



国連広報センター所長 根本 かおる

ジェンダー平等へアクションを

アントニオ・グテレス国連事務総長が2020年の優先課題に挙げたのは、持続可能な開発目標（SDGs）の拡大・加速化、より大胆な気候行動、そしてジェンダー平等の推進の三つだ。今年1995年の北京女性会議から25年になるが、世界経済フォーラムの最新のジェンダーギャップ指数では、職場での男女平等が実現するには女性たちは257年待たなければならぬという。3月は8日の国際女性デーの記念日をはじめ女性の権利に関

未来を 変える

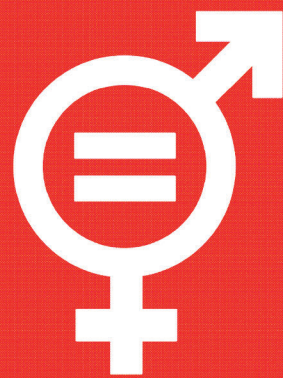
するさまざまなキャンペーンがあり、私の連載の初回はジェンダー平等にこだわってみたい。ジェンダーの視点はSDGs全体に横断的に必要と

されるものだ。例えば、防災を考える上でも、気候変動の影響で一層頻発する自然災害で女性の方が男性よりも被害を受けやすいのが現状だ。女性は泳ぐというサブバルスキルがなかったり、子どもや家族の面倒を見る役割を担っていたりと、社会的・経済的・政治的に醸成された構造や格差が原因にある。ジェンダーギャップ指数が153カ国中121位にまで低下してしまった日本では、物事を決定する立場になかなか女性が増えない理由として、自ら進んでリーダー的な立場に就こうという女性が少ないことが指摘されるが、ここにも社会が女性に期待するステレオタイプが足かせになっていることがうかがえる。

こうした社会に深く根差したジェンダーロールやステレオタイプを打ち破る上で、メディア、エンターテインメント、広告などの人々の価値観や意識への影響力は計り知れず、役割は大きい。米国の「シーナ・デヒス」メディアにおけるジ

社会に根差す固定観念打ち破る

5 ジェンダー平等を実現しよう



ジェンダーの視点はSDGs全体に横断的に求められる

価値観・意識

メディアの役割大きく

エンダー研究所」は、人口の半分を女性が占めるにもかかわらず、メディアの登場人物、登場人物1人当たりの発話時間ともに女性は男性の半分だと指摘。さらに、子ども向けのテレビコンテンツの中で女性の登場人物は男性の7倍も頻繁に露出度の高い服装で描写される傾向にあり、ジェンダーの固定観念を強めるおそれがあるとしている。メディアで女性が性的対象として描かれることによって少

つとも高い（白人が主演を務める映画の平均78億円に対し、ダブル主演映画は平均約254億円）。ジェンダーの平等性と多様性の視点を導入することはビジネス上も有利なのだと思いついてほしい。

私が所属する国連グローバル・コミュニケーション局では、同局で運営する国連本部のウェブサイトをジェンダーの視点から分析した結果、組織の長や専門家が多くの引用には男性の権威の伴わないと見られがちな立場からの引用には女性が多いと判明。「まず隗より始めよ」で、ジェンダーロールの固定化につながる発信を改めてい

読者の皆さんも足元から始められる具体的なSDGs施策として、ジェンダー平等へのアクションを起していただきたい。

ねもと・かおる 86年（昭61）東大法卒、同年テレビ朝日入社。米コロンビア大学大学院国際関係論修士修了。96年から国連難民高等弁務官事務所（UNHCR）で難民支援活動に従事。世界食糧計画（WFP）広報官、国連UNHCR協会事務局長なども歴任。13年から現職。神戸市出身。