第8分科会
ただ見ているだけでいいですか？
― メディアと私たちの関係 ―

コーディネーター　小川 真知子
助言者　村松 泰子
報告者　全国のメディアウォッチグループ12グループ

メディアをどう変えていくか

村松（東京学芸大学教員）

皆さんにとってメディアはどういう存在でしょうか。1975年に採択された第１回世界女性会議の「行動計画」には、「マスメディア」という章があり、そこでは、「マスメディアは、女性の状況を変えていく上で大きな潜在的な力を持っているけれども、現状では不十分ではないか」という指摘がありました。

それから20年経って、ずいぶんよくなった部分はあります。女性たちの声もよく聞こえてくるようになったかと思います。しかし、一方では、変わらなかったところもあります。

では、これから私たちの住みよい社会をつくっていく上で、メディアを、どう変えていかなければいけないでしょうか。それは、もちろんひとつひとつの表現や情報についてウォッチしていくことも大事です。その中に女性の人権を侵害するような表現が出ていないか、女性にとって大事な情報が表面に出ているか、そういうことを絶えずチェックして、打ち返していくことが必要です。ただ、それだけではなく、もっと根本的に、メディアと私たちの関係を変えていかなければいけないのではないかと思います。

私の属している「ジェンダーとコミュニケーション・ネットワーク（ＧＣＮ）」で議論したなかでは、私たちにとって望ましい社会、その社会におけるメディアはどういうものかについては、次のように考えています。

民主主義と表現の自由は切っても切れない関係にあります。社会の主役である一人ひとりの人間が本当に必要な情報を交流し合うことによって合意をつくり上げていく、みずから社会をつくっていく主体として関わっていこうという人の集まりをつくる。民主主義の社会あるいは市民社会をつくるためには、そういうメカニズムがなければいけないと考えるのです。

メディアは、私たちの社会をつくっていくための手段で、私たちのものなのです。私たち利用者が「あそこはおかしい」と言うだけではなく、私たちも発信していかなければならない。メディアに教えてあげなければ、メディアの中だけでは変えられませんし、必要な情報も集まってこないかもしれません。

メディアの現状

日本のメディアの現状を見ると、ほかの国々と比べて異常な状態にあります。女性の感性が非常に乏しいのです。女性は働いている人の10％前後しかいません。テレビを見ていると、もっと女性が働いているような気がするかもしれませんし、実際に取材したり番組をつくったり、新聞で記事を書いている女性は少しは増えています。しかし、それを放送に出すか、紙面に載せるか、そういうところにいる女性は、100人に１人もいない状態です。ですから、「日本女性会議は大事だから全国に発信しよう」と思う人がいても、「兵庫版だけに書いておけばいい。全国規模の話ではない」と判断する人がいれば、全国向けの情報にはなりません。

世界の動きを見ると、1975年にメキシコシティで開かれた第１回の世界女性会議以降、回を重ねて、1995年に北京で第４回世界会議が行われて、2000年までに取り組むべき重要課題を述べた「行動綱領」がつくられました。

その中の「女性とメディア」の項の１つ目が、「メディアとテクノロジーを通じ、表現と意思決定への女性の参加とアクセスを増す」。２つ目が、「メディアにおけるバランスがとれたステレオタイプでない女性像を推進する」です。

この両方とも大事ですが、まず「参加とアクセス」が第１の目標になっており、それが実現してこそ、本当の意味でのバランスのとれた女性のイ

メージなり表現が出てきます。今、大事なことは、私たちとメディアの関係を、市民社会をつくっていく上で私たちとメディアとは対等なパートナーである、として位置づけることなのです。

この行動綱領を受けて、日本政府も、2000年に向けて「2000年プラン」を出しています。その中では、「メディアにおける女性の人権」という項目が立てられていて、しかも、「女性の人権とメディアは非常に関わりがある」と書いています。これは初めてのことで、かなり大きな前進だと思います。

表現の自由は一人ひとりの女性の権利です。メディアも表現の自由や言論の自由は持っているけれども、そもそも私たちが表現の自由を持っています。それに代わって知る権利を行使したり、必要な情報を発信することを、権力によって規制されてはならない。それがメディアの表現の自由です。メディアが特権的に与えられているのではなく、民主主義の社会をつくっていく上で一人ひとりの表現の自由が大事だからです。一人ひとりの発言を生かしていくために、メディアが表現の自由を持っているのです。

女性の表現の自由を守る、そのために必要なことは、メディアが発信していることを読み解く力を女性がつけること。メディアウォッチをして、それがどうおかしいのか、おかしくないのか、どういう観点から見ればいいのかという能力を身につけることです。メディアの利用者の側がメディアのパートナーとして力をつければつけるほど、メディアと利用者の関係は対等になっていきます。

メディアと政府に対する提言

1980年代後半に、「ジェンダーとコミュニケーション・ネットワーク」の前身グループは、NHKに対し「メディアはもっと女性のことを伝えろ」とか「男女平等や差別のことをメディア内部でウォッチして、メディアの中の人に対して情報を配信する担当者あるいは担当セクションをつくれ」「メディアの中に女性を増やすための仕事をするセクションをつくれ」ということを「要望書」という形で出したことがあります。しかし、北京に行く頃には、「女性とメディアのことについては、私たちのほうがよく考えている。パートナーなんだから、メディアと私たちのいい関係をつくっていくためにメディアに教えてあげよう」というように考えるようになっていました。そこで、日本に帰ってから、主要なメディアと政府に対して「要望書」ではなく「提言書」を出しました。

その中で、女性とメディアに関する特別委員会のような組織を、市民とメディアと政府の3者の協力で早急に設置し、事態の改善に取り組むことを提言しました。政府がメディアの内容について直接口を出すよりも、メディアと市民が話し合う場の設定をしていく。話し合いは市民とメディアがすればいいと提言しました。

すでに、いろいろな国でこの種のことをやっています。例えば、カナダでは、1975年にメキシコの行動計画が出てから、国レベルでの行動計画をつくり、カナダ放送協会の会長を呼んで、女性の市民と会長が話し合う場がすぐ持たれました。そして、カナダ放送協会主催で3日間ぐらいのワークショップが開かれました。その後も、市民の代表と放送界の代表、広告業界の代表などが集まって協議して、放送界が男女平等に貢献するために取り組むことを詳しく提案して、改善を進めてきたのです。メディアと市民が対等なパートナーとして共同作業に取り組んできています。

今日はパブリック・アクセス・チャンネルについてのお話はできませんでしたが、私たちとメディアが一緒に考えて、あるいは直接私たちが発信していけるようにメディアを使える仕組みもつくっていく必要があるのではないでしょうか。今までの新聞やテレビも変えていかなければいけないし、コミュニティFMのような形で、もっと身近なところから私たちがどんどん発信していけることが必要ではないかと思っています。いずれにせよ、メディアを私たちのものにするために、私たちがものを言っていきましょう。

◆メディアウォッチグループの活動報告

コマーシャルの中の男女役割を問い直す会（大阪）

私たちの会は、14年前の1984年に、男性２人、女性３人の世話人でスタートしました。

一昨年、大阪府から127万円の助成金をもらって「『性の商品化』に対するメディアの作り手・送り手の意識並びに取り組み実態調査」を実施しました。今年も大阪府の助成金を40万円ぐらいもらって、Ｖチップに関する調査活動をしています。今後は、放送界内部の人たちとのパイプを太くすることを考えています。

情報サークル“いい輪”（兵庫）

新聞の切り抜きを公民館で始めて10年になります。昨年は県の女性センターのフェスティバルで、「ＮＯな広告」というタイトルでけしからん広告を展示して、投票するという形で皆さんに参加していただきました。

そして、その投票結果をもとに、各企業に「こういう皆さんの意見がある、こういう形に書きかえたほうが女性に好かれる広告になりますよ」という提案型のお手紙を出しました。それに対する返事は半分ぐらい来ました。

性差別的な記事や広告がなくならないかぎり、私たちはＮＯを言っていかないといけません。そのために、講座を開いてメディアリテラシーを広めていこうと思っています。

放送と女性ネットワークin関西（WNB関西）（大阪）

放送の中で働いてリタイアした女性たちと、現在働いている女性たち、そして視聴者の女性たちの３者がネットワークを組んで、1990年から活動してきました。

今年は、局の中でがんばっている女性たちを励ましていかなければいけないのではないかと考えて、「私たちはこんな番組を視たい創りたい！」を大きなテーマに据えて、女性制作者たちを励ましていくための賞、ＷＮＢ賞を創設しました。

ほとんど１年がかりの取り組みで、いろいろと大変でしたが、これからも第２回、第３回と続けていかなければいけないと思っています。

岸和田市自主学習グループ・アングル（大阪）

岸和田市には、家庭教育学級や自主学習グループという、行政が主催してやっている事業があります。私たちは子育てのことについて主にやってきたのですが、そこから手が離れた時に、メディアについて全然学んでいないことに気がつきました。そこで、メディアの中の女性像について学習することにし、コマーシャルのチェックや分析をしていくことになりました。

今年の取り組みとしては、岸和田市では市民が情報のことについてあまり学んでいませんので、ＰＴＡの研修会で私たちの学習を発信しようかなと、今は発信の手法を学んでいます。

メディアネットワークin なら（奈良）

私たちは、昨年の奈良県女性センターの「女性とメディア」という講座の修了生の集まりで始めました。10月末に「未来フォーラム in なら」というフェスティバルで、子ども向けアニメの『クレヨンしんちゃん』と『あずきちゃん』を見てどう思うかを書いていただいて、フリートーキングを行うことになっています。

ＦＣＴ市民のメディア・フォーラム（東京）

現在、「テモ・プロジェクト」として、ＣＭを読み解くことを進めています。１週間、資料を集めて、その結果のマークシートをまとめて報告書として出そうと思っています。12月には江ノ島で行われる国際セミナーで、「ジェンダーとメディア・リテラシー：テレビ広告を読み解く」というワークショップを行います。また、年間３回ほどフォーラムを開いたり、年３回『ｆｃｔ GAZETTE』という刊行物を出したりしています。

ふなばし女性会議　メディア研究会（千葉）

11月に開かれる船橋ヒューマン・フォーラムで、１週間貸切りでメディアのワークショップを行うことになり、「切って貼って女の広告で遊んでみよう」というテーマで、いろいろな雑誌を置き、私たちで編集したやり方のビデオを流しておいて、皆さんに切って貼ってもらいます。好感が持てる女性の広告や不快なものなど４種類ぐらいに分けて模造紙に貼りつけてもらおうと考えています。

普段は、月１回の定例会があり、公開講座をして、まだ気づいていない方に、できるだけメディア・リテラシーとの接点を持っていただきたいと活動しています。

西多摩メディアに係わる女性の会（東京）

地域紙やミニコミ誌、ケーブルテレビを制作している者などメディアに携わる女性10名でつくっているグループで、女性の視点で見た情報誌を出

したり企画をしようと1996年につくりました。

この地域に住んでいる女性たちの意識をインタビュー調査をして、『西多摩ぐらし女のキモチ』という本にまとめました。この本の反響として、11月、「西多摩ぐらし、男の気持、女の気持」と題したシンポジウムを開くことになり、青年会議所や商工会など男社会をつくり上げている各種団体のリーダーに出てもらって、率直な意見を聞くことになっています。

ジェンダーと表現の会（東京）

1996年から活動を始めています。今までの活動としては、「性差別的表現にご注意!!」というチラシを作成して新聞社や広告会社などに郵送し、都内の会社の前で出社する社員に配りました。また、ＮＨＫの「女の大研究」という朝の番組のコーナーに対して文句をつけましたが、その間のＮＨＫとのやりとりの手紙全部を印刷物にしました。

女性とメディア研究会（名古屋）

メンバーのほとんどがメディアを発信する側の人間で、放送局や新聞社、フリーのライター、地域で講演会などを企画している人が大半です。

現在、「現場に役立つガイドライン」を私たちの手でつくろうとしています。取材を受けられた方に対するヒアリングを文章化する一方で、メディアをつくり出している側に対しても、特に大きな会社の中で、男女共同参画社会に対してどんな取り組みをしているのか、どんな社員教育をしているのか、そういうことをヒアリングして、ガイドラインをつくっていきたいと思っています。

「報道と女性」研究会（福岡）

メンバーは５人で、テーマを決めて新聞を細かく読み込んで、問題をとらえる枠組みをできるだけ突き詰めていこうという活動をしています。

メディアの持っている基本的な構造というか、精神障害者の病歴報道がどうだとか、署名記事の意味、天皇報道、あるいは戦後憲法はどのように報道されてきたかなど、報道全体の問題に取り組む一方で女性の問題に取り組むという、ハードなワークをしています。

メディアネット香川＆メディウォッチング香川

平成９年度と10年度に文部省の女性の社会参加支援特別推進事業の委嘱を受け、「メディアを読んで、活かして、エンパワーメント」という事業を行いました。今年度は、メディアリテラシー用

につくった紙芝居やビデオ、冊子などを持って、職場の研修や中学校の生徒たちを対象にしたセミナーを行うなど「メディアと女性・学習キャラバン」を展開中です。

これからの取り組みとしては、メディア側と市民が意見交換し合うイベントを定期的に開いていきたいと思っています。また、メディアへのアクセスを高めるために、男女共同参画社会をＰＲする手づくりのＣＭにチャレンジして、11月に発表したいと思っています。

◆まとめ

村松　活動報告の中でも、勉強会から始まって、告発型ではなくて提言型の活動が増えていることを、とても力強く思いました。

さらに、コミュニティＦＭを女性たちの力で、市民の力で始めようと、実行委員をやっている方もあって、そういうことが可能であることをみんなが知って、もっと広げていただきたい。既存のコミュニティＦＭに対しても、市民の女性がもっとアクセスして、自分たちのメディアとして発信していくことが必要だと思います。

小川　（日本女性会議 '98あまがさき実行委員、コマーシャルの中の男女役割を問い直す会世話人）

２時間45分、皆さんの熱気を感じることができました。これをそれぞれの地でやっていくことが大事だと思います。今回の分科会では、顔の見える関係をつくることを重視しました。たとえば企業の中で組合をつくったり、地域でグループをつくったりするのもひとつの方法ですが、こういう形でつながった全国規模のグループをつくることもひとつの方法だと思います。本日の出会いをさらに広げていただきたいと思います。