

新聞広告の中の父親像(「父の日広告」を中心に)

「メディアの男性像」プロジェクト例会報告に変えて 吉田 清彦

昨年11月に発足した「メディアの男性像」プロジェクトは、毎月第2土曜日を定例会にして、午後6時からメンズセンターに集まり、意見を交換しあっている。

一口にメディアといっても、ずいぶん多岐にわたるので、資料を持ち寄って全員で検討しやすい活字メディア、特に新聞に絞ろうということで初年度の活動をスタートさせた。

そして、参加者間の共通認識を深めていくこともかねて、各人がそれぞれ目に留まった新聞記事などを持ち寄り、それについて全員で自由に話し合うというスタイルをとっている。

新聞広告の中の父親像

(「父の日広告」を中心に)

さて、去る6月16日は「父の日」であった。この「父の日」がどういう謂われに基づくものかは知らないが、「母の日」に比べて、まだまだ世間の認知度は低いように思われる。

それはともかく、この「父の日」を前にして新聞にも、この日に関連した広告がいくつか掲載されたので、これらの新聞広告の中で父親がどのように描かれているかについて報告してみたい。

私が購読している朝日新聞紙上で今回キャッチした「父の日広告」は次の5つである。

- ①「お父さんが好きですか」大丸 6.6 朝刊
- ②「息子よ、正面を向いて話そう」レミーマルタン 6.6 夕刊
- ③「おなじ夢を抱けたら」そごう 6.7 夕刊
- ④「お父さんなんか大キライ。とか言ってゴメンねお父さん」高島屋 6.7 夕刊
- ⑤「お父さんのスポーツカジュアル」阪急 6.13 夕刊(※引用なし)

それと、ストレートな「父の日広告」ではないが、内容が関連するものとして、

- ⑥「自由設計で、父の夢が建ちました」東海銀行 6.11 があった。

この6つの広告を、父親が家族の誰とセットになって描かれているかによって、次の3つのグループに分けることができる。

- (1)父・家族全員パターン(①)
- (2)父・息子パターン(②、③)
- (3)父・娘パターン(④、⑤、⑥)

この3つのパターンによって、父親の描かれ方

は微妙に異なる。

最初の「父・家族全員パターン」は、従来から一番多く描かれてきたもので、「一家の大黒柱としての父親」「家族全員に頼られる父親」というものである。

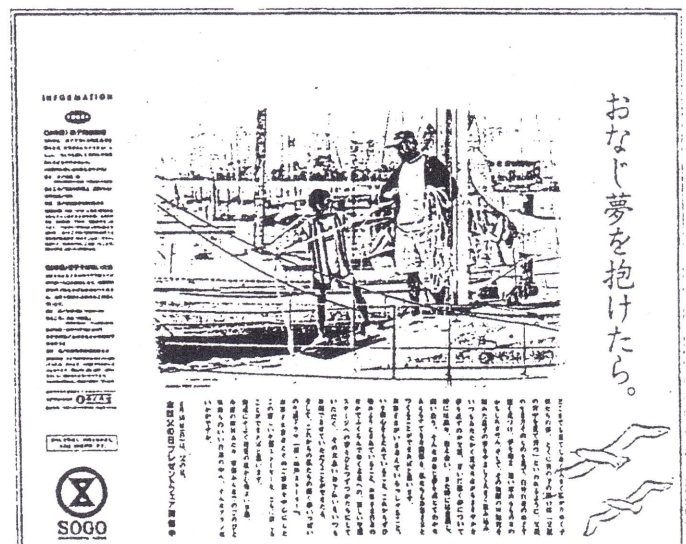


①大丸・もとまち 朝日新聞 96.6.6

大丸の広告には家族の姿は描かれていないが、父親は腕組みをして、どっしりと構えている。

そして、文章の中には、「すごく近くににいるの、話をすることが少なくて、意外と知らないお父さんのこと。でも、お父さんが家族のためにがんばっていることは、ちゃんと知っていますよね。いつもは忙しいお父さんだけど、たまにはゆっくり話をしませんか」とか、「ゴルフ好きのお父さん」、「お酒好の好きなお父さんへ」などの文字がある。

次の「父・息子パターン」もまた、広告表現の中では定番である。「父親のあとは息子が継ぐ」「男同士にしか分かり合えないものがある」という、いわば歌謡曲・演歌の世界のゴールデンルールが広告の世界でも安易に踏襲されている。



③そごう

朝日 96.6.7 夕刊

つまり、「子供たち」の中から娘は最初から排除されていて、「同じ夢を抱き、追い求める」のは男たちだけに許された特権、というわけである。



息子よ、
正面を向いて話そう。

「今、この世に生れたる者、誰か一人も、自分の命を救ふて置けぬ。只、人の子に就いてのみ救はるべし。凡そ人を救ふて置けぬ者は、己の命をも救はざらん。凡そ己の命を救ふて置けぬ者は、己の命をも救はざらん。人人生ては己の命を救ふて置けぬ。只、人の子に就いてのみ救はるべし。凡そ人を救ふて置けぬ者は、己の命をも救はざらん。凡そ己の命を救ふて置けぬ者は、己の命をも救はざらん。」

レミーマルタン（レミー・ジャポン㈱）の広告のタイトルは、「息子よ、正面を向いて話そう」。「とりえず父の日、私が好きなレミーマルタンを用意して、君を待っています」というこの広告でも、娘は最初から置き去りにされている。

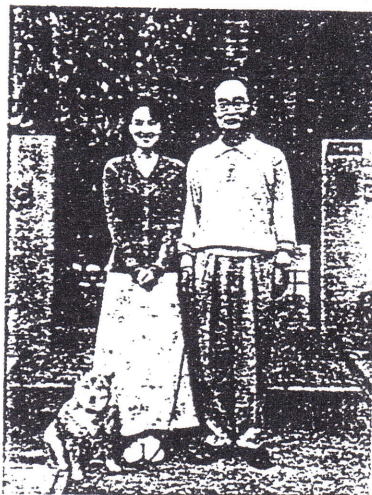
では、「父・娘パターン」だとどうなるかというところ、そこで語られるのは「愛」や「思いやり」ばかりである。

阪急が大甘のストレート球だとしたら、高島屋の広告はちょっときつめの変化球である。でも、



お父さんなんか大キライ。
とか言つてゴメンねお父さん。

こちらの方がいかにも当世風であり、文章の中にも「お父さんと仲よしになるシャツ」なんてあって、父親の娘に対する切ない気持ち（疑似恋愛感情）が折り込まれていて、かなりキケンでもある。



自由設計で、父の夢が建ちました。

“おまけ”の東海銀行の広告に至っては、父・娘がまるで夫婦のように、にこやかに並んで写真に収まっている。父が娘に抱く疑似恋愛感情も、ここまでおっぴらに描かれるようになったかと感慨深いものがあるが、それはともかく「家を建てる」ことはやはり「父の仕事」であるらしい。

いくら「父の日」とはいえ、妻の姿がまったく見えないのが、いかにも日本の夫婦の現状を浮き彫りにしているようにも思える。