The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	地域をつなぐ「声」：音響メディアにおける「声」とジェンダーの変遷
Author(s)	北出, 真紀恵
Citation	年報人間科学. 2002, 23-2, p. 339-357
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/7921
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

地域をつなぐ「声」

――音響メディアにおける「声」とジェンダーの変遷――

北出 真紀恵

〈要旨〉

本稿の目的は、ラジオ放送における「声」とそのジェンダーの変遷を、メディア史、および、ラジオ史をたどることによって明らかにすることである。

まず、草創期の音響メディアの歴史を概観し、電話やラジオを、現在のような特定の形態のメディアとして存立させていったのは社会であったことを確認する。マスでもパーソナルでもないコミュニケーションの結節点の「声」として女性が活用されたが、産業合理化の過程で「声」の規格化などが理由となり、メディアは、現在の姿へと変容した。

次に、メディアは社会に生成されるという視座にたち、それぞれのメディアが今日の形態へと編成され、ラジオが、マス・メディアとして成立してからのコミュニケーションの変容と、その「声」とジェンダーの変遷を、放送史に沿ってたどることにしたい。

ラジオのコミュニケーションを考察する際、欠かすことができないのはラジオパーソナリティである。しかし彼らもまた、ラジオ草創期から存在するものではなかった。そこで、コミュニケーションの結節点となる「声」に焦点をあて、「声」に求められたものは何であったのかを検討する。

テレビの普及により、ラジオはマス・パーソナル・メディアへの模索を始め、規格化された放送者の「声」は解体し、「声」には、パーソナルなコミュニケーションが要請されるようになった。そして、ラジオの「声」は男性化した。

キーワード

「声」
ジェンダー
「声」の規格化
ラジオパーソナリティ
マス・パーソナル・コミュニケーション

1　はじめに

かつて、マクルーハンは、ラジオは「地方的地域共同体」をつくる「部族の太鼓」であると述べた（マクルーハン、1964＝1987 p308-309）。ラジオは、テレビの普及により、中央集権的なメディアの座をテレビに譲り、地方メディアとしてその活路をみいだした。マス・メディアでありながらラジオは「マス・パーソナル・メディア」をめざし（日本民間放送連盟研究所、1964　p32-33）あくまでも地域に根ざしたメディアであろうとしているのだ。

現在のラジオは、「ラジオパーソナリティ[1]」とよばれる放送者のフリートークを中心に、全国津々浦々、その地域のことばで、地域の情報を中心にしたワイド番組が生放送されているのが特徴であり、人々は、ラジオから流れる「声」に耳を傾け、ラジオを介したコミュニケーションを楽しんでいる。

ラジオのコミュニケーションについて考察する際に注目したいのは、草創期における音響メディアの生成過程である。草創期のラジオや電話が、現在の姿へと編成されていく以前には、どちらもが通信志向な「手紙」的なメディアと、娯楽志向な「劇場」的なメディアである可能性をもっていた。吉見によれば、電話も、ラジオも、決して最初から今日のようなメディアとして発明され、普及していったのではなく、それらを特定の形態のメディアとして成立させていったのは、あくまでも変容の契機としての社会であり、それぞれの音響メディアが現在のラジオや電話になっていったのは、「メディアの技術的な発展の結果ではなく、それらを位置づけ、組織化していった社会と技術との間の相互作用の歴史的所産であった」のだという（吉見、1994　p115-116）。のちに「放送」へと分化していく娯楽志向な「劇場」メディアとしての発展は、当時の大衆が新しいメディアの中に感じとっていた潜在的な欲望であったのだ。

また、そのような大衆の欲望を満たすコミュニケーションにふさわしいネットワーカーの「声」として女性が活用されたことも注目に値する。だが、ネットワーカーは、なぜ、女性であったのだろうか。

本稿では、メディアや、メディアをめぐるコミュニケーションが社会的に編成されるものだという視座にたったうえで、ラジオがマス・メディアとして成立してからのコミュニケーションメディエーターの「声」の変遷を、放送史に沿ってたどることにし、特に、ラジオ放送における「声」と、そのジェンダーの変遷に焦点を絞って考察を加えることにしたい。

ラジオのコミュニケーションを考えるうえで、欠かすことができないのは「ラジオパーソナリティ」である。しかし、ラジオ草創期の「声」は主にアナウンサーが担っていたのであり、「ラジオパーソナリティ」は、最初から存在するものではなかった。そこで、ラジオ史をたどるにあたって、そのメディエーターとなる「声」＝「語り手」と、そのジェンダーに焦点をあて、何が「声」に期待されたのかを検討することにしたい。草創期のラジオのコミュニケーショ

ンとはどのようなものだったのだろうか。また、テレビが誕生し、ラジオが大きく変容をせまられて以後、それはどのように変化したのだろうか[2]。

本稿は、メディアの形態が「メディアの技術的な発展の結果ではなく、それらを位置づけ、組織化していった社会と技術との間の相互作用の歴史的所産」（吉見、1994　p116）であり、また、その「声」である「ラジオパーソナリティ」や「声」をめぐるコミュニケーションのかたちもまた、「社会」や「技術」との間の相互作用の歴史的所産であることを確認する作業であり、今後のラジオのコミュニケーションを考えるうえでの一つの手だてとなればと思う。

2　社会に生成されるメディア

「初期の電話は同時にラジオであり、ラジオは同時に電話であった」と吉見は述べている。つまり、草創期の音響メディアにおいては、メディア文化を担った大衆の境界的な性格は、メディアそのものの媒介的で中間的な性格と相関していたのだというのだ（吉見、1994　p115-118）。

十九世紀後半から二十世紀前半にかけて、電話やラジオといった音響メディアが発明されたが、それぞれのメディアは今日的なイメージのものではなく、各メディアの境界は曖昧なものであった。ここでは、その歴史を概観することにしよう。現在のラジオがめざす「地方的地域共同体」的コミュニケーションの萌芽が、初期の電話を介してのコミュニケーションにみることができる。現在のラジオにみられるような「地方的地域共同体」的コミュニケーションへの大衆の欲望が、電話を介してのコミュニケーションにみることができるのではないだろうか。

2－1　放送メディアとしての電話

十九世紀後半、電話は、今日のような双方向の会話のメディアとして理解されておらず、信号にかわって「声」を運ぶ電信同様のメディアとして理解されていた。一八八十年代以降、電話は欧米の大都市で急速になじみのあるものとなっていくが、それは、有線ラジオ的な娯楽メディアとしてであって、エンターテイメントやニュースを伝えるメディアとして人々に受容されていたのである（吉見、1992　p195-204）。

なかでも、ブダペストの電話放送局テレフォン・ヒルモンドの事例は特筆すべきものがある。テレフォン・ヒルモンドは、一八九三年から、第一次世界大戦後までの二十年以上にわたり、政治や経済スポーツのニュース、また、講演、演劇、音楽会、朗読といった番組を定時にマジャール語で提供し続けた。現代のラジオ放送に近い番組編成が、この時、すでに電話回線の中に実現されていたのである（吉見、1995　p113-119）。

2－2　ネットワーカーとしての女性

有線放送的な発展をも可能にしていた草創期の電話を考えるうえ

で、見過ごすことができないのが、女性交換手たちの活躍である。カナダにおける電話文化の発展を論じたミッシェル・マーティンは、初期の交換手たちの「女性化」のプロセスに注目した。

「女性化」の背景には、女性が新興産業が必要とした大量の安い労働力であったことも大きな要因だが、交換手の「女性化」には経済的要因以上に一九世紀後半のジェンダーをめぐる文化的通念が作用していたのだという。

電話交換は、多くは上流階級やブルジョア階級からなる契約者たちとの絶えざる交渉を前提としていた。いわば接客業である。事業家たちはそのことに気がつき、接客的要素が女性の社会的役割に適した活動とみなされていった。また、電話産業は、当時の女性に開かれた数少ない先端の職業でもあった。

ここで重要なのは、電話産業が交換手に要求しようとしていた役割が、ビクトリア朝期の社会が女性に期待していた役割と合致していた点である。従順で受け身の、忍耐強く、分別のある存在という女性に期待されていた社会規範は、いくつかの点で交換手に期待される規範と適合的であった。なぜなら、交換手たちは、交換局の主任たちの監督下で交換台の前に座りつづけ、通話希望者に忍耐強く応じていく必要があったからである。上層中産階級の家庭をより強く捉えていた男女関係についての規範が、より下層の出身者からなる交換手にあっては、回線加入者と交換手の関係に置き換えられていった（吉見、1995　p120-122）。

しかし、吉見によれば、女性電話交換手たちは少なくとも産業発展の初期においては、ある種の主体性を保持していたという。彼女たちは、電話交換業務を通じ、地域のネットワーカーとしての地位を確保していった。地域の回線網が小規模だった時代には、交換手も契約者もお互いの名前を知っていた。従って、交換手と回線加入者との関係は単に通話をつなぐという以上のパーソナルな性格を帯びていたのである。

交換手たちはそれぞれ得意客を抱え、得意客からの通話を他の交換手にとりつがせようとはせず、また契約者も、自分の電話をとりついでくれる贔屓の交換手を求めていたという。交換手と契約者は、交換業務が暇なときは、長々とおしゃべりをかわしてもいた。

そして、こうした日常のコミュニケーションを通じ、交換手たちは地域の情報に詳しいネットワーカーとなっていった。回線加入者にとって、電話の利用価値の何割かは、相手との通話よりも交換手の女性からさまざまな地域の情報を教えてもらったり、個人的な情報サービスを受けたりすることによってもたらされていたのである。

他方、交換手たちも、こうした地域的な情報ネットワークの結節点としての立場を利用し、自らの活躍の場を見つけていった。

交換手たちは、顧客たちの伝言を伝え、問い合わせに答え、さらには選挙の結果やスポーツの試合の結果を伝えたり、地域の警報的情報や災害情報、火事がおきている場所、道路の積雪状況なども伝えていた。また、色々な相談にものっていたらしい（吉見、1995　p122-126）。

そこでは、「接客業」「顧客」の権力関係を軸にした、顧客の話を

「聞く」ことを中心にした「声」のコミュニケーションが成立していたのである。

2-3　パーティライン・広場の「声」

また、農村部の独立系の電話会社では、交換システムが十分に発達する以前、それぞれの回線に複数の加入者が直列的につながるパーティライン的な電話が普及していた。それは、内線電話を近隣一帯にまで広げたようなシステムで、コミュニケーションの秘匿性などまったく問題にならなかったという。

人々は、受話器をとって、すでに進行している会話に耳を傾け、時には後から参入していった。全体的には、新たに回線に参入した人は、そこですでに行われていた会話を会話を黙って聞いていることの方が多く、婦人たちは手仕事をしながら、受話器をはずしたまま、近隣の人々の世間話に耳を傾けていた。また病人の枕元にも受話器が置かれ、患者は気晴らしに流れてくる会話を聞いていた。電話は、人々にとってコミュニティの生活リズムとの結びつきを保っておくためのメディアだったのである（吉見、1995　p127 Martin, 1991 p142-146）。

「電話の有線ラジオ的な発展も、電話がそもそも密室的なコミュニケーションよりも、井戸端会議的なコミュニケーションと結びつけられていたとするならば、そうしたコミュニケーションを産業的に組織していく一つの方途がコミュニティ内での自然発生的なゴシップから編集された番組供給への移行であり、交換手のアナウンサー化であったとも考えられよう。実際、枕元やサイドテーブルの受話器から流れてくる近隣の人々の会話に耳を傾ける村人たちの態度は、電話の番組放送、またやがてはラジオ放送に耳を傾けていく都市の人々のそれとまったく連続的であった。（吉見、1995　p128）」

このような聴取のされかたは「ながら聴取」であり、気晴らしや暇つぶしで聞いているのも、現在のラジオ聴取者に限りなく近い。

もちろん、現在のラジオは不特定多数を対象にしたマス・メディアであり、産業としての規模は比較にはならない。しかし、現在のラジオもまた、このような聴取スタイルと同じ地平にたつ「広場」的コミュニケーションをめざしているのだ。

ちなみに、電話メディアの現代的変貌は、およそ一八九十年代から一九二十年代にかけてゆっくりと生じ、一九二十年代末までには北米では、今日われわれが知っているような電話とほとんど変わらない形態が確立していた。

吉見は、電話の現代化の過程のひとつとして、電話交換手たちの「声」の規格化をあげている[3]。世紀末から今世紀初頭にかけて、電話産業は交換手たちの労働の細部におよぶ管理システムを発達させていった。企業側の論理からすれば、交換手たちの応対をマニュアル化し、契約者とのパーソナルな関係や個人的な創意に属する対応は排除していく必要があった。また、「電話らしい声」を定義し、そのような声を用いるように交換手たちを監督していくようにもなった。

草創期においては、事業家たちは女性交換手の「声」の質にはほ

とんど関心をもっておらず、重要視されていたのは、臨機応変に顧客に対処するコミュニケーション能力であった。「声の良い」交換手よりも「機転のきく」交換手が有用とされた。ところが、企業側に交換手の「声」の質にたいする関心が芽生え始め、彼女たちのネットワーカー的能力は、しだいに「声」の強調にとってかわられていくことになるのである。「声」は、交換手採用時の判定基準として用いられるようになり、また、現場においても「声」はチェックされ、矯正するシステムも発達してくるようになる。交換手の「声」は規格化され、公私で明確に使い分けられるようになった。　こうして、交換手たちの発話における人格的要素は可能な限り排除され、彼女たちはネットワーカーというよりも、一定の「声」のトーンで回線を接続していく交換機械の部品のような存在と化していったのである（吉見、1995　p131-133）。

2－4　日本における「声」の女性化

ちなみに、日本において、電話が商業活動の中で広く利用されていくようになるのは大正以降である。

電話交換手の「女性化」は、欧米のみらず、明治三十年代以降の日本でも起きていた。「女性化」の理由は、女性の方が給料を低く抑えられるという経済的理由と、男性交換手は口のききかたが粗暴で顧客に大変評判が悪かったという理由であった。

この電話交換手に始まって、それまでの女芸人や髪結い、産婆、家事使用人、女子工員とも異なる女性の職業の系譜がひろがっていくことになる。たとえば、女子販売員や、女子事務員の採用が拡がりつつあり、産業と顧客をつないでいくような特定の職業と女性たちとのつながりが広く確立していくことになった。

明治三十年代までは、まだ各自の裁量で勝手に行われていた電話交換の言葉遣いや発音にも、四十年代以降になると、一定の枠がはめられ、さらに大正期になると「臨時矯正部」など、「声」の訓練システムが整い、交換のために最も能率的な「声」へと統一されていく。そして、この「声」は、やがて逓信省出身の交換手が多くの企業の案内係となるに従い、日本の企業文化の中に深く根をおろしていくことになった（吉見、1995　p149-154）。

吉見の指摘は、次の通りである。

「規格化された電話交換手の声が帯びる性差別のメカニズムは、同じように発展するデパートの店員や企業の受付嬢、ラジオのアナウンサーやバスガイドなどの声の問題にまで通底するはずである。これらのいずれにおいても、電話、デパート、ラジオ、バスといった新しいテクノロジーと女性の声が結びつけられている。つまりここでは声の複製化と女性の身体の資本主義的再編が、広範な匿名的な顧客との応対という場面で広く接合されているのである。ウオルター・J・オングが論じたように、電話やマイク、ラジオといった電気的な音響テクノロジーは対面的な口承性とは異なる〈二次的な声の文化〉を成立させる。だが、これは、けっして中立的なテクノロジーにもとづく中性的な文化としてあるわけではなく、最初からジェンダーの政治学を内在させているのである（吉見、1995　p155）。」

以上のように、草創期の電話ネットワークは地域的な広がりと結び付き、「放送」とも「通信」とも区別されえないような融合状態で、時代や地域は異なりはしても、地域社会の結びつきをより強化したり、それぞれの地域でそのメディアが置かれた文脈と密接に連動しながら、その姿を変えていたのである。また、こうした「声」のコミュニケーションの営みの中で、最も重要な役割を果たしていたのが、女性交換手たちであった。顧客に対するサービス業務で一番重要視されたのが、「顧客の話を忍耐強く聞く」行為であり、それは「従順で受け身、忍耐強く、分別がある」という当時の女性のジェンダー規範に適合的であった。「聞く」ことを中心にした女性のコミュニケーション能力が、そのコミュニケーションの結節点としての役割に符号したのである。しかし、彼女たちに要請されたコミュニケーション能力は、電話が産業として合理化される過程において、彼女たちの「声」が規格化されていくと同時にかき消されていくことになる。交換手と顧客によるパーソナルな「声」はそぎおとされ、ネットワーカーとしての女性たちの「声」は、音響メディアがそれぞれ現在の姿へと編成されていく過程で、道具としての「声」となっていった。

2-5　男らしく「通信」するラジオ

それでは、「ラジオ」は、どのような経緯をたどってきたのかを見ていくことにしよう。

「二十世紀が明けた頃、ラジオはマス・メディアではなかった。」水越によれば、ラジオは登場してまもない頃、メッセージを受けるだけでなく積極的に送りもする双方向のコミュニケーション・メディアであり、電波が届く範囲内でチューニングができる人々は皆、おしゃべりに加わることができるというものであった。続々とあらわれるアマチュア無線家たちは、電磁波理論をマスターし、自分で無線機を組み立て、遠くの仲間と交信した。このようなアマチュア無線家の多くは十代の若者たちで、このニューメディアが、新しい民主主義社会をもたらす道具になるのではと期待に胸をふくらませていたのだった。それは、ちょうど一九八十年代半ばまでのパソコン通信のようであり、マニアたちの好奇心と想像力によってなりたっていたのである（水越、1993　p4-5）。

それでは、「無線」はどのようにして「ラジオ」に転換したのだろうか。

第一次大戦が始まると、無線技術は、否応なく戦争の道具としてかり出されることとなった。大戦で活躍したエンジニアやアマチュア無線家たちは、「男らしさ」の象徴的存在であり、人々から英雄視されたりした。ところが、一九二十年代にはいり、無線の世界は一変することになる。アメリカで、無線を使い、一般大衆向けに娯楽や報道などさまざまな情報を流すというサービスを思いついた人々がでてきたのである。最も初期にラジオ放送を始めたといわれているペンシルバニア州ピッツバーグのKDKAという放送局は、放送サービスを、無線機器の販売促進活動として位置づけ、定時放送をスタートさせ、不特定多数の一般大衆を対象とした。KDKAは、大衆

というリスナーを発見したのである。そして、ラジオは、家庭電化製品と化し、次第にリビングルームに家具のように置かれるようになった。こうして、自らを情報の受け手であることを喜んで受け入れる圧倒的多数の大衆に向けて、産業的、専門的な送り手によって生産されていくシステムが発達していくなかで、アマチュア無線家たちの「声」はかき消されていく。その一方で、受け手のレベルにおいては、女性に開かれていった。こうして、ラジオは、マス・メディアとして発展していった（水越、1993　p79-82）。

3　マス・メディアとしてのラジオ

今日の電話も、ラジオも、社会的歴史的に生成され、編成されてきたことを確認したうえで、今度は、マス・メディアとしてたちあらわれたラジオが、どのような社会的要因と連動することにより、現在のようなメディアのかたちや、そのコミュニケーションをめざすに至ったのかを、「声」とそのジェンダーに焦点をあてつつ、たどることにしたい。

3－1　ラジオ放送草創期、模索する「声」

日本における初のラジオ放送は、大正十四年三月二日、東京放送局の仮放送所からであった。ラジオのことばの主宰者は、アナウンサーであったが、放送という新しい事業で、経験者などもちろんいない。東京放送局では数百人の応募者のなかから男女数人のアナウンサーが選ばれている。アナウンサーの採用条件は、まず第一によくとおる大きな「声」の持ち主ということだったらしく、浅草のオペラ歌手や、株式取引所で働いていた人が選ばれたりもした。当時のアナウンサーの語りは、講演会の聴衆や映画館の観客のような「皆さん」を想定しての語りであり、その役割は、原稿による紹介放送を行うだけの存在だった（藤久、1983　p10-11）。

3－2　戦争とラジオ

一九三一年の満州事変に始まり、一九四一年の太平洋戦争へと突入していく状況下で、放送に対する国家統制も一段と厳しくなっていったが、夫や息子を戦場に送った人々が臨時ニュースを聴くため受信機を購入し、受信契約数が増加。番組は、戦況放送や政府当局者の演説が放送の中心を占め始めた。

また、若い男子は戦場へ、未婚の女子は職場へという時勢の中、NHKも例外ではなく、連日のように男子職員が戦地へ赴いていった。一九四四年、第十六期のアナウンサーは三二名中、三一名が女性であった（日本女性放送者懇談会、1994　p100-107）。

一九四五年、八月十五日正午、全国民に戦争終結を告げる昭和天皇の声がラジオから流れた。世に言う「玉音放送」である。そして、降伏文書の調印が行われ、日本は占領下に置かれることとなった。連合軍最高指令部・GHQは、放送の組織にメスをいれ、その民主化を命じ、放送の指導はアメリカの商業放送の形態をモデルとし、GHQ民間情報局・CIEによって行われた（日本放送協会、1975

p187-197,p201-228)。

そして、終戦直後には、一旦退職していた何人かの女性アナウンサーをNHKは呼び戻した（日本女性放送者懇談会、1994　p118-124)。

CIEによる、休止時間のない編成や、一五分制、週間編成、放送時間の厳守、聴取者参加番組をつくること、また、娯楽番組の充実といった示唆、指導で、日本のラジオは一変し、拍手や笑い声が流れるようになった（日本放送協会、1975　p214-228,248-252)。

そして、アナウンサーの語り口は、戦前の、聴取者の頭上に響いて感情的高揚をもたらす美文調から、アナウンサーが語り内容を理解し、伝達の正確を期することによって聴取者一人一人とのコミュニケーションを大切にするという話しかけ調＝淡々調を経て、語りかけ調、そして、おしゃべり調へと転換していく。

クイズや公開番組の増加により、アナウンス原稿を読むよりも、やりとりを交わす機会が多くなっていき、「アナウンス原稿の読み手」から「司会者」の側へと移行していくアナウンサーが登場するようになった。戦後のおしゃべり口調は、アナウンスの基本文体を次第に、書き言葉の文体から話し言葉の文体へと変えていったのである（藤久、1983　p12-16)。

3－3　民間放送の誕生、ラジオ黄金時代

民放ラジオ第一声は、一九五一年九月一日午前六時三十分、名古屋の中部日本放送からであった。次いで、九月一日正午には、大阪の新日本放送も放送開始。これを端緒として、次々と民放が開局し一九五四年には、全国で民放は三八局に増加した。

NHKだけでもラジオの人気は高かったが、民放ラジオが参入したことにより、一九五十年代はまさにラジオは黄金期であった。

ラジオは一家団欒の場所に置かれ、人々は、家族そろって番組に耳を傾けた。人気番組が次々と登場し、司会アナウンサーはスター並みの人気で、当時は放送といえばアナウンサーで代表される時代でもあった（日本民間放送連盟、1981　p16-22)。

民放の草創期にアナウンサーだった広瀬修子氏は、次のように述べている。

「あたしたちがはいった頃は、すべて生放送で、朝十時に始まって、夜一一時、お天気、お知らせ、コールサイン、女性は泊まりがなかったけれど、中継とか番組の時は泊まり。ふつうのOLとは違うんですよ。お給料は一緒です。先端的な仕事でしたね。昭和三二年の試用期間のお給料が八千円。ずっと高いでしたね。あの頃、高給とりになろうと思ったらスチュワーデスかアナウンサー。アナウンサー手当が千円で、一万三千円。高かったんですよ。メインは男性、こちょこちょしたことは女性。番組ではバリアフリー。どっちもインタビューするしね。コマーシャルは決まってました。家庭用品や食品は女性でした。ラジオ番組の女性アナの仕事は枠づけのアナウンス、音楽番組や、家庭の子育て番組とか、女性が

見劣りするなんてことは全然なくて、まったく一緒。当時の社会状況は、女性の地位は今よりもっと低かったけれど、放送の中は一緒でした。[4]」

また、同時期にアナウンサーであった今村益三氏は次のように振り返っている。

「番組は、女性が必要だというところに女性。女性が、ゲストの対談。料理。コマーシャル。選挙速報のライブのコマーシャルとか。男女上手にコンビネーションできてたんと違うかなあ。[5]」

当時は、十五分編成が基本であり、一つの番組を一人のアナウンサーが担当していた。また、コマーシャルや提供枠も生で放送されるものが多く、アナウンサーはアナウンスメントの専門職として、共通語の使い手としての訓練を受け、業務を遂行していたのがうかがえる。広瀬氏がいうように、アナウンサーという仕事は「新しい、先端的な」職業なのであり、「番組ではバリアフリー」「放送の中は一緒でした」と述べているように、番組の担当内容に男女のすみわけはみられるが、ヴァナキュラーなジェンダーを維持していたといってもいいだろう。マス・メディアという報道機関としての社会的情報は男性が、生活に密着した情報や先に吉見が指摘した「産業と顧客をつなぐサービス業的役割」を女性が担うという役割分業に問題はあるにせよ、当時は、分業が相互に補完するかたちで成立していた。少なくとも当事者間における上下関係の意識はみられない。また、放送者は、聴取者に対して、あくまでも「話し手」であり、大衆はあくまでも「聞き手」であるという一方向のマス・コミュニケーションであった。

4　マス・パーソナル・コミュニケーション・メディアへ

テレビ時代の到来はラジオの試練であった。

一九六十年代にはいり、ラジオはかつて経験したことのない苦境にたたされることとなった。契機となったのは、皇太子御成婚と、東京オリンピックである。娯楽の王様の座をテレビに奪われたラジオは、新しいラジオのあり方を求めて懸命の努力を試み、一九六四年の『ラジオ白書』ではラジオ復興の提案として、ラジオが不特定多数の大衆を対象にした「マス・コミュニケーション・メディア」であるとみる従来の通説に批判を向け、「限定多数」を対象にした「マス・パーソナル・コミュニケーション・メディア」とみるべきではないかと提起した（日本民間放送連盟研究所、1964　p32-33）。

4―1　ラジオ・ルネッサンス

ラジオ創業時からディレクター・プロデューサーとして制作に携わってこられた元朝日放送の松下煌氏は次のように述べている。

「昭和三一年にOTVスタート。三三年ぐらいからテレビが普及し

だしてラジオドラマ離れが始まったわけ。ラジオドラマはお金がかかる。当時は映画のスターが出演してたからね。テレビとラジオもお金のかけ方が違う。それで、ラジオはひきのばしてロング化したんです。社会情報は男がやるもの。まず、男。女はパッケージものとか家庭百科とか、暮らしの智恵は女。三対二で、男の声でした。それは、女性タレントが少なかったから。ほとんどワイドショーは男子アナウンサー、女子アナウンサーがやった。というのは、そのへんのねえちゃんに放送を委ねられないというのがあったから。パブリックは男、プライベートは女というのは、新聞社の体質です。(6)」

「そのへんのねえちゃんに放送を委ねられない」という松下氏のことばには、あくまでも「放送の語り手」は、訓練を積んだプロフェッショナルな語り手である局のアナウンサーでなければならないという意識がある。また、松下氏によれば、現在では一般化したワイド番組の始まりは、テレビに対抗するための制作の合理化であったのだという。

ラジオ各局は、テレビ対策として、ラジオの機能をいかした「新しいラジオ」を探りはじめた。それには、パーソナリティによるワイド番組の実施、聴取者参加番組の増加、深夜放送の実施、交通情報などカーラジオを対象にした番組の充実、プロ野球ナイター放送の連日放送、オーディエンスセグメンテーションの導入、ラジオネットワークの結成、といった方策がとられるようになり、若者向けパーソナリティによる深夜放送や、ドライバー向け情報番組が盛んに放送されるようになった。なかでも、若者向けパーソナリティによる深夜放送は、大人気であった（吉岡、1997　p90-92）。

4-2　ラジオパーソナリティの誕生

ラジオ草創期からラジオドラマの子役として活躍し、後にラジオパーソナリティの草分けの一人とされる浅川美智子氏は、当時の転換を次のように振り返っている。

「放送劇衰退して、電話リクエスト期になってたのね。あたしはちょうど高校生で、電リクやってなかったの。電リクは、大人のアナウンサーが、パパパパさばいてはったの。ディスクジョッキーといえど、野沢那智さんと白石冬美さんの見事な掛け合いね、あれは、台本があったんですよ。全部、割ゼリフがあったの。それを、自分のことばのようにしゃべったの。大阪も、最初は、放送作家が全部書いてたの。あるとき、藤本義一さんとラジオやってるときにね、ラジオ大阪の敏腕プロデューサーの中西さんね、藤本さんと台本あるディスクジョッキーやってるときに、ある週から、台本捨ててくれ、ゆったの。ていうのは、ずっと台本あったんだけど、これは放送作家が書いた台本なんだけど、藤本さん、それを完全に無視なさったのよ。で、ご自分のおしゃべりのペースで一時間半枠の番組をこなしはったの。あたし、台本捨ててくれいわれた時ね、えー、何しゃべったらいいんだろう、どうい

う立場でいたらいいんだろうと思ってね。ラジオというのは、枠というのがあってね。それからキューシートね。それはこころえてるんだけど、ま、とりあえず、藤本さんの、完全に聞き手にまわったんです。聞き上手にね。ひとの話、真剣に聞こう思ったら目に力はいるの、こうやってね。したら、聞き上手になったら、いい間でもって相槌がうてるの。はい、とか、そうですね、とか、いや、あははとかね。そういうリアクションね。相槌。聞き上手になって、いい聞き役になればフォローもできるの。藤本さんの足りないところ、間違ったところ、見事にフォローができるの。野球でいうと、キャッチャーなんですよ。そういう時代を経て、台本のないパーソナリティ時代へと突入したんですよ。放送作家がいらなくなったの、ラジオにおけるね。その頃、タレントということばが発祥したのね。それまではタレントってなかったの。(それまで、ラジオのしゃべり手は?)それまでは、俳優ですよ、アナウンサーですよ。私たちは所属としては俳優ですよ。そして、局のアナウンサー。そして、式場の司会者。タレントというのは、パーソナリティが確立してから、イコール才能につながったわけ。[7]」

また、昭和四十年にラジオ局にアナウンサーとして入社した小山乃里子氏は、アナウンサーのタレント化に驚いたという。

「昭和四十年、ラジオ関西のアナウンサーに。憧れと言うよりも四年制大学出た女子、募集ある仕事って少なくってね。ジャーナリストというか、書く仕事がしたかったんだけど、募集もなかったし。それで、大学の放送部にはいってたので、アナウンサーしかないなあと思って。だから、でもしかアナウンサー。男女まったく一緒で、ニュースもやってたし、取材もいってた。小さいラジオ単営局にはいったので、いろんなことをやらされたし、第一に、男性とお給料も一緒だし、泊まりがないので、泊まり手当の差はついたけど、残業も同じにやったし、差別は感じなかった。非常にいい時代だったんだけれど、他からタレント呼んでくるより、自前のタレント育てよう、ちょうどそんな頃。女子は半分。十人、女子アナ。十人男子アナ。私が一番年下で、年齢的にはぎゅーっとつまってた。みんな、競争してたかどうかわからないけど、アナウンス部は芸者の置屋って。アナウンス副部長、女性だけど、いうわけよ。それで、お呼びがかかったら、お仕事。のりやっこはん、お仕事でっせー。みんな、名前つけててね、それで、副部長のこと、おかあはん、いうて。「ほな、おかあはん、行ってきます。」いうてね。指名が来たら、行くという感じ。仕事は、キャラクターによって、ふりあてられた。まじめな子は硬いの。私は最初から色もんというか、音楽。大好きだったから。当時、アナウンサーって言うのは、名前ださなかったのね。誰がしゃべってるかわからない。ローテーションみたいなもので。私は、最初から、「こんばんわ、小山乃里子です」ていう番組もたせてもらってたから、ラジオ関西が育てようとしてくれてたのかもね。でも、びっ

くりしたよ。三十分番組の台本みたら、こんばんわ小山乃里子ですって書いてあって、へーっ、名前いうてええんかいな。昭和四十年の夏。[8]」

女子に対して門戸が開かれている職種は限られていた。その中で「アナウンサー」という職種は、放送創業時から女子にも開かれた職種であった。小山氏が述べるように、「アナウンサー」とは「誰がしゃべっているかわからない」「ローテーション」で勤務する専門職で、そこに「パーソナルなもの」は要求されなかった。アナウンサーは、ただ、正確に台本を読むことがその職務の第一義とされていたのだ。しかし、テレビとの差別化で、ラジオは、「パーソナリティ」時代へと突入し、アナウンサーもその影響をうけざるをえなくなった。

一方、元ラジオディレクター・プロデューサーの松下煌氏は、次のように述べている。

「フリートーク時代に変わったとき、対応できるアナウンサーがほとんどいなかった。特に女性。台本ないの？え？どうしたらいいの？昭和四十年代は、たった一分くらいのものでも、台本が出演者から要求された時代だった。中村鋭一は、アナウンサーの枠を破ろうとして、アナウンサーとしてではなく、個人として能動的にしゃべった。アナウンサーというのは、与えられた原稿を読むもので、それを、一言一句、間違わないように教育されていて、意見を言わないのが美徳だった。ただ、固定観念の固まりみたいで、おもしろくない。女性のしゃべり手も人材難で、ためしに若い女性にコーナーしゃべらせてみても、全然あかん。次元が低くて。アシスタント。助手。つけたし。飾り。笑い声で華そえるいろどりとしてしか、しゃあない。[9]」

「台本のある語り」から、「フリートーク」への転換は、ラジオの語り手たちを当惑させた。それまで、訓練された「声」と「アナウンスメント技術」で、「台本」を一言一句間違わずに読むことを良しとされたアナウンサーにとっては、特に抵抗があったに違いない。「規格化された声」は、こうして、ラジオ空間の中で、笑い、怒り、泣き、パーソナルな「個性」の表現者であることを求められてゆく。

津金澤は、ラジオパーソナリティのプロフェッショナルな技能について次のように述べている。

「パーソナリティが新しい語りの芸人であり得るためには、単に呪文を巧みにとなえるように、コマ切れのコーナーやレコードをそつなくつなぐというだけではもはや十分ではあるまい。あるいは聴取者との関係はいかに親身を装っても限度がある。むしろ両者の間に適度な緊張関係をいかに創り、持続するかが課題となろう。パーソナリティに求められ、問われているのは表現技法である以前に他でもなく彼自身の探求心や問題意識ともいえ、まさに「パーソナリティ」そのものであるかもしれない。（津金澤、1881）」

深夜放送で、「私語の世界」という鉱脈をほりあてたラジオは、「個性的な表現」に長けたラジオパーソナリティの発掘・育成に乗り

出すようになった。

「ラジオパーソナリティは、DJでもなく、放送記者でもなく、司会者でもない。彼は「おはようパーソナリティ」と呼ばれる放送活動の主体であり、彼こそが番組、いいかえれば、“媒体”そのものとなっているのである。つまり、四十年代のラジオは、生ワイド化とともに、モノ（企画）中心から、ヒト（パーソナリティ）中心へと、ラジオの方向が移行し、独自なラジオの世界を切り開くこととなった。（日本民間放送連盟、1981　p210）」

深夜放送で幕を開けたラジオのパーソナリティ番組であるが、パーソナリティ志向のニーズの存在を感じたラジオ各社は、パーソナリティ番組を、朝や昼の時間帯にも配置するようになった。そして、ラジオは、パーソナリティ抜きには語れないものとなり、生・ワイド番組は、その番組タイトルにパーソナリティの名前を冠するものが主流となった。

当時の代表番組は、以下のとおりである。

・朝日放送「おはようパーソナリティ中村鋭一です」
・大阪放送「阿部牧郎とその一味」
・東京放送「おはよう片山竜二です」
・ニッポン放送「山谷親平ショウ」
・文化放送「芥川隆行のオハヨー、日本列島」

生・ワイド化は、昭和四十年代後半にはいり、更に拡大され、四七年には全国全番組の七五％が生放送化され、早朝、午前、午後、夜、深夜と、ほとんど全時間帯をうめつくし、ほぼ全ラジオ局に波及した（日本民間放送連盟、1981　p210）。

こうして誕生した、ラジオパーソナリティによる「生ワイド・パーソナリティ番組」の趨勢は今もかわってはいない[10]。

4－3　ラジオパーソナリティの男性化

ラジオパーソナリティは全国的に広がり、ラジオのゴールデンタイムはすべて、生・ワイド・パーソナリティ番組となった。ラジオの語り手も「台本」を読むアナウンサーから、「フリートーク」で聴取者に語りかける「ラジオパーソナリティ」へと変容した。またワイド化で放送時間が長時間化したためと、マイクロホンの複数化や多元中継などの技術的進歩もあり、ラジオ出演者も複数化することになる。ところが、ラジオパーソナリティは男性に集中するようになる。いったい、なぜだろうか？

生・ワイド番組の様式の普及とともに、特に、朝の時間帯においては、ニュースを中心とした社会情報の重点化がおし進められた。また、提供主となる企業をはじめ、制作者、出演者のだれもが「社会情報は男性」という通念にとらわれてもいた。草創期においても当時のアナウンサーだった広瀬氏の「メインは男性、ちょこちょこしたことは女性」ということばにもあるように、放送の第一線は、男性によって担われていた。しかし、当時は細分化された番組編成であり、「社会情報は男性、生活情報やサービス分野は女性」と、分野別ジェンダー分業がはかられたが、それは男女間の主従関係では決してなかった。しかし、すべての情報分野が統合されるかたちで

あるワイド番組の中で、台本によって割り振られていたアナウンスメントから、それぞれの放送者の「フリートーク」にその会話が委ねられた時、ふたりの放送者の関係は、「メインパーソナリティ」と「アシスタント」になってしまう。もちろん、そこには、出演者のみならず、制作者、提供主や、聴取者のジェンダー観もが相互に影響をおよぼしていると考えていいだろう。放送者もまた、社会を生きる存在なのであり、高度経済成長期における男性と女性の「生産」「再生産」の関係を、ラジオの中で「話す」役割としての男性と「聞く」役割としての女性として自己呈示してしまったのである。そのようなあり方が、制作者の意図と合致し、聴取者の支持を得る結果となったのだ。生・ワイド番組という様式も、ラジオパーソナリティも、パーソナリティとアシスタントのありようもまた、メディアの形態と同様に「社会と技術の相互作用の歴史的所産」なのである。

今も、生ワイドパーソナリティ番組のメインパーソナリティは、その多くが男性である。

5　おわりにかえて

電話放送局の時代、「地方的地域共同体」コミュニケーションは、ネットワーカーとして女性交換手たちが活躍した。「聞き役」としての女性たちが、顧客たちの「おしゃべり」の欲望に機能していた。また、その地域のだれもが参加できうる「広場」的コミュニケーションは、その地域社会の結びつきを強化することにもつながっていた。だが、産業側の合理化過程で、彼女たちの「声」が「規格化」され、「聞く」ことを中心とした「コミュニケーション」が、かき消されていくと同時に、メディアの再編が行われた。

一方、マス・メディアとしてのラジオは、テレビの登場とともに、「地方的地域共同体」をめざすラジオへと変換した。そこでは、メディエーターとされた放送者の「規格化」された「声」の解体がすすんでいった。「フリートーク」への転換である。あくまでも、「話す」ことを一義とするラジオパーソナリティは男性で占められ、女性パーソナリティはラジオの中で「聞き役」となった。

音響メディア草創期のコミュニケーションと、マス・メディアであるラジオのコミュニケーションでは、メディアのありようも、その規模も、明らかに違う。しかし、放送がブロードバンド時代に向かい、マス・コミュニケーションのありようが見直され、そのコミュニケーションが、ますますパーソナルな方向に向かおうとしている現在、ラジオがめざすマス・パーソナルなコミュニケーションについて検討することは意義深い。セグメント化が進むと、それぞれのマス・ボリュームは小さくなる。ラジオがめざしたコミュニティメディアのパーソナルなコミュニケーションは、まさに草創期の音響メディアにおけるコミュニケーションにみることができるのではないか。そして、その際、当時の大衆の「聞く」だけではなく、「発信」する、あるいは「話す」ことへの欲望の存在を忘れるわけにはいくまい。

現在のラジオでは、ラジオパーソナリティが話し、聴取者は聞い

ている。しかし、近年盛んに行われているのは、聴取者による番組参加であり、新たなメディアを併用することによる双方向メディアへの試みである。思い出してみよう。有線電話放送や草創期のラジオ無線のコミュニケーションにみることができたのは、「特定の送り手から特定の受け手に用件を伝達するものでもなく、特定の送り手が大量の匿名的な受け手に番組を放送するためのものでもなく、多数の人々が距離を越えて相互に結びついてゆくためのものであったという点で、「手紙」的とも「劇場」的とも、従って、「パーソナル・コミュニケーション」とも「マス・コミュニケーション」とも分類することのできない中間的なメディアのありよう（吉見、1994 p115-118）」であって、人々が楽しんでいたのは「広場」としての電気メディアの可能性であり、娯楽として「聞く」ことと、発信するための「話す」ことの両方の行為なのである。

昨今のラジオへの人々の積極的なアクセスは、まぎれもなく発信する欲望の現れであり、それは「広場」的コミュニケーションを志向している。人々の発信への欲望の存在を確認したとき、そうしたコミュニケーションのメディエーター役割に必要とされるのは、「規格化された声」ではなく、「話す」ことと同時に「聞く」ことのコミュニケーション能力でもあるのだ。ラジオが、人々の声をすくいあげるメディア、「広場」として機能する時、そのメディエーターに要請されるのは、これまで主に女性が担ってきた「聞く」ことに長けた「声」なのではないだろうか。「話す」ことと「聞く」ことに内在するジェンダーの政治をみすごすわけにはいかないが、ジェンダーもまた、社会との相互作用による歴史的所産である。その意味で、地域をつなぐ「声」も、ダイナミックに変容していかざるをえない。

最後に、かつて、地域をつなぐ「声」として活躍した女性は、現在のラジオ空間で、男性パーソナリティの相手役として主に「聞く」役割を果たしている。しかし、なかには、自らを主体的な「聞き手」として位置づけ、ラジオパーソナリティと聴取者とをつなぐ機能を果たし、「聞く」ことの質的変換を試みようという動きもある。

現在のラジオ空間の中での女性パーソナリティの役割の限界と可能性について、詳細は、稿を改めて論じることにしたい。

注

(1) ジャーナリスト軍司貞則は、ラジオパーソナリティを「カリスマ」と称した。（軍司、1998）

(2) 当時を知るてがかりとして、インタビュー調査を行った。調査は、一九九九年七月から九月を中心に、放送草創期の女性アナウンサーの広瀬修子氏、草創期を知る制作関係者の今村益三氏、松下煌氏、女性ラジオパーソナリティ十一名の合計十三名に対して筆者が行った。内容は、カセットテープに録音し後日書き起こした。文中の引用部分は、すべてテープの内容を書き起こしたものであり、（ ）内は筆者による質問である。

(3) 吉見は、電話の現代化には、三つの過程があると述べている。第一は、ベル系の電話網が農村のコミュニティに基盤を置く独立性の強い電話網を統合し全国を一元的に統括する電話システムが整備されていったことであり、第二には、「声」の規格化。そして、第三は、以上を前提としつつ、今度は電話産業が回線加入者たち

の間のおしゃべりを積極的に誘発し、これを自らの資本蓄積のプロセスに組み込んでいこうとするようになっていった過程である。詳しくは、(吉見、1995　p128-133) 参照。

(4) 一九九九年七月二一日、広瀬修子氏の筆者に対する談話。
(5) 一九九九年七月二二日、今村益三氏の筆者に対する談話。
(6) 一九九九年八月十二日、松下煌氏の筆者に対する談話。
(7) 一九九九年七月二九日、浅川美智子氏の筆者に対する談話。
(8) 一九九九年八月三日、小山乃里子氏の筆者に対する談話。
(9) 松下氏、上掲資料。
(10) 現在、放送中のワイド番組には、東京放送「大沢悠里のゆうゆうワイド」、「森本毅郎・スタンバイ」、朝日放送「おはようパーソナリティ道上洋三です」、毎日放送「ありがとう浜村淳です」「ごめんやす馬場章夫です」などがある。

参考文献・資料

藤久ミネ [1983]、「ことば文化としてのラジオ」、津金澤聡広・田宮武編『放送文化論』、ミネルヴァ書房、所収。
軍司貞則 [1998]、『ラジオパーソナリティ～22人のカリスマ～』、扶桑社。
毎日放送 [1991]、『毎日放送の40年』
Martin,Michele, [1991] "Hello,Central?: Gender,Technology and Calture in the Formation of Terephone Systems", McGill-Queen's University Press.
Mcluhan Marshall, [1964], "Understanding Media, the extensions of Man", McGraw-Hill Book.
[1987], 栗原祐・河本仲聖訳、『メディア論　人間の拡張の諸相』、みすず書房。
水越伸 [1993]、『メディアの生成　アメリカ・ラジオの動態史』、同文館。
日本放送協会編 [1951]、『日本放送史』、日本放送協会。
[1975]、『放送五十年史』、日本放送出版協会。
日本民間放送連盟編 [1964]、『ラジオ白書』、岩崎放送出版社。
[1981]、『民間放送三十年史』
日本女性放送者懇談会編、[1994]、『放送ウーマンの70年』、講談社。
津金澤聡広 [1981]、「ラジオ文化と関西のディスクジョッキー」『上方芸能』72号、[1982]、『マス・メディアの社会学』、世界思想社、所収。
吉見俊哉・若林幹夫・水越伸 [1992]、『メディアとしての電話』、弘文堂。
吉見俊哉 [1994]、『メディア時代の文化社会学』、新曜社。
[1995]、『「声」の資本主義』、講談社選書メチエ。
吉岡翔 [1997]、『ラジオは何時もホットなメディア』、弓立社。

□草創期メディアと「声」の年表

年代	電話	ラジオ	社会
1870		ジェームス・マックスウェル 電磁波理論提示	
1880	グラハム・ベル　電話放送公開実験 日本　電話機輸入 欧米で電話中継がさかんに		アメリカ合同通信社(UP)設立
1890		ヘルツ　電磁波理論を証明	
1900	パーティライン電話が広がる ブタペスト　テレフォンヒルモンド放送開始 交換手の女性化 アメリカ　テレフォンヘラルド放送開始	マルコーニ　無線電信会社設立	エジソン　活動写真を発明
1910	電話　商業活動にも利用されるようになる 日本　声の矯正	アマチュア無線さかんに （双方向の可能性）	タイタニック号事件
1920	現代の電話の姿へ 交換手　声の規格化	KDKA局　ラジオ定時放送開始 全米で500以上のラジオ局開局 日本　ラジオ放送開始	リップマン『世論』 関東大震災(1923)
1930			満州事変(1931)

□日本のラジオ　「声」の年表

年代	放送	声	社会
1920			
1924	東京放送局　定時放送開始	アナウンサー	関東大震災(1923)
1926	日本放送協会設立	よくとおる大きな「声」	
1930	欧米で電話中継がさかんに	アナウンサー 美文調	満州事変(1931)
1940		アナウンサー 話しかけ調＝淡々調から語りかけ調 そしておしゃべり調へ 書き言葉から話し言葉へ	第二次世界大戦勃発(1939) 太平洋戦争(1941)
1945	玉音放送 統制されるラジオ		
1951	民間放送　ラジオ開始	男女による領域分業	
1953	テレビ放送開始		
1960			
1964	テレビの普及　ラジオの苦境 『ラジオ白書』　深夜放送人気 ラジオパーソナリティ誕生	マスパーソナルメディア提案 台本からフリートークの時代へ メインは男性化	東京オリンピック(1964) 皇太子御成婚(1964)

Mediating "Voice" in the Local Community -the Change of "Voice" and Its Gender , from Early Sound Media to Radio of Today

KITADE Makie

This paper aims to confirming that forms of media, communication, and their mediator "voice" are not constructed as a result of technological development, but are historical products of the interaction of society and technology. I will trace the change of "voice"-the forms of media, communication, mediatorship, and its gender in radio broadcasting.

Radio has come to be situated as a local medium aiming at mass personal communication, and broadcasters are called "radio personarities".

People listen to the "voice" on the radio, but what do they expect ?

In the early sound media both radio and telephone played different roles to these of the widespread media they have become. They were systemic forms which could not be clealy distinguished and have been constructed to the specific media of today by society taking advantage of change. It is significant that it was a female "voice" which was considered suitable for communication on the early sound media. There was a sift from communication to the standardization of "voice".

I will also trace the change of "voice" on the radio as mass media, throutout the history of broadcasting. In an examination of the radio communication of today, it can be seen that "radio personarities" are very important, but they did not figure at all in early radio.

Tracing radio historiy, I will focus on "voice" has a medium of communication and examine what kind of "voice" people demand. With the spread of TV, radio has had to make the sift back from standardaized "voice" to communicative ability, in order to compete in the mass parsonal communication stakes.

Toward the age of broadband, mass communication will be directed even more to mass personal communication, so I think it is even more important now to re-examine radio communication as mass parsonal communication.

Key Words

"voice"
gender
standardization of "voice"
radio personarity
mass personal communication