テレビメディアの特性と表現の可能性

文教大学大学院　情報学研究科　准教授　　竹林　紀雄†
Norio　Takebayashi

あらまし

テレビがつまらないと言われて久しい。情報環境の変化の中で、テレビというメディアに表現の可能性はあるのだろうか。もしあるとすれば、それはどのようなものなのだろうか。

キーワード：デジタルネイティブ、見る側の時間性・空間性・身体性、テレビが優位性を発揮する特性

1.　問題の存在

2009 年 10 月、放送界の自律機関であるＢＰＯ（放送倫理・番組機構）の放送と青少年に関する委員会（青少年委員会・汐見稔幸委員長）が、発表した調査研究報告書『“デジタルネイティブ”はテレビをどう見ているか？ ～番組視聴実態 300 人調査～』は、多くのテレビ関係者を愕然とさせた。生まれた時からインターネットやパソコンのある生活環境の中で育った世代である“デジタルネイティブ”（ 16 歳～24 歳）に、ゲーム機、テレビ、パソコン、携帯電話の中で、「大切だと思うメディア」の順位をつけさせると、１位としたものは、携帯電話 69.5%、パソコン 16.1%、テレビ 11.6%、ゲーム機 2.9%であった。さらに、テレビの必要性については、全体の 50.5%が「テレビはなくても困らない」とした。そして報告書では、以下のように総括された。

「テレビ視聴という枠組みの中では、事態はさほど変化していない。しかし情報環境全体の変化という側面では、確実にテレビの位置づけは変化している。テレビはもはや若者にとって必要不可欠の最重要メディアではなく、その地位をケータイに譲りつつある。動画投稿サイトは６割以上の若者が利用し、そのうちほぼ毎日利用する人の１日の利用時間は７５分におよぶ(とは言え、その動画の４割はテレビ番組の切り貼り。その多くは許諾を得たものではない)。結局、現状は「テレビ離れ」とまでは言えず、惰性的にテレビ視聴行為が継続される一方、新しいメディアを通して、これまでに蓄積されたテレビ資源が緩やかに食いつぶされはじめた時代と言えよう」

この報告書で、「テレビ離れ」とは言えず、とはしているが、物心ついたときからインターネットや携帯電話と接してきた“デジタルネイティブ”にとって、テレビの魅力が低下していることは明らかである。また、「他のことをしながら」テレビを見る行動を「並行行動」と定義して調査しているが、結果として、テレビを見ながら「携帯電話でメールやサイト閲覧をする」行動が全体の 64.9%と非常に高い数字を示している。いわゆる“ながら視聴”である。テレビを作る側は、視覚と聴覚の相乗作用を前提とした情報やメッセージを伝送する。しかし、“デジタルネイティブ”はテレビを視聴したとしても、作り手が思うほどの集中度や専念度で画面とつながってはいないのである。

作り手は、番組をより面白くしたいと力を注ぐ。つまらないものを作ろうとするテレビディレクターなどいない。しかし、作り手の思いとは裏腹に、今、テレビにおける表現は危機に瀕していると言えよう。

2.　テクノロジーの変化

テレビの表現を考える上で、作り手側と受けて側の双方のテクノロジーの変化を踏まえた視点をもつことも重要であろう。

1970年代、トランジスタ技術の導入によるテレビ受像機の小型化や低価格化が、家庭における個室視聴を一般化させた。当時の深夜番組のエロティック路線は、時代性もあるが、このインフラがそれを助長させたものだ。さらに、これに続くビデオデッキの普及によって、プリミティブなタイムシフト視聴が登場することになるが、これは社会構造の変化に伴う生活時間の複雑化に対応したものである。

テレビのテクノロジーは、伝送路、番組制作、視聴の三分野でとらえる必要がある。まず、伝送路を考えれば、その中心にある地上デジタル放送技術は、周波数帯の合理化によって新たな波の用途を捻出させ、すでにワンセグなど新たな受信端末を登場させるなど、送り手と受け手を結ぶ新たなシステムを発展させている。ハイビジョンに代表される番組制作におけるデジタル化は、画像圧縮技術によって、実写映像とＣＧの親和性を飛躍的に高めた。

一方、視聴技術の多様化はテレビから発展したのではなく、変化の波は、外から押し寄せてきた。かつて、日常生

2010 年 4 月 9 日受付
† 〒253-8550 神奈川県茅ヶ崎市行谷 1100　takebaya@shonan.bunkyo.ac.jp
Graduate School of Information and Communication, Bunkyo University

活においてはテレビが映像を独占的に使用してきたが、パッケージメディアの普及、家庭用ＰＣの飛躍的な機能の向上、そしてブロードバンド化が相まって、映像の流通環境は決定的に変化し、テレビ番組は幾多の映像コンテンツのなかのワン・オブ・ゼムの位置まで格下げされた。さらに、低価格な民生用カメラの高性能化、高精細化と編集などの加工技術の拡散と共に、映像制作そのものが一般化され、表現の質を問わなければ、誰でも“映像作品”を作ることが出来るようになった。これと共に、映像で表現することの希少性は薄らぎ、放送コンテンツの価値が低下していることは確かである。もはや映像は、テレビマンが特権的に操るものではない。このジレンマのなかで、テレビマンは、テレビに何ができるかを模索しているのである。

3. テレビの日常性

テレビの表現の可能性を探るためには、テレビの日常性をあらためて考察することから始めることが重要である。もともとテレビは、日本の戦後復興を担う家電製品であった。本稿の冒頭で、デジタルネイティブ世代の 64.9%がテレビを見ながら「携帯電話でメールやサイト閲覧をする」するという“ながら視聴”にふれた。作り手は、映像と音声を駆使して、全体の流れのなかで見てもらうことを前提に番組を制作する。しかし、もともとテレビは家電製品であるがゆえに、テレビを見ることは日常的な他の生活上の活動と混合する性質を持っている。例えば朝の出勤前であれば、じっくり画面に向き合うことはできない。おそらく、朝食をとりながら、新聞を読みながら、ネクタイを締めながら、天気予報やニュースのラインナップをチラッとみるといった具合ではないだろうか。つまり、“凝視”ではなく“一瞥”で見られるということである。もちろんこれは、ゆっくり見ることが出来ない朝の出勤前という時間性と、他のことをし“ながら”という条件も関わってのことである。また、キッチンからカウンター越し見ることもあれば、畳に寝転がって見ることもある。さらに、ストレッチをしながら体を斜めに捻ってみる場合もあるだろう。したがって、テレビ視聴は見る側の時間性、空間性、身体性といった視聴条件なしにとらえることはできない。つまりテレビの日常性とは、家庭あるいは日常的な場所における視聴条件をコンテクストとして成立するものなのである。ディレクターは（テクスト的な意味で）心を砕いて映像と音声を組み上げる。しかし、そのコンテンツも家庭の受信機であるテレビに届いた瞬間に、そのコンテクストによって解体され、取捨選択されて受容されるのである。もちろん、“凝視”から“一瞥”まで、その眼差しの度合によって、解体される状況は変化する。受容はまた、見る側の世界観によっても異なることは言うまでもない。

いずれにしても、テレビが誕生し、家庭という日常的空間に入った時から、“ながら視聴”へ向かうベクトルは宿命づけられていた。メディアの特性をふまえて、映画監督とテレビディレクターの仕事の違いを考えれば、映画館という非日常空間で“鑑賞”する映画と、日常空間において“視聴”するテレビとでは、同じ映像の演出であっても表現は変えざるを得ない。つまりテレビマンは、単に映像の表現ではなく、テレビというメディアの特性を踏まえた表現を模索しなければならないのである。

4. むすび

ユビキタスネットワークの深化、携帯情報端末の高機能化が映像をとりまくメディア環境を急速に変化させている。このような中で、テレビが優位性を発揮できる特性はあるのだろうか。結論から言えば、“ある”である。

それは、“現在という時間性”にあると考えている。そしてそれは、同時刻性、即時性、持続性、中継性、連続性、共有性、非編集性、一斉同報性などの性質を含むもので、言い換えれば、「遠くの出来事を、今、同時に、持続して見ることが出来る」という特性のことだ。

9.11 米国同時多発テロのリアルタイム映像に世界中が悲痛し、あるいは 2009 ワールドベイスボールクラシックでの日本対韓国の決勝戦や 2010 バンクーバー五輪での浅田真央選手の演技に日本中が固唾を飲んだように、これまで数々の現場からの“生中継”が私たちをテレビ画面に釘付けにした。1972 年の浅間山荘事件で、機動隊の突入の様子が生放送され、NHK と民放を合わせて 89.7%（世帯平均、関東地区、ビデオリサーチ調べ）という調査開始以来の最高視聴率を記録している。1963 年、日本初の衛星生中継でケネディー暗殺が伝えられた時、当時のテレビマンの多くが驚きと共に、テレビの発展を先見したのも、この特性(遠くの出来事を、今、同時に、持続して見ることが出来る)を直感したからに他ならない。さらに、4K や 3D などデジタル化が推進する映像の超臨場化は、この特性をアクチュアリティ的な観点においてもさらに際だたせるだろう。

映像も含む他の情報メディアとは一線を画す“テレビにしか出来ない表現”を探るカギは、おそらくはこのあたりにあるのではないだろうか。

[文 献]

1) 萩元晴彦・村木良彦・今野勉『お前はただの現在にすぎない』朝日新聞文庫、2008 年

2) 水島久光「テレビと技術―テレビジョン分析の現在」『新記号論叢書テレビジョン解体』慶応義塾大学出版会、2007 年

3)今野勉・横江広幸「連続インタビュー・転換期のメディア『テレビ・今も「お前はただの現在にすぎない」か』http://www.nhk.or.jp/bunken/research/kokunai/tenkan/tenkan_05020101.pdf

竹林（たけばやし） 紀雄（のりお）

立教大学大学院修士課程修了（映像身体学専攻）。ドキュメンタリーを中心に数多くの TV 番組を演出。日経映像・主席プロデューサー等を経て、07 年、文教大学情報学部准教授。09 年、文教大学大学院情報学研究科准教授を兼務し「映像表現特論」を担当。日本映画監督協会員。日本アカデミー賞協会員。代表作は、ドキュメンタリー人間劇場「母ちゃんになりたい」等。52 歳。