

4. メディア分野への女性の参画

(1) メディア分野における女性の参画の実態

① メディア関連企業に占める女性の比率

メディア関連企業に占める女性の比率は、テレコミュニケーションが 32%、ラジオ・テレビが 39.86%、広告業が 50.9%、いずれも約 30～50%を示している。

図表 4-27 メディア関連企業に占める女性の比率

年	女性比率 (%)	女性人数 (人)	総数 (人)
テレコミュニケーション	32.00%	18,665	58,331
ラジオ・テレビ	39.86%	11,177	28,041
広告業	50.90%	33,227	65,274

出典：スペイン統計局、

「Telecommunications, Radio and television activities, Advertising」、2007

(2) メディア分野における女性の参画を阻む障害

① メディアにおける女性軽視の問題

結婚した女性は家庭に入り、子供を多く産み、夫に従うことが明文化されていた⁶⁵歴史を持つスペインでは、メディア分野における女性蔑視が依然として大きく、家庭・教育現場双方に対して間違った女性像を発信していると言われている。そして、これがステレオタイプ伝達の媒体となり得ることが指摘されている。

例えば、女性研究所、国営ラジオ・テレビ放送局研究所による調査「ラジオ、テレビ報道における女性像」では以下の結果が示されている。

- 固有名詞で現れた女性：テレビ 21%、ラジオ 15%
- インタビュー番組で現れた女性：ラジオ 16%、テレビ 26.4%
- 妻、母、娘として登場した女性：全体の 12.6%（男性は 0.5%）
- 被害者として登場した女性：11.6%（男性は 3.6%）

この調査結果からもメディアは、「働く女性」といった近代的な女性像を提供しないことが伺える。

⁶⁵1889年制定の民法では、第57条で「妻の夫への服従」、第61条で「夫の許可なしに法廷への出頭や財産管理ができない」こと、第62条で「日常の買い物以外の高価な物品については夫が認めた場合のみ購入できる」こと等を規定していた。また、独裁政権時代（1939-75年）、フランコは離婚の禁止に加え、1938年の労働法典（Fuero del trabajo）において「既婚女性を工場から解放する」という名目で、既婚女性を労働市場から締め出す政策を採った。その後、経済発展に伴い女性の労働力としての価値が見直され、この政策は変更されたが、結婚後の女性の職が保障され始めたのはフランコ政権末期からである。（出典：三修社「現代スペイン 情報ハンドブック」、2007）

② メディアにおける女性表現の是正⁶⁶

スペインでは、メディア業界への女性参画の推進対策よりも、メディアを通して発信される誤った女性表現の是正対策に力を入れている。現在、整備されているメディア表現に関する法整備は以下の通りであり、2007年以降は男女平等戦略的計画(2008-2011)においてメディア分野の具体的対応策を示している。

- 実践的男女平等法(2007年):第3条、第36条、第39条、第40条、第41条にてメディアにおける女性像について以下の内容を規定。

第3条:男女平等とは

男女平等とは、間接的、直接的に係らず、性・家庭・出産・婚姻上の理由による差別の撤廃を指す。

第36条:公的メディアにおける男女平等

公的メディアは、社会へ伝達される男女のイメージに偏見が生じないように、その表現を監視し、平等かつ多様な描写を確保する。また、男女平等の原理の周知及び普及に努める。

第39条:民間メディアにおける男女平等

1. 如何なる民間メディアも、差別的な描写を避け、男女平等の原則を守らなければならない。
2. 政府当局は民間メディアによる自主規制を奨励する。

第40条:視聴制御のための官庁

当該官庁(平等省を始めとする男女機会平等に取り組むすべての政府機関)は、メディアによる女性の描写が、男女平等の原則に一致しているものであるか監視する。

第41条:広告と男女平等

当法律(実践的男女平等法)に準じない、差別的表現を含んだ広告は違法広告とする。

- DV組織法(2004年12月28日):性差別的なステレオタイプの拡大に繋がるような社会的コミュニケーション及び環境の撤廃について規定。(第13条)
- 性的暴力是正のための法律(Ley integral contra violencia de Genero):女性蔑視に基づく広告、宣伝はDVを助長するとし、そのような内容を裁判所に訴えることが可能と規定。

(3) メディア分野の参画に関する取組

① 男女平等戦略的計画(2008-2011)【メディア分野】

メディア分野の女性参画については、男女平等戦略的計画(2008-2011)における12重点分野のうち「女性の表現、描写(リプレゼンテーション)(メディアにおいて等)」の中で、具体的な施策(目標、実施プラン)が盛り込まれている。詳細は以下の通り。

⁶⁶ P.120(4)女性の人権を尊重した表現の推進のための取組を参照

図表 4-28 「男女平等戦略的計画（2008-2011）」に規定されている

女性の表現、描写（リプレゼンテーション）（メディアにおいて等）（重点分野:女性のリプレゼンテーション）

【「重点分野:女性のリプレゼンテーション目標」における男女平等戦略の目標】

1. 社会において女性、女性的なものを主体性のあるものとしてみせる。
2. メディア、広告における反性差別表現の普及
3. メディア、教育、家庭など主要な社会的エージェントらの平等モデルの推進
4. 国営放送局、スペイン通信社（EFE）、自治州放送局が実践的男女平等法（LOIEMH 法）37、38 条を遵守しているかを監視⁶⁷
5. 民間放送局による実践的男女平等法 39 条の遵守

【各目標を達するための実施プラン】

第1目標「社会において女性、女性的なものを主体性のあるものとしてみせる」

- 1.1. 若者向けの反性差別キャンペーンの実施
- 1.2. ビデオゲームなどにおける性差別的な表現・イメージなどをなくす
- 1.3. 言語における性差別的な表現をなくすためのキャンペーン

第2目標「メディア、広告における反性差別表現の普及」

- 2.1. 広告などにおいては多様な男女のイメージの普及
- 2.2. 広告自己管理の機関を通じて伝統的に性差別的な傾向のある領域においては反省差別的な宣伝の仕方を企画
- 2.3. 男女不平等を推進するステレオタイプをなくす
- 2.4. 公共団体の広告キャンペーン契約におけるジェンダーの視点導入
- 2.5. 広告代理店、会社における女性管理職の増大
- 2.6. マスコミ、広告代理店向けに男女平等関係のグッドプラクティスガイドを作成する。
- 2.7. メディア、広告における平等主義に基づいた女性像に関する賞を設ける。

第3目標「メディア、教育、家庭など主要な社会的エージェントらの平等モデルの推進」

- 3.1. 言語の性差別的な表現の影響に関する調査研究の推進
- 3.2. 子供の芸術賞の設立を通じて平等な社会を掲げる作品の創造を推進
- 3.3. 男女不平等の広告に宣伝される商品の購入に対して消費者の意識を高める
- 3.4. 報道、広告会社の女性管理職の現状に関する調査研究、及びメディアコンテンツにおけるジェンダーの視点を求める女性専門職団体結成の推進

⁶⁷ 実践的男女平等法 第37条 スペイン国営放送局は、その公的活動の実施、番組制作において、以下の点を遵守する。

- a) 社会生活の様々な場面における女性の参画を十分に反映する。
 - b) 性差別的な言語上の表現を用いない。
 - c) 自主規制を通じ、男女平等の考え方を広めるような放送規範を取り入れる。
 - d) 男女間の平等を促進し、ジェンダーに係る暴力を根絶するような運動を支援する。
2. スペイン国営放送局は、責任ある立場（管理職や専門職）への女性の受け入れを積極的に支援する。また同時に各種女性団体との連絡を通じ、放送における女性たちの要求や関心を把握するよう努める。

実践的男女平等法 第38条 スペイン通信社（Agencia EFE）はその活動において、男女間の平等が尊重されていることに注意し、また特に性差別的発言が行なわれないよう注意する。以下の点を遵守しなければならない。

- a) 社会生活の様々な場面における女性の参画を十分に反映する。
 - b) 性差別的な言語上の表現を用いない。
 - c) 自主規制を通じ、男女平等の考え方を広めるような放送規範を取り入れる。
 - d) 男女間の平等を促進し、ジェンダーに係る暴力を根絶するような運動を支援する。
2. スペイン通信社は、責任ある立場（管理職や専門職）への女性の受け入れを積極的に支援する。また同時に各種女性団体との連絡を通じ、放送における女性たちの要求や関心を把握するよう努める。

第4目標「国営放送局、スペイン通信社（EFE）、自治州放送局の実践的男女平等法 37、38 条の遵守を監視」

- 4.1. 社会生活における女性の存在を適切に反映させる
- 4.2. 反省差別的な言語の使用
- 4.3. 平等という権利のもとに報道する
- 4.4. 反ジェンダー暴力キャンペーンとの協力
- 4.5. 報道、広告会社の女性管理職の現状に関する調査研究、及びメディアコンテンツにおけるジェンダーの視点を求める女性専門職団体結成の推進
- 4.6. ビデオゲームや若者向けの印刷物における性差別的なステレオタイプ及びジェンダー暴力的な内容の有無に関する調査研究
- 4.7. 男女平等を課題にするディスカッション・フォーラムの設立

第5目標「民間放送局による実践的男女平等法 39 条の遵守」

- 5.1. 公共団体の広告キャンペーン契約におけるジェンダーの視点導入

出典：スペイン政府、男女平等戦略的計画（2008-2011）

（4） 女性の人権を尊重した表現の推進のための取組

① 女性研究所における取組

スペインには、メディア関連業界による自主統制機関もあるが、ヒアリング調査で訪問した女性研究所では「女性」の差別表現にターゲットを絞り、そのモニタリングを行なっている。差別表現は、主に、①視聴者からの告発、②女性研究所独自に監視の2つのルートから見つかることが多く、見つかった場合は、その発信企業（広告企業等）に女性研究所が通告し、表現媒体を撤去するよう申し伝える。対象とするメディアはテレビ、新聞等メディア全般ではあるが、広告が主である。

メディア関連業界による自主統制機関がメディア表現すべてを監視できるわけではないので、女性研究所の役割は大きいものの、女性研究所においては、「女性の差別表現」の定義やその広報業務を主として担っている。

（p.118（2）②メディアにおける女性表現の是正参照）