

なぜ女性はずっとキラキラし続けなければいけないのか

——45年間の新聞記事を対象とした女性のデジタル利活用報道調査から

井上 絵理

文京学院大学ヒューマン・データサイエンス学部 特任助教
慶應義塾大学法学部 特任助教
国際大学 GLOCOM 主任研究員(兼任)

1 はじめに

インターネット接続の男女差はほぼ解消されているが^{〔1〕}、依然として「女性はデジタル機器が苦手」というステレオタイプは根強い。

我が国ではICT・理工系人材不足や男女共同参画政策を背景に、2005年頃から女性の理工系進学支援を加速させている。しかし、メディアを通じて「女性に理系の進路は向いていない」というメッセージを聞いた経験があると回答した女子の割合は、直接メッセージを見聞きした割合を上回る^{〔2〕}。女性の理系進学やICT職を支援する政策が進められているにもかかわらず、メディアのメッセージが女性の選択を狭めている懸念もある。

小林^{〔3〕}はパソコン雑誌の分析から、有能で理想化された「デキる男」が登場する横で、女性は補助的なアイキャッチとして扱われていたと指摘している。またICT分野は「男性的」で高度に専門的な領域だと見なされ、女性が就業への障壁を感じやすいともいわれる^{〔4〕}。しかし、デジタル機器が国民のインフラとして普及している現状で、メディアは女性のデジタル利用をどのように捉え、伝えているのか。本稿は、女性のデジタル利用をポジティブな言葉(本稿では「キラキラ」と表現する)で装飾しているという傾向に着目する。メディアは「女性は不向き」というステレオタイプを内在化して女性のデジタル利用をポジティブな言葉で装飾し、「特別な物語」に仕立ててはいないか。本稿は「キラキラ」というテーマに着目してデジタル黎明期の1980年代からの新聞記事の内容分析を行い、デジタル利用の文脈における女性像の特徴と課題を探る。

2 問題意識

1990年代、女性のデジタル利用は男性に比べて浸透が遅れており、女性の「利用できなくても特に困ることはない」という回答が男性を上回っている。しかし、利用に関心を持つ高学歴の専門職女性や、情報発信や趣味など男性を上回る積極性を示す女性の存在も確認できる^{〔5〕}^{〔6〕}。メディアは先駆的な少数派と関心のない多数派の狭間で、デジタル機器を利用する女性を報じてきたといえる。

我が国のメディアにおける政治やスポーツ分野でのジェンダーバイアスの指摘はあるが、女性のデジタル利用をめぐる報道の検証はほとんど行われていない。しかし、新聞報道と社会意識には類似性、相関関係が指摘されている^{〔7〕}。メディアによる女性の形容は「デジタル機器を利用する女性」へのイメージを

図表1：設定した検索ワード

(女 OR 女性 OR ウーマン OR レディー OR ガール OR ジェンダー OR 男女)
AND (デジタル OR ICT OR IT OR プログラミング OR プログラマー OR パソ
コン OR テック OR テクノロジー OR ロボット OR ウェブ OR インターネッ
ト OR ホームページ OR AI OR アプリ OR スマホ OR 理系 OR 理数 OR 工学
OR 理工 OR 高専 OR 高校 OR 中学 OR 大学 OR 科学 OR 技術)

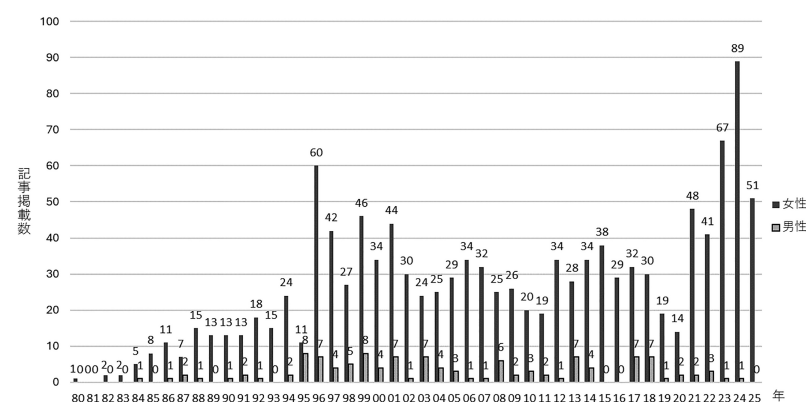
出所：筆者作成

図表2：新聞紙別・デジタル化に関する記事件数

新聞紙名	女性（収集記事全体数に占める割合）	男性（収集記事全体数に占める割合）
朝日新聞	408（80.6%）	52（21.8%）
日本経済新聞	325（98.5%）	18（29.5%）
読売新聞	496（69.8%）	50（13.7%）
計	1229	120

出所：調査から筆者作成

図表3：男女別・デジタル化に関する記事の時系列推移



出所：調査から筆者作成

3 結果

（1）記事の時系列推移・特徴

記事を検索、収集した結果、女性を対象とした記事として1547件を得た。新聞紙別に「朝日新聞」506件、「日本経済新聞」330件、「読売新聞」711件となる。一方、男性を対象とした記事の総数は665件であった。内訳は「朝日新聞」238件、「日本経済新聞」61件、「読売新聞」366件である。収集した記事には、女性がインターネットを介して出会った男性に殺害される、あるいは女性がスマートフォンで盗撮される等、事件に関する記事も多く見られた。そのため、デジタル化に関する記事を選別した結果を図表2に示す。女性を対象とした記事として「朝日新聞」408件、「日本経済新聞」325件、「読売新聞」496件、男性は「朝日新聞」52件、「日本経済新聞」18件、「読売新聞」50件を得た。女性

固定化し、進学やキャリア選択を無意識に規定する可能性も否定できない。そこで本稿では谷口・井上^{〔8〕}を発展させ、「朝日新聞」「日本経済新聞」「読売新聞」の3紙を対象に、1980年1月から2025年12月20日までを対象に記事を収集・分析する。これら3紙は検索仕様に共通性があり、一般紙として多くの購読者数を持つ2紙に経済紙を加えることで、多角的な分析が可能になると判断した。デジタル技術利用とデジタル技術を含む理工学、女性との表現の関連性を探ることを目的に検索ワードを設定し、見出しを対象として検索した（図表1）。男性の場合は、一部の語を変えて同様の検索を行った。

は1229件、男性は120件である。図表3の年別に見ると女性の記事数は1996年に一気に増え、その後は増減を繰り返しているが、2021年以降、やや増加傾向にある。記事数の男女差は、男性のデジタル機器利用は当然と見なして見出しに性別を書かない一方で、女性を取り上げる際は性別を強調するという、田中ら⁹⁾の女性強調という特徴が表れたものだと考えられる。

（2）女性を対象とした記事の頻出語

上記のように収集したデータをKH Coder¹⁰⁾を用いて計量的に分析する。まず、記事の頻出語の時系列推移を見るために、男女別に約5年ごとにジャックカード (Jaccard) 係数（語の関連性の強さを示す指数）の高い上位10位の語を比較した（図表4、5）。女性では1995～1999年に大きく頻出語と係数の値が変化し、インターネット、パソコン、ホームページに関する話題が2004年まで多く出現している。2000年代前半までは、主婦を中心とした女性が社会参加や起業などを目指す手段として、インターネットやパソコンを利用するという動きが記事化されることが多い。2000年代後半からは高校生や学生の語から、女子の理工学系学部への進学 of 停滞と促進が大きなテーマとなっている。この背景には、2005年頃から始まった科学技術分野における女性研究者割合の増加に向けた施策の本格化がある。2020～2025年は分野、学部、人材、理系といった語が見られ、理工系進学のテーマが継続して頻繁に登場している。なお、男性を対象にした記事では、全般的に際立った特徴が見いだしにくい。強い言えば、世界大会への出場（2005～2009）、リリテスト（2020～2025）など挑戦の成果が伝えられる傾

図表4：年代別女性を対象とした頻出語

1980s		1990-1994		1995-1999		2000-2004	
コンピューター	.130	会員	.143	インターネット	.313	インターネット	.196
本社	.124	フォーラム	.142	パソコン	.257	IT	.171
通産省	.103	パソコン通信	.135	ホームページ	.213	パソコン	.167
昭和	.101	進出	.118	利用	.161	ホームページ	.163
合格	.097	検討	.116	見る	.139	情報技術	.158
情報処理	.095	不足	.112	主婦	.136	ネット	.139
業界	.092	戦力	.109	情報	.136	講習	.111
婦人	.090	センター	.107	ネットワーク	.126	開く	.105
操作	.088	中心	.106	会社	.125	情報	.104
職業	.087	問題	.105	開設	.125	利用	.104
2005-2009		2010-2014		2015-2019		2020-2025	
研究	.152	理系	.159	スマートフォン	.145	分野	.328
高校生	.140	女子	.130	女子	.140	女子	.287
科学	.135	講演	.120	アプリ	.139	学部	.285
支援	.128	スマートフォン	.119	話す	.127	人材	.273
対象	.127	学生	.118	学ぶ	.125	大学	.268
教授	.127	研究	.111	体験	.123	女性	.265
実験	.126	科学	.109	行う	.123	理系	.262
文部科学省	.123	携帯電話	.107	開発	.122	工学	.258
女子	.123	高校	.103	考える	.121	社会	.255
指導	.120	開く	.102	参加	.120	課題	.251

出所：調査から筆者作成

図表5：年代別男性を対象とした頻出語

1980s		1990-1994		1995-1999		2000-2004	
手段	.500	発見	.400	パソコン	.378	女性	.258
風俗	.500	男子	.333	全国	.278	男性	.256
さまざま	.400	ワープロ	.333	通信	.273	生活	.219
記事	.400	愛知	.333	使う	.250	大手	.211
同様	.400	早い	.250	見る	.244	カメラ	.191
不特定	.400	遊ぶ	.250	利用	.222	個人	.191
アメリカ	.333	OA	.250	開く	.216	並ぶ	.188
相手	.333	つき合い	.250	家庭	.207	インターネット	.182
人気	.300	にぎやか	.250	対象	.205	関心	.182
意味	.286	ひき肉	.250	電子	.205	生まれる	.182
2005-2009		2010-2014		2015-2019		2020-2025	
出場	.263	プログラム	.263	年間	.286	コロナ	.375
世界	.227	小学	.235	訴える	.250	撮影	.300
大会	.200	教室	.227	経験	.235	評価	.273
決める	.177	宇宙	.222	アプリ	.214	コンテスト	.250
プログラム	.167	作る	.219	立つ	.214	作品	.250
ニュース	.167	東京	.200	技術	.200	受賞	.250
甘い	.167	カメラ	.200	小学生	.200	シーン	.250
元氣	.167	担当	.192	動画	.200	マッチングアプリ	.250
上々	.167	開く	.191	企画	.188	ロケ	.250
食べる	.167	インターネット	.188	支援	.188	規模	.250

出所：調査から筆者作成

向である。

(3) 共起ネットワーク分析

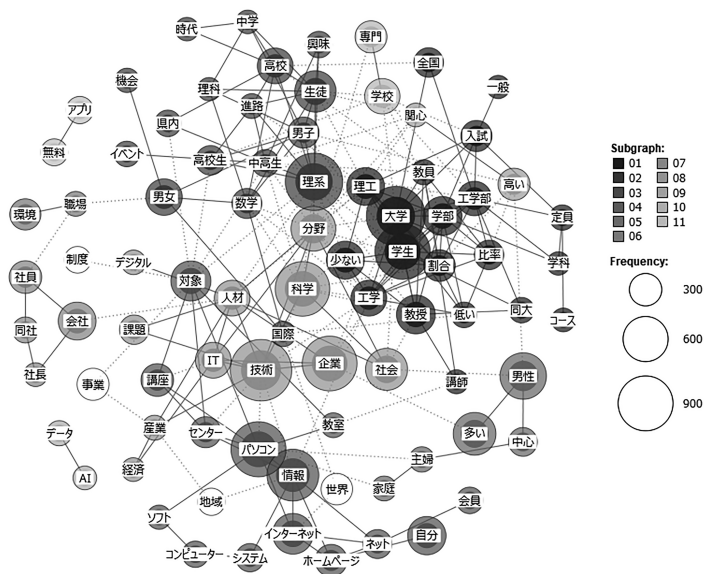
女性を対象とした記事で扱われるテーマを見いだすために、全記事の文を集計単位として共起ネットワーク（よく一緒に使われている語同士を線で結んだネットワーク）の作成を行った。単語は名詞と形容詞に設定し、女性、女子の語は解釈性を向上させるために除外した。分析の結果、11のテーマが出現した（図表6）。語の多いグループとして頻出語分類でも見られた「01＝理工系進学の子の割合の低さ」、「02＝理工系アプリルのための中高生向けイベント」、「03＝ICT人材の採用・育成の課題」や「04＝パソコン・ホームページ作成教室のお知らせ」というテーマが目立つ。「多い」は男性との関連の強さを示すとともに、主婦のパソコン人気を伝える文脈でも使われている。一方で、01には「少ない」「低い」という形容詞が出現している。女性のデジタル利用をテーマとして記事化する際に、「女子が少ない」「女性比率が低い」などの課題が強調される傾向がうかがわれる。

(4) コーディングによる分析

・コーディング語の設定

45年にわたり、主婦や大学生、中高生など女性の立場の違いはあるものの、女性のデジタル利用は珍し

図表6：女性の記事を対象とした共起ネットワーク分析



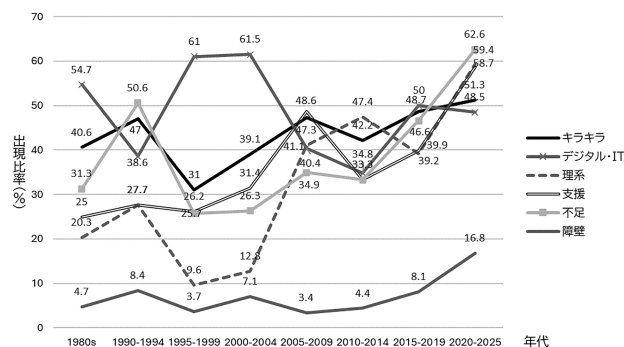
出所：調査から筆者作成

図表7：女性の記事を対象としたコーディング語の定義

コーディングテーマ	コーディングに含まれる語
キラキラ	期待 or 輝く or 活躍 or 異色 or 珍しい or 初 or 挑戦 or 夢 or 新しく or 新しい or 初めて or カッコいい
大学生	学生 or 大学生 or 大学院生
中高生	中高生 or 高校生 or 中学生 or 生徒
母親	主婦 or 家事 or 育児 or 子育て or ママ or 母 or 母親 or 保護者
社会人	社員 or 女性エンジニア or 働く女性 or キャリア女性 or 専門職 or OL or 会社員 or 社会人
デジタル・IT	デジタル or IT or コンピュータ or コンピューター or パソコン or プログラミング or AI or アプリ or データサイエンス or DX or 生成AI
進学	進学 or 受験 or 進路
仕事	仕事 or 就職 or 採用 or 人材 or 就労
理系	理系 or 工学 or 工学部 or 理工 or 生物 or 化学 or 高専
支援	支援 or 相談 or 育成 or 後押し or 強化
不足	不足 or 課題 or 足りない or 欠乏 or 深刻 or 増やす or 少ない or 減る
障壁	先入観 or 目線 or 壁 or 向いていない or バイアス or ステレオタイプ or 偏り or 格差 or デバイド or ハンデ or ハンディ or ハードル

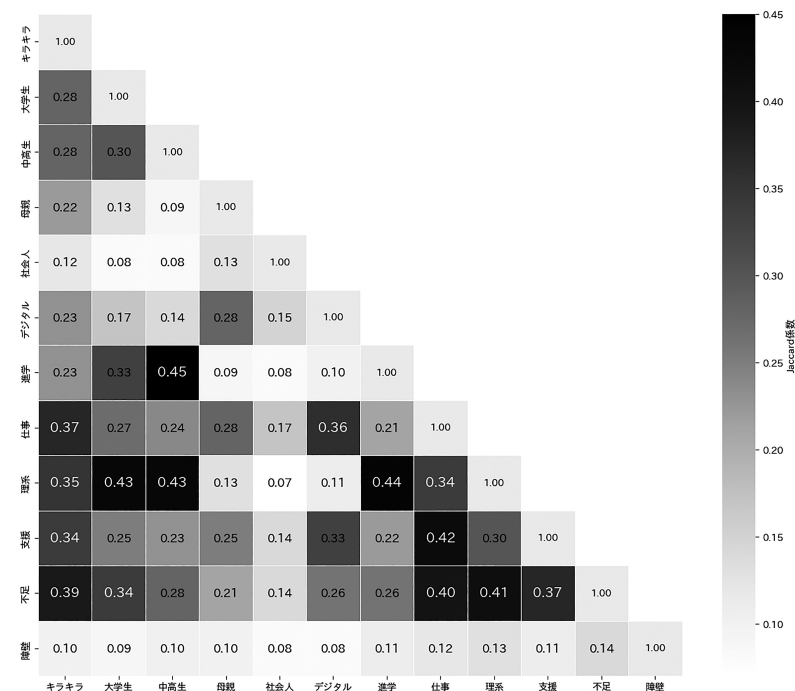
出所：調査から筆者作成

図表8：上位頻出コーディング語の時系列推移



出所：調査から筆者作成

図表9：コーディング語の類似度行列



出所：調査から筆者作成

さ、あるいは人材不足という課題と共に報じられている。この希少性やネガティブな課題の背景として、「ICT分野は男性的という認識」がメディア側に内在化されていると考えられる。記事化にあたり、課題そのものの切実さよりも、女性の登場、活動をポジティブに強調している傾向もある。そこで、どのような立場の女性、事象が、どのような言葉で伝えられているかを見いだすために、複数の出現語を類似テーマで分類するコーディングを行う。コーディングは分析者が条件を指定して、類似する意味を持つ語をまとめるため、語を単独で見ると、テーマの出現がつかみやすいという利点がある。分類したコーディングテーマとそれに含めた語を図表7に示す。ポジティブな言葉については新しさや珍しさ、挑戦といった語を選び「キラキラ」として定義した。反対にネガティブな背景として、「不足」と「障壁」というテーマを設けた。

・コーディング語の時系列推移

コーディングしたテーマが45年間どのように使われているかを見るために、出現比率の多い6語の時系列推移を図表8に示す。「デジタル・IT」は1995～2004年まで全文章の60%に出現しているが、その他の年代を見ると総じて多いとはいえない。「キラキラ」は全年代を通じて30～50%を維持しており、継続して出現している。また「不足」や「支援」は過去20年にわたり増加傾向にある。

・コーディング語の類似度行列

各テーマの関連を見いだすために類似度行列を行った。図表9に12のコーディング語の類似度を表すジ

ヤッカード係数を示す。係数の平均値は^{0.23}で、上位25%となる閾値^(0.32)以上は濃い色となっている。キラキラとの類似度が最も高いのは不足^(0.39)で、仕事^(0.37)、理系^(0.35)、支援^(0.34)の順に高い。支援と仕事^(0.42)、デジタル^(0.33)、理系^(0.30)の類似度も目立つ。また、不足は理系^(0.41)、仕事^(0.40)、支援^(0.37)の順に高い。デジタル・ITは仕事^(0.36)、支援^(0.33)の類似度は高いが、キラキラとの類似はやや低い。

結果から、女性のデジタル利用や理系進学は、45年継続して新しさや珍しさなど「キラキラ」した印象を伴い記事化される傾向が強いといえる。ただ、デジタル利用という文脈において、女性は二つの異なる「特別視」される取り上げ方をされている。一つは、ICT・理工系人材不足や受験者獲得といった課題における先駆的な存在としての位置付けである。次に仕事やデジタル、理系分野において支援が必要という捉え方だ。「キラキラ」は活躍や期待を注ぐ対象として女性たちを照らしているだけでなく、その挑戦には支援が不可欠であるという意味でも使われている。一方で、先入観や壁、ステレオタイプといった「障壁」は、どのテーマとも関連性が低い。つまり、「不足」の原因の一つである偏見やステレオタイプは、女性のデジタル利用を扱う際の主要なテーマとして扱われてこなかった可能性が考えられる。

4—考察・結論

本稿は性別ステレオタイプを背景に、メディアが女性のデジタル利用を過剰に演出している可能性を検討するため、45年間の新聞記事を対象に変化や特徴を探った。男女間の語の出現数の差は、メディアが女

性を特別な存在として伝えようとする意図を象徴しているといえる。2000年代前半までは女性がインターネットを使って起業する、新たに学ぶといったテーマが頻繁に現れていた。2000年代後半からは女子の理工系進学が上げられることが多くなり、デジタル化そのものの記事化は相対的に低くなっている。また、「キラキラ」というポジティブな語に着目したところ、「新しさ」や「珍しさ」、「活躍」「初めて」といった語が継続して、女性のデジタル利用の文脈で使われていることがわかった。同時に人材不足を強調する「不足」も継続して使われているほか、デジタルと「支援」の類似度から、女性が支援の対象と位置付けられる傾向も確認できる。

45年間、デジタル利用を行う女性は「キラキラ」と新しく、珍しく、夢を背負う存在として新聞記事に登場し続けている。しかし、その裏側にはデジタル技術を使う女性は稀有だというメディアや社会のステレオタイプがあるのではないか。また、政策的テーマである人材不足という課題は支援と結びつきやすいが、バイアスや先入観などのステレオタイプと支援との共起は弱い。こうした構造的・個人的障壁は女性のデジタル利用において見逃されている可能性もある。ただ、本稿では検索語やコーディング語の設定、見出しを中心に語を集めていることなどの限界もあるため、今後も見直して精緻に分析する必要がある。

女性の理工学系進学促進やICT人材発掘という課題に対し、新聞報道は確かに現状や課題を伝える重要な役割を果たす。注目を集めるための工夫も必要だ。しかしキラキラによって一部の女性が過剰に注目されることや、性別、支援の必要性が強調されることは、社会に新たな歪みをもたらし可能性も否定できない。また、45年にわたり不足や珍しさを伝え続けていることが、社会における性別ステレオタイプ再生産につながる懸念もある。女性を特別な物語の主役として扱う報道の在り方は、性別や立場を問わず享受

できるデジタルの可能性、デジタル技術を介した社会変革への視野を狭めかねない。ゆえに新聞報道に望みたいのは、ステレオタイプを生み出す構造の変化に寄与する姿勢である。たとえばICT産業の労働環境の検証や、女性を「支援が必要な弱者」として特別視しないことも重要であろう。そして読者に求められるのは、キラキラが使われる背景、つまり女性のデジタル利用に対するメディアのステレオタイプの存在や、これを受け入れている社会の価値観に気付くことである。

「女だから」「女なのに」キラキラを纏^{まと}わせた報道を見直すこと。それは、性別ステレオタイプにこびりついたデジタル利用のステレオタイプを剥がすことに他ならない。本稿の指摘が、インクルーシブな社会構築に向けた報道やデジタル技術の在り方を考える一助になればと願う。

追記

本稿は、2023年度電気通信普及財団の研究助成を受け執筆した報告書の一部を大幅に加筆・再構成したものである。

【参考文献】

- [1] 総務省(2024)「通信利用動向調査」令和6年版
- [2] 内閣府(2023)「社会学技術・学術における男女共同参画の推進に関する内閣府の取組について」
https://www.gender.go.jp/kaigi/senmon/keikaku_kanshi/sinyo/pdf/ka28-4.pdf (最終閲覧2026/1/22)
- [3] 小林美香(2022)「ICT業界は「デキる男」たちのもの?——メディアが作り出すジェンダー規範から脱却するために」『シネマ』6:44-47
- [4] K. L. Clayton, L. A. von Hellens and S. H. Nielsen Clayton (2009) "Gender stereotypes prevail in ICT: a research review," *SIGMIS CIPR '09: Proceedings of the special interest group on management information system's 47th annual conference on Computer personnel research*, pp.153-158.
- [5] 村松泰子・宮田加久子・中村雅子(1997)『女性のパソコン利用と情報社会の展望』富士通経営研修所
- [6] 総務省(1997)「通信利用動向調査」平成9年版
- [7] 樋口耕一(2011)「現代における全国紙の内容分析の有効性——社会意識の探索は可能か?」『行動計量』38(1):1-12
- [8] 谷口尚子・井上絵理(2025)「我が国におけるデジタル技術活用・デジタル自己効力感のジェンダーギャップ調査」『電気通信普及財団研究調査助成報告書』40
https://www.taf.or.jp/files/items/232/File/9_20231034_%E8%B0%B7%E5%8F%A3%E3%80%80%E5%B0%9A%E5%AD%A9.pdf
(最終閲覧2026/1/22)
- [9] 田中和子・女性と新聞メディア研究会(2011)「新聞紙面にあらわれたジェンダー——第六回調査の量的分析を中心」『國學院法學』54(4):15-130
- [10] 樋口耕一(2020)『社会調査のための計量テキスト分析——内容分析の継承と発展を目指して』第2版、ナカニシヤ出版



GLOCOMウェブサイトにて、全文ダウンロードいただけます。

印刷版は、Amazon.co.jpにてご購入いただけます。



<https://www.glocom.ac.jp/publicity/chijo/11795>

智場 #125

情報社会研究のポリログ — AI、ガバナンス、智の実装

責任編集	伊藤 将人、小林 奈穂
監修	砂田 薫
編集・制作進行	武田 友希
発行人	松山 良一
発行日	2026年7月9日
発行所	国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (GLOCOM) 〒106-0032 東京都港区六本木6-15-21 ハークス六本木ビル 2F URL https://www.glocom.ac.jp/ TEL 03-5411-6677 E-mail inquiry-glocom@glocom.ac.jp
印刷・製本	株式会社 紙藤原
校閲・校正	濱田 美智子
表紙・装丁	株式会社 コンセント

『智場』は、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (GLOCOM) が発行している機関誌です。

「智場」は、「知識や意見の交換と流通の場」を意味する言葉です。

1995年に創刊され、情報社会学のフロンティアに挑み続けています。

©Center for Global Communications, International University of Japan, 2026.