

テレビCMから読み解くジェンダー CMの中の女と男、大研究!!

コマーシャルの中の男女役割を問い直す会 吉田清彦

2011年1月29日(土)

1. 頭の体操

新聞広告をジェンダーの視点で読み解く

2. ジェンダーの視点でCMを読み解く



テレビCM視聴①：昔（1992～93年）のCMを観る

- ・「そろそろやめて」なところ、「なかなか好感」なところ
- ・ジェンダーの視点でCMを分析してみよう!
- ・「1992～93年」はどういう時代であったか?

3. テレビの力、CMの力

1. テレビの視聴時間
2. テレビの影響力
3. CMの影響力

4. CMは変わったか?



テレビCM視聴②：2000～03年のCMを観る

- ・「マイ・ベスト3」「マイ・ワースト3」を選ぶ
- ・変わったところ——→なぜ、変わったか?
- ・変わってないところ——→なぜ、変わらないか?——→どうすれば変えることができるか?
- ・「2000～03年」はどういう時代であったか?

5. メディアとの上手なつきあい方を考える

メディア・リテラシー

- ・メディアはすべて構成されたものである
- ・メディアは現実を構成する
- ・オーディエンスがメディアから意味を読み取る

「かしこい視聴者になる」

「情報を社会的文脈でクリティカルに読み取り、かつ、情報の発信者になる」

6. アンケート用紙記入（ご感想・ご意見）