

女とは何か

What Does It Mean to Be a Woman?: Young Women's Sociability

印東 咲*・岩田 和男**

序論 男女の喜怒哀楽のズレ

女とは何かを考察するにあたって、筆者¹⁾は「喜怒哀楽」と「感情」の意味を分けて使うが、まずはそれを説明する。

あるゼミ形式の授業で日本女性の「女性らしさ」についてテキスト分析をしていた時に、男女それぞれが感じる感情のズレがとても印象に残った。きっかけは教授が口頭で紹介した例である。

酔っ払った夫が帰宅をする。酔っ払っているため、妻が介抱し、寢床まで連れて行くとする。

よくドラマでも見かけるシーンである。筆者は、そのシーンに男女の感情のズレが生じていると思った。介抱されている、その時点での夫を、「喜怒哀楽」でおおまかに分ける²⁾とするならば「喜」、すなわちありがたい気持ちであろう。酔っている自分を寢床まで連れて行ってもらえるわけであるから、まずは「喜」と表現して問題はない。

では、介抱している妻はどうだろうか。飲酒をし、帰ってきた夫を、さらには寢床まで連れて行かなければならないという仕事を課せられているため、「怒」と「哀」の二つで表現できると筆者は思った。

ところが、日本の女性は、女性らしい女性であることに誇りを持っているという意見が挙がったのである。介抱し終わった妻には、自分自身は妻

らしいことをしたという感情が起こり、「喜」という感情が後から生じるはずというわけだ。

しかし、筆者はその時、酔っ払った夫を介抱して得る「怒」や「哀」よりも、自分が「妻らしい」ことをしたために得る「喜」のほうが何故勝るのか、とても疑問に思った。これが、女とは何かに興味を持ったきっかけである。

また、ジェンダー論での「悪女」という講義テーマの際に取り上げられた、中島みゆき作「悪女」の歌詞も大きな決め手となった。

悪女になるなら 月夜はおよしよ
素直になりすぎる
隠しておいた言葉がこぼれてしまう
「行かないで」

この歌詞には、「悪女」と呼ばれている女の本当の姿が描きだされている。女は「悪女」になるために芝居をしており、真の姿とは別の「悪女」でいることで強くいられるのだと筆者は解釈する。この女にとって何が喜びで何が哀しみなのか、表面上の女性をただ見るだけでは理解できない。そのような女の複雑さ、外と内のズレを交えて論文のテーマとしたいと考えたのである³⁾。

このように本論では、女の複雑な諸相、諸局面を可能な限り考察することを目的とするが、その際、「女」と「女性」という二種類の表現を用いることで、女という存在を明らかにしていきたい。

*総合政策学部総合政策学科2013年度卒業生(10G023) **総合政策学部教授

基本的に、筆者が「これが女の本質である」と考えるものが前面に表われている場合に「女」と記し、社会性を意識した女性像に基づく女性を演じていると思われる場合に「女性」と記すようにしている。もっとも、参考文献に用いられている表記との混同、議論の進行にしたがっての混乱も否定できない。予め断わっておく。

第一章 女の言語的コミュニケーション・非言語的コミュニケーション

「二股、浮気が問題視されたのは圧倒的に女性より男性が多い」⁴⁾ というが、何故男性のほうが、より問題視されるのであろうか。「週刊アエラ」のこの記事では、日本の女性たちを虜にしたドラマ「冬のソナタ」の主人公(チェ・ジウ)がドラマ内で大胆な二股ぶりを演じて、ファンの女性たちは怒るより、主人公に感情移入して、純愛を楽しんでいたと述べられている。「言われてみれば『揺れ動く女心』で済まされている女性の二股は結構多いのかもしれない」。他にも、

男性はプライドの生き物なので、もし女性に二股をかけられたことが発覚したとしても、泣いたり騒いだり、言いふらしたりできないという切ない性がある。その分、女性が評判を落とすリスクは男性に比べて低い。女性はそのことを最初から分かっており、うまく乗じている——と男性陣は憤る。

と、男性の性の特徴と関連づけて、女性の浮気や二股が認識されにくい要因を述べている。それに加えて、「男性は複数の女性と関係を持ったことや二股をかけたことを武勇伝のように語ることが多いが、女性がそれを言いふらすことはまずない。だから、そもそも表面化しないという意見もある」と、先ほどのそれとは異なるものの、これまた男性の性の特徴と絡めて女性の特徴が述べられている。つまり、主に男性の性の特徴の差から女性の浮気や二股が表面化しづらい要因が挙げられて

いるのだ。

ここから、女性の特徴が男性性の否定で語られるという、よく言われるジェンダー特性を引き出すこともできようが、本論では、何故女性の浮気や二股は表面化されづらいのかを考察するために、何故男性の浮気や二股は表面化されやすいのかを、非言語的コミュニケーションの側面から考察していきたい。

周知のようにコミュニケーション・チャネルは、言語による言語的コミュニケーション (verbal communication) と、それによらない非言語的コミュニケーション (non-verbal communication) とに分けられ、さらに、非言語的コミュニケーションの機能は大きく2種類に分けられる。1つ目は情報の提供である。目で相手に合図をする相互作用の提供や、相手に近寄って、手を繋ぐなどの親密さの表現、その人自身が自分のことを位が上だと表現する際に、腕を組んで話をする社会的統制の行使などがある。2つ目は対人態度の表現で、自分自身がふさぎこんでいる際に、様子で相手に伝える自己の情動状態の表現や、自分がラッパーであることを表現したいために着る緩くダボダボしている服、また、ロックを好んでいる者が履くブーツなど、自分を表現する自己呈示などがある。

そして、発達段階の非言語的コミュニケーションにおいては、年齢が高い者よりは低い者のほうが頻度が高いと言われている⁵⁾。また、男性と女性ではコミュニケーションの傾向が違って、「女子は個人的な関係を築きやすい少人数での遊び」を好み、「おまごのような固定的なルールのない遊び」から「協調性・他者を批判したり仲間はずれにしない・他者感情やニーズに配慮する」を学ぶそうだ。対する「男子は、(中略)より大きな集団での遊び・野球やサッカーなど固定的ルールに基づいた遊びが好き」で、「構造的で個人的かつ大き目のグループで遊ぶ」経験から、「主張と結果重視(勝者願望)の傾向」を持つという⁶⁾。ということは、自分の「主張」で他者を負かすのではなく、「他者感情やニーズに配慮」

するぶん、男性に比べて女性のほうが非言語的情報を幅広く読み取ろうとする傾向があると考えてよいだろう。

そのことが先ほどの浮気や二股の話と結びついてくる。例えば、親子で買い物をしている最中に子どもが親に対しておもちゃを買って欲しいとねだったとしよう。「後でね」と親が子供に言うとする。小さい子どもであれば駄々をこねるだろうが、ある年齢にまで発達した子どもであれば、その発言を信じるだろう。言語的コミュニケーションに全幅の信頼を置くからだ。一方、大人になれば、言語的コミュニケーションと非言語的コミュニケーションが矛盾する場合、当事者は非言語的情報に信頼を置くのではないか。

浮気したかどうか確認する女性に対して、男性が否定するとする。「他者感情やニーズ」に敏感である女性は、男性が否定をすると、多少の表情の変化という非言語的情報から「真実」を読み取ろうとするのだ。これも、男性の浮気や二股が表面化しやすい要因の1つと考えられる。言い換えれば、女は非言語的情報から物事を認知しようとする傾向が強く、そのぶん「視野が広い」という言い方だってできるのである。もっとも、その傾向があるからといって正しい判断ができるとは限らない。だから、見えていないものが見えるために突然怒ったり、喜びを表したりと、測りがたい感情をあらわにする女性を見て、男性はただ驚くことになる。呆れる場合もあるだろう。

この男女における感情差こそが本論には重要である。異性の友人と会話をしている際に「彼女が勝手に爆発するから、とりあえず謝る」という男性の発言をよく聞く。何故女が怒りの感情を露わにしているのか男には明確となっていないのに、女は相手に自分の「怒」という感情を投げるのだ。そんな日常生活で筆者がよく聞くセリフを裏付けるのが、「女性は考える前に感情を出して、判断しているのです」と述べられている一文である⁷⁾。

正確に言うと、「考える前に感情を出し」ているのではない。逆に、認知しようとする情報量が

多い分、自分の中の許容範囲を超えてしまい、思考が追いつかなくなるのである。そこで、とりあえず感情を出してしまうという結論に至るのではないか。自分の許容範囲で手に負えないために、感情に出してから考えようとしている、と言い換えてもよい。そして、外に感情を露わにすることで、認知しようとした多数の情報を自分の中で整理しようとするのである。時間がたてば、やがて、その整理されたものは引き出しにしまわれ、多数の認知した情報をしっかりと自分の中に収めることができるのだ。女性にとって感情を露わにするとは、認知しようとした情報を確認し、対処しようとする女の術なのである。

第二章 女が持つ複数の女性像

これまで女性の感情的な面を述べてきた。女は、できるだけ多くの情報を得ようとするあまり、相手に関して様々な事柄の細かい面まで見てしまう。そういう、能力を超えた情報を整理する手段の一つに、感情を露わにするというものがある、ということだったが、女性のコミットメントに着目すると、矛盾点が生じるというか、男性と女性の立場が逆転してしまう。コミットメントとは、「人や物に対する関心の強さ、興味の深さ、のめりこみの度合い」⁸⁾で、女性に比べて男性のほうがコミットメントを持つのが早いという。一方女性においては、恋愛の中期までは相手に対するコミットメントを弱める傾向にある。妊娠など自分の身に関連する不利なことが起こる可能性があるために、警戒するからである。

同じ恋愛というフィールドであるにも関わらず、女には感情的な女性像だけでなく、コミットメント側から見た冷静な女性像という、異なった像が浮かびあがるのだ。もっとも、その冷静な女性像はあくまでも、妊娠などの自分自身の身体に影響する可能性があるために、あえてコミットメントを弱めているのであり、これもまた、感情を露わにすると同様に、自分を整理するための一

つの手段ではある。その意味では、一つの像の二つの異なった局面と考えることもできそうだ。

しかし、いかに局面とはいえ、コミットメントを弱めるだけで、感情の爆発とはまったく正反対の、新たな女性像が生じてくるのも不思議な話である。というのも、相手を「助けたい私」という、協調的他者感情に忠実な女性像が、「悪女」における女のように、相手から愛を貰っているかどうか不安になると、逆説的に犠牲的な態度に出てみたり、それとは反対に依存的になってみたり、はたまた、母親のように徹底的に面倒を見てみたりと、実にさまざまな行動に出たりするのも事実だからである。それだけではない、そのような行動を繰り返していくうちに、次第に助けたい、役に立ちたいという思考が麻痺し、自分が誰のために何をしているのかわからなくなり、疑心暗鬼に陥ることだってある。そして、ここからは、さらに新たな「不安な私」という像も露わとなる。「助けたい私」という女性像から「不安な私」が生じるというのだから、まるで万華鏡のようである。

こういう事態を「娼婦マインド」と「修道女マインド」で説明しようとする人もいる⁹⁾。著者根本は、「セックスもファッションも何もかも彼の要求を全て受け入れて、自分を見失い、心身を傷つけるようになる」心理を、「娼婦のように見える」ことから、「娼婦マインド」と呼ぶ。また、過去の恋愛の失敗や性的な潔癖さから、「今度は逆に性的な欲求や関係を抑圧」し、「彼の前で自分を表現したり、自分を出せなくなって窮屈になってしま」う心理を、「あたかも窮屈な戒律で縛られるようになる」ことから「修道女マインド」と呼ぶ。上述の「助けたい私」は「娼婦マインド」に、「不安な私」は「修道女マインド」にそれぞれ対応する¹⁰⁾。

そして、「これを癒していくアプローチは、1つは自分の女神様のような部分(女性性の美しさ)を受け入れ、許すこと。もう1つは魔女性を受け入れること、許すこと。え？魔女になっちゃっていいの？なんて気持ちになるかもしれませんが、

魔女性を強く持つ分だけ、女神様のような慈愛深さも同等に持つのが心のバランスなんですね」と対処法を述べているが、ここで魔女という言葉が登場することに注目したい。

序論で扱った「悪女」の歌詞には、弱々しい女を見せないために、悪女を演じる女が描かれているのだった。悪女を演じることで自分を成り立たせていると解釈することは既に述べたが、ここでの、魔女性を受け入れることによりバランスを保つというのも、同様のことではないだろうか。悪女や魔女性の存在もまた、自分が自分であるための手段、女の対処法である、といえる。

既に見たように、男に比べて、できるだけ多くの情報を認知しようとする女は、様々な事柄に敏感になるわけだが、そういう自分を整理するために、感情を露わにする、コミットメントを弱めるだけでなく、自分の役割としての女性像を変化させもする、ということだ。

第三章 勝ち負けを気にする女たち

第一章で女性の特徴として、「協調性・他者を批判したり仲間はずれにしない・他者感情やニーズに配慮する」を挙げたが、それは、女が「社会性」を重要視する、と言い換えてもよさそうである。本章では、その「社会性」のもう一つの例として、恋愛面という男性との関わりにおける女の社会性ではなく、女性同士の社会の中で競争し合う女について考えてみたい。

そこで、ブランド物を持つ女性の自我防衛メカニズム¹¹⁾について考察する。それは、高級ブランドを所持したり、モデルと同じ服を着用することでその「憧れの人」になりきり、自分の中に生じた不安を解消する方法だそうで、同一化と呼ばれている。

同一化による行動のその他の例として筆者が見つけたのに、「女はラーメン屋で、宝石ではなく、ブルガリの腕時計で勝負をする」¹²⁾というのがある。どうしてネックレスなどではなくて、腕時

計なのか。それは、ネックレスや指輪となると、特殊なカットや作りでなければブランドかどうか判断されにくいのに比べて、腕時計となると、見る人が見ればすぐにブランドであると判断できるからである。

では何故、社会性を意識して、ブランドを持つ女性が存在するのか。その背景には、「負けたくない症候群」の女性の蔓延が考えられると櫻井はいう。「負けたくない症候群」の女性とは、「人の好意を嫌味に取る、いつも自己中で自分勝手、自分のことは棚に上げて他人を責める、人 [= 他人 (岩田補足)] の不幸が大好き、突然キレて怒り狂う」(104) などの特徴をもち、蔓延した原因は、バブル経済が崩壊し、来るべきはずであった女性中心の幸福社会が来なかったからだという。そのせいで、負けたくない、認められたいという意識が高まった、としている。

例えば、ある二人の女性がいるとする。一人は、結婚しており、髪の毛を振り乱しながら子育てをしているのに、もう一人は同じ年齢のおしゃれな独身である。こういう対照的な二人が会話するとしよう。

いいわね、あなたはいつまでもキレイでいられてこう言うのは既婚女性である。やつれた表情をしながら未婚女性に対して発言することだろう。そうすると、後者は、

結婚しないで良かった。いつまでも若くキレイでいられた私の勝ち (59)

と、言いはしないまでも心の中では思うことだろう。そういう設定で櫻井は、自分の身なりまで気を配ることができていない既婚女性を負け犬、自分の身なりをきちんとしている未婚女性を勝ち犬としている。

ところが、それから五、六年が経過すると、既婚女性は、「優雅な奥様となり、かわいらしい格

好をさせた子供を連れて歩いている」のに対し、格好よかったはずの未婚女性は、「日本経済の不景気により、仕事に追われて疲れ果てている」(60) という。

そこで、未婚女性は既婚女性の姿や環境を見て、

やっぱり、結婚したあなたのほうが勝ったのね

と感じる(同)。こうして二人は立場が逆転し、既婚女性が勝ち犬、未婚女性が負け犬となる、というのだ。

設定の安直に著者の根底に女性蔑視が感じられるのもさることながら、それより著者は、先ほどの、ブランド物と判断されやすいよう、ブランドの時計を身につけることと同様に、勝ち負けを決める材料に、目で判断しやすい「外見」や、様子から窺い知ることのできる「立場」が用いられている点に注目したい。

その他にも、「働く未婚の女性が生み出すものが“金”であるのに対し、既婚の女性は(子供という)“生”である」(61)と櫻井は述べているが、筆者が着目したいのは、これらの文の内容ではなく、女性を語る文脈に登場する「“金”」や「“生”」などが、まるでアイテムのように語られている点である。女たちが生み出しているものは何であれ、自分自身を高く見せるためのブランド物と同様の記号となるのだ。“金”があるから、“生”があるから、価値づけられたアイテムがあるから勝ち犬となる。櫻井が考える構図から見えてくるものは、女の向き合っている社会性である。

もうひとつ、対照的な女性像を紹介する。日常生活において私たちには、名前の語尾に「さん」を付けて呼ぶ女性と、「ちゃん」を付けて呼ぶ女性が存在している。衿野未矢は、前者を「『さん』の女」、後者を「『ちゃん』の女」として、この呼び方の違いが生じるのは、それぞれの人間のキャラクターが理由だと考えている。

「『さん』の女」は、責任感と正義感が強く、頼もしい、冷たい雰囲気を持ち合わせている女性で

あり、「『ちゃん』の女」は、こてこての化粧、責任感が薄く、やわらかい雰囲気でも周りに溶け込むことが上手い女性のことをいう。

この両者は互いに敵対心を持つという。「『さん』の女」は本当の自分は弱いと思っており、支えを必要としているが、プライドという言葉が邪魔をしてしまい、なかなか人に頼ることができない。そして、そのまま弱さを封じ込めてしまい、強がることを覚えていくのである。また、「『ちゃん』の女」が弱いようで実は強いことを知っているため、さらに強がり、「『ちゃん』の女」の態度を見てはイライラしたり、カリカリすることが多い。

一方、「『ちゃん』の女」は、「『さん』の女」のような女性と飲みに行けば割り勘で済むと思っている男が絶対に存在すると考えており、そのような都合の良い女性にならないために、「『ちゃん』の女」のような、つまり自分のようなキャラクターであるべきであると考えている。

ここでもまた、前述の同一化・自我防衛メカニズムが働いている¹³⁾。衿野の本には

ためらう自分に葉っぱをかける。これからも頑張るために、勢いをつけるんだって。意識して自分のレベルを上げていかなければならない自分にご褒美を与え、喝を入れるための買い物をする。¹⁴⁾

という面白い記述がある。実は、この発言者が「『さん』の女」なのか、「『ちゃん』の女」なのか、衿野は記していない。筆者は「『さん』の女」に近い女性たちの発言・考えと考えるが、発言者がどの女のタイプなのかは実はどうでもよい。ここでの「買い物をする」という行為と、前述の「ブランド物を持つ」ようにする行為とは、「自分のレベルを上げ」てくれる存在への同じ「同一化」だからである。「ブランド物」というモノを買うのか、そうではないのか、はたまたサービスを買うのかは、また何を選ぶかは実はどうでもよいのである。問題はその「理想」への同一化なのだ。例えば、おしゃれな飲食店へ行き、高級なワインを飲むと

する。これも、ブランド物を所持するのと同じ行動である。おしゃれな飲食店に居る自分、そこで高級なワインを飲む自分、そんな自分は、「かっこよくて、できる女」である。そんな「女」になりきることが自分を鼓舞する行動であり、さらに言えば、自我防衛メカニズム・同一化による行動なのである。

ここで、中島みゆきの「悪女」に戻りたい。歌詞の女もまた、なりきっている理想像は異なるけれども、本当の自分を出さないようにと、「違う自分」になりきっているのだ。高級ワインを飲んで「かっこいい女」を演じる女、男と「遊んでいる女」を演じて寂しくないと言い聞かせる女、それが中島の悪女なのである。この女はあらゆる女性の中に存在する。女たちはみな自分で、いつどのような時にどうあるべき「どのような自分」であるかを判断して、それぞれの役になりきろうとするのである。そうして、社会性と向き合っているのではないのだろうか。

本章で述べてきた女たちは、勝ち犬と負け犬とか、「さん」と「ちゃん」とか、対照的な女性たちだった。しかし、見てきたように、元々対照的であるわけではない。あんなふうになりたくないという気持ち¹⁵⁾から生じる、正反対の極をもったように見える女たちなのである。お互いが存在するからこそ、その女自身も存在するとも言える。

同化する女たちも同様である。「女は『文化』『企画』『知的』のつく言葉に弱い。これらの3つの言葉により、今より自分の格が上がる雰囲気があるからだ」(17)と櫻井は述べているが、価値づけが問題なのではない。「格が上がる」、すなわち「違う自分」に同化することが大事なのだ。例えば、最近流行りのメガネに変えた女aがいるとする。そのメガネを見て、女bが自分の好みのブランドだと気づく。するとその女bは、aの新しいメガネを褒めるという行動に出る。メガネが「同じ文化度を持つ」(17)尺度となり、aとbの間に話し相手のコミュニティができあがるわけだ。

女たちが同化する瞬間というのは、相手をアイ

テム化する。そのようにして、女たちは常に社会性に対峙している。自分の弱さを隠すためであったり、できる限り上のポジションに上るためだったり、目的は様々だが、自分に有益となるように、相手に近寄る、すなわち、アイテム化した相手を身につけるのである。敵対する場合も、この同化傾向がマイナスに働くだけで、アイテム化の機能は変わらない。

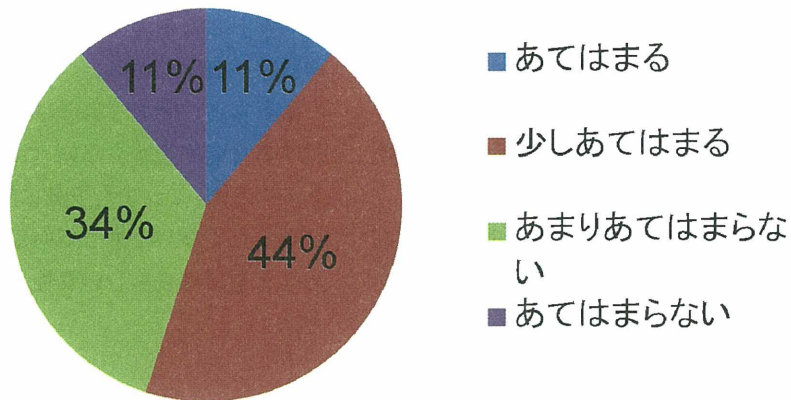
行ったアンケート調査の結果を考察する。質問は、挙げた項目に「あてはまる」「少しあてはまる」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」の4択式、または「はい」「いいえ」の2択式などで答えてもらった。予想外の結果が出た項目も存在したので、まず、それらから見ていく。

問1の「自分は女性らしい女性だ」と問2の「自分は可愛らしい女性だ」に関する回答をグラフ①、グラフ②にまとめた。

第五章 リアルな女性たちと女たち

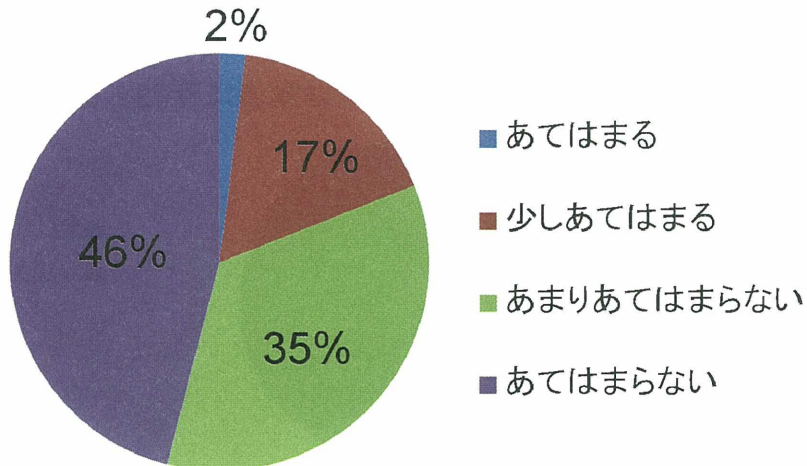
ここまで様々な女性像を考察してきたが、次は実際の女たちに目を向けて、女子大学生100人に

問1 自分は女性らしい女性だ



グラフ②

問2 自分は可愛らしい女性だ



「女性らしい女性」であるかを自らに問うと、女子大学生の45%が否定し、「可愛らしい女性」であるかを問うと、81%が否定している。筆者が今までに考察してきた女性像とは違って、意外なほど謙虚な女たちがそこには存在するのである。

そして、筆者にとって最も予想外であり、女子大学生たちの謙虚ぶりが最もはっきりと現れたのが次の問「甘い声や言葉遣いをキャラで作っているのではなく、それが素である女は本当に存在する」(以下、「甘い声が素の女は存在」)であった(グラフ③)。

「甘い声や言葉遣い」が「キャラ」すなわち演技でなくて、生まれつきである女なんて存在するわけがない(実際、言葉遣いが先天的であるはずはない)という回答、つまり「いいえ」を選ぶ女子大学生が多数出ることを予測していたが、結果はまったく異なり、「そのような女もいるでしょう」と肯定的に考えている女子大学生たちが多数(69%)だったのである。

筆者は、この問をするにあたって、回答者たちの理解を助ける目的で、「甘い声や言葉遣いのキャラ」の例としてタレントの小倉優子を挙げた。この具体的例の思わぬ効果であろう、芸能界を知ら

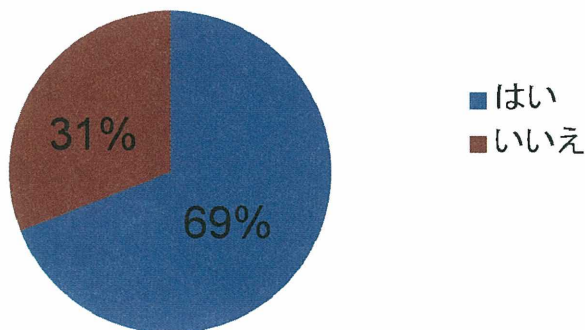
ない女子大学生たちは、タレントが演技で成り立っている「テレビの中の存在」とは考えなかったのかもしれない。このために、筆者の予測とは異なる結果となったのではないか。

第四章で『『さん』の女』と『『ちゃん』の女』について検討した際、両者は互いに敵対心を抱き、相手のようなキャラクターにはなりたくないと考えていると述べたが、その裏付けをするために、問「冷淡な女性をどう思うか」において否定的、すなわち、そのようなキャラにはなりたくないと答えた女子大学生20人のうち、どのくらいの人数が問2「自分は可愛らしい女性」に肯定的に回答しているかを調べた。「冷淡な女性」と対照的な位置に「可愛らしい女」を置くことができると考え、「冷淡な女性」になりたくないのは「可愛らしい女」となるのではと予測しての分析だが、その結果が表①である。

もともと、問2「自分は可愛らしい女性だ」に対する肯定回答が少ない(20)ということも影響しているが、これまた予測に反して、「冷淡な女性」になりたくないと感じている女子大学生は、自分のことを「可愛らしい女性」とは思っていなかった。

グラフ③

甘い声や言葉遣いをキャラで
作っているのではなく、
それが素である女は本当に存在する



アンケートをするにあたって、筆者は「自分自身と逆のキャラの女を否定的に見る」という仮説を想定していた。それが成立するためには、冷淡な女にはなりたくないと考えている女性は、問2「自分自身は可愛らしい女性だ」に肯定的な回答が得られていなければいけない。しかし、現実の女子大学生たちはそうではなかった¹⁶⁾。

けれども、問「男に媚びる女をどう思うか」に対して、「そのような女にはなりたくない」という回答をした63人のうち、問1「自分は女性らしい女性だ」に対して肯定的な回答をした者に焦点をあててみると、表②の結果を得た(ここでも、「男に媚びる女」は「女性らしい女性」と対照的な位置にあると考えた)。

結果は一目瞭然、「自分は女性らしい女性だ」にあてはまる女子大学生39(62%)に対して、あてはまらないが24(38%)であるから、仮説どおり、「自分自身と逆のキャラの女を否定的にみる」結果が出た。

次に、問1「自分は女性らしい女性だ」の結果を基準として、問「甘い声が素の女は存在」の結果と、問「冷淡な女をどう思うか」の結果、そして、問「天然な女は本当に存在する」の結果、最後に、問「男に媚びる女をどう思うか」の結果をクロス集計した。そのクロス集計の結果を以下のように整理する。

- A) 「自分は女性らしい女性」×「甘い声が素の女は存在」
- B) 「自分は女性らしい女性」×「冷淡な女をどう思うか」
- C) 「自分は女性らしい女性」×「天然な女は本当に存在する」
- D) 「自分は女性らしい女性」×「男に媚びる女をどう思うか」

すると、Dにのみ相関がみられた。その結果が表③である。見事に、「自分は女性らしい女性」は「男に媚びる」キャラをまといたいと思わない。

次に、問「将来育児を優先したい」と、問「将来仕事を優先したい」の回答結果を基準に、問「仕事を優先する女を肯定的に思う」の結果と、問「家庭を優先する女を肯定的に思う」の結果をクロス集計した。結果を以下のように分類する。

- E) 「将来育児を優先したい」×「仕事を優先する女を肯定的に思う」
- F) 「将来育児を優先したい」×「家庭を優先する女を肯定的に思う」
- G) 「将来仕事を優先したい」×「仕事を優先する女を肯定的に思う」
- H) 「将来仕事を優先したい」×「家庭を優先する女を肯定的に思う」

相関がみられたのはFのみだった(表④)。

将来育児を優先したい者は、家庭を優先する女性を肯定的に考える(77人)、という当然すぎる結果である。

それにしても、前にも述べたが、現実の女子大学生たちは予想外に謙虚である。なにせ100名のうち、45名が自分のことを女性らしい女性だと

表①

	あてはまる	少しあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
自分は可愛らしい女性	0	6	7	7

表②

	あてはまる	少しあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
自分は女性らしい女性	5	34	20	4

表③

		男に媚びる女をどう思うか					合計
		近づきがたい	自分自身がそのような女だ	そのようなキャラにはなりたくない	嫌いではない	その他	
自分は女性らしい女性	あてはまる	3	1	5	2	0	11
	少しあてはまる	7	0	33	2	2	44
	あてはまらないあまり	8	0	21	4	1	34
	あてはまらない	5	0	4	0	2	11
合計		23	1	63	8	5	100

表④

		家庭を優先する女を思うか			合計
		あてはまる	少しあてはまる	あまりあてはまらない	
将来育児を優先したい	あてはまる	17	11	0	28
	少しあてはまる	18	28	3	49
	あてはまらないあまり	4	13	4	21
	あてはまらない	1	1	0	2
合計		40	53	7	100

思っておらず、81名が自分を可愛らしい女性と
思っていないのだから、ひょっとしたら、周りの
女性たちにあまり興味や関心を持っていないの
かもしれない。冷淡な女性になりたくないのは
わずか20名ということは、他人どころでは
ない、そもそも自信の持てない女子大生な
のかもしれないのだ。「甘い声が素の女の
存在」の肯定69名も、自信のなさの反映
と考えられなくもない。

ところが、である。「男に媚びる女」の
キャラにはなりたくない(63名)という結果
が示唆するように、「男」というキーワード
が登場すると、前章において筆者が分析し
てきた女たちのように、自分以外の女たち
への意識が顔を出してくる。

育児と家庭の相関についても、一見「男」と
いうキーワードが存在していないように見える
が、将来育児を優先したいと考える女性たち
は、夫すなわち男との間に家庭という居場
所を作り、外のことを夫(男)に任せる存在
になる、あるいはなりたいということである。
つまり、育児と家庭の相関から見えてくる
女性とは、夫(男)の存在を鍵にして自らの
存在を確立する姿を想像していると考え
ることができるのである。

結論 女とは

では、筆者が前章までで検討してきた参考文献に登場する女たちは、架空の女たちなのだろうか。もちろんそうではない。彼女たちは社会に出ている女たちであり、筆者がアンケート調査の対象とした女子大学生たちとは、意識にズレがあると考える方が自然だろう。

以上を踏まえて、女について結論めいたことを言うとするれば、女とは、視野に女性しか存在せず、女性だけを意識する女の相と、視野に女と男が存在し、特定の男が存在を現す¹⁷⁾と共に、女性の存在を意識し始める女の相とが（おそらく共存的に¹⁸⁾）存在するもの、ということになるだろう。ここで言う相とはもちろん発達段階のことではない社会性のことである。筆者は前者の相中心であるため、女とはみな前者の相中心に構成されているものと先入見をもった状態でアンケート調査に臨んでしまった。そのために後者の相中心の女性たちへの予測が欠けていたと感じている。

女子大学生たちは、学生であることを卒業し、社会に出て、社会の女たちと接触することで、女となるだろう。

もしそれが、女性の存在を意識し始める女の相ということであれば、女とは「影」と言うべきかもしれない。日蔭を連想させる「陰」ではなくて、光があたってできる「影」である。「影」のように、光の当たり方によって、ブランド物を片手に背伸びをして大きな影となる時もあれば、光がなく、自分を鼓舞するために高級ワインを片手にお洒落なお店に一人居なければならぬ「悪女」のように、何もかもが嫌になった、小さな影となる時もある。

言うまでもないが、影が大小するのは、太陽（周りの女や男）の存在があるからである。その太陽によって「影」（女）が浮かび上がる。

しかし、「影」があるおかげで、女は自分自身を隠すことができる。惨めな姿や、敗北感、そして、素直な感情を相手に見せる必要がない。

如何に矛盾するように聞こえようとも、女とは、一言で表すならば、「影」なのだ。これが筆者の結論である。

引用以外の参考文献

- 橋本 治『あなたの苦手な彼女について』ちくま新書2008年12月出版
2012年度 愛知学院大学総合政策学部ジェンダー論講義資料（岩田和男教授）
同年度 同大学同学部社会心理学講義資料（吉澤寛之非常勤講師）

註

- 1) 本論において筆者と表現されるのは印東咲のことである。岩田は、異見・補足を述べる場合に限り、注記においてその旨断わって登場する。
- 2) 「喜怒哀楽」と表現すると、四つの分類に無理やり当てはめることになるが、「感情」とだけするのはどの感情のことを指すのか曖昧になるため、本論では「喜怒哀楽」の四分類に従うこととする。
- 3) 個人的なこととなってしまいが、筆者自身とても感情的であり、「悪女」の歌詞ではないが、感情の起伏を他者に見せないことが、自分自身強くいられる手段であると考えているため、より興味を惹かれた。
- 4) 「週刊アエラ」（朝日新聞社）2012年5月21日。
- 5) 上原泉「幼児の同年齢グループ内でのコミュニケーション」（発達科学研究教育センター『発達研究』2006, 第20巻）、10（<http://www.coder.or.jp/hdr/20/HDRVol20.2.pdf>）。
- 6) 伊藤明美「女の会話・男の会話～ジェンダーコミュニケーションの謎～」, 男女共同参画講演会（平成20年1月31日、浦幌町教育文化センター）（<https://www.urahoro.jp/chosei/danjokuyodo/files/danjoH20.1.31.pdf>）
- 7) 「男心と女心」, 『女性は何故感情で判断するのか』（<http://homepage2.nifty.com/oda999/i/colu2.html>）。ところで、印東はこの後、「他にも、女性と男性において、『女性は複数のことを並行してできます。子育てをしながら、料理ができる。パソコンをいじりながら会話ができる。男性は1つのことに集中する。研究職に男性が多いのに納得』』という一文を挙げてほぼ著者の趣旨に賛意を表しているが、岩田は、この手の安直な男と女の差異について述べた文に、性役割意識に基づくジェンダー・イデオロギーを読み取らずにいられないので、本文の趣旨を損なわない程度に割愛し、注に組み込むことにした。実を言うと、「考える前に感情を出して」という箇所にも明らかなジェンダー・バイアスがあり、批判されるべき一文であるが、後段に関係のある文であるという事情もあり、敢えて本文に残した。断わっておく。
- 8) 2012年度社会心理学講義（吉澤寛之非常勤講師）資

料より

- 9) 根本裕幸『Counseling Service ～カウンセラー発！すぐに役立つ心理学講座』「Lecture 133 娼婦マインドと修道女マインド～恋愛が苦しくなる理由～」
(www.counselingservice.jp/lecture/lec133.html 2012年7月30日アクセス)。
- 10) ただ、岩田は、「娼婦マインド」が「彼を助けない、でも、助けられない無力感」から、「修道女マインド」が「『私にはもう彼を助けられないわ』と諦める」ことから生じるというふうには、どちらも「彼を助ける」役割に収斂させて語られている点に、女性一般に抑圧的に働くイデオロギーを感じてしまう。そのことは結局、本論における結論を先取りしているように思うので、敢えて注記しておく。
- 11) 『恋愛心理学のワザ Love Psychology』「相手を見抜く分析心理術 C.04 一瞬でホンネを見抜く最強の読心術(注:目次には「ブランド品を身につける人の心理」となっている)」http://www.love-psychology.com/contents/c04/c04_05.html, 2015年2月26日アクセス。
- 12) 櫻井秀勲『女の変化を読むヒント』(サンマーク出版, 2004年), 149。以下同書よりの引用は、()内にページ数のみ示す。ところで岩田は、ここの表現のポイントは「ラーメン屋」にあると思う。ブランド品を見せる場が如何にも庶民的な「ラーメン屋」というシニズムに、この手の議論の背後に巣くっている女性蔑視の臭いを感じるのである。
- 13) 印東も異口同音なのだろうが、岩田にとって面白いのは、「さん」であれ「ちゃん」であれ、相手にどう見えるのかの「『私』の姿」論である点だ。図らずも「自我防衛メカニズム」の呼称が示す通り、いずれの場合も主体は「受け身」である。女が本当に受け身かどうか(男も)は別に考える必要があり、即断は禁物だが、少なくともこの「受け身」に言えるのは、女に働く文化的機制である。
- 14) 袴野未矢『「さん」の女、「ちゃん」の女』(双葉社, 2007年), 102。
- 15) 岩田の直感にすぎないが、母をめぐっての正負の「同一化」コンプレックスを連想させる。
- 16) 『『冷淡な女性』になりたくない』の反対は、『『可愛い女性』である』ではなくて、『『可愛い女性』になりたい』だろう。もし岩田の考えが正しければ、「少しあてはまる」(6 = 全体20の30%)をもう少し重く見て解釈すべきだったように思う。
- 17) もちろん比喩である。想像上でよい。女であっても構わない。
- 18) ()内は岩田の補足。