

家庭

メディアにおける「性の商品化」

作り手の本音聞きたい

大阪の市民団体「コマシヤルの中の男女役割を問い直す会」(世話人・小川真知子さん、吉田清彦さん)は、「メディアにおける『性の商品化』に関する作り手・送り手の本音集」を発行した。

さきに冊子化した「作り手・送り手の意識、並びに取り組み実態調査報告書」の別冊にあたるもので、作り手百九十人と送り手百四十八社の意見をまとめた。

設問に沿って数行ずつの文章形式で紹介されている。回答者が書いた文章は原文のまま掲載した。

たとえば「テレビコマシヤルの中で女性の裸がどこまで表現が許されるか、と思うか」という問いに対して、作り手・研究者と代理店、テレビ局、新聞社など送り手の両方ともに、「テレビというメディアでは裸は適さない」「よくない」「排除すべき」「単にアイキャッチャーとしての女性の裸を使うのは好ましくない」のほか「胸から上」とか「時間帯が問題」など一定の条件付きで許されるという意見など条件派と、

冊子を発行

許容範囲、個人差大きく

「どんな裸もだめ」という人もいる。

「性差別的な広告」という言葉を聞いて、どんなコマシヤルを思い浮かべるかという問いに、作り手は具体的なコマシヤルと企業名を多数あげ、「男を差別するCM」「女性の性的な面を強調したCM」などに分けられている。

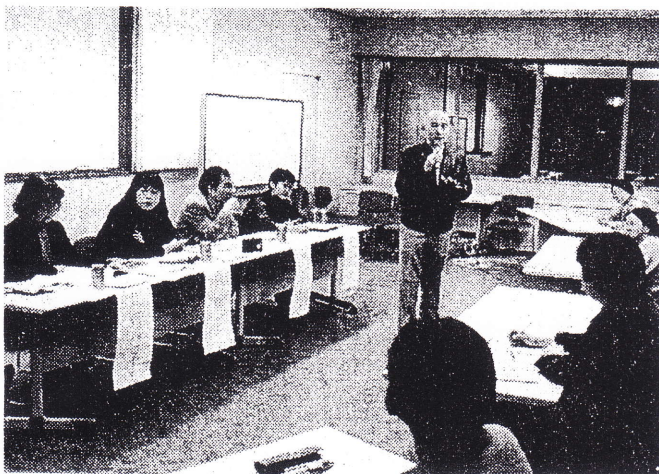
「マスメディアが性差別表現に関する指針を設けることをどう思うか」や「苦情処理機関の設置についてどう思うか」などメディアの対応一般の問題についてもかなり広範囲な回答が収録されている。

世話人の吉田さんは、「少数派だが現実を問題に思っている人がいることがわかる。しかし、その声が反映されない仕組みとあり方がおかしい。このままでは自浄作用は難しい。視聴者を含めて作り方を考える場が必要だと痛感する」と話している。

この別冊「本音集」は三十九円で一部送料ともで四百九十円。申し込みは問い直す会、郵便振替「01120・5・8107」へ。

フリートーク

「視聴者含め議論の場を」



放送などの制作現場の関係者と参加者がコマシヤル映像などを見て、「メディアの中の性の商品化」について話し合った＝大阪市中央区大手前のドーンセンターで

「コマシヤルの中の男女役割を問い直す会」はこのほど、関西の放送と新聞の制作現場関係者三人が参加したフリートークの会「本音が聞きたい」を大阪市内で開いた。会場には研究者、大学生、広告業界関係者、一般市民など約四十人が集まり意見交換した。テレビとラジオの番組制作にかかわった二人からは「性の表現について日ごろからあまり議論してこなかった」「大阪制作の番組は東京と比べてごつい内容が多い」「視聴者や聴取者との関係がまだ未熟で、その声が現場に届きにくい。内部の制作者から声をあげないところにもならない」などの報告があった。

ある地方新聞の現場関係者は自社の広告審査のシステムなどを説明。「古い体質が残る、映画広告でひどい表現があり気になり、問いかけたが、声が届かなかった」と話し、根本的な問題へたどり着きにくい現状を紹介した。これに対して参加者からは「制作者の視点は生活者からかけ離れている。視聴者の視点をもっとほしい」「視聴者の声が届かない」「こどもへの配慮をどこまでしているのか」などの厳しい意見がでた。露骨な性表現が多いとされるテレビコマシヤルについては、広告代理店など制作現場の関係者の参加がえられず、議論は進まなかった。