



去る2月10日コンパルホール多目的ホールにて、雑誌「広告批評」で編集長として活躍中の島森路子さんをお招きして「広告に見る女の生き方」というテーマの講演会を実施いたしました。女性が登場しているテレビコマーシャルや広告ポスターをビデオやスライドを交えながらの講演に、参加者も楽しく耳を傾けました。

◆テーマ◆
『広告に見る女の生き方』
男女共生講演会の模様をレポートいたします。

◆テーマ◆
『広告に見る女の生き方』
男女共生講演会の模様をレポートいたします。



去る2月10日コンパルホール多目的ホールにて、雑誌「広告批評」で編集長として活躍中の島森路子さんをお招きして「広告に見る女の生き方」というテーマの講演会を実施いたしました。女性が登場しているテレビコマーシャルや広告ポスターをビデオやスライドを交えながらの講演に、参加者も楽しく耳を傾けました。

Today's DATE
実施日 平成11年2月10日(木)
時間 90分間
会場 コンパルホール (多目的ホール)
講師 島森 路子 (雑誌「広告批評」編集長)
参加者 280名

◆テーマ◆
『広告に見る女の生き方』
男女共生講演会の模様をレポートいたします。

◆テーマ◆
『広告に見る女の生き方』
男女共生講演会の模様をレポートいたします。

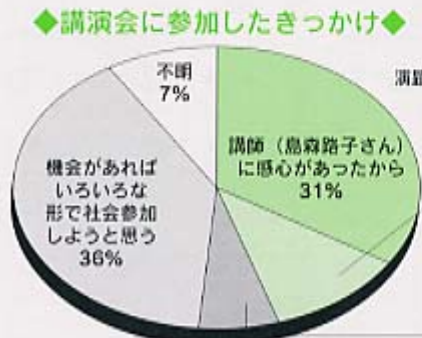
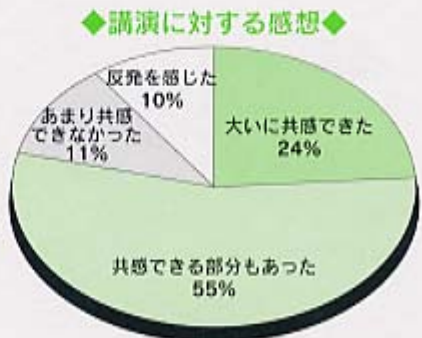
女性を中心に描かれていたものが、65年頃から何か意志を持った割合積極的なタイプの女性が出始めます。団塊の世代というか、男女機を同じくし、男女平等を背景に育ってきた当時の若い世代に育つてきた。雑誌でいうなら、それまでは「主婦の友」「主婦と生活」などで良妻賢母をつくるというようなコンセプトの女性誌が主流であつたのが、男なんて関係ないわという雰囲気、女の像が支持される「モア」「クロワッサン」などが次々創刊された時代です。

反発も含めてだと思ふんですが、これは当時の女性たちに非常に受け入れられた。しかし、強い女性達だけじゃやっつけいけないというような反動が、やっぱりだんだん出てきた。現実の私たちと少しギャップがあつたんだと思うんです。例えば、仕事場で本当に対等な関係ができたかというところはまだできていないイメージばかりが一人歩きして、現実とはそんなにカッコよくないということ。そのあたりから、今度は男を許して受け入れてはいるけれど、どこかもつとしたたかな部分を持つ女性が描かれてくるという揺り戻しのような現象が見られるようになります。

その後、ひとところ流行した「ニューファミリー」の言葉に表現されるような生活感のないカップルや家族が出てきたり、男性を濡れ落ち葉なんていって疎外するような風潮が見られるようになりました。そして以前は一つの目標があったものが、今はもう何でもありでばらばらになってきた。でも私は、それはある意味健全なことなんじゃないかという気がします。それぞれが何か理想のモデルを見つけてそこに寄り添っているんじゃないか、むしろ自分自身の生き方、在り方を探る。女と男の関係のつくり方も本来そういうものではないかと思うんです。共に生きるといふのは、それぞれが各々の場でどういふふうに関係を作っていくかというところに尽きるし、その関係はその場その場で全部違ふのだということを分かっていないと、本当の男と女の間にはないようなものがある。もう一度自分自身はどうなのかと問ひかけ、近くの人との関係がどうあるのかを考えることが、男女共生の社会を目指すには必要だと考えます。

理想を失った後に見えてきたもの

その後、ひとところ流行した「ニューファミリー」の言葉に表現されるような生活感のないカップルや家族が出てきたり、男性を濡れ落ち葉なんていって疎外するような風潮が見られるようになりました。そして以前は一つの目標があったものが、今はもう何でもありでばらばらになってきた。でも私は、それはある意味健全なことなんじゃないかという気がします。それぞれが何か理想のモデルを見つけてそこに寄り添っているんじゃないか、むしろ自分自身の生き方、在り方を探る。女と男の関係のつくり方も本来そういうものではないかと思うんです。共に生きるといふのは、それぞれが各々の場でどういふふうに関係を作っていくかというところに尽きるし、その関係はその場その場で全部違ふのだということを分かっていないと、本当の男と女の間にはないようなものがある。もう一度自分自身はどうなのかと問ひかけ、近くの人との関係がどうあるのかを考えることが、男女共生の社会を目指すには必要だと考えます。



講演会参加者意識調査