

GAZETTE

1987・8

vol・7

Number・26

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（F C T）神奈川県葉山町長柄1601-27 責任者／鈴木みどり

銀行口座 第一勧業銀行逗子支店（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

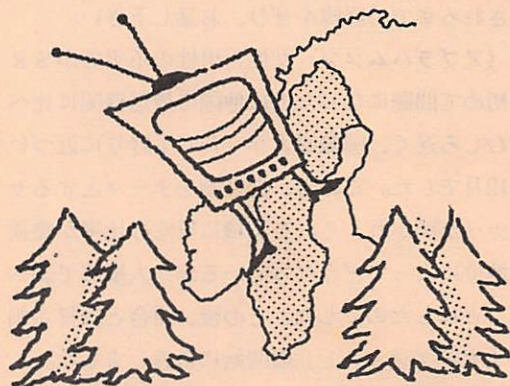
■ 特集 1

平等委員会が活躍している スウェーデンのテレビ

ーウーラ・アブラハムソン(SR調査部)に聞くー

スウェーデンの首都ストックホルムを訪れたのを機に、スウェーデン放送協会（SR）の視聴者及び番組の研究調査部において放送と女性の問題に取り組んでいるウーラ・アブラハムソンさんに会いに出かけた。彼女は「マスメディアの中の性役割」(Sex-Roles within Mass Media)という英文のニュースレターを1981年以来、年1回発行して、この領域の国際ネットワークに貢献している人である（85年発行のNo.6にはF C Tの分析調査「情報化する朝のテレビと主婦たち」のサマリーが掲載されている）。

スウェーデンでは放送局ではたらく女性たちの



地位の向上、男女の平等をめざすアファーマティブ・アクションが進行中。このことは85年のユネスコ報告書「女性とコミュニケーション・メディア」で紹介されているが（本誌No.19、25のデータバンク参照）、その具体的な内容、計画作成に至るプロセス、今日の状況などを直接、取材することができた。以下に、その一部を報告する。尚、スウェーデンの放送はテレビ、ラジオのいずれも公共放送しかなく、テレビは2チャンネル。1978年の機構改革以来、SRは親会社として放送の管理・運営にあたり、番組はテレビ、全国放送ラジオ、ローカルラジオ、教育放送（テレビ及びラジオ）の各

■ CONTENTS ■

- 特集 1 平等委員会が活躍している
スウェーデンのテレビ 1
- 特集 2 F C T 10周年を迎えるにあたって
テレビ診断調査を視聴者の責任と考えて 4
- 特集 3 「多数決！多数決！」は問題である
NHKテレビ「中学生日記」を見て 6
- 特集 4 育児商品CMをどう考えるか

- 87年 F C T 第3回CMサミット記録 8
- F C T の声 頭にきました 11
- 海外ニュースフラッシュ 12
- F C T データバンク
国内編 13

イラスト 市川雅美

々独立した四つの制作会社で制作している。これらの五つの機関が各々、政府と協定を結び、また全体としては放送法に規定されて運営されている。

国際婦人年の1975年12月に始まった

Q (鈴木) 女性の地位向上と平等の実現をめざす「平等委員会」が放送局の中で作られ、しかも機能していることは、女性管理職の誕生がまだ珍しいニュースになるような日本の放送界からみますと、隔世の感があります。SRに平等委員会が設置されるまでの経緯をぜひ、お話し下さい。

A (アブラハムソン) 女性と男性の不平等がSRで初めて問題になったのは他国の放送機関に比べてむしろ遅く、国際婦人年(75)も終りに近づいた12月でした。この時、性役割をテーマとするセミナーが開かれ、これを契機に男女の比率が職種や地位によってどうなっているかを人事部で調べることにしたのでした。その後、組合と経営者側は「平等プロジェクト」の開始に合意しました。

このプロジェクトは2年をかけて徹底的にSRにおける性差別を調査するもので、大部の報告書が作成されましたが、これには改善に向けた69項目の具体的な提案が付されていたのです。その45項目は人事に関する提案で、残りの24項目は番組制作に関するものでした。

報告書は1978年末に経営委員会に提出されましたが、この年にSRは五つの放送機関の連合体へと組織改革されることが国会で決まり、スウェーデンの放送は女性問題も含めて翌年末から新しい時代を迎えることになりました。

Q そして「平等委員会」が設置された?

A そうです。経営側と組合の合意で80年に生まれました。これはスウェーデンの新しい法律「労働生活における男女平等に関する法律」に基づくもので、先の69項目提案が平等委員会の指針となりました。

SRの平等委員会を構成するのは各放送機関の経営者及び被雇用者を代表する各々5名の計10名。被雇用者の代表は組合によって選出されます。また各メンバーには代理人が認められているため、

実質的には20名がメンバーで、任期は全員2年となっています。委員会は発足当初から常勤の専任スタッフ1名を持っていますが、このスタッフのおかげで、平等委員会の仕事は途切れることなく続けられ、多くの成果が得られたと思います。

平等委員会の仕事と目標

Q 平等委員会は具体的にいて、どんな仕事をしているのですか?

A 放送局に勤務する人は五つの機関の合計で6千人余りですが、これらの人びとに向けて各種の研修プログラムを企画し、提供するのが当初から今日に至るまで主要な仕事の一つとなっています。たとえば「私の役割・私の仕事」という1週間のプログラムが80~83年の間に7回実施されましたが(参加者数は計131名)、これは女性問題をトータルに学ぶ講義と小グループに分かれての討議を組み合わせたもので、職場と家庭における女性の意識を変え、積極的な行動を引き出すのが狙いです。その他、制作現場における技術研修、管理職の役割、あるいは男性向けに男性イメージや役割を問いただすセミナーも開かれています。

二つ目の仕事は「職場での平等」プロジェクトと呼ばれるもので、全ての従業員が年1回は勤務時間中に男女の平等について話し合う会合に出席し、その結果を仕事に生かしていくことを奨励しています。このプロジェクトでは、125名がボランティアとして話し合いをリードするための研修を受け、彼らの自主的な運営でセミナーや会合が今日でも続いています。

Q 平等委員会には明確な目標が設けられているのでしょうか?

A そうです。番組制作に関する目標はどちらかといえば漠然としていますが、人事に関しては明確です。①雇用・研修・昇進の機会を男女平等に、②あらゆる職種で男女の数を等しくする、③女性、男性のいずれにとっても職業人としての仕事と親としての仕事の両立をはかる、④賃金を男女平等に。もっとも、これらの目標はSRだけに特別というのではなく、スウェーデンでは82年以来、ど

の企業、公的機関でも同じように平等政策をとるようになっていきます。

Q 雇用における男女の平等は国の政策として推進されているということですね。そのような政策の下でも、番組制作で平等を具体的な目標として掲げるのは難しいのでしょうか。

A いえ、平等委員会の目標として具体化しにくいということで、基本的には、新しい放送法の問題からいっても、スウェーデンのテレビとラジオが男女の平等の実現に務めるべき責務を負っているのは明らかです。

番組内容での変化は？

Q スウェーデンのテレビ内容について女性像、女性の役割など調査しておいでと伺っていますが、やはり問題がありますか？

A ええ。女性の描き方、男性の描き方は70年代から調査してきました。例えば83年に全国及びローカルのニュース番組一週間分について調査しましたが、その結果、女性が伝えるニュースは全体の28%にすぎないこと、また全国ニュース番組で外交問題や経済問題などの重要なニュースを伝えるのは男性である場合が多いことがわかりました。

テレビドラマ、映画、マンガ等の虚構（フィクション）の世界を描く番組で男女の役割の描き方を80年と85年の2回、分析調査しましたが、5年の間では大きな変化はみられず、やはり伝統的な性別役割を肯定するものが50%を越えていましたね。男女を平等に描くものはほぼ3分の1、よりラディカルに男女の役割を交換させたりするものは非常に少ない、という結果でした。

Q スウェーデンでも、そうですか。

A テレビの内容は多かれ少なかれ社会の現実を反映しています。ですから、政府の政策がどうであれ、女性問題に関する意識変革は一朝一夕には不可能ということだと思います。もっとも、ニュース番組のようにSRが制作しているものでは、この数年、女性の海外特派員も増えていきますし、83年の調査時に比べますと、目に見えて変化してきていると言えそうです。

問題はフィクション番組ですね。「ダラス」等のアメリカ製ソープオペラ（シリーズ・ドラマ）や映画、英国製ドラマがたくさん入ってきていますが、これらの外国製番組の内容について私たちにできることは、非常に限られています。輸入に際して、男女の描き方が平等であるかどうかという点を重視して、番組を選択すること。それしか方法はありません。

Q それに、衛星放送やケーブルテレビも増えていると聞きましたが……

A そうなんです。88年末にはスウェーデンの30～40%の世帯にケーブル・システムが普及すると推定され、SRやテレビ制作会社は危機感を強めています。国外からの番組の増加は私たち女性にとっても歓迎すべきことではありません。伝統的な性別役割に基づく女性像、男性像がテレビの画面で多くなると思われますから。テレビ界では今、自分たちの手で制作する番組を増やすことが女性の平等の推進につながるという意見があります。私もこれに賛成です。

放送法があればこそ

Q それでは、平等委員会の仕事はこれからも続いていく？

A ええ。放送局で働く女性の地位に関していえば、短期間でかなりの成果が得られました。でも女性、男性を問わず、テレビを創っている人たちの意識を変え、それが番組内容に反映するようになるまで平等委員会の仕事は続くでしょう。幸いなことに、委員会は組織的に今ではしっかり位置づいています。専任のスタッフもいます。スタッフは委員と同じように2年で交替していますが、それでも経営者側と組合の間であって、両者の協力体勢を維持できるよう本当に一生懸命はたらくてきました。さらに、放送法の存在も重要です。放送はすべての人間の平等を保障する憲法の原則に従うとする放送法があればこそ、私たちは平等委員会を持つことができるのですから。

（インタビュー 鈴木みどり）

（まとめ 鈴木みどり）

テレビ診断調査を視聴者の責任と考える

— FCT 5年めからのこと —

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。

「やめられない、とまらない！」はカップエビセンのCMだが、毎年テレビ診断の時期が来るときまってこの文句が浮かんで来る。なんでこんなにめんどろなことを始めてしまったのだろう、とブツブツ文句を言いながら、「やっぱりやるっきゃない」と励ましあって、スタッフ会議でゴーサインを出す。やめられない（やめたいけれど）、とまらない（とめたいけれど）テレビ診断。FCTのユニークな活動の支柱ともいえるのがこの仕事なのですから。

テレビの受け手にも責任

テレビ診断をはじめのきっかけになったのは、放送文化基金の助成をうけたテレビCMの分析調査だった。1980年から81年にかけて「玩具CMと子どもたち」「おやつ菓子CMと子どもたち」「子どもの見ている医薬品CM、アルコール飲料CM」と3冊の調査報告書を発行した前後のことは、前回に触れた。

これらの仕事を通して、テレビコミュニケーションの担い手は放送局や広告主などいわゆる「送り手」だけではない。子どもたちを含むすべての視聴者もまた責任をもち発言する権利をもつ一方の担い手であるという自覚をもつようになった。

そして、その責任を果たす行動の一つとして、テレビをチェックし、送り手の安易な姿勢や、視聴者の利益、とくに子どもの利益を無視したやり方を許さない緊張関係を作り出したい。実証的なデータを手造りすることで、より望ましいテレビのあり方を具体的に示したい、という願いを、毎

年のテレビ診断分析調査というかたちで実現することにした。具体的には、毎年1週間の「テレビ診断週間」を設置し、3～5時間東京で視聴可能な局のテレビを録画し、CMと番組にわけてチェックしようという作業である。

第1回は1981年7月5日(日)～11日(土)の一週間、教育テレビ、テレビ東京を除く5局の午後5時～8時の時間帯について実施した。

番組とCMの各局運行表を作り、CMの業種別分類をし、内容分析のためにチェックシートを作成して記入。子ども番組では主人公の分析シートを作成して「子どものテレビにおけるアイドル分析」を試みた。各局担当スタッフが各自VTRをくり返し見ながら記入し、持ちよっては協議し集計するという手作業による分析作業である。

毎回登場する“助っ人”

秒単位でCMの長さを計り、総量を出したり、画面をくり返して見ては登場人物たちの言動をチェックするというこまかい手作業ですすめる分析調査には、なぜか毎回めざましい働きをする“助っ人”が登場する。第一回の時には岩田昭男だった。今はフリーライターとして週刊誌などの仕事をしていると聞くが、以後、毎回頼もしい人が登場するのは、天の助け、なのだろうか。

岩田昭男はほとんど二晩徹夜でビデオテープを見る作業をやり、眼を赤くしてアイドルたちが登場するCMが子どもたちにどういった効果をもたらすかを明らかにしようと取り組んだ。11月のフォーラムで発表し、報告書「子どもの見ている番組

とCM」の中にその仕事は結集されている。

分析シートを開発して

第二回のテレビ診断週間は1982年5月31日(月)～6月6日に実施した。子どもの食生活に関わるCMの分析。番組については、性、暴力、弱者へのいたわりなどについて、アニメ、ドラマ、バラエティ番組の内容を分析し、11月に「テレビと子どもの健康」という報告書にまとめた。この回の調査のために飛びこんで来たという感じで登場したのは香取淳子だった。お茶の水大学の大学院生で2児の母親という彼女はアニメやドラマに描かれる暴力の量と内容を分析するのに熱中した。

その後スタッフは離れたが、いまでもテレビの問題について研究活動を続けている。またCMのこまかい運行表や総量を計算する仕事は、一言ゆう子が独壇場だった。数字に強い貴重な存在だった彼女は出産後脱サラでレコード店を開いた御主人を助けて活躍中。ピンチに陥るとどこからか現れる人材についても、数字に強い新開清子に受けつがれて、以後のCMの数量チェックは彼女しか出来ない仕事になった。

第三回は1983年5月23日(月)～29日(日)の一週間に実施。家族が登場するCMを分析し、CMの中に描かれている家族像についてまとめた。番組は刑事ものを除いたドラマ、アニメについて登場する家族の描かれかたについて分析を行った。報告書は11月に「テレビと家族」として発行。

この回には筑波大生だった並河研がすい星のように登場した。卒業論文を書くために資料がほしいというのがきっかけだったが、たちまちFCTのペースに巻きこまれ、大学のコンピュータまで動員してのものものしい調査になった。CMの分析がとくにこまかく徹底しているのは彼の作業によるところが大きい。余勢をかってリクルートに就職した張りきり青年だった。

第四回は1984年6月4日(月)～10日(日)の一週間に実施。これまでは夕方から夜にかけての時間帯が調査時間にあてられていたが、この回は午前7時から12時の時間帯に移して、ニュースショ

ー、ワイドショーを中心としたCMと番組の分析を実施した。回を重ねてやっと分析シートの開発やまとめかたのパターンが見えてきたためか、少しゆとりも出来て、この回には盛り沢山の報告をすることが出来た。そのために発行が翌年2月にもち越しになってしまったが、「ニュースショー、ワイドショーの内容分析」「生情報番組中のCMの分析」「幼児番組の内容分析」さらにモニター調査を実施した結果報告、そして朝のテレビと上手につきあうために、と題したFCTメディア教育講座のカリキュラムを巻末につけた100頁を越す報告書「情報化する朝のテレビと主婦たち」となった。この回には当時和光大生だった武内恵子が大活躍、ワイドショーのトピックス内容を図表化するのに大苦心をしていた。

第五回は1985年10月14日(月)～20日(日)の一週間に実施。夜5時から10時の時間帯にもどって、子どもが登場するCMと、10代が登場するドラマとバラエティ番組の内容を分析し、翌年4月に「テレビと子どもの人権」として報告書にまとめた。子どもの人間としての尊厳に対して配慮が行われていないテレビの現状について指摘した。

この回には桑野啓子、松山恭子の二人が大活躍。彼女たちは前の人たちのように「去りゆく人」ではなく、引続き今年の調査にも参加している。風のように現れては去っていく「助っ人」のいたこれまでの回と違って、定着型になったのだろうか。

第六回は今年5月25日(月)～31日(日)に実施。11月に報告書発行をめざして目下作業中である。

第一回からずっと関わっているのは鈴木、新開、竹内の3名。2回目から永田順子が加わっている。

毎回報告書が出来上ると一度に力がぬけてしまっていて、そこから先の行動にまで及ばずに終わってしまうのが気かりではある。ただ、毎回1000部刷るとじわじわと売れ続け、全国各地でこの報告書からデータを使って下さる方々があって救われる思いにもなる。テレビの送り手に対する一つの姿勢として、この仕事はこれからも続けていかなくてはならないと考えている。

(文中敬称略・まとめ 竹内希衣子)

■ 特集3

「多数決！多数決！」は問題である

——NHKテレビ「中学生日記」を見て考えたこと——

湯川 憲比古

「多数決！多数決！」のあらすじ

昭和62年5月10日の日曜日の午後、たまたまNHKテレビの中学生日記『多数決！多数決！』という番組を見る機会がありました。「中学生日記」という番組が、NHK名古屋の制作であり、かなり有名な番組であることは知っていましたが、今までほとんど見たことはなく（チャンネルをまわしている時に断片的に見たことはある）、今回30分間の最初から最後まで通して見たのは、全くの偶然であり、初体験でもありました。後述するように大いに問題のあるドラマでしたが、ドラマとしてはよくできており、最初の部分を偶然見て、そのあとはドラマに引きつけられて最後まで見たのだと思います。

さて、このドラマのあらすじですが、ある中学校のあるクラスでのこと（学年はよくわからない）。気分の悪い生徒を保健室に連れていくことで授業をサボる「役得」のある保健委員に立候補して首尾よく委員になった男子生徒が、吐いたものあとかたづけや尿検査の尿あつめをやらされることを知って、保健委員をやめようと思いたちます。そこで、クラスのボスの男子生徒と相談して、40人のクラスのうち21人に1本100円のシャープペンシルを配って「買収」し（ドラマの中でも「買収」という言葉が使われています）、クラスの多数決で目的を達しようとしします。その際、もう一人の保健委員であるまじめな女子生徒にも同調するよう求めますが、彼女は悩んだ末、同調することを断ります。クラス会で、彼は多数決で保健委員を辞めることに成功し、かわりに気の弱そうな別の男子生徒が保健委員に指名されてしまいます。その後、買収されていない女子生徒たちから、詰問されたもう一人の保健委員の女子生徒は、買収工作の事実をみんなの前で明らかにします。これ

に怒ったボスの男子生徒は、彼女が、彼らの名誉を傷つけたということで、校庭を10周走る罰を課することを提案し、これも多数決で可決してしまいます。それは横暴だという声もあがるのですが、彼女は、校庭を走り出し、あと2周くらいのところで貧血をおこし、倒れてしまいます。この展開に驚いた彼らは、担任の教師の指導もあって反省し、買収された生徒たちもシャープペンシルを担任の教師にあずける、というストーリーです。

このドラマのどこが問題か

さきほど述べたように、これはドラマとしてはなかなかよくできており、いったいこれはどういうことになるのかと、私も引きつけられて見ていたわけですが、最後のところで、これは大変困ったドラマだと思わざるを得ないまとめ方をされてしまったのです。問題は、このときの担任の教師の指導の内容です。彼女は、校庭10週の罰を受けた女子生徒が、貧血をおこして倒れたあと、生徒たちにこう言います。「あのね、多数決っていうのは間違っていないと思うの。とってもいい制度だと思うの。でもね、それを使うときには、よく考えないととんでもないことになっちゃうと思うの」「みんなに何でも決める権利があるの。だからこそ責任があるの。ひとりひとりが間違ってしまうと、とんでもない結果がでてしまうの。せっかくのすばらしい制度も、とっても悪いものになってしまうの。責任があるんだから、しっかり考えようよ。」（実は、再放送のときに録画をしたので、このような引用ができます。）

ここでは問題を三つ指摘したいと思います。まず第1に気がつくのは、このドラマでは「多数決原理の乱用」が戒められているのに対し、そのもとになった「買収行為」が不問に付されてしまっており、結果的におとがめなしになっている点で

す。たしかに、このドラマのテーマは「多数決」にあるわけですから、ドラマの構成上、焦点があたらない面はあると思いますが、このドラマの作者の善悪の判断基準は相当に狂っていると思います。もっとも、これも「買収行為」があまりにも社会の常態となっていることの反映かもしれません。しかし、何といても、このドラマの最大の問題点は、民主主義原理＝多数決についての根本的に誤った認識です。今さらあらためて言うのもおかしいかもしれませんが、このドラマの中の教師の民主主義の原理＝多数決の考え方は、日本国憲法第31条「何人も、法律の定める手続きによらなければ、その生命若しくは自由を奪われ、又はその他の刑罰を科せられない」に規定された「法定手続の保障」＝罪刑法定主義の原則に決定的に反します。ところがこのドラマでは、教師は、ボスの男子生徒が提案した校庭10週の罰を多数決で決めたことについて、原理的には否定せず（決めた時には何も言わなかった）、女子生徒が倒れたあとで、その乱用を戒めています。基本的人権を多数決で侵害することの不当性についての認識が全く欠落していると言わざるを得ません。第3には、中学校のクラスという小さな部分社会の中で、「みんなに何でも決める権利があるの」と、日本の社会の基本的ルールである法律に反した、あるいは法律から離れたルールを決めることの是非についての無自覚性です。これは、実は、このドラマの責任に帰すべき問題ではなく、日本の学校教育全体における「校則・きまり」の問題、あるいは日本のあらゆるムラ的部分社会の問題に直結する問題なのですが、この点についてはむしろ、このドラマのおかげで、あらためて考えさせられたと言うべきかもしれません。

NHKを「裸の王様」にしてはならない

さて、このドラマを見て、今まで番組を見てテレビ局に電話をしたことなどなかった私でしたが、どうにも気になって、NHK名古屋の「中学生日記」の担当セクションに、シナリオかVTRをいただけないと依頼の電話をしました。結局、そ

れらのことはできなかったのですが（再放送の日時を教えてもらったので、自分で録画しました）その時に前述の3点について、担当の人に意見をきいてみました。この担当の人の対応は、基本的には親切で紳士的であり、その点では申し分なかったのですが、私の指摘については、どちらかと言えば意外そうな感じで、認識については全くかみ合いませんでした。この「中学生日記」は、一般的には良い番組であると思われる（と少なくともNHKは思っている）番組であり、NHK名古屋の担当の人々は良い番組をつくっているという自信があるのだと思います。

この番組にかぎらず、私は、最近のNHKで最もよくないことは、自分たちのしていることは正しいと思こんで、どんどん先へ進んでいこうとすることだと思います。思うに、これは、NHKに内部批判の機能が私たちの想像以上に失なわれてしまっており、外部からの批判を正しくキャッチし、フィードバックさせていくシステムが欠落しているところからきているのではないのでしょうか。その結果、NHKはひとりよがりな世間知らずの「裸の王様」を次々に作り出しているようです。あの鈴木健二氏のみならず、磯村尚徳氏、和田勉氏（このほど退職なさったようですが）、吉田直哉氏、そしてあの宮崎緑氏。私は、現在のNHKをめぐるチェックアンドバランスのシステムは、非常にアンバランスな構造になっていると思います。風通しが悪い構造になっていると思います。今回の「多数決！多数決！」の問題なども含めて、NHKに積極的に議論をぶつけ（当然のことながら、このドラマの評価が私のひとりよがりな評価でないかどうか検討を受けねばなりません）今や実質的に社会のコモンセンスの作り手になってしまったテレビテクノロジーの中での永久的チャンピオンになろうとしているNHK本体を、これ以上「裸の王様」にしないために、またNHKの窓を開けさせ、風通しをよくするために、さまざまな工夫をして、可能な限りNHKにアクセスしていかなければならないと思います。

（FCT会員）

育児商品CMをどう考えるか

'87年FCT第3回CMサミット記録

1987.5.16 於東京飯田橋

今年ベネチアで開かれた世界の首脳が集まるサミットに先がけて、わがFCTのCMサミットも3回目を開催した。第一回は一昨年「'85年の問題CMを考える」、第二回は昨年「子どもを商品人間に仕立てないで」を受けて、今回は「育児商品CMを考える」。多くの紙オムツやお風呂で遊ぶ玩具などのCMをビデオで見、参加者の認識を得た上で会をはじめられた。

報告者

愛育研究所・小児科医 加藤史朗

消費者問題研究家 船瀬俊介

あんふあんで 川崎由利

(司会 FCT 竹内希衣子)

司会 最近、子どもは動くアクセサリという言い方をする人もいますが、育児商品がファッションナブルになり、相つぐ育児雑誌の創刊、芸能人の出産が派手にとりあげられるなど、育児そのものがファッション化されつつあるという状況があります。これらの情報化に大きな力になっているのがテレビであり、テレビで放映される育児商品のCMなのではないかと思えます。そこで育児に関わる方々の報告を得て、育児商品、とくに紙オムツの問題が大きいかと思えますが、それぞれの立場での御発言をお願い致します。

映像の威力に認識を

加藤 戦後子どもをとりまく環境は大きく変わってきましたが、高学歴社会、情報化社会、高齢化社会、この三つが、今の子どもを取りまく状況となっています。年輩の人々を中心に子どもが環境が悪化したという声をよく耳にしますが、私個人としては、そうではないのではないか、いまの環境の中で子どもをどう育てたらよいかを考える

のが自分の仕事であると思っています。子育てを考える場合、テレビを除いては語れないのが現状です。

0才児でも36%の赤ちゃんが、テレビからそれなりの刺激を受けており、3歳児ともなると99%が内容を理解して見えています。だから見せない、選んで見せる、距離をおいて見せる、食事中見せない、これらに注意すれば、もっとよい意味でテレビを現在の文化の一つとして受け入れられるのではと思います。しかし画像の威力についてはよく知っておく必要があります。最近では、妊娠8週目を過ぎると、赤ちゃんの手足の動きを画面で見ることが出来ます。これを見て中絶を思い止まったり、どうしても止められなかったたばこを止めることができた母親が多いとの報告があります。映像がいかに力があるかということです。まして小さい子どもはコンピュータ・グラフィックのようなものも熱心にみます。それらを意味づけていく母親がしっかり考える必要があります。もう一つ医者として問題を感じるのは、テレビや雑誌の広告に、専門家のコメントが出ている場合です。マスコミの筆を通したコメントは大変疑わしい、ゆがめられている恐れが大いにあるからです。

紙オムツですが、医者の立場からすると、布でも紙でも大差ないと思いますが、1日4回という広告は困ります。

船瀬 我々は外からの刺激に反応して、物を感じたり考えたりするのですが今はこの外からの刺激である情報が完全に支配された社会ですから、間接的に我々の感性までが支配されているわけです。

この支配に、テレビ、特にCMが大きな役割をはたしています。合成繊維、化粧品、あらゆる物がCMによってつくられたイメージで我々の生活

に定着してしまっています。悲しいのは、この文化の支配を、スポンサーを持つマスコミが批判できないということです。資生堂について書けば、マスコミの世界にはいられなくなるという世界。これは企業ファシズムと名付けざるをえません。コマーシャルについてもう少し問題点を挙げてみます。一つは、なぜ外人を使うかということ。国際化というのは、それぞれの国が自信を持ってお互いを理解し合うことです。国際化をねらったであろう外人CMは、まぎれもなく、日本人の白人コンプレックスであり、逆に言えば第三世界を蔑視する日本の姿勢が見えてきます。たばこのCMなど外人ばかり出て来ますと、99%の人々が外国も同じ状況なのだろうと考えますが、とんでもない。外国ではほとんどの国でたばこのCMは禁止されています。これ程大衆をミスリードするメディアがあるのでしょうか。もう一つ、テレビが子どもを家庭のセールスマンにしている点です。どうして洗濯機やクーラーに白くまくん、ピーパーくんという名がつくのでしょうか。子どもにアピールするのが近道です。そうすれば次には子どもがセールスマンになってくれるのですから。

有名人の多用も問題があります。アメリカでは半年以上本人が使用していないものを「私も使っています」と言えない法律があります。コマーシャルが日本の伝統的な家庭文化や、基本的な生活能力を剥奪しています。いま、子どもに批判精神を育てることが大切。批判精神の欠落した社会はおかしくなっていくに違いありません。

話をしない母親たち

川崎 私が属している「あんふあんて」というのは、母と子が家に閉じこもるのではなく、友だちを得て何かを生み出していこうというグループです。

全国に800人の会員がいて、それぞれの地域で幼稚園をやったり、勉強会に出席したりしています。私も上が7歳、下が1歳5ヶ月の子育て中で、紙オムツも時には使用していますが、私たちの会で紙おむつについてのアンケートをとって見たらほとんどの母親が使っていることがわかりました。

資源の問題、ゴミ処理の問題、お金がかかる等、疑問をもつ人もいましたが、便利さにはかないません。赤ん坊110番に「まわりが皆紙おむつを使っているが、布おむつでも大丈夫だろうか」などという問い合わせがある程、紙おむつが蔓延しています。確かに旅行などでは大変便利で、小さい子どもを持つ母親の行動範囲が広がりました。一方、子どものウンチをさわることに抵抗のなかった母親が、紙おむつの使用で、ウンチをさわれなくなったという話もあります。紙おむつを使うことで生まれた時間で何かをやろうというのなら話はまだわかります。でも、私たちがミキハウス症候群と呼んでいるのですが、母も子も本当にかわいく着飾り、これという目的もなく町を歩くことをファッションブルとする母親たちが良いも悪いも考える前にファッション感覚の一つとして紙オムツを使っています。それと、赤ん坊に関する情報源がテレビぐらいしかない若い男性ほどコマーシャルに影響を受けており、プレゼントは紙おむつと結びついてしまっています。私たちはこの蔓延するコマーシャルにどのように対処していったらいいのでしょうか。私たちが大切にしなければいけないのは、やはり生の人間関係です。テレビ世代、インスタント世代の若いお母さんは、仲良く遊ぶのは上手ですが、少しつっこんだ話になると逃げてしまいます。人間関係を築いていって、その中で話し合えば、コマーシャルに振り廻されることなく生活ができるようになるのではないのでしょうか。

司会 紙おむつについてのデータを少しお知らせしておきます。'78年P & G社のパンパースが紙おむつ第1号で、当時は年間150億の売上げだったのが、86年には1000億を突破。この短期間の普及率は合成洗剤の時に匹敵するといわれています。1日4枚、150円でおつり、もれない、むれない、肌を痛めない、がキャッチフレーズとなっていますが、ゴミの問題としてはいかがですか。

船瀬 ゴミ処理の点から言うと紙というのはおかしいのです。かつては燃えないゴミとして扱われいまは燃えるゴミとして処理されています。高熱

を出し、有毒ガスを発して燃える化学物質も含まれているのですけれど……

司会 資源の問題としてもCMではまったく触れられていませんが、この問題は今日のテーマから小しづれますので。医師の立場からは？

加藤 おむつかぶれや排便のしつけという面では紙も布も大差ないと思います。ここ20年ほどでおむつがとれる時期はたしかに遅れていますが、これは紙おむつの普及の時期とは一致していません。

昔の母親は早くおむつをとって楽になりたいと考えてしつけを考えましたが、いまはそれ程あせる必要がないのでのんびり、という母親の考え方の違いはあるでしょう。しかし1日4回という宣伝はいけません。

参加者男性 私は保育園を経営し、多くの母親を見ていますが、布おむつの母親はしょつ中手を入れて濡れていれば交換していますが、紙おむつの人にそういう姿は見かけません。濡れていても見て見ぬふりをしているようです。なにしろ1回30円ですから。(会場笑)この母子関係が子どもの成長に尾をひくのではないかと心配です。

川崎 紙おむつの長所と短所をよくわかった上で選択し、どう使うかを各自で考えるしかないと思います。テレビでCMやってるからと即とびつくのではなくて、要は使い方でしょう。

“子ども”がつけば安心？

司会 VTRのCMにありましたが、紙おむつの他にもお風呂に浮かせる浮次郎という玩具とか、子ども用電子体温計、子ども用ハミガキなど、子ども用と銘打って不必要なものを売りつけられているのが多いと思います。

船瀬 ベビー用、子ども用とうたえば安全なものという錯覚を企業側は利用しているんですね。

司会 育児商品のCMについてFCTが出したデータについて説明して下さい。

鈴木(み) (説明略) 子ども向け商品、特に少し大きい子どもには、子どもを使って子どもに直接宣伝するというCMが多いのが特徴です。こういうことに批判的な姿勢をもった母親が少ないのも現

実です。また男の子向けの商品、女の子向けの商品という性別役割固定の強い商品の扱い方、宣伝のしかたも多いことが気になります。

育児はファッションではない

司会 CMによる育児のファッション化という面で考えるなら、赤ちゃんはかわいくて育児がファッションナブルというイメージで育児をはじめた若い母親が、もっとたいへんな現実と直面してパニックに陥り事件をひきおこすという例も少なくありません。

参加者女性 若い母親にとって情報といえばテレビか雑誌に頼らざるを得ないような、案外、孤立化した状況にあるのではないのでしょうか。

参加者男性 テレビで見た物しか食べない、見た物しか身につけないという子どもが出来るのではないかと心配になります。

川崎 そういう状況で子育てをしないために、やはりゆたかな人間関係をもつことが大切だと思うのです。育児期というと母親にとってはブランクのようにとらえられがちですが、そうではなくて仲間がいれば情報の交換も出来るし、そこから判断も出てくる。賢い母親になるために出来ることはたくさんあるのじゃないのでしょうか。

加藤 女性は目ざめるのが遅いというか、やはり情報を判断し、切りかえを早くやるという訓練も必要ですね。

船瀬 CMでやっている商品の善し悪しではなくて、自分はどう使うか、という自分の問題としての判断力はぜひ身につけておかななくてはと思います。紙おむつが悪いといったって現実に便利さにはかなわないという面があるわけですし……

鈴木(み) 女性開放がファッション化されて皮層的になってしまっているという現実と、この育児商品のファッション化は無関係ではないと思います。

結局、子どもが犠牲になっているのではないのでしょうか。あらためてそういう目で育児商品CMを見て頂きたいと考えています。

(まとめ 桑野 啓子)

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」編集室まで送らしましょう!

●民放のミニニュースとは何の時間か?

TBSの午後8時54分からのニュースを見て頭にきました。ニュースの中味はたったの2分間なのです。5月26日の場合、ニュースの前後に15秒CMが16本も入っているのです。たった2分間のニュースで話題も二つしかないのに、ニュースを見ようと思ってテレビをつけたばかりに、見たくもないCMを4分間も見せられてしまったのです。新聞の番組表に載っている8時54分から9時の「ニュース」の時間は、実は「ニュース」と見せかけた「広告」の時間だったのです。こんなことなら番組表にも、「広告」の時間と書いてほしいものです。ニュースを見たいという視聴者の弱みにつけこんだ悪質な商法ではありませんか?

神奈川県 増山京子

●目をさませ/子ども番組

結婚後9年半、ついにテレビ購入となりました。この1年、カセットのテレビチューナーを通して番組を聞いてきた子どもたちは、文字通りテレビに釘づけ。しかし想像以上にめまぐるしく展開する場面と、言葉の貧弱さ(これは声だけ聞くと、よくわかります)に子どもとは対照的に、親として苦い思いを味わっています。

また、卵が先か鶏が先かのようになりますが、CMの引きだて役と化してしまったような番組内容の深みの無さも気になります。これではいけないと、一時中断したままになっていた子どもたちへの本読みも再開しました。

こんな状況の中で、最近、殊の外、頭にきたことがあります。5月24日のフジテレビ「思いっきり探偵団」です。役の上でも普通の子もたちを拷問し、強制労働させ、果ては崖からつき落とすといったことを、平然と行ったのです。見ている方は、登場人物と一体化して見えています。受け身でない方に自分をおいているかもしれません。子ども社会への影響ということからも、次の世代を

になう者たちへのアピールとしての映像を、もっと真剣に考えてほしいと思います。

千葉県 山田淳子

●ゴルフにうつつをぬかすNHK/

6月22日NHK「ニュースワイド」(6:45~8:15)。朝のニュースショーは各局とも、ニュースをこまぎれにして繰り返し放映するパターンが見られるが、この日は「全米オープンゴルフ」の最終日という事もあり、NHKの熱の入れようは大変なものだった。現地サンフランシスコに速報スタジオなるものを設け、2回も現地からの実況を放映している。貴重な90分の時間枠の中で、なぜゴルフにこのようにこだわるのだろうか?更にそれだけでは足りないらしく、「女性ジャーナル」(8:30~9:30)でまた実況を送ると予告をしているので、頭にきてテレビのスイッチを切った。画面ではゴルフの試合だけでなく、観客がお土産を買っているお祭り気分の現地の様子まで、ルンルン気分で放映しているのだ。

今テレビからの情報の質が低いと批判されているが、ちなみに同日の新聞を見ると、豪雨の中、沖縄の嘉手納基地の周囲を25000人で包囲した「人間の鎖」のニュースが載っていた。このような反戦運動のニュースは、NHKでは大きく取り上げにくいのだろうか。もしそうだとしたら問題だ。

朝テレビでニュースを見れば、世の中の動きはキャッチできるなんて思ったら大まちがいがい。情報化社会なんていう言葉に踊らされてはいけない。視聴者にとって本当に必要な情報は、放映されにくいのがテレビなのかもしれない。これからは、新聞でニュースバリューのある記事と、テレビで大騒ぎする番組内容と、どこがどう違うか、しっかりチェックし、「違いのわかる女になりたい」と思った。

埼玉県 田中清子

海外 ニゴスワラフ

●テレビ暴力に反対する市民活動が活発化—アメリカ

アメリカでは暴力や戦争を肯定する子ども向けの商品が増え続けており、子どもへの影響が深刻になっているが、このような風潮を心配する人びとの組織「テレビ暴力を考える全国連合」(NCTV=National Coalition on Television Violence)は昨年10月31日、首都ワシントンD.Cで記者会見を行い、子どもに向けて暴力や戦争を売り込む商品を製造・提供をしている企業に反対する運動を呼びかけた。

この種の商品はNCTVの指摘によると次のように食品、玩具、衣料など、あらゆる業種にわたっている：トップス・ガム(Topps Chewing Gum社)に入ってくるカードは首を切られている少女、斧を持つ殺人鬼、蒸し焼きにされている若い女性、兵器で武装した少年、巨大な安全ピンで串ざしにされている黒人の赤ちゃん等をシリーズで描くもので、これらのカードを1985年5月以来8億枚も売り上げたトップス社は豪語している。

ゴム製のマッドボール(American Greeting社)は人間の脳を切り裂いた様に似せて作ったグロテスクなもので、このボールを子どもは投げ合っあそんでいる。ホラー映画やテレビの暴力番組に登場する人物をデザインした下着、カメラ、テープデッキ、パーティ用品、ガム、玩具も多い(G.I. JoeやA-Teamを使ったセリアル、ランボー・ガム、Ninja下着等)

子どもが使う弁当箱、ぬり絵、靴、帽子にも戦争をテーマにするものが多い。またデパートのシアーズでは迷彩色のベッド用シーツ、カーテン、壁紙などを売っている。

暴力の勧めはレストランでも行われている。バーガーキングは4000店

の全国チェーン店で戦争玩具のサンダーキャットがついた容器を使っているし、ウェンディ・レストランのチェーン店でもゴボット・シリーズという戦争玩具のついた容器を使い、いずれも両玩具の販促に協力している。ペプシコーラは戦争ゲームのフォトンを使った全国キャンペーンを計画中。

戦争をテーマとする商品の広告はボーイスカウトの機関誌、アメリカ心理学協会が発行する雑誌、また親向けの月刊誌にも掲載されている。

戦争玩具や暴力的玩具はよく売れており、1986年8月の月間売上げで上位20種中11種はこの種の玩具だった。これらの多くはテレビで毎日のように放送されている戦争マンガ23番組のキャラクター商品である。戦争マンガは全国の数千万人の子どもにみられているし、世界の多くの国へ輸出され、それらの国の子どもたちに向けて戦争玩具の販売促進の役割を果たしている。

以上の事実から、NCTVは全国の母親、父親、教会、平和問題に取り組む団体に呼びかけ、バーガーキングやウェンディ・レストラン、ペプシコーラ社等へ戦争玩具に抗議する手紙を書くこと、また店長と話し合ったり必要なら店の前でデモをすることを申し合わせた。

NCTVは国に対しても戦争や暴力を肯定・奨励するようなマンガ番組の放送中止を求め、また公衆衛生局長官からの警告という形で反論広告を無料で放送するよう求めている。

記者会見ではNCTVの調査研究部長で精神科医のトーマス・ラデッキー博士が説明し「この一年間で、4～8歳の平均的な子どもは250本の戦争マンガと800本の戦争玩具CMをみることになる。NCTVでは暴力マンガ番組の影響に関する調査を32回行っているが、そのうちの30回で有害という結果を得ている。FBIのデータによると、アメリカのテレビ第1世代が大人になっており、彼らは有史以来もっとも暴力的な世

代といえるほど犯罪率が高い。彼らの世代をその親の世代と比べてみると、殺人2.5倍、強姦5倍、暴行6倍である。しかも、この数字を上まわる率でテレビ第2世代の犯罪率は増えている」

●映像リテラシーに関する国際シンポジウム開催—スウェーデン

テレビを中心とする映像メディアのリテラシーを高めることが必要という認識は今や世界各国で定着しつつあるが、その方法となると理論・研究、実践のいずれでも歴史は浅い。そこで、この問題に関心を持つ研究者、実践家が1987年6月スウェーデン・ストックホルムに集まり、研究発表と討議を通して互いに学び合うため国際シンポジウムを開催した。

参加者はスウェーデン、フィンランド、デンマーク、イギリス、アイルランド、オーストリア、スイス、オランダ、アメリカ、カナダ、イスラエル、トルコ、インド、日本などから37名で、コミュニケーション・モデルとリタラシー、映像リタラシーに関する教育デザイン、受け手、社会学及び人類学からのアプローチ、メディア教育とメディアの意識化が主な議題となった。

なお、日本からは高桑康雄(上智大)と鈴木みどり(FCT)が参加したので、シンポジウムで発表された研究論文、実践報告については本誌で次号から順次、紹介する予定。

●話題作は“L.A.Law”

Ms.誌1987年6月号の特集によるとアメリカのテレビで今もっとも人気があるドラマ・シリーズはロスアンゼルスで働く4人の弁護士の活躍を描く“L.A.Law.”である。シナリオを書いているのは元、弁護士の女性テリー・ルイズ・フィッシャー(男性の共同執筆者がいる)で、彼女の分身のような平等主義者の女性たちが出てきて、新鮮な魅力をふりまいている。

FCT データ・バンク

— 国内篇 —

●今、なぜ「取材される側の権利」なのか、「放送レポート」№87、1987年7月。

報道の自由とプライバシーの両立を求めて服部孝章（東海大・マスコミ法制度）、梓澤和幸（東京弁護士会人権擁護委員会）の両氏に話を聞く。

東京弁護士会では本年3月「写真週刊誌—取材される側の権利（案）」を発表し、憲法がすべての国民に保障する幸福追求の権利をマスコミ、特に写真週刊誌及びテレビが尊重すべきこと、また弱者の保護、誤認を生ずる報道をされない権利、権利侵害を防止し、回復する権利をマスコミに守るよう具体的な提案を行った。これに対して報道の自由を萎縮するだけだと反発する声も強い。しかし「報道の自由というのは大新聞や巨大放送局の自由としてあるのではなく、ひとりの市民の権利としてあるのだということ、そこまでいちど引きおろして考える必要がある」（梓澤）また、「取材される側という有名な人を連想してしまうが、報道の自由もプライバシーの権利も基本的には個人ひとりひとりの権利である」（服部）したがって岡田有希子、日航機事件などをめぐる遺体過熱報道合戦でも、それがむごたらしく、公序良俗に反するから止めるべきだとするのではなく、取材される側、個人の尊厳の問題として議論されるべきであった。

両氏は最近、人権と報道に関するアメリカの実情を調査してきたが、マスコミの苦情処理機関としてオンブズマン制度やニュースカウンスル（評議会）が各地の新聞社で設置され、機能していた。これは訴訟の多いアメリカではむしろ経済的で、市民の側にも表現の自由を一人ひとりの基本的人権として明確に認識して

いるという背景があって成り立っている、と感じた。日本では報道機関が訂正を極度にきらう体質がある上に、裁判で勝訴しても損害賠償額があまりに低すぎる。

問題は多いが、弁護士会による今回の提案をひとつの転機として受けとめていきたい、と結んでいる。（M）

●人びとにとって〈情報化〉とは何か—「情報と社会」調査から—
藤沢功達他、「放送研究と調査」1987年5月。

情報によって形づくられた環境が、人びとにとってあたかも現実の環境のようになり、人びとが左右されるようになることを〈情報化〉と定義せずけた上で、テレビを中心とするマスメディアがどう関わっているかを明らかにしようとする調査。

'86年11月に2日間にわたって面接調査を行い、全国300地点で16歳以上の国民2560人から得た回答をもとにしたデータと考察から成っている。報告によると、多くのメディアの中でも人々は圧倒的な質と量でテレビから情報を得ており、テレビを「自分の体の一部のようにかけがえのないもの」としてあげている人が40%にもなっている。（2位は時計37%、次に電話32%、新聞31%、車、バイク31%と続く）。

テレビの情報の中でもNHKが真実を伝えている、きちんととりあげている、と評価している人が63%になり、年令が高くなるほどNHKへの評価は高まる傾向があった。

また、人びとが日頃関心をもって接している情報の第一位は「健康や医療の問題」で65%、「事件、事故、犯罪の報道」が2位で62%、「税金や物価の問題」が続いて56%だった。

関心をもって接している人が少ない情報は「芸能、娯楽、催し物情報」で27%、次いで「ファッション、おしゃれ」「学問や教養上の知識」と続く。このあたりの数字は視聴率と考えあわせると少々「ホントかな？」

という疑問が出てくるところだ。

そして社会の情報化の進展を自分の情報環境の拡充にとりいれるかどうかについては、むしろ膨大な情報量にとまどい、緊張し、おしつぶされそうな圧迫感を抱いている人が多いことが指摘されている。人びとの視野が広がる47%、自由やプライバシーが侵される45%、情報選択の巾が出来る45%、多すぎて混乱がおこる40%など、人びとの情報化進展についての認識は功罪が相半ばした感じになっている。とはいえ情報の操作について不安感をもっている人は極めて少なかった。そのことが気がかりでもある、としてこの報告は結ばれている。（T）

●プレスオンブズマンの役割と活動、トシュテン・カーシュ、「新聞研究」№429、1987年4月。

スウェーデンから本年3月に来日したトシュテン・カーシュ氏による講演をまとめたもの。

スウェーデンの報道機関は早い時期から自主的な規律制度を設けてきた。1916年にはプレスカウンスルが設立され、個人の名誉保護、報道の監視を行うようになった。その後、1969年にはカウンスルに一般市民を加えるようになり、また一般市民の利益を代表するプレスオンブズマンも新設された。この両機関はいずれも法律によって設置されたのではなく民間の任意機関で、資金は新聞関係の3団体から出ている。

プレスオンブズマンは一般市民と新聞社間の調停者として、市民からの苦情を調査し、必要なら新聞社に対して非難・けん責を行う。事例紹介としてパルメ首相暗殺事件報道に際して容疑者の顔写真を掲載した3紙（150紙の中で）に対するけん責などが具体的に述べられている。

同誌には他に「プレスと人権を守るために」（T.カーシュ氏に聞く）、「オンブズマン気質とその思想」（読売・前沢猛）もある。（M）

●特集・情報化社会の光と影、

「We」1987年5月。

情報処理教育が家庭科の教育内容に組み込まれるようになった今日のタイムリーな企画。

「家庭科になぜコンピュータ？」と題し、木村温美は、高度な技術、情報社会は必ずしも人間にとって生活の質の向上につながるばかりでなく、疑惑がもたれている、この疑惑こそ、高度の健康な平衡感覚であるといい、これからの家庭科の役割は、テクノロジーにふり回されるのではなく、いかに生活の質の向上のために活用するかの見識をもたせることだという。

秦野八重は「教育は何処へ行ったのか」で生き生きとした子どもの十人十色の能力や人間性を大事にし、自分の足で歩き、自分の頭で考える人づくりを、と述べる。鈴木賢治は「情報化社会へ準備しよう」でコンピュータの導入には、使う側がそれに対し主体的力量をもち、それに対応した社会の進歩が必要だと、反技術主義の対応を戒めている。他に堀部政男の「情報化社会とプライバシー」が入っている。発言欄では、学校でコンピュータ教育を受けた人の意見や、コンピューターの修復作業に以前携わった人の生活ぶりも載っている。(J)

●特集・マスコミ情報と私たち、「まなぶ」1987年6月。

テレビをはじめとするマスコミからの情報が生活環境と一体化する中、労働大学が発行する月刊誌「まなぶ」でも、この問題の特集。稲葉三千男、師岡武男、小島忠夫(国労本部)による座談会・ニュース報道の実際、玉井克輔(労働大学)「思想攻撃としてのマスコミ」に加え、「私とマスコミ」として松橋賢一(日放労)が若王子氏救出誤報にみる視聴者迎合主義、菅野真治(自治労山形)が労組機関紙をマスコミに対峙させてつくる、江波幸子(婦人しんぶん)は面

白がっていることと流されていること、を書いている。FCTの鈴木みどりもCM問題を取りあげ、「送り手の狙い通りの反応では危険」の一文を寄せている。(F)

●テレビのなかの子ども像、鈴木みどり、「母と子」蒼生社、1987年4.5.6月。

テレビが描く子ども像の検証を行う連載。「ホームコメディに登場する女の子」(4月号)では「パパはニュースキャスター」を例に、世俗的な結婚観を持った主婦予備軍としての女の子のイメージがホームコメディで増えている、と指摘。

「変わり始めた男の子のイメージ」(5月号)では「緊急特集、知っておきたい塾最前線」に登場する男の子たちが教育産業としての塾に駆り立てられ、人間的喜び、楽しさを忘れてしまっている状況を検証する一方で、ドラマでは「毎度おさがわせます」を筆頭に10代の子どもを主人公にすると、その関心事はセックスがらみの男女のつきあいという設定がほとんどとなり、男の子は優しく、消極的で視野が狭く、受動的というイメージが作り出されている、と述べている。

「乳幼児は小さなセールスマン？」(6月号)では乳幼児の裸がCMの宣伝に多く利用され、子どもが商業主義にまきこまれている現実を分析。番組面でもバラエティ等で幼い子どもを笑いの対象としたものが見られるが、テレビの送り手側だけでなく、親の側も、このような一般向けバラエティやトークショーに子どもが出演するのと、「おかささんといっしょ」などの幼児番組に出るのとでは、意味が異なるという認識がほしい、と書いている。(S)

●青少年と環境に関する懇談会報告書、青少年育成国民会議、1987年3月。

毎年、全国各地で青少年育成に携わる代表者と関連業界代表者が集

まって懇談会を持っている。その昭和61年度報告書。

分科会のテーマは①テレビ②出版物③映画及びビデオ④雑誌自動販売機⑤ゲーム場⑥スポーツ新聞となっており、ここでは第1分科会「青少年とテレビ」について紹介する。

性表現について放送基準を守ってほしいという視聴者の意見に対し、民放連からは、線の引き方が人によって千差万別なので、民放各社が基準を遵守徹底するよう活動を進めたり、社内で討議を重ねていくのが最もいい方法だという意見が出された。その他暴力、いじめ、CMの問題、子どもの時間帯など。局側の回答は、家にテレビが2台以上あるのは問題だ。小学生には9時以降見せないしつけが必要だ。性教育の為に作っている、などとなっていて両者の認識のずれが相当あるのが読みとれる。

このような会合を即番組にしたり、番組向上協議会の審議内容をテレビを通じて知らせしてほしいなどの提案やPTA全国協議会のモニター調査報告と意見交換も行われている。(J)

●NHK特集『最高裁判所』を観て、小林孝輔、「マスコミ市民」No.226、1987年6月。

憲法学者の筆者の目でみると、この番組は「最高裁の荘厳・威容・超俗ぶりを、われわれにむかって強調するばかりで、肝心の知りたいことにはほとんど答えていない」期待外れの映像だった。知りたいのは「私たち」より「なかみ」なのに、たとえば最高裁長官に対する質問「最高裁は国民の権利擁護という側面よりも法のたて前とか秩序を優先的に考えているといわれるが、これをどう思うか」に対して、長官は「人権の尊重もみずぐすわけではないが、公共の福祉の尊重もまた憲法に定めるところで、この両者の調和をはかるのだ」とこたえていた。人権の対極に公共の福祉を当然のごとく設定するのは伝統的法治思想であるが、歴

史的にみて公共の福祉は即人権制約の基準として用いられるのが常である。「民主主義国家思想においては、国家のために個人があるのでなく、個人のために国家がある。秩序のために自由があるのでなく、自由のために秩序がある」この点をさらに番組では追求して欲しかった、と結んでいる。

なお同誌では「朝日新聞襲撃事件と言論の自由」を特集し、読者に呼びかけ各界42名からの同事件への反応、決意を掲載している。タイムリーが企画といえる。(M)

●ひとつのことをゆっくりしゃべろう、佐藤愛子、中山あい子、「クローワッサン」、1987年7月10日号。

佐藤 ディレクターが出演依頼にきて、頭のいい人で私の言うこと実によく理解してくれる。それでこの人なら大丈夫と思って承諾したら、帰りがけに「お嬢さんお元気ですか」って聞くの。「ええ、母親のおかげでボーイフレンドもできないって嘆いてますよ」って。私はふざけていったのに、出演する日の新聞に「激怒の佐藤愛子、だったか」「憤怒の、だったか、とにかく「私のために娘に恋人が出来ない」と佐藤愛子が激怒して番組見出しに書いてある。生番組なんです、だから激怒するかどうかかわからない時点でもう激怒させてるんだから。

中山 それで激怒したんだ？

佐藤 本番前は知らなかったの。帰りの車の中で運転手さんに「激怒したんですって？」と言われて知った。

ひどい話でしょ。もっともその番組で違う理由で激怒したけれどね。

中山 何を怒ったの？

佐藤 私が喋ろうとしているのに司会者がペラペラ喋りまくるから「あんたちょっと黙りなさいよ」って。

中山 いるね、そういうの。

佐藤 私、何か嫌ってテレビに出ると人間じゃなくて物なんです、出演者は。

中山 何か言おうと思っても時間がくればパッとCMで切っちゃうし、あんなとこで本人の言いたいことなんかゼッタイ言えないね。

テレビに出たことがある人ならたいてい経験済みの「怒り、について、二人の話は延々と続く。レポーターのキキキ声は何とかならないか、いいかげんな設定のドラマに腹が立つ、芸術作品めかしたCMは頭に来る等々。テレビを見ていて怒るという発想が乏しい状況の中でもっとテレビに怒ろうと威勢よく語りあっている。テレビの専門家ではなく素人の視聴者としての立場からの怒りはぜひテレビの送り手に聞いてもらいたい。(T)

●コーラ戦争に勝った、ロジャー・エンリコ、ジュシー・コーンブルース、新潮文庫、1987年5月。

ペプシコーラUSAの社長である著者が、マイケル・ジャクソンやライオネル・リッチー、そして副大統領候補者だったフェラーロ女史などをテレビCMに起用してコココーラをしのぐ売上げを達成した一種の成功物語ではあるが……。

ソフトドリンクの広告には不可欠といわれる「飲む場面」をいれずにマイケルジャクソンの歌と踊りで、新しい世代の飲料ペプシコーラを印象づけたこのCMは、撮影中に彼の頭髪に火がつき、火傷を負うというハプニングもあって、話題になり、CMがきっかけになってペプシコーラが猛然と売れ出す。テレビCMの持つ威力、それを演出し、放映し、効果をあげるマーケティング戦争の息がつまるようなかけひき。コココーラとペプシコーラという二大ソフトドリンクがしのぎを削る状況の中で「いかにしてテレビを使うか」という考え方がリアルに描き出されていて興味深い。テレビCMというものを送り手がどう扱っているか、アメリカの例ではあるが、日本でも同じような状況にあるの

だろう。(T)

●コマーシャルをかんがえる、島森路子、岩崎書店、1987年。

テレビ・コマーシャル(CM)とは何かを子どもに向けて解説する本。どうすれば商品が売れるか、おもしろくなければみてくれない、いろんな広告がある、スポンサーの人たち、代理店の人たち、広告をつくる人たち、人間は広告する動物だ、それはものうりの声からはじまった、茶の間のおじゃま虫から人気者へ、コマーシャルとつきあう——この目次でも明らかなように、広告業界の側からCMの面白さ、楽しさを子どもに向けて説いている本といえ、このまま子どもに与えるなら危険この上ない本である。こういう本が出てくるところにテレビに汚染された日本の文化の恐しさがある。(Z)

●30秒の狙撃手たち、結城三郎、「VOICE」1987年6月号。

大阪電通の堀井チームという名前を聞いたことがない人でも「タンスにゴン」という例の大当たりCMをはじめ金鳥の「蚊のカッチャン」など話題になったCMを次々と制作しているとわかれば納得がいく、いまCM界で最も先端を行く制作集団である。

「僕らの仕事は、その商品がどれだけ早く広くインパクト強く、興味をもってたくさんの人に知ってもらえるかということですわ。まあ、いうたら電波を使ったチンドン屋みたいなものですけど、その時にどれだけ本音の部分でものをいうてるかというのが大切やないかと思うてるんですよ」と堀井は語っている。理屈をそぎ落して日常生活にありそうなリアルなところで勝負するところがこのチームの身上なのだ。

コピーライターとしていまもっとも輝いているのは禁煙パイプ「私はコレで会社をやめました」編や白子のり、丸八真綿のCMを手がけるCMディレクター市川準である。

彼の扱う商品は1万円以下の大量生産品で、車など高額ものは自ら「向いていない」と手がけない。

この堀井チームと市川準という現代CM界の狙撃手たちは、CMに対してウソをつかない、本音で勝負という確固としたポリシーをもっているという点で共通している。市川が「隅っこにいる方がものごとがよく見えるし、常に暗闇から撃っていきいたいと思っている。そしていつまでもこんなCMを作るのはだれなんだろう、何かわけのわからないのがやっている、というところに自分を置いておきたいと思う」と卒直に述べている。話題のCMの作り手たちの姿が浮かび上ってくるルポ。(T)

●Rachel Carson— その生涯、

上遠恵子、レイチェル・カーソン女史生誕80年記念事業推進委員会、1987年5月。

農業と合成化学物質による地球の汚染を告発して、アメリカ社会に大きな衝撃を与えた書『沈黙の春』(サイレント・スプリング)が出版されたのは1962年であった。その著者レイチェル・カーソンの名はアメリカのみならず日本を含む世界の人びとの間で人類の恩人の一人として記憶され、60年代後半から70年代を経て今日に至るまで農業規制の強化が必要だと警告を発し続けてきた。

今年はこの名著が世に出た25年目に当たり、また著者レイチェル・カーソン生誕80年の記念の年である。水俣病、カネミ油症事件という有機水銀、PCB等の化学物質による深刻、広範な被害を体験した日本にあって、R. カーソンの警告を地球規模で今もっと真剣に受けとめるべきであるとする人びとが大阪消費者団体連絡会事務局長の下垣内博氏(FCT会

員)の呼びかけで集まり、「レイチェル・カーソン生誕80年記念事業推進委員会」が1年前に生まれた。本書はこの記念日本集(87年5月27日)に向けて出版されたものである。

『沈黙の春』がさししめすもの、少女時代、レイチェル・カーソンの生家、大学時代、ボルチモアで、生活のために、ベストセラー作家になる、私生活、忍びよる汚染、戦い…と、56歳の若さで死去したR. カーソンの生涯を多くの写真を使って美しくまとめている。500円(送料200円)。問い合わせは大阪市東区谷町1-42-1 エルフ大手501 同委員会へ。(M)

●続・よくわかる食品添加物一問一答(食の安全と豊かさのために)、合同出版、1987年4月。

3年前に出版された「よくわかる食品添加物一問一答」の続編。人間の生存と活動の基になるたいせつな食品が、その素材自体に合成化学物質が添加されたり、生産過程で混入されている。重ねて多種におよぶ食品添加物の複合的な影響、長期的大量摂取の怖さなどをテーマとしている。この本は、そうした食生活の現状に対して国民、消費者、生産者の意識の向上により、よりよい商品が普及されることを目指している。

その内容はA. 食品添加物の規制緩和をめぐる、B. 食品添加物の安全性をめぐる、C. アクション・プログラム(市場開放行動計画)と輸入食品、D. 安全で健康な食生活のために、と大きく4つにわけ、Aでは食品添加物と法規制の関係、食品添加物をめぐる各調査会や委員会の活動、運動について、Bではそれぞれの食品添加物にはどんな問題点があるのか、Cでは食品添加物の国際的な安全基準とその問題点、輸

送中の保存方法や輸入手続きの簡素化による問題点など、Dでは日常的な問題である食生活を安全に豊かにするために消費者の立場でどんな働きかけができ、どんな意義があるのか、など全編読みやすい一問一答のかたちでまとめてある。(KZ)

●杉並区立公民館文集No.12「平和」、公民館講座企画運営委員会、1987年。

市民の自主的な企画・運営で12年も続いている東京・杉並区の公民館講座。86年は平和をテーマに憲法、子育て、婦人問題、教育、福祉、たべもの、原発、環境をとりあげ、一年を通して各界の専門家を招いて話をきき、話し合った。テレビは情報環境の問題として取りあげ、『テレビ・危険なメディア』を読み、著者ジェリー・マンダーの警告について考えている。(A)

●特集連載2—今こそ放送・視聴覚教育の質変化を、水越敏行、「視聴覚教育」1987年5月。

放送・視聴覚教育とは何かを問い直し、次のように提唱する。①情報化社会の中で生き抜く為には、情報選択力や批判力のような高度な主体的学習能力が要求される。このような能力・学力を培うためには従来のような手段・方法としての視聴覚教育ではなく、その能力の形成を目的として新たなカリキュラムが組まれた新教科の新設が必要となる。小学校や中学校で「情報科」「コミュニケーション科」というような合科・総合学習を前提とした新教科が他の教科と並列的に位置づけられるべきだ。②教師の役割も従来の「アクター」としての技術より授業そのものを「プロデュース」する技術が重視されるようになるべきだ。(Y)