

## 世界120数カ国が一斉にメディアを見つめた日

GMMP2009/2010実施される

第4回となるGMMP2009/2010が、2009年11月10日にモニター日を迎え、世界120数カ国のモニターグループの参加により実施された。日本からはFCTがコーディネーターとなり、FCTオフィスグループ(横浜)、FCT大阪、立命館大学メディア・リテラシー研究会(京都)、同志社女子大学マクラレン研究室(京都)の4つのモニターグループ、計39人が参加した。世界中から集められたGMMPのデータは、これから約1年をかけて集計および分析が行われる。ここではGMMPの結果発表に先駆けて、日本におけるGMMP実施のプロセスを報告する。

### ○ GMMP実施に向けての事前ワークショップinマニラ

11月のモニター日を前に、10月15日にフィリピン・マニラのCFA(Communication Foundation for Asia)オフィスでANWIC(Asian Network Women in Communication)主催のMonitoring Methodology Workshopが行われた。ANWICは、「ジェンダーとメディア」をテーマに研究活動を行うNGOや研究者のネットワークである。このワークショップには、バングラデシュ、マレーシア、フィリピン、ネパール、タイ、ベトナム、中国、韓国、日本の計9カ国からの代表者10人が集まり、GMMPの分析方法を学んだ。

ワークショップではバングラデシュのメディア研究者がファシリテーターを務め、GMMPの歴史や目的、過去の分析結果を紹介した後、参加者が持ち寄った各国の新聞を用いて2人1組で分析を行った。参加者は互いに自国におけるジェンダーとメディアの状況、NGO・市民活動の様子を報告しつつ分析を進めた。こうした作業を通して、GMMPという壮大なプロジェクトに取り組むための連帯の重要性、そして、互いに励まし合いながらメディアを市民にとってよりよいものにしていこうという共通の目標を再確認した。

ワークショップの終わりには、メディアを変革していくためにGMMPのデータをどのように有効に活用できるかについて話し合った。プレスセンター、シンポジウムやフォーラム等での発表、トレーニングセミナーの開催、議員に働きかけるなどのロビー活動、メディア従事者とのネットワーク形成、アジア地域のレポート刊行などの提案がなされた。

一方日本国内では、モニター日までの準備として、FCTのネットワークに呼びかけてGMMPへの参加者を募り、モニターグループの形成、分析方法を示したガイドの邦訳、ニュース番組の計画作成などの作業を進めた。

### ○ モニター日を迎えて

2009年11月10日のモニター日当日、日本から参加する4つのモニターグループはそれぞれ新聞を購入し、ラジオ・テレビのニュース番組を録音・録画し、ニュースサイトを保存するなどの作業を行った。

同志社女子大学のグループは、モニター日にフィリピンからGMMPに参加するMiriam Collegeの学生たちとスカイプで話をし、自己紹介や当日のニュース内容を互いに報告し合った。学生たちはこのような経験から、世界で同時にメディアをモニターしていることを実感し、グローバルなネットワークの力強さを学んだようである。

### ○ GMMPの分析

分析対象となるメディアの種類や数は、世界でバランスをとるために人口やメディアの普及度合いに応じて一定の基準が設けられている。日本はその基準に照らして、以下のメディアを分析対象とした。

- ・新聞:朝日新聞、読売新聞、毎日新聞
- ・インターネットニュースサイト:asahi.com、Google News Japan、Yahoo!Japan、YOMIURI ONLINE、MSN SANKEI NEWS
- ・テレビニュース番組:テレビ朝日系「報道ステーション」、TBS系「ニュース23」、フジ系「ニュースJAPAN」、NHK「ニュースウォッチ9」

・ラジオのニュース番組:NHK-FM「ニュース&天気」、KBS「ニュースパレード」「ニュース・スポーツ・天気予報」

GMMPの目的は、特別なイベントがない「ふつうの日」のニュースメディアを分析することである。ところが日本では、モニター日当日の夕方にイギリス人英会話講師死体遺棄事件の容疑者が逮捕されたため、夜のテレビニュース番組ではこのニュースが大きく取り上げられた。思いがけず「特別な日」のニュースとなってしまったが、このニュースの被害者と同様、ニュースで取り上げられる女性はそのほとんどが事件や事故の被害者として登場する。分析作業をしながら参加者は、「政治家や政府の代表者はほとんど男性」「女性はほとんど被害者としてしかニュースに登場しない」などと話し合いながら、メディアが構成する「ジェンダー」を意識化していた。GMMPの分析方法は、登場人物のジェンダーを一人ずつ確認し、職業や社会的立場、どのような役割を担っているかを分類していく地道な作業である。単純なプロセスのようにみえるが検証してみると、メディアに登場する人物は圧倒的に男性が多い。世界には多様な背景をもつ人びとが存在するにも関わらず、なぜメディアはこのようなアンバランスな「現実」を提示するのだろうか。普段は当たり前だとして無意識に受け止めているニュースの内容も、こうした作業を通してクリティカルな視点をもつことへとつながる。GMMPのモニター作業は、そのようなクリティカルな市民になるための出発点を提供してくれるのである。

### ○ 国連女性の地位委員会で第1次報告

GMMPのメディア分析では量的分析と質的分析の双方を行う。各モニターグループが量的分析を担当し、その結果を受けてコーディネーターを中心に質的分析を行った。すでに日本のデータはWACCの事務局へ送られ、現在WACCによる世界的なGMMPの分析結果を待っているところである。そして、その分析結果の一部は2010年3月に開催される国連女性の地位委員会the Beijing Platform for Action Review +15(ニューヨーク)で発表される予定である。第1回GMMPから15年を経て、メディアはどのような「現実」を提示するのだろうか。分析結果についてはまた次の機会に報告する。

(登丸あすか)