

「男女の視点でメディアを読み解く」  
講師：国広陽子さん



メディアと人間

そもそも「メディア」とはなんでしょう。人が人として生活するためには他者との関わりは避けられず、まず「コミュニケーション」であることが重要となります。それは、人と人の間に何かの共通点を打ちたてる営みであり、そのコミュニケーションを媒介するものが「メディア」ということとなります。具体的には言葉、声、文字、絵画、刺繍、身振り、匂い、ファッションもメディアとみることができま

きます。中でも新聞、テレビ、インターネット、SNS等、マス・コミュニケーションはテクノロジーの発達で大量の情報を不特定多数に伝えることができます。メディアが送り出す情報はさまざまな現状認識、価値意識などの「常識」を提供します。何が普通で「当たり前」なのか、何が受け入れられ何がもう古いのか、その中に、男女のあり方や、多様な性を巡る常識も含まれ、メディアが現実認識の基盤を提供しているといえるのです。

メディアリテラシー

「リテラシー」とは、読み書き能力のこととて、かつては「読み書きそろばん」、識字力ともいいました。今はメディアのあり方、その特性や影響を知り行動する能

次ページに続く

40年前のCM放送中止事件

昔から、CMの表現についての論争は絶えませんが、「私作る人、僕食べる人」というキャッチコピーが物議を醸し、あるCMが放送中止になったのは1975年のこと。CMの中で女性を「作る人」、男性を「食べる人」としたことが「性差別」であると指摘されました。

この年はちょうど国連が決めた「国際婦人年」\*で、日本でも男女の平等を目指した団体が立ち上がっていました。そうした背景もあり、当時はこのCMについて、多くの立場からの意見が交わされました。

40年後の今

では、最近のCM事情はどうでしょう。このごろのCMには、家事や買い物をする男性の姿が、少しずつ登場するようになってきました。例えば、ある洗濯用洗剤のCMには、男性俳優やスポーツ選手が起用されました。男性ばかりのコメディータッチのCMは、インパクトも大きかったのではないのでしょうか。最近では、男性の家事を応援

する「家事ラップ (洗たく篇)」の動画配信を行っているメーカーもあります。同様に、子育てしながら働く女性をリアルに描いたCMでは、共感を得たり、議論を巻き起こしています。



また、自治体や公共機関による地域おこしの広告も盛んになってきています

CMは、社会を映し出す鏡のようなもの、とも言われています。見た人の共感や好感、ときには反感を得るか、といった能力を身につけた上でネットやSNSを効果的に活用したいものです。今回は起こりやすいトラブルと、その回避のためのリテラシー能力を考えていきたいと思います。

CMは社会の鏡

また、自治体や公共機関による地域おこしの広告も盛んになってきています



40年前と比べ、社会の認識は変化しています。CMの形も、社会と一緒が変わっていきます。(福田)

\*1975年、国際連合の主催で世界各国の代表が集まり、以降10年間を女性の地位向上を目指して設けた国際年。

「SNSでつながる子どもたちの被害防止を考える」  
講師：渡辺真由子さん



なぜ、ネット・SNSは

トラブルを招きやすいのか

ネット上の情報を読み解く力「ネット・リテラシー」を身につけていることがとても重要です。ネット上には逃げ場がないこと、直接相手の反応が見られないため書き込み内容が過激になってしまいがちなこと、拡散性が非常に高いこと、などの特徴からトラブルを招きやすいからです。発信する情報に危険性はないか、反対に得た情報の真偽を見極められるか、といった能力を身につけた上でネットやSNSを効果的に活用したいものです。今回は起こりやすいトラブルと、その回避のためのリテラシー能力を考えていきたいと思います。

ネット・SNSの3大トラブルとは

① 個人情報の流出

SNSの個人情報が悪用され、ストーカー被害を受ける、出会い系サイトへ転載される、「悪ふざけ投稿」により自分の人生に影響が出てしまうといった問題が起きています。

- ・ 掲載するプロフィールは必要最低限
- ・ 公開設定を確認する

次ページに続く