



メディアへの女性のアクセスとは(一九九六年度第二回コロキウム)

| | |
|-------|--|
| メタデータ | 言語: jpn 出版者: 公開日: 2010-07-01 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 村松, 泰子 メールアドレス: 所属: |
| URL | https://doi.org/10.24729/00004996 |

メディアへの女性のアクセスとは

村松 泰子

今日の発表をこういうタイトルにした理由は、一つには、女性とメディアという問題を考えていく時のかなり根本的な問題であるからです。もう一つは、北京会議の行動綱領で「女性とメディア」の項目にも「アクセス」ということが書かれていますが、その意味をもう一度きちんと整理して確認しておいた方がいいかな、と思ったからです。大きくパートⅠとパートⅡに分けました。Ⅰが理論編で、Ⅱが実践編というか、日本の実態論です。

今日言いたいことを午前中の田川さんの発表にからめて一言で言うならば、表現と言いますか、メディアを通じての伝達、情報発信は、私は「暴力」という単語は使っていませんけれども、権力だと思っています。権力を持っている人は、女性と男性という関係に関して言うならば、これまでは圧倒的に男性であった。その時に、みんな権力を持たないようにしましょうというのではなくて、みんな持つようにしましょうという方向が、この「女性のメディアへのアクセス」ということだろうと思います。

Ⅰ. 北京行動綱領の「女性とメディア」とその背景

北京行動綱領の方策

日本語の仮訳では「戦略」となっていますが、strategyです。なるべく戦争用語を避けようと思って、「方策」にしました。

1. Increase participation and access of women to expression and decision-making in and through media and new-technology of communication.
2. Promote a balanced and non-stereotyped portrayal of women in the media.

2番目はわかり易いので、そのまま訳しておく、「メディアの中の女性像について、バランスのとれた、ステレオタイプでない女性像を推進すること」です。1番目は、総理府の仮訳ですと、「メディアおよび新たな通信技術における、またそれらを通じた表現及び意思決定への女性の参加とアクセスを高めること」とあります。これは二つに分けて考えるとわかりやすいと思います。まず、participation of women to expression and decision-making in media and NTC（表現と意思決定への女性の参加がメディアおよび新しいコミュニケーション技術においてなされねばならない）ということと、access of women to expression and decision-making through media and NTC（メディアおよび新しいコミュニケーション技術を通じて女性が表現と意思決定にアクセスできるようにならなければいけない）ということです。なお new technology of communication (NTC) は郵政省用語で訳すと「新しい通信技術」となりますが、communication をぜんぶ「通信」と訳すのは問題で、もっとずっと広い意味です。

これまでのアプローチ

これまでのメディア改革の主要なアプローチをふりかえりますと、(a) 内容についての調整・規制（ガイドラインなど）と (b) メディアへの女性の参画とメディア人の意識改革、の二つを上げることができると思います。(a)については、「この表現はおかしいんじゃないか」というような抗議はさまざまところでなされてきています。今日の午前中の話でも、新聞記事でも最近はその成果が具体的に現れて、そういう表現が減ってきているということですが、それに対して考えられた一つのことが「内容についての調整ないし規制」です。調整ないし規制、と申しましたが、英語では regulation という言葉なんです。日本語でこれを常に「規制」と訳しているところに問題があると思っています。つまり、「規制」というとやはり何か、力のある方がない方に対して押しつけるもの、というところがあるわけですね。しかし regulation というのは、みんなで adjust していくこと、という意味もあるわけです。ですから、誰か権力を持った人が規制をするということではなくて、みんなで、市民と一緒に調整をしていく、と

いうふうに考えるべきだろうということで、「調整」という言葉を使うことが提案されています。

(b)についても、午前中に言われていたことです。それと、単に女性の中にはいるだけでなく、メディア人全体の意識改革。これも畑さんが研修等々と指摘なさった点です。この二つのうち、(a)が北京の「方策」の2番目、(b)が1番目にあたる、と言ってよいと思います。

ただですね、メディア内容の改善のための方策として、メディア内に女性を増やせというのはもう20年も前から世界の女性の考え方だったわけですが、では本当に女性が増えたらメディア内容はたちまち改善されるか、ということになってきたわけです。日本ではメディアの中の女性の数は異常に少ない。新聞の場合8%という数字があがりましたが、放送も13%程度で、これはもう世界の中でこんなに少ない所はない、というぐらいに少ない数字です。女性が30%、40%参入している国はたくさんあるわけです。そういうところでも、本当は参画できていなくて、単に参入しているだけだ、という話もありますけれども。そういうふうにして増やすことは確かに必要だし、増えればそれだけ女性が多様になり、チェックもできるし、まわりの男性に対しても影響を及ぼしうるということで、性差別的でないものを出せるだろうという、最初は素朴な、一種の信仰みたいなものがあったって、増やせ、増やせと言ってきたわけですが、今はそう単純ではないということです。すでに30%、40%女性が進出している国で大幅にメディア内容が変わったかということ、ステレオタイプは依然として残っているとか、あるいは女性の問題が多く取りあげられるとは限らないとか。もちろん、増えたことによって変ってきた部分もありますけれども、変るにしてもそれほどドラスティックに変るわけではない。もちろん、メディア内容は変らなくても、雇用の機会均等という意味で女性が増える必要がありますが、メディア内容を改善するための方策としては、必ずしもこれだけでは適当ではないのではないか、ということです。

では、なぜ女性が増えても変らないかということ、午前中に新聞の現場について話があったように、アウトプットの過程、記事なり番組なりを出していく、作り出していく過程はそんなに単純なものではなくて、さまざま

な要因がからまりあった中で生み出されていくものです。そういうものがすでに男性主流のメディアの中で作られてきてしまった。そこに女性がはいって行って、まさに「選ばれた」少数の女性がその中に配置されて、男性のお眼鏡にかなう人から順番に使われていく、そうじゃない人は「変な人」にされてしまう、という仕組みの中で、数が増えれば簡単になるといいうものではないということがあると思います。

もう一つ、上記の(b)の「メディア人の意識改革」という点で、たとえばスウェーデンなどでは、放送の場合ですけれども、非常にシステムティックにそういうことをやってきました。ヨーロッパでは、特にEUとか北欧諸国では、ガイドラインを作るよりは人を変えなければ仕方がない、という発想が非常に強いようです。スウェーデン放送協会の例をあげると、Work Equal Dayというのを作って、1年に1回必ず、五千人ぐらいいる職員が職場でワークショップをやるわけです。そのようにして職場の中で調整できるコーディネーター役の人を育てておく。外から他の人が行って指導するというのではなくて、職場の中でそういうことをちゃんとできる人がいるし、みんなのレベルも上がれば、誰が偉くて指導するなんてことはなくなると思います。そういうのを年に一回、働いている間ずっと受ける。入社の時だけ、などというのではなくて。自分たちの職場にふさわしい日とか時間を選んで、その仕事にあわせて年に一回は必ずやるわけです。それから幹部の役員たちが月に一回ぐらいは、社外で活躍している女性たちをランチオンというお昼の会に招いて、話を聞くようにするとか。さまざまな地道な努力をやって意識改革をしていきます。

その結果としてたとえば育児のための親休暇に関しては、このごろは国民全体でも制度的に、父親も権利を行使しないと、親としてその分の親休暇の権利がなくなってしまう、ということもありますが、そうなる以前からスウェーデン放送協会に働いている男性の親休暇取得率は国民全体の男性の取得率より高い、という結果が出てきました。

日本だと、メディアというのはすごく忙しくて、恵まれた環境になるのは国民全体がそのようになってきたら、ようやく後からついていく。公務員とかメディアとかいうのはそういう発想が割合強いと思うんですが、ス

ウェーデンの場合は、この社会の男女平等をこのように達成することが放送局の使命である、というふうに、きちんとうたってあるわけです。そこで働いている人たちが率先して変らなければ仕方がないではないか、ということです。

以上が(b)の意味ですが、今日言いたかったのはその点ではなくて、次に申し上げる北京綱領の基本思想とでも言うべき点です。

コミュニケーションする権利

私は北京綱領の書かれた背景を詳しく知っているわけではないのですが、最終案にいたる前のドラフトをいくつか見てくる中で、これ（メディアについての項目）を書いたのは基本的には国連の中でもユネスコである、と思っています。もちろん推測の部分もありますが。メディアの問題はユネスコがずっと扱ってきました。しかしユネスコからは、メディアの問題も関連して、英米が脱退しております。それにユネスコの本部はパリにある、等々の理由で、これは非常にヨーロッパ型で書かれている、というのが私の感想です。ですから、ヨーロッパとアフリカなど第三世界には非常に目が行き届いているという気がします。それに対して、最終案のところでいろいろなことをつけ加える時に、「表現の自由に抵触しない限りで」というのがどこにも全部はいつてきたのは、アメリカなど、表現の自由というのが最大限尊重される国の圧力があつたからだろうと想像されます。

ついでながら、この行動綱領の書き方は電波メディアに偏っています。ヨーロッパがそこに比重をかけてきたからです。メディアの内容の話をしているのに「プログラム」という単語が使われているのは、やはり念頭に放送が置かれているからだと思います。日本などでは、放送だけでなく、新聞や雑誌など、いろいろ問題があるわけですが、ここでは放送が中心に考えられています。その理由は、ヨーロッパなどでは新聞を法律でしばるのは難しいけれども、放送についてはある程度 regulation が可能である、ということがあるだろうと思います。日本でも放送法があるのは、単に公共の電波を使っているというだけではなくて、「社会的影響力」が理由になっているわけです。もちろん新聞を無視することはできませんが、個々

の視聴者とメディアとの関係で言うと、桁違いなものがあります。日本では、テレビの視聴率1%というのは、約100万人が見ているということです。このごろ雑誌とかCDとかで100万部売れるというようなことを言いますが、放送というのは桁が違うわけです。1%なんて視聴率が低い、などとしばしば言われますけれども、それで100万人なんです。10%ということは1,000万人以上が見ているということなんですよね。それで、当たったと言われる番組は15%ぐらいなければいけないことになっています。そういう規模のことですから、確かに、その影響力が大きいということはあると思います。それから、発展途上国を含めて考えると、新聞はないけれども、あるいはまさにアクセスできないけれども、放送、特にラジオですけれども、ラジオなら聞くことができる、理解することができる、ということもあって、世界的に見ると、やはりテレビ、ラジオの影響力は非常に大きいと思います。

さて、北京の行動綱領のユネスコベースで書かれたドラフトには、「コミュニケーションする権利」the right to communicateという言葉がのっていました。これはユネスコが使っていた言葉で、それがのったんですが、十分に定着している言葉ではないというようなことで、アメリカが非常に批判したりして、最終案ではこの言葉が落ちたのだらうと思われまます（村松泰子「情報化時代の女性とメディア」、村松安子・村松泰子編『エンパワーメントの女性学』有斐閣、1995年、115-136頁のうち、117頁参照）。

では、「コミュニケーションする権利」とはどういう概念か。この概念を提唱したのはジャン・ダルシー（Jean d'Arcy）という人で（1969年）、当時国連の広報部みたいなところで部長さんをなさっていた人です。ジェンダーの問題についてはありませんが、その概念が非常に広く知れわたるようになったのが、ユネスコの出した『多くの声、一つの世界』という本によつてです（UNESCO(ed.), *Many Voices, One World. The MacBride Report 1980*, UNESCO, 1980、日本語訳、永井道雄監訳、日本放送出版協会、1980年）。このショーン・マックブライドという人を委員長にして、1977年からユネスコに、つまり国連の組織の中で、世界のマスメディアのあり方について検討委員会が持たれてきた、その報告書です。日本語訳の

監修者の永井道雄さんは、この委員会に16カ国から16人の委員がはいつていた、そのうちの一人です。

この報告書そのものは直接にフェミニズムのことが出て来るわけではなく、南北問題が主として扱われているわけです。国レベルないしは社会レベルでのコミュニケーションの不均等、北と南の間の不均等の問題です。世界に流通しているマスメディア情報は、九割は北から発信されています。北と北の間の話、また南の話も北から出ています。北の人たちが南に行って、北の目を見た、欧米の目を見たアフリカ、アジア像を描いて、その問題意識で報告していたわけです。だからたとえばアフリカの中でも隣り合った国どうしでもお互いの間のコミュニケーションは非常に難しく、たとえば電話でも、ロンドン経由で隣の国へ電話するとか、そういう状態だったわけです。その不均衡を何とかしなければいけない、というのがこの時のユネスコの基本テーマだったわけです。その中でこの「コミュニケーションする権利」という言葉が使われました。

私は日本放送出版協会刊のこの訳書は持っていません。当時の私は、南北問題について私と関係のない世界のこと、という感じで、自分との関係がわかっていなかったんです。それで買って持っていないんですが、日本放送出版協会はこの訳書をとくに絶版にできてしまっていて、再版していません。マックブライド委員会のこの報告書の最後の「結論と勧告」という部分は原文で読んでいます。その第4部に「コミュニケーションの民主化」という章があって、その中の Human Rights という項目の中に「コミュニケーションする権利」という言葉が出て来ます。

この言葉をもう少し詳しく説明すると、まずそれは inform される、情報を提供される権利 (right to be informed)。知る権利という言葉がありますけれども、それに近いことです。それから、自分の方から情報を流す、知らせる権利 (right to inform)、またプライバシーを守る権利もあります。そして公共の場でのコミュニケーションに参加する権利 (right to participate in public communication)、などを含む、とあります (第54項)。これは今言いました「結論」のところにのっていることですが、本文中にも、この言葉は説明してあって、スピーチの自由、言論の自由、表現の自

由、それから、自分の言いたいことが聞いてもらえる自由 (right to be heard) というのがはいつています。そして大事なことは、自分の言いたいことを聞いてもらえるための道具 (facility) を与えられることです。つまり自分の言いたいことを人に聞いてもらえるためには手段が必要で、その手段を提供される自由がある、ということです。そしてさらに、市民一人一人が表明した見解 (views expressed by people) が意思決定のプロセスにおいて正当に考慮に入れられる権利。要するに、直接民主主義ということを考えていった時に、自分の意見が聞かれて、それが単に聞き置かれるだけではない、ということです。これは表現の自由というものを更に肉付けしたものである、表現の自由は本当はそこまで含んでいるのだけれども、それを更に肉付けしたものだ、という言い方をしています。

マックブライド委員会は主としてこれを社会の権利として言っているわけですが。北の国、北の社会に対して、南の国、南の社会もそういう権利を持っているのだと。たとえば国連の中でものを言える権利があるんだ、とか、自分たちの考えを聞いてもらえる権利があるんだ、という形でここに出て来たわけですが。もっとも、この報告書にも女性の話も出て来ています。

ジャン・ダルシーさんはどちらかという個人の話をしていて、しかしそれが社会にもある、という考え方です。これは個人の権利であるという人もいれば、そうではなく社会の権利だという考え方もあり、いろいろなのですが、ジャン・ダルシーさんはその両方とも、個人の権利でしかも集団ないし社会の権利としてもあるんだという考え方だったようです。それがユネスコの報告では社会の権利、発展途上国の権利というところが強調されたわけですが。発展途上国についての情報を北の人たちが勝手に決めて inform するだけではなくて、自分たちが主体的に作りあげた情報を南どうしてシェアする、またそれを北にも提供する、それが大事だ、という発想からはいつてきていると思います。

Human Rightsという項目の次に、Diversity and Choiceという項目があって、そこには女性のコミュニケーション・ニーズへの注意が必要である、ということが書いてあります。またコミュニケーション手段、女性像や女性の活動がメディアによって歪められないことが保証されねばならない、

というのもこの項目にはいっています。そして、次の項目の中に integration and participation という小見出しがあつて、その中に、「受動的な受け手から積極的な役割を果たすオーディエンスへ」という指摘があります。市民が、上から何か与えられるだけでなく、自分たちが積極的な役割を果たし、情報の提供者としても積極的に参加していくようなオーディエンスになっていかなければいけないし、メディアがそれを促す責任がある、というふうに書いてあります。(この問題については、さらに、Paul A. Ansah, *The Right to Communicate: Implications for Development, Media Development*, Vol. 39, No.1, 1992, pp.53-56 参照。著者はガーナ大学の方です。)

新しいコミュニケーション哲学

これらは女性ないしジェンダーへの言及はほとんどないのですが、それに対し、アレン (Donna Alen) という人の「新しいコミュニケーション哲学の七つの前提」では、その問題が中心になっています (ラッシュュ/アレン編、村松編訳『新しいコミュニケーションとの出会い：ジェンダーギャップの橋渡し』、垣内出版、1992年)。これはコミュニケーションに関して20人ほどの女性ばかりで書いた本です。「七つの前提」は、もともとはアレンさんが言っていたことをラッシュュさんが引用しているものです (40頁)。

女性のための本当に力になるコミュニケーションを考えるためには、何がニュースかということの価値観を変えなければいけない、という流れの中で、「新しいコミュニケーション哲学」というものを考え、そこで七つの項目をあげています。1番目は、人々はその時々に入りに入る情報に基づいて判断を下す、ということです。判断するといっても、まず情報がなければいけないんだ、ということです。2番目は、各人の利害に関して最善の判断を行なうのは本人である。つまり自己決定ということです。もちろんこの前提には、十分な情報が与えられた時にはじめて判断できるということがあります。3番目は、アメリカの文脈で書かれているんですが、メディアのオーナーについてです。読者なり視聴者なりにとってどの情報が重要であるかを決めているのは、メディアの所有者の側だ、ということです。

最善の判断を行なうのは本人だと申しましたが、実際にはメディア側が、これがオーディエンスにとって重要なのだよ、と決めているということです。メディアは時代の鏡とか社会の鏡であるとしばしば言われるけれども、実際には所有者の見方を代表しているにすぎない、ということです。鏡であるにしても、かなり歪んだ鏡だということでしょうか。4番目と5番目は長いのですが、真のマジョリティについての情報を市民の誰もが入手できるためには、まず、人々がみずから発言できるのでなければなりません。つまり、一人一人の人が発言していない時には、マジョリティが何を考えているか、今マジョリティが何をしているか、という情報も手にはいきません。みなが発言できてはじめて何がマジョリティであるかがわかってくる。そうでなければ、マジョリティは数だけマジョリティであっても沈黙の状態に置かれてしまっていて、その人たちの情報は伝わってこない、ということです。

6番目は、「力」(power)は自分の情報を届けることのできる相手の数に基づいている。どれだけ大勢の人に伝えたい情報を伝えられるか、それが力だ、というわけです。必要な相手、伝えたい相手に、どこまで伝えられるか、それが力の源泉になるということです。それで、7番目に結論として、私たちの力が平等になるためには、望んだ時に伝えたいメッセージに最もふさわしい方法で自分の情報を人々に伝える手段が平等になっていなければいけない、と言われていています。つまり、手段そのものにアクセスできることが大事だ、ということが繰り返しいろいろなかたちで言われているのだと思います。ここでは直接には女性とか男性とか言われてはいないのですが、マジョリティという時に念頭にあるのは、こういう意味で力になる情報を女性たちが発信できていない、発信手段を使うことができていない、ということだと思います。

このように見てきますと、「女性とメディア」について根本的な問題は何かというと、私自身もこういう領域にはいった最初は、テレビドラマなどで歪んだ女性像が、歪んだというか、偏ったステレオタイプの女性像がどう描かれているか、というような研究からはじめたのですけれども、だんだんと、20年ぐらいやっている中で、今やっぱり最大の問題だと思って

いるのは、まさにメディアが人々の現状認識を作りあげる力を持っている。どういう言葉を使うかによって意味づけがちがってくるのですが、その言葉の選択の権限を持っているのがメディアの側である。言葉を選択すること自体が力であり、何を取りあげるかを決めるのも一種の権力であるわけです。だから、その意味では私も田川さんのおっしゃったことに全面賛成で、メディアの側が特権的な力を持っている、ということです。

そういう意味で、「女性とメディア」の根本的な問題は、認識の仕方そのもの、人々に共有される現実認識の作り方そのものにジェンダーバイアスがある、ということなんです。男性が作り出してきた知の体系が決してニュートラルなものではなくて、男性主流の価値観で見、作り上げられてきた学問だ、と女性学によって指摘されてきましたが、それと同じことで、メディアによって人々に共有される現実認識にはジェンダーバイアスが押しつけられたままである、ということです。だから、メディアも差別的な表現をしているのを直さなければいけない、というのは、改革すべき領域がいろいろあるうちの一つにすぎないので、それだけではなく、メディアはもっと積極的に、人々の根本的な認識の仕方に影響を与えてしまっているのではないのか、という問題なわけです。ではどうするべきかという、個々の女性が真の意味での表現の自由を確保していくこと、コミュニケーションする権利を行使できるような状況を作り上げていくこと、が必要であるだろうと思います。女性たちは長いこと沈黙を強いられてきました。非常にプライベートな場であっても、男と女がいる状況の中で、男のほうが発言しやすく女性が無言であるという状況がありましたが、それと共通する問題として、社会的な場でも、パブリック・コミュニケーションの場で、どれだけ女性の声の人々に聞かれるか、ということです。それはまだまだ非常にアンバランスな状態にあります。

そういう意味では、女性とメディアというと、たとえばポルノの話ですとか、女性的人格をおとしめるような表現の話が非常に注目を浴びてきているわけですが、それは大きな問題ではあるのですが、どうもそこだけに焦点が当たりすぎているのではないか、というのが私の危惧なんです。たとえば「コミュニケーションする権利」という言葉そのものがメディア

の中で使われてもいないということが、それもまたメディアが作り上げてきた現実の一つです。そんな言葉には市民権はない、ということで、コミュニケーションする権利を主張する側の声を押さえられてきた、ということだと思います。意識的に押さえたのではないかもしれないけれども、無意識であっても、メディアの人々にそういうことが届いていないということが力の関係なのだと思います。

Ⅱ. マスメディアへのアクセス

では、実際に日本の社会を考えた場合に、私たちは北京の綱領に言われているアクセスとか表現と意思決定への参画をどれだけ実現できているでしょうか。

マスメディアへの女性の参画

参画については、午前中の話にも出ていたとおりに、まだ非常に少ない、ということです。そういうハードな職業の中ではやむをえないと思っている人がまだ多いようです。実はユネスコの依頼で日本のマスコミについて調査をいたしました。「世界の女性1995年」というのが北京会議の公式資料として出されていますけれども、実はその前の「世界の女性 1970-1990」にはメディアの項目がなかったのです。それでユネスコでこの問題を扱っているメディア・コンサルタントの女性とその調査をやりたい、と依頼してこられたのです。国なんかすつとぼして、個人に直接ユネスコから依頼がきたんですね。それで、日本についてはユネスコも国連も費用を出す気がないから、自分たちで費用を負担してやってくれというので、私がいっしょにやっている研究会のグループが中心になって、東京女性財団のお金を使って、放送と新聞の全社に対して調査票を出して調査しました。

部門・職種に関しても非常に性別分業がある。そもそもメディア全体として女性が少ない中で、新聞で言えばたとえば生活・家庭面には女性記者がいるけれども、政治、経済、国際、科学などには女性が全然いないか非常に少ない。それから、記者だけでなくほかの部門も調べていくと、新聞

社でも女性が多数をしめるセクションがあるわけです。医療、電話交換、受付、秘書、などが上位をしめます。新聞社でも放送局でも、このように社内に完全な性別分業がある。その中で働いている人たちがメッセージを作って送り出しているわけです。そういう状況の中で猛烈に働く男性が持つ女性観は、専業主婦である自分の妻や、娘ぐらいしか頭になくて、その男たちが作り出している情報の中には女性の観点がはいつてこないのも、よくわかることです。

次に、そのユネスコの調査が30カ国くらい調査しているのですが（アメリカははいつていませんが、他の調査があるから比較できます）、新聞については、日本の8%というのは非常に例外的に少ない数字だということ、私は声を大にして言いたいんです。10%以下の国は日本だけです。メディアの人たちは、均等法以降女性が増えてきたなどとおっしゃいますけれども、とても増えてきたなどと誇れるような数字ではないんです。高いところではナミビアの47%。ここは新聞社の規模が小さいのですけれども、アメリカでは全体で9万ないし10万人の人が新聞社で働いており、そのうちの37%が女性です。ヨーロッパでもだいたい30%台ですね。

放送については、一番高いのはボツワナの46.5%、デンマークが42.6%、アメリカが39.9%。ヨーロッパはすべて30%以上です。NHKがいろいろな面で模範にしているイギリスの場合も、39.8%が女性です。ですから、日本の低さは非常に異常なのだ、ということをおきたいと思います。もちろんその背景にはいろいろあります。働き方のシステムですとか、新聞ならば朝刊と夕刊をセットで出している世界でもめずらしいシステムをとっているのですが、それが働き方を規定しているとか。先ほど話したスウェーデン放送協会の場合など、メディア人といっても当然自分の生活を大事にしていい権利がある、ということです。私も最初のうちは不思議だったんです、どうしてそんなに女性も働けるのか、と。もちろん、育児などに対する親保険のような制度があるし、ジョブ・シェアリングみたいなこともできるし、一般にバカンスを2ヵ月とるのは記者であっても当然という世界だし……。それに日本のような夜討ち朝駆けといった方法がない、とか。日本では、圧倒的に男性中心でメディアの慣行を作り上げてきてし

まって、その慣行がしがらみのようになって、離れることができません。

女性を増やしたと言っても、採用試験で成績のいい順番に採っていくと女性が半数以上になってしまうから、これはまずいというので、暗黙のうちに女性の数の上限を設定しているのだと思います。新聞社も放送局も。放送のプロダクションの会社など、女性が社長であるところがあるのですが、そういうところで聞いても、成績優秀な人から採用するとみんな女性になってしまうから、男性も一人ぐらいいは採用しておかなければ、というようなことを言います。本当にどういう能力がメディアにふさわしいかは別として、最近バブルがはじけてからは知りませんが、それまでは、男性はやはり、成績のいい人は金融業界などに行ってしまうと、女性は優秀な人がメディアに行く、というような構図がありましたから、比べれば、メディアを受験する人の中では優秀な人は女性が多かった。だから、普通に採用していれば半々か、女性が過半数をしめてもいいはずなのに、やっぱり、急激には変えられない、という仕組みの中で、まだ20%ぐらいしか採用していないと思います。増えてきたと言っても20%なんです。そうすると、この終身雇用制の日本においては、今20%しか採用していないということは、21世紀になってもデスクだとか決定権を持つところに女性が多くなる日は非常に遠いのです。現在世界の他の国が達成しているところにたどりつくのは、いつの日でしょうか。

マスメディアへの女性のアクセス

コミュニケーションする権利について言いましたように、女性たちの声が伝えられる、メディアを手段に使う、あるいは、意見を言える、またその意見がメディアを通じて伝えられていく、ということがどれだけあるか、というのがアクセスの問題です。市民の女性のメッセージがどれだけメディアにのっているかという、新聞ではやはり生活・家庭面が私たちにとっても頼りなわけです。新聞の生活・家庭面と他の面との大きな違いの一つに、記者クラブのあるなしがあります。権力を持っているセクションにはたいてい記者クラブがあって、そこに行って情報をもらってくる、あるいは、そこで大量に流される情報の中から選択するだけがすべてになって

いるような形で記者が存在している。すべてそうだ、という記者の方に怒られるかもしれませんが、かなりそうになっている部分があるんです。それに対して、生活・家庭面には記者クラブが存在しません。言い換えれば、私たちが女性情報、女性に関することをこうしたい、と思った時に、どこかのクラブに行けば発表できる、という場がないわけです。たとえば裁判のことなら司法クラブに行けば、今ではようやく裁判所側の意見だけでなく、弁護士さんや被告サイドの人もそこで報告したりできるようになりましたけれども、生活・家庭面ではそれがありません。それが一般に読者がアクセスしにくくなっている理由の一つです。もっとも、反対に、記者クラブ制度の弊害も非常に言われているわけで、プラスマイナス両方あります。記者クラブがないからこそ、生活・家庭面は各紙に特徴がある。他の面はみんな同じ情報源から出ているので、かなり似たようなものになっているけれども、多様性が出るのは生活・家庭面です。だから新聞の評価は生活・家庭面がいちばんわかりやすいのではないか、という気がします。

さて、メディアの外にいる私たちとしては、たとえば、生活・家庭面などの女性記者に頼って、私たちのメッセージを何らかの形で反映してくれないか、と頼むことがあります。こういう仕事をしている関係で、私はたいていの全国紙に知り合いの女性記者がいますから、これをちょっと載せてもらえないか、などと頼むことができますが、その点では私はものすごい特権的などころにいるなあ、といつも思うんです。みんながそういうことができるようになれば、特権ではなくなるのですが、まだ非常に限られているというところがあると思います。

それはともかくとして、私たちは、やっぱりメディアの中にいる女性は私たちの代弁者であってほしい、という気持ちを持っているわけです。しかし、では、メディアの外にいる男性にとってメディア内の男性は代弁者でありうるのでしょうか。今、フェミニズムが考えなければいけないのは、メディアは男性のものであるというように男性をまるごと考えた時に、実は、メディアの中にいる男性、あるいはメディアを代表する男性たちと外にいる男性の間には、明らかな権力格差があるということです。多くの男性はやはりメディアにアクセスできていないわけで、ですから、メディアは男

性の見方を反映していると言っても、非常に偏った男性の見方を反映しているだけだと思うんです。どちらかというとはやはり権力に近い側の見方がメディアでは流れやすい構造になっているわけです。そうすると、メディアの外の男性たちと、女性たちとの共通の利害みたいなことも考えていく必要があるのかな、という問題があります。男性を十把一からげにして議論はできないんじゃないかな、ということです。(以上については、ほかに、Lisbet van Zoonen, *Feminist Media Studies*, Sage Publication, 1994、また、和田谷星「“おじさん本位制”が新聞を蝕む」、田中・諸橋編「ジェンダーからみた新聞のうら・おもて」、現代書館、1996年、参照)

メディアの中の女性がいかに特権的などころに居るとしても、たとえば今日も午前中に社内外のセクシャル・ハラスメントの問題なんかが出ていましたが、そういう意味ではやはり女性として共通の利害を持っている。ほかにも家庭生活との関係ですとか、さまざまな部分で共有しているものがあると思います。もちろん、男性を一括りにできないように、女性のほうも、まさに日本の中でも外国人の問題だとか、いまフェミニズムがいろいろ問われている部分、多様な女性の立場を考えなければいけないわけで、そんなに簡単に女性ということで一括りに括れないのですが、しかし何か最小限の、女性の人権というようなところで、メディアの中に居ても外に居ても共通する部分があるだろう、という気がします。けれども、やはり、表現できるということは権力である、特権性を持っている、ということがあるので、メディアの内側か外側かというのは大きな問題として残ります。メディアの中の女性は外にいる女性と共通点を持ちながらも、そのことの自覚を持って、その上でそれをいかに生かしていくか、という姿勢が重要なんだろうと思います(加藤春恵子「女性の視点・人権の視点」、加藤・津金澤編「女性とメディア」、世界思想社、1992年、3-21頁、参照)。

対等なオーディエンス

もう一つ、メディアを通じて何をやるか、ということだけでなく、メディアに対して市民がものを言う、そういうアクセスを考える必要があります。マックブライド報告で「受動的な受け手から対等なオーディエンス

へ」と言われている点です。これは、私たち市民の側の自覚ももちろん必要なのですが、今のメディアに対して求めるべきことだと思います。やはりメディアの側から見ると読者、視聴者は「受け手」という言葉で表わされるような、一種の「お客様」、うまく対応しておけばいいお客様みたいな感じが非常に濃厚で、decision-making の中で正当に評価されるような存在、対等な存在という見方はまったくなくて、最近「苦情処理」という単語はあまり使われなくなりましたが、実際には相変わらず、読者・視聴者の意見を「苦情」とみなして、それをことを荒立てないでどううまく処理するか、という発想で対応しているわけです。対等な相手として見ているわけではまったくないので、本来受動的であるはずの者が余計なことを言ってきたぐらいの位置づけなのだろう、という気がします。

新聞と放送とでは多少違うのかもしれませんが、たとえばドイツなんかの考え方では、公共圏という考え方があります。「官」でも「民」でもない「市民」の間で情報、意見の交流があって、まさにコミュニケーション、「通信」ではなくてコミュニケーションがなされることによって、パブリックな世界が作られていく。それを作る場を提供するのがメディアの役割だ、というのです。ドイツでは放送のことが憲法である「基本法」の中で取り上げられています。これはナチズムに対する反省として作られているものですから、メディア、特に放送が憲法で定められる重要事になっているわけです。そこでは明確に、メディアは公共圏を作る役割を担っているのだ、とされています。作り手、メディアの中から発信する発信者たちは、たまたまそういう役割を担っているけれども、本当は社会全体として作っていくべきものなのだ、と。

新聞社は私企業かもしれないけれども、他の物を作っている企業とは違うんですね。今規制緩和の動きの中で新聞の再販制度、全国一律の同じ金額で買えるという制度を見直さなければいけないという議論が出て来て、ずい分乱暴な議論ですが、トイレットペーパーも新聞も同じ紙なのに(笑)、などという議論まで出て来ているわけです、実際に。それに反論する時に、新聞はトイレットペーパーとは違いますよ、とさかんに言われるのですけれども、でしたらやっぱり、それだけの責任を持っているということがあ

るわけなんで、その責任とはつまり、オーディエンスを対等なものとして見ていくということだと思います。

「多メディア・多チャンネル時代における視聴者と放送に関する懇談会」というものがあります。郵政省の私的諮問機関です。実はこの懇談会はこの2年ぐらいずっと開かれていたんです。それが、去年の10月ぐらいから急に、まさにメディアにのったせいで、ようやく多くの人々がその存在に気がつくようになったんです。民放が猛烈に反対した、ということで逆に有名になったんじゃないかと思います。いろいろな問題があった場合に、それをメディアの内側ではなくて、第三者機関を作って、そこが調整するようにしたらどうか、というような方向で答申を出そうとしたことに対して、民放サイドが猛烈に反対した、ということです。さっきも言いましたが、メディアのやることを外から決められる、ということに対する反発です。苦情なら受け付けるけれども、こうなさい、というのは絶対にいやだ、ということです。その結果、両論併記みたいな形になったものです。

これについても、市民の中から、一方で郵政省が放送の免許を与えるという権限を持ったまま、第三者機関だけ作っても、結局は郵政省の下部組織になって実効的な意味は持たないから、その仕組みそのものを変えないで作っても駄目だ、という意見がありました。しかし、何かこう、第三者機関は駄目、という話がいきなり飛び出し過ぎてしまって、どういう第三者機関ならいいかという議論にしていかないと、建設的ではないのではないかと思います。市民がはいっていく、視聴者の声が聞かれるようなものにするには、どうしたらいいか、ということです。この懇談会は、放送には放送法で縛りがかけられているからというので郵政省に作られたので、放送だけに関する問題になっていますが、それでも、郵政省の審議会みたいなものの中に「視聴者」という単語がはいったのははじめてなんだそうです。視聴者に対するヒアリングは今までもやっていた、などと向こうは言うかもしれませんが、しかし、視聴者団体として動いているところは調べればわかるはずなのに、そういうところには一切たずねないで、公聴会みたいなのを開いて、学者が出て来て、そういう人たちが視聴者はこうだ、などと決めてかかる。やはり、上から決めてあげる、という姿勢が濃

厚にあります。コミュニケーションする権利、私たちの意思決定への参画、などからはほど遠い仕組みで動いていることは確かです。

この「懇談会」ではいろいろな国に行って調べてきたことになっているんですが、市民団体の側の視点に立って調べることはしていません。カナダとかオーストラリアとか、多民族国家で、差別ということをよく考えている国などについては調べないで、アメリカとか、ひたすら表現の自由ばかりを強調するところを見て来ている。アメリカは、暴力的な番組には、成人以外はお断りという映画のランキングと同じようなものをつけて、非常に暴力度が高いと認定したものは、何かテレビに操作しておけば、家庭では簡単には見られなくなるというシステムを組み込む、という方向に動いているのですけれども、そこだけを取ってきて、日本でも、見たくない人には見られなくする方向はどうか、というようなことをこの懇談会は検討しているんですね。

しかし、アメリカみたいに独立の放送行政委員会があるところとはまた違うし、そのアメリカの場合でも、放送局が自分たちでレイティングするというようなことを計画しているわけですが、日本にそこだけ持って来ると、結局、郵政省が決める、というようなことになりかねません。懇談会は結論としては、日本への導入は時期尚早としているのですが、そういうことが今回の「男女共同参画2000年プラン」に簡単にはいってしまっているんですよ。何か制限を加えるのに、ちょっと郵政省に言われて、郵政省が言っているならいいや、という具合に、わりに吟味もしないではいったんじゃないかな、と気になっているところです。

新情報テクノロジー

最後に、「新情報テクノロジーへのアクセス」という点については、時間がないから省略しますが、ほんの一言だけ言っておくと、今、パソコンやファクスを使って女性情報を上手に流す、ということがなされています。これは、今までのマスメディアにはない、水平的な、双方向的なコミュニケーションする権利を実現するにはふさわしいメディアの登場、と言われていきます。北京の綱領でも、そういうものに女性がアクセスできるようにしな

ければいけない、とさかんに言われています。で、情報化が何かこう女性の生活を変えるとか、けっこうバラ色な話も聞かれるわけです。確かに可能性としてはそういうものを持っているのですが。

数年前、東大が中心になって、文部省の科学研究費を何億と使って、「高度情報化社会と人間」という「重点領域研究」が行なわれたことがありました。1991年から1994年にかけて、全国の300人ぐらいの研究者が参加してやったものです。それまで私は、ニューメディアというのはいしたことはないからいやだ、といつも言っていたんですけども、村松さんがはいるなら、この300人の中でジェンダーのことをやる人がいないよ、という脅しをかけられて(笑)、しょうがなくて、「女性とパソコン」という研究を4年間しこしこやりました。確かにこれもやらなければならない領域なんですよ。それで4年間やってみてわかったことは、情報化が社会関係を変える、情報化の進展でジェンダー関係とか不平等・垣根がなくなるとか、そういう方向よりはむしろ逆で、今の情報化の進展の仕方の中には現在のジェンダー関係が非常にきれいに現れてしまっています。つまり、社会関係が情報化のあり方を決める、というところが非常にあるわけです。ハード先行で動いているとか、ビジネス先行で動いているとか。ビジネスで売れるんなら、ポルノ的情報でもおかまいなし、みたいな形で進みます。そういったさまざまな問題が見えてきて、そのあたりのことは、誰か興味のある人に是非やっていただきたい、と思っています(村松「情報化とジェンダー」、児島・橋元編『変わるメディアと社会生活』、ミネルヴァ書房、1996年、210-230頁、参照)。

結び

女性とメディアという領域は女性の問題にいろんな領域がある中の一つですが、コミュニケーションというかなり根本的な、人間のあり方を決めていく上で非常に重要な、人権の根幹に関わるところに関係している問題であって、何かこう、物質的な問題、労働の問題などにおける差別をクリアしたら、それから文化の問題にかかりましょう、というような種類のことでなくて、真剣に扱わなければいけない分野だと思っています。