

# エッセイ テレビは21世紀に生き残れるか

河村雅隆<sup>※1</sup>

## ●テレビの青春時代の終わり

テレビは確実に老いた。

昭和30年代後半から40年代にかけて、テレビは多くの傑作を世に送り出し、まさに光り輝く存在だった。ドラマなら『事件記者』、ドキュメンタリーなら『現代の映像』『新日本紀行』『すばらしい世界旅行』というように、NHK、民放を問わず、多くの名作が電波に乗って日本中のお茶の間に届けられたのである。しかし21世紀の今、世代や地域を超えて見られ、話題となり、放送の後も長く語り伝えられる番組がどれだけあるだろうか。昭和50年代に放送された『シルクロード』は、そうした「国民的番組」の最後を飾るものだったのかもしれない。

このような事態は、長年放送に携わってきた人間として口惜しい限りだが、事ここに至った原因は、放送に従事する人間の努力が足りなかったということばかりではないようだ。自己弁護ではない。「かつては多くの名作が電波に乗って日本中のお茶の間に届けられた」と書いたが、一体今の日本で、家族全員が顔をそろえてテレビを見ている茶の間などどれだけあるというのだろうか。

## ●テレビの本当の制作者とは

テレビの仕事をする中で、私は「テレビの本当の制作者とは『時代』なのかもしれない」と考え続けてきた。時代を形成するマスとしての大衆の、共通な願望や関心こそが究極的に放送の内容を決定している、と感じてきたのである。しかしそのマスとしての大衆は、家族制度が解体するのと軌を一にして雲散霧消してしまった。

バブルの頃、「これからは『大衆』ではない。『分衆』の時代がやってくる」という議論をあちこちで聞かされたものだが、日本はあっという間にその「分衆の時代」を追い越してしまった。今や世の中に存在しているのは、ひとりひとりの「個」でしかない。大衆＝マスというものが消滅してしまった時代であって、テレビというマスのサービスが存続していくことなど可能なのだろうか。

今やテレビのディスプレイはかつてのブラウン管とは違って、文字通り「ディスプレイ装置」に変貌してしまった。そこで人々はDVDやレーザーディスクを見たり、ゲームを楽しんだり、パソコンの画面を表示したりしている。

---

※1 国際言語文化研究科教授

1980年代、私は若い人たちがテレビの入力切り替えを常時ビデオに設定しておいて、テレビをビデオの回路を通して見ているのを見て、少なからぬショックを受けたことがある。彼等はテレビの画面を切り替える時は、テレビではなくビデオのチャンネルの方を切り替えていたのである。若者たちのこうした「作法」は、今思えば、テレビの画面が完全にディスプレイ化する時代の幕開けだったのだろう。

卑近な例になるが、80年代90年代、AV女優があつという間に市民権を獲得した背景に、こうした若者の「作法」が存在していたことは確かだと思う。何となれば彼等にとっては、テレビもAVビデオも、同じ画面の上で展開される全く同じ次元の映像素材だったからだ。テレビの画面は、その後完全に、多様な映像を享受するための「貸席」に変貌してしまったのである。

### ●誰もが放送局になれる時代

21世紀ももう10年、「放送と通信の融合」という言葉に、もはや目新しさはない。「パソコンと通信回線をつなぐだけで不特定の多数に映像と音声を送れる時代になった」という実感は、Ustreamを見れば明らかだろう。もちろん現時点では、映像と音声を送るにあたってのスピードや質は、大電波大電力を使った放送の方が優れている。しかし、そうした優位性が崩れるのは時間の問題だろう。誰もが放送局になれる時代、テレビと同じサービスを行うために大きな設備や多数の人間など必要ない時代が現実のものになっているのである。

しかし放送業界を見回せば、そうした危機感を実感している人間は依然として少数派でしかない。そこに働く多くの人たちは、「マスメディアが21世紀においても求められ続ける」という確信を宗教的信念のように語り続けるのである。

多くの人が「幕の内弁当」的に提供される中途半端な情報の提供に満足できなくなっている姿——それが現代の日本のマスメディアなのではないだろうか。そこでは国際記事に関心のある人も、政治や経済の情報を求める人も、家庭欄の記事や芸能ニュースを知りたい人も、スポーツの好きな人も、誰一人そこに満足できない、という現象が展開されているのである。

私は授業の中で、学生にひとつの疑問を投げ掛け続けてきた。

「日本においては製造業も流通業もいち早く『多品種少量生産』に移行したのに、なぜひとりメディアだけが、基本的にマスマプロダクションかつ一方通行であり続けられたのか」

その答はまだ十分には得られていない。しかし今や、WEB 2.0と呼ばれるウェブ技術の発展によって、すべての人がブログやSNSといった発信機能を、しかも非常に使いやすいかたちで手にすることができるようになったことは、誰もが承知しているだろう。長年発信機能を独占的に享受してきたマスメディアが、今度こそその特権

を明け渡す時期を迎えつつあるのかもしれない。

長年放送の仕事が続ける中で、私は「放送の双方向性というのは視聴者にリモコンをカチャカチャやってもらうことではない。有限で社会共有の財産である電波という広場に、世の中の多様な声を最大限反映させようという制作者の姿勢そのものが、真の双方向性だ」と言い続けてきた。しかしそもそも、若い人たちはどこまでテレビというメディアを重視しているのだろうか。学生たちに、「家に帰ってまずスイッチを入れる道具は何か」と尋ねると、多くの人間が「パソコン」と答える。私だって、テレビの前にパソコンの電源を入れる日が3日に1日はある。これまで日本は「空中波」への信頼度がきわめて高い国だったが、それが若い世代を中心に大きく変わってきているのだ。

ただ不思議なのは、それほどまでにWEB 2.0環境に漬かっている若者の頭の中では、「マスメディアの時代が終わりつつある」という意識がきわめて稀薄だということである。物心ついた時から携帯やインターネットに囲まれていた彼等にとって、テレビや新聞が強力だった時代など、きっと初めから存在していないのだろう。

テレビが実用化されてから60年近く。冷静に考えてみれば、このメディアがここまで生き続けてこられたことの方が奇跡なのかもしれない。人類の歴史を振り返ってみれば、どんなテクノロジーも誕生から20年か30年が経過すれば、次の新しい技術に産業と社会の主役の座を明け渡してきたのである。テレビはこれまで、地上波、衛星波、ハイビジョン、デジタルと次々と新しい技術を開発し採用してきたが、それによってテレビというサービスの本質が変わったとは思えない。何十年かの間、情報サービスの分野で主役の座を占め続けてきたマスメディア・テレビは、今、力のピークを越えつつあるように見える。

もちろん、テレビが幕の内弁当のようにすべての情報を按配よく提供してくれることに好意的な人も、依然少なくない。しかし、そうした人の数は今後減りこそすれ、増えることは期待できないだろう。もしマスメディアに希望があるとすれば、現代の日本は事実上「情報の飽和状態」になっているということだろうか。情報が飽和状態にあるということが、却って「幕の内弁当的マスメディア」に一定の存在意義を与えているとは言えないだろうか。

ベシミスティックな感想になってしまったようだ。最後にここで、マスメディアにとってやや明るいとも思える動きについて触れておきたい。それは、アメリカではオリンピックや大音楽イベントの放送において、視聴者数がこのところ若干の上昇傾向を見せているという現象である。

## ●アメリカにおけるテレビの新しい見られ方

2010年2月に行われたバンクーバー冬季五輪をアメリカ国内で独占的に放送したのは、アメリカのテレビネットワークNBCだった。NBCがアメリカを対象として獲得した権利とは文字通りの「独占権」であって、米国内におけるオリンピックの放送は、地上波である放送だろうが、衛星放送だろうが、インターネット経由であろうが、すべてNBCが権利を持っていて、他の放送局はNBCから放送権を購入するか許諾をえない限り、一切のオリンピック映像は出すことができないのである。

このバンクーバーオリンピックの独占放送権を、NBCは2012年夏のロンドン五輪の分とあわせ、20億ドル、日本円にして2000億円近くで落札したと言われている。しかも落札した時点で、2012年の開催場所はまだ決まっていなかったのである。

オリンピックやワールドカップは、いくらマスが解体した時代とは言っても、多くの人が見る、放送局にとってのキラー・コンテンツである。当然そこでは放送に挿入されるCMの値段も、想定される視聴者の数に比例して最も高い水準に設定される。そうした収入見通しを踏まえ、NBCはオリンピックの権利獲得のために破格の金額を投入してきたのである。

ただここで興味深いのは、大変な金を払って実現したNBCの五輪放送は、生でなく録画放送のものが多かった、むしろそちらの方が主だったということである。

なぜ録画放送が多かったかといえば、最大の理由はアメリカ国内に存在している時差の問題である。大会の行われたカナダ西海岸のバンクーバーと、最大の視聴者数を抱えるアメリカ東海岸の間には、3時間もの時差があって、西海岸の方が3時間遅いのである。したがって、東の視聴者にとっていちばん良い時間帯にあたる午後8時あたりに生放送を行おうとすると、バンクーバーでは午後5時にその競技を行わなければならない。という訳で、さすがに開会式は生放送したものの、多くの競技が録画による時差再生になったのである。

それにしても録画で放送するとなれば、当然のことながらエアーの時点で多くの人にはインターネットやあるいはニュースを通して競技の結果を既に承知している。一体その上で人々は競技を見るものだろうか。

これに関して、先日NBCを喜ばせるデータが視聴率調査会社ニールセンから発表された。アメリカでは視聴率というより、その番組を見た視聴者数というかたちで発表が行われるのだが、それによれば今回の五輪は、1994年のフランス・アルベール大会以降で最も多くの人が見た冬季オリンピックになったというのである。

録画なのに、競技の結果を知っているのに、それでも放送を見た人間が増えたことについて、NBCとニールセンは「不況で家でテレビを見る人が増えたという要因はあるかもしれないが」と前置きしながらも、「これにはwater-cooler effectが寄与しているのかもしれない」と分析している。

water-cooler というのは、元々職場の給湯室、水飲み場のことで、ここに職場の人たちがよくやって来ては、上役の悪口を言ったり同僚の噂話に花を咲かせたりする。いわば井戸端会議の場所と言ってもよい。

視聴率調査会社のデータは、今回放送を見た人の7人に1人はWEBを、ネットサーフィンしながら、あるいはチャットをしながらテレビを見ていたことを示している。つまり、電子上の井戸端会議に参加しながらテレビを見ていたのである。そして、「他人が見ているものを自分も見たい」とか「今こんなのをやっているよ。君も見ないか」といった見方をした人たちの存在が視聴者数を確実に押し上げたというのである。

そうした傾向は、生放送の時に限らず、録画放送の場合も変わらなかった。むしろ録画による放送の場合、「皆が見ていて話題になっていたあの競技を自分も見ておきたい」という気持ちがより強く働いた、とニールセンでは分析している。これまで、「インターネットはテレビに代表される既存のマスメディアのいわば敵だ」と考えられてきただけに、今回の調査結果は注目に値するだろう。

この文の前半で、私は「マスメディアを支えてきた『マス』という存在は最早消滅してしまった」と書いた。しかしそのような時代、そうした世の中にあっても、人間の中にはどこかに water-cooler effect、つまり「他人と感動や体験を共有したい」という気持ちが残っていて、それが今回のような視聴者数の増加につながったのだろう。同じ部屋など一か所に集まれないのなら、チャットの部屋に集まるしかないということだったかもしれない。今回の調査で示された傾向が今後も続いていくのか、マスメディアの将来とどうつながっていくのか、注意深く見守っていきたい。