

博報堂教育財団 第14回「日本研究フェローシップ」成果報告書

I. 研究成果概要

氏名(フリガナ) 在住国名	下鳥 美鈴(シモトリ ミスズ) ノルウェー
所属・役職	ベルゲン大学・准教授
招聘回(招聘研究期間)	第14回 (2020年3月1日~2020年8月31日)
受入機関	早稲田大学
招聘研究テーマ	日本社会にみられるジェンダー比喩表現: 日本語表現と広告コピー表現に用いられている、女性を表す比喩表現への考察
研究目的	本研究の目的は、日本の広告コピー表現を材料にして現代日本女性がどのように理解・認識されているのかを探るものである。広告の表現方法には、言語表現、映像、写真、音など様々な媒体があるが、本研究では言語表現(メタファー表現など)に注目していく。
研究成果概要	
<p>1. どのように研究を進めたか(具体的に)</p> <p>3月に来日。早稲田大学文学学術院の村田先生に、明治以降の女性の教育についてご指導をいただいたり、博報堂のコピーライター、ひきた氏にコピーライティングとジェンダーについて質問をさせていただく。しかし以降は外出自粛となったため早稲田大学図書館で資料を収集したり、書店で雑誌を購入して、日本の男性誌と女性誌から探れるジェンダーの性差を調査することに予定を変更した。購入した雑誌の広告コピーを抽出して、その言語表現から特徴を考察し、男性誌と女性誌で比較した。</p>	
<p>2. 研究によりどのような知見が得られたか(具体的に)</p> <p>当初は雑誌を研究材料にすることは計画していなかったが、雑誌媒体には特有の言語的な特徴があることがうかがえた。日本国内ではいろいろな年齢・性別が異なるグループを対象とした多数の週刊誌や月刊誌が刊行されており種類も豊富であることから、それぞれのグループに適応した言葉遣いがされており、予想外の興味深い性差が観察できた。</p>	
<p>3. 研究成果(予定を含む)</p> <p>○論文(題目, 掲載誌, 発行者, 掲載月, 内容の概略(200字以内))</p> <p>・「男性誌/女性誌のキャッチコピーに見る代名詞の使用法」、『ジェンダー研究21』第10巻、ジェンダー研究会刊行、2021年掲載予定。男性誌と女性誌のキャッチコピーに用いられている「読者を表す人称代名詞と普通名詞」に注目し、そこに男性読者向けのコピーライティングと女性読者向けのコピーライティングに言語学的な違いがあるかを観察した。</p> <p>○口頭発表(題目, イベントの名称, 日・場所, 内容の概略(200字以内))</p> <p>・「男性誌/女性誌のキャッチコピーに見る代名詞の使用法」、ジェンダー研究会7月例会、7月15日・オンライン。広告コピーやポスターなどを通して社会的背景を読み取る研究を紹介した後に、雑誌の広告コピーを通して男女のコミュニケーション方法の違いを観察した調査を発表した。</p> <p>○その他の活動</p> <p>・村田晶子教授のゼミにおいて、学生たちに北欧社会のなかでのジェンダー観や死生観の違いなどを講義した。</p>	
<p>4. 今後の活動予定</p> <p>今回の研究結果をもとに、今後は海外の雑誌にも目を向けて同様の調査をしたい。また、それらを国際学会で発表する機会を探りたい。加えて、引き続き広告表現全般において、女性のメタファー表現について資料をあつめていきたい。</p>	