

概要

日本におけるジェンダーの問題は年々深刻さを増しており、もう誰も無視できない、してはならない社会問題の1つである。世界経済フォーラム(WEF)が毎年発表している「世界ジェンダー・ギャップ報告書」によると、日本は先進国の中でも「最低スコア」を叩き出しており、2020年度は153カ国中121位であった。男性がリードを持つ社会において女性は、とても厳しい現実直面しており、出産や育児などで第一線から退くことを余儀なくされる女性たちが働きやすい環境は整っておらず、この問題は日本社会全体の構造に通ずる。

構造的に圧迫されている女性たちであるが、この問題は私たちの無意識に潜む価値観とも大きな関係があるのではないかと。私たちの多くは、幼少期から無意識のうちに「女であるから」「男であるから」、このような枕言葉を添えて現実を正当化し続けてしまっており、その間違いに気付けないまま今に至る。

では、人の価値観を形成し、ジェンダーステレオタイプを植え付けているのは何か。この問いへの答えは数え切れないほど挙げられると思うが、その答えの1つとしてマスメディア、特にテレビドラマを挙げたい。大衆に向けてつくられた作品には、なるべく違和感を出さないように、多くの人に好かれるようにと、ステレオタイプに基づき登場人物は主に“一般化”されている。しかし、このように人々の価値観を形成しやすいテレビドラマこそ、根拠のないステレオタイプを壊し、多様性を尊重する存在であるべきなのではないか。

本論文では、従来のテレビドラマとは異なり、ジェンダーに焦点を当て、平等実現を阻害する偏見やステレオタイプに一石を投じた『アンナチュラル』というテレビドラマ作品を分析し、このドラマを通してテレビドラマは今後どのような女性像を描いていくべきであるかを考える。主に3つの内容に関して分析を行い、第一に、作品の質的なシーン分析を行い、主にセリフや、登場人物の設定・容姿・関係性に言及をした。第二に、各作品のプロデューサーなどの製作陣にも注目し、どのような環境の中で作品が作られているかの分析をした。第三に、本論文の目的としてジェンダーステレオタイプへの挑戦を挙げたが、これまでメディアが女子をどのように語ってきたかを映像メディア・文字メディアにて見られるダブルスタンダード表現の7つのパターン¹に言及しながら説明をし、これらのパターンに作品がどのように挑戦しているかも言及した。

¹諸橋泰樹 (2002) 『ジェンダーの語られ方、メディアのつくられ方』現代書館

²細川倫太郎 (2019、3月7日) 「世界の女性管理職比率は27% ILO 日本は