

〔特集〕

ジェンダー・アプローチによる TV ニュース分析と メディア・リテラシー —2005年グローバル・メディア・モニタリング・プロジェクト (GMMP) の取り組みから—

登丸あすか*

鈴木みどり**

本稿では、世界70数カ国の参加でニュースメディアをジェンダーの視点から一斉に分析するグローバル・メディア・モニタリング・プロジェクト (GMMP) を取り上げ、その活動にメディア・リテラシーを学ぶワークショップを組み込むことの重要性について論じている。GMMP はコーディングによる数量分析を採用しているが、メディア・リテラシーのアプローチによる内容分析は、ニュース報道で使われている映像言語 (映像技法と音声技法) にも焦点をあてている。GMMP からメディア・リテラシーワークショップへの展開は、オーディエンスが映像言語の分析をもとにより深くメディアを読み解き、より能動的にメディアとかわることを可能にするものであるといえる。GMMP は、社会におけるジェンダーの平等と公正の実現を目標に、世界の女性たちが取り組んできた多くの活動の一環をなすものである。そのような目標を真に達成するためには、メディア・リテラシーのアプローチによって、メディア・テキストだけでなく、メディアの制度・産業的側面にかかわるすべての問題に取り組むことが必要である。したがって、メディア・リテラシーの学びに能動的に参加するオーディエンスが、そのような変革の担い手となり得ると考えられるが、その可能性の追究は稿を改めて論じるべき研究課題である。

キーワード：ジェンダー・アプローチ、メディア・リテラシー、グローバル・メディア・モニタリング・プロジェクト (GMMP)、TV ニュース分析、アクティブ・オーディエンス

はじめに

ジェンダー・アプローチによるメディア・コミュニケーション研究については、その重要性が欧米諸国を中心に1970年代から認識されるよ

うになり、80年代、90年代を通じて世界各地で数多くの研究が行なわれてきた。21世紀の今日では、メディア・コミュニケーション研究の2大国際学会といえる International Association for Media and Communication Research (IAMCR) および International Communication Association (ICA) にあって、ジェンダー・アプローチによる研究は常に高い関心を集め、主要な研究領域の一つとして位置づくまでになっている。しか

* 立命館大学大学院社会学研究科博士後期課程

** 立命館大学産業社会学部教授

し、そうはいつでも、この領域で必要とされている研究や課題は数多く残されている。

本稿の共同執筆者である鈴木は、こうした観点から、2005年5月に刊行された研究書の1章として執筆した論文「ジェンダーとメディア」で、これまでに日本を含む世界各地で行われてきた研究を概観し、何が明らかにされ、さらにどのような問題が残されているかを整理した（鈴木、2005a）。その際、メディア・リテラシーの研究と分析において基本となる三角形のメディア研究モデルを用いている。この研究モデルは、メディアによって構成される「現実」を批判的な思考で読み解くためには、関連する多種多様な要素の相互作用に留意し、その社会的文脈を読んでいくことが不可欠であるとして、それらの要素を「メディア・テキスト」、「メディアの生産・制作」、「オーディエンス」という3領域に大別して示すものである。この三角形の研究モデルを使うことで、メディアについての研究がきわめて多様な研究領域を包摂するものであることを確認でき、ジェンダー・アプローチによるメディア研究についても、「メディア・テキストとジェンダー」、「産業や制度としてのメディアとジェンダー」、「オーディエンスとジェンダー」という3領域に大別して概観し、議論を進めることができる。

鈴木による論文「ジェンダーとメディア」では、この分類に沿って各領域で蓄積されてきた研究を理論と実践の両面で歴史的に振り返り、まず、メディア・テキストの分析を中心とする研究に焦点をあて、その研究動向を概観した（第2節）。続いて、メディアの産業や社会的制度としての側面とジェンダーの関係ということで、社会的に構成されるジェンダーとメディア政策の関係に焦点をしばり、この領域におけるグローバルな課題を1995年の『北京・行動綱領』にさかのぼって分析している。ついで、放

送や新聞などのメディア組織におけるジェンダー政策に焦点をあて、諸外国と日本を比較しながら、いま、何が課題となっているかを提起した（第3節）。そのうえで、最後に、メディア・コミュニケーション研究のもう一つの主要な担い手であるオーディエンスを取り上げ、その視座から、ジェンダーとメディアをめぐる問題を主として21世紀の課題として論じた（第4節）。ここでは、地球規模で拡大するデジタル・デバイスとジェンダーのかかわりについて、2003年の国連「世界情報社会サミット」（WSIS）に参加した市民たちによる「市民社会宣言」を用いて考えている。さらに、メディア社会を生きるアクティブ・オーディエンスの動きをジェンダーとかがわって整理し、そこで「グローバル・メディア・モニタリング・プロジェクト」（GMMP）のもつ可能性を研究課題としてあげている。

本稿の執筆では、鈴木による上記の論文を踏まえ、ジェンダー・アプローチによるメディア・コミュニケーションの「オーディエンスとジェンダー」の領域における研究の一環として行なった第3回 GMMP（GMMP2005）の分析に焦点を合わせている。執筆者の二人は、以下に述べるように、GMMP2005の日本におけるコーディネーターおよびデスクとしてこのプロジェクトに深くかかわっており、ここで取り上げるのは、そのような立場でモニターグループの人たちとともに行なったメディア分析調査活動である。この分析調査活動には、後述するように、メディアのコーディングを主要な作業とする GMMP からメディア・リテラシーを学ぶワークショップへと展開する一連の活動が含まれている。本稿では、それらの活動のすべてを扱うことはできないが、GMMP のコーディングによる数量分析とメディア・リテラシーのアプローチによる内容分析の違いを明らかにするなかで、アクティブ・オーディエンスの可能性

を追究していく。

GMMP とは何か

GMMP は、世界各地から自主的に参加する NGO / NPO の女性たち、研究者、メディア専門家、学生、などの多様な人びとの手で1995年以降、5年ごとに行なわれているジェンダー・アプローチによるメディア分析活動である。1994年にバンコクで開催された国際会議「女性のエンパワーメントとコミュニケーション」で、この会議に参加していた女性たちによって提案された。

ごく普通の1日を「世界モニター日」に設定し、この日に、世界各地からモニターグループが一斉に参加して、テレビ、新聞、ラジオという3つの主流メディアのニュース報道をジェンダーの観点からモニター分析する。GMMPへの参加は、1回目に世界73カ国、2000年の2回目には70カ国、そして2005年の3回目には102カ国にまで及んでいる。事務局としてGMMPの運営に責任をもつのは、ロンドンを拠点に活動する国際 NGO、World Association for Christian Communication (WACC) の女性プログラム担当スタッフである。

GMMP モニター調査の結果は、毎回、この活動に参加している研究者グループの手で報告書としてまとめられ (MediaWatch, 1995 / Erin Research, 2000)、世界各地の主流メディアにジェンダー・デバйдへの真剣な取り組みを要請する市民たちの行動で生かされてきた。GMMP 活動がこのような形で継続していることは、それ自身が、アクティブ・オーディアンスにできる行動の力強さを語っているといえるだろう。

GMMP2005について

本稿で取り上げる3回目のGMMP2005は、

2005年2月16日の世界モニター日に、102カ国からの参加によって実施され、そのうち76カ国からコーディングデータの提出があった。日本では、本稿の共同執筆者である鈴木みどりがコーディネーターを務め、サポートデスクを横浜と京都の2ヶ所に置き、秋田、横浜・東京、静岡、京都、大阪、岡山、大分の各地から計11グループ、130余名の人たちの参加で行われた。横浜のサポートデスクを担ったのはNPO法人FCTメディア・リテラシー研究所 (FCT)¹⁾であり、京都では、立命館大学鈴木みどり研究室にデスクがおかれ、それを本稿の共同執筆者の登丸あすかが担当した。

世界モニター日までの経緯をふりかえると、2004年6月に立命館大学で国際フォーラム「世界がメディアを見つめる日・GMMPとメディア・リテラシー」、12月に横浜でFCTフォーラムを開催し、GMMP2005への参加を市民に広く呼びかけるなど、ほぼ1年をかけて準備が進められてきた。この過程で、長年メディア・リテラシー活動に携わってきたFCTのメンバーがGMMP2005のために全国各地でモニターグループを組織するなど積極的な役割を果たし、結果として、日本から11のグループが参加するに至った。

世界モニター日から1ヶ月をかけて、各地でモニターグループがコーディング調査を行ない、その後、日本独自の活動としてメディア・リテラシーワークショップを実施し、TVニュース番組を対象に分析を行なった。メディア・リテラシーワークショップとは、基本概念や研究モデルに沿って、メディア・リテラシーを体系的に学ぶ場である。具体的には、参加者が各自でTVニュース番組を映像と音声に分けて文字化し、その結果をもとに、小グループによる討論と対話によってメディアを深く読み解いていくという一連の作業を行なう。

本稿では、モニター対象となったメディアのなかからTVニュース番組に焦点を絞り、それを対象とするGMMPのコーディング分析と、メディア・リテラシーのアプローチによる映像言語を中心とする内容分析の両者を取りあげる。さらに内容分析では、ワークショップの参加者による「読み」の一部を引用し、それと照らしながら分析を進める。

本稿の構成はつぎのとおりである。1節では、GMMPのコーディング調査とニュースの映像言語を中心とする内容分析の実施概要と調査方法について述べる。2節では、GMMPのコーディング集計による数量分析の結果を、3節では、メディア・リテラシーのアプローチによる映像言語を中心とする内容分析の結果を報告する。そして最後に、それらの分析結果を踏まえ、まとめと考察を行なう。

1. 調査の方法と手順

1-1. 問題提起：なぜジェンダー・アプローチによるニュース分析か

GMMPは、メディアを分析するような経験をまったくもったことのない多くの市民が参加し、ジェンダーの視点からニュースメディアを分析するプロジェクトである。では、このプロジェクトに取り組むことの意義とは何か。GMMPの発案者の一人で、長く中心的な担い手となってきたテリー・ハマノによれば、「GMMPから学べることは、ニュースとは何かという疑問を改めてもつことができる」ことであり、「ジェンダーの伝統的な価値観によって支配されているニュースバリューを問い直し、バランスと多様性、メディアで報道されない多様な声について考えるようになる」ことである(Hermano, 2004)。確かに、GMMPの参加者は、世界で一斉に同じ日のニュース報道をジェ

ンダーの視点から分析する活動にかかわることで、メディアが提示する「現実」をジェンダーの平等・公正の観点から地球規模で問い直す経験を共有することになる。それはまた、普段は一方的に情報を受け取るだけのオーディアンスの側にいる人びとが、それぞれの国や地域にあって、メディアについて能動的に考え、主体的にかかわっていかうとする契機にもなるだろう。

GMMPの活動は、そのような人びとの参加と連帯を促進しながら、世界共通の調査様式を用いてニュースメディアをモニターし、主として数量分析による実証的なデータをつくることに主眼をおいている。しかも、ほぼ1年という短い期間に集計と分析を終え、それを世界各地の市民たちによるメディア変革の活動に生かしていくことを期している。

このようなGMMPの構想は、それ自体がダイナミックで魅力的であり、大きな可能性にみちている。しかし、モニターグループの参加者の側からいえば、問題がないわけではない。なかでも、参加者がメディアのコーディング作業という分析過程の一部にしかかかわることができないのは大きな問題である。

GMMPのコーディングの手順や方法、コーディングシートは世界共通のもので、原文は英語で書かれている。それらを各国のコーディネーターが「世界モニター日」までに自国語に翻訳し、誰もが参加できるように準備する。それを使って、モニターグループの参加者は世界モニター日の当日に一斉にテレビ、新聞、ラジオの3メディアを分析し、コーディングシートに記入していく。参加者に求められているのは、この作業がすべてであり、記入済みのシートは各国のコーディネーターを経由して、そのままWACCのロンドン事務局へ送られる。そのため、モニターグループの人たちにとっては、世界のデータが集計され、全体の結果がでるのをひた

すら待つだけで、その間にすることは特にない。

すなわち、モニターとして参加する人たちが自分たちでコーディングを集計したり、その結果を使って議論したりする活動は、GMMPには設定されていないということである。100カ国を超える世界各地からの参加を得て一斉に行なうモニター調査ということを考えれば、それは仕方がないことであろう。

もっとも、コーディング作業に続く活動を種々計画することは可能だし、それは各国のコーディネーターの裁量にまかされているといえなくもない。そこで日本では、オーディエンスがより能動的になるためには、メディア・リテラシーのアプローチによるメディア分析をGMMPに組み込むことが必要であると考え、独自に、GMMPのコーディングからメディア・リテラシーワークショップへと展開する参加型の分析調査活動を計画した。メディア・リテラシーの取り組みは、メディア社会を主体的に生きる力の獲得をめざすものであり、アクティブ・オーディエンスにとって必要不可欠なものであるからだ。

本稿では、まず、分析対象としたニュースTV番組のコーディング集計とその数量分析から何が明らかになるかを考察する。次いで、各局のニュース番組に共通するニュース項目を一つ取り上げ、その内容を映像言語に焦点をしばらくしながらメディア・リテラシーのアプローチを用いて分析する。この二つ目の分析では、平行して実施したメディア・リテラシーワークショップにおける参加者の読みについても、一部であるが、言及することになる。さらに、二つ目の分析から明らかになることが、コーディング集計に基づく数量分析の結果とどう異なるかを考察する。この考察を通して、アクティブ・オーディエンスの能動性とメディア・リテラシーとのかかわりを追究していくことにする。

1-2. 分析対象としたニュース番組

分析対象は、GMMPの世界モニター日である2005年2月16日に放送されたニュース番組である（図表1）。日本の地上波テレビで夕方と夜の時間帯に放送されているすべてのニュース番組を対象としている。

夕方のニュース番組の編成は地域によって異なるが、どの地域でも共通して、17時50分頃から東京キー局の全国版ニュース番組が始まり、その後、18時17分頃にローカルニュース番組に切り替わる。本稿では、東京キー局の全国版ニュース番組と大阪準キー局のローカルニュース番組を対象として行なった分析結果を報告する。分析対象としたローカルニュース番組は、他に、秋田、横浜・東京、静岡、岡山などからもモニターグループが参加していることから、それらの地域の番組も分析している。しかし、ここでは、その結果を省略した。また夜の時間帯では、全国的に同じ番組が放送されているので、東京で録画したものをを用いている。

1-3. 調査の手順

(1) GMMPのコーディング

各地で、モニターグループの参加者が分担して世界モニター日のニュース番組をビデオテープに録画する。それらのニュース番組について、世界共通のコード表に照らしつつ二人一組でコーディングを行ない、シートに記入する。

(2) コーディングの集計とその数量分析

参加者が記入したコーディングシートを筆者ら（日本コーディネーター&デスク）のもとへ回収して集計し、数量分析を行なう（なお、このデータ集計と分析は本調査のために行なったものであり、各国のコーディネーターは通常、回収したコーディングシートをそのままロンドンへ送付する）。

図表1 分析対象番組

○夕方の時間帯

〈NHKと民放・東京キー局の番組〉

| 番組名 | 局名 | 放送時間 |
|----------|-------|-------------|
| ニュース7 | NHK | 19:00-19:30 |
| ニュースの森 | TBS | 17:50-18:19 |
| Jチャンネル | テレビ朝日 | 17:54-18:17 |
| スーパーニュース | フジ | 17:54-18:17 |
| プラス1 | 日本テレビ | 17:50-18:17 |

〈民放・大阪準キー局の番組〉

| 番組名 | 局名 | 放送時間 |
|------------|-------|-------------|
| VOICE | MBS | 18:19-18:55 |
| NEWS ゆう | ABC | 18:17-19:00 |
| ほっとカンサイ | 関西テレビ | 18:17-19:00 |
| ニューススクランブル | 読売テレビ | 18:17-19:00 |

○夜の時間帯

〈NHKと民放・東京キー局の番組〉

| 番組名 | 局名 | 放送時間 |
|------------|-------|-------------|
| ニュース10 | NHK | 22:00-23:00 |
| ニュース23 | TBS | 22:54-23:50 |
| 報道ステーション | テレビ朝日 | 21:54-23:10 |
| ニュース JAPAN | フジ | 23:30-23:55 |
| きょうの出来事 | 日本テレビ | 22:54-23:25 |

その過程で、GMMPのコーディングからメディア・リテラシーの学びへと展開するための準備として、分析対象とした各局ニュース番組がどのようなニュース項目で構成されているかを分析する。その結果から、各局ニュース番組の5大ニュース項目を比較し、ほぼどの局でも扱われているニュース項目の一つとして「京都議定書発効」のニュースを取り出し、そのコーディングデータを集計する。

(3)メディア・リテラシーワークショップの実施

GMMPに参加したモニターグループの人たちを対象に、それぞれの地域でメディア・リテラシーワークショップを実施する。ワークショップでは、各局の分析対象番組から取り出した「京都議定書発効」のニュースのうち、NHKと

民放2局で放送されたものをVTRテキストとして使用した。ワークショップは各地で実施したが、いずれの地域でも、参加者がテキストの構成を読み解く質的な分析を中心としている。ワークショップの組み立て、ワークショップの展開、参加者の読みの深まりなど、調査報告は多岐にわたるので、稿を改めて行なう必要がある。本稿では、ワークショップ参加者による「読み」の一部を取り上げるにとどめている。

(4)「京都議定書発効」を伝えるニュースの映像言語を中心とする内容分析

メディア・リテラシーワークショップでVTRテキストとして使用した3局分をふくみ、全局の「京都議定書発効」のニュース報道を対象に、映像言語を中心とする内容分析を行なう。

1-4. 分析内容

(1) GMMP のコーディングとその集計

GMMP のコーディングでは、ニュース番組を以下の項目に沿ってモニター分析し、コーディングシートに記入する。

① テーマ

各番組のニュース項目を、そこで扱われているテーマに沿って「政治と政府」、「経済」、「科学と健康」、「社会と法律」、「犯罪と暴力」、「著名人、アート、メディア」、「天気」、「その他」と大きく8つに分類する。さらに、8つの各分野に設定されている計45の小分類に分ける。一つのニュース項目に複数のテーマが混在している場合は、複数のメンバーでその内容を検討し、そこでもっとも重視されているテーマを一つ選択する。

② ニュースの範囲

各ニュース項目で、そのニュースがどの範囲で重視されているかを判断し、「地方」、「全国」、「自国と他国」、「国際的」に分類する。

③ ニュースを伝える人物の基本属性

各ニュース項目で、ニュースを伝える人物を「キャスター」、「レポーター」、「他のジャーナリスト」に分類し、その「年齢」と「ジェンダー」で分析する。

④ ニュースで発言する人物の基本属性

各ニュース項目で発言する人物を「年齢」、「ジェンダー」、「職業・社会的立場」で分類する。

他に、ニュースで発言する人物が「ニュースでどのような役割を果たしているか」、「被害者／サバイバーであるか」という点についてコーディングする項目もある。

また今回のGMMP2005では、数量分析の限界を補う目的で、ニュースの質的な側面についてコーディングの参加者の判断で「イエス」か「ノー」の記入を求める次のような5項目の間が用意されている：「ニュースで女性が中心的

役割を果たしているか」、「ジェンダーの平等・不平等の問題が取り上げられているか」、「女性と男性、あるいはどちらか一方のステレオタイプに挑戦するニュースか、それともステレオタイプを強化するニュースか」、「詳細な分析が必要か」。いずれの間も、記入者のジェンダーやステレオタイプについての理解によって判断が異なってくるのが予想されるものである。そのため、本論文では、これらの間についてのコーディング集計はせず、独自に行なった「京都議定書発効」の映像言語を中心とする内容分析で参考とするにとどめた。

(2) 「京都議定書発効」を伝えるニュースの数量分析

① 各番組における「京都議定書発効」のニュースの時間量と放送順位

分析対象とした全ニュース番組で、「京都議定書発効」のニュース項目がどのように扱われているかをみるために、その時間量と番組全体の時間量に占める割合、放送順位を数量的に分析する。

② 「京都議定書発効」のニュースで発言する人物
各番組の「京都議定書発効」のニュースで発言する人物の年齢、ジェンダー、職業・社会的立場を、GMMPコーディングから集計し、数量的に分析する。

(3) 「京都議定書発効」を伝えるニュースの映像言語を中心とする内容分析

ニュースに登場する人物は、どんな人物であれ、メディア側にあるニュースバリューの判断に照らして選択され、編集されて、画面に登場する。しかも、これらの人物は、テロップやカメラワークなどの映像技法、また発言内容やBGM、効果音などの音声技法を駆使して構成され、さまざまな意味を付け加えられている。

したがって、それらの映像言語に焦点をあてた分析を行なうことで、メディアがどのような判断基準をもとにニュースを構成しているかを読み解くための手がかりを得ることができる。

ニュースに登場する人物とは、大別すると、(a)インタビューなどで画面に登場して発言する人物、(b)インタビューを受けることなく、したがって発言せず、本人の意思とは無関係にクローズアップ（CU）されて画面に映し出される人物、(c)取り上げる出来事の状態を説明するなかに集団（グループ）で映し出される人物、である。

ところが、GMMPのコーディングでは、「発言する人物」として、(a)に分類される人物しか分析対象としていない。そこで、「京都議定書発効」のニュースについては、GMMPのコーディングから抜け落ちている「CUされる人物」と「グループで登場する人物」を含め、画面に登場する人物のすべてを「登場人物」として分析対象とし、次の4点で、映像言語を中心とする内容分析を行ない、人物を通して提示される価値観について考察をくわえる。

- ① CUされる人物とグループで登場する人物のジェンダー分析
- ② CUされる人物の職業・社会的立場×ジェンダー
- ③ 発言する人物の職業・社会的立場とそのテロップによる表示の有無×ジェンダー
- ④ 発言する人物の発言内容と発言する状況×ジェンダー

2. GMMPのコーディングによる数量分析からみえてくるもの

2-1. GMMPで調査対象とした番組で放送されたニュースのテーマと範囲

それではまず、GMMPのコーディング集計

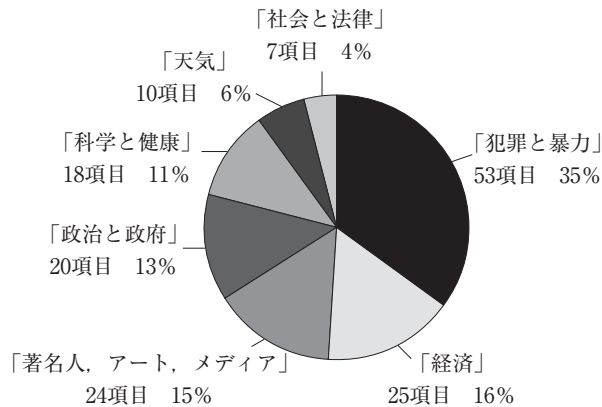
をもとに、ニュースのテーマと範囲に関する数量分析の結果をみてみよう。なお、これは、ニュース項目の数を単純に集計しただけのものである。GMMPのコーディングでは行われていないが、ニュース番組の全体的な構成を意識化するためには、ニュース項目の数だけではなく、ニュース項目のタイトルや時間量、番組内での放送順位にも着目して分析を行なう必要がある。1節で述べたとおり、本研究では、そのような番組全体の構成分析も行っているため、それについては2-2で後述する。

(1) ニュースのテーマ

モニター日にはどのようなテーマのニュースが取り上げられているだろうか。GMMPのコーディングの分析対象となった全番組のニュース項目をテーマ別に分類し、図表2を作成した。

図表2にみるように、分析対象の全番組で扱われているニュース項目は、計157項目である。そのうち、「犯罪と暴力」が53項目でもっとも多く、全体の3分の1強を占めている。次いで、多い順に、「経済」25項目、「著名人、アート、メディア」24項目、「政治と政府」20項目、「科学と健康」18項目、となっている。事件や事故、経済、政治といったハードニュースが重視される一方で、「著名人、アート、メディア」といった娯楽色の強いニュースもかなりの数で扱われていることがわかる。

GMMPのコーディングで設定されているモニター項目のなかには、特にジェンダーにかかわるテーマがいくつか含まれている。コーディング集計の結果、全ニュース項目157のうち、そのようなテーマを扱うニュースは、「女性・男性のメディア表現、メディア」が1項目、「ジェンダーを原因とする暴力」が2項目の計3項目であった。具体的には、中年女性を起用したテレビCMの表現に対する抗議を興味本位で取



図表2 ニュースのテーマ（計：14番組157項目）

り上げるもの、大学生らによる女子高生への集団わいせつ事件、強姦事件の3つで、いずれもジェンダーの平等を促進するような内容ではない。「避妊、妊娠、中絶」、「家族関係、シングルファザー／マザー」、「女性運動、ジェンダーの平等の推進」などのテーマを扱うニュース項目は皆無である。このような結果から、ニュースのテーマをみる限り、世界モニター日の日本のニュース番組では、ジェンダーの平等・公正という観点からのニュース報道はまったく行なわれていないといえる。

(2) ニュースの範囲

つぎに、各ニュース項目がどの地域にとって重要なニュースとして扱われているかを分析する「ニュースの範囲」についてみてみよう（図表は省略）。全157項目のうち、地方にとって重要なニュースが42項目、全国的に重要なニュースが69項目であり、両者を合わせると、日本国内でのみ重要性をもつニュースが計111項目、全体の70.7%になる。一方、国際的に重要なニュースは計46項目、全体の29.2%である。この結果から、日本のテレビが放送するニュース番組は、少なくとも「世界モニター日」の放送においては、日本国内の出来事についてのニュー

スを中心とした構成になっているといえる。

2-2. 各番組の構成分析

ニュース番組では、世界で起こっている数多くの出来事のなかから、制作する側にあるニュースバリューに照らして選択された出来事がニュースとして取り上げられる。そして、より重要であると判断されたニュースは、トップニュースとして報道されたり、時間をかけて放送されたりする。したがって、ニュース項目の放送順位や時間量に注目し、番組全体の構成を分析することは、メディア側にあるニュースバリューや、それを使って日々行なわれているメディアによる価値判断を読み解く手がかりとして重要である。

すでに述べたとおり、本研究は、GMMPのコーディングからメディア・リテラシーの学びへと展開するように構想して組み立てられている。そこで、メディア・リテラシーワークショップを行なうための準備として、コーディングの対象となった全ニュース番組について、その構成分析を行なった。その結果から、GMMPの「世界モニター日」に放送されたニュースはさまざまあるが、そのなかで各局が主要なニュースとして扱っているのは、①大阪・寝屋川の

教師殺傷事件，②北朝鮮金正日総書記の誕生日，③ニッポン放送株の取得をめぐるライブドアとフジテレビの対立，④京都議定書発効の4つであることがわかった。

そこで、日本各地でモニターグループの人たちと行なったメディア・リテラシーワークショップでは、これらの4大ニュースのなかから「京都議定書発効」のニュースを分析対象として取り上げることにした。その主な理由としては、4大ニュースのなかで、このニュースだけが日本に限らずGMMPに参加した他の多くの国でも大きく報道されていたことが挙げられる。将来的に、日本からGMMP研究の報告を行なう際に、その報道の仕方を国際的に比較することも可能になると思われ、その点からいっても、詳細な分析を行なう価値があると考えた。

2-3. 各番組における「京都議定書発効」のニュース報道

それでは、「京都議定書発効」のニュースは各番組でどのように取り上げられているだろうか。図表3は、ニュースのタイトル、番組内における順序、時間を番組別に示したものである。

図表3から、「世界モニター日」の日本のテレビでは、夕方と夜のニュース番組計14番組のうち12番組で「京都議定書発効」のニュースが取り上げられており、ニュース項目としては計14項目であることがわかる。

夕方の時間帯・東京キー局のニュース番組をみると、TBS「ニュースの森」の時間は27秒、番組に占める割合は1.6%であり、日本テレビ「ニュースプラス1」は40秒で2.5%である。いずれも時間が1分以下と非常に短く、番組に占める割合も2%前後となっている。この2局では、京都議定書が発効されたという事実のみを、フラッシュニュースとして伝えている。一方、NHK「ニュース7」の時間は3分55秒

で、番組全体の13.1%、テレビ朝日「スーパーJチャンネル」は2分38秒で11.4%である。TBS、日本テレビの2局と比べると、時間が多く、番組に占める割合も高い。しかし、他の時間帯・放送局と比較すると、それほど長い時間をかけているとはいえない。夕方の時間帯では、この日に京都で開催された記念式典がまだ始まっていなかったため、式典会場からの中継などもなく、相対的に短いニュースとして扱われている。なお、フジ「スーパーニュース」では「京都議定書発効」のニュースをまったく取り上げていない。

つぎに、同じ夕方の時間帯、大阪準キー局のニュース番組をみってみる。MBS（TBS系）「VOICE」の時間は1分6秒で、番組全体の2.6%に過ぎず、他の大阪準キー局の番組と比較すると、目立って時間が少なく、番組に占める割合も低い。ABC（テレ朝系）「ニュースゆう」は2項目取り上げ、計9分28秒で、番組全体の22%を占める。関西テレビ（フジTV系）「ほっとカンサイ」は7分17秒で16.9%、読売テレビ（日テレ系）「ニューススクランブル」は6分31秒、15.2%である。いずれも時間が多く、番組に占める割合も高い。大阪準キー局の番組では、議定書が京都で採択されたことから、このニュースを地域の重要なニュースとして位置づけ、大きく取り上げたと考えられる。これらのニュースでは、「京都議定書発効」を受けて、自治体の対策や市民による取り組みなどを報道している。事前にさまざまな人物や団体に取材を行ない、十分な時間をかけて制作されたニュースとなっている。

夜の時間帯・東京キー局のニュース番組をみると、NHK「ニュース10」は8分13秒で番組の13.7%を占め、TBS「ニュース23」は2項目、計14分25秒で番組全体の25.7%、フジ「ニュースJAPAN」は5分5秒で20.3%である。いずれも

図表3 番組別にみる「京都議定書発効」のニュース項目の時間量と順位

| 時間帯 | 放送局 | 番組名 | 放送時間 | ニュースのタイトル | 番組での放送順位 ／全体の項目数 | 時間量 | 番組に占める割合 | |
|-----|--------|--------------|------------|-------------|-----------------------------------|-------|----------|-------|
| 夕方 | 東京キー局 | NHK | ニュース7 | 19:00-19:30 | 「京都議定書」きょう発効 | 4/12 | 0:03:55 | 13.1% |
| | | TBS | ニュースの森 | 17:50-18:18 | 地球温暖化防止 京都議定書発効 | 8/12 | 0:00:27 | 1.6% |
| | | テレビ朝日 | スーパーJチャンネル | 17:54-18:17 | 京都議定書発効 CO ₂ など削減が急務 | 5/8 | 0:02:38 | 11.4% |
| | | フジ | スーパーニュース | 17:54-18:17 | — | — | 0:00:00 | — |
| | | 日本テレビ | ニュースプラス1 | 17:50-18:17 | 採択から7年「京都議定書」発効 | 6/10 | 0:00:40 | 2.5% |
| | 大阪準キー局 | MBS (TBS系) | VOICE | 18:18-19:00 | 「京都議定書」発効 温暖化防止へGO! | 5/12 | 0:01:06 | 2.6% |
| | | ABC (テレ朝系) | ニュースゆう | 18:17-19:00 | 「京都議定書」発効 きょう歴史的な一歩 迫る温暖化に対策は? | 4/10 | 0:01:07 | 2.6% |
| | | 関西テレビ (フジ系) | ほっとカンサイ | 18:17-19:00 | まもなく発効記念式典「ストップ温暖化」動き出す | 5/10 | 0:08:21 | 19.4% |
| | | 読売テレビ (日テレ系) | ニューススクランブル | 18:17-19:00 | “京都議定書”今日発効 温暖化防止のためにできること | 3/11 | 0:07:17 | 16.9% |
| | | NHK | ニュース10 | 22:00-23:00 | 京都議定書 発効 | 2/8 | 0:06:31 | 15.2% |
| 夜 | 東京キー局 | NHK | ニュース10 | 22:00-23:00 | 京都議定書 発効 | 6/21 | 0:08:13 | 13.7% |
| | | TBS | ニュース23 | 22:54-23:50 | 京都議定書発効 水没する国・ツバルは | 4/13 | 0:11:12 | 20.0% |
| | | | | | 京都議定書発効 私たちの生活も見直しへ | 5/13 | 0:03:13 | 5.7% |
| | | テレビ朝日 | 報道ステーション | 21:54-23:10 | — | — | 0:00:00 | — |
| | | フジ | ニュース JAPAN | 23:30-23:55 | 温暖化対策…日本への影響は? | 1/8 | 0:05:05 | 20.3% |
| | | 日本テレビ | きょうの出来事 | 22:54-23:25 | 京都議定書発効 道のり険しく | 10/10 | 0:00:25 | 1.3% |

時間量が多く、番組に占める割合も非常に高い。フジはトップニュースとして、TBS や NHK は特集として扱い、ともに時間をかけて放送しているが、その内容は、局によって大きく異なっている。地球温暖化によって深刻な被害を受けているツバルのドキュメントや日常生活における節電の取り組み (TBS)、議定書発効による日本への経済的な影響 (フジ) などである。

他方、日テレ「きょうの出来事」の時間量は25秒で、番組全体の1.3%に過ぎない。この時

間帯の他局と比較すると、非常に短いニュースで、番組に占める割合も低い。さらに、テレビ朝日「報道ステーション」は、このニュースをまったく扱っていない。その代わりに北朝鮮金正日総書記の誕生日に関するニュースを異常といえるほどに大きく取り上げており、その時間量は計21分57秒、番組全体の28.9%を占めている。

2-4. 「京都議定書発効」のニュースのなかの人物

つぎに、GMMP のコーディング集計をもと

図表4 「京都議定書発効」のニュースのなかの「伝える側の人物」と「発言する人物」：年齢×ジェンダー
（計：14番組14項目）

| | | ジェンダー | 年 齢 | | | | | 計 | |
|---------|-----------|-------|--------|--------|--------|--------|-------|----|-------|
| | | | 13-18歳 | 19-34歳 | 35-49歳 | 50-64歳 | 65歳以上 | | VO・不明 |
| 伝える側の人物 | キャスター | 女 | | 8 | 3 | | | 11 | |
| | | 男 | | 2 | 5 | 1 | 1 | 9 | |
| | レポーター | 女 | | 2 | | | | 2 | 4 |
| | | 男 | | 3 | 4 | 1 | | 4 | 12 |
| | 他のジャーナリスト | 女 | | | | 1 | | | 1 |
| | | 男 | | | 1 | 1 | | | 2 |
| 計 | 女 | 0 | 10 | 3 | 1 | 0 | 2 | 16 | |
| | 男 | 0 | 5 | 10 | 3 | 1 | 4 | 23 | |
| 発言する人物 | | 女 | 1 | 2 | 5 | 6 | | 14 | |
| | | 男 | | 5 | 10 | 18 | 3 | | 36 |

に、「京都議定書発効」のニュースのなかの人物に関する数量分析結果をみてみよう。人物の分析は、GMMPのコーディングの主要な部分であり、全番組のすべてのニュース項目を対象に、人物の集計を行なうようになっている。

しかし、ここでは全ニュース項目での集計結果については省略し、「京都議定書発効」のニュースのなかの人物に関するコーディング集計の結果だけを示すことにする。そうすることで、このニュースについてのGMMPコーディングによる数量分析と、次節の内容分析の結果を比較することが可能になる。

(1) 伝える側の人物と発言する人物×年齢×ジェンダー

「京都議定書発効」のニュースにおける伝える側の人物と発言する人物について、年齢、ジェンダー別に人数を示したものが、図表4である。

図表4から、伝える側の人物は、女性16人、男性23人で、男性の方が多い。キャスターは女性11人、男性9人で女性の方が多いが、レポー

ターは女性4人、男性12人で、圧倒的に男性が多い。他のジャーナリストは女性1人、男性2人のみである。もっとも人数の多い年齢層をジェンダー別にみると、キャスターの女性は「19～34歳」が8人、キャスターの男性は「35～49歳」が5人である。したがって、番組の多くで、若い女性キャスターと年上の男性キャスターという組み合わせで、ニュースを伝えていることがわかる。

また、発言する人物は、女性14人、男性36人、計50人であり、男性の方が圧倒的に多い。年齢別にみると、男性は、「50～64歳」の年齢層が18人と過半数を占め、次いで「35～49歳」の年齢層が10人いる。一方、女性は、「35～49歳」の年齢層が6人ともっとも多く、次いで「50～64歳」が5人いる。どちらの場合も比較的年齢の高い人物が多く、特に50歳以上の男性がこのニュースで重要な役割を果たしていることがわかる。

(2) 発言する人物の職業・社会的立場×ジェンダー

では、どのような職業・社会的立場の人物が

図表5 「京都議定書発効」のニュースで発言する人物：職業・社会的立場×ジェンダー (計：14番組14項目)

| | 職業・社会的立場 | | | | | | | | | | | 計 | |
|---|-----------|--------|-----|---------|------|-----------|-----------|--------|--------------|--------|-------|----|----|
| | 政治家・政府の役人 | 公務員・官僚 | 研究者 | 管理職・経営者 | 自営業者 | 健康・福祉の専門家 | 科学・技術の専門家 | 農業の従事者 | 事務職・接客業・非管理職 | NGO関係者 | 主婦・主夫 | | 不明 |
| 女 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 8 | 14 |
| 男 | 9 | 8 | 7 | 3 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 4 | 36 |
| 計 | 10 | 8 | 7 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 12 | 50 |

発言しているのか。発言する人物の職業・社会的立場をジェンダー別に分析し、図表5を作成した。

図表5から、男性36人のうち、「政治家・政府の役人」が9人ともっとも多く、次いで「研究者」が7人、「公務員、官僚」が8人となっている。すでに述べたとおり、このニュースでは50歳以上の高齢の男性が圧倒的に多い。その大半は政治家や研究者で、決定権や発言力をもつ人物として登場し発言している。一方、女性は「主婦」が2人で、他は「政治家・政府の役人」、「健康・福祉の専門家」、「NGO関係者」がそれぞれ1人である。女性14人のうち「不明」が8人と大半を占め、多くの女性は社会的立場が明確でない人物として登場し発言していることになる。

以上から、「京都議定書発効」のニュースで発言する人物は、女性よりも男性の方が圧倒的に多いことがわかる。ここでいう男性とは、政治家や公務員、研究者など、社会的立場の高い人物のことであり、女性は、主婦など社会的立場が明確でない人物である。したがって、「京都議定書発効」のニュース報道では、社会のなかで決定権や発言力をもつ男性と、そのような

力をまったくもたない女性、というジェンダー化された役割と力関係が提示されているといえる。

3. ニュース報道の登場人物はどのようにジェンダー化されているか

前節のGMMPのコーディングでは、発言する人物しか分析対象としていない。しかし、映像メディアのテレビでは、たとえ発言がなくても、クローズアップ(CU)されて一方的に画面に映し出される人物や、グループで登場する人物が、ニュースを伝えるうえで果たしている役割を軽視することはできない。たとえば、若い女性の笑顔やCUする映像や若者のグループが喜ぶ様子を映し出す映像は、言葉で説明するよりもむしろ雄弁に多くのことを語っている。また、メディアは、人物を撮るカメラワークやテロップなどの映像技法、発言内容やBGM、効果音などの音声技法、といった映像言語を駆使して、種々さまざまな意味を付け加えて、構成された「現実」を提示する。そして、そのように構成された「人物」とおして、ジェンダーにかかわるさまざまな価値観をオーディエンスに伝えているのである。

そこで本節では、「京都議定書発効」のニュースのなかの人物から、ニュースを伝える側の人物以外で、画面に登場する他のあらゆる人物（以下、「登場人物」）を分析対象とし、映像言語を中心とする内容分析を行なう。

なお、すでに述べたように、「京都議定書発効」のニュースは、GMMPのコーディングの参加者とともに行なったメディア・リテラシーワークショップで、分析対象として使用したものである。ワークショップは6月に大阪と岡山で、7月に秋田で行ない、GMMPコーディングのモニターグループから計29名が参加した。参加者は中学校や高校の教師、現役のアナウンサーや元放送記者などのメディア関係者、行政職員、地域でボランティア活動に取り組む人などである。ワークショップの参加者は「京都議定書発効」のニュースをメディア・リテラシーのアプローチで分析し、小グループに分かれて討論と対話をもつなかで、メディアを多様に読み解き、さまざまな発見を経験している。

本節では、内容分析の結果を報告するなかで、ワークショップにおける参加者の「読み」の一部を引用しながら、メディアが伝えるジェンダーの価値観を読み解いていく。

3-1. クローズアップされる人物とグループで登場する人物のジェンダー化

CUは、人物の泣き顔や笑顔、あるいは街中の事物などを画面いっぱいに映し出し、オーディエンスの情緒的反応をひきだすことを狙って使われるカメラ技法である。しかも、映し出される人物の身体的表現は、ほとんどの場合、本人の意思とは無関係に撮影されている。テレビにおけるニュースの構成では、そのようにして撮影したCU映像を随所にはめ込むことで、言葉によらず、映像によって直接的に語らせる手法が使われる。したがってオーディエンスにと

っては、CUされる人物の映像が何を語っているかを考えることで、制作する側の価値観を読み解く手がかりが得られる。

一方、グループで登場する人物は、状況説明の一部として使われることが多い。たとえば、国際会議を伝えるニュースで、会場を埋める多くの参加者の映像を挿入し、会議の重要性や盛況ぶりを伝えるやり方である。しかし、そのような映像を別の角度からみれば、それは、同時に、会議に出席している人びとの人種や民族的背景、あるいは年齢やジェンダーの偏りについても、多くを語っていることがわかる。

ここでは、GMMPのコーディングで分析対象とした全番組で放送された「京都議定書発効」のニュース計14項目の登場人物すべてを、「CUされる人物」、「発言する人物」、「グループで登場する人物」に分類した（図表6）。グループについては、3人以上で登場する人たちを1グループとして数え、①1997年の地球温暖化防止京都会議やモニター日の発効記念式典などの出席者やパネラー、②街頭でパフォーマンスをする市民たち、③その他、に分類した。さらに、グループを構成する人物のジェンダーの構成から「女性の多いグループ」、「男性の多いグループ」に分け、どちらが多いともいえないグループを「どちらともいえない」に分類した。

(1)クローズアップされる人物とジェンダー

前節のコーディング集計の数量分析ですでに述べたように、発言する人物は、女性14人、男性36人、計50人であり、女性は男性の半数以下である。

図表6から、CUされる人物は、女性20人、男性37人、計57人であり、こちらも女性は男性のほぼ半数で、女性の人数が明らかに少ないことがわかる。

CUされる男性は、京都議定書発効にかかわ

図表6 「京都議定書発効」のニュースの登場人物：CUされる人物、発言する人物、グループで登場する人物×ジェンダー (計：14番組14項目)

| ジェンダー | 個人 | | | グループ | | | | |
|-------|--------|-------|----|----------------|------------------|------------------|-----|----|
| | CUされる人 | 発言する人 | 計 | | 会議・式典の出席者・パネラーたち | 街頭でパフォーマンスする市民たち | その他 | 計 |
| | | | | 男女比からみるグループの分類 | | | | |
| 女 | 20 | 14 | 14 | 女性の多いグループ | 1 | 1 | 3 | 5 |
| 男 | 37 | 36 | 36 | 男性の多いグループ | 23 | 0 | 6 | 29 |
| 計 | 57 | 50 | 50 | どちらともいえない | 16 | 15 | 8 | 39 |

る会議に出席する政治家や官僚、ガソリンスタンドで働く若い男性店員、ゴミを収集する中年男性、京都議定書発効を記念してデモに参加する若い男性などである。男性の場合、会議に出席する政治家の真剣な表情、職業人として熱心に働く姿などがCUされている。

CUされる女性も、男性の場合と同様に、会議に出席する政治家やデモ行進に参加する若い女性などである。ただし、女性の場合で特徴的なのは、喜びや悲しみなどをあらわに表現している顔のCUがたびたび使われている点である。たとえば、京都議定書発効を祝う市民グループがカウントダウンをする場面で、若い女性の笑顔がCUで映し出される。また、水没しつつある国ツバルから他国へ避難する場面で、別れを惜しむ中年女性の悲しげな顔がCUで強調される。このように、情緒的な場面で、華やかさや悲しさを表現するために、女性の笑顔や悲しげな表情が使われているのである。

(2)グループとして登場する人物とジェンダー

図表6から、「会議・式典の出席者・パネラ

ーたち」は、「女性の多いグループ」1、「男性の多いグループ」23、「どちらともいえない」16、計40グループが登場する。会議の出席者・パネラーたちは、スーツを着た政治家や官僚、各国の代表者らで、男性が圧倒的に多い。

「街頭でパフォーマンスをする市民たち」とは、街中で議定書発効のカウントダウンをして喜び合う人たちや、街頭デモを行なう人たちである。ここでは、「女性の多いグループ」1、「男性の多いグループ」0、「どちらともいえない」15、計16グループが登場し、男女の偏りはほとんどみられない。市民の活動を提示するときには、女性が男性とともに参加する姿を映し出していることがわかる。

では、ワークショップの参加者は「京都議定書発効」のニュースのなかの登場人物をどのように読み解いているのか。以下に参加者の「読み」の一部を引用する²⁾。

- ・登場人物のうち、女性が驚くほどに少ない。女性が登場する場合も、主婦として登場する女性が多い(岡山、女性30代)。

・環境問題に取り組む市民グループがいくつか登場している。京都議定書発効を祝うカウントダウンの場面では、そこに参加する市民グループ全体がハイアングルで撮られている。そして、若い女性のにぎやかな声が挿入され、喜ぶ若い女性の顔がCUされている。にぎやかであるということ伝えるために、若者、なかでも女性の映像が使われている。CUされていても、一人ひとりが真面目にインタビューされることはない。場所を示すテロップなどはなく、なぜこのように喜んでいるのかはまったく説明されていない。ただ騒いでいるグループとして扱われている（岡山、グループ発表から）。

確かに、ワークショップの参加者が指摘するように、メディアはCUする人物の映像を使うことで、「京都議定書」に代表される環境問題のジェンダー化を行なっているといえるだろう。地球温暖化防止に向けて、状況がわずかながら進展したことを示す際に女性の笑顔のCUが用いられる。その一方で、メディアは、公の場や職場で真剣に働く男性の姿をCUすることで、地球温暖化の防止に向けて真摯に取り組んでいるのは、会議に参加する政治家や行政の職員、会社の従業員などの、主として男性であることを伝えている。

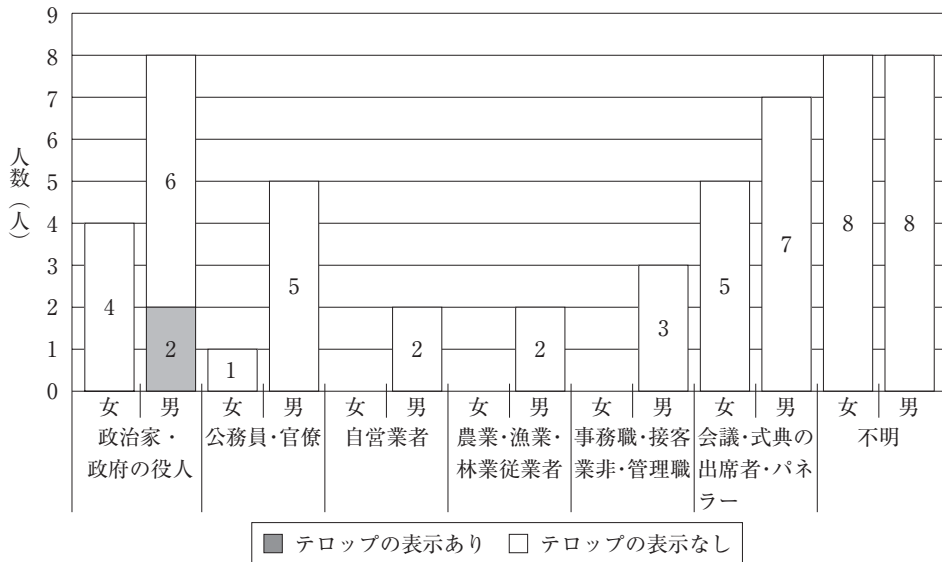
また、グループで登場する人物は、地球規模の国際的な政策を決める国際会議というのがどのような場であるかを、あるいはまた市民の活動がどういうものであるかを、その映像によって明白に語っている。会議や式典の場面では、男性の出席者やパネラーを中心とする人びとのグループが登場する。ここでもテレビは、環境問題に関する国際的な政策を決定するのは主として男性の政治家や官僚であることを伝えている。一方、街頭でのパフォーマンスやデモ行進

などの市民の動きを伝える際には、男女の偏りなく、主に若い人たちがグループで登場し、そのなかで特に女性の喜ぶ顔がCUされるが、なぜこのようなイベントが市民の手で行なわれているかの説明はない。このような映像をみれば、市民の活動は、主に若い人たちが参加して喜ばしい出来事を祝うだけのイベントのようにしか受け取られないだろう。

3-2. CUされる人物の職業・社会的立場 × ジェンダー

つぎに、どのような職業・社会的立場の人物がCUされているかをジェンダー別に明らかにしたのが、図表7である。その際、テロップによる職業・社会的立場の表示がある人物の数も示してある。なお、ここで使用する職業・社会的立場の項目は、GMMPのコーディングの分類とほぼ同じである。ただし、明確な役職は示されないものの、京都議定書発効にかかわる会議や式典の出席者が多数登場するため、「会議・式典の出席者・パネラー」の項目を新たに加えた。

図表7から、CUされる男性の職業・社会的立場は、「政治家・政府の役人」が8人、「会議の出席者・パネラー」が7人、「公務員・官僚」が5人、「事務職・接客業、非管理職」が3人、「農業・漁業・林業従事者」が2人、「自営業者」が2人である。「不明」が8人いるものの、さまざまな職種の人物が登場していることがわかる。具体的には、京都議定書の会議や式典の出席者、市役所の管理職、商店の店主、畑を歩く農業の従事者、ガソリンスタンドの店員などで、そのうちテロップによる職業・社会的立場の表示がある人物は2人である。しかし男性の登場人物の場合、テロップの表示はないものの、取り上げられる場所によって、その人物の職業や社会的背景が示されている人物が多い。



図表7 「京都議定書発効」のニュースでCUされる人物：職業・社会的立場×ジェンダー（計：14番組14項目）

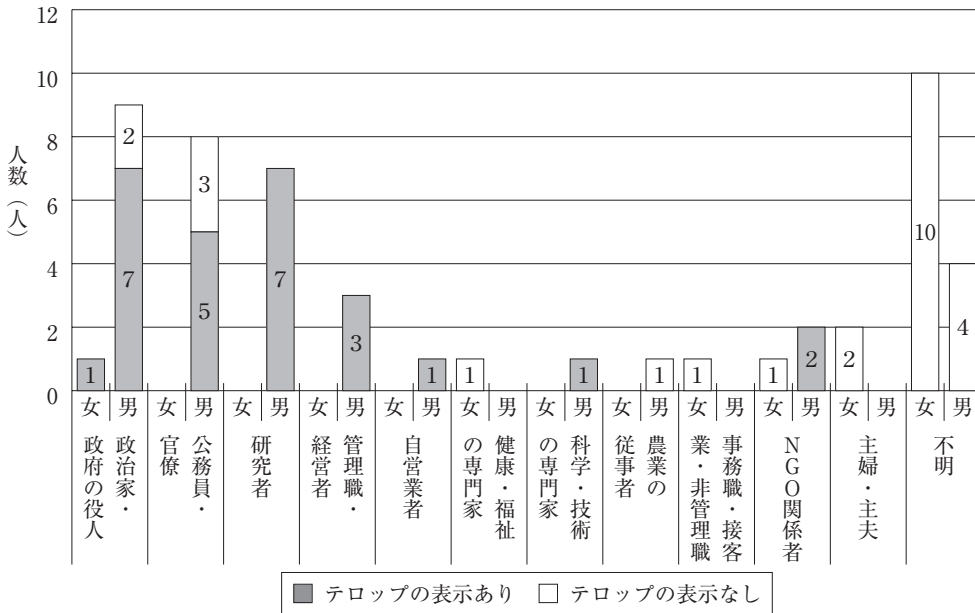
一方、CUされて登場する女性をみると、街頭など場所を特定できないところ、玄関先や台所などの私的な空間で登場することが多い。CUされる女性20人のうち半数の職業・社会的立場が「不明」となっているのは、そのためである。また注目すべき点として、「政治家・政府の役人」が4人いる。具体的には、京都議定書の式典に出席した小池百合子環境大臣、ノーベル賞受賞者で環境副大臣のワンガリ・マータイ氏が、複数回CUされて登場している。これらの少数の著名な女性は、画面に登場するものの発言せず、テロップによる表示もない。

CUされる人物について、ワークショップ参加者による「読み」をみると、次のような指摘がなされている。

・式典の会場には女性の政治家もいるが、CUされるだけで、発言などは取り上げられていない。一方、式典に出席していない小泉首相のコメントは大きく取り上げられている（岡山、女性）。

・京都議定書の会議などの場面では、発言はしないが、女性や多様な国の人たちがCUで映し出されている。ただし、どのような立場の人たちかは明確にはされない。環境問題が国際的な問題で、多くの人の関心を集めているということを示すために、多様な国の人たちがCUで映し出されている（大阪、女性）。

CUされる女性は、政治家や政府関係者、著名人など、社会的地位の高いごく一部の人物と、その他大勢を占める社会的立場が不明な人物に大きく二分されている。ただし、社会的地位の高い女性であっても、発言する場面は取り上げられない。すでに述べたように、グループで登場する人物では、男性の政治家が圧倒的に多い。しかし、CUで政治家を映し出す際には、女性も数多く選び出されている。黒いスーツを着た多数の男性政治家に華やかさを添えるような形で、明るい色の服装をした女性の政治家の映像が使われているのである。



図表8 「京都議定書発効」のニュースで発言する人物：職業・社会的立場×テロップ×ジェンダー

3-3. 発言する人物の職業・社会的立場とその

テロップによる表示の有無×ジェンダー

テロップは、登場人物の名前や職業などを示すことで、その人物の存在を強調する機能を果たしている。名前や職業などを何も示されずに登場する人物と比較すると、テロップで肩書きを表示される人物は、より重視されて登場しているといえるだろう。

発言する人物の職業・社会的立場についてはすでに2節で述べたが、ここでは、その人物の職業・社会的立場がテロップで明確に示されるかどうかをジェンダー別に明らかにしている(図表8)。

図表8から、発言する人物のうち、テロップによって職業・社会的立場が表示されているのは、男性が36人のうち26人であるのに対し、女性は14人のうちわずか1人である。前節ですでに述べたように、男性は政治家や公務員、研究者、企業の管理職など、社会的地位の高い人物が多い。それらの人物には肩書きがテロップで

表示されていて、社会的立場を明確にしたうえで発言していることがわかる。一方、発言する女性のうち、テロップで職業・社会的立場が表示されているのは、「政治家・政府の役人」1人のみである。

「政治家・政府の役人」の男性9人は、具体的には、小泉首相やブッシュ大統領など政府のトップや、細田官房長官や米・マクレラン報道官などの政府のスポークスパーソンである。一方、「政治家・政府の役人」の女性は1人で、ワンガリ・マータイ氏のみである。CUされる人物では、女性の「政治家・政府の役人」が4人も登場していたことを考えると、同じ政治家であっても、発言する男性政治家とCUで映し出されるだけの女性政治家というように、ジェンダー化されて扱われていることがわかる。

また、職業・社会的立場が「不明」の女性は、身近な問題について簡単な質問を受ける人物として登場する。たとえば、「京都議定書という言葉聞いたことがあるか」、「今日が発効日で

あると知っているか」などの質問に街頭で答える人物、普段の生活で実践している節電方法を尋ねられる人物などである。そして、これらの女性が登場する際には、テロップなどによる表示は何もない。

発言する人物の職業・社会的立場やそのテロップによる表示の有無について、ワークショップの参加者はつぎのように指摘している。

- ・取り組みやすい内容については女性が前面に出るが、難しい話は男性がする（大阪、女性）。
- ・男性の発言は、政治家や研究者などが多い。彼らの肩書きは必ずテロップで示される（岡山、女性）。

以上の分析から、メディアは社会的地位によってその人物が重要であるかどうかを判断し、社会的地位の高い人物に対しては、その存在をテロップによって強調していることがわかる。つまり、テロップによって、男性の政治家や企業の管理職といった社会的立場がますます重視され、他方、肩書きのない女性が軽視される、という構図である。

3-4. 発言する人物の発言内容と発言する状況×ジェンダー

登場人物の発言内容は、政府の方針、市民の意見や考え、解説者の分析や専門家としてのコメントなど、京都議定書や環境問題に対するそれぞれの立場の考えを明確に示すものである。しかし、ニュース報道で取り上げられている発言は、長時間に及ぶインタビューや会見などから、メディアによって選択され、部分的に切り取られたものである。したがって、そのような発言は、本人の考えを十分に表すものではない。映像を説明するために使われたり、制作者

の意見を代弁させるために用いられたりすることもある。また、その発言内容は、その場で自由に発言したのではなく、制作者の質問内容や発言する状況によって大きく制約されている。つまり、発言する人物の選択をはじめ、発言内容、発言する状況などのさまざまな要素が、制作者の考えや価値観を色濃く反映したものであるといえるだろう。

そこで、発言する人物の発言内容と発言する状況をすべて書き出し、ジェンダー別に分析した。この分析は、「京都議定書発効」のニュース計14項目を対象に行なっているが、そのなかから、ここでは、メディア・リテラシーワークショップの分析対象として使用したNHKと民放2局の番組の結果のみを扱う。

メディア・リテラシーワークショップでは、夕方の時間帯・東京キー局の番組からNHK「ニュース7」、大阪準キー局の番組から読売（日テレ系）「ニューススクランブル」、夜の時間帯・東京キー局の番組からフジ「ニュースJAPAN」を取り出して、VTRテキストとして使用した。いずれも約4分から6分程度の比較的時間の多いニュース項目で、それぞれの番組内で5大ニュースの一つとして取り上げられている。

図表9は、3番組のニュース項目で発言するすべての人物について、その発言内容、発言する状況を分析して、作成したものである。なお、NHK「ニュース7」では、キャスターと記者がニュースを読むだけで、他に発言する人物は登場していない。

図表9から、男性の政治家で発言しているのは、小泉首相、細田官房長官、マクレラン報道官、ブッシュ大統領の4人である。どの発言もそれほど長くはないものの、国のトップとして国政にかかわる決定を下すという、社会的に重要な立場を反映したものである。男性の研究者

図表9 登場人物の発言内容と発言する状況×ジェンダー分析対象：フジ「ニュース JAPAN」, 読売テレビ「ニューススクランブル」の京都議定書発効のニュース

| 番組名 (放送局) | 人物の属性 | | | | | 発言内容 | 場所・状況設定 |
|--------------------|-------|----------------------|-------|-------|-----------------------------------|--|---|
| | No. | 名前 | ジェンダー | 年齢 | 人種・民族的背景 職業・社会的立場 | | |
| ニュース JAPAN (フジ) | 1 | 不明 | 女 | 10代後半 | 白人 不明 | 第一歩ですが環境保護の動きがもっと広がってほしい。 | 街の広場 |
| | 2 | 小泉首相 | 男 | 60代 | 日本人 小泉首相 | 今後、より多くの国々が共通の枠組みのもとで協力し、地球規模で温室効果ガスの削減ができるよう、最大限の努力を傾けていく。 | 記念式典会場内のスクリーンに映し出される(テレビ電話) →テレビ電話をする現場からの映像 |
| | 3 | 細田官房長官 | 男 | 60代 | 日本人 細田官房長官 | まだ参加に至らないことは残念。6%削減、目標としてはできる。努力しても達成不可能とは考えていない。 | 記者会見場 |
| | 4 | マクレラン報道官 | 男 | 40代 | 日本人 米政府・マクレラン報道官 | ブッシュ政権下では経済に影響を与えない範囲で温室効果ガスの削減を進めることを約束する。 | 記者会見場 |
| | 5 | 樋 浩一 | 男 | 50代 | 日本人 ニッセイ基礎研究所研究員 | 短期的には米企業はエネルギーの制約から逃れられる。長い目でみれば省エネの技術の発展が遅れる。他の国に米の商品が売れなくなり、マイナスだと思う。/ マイナス面として企業はエネルギーを使えない。生産に影響が出たり、コストが高くなる。プラス面としては家庭用の省エネ機器など新しい需要で、企業にとっては売り上げの増加が見込める。 | インタビューを受ける人物の背景に黒のカーテン。インタビューのために設定された場所 |
| ニューススクランブル (読売) | 6 | 不明 | 女 | 30代 | 白人 不明 | 大切な、問題です | 街頭 |
| | 7 | 不明 | 女 | 50代 | 日本人 不明 | ほんとにすごいと思う。 | 街頭 |
| | 8 | 不明 | 女 | 30代 | 日本人 不明 | 捨てればごみなんですけど、生かせば資源。 | 家の中の台所 |
| | 9 | 不明 | 女 | 40代 | 日本人 不明 | 地球が危ないみたいなことはよく聞かれますので。みんなでちょっとがんばって。これぐらい集めることは簡単なことなので。 | 玄関先 |
| | 10 | 不明 | 女 | 30代 | 日本人 行政職員 | 550円になります。 | 市役所の窓口 |
| | 11 | 不明 | 女 | 30代 | 日本人 不明 | ちょっと高いかなあ。一枚が。 | 市役所の窓口 |
| | 12 | ブッシュ大統領 | 男 | 50代 | 日本人 米大統領 | 議定書には根本的に重大な欠陥がある | 記者会見場 |
| | 13 | 笠原三紀夫 | 男 | 60代 | 日本人 京都大学大学院研究科長・教授 | 今まで7年間批准にかかったことはいろんな意味で悔やまれる。/ まだやはり未知なこと。わかっていないこと。いかに大量消費、大量廃棄の時代から抜け出すか。これはもうエネルギー問題、環境問題では最も重要なことだと考えております。 | 研究室 |
| | 14 | 丹後の自然を守る会 蒲田充弘理事長 | 男 | 40代 | 日本人 丹後の自然を守る会・理事長 (NGO 関係者) | バイオ軽油を使うと、今までよりは3分の1以下の排出量になりますんで、すごい環境にはやさしいということになります。 | バイオ軽油を使うごみ収集車の前 |
| | 15 | 不明 | 男 | 30代 | 日本人 不明 | プラスチック用のゴミ袋がほしいんですが。 | 市役所の窓口 |
| | 16 | 横江清一 | 男 | 60代 | 日本人 草津市市民環境部次長 | 110円の費用の内訳につきましては、ごみを収集運搬いたしました、焼却処理するお金でございます。 | 市役所内(インタビューを受ける人の職場) |

| | | | | | | | |
|----|------|---|-----|-----|-------------|---|----------------|
| 17 | 山田宏 | 男 | 40代 | 日本人 | 電器会社チームリーダー | 電気代につきましては約8分の1ぐらいになります。CO ₂ の排出量は約3分の1になります。メーカーとしても省エネとかCO ₂ の問題であるとか、やらなければいけないという危機感というんですか、使命感というのは強くなっています。 | 会社内、自社の冷蔵庫の隣りで |
| 18 | 不明 | 男 | 30代 | 日本人 | 不明 | やっぱ、電気代が安くなって、環境も守れるというなら、こっちを選ぶかと思えますけど。はい。 | 電器店内、商品の前で |
| 19 | 村井重夫 | 男 | 60代 | 日本人 | 理学博士 | 生物への影響というのはほとんどないだろうということが最近わかってきました。 | 研究所 |

3人の発言は、比較的長く、その内容も環境問題や経済に関する専門的なものである。また、NGO関係者や家電会社チームリーダーの発言をみても、それぞれの立場から専門的な意見を述べていることがわかる。

一方、女性は、これまでの分析で明らかのように、職業・社会的立場が不明な人が多い。発言内容を見ると、たとえば、京都市役所前の広場で、議定書発効を記念する市民活動に参加している白人女性は、「大切な問題です」と答えるだけである。また、てんぷら油の回収に取り組む女性たちの発言も、「ほんとにすごいと思う」、「捨てればごみなんですけど、生かせば資源」と、非常に短い。市民という同じ立場からの発言であっても、NGOの代表として、てんぷら油回収による環境保護の取り組みを説明する男性とは大きく異なっている。また、行政の環境政策に従う形で、「ちょっと高いかなあ、(ごみ袋)一枚が」と不満を述べながら、受動的に環境問題に取り組んでいる女性も登場する。

一方、発言する状況を見ると、女性は、街頭や家の中の台所、玄関先などでインタビューを受けているのに対し、男性は、記者会見場や研究室、職場などが使われている。男性の場合、その人物の社会的地位に応じて、発言内容の専門性や権威を示す場所が選択されているのである。GMMPのコーディング分析で人数だけを集計してみると、一見、多くの女性が発言して

いるようにみえる。しかし、画面で使われている映像言語をこうして詳細に分析してみると、人物の発言内容や影響力は女性と男性では大きく異なっていることがわかる。

発言内容と発言する状況について、ワークショップの参加者はつぎのように指摘している。

- ・白人の女性にインタビューを行っているが、どのような立場の人かは何もわからない。国際的な問題であることをアピールしたいから白人が登場するのか。この女性はその名前や社会的立場をテロップで表示されることもなく、単なるアイキャッチャーとして使われている(岡山、女性)。
- ・地球の環境を守るための取り組みがなぜ必要なのかを、京都大学の男性教授が説明している。女性ではてんぷら油やごみの処理など、身近な問題について語っている。男性が問題提起を行ない、女性は身近な問題に取り組むという性別役割分業が顕著にみられる(大阪、グループの発表から)。
- ・「ニューススクランブル」では、政治家や行政の管理職として男性が意見を述べる。それを受けて、政府や行政の方針に沿って取り組む人物として女性が登場し、短い感想を述べる。一見、市民の活動を積極的に取り上げているようにみえるが、ジェンダーの観点から見ると、行政が主導し、市民がそれに従うと

いう、伝統的な価値観でニュースが構成されていることがわかる（秋田、グループの発表から）。

確かに、ワークショップの参加者が指摘しているように、政治家や研究者の発言は、比較的長く、政府の決定や専門的な意見を述べるものとなっている。一方、職業・社会的立場の不明な人物の発言は、どれも短く、節電など日常生活に関すること、行政の政策に従う受動的な市民としての意見を述べるだけである。また、社会的地位の高い人物が発言する場所は、その発言の権威や発言力をさらに高めるものとして使われている。

以上のように、本節での分析から、メディアは画面に人物を登場させる際に、さまざまな映像技法・音声技法を使って、それぞれの人物を何重にもジェンダー化して提示していることがわかる。また、ジェンダーの視点から「京都議定書発効」のニュースを捉え直すと、各国の方針を決定する政治家や官僚と、環境汚染の被害者で政府の決定に従う市民、という上下関係が構築されていることがわかる。そして、そのような政府と市民の上下関係は、物事を決定する男性とそれに従順に従う女性という、家父長制に基づく伝統的な価値観によって示されているのである。

おわりに一考察と課題一

本稿では、GMMPのコーディングからメディア・リテラシーワークショップへと展開する一連の活動を取り上げ、GMMPのコーディングによる数量分析とメディア・リテラシーのアプローチによる映像言語を中心とする内容分析の違いを明らかにするなかで、アクティブ・オーディアンスの可能性を追究してきた。

2節では、GMMPのコーディングによる数量分析の結果をまとめるなかで、メディアがジェンダー化された役割と力関係を提示していることを実証的に示した。この分析では、メディア・テキストにおける不平等・不公正なジェンダー・リプレゼンテーションの実態を全体として数量的に把握することはできるが、その内容を深く読み解くことはできない（Deacon, 1999）。そこで3節では、映像言語を中心とする内容分析を行ない、その結果から、テレビがカメラワーク、画面上で使用するテロップ、状況描写として使用する映像の選択、などの映像言語を駆使して、登場人物を幾重にもジェンダー化し、女性と男性の上下関係をつくりだしている点を明らかにした。また、そうしたジェンダーの不平等・不公正を提示するテレビは、同時に、男性が主導し女性が従順に従うという家父長制に基づく伝統的な価値観を肯定し、それを用いて政府と市民の上下関係を構築していることも明らかにすることができた。

以上の二つの分析を比較するなら、GMMPの活動をコーディング作業で終わらせることなく、それをメディア・リテラシー研究のアプローチを用いた映像言語を中心とする内容分析活動へと展開することで、メディアをより深く、多角的に読み解くことができるようになるのは、明らかである。このことは、本稿で一部を引用したメディア・リテラシーワークショップに参加した人たちの「読み」にも示されている。

また、この二つの分析活動では、オーディアンスの参加の仕方も大きく異なっている。GMMPのモニターグループの参加者は、テレビ・ラジオのニュース番組や新聞記事をみながら、世界共通のコーディング様式を用いてニュース項目や人物を分類し、コーディングシートに記入する作業だけを行なう。GMMPのコーディング作業に参加することで、2節で指摘し

たようなメディアにおけるジェンダー・リプレゼンテーションの問題に種々気づくことはできるが、それ以上の分析は期待されていない。

一方、メディア・リテラシーのワークショップの参加者は、メディア・リテラシーを学ぶ者として参加し、グループの人たちとの討論と対話を通してメディアを読み解き、それを共有しながら分析を進める。メディア・リテラシーワークショップのなかで、参加者は、3節で示したような映像言語の分析を手がかりに、メディアを多角的に読み解いていくことができる。レン・マスターマンが述べているように、「メディアは意味付与する行為であり、能動的に読み解く必要のある記号システム」(Masterman, 1985, 邦訳 2001)である。GMMPのコーディングからメディア・リテラシーワークショップへの展開は、参加者であるオーディエンスがより能動的にメディアとかかわることを可能にするのである。

そもそもGMMPは、社会におけるジェンダーの平等と公正の実現を目標に、世界の女性たちが取り組んできた多くの活動の一環として展開してきた。GMMPのコーディング方法やプロジェクト全体の企画で中心的な役割を果たしてきたイギリスの研究者マーガレット・ギャラハーは、メディア・テキストの分析は出発点に過ぎないとして、次のように述べている。「必要とされているのは、広い範囲での社会的、政治的変革である。それは、女性の権利—女性のコミュニケーションする権利が社会全体のなかで、そしてメディアによって真に理解され、尊重され、実践されるような変革である」(Gallagher, 2001)。では、GMMPは、そのような社会的、政治的変革をもたらす活動へと展開してきただろうか。

GMMPでは、コーディング終了後、その集計結果を携えて、各国のメディアへアプローチ

するようなアドボカシー活動やロビー活動へと展開することが期待されている。しかし、単にメディア内容の改善を求めてこのような活動を展開するだけでは、ギャラハーが指摘するような変革を起こすことは難しいだろう。なぜなら、メディア・テキストに表れるジェンダーの不平等・不公正な関係は、すでに述べたように、制作のプロセスやメディアの所有、メディアのもつ自主規律、オーディエンスの権利など、さまざまな要素が複雑に絡み合った結果、表出したものであるからだ。

メディア・リテラシーのアプローチによるメディア研究は、その研究モデルが示すように、メディア・テキスト、メディアの生産・制作の側面、オーディエンス、という三者の相互関連性を重視し、その社会的文脈を読み解こうとするものである。したがって、ギャラハーのいう社会的、政治的変革を起こすには、メディア・リテラシーのアプローチによって、メディア・テキストだけでなく、メディアの制度・産業的側面にかかわるすべての問題に取り組むことが必要である。そうであるなら、メディア・リテラシーの学びに参加するオーディエンスこそが、そのような変革の主体となる可能性をもつといえるのではないだろうか。このことは、1995年の国連第4回世界女性会議で採択された『北京・行動綱領』で示されているように、「ジェンダーとメディア」をめぐるあらゆる問題に包括的に取り組むことの必要性をも示唆しているのである。

最後に、今後の研究課題について述べておきたい。『北京・行動綱領』の冒頭で「女性と男性の平等は、人権の問題であり、社会正義への条件であり、また、平等、開発及び平和への必要かつ基本的な前提条件である」と謳われているように、女性問題の解決に向けたあらゆる取り組みは、女性と男性の平等と社会正義を実現

するためのものである。「ジェンダーとメディア」の領域では、メディア・コミュニケーションにおけるジェンダーの平等と公正の実現がその究極の課題であるといえるだろう。

では、このような課題に照らして、これまでどのような取り組みが行なわれてきただろうか。日本の状況をみると、「女性と労働」や「女性に対する暴力」などの分野では、徐々にではあるが法律が整備され、社会制度もいくらか改善の方向へ向かうなど、一定の成果を上げている。しかし、「ジェンダーとメディア」の領域における課題は、これまであまり重視されてこなかったため、ほとんど進展もみられない。『男女共同参画白書（平成17年版）』のなかの「メディアにおける女性の人権」の項をみると、現在の状況として、メディア組織への女性の参加の少なさ、オーディエンスのメディア利用の実態にみるジェンダーの格差、メディアによる一般的な綱領や放送倫理・番組機構の設定を挙げるのみである。長年、このような状況に特に大きな変化はみられず、この領域における取り組みがほとんど何もなされていないことを示す内容となっている。

これまで「ジェンダーとメディア」をはじめ、女性問題を解決するための取り組みは、日本国内で独自に展開してきたというよりも、国連を中心とする世界の動きと連動する形で進められてきた。「内」からではなく「外」からの声、つまり、他国からのプレッシャーによって、日本の法律や政策、企業の制度が動かされてきたという面がある。このことは、日本の社会が、伝統的な価値観や慣習を固持して、なかなか変わろうとしない社会であることを反映した結果だといえるかもしれない。したがって、見方を変えれば、日本の社会を変革していくうえで、グローバルな市民の連帯が大きな力となり得るともいえるのである。

このようにみえてくると、GMMPは、グローバルな視野をもちつつ、モニターグループを拠点とするローカルな活動からメディアを変革していくための、絶好の機会を提供しているといえるだろう。そのためにも、再三指摘してきたように、GMMPのコーディング作業だけで終わらず、メディア・リテラシー活動へと展開することが不可欠である。では、メディア・リテラシーの学びの一環として取り組むGMMPを、どのように展開することが望ましいのか。そのプロセスを組み立てることこそが、GMMPに参加するメディア研究者の役割であろう。

そこで、GMMPの活動を起点として、メディア・リテラシーのアプローチで「ジェンダーとメディア」の問題に取り組むための今後の研究課題を、以下に整理しておきたい。

(1)ジャーナリズムとしてのメディア

テレビのニュース報道は、NHK・日本民間放送連盟（民放連）「放送倫理基本綱領」³⁾や民放連「報道指針」⁴⁾にあるように、民主主義社会の実現に資することを使命とし、その必要不可欠な条件といえるのが基本的人権の尊重である。しかし、本研究から明らかになったのは、ニュース報道が登場人物を幾重にもジェンダー化して提示し、ジェンダーの平等と公正という観点からいって基本的人権を大きく侵害していることである。登場人物の選択や映像技法・音声技法を用いた映像の構成は、メディア側にあるニュースバリューと密接にかかわるものである。2006年2月には、GMMP2005に参加した全世界の調査結果がまとまり発表される。この調査結果と比較することで、日本のメディアにおけるジェンダー・リプレゼンテーションの問題がより明白になるだろう。それを実証的に明らかにしていく必要がある。そのような実証的なデータを手にすることで、アクティブ・オーディエンスとしての市民は、報道の目的とメデ

メディアのもつ判断基準の矛盾を厳しく指摘し、メディアに対して、ジャーナリズムとしての機能を果たすように求めていくことができる。

(2)メディア・リテラシーの学びとは何か

メディア・リテラシーの学びのプロセスとそれに参加するオーディアンスの「読み」についての研究は、稿を改めて行なうべき重要な研究課題である。メディア・リテラシーワークショップの参加者は、通常、3節で行なったような科学的な分析活動にかかわることはないが、それでも、ワークショップの活動のなかで、3節で明らかにしたような分析結果と同じような指摘を行ない、多様な読みを披露することができる。このような読みを可能にするメディア・リテラシーの学びとは何か。そこには、メディア・リテラシーワークショップの組み立て、グループ活動による討論や対話を含む一連の学びのプロセス、参加する人たちにかかわるさまざまな要素、ファシリテーターの役割、など、多くの要素が関係していると考えられる。今後、これらの要素を考慮に入れつつ、GMMPのモニターグループに焦点をあて、メディア・リテラシーの学びとアクティブ・オーディアンスの能動性とのかかわりを追究していく必要がある。

また、日本から11ものモニターグループがGMMP2005に参加した動機の一つとして、多くのグループが、グローバルなネットワークを構築し、そのなかでローカルな活動を展開することの必要性を感じていたことが挙げられる⁵⁾。これは、伝統的なジェンダーの価値観を提示し続ける閉塞した日本のメディア状況から、なんとか脱したいとするオーディアンスによる一つの行動であるといえるだろう。また、参加者の多くは、巨大なパワーをもつメディアに対して、どのようなアプローチで活動を展開すべきなのかを模索している状況にあるとも考えられる。GMMPへの参加の動機やグルー

プの成立過程、参加者の背景などは、オーディアンスの受動から能動へと態度を転換することにかかわって重要である。そこで、いくつかのモニターグループを訪ね、参加者に聞き取り調査を行なうことで、アクティブ・オーディアンスの能動性についてさらに追究していきたいと考えている。

(3)メディア政策の国際比較研究

メディアが提示する不平等・不公正なジェンダー・リプレゼンテーションは、メディアの倫理やメディア政策と深く関係している。メディア政策を考えるには、社会的制度としてのメディアにかかわる多くの要素を考慮に入れる必要がある。具体的には、放送法、表現の自由に関連する諸法規、電波行政にかかわる国家機関や独立行政機関のあり方、放送事業者のあり方を規律する倫理綱領やガイドライン、オーディアンスから放送事業者への申し立てを審議する制度をはじめとする市民参加のあり方、などである。

この領域で世界をリードしてきたイギリス、スウェーデン、カナダ、オーストラリアなどにおける1990年代初頭までの展開については、本稿の共同執筆者である鈴木がメディアのなかの女性やNGOの女性市民による活動に焦点をあてつつ研究を行ない、その成果をすでに発表している（鈴木、1992、1998）。こうした先行研究を手がかりに、ジェンダーの視点を組み込んだメディア政策の推進に積極的に取り組んできている国々のメディア政策についてさらに調査研究を進める必要がある。その過程で、日本における問題の数々がより鮮明になり、取り組むべき課題も自ら明らかになっていくはずである。

注

- 1) メディア・リテラシーをテーマに活動するNPOであり、創設は1977年（代表理事：鈴木みどり）。横浜に事務所をおいているが、その活動

は全国規模で行なわれており、国際交流の活動も盛んである。GMMP 活動には1回目から参加してきた。

- 2) ワークショップでの参加者の意見やグループ発表の記録より。
- 3) <http://www.nab.or.jp/htm/ethics/idea.html>
(2005年12月現在)
- 4) <http://www.nab.or.jp/htm/ethics/motto.html>
(2005年12月現在)
- 5) モニターグループからコーディングシートを回収する際、参加者の感想も提出してもらった。そこには、世界の人たちとともに分析できることの喜びを表すものや、世界規模のプロジェクトであるからこそ参加したとの記述が多数あった。

引用文献・参考文献

- Ang, I., & Hermes, J., Gender and / in Media Consumption, ed. Curran, J. & Gurevitch, M., *Mass Media and Society*, London: Edward Arnold, 1991. pp.307-328.
- Ang, I., *Watching Dallas*, London: Methuen, 1985.
- Baehr, H., *The impact of feminism on media studies- just another commercial break?*, in D. Spender (ed.), *Men's Studies Modified*, Oxford, Pergamon Press, 1981.
- Butler, J., *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, New York: Routledge, 1990 (＝竹村和子訳『ジェンダー・トラブル』青土社, 1999.)
- D'Acci, J., The Case of Cagney and Lacey, ed. Baehr, H. & Dyer, G., *Boxed In: Women and Television*, London: Pandora, 1987.
- D'Acci, J., Television, representation and gender, ed. Robert C. Allen and Annette Hill, *The Television Studies Reader*, London: Pandora, 1987.
- Deacon, D., Pickering, M., Golding, P. & Murdock, G., *Researching Communication*, Oxford University Press Inc., NY, 1999.
- Downing, John D., H., *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, Sage Publications, Inc. 2001.
- Erin Research, *Who makes the news? The Global Media Monitoring Project 2000*, London: WACC, 2000.
- FCT 市民のテレビの会『情報化する朝のテレビと主婦たち』FCT, 1985.
- FCT 市民のテレビの会『テレビと阪神大震災』FCT, 1995.
- FCT 市民のメディア・フォーラム訳「人間のニーズに応える情報社会の実現に向けて」(WSIS「市民社会宣言」)『fctGAZETTE』No.82, FCT, 2004, pp.4-15.
- FCT 市民のメディア・フォーラム訳「特集2 カナダ民間放送連盟(CAB)倫理基準」『fctGAZETTE』No.82, FCT, 2004, pp.18-23.
- FCT 市民のメディア・フォーラム「世界モニター日を迎えて」『fctGAZETTE』No.85, FCT, 2005, pp.2-5.
- FCT 市民のメディア・フォーラム「GMMPからメディア・リテラシーワークショップへ」『fctGAZETTE』No.86, FCT, 2005, pp.2-19.
- Gallagher, M., *Gender Setting*, WACC, London, 2001.
- Hall, S., Encoding/ decoding in television discourse (1973), Reprinted in Hall et al. (ed), *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson, 1980, pp.128-38.
- Hermano, T., Why GMMP? Gender, Media and Empowerment, presented at the Asia-Pacific Forum on Active Audiences, organized by Ritsumeikan Media Literacy Research Project (RitsMLP)/ Forum for Citizens' Television and Media (FCT)/ the Asian Network of Women in Communication (ANWIC), Ritsumeikan University, Kyoto, 2004.
- 井上輝子・女性雑誌研究会『女性雑誌を解読する』垣内出版, 1989.
- 井上輝子・上野千鶴子・江原由美子編『表現とメディア』(日本のフェミニズム7)岩波書店, 1995
- 加藤春恵子・津金澤聰廣編『女性とメディア』世界思想社, 1992.
- Kim, Eung-Sook, Media, Gender, and Audience Studies in Korea, presented at the Asia-Pacific Forum on Active Audiences, organized by

- RitsMLP / FCT / ANWIC, Ritsumeikan Univ., Kyoto, 2004.
- 小玉美意子『新版ジャーナリズムの女性観』学文社, 1991.
- Masterman, L., *Teaching the Media*, London: Comedia, 1985. (=宮崎寿子抄訳「メディアを教える」『メディア・リテラシーの現在と未来』鈴木みどり編, 世界思想社, 2001, pp.26-80)
- McRobbie, A., *Feminism and Youth Culture: from Jackie to Just Seventeen*, Unwin Hyman, Inc., 1991.
- MediaWatch, *Global Media Monitoring Project Women's Participation in the News*, Toronto, Canada, 1995.
- メディアの中の性差別を考える会『メディアに描かれる女性像』桂書房, 1993.
- 村松泰子『テレビドラマの女性学』創拓社, 1979.
- 村松泰子他「今、テレビドラマは何を描いているか」(1)(2)(3)『放送研究と調査』第35巻9-11号, 1989.
- 村松泰子・ゴスマン, ヒラリア編『メディアがつくるジェンダー』新曜社, 1998.
- 村松泰子「ジェンダーの視点からみたメディア組織」1-4『放送レポート』No. 133-136, 1995.
- 大沢真理編『21世紀の女性政策と男女共同参画社会基本法(改訂版)』ぎょうせい, 2002.
- 欧州委員会雇用産業社会問題局(メディア総合研究所訳)「ヨーロッパの放送界における男女雇用機会均等: 優れた実践のための手引き」『メディア関連資料4』メディア総合研究所, 1996.
- Radway, J. A., *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, London: Verso, 1987.
- Ross, Karen, *Women and Media: International Perspectives*, Oxford: Blackwell Publishing, 2004.
- 総務省『情報通信白書2003年版, 2004年版』
- Strinati, Dominic, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, Routledge, 1995. (=渡辺潤・伊藤明己訳『ポピュラー文化論を学ぶ人のために』世界思想社, 2003.)
- 総理府編『男女共同参画白書(平成17年版)』2005.
- 鈴木みどり『テレビ・誰のためのメディアか』学藝書林, 1992.
- 鈴木みどり編『メディア・リテラシーを学ぶ人のために』世界思想社, 1997.
- 鈴木みどり「マイノリティ市民と広告」山本武利編『現代広告学を学ぶ人のために』世界思想社, 1998.
- 鈴木みどり編『Study Guide メディア・リテラシー [ジェンダー編]』リベルタ出版, 2003. 鈴木みどり編『新版 Study Guide メディア・リテラシー [入門編]』リベルタ出版, 2004.
- 鈴木みどり「ジェンダーとメディア」『新版メディア・コミュニケーション論II』竹内郁郎・児島和人・橋元良明編, 北樹出版, 2005a, pp.275-294.
- 鈴木みどり「メディア・リテラシーとジェンダー」『ジェンダー白書3—女性とメディア』(北九州市立男女共同参画センター“ムーブ”編)明石書店, 2005b, pp.62-83.
- 田中和子・女性と新聞メディア研究会「新聞紙面にあらわれたジェンダー」(1)(2)『国学院法学』第28巻1号, 1990, 第32巻3号, 1994.
- 田中和子・諸橋泰樹『ジェンダーからみた新聞のうら・おもて』現代書館, 1996.
- Tuchman, G., Kaplan d., Benet, J. (eds.), *Hearth and Home: Images of women in the Mass Media*, Oxford University Press, New York, 1978.
- 上野千鶴子「ジェンダー・スタディーズ」『社会学がわかる』(AERA Mook 12), 朝日新聞社, 1996, pp.32-33.
- 上野千鶴子『セクシイ・ギャルの大研究』光文社, 1982.
- Zoonen Liesbet van, *Feminist Perspectives on the Media*, ed., Curran, J. & Gurevitch, M., *Mass Media and Society*, London: Edward Arnold, 1991, pp.33-54.
- Zoonen Liesbet van, *Feminist Media Studies*, London: SAGE Communications, 1994.
- ゾーネン, リズベット・ファン「メディアに対するフェミニズムの視点」『マスメディアと社会』(J. カラン他編, 児島和人他訳) 勁草書房, 1995, pp.31-76.

Media Literacy and Television News Analysis from a Gender Perspective: The 2005 Global Media Monitoring Project (GMMP) and Related Activities.

TOMARU Asuka *

SUZUKI Midori **

Abstract: This paper focuses on the Global Media Monitoring Project (GMMP), in which 70 countries participated together and analysed the news media on the same day from a gender perspective. It argues the importance of incorporating media literacy workshops into this activity. The GMMP employs a quantitative analysis coding method, whereas media literacy content analysis also includes an analysis of the media language (visual and audio techniques) used in news programs. By combining media literacy workshops with the GMMP, the audience can read the news more deeply from studying these techniques and be more actively involved in the media.

The main aim of the GMMP is to realise gender equality and fairness in society, which women all over the world in other movements have also been working towards. According to the media literacy approach, in order to really achieve this aim it is necessary to tackle all the problems that are connected to the media system and industry, not only a content analysis of the media text. Therefore, audiences who are actively participating in media literacy learning can become leading advocates in such a change. This possibility must be explored in future research.

Keywords: gender approach, media literacy, quantitative analysis coding method, Global Media Monitoring Project, television news analysis, active audiences

* Ph.D. Candidate, Graduate School of Sociology, Ritsumeikan University

** Professor, Faculty of Social Sciences, Ritsumeikan University