13563	29	6.760	0.35475
12	4.779	0.23751	30	5.148	-0.10081
13	0.1679	-0.24807	31	1.822	-0.07779
14	15.09	-0.04157	32	5.949	-0.05737
15	7.337	0.42506	33	62.09	0.29156
16	6.512	-0.08663	34	73.80	0.30521
17	8.935	-0.03776	35	5.246	-0.36219
18	0.3901	-0.16068	36	5.529	0.20249

注) 素資料は危険率 0.1%, 素標は危険率 1%, 素は危険率 5%

査で用いた項目が、性別を弁別する項目で構成されていることを示した。この結果から、個の行為性にかかる社会的圧力は、性別によって差異のあることを前提として、「女性」性に関する自己規制要因を検討することは、妥当であることが示された。

性別による質問項目の分類を行なうために、まず本調査で用いた36項目について、性差による検定を行なった。その結果を表6に示した。このF値より5%以上の水準で有意な差が認められた項目を抜き出し、さらに、因子分析により解釈可能な全因子に含まれる34項目を抜き出す。この二つの手続きによって、二つの条件を満たす項目が、社会的圧力の下での「女らしさ」「男らしさ」の形成要因や自己規制要因を示す項目である。

表6を見ると、判別係数に(-)がついている項目がある。素資料における各項目の回答状況と、性差による平均値とによって検討すると、これは「男性」項目であることを示している。例えば、項目35の《親に、異性の仕事だとみられる事には手を出さなと言われてきたので、異性にまかせて自分はしない。》といった項目は、「男性」項目を示す。一方、逆に(+)の判別係数を示した項目、例えば、項目15の《親に、異性にだまされるなどと言われてきたので、注意してつき合う。》といった項目は、「女性」項目を示すことになる。上述の基準にそって、全項目を検討した結果、表7、表8に示すように、「女性」項目と「男性」項目とに分類された。

Ⅲ 性差別意識についての分析的検討

前述の手続きによって得られた「性差」についての判別分析の結果と素資料に基づき、性差別意識に関して分析的検討を行なう。分析にあたっては、現代社会における「性」のあり方は、「性の商品化志向」「性についての社会規範の許容」「性に対する不信」という社会的状況によって、必要

表7 「女性」項目に含まれる項目内容

項目№	項目内容	女性度	視 点
15	親に、異性にはだまされるなどと言われてきたので、注意してつき合う。	.42506	社会規範・しつけ「異性交友関係」
29	親に、夜間外出や外泊を異性とするのはだらしがないと言われてきたので、断固としてしない。	.35475	社会規範・しつけ「異性交友関係」
24	ヘアスタイルによって雰囲気が変わるので、気に入った型を雑誌やテレビからみつけて美容院に頼む。	.35105	商品化・マス・メディア「美容」
34	異性と同性の良し悪しが気になるので、雑誌に載っている古いのは関心をもたない。	.30521	不 信・マス・メディア「古い・性格判断」
33	親に、結婚相手は同じレベルでないとつり合いがとれないと聞かされたので、字標を考えて相手を選ぶ。	.29156	社会規範・しつけ「字標」
12	親から、人に見られても恥ずかしくない歩き方やすわり方をしなさいと言われてきたので、見た目によく振舞いをする。	.23751	商品化・しつけ「立居振舞い」
2	結婚によって空き方が変わってしまうので、結婚生活について書いてある雑誌や本を見る。	.22215	不 信・マス・メディア「生き方」
36	異性に見られている目が気になるので、雑誌に載っている性格判断テストはしてある。	.20249	不 信・マス・メディア「古い・性格判断」
21	親に、人から見られても恥ずかしくない服装をしなさいと言われてきたので、みっともない服は着ない。	.13963	商品化・しつけ「服装・服飾」
26	親から、他人に不快感を与えるようなひげ毛(ワキ毛やヒゲ)はそりなさいと言われてきたので、手入れをする。	.12315	商品化・しつけ「容姿」
5	最新の流行や最新の仕方は品よく見せたいので、雑誌やテレビで見るしぐさをまねる。	.09124	商品化・マス・メディア「立居振舞い」
28	結婚式は世間通にしたいので、式場や服装について載っている雑誌は関心をもっている。	.08233	社会規範・マス・メディア「結婚」
20	親に、結婚相手は字標が低いと世間体が悪いと聞かされたので、同じレベルの字標の人とつき合う。	.07417	社会規範・しつけ「字標」

注) 視点はすべて省略しているため表1を参照

表8 「男性」項目に含まれる項目内容

項目№	項目内容	男性度	視 点
35	親に、異性の仕事だと見られる事には手を出さなと言われてきたので、異性にまかせて自分しない。	.36219	不 信・しつけ「立居振舞い」
9	親に、みっともないアクセサリーやネクタイはするなと言われてきたので、被服品は慎重に選ぶ。	.13896	商品化・しつけ「服装・服飾」
30	親に、大学は結婚年齢期を考慮して4年で卒業しろと言われてきたので、卒業しないように制度をとる。	.10081	社会規範・しつけ「結婚適齢期」
7	セックス(sex)について不安があるので、性差論について書いてある雑誌や本を読む。	.08996	不 信・マス・メディア「からだ」
16	人から好意をもたれるような話し方や歩き方、しぐさをしたいので、雑誌や雑誌に載っていることを取り入れる。	.08663	商品化・マス・メディア「立居振舞い」
32	最新の流行や最新の仕方は品よく見せたいので、テレビのコマーシャルや雑誌を見て買う。	.05737	商品化・マス・メディア「ブランド」
14	親から、不潔に見られるような髪にしておくなと言われてきたので、清潔さを心がける。	.04157	商品化・しつけ「容姿」
17	親に、異性のような話し方や歩き方、しぐさをするとと言われてきたので、異性にまかせられる振舞いはしない。	.03776	不 信・しつけ「立居振舞い」
27	ヘアスタイルによって人化与える印象が変わるので、雑誌やテレビを見て気持よくスエーをする。	.01485	商品化・マス・メディア「美容」

注) 視点はすべて省略してあるため表1を参照

以上の自己規制を強いられていることから、この三点について行なった。

Ⅲ-1 性の商品化志向

「性の商品化志向」を示す因子は、第1因子〈しつけに基づく異性に対する自己の商品化〉と第2因子〈マス・メディアの影響による商品選択における自己の商品化〉、第9因子〈マス・メディアによる立居振舞いに表出する自己の商品化〉の3因子である。

第1因子に属する項目を具体的質問項目視点にそって検討すると、『服装・服飾についての親の関心との同一化』『容姿に対する親の関心との同一化』『立居振舞いに対する親の関心との同一化』『異性交友関係に対する親の関心の許容』が含まれている。

表7に示した「女性」項目に視点をあてると、〈人から見られても恥ずかしくない服装〉〈他人に不快感を与えるようなむだ毛〉〈人に見られても恥ずかしくない歩き方やすり方〉〈夜間外出や外泊を異性とするのはだらしがない〉といった項目にみられるように、異性に対する服装や立居振舞い、交友関係について親から規制を受けて行動していることが示されている。特に、服装や異性と一緒の夜間の行動について「女性」が規制されていることが理解できる。同様に、表8に示した「男性」項目をみると、〈不潔に見られるような髪〉〈異性のような話し方や歩き方、しぐさ〉〈みっともないアクセサリーやネクタイ〉〈大学は結婚適齢期を考えて4年で卒業〉という項目に示されるように、「男性」も親から規制されていることがわかる。

このことから、親から「しつけ」られる「女らしさ」「男らしさ」の内容は、自己の「性」を異性に対して「商品化」することであると言えよう。何の生産性も持たない「現代家族」は、子どもにある程度の文化的生活を将来にわたって維持させるために、「結婚」を最終目標としている²⁰⁾。そのために、子どもを将来異性にどれだけ高く売れる状態に保てるかが関心事となってくる。「女性」項目にみられる〈夜間外出や外泊を異性とするのはだらしがない〉〈異性にだまされるな〉というような内容に示される「不純」異性交友関係は、「女らしさ」を期待する社会規範から逸脱することになり、「商品」の価値を下げることにつながる²¹⁾。この点に関しては、「男性」の場合は、「女性」に比べて親から規制されることは少なくなる。親の関心事は、息子が卒業後にどのような社会的地位につくかという上昇志向に関することになる²²⁾。「男性」としての「商品」価値は、社会的地位によって左右される社会状況が、「現代家族」に反映することを伺わせる。

第2因子に関してみると、「女性」項目の内容は、〈結婚式は世間並にしたい〉〈ヘアスタイルによって雰囲気が変わる〉というものであり、マス・メディアの影響を強く受けていることが示唆されている。さらに、この因子に含まれる全項目をみると、『結婚に関する情報の受容』の〈結婚生活に必要な家具や食器を眺めに行く〉、『からだに関する情報への同調』の〈自分のからだつきや性器の形が気になる〉といった項目があげられ、マス・メディアから情報を得ていることが示されている。同様に、「男性」項目についても、〈名の通った化粧品は信頼がおける〉〈スタイルによって人に与える印象が変わる〉〈人から好感をもたれるような話し方や歩き方、しぐさ〉という項目が示すように、マス・メディアから情報を受け入れていることがわかる。近年、男性向け化粧品も多様となり、男性化粧品需要者の増加傾向は、この点を裏づけるものと言えよう。週刊誌や

雑誌の内容は、ファッションや美容に関するものが多く²³⁾、「目まぐるしく変わらせているつもり
の流行をとり入れさせるために、同じことを何度もくり返した²⁴⁾」ものであり、結局のところ、男・
女両性に画一化した枠をマス・メディアは提供し、操作しようとしている²⁵⁾。「人」が自己の魅力
をその時の流行によって決めることは、誰ともわからぬ大衆の価値基準に自己を合わせている²⁶⁾
ということを意味している。また、「洋服やバックはブランドものをそろえたい」ということは、ブ
ランド製品を「もつ」ことで、自己の価値が高級になったという意識を持っていることを反映して
いる。さらには、「女性」の「結婚」に対する意識も、マス・メディアの影響を受け、「商品化」
された結婚式や「結婚」生活のイメージに合わせるよう操作されていることを示している。このよ
うに、異性に対して何らかの性的アピールを「もつ」ことで、自己の「性」を価値づけ、「男性」
にとって魅力的な「女性」、「女性」にとって魅力的な「男性」と、互いに求める「商品」になろう
としている。

第9因子に属する項目について検討すると、具体的質問項目視点の内の立居振舞いに関する内容
が示されている。「女性」項目についてみると、「お茶の飲み方や食事の仕方は品よく見せたい」
《人に見られても恥ずかしくない歩き方やすわり方》といった項目である。マス・メディアや親か
ら影響を受け、自己の振舞いが他者にどのように受けとられているかを気にしていることが示され
ている。「男性」項目からは「男性」が、「人から好感をもたれるような話し方歩き方、しぐさ」
に関心をおいていることが示されており、他者に接する際に、自己をよりよくみせるための情報を
「男性」も重視していることがわかる。マス・メディアをとおしてみる「女らしい」「男らしい」
立居振舞いは、「商品」として作られたモデルの動きにより、意図的に操作されたものである²⁷⁾。
その取り入れにより、マス・メディアによって作られた「女らしさ」「男らしさ」を積極的に身に
つけようとしていることが理解できる。それはすでに、幼児期から親に「しつけ」られてきたこと
でもある。

Ⅲ-2 性についての社会規範の許容

「性についての社会規範の許容」を示す因子は、第4因子〈マス・メディアの影響による結婚重
視〉と第5因子〈性交渉に関するマス・メディア情報許容〉、第8因子〈しつけに基づく結婚選択
基準〉である。

まず、第4因子に属する項目についてみると、「一人の異性とのおつき合いを大切にしたい」《い
つまでも一人でいると世間体が悪い》というように、「結婚」を前提とした異性交友関係が支持さ
れていることがわかる。しかしながら、「結婚」の重視の仕方は、「女性」と「男性」との間では
異なっている。まず「女性」項目をみると、「結婚によって生き方が変わってしまう」《異性にだ
まされるな》《今、子供ができると困る》というように、「結婚」することを「女性」の生き方の
最大目標としながらも、結婚相手によって自己の生き方が左右され、その生活の変化に合わせな
ければならないと考えていることがわかる²⁸⁾。また、「結婚」以外の妊娠は、社会規範から逸脱した
行為となり、性交渉が社会的に認められる「結婚」が、重要な意味を持っている社会状況を示唆し
ている²⁹⁾。次に、「男性」項目でみると、「セックス (sex) について不安がある」というように、

「結婚」の重視の仕方が、性交渉を中心とした問題におかれていることが示されている。独身者に対する不利な法制度や一人ぐらしは健全でないとする見方、「結婚」するまでは一人前の社会人とは認められないという社会的偏見が強いことに支えられ、日本人の「結婚」の志向性が非常に高いことはすでに示されている³⁰⁾。このような社会規範の中で、多くの「人」は、義務や拘束により「結婚」させられているが、実際には、自らが「結婚」を望んでいると思込まされている³¹⁾。

第5因子に含まれる項目内容を見ると、《異性とつき合う時の常識》《今、子供ができると困る》という項目が示すように、避妊や中絶に関する情報を取り入れることがわかる。現代社会では子供の数を少なくして、より便利で、「豊かな」生活を維持するために、避妊や中絶は常識化している。避妊や中絶に関する情報は、マス・メディアをとおして多様に若年層にまで広く提供されている。そのことから、性交渉は、表層的には開放的になったように見える。しかし、「女性」項目の内容を検討すると、《夜間外出や外泊を異性とするのはだらしがない》というように、親から「女性」の行動は規制され、また《一人の異性とのかつき合いを大切にしたい》といった項目に示されるように、マス・メディアの情報を取り入れた画一化した男女のかつき合い方の中で、自己規制していることがわかる。しかも、社会的には「結婚」による性交渉しか認められていない現状の下で、社会規範から逸脱した「女性」に対しては、「きず者」というレッテルがはられることになり、「女性」は自己の「性」を他者に管理され、人間関係をも規制されることになる。さらに、「男性」項目をみると、《セックス (sex) について不安がある》という項目に示されるように、「男性」も性機能に関する情報を取り入れることで、自己の「性」を画一化した枠に押し込めている。また、《自分のからだつきや性器の形が気になる》というように、操作されたマス・メディアの情報に適合する性交渉の可能性を求めて、自己の「からだ」まで作り変えようとしている。すなわち、性交渉に関する情報を取り入れることによって、「男性」の場合も性交渉そのものを商品化する状況の中にいると言えよう。

第8因子について具体的な質問項目に戻ってみると、全項目が、『学歴に対する親の関心の許容』の視点に含まれる「女性」項目である。《結婚相手の学歴が低いと世間体が悪い》《結婚相手は同じレベルでないとつり合いがとれない》といったことを親から言われていることが示唆されている。さらに、異性交友関係についても《同じレベルの学歴の人とつき合う》《異性にだまされないように注意してつき合う》というように、「結婚」との関連において行動の自己規制をしていることが示唆されている。現代社会では、学歴の有無が、自己の価値を決める時に未だに大きな影響力を持っている。「女性」の場合には、結婚相手の学歴を問うことが、自己を「商品」として位値づける時、将来どれだけのものを「もつ」ことができるかということと結びついている。すなわち、結婚相手の「商品」価値によって、自己の価値が決まってくるので、結婚相手の「もつ」ものの質を問題とすることになる³²⁾。従って、「現代家族」にとっては、男女両性とも結婚相手としてどのような相手を選択するのかが重要な課題となってくる。

Ⅲ-3 性に対する不信

「性に対する不信」を示す因子は、第3因子<しつけの影響による対人不信>と第6因子<マス・メディアの影響による『性』に対する不信>、第7因子<マス・メディアの影響による自己性格判

断〉、第10因子〈マス・メディアの影響による他者志向〉、第11因子〈しつけの影響による他者志向〉の五つの因子である。

第3因子に属する項目内容を検討すると、《自分の得にならないことはするな》《物事を深刻に考えてもしかたがない》《目立つような自己主張をするな》というように、自己の価値づけに関しての利害関係を基準に、男女ともに社会的期待に沿うよう自己規制する内容のものである。即ち、《他人の前で品のない食べ方や飲み方はするな》といった日常生活態度の規制から、ものの見方や考え方で現代社会の通念から逸脱しないよう自己規制していることがわかる。また、自己がやりたいことを貫こうとすれば、性役割分業の枠を越えた生き方をする事になり、従って、自己の日常生活を深く考えれば、男女ともに性役割分業を習得することについての矛盾に気づくことになる。そこでは、「女らしさ」「男らしさ」から逸脱した自己を知ることになり、それは、これまでに形成してきた「女性」性や「男性」性を破壊することを意味している。自己の「女性」性や「男性」性を破壊したところでの自己存在の「性」の示し方は、他者から社会的に逸脱した者とみられ、自己の社会的価値はマイナスに位置づけられることになる。このような社会的逸脱を否定した親の「しつけ」は、男女ともに対人不信を作りあげることになる³³⁾。

次に、第6因子について項目内容を検討すると、《自分のからだつきや性器が気になる》《セックス（sex）について不安がある》という項目に示されるように、自己の「からだ」そのものへの関心が大きなものであることが示唆されている。この因子に含まれる他の項目には、《異性とつき合う時の常識》《一人の異性とのかつき合いが大切》《大学は結婚適齢期を考えて4年で卒業》など異性交友関係についての項目がある。ここから、ここであげられる「からだ」への関心は、自己の「女性」性、「男性」性といった「性」に対する関心を示しているものと考えることができよう。今日の社会では、「性器」のレベルにおける差異は、幼児期から精神的・物理的に覆いかくされ曖昧にされている³⁴⁾。マス・メディアをとおしての情報の中で扱われる「性器」は、本来の「性」とは離れたところで、「商品」として売り出され、作られたものとなっている。本来、自己存在は、「ありのまま」で自己の「性」を示すがゆえに、社会的に許容される「女らしさ」「男らしさ」を習得しなくても、それぞれ「おんな」性、「おとこ」性を示すことはでき、性役割分業に沿った自己規制をする必要はない。しかし、《自分のからだつきや性器が気になる》ことは、本来の「性」のあり方と作られた自己の「女性」性、「男性」性との間に葛藤のあることを示しているといえよう³⁵⁾。マス・メディアをとおして示される「性」との比較をすればするほど、本来の自己の「性」から遠のくことになり、自己の「性」に対する「不信」は強くなる。「女性」「男性」ともに自己存在と自己の「性」を同一化して生きる状況を喪失させており、マス・メディアや「しつけ」による影響の下で、自己自身を作り変えていかなければならない社会的状況に置かれていると言えよう。

さらに、第7因子をみると、すべて「女性」項目で占められている。項目内容を検討すると、《異性と相性のよし悪しが気になる》《異性に見られている自分が気になる》といったように、占いや性格判断テストに関する情報をマス・メディアから取り入れていることがわかる。すでに示したところであるが、「現代女性」は自己の「性」を商品化し、他者の価値基準に合わせ「性」を作り変えている。自己の「性」を支える「女らしさ」は、自己の存在を示す自我の中核となり、その欠落は自己存在の否定につながってくる。従って、自己の「性」を確認できるのは、異性に対して「女らしく」振舞う時でしかなくなる。自己存在そのものが、「性」を示すことではなくなり、画

一化した「性」のあり方を提供するマス・メディアによる占いや性格判断テストといったことに依存して、自己自身をみななければならない状況に「女性」が置かれていることを示している。

第10因子の《交際相手とは常に一緒に行動をしたい》《一人の異性とのつき合いを大切にしたい》という項目にみられるように、他者と行動するためには、他者に自己をどのように合わせられるかが大きな関心事となる。人間関係を作りあげる際に、「ぶつかり合う」ことを避け、表面的に《人から好感のもたれるような話し方や歩き方、しぐさ》をするという手段を用いて、他者に自己を合わせていると言える。従って、他者の誰に対しても同じようなつき合い方をするために、マス・メディアから常に情報を取り入れ、画一化された人間関係を維持しようとしていることがわかる。また、第11因子について項目内容を検討すると、《目立つような自己主張はするな》《いつまでも一人であると世間体が悪い》といった項目が示すように、親から他者に合わせていくことを「しつけ」られ、強制されていることがわかる。《周りに考え方を合わせる》ことで、男女ともに社会的な逸脱者とみられないよう自己規制しなければならないことを示しており、自己の「性」に対する確信のなさ、自己の「性」を「ありのまま」に示すことへの不安 といったものを伺わせている。

お わ り に

現代社会にあっては、「期待される性役割」を習得する過程で、「人」は常に他者の価値基準に合わせ、自己の「性」を規制しなければならない。その時に、「現代家族」の果たす役割は、大きなものとなる。

まず、服装や歩き方、すわり方等について、より「女らしく」あるいは「男らしく」振舞うことを、親は意識的または無意識的なかかわりをおして子ども達に教え込んでいく。その「しつけ」の内容は、《人に見られて恥ずかしい》ことをすべて否定し、《人から好感をもたれる》ことを重要視することである。このように「性」に関わる振舞いは、他者との関係によって規定されている。そこでは、他者からの自己の排除は、自己が社会的逸脱者として扱われることを意味する。親は、子どもを社会化する中で、親自身が持つ社会的価値や社会規範をそのまま子どもに伝えていき、さらに、それはマス・メディアによって助長されることになる³⁶⁾。

次に、「結婚」することが社会的規範として強制されている「現代女性」は、「結婚」を人生の最終目標にし、「女らしさ」を習得する過程で、いかに異性に対して性的アピールのある「性」を作りあげるかを課題とし、「性の商品化」を行っている。「結婚」することが、現代社会の中でどのような意味を持ち、自己にとって何を意味することなのかといった問題意識もなく「結婚」を受け入れている³⁷⁾。しかし、自己の生き方を問うことは、「性役割分業意識」を形成している自己を明確化することであり、抑圧している自己の「性」に気づくことにつながる。親が、《物事を深刻に考えるな》《自分の得にならないことはするな》としつけることは、現代社会が「性役割分業」の矛盾に気づかせないようにしていることの反映であり、「性」の商品価値を下げないための社会防衛の表出であると考えられよう。その中で、「現代女性」は「結婚」以外の在り様を考えることができないように意識を画一化され、生き方の方向までも他者に決められてしまうことになっている。

さらに、本調査で対象とした4年制女子大学生をみると、「現代女性」の中で相対的にエリート

的存在である女子大学生は、現代社会から「期待される性役割」に十分こたえる一方で、「男性」社会に組み込まれる専門性や資格を得ることができる。その女子大学生の、「性を商品化」し、「性についての社会規範を許容」して「女性」性の社会的価値を高めようとする意識は、「できる」者が「できない」者を差別する構造を作りあげることにつながっている。女子大学生の「性」のあり方が、現代社会の社会規範を構造し、その結果、「障害」者の「おんな」性を抑圧し、「障害」者に「性」の商品価値を高めることを志向させ、「結婚」を重視する意識をもたせてきている³⁸⁾。また、「性に対する不信」をいだきながらも、作られた「女らしさ」の基準に合わせることでしか自己の「性」を示すことができない多くの女子大学生は、結局のところ、自己の存在をもってしか「性」を表現できない「障害」者の存在を否定する意識を潜在的に持っていると言えよう。また、女子大学生が自ら作りあげている「性差別意識構造」は、「現代女性」すべてに共通する意識であるが、そのことは自我の支えとなる「女らしさ」を「もつ」ことで、自己の「おんな」性を差別することにつながり、結局、自己の存在の否定を行なっていることになる³⁹⁾。しかしこのことは、前論文⁴⁰⁾で指摘したところであるが、「現代女性」の多くは、「性差別意識構造」の中に自らが置かれていることを意識化できないように、「家庭」「学校」「マス・メディア」によって作りあげられていることを問題としなければならないであろう。

本研究においては、「性差別意識」の形成に働く社会的要因の観点から、「現代家族」のもつ問題性を指摘した。ここでさらに、性差別されている「女性」が自己の内にある「おんな」性を差別している差別構造に視点をあてる必要が出てくる。そこで、画一化した「性」のあり方しかもてない「現代家族」の問題性を明確にするために、「女性」を対象とした個別面接調査を行い、「女性」の作りあげる「性差別意識構造」をさらに鮮明に描き出すことは重要な課題となってくる。次回には、この点に関して報告する。

最後に、本論文は、高島の1982年度茨城大学教育学部卒業論文の一部⁴¹⁾をもとにしているが、資料解析の主要な部分を小熊が分担し、吉田及び吉田が草稿を検討の上作成した。研究の実施にあたっては、教育臨床心理研究室ゼミナール所属の学生諸氏の多大な協力を得ていることを付記して感謝の意を表したい。なお、本研究は日本社会心理学会第24回大会に、吉田及び小熊が報告した。

注

- 1) 「性差別意識」に関しては、“Sexism” という概念語が充当しよう。この点は、Nancy Frazier, Mrya Sadker *Sexism in School and Society* (Harper & Row, 1973) を参照されたい。
- 2) 林るみ子・吉田昭久・吉田絃子「『現代家族』の批判的検討—『専業主婦』における『生活』意識の検討をとおして—」『茨城大学教育学部紀要（人文・社会科学，芸術）』29, 1980, pp.63-84 を参照のこと。
- 3) 吉田昭久・小貫祐子・小熊均「『現代家族』の批判的検討Ⅱ—『女性』性形成過程に影響を及ぼす社会的要因の検討をとおして—」『茨城大学教育学部紀要（人文・社会科学，芸術）』31, 1982, pp.93-116 を参照のこと。
- 4) ジョン・マネー、パトリシア・タッカー、朝山新一他訳『性の署名』（人文書院、1979）p.12 に、「性自認」は性役割を個人的に体験する中で身につけることが示されている。また、J. ブルックスニガン、W.

- シェンプ, マチュラス, 遠藤由美訳『性別役割—その形成と発達—』(家政教育社, 1982)等を参照のこと。
- 5) E.E. マッコビー, 青木やよい他訳『性差』(家政教育社, 1979), M. ミード, 田中寿美子・加藤秀俊訳『男性と女性』(東京創元社, 1961), 綾部恒雄編『女の文化人類学』(弘文堂, 1982), 原ひろ子「男女の役割文化を考える」『家庭科教育夏期特集』50 (14), 1976, pp.274-317 等を参照のこと。
- 6) この点に関しては, ボーヴォワール, 生島遼一訳『第Ⅱの性』(人文書院, 1969), エリザベート・バダンテール, 鈴木晶訳「『プラス・ラブ』—母性本能という神話の終焉」(サンリオ, 1981), ナンシー・チョドロウ, 大塚光子・大内菅子訳「『母親業の再生産』—性差別の心理・社会的基盤」(新曜社, 1981)等に詳しい。
- 7) E. フロム, 懸田克躬訳『愛するということ』(紀伊国屋書店, 1979) p.4 に「性」が商品化されていることについて示されている。
- 8) E. フロム, 前掲書 7) p.2 にフロムは, 「人びとにとって問題なのは, どうして愛されるようになるのか, どうして愛らしくなるかということなのである。」と述べている。
- 9) E. フロム, 佐野哲郎訳『生きるということ』(紀伊国屋書店, 1979) p.33 において, フロムは「現代社会では, あることの本質そのものは持つことなのであって, もし人間が何も持たなければ何ものでもありはしないと思われることだろう。」と述べている。「女らしさ」「男らしさ」についても, フロムの言う「もつ」という同一の観点でとらえることができる。
- 10) E. フロム, 日高六郎訳『自由からの逃走』(東京創元社, 1978) p.137 には, 「自我をささえる財産は, 肉体の一部である。もし財産をもっていなかったり, 失ったりすれば, それは『自我』の重要な部分を失うことであり, 他人からも自分自身からも, 一人前の人間とは考えられないようになるのである。」とフロムは述べている。「女らしさ」「男らしさ」についても同様に, 自我を支える財産となっていると言える。
- 11) 自我の同一性に関して, E.H. エリクソン, 仁科弥生訳『幼児期と社会Ⅰ, Ⅱ』(みすず書房, 1981), E.H. エリクソン, 小此木啓吾訳『自我同一性』(誠信書房, 1981)等を参照。
- 12) E. フロム, 前掲書 10) 例えば, p.224 に, フロムは「自己の喪失とにせの自己の代置は, 個人を烈しい不安の状態になげこむ。」と述べている。
- 13) 樋口恵子『女の子の育て方』(文化出版局, 1978)を参照のこと。
- 14) 南博『体系社会心理学』(光文社, 1957) p.513 を参照されたい。
- 15) ジョン・マネー, パトリシア・タッカー 前掲書 4) p.12 を参照されたい。
- 16) ジョン・マネー, パトリシア・タッカー 前掲書 4) pp.109-119 を参照されたい。
- 17) 吉田昇・神田道子編『現代女性の意識と生活』(NHKブックス, 1975)を参照のこと。
- 18) 吉田昭久・小貫祐子・小熊均 前掲書 3) p.96 を参照のこと。
- 19) SPSS (*Statistical Packages for the Social Science*)の略。三宅一郎・山本嘉一郎『SPSS 統計パッケージⅠ基礎編』(東洋経済新報社, 1976)及び, 三宅一郎・中野嘉弘・水野欽司・山本嘉一郎『SPSS 統計パッケージⅡ解析編』(東洋経済新報社, 1977) pp.84-116 を参照のこと。
- 20) 林るみ子・吉田昭久・吉田紘子 前掲書 2) pp.72-73, 山根常男『家族の論理』(垣内出版, 1972) pp. 274-282, B. ファーバー, 藤見純子監訳『家族理念の変動と現代社会』(早稲田大学出版部, 1979) pp. 14-20 等を参照されたい。
- 21) W. ライヒ, 中尾ハジメ訳『性と文化の革命』(勁草書房, 1969), pp.38-42 結婚制度についての矛盾を指摘している。

- 22) 山住正己「現代の家族と教育」『法学セミナー増刊 日本の家族』（日本評論社，1979）pp.108-115 に大学選択における男女の違いについて述べている。
- 23) 津田義昭「女性誌の現在」『日本の大衆文化 ジュリスト』20，（有斐閣 1980）pp.222-225 を参照のこと。
- 24) エブリン・リード，三宅義子・大原紀美子訳『性の神話』（拓植書房，1974）p.145 を参照。
- 25) E. フロム，懸田克躬訳 前掲書 7) pp.4-5 を参照のこと。
- 26) E. フロム 前掲書 10) p.145 巨大な近代広告によって，催眠術のように，買手の批判力を窒息させ殺していることが述べられている。
- 27) 大橋正房『広告化社会』（毎日選書，1982）「ポバイ」「ジェイジェイ」等の雑誌が，若者の消費のテキストになっていることを述べている。
- 28) アリス・シュヴァルツァー，寺崎あきこ訳『性の深層』（亜紀書房，1979）p.266，朝日新聞『企業社会のはざままで』1-9（1983，7月25日-8月4日）等に，「結婚」の矛盾について示されている。
- 29) W. ライヒ 前掲書 20) pp.38-42 を参照のこと。
- 30) 婦人に関する諸問題調査会議編『現代日本女性の意識と行動』（大蔵省印刷局発行，1974）pp.27-39 を参照のこと。また，深尾凱子『未来を追って③-ネオファミリー』（読売新聞，1982，9月2日）には，日本の有配偶率は35-39歳の男92.3%，女90.7%と高い値を示している。アメリカでは，現在，日本でみられる普通の家族構成の家庭は15%にすぎず，独身者世帯23%，その他新しい家族構成が成り立ちはじめたと報告されている。
- 31) 朝日新聞『企業社会のはざままで』6，9（1983，8月1日，8月4日），E. フロム 前掲書 7) p.219 を参照されたい。
- 32) E. フロム 前掲書 7) p.5 恋愛も，自分たち自身の交換価値の限界を考えて，市場で最良の有利な対象を見出してからするように，人間関係が商品と同じ交換の形になっていることをフロムは指摘している。
- 33) E. フロム 前掲書 10) p.224 自己の同一性のある程度失っているため，そこから生まれる恐怖を克服するために，他人に認められ，承認されることにより自己の同一性を求めようとすることを示している。
- 34) 石川弘義・野口武徳「性」『ふおるく叢書』2（弘文堂，1941）p.16 に子供達は，遊びの中で互いに性器を観察できる機会があったことを示している。
- 35) アリス・シュヴァルツァー 前掲書 28) p.278 を参照のこと。
- 36) 神田道子『女たちのゆくえ』（勁草書房，1982）p.117 では，女性が自ら「性」によって差別し，抑圧してきた状況に閉じ込めてきたことより，母親の立場に立った時，子供を性差別し，抑圧状況に追い込むことをしていると述べられている。
- 37) 吉田昇・神田道子編 前掲書 17) pp.77-94，pp.234-238 を参照のこと。
- 38) 「障害者の結婚と性」『福祉労働』15（現代書館，1981）を参照のこと。
- 39) 神田道子 前掲書 35) p.116 を参照のこと。
- 40) 吉田昭久・小貫祐子・小熊均 前掲書 3) を参照のこと。
- 41) 高島真澄「『現代女性』の性差別意識形成に及ぼす社会的要因」（茨城大学教育学部卒業論文，1982）

Appendix 1-i 調査票

4年制大学生の日常生活及び興味・関心に関する意識調査

現在、当研究室では「現代青年の意識形成過程における諸問題」について、一連の研究を行なっておりまして。その一環として、4年制大学で生活する大学生を対象とした調査を行なうことになりました。

皆さんが、これまで両親からどのような指示や注意をうけてきたのか、また、雑誌やテレビなどのマス・メディアから得られる情報をどのような興味関心で受けとってきたのかを、現在の学生生活の送り方との関連で、この調査では、明らかにしたいと考えております。

あなたが、常日頃行っていることに照し合わせて以下の項目にお答え下さい。

調査の結果は全てコンピューターにより処理され、この研究以外の他の目的には使用されることはありません。

このような調査の主旨をご理解いただき、本調査にご協力下さいますようお願いいたします。

茨城大学教育学部教育臨床心理研究室

※ 回答の際の注意

- (1) 次のページ以降の質問には、回答例にならって記入して下さい。その際、5段階に分かれていますので、あなたのことに最もよく当てはまると思う箇所を1つだけ○印で囲んで下さい。「どちらでもない」には、どうしてもつけられない場合にだけつけるようにして下さい。

- (2) 質問は、とばさずに全項目に回答して下さい。

1 以下の項目について、あなた自身の今していることと照し合わせ、例にならぬ該当する番号に○印をつけて下さい。

(例) 方言を使うのはみっともないので、テレビやラジオで聞く標準語で話す。

Rating scale diagram with 5 points and a circled 4. Labels: 今の自分のできることに当てはまる, やや当てはまる, どちらともいえない, あまり当てはまらない, 今の自分のできることに当てはまらない

- 1) 一人の異性とにつき合いを大切にしたいので、男女につき合い方が書いてある雑誌や本を読む。 (b-2)
2) 結婚によって生き方が変わってしまうので、結婚生活について書いてある雑誌や本を見る。 (c-3)
3) 親に、いつまでも一人である世間体が悪いと言われてきたので、結婚を考えて相手を見つける。 (B-1)
4) 親に、自立つような自己主張はすると言われてきたので、周りに考えを合わせる。 (C-3)
5) 結婚は誰もがするものなので、雑誌や広告を見て結婚生活に必要な家具や食器を眺めに行く。 (b-1)
6) お茶の飲み方や食事の仕方は品よく見せたいので、雑誌やテレビで見るしぐさをまねる。 (a-3)
7) セックス(sex)について不安があるので、性機能について書いてある雑誌や本は関心をもって読む。 (c-2)
8) 自分のしたいことがわからないので、生き方について書いてある雑誌や本は関心をもって読む。 (c-3)
9) 親に、みっともないアクセサリーやネクタイはすると言われてきたので、装飾品は慎重に選ぶ。 (A-1)
10) 洋服やバックはブランドものをそろえたいので、雑誌をかかさずに見る。 (a-1)
11) 今、子どもができると困るので、避妊、中絶について書いてある雑誌や本を買う。 (b-3)
12) 親から、人に見られても恥ずかしくない歩き方やすわり方をしなさいと言われてきたので、見た目によい振舞いをする。 (A-3)
13) 異性とつき合う時の常識として、避妊、中絶について載っている雑誌や本を読む。 (b-3)
14) 親から、不潔に見られるような髪にしておくと言われてきたので、洗髪をきちんとする。 (A-2)
15) 親に、異性にだまされると言われてきたので、注意してつき合う。 (B-3)
16) 人から好感をもたれるような話し方や歩き方、しぐさをしたいので、週刊誌や雑誌に書いてあることを取り入れる。 (a-3)
17) 親に、異性のような話し方や歩き方、しぐさをすると言われてきたので、異性にまちがえられる振舞いはしない。 (c-1)

Appendix 1-ii 調査票

今の自分のしていることに
 当てはまらない
 あまり当てはまらない
 どちらともいえない
 やや当てはまる
 やや当てはまる
 今の自分のしていることに
 当てはまる

- 18) 交際相手とは常に一緒に行動をしたいので、異性の興味、関心について書いてある雑誌や本を注意して読む。 (b-2)
- 19) 親に、やりたいことを貫くのは大変だと言われてきたので、安全な道を選ぶ。…………… (C-3)
- 20) 親に、結婚相手の学歴が低いと世間体が悪いと聞かされてきたので、同じレベルの学歴の人とつき合う。…… (B-2)
- 21) 親に、人から見られても恥ずかしくない服装をしろと言われてきたので、みっともない服は着ない。…………… (b-2)
- 22) 親に、自分の得にならないことはすると言われてきたので、他人のことは構わない。…………… (C-2)
- 23) 親に、他人の前で品のない食べ方や飲み方をすると言われてきたので、全部食べずに少し残す。…………… (A-3)
- 24) ヘアースタイルによって雰囲気が変わるので、気に入った型を雑誌やテレビからみつけて美容師に頼む。…… (a-2)
- 25) 親から、他人に不快感を与えるようなむだ毛（ワキ毛やヒゲ）はそりなさいと言われてきたので、…………… (A-2)
手入れをする。
- 26) 親に、物事を深刻に考えてもしかたがないと言われてきたので、頭が痛くなるようなことはしない。…………… (C-3)
- 27) スタイルによって人に与える印象が変わるので、雑誌やテレビを見て美容体操やスポーツをする。…………… (a-2)
- 28) 結婚式は世間並にしたいので、式場や服装について載っている雑誌は関心をもって見る。…………… (b-1)
- 29) 親に、夜間外出や外泊を異性とするのはだらしがないと言われてきたので、無断ではない。…………… (B-3)
- 30) 親に、大学は結婚適齢期を考えて4年で卒業しろと言われてきたので、留年しないように単位をとる。…………… (B-1)
- 31) 自分のからだつきや性器の形が気になるので、からだについて書いてある雑誌や本を見る。…………… (c-2)
- 32) 名の通った化粧品は信頼がおけるので、テレビのコマーシャルや雑誌を見て買う。…………… (a-1)
- 33) 親に、結婚相手は同じレベルでないとつり合いがとれないと聞かされてきたので、学歴を考えて相手を選ぶ。…… (B-2)
- 34) 異性との相性の良さ悪しが気になるので、雑誌に載っている占いは関心をもって見る。…………… (c-1)
- 35) 親に、異性の仕事だと見られる事には手を出さずと言われてきたので、異性にまかせて自分ほしない。…………… (C-1)
- 36) 異性に見られている自分が気になるので、雑誌に載っている性格判断テストはしてみる。…………… (c-1)

2. 最後に立ち入ったことで恐縮ですが、集計分析に必要なので、以下の項目についても当てはまる番号に○印をつけて下さい。

- 1 性別 (1) 男 (2) 女
- 2 あなたの年齢 (1) 18～19才 (2) 20～21才 (3) 22～23才 (4) 24才以上
- 3 自宅か下宿か (1) 自宅 (2) 下宿
- 4 出身地域 (1) 都市 (2) 農村 (3) 山村 (4) 漁村
- 5 両親の職業（父親の職業はaに○印を，母親の職業にはbに○印をつけて下さい。）
 - (1) 農林自営業…………… a・b (2) 商，サービス業…………… a・b
 - (3) 工業自営業…………… a・b (4) 自由業（医者，弁護士）…………… a・b
 - (5) 管理職…………… a・b (6) 事務…………… a・b
 - (7) 専門職（教師，研究者）…………… a・b (8) 販売，サービス業…………… a・b
 - (9) 生産工程，現業職…………… a・b (10) その他…………… a ()
b ()

多くの項目にご協力いただきまして、ありがとうございました。

Appendix 2 回転後の因子行列

Factor Item	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5	FACTOR 6	FACTOR 7	FACTOR 8	FACTOR 9	FACTOR 10	FACTOR 11
Q01	-0.00025	0.07809	0.08630	0.48397	0.23797	0.20955	0.18969	0.09354	0.05838	0.26355	-0.08307
Q02	0.02340	0.19443	0.07361	0.67471	0.15272	0.05493	0.18439	0.10997	0.16350	0.08370	0.01506
Q03	0.12865	0.12808	0.12937	0.47654	0.06741	0.13450	-0.05856	0.13993	-0.00425	0.04801	0.39776
Q04	0.18036	0.03327	0.24416	0.01455	0.08375	0.40032	0.11895	0.08369	0.09795	-0.01362	0.55578
Q05	-0.11540	0.27109	0.20468	0.25587	0.18533	0.11945	-0.09180	0.06883	0.20486	0.00893	0.20703
Q06	0.14299	0.19182	0.06890	0.15222	0.10758	0.08403	0.08092	0.07010	0.65992	0.07653	0.06462
Q07	0.00528	0.05122	0.04494	0.20467	0.37441	0.66083	0.00662	0.07725	0.17642	0.03946	0.05914
Q08	0.08809	-0.02097	0.08738	0.03618	0.00977	0.25553	0.16053	-0.02071	0.23201	0.09288	0.01693
Q09	0.43929	0.15402	0.16282	0.02270	0.07892	-0.01189	0.04349	0.21304	0.22108	-0.08068	0.20275
Q10	0.02310	0.46077	0.16832	0.00829	0.13565	-0.04450	-0.06903	0.17921	0.11866	0.12589	0.05045
Q11	0.04580	0.14107	0.06047	0.21198	0.63551	0.18489	0.02083	0.00502	0.08581	-0.00568	0.09976
Q12	0.46858	0.16724	0.05184	0.03279	0.16099	-0.00663	0.13188	0.16663	0.31072	0.27252	0.05791
Q13	0.14014	0.08951	0.02035	0.12302	0.66969	0.24054	0.09678	0.04758	0.09619	0.15658	0.00500
Q14	0.71546	0.04522	0.13253	-0.06705	0.12956	0.01979	0.00846	0.04486	0.03176	0.13112	0.02084
Q15	0.37482	0.14542	0.07089	0.22689	0.05424	-0.00507	0.11432	0.25309	0.21010	0.02319	0.19200
Q16	0.16903	0.28281	0.02572	0.07473	0.09526	0.13764	0.13966	-0.00501	0.40587	0.42209	0.08114
Q17	0.48624	0.07913	0.18346	0.02672	0.06191	0.20690	0.08478	0.04655	0.10936	-0.10718	0.00277
Q18	0.13707	0.11245	0.08663	0.24088	0.13823	0.18465	0.16056	0.02089	0.12012	0.55026	-0.01147
Q19	0.16487	0.07385	0.52165	0.11220	0.03175	0.06479	0.12324	0.22331	-0.01483	0.14154	0.16233
Q20	0.22752	0.15611	0.18627	0.12197	0.05697	0.10909	0.04334	0.69651	0.05916	0.03413	0.08855
Q21	0.69061	0.12424	0.10873	-0.09830	-0.00974	-0.04423	0.11952	0.12917	0.13186	0.07792	0.03866
Q22	0.00432	0.06439	0.58092	-0.04525	0.12579	0.04273	0.03936	0.11510	0.06391	0.04903	0.06256
Q23	0.16429	0.23539	0.43934	0.12999	0.03279	-0.01240	-0.03696	0.02780	0.06417	-0.11957	-0.06644
Q24	0.23094	0.44350	-0.00876	0.00876	0.11565	-0.09017	0.24233	0.08047	0.01846	0.15567	0.07616
Q25	0.60768	0.09086	0.09120	0.11047	0.04618	0.03529	0.11437	0.03180	-0.07277	0.08050	0.04419
Q26	0.18276	0.06755	0.44869	0.00684	-0.05517	0.02631	0.00875	-0.02751	0.07883	0.08775	0.24576
Q27	0.04575	0.51481	0.03011	0.12632	-0.02521	0.17126	0.14994	-0.03205	0.07544	0.03805	0.01452
Q28	0.15823	0.49292	0.17275	0.20974	0.04301	0.11232	-0.00013	0.10225	0.15710	-0.08345	0.02920
Q29	0.43428	-0.02963	0.08480	0.12681	-0.32472	0.01321	0.10740	0.12690	0.08521	-0.09569	0.01143
Q30	0.43551	0.12433	0.14573	0.02974	0.12885	0.21026	-0.00203	0.12108	0.12108	0.11348	0.21859
Q31	0.09515	0.22491	0.07173	0.06534	0.20558	0.72404	0.03977	0.09592	-0.02442	0.11511	0.05295
Q32	0.15944	0.53862	0.10953	-0.00511	0.06938	0.09231	0.16650	0.13728	-0.10576	0.04794	0.01228
Q33	0.29648	0.21233	0.13883	0.13512	-0.04995	0.05566	0.18123	0.61346	0.02346	-0.00015	0.04883
Q34	0.12924	0.16573	-0.03929	0.02879	0.04536	0.01565	0.72571	0.10219	0.08619	0.03494	0.09134
Q35	0.24203	0.05207	0.51860	0.11426	-0.09515	0.07131	-0.03143	0.03478	-0.02364	-0.02801	0.02367
Q36	0.19557	0.13558	0.09498	0.18640	0.01625	0.10740	0.69050	0.06489	0.07797	0.14146	-0.01044