

f c t

GAZETTE

1987.5

vol.7

Number.25

ガゼットは
テレビと市民
のデータバンクです

編集・発行/子どものテレビの会(FCT) 神奈川県葉山町長柄1601-27 責任者/鈴木みどり

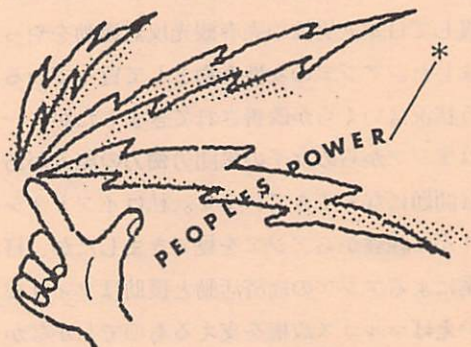
銀行口座 第一勧業銀行返子支店(普通預金口座 1425785) 郵便振替口座 東京9-84097

購読料/年間(4回発行) ¥1,500円(送料¥240) 一部¥400

■特集1

—誌上再録FCTトークショー—

オルターナティブテレビの 可能性を考える



視聴者の立場からテレビに発言する、テレビを考える活動を行ってきたFCTでは、一つの方策として視聴者が作るテレビへのアプローチをさまざまな形で模索してきている。

その一つの結集として、昨年2月にはテレビFCTワイドショーを企画し、フォーラムの場でFCTの制作するワイドショーを展開した。その延長線上に今回はトークショーという形式を作って、オルターナティブテレビを考えてみようという試みである。既製の送り手側が一方的に流すテレビではなく、代りの又はもう1つの(オルターナ

ティブ)メディアとしてのテレビを考えようとする時、昨年2月革命の折にテレビの威力をあらためて認識させられたフィリピンに目を向けて、大きな原動力となったピープルズパワーを考えることから、何かキーワードが見つかりはしないかという意図である。しばしば志すところが大きすぎて内実が伴わないきらいがあるFCTの企画、今回も聊か懸念がないではなかったが、ともかく内容の濃い話合いを展開することは出来た。トークショーとしての全容を収録することは紙面の制約上不可能なので、報告者の話を中心に再録したい。

■CONTENTS■

- 特集1 誌上再録FCTトークショー
オルターナティブテレビの可能性を考える… 1
- 特集2 リモコンの影響の確認を…………… 6
- 特集3 FCT10周年を迎えるにあたって… 8
手づくりのデータをもって発言していく姿勢を
- ケース・スタディ 埼玉県H保育園の場合
子どもの食生活アンケート結果から…………… 10

- FCTの声 頭にきました…………… 11
- FCTデータバンク
海外篇…………… 12
国内篇…………… 13

イラスト 市川雅美

最大のメディアは“ロコミ”

—フィリピンのピープルズパワーを考える—

~~~~~

報告者 内海愛子 アジアの女たちの会  
 安藤栄雄 元日本消費者連盟・牧師  
 甲斐田万智子 問い直そう援助を・市民リーグ

司会 はじめに自己紹介をかねて、アジア及びフィリピンとどう関わってきたか、又はこれからどう関わっていくのか、報告者の方々お聞かせ下さい。

内海 「アジアの女たちの会」ではここ10年ほど一貫して日本人男性の売春観光反対運動をやってきました。アジアの女性を物として買っているという状況はいくらか改善されてきましたが、一方ではアジアからの女子の集団労働力の流入があらたな問題になってきています。私はインドネシアに住んだ経験からアジアを見てきましたが、日本企業によるアジアの経済活動と援助はフィリピンでいえばマルコス政権を支えるものでしかなかった。民衆には何も届いていないことを私たちはもっと知らなければならぬと考えています。

安藤 私の父はフィリピンのレイテ湾で戦死しました。そんなことから日本の戦争がアジアで何をしたか知るにつけても親父たちの戦争責任について考えて来ました。1974年にシンガポールで国際会議があり出席しましたが、ちょうど田中角栄が首相当時で、東南アジア各国から日本企業のやり方について抗議行動が相継ぎ、日本代表として私は針のムシロに坐らされた感じでした。それで消費者運動として日本の企業の問題に取り組むと宣言せざるを得ないハメになり、そうしたら東南アジアの人たちがはじめて笑いを見せてくれました。それではじめてアジアの人たちとつながりが出来たと思いました。フィリピンについては日本人が食べているバナナの現状として知るようになり、以来現在のネグロスキャンペーン（ネグロス島の唐きび労働者の救済運動）に至るまで、フィリピンと深い関わりをもつようになりました。

甲斐田 私は上智大に在学中にボランティア活動

に関わったのがきっかけで、アフリカ飢餓、第3世界の問題に関心をもつようになりました。1952年に最初にフィリピンに行き、民衆の明かるさ、パワーをもっと伝えたい、大切にしたいと思うようになり、帰ってきてユニセフで働くことになりました。第3世界に対してマイナスイメージしかもっていない日本人の現状を何とかしたいと考えています。例えば援助といえば食べものを与えるというワンパターンでしか考えない人が多いのも実情です。援助には、国連援助と政府援助と草の根援助があり、これは一緒に考えてはいけないものです。ぜひ援助の本質を考え直してほしいというように思っています。とりあえずこれ位で。

司会 それではここで65分のVTRを紹介します。これは昨年の二月革命をテーマにしてCFA（アジアのためのコミュニケーション基金）という民間団体が制作した「ピープルパワー」というドキュメンタリー番組、昨年私たちがフィリピンを訪れた時に入手したものです。なお、副題はフィリピンの経験（Experience）になっています。

会場を暗くしてVTRをG・オルソンさんの解説で。

2月7日（土）婦人情報センター（飯田橋）教室でのトークショー参加者は25名。報道関係、大学生、主婦などいつものように年令、職域とも巾の広い参加者が画面に引きよせられた。

### VTR

People power: The Philippine Experience  
 1983年8月のアキノ氏暗殺に始まるフィリピン革命の記録ビデオ。画面はめまぐるしく時の流れに従って変化する。マルコスの過去の栄光、コリー・アキノを支援する人々、マルコスの不正が暴かれていくようす。公正な選挙へ向けてのキャンペーン、あちこちで開かれる集会など。盛り上がっていく公正な選挙実現運動の中でボランティアの女性たちの活躍が目立つ。そしてカトリック教会がはっきりと公正な選挙を目指し、アキノを支援する態度を明らかにする。マニラの広場にあふれ広がる人、人、人の大集



司会 VTRを見て御感想がありましたら

### 宗教が民衆を教育する力に

内海 フィリピンはカトリックが60%と多い国ですが、シスターたちが民衆にわかりやすく現状を説明し、それによってマルコス政権への目が開かれていったことは見逃せないと思います。あるシスターは「マルコス政権があまり早く倒れると困る」と話してくれました。マルコスを倒し、民衆がかたまっていくプロセスを大切にしたいので、民衆の意識の高揚を待って息の長い運動にするためにマルコスはゆっくり倒れてほしかった、と。

安藤 私はピープルズパワーについてよるこびと責任ということを考えさせられました。

フィリピンのスラムに行ったことがあります、みんな実にいい顔をしている。ピープルズパワーがスラムの中にもあるんですね。感動しました。

それと、日本がマルコス体制を支えたことへの責任を感じました。昨年2月以降アキノ政権をめぐる複雑化していますが、軍隊と警察と私兵の体質的な変化はないと思います。やはりシン枢機卿をはじめとするカトリック関係者が民衆開発教育の先べんをつけていることが今度の革命の一つの特徴でしょうか。

甲斐田 女性が前に出るという抵抗のかたちに感動しました。妊婦もバリケードの前面に見られま

会、大合唱はこの運動が大きな宗教運動にもなったことを示している。集会に集まっている人々はアップで映し出されるが、ごく普通のおじさん、おばさん、子どもである。彼等の言葉は熱気にあふれ、顔はイキイキとして明るい。選挙当日マルコス側の選挙妨害やテロがあり、生々しい画面が続く。抵抗して投票箱、書類を抱えて守るナムフレルのボランティアたち。

選挙後は政府側とナムフレルの投票結果がくい違い、どちらが勝ったかの論争、メディアの争奪戦、軍の制圧と続くが、Peopleによる戦いは勝利を手に。その過程が感動的に描かれる。

した。革命後フィリピンに行って感じたのはネグロスなどでは、期待したのに何も変わらなかったと失望している人もいる。しかし8割方の人々は新しい憲法を支持し、アキノを支援する気持をもっているということでした。

小畑和彦さん登場

### ピープルズ・カルチュラル・キャラバン

に参加して

司会 小畑さんは和光大学の学生ですが、フィリピンの文化キャラバンに参加してこられましたので、報告とVTRの紹介をお願いします。

小畑 正しくはピープルズ・カルチュラル・キャラバンというのは、フィリピンの脚本家アルサントスを中心になって作ったフィリピンで最大の行動する演劇団体です。2つの目的をもっていて、1つは国内のあらゆる文化の交流、もう1つは太平洋を囲む国々の文化の交流です。しかし最大の目的はアキノ政権の確立を祝う気持を演劇で伝えることにあります。キャラバンは20人位から成るグループで、その土地の演劇グループも加わり、その時その場所でもち上がっている問題を、公園や体育館で演じて見せます。午前中はバンドと共に町をねり歩き、午後は分科会や勉強会で夜は演劇になります。今からお見せするキャラバンは立派ですが、私が共に歩いたグループは悪戦苦闘の連続でした。

### VTR 15分

G・オルソン 文化活動を通して改革をかためていく様子がわかりますね。

安藤 自由と正義とデモクラシ、これはピープルズパワーを象徴する言葉ですね。

司会 文化には政治が反映しています。政治が文化も変えるし、また文化が政治も変えられるということですね。

G・オルソン 昼の勉強会ではどんなことをやったのですか。

小畑 ワークショップですか？実際には昼寝に費やされることが多くて(笑)なにしろ暑いので。

司会 それではこの辺で日本とフィリピンの民族性、文化の相違について少し話あってみたいと思います。フィリピンでは革命の際まずテレビ局が



占拠されています。テレビに対する民衆の素朴な信仰を見せつけられた思いがしました。テレビは使いようによっては大変危険なメディアでマルコス政権を支えたメディアであると同時に、広告を通して日本がアジア諸国に効果的に進出する機会も作っていると思いますが、このあたりどうお考えでしょうか。

### 第3世界を席捲する多国籍企業CM

**安藤** 「第3世界のマスメディアと多国籍企業について」という1974、5年に国連の貿易会議事務局が出したデータがあります。それによると発展途上国の広告の70%は外国企業によるものです。

外国人によって商標登録されたものの95%は多国籍企業が占領していますし、例えばマレーシアでは放送プログラムの4分の3近くが輸入もの番組です。貧しい国の人々ほどブランド商品を信じて買わされてしまうという傾向も示されています。

**小畑** 日本のテレビでは外人を良いイメージでCMに使っていますが、フィリピンでは逆に、例えば日本人は柔道着をきてハイハイとおじぎばかりするイメージです。

**司会** 外国での日本人のイメージは勤勉、清潔ではなかったのですか？

**小畑** 黒ブチ眼鏡に背広で早く歩くという感じで描かれています。

**内海** 小畑さんのVTRを見て、アジアではまだテレビ、ラジオ以前の民衆にアピールする方法として人形劇とか演劇が強いのだと思いました。娯楽の少ない地方では移動演劇がほとんど唯一の楽しみです。それが有効に使われたのがフィリピンの例だったと思いました。テレビはすばらしい娯楽の一つですが、例えばインドネシアでは電気がひけていない所もまだあり、ラジエーターがセットで売られたりもしています。それでもすごい勢いでテレビは普及しつつあります。テレビ局は一つで、ニュースはジャカルタからのニュースで政府がコントロールしています。民衆コントロールの重要な役割をテレビが果しているわけです。新聞の普及が首都ジャカルタでさえ30%に満たない状

況で、ラジオは普及していますが、やはり政府介入のニュースだけです。それで親しみやすい娯楽としては影絵芝居などが盛んですし、映画も大きな役割りを果たしています。映画、それに街頭の広告塔などには多国籍企業の宣伝が目立ちました。

アジアではまだテレビラジオ以前に“ロコミ”が非常に有効な伝達手段なのだと思っています。

### 日本の援助はいらない

**司会** ではフィリピン及びアジアと日本人の関わりかたについてお考えをどうぞ。

**小畑** フィリピンの民衆について、彼等のしたたかさを学びたいですね。メディアに対しても、あるものは積極的に使っていくとする態度、例えばキャラバンの様子でもビデオにとって宣伝に使うというしたたかさには感心させられました。

**甲斐田** 私はフィリピンについてアメリカ文化にどっぷりつかっている国という印象をもっていました。日本の援助については、小さな村にテレビ局を作って人々をテレビ漬にし、家族間のつながりを失わせ、そこへ日本商品を売りこんでいる。

日本のマスコミには、日本の援助なんかいないというフィリピン民衆の声はいつもカットされて伝わらない。マスコミはアジアの正しい姿勢を伝えてほしいと望んでいます。

**内海** 二月革命の後の日本はどうでしょうか。すでに商社はアキノ政権にとりいる行動をおこしています。自分もマルコスにならないためにはどうすればよいか、東南アジアの為政者はみな考えています。日本は政権にくいこむことしか考えていません。いま最も大切なことは自分との関わりからアジアを考えていくとする姿勢ではないでしょうか。開発と女性、暮らしの中のアジアについて具体的に問い直すことが必要だと思います。日本企業のアジア侵略についても何か出来ることからしなければなりません。

**安藤** フィリピンには収奪という言葉が生きています。ネグロス島でさとうきび農園を見た時に、ここに働く農奴(さとうきび労働者)を見た時にそういう印象をもちました。彼等は自分達の文化



も持たず、さとうきびが出来なければ生きるための生産の手段ももたない、領主にただ仕えるだけの生活をしています。私たちは彼等が組合を作り自主的に日本と取り引きが出来るように指導しまして、今年黒砂糖の初荷がネグロスから届く処までこぎつけました。日本の商社がやっていることと違うのは、自立した共同組合を作って交渉する窓口を作ることから始めたことです。ネグロスキャスパンに関わるようになって、貧しくても分けあっていく心が日本人は欠けていると思いました。日本の政府レベルの援助について我々は批判しなくてはなりません。みにくいアヒルの子だったかつての援助はいま白鳥になった、と外務省は自画自賛していますが、こういう意識こそ問題なのじゃないでしょうか。

**司会** ありがとうございます。これでフィリピンのピープルズパワーを考えるトークショーを一応終りにしたいと思います。(司会 鈴木みどり)

引続き、今日の企画としてのトークショーのあり方を含めて、総合司会にバトンタッチ致します。

**司会** (以下は永田順子) 今日は昨年のワイドショーのようにテレビカメラが入らなかったので少し臨場感に欠けるところもありましたが、テレビFCT第2回の試みとしていかがでしたか？

### これからの援助をどう考えるか

**男性A** ピープルテレビに登場する若者たちがイキイキとしているので感心しました。

**男性B** FCTの10周年行事にはこうした国々の人も招いていい企画を考えたらいかがですか。

**司会** 今日は元カンボジア大使で現在は法政大学他で教えて居られる栗野風さんに御参加頂きましたので、よろしければ御意見をお聞かせ下さい。

**栗野** そうですね、いろいろと複雑なことを感じています。年に免じて言わせて頂ければ、今日のような会は10年前にはとても考えられないことでした。そういう意味で、アジアが望んでいる方向に日本は少し向いてきているのではないかと。10年前私が望んでもかなえられなかった行動が少しずつ出てきたのだと今日のはうれしく思いました。

私は1971、2年にかけてタイの公使館に勤務して反日運動を経験し、日本側として受けとめ方の協議もしました。「日本のイメージが悪くなっている、不満が出ている、考えてほしい」と外務省に強く勧告したけれども、外務省、商社、ジャーナリストすべてがとりあってはくれませんでした。

それが当時の首相田中角栄の訪タイに対する反日デモに至ってはじめて本格的な対策が協議されるようになる。なぜ日本人はやるべき時にちゃんと出来ないのかとつくづく思いました。

援助についても動きがにぶく、一種のブームのようなかたちでしか機能しない、関心が深まらないですね。これからの援助がどうかたちで行われねばいけないか、全面講和以来の外交のゆがみの一つとして指摘していかなければと考えています。

先程フィリピンの民衆は革命という言葉を使っているという説明がありましたが、一般的な認識としては革命のはじまりというべきでしょう、という考え方ようです。いずれにしても自分たちの国を自分たちで何とかしようという民衆の力を私は信じたいと思っています。36年間外交官をやってきて、やめて9年になりますが、どうも外交官にはあまり期待できないという気がしています。

日本の外交に対する批判の大きなポイントの一つが援助ですが、もう外交レベルだけで援助を考える時代ではないという実感をもっています。

**司会** 外交官としての貴重な御経験を話して頂きありがとうございます。

**女性A** 私は演劇に関係してきた実感として、かつては演劇の中にすごいバイタリティがあったのに、いまの日本では民衆から離れてしまっていることを痛感しました。それにはテレビの普及が大きく関わっているという気がしています。

**小畑** 演劇だけでなく歌もフィリピンの民衆と切り離せません。特に「バヤンコ」(解放の歌)はピープルズパワーの源泉という感じですよ。

この後、小畑さんは求めに応じてバヤンコを独唱。その力強い歌声と共にフォーラムは幕を閉じた。(まとめ 松山恭子・桑野啓子・竹内希衣子)



# リモコンの影響の確認を

— アメリカのデータが語るもの —

石川 旺

## アメリカ人のテレビ視聴行動の変容

アメリカのテレビ視聴者の行動に大きな変容が生じ始めている。ここ数年の間に実施されたいくつかの調査が、状況を把握、検証しており、注目すべき事実が次々と明らかにされた。それらの調査報告については既にまとめてレビューを行った（「放送研究と調査」1986年12月号）ので、詳細はそちらにゆずることとし、ここでは、アメリカで起こっている変化が日本の現況を考えるうえでどのような意味を持ち、どのような示唆を与えるかを中心に考えてみたい。

アメリカ人のテレビ視聴行動を変容させた要因は二つある。ひとつは、多チャンネルCATVの普及であり、もうひとつはリモート・コントロール・スイッチの普及である。

アメリカのCATVは、テレビ所有世帯のほぼ半数にまで普及した。サービス内容でみると、これらのCATVは平均的に30ないし50チャンネルを運用しており、3大ネットワークと独立局、PBSの再送信、専門のソフト供給業者が国内通信衛星を通じて供給する番組、ローカルの自主制作番組など、多様な番組が放送されている。このように多数のチャンネル選択肢を前にし、リモート・コントロール・スイッチを手中にして、アメリカ人の視聴行動は注目すべき変容をとげた。

チャンネル変換の頻度が著しく増加したのである。

番組中でもどんどんチャンネルを変換してしまう。CMともなれば変換の頻度はさらに増加する。また、見たい番組を決める時も、いちいち番組情報のチェックなどはせず、直接テレビの前に座り、各チャンネルをざっと切り換えて見てから好きなものを選ぶ。はなはだしい場合には、素早いチャンネル変換により、複数の番組を同時に視聴する。

こうした視聴行動の変容は、今後時間をかけて分析、検討する必要がある研究課題である。少なくともこれは、従来われわれが「視聴」という概念のもとに思い描いていたものとはかなりへだたてて来ている。人々とテレビとのかかわりは、こうした側面を見る限り、内容への自我関与が少なくなり、よりカジュアルな形へと希釈されつつあるのではないかと予想される。

## 日本の場合

アメリカで起こっている視聴行動の変容は、先に挙げた二つの要因の「相乗効果」によっている。多チャンネル化のみではこれほど大きな変容はもたらされなかったであろう。また、リモート・コントロール・スイッチの普及のみでも、これほどの変容は起こらなかったと考えられる。

しかし両者が同時に作用した時、そこにきわめて大きな相乗効果が生じた。数多くのチャンネルが選択肢として与えられ、しかもそれらの切り換えは手許の機械のごく簡単な操作で可能になったわけである。

こうした事実は日本の将来を考えるうえでどのような示唆を与えるのだろうか。

多チャンネル化について、現時点で将来の予測は難かしいが、少なくとも現在までのところ、日本のCATVの8割以上は、既存のテレビ放送の同時再送信のみしか行っていない。自主放送によって増やせるチャンネルはせいぜい数チャンネルが限度と考えられ、専門のソフト供給業者の発展にもさまざまな経済的困難が予想されるところから、仮りに日本でCATV普及による多チャンネル化が進行するにしても、平均チャンネル数はアメリカの場合よりも少ないものとなる。

リモート・コントロール・スイッチについては確たる資料が得られていないが、既にかなり普及



が進行しているものと考えられる。

ここに、検討を要する課題が生じている。

### リモコンの影響を見直す必要

アメリカの場合、リモコンは単独ではそれほど大きな変化をもたらさなかった。その背景には、三大ネットワークが大体類似の編成を行っており、同一の時間帯では似たような番組が多く、またCMが放映される時は大体どの局もCMを放映している、という状況がある。こうした状況下ではチャンネル変換の意味が無いので、たとえリモコンを手中にしても、番組中やCM中にそれが頻繁に使用されるということにはならない。

日本の場合は、視聴可能な局数がアメリカよりも多いので、リモコン単独でもある程度の変化を引き起こしている可能性がある。この点は確実な資料がないので、今後の検討が必要であるが、特にCMとのかかわりで、将来問題になると予想されるのであらかじめ対応の準備をしておくべきである。

アメリカではCM中のチャンネル変換は既に重大な問題になっており、広告主の悩みの種となっている。CATVのサービスには、CNNやミュージック・テレビジョンに代表されるような24時間サービスが含まれており、CMになると視聴者はどんどんそれらのチャンネルに切換えてしまう。いわばそれらのサービスは、CM漬けにされそうな視聴者にとって「オアシス」の機能を果たしている。送り手の側からすれば、いかにして視聴者を逃がさないようにするか、という戦略を種々考えており、その一例が『マイアミ・バイス』に見られるように、番組開始時のCMを外し、いきなりドラマの導入を行うというやり方である。これは編成上の対応戦略だが、他の戦略として現在真剣に検討されているのが、番組中に組み込まれた形で、商品や商標を見せて行くやり方である。このやり方は消費者保護の観点からすると、微妙な問題点を含んでいる。また、ビデオで録画した番組を再生視聴する際は、CMはほとんど早送りされてしまうので、録画される率の高い映画番組の

CMは「早送りされた時にちゃんと見える」ように作ってはどうか、という案もなかば冗談、なかばは本気で語られている。

視聴者は、可能であるなら、手軽にできるなら、いつでもCMを切り捨てたいという潜在願望を持っている。それは日本においても同様であり、NHKが1986年11月に行った全国調査では、ホームビデオ所有世帯のうち、8割近くが、録画再生の時にCMを早送りすることが多い、と答えている。

このあたりから推察するに、日本の場合、チャンネルの選択肢がアメリカのCATV非加入世帯よりも若干多いので、リモコン単独でもかなりのチャンネル変換を引き起こしているのではないかと考えられる。仮にもし「オアシス」が何らかの形で用意されたら、リモコン所有者のCM中のチャンネル変換の頻度が一気に増加する可能性も強くある。プライム・タイムの毎正時近辺の毎分視聴率の動向などはこうした目で見直しておかねばなるまい。二時間ドラマや映画の枠で、正時近辺に比較的少ないCMしか配していない番組は、ある番組を見終って次の番組へと移行する人々の逃げ場となっていないか。また、正時近辺にミニ番組を配し、CM枠を増やすという操作をそれほど露骨にはやっていないUHF局がオアシスの代りになってはいないか。毎正時周辺のNHKの視聴率の動きはどうか。

これらはいずれも、早急に取り組まねばならない研究課題である。そしてもし、そうしたチャンネル変換の増加、CMの切捨てが検証されると、次の段階として、日本の場合も、広告主がCMの到達率を確保するためにさまざまな戦略を考えて来るに違いない。その場合、編成上の対策はよいとしても、番組の中にさまざまな形で組み込まれ、番組と一体化した形で商品や商標の宣伝が行われるようになると、多くの問題が生じる。既に類似の宣伝が、タイ・アップで制作される番組などで目立ち始めているが、視聴者の側としては、何らかの対応が必要な時期が来ている。

(NHK 放送文化調査研究所)



## 手づくりのデータをもって発言していく姿勢を

—FCT 4, 5年目のこと—

1976年5月アメリカの人気番組「セサミストリート」を作っているCTWの関係者が来日して「幼児番組の現在と未来」というシンポジウムが東京で開かれた。この会の参加者の中から志を同じくする仲間が集るようになり、やがて翌年10月のFCT発足へとつながっていく。それから10年。この秋10月に10周年を迎えるにあたって、一貫して視聴者の立場からテレビを問い直す活動を続けてきた軌跡をたどり、新しく始まる10年への足がかりとしたいと考えた。

「3日、3カ月、3年目」というのは何か新しくはじめた時に一つの節目になる時期とされている。

その時期上手に乗りこえると存続が安定する大切なヤマ場、1980年はFCTにとってその3年めにあたっていた。

79年9月ちょうど3年めの活動に入ろうとしている時、鈴木みどりと子どもの幼稚園の送り迎いで顔を合わすようになった荒川幸子、松川恵子、新開清子など藤沢在住者が、仕事を手伝うというかたちでFCTに入会することになった。

「四国の松山で実施した視聴日記調査の結果をまとめるという仕事を手伝うことになったのがきっかけでした。子どものテレビについて関心もあったので会員になったら、とたんに会員係とフォーラムの案内状印刷の仕事が来て、それ以来スタッフとして膨大な事務を抱えこんでいます」（新開清子）。会員名簿を整備し、テレビ診断ではCMの運行表を作り、ほとんど唯一人の「数字に強く事務能力がある」彼女はいまやFCTにとって貴重な存在である。

彼女の「証言」を待つまでもなく、FCTの4年めはともかく忙しかった。充実していた。ほんの一端を紹介してみると――

2月 医薬品、健康食品CMのモニター調査実施。4月FCT国際交流フォーラム、ボストン大学のパークス教授を招いて「食品CMの日米比較」。5月アルコール飲料モニター調査、ロボットものアニメ番組のヒーロー像分析調査、7月刑事ものドラマ番組分析調査、10月「テレビCMと子どもたち」報告書発行、「テレビと子ども」第一稿完

成、12月FCT3周年記念シンポジウム、81年3月出版記念パーティ、情報誌「GAZETTE」発刊、テレビ診断分析調査発足。

これはほんの一端で、この間に毎月の定例オープンフォーラムを市ヶ谷で開き、講演、取材協力なども毎月3、4回は入っている。

## 子ども向けCMに取り組んで

この時期FCTの活動はとくにテレビCMについて意欲的だったといえるだろうか。ちょうど社会的にも例えば子ども向けられた玩具CMの問題などに消費者の関心が高まっており、第1回分析調査報告書「テレビCMと子どもたち」は初版1000部を売りつくし、あわてて増刷する有様だった。各新聞にも大きくとりあげられ、テレビ局からも「私たちが持っていない資料として貴重」とCMの詳しいデータを求めて注文が相継いだ。手間と時間をかけた手づくりのデータへの評価は確かな手応えとなって、次の調査への意欲をかきたててくれた。

12月の3周年記念シンポジウムは「子ども向けCMを考える」として12月13日市ヶ谷ルーテルセンター会議室で開かれた。第1部は基調報告。民間放送連盟仲佐秀雄「子ども番組CMの規制について」、公正取引委員会梶谷武弘「子ども向け商品をどう考えればよいのか」、いずれも子どもを消費者としてどう考えればよいのか、それぞれの立場からの見解表明が行われた。

第2部は「子ども向けCMの分析調査報告」としてFCTスタッフによる発表。一週間にわたっ



て収録した3000本のCMから玩具、食品、アルコール飲料、医薬品CMの分類・分析調査を公表した。第3部はパネルディスカッション。正田彬、加藤真代、村松泰子、鈴木みどりをパネラーに「子ども向けCM、私たちに何が出来るか」を話しあった。参加者60名余り。玩具、食品、広告業界をはじめ取材関係者の参加も多く、社会的関心の高まりを認識した会となった。

### 『テレビと子ども—どう見ているか！ どう見せるか！』 発刊

81年初頭には情報誌「fct GAZETTE」を発刊。季刊誌8ページ（後に16ページに増）の手作りの情報を広く提供する意図をもって、関係資料のデータバンクと特集で構成された。創刊号特集は「テレビで育つ中学生」となっている。

続いて『テレビと子ども』が2月末学陽書房より、（1300円）、『テレビと障害をもつ子どもたち』が3月末聖文舎より（2800円）発刊。

「電車の中で新聞の家庭欄を見ていた私はかなりのスペースでFCTの活動について書いてあるのを読み、オフィスにつくなり鈴木さんに連絡をした…」学陽書房の腕きき編集者だった江波戸哲夫は、「会員通信」6号に『テレビと子ども』誕生のきっかけをこのように書いている。それから2年近くもかかって、鈴木みどりと、奥田暁子、久田恵、竹内希衣子の共著によるこの本はやっと上梓された。まだテレビについて書かれた本も少ない頃で、多くの紹介記事も載り、話題になった。

「編集者は本を造りながら、自分で編集した本に造られる」とも書いた江波戸は、編集者生活からフリーライターへと転進し自著を公刊するようになった現在までFCTの会員であり理解者だ。

『テレビと障害をもつ子どもたち』はモーリン・ハーモナイとACT編、FCT鈴木他訳の翻訳出版。

この本の発刊をきっかけにして3月14日には、フォーラム「テレビと障害をもつ子どもたち」が行われた。大谷リツ子「障害児の現場に働く立場から」、三浦基「障害児教育の新しい流れ」と二つの報告を得て、参加者30名余りの話しあいが行われた。聴覚障害者の子どもを持つ母親から、テ

レビ視聴の苦心が語られる等、新しい問題として一つの提起になったフォーラムであった。

### パーティ大好き会員も……

同じ日フォーラム終了後同じ会場を利用して2冊の本の出版記念パーティを行った。FCTとしては珍しい交流会でもあり、50名近い参加者があって、中華料理をつまみながらのなごやかなパーティになった。会費2500円、立食式のパーティ会場には、FCT創設以来のアドバイザー的役割を荷って頂いた村井資長、竹内郁郎その他学者、研究者、国会議員の顔も見えて、巾広い支持者に見守られているFCT活動が再認識させられる思いだった。「フォーラムにはなかなか出られないけれど、こういう会ならいつでも大賛成。大いにやって下さい……」「お祭り、好きの会員もけっこう多くて、何年かに一度こうした会を開くとひょっこり顔が見える。毎年きちんと年会費を払って下さるこういう会員もFCTにとっては貴重な存在といえるだろう。

81年7月には後藤和彦を中心に大学の卒業論文を書く学生たちにガイダンスの会も開いている。

マスコミ、とくにテレビ関係の卒論を書く学生が増えて、相談が多く寄せられたことから、1日にまとめるの会となり、10余名が参加。1人1人に丁寧なアドバイスがあって好評だった。

81年の3月から半年間ほど、市ヶ谷聖文舎内に岩田昭男が専従スタッフとして事務局を常設したことも古い会員には御記憶のあることだろう。

結局、スタッフがそれぞれの場で独自に機能するという発想（現実には各スタッフの家がそれぞれ事務局になる）で仕事が進んでいくため、常設の事務局の意味が薄弱になってしまい閉鎖された。母親であり、主婦である多くのボランティアスタッフに恵まれて、彼女たちがめざましい働きをしたことから、'81年、'82年のCM分析調査を中心とするFCTの活動はさらに充実したものになっていった。活動する市民団体のかたちとしてはかなり「特異」だったろう。

（文中敬称略、まとめ・竹内希衣子）



## ケース・スタディ

## 埼玉県H保育園の場合

## —子どもの食生活アンケート結果から—

H保育園では1987年1月、園児の親を対象に食生活に関する調査を行い結果をまとめた。

同保育園は、父母の手により自主的に生まれた園で、育児に関しての意識が高く、育児上影響の大きい食生活にも関心が強い。この調査も、父母自らの手で行われたものである。

以下、調査項目の順に従い調査結果を抜き書きするが、共働き家庭の食生活状況を知るうえで、貴重な資料となろう。なお、アンケートの回答母数は52世帯、そのうち核家族が47世帯(90%)、祖父母(いずれかを含む)同居が5世帯である。

朝夕の生活時間 表のようにになっている。

| <表> |        | 時間   |       |       |       |
|-----|--------|------|-------|-------|-------|
|     |        | 6.30 | 7.00  | 8.00  | 9.00  |
| 朝→  | 子どもの起床 | 1:20 | 27:5  |       |       |
|     | 朝食     | 4    | 23:21 | 4     |       |
|     | 登園     |      | 9     | 22:16 | 5     |
| 夕↓  | 迎え     | 2:15 | 10:14 | 9:2   |       |
|     | 夕食     |      | 1:4   | 16:25 | 6     |
|     | 就寝     |      |       | 2:3   | 30:13 |

朝夕ともに、かなり過密な時間の中に、毎日の「食事」があり、少ない時間をやりくりする共働き家庭の苦労がうかがえる。(数字は世帯数を示す)

食事を作る人 朝・夕食とも「母・ときどき母」がほとんど(朝で49世帯、夕で48世帯)で、「父・ときどき父」7世帯、「祖母」が2~3世帯となっている。共働き家庭でも、食事作りに参加する父はかなり少ないことが分る。

誰と一緒に食事をするか 父母子一緒と祖父母子一緒を合わせ、朝は52%、夕食は56%とかなり高い比率になっている。子どものみは、朝が4%夕は2%と少なく、親子がともにいる時間として食事が大切にされていることがうかがえる。

食事中のテレビ 朝はつけているが20世帯、夕食は24世帯(46%)といくらか高くなっている。

今日の献立 48家庭の献立が、例えば朝食ではトースト・ハムエッグ・サラダ・牛乳というように、1世帯ずつ詳しく書き出されている。回答例をみる限り、大多数の家庭の食生活はかなり充実したものである。しかし一部には、朝はパンとココア、夕食はカレーライスのみ、餃子のみといった簡単にすませている例もある。

夕食前の間食 毎日与える-11世帯、時々与える-29世帯、与えない-12世帯となっている。与える理由としては、子どもが空腹を訴えるため-35世帯、静かにさせるため-2世帯となっており、与えない理由は全て、夕食を食べなくなるから、としている。生活時間の表でもみたとおり、お迎え~帰宅~夕食準備と親は時間に追われて子どもの相手をしているひまがなく、やむを得ずおやつを与えてしまうといったケースが多いようである。

与えないとした家庭では、云い聞かせがまんさせる、できるだけ早く夕食にする、食事の支度を子どもと一緒にするなど、工夫をこらしてこの難関を切り抜けている。

食品について 添加物については「気をつけている」が45世帯でやはり多い。冷凍食品や出来合いのお惣菜は、よく使う1世帯、ときどき使う-43世帯、使わない-15世帯となっており、具体的な食品名も挙げられている。

その他食品そのものについても、添加物・甘味料・農薬などに気をつける、栄養のバランスをとる、加工食品はあまり使わないなど、かなり関心が高い。しかし全体としては、意識が高いにも拘わらず、時間の制約により冷凍食品や出来合いの惣菜を使わざるを得ない状況にあると云えよう。

調査はこの後、保育園の給食・おやつについて、子どもの好き嫌い、糖分・脂肪分のとり過ぎ、食品アレルギーなどにも及び、食生活全体を幅広くおさえている。この調査には、食生活を自分たちの手でより良いものにしていこう、お互いに学び合って困難な状況を乗り越えようとの積極的姿勢がみられる。また回答者もその旨を理解し、真剣に回答している様子がうかがわれ、信頼度の高い貴重なデータとなっている。(まとめ 松山恭子)



## 頭にきました!

テレビを見ていて頭にきたら即ハガキに書いて「ガゼット」編集室まで送みましょう!

### ● 麻痺しているテレビ局の良識!

3月11日のテレビ朝日の「ニュースステーション」沖縄の高校の卒業式で女子高校生が壇上の国旗を持ち去る女高生を克明に写し出した。執拗にシャッターを押すスチールカメラマンの姿もあった。そして女高生を取り押さえる男性が「あなたのやっている事は成人だったら犯罪行為だ!」とどなり、そのことばはスーパーでも出た。女子高生の行為の是非は別として、女子高生の顔がはっきりと写し出されたことに驚き、局へ抗議の電話を入れた。ディレクター氏のことばは「私たちはプロです。未成年の女高生の顔を写し出すわけ değildir。最初からぼかしを入れてありますよ。もし疑問だったら局へ見に来て下さい」とまるで私の目を疑わんばかりである。翌日私は番組を見た数人を捜し出し、女子高生の顔が写し出されていた事を確認した。ディレクター氏は私にウソの対応をしたわけである。その後、国旗の件は賛否両論が投書されていたが、こと顔の件については沖縄でも問題にされていないそうである。私もカメラマンのひとりである。写していけないものは心得ているつもりである。その私の判断基準が厳しすぎるのだろうか?それともFF現象がひどすぎて国民すべてが麻痺してしまっているのか。

東京都 木下健(写真家)

### ● 3分間のCMのために作られた番組!

2月16日のTBS「開高健のモンゴル大紀行」を見て。前半は取材しにくいモンゴルの景色や人々の暮らしなどを楽しく見ていました。ところが後半では開高健が番組中に紹介しているモンゴルの草原で、番組とまぎらわしく3分間もの長〜いCMをやったのです。サントリーロイヤルのCMをまぼろしの魚「いとう」の話にことよせて…。2時間近いドキュメンタリー番組はこの3分間のCMのために作ったのか…とわかり、サントリーのぬけめのなさが頭にきました。一週間後にこの

CMを他の番組で見て、あの番組に協力してくれたモンゴルの人々はどう思うかしらと考えずにはられません。

神奈川県 新田寛子

### ● こんなに違っていい!? 番組タイトルと中味

3月4日「11PM」,"現役医師がついに告白!! 助かるための病院選びを完全報告",の番組表題に何かよい情報をと期待して見て、頭にきました。

いろいろの番組があっても仕方ないと思うが、まじめに向かいあうべき内容のものを笑いのコントでチャカシていて不愉快きわまりないものだった。もしかして、この後本題に入るのではとテレビを見てしまった自分が愚かしく腹が立って仕方がなかった。番組表題の意味する内容と実際の番組の中味がこんなに違う放送を流してよいのだろうか。「11PM」は、まじめに見られることを意図していないと云われればそれまでだが…。これが公共の電波だと思ってしまうのも腹立たしい!

東京都 荒川安子

### ● ネクタイを自分で結ばない男性がいるとは!

「わが番組が調査した結果によると朝、奥さんにネクタイを結んでもらう人は?」5%、10%、15%、20%「さあどれでしょう?ハイ書きなさい」

近ごろいたって評判の良くないご存じ気くばりおじさんの番組の設問です。(3月1日NHK「面白ゼミナール」特集「背広」)こんな設問をすることに恥かしさを感じないとは。そして番組スタッフの気くばりの内容がわかるというもの。

日本の男性はいつになったら成人するのか。女たちはどこまで男たちを甘やかすのか。テレビは国民の姿を写し出すものとはいうものの、これはちょっと遅れすぎているのではなからうか。ついでながら、番組担当者による調査数字が毎回流されるが、調査の内容が詳しく発表されないから信憑性に問題あり、誤解も生じる。この問題は当番組に限らず、視聴者は心して見る必要があるようだ。

東京都 長田より子



# FCT データ・バンク

## — 海外篇 —

●選択的テレビ視聴—限られた可能性 Selective Television Viewing: A Limited Possibility, Nancy Signorielle, Journal of Communication Vol. 36 No. 3, 1986年夏号。

主体的選択的にテレビを視聴する態度と惰性的に漫然と送られてくる番組を視聴する態度という二つの概念は、1930年代以来コミュニケーション効果に関する研究のキーコンセプトであった。UHF、ケーブルテレビ、ビデオその他の新技術の開花によるチャンネルの増加はますますこの概念枠に対する研究者の関心を呼びおこしている。選択的視聴モデルとはチャンネルの増加が視聴者の選択肢の枠を広げることを意味しているという認識に基づくものであるが、この論文ではこの仮説がどこまで現実に即したものであるかをプライムタイムに放送される3大ネットワークの番組で検証している。ここで言う主体的選択的なテレビ視聴とは(a)他のメディアよりはテレビを選ぶ、(b)特定の番組を選ぶ場合、習慣や惰性や、他に見たい番組がないからというような番組内容とは関係のない根拠によらず、個人的な好みに基づいた選択である、と定義づけている。

これまでの選択的視聴モデルによる調査の多くは、テレビの視聴について人々が何をするか、又は、何をするとやっているかに焦点をあてており、何が送られているかについてはその考察の対象としていないと指摘し、ケーブルテレビやビデオの普及により量的には視聴者の選択の幅が広がっているように見えるが、実質的に視聴者は最も基本的な視聴時間であるプライムタイムに、自分のニードや好みに応じた番組を選択でき

るかどうかを考えるべきであると論ずる。仮に、自分はアクションものしか見ないとか、ホームドラマしか見ないと人がいたとしても、これら二つのジャンルの番組が内容的にどの程度の差があるかという観点から基本テーマが設定されている。即ち番組をジャンル別、放送時間帯別、ネットワーク別にそれぞれ分類した場合、その内容と特徴付けで差がみられるかどうか、又、それらが全ての視聴者に対して自由に選択できるような形で提供されているかどうかを検討している。方法論としては1970、75、80、85年のプライムタイムにネットワークが放送した全ドラマ番組についての4週間にわたるサンプリング調査の結果を、①各サンプル番組をホームドラマ、アクションドラマ、シリアスドラマの三つのジャンルに分けそれぞれの放送開始時間により分類する、②各ジャンルに共通のテーマ上の特徴と脚本上の特徴について、それが個々の番組によってある程度の差異が見られるであろうから、その番組個性の差を、脚本内容と登場人物についてコード化した変数を使って数量的に把握する。脚本内容の変数は、暴力、家庭と家族、飲食、性行為(キス・性交、レイプ、同性愛、売春等特定の性行為)健康(肉体的、精神上的の疾病、身体障害)、人生についてのテーマは観点(自然、政治、宗教・教育、経済的成功、苦勞等)の各変数を含むものである。また登場人物についての変数としては、性別、年齢、人種、暴力(加害者か被害者か)家族(婚姻、子供があるか、ドラマの中で家庭生活が占める重要度、ロマンティズム)健康(身体的、精神上的の疾病、飲酒、喫煙)職業(無職か、何かの専門家であるか、ホワイトカラーかブルーカラーか)ユーモア(三枚目的役とまじめな役)善玉か悪玉か、成功者か敗者か、等を含む。以上の諸変数を適当な二者択一の組み合わせにして、それぞれが番

組の中で意味のあるものとして起る頻度が番組のジャンル、放送時間、ネットワーク及びジャンル—放送時間分類という各枠組の中で検討されている。各番組について、脚本上の変数77、登場人物について55の変数がコード化された。③ジャンルの違いによって、上記の変数がそれぞれ何らかの違いを示すかどうかを測定した。

結果として明らかになった事柄は次のように要約される。まず、特定のタイプのドラマが見られるかどうかは、視聴者が特定の時間にテレビの前に坐るかどうかにかかっている、即ち、時間帯別に見ると、そこで放送されるドラマのジャンルが同じで、変化がみられないということである。7時～9時の時間帯では3大ネットワークの放送のうち20番組中15番組がアクションものであったし、7日間で8時にはただ4つのホームドラマと1つのシリアスドラマが見られただけであった。10時になると14番組中アクションドラマとシリアスドラマが各同数でホームドラマ0となり、視聴者の選択の幅がそのジャンル別に見た場合にいかに制限されたものかがわかる。内容的な変数については、ジャンル別に、ユーモアと暴力に関してはそれぞれ明らかな特徴が見られることは予想された通りだが、その変数をネットワーク別という枠組で検討した場合にはほとんど意味のある差はみられない。番組のテーマ(例えば自然、科学、教育、政治等に関する言及)、健康、飲食、ストーリーの時間や場所の設定、等について、個人的な変数の頻度はみられない。描かれている人生は全てのジャンルで殆んど変りなく、人物についても男・女の性格付けも画一的である。登場人物の描き方も善玉、悪玉、身心の病気、飲酒、等の変数については番組別に個性的なものはみられない。これらの論拠として詳しい統計的数値が示されている。

(レビュー・宮下浩子)



# FCT データ・バンク

## — 国内篇 —

●マス・コミュニケーション内容とその受容に関する女性学的考察、村松泰子、「放送学研究」No.34、日本放送協会、1984年3月。

女性学の視点で行われるコミュニケーション研究はアメリカの「プレスの自由のための女性協会」が80年にまとめた『メディアと女性に関する講座概要集』によると講座数68となっていて、他の女性学研究領域に比べそれほど進んでいるとはいえない。その内容は①女性学的視点から見たマス・コミュニケーション内容、②マスメディア産業への女性の参加の二つの研究領域に大別される。

このような状況の中で筆者は日本でも女性学の視点で行われるコミュニケーション研究の確立を志向し、本稿ではテレビで描かれる女性役割と、それを受けとる女性の受けとめ方の両面から考察を加えている。

メディアが描く女性役割は現実を反映している面、現実と比べ遅れていたり、先行していたり、あるいは偏っていたりズレのある面の両方を共存させている。その具体的な事実を構造的に明らかにする必要があると、筆者はいう。

また受けとめ方に関しては、それを規定する要因として「利用と満足」研究にみるように個人の側にある既存の興味、関心、態度などの先有傾向や心理的充足欲求が考えられるが、これらの要因もまた社会的に形成されることから、男女による傾向の違いが生じると考えられる。一例としてテレビドラマの見方を筆者はあげているが、それによると、男性は単に娯楽として割り切ってみるのに対して、女性はドラマ内容と自分を対比させ、自分に近いもの、似たものをドラマに求める傾向が強い。しか

も、この女性のテレビドラマの見方はアメリカの女性の場合には当てはまらない（アメリカでは男女共通）。

このように見てくると、内容分析によって明らかになるマス・コミュニケーション内容の特徴や構造を、それを受けとる人びとの態度やタイプの違いと対応させた上で、どのような作用が及ぶのかを追求しなければならないといえる。(M)

●世界の女性とコミュニケーション・メディア、鈴木みどり、「部落解放研究」No.54、1987年2月。

ユネスコが「国連・婦人の10年」最終年のナイロビ会議（1985）のためにまとめた報告書「女性のための行動と研究1980-85」を訳出・紹介する。①女性とコミュニケーションのためのユネスコ計画、②世界95カ国の現状-a) コミュニケーション政策、b) メディア内容、c) メディアの女性雇用、③80年代前半にみる研究と行動の展開-a) 女性像、b) ニュースの焦点、c) メディアの女性雇用、d) アファーマティブ・アクション、e) 変革の意志-政治、構造、思想。

マスメディアの発達ということでは日本は世界で一、二を争う国といえるが、女性とメディアの領域では驚くほど変革への取り組みが遅れている。この事実を再確認させるのが本稿といえ、特にメディアが高度に発達しているアメリカ、カナダ、北欧諸国、イギリス、西ドイツ、オーストラリア等で行われているアファーマティブ・アクション（男女平等の積極的推進政策）の状況を知る手だてを提供している。またインドや他のアジア諸国、南米などの第三世界のメディアも含めて、固定的な女性像、性を商品化する女性像が世界共通の問題であることもわかる。(F)

●コマーシャルの中の男女役割を問う直す会・会報No.4、1986年冬。

1985年11月から86年4月までに放映されたコマーシャル(CM)を対

象に行ったアンケート調査の結果報告（回答者は27名）。「なかなか好感コマーシャル・ベストテン」には①マキシム（味の素AGF）、②味の素マヨネーズをあげ、3位としてナイスミディバス（国鉄）、コンパクトポット・みえーる（象印）、カンコー学生服、ミニ書院（シャープ）、サロンパスA、シマヤだしの素、など9種をあげている。「そろそろやめてコマーシャル・ワーストテン」としては1位に白子のり、玉姫殿、ナショナルオープンレンジ等6種をあげ、7位はピンキー（ライオン）、ネスカフェゴールドブレンド、龍角散など19種となっている。

号を追うごとに会報も部厚くなり本号では上記CMの内容及び選定理由、企業からの回答、各界からの反響、テレビCMに私もひとこと、会への要望、私のテレビの見かた・つき合いかた、切抜特集・女性の物化、性商品化、新聞切抜帖、CMを考える本…と内容的にも盛り沢山で全76頁になっている。

なお同会ではCMで描かれる男女役割に問題をしばり、宣伝される商品の問題は問わない方針としているが、この報告書には「商品そのものに問題あり」とする読者の声も収録されている。それによると食品添加物、キャラクター商品、化粧品、合成洗剤への批判が目立つ。(M)

●特集・女性-世界を変え得るか、「We」、1987年1月。

今、女性たちが置かれている状況の中で何をしていけば世界を変え得る力になるかを、さまざまな分野で活躍している女性たちがその分野から提言する。2部構成で1部は「今を生きる女たち」と題して、ヤンソン由美子-女たちは性を生きる、駒野陽子-女たちは行動する、奥田暁子-女たちは発言する、伊藤雅子-女たちは学んでいる、加藤真代-女たちはくらしに根をおろす-など13名の女性の執筆による。2部は「地



球に生きる女たち」で、松井やより、ビヤネール多美子、加藤春恵子、児玉澄子などが海外の大切な女友たちを紹介するという形で世界各国の女性の状況を書いている。

1部で奥田は最近の女性たちの意識の新しい動向として、「地域における具体的自主的行動」「他から規定されない一人の個人として自分を語ること」が増えてきたことを指摘し、その重要性に着目している。

2部では執筆者それぞれが自分の大切に親しくしている友人との関係を書き、個人としての深いつながりをより広く「女たち」の関係へと発展させ国際的視点が入っている。(Y)

### ●生活のファッション化と人生観の卑俗化、井上輝子、「マスコミ市民」No.221・222合併号、1987年2月。

1960年代から80年代の20年の間に女性をめぐる状況は大きく変化したが、これと平行して女性雑誌も量的拡大、多様化と細分化の方向で大きく変わり、今や女性雑誌に言及することは即ち雑誌界の主たる潮流について語ることを意味するまでになっている。

女性雑誌の現在を特徴づけているのはビジュアル化とカタログ化であり、それは読む記事から見る広告への力点の移動を意味している。カタログ化は単に商品だけでなくライフスタイルや男女関係のあり方でも行われ、モノやヒトの内実よりも形やスタイルを重視する発想法が定着した。これを筆者は女性雑誌による生活のファッション化と呼ぶ。

他方、女性雑誌では皇室や芸能人という「高嶺の花」の世界の出来事を卑俗化して、読者である女性たちの等身大の出来事に読みかえる作業も繰り返えされている。

女性雑誌による生活のファッション化と人生観の卑俗化は共に「現代消費社会に生きる女性たちに期待されている人間像を示す、同じコインの両面」と捉える筆者は、この現象

が女性誌のみならず男性誌にまで及んでいると指摘している。(M)

### ●マンガウの実る村から、内海愛子、現代書館、1983年。

インドネシアで体験した2年間の生活から、今インドネシアで日本人が何をしているのかを問う本。

なぜアジアが貧しいか、貧しいアジアを日本がどんなに収奪しているか。遅れた国への発展に寄与しているとの錯覚の中でおこなわれている企業の経済援助の実態。

日本政府の援助がアジアの貧しさに拍車をかけることもある。援助とは誰が何のために誰をたすけているのかを問わなくてはならない。

インドネシアから帰ってきた時、日本人の顔が不健康な白っぽい顔つきで余裕がない表情をし、おそろしく無愛想であったことと対照的に、インドネシアの人の笑いかける人なつこい顔つき、裸足で駆け回りよく動く足は、躍動感をもってジャワの大地を踏みしめていた。平らなアスファルトの道しか歩かなくなっている日本人の足は大地を踏みしめることを忘れてしまったのか。たよりない文字通り足元がおぼつかない日本人。

インドネシアが豊かな生活を欲していることは事実だ。しかしGNPが日本人の20分の1以下だからといって、はたして日本人は20倍幸せだといえるだろうか。

私たちの暮らしがアジア抜きで考えられない以上、私たちはそこに生きる人びととの生活ぐるみのつきあい方をしていかなければならない。国家や企業の枠をこえて民衆同士の関係をつくりあげていくことが今、必要になっている。(A)

### ●美しき旗手たちの語録、吉田直哉 日本放送出版協会、1986年。

常にテレビ界の第一線にある著者がテレビの内、外をささえる女性たちとの対談集である。

テレビキャンペーンの影響、女

優の素顔、人気番組の成功の秘訣、女性ならではの番組づくり、コンピューター・グラフィックスによる未来の映像表現、ドキュメンタリーの難かしさ、論争テレビなど、それぞれの分野で懸命にテレビ文化を支えている女性たち。

堂本暁子、高橋幸子、吉永小百合、大塚民子、吉成真由美、中根千枝、田中裕子、大原れい子、長岡輝子、市岡康子、アグネスチャン、磯野恭子、澤地久枝、島森路子、岡本由紀子、藤村志保、猪口邦子、樹木希林、の18人のそれぞれの素顔と本音に迫る、放送文化基金の季刊広報誌「HBF」の企画対談。

テレビをテーマにして足かけ5年に及ぶ、テレビの側面史にも思える。きわめてマジメに日本のテレビ文化の可能性を考える本といえる。(A)

### ●多チャンネルCATVと視聴行動の変容、石川旺、「放送研究と調査」1986年12月。

アメリカのCATVは10年前の1976年には、テレビ所有者の5分の1にもならなかったが、今日2分の1に達する勢いで伸びている。平均的なシステムで30ないし50、多いところでは、100以上ものチャンネルが提供されている。

1980年前後までは人々の視聴行動に目立った変化は表われなかったが、ここ数年、アメリカ中西部の研究者たちによると、人々の視聴行動の急激な質的变化の兆候がみられる。この論文は、それらの調査を概観し変化の様相や方向を把握するために書かれたもの。

1. 多チャンネルがもたらした情報環境①多チャンネルの内訳②ソース別視聴時間③番組内容、2. 視聴行動の変容①アメリカの研究動向②事前に番組情報をチェックしない③チャンネル変換による番組探査など。

新しく起こった視聴行動の変化は次のように表われている。①視聴前にあらかじめ、ざっとでも各局の番



組情報に目を通す、ということをし  
ない②視聴中でもどんどんチャンネル  
を変え、ひとつの番組を開始から  
終了まで見るということをしな  
い③はなはだしい場合にはチャンネル  
変換により複数の番組を同時に  
視聴する④テレビの音を消し、  
映像のみをつけっぱなしにする⑤  
ながら視聴など。この変容は、「  
視聴」という概念から相当へだ  
たってきており、視聴行為の密  
度が失なわれてきている。その  
他、再放送の潜在機能、チャン  
ネルレパートリーの形成など研  
究課題は尽きない、と結んでいる。  
(J)

●だんだんおかしくなるテレビに  
いま必要なもの、湯川憲比古、「放  
送レポート」№85、1987年3月。

1986年末に大きな社会問題とな  
った「たけし・北島事件」を契機に  
考える。筆者はFCT会員。

この事件への対応によってTVは  
自らが、ジャーナリズム、報道機  
関というより「一業界」にすぎない  
ことを露呈し、テレビ業界、出版  
業界、新聞業界がそれぞれ独自の  
立場をとることによって、今後の  
マスメディア相互批判の時代を  
予感させた。

この種の問題に対応する局側の  
ルールは、民放においては「民間  
放送連盟放送基準」であり、NHK  
においては「日本放送協会国内  
番組基準」である。放送の公共  
性の要請に対して公権力の介入  
を防止する放送局の自主的ルール  
であるが、ともにその基準は不  
備であり、今後、視聴者、市民  
サイドの十分な検証をうける必  
要が事件を契機に痛感された。

にもかかわらず民放の経営内容  
の悪化やNHKの商業主義化により  
郵政省行政当局に、より強くコ  
ントロールされやすい状況が進  
行している。現在、市民・視聴  
者サイドのカウンターパワーを  
相当に強化しなければテレビを  
めぐる社会的バランスが大きく  
崩れてしまうだろう。特にNHK  
にはアメリカのCUB(市民公益  
事業委員会)のような市民・視  
聴者

サイドからのチェックシステム  
の実現が望まれる。

立法・司法・行政とならんで、  
マスメディアは第4の権力とみな  
されているようだが、このような  
状況に対しては立法・司法・行  
政・マスメディアとならんで「  
市民運動」を第5のソーシャル  
パワーとして位置づけるべき  
ときがきている。

既成のテレビメディアの活性化  
と番組の質の向上はもちろんだ  
が、市民自身がテレビメディアの  
「情報の送り手」になる必要が  
ある。(KZ)

●言論の品位を侵すもの、西部邁、  
季刊「アステーション」'87年春、  
TB Sブリタニカ。

「いわゆる識者とやらのほとんど  
は、たけしの腹立ちがわかること  
とそれを暴力によって表現する  
ことが別次元にあるという感情  
の論理もわかっていない。写真  
であれ腕力であれ暴力に対して  
は公的制裁が加えられなくては  
ならないという法の論理すら  
わかっていない。フォトジャー  
ナリズムの跳梁は、テレビを  
主体として蜿蜿と展開されて  
きた表現形態つまり感覚的刺  
激に主眼をおく表現形態の  
ひとつの当然の派生である。  
ということを知者はきちんと  
理解していない。こうしたもの  
としてのテレビ文化における  
ひとりの主役が写真雑誌の編  
集部を襲うのは要するに内ゲ  
バというやつなのだ、という  
健全な常識がこれらの識者  
には欠けている。それもその  
はず、現在の言論状況その  
ものが言葉より感覚的刺  
激の昂揚を第一義としている  
のであり、それゆえ識者  
なるものはテレビや写真  
雑誌と同じく品位に悖る表  
現界の指揮者であるに過ぎ  
ない…

以下略)天才だ、異才だとも  
てはやした羞恥心を捨てて  
識見や意見を披瀝した識者  
たちに鋭い疑問をつきつけ  
つつ著者は、言論の品位が  
極度に低下した日本の状況  
は、品位に悖る人々がほぼ  
社会の全局面において権  
力を掌握した高度大衆社会  
の当然の

帰結である、と述べている。  
言論が高品位テレビほどの  
品位ももたない有様になっ  
てしまったのは「甘やかされ  
たお坊ちゃん」としての大  
衆が識者になりおこせたこ  
との結果にほかならない、  
とし、阿呆なことを書く  
執筆者は自分が阿呆だから  
そうするのであるし、馬鹿  
なものを読む読者も自分が  
馬鹿だからそうしている  
のだ、と当るべからざる  
勢い。全面肯定とはいか  
ないまでも刺激的示唆に  
富んだ論文になっている。  
(T)

●マスコミと「さわやか」な  
話題、竹内希衣子、「E L S A」  
№10、86年12月、エルザ  
自然保護の会。

マスコミに見るさわやかな  
話題の実態について書かれて  
いる。

朝のテレビの情報番組では、  
ニュース、スポーツニュース、  
天気予報についてさわやか  
な話題が並ぶが、その内容  
は旅、自然、風物、動物に  
関するものが多い。「カルガ  
モの引越騒動」に見るマス  
コミのフィーバーぶりを  
紹介し、マスコミの報じる  
さわやかな話題の実態が、  
現実にもっと報道されな  
ければいけない事から目  
をそらせて、あたりさわ  
りのない情報を仕立てあ  
げていると指摘している。  
(S)

●テレビとわたしたち —  
くらしとマスコミ、佐藤毅、  
岩崎書店、86年。

「社会・未来・わたしたち」  
10巻シリーズの第2巻。  
小学校高学年以上を対象に、  
日常化したテレビ視聴につ  
いて、読者の実態を知り、  
テレビを見る目を養う事  
を目的とし書かれた本。  
著者は一橋大学社会学部  
教授。I テレビができて  
30数年、II テレビ番組  
の制作の基盤、III テレ  
ビの社会的影響、IV 政治  
の力とテレビ番組の4章  
からなる。I 章ではテレ  
ビの30年史を人気番組  
の写真を多用し、読み  
やすく紹介。II 章では  
グラフや数表を挿入し、  
経済的基盤を中心に  
放送の自主性との関わり  
も含め解説。III 章では  
幼児、子ども、おと



なにかけて、その社会的影響について述べている。幼い子どもほどテレビの影響は大きく、現実との区別もつきにくい。テレビを見て幼児が質問した時には、親は答え話し合う習慣をつけようと提案している。Ⅳ章では政治の力で放映中止となった番組や、政府広報番組の意図、政治家がテレビを利用する傾向について述べ、視聴者としては①言論・表現の自由②情報を知る権利③アクセシビリティを自分たちの主権と考える姿勢が必要であると説いている。(S)

●特集・テレビ・ファミコン、「ブチタンファン」1987年1月。

「見ている間、脳は休んでる!」の副題が示唆するように、J・マンダー著『テレビ・危険なメディア』(時事通信社)を読んだ小児神経科医・有泉基水(独協医科大)が記者の鈴木みどりと対談し、テレビの心身の影響について医学的アプローチの可能性を探っている。マンダーの本の中に「テレビを見ている人の目はほとんど動いていない」という記述があるが、有泉は動物実験を紹介して目を動かすことが人間の学習や思考につながると述べ、テレビを見ている子どもは思考的にも受動的にされ、ものを考えないようにしているのでは、と言う。

他に斎藤次郎による「ファミコンってなに?」宮尾克「テレビゲーム、やっぱり目に影響」など。(F)

●わが子の世界、見えていますか

(現代子ども論議)、朝日新聞学芸部編、1987年2月。

昭和59年4月から2年間にわたって、朝日新聞の家庭面に連載された「連続インタビュー」をまとめた単行本。教育界で大きな問題となった

「いじめ」や「登校拒否」をめぐる議論のなかで、その周辺にある生活に目を向けティーンエージャーの性と非行、子どもの小遣い、現代っ子と日記、子ども部屋の功罪、飽食時代のおやつ、子どものおしゃれ、いじめとふざけ、アルバイトに熱中する子どもたち、TVゲーム、子どもの夜ふかしに見る夜型社会、学校と髪型など幅広いテーマをとりあげ各界の識者、オピニオンリーダーはもとより当の子どもたちにもインタビューを試みている。

親や教師が日常的に気になっている地味な問題を丹念に追っている。また、各テーマごとにインタビューした記者の印象をまとめている。

親と子の関係という切片を見るだけで現代社会の複雑な面が現れてくる。からみあった糸をはぐすには、ひとつひとつの小さなこぶからほどいていく以外にないことを思うと、こうした小さな切片をより多く切りとって見つめるというこの本にも大きな意味がある。なお、FCTの鈴木みどりもテレビの食品CMの影響をテーマに一文を寄せている。(KZ)

●おもちゃ文化のレベルアップを、多田信作さんに聞く、「私教育」93号、1986年1月。

インタビュー記事で、和津田猛が多田信作(芸術教育研究所、おもちゃ美術館長)に聞く。多田が館長をしている「おもちゃ美術館」(中野区新井2-12-10)の活動や目的が語られている。おもちゃ美術館は30万点のおもちゃを所蔵、そのうち2000点を無料貸出ししているというユニークなもの。多田はおもちゃは子どもの手や足、目、顔、心をはぐくむものだからその与え方は食べ物と同様の配慮が必要だとしてい

る。今は電動式玩具やロボットなど「自分の手で作ったもの」でないものがあふれている為、親たちがおもちゃの良し悪しを判断できなくなっているのではないかと云っている。おもちゃ美術館を作ったのも多くの人たちに「いいおもちゃ」を見てもらい、貸出すことでそのすばらしさに気づいてほしいし、そうすることがおもちゃの質の向上にもつながるとの考えが根底となっている。(Y)

●特集・お父さんは、今、「愛育」、1987年1月。

家族の中で存在感のうすくなりがちな「お父さん」に焦点をあて現在の父の姿、役割をさぐる特集。次のような立場の違う五氏が執筆している。「テレビにあらわれた父親像」鈴木みどり、「家族の成長と私の成長」須長茂夫、「家族という存在への感謝」会社員A夫妻、「父の姿から学んだこと」佐々木康範、「日本人家族の母子関係と父親の役割」宗像恒次。以上の他、単身赴任の父親を対象とした「家族とのコミュニケーション」に関するアンケート、小中学生を対象とした「お父さんの仕事」をどのように見ているかのアンケートの紹介など多角的に捉えている。

鈴木はテレビのドラマやCMに登場する父親の描かれ方が固定的で歪められたものとなり現実を描いていないことを問題にしている。須長は共働き家庭における父親としての生活体験から家庭内での人間関係のあり方を模索している。民主的共同体を目ざす時、父親としては常に自己変革を求められ、自分を変えざるを得なくなる。その結果自分も過去のしがらみから解放されていった事を報告している。(Y)