

マス・メディアと「地方文化」

津金沢 聡 広

目 次

- I 「中央文化」対「地方文化」
- II マス・メディアの中央集権化
- III マス・コミに現われる「地方文化」

I 「中央文化」対「地方文化」

佐藤藤三郎は“近代化、という名の急激な農村の変貌の一面を、たとえば次のように報告している。

「農民の生活もまたはげしいいきおいで変っている。電気洗濯機も、電気冷蔵庫もあって、プロパンガスも使われる。蛍光灯はもちろんのこと、ポットで湯がわかされてお茶が出されるのだから、都会と変らぬ生活がぼつぼつ見られるようになった。……しかし、なににも増して、村も都会と変らぬ恩恵に浴しているのは、電波情報のテレビである。東京とほぼ同じ時間に同じことが写るのだから、まことに平等である。だがしかし、平等に受けられるテレビの文化がもたらすものは、ニュースや、社会の動向よりも先に、エレキをひくこと、ギターをひくこと、おどること、髪を長くすることなどがなによりも優先する。(佐藤藤三郎、『底流からの証言』筑摩書房、1970年、245～284ページ)」

上の断片時な引用にみられるいわゆるマスコミを中軸とする「大衆文化」の準標準化、ないし消費における生活構造の画一化の波が、今日「地方」を貫いて進行しつつある事態はことさら目新しい現象ではない。佐藤は、こうしたマス・コミ、マス・プロの造出する「大衆文化」状況の浸透がいつそう農業と他産業との、農山村と大都会との格差拡大という文脈で、いわば跛行的変容を進展させている現状を、身近な農民の生活実態に即して皮肉に告発している。

「大衆文化 (Mass Culture)」とは、一般にマス

・コミュニケーションの発展、大衆娯楽の浸透、消費文化への志向の強まり、などにあらわれる、とりわけ「流過程からみて、商品形態をとって消費者(享受者)に達しているばあいの文化」(稲葉三千男「文化の大衆化」、『講座社会学第7巻』東大出版会、1957年、169ページ)として理解される。ここでは、この狭義の「大衆文化」を念頭に、それらと「地方文化」とのかかわりを、主に「地方文化」の意味するもの、意味されるものの検討を通して、とりわけその病理的側面での一般の問題性を明らかにしておきたい。

「地方文化」というばあい、少くとも、その日常用語法にはどちらかといえば価値剝奪的なさまざまな意味が内包されていよう。

たとえば、「地方」概念の対極には、一般に、「中央」に対する「地方」の意と、「全土」に対する「地域」というばあいのそれぞれ別個の対概念が想定できるが、日常用語では両者が癒着したかたちで、もっぱら「中央」対「地方」ということばに一括して表現されている。

最近でこそ、「地方」と区別して「地域」という用語が、たとえば環境汚染・破壊に対する地域住民運動とか「地域に密着して」などの文脈で用いられるが、これは比較的新しい用法であって、まさに「地域」「地域」の環境が破壊しつくされてはじめて、これまでないがしろにされてきた<地方化されてきた>住民の(地域)生活への復権要求を意図するものなのである。

「地域」という用語には、単に「全土」との面積・空間の大小、局地性という意をこえて、本来、その「地域の独自性」、自治性に根ざした生活の場といったニュアンスが含まれており、その「地域」「地域」に独自の問題の集合が「全土的(nation-wide)」な問題であるわけだが、この文脈でいえば、今日「地方文化」はあっても、「地域文化」は用語上、実質上、なお市民権を得ていないとも

いえる。つまり、「地方文化」というばあいの「地方」には本来の「地域＝全土」の視角は欠落したまま、単に「中央」に対してのみ位置づけられている現状である。この「地方」観念の内容は、そのまま「地方文化」の意味するものを枠づけ、その性格を規定しているものとみなされうる。

「中央」ないし「中央性」に対して、「地方」ないし「地方性」が意味されるものの特徴を内田義彦らの指摘に従ってあげるなら、ほぼ次のように要約することができる。

<1>「中央」から遠く離れた地域というイメージ、とりわけ、地域的な概念としては、地方の一番はずれ<辺土(無医村)・僻地(教育)・辺境>との強い連想によって把握されている。

<2>前項と当然重なりあうが、微妙なニュアンスのちがいで、「都会的」に対する「地方的」の意。たとえば、風土病がイメージさせる荒涼たる、文化果つところ、後進地域＝地方といった都市文明のいまだ及んでいないところの意。これは、江戸からみた「田舎っぺ」、「地方人」という呼び名にも象徴される。

<3>しかもそれは、中央都市<とりわけ東京>に代表されるような標準的な価値から遠く離れているということ。価値の低さで離れている。つまり、「地方」の価値は、その標準的な価値に近づいている限りで計られる。あるいは、さらに「中央の光」を受けてはじめて意味をもたされる。「中央」が頭で「地方」は手足という図式である。

<4>政治的・経済的・軍事的中央、すなわち権力中枢外はすべて「地方」の意もある。たとえば、「美濃部都知事はもっと中央の方を向け」などという文脈では、自治体としての東京でさえ、「中央」ではなくまさに「三割地方自治体」であるにすぎない。あるいは、旧日本帝国軍隊における「地方人＝民間人」という呼び名もそうである。ただ、一般的には、中央集権化の貫徹した権力中枢の所在地である東京(トキョー)という固有名詞が、あらゆる生活領域での「中央」シンボルとして、その幻影を造出し、拡散させ、機能している。(『内田義彦対談集』のうち木下順二・内田<対談>「地方性とは」筑摩書房、1971年参照)

こうした日常用語に暗示される「地方文化」の現状は、その否定的側面に注目すれば、まさに「中央文化」の植民地化の対象として、その支配・従属関係の下にあり、「中央文化」の収奪と汚染に常にさらされているといっても過言ではない。

マスコミを中枢とするいわゆる「大衆文化」は「中央文化」のすべてではないが、その重要な一翼を担っており、基本的性格において「中央文化」的であることは否定できない。かつての特権階級による文化独占に代って「大衆文化」は大量に生産・流通・消費される「上からのニセ文化の氾濫」(仲村祥一「文化の病理」大橋薫編『社会病理学』有斐閣、1966年、189ページ)としてとらえられる側面をもつ。いわば、「中央(権力)」を握る資本の論理に従って造出され、編成され、それを「東京」を起点として「全土」に大量にばらまき消費させる東京中心主義の消費文化であり、また、知る人の少ない「地方文化」に対して知られることに価値をおく「よく知られた文化」であり、「地方文化」の局地性に対しては、「全土」をおおう「マス・コミ文化」である。

あるいは、「地方文化」が本来「地域」生活を土台に、その生活と密着して、下から創られるものとするなら、マスコミなど「大衆文化」は、不均等な「地域」をこえて画一化を志向する、主に消費・風俗の生活の表層に上からあたえられた操作的な文化(Culture)ということもできる。

また、現代の「大衆文化」をその物質文化としての側面からみると、自然科学における合成化学とエレクトロニクス(電子工学)の成果を軸とする、その物的、技術的土台によって築かれた混合文化ということができよう。とりわけ、現代の合成高分子化学は、巨大な石油化学工業によって、大量かつ多様な生活財をもたらした。

ナイロン、ポリエステル、アクリル、ビニロンなどの合成セーイ、合成皮革、合成ゴム、各種プラスチック製品(とくに、新建材から家具やプレハブ住宅の量産はさらに発展の傾向)や合成洗剤などなどは、今や日本人の生活に食い入っている。プラスチックは69年の生産ほほ500万トン、合成セーイ、合成ゴムなどいわゆる合成高分子化合物は、あわせて700万トンに達するという。

しかし、今日、合成化学のつくり出したかつての農薬（DDT, BHC, パラチオンなど）をはじめ、石油化学がもたらした環境汚染の問題は大きく根深い。さらに、都市のゴミはすでに1割近いプラスチックを含んでおり、これだけでもそのまま焼けば煙をいため、排煙は有毒ガスをまきちらすことになる。年間3,000万本といわれる古タイヤをふくめ、この高分子材料の廃物処理の問題が緊急最大の課題となっているという。（井本稔「合成化学の光と影」『朝日新聞』'72年2月16日号）

こうした物質文化に基礎づけられた現代「大衆文化」はむしろ“公害、そのものと深いかわりあいがあり、このことは、「大衆文化」によって何が失われ、また失われつつあるかという視角にもうひとつの照明をあてていよう。その意味で「ハイオク・チクロ・キノホルム・スモッグ・ソニー・カドミウム・マスコミ・マンション・マイホーム<井上ひさし>」といった現代文化情況への語らあわせは、単なるだじゃれ以上に、鋭い諷刺性と切実さをもつ事実を見逃すことはできない。

「地方文化」の問題性も、一義的には、今日急速にそこに流入し拡散している「大衆文化」自体の病理の問題であり、それが「地域」の生活文化の破壊とどうかかわりをもつかという問題である。しかもそれは一面で、文化の中央集権化の特殊現代的様相をもつ「独占巨大都市の文化病理<仲村祥一>」に逆に最も集約的に顕在化してきているとみることもできる。

「都会へ都会へと日夜人が吸引されてゆく。離村向都の第二革命期が現われたとでもいえような現実である。若者たちの目は生まれ故郷の村や町を超え、一様に東京や大阪を熱っぽくみつめているようである。大人たちも例外ではない。出稼ぎ者は、今日、北海道のニシンや静岡のみかん摘みではなく、巨大都市の地下鉄工事やビル・高速道路の土建仕事へと魅かれてゆく。それは東北岩手のある農村にとっては、大東亜戦争以上の動員だとさえいわれる激しさだ。」（仲村祥一『社会体制の病理学』汐文社、1967年、77ページ）

仲村祥一は、こうして離村向都のかつてない激しい勢いを「アメリカに従属しつつ地方と農村の

利用と荒廃化のうえに繁栄する巨大都市の不均等発展」とみる視角から、すでに鋭く究明しているが、同時にそれは、巨大都市の残酷さと結びついた甘美な幻想の魅力によるという。「ゼニのあるところにはアソビがあり、変化があり、デラックスとバラエティがある」からであり、またそれは、「消費パターンの変幻自在」「金銭支配の毒をかくす擬似文化生活の甘やかさ」なのである。

とりわけ東京は、「政治・文化をともに操る金融独占資本の三位一体的支配の地域拠点」でありそれは中京、京阪神、北九州の商工業地帯を従えつつ「地方の諸都市・農山漁村のうえに君臨する独占都市」（仲村『前掲書』、78～81ページ参照）である。

たとえば、佐貫利雄による統計調査<別表・参照>にも明らかなように、わが国の三大都市圏への集中度のうちでも、東京都市圏はまさに独占的地位を占めている。これによると、人間の住める面積は全国の7.3%しかないのに、人口は23.2%情報産業の一分野を受持つ出版企業は実に9割近く、経済の中核である大企業の本社は5割が集中している。現代文化のひとつの指標とみられる大学及び大学生数（全国の5割を収容）や、「全国的有名文化人」<別表・参照>や、「職業的な有名名人製造業者（企業活動としてのマス・コミュニケーションと広告宣伝と娯楽のネットワーク）」（C.W.ミルズ『パワー・エリート』<上>、東大出版会、鶴飼・綿貫訳、1958年、114～5ページ）、等々もまたこの東京都市圏へ過度に集中しており、これらはとくに、ミルズのいう「有名であるからこそ、社会的威信をともなう地位を占めている」テレビ・タレントなど「職業的有名人たち」の有名であることの威信と仕組みの増幅拠点としての東京の姿を象徴的に浮きぼりにしていよう。

かくて、東京化された「独占都市文化」—東京地域の文化ではない—をかなめとする「大衆文化」は今や「地方」の隅々までおおいつくし、支配し君臨している。村々町々の多くの人々にとって、汚染された真水の代りにコココーラを飲み、東京発の週刊誌ダネで挨拶をかわし、東京と同じテレビを眺め、流行の衣裳を着て過ごす日々が進行している。

三大都市圏への集中度（全国＝100）

	東京	京阪神	中京	計
出版社数	86.3	8.2	0.1	94.6
コンピュータ 実働量	58.0	18.4	5.6	82.0
本 社 数 (資本金) (1億円以上)	49.0	21.7	8.2	78.9
大学生数	50.6	19.9	6.7	77.2
貸出残高	47.6	21.4	7.0	76.0
預金残高	42.9	21.2	7.7	71.8
卸売販売高	37.2	26.0	11.0	74.2
工業出荷額	30.2	20.0	12.7	62.9
電話加入台数	33.6	19.3	8.7	61.6
乗用車保有台数	25.3	13.1	11.5	49.9
人 口	23.2	14.0	8.4	45.6
可住地面積	7.3	4.2	5.8	17.3
総 面 積	3.6	4.0	5.8	13.4

＜注＞東京都市圏＝東京，神奈川，千葉，埼玉
京阪神都市圏＝大阪，兵庫，京都
中京都市圏＝愛知，三重，岐阜

＜資料＞日本開発銀行調査部次長・佐貫利雄の調査
(’70年，’71年の統計資料を基礎)による—
『朝日新聞』’72年4月2日より引用

有名文化人はどこに住むか（学術関係をのぞく）

区 分	住 所		
	東京都 区 部	区部外と 周辺地	圏外地
小説家・劇作家・俳人・詩人	203	93	35
歌手・作曲家・能楽師・舞踊家	141	22	16
画家・彫刻家・陶芸家・書家・ 写真家	165	54	68
文芸・音楽・美術・スポーツ評 論家	100	46	10
俳 優	31	3	6
映 画 監 督	18	7	5
デザイナー・茶華道家・アート ディレクター	22	1	4
漫 画 家	14	6	0
囲碁・将棋・落語・野球関係	19	2	5
計	713	234	149

〔註〕区分困難のもので10名ほどはふいたものがある。
評論関係には政治評論家も若干ふくまれている。
区部外と周辺地の重だつたものをあげれば，武蔵
野・鎌倉・三鷹・横浜・藤沢・茅ヶ崎・逗子・調
布といったところだ。

静岡県以西（たとえば熱海）は圏外としてある。

＜資料＞仲村祥一による『朝日年鑑’66』の人名録から
の集計調査（『前掲書』86頁）より引用。

Ⅱ マス・メディアの中央集権化

マス・メディア状況をめぐる最近の動向のひとつは、いうまでもなく、コンピュータリゼーションを軸とする急速な情報技術革新を背景に進展しているマス・メディアの中央集権化の拡大・強化および、それを基盤とする全国的情報ネットワークの完成、であろう。すでに、ラジオ・テレビネットワークによる「地域」ならびに（とりわけテレビ電波エリアによる）「地域」意識の再編成、広域化があり、さらに、「全国紙」の東京本社中心主義の貫徹や「東京発」週刊誌の氾濫のみにとどまらず、その他の有力通信・交通網の「全土」化の一応の完成がもたらしつつある諸問題がある。しかも、そうした主要メディアの中央集権化、「全土」化に対する自衛策ないし一種の抵抗への芽生え——たとえば、各地各種の多彩なミニコミ誌や「地域小新聞」の続出などや、「地方紙」および「ローカル放送」の自衛策としての「地域」密着主義への試行や、いわゆる読者・視聴者の多様性への欲求の顕在化という形で——とが、互いに対立し、矛盾しあいながら、従来よりいっそう明確に問題化してきている。

「情報化」社会論の主導者のひとりであった林雄二郎は、「情報化社会の形成は、もともと人間の欲求の多様化、ニーズの多様化、つまり多様化社会の進行と不可分の関係にある」—やや一面的であいまいな前提に思えるが—とし、「情報化社会」がそのネットワークの形成の目標を全国的なそれに求めたという今までの目標（林のいう「情報化社会の第一世代」のそれは、必然性と同時に矛盾もはらんでいたと反省する。

つまり、全国的なネットワークの形成による平均化、画一化傾向は、当然欲求の多様化に対し次第に欲求不満を累積させ、今やその許容限界に近づいてきているというのである。（林雄二郎「情報化社会第二世代論」、『中央公論』1972年3月号，73～74ページ）

林は、いわゆる「生活情報」についてのニーズ調査＜別表参照＞を引用して、「皮肉なこと—一番身近な、日常の生活に密着したことについての情報が得られないでいる。いいかえれば、のぞむ

◀生活情報について必要度の高く、しかも充分に満たされていないもの

	現 在	5 年 後
1位	有害食品添加物のニュース	同左
2	台風についての緊急情報	休日診療の病院
3	休日診療の病院	台風についての緊急情報
4	家族の健康と食事	同左
5	市販医薬品の正しい使い方	同左
6	急患に対する安静指示	同左
7	町内のお知らせ	冠婚葬祭についての知識
8	冠婚葬祭についての知識	近所の騒音、悪臭等の公害相談
9	繊維と洗剤との関係	町内のお知らせ
10	自然食品を扱っている店の知らせ	保険のきかない治療の費用
11	保険のきかない治療の費用	土地、家屋に関する税務知識
12	正装の知識	繊維と洗剤との関係
13	土地、家屋に関する税務知識	自然食品を扱っている店の知らせ
14	外出先の天気	長期生活設計の考え方
15	商品比較テストの結果	外出先の天気
16	不良洗剤についての知らせ	正装の知識
17	近所の騒音、悪臭等の公害相談	商品比較テストの結果
18	料理食事に便利用具紹介	同左
19	長期生活設計の考え方	歯科医の予約
20	新しい材料と料理法	カルシウム不足の料理の知らせ

「日本電子工業振興協会地域情報化システム調査委員会」の中間報告（1971年電通調査）
 ー林雄二郎「情報化社会第二世代論」
 『中央公論』1972年3月号より転載ー

情報が、のぞむ時に、ぴったりしたりした形で得られない、そういうもどかしい状態にある」と指摘し、このような矛盾解決のために「さまざまな機能的コミュニティを対象とした情報化ネットワークの形成」(林のいう「情報化社会の第二世代」における目標)、をあげている。林によれば、それは、アメリカにおけるワイヤードシティ (wired city) に代表されるような情報サービス・システムで技術的には可能だ、という。今日、BCN (Broadband Communication Network) と呼ばれるネットワークがそれであり、「昭和六十年の電々公社のビジョン」の中にあらわれた画像通信、データ通信等のサービスはその一部である。このようなCATVとコンピュータとの連携による双方向のコミュニケーション・メディアの開発によって、「私たちが真に能動的な生活パターンに転換するための」「参加意識の充足」や「集団としての意思決定への参加のプロセス」の確保、そのた

めの技術的な可能性が得られそうだというのである。(林雄二郎「前掲論文」75~79ページ)

しかし、ここに、二つの重要な問題がある。まず、この「機能的コミュニティを対象とした情報化ネットワークの形成」なるものは、あくまで純粋に技術的可能性としてあるものであり、現実の権力の配置やその力の方向、実際のメディア運営上における行政や経済的基盤からの規制によって、可能性としての多元的組織は容易に「一元的管理」に吸収され易い危険性をはらんでいるという事実である。一九七二年六月に国会で成立した「有線テレビ法」(7月1日公布、1973年1月1日施行)もその規制条項にかなりの問題を含んでいることが指摘されている。(たとえば、大森幸男「『有線テレビ法』を検討する」、『放送文化』1972年8月号参照)すなわち、メディア施設の多様化が、それ自体何ら「多様な選択的欲求をみたすための社会の選択的機能」を保障しえないという歴史的、客観的事実を見落すことはできない。それが先決問題である。

第二に、いわゆる「生活情報」なるものの概念についてである。マス・メディアの中央集権化、情報ネットワークの「全土」化による「生活に密着した情報」の欠落という矛盾対立は、単に「広域」情報対「小地域」密着情報といった対比だけでは充分にとらえきれない。情報源の地域性ということも確かに重要な要素にちがいないが、むしろ問題は、「広域化」した情報表現の、人々の生活とのかかわりの深さ、浅さにかかっており、その意味では、無条件で「小地域」情報が即「生活情報」ということにもなりえない。

また、林の例示する「生活情報」には、日常の具体的な事柄に役立つ実用的情報の性格が強いが、これは、いわば「ビジネス情報<後藤和彦>」という概念に近い。もちろん、それも「生活情報」の一部にはちがいないが、それでは「生活」の一面にしかふれえないわけで、当然「オフ・ビジネス情報」をも含めて、まさにそれらと日常「生活」との質的かかわり方が問題となるであろう。すなわち、より多様な「生活情報」なるものが、全国ネットワーク形成による情報の中央集権化、一元的管理化に対置されるものとして機能しうるとするならば、それはたんに、小状況のワク内で

の「小区域」的、「実用」的情報のみにとどまらず、より現実的な概念把握を必要とするであろう。いわゆる「情報化社会」論の最大の欠点（であり、特色でもあるわけだが）は、たとえそれらが、メディアの「地域」「生活」への密着を説くにしても、その現実の矛盾への追求を怠り、もっぱら問題解決を単なる施設的、技術的・可能性の「未来」へと追いやってしまうということなのである。

「地域」に密着し、「生活」に根ざすとはどういうことか。今日、新聞や放送など既存の有力メディアはもちろんのこと、いわゆるミニコミないし「地域小新聞」——そこに立脚し、出発したはずの——でさえ、その問題をめぐって今なお模索されつつある。

田村・仲村・西浦らによれば、「ミニコミ」の契機はその反マスコミ思想にあり、生活している人誰もが送り手となりうる媒体であるとし、その性格として、「無名性」「切実性」「単機能性」「非デラックス性」「反平均性」「反泰平ムード性」などをあげている。その中核は「非マスコミ性」であり、次のようにいう。「ミニコミはその量においてではなく、その質においてより規定されねばならぬ。私たちの生きること、存在することとかかわらしめることによって、私たちの生き方に何ほどかのインパクトを与えるもの、それが、私たちにとってのミニコミである。それは人間の生きていることの証明を訴えかける声である。内在する何ものかがある故に外に向けて何かを語らずにおれないもの、このような個性と集団のコミュニケーションをミニコミといたい。」（田村紀雄、仲村祥一、西浦義道「日本の地下水・ミニコミとはなんだ」、『思想の科学』1966年3月号）

こうした特性をすべての「ミニコミ」が実現しているとはいえない現状であり、田村紀雄の指摘によれば、とりわけ「地域小新聞」のばあい、その「非マスコミ性」は往々にして狭義の地方主義に閉じこめられてきた。「ローカル紙の編集者が読者を感性的に引き込むために不用意に使う『郷土』『郷里』『いなか』という用語には、血の論理を優先させる思想が横たわっている。……（中略）…だが、このエモーショナルなことばの本質、

具体的には何が郷土か、郷土とは何か、いなかとは実体としてあるのか、という論理が、完全に置き忘れている」。（田村紀雄『日本のローカル新聞』現代ジャーナリズム出版会、1968年、142ページ）

田村はそこで、記事の「地元性」の本来の意味を「視野の地方性の超越と、視点の身近性」としてとらえているが、これは「地域小新聞」に限らず、いわゆる地方紙やローカル放送での「地域情報」「生活情報」なるものの基本的性格となるべきものではないか。

マス・メディアのばあい、今日どのように「地域」と密着（？）し、どう「地方文化」とかかわっているであろうか。

まず、新聞のばあい、全国紙地方版と地方紙との販売合戦における「地元記事」増頁競争は、ますます激化しつつあるが、これは読者の「地元記事」に対する関心の高さを、経済圏の広域化と地域開発による地域社会の流動化への対応ということのほかに、テレビの普及による新聞機能の変化という電波メディアへの自衛策という側面や、各紙の広告収入増収の増頁競争の余波という側面も多分に原因している。

ローカル・メディアの変容とりわけ、新聞の全体的な動向については、すでに高木教典の詳しい分析があるが、それによれば、全国紙のばあい、「地域の広域化にともなう中央取材と、広域化する地元の問題を把握するために、従来からの地方部とは別に内政部あるいは内信部を設置」（高木教典「ローカル、メディアの変容」『新聞学評論』16号、1967年、53ページ）し、地方紙と同等のスペースや版数を確保するなど、地方版の強化に務めている。地方紙もまた、たんなる小型全国紙的性格を脱し、「地域専門紙」をも志向しつつ主読紙としての内容を加味した方向を打出している。一般的には、農山村の過疎化、人口の大都市集中の進行による伝統的な「地元意識」の崩壊、とりわけ戦後・戦無派世代の「郷党意識」の変容——、それらは県人会、同窓会、ファン意識などの形で持続されてはいるのだが——などに対応して、一方では、「地元ダネ」を重視しつつ、婦人や若者向けページやスポーツ記事の増頁政策を強め、他方ではいっそう地方紙の権威づけと広

域性への要求のために全国指向の特徴をも強める方向にある。

畑専一郎は、従来の地方紙は、テレビとの競合のほか、ひとつは全国紙、もうひとつは新しい地域紙からの挑戦を受け、その挑戦に打ち克つためには新しい「コミュニティ・ペーパー」への脱皮を必要とすると次の点を指摘している。

(1) 暮らしの“アクセサリー”として。レクリエーション、趣味、勉強、社会奉仕などグループ、サークル活動のその地域における仲介役、連絡役としての役割が増大する。

(2) 暮らしの“精神、面として「心のページ」とか「宗教欄」の比重増大。

(3) 暮らしの“経済、面の重視。地域の新聞がさらに、その地域の消費生活の案内役を果す必要。

そのため、「地域専門紙」となるための「地域専門記者」の確立、マスコミとしての“一方交通性、を克服して、できるだけパーソナル・コミの性格を出す必要（新聞が、行政体と住民側との間に立って、情報のピストンの運動や交換の、世話役としての役割りを果す）、高度な診断力をもって地域の病理現象に対して予防的活動を行う、ことを提唱している。（畑専一郎『論説記者』神戸新報社、1970年、参照）

しかし、この提唱のうち、行政体との関係については、必ずしも手離して楽観できない側面がある。たしかに、地方自治体の中央依存は、革新首長による自治体の漸増により、ムードとしてはやや払拭されてきたが、依然として「三割自治」の現実があり、しかも地方紙にはその経営基盤からして、「地方資産家や政治ボスの圧力をかけられる危険性」＜荒瀬豊＞も今なお残されている。高木教典は、この点に関して、民放社を仲立ちとする地方自治体、新聞、民放三者の関係の密接化は、地方紙や民放のこれまでの地方自治体にたいする姿勢からみると、批判精神を骨抜きにする作用をしている点で懸念される問題である、と指摘している（高木教典「前掲論文」参照、）。

ただ、新聞におけるローカル・メディアないし「地元記事」重視政策は、たとえそれがテレビとの意見や販売拡張上からの要請であるとしても、それが住民の意思や意見、生活の反映に正しく機

能するならば、今後何らかの形で「地方文化」の創造——「育成」ではなく——にひとつの契機をあたえうるかもしれない。現に、全国各地に展開されはじめた環境破壊に対する住民運動、市民運動の過程において、「地方記者」の土着の眼と表現活動が、住民の側に立って持続されるとき、少なからぬ推進力となった事実は、新聞が新しい「地方文化」の創造にいかにかかわるべきかを示す貴重な一例といえそうである。

新聞のばあい、一方では「地方版」を重視しつつ、他方では地方紙の全国ニュースの画一化（情報源である通信社の漢テレ態勢への移行等により）や、全国紙の東京本社中心主義体制はいっそう強化されつつある。民放テレビのばあい、新聞より更に東京中心主義は根強い。いうまでもなく、それは、東京キ局による全国のネットワーク系列化にあり、ナショナル・スポンサーの発言力の強化による。地方局は経済的理由からも、番組はほとんど作らず、ただ東京発の電波の中継局になりさがっている。時折、大阪局（準キ局といわれる）が「アンチ東京」を目指して、上方のお笑いタレントや上方在住の学者、評論家を動員し、はかない抵抗をみせる程度である。しかも最近では、その数少ない大阪制作でも、たとえばドラマなど東京タレントを主体とする傾向にある。最大マーケットである東京エリアの視聴率が何よりも番組制作の優先目標になるからだ。今や「地域」に密着したローカル放送として免許され、「地域」の文化媒体として存立しているはずの民放は、その存在自体の“自己否定、を迫られている”といっても過言ではない。

早川善治郎は、こうした現行放送体制の矛盾を次のように指摘している。

「＜キー局＞エリアの視聴者は、全国ネット番組のみを選択視聴する自由しか与えられていない。それは、しばしば＜東京＝ローカル＞番組が与えられていないことを意味しないだろうか。全国各地の＜ローカル局＞のエリア内視聴者は、結果的には東京中心番組のみ与えられ、＜ローカル＞固有の番組は今やほとんどネグられているといえる。」（早川善治郎「宿命への挑戦者・ローカル放送」『南海放送』1969年10月号5ページ）

もっとも、ネット系列局間での共同制作や地方

局独自の制作番組も最近いくらか復活はしているものの、民放全体の番組の中ではごくわずかであるにすぎない。ローカル局制作番組がよく話題になるのは、制作本数がわずかなため努力作の割合が高いこともあるが、それだけ稀少価値が高いという事情もあろう。

従来、比較的ローカル番組に力を入れてきたNHKですら、年々次第に東京局中心を強め、大阪はじめ地方局は、少くとも全国放送の番組制作の担当数は極度に減少している。しかし、コマギレとはいえ、NHKでは民放に比べローカルニュースやローカル番組はまだ多少は重視されている。少くとも雑誌、『放送文化』などではかなり頻繁に「地域社会とローカル放送」問題の特集が組まれたりする。問題はその視点にあり、「ローカル番組」の内容にある、とする次のような地方住民の立場からの批判は注目される。

「近年ローカルティーや県民性の調査が組織的になされ、ローカル放送の重視（放送総時間という形でだけであるにもせよ）が叫ばれ、『放送文化』1966年2月号をはじめ、多くの提言がなされているが、そこには何か地域の住民の生活や感情において、大都市との差を見出すことにとらわれすぎ、統計的有意義の集積をもって地域性を決定する行き方感ずる。地方に十数年住みついた私からみると、そこには土地に密着した生活のない人々のエリート意識が感じられて仕方がない。

放送そのものが中央局のそれを模していること、そして放送というメディアの特性からくるものであろうが、ローカル番組に登場した地域の人たち（特に文化人）は、地域の問題をとりあげていながら、地域に密着する番組になり得ないことが多い。それは告発の強さに関するのではなく、むしろ放送というメディアに乗ると、いつか彼等の生活が切り捨てられ、悪い意味での批評家的無関心さが露呈してしまい、本当に問題にまきこまれ、苦しんでいる姿が失われてしまうのである。」（小倉善久「私のローカル放送論」『放送文化』1969年1月号、30ページ）

ここで鋭く指摘されている電波メディアをはじめマス・メディアと「地方文化」との歪んだ関係については、さらに次項で、マスコミにあらわれ「地方文化」の問題との関連で検討を加えたい。

Ⅲ マスコミに現われる「地方文化」

「東京」とは、「行けば行ったで何とかなる」と思われている便利で甘美な大都会であり、「地方」を吸収し、収奪し、その肥大化によって築かれた権威の象徴とみなされている。敗戦以来ずっと、いや戦前からすでにそうであった。

杉浦明平によれば、それは戦時中の統制経済以降ほぼ完成した。「文化」は東京でなくては実ることができず、全国的影響をあえることはできないとされた。マスコミの手段を東京に握られているから、東京の流行は全国の流行となる。「東京の問題は全国の問題である。笑わせるのは、犯罪ですら、東京でなくては有名にならないことだ」（杉浦明平「東京文化について」（1957年）『田舎の文化、田舎の政治』未来社、1961年、96～7ページ）

極論するならば、芸術や文化が各地方で特色をもちえたのは、すでに過去の出来事である。「地方」の文化は「地方文化」でさえないのである。いわゆる「地方文化人」も「中央」へ移らねば権威をうることはできず、すぐれた業績も「東京」でとりあげられぬ限り、「地方」の人には全くわからない。「地方」でわずかに見直されるのは、せいぜい在来の盆踊り、民謡、神楽など、過疎＝流民化とひきかえに埋もれたかつての伝統文化の残りかずにすぎない。たとえば「マスコミによって北海道には熊がつきものだ」と信じこまされている遊覧客の好奇心を満足させるためのサービス業となったアイヌの熊彫り、地方民の生活ときりはなせぬ信仰的行事から、鉄道会社と地元企業・官庁が演出する観光用のショーとなった郡上踊り（仲村祥一『社会体制の病理学』〈前掲〉90ページ）など、そのほんの一例であろう。

ドラマ名所、事件名所の造出は、観光ブームと対応して、さらに消費的、野次馬的な「地方」紹介の仕方をつくった。「君の名は」ブームを皮切りに、流行歌「南国土佐を後にして」ブームなどから、「柳生の里」「南軽井沢・妙義山」ブームなど枚挙にいとまがない。その代表例は「柳生の里」ブームであるが、その外、次のような小さな新聞記事もある。たとえば――。

国鉄が「かづら橋」のポスターで宣伝した徳島県三好郡西祖谷山村は、いま（1972年6月）別荘ブーム。国鉄阿波油田駅からバスで1時間半。2月からこの山奥にも村営バスが走り出し、ことしのゴールデンウィークには1万人以上の観光客が押しかけた。これと前後して、村役場には「過疎であき家になった農家を買いたい」という申し込みが10件近くも舞込んだ。全部で千戸足らずのうち、あき家は約200戸、すでに約60戸の売家希望が出ている。過疎対策に悩んでいた村は、家の修理を引きうけるなど「商品化」に懸命。村役場近くの木造二階建（約560m²）の元旅館が、50人分の夜具や食器ごと、大阪府堺市の鉄工会社に500万円で購入された。従業員らの保養施設になるそう。 「秘境の『値打ち』がでるのはこれからです」と村の企画室長は張りきる。だが「結局、うまい汁を吸うのは国鉄、よそ者にはいりこまれて、素朴な環境と生活が乱されそう」と村民たちは不安顔だ。……秘境として紹介されたその日から、そこはもう秘境でなくなる。「ディスカバー・ジャパン」は、それをつぎつぎと裏付けている。（『朝日新聞』1972年6月24日号より）

いずれも、東京発の「全国的」な話題になること自体に価値があるように思いこむ風潮の落し子であり、それは、週刊誌の書き立てる有名無名芸能人のスキャンダル、ゴシップ主義と同様に、ともかく有名であることへの歪んだ信仰によって支えられている。地方在住者の多くもまた、わが「地方」が全国的話題になることや、名士や有名タレントを「東京」へ送りこんだ同郷人であることに小さな満足を感じるのである。

問題はしかし、多くの「地方」紹介が「東京人」の眼からみての好奇心関心に偏りがちであることであり、そこに生活する人々の苦しみやエネルギーをひき出すものではなく、行きずりの観光の対象として単なる珍奇な風物としてのみとらえられている、という事実なのである。しかもそれは日本国内に限ったことではなくアジア、アフリカを見る眼の問題として重なっている。話題の観光地、発見（東京人に）された秘境には、殺到する観光客用に借金をつきこんで観光施設を急増させ、そのお布施にしがみつきのながら生活をつなごうとする矢先に、そのブームは去り、いっそう環境も人心も荒廃していったという事例も少ない。

「東京」と「地方」との関係でことさら重要視

されるのは、人間の感情や感覚にみられる歪みの問題である。「東京」は「地方」に残っている文化、芽生えた文化だけでなく、また人材をも感情をも吸い上げるだけだ、と杉浦明平は痛烈に皮肉っている。

「東京で不幸があって、それが新聞やラジオで報道されれば、田舎の人々もそれに同情して心配したり泣いたりする。南極にとりのこされた犬のことまで心配すること、ラジオなどと同様である。つまり中央からのおし売りには、もろくも従うのだ。けれど、いったい、農村が苦しんでいる苦しみを、東京が感じてくれるだろうか。……田舎には、もう古い民謡のような民俗文化をつくり出すふんい気は消え去ってしまった。いまでは、何よりもキャベツや大根の値段が大暴落すればそれからうける生活の苦しみを歌いたい欲求がさきにくる。それは正しい文化的欲求なのだが、それをどのように表現していいか、日本文化は教えてくれない。つまり化粧品やスタイル・ブックや衣類や映画などで、金だけははぼってゆくが、田舎の住民がじぶんの文化の芽を産もうとするねがいには一度もこたえてくれたことがないのである。」（杉浦明平『前掲書』14～5ページ）

「片隅から見た日本」と題するエッセイの中の一文だが、これらの指摘がすでに十数年前のものであることに注目しよう。これらと裏腹に今や静かな民謡ブームの時代を迎えている。見田宗介がいうように、「民謡の流行」とはひとつの矛盾であり、「民謡とそれをささえる共同体的な生活様式や心情の強化のしるしであるよりも、むしろ反対に、その解体ないしは変質の過程における、ある種の局面にともなう現象」（見田宗介『近代日本の心情の歴史—流行歌の社会心理史』講談社、1967年、181～2ページ）であるにちがいない。まさに、「貧国を美化する望郷感覚<松永伍一>」に裏打ちされた「ふるさとブーム」現象、たとえば郷土料理、県人会、同窓会、ふるさとの観光と物産展、あるいは風土記的なテレビ番組、プロ野球や高校野球ファンの熱狂にみられる「地元意識」の噴出等々も、解体しつつある「地方」ならびに「地方文化」への屈折した感傷を反映している。

一方こうした現状の反面、環境破壊、狂乱物

価, 等々にみられる独占資本の歪んだ政治姿勢に
基因する様々な生活破壊に対して, 全国各地で発
生し, 発展しつつある住民運動の拡がり, 従来
の「地方文化」のあり方に大きな反省と転換の契

機をもたらしつつある。マス・メディアの本来的
使命も改めて問われているわけだが, これらの検
討はさらに後日を期したい。