

## 特集 放送文化とジェンダー

— 内容・送り手・受け手, そして, 社会との関係 —

小 玉 美意子

### 特集にあたって

放送番組は文化の総合的ショーウィンドウである。放送内容を時刻とともに掲載したタイムテーブルには、ありとあらゆる種類の番組が並んでいる。総合放送と呼ばれるチャンネルの場合には、さながらスーパーの特売のチラシのごとく、あるいはまた、デパートの催しもの案内のごとく、とびつきやすいタイトルを先頭に、「売り」になりそうな中身を取り出して番組表が作られる。

それを一般的な分類で分けてみると、教育、教養、ニュース、ニュース解説、天気予報、ワイドショー、トークショー、ドキュメンタリー、旅行、ドラマ、音楽、バラエティ……などがある。しかし、ここで述べた分類は、番組の内容のジャンルを示すものもあれば、形式を示すものもあり、同じ基準で分類してはいない。また、最近はすべてのジャンルにバラエティ化が起こっていて、番組を一つの基準でまとめるににくい。

そのような事態に至る背景には、テレビの成熟化が進み、もはやシンプルな形で一つだけの対象を扱うことがほとんどなくなってしまったことがある。日常生活でわたしたちが脈絡のないさまざまな出来事を身に受け、その混沌の海を泳ぎながら進む方向を決めているように、テレビにも社会のさまざまな現象が覆いかぶさる中で、全体としての番組編成を成り立たせている。よく見れば各テレビ局や各チャンネルには方針があり、時間帯による主視聴者層を想定したり、スポンサーと折り合いをつけながら、一つの流れを作り出しているのである。

しかし、それにしても昨今のテレビ番組は低俗だとか、画一的で変化がないとか、批判にさらされている。それは見ようと思った人々にとって自分の期待するものが得られないから批判するのであり、批判する人たちこそがテレビの本当のお客さんである。若者は批判をせずにインターネットに向かっている。批判の原因として、いくつか思い当たることがある。

まず、「低俗」といわれる番組には、若いお笑い系のタレントが大勢出演し、仲間内のネタで笑うものが多い。要するに普遍的ではなく限定的な笑いが、それ

以外の人には受け入れられないのである。また、笑いの中には差別的表現も含まれているので、笑えないケースもあり、ジェンダー的な問題も少なくない。けれども、バラエティ番組すべてが悪いわけではなく、一般人の視点ですどく政治や学問に突っ込みを入れる番組も出てきたし、また、蘊蓄とバラエティが融合した番組づくりも盛んで、日本語の語彙を豊富にするクイズなども登場している。

「見るものがない」と思う原因は、同じ時間帯に似たような番組が並ぶことにある。朝から午後にかけてのワイドショー、夕方の情報番組、ゴールデンのバラエティ、深夜の男性向け番組などである。これは、この種の番組が好きでない人にとっては、その時間帯については見る物がなくなってしまう。

では、どうして同じ時間帯に同じような番組が並ぶのか。放送局は、調査にもとづき、その時間帯で最も多くテレビを見ている層に向かって番組を企画する。例えば、昼間の視聴者には主婦が多いとなると、自営業や高齢の男性もいるのに、どの局も主婦向けの番組を作る。若い人が多い時間帯であれば、横並びでバラエティ番組が増えてしまう。これは多様な視聴者の要求に答えていないが、それぞれの局が勝手に編成するので調整は難しい。

以上、述べてきたことは、「視聴率」と大きく関係している。民放で「視聴率」が重視される理由は、「GRP」(グロス・レイティング・ポイント)という視聴率を直接料金に反映させる尺度を「通貨単位」として使って取引をするので、視聴率至上主義につながる。民間放送局は視聴率の取れる番組づくりと編成に取り組み、それが結果的に各局横並びになって、どこを見ても似たような番組になってしまうのだ。NHKは受信料制度で成り立っている所以で仕組みは違うが、逆に、受信料をとっている以上、ある程度視聴率をとらないとまずいと思い、NHKも気にはしている。

放送は現代の日本の文化を示す象徴的存在である。あるタレントは自分の出演番組を家族には見せないと言っていたが、放送する側が、誇りをもって自分の家族や地域の人に胸をはれるものを作ってほしいものだ。筆者らの調査によれば、母親たちは子供に良い番組を見せたいと思っているし、女性たちは暴力や性的表現の露骨な番組は避けたいと思っている。また、多くの人たちが余りにくだらない番組を見せられて時間を無駄にしたくないとも思っている。それにも関わらず、前述のような不満の出る番組が日常的に流され、人の目に触れることによって日本の文化の一部として表現されると、外国に対しては「それが日本」という印象を与えるだろう。

この特集では、そういう日本のテレビ放送に刺激を与えうる概念として「ジェンダー」を提示することにした。日本の番組を海外で売り込む仕事をしてきた人

が、ジェンダー的な偏りの大きい番組や人権的に問題のある作品は海外では売れないと言っていた。すなわち、子供むけの番組ではまずそういった問題がチェックされるし、大人向けでも放送を一定以上の水準に保とうとする国では、当然の社会常識でそれがチェックされるという。日本の放送番組が、日本の社会慣行の下に、日本という狭い範囲の視聴者を対象にして作る狭量さが、普遍的な価値のある番組づくりの力を低下させている。いまや……というより、もう、かなり前から、国際的にはジェンダーの平等が当たり前の人権として位置づけられているので、それなしには良質の番組を作れないところに来ているのである。

このようにして、文化として放送をとらえた場合の問題をジェンダーの立場から考察することで、あらたな突破口を開こうと言う意味でこの特集は組まれた。迫田論文は自身の体験と永年の観察にもとづいて組織の中でのジェンダー力学に言及してもらった。谷岡論文では、フリーランスで働く場合のジェンダーの問題を、たくさんの女性アナウンサーをあずかっている立場から語ってもらった。実は放送にはたくさんのフリーの立場の人が関わっているからである。そして、国広論文ではこれまであまり調査されてこなかった農漁村の特に高齢男性の視聴者の生活とテレビの関わりを報告してもらった。ここでは、地方の高齢男性が必ずしもテレビ視聴を楽しんでいない実態が浮きぼりになっている。小玉は、それらを総合して、放送文化とジェンダーの関わりを社会の諸相との関連で総合的に考察することにし、論考としてまとめた。

このようにして、発信する側・受信する側と放送内容との関係を、総合的な社会的文脈の中に文化として位置づけながら、ジェンダーを通して見て行こうとしたのが、今回の試みである。