

令和 5 年 6 月 20 日現在

機関番号：23303

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2019～2022

課題番号：19K02532

研究課題名(和文) 若者文化の中で再生産されるジェンダー・ストーリー チェコと日本の比較

研究課題名(英文) Consideration on the gender stories which are reproduced in the youth cultures:
A comparative study between Czech and Japanese cases

研究代表者

石倉 瑞恵 (Ishikura, Mizue)

石川県立大学・生物資源環境学部・准教授

研究者番号：30512983

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,500,000円

研究成果の概要(和文)：若者の選択は、実体験や身近にある実像よりも、様々な媒体を経由して共有する児童文化・大衆文化に影響を受けやすい。そこで、日本とチェコにおけるジェンダー形成期(20世紀後半)の児童文化・大衆文化、および現在の児童文化・大衆文化が示すジェンダー・メッセージに関する比較分析を行った。現役労働者と未来の労働者のケアに従事する専業主婦の浸透、人口増に寄する母親像の浸透、社会主義崩壊の国際化・自由化に乗じた欧米の旧きフェミニティの浸透等、政治・経済的ジェンダー戦略を背景として成立した児童文化・大衆文化には、現在においても家庭や母性、美の追求を女性の領域とするジェンダー・メッセージが含意されている。

研究成果の学術的意義や社会的意義

政治、経営、工学等の分野における女性の活躍が今日的課題となり、女性の雇用条件改善、子育て支援の充実に解決策が求められている。本研究では、問題の本質が、女性に内在化された保守的認識にあり、その価値観を伝達するのは古層としての児童文化・大衆文化にあると提起している。また、20世紀後半、日本とは正反対の画期的女性雇用施策をとったチェコと当時の日本との比較を通し、両国における児童文化・大衆文化成立プロセスの相違と現在の児童文化・大衆文化に示唆されるジェンダー・メッセージの類似性を明らかにした。女性雇用施策の可能性と限界に示唆を与える研究と考えられる。

研究成果の概要(英文)：The students' decision-making is more likely to be influenced by the children's culture and popular culture shared via various media than by their actual experiences and familiar real images. Japanese and Czech children's and popular culture during the gender formation period and the gender messages presented by the current children's culture and popular culture were considered. They were established against the background of political and economic gender strategies, such as the penetration of housewives engaged in the care of present and future workers, the penetration of images of mothers contributing to the population growth, and the penetration of old Western femininities that took advantage of the internationalization and liberalization that followed the collapse of socialism. The gender message of the family, motherhood, and the pursuit of beauty as the domain of women is still implicit in the children's culture and popular culture in both countries.

研究分野：比較国際教育学

キーワード：ジェンダー チェコと日本 児童文化 大衆文化 社会主義 家庭 母性 比較

1. 研究開始当初の背景

チェコの大学研究職における女性のフェイド・アウト現象を解明する中で、女性に内在化された保守的認識、すなわち仕事と家事・育児の両立を女性の成功とみなす価値観、経営のような男性領域への参入にためらいを感じる価値観は、どのような媒体において、どのような形で伝達されているのかを明らかにする必要があると考えた。そこで、日常的に接する若者文化を分析し、その中で表象、再生産されている女性のジェンダー・モデルを明らかにしようとした。

2. 研究の目的

本研究の目的は、女子大学生に影響を及ぼす若者文化、すなわち日常的に接する雑誌や広告等に関する調査・分析を通して、社会の中で期待される女性の役割や評価される行動、メディアの中で多用されるジェンダー・モデルとその伝達プロセスを解き明かすことにある。女性のジェンダー認識において類似点をもつチェコと日本の比較分析を通し、文化・政治的相違の深層に共通して存在するジェンダー・ストーリーを明らかにする。

3. 研究の方法

プレ調査として、日本の大学生を対象にリーダー（社長、校長）を描写する調査を実施した。その描写には、幼少期に見たアニメや漫画の登場人物から得たイメージが表出される傾向にあった。すなわち、学生は、各々の実体験や身近な実像よりも、繰り返し提示され、多くの人が共有する情報に影響を受けていると言える。一方で、研究期間はコロナ禍に相当し、学生の活動が制限され、その間に情報入手、余暇の過ごし方が多様化・個別化したため、大学外での活動を分析対象とする有意性が低くなった。これらの状況を踏まえ、紙媒体・電子媒体、および広告や多様なインターネット情報を経由して多くの人が共有する児童文化・大衆文化を分析対象として着目し、日本およびチェコについて幅広く収集した。多くの媒体に共通して表出される古層としてのジェンダー・イメージを分析し、その生成に関する社会・政治・歴史的裏付けを行った。

また、研究プロセスにおいて、現在のチェコと日本を比較すると、児童文化・大衆文化の量・質的相違が大きいことが明らかになったため、比較材料となりうる玩具と大衆雑誌を中心として二か国間および年代間分析を行った。

4. 研究成果

日本とチェコのジェンダー形成期（20世紀後半）の児童文化・大衆文化、および、現在の児童文化・大衆文化に関する比較分析を行った。20世紀後半の児童文化・大衆文化の背後にある政治的ジェンダー戦略、市場経済下において政治的意図とは無関係にジェンダー戦略が商品戦略として活用されるプロセス、年代を経て古層として定着したジェンダー・イメージを明らかにした。

（1）制度からメディアへ：意識の底辺に残したジェンダー

①社会主義チェコスロバキアの女性施策と高度経済成長期日本の専業主婦施策の比較検討

社会主義＝女性雇用の推進という一般イメージの背景に、真の女性の解放があったのか、社会変容に結びつく成果があったのかについて検証した。

旧チェコスロバキア社会主義40年間の女性施策の変遷を調査した結果、政策ありきの女性雇用推進にすぎず、男性・女性共に意識変容を伴っていなかったこと、ゆえに、社会主義後期、働く女性の増加に伴い少子傾向が顕在化すると、少子問題を社会主義国家の喫緊課題ととらえ、それを女性のみの問題とみなし、女性と母性・家庭への縛りを社会的に形成したことが明らかになった。女性の労働は、家庭、育児における役割を果たした上であるべきものとして母性の重要性が強調された。育児中の女性労働者の授乳休憩・勤務時間に関する調整、出張禁止、解雇からの保護等、一見すると女性の雇用推進に値する施策であるが、それらの真意は母性保護という名分のもと出産・育児を女性の使命として定着させ、出生率を改善することにあった。

結果的に、1950年代から1980年代の旧チェコスロバキアおよび日本では、女性の雇用が推進されたのか否かという相違があるものの、女性の社会的役割が出産・育児にあるという共通認識、その役割を正当化する顕在的、あるいは潜在的制度が存在していた点において類似していることが明らかになった。

なお、1989年市民革命後のチェコでは、子どもを社会の成員として育てるのは家庭が最適であるとして、女性が退職して育児に専念することが推奨された。出産・育児期の女性労働者を支援するサービスは大きく減退、保育所は有償になり、その数は著しく減少した（Ture, 60）。社会主義が現在に残したものは、女性の雇用を推進する風潮や意識、制度ではなく、育児を女性の使命とする認識のみである。

②社会主義期のマスメディアが伝達する女性イメージ

社会主義期当時のマスメディアに表象された女性像を調査した結果、労働者としてのイメージよりも、母を示唆するイメージ、および優美な女性のイメージが政策的に作り出され、活用されていたことが明らかになった。

i) 社会主義前期：農場労働者と家事従事者のアンビバレントなイメージ

トラクター運転手は、社会主義諸国において好んで用いられる働く女性像であった。集団農場で働く女性をモデルとして、伝統的農村形態を改革し、農業革新を進めることへの影響力となることをねらっていたと考えられる。女性の雇用を喚起するポスターには、洗練されたトラクター運転手が映写されていた。ベレー帽をかぶり、つなぎの上にジャケットを羽織ろうとトラクターの前でポーズをとる女性モデルを採用したポスターは、当時最も人気があった広告媒体の一つである (Nečasová, 2011, 337)。

一方で、家事を担う女性イメージも広く普及した。国営企業²⁾は社会主義初期から、洗濯機、アイロン、調理家電など様々な家電を開発した。その広告キャッチコピーはいずれも働く女性の大きな助けとなる「速さ」を全面にアピールしており、当然のように女性モデルが登用されていた。ペトロフ (Petrov, 2015, 216) は「社会主義期の家庭には伝統的役割分担があり、男性が仕事から帰ってきた女性を手伝うことは一般的ではなく、家事を効率化することへの解決策が模索され続けてきた」と、社会主義期の家庭の実態と家電需要の関係について述べている。女性の雇用を促進するための家事・育児の社会化と称し、職場・学校敷設カフェテリア等が設けられたが、あくまでも働く女性のための女性補助事業にすぎず、家事・育児を女性の仕事とする認識は変わらないままであったことが示唆されている。

ii) 社会主義後期：純潔な若い女性と国家の母のイメージ

旧社会主義圏におけるスポーツ (マス運動) の祭典であるスパルタキアードに着目し、社会主義初期から後期にかけての女性イメージの変化を読み取った。1985年スパルタキアードを用いたプロパガンダ映像の中には、労働力、力強さの象徴としての男性、優美さと賞賛の対象、純潔な若い女性と将来の母としての女性が対照的に編集されていることが見て取れた。その構成は次のとおりである (Roubal, 2014, 151-152)。a) ドボルザークのスラブ舞曲に合わせた女性の美容体操。緑色のロングスカートを着用した女性がチェコスロバキアの象徴であるライムの葉を形作る。b) 白いシャツを着用した日焼けした兵士風男性の力強い入場 (BGMなし)、組体操。c) 母親に連れられた3歳から6歳の子どもの自然な入場、簡単な器械運動。d) 「花芽」と呼ばれる11歳から14歳の少女のパフォーマンス。ポップシンガーの音楽に合わせた優美な動きからなるリズム運動とマス移動。このプロパガンダ映像は、労働者である男性、元気な子ども、将来の母たる美しい女性、およびそれら全体として幸福な家庭と国家を表現していると言われる。とりわけ将来の母たる若い女性によるd)「花芽」は総勢1万3,824人と最も参加者が多い演目であり、最大の見せ場とされた (Roubal, 2014, 142-143)。なお、参加女性の多くは、そのような賞賛の対象となることを好意的にとらえ、むしろ誇りに感じていた (Roubal, 2014, 156)。

(2) 児童文化・大衆文化に活用された政治的女性イメージ

現在への潮流となる児童文化・大衆文化形成期は、日本では高度経済成長期、チェコでは社会主義期および社会主義崩壊後の市場経済導入期である。市場経済は既存のジェンダーを誇張し、その差異を保持する機能を担っている。ジェンダーは万人にとってわかりやすく、売れ行きを伸ばすために好都合な商品戦略になるからである。

そこで、身近なメディアであるとともに、ジェンダー戦略に基づいた商品展開、すなわち女性ライン・男性ライン商品展開をしている玩具と大衆雑誌に着目し、それらの中で女性および男性の文化がどのように分類されているのか、日本とチェコの比較を踏まえて明らかにした。

①形成期の児童文化・大衆文化に関する比較

i) 高度経済成長期の日本

高度経済成長は、人々の購買意欲を高め、当時確立した男女の役割分担を反映した児童文化・若者文化を生み出した。現在普及している大衆雑誌はこの時期に創刊されたものが多い。当初、男性を読者層にすえた雑誌は、都市労働者の情報源としての性質を³⁾、女性を読者層とする雑誌は、ファッション・芸能情報を扱う娯楽情報源としての性質をもっていた⁴⁾。漫画雑誌は、男児向け、女児向けと読者層を分けて発刊され、それぞれの雑誌群において日本漫画文化の土台が形成された⁵⁾。また、高速道路と新幹線が開通、交通網が発達し、自動車産業や建築業が盛んになるにつれ、列車や自動車、交通網、建築をテーマとした玩具が男児向けとして登場、一方で女児向け玩具としてファッションドールが登場した。

ii) 社会主義期および市場経済導入期のチェコ

社会主義期には玩具を性別で分類する文化が普及していた。男児には自動車や電車、工作セット、戦車などを、女児には人形、特にベッドやベビーカーに乗った赤ちゃん人形を買い与える流行があった (Petrov, 2013, 186)。玩具は、子どもに生活モデルを提供する教育的役割があると考えられ、ごっこ遊びでは、男児は運転手、大工、兵士になり、女児は母親、主婦、事務員、医者になるというように、男女間に明確な役割分担が存在した (Petrov, 2013, 198)。

また、現在のチェコのマスメディア、広告や雑誌等の普及は、思想的自由を取り戻した社会主義崩壊 (1989年) 後に端を発する。思想的自由と国際化は、社会主義期とは異質なジェンダー指向の文化を生み出した。社会主義期には商品広告や多様な娯楽メディア、それを担う国内企業が存在していなかったため、資本主義移行後の空白の市場に外資企業がこぞって参入した。社会主義期には政権が流通させた女性らしさ・男性らしさ以外の表現が容認されなかったため、ジェンダーの差異を自由に表現することが資本主義の象徴、思想的自由と受け止められたこと、自由化直後には検閲や規制、抗議団体が存在しなかったことが促進要因となり、過激な性描写、欧米では旧態となった男性らしさ・女性らしさが市場戦略として活用された。それは、性役割や家父

長制の男女関係を表象したのではなく、男女の身体イメージを商品に結びつける広告戦略や顧客拡大のための女性ライン・男性ライン商品展開であり、チェコ社会にジェンダー指向の需要とジェンダーを自由な自己のアイデンティティとみなす認識を生み出した⁶⁾。

②現在の日本およびチェコの児童文化に見出されるジェンダー

日本およびチェコの大型玩具店において男児向け、女児向けとして分類されている玩具⁷⁾を整理し、ジェンダー・メッセージを分析した。玩具には、理系（とりわけ工学）、社会的労働、最新テクノロジー、開拓精神を男性領域とし、家庭（チェコの場合はとりわけ育児）やフェミニティの表現手段、ファッションを女性領域とするジェンダー・メッセージが反映されている。

i) 日本の玩具分類

男児玩具に分類されているのは、品目の多いものから、プラモデル・フィギュア（アニメを題材にしたもの等）、キャラクター変身アイテム、トミカ、レゴ、ミニカー・モデルカー、男児向け玩具（組立セット、ショットガン）、プラレール、ラジコンカー、トレーディングカード、コレクション（ディノサウルス等）、列車・自動車、ロボットである。女児玩具に分類されているのは、人形（ファッションドールと付属品）、女児向けホビー（ビーズアート、アクセサリ等）、ぬいぐるみ、レゴ、ごっこ遊び（ままごと、スーパー、医者）、ファッション・コスメ、電子玩具（楽器、PC、動く動物等）、キッチンセットである。高度経済成長期に形作られた児童文化・大衆文化の上に、現在に至る玩具の発展があることを見てとれる。男児玩具は、現実世界の経済活動や技術発展に根付き、組み立てたり、創造したりする遊びを提供するもので、挑戦する意欲や技術革新への夢を育むものである⁸⁾。一方で、女児玩具は、ファッション・コスメや家事をテーマとしたものが主であり、産業が産出したモノのミニチュアを用途に応じて利用する受動的消費文化、あるいは日常の家庭生活の疑似体験を提供する内容である。そこには、挑戦したり、変革したり、未知の世界を開拓する精神性が欠如している。すなわち玩具には、理系、社会的労働、テクノロジー、開拓精神を男性領域とし、家庭やファッションを女性領域とするジェンダー・メッセージがある。

ii) チェコの玩具分類

資本主義移行後のチェコの児童文化、特にTVアニメは、欧米および日本からの輸入に依存している。日本ではオリジナル・アニメに基づいたキャラクター玩具が豊富に存在するが、チェコではアニメを活用したキャラクター関連玩具があまり開発されておらず、それゆえに日本と比較して玩具全体のバリエーションに乏しい。新規商品の展開もあまり見られない。

男児玩具に分類されているのは、品目の多い順から、作って遊ぶ玩具、フィギュア、自動車・輸送、外遊び道具、建築玩具、ぬいぐるみ、レゴ（男児用）、職業ごっこ（医師、家事、マジシャン、料理、庭師、音楽家、警官、科学者等）、技術工作である。女児玩具に分類されているのは、品目の多い順に、レゴ（女児用）、職業ごっこ（医師、家事、マジシャン、料理、庭師、音楽家、警官、科学者等）、ファッションドール、ファッションとコスメ、赤ちゃん人形、人形用衣装・グッズ、人形用ベビーカー、人形の家、着せ替え人形である。

男児玩具は女児玩具と比較すると品目が多く、日本と同じく経済活動や技術発展への志向を促す内容である。特に女性が進路として避ける傾向にある工学分野⁹⁾へとつながる玩具（作って遊ぶ、組み立てる、自動車・輸送、技術工作）に種類が多い。女児玩具は、着せ替え人形やファッション・コスメのような消費文化、赤ちゃん人形、人形用ベビーカー（社会主義期からの人気玩具）、人形用衣装・グッズのような育児を疑似体験する玩具に種類が多い。日本の玩具カテゴリーと類似しているが、ファッション・コスメの点数が多く、育児を疑似体験する玩具が独立したカテゴリーになっている点に特徴がある。

③現在の日本およびチェコの雑誌文化に見出されるジェンダー

日本およびチェコの雑誌流通サイトにおいて、男性誌、女性誌に分類されている雑誌¹⁰⁾を整理し、ジェンダー・メッセージを分析した。雑誌カテゴリーには、仕事と各自の趣味が並立するライフスタイルを男性領域とし、家庭空間を女性領域とするジェンダー・メッセージが反映されている。

i) 日本の雑誌分類

日本に流通している雑誌のジャンルは多様であり、タイトル数も多いため、女性・男性カテゴリーが用いられているファッション誌、文芸・総合誌、アニメ漫画雑誌の中から、文芸・総合誌に着目し、主たる内容に基づいて分類した。男性誌では、多い順に、芸能、政治・経済、ライフスタイル、情報、文化・芸術、ビジネス、その他（金融、旅、恋愛、たばこ、父親）であった。女性誌では、多い順に、暮らし・ライフスタイル、外出・旅、芸能、美容・ファッション、文化、働く女性であった。男性誌、女性誌の両方にある「ライフスタイル」は、男性誌の場合は、仕事以外のオフの時間をいかに自分らしく過ごすかを題材とする雑誌が主流であるのに対し、女性誌の場合は家庭生活を豊かにすること、家庭空間がテーマとなっている雑誌が主流である。

ii) チェコの雑誌分類

チェコでは、日本と比較して流通している雑誌の種類は少ない。現在流通している雑誌カテゴリーを見てみると、自由化直後に輸入された海外拠点の雑誌が主流である。男性誌、女性誌に分類されているタイトルを、その内容に基づいて分類した。男性誌は、多い順に漫画（コミックス）¹¹⁾、ファッション・ライフスタイル、自動車、ゴルフ、その他（飛行機、料理、軍事、アルコール、フットボール、ステレオ、釣り、情報、音楽、消防士、その他）であった。女性誌は、多い順に、料理・手芸・インテリア関連、美容・健康・ライフスタイル、ファッション、家族・恋愛、

女性のための総合情報（旅やグルメ、女性特有の問題、エンターテインメント、占い等）、芸能、社会派、占い・懸賞であった。

日本の場合と同様に、男性誌では、仕事以外のオフの時間をいかに自分らしく過ごすかを題材とする総合ライフスタイル誌、および車、ゴルフ、釣り、フットボール等、男性向きとされる趣味分野を個別に扱った雑誌が主流である。女性誌には、家庭生活を豊かにすること、家庭空間がテーマとなっている雑誌が多い。

（3）まとめ

20世紀後半の児童文化・大衆文化は、政治的ジェンダー戦略、すなわち日本の場合には現役労働者と未来の労働者（子）のケアに従事する専業主婦の浸透、チェコの場合は人口増に寄する母親像の浸透、に影響を受けている。社会主義崩壊を経たチェコの文化は、国際化・自由化に乗じて浸透した欧米の旧きフェミニティの影響も受けている。日本とチェコの政治的・社会的背景は異なるが、現在の両国の児童文化・大衆文化には、家庭や母性、美の追求を女性の領域とするジェンダー・メッセージが込められている。これらのジェンダー・メッセージが、古層、「執拗に繰り返される低音音型」（加藤・木下・丸山・武田, 152-154）である。ダイバーシティ、男性の育児休暇、主夫等、新しい意識・概念が生まれてメディアの中で多様な男性・女性のあり様が示され、日常における選択肢が多様になっているものの、自己の重要な進路選択や他者に対する無意識的反応の中では、この古層が決定的な役割を果たすと考えられる。

【注釈】

- 1) 同時期の日本は1955年に高度経済成長を迎えると、女性に対しては企業労働者を支える専業主婦というライフコースが推奨された。広く浅い学びを行う短期大学家政学科が増加し、そこを卒業した女性が数年の勤務を経て専業主婦になるというライフコースが一つのモデルである。
- 2) 1950年設立 Elektro-Praga Hlinsko, 1952年設立 Pražska Kovotechka, 1962年設立 ETA 等。
- 3) 『週刊新潮』1956年創刊等。
- 4) 『週刊女性』1957年創刊, 『女性自身』1958年創刊等。
- 5) 男児向け『少年マガジン』1959年創刊, 『少年サンデー』1959年創刊, 女児向け『なかよし』1962年創刊等。
- 6) ただし、思想的自由は異なるベクトルを生み出したことも看過できない。海外雑誌には、国内での編集を経て、国内編集者の意向が反映された。例えば女性向け国際雑誌 *Cosmopolitan* は、国内の前衛的編集者が性役割やジェンダーを積極的に取り上げ、ジェンダーを問題視する意識の普及に貢献した先駆的存在となった。
- 7) 2019年に日本およびチェコの大型玩具店のホームページを中心として分類。
- 8) 創刊期男児向け漫画雑誌に掲載された漫画も、将来的な科学技術の発達を予見する内容のものが多かった。『パーマン』, 『ドラえもん』, 『サイボーグ009』等。
- 9) 社会主義期、母性保護に重きが置かれるようになると、重労働、生物・化学的薬剤等を用いる現場、製造過程等特定の分野への就労が禁止された。これにより生じた女性向き職業という認識は、現在にいたる専門職の男女バランス、大学学部における男女比率の偏り（工学系での女性割合の低さ）、ひいては中等教育段階の専攻間男女比の偏りにまで影響を及ぼしている。職業ごっこ玩具の「科学者」では、プログラミングロボット、太陽光ロボット、機械工学実験室、気象観測所、電磁石セット等、女性が少ない専攻に相当する分野は男児用に分類されており、上記の認識が職業ごっこ玩具に反映されていることがわかる。
- 10) 2022年に日本およびチェコの雑誌通販サイトを中心として分類。
- 11) 男性雑誌として分類されている漫画は、海外漫画の翻訳本である。そのうち日本の漫画が9タイトル含まれる。そのうちの7タイトルは、少年漫画雑誌に連載されたものである。

【引用文献】

- 加藤周一・木下順二・丸山真男・武田清子. 1991. 日本文化のかくれた形. 同時代ライブラリー.
- Nečasová, D. 2011. *Po druché světové válce*, In Randák, J. a kol. *Dějiny Českých Zemí*. Knižní klub. Praha. 319-409.
- Nečasová, D. 2014. *Women's organizations in the Czech lands 1948-89: an historical perspective*. In Havelková, H., Oates-Indruchová, L.(ed). *The politics of gender culture under state socialism*. Routledge. 57-82.
- Petrov, M. 2013. *Retro Co bylo (a nebylo) za reálného socialismu*. JOTA. Praha.
- Petrov, M. 2015. *Retro 2 Jak jsme si to žili za reálného socialismu*. JOTA. Brno.
- Roubal, P. 2014. *The body of the nation: the Czechoslovak Spratakiades from a gender perspective*. In Havelková, H., Oates-Indruchová, L.(ed). *Ibid.* 135-161.
- True, J. 2003. *Gender, globalization, and postsocialism The Czech Republic after communism*. Columbia University Press.

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4件（うち査読付論文 4件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 3件）

1. 著者名 石倉瑞恵	4. 巻 6
2. 論文標題 チェコの中等教育においてジェンダーが進路選択に与える影響	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 石川県立大学研究紀要	6. 最初と最後の頁 69 - 78
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 石倉瑞恵	4. 巻 5
2. 論文標題 社会主義チェコスロバキアにおける女性像の変容過程	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 石川県立大学研究紀要	6. 最初と最後の頁 95 - 103
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 石倉瑞恵	4. 巻 4
2. 論文標題 大学生が受容・内在化するジェンダー - 主流イメージの再生産と脱主流への葛藤 -	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 石川県立大学研究紀要	6. 最初と最後の頁 107 - 116
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 石倉瑞恵	4. 巻 3
2. 論文標題 チェコの大学における技術系学部におけるジェンダー的偏向	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 石川県立大学研究紀要	6. 最初と最後の頁 109 - 117
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計5件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 1件）

1. 発表者名 石倉瑞恵
2. 発表標題 チェコの学校文化におけるジェンダーの様相
3. 学会等名 日本比較教育学会第58回大会
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 石倉瑞恵
2. 発表標題 チェコおよび旧社会主義国における女性の文化とライフコース
3. 学会等名 日本比較教育学会第57回大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 石倉瑞恵
2. 発表標題 女子大学生のジェンダー形成プロセス - 若者文化を通して再生産される女性の役割 -
3. 学会等名 日本教育学会第79回大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 Ishikura, Mizue
2. 発表標題 The impact of girl's culture on future study career in Czech and Japan Consideration on the reason they do not intend to natural science and technology
3. 学会等名 10th World Education Research Society (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 石倉瑞恵
2. 発表標題 チェコの大学における自然科学系学部のジェンダー的偏向
3. 学会等名 日本高等教育学会第22回大会
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------