印象形成課題における性ラベルの効果(2)

女性的特徴を持つ男性に対する印象の検討

笹山 郁生

(福岡教育大学教育学部)

キーワード: 印象形成・ジェンダースtereotype・刺激人物の性ラベル情報

The effects of gender labels in the impression formation task (2).

Ikuo SASAYAMA

(Faculty of Education, Fukuoka University of Education)

Key words: impression formation, gender stereotype, gender labels

笹山(2013)は, 社会的望ましさが中程度の男性的特徴を持つ人物について, その人物が男子大学生/女子大学生/大学生であるというラベルが与えられた場合, どのような印象が形成されるのかについて検討し, 女子大学生/大学生というラベルを与えられた場合と比較して, 男子大学生というラベルを与えられた場合(特徴と性ラベルとが合致している場合)の方が, 形成された印象が男性的ではなくなる側面のあることを明らかにした。そこで, 本研究では, 社会的望ましさが中程度の女性的特徴を持つ人物について, その人物が男子大学生/女子大学生/大学生であるというラベルが与えられた場合, どのような印象が形成されるのかについて検討し, 笹山(2013)と同様の結果が得られるかどうかを検討することを目的とする。

方 法

実験参加者 福岡県内の大学生 248 名(男性 109 名, 女性 139 名, 平均年齢 20.03 歳)。なお, この実験に参加したことがないと回答した 226 名を分析対象とした。

実験実施時期 2013 年 12 月から 2014 年 1 月の間であった。

実験計画 2(参加者の性)×3(刺激人物の性ラベル: 男子大学生/女子大学生/大学生)の 2 要因参加者間計画であった。

刺激人物の特徴記述文 大学生によくある特徴を表していると思われる記述 20 文(女性的特徴 8 文, 中性的特徴 12 文)を用いた。なお, 中性的特徴 12 文については, 笹山(2013)と同様の文章を用いた。

刺激人物の性情報の操作 笹山(2013)同様, 参加者にランダム配布した質問票の指示文によって操作した。

測定項目 笹山(2013)と同様であった。ただし, 平等主義的性役割観については, 本研究の分析には含めなかった。

手続き 実験は 3 つの講義時間中に集団で実施した。ただし, これら 3 つの授業では, 男性実験参加者の人数が少なかったため, 上述の講義とは別の時間帯に, 8 名の男子大学生による小集団に対して実験を実施した。なお, 実験の具体的手続きは, 笹山(2013)と同様であった。

結 果 と 考 察

提示した特徴記述文の特徴 提示した 20 の特徴記述文の女性らしさについて検討したところ, 女性的特徴文の平均値はすべて 1.5 以上($1.53 \leq M \leq 2.41$)であり, 参加者に女性的であるとみなされていたのに対して, 中性的特徴文の平均値は $-0.42 \leq M \leq 0.71$ の範囲にあり, 中性的だとみなされていた。また, 社会的望ましさについては, 笹山(2013)同様, 「サークルに入っている」($M=1.23$)と「ひとり暮らしをしている」($M=1.09$)以外の 18 文については, その平均値が, $-0.83 \leq M \leq 0.53$ の範囲にあり, 中立的な特徴であることが示された。

刺激人物の性の推測 大学生条件の実験参加者が刺激人物の性をどのように推測していたのかについて確認した結果, 63

名(大学生条件の 88.7%)の参加者が「絶対女性」か「多分女性」と回答しており, 性ラベルがない場合, この刺激人物は女性とみなされることが示された。

印象評定項目の構造 「好きな」と「嫌いな」以外の 48 項目について, 最尤法 PROMAX 回転による因子分析を実施し, 「傲慢」因子(16 項目), 「洗練」因子(12 項目), 「無愛想」因子(12 項目)の 3 因子を抽出した(累積寄与率 42.4%)。次に, 因子ごとに負荷の高かった項目の合計点を算出し, それを因子項目数で除した値を各印象得点(点数が高いほど, 因子名と合致した印象)とした。

刺激人物の性ラベルが形成された印象に及ぼす影響 参加者の性と刺激人物の性ラベルを独立変数, 各印象得点を従属変数とする 2 要因分散分析を実施した。その結果, 「洗練」因子において, 刺激人物の性ラベルの主効果が有意であり($F_{(2, 213)}=3.3, p<.05$), Bonferroni 法による多重比較の結果, 男子大学生条件と比較して, 女子大学生条件の方が, 刺激人物に対して「洗練」されているという印象を形成する傾向にあった。

また, 「無愛想」因子でも, 刺激人物の性ラベルの主効果が有意であり($F_{(2, 218)}=6.0, p<.01$), 多重比較の結果, 大学生条件・女子大学生条件と比較して, 男子大学生条件の方が, 刺激人物が「無愛想」であるという印象を形成していた。ただし, この主効果は参加者の性と刺激人物の性ラベルの交互作用による限定を受けていた($F_{(2, 218)}=3.1, p<.05$)。そこで, 下位検定を実施した結果, 女性参加者の場合のみ, 刺激人物の性ラベルの単純主効果が有意であり($F_{(2, 218)}=8.9, p<.001$), 他の 2 条件と比較して, 男子大学生条件の場合, 刺激人物が「無愛想」であるとの印象を形成していた。

さらに, 大学生条件においてのみ, 女性参加者と比較して, 男性参加者の方が, 刺激人物が「無愛想」であるとの印象を形成していた($F_{(2, 218)}=7.7, p<.01$)。

これらの結果より, 笹山(2013)で認められた性ラベルの効果は, 本研究では明確には認められないことが示された。

図 参加者の性×刺激人物の性ラベル別「無愛想」得点の平均値