

メディアと上手につきあう方法

コマーシャルの中の男女役割を問い直す会 世話人 吉田清彦

2013年3月6日(水)

於：宝塚市立男女共同参画センター・エル 1A・B

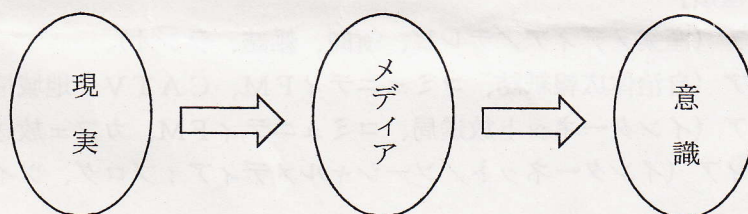
1. 「コマーシャルの中の男女役割を問い直す会」について

2. 頭の体操

新聞広告をジェンダーの視点で読み解く

3. すべてはメディアを通してやってくる

メディアと「ものの見方・考え方」や「意識」との関係（メディア・リテラシーについて）



- ・メディアはすべて構成されたものである
- ・メディアは現実を構成する
- ・オーディエンスがメディアから意味を読み取る

4. ジェンダーの視点でCMを読み解く



テレビCM視聴①：昔（1992～93年）のCMを観る

- ・「そろそろやめて」なところ、「なかなか好感」なところ
- ・ジェンダーの視点でCMを分析してみよう！
- ・「1992～93年」はどういう時代であったか？

(休憩)

5. テレビの力、CMの力

1. テレビの視聴時間
2. テレビの影響力
3. CMの影響力

6. CMは変わったか？



テレビCM視聴②：2000～03年のCMを観る

- ・変わったところ——→なぜ、変わったか？
- ・変わっていないところ——→なぜ、変わらないか？——→どうすれば変えることができるか？
- ・「2000～03年」はどういう時代であったか？

7. メディア社会を賢く生きる

メディアとの上手なつきあい方を考える

(1) 普段、どこから（なにから）情報を得ていますか？

【メディアの種類】

マスメディア（産業メディア／テレビ、新聞、雑誌、ラジオ）

地域メディア（自治体広報紙誌、コミュニティFM、CATV、地域情報紙誌）

市民メディア（インターネット放送局、コミュニティFM、カフェ放送てれれ）

ネットメディア（インターネット／ソーシャルメディア：ブログ、ツイッター）

(2) その情報は「正しい」ですか？

その情報だけで大丈夫ですか？

安心ですか？ アブナクはないですか？

cf. 東日本大震災・原発とメディア

- ・原発報道
- ・被災地支援ボランティア報道（「被災地NGO協働センター」→「遠野まごころネット」）
- ・その後の原発報道（毎日放送「たね蒔きジャーナル」）
- ・反原発デモ報道（「Our Planet TV」）

(3) ・かしこいオーディエンス（視聴者）になる

（「情報を社会的文脈でクリティカル（批評的）に読み解き、かつ、情報の発信者になる」）

・信頼できるメディアを意識的・選択的に視聴する

・情報の発信者になる

ブログ、ホームページ／ミニコミ

8. アンケート用紙記入（ご感想・ご意見）