

# GAZETTE

1990. 5

vol. 10

Number. 37

ガゼットは  
テレビと市民  
のデータバンクです

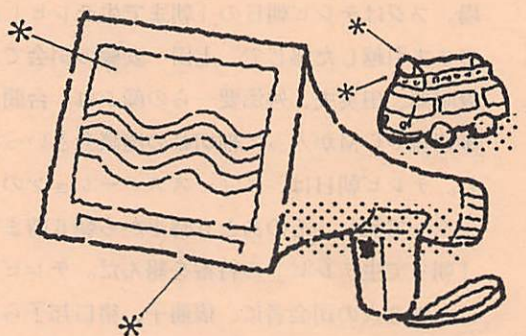
編集・発行／FCT（子どものテレビの会・市民のテレビの会）編集委員会 責任者・鈴木みどり

発行所・神奈川県葉山町長柄1601-27 購読料／年間（4回発行）¥2000（送料共）一部¥500（送料別）

第一勧業銀行逗子支店（普通預金1425785）郵便振替 東京9-84097

## ■ 特集 1

### 検証・テレビの 総選挙報道



2月3日公示された第39回衆議院総選挙は、これまでになく「テレビ選挙」の様相を呈し、各局の報道量は日を追うごとに増えていった。いずれの局も朝・夕・夜のニュース番組枠をフルに使って「話題」の候補者を追いかけたが、その結果、どの局の画面にも特定の、テレビを意識してパフォーマンスに力を入れる、同じ顔ぶれの候補者たちが映し出されることになった。

各局の選挙報道合戦がピークに達したのは2月18日の投票終了を期して始まった即日開票速報。NHKの正統派に対して民放は全局、面白志向のお祭り騒ぎで、とにかく賑やかなことこの上なし。

政治家のパフォーマンスも依然として続いており、特定の、いわゆる「テレビ向き」政治家たちがチャンネルを変えても、変えても顔をそろえ、おなじみの「テレビ文化人たち」（こちらの方も各局を忙しく渡り歩いていた！）と、慣れ合い、もたれ合いの座談会…。

このいかにも日本的な「テレビ選挙」を、私たち市民はどう受けとめればよいのか。1990年代を迎え、テレビに強くなるのが政治家の必須条件となりつつある今、この度のテレビ選挙を市民の目で点検し、総括しておく必要があるのではないか。そう考えて、3月6日、FCT事務局スタ

## ■ CONTENTS ■

- 特集 1. 検証・テレビの総選挙報道…………… 1
- 特集 2. ビデオ教育の試み…………… 6
- 特集 3. アメリカのテレビ雑誌が選んだ  
子どもに勧めるベスト番組…………… 8
- 特集 4. アメリカの目でテレビを斬る…………… 10

- ケース・スタディ  
幼児のいる家庭とテレビ・コマーシャル…………… 13
- FCT データバンク  
国内篇…………… 14

イラスト 市川雅美

ッフの有志（ジョージ・オルソン、須藤忠臣、鈴木みどり、竹内希衣子、津田正夫、永田順子、湯川憲比古）が集まり、話し合いの会を持った。以下は、その記録である。

**司会** まず、選挙開票日の2月18日のテレビ番組のタイムテーブルをふりかえてみたい。NHKは今までの選挙報道と変わりなし。日本テレビは、8時から10時までCMを入れなくて徳光和夫と福留功男の司会で進行。TBSは筑紫哲也と解説者福岡政行。二人の脇に和田勉とデーモン小暮が登場。フジはテレビ朝日の「朝まで生テレビ」がそのまま引越した感じで、上田・安藤の司会で、野坂昭如、田英夫、舛添要一らの顔ぶれ。合間に選挙速報やCMが入って細切れの座談会といった感じ。テレビ朝日は、ニュースステーションのレギュラーで流し、そのあと0時半から朝6時まで、「朝まで生テレビ」の特番を組んだ。テレビ東京は女性3人の司会者に、依萌子、猪口邦子らをそろえて、女性主導型の選挙報道だった。

### 立候補者のパフォーマンス

**司会** 今度の選挙は、話題づくりとか、パフォーマンスといった、テレビを意識した選挙の仕方が目立った。英国の新聞は「知的でない選挙」と報じたが、まず、選挙報道の印象から。

**A** 去年の参議院選挙で大敗した自民党は、いろいろな対策を打った。その一つにテレビ対策があった。「参議院選挙は久米宏のせいで負けた」と信じている自民党の政治家が多かった。一つは久米対策、もう一つは筑紫対策。テレビ朝日はリクルート問題の中曽根に絞って群馬3区に集中。対する中曽根側はテレビ朝日に取材拒否をつきつけた。浜田槿子の立候補は、彼女が意図したかどうかかわからないが、十分に筑紫対策になったのではないか。筑紫さんが浜田槿子に密着して追いかけ続けたことによって、結果的には衆議院選挙の争点や面白さを浜田槿子問題という一部分に走らせてしまったといえる。

**B** 選挙報道の功罪については、テレビ局側には、

面白くしたい、見せたいという両側面があって、面白くしたいということ自体はそんなに悪いこととは思わない。難しい言葉を使ったわかりにくい説明より、候補者の人格も含めてわかりやすく報道するのは悪いことではない。党首討論も、わかりやすい言葉でわかりやすく説明できるかどうか、重要な要素になったと思う。

**A** 党首討論会では5人の党首の採点が見事に出た。1番土井、2番海部、3番不破、4番石田、5番永末。それを決めたのは、表情豊かであるかないかとか、テレビ向きのパーソナリティーという要素だったと思う。

**B** たしかに、温泉旅行には行っても選挙には行かなかったような人が、テレビを見て自分で判断するという要素が、今回はある程度あったと思う。

**C** アメリカやイギリスのテレビでしばしば見られることだが、パーソナリティーが映像向きであるかないかが重要なポイントになることがよくある。表現のうまさも重要になってくる。それらの国では専門家がついていることが多い。

**B** 日本でも候補者の半分ぐらいに、候補者の演出のための専門家がついているといわれている。

### 選挙報道の芸能化

**D** 話題性という点で浜田夫妻を追ったのは、TBSだけでなくフジもそうだった。野田聖子も話題になった。浅いところでのパフォーマンスにテレビが食いついていく。選挙の芸能化という、ひとつの型があったように思う。

**A** そういう意味では、テレビが持つ属性を自民党はよく把握していたようだ。90年代に入って高投票率時代がやってきた。今回の投票率が前回のダブル選挙の投票率を上まわったのは驚異的なことだ。政治がテレビを中心にして回る時代がやってきたということか。

**E** 私は、テレビの芸能化が必ずしも悪いとは思わない。アメリカの1940年代にメディア選挙の風潮が強くなった。たとえば、ジミー・デイヴィスが州知事に立候補する時、「ユー・アー・マイ・サンシャイン」を歌い演奏しながら各地を遊説

した。貧乏な白人として生まれた彼が、その歌をうたって一気にルイジアナ州知事の座を確得したのは、あまり知られていない。アメリカにはそういう風土が昔からある。日本はずっと遅れたが、政治が今ようやく、奥の院の怪物から、個人の顔を通して語られる時代になってきた。これにはテレビが大きな役割を果たしてきたといえる。

問題はこれからだ。保守であれ、革新であれ、票の行方を左右する要因は集団の魅力から個人の魅力へと急速に進むだろう。社会党が票を集めたといっても、それは「おたかさん」という個人の顔に票が集まったにすぎない。今、集団主義の時代から、ようやく本物の個人主義の時代の入口に入っていると思う。いくら正しいことを言っても、個人の顔を感じさせない政党は負けるだろう。

しかもいま、多くの政治家がテレビで表現する場を与えられている。それなのに、社会党の土井さんについていえば、「消費税の導入過程が問題だ」ということばかり言っていて、中味がちっとも出てこない。前半はそれでもいいかもしれないが、半ばを過ぎれば国民は次なる政策を期待している。ところが、具体的な政策が一向に出てこない。このところが、どの政党もネックになっている。個人の資質で政策を演説しきる人が出てきたら、国民の支持と共感、そこに集まるにちがいない。

C 選挙翌日、NHKの討論番組があった。見ている自民党が計画的に社会党を責めた感じがした。社会党が躍進したのだから、書記長の山口鶴男さんは誉められていいはずなのに、責められる。困ったなという表情がテレビに出る。そして彼は時計を見た。そんな小さな動作もテレビは映し出す。とても悪い印象だった。山口さんの、早く逃げ出したいという気持が、ありありと読みとれた。

A 社会党に対する批判はNHKだけでなく各局を通じてあった。

B 衆議院の選挙は政権を選ぶ選挙であって、自由主義か社会主義かという体制選択はオーバーとしても、今回は少なくとも自民党を選ぶ選挙なのか、社会党中心の連合政権を選ぶ選挙なのかとい

うことは間違いない。そこで有権者は、社会党に政権をまかせられるとはとうてい考えられない、と判断したのだろう。テレビの功罪は個人がすべて見えすけになってしまうことで、内容のなさまで見えてしまう。

D 「おたかさんフィーバー」などをみていますと、そういう部分ばかりを、テレビがクローズアップする。宝塚のスターみたいな感じでステキねというところばかりが見えてくる。これはテレビによる演出ともいえるわけで、彼女が政策を発表する場を封じてしまったのではないか。

A いや、土井さんの演説では、政策がきちんと語られていない。土井フィーバーは、それを隠すためにマスコミが好意をもってやっているというふうにいえなくもない。

F たとえば田原総一郎は、テレビ慣れしていることもあってか、討論をうまくまわすことのできる人だが、たしかに今回の選挙報道では、テレビ局側にそういうつっこんだ展開がなかったことも事実。出る側の候補者の問題もあるが、作る側のテレビ局のキャスターを含めた問題も同様にある。どのチャンネルを回しても同じ作り、同じ顔ぶれで、金太郎飴のワンパターン。これが選挙報道の後半をつまらなくさせた。

D 党首会談のときの質問も情けないものだった。テレビ局側にかなり問題がある。

E あれだけ長時間使いながら質問が公式的、紋切り型で、はっきりいって退屈だった。面白かるべき番組をわざとつまらなくしている。顔がない政党と同じパターンだ。個人の資質でどんどん聞けばいいのに。

C ジャーナリストが政治家と親しすぎるのではないか。公的場面で真に迫った質問ができない。たてまえの質問しかできない。

### 選挙報道と誤報

司会 誤報続出については、いかがですか。

B 3年前の選挙と比べて、今はテレビ局間の生き残りに熾烈な戦いがある。3年前なら、自局がミスすれば他局を責めることはなかった。今回はそ

れぞれにミスがあっても、選挙速報を争う。それを煽ったのがテレビ朝日。開票する前に当確を打つ。選挙報道が速いのは悪いことではないが、正確さを欠いた。NHKでは鹿児島と福島で、選挙報道の誤報に関して、局長、局部長ほか数名の処分があった。今までのモラルでは、当確が出ていても、10%、15%にならなければ発表しなかったのだが、いまやそんなモラルは消え失せて、争って速報を出す。

A 選管発表を受けて発表するというルールがあったのではないか。

B ただ、選管発表が当たっているかどうかという問題もある。裏票というのがあって、各局、開票場に社員を待機させて、積まれてゆく票の厚さをみるわけです。選管発表で1%であっても、開票場では20%ぐらい開票されていることがある。

知る権利と開票発表のモラルでどうバランスをとるかということだ。テレビ朝日は開票する前の8時30分に当確者を並べた。私はある選挙事務所へ行って11時30分ごろに当確を出す予定だったが、テレビ朝日が打つと、他局も打ってしまうので、とても当確発表を1時間半も遅らせるわけにはいかなかった。

司会 福岡政行氏は、TBSそしてテレビ朝日にも登場して、この人ばかりが目立っていたが……

A 福岡氏は選挙の神様というが、最近、2度ほど予測が外れている。たしかに、去年の参議院選挙では与野党逆転を予想したらその通りになった。しかし、9月の茨城の補欠選挙では、TBSの報道特集で彼の当確予報が外れとなった。これは、TBSの判断がからんでのことです。

そしてもうひとつは、福岡氏が一貫して言っていたアナウンス効果に関してだ。アナウンス効果とは、たとえば事前の予測報道で自民党が安定過半数の勢いと報道すれば、浮動票有権者は野党に入れるだろうから与野党逆転しやすくなるというような報道効果のこと……もっとも、福岡氏は予測はしないと断言していたが、そのアナウンス効果が自民党に不安感を抱かせた。小沢幹事長は、わざわざ読売新聞社まで行って、調査の結果を「自民

党勝利」と書かずに「野党逆転なるか」の書き方にしよう求めたという。アナウンス効果を考慮してか、新聞も、朝日が自民党安定過半数と書いた以外は、各社とも、どちらともとれるような、おさえたい見出しをつけた。その結果、世論調査のとおり、自民安定多数と議席数が出たものだから、“自民優位の事前調査ならば保革伯仲か”というように、福岡氏の言うアナウンス効果がなかったということになる。しかし、同じ党内での順位の入替わりはたくさんあった。1番と出た人が落ちたり、下位予想の人がトップ当選したり。

D 選挙分析というと、毎回、福岡氏が出てくる。

A ほかに宮川隆義、小林良彰らもいるが、今回は福岡氏が大変目立った。個人の顔としてパフォーマンスが発揮できる人が少ないのではないか。政治家も、キャスターも、そして分析者も。これは局側の怠慢といわざるをえない。

D まだまだ民主主義もメディアも発達途上ということですね。

## どうなっているの？

### NHK 橋本キャスターの感覚

司会 NHKの橋本大二郎キャスターが、実兄の自民党の橋本龍太郎の応援演説をして問題になりましたが、その点はどう考えたらいいのか。

A マスメディアで働いている人も公務員も、思想、信条に基づく意思表示の自由はある。しかし、キャスターであることを武器に使ったとすれば、これはいきすぎだと思う。が、NHKはかつて会社ぐるみで応援したという歴史的経緯がある。それと比べればかわいいものだろう。

E これは報道の公正さの問題だ。報道の公正を前提にしないのなら別だが、NHKは高度な公正さが要求される団体とされているわけで、その内規に照らしてもおかしい。しかも「公正さ」の上に立って国民に大きな影響力を与えるキャスターという立場にある以上、一市民、NHKの一職員とも異なるわけで、休暇をとっての応援演説だとしても、「公的」な性格を持たざるをえない。大臣の靖国神社参拝問題と一脈通ずるところがある。

D 橋本キャスターの行動は、退職といわないまでも、処分の対象になるのではないか。この問題はこれまであまり議論されてこなかったのだから、今後はもっと議論を重ねた方がいい。

E Cでも、国境を越えるテレビということで、このほど規約ができた。それに、「報道番組の司会者やキャスターは商品の宣伝をしてはならない」というのがある。

A 民放のキャスターでは、それはやっていないと思う。

C NHKの橋本大二郎起用は、兄・龍太郎との相乗効果をねらった意図的なものだったのではないか。もしそうだとすれば、そのほうが問題だ。

司会 この問題で訴訟が起こされている。弁護士をたてて、受信料は支払わない……と。

### 日本型「テレビ選挙」の功罪

A 政治に無知なテレビ局が多くて困った。当選者合計が自民党系、野党系と表示されるのだが、無所属で当選した後、どうみても自民党に入りそうな人を野党系に加えている場合がある。だから、引き算や足し算をしなければ、その実数がわからない。各局、その数字がまちまちだった。

D 選挙報道の裏方も含めて、政治あるいは選挙の素人が番組を作っているという印象を受ける。

A 九州の高石邦男、東京四区の麻原彰晃はテレビであれだけ騒いでも当選しなかった。市民の良識が通った。高石の場合は、テレビに顔が写ったので票が集まらなくなった。浜田槇子の場合は、女性の共感を得た部分もあるが、票が集まらなくなった部分もある。

選挙活動がテレビを中心にまわる時代になった。朝日新聞の石川真澄さんが全国を回った時の話だが、秋田放送では、あらゆるチャンネルで選挙関連番組をやっていて情報量も多く、東京の比ではないということだった。

一般論として、候補者にとって悪い情報はマイナスになるが、いい情報、あるいはどうでもいい情報はプラスになる。今回の中曾根の例、あるいはかつての田中の例でも、あまりやりすぎると地

元の同情票を得ることになる。議会にテレビが入りこむと、ますますテレビを制する人が政治家として有能ということになってくる。これはテレビではないが、東京四区の石原伸晃を応援した渡哲也が電話をかけまくったというわけがある。そして電話をかけられた人が、「渡哲也から電話があったのよ」と近所にふれまわったということだ。

選挙の第1条件は知名度。投票するには、まずその人の名前を知っていなければ書きようがない。興味本位というか、面白さで入れる場合もある。スポーツ平和党の例のように。

E テレビによって、たしかに候補者の顔は見えてきたが、まだ政策のアピールが前面に出てこない。候補者は人気とり用の顔に寄りかかっているし、テレビ局もそこを抜け出していない。そうすると、みんな作り笑いのポスターのように一色のトーンになって、個人の考え方や政策が隠されてしまう。

司会 政見放送は名前と顔と政策を伝える機会ですわね。

A 今日の話合いで、政見放送が全く話題にならなかったのは盲点だった。みんなこれを見ないで、個人のパフォーマンスに政策を見ていて、政治家が政策を出すとそっぽを向いてしまう。

D 争点を並べて、それに対してYes or Noという、はっきりしたものがほしかった。今後は、政策の伝え方のチャーミングさ、ポイントの絞り方が大切になるだろう。論理の正しさや頭の良さより、それらを含み込んだうえで、生理感覚や人間性などに訴える「政策パフォーマンス」が政治家に求められる重要な資質になっていくと思われる。

(文責：永田順子・須藤忠臣)

#### ● 5月フォーラムのお知らせ

次回フォーラムは5月17日(木) 5時より飯田橋婦人情報センター教室で開きます。テーマは「放送に男女平等を」昨年末の要請書提出のその後などについて話しあいます。

## ビデオ教育の試み

加藤 春恵子 (東京女子大学現代学部コミュニケーション学科)

誕生後まだ2年しか経っていない、東京女子大学現代学部コミュニケーション学科、というのが私の職場である。ここで、昨年の後期に、2年生の基礎演習(メンバー14人)でやってみたことについて、書いてみたい。女性学とコミュニケーション論の交点に、学生の自我形成の場を提供する、新しい「何か」が創れないか、と模索するなかで生まれた実験的なプログラムであり、多くの反省点もあるが、メディア批判を変革につなげていく一つの試みとして参考にして頂き、また、御意見を頂戴できれば幸いである。

### ゼミの流れ

社会学的なコミュニケーション研究のなかに、「会話分析」と呼ばれるジャンルがある。日常会話をテープにとって、当事者間の力関係がどのようにあらわれているか、等々を分析するもので、女性学の視点からの研究業績も少なくない。前期から夏休みにかけて、こうした研究を英文で読み、大学生気分を味わって貰ったあとで、後期は、次のような実習プログラムを組んでみた。

まず、数人ずつのグループ2つをつくり、テレビ番組のなかで男女両性を含む会話的な場面のあるものを各自ビデオにとってきて、批判的に検討しあう。番組の多くがどんな傾向をもっているか、どんな番組が現在の男性社会としてのマスメディアに欠落しており、望まれているか、等々、これまでに学んできたことを活かして討論しながら、自分たちで番組を創ってみるための準備作業をする。次に、ビデオを使って実際に番組をつくってみる。番組の批判的分析から、批判を活かした番組の試作に進もう、というわけである。

### 企画決定から撮影へ

3週間ほど討論した挙句、一方のグループは、男女ペアのキャスターに加えて多くの女性レポーターの出演するニュースショー番組をつくってみることになり、もう一方のグループは、若い女性ばかりの出演者による高校生向けのニュースショー番組をつくることになった。それぞれ、内容を選び、キャストを決めて、ニュース原稿を書き、図表などをつくり、できごとの映像については既存のテレビニュースを録画してピックアップする、等々の作業を重ねて秋が深まった。

大学祭が終わった頃、学内のビデオ関係の技術者であり、卒業生の一人でもあるHさんをお願いして、技術指導をして頂き、撮影に入った。

### 女性チームの特色

撮影準備期間中、学生たちの主体性を尊重しながらも一応両チームの話し合いに順次参加していた私は、撮影に入ってから、より発言を控えて、彼女たちの作業ぶりを脇から見守ることにした。共学の大学にいた頃も、一度だけビデオをゼミのグループ研究に使ったことがあるので、つい、一々そのときと比べてしまうのだが、おもしろい発見が沢山あった。

前の大学でビデオを使ったのは、フィリピンからの女性労働者をとり上げて研究した男1名女5名のチームだった。大阪空港にロケをしたりして、なかなかの出来栄えだった。しかし、そのグループでは、当然のことのように、しっかり者の男子学生がカメラをかつぎ、技術一切を担当するばかりか、全体の調整役もひきうけて、完成後のコンパの際に、“あてにならない女の子たち”に

ついて散々私に愚痴をこぼしたものだ。おかしなもので、そういうタイプの男子リーダーがいると、女子は余計いわゆる「女の子」っぽく、受身的だったり、アイデアはあってもいまひとつ無責任になったり、という具合になりやすい。ぐちをこぼしながらもがんばって責任をとる男子リーダーとひらひらした女の子という構図が、実はリーダー自身のもっているシナリオによるものであって、そんな風にして自分を輝やかせながら上司に認められて責任ある地位を獲得していく、という会社などでよくみられるパターンのリードぶりをその男子学生が示したのだ、ということが、今回、女子ばかりのチームを見ていてよくわかった。

ある程度力の揃った社会性のある女の子ばかりの世界では、一人がしょいこみ過ぎれば出る杭は打たれるから、そんなことにならないようお互いが責任をとりあうことになる。技術は男のものという思い込みも働かないから、カメラウーマンもあらわれる。誰かが若干多く負担を背負ったからといって、わざわざそのことを教師という上司に売りこむ、といったことも起りにくい。そんなことをすれば、お互い不愉快になるだけだ、ということメンバーは知っているからである。誰かをスターに仕立てて残りはかげにまわる、といったことも、よほどの必要性がない限りチームワークをこわす原因になりやすいから、多勢の人が平等に一役買って出演するような工夫も行なわれやすい。さっきまでカメラをまわしていた人が、他の人にカメラの使い方を教えて、レポーターに早替り、といった、役割に縛られない活動ぶりも、見受けられる。

学生たちの仕事ぶりをみながら、私としては、もし、女性だけの、あるいは女性主導の、少なくとも男女が本当の意味で対等に活躍できるテレビ局があったら、と思わずにはいられなかった。従来の男性社会のやり方にひきずられないで女性たちがメディアの世界をつくるとしたら、上に述べたような、役割を固定しない柔軟さ、平等な参加の追求、といったことが、多様なかたちであらわ

れ、番組そのもののイメージが大きく変わるのではないかと思う。

## 作品完成

ニュースショー番組をつくるといっても素人のことで、撮ったり切ったりつないだり長い時間がかかってしまい、果して作品が年度内にできるかどうかわからない、私としては半ばあきらめかけたときもあった。しかし、学生たちも技術指導のHさんも粘り強くがんばった。両チームの作品ができ上がったのは、しめきりに設定してあった1月の最後のゼミの時間の直前だった。完成後直ちにかねて用意してあった缶ジュースとお菓子を食べながら、試写会で最後をしめくることができた。

作品は両グループ共100%完全、というわけにはいかなかったけれども、かなりよくできていたと思う。少なくとも、女性学的にみて未だ日本にはない新しい番組を創造しよう、という工夫がみられたことは確かだ。

## 自我形成手段としてのビデオ教育

この実習の過程を通して私が痛感したのは、学生一人一人のもつパワー、存在感の大きさである。そして、カメラと友人たちの見つめるなかで自分が一定のシーンに責任をもって懸命に発話し、あとからそうした自分を画面で確認する、というプロセスは、見られる自分と見る自分との関係のうちにかたちづくられる「自我」というものを育て、存在感を増し、パワーをつけていく好機となりうる、ということである。

自分を見つめ、いとおしみ、批判し、確かめ、育てていくための道具として、ビデオという機械は、もっと教育のなかで用いられてよいし、特に、女性に未だ十分に与えられているとはいえない難しい主体性の訓練の場として、活用の余地がある。

ゼミの過程自体がコミュニケーション論でもあり女性学でもあるような新しい教育のスタイルをつくるうえでも、ビデオは一つの可能性を与えてくれると思う。メディア批判を口先だけに終らせないためにも、有効ではないだろうか。

## アメリカのテレビ雑誌が選んだ子どもに勧めるベスト番組

— TV Guide 1990年3月3日号より —

テレビ好きの子どもに良質の番組をみせたいというのは親なら誰でも願うこと。ところが、そんな番組は日本には少ない。アメリカのテレビはどうだろうか。やはり親たちの間では批判の声が多く聞かれるが、それでも日本の現状に比べれば選択の幅はずっと広いようだ。以下では、テレビ雑誌『TV Guide』が日頃テレビと子どもをめぐる問題で社会的に発言しているジャーナリスト、活動家、研究者に個別に依頼し、「子どもに勧めるベスト番組」を選んでもらい3月3日号で特集しているので、要約・紹介する。

なお番組の選定に当たったのは次の8名である。

- デビッド・ピアンキュリ (ニューヨークポスト紙テレビ批評担当者)
- エド・パーク (ザ・ダラス・モーニングニュース紙テレビ批評担当者)
- リー・マルグリーズ (ロスアンゼルスタイムズ紙テレビ欄記者)
- ペギー・チャレン (アクション・フォ・チルドレンズ・テレビジョン=ACT代表)
- ダイアナ・H・グリーン (ピアレンツ・チョイス誌編集長)
- トーマス・ラディッキー医師 (全国テレビ暴力反対同盟=NCTV代表)
- マリリン・ドロス (子どものテレビとメディア委員会代表)
- ドロシー・G・シンガー (エール大学テレビ研究センター共同責任者)

### 幼児 (2~5歳) 向けベスト番組

- **セサミ・ストリート** Sesami Street (PBS)  
学習は楽しいことを証明して子どものテレビを変革した記念すべき番組。20年が過ぎた今日もPBS (公共放送) を代表する番組として健在。
- **プーの国へようこそ** Welcome to Pooh Corner (ディズニー・チャンネル)

深い森の中、ぬいぐるみの動物たちが活躍する中で友情、助け合い、親切などについて学ぶ。

- **ミスター・ロジャーズのお隣りさん** Mister Rogers' Neighborhood (PBS)

フレッド・ロジャーズをホストに長く続いている幼児向け番組。愛、助け合い、親切などを幼児にもわかるドラマ仕立てで教える。

- **ジム・ヘンソンの赤ちゃん人形たち** Jim Henson's Muppet Babies (CBS系シンジケート)

赤ちゃんブタのピギー、赤ちゃんがえるのカーミットなどが活躍する冒険アニメ。「技術、ストーリー共に一級品」(エド・パーク)「マンガを見たがる子どもにとって、この番組の登場人物は魅力的だし、音楽も楽しい」(ドロシー・G・シンガー)

- **シャイニング・タイム・ステーション** Shining Time Station (PBS)

大人世代には懐かしいビートルズの一人、リング・スターがホスト役で、子どもたちに日常生活で経験する恐怖、失望、その他のさまざまな問題とどう取り組み、乗り越えていけばよいかを教える。「親の世代を楽しませてくれたリング・スターが今では次の世代を指導する役割を担い、それをステキに果たしている」(マリリン・ドロス)

- **ユー&ミー、キッド** You and Me, Kid (ディズニー・チャンネル)

親と子の楽しいやり取りを通して視聴者の参加を誘う。「この番組がいいのは、親と子にただじっと坐って見ているのではなく、何かを一緒にさせてしまうこと」(リー・マルグリーズ)

- **ぞうのババール** Babar (HBO)

絵本でおなじみの「ぞうのババール」(作者はフランス人)をアニメ化した新シリーズ。「登場人物もストーリーも絵本のオリジナルと変わらずに良質で楽しい。大人のババール王がナレーターで、彼の青春時代を語るような懐しさがある」(デビッド・ピアンキュリ)



## 小学生（6～11歳）向けベスト番組

### ●すばらしい作品たち Wonder Works (PBS)

ドラマ、コメディ、ファンタジー等の多様な作品をとりあげるシリーズ番組。週一回。「すばらしい番組。家族で楽しめる。番組のテーマは真面目なもの、面白いものと多様。人種問題、死、偏見・差別なども扱うが、思慮深く、理性的に描かれている」(ドロシー・シンガー)

### ●ミスター・ウィザードの世界 Mr. Wizard's World (Nickelodeon)

楽しい科学番組。「自分が子どもの時に楽しんだ番組を子どもたちが今も楽しんでいる姿をみるのはすばらしい。私自身、この番組から今でも学んでいる」(D.ピアンキュリ)「ウィザード氏の科学実験は興味深い」(ダイアナ・H・グリーン)

### ●スクエア・ワン Square One TV (PBS)

面白く楽しい数学番組。「コメディ、サスペンス、テレビ・グラフィック等を使って意外性に富んでいる」(ペギー・チャレン)

### ●3-2-1 Contact (PBS)

子どもたちをホストに科学とテクノロジーを扱うマガジン番組。毎日放送。「子どもの世界に興味を持たせるやり方は非常に優れている」(マリリン・ドロス)

### ●虹を読む Reading Rainbow (PBS)

子どもたちの想像力を刺激し、本大好き人間にしてしまう番組。「子どもの本離れはテレビのせいと批判されることがよくあるが、このシリーズ番組をみると、すぐにでも図書館へ飛んでいきなくなる」(リー・マルグリーズ)

### ●ピーウィーのプレイハウス Pee-Wee's Playhouse (CBS)

ピーウィー・ハーマンをホストにするシリーズ番組で、アニメーションや特殊効果をふんだんに使ってバカ騒ぎをする。「笑いにはトゲがなく、単純に面白く、おかしい」(リー・マルグリーズ)

### ●フラグル・ロック Fraggle Rock (TNT)

マペット人形を使うファンタジー・ミュージカルで、自分と違う人たちとどう協調して生きるか

が番組のメッセージ。「地下に住む登場人物たちの冒険ストーリーには常に社会的なメッセージ、あるいは学ぶべき教訓がある。音楽がすばらしく、登場人物もそれぞれ個性的」(D.シンガー)

## ローティーン（12～16歳）向けベスト番組

### ●すばらしい歳月 Wonder Years (ABC)

1960年代、70年代を懐かしく振り返るドラマ。「ウィットに富み、真実に充ちていて、若い世代の情感にしみじみと訴える」(D.ピアンキュリ)

### ●デグラッシ・ハイ Degrassi High (PBS)

登場する10代の若者たちがさまざまな問題にぶつかり、乗り超えていく姿を描くドラマ。

### ●ノーヴァ Nova (PBS)

PBSが誇る科学ドキュメンタリー・シリーズ。17シーズン目を迎えた。「見る者を夢中にし、創造性に富み、楽しい番組」(D.シンガー)

### ●すばらしい作品たち Wonder Works (PBS)

(小学生向けベスト番組にも選ばれているので、その項を参照)

### ●過ぎゆく日々 Life Goes On (ABC)

人生のさまざまな問題にぶつかり、解決していく家族のドラマ。「10代の若者が人生について学ぶことの多いファミリードラマ」(エド・バーク)「家族の強い絆、その関係の大切さを強調する」(トーマス・ラディッキー)

### ●スクールブレイク・スペシャル Schoolbreak Special (CBS)

麻薬中毒、賭博、性非行などの青少年をめぐる社会問題をテーマにするドラマ・シリーズ。「この番組をきっかけにして親や大人たちは10代の子どもの世界で起っている種々の問題について考え、話し合うことができる」(リー・マルグリーズ)

### ●アフタースクール・スペシャル Afterschool Special (ABC)

レイプ、エイズ、アルコール中毒の親、ドロップアウトなどの青少年をめぐる社会問題をドラマ化するシリーズ番組。長寿番組の一つ。「家族一緒にみて、視聴後に話し合うのに最適」(マリリン・ドロス) (文責・鈴木みどり)

## ■ 特集 4

## アメリカの目で日本のテレビを斬る

シカゴ・トリビューン紙特集「サムライ・テレビ」

— 1990年3月1日付同紙より —

アメリカの有力日刊紙の一つ、シカゴ・トリビューンが日本のテレビを特集している。Samurai TVと題するこの東京発の記事は同紙のほぼ1ページ半を使う大きなもの。タイトルに続くリードに「ハイテクを誇る日本が何故これほどの低級さで創造性を台無しにするのか」とある。筆者はRonald E. Yates氏。

内容は以下に要約・訳出する通り一貫して批判的で、日本人としてこれを読むと、大いに共感を覚える人がいる一方で反発する人もかなりいるのではないか、と思われる。また、NHKを国営放送と書いたり、よく知らないことまで断定的に言いたがる外人タレント、デーブ・スペクターの発言を度々引用するなど、正確・公正を旨とする新聞の記事として首をかしげたくなる点も目につく。しかし、この刺激的な特集記事が私たちにとって日本のテレビを見つめ直す上での好資料となるのは確か。そう思って、訂正など一切加えず、そのまま紹介することにした。

## 陳腐で幼稚なプライムタイムTV

長く、ハードな一日を過ぎて帰宅したあなたは、お気に入りの椅子に腰かけ、テレビのスイッチを入れる。画面はチカチカと輝き出す、そこに映っているのは — 例えば、人参、トマト、キャベツなどの野菜の形をした巨大なゴム製の衣装を身につけた10数名の男女がモタモタした足どりで面白おかしくアメリカン・フットボールをやっている場面。あるいはスキー・リゾートで、レストランの入口に故意に滑りやすいマットを敷き、入ってくる人が次々と踏んでは滑ってこぼれ、泥水を浴びるところを、隠しカメラで撮った場面。またレストランや事務所、公共の場所に花火を仕掛け、タバコを喫う人が近づくと花火が爆発するのを、これも隠しカメラで撮影したもの。

いずれも視聴者を笑わせるために使われている

何とも幼稚で、バカバカしい場面である。

日本といえばクルマ、電化製品、機械、コンピュータと、どの業界でも高品質を強調している。その同じ国のテレビ番組がこれほど「質」を気にせず、ほとんど素人芸と思われるような若い女性歌手を使ったり、つまらないドタバタを演じさせているとは、いかにも矛盾している。何故なのか。その理由を6年前にABC番組のプロデューサーとして来日し、今や外人トップ・タレントの一人になっているシカゴ生まれのデーブ・スペクターは、次のように説明する。

「日本ではテレビは産業でも芸術でもない。テレビを批判的に見る人など日本には一人もいない。この点が、アメリカと違うところ」

## “ロリータ・コンプレックス”の中年男性

日本のテレビを批判的に見ている人がいないわけではないが、そういう人は大概、外国人で、例えば「マイニチ・ディリーニュース」紙に書いているジーン・ウィルソンのように、英語の出版物にしか執筆していない。英国人のウィルソンは日本ですでに10年暮らしており「日本のテレビはマインド・ポルーション（心の汚染）の究極の形だ」と言うが、このような率直な意見が日本語の新聞や雑誌にあらわれることはほとんどない。というのも、日本では今でも他の人やその仕事を公の場で批判するのは礼儀を欠く下品な行為と考えられているので。

日本には5つの商業ネットワークの他に国営のNHKという6番目のネットワークがある。NHKは良質の番組、特にドキュメンタリーとドラマで世界に知られている。ニュース番組は、商業局制作のものも含めて、かなり良い仕事をしている。

しかし、狭い国土に1億2千3百万人が住むこの超過密国では、人びとの生活は依然として伝統と風習で厳格に規制されている。そのような国で

は、商業テレビが際限のない日本の経験の一部となり、40代の人間に子ども返りを許し、12歳の頃にやりたくてもできなかった行為にかかわることを可能にする。ドタバタ調のお笑いが日本のテレビの重要な部分を占め、才能のない10代の「歌う」アイドルたちが次から次へと登場して画面を賑わさなくてはならないという強迫勸念が強いのも、これで説明がつく。ウィルソンは言う —

「テレビ歌手になるのに才能は要求されない。日本の中年男性の間には「ロリータ・コンプレックス」があるのは明らかで、若くて可愛い女の子たちを眺めていたいのだ」

### サド・マゾ的ユーモア

創価大学の新井直之教授は「放送は視聴者の欲望を煽り立てるのでなく、彼らのニーズに応える責任を負っている」と述べ、「日本のテレビの良いところを探すのは難しい」と、ガラクタ番組ばかりを提供している制作者たちを叱っている。

最近のプライムタイム番組から一例をあげれば、犬のデート・ゲームがあるし、50代がらみの男が12、3歳の女の子に色情を起こし、追いかけて回すという大人向けマンガ「笑うセールスマン」がある。また「耐久力テスト」(Endurance Test)という大学生が出演する番組があるが、これは視聴者に笑いを提供する状況設定で、時として危険に身をさらすことも起きる。

「耐久力テスト」の笑いをスペクターは「サド・マゾ的ユーモア」と言うが、確かに、下着姿の大学生の体にバナナを沢山しぼりつけて穴の中へ入れ、その穴へ空腹のオラウータンを何匹も追い込んで、大学生が悲鳴をあげて逃げ回る、というような設定には驚かされる。しかも見ている人は大笑いしているし、やっと穴から出してもらえた学生の中には、動物の爪跡が何箇所も生々しくできており、それをカメラがクローズアップで撮してみせるのである。(数年前に「ザ・ガマン」という番組があり、事故が起きたり、世論の反発も強く、短期間で放映中止になっている。その番組のことか？なお、記事中にあるバナナ男のビデオ

は日本のTV番組としてアメリカで紹介されているらしく、訳出者も昨年、ある市民団体から国際電話で直接コメントを求められた)

こんな番組をテレビ制作者たちが平気で作るのも、日本が世界でも稀な訴訟なき社会であるからだ。アメリカでなら番組のギャグの一つとして人を転倒させただけで訴訟になる。ところが日本では「誰かが怪我をした場合、その家族に謝罪し、いくらかの現金を渡せば事が済む」と、ハワイ出身で日本の法律に詳しいジェームス・ウチダ弁護士はいう。例えば、数年前に一人の俳優が「座頭市」映画の撮影中に首を切られて殺された。誰かが特別に作られた「安全」な剣と真剣をひそかに交換しておいたからだ。この事件で誰も訴訟を起こさなかったし、俳優が真剣で切られる場面は映画ではそのまま使いさえたのだった。

### ストレス解消の手段となっているテレビ

必然性もないのにセックス場面が多量に描かれるのも日本のテレビである。犯罪ドラマのシーンの一つを紹介しよう。一人の男が殴り殺される場面が執拗に描かれた後、この殺人者は被害者の家へ行き、(被害者の)妻の衣服をはぎ取り、裸にして「強姦」しつつ彼女の乳房を愛撫する。この場面は長々とカメラに収められており、しかも放送時間は平日の午後7時半から9時の間である。

日本の社会学者たちによれば、この種の番組はストレス解消の手段となっている。特に男たちは職場でイライラさせられ、上役や同僚に対する怒りを爆発させたい衝動にかられることが多いが、個人的な表現を許さない社会では、そうした感情をじっとこらえていなくてはならず、そういう男たちの心を解放してくれるのが上述のような番組だというのである。闇の仕事人、中村主水を主人公とする「必殺シリーズ」も、典型的な番組といえるだろう。

そんなわけで、日本のテレビにはタブーと呼べるものはほとんどない。唯一の例外はキスシーンで、公の場でキスすることは今でも日本では常軌を逸することと考えられている。

## 外国人は悪者、日本人は犠牲者

日本人と外国人の恋愛を描くことも自らを同質社会と考えており、しかも、そのままのままでいたいと思っている日本では注意を要する。しかし、テレビでは最近、外国人や外国に関する事柄を扱う番組が急増している。「外国人を悪者として、日本人を犠牲者と位置づける傾向が強まっている」と語るのはウィルソンで、彼女はまた「日本の経済力を背景に、日本人を再定義しようとするテレビ番組が増えている」とも指摘している。「日本人は長い間、外国人に対して、特に白人の欧米人に対して劣等感を持ち続けてきた。でも、今では、日本人の方が優れていると思っている」

テレビの番組でも、外国人がウェ이터や秘書、従者、おとなしい道化役というような役割を演じるようになっており、知的で裕福な日本人は世界をまるで自分たちの遊園地のように飛びまわっている。その他の外国人像といえば、日本女性を追いかけ回す不快で、ヘラヘラした男か、日本へ何か悪いことを持ち込んでくる人間、というのが一般的である。東京のホテルを舞台にするシリーズ・ドラマで、最近、高慢なアメリカ人の客がベルボーイにチップを渡そうとして（日本の習慣で）受け取らないのに腹を立て、どなりつける場面が描かれていた。「だから、お前たち日本人は世界で問題を起こすのだ。何でも自分たちの方式でやりたがる。この金を受け取り、とっとと消え失せる」この粗暴な行為についてドラマでは何の説明も加えられていない。そのため視聴者は、日本人がまた外国人の悪者たちに理由もなく攻撃されている、という印象を持つことになった。

日本の制作者たちの間でみられるもう一つの極端な傾向は、世界のあらゆる場所へ足を運び、視聴者をつれて行きたいという貪欲なまでの願望である。昨年は1千万人以上の日本人が多くの現金を手し海外旅行をしており、1990年には1千万人を超えると予想されている。空前の外国旅行ブームとっていいだろう。

そこでテレビも「世界まるごとHowマッチ」

「世界・ふしぎ発見!」「外国の日本人」などの番組が視聴者を外国へ連れていく。この種の番組のホストは普通、可愛い子ちゃんの女の子で、やたらにキーキー声をはり上げ、住民の困惑顔など気にも留めず、内またで歩き回っている。「他の国や文化を制作者はまるで玩具のように扱い、その国の人びとを人形か何かのように考えているようだ」と批判するのはウィルソン。彼女はまた「尊敬の念などまったくないし、理解しようとか、コミュニケーションしたいとかいった姿勢もない」と、手厳しい。「日本人が気付いていないのは、彼らがこの種の番組の中でどれほどバカ気に見えるか、ということである」とも述べている。

## 何でも作りさえすれば見てくれる視聴者

デーブ・スペクターはかつて日本の旅行番組のためにシカゴ・ツアーのホストをやったことがあるというが、彼によると、日本のテレビ番組の多くがほとんど計画らしい計画もなしに制作されている。試作品を作るというプロセスが日本にはなく、どのネットワークもシーズン毎に22~23本の新番組を制作している。だから、「早くできさえすれば良いわけで、出来上がった作品がダメならポイッと捨て、また別の作品を作ればよい。誰も首になることもない」

何故だろうか。「その理由の一つは日本に労働組合がないことで、ライターや俳優、技術者が手にする報酬はアメリカに比べ10分の1でしかない」とスペクターは述べている。そんなに低賃金ではミスがあっても仕方がない、ということなのか。

プライムタイム番組の約70%は生番組である。スペクターによれば「日本人は自然発露の行為が大好きで、人が間違いをしたり、しくじったりするのを見たがる。この国では誰一人パーフェクトに物事が進行するのを期待してはいない」

「日本のテレビ制作者たちのやり方は、かつてのデトロイトの自動車メーカーたちのやり方と同じで、何でも作りさえすれば買ってくれる受け手がいるのだから、何故、商品を変える必要があるのか、というわけである」（文責・鈴木みどり）

## ■ ケース・スタディ

## 幼児のいる家庭とテレビ・コマーシャル

— 東京女子大学同窓会幼児グループ・アンケート調査から —

この調査は、幼児グループ（幼稚園の形態をとり3～6歳の在園幼児は計116名）の母親たちによる自主勉強として行われた。今の子どもたちの生活の中でテレビの存在が大きいのではないかと、生活時間、遊び、玩具、絵本、テレビなどについて詳しく項目を作り調べているが、テレビとの関係が大きな比重を占める。調査対象は同グループに通う子どもたちで、母親が記入。89年11月26日～12月1日に実施し、83名から回答を得た。

●テレビのしつけについて（数値は「はい」と答えた人の数）……①テレビから離れてみる（77）、②くだらない番組は見ないようにしている（66）、③見たい番組だけ見てすぐ消す（65）、④見ても良い時間帯で決める（66）、⑤食事の時はテレビを消す（52）、⑥親も一緒にみるようにする（39）、⑦テレビをなるべく見ないようにする（40）、その他一日に三つだけとしている、親の許可を得てからテレビをつける、親がテレビを見ないようにしているなど、テレビを管理しようとする姿勢は強い。視聴時間については「適当だ」（55）としている人が多いが「適当」が何時間かは不明。

●番組について……よく見る番組としては、それいけアンパンマン（39）、おかあさんといっしょ（28）、サザエさん（28）、ひみつのアッコちゃん（26）、ドラえもん（25）、ひらけ！ポンキッキ（21）、ピーターパンの冒険（17）、ターボレンジャー（10）、機動刑事ジバン（8）、ビックリマン（7）、おぼっちゃまくん（2）……以下多数あがっている。

番組選びに関する意見として、親子の趣味が一致したら見せる、できるだけ子どもに判断させる、見たい番組の一週間のプログラムを作っている、番組を一切子どもに決めさせないなど。また親が良いと思う番組、悪いと思う番組もあげられているが、悪いものとして、おぼっちゃまくん、加トちゃんケンちゃん、ターボレンジャー、機動刑事ジバン、ビックリマンなどが入っているが、これらは「よく見られている」番組にもあがっている。

また子どもの遊びへの影響で、登場人物をまねた遊び（65）、行動や言葉の使用（66）、とあり、番組選びの難しい面、テレビの影響の多面性が感じられる。

●コマーシャル、キャラクター商品について……

コマーシャルに出てきたものをほしがると答えているのは（よくある、時々ある合わせて）—63。どんなものをほしがるかでは、玩具（59）、食物（39）。コマーシャルで扱ってほしくないものの中にも、食品、玩具、キャラクターものなどが含まれている。コマーシャルについて感じていることは、音が大きいの、判断のできない子どもへむけてのコマーシャルは規制すべきだ、玩具など本物より良く見える、動かないものを動くように見せている、子どもの時間帯に放映するものは他の時間帯のものと分けてほしいなど批判的な意見が多い。

キャラクター商品で購入するものの種類は、玩具、衣類、食品、ノート、ハンカチ、ティッシュ、その他30種、扱われているキャラクターは、ウルトラマン、キティ、スヌーピー、アンパンマン他20種にも及ぶ。それについての意見として、食品などキャラクターがついているというだけで子どもがほしがると、子どもは新しいものをすぐ欲しがると、毎年ちょっと変えて同じようなものを売り、使い捨て時代を作っている、キャラクターのついていないものを探す方がむずかしいなど。

コマーシャルについてもキャラクター商品についても気づいていることは多く批判的意見も出されている。しかし「家にある玩具」では、リカちゃん人形や合体ロボットなどが幅をきかせ、子どもの日用品もキャラクター商品を買われ、というのが幼児のいる家庭での現状のようだ。

このアンケート調査の集計を担当した母親たちの感想はコマーシャルが問題、自分たちがもっとテレビを見なければ、調査は終りでなく始まりと受けとめたい、など。積極的な行動が続いていくことを期待したい。（まとめ・松山恭子）

# FCT データ・バンク

## — 国内篇 —

●イメージとしての〈帝国主義〉、  
柏木博・小倉利丸編著、青弓社、  
1990年刊。

ゴルバチョフのソ連・ベレストロ  
イカに始まり、東欧には「社会主義」  
の変動の嵐が吹き荒れている。これ  
を受けて西側社会では、市場経済と  
資本主義の勝利が高らかに謳い上げ  
られている。しかし、資本主義は本  
当に勝利したのだろうか。私たちが  
手にしている「自由」や「民主主義」  
はそんなに誇れるものなのか。私た  
ちは「社会主義」以上に平等な人間  
関係を形成し、本当に搾取や貧困と  
おさらばしたといえるのだろうか。  
この問いかけに続いて、二人の編者  
は「帝国主義を『領域』への侵略と  
して定義するとすれば、高度な情報  
化社会のなかで、私達の日常生活や  
意識こそがかつての地理上の『領土』  
にかわって新たな侵略の領域をなす  
といえるのではないだろうか」と問  
いかける。イデオロギーや文化の「ス  
ーパーマーケット」の感のある資本  
主義は、私たちの理想、欲望などを  
情報商品として流通させることによ  
って、有効に自らを守り続けること  
ができていたのであり、このイメ  
ージの侵略性を明らかにすることが急  
がれる、という。

こうした観点から、本書は私たち  
の日常世界にかかわる事象として都  
市、民族、テレビ映像、美術、博覧  
会、音楽、大衆文学、広告……など  
を広く取りあげ、各々の領域で情報  
資本主義による心の侵略がどのよう  
に進行しつつあるか、その構図を明  
らかにしようと試みている。

10人の著者による12本のいずれも  
興味深いエッセイから成る。目次を  
記しておく。電子情報の帝国（柏木  
博）、〈帝国主義〉の新たなフロンテ

ィア（小倉利丸）、美術を利用するも  
の（梅田一穂）、都市・ポストモダン  
都市・東京（布野修司）、民族・「国  
際化」のなかでの外国人労働者（木  
前利秋）、テレビ映像・意識の植民地  
化（鈴木みどり）、身体・帝国主義的  
身体（金塚貞文）、植民地・被抑圧者  
にとっての帝国主義（山崎カラル）、  
博覧会—消費都市（柏木博）、音楽・  
サブカルチャー音楽と文化のオート  
ノミー（中河伸俊）、大衆文学・戦後  
における「大衆文学と帝国主義」（高  
橋敏夫）、象徴・記号・神話「消費生  
活」から天皇制まで（小倉利丸）、(F)

●BBC王国の崩壊 マイケル・リ  
ープマン著、桜井元雄訳、日本放送  
出版会、1989年7月刊。

イギリスのBBCは26,000人の職  
員をかかえるいわば官僚組織で成り  
立っている。受信料によってまかな  
われている巨大化した国营放送とし  
てBBCの抱えている問題の根は深  
い。長い間コマーシャルイズムに拘束  
されなかったこの組織は、創造的で  
自由な表現活動を可能にし、多くの  
すぐれた番組作りに成功してきた。

公共放送の手下とも目されるこの  
組織も、政治的圧力をかけられたり  
会長が追放されたり、厳しい効率化  
をせまられて、サッチャー首相の改  
革案によれば、将来BBCの受信制  
度を廃止して、会員制視聴料による  
つまりペイテレビへの移行が考えら  
れているという。公共放送のシンボ  
ルともいえるBBCの対応は、同じ  
ような公共放送NHKをもつ日本に  
とっても無視出来ない問題といえる  
だろう。著者はタイムズのニューヨ  
ーク特派員を経て、現在はフリー記  
者。各章は会長追放、ハリウッドか  
らよばれた腕利き局長、BBCの権  
カピラミッド、北アイルランド・ゲ  
リラBBCを揺がす、スキャンダルに  
敗れたドキュメンタリー特集部長、  
効率化オーケストラを斬る、低迷を  
続けた新報道番組、ニューメディア  
戦略の失敗、昨日の男たち、労働党

との抗争、受信料戦争、経営委員の  
暴走、サッチャー政権との対立、エ  
ピローグ、から成っている。(T)

●特集・誰のためのメディア？、  
Media for Whom？、  
Studies of Broadcasting No.26、  
NHK放送文化調査研究所、1990年  
3月刊。

NHKが年一回編集、発行してい  
る英文の研究誌である。

今日のマス・メディアは力のある  
ものの視点、多数派の視点を反映し  
がちである。ある場合にはその活動  
が、少数者の抑圧につながっている  
場合すらある。メディアに課せられ  
た公共的な使命、責任を考えれば、  
こうした在り方に強い疑問が提起さ  
れるのは当然であろう。

特集は政治的、経済的、社会的に  
力の弱い人々や集団にとって、今日  
のメディアはどのような存在である  
のかを世界のさまざまな事例に基づ  
いて問うている。

「文化的多様性から社会的平等へ—  
カナダ放送界の民主的な試み」（マ  
ーク・ラボイ、カナダ、ラヴァル大学）  
「アルジェリアのメディアと文化依  
存」（マーニャ・ラズレック、アメ  
リカ、ハンター大学）

「焦点を移す—ECの女性と放送」  
（マーガレット・ギャラハー、EC  
委員会）

「女性の女性による女性のための？  
—今日の日本のメディア状況」（村  
松泰子、NHK）

「メディアの生み出すマイノリティ  
—公害問題と日本のメディアの役割」  
（石川旺、NHK）

という5論文が収められ、その他  
に特集外で「日本人の意識Ⅳ」（秋  
山登代子 NHK）が収録されてい  
る。(I)

●テレビ「密着取材」の落とし穴、  
船岡浩、「マスコミ市民」No.260、  
1990年4月号。

テレビカメラが市民のプライバシー、

人権を侵しはじめている。テレビ朝日系「ニュースステーション」は昨年6月13日、一人の初老の男が駅のホームを降り、うどん屋に入り、住宅街を歩き、次いで生け垣のある家の前で姿を消すまでを隠しカメラで追い、その後、男が家から出てきて歩き出したところを二人の捜査員の男たちに窃盗の現行犯として逮捕される瞬間をライトをあてて撮影し、全国ニュースとして放送した。

この放送をたまたま見ていた筆者（弁護士）は撮影された男の肖像権を侵害する報道ではと疑問を持ち、それが契機となって筆者を含む大阪の弁護士有志で作る「プライバシー研究会」では局の制作者側にどんな意図でこのような番組を企画・取材・放送したのかを取材して、報道機関の報道のあり方を法律家の目で検証する視点を得ようと考えた。

本稿では、局側の制作に至る経緯、編集・放送する際に検討したこと、最終的に放送を決断した要素などについての説明が整理して示されている。次いで、この説明を受けて「研究会」で行った議論として肖像権侵害に関する判例を示した後、それを問題のニュースにあてはめて検討し、「結局、取材した内容がもつ映像の劇的効果のみを狙ったもの」で「肖像権の侵害を正当化する公益目的はない」と断言している。

さらに「被撮影者の承諾がない場合でもその肖像を撮影し報道することが許されるのはどのような場合か、その判断基準の検討が必要」として①報道対象の客観的性質、②報道目的の正当性、③報道価値論、④報道手段の必要性・相当性、の4点で解説を加えている。(M)

●**狙われる子どもたち**、石川旺、「ヒューマンテイツ」No.21、1989年12月号。

子どもの権利に関する条約が国連で採択され、各国がこれを批准すると、それぞれ具体的な取り組みの段

階に入るが、その段階で日本の取り組みが表面的になるのではないかと筆者は恐れている。一見問題が少ないかのように見える日本だが、マス・メディアに象徴される商業主義による子どもの権利侵害という点に関しては世界最悪の状況にある。それは、メディアの発達した国々ではメディアによる子どもの権利侵害に対し保護措置がとられているが日本ではなんらの措置もとられていないためであり、状況好転への兆しはない。が、子どもの権利条約を市民が外圧として利用することにより改善への道が開かれる可能性はある。(C)

●**子どもにとってTVとは何か**、村野井均、「発達」1990年冬号。

同誌の特集「子どもたちをとりまく環境と発達」の8論文の一つとして書かれており、テレビは子どもをめぐる環境の一つとして重要であるといわれながら、子どもがテレビをどのように理解しているかの研究がほとんどない現状を述べ、次いで筆者が4年間続けてきた観察記録を紹介しつつ、3歳の幼児（女）のテレビの見方が大人のそれとどう違うかを示す。

ぬいぐるみ、化粧の理解、アニメの理解、放送やカメラワークの理解の三項目から成るが、大人なら当たり前と思っているテレビの多くの約束事、また電波による放送のメカニズムなどについて、幼児はいろいろな仮説を立て、母親や父親に質問し、教えられる中で、次第に理解できるようになっていくことがわかる。

この偶発的学習の機会が幼児の家庭環境の変化、メディアの多様化などによって減ってきている今、筆者は「そろそろどこかで、テレビなどのメディアについて教える必要があるのではないかと述べている。なお、詳細は筆者による論文「幼児のテレビ理解の発達」、『福井大学教育実践研究』第14号、1989を参照。(M)

●**疲れている子どもたち**、謝名元慶福、「NHK放送研究と調査」1990年2月号。「友だち化」する親子関係。小穴司、同誌1990年3月号。

昨年8月26日(土)～29日(火)にNHKが行った第2回「小学生の生活と意識」調査の結果を2回にわけて報告する。調査相手は全国の小学4～6年生1,800人。個人面接法で行い、有効回答率(率)は1,592人(88.4%)。

子どもが自分専用を持っているものを5年前の調査結果と比較し、テレビゲーム、ラジカセ、テレホンカード、ヘッドホンステレオなどのハイテク商品を持つ子どもの増加を指摘。

テレビ視聴時間も全般的に増加傾向を示し、3時間以上が5年前の31%から39%へ増加。4時間以上も12%から18%へと増えた。この他、学習塾、けいこごと・スポーツと、子どもの生活に占める時間は多く、生活リズムの変調がみられ、それが子どもの心身の健康に種々、影響している。調査では「夜、眠れない」「ごはんを食べたくない」「おなかがいたい」「何をしても楽しくない」等の質問項目で子どもの健康状態を調べているが、全般的にみて、疲れている子どもが5年前に比べ増加しており、この傾向はテレビを4時間以上見る子どもに顕著である、という。

3月号報告の「友だち化」する親子関係は、上述の調査で有効になった小学生の父親と母親に調査表を配布し、郵送で回収した調査の結果。子どもと友だちのような関係を持ちたいと願っている父親が、実際は子どもと対話の時間を持たず、学校のことを知らない等、問題が多いことが明らかにされている。(M)

●**子どもの権利とは**、掘尾輝久十編集部（まとめ）、「子どもの文化」1990年1月号。

子どもの権利、特に子どもの固有の権利の視点を重視し提言してきた掘尾輝久氏の話を中心に、著書『子どもの発達・子どもの権利』からも

引用して、子どもの文化研究所がまとめたもの。子どもの人権が否定され侵害されている状況で、子ども固有の権利の視点が弱くなっていることが関係していると述べ、あらためて「子どもの権利」とは何かということ語る。子どもの権利は人権思想を前提とするが、逆に人権そのものを豊かに発展させるものでもある。その意味で、大人とは違った存在であり、やがて現在の大人を越えて発達する可能性への権利である。この固有の権利の視点こそが重要で、子どもの権利条約、批准に際しての問題点もこの視点を入れて捉え直さねばならないとしている。(C)

●特集・マスメディアと差別撤廃、紀要「部落解放研究」第72号、1990年2月。

「マスコミ報道と部落問題」(門馬幸夫)、「カナダ放送界における差別撤廃にむけての動向」(村松泰子)、「メディア・セクシズムと闘うイギリスの女性たち」(鈴木みどり)、「マス・メディアとマイノリティ オーストラリアの場合」(鈴木雄雅)の4論文からなる。

村松泰子は「差別と放送をめぐる問題を考える場合は、放送内容と放送界の雇用の両面を考察する必要がある」と述べ、この両面からカナダ放送界で進行中の10年に及ぶ差別撤廃に向けての動向を、同国の文化的多様性及び人権を尊重する社会的背景も含めて、わかりやすく整理し紹介している。内容面では女性差別解消への取り組みが主として述べられているが、雇用面では女性、障害者、先住民族、人種的マイノリティ、のいずれかに属する人びとの雇用機会の平等を実現するために公共放送のCBCが示した改善策、実態報告、

1990年末の達成をめざす増員目標などを、細かく紹介している。

鈴木みどりはイギリスのマスメディアと差別撤廃への取り組みを市民サイドの女性たちの動きを中心に考察する。その際、一つの手がかりとして、昨年3月に公共放送のBBCが発表した新自主基準(ガイドライン)から、社会的に抑圧されている人びと、また、そう感じている人びとに対する「センシビリティ」(感受性、敏感さ)を制作者に求める「章」を紹介し、そこに書かれている内容が女性たちの批判を受けとめつつも、なおも距離があることを明らかにする。なおBBC新ガイドラインでは、センシビリティを必要とする人びとの集団として、女性、人種的マイノリティ、高齢者、障害者をあげているが、鈴木は各々の集団に対する差別の問題を「セクシズム」(性差別)の観点から捉え、メディアによる二重、三重の差別を相手に闘うイギリスの女性たちの積極的な動きを追っている。(D)

●ミス・コンテストNON、堺市女性団体連絡協議会、同協議会発行、1990年。

祭りといえばギャルコンテスト、イベントといえばミス・○○。大学のキャンパスで、スキー場で、市で、町で、村で、女性を品評の対象とするミス・コンテスト(ミス・コン)が日本列島にまん延しつつある。大阪・堺市女性団体連絡会では12年前に堺市内で行われていた「ゆかたの女王コンテスト」や堺まつりの女王コンテストを廃止させて以来、ミス・コンは一定の年齢以上の女性や障害者、病気の人などを排斥し、女性のからだを見せ物化して、その人権を侵害する「差別」であると反対し、

各地のコンテストに対して抗議を続けてきた。

しかし、こんな対症療法的やり方ではミス・コンの日常化をくい止めるのは難しい。というわけで堺市女性団体連絡会では全国3,382市町村と285の大学に向けて公開アンケート調査を実施。さらに、その結果を資料編にして、「花博」ミス・コンへの抗議の取り組み、反対する理由を詳細に説明する本書を作成し、「ミス・コンテストNON」の全国キャンペーンを展開しつつある。問合せは同会(堺市宿院町東4-1-27 電・0722-23-0333)。一部2,000円。(D)

●特集・進めぬ日本の「内なる国際化」。「Update」1989年11月号。

2年目に入った月刊誌「Update」(アップデート、株ほんの木社発行)が興味深い特集を組んでいる。在日韓国・朝鮮人、アイヌ民族、被差別部落問題、女性、戸籍・外国人登録制度、指紋押捺制度、外国人労働者、農業の自由化、教育の自由化、政治の国際化、広告の倫理と、いずれも世界をリードする経済大国を誇る国としては、およそ閉鎖的で、「国際化」からはほど遠い現状。

各項目のデータは豊富で、現状分析も批判的かつ客観的。例えば「広告倫理」では女性、誇大広告、子ども、人権、アルコールを切り口に、日本の現状と世界の常識がどれほどかけ離れているかをデータで示し、「人権意識の欠落が日本の広告を三流にしている」と手厳しい。技術的には世界の最先端をいく日本の広告が、なぜこれほど倫理観を欠いているのか。「表現の自由を追求するなら、必ず責任が伴うことを自覚すべきだ」とも述べている。(M)