

f c t

GAZETTE

ガゼットは
テレビと市民
のデータバンクです

1994. 11

vol. 14

Number. 54

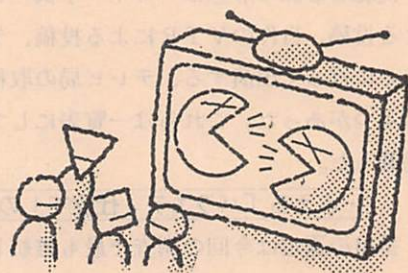
複写（コピー）は
ご遠慮下さい。

編集・発行 / FCT市民のテレビの会 (Forum for Citizens' Television) 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（3回発行）¥2000（送料共）一部 ¥650（送料別）
第一勧業銀行返子支店（普通預金1425785）郵便振替 東京9-84097

■特集1

視聴者とは誰のことか

— 笑い と 視聴者 ・ バラエティ番組の分析から —



いわゆるテレビタレントではない、「素人・視聴者」といわれる人々が登場するテレビ番組がふえてきている。達者に反応したり、芸能人のようにふるまって画面におさまり、けっこう笑いをとっている。視聴者とは単にテレビを受動的に見ている人々ではない多様化現象が起こりつつあるのだろうか。

長い間、テレビの制作者にとって視聴者は視聴率の対象でしかなかった。しかしここへきて番組の中にとりこめる視聴者を発見した、とも考えられる。ではこういう視聴者と番組を見ている視聴者とはどこがどちらがうのだろうか。

気になるこの状況を検証するために、特に視聴者がいろいろなかたちで参加しているバラエティ番組の調査・分析を行った。こうした番組への視聴者参加について「一般の人をも巻き込んで社会現象化していくテレビのありかたは新鮮であると同時に大きな危険性をはらむものとして、注意深く見守っていく必要がある」（FCT報告書「テレビと子どもの人権」1986年）と1985年のバラエティ番組の分析調査の折に警鐘を鳴らしたことが今まさにおこりつつある。あらためて、視聴者とは誰のことなのかをしっかりと考えていくためのデータ作りに取りかかることにした。

■CONTENTS■

- 特集1 視聴者とは誰のことか
笑い と 視聴者 ・
バラエティ番組の分析から …… 1
- 特集2 フォーラム記録
関西発メディア・リテラシー
猛暑の中で
「メディアと女性ネットワーク'94」… 8
- 特集3 オランダにおけるメディアと
市民の関わり …… 10

- 特集4 まともな話ができなかったテレビと新聞
FCTの新しい進出? …… 14
- 会員コラム …… 16
- fct情報クリップ …… 17
- データバンク
国内篇 …… 18

イラスト 市川雅美

調査は1994年8月29日(月)から9月4日(日)までの一週間、東京で受信できる全国ネット民放4局、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日の午後7時~10時台のバラエティ番組を対象に行った。

クイズ、トーク、情報番組などの形式の番組の中にバラエティ番組ともとれるような番組も多くあったが、今回の調査はこれらの番組は対象からはずすことにした。またバラエティ番組の中でも特に視聴者の参加、出演のある番組を主として対象とすることにした。

視聴者参加の形態はハガキ・手紙・FAX等による投稿、自作のVTRによる投稿、テレビスタジオに行って出演する、テレビ局の取材を受けるの4つがあった。これらは一覧表にしてP. 7に掲載した。

・ふえる「バラエティ仕立て」の番組

番組の選定は今回の調査で最も難航したことのひとつである。「笑いの仕掛け」「お笑いタレントの出演」をポイントにして番組を調べていくと、クイズ、情報、トークなどの番組の多くがこれらの要件を満たし、「バラエティ化」しているのである。しかもこれらの番組に、視聴者の参加だけで番組を構成している、視聴者の参加がなければ番組が成り立たないものも多い。

例えば、クイズ番組では「クイズ悪魔のささやき」(TBS・水・8時)は視聴者の中から応募した出演者が自分の足りないこと(ピンボ)について告白し、スタジオに来ている100人ほどの観覧者たちがその告白に共感できるかどうか、手元のボタンを押して投票する、その結果が〇〇万円というお金に換算され、出演者がクイズに正解すると、その場でお金が手渡されるという仕掛けである。クイズの内容も街へ出てインタビューした内容を問題にするなど徹底して「一般人」をターゲットにしている。画面で告白する内容は、「赤裸々」であったり、奇をてらったものが注目を浴びることから、失恋体験を逐一語ったり、「無修正の裏ビデオを見たい」と言う男性、「胸を大きくしたい」という女性、退職金をホステス

に全額貢いだ男性の話などである。

トーク番組でも毎回のテーマによって多数の出演者を募り、画面に登場させている「上岡龍太郎がズバリ」(TBS・木7時)のように視聴者の参加がなければ番組として成り立たない形式をとっているものもある。テーマは1994年9月を例にとれば「不倫中のOL50人」「ヘアヌードになりたい50人」「年の差夫婦25組」「ミスターレディ50人豪華版!今夜決定!輝くか!第二回全日本初オカマ大賞!」。番組の最後には毎回、このようなテーマにそって素人・視聴者を募集することをアナウンスし、テロップが流されている。

情報番組の「世界まる見え!テレビ特捜部」(日本テレビ・月8時)は情報をネタにしながら、スタジオ出演しているタレントのトークが重要な要素となっている。情報をクイズ形式にして映像で送り、さらにタレントのトークも交えている「なるほど!ザ・ワールド」(フジテレビ・火9時)など、情報番組にもバラエティの要素がかなり含まれている。

これらはすべてバラエティ番組として分類可能なものであり、テレビ情報雑誌の中にはニュース、ドラマ、ドキュメンタリー以外はすべて、「情報バラエティ」「クイズバラエティ」といったかたちでバラエティ番組として扱っているものもあったほどである。こうしたテレビ番組のバラエティ化の傾向については別の機会のテーマとすることにした。

・同じタレントの出演

バラエティ番組には同じタレントが出演しているものが多い。ダウンタウン、ウッチャンナンチャン、タモリ、とんねるず、明石家さんま、山田邦子がメインの出演者であり、サブの出演者はそのまんま東、松村邦洋、渡辺正行、ヒロミらで固められている。司会役としての出演が多いのが梶原しげる、関口宏。ゲストとしての出演が多いのは細川ふみえ、大島渚など。これらのタレントたちはクイズや情報番組への出演も多く、また今回対象とした時間帯以外の、特に深夜帯のバラエティ

番組にも多く出演している。どのチャンネルの、どの時間帯でも同じようなタレントを使っていることで、結果として同じような番組を作っていることにならないだろうか。プロの出演者は同じような顔ぶれで、一方で素人・視聴者の出演をふやしているということが言える。

番組名に、タレントの名前を使っているものが多いこともバラエティ番組の特徴である。視聴者は番組の内容よりも出演するタレントの名前で番組を覚えることになる。「逸見・たけしの平成教育委員会」(フジテレビ)「たけしのTVタックル」(テレビ朝日)のように、すでに故人となった人やテレビ出演できない状態の人の名前を番組名にしているのも奇妙な現象である。

・番組構成の変化

前出の1986年FCT調査報告では、バラエティ番組の構成を(A)コント中心、(B)コントと歌、(C)情報・ドキュメントタッチの3種類に分類した。

今回の分析ではバラエティ番組の構成が変化しており、分類数も8項目にふやすことにした。バラエティ番組の主流であったコントは影が薄くなり、コントを中心に番組を構成しているのは「志村けんはいかがでしょう」(フジテレビ)と特別番組枠の「ドリフ大爆笑94夏休みスペシャル」(フジテレビ)の2つだけだった。いずれも20年以上も前から活動しているドリフターズが関係した番組で、従来通りの構成で作られたある意味で「古典的な」バラエティ番組といえる。番組の構成に「歌」を使うことも極端に減っており、今回、歌を使っていたのは「ゲッパチ! UNアワーありがとやんした!」(フジテレビ)だけだった。これもたまたまゲストにむかえたグループと一緒に歌を歌うという企画ただただで常時設けられているコーナーではない。すでに歌そのものはバラエティ番組の構成要素から姿を消しているといえる。

・スポーツやゲームの増加

これに対してふえているのは、番組の中でタレントがスポーツをするものである。サッカーJリーグの開催などスポーツがひとつのブームになっ

ていることを背景としているのだろうが、脚本をもとにリハーサルを繰り返すことが必要なコントに比べて、スポーツはそれ自体にドラマ性があり、また偶然の出来事をアドリブや編集によって「笑い」に変えて流すことができる。それだけ手軽な番組づくりが可能になっている。

タレントがゲームをする番組の増加にも同様のことがいえる。スポーツは一応のルールにそって行なわれるのに対し、ゲームはその番組のために作られたものであり、「笑い」をとるための設定がなされている。ゲーム中のタレントたちの行動や反応を笑いのネタとするために、ゲームの内容はどんどん過激なものになっていく傾向にある。「ゲッパチUNアワー」(フジテレビ)ではクイズに答えられないと、すべり台の角度が急になり氷をはったプールの中に落とされるという心臓マヒを起こしても不思議はないようなゲームが行なわれていた。「ダウンタウンのごっつええ感じ」(フジテレビ)で「対決」と称してダウンタウンの二人にさせるゲームは、直径2、3mの巨大な風船の上に人を乗せ、その風船を割って下まで落ちる瞬間を見せるもの。2、3mの深さの水槽に二人を入れ、水面のところどころにしかあいていない穴をめがけて首を出したところをたたく「水中もぐらたたき」。香辛料のタバスコを1滴づつ口に入れ、何滴まで耐えられるかを競うゲームなど、精神的、肉体的ないじめとしか思えないようなものが毎回繰り返されている。

このようなバラエティ番組のゲームでは1993年6月、番組収録中にセットから転落した台湾のロック・グループの歌手が死亡するという痛ましい事故が起きている。テレビの制作者にどれほどこの事故が教訓として生かされているのか、疑問が残る。

・取材映像の増加

著しく増加しているのは、取材映像を番組の中に組み込む構成である。

視聴者から送られてきたVTRの取材映像を使っているのが「邦子・徹のあんたが主演」(テレビ朝日)「タモリのスーパーボキャブラ天国」(フ

ジテレビ)「ゲッパチUNアワー」(フジテレビ)。

テレビ局がスタジオの外に出かけて取材してきた素人・視聴者の映像を使っているのは「即席! 明るい改造計画」(日本テレビ)「投稿! 特ホウ王国」(日本テレビ)。これらは視聴者から寄せられた情報を視聴者の案内で取材することだけで成り立っている番組である。この他にも素人・視聴者取材した映像を番組の構成要素に使っている番組は「天才! たけしの元気が出るテレビ」(日本テレビ)「進め! 電波少年」(日本テレビ)「明石家多国籍軍」(TBS)「怪傑ヘルパー」(フジ)。これらは視聴者の側から積極的にテレビの取材を受けようとして申し出ているところに特徴がある。

これに対し、素人・視聴者がテレビの取材に比較的受け身的に応じている番組は「志村けんはいかがでしょう」(フジ)。全国各地を志村けんが訪れるいわゆる「ご当地」ものの企画で、これもこの番組がバラエティ番組として「古典的」であると言えるゆえんである。

「街の声」のかたちで取材してきた映像を使っているのは「ダウンタウンDX」(日本テレビ)。ダウンタウンの二人とゲストがトークをするコーナーで、ゲスト出演しているタレントのイメージについてインタビューした映像を約3分間にわたって流している。答えの一言づつをワンカットで編集しており、この3分間のうちに40人以上もの姿と言葉が映し出される。

以上のような番組構成の変化から、今回の分類は(A)ゲーム・スポーツ(B)情報・ドキュメント(C)クイズ(D)コント(E)歌(F)トーク(G)取材映像(H)その他、の8種類に分類した。ほとんどの番組はこの中のいくつかの要素の組合せで構成されている。

以上のような番組全体の変化の中に視聴者の番組への参加は位置付けられる。

・視聴者からの投稿だけで構成している番組

視聴者の投稿、情報やまたは視聴者の出演だけで構成しているのは以下のとおり。

①「即席! 明るい改造計画」(日本テレビ)

「第一部今田耕司の一発改造」のコーナーは、「マドンナになりたい」という希望を寄せた女性の写真に細工をしてマドンナの衣装との合成写真を作る、「孫に若々しく見える写真を送りたい」と竹ぼうきを手にした腰の曲がった姿の写真を送ってきた年配の女性の写真をスピードスケートの選手の写真と合成して見せるなど4人の「改造」を見せる。「第二部ミュージカルスターになってみたい」では応募者39名のうち6名をスタジオで審査する。オーディションの様子と1位になった女性が「ウェストサイドストーリー」の一場面を演じているVTRを放映する。

②「投稿! 特ホウ王国」(日本テレビ)

視聴者が手紙で「特報」として珍しい事象、変わった人などの情報を寄せ、その情報に基づいて「特派員」が話題の事象、人物に取材に出かけ、話題の人のコメントをとる。その映像をスタジオ出演している数名のタレントたちが見ながらコメント、審査し1~5位の入賞者を決定。最高30万円の賞金が送られる。

③怪傑ヘルパー(フジテレビ)

視聴者からの「助けてほしい」という希望を応援し、実現しようという番組。「海の家売り上げをあげたい」という希望に対して、タレントが現地へ出かけ、客寄せや商品のセールスをする。

④「タモリのスーパーボキャブラ天国」(フジテレビ)

いわゆる駄洒落などのことばの遊びを映像化した番組。ネタは視聴者からの投稿を中心にして、寸劇風に構成し直して放映する。「大人のボキャ天」のコーナーはいわゆる下ネタばかりを集めている。視聴者の自作のVTR作品の放映もある。

⑤「邦子・徹のあんたが主役」(テレビ朝日)

視聴者が送ってくる自作VTR作品の放映だけで構成している。映像は犬、猫などのペットの動きを追ったものと子どもの姿を映したものなどのいわゆるホームビデオ作品。30秒から1分程度の作品で、ペットは何かの芸や面白い仕草など、子どもはころんだり、何かにぶつかったりなど偶然カメラにおさまった光景が多い。

「ダジャレ戦士」のコーナーはだじゃれを寸劇風に仕立ててVTR作品にして応募する。スタジオのタレントが審査し、賞品が送られる。

⑥ダウンタウンの「発明将軍」(日本テレビ)

視聴者発明家が自分の発明品を持って登場し、自分で発明品の紹介をする。進行役がダウンタウンの二人。審査員はタレント数名の他、発明協会などの専門家、王様のアイデアなどのアイデア商品の業者。

・視聴者・素人の扱われ方

①視聴者をからかいや笑いのネタにする

「即席！明るい改造計画」(日本テレビ)では自分自身の「改造」を申し出た視聴者に対して「やめた方がいい」と言ったり、「ミュージカルスターになってみたい」とオーディションを受ける視聴者の踊りや歌を笑いのネタにする。

「投稿！特ホウ王国」(日本テレビ)は「日本一ジャンボなセールスマン」の紹介で太った男性が車に乗り込めずに苦心している様子や、電話ボックスに入れないで困っている様子などを映す。

「驚異！日本一大きな口をもつ男」を取材して口の大きさを証明するためにビデオテープや6枚のCD、76本のたばこなどを口に入れてみせる。

「びっくり！マユ毛の太さ日本一」の取材では、45本のつまようじをマユ毛にさす。

「タモリのジャングルTV」(TBS)は「巷の法則」のコーナーで「テレビでエッチなシーンが流れると父親はどうする？」として、視聴者の四家庭で実験をする。男女のキスシーンや男性が女性の乳房を触るシーンを家庭のテレビに映し、父親の反応をカメラが追い、笑いのネタとする。

「ゲッパチUNアワー」(フジテレビ)の「パンツ大作戦」は学校のプール指導の時間の着替えをテーマにしている。男性タレントがパンツの上から海水パンツをはき、海水パンツはそのままにして、踊りながら下のパンツだけを脱ぐというコーナーを2、3ヵ月にわたって放映していた。うまく脱げずに性器が見えそうになるところ、その時の本人のあわてふためく様子と取り巻きの特に女性タレントたちの反応をカメラで追い、笑いに

する。視聴者がこの方法でパンツを脱いでいる様子を映した自作VTRを募集した結果「応募3062名の中から選んだ」というナレーションのもとに5才～9才の男の子6人のVTRを編集して流す。これらは画面に映っている素人・視聴者が笑いのネタとされることを承知の上で取材に協力したり、VTRを送ったりしている。

②視聴者を性的対象物として扱う

「とんねるずの生でダラダラいかせて」(日本テレビ)「セクシー格闘家ゴングショー」のコーナーでは若い女性4人がミニスカート、ビキニの水着など露出度の高い服装で登場。カメラアングルは足、下半身のアップが多い。ボクシング、弓道、剣道、空手の特技を披露。「セクシー・スパーリング」「セクシー・ウィリアムテル」などの紹介の後「バストのサイズを聞かせてください」などの質問をされる。

「投稿！特ホウ天国」(日本テレビ)「仰天！日本一バストの大きい中学生」女性中学生を取材し、レポーターの女性がセーラー服の上から胸に触れる、水着姿の胸をカメラがアップで追う。「過激！日本一のパンク女」24才の女性、カメラに向かってミニスカートをまくり、赤いパンツをはいた尻を見せ、パンツの間にわりばしの束をはさみ、下半身に力を入れてわりばしを割る。女性はカメラに向かってピースサイン。下半身の映像を何度もくりかえす。

これらも、画面に出ている人たちはこのように性的対象物として扱われることを承知の上でテレビ出演したり、取材に応じていると見てよいだろう。

③投書やVTR作品を編集によってことさらセクシャルな映像に作り替える

「タモリのスーパーボキャブラ天国」(フジテレビ)視聴者から投書のかたちで寄せられた流行歌のパロディなどの作品をテレビ局側が寸劇風にアレンジして放映する。特に「大人のボキャブラ」のコーナーは、男女のベッドシーンや、女性の着替えや入浴シーンなどの映像を作っている。視聴者はそのように編集されることをある程度承知の

上で投書している。

④おおげさなタイトルやナレーション、擬音などで編集する

「投稿！特ホウ王国」（日本テレビ）「なんと！私は日本一目立つ別荘を持っている」のタイトルで粗大ゴミを集めたようなガラクタの中に暮らす男性を紹介。「ショック！犬と猫の信じられない関係」として子猫を育てている犬の映像を流す。このナレーションは「その関係は道ならぬ愛が芽ばえたとしてもいいのか。何かあやしげな雰囲気をかもしだす2匹ではある・・・」というもの。タイトルの紹介の後に必ず「エーッ！」という会場の若い女性の集団と思われる声を挿入している。

「邦子・徹のあんたが主役」（テレビ朝日）は視聴者から寄せられたVTR作品に対して、子どもがころぶ場面やペットの変わった行動などの映像を何度も繰り返して流し、擬音やナレーションで強調するという編集を行っている。

・「素人としての政治家」の登場

視聴者出演や視聴者を取材した映像の増加の流れの中に「素人としての政治家」が登場してきている。総選挙などの「政治の季節」にテレビ出演した政治家は多い。そうした体験を通してテレビの力を無視、あるいは軽視できなくなったと判断した政治家たちがバラエティ番組の取材にも応じ始めているといえそうである。政治家にとって視聴者とは即ち有権者でもあり、これからもこの傾向は続くことが予想される。

「進め！電波少年」（日本テレビ）は「アポなしで有名人に会う」ことを番組の目玉にしている。芸能人の楽屋や自宅での取材映像が多かったが、政治家も「有名人」として芸能人と同じ扱いを受けるようになってきている。今年初め、当時の村山社会党委員長に会い「眉毛を切る」ことを目的にした取材をしたり、小沢新生党代表幹事や羽田元首相などとに面会を申し込み取材をしている。最近ではイギリスに行ってダイアナ妃に会い、南アフリカ共和国に行ってマンデラ大統領に会うなどの企画が「ひとつ間違ると国辱もの」との批判を浴びている。

調査期間の番組ではタレントの松本明子が自民党の坂井代議士に会い「進め！電波少年」を自民党のビデオ・ライブラリーの番組リストに入れるよう勧める。その際「先日は小沢クンも出た番組」とPRする。代議士とのやりとりの後、握手を求め「電波少年、自民党の重要番組に決定」の文字が入る。タレントの松村邦洋は羽田元首相の事務所に行き、夫人の居場所を確かめ、自宅を訪問し「サミットに着ていく予定だった夫人のドレスを見せてください」と言う。

「明石家多国籍軍」（TBS）「エライ人に会いたい」というシリーズで議員会館にいる中山元外相に会いにタレントのマルシアが出かける。マルシアは「在日外国人の代表として会いにいきます」という。実際に会ったの内容は「チューしていいですか？」「わたしにもして下さい」と言ってキスをしたりさせたり、「ちょっとさわっていいですか」と言って手に触るなど。質問らしいものといえば「趣味はなんですか」「さんまさんをどう思われますか」といった具合。

・視聴者が自分の目的を持って登場している番組

わずかではあるが、バラエティ番組の中にテレビ局側の意図に添いながらも、視聴者が自分の目的を持って参加している番組がある。これはある意味で視聴者がテレビをうまく利用しているといえないだろうか。

「ダウンタウンの発明将軍」（日本テレビ）は視聴者が自分の発明品を持って番組に参加。さまざまな発明品を披露する。審査員の中には発明協会の専門家のほか、アイデア商品のメーカーもおり、商業ベースと言ってしまうとそれまでだが、特許取得までの最短コースを発見した視聴者・発明家も少なくはないようだ。いつもは毒舌のダウンタウンも、ここでは視聴者の発明品の素晴らしさに舌を巻いていることが多い。

1年に2、3回のペースで放映される「欽ちゃんの仮装大賞」（日本テレビ）も視聴者が工夫をこらした作品を持って参加しているという意味で同列に数えることができるだろう。

（まとめ 中野恵美子）

表：「素人・視聴者」が出演するバラエティ番組

1994.8.29~9.4

局名	番組名	主な出演者	番組様式	視聴者参加	曜日・時間
日本テレビ	即席! 明るい改造計画	関根勤, 研ナオコ, 今田耕司 東野幸治, コロケ,	G・H	◎ d・b	月 19:30~ 20:00
	とんねるずの 生でダラダラいかせて!!	とんねるず, そのまんま東 松村邦洋, 勝俣州和	A・D	○ a	水 21:00~ 21:54
	ダウンタウンDX	ダウンタウン, 渡嘉敷勝男 そのまんま東, 松居直美	F・G	○ b	木 22:00~ 22:55
	発明将軍ダウンタウン	ダウンタウン, 地井武男 久本雅美, 高木希世子	H	◎ a	金 19:30~ 20:00
	投稿! 特ホウ王国	ウッチャン・ナンチャン 笑福亭鶴瓶, 河野景子	B・G	◎ b・d	日 19:00~ 19:56
	天才・たけしの 元気が出るテレビ!!	松方弘樹, 高田純次, 兵藤ゆき 山口美江	A・B・G	◎ b・d	日 20:00~ 20:54
	進め! 電波少年	松本明子, 松村邦洋, 高杢禎彦	F・G	◎ b	日 22:30~ 22:58
TBS	関口宏の 東京フレンドパークII	関口宏, 渡辺正行, 細川ふみえ 森脇健児	A	×	月 19:00~ 19:54
	タモリのジャングルTV	タモリ, 関根勤, 渡辺正行 渡辺満里奈, ルビーモレノ	B・C・G	○ a・b・d	火 20:00~ 20:54
	明石家多国籍軍	明石家さんま, そのまんま東 中村玉緒, マルシア, サンコン	B・F・G	○ a・b	木 20:00~ 20:54
	テレビの王様	三宅裕司, 山田邦子, 松村邦洋 賀来千香子, 福島弓子	B・F	○ d・c	土 19:00~ 20:00
フジテレビ	ゲッパチ! UNアワー ありがとやんした!?	ウッチャン・ナンチャン, 細川ふみえ 武田真治, 布川敏和	A・D・E	○ c	月 20:00~ 20:54
	ドリフ大爆笑"94 夏休みプレゼント傑作集	ドリフターズ, 渡辺美奈代 池谷幸雄, 松本伊代, C o C o	D	×	火 19:30~ 20:54
	志村けんはいかがでしょう	志村けん, 渡辺美奈代 モト冬樹, 桑野信義	D	○ a・b	水 19:30~ 19:58
	タモリの スーパーボキャブラ天国	タモリ, 桂三枝, 関根勤 大島渚, ヒロミ, うじきつよし	D・G	◎ b・c・d	水 20:00~ 20:54
	ラストとんねるず"94	とんねるず, 梶原しげる, 北尾 板井圭介	A・B	○ a	木 21:00~ 21:54
	快傑! ヘルパー	田代まさし, 清水圭 東ちづる, 西村知美	B・G	◎ b・d	金 19:00~ 19:30
	ダウンタウンの ごっつええ感じ	ダウンタウン, 今田耕司 YOU, 蔵野孝洋, 篠原涼子	A・D	×	日 20:00~ 20:54
TV朝日	邦子・徹のあんたが主役	山田邦子, 渡辺徹, 兵藤ゆき 村崎太郎	B	◎ a・c	月 19:30~ 20:00
	さんまのナンでもダービー	明石家さんま, ラサル石井 飯島愛, 高田純次, ヒロミ	A・C	○ a・b	火 19:00~ 19:54

◆番組様式

A/ゲーム・スポーツ, B/情報・ドキュメント, C/クイズ, D/コント, E/歌,
F/トーク, G/取材映像, H/その他

◆視聴者参加

◎/中心, ○/部分的, ×/無

◆視聴者参加の方法

a/スタジオ出演, b/取材映像, c/投稿(VTR), d/投稿(ハガキ・手紙・FAX)
a/スタジオ観覧

■特集2・フォーラム記録

関西発メディア・リテラシー

猛暑の中で「メディアと女性ネットワーク'94

昨年8月東京で行った「メディアと女性のコミュニケーションする権利」フォーラム（本誌No.51に報告）に引き続き、今年は大阪で7月31日に開かれ大盛況だったネットワーク'94のあらましを報告したい。

●プログラム

- 7月31日 1時—8時、於大阪市立婦人会館
- 1:30-3:00 なぜ女性とメディアか、なぜメディア・リテラシーか 鈴木みどり
- 3:10-5:10 メディア・リテラシー実践講座
クレヨンしんちゃんを読み解く
テレビCMを読み解く
- 5:10-5:20 まとめ
- 5:30-6:30 ネットワーキング
- 6:30-8:00 懇親会

司会：西村寿子、小川真知子

主催：メディアと女性ネットワーク'94実行委員会
FCT市民のテレビの会

司会の開会挨拶に引き続き、基調講演

●国境を越えるネットワーキングを

報告者：鈴木みどり

1992年11月、FCTの15周年記念国際フォーラムの折の分科会から始まった「女性とメディア」ネットワーキングが今年3回目をこのような盛会のうちに大阪で開くことができたことをうれしく思っている。1975年に国際女性年がはじまり、女性の地位向上についての積み重ねが行われている。世界の人々の平等と平和を求める活動の中で、情報とコミュニケーションの二つが重要という認識のもとに女性とメディアの問題は深められつつある。

そしてそれぞれの国の努力は国境を越えて交流をはじめており、グローバルな動きはこの20年で大きな力をつけつつある。その中に私たちのネットワーキングの活動もあることを実感している。今年2月にバンコックで開かれた「女性とメディア

世界会議」に参加して、日本は技術的にはメディア先進国としてアジア各国などから大きな期待を寄せられているが、一方では女性と子どもをターゲットにした日本のメディアの商業化に危機感をもつ第三世界の人々が多いことも実感した。コミュニケーションの問題に力強く、深く関わられるように女性たちが力をつけていくことが大切で、そのためにはメディア・リテラシーが不可欠といえる。以下メディア・リテラシーについての概念、8つの原則、言葉としてクリティカル、オーディエンスとはどういうことか、などについて解説があったが、本誌でも何度か特集しているので省略する。終わりにカナダのメディアウオッチが制作したメディア・リテラシー実践のVTRを、ゴスマン・ヒラリアさんの解説で鑑賞した。

●メディア・リテラシー実践講座 1：クレヨンしんちゃんを読み解く。

ワークショップの進めかた、ワークシートについて、記入のしかたを、説明の後、9つのグループにわかれてVTRを見、話し合い、発表を行なった。視聴したのは「東京ドームへ行こう」篇。二度繰り返して見た後各グループで話し合いが盛り上がり、その後発表に入った。

主な報告は—

*父親が家族のまとめ役をしている。一見平等のように描かれているみたいだが、主導権は父という家父長型*子どもに人気のある番組だが、かなりセクシャルな表現が多いのは原作が大人向けのコミック雑誌に掲載されているものだから。大人の視点を子どもにどう説明するのか、考えておく必要がある*母親は社会性がないという描き方をされているのがひっかかる。など。終わりにこの番組についての発言をしてきたFCTの中野さんが人気アニメ「サザエさん」を同じように分析してみると、家族像としては新しいが、子どもの意見の表現のしかたなどに多くの問題があることを

感じさせられる、とまとめた。

2：テレビCMを読み解く。

司会の小川さんがとりためた20本のCMを見ながらシートに記入し、何が問題か話し合った。

シチューやカレー、洗濯機、洗剤などのCMで主に女性の描き方にこだわったものが集められていたので、若い女性を多く登場させて、アイキャッチャーとして商品のイメージに付加価値をつけているCMが多かった。普段は何気なく見過ごしてしまっているCMだがこだわって見ると、父親が若い娘にむかって「いつまで仕事をしているのだ」と聞くなど、CMの制作者の意識を疑いたくなるものも少なくない事がわかった、もっとこだわって見る必要があると思った、といった感想が出された。短い時間内で多くのCMを見るのはちょっと慌ただしく、CMの選択について、意図的に選んだものではなく、無作為にとったもののほうがよかったのではないか、という意見もだされた。

ここまでの参加者は女性83名男性8名。気温38度の猛暑のなか汗をふきふきという参加だった。

●ネットワークINGにぎやかに

多様な活動をおこなっている人たちがそれぞれの報告をしながら情報交流をするという趣旨。一番手をFCTがつとめ、メディア・リテラシーへの取り組みや、多くの講座でワークショップを担当していることなどを紹介した。パソコン通信の会、CMのなかの男女役割を問いただす会、放送と女性ネットワーク、メディアの中の性差別を考える会、新聞紙上の女性の報道のありかたを問う月火水の会、言語と性差別の会、月刊「ヒューマンライツ」の西村さんの報告、女性の視点でアートを見直す「アーク」の藤原さん、中国文学の中の性表現にこだわる人たち、ドイツ日本研究所のゴスマンさん、京都の「ウイメンズブックストア」松香堂の池嶋さんなどが熱のこもった報告を繰り広げ、会場参加者たちからの質問や意見もおおまぜで、おおいに盛り上がった。FCT15周年のフォーラムの折に第3分科会ではじまったネットワークのプログラムはひとつのスタイルとして機能するようになりつつある。

6時半に終了、続いて懇親会になった。

●懇親会はなごやかに

長いフォーラムが終わり、同じ会場に食べ物、飲み物がしつらえられての懇親会に移った。フォーラム参加者の半数ちかい40人余りのひとたちが残って、6,7人ずつのテーブルをかこんでの2時間。今年一月から準備委員会を構成して、月に1,2度のペースで集まっては協議を重ねたこと、ワークショップをどうやるか、何度もVTRを用意してはやってみたことなど、この日に至るまでの積み重ねがたいへんだったことが、西村、小川、杉谷、吉田、門川、加堂、岡井、大道、熊谷、名島、池嶋さんなど各実行委員によって口々に語られた。なんでも議論を重ねてひとつずつ決定することが楽しかったとも。

教育委員会や教師といった立場の人たちの参加が多かったことから、今後メディア・リテラシーを教育の場でどう展開させるか、というテーマには心強い、という感想もあった。取材をかねて参加したという新聞記者の女性は「視聴者がもっと発言や提言をすることが大切だと痛感した」と語っていた。小さな議論があちこちのテーブルで盛り上がったこの会は8時に終わりになった。

●FCTの東西交流も収穫でした

今回のフォーラムに東京から参加したのは新開、中野、永田、佐々木、ゴスマン・ヒラリア、竹内現地参加の鈴木の各スタッフ。フォーラム前夜には京都で、会員の松田浩さんとワインを飲みながらの歓談。フォーラム翌日には実行委員の方たちの案内で京都の妙心寺退蔵院に狩野探幽の天井絵をみて、「萬中」で懷石弁当を食べながら、フォーラムの続きといった話がはずんだ。

奈良から参加した吉田国厚さん、富山からは斉藤正美さん、神戸からは芹田希和子さん、東京から新会員の宮崎寿子さん、ベテラン会員の仲野暢子さん。関西の会員が中心になった実行委員の他にもこうした場で出会うことができ、今回の関西フォーラムの収穫は実り多いものだった。

実行委員の皆様へ感謝。来年もぜひこのフォーラムを続けたいと願っている。(文責竹内希衣子)

オランダにおけるメディアと市民の関わり

宮崎 寿子

オランダのメディア状況と問題点

オランダは最近まで、商業放送の存在しない、しかも、その社会に住む人々の組織する様々な放送団体が集まって一つの公共放送を形成するという、世界でも類を見ない、多様に富んだユニークなメディアシステムを有する国であった。しかし、このシステムもメディア産業のグローバル化とコモディティ化の波によって、今、根底から覆されようとしている。

このような現象を世界的なメディアの収斂現象と考えるのはたやすい。しかし、実際にはある社会の培ってきたメディアシステムを支える社会的、文化的価値はおいそれとは消滅してしまうものではないし、商業化、寡占化などがメディアシステムに及ぼす影響も、それまでのシステムのあり方や今までのメディア政策の決定され方などにより、さまざまであり、その影響に対する反応も一様ではありえない。表面的にシステムが類似してきたとしても、それを支えるコンテクストとしての政府とメディアの関係、市民とメディアの関係が違っていれば、メディアの内容的な質（社会の反映性など）には未だ大きな差異が存在し得る。

オランダではこのメディアの危機的状況の中、一政党である民主66が1993年の7月に、「パブリックを求めて一拡大するメディアに対するパブリックプログラミング」という覚え書きを発表している。このように一つの政党が真正面から真剣にメディアの問題に取り組み、具体的政策の提案を行っていることからわかるように、オランダにおいて放送は、その開始時期から政治と市民生活に深い関わりを持っている。オランダにおけるこのようなメディアのあり方は、今後、私たちがどのようなメディアと市民の関わりを模索していこうとするのかを考える上で、何らかの示唆を与えてくれるのではないだろうか。

本稿ではまず、オランダのメディアシステムの発展を概観し、それが今、どの様に変化しつつあり、今後どうなっていくのかを一政党である民主66の提案に沿って見て行きたい。

オランダの放送メディアの歴史的発展

まず、メディアシステムの形成について概観する。オランダでは十九世紀の後半から二十世紀にかけて、カトリック、プロテスタント改革派、再改革派などの勢力が自分達の組織の強化をはかるため、社会生活のあらゆる側面においてその主張を反映させようとし、各勢力団体がそれぞれ独自のコミュニティを形成しようとした。各勢力はそれぞれの主張に基づいて、学校、病院などを設立したり、新聞、書籍を出版したりした。その結果、1920年代に導入されたラジオ放送も、労働系、カトリック系、プロテスタント系、革新プロテスタント系、リベラル系などの聴取者団体によって、放送時間が各団体間で分配される形で発展していった。

五十年代に開始したテレビ放送もこの放送時間割り当て方式を踏襲した。しかし、このラジオとテレビというポピュラーなメディアは、多くの人に自分が属するグループの番組だけでなく、他の勢力の番組に接することを可能にした。組織内の団結とアイデンティティを強化するという「住み分け」の意図に反して、ラジオとテレビ、特にテレビは、さまざまな団体の情報を流すことによって、お互いに孤立していた各勢力間の相互理解を促進した。このテレビの影響もあって、1960年代の半ばごろから、次第に人々の宗教的、イデオロギイ的アイデンティティが薄れ始め、政治的立場とメディアのつながりは弱まっていった。

1969年の新しい放送法により、各団体のコーディネーター的存在であるNOS（オランダ放送機関）

が設立された。また、非営利機関であるSTER（広告放送機関）を設置し、コマーシャルを一定の時間帯にまとめて放送し始めた。また、システムの開放をめざして、新設団体でも一定数の支持者を集めれば、その会員数に従って放送時間を獲得できるというシステムが導入された。（支持会員には年会費を払ってなることもできるが、その放送団体の発行するテレビガイドの定期購読者も支持会員に数えられる）放送時間の割当は各団体の代表と政府に任命された委員からなるNOS評議会により決定された。この開放政策の結果、EOという福音主義の団体だけでなく、TROSやVeronicaといった商業放送に近い、娯楽志向の強い団体も参入した。TROSやVeronicaは徐々に既存の放送団体を上回る多くの支持会員を集めるようになった。このため、それまで比較的のんびりと独自の方針で自己主張に専念していた既存の放送団体は支持者獲得競争のため、次第にその内容を娯楽化していかざるを得なくなった。1969年の放送法は、多様化と開放性をめざして導入されたが、放送を開放したことにより、メディア内容が一般化と娯楽化という、多様性とは逆の方向に進展していったことは皮肉である。（このような現象は、European Commissionが、多様化をめざしてとったメディアの規制緩和政策によって、寡占化、商業化が進み、逆に、多様性が失われていったという現象と同じである。）

しかし、実際にこのオランダの公共放送システムが根底から崩れ始めるのは1989年に入ってからのことである。この年までは、全国に普及したケーブルテレビにより、数多くの外国テレビ放送が受信可能であったにもかかわらず、オランダの公共放送は個人平均視聴時間の80%を占めていた。しかし、1989年、まったく商業放送が許可されていなかったこの国に、ルクセンブルグから外国放送としてオランダ人をターゲットとしたオランダ語の商業放送が入ってくるようになったのである。このRTL-4というチャンネルは、現在、この1チャンネルだけで、個人平均視聴時間の30%を占めるに至り、3局を合計しても50%を割ってしまった

オランダ公共放送チャンネルのシェアを脅かしている。そして1993年にはもう一つの外国オランダ向け商業放送、RTL-5が開局している。（オランダ国内での商業放送は1990年に合法化されたが、まだできていない。）オランダ向け外国商業放送に対抗して、公共放送は視聴者をつなぎ留めるため、各放送団体が一団となり、RTLとの視聴者獲得競争を始めた。その結果、番組の娯楽化が一層進み、各団体間の相違も明確ではなくなってきた。

このような状況の中、公共放送を担う放送団体やNOSの存在意義は何か、パブリックに対して持つ役割とは何なのかといった問題が定義され、その答えの一つとして出てきたのが先に紹介した民主66の提案である。

民主66の覚え書きを紹介する前に、ここで確認しておきたいことがある。それは、オランダの放送法において各放送団体に要求されている「自己のアイデンティティー」の主張である。各放送団体が放送に参加するためには、その放送団体固有の主張を明らかにし、他の団体との違いを放送番組の中で示さなければならないということである。その自己主張無しには放送団体として存在する意義を認められないのである。従って、VeronicaやTROSといった娯楽志向のイデオロギーの希薄な団体が参入してきたとき、それは大きな問題となったのである。各放送団体はその主張の違いゆえに存在意義があるという理念は今も残っている。またそれゆえ、娯楽化に押され、主張の不明確になった放送システムを立て直す必要が叫ばれているのである。

「SWB NOTA：パブリックを求めて一拡大するメディアに対するパブリックプログラミング」の概要

1. 放送政策の再考

現在、ラジオ、テレビには番組のセグメント化、視聴者のセグメント化という現象が起こりつつある。多数のパブリックが同時に視聴する番組はすでになくなったという認識が成立するなら、公共

放送はなお多数に語りかけねばならないと考える必要性があるのだろうか。その存在理由をもう一度問う必要がある。今まで、オランダの公共団体は、自分達の立場を保守してきただけで、実際、公共放送が必要なかどうかを問うことはなかった。そのあいだに商業放送との競争が激化し、オランダは、世界で最も商業的な公共政策を持つ国となってしまった。この商業化には三つの要因がある。一つは放送団体間での競争であり、(放送時間を増やすためのテレビガイドの販売の競争)、二つ目は、部分的に商業収入で公共放送を支えてきたことであり、三つめは商業放送(上述のRTL4)との視聴者獲得競争戦略である。これらの要因から公共放送は商業放送にすべての面で打ち勝とうとし、視聴者、聴取者の最大化のみを目的として放送するようになった。このように、公共放送が商業放送と同レベルで競争することは懸念すべきことである。それは商業放送が質の悪い番組を提供するからといった理由からではない。商業放送というのはいつも利益を最大にするように番組を編成せざるをえない。従って、できるだけ大きな視聴者グループをターゲットとした魅力的な番組編成をし、広告主が番組を左右する力を持っている。

公共放送の主たる財源は公共的手段(受信料)によっている。その見返りとして政府はそのメディア政策に社会的、文化的目的を持つことを要請する。それは、放送の質の保持、多様性の確保、文化政策などであり、視聴量のみ基準とは異なるものである。

オランダの放送政策においては多様性(Pluriformity)と開放性(Openness)がその基本理念であった。放送団体は、社会における異なる集団の代弁者として自己のアイデンティティを保持し、社会の文化的多様性を映し出すものであった。このシステムには原則上、どの様な放送集団も入っていくことができた。

しかし、この多様性に関しては、各放送集団のアイデンティティがなくなってきたこと、そして開放性に関しては、既存の8つの放送団体と

NOSが放送時間のほとんどを埋めてしまい、新しい団体の参入が難しくなっていることで、この二つの基本理念は再考を迫られている。今はまだ公共放送の財源は、受信料で半分以上まかなわれているが、今後、この率はもっと低くなっていくだろう。放送団体の雑誌販売と商業収入で財源の3分の2をカバーするようになってしまふ。これは公共放送が、財政に関する限り、どんどん公共放送らしくなくなることを意味している。

民主66は、政府が少ない財源を多くの放送団体に分配したり、放送団体の保護を出発点とするのではなく、公共放送が提供できる番組に対してもっと価値を置くべきであると考えている。

2. 公共放送の新しい出発点

公共放送の新しい出発点としては、まず、公共放送はなぜ公共的であるのか、政府はなぜ放送団体を印刷メディアのように市場に任せないのか、を考えなければならない。それは政府が放送団体に要求するものがあるからであって、その要請とは、質の維持、多様性の維持、情報教育文化を刺激するような番組の提供である。政府と放送団体の新しい関係としては、放送団体を全部、公共的手段でサポートするのではなく、番組カテゴリーや番組の質が公共的目的に合致するもののみをサポートする、すなわち、公共的番組に対してのみ支出することとするということである。

3. 公共放送から公共的プログラミングへ

公共的番組に対して財政的にサポートするといっても、それではどんな番組が公共的なのであろうか。まとめると次のようになる。

- 1) 番組の質が高いもの
- 2) ニュース、ドキュメンタリー、ルポルタージュ
- 3) 他の欧州公共放送との共同制作番組
- 4) 教育、科学などに関するもの、青少年者向けの番組、多文化社会としてのオランダに関する情報番組、重要な社会的問題に関する情報番組など

「公共番組基金」を設立し、個々の放送団体は公共的番組に対しては財政サポートを基金に申し出る。その他の番組はどのような財源で作ってもかまわない。商業放送には援助しない。

実際には、テレビ1チャンネルとラジオの2チャンネルが完全に公共的財源によって運営されることとする。その理由は、特定の番組だけに財政援助していくことにすると、公共的番組が補足的にしかならず、すべての分野において質を保証することにならないからである。すべて公共財源により運営される公共放送は完全に商業を排除するか、ミニマムに抑える。

4. 公共放送の概観

1) 国際レベル

ラジオオランダ世界放送、
欧州公共放送との共同制作番組

2) 全国レベル

<テレビジョン>

オランダI

- *すべて公共財源でまかなう
- *完全な番組カテゴリーの提供
- *オープンチャンネル機能

オランダII,III

- *一部の番組は公共財源
- *収入は商業かその他の自己手段による

- *プログラミングの自由
- *オープンチャンネル機能

<ラジオ>

ラジオ1 *すべて公共財源でまかなう

- *ニュースとアクチャリティー

ラジオ2 *すべて公共財源でまかなう

- *プロフィール、ターゲットグループ、ラジオ作品

- *オープンチャンネル機能

ラジオ3 *一部の番組は公共財源

- *収入は商業かその他の自己手段

- *ポップス

ラジオ4 *一部の番組は公共財源

- *収入は商業かその他の自己手段

- *クラシック音楽

結び

以上、民主66の提示した案を簡単に紹介したが、これは一見NHKのような公共放送を設立するにすぎないように見えるかも知れない。しかし、商業化の波に押されて、広告収入の減る公共放送を何とか立て直そうとして、限りなく同化、娯楽化していく放送団体を、少しでもその主張を残し、社会の多様性を反映させようとして考え出された試案である。公共放送の商業化を防ぎ、商業放送とともに共存しながら、多様性を持つ公共放送を維持し、存続させようとしている。その中にはオープンチャンネル機能も十分に考慮されている。この試案が、どこまでうまく機能するかどうかはわからないが、やはり、メディアが市民の参加と対話で成り立ってきた国の試案である。

参考文献

Stichting Wetenschappelijk Bureau D66,
Op Zoek Naar Publiek: Publieke
programmering bij een groeiend media-
aanbod, July 1993.

追記

本日(10月11日)筆者のもとにNOSからファックスが送られてきたが、内容は公共放送の一放送団体であるVeronicaが、ヨーロッパ最大のプロダクションであるエンデモルと共同出資し、1995年の9月から商業放送を始めるというものである。エンデモルはRTL4の人気番組を制作してきたが、来年からRTL4からは完全に手を引く。Veronicaは3年以内に、オランダテレビ市場最大の局になると宣言している。オランダの放送は大きな商業化のうねりの中で、いよいよ混沌としてきている。(FCT)

■特集4

まともな話ができただテレビと新聞 FCTの新しい進出？

少々古い話になるが、1986年にFCTスタッフがTBSテレビの昼のワイドショーに出たことがある。いかにひどい目にあったかは本誌20号に「まともな話ができないテレビ」怒りの出演記としてまとめている。以後テレビ不信、テレビは出るものではない、と断り続けてきた。それなのに性懲りもなく、引き受けてしまったのはフジテレビが誇る良心的番組だったこともある。

「テレビ批評」という番組に出てほしい、と制作プロダクションのA氏から連絡があったのは5月のことだった。きちんと話す時間をとります、視聴者の立場を説明することも大切です、と3、4回の波状攻撃を受けて、出よう、とスタッフ会議の席で決まった。何しろ朝の5時25分からという、スポンサーもなしの超良心的、または存在することに意義がある番組、「やってみようじゃないの」の精神で行きましょう、と新聞、ゴスマン、竹内コンビを結成。

7月の猛暑のなか、せっかくいつもより少し濃い目のお化粧をした筈だったのに、汗とともにはげ落ち、フジテレビに到着。話す内容はワープロでまとめて、役割も決め、「こちらのペースに引き込んでやりましょう」と戦略もしっかりたてた。

若い男女2人の司会者と進行について打合せは約5分、紙一枚の進行メモがあるだけで、十分に話して下さい、と言われて、もう本番に入った。

CMが入らない番組の場を持たすためにピアノや絵の紹介が入り、投稿の葉書紹介が入り、3人登場。視聴者としてどういう活動をしているか、フジテレビについての感想、フジのドラマについての意見など、実は用意した内容の半分も話さないうちに19分と言う持ち時間は終わってしまった。

司会者の立場をつとめようと質問をはさまれると、それをこちらのペースに持ち込もうとする、無言の駆け引きなどもありまして、とにかく話した、という実感は持つことができた。良質なテレ

ビマンA氏はFCTの資料をフリップに作っておいて下さったので、話しやすかったということもあり、まあまあ、という感触だった。

翌週放映、残念ながらスタッフ以外で見たという人にはお目にかかれなかった。

今回のテレビ出演でわかったことは……

●あまり打合わせをしたり、構成台本などをつくらずに自然体で作られている番組もあるのだということ。そして録画したものを編集せずにそのまま放映したのは好感がもてた。

●話の内容は大切なことを先に言ってしまふ。なるべくポイントをしばって、あれもこれもと欲張らないほうが、伝わりやすい。

●出たことにより番組制作の仕組みがよくわかった。テレビの現場を知ることもテレビを理解するうえで大切なことだ。

●要領よく話すという訓練をして、チャンスがある時にはあまりしり込みせずに出ていって問題提起することも、ひとつの活動と考えていく。これも映像の時代の活動のありようかもしれない。

「テレビ批評」をもっと多くの人が見やすい時間帯に放映してほしいこと、できれば総集編を作してほしいこと、などもしっかりアピールし、出演料を貰って帰ってきたが、その後A氏から連絡はない。終わった番組に関わっている暇はないのだろう。まともな話しが出来るのは「テレビ批評」だけ、とは考えたくないが、実情はどうだろうか。

朝日新聞の新しい挑戦？

テレビのドキュメンタリー番組を見て視聴者としてどう考えるか座談会をしてほしい、と朝日新聞のメディア欄の担当S氏から話があったのは8月末のことだった。日頃からFCTの活動について注目しているということで、こういう企画になったのだろうか。珍しいことなので協力しよう、ということになり新聞、佐々木、中野、竹内のコン

ビを結成。蒲田の生活センターでS氏持参のVTRを見た。TBSですでに放映済みのフィリピンの漂海民族を描いたものとNHKで放映した自然の動物を撮ったもの。なるべく客観的に、視聴者の立場で見て話し合っほしい、ということで簡単な状況説明を受けてVTRを見た。

現在は陸で暮らしている人々を海の生活者に仕立てたり、かわうその生態を水族館でとったものと自然のままのものと混ぜてしまったりしてある。

ドキュメンタリーにおける演出や再現の問題を考えるというシリーズに組み込む予定だということで、2時間近く話し合った。いつも会議の折にやりあっている調子で、辛口の意見続出。「これでは載せられないのじゃありませんか」と私たちの方が心配してあげる始末。

まとめるのには相当に苦労があったようだが、9月9日からはじまったメディア欄の「テレビドキュメンタリーを考える」の5回目に大きな紙面をさいて掲載された。左側には鈴木みどりのコメントも入って、この日のメディア欄はほとんどFCT一色になった。翌日は読者からの反響が署名入りで紹介され、ドキュメンタリーにおける制作者と視聴者の認識の違いがよくわかる紙面づくりになっていた。こうしたシリーズに読者とか視聴者といった立場の者が、きちんと発言の場を提供されることはあまりなかった。投書欄はあるとしても、何かを論じる場にはお呼びがかからない立場とも言える。そういう意味では画期的だったという印象を持った人がかなりあったようだ。

座談会に出席したコンビは口々に「ドキュメンタリー番組の演出が見抜けるようになった」と大発見。新聞掲載を見るとかわうそが魚を食べるシーンではセロリをかじる音を音響効果として使ったとあったが、そういう目で見ると様々な疑いの場面があることがよくわかる。海の音、風の音などやたらに入る効果音、再現場面を混ぜ込む技術、など怪しいなとわかるようになった。

「思いがけずドキュメンタリー番組の見方、というワークショップを経験してみたい」という感想も出た。一度経験するだけでもかなりわかるよ

うになったことも発見だった。

演出の程度をどう判断するか、が視聴者としてこれから問われることになるのだろう。

朝日新聞に寄せられた反響はFAXが100通にも達し、メディアへの不信を表明したものが8割にもなった、と聞いた。

こういう企画に「FAXで意見をお寄せ下さい」と書いてある時、これほどまでに反応があること、しかもそれを最終回にきちんと紹介して紙面作りをすることは、新聞と読者の関係として好ましいことだ。よい意見を提供する読者の存在を知ることにより、いたずらやいい加減なFAXをためらうという流れが出来るかもしれない。表現できる読者、が表現する視聴者につながるかもしれない。「テレビ批評」のような番組にもFAXを受けるというテロップを入れることが出来るのではないだろうか。

FCTにも様々な反響があった。取材の申し込み、会員になりますという手紙、まさかとは思いますが朝日効果？と考えてしまうような対応の微妙な変化をしめした某放送局、など、なかなか興味深い発見もあった。

「これはテレビだけの問題ではなく、新聞、雑誌すべてのメディアにあてはまることでしょうか、鵜呑みにしないで一度疑いの目を向ける、判断するという作業を私たちがしなくてはいけないのだということを、この紙面から考えました。受け止める側にたっごうした情報を送り出すことができる場をもつことは大切です」という感想を書き送ってくれた人もいる。

朝日新聞が新しい境地を展開した、という評価を聞かせてくれ人もいる。

これまで大きな力を持つメディアには少しあはずさりしすぎたかな、という反省、これからはどんでんでいってきちんとアピールできるようにならないと、という積極的意見、なども出て9月末のスタッフ会議はにぎやかだった。

まともな話しができる場、話し合える場、が広がりつつあるのだと考えるのだが……（竹内記）

マスコミは大卒サラリーマン専科？

磯谷 康晴
(定時制高校教員)

毎年12月くらいから、マスコミでは大学入試が頻繁に話題となり、新聞コラム氏が「受験生よ頑張れ」と書く等「いま高校生は受験一色の時期」と思われる。だが私は過去6年、毎年入試日程を全く知らずに3学期を過ごしている。この両極でどちらが普通か問うのは乱暴だが、大学受験者は今も同年代の3割台。東京での率は多少高いし、マスコミには受験経験者や受験生家庭の方が多いのだろうが、ならいいのか。「金八センチだっていつも配慮してたぞ」これが疑問の最初である。

そそういえばバブル後まずビクターが地方工場のパートの人達の契約を切り、朝日の社会面16分の1程に「生活がかかっているのに」というパートの人の声を含む記事が載ったが、続くパイオニアの管理職レベルの解雇になるとTBS（『ニュース23』と『報道特集』）だけで5回は特集を見た。NHKでも見たと思う。同じ雇用調整の問題で、パイオニアの段階で急に扱いが大きくなったのは大卒レベルの社員に事が及んだからではないか。

ひがんでいると今度は就職難。大卒女子が特に深刻だそうである。もちろん高校も大変で、私が知る都立普通科校では進路未定があふれたが、高校の話は何月頃か『NHKニュース7』で、前年度の対新卒有効求人倍率のみ。一方大卒女子はさすが「特に深刻」で、報道も断然多い。抗議デモ等で話題性もあったのだろうが、テレビ朝日の『ザ・ニュースキャスター』他2、3番組は女子学生が生出演で問題点を訴えていた。ここで就職問題の全体が突かれれば有り難いが、そういうカバーはなく、自分達に直接起きた事の話ばかり。8.25の朝日社説「どしゃぶりに負けるな」は海苔会社が抗議しないのが不思議なほど。TBS『ニュース23（オブジェクション）』も「旅行も行けない」等お気軽な声を並べて、揶揄する予定の構成か、とFCT風に思っていると真顔で「皆さん頑張って下さい」という。私はもっと生活が

かかっている高校生の声も知っているが、なぜマスコミは大卒女子ばかりひいきするか。各社の中核クラスの娘さん相当だからといたら穿ち過ぎだろうか。

そして「アルバイト・スチュワーデス」問題。亀井運輸相の発言で各マスコミが俄かに反応し、それは椿発言問題と通底するからだとは思いますが、亀井発言がなければ何も言う事はなかったのか。パート契約3年以内といえば前記ビクター問題につながる気はしないか。生活がかかっているなら期限付きの雇用は当然不安であり、そういう論は投書に幾つか（「構成」問題は今はおろか、見た範囲では半数弱）あったが、マスコミ自体からはなかなか出ない。『ザ・ニュースキャスター』は「問題は〈本当に安全が不安か〉と〈民間企業に官庁が干渉していいのか〉の2つ」とダメ押し。8.22朝日社説は「せつかくの経営努力なのに」の論調。経営側はそうだろうが、他の立場はカバーしないのなら「経営者新聞」と改称して下さい。8.24毎日社説は「待遇差」を問うが、「一部署の一従業員」なら構わないとか。同じ8.24、朝日にスカンジナビア航空が日本人社員全員解雇、1年契約で再雇用という記事が出たので、今までから考えて「当然必要なリストラ」というかと思うと今度は「クビにビクビク」と社員の立場が中心。見れば「長女は来春私立中学校を受験。合格すれば、成田空港近くから東京に引っ越そう」というお宅の話で、これでは大卒程度のサラリーマンに直接かわる事だけを問題にしているとしか考えようがない。そしてこの後、やっとわかったかのように「雇用問題」の論点が出てきたのである。

以上のことは網羅的検証ができていないので、私の勝手な印象という可能性もあるが、マスコミばかりでなくFCTでも盲点になりそうに思い、この機会に敢えて書かせて頂いた。

f c t

情報クリップ

★オーストラリア政府、テレビゲームのソフトに年齢別規制導入

オーストラリアではテレビゲームの露骨な性描写や暴力シーンの青少年への悪影響を防ぐことを目的として、今年4月、政府機関がゲームソフトの内容を審査する制度を導入した。

審査の結果は8歳以上に適切、15歳以上に適切、18歳以上に制限などの6段階に細かく分類され、それぞれに表示が義務づけられる。これにより、ゲームソフトの販売はもとより、ゲームセンターでのゲームの利用にも制限が設けられる。

★日本では業界自主規制団体がR指定の自主規制

日本ではパソコン用ソフト業界の135社が加盟している自主規制団体「コンピューターソフトウェア倫理機構」が、これまでに18歳未満への販売基準を設けていた。さらに性行為を示唆するもの、粗暴性や残虐性を増長するもの、社会的理念に反したものを「R指定」とし、15歳未満への販売を禁止する内容を含む「一般ソフト作品制限付（R指定）の判断基準」を決め、今年7月から実施、販売の際には「15歳未満お断わり」と書いたシールを貼ることとしている。

★CATV回線利用のゲームソフト配信開始

CATV回線の空回線を利用してゲームソフトを家庭に流すサービスを、家庭用ゲーム機器メーカーのセガ・エンタープライズが今年6月から開始した。配信は有料（月3千円程度）で日本と米国の両国ではほぼ同時に開始、日本では東京都、長野県諏訪市、三重県四日市市の各ケーブルテレビが契約している。

★民放連放送基準解説書に初の「サブリミナル効果」自主規制

今年3月、（社）日本民間放送連盟は民放共通の自主的な倫理基準である「放送基準解説書19

94年補正版」を刊行、人の潜在意識に働きかけることによって、認識した自覚がないのに意識下での知覚をもたらすことを期待する「サブリミナル効果」を狙う番組やCMの自主規制を初めて盛り込んだ。「8章表現上の配慮」で「放送局の関知しない私的な証言・勧誘は取り扱わない」「潜在意識下に訴える手法（いわゆるサブリミナル効果を狙った手法）により、番組のテーマ以外の局の関知しないメッセージを伝えてはならない」とし、ワイドショーでゲストが自著を取り出し一読を勧めたなどの例をあげている。

「15章広告の表現」では「視聴者に錯覚を起ささせるような表現をしてはならない」「視聴者の知識や経験の欠如を利用して錯覚を与えようとするもの」は特に注意が必要とし、二重価格の表示などを例にあげている。

★埼玉県志木市でCATVでのアダルトビデオ放映に市民から禁止の要求

志木市、東武鉄道などが出資して1989年に開局し、近郊の3300世帯と契約している埼玉県志木市の「ケーブルテレビ志木」が今年6月からアダルトビデオの放映を始めた。開始にあたっては半裸の女性の写真をつけたチラシを新聞折り込みで配布した。これに対し、市民から反対の声があがり、市議会も「青少年への影響」などを問題として、テレビ局に善処の申し入れをした。

同局はアダルトものの申し込みには局員が自宅へ出向き未成年でないことを確認した上で契約、さらに受信には暗証番号が必要となるシステムを採用、青少年への配慮は充分としている。

★ダイヤルQ²アダルト番組に申し込み制を採用

NTTでは高額な利用料金をめぐるトラブルなど批判のあるダイヤルQ²について、今年9月から一部に印鑑証明などの提出が必要となる申し込み制を導入した。対象となるのはNTTが自ら「お色気のある番組」と分類している「3」番号帯。「恋人コール」と呼ばれる「5」番号帯の伝言型番組が性的非行の温床となっているとの批判もあるが、NTTはこれについては「生活情報」のジャンルとしている。（担当 中野恵美子）

FCT データバンク

一 国内篇一

●特集テレビ報道改革論—テレビを市民にとり戻そう、「世界」岩波書店、1994年10月号。

テレビ朝日の証人喚問事件の検証をきっかけに放送の公正、報道ジャーナリズムのありようを考察するという50ページにも及ぶ特集。この事件の一面として放送に対する視聴者市民の関わりが薄さが浮き彫りになった、とあげて、市民の反応がクールで、政治的公平というテーマにも関心がうすかったのは、これまでの放送と視聴者・市民の関係を象徴している。権力の介入に対しては視聴者、市民を味方にして抵抗しなければいけないにも拘らず、これまで放送は市民がアクセスし、異論や意見を表明し、番組に積極的に関与、参加するシステムをつくることに熱心でなかった。放送は視聴者を「商売の相手としか見てこなかった」つけを払わされたのである、とまさにFCTが常に主張してきたことが……青木貞伸、新井直之、服部孝章、門奈直樹、桂敬一、岡村黎明など10人の共同報告というかたちで米、英、独各国の放送ガイドラインも紹介されている。他に「マルチメディアの虚像と実像」須藤修、「椿発言報道受賞内定の怪」川崎泰資、「国際化のなかの英日メディア事情」コリン・スパークス、門奈直樹対談などが収録されている。(T)

●公正・中立論の発展のために、その4、メディア・ホークスの防止、渡辺武達、「マスコミ市民」310号、1994年9月号。

筆者は「マスコミ市民」誌上で5月号より報道の公正・中立に関する議論を展開しているが、その中の「日本マスコミ委員会」の設立

に関しては、先に行われた日本マスコミュニケーション学会におけるワークショップにおいて十分理解されていなかったとして、筆者の主張する「積極的公正中立主義」に至る経緯と、この「公正と中立」を守る社会的保障措置の一つとして委員会設置を提案したのであることを再度論じている。

メディアの公正・中立を保持するための原理の一つとして、「メディア・ホークス」＝「やらせ」をしないことをあげている。「メディア・ホークス」は日本だけでなくどのメディアにも、どの番組にも、世界的に存在する。ブッシュ政権の行なった湾岸報道などをその例としてあげ、「間違った形での世論形成の誘導が企画され制作されておれば」、それは「メディア・ホークス」として批判の対象になるとしている。そして、このメディア・ホークスの防止は、「市民がメディアを十分に使いこなし、社会的諸権力による情報操作に翻弄されないためのメディア・リテラシーの高揚と市民主権のメディア民主主義を確立し、それを社会制度として保証することのみによって実現される」としている。(Y)

●ジャーナリズムは変わる—新聞・テレビ市民革命の展望、原寿雄、晩聲社、1994年6月刊。

もはや問題を指摘し、批判してすむ段階ではない。ジャーナリズムをどう変革するか、具体的に提示して実践にとりくまなければならない。その思いで本書をまとめた、と冒頭にあるように、極めて率直な、ジャーナリズムへの問題提起になっている。1章はジャーナリズム改革のために、としてマスコミの世論形成上の問題点と対策、ニュース価値観を変えよう、記者クラブの功罪と改革案、社説廃止論、皇室報道は変えられる、活字ジャーナリズムの機能と責任。第2章はテレビの自由と創造性として、不偏不党、公平より少数尊重の

多様性原則を、BS時代と視聴者の権利、やらせとマスコミの責任のとりかた。第3章はナショナリズムの危険性とマスコミ、第4章は情報公開とジャーナリズムとして日本に情報公開法がないための弊害、ジャーナリストにとっての情報公開とは。第5章はいまジャーナリストに問われている条件。

以上の各論のなかにそれぞれ著者の長年の思いがこめられた具体案が提示されている。日本のジャーナリズムがいかに深刻な事態にあるか、そしてなんとか改善の方向を発見するために、この書は一読の価値がある。文中テレビの項では視聴者の責任と権利について特に「知る権利」をどう行使するか解説。FCTの「テレビ視聴者の権利憲章」全文をあげて紹介して、視聴者の声を組織化する社会的要求はこれから強まっていこう、としている。(T)

●多事争論・メディアと権力、筑紫哲也、新潮社、1994年5月。

「ニュース23」(TBS)のキャスターである著者が番組中のコラム「多事争論」で述べたこと、とTVニュースの舞台裏についてまとめたのが本書である。'92年秋からの一年半分、一回90秒のコメント290を1ページづつに収め、終わりに最近のニュースから、ニュース23の一日といったミニコラムがあって、この番組の成り立ちが分かるような作りになっている。「新聞とテレビ」の項では「テレビを長い間見下し軽んじてきた二つの勢力があります。自民党と新聞でした。最近のテレビの事件に対してこの両方面からの非難の声が強いのはこのことと無縁ではないようです」とテレビ朝日のいわゆる椿発言にふれた発言をしているなど、新聞とテレビの両メディアへの目配りができる立場からの発言も多い。巻頭には著者のニュースキャスターとしての姿勢を“大味必淡”薄味で長続きをめざす、と述べてい

るTVニュースの舞台裏、巻末には「メディアと権力」についての稿が加えられている。幅広い関心領域と、話しことばで、当たりは柔らかいが結構辛口の発言は、テレビの一過性という弱点を活字に変えるという作業によって再び問題提起を可能にした、という意味でも面白い。(K)

●ムスタンの真実 「やらせ」現場からの証言、小松健一、リベルタ出版、1994年9月刊。

「やらせ事件」として社会問題になったNHKスペシャル「奥ヒマラヤ禁断の王国・ムスタン」。その取材班に同行したフリーのフォトジャーナリストが、2年間の沈黙を破り、問題の取材の一部始終を明かす。

「やらせ」問題をめぐる議論は、ともすると「どこまでが演出か?」といった技術論におちいりがちだ。個々のシーンがどのようにして撮られたのかは、それ自体興味深くもあり、驚かされることも多いのだが、著者の指摘はそれにとどまらない。今回の「やらせ」の根底には他民族や異文化に対する制作者の側の認識不足、よりはっきり言えば蔑視がある、と著者は厳しく指摘する。

また、公共放送NHKでどうしてこれほどにひどい番組が制作され、放送されてしまったかということについて、85年以来「商業化路線」を走りはじめたNHKの経営体制の変化、そしてそのなかで翻弄されてきた当のディレクターの内的葛藤をも描きながら、問題の核心に迫る。

ムスタンの自然と人々の本当の姿を紹介する80余枚の写真とともに、くつろいで読める。(R)

●地域を捨てるのですか? CATV政策の無節操な転換、多喜弘次、「放送批評」302号、1994年9月。

情報スーパーハイウエーの「実験」に関して、筆者はその実験の必要性はなく、その評価はすでに過去のケーブルテレビ実験や、キャプテン実験

で、失敗であったことが実証されているとしている。Hi-O-VIS(通産省主導のプロジェクトで、東生駒で行われた光ファイバーケーブルを使用した双方向サービス実験)でも、住民にとって双方向機能は重要性を持たないことはすでに明らかである。むしろ、市町村レベルの映像系メディアは地元の問題を取り上げる自主制作番組が地元貢献するとの評価があったという。しかし、結局、数字に現れた視聴率の低さから、「地域性」と「営利性」は両立しないという結論に至った。明らかなのは大手商社、情報通信機器メーカー、工業者が潤うということだけである。しかし、これには住民の税金が投入されるのだから、住民軽視の事業者支援であっては困る。筆者は、研究が進むにつれてケーブルテレビには興味がもてなくなったと述懐しながらも、CATVには確かにお金に置き換えがたいなにかあり、「わが町のテレビ局を誇る人々がそこにはいた」と結んでいる。(H)

●メディア関係資料—1、メディア総合研究所編、メディア総合研究所発行、1994年7月。

1994年3月に設立されたメディア総合研究所が'94年1—7月迄に行われたメディア関係の集会や、郵政省関連の資料など電波関係の資料を集めた150ページに及ぶ資料集。

*新時代の放送のあり方—新時代における放送産業のあり方に関する懇談会(郵政省、中間とりまとめ) 中間とりまとめに関する民放連と民放労連の見解、今後の放送産業をめぐる課題(経団連)、からはじまり *放送のデジタル化—衛星データ放送の制度化に関する意見(民放連)、テレビジョンデータ多重放送実用化について(郵政省)、*ハイビジョン放送—ハイビジョン放送の拡充について(郵政省)、*コミュニティ放送、*情報通信基盤・マルチメディア関連—日経新聞：地上波テレビを

有線化、マルチメディア時代に向けてのNTTの基本構想(NTT)、アメリカのニューメディア事情(博報堂)、米3大ネット新たな事業展開・マルチメディア対応で(民間放送)、情報通信基盤の整備について(郵政省)*放送法改正—委託協会国際放送業務、受託内外放送業務法制化(郵政省)、映像国際放送を法制化(民間放送)、越境衛星放送・スターテレビの波紋(博報堂)、*NHK平成6年度予算と事業計画、など。例えばマルチメディア時代における放送の在り方に関する懇談会でどういうテーマが論じられたか、検討課題、おもな論点の例など具体的な内容が整理して収録されているので資料価値は大きい。(K)

●特集・メディアを読み解く授業、「授業づくりネットワーク」、学事出版、1994年10月号。

学校教育にメディア・リテラシーを導入しよう、という総論とこれを受けたメディア・リテラシー・ワークショップ「ニュース番組の街の声の分析」を担当しているのはFCTスタッフの永田順子、実践中学「CMとのつきあいかた」—たばこCMを作ってみよう、を担当しているのは仲野陽子、実践高校「高校生は皇太子ご成婚報道をどう見たか」を担当しているのは熊田亘、いずれもFCT会員。他に「ニュース番組はどう作られるか」(津田正夫)、実践小学校「飛び出せ、南放送局」(中島優)、「教室に新聞記者がやって来た」(斉藤武夫)、など非常に具体的なやりかたをとおして、メディアをどう読み解くか、学校教育のなかで展開した教師の立場からの実証的な報告をまとめてある。(K)

●女性と環境、「世界」、1994年10月号。'94年4月に国際交流基金が行なった日欧女性交流事業の報告を中心にした特集になっている。「共生という価値を求めて」綿貫礼子、

はプロダクティブ・ヘルスをキーワードにしてミナマタ、ベトナム、チェルノブイリを事例としながら、生命への構造的暴力によって生体系の安全保証が奪われた状況を解説している。共生とは生命系への人間による介入を最小限におさえるような生きあいかたを意味する、と科学技術社会に問題提起している。

他に「エコ・フェミニズムは社会を癒せるか」マリア・ミース、「環境としての女性」クラウディア・フォン・フェールホフ。解説「進歩と開発という名の暴力」では上野千鶴子が多くの国々の草の根につながっている活動家たちが、日本で出会って地域規模で女性の抱える問題を話し合った成果をまとめている。(K)

●テレビがすすめる政治のワイドショー化、竹内希衣子、「マスコミ市民」No.307、1994年6月号

4月28日から始まった政変劇を報道番組や、ワイドショーがどの様に伝えたかをクリティカルにウォッチングし、今のテレビがいかに政治をわかりにくくしてしまっているかを指摘している。テレビ追従型の新聞報道の中で、唯一、東京新聞が読者の意見を名前付きで大きく紹介し、問題提起をしていたが、テレビでも編集なしの視聴者トーク番組が必要だという。(H)

●「子ども」をコミュニケーションの「主体(subject)」に、猪股富美子、同No.308、1994年7月号

NHKが毎日曜、朝8:30から8:55まで、子ども自らがキャスター、レポーターを務める「週刊子どもニュース」を始めた。このような子どもをコミュニケーションの「主体」にお

く番組作りの重要性を認識することは、良い子ども番組をつくるための基本条件だという。

「世界キリスト教コミュニケーション協会」の発行する月刊誌 Media Developmentは1月号で「子どもとコミュニケーション」を特集した。掲載されたレポートの中から、グアテマラのCEIPAが行なった子どもたちによる子どもたちのためのテレビ番組制作の例と、スイスの子どもニュース機関Kinagの活動の例を紹介している。(H)

●メディアが描き出す聴覚障害者像、中野恵美子、同No.309、1994年8月号

聞こえない人に聞こえる世界に近づくことを強いるより、聞こえる側から聞こえない人たちに近づいていこう、という近年の手話普及の考え方からすると、近ごろ映画やテレビに手話が登場することは歓迎すべきである。フジテレビ「おふくろに花束を」、NHK「愛が聞こえますか」、映画「息子」、アメリカの戯曲「ちいさき神のつくりし子ら」を取り上げ、その中で障害を持つ人がどの様に描かれ、手話がどの様に使われていたかを比較、分析している。(いずれも「メディア・スコープ」欄に掲載されたもの) (H)

●ニッポン貧困最前線—ケースワーカーと呼ばれる人々—、久田恵、文芸春秋刊、1994年4月

行政現場で事件が起こるたびに「犯人扱い」の報道をされてきた福祉事務所を、現場のワーカーの側からルポしたノンフィクション。

特に第二部「なぜ母さんは死んだのか」は「札幌母親餓死事件」に対する報道の問題点を指摘している。

「生活保護を断られて餓死」といった報道が続いたこの事件は当時からすでに背後に覚醒剤など複雑な事件が絡んでいる可能性がわかっていた。生活保護行政が多くの矛盾と問題を抱えていることは確かだが、だからといって事実を歪め、都合よく真実めかして報道されているものか、と問題を投げかける。マスコミは死亡した女性が勤めていた近所の喫茶店店主の女性の「福祉事務所攻撃」の発言を大きく報道したが、この人物はかなり意図的にマスコミを利用した節も考えられることが、FCTの会員でもある著者のルポによって明らかにされている。(E)

●聴覚障害者字幕放送に係わるアンケート調査報告書(財)日本障害者リハビリテーション協会発行「聴覚障害者のための字幕放送」調査研究会編集 1994年3月刊

調査は昨秋、東京都、大阪府、愛知県の8つの聴覚障害者団体の会員を対象に字幕番組の視聴と受信機器の所有等について行われた。字幕番組視聴経験率は東京70%、大阪57%、愛知52%で字幕番組の多い地域順と同じ、受信機器の所有率もこれと同じ傾向が見られ、字幕番組の数が増えれば視聴者もふえることが予想される。聴覚障害者がよくみている番組は「普通の番組」で必ずしも手話や字幕付きの番組ではないことも調査の結果から明らかになった。字幕付きの希望が多いのはニュース、ドラマ、ドキュメンタリーなどで、現在の番組はほとんどこの要望に応えていない。現在、文字放送機器を製造しているのは4社で、機種が少ないことも文字放送の普及を妨げていると指摘している。(E)

FCT市民のテレビの会はテレビの作り手、視聴者、研究者が立場を超えて集い、より良いテレビの実現をめざして実証的研究と実践活動を積み重ねていくためのひろば=フォーラムとして1977年10月に創設されました。その運営は創設以来、事務局スタッフ及び会員のボランティア、全国の会員からの会費とカンパ、定例のFCTフォーラム(公開の研究会)参加費、および調査研究報告書や季刊情報誌 fct GAZETTE(ガゼット)等のオリジナル出版物販売からの収入によって行われています。

「ガゼット」の年間購読のお申し込み、バックナンバーのお問い合わせ、FCT出版物や入会などについてのお問い合わせは事務局へハガキまたは電話(03・3721・8694)でどうぞ。