

想眼鏡

「コマーシャルの中の男女役割を問い直す会」という会を始めて昨秋で十年を数えた。この間の変化を男女の描かれ方に限って言うと、「家事をする男と働く女の姿が増えた」ということになる。

「家庭に居場所」
父親が家の中に描かれなかつたのは、母と子供たちのみで、たとえばハウス・シチュエーションの浜美枝家に父親がチラッと姿を見せるのは、九一年になってからである。

テレビCMの中の父親像

フリーライター

吉田 清彦

たのは「家のことは女の領分」で、「父親は(家の外で)働くもの」と決められていたからである。世の父親たちは仕事が終わってからも夜の付き合いに忙しく、家のことなどかまってい

仕事を終えて家路を急ぐ姿が多

えは、そもいかにいところ

八五年に父親像の変化をにおわせるCMが登場する。NTTのカエルコールである。父親たちは家族の存在をやっと思いついた。だが、急にそう言われても、女たちも戸惑うわけで、翌八六年には「専業主婦で留守がいい」(金鳥・ゴン)などと、まだ煙たがれていた。

夕食の団らん以外でも、ハウス・咖喱工房の小林稔侍(九一年)、フジカラー・写ルンです

よしだ・きよひこ氏 一九四四年兵庫県生まれ。神戸市立外国語大中退。喫茶学校講師などを経て、フリーライターに。「CMの中の男女役割を問い直す会」の中心メンバー。著書に「大阪居酒屋ガイド」など。

家庭に居場所は

父親が家の中に描かれなかつた

九三年から九四年にかけて、

しかし、それで万々歳かと言

夫婦の愛情の不在

父親たちはその後、サンデー クッキングにいそむことで、徐々に家庭の中での居場所探しを始めていたが、九一年の「バブル」の崩壊で残業や休日出勤が激減。好むと好まざるにかかわらず、休日だけでなく平日も早い帰宅を余儀なくされることになる。

父娘のこのところの親密さは、ただごとではない。日本の男が、父親としてではなく、夫として妻と向き合うのには、まだまだ時間がかかるのだろうか? いやいや、結婚十年目と二十五年目に、妻を家庭にしばりつけてきたことへの詫(わ)びとしてダイヤモンドをプレゼントして、長年の「夫婦の不在」を埋め合わせようというサミシイ(サモシイ?) 夫や妻も登場してきている。

また、それとは別に、サントリー・ニューオールドの長塚京三(や田中裕子)のように、家庭の外での「恋」に胸ときめかす父親(や母親)も出てきた。

さて、日本の父親はこれからどこへ行こうとしているのだろうか。