

情報は作られている メディアリテラシー

溢れ出す情報の中から 見えるのは…?



子どもとメディア

電子メディアが子どもの遊びに加わった今、気をつけたいのがその内容です。子どもは広い視野で情報をとらえるのが難しく、大人と比べてメディアに感化されやすいものです。大人なら素通りできる内容が、子どもには強い印象を与えることもあります。

テレビをはじめとして、インターネットやゲームソフトには、真実ではないことや暴力・ポルノが数多く含まれています。大人向けに作られたものが簡単に子どもの目に触れてしまうのは心配ですね。

私たち大人は、電子メディアに夢中になる子どもを見て、「今の子は、これが普通だからしかたがない」と無関心でいるより、その内容に関心をもつことも大切ではないでしょうか。

スポーツメディアとスター・システム

スポーツメディアには、一部の選手の露出度を意図的に高め、スターに仕立てていく手法があり、「スター・システム」と呼ばれています。例えば、「ハンカチ王子」こと早稲田大学野球部の斉藤投手もそのひとり。

スポーツ新聞や雑誌は営利目的で発行しており、掲載すれば販売部数の伸びる選手のチーム、競技を手厚く扱う傾向があります。特に、実力に加えて、重要な局面で決定的なプレーをするなどの要素が含まれた“絵になる選手”がもてはやされます。

読者は、目にする機会の多い選手に親近感を覚え、応援したくなります。しかし、いい選手は彼らだけじゃないはず。メディアが目立っていない選手にも目を向けてみてはいかがでしょうか。自分だけのスターが見つかるかも!

メディアリテラシーとジェンダー

「メディアリテラシー」とは、メディア情報を鵜呑みにするのではなく、批判的に読み解く力をもつこと。その上であらゆるメディアを活用、発信する能力を指します。また、その能力を育てる過程も含まれます。

上の写真にある洗濯洗剤のCMは男性だけが登場しています。「洗濯は女性の役割」というステレオタイプ※1を脱して、男性が楽しそうに洗濯しているのが印象的です。従来にない男性像を商品と関連づけて新鮮な表現になっています。同じく、元旦の新聞の全面広告は、女性のヌードが大きな扱いだったので、とても目立ちました。どうして“女性の裸”なのでしょう? 女性の裸はこれまでも商品とは関係なく目を引くための手段として広告に利用されてきました。それは“裸”が非常に強いインパクトを与えることができるからです。特に裸の女性からは、無防備で弱く、受身な存在としての“女性”が連想され、モノとして消費される“女性の性”につながっています。

このようにジェンダー※2の視点で見ると、生活空間の中に溢れている広告の描く女性像、男性像が現実の女性、男性のあり方に影響を与えていることに気づきます。その他、人権や環境に配慮したものかどうかという視点で見るとまた評価も変わってきます。

広告に限らず、あらゆるメディア情報はいろいろな立場の人が発信するので、完全に中立、公正なものはありません。そこには必ず作り手の意図があります。時に情報を隠したり、真実ではないことを伝えたりもします。誰が何のために流している情報なのかをよく考え、さまざまな視点をもってメディアと向き合っていくことが「メディアリテラシー」の第一歩です。

※1 ステレオタイプ 中面「用語解説」参照
※2 ジェンダー 文化的、社会的に作られる性差

こんな気持ちで 発信しています

発信者へインタビュー



カフェ放送で代表/映像作家
下之坊 修子さん
http://www.terere.jp/

映像作りは 自己表現のひとつです

「てれれ」では新しい形の上映会をプロデュースしています。まず一般の方から映像作品を募集して、同時に上映してくれる所を探し、マッチングさせます。作り手にとっては自分の作品が上映されるチャンスだし、そこで観客の反応がすぐわかるのが良いところ。場所の提供者はあまりお金をかけずにイベントが企画できます。映画館で観るのはちがって気軽にお茶を飲んで、わいわい語りながら観るのがこの上映会のおもしろさです。その場に居合わせた人たちが新しい作品と一緒に作るという話になったり、人と人がつながる場所にもなっています。

私自身、映像作りを始めたのが40歳を過ぎてからです。映像作りを通していろいろな人に出会うことで世界が広がり、自分の言いたいことは個人的なものでも社会に通じるのだと知りました。

今のメディアはある一定の人たちだけが一方的に情報を流している状態です。「てれれ」の目的は今まで表現や情報発信の場から遠ざけられていた人たちが、自分たちのメディアをもち、発信していける状況を作っていくことです。特に女性やマイノリティといわれる人々が、自己表現するひとつの手段として映像を使ってもらいたいと思います。

作品の上映は「てれれ」でどうぞ

ブログ発信は "ワタクシ"を情報に変える!

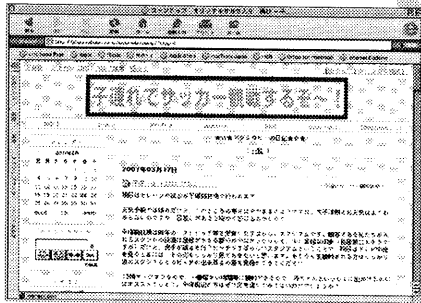


ブログ「子連れでサッカー観戦するぞ〜」制作者
マダム・ロビーさん
http://plaza.rakuten.co.jp/kodurede/

私は、子連れでサッカー観戦したい人にも役立つような情報を発信しています。妊娠する前から、サッカー観戦が趣味で、出産後も赤ちゃんを連れてサッカー観戦したいと思いました。だけど、授乳室などのあるスタジアムをネットで検索したところ、欲しい情報が見つけれなかったのがきっかけになりました。

ブログは、誰にでも簡単に作れて、手軽に読めるメディアです。作っていてもいろいろなのは、いろんな人と情報交換ができ、ネットワークが広がることですね。一方通行じゃなくて反応があるってうれしい。ブログを通じて知り合った他チームのサポーターとスタジアムで直接話せたのは感激でしたよ!

長く続けていくために気をつけているのは、読む人が不愉快にならない内容と著作権、肖像権などのルールを守ることです。最近は、赤ちゃん連れで観戦する姿が増えてきました。私と同じように母親になっても好きなことを楽しむのは大賛成です。これからもブログ発信することで、サッカー観戦をしたいお母さんを応援していきたいですね。



地域密着の 情報を発信



西宮コミュニティ放送さくらFM制作・放送部長
平松 宏次郎さん
http://sakura-fm.co.jp

さくらFMは西宮市を主な放送エリアとする地域FMラジオ局です。震災を契機に災害時の迅速・正確な情報提供を目的に設立されました。市議会本会議の生中継も放送しており、公共放送としての立場も併せてもっています。

「わがまち わがふるさと」「な・ば・な ネットワーク」「いきいきトーク・ノーマライゼーション西宮」など、市民参加型の番組が多いのが特徴です。中でも「元気してます! 熟年パワー」は、取材、構成、パーソナリティも市民スタッフが務めています。

人気番組のひとつ「風のような手紙」は、出演者がユーモアを交えて話す介護体験にリスナーの共感を得ています。

もうひとつの特徴としては、ジャズの番組が多いことです。個人的にもジャズの楽しさをたくさんの人に伝えたいという気持ちからです。西宮の文化として根付いてくれたら、うれしいですね。

読者と同じポジションで



地域情報紙ともも発行・編集責任者
武地 秀実さん
http://www.tomomo.co.jp/

「ともも」は、西宮・芦屋市を中心とした地域情報紙です。囚われとなる、社会の通念や個人の恐れから解放され、一人ひとりが「自分を豊かに生きる」ことへのメッセージを込めながら、楽しい街の話題

を集めて発行しています。

連載記事では、それぞれの生き方を紹介する「ともも人物図」、投稿欄として「えべっさん川柳」「とももくらぶ」など、読者に支えられています。「とももメッセージボード」はイベント情報を掲載しています。

仕事を続けていると、子どもにかまっていられないといった葛藤は度々あり、辞めようと思うこともありましたが、悩んでいるときには、読者からの反響が励みになります。とももの発行を通じて築いた技術とネットワークを生かし、自分が社会貢献できることを改めて感じて、またがんばろうと思直します。

これからも暮らしに密着した地域紙ならではの良さを生かし、読者とともに悩みや思いを共有して、一緒に考えていける紙面づくりを心掛けていきたいです。

「ともも」は新聞折り込みのほか、図書館などにも置いています。



コミュニケーションで ふくらぶ発想

グラフィックデザイナー
Nさん



企業のポスター、パンフレットなどを制作しています。企業の意図を正しく伝え、それを受け手が感じられるように作る。加えて、見た人が楽しい、元気になると思ってもらえるとうれしいですね。

日々の仕事の中で、クライアントやクリエイターと一緒に作り上げることで想像以上のものになることがあります。前に化粧品会社の会社案内を制作したとき、商品パッケージに再生紙を使っている意図をアピールしたいと思いました。話し合いながら、化粧品を使って素肌をきれいにするという従来の美の追求から、素肌も心も磨いていこうという新しい精神を具体例で導き出すことができました。その結果「一度紙としての役割を終えた再生紙の生き方を肯定したい」という趣旨で、とてもいいコピーが完成しました。

今男女共同参画の概念が少しずつわかり始めたところで、なるほどと思うことばかり。改めて広告業界を見てみると、従来の性別役割分業を肯定する表現がまだまだ多いと感じました。だから、新しい視点のひとつに取り入れて、おもしろい(これが大事)広告作りができればいいと思っています。

用語解説

●ステレオタイプ (stereotype) ● ことばの原義は印刷のことで、そこから固定観念や型通りのイメージのことを指しています。人間は単純化されたイメージに頼って物事や人を判断しようとする傾向をもっています。「女は感情的である」といった固定的なイメージはステレオタイプの例です。女性学は、ジェンダー・ステレオタイプを問題視し、マスメディアが伝統的な性別役割にもとづく「女らしさ」「男らしさ」を肯定的に描き、男女の生き方のモデルを知らず知らずのうちに押しつけていることを、厳しく批判しています。

日本では、フェミニストが1970年代、「男は仕事、女は家庭」という固定的な性別役割分業に肯定的な「ボク食べる人、ワタクシ作る人」という食品コマーシャルを批判しました。

1995年、第4回世界女性会議で採択された行動綱領では、12の重要問題領域のひとつとして「女性とメディア」を取り上げ、ステレオタイプの女性像ではなく、多様な女性像を描き出すようメディアに強く求めています。しかし、絵本やアニメなど子ども向け番組まで、ジェンダー・ステレオタイプは現在も溢れています。

資料:「女性問題キーワード111」ドメス出版

FINAL

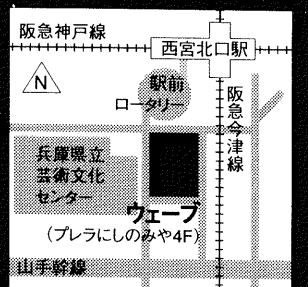
【編集後記】 ■実りある2年間をありがとうございました。女を演じるよりも、本来の姿で生きるほうが自由でいい。ありのままの自分を取り戻すきっかけになり、生まれてきた意味を見つけたくなりました。いろんな色があるから、人間って面白い。(山本) ■ある程度理解しているつもりだった男女共同参画ですが、他の人に伝えるとなると難しい。改めて学び直しながら紙面を作成することで、より理解が深められました。誰一人欠けることなく編集に関わり続けられたことを誇りに思います。(河邊) ■任期2年はあっという間に過ぎました。私たちがしていたことはまさにメディアリテラシーでした。情報の作り手になることの楽しさ、責任の重さを知りました。なんでもやってみるものですね。ありがとうございました。(坂口) ■知る。見る。学ぶ。新しい自分発見を求めて? ことばと表現の難しさ、耳慣れない用語にとまどいました。初めての取材、テープおこし、原稿というりと経験が出来ました。いろんな意味で学ぶことが多かった2年間でした。(立石) ■この街が大好きです。街は本当に財産です。そんな気持ちがきっかけで、はじめて市民参加させていただいたのがこのネットワーク委員でした。これが少しでもなにかの役に立てたらこんなにうれしいことはありません。また個性ある人たちと情報誌の制作をするのは楽しい楽しい時間でした。2年間のお付き合いありがとうございました。(中西) ■情報誌編集講座での出会いから始まった委員活動はすべてが新しく感動の連続で、楽しくて視野も大きく広がった2年でした。出来上がった情報誌の配布や交流会などの場がネットワークの広がりに少しでも役だったことがうれいでした。(金子)

ネットワーク委員とは:西宮市男女共同参画センター ウェーブを拠点に市民参画の事業を推進することを目的に公募で選ばれた市民(任期2年)。

ウェーブ(WAVE)の意味:「男女がともに行動し、活気に満ちた平等社会をめざす」ことを意味する言葉 (With/Act/Vitality/Equality) の頭文字と、男女共同参画社会の実現に向けて大きな波(うねり)をつくっていく、という思いがこめられています。

WAVE PRESS Vol.4

●発行日
2007年3月31日
●編集・発行
西宮市男女共同参画センター ウェーブ
ネットワーク委員会
〒663-8204 西宮市高松町4番8号
プレラにのみや4階
Tel 0798-64-9495
Fax 0798-64-9496
http://www.nishi.or.jp/homepage/wave/



情報誌「ウェーブプレス」は、ウェーブのほかにも市役所、公民館、図書館など、公共施設に置いてあります。本誌に関するご意見やご要望などをお待ちしております。ウェーブまでお寄せください。