

機関番号：32689

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2008～2010

課題番号：20520363

研究課題名（和文）メディアにおけるジェンダーバイアスの調査と批判的分析：男女共同参画実現への一助

研究課題名（英文）An Investigation into Gender Bias in the Media and Its Critical Analysis: A contribution towards the realization of equal participation by women and men in society

研究代表者

村田 久美子（MURATA KUMIKO）

早稲田大学・教育・総合科学学術院・教授

研究者番号：10229990

研究成果の概要（和文）：

本研究ではメディア、家族等のディスコースに注目し、談話分析、特に批判的談話分析(CDA)、民俗誌学的手法、及びジェンダー研究の視点をうい詳細に分析、未だに（特に無意識レベルで）ジェンダーバイアスが広く観察されることを明確にし、民族誌学的方法実施の過程で直接、間接的に意識の変革も図ると同時に、この結果を学会発表や、学術誌、新聞投稿などを通して広く社会に還元し、真の意味での男女共同参画の実現や少子化社会の問題解決の一助になることを試みた。

研究成果の概要（英文）：

This research has investigated gendered discourses at home and in the media in order to promote gender equal participation at home and work and as a result also to help solve the problem of the low birth rate. The result of the investigation has clearly shown that there still exist hidden assumptions about gender fixed roles in the media and family discourses. To raise awareness in these hidden unconscious gender-biased assumptions, the researcher has presented the results at international conferences, sent an article to a newspaper and an academic paper to an international journal, and is currently preparing a couple more academic papers to be published.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2008年度	1,200,000	360,000	1,560,000
2009年度	800,000	240,000	1,040,000
2010年度	600,000	180,000	780,000
総計	2,600,000	780,000	3,380,000

研究分野：人文学

科研費の分科・細目：言語学・言語学

キーワード：談話研究、応用言語学、批判的談話分析、メディアディスコース、ジェンダー、男女共同参画

1. 研究開始当初の背景

平成14年度に内閣府が実施した『男女共同

参画社会に関する国際比較調査』によると、「夫は外で働き、妻は家庭を守るべき」という考えにつ

いて、「賛成、及びどちらかといえば賛成」と答えた日本人男性は46.5%、女性は36.8%に対し、スウェーデンは男性が8.9%、女性が4.0%、また、英国では、男性が9.5%、女性が9.7%と、各国で意識の差が極端に大きいことが明らかになった。また、2006年度内閣府発行の『少子化社会に関する国際意識調査報告書』によると、「就学前の子どもの育児における夫・妻の役割」に関し、「妻も夫も同じように行う」と回答したのは日本では全回答者(1,115人)の31.2%に過ぎず、スウェーデンの91.2%、アメリカの60.2%と比べても、極端に低いものである。このような状況の中で社会制度に加え意識レベルでの変革を行う為には、早い時期から具体的な言語レベルでも男女平等意識を研ぎ澄ますことが大切である。

研究代表者は過去10年程、ディスコースの分析方法として、また、これを通しての社会改革の実現方法として注目を浴びているCDA(Critical Discourse Analysis—批判的談話分析)の可能性と問題点を、特に捕鯨という具体的な話題に焦点を当てながら、研究してきた(Murata 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2007, 2008)。本研究は、長年CDAの研究で培った理論的、方法論的基盤をジェンダー問題の分析に当てたものである。CDAの特徴のひとつに、分析を通して社会的不平等、不均衡の是正を目指すという実践的な側面があり、ジェンダーはその代表的な例である。研究代表者はCDAの研究開始以前からジェンダー問題にも常に関心を持ち、教育の分野でも学生にメディアにおけるジェンダーディスコースをCDA的視点で分析する指導をしてきた。

本研究は、1) 研究代表者の長年にわたるメディアディスコースにおけるジェンダー問題への関心と、2) 実際のデータ収集・観察の中で温めてきたテーマを最近の男女共同参画推進や少子化問題の解決と関連させて考え、社会意識の変革、真の意味でジェンダーバイアスのない社会構築への一助となること、また、3) ここ数年来研究しているCDAの理論・方法を実際の社会問題への取り

組みに生かす、という3点を有機的に結びつける試みである。

メディアにおけるジェンダーバイアスは特に1970, 80年代を経て、現在はかなり改善されており、表面だった偏見を目にすることは少なくなった。だが、人々の無意識レベルでの意識改革は進んでいるとはいえ、意識下に性別役割の前提が存在することが多い。本研究では、真の男女共同参画達成の為にはこの無意識に存在するジェンダーバイアスを意識上に持ち出し、その意識変革をすることの必要性を明らかにする。この根本的な意識変革なしに男女共同参画の達成、ひいては少子化問題の解決は難しいという考えに立ち、学術研究と社会問題解決という実践を結び付け、理論と実践の有機的な結びつきを試みる研究である。

2. 研究の目的

本研究の目的は、メディアや、公的機関等のディスコースに未だに(特に無意識に)観察されることのあるジェンダーバイアスを批判的談話分析(CDA)という談話分析の理論・方法論として現在大変注目されている視点と、これに加え民俗誌学的方法等も用い、現代社会で大きな課題となっている男女共同参画の実現と少子化社会への問題対応を言語学的視点から試みることである。極めて今日的な社会問題解決の糸口を、詳細な言語分析と参加者の視点を通して調査、明確にし、この結果を広く社会に還元し、人々の意識改革と、真の意味での男女共同参画の推進に寄与し、その問題解決の一端を担おうという試みである。

男女共同参画と少子化の歯止めという2点を実現する為には、いろいろなレベルでの対策が必要であり、制度面での改革、各種手当ての充実などのハード面の改革は急務であるが、それと同じ程、あるいはそれ以上に大切なことが人々の意識改革である。しかし、これは抽象的なレベルである為に対応が難しい。本研究では、この点に着目し、人々が無意識レベルで使用することばが未だにい

かにジェンダーバイアスを示しているかを、具体的、且つ、詳細なディスコース分析で明らかにし、この研究結果を広く社会に還元し、人々の意識変革を図る方法を模索し、真の意味での男女共同参画の実現や少子化社会の問題解決の一助とすることを目的とした。

また、教育レベルでも特に言語教育と結びつけ、学習者が批判的な視点を持ちジェンダーディスコースを読み取ることができるようになることを目的とした。これにより、早い時期よりジェンダーバイアスのない思考をし、男女共同参画が当たり前という世代を作り上げる一助となることも目的とする。

3. 研究の方法

本研究では、談話分析、特に批判的談話分析(CDA)、及び語用論等の言語学的視点・手法と、一部インタビュー等の導入による民俗誌学的方法も取り入れ、メディアを中心とした多様なディスコースに無意識レベルで未だに観察されることのあるジェンダーバイアスを系統的、且つ詳細に調査・分析、明らかにした。また、言語とジェンダーの視点も導入し、ディスコースを社会的文脈も考慮し、多面的な視点で分析・考察した。具体的には、身の回りで観察されるジェンダーディスコースの例として家庭でのジェンダーディスコース、及び日々の新聞記事等で観察されるジェンダーディスコースの例の収集とその詳細なテキスト分析を行うと同時に、新聞広告に見られるジェンダーディスコースの詳細テキスト分析と、この広告に関する日本、英国、スウェーデンの3カ国の人々へのインタビューを実施し、言語、社会・文化背景の異なる人々が同じ広告をいかに解釈し、いかなるメッセージを受け取るかを分析することにより社会の価値観の形成、ジェンダー教育・施策の影響等を探った。主として以下の手順で研究を進めた。

- ① 各種メディアディスコースの収集・分析
主としてH20-22年の新聞、雑誌、白書等の活字媒体におけるジェンダーディスコースの例を収集、詳細なテキスト分析(CDA

的視点)の実施

- ② 2種類の新聞広告に関する日本、英国、スウェーデンの3カ国でのインタビュー実施：インタビュー長さ：各15～20分
インタビュー合計：27(参加者数43名)
内訳(日本14(18名)、英国9(15名)、スウェーデン4(10名))
- ③ ジェンダー問題対応に関する背景情報収集の為のインタビュー実施
ジェンダーフリーという社会意識改革へ言語面からの取り組みについて英国、スウェーデンの行政、教育の両面から、主として現状の比較対照と将来の取り組み、解決策考案のため調査、分析(ストックホルム大学ジェンダー研究所、スウェーデン政府人権問題担当官等)
- ④ ジェンダーとディスコース、あるいはディスコース研究の専門家との意見交換実施
(オックスフォード大学 Deborah Cameron, スウェーデン、マルモ大学 Cornelia Ilie, ロンドン大学 Jessica Ringrose, Elaine Unterhalter, 及び Henry Widdowson 名誉教授 等)
- ⑤ 各種データ分析結果を有機的に結びつけ、考察、及び、随時国際学会での研究発表
- ⑥ 分析結果の総まとめ・結果の発信(国際学術誌投稿及び投稿準備中、新聞投稿)

4. 研究成果

(1) 研究の主な成果

本研究の主な成果は①新聞記事・広告・家庭でのディスコース詳細分析結果、②広告に関するインタビューでの被面接者の性別役割に関する前提・気づきの調査結果分析、③これらの結果の学会等での発表、教育での一部紹介、これによる男女平等意識、ひいては共同参画推進へのインパクト、の主として3点が挙げられる。以下に順を追って、説明する。

- ① 新聞記事と家庭でのジェンダーディスコースの詳細分析ではこの両者ともにまだ気がつかないレベルで日常化されている性別固定役割の前提が広く観察された。無意識レベル

なので、これが当然視され、間接的に共同参画の弊害となる可能性があるといえる。

この両者のテキスト分析の結果に関しては、H22年9月に国際ジェンダーと言語学会(IGALA)で発表、更に詳しい発展版をH23年8月開催の世界応用言語学会議(AILA)で発表予定で準備中である。

② 収集したデータの中で特にジェンダーディスコースの傾向が顕著だった2つの新聞広告を詳細テキスト分析、この結果、未だにステレオタイプ化された性別役割分担意識に基づいた広告や、一見新しい自由な女性の描き方はしているが、確固とした伝統的性別役割の前提に基づいている広告のディスコースの存在が明らかになった。更に、これを読者がどのように捉えるかの読者の視点を入れた民族誌学的調査を導入、まず日本人被面接者の協力を得てインタビューを実施、これに続き、社会・文化環境が異なり、ジェンダー平等状況、意識も異なる英国とスウェーデンの情報提供者のインタビューも実施、両者を比較することにより、以下の興味深い結果が得られた。

【広告に関する日英、スウェーデン被面接者の反応】

英国、スウェーデンの被面接者はよりはっきり、批判的に意見を述べ、広告が1)「セクシスト」(ほぼ全員の反応)、2)「1950年代の伝統的価値観」に基づいていて「時代遅れ」である、3)「無礼である」(offensive)、4)[女性を]「見下している」(patronizing)、更にはこれは5)ジョークではないか(真剣には受け取れない)などの、反応が観察された。

一方、日本人被面接者は同じ広告に対してより穏やかな反応をし、例えば、英国、スウェーデンの被面接者ほぼ全員が指摘した「セクシスト」ということばの使用は皆無であった。日本人被面接者の広告に対する一般的反応は第一に、全体的に英国、スウェーデンに比べるとジェンダーバイアスを明確に指摘した被面接者が少なかったが、これには個人差が見られた。つまり、仕事や(大学院)留学経験がある社会人は、就職や就職活動の経

験がない学部生より気づきのレベルが高い傾向にあった。これは実際の就業体験や就職活動、また、異文化の体験等が平等意識を高めることに効果があることを示唆するものである。また、第二に、日本人被面接者には記事や広告に社会に広く根ざしている伝統的性別役割に基づいた前提が存在することを指摘する者もいたが(特に女性の被面接者)、一方でこれを変え難き現実として是認する傾向も見られた。

これらの広告内容と日本人被面接者の回答にはMcRobbie(2009)の「新しい伝統主義」(‘the new traditionalism’)の特徴が観察されるとも言える。つまり、「一家の稼ぎ手である夫とその夫と対等でありながら家事専業を選んだ妻」(2009:35、筆者訳)という構図であり、「見せかけの解放」(McRobbie 2009:88)、つまり、表面的な自由と言えよう。これはまた「ポストフェミニズム」(‘Post-feminism’) (McRobbie 2009)の傾向と酷似している。あるいは、Genz and Brabon(2009)が指摘するように、ポストフェミニズムの矛盾に満ち、潜在的に問題を孕んでいる点とも類似していると言え、日本の男女平等の状況が意識の上では以前としてフェミニズムが未だに達成されていない段階、つまりフェミニズム前の局面であるともいえる。このように、日本と英国、スウェーデンの情報提供者の間に顕著な意識の違いが観察され、これは各国のジェンダー施策や教育の影響を反映しているとも推測され、日本での男女共同参画推進を射程におき、後者を参考にしながら、意識改革の具体的方策へと繋げる必要がある。

これらの結果については、まず、新聞広告を基にしたテキスト分析結果を国際語用論学会(IPrA)でH21年7月に発表、これに基づく日英インタビュー分析結果の発表を米国応用言語学会(AAAL)でH22年3月に、引き続き、日英、スウェーデン3カ国の分析結果をまず、H22年9月の英国での社会言語学シンポジウム(SS18)で発表、より詳しい分析をH23年3月の米国応用言語学会(AAAL)で

発表し、各国の研究者から、特に研究の方法論、加えてこの結果及び考え方を授業等に導入する為の資料提供の要望等も受けており、確かな手応えを感じている。更に一部、研究代表者自身の授業等でも紹介、学生の意識改革に寄与していると確信する。現在、国内外学術誌に投稿すべく論文を準備中である。また、この内容を短く一般報告向けにまとめて国内全国紙にも投稿中である。

(2) 国内外における位置づけとインパクト

インパクトについては以下、国内、国外、及び国内外に分けて説明する。

①国内におけるインパクトは大きく以下の3点に纏められる。

1)男女平等、共同参画への意識向上（教育的効果）

広告に関する読者の意見を入れるためのインタビュー実施の過程で参加者の意識の高まりが見られた。また、この結果を授業等でも随時紹介することにより、より多くの学生の意識向上に貢献すると同時に、彼らを通して直接、間接的にメディアにもインパクトを与えていると確信する。より直接的には、これらの学生の中からメディア関係に就職する者も出ており、このことが更に直接、間接的に相乗効果をもたらすと信じる。

2)読者のみならず、よりバランスの取れた視点を導入する為に広告主へのインタビューも導入すべく、その可能性を探ったが実現には至らなかった。ただ、この結果間接的にはあるが、その後の広告内容に影響を与えたと確信する。（これについては系統的調査は行っていないが、研究者の観察ではこれ以降の広告内容に変化が見られ、研究結果のインパクトがあったと信じる。ただ、これに関しては更なる検証が必要であろう）。

3)研究結果をより多くの方々に報告し、理解して頂くと同時にメディア側にも更なる意識改革をお願いし、間接的にでも男女共同参画推進の一助を担う為に、結果を簡潔にまとめ、新聞に投稿中である。掲載の有無にかかわらず詳細なテキスト分析の結果は間接的

に、編集者、記者等の更なる意識改革に貢献するものと確信する。

以上、2)、3)では特に直接、間接的に男女共同参画推進への意識の高まりにインパクトがあったと信じる。

②国外でのインパクト

国外でのインパクトは現時点では、主として国際学会での発表に基づく。特にこの学問分野の方法論に学際的な視点を入れることにより貢献していると信じる。これは、学会発表の際にこの方法論に特に興味を示し、質問する参加者が多いことから判断できる。現在、研究結果の詳細を国際学術誌に投稿すべく（一部投稿済み）準備中で、論文として出版されるとさらに大きなインパクトを与えられると信じ、鋭意準備中である。

最後に上述の方法論の観点から、国内外を問わず以下のインパクトを与えていると信じる。

③国内外でのインパクト

②で述べた方法論に関し、言語学的視点からのディスコース・語用論的枠組みと民族誌学的インタビューの導入、及び、社会学的なジェンダー研究とポストフェミニズムの視点を有機的に結びつけたジェンダーディスコースの分析の試みとして方法論的に異なる分野の理論、手法に融合を試み、この分野の研究方法の発展に寄与

(3) 今後の展望

この研究の目的の一つが無意識の言語使用のレベルからジェンダー意識を高め、男女共同参画の一助となるということであるので、学術レベルのみではなく、より広く一般の方にもこの成果を理解していただく為に、今後ともメディア等を通しての意識改革を図るべく、より広いレベルでの出版・広報活動等も継続していく予定である。一方、本研究の過程で人々は自身の無意識レベルでの性別役割の前提を指摘されることに大きな抵抗（メディア、及び、研究者レベルでも）を感じ、意識変革をしていくことの難しさを再発見すると同時に、今後この研究で得られた結果を広く

理解して頂き、真の意味での男女共同参画に繋がるような意識変革を進める為に、成果の発表形式・形態についても更なる工夫が必要と考える。

本研究結果は現在国内外誌に投稿すべく準備中であり（既に投稿中のものも含め）、将来的にはこれをいくつかの論文として出版する予定である。また、一部はより広く一般の方にも結果を報告すべく3月初旬に国内全国紙に投稿を試みたがまだ掲載に関する返事を得られていない状況である。

今後更に意識改革のための具体的な方策の実施として以下のことも推進していく予定である。

1. 国内外学術誌に学術論文として発表、この分野の学問の進化及び深化に貢献
2. メディア等を通して広く国民に結果報告、及び、機会あるごとに男女共同参画推進、少子化社会対策に言語学的視点から提言
3. ジェンダーフリー意識を高めるジェンダー言語教育のカリキュラム、シラバス、教材等の提案

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔学会発表〕（計5件）

- ① Murata, Kumiko ‘Are these still acceptable?’ – A comparison of different opinions on gendered discourses by the informants from three different socio-cultural backgrounds, The AAAL (American Association for Applied Linguistics) 2011 Annual Conference, 26-29 March 2011, Chicago, USA.
- ② Murata, Kumiko ‘”*norī ga aru* (There’s dried seaweed)” – prevalent assumptions about gender fixed roles in everyday life in Japan: A pragmatic perspective. The 5th International Gender and Language Association Biennial Conference, 18-20 September 2010, Tokyo, Japan.

- ③ Murata, Kumiko ‘A pre- or post - feminist perspective? - different perceptions of gendered advertisements by British, Japanese and Swedish interviewees’, Sociolinguistics Symposium 18, 1-4 September 2010, Southampton, UK.
- ④ Murata, Kumiko ‘”This is a Joke” – Different Perceptions of Gendered Advertisements between British and Japanese Informants’, The AAAL (American Association for Applied Linguistics) 2010 Annual Conference, 6-9 March 2010, Atlanta, GA, USA.
- ⑤ Murata, Kumiko ‘Housewives and housework: hidden assumptions of the fixed gender roles in the Japanese print media’ 11th International Pragmatics Conference, Melbourne, Australia, 12-17 July 2009.

6. 研究組織

(1) 研究代表者

村田 久美子 (MURATA KUMIKO)
早稲田大学・教育・総合科学学術院・教授
研究者番号：10229990

(2) 研究協力者

Cameron, Deborah (Oxford University, UK)
Ilie, Cornelia (Malmo University, Sweden)
Ringrose, Jessica (Institute of Education, University of London, UK)
Tsuchiya, Keiko (Keiai University, Japan)*
*part-time
Turnbull, Sarah
Turner, Joan (Goldsmiths’ College, University of London, UK)
Unterhalter, Elaine (Institute of Education, University of London, UK)
Department of Gender Studies (Stockholm University, Sweden)