

武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研究科国際コミュニケーション専攻
修士論文

修士（国際コミュニケーション）取得者数

2009年 3月	4名	2013年 3月	5名	2016年 9月	10名	2020年 9月	3名
2009年 9月	1名	2013年 9月	4名	2017年 3月	6名	2021年 3月	2名
2010年 3月	7名	2014年 3月	5名	2017年 9月	5名	2021年 9月	0名
2010年 9月	6名	2014年 9月	1名	2018年 3月	2名	2022年 3月	1名
2011年 3月	6名	2015年 3月	6名	2018年 9月	4名	2022年 9月	2名
2011年 9月	4名	2015年 9月	3名	2019年 3月	1名	2023年 3月	1名
2012年 3月	7名	2016年 3月	4名	2019年 9月	6名	2023年 9月	4名
2012年 9月	2名			2020年 3月	4名	2024年 3月	1名
						2024年 9月	2名
						2025年 3月	4名
小計	37名	小計	28名	小計	38名	小計	20名
							合計 123名

2025年 9月 1名 総合計 124名

2025年 9月

3124201 Ma Le ジェンダーの視点からの日本語教科書の考察

本研究は、ジェンダーの視点から中国の大学において広く使用されている日本語教科書の内容を分析し、そこにおける女性登場人物の言語使用と社会地位を明らかにするものである。特に、教科書に登場する女性キャラクターが使用する文末表現(いわゆる「女性語」)の出現頻度と、家庭や職場における女性像の描写に注目し、それが現代日本社会の実態とどのように乖離しているのかを考察した。

近年、日中両国の交流が深化するにつれ、日本語を学ぶ中国人学習者が増え続けている。しかし、中国で使用されている一部の教科書は版が古いため、その内容や価値観は時代と乖離していることがあると考えられる。こうした乖離は学習者が、日本社会の現状にそぐわないイメージを抱く可能性がある。そのような誤解を避けるために 現在中国の大学で流通している日本語教科書を見直す必要がある。

そこで本研究は、中国の大学における基礎日本語教育で用いられている『新経典日本語』『新標準日本語』『新編日本語』という三種類の教科書(計 12 冊)を分析対象とし、女性登場人物による文末表現の使用状況、家庭および職場における女性像の描写を調べた。文末表現については、水本(2015)に基づく分析枠組みを用い、「～わ」「～かしら」「～のよ」といった女性文末詞の使用頻度を集計した。女性像の分析においては、会話文をもとに、挿絵、小コラムなどを参考しながら、女性登場人物の家庭役割分担や職場における地位を検討した。

その結果、次の 3 点が明らかとなった。

第一に、教科書に登場する女性登場人物の発話において、女性文末表現の使用率は依然

として高い傾向が見られた。国立国語研究所のコーパス調査によれば、現代の若年層女性の言用において、このような女性文末表現の使用頻度は非常に低く、中性的な表現が主流となっている。したがって、教科書で描かれる言語使用は現代日本語の実態と著しい乖離があるといえる。

第二に、家庭内における女性像については、依然として「家計の管理」「買い物好き」「消費観念が感情に左右される」といったステレオタイプな描写が多く見られた。たとえば、夫婦の会話では妻が家計支出を主導し、夫がそれに従うといった構図が複数の教材に共通して登場する。また、「妻」という登場人物が家で同じようなコーヒークップがあっても、新商品や季節商品に敏感といった描写も多く、家庭を守る女性が浪費しがちであるといったイメージを示している。

第三に、職業描写の面でも、女性は「パート従業員」「百貨店の販売員」「フライドアテンダント」といったサービス業や非正雇用職に描かれており、現代日本における女性の就業構造を反映した職種(例えば、看護師、福祉専門職、公務員、技術職など)はほとんど登場しなかった。このような職業選択の提示は、学習者に対して「女性とはこうあるべき」というジェンダースtereotypeを強化しかねない。

以上の分析から、現行の日本語教科書には、①過去の日本社会を反映した言語表現と、②家庭および職場における伝統的な性別役割の描写が色濃く残っており、現代社会の実態とは大きなギャップがあることが確認された。今後の課題としては、①日本国内で使用されている初・中・上級日本語教科書を取り入れること、②学習者の反応や意識についての調査を導入することなどが求められる。