



さらに、子ども向けの玩具や学用品のCMは、画面と分けて、性別による分化(ジェンダー・トラッキング)を強めています。女の子向けの商品のCMは人形やアニメキャラクターの変身用品、アニメキャラクターのRPGゲーム、お絵かきセットなど、ロールプレイが中心、ファッションアップルで、ピンク系やパステルトーンに彩られた画面、みんなで仲良く遊ぶ、というコンセプトが主流です。登場する女の子たちのしぐさも、小首をかしげたり、しなをつくったり、もはや「一人前の女を演じているか」のようです。流れているBGM(音楽やMC(アナウンス)も同じ)も同じです。

それに対して男の子向けの商品では、合体ロボットなどのメカニックなものが飛んだり格闘したりし、ゲームもキャラクターのバトルゲームが多く、戦闘ものが中心

で、原色が多く使われる画面の色合いも含めてハードな印象を与えるコンセプトとなっています。BGMはアップテンポで重いロック調、MCには「行くぞー」とか「合体ー」とか勇ましいセリフや体言止めなど力強いイメージがかもし出されています。このように、テレビ番組のようさまざまな表現技法が駆使されているメディアには、登場人物の性別のみならず、年齢、ファッション・髪型・服飾品、登場場面、しぐさ、行動、表情、発言、さらにBGMやMCやテロップにまでジェンダーがあらわれていますので、書き出してみると色んな発見があるでしょう。

女性・男性の性の違いは、単純に生物学的・医学的なそれから来ているのではありません。経済状態、政治形態、文化、歴史、地理的条件など、社会のあり方によって人間の存在様式は実に多様です。なにしろ国や文化や時代によって人びとの体格や寿命まで違うのですから、性別のありようについても「どこも同じ」「常に同じ」ということはありえないのです。先ほど「ジェンダー」を社会的文化的につくられる女性・男性と言ったのは、そういう意味でもあります。周知のように、生物学的・医学的な性の違いよりも、自分の思う性別と同一になる権利を保障することが人

権であるという当事者主義の観点から、性別を変更することも制度上可能となりました。こうなると女性／男性という分類など、それこそ「制度」の問題に過ぎないではないかと思われてきます。

この女性／男性という二分法のカテゴリ、つまり言語的制度は、社会、すなわち地域、家族、学校、会社といった、人が生きる総ての環境にゆきわたっています。中でもメディアは人びとの意識・認識・知識などを形成するのに大きな力を有する社会環境となっています。しかも、複雑化し多様化する社会についてのさまざまな情報や知識は、新聞、テレビ、ラジオ・出版物などいわゆるマスメディアからだけでなく、いまやインターネットやSNS(ソーシャルネットワークサービス)を通じて、多様なメディアから入ってきます。意外なことに、ネット情報は、自分から求めないと得られない能動性が必要であるゆえに、これまでのマスメディアと違って一方的・網羅的に届くようなことがなくなっており、かえって自分に興味・関係のない情報についてはまったく知らず、内輪で盛り上がるだけなどという現象が生じています。

ダイバーシティ(多様性)がキーワードになりつつある現代社会において、メディア表現やメディア接触に多様性を担保してゆくためにも、私たちのメディアの読み

解き能力や私たちの意見をメディアに対して反映していく営みが大事になってきていると言えるでしょう。

改めてジェンダーの視点でメディアをみると、女性と男性とを単純に二分法するだけでなく、両者の役割が異なる扱いをし、場合によってはそこに優劣・上下関係をあらわすような表現がみられます。「女性が公的領域にいるのは例外だから少しでもやわらかい呼び方に(Q1)」「母親は子どもの面倒をみるべき(Q2)」「男性は(Q3)」「女性は家事をするべき(Q4)」といった社会的な言説(語り)がメディアにも蔓延していることがわかります。それらの言説はメディアで増幅されて社会に再び還元され、ダブルスタンダードとステレオタイプを醸成していきます。ダブルスタンダードとは、女性と男性とで異なる基準を適用しそこに序列がすり込んでいくこと、ステレオタイプとは、女性や男性のありようを固定的に決めつけることです。

これは二つの問題を引き起こします。一つは序列化が格差や差別につながることで、もう一つは規定されることの暴力性で、多様性や主体性が剥奪されることです。やっかいなことに、人は、序列化や差別、排除されないよう、いよいよ社会の要求する「女

性」「男性」のカテゴリに合わせていかにいといけません。社会が求めるジェンダーは抑圧的な規範となるわけです。そうすると、ますます「自分らしく」いられないストレスは高まるとともに、「女性」「男性」を演じたら演じたで「やっぱり女性ね」「さすが男性」などと言われて、カテゴリや序列はさらに強化されてしまいます。私たちは、社会を構成して(つくって)生きていますが、社会が私たちを構成して(つくって)もいるのです。

同様に、メディアは構成されたものであり、構成されたメディアによって私たちオーディエンスの意識や行動の規範は構成されているということ、さらに、メディアにおけるジェンダーは構成されたものでありそのメディアによって私たちのジェンダーは構成されているということに「気づく」ことが、まずもって第一のステップです。「気づき」は必ず、批判的に考える「こと」につながります。そしてそれは「行動する」ことにもつながります。ここまですれば、「市民がメディアを社会的文脈でクリティカルに分析し、評価し、メディアにアクセスし、多様な形態でコミュニケーションを創り出す力、およびそのような力の獲得をめざす取り組み」(鈴木みどり・NPO法人FCIT市民のメディアフォーラム)という、メディアリテラシーの定義がわかりいただけるでしょう。

パステル おすすめ本

エセナおおたの図書コーナーで貸し出しできます。

メディアリテラシーとジェンダー 構成された情報とつくられる性のイメージ
諸橋泰樹著 現代書館 2,200円(税抜)

テレビ、新聞、雑誌といったメディアにおいて、どのように情報は作られ届けられているのかという仕組みについて、普段あまり意識することはありません。しかしその情報にも製作者の意図というものが含まれ、同じ情報でも作り手、そして受け手によって感じ方が変わるとことを読み解くことができます。社会的に認識される性=ジェンダーは、製作者の手によってメディアの中でどのように位置づけられ、形作られていくのかを、さまざまな例を交えて詳細に説明されています。私たちがメディアと接する際、その情報が何を目的として作られたものか、製作者の意図はどこにあるのか、そしてどのような情報を選び取ったら良いのかを見極める力を与えてくれます。



お姫様とジェンダー —アニメで学ぶ男と女のジェンダー学入門
若桑みどり著 ちくま新書 680円(税抜)

副題にアニメとはありますが、題材としているのは「白雪姫」「シンデレラ」「眠り姫」といった誰もが知る童話です。著者が大学で行ったジェンダー学の講義において、これらのアニメを観た学生がどのような感想を持ったのかがまとめられています。「プリンセス・ストーリー」がどれだけ子どもたちに影響を与えているのか、そしてジェンダーを学ぶことで何がかわるのかを生の声として感じることができます。大量に生産され、消費されている物語だからこそ、その影響力も絶大であり、幼いうちから無意識に影響を与えていることを実感させられます。王子様を待つ「プリンセス」という画一的な価値観から自由になり、自身の力で人生を切り開いていくことを男女共に必要であると考えさせられます。



ピンクがすきってきめないで
ナタリー・オンス文 イリヤ・グリーン絵 ときありえ訳 講談社 1,600円(税抜)

「わたしは 黒がすき。」という一文で始まるこの絵本。「女の子らしく」「男の子らしく」と何気なく言ってしまうような場面に対して、主人公の少女が疑問を投げかけていきます。大人が思い込んでいる「らしさ」という言動の数々は、個人を見ていないのではと気づかせられます。他人に決められた「らしさ」ではなく、「自分らしさ」を大切にしていくことを教えてくれる一冊です。



日本語ジェンダー辞典
佐々木瑞枝著 東京堂出版 3,800円(税抜)

普段何気なく使用している言葉。知らず知らず、女性に対してのみ使う言葉、男性に対してのみ使う言葉、と定義されている言葉があります。なぜそのように使われるようになったのか、またメディアにおいてどのような使われ方をしているのかを例文を交えて紹介しています。例えば「才色兼備」とは、優れた知性と容姿の美しさを兼ね備えていることであり、もっぱら女性に対してのみ使われる表現です。これは、男性には「才」は必要だが「色」は不要という前提があり、また女性に「才」あることは稀であるという通念のもとに存在していると説明されています。言葉がジェンダーに縛られている、もしくは言葉によってジェンダーが定義づけられている、ということに気づき、認識するきっかけとなるでしょう。

