

平成8年度厚生省心身障害研究  
「生涯を通じた女性の健康づくりに関する研究」

「メディアの性に関する報道が若年者にどのような影響を与えるか」  
(分担研究：女性からみた妊娠、出産に関する研究)

分担研究報告書

分担研究者 北村 邦夫（日本家族計画協会クリニック）  
研究協力者 堂本 暁子（女性と健康ネットワーク）

要約

本研究の目的は、メディアが発信する性に関する情報が、テレクラや援助交際に象徴される今日の若者の性行動にどのような形で影響を与え、それが結果として若者、特に女性の心身の健康にどのような影響を与えているかについて考察することである。研究の方法としては、情報の送り手であるメディアと情報の受け手であり行動の主体でもある若者、さらに若者の援助交際の相手でありもう一方の行動の主体である大人の男性等、それぞれの側からの分析を行うことが必要であるが、今回行った調査は研究の第一段階として、メディアに焦点を当てることにした。具体的には、様々なメディアのなかで若者の性行動に最も影響を与えていると思われる「雑誌」の編集者にIn depthのインタビューを行うという方法を採用した。インタビューは読者対象や編集目的の異なる雑誌の編集者5名に対して実施した。これら5名の調査対象者たちの具体的な発言を分析し、メディア側が若者の性に関してどのような態度をもって情報を発信しているかの検証を行った。

① a 調査の結果明らかになったことは、まず、メディアは読者が「ありのまま」ではなく「パターン化」、「差別化」した情報を求めていると考えており、そのニーズに応えるために、実存する女子高生の姿ではなくて、記号・観念としての「女子高生」の像を意識的に作り出しているということである。また、今日の若者の性行動に関してメディア側がどのような態度を有しているかについては、調査対象者たちは個々の若者の「価値観の喪失」に批判的な立場を示す一方で、若者世代を総体として一般的に論じる際は明確に善悪を判断することはせず、若者の性行動を社会システムが作り出したものとして捉えていることが分かった。さらに、今日の若者の性行動が彼らの心身の健康にどのような影響を及ぼしているかについては、調査対象者たちはあまり多くを語らず、この問題に対するメディア側の関心の低さがうかがえた。最後に、性に関する情報の発信者であるメディアが自らのあり方をどのように捉えているかについては、サブカルチャーの形成によって需要を創出し、「売れる雑誌」をつくることの必要性を強調する一方で、調査対象者は「個人としての立場」から、男女のよりよい関係づくりや、ステレオタイプではなく生身の人間を伝えること、さらに性に関する正確な知識の普及などを目指していきたいとの考えを示した。

以上のような調査結果を踏まえて、今後は若者や援助交際を行う男性等を対象に調査を進めていきたい

見出し語： テレクラ、援助交際、サブカルチャー

## 研究方法

### 1、研究の目的

テレクラやブルセラショップ、ポケベル、援助交際などに象徴される若者の性に関する行動様式の変化が今や世相を示す一種の社会現象として注目されている。この社会現象を我々が語る際、それを若者や親、風俗業者や買春する大人の側、メディア等に原因を求め、これらを非難するという「倫理主義」に陥りがちである。しかし、社会学的な見方から言えば、このような現象は一部の人間の倫理の崩壊から生じる特殊なものではなく、高度経済成長や都市化、核家族化など社会システムの変化と家庭、学校、地元などあらゆる共同体の消滅がもたらした当然の帰結であり、90年代という時代環境を映す鏡であるといえる。宮台真司氏はその著書の中で次のように述べている。

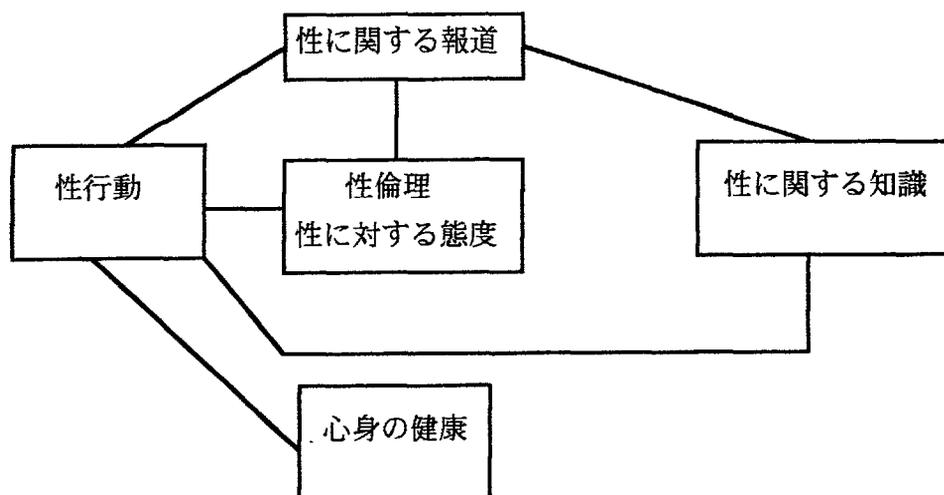
「・・・【親のだらしなさ】や【消費社会的な商品化や金銭主義】に問題を帰する倫理主義的な身ぶりの無効性を十分に納得していただけたと思う。以上のような徹底した分析をふまえた上で、たんなるカタルシスをこえる【現実的な処方箋】について考えてみよう。コミュニケーションの断絶を象徴するさまざまな【社会現象】をもたらす団塊ジュニアを前にして団塊親や周囲の人間はどんな態度を取るのかが【合理的】なのか」（宮台真司『制服少女たちの選択』1994年）

このようにいっさいの倫理的判断を排除し、若者の性行動の変化をあくまでも所与のものとした上で、それらが若者の健康（「生涯を通じた女性の健康づくりに関する研究」という研究テーマに鑑み、特に若い女性の健康）に与える影響について考察したい。本研究の目的は決してメディアの性に関する特定の情報の善し悪しを判断したり、若者のある種の性行動が問題行動であることを判断するためのものではない。特定の性行動が若者の健康に影響を及ぼすRISK BEHAVIORであるという範囲において、その性行動とメディアとの関係を分析し、RISK BEHAVIORを回避する手段を考えるのに役立てたい。

### 2、研究の枠組み

日本性教育協会が実施した1993年の全国調査によると、女子高校生の「性に関する行動や知識に影響を与えたもの」は友人63.5%、テレビ・ラジオ48.3%、新聞・雑誌47%であり、そのうちの17.2%が最も影響を与えたものとして新聞・雑誌を挙げている。これらの結果からも明らかのように、現在多くの若者が自分の性についてなんらかの形でメディアの影響を受けていると感じている。

メディアと若者の性との関わりについては、倫理、態度、知識等、様々な影響が考えられるが、若者のリプロダクティブ・ヘルスを考察するためには、結果として心身の健康への影響をもたらす実際の「性行動」とメディアとの関係を考察する必要がある。特に性行動の規定要因としてメディアを取り上げる場合、与えられる情報、性行動、そしてそれによってもたらされる結果の相互作用を詳細に分析する必要がある。



「メディア」、「性に関する報道」、「若者」、「影響」については、下記のような分類が可能であるが、本研究の目的に照らして、特に◎および○をつけた項目に限って調査を行うこととする。

<メディア>

- 新聞 ○広告物・ビラ等
- ◎雑誌 インターネット
- テレビ
- ◎ビデオ

<性に関する報道>

- ◎ポルノ
- ◎性風俗（テレクラ等を含む）に関する情報
- ◎若者の性の実態についての報道
- ◎若者の性のあり方についての報道
- ◎性に関する知識についての報道

<若者>

- 中学高校生（12-18歳）の女性
- ◎中学高校生（12-18歳）の男女
- 未成年（12-19歳）の女性
- 未成年（12-19歳）の男女
- 中学生から大学生まで（12-22歳）の女性
- 中学生から大学生まで（12-22歳）の男女

<影響>

内面的：

- 性に関する知識
- 性倫理・性に対する態度
- 異性との関係性
- 価値観（社会との関わり方等）
- ◎心の健康（外面的影響による精神的ダメージ等）

外面的：

- ◎性行動の変化（性体験の低年齢化、不特定多数・年上の相手との性的関係、コンドームを使用しないセックス、「過激な」セックス等）
- ◎体の健康（望まない妊娠、人工妊娠中絶、STD/AIDS等）
- 性犯罪（売買春、レイプ、麻薬、暴力団の関与等）

調査の形式、対象については下記のものと考えられるが、本研究の目的に照らして、特に◎および○について調査を行うこととする。

<調査の形式>

- インタビュー
- フォーカスグループ
- アンケート
- ◎メディアが発信する情報の分析

<調査対象>

- ◎若者
- ◎メディア
- 大人（援助交際の相手）
- 親
- 学校教師
- 警察
- ◎産婦人科医等
- ◎カウンセラー等

<調査内容>

- (1) 情報の送り手：メディアがどのような意図を持ってどのような情報をどのように発信しているのか。
- (2) 情報の受け手：若者はどのような情報をどのような媒体から得て、その結果どのような性行動をとっているのか。
- (3) 影響：性行動の結果、心身の健康にどのような影響を受けているか。

<分析の方法>

- (1) 研究初年度は情報の送り手であるメディアの中で、若者に最も影響を与えている（前述、日本性教育協会1993年全国調査）雑誌の編集者にインタビューを行うことにより、上記調査内容について大まかなイメージをつかむ。
- (2) 2年目は各調査対象に対するインタビューやフォーカスグループ等を行うとともに、特定の若者に絞ったケーススタディーを行う。

4、これまでの調査について

(1) 調査の背景

これまで中高生の男女の性に関する意識調査は数多くなされてきた。（日本性教育協会、全国PTA協会など）また、テレクラや援助交際などが今や社会現象となっていることもあり、これらをテーマに女子中高生にインタビュー調査を行った報告も増えている。（宮台真司『制服少女たちの選択』1994年、黒沼克史『援助交際』1996年など）

しかしながら、メディアが流す情報と若者の性行動との関係に着目した場合、行動を規定する情報を発信する側の分析が不可欠である。しかしそれらに関する研究は現在あまり行われていない。

（赤川学、1996年、欲望を創出する装置としてのアダルトビデオの分析等は男性を対象としたものである。鈴木みどり、村松泰子のメディアと女性についての考察等もある。）FM 特に若い女性のリプロダクティブ・ヘルスにかかわる性行動への影響をメディアの側から考察した研究はほとんど見られない。

そこで、本調査を始めるにあたっては、まず性に関する情報を発信するメディアに焦点を当て、その分析を行うことで若者の性行動に与える影響を考察することにした。

(2) 調査の方法

雑誌という媒体を使って若者のサブカルチャーや性についての情報を発信している人たちに一人1時間程度のインタビューを行った。(編集長、編集者、特に誌面についてのアンケートや悩み相談、お便りのページ等読者からのフィードバックを担当している編集者、女子中高生を実際に取材している編集者など)

### (3) 雑誌の種類

雑誌の種類については対象となる読者や読む目的等により下記の通り分類できる。

女子中高生が読む情報誌(「Olive」「SEVENTEEN」「ポポロ」「an an」など)

広範な読者を獲得・維持してきた雑誌。芸能、ファッション等についての記事が多いが、「SEXできれいになる」「恋するKISS白書—女の子500人の告白」といった特集や「性についてのQ&A」など性についての情報も多い。

女子中高生が読むポルノ雑誌(「DAISUKI」「POPTeen」など)

女子中高生を意識してつくられたポルノ雑誌。

女子中高生がコミュニケーション・ツールとして使用している情報誌(「egg」「DAISUKI」など)

女子中高生が自分の写真やプロフィール、スリーサイズ、ポケベル番号など自分についての情報を載せている雑誌。

男子中高生が読むポルノ雑誌(「すっぴん」「デラべっぴん」など)

サラリーマンが読む雑誌(「週刊宝石」など)

女子中高生を「援助」・買春する側が読む雑誌。

### (4) インタビューの内容

標準化された質問表に基づき、インタビューを進めた。雑誌の種類に応じて重点的に質問したいことをあらかじめ決めていた。

### (5) これまでに実施したインタビュー

- 「DAISUKI」編集者(20代、男性) — 上記分類項目 ii、iii
- フリーライター(30代、女性。若い女性向けのポルノ雑誌の記事を書く。元アダルトビデオ監督) — 上記分類項目 ii
- 「すっぴん」編集長(30代、男性) — 上記分類項目 iv
- 「ポポロ」副編集長(30代、男性) — 上記分類項目 i
- 「Olive」編集者(30代、女性。ブルセラ雑誌等の編集者の経験有り。) — 上記分類項目 i

### 結果

今回、若者に向けて情報を発信するメディア関係者5名にIn-depthインタビューを行った。インタビューはすべて許可を得て録音し、テープおこしを行った上で、分析の対象とした。本調査では、特にメディア側が若者の性に関してどのような態度を持って情報を発信しているかを中心に分析を行った。

#### 1. メディア側が考える「読者がほしがる情報」

今回の調査では、「メディアが発信する情報」がどのような意図をもって発信されているかを知ることが主な目的とし、メディアが考える「読者のほしがる情報」についての質問を行った。その

なかで明らかとなったことは以下の通りである。

#### (1) 性的な刺激を与える情報

ポルノ、グラビアを中心とした読者に対して性的刺激を与えるもの。10代の男性読者は女性の身体の露出度が高いものを好み、視覚的な刺激を求めていることが分かった。成人男性を主な対象とする雑誌では女子高生の特集が多いが、女性の身体の露出度には必ずしもこだわらず、視覚的なメッセージよりも性行為の描写やイメージを重視しているようである。

<例>

「表紙とかハードにしないと売れないんですよ。それからビデオのコーナーとか、そういうのがないと売れないんです」（「DAISUKI」編集者）

「『デラ・ベッピン』のコンセプトというのはAV、又はヌードのハードな、よりあそこが見える、見えそうということをテーマでつくってました。だから読者層は物が見たい、という一番若い読者層」（「すっぴん」編集長）

「やっぱりかわいい子ですね。それもぼっちり見せない方がいいんです。陰湿な淫靡なことがいいんです」（「Olive」編集者）

#### (2) 他者の性に関する情報

@読者の投書を基本として編集される記事が多い。体験談やアンケートの結果を中心として構成され、他者がどのような性行為を行っているかを知ることのできるもの。

<例>

「年上男と年下男どっちがいいのかの特集、結婚したときにどっちがいいとかは、どっちがいいとかの企画が売れました。あとはプレーの内容とか、他のカップルはこんなことをしてますよ、こんなことをすると気持ちいいですよとか、そういう企画」（「DAISUKI」編集者）

「この企画はキスについての女の子500人の告白です。ファーストキスはどうだったか、彼氏とはじめて会ってから何カ月たってはじめてキスするかとか・・・」（「ポポロ」副編集長）

#### (3) 個人情報の交換に関する情報

若者が友人、性の相手を探すために編集される情報で、主に読者の投稿によって構成される。特に個人情報（スリーサイズ、ポケベル番号、交際相手の希望、写真など）が詳しく書かれているもの。最近、誌面のほとんどがこの種の情報で占められている雑誌が少なくない。

<例>

「うちのコンセプトというか一番の売りは個人メッセージ交換のコーナーです。女性と男性からメッセージを送ってもらうんですが、これに載せますと多い方で月に200とか300とかの返事が来ちゃうんですよ。他の雑誌はブームの時売れたりして今は下降気味。うちは創刊から売り上げ部数が変わってないんですよ。このメッセージコーナーに固定のお客さんがついているみたいです」

（「DAISUKI」編集者）

#### (4) 性風俗に関する情報

性産業に関わる情報、利用の仕方といったHow to ものから店の紹介など、実際に利用できる具体的な情報を含むもの。性産業における新たな分野をとりあげることも多く、性風俗の流行を主導していくことも少なくない。特にポルノ雑誌においては性風俗店が主な広告主となっており、商業的な相互依存関係が成立している。

<例>

「うちの読者はレズが多いんですよ。レズパートナーっていうのに結構きたりするんです。札幌の中学生の女の子から【あたしおなべバーに勤めたいんですけど、場所と電話番号を教えてください】って、編集部で電話がかかってきました。一番反応があったのは【女性用逆ソープ】という企画。どこにあるんですかとか・・・」（「DAISUKI」編集者）

以上がメディア側が考える「読者の求める情報」として挙げられるが、調査対象者のほとんどが読者を獲得できる編集の仕方として、「ありのまま」ではなく「パターン化」、「差別化」した情報を流すことを指摘した。そして、実存する女子高生の姿ではなく、記号としての「女子高生」を作り出すことで読者を引きつけることができると発言している。「観念としての少女」を作り出すことを主な目的として雑誌づくりをしていると述べた対象もいた。このように女子高生のある種の行動を強調し、「女子高生は処女であり清純である」「女子高生はHであり冷めている」「女子高生はミーハーだ」などステレオタイプ化することが有効であることが分かる。もちろん、その雑誌が読者のどのようなニーズを満たそうとしているかによってステレオタイプの内容は異なっているが、興味深いのは調査対象者たちが共通して「自分たちが作り出している像」を明確に認識している点である。

<例>

「ありのままの女子高生をそのまま会話させて、それで完結させちゃう形は受けないですよ。何らかの形で女子高生をパターン化したり、差別化したりね。女子高生はこうだっていうのをノートに箇条書きに、書きやすい形で提供してます」（「すっぴん」編集長）

「作り手側の意図としても、女の子をいまさら女子高生で処女でというイメージは、確かに売れますが、違う形での処女性性の表現をしていますよね。背景の処理であったり。制服の記号性による処女性性の求め方というのは今はやっていませんね」（「すっぴん」編集長）

「女子高生っていうのがエロの記号と化しちゃったんですね。ブルセラショップが話題になったときに、女子高生が自分が女子高生というブランドを背負っていることを自覚しちゃったんですよ。それで、今度は高校生ではダメで、中学生を使わなきゃって。売れましたね」（「Olive」編集者）

「『Olive』って特殊な雑誌でして、昔から【Olive少女】って架空の存在があるんです。概念としての【Olive少女】はもちろんセックスはしません。だから『Olive』の中ではセックスはタブーなんです」（「Olive」編集者）

「『Olive』というのは万人に受けるというよりもマニアックな人に受けるんですよ。それは雑誌の魅力というよりもその観念が受けるんだらうと思います。観念にあこがれるのだと思います」（「Olive」編集者）

## 2、メディア側が見る「若者の性行動」（テレクラ、援助交際、風俗、売春、ポルノ等）

メディアは若者の性行動について様々な形で報道を行っている。本調査では情報を発信する側であるメディアがそもそも現代の若者をどう見ているか、またテレクラ、援助交際等、若者の性行動についてどのような態度を有しているかについて分析を行った。

調査対象者たちは、テレクラ、援助交際等の性行動に走る若者には以下のような特徴があると考えている。

## (1) 価値観の喪失

調査対象者の発言のなかで最も目立ったのが「少女たちの価値観の喪失」である。調査対象者たちは若者世代を総体として一般的に論じる際は肯定・否定のいずれの立場もとらないが、個々の少女たちと実際に接した経験に基づいて語る際は総じて否定的な態度をとっていた。「価値観の喪失」としては以下の点を挙げている。

### ○他者への信頼の欠如と世代内における閉鎖性

他者、特に世代の違う相手に信頼を置かず、感覚が合う仲間と表面的に接しているという指摘がある。

#### <例>

「彼女たちは基本的にだれも信用してくれないところがあって、相談したりしないですね。初対面で話をして、ちょっとでも気に入らないことがあったら、何あの人っていう感じで何も話してくれないんですよ。リズムに合わないダメですね。取材にいく前にプリクラ1枚撮ろうみたいな」（「DAISUKI」編集者）

「プリクラなんかも特集してました。今はポケ友がはやってますが、やつらは友達じゃないんですよ。いろんな人たちと交換する。私はこんなに友達がいるんですけど。誰も友達じゃないんですよ、実際は」（「すっぴん」編集長）

### ○カネやモノへの執着と金銭感覚の欠如

ブランド品や流行品を買うというお金目的のために少女たちが割り切って援助交際等を行っているという指摘である。何十万、何百万という金額を簡単に稼ぎ、一挙に消費する反面、千円でも1万円でもお金を渡しさえすれば取材に応じ、その違いが分からないなど、金銭感覚が欠如しているということである。

#### <例>

「今の中高生は体を安売りしてる部分がありますね。モデルさんの話を聞いていると、もうこういう仕事はしたくない、安いギャラでやるんだったらその辺の親父を引っかけて援助交際する、という感覚なんです。今はもういかに楽にお金がもらえるかですね」（「DAISUKI」編集者）

「感覚が違いますよね。援助交際してる17歳の女の子は靴もベルトも全部ベルサーチなんです。そのベルサーチのマークを外すとそれがいくらで作れるとかそういうことが分かっていないんですよ。その子は4、5人特定の人が入って月に80万稼ぐんです。」（「DAISUKI」編集者）

「彼女たちはお金の感覚がないんです。少なくとも将来どうしようとか、そういう悩みもないと思います」（「DAISUKI」編集者）

「全部お金に換算しちゃうんですよ。お金で割り切ってるんです」（「Olive」編集者）

### ○心と体の分離

少女たちが割り切って売春できるのは心と体を分離させて考えいるからだという指摘。少女たちにとっては恋愛の相手との関係と売春の相手との関係は全く別のものとして両立しうるのである。

#### <例>

「だから体ってものを自分のものだと思ってないんです。今の女の子たちはすごく体と心が離れてる。でも彼とセックスするときは援助交際とは違うんですけど」（「Olive」編集者）

「デートクラブに来てる女の子たちの悩み事っていったら、最近彼氏がダメだとか、みんな彼氏の話ばかりなんですよ」（「DAISUKI」編集者）

以上のように、調査対象者たちは少女たちの価値観の喪失を指摘し、自分たちの理解を超えるものとして批判している。しかしその一方で、援助交際・買春する男性の責任についても言及していることにも注目すべきである。

<例>

「大人の人たちが若い子とやれば病気を持ってないだろうって、エイズデーの日に保健所で言ってたんですよ。やっぱり男性が悪いですよ」（「DAISUKI」編集者）

「やっぱり7割、8割は男性が悪いですよ。そういうことをするおじさんは社長の息子とかぼんぼんで、自分の親の会社に入ったら月に100万も200万ももらえる人たちが平日のお昼から女子高生買っちゃうんです」（「DAISUKI」編集者）

#### （2）性的刺激を得るための性行動

調査対象者たちは少女たちが援助交際等の性行動に走る主な理由は価値観の喪失にあるとしているが、その一方で性的刺激を得るという欲求が根本にあることも指摘している。

<例>

「やっぱり好きなんじゃないのって結論に行き着くんです。嫌いじゃできない。彼女たちは働いてると思ってらんだけど、基本的にヘルスだのソープだのっていうのは仕事じゃないんですよ。お風呂にも入ってないおじさんたちに朝からそういうことできないですよ、普通の感覚じゃ。やっぱり根底に好きだっていうのがありますよね」（「DAISUKI」編集者）

「あながちお金だけでもないなって感じもしますけど・・・」（「Olive」編集者）

#### （3）コミュニケーションの手段としての性風俗の利用

少女たちは恋愛関係を含め他者と出会い、積極的なコミュニケーションを図るための手段として風俗を利用しているという指摘である。この背景には社会のなかでの自分の位置や存在を確認したいという欲求があると思われる。

<例>

「みんな彼氏が欲しいんですよ」（「DAISUKI」編集者）

「なぜおやじならいいのか。それは優位に立てるからです」（「DAISUKI」編集者）

「モデルのなかには友達がいなくて多いんです。プライドは高いけど他人とのコミュニケーションがうまくいかない。ちやほやされて男友達や彼氏はいても女の子の友達はいない。ちやほやされたり認められたいという思いが強ければ強いほどアイドル志向は強いわけです。そういうところに声をかけられればやってしまう」（「すっぴん」編集長）

#### （4）社会システムがつくりだす行動

前述の通り、調査対象者たちは日常接する少女たちを語る際は概して批判的な立場をとっている。しかし一般論として今日の若者の性をめぐる状況について論じる場合には明確に善悪を判断することはせず、それを社会システムが作り出したものとして捉えており、時代環境が生み出した若者の文化として位置づけていた。「いろんな子たちがやってるから」という普遍性・一般性への気づきを背景とした時代性の認識が「そういう時代だから」といった発言に表れている。

○行動する少女たちの多様化

<例>

「彼女も早稲田の学生だし、2回目に入った子は現役でお茶の水に入った子で19歳、この間撮った子は慶応の法学部で結構学歴が高い。そうかと思うと中学も出ていないような子もいたり、トラックの運転手とか、いろんな子を撮ったんですよ」（「DAISUKI」編集者）

「女子高生を類型化していいかどうか分かりませんが、いろいろですね」（「Olive」編集者）

○時代性の認識

<例>

「中学生が援助交際しちゃう時代じゃないですか。昔はやくざの娘であったりとかしたんですけど、今は普通の人やってるから、しょうがないですよ」（「DAISUKI」編集者）

○文化としての位置づけ

<例>

「昔と今とでは環境が圧倒的に違う。情報量が全然違う。女子高生対象の雑誌は昔はセブンティーン等のティーンズ情報だったわけですが、今はそんなの買いません。やっぱりeggとか東京ストリートニュースとか、ストリート系情報からファッションから何から何まで友達が持っているものを買うんです。そういう意味で置かれている状況事態が変わっているし、みんな何も考えてないし」（「すっぴん」編集長）

（5）一過性のもの

調査対象者たちは若者の性行動を時代環境のなかで若者世代が作り出した文化の一部として捉えている。ゆえにそれは永続的なものではなく、時代の変化や若者たち自身の成長によって変わっていく「一過性のもの」として位置づけている。

<例>

「女の子たちもそういうのは高2までなんです。高3ぐらいになると自分の価値が下がるというか、落ち着いちゃうわけです。だからタバコをやめるのも高2だし、茶パツから何から変えるのも皆高2なんです。よっぽどバカな子じゃない限りは高3まではやらないですよ」（「すっぴん」編集長）

「不思議なものでね、彼女たちも落ち着くんです。これではいけないという瞬間があるんですよ。結局、そうやって窓口になっている人たちっていうのは、その年齢のその女の子の一時の遊びでしょ。やっぱりその子自体に力があって、その子自体の魅力で、その子自体が考えて作った仕組みじゃなくて、単なるシステムに任せただけの歯車の一員でしかないわけですから」（「すっぴん」編集長）

「僕はそういうのを否定しないし、それはそれでいいと思うんです。ただ唯一、どこかで彼女たちも気付いて方向性を変えてくれるといいなって思うんです」（「DAISUKI」編集者）

3、メディア側が見る「若者の性行動がもたらすもの」

本調査においては、さらに、今日の若者の性行動が、結果として若者の心身の健康にどのような影響を及ぼしているのか、についてのメディア側の見方を探ってみた。体の健康（望まない妊娠、人工妊娠中絶、STD/AIDS等）、心の健康（性暴力の被害による精神的ダメージ等）、そして性犯罪（売買春、レイプ、麻薬、暴力団の関与等）についての調査対象者たちの発言内容は以下の通りである。

（1）体の健康への影響

調査対象者たちは若者の性行動がもたらす健康への影響についてはあまり多くを語らなかった。質問しても「女子高生の妊娠や中絶、病気についてはよく聞きます」と答える程度で、他の質問事項と比べ、具体的な事例を示して話すことは非常に少なかった。この問題に対するメディア側の関心の低さがうかがえる。また、「他人を信用せず、悩みを相談しない」若者の側にも原因があると推測できる。

調査対象者たちは、これだけ情報があっても若者たちの性に関する知識が乏しいこと、あるいは間違った知識を信じていること、また知識があっても行動がともなわないことなどを指摘し、その結果、健康面で深刻な影響を受けていることは認識している。

<例>

「中絶の費用は援助交際やったり。友達のおろす費用を稼ぐためにやってあげたりとか」（「すっぴん」編集長）

「一応、コンドームっていう知識はあるみたいですけど、男も危険性を分かっているながらつけないこともあるし、携帯番号を教えなければいいのに教えてしまう甘さ。高校生は普通の大人以上にすごく怖い」（「すっぴん」編集長）

「病気に関していえば、高校生のテレクラ。奴等はこれだけ情報があっても無知なんですよ。対人関係一つとっても無知だから、いくらでもくどけるし、いくらでも交渉ができるんだけど、逆に向こうは交渉できないし、身を守る術を持っていないでしょう。だから、たとえば【中出しOK】って子は高2ぐらいの子が多いし。だからやつらはカンジダとかクラミジアとかトリコモナスとか、みんなそういった病気のわけ」（「すっぴん」編集長）

「カッコいい男の子。同じ病気持ちの男とやっちゃうんじゃないですか。そういったことが楽しい年齢だから。自然に分かるんだよね」（「すっぴん」編集長）

## （2）心の健康への影響

心の健康への影響についても調査対象者たちは多くを語らなかった。しかし、彼らの様々な発言に共通していたのは、1）少女たちが本人の意志でとっている行動については自ら割り切って行っていることなので、精神面での問題は起こり得ない、2）レイプ等、本人の意志に反して起きたことについても、あまり被害者意識はないようである、という立場である。

<例>

「彼女たちは自分が被害者であるって言う意識はまるでないですね。レイプされても、3人ともゴムつけてくれたから大丈夫でしょ、って」（「DAISUKI」編集者）

「ある19歳の女の子が見知らぬ男にレイプされたんですけど、大丈夫だったの、警察に行った方がいいよと言ったら、ちゃんと送ってくれたしまあまあかっこよかったから別にいいんだ、って。そういう感覚、理解できます？」（「DAISUKI」編集者）

## （3）性犯罪について

若者の性行動に関連した犯罪については調査対象者たちは豊富な情報を持っていた。メディアの関心が高い問題であることが推測できる。麻薬や暴力団の関与を指摘する発言が多く、深刻な実態があることが分かった。

<例>

「歌舞伎町には女子高生のたちんぼがいるんです。あの辺はやくざの島ですから、そこに女子高

生が入ると自分たちの風俗の子たちが働けなくなるじゃないですか。そこでやくざがおじさんと偽って女の子を買っちゃうんです。そして、俺らの島で何やってるんだって。女の子が1日4、5人を相手にしたら10万円ぐらいにはなります。そのうち9万ぐらいをやくざが取る。結局金はやくざに流れる。暴力団の資金になるんです」（「DAISUKI」編集者）

「女子高生のマルチ商法というのがあるんです。女子高生のお金持ち集団が携帯電話を大量に仕入れて、それを下々に売りさばいて、そいつらがまた売りさばく。今は16、7の女の子がやります。ときどきいなくなっちゃうこともあるんですよ。失踪しちゃう子たちもいますからね」（「すっぴん」編集長）

「今は女子高生たちが愛人バンクとかをやっています。当然、シャブとかがからんでくるわけです。売春なんてかわいいものです。月収聞くと殺してやりたくなくなっちゃいますよ。月収で300万、400万は当たり前ですから」（「すっぴん」編集長）

#### 4、メディア側が考える「メディアのあり方」

以上のようなFM 1、メディア側が考える「読者がほしがる情報」F（情報）、FM 2、メディア側が見る「若者の性行動」F（行動）、FM 3、メディア側が見る「若者の性行動がもたらすもの」F（心身の健康）をふまえた上で、情報の発信者であるメディア側は自らのあり方をどのように捉えているのだろうか。本調査においては、この点について調査対象者たちの認識を探ってみた。

##### （1）サブカルチャーの形成による需要の創出と市場の維持・発展

調査対象者たちは「需要と供給」という言葉を頻繁に口にした。彼らは他の業界と同様、いかに自らが作り出した「商品」（例えば「女子高生」）を独自のアイディアによって「消費者」にアピールし、「利益」を上げるかという論理で動いている。また、「性風俗産業」という関連業界と密接に連携しながら、業界として市場の維持・発展に努めている。それにはサブカルチャーの形成に向けての不断の努力とそれによる需要の創出が不可欠である。「欲求を作り出す装置」としてのメディアとしての位置づけである。

##### <例>

「企画水着とかスケ水着などはうちらがはじめて、女子高生をはめていく感じで、もちろん警察問題になりますよね。うちは火をつけただけですぐ撤退した。そしてどんどんモデルさんたちのジャンルが細分化されていって、システム自体ができあがってきたわけ」（「すっぴん」編集長）

「ブルセラショップは本来はマイナーなロリコンショップという形でしか存在していなかった。当時は女の子の供給が少なかったの、ある意味で開発狂いになった。そこでブルセラショップというものができ始めて、それはうちだけではないんですけど。当時はまだここまで壊れていませんでしたから、女子高生路線に対する幻想があったわけです。その頃は良い商品になった。そこには絶対お客さんがいるはずだっていうことで、うちの雑誌もその頃が一番売れたんです」（「すっぴん」編集長）

「ブルセラ現象は完全にマスコミがつくったものです。アイドル自体をくそガキにしてしまうことによって、一般の女の子たちが安心して、よりいっそう何も考えずに生きていける環境を与えていますよね。与えた影響は大きいと思いますよ。ここまで急激に進化してしまうとは思えないほどの進化ですよ」（「すっぴん」編集長）

「こういう（ポルノの）世界を肯定できたことは自分にとって良かったですね。求めている人がいて、需要と供給があって成り立ってる」（「Olive」編集者）

## （2）メディアのもつ影響力の大きさに対する当惑

調査対象者たちはメディアが社会に対して多大な影響力を持っていることを十分認識していた。メディアが若者のある種の行動を強調することによって、それを信じる若者が本当にその行動をとるようになること、メディアが行うステレオタイプ化に対する批判が少なくないことなどについて、戸惑いを見せる調査対象者もあった。

### <例>

「10代の女の子がいつも彼が顔射するって。それってAVの影響ですよ」（「Olive」編集者）

「マスコミがつくる女子高生のイメージに対する反発のファックスがよく届きますよ。そんなの一部だとかいって。女子高生たちはなんで私たちばかり責められなきゃならないのってよく言ってます」（「Olive」編集者）

「ここを出している情報が女子高生の形を全部作るっていうことは実際にはあり得ないし、雑誌というのはあくまでも楽しみで読むものだし、『ポポロ』一冊を頭からケツまで読んで人格形成される女子高生は不気味ですよ。そんなのいたらちょっと怖いかなという気がしますね。『ポポロ』からほしい情報は『ポポロ』から求めるだろうし、例えばセックスについてのもっと進んだ情報を求めるときにはそういう雑誌を求めるだろうし、情報はいっぱいありますから、その選択は大人であれ、高校生であれ本人に委ねられています」（「ポポロ」副編集長）

## （3）倫理的な意義づけ

調査対象者たちは「メディアとしての立場」で発言する際は商業的動機を前面に出してくるが、「1編集者である個人として」発言する場合は自らの仕事について倫理的な意義づけを行っている。「雑誌をつくることでどのようなことができればいいのか」という問いに対しては、以下の点について何らかの貢献ができればいいのかと答えている。しかし、一方で「個人」としての立場と「雑誌の編集方針に従わなければならない」立場との間のずれを感じている対象者もいた。

### ○男女のよりよい関係づくり

#### <例>

（この雑誌）に出たことによって、悩んでいたことを解消して次に行こうとか、何かのきっかけになればいいな。彼氏と別れたんだけど、次の彼氏を見つけるためのステップにしようという感じで、結構応募してくれて・・・」（「DAISUKI」編集者）

「男女の仲がよりよいものへと思ってやってたんです」（「DAISUKI」編集者）

### ○ステレオタイプではなく「生身の人間」を伝えること

#### <例>

「読者が夢ばかり追ってる感じがしますね。具体的な夢はないんですけど、『Olive』を通してなりたい自分がかいま見えるっていうんですか。郊外の一軒家に住んでいて、パパとママがいて適当にお金もあって。プチブル的な生活へのあこがれ、普通であることへのあこがれっていうんですか」（「Olive」編集者）

「今は『Olive』の観念から外れたものを作れないんですけど、生身の人を伝えたいですね。いいところも、悪いところも。『Olive』では自分の良心のほんの一部しか伝えてないような気がし

ます」 （「Olive」編集者）

○性に関する知識の普及

<例>

「間違った情報を流さないのは当たり前です。性知識に関しては避妊の方法云々に関して正しい知識が原則的にはあると考えていいわけですよ。たまに読者から避妊の方法について教えてほしいとかあるんです。これだけ情報があるなかで情報を得ることができないで困っている人がいる。その時に入門書のようなものを高校生が買うことはできない。だからこういった雑誌のなかに性に関する知識を入れ込んでいかなければならない」（「ポポロ」編集長）

「10代はセックスしてないことになってますから、その知識が与えられていないんですよ。避妊の方法にしても、コーラで洗えばいいとか口頭で伝えられるだけだからそうなるんです

（「Olive」編集者）

「彼とのセックスのことで悩んでいるんですけどっていうのには『Olive』は応えてあげられません。一方でエロ本、レディースコミックで極端なことが書いてあったって解決にはならない。本当に女の子たちが知らなきゃいけない情報を、ちゃんと興味を持てる雑誌として発信しているところは今のところ存在していないと思います」（「Olive」編集者）

「高校生は面白くないと読まないですよ。教えてあげることばかりじゃ読まないですよ」

（「Olive」編集者）

#### 5、メディア側が認識する「性に関する報道の規制」

1996年以来、各地方自治体において青少年健全育成条例の改正案等が次々に交付され、テレクラ等、未成年の若者にとって有害とみなされる性風俗に厳しい規制がかけられるようになった。これに関しては、表現や報道、通信の自由といった視点から批判の声も上がっている。これについてメディア関係者はどのように見ているか。参考までに調査対象者たちの発言を付記しておく。

○豊富な知識

<例>

「児童福祉法に引っかかるんですよ。18歳未満は裸は載せてもいいんですけど、親の承諾書があるんです」（「DAISUKI」編集者）

○規制への反発

<例>

「去年、レイプ事件から沖縄の事件から、立て続けにありましたよね。一番うるさいのが神奈川県警なんですよ。3、4年前からずっとうるさかったんですが、そのうるささがここ1、2年増してまして、そういう雑誌を取り締まる課までいろいろつくようになってしまったんです。去年の10月前後に出版社が呼ばれて、やってはいけないことの細かい規則が書面化されて、それに反するものはどんどん廃刊して行って、うちらも方向性を変えています。制服自体がNGなんです。まず警察がそれを許さない。コンビニがそれを許さない。PTAがそれを許さない。

でもAV女優が脱いでると女子高生が脱いでるのでどちらを買うかっていうと、5人中3人から4人は女子高生が脱いでるやつを買うじゃないですか。やっぱり犯罪性がないっていうのはつまらないですよ」（「すっぴん」編集長）

「でも逆に言えば、細かいNG条件があればあるほど、うちらは楽なんですよ。かえってやれ

ることが広がりますから。それに触れなければOKなんですよというのがあるので。そういうのが規制されてなかったときの方が逆にやりにくかった」（「すっぴん」編集長）

「有害図書に何らかの規制をしていくことは行政側のことです、子供はそんなの関係ないじゃないですか。親に隠れたってやることはやるし、読むものも読むし、だからそういうふうにして規制していくってことは無理があると思いますし、間違った方向だと思います。情報を規制する、情報についての価値の評価の仕方について遅れていると感じます」（「ポポロ」副編集長）

## 考察

本研究の最終目的はメディアの流す情報がどのように若者、特に若い女性の行動や健康に影響を及ぼしているかを考察することである。本調査はその第一歩として情報を発信する側の分析を行った。メディアは読者の求める情報を発信する。しかし、一方でまた「読者が求めるもの」もまた、メディアによって創出されていることも推測できる。

本調査で明らかになったことの一つに、雑誌という限られたサンプルではあるが、情報を発信する側がはっきりとした意識を持ってある種の「観念としての女子高生」を創造していることである。それは決して彼女たちのありのままの姿ではない。しかし、メディアに作り出された「テレクラ女子高生」の姿は「本当の女子高生」の行動に何らかの影響を及ぼしているはずである。メディアと若者の性行動との関連性をさらに追求するためには行動する側である若者の側からのアプローチ、そして援助交際や買春を行う男性への視点も不可欠である。今後の研究課題である。

また、今回、メディア関係者たちが「個人としての立場」と「売れる雑誌をつくるメディアとしての立場」を使い分けていることも明らかになった。特に女性の心身の健康という視点では、避妊や性感染症等についての科学的な知識が雑誌のなかでは「売れる情報」として位置づけられていないことが分かった。「売れる雑誌」をつくるのがメディアの前提条件であるとすれば、若者が必要としている性に関する正確な知識をいかにして「売れる雑誌」の中に入れ込んでいくか、あるいはそのような知識をいかにして「売れる情報」にしていけるかが、メディア側にとっての今後の課題であろう。

テレクラや援助交際に代表される今日の若者文化の創造にメディアが大きな役割を果たしていることは間違いない。エイズの蔓延や性犯罪の増加という時代環境のなかでは、若者の性行動は彼らの命に関わる問題として認識されるべきである。若者の性行動とメディアの関係を倫理主義や文化論的な立場から論じるだけでなく、「健康」という視点から捉え直す必要がある。この分野での研究を進めることが急務である。

## 文献

- (1) 赤川学「社会問題としての売買春：社会科学の言語的転回をふまえて」信州大学人文科学論集、1996年
- (2) 植島啓司「豊かさ奪う価値の一元化」『論座』1997年2月
- (3) 河合隼雄「〈生きにくさ〉という問題援助交際というムーブメント」『世界』1997年3月
- (4) 黒沼克史『援助交際』1996年

- (5) 黒沼克史「タブーなき援助交際の罣」『論座』1997年2月
- (6) 鈴木みどり『誰のためのメディアか』1992年
- (7) 総務庁青少年対策本部「青少年と電話などに関する調査研究報告書」1997年
- (8) 総理府「中・高生の生活と意識に関する調査」1997年
- (9) 宮台真司『制服少女たちの選択』1994年
- (10) 村松泰子編『エンパワーメントの女性学』1995年

### A b s t r a c t

Media and the Adolescents: The Study on How the Information on Sex and Sexuality Provided by the Media affects the Sexual Behavior of Adolescents

A k i k o D o m o t o

The objective of this study is to investigate how the media influences the sexual behavior of adolescents. In particular, the study examines how information on sex and sexuality provided by the media affects sexual behavior of adolescents, and in turn, the health of female adolescents. The study will analyze primarily three subject groups: the 'media' which is the provider of information, adolescents' who are the receivers of information, and 'male adults' who engage in commercial sexual exploitation of female adolescents.

The first stage of this research, which focuses on the media, has been completed. Five in-depth interviews of the editors of major magazines for young people were conducted. This survey found that those who are in the media think that their readers prefer information which is stereotyped and categorized. They create the image of 'A high school girl' as a symbol. Regarding the sexual behavior of young women, the subjects of this research have a negative image of 'lost value' among young women. On the other hand, they recognize the sexual behavior of adolescents as a phenomenon which is created by the social system. From the point of view of magazine editors, they insisted on the necessity of producing popular magazines which create sub-cultures. However, from a personal perspective, they wish to provide information about healthy sexual relationships between men and women and scientific knowledge about sexuality. Based on the results of this study, the next study will focus on young women and male adults.



## 検索用テキスト OCR(光学的文字認識)ソフト使用

論文の一部ですが、認識率の関係で誤字が含まれる場合があります



### 要約

本研究の目的は、メディアが発信する性に関する情報が、テレクラや援助交際に象徴される今日の若者の性行動にどのような形で影響を与え、それが結果として若者、特に女性の心身の健康にどのような影響を与えているかについて考察することである。研究の方法としては、情報の送り手であるメディアと情報の受け手であり行動の主体でもある若者、さらに若者の援助交際の相手でありもう一方の行動の主体である大人の男性等、それぞれの側からの分析を行うことが必要であるが、今回行った調査は研究の第一段階として、メディアに焦点を当てることにした。具体的には、様々なメディアのなかで若者の性行動に最も影響を与えていると思われる「雑誌」の編集者に In depth のインタビューを行うという方法を採用した。インタビューは読者対象や編集目的の異なる雑誌の編集者5名に対して実施した。これら5名の調査対象者たちの具体的な発言を分析し、メディア側が若者の性に関してどのような態度をもって情報を発信しているかの検証を行った。

◎◎ヨ a 調査の結果明らかになったことは、まず、メディアは読者が「ありのまま」ではなく「パターン化」、「差別化」した情報を求めていると考えており、そのニーズに応えるために、実存する女子高生の姿ではなくて、記号・観念としての「女子高生」の像を意識的に作り出しているということである。また、今日の若者の性行動に関してメディア側がどのような態度を有しているかについては、調査対象者たちは個々の若者の「価値観の喪失」に批判的な立場を示す一方で、若者世代を総体として一般的に論じる際は明確に善悪を判断することはせず、若者の性行動を社会システムが作り出したものとして捉えていることが分かった。さらに、今日の若者の性行動が彼らの心身の健康にどのような影響を及ぼしているかについては、調査対象者たちはあまり多くを語らず、この問題に対するメディア側の関心の低さがうかがえた。最後に、性に関する情報の発信者であるメディアが自らのあり方をどのように捉えているかについては、サブカルチャーの形成によって需要を創出し、「売れる雑誌」をつくることの必要性を強調する一方で、調査対象者は「個人としての立場」から、男女のよりよい関係づくりや、ステレオタイプではなく生身の人間を伝えること、さらに性に関する正確な知識の普及などを目指していきたいとの考えを示した。

以上のような調査結果を踏まえて、今後は若者や援助交際を行う男性等を対象に調査を進めていきたい