

平 9.4. 〇〇

国分館・県民会館
婦人部協議センター



「混合名簿」ってなに?!

時事通信社の官庁速報(平成7年)より



◎男女混合名簿を導入へ

大津市教育委員会は一九九六年度、小・中学校で男女混合名簿を導入していく。男女共同参画社会を目指したもので、導入の是非判断や実施する場合の方法は各小・中学校に任せる。

◎みと女性プランの実施計画を策定

水戸市は、男女共生社会を目指して一月に策定した女性行動計画「みと等ハンドブック」などの手引の作成④男女混合名簿導入の検討⑤事業主向け

◎小・中学校の名簿を男女混合型に

松江市は四月から、市立幼稚園と小・中学校の名簿を男女別から両性混合型に改める。

◎小学校の名簿を男女混合型に

富山県高岡市(十七万三千七百人)は四月から、市内二十六の全市立小
学校で、出席簿や児童名簿などを男女別から混合型に改めた。子供のこ
から男女対等意識を持たせる狙いで、自治体全域での導入は県内で初めて。
出欠確認に使う出席簿、保護者や住所、電話番号を記載した各家庭に配
る児童名簿、クラス分けの発表で張り出す学級編成名簿のすべてを氏名の
五十音順とする。

早いところでは10年ほど前から、特に最近になって全国各地の自治体で実施され始めた。ねらいは、男・女の児童生徒両性に向けた意識改革だ。多くの自治体は、今「男女共同参画社会」へあけて行動計画を策定しつつあるが、教育委員会が「学校」に目を向けはじめたことは画期的でよろこばしい。

戦後の教育は一応男女共学にはなったが、中味は、60年代の祖父母時代と今の幼稚園・保育所の孫時代と少しも変えていない。順番は男が先だし、遠足や見学で女が先に行かされるのは皆無でありましょう。で、何回教育改革をし、個性時代と斗いでも、かわりばえのない日本人が育っていくことになります。この、男女を問わず「アイウエオ順」にかきこまれる「混合名簿」は、もしかしたら「何でも男が先」と思いこんで疑わない男たち(セビ子からオヤサンまで)の「目からウロコ」になるかも知れませんね。

文部省が変わった!

(92年4月からの新・指導要録の手引き)

- 2 学級・整理番号の欄
- 整理番号の欄の番号はそれぞれの学校が整理しやすい記入方法を工夫して記入する。

学校が変わった!

横浜市立足立光生教育長は三日の市会本会議で男女平等の観点から市内の小学校八校、中学校一校で卒業生台帳が、男女混合名簿となり、卒業証書授与も混合で行われることを明らかにした。市教委の中島五郎氏(泉区)の質問に答えた。

男女混合名簿にしたのは、港南区の松岡、永谷小学校など八校と旭区の旭中学校。

男女混合名簿を採用 卒業証書の授与でも

小学校教師

(4年担任/女性)

無理に男女で分けていた頃に比べて、事務処理の能率が上がった。何より、男は成績が低いとか、女は運動はだめだとか考えなくなってきた。大騒ぎや喧嘩が減り、男女が仲良くなったと思う。

中学校教師(2年担任/女性)

クラスで使うものは混合にしている。日頃から差別の問題について話しているせい、生徒はそれが当たり前として、すんなり受け入れた。

小学校教師(6年担任/男性)

混合名簿にしてみても、性別で子どもを見なくなった。また、一目でクラスの状況がわかるようになった。

イヤなことはイヤ!といたら

3社から

こんなお返事が
かえってきました。



肌の露出度高く 批判も殺到

「ポスターを手に入りたい」「女性への裸体教育問題がある」「肌の露出度が高い大塚の広告が、あんなに裸体教育問題がある」「ポスターを手に入りたい」「女性への裸体教育問題がある」「肌の露出度が高い大塚の広告が、あんなに裸体教育問題がある」

三社の返事について
「ばってん・うーまんの会」からの要請
の「広告局」は両性の審査員で
構成されるべきこと

拝啓 弊社長崎支局でお預かりしました「ばってん・うーまんの会」殿からの抗議文に対し、広告部門を代表してお返事をさせていただきます。まず、新聞に掲載される広告は広告主が費用を負担して、直接新聞記者に語りかけるもので、新聞記者が編集方針にもとづいて掲載する編集記事とは、おのずから異なる基準があります。日本経済新聞では、日本新聞協会が制定した新聞広告倫理綱領に加えて日本経済新聞社広告掲載基準を定めて、申し込まれた広告が掲載にふさわしいかどうかの判断をしております。広告は、それが読者に著しい不利益をもたらすものでない限りは、広告主の責任において自由に掲載されるべきです。これは表現の自由の観点から尊重されるべき原則です。

この広告倫理綱領及び日本経済新聞社広告掲載基準においては、「広告内容に関する責任は一切広告主にある」という原則を明記して、お預かりした広告の内容については、広告主が責任をもって対処すべきことを確認しております。広告は重要な企業活動の一部であり、それに制約を加えることは必要最小限に止めるべきです。一方、表現の自由は、社会的または歴史的な制約を免れません。その枠組みは社会の変化とともに変わっていきまます。たとえば、新聞広告の素材として、これまで扱われていなかった病弱とか死などが扱われるようになって、それがまた読者に受け入れられるようになってきました。人間の身体についても、それが男性か女性か、あるいは裸か服を着ているかに関係なく、それ自身が美しく、魅力あるメディアとして最大の訴求効果をもっていることから、それをどう扱うかは広告制作者にとって大きな課題です。ご指摘の広告については、載いた抗議文のような考え方があるにしても、広告主が自らの責任において、自社の企業イメージ、商品イメージを踏まえて制作したもので、弊社の広告局は、この広告表現は、現在社会通念上、許容される範囲であると判断いたしました。少なくとも日本経済新聞社の読者には、この広告掲載を理解いただけるものと考えます。広告が社会に許容されるものかどうかは、最終的には読者の判断に委ねることになります。すべての広告表現がすべての読者に好ましい表現であるとは限りません。いろいろな考え方があろうし、あつていいと考えます。こういう議論を経て広告文化が高められていくことを期待します。以上の理由により、抗議文に記されている謝罪およびこの広告の撤回はいたしません。ご意見を広告主ならびに広告制作者にお伝えいたします。

一九九六年十二月二十四日

ばってん・うーまんの会 敬具

日本経済新聞社
広告局長 梅田 重秋

ばってん・うーまんの会 事務局 様

1996年12月20日

朝日新聞東京本社

広告局 審査課

謹啓 当社西部本社長崎支局宛ての手紙を拝読いたしました。

お問い合わせのご質問につきまして、ご返事申し上げます。まずは、新聞広告の基本的な性格についてご理解いただきたく存じます。本来、記事と広告とはその目的、機能を全く異にするものです。広告は、広告主自身が制作し、新聞社が有料で提供するスペースを自由に活用して行うPR活動ですから、広告内容に関する責任は広告主にあります。広告の真意や意図は結局のところ、広告主のみが知るところであり、新聞社は到底知りえる立場にはありません。

しかしながら、それが違法なものであったり、読者に直接被害を与えるような社会的に容認できない広告は、排除しなければなりません。そのため弊社では、独自に広告掲載基準を定めており、実態、内容が不明確なものはお断りしております。広告表示につきましても、露骨な性描写、誇大な表現や事実誤認をもたらすような表示は、訂正をもとめております。

今回の広告については、弊社広告掲載基準に照らして問題ないと判断し、掲載いたしました。紙面への多角的なご指摘は常に謙虚に受け止め、品位ある紙面作りに努めたいと思います。

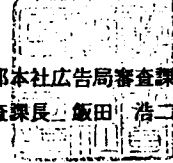
今後も末永く弊紙をご愛読賜れば幸甚に存じます。

敬具

平成8年12月24日

ばってん・うーまんの会
津田 尚美様

読売新聞西部本社広告局審査課
審査課長 飯田 浩二



飯田

前略 平素は弊紙をご愛読いただきありがとうございます。文書拝見させていただきました。

さて、ご指摘のありました広告の件ですが、掲載に当たりましては読売新聞社で新聞広告掲載基準に照らし慎重に検討し、さらに社内でも検討を加え総合的に判断の上、掲載したものです。

しかし、読者の皆様のなかには、ご指摘のような意見もあることを十分認識し、今後の広告審査作業に生かしていきたいと考えております。

貴重なご意見ありがとうございました。

敬 具

「男の友だちに、男の裸の広告ってほとんど無いじゃないっていうと、男が男の裸をみてもつまらないよ」という。
「じゃ、女が女の裸をみるのはつまらないの？」しかも、こんな形で？
「働く男のマーク」ってなってるけれど、働く女がたくえんすることを忘れないでね……。」