

# 情報図書室よりメディアリテラシーに関する本をご紹介します

## ジェンダーで学ぶメディア論

林 香里／編著、田中 東子／編著 世界思想社

デジタル化と多様化が進むメディア。膨大な情報を取捨選択し、正しい情報を得る一つのフィルターがジェンダーの視点です。商業主義、権威主義、差別などメディア特有の問題を明らかにし、メディアやジェンダーについて学ぶための教科書とも言える一冊です。

## ジェンダー目線の広告観察

小林 美香／著 現代書館

日々様々な場所で目にする広告をジェンダーの視点から観察、分析し、膨大で過剰な広告表現は私たちの生活にどのような影響を与えているのかを論じています。広告は、商品やサービスの情報を提供するだけでなくジェンダーや無意識の思い込みを刷り込むことがあると問題提起しています。

## ガールズ・メディア・スタディーズ

田中 東子／編著、竹田 恵子／著、上村 陽子／著、中條 千晴／著、中村 香住／著、東 園子／著、有國 明弘／著、渡辺 明日香／著、村上 潔／著、梁・永山 聡子／著 北樹出版

かつて、メディアを駆使し情報を伝える主体は男性でしたが、今では女性たちも活発にコミュニケーション活動を行っています。本書は女性たちがメディアのなかでどのように描かれているか、そしてメディア文化をどう創り発信しているのかを様々な論考を集めて新しい視点と分析を提供しています。

## いいね!ボタンを押す前に ジェンダーから見るネット空間とメディア

李 美淑／著、小島 慶子／著、治部 れんげ／著、白河 桃子／著、田中 東子／著、浜田 敬子／著、林 香里／著、山本 恵子／著 亜紀書房

生活に不可欠なスマートフォン。SNSでは自分の意見が自由に発信できるようになりましたが、炎上や誹謗中傷が絶えず起こり、社会問題に発展することもあります。炎上しない、人を傷つけない、差別しないために有識者らが現在のインターネット空間について解説しています。

アルザにいがた情報図書室は、  
新潟市図書館のカードで貸出ができます。

開室時間:月～金曜日 10:00～17:30

休室日:土日および祝休日、第1水曜、第4月曜(第4月曜が休日の場合は翌日も)、年末年始(12/29～1/3)、蔵書点検期間

## 編集後記

こんにちは。開志専門職大学の学生です。私たちは男女共同参画推進センターで、実習生としてお世話になりました。この情報紙の表紙、特集記事「メディアリテラシー」について、座談会での内容をもとに、制作から紙面のデザインまで行いました。



実習の初めに、社会のジェンダー意識について各々が感じていることなどについて意見交換をしました。実際に「問題」として挙げられてみると、今までは気にしなかったような様々な要素が、誰かを生きづらく感じさせる可能性のあるものと分かりました。実際に自分が何かを発信する際に、どのような表現をすべきか考えるきっかけとなったと思います。

座談会で話し合っていく中で、日常で意識していなかった事の問題が可視化され、これらは古くから根強く残ってしまっているのだと感じました。また、私たちクリエイターにも関わりのあるものとして、AIイラストが話題に上がりました。現状、AIイラストの印象は、絵を作る側と見る側とで差があります。公開したイラストが無断で改変されるAIイラスト問題の対抗策の一つには、出来事の裏を探る、双方の立場を理解しようとする必要があるはずです。メディアの情報に深く頼りすぎている今こそ、情報の使い方を見直す必要があると思います。

情報紙の制作にあたり、私たちは初めて「メディアリテラシー」という言葉を知り、理解を深めるところから始めました。メディアによる影響は身近に溢れていそうですが、それらを具体的に説明するとなるととても難しく感じました。特集記事に何を載せるか、アルザにいがたの方々からアドバイスも頂きながら試行錯誤を重ね、完成まで持っていました。「メディアリテラシー」を身につける・理解するのは難しいことですが、情報溢れるこの時代に、重要になることであると実感も持てました。

情報紙のレイアウトは特にこだわりました。普段、情報紙を見ない方にも手に取ってもらえるようなデザインを目指し、優しいタッチで絵本のような色調にまとめました。どこに文字を配置すれば順番通りに読んでもらえるのか、イラストと文字のバランスを意識し、読み手に伝わるデザインを目指しました。何度も試行錯誤を重ね、納得のいくものへと作り上げていくのは大変でしたが学生としてとてもいい機会、勉強になりました。

最後にこの情報紙のデザインに興味を持って手に取り読んでくださった方へ。読み手の心に止まる作品を作れたこと、アニメ・マンガ学部学生として嬉しい限りです。ありがとうございます。

(渡邊、山崎、芦沢、高野)

男女平等をともにすすめる情報紙

# アルザ

2024年2月 vol.57

まさか

## 『メディアリテラシー』 知らないの!?



※今回の情報紙は、開志専門職大学アニメ・マンガ学部の学生4人と一緒に実習の一環として、制作しました。

## アルザにいがた

発行/新潟市男女共同参画推進センター「アルザにいがた」  
新潟市中央区東万代町 9-1 万代市民会館内  
電話: 025-246-7713 8:30~17:30 土日及び祝休日を除く  
URL: <https://www.city.niigata.lg.jp/kurashi/danjo/alza/>  
E-mail: [alza@city.niigata.lg.jp](mailto:alza@city.niigata.lg.jp)

「アルザ」は、「志気を高める」、「高揚」という意味のスペイン語の「alza(アルサ)」が語源。開館5周年の公募で決定、センターが男女共同参画について意識を高める場であってほしいという願いが込められています。



アルザにいがた X (旧 Twitter) 講座情報や新着図書情報、職員が日常で感じたジェンダーに関することをつぶやいています。コメントや♡(いいね)、お待ちしています♪



情報紙のご意見・ご感想をEメールでお寄せください。





！ そんなあなたに！

# 知っておくべき メディアリテラシー

## 講座紹介

2023年10月21日(土)  
メディアリテラシーについて考える講座  
「知っておきたい「自分の言葉で話す」大切な  
～ジェンダー×メディアリテラシー～」

メディア総合研究所所長の谷岡理香さんを講師にお迎えし、普段、目にするテレビなどの様々なメディアからどのような影響を受けているかを、ジェンダーの視点でお話いただきました。また、「自分らしく話す、自分の言葉で話す」をテーマにグループワークをし、誰もが発信できる今だからこそ大切にしたい、自分の言葉について考えました。講座の一部をご紹介します。



多くの情報が飛び交う今日  
あなたは世の中に溢れる情報に  
流されていませんか？

## メディアに隠れた ジェンダー意識

アナウンサーの男女の服装の差

男性アスリートの出演率が高い

化粧品の宣伝モデルは  
女性が多い

女子アナは聞くが、  
男子アナは聞かない

料理番組の助手  
は女性が多い

知らず知らず  
当たり前だと思  
っていませんか？

意識すること

無意識の思い込みを  
見つける！

メディアを扱う上で  
批判的な視点  
を持つことが大切。

多様性に気づき、  
認め合うことに繋がる。

## メディアリテラシーとは

大きくわけて3つから  
構成される複合的な  
能力のこと

メディアの情報を  
主体的に読み解く能力

メディアにアクセスし  
活用する能力

メディアを通じ  
コミュニケーション  
する能力

誤った情報を  
拡散してしまった  
経験のある人は  
全体の約2割である。

## たとえば

- ・フェイクニュース？
- ・広告の内容と違う！
- ・飲むだけで痩せる？

メディアの情報を  
鵜呑みにしていませんか？

信じていた情報やニュースが、  
フェイクニュース/デマだと  
後で分かった経験のある人は  
全体の4割を超えている。

	■信じていた情報やニュースが、 後でフェイクニュース/デマだとわかったことがある (%)				ある計	■あいまいな情報や、フェイクニュース/デマだと 知らずに、他の人に伝えたことがある (%)				ある計
	よくある	たまにある	あまりない	全くない		全体(n=1100)	20代(n=220)	30代(n=220)	40代(n=220)	
全体(n=1100)	8.0	32.5	41.4	18.1	40.5	28.8	19.4	43.3	34.5	22.2
20代(n=220)	10.0	36.4	35.9	17.7	46.4	4.5	25.5	39.1	30.9	30.0
30代(n=220)	8.6	33.6	39.1	18.6	42.3	4.5	17.3	46.8	31.4	21.8
40代(n=220)	8.2	34.1	42.7	15.0	42.3	2.3	21.4	40.5	35.9	23.6
50代(n=220)	7.7	34.1	38.2	20.0	41.8	2.3	17.3	47.7	32.7	19.5
60代(n=220)	5.5	24.5	50.9	19.1	30.0	0.5	15.5	42.3	41.8	15.9

引用 Cross Marketing フェイクニュースと情報に対する意識調査(2021年)

## 【マス・メディアの影響】

- 時代とともに子ども番組やドラマ、CMなどに描かれている男女像は変化している
- 登場人物のキャラクターも変化している
  - ・仮面ライダー ・〇〇レンジャー ・ウルトラマン = 強さ、闘い、女の子を守る
  - ・シンデレラ ・白雪姫 = 美人、受け身、従順



## 時代と人々の意識の変化

- ・「アナと雪の女王」、「マレフィセント」 = ありのままの自分、自分を認める
- テレビなどのマス・メディアを習慣的に見ることによって、意識形成に関与してくる。マス・メディアが社会に与える影響は大きい。

## 【日本は男女平等後進国】

世界経済フォーラムが発表している各国の男女格差を図る「ジェンダー・ギャップ指数」では、2023年の日本の順位は146か国中125位（先進諸国最下位）で、世界的に遅れをとっている。ここ数年はこの「ジェンダー・ギャップ指数」はニュースとして取り上げられている。つまり、これをニュースだと思つ編集責任者がいると言え。他国より遅れをとっているが、あらゆる分野でジェンダーが重要な柱ということは認識されつつある。

## 【自分らしく生きられる社会へ】

日々、ニュースとして伝えられる情報にも発信者の価値観が反映されているので、誰がそれを価値ある情報として伝えているのか批判的に考えてみることや情報に振り回されないことが大切。（※批判的に見ることは非難とは全く別の行為）  
「自分らしく生きていくために能動的にメディアを読み解く」、「他者の他者らしさを認める力をつける」ことによって、多様性を認め合う社会、一人ひとりが自分らしく生きられる社会へつながっていく。

グループワークでは、日本と海外のオムツのCMなどの事例から感じたことなどを、「感想に正解はないこと」、「話す人は自分の気持ちを話すこと」、「聴く側は感想を話した人の、その人らしさを認めることを意識して聴くこと」に重点を置いて、共有しました。講座の参加者からは「CMなどを通じて、昔から現在のジェンダーを巡る変遷が知れて良かったです。」、「年代の違う人たちとのグループワークは楽しかったです。色々な意見が聞けて良かったです。」などの感想が寄せられました。