

メディアリテラシーってなに？

メディア（情報とその発信媒体）を主体的かつ客観的に読み解き、選択し、使いこなす力（能力）をいいます。



メディアは現実を100%反映していない！

テレビや新聞、雑誌など、毎日メディアからありとあらゆる情報が発信されています。情報化時代の今日、いまやメディアは私たちの日常に根をおろし、価値観やライフスタイルにまで影響を与える存在となっています。

けれども、これらはあくまで送り手の視点によって選定され編集された情報であり、必ずしも現実を100%反映したものではありません。ちょっと目線を変えて見てみると、性別による固定的な役割分担意識や「女らしさ」「男らしさ」を助長する表現、男性主体の視点で構成された情報にあふれていることに気づきます。

メディアが描く女性像、男性像

テレビのCMを例にとって検証してみましょう。例えば一般家庭をモデルにしたかぜ薬のCM。でもそこに登場するのは体調を崩したサラリーマンの夫であり、それを気遣うのはたいてい専業主婦の妻です。また家電や洗剤のCM。使用するのは女性であることを前提にしたものが多く、一緒に手伝うのもほとんどが女の子です。

一方、栄養ドリンク剤のCM。登場するのは働き盛りの男性や筋骨たくましい男性。さらに、男性の購買者を意識したCMには、商品の内容に関係なく、女性の笑顔や性的魅力をアピールしたシーンが挿入されています。



メディアを読み解くための力をつける

このように、私たちが何気なく受け止めてしまう情報には、隠れたメッセージが刷り込まれている場合が多いのです。メディアリテラシーが求められる理由の一つは、私たちの認識をも規定してしまう力を持っているからです。やがてそれは社会全体の常識となり、世代を超えて、再生産されていきます。

インターネットの普及にともない、さらに情報の増大が予想される21世紀。性別にとられずに、だれもが自分らしく生きられる社会を実現していくには、メディア自身の社会的影響に対する責任と自覚、そして規制が求められると同時に、受け手である私たちも、しっかりと情報を見極め、選びとっていく力を身に付けていくことが大切です。