

[論 文]

メディア・リテラシーを測る試み

—性役割観の相違によるメディア認識の違い—

The Study of The Relations between Media Literacy and Gender Role Stereotype

別 府 三奈子 藤 田 文

Minako Beppu Aya Fujita

問題と目的

(1) 問題の大枠：メディア研究の目的

新聞が、大量消費材のひとつとして商業化してより約1世紀。テレビが一般普及し始めて、約半世紀が過ぎた。テレビは、文字・音声・映像という3つの表現を複合的に使う大量消費財である。1970年初頭すでに、モノクロテレビの国内世帯普及率は9割を突破し、生まれたときからテレビが部屋にある環境で育った世代が、今日の日本では、中年層にまで広がってきている。それでも、今日のマスメディアが主に利用しているのは、人間の五感のうちの視覚と聴覚だけで、味覚・嗅覚・触覚が直接的に複製利用されることはほとんどない。

家庭に深く入り込んだテレビメディアは、人びとに何をもたらしただろう。メディア学の歴史は浅く、蓄積はそれほど多くない。蓄積するより先に技術開発が進み、あらたなメディアが登場して、実証的な検証研究が追いつかないといった方がいい。その一方で、技術によって表面的に変化しているが、根幹にはメディア横断的に捉えて差し支えない部分も大きい。

ひとことでいえば、受け手の識字能力をあまり必要としない(直感表現が多い)テレビは、人間の社会化における家庭教師の役割を果たしてきた。テレビは、家庭や職場におけるさまざまな対人関係のモデル(親子像、夫婦像、教師像、上司像、職業像、地域像、社会像など)を提供する。マクロでは、非日常空間としての戦争、他国の日常風景、ミクロでは性行為にいたるまで、ありとあらゆる次元の未体験の出来事を、人びとは実際に体験する前に、メディアの中で疑似体験する。その積み重ねにより、実体験が一度もないのによく知っているような錯覚さえ起こし、初めて現実を体験するときにも疑似体験の成果を持ち込む。人生の幸不幸観や価値観も、その例外ではない。届いたメディア情報が想像の産物であったり、反面教師にすべきものであることに、気づけないことも多い。

世界規模で見れば、公害が自然環境を壊すように、経済格差によるテレビ・ソフトの一方的な普及の流れが、地域ごとに育まれてきた文化環境を壊すとの指摘も多い(トムリンソン、1997などを参照)。個人レベルでは、テレビやゲームソフトの暴力性と犯罪の相関関係を指摘する声は大きく、それを否定するのは主に、資本力のあるメーカーである。

参考までに、2004年春に調査で訪れた乾季のトンレサップ湖(カンボジア)のほとりの例をあげよう。夕暮れに車で移動中のことだった。ニッパ椰子を編んで作られた、足が長くて、壁がほとんどない小屋が、ぱらぱらと建っていた。水道や送電線のない地域で、子どもたちは、ほ

とんど裸体に近い。いよいよ日が暮れてきて、車のライトを消した直後は、人影と小屋と闇の境目がわからない。驚いたことに、小屋の中に、うっすらと小さなテレビ画面が浮き上がっている。目をこらすと、大きな蛍のように、広大な夕闇のなかに、点々と小さなテレビ画面のみが点灯している。

電池式テレビだという。夕ぐれからの4時間だけ放映があるという。日が暮れる前は気づかなかった。入り口の扉もない居住空間に、テレビ電波がちらちらと降り続ける。こうして、かつて、夕暮れまで外で仕事をしたり遊んだりし、日暮れとともに眠りについた人びとがテレビの前に座り込んでいる。太陽のサイクルとともにあった暮らしに、テレビサイクルとテレビメッセージが入り込んでいく。視力は大丈夫だろうか。朝早い生活のリズムは崩れないだろうか…。

人生の途中でテレビに出会った人びと(テレビ第1世代)は、体験する現実を先に知っていて、テレビを驚きつつ受容していった。しかし、生まれたときからテレビがついており、テレビに子守りをしてもらい、テレビからの語りを受け続けながら成長する人びと(テレビ第2世代)は、テレビ第1世代とは異なる影響を、テレビから受けている。

その影響の内実がどうなっているのか、研究は始まったばかりである。疑似体験から始まる人びとに、現実体験と疑似体験の違いを、体感させることは難しい。生まれたときから食べているものの味と同じようなテレビを、良し悪しなどの倫理も含めて分析させるには、専門的な工夫が必要でもある。商業性だけに任せて放っておけば、詐欺や自殺、犯罪などに結びつきかねない危うさもある。こういった事情で、メディア先進国を先駆として、メディア・リテラシー教育の必要性が指摘されるようになった。

(2) メディア(リテラシー)教育と研究

アメリカを例にとれば、大学におけるマスメディア系の研究や教育は、記者や編集者を育てることを目的として、約1世紀前にはじまった。その多くは文学部の言語系の領域に属しており、文章の書き方のバリエーションを追及した。その後、教育の主軸が編集領域にも広がり、1920年代頃からジャーナリズム全般を扱うようになった。それと平行して、社会学をベースとするメディア研究の必要性が認識されるようになり、主に社会全体と情報化の関わりにおいて研究されつつある。ここでは、社会調査法や産業社会学などがよく援用されている。

1940年ころになると、戦争や選挙におけるプロパガンダ技術やPR効果測定方法の開発が必要なことから、心理学にまたがる領域が急速に開拓・追加された。これが、今日のマス・コミュニケーション研究の基礎となっている。

1960年代あたりからテレビ、1990年代以降は衛星放送やパソコン技術などの急速な開発によって、マス・コミュニケーションが社会全体に与える影響が一段と強くなってきた。社会の情報化を理系・文系にまたがって広く捉える必要性がでてきたことから、インフォメーション・サイエンスの領域が広がり、日本では情報学環などの名目で、社会情報学やメディア学などさまざまな領域が複合的に研究されるようになってきている。

このほか、個人の信教(およびその表現)の自由に対する個人間摩擦、個人と集団としての国家間摩擦、個人とメディア産業間摩擦など、多岐に渡るコンフリクトを調整する法学や、将来を見通すための過去の分析方法としての歴史学、存在意義を深く掘り起こす倫理学などを取り入れて、メディア研究は進められてきた。技術開発を中心とする理系の情報学も、国策として

の産学協同研究推進のひとつの主軸となりつつある。

日本の大学におけるメディア教育は、しかし、記者やメディア産業の「送り手」を養成するところに主眼がおかれたことはない。職場直結の訓練はずっとメディア企業内で行われており、欧米諸国とは歩みが異なる。むしろ大学教育の中では、理系での技術開発と、文系における一般教養が長いこと主流だった。このほか、文系の専門研究としては、情報教育のありかたや、その教育に携わる教員の育成が、教育学の分野で進んだ。

例えば、情報教育に関わる教員を育成するために、メディア機材の効果的な導入方法を教授し、あるいは、教育環境に情報技術を積極的に取り入れて教育効果の向上を狙うなどの研究が進められている。遠隔授業のシステム開発なども、この一環である。これらは、教育学のほか、システム構築や機材特性への理解などの理系的知識が必要であり、日本では教育工学の専門領域となる。

一方、情報機器が広範囲に安価な商品として出回るようになると、情報教育にかかわる教員を育て、中学・高校で科目のひとつとして教えるだけでは足りなくなってくる。そこで、改めて大学において広範囲にわたり、メディア情報の「受け手」の成長を促す試みが展開されるようになった。これが広義のメディア・リテラシー教育である。

狭義のメディア・リテラシー教育・研究は、主にイギリスやカナダに先駆的業績がある。リテラシーの基本概念をイギリス的にいえば、キー・コンセプトは、language, audience, representation, industry の4つとなる。多少乱暴だが教育内容を分かりやすくいえば、メディアの内容(具体的表現方法)、受け手、描かれる典型的なイメージ、送り手、の4方向から、メディアについて理解を促す方法である。カナダ的にいえば、メディアのもつ商業性、社会性、政治性、思想性に対する理解を促すとともに、メディアが行う現実から非現実への再生産活動や、解釈と意味の再生産活動に気づかせ、メディア内容の構成や情報社会の構造を分析する力を育てる、ということになる(鈴木みどりや、石川旺らの一連の著作を参照のこと)。

(3) 教育効果を測定する試み

本研究では、メディア・リテラシー教育がどのような効果を持っているのかを実証した先行研究が乏しいことから、心理学的な調査手法を用いて、教育効果の測定を試みる。

事例として、大分県立芸術文化短期大学情報コミュニケーション学科の「メディア文化論」の授業を用いた。この科目は、1年生後期の選択科目で、履修者数は62名だった。授業のキーワードは、「メディアと心」である。広義でのメディア・リテラシーの育成を目的とし、教材として今秋始まった民放各局のトレンドードラマを使用した。この報告では、「夫婦」というドラマの第一話のオープニングから最初のCMまでの、約15分を使用した部分に特化して、報告する。

「夫婦」は、TBS系の54分ドラマで、日曜日夜9時から放映されている。通販会社の社長(田村正和)と専業主婦(黒木瞳)を主役とし、社長の浮気や離婚騒動、部下と娘の結婚話などをおりませたドラマとなっている。日曜日のこの時間帯の場合、NHKでは8時からの大河ドラマの後、ドキュメンタリー番組へと移る。民放各社では、映画、情報番組などのラインナップとなり、ドラマの主軸として「夫婦」が位置づけられる。一般家庭で家族が家にいる可能性の最も高い時間帯を狙った放映で、TBS系列の今期主力ドラマである。

リテラシー教育では、メディアが描く世界の、現実を再構築するときの典型的な手法やイデ

オロギー性、商業性などに注目点があることは前述のとおりである。「夫婦」の場合は、そのストーリー展開から、家庭像、結婚像、職業観、男女の性役割観などが、主な課題となる。

テレビにおける性役割分担の描写に関する研究は、相良(2003)らによって紹介されている。Signorielli(1999)は、70年代から90年代にかけてゴールデンタイムに放映されたアメリカのテレビ番組の性役割描写の分析を行った。その結果、登場人物は男性が多いこと、女性の登場人物は男性より若く、描かれる場所は家の中が多いことが示されている。

日本では、岩男(2000)がテレビドラマやアニメの分析を1977年から1994年まで実施した。その結果、ドラマの登場人物の約7割が男性で、女性は20代が多く、男性は30代から50代の中年が多いことが見出された。また、登場人物の職業にも性別による偏りがあり、兵士、警官、商・工・私企業、政府・公務員は男性に多く、女性は、専業主婦、学生、サービス業・水商売が多かった。また、国広(1997)によると、1994年から1995年のNHKの学校放送用道徳番組では、家庭で父と母が描かれる場合、母は8割強が主婦として登場していることが示された。以上のように、家族が描かれる場合は、依然として男性は外で働き、女性は家事・育児という性別役割分業が強調される傾向にあるといえる。

このようにメディアの中で誇張・演出された性別役割分業の表現ばかりに接していると、視聴者によっては、ドラマの中での映像表現を現実そのものと捉えてしまい、映像と現実の混同によって、自分自身の価値観をメディアに形成させられてしまう可能性もある。実際に、テレビ視聴と性役割観の関連を調べた研究では、性役割観の習得においてメディアの果たす役割は大きいことが示されている。特に幼児期には圧倒的な情報源としてテレビがあり、アニメやコマーシャルを通じて子どもたちは、ステレオタイプ的な男性像・女性像に接し、ヒーロー・ヒロインに同一化する(伊藤、2000)と述べられている。

しかし、これらの研究は、幼児から小学生までを対象とした性役割観形成に関するものが多く、既に性役割観を形成している大学生を対象とした研究はあまり行われていない。すでに培っている性役割観がメディア視聴にどのような影響を及ぼすのか、あるいは、それが教育によってどのように変化するのか、それらの可能性について検討する必要があると考えられる。従って、本研究では、以下のポイントから「メディア文化論」の授業効果を測定する。

効果測定のポイント

- 1) 商業性を追求するゴールデンタイムで放映されているテレビドラマに描かれる性役割分担の非現実性に対する認識が、授業によってどのように変化するのか?
- 2) 個人がもともと持っている性役割観のバランスや強弱によって、授業効果がどのように異なるのか?

仮 説

仮説としては、1)については、授業によって非現実性への認識が高くなり、2)については、女性性を表す性格特性を自分にとって重要だと感じている学生、もしくは、社会的に女性性が女性にとって期待されていると感じている学生は、性役割分担の表現が極端な非現実的メディア情報を、他群より現実のものとして受け取り易く、授業効果も小さい、となる。

方 法

被 験 者

本研究の有効被験者は、前述の「メディア文化論」受講者のうちの52名だった（全員女性、18歳－20歳）。本研究の題材が性役割観に関するものであるため、受講者の中の男子学生2名は被験者から除いた。

授業展開の留意点と力点

実験授業を構成するにあたって、以下の2点に留意した。すなわち、第一に、教員側からは一切、映像表現に関する講義や評価は行わず、その部分は自分で考えることとした。第二に、6人ごとの継続的なグループ・ディスカッションによって、他の人の考えを知ること、に留意した。

力点としては、直接的な映像表現や作品についての評価指導を行わない代わりに、教材が扱っているテーマについて、心理学、社会学、メディア学、法学などの分野に属するような知見をコンパクトに整理して、講義形式で多角的に提供することとした。

実験授業の構成と手続き

実験授業は、2004年度後期専門科目「メディア文化論」の前半の授業6回分を使った。授業展開は、メディア・リテラシー育成のための授業プログラムを部分的に援用した。記入用のフォーマット・ペーパーは、鈴木みどり著『スタディー・ガイド メディア・リテラシー入門』（リベルタ出版、2000年）を主に利用した。実験授業第1回から第6回までの授業目的と内容は以下の通りである。

（前準備）：実験授業第1回が始まる前の週の授業でグループ分けを行い、以下の課題を出した。①担当となったテレビドラマを見てくると、②その際に可能であれば家族や友人と一緒に視聴して、その人びとの様子や話し合った内容に注目すること、とした。

（1回目）：初回は冒頭で、何の講義も前知識も提供しないまま、まず教材となる「夫婦」（2004年放送）の冒頭場面15分を学生に見せた。この場面では、会社社長である夫の仕事振りや家庭での亭主関白の様子、そして専業主婦の妻の家事振りや近所の主婦達との談笑などが、かなり極端な日本の伝統的性役割分担によって表現されている。

視聴後の授業展開としては、以下の3点を行った。

- ①ドラマの現実度認識を100点満点で評定させた。現実社会を100点としたときに、このドラマが描いているものは何点ぐらいになるか、という学生個人の主観を問う設問である。これによって、ドラマを無条件に現実と同じとして受け入れる傾向がどの程度かを、目安として測定する。
- ②ドラマ視聴前に配布しておいたフォーマット・ペーパー（「ドラマが売っている『商品』シート」）に、ドラマが展開されている場所、登場人物たちが飲食したものの種類、登場人物たちのファッション、番組に登場する小物の種類、を記入させた。ドラマの細部を仔細観察することで、現実社会とのギャップに気づく作業のひとつである。
- ③ドラマ全体の感想を、6人ごとにグループ・ディスカッションして意見をまとめ、簡単に発表報告した。

(2回目)：この回は、以下の4つのパーツから授業を構成した。

- ①視聴前にフォーマット・ペーパー(「登場人物の職業イメージ」記録シート)を配布した。これに、ドラマの中心人物たちの職業や立場について、ドラマとは関係なく、自分が常日頃もっている良いイメージと悪いイメージを記入した。このドラマの場合は、社長業、専業主婦業、夫、妻、という4項目について、イメージを記入した。
- ②イメージマップ調査法(中心キーワードを「主婦」としたもの)を用いて、被験者個人のもっている主婦イメージを言語化させた。
- ③前回と同じドラマを視聴した。視聴後に、ドラマで描かれている上述4項目について、演じ方や描かれ方を中心に、自分が感じる好ましい点・好ましくない点について自由記述後、満点を100として点数化させた。すなわち、「ドラマに描かれている妻は、あなたが最も良いと思う妻のイメージと比較した場合に何点となるか」といった評価点である。結果の平均値は、社長：82.1点、主婦：92.4点、夫：38.9点、妻：76.1点となった(主婦像の実験授業終了後の平均点数は、81.2点に落ちたが、いずれにせよ性役割分担を典型的に描いたこのドラマの主婦像は、かなり好感をもって受け入れられていることが分かる)。
- ④6人ごとのグループに分かれてドラマにおける4項目について話し合い、グループごとの平均評点をつけて、簡単な理由とともに発表させた。これにより、個人でも班ごとでも、かなり評点にばらつきがあることを明らかにした。

(3回目)この日は、授業を前後2つのパートに分けて構成した。

授業前半では、被験者個別の性役割観を記録するため、伊藤(1978)が作成したM-H-Fスケールを採用したアンケート調査を行った。M-H-Fスケールは、個人の性役割に関する価値観(男性性、女性性、人間性が社会・自己・女性・男性にとってどれほど重要であると考えているか)を測定する心理学調査のスケールである。

このスケールで作成されている男性性、人間性、女性性を表す形容詞(各10項目)について、自分にとってどの程度重要か、一般的に女性にとってどの程度重要かをそれぞれ7段階で評定してもらった。具体的な項目は、表1に示されている(調査結果は後述)。

授業後半では、W.リップマンの指摘したマスコミ特性である「ステレオタイプ」について、復習をかねて「美人の条件」を例として詳しく講義した。リップマンは、1920年代以来の米国の著名なコラムニスト兼メディア研究者で、「世論(public opinion)」の著者である。第一次世界大戦のときに、情報将校として携わった経験から、大量複製情報が、同じイメージを持つ幻の大衆を生み出していることなどを、指摘している。

(4回目)この日は、社会学の知見を用いて、主婦業の歴史的な派生経緯と変遷について時間をかけて概説した。これには、直井道子著の「家事の社会学」を主に使用した。

すなわち、育児はかつて、使用人や乳母、貧しい家庭では子どもの仕事だったこと、核家族化したのは戦後であり、日本における専業主婦の誕生は1970年以降であること、当時の女性たちにとって、結婚は農家の嫁的大家族・重労働のイメージがあり、それとかけ離れた都会の核家族における専業主婦は、裕福とあこがれと幸福のシンボルであったこと等々を講義した。続いて、日本における女性の職場進出の足跡と、実社会における仕事内容の性役割分担傾向について概説した。

最後に、前回は行った伊藤のM-H-Fスケールの調査結果について、個人名を伏せて集計したものを配布し、性役割観に関する心理学の知見を簡易概説したうえで、今一度、主婦業につい

てグループ・ディスカッションを行い、考察を促した。

(第5回) この回は、3つのパーツから授業を構成した。

- ①学生ひとりひとりに、身近な現実の専業主婦を具体的にひとり思い浮かべ、その人の平均的日常生活の24時間をプロットするように、記入させた。実際に見たことがない時間帯や、身近に全く専業主婦がない場合は、想像でプロットさせた。
- ②別姓論議などを含む昨今の男女平等に関する法律改正について、授業当日に掲載された新聞記事を追加資料として配布し、内容の概説を行った。
- ③6人ごとの班に分かれて、実社会における現実の主婦について、グループ・ディスカッションを実施した。

この回では、今秋にスタートした各局のドラマの主題歌の制作過程や歌詞を集めた雑誌の特集記事を配布し、考察の材料として追加した。

(第6回) 実験授業の最終回では、メディア学の観点から、主にテレビ局の経済基盤について時間をかけて講義した。すなわち、テレビドラマは、誰が、何のために、誰のために作っているのか、という点である。

民間放送局は主に、スポンサーからの広告収入が企業としての経済基盤を支えている。娯楽番組としてのテレビドラマは、そのスポンサーを獲得するための、いわば釣りをするときの餌にあたる役割を果たしており、視聴率はスポンサーにとって自社の広告を見てくれる人の数を示す数字である。スポンサー獲得は、視聴率の順位ではなく最高位かそれ以外という事情になることから、視聴率競争が過熱する構造にあること、などを概説した。

講義後に、ドラマの現実性と非現実性について、フォーマットシート(「ドラマの世界と現実の出来事」分析シート)を配布した後、3度目の教材ドラマ視聴を行った上で、第1回と同様にドラマの現実度と、ドラマの登場人物のイメージの点数化をおこなった。

表1 M-H-Fスケール (伊藤、1978)

男性性 (M)	人間性 (H)	女性性 (F)
1. 冒険心に富んだ	11. 忍耐強い	21. かわいい
2. たくましい	12. 心の広い	22. 優雅な
3. 大胆な	13. 頭の良い	23. 色気のある
4. 指導力のある	14. 明るい	24. 献身的な
5. 信念を持った	15. 暖かい	25. 愛嬌のある
6. 頼りがいのある	16. 誠実な	26. 言葉遣いのていねいな
7. 行動力のある	17. 健康な	27. 繊細な
8. 自己主張のできる	18. 率直な	28. 従順な
9. 意志の強い	19. 自分の生き方のある	29. 静かな
10. 決断力のある	20. 視野の広い	30. おしゃれな

結果と考察

(1) 性役割観とドラマの非現実性認識・ドラマの登場人物(主婦像)評価の関連

学生がもともと持っている性役割観が、ドラマの非現実性認識やドラマの主婦像の評価に影響を与えているかどうかを検討した。

まず、学生の性役割観を「自分にとって女性性は重要であるか」という側面から分析した。女性性を表している形容詞10項目について自分にとっての重要度の平均評定値を算出し、被験者全体の平均値よりも高い者を女性性重視群、平均値よりも低い者を女性性軽視群とした。各群のドラマの現実度評定値を授業の前後で比較した。その結果を図1に示した。図1のデータに基づき、2性役割観群(女性性重視群・女性性軽視群)×2評定期(授業前・授業後)の2要因の分散分析を行った。その結果、評定期の主効果が有意であり($F(1,43)=7.40, p<.01$)、授業前よりも授業後にドラマの現実度評定値が低下したことが明らかになった。現実度評定値が低下したということは、非現実性の認識は高まったことを示している。つまり、授業後にドラマは現実のものとは異なるといった非現実性認識が高まり、客観的な映像のとらえ方をするようになったといえる。本研究で用いたような社会学や心理学的な視点を導入した講義やグループワークでの活動が、現実とドラマの世界を区別し、メディアの非現実性の認識を高めたと考えられる。

また、性役割観群と評定期の交互作用も有意だった($F(1,43)=4.64, p<.05$)。自分にとっての女性性重視群よりも、女性性軽視群の方が授業後にドラマの現実度評定値がより低下したことが明らかになった。つまり女性性軽視群の方が、授業から受ける影響が大きく、ドラマの非現実性の認識が高まったといえる。このことから、学生がもともと持っている性役割観

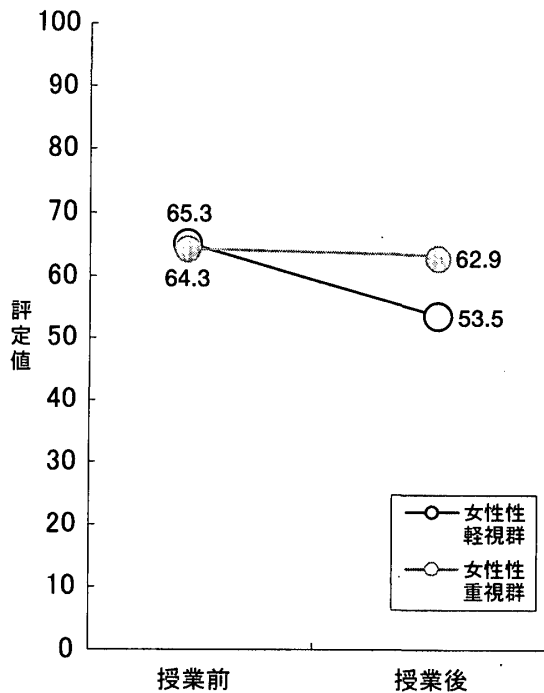


図1 授業前後の映像現実度評定の変化
(自分にとっての女性性評価による)

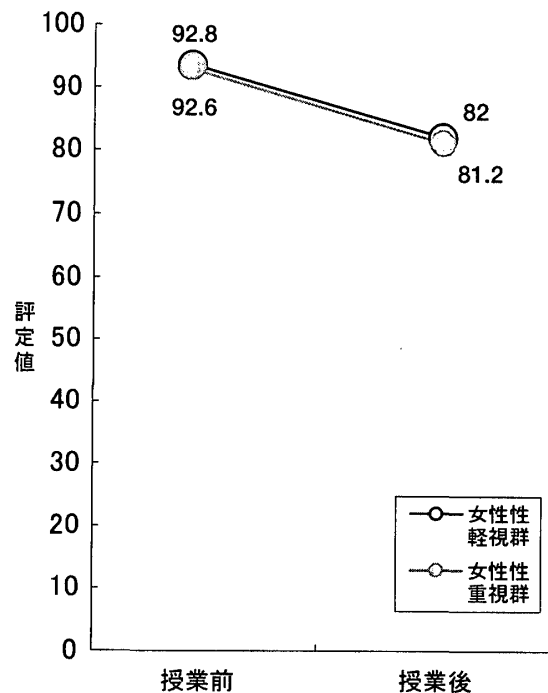


図2 授業前後の映像主婦得点の変化
(自分にとっての女性性評価による)

は、ドラマ視聴の最初の段階ではそれほど影響を与えないが、授業を受けて現実とドラマとの違いを考慮していく過程において影響を与えることが示された。

さらに、性役割観によって、ドラマの中の登場人物である主婦の評価が異なるのかどうか、また授業の前後で変化するのかどうかを検討した。各群の主婦の得点を産出し、図2に示した。図2のデータに基づき、2性役割観群(女性性重視群・女性性軽視群)×2評定期(授業前・授業後)の2要因の分散分析を行った。その結果、評定期の主効果のみ有意だった($F(1,43)=41.31, p<.01$)。このことから性役割観に関わらず、授業前よりも授業後に主婦の評価得点が大きく低下することが明らかになった。授業前には、ドラマの登場人物の主婦に対して満点に近い得点を与えていた。しかし、授業の中で現実の主婦について考えていき、多様な主婦像についての理解が深まり、ドラマに描かれている主婦が必ずしも理想的でないという視点も身につけたのではないかと考えられる。

次に、学生の性役割観を「一般的な女性にとって女性性は重要であるか」という側面から分析した。女性性を表している形容詞10項目について一般的な女性にとっての重要度の平均評定値を産出し、被験者全体の平均値よりも高い者を女性性重視群、平均値よりも低い者を女性性軽視群とした。各群のドラマの現実度を授業の前後で比較した。その結果を図3に示した。図3のデータに基づき、2性役割観群(女性性重視群・女性性軽視群)×2評定期(授業前・授業後)の2要因の分散分析を行った。その結果、評定期の主効果のみ有意だった($F(1,43)=7.49, p<.01$)。このことから、性役割観に関わらず、授業前よりも授業後にドラマの現実度評定が低下することが明らかになった。

また、主婦の得点に関しても同様に分析を行った。その結果を図4に示し、同様に2性役割観群(女性性重視群・女性性軽視群)×2評定期(授業前・授業後)の2要因の分散分析を行っ

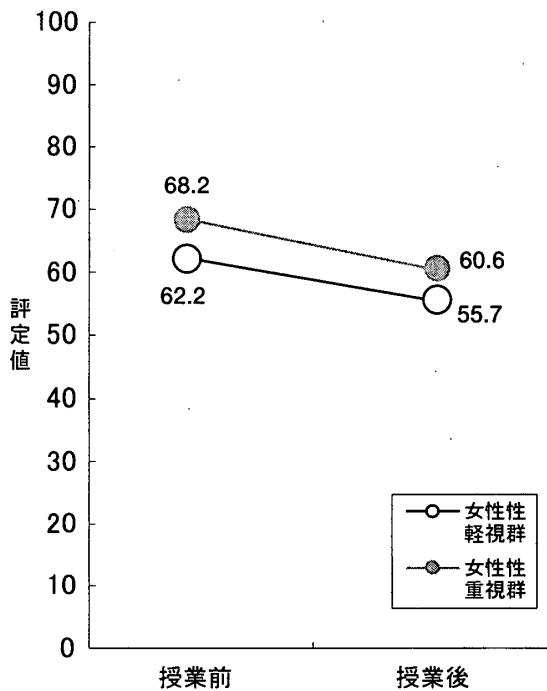


図3 授業前後の映像現実度評定の変化
(一般的な女性にとっての女性性評価による)

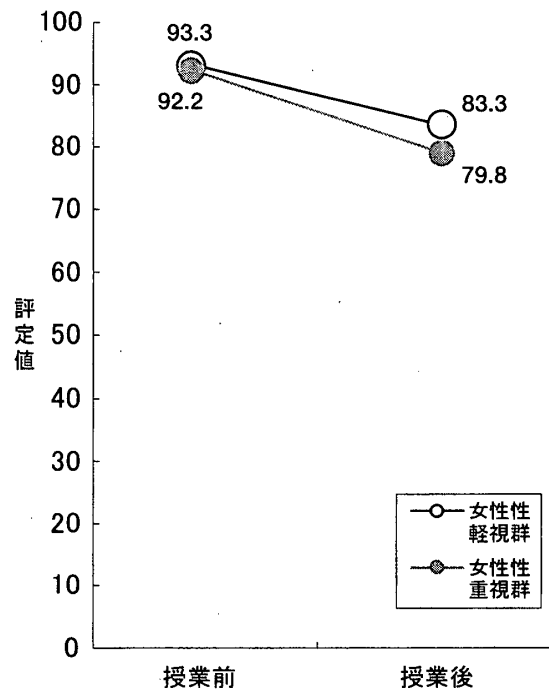


図4 授業前後の映像主婦得点の変化
(一般的な女性にとっての女性性評価による)

た。その結果、評定時期の主効果のみ有意で($F(1, 43) = 41.89, p < .01$)、性役割観に関わらず授業前よりも授業後に主婦の得点が低下することが明らかになった。このようにドラマ現実度も主婦得点も、一般的な女性を考慮した場合の性役割観による違いは見られなかった。一般的な女性にとって女性性が重要であるかどうかという点は、ドラマの受け取り方やそれに関する授業での情報の受け取り方に大きな影響を及ぼさないことが示された。

以上の結果をまとめると、「メディア文化論」の授業を受けた結果、性役割観に関わらず全体的にドラマの非現実性認識が高くなることが明らかになった。従って、仮説(1)は支持された。心理学、社会学、メディア学を融合させた授業展開やグループワークを取り入れた多様な視点の形成が有効であることが示唆される。

また、学生がもともと持っている性役割観については、自分にとっての女性性の重要度が授業効果に影響を及ぼすことが明らかになった。性役割観は授業前のメディア認識には大きな違いが見られないが、自分にとって女性性が重要であると考えている女性性重視群は、女性性軽視群に比べて授業後の変化が少なく、性役割分担表現が極端なメディア情報を現実のものとして受け取りやすいということが示された。従って、仮説(2)も授業効果の点で支持されたといえよう。従来メディアが個人に与える効果については、個人に信念や思い込みがあるとよりメディアの影響を受けやすいことが知られている。本研究の結果は、このメディア効果理論と一致するものであった。女性性重視群は、女性性に対する強い思い入れがあり、それを表現しているメディアからより多くの影響を受けると考えられる。従って、授業を受けても、女性性軽視群と比較すると自分の考えを大きく変化させず、非現実性認識がそれほど高まらなかったのではないだろうか。それに対して、女性性軽視群は、授業効果を反映し、ドラマの非現実性認識を大きく高めたのである。

もともと持っている学生の性役割観がメディアの授業効果に影響を及ぼしていることが本研究の結果から明らかになった。従って、メディア・リテラシーの育成を試みる授業において、学生の特性を考慮した指導の必要性が示唆される。

(2) ドラマの非現実性認識と登場人物（主婦像）評価の変化が大きかった学生の特徴

ドラマの現実性認識とドラマの登場人物である主婦の評価について、授業前後の変化が特に大きかった学生を抽出し、授業の中でどのような側面に着目して性役割について考えていたのか、どのような側面で現実とドラマの違いに意識が向くようになったのかを検討した。

現実性評定値が授業前後で20点以上低下した学生は11名いた。また、主婦の評価得点が授業前後で20点以上低下した学生は10名いた。これらの両方ともに低下した学生は2名だった。従って、これらの実質19名の学生を非現実性認識が高まった者として分析対象とした。第1回目と第2回目のドラマ視聴後に、ドラマの登場人物である主婦について、ドラマの中でどのように描かれているかを自由記述してもらった。ここでは、その記述の特徴を分析した。

授業前は、主婦の肯定的側面と否定的側面を記述するように教示しているが、ほとんどの学生が主婦の肯定的な側面のみを抽出している。例えば、「優しくて家事をてきぱきこなす」「こまめに動き回る良い主婦」「家族のために仕事をきっちりこなす」「きれい好き」「夫のためにきれいになろうとしている」「夫の帰りが遅くてもずっと待っている」「子どものことをよく理解している」「子どもから頼られる」「家族の調和を保つ」「家庭を守っている」「近所づきあいがよい」などの記述がみられ、家事能力、夫や子どもとの関係調整、近所との関係調整といっ

た側面から、ドラマで描かれている主婦はほぼ完璧に近いものとして認識されている。従って、主婦の評価得点も非常に高く平均92点であり、100点満点をつける学生もいた。

授業後に再度、ドラマの現実的な部分と非現実的な部分を抽出するように教示して記述させた場合、肯定的側面だけでなく、否定的側面についても記述が見られるようになった。例えば、「言葉が丁寧すぎるのではないか」「現実には夫に敬語を使わないのではないか」「主婦が美化されている」「潔癖すぎるのではないか」「息子にだけ甘すぎるのではないか」「10歳も若く見られることは現実ではありえない」「鏡をみてうっとり頬を触ったり、髪をかき上げたりするしぐさが現実的でない」「行動がわざとらしい」「だらだらしたところが全くないのはおかしい」「献身的過ぎる」など、細かいセリフの表現や、しぐさや行動の大きな表現など非現実的な主婦の描写に気づきが見られるようになっていた。

授業前のように特に深く考えずにテレビドラマを視聴すると、全体的な印象からステレオタイプ的な主婦像を無批判に受け入れることが示された。ドラマで描かれた主婦像の高い肯定的評価はそれをよく表している。このような学生が、授業においてグループワークを行い、ドラマに関して様々な考え方や捉え方があることを認識し、性役割に関する心理学的社会的メディア学的な知識を得ることで、客観的にドラマを見ることができるようになったのではないかと考えられる。また、セリフや服装などのドラマの細かい部分への注意や大きな表現、ステレオタイプ的な表現への気づきも授業後には生じたといえよう。授業の中で直接的にこのような詳細な表現形態について解説をしたわけではないにも関わらず、このような気づきがあった点は授業効果として注目すべきであろう。

しかし、今回の研究では、授業前後のドラマ視聴の側面については自由記述で求めたため、量的な変化やより細かい変化の側面については明確に結果を示すことができなかった。今後、ドラマ視聴の側面についての測定方法を改善する必要があるだろう。また、授業内容としては、逆の性役割の表現を使った教材を用いて比較視聴を行ったり、学生の性役割観などの先向傾向を確認しつつグループワークのグルーピングを行うなどの工夫も重要課題となるだろう。

まとめ

本研究の目的は、学生がもともと持っている性役割観によってドラマの非現実性の認識に違いが見られるのかどうか、また「メディア文化論」の授業によって、その非現実性の認識に変化が見られるのかどうかを明らかにすることであった。

授業前には、学生の性役割観によるドラマの非現実性の認識には違いがみられなかった。つまり性役割観に関わらず、ドラマを現実としてとらえ、ドラマの中の主婦を非常に肯定的に評価していた。しかし、授業後には、ドラマの非現実性の認識が高まり、ドラマを現実とは違う虚構のものとして捉えることができるようになった。また、主婦についても現実的な見方を獲得するという授業効果が明らかになった。

一方、授業効果については、学生のもともともっている性役割観によって異なっていた。自分にとっての女性性を軽視している学生は、授業の影響を多く受けてドラマの非現実性認識が高まり、授業後はメディアを現実とは違うものとして捉えるようになった。それに対して、自分にとっての女性性を重視している学生は、女性性を軽視の学生ほど授業の影響を受けず、授業後もメディアを現実のものとして捉える傾向が比較的残っていた。

以上のことから、心理学、社会学、メディア学を多角的に援用した授業は、学生のメディア認識を高めるのに効果的であることが明らかになった。また、その授業効果は、学生が持っている性役割観によって異なるため、学生の特性を考慮した授業設定の可能性が示唆された。

[引用文献]

- 伊藤裕子 1978 性役割の評価に関する研究 教育心理学研究, 26, 1-11.
伊藤裕子 2000 思春期・青年期のジェンダー 伊藤裕子(編)ジェンダーの発達心理学 ミネルヴァ書房, 30-51.
岩男壽美子 2000 テレビドラマのメッセージ-社会心理学的分析- 勁草書房
国広陽子 1997 テレビに描かれる主婦像-学校放送番組の内容分析から- 慶応義塾大学新聞研究所年報, 47, 89-91.
相良順子 2003 テレビとジェンダー 坂本章(編)メディアと人間の発達 学文社, 58-77.
ジョン・トムリンソン(片岡信訳) 1997 文化帝国主義 青土社
直井道子 1990 家事の社会学 サイエンス社
Denis McQuail ed. 1994 Mass Communication Theory, Sage publication
Signorielli, N., & Bacue, A 1999 Recognition and respect: A content analysis of primetime television characters across three decades. *Sex Roles*, 40, 527-544.

[付 記]

本研究の授業構成に関し、大分県立芸術文化短期大学情報コミュニケーション学科の坂口桂子先生のご助言をいただきました。調査結果の分析にあたり、同学科実習助手竹元恵さんと同学科副手森崎真由美さんに御協力いただきました。記して感謝いたします。

本稿は、別府と藤田による共同研究(情報コミュニケーション教育の成果を測定する方法を開拓する実験研究)の一部報告書である。実験授業の企画・設計は別府と藤田で行い、授業と調査の実施は別府、調査結果の分析は藤田が、それぞれ担当している。論文は共同執筆で、執筆の担当部分は上述の分担にほぼ準じている。