

を挙げてみてください。多いですね。メディアの影響力はすごいですね。全国紙に全面広告がいっせいに載りました。女性センターなど各所に大きなポスターが貼られましたし、テレビCMも流されました。若者に人気の安室奈美恵さんではなくて、そのパートナーのサムさんを使って、「育児をしない男を、父とは呼ばない。」と、「断定形」で言い切ったのですから、当時の厚生省はすごいですね。

男性対象の講座で、「結婚していてお子さんがいらっしゃった場合ですが、あなたは妻と同じくらいに育児をしましたか」と聞くと、ほとんどの人の手は挙がらないんです。そこで、「もう子育て終わってますか」と聞くと、終わってるというので、「よかったですね、終わってて。99年以降だったら、あなたは国からお父さんと呼んではもらえないんですよ」と言うんです。(笑) 男女共同参画社会というのは、そういう社会なんです。

では、そういう法律が通ったあとで、CMは変わってきたのだろうか。そして、世の中も変わってきたのだろうか、ということは今から考えていきたいと思います。休憩の後、最近のCMを見てもらって、皆さんで話し合ってください。



2. メディアの力

休憩の前に、レジュメの1ページ目の2の「メディアの力」について、少しだけお話しておきます。3ページ目を開いてください。そこに、いろんなデータを載せています。いちばん上の「メディア分析モデル」は、先ほど紹介した『メディア・リテラシー・リソースガイド』の後に出版された鈴木みどりさんの『メディア・リテラシーの現在と未来』という専門家向けの本で紹介されているものです。FCT・市民のテレビの会という、鈴木みどりさんを中心としたNPOグループが、日本でのこのような活動の本拠地のようなかたちになっています。

この三角形はかなり難しいのですが、ここを押さえる必要があります。三角形の右側がオーディエンス、視聴者です。左側がテキスト。テキストというのは、本だとか、音楽だとか、映像物だったり、そういうものです。三角形の底辺がプロダクション、生産・制作。生産現場に関わる法律だとか、流通の仕組みだとかです。その三者の関連のなかでメディアというものを読み取っていく必要があるということなんです。

4ページ目を開いてください。メディアの力がどれくらい大きいかということ、いくつかのデータで確認してみましょう。上の二つの棒グラフは、年代ごとに何時間くらいテレビを見てるかというデータです。左側のが比較的新しくて、2003年のもの。右側のが少し古くて、1987年のものです。基本的には、あまり変わっていませんね。10代や20代は学校が忙しいとか働き盛りとかで視聴時間は2時間台で、あまり

長くはないですね。ところが30代、40代と少しずつ増えていって、50代、60代になると4時間から5時間になっています。87年では60代の女性が4時間46分、男性は5時間9分にもなっています。2003年のデータを見ても、女性は5時間4分、男性は5時間26分。これは平均ですので、2、3時間しか見てない人もいれば、8時間9時間見てる人もいるということなんでしょうね。



これは、日本の高齢者はテレビしか相手にしてくれない、非常に寂しい社会である、ということではないですか。高齢者の居場所がほかにないんですね。子どものお守りをテレビにさせている親が増えていることが問題になっていますが、同じように、爺ちゃん婆ちゃんのお守りもテレビがしているという、困った社会ですね。ともかく、そのぐらい見ているわけですから、テレビの影響力がないわけではないのです。

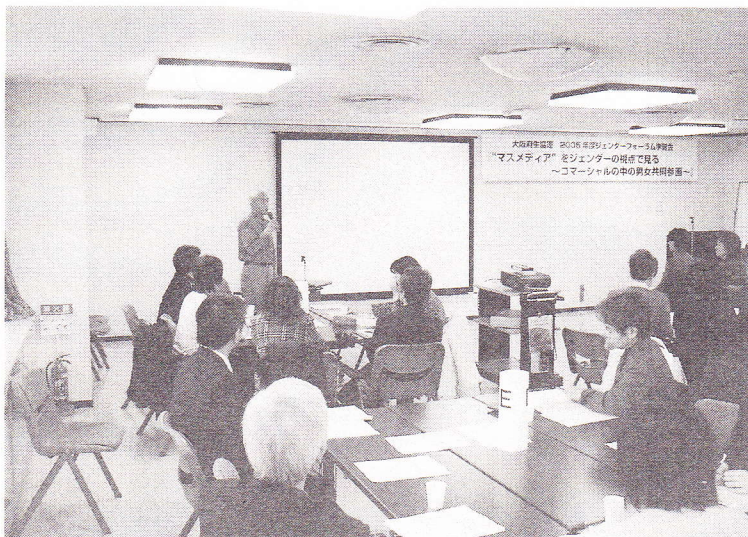
ところで、87年のグラフをもう一度、見てください。棒グラフの中ほどに線が入っていて、線の上がNHK、下が民放になっています。これを見ると、おもしろい発見があります。若い世代は、全体的に視聴時間が短いですが、短いのはNHKの視聴時間で、民放の視聴時間は、年齢に関係なく、ほぼ2時間なんですね。それで、若い世代はNHKをあまり見ないけれど、40代からNHKを見る時間が長くなって、高齢になると民放よりもNHKを見る時間が長くなっています。実は、私もそうです。40歳を超えたあたりから、民放はうるさいのと速いのとでついていけなくて、CMは流れていませんけれど、NHKを見るとホッとします。で、民放というのはC

Mを流してるところです。つまり、老若男女を問わず全国民が民放を2時間ずつ見ているということは、CMは全国民共通に影響を及ぼしているということになります。ちなみに言うと、これからはNHKも国際放送ではCMを流してもいいという方針を、つい最近、政府が出しましたけれど。

さて、右下のグラフを見ると、メディアの影響力が顕著に見られます。これは総務庁が70年から90年まで5年おきに行なった「青少年の連帯などに関する調査」という貴重なデータです。この後も継続して調査してはいるんですけど、設問がかなり違っていて、残念ながら、連続性がないんです。

このグラフのもとの正確な設問は「あなたの、社会に対する見方・考え方に影響を与えたものはなんですか？ 次の10個のなかから1つだけ選びなさい」というものです。あらかじめ選択肢を用意しておいて、そのなかから1つだけ選ばせる。対象は15～23歳ですから、高校生から大学生、社会人ですね。

その結果をみると、最初の70年の時から、もう「テレビ・ラジオ」が36.7%と断トツに多かったけれど、その当時は、まだ「新聞・雑誌」が19.7%もあったのです。それが、時



代が変わって、85年と90年は「テレビ・ラジオ」が43.3%になっています。70年の最初の設問時には、テレビとラジオはほぼ同質のメディアとして考えられていたかもしれないけれど、90年の「テレビ・ラジオ」の43.3%というのは、実際問題としてはテレビが40%くらいで、ラジオは3、4%というところではないですか。当時は深夜ラジオも、もはやあまり聞かれなくなった時代です。70年と90年を比較して、ほかに大きく変わったのは、「新聞・雑誌」が19.7%から12.8%にまで下がってきたことです。新聞と雑誌もまたかなり性質の異なるメディアですので、これも、本来は別々にするべきです。そうすると、90年の「新聞・雑誌」12.8%というのは、おそらく雑誌が12%くらいで、新聞は0.8%くらいではないでしょうか。もうこのころから新聞を読まない高校生とか、新聞をとらない家庭とかが話題になってきていました。それに、たとえ新聞を読んでも、テレビ欄しか読まない人が多い。ところが、テレビガイドというテレビ番組専門の雑誌が毎月1,000万部近くも売れる時代になって、新聞のテレビ欄さえ読まれなくなってくる。一方、雑誌やコミックの影響力はまだまだ大きいと思われます。そのほかに、「親・きょうだい」は4～5%

から12.8%へと、少し上がってきています。これは「家族」が強調される時代を反映しています。

話はどんどん飛びますが、夏の甲子園に出場した高校野球の選手に対する定番のインタビューで「あなたの尊敬する人はだれですか？」というのがあります。私が高校生だったころは、尊敬する人は、だいたい図書館に本が並んでいるような人

たちだったんです。エジソンとか福沢諭吉とか野口英世とか。ところが、80年代あたりから監督の名前が挙げられるようになったんです。池田高校の蔦監督とか。ところが、90年代になると、お父さんお母さんになってくるんです。そんなこともあって、「親・きょうだい」が少し増えたわけです。でも、「学校の先生」は、ずっと1割にも達しません。

ともかくテレビや雑誌の影響力はとても大きいです。それから、「友人・同僚」が14.7%で間に入っていますが、その友人・同僚もテレビや雑誌などから影響を受けているわけですから、強引に言ってしまうと、「テレビ・ラジオ」「新聞・雑誌」「友人・同僚」を合わせると、71%。若者たちは「社会に対する見方・考え方」に関して、ほとんどメディアがら影響を受けている、と言っても過言ではありません。そういう、マス・メディアから社会に対する見方・考え方を学んだ、70年代に青少年だった人たちが、今はもう50代になっているんです。他のいくつかの意識調査でも、たとえば「セックスとか性に関する価値観はどこで得ましたか」というような調査などで、テレビやビデオ、雑誌・コミック、本、映画など、メディアから影響を受けたと答える人の比率はますます増えています。

もうひとつ、「CMの仕組み」についてお話してから、休憩に入りたいと思います。

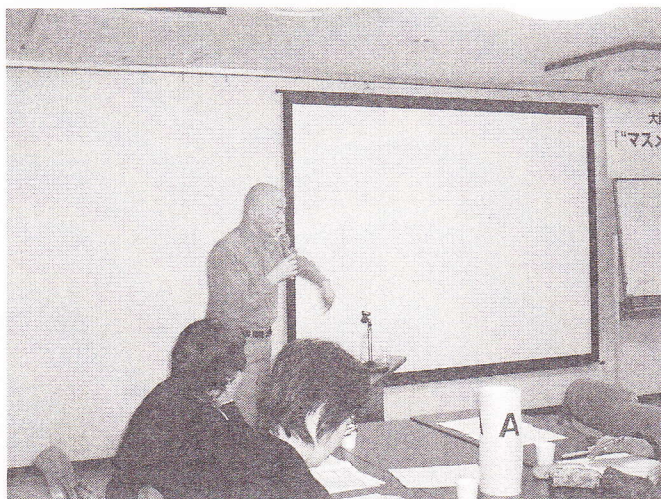
皆さんは家で、テレビを何時間くらい見ていますか。テレビをほとんど見ないという方、ちょっと手を挙げてください。テレビを見ないで、ビデオを見るとか、そういう方が最近いらっしゃいます。ノーテレビ運動とかも福岡の市民グループがやったりしています。それから、いまどきの子どもは、実は、テレビを見ているようでテレビを見ずに、テレビの画面でインターネットを見るというようなこともやっています。では、テレビは見るけど、2時間以内という方、ちょっと手を挙げてください。4、5名いらっしゃいますね。なんとなく3、4時間見てるなあという方、手を挙げてください。何名かいらっしゃいますが、先ほど見たグラフと比較して、年齢から見て平均より多いか少ないかご自分で判断してください。(笑) ちなみに、5時間以上という方いらっしゃいますか。手を挙げにくいですか。私は見るのが仕事ですから、だいたい8時間くらい見てるんです。で、テレビを見出して、なにが変わったかと言いますと、集中力が無くなりました。私はライターの仕事もしていて、もともと遅筆なんですけど、それでも昔は1時間で原稿用紙に最低2枚くらいは書けていました。ところが、この会を始めて

から、ひと晩で書ける枚数がどんどん減ってきました。最近では、4時間でたったの2枚とかです。日常的に映像を見続けていると、集中力がなくなりますが、想像力もなくなってしまうんです。

私たちの時代は本で育ちました。本を読むということは、想像力を育てます。ときどき本を閉じて、そこで自分の物語を膨らませていくんです。テレビを見ていると、テレビのほう勝手に次から次へとエンドレスに物語をつくってくれますから、なにも考えなくてよくなります。それを、5年10年続けていると、本当にだめになります。思考力がなくなります。人に言わせると「吉田さん、単に老化しただけですよ」と言われるんですが、それだけではないと思います。『おもしろ学校』という本を書いた名取弘文という有名な小学校の先生がいますが、彼の話によると、80年代に受け持ちのクラスの50分の授業ががたなくなりました。なぜだろうと考えて、はたと気づいたのが、テレビのせいだということです。つまり、テレビは15分おきにCMが入るので、子どもの集中力が15分しかもたなくなってきた、と。そこで、名取さんは、学校の授業でも15分おきに「CMタイム」を設けて、生徒の気分転換をはかる。そういう風にしないと集中力が維持できないのです。私たちはそういう時代に生きていることを覚えておいてください。

もしやバイなと思ったら、週に1日ぐらいテレビを見ない日を設けることをおすすめします。特に子どものいる家庭では、そういう習慣をつけたほうがいいと思います。テレビを捨てちゃえというのではなく、ノーテレビデーを意識的に設けましょうというのが、私の提案です。

ところで、小学生の子どもたちが一



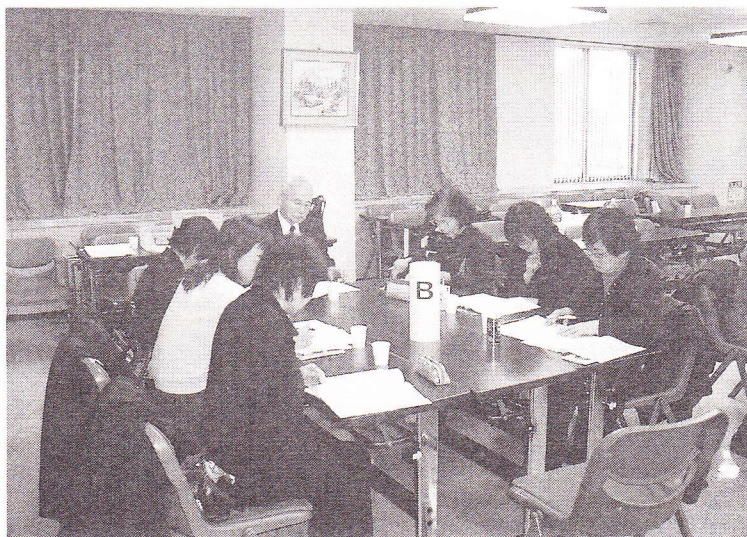
年間でテレビを見ている総時間数と学校で授業を受けている総時間数とでは、どちらが多いと思いますか。だいたい同じくらいだと思う方、ちょっと手を挙げてみてください。4名ですか。では、学校の総授業時間数のほうが多いと思う方手を挙げてください。14、5名。では、ひょっとして、テレビの総視聴時間数のほうが多いかなと思う方、手を挙げてください。7名ぐらい。はい、今、手を挙げた方が正解です。無藤隆さんという大学の先生たちが東京大学出版会から87年に出した『テレビと子どもの発達』という本によると、小学生のテレビ視聴時間数は平均で年間912時間。一方、小学6年生の年間総授業時間数は761時間でした。テレビの視聴時間数のほうがかなり多いんです。冷静に考えると、学校というのは実は、春休みとか夏休みとか結構長いんです。それに、これは20年以上前のデータです。今は学校は土曜日も休みになっていて、授業時間数はさらに減っているのです。学校よりもテレビの方が圧倒的に影響力をもっているということを覚えておいてください。

テレビCMに関してですが、こんなことは実際にはありえないことですが、もし1日中、朝から晩までテレビを見ていると、CMを何

本見ることになるのでしょうか。今、NHKは日曜深夜を除くと24時間、休みなしで放送していますが、民放は1時間半ほど休憩しますので、1日に22時間半ぐらい放送しています。では、そのうち、CMが何本くらい流れているのでしょうか。そして、そのCMをすべて合わせると、全部で何分くらいになるでしょう。答えは、なんと、約900本。時間にとすると4時間になります。(驚)では、計算の仕方を教えてあげますからね。放送局の経営者が集まってつくっている民放連というところが、かなり早い時期に、視聴者からの「CMが多い」という声に対して、「では、総放送時間の18%以内にします」と、放送基準の中に項目を設けて自主規制したんです。ですから、 $22.5(\text{時間}) \times 60(\text{分}) \times 0.18\%$ で、約243分、約4時間ということになります。昔は30秒CMも多かったのですが、最近のCMはほとんどが15秒CMで、1本平均16秒になっていますので、本数は900本あまりとなります。

私たちは、ここ数年、春・夏・秋・冬と年に4回、テレビCMの「終日録画」というのを行なっています。昔はのんびりしていましたから、ひとつの企業がCMを作成するのは、年に2本とか3本とかでした。でも、いわゆる

バブルのころから、季節ごとに年に4バージョンくらいつくるのが当たり前になっています。場合によっては2ヶ月ごととか、月ごとに変えている企業もあります。そういった場合でも、毎月撮るとタレントの拘束料などが高くなりますから、それを半年間とか一年間とか、まとめて撮ってしまうことが多いです。今流れているCMでも、前年の夏ごろに商品が企画されて、広





告主が広告制作会社にオリエンテーションを行ない、それに沿ってプレゼンテーションが行なわれて、12月ごろに広告会社が決まるわけです。そして、実際のCM制作は1月ぐらに行なわれて、1年間分を撮ったりします。ですから、真夏に流れるハワイの映像も、真冬に撮っていたりします。CMを批評する場合も、今流れているCMは、最近つくられたものではなく、何ヶ月も前につくられたものが多いということを前提に行なう必要があります。

ところで、CMを収録する場合、いまではCMだけを自動的に録ることも可能なんです。もともとは「CMスキップ」または「CMカット」といって、映画などをCMをとばして収録する仕組みのビデオ装置だったんです。ところが、CMマニアという、今でいうオタクの人たちが、このCMスキップというのはどういう仕組みになっているんだろうと、機械をいろいろ触っているうちに、配線を変えればCMだけを録ることができることに気づいたんです。そして、マニアの間でそのことが広まってくるなかで、メーカーの人が、そういう人がいるのだったら、CMだけを録れる機械もつくりましょうと、ボタン操作ひとつで、CMを録るかカットするかのどちらも選べるビデオ装置をつくったんです。ところ

が、今はデジタルビデオが主流になって、CMを自動録画できるアナログのビデオは現在、製造されなくなってしまいました。デジタルビデオはCMをカットするタイプのものしかつくられていません。ですから、私が今使っているビデオが壊れたら、私たちの活動はそこで終わります。(笑) もっとも、デジタルがさらに進化すれば、CMだけ録れるデジタルビデオが出てくると思います。

皆さんもCMを録りたくなるかもしれませんから、仕組みを教えてください。まず、新聞などのテレビ欄を見てください。番組の頭に「S」(ステレオ)のマークがついているものについていないものがあるはずです。番組にはステレオ放送のものとモノラル放送のものとの2種類があります。ところが、CMはすべてステレオ放送されています。で、CMスキップというのは、簡単にいえば、ステレオ放送に反応せず、モノラル放送だけを拾う装置です。ですから、番組がモノラルの時間にセットしておけば、CMを自動的にカットします。古い映画は基本的にモノラル放送ですから、それができるのです。ところが、最近のゴールデンタイムに流れる番組は、ほとんどがステレオ放送になっています。CMもステレオですから、ステレオ放送の中のCMをカットすることはできません。CMを自動録画できるボタンというのは、反対にモノラル放送に反応せず、ステレオ放送だけを拾うという仕組みになっています。ですから、CMを自動録画するためには、「S」のマークがついていないモノラル放送の番組を選べばいいわけです。早朝から深夜まで、そうやって4つの民放チャンネルからモノラル放送を拾っていくのですが、最近では夜の時間帯はステレオしかない時間帯もありますから、

そういうときは、仕方なく、CMになるたびに録画ボタンを押すのです。

話は変わりますが、CMは制作費用はどれくらいかかると思いますか。そして、CMの放送費用はどれくらいかかるかと思えますか。CMというのはものすごくお金がかかるものなんです。テレビCMの制作費用は、平均で1本1千万円ということです。CMの制作費用は1千万ですが、ほかに放送費用というものがいります。放送費用に関しては、番組の制作費用も分担する「番組CM」というものと、純粋に時間だけを買う「スポットCM」というものの2種類があります。関西と東京では金額にかなり差がありますが、ゴールデンタイムの番組CMだと、1本流すのにだいたい数百万かかるようです。サッカーの国際試合の時なんかは、1本流すだけで1千万円も2千万円もかかると聞いたことがあります。ただし、スポットCMでしたら、数十万円で、特に深夜の時間帯でしたら、毎週1回流しても1ヶ月分で数十万円と、結構安いです。しかし、CMの金額は、制作費用に関しても放送費用に関しても、いわば闇の世界で、標準価格はあつてないようなもので、いまだに口頭の約束だけで書面による契約を交わさないところがあるみたいです。ちなみに、朝日新聞の全面広告は1千万という話を聞いたことがあります。

CMはそのほかに、タレントの契約費というものがあります。日本で一番高いのは、昔は三船敏郎さん。現在は高倉健さんと吉永小百合さんで、バブルの時は3億円、今は1億円ぐらいと言われています。そういう風にたいへんなお金がかかりますから、費用対効果といいますか、わずか15秒のCMの中にもそのお金に見合った効果をいかに上げるかという熱意が表われてくるわけです。そういう目



で、CMを隅々まで見るトレーニングをしましょうね。(笑)

では、休憩をはさんで。2001年から2002年に流れたCMを見たあと、皆さんで話し合っていたきましょう。

(休憩)

3. テレビCMとジェンダー

では、再開します。

CMに使われる言葉の一つひとつについて、こだわっていきましょうね。言葉というのは非常に大事です。言葉は意識を規制します。

7、8年前に、神戸で、市民派の女性が市会議員選挙に立候補して、それを手伝ったことがあります。その選挙運動中に、応援にきてくれている主婦の人たちの間で「主人」という言葉がとびかかっていました。女性差別をなくして、男女がともに社会をになっていこうという主張をもつ候補なんだから、ここでは「主人」という言葉を使うのはやめようと思ったのですが、ただそれを禁止するだけではギクシャクするので、「主人という言葉を使ったら百円出して、コーヒー代を貯めようね」と。(笑) そうしたら、初めのうちは、あつと言う間にコーヒー代が貯まっていたましたが、そういうふうに、遊びの要素を取り