

「言論の自由」への懷疑

田中 良太(フリー・ジャーナリスト)

援助交際とメディア

「日本の世紀末」が語られて久しい。私たちの社会は、どこを見ても直面しなければならない疑問に満ちているという状況になった。その中の一つに「援助交際」があることは誰も否定できないであろう。

援助交際というとすぐに、話題は「現在の若者の性意識」となりがちだが、その前に取り上げるべきことが二つあるはずである。

ひとつは「買う」方の男の問題である。古来「売春」は、買う男と、売る女がいて初めて成立する。援助交際という人間関係は、自分の娘より若い女性とセックスをしたがる中年男の存在なくしては成立し得ないのである。

もう一つは、メディアの問題である。テレビ(民放)や週刊誌などが、恥ずかしげもなくセックスを商品化する。それだけでは不足で、「セックス商品化こそ時代の流れだ」というような妄想を作り出す。その方が「商品化されたセックス」の売れ行きの幅は広がり、メディアとしての自己正当化もできる。まことに都合のいい「理論」である。

中年男もまた、こういうメディアによって「発情」させられているのかもしれない。そうなると、援助交際はまさにメディアの問題ということになる。

メディアによるセックスの商品化という時代の流れを端的に示すのは、94年12月、日本テレビが狂ったように「野球拳」を流し続けたことである。

う。

翌95年1月14日の朝日新聞夕刊芸能面に「フジVS.日テレ、過激な視聴率争い三冠王の奪取へ特番を前倒し」という記事が見える。長くなるが引用しよう。

「12年にわたり視聴率の『三冠王』を続けていたフジテレビが昨年、日本テレビにその座を奪われた。プロ野球ペナントレースのように最後までもつれた争いは、年末の特別番組を前倒して始めたり、新聞への広告量を増やすなど、近年になく激しかった。今のテレビ界を象徴するエスカレートぶりに、顔をしかめるテレビ関係者もいた。

両局の視聴率競争が激しくなったのは、フジによる10月8日の『巨人-中日』戦の中継。それまでは日テレが、ドラマ『家なき子』のヒットなどで終始リードしていたが、フジはこのプロ野球中継で48.8% (ビデオ・リサーチ調べ、関東地区)の視聴率をあげ、10月改変後のドラマでもヒットを飛ばし、激しい競り合いになった。

日テレは例年より二週間早く12月12日から、年末特別番組を組んだ。これに対してフジは好調な『妹よ』など三本のドラマを90分枠に拡大するなどして、19日から特番編成にした。

日テレの務台猛雄広報局長は『初めての機会を逃がしたくなかった。制作陣にも力がつき、人気の高い番組の特番を中心に、間口を広げた』。フジの重村一編成局長は『例年通りだ。12日開始もできたが、ドラマを切るわけにはいかなかった』という。

こうした番組の変更で、日本テレビの場合、一部のレギュラー番組は出番がなくなっていた。内容もエスカレートした。「あんなことをしてまで、視聴率はいらぬ」。TBS幹部の一人は31日の日テレの番組を見てこういった。一般の女性千人を集めた『野球けん』だった。じゃんけんをして、負けた方が一枚ずつ服をぬいでいく。勝ち残った人が百万円をもらう。NHK『紅白歌合戦』の裏番組としては他局を圧倒する15.3% (同) を記録した。日テレは元日も同様の賞金つき番組を流した。」

私自身はこのころすでに民放テレビで見るのはスポーツだけということにしていた。しかし家族等に聞いたところでは、このときの日本テレビの『野球けん』はまさに「連日」であり、相当にひどいものだったらしい。

よく「恥も外聞もなく」というが、民放の視聴率稼ぎはまさにそのものずばりで、多くの人たちの眉をひそめさせている。ワイドショーの興味本意ののぞき趣味、のべつ幕なしに下品な笑いをとろうとするバラエティー番組等、民放の番組の質はまさに低次元化するばかりである。「性の商品化」もその一環である。

「性の商品化」と社会現象

メディア社会では、「性の商品化」に歯止めをかけることは難しい。警察、検察が「わいせつ」と認定し、刑事事件として捜査を開始すること自体、その対象となった「作品」を宣伝することになってしまふ。

現実にあるポルノ写真は、警視庁の「手入れ」を期待するようなポルノ写真雑誌を出し続けた。これでもか、これでもかと、わいせつ度を高めていく。警視庁が手入れしてくれれば、まさに「儲けもの」というわけである。

そういう駆け引きを何年も続けたあげく、結局警視庁はその雑誌を発行させないという決意の下に、この写真家をわいせつ物頒布罪 (刑法175

条) を適用して摘発した。

法理論上、この写真家は起訴後保釈を勝ちとり、「これこそ警視庁に摘発されたわいせつ雑誌」と銘うって雑誌の刊行を続けることは可能だったのである。刑事裁判の法廷で徹底的に争えば、それがまた雑誌の宣伝になる。

「ヘアヌード解禁」は、こういう現実の中で生まれた現象でしかない。検察、警察のわいせつの定義が変わったのでも何でもない。「取り締まり」という行為自体が極めて困難になっただけなのである。

こうした状況下で、「性の商品化」に走るのか、そうはしないで自制するのか、メディアは難しい選択肢を抱え込んだというべきであろう。ところで出版社系の週刊誌は「週間新潮」「週間文春」の2誌を除いて、競ってヘアヌードをグラビアに登場させ、それを売り物にするようになったのである。

このような週刊誌が「援助交際」の原型のような報道を始めたのも、94年ごろではなかろうか。「性の商品化こそ時代の流れ」という自己主張をするには、まことに都合の良い題材であった。しかもそういう報道は、もの珍しさを追い求める読書の興味を引き、それなりに売れるのである。

私は基本的には、ティーンエイジャーのセックスは正常なものであり、それを抑圧することこそ不自然であろうと思う。女学校への進学者のパーセンテージが一桁だった時代ならともかく、高校全入の時代のセックス規制は当然再検討すべきだろう。

しかしカネを媒介とした「援助交際」は異常であり、週刊誌が書き始めたころはほんの一握りの現象だったはずだ。

ところがこういう現象は、メディアが取り上げることによって広がっていく。

とくに最近の都市部には、「家庭生活」も「近隣社会」もないに等しい。メディアと接触だけが、生活だというような倒錯した世界になってしまっ

いるのである。

それを端的に示すのが、芸能人のゴシップ情報の横行である。いまの主婦は、井戸端会議で近所の住民のうわさ話をする代わりに、ワイドショーを見、女性週刊誌を買うのである。

このような世の中では、「同調」すべきなのは、隣近所ではなく、メディアとなる。メディアが茶髪と書けば髪を染め、ルーズソックスと書けば、毎朝入念に時間をかけてルーズソックスに作り上げるのがいまの女子高校生（もちろん男子も基本的には同じことだが）である。

当然のことながら、「援助交際」もまた同調の対象となる。テレクラか何かで相手を見つけ、援助交際をすること自体で「ナウい」のである。

生活実態としては多くの人がこういうメカニズムに気づいているはずだ。とくに子育て途上の家庭では、メディアとの接触のあり方をどうするのか腐心しているはずだ。

[私ごとを差しはさむことをお許しいただきたいが、私自身はこうした「教育」に失敗した人間である。私はたまにテレビを見るとNHKしか見ない。いま同居している娘は民放しか見ない。

そうなる音声についての感覚も違ったものになってしまうようだ。私は娘が見ている民放番組の音声が耳障りだ。どうやら娘の方も、私が見ているNHK番組の音声が耳障りのようだ。]

メディアの社会的責任の自覚

ところがこうした生活実感を、理論化しようとする動きはあまりない。その原因はおそらく「言論の自由」という概念にあるのではなからうか。「言論の自由」は日本国憲法に盛り込まれているだけでなく、市民社会・民主政治にとって基本的なものと位置づけられている。

市民社会・民主政治の担い手であった「言論機関」が発展したものがメディアである。だからメ

ディアには、「自由」を認めなければならない。メディアをチェックするような動きに与えるのは恥ずかしいことだ——といった感覚が、依然として知識人を支配しているのであろう。

ほんらい「言論の自由」は、巨大な権限を持つに至った絶対君主を批判する「市民＝ブルジョワ」が勝ち取ったものであった。その市民革命の時代、日刊の新聞でさえ存在しなかったのである。

現在のようにメディアが巨大化した状態の下で、メディアが巨大化した状態の下で、メディア自身が自覚しなければならないのは「社会的責任」であろう。その社会的責任も読売新聞が主張するように消費税導入、PKO参加などまさに政府と一体化した主張をするのではなく、政府を批判して「権力の分立」「チェック&バランス」を実現する「責任」なのである。

そういう責任を放棄することによって、日本のメディアはいまや際だって金持ちになった。旧国鉄汐留貨物駅の落札で、3区画のうち2区画まで、メディア（日本テレビと電通）が落札したのは、その金満ぶりを象徴する出来事だろう。これで東京の4大キー局（TBS、フジ、テレ朝、日テレ）は、いずれも90年代に新築したデラックス社屋で業務を行うことになるのである。

このような金満企業が作り出す「製品」は、ほんらい厳しくチェックされるはずなのが現代社会である。ところがメディアについては「言論の自由」の名の下に、何のチェックもなされていない。とくにテレビの流す「商品」は子どもの知的成長に大きな影響を与えるもっとも重視されなければならない商品なのに。

以上さまざま側面から考えて、メディアの問題を考える際の基礎的な概念が「言論の自由」であっていいものかどうか、問題提起したいと考えるのである。