

第2部 パネルディスカッション

「“新時代テレビ”～いま、制作者たちへ～」

パネリスト



杉田 成道 (すぎた しげみち)
【演出家・映画監督】

1943年生。1967年フジテレビ入社。1981年から21年間続いた不朽の名作『北の国から』を演出。1991年の『1970 ぼくたちの青春』で放送文化基金番組賞、1998年のドラマスペシャル『町』で芸術祭大賞を受賞。映画監督作品『優駿 ORAC ION』(88)、『ラストソング』(94)、『最後の忠臣蔵』(2010)。著書『願わくは、鳩のごとくに』(2010)。社団法人日本映画テレビプロデューサー協会会長。



宇野 常寛 (うの つねひろ)
【評論家】

1978年生。批評誌(PLANETS)編集長。著書に『ゼロ年代の想像力』(早川書房)、『リトル・ビールの時代』(幻冬舎)。共著に更科修一郎との時評対談集『批評のジェノサイズ』(サイゾー)。企画・編集参加に『思想地図 vol. 4』(NHK出版)、『朝日ジャーナル 日本破壊計画』(朝日新聞出版)など。撮影：大槻 純一



桧山 珠美 (ひやま たまみ)
【テレビコラムニスト】

編集プロダクション、出版社勤務を経てフリーライターに。「放送文化」「日経エンタテイメント!」「女性自身」「週刊現代」などでテレビコラムを連載。現在、「日刊ゲンダイ」に「これだけは言わせてくれ」、「月刊GALAXY」に「今月のダラクシー賞」を連載中。ギャラクシー賞テレビ部門選奨委員。1日のテレビ視聴時間は平均15時間超。



汐見 稔幸 (しおみ としゆき)
【青少年委員会委員長・白梅学園大学学長】

1947年生。東京大学教育学部卒。東京大学大学院博士課程単位取得退学。教育学者。駒澤大学文学部講師を経て1984年より東京大学教育学部勤務。東京大学大学院教授を経て2007年より白梅学園大学に勤務。東京大学名誉教授。専門分野は教育人間学、育児学。中教審委員など。主な著書に『子どものサインが読めますか』(女子パウロ会)、『教育』からの脱皮』(ひととなる書房)、『親子ストレス』(平凡社)など。

コーディネーター



小田桐 誠 (おだぎり まこと)
【青少年委員会委員・ジャーナリスト】

1953年生。亜細亜大学法学部卒。日本実業出版社勤務を経てフリーのジャーナリストに。放送メディアを中心に生協、教育をテーマに著述活動を展開。著書に『テレビのからくり』『PTA改造講座』など。近刊に『NHK独り勝ちの功罪』がある。現在、NPO法人放送批評懇談会常務理事・選奨事業委員長、法政大学・武蔵大学兼任講師。

第2部 パネルディスカッション

「“新時代テレビ” ～いま、制作者たちへ～」

○小田桐 司会進行を務めます小田桐です、よろしくお願いします。フリーの物書きになって31年目になります。当初は大分の5000円ニセ札事件やグリコ森永事件などの事件や生協などについて書いてたんですが、この20年ほどは放送メディアを主なテーマにしてきました。一方で、放送批評懇談会が編集する放送専門誌『GALAC』の編集長を4年ほど務め、今はテレビ、ラジオ、CM、報道活動等、4つの部門からなるギャラクシー賞の統括をする選奨事業委員長を務めています。どうぞよろしくお願いします。

さて、本日のシンポのテーマですが、「“新時代テレビ” ～いま、制作者たちへ～」としました。テレビ放送が始まって間もなく60年になります。人間でいうと還暦に向けてカウントダウンが始まるところに来ました。去年は東日本大震災、まさに世界史に残るであろう未曾有の震災がありました。また福島では深刻な原発事故が発生しました。政府は冷温停止を達成したとして収束宣言しましたが、継続的にトラブルが続いております。そんな中で震災報道、原発報道について色々な議論がありましたし、批判もありました。

NHK、民放各局は報道特番体制をとりましたが、こんな時だからこそドラマとかアニメであるとかバラエティ、通常の番組を見たいという声もBPOにいただきました。また、去年はご存じのように被災地の3県を除いて完全デジタル化が始まりました。放送のデジタル・多チャンネル化だけではなくて、通信のブロードバンド化、通信と放送の融合なども進んでいます。そんな新しい時代のテレビ番組はどうあるべきか、現状とこれまでの歴史を踏まえながら、制作者や批評家の方々に、今後のあるべき姿、課題を議論していただきたいと思います。それでは本日のパネリストの皆さんをご紹介します。



演出家の杉田成道さんです。

○杉田 よろしくお願ひします。

○小田桐 私が紹介するまでもなく、テレビドラマ『北の国から』のシリーズなどで演出を担当、また映画『優駿』の監督を務められました。まず杉田さん、先ほどの調査研究の発表をお聞きになって、特にどんなところが印象に残りましたか？

○杉田 だいたい想像していたのとそんなに乖離はなかったんですが、テレビといっても制作者と報道とでは、テレビに対する認識がだいぶ違いますからね。我々ドラマやバラエティの人間はどうしても個的になって、たとえば誰彼に見てほしいとか、視聴者の実像というものが具体的な像になることが多い。というのは、あいまいな像だと、視聴者のリアクションが想像できないものですから。何人かの人間の具体像を頭に描きながら演出することが多いもので、そういう意味では、いわゆる調査というものになじまない感じが演出する側にはあります。

○小田桐 ありがとうございます。続きましてテレビコラムニストの桧山珠美さんです。桧山さんは辛口のテレビ批評で知られていますが、実は1日24時間のうち15時間はテレビを見ている日もあるという、大のテレビ好きでいらっしゃいます。歩数計を付けて、1日50歩ほどしか歩かないという日もあるほどテレビにかじりついている桧山さんですが、先ほどの調査研究の発表をお聞きになって、特にどんなことを思われましたでしょうか？

○桧山 桧山です、よろしくお願ひいたします。制作者と視聴者の認識のギャップがあるということが数字に表れていて、とても面白かったです。特に、私が日頃からテレビについて感じているようなことを多くの視聴者も思っているということがわかって、興味深い内容でした。

○小田桐 ありがとうございます。続きまして評論家の宇野常寛さんです。宇野さんは批評誌『PLANETS』の編集長で、するどい社会批評、評論活動をされていますが、テレビとのかかわりでは、討論番組にもよく出ておられますし、またテレビに関する批評を読みますと、アニメにも非常に詳しい方でいらっしゃいます。宇野さんは先ほどの調査研究の発表はどうお聞きになりましたか？

○宇野 統計って面白いですね。これはテレビの制作者の皆さんに、意識的に回答してもらったものですね。つまり、人々の自意識を集約している。けれど、こうして数字を眺めると、実は回答者たちがぼんやりと共有している無意識が読めてくる。僕の本業は一応、文芸評論家なんですけど、文芸評論家って要は作品の無意識を読む仕事

なんですよね。そうすると、さっきの第1部の報告から、テレビの現場にいらっしゃる皆さんの無意識が読めるような気がするんです。それを一言で言うと、「危機感はあるけど、でもどうしていいかわからない」という、そんなメッセージをね、僕は個人的にすごく感じました。

たとえば、テレビ局の人たちは自分たちが作っている番組の質が下がったとはあんまり思っていない。けれど、その一方でテレビの影響力は超下がっている、と感じている。そんなデータがありましたよね。あれなんかがまさに「なんかこのままじゃヤバイんじゃないの、でもどうしたらいいんだろう」という、そんな無意識の叫びに僕には聞こえるんです。だから一テレビファンとして今日は皆さんと一緒に、「じゃあどうしたらいいのか」ということを考えていけたらと思うのです。

○小田桐 ありがとうございます。そして青少年委員会委員長の汐見稔幸さんにも加わっていただきます。私の進行が不慣れでダッチロール状態に陥った時は、汐見さんにSOSを出そうかなと思っております。主催者側として一言お願いします。

○汐見 皆さん、テレビのある意味で専門家ということで、私は全く専門分野の異なる人間ですので、噛みあった話ができるかどうかちょっと心配してます。先ほどのアンケート調査を聞いていて、私は最初のところでちょっと思考が止まった状態なんですよね。まず、テレビの仕事を意識し始めた時期が、20代の制作者だけがかかなり違ってるということ。それから何がテレビの仕事をやりたい動機になったか、そのジャンルを聞いたら、20代だけはダントツにバラエティ系で、他の年代とかなり質的な差があるデータが出ていましたよね。これは何なんだろうということを考えてしまって、思考がストップしてしまってるような状態なんです。

後でまた言いますが、私自身は「テレビとは何か」というようなテーマは、あんまり視野を狭くしても何もわからないと思って、いつも大きな文明史の流れの中で考えるようにしているんです。たとえば江戸時代までは、庶民が楽しむ一番の場所はお寺だったんですよね。寺には3つの役割があって、一つは情報をもらう「学び」です。講和だとか、寺子屋なんかも、学びのひとつですよね。もう一つは、お葬式や行事などの「癒し」です。それからもう一つは、縁日だとかの「楽しみ」ですよね。働く以外他に楽しみがなかった時代の庶民というのは、お寺というところを舞台にして楽しんだ。この学びと癒しと楽しみ、これが庶民にとってお寺の役割だったと思うんです。

実は、テレビのジャンルが、この3つに対応してると思ってるのです。学びというのは、報道、教養系、ドキュメンタリー系。みんな生きていく時の知恵とか情報がほし

いわけですね。これはテレビが提供する学びの機能です。ドラマ系は結局自分の人生の無意識のところをえぐり出しながら、生きるってことの意味をいろいろ考えさせる番組ですね。これは生きることをある意味じゃ輝かせたいとか鎮めたいって思いがあるから共鳴されるわけで、これは癒し系です。それからもう一つは楽しみ系。時には番組自体がどんちゃん騒ぎして、見ている者も発散する。これはバラエティ系ですね。

人間はこの3つを必要としてきたのだと思うんです。問題はその3つの中味とバランスみたいなものが、時代時代によって変わってくるということですね。そのバランスの取り方に時代が反映するというか、そういう見方ができるんじゃないかと思ってるんです。そうすると、どうも今の20代の人、この世代がバラエティ系をものすごく求めているというのは何なんだろうと、考える訳です。バランスの取り方が僕らの世代ともかなり違ってきている。そういう意味では、僕は、若者は時代をものすごく読んでるっていう感じがしたので、これをどう考えればいいのかと、ちょっとそこで思考停止してしまっただけですけども、また後で皆さんの意見をもらいたいなと思って聞いていました。

○小田桐 先ほどの報告にもありましたが、今、汐見さんがおっしゃったように、若い制作者は小中学生の時にバラエティ番組に接していて、あんなバラエティを作りたい、テレビ局に入って制作者になりたいと思考したのが非常に特徴的だったんですが、ドラマも結構皆さん具体的にいくつかの番組を挙げてるんですね。その癒しの場である、鎮める場であるテレビドラマについてまず皆さんと考えていきたいと思います。

最近のドラマの傾向といいますと、オリジナル原作が少ない、内容が似たようなものが多い、アイドル系俳優が入れ替わり立ち替わり各局で主役を張っているといった批判が多いわけですが、その一方で制作費がかかる時代劇はどんどんタイムテーブルから消えています。また、かつてはローカル局も結構全国に向けてドラマを発信していたんですけれども、そういう機会も少なくなりました。そんな中でパネリストの皆さんは、ドラマに関してどんなふうに認識されてるのかというあたりからお話をお聞きしたいと

思います。まず制作者の立場から、「時代劇専門チャンネル」を運営する会社の社長も務めておられる杉田さんをお願いします。

○杉田 最近のテレビはあまり見ていないので、ちょっと言えないんですけども、先ほど汐見先生もおっしゃったように、テレビというのは私は箱だと思ってるんです。あらゆるものを雑ぱくに何でも映すのがテレビで、だからどれが良いということ言いにくい。通常だと「こっちのほうが良い、悪い」という



評価の基準ができるんですが、悪も善もごた混ぜになっていて、それが全部提出されるのが、どうやらテレビのような感じがしてるんです。

その中でドラマに関してテレビの歴史を振り返ると、僕が入った頃はまだ白黒の時代だったんですけども、それはほとんどスタジオドラマだったんです。カメラが小型化されたのがちょうど『北の国から』に入るちょっと前だったんですが、そこから劇的にドラマの作り方は変わりました。むしろ、今は映画的な作り方になってきていますね。

カメラが外に出ることによって、必ずリハーサルをやっていたいわゆる芝居中心のテレビドラマが、むしろ映像中心というか物語、ストーリー性の展開中心に変わっていったわけです。それからさらに30年たって、ちょうど今、端境期に来ているのではないかな。ネットが出てきたり、テレビカメラが極端に小型化したり、いわば情報としてのテレビドラマみたいなものが急激に入って来て、制作者は今、おっしゃるように混沌としていて、出口がどこか見つからないような状態だと思います。いずれにしろ、何年か、5年かかるか10年かかるかわかりませんが、たぶん次なる表現手段が出て来るんじゃないのかなという、そういう山場のちょうど谷に今かかっているかもしれないというふうに、なんとなく思っております。

もう我々は老年に近いですから、今の民放のテレビはほとんど見ないですね。見ても10分で面白くななくなっちゃう。限られた人が作った限られたものしか見ないというふうになってきていますが、どうなんでしょうね。やや限界じゃないかなという感じはしますね。そういう時には必ず次なる突破口が出てくるんじゃないかと、期待をしておりますけど。

○小田桐 今、杉田さんおっしゃったカメラが外に出るということでいうと、杉田さんが演出された『北の国から』はある種象徴的なドラマの一つだと思うんです。役者の演技よりも、キタキツネはそれこそいつ出て来るかわからないので、次のシーンを撮るよりも出て来たキタキツネを撮ることを優先して、ずいぶん制作時間がかかったという話も聞いています。その80年代について宇野さんは、いわゆる80年代から90年代前半までのそういう成功体験が強すぎて、それ以降の制作者たちが現状維持といいますか、歩みを止めて、留まってしまったとおっしゃってますけど、最近のテレビドラマについてはどうご覧になっていますか？

○宇野 そうですね。僕はテレビドラマがものすごく好きで、改編期に新番組が始まると第1話はほぼすべての番組を録画して見るんです。そして、つまらないものから録画の継続を「切って」いくんですよ。そうやって見てるんですけど、はっきり言うと、僕

は現在のテレビドラマは極めて質的な差が激しいと思っています。「視聴者をなめているドラマ」と「なめていないドラマ」の差が明らかなんです。

たとえば今、テレビアニメはツイッターなどソーシャルメディアの実況がいかに盛り上がるのかというのがとても大きなポイントだと思うんです。テレビは同期型のメディアなので、これは当然のことです。だから優れたテレビアニメは、よくこの特性を意識して演出してある。しかしこの程度のことをきちんと考えているドラマは、ほとんどないんじゃないでしょうか。



中でも僕が本当にあきれたのが、ちょっと前にツイッターをテーマにしたテレビドラマってのがありましたね、某局で。あれは本当にひどくて、ツイッターとブログの描写レベルでの差が全くないんですよ。ツイッターをテーマにしたドラマのはずなのに、まずツイッターが何かを作ってる人々がまったくわかってない。もちろん、ツイッターを使ってどう番組を盛り上げたらいいかもわかっていない。メディアの現場にいたんだら、もう少し視聴者が置かれている情報環境というものについて真面目に考えるべきだと思います。

たまたまネットの例が続きますけど、少し前にすごく好きなドラマがあったんですね。僕は毎週楽しみにして見ていたんだけど、第3話とかで、いきなり15年ぐらい前の引きこもり少年のイメージとかが出てくるわけですよ。ネット漬けで、ハンドルネームでしか友達と呼び合えなくて、彼は心の闇を抱えてるんだ、みたいな(笑)。「おい、ちょっと待てよ」って思いますよね。頼むからもう少し取材して勉強してくれ、いったいいつの時代の「引きこもり」だ、って思っちゃうんですよ。ソーシャルメディア以降、バーチャルな空間に閉じたインターネットを探すほうが難しい。少し関連本を読めば、あるいは2時間ぐらいグーグルで調べれば、現代的な「引きこもり」のイメージもつかめるしインターネットの描写も更新できるはずなんです。頼むから視聴者を馬鹿にしないでちゃんと調べてほしいんですよ。

このような例はもう無限にあって、たとえばいつかNHKとフジテレビで「婚活」をテーマにしたドラマが同じクールにかぶったことがあったんですね。その時に片方は大手タレント事務所の主演俳優の接待みたいな脚本になっていて、ほとんど作品の体をなしていないんです。「婚活」がテーマなのに主人公の親は自営業で、人情下町的な昔ながらの商店街の人間関係の中で生きている。これって、なんで今「婚活」がキーワード

になっているのかということに全然考えてないんですよ。少し調べたらいくらでもその社会的背景が出てくるはずなんです。労働環境の変化なり、地域社会の空洞化なり、いくらでも出てくる。しかもこのドラマ、主人公の実家がトンカツ屋なんですよ。つまり「婚活」と「トンカツ」をかけている。もうダジャレなんですよ。

それに対して、同じクールにやっていたもう一つのドラマはその辺きちんと調べていて、一定のリアリティがあった。地味なドラマだったけども僕はすごく良くできていたと思うんですね。

はっきり言って今のテレビ局には「テレビドラマだから、もうこの程度のリアリティでいいだろう」という甘えがあると思いますよ。でも、それは思い上がりです。「とりあえず有名タレントが出て、ちょっと泣けるエピソードがあって、主題歌ががらがんクライマックスにかかればいいだろう」みたいなテンプレートで作っている安直なドラマと、硬直化している制度の中でもちゃんとやろうという良心的な作品とに分かれてると思うんです。

たとえば漫画原作のドラマが増えて、企画として安直なんじゃないかという批判がずっとある。実際、安直な作品も多い。けれどその一方で、たとえば日本テレビの同じプロデューサーがやってるんだと思いますけど、『銭ゲバ』とか、この前の『妖怪人間ベム』とか、ああいった漫画原作ブームを逆手に取ったユニークな企画もあったりする。たぶん、この作品たちで展開されたユニークなシナリオや映像表現は、漫画原作だからこそ企画のレベルでも表現のレベルでも可能になっているものはずですよ。こうした制約を逆手に取ったユニークなスタンドプレーが所々で目立つ一方で、「婚活とトンカツ」のような安直極まりない世界との二極分解がテレビドラマの現状じゃないでしょうか。

そして結局、人間の総合的な印象は、悪いほうに引っ張られるんですよ。だから総合的にはテレビドラマというのは、見ている人間を馬鹿にしているジャンルなんだという意識はわりと強いと思いますよ。僕ドラマ好きなんで無限にしゃべってしまいそうなので、このへんで一応切っときますけど。

○小田桐 ツイッターで実況しながら視聴者は見てるんだというお話されてましたけど、きっと桧山さんはそういうことじゃなくて、非常にアナログ的な見方をされてるんじゃないかなと思います。桧山さんは、最近のドラマの傾向を見ていると、今宇野さんがおっしゃったような、同じようなテーマがかぶる時ってありますよね、NHKと他局、民放同士。そのあたりも含めてどう感じてますか。

○**松山** 先ほど杉田さんがおっしゃった“テレビは箱”という言葉をお借りすると、私は“テレビはびっくり箱、あるいはお楽しみ箱”だと思って見えています。どんなふうに驚かせてくれるか、わくわくさせてくれるかということを期待してテレビを見えています。たとえば連続ドラマの場合、すべての第1話を見るのはもちろんですが、これはダメだと思ったものも、ダメなりに何かやってくれるんじゃないかと最後の最後までおつき



合いさせていただきます。テレビ60年の歴史の中であらゆるパターンは出尽くしていると思います。恋愛ドラマだったら突き詰めれば出会ってくっついて別れるかハッピーエンドか、それに味付けを変えてさも新しいもののように見せる。そこが制作者の腕の見せどころなわけです。視聴者もそれをわかったうえで、どんなふうに騙してくれるのかというのを期待して見ているわけですが、それがさっきの宇野さんのトンカツ・婚活じゃないですけども、とんでもない駄作だったり、安直な作りだったりすると、本当にアタマにきます。もっと気合いを入れて騙してくれよ、と思うわけです。

『家政婦のミタ』が40パーセント取れば、じゃあ家族モノだ、絆だ、って言って、次のドラマはファミリーものがやたら増えるというようなものは視聴者のニーズに応えているようであり、2匹目のどじょう狙いでしかない。そういう安直な発想はいただけない。その一方で、『家政婦のミタ』がヒットしたことで、テレビ朝日がお正月に元祖“家政婦のミタ”はこれだと、市原悦子さんの『家政婦は見た!』という昔のドラマを流したり、フジテレビが『SMAP×SMAP』のコントで三田佳子さんを使って「家政婦のミタさん」というパロディーをやるというような現象はいかにもテレビ的というか……。多くの視聴者に見てもらえるドラマを作れば、そこからテレビ全体が活気づき、新聞や週刊誌を巻き込んで一種の社会現象になるというような出来事が久々に起きたことは、テレビ好きとしては嬉しいことです。

○**小田桐** 『家政婦のミタ』が最終回40パーセントを超えたということで話題になり、コマーシャルの時間も含めて、いわゆる業界用語で言う専念視聴をしてる視聴者が多かったドラマとして評判なんですけれども、杉田さんは『家政婦のミタ』はご覧になりましたか？

○**杉田** 10分ぐらい見ました。思ったのは、日本テレビはすごいということです。フジテレビならこんな企画絶対通らないと思いました。何故かっていったら、どう見てもテレビ朝日のパクリじゃないかという企画、それを恥ずかしげもなくやるのは、だいたい

企画書の段階でばかばかしいって言われるはずですよ。でもそれだけ日本テレビの勢いがあるということと、それをさらにまたフジテレビがパロディーにするなら、まさにそれがテレビだという感じがするんで、そういう意味ではテレビってそういうもんだって思うんですけども。

私の感じでは、テレビというのは“組織としてのテレビ”と、それから“表現としてのテレビ”があると思うんです。組織も表現も両方とも視聴率がほしいんです、1パーセントでも。私どもも何より気になるのが視聴率です。これで廊下を歩けるか歩けないかがもうはっきりしますから（笑）。けども組織側から要求された視聴率になんとか応えようとする、と、どんどん類型的になっていくんです。それが個人の表現としての視聴率というか、とにかく自分にとって面白いもの、俺が面白きゃいいんだと思う傲慢さがあると。先ほど宇野さんがおっしゃった『妖怪人間ベム』なんて子どもと一緒に見てましたけども、面白いですね。要するになんかやってやろうという意識が、もう見え見えに向こう側にあって、そのことが、見てると我々に向かって何か物を投げられてるという感じがするんです、個人的にね。そうするとそういうものが、あるエネルギーを持ってくるんですね。画面にエネルギーがないと、バラエティも一緒ですけども、面白くないんです。

それが、画面が編成のほうを向いて視聴者を向いてないと、漠然とした視聴者じゃなくて見てる人間個人にもものを投げてないとなると、なんとなく見る側も引き込まれないんだなという感じは受けております。一般的に見ると、そのぐらいテレビというのは成熟してきたと思うわけです。その結果、逆にいろんな人の“OKのハンコ”が要るようになってきている。そうすると、ハンコが多ければ多いほどものは面白くなくなっていくという、こういうアンビバレンツなものができるのかなという感じがしているんです。

○小田桐 より多くの方が「それでいこう！賛成賛成」と声を張り上げると、どうしても均一化するということなんだと思いますけど、宇野さんは『家政婦のミタ』はコンセプトとかフォーマットが良かったから、それなりによく見られたというようなこともおっしゃってましたが。

○宇野 『家政婦のミタ』のポイントは、やはりミタというキャラクターの成功だと思います。松嶋菜々子さん演じるロボットのような無表情の家政婦が、雇い主に言われたことはなんでもやってくれる。毎回、物語の流れでどんどんエスカレートした要求をされるようになって、それをミタさんが本当に次々と、非常識なことや反社会的なことまでやってしまう。この面白さが大きかった。このミタというキャラクターは、先ほどの

言葉でいうともものすごく「実況」向けです。つまりコミュニケーションの「ネタ」になりやすい。物語から半ば独立して消費される要素として、うまく機能していたと思います。

その一方で、『家政婦のミタ』は物語自体の力もそれなりに強かったのではないかと思います。割と色々な人が指摘していて、よく言われるのは震災の寓話であるという解釈ですね。物語が始まった時、お母さんは既に川でおぼれて死んでしまっている。そしてそのせいで壊れてしまった家族たちがいる。そこにお母さんの代わりとしてやってきた家政婦のミタさんも、やはり過去に遭遇した事件のせいで心が壊れている。これは震災後の日本社会の比喻だというわけですね。そして家族の再生の物語が望まれているのだと。何か直接的じゃないけれど、すごく日本人が心の中で見たいと思っていたものを見せてしまったところはあると思いますね。

つまり、テレビという同期型のメディアの特性にマッチしたキャラクターと、大衆の無意識の欲望に訴えるしっかりした物語性が共存している。これが可能なのが、テレビドラマの武器だと思うんですよ。まず、あの45分×10話分の長くて無駄に使える時間があるから、こんなにいっぱい要素が詰め込めるわけだし、映画みたいに統一感がなくてもいいから、こんなバラバラな要素が同時に詰め込める。なので結果的にかもしれないけれど、『家政婦のミタ』ってすごくテレビドラマの今の枠の制約を逆手に取って、今テレビドラマにできることというのをちゃんと追求した作品なのかなと思うんですよ。

だからたとえばこの「枠の問題」は、もっと真剣に考えてもいいと思うんですよ。たとえば僕はテレビアニメが大好きなんですけど、アニメってほんとにここ2、30年で、ものすごく枠や放映形態が変わってるんですよ。1回30分という尺は変わってないんだけど、ただ放送の時間帯が夕方になったり夜になったり朝になったり深夜になったりとかかなり多様化している。そこには当然、内容や視聴者層、裏側のお金の集め方の多様化がある。

ところが、楽屋でもさっきそんな話になったんですが、テレビドラマのほうはもうトレンドードラマの頃から、つまり80年代末から何も変わってないんですよ。もうずっとゴールデンタイムに全10話というフォーマットでやってきている。ところがこれだけ視聴環境も多様化していて、価値観も多様化しているのに、そして隣接ジャンルのアニメがソフトビジネスとも結びついてこれだけそれに合わせるべくいろいろ変化しているのに、ドラマは何も変わっていない。それで斜陽にならないほうが、おかしいんですよ。

○小田桐 松山さんは『家政婦のミタ』は最後まで見たんですか？

○松山 もちろん最後まで見ました。私も宇野さんの意見と同じで枠の問題もそうですが、たとえばテレビドラマが1クールで終わるとか、1話は60分だとかそういう当たり前だと思っていることを変えてもいいんじゃないかと思います。たとえば、今、韓国ドラマがすごく人気ですが、韓国ドラマというのは1話が75分で長いんです。もちろん日本で放送する際は60分になるわけですが、なかにはカットされた部分を見たいからとDVDでもう一度見るファンも多いそうです。そういう人たちの意見を聞くと、韓国ドラマは日本のドラマと違って長いから、人物描写や心理描写も詳細でそこが面白いそうです。だとすれば、日本のドラマも必ずしも1話60分、1クールで完結する必要はないと思います。

またバラエティの話になりますが、NHKで先月『おやすみ日本・眠いいね！』という番組を放送していたんです。これはどういう内容かということ、終了時間を決めずに、視聴者が眠くなるまで放送を続けますよということで、ネットと連動し、視聴者が眠くなると「眠いいね！ボタン」というのをクリックし、それが25万件になると番組が終了するということなんです。そういうのってちょっとわくわくするじゃないですか。いつ終わるのか、ということも含めて。

テレビの面白さって、そういうものだと思います。私が子どもの頃、ドラマの生放送なんかもあったんですね。『寺内貫太郎一家』とか『ムー一族』とかで、今日は生でやりますって。その時のワクワク感、セリフを忘れるんじゃないかとか、なんかハプニングが起きるんじゃないかという、リアルタイムで絶対に見なきゃっていう気持ちにさせられるドラマだったんですね。ところが、今のドラマって、リアルタイムで見ようという気がなかなか起きないのが残念だったんですが、今回『家政婦のミタ』は話題性も手伝って、リアルタイムで、今見なきゃと多くの人に思わせたのが成功の一因ではなかったかと思います。

○小田桐 先ほど汐見さんは癒しの場、心を鎮めるといいますか、穏やかにするというのはドラマの役割だと強調されました。よくご覧になるドラマがあるとか、最近の傾向についてどう感じていますか。

○汐見 ちょっとだけ話変えていいですか？ 若い人がね、前のデジタルネイティブ調査で、ツイッターでお互いに情報交換して見ながら参加してるというのが、新しいスタイルだということ、これはもうアナログの見方とだいぶ変わってきてるという結果が出ましたよね。

あの時からこういう見方って何だろうと考えているんですが、小林秀雄という評論家いたでしょ。彼の話聞きに行った時に、こんな話をしたわけです。文士劇というのがあるでしょう、作家たちがよくやるね。彼らが毎年1回文士劇をやるんだけど、ある時、非常にシリアスな場面をシリアスに演じたら、会場から爆笑がわくんですね。やり直しても。それでね、結局こっちは真面目にやろうとするところでドッと笑われるから、演技が先に進まなくなっちゃったというのです。その時に初めてわかったというんですね、演技というのは俺たちがやってるんじゃないんだって。演技というのは、やってる人間を見ている人間が一緒になって作ってるんだって。こっちがマジにやってる時に、それをそうだと受け止めないで、逆の反応してくれると進められなくなってしまいます。演劇というのは、実はこういう会場に観衆がいて、舞台上俳優たちがやってということじゃないですか。その時に見てる人はどういう役割を果たしてるのかということと一緒に作ってるんですよ。僕は、学校の授業なんかもそうだと思ってるんです。だから、その参加感、臨場感ってほとんど無意識でやってるんだけど、それがあるからわざわざ劇場に行くんですよ。



ツイッターで参加しようというのは、そういう欲求と関係がある。単にテレビという箱の前で疲れて横になって見てるだけなら、つまらんもの見たらだんだん見なくなりますよね。面白いんだったら、現代風の参加というのをやらないと、参加していてももったいないとか、あるいは見てる時間をもったいないという、そういう若者の感覚で、視聴者と演技者との関係の現代風な取り戻しみたいなのを感じたんです。

ブレヒトがね、演劇やっていて、最後はやっぱり視聴者のほうに飛び込んでいく、見てる人が構成者になっていくといふとこまでいくじゃないですか。今のテレビドラマを作ってる人たちは、視聴者がある種の参加者であるといふのかな、一緒になって作っていくんだというような感覚みたいなのをどう思って作ってるのかというあたりが、やっぱり気になるんですよ。そこまで想定して作っているのか、そこまで本気なのかというか。

韓流ドラマというのはね、ある意味バカバカしいんですよ、中身やストーリーが。すごく単純なんです。どちらかというとギリシャ悲劇に似ているといふのかな。善玉悪玉みたいなのがあって、それで1回のストーリーが長いんだけど話の進め方はある意味シンプルなんです。純愛ものみたいなのが必要出て来て、現実にはあんまりないよう

な王様と庶民の出会いが必ず出てきて。だけど、ある種のドラマツルギーというのが非常にはっきりしてるわけですよ。運命論的な。だから長くやっても、ハラハラドキドキの連続で何とか見られる。それはそれでね、よく見たら穴だらけですよ。バッグを持って入って来たのに、帰る時はバッグを持ってないとかね、そういうのがあるぐらい、いっぱい穴があるんだけど、何か見させるんですよ。

ただ、扱ってるテーマが参加したくなる、そこに参加したくなるテーマであって、ドラマ作りがしっかりしてれば、僕も見ると思っててね。だから、そういう意味で日本のテレビドラマの制作者たちは、すごく迷ってるんじゃないかなという感じがしますね。2つに1つなんです。ほんとにドラマ作りがしっかりしてるような作品を作るか、ほんとに参加したくなるようなドラマを作るかというかな。どちらにしても、そのへんに迷いがあるような気がしますね。

○小田桐 視聴者参加という視点でいいますと、今もバラエティ番組のお家芸といえますか、演出なり制作の手法として、視聴者を参加させるやり方があります。次はバラエティ番組について皆さんの話をお聞きしたいと思います。これもドラマと似てるというんでしょうか、ヒナ壇に同じお笑いタレントが役割分担をしながら並んでいて、一つ番組が当たると、他局も柳の下にどじょうが2匹どころか3匹も4匹もいるみたいな形で同じような番組を作りだしたり、演出も似たりよったりという印象があるんです。バラエティ番組については、皆さんどんな見方をされているんでしょうか。これは宇野さんからお願いします。

○宇野 そうですね、僕はドラマに対する愛情が10だとすると、バラエティに対する愛情ってたぶん1ぐらいなんです(笑)。だからその上で、ゆるいゆるいバラエティ視聴者の意見としてお聞きいただきたいと思います。

前の10年に“お笑い”がどういう変化を遂げたかを一言で言うと、「ゲーム化」だと思っただけですよ。例えば『M1』にせよ『アメトーーク』にせよ『レッドカーペット』にせよ、個性的なルールをもった「ゲーム」だと思っただけです。それを若手芸人がプレイする。彼らには松本人志やとんねるずのようなカリスマ性や物語性はないかもしれないけれど、個性的なルールをもったゲームをプレイするとポテンシャルが引き出されていく。

この時に“面白さ”は何が生んでるかという、半分は彼ら若手芸人たちが持っていた潜在力かもしれないけれど、残り半分はゲームのルールなんですよ、つまり番組の仕組み。これは予算の関係をはじめとしたいろんな理由からやむをえず選んだものかもし

れないけれど、結果的にそうなっていることが、視聴者の支持を集めていることが重要
です。

ところが、その後がなかなか見えない。『M1』も気がついたら終わってしまいました
たしね。かと言って以前のように時代を代表するカリスマ、“お笑い”のビックネーム
が新しく出てくる気配もない。ポスト松本人志っていないじゃないですか、なんだかん
だ言って。もうビックネームが出てこない時代に対応したのが、今述べた「ゲーム化」
だったとも言えます。

このままゲーム化、つまり大きなシステムと小さな無数のプレーヤーたちでやってい
くにしても、その中で具体的にどう展開するのかわからない。

で、僕の考えで言うと、『M1』の物足りなさってやっぱり「参加できない」ことな
んですよね。最終審査に参加できないことが弱点なんです。インターネット以降のコン
テンツは、基本的に参加する快樂が伴っていないと厳しい。

例えば、AKB48は徹底的に「参加できる」ものだと思うんです。AKB48も一つの
大きな「ゲーム」ですね。総選挙、握手会、グーグルプラスなどの個性的なゲームを前
田敦子や大島優子といったプレイヤーたちがプレイすると、彼女たちのポテンシャルが
引き出されていく。ここまでは『M1』と同じ。しかし、総選挙も、握手会も、グーグ
ルプラスもAKB48というゲームにはユーザーがアイドル本人と一緒に「参加」できる
んです。ユーザーと一緒に総選挙を戦い、握手会の列に並ぶことで支持表明することで、
アイドルたちと一緒にゲームに参加する。

もう少し詳しく言うと、たとえば12位と13位でメディア選抜に入れるか入れないかとい
う、結構その女の子の人生を左右するようなそれぐらい大きな差なんですけど、それ
が今くらいの規模だと200票差だったりすることも考えられるわけですよ。で、どこか
のバカな奴が20万円とかボーナス注ぎ込んだら逆転できるわけですね。これって簡単に
人を没入させる仕組みだと思うんですよ。

だからたとえば『M1』のような番組も、観ている人間と一緒にゲームに参加できる
ようにすることで次の段階に進まないといけない。AKB48に限らず、インターネット
以降のメディア環境に慣れてしまった人々は、ただ情報を受け取るだけの快樂ではもう
飽き足らなくなっている。だって、もうインターネットという「誰もが発信できる
メディア」の快樂を知ってしまった後なんですからね。

だからメディアというのは、もう一部の東京のマスコミの人たちが全国にバラまく装
置じゃないんです。もう自分でも発信できるというのが前提なんです。誰もがメディ

アなんです。だって今の高校生とか、生まれた時から携帯電話があるんだからね。そう
なってしまった時に、「これが面白いんだ」というものを一部のマスコミ業界人が押し
つけるということが通用するとは思わないほうがいいですね。

特にバラエティの受容には、一番こうした変化が顕著に出てくると思っています。も
っと大胆に双方向のコミュニケーションをどう取り入れるかということ、僕は真剣に
考えるべきだと思うんですね。まあNHKでも双方向クイズってやってましたしね、チ
ョボチョコボ取り入れたりはしているらしいんですけど。

こうした新しい快樂を取り入れていかないといけない。もうちょっとユーザーの参加
というのを前提に物事を考えていかないと、バラエティに限らずいろんなものが成り立
たなくなるんじゃないかなと思います。特に非物語系であるところのバラエティとか報
道というのは、常にネットワーク環境に視聴者がいて、彼らの反応を何らかのかたちで
取り込んでいくことが前提になっていくでしょうね。

○小田桐 なるほどね。投票ということかというと、NHKの『爆笑オンエアバトル』の
役割は非常に大きかったような印象を持っているんですが、楢山さんはどうですか、バ
ラエティ番組について。

○楢山 私はバラエティは好きでよく見ていますが、たとえば地デジ化以降、地上波に
加えてBSも見られるようになり、テレビのチャンネルが増えるということですのでごく期
待していたんですが……。チャンネルは増えたんだけど、どこの局も同じような内容で、
食べ放題の焼肉屋みたいといいますか、味付けが全部一緒ですぐに飽きちゃう。チャン
ネルは増えたけど、得したんだか損したんだかという感じですね。出演者も一緒、内容
も一緒。局の個性がない。BSも通販か女優さんの旅番組か美術館めぐりばかりで、い
つ見てもベネチアでゴンドラに乗っているようなイメージ。おそらく多くの視聴者もそ
う感じているんじゃないかと思います。それって凄く損だと思います。本当は個々に工
夫している番組もあるのに、テレビは同じことばかりやっているって思われる。個別
に見ると違いはあるんですけども、やっぱり全体の雰囲気として、なんかいつも戦場
カメラマンだ、マツコ・デラックスだとか、同じ人ばかり出てくる。

一つ例を挙げれば、テレビ朝日の番組で工場見学みたいなことをやり出して、それを
最初に見た時は「あ、こういう手があったか」と思ったんですね。スナック菓子ができ
る工程とか、コンビニのお弁当のできるまでとか、企業とタイアップしているわけでは
ないだろうけど、しっかり企業の宣伝になる。それを気づかせないように見せる、新し
い企画だと思って楽しんで見ていたのですが……。しばらくすると、どこのチャンネル

も似たような工場見学モノをやり出して、なんかもう、テレビが工場見学だらけで、「視聴覚室」みたいになっている。

ここで魚が釣れるからといってみんなが同じところに寄ってくるのではなく、自分たちの力で別の場所を開拓する、そんな作り手の矜持が欲しいですね。よその番組で当たったものをそっくりいただくという発想はやめてもらいたいと、切に願います。

○小田桐 先ほどAKB48の話が出ましたが、杉田さん、最近その彼女たちと共演したんですね。『北の国から』がドラマの80年代の象徴とすれば、バラエティでは『オレたちひょうきん族』がありました。最近どれだけバラエティをご覧になってるかわかりませんが、そのAKB48の印象でもいいですが、バラエティ番組についてはいかがですか（笑）。

○杉田 AKB48のビデオクリップをこの前撮ったばかりなんですが、おっしゃるように、今19時から21時はもうほとんどバラエティです。そしてどう見ても企画が似ていますし、ところどころ見るだけですけれども、基本的には自滅の傾向にあると言わざるをえないですね。そんなに際立ったものがあるとは思えない。で、アニメがテレビから姿を消して、時代劇が消えて、ほとんどバラエティになったわけです。

それは一つは簡単に言うと、テレビ局の広告収入が落ちてきた結果、制作費が全体的に落ちてきたわけです。そこで、視聴率をどうしても取っていかなくちゃいけないということ。先ほど宇野さんが言ったような、まさに枠が固定化されてくるというのはそのとおりだと思いますけれども、ある種の恐れがあって冒険できなくなっている。それは、新しいものを作ると、コケた場合に即営業成績に結びついて、会社の存立にかかってくるというようなこともあって、がんじがらめで組織が縛られているといってもいいかと思います。

広告収入がどんどん入ってきた時はどんぶり勘定で、「ドンドン行け」というのがあったんです。ドラマでも同じように、23時台に実験的なドラマができて、たとえば『SP』はそんな中で出てきたわけですが、そういうものができにくくなってきた。基本的には、21時、22時のできるだけ安定したもの、というふうになってきている。そういう歯車が固定化して回っている、という感じがしています。おっしゃるように、枠をどういうふうに自由化して、その中からライブなものを作っていくという感覚がテレビ側にないと、なかなかこの状況を打破できないと思っています。

もちろん、インターネットとのクロスはこれからどのみち出てこざるを得ないわけですが、基本的にはテレビはマス・コミュニケーションなので、その「マス」ということ

を考えると、インターネットとクロスすればするほどコミュニケーションが小さくなってバラつきますから、その時に、どのようにしてそれを統合してマスにしていくかという発想法が必要になってくるわけです。そういうもう一つの表現方法というか自由な表現方法というのをやっていかないと、ジリジリ沈む泥の船に乗ってるという感じはしないでもないですね。

○小田桐 似たようなものを作ってコケるよりも、「どうせコケるなら」とは思うんですけど。

○杉田 あいだ（間）が怖いということです。たとえば10%が4%にでもなったらとんでもないことになるという、全体の視聴率を押し下げるという怖さですね。そうすると9、10%は取れるかもわかんないが、まあ9、10%でもそのくらいのほうがまだいいという保守的な感覚のようなものを持っている。

それから、枠を変動するという事は、テレビの歴史を見ると、かつては割とスポンサーのそれほどの抵抗はなくて、1社提供が多かったりしたのでできたのですが、今はとてもしにくい状況にありますね。

そういう意味では、生ドラマなんかどンドンやらなきゃいけないんだけど、これはディレクターがもう生ドラマに対応できない。というのは、6台のカメラを同時に見てスイッチしなきゃいけないからとか、役者がそれに対応できてないとかいろんなことがあります、なかなかしにくい。「だったら、じゃあ23時にやればいいじゃないか」というと、それはお金が要するという、こういうことかなと思います。

でも、否定的なことを言ってもしょうがない。振り子の振れ戻しがあると思うので、希望はあると思います。



○小田桐 今、視聴率の話が出ました。ラジオの場合は「聴取率」というのが避けて通れませんが、テレビは「視聴率」が広告収入、要するにお米（収益）の原資となるわけで、避けて通れないと思うんです。

先ほどの調査研究の発表で萩原先生も、非常に制作者のアンビバレンツな本音が出ているみたいなお話もされていました。「番組の評判がよくても視聴率が悪ければ悔しくなる」という制作者が84.2%いる。一方で「番組の評判が悪くても視聴率がよければいいのか」というと、そうではなくて、64.4%が「そうは思わない」と答えていて、非常に制作者としての複雑な思いが浮き彫りになりました。今、杉田さんからも視聴率のお話がありまし

たけど、視聴率については松山さんはどう考えますか？

○松山 視聴率は一つの目安としては気にしますが、その程度です。ただ先ほどの『家政婦のミタ』ではないですが、最終回40.0%という数字を見ると、こんなに見られていたのかとびっくりしました。

話がそれますが、さきほど控え室で宇野さんに今、面白いドラマは？とお訊ねしたら、「別格が『カーネーション』」とおっしゃっていたので、その話をちょっと聞きたいなと思っています。私も今、一番いいなと思っているのが『カーネーション』なのですが、私の親世代もやっぱり『カーネーション』を楽しみに見えています。一時期、NHKの朝ドラが低迷していた時期に、NHKの会長が「録画視聴されているから」とか「BSで見られているから」とかなんとか言い訳をされていたように記憶していますが、ただ結局は多くの人に見られているものは、BSで見ているようが、録画して見ているようが関係なく、視聴率がいいということが分かります。そう考えると、視聴率というのはやはりひとつの目安であることは間違いないと思います。また、自分が凄く面白いと思っている番組でも、視聴率がヒトケタだとわかると、自分は世間とズレているのかなとさみしくなるということもあります。

ちょっと話をちょっと戻して、『カーネーション』のどこがいいのか、ぜひ宇野さんに聞いてみたいのですが。

○小田桐 (笑) それどうですか。

○宇野 いや、でも僕、『カーネーション』はほんとに好きなんで、たぶんもう話すと3時間ぐらい延々と話した挙句、最終的には「渡辺あや作品の軌跡」とかについてまで延々としゃべりかねないんですよ。その意味で、ちょっと僕は今ヤバイ男になってしまっているんで、その辺りはもうちょっとオミットして、まあこのシンポジウムに関係しそうなところだけ拾っていきますね。

例えば『カーネーション』ってすごく演出が「映画的」なんですよね。具体的にはテレビドラマにしてはセリフに頼っていないんですよ。これを「映画的」と言ってしまうのは、細かく考えると安直な解釈なんですけど、ポイントは、これが「朝ドラ」の視聴者たちに許されてる、機能しているということなんですよ。

たとえば、僕が尊敬している映像作家さんが以前こんなことを言っていました。映画というものは、お客がONの状態であることを想定したメディアなんですよね。とても能動的な状態で見にくる。「俺は今から楽しんでやるぜー」と全開の状態です。それに対して、テレビというものはOFFの状態のお客さんを想定したメディアなん

だというわけです。なんとなくテレビをつけていると、気になった時にたまたま注意が向く。これね、僕は、正しい分析だと思うんですよ。でも、今や「正しかった」と言ったほうがたぶん正確ですね。

今、『カーネーション』の映画的な演出が機能しているというのは、言い替えるとテレビにしては能動的な、つまり半分ぐらいはONになってる視聴者が増えてきているということなんですよ。これ、結構重要なことだと思うんですよ。

さっきの汐見さんの小林秀雄のお話がすごく面白かったので、そこに対する応答も含めて割と出力上げてしゃべりますね。先ほど、テレビをインターネットや携帯を見ながら見ている人が増えている、という報告があったと思います。このインターネットとか携帯電話とかの技術って、基本的に人間のONとOFFの中間の状態にアプローチするものなのですよ。ちょっと抽象的な話をしてますけど、大事なことです。

映画というものは、やっぱりONの状態の人間を想定したものなんです。そしてテレビというものは、OFFの状態を想定したものなんですよ。テレビをつけっぱなしにして、たまたま注意を向ける視聴者像を強く想定している。

これって技術的に、「完全にONの状態」か「完全にOFFの状態」のどちらかにアプローチすることしか出来なかつただけなんですよ。ところがコンピュータ技術が発達してくると、今まで扱えなかった中間の状態、ONとOFFの中間の状態そのものにアプローチできるメディアが生まれてくる。その代表がインターネットです。そして人間ってよくよく考えたら、完全にONでもなければ完全にOFFでもない状態が「普通」なんです。1日24時間あったら寝てる時以外のほとんどの時間というのはこの「中間」なんですよ、ONとOFFの中間ですね。

だから完全にONが100で完全にOFFがゼロだとすると、その間で常に数値が変化している。時には60、時には40、時には30、時には55とか。この変化に細かく合わせられる技術というのが、インターネットとか携帯電話で用いられているコンピュータ技術なんですよ。

具体的に言うと、テレビゲームで80年代、90年代に発達した技術が、今、家電とか携帯電話とかインターネットにメチャメチャ応用されていて、それがあたりまえになってきているんですね。ユーザーインターフェイスなんて特にそう。

録画視聴も同じなんですよ。あれって、たぶん映画館に行くほどONじゃないけれど、テレビをつけたらたまたま見るといふほどOFFでもない、その中間の状態の視聴者が想定できる。比喩的に述べれば「30~75%くらいONの視聴者」に対応した技術がブル

ーレイ・レコーダーだったりするわけですよ。

だから20世紀までは「完全にONなもの」か「完全にOFFなもの」しか扱えなかったのが、人類の技術が進歩して中間のものを扱えるようになってきたんですね。僕は今、ちょっと抽象的なことを言っていると思うんですけど、これはすごく大事なことだと思うんです。

視聴率というのは、基本的に「OFFの状態」の人間を想定しているものです。だからテレビをつけっぱなしにしている、たまたま注意を向けただけの視聴者もカウントするようになっている。しかしもう、我々は技術的にONとOFFの中間の状態にある視聴者本来の、多様に変化するニーズに応える術をもっているわけです。それがさまざまな録画機械だったり、オンデマンド配信だったりする。この情報環境下で、視聴率なんかで番組の威力が計れるわけないんですよ。

これって、すごく抽象的な議論のように聞こえますけれど、単純にテクノロジーの問題なので、どんな視聴者をこれからのメディアというのはつかまえていけばいいのか、テレビ業界が考え直すすごく大きなきっかけになると思うんです。

今までテレビ屋さんというのは、とにかくチャンネルを合わせさせることが大事なんだと考えていたと思うんです。はっきり言ってテレビ局の人は、「人間とは基本的にOFFのものなんだ」と考えていたと思うんですが、それは技術的な制約の結果、テレビというメディアを使う上ではそう仮定するのが妥当ただただで、もうこれからはそんな必要がないんですね。

なぜかという、現在では技術的にテレビが単に完全にOFFの視聴者じゃなくて、30だけON、60だけOFF、といった視聴者にもアプローチできるからなんですよ。これはテレビ放送を通じてどうお金を儲けたいのか、どうイメージを伝えたいのか、という問題にも結びついていく。ソフトを売りたいのか、とにかくCMをその瞬間に見せたいのか、それとも録画でも構わないから番組を見せたいのか。多様な視聴者像が想定できるし、多様なアプローチが想定できる。そう思った時に、随分と古い視聴者像を想定している、つまりテレビを見ている人間は「OFF」の状態にあると考えている視聴率という基準に引っ張られるのはかなりまずい。それは単に番組の評価基準をはき違えるだけではなくて、ひいては情報の発信者としての資質すらも問われかねないくらいまずいことだと思うんです。だって、言ってみれば、これはテレビ見ている人間のことを馬鹿にしているとも解釈できる。テレビを見てる瞬間はその人がどんなに賢い人でも受動的で「OFF」の状態にあるというのが、視聴率という基準の背景をなす思想なんです

よ。

○杉田 ちょっと違うなという感じがするな。それは批評であって、制作者はそのように考えたら制作できない。それは現象の指標にするというのはわかりますけども、基本的に我々は何を作るか、誰に向かって作るかっていったらコンピュータに向かってなんか作れないわけですよ。ある人間に向かって作る以外にないわけで、それがたまたまどういう人間かということは、その人によっていろいろ違うけれども、基本的にはある個人に向かって作ってるわけです。

例えば『北の国から』は何に向かって作ってるかっていったら、倉本聰に嫌われたくないから作ってるだけだ、簡単に言えば。なんで二十何日間も寝ないで作ってるかっていったら、あらゆる視聴者に文句言われたくないんですよ（笑）、だから寝ないで作ってるんです。そういうもんですよ、だからエネルギーが要るの。

それには見る側の10倍のエネルギーをこちらが、投げる側が持たなかったら、みんな寝転がって見てるんだからチャンネル変えられるわけですよ。だからどうやって10倍のエネルギーを投げられるかということは、個人の持つ何ていうんですか、パッションとかそこを刺激する何かであって、それがあれば相手がインターネットであれ動いてくれるわけですよ。

たとえば、この前僕は『次郎長三国志』というマキノ雅弘監督の作品を私のところの日本映画専門チャンネルで流して、ニコニコ動画でジブリの鈴木敏夫さんと対談したんですね。同時にニコニコ動画で現場進行で2人でしゃべって、「あのシーンはどうですかね、こうですかね」ってやるわけです。それに対して視聴者が「なんだ、あいつら」とかなんとかいろいろ書き込むわけです。

だから、視聴者はその映画を見て、こっちの対談を見て、それで自分で送ってるわけです。で、これは“場”だなと思ったんです。面白い“場”だと。これはCSでできる。でも、これを地上波でやってもしょうがないとも思う。

地上波は何をやるかって言ったら、『次郎長三国志』自体を作ること。それは“場”を作ることではないというふうに私は思ってます。だからなんていうかな、制作者ということに限っていえば、そういうのは周りのいわゆる道具であって、我々が作るのは常にある人間に対して何のボールを投げるかという意識の問題に限るということ。これはもう単純な、先ほどおっしゃったようにギリシャ悲劇の2000年の昔からこうなんで、僕が生きてるうちはこれが今さら変わるわけではないと思います。

○宇野 いや、全然それは僕の言うことと矛盾しないと思うんですけど。僕が言ってる

のは単に、こういうテクノロジーが実現したメディアの環境があるんだから、もう視聴率という概念で番組の威力は計れないでしょうということです。

○杉田 ああ、それは。

○宇野 今、杉田さんがおっしゃったような、例えばニコニコ動画の中継も最近まではできなかったことじゃないですか。そしてそんな新しい面白さにはまっている若いユーザーもいっぱいいるわけですよ。彼らはたくさん画面にコメントをつけている。これは、「視聴率」という概念が前提にしている視聴者像よりは、随分とアクティブなわけです。

こうした新しい視聴体験というものが技術的にどんどん可能になっていって、しかもそれが日常化しているという今、果たして視聴率という基準が使いものになるのか。これは当然ならぬだろうということです。

例えばトルネというプレステ3のソフトがありますよね。ハードディスクレコーダーにありがちな面倒くさい分厚いマニュアルはこのソフトにはなくて、ほとんどゲーム感覚で誰でも簡単に番組の録画ができる。これはまさに多様な視聴態度、ONとOFFの間にある視聴者の欲望にアプローチしたソフトだと思うんです。随分と録画視聴の敷居を下げた。

そしてこのトルネでは、何人がこの番組を録画予約したかという数字を観ることができると。こういった数字のほうが、もしかしたら視聴率とは別の基準として番組の浸透力を示しているかもしれない。少なくとも、ある程度の積極性をもって「この番組が見たい」と考えた人の数を示すものとしては相応に有効だと思うんです。

もちろんプレステ3を持っている人はオタクが多いとか、年収幾らぐらいの人が多くとか、若い人が多いとかそういったバイアスは当然あるでしょうけど。これは一例ですけど、探せばこんな風にもっと多様な視聴環境に対応した具体的な数字がいくらでもあるはずなんです。だからその辺はね、もう少しビデオリサーチに頼るんじゃなくて、もっと多様な数字を見ていかないと、たぶんいろんなものを見間違えると思うんです。

○小田桐 汐見さんはいかがですか。それこそ今は、ツイッターでやりとりしながら互いの自宅で同じ番組見てやりとりしています。僕なんかもそうですけど、汐見さんは炬燵かなんか囲んで、家族そろって同じ画面に向かってた世代だと思うんですけど。

○汐見 私、元祖“ながら族”でして、テレビを見なければ宿題はできなかったという人間です。だから今のお話を聞いててちょっとね、「わが意を得たり」というような思いがあったんです。

今、「中間ができてきたんだ」というふうにおっしゃった。僕ね、だいぶ前に雑誌『世界』に「中間地帯を取り戻せ」という文章を書いたことがありまして。心のいろんな悩みを抱えている人たちが時どき相談に来られたりするんだけど、その人たちに共通しているのは、「白でなければ黒、黒でなければ白」というような発想の二分法なんですよ。実際の世界というのは白と黒じゃなく中間でしかないんですけども、そういう中間に心を住ませると不安になっちゃうんですよ。

だから「正しい」「間違ってる」「私が悪い」「相手が悪い」というような、どっちかに決めたがるという人たちがすごく増えている。そういう“自罰”か“他罰”かっていう精神傾向がなんでこんなに増えてきたんだらうということを考えてときに、幼いころから「そんなのどっちでもないんだ」というかな、面白ければいい、そういう体験が減ってきたということが影響しているんじゃないかと思えてきたわけです。それは、たとえば遊びがそうなんです。遊びって、正しい遊び、間違った遊びがあるわけじゃなくて面白ければいいんですよ。学校教育も本来同じなんです。いろいろ意見があっていい。だから議論が楽しい。絶対正しい意見とか、100%間違った意見なんかない。実際はどこか中間で落ち着くわけです。正しい答えか間違った答えかって論法で実際に世の中に出たら、適応できませんよ。そういう意味では、今の学校で覚えたことなんてあまり何の役にも立たないわけですよ。正しいか間違っているかが多すぎる。そういうのがはっきりしている連立方程式なんかね、一生使うことないんです、学校出たら。

その中間で、「どっちがよりいいだろう」とか、「こっちのほうが少しましかな」というふうな思考ができなければまずいんです。そういうことが面白いというふうな訓練がなかなか今されなくなっている。縁側がなくなったのも同じで、家の外と内の中間がなくなったわけ。道端で“ダベリング”している人がいなくなったというのも同じ。社会に中間がなくて、ここは道路、自動車が通行する空間だとか、はっきりと2分法にされてしまってきたのが今の文化だと思ったんですよ。

それで、要するにツイッターだとかなんかで、今「ONかOFF」というのは、やはり現代の用語だと僕は思いながら聞いてたんです。ONな状態かOFFな状態かというのは二分法でしかなかったものがね、ONでもOFFでもない、あるいはONにもOFFにも簡単にできるような、そういう状態というものをいわば若い人たちがもっと欲しているし、出来るようになってきたのではないか。そういうふうに見たら、「あ、つながってくる」という風に思えたわけです。

いつもONにしておかなきゃいけない、OFFにしておかなきゃいけないというよう

な二分法の世界というものに対して、自分でそれは決められる世界を求め始めたというかな。だからそのスタイルというのは、日本で、あるいはアジアですごく発達するけれど、ヨーロッパではそうなるとはあまり思えない。彼らは宗教的に白と黒は決まっている文化に生きて、じゃあ現世はどうあればいいか大いに議論しろという文化で育っていますから。つまりもともと中間世界を生きることを訓練されているから、ツイッター的な見方をそれほど欲しているとは思えないんですね。アジア的というかな、そういう思いをして今聞いていました。

視聴率というのは、もともと大事なことをとらえようとしたんだけど、とらえそこねた概念だと思ってたんです。今回の報告書の前書きにも書いたんですがね、文学が良い文学であるかどうかを決めたのは作家じゃないんです、読者なんですよ。思想だとか宗教なんかも、「あ、これはすごい」というふうにして世の中に残してきたのは本人ではないですね、それを聞いた人だったんですよ。

例えば、世界で一番たくさん読まれている書物はキリスト教の聖書ですよ。キリスト教の聖書は、イエスが自分で書いた文字は一字もないんです。仏教にも釈迦が書いた文字は一つもない。孔子も「師曰く」「先生はこうおっしゃった」ってみんな弟子が書いてるんですよ。ソクラテスもそう。世の中でいちばんたくさん読まれてきた本というのは、みんな本人が書いていない。じゃあなぜ残ってきたかという、それを聞くすぐれた人がいたから、「あ、この人すごい」といって残る。だから文化というのは、エディットしなければ残らないわけですよ。エディターが、ある意味創造者ですからね。あるいは本当の創造者と伝え残す創造者とが一緒に作るんだと思うんだけど、だから、文化の本質というのは視聴者、「聴く人」であって「見る人」なんです。

見る人が主体となっているんだということを表すために、視聴率というのは確かに大事な概念だと思うんだと思うんだけど、一つ取り違えているのは、その瞬間瞬間でしか表せないんです。「読者が文化の主体だった」というのは、後で作っていくことです。だから後で見たときに「あのドラマはすごかったね」ということがちゃんと反映するような参加の仕方を考えないと、その瞬間瞬間だけで競っちゃると、どぎつくするだとか、えげつなくするだとか、ストーリーはわざわざハラハラドキドキするようなのを作っていくことをやっていけば、勝っちゃうわけですよ。そんなことをしても本当のドラマを作れなかったり、本当の笑いを取れなかったりということはしばしばある。バラエティだって、どんどん際どいものにしていけばいいわけです。

そういう影響を与えてしまっている可能性はある。視聴率という概念はすごく大事だ

と思うんですが、瞬間瞬間でなければいけないということに大きな落とし穴があるんじゃないかな、という感じがします。

○小田桐 今までのお話の中で、一つは制作者と視聴者の関係といいますか、制作者のスタンスとして、杉田さんは要するに「この人に見せたいんだ」との意識をもって作るというお話がありました。桧山さんからは、「見せたい人と見る人のギャップ」みたいなお話があって、宇野さんは、「制作者に危機感があるんだけど、どうすればいいかわからない」というお話がありました。

そうした中で、現実的には、最初世帯視聴率だったものが毎分視聴率になり、個人視聴率も導入されてきた歴史があります。例えば、F3とかM3みたいに、50歳以上を一括りにするのは僕はずいぶん乱暴だなと思うんです。それはともかく民放の場合、視聴率は一つの重要な指標として現実的に活用されてきていると思います。

それに対して先ほど宇野さんから、そういう予約率であるとか、指標も多様なのがいんだとの話がありました。その話も含めてものづくりの現場といいますか、いろいろ試行錯誤、インターネットとのかかわりで現場の制作者の方もいろいろ悩んでおられるんだと思います。「ものづくりはどうあるべきか」みたいなことについてお聞きできればと思うんですけれども、杉田さんいかがですか。

○杉田 視聴率のことは、今は制作者の誰もがそれにかかわっているわけです。私見を言えば、こんなものはあと何年かすれば有名無実のものになるんじゃないかなと思っています。なぜかというと、本日話しているのは、ほとんど地上波に限定してありますが、もはや地上波は、もう自分の姿をとにかく変容しなかったら生きていけないという状況に切羽詰まっていますから、必ず動いていくと思っています。

すなわちテレビとは何かというと、今までは地上波がテレビだったけれども、いまやもう、地上波もCSもBSも携帯もパソコンもスマートフォンも全部ひっくるめて「テレビ」というふうにやがてなるであろうと、それも非常に近い将来なっていかなざるをえないと思っているんです。

そうすると表現方法も当然のように変わってくるし、先ほど宇野さんがおっしゃったような方法論は当然出てくるだろうと思います。とにかく、マス・コミュニケーションで一方的に流して、受け取る側がただ一方的に受け取っているという相互関係の中にあるテレビというのは、もうあと10年もしたらほとんど存在しないんじゃないかなと思っています。その端境期だと初めからずっと思っているわけです。

それがちょうど谷、産みの苦しみで、たぶんこれからいろいろですね。だから今5局

体制がありますけど、これだってどうなるかわからない。流動的でしょう。砂上の楼閣のようにテレビがあるわけですから、下がちょっと動けばそれは2局になったり3局になったりするかもわからない。もはや地方局なんてもっと、もう来年にどうなるかということにもなっている。当然制作体制とも絡んできますから。

簡単に言えば、映画に関しては、もはやテレビ局が噛んでない映画なんてほとんどないと言っても言い過ぎではない。今、私はフジテレビにいますけれども、フジテレビのディレクターの中で、すでに半数以上が映画監督の経験があるんです。もうそういう垣根がどんどんなくなって行って、非常に漠然としたものの中にテレビがある、というふうに思えます。

もう、スマートフォンをどうするかというのが今最大の論議になっていますから、当然そのようなことになっていくんだろうとっております。それは制作者がみんな感じていることであるし。この前、映画監督の岩井俊二さんと対談したら、パチカメなんですけれど、5、6台並んでそれでみんな撮っているわけです、ビデオですよ。で、キヤノンのこれが非常にキレが良くてって言って。「ビデオじゃないんですか」って言ったら「いや、これビデオですよ」と。もはや「ああ、そういう時代……」というふうに思いました。

○小田桐 受像機といいますか端末も、そういう無境界化が進んでいるということなんですけれども。それはきっとこれからもどんどん拡大していくんだと思います。桧山さんはどうですか。「制作者があまり他局も含めてテレビを見てないから似たような番組も出てくるんじゃないか」みたいなことを桧山さんよくおっしゃっていますが、制作者こそもっとテレビを見るみたいなことなんですかね。

○桧山 テレビの制作者に、「今、どんなテレビが面白いですか」と聞くとほとんど「テレビはあまり見ていない」と言われることが多いですね。例えば食品を販売している人が、自分のところの商品を食べないで売るなんてことはないと思うんですよ。にもかかわらず、テレビ制作者は、忙しさのあまり、自分が作ったのをちゃんと見ていないのではないかと。もちろん作る過程では見るけれども、視聴者として見られているかというところではない気がします。せめて、自局がどういう番組を放送しているのか、それがどういう形で視聴者に見られているのか、いないのか、それぐらいは把握してほしいですね。ただ、今回このアンケートを拝見すると、「見ている」が多かったので、私が聞いた人がたまたま見ていない人だったのかも知れませんが……。

ただ、やっぱりテレビに関わっている人はテレビが好きでやっていると思うし、そう

であってほしいんですね。そもそもテレビというのは、最初から「1億総白痴化」と言われ、60年経った今もネットとかに押されて「テレビなんてもう古い」みたいに言われ、と今日に至るまでずっと“悪者”扱いというか、悪の権化呼ばわりされてきたと思うんですね。そういうのを横目に見ていて、テレビ好きの私としてはどうしてテレビがそこまで言われなきゃいけないんだ、と密かに思っているんです。作り手の人たちにももっとテレビを愛してほしいな、と。

じゃあ、作り手の人たちってどうなんだろうと考えた時に、もっと自信を持って、例えばさきほど杉田さんが「自分が見せたいものを作る」っておっしゃっていたように、そういう思いの強い制作者が多ければ多いほど、テレビが面白く見られると思うんですね。

それが、「この番組の視聴率がいいからこんな感じのものを」とか、「この人が売れてるからとりあえず出そう」という視点で作るのはちょっと違うかなと。当たらないかもしれないけど、どうしてもどうしてもこれを作りたい、もし、これを作って失敗したら飛ばされちゃうかもしれないけど、それでも賭けてみたい、というようなものが見たいですね。

「ものづくり」ということで言えば、テレビの制作者というのは職人さんであってほしい。ドラマはドラマの職人さん、バラエティはバラエティの職人さんが作るこだわりの作品を見せてもらいたいんです。今のテレビは中途半端に視聴者に媚びているというか……。視聴者だって目が肥えている。60年テレビとずっと付き合っているわけだから、視聴者に見透かされるような番組を作ってどうするの、って思いはあります。

と言いつつも、制作者の方たちのアンケートを一つ一つ熟読すると、テレビに対する思いがすごく詰まっていて、読みながら「ただの印象だけで言っちゃってすいません」って思ったんですけど。これも3・11以降、テレビの人たちが自分たちの使命というか、制作者として伝えるべきものは、とか、そういうことを考えたのは確かだと思います。失いかけていたテレビ制作者としての自信を取り戻したというか。

でも、それももう11ヵ月たって「すっかりその気持ち、どこかに行っちゃってやしませんか」という感じはするんですね。それは私たち視聴者も同じで、やっぱり人間って忘れる生き物なので、そういうのは仕方がないのかもしれませんが。やっぱり、この時のこの気持ち、「テレビに何が出来るのか」と抱いた思いを持ち続けて、ものづくりをしてもらいたいと思います。

○小田桐　きっと宇野さんも汐見さんも「作りたいものをどんどん作ってくれよ」との

思いでは一致されていると思うんです。制作費や制度的な問題がある中で、「それが出来たら苦労しないよ」みたいなことなのかもしれませんが。

宇野さんはいかがですか。実際にテレビ局はネットを使った放送をするなど次の時代に向けていろいろやっているわけですけど、その辺りの「作者のあるべき姿勢」といいますか。

○宇野 そうですね。まあ「作者さんのあるべき姿勢」について、僕が言うのはおこがましいと思うんですけど……。僕が一視聴者として思っているのは、単純に考えたら、テレビというのは映画とインターネットの中間のものですよね。なので、すごく作り込んだ完成度の高いものを目指すなら映画やソフト販売で構わないと思うんですよ。少なくともそれはテレビじゃないと出来ないことじゃない。逆に中継の面白さや、コミュニケーションのツールとしての側面を追求していくとインターネット、たとえばニコニコ動画に敵わない。単純に考えると、そういうネガティブな回答が出てきがちなんですよ。

たとえばこういう言い方もできるわけです、「もうテレビはこのあとはブースターにしかない」と。映画とインターネットの間ではあるけれど、だからこそテレビはいちばんマスメディアとして規模が大きい。だからテレビは出版や映画から拾ってきたものを広める力がある、あるいはネットから拾ってきたものを広める力がある。その中間性ゆえに世界最強のブースターとして使える、これがポジティブなようにいてネガティブなような言い方になりますよね。

ただ、僕はこれっってもうちょっと別の見方も出来ると思っているんです。その映画とネットの中間的な存在だからこそできる面白さって、僕はあると思うんですよ。決してブースターとしての威力、規模の問題じゃなくて質の問題として、テレビだからこそできる面白さは存在すると思うんです。たとえばさっきの「朝ドラ」の例を出すと、単純に今、1日15分のドラマを半年同じ時間に放送することで、特殊な「場」をつくるってテレビにしかできない。あるいは『北の国から』とか『渡る世間は鬼ばかり』といった役者の成長や加齢を物語に取り込むような番組も、テレビの方が向いているでしょう。映画とインターネットの中間だからこそできる面白さというのは、確実にノウハウとして、今のテレビ業界を探せばいくらでもあると思うんですよ。そこをいかに大切に自分たちの武器だと考えてやっていくかということ。

ですから、さっき『カーネーション』のことを僕は「映画的だ」って言ったけれど、同時に僕はそれが「半分は不正確だ」って自分で言ったと思うんです。どの辺が不正確

かと言うと、同作がなんであんなに台詞ではなく役者の演技に頼った演出で成立しているのかは、半年も放映する「朝ドラ」のフォーマットの力が大きいと思うんです。「朝ドラ」ならではの呼吸で毎日長い時間をかけてキャラクターが十分立てられているからこそ、セリフで補わなくても説得力が生まれている側面が確実にある。これは2時間の映画ではなかなか使えない手法の一つだと思うんですよ。

今、僕はドラマの結構細かい演出方法について話をしたと思うんですけど、バラエティにせよ報道にせよ、テレビだからできる、中間的なメディアだからこそできることとそのためノウハウが、この国のテレビ文化には十分開発されているはずなんですね。そのためには、まさに出口とかも含めてですよ、それがオンデマンド配信なのかソフト販売なのか、リクープの方法とかも含めて、多様な出口を模索していくことは重要だと思いますね。

○小田桐 汐見さんいかがでしょう。青少年委員会も時々制作者の方に来てもらい、いろいろディスカッションをすることもありますが、制作者に望むことはありませんか。

○汐見 僕の願いみたいなものなんですけど、BPOの青少年委員会としていつも感じているのは、制作側には制作側の論理があるだろうと。限られたお金、しかも削られる。時間だけはどんどんなくなっていくような環境の中で、それでもとにかく作らなきゃいけないというようなね、その辺の大変さをあんまりわからないで「どうだこうだ」と言うということは無責任だと思いますしね。

ただ、視聴者の代表としては、単純に言う「良い番組を作ってほしい」というのがあって、そううまくいかないんだとしたら、やっぱり一緒になって考えようというような部分が僕のスタンスなんです。今非常に難しくなっているのは、例えば「テレビはインターネットと映画の間になっていくだろう」と、ほんと僕もそういう感じを持っているんです。例えば、CD屋さんがもうすぐ潰れると思いますよね。ほとんどダウンロードの世界になっていきますから。僕なんか音楽聴くの好きだから、もうあの大きなアンプ買ってCDをかけて大きなスピーカーで、というのはいつまでかなと思っています。インターネットでダウンロードして、そして別のアンプにかけたほうが音がいいんです。CDで再現すると情報が飛ぶんですよ。だけど、インターネットでやると飛ばなくて音がよくなるんです。そういうことが始まっている。

それから、本屋さんもたぶんこのままでは潰れますね。情報だけほしい、小説なんかだったらネットで読めるわけですよ。だから商品価値のある本、絵本だとか、持つこ

とがうれしいような本というのは残っていくと思うんですけども、情報だけというのはどんどんネット化していくだろうと。新聞もそうです。

そう考えると、今インターネット革命のようなことで、従来の情報メディアというのがハードの面で大きく変わりつつある過渡期で、それでものすごい戸惑いがあるんだと思うんですよね。だから、そこは上手に先を見て対応していってもらわなければならないんです。

そのこととね、やっぱりそれを利用する人が、さっき言った「癒されて」「学べて」「楽しめる」ということができるようになるかどうかは、どういうメディアになろうと変わらず大事なことなんですよ。そういう新しいメディア環境の中で、どういうふうに作っていったら本当に良い番組ができるのかということは、制作者だけで考えていく時代じゃないという思いがあるんですよ。

近代社会が始まる時にね、ご存じかもしれませんが、ハーバーマスという人が『公共性の構造転換』という有名な本を書いて、近代社会の中で公共というものを作り替えていく時にね、古い封建社会を作り替えようという人間がどこに集まったかといったら、それは「サロン」だって言っているわけです。そのサロンの中でいろんなアイデアをみんなでワーワー練りあって、そういう人たちが今度はデザインをきっちり作って実際出ていくわけですね。「サロン」というのがやっぱり大事だと思うわけ。

今回のような調査というのはこれはこれで大事なんだけど、調査で明らかにできるものって限られてるんですよね。これでなんか決めつけられたら現場はたまらないと思うんですよね。その中で、でもよく読めば何か出てくるものがあるんだけど、そこは、僕はもう直接議論してやっていかないと浮かび上がってこないものだと思ってるんですよ。

さきほど、「制作者が意外とテレビを見ていないんじゃないか」という問題もありましたしね。制作者の人が視聴者やあるいは批評家なんかとダイレクトに、「どうすれば良い番組を作れるのか」ということだけでいいんですけど、ワイワイできるようなその関係の現代風サロン、そういうものを何らかの形で作れないのかなと思います。これはBPOがそうなればいいかなと、こういうふうにいるんです。そういうことが今のメディア変化の中では必要になってきているんじゃないかなと、個人的に思っています。

○小田 桐 だいぶ時間もたってきました。「テレビ」といった場合に、「テレビ局」という事業者もありますし、「テレビ受像機」「テレビ番組」などいろんな意味を含んでいます。

きっと「受像機・端末」は多様化していくでしょう。「局」も先ほど杉田さんもおつ

しゃったように、ローカル局が今後どうなっていくか、キー局も5局が何局になるのかはわかりません。今後の見通しが見えない中で、「番組」だけは、いろんな形で端末に乗り生き残っていくと思うんです。

先ほどの調査研究の発表では、「娯楽や情報の主要な供給源としてのテレビの役割は今後も揺らぐことはなく続いていくか」という設問に対して、テレビ制作者の半数以上は「そう思う」と答えました。パネリストの皆さんは、これからのテレビ制作のあり方を含め今後の展開をどうお考えでしょうか。まず杉田さんから。

○杉田 結局テレビというのは時代と共に歩んできたから、まあなんでも同じなんですけども、「時代がモノを作る」と言ってもいい部分があるんですね。

例えば、私はフジテレビで最低視聴率、土曜9時台で2%という数字を取ったことがあります。それと最高視聴率の38%、『家政婦のミタ』には及ばなかったんですけどね、両方持っているんです。今の時代だと、2%だと1年後には飛んでますね（笑）、ここにはいません。確実に次の人事異動の対象になる。

そのように昔はもっと中小企業で、それでいて仲間意識が強くてなんとなく「守ってやろう」とか、「あいつをちょっと営業を行かすにはまずい」というような雰囲気があったのが、みんな一部上場企業になって「コンプライアンスがどうのこうの」って言い始めて、「あれはダメ、これはダメ」というふうになってきて、会社で酒飲むやつもいなくなっちゃったし、その辺の床でゴロ寝してるヤツもいなくなっちゃった。昔は、みんなゴロゴロ会社において、朝から晩までそこで飯を食っていて、そこで生まれてくるものなのですね。

僕らで言えば、飲みに行くというのは、会社から飲みに行って会社に帰ってきて寝るということです。飲みに行くのは新宿の2丁目やゴールデン街で、そこでは演劇関係のヤツが毎日ケンカしてる。このケンカの中で育っているといろんな人間関係ができてきて、それが今ものすごく自分のネットワークになっているわけです。それが、朝会社へ行って、夜帰ってきて家庭にいるというこの関係の中では、やっぱり生まれないんですね。

それでケンカの中で「バカだ」って言い合っていると、「あいつには負けたくない」という気持ちがずっとあって、そいつが撮ると悔しくて三日眠れないとか、そういうのがなんていうのかな、さっきおっしゃったけど“職人”を作っていくんですね。ですから、「負けたくない、オレが一番」というのが制作者の本来持つ根底にあるものです。

それをこう「世の中はこうだから」という風になると……。 「だったら世の中変えて

やろう」という気持ちが制作者側にないといけない。要するに、小さな集団の中で毎日朝から晩まで、寝ても醒めてもドラマなんです。寝てるとうろたえてくるんですよ、そうするとパッと起きてメモをとることが常にあって、それで、人の芝居を見てとにかく酷評する。悔しいからボロクソに言う。で、次に自分がやる時にこの言葉が返ってきて、「ダメなんだ」と、この日常的パッションみたいなものが作る原動力になってるんだと思うんですね。そこにはもう視聴者もあんまり関係ないという（笑）、そういう意味じゃ悪いんですけども、基本的にはそうなんです。それがあつた時代の時代だったんですね。

それがだんだん巨大化してきて、作るものがどんどん分業化して行って、ドラマに入っても初めはトラックを止めることばかり2年もやっているという、バカバカしいことをやっていて何も覚えられないというふうになっちゃったり。どんどんスタッフがたくさんいるようになってきて、何でも自分でやるというのができなくなってきたことが、なんとなく全体の沈滞ムードを生んじゃってるんですね。

たぶん今、時代が変わろうとしていて、もう一度また違う形で制作者たちが酒飲んで蹴飛ばし合って殴りあって生きてるといふ、これがないとやっぱりドラマって面白くないという感じが、まあバラエティも同じだと思うんですけども、しますけどもいかなんでしょう（笑）。

○小田桐 まったくそのとおりですね。年代が近く、似たような経験をしていますから。

桧山さんはいかがですか、「これからの制作者に望むこと」と言いますか、テレビ番組は、一つ共通の話題なりいろんな社会的な影響も含めてきちんと残っていくんだという制作者が多いわけです。それこそ、1日24時間もう寝る暇もないぐらいの内容の番組をどんどん作ってくれたらいいなと思います。外にも出られないことになつたらなつたで、また大変かもしれませんけど。

○桧山 そうですね。さきほどの杉田さんのかつてのテレビマンの“無頼派”話っていうのはよく聞くんですけど、テレビ局は今、企業としても優良じゃないですか。お給料もすごく高いし、私が何年働いてももらえないような金額を1年でもらっているなんて話を聞くと、“選ばれた人たち”なんだなあって感じですよ。やっかみ半分です。やっかみ半分で言うと、そういう人ばかりを採るからいけないんじゃないのって、思います。もちろん企業として、学歴も含めてちゃんとした人を採るっていうのはあるんだろうけど、別枠として学校の成績や育ちも関係なく、とんでもない人を採るっていうのがあつてもいいんじゃないかと。企業として魅力があるからということ集まって来る人ばかりを採るのはちよ

っと違うような、テレビってそういうものじゃないと思うんですね。

昔はずっとテレビ局にこもっていたとか、それこそアウトローだったり、学生運動をしていて、まともに就職ができないというような人たちが、「なんかテレビ、面白そうだぞ」ってもぐりこんで来るような、そういう人たちのパワーというのは確かにあったはずなんです。

だけど今って、やっぱりそういう人はどこかで排除されてしまう。なんとか制作プロダクションに入ったとしても、テレビ局の人たちはお給料をたくさんもらっているけど、制作プロダクションの人たちの待遇は段違いで、番組を作りたいという熱い気持ちで入ったのに、もう生活していきません、というようなことになる。そういうテレビ制作者の環境も含めて、すべてさっきの「箱」もそうだし、視聴率もそうだし、今まで「テレビってこういうものだよね」と当たり前のように思ってきたことを、もう一度、解体する必要が出て来ていると思います。

アンケートに「これから高齢者の占める割合が拡大している」という項目があって、「そう思う」が割と多かったんですけど、今、放送しているテレビを見ると、『水戸黄門』もなくなって、頼みのNHKですら、“若者の接触率”を上げることに躍起になっていて、どんどん高齢者の見る番組が無くなっている。この高齢化社会にあって、テレビは高齢者に冷た過ぎるのではないかと思います。ネットやツイッターを使いこなせる若者はテレビがなくても困らない。だけど、お年寄りにはテレビだけが頼りなんです。そういう人たちを“情報弱者”にしてしまうようなテレビは、やっぱりちょっと問題じゃないかと思います。

3・11以降、原発問題にしても、後から真実が出てくるというようなことばかりで、また騙されるんじゃないか、知っているのに隠しているんじゃないかって、視聴者はテレビに対して懐疑的になっています。そういうテレビ離れした視聴者の信頼を回復するためにも、テレビはもう一度、視聴者のために何ができるのか、に立ち返って、頑張っしてほしいと思います。

○小田桐 宇野さんいかがでしょうか。

○宇野 はい。今、桧山さんがおっしゃったように、日本って高齢社会ですしね、この難しい状況に対してもっと向こう半年とか1年とかあるいは2、3年とかの最適解、短期的な最適解を出すんだったら、「BSプレミアム」的な世界とかにもう行くしかないわけですよ。もしくはその予備軍としての、「代官山蔦屋書店」的な世界とかね。

でも、それってなんか僕、未来がない気がするんですよね。インターネットなんて「な

かったこと」にして、過去の栄光や思い出に浸ろうとしても、こういう結論しか出てこないんですよ。

でもね、僕、テレビっでもうちちょっとヤンチャであってほしいんですね。僕は一応ね、文芸評論とか社会評論もやっていますけど、テレビがいちばん好きなんですよ、“一生活人”としてはね。だから、テレビからいちばん面白いものが出てきた80年代や90年代の頃の力を、別の方法で取り戻してほしいんですね。

そのために必要なことって何かというと、はっきり言いますが、「もうテレビは“娯楽の王様”でも“メディアの王様”でもないということを正しく理解することだ」と思います。その上で、さっき言ったように「映画とインターネットの間にある“変なもの”」だからこそ出来ること、今まで積み上げてきたノウハウというのをどう生かしていくのかということ冷静に考えることで、まだまだ面白いことができると思うんです。

ただ、それを理解しないで、「インターネットなんてどうせ……」みたいなことばかり言っていると、ひたすら自分たちのプライドを守るために時間を費やすことになる。たとえばちょっとジャンルが違いますけど、「ウィキリークス」ってものができたときに、ある新聞が特集を組んだんです。「おー、さすがだ」と、「敏感だ」と思った。ところが、僕はその特集を見てがく然とした。その紙面には「ウィキリークスができてしまったら俺たち新聞はどうなるんだ」ということばかり書いてある。これはちょっとないな、って思った。「オマエたちの自意識の問題なんてどうだっていいよ」って僕は思ったんです。大事なのは「ウィキリークス」ができたことによって外交はどう変わるのか、世の中どう変わるのか、ということのはずなんです。なのに、僕はその記事からは、新聞社の人たちのプライドの問題しか論じられていないように思えたんですね。

ところが、僕はこのシンポジウムを通じて、テレビ業界の人たちの意識はもっと高く、今挙げたようなみっともないことにはならないんじゃないかと思いましたね。一ドラマおたく、一アニメおたくとして、制作者の皆さんに期待したいと思っています。

○小田桐 ありがとうございます。汐見さんいかがでしょうか。

○汐見 テレビの果たす役割というのは社会的には変わっていくと思いますが、その大事さというのは簡単にはなくならないと思う。

何かの調査に、一般市民が巷でしゃべってる話題やその知識の中身の99%ぐらいは、テレビだとかマスコミからの情報を受け売りしているだけだというのがありました。それから「何を楽しんでいるか」とか「何を期待して生きているか」というようなことも、大体テレビだとかマスコミからの情報をヒントにしている。だから一国のテレビの内容

というのは、大体その国に住んでいる住民のある種の教養の水準を決めるんだと思うんですね。教養というのは、みんなが共通に感じている関心の体系のようなもの、コンセンサスですよね。そういうものを作り出すのに、僕はテレビの果たす役割というのはやっぱりそう簡単にはなくならないと思います。

そういう意味で、さっきちょっと言いましたけども、誰かものすごいクリエイターがいて、それをエディットするのではなくて、みんなでエディットしている世界じゃないですか。そういう意味で、文化の創造者なんだというぐらいの自覚を、僕はやっぱり持ってほしいと思うし、そういう自覚のもとで、「本当に良い番組を作ってやろうぜ」という気持というのは大事だという気がする。

その伝達の仕方は、これからネットでもっと連動してとか、いろんな形で工夫していかなくちゃいけない時代に入るとは思いますけど、その番組の中身をどう作っていくのかということについてはテーマは変わらないのですから。そういう意味で、やっぱり「文化のクリエイターなんだ」という自覚で、本当に良い番組を作ろうというふうに燃えた仕事をしてほしいと、それが僕の願いですね。

○小田桐 どうもありがとうございます。話は尽きないんですが、せっかく多数の方にお見えいただいています。これを聞いてみたいという人もいらっしゃるのではないかと思います。「どなたにこういうことを聞きたい！」と、所属とお名前をまず言っていただいて質問をいただければと思います。

○学生 貴重なお話ありがとうございます。大学生です。杉田さんと宇野さんにお聞きしたいのですが、先ほど杉田さんの話の中で、テレビはインターネットとは違ったコミュニケーションの取り組み方を作っていかなければならないという話を言っておられたと思うんですけど、ネットとは違ったテレビのユーザーとのコミュニケーションの取り方について、今思いつく範囲でお聞かせいただければと、思います。

○杉田 基本的には、わかりません。わかりませんというか、今探している最中じゃないですか。簡単にネットと結びつくような感じがしないんですね。それはテレビというものが、いまだに国家の管理下にあって、そこで電波の枠が与えられてそこから電波を流している。双方向性というものがもしあるとするなら、その中にはできなくて、インターネットと両方を持ってできないとできないという、まず技術的問題もあるでしょうけど。

したがって、テレビは常に流しているだけ。ここでテレビという場合、地上波のことですよ。地上波もBSも、ある意味CSもそうですけど。じゃあインターネットと併用

している人はどのくらいのパーセンテージがあるのか。今、テレビに「主体的にかかわろう」という人間がパーセンテージでどのくらいいるのか。大体寝ころがって見て、「ながら」のほうが多いのではないか。今ここでこうやってしゃべっているのは、どちらかという主体的にテレビを見ている方々だけけれども、通常はこれよりずっと見ていないですから、その中でどうやってインターネットと組んでいくか。インターネットをやっている人は多数いるけども、番組とインターネットと併用というのはすごく少ない。

例えば僕がやっていた『北の国から』で考えると、インターネットが今あったとしても、インターネットで双方向をやる人はすごく少ないと思いますよ。なぜかという、見ちゃうからです。で、もちろんやる人もいる。あるいは批判しながらインターネットでテレビを見る、参加するという人もいる。例えばボロクソに言うことでね。ネット社会というのは「匿名性」の社会だから、それが「個別性」の社会というふうに限定するのはなかなか難しいものがある。まあフェイスブックみたいな、実名で出ているというようなものは、またちょっと違うのかもわかりませんが。

だから演劇なんかやっていると、やっぱり客の反応がいちばん気になるわけです。先ほど汐見先生がおっしゃったように、まず客ですから。客の空気がどうやって変わるかということが最大関心事だから、やっぱり「2ちゃんねる」は見たくない。それは、あまりに個別的だからです。そうじゃなくて、本来自分のねらう客がどこにいるかというのをどうしても見ちゃうところがあるのです。

ただ「これを使わないとどうにもならない」というのは、たとえば特にスマートフォンがいちばん最大だろうと思います。これから先は、そういう感じになっていくかもしれません。それはよくわからないけれども、両方ひっくるめてそういうものと両立させていくというか、客が持っているしゃべる機能というか、こっち側にしゃべる機能と“場”をどういうふうに共有していくか、この“場”の感覚が必要になるのかなあという感じはしてますけど。じゃあそれが具体的に何だというと、これは僕はわからないし、みんな考えてるんじゃないのかなあ、という感じがしています。

○宇野 僕は、インターネット的なものとテレビ的なものはこのまま融合していくんじゃないかと、割と楽観的な未来を思い描いているんですね。もちろんおっしゃったように法律の問題がすごく大きいので、あまり簡単なことは言えないと思うんですけど。

震災のときに、フジテレビやNHKがユーストリームやニコニコ動画で同時放送を行って、最終的にはニコニコ動画のコメントまで解禁した。あれはもう非常に例外的な措置だったとは思いますが、なにかここに日本的なテレビの未来が見えたような気がする

んですね。

たとえばアメリカだったら、映画会社とか特定の会社がインターネットの会社もケーブルテレビの会社も全部買っちゃって、資本的な融合を果たしていった。堀江貴文さんは日本でそれをやろうとしたわけなんですけどね。

ところが日本の場合は、僕はあの震災報道の特例措置を見た時に、あ、結局テレビ局とドワンゴが似たようなサービスをやるという方向になんか長期的には流れていくんだらうなという予感はしましたね。

○小田桐 ということでそろそろ時間です。本日は『“新時代テレビ”～いま、制作者たちへ～』と題し皆さんにお話をおうかがいしてきました。お話の中で2つほど感じたことがあります。

杉田さんは、かつての「制作者精神」を取り戻せとおっしゃった。それは会社から飲み屋に通ってまた会社に戻るということがいいのかどうかはともかくとして、そういう精神といいますか、要するに「甲論乙駁いろいろ議論をする場を取り戻せ」ということでしょうか。桧山さんは「職人パワー」というのがやはり大事なんじゃないかと、宇野さんは「ヤンチャであってほしい」というようなことを言われました。汐見さんは「文化の創造者」なんだと、「そういう認識を持ち続けてほしい」ということで、表現する言葉は違うんですけど言わんとすることは似てるのかなといいますか、同じ方向を向いている気がしました。

そんな中で私自身が感じていることの一つは、若手の制作者たちがやはりテレビ番組といいますか、もっと広く捉えてもいいかもしれませんけど、こういうものを作りたいという環境といいますか、そこに夢とか希望を持てるような環境がやはり大事なと思うんです。

たまたま吉本で若手制作者の育成をしている、かつてのバラエティの制作者と話す機会があって、そこに入ってくる生徒は、テレビに行く人もいれば、生の舞台であるとか、ゲームのクリエイターになる人など、いろいろいるそうです。最近目立つのは、テレビの制作者になりたいという人よりも生の舞台ですね、お笑いでも演劇でもコンサートでも、そういう生の場にかかわりたい若手が多いのだそうです。「生徒のうちテレビ制作者になりたいというのは1割ぐらいしかない」みたいな話を聞いて愕然としたんですけど、それはちょっと大変だなと思いました。やはりそういう若い制作者たちが、きちんと自分の能力を生かす、やりたいことができるような環境を作っていってほしいなということが一つ。

もう一つは、最近テレビのニュースでもやってましたけど、神田辺りには10円の刺し身や50円のハイボールを提供するお店がドーンとできて、若いOLたちはガンガン飲んでいるんです。そういう極安といたしますか格安の居酒屋など、テレビのライバルは、ネットがどうかということだけではなくて、そういうところにもあるんじゃないかなというふうな気がします。それらをどこまで作り手側といたしますかテレビ局側が意識しているのか、意外と大事なのではないのかなと思っています。

まとまらない進行で皆さまにはご迷惑かけました。「1時間後に第2部は新宿2丁目で」と言いたいところですけど、まあそういうわけにもいかないので本日はこれで終わります。

会場の皆さん、パネリストの皆さん、本日は本当にありがとうございました。(拍手)

以上

BPO【放送と青少年に関する委員会】

委員長 汐見 稔幸（白梅学園大学学長）
副委員長 境 真理子（桃山学院大学教授）
委員 小田桐 誠（ジャーナリスト）
加藤 理（東京成徳大学教授）
軍司 貞則（作家）
萩原 滋（慶應義塾大学教授）
渡邊 淳子（弁護士）

【事務局】

専務理事 岡本 伸行
事務局長 村澤 繁夫
青少年委員会調査役
李家 芳文
橋詰 晴男
片野 利彦

※ 軍司貞則委員は2012年3月31日で退任、川端裕人委員、最相葉月委員が2012年4月1日に就任しました。

※ 村澤繁夫事務局長、李家芳文調査役、片野利彦調査役は2012年3月31日で退任、三好晴海事務局長、西野義和調査役、古賀靖典調査役が2012年4月1日に就任しました。

青少年委員会公開シンポジウム

「“新時代テレビ” いま、制作者たちへ」

* この報告書の内容を引用する場合は、放送倫理・番組向上機構(BPO)青少年委員会公開シンポジウム「“新時代テレビ” いま、制作者たちへ」からの引用である旨を明記してください。

発行日 2012年5月21日

発行者 放送倫理・番組向上機構(BPO)・報道と青少年に関する委員会
〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町1-1 千代田放送会館7階