

## 横浜の息子夫婦の家に泊ったら朝から息子が味噌汁を作ってたので

★

男女共同参画のワークショップで、年配の男性が、「男女共同参画推進委員の立場で言うのもなんだけど、息子が朝から味噌汁つくって嫁さんは何もしない、それを見ていてやっぱり情けなかった」などと発言し、聞いていた人が「実はうちも」なんて話の展開になることが、相変わらず、ある。男女の役割＝味噌汁つくる、という程度の語彙しかない状態でワークショップをやっても意味がない。話し合う前に、男性的（女性的）って何をもってそう言うのか、社会的につくられた性とは何か、について語る語彙を豊富に持たせてあげる必要がある。

★★

15種類の飲料（空き缶）や動物（カード）を用い、その飲料や動物の性質やイメージについて、男性的、男性向き（商品）度合いの強いものから順に1～15位の順位付けをするグループ討論を行い、その過程で交わされた会話の中から、「男性的（女性的）」を判断するキーワードを拾い、書きだした。作業したのは、小中高校、大学の先生と大学生。時間は約20分。

飲料から得られたキーワード	動物から得られたキーワード
<p>●缶のデザイン、形</p> <p>①缶の色が黒っぽい、濃いのは男性的</p> <p>②ロゴ、文字の形が丸いと女性的</p> <p>③イラスト、色がかわいらしいのは女性的</p> <p>●味</p> <p>④甘いのは女性的、糖分が多いと女性的</p> <p>●刺激、量</p> <p>⑤カフェインなどの刺激は男性的</p> <p>⑥アルコール度が低いのは女性的</p> <p>⑦量が多いのは男性的</p> <p>●手軽さ</p> <p>⑧トマトジュースは、自分で調理することなく手軽に野菜の栄養を摂取できる。料理をしないという意味で、男性的。</p> <p>⑧若い男性の朝食はカロリーメイト</p> <p>⑨栄養補給食のカロリーメイトは女性的</p> <p>●イメージ形成</p> <p>⑪テレビ広告によりイメージが形成されるCMで誰が飲んでいるかで決まる</p> <p>⑫スポーティなものは男性的</p> <p>⑮単価－高級感や嗜好性が高いと女性的</p> <p>●機能、効能</p> <p>⑬健康志向は女性的（男性も健康志向あり）</p> <p>⑭美容によいのは女性的</p>	<p>●姿、形、態度</p> <p>①体が大きい ②マッチョ</p> <p>③悠然としている ④あわてない</p> <p>⑤やんちゃ、子どもっぽい ⑥無口</p> <p>●社会性</p> <p>⑦働きもの ⑧包容力、なんでも受け止める</p> <p>⑨頼りがい ⑩守る ⑪やさしさ</p> <p>⑫野心 ⑬支配力</p> <p>⑭成長が速く ⑮独り立ちが早い</p> <p>●身体能力</p> <p>⑮強い ⑯パワーがある</p> <p>⑰格闘する ⑱攻撃性がある</p> <p>●その他</p> <p>⑲健康 ⑳肉食系</p>

★★★

順位付け・並べ替えの討論は、語彙を増やすのに適している。作業が単純だし、手を動かすので集中力を保てる。これをやった後で両チームを融合させ、本題に入る。「独り立ち」について、女性の独立ってテレビ的に言うと・・・その特性は何？なんて話の展開が期待される。

ところで、動物カードを用いた「動物チーム」では、見た目の印象、社会通念のようなことを中心に 男性的（女性的）を表す直接的なキーワードが多く出た。これに対し、空き缶を用いた「飲料チーム」では、男性的（女性的）という概念とともに、それをどう表現するか（デザイン）、販売戦略にどのようにつながるか、といったことまで話し合われた。おそらく、飲料チームからは、「支配力」「独り立ち」なんてキーワードは出てくることはなく、動物チームからは、「量」「刺激」「広告によりイメージが形成」なんてキーワードは出てこないだろう。話し合いをさせるとき、発想を促すベース（動物と飲料）の与え方が、いかに大事かが分かる。