

(論文)

「地域メディアの未来」 地方局とケーブルテレビ

Future of the local media in Japan
Commercial Broadcasting System versus Cable Television

狩谷 新

新聞という印刷媒体から本格的に始まった日本のマスメディア史が、今大きく変動しようとしている。特に地方においてはインターネット等に代表されるメディアの「グローバル化」とテレビ地方局・ケーブルテレビに代表される「ローカル化」に二分した動きが顕著である。近代から現代に至るメディア史を紐解きながらそのことを検証したい。

一、新聞・ラジオ・テレビのハードの多様化、しかし内容は？

全国紙といわれる新聞が一八七四年に生まれ、最初のラジオ放送が行われたのが一九二五年、そしてテレビが一九三九年に始まった。

この間に映画館で上映されたニュース映画というものが、当時の観客動員数からかなりの影響力を持ったと考えられるが、週代わりの映画ニュースは、速報性に欠けることから、本稿では扱わない。しかし、一九一四年からともいわれる動画によるニュースの配信は、その後のテレビに繋がる影響を視聴者に与えていたことは明記しておく必要があるだろう。

文字・音声のみから受け取る情報と映像から受ける印象を加えたものでは、情報の質に大きな違いが生じ、その前哨戦を勤めた

ニュース映画は、その意味で大きな意味を持っている。

そして現在、一九九〇年に始まり、二十一世紀に入って爆発的な広がりを見せたインターネットが第四のメディアとして台頭しつつある。

この間百十六年。一八〇四年に蒸気機関車が誕生し、一九一九年最初の旅客機がパリ・ロンドン間を飛んだ百十五年という歴史と奇妙な符合を見せている。産業革命以降の人類史全般にいわれていることだが、このスピードの速さは、それ以前に比べると、驚異的である。紀元前二世紀に紙が発明され、最初の木版印刷まで五百年、グーテンベルクの印刷機までは千七百年もかかっているのだ。

しかし、ハード面での急速な進歩に比べ、ソフトに目を向けると、こちらは、あまり変化していないことに気づかされる。

一八八三年五月一日付の郵便報知新聞にこんな記事がある。

○良犬 京都府の士族志水一賽といふ人が今度北海道に移住せんとて家族と共に三菱の東海丸へ搭して比ごろ萩の濱へ投錨せしが同氏の長男崇の徒然にや堪へざりけん手飼の洋犬と共に甲板にて遊び居たるが如何しけん足踏み外し海中へ陥りたり四邊に居たる人々の大に驚きそれ端舟よ水夫よと騒ぐ間に犬ハ海中に飛び下り崇が頸を引咬へて水を飲ませぬ様になし舷へ泳ぎ来るにぞ人々は急に端舟を下し難なく救い上げたる故両親の喜びは一方ならず船中に祝宴を張りて人々を饗應せしといふ聞く所にてハ此犬の功ハタダ此事のみならず故郷に在りし折も主人の紙入を水中より拾ひ取りし事ありしよし

こちらは、二〇〇八年十一月十六日付け十三時四十七分の読売新

聞インターネットの速報。

【顔】いわて銀河鉄道「犬の名誉駅長」の飼い主——本木 ヨコさん（六十五）

ヨークシャーテリアの愛犬マロン（八歳、オス）は、制服姿もかわいい駅長さん。岩手県一戸町の奥中山高原駅。電車が着くたびに、ホームで乗客を出迎え、得意そうに改札口に先導する。一日の利用客が四百人ほどのひっそりとした山あいの駅に、週末になるとマロン目当ての観光客が訪れる。

地元で生まれ育ち、鉄道に縁がなかったが、一九九九年に町職員から声を掛けられ、第三セクターになる前のJR時代から委託駅員を務める。

「愛犬を交通事故で失ったことがあり、子犬のマロンを自宅に残しておけなかった」。八年前から、マロンと勤務するようになった。

改札口に座り、人が近づくと、ほえて知らせてくれ、パトロールも怠らない。客たちの口コミで広がった人気に、厳しい経営が続く会社が目を付け、今年六月に名誉駅長となった。制服と制帽も贈られ、今月には大手出版社から写真集が売り出された。

「私の元気の源」というマロンと一緒に、これからも「利用客の笑顔が絶えない駅にしたい」と願っている。（盛岡支局 鈴木希）

二つの記事から推測される記者の取材方法は、百二十五年も経っているのに、さほど変化していないようにみえる。どちらの記者も書いていること全てを現場で見ただけではないだろう。当事者、関係者に話を聞いて、記事にまとめている。

カメラが普及し、肉声が聞こえるようになり、動画となって、さらに色がつく。紙から電波になり、利用者が個々にメディアと線で繋がるインターネットへと、ハードがめまぐるしく変化していることに比べると、こと報道に関する限り、入力部分での技術的な変化は驚くほど少ないといえるのではないだろうか。

「必要は発明の母」といわれる。報道というソフトウェアの技術に変化が求められていないとすれば、考えられる可能性は二つあるだろう。一つは、その技術が完璧である場合。そして、今一つは、常に新たな読者・視聴者を獲得し続けたことによって、十分な検証が行われていない場合ではないだろうか。

二、媒体の特長による表現の制約

多くの新聞が発行されていた明治初期、一八七二年創刊の郵便報知新聞が発行部数トップを走っていたが、その数は、わずか六千部、創刊当初、政治記事を廃したことによって、多くの読者を得た読売新聞が一万二千部。現在、読売新聞（一九四一年、旧郵便報知新聞を吸収合併）がホームページ上で公開している発行部数は、一千万部を超えており、朝日新聞の発行部数八百万部（本社発表データ）。単純合計で、千八百万世帯。統計局のデータによれば日本の世帯数は、二〇〇六年十月時点で、およそ四千万世帯であるから、併読している世帯を無視しても、購読世帯の割合は、36・7%でしかない。発行部数の中には、まとめて購読している企業・団体も含まれることになるから、この数値は低くなることはあっても高まる可能性は低いだろう。

NHKを除く民放各社が何らかの形で新聞社の系列に組み込まれている日本では、各局競って新聞各紙をパネルに貼り付け、視聴者

に記事を伝える番組を流しており、こちらも数に入れてみよう。ランダムに選んだ平日朝、東京キ丫局の番組視聴率を見てみる。日本テレビ「ズームインSUPER」(七時～八時) 10・7、TBS「みのもんたの朝ズバ」(七時～時) 8・3、フジテレビ「めざましテレビ」(六時十五分～八時) 10・7、テレビ朝日「やじうまプラス」(六時半～八時) 5・6、テレビ東京「TXニュース」(七時～七時四分) 1・1(ビデオリサーチ調べ二〇〇八年十一月十八日火曜日/世帯平均視聴率)。これを全て足しても36・4%。この世帯が全て、新聞を取っているわけではないだろうが、仮に半分が新聞を取っているとすると、18・2%、前掲の新聞購読世帯割合(36・7)を足して、新聞関連の報道に接している数は、54・9%。明治五年の人口が、三千四百八十万(厚生省企画室調べ)。新聞の発行部数を二万として、新聞の普及率は、5・7%。人口と世帯の違いはあるが、およそ十倍に増えているとみてよいだろう。

明治期から百二十五年。六千部からスタートしたマスメディアが、その後のハードの革新によって、世帯の半数以上を獲得した年月としては、短いともいえる。新たな読者・視聴者を獲得する場合、変化するのはどの部分だろうか？一般に文化が大衆化する際、表現法は、簡略化される傾向にある。

活字メディアからスタートした報道は、ラジオの出現によって、表現に大きな制約がかかった。同音異義語の多い日本語を漢字を見せることなく正確に伝えるために多くの努力がなされたことだろう。最も知られているラジオ放送は、一九二三年に開始されてから、二十二年後、一九四五年八月十五日正午に流された。

朕深く世界ノ大勢ト帝國ノ現状トニ鑑ミ非常ノ措置ヲ以テ時局ヲ

收拾セムト欲シ茲ニ忠良ナル爾臣民ニ告ク

朕ハ帝國政府ヲシテ米英支蘇四國ニ對シ其ノ共同宣言ヲ受諾スル旨通告セシメタリ

抑、帝國臣民ノ康寧ヲ圖リ萬邦共榮ノ樂ヲ偕ニスルハ皇祖皇宗ノ遺範ニシテ朕ノ拳々措カサル所曩ニ米英二國ニ宣戰セル所以モ亦實ニ帝國ノ自存ト東亞ノ安定トヲ庶幾スルニ出テ他國ノ主權ヲ排シ領土ヲ侵スカ如キハ固ヨリ朕カ志ニアラス然ルニ交戰已ニ四歳ヲ閱シ朕カ陸海將兵ノ勇戰朕カ百僚有司ノ勵精朕カ一億衆庶ノ奉公各、最善ヲ盡セルニ拘ラス戰局必スシモ好轉セス世界ノ大勢亦我ニ利アラズ加之敵ハ新ニ殘虐ナル爆彈ヲ使用シテ頻ニ無辜ヲ殺傷シ慘害ノ及フ所眞ニ測ルヘカラサルニ至ル而モ尚交戰ヲ繼續セムカ終ニ我カ民族ノ滅亡ヲ招來スルノミナラス延テ人類ノ文明ヲモ破却スヘシ斯ノ如クムハ朕何ヲ以テカ億兆ノ赤子ヲ保シ皇祖皇宗ノ神靈ニ謝セムヤ是レ朕カ帝國政府ヲシテ共同宣言ニ應セシムルニ至レル所以ナリ

朕ハ帝國ト共ニ終始東亞ノ解放ニ協力セル諸盟邦ニ對シ遺憾ノ意ヲ表セサルヲ得ス帝國臣民ニシテ戰陣ニ死シ職域ニ殉シ非命ニ斃レタル者及其ノ遺族ニ想ヲ致セハ五内爲ニ裂ク且戰傷ヲ負ヒ災禍ヲ蒙リ家業ヲ失ヒタル者ノ厚生ニ至リテハ朕ノ深ク軫念スル所ナリ惟フニ今後帝國ノ受クヘキ苦難ハ固ヨリ尋常ニアラス爾臣民ノ衷情モ朕善ク之ヲ知ル然レトモ朕ハ時運ノ趨ク所堪ヘ難キヲ堪ヘ忍ビ難キヲ忍ビ以テ萬世ノ爲ニ太平ヲ開カムト欲ス

朕ハ茲ニ國體ヲ護持シ得テ忠良ナル爾臣民ノ赤誠ニ信倚シ常ニ爾臣民ト共ニ在リ若シ夫レ情ノ激スル所濫ニ事端ヲ滋クシ或ハ同胞排擠互ニ時局ヲ亂リ爲ニ大道ヲ誤リ信義ヲ世界ニ失フカ如キハ朕最モ之ヲ戒ム宜シク舉國一家子孫相傳ヘ確ク神州ノ不滅ヲ信シ任重クシテ道遠キヲ念ヒ總力ヲ將來ノ建設ニ傾ケ道義ヲ篤クシ志操ヲ鞏クシ

誓テ國體ノ精華ヲ發揚シ世界ノ進運ニ後レサラムコトヲ期スヘシ爾臣民其レ克ク朕カ意ヲ體セヨ（国立公文書館 アジア歴史センター）

玉音放送として、知られるこの番組は、文語体で書かれているが、聴いてわかるように工夫されたはずであり、一九五六年生まれの私自身、このままでも主旨は理解できる。

さらに下つて一九八一年一月一日放送のオールナイトニッポン。

ビートたけし（以下たけし）元旦や、餅で押し出す 二一年グソ
ビートたけしのオールナイトニッポン（テーマ曲、協賛クレジツト）

たけし いやー、言っちゃいましたなあしかし。今日から始まったけど、いつまで続くかわかりませんがダディ竹千代の記録だけはやぶりたいですなあ！やりたいことはいっぱいあるんですけども、どうやっつたって何ヶ月で降ろされるかっていう問題でございましてですね。どうにか一ヶ月、一回でもいいですな、ダディさんの記録を破りたいと。番組始まって以来の短さだそうですね。

ダディ竹千代 そうです。

たけし あらーいきなり！

ダディ そう、いきなりです。

たけし 「行く人来る人」の時間がやってまいりました。今日は、去年まで「オールナイトニッポン」をやってましたダディ竹千代さんが、行く人。そして来る人がビートたけしでございますけど。

ダディ しかし木曜日のオールナイトニッポンもぜんぜん変わりま

せんねえ、キャラクター的には。たけし ほとんど変わってないですねえ。やっぱりつなぎという感じがしないですねえ。

(hon・nin:二〇〇六年九月二十一日号 掲載記事より 以下略)

極端な例ではあるが、このビートたけしのオールナイトニッポンは、本人の予想に反し、十年続く（一九八六年十二月～一九八七年七月、パーソナリティ謹慎中の為半年間の休止）長寿番組となった。内容もさることながら、彼の話し言葉は、当時の若者に圧倒的な支持を受け、聴取率最高記録を取ったことから語り口の平明さを知ることができよう。更に、このままの口調で出版化され、昭和軽薄体をも凌駕する勢いで活字文化にも変化を与えた。

二葉亭四迷（一八六四～一九〇九）が始めた言文一致運動は、百年の時を経、圧倒的な数の読者・視聴者を得ることによって、完成の域に近づいたのかもしれない。ラジオ・テレビの登場したこの百年間、我が国のメディアは、文語体と戦い続けてきたともいえるのではないだろうか。

新聞は元来、義務教育修了者を対象に書かれている。文部科学省生涯学習政策局調査企画課によれば平成十七年度の高校進学率は、97・6%であり、統計的にみれば、新聞は、ワンランク上の表現形態を取ってもよいことになるが、ずいぶん緩和されたとはいえ、漢字などに関する制限はまだまだに生き続けている。

漢字かな混じり文という世界に類を見ない複雑な表記形式を持つ日本語を口語において標準化することは、至難の業であり、急速に発展したメディア環境は、その一点において、大きな成果を上げたのかもしれない。

三、テレビに映っているもの

勿論、取材部分に変化が全くなかったわけではない。一九六五年から、導入が始まったENG（エレクトリック・ニュース・ギャザリング）システムは、取材相手の一部始終を映し出すことで、彼、又は彼女が発する言葉の真偽を直接視聴者に晒すことになった。

ここで、注意しなければならないのは、その映し出す映像を判断する基準である。スポーツ中継においては、試合を公正に評価できるという意味で、中継カメラの果たす役割は大きい。報道に限る限り、取材対象者の表情を正確に読み取ることは難しい。次に掲げるのは、息子がおこした不祥事を詫げる父の言葉である。

「いろいろなと迷惑をかけて、申し訳ありませんでした。これから一步一步やっていきますので、今後ともよろしくお願いします」

とても殊勝な言葉に見えるが、この父が、世界チャンピオンを相手に投げ技をかけてしまった息子大樹の行為を詫げる、父でありトレーナーだった亀田史郎氏の言葉だと明かせば、実際に二〇〇七年十月十七日に各局で中継された画像を見た人の抱く感想は大きく異なるだろう。「とても謝っている態度ではなかった」「口先だけの謝罪」「ちっとも反省していない」等々。実際、この謝罪会見の後、所属する共栄ジムには抗議の電話が殺到したという。しかし、これらの抗議は全て抗議した一人一人の印象であって、それが史郎氏の本心であるとはいえない。

「謝っているようには見えない」という意見は、「あの女優は美人に見えない」というものと同じで、主観に偏りすぎている。当時のワイドショーでもコメントイターと呼ばれる諸氏は、史郎氏を攻

撃したが、局を代表するアナウンサーは、うまくコメントを避けていた。

映像は、確かにそこにあるものを忠実に写し取るが、その与える印象は、受け手によって異なることが多い。更に、テレビは、不思議なことを始めた。

最近も社会保険庁、防衛省、厚生労働省が不正事件で、テレビのニュースに登場する機会が多いが、テレビのニュースは必ず話題の省庁の建物を紹介する。防衛庁が省になった際、初代防衛大臣が看板を架け替えるところが映し出されたが、職員が予算の不正使用したニュースでも、同じ看板が登場する。建物や看板は、別に何もしていない。何かしたのは、その建物で仕事をしている誰かであって、その建物がその不正資金によって建てられたわけでもない。これは、何か映像を入れなければ、という一種の脅迫観念が生んだものだろうか？誰が始めたかを調べることは本稿の主旨とは異なるので深入りはしないが、初めは「仕方がないからとりあえず、建物でも」ということだったのだろう。それがいつの間にか「建物を入れるのが当たり前」になってしまった。視聴者の方もさして気にもとめていないのが現実ではないだろうか？

反対にテレビカメラが現場にいたにもかかわらず何も映していなかったこともあった。一九九五年四月二十三日、午後八時半、東京南青山でその事件は、起こった。

地下鉄サリン事件の捜査が佳境に入っていたまさにその時、オウム真理教ナンバー2であった村井秀雄（三十六歳）が、山口組系暴力団羽根組組員に刺殺された。少なくとも民放五局のカメラがそこにはいたわけだが、どのカメラも決定的な映像は残していない。勿論、仮に、その瞬間が写っていたとしても、それを放送できるかど

うかは、別の問題である。

その判断が無いままに大量殺戮映像が、世界中に配信されたこともある。二〇〇一年九月十一日。貿易センタービルに突っ込む二機目の大型旅客機。その時、CNNのアナウンサーが発した言葉は、忘れることができない。

「Oh my God」

テレビは、記者の目を飛び越えてしまった。

二機目の旅客機を、時間をずらして高層ビルに飛び込ませることができたのは、テロリストだけである。彼らは当然、一機目が衝突した後、メディアがどう動くかを考えたことだろう。案の定、テレビ各社は競ってカメラを配置し、煙を上げるビルを映し、放映を始める。この時点で、この未曾有の事件が、テロであることは犯人以外誰も知らない。そして、近づいてくる二機目のジェット。その場にはいた誰もが、「まさか」と思ったに違いない。しかし、誰もカメラのスイッチを切ることにはなかった。結果的に大量殺戮の瞬間が、全世界に生中継されてしまったのだ。あの瞬間に起こった出来事に何者かの意図があったとしたら、それを持っていたのは犯人だけである。彼らが、そこまで考えていたかどうかは、現時点では、推測するしかないのだが、より多くの人々にその存在を知らしめる、という意味では、彼らの目的は確実に果たされ、メディアは結果的にせよ、彼らの意思に従ったことになってしまった。

サスペンスの巨匠といわれたアルフレッド・ヒッチコック（一九九一―一九八〇）は、同じ映画監督であるフランソワ・トリフォール（一九三二―一九八四）の質問に答えて、

「ハードが進歩するとソフトは一步後退する」（定本・映画術 晶文社）と、サイレントからトーキー、モノクロからカラーへと進化

した映画技術と表現法というソフトのことを語っているが、報道の世界でも同じことが言えるかもしれない。

横山秀雄は、自らの地方紙記者としての経験を踏まえ、日本航空機墜落事件を素材に「クライマーズ・ハイ」（文春文庫）を上梓している。記者たちは、墜落の原因が圧力隔壁にあるのではないかと、という事実なら確実にスクープとなる情報を入力、その真偽を確かめようと違法すれすれの行為を繰り返す。フィクションであるからその全てが、事実とはいえないが、「裏を取る」ことの重要性に嘘はないだろう。彼らに残された時間は輪転機が回るまで、上司や同僚は広告局と文字通り戦いながら、時間を確保する。朝刊の配達時間を変えることなく、読者に真実を伝えるための戦いがこの小説の重要なテーマとなっている。新聞記者の使命は情報を「早く」「正確」に伝えること。

現象というプロセスを経ないビデオカメラと、映像送信技術は、この「早く」という部分を極限まで縮めてしまった。

元来、衝撃の瞬間というものは第三者である報道機関にとって、撮影不可能なのである。放火の瞬間を知っているのは、犯人だけである。仮に彼が犯行宣言を行ったとしよう。彼は、行為の瞬間を報道させようとする意思を持っている。それに従うのは、果たして正しい行為だろうか？これに似た問いは多くの戦場カメラマンに向けられてきた。目の前で助けを求める瀕死の兵士をカメラを捨てて救うべきか？それともその無残な死を伝えるべきか？この問題に答えを出すことは、本稿の主旨ではない。しかし、違いを明らかにしておく必要があるだろう。戦争は、現在のところ犯罪ではない。人道的な問題は別にして、法的に正当な行為であり、その行為を報道することもまた正当とみなされる。一方の放火は、明らかに犯罪行為

であり、その一部始終を報道することは、犯罪行為への加担となってしまう危険性を孕んでいる。

現在、犯罪予防を目的に膨大な数の監視カメラがあらゆる所に設置されつつある。イギリスには四百二十万台の監視カメラがある（イギリス情報委員会 (Information Commissioner) 委託「監視社会に関する報告書 (A Report on the Surveillance Society)」(二〇〇六年九月) (PDF)) といわれ、その是非を巡って議論も起きている。日本では、銀行ATMには全て、更にタクシーの多くが、ドライブレコーダーと呼ばれる車載監視カメラを導入し始めており、テレビはこの貴重な映像を当然のように多用している。

監視カメラ社会の極端な例として、ヴィム・ヴェンダース監督は「エンド・オブ・バイオレンズ」(二〇〇〇年キングレコード)の中で、犯罪者をその場で消去(殺害)してしまうシステムを紹介しており、更にトニー・スコット監督は、「デジャヴ」(二〇〇七年ウォルトディズニージャパン)において、過去に遡って犯罪を抑止するシステムの可能性まで示唆した。

繰り返すが、監視による犯罪抑止効果について論ずるつもりはない。監視カメラの映像が報道に利用されることがある、という事実注目していただきたい。取材(検証までを含む)・執筆・製版・印刷・配達というプロセスを経なければならぬ新聞メディアは、事件発生と同時にそれを伝えることは不可能だった。「号外」はこのプロセスを極限まで短縮して出されるが、その場合でも、どの一つも省略されることはない。新聞社もネット配信を速報として行っているが、その原稿は複数の人間の目を経てネット上に揚げられる。

9・11の二機目のテロは、その瞬間に視聴者の目に飛び込んだ。

ヴェンダースの映画は、監視カメラの映像をそのまま流すことに技術的な問題はないことを示し、アメリカで頻繁に行われているハイウェイでの暴走車とパトカーのカーチェイスは、その前触れと考えることもできるのではないだろうか。

日本ロケット技術の父とも言われる糸川英夫氏(一九二二―一九九九)は、開発当初のボラロイドカメラについて、こんなコメントを残していると言う「撮った写真がすぐ見られる、というだけでは『進歩』とはいえない。従来の写真と同じクオリティで、という条件を満たす必要がある」速報性を追及するあまり、「検証」を怠ってはいけない。映像が全てでないことは、少しでも映像製作に関わったものなら誰でも知っている事実である。

四、テレビに真実は映っているか？

一枚の写真がある。澄み切った青空に向かって自由の火を掲げる女神を右斜め後方から縦位置で撮影したものだ。通常なら、女神の顔を写すところだが、見事な青空を表現したかったのだろう。これはどうみてもニューヨークの写真だ。「大都会なのに空気が澄んでいるなあ」撮影日は二〇〇一年九月十一日。「もうそろそろ寒いかな」

この写真は、現在、インターネット環境さえあれば誰でも閲覧可能である。(http://www.js23.jp/apori/detail/2006/0911.htm)。ページをご覧になった方は、「嘘つきー」とののしるかもしれない。嘘はついていない。写真の左側三分の一を切り取れば、筆者が書いたとおりものが写っているはずだ。静止画であれ、動画であれ、映像は、フレームによって切り取られている。テレビドラマや映画には家の中のシーンが数多くある。スタジオと呼ばれる現場に

は、その家のセットが建てられている。そして、その殆ど全てに天井がない。天井に当たる空間には様々な撮影用ライトが吊るされている。時にはそのライトを操る人影まで見える。その下で、泉ピン子さんがラーメンを作り、三浦春馬君がパソコンを操っているのだ。視聴者は天井が無いことに気づかない。何故ならカメラは一度も天井を撮影しないから。

テレビのニュースにはよく「現場」が登場する。「昨夜午前二時ころ、ここでひき逃げ事件が発生しました」放送記者やリポーターが、車がどの方向からやってきて、被害者をどのように轢き、その後、どんな風に逃げ去ったのかをマイク片手に激しく動き回りながら、伝える。こういうスタイルは民放の独壇場だと思っていたら、最近NHKでも同じような手法を採っている（夜九時のニュースが、顕著）。しかし、この一連の映像にはどのような意味があるのだろうか。臨場感だろうか？筒井康隆氏の「48億の妄想」（文春文庫）は、今から三十六年前、一九七二年に書かれたものだが、主人公の一人であるニュース番組関係者の主な仕事は、事件をスタジオで再現することだった。暴走トラックが、民家に飛び込んだ、という事件をスタジオでそのまま再現するのだ。現場（正確には数時間または数日前に事件が起こった場所）でわめき続けるアナウンサーを見るたびに、筒井氏の予言の出来損ないを見ているような気がする。視聴者の知りたいこととテレビ報道が伝えようとしていることに微妙な誤差が生じているのではないだろうか。

現場の状況から、なんらかのヒントを得て、事件解決の糸口を見つけるには、経験と技術が必要なはずだ。視聴者もアナウンサーもそんなものは持っていないし、持つ必要もない。「映像のないニュースはニュースじゃない」などというのは一種の暴言だろう。

謝罪会見というものもある。カメラの放列に向かって関係者が頭を下げるというものだ。いつから始まったのだろうと調べてみたが、正確なところはつかめなかった。しかし、強烈に記憶されているものが何かは判明した。山一証券破綻を伝えた社長会見である。

一九九七年十一月というから今から十一年前のこと。最初に自主廃業を報じたのは二十二日土曜日の日本経済新聞電子ニュースだった。フリー百科事典ウィキペディアによれば、明けて二十四日月曜日、臨時取締役会の後、十一時三十分から、社長の野澤正平、会長の五月女正治、顧問弁護士相澤光江が東京証券取引所で記者会見に臨んだ。自主廃業を告げた後、野澤社長は突然マイクを持って立ち上がり、涙を流しながらこう言った。

「みんな私たちが悪いんであって、社員は悪くありませんから！善良で能力のある社員たちに申し訳なく思います。優秀な社員がたくさんいます。ひとりでも再就職できるように応援してください」

パロディストのマッド・アマノ氏は、この頃から、謝罪会見の写真を集めるようになったと自らのブログで述べている。

私は不祥事を起こして頭を下げて「謝罪するふり」をしている経営者や政治家などの新聞の記事と写真を一九九七年頃から現在に至るまで集めてきた。今ではA4ファイルが三冊にもなる。あのととき深々と頭を下げた人々は今、何をしているのだろう。多分「そんなこと忘れまじや」と心にも留めない感想が返ってくるに違いない。そこで私は日本独特の「頭下げ謝罪」を「謝罪文化」と名付けた。彼らに罵声を浴びせようじゃありませんか。「頭さげりやい

「ツーンじゃないんだぞ！」と。(http://ameblo.jp/parody/page-3.html)

野澤社長(二〇〇四年六月センチュリー証券(現日産センチュリー証券)社長就任)は忘れてはいまい。泣いたことには問題があるかもしれないが、彼は確かに謝罪していた。問題はこれ以降の謝罪会見であり、アマノ氏が問題にしているのも形式的な謝罪の方であろう。

カメラの前で頭を垂れる彼らはいったい誰に謝っているのだろうか? 同じような事例に旧ミドリ十字が起こした薬害エイズ事件(一九九六年)がある。しかし、この時は、原告団に対して、役員が土下座したのであって、昨今のカメラに向かって頭を下げているとは、様相が異なる。謝罪すべき人間を擁護するつもりはないが、関係者を記者会見という形で並べせ、メディア側が揃って糾弾を始めた場合、彼らの取れる行動に選択肢は少ない。これは一種の人民裁判ではないかと思うのは私だけだろうか。

ジャーナリストの使命は、不正を暴くことだとは思いますが、相手に謝罪させることではないはずだ。

落合博満中日ドラゴンズ監督が、まだ選手だった頃、年末特番のゲストとして迎えたことがある。収録までの時間、担当ディレクターが、番組の主旨などを説明するのだが、その時、彼が漏らしていた言葉を忘れることができない。

「最近の記者は、何かと言うと記者会見を開けて言うんだ。抜けがけしたい、というよりも誰かに抜かれることを恐れてるみたいだな」

張り巡らしたアンテナに引っかかった小さな事実を積み重ね、

様々な検証を行った上で記事にする。時間が無いからといって、当事者と思われる人物の自宅に押しかけ、インターホン越しに家人の声(本人ですらない)を収録、放送してしまうワイドショーは、その検証部分を公開してしまっているのではないだろうか? かつてアメリカでレーガン大統領が就任した時、「最近の大統領には演技力が求められている。でもレーガン程度でOKなんだ」という冗談が飛ばされていたが、ワンフレーズポリティックスなどと言われた小泉元首相の言動やその人気度をみると、冗談では済まされないような気がする。

勿論、テレビの報道が全て駄目だと言っているわけではない。映像にこだわるあまり、弊害が生じていることを指摘しているだけである。言い換えれば、活字メディアが築き上げたレトリックのレベルに、まだ達していないことを述べたかったのである。

五、ポスト・テレビインターネット動画とその影響

そして、メディアは、進化を続ける。最早、テレビの時代ではないのだ。

動画はネットで観賞する段階に入った。先駆者であるユーチューブは公式サイトで自らをこう紹介している。

二〇〇五年二月に設立されたYouTubeは、オンラインでの動画配信の先駆者であり、ウェブ・エクスペリエンスを通じてオリジナル動画の鑑賞と共有に最適なシステムです。YouTubeのサイトは、YouTube.comから動画を簡単にアップロードし、ウェブサイトで、携帯端末、ブログ、メールで共有できます。

YouTubeでは誰でも動画を見ることができます。最新の出来事の

目撃シーンや、自分の趣味や関心事に関する動画を探したり、珍事や目新しいことを発見できます。特別な瞬間を動画にしようとするみなさんが明日のブロードキャスターです。

YouTubeは二〇〇五年十一月にSequoia Capitalから資金提供を受け、一か月後の十二月に正式にサービスを開始しました。Chad HurleyとSteve ChenがYouTube経営チームの最初のメンバーとなり、現在はそれぞれCEO（最高経営責任者）とCTO（最高技術責任者）を務めています。

二〇〇六年十一月、設立から一九ヶ月後YouTubeはGoogle Inc.に買収されました。これは今まででもっとも話題を呼んだ合併に数えられます。

YouTubeは、CBS、BBC、Universal Music Group、Sony Music Group、Warner Music Group、NBA、Sundance Channel、その他多数のコンテンツ・プロバイダとパートナー契約を結んでいます。

(<http://jp.youtube.com/about>)

小島よしおというタレントがいる。「そんなの関係ねえ」というギャグ一つで一時は人気を博した芸人だが、彼は、その売れ方が特徴的だった。所属はサンミュージックで、デビューのきっかけは年一回フジテレビが主催する「第五回お笑いホープ大賞」で決勝に進出、激励賞を受けたことだった（二〇〇七年五月）。その後、「ぐるぐるナインティナイン」等の番組にゲスト出演した。ここまでは、過去に登場した数多くの芸人たちと変わりはない。九月十一日、当時不定期の特別番組として放送されていたフジテレビの「爆笑レッドカーペット」において、司会者が「小島の動画（過去のテレビ出演場面）がYouTubeの週間世界ランキングで世界

五位になった」と紹介したのだ。

彼のギャグが国境を越えて支持されるものであったことは、ひとまずおくとして、「YouTube」の再生回数、オリコン（ヒットチャートをはじめとする音楽情報サービスなどを提供する日本の企業グループ）のランキングと同様の扱いを受けたことが画期的だったのである。人気度を測る指標は様々だが、地上波テレビが君臨した状態であれば、番組視聴率が、最も影響力の大きい指標のはずである。萩本欣一というタレントが全盛の頃、各局にあった彼のレギュラー番組の視聴率を合計すると百パーセントになることが話題となったこともあった（フリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』）。現在でも、明石家さんま、島田紳助等が評価されるのは、彼らの出演番組が高視聴率を維持するからである。小島よしおは、ここに風穴を開けたことになる。

六、キー局の二面性と地方局

地上波民放テレビ局の仕事は大きく二つに分けられる。一つは、放送局として、定められた時間に滞りなく番組を放送する、という放送事業。もう一つが、番組そのものを製作する業務である。第一の業務については、百二十七存在する全ての会社が行っているが、二つ目の業務は、東京・大阪のキー局がほぼ独占的に行っているのが現状である。

大分放送を例にとると、二〇〇八年十一月二十五日火曜日、四時五十五分から、二十六時五十四分までの二十一時間五十九分の中で、独自製作番組の合計時間は、一時間二十七分。日本テレビとフジテレビの二つをキー局とするテレビ大分は、同日四時五十分から、二十七時十七分までの二十二時間二十七分の内わずか一時間二

分(この中には、深夜三十分枠で放送された大分パチンコ探検隊も含むが、夕方の六十二分枠の全国ニュースに組み込まれた形の地方ニュースは含まない)である(週刊TVガイド)。週末にそれぞれ、独自の情報番組を二時間単位で制作しているが、これを足しても東京・大阪とは事情が異なることは明白であろう。比率で見ると、大分放送が6・6%、テレビ大分は4・6%であって、いずれにしても一割に満たないのが現状である。しかも製作している番組のジャンルは極端に限られており(報道と地域の情報番組、不定期に制作されるドキュメンタリー)、ドラマ・バラエティ・音楽番組に関しては、皆無といってもいいだろう。

日本に地上波民放テレビ局はいくつあるのか?という単純な質問への答えが、微妙になるのは、こういった事情による。放送という業務を行っている企業数ということであれば、前掲の百二十七という数字になるのだが、番組制作業務を根幹の一つとし、独自製作番組(ここでいう独自製作とは、放送局が発注者となっているものとする。従って、独立したプロダクションが製作するものも含まれる)が、放送時間の半数を超える局となると、大阪の準キー局も怪しくなってしまうのだ。

テレビというメディアにふさわしい多種類の番組制作能力を持つ民間放送局は、東京に五局、大阪に五局と言い切ってしまうてもあながち間違いではあるまい。

筆者はかつて、番組制作プロダクション、オフィス・トゥー・ワン(本社東京都港区六本木三・一六・三三)に所属し、一九九〇年代、地上波でいえば、NHK、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京、朝日放送、毎日放送のそれぞれの局で放送された様々な番組を十年に渉って制作した。幸いにも特定のジャ

ンルに特化することなく、情報番組・バラエティ・ドキュメンタリー・ドラマ・報道に携わることができた。(本格的な音楽番組だけはチャンスがなかったことが惜まれる)。この経験からわかったことがいくつかある。その一つがテレビ番組というコンテンツの持つ共通した特性である。テレビである限り、常に視聴者の興味を引き続けなければならないのだ。

映画と比べてみよう。映画は、観客を一度映画館まで運んでしまえばいい。映画館まで出かけ、安くはない入場料を支払った観客は、減多なことでは席を立たない。出かける手間もなく、料金も払っていないテレビのチャンネルを変えることは、心理的な重さが大きく異なる。簡単にリモコンを操作させないために、どの番組も苦勞している。

視聴者はわがままである。女性の知人で、木村拓哉の大ファンがいた。彼女はキムタクが出る番組は全部見ている。勿論ドラマも毎回書かさず見るといふ。そこでドラマの筋を聞いてみた。「そんなもの見ていない」と言うのだ。彼女は、キムタクの一拳手一投足を凝視しており、画面から消えれば、次の出番を待つだけなのだ。出演が決まっただけで20%の視聴率を確保するためにはこういうファンが必要なのである。そして、キムタクは日本に一人しかいない。全部の番組に彼を出演させることは不可能だ。だから皆で知恵を絞る。

当面の敵は、同一時間帯に放送される他局の番組である。同じジャンルのものがある場合は、ある程度の票読みが可能だ。

テレビ朝日、月曜夜九時からの「TVタックル」を例に取ると、真裏はフジが月9と呼ばれる連続ドラマ。TBSは二時間ドラマ、日本テレビは八時からの拡大枠で古代ローマのドキュメンタリー、

テレビ東京では今田耕司のバラエティで、NHKは九時のニュース。タックルの売りは現在、政治ネタだから、NHKもライバルである。フジテレビとTBSは競合しているように見えて、対象年齢を微妙にずらすことで共存し、タックルの常連である四十代、五十代の男性を持つていきそうなのはTBSの方だ。月9が弱いとタックルが上がるので、二十代、三十代の女性は常連とはいえない。今期はそれほど強くないので助かっているのだが、お笑い好きの若者（主に男性）はテレビ東京に流れる。目指しているのは二桁確保だが、TBSのドラマが引き込むと今週は辛いかもしれない。自分が製作している番組が政治バラエティでも、報道からドラマに至るまでその特性を掴む必要があるのがテレビ製作者なのである。映画なら同じジャンルの二本を別々に見ることが可能だが、同時刻に放送されているものを同時に見ることは不可能であり、録画視聴は視聴率に反映されないのだ。そして、視聴率の取れない番組に待っているのは「打ち切り」と言う名の死刑宣告である。

文字通り、生きるか死ぬかの戦いを強いられている東京・大阪の番組制作と地方のものとはこの部分が大きく異なる。

大分を例にとると、テレビ大分（以下TOS）、大分放送（以下OBS）、大分朝日放送（以下OAB）の三局が、土曜日に独自の情報番組枠を持っている。

まずOBSが九時二十五分から「かぼすタイム」（十一時二十五分まで）、続いてTOSが九時五十分から「ハロー大分」（十一時二十五分まで）、OABは、十二時から「れじゃぐるテレビ」（十三時まで）。OBSとTOSが凌ぎを削っているという見方も出来るが、勝っても負けてもこの枠の製作自体は無くならない点が大いに違うのである。製作担当者の入れ替えが起こることはあり、当事者

にとつては大問題かもしれないが、番組そのものがなくなってしまうこととはレベルが異なる。朝寝坊の若者を狙って昼からの放送にしたOABも状況は変わらない。生き残り戦略としては有効かも知れないが、数字が悪くても番組自体がなくならない点では他の二局と同じなのである。

テレビ局は不動産業に似たところがある。ただし期間限定の賃貸専門だ。ゴールデンタイムは二等地、深夜二時以降は、それなりの価格がつく。東京の場合、その土地にどんな建物を建てるかは、基本的に自由である。ブティックが繁盛すればそれでいいし、ブティックの売り上げが落ちて、そこにレストランができても繁盛さえしていれば、問題はない。地方ではこの入れ替えが起こらない。これはパチンコ店に似ているかもしれない。何度新装開店を繰り返しても、そこはいつでもパチンコ店なのだ。

しかも絶対的な製作可能人員の数が異なる。OBSが、視聴可能世帯数に比べて、独自製作番組（月曜から木曜まで午前中に二十五分番組を制作）が多いのは、同社がラジオも放送しており、製作余剰人員がいることが要因の一つと考えられる。社員数の差はもとより、番組制作会社の数が連盟に加盟しているものだけでも百十九を数える（ATP加盟社）京阪とは比較にならない。入れ替えるにも限度があるのだ。キャリアパスも難しい。地方局の製作担当社員が、中央に引き抜かれる例は、新聞記者と比べても少ないだろう。社内の新陳代謝が起こらず、外部に人材を求めることもできないのである。

結果として、現在放送中の情報番組が完成する。男女三人の司会者がスタジオで進行し、中継やリポートが挿入される。人員や形式は、中央から流される情報番組に似ているのだが、決定的に違う部

分がある。フジテレビのトクダネと比べてみよう。メインが三人なのは同じだが、中央にいる小倉智昭は、フジテレビのアナウンサーではない。京阪で製作されているどんな番組でも二人以上の司会者がある場合、最低でも一人はアナウンサーではないのだ。自社のアナウンサーだけで進行するのは民放の場合、五分枠のニュースだけである。形式に騙されてはいけない。タレント生命が掛かっている司会者と失敗しても退職させられることは稀な社員では、姿勢そのものに違いが出る。これは大分だけの問題ではない。多くの地方局が土曜日の午前中同じような番組を制作している。彼らは中央の情報番組を見本としているはずなのだが、肝心な部分が違っていることに気づいているのだろうか。司会者全員が局のアナウンサーという番組の見本は中央に存在しないのである。最初のボタンを掛け違えれば、まともに服を着ることはできない。ゲストやコメンテーターに関する認識もすつきりしなくなる。これ以上詳しく分析することは別の機会に譲るが、ここで明確にしておかなくてはならないことは、地方で製作されている情報番組が、独自のルートを通って、特別な番組になっている、ということである。それなりの役割は果たしているが、完成の領域に達していないのは、映像ニュースが中央でも完成していないのと同じである。

七、地方局の限界とキー局の次世代展開

地方局は更に別の問題も抱えている。事業形態を無視したような形で定められているカバリエリアである。県境が定められた経緯をここで述べるつもりはないが、少なくとも電波が届く範囲で区切られたわけではない。しかし、関東・関西以外の地域では、県単位で放送局が配置されている。北海道はどんなに広くても一行政単位で

あるから一つとしてくくられ、それが全てかと思うと、鳥根と鳥取、香川と岡山のように二県を一つにしてしまっているところもある。九州は、一応、県ごとに分かれているが、佐賀には民放は一局しかなく（たいていの地域で福岡の局が視聴可能）、本来、大分のカバリエリアである中津と日田の住民は、福岡のテレビを見ている。山口は更に悲惨で、西は福岡、東は広島局に視聴者を取られているのが現状だ。受けられる電波を送り手の側から遮ることはできないのである。

地上波の電波は、送信アンテナから受信アンテナまで一直線に進む。関東エリアで道に迷ったら、家々に立っているテレビアンテナを見ればいい。そのアンテナが指している方向に東京タワーがあるのだ。辿っていけば理論上いつか東京タワーに辿り着く。平坦な関東平野で三百三十三メートルの高さを持つ、ということはそういう意味なのだ。因みに二〇二一年完成予定の新東京タワーは六百メートルである。大分県のテレビ塔は別府の山の上に立っている。北も西も南も山に囲まれているから、県外に電波が届くことはない。しかし、山の向こうが全て県外なわけでもない。結果として、電波が届けるために補助的なアンテナが設置してある。でも山の反対側にもテレビ局があり、そちらは、何の苦勞もなしに同じ場所に電波を届けてしまう。どちらのアンテナに自宅のアンテナを向けるかは見るほうの自由であり、私企業である放送局にはなんの強制力もない、というのは嘘で、物理的にも福岡市もしくは北九州市の方が大分市より近いわけだから、問題はないのである。そもそも何故、県単位で放送局が設置されていたのか、という問題があるのだが、ここでそちらに迷い込むと出てこれなくなりそうだ。一地方局のカ

バーエリアが放送という観点から定められたわけではないことをのみを理解いただき、論を進める。県単位の情報をくまなく扱うことが地方局にとって困難であることは、支局の数からでも類推できる。

大分合同新聞の支社支局数は県内だけで十五（合同新聞H.P. <http://www.i-bunbun.com/category/shoplist260name1.html>）、OBS、TOSともに、県内で支社支局があるのは別府だけである。（OBSニュースラインでは、ニュースを番組内で募集しているが、どうやら本気で集めているらしい）これでは報道機関と胸を張って言えないだろう。

余程大きな事件でも起きない限り（起きても五分で現場に行くことはできないが）、県境へ取材に向かうことはない。自然に送り出す情報は限られてくる。大分・別府だけが栄え、日田・中津は福岡を向き続ける。それでも県民は、地方局を見捨てなかつた。地上波テレビが他を圧倒する情報源である限り。その絶対条件が崩れつつあるのだ。

一昨年、テレビ朝日開局五十周年記念ドラマとして、ビートたけし主演のドラマが製作された。松本清張原作「点と線」。二〇〇七年十一月二十四日、二十五日、二夜連続で放送され、それぞれ23・8、23・7%（ビデオリサーチ関東地区平均）という高視聴率をマークした。快拳と見る向きもあるが、この程度の数字は、全盛期の萩本欣一が毎週叩き出していたし、同じドラマでも「渡る世間は鬼ばかり」が遥かに高い数字を打ち出していたこともある。最近のものとは比べてもフジテレビがキムタクを投入した「HERO」（二〇〇一年一月～三月）は平均が30%を上回っていた。それでも、もう七年も前のことである。テレビは確実にその支持基盤を失いつつある。

「視聴者のテレビ離れ」といわれるが、コンテンツそのものを見なくなつたわけではない。映画の観客動員数は増える傾向にあり、ネット上の動画サイトのアクセス数も増え続けている。日本語という言語を持つバリアは、安易に外国作品を受け入れない。つまり、先に論じたテレビ局の二つの業務の内、放送事業がダメージを受けているのであり、製作能力については、別の道が開いている。

昨年、邦画興行成績第一位に輝いた「HERO」の監督は、ドラマ出身の鈴木雅之であり、四位の西遊記の監督も同じくフジテレビ出身の澤田鎌作である。話題作「手紙」の生野慈朗、「恋空」の今井夏木もテレビドラマ出身であり、世界的なコンテンツであるアニメも宮崎駿、押井守ともにテレビで修行した監督である。少なくとも京阪で番組制作に携わってきた人間の多くが、コンテンツ製作者としての技量を伸ばしてきたことを示す指標には事欠かないのではないだろうか。

フジテレビは、現在、二十一の局（<http://www.fujitv.co.jp/fujitv/fm/index.html>）に分かれてその本社業務を遂行しているが、放送そのものに関わる部門は技術局のみであり、映画制作局や事業局、デジタルコンテンツ局など独立性の高い事業に比重を移しつつある。地上波デジタル放送への移行は、BS受信可能な受像機の普及という側面も持っている。京阪各局がBS波を確保し、赤字を積み重ねながらも手放さないのは、これを機にナショナルスポンサーごと、衛星波に上がってしまうことも視野に入れていると考えるべきであろう。国民全てに受信可能な放送を義務付けられているNHKは、地上波の総合テレビをランニングコストが低く抑えられるBSに移すことに反対する理由はない。

そして、地方局が取り残される。仮に、京阪のキー局が、衛星波

に移行し、全国どこでも中央の番組が見られるようになった場合、地域のイベントや地方のニュースはどこが伝えるのか？放送局を管轄下に納める総務省は、その点も考え、旧郵政省の時代から、着々と準備を進めてきた。それが、市町村単位のケーブルテレビネットワークであり、それらを繋ぐ高速回線なのではなからうか。この事業にはNHKも深く関与しており、大分の場合、県南の佐伯市のケーブルテレビ局が持つ定点カメラ（俗にお天気カメラと呼ばれる）の回線は、光ネットを通じて大分市のNHKに繋がっており、NHKは災害情報の際、このカメラの映像を使用することができるのである。NHKは、半官半民の色合いが濃いケーブル局との連携を深めており、番組の製作指導や、製作依頼、番組の審査表彰などにも力を入れている。

八、地方局とケーブルテレビ、どちらが次代の覇者足りえるか？

地域の情報を動画として伝える機能を持つ二つのメディアを改めて比べてみよう。

地方局はエリアを県単位としているが、全域のニュースをカバーする機動力を有していない。ケーブル局は、一つ小さい行政単位である市町村をエリアとしているため、情報をカバーする面では少ない人員で実行可能という意味では有利である。

財政面をみると、その殆どを広告収入で賄っており、更にその大部分が、キー局からの分配金に頼っている地方局は、現在のところ売り上げには大きなものがあるが、本稿で検証してきたことを踏まえると未来永劫この収入を確保することは難しいだろう。

ケーブル局は、契約視聴者からの収入が基盤であり、潜在視聴世帯の多い都市型ケーブルにおいては、有利とみることができると提

供するコンテンツをある程度選べることもキー局の編成に頼らざるを得ない地方局よりは有利である。一方、契約世帯数に限りがある地域のケーブルは、IP電話、インターネット接続サービスの拡充という収入源を確保し、行政機関との連携を深めることができれば、こちらも地方局より有利と見ることができると提

設備投資の面からは、どちらも基本的なインフラへの投資は終了しており、地上波デジタルへの対応で、新規投資をせざるを得なかった地方局がやや不利な状況にあるといえる。ハイビジョンへの対応は、ケーブル局にも新たな設備投資の必要性を生じさせたが、同時に、テレビを買い換えることなくデジタル放送を受信できる、という意味で新規顧客を獲得できたこともあって、この点でもケーブル局は有利とみることができると提

番組制作能力については、アナウンス技術などにおいてケーブル局は後塵を拝しているが、収録・編集システムの簡素化によって、全体としての番組制作能力において、それほどの実力差があるとは言い難い。独自製作番組を現時点で比べれば、地方局に軍配が上がることは確かだが、比較対象をキー局のものにすれば、その優位性はそれほどものではない。出演者が全国レベルでないという点では、どちらの番組も五十歩百歩である。

更にケーブル局だけが持つVOD（ビデオオンデマンド 見たい番組を視聴者の都合のよい時間にいつでも視聴できる）システム等は、媒体がネットに移行した場合には大きな力を持つといえる。

いずれにしても、現在のテレビ放送がそのまますの影響力を持つて、今後五十年続くことはない。全国規模の動画コンテンツ制作能力を持つキー局には、複数の選択肢がある。地方局をNHKの支局規模に縮小することも戦略の一つとして考えているかもしれない。

インターネットの躍進は、様々な変化をもたらした。一台の小さなパソコンが、世界中に動画情報を発信できる時代である。通信が放送を凌駕することも夢ではない。一地域が直接世界と繋がることのできるのである。但し、そこに必要なのは、的確な映像表現であり、そのノウハウを有したものが、次世代の動画メディアを制する、といえるかもしれない。この観点において、ケーブル局は、努力次第で地方局と対等に戦うことができるのではないだろうか。

参考資料については本文中に記した。以下は本稿起草に様々な示唆を与えてくれた主要参考文献である。

○グーグル—Google既存のビジネスを破壊する

文春新書(501) 佐々木俊尚著 文藝春秋(2006/04)

ISBN-10:4166605011 ISBN-13:978-4166605019

○メディアの支配者(上下) 中川一徳著 講談社(2005/7/1)

ISBN-10:4062124521 ISBN-13:978-406212452

ISBN-10:4062130033 ISBN-13:978-4062130035

○テレビはインターネットがなぜ嫌いなのか

吉野次郎著 日経BP社(2006/11/30)

ISBN-10:4822245543 ISBN-13:978-4822245542

○日本語の呼吸 鴨下信一著 筑摩書房(2004/3/25)

ISBN-10:4480816321 ISBN-13:978-4480816320

○日本のいちばん長い日—運命の八月十五日

(角川文庫 緑 350-1) 大宅壮一編纂 角川書店(1973/05)

ISBN-10:4041350018 ISBN-13:978-4041350010

○下流社会 新たな階層集団の出現

三浦 展著 光文社(2005/9/20)

ISBN-10:4334033210 ISBN-13:978-4334033217