

ロールする、「政治の論理」も働いています。

しかも現場では、限られた時間枠や紙誌面スペースなどの都合により、取材された情報や収録された情報はカットされ、わかりやすく伝えるために編集され、場合によっては付け加えられて、一つの記事や番組が“加工”されていきます。新聞や雑誌だったら内容が一目でわかりかつ眼を惹くように見出しがつけられ、決定的な写真が選ばれて目線を考慮して配置され、センセーショナルな記事の文体になり、テレビ番組の場合は収録時にさまざまな演出がこられ、編集時に効果音やBGMがかぶせられ、テロップが挿入されるなど、多様なテクニックが行使されます。もとより、私たち受け手の意向を全く無視するわけにもいきません。

このように、日々私たちが接しているメディア情報は、決して客観的でもなければ真実でもなく、意匠をほどこされ、つくられたものであるということを、「メディアは構成されている」という言い方をします。ですが私たちは、メディアがつくられたもの、すなわち構成されたものであるということを、つい忘れがちです。

「容疑者」として凶悪犯のように報道されていたけれどそれは誤報だった、痩せる効果があると科学的に解説されていたけれどそのデータはねつ造だった、迫真のドキュメンタリーとして観ていたけれどやらせだった、客観的な記述だと思って読んでいたけれど政治家や企業の意を汲んだちょうちん記事だった、といったようなことが残念ながらあります。しかも困ったことに、私たち「受け手」は実際の現場や対象となった人を知らず、番組や記事のつくられ方のプロセスを知らず、真偽を確かめるべきがありませんから、出されてきた情報をそのまま“正しいもの”として、それをもとに知識を蓄え、判断し、行動せざるを得ません。いわば「構成されたメディア」によって、今度は私たち自身や私たちの世界が「構成」されてしまっているわけです。

3 メディアがつくる「性のありよう」 批判の能力と、働きかけの運動

ところで、私たちの性のありようは、一見“自然”な性の違い(性別)に根ざしていると思って／思われていますが、実は、「女性」「男性」といった性の「ありよう」は、歴史的・政治的・経済的につくられた(構築された)、社会的・文化的な「ありよう」であることは、もはや常識となってきました。こういった性のありよう(存在様式)のことを「ジェンダー」と言っていることもご存じのとおりです。

平安時代の「美女」はふっくらした瓜実顔で、一重まぶたであることが条件でしたし、ケルト地方の男性の伝統的服装はスカートです。「シンデレラ」の原典は、継母による虐待ではなく実母による実子に対する虐待だそうですし、ノルウェーでは決まりによって男性が会社を休んで育児をしています。江戸時代の町民は、男性がもっぱら子どもの世話やしつけをしていました。このように、歴史や世界を超えて「女性」「男性」が共通して存在し、それが普遍的で、不変な存在であるわけではありません。そもそも「女」とか「男」という呼称自体、言語による「分類枠組み」に過ぎませんし。

メディア、とりわけマス・メディアは、性の社会的・文化的ありよう＝ジェンダーに関して、それが広く社会環境・文化環境を形成しているがゆえに、大きな影響力を有しています。そのため、どのようなジェンダーがメディアで描かれているのか、表現されているのか、それによってどのような社会的意味が構成されるのか、まさに批判的な眼で「メディアの中のジェンダーを読む」ことが大事になってきています。

ちょっと周囲を見回すだけでも、妻が洗濯物を干す洗剤のテレビCM、夫が新聞を読みながら食事ができあがるのを待っているドラマのシーン、経済ニュースを読む男性に対しもっぱら生活ニュースを読む女性のアナウンサー、母親が子どもの熱を測っている風邪薬の雑誌広告が眼に入ってくるでしょう。「サラリーマンの年収」と書く新聞記事、ラジオのDJの「ご主人」という呼びかけ、女性はエプロン姿の花屋さんで男性は白衣を着て聴診器を下げたお医者さんの広報イラスト、水着姿で預金を勧誘する金融機関のポスターにも気づくはずですよ。

これらは本来の主メッセージとは別に、それぞれ洗濯は女性の役割であり、男性は知的な新聞を読んで家事をする必要はなく、女性は「やわらかい」感じにふさわしいニュースを扱い、子どもをケアするのが「母性」であり、女性も含まれる労働統計なのに男性が想定され、夫が夫婦や一家の中心という無意識のイデオロギーを流布し、女性と男性の職をステレオタイプにとらえ、女性の性を商品化・モノ化する描写、表現と言えます。

ひごろから、私たち視聴者・読者がメディアに描かれたジェンダーの非対称性、差別性についての「読み」を行い、つくり手にもそれを意思表示して働きかけていくこと、そして私たち自身もこういった表現をしていかにないように気をつけていくこと、こういった意識的なメディア・リテラシーへの取り組みが、長い眼でみればメディアのジェンダー表現や私たちの社会を公平・平等なものに変えていくのです。