

マスメディアにおいて性的マイノリティはどのように語られてきたか

- 朝日新聞と読売新聞の比較から -

### 問題・目的

近年、日本には8~10%前後の割合で性的マイノリティがいるとされており（LGBT 総合研究所、2019）、その理解は年々進みつつある。一方で、現行の社会制度の下で性的マイノリティが受ける不平等な扱いは未だ多い。その背景の一つとして、性的マイノリティ問題に対するメディアの取り扱い方が関わっているのではないだろうか。

本研究では、性的マイノリティに関する新聞記事数がどのように推移してきたかを明らかにするとともに、新聞社による記事の取り扱いの違いからマスメディアにおいて性的マイノリティがどのように扱われているかを検討する。

### 研究方法

本研究では、『朝日新聞』と『読売新聞』における、2000年から2023年までの性的マイノリティに関する新聞記事数を比較・分析した。新聞記事の抽出には朝日新聞社のデータベースである「朝日新聞クロスサーチ」と、読売新聞社のデータベースである「ヨミダス」を使用した。分析対象は、「性的マイノリティ」・「セクシュアルマイノリティ」・「LGBT（LGBTQ, LGBTQ+）」・「性的少数者」・「ゲイ」・「レズビアン」・「バイセクシュアル」・「トランスジェンダー」・「同性愛」・「同性婚」の計10個のキーワードが見出しに含まれる記事に限定してキーワード検索を行い、ヒットしたもののみとした。

### 結果・考察

新聞記事の総数の差から、朝日新聞は読売新聞よりも約700件多く性的マイノリティに関する報道を取り扱っていることがわかった。朝日新聞では2017年から2019年にかけて「性的少数者」に関する記事が増加しているのに対し、読売新聞では2016年から2020年にかけて減少していることが明らかになった。「LGBT」とその下位概念を見出しに含む記事の合計件数からは、朝日新聞と読売新聞では記事の増加する時期が異なっていることがわかった。また、両紙で同内容の報道記事が同日に掲載されることは少ないことが明らかになった。

これらの結果から、リベラルな論調の朝日新聞では社会的問題を積極的に取り上げる傾向があるのに対し、保守的な論調の読売新聞では社会的関心が高まった後は揺り戻しが生じている可能性が示唆された。また、新聞社の論調の違いによって性的マイノリティがマスメディアから受ける扱いが異なることが明らかとなった。本研究では『毎日新聞』、『産業経済新聞』、『日本経済新聞』などの全国紙を調査対象に含めなかったが、各新聞社の論調の違いにより同様の結果が得られるか検討することが今後の課題として考えられる。

## 学童保育における指導員と子どもの関わり

### －ジェンダーと雇用形態の観点から－

#### 問題・目的

筆者は、学童保育所でアルバイト指導員として子どもと関わる中で、保育対象の男子児童の指導員に対する態度が、指導員の属性によって異なっているのではないかと疑問を抱くようになった。先行研究においては、子ども同士の関係性に対する指導員の認識、介入方法については検討されていない。また、指導員の複数の属性が、子どもとの関係に影響を及ぼしている可能性については検討されていない。そこで、本研究では、学童で働く指導員に対するインタビューを通して、学童における指導員の性別や、雇用形態、キャリアといった属性が、学童の子どもに対する認識や子どもへの指導への認識にどのような影響を及ぼしているのかについて明らかにすることを目的とした。

#### 方法

筆者が勤務している学童保育所の指導員を対象とし、2025年8月から9月にかけて、調査対象の指導員のうち、性別（男性・女性）、雇用形態（アルバイト・正規）、年代、指導員歴がそれぞれ異なることを考慮した6名にインタビュー調査を行った。調査は半構造化インタビュー方法を行い、学童での子どもとの関わりや、他の指導員との違いに関する質問項目について回答を求め、これをもとに、詳細なエピソードを聞き出していった。

#### 結果・考察

インタビューを行った指導員の年齢や雇用形態、性別、キャリアは多様であり、それに合わせて、指導理念や子どもとの関わりに対する考え方は様々であった。その中でも、指導員の属性による傾向がみられた。第一に、指導員の年齢やそれと関連する雇用形態が、指導理念や子どもとの関わりに影響している可能性が示唆され、正規指導員が子どもを見守る対象とみる傾向にあるのに対して、学生アルバイト指導員は自身を子どもと近い距離にあるとみる傾向にあった。第二に、指導員のジェンダーが子どもとの関わりに影響している可能性である。指導員に対する男子の反抗的な態度に対して、男性指導員は許容する傾向にあるが、女性指導員の中には指導すべきものとみなす者もいた。第三に、指導員の性別や雇用形態によって子どもの態度が異なることについて、学生アルバイト指導員は子どもたちがアルバイト指導員を軽視していると、問題意識を持っていた。一方、指導員が年長になるほど、子どもの個々の背景や指導員の個性によるものとみなし、また子どもの成長として寛容な捉え方をする傾向がみられた。こうした傾向は、見方によっては、学童保育所が、現実の社会におけるジェンダーや雇用形態による格差について子どもたちが学ぶという再生産の場となっている可能性を示している。

## 子どもの貧困対策における学習支援の位置づけ

### －内閣府設置『子どもの貧困対策に関する検討会』（2014年）の議論から－

#### 研究背景・目的

2013年の第二次安倍晋三政権のもとで「子どもの貧困対策の推進に関する法律」（以下、子どもの貧困対策推進法）が成立し、その一環として無償の学習支援事業が各自治体で行われている。しかし、この事業は、自治体の任意事業であるため、全国的な動向に関わるデータが蓄積されておらず、実態が把握できない現状にある（寺谷・野田、2022）。本研究では、学習支援事業が子どもの貧困対策として行われるようになった原点に立ち返り、子どもの貧困対策の議論の中での学習支援事業の位置づけを検討する。

#### 研究方法

子どもの貧困対策推進法のもとで具体的に対策を実施するための「子どもの貧困対策の推進に関する大綱」（以下、大綱）を政府が定めるために、有識者の検討会である「子どもの貧困対策に関する検討会」（以下、検討会）が設けられ、大綱案に盛り込むべき事項に関して議論が行われた。本研究では、4回にわたるこの検討会の議事録を分析対象とし、学習支援事業をめぐってどのような議論が行われたかを分析した。

#### 結果・考察

検討会では、各地で行われている学習支援事業の事例が、自治体担当者や NPO 関係者によって報告され、それを受けての議論が展開された。そこでは、学習支援を切り口にしながらも、子どもや保護者の貧困の全体像や支援の必要性が多様に議論されていた。4回の検討会を通して、学習支援事業は子どもの貧困対策の中心として論じられていたわけではなかった。むしろ、子どもの貧困対策は、生活基盤や保護者の健康までにわたるさまざまな観点から総合的に検討されていた。学習支援は、その一つとして位置づけられていたのである。さらに、学習支援は、単に学力向上を図るためだけでなく、子どもの社会性の育成や居場所としての役割も含むものとして議論されていた。検討会での議論は、大綱におおむね反映された。

しかし、大綱に基づいて、各自治体で子どもの貧困対策が実施されていく中で、学習支援事業の民間団体への委託が進み、大手の教育産業の進出を招いたのではないかと推測される。それにより、子どもの居場所としての役割を含む小規模な NPO による学習支援事業が次第に周辺化されているのが現状ではないだろうか。

## 新聞記事に表れた「外国人」像の変遷

### 問題意識・目的

近年、日本では外国人労働者や在留外国人の増加を背景に、外国人政策や外国人受け入れをめぐる議論が活発化している。一方で、外国人に対する不安や警戒感を強調する出来事もみられ、外国人がどのような存在として社会に認識されてきたのかを検討する必要がある。外国人イメージに関する先行研究は、意識調査や特定のメディア表象を通じて多様な知見を示してきたが、社会全体で「外国人」という語がどのように用いられ、その意味がどのように変化してきたのかについては十分に明らかにされていない。

そこで本研究は、全国紙の新聞記事を用いて、「外国人」という語の使用実態を分析し、新聞報道および一般読者の語りに表れる「外国人」像の変遷を明らかにした。

### 研究方法

本研究では、『朝日新聞』および『読売新聞』の記事を分析対象とし、1985年から2024年までの約40年間を対象期間とした。記事検索には、朝日・読売のデータベース（「朝日新聞クロスサーチ」・「ヨミダス」）を使用し、見出しに「外国人」または「外人」を含む記事を収集した。

まず、語別・分野別の記事数の推移を把握し、記事数の多い時期を三期に区分した。次に、KH Coderを用いた計量テキスト分析により、見出しにおける頻出語分析、共起ネットワーク分析、対応分析を行い、各時期の報道傾向を検討した。

さらに、一般読者の視点を捉えるため、『朝日新聞』「声」および『読売新聞』「気流」に掲載された読者投稿記事を対象に、本文を用いた対応分析を行い、報道記事との比較を行った。

### 結果・考察

分析の結果、1980年代後半以降、「外人」から「外国人」への語の移行が進んだことが確認された。時期①（1980年代後半～1990年代前半）では、外国人は不法就労や登録制度など、管理や統制の対象として報じられる傾向が強かった。時期②（1990年代後半～2000年代前半）では、参政権や犯罪といった政治・治安の文脈で外国人が取り上げられ、権利をめぐる議論と管理的視点が並行して存在していた。時期③（2010年代後半～2020年代前半）では、人材受け入れや共生、支援に関する語が増加し、外国人を労働力や地域社会の一員として捉える報道が目立つようになった。

一方、読者投稿記事では、3つの時期を通じて国際交流や異文化理解に関する内容が多く、報道記事で論点となっていた制度や政策への言及はほとんどみられなかった。このことから、新聞報道と一般読者の間には、外国人の捉え方に一定のズレが存在していることが明らかになった。

以上より、新聞記事報道における「外国人」像は制度や社会状況の変化とともに変容してきた一方で、読者投稿では、在留外国人数や外国人労働者数の増加、就労分野の多様化といった社会的変化を背景としながらも、自身の経験に基づく語りを展開されており、報道とのあいだに認識の差が生じている可能性が示唆された。

# 交通事故報道における高齢者に関するイメージの変化

## ―被害者から加害者へ―

### 問題・目的

近年、高齢者による自動車の運転に対する、社会的な問題関心が高まっている。このような社会的な関心の高まりの背景には、交通事故報道のあり方があるのではないだろうか。先行研究において、新聞では、高齢者については他の年代に比べて、運転者自身が亡くなる交通事故よりも他者を死亡させた交通事故が報道されやすいことや、SNS では、高齢運転者に関するネガティブな投稿が増加していることが明らかにされている。しかし、より長期的な報道における質的な変化は明らかにされていない。そのため、本研究では、高齢者が当事者となる交通事故に関連する報道を長期的に分析することで、交通事故の当事者である高齢者の語られ方の変化を検討する。

### 分析方法

高齢者関連の交通事故報道の分析には、2000年1月1日～2019年12月31日の新聞記事の見出しを使用した。『朝日新聞』の記事の検索には、「朝日新聞クロスサーチ」の「記事1985～」を使用した。「(高齢者 OR 老人 OR お年寄り) AND 事故」というキーワードを使用して検索した。交通事故以外の事故について報じている記事は、分析対象から除外した。

『朝日新聞』での報道量の推移が特異なものでないことを確認するために、『読売新聞』の記事も検討した。『読売新聞』の記事の検索には、「ヨミダス」を使用した。「高齢者 交通事故」という検索キーワードを用い、各記事に登録されたキーワードに、「高齢者」と「交通事故」の両方が含まれている記事を収集した。

### 結果・考察

高齢者関連の交通事故記事の件数を『朝日新聞』と『読売新聞』で比較したところ、その推移の仕方に大きな違いはなかったため、『朝日新聞』の記事のみを分析した。

2000年代には、実際に発生した交通事故を報じる記事の中では、高齢者が被害者になったというものが多かった。高齢者が被害者となる交通事故を防止する取り組みについての記事は、2000年代から2010年代にみられた。2000年代には、高齢者は弱者であるという高度成長期に生まれた高齢者観が、交通事故に関する報道においても維持されていたといえる。しかし、2010年代後半になると、高齢者が加害者となった交通事故の減少に反して、高齢者が加害者となった交通事故を報じる記事が増加していた。それに加えて、2010年代後半には、高齢運転者による事故を防止する取り組みについての記事が増加していた。さらに、高齢者は運転ミスをする存在としても語られるようになっていた。2010年代後半においては、高齢者が加害者となる交通事故の実態以上に、高齢者が加害者として報道されていたと考えられる。

このように、2010年代後半以降、交通事故報道では、高齢者は支援が必要な弱者というよりも、危険な存在として語られるようになった。

## 女性向けサービスはどのように拡大したのか

—旅行業界において—

### 問題・目的

社会における女性向けの取り組みに関して、女性の安全確保や社会進出以外の商業目的のサービスがどのような社会的背景の中で生まれたのかについては十分に検討されていない。本研究は、1970年代に若い女性旅行者が急増した時期に創刊された旅行雑誌『るるぶ』（JTB出版、1973年創刊）を用いて、旅行業界の女性向けサービスがどのような社会的背景や時代の流れの中で生まれ、変わってきたのかを明らかにすることを目的とした。

### 方法

『るるぶ』の1973年から1987年の夏号および8月号を分析対象とし、表紙のビジュアル表現、目次における女性関連の情報、掲載記事・広告における女性向けサービスの記述を分析した。女性関連の情報としては、「女性」「レディス」「レディース」「婦人」「OL」などの女性を指す語を含むものとした。

### 結果・考察

分析の結果、女性向けサービスの語られ方は三つの時期に分けられた。第一期（1973-1976年）では、「女性向き」「安心して泊まれる」という言葉が用いられ、女性は保護の対象として位置づけられていた。1976年8月号の「女のひとり旅は偏見を持たれている」という記述のように、この時期の女性向けサービスは社会的偏見の対抗策として示されていた。第二期（1977-1982年）では、「女性専用」「レディスフロア」といった表現が登場し、女性でも泊まれる（受動）から女性のために作られた（能動）への転換を示した。この時期、短大卒女性の雇用が伸び、20代女性の労働力率が上昇し、OLという存在が社会的に認知されるようになり、女性は旅行業界の主要なターゲットとして位置づけられていった。第三期（1983-1987年）では、「女の特典」という言葉が示すように、女性向けサービスが楽しみや贅沢と結びつくようになり、女性は積極的な消費者として再定義された。同時に、女性専用ホテルが相次いで姿を消し、ターゲットが若年女性から家族やカップルへと拡大していった。この結果、『るるぶ』における女性向けサービスは、自分の楽しみや贅沢をより積極的に追求する消費者として女性を位置付ける方向へと変化したことが明らかとなった。

## 行政の広報資料において障害者はどのように表象されているのか ー「障害者差別解消法」啓発リーフレットのイラストを手がかりにー

### 目的

本研究の目的は、都道府県が作成した障害者差別解消法に関する啓発資料における障害者のイラストを分析し、その障害種別の頻度を実際の障害者人口構成と比較することで、表象の偏りを明らかにすることである。障害者表象の偏りは、「全ての障害者」の権利を保障するという同法の理念と実態との間の乖離を示すものであり、障害者に対する社会的認識に影響を与え、また障害者の権利保障とも深く関わりうる問題であるといえよう。

### 研究方法

本研究の分析対象は、38 都道府県が発行する同法に関するリーフレットである。これらの啓発資料には、同法の概要や、障害者に対する不当な差別的取扱いの禁止および合理的配慮の提供義務についての説明が、イラストを用いてなされている。これらのイラストを、差別事例、合理的配慮の事例、その他補完的なイラストの3カテゴリーに分け、どのような障害種別がイラストに描かれているかを分析した。

### 結果と考察

分析の結果、376 件の障害者表象が抽出された。そのうち、肢体不自由が 54.3%、視覚障害 30.9%であり、全体の 85.2%を占める一方、内部障害は 2.1%であった。これらの実態を比較すると、肢体不自由 31.1%、視覚障害 4.3%であることから過剰表象であり、内部障害 21.7%に対して過小表象であった。肢体不自由や視覚障害などの見えやすい障害は、実態よりも過大に表象され、内部障害や精神・知的障害など見えにくい障害は過小に表象されていた。精神障害と知的障害も実態ではそれぞれ 19.3%、17.1%を占めるが、表象では各 0.3%、1.3%に過ぎない。

リーフレットにみられる障害者表象の偏りの要因として2点が考えられる。第一に、わかりやすさが優先されるということである。車椅子や白杖など一目で障害者と分かる補装具を持つ障害が描かれやすく、ヘルプマークのようにテキスト説明を要する見えにくい障害は表象されにくいのである。第二に、社会的ステレオタイプの存在である。リーフレットでは、障害者用駐車スペースのマークなど、人々が日常的に目にするような記号が用いられがちであり、結果としてイラストが特定の障害種別に限定されることになると考えられる。公的機関が発行する広報物における表象の偏りは、障害者に関するステレオタイプに公的承認を与えることで偏見を助長する可能性がある。同法が全ての障害者を対象とするにもかかわらず、実態で過半数を占める見えにくい障害がほとんど表象されないことは、啓発の役割を十分に果たしていない可能性を示している。

## 大学生におけるジェンダーレスファッションの受容度

### 問題・目的

近年、日本の若者文化において「ジェンダーレスファッション」は、メディアや SNS を中心に肯定的に語られるようになってきている。そこでは「中性的」「洗練された」などの言説で紹介され、性別に縛られない新しい価値観に基づくものと提示されている。しかし、日常生活でそれがどの程度受容されているのか、特にどのような他者の実践がどう評価されているのかについては十分に検討されていない。男性の外見表現に対する社会的規範の強さや、服装が他者の視線に強く規定されるという先行研究の指摘をふまえ、本研究は、大学生を対象に、ジェンダーレスファッションの受容が①性別、②対象との社会的距離、③周囲に実践者がいるかどうかによってどのように異なるのかを明らかにすることを目的とした。

### 研究方法

調査は日本国内の大学生 192 名（女性 130 名、男性 59 名、無回答 3 名）を対象に、Google フォームを用いた Web アンケート形式で実施した。ジェンダーレスファッションのイメージを統一するため、雑誌『MEN'S NON-NO』等の画像を提示した上で回答を求めた。質問紙は、属性、服装に関する意識、ファッション実践、ジェンダーレスファッションに対する態度、他者の実践に対する抵抗感の 5 領域から構成した。特に他者の実践に対する抵抗感については、親・恋人・友人・見知らぬ人など、自分との関係性が異なる相手ごとに、それぞれの抵抗感を 5 段階で測定した。分析においては、性別による平均値の差 (t 検定)、周囲の実践者の有無による影響 (一要因分散分析) を検討するとともに、相手との社会的距離が抵抗感に与える影響について単回帰分析を用いて検証した。

### 結果

ジェンダーレスファッションの認知度は高く、「おしゃれ」「個性的」などの肯定的印象がみられたが、実際に自分が取り入れることへの抵抗感には特に男性で強かった。アイテム別の実践では、男性では「ワイドパンツ」の着用経験はあったものの、「スカート」や「レース」等の女性的記号性の強いものは避ける傾向がみられた。男女比較では、「服を選ぶ際に性別を意識する」「自分が実践することへの抵抗感」で男性が有意に高かった。また、周囲に実践者が「いる」学生は「いない」学生よりも抵抗感が有意に低かった。さらに、対象別抵抗感では、親や恋人など自分との社会的距離が近い対象ほど抵抗感が高く、見知らぬ他者や外国人といった距離の遠い対象ほど低かった。なお、アパレル店員や芸能人に対しては距離にかかわらず抵抗感は低かった。

### 考察

本研究から、ジェンダーレスファッションは肯定的に評価されながらも、自己や親密な他者の実践に対しては抵抗が生じやすいという「評価と実践の乖離」が示された。特に男性では、伝統的な「男らしさ」規範の影響により抵抗感が強く表れる可能性が示唆された。また、親密圏の人物の外見は自己のイメージと結びつきやすいため、社会的距離が近いほど慎重な反応が生じると考えられる。さらに、周囲に実践者が存在することで抵抗感が低下することから、「見慣れること」が受容を促進する重要な要因である可能性が示された。

# 女子小学生向け雑誌における化粧の扱われ方 —子どもと大人の境界の曖昧化をめぐって—

## 問題・目的

近年の日本では、子どもと大人の境界が曖昧になりつつあるように見受けられる。従来は大人が行うとされてきた行為が児童期にも及ぶようになっており、その一例として化粧行動が挙げられる。こうした背景には、メディアによる影響が一因として考えられる。本研究では、子どもが接触するメディアの一つである雑誌における化粧関連の記事内容の変遷を通じて、メディアが子どもと大人の境界をいかに構築しているのかを明らかにし、その境界の変容について検討していく。

## 方法

本研究では、女子小学生向けの雑誌である『ニコ☆プチ』（新潮社、2006年創刊）の2007年春号から2024年12月号までの103冊を分析対象とする。量的分析では、各号に掲載されている化粧関連ページ数、化粧品アイテム数、化粧品価格、化粧品種別アイテム数を、年次ごとに集計・算出した。質的分析では、化粧に関する記述内容を対象に、KH Corderを用いて分析を行った。量的分析の結果をもとに化粧の取り上げ方に変化が見られる時期を特定し、それを踏まえて頻出語の集計および対応分析を実施した。

## 結果・考察

本研究の量的分析の結果より、各年に紹介された化粧品の平均価格と最低価格には変動が確認されなかった一方で、紹介された化粧品アイテム数、化粧関連ページ数、化粧品の最高価格、化粧品アイテムの総種類数は増加の傾向が確認された。これらの結果から、女子小学生向けの雑誌において化粧の扱いは年々拡大していることが分かる。さらに、2023年以降は二重テープやアイプチといった高度な技術を要する化粧品が流行に応じて取り上げられるようになり、子どもが大人と同様の化粧品を用いて本格的な化粧を行う存在として扱われつつある可能性を示唆している。また、質的分析の結果より、2007年から2017年までの期間では化粧が母親の補助を前提とした行為として扱われていた一方、2018年から2024年までの期間では化粧が子ども自身の嗜好を反映した、相応の知識や技能が必要であるものとされるようになったことが確認された。以上より、子どもが大人の領域へと接近するような内容の記事が年々増加しており、大人と子どもの境界が曖昧になっていることが確認できる。このような傾向は、何歳からでも化粧をすることが尊重される価値観の広がりという点では肯定的に評価できる一方で、女性にとって化粧が早期に習得すべきものとして意識され始めている可能性がある。このように、子どもと大人の境界の揺らぎは、肯定的側面と懸念の双方を併せ持つ現象であると考えられる。