

「放送を考える会～メディア・ウォッチング」では、関西における民間放送史を掘り起こすため、開局当時から制作、報道、編成、アナウンサー、営業など放送現場の第一線で活躍した放送人を対象に、2013年からはほぼ2年かけて聞き取り調査を実施しました。

以下の“ひと言”集は、その膨大な記録の中から「これからのテレビ・ラジオの役割」について語った部分を抽出したものです。

**OB・OG 放送人（60歳代から80歳代）から現役放送人へ贈る言葉です。**

## 【テレビは「生」 もっと自由奔放に作れ】

### テレビ万歳

◎テレビはなくならないと思う。いつスイッチを入れても何らかの情報が入ってくるので、見ていないようで見ている。自然に頭に入ってくる宣伝媒体としては、テレビはやっぱり一番です。テレビはもう20年前からダメだと言われているが、まだ健在です。

（制作プロデューサー）

◎体力が衰え、見る番組に対する興味が弱くなった。ニュースは、ある意味で面白い。情報源としてテレビは見ている。我が家ではテレビは大きなメディアになっている。いわゆる情報源としてのテレビというのは、まだ役割として残っている。

（報道・総括）

### テレビはやっぱり“生”でしょう

◎やっぱりテレビは「生」だと思う。「生」を使ってもっと視聴者に訴え、働きかける番組が、自由奔放に作れたらいい。これはいかん、あれはいかん、あれを出せ、これを出せと言うのであれば、もう放送人の命を絶っているようなものだ。

（制作プロデューサー）

◎各社とも生放送の番組がいっぱいありますが、生放送に全然見えないという不思議さ。例えば、ワイドニュース、これ生放送なのか、録画なのか分からない。これ一体、何なの、皆さん上手ですしね。司会者も上手ですし、コマーシャルの入れ方も上手ですし、とちりません。もう生とは見えない。生に見えないということは、生で放送しなくてもいいんじゃないかと思ってしまう。苦労して生でやっているのに、生放送に見えていない。生が生であるように見えない（見せなきゃ）あかんのとちやうか。ニュースは特に生に見えなきゃダメですよ。だからそれは、わざとでもいいから、生であるという風に見せるべきだ。ところが、スタッフがやっている努力の大半は、生ではないという風に見せる努力なので

す。今の努力を見ていますと、よく分からんというのが、私の今のテレビというものに対する一つの印象です。

(報道プロデューサー)

◎(スポーツの魅力は)それは「生」でしょ。いわゆる場内の感動。野球でもサッカーでもラグビーでもあるはずなんです。そのときの音声。音声はテレビではまだまだ未熟。BGMの使い方にしてもね、もうちょっと、ええもんが出せるはず  
こんなにBGMを聞かさなくても、いいのにといいシーンがある。  
ボクシング、相撲にしても、音声にもっと配慮すべし。相撲でもあれだけ当たっているのに、もう一つ頼りない。あれ、稽古場で見たら、パチーンって行って凄い音ですよ。僕はいろんな練習を取材したけれど、相撲の稽古場ぐらい、厳しくて緊張するものはないですよ。朝早くから砂まみれになって、ガシーンガシーン。親方がデーんっ座って。「ヨッセ！ヨッセ！」とか言ってね。あのビシーンっていう音は拾っていない。なぜかなと思う。ボクシングと相撲ほど、前で見ろって言うんですけどね。ボクシングでも、パンチがピシッ！と凄い音がするんですよ。それがゼロ。あんなはずない。場内集音が高いかなあ。そういうところに、やや不満はある。こうなるとプロの話になるけれど。どこの中継だか忘れましたが、フィギュアスケートのときにスケートのシュッと音をコーナー、コーナーで拾っているんですよ。スケーターが滑ってきたときに、その音が見事に入っていたんです。これは、今までなかったことで、もの凄く迫力があるんです。ですから普通見ていると、フィギュアですから音楽と一緒に踊っているだけなんです、コーナーでエッジを効かせる音が入っていて、これは面白いなあと思った。

(スポーツプロデューサー)

### 「癒しのテレビ」ってあるだろうか

◎(「癒しのテレビ」ってあるのだろうかの問いに)癒しという意味では、例えば、家内の例で言いますと、家内は脳梗塞で3回発症して、3回目は意識もないし、喋れなくなった。ただ、1回目の頃は、まだテレビを結構見ていました。脳梗塞を発症する前でしたが、あのテレビドラマ「渡る世間は鬼ばかり」、あれはえらい熱心に見ていました。異様に気に入っていたみたいです。そういうなんて言うのかな、高齢者が異様に喜ぶ番組があったらいいですね。そんな深刻じゃない葛藤があつてね、それを自分の身に置き換えて、せやせや、みたいなね、そんな番組があれば癒しになるかもしれませんね。

(制作プロデューサー)

◎高齢の母(85歳)はバラエティー番組が大好きである。朝から晩までテレビの前、テレビに頼って過ごしている。自宅にいて、テレビを見る世代に向けた番組がもう少しあって

もいいのか。テレビは本来、癒しにならなければならないと思う。

(制作ディレクター)

◎NHKは、ヤングの受信料獲得につなげようと、高齢者向けの番組を見限り、過激な若者向け番組にシフトしている。つまり今、吉本がよくNHKに出ているのは、ヤング層を取り込んでいるんですよ。そういう風に局自身が変わっていくんです。さまざまな情報が浮かんで消える。もう情報が流れていくんですよ。そういう時代になってしまっているのは、誰の責任でもなくて、やっぱり一般の人の問題ですよ。

(制作プロデューサー)

### ニュースが面白い

◎ニュースは想定外のことが起きるわけですよ。年寄りの常識にないことが起きる。それがニュースの面白いところ。だからそういうものは興味があるが、まあ大体筋書きが分かって作り上げるドラマとかは、これは作りもんですからね、面白くない。

(国際室・総括)

### 今の番組はワンパターン

◎「あの番組良かった」と言える番組が本当に少なくなった。テレビを見て、感動と喜びが何もない1時間だったら、1時間がもったいない。

ゴールデンタイムの番組を見ると、皆、ワンパターン。ひな壇に20~30人のお笑いタレントが並んで、ワーワー。演出も何もない。そういう番組ばかりになっているから、テレビは衰退していく。「ゲバゲバ」とか「11PM」でも、全部一つひとつ細かく演出されていた。やはり、テレビは、喜びと感動を与える「視聴質」が最も大切だ。

(制作プロデューサー)

◎(どこのチャンネルも、皆同じお笑いタレント なぜか)それはやっぱり全部、ディレクター、プロデューサーが全部違うから。横を見て作っているわけじゃないからね。自分とこの会社しか見ていませんから。自分の会社の中では同じような番組は作らないが、よそを見たら、同じになってくるという。タレントの能力というのは、そんなにガラッと色が変わってやれるというのは、よほどのプロデューサーでないと、やらされないんじゃないですか。本人たちは、自分が持っている引き出しの中で、やらしてもらっていいですねということをやっているわけだから。そうでしょう。つまり選ばれている人は何か当たっているわけですよ。一つ当たっているから、それでいくわけね。

◎吉本にはテレビのレギュラー番組を持っているのが二人いる。そういう中で言うと、吉本

だけでもそれだけ大量のタレントが一つの番組に出てきたら、結果的に同じものになって見えてしまうんであって、それは誰の責任かと言えば、テレビ局を全体で上で見ている人は誰もいないわけだから。それは視聴者が結果的に自分たちでふるい落とししていかないとしゃあないんでしょね。

(制作プロデューサー)

## 大阪発のドラマ激減の波紋

◎ある演出家が「関西のテレビドラマ史」(土井原作郎著、上方芸能出版センター、1995年)の中の“座談会”で関西のドラマがコメディアンを役者に育てた旨の発言をしていたのが印象的。具体的に言うと、関西でドラマを作っていたから、ミヤコ蝶々さんが役者になり、藤田まことさんが役者になっていった。今はドラマを作っていないから、漫才さんは漫才さんだけやといった趣旨の発言をされていました。

◎ただ、今ドラマを関西で作る意味があるのかなと僕自身は思います。ドラマを関西で作るとしたら、何か関西発として、NHK・BK(大阪)なんかも作っていますが、例えば舞台が関西になったとしても、どうってことないし、見るほうからしたら関係ない。テレビ局の中で考えたら、ディレクターを育てないといけないとか、いろいろなことがあるかもしれないが、という風にふとってしまうときがありますね。

大阪出身の吉本の漫才さんでも、全部とっていいぐらい東京のバラエティー番組に出て、ひな壇に並んでいますね。だから大阪と東京とか関係ないですね。大阪弁でしゃべっていますしね。そういう意味では、大阪という色分けをする必要があるのかなと思ってしまう。だけど、大阪のテレビ局はかつてのように(ドラマを)作ってほしいと思いますね。

(制作プロデューサー)

## テレビに未来があるのか

◎テレビはそのとき、本当に今だと思っている人間が考え、作らないと絶対ダメだと思う。過去はこうだったというのは絶対ダメ。従って、10年後、20年後というのは、我々には語れない。

(制作プロデューサー)

◎(10年後のテレビは)これはどうあってほしいのではなく、自然になるのを待つのかなと思っている。

今、将来こういう形にすべきだというのは理想論に過ぎない。我々の力では、10年後のテレビを語るのはなかなか難しい。

(制作プロデューサー)

◎レベルが低いネットから情報を得る、いわゆるネット世代（新聞読まない、テレビも見ない、ネットから情報を得る）があと3年ばかりすると、テレビ局に入ってくる。これからどうなっちゃうのかと思う。

（報道プロデューサー）

### 今の若者はテレビを見ない

◎“教室内視聴率”を調査（大学）。

テレビを見ない理由

- ①アルバイトに行っていて、テレビを見る暇がない。
- ②アルバイトから帰ってくるのが夜11時ごろ、LINEで友達と話す
- ③テレビは見ず就寝

（制作プロデューサー）

### 「夜はクネクネ」（MBS）を真似た「世界ふれあい街歩き」（NHK・BS）

◎「夜クネ」の手法を真似た「街歩き」だが、最近、細部が編集されてしまって、面白みがなくなった。これではダメですね。

「夜はクネクネ」（1983～1986年）がとんでもない衝撃をもって受け入れられたのは、「ホント」だからでしょう。「ホント」のことを、まだ若い原田伸郎と角淳一アナウンサー、それに（看板持ちの）トミーズ雅がぶっつけで街歩きをする。だから本当に何かが生まれるんじゃないですか（人間関係が）。

（報道プロデューサー）

### 「ジャーナリズムがポピュリズムに墮落」

最近テレビ番組を見ていて、二つのことを感じた。ジャーナリズムがポピュリズムに陥っていること、昔のテレビ番組のリメイクが多くなっていること、この二つである。

今、視聴率は1分おきにデータが提示される。報道局のスタッフもワイドショーのスタッフもそのデータを見ていて、“この話題を扱くと視聴率が下がる”ということすべてを把握している。GRP（gross rating point 延べ視聴率）によってスポットCMの売り上げに直接響いてくる時代だけに、報道番組といえども視聴率が下がると、営業の売り上げにも影響してくる現実がある。報道番組といえども視聴率主義なんだ。ジャーナリズムじゃない。新聞はまだすべての記事を網羅して、さまざまな話題を掲載するが、テレビは視聴率がとれそうな話題しか取り上げなくなった。だからどこのテレビ局の番組を見ても同じ話題しか

扱っていない。横並びで、変わった話題がない。視聴率主義である。ジャーナリズムがポピュリズムに墮落してしまっている。

これが今の「テレビの面白くない」理由である。“感じがいい”からと視聴率をとれる司会者を求めすぎる。各局みな同じことをやっている。

{註} 3 ポピュリズム (populism)

「広辞苑」一般大衆の考え方・感情・要求を代弁しているという政治上の主張・運動。

これを具現する人々をポピュリストという。

「岩波国語辞典」大衆に迎合して人気をあおる政治姿勢。

「読売新聞 用字用語の手引」大衆迎合主義  
人民主義。

テレビジャーナリズムの基本は、例えば朝日放送と毎日放送の“違った人”が、“違ったこと”をやる、“違った配列”でテレビニュースを編集するというところにある。如何に重大なことであっても、国民のインテレストがないからといって扱わない、これではテレビのワイドショーなり、ニュース番組が病気になってしまう。ちょっとゆゆしき問題だと思う。

国民の知らないことを知らしめる、世論が間違っているときには正す、これがジャーナリズムの大きな使命である。視聴率というのは番組ごとの大体の傾向を知るうえでは大切である。1分ごとの視聴率を気にして国民の動向に合わせて番組作りをするというのは、娯楽番組なら少々許されるが、報道番組では絶対にやってはいけない。テレビジャーナリズムは、古い言葉だが「社会の木鐸」（世人を覚醒させ、教え導く）という（先達の）役割を喪失していると思う。1分ごとの視聴率に振り回されている今のテレビの状況は深刻である。

(制作プロデューサー)

## メディアの仕事の本当の目的とは

◎我々の仕事は権力のチェック。それが第4の権力と言われて、それにおごることでメディア批判が出て来る。だから、我々も謙虚にならないといけないけれども、政治権力のチェックをおざなりにすると、世の中全体がおかしくなっちゃうという矜持は持っていないといけない。しかし、若い人、特にネットの世論というのは、猛烈に右に吹いているということと言うと、ネットの世界で批判されるのは権力ではなくて、メディアだという感じはこのところ、かなりありますね。「サンデープロジェクト」のときのスタンスは、権力のチェックというのはテレビ朝日系の「ニュースステーション」と「報道ステーション」それにTBS系の「サンデーモーニング」にお任せするとして、我々は現実の皮を1枚めくったところにある、本当の姿をえぐり出すこと。その作業を、我々がやらなかったら、メディアとしてちゃんと仕事をしていないんじゃないかなと言われる。それは、その結果が

政治権力のチェックにつながるかも分からないけれども、政治権力のチェックをすることが目的ではなくて、現実のおもてに漂っている、ここを1枚めくったところにある、時代の本当の姿をえぐり出すということをやります。そういうことを続けていけば、視聴者の皆さんに信頼される結果につながるのではないかと。

(報道プロデューサー)

【注】「サンデープロジェクト」テレビ朝日・朝日放送の共同制作。報道・政治討論番組。

1989年～2010年、毎週日曜日10:00～11:45生放送。

司会島田紳助(お笑いタレント)、コメンテーター田原総一朗(ジャーナリスト)

## 今のテレビに注文

◎今のテレビセット 色があり過ぎますね。特に画面のバックをきらびやかにし過ぎると、肝心の前の人物・主役が消えてしまう。

(制作カメラマン)

◎テレビ局のプロデューサーといっても、こうして見ているような形で、チェックはするが、汗をかいてという感じじゃないものね。だから話題もそういう風に発展しない。視聴率の話とかにしかならない。やっぱり舞台でも客が入らないと、映画館でも客が入らないと、どうしようもないですね。だから視聴率を軽んじるとは思いませんけれど。よその局もそうじゃないかな。皆、制作会社に作らせる。局のプロデューサーやディレクターが自ら汗かいて作るのは少なくなった。だから、局のプロデューサーというか、テレビマンの個性とか話とかを聞くのが少なくなったような気がしますね。作り手の顔が見えなくなってきたんですね。

(制作プロデューサー)

◎今、行われている「24時間」あるいは「72時間」テレビはもっと本質的な課題をテーマにして取り組んでほしい。あまり問題を起こさないように、登場している人たちもいわゆるお笑いタレントのような人たちばかり、きれいごと過ぎるように思う。

(制作プロデューサー)

◎テレビ局に入って来るときに、どんな思いで入って来ているのかがまず分からない。テレビ局もモノ作りから、財務、営業などいろいろ分野はありますが、自分が携わらなくても、そこで放送しているモノが、その会社の商品ですから。それに携りたいとか、作りたいとか、意見を言いたいとか思って来るんじゃないかなとは思いますが。だから制作部に配属されている人間は少なくとも、自分が何を作りたいか、次はこういうものを作ったら面白いのではと常に思って欲しい。番組の企画会議には、必ず外部の構成者がいて、

ブレーンというのが何人かいて、そこで出た意見をまとめるみたいなことをやっていますね。ディレクターたるもの、やっぱり自分が作りたいものを先ずは持たないとあかんと思いますね。制作方法がいろいろ異なっても。

(制作プロデューサー)

◎まあ、おもしろいんちゃう。もう皆、やり尽くしたみたいなどこあって、ほんま、個性が大事やな。一人が仕切らなあかんわな。合議制ちゆうのはあかんで。一人でいろいろして、一人でもちろんネタ繰りやって、出演者も決めて、やらなあかん。合議したら、皆、ええように丸くなってしもて、角が取れてまうねん。角取れたらあかん。角のあるやつに。

(報道プロデューサー)

### ひと言集

- ◎番組の制作費を余分にかけ、質を高める。
- ◎再放送の地域を広げる（世界を視野に）。
- ◎画一的でない、多種多様の番組が求められている。
- ◎放送の免許制度という束縛を解くことがキーポイント。
- ◎（テレビが）言論機関でないとの意見に愕然とする。
- ◎ジャーナリストが視聴率を気にし始めたのは憂うべきこと。
- ◎メディアはお互いにもっと批判し合えばいい。

(制作プロデューサー)

- ◎放送局にクリエイティブな作り手がいない。
- ◎サラリーマン化した無難なものしか作れない、傷つきたくない、失敗したくない人ばかりになってしまった。
- ◎放送局が画一的なもの作りをする管理会社になってしまった。
- ◎番組を外部のプロダクションに発注する権限を持った人間はいるものの、きちっと目利きの出来るセンスのある制作者がいない。
- ◎放送局は、コスト意識を持ちつつ、芸術性についても理解のある人物を育てるべきだ。

(制作プロデューサー)

### ◎データの数値に注目

M1,F1（20歳～34歳）層がここ10年から15年の間に700万人減少。  
さらに10年後、M1,F1層は1800万人まで大激減するので、  
視聴率をベースにしたテレビのビジネスモデル（スポットを売って稼ぐ）が大いに揺らぐことになる。

- ◎若い制作者は、1分刻みの視聴率に一喜一憂している。

「不倫ネタはいいけれど、福祉ネタはやめておこうか」といった  
近視眼的な視聴率主義に陥っていないか。

(制作プロデューサー)

◎朝は時計代わりにテレビをつけている。

小倉智昭さんの朝ワイド「情報プレゼンター とくダネ」は  
比較的“やかましくない”という理由でこのチャンネルを選んでいる。

(制作ディレクター)

### 営業あつての放送会社でしょ

◎営業あつての放送会社。放送会社も株式会社、要するに株式会社というのは営業あつての  
会社。放送会社いうところでは、営業というのが隠れるんや。もっと派手なというか、表  
現しやすいセクションがあるので。

◎(社史には)年間の売り上げの推移は出ているが、(今言われたような)水面下の営業活  
動は記載されていない。営業の活動は活字に残しにくい。

(営業・総括)

### 放送の役割は地域貢献

◎放送って何なんだということになってくるわけですよ。僕がよく口にするのは「放送  
というのは、人が人と一緒になって、人をテーマにして人に伝えるものだ」というもので  
す。ラジオは本当に出演者の送り手の吐息が、身近に受け手にかかるような、そういうメ  
ディアである。

ただラジオでなくて、放送そのものがそうじゃなきゃいかんと思うんですよ。

そういう経験から、ラジオやテレビの連中にも、番組だけに閉じこもっていたらいかん  
じゃないかと言ったんです。テレビは脱テレビだし、ラジオは脱ラジオだと。一旦出て行  
って、そこから得たものが結果、放送につながるような発想を持たないと、放送はダメに  
なるのではないか。当時からそう言っていました、今でも変わっていません。いろんな  
メディアが出て来ていますが、放送メディアの地上波の持てる力というのはやっぱり、モ  
ノを作る力なんです。作るというのは単に番組を作るとかだけではなくて、今申し上げた  
ことも含めて、やっていくもんだらうと思うんです。

結局、放送はどういう役割を果たすのかということになると、基本的には、地域免許であ  
るし、しかも公共性を持っているんだから、地域貢献しかないと思っているんですよ。放  
送というのは、それでなきゃいかんし、それが出来なきゃいかん。そのためには先ほども  
言いましたが、放送局が放送に閉じこもっていたのじゃダメだらうと思うんです。地域情  
報を的確に捉える。捉えて伝達(番組やイベントという形で)するという機能は、当然必要

なのですが、地域の経済とか文化とか、様々な活動、そういうものを発掘したり、再生したり、作り上げたり、そうして出来たものを全国に発信する。あるいは世界に発信する。そういう発想を持つことが必要なんだろうなということなんです。

(営業・総括)

## ラジオは「くつろぎ、楽しみ、教養」を与えるもの

◎メディアの役割は「くつろぎ、楽しみ、教養」を与えるもの。時代の変化が激しいので、音声放送だけのラジオは、パワー的には苦しい状況にある。将来どうなっていくのか想像つかない。だが時代が変わっても、便利な道具が出来ても、それを使いこなす社会が出来るという変化があっても、使っている人間自体が基本的には人間であることに違いない。その人間に対して、何かプラスになる「くつろぎ、楽しみ、教養」なりを与えるメディアとしての放送は、絶対、存続する。今の時代で姿を変えて永久に続くだろうと思う。一方、テレビは、個人の趣味が大きく影響するメディアである。

(ラジオプロデューサー)

## 大阪はラジオの街

◎受け手側が多様化している。同じ70代の人でも多種多様で、生き方、趣味一つとってみても全く異なる。やっぱりチャンネルを増やして、ある程度限られた“クラス”に的確なものを、効率よく送り出す。ところが、その電波の効率性、それが伝わらなくなってきた。そこで、チャンネルを細かくして、伝えようとしているのが今の電波、今のメディアだと思う。20、30年先の高齢者は、大きなマスにはならないでしょう。割と皆が、共通項をたくさん持っているクラスのほうが多い。例えば皆が知っている音楽を共有しながら、30、40年と来ている。その点、クラスとはいえ、20、30、40代の人とは全く違う。

◎大阪はラジオの街。ラジオはやっぱりローカル、ローカルメディア。関西というのは最大のローカル。人気のテレビ番組 鶴瓶の「A-Studio」にしる、ラジオの手法そのまま、テレビでやっている。やっぱり大阪はラジオの街。

(ラジオプロデューサー)

## ラジオは人対人

◎ラジオは手作りの楽しさがあるが、片隅の幸せに満足するな。

◎ラジオは出演者の送り手の吐息が身近に受け手にかかるような、そういうメディアである。本当の放送とはこれじゃないかなと思いました。

◎ラジオはよりパーソン・トゥ・パーソン。人対人という感じなんですな。

(ラジオプロデューサー)

## ラジオは“良い声”がいのち

◎この前も「今のラジオをどう思うか」について話したんですが、とにかくお喋りのテンポが速すぎる。年を取ったからそう思うんじゃないかと、総体にやっぱり速くなっているのと、それから昔、ラジオは、声の質で選んでいたかなと思います。番組の内容とかそういったものよりも、良い声で喋って、それが結構、内容とマッチするという。

◎やっぱりラジオの完成品というのは、声の質も音楽の種類も、出来上がった上質のものを聞きたいものですね。今は、素人集団みたいなのが、結構、多い。ですから、本当のプロが喋ったり、曲を選んだりするという番組が、やっぱりもう一度甦って欲しいなと思いますね。

(ラジオプロデューサー)

## アニソン番組を担当して

◎年齢が 60 歳になっても、気持ちはまだ 10 代とかそういうつもりでいますから (アニメソングをテーマに据えたラジオ番組を担当)、あまり高齢者のためって思わないほうがいい。そうじゃなくて、お年寄りが楽しめる番組というのを普通に考えたほうがいいのかなという気がする。

ただ、勢い込んでしゃべるとか、若い時代のノリのまま、しゃべってしまおうとするので、ゆっくりしゃべるとか、スローペースでやるっていうのは、この頃考えるんですが、どうしても、ノリで「ここ、ガッガッって、行かないかん」と思うんですけど。

音楽は出来るだけ、フルコーラス流して、急ぎ過ぎに歯止めをかけ、聞いている人の立場に立って、情報を整理しながらゆっくりと伝えるように心がけている。

(ラジオパーソナリティー)

## 日本のラジオ史上 聴取率 NO1 は“玉音放送”

◎天皇のお言葉で終戦が報じられた“玉音放送”、僕はあれが日本のラジオ史上で一番聴取率の取れた番組だと思う。

農村なんかでも、大きな農家の前に机を置いて、ラジオを囲んで近所の人が 10 人ほど集まって (天皇のお言葉を) 聞いた。あれはね、日本の最高のラジオ番組だったと思うんです。しかもそれを聞いて受けるショックは、未だかつてない、それ以降もない大きなショックであった。

◎戦争中の社団法人日本放送協会 (当時は NHK とは言わなかった) の報道は、非常に偏っていて、官僚的であるとか、独占的であるとか言われていて、そういう意見に対して、新

聞側から、やはり民間放送をつくらないといけないという建前論が出ていたんですよ。それから後に始まった昭和 20 年 8 月 15 日以後の、あの NHK のすばらしい番組を見たり聞いたりしていた新聞人なり、財界人なりが、これは NHK だけに任しておくわけにはいかない、こんなメディアを、新聞社が放っておいていいものか、ということになって、民放をつくるべきだという動きが出てきたんじゃないかと思うんです。

- ◎ “終戦” ということが、あの玉音放送で瞬時に伝達された。しかし、新聞は数時間遅れで伝える。しかも戦後、紙の統制で非常に小さい新聞であった。それに対して、報道番組にしる、娯楽番組にしる、次から次に面白いのが出てくるラジオを NHK だけに任せておくわけにはいかん、というのが（民放をつくろうという）本音のところだと思いますね。

（制作プロデューサー）

### 90 歳の医師が訴える “民放で働く職員 危機感を持つ” と

- ◎今、左耳が聞こえないんです。眼はもうじき見えなくなる。だから女房に言っているんですよ。「眼が見えなくなっても、医者をやろうと思う」「そんなこと無理や」「いやいや、座頭市（座頭医師）。・・・ここで笑ってくれないと駄目。

- ◎私は、今 90 歳ですから、見るという、機能が失われていく。残るのはラジオかな。短い言葉で、パツと言うラジオがあっても良さそうやけど。

- ◎僕は、民放の果たすべき役割をかたくなに作り上げて欲しい。民放ならではのものが絶対ある。それはなぜかと言うと、視聴者が主人公であるから。これは政治と一緒に、国民が主体者だという風に、どんな政治・政党が出てこようとも、共産党であろうと、自民党であろうと、そう。国民が主人公だという考え方でね、放送が行われないと、「教える。知らせたる」「治してやる。治してもらおう」という、ここの医療しか出てこない。これは本当の民主主義ではない。

- ◎民放で働く職員の皆さんが、これに対して反論と言いますか、これではあかんという危機感を持つべき。持たないと滅びてくる。

（ラジオパーソナリティ）

以上