

# 見る聞く考える これからのメディア

## ～ジェンダーの視点でメディアを読み解く～

TV、ラジオ、新聞、雑誌、広告、そしてインターネット。現代社会を生きる私たちは、さまざまなメディアから日々刻々と発信される大量の情報に囲まれて暮らしています。もしその情報が偏った視点で作られたものとしたら、あるいは私たちの人権をおびやかすものとしたら、どうすればいいのでしょうか？

メディアから与えられる情報をそのまま受け入れるのではなく、自分でしっかりと判断する力「メディア・リテラシー」を持つことの必要性が叫ばれています。メディア・リテラシーを身につけ、情報化社会を真の男女共同参画社会づくりに生かすための方法を探ります。

\*1 ジェンダー 文化的・社会的に作られた性差



すずき 鈴木みどりさん  
立命館大学産業社会学部教授。NPO法人「FCT市民のメディア・フォーラム」代表理事。専門はメディア論、メディア・リテラシー研究、ジェンダーとメディア研究。編著書『メディア・リテラシーの現在と未来』『Study Guide メディア・リテラシー- [ジェンダー編]』他多数。

### いまなぜ

\*2 メディア・リテラシー情報を読み解く力  
メディアからの情報を主体的に選択し内容を分析・読解し活用できる能力や、メディアを適切に選択し発信する能力を身につけること。

## 「メディア・リテラシー」が必要か

メディア社会を自分らしく生きるためには、まずメディアの実態を知ることが大切。メディア・リテラシー研究者の鈴木みどりさんに、「メディアとは何か」「メディアと私たちのつきあい方」について、お話をうかがいました。

### メディアは作られる

現代社会では、ほとんどの情報がメディアを通して与えられています。社会の出来事を伝えるだけでなく、ドラマ・バラエティ・広告などによって女性・男性・若者・子ども・家族・流行のライフスタイルなどのイメージを提供し、語りかけてきます。毎日大量に送られてくるため、その存在はまるで空気のように日常生活にとけこみ、私たちの社会観や価値観の形成に深く関わっていると聞いてもいいでしょう。



鈴木さん著書

### メディアとジェンダー

メディアには、男女による固定的な性別役割分担が多く描かれています。登場する男女の偏った年齢分布、女性を性的対象として扱う番組、女性のプライバシーを興味本位に取り上げる記事などです。子どもの頃から無意識にそれらを見聞きし続けていたら、それが当たり前と思ってしまう原因は、制作者が持つ「女だから、男だから」というジェンダー観や、制作の方針の立案や決定の場に女性が少ないことなどが挙げられます。「おかしい」と感じることもあっても、これまでの固定的な性別役割分担をそのまま使えば視聴者に受け入れられやすく、視聴率や商品宣伝につながるだろう、という企業や制作者の心理も働いていると思います。「おかしい」と感じたら視聴者が異議をとなえなければ、変化はありません。

### メディアを読み解き、積極的に関わろう

あふれる情報に流されないためには、「受け手」から「読み手」となって、ジェンダーの視点でメディアを見る力をつけましょう。おかしいと思ったら、それを制作者に伝えます。ただし批判だけでは進展しませんから、具体的な提案もするなど、メディアと上手にコミュニケーションをとることが大切です。

そして、自分のメディアを作ること。インターネットやテレビデジタル放送など、双方向性の高いメディアも出現しています。私たち自身がメディアに積極的に関わり、また発信側にもなることができる、大きなチャンスが来ているのです。

## テレビCMウォッチング

身近なメディアのひとつであるテレビCMに描かれている女性像と男性像を比べてみました。

チェック1 洗剤CMチェック	
対象CM	洗剤CM 12本
主 役	女性5本 男性5本 家族1本 子どものみ1本

主役の女性はすべてエスロン姿で「主婦」を連想させる設定であったのに比べ、男性は5本中3本まで職業が設定されていたのが対照的。男性自身が洗濯や掃除をしているCMもありました。



▲トイレ掃除する母親

同じトイレ用洗剤でも、こんなに視点の違いが。



▲トイレ掃除する父親と息子

チェック2 栄養ドリンク剤CMチェック	
対象CM	栄養ドリンク剤 CM6本
主 役	男性5本 男性と女性1本

主役の男性は職業がわかる設定で、仕事で疲れているががんばる・上半身裸で走るなど、元気・力強さといったイメージを前面に出しています。女性は、男性の後ろで小さく描かれています。



平成15年12月8日～15日のCMをチェックしました



みんなでCMをチェック

### テレビCMチェックシート見本例

商品名	商品種類	企業名	時間帯	秒数
〇〇〇	菓子類	△□社	9:00pm	15秒
CMの内容				
登場人物とその特徴	全体構成	キャッチ・説明・画像・音楽 その他気がついた事	このCMを見てどう思ったか？	
主役：複数の女性	女性たちがくっつきあい、踊ったりしている。	商品名は言っているが、商品説明はほとんど無し。	子どもも好き嗜好品なのに、商品とまったく関係なく女性の性的イメージを前面に出しているのが不快。	

◆**テレビの場合**  
左のようなワークシートを作り、二人以上で同じものをチェック。結果をもとに気がついたことを話し合ってみましょう。

### 方法

#### ◆新聞や雑誌の場合

テーマを決め、複数の掲載紙から関連記事を選び出します。タイトルのつけかた、呼称、内容や写真の扱い方などで男女に違いがないかなどをチェック、もし違いがあれば、なぜそうなるのか考えてみましょう。

## メディアを1ステップチェックしてみよう



ジェンダーの視点でメディアをチェックしてみよう。今まで見過ごしてきたことで、何かおかしいと感じることがあればその原因を考えてみます。

### メディア・リテラシーを身につけるには