

大学生が抱く社会人・サラリーマン ステレオタイプに関する予備的研究

— 描画を用いた検討 —⁽¹⁾

上 瀬 由美子*

問 題

本研究では、大学生が抱く「社会人」「サラリーマン」に対するステレオタイプを、描画の分析および自由記述の分類から検討することを目的とする。

大学生の就職活動と自己イメージ

大学生にとって就職活動は人生の分岐点であり重要な意味をもっている。大学生の就職活動については、日本ではこれまで自己効力感や自己概念との関係を中心として検討が行われてきた（浦上，1995；安達，2001 など）。これらの研究はいずれも就職前の自己に関する態度が、就職活動に影響を与えることを示している。さらに近年では、就職後の自己に関するイメージが、就職活動に影響を与えることも注目されている。例えば清水ら（2005）は、大学生の就業自己イメージ（就業後に自己が置かれる状況や周囲から受ける影響を予期したイメージ）を測定し、就職希望の強さとの関連を検討している。ここでは、就業自己イメージが、自己高揚や独自性といった肯定的側面と同時に、自閉性や拘束性といった否定的側面からも形成されていることが示されている。さらに、否定的な就業自己イメージは、就業希望の強さと負

の関係を示すことも示されている。清水らの調査は大学2～3年を対象にしたものであり、実際の就職活動との関連は検討されていないが、社会に出た自分に否定的なイメージをもつ大学生は、自ずと就職活動も不活発にならざるを得ないものと推察される。

職業イメージ研究

一方、職業選択の研究分野からは、職業自体のイメージが行動に大きな影響を与えることが指摘されてきた。職業イメージ研究として代表的なものにGottfredson（1981, 1996）があるが、ここで職業イメージは、威信の高さと性別の軸から成る2次元で表現されている。また、この研究では、男性的と考えられている職業の中では威信の分散が高く、威信の高い職業と低い職業の間が大きく開くことが示唆されている。その一方、女性的と考えられる仕事の威信は中程度に収束する傾向があることも示唆されている。Gottfredsonが指摘した2次元構造は、わが国でも確認されている。例えば下村（2001）は高校生を対象とした職業意識調査の結果をもとに、彼らの職業認知の次元として「prestige」と「gender」の2次元を抽出している。

この職業イメージは、就職活動を行う以前の子ども時代に、既に形成されていることが明らかになっている。例えば日本労働研究機構（2001）の研究では、中高生を対象として、様々な職業について「イメージできるか」「知りたいか」「やって

2007年11月30日受付

* 江戸川大学 人間心理学科教授 社会心理学

キーワード：社会人ステレオタイプ、大学生、描画

みたいか」の3側面から尋ねている。その結果、職業に対するイメージのしやすさや関心の強さは、性別による差が大きくみられることが明らかになっている。さらに、職業についてイメージできることが、「やってみたい」という関心につながると思われ、指摘されている。この点から、個別の職業に対し抱かれるイメージそのものが、就職活動以前の情報収集行動や、その後の就職活動に大きな影響を与えるものと推察できる。

社会人ステレオタイプ

ところで大学生の場合、就労を主な活動とする社会人は典型的な外集団の一つである。就職活動を開始する以前の大学生たちは、社会に出るまでのモラトリアム時期にあることが、社会的側面からの自己定義の中核となっている。就労しておらず自立していないことを「大学生」の特徴とするならば、就労し自立している存在としての「社会人」は大学生と対極的な意味をもつカテゴリーとなる。

一般に人は、外集団の成員について固定化され、均一化されたイメージ（ステレオタイプ）を持ちやすい。さらに、内集団・外集団の異質性を強調する過程を経て、外集団に対するステレオタイプは強化されていく。大学生が社会人一般に対して抱くイメージの内容や構造について、現在まで十分な検討は行われていない。しかし上記の心理過程から、大学生にとって社会人は自分たちとは大きく異なっていると認識されやすいと考えられる。さらに、多様な職業や多様な特徴をもつ人々からなる複雑な集団としてではなく、ステレオタイプ化された姿で成員がイメージされやすいものと推測される。社会人と深く付き合う機会の少ない大学生の場合、この社会人イメージは、限定された人間関係やメディアなどを通じた狭い範囲の情報から収集される。また実際の接触経験の少なさから、情報が修正されることも少ないと考えられる。このため大学生は、固定化された社会人イメージ（社会人ステレオタイプ）を形成・継続する可能性が高いと推測される。

また一般的に、内集団を高揚させ、自己の社会

的アイデンティティを高揚させようとする傾向から、外集団は卑下されやすく否定的イメージや否定的感情が付与されやすい。従って、大学生が抱く社会人ステレオタイプも、全体として否定的特徴をもち、結果として否定的感情や評価が付与されやすいものと推測される。

ところで、「社会人」とは別に、社会に出て働いている人の典型として多用される言葉に「サラリーマン」がある。サラリーマンは「勤め人」という意味で、給料で生計を立てているということであれば女性にも適用可能な言葉である。しかしジェンダー偏向的表現であることから実際には女性がイメージされることは少なく、社会人よりも限定されたカテゴリーとなっている。このサラリーマン・カテゴリーは、様々な働き方をする社会人の一つのパターンであり、社会人と同様その中に様々な業種・職種が含まれている。ただし、サラリーマンとして一つに括られた場合、社会人という表現以上に所属成員はステレオタイプ化されやすいものと推測される。

本研究の目的

大学生が社会人に抱くイメージや感情とその影響については、現在まで十分に明らかになっていない。しかしながら、大学生の中にステレオタイプ化された社会人像が存在するならば、その内容や付随する感情が就職活動への取り組み方そのものに影響を与える可能性がある。このため本研究では、大学生の就職活動と社会人イメージの関連を検討するための予備的研究として、大学生が抱く「社会人」イメージと付与される感情について、明らかにすることを目的とする。この際、「社会人」がよりステレオタイプ化されたものとして「サラリーマン」を取り上げ、両者からイメージされる内容や感情・評価の違いについてもあわせて検討する。なお前述のように、大学生の社会人・サラリーマンイメージについては、ステレオタイプ化や、否定的感情・評価の付与がみられるものと推測される。

また本研究では、社会人・サラリーマンイメージの測定に、社会人と聞いて思い浮かべる人を自

由に描く方法を用いた。社会人は、実際には多様な人々の集団である。質問項目を予め設定する形の質問紙調査では、回答の過程でその多様性が意識されやすく、ステレオタイプ化された社会人ではなく、社会人全体の評価を多面的に回答しやすいものと考えられる。本研究では、社会人やサラリーマンの典型例を抽出することを意図し、大学生が自発的に思い浮かべた姿を捉えられると想定される描画法を採用した。ただし、描画のみでは表現可能な外的側面だけが強調されてしまう恐れがある。このため本調査では描いた登場人物にセリフをつけるよう求め、さらに登場人物の年齢、および仕事や生活について説明を加筆するよう求める形で、絵で表現しにくい部分の測定を試みた。

さらに、社会人・サラリーマンに対する感情や評価を尋ねるために、本研究では登場人物に対して回答者自身がどのような気持ちをもつかも自由記述方式で尋ねた。

上記目的に沿い、本研究では2つの調査を実施した。第1調査では「サラリーマン」イメージを尋ね、第2調査では「社会人」イメージを尋ねた。質問形式は同じであるが、質問文の言葉のみが異なっている。

方 法

調査対象者

調査対象者は、江戸川大学の学生、計135名(第1調査58名、第2調査77名)である。

調査期間・調査方法

第1調査は2005年6月、第2調査2007年10月に実施した。いずれも社会心理学の授業終了後に、質問紙調査形式で集団実施した。回答時間はおよそ15分であった。

質問項目

調査1、調査2とも以下に示す同様の質問項目によって構成されていた。

1. 社会人・サラリーマンの描画

調査1では「あなたは『サラリーマン』と聞いて、どのような人を思い浮かべますか？あなたが思い浮かべたサラリーマンの姿を下の空欄に絵で表現し、セリフもつけてください」との質問を提示し、6.5×16.5 cmの枠の中に描写を求めた。調査2では「サラリーマン」の部分で「社会人」に書き換えて実施した。

2. 平均年齢

描画された人物の年齢はいくつ位かを尋ねた。

3. 仕事や生活内容

「あなたがイメージした『サラリーマン』はどんな仕事をして、どのように毎日を過ごしていると思いますか。できるだけ詳しく説明してください」との質問を提示し、自由に記述するよう求めた。調査2では「サラリーマン」の部分で「社会人」に書き換えて実施した。

4. サラリーマン・社会人に対する感情・評価

「その『サラリーマン』に対し、あなたはどのような気持ちを持ちますか」との質問を提示し、自由に記述するよう求めた。調査2では「サラリーマン」の部分で「社会人」に書き換えて実施した。

結 果

社会人・サラリーマンの描画

描画の分析対象となったのは、調査2において、絵を全く描かなかった1名を除く、計134名である。分析にあたっては、まず、描画に示された特徴を分類し、表1に示す項目からなるチェックシートを作成した。さらに、各回答者の描写の中にもどの程度当該の特徴が含まれるかを評定し、全体としてその特徴が含まれた描画の割合を調査ごとに算出した。また、絵につけられたセリフについても内容を分類し、表2に示すチェックシートを作成した後で、登場頻度を算出した⁽²⁾。

1. 登場人物の性別・数・関係

登場人物の描写割合は表1に示すようになった。ひとりの人物を描写したものは全体のおよそ8割、複数人描写したものはおよそ2割である。また登場人物の中に、上司と部下といった上下関係が示唆されていたものは全体の6%であった。

また、登場人物として男性を描写した回答者は

表1 社会人・サラリーマン描写に現れた特徴

	全体 (N=134)	調査1 (N=58)	調査2 (N=76)	差の 検定
人物描写				
人物の性別				
男性	83.6	91.4	77.6	*
女性	9.7	0.0	17.1	***
性別不明	17.2	13.8	19.7	
人物の数・関係				
複数描写あり	23.9	12.1	32.9	
上司・部下関係描写あり	6.0	3.4	7.9	
人物の行動				
行動描写あり	32.1	39.7	26.3	
笑う・笑顔	14.9	17.2	13.2	
頭を下げる	8.2	10.3	6.6	
怒る	4.5	3.4	5.3	
酒を飲む	3.7	3.4	3.9	
急ぐ・焦る	3.7	5.2	2.6	
ためいき・涙	3.7	3.4	3.9	
遊ぶ	0.7	1.7	0.0	
場所				
場面描写あり	32.8	31.0	34.2	
職場・取引先	17.2	8.6	23.7	
列車内・駅	13.4	17.2	10.5	
家庭	5.2	6.9	3.9	
屋外	3.7	3.4	3.9	*
店	1.5	1.7	1.3	
外見(服装・髪型・持ち物)				
ネクタイ	70.9	75.9	67.1	
スーツ姿	69.4	63.8	73.7	
カバン	35.8	43.1	30.3	
メガネ	21.6	39.7	7.9	
七三分け	17.8	32.8	6.6	***
禿頭	11.9	1.7	6.6	*
(七三、禿頭以外の)髪型描写	11.9	8.6	26.3	***
Yシャツ姿	9.7	12.1	7.9	
ケイタイ	6.7	5.2	7.9	
汗	6.7	8.6	5.3	
新聞	3.0	6.9	0.0	
タバコ	2.2	5.2	0.0	
その他情景				
パソコン	4.5	1.7	6.6	
机	4.5	1.7	6.6	
書類	4.4	1.7	6.6	

(注) 値は当該の特徴を含む絵の割合(%)を示している。ひとつの人物描写に複数の特徴が含まれている場合は、それぞれカウントした。差の検定の部分は、調査間の値をカイ自乗検定した結果を示している。

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

およそ8割、女性を描写した回答者は1割、性別不明(象徴化された人間の姿などの描写)が2割弱であった。ただしこの割合は、調査1と調査2で異なっていた。調査1では男性描写が9割で、女性は全く描かれなかった。それに対し調査2では、男性描写が8割弱、女性描写が2割弱である。調査間の差の検定の結果、男性描写は調査1の方が、女性描写は調査2の方が多くなっていた。なお、調査2では回答者の性別によって描画された人物の性別に違いがみられた。カイ自乗検定の結果、調査2の男性描写は男性(87%)の方が女性(67%)よりも有意に多く($\chi^2(1) = 4.21, p < .05$)、女性描写は男性(7%)よりも女性(27%)の方が有意に多かった($\chi^2(1) = 5.01, p < .05$)。

2. 年齢

登場人物の平均年齢は、32.4歳(S.D. = 7.5)である⁽³⁾。年代ごとに分布をみると、20代が43%、30代が31%、40代が22%、50代が4%であった。なお、調査1と調査2を比較すると、調査1(M = 36.5 S.D. = 6.6)の方が、調査2(M = 29.1 S.D. = 6.5)よりも有意に年齢が高かった($t(132) = 6.55, p < .001$)。

3. 登場人物の行動・場面・外見

人物の行動、行動場所、持ち物などについて表1に示すカテゴリーに基づいて、全体および調査ごとの描写頻度を算出した。その結果、登場人物が何らかの行動を起こしていたものは全体のおよそ3割であった。この中で多く描かれていたのは「笑う」であったが、「頭を下げる」も1割程度みられた。また回答者のおよそ3割が、場所が特定できる場面を設定しており、その中には「職場」「列車内・駅」が多かった。外見については「スーツ姿」「ネクタイ」が多く、それに「カバン」「メガネ」が続いていた。髪型は七三分けが最も多かった。

4. 登場人物のセリフ

人物描写に付与されたセリフについて、表2に示すカテゴリーに基づいて、全体および調査ごと

の描写頻度を算出した。多いのは「はじめまして、〇〇会社の××です」「おはようございます」といった「営業トーク・挨拶」で、回答者の3割弱がこのセリフを絵に加えていた。その他では「疲れた」「ZZZZ…」といった「疲労・倦怠」、「こんな仕事やってくれるか」「最近の若者は」といっ

た「愚痴・悪口」が、それぞれ1~2割程度挙げられていた。

5. 社会人・サラリーマンイメージの類型

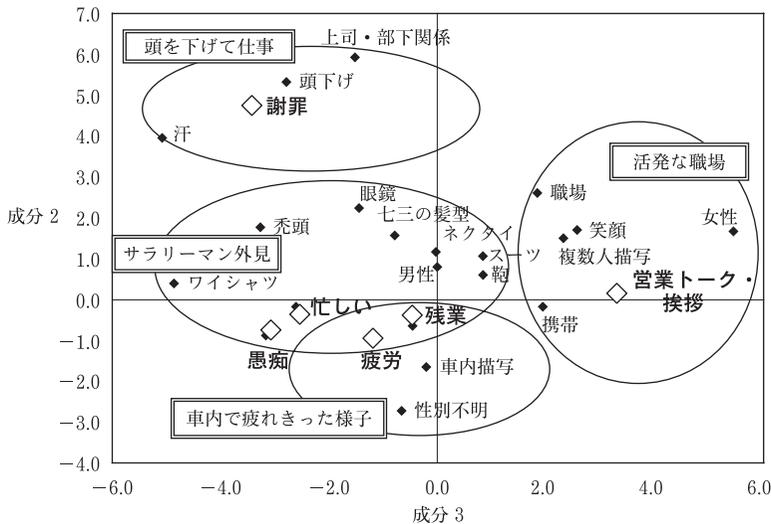
社会人・サラリーマンの描写について数量化3類を用いてイメージの類型化を試みた。分析に使用した項目は性別（男性・女性・性別不明）、複数描写有無、上下関係描写の有無さらに表1および表2のカテゴリーの中で5%以上に該当があったものを取り上げた⁽⁴⁾。第3主成分までを算出（固有値：第1主成分0.15、第2主成分0.12、第3主成分0.08）して各項目の布置を検討した。このうち第2主成分と、第3主成分による2次元を図化し、各項目群に名前をつけたものを図1として示した。

図1の項目群は、大きく4つに分類される。第1象限の項目群には「女性」「複数人描写」「笑顔」「職場」などが含まれる。女性を含む複数の登場人物が、職場にて笑顔で仕事をしている描写と考えられる。セリフは営業トークや挨拶が関連している。比較的活発で楽しい職場のイメージからなる、「活発な職場」群と考えられる。このイメージに該当する典型的な描写が、図2である。

表2 社会人・サラリーマン描写に付与されたセリフの内容

	全体 (N=134)	調査1 (N=58)	調査2 (N=76)	差の 検定
営業トーク・挨拶	26.9	12.1	38.2	**
疲労・倦怠	17.2	19.0	15.8	
愚痴・悪口	13.4	17.2	10.5	
謝罪	8.2	8.6	7.9	
残業がある	7.5	5.2	9.2	
急ぐ 忙しい	5.2	10.3	1.3	*
相手を叱る	4.5	3.4	5.3	
会議がある	3.7	5.2	2.6	
頑張るぞ	3.0	1.7	3.9	
上司におべっか	1.5	1.7	1.3	
昼飯について	1.5	1.7	1.3	

(注) 値は当該の特徴を含むセリフの割合(%)を示している。ひとつのセリフに複数の要因が含まれている場合には、それぞれカウントした。差の検定の部分は、調査間の値をカイ自乗検定した結果を示している。
* $p < .05$, ** $p < .01$



(注) 各項目とも、描写ありを1、描写なしを2として数値化して分析を行った。★は描写項目、◇はセリフ項目を示している。煩雑になることを避け、図には項目の「あり」の値のみを載せた。

図1 社会人・サラリーマンイメージ描写 数量化3類の結果 (N=134)



図2 描画の例1 (調査2, 大学2年生, 女性)



図4 描画の例3 (調査1, 大学2年生, 女性)



図3 描画の例2 (調査2, 大学2年生, 女性)

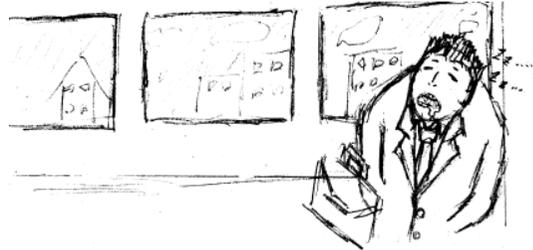


図5 描画の例4 (調査2, 大学2年生, 男性)

第2象限には「頭を下げる」「上司・部下関係」「汗」および「謝罪」のセリフが布置している。部下が上司に向かって頭を下げて汗をかきながら謝罪している「頭を下げて仕事」群と考えられる。この群の典型的な描写が、図3である。

軸の中心点付近には、「男性」そして「スーツ」「ネクタイ」「メガネ」といった外見に関する項目が布置している。これは「サラリーマンの外見」を示すイメージ群と考えられる。これらの項目群には「忙しい」「疲労・倦怠」「残業」のセリフが近くなっている。この項目群に典型的な描写は、図4である。

また、横軸の中心で、縦軸のマイナス方向に「車内描写」「性別不明」が位置している。これは「車内で疲れきった様子」を示す項目群と考えられる。これらの項目群は「サラリーマンの外見」群と重なっており、セリフも同様に「忙しい」「疲労・倦怠」「残業」が近くなっている。この項目群に典型的な描写として、図5が挙げられる。

社会人・サラリーマンの仕事や生活内容

社会人・サラリーマンの描写に関して求めた説明文は、前述の描画の補足となっている。この文章を意味内容ごとに分割して説明項目とし、KJ

法を用いた内容分類を行った。その結果、延べ406の説明項目が、表3に示す形で分類された。全体を通してみると、「営業」「デスクワーク」といった具体的な仕事内容について記述しているものが延べ数の3割を占めて多かった。次いで「満員列車で通勤」「疲れている」「サービス残業をする」など忙しく疲れる毎日を説明したもの、「客に頭を下げている」「毎日同じことの繰り返し」など面白くない仕事について記述したものが、それぞれ2割程度と多くなっていた。また仕事以外の生活についての記述も2割弱みられたが、その中には「家庭をおろそかにしている」「休日はダラダラ過ごす」といった否定的な回答が多くなっていた。

社会人・サラリーマンに対する感情・評価

感情・評価の自由記述について、文章を意味内容ごとに分割して説明項目とし、KJ法を用いた内容分類を行った。その結果、延べ186の説明項目が、表4に示す形で分類された。全体を通してみると否定的感情・評価が6割を占めて多くなっていた。その中には、「つらそう」「哀れ」といった、同情や哀れみを示す回答が多かった。これに「自分になりたくない姿」「自分を犠牲にしてお金

表3 社会人・サラリーマン描画に関する説明文の分類結果

	全体 N=(135)	第1調査 (N=58)	第2調査 (N=76)		全体 N=(135)	第1調査 (N=58)	第2調査 (N=76)
具体的な仕事内容(122) 30.3%				有能な仕事ぶり・充実した仕事(16) 3.9%			
働き方(87)				仕事熱心	3	1	2
営業(外回り)	41	19	22	まじめでしっかり	2	0	2
一日中(パソコンで)デスクワーク	31	14	17	その他	11	4	7
携帯電話で仕事の話をしている	5	3	2	合計	16	5	11
会議をしている	3	1	2	気楽な仕事ぶり(4) 1.0%			
企画	3	0	3	適当に仕事をしている	1	1	0
販売	1	1	0	その他	3	1	2
その他	3	0	3	合計	4	2	2
合計	87	38	49	働き方その他(9) 2.2%			
サラリーマン・OL(21)				詳細なスケジュール	3	0	3
サラリーマン	19	0	19	部下に嫌われている	2	1	1
OL	2	0	2	その他	4	1	3
合計	21	0	21	合計	9	2	7
特定の職業(7)				家庭(仕事以外の)生活(71) 17.5%			
合計	7	0	7	家庭不和・家庭おろそか(18)			
地位(7)				仕事しすぎで家族をおろそかにしている	6	4	2
平社員・下っ端	3	3	0	奥さんから文句を言われている	4	3	1
(中間)管理職	2	1	1	家族から邪魔にされている・上手くいない	4	2	2
その他	2	0	2	休日の接待ゴルフ	2	2	0
合計	7	4	3	その他	2	1	1
忙しく疲れる毎日(88) 21.7%				合計	18	12	6
満員電車で通勤(21)				家庭生活重視(15)			
合計	21	13	8	家族を大切にする・家族のために頑張る	4	3	1
忙しくて疲れきった(36)				休日は趣味を満喫	4	0	4
時間がない忙しい	7	7	4	休日は家族と過ごす	3	3	0
疲れている	6	6	3	幸せな家庭生活	2	2	0
ストレスがたまっている	4	0	4	家庭と仕事を大切にしている	2	0	2
電車の中で寝ている	1	1	3	合計	15	8	7
休みがない	2	2	1	家で何もしない(13)			
仕事がハードで倒れそう	3	3	0	休日はガラガラ過ごす	10	4	6
人間関係でクタクタ	0	2	2	趣味がない	2	0	2
合計	36	19	17	家では動かない	1	1	0
労働時間が長い(31)				合計	13	5	8
サービス残業をする	5	5	9	お金がない(6)			
朝早く出勤	5	5	1	生活をきりつめている・贅沢できない	2	2	0
遅くまで仕事	3	3	2	安い昼食	4	3	1
朝早くから夜遅くまで仕事	3	3	3	合計	6	5	1
合計	31	16	15	平凡で安定した生活(5)			
面白くない仕事(51) 12.6%				平凡・平均的な生活	3	3	0
ペコペコした感じ(30)				仕事・生活が安定している	2	1	1
客に頭を下げている	10	6	4	合計	5	4	1
上司に怒鳴られて(文句を言われている)	8	3	5	その他(14)			
上司に逆らえない	6	6	0	ひとりぐらし	4	2	2
上司に頭を下げている	4	4	0	娘や若い女性に相手にされない	3	3	0
OLにこき使われる	1	1	0	その他	7	1	6
お茶くみ	1	1	0	合計	14	6	8
合計	30	21	9	外見(23) 5.7%			
つまらない毎日(21)				スーツ	7	2	5
毎日同じことの繰り返し	14	4	10	新聞を読んでいる	5	4	1
つまらない・充実感がない	2	1	1	ネクタイ	2	1	1
やりたくない仕事をしている	2	2	2	服装に気をつけている	2	1	1
その他	3	3	0	その他	7	6	1
合計	21	8	13	合計	23	14	9
酒を飲む(22) 5.4%				述べ回答数	406	191	215
仕事後に酒で疲れを癒す	11	6	5				
接待や付き合いでのみに行く	11	3	8				
友人と飲みながら愚痴る	2	2	0				
合計	22	9	13				

(注) カテゴリごとの％は、延べ回答数(406)を分母として計算した。ひとりの回答者が複数のイメージをあげている場合は、複数の項目をカウントした。

表4 社会人・サラリーマンに対する感情・評価自由記述の分類

	全体 N=(135)	第1調査 (N=58)	第1調査 (N=76)
否定的感情・評価(115) 61.8%			
大変そう(72)			
つらそう・厳しそう・大変そう・苦勞している・頑張っている	45	26	19
哀れ・かわいそう	7	5	2
疲れている	7	4	3
忙しい	7	3	4
自分の身体を大切にしてほしい・身体が心配	5	3	2
もっと楽しんでほしい	1	0	1
合計	72	41	31
なりたくない姿(28)			
自分になりたくない姿	16	8	8
つまらない・やりがいが無い	6	3	3
刺激がない・退屈	2	0	2
夢がない	1	1	0
その他	3	0	3
合計	28	12	16
否定的イメージ(15)			
自分を犠牲にしてお金を得ている	11	9	2
会社のために働いている・企業戦士・ロボット	3	2	1
気持ち悪い・汚い	2	2	0
よいイメージはない	2	2	0
地味・明るくない	2	0	2
その他	4	0	4
合計	24	15	9
肯定的感情・評価(54) 29.0%			
尊敬(20)			
尊敬	12	5	7
頑張っている	7	0	7
日本を支えている	1	1	0
合計	20	6	14
応援したい(11)			
頑張れ・応援したい	7	5	2
ご苦労様・お疲れ様	4	1	3
合計	11	6	5
なりたい姿(7)			
自分になりたい姿	4	0	4
自分も早くなりたい・自分も頑張りたい	3	0	3
合計	7	0	7
肯定的イメージ(16)			
カッコいい	4	1	3
立派な大人・自立している	4	1	3
その他	8	2	6
合計	16	4	12
その他(17) 9.1%			
自分のこれからの可能性・自分の人生でも通る道	6	1	5
特にない・何とも思わない	3	1	2
固い	2	1	1
その他	6	1	5
合計	17	4	13
述べ回答数	186	79	107

(注) カテゴリごとの％は、延べ回答数(186)を分母として計算した。ひとりの回答者が複数のイメージをあげている場合は、複数の項目をカウントした。

を得ている」といった記述が続いていた。

一方、肯定的感情・評価は全体のおよそ3割であった。「尊敬」という肯定的感情が中心であるが、その他に「自分になりたい姿」「カッコいい」といった憧れを示す肯定的な感情も示されていた。これらの肯定的回答は調査2で多く、「サラリーマン」よりも「社会人」という表現の方が、肯定的感情を喚起しやすいことが示唆された⁽⁵⁾。

考察

社会人ステレオタイプと感情

本研究は、大学生が抱く社会人・サラリーマンに抱くイメージと感情・評価について、明らかにすることを目的とした。

描画法を用いた調査の結果、社会人として描かれやすかったのはスーツやネクタイを着用した男性であった。「サラリーマン」という表現を用いた場合には、その傾向は特に強くなっていた。また、数量化3類を用いて描写および付与されたセリフの類型を求めたところ、布置の中心には「スーツとネクタイで忙しく残業をしている男が、残業で疲れ、忙しく、愚痴を言っている」姿が位置していた。このイメージが、社会人ステレオタイプの典型と考えられる。その周辺には「汗をかいて頭を下げながら仕事をしている」姿、「車内で疲れきった様子で集団に埋没している」姿、「女性を含めて笑顔で挨拶をしている」姿が布置していた。このうち女性を含めた職場のイメージ以外は、スーツとネクタイの男性イメージのサブタイプと位置づけられる。自由記述に示された仕事内容についても「営業」「デスクワーク」が大半で、非常に均一化されたイメージが抽出されている。

さらに、社会人・サラリーマンに対する感情・評価について尋ねた自由記述では、全体として否定的内容が肯定的内容よりも多く描かれていた。中でも「大変そう」「つらそう」といった同情や哀れみの感情が多く、「なりたくない姿」「つまらない」あるいは「汚い」といった軽蔑感情も示されていた。本研究は、大学生は外集団である社会人に対して否定的な感情・評価を抱きやすいと推

測していたが、調査の結果はこれを支持するものといえる。Fiske, *et al.* (2002) は、外集団に対する認知は有能さと暖かさの2次元で分類され、この次元のどこに位置するかで喚起される感情が異なると指摘している。例えば、有能で暖かいと捉えた場合には誇りや賞賛を感じやすい。また有能だが冷たい外集団としてとらえれば敵意や嫉妬や賞賛を、無能で暖かいと捉えれば哀れみや同情を、無能で冷たいと捉えれば軽蔑を感じやすい。本研究において回答者が社会人に対して示した感情は、同情・哀れみ・軽蔑などが中心であった。このことから、大学生たちは社会人の能力を低く見なしやすく、これが哀れみや軽蔑などの否定的感情の喚起につながっているものと推察される。ただし社会人に対し、「尊敬」「応援したい」「自分になりたい姿」といった尊敬や賞賛を示す肯定的感情も3割程度上がっている。社会人を有能で暖かいと認識する場合に、これら肯定的感情が伴うものと考えられる。回答者によってイメージが大きく異なる理由については本研究では明らかではない。今後は、社会人イメージの構造を詳細に検討するとともに、従来指摘されてきた自己効力感など自己概念との関係についても検討することが求められる。

社会人とサラリーマンの差異

本研究では調査1としてサラリーマンイメージを、調査2として社会人イメージを尋ねた。結果をみると、調査2では登場人物が「サラリーマン」であることを言葉で加筆するものが多くみられた。また、人物描写やセリフについて、2つの調査は類似した内容を多く含んでいた。この点から社会人の典型としてサラリーマンがイメージされやすいことが改めて確認された。

しかしながら、両調査間には差異もみられている。まず、サラリーマンの表現を用いると、女性は全く描画されなかった。また男性登場人物についてもネクタイ・七三分けといった外見の典型例が描画されやすかった。また、サラリーマンと表現されるほうが、高い世代がイメージされやすかった。さらに感情・評価についても、サラリーマン

の表現を用いると否定的な感情が浮かびやすかった。

それに対し、社会人という表現を用いた場合には、女性回答者を中心として女性を描写する傾向がみられ、年齢も相対的に若かった。さらに、複数の人数が描かれ、営業トークや挨拶などがセリフとして付与されやすかった。感情・評価に関しては、「尊敬」「応援したい」「自分になりたい姿」といった肯定的感情の割合がサラリーマンよりも多くなることが示された。

以上の点から、「社会人」と「サラリーマン」は想起されるイメージが重なるものの、社会人の方が大学生に自分自身の姿と重ねてイメージされやすく、差異の強調は少なくなる。この点から否定的感情・評価が少ないものと考えられる。逆に、サラリーマンは社会人の否定的なサブタイプであることが示唆され、大学生が自分達とは異なる集団として否定的に評価される傾向が強まると結論づけられる。

社会人ステレオタイプの背景と今後の課題

社会人の描画は背景のないものが多かったが、場面が描かれた場合は、「列車内・駅」「職場・取引先」が多かった。大学生が社会人と直接接する機会は限定されており、そのひとつが駅や車内である。車内で見かける社会人の外見や疲れた様子が選択的に認知され、記憶に残りやすいことから、ステレオタイプが強化されやすいものと考えられる。ただし、もう一方の「職場・取引先」については、この場での社会人を観察する機会は大学生にとってさほど多くはない。特に、職場での典型的な姿とされる「職場で上司に叱られているシーン」を大学生が直接観察する機会が多くあるとは考えにくい。この点については、マスメディアを媒介とした情報からステレオタイプが形成・維持されている可能性もある。また、社会人の家庭生活は、家庭をおろそかにし、家でダラダラ過ごすといった否定的なイメージが想起されやすかった。この姿が彼らの父親（あるいは他の家族成員）を投影したものである可能性がある。しかしながら、登場人物の年齢平均値が32歳で、分布も20代～

30代が7割以上を占めることを考えると、回答者が自身の家族とは切り離して想起したとも推察される。この点については大学生の家族関係を含めてイメージを再検討することが必要であろう。

最後に本研究の問題点として、以下の2点を挙げる。第1に調査対象者の問題である。本研究は江戸川大学の学生のみ調査を行っており、ここで示された社会人ステレオタイプが大学生一般にあてはまるかは明らかではない。今後は様々な種類の大学生を対象とするとともに、属性等と関連づけて構造を検討する必要がある。

第2は描画と自由記述を用いた調査方法の問題である。本研究では、ステレオタイプ化された社会人イメージを抽出するために描画と自由記述を分析したが、分類結果については十分な妥当性・信頼性が確認されているとは言いがたい。また分析の性質上、統計的検定は十分に行われていない。今後は、本研究で得られた項目をもとに、質問紙調査を実施し、「社会人」「サラリーマン」の比較、あるいはイメージと感情の関連などを検討することが求められる。

第3は、社会人ステレオタイプの形成・維持過程、およびそれが及ぼす影響が未検討な点である。本研究では、大学生が抱く社会人ステレオタイプを確認したが、それがどのような情報によって形成・強化されているのか、あるいは肯定的評価と否定的評価が分かれる原因はどこにあるのかなど、不明な点が残されている。今後は、否定的感情と結びつきやすい社会人ステレオタイプが、就職活動にどのような影響を与えるのかをひきつづき検討する必要がある。

《注》

- (1) 本研究実施にあたり、下村英雄先生(労働政策研究・研修機構)に貴重なアドバイスをいただきました。深く感謝申し上げます。

- (2) 本研究では、描画および自由記述の項目抽出および内容分類は、調査者1人が行っており、妥当性・信頼性の検証は十分に行われていない。今後は、この点を改善することが必要である。
- (3) 30~40歳といった回答については、各回答の中央値を代表値として用いた。
- (4) 場面の「家庭」は5%以上の該当であったが、他の項目から大きくはずれていたため、分析の途中で除外した。
- (5) 否定的感情・評価、肯定的感情・評価、その他の割合を調査ごとに算出し、カイ自乗検定を行ったところ、調査による有意な差がみられた($\chi^2(2) = 9.81, p < .01$)。

引用文献

- 安達智子 2001 大学生の職業動機測定を試み 実験社会心理学研究, 38, 172-182.
- Fiske, S., Cuddy, A. J. C., Glick, P. & Xu, J. 2002 A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902.
- Gottfredson, L. S. 1981 Circumscription and compromise: a developmental theory of occupational aspirations. *Journal of Counseling Psychology Monograph*, 28, 545-579.
- Gottfredson, L. S. 1996 Gottfredson's theory of circumscription and compromise. In D. Bwown, L. Brooks, & associates., *Career Choice and Development* (3rd ed., pp. 179-232). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- 日本労働研究機構 2001 中学生・高校生の職業認知資料シリーズ No. 112.
- 清水裕・下斗米淳・風間文明 2005 大学生の就業自己イメージ尺度作成の試み 社会心理学研究, 20, 191-200.
- 下村英雄 2002 安全性拡充のための「社会心理学的装置」の構想——安全文化(セーフティ・カルチャー)のための社会心理学——日本社会心理学会第42回大会 自主企画・運営シンポジウム 当日配布資料.
- 浦上昌則 1995 女子短期大学生の進路選択に対する自己効力と職業不決断——Taylor & Betz (1983)の追試的検討 進路指導研究, 16, 40-45.