

女性の罹患者が多い乳がんに関して、日本では2000年代より行政・市民団体・企業などによって乳がんの早期発見と治療を啓発する「ピンクリボンキャンペーン」が展開されてきました。ところが、2022年に「ピンクリボンデザイン大賞」を受賞した乳がん早期発見を啓発するポスターに対して、当事者が「腹立たしい気持ちになった」とSNSに投稿したことで波紋を広げ、問題になりました。若い女性に多い子宮頸がんに関しては、ワクチン接種で予防が可能とされ、最近では「子宮頸がん予防啓発キャンペーン」のポスターの掲示やテレビCMの放映を目にする機会が増えました。他方、男性の罹患者が急増している前立腺がんに関して、早期検診を啓発する「ブルークローバーキャンペーン」がありますが、そのポスターを目にする機会はほとんどありません。

今回のジェンダーセッションでは、がん啓発キャンペーンのポスターをジェンダーの視点から分析し、ポスターは誰を対象にしてどのようなメッセージを発信しているのか、ポスターを見た人や社会に対してどのようなコミュニケーションの仕方をしようとしているのか、そこにどのような問題が内包されているのかを考えていきたいと思えます。

ハイブリッド開催

日時

2024. **11.14** (木)
18:00 - 19:30

会場

池袋キャンパス:10号館X203教室
もしくはZOOMウェビナー (どちらも要申込)

申込

<http://s.rikkyo.ac.jp/e08fa02>

定員 80名(会場)/500名(オンライン)
申込締切 11月11日(火)

(参加無料)



すが もり あさ こ

講師

菅森 朝子氏

本学社会学部メディア社会学科 助教

2021年立教大学大学院社会学研究科博士後期課程修了。

博士(社会学)。専門は、医療社会学、ジェンダー論。

主な論文として、「がんの活動に関与する非当事者で職業上の専門性を持つ人の複合的アイデンティティ——広告クリエイターの活動に着目して」(『保健医療社会学論集』第35巻1号、2024年)、「家族をケアする女性が病者になるときの家族との関係——乳がんを経験した女性の語りから」(『年報社会学論集』第37号、2024年)など。

がん啓発キャンペーンのジェンダー表象
——乳がん・子宮頸がん・前立腺がんの啓発ポスターから