



さらに、子ども向けの玩具や学用品のCMは、画然と分けて、性別による分化(ジェンダートラッキング)を強めています。女の子向けの商品のCMは人形やアニメキャラクターの変身用品、アニメキャラのRPGゲーム、お絵かきセットなど、ロールプレイが中心、ファッションアブルで、ピンク系やパステルトーンに彩られた画面、みんなで仲良く遊ぶ、というコンセプトが主流です。登場する女の子たちのしぐさも、小首をかしげたり、しなをつくったり、もはや「一人前の女」を演じているかのようです。流れているBGM(音楽やMC(アナウンス))も楽しめます。

それに対して男の子向けの商品では、合体ロボットなどのメカニックなものが飛んだり格闘したりし、ゲームもキャラクターのバトルゲームが多く、戦闘ものを中心に

で、原色が多く使われる画面の色合いも含めてハードな印象を与えるコンセプトとなっています。BGMはアップテンポで重いロック調、MCには「行くぞー」とか「合体ー」とか勇ましいセリフや体言止めなど力強いイメージがকাশし出されています。このように、テレビ番組のようなさまざまな表現技法が駆使されているメディアには、登場人物の性別のみならず、年齢、ファッション・髪型・服飾品、登場場面、しぐさ、行動、表情、発言、さらにBGMやMCやテロップにまでジェンダーがあらわれていますので、書き出してみると色いろな発見があるでしょう。

女性・男性の性の違いは、単純に生物学的・医学的なそれから来ているものではありません。経済状態、政治形態、文化、歴史、地理的条件など、社会のあり方によって人間の存在様式は実に多様です。なにしろ国や文化や時代によつて人びとの体格や寿命まで違うのですから、性別のありようについても「どこも同じ」「常に同じ」「ジェンダー」を社会的文化的につくられる女性・男性と言ったのは、そういう意味でもありません。周知のように、生物学的・医学的な性の違いよりも、自分の思う性別と同一になる権利を保障することが人

権であるという当事者主義の観点から、性別を変更することも制度上可能となりました。こうなると女性／男性という分類など、それこそ「制度」の問題に過ぎないではないかと思われてきます。

この女性／男性という二分法のカテゴリ、つまり言語的制度は、社会、すなわち地域、家族、学校、会社といった、人が生きる総ての環境にゆきわたっています。中でもメディアは人びとの意識・認識・知識などを形成するのに大きな力を有する社会環境となっています。しかも、複雑化し多様化する社会についてのさまざまな情報や知識は、新聞・テレビ・ラジオ・出版物などいわゆるマスメディアからだけでなく、いまやインターネットやSNS(ソーシャルネットワークサービス)を通じて、多様なメディアから入ってきます。意外なことに、ネット情報は、自分から求めないと得られない能動性が必要であるゆえに、これまでのマスメディアと違って一方的・網羅的に届くようなことがなくなつてきており、かえつて自分に興味・関係のない情報についてはまったく知らず、内輪で盛り上がるだけなどという現象が生じています。

ダイバーシティ(多様性)がキーワードになりつつある現代社会において、メディア表現やメディア接触に多様性を担保してゆくためにも、私たちのメディアの読み

解き能力や私たちの意見をメディアに対して反映していく営みが大事になってきていると言えるでしょう。

改めてジェンダーの視点でメディアをみると、女性と男性とを単純に二分法するだけでなく、両者の役割が異なる扱いをし、場合によってはそこに優劣・上下関係をあらわすような表現がみられます。「女性が公的領域にいるのは例外だから少しでもやわらかい呼び方に」(Q1)「母親は子どもの面倒をみるべき」(Q2)「男性はたくましい存在で、経済労働に就くべき」(Q3)「女性は家事をするべき」(Q4)といった社会的な言説(語り)がメディアにも蔓延していることがわかります。それらの言説はメディアで増幅されて社会に再び還元され、ダブルスタンダードとステレオタイプを醸成していきます。ダブルスタンダードとは、女性と男性とで異なる基準を適用しそこに序列がすべり込んでいること、ステレオタイプとは、女性や男性のありようを固定的に決めつけることです。

これは二つの問題を引き起こします。一つは序列化が格差や差別につながることで、もう一つは規定されることの暴力性で、多様性や主体性が剥奪されることです。やっかいなことに、人は、序列化や差別、排除されないよう、いよいよ社会の要求する「女