

学 位 論 文 内 容 の 要 旨

学位申請者	<p style="text-align: center;">橋本 嘉代</p> <p>橋本 嘉代</p> <p>【ジェンダー学際研究専攻 平成21年度生、平成26年3月単位修得退学、平成29年10月再入学】</p>	要 旨
論文題目	<p>現代日本における望ましい父親像の構築：雑誌・ソーシャルメディアの＜父＞言説の形成と受容</p>	<p>少子化が問題視される中、日本政府はその対策として当初女性を対象とした支援策を打ち出していたが、1990 年代後半には男性の子育て参加にも注目して政策キャンペーンやプロジェクトを展開してきた。また、メディア上でも父親に焦点をあてた雑誌などが 2000 年代から発刊されてきた。このような背景を基に、本研究では「望ましい父親像」に関するメディア言説がどのように生み出され、表象され、消費されてきたのかを雑誌とソーシャルメディアの分析を通して解明することを主な目的としている。本研究で援用した理論枠組は生産、表象、消費、アイデンティティ、統制の概念を含む「文化の回路」であり、各概念について、過去 30 年間の雑誌記事タイトル、2005 年～2016 年に創刊された父親向け雑誌の表紙、紙面、キャッチコピー、発行部数、読者層に関するデータ及び編集長のコメント、2011 年～2016 年のソーシャルメディア普及期に掲載された有名人・芸能人ブログの言説、読者数などの反響などをテキスト化しコーディングしたデータを使用し分析した。</p> <p>雑誌メディアの分析結果としては、1990 年代前半までには父親が当事者として子育てを語る機会は少なかったが、それ以降は実感に基づく父親の感想や日常的な出来事に関する記事が増加した。2005 年以降の父親を対象とする新雑誌の言説分析では家庭中心志向の新しい父親像が家族の絆を重視、子育てを楽しむ様子が描かれており、読者の受容過程が確認された。有名人ブログ分析では、妊娠・出産報告と男性の子育てに関する言説が多く見られ、ポジティブな父親像が生産されていることを明らかにした。</p> <p>本論文は以下の点で高い評価が得られた。第一に、家族研究とメディア研究という複数の領域にわたる問いを立て、研究の蓄積が少ない父親像の表象などについて、膨大な資料を収集し緻密な分析を行なったこと、第二に、文字数をカウントする単純な内容分析ではなく、「文化の回路」理論の概念を用いて言説分析をしたこと、第三に、KH-Coder を用い計量テキスト分析を行ない新たな知見を得ることができたことである。</p>
審査委員	<p>(主査) 教授 石井クンツ 昌子</p>	
	<p>教授 小玉 亮子</p>	
	<p>教授 平岡 公一</p>	
	<p>教授 藤崎 宏子</p>	
	<p>准教授 斎藤 悦子</p>	