

現代日本の女児向け雑誌にみられるジェンダー規範の分析

秦美香子、東園子、増田のぞみ、水野麗

研究協力者：西原麻里

1. 研究目的

本研究の目的は、現在の日本で出版されている、女児を読者ターゲットとした雑誌の分析を通して、読者の女児たちに伝えられる規範的メッセージについて明らかにすることである。

近年、性別を限定しない幼年読者向けの雑誌（ここでは主に2歳から6歳までの未就学女児を読者対象とする雑誌を指しており、以下「一般幼児向け雑誌」と表記する）の増刊号が、男女別の読者をターゲットとして定期的に発行される例が見られる（以下、「女児向け雑誌」「男児向け雑誌」と表記）。そういう雑誌の記事編成はターゲット読者のジェンダーごとに異なっており、ゆえに記事を通して読者に語りかけられるメッセージも異なっていることが考えられる。

そこで本研究では、規範的メッセージがより明示的であると思われる女児向け雑誌にとくに注目し、一般幼児向け雑誌および男児向け雑誌と記事内容の比較を行い、読者の女児たちに語りかけられるジェンダー規範のあり方について考察する。

2. 方法

本研究では、女児向け雑誌を、男児向け雑誌および性別を限定しない一般幼児向け雑誌と比較しながら、性別が限定されることによって、雑誌の内容にどのような違いが表れるのかを分析することとした。具体的に分析の対象とした雑誌は以下の各誌である（（ ）内は出版社、創刊年。記号は女児向け雑誌は○、一般幼児向け雑誌は●、男児向け雑誌は◎）。

- ① 『おともだちピンク』（講談社、2007）○
- ② 『たのしい幼稚園ひめぐみ』（講談社、2007）○
- ③ 『ぷっちぐみ』（小学館、2006）○
- ④ 『ディズニー・プリンセス ドリーム』（河出書房新社、2002）○

- ⑤ 『おともだち』（講談社、1972）●
- ⑥ 『たのしい幼稚園』（講談社、1956）●
- ⑦ 『幼稚園』（小学館、1932）●
- ⑧ 『おともだちゴールド』（講談社、2007）◎
- ⑨ 『てれびくん』（小学館、1976）◎

分析対象とする号は、3年おきに3つの年から選んだ。一般幼児向け雑誌から女児向け雑誌が分化する直前の状況を見るために一般幼児向け雑誌3誌（「おともだち」「たのしい幼稚園」「幼稚園」）2005年4月号、女児向け雑誌発刊直後の状況を見るために上記対象雑誌9誌すべての2008年4月号、現在の状況を見るために対象雑誌9誌の2011年4月号、以上の合計21冊を分析対象とした。各年の4月号を選んだ理由は、新学年の始まりである4月号は新しく雑誌を購入する人が多く雑誌の発行部数が伸びるため、各誌が特色を打ち出すべく力を入れて編集を行っており、雑誌の性格が明確に表れることが推測されることにある。なお、これらの分析対象とともに、とりわけ女児向け雑誌については各誌の創刊号も考察の対象とした。

本研究が検証する仮説は、（1）女児向け雑誌と一般幼児向け雑誌・男児向け雑誌を比較した場合、女児向け雑誌の方が学習関連の記事や仕事について学ばせる記事などが少ない、（2）記事を通して「女らしさ」や「男らしさ」にまつわるメッセージが読者に伝えられている、である。この仮説のもとで、本研究では、以下の項目について分析を行った。（1）に関連して、学習や知育に関連した記事、仕事に関連した記事、マナー、ルールを教える記事、（2）に関連して、おしゃれに関連した記事、メインの背景色、輝きを表す装飾的記号、商品・アニメ作品などとタイアップした記事、である。

3. 結果

上記9誌の2011年4月号（総計395記事・885ページ）のうち、女児向け雑誌である①～③（総

計 146 記事・326 ページ)、一般幼児向け雑誌⑤～⑦ (総計 128 記事・285 ページ)、男児向け雑誌⑧⑨ (総計 67 記事・180 ページ) を比較した結果の一部を以下に示す。

動物や植物について解説したページ、乗り物などの名前を紹介するページなど、学習情報に関する記事は、女児向け雑誌の 1.2%、一般幼児向け雑誌の 3.9%、男児向け雑誌の 0.9% のページに見られた。また、迷路やクイズ、間違い探し、ぬりえ、計算、ドリルなど、読者に何らかの手作業をさせるような知育に関する記事は、女児向け雑誌の 35.9%、一般幼児向け雑誌の 37.2%、男児向け雑誌の 14.1% のページに見られた。一方、職業を紹介するなど仕事に関する記事は、女児向け雑誌の 4.1%、一般幼児向け雑誌の 2.2%、男児向け雑誌の 1.1% であった。マナーやルールを教える記事は、女児向け雑誌の 2.1%、一般幼児向け雑誌の 2.9%、男児向け雑誌の 0% であった。

おしゃれに関する記事は、女児向け雑誌の 31.5%、一般幼児向け雑誌の 7.0%、男児向け雑誌の 0% であった。また、メインの背景色については、女児向け雑誌では 51.4% の記事について背景色がピンクであったのに対し、一般幼児向け雑誌では 33.6%、男児向け雑誌では 3.2% の背景色がピンクであった。なお、一般幼児向け雑誌の中では、女児雑誌に登場するキャラクターが使われているなど女児を対象にしていると思われるページで特にピンクが使われていた。輝きを表す装飾的記号が付けられた記事は、女児向け雑誌の 58.2%、一般幼児向け雑誌の 28.9%、男児向け雑誌の 4.3% であった。

商品・アニメ作品などとタイアップした記事は、女児向け雑誌の 70.6%、一般幼児向け雑誌の 66.7%、男児向け雑誌の 87.4% のページに見られた。

4. 考察

学習情報、仕事について教える記事、食事のマナーなどを教える記事については、いずれも記事数自体が少なく、また読者ターゲットのジェンダーによる記事内容の相違は確認されなかった。知育のページについては男児向け雑誌がとくに少なかつたが、これは「ドリル」記事（複数ペー

ジで構成される、間違い探しやクイズなどの問題が掲載されるコーナー）の有無による差である。

この結果からは、女児向け雑誌がとりわけ教育的側面が弱いとはいえないことがうかがえる。

一方で、ファッションや髪型を紹介する「おしゃれ」関連の記事は女児向け雑誌にとくに目立ち、一般幼児向け雑誌でも「プリキュア」シリーズや「リカちゃん」など、女児をターゲットとするコンテンツや商品とタイアップした記事に見られた。なお、この例にも表れているとおり、記事とタイアップするコンテンツや商品は女児向け雑誌と男児向け雑誌の間で大きく異なっており、タイアップ記事の比率自体については差は認められなかったものの、その内容はジェンダー化されているといえる。たとえば今回の分析対象の中では、「プリキュア」が男児向け雑誌に取り上げられることはなく、同様に「ゴーカイジャー」が女児向け雑誌に取り上げられることはなかった。また、一般幼児向け雑誌の中でも、いずれのコンテンツや商品が掲載されているかが、どちらのジェンダーの読者に向けてその記事が書かれたかを示す記号になっているように読みとれた。ここからは、商品やコンテンツのジェンダー化されたターゲット設定が重視されており、それに合わせて記事が編成されているともうかがえる。

さらに、ページの配色や装飾といった構成の面でも、女児向け雑誌には顕著な特徴があった。女児向け雑誌には、他誌と比べて主たる背景色としてピンクを使う傾向がより強かった。また、女児向け雑誌は、輝きを表す装飾的記号が、記事の題字や写真などにより多く添付されていた。

背景色にピンクを用いたり、装飾として輝きを表す記号を用いたりする趣向が女児向け雑誌や女児に向けられた記事の中でより使われていることは、ピンクやキラキラとした輝きが「女らしさ」の記号として使用されていることを意味するのではないかと考えられる。それによって、記事がとりわけ「女」に向けられたものであり、その内容が「女らしい」ものであるのだというメッセージが発信されているのではないかと読み取ることができる。

この点とあわせて考察すべき特徴が、付録の重要性である。女児向け雑誌に限らず、おむねどの雑誌においても、雑誌の顔と言うべき表紙の中で付録の写真が一番大きく掲載されていた。これは、各誌が最もアピールしたい魅力のひとつが付録であることを意味しているだろう。そし

て女児向け雑誌に添付される付録は、化粧品や装飾品を模したおもちゃが多く見られた。例えば、『おともだちピンク』2009年8月号から2012年5月号（計21号）の付録のうち、「キラキラまほうのメロディブラシ&ミラー」（2011年4月号）など「おしゃれ」やメイクに関わる付録は14号分と大半を占めていた。なお上記に挙げたブラシと手鏡は、色はピンクで、ホログラム加工された銀色に輝く付録のシールを貼って使うようになっており、ここでも先に指摘したピンクとキラキラという要素が女児に向けて提供されている。

「女」に照準を合わせて発信されるメッセージの中で、化粧品や装飾品などといった「女らしい」商品が付録として添付され、また記事の中でも同様のものが多く描かれ、商品が紹介されている。こうした記事の編成によって、女児向け雑誌は、「女性的」とされる消費の領域に読者の関心を向けさせているといえるだろう。言葉を変えれば、女児向け雑誌とは、「女性的」とされる領域に関心を持つ消費者を育成する媒体であるといえる。

なお、資料の入手に時間がかかったことなどの理由により、当初の研究計画期間を超過し研究する必要が生じた。今後は2005年4月号および2008年4月号の分析作業を早急に終了させ、各年の記事傾向について比較を行う。全分析を通じた報告については、報告書によって行う予定である。

5. 今後の研究課題

本研究では4月号のみを分析対象としたが、4月号の傾向が他の月にもあてはまるといえるかどうかについて今後確認する必要があると考えられる。またそのうえで、より早い時期から刊行されていた一般幼児向け雑誌の変化の中に、後発の媒体である女児／男児向け雑誌の登場をどう位置付けられるかについても考察していくことが、今後の研究課題である。

また本研究では、雑誌の製作者や読者の意識については十分に考察することができなかった。こうした雑誌の送り手および受け手を対象としたインタビュー／アンケート調査を今後行ってい

く必要があると考えられる。

さらに、本報告では検討することが出来なかつたものの、本研究を通して、とりわけ男児向け雑誌に教育的要素が少ないことが明らかになっている。この点に関して、読者の具体的な生活との関わりや将来への方向づけの弱さが何を意味するかといった問題を、本研究が明らかにする女児向け雑誌のジェンダー規範と比較しながら考察することも、今後の課題としたい。