

## 研究レポート

# 女性広報誌は男女共同参画を伝えているか

## — 誌面内容の分析を通じて —

女性広報誌研究会

田中和子 諸橋泰樹 青木玲子 稲田さと子  
田中 新 村田太郎 森川系太郎 田宮遊子

女性広報誌研究会は、2000年10月、国・地方自治体および女性センターが発行する女性広報誌について、①全国の制作担当者に対する広報誌づくりの実態や意識を尋ねる全国アンケート調査<sup>(注1)</sup>と、②全国から収集した女性広報誌の内容分析を実施した。本稿は、②の分析結果を概観し、女性広報誌の情報発信の現状と役割、その問題点について考えようとするものである。

収集した女性広報誌は、2000年3月までの最終号で、274誌が分析の対象となった。発行元の内訳は、国や都道府県・区市町の女性政策担当部署が58%、女性センターが42%である。

### 判型はA4判が定着、誌名は外国語が半数、意味が曖昧なタイトルも

判型は、A4判が270(99%)でほとんどを占める。1誌あたりのページ数は最低4ページから最高41ページまで。最多は8ページのもの149で、全体の54%を占め、2番目に多い4ページの46(17%)以下を大きく引き離れた。

広報誌のコンセプトが凝縮されている誌名(サブタイトルを除く)についてみると、まず、使用されている言語は英語104(38%)を含む外国語(フランス語からラテン語、サンスクリットまで)が133(49%)で、日本語の97(35%)を大きく上回っている。また日本語と外国語の合成語も44(16%)みられた。これらの外国語のタイトルの中には、なじみのない言葉も多く、説明もほとんどないので、含意はあ

っても意味が伝わりにくい。

次に、誌名の意味内容を分類した結果が図1(次ページ参照)である。最多は男女平等・参画・共生を意味する誌名で、次いで施設名等、女性の自立・主体性、ネットワーク・コミュニケーション・フォーラムを表す誌名が続いた。

例をあげると、「パートナー」「with」(男女平等・参画・共生)、「アゼリア」「エポック」(施設名)、「ファータ」「パレット」(自立・主体性)、「アイリス」「そよかぜ」(花・自然)、「アンサンブル」「ハーモニー」(調和)、「アンジュール」「パレット21」(変化・未来)などだが、どのカテゴリーに属するにせよ、男女共同参画や平等を単刀直入に表現するのではなく、イメージやフィーリングに訴え、抽象的でソフトな印象を与える誌名が多い。かつてのように、ターゲットを女性だけにしぼるのではなく、男性にも参画や意識形成を促す情報誌を志向する意図はわかるが、誌名の意味が曖昧になりすぎ、何の広報誌なのか、一見ただけではわかりづらいという印象を受ける。

### 男女共同参画を意識した表紙づくりが6割、だが意図が疑われるものも

女性広報誌の発行は、男女共同参画社会基本法第16条に「国及び地方公共団体は広報活動を通じて基本理念に関する理解を深めるような適切な措置を講じなければならない」とあるように、男女共同参画社会の意識づくり・啓発のための重要な手段として位置づけられるものである。そこで、広報誌の“顔”とも言

図1 女性広報誌名の 카테고리分類 (N274誌)

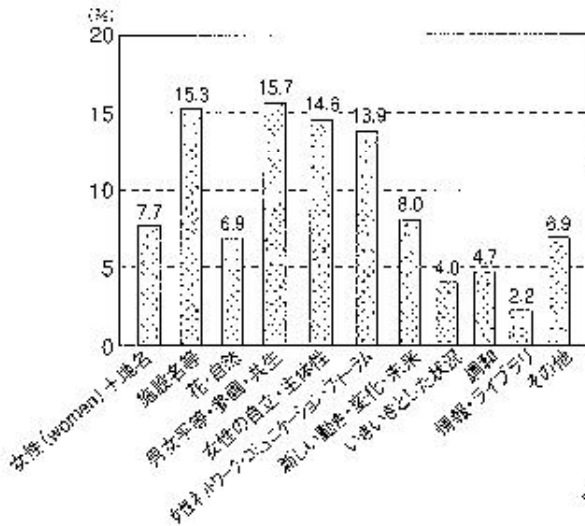
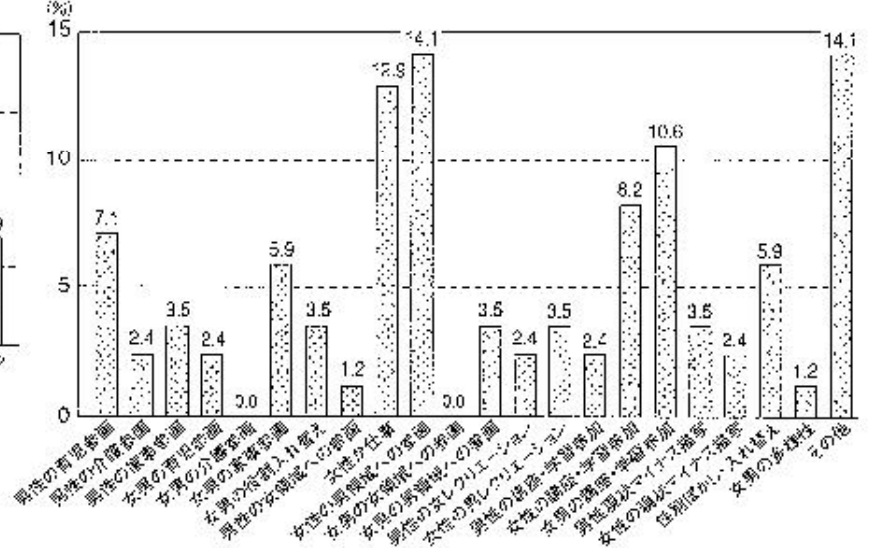


図2 積極的提示型の演出内訳 (総数カウント N85)



うべき表紙において、男女共同参画イメージが、どのように演出されているかを調査した。

まず、広報誌の表紙には、人物写真が30%、人物イラストが29%、人物以外のイラスト(花や景色)が20%、人物以外の写真(花や景色)が16%、それぞれ用いられており、題字のみで写真もイラストもないものは5%であった。

次に、これらの表紙が、写真かイラストかを問わず、男女共同参画を、これまでの性別役割分業型のジェンダー・イメージにとらわれることなく打ち出しているかどうかを基準に4分類し、比率を算定した結果、「積極的提示型」が31%、「単純登場型」が27%、「従来役割型」が4%、「特に演出なし」が38%みられた。

全体の3割を占めた「積極的提示型」の具体的な内容は図2に示した通りだが、その中には、黒いランドセルの女兒と赤いランドセルの男児の写真や女子の中学野球部ピッチャーの写真、またオムツを取り替えている男性のイラストを用いたものなどが含まれ、ジェンダーの流動化や共同参画が、積極的にアピールされている。「単純登場型」の例としては、単にペアの女男や老若男女が描かれたイラストや講座の受講風景の写真を載せたものなど、女性男性が共に登場しているものの、男女共同参画社会へ向けた積極的メッセージには欠けるものが含まれている。

一方、「従来役割型」の表紙としては、赤ちゃんを抱いている若い母親のイラスト、伝統的な和式の結婚式写真があらわされている

ものなどがみられたが、従来のジェンダー・イメージを補強する恐れがありそうだ。残り1割「特に演出なし」は、人物以外の写真やイラスト、または題字だけか題字と本文からなる表紙で、一見しただけでは何の広報誌なのかわかりづらい。

地域の働く女性や、これまで女性領域とされてきた職域で働く男性、女性と男性の共同作業が一目でわかる場面などを積極的に採って表紙でアピールしていくことは、あと少しの取材努力で可能になるのではないだろうか。

### 記事内容は「地域の女性政策・男女共同参画」と「女性と労働」が主流

各誌がどのような分野の情報を掲載しているのかを数量的に把握するため、誌面内容を45分野に分類して、各誌ごとに各分野がどれくらいのページを占めているかを数量的に集計し、全体の平均を百分比で示したのが図3である。まず、最も多くを占めているのは「地域の女性政策・男女共同参画」である。これは、各自治体や地域の女性センターで発行されている女性広報誌の性格上、当然の結果とも言えよう。第2位は「表紙・題字」で、その後「女性と労働」「施設案内」「催し物案内」、そして「育児・子どもの教育」「日本の女性政策・男女共同参画」が続く。労働と子育てという身近で切実な問題とともに、日本全体を視野に入れた男女共同参画にも関心が向けら



