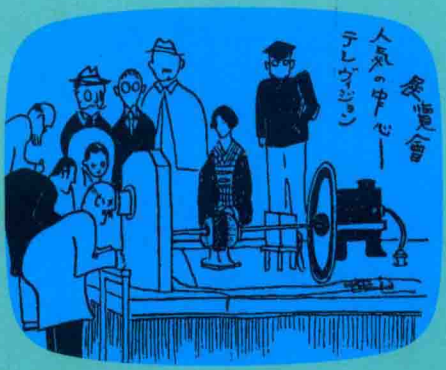

テレビが見世物だったころ

初期テレビジョンの考古学

飯田 豊
Yutaka Iida

青弓社

テレビが見た世界だったころ

初期テレビジョンの考古学

飯田豊
Yutaka Iida

常州大学図書館
藏書

青弓社

[著者略歴]
飯田 豊（いいだ・ゆたか）
1979年、広島県生まれ
立命館大学産業社会学部准教授
専攻はメディア論、メディア技術史、文化社会学
編著に『メディア技術史』（北樹出版）、共著に『メディア・リテラシーの諸相』（ミネルヴァ書房）、『ヤンキー人類学』（フィルムアート社）、『IT時代の震災と核被害』（インプレスジャパン）、『ヤンキー文化論序説』（河出書房新社）、『コミュナルなケータイ』（岩波書店）、『路上のエスノグラフィ』（せりか書房）など

テレビが見世物（みせもの）だったころ　初期テレビジョンの考古学

発行――2016年3月18日　第1刷
定価――2400円＋税
著者――飯田 豊
発行者――矢野恵二
発行所――株式会社青弓社
〒101-0061 東京都千代田区三崎町3-3-4
電話 03-3265-8548（代）
http://www.seikyusha.co.jp
印刷所――三松堂
製本所――三松堂
©Yutaka Iida, 2016
ISBN978-4-7872-3399-8 C0036

テレビが見世物だったころ——初期テレビジョンの考古学／目次

はじめに　7

第1章　アマチュアリズム——「趣味」のテレビジョン　32

1　「テレビジョン」の初期衝動　37

2　ラジオの公開実験、路上のモダニズム　50

3　テレビジョン・アマチュアの興亡——啓蒙家としての苦米地貢　70

第2章　パブリック・ビューイング——早稲田大学の劇場テレビジョン　111

1　アマチュア無線文化の残滓から、帝国科学の権威へ　113

2　のぞいて見るか、あおいで見るか——浜松vs早稲田　122

3　「興行価値百パーセント」——モダン都市の野球テレビジョン　139

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbo

第3章　テクノ・ナショナリズム——逓信省電気試験所のテレビジョン電話　187

1　不遇の「テレビジョン行脚」　191

2　北は樺太から南は台湾まで——テレビジョンの「技術報国」　211

3　テレビジョン電話のまなざし　225

第4章　皇紀二千六百年——日本放送協会の実験放送　241

1　「幻の東京オリンピック」を超えて　244

2　実験放送の「番組」と「編成」　273

3　祭りのあと　300

第5章　戦後への遺産――NHK、日本テレビ、そしてアマチュア　321
1　「テレビジョン」から「テレビ」へ――NHKによる公開実験　324
2　公開実験から街頭テレビへ――「放送史」の始まり　339
3　アマチュアリズムの行方――趣味のテレビジョン、再び　348
おわりに　361
あとがき　369
索引　376
(i)

装丁――神田昇和

テレビが見世物だったころ

初期テレビジョンの考古学

飯田 豊
Yutaka Iida

青弓社

テレビが見世物だったころ——初期テレビジョンの考古学／目次

はじめに　7

第1章　アマチュアリズム——「趣味」のテレビジョン　32

1　「テレビジョン」の初期衝動　37

2　ラジオの公開実験、路上のモダニズム　50

3　テレビジョン・アマチュアの興亡——啓蒙家としての苦米地貢　70

第2章　パブリック・ビューイング——早稲田大学の劇場テレビジョン　111

1　アマチュア無線文化の残滓から、帝国科学の権威へ　113

2　のぞいて見るか、あおいで見るか——浜松vs早稲田　122

3　「興行価値百パーセント」——モダン都市の野球テレビジョン　139

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbo

第3章　テクノ・ナショナリズム——逓信省電気試験所のテレビジョン電話　187

1　不遇の「テレビジョン行脚」　191

2　北は樺太から南は台湾まで——テレビジョンの「技術報国」　211

3　テレビジョン電話のまなざし　225

第4章　皇紀二千六百年——日本放送協会の実験放送　241

1　「幻の東京オリンピック」を超えて　244

2　実験放送の「番組」と「編成」　273

3　祭りのあと　300

第5章　戦後への遺産——NHK、日本テレビ、そしてアマチュア　321
1　「テレビジョン」から「テレビ」へ——NHKによる公開実験　324
2　公開実験から街頭テレビへ——「放送史」の始まり　339
3　アマチュアリズムの行方——趣味のテレビジョン、再び　348
おわりに　361
あとがき　369
索引　376
(i)

装丁——神田昇和

はじめに

「若者のテレビ離れ」という言葉が聞かれるようになって久しい。

インターネット利用時間の増加とは対照的に、若年層がテレビ番組を視聴する時間は減少傾向にあり、番組の編成が一日の生活リズムと共振しなくなってきた。テレビは既に「情報弱者」のためのメディアであり、見方を変えれば、万人に開かれた「教養のセイフティ・ネット」であるべきという議論もある。[1]

もっとも、インターネットの長時間利用者は、テレビとの「ながら利用」が多いという傾向も指摘されている。[2] たしかにネット上では、放送中の番組に対する反応が、ソーシャルメディアなどを介して実況されている。テレビの視聴者の注意が散漫なのは、ネットが普及するよりも前からのことだった。

ネット動画視聴も若年層を中心に広く浸透してきた。放送局や大企業による映像配信事業も充実しているが、「YouTube」や「ニコニコ動画」などの動画共有サイトを、多くの人びとが日常的に利用するようになった。違法にアップロードされた動画も多いが、ビデオカメラやコンピューター、創作支援のアプリケーションの普及にともない、アマチュアが投稿した多様な映像群があふれかえっている。

したがって、「若者のテレビ離れ」とは、パソコンやスマートフォン、タブレットなどの情報機器が普及し、かつてはお茶の間（リビングルーム）の主役だったテレビという装置に対する意識が希薄化しているという面が、何よりも大きい。装置としてのテレビとは、およそ半世紀にわたって、ブラウン管によって電気信号から画像を再現する受像機のことを意味してきたが、二十一世紀に入ると、ブラウン管はあっという間に私たちの日常生活から姿を消してしまった。

しかしその半面、液晶などの薄型ディスプレイが急速に普及し、インターネットに接続（しようと思えば）できる受像機が標準的になった。屋外では都市の街頭から電車の車両内まで、いたるところにスクリーンが配備され、映像化された情報が遍在するようになった。また、スマートフォンやタブレットなどの携帯端末によって、手のひらの上で映像を扱うことも当たり前になった。装置としての区別が失われ、テレビはコンピューターに、コンピューターはテレビに、互いに接近している。したがって、若年層がテレビ番組を視聴する時間はたしかに減少しているが、われわれは数えきれないほどのスクリーンに取り囲まれた生活を送るようになり、映像に接触する機会は、むしろ増加し続けているのである。それは視聴率に反映されないどころか、メディア接触時間の調査でも逐一把握できないほど、断片化された受容経験といえるだろう。

よく知られているように、Tubeとはブラウン管（Cathode Ray Tube; CRT）の略称であり、テレビを意味する暗喩なので、「YouTube」とは「あなた（が）テレビ」という意味になる。このように、放送法上の放送局に含まれない映像配信事業にも、「放送」や「テレビ」を示唆する名称が広く用いられている。インターネットに媒介された映像配信は、「インターネット放送」「インターネ

ットテレビ」と総称され、テレビを強く意識したサービスを展開している。その一方、「ニコニコ生放送」などのストリーミングサービスを利用すれば、誰でも手軽に「雑談放送」をおこなうこともできるようになった。長年テレビによって培われてきた番組文化や放送文化は、その姿を変えながらも、多くの部分がインターネットに受け継がれている。マーシャル・マクルーハンにならえば、「どんなメディアでもその内容はつねに別のメディア」[3]であり、「われわれはバックミラーごしに現在を見て（略）未来にむかって後ろ向きに行進している」[4]のである。

さらに付け加えておくと、「テレビ」の語源は「遠く（tele）を視ること（vision）」なので、この言葉が「放送」とは無関係に用いられることもある。インターネットなどの通信網を利用した電話サービスのうち、たとえばSkypeのように映像をともなうものは、日常的に「テレビ電話」「テレビ会議」などと呼ばれる。放送番組を視聴できるかどうかにかかわらず、何らかの映像を媒介しているスクリーンやディスプレイ、モニターなどの装置を人びと――特に高齢の人などが、つい「テレビ」と呼んでしまうことも、その語源に立ち戻れば間違いではない。

すなわち、テレビ受像機の前に座って――あるいは寝っ転がって――番組を一斉視聴するという日常風景は失われつつあり、放送事業体が苦境に陥っている半面、インターネットなどに媒介された「テレビ的なもの」は増殖が進んでいる。テレビというメディアは従来、「番組（program）」「放送（broadcast）」、そして「受像機（set）」といった概念が渾然一体となって結び付いたものとして捉えられてきたが、「テレビ離れ」という事態は、こうした結び付きの必然性を突き崩している。日常生活のさまざまな局面で無数の映像に接するようになった結果、人びとの生活リズムと連動し

た番組を提供する「テレビ」の存在を、われわれが意識する機会はたしかに少なくなった。このような状況のなかで、「テレビ」とは何かということを正しく説明したり、ましてやそのメディア特性を分析したりすることは、容易なことではなくなってしまった。[5] デジタル化とネットワーク化が進行し、映像を視聴できる装置が多様化するにつれ、「視聴者（audience）」という概念もいまでは自明性を失いつつある。

インターネットに媒介された「街頭テレビ」

たとえば近年、駅前広場や特設会場などで主としてスポーツ中継を観戦する「パブリック・ビューイング」が、世界各地で人気を集めている（図1）。特にサッカーワールドカップの場合、各地のスタジアムやスポーツ・カフェで、もともと無料で視聴できるはずのテレビ中継を、有料で集団視聴するという観戦イベントも頻繁に開催されている。観客同士はリビングでの家族とよりも密着して、試合の動向に一喜一憂し、感動を共有する。家庭内視聴では決して味わえない一体感は、しばしばテレビ草創期の「街頭テレビ」を取り巻く熱狂にたとえられる。ただし現在では、テレビ中継が会場の巨大スクリーンで視聴されるだけでなく、手のひらのスマートフォンでも同時に情報が収集され、ソーシャルメディアなどを通じて声援ややじが拡散していく。

スクリーンに媒介されたイベントを構成するのは、放送局が中継する番組ばかりではない。音楽や舞台などの公演中継を、映画館やライブハウスのスクリーンで鑑賞する「ライブ・ビューイング」も、ここ数年で市場規模が急速に拡大している。[6] 高品質の映像・音響設備によって、公演会場

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbo