

国際協力NGOのネット広告にみるジェンダー表象

——ポストフェミニズムと結託する植民地主義

近藤 凜太郎*

本論は、公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパンがネット上で展開する広報活動を事例として、日本社会に流通するジェンダー化された「第三世界」表象の意味作用を明らかにするものである。

英語圏の批判的なメディア研究では、開発にかかわる諸アクターが生み出す「第三世界」表象に注目が集まっており、それらが人種やジェンダーのステレオタイプを組み込みながらグローバルな資本主義体制の維持に貢献していることが指摘されてきた。だが、日本での研究の蓄積はいまだ不十分である。本論では、日本を代表する国際協力NGOのひとつであるプラン・インターナショナル・ジャパンが公開した3本のYouTube CMを分析する。その作業を通じて、これらのCMが、家父長制を想像上の「第三世界」空間へと外部化することで日本社会を女性抑圧とは無縁の空間として浄化し、その植民地主義的まなざしによってポストフェミニズム的感性を強化していることを示す。

キーワード：表象、国際協力、開発、植民地主義、ポストフェミニズム

1. 問題設定

本論は、公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン（以下、プランと表記）がネット上で展開する広報活動を事例として、日本社会に流通するジェンダー化された「第三世界」¹表象の意味作用を明らかにするものである。表象（representation）とは、文字や映像や音声などの記号による意味生産の活動全般を指すが、本論ではそれが人種やジェンダーをめぐる差異の有標化を通じて権力の作用と結びつく様相に着目する（Hall ed. 1997）。

エドワード・サイード（Edward Said）の『オリエンタリズム』（1978=1986）以降、「文明／野蛮」を分かちことで侵略や征服を正当化する植民地主義言説の作用に注目が集まるようになった。第2次大戦後の国際開発を駆動する言説もまた、形を変えながら同様の作用を引き継いでいる。紛争・貧困・食糧危機といった開発課題は、グローバルな

収奪構造から引き離され、「第三世界」に内在する無秩序や後進性の表れとみなされてきた（Escobar 1995=2022）。旧植民地の多くが政治的独立を果たしてもなお、植民地主義言説の作用は開発を定義づける発展段階論的思考様式に正当性を付与している。「第三世界」フェミニズムの先駆として知られるチャンドラー・タルパデー・モーハンティ（Chandra Talpade Mohanty 2003=2012）は、「第三世界」に対する植民地主義的まなざしからの脱却こそ、トランスナショナルなフェミニズムの連帯に向けて避けられない課題だと主張する。

こうした理論的系譜を背景に、英語圏の批判的なメディア研究で近年注目を集めているのが、開発にかかわる諸アクター（国連機関、政府系機関、財団、NGOなど）が産出する「第三世界」表象である。これらのアクターの活動は、「第三世界」各地のフィールドで完結するのではない。事業の継続と財政基盤の安定には資金収集のための広報が

* 大阪大学大学院

不可欠となる。「第三世界」における開発実践は、ゆたかな「第一世界」に向けた表象実践なくして存立しえないのである。表象実践の産物としての寄付広告では、支援対象とされる「第三世界」の人びとの姿が写真やストーリーの形式で反復的に呈示される。ゴミ山を漁るスラムの少年、紛争で故郷を追われる母親と乳児、児童婚の慣習によって教育機会を阻まれる少女……。これら無数の広告は、単に資金獲得手段となるだけではなく、人種やジェンダーをめぐる差異を構築しながら定型的な「第三世界」像を生成する。それにより、グローバルな収奪構造にもとづく「第三世界／第一世界」の不均衡な関係が再生産されていく。

一連の研究でまず批判されてきたのは、「第三世界」の人びとを無力な存在として描く「犠牲者」的表象である (Johnson 2011; Lamers 2005 など)。1960年代のピアフラ危機における飢餓の表象に代表されるように、無垢で脆弱な子どもの写真は「第一世界」主導の保護や介入への合意を調達する。同様に、貧しい母子像の氾濫は、彼女らを扶養する父親の不在を暗示し、援助を従順に受け入れる理想的な受益者像を構築する。だが、現在流通する「第三世界」表象はそうした受動的人物像ばかりではない。1984年のエチオピア飢饉の際、アフリカへの偏見を助長する映像が大量に流通したことへの批判が高まり、広報活動の倫理に関する議論が活発化した。結果として、明るい笑顔で自己実現や経済的自立を遂げる「ポジティブ」な人物像が意識的に使われるようになる² (Lidchi 2015)。しかし、いまや「犠牲者」的表象と並んで新たな定型と化した「ポジティブ」な「第三世界」像もまた、新自由主義の時代状況と共振するがゆえに批判の対象となる。例えば、市場に有用な労働を通じて貧困を克服する女性像は、新自由主義が求めるフレキシブルな労働力形態に親和的であり、「犠牲者」的表象とは別の形で主流の開発政策を補強してしまう (Wilson 2011)。2000年代後半の世界金融危機以降は、ナイキ財団の「ガール・エフェクト」キャンペーン³を契機に、「女の子への投資」を呼びかける開発言説が広範に流通する

ようになる (Koffman and Gill 2013; Switzer 2013 など)。就学促進や収入向上によって少女たちを抑圧的慣習から解き放つことで貧困削減や出生率低下や栄養改善を見込めるという楽観的言説が、国連機関・世界銀行・多国籍企業・国際NGOのキャンペーンを通じて主流化していく。貧困の連鎖を断ち切る魅力的な「解決策」として「第三世界」の少女たちを称揚する言説は、一見すると「女性のエンパワメント」を促進するかのような「ポジティブ」な様相を呈している。しかしそれは、ジェンダー平等を「スマート・エコノミクス」と称して収益性の観点から定義してきた世界銀行に代表されるように、性差別の是正や収奪構造の変革を先延ばしにする新自由主義的開発政策を背景にもつ。事実、「女の子への投資」の呼びかけは、女性は男性に比べて収入を子どもや地域共同体の福祉向上に使うという見通しの下、効率的な貧困削減のために性別分業を手段化する論理を強固に内包している (MacDonald 2016)。

本論は、こうした批判的見解に共鳴しつつ、日本の国際協力の文脈で知見を深めることを目指す。敗戦後日本は、開発独裁政権下のアジア諸国に多額のODAを投下して企業進出の足場を整備し、経済大国化の道を歩んだ。「第三世界」の安価な女性労働力から莫大な利潤を収奪する男性中心の開発援助体制 (松井 1990) の変革は、冷戦終結後の現代もなお、日本社会に課せられた大きな課題である。この歴史的局面において、国際協力組織が生み出す「第三世界」表象をいかに読み解くかということは、日本でも西欧諸国と同様に、ジェンダー研究がとりくむべき重大な問題領域をなしているが、具体的な素材をとりあげた経験的分析の蓄積は不十分である。数少ない例外として三宅隆史 (2020) は、日本の主要な国際協力NGOのウェブサイトにおける途上国イメージを検証している。三宅は、大半のNGOが途上国の人びとを「希望を失った存在」ではなく「尊厳ある人間」として扱っていることを示し、広報活動の倫理規範が遵守されていることを高く評価する。この知見は、「犠牲者」的表象から「ポジティブ」な表象

への相対的シフトが日本でも観察されることを裏づける点で示唆に富む一方、倫理的正当性の次元に重点を置くあまり、「ポジティブ」な表象にも通底する政治的意味作用の問題を曖昧にしている。

本論では、ポストフェミニズム論の視点(第IV節にて詳述)からプランの表象実践を分析する作業を通じて、人種やジェンダーにかかわる「第三世界」表象の意味作用を読み解いていく。この作業は、「第三世界」への植民地主義的なまなざしを改めて問い直すとともに、トランスナショナルなフェミニズムの連帯を築いていくうえで重要な示唆をもたらすはずである。

II. 分析の対象

イギリスに本部を置く国際NGOプラン・インターナショナルは、ナイキ財団や世界銀行と並んで「女の子への投資」を推進してきた有力なアクターのひとつである。2009年発行の「世界ガールズ・レポート」には、同年の世界経済フォーラムで「女の子への投資」が重要な開発アジェンダとなった流れを汲んで世界銀行役員の発言が掲載され、「女の子は本気だ／ビジネスになる girls mean business」といった表現が並んだ(Chant 2016)。2011年にはBecause I am a Girlという大規模なキャンペーンを開始している。

プラン・インターナショナルの日本事務局として1983年に発足したプランは、2011年に内閣府から公益財団法人の認可を受けるなど、日本を代表するNGOのひとつとして国際協力の分野をリードしている。現在は、「子どもの権利が守られ、女の子が差別されない公正な社会を実現する」という目標を掲げ、アジア・アフリカ・中南米の各地で精力的に支援活動を展開している。本部の方針と連動して2009年から「女の子」を対象としたプロジェクトや国内広報に注力するようになり、ウェブサイト上では「差別や偏見のため機会を奪われている女の子の『生きていく力』を育むことこそが、世界をより良くする近道」だとし、

女子の就学継続や児童婚減少が収入増加・妊産婦死亡率減少・慣習撤廃につながるというデータを紹介して支援を募っている⁴。活動分野は、児童婚や女性性器切除といった慣習の撤廃、少数民族や障害をもつ子どもの教育支援、職業訓練や起業支援等の収入向上プロジェクトなど多岐にわたる。外務省やジャパン・プラットフォームなどの政府系機関や大企業との連携も盛んに行われている。本論の関心からすると、広報の積極性には特に目を引くものがある。鉄道や駅構内、ネット上の広告のみならず、YouTubeチャンネルの動画、各種出版物の発行、さらに2022年から2年連続でACジャパン(公共広告機構)とタイアップした広告を発信するなど、多数の市民の目に触れるPR戦略を次々と打ち出している。事業規模の大きさ、政府や大企業との連携を通じたステータスの正統性、広報の影響力など、あらゆる点で本論の問題意識に適合した事例であり、ジェンダーにかかわる開発課題のイメージを流通させるうえでも突出した役割を担っているといえる。

分析素材は3本のYouTube CMである。いずれもキャンペーン特設サイトと連動したメッセージ性の強いCMである点に特徴がある。1本目は「遠い国の女の子の親になる」(以下、CM1と表記)と題された1分24秒のCMで(2021年1月17日取得、2019年3月キャンペーン開始)、チャイルド・スポンサーシップの支援者を「親」と名づけて寄付を募る広告である。2022年には同キャンペーンのポスターがグッドデザイン賞を受賞した。2本目は「いま、この世界で、命を落とす理由が女の子だからなんて、あってはいけない。」(CM2と表記)と題された1分38秒のCMで(2022年4月2日取得、2022年3月キャンペーン開始)、若い女性が国際協力の意義を知っていく様子を描いた広告である。3本目は「まだ子どもなのに、母になる女の子たちがいます。」(CM3と表記)と題された58秒のCMで(2022年7月19日取得、2022年7月キャンペーン開始)、児童婚撲滅を訴える広告である。なお、CM3の短縮版(30秒)はACの無償提供枠広告としてテレビでも放映された⁵。

広告は資本主義社会の避けがたい一部として浸透しており、誰もがその影響から逃れることは難しい (Williamson 1978=1985)。今回取り上げるCMも、視聴者の意思とは無関係に動画の冒頭や途中に挿入される点で、ブランの多角的な広報活動のなかでも特に広範な層に波及する素材と考えられる⁶。なお、YouTube CMは視聴履歴やサイト閲覧履歴をもとにアルゴリズムにしたがって選定されるため、理屈上は国際協力やチャリティに関心の高いユーザーほど頻繁に目にしていると予想される。だが、配信時期も含めて、特定のCMの視聴者の属性や呈示回数を厳密に把握することはできない。この点は本論の限界である。

III. 分析の方法 ——記号学的表象分析

以下では、ロラン・バルト (Roland Barthes 1964=2005) に代表される記号学的表象分析の伝統をふまえつつ、記述的次元における字義通りの意味としての外示 (denotation) と、社会的に流通する意味の体系が外示と結びつくことで二次的次元に生じる共示 (connotation) との恣意的結合を読み解く。特に、人種やジェンダーなど権力関係にもとづく差異が記号の作用を通じていかに構築されるかという点に注目する (Rose 2012: 109)。その際、言語情報 (文字テロップやナレーション) のみが記号的意味作用を帯びるという前提に立つのではなく、マルチモダリティ分析 (Kress & van Leeuwen 2001) の方針にしたがって複数のモードの集積体としてCMテキストを捉える。マルチモダリティ分析をテレビニュースに応用した伊藤守は、「モード」の概念を「ニュース・テキストを構成している諸記号の、言語的、映像的、音響的な様態」と定義したうえで、「ニュースのなかの言語は、音声言語のみならず映像や音声や音響そして文字という、複数のマテリアルな特性を帯びた媒体の意味作用との相互関係のうちに織り込まれている」と述べる (伊藤 2006: 34)。YouTube CMを分析対象とする本論もこれにならい、非言語的表現

の共示の意味を言語的表現が固定するという一方的関係ではなく、映像や音楽・音響も含めた相互に自律的な複数のモードが節合されることで意味作用が生じるという見方をとる。

ただし、岡井崇之 (2004) が指摘するように、分析過程ですべてのモードを網羅的に対象に含めることは原理的に不可能であり、分析対象となるモードの範囲は分析者がその都度措定する必要がある。さしあたり本論では、テレビの広告表現を、文字や語りなどによる「言語的メッセージ」と映像や音響による「象徴的メッセージ」の組合せと捉えた内田隆三 (1997) の議論を援用して、テロップ (言語的視覚表現)、ナレーション／語り (言語的聴覚表現)、映像 (象徴的視覚表現)、音楽・音響 (象徴的聴覚表現) という4つのモードに着目して分析を進める。具体的には、ショットの切り換えごとに上記4項目を整理した進行表を作成したうえで、モードどうしの結びつきによる意味作用の表出を読解した。

IV. 分析の視点 ——ポストフェミニズム論

モーハンティ (2003=2012) は、白人フェミニストによる国際開発論を読解した有名な論文で、伝統的慣習に縛られた「犠牲者」として均質化される「第三世界」の女性像は、高学歴かつ近代的で自己決定の自由があるという白人女性の暗黙の自己像と対をなすものだと指摘する。国際協力NGOの表象実践をみる本論でも同様に、描かれた「第三世界」像の背後にどのような「第一世界」の自己像が忍び込んでいるかが重要な論点となる。この点を深めるうえで先行研究の多くが参照してきたのが、ポストフェミニズムをめぐる議論である。ここでいうポストフェミニズムとは、何らかの政治的な主義主張ではなく、フェミニスト研究の批判的な分析対象となる歴史的に固有な時代状況を指す概念である (Gill 2017; McRobbie 2008; 田中 2012)。具体的には、「ジェンダー平等はすでに達成済みであるため、いまやフェミニズ

ムの闘争は不要である」という感覚が広範に浸透した時代状況を指す。

オフラ・コフマン (Ofra Koffman) と ロザリンド・ギル (Rosalind Gill) は、「女の子への投資」言説が流通する背景には西欧社会のポストフェミニズム状況があると論じている (Koffman and Gill 2013)。ポストフェミニズムの下では、個人主義的競争や経済的自立を肯定する資本主義に親和的なフェミニズムの側面が称揚される一方、集団的な運動や思想形成を通じて社会変革を要求する闘争的側面は否認される。「女の子への投資」言説は、家父長制が作用する場を「第三世界」に限定し、対照的に「第一世界」の少女を「エンパワー」された存在と描くことで、このポストフェミニズムの両義的性格を下支えする。これにより、性差別から解放された自由な「第一世界」と、家父長制文化に束縛された「第三世界」という区分にもとづき、恵まれない「姉妹sister」たちへの植民地主義的な救済幻想が喚起される。コフマンとギルによれば、その救済幻想はミSSIONナリーの救済イデオロギーの単純な反復ではなく、ポストフェミニズムのガール・パワー文化と結合した新しい言説様式をとる。ライオット・ガールに象徴される反体制的なガール・パワーのムーブメントが消費主義に取り込まれるなかで、自由を謳歌する輝かしい少女像が前景化するようになる。「女の子への投資」言説は、こうしたポピュラー文化を背景としながら、「女の子」であることの誇りを「第三世界」の少女たちにも拡張することを呼びかけているというのである。

この見方に着想を得て本論では、「女の子への投資」を呼びかけるプランの表象実践がいかに日本のポストフェミニズム状況と結びつくのかを考察したい。以下、次節ではCMテキストの分析から、「第三世界」の女性抑圧が日本社会から切り離されて描かれていることを示し、第VI節では、「日本のポストフェミニズム」を考察した菊地夏野 (2019) の議論を補助線としつつ、そうした表象実践とポストフェミニズムとの関係を探る。なお、以下の記述では映像中のテロップの引用を

「ゴシック体」で示し、ナレーション／語りの引用を「下線」で示す。テロップと同じ言葉をナレーション／語りでも読み上げる場合は「ゴシック体に下線」で表記する。

V. YouTube CM映像の分析

1. 家族の一体性への囲い込み——「親になる」

CM1の冒頭、ひとりの女性の顔が映され、こちらを直視して「知ってください」と呼びかける。直後、女性の顔の上に「私の娘は、10歳で見知らぬ男と結婚させられる。」というピンク色のテロップが表示され (図1)、高い音階のピアノサウンドが響く (以後、スローテンポの音楽がエンディングまで続く)。続いて同様に、男性→女性→男性の順に人の顔が映され、「知ってください」という呼びかけのあとにそれぞれ「私の娘は、家事労働で学校へ行くことを許されない。」「私の娘は、生理になると隔離小屋に閉じ込められる。」「私の娘は、貧しい家計を助けるために売られていく。」というテロップが重ねて表示される。

「知ってください」と命令されたオーディエンスは、何か自分の「知らない」知識を教授されることを予期する。ここに一瞬の緊張が生じ、注意がテロップに引きつけられる。テロップは「私の娘は」という同一主語で始まる短文を4回反復する。もし仮にこれらのセンテンスがすぐさま腑に落ちる当然の内容ならば、「知ってください」という命令文と齟齬が生じ、広告表現としての意味を喪



図1 CM1「親になる」 00:04 (カラー映像)
(プランYouTube CMより抜粋。以下、同様)

失する。これを広告表現として成立させるのは、オーディエンスの思考に違和感を生じさせるレトリックの機能である。その違和感の根拠は、主部と述部のあいだの論理的なズレにある。「私の娘は」という主部に通常フィットしない叙述が述部に接続されることで、論理的な不整合が生じ意外性が喚起される。疑問を膨らませたオーディエンスは、不整合を解消するために読解への参与を余儀なくされ、CMの推移を注視せざるをえなくなる。だが同時に、このレトリックが成立するには、これらの短文に違和感を抱かせる規範が予め社会的に共有されていなければならない。つまり、述部に描写される事象が身近には存在しないはずだという日本社会の「常識」が前提として織り込まれているのである。加えていえば、このレトリックは言語表現（テロップと語り）だけで成立しているのではない。男女4人のモデルは、「日本人」とみなして違和感のない容貌の人物である必要がある。日本生まれ・日本国籍・日本語話者であっても、例えば「黒人」や「白人」とみなされる容貌の人物が同じ発話をする場合、全く違った印象を与える映像となり、共示的意味が拡散する。また、呼びかけは「標準」的な日本語の発音とイントネーションでなされる必要があり、方言や外国語の訛りを感じさせてはならない。このように、言語表現によるレトリックが人物の視覚的イメージや発話の音声的特質と相互に結びつくことでひとつの記号的意味作用として結晶化し、「娘」に関心を寄せる「日本人」共同体が立ち上げられていく。

続くシーンでは、無地の背景に「世界には、女の子として生まれてきただけで、「NO」と言われる国がある。」というテロップが表示されたあと、3枚の静止画像（地面にかがんで水を移しかえる少女、木材を運ぶ2人の少女、ベッドに腰掛ける少女）が順に映される。すると画面は再び無地の背景に戻って「その国は遠い。」と表示し、3枚の静止画像（巻きタバコを作る少女と母親、同様に巻きタバコを作る4人の少女と女性、水の入った容器を運ぶ2人の少女）を映したあと、もう一度無地の背景に戻って「でも、支えることであなた

は彼女たちの「親」になることはできる。」というメッセージを呈示する。冒頭シーンで「日本人」共同体の一員とされたオーディエンスにとって、「女の子として生まれてきただけで、「NO」と言われる国」に日本が含まれないことは自明である。「その国は遠い。」というテロップは、少女たちが物理的・心理的に疎遠な存在であることを印象づける。ところが、「でも、支えることであなたは彼女たちの「親」になることはできる。」と呼びかけられた瞬間、「遠い国」に住む少女たちの「親」となる資格が突然オーディエンスに付与される。疎遠な存在であった少女たちが「娘」となって近くに吸い寄せられる。こうしてCMは、「第三世界」の少女と日本の支援者のあいだの深い懸隔をいったん強調したうえで、それを一挙に超越する言説的資源として家族の親密な絆のイメージをもちこみ、両者の関係を理想化する。

続く場面では、「遠い国の女の子の、親になりました。」というテロップの背後に再び男女4人のモデルが登場し、喜びの証とも慈愛の表現ともとれる微笑みを浮かべる。次に画面はにっこりと笑みを浮かべてこちらをみる少女の静止画像に切り換わり、画面下部には短く「育もう。」というテロップが表示される（図2）。続いて、同じく笑顔の少女を映した2枚の静止画像に「彼女たちが自分で人生を切り開く力を。」「未来を変える可能性を。」というテロップを表示したあと、「1日100円の支援で、女の子の親になりませんか。」という寄付の呼びかけがあり、プランのロゴが入った画面が挿入されてCMが終わる。この終盤のシーンで際



図2 CM1「親になる」 01:08 (カラー映像)

立つのは、「親」と「娘」の非対称性だ。動く映像を介して自らの意思で声を発する4人の「親」とは対照的に、「第三世界」の「娘」は静止画像のなかで終始フリーズして声を発することがない。それでいて笑顔を忘れず、オーディエンスに敵対的な表情を向けることもない。「親」が注ぐ愛と献身に対して、「娘」は従順と感謝を証す笑顔でその恩に報いる。いうまでもなくこれは国際協力の理想的な受益者像に重なる。良心的に施される「第一世界」主導のプロジェクトに対して「第三世界」の少女は純粋に謝意を表明する。

かつてバルト(1957=2005)は、「人間家族」展⁷における人類共同体の表象を批判的に論じた。同写真展は家族形成を人類共通の「自然」な本性と措定して、植民地支配による労働力の質的差異を普遍的ヒューマニズムの名の下に抹消したのだった。本CMは、このヒューマニズム的な家族のメタファーを、「第三世界」の少女と日本の支援者を接近させるツールとして流用する。家族の一体性のイメージを遮蔽幕として、両者を隔てるグローバル資本主義の搾取構造は隠蔽される。このとき、現実世界で少女たちをケアする地域共同体の成員は登場せず存在を曖昧にされることで暗に、前近代的慣習を押しつける元凶として悪魔化される。対して日本の支援者は、人格的に優れた正統な保護者の位置を占める。ここでは、「自分で人生を切り開く力」を少女たちに与え「未来を変える可能性」を育むという、それ自体はフェミニスト的といえるメッセージが、その適用範囲を抽象的な「第三世界」空間に限定されている。資本主義世界経済の中核において近代家族がもたらす抑圧は看過され、むしろその情緒的結合のイデオロギーを存分に利用しながら「第三世界」の少女を異性愛家族の内側へと囲い込む。表面上はフェミニズムを肯定しつつ、実際には日本社会の女性抑圧を温存する点で、まぎれもなくポストフェミニズム状況を強化しているといえる。

2. 労働と貧困の隠蔽——「いま、この世界で」

CM2は、「日本人」とみられるひとりの若い女

性の映像で始まる。「その国では、女の子の命は軽いと知った」という女声ナレーションがかぶせられ、同じセンテンスが白色のテロップで女性の顔に重ねて表示される。この冒頭場面は、先にみたCM1とはいくつかの点で対照的だ。CM1では、4人のモデルがこちらを直視して、いくぶん威圧的な命令口調で「知ってください」と迫る。このとき彼女／彼らはすでに何かを「知っている」人間として、つまり予め一定量の知識を保有する主体としてふるまう。呼びかけられたオーディエンスは無知を咎められる。対してCM2では、登場人物とオーディエンスのあいだにこうした位階はもちこまれない。画面左方をやや下向きにみつめる女性の視線は弱々しく、表情は不安げである。「その国では、……知った」という言明は、白いブラウスの清純無垢なイメージも相まって、この女性がごく最近になって知識を得たばかりであり、それゆえ「知らない」状態ともいまだ地続きの、未熟さを伴った段階にあることを暗示する。また、語りがモデル自身の口から発せられていたCM1と異なり、ここでは映像外から差し込まれたナレーションがテロップとともに女性の内面を代弁しており、直接の呼びかけではないぶん、オーディエンスへの圧力は弱められる。これら複数の効果を通じてCM2の女性主人公は、CM1の「親」たちのように他者を導く模範的人物ではなく、純朴な少女の立ち位置を付与される。

ここから場面は、「第三世界」の少女たちの描写へと向かう。ブラックバースト(真っ黒の画面)が挿入されて場面移行が予告されたあと、スローテンポで重い曲調のピアノサウンドをバックに、4枚のモノトーン静止画像がゆっくりと順に呈示され、そこにテロップが重ねられていく。画像は、薪を背負って運ぶ2人の少女、地べたで洗濯をする少女(図3)、幼い子どもを抱く母親、乳幼児を抱き虚ろな目で虚空をみつめる母親を映し、それぞれに「女の子は病気になっても後回しにされる。」「虐げられ、自分の意見すら言えない。」「10代で結婚させられ、妊娠・出産や暴力で命の危険にさらされる。」「支援を始めてみて知ったのは、



図3 CM2「いま、この世界で」 00:10 (モノクロ映像)

想像を超える現実だった。」という文字が重なる。このパートは、無力な「犠牲者」として「第三世界」の人びとを描く表象の典型例といえる。だが、ここからCMはトーンを一変させる。開始23秒付近で音楽が途切れ、画面は日本人女性のクローズアップに戻る。直後、ドーンという低い破裂音が鳴ると同時に、閉じていた女性の口元が何かにつと気づいたようにわずかに開く。続いて「いま、この世界で、命を落とす理由が女の子だからなんて、あってはいけない。」というテロップとナレーションが挿入され、これを合図に弦楽器とピアノの混合した明るいアップテンポの曲が始まり、音楽はそのまま終盤にかけて音量を上げていく。これ以降、映像はすべてカラーとなり、鮮やかな色彩の静止画像と動く映像が次々に切り換わる。本を腕に抱える制服の少女、ミシンを動かす若い女性、自然のなかを駆け回る子どもたち、大縄跳びやサッカーをして体を動かす少女たちなど、躍動感に溢れる映像が続く。映像の切り換え速度も大きく変化している。前半(開始～31秒まで)は6個のショットから成るのに対し、後半(31秒～エンディング1分38秒)は35個であり、時間あたりのショット数が大幅に増加する。後半は、短いショットの連続が音響効果と組み合わせることで全体の疾走感を高めている。この合間にも、画面はたびたび女性主人公のもとに戻り、「私のいる、この世界が変わっていくんだ。」「遠かった国が近づいていく。」といったテロップがこの女性の意識変容を言語化する。このように本CMは、「犠牲者」的状态に置かれた少女たちが「ポジティブ」な



図4 CM2「いま、この世界で」 01:06 (カラー映像)

主体へとドラスティックに変貌していく道筋と、日本の若い女性が支援の意義に気づいていく様子を、映像と音響の効果を駆使しながら鮮やかに伝えている。

しかし見逃せないのは、「私のいる、この世界が変わっていく」ことに主人公が思い至るとき、その「変わっていく」世界とは、世界全体ではなく「第三世界」のみを指しているということだ。というのも、この女性が生活する周囲の物質的環境、すなわち澄んだ青空と都会のビル群に象徴されるゆたかな世界のありようは、開始からエンディングまで一切変化することがない(図4)。反対に、CM前半でモノトーンの静止画像を背景に描写される「第三世界」の状況は、それとは本質的に相容れないものとして視覚化されている。「いま、この世界で、命を落とす理由が女の子だからなんて、あってはいけない。」というフレーズは、それ自体としてはたしかに、女性に対する暴力やフェミサイドに抗議するスローガンとしても通用しうる。だがここでは、映像効果によってその適用範囲が「第三世界」のみに限定されており、いまだ多くの女性がDVや性暴力によって命を脅かされている日本の現実が浮かび上がってこない。日本の女性は、純朴なまま闘わずして安全に都市的ライフスタイルを謳歌できるかのように描かれ、それゆえずでに「解放」された存在として構築されている。そこにフェミニズムが必要とされる余地はない。フェミニスト的スローガンの及ぶ圏域を「第三世界」に縮減するポストフェミニズム的表象空間においては、「遠かった国が近づいていく。」という

認識もまた、すでに「解放」された自己像を中心にすえて後進的な文化圏を発見する植民地主義的なまなごしに接近していく。

「第三世界」の家父長制と「第一世界」の都市生活の本質的差異化は、女性労働のグローバルな連鎖構造が消去されていることにも由来する。河野真太郎(2017)によれば、ポストフェミニズムの文化は、エリート女性の躍進を称賛する一方、それを支える大多数の女性の不安定就労を覆い隠す。本CMの主人公は、エリート女性ではなく未熟な少女的存在として描かれているが、ゆたかな生活を支える労働と貧困の現実が捨象されている点で河野の議論と共通する。都市生活に不可欠なあらゆる低賃金・不払い労働(接客・サービス業、清掃業、家事・育児・介護など)、そして「第一世界」の大衆消費を支える「第三世界」オフショア工場の搾取労働や商品作物生産労働(Sassen 1998=2004)などは一切描かれない。終盤に登場する「そうか、支援って世界と繋がることなんだ。」という気づきは、それまで断絶していた複数の異質な世界が、「第一世界」の支援によってはじめてひとつに繋がるのだという認識を暗に示している。だが現実には、不可視化された無数の労働の連鎖を通じてすでに世界は相互依存を深めている。その意味で本CMは、労働と貧困を隠蔽するポストフェミニズムの文化が植民地主義的世界観と絡みながら顕在化したテキストなのである。

3. 逸脱を取り締まる児童婚表象

——「まだ子どもなのに」

CM3は、淋しげなピアノサウンドの音楽をバックに、赤いスカーフで頭部を覆った女性が小さな子どもを抱きかかえている静止画像から始まる。ここに重ねて「まだ子どもなのに、母になる女の子たちがいます。」というテロップが表示され、同じセンテンスを女声ナレーションが読み上げる。次に画面は白色無地の背景に切り換わり、「世界では約5人に1人の女の子が18歳未満で結婚しています。」というテロップが映る。続く3つのショットでは、「早すぎる結婚は教育を受ける

機会を奪います。」「幼い身体での妊娠・出産は命を失う危険もあります。」「彼女たちの多くは早すぎる結婚の弊害も出産の悪影響も知りません。」という文章が示され、順に3枚の画像が対応する。1枚目では、粗末な暗い家屋で女性が子どもを抱えている。2枚目は、母親らしき人物に抱かれて眠る赤ん坊の写真である。3枚目に映る若い女性は浮かない表情で、視線はうつむき加減で下方をみつめている。いずれも背景は暗く、淋しげな曲調の音楽も相まって、「犠牲者」的な女性像と子ども像が前景化している。

次のシーンでは画面が上下左右均等に4分割され、それぞれの区画に若い女性の顔写真が次々と切り換わりながら呈示されていく。すると低いピアノの一拍を合図に、薄いブルーのスカーフで頭部を覆った少女が何かを訴えるようなまなごしでこちらを直視する写真が画面手前に浮か出るようにして示され、そこに「彼女たちは、まだ子どもです。」というテロップが付される(図5)。次いで、水色のシャツを着た少女が無表情でこちらをみつめる写真と、「学ぶことも、未来を描くことも、必要です。」というテロップが映される。そして再び低いピアノサウンドが響くと同時に2人の若い女性の顔写真が1枚ずつ順に表示され、そこに「女の子たちに、自分の人生を自分で選ぶ権利を。」というテロップとナレーションが重なる。この中盤部分では、少女たちの孤独や脆弱性が強く印象づけられる。無数の顔写真に続けてひとりの少女を浮かび上がらせる映像効果により、個別具体的な顔の集合が、代表性を帯びた一個の象徴的



図5 CM3「まだ子どもなのに」 00:23(カラー映像)

イメージへと昇華される。個々の少女をとりまく地理的・社会的文脈や生活条件の多様性は削ぎ落され、単一のイメージへと集約されていく。ここで言外に喚起されるのは、幼い無知な少女が歳の離れた夫の下で孤独に家事労働や出産リスクに耐えるという、定型的な児童婚イメージである。

だが、児童婚をこのように単純化する見方は問題をはらんでいる。「女の子への投資」でメインテーマとされる児童婚撲滅の言説を分析したサイス・ベサ (Thais Bessa 2019) によれば、児童婚は地域共同体が強要する後れた慣習として描かれ、結婚を拒否して就学を継続する少女の決断は礼賛される。だが、「児童婚＝強制／就学＝自発的選択」という二元論の下では、飢餓や貧困から少女を逃れさせるためにやむなく結婚を手配したり、あるいは少女自身のみずから結婚を申し出たりといった意思決定の複雑さや、そうした実践の背景をなすグローバルな搾取構造が覆い隠されてしまう。また、コジャ＝ムルジ (Khoja-Moolji 2015) が論じるように、児童婚撲滅運動の背景には、子ども／大人を実体的に区分するクロノロジカルな年齢観と大衆的な義務教育とを当然視する西欧近代の規範がある。就学を終えてから労働・結婚・育児へと移行する人生経路が自然とされ、子どもを大人から隔離する空間として学校が整備される。児童婚は、単線の発達の規範から逸脱するがゆえに監視と介入の対象となり、幼い少女の純潔が脅かされるという家父長主義的な危機意識を刺激する。このCMも同様に、「早すぎる結婚は教育を受ける機会を奪います。」「彼女たちの多くは早すぎる結婚の弊害も出産の悪影響も知りません。」「女の子たちに、自分の人生を自分で選ぶ権利を。」といったテロップやナレーションを通じて、児童婚と就学をトレードオフの関係で描き、妊娠・出産の知識や人生選択の意思決定が就学によって無条件に保障されるかのようなメッセージを発している。児童婚を一様に悲劇化し、就学を解決策とする図式は、単に国際協力の現実を歪めるだけでなく、日本社会にも通底する性差別の現実から視線を逸らす効果をもつ。具体的には、日本におけるリブ



図6 CM3「まだ子どもなのに」 00:36 (カラー映像)

ロダクティブ・ヘルス&ライツの侵害状況、例えば少子化対策と称して早期の結婚・出産や不妊治療へ誘導する施策や、包括的性教育へのバッシングといった事態は視野の外に置かれる。また、近代的学校教育制度自体の抑圧性、特に資本主義社会の家父長制再生産装置としての機能を問う視点は封じられてしまう。

しかし一方で、児童婚撲滅の処方箋としてCM中に描かれる教育のイメージは、意外にも近代的学校のそれとは異質である。CM終盤、弦楽器とピアノの混合した明るい曲に音楽が変調したあと、鮮やかな緑の葉を茂らせた樹木の下で勉強する少女たちが映し出される(図6)。「犠牲者」的表象から「ポジティブ」な表象への移行のタイミングで前景化するのは、「自然」のイメージなのである(以後呈示される4枚の写真のうち3枚が同じ場面)。この巨大な樹木は、孤独や虐待から少女を保護する温もりの視覚表現と読み取れる。就学を理想化しつつも、無機質なコンクリートの校舎で統率されるような管理教育のイメージは注意深く敬遠される。自然に囲まれた牧歌的なイメージは、オーディエンスが安心して理想を投影できる対象だ。ここには、「教育」と「自然」の関係をめぐる錯綜した表象のありようがみてとれる。「第一世界」へのキャッチアップを強要しながら、他方では近代化の波に吞まれないエキゾチックな「第三世界」像を欲望する、すなわち差異を消去しながらも絶えず新たな差異を創出する、植民地主義の動的な性格が視覚化されているのである。

VI. 総合考察

——ポストフェミニズムと 植民地主義の結託

以上、本論では、プランのYouTube CMを事例に、国際協力NGOの表象実践が帯びる意味作用を分析してきた。これらのCMは、ジェンダーに関連する開発課題への関心を高め、三宅(2020)が論じるように「尊厳ある人間」のイメージを広める点では意義を有するかもしれない。だが全体を通して、「第三世界」と「第一世界」は互いに相容れないものとして分離・序列化され、前者のみが前近代的な家父長制文化に浸潤された空間とされている。日本の女性が直面している抑圧は捨象され、フェミニストの集団闘争の歩みも全く描かれない。また、「第三世界」の家父長制を深刻化させる「第一世界」主導の開発政策やグローバル資本主義の搾取構造も抹消される。つまり、資本主義の中核権力が生み出す家父長制が想像上の「第三世界」へと「外部化outsourcing」(Grewal 2013)されている。ここには、第IV節でみたコフマンとギル(2013)の考察と同様に、ポストフェミニズムと植民地主義が互いに他方を自らの養分としながら結託するありようがみてとれる。ポストフェミニズムが、家父長制を「時間的」な過去へと葬り去ることでフェミニズムを忌避する集合的感性だとするならば、植民地主義的な発展段階論の思考様式を介して家父長制を「空間的」な外部へと放擲することでそれを下支えするのが、ポストフェミニズム的「第三世界」ジェンダー表象の機能である。近代的発展を遂げた自集団の「過去」を同時代の人種的「他者」の姿に投影してパターンリスティックな介入を正当化してきた発展段階論的思考が、「第三世界」の家父長制をめぐる表象と結合する。こうして、抽象的かつ均質な「第三世界」へと家父長制を転位することで、「第一世界」たる日本は女性抑圧とは無縁の空間として浄化される。

その一方で、英語圏の知見とはやや異なる点もある。コフマンとギル(2013)は、「女の子への投資」言説とガール・パワー文化の一体性を論じて

おり、若い女性どうしの水平的なシスターフッドをグローバルに拡張していく呼びかけや、経済的自立や性的自由を獲得する力強い女性像が多くみられると述べる。ところが、今回分析したCMはそれとは明らかに異質である。水平的なつながりではなく年長の「親」が「娘」を扶養する親子愛的絆、パワフルというよりは未熟で純朴な女性像、そして子どもに対する過剰なまでの保護主義的視線が前面に出ている。こうした相違は、日本的なポストフェミニズム状況に由来するのかもしれない。菊地夏野によれば、日本では英米のポストフェミニズムと異なり、そもそもフェミニズム自体が強い否定的評価を受けている。女性の性的主体性は前景化せず、家事能力を強調する「女子力」言説が流布したり、性別二元論を温存する「男女共同参画」政策とフェミニズムが混同されたりする。「女性差別は解消した」というイメージも、フェミニズムの成果として語られることは少なく、経済発展や教育拡大など、漠然としたマクロな社会変動によって自然に女性の地位が向上したと認識されている(菊地 2019: 82-3, 88-9)。これをふまえると、異性愛家族に取り込まれる少女像、自由・自立のイメージとは異なる純朴な女性像、そして教育的導きを必要とする脆弱な子ども像といった表象の様式は、特に日本の文脈でこそ強い訴求力をもつものと考えられる。とはいえ以上の考察は、分析対象が限定的であるため現段階では推論の域を出ない。今回は、視聴者の意思に関係なく広範な層に呈示されたCMを対象としたが、例えばYouTubeチャンネルの動画群のように一定の選択的消費が可能な媒体では支配的意味を逸脱する表象が見出される可能性もある。今後はプランの海外支部や他団体の広報、さらにオーディエンスの解釈行為にも議論の対象を広げ、国際協力におけるジェンダー化された「第三世界」表象の全体像に迫ることを課題としたい。

最後に、本論ではプランの広報を批判的に論じてきたが、家父長制がきわめて強固な日本社会にあって同団体の支援事業や国内事業が重要な意義をもっていることはいうまでもない。資金

収集のための広報は当該社会の支配的価値観を度外視しては成立し得ないのであり、表象実践の意味作用の問題を送り手側だけに還元することはできない。問われるべきは、ポストフェミニズム的「第三世界」ジェンダー表象を自明のものとして消費する日本社会全体の土壌である。「第三世界」と「第一世界」双方の家父長制を深刻化させるグローバル資本主義の打破に向けて、植民地主義的まなざしを解体する実践を蓄積するとともに、トランスナショナルなフェミニズムの連帯を強化することが求められる。

注

- 1 本論では、プランが広報活動のなかでプロジェクトの対象地として表象するアジア・アフリカ・中南米の国や地域を便宜的に「第三世界」と総称する。冷戦終結後は無効とされることも多い「第三世界」概念だが、戴錦華 (2008) は、この言葉が時代遅れだと宣告すること自体、グローバル化に対する抵抗の空間を奪う行為だと主張する。モーハンティー (2003=2012) もまた、「南／北」「途上国／先進国」に比べて「第三世界」概念には、植民地支配の遺産や新植民地主義の経済的・地政学的過程を想起させる威力があると述べる。これに対し、「第三世界」を従属化するカテゴリーとして「第一世界」を想定できる。レオ・チン (Leo Ching 2001=2017) によれば、戦後日本は合州国主導の世界秩序のなかで植民地支配の歴史から目を背けて繁栄を謳歌してきた。旧植民地への責任を拒否する姿勢は西欧諸国と共通で、日本のみを異質な事例として特殊化することはできないという。もちろん「第三世界／第一世界」の図式は普遍的なものではなく文脈によって日本の位置は異なるが、チンの見方をふまえて本論では、日本を西欧諸国と同じく「第一世界」の一員とみなし、日本社会の「第三世界」へのまなざしの基底に植民地主義の継続があることを明確化したい。
- 2 「ポジティブ」な表象が有意に増加した時期を厳密に確定することは困難だが、1989年にヨーロッパのNGO連合体 (CONCORD) が広報活動に関する倫理綱領を採択したことは、「ポジティブ」な表象への機運を高めたひとつの画期と捉

えられる。

- 3 2008年にナイキ財団が開始した、女子教育を通じた貧困削減プログラムへの支援キャンペーン。アフリカへの市場拡大のほか、搾取工場での児童労働発覚で低下したブランドイメージを回復する戦略の一環であることが指摘されている (Hickel 2014)。2015年には、同財団の出資で「ガール・エフェクト」という同一名称の非営利事業体が設立された。
- 4 プラン・インターナショナル・ジャパン、「女の子支援」(2024年6月17日取得, <https://www.plan-international.jp/about/girl/>)
- 5 なお、ACジャパンの支援を受けて2023年7月から「わたしに違う人生があることすら知らなかった。」というタイトルの新たな広告がテレビやラジオで配信されているが、本論執筆時点で十分な日数が経過していないため分析は別稿に譲りたい。
- 6 総務省 (2023) によれば、YouTubeの利用率は約87.1%に達し、ネット利用時間がテレビ視聴時間を上回っている。YouTube CMを扱う意義もそのぶん高まっているといえる。
- 7 写真家エドワード・スタイケンが組織した写真展覧会。ニューヨーク近代美術館で1955年に開催後、世界各地を巡回した。日本でも東京の高島屋デパートで1956年に公開された。

参考文献

- Barthes, Roland, 1957, *Mythologies*, Seuil. (下澤和義訳, 2005, 『ロラン・バルト著作集3 現代社会の神話』みすず書房).
- . 1964, “Rhétorique de l’image.” *Communications*, 4: pp.40-51. (蓮實重彦・杉本紀子訳, 2005, 『イメージの修辞学』『映像の修辞学』筑摩書房).
- Bessa, Thais, 2019, “Informed Powerlessness: Child Marriage Interventions and Third World Girlhood Discourses,” *Third World Quarterly*, 40(11): pp.1941-56.
- Chant, Sylvia, 2016, “Women, Girls and World Poverty: Empowerment, Equality or Essentialism?” *International Development Planning Review*, 38(1): pp.1-24.
- Ching, Leo, TS, 2001, *Becoming “Japanese”: Colonial Taiwan and the Politics of Identity Formation*, University of California Press. (菅野敦志訳, 2017, 『ピカミング〈ジャパニーズ〉——植民地台湾に

- おけるアイデンティティ形成のポリテクス」
勁草書房).
- 戴錦華, 2008, 「ポスト冷戦期の文化政治とジェンダー——言説の立場、困難と突破」戒能民江編『ジェンダー研究のフロンティア1 国家／ファミリーの再構築——人権・私的領域・政策』作品社.
- Escobar, Arturo, 1995, *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*, Princeton University Press. (北野収訳, 2022, 『開発との遭遇——第三世界の発明と解体』新評論).
- Gill, Rosalind, 2017, “The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism: A Postfeminist Sensibility 10 Years on,” *European Journal of Cultural Studies*, 20(6): pp.606-26.
- Grewal, Inderpal, 2013, “Outsourcing Patriarchy: Feminist Encounters, Transnational Mediations and the Crime of ‘Honour Killings,’” *International Feminist Journal of Politics*, 15(1): pp.1-19.
- Hall, Stuart, ed., 1997, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, SAGE.
- Hickel, Jason, 2014, “The ‘Girl Effect’: Liberalism, Empowerment and the Contradictions of Development,” *Third World Quarterly*, 35(8): pp.1355-73.
- 伊藤守, 2006, 「ニュースのディスコース分析、マルチモダリティ分析」伊藤守編『テレビニュースの社会学——マルチモダリティ分析の実践』世界思想社.
- Johnson, Heather, L., 2011, “Click to Donate: Visual Images, Constructing Victims and Imagining the Female Refugee,” *Third World Quarterly*, 32(6): pp.1015-37.
- Khoja-Moolji, Shenila, 2015, “Girls, Education, and Narratives of Progress: Deconstructing the Discourse of Child Marriage,” In Sandra L. Stacki and Supriya Baily eds., *Educating Adolescent Girls around the Globe: Challenges and Opportunities*, New York, Abingdon, Routledge.
- 菊地夏野, 2019, 『日本のポストフェミニズム——「女子力」とネオリベラリズム』大月書店.
- Koffman, Ofra, and Rosalind Gill, 2013, “‘The Revolution will be Led by a 12-year-old Girl’: Girl Power and Global Biopolitics,” *Feminist Review*, 105(1): pp.83-102.
- 河野真太郎, 2017, 『戦う姫、働く少女』堀之内出版.
- Kress, Gunther, and Theo van Leeuwen, 2001, *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*, London and New York, Oxford University Press.
- Lamers, Machiel, 2005, “Representing Poverty, Impoverishing Representation?: A Discursive Analysis of a NGOs Fundraising Posters,” *Graduate Journal of Social Science*, 2(1): pp.37-74.
- Lidchi, Henrietta, 2015, “Finding the Right Image: British Development NGOs and the Regulation of Imagery,” In Heide Fehrenbach and Davide Rodogno, eds., *Humanitarian Photography: A History*, New York, Cambridge University Press.
- MacDonald, Katie, 2016, “Calls for Educating Girls in the Third World: Futurity, Girls and the ‘Third World Woman,’” *Gender, Place & Culture*, 23(1): pp.1-17.
- 松井やより, 1990, 『市民と援助——いま何ができるか』岩波新書.
- McRobbie, Angela, 2008, *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*, Los Angeles, Sage.
- 三宅隆史, 2020, 「国際協力NGOによる広報活動ならびにボランティア活動に関する一考察」『ボランティア学研究』(国際ボランティア学会)第20号: pp.69-80.
- Mohanty, Chandra, Talpade, 2003, *Feminism without Borders: Decolonizing Theory, Practicing Solidarity*, Duke University Press. (堀田碧監訳, 2012, 『境界なきフェミニズム』法政大学出版局).
- 岡井崇之, 2004, 「言説分析の新たな展開——テレビのメッセージをめぐる研究動向」『マス・コミュニケーション研究』(日本マス・コミュニケーション学会)第64号: pp.25-40.
- Rose, Gillian, 2012, *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, 3rd Edition, London, Sage.
- Said, Edward, 1978, *Orientalism*, Pantheon Books. (今沢紀子訳, 1986, 『オリエンタリズム』平凡社).
- Sassen, Saskia, 1998, *Globalization and Its Discontents*, New York, New Press. (田淵太一・原田太津男・尹春志訳, 2004, 『グローバル空間の政治経済学——都市・移民・情報化』岩波書店).
- 総務省, 2023, 『令和4年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査』総務省情報通

信政策研究所.

Switzer, Heather, 2013, “ (Post) Feminist Development Fables: The Girl Effect and the Production of Sexual Subjects,” *Feminist Theory*, 14(3): pp.345-60.

田中東子, 2012, 『メディア文化とジェンダーの政治学——第三波フェミニズムの視点から』世界思想社.

内田隆三, 1997, 『テレビCMを読み解く』講談社.

Williamson, Judith, 1978, *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*, Marion Boyars.

(山崎カヲル・三神弘子訳, 1985, 『広告の記号論——記号生成過程とイデオロギー』柘植書房).

Wilson, Kalpana, 2011, “‘Race’, Gender and Neoliberalism: Changing Visual Representations in Development,” *Third World Quarterly*, 32(2): pp.315-31.

掲載決定日：2024年6月7日

Abstract

Gendered Representations of the “Third World” Produced by a Japanese International Cooperation NGO: Critiquing Colonialism in a Postfeminist Frame

Rintaro Kondo*

Critical media studies have addressed racialized and gendered representations of the “Third World” by examining fundraising and advocacy materials from various actors in international development. This study explores how girls in the Third World are portrayed in Japan by analyzing three YouTube commercials produced by Plan International Japan, a leading Japanese non-governmental organization for international cooperation focused on development programs for girls. Using a multimodal semiotic analysis considering textual captions, moving images, narration, and music, the following points were clarified. Although Plan International Japan’s commercials could disseminate gender-related development issues to a large audience, they homogenize the Third World as an oppressed place of harmful patriarchal practices but do not depict the reality of women’s oppression in Japan. Moreover, global capitalism’s structure, which exacerbates women’s exploitation in the Third World, is erased. In discursively “outsourcing” patriarchy, combined with the global capitalist structure, to an imaginary Third World static culture, postfeminist sensibilities and colonialist fantasies mutually reinforce how gender equality has historically been achieved in Japan and “liberated” women must save girls oppressed by a backward patriarchal culture.

Keywords: Third World representation, international cooperation, international development, colonialism, postfeminism

* Osaka University