

( 続紙 1 )

京都大学	博士 ( 人間・環境学 )	氏名	Frey Urszula
論文題目	Working Women of Japan and Belgium as Seen Through Legislation and Media during the 80' s and 90' s (法律とメディアを通して見た80年代と90年代における日本とベルギーの働く女性)		
(論文内容の要旨)			
<p>本学位申請論文は、少子高齢化による労働力人口の減少や個人の権利意識の高まりの双方から、現在一般的となってきたワーク・ライフ・バランスのコンセプトが、1980年代から90年代の法整備、および同時期のメディアにおける女性表象の中で、どのように扱われているかに注目したものである。第一部(1章～3章)は、申請者の出身地であるベルギーの法律との比較研究という方法論を使って、1986年施行の男女機会均等法から1999年の男女共同参画社会基本法にいたる日本における法整備の背景と、その社会へのインパクトを分析する。第二部(4章、5章)では、テレビと雑誌という二つのメディアを例にとり、両者の広告で描かれる働く女性の表象を検証する。申請者によると、広告は、現実よりも遅れた女性のイメージを視聴者や読者に示し、そのステレオタイプの女性像は、日本社会に浸透した価値観や文化的規範を反映している。このように、働く女性のイメージを、未来の変化を目指す法律とステレオタイプを伴ったメディアという二つのレンズを通して検証することによって、日本社会が、働く女性をどのように認識しているかについての、より全体的な像を示そうとする。</p> <p>本論文は、序論、五つの章、結語で構成される。序論では、ワーク・ライフ・バランスのコンセプトに関する理論的研究が整理され、法律や広告の変遷を通して働く女性の在り方を分析する際、また、その後の女性の雇用状況の変化を分析する際には、申請者は、キャサリン・ハキムの選好理論を参照枠として用いることが説明される。ハキムによれば、大多数の女性はキャリアと家庭の両立を目指している。ここから申請者は、女性が望むライフスタイルを選ぶことが許されるのであれば、最もよく描写されるグループはキャリアと家庭を持つグループでなければならないとの仮説を立て、法律やメディアに焦点を当てることで、この仮説の検証を行うとする。</p> <p>第1章では、日本において男女平等の雇用形態を実現するうえで画期となった1986年の男女雇用機会均等法および1997年(99年施行)の改正法、1992年施行の育児(介護)休業法、1996年の総理府男女共同参画審議会による報告書「男女共同参画ビジョン—21世紀の新たな価値の創造」、さらに1999年の男女共同参画社会基本法が検討される。申請者は、1986年から1999年までの法整備においては、男女の平等や労働者の生活の質の向上を目指すという理念よりも、女性の労働人口の増加、少子高齢化社会における将来の人材不足への不安、女性の出生率減少への懸念などの複数の現実的要因が背景にあったとする。さらに、日本社会に残存する男性優位の価値観や「女性は家庭に」という考え方が根強いことから、法律が名目上掲げる男女平等の雇用形態や、男女双方による家事や育児の分担は現実にはさほど進まなかったことも指摘されている。</p> <p>第2章では、個々の労働者の特性やライフキャリアに合わせた自由度の高いワークスタイルを推進するために、1985年に「キャリア・ブレイク法」を制定し、2001年(2002年施行)には労働者がより柔軟な労働時間で働くことを可能にするタイムクレジット制度を取り入れる改正を行ったベルギーの例を取りあげる。申請者は、1985年の最初のキャリア・ブレイク法の立案段階においては、ワーク・ライフ・バランスや生活の質への関心よりも、むしろ失業の増加への懸念のほうが重要であったことを指摘し、この懸念が、フルタイムからパートタイムへの行き来が自由な設計という方策に結びついたとする。また、この制度は本来男女に関係なく、1年間(5回まで)キャリアを中断する選択を男女の労働者に与えるジェンダー・フリーの法律であったが、結果としては、子育てのためにこの制度を利</p>			

用する女性が圧倒的に多く、結果的に、不景気時の失業対策、好景気時の労働者不足の調整に、フレキシブルな労働形態を選択する女性が利用された側面もあったと申請者は示唆する。

第3章では、第1章と2章でそれぞれ議論された80年代から90年代にかけての日本とベルギーの法律が比較、分析される。日本においては、男女機会均等法、育児法はジェンダー・フリーというよりは女性にターゲットを絞って立案されたもので、1999年の男女共同参画基本法ではジェンダー・フリーの側面が強められたものの、全体としては、出生率の回復も睨んだ女性に対する施策の側面が強かったとする。一方、ベルギーの一連のキャリア・ブレイク法は、男女の区別なく労働時間の短縮やキャリアの一時的中断を目指しているジェンダー・フリーの設計図となっている。しかし、申請者は、日本とベルギーの法律が違ったスキームに基づいているにもかかわらず、法律の結果は近似していると指摘する。すなわち、日本でもベルギーでも、育児休業法やキャリア・ブレイク法によってキャリアを中断するのは女性が圧倒的に多いことには変わりはないとする。このように、法律の意図が必ずしも現実に反映されないのは、女性の役割に対する旧来の価値観が、日本でもベルギーでも強いからであると示唆する。

第4章では、メディアにおける働く女性の表象を見るために、全日本シーエム放送連盟(ACC)が優れたテレビ・コマーシャルにおくるACC賞の受賞作の中から、働く女性が描かれた1983年から1997年までの作品を取り上げ、分析を行う。申請者によると、80年代のコマーシャルの中の働く女性は、主に仕事よりも容姿に関心を持ち、彼女らが仕事場で働く等身大の姿は稀であったという。例外的に専門職の女性が登場する際は、西欧人の女性がモデルとして使われていたとする。90年代に入ると、より多くの日本人女性が専門職に従事する「プロフェッショナル」として登場するようになる。一方で、女性は様々なトピックについて意見を表明する「インテリ」として登場し、他方、オフィスで実務に携わっている女性は、コピー取りや電話番などの比較的単純な仕事をしているとする。さらに、管理職の女性は、部下への配慮を欠いた意地悪女として、また、パートタイムで働く女性は、結婚相手を見つけるために仕事場に来る「頭が空っぽ」な女性として描かれていることが多く、働く女性に対する社会の否定的な感情が背景にあると分析する。

第5章では、フェミニズムを標榜する女性誌として80年代に注目された女性誌『クロワッサン』に掲載された広告のなかから、1985年から1997年にかけての作品を選び、当時の有名な女優、企業で活躍する女性、また女性モデルを使った広告のなかで、どのような働く女性のイメージが主流であったかを分析する。第一に、テレビ・コマーシャルに比べて、雑誌の広告での女性表象は概してポジティブであり、働く女性は多忙でかつ意欲的に描かれているとする。さらに、80年代と90年代を比較すると、インテリア・デザインや出版校正などのスキルや資格を取得する自己啓発コースを宣伝する広告が多い点は同じであるが、80年代においては、それは就職のために必要な技能開発とされていたのに対し、景気が悪くなり始めた90年代には、自分の家庭の美化や家でできる仕事という形が望ましいとされ、強調点が変わってきたとする。さらに、80年代、90年代を通して、理想の働く女性の職種はフリーランスの知的な仕事や創造的な仕事に限定され、また、家庭をもった中高年の働く女性が描かれることは稀であったとする。

結語では、80年代から90年代の法律が目指した男女共同参画社会のビジョンと、メディアで描かれたステレオタイプを引きずり、働く女性への社会のいまだネガティブな態度を反映した女性表象との落差の中に、女性の社会進出や男女の家事や育児の分担をめぐる日本社会のいまだアンビバレントな心的状態が窺えると結論づける。

(論文審査の結果の要旨)

本博士学位申請論文は、日本において女性の社会進出が、法整備の側面からも、メディアが描く女性像の変化という面からも、大きく前進したとされる1980年代と90年代に焦点を当て、女性の働き方や生き方をめぐる一般的な意識の変化や世論の動向と法律やメディアの女性表象との相互関係を考察した英文の論文である。ポーランド語を母語とする申請者は、オランダ語、英語、日本語が堪能な多言語話者であるが、欧米でも関心の強い日本の働く女性についての知見を英語で発信することで、このトピックをめぐる国際的な議論に参加しようとする意欲的な姿勢を打ち出している。ワーク・ライフ・バランスに関する理論や、日本や欧米の女性史、メディアにおける女性表象などに関する欧文、和文の文献を広く渉猟すると同時に、日本やベルギーの法律の条文やテレビ・コマーシャル、雑誌広告などの映像および活字媒体を緻密に分析し、独自の解釈を加えることで、極めて独自性のある論文になっている。また、現実の経済的・社会的諸関係が法律の変化やメディアの表象の変化を促し、同時に、法律やメディアが具体的な社会の変化を加速させていくという社会変化のダイナミズムは、直線的にはなく時に遅延やタイムラグを伴いながら緩やかに進行することを、日本を一つのケース・スタディとして用いながら論証することに、成功しているといえる。さらに、仕事第一主義と家庭第一主義という二つの両極の間に、家庭と仕事の両立を目指す多数派の女性がいるとするハキムの選好理論を一つの仮説として用い、その仮説に従えば、メディアにおいてもキャリアと家庭を持つ女性が描かれるはずであるのに、少なくとも80年代、90年代の日本のメディアにおける働く女性像は、若い独身の女性に偏っていたという興味深いデータを引き出している。この論文の強みは、予定調和的な型どおりの結論に収敛しようとはせず、むしろ、意識と現実との落差、表象と現実との落差に注意を払った洗練された論の運びにあるといえよう。以下、第一部、第二部に関して、より具体的に本論文の優れた点に触れておきたい。

第一部で評価できる点は、申請者が、働く女性に影響を与えた80年代と90年代の日本とベルギーの法律を比較することを通して、欧米の研究者にありがちな日本特殊論を脱して、仕事と家庭との両立の難しさや女性の自己実現の問題などを普遍的な共通の課題として提示していることである。ジェンダー・フリーな枠組みでキャリアの一時中断を可能にしたベルギーのキャリア・ブレイク法は、より女性を念頭に置いた日本の育児休業法よりも、男女ともに柔軟なワークスタイルをとることを奨励するものであったが、結果的には、異なる法律のスキームにもかかわらず、日本と同様ベルギーでも多くの女性が育児のためにキャリアを中断したことを、丁寧に叙述し、それぞれの国がかかえる経済的、社会的・政治的問題に深く切り込んでいる。法律の改正にも注目し、失業、労働時間、少子化といった日欧共通の懸念事項の解決の方が、男女共同参画社会の理想的ビジョンの実現よりも優先されている実態を鋭く描いている点も高く評価できる。

第二部では、法律の条文の分析という第一部とは全く異なり、メディア・スタディーズ的な方法論が冴える。ここで評価できる点は、申請者が、文学テキストを解読するように緻密にテレビ・コマーシャルの映像、および雑誌の広告の文章、写真、イラストなどを綿密に分析していることである。そのテキスト分析は的を射たもので、80年代や90年代の日本の働く女性を取り巻く状況が臨場感をもって伝わってくる。申請者は、コマーシャルで使われている女性の服の色、貴金属のアクセサリ、彼女らの登場する場面設定、セリフ、ナレーションなどに細かい注意を払っている。たとえば、コマーシャルの中の管理職の女性は高価な洋服や貴金属を身に付け、会社から遠いリゾート地やホテルに逃避するのに対して、仕事で疲れ切ったOLは真夜中に一人でコン

ピニに行き、「いなりずし」を食べることでひと時の充足を得ると申請者は説明する。申請者は、場面設定、ヒロインの年齢や職種、家族の有無などに沿って細かいジャンル分けを行い、断片的な短い作品の多くを取り上げて、その行間を読むような姿勢で臨んでいる。日本語の映像ないしは活字媒体を、細かいニュアンスを理解して、かつ巧みな英語で解釈している点は、おおいに評価できる。

このように極めて優れた論文であるが、幾つか今後の課題として残された点もある。例えば、育児休業を取って帰ってきた労働者の地位などについても、日本とベルギーの法律の比較がなされたほうが、法律の労働者および社会全体へのインパクトが測定できるのではないか。また、日本の女性雑誌、コマーシャルについては日本語による先行研究も多い以上、本論文とそうした先行研究の視点の違いなども明確にされる必要があった。進学率の上昇などの女性の社会的地位向上によって文化は変化するのか、女性に関する社会のステレオタイプは変わるのかといった大枠の議論にも補強が望まれる。また、メディア・スタディーズでいう情報の作り手、伝播者、受け手の三者の関係についても掘り下げがほしいところである。しかし、こうした幾つかの問題点は、今後の研究の継続によって十分に補正しうるものである。本学位申請論文は、女性史、労働史、法制史、日本史、メディア論、比較文化史を統合させることで、日本における働く女性の法的、社会的地位およびワーク・ライフ・バランスという21世紀にますます重要となる分野に優れた知見と視角を提供しており、とりわけ、学際的な研究を目指して創設された本研究科にふさわしい内容を備えているものといえる。

以上のことから、本論文は博士（人間・環境学）の学位論文として価値あるものと認める。また、平成29年2月1日に論文内容とそれに関連した事項について口頭試問を行った結果、合格と認めた。

なお、本論文は、京都大学学位規定第14条第2項に該当するものと判断し、公表に際しては、当該論文の全文に代えてその内容を要約したものとすることを認める。

。

要旨公開可能日： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日以降