

日本のテレビ CM にみる女性像の現状

川上 真由

近年の日本においては、女性の社会進出が活発になっている。女性の生産年齢人口における就業率は、平成 28 年には過去最高の 66%にまで上昇しており、それに伴う形で共働き世帯の増加など、人々のライフスタイルの変化も起こっている。こうした社会の変化は、マスメディアが様々な形で捉えてきている。特に、マスメディアによる広告は時代を映し出すと従来から言われてきた。その中でもテレビ広告が持つ役割や力は、他のマスメディア広告と比較しても大きなものであり、影響力があると考えられている。そのため先行研究では、テレビ広告であるテレビ CM 内で描かれる女性の社会的地位や理想像などと実際の社会における女性の立場や女性に対する意識の差異などが考察、検討されてきた。これまでのテレビ CM に見られる女性は、「性ステレオタイプ」による描写がなされていることが指摘されている。しかし、日本におけるそうした研究は 2000 年代までのものしかなく、現在のテレビ CM と実社会との女性像の差異を詳細に研究したものはほとんどない。

本研究は、社会の変化に伴ってテレビ CM 内での女性の描写にも変化が現れているかを明らかにすることを目的とし、現在の日本のテレビ CM について、出演者に着目してその役割や特徴を調査し、分析して考察した。

調査と分析は、2018 年の任意の 1 週間のドラマ放送時に流れた成人男女が出演するテレビ CM を対象に行った。先行研究で用いられてきた分析のための変数及びカテゴリを援用してテレビ CM を分類し、それを基に統計処理を加えたうえで、現在のテレビ CM における女性像の描かれ方とその変化について分析した。

その結果、現在でも、多数の変数において、従来から続く伝統的な「性ステレオタイプ」が存在していることが明らかとなった。しかし、一部の変数においては、男女差の存在が認められず、「性ステレオタイプ」による描写が減少していることも明らかとなった。例えば、女性は従来家庭内で描写されることが多かったのが、家庭外で描写されている場面が増え、その割合が男性とほぼ同数にまで上昇していることなどが挙げられる。こうした描写の変化は、女性の社会進出の活発化を反映したものであり、「性ステレオタイプ」という性別役割分担的な固定概念が和らいできていることの現れであると考えられる。しかし、これはごく一部に限ったことであり、多くは性別役割分担に応じた描写が未だに残っていると見える。社会や家庭の在り方、考え方が多様化している現在、テレビ CM は、時代を映し出すものとして、今後はより多様性を反映させた描写が増えてくると期待される。

(指導教員 辻泰明)