

父娘関係が娘の男性性に及ぼす影響

岸 本 小 百 合

人間関係のはじまりは母と子との関係であり、父親は、この母子一体感を破るものとして存在する。子どもは父親の存在を通じて、初めて「他者」の存在を知ることとなる。さらに、他者と接していくためには、そこに存在している規範を守っていかねばならないことを知るのである(河合, 1980)。また、Parsons & Bales (1955) は、父親は、危険や緊張の多い外の世界で家族のために働き、社会的・経済的な達成を遂げるとしている。そのような父親の果たす役割の一つは、子どもを社会の中へと押し出すことであるという。

菅(1984)は、父娘関係について、「父親にとって娘とは『目に入れてもいたくないほどかわいいもの』というのが社会通念となっている」と述べている。しかし、その社会通念の「埒外に置かれた娘は、まさに市民権のない、肩身の狭い存在として自分をネガティブなものと感じざるを得なくなっているのではないだろうか」と指摘している。このようなことから、父親が娘に対して及ぼす影響は無視できないものがあると考えられる。また、小野寺(1984)は「父親は娘の目を外界へ開かせる重要な役割を持つといえよう。その際に、父親が女子には社会のことについて語っても無駄だという態度を示すか、それとも男女の差別なく(個人として)真剣に話す態度を取るかが、娘の性役割観を大きく左右するようになる」としている。

以上のようなことから、父親は娘にとって、幼少の頃より最も身近に存在してきた異性として、娘の性役割観に影響を与えている面が強いことがうかがえ

る。そこで本研究では、女子大学生を対象とし、娘が認知する自身の父娘関係が、性役割とどのように関連するののかについて検討することを目的とした。質問紙法により、娘の心の中の父娘関係と性役割について、調査を行った。

その結果、父親と互いに分かりあい、父親を受け入れるような娘や、娘を信頼し、個人として扱う父親のような、良好な父娘関係を示唆する項目の得点と、娘の性役割のうち、男性性、女性性との間に正の相関が見られた。ここでいう良好な父娘関係とは、父親と娘がお互いに個人として対等に接しているという関係である。また、本研究で用いた尺度では「積極的な」「自己主張のできる」などの男性性因子と、「親切的な」「優しい」などの女性性因子からなっており、すべてポジティブな側面であった。以上のことから、青年期の娘にとって、父親と対等な関係が娘の男性性のみではなく、女性性も含めた、人間としてバランスのよい女性への成熟と関連することが示唆された。

大谷ら(1992)によると、日本においては、父親自身も娘も、父親は娘にとって「やさしい」存在であると捉えている。また、深谷ら(1990)の調査では、父親自身からも、子どもからも、現代の父親の特徴として「母親的あたたかさ」が報告されている。以上のことから、日本における現代の父親像は、西洋のような権威的で厳しい父親ではなく、優しく、包み込むような母性的な父親であると考えられる。宗内(1989)は、女子は父親への同一視により男性役割を学ぶと述べているが、本研究の結果、娘は父親から性役割の中でも男性性のみを学ぶのではなく、男性性も女性性も含めた人間性の基盤を学ぶものと考えられる。

しかし、飛田ら(1992)は、女子青年において、父親が母親から肯定的に評価されていると認知しているほど、自分も父親を肯定的に評価していることを明らかにしている。さらに、父親が母親から好意的に評価されていることが、娘の父親に対する尊敬や好意、満足感と密接に関連していることも報告している。このようなことから、娘から見た父親像や父親との関係には母親が大きく影響すると考えられる。そのため、今後の課題として、母親を対象として夫と

父娘関係が娘の男性性に及ぼす影響

の関係や娘との関係を調査し、娘から見た父娘関係との関連を調査する必要がある。また、母娘関係についても、男性性・女性性との関連について、今後検討の必要があると考える。

女子大学生における乳がん検診受診行動への 説得の効果

小西くみこ・若林 弘恵

女性のがん死亡率1位である乳がんは、乳がん検診が有効であることがわかっている（黒石，1999）にもかかわらず、2007年の厚生労働省の調査によると、受診率の全国平均は10.0%と低い。受診率の低さの原因は、情報の発信方法にあると筆者は考えた。本研究は乳がん検診の受診率の向上のために、受診行動への効果的な情報提供・説得方法を検討し、女性の受診行動に至るメカニズムを検討することを目的としている。

本研究では、本大学の女子大学生109名を対象に乳がん検診行動への説得を行った。独立変数は、乳がんへの関心を喚起させる「余命一ヶ月の花嫁」の映像を見せるか見せないかと防護動機理論（Rogers, 1983）に基づく説得メッセージの強弱、検診場所に行くことをイメージさせる情報として、検診実施場所に○を加えた地図の提示の有無とし、 $2 \times 2 \times 2$ の8条件とした。従属変数は、実験当日に測定した乳がん検診受診行動意図の高さと実験1週間後に実際行った乳がん検診を受診したかどうか、の2変数とした。

これまでの研究では、検診を受診するという行動と、検診を受診する行動意図を同等と考えており、意図を測定することで行動予測ができるという前提の研究が多かった。しかし、本研究では意図は行動を予測できないことが明らかになった。本研究の乳がん検診受診率は、41%と高い受診率が得られた。受診に影響を及ぼした条件は、「余命一ヶ月の花嫁」の映像の視聴、弱い説得メッセージ、検診実施場所の地図の提示であった。

さらに説得メッセージに使用した防護動機理論の要因と、検診受診意図・行動の関係を分析したところ、行動を予測しえたものは、「恐怖感情：説得後の怖い気分」と「反応効果性：乳がん検診の効果・有効性」であった。

実践的利用価値を高めるに当たり情報の発信方法に関して筆者の考察を以下に記述する。行動につながる恐怖として、データなどによる論理的なものより乳がん罹患者のドキュメンタリーや体験談など感情に訴え自分のこととして実感を伴ったものになる恐怖である方がより効果的と言える。次に、乳がんは90%以上治癒する、厚生労働省が乳がん検診を推奨しているなどの検診の有効性についてデータに基づき説明することは説得効果が期待できる。検診の場所は会社や地域の施設など検診受診者がよく利用する身近な場所で行うことや、検診場所の地図や検診実施施設のリストを案内に載せることなど乳がん検診受診行動のきっかけになりやすい要素を準備しておくことも重要である。本研究の結論として意図を高める説得ではなく、行動を誘発させる説得をすべきだと主張したい。

本研究が現代女性の健康に資することができれば幸いである。