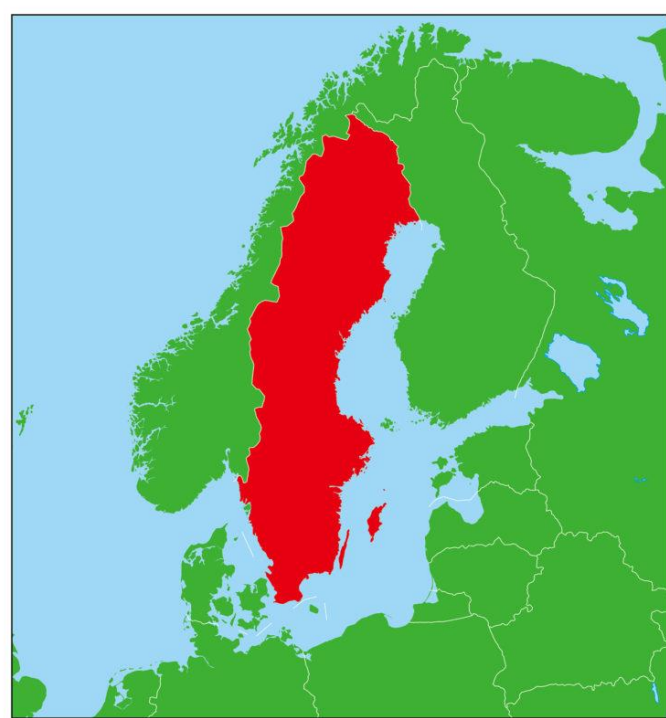


スウェーデンで感じた生きやすさ

法文学部法経社会学科法学コース4年 先山そら

スウェーデンについて

- ・スカンジナビア半島の東側
- ・社会福祉制度
- ・英語力が高い
- ・様々なルーツを持つ人が集まる
- ・Linköping(5番目の都市)
- ・ヨーロッパの学生多い
- ・日本の大学と比べて年齢層が幅広い
- ・アルコール飲料の規制厳しめ
- ・FIKA(コーヒーと甘いお菓子をみんなで楽しむ時間)



私の留学生活

- ・1ヶ月、3ヶ月、半年サイクルで授業が行われる。
- ・授業がある日は平均週3日
- ・週末は友達と過ごす(ショッピング、ピクニック、パーティー)
- ・ジェンダー分野の学生団体に所属
- ・コリドー(キッチンとリビングをシェア)

- スウェーデン語
- 哲学と映画
- ジェンダーとポストコロニアリズム
- 倫理と移民
- 北欧文化



ルッキズム

- ・容姿による差別。外見で価値判断すること。
- ・1978年にワシントンポスト紙がつくった造語で『ルッキズムは、身体的に魅力がないとみなされる人々に対する差別的な扱いのことを指し、主に職場だけでなくデートやその他の社会的環境でも行われる』とされた。

・SNSの普及

気軽に写真・動画投稿ができるようになった。
→他人の生活や「魅力的な部分」を見る機会が増えた。
企業もSNS上で芸能人やインスタグラマーを使って情報を発信。
→「社会的な」かわいい・かっこいいの存在。

日本の日常生活に潜むルッキズム

広告

・YouTubeのコンプレックス広告

脱毛、エステサロン、ダイエットサプリ
外見に対するコンプレックスを刺激して
商品を宣伝

- ・街中、CM
- 整形、化粧品



誉め言葉

・「かわいい」の定義

肌が白い、目が二重、鼻が高くて小さい、
身体が細い

・無意識のボディシェイミング

「背が小さくてかわいいね」「スタイル
良いね」「目が大きいね」「痩せたん
じゃない?」

マネキン

- ・どのお店でもマネキンのス
タイルは8・9頭身の細身



スウェーデンのランジェリーショップで見つけた
マネキン
この店だけでなく、ほとんどの店で色々な体形の
マネキン、色々な人種のモデルの広告があった



スウェーデンでの日常

広告

・日本で見ると脱毛、美容外科クリニック、
ダイエットサプリの広告ゼロ

- ・流れるのはチョコレート、映画の予告、
ファストフード店の広告



I like your ○○!

・人が持って生まれたものに対して言及しない

顔の大きさ、目の形や大きさ、身長やスタイルについて
コメントしない。

その人のアクセサリやメイク、服装に対してポジティブな
言葉を言う。

・自分が着たい服を着て、自分がしたいように自分を表現する

大学、街中でノーメイクの女性も多かった。メイクやネイル
をしている男性もよく見かけた。

・自分が心地よいと思うスタイルでいるべき

「痩せている＝スタイルが良い」ではない。自分が満足、
心地よく感じていればどんな体型でも良い。
決してダイエットだけのためではなく、自分のための身体
づくりでジムに通う人も多かった。
体型、年齢、性別に関わらず自分がしたいように自分を
表現する。



留学後の変化

日本とは全く異なった価値観があったスウェーデンで1年弱生活して自分自身の考えも留学前と大きく変わった。

今の時代、SNSがいつもそばにあるため同年代の人やアイドル、インフルエンサーの切り取られた「魅力的な部分」を目にする機会が多くある。テレビをつけたら美容整形のCMが流れ、YouTubeで動画を見るときは脱毛やダイエットサプリの広告を最低5秒は見ないといけない。「太っているよりも痩せているほうが良い」「男性は背が高いほうが魅力的」という考え方や「顔採用」という言葉が広く知られていることから、私たちは自分たちが思っている以上に、「ルッキズム」社会の中で生きている。

留学前の私は、自分になりたい理想の姿と現実の姿を比較してよく落ち込んでいた。しかし、スウェーデンでは自分のありのままの姿を否定してくる人がいなかった。そして他の人たちもそれぞれが良いと思う姿で生活していた。日本では「社会的に魅力的」とされる要素が確立され過ぎていて、少しでもその要素がないと「魅力的でない」とみなされることが多くあると感じる。しかし、本当は魅力的な姿というものに模範解答はなく、人それぞれ個性を持っており、それに基づいて判断されたり差別されるべきではないのである。このことに気づき、自分の考えを変えられたことは私の留学生活で得た大事なもののひとつである。