

◆書評◆

田中東子編著

『ガールズ・メディア・スタディーズ』

(北樹出版 2021年 ISBN 978-4-7793-0658-7 1900円+税)



関根 里奈子

(お茶の水女子大学 ジェンダー研究所)

これまで、メディアの中で常に男性の添え物として存在してきた女性たち。その女性たちが、今や活発にメディアを活用し、情報を生産、消費し、コミュニケーションの主体となっている。本書はメディア・テクノロジーの発展と共に形を変えてきた女性のメディア活用の内実や、メディアにおける女性の描かれ方をつぶさに紹介してくれている。本書は2部構成となっており、パート1は女性たちがいかに表象され、いかに解釈されてきたかについて論じる「表象と解釈」。そしてパート2は若い女性たちの実践、ときにはフェミニズムとの交渉のプロセスを明らかにするような論考を集めた「交渉と実践」のパートとなっている。本書は全体を通して、いかにして女性たちの織りなすメディア文化の生産過程を観察し、調査できるのかという調査手法の紹介にもなっている点においても、ぜひ一読をおすすめしたい一冊である。

紹介されている内容も興味深いものば

かりだ。パート1は「ハリウッド映画における女性表象」についての論考からはじまっている。ここではセレブリティ・フェミニズムを引き合いに出し、「美しさ」や「強さ」を強調することで取りこぼされる女性たちがいることにも言及している。「美しい」女性像を保ち続ける『ワンダーウーマン』と、泥くさい抵抗・戦闘、女性同士の連帯を描く『キャプテン・マーベル』の対比が面白い。

第2章は広告メディアに関する章だ。ここでは化粧品広告における女性の描かれ方を分析し、さらに広告にジェンダーの視点やフェミニズムの成果を取り入れる「フェムバタイジング (femvertising)」と呼ばれる活動を紹介してくれている。それから、ハッシュタグを使ってSNSで情報や意見を拡散する女性たちをも描き出すことで、「SNSという言論空間を能動的に自己表現の手段として活用するあらたなオーディエンス」(28頁)として登場する女性たちの姿を教えてくれる。

第3章はポピュラー音楽。ここでは、ジェンダー批評の視点から見た音楽研究について概説しつつ、音楽産業界における女性たちのまなざされ方、そして抵抗の軌跡を辿る。例えば日本の音楽産業界では、ジェンダー偏向的な規範を覆すとはまではいかずとも「オルタナティブな形」を提示しながら変遷を遂げているという。「ネオかわいい」という新しいコンセプトや、挑発的に女性の身体を「見せる」ことで主体的な女性像を差し出すアーティストについても紹介してくれている。

メイドカフェ店員のSNS利用という現象を具体的事例として紹介する第4章は、仕事でSNSを使う女性たちの実践の中にある、「ネオリベラリズムが広がった現代における女性の自己表象」(48,49頁)についての論考となっている。24時間SNSに縛られ、無給で時間外の「情動労働」に勤しむメイドカフェ店員。彼女たちへのインタビューは、メイドとしてのアイデンティティを維持すべく、「自己呈示」の形でメディアを生産する女性たちの前向きな一面を見せてくれる。しかし一方で「社会的に評価される望ましい女らしさ」(58頁)へとセルフ・ブランディングしていく彼女たちの姿は、楽観視できないSNS時代の女性の自己表象を物語っていた。

この第4章は社会調査としてのインタビューについても教えてくれる。続く第5章では、援助交際をする少女たちについての議論と彼女たちへの性的関心につ

いて考察するため、宮台真司『制服少女たちの選択』を分析しているが、これは宮台が行った援交女子高生へのインタビュー調査の仕方やその内容の問題点に言及していることから、第4章の続章として意義深い章であると感じる。ササキバラ・ゴウの『<美少女>の現代史』での分析で示される、<美少女>をまなざす男性オタクと、その立ち位置にある「男性」によって語られる女性たち。「彼女を理解し援助してあげられる僕」(75頁)という特権的立場に立つ男性のヘゲモニーについても論じ、「理解による支配」の危険性までを示す挑戦的な章である。

さて、パート2は「交渉と実践」を紹介するパートだ。第6章はストリートダンスをするBガールたちに焦点化した章である。「ロックダンス」と呼ばれるストリートダンスに取り組むBガールへのインタビューと、彼女たちと男性とのストリートダンスバトルの動画分析を行うことで、Bガールたちが男性中心的な文化的価値観を帯びるストリートカルチャーへ挑戦していく様相を描き出している。ストリートにおいて「支配的コード」となるのは男性性を帯びた音楽、ファッション、テクニクだ。しかしBガールたちは基本的には「支配的コード」に則りながら、時に女らしさを強調するムーブを織り混ぜ、ジェンダー的なパフォーマンスや実践を「する (doing gender)」ことで、彼女たちのアイデンティティやポジショ

ンを確保しているのだという。

ファッションの話は第7章にも続いていく。ここではファッションの生成に不可欠なファッション雑誌、インターネット、SNSそれぞれの特徴を概観し、その上でInstagramというSNSの登場により、ファッションをめぐる情報の波及、イメージの共有がいかに変容したかについて論じている。SNSを積極的に活用している若者の実態調査による分析は、今後ゼミでの発表や卒業論文のテーマとしてファッション・メディアとしてのInstagramを取り上げてみたいと考えている方々にとっても大変わかりやすい研究手法の紹介の一つになっている。

第8章は統計データを用い、日本美術界がジェンダーに関して構造レベルで厳しい状態に置かれていることを明らかにしている。しかしながら章の中で紹介されているEGSA(Education for Gender and Sexuality for Arts) JAPANの試みをはじめ、年々ジェンダーの問題を積極的に発言・提言する動きも盛んになっているようだ。芸術分野におけるジェンダー問題が実践を伴い可視化されていく可能性を示唆するものであった。

ファッション、アートに続き第9章で紹介されるのは、フェミニストたちによる「ジン」(「有志による非営利・少数数の自主制作出版物」)(131頁)というメディアに関わる実践、「フェミニスト・ジン」についてだ。ジンは出版物として作られ

るだけではなく、ジン・フェスト、ワークショップ、ジン・ライブラリーなどの催しにおいて、女性たちが「集まって」ジンについて話し合う、その「場」・空間自体を作り上げるような「つながり」の実践として紹介される。

終章の第10章では、女性たちが「つながる」ための実践、運動について、とりわけ「ゆる・ふえみカフェ」の活動を紹介してくれている。「つながる」ことは難しい。評者自身、フェミニズムの思想・価値観の世代間ギャップや、フェミニズム的立場の違いに苦しんできた。《仲間》のような強い絆でなくとも良いから、同じ志や同じ問題意識を持っている人たちとゆるやかにつながれたら、と思ったことが何度もある。どこかふわっと足を運べる場所を求める《ゆるやかなフェミニスト》も多いのではないだろうか。

そんな時、メディアは効果的かもしれない。評者は現在、お茶の水女子大学ジェンダー研究所のセミナーポスターを作成している。目指しているのは「雰囲気いいな。このセミナー、行ってみたら面白いかも」。そんな気持ちになれるようなメディアだ。なるべくジェンダーバイアスを削ぎ落とし、たまにはジェンダー・イメージに乗っかることでカウンター的メッセージを届ける。評者がやっていることも、実はそんなチャレンジングな実践の一つなのだ。と、本書というメディアを読みエンパワーされたことを嬉しく感じている。