

女性の“性”をモノあつかいする 性情報は要注意

テレビ番組やCM、電車のつり広告、雑誌、看板、インターネットから流される“性”に関する情報を思い浮かべてください。

スポーツ新聞には女性のヌード写真やイラストが大きく掲載され、コンビニの本棚にはグラビア雑誌がずらりと並んでいます。路上で配られるポケットティッシュにはテレクラの宣伝が…。このように“性”に関して、とりわけ女性のからだを男性の観賞物のようにあつかうものが氾濫していると思いませんか？

このような「女性」のからだを人格から切り離し「モノ」=商品としてあつかうことを「性の商品化」といいます。「性の商品化」には、援助交際、風俗産業など性行為に関連する「性的サービス」と、ポルノ、セックスアピールを利用した広告などの「性的情報」が含まれます。

盗撮された

メディアの情報にあおられて
ダイエットが気になる

わたしたちの「性」をおびやかす「性の商品化」

たとえば…

宣伝ポスターに媚を売るような水着の女性が使われている

売買春に巻き込まれた

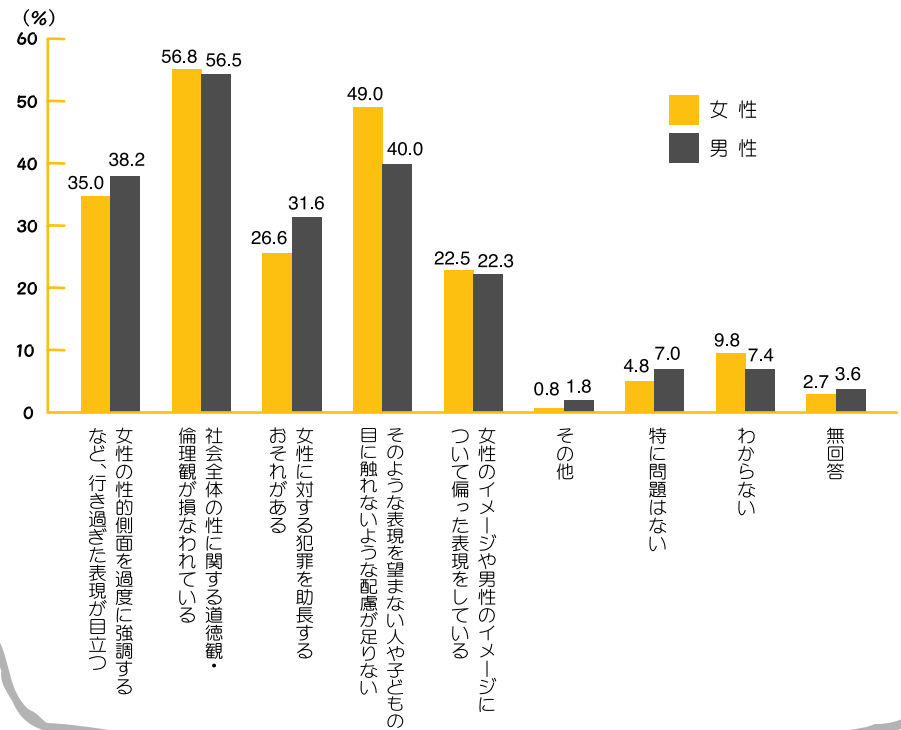
日本は児童ポルノの発信基地らしい

偏った社会通念から生まれた 「性の商品化」

「性の商品化」の背景には、「女はこうあるべき、男はこうあるべき」といった社会的につくられた性別から生まれた男性優位の社会のしくみや、「男性が性の主体で、女性は受け身」などの男女で異なった性規範があります。

●メディアが「性の商品化」に与える影響力は大きい

問：メディア（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌など）における性・暴力表現について、あなたはどのようにお考えですか。（○はいくつでも）



資料：「男女共同参画に関する市民意識調査」平成17年 東大阪市