

# 女性の文化におけるオンライン・メディア使用に関するアジア圏での比較調査

Comparative survey about using online media in female culture in Asia

田中 東子

Tohko Tanaka

大妻女子大学文学部

Faculty of Language and Literature, Otsuma Women's University

キーワード : ジェンダー, メディア, 文化, オンライン

Key words : Gender, Media, Culture, Online

## 1. 研究目的

当研究「女性の文化におけるオンライン・メディア使用に関するアジア圏での比較調査」では、今日の経済発展とメディアの普及を通じて、アジア圏の都市部で若い女性たちの多くが経済的に自立し、メディアテクノロジーを使用して新しいライフスタイルを確立しつつあるという点に着目し、女性たちへのインタビュー調査を通じてその実態を明らかにすることを目的としていた。特に、現代の若い女性たちは、巧みにオンライン・メディアやデジタル・メディアを使いこなし、新しい形式のコミュニケーション活動を創造している。

その背景として考えられるのは、資本主義経済の発展とメディア文化のグローバル化という現代的な社会条件の成立である。こうした諸条件の中で、日本とタイの都市部で生活する若い女性たちがある程度の経済的に自立しながら、どのようにメディア文化に関わり、インターネット接続されたデバイスを使用し、どのようなコミュニケーション活動を通じて文化的なコミュニティに帰属しているのか実証的に調査することを試みた。

欧米をはじめとする経済的な先進諸国においては、1980年代後半から90年代にかけて、若い女性たちも仕事を持ち、ライフスタイルと消費行動に大きな変化がもたらされたと、いくつかのメディア文化研究者たちが論じている（こうした研究に関しては、Harris, Anita (2004) *Future Girl: Young Women in the Twenty-First Century*, Routledge. や同じく Harris, Anita (ed.) (2004) *All About the Girl: Culture, Power, and Identity*, Routledge., (2008) *Next Wave Culture: Feminism, Subcultures, Activism*, Routledge. などを参照のこと）。

しかし、若い女性たちの自立を保証している資

本主義経済は、一見したところ少女や女性たちの地位を向上させているように見せながら、彼女たちの代わりに語っているのだと、批判的に資本主義と女性の関係を捉える視点もある（これらの視点から論じられたものとしては McRobbie, Angela (2008) “Young Women and Consumer Culture: An intervention”, *Cultural Studies* 22:5, 531-550, Routledge. に詳しい）。当研究では、こうした若い女性たちのライフスタイルの変化が、後発的な経済発展を遂げた国でどのように受容されているか観察し、その功罪について研究することを目的としていた。

## 2. 研究内容及び成果

研究の具体的内容および手順については、以下のとおりである。

まず、当研究に着手した6月から8月までにかけて、先行研究のまとめとして、2000年代に入ってから出版された欧米および国内のオンライン・メディアと女性、もしくは女性の社会的・経済的自立と資本主義経済との関係に関する論文を精読し、その内容を整理した。各種の調査結果によると、これまでテクノフォビアであるとされ、メディアの利用や受容において男性に後れを取っていたとされる女性たちが、インターネットとスマートフォンの普及を通じて、新しいコミュニケーション・テクノロジーへの接触において男女の格差が解消され、それだけではなく、SNSのような「対話的コミュニケーション」に特化したメディア利用に関しては、男性以上に女性たちが参画・利用しているということが明らかにされた（S. Mazzarella (2010) *Girl Wide Web 2.0*, Peter Lang, R. Buikema & I. Dertuin (eds.) (2007) *Doing Gender In*

*Media, Art and Culture*, Routledge, S. Binkley & J. Littler (2011) *Cultural Studies and Anti-Consumerism*, Routledge. などの議論を参照のこと)。

こうした先行研究の調査結果を整理した後、次に着手したのが、2014年9月から継続して行っているタイのバンコクで、日本のポップカルチャーを愛好する女性／女性グループへのインタビュー調査である。当初の予定では、2015年8～10月に現地での調査を行う予定であったが、8月にバンコク市内でテロが起きたことから、現地での調査を2月に先送りすることにした。

その代わりに、日本国内で、ポップカルチャーを愛好している若い女性たちのオンライン・メディアを通じたコミュニケーション活動について、Twitterでの参与観察、7名の女性たち（有職者）への聞き取り調査、10名の女性たち（女子学生）へのフォーカス・グループ・インタビューを通じて調査した。その結果、現代の日本社会で生活している女性たちのコミュニケーション活動において、テレビや新聞・雑誌などの旧来のメディアや電話による旧来型のコミュニケーション・メディアよりも、オンライン・メディアが中心にあるということが明らかになった。彼女たちは、SNSごとに使用目的と使用方法を使い分けていて、特に、不特定多数の人々のもとに一つのメッセージが伝達してしまうことに対して、予防と警戒の意識を明確に持っていた。また、情報の拡散と流通の範囲をコントロールするために、とても繊細な対応を行っていることが分かった。また、直接的に会ったことがない女性同士であっても、同じ趣味を持っている場合には、より容易にSNSでコミュニケーションを取り始めること、またコミュニケーションを取り始めてから、直接的に対面する機会がある場合には積極的に交流をするということなども、これらのインタビュー調査／フォーカス・グループ・インタビュー調査の結果から明らかになった。

さらに日本では近年、SNSによる人種的なヘイト・スピーチや女性差別的な言説がまき散らされているが、特にジェンダーに関わるこれらの発言や、旧来型のメディアにおける女性差別的な表象・イメージ化・言説などに対して、SNSを日常的に利用する、ポップカルチャー愛好者たちのSNSグループ——つまり、特定の政治的意識に基づいてつながっているわけではない集団——においても、対抗的／抗議的な言説が数多く発信され

ていることが頻繁に観察された。こうしたことから、特にフェミニズムの教育を受けたわけではない一般の女性たちの間でも、女性の社会的地位や、ステレオタイプ化されたイメージへの興味関心が非常に強く持たれているということが推論できる。

最後に、2016年2月に当初予定していた、バンコクでの日本のポップカルチャーを愛好する若い女性たちへのインタビュー調査およびフォーカス・グループ・インタビュー調査を行った。滞在したのは、25日から29日までの5日間で、その間に、10代から20代にかけて10名のタイ人女性と対面式の調査を行うことができた。彼女たちは全員、大学を卒業しているか、現役の大学生であり、卒業後はそれぞれ就職し、働きながら、日本のポップカルチャーの愛好を続けている。

こうした活動を続けるにあたって、彼女たちがかつとも必要としているのが、PCやスマートフォンを経由したオンライン・メディアである。特に、日本発の情報を入手するために、彼女たちは日本語のサイトやアプリ、SNSなどにこまめにアクセスをし、またファン活動を行うための様々な様式やルールに関する情報をオンライン・メディア経由で入手している。また、身近に同じ趣味の友人がいない場合には、バンコク市内外の自分とは異なる地域に住んでいたたり、別の学校に所属していたり、別の世代の女性たちとSNS経由でつながりを作り、週末などを利用して、一緒にファン活動を行っている。同じものを愛好しているという絆によって結ばれた彼女たちの関係は、時に地縁や血縁などによる結びつき以上のものであり、SNSやオンライン・メディアによるコミュニケーションによって知り合った友達と一緒に過ごし、会話している時が一番幸せを感じると回答するインフォーマントもいた。オンライン・メディアによる活動の活発化に加えて、特に仕事をしている独身女性たちは、自分自身で賃金を稼ぎ、消費活動を行うことによって、自分たちの母親の世代とはまったく異なるライフスタイルを作り出し、より自由に行動できているという意識を持っていた。その理由としては、頻繁に国外へ旅行できるようになったということ、また、自由な時間を満喫するために婚期が遅くなってきていること、自宅に居る時間帯でもSNS経由で様々な地域の友達とコミュニケーションを取れるようになってきていること、自分自身の発言を言葉や写真、動画などを通じて発信できるようになった、などを挙げている。

このように、経済活動とコミュニケーション活動の自由を享受できるようになったバンコクの若い女性たちであるが、資本主義的な消費行動への批判的な視点や意識がほぼ形成されていないという点が問題であると思われる。

### 3. まとめと今後の課題

当研究のまとめとして、経済的自立とオンライン・メディアや SNS の普及が、欧米での先行研究で明らかにされてきたのと同じように、アジア圏での若い女性たちにおいても、自立と自由を保証する最良の社会的条件となっていることが、あるていど明らかにされた。

しかし、当研究はインタビュー調査とフォーカス・グループ・インタビュー調査に基づいた実証化を試みるものであったことから、より計量的な実証化の必要があると考えられる。また、このような調査を始めてから 2 年しか経っていないこと

から、今後も継続的に同じメンバーへのインタビュー調査を行い、さらにインタビュー対象者の範囲と数を拡大していくことによって、計量的な実証を補うような調査データを蓄積していくことが重要であると考えられる。

### 4. この助成による発表論文等

上述した理由により、2015 年 8～10 月に行う予定だった現地でのインタビュー調査が、2016 年 2 月にずれ込み、インタビュー調査のテープ起こしが 2016 年 3 月下旬にようやく終了したため、この女性による論文等の発表は、今後、行っていく予定である。

ひとつは、有斐閣から依頼されている共著論文において、以上述べてきたような研究の成果を発表する予定である。また、2017 年度中の発行を目指している単著の中にも、当研究によって明らかにされた知見を反映させていく予定である。

(2016 年 3 月 31 日現在)