

パステル編集メンバー座談会

情報社会のウソ、ホント

私たちは、さまざまなメディアから情報を得ながら生活をしています。新しいメディアが日々作り出され、驚くべきスピードで世の中に浸透していきます。それは加減を続け、追いつくのも大変なほどです。

メディアは情報を得る手段としても便利なのですが、中には偏っているものも混在しています。このことを受け手である私たちが知ることは、メディアと上手に付き合うための一歩になります。情報に踊らされず、その情報の出所や送り手の意図まで読み取ってみることに、「それは本当？」と疑ってみることも時として必要になります。

そこで、口頭、新聞やテレビなどメディアに接していて疑問を感じたり、「あれっ」と気になることについて、パステル編集メンバーで話し合いました。

日々当たり前のように享受しているその情報は、本当に正しい情報でしょうか？
ちよつと立ち止まって考えてみましょう。

編集メンバーは、子育て奮闘中が2人(O、C)、シングルが1人(S)、地域活動に積極的に取り組む2人(H、Y)の30〜60代の女性5人です。

CMは、

編集O 最近、食品のCMで、様々な時代の食卓を再現して、いつの時代も母親は子どもにできたての温かいご飯を作り続けているというストーリーのものがありました。この場面に父親の姿があるのも、と



といいのになあと思いましたが、短時間であっても毎日繰り返し流れるCMの影響力は大きいですね。

編集Y かなり前のことだけど、「私、作る人」「僕、食べる人」というセリフの即席めんのCMがあったことをよく覚えています。料理を作るのは女性の役割であるという固定的役割分業を押し付けるCMだと視聴者から抗議があつて、放送中止になったと記憶しています。

編集H 一昔前までは、洗濯洗剤や柔軟剤のCMは専業主婦であろう女性が起用されていましたが、最近のCMでは男性が集団で起用されたり、人気俳優が専業主夫として登場するものも目にします。時代とともにCMの描かれ方も変わってきましたね。

編集S 時代の流れで自然と変わってきただけではなく、企業が自社の製品を宣伝する上で社会的責任まで考えてCMを作るようになってきたということではないかと思っています。

編集者H 食品のCMでも、料理を作る

る男性を描いたものも増えてきました。企業側の変化が感じられますね。

編集者C そうですね。例えばコーヒのCMでも、以前、味の違いが分かるのは男性という設定のものがあったけれど、最近は男性も女性も出演して、味の違いが分かる「人」という視点に変わったCMがありました。

雑誌・新聞・テレビなどのメディアでは、

編集Y 企業は昔に比べてジェンダーを意識するようになってきたと感じますが、マスコミはどうでしょう。電車で雑誌の中刷り広告を見ていると、マスコミの意識は企業ほどには進んでいないと感じることがあります。例えば、女性を表現する場合、「美人OL」や「美人アスリート」「美しすぎる市議」など女性を容姿の良し悪しで判断する風潮が根強く残っていると感じます。

編集H 女性誌にダイエツトが盛んに特集されるのも、女性を見た目で判断する傾向の現れですね。今は男性向けのものも増えてきましたが…。

編集O そうですね。新聞のテレビ欄を見ても、「女性弁護士」とか「女医」とわざわざ「女」と付くのが気になります。男性に対してはそういう風に表現しないですね。

編集S 他にも、マスコミの報道は、男性のタレントの浮気報道に比べると、女性のタレントの場合は途端に休業に追い込むほどのパッシングをされるように感じます。「女性＝貞淑であれ」という考えが見え隠れしているように思います。

編集者C 女性に厳しい傾向は、子どもが被害者となるような事件の報道を見ても同様な気がします。虐待やネグレクト、貧困による餓死などの報道も、母親である女性が批判されやすいように感じますし、こうした報道では父親の話はほとんど出てこないですね。母親が子どもの世話をすべきという考えからきているのではないのでしょうか。



編集O 最近は働いている女性が多くなっているのに、母親が仕事をしている場合にはさらに批判が強くなることもあると感じます。

編集O 私も最近「あら？」と感じたことがありました。娘が書店で算数ドリルを選んだのですが、お化粧のコンパクトや口紅を数えさせる問題があったんです。さらにお姫様の挿絵がたくさん入っていて、そこに「女の子はおしゃれなきやね」とか「王子様のためにいっもおしゃれじゃないと♡」とコメントが入っていたりするので、勉強してくればいいかと思いつきました。女の子はちよつと気になりました。「女の子はこういうもの」っていうメッセージが強すぎないように感じました。

その他のメディアでは？

編集Y 銀行などで目にする防犯ボスターの犯人像はほとんどが男性として描かれていますよね。これも犯罪に手を染めるのは男性だというジェンダーによる思い込みではないでしょうか。

編集者C そう言われてみれば、女性の犯人を描いたボスターは見ることがないです。そのせいかイメージもしにくいです。「オレオレ詐欺」も「ワタシワタシ詐欺」とは言わないですね。息子を装った犯人が母親である被害者に犯行を行うパターンが多いのでしょうけれど、これもやっぱり犯人には男性が想定されています。

編集Y なぜでしょうね。日々繰り返し目にしたり聞いたりしていると、違和感がなくなっていくようです。

編集S 市販のドリルだと、そういう物の方が売れるということで作られているのかもしれないですね。学校の教育現場を見ていると、昔に比べて男女平等という点では変化が生まれています。

例えば、教科書の挿絵とか。以前、理科の教科書の観察の様子で、虫眼鏡を持って観察するのは男子、横で記録するのは女子というように、男子は活動の主体、女子は補助的な役割で描かれることが多かったけれど、最近は性別によって描き分けるということは少なくなってきました。さまざまなメディアでジェンダーが偏らないような表現の方向に進むといいなと思います。

「それって本当？」という視点は、情報を深く読み解くきっかけになりそうです。情報との上手なつきあい方について、それがどのようにして作られているのかも合わせて考えながら、さらに掘り下げてみましょう。

メディアって、 どんなもの？

メディアとは、大辞林第三版によれば「手段。方法。媒体。特に、新聞・テレビ・ラジオなどの情報媒体」とあります。情報がある人から別の人に伝達される時に、その手段としてメディアが間に存在することが多くなります。

例えば、手紙やCDなどもメディアです。最近では、SNS(ソーシャルネットワーク・キングサービス)など、新しい手段が生み出され、メディアは私達の生活のあらゆるところに存在しています。