

新テレビ時代 荒牧富美江

十か月になる孫が、わかるはずもないテレビの画面に一心に見入っている。彼にとってテレビは、ひもを引くと音がするオルゴール人形と変らない。たとえその画面に何か意味があったとしても、それはくるくると絵が流れるまわり灯ろうと大した差はない。いいふるされた言葉だが、彼にとってテレビはまさしく「環境」なのだ。しかしみつめている真剣なまなざしを見ると、こんなおチビにもよほど面白いおもちゃなのにはがいない。

ある時期、子どもたちはテレビにかじりついている。小学校高学年から中学生になりかけの時期のようだ。児童期を脱して少し大人の世界がわかりはじめるころ、テレビの番組に大人の世界をかいまみて面白くて仕方がなくなるのだろうか。それとも番組のレベルがその年ごろ程度だということなのだろうか。どちらにしてもその時期を過ぎて高校生くらいになると、いわゆる「テレビ離れ」が始ま

る。学校の方が忙しくなったり、友情や、恋愛人生に目覚める年ごろになるなどの理由があるにしても、そんな彼らの要求をみたすような番組をテレビがなかなか提供しないので関心をなくすらしい。そして再び彼らがテレビに戻ってくる時、そのかわり方は前とは違っている。彼らの言葉でいえばシラけた接し方とでもいうのか至極冷淡だ。雑誌をパラめくるように、あまり目的もなさそうにチャンネルをくるくるまわし、面白いものがあればしばらく手をとめる。なければつければなしにしたまま他のことを始める。映像はただ流れてさえいれればいい、その方が環境として落着くのだろう。

こうした新しいテレビ世代は、我々とはまったく精神構造の異なった人間になってしまったのだろうか。「大正」の人間は考える。ダイアルをまわすばかりではどれも見たことにはならないし、見ないなら消せばいい。万

博のパピリオンにみられたようなマルチ画面（四方八方にいろいろな映像が映る）など、めまぐるしいばかりで一向に何もわからなかったではないか。これではじっくり物を考えたりはできない。……しかしこれは単に思考法が変わってきただけのことなのかもしれない。時代や環境によって思考法が変わっても考える人間はそれほど変るはずもない。変わったようにみえても実はそう変っていないのかもしれない、とも思う。私は大正の末に生まれた。ラジオの誕生が大正十四年だから、私自身ラジオとともに育ち、ラジオ界で働らき、テレビをしばらく覗く程度で退いた。そうしたら私たちの世代をみて、「明治生まれ」は何かにつけて「世の中変ってしまった」と、きつと嘆いたことだろう。

ヒトラーはラジオという新しいメディアを最高に利用した人間といわれるが、ヒトラーの宣伝に踊らされた世代は、ラジオの誕生以前に生まれ生活した人々ではなかったか。その人々にとってラジオは珍らしいものであった。はるかに伝えられるヒトラーの声と潮騒のような民衆のどよめきを運んだラジオは、ドイツ国民を世界の人々も暗示にかけ行動に駆りたてる魔力を持っていたにちがいない。

今の我々にとってラジオは極くありふれたものでしかないから、もし今ヒトラーが現れても電波メディアがあつた時のような役割を果たすことはむずかしいのではあるまいか。『グール・メディア』であるテレビが、『ホット・メディア』であるラジオの役割を果たすことはない。マクルーハンはいかもしれないが、メディアがホットであるかクールであるかをいう以前に、ラジオという新しいメディアに対して当時の人々がもっていた期待や不安、畏敬、好奇心などからくる暗示がなかったといえるだろうか。

テレビが誕生して二〇余年、未来を感じさせる新鮮なメディアであつた時代ははや終つている。テレビを日常的なものとして育つたテレビ子も成人式を過ぎた。この新しい世代の人々のなかに、テレビの影響が深く浸透し、物の見方考え方が變つてきていることは事実である。そして皮肉なことに、成長したテレビ世代にテレビは背をむけられていく。我々もこの現実を切り替えねばと思う。ところでこの切り替えは、現にテレビを形成している人たちにむずかしいことのようにある。今現場で制作の中心になつていく人たちの大部分は、ラジオ時代に生まれ育ち、

青春時代になつてテレビが顔をだした程度の世代であらう。そうした人々はテレビを娯楽メディアとしか考えることができないのだから。今作られている番組は、子どものころの紙芝居を手本にし、同じ紙芝居に郷愁を持つ大人たちと、紙芝居に夢中になる年ごろの子どもたちを、テレビの前に坐らせているだけのように思われてならないのである。テレビ子も成長するにしたがつて飽きて通り過ぎてゆく。大人はあんな低級で俗悪なもの馬鹿にしながら見ている。要するにテレビはゴシップ週刊誌かマンガ本程度の扱いしかされていけないのだ。まことに残念なことに新聞の番組欄をちょっと見ればそう思われても仕方のない現実が氣づく。たとえば東京にある六つのテレビ局は全く同じような番組を飽きずに行っている。歌番組、ワイドショー、ドラマ、一つがあたれば他の局も同工異曲同じものを狙う。あれだけたくさん情報量にみえながら、実はごく限られた種類のものを、少し時間をかえひどい時はそれさえ同じに提供しているにすぎないのである。チャンネルの個性は全く感じられない。こうしたテレビ界の現状は、新しい世代ならずとも、放送に興味と期待を持っているものでもテレビの前

から離れたくなる混迷ぶりである。いま、放送メディアの最大の欠点は、受信機一台で各局の電波を受信してしまうことではないだろうか。視聴者には、見たくない局や番組を見ない自由が与えられていない。そこでテレビの送り手たちは安心して視聴者のことを忘れ、財源である提供者に奉仕するため低俗化競争を繰返しているのである。これをたつ方策はないものか。近ごろ人手が高くなつて実にさまざまな自動販売機が普及したが、テレビ受像機にもあの手を使って、硬貨を入れてボタンを押せば、一定時間ある番組だけをみられるような細工をするとか、チャンネル毎の度数計によつて、見た分だけの料金を支払うとかできないものだろうか。そうすればテレビ局は視聴率などというアヤフヤなものに頼ることなく「硬貨」の計算によつてはつきりと自社の人気を知り、制作方針の転換を余儀なくされるだろう。そして再出発のために、放送の公共性を考え、今まで視聴率競争に浪費していたエネルギーを番組の質の向上にふりむけ、自社の新しい個性を創るという、本来の競争を始めるのではないだろうか。こうでもしないと、新しいテレビ時代はこないように思われるのである。