

2021 年度 東京経済大学大学院博士論文審査報告書

2022 年 1 月 21 日

コミュニケーション学研究科委員長殿

論文審査委員

主査 山田 晴通

副査 田村 和人

副査 松永 智子

審査の結果、下記のとおり報告します。

記

審査 請求 者	コミュニケーション学博士後期課程	
	学籍番号	19DC001
	フリガナ	ヒラマツ ケイイチロウ
	氏 名	平松 恵一郎

評 価 欄	審査委員署名（自署）	評 価
	山田 晴通	合格
	田村 和人	
	松永 智子	

* 評価欄には合格または不合格と記入してください。

論文題名
テレビ情報誌 — メディアに寄り添うメディアとしての存在価値

(NO. 1)

(所見欄)

本論文は、これまで先行研究が乏しい研究対象であったテレビ情報誌について、日本における普及、発展の過程を通史的に明らかにするとともに、テレビというメディアに対して「メディアに寄り添うメディア」としてのテレビ情報誌という観点から、その意義を検討しようと試みたものである。前史として、テレビ情報誌以前の番組表の起源に遡るところから、多数のテレビ情報誌が興亡し、メディアとして成熟していく過程を、刊行頻度の違いに注目して整理していく行論は、説得的であり、独創性も評価される。

以下では、論文の概要を紹介した上で、評価すべき点、今後に残された課題については末尾でまとめて述べる。

テレビという放送メディアとともに成長してきた雑誌メディアであるテレビ情報誌は、テレビという放送メディアに寄り添うメディアである。たとえば、映画に映画雑誌、音楽には音楽雑誌と、あらゆるメディアに寄り添うメディアは存在しているが、テレビ情報誌と、それらの雑誌との大きな違いは、テレビ放送には時間の縛りが存在するという点である。そこで大きな道標の役目を果たすものが番組表ということになる。テレビ情報誌を読まなくてもテレビを見ることはできるが、

敢えてテレビ情報誌を読む読者とは、テレビをより深く視聴しようをより深く視聴しようとする「テレビウォッチャーとしてのエリート」と言うべき層である。そうした層の需要に応えるべく、アメリカでいち早く 1953 年に誕生した雑誌が『TV GUIDE』であった。

第 1 章では、テレビ情報誌の先行研究について検討する。テレビ情報誌の先行研究は少ないが、対象を新聞に掲載されたラジオ・テレビ欄（ラ・テ欄）にも広げて先行研究が検討される。

第 2 章では、「テレビ情報誌前史～番組表の誕生」として、テレビ情報誌の大本となるテレビ番組表がいつ、どのような形で誕生し、現在に至るのか、新聞のラ・テ欄の歴史をたどりながら考察する。最初の番組表は、1925 年に新聞に掲載されたラジオの番組表から始まる。その後、ラジオ局が複数開局し、ラジオ番組表がちょうど現在のテレビ番組表のような形状で掲載されるようになる。1953 年にテレビ放送がスタートしても、しばらくはラジオ番組表がメインで、テレビ番組表は下段に小さく載っている程度であった。現在も「ラ・テ欄」と呼ばれるのは、長年ラジオが主であった頃の名残である。1959 年に読売新聞が、テレビの番組表を上段に掲載するようになり、その後、新聞の番組表はテレビが主流となっていく。テレビは我々の生活になくてはならないものとなり、1960 年前後から番組表を掲載したテレビ情報誌が登場するようになる。また、番組表が掲載された雑誌として、テレビ情報誌以外にかつて存在した、FM 情報誌についても言及されている。

新聞のラ・テ欄は、新聞読者獲得のためにも大きな比重を占めるものとなるが、同時に制作に非常に手間のかかるページでもあった。やがて配信会社の誕生で、番組表制作は外注化されるようになる。番組表の外注化は、やがて新聞だけでなく雑誌にも広がり、各出版社のテレビ情報誌への新規参入が容易になった。

第 3 章では日本における「テレビ情報誌の歴史」が概観される。日本初のテレビ情報誌は、1960 年に創刊した『週刊テレビ時代』（旺文社）とされるが、それ以前にもいくつか創刊した例があった。1962 年に年に東京ニュース通信社が『週刊 TV ガイド』（現『TV ガイド』）を創刊する。『TV ガイド』は、アメリカの『TV GUIDE』に影響を受けて創刊されたものである。1974 年に共同通信社より『週刊 TV fan』（その後、版元が東京ポストに移り『週刊テレビ番組』となる）が創刊され、しばらく 2 誌の状態が続くが、1982 年に角川書店より『ザテレビジョン』が創刊されて状況は一変する。それまでテレビ情報誌は比較的小規模な出版社からの発行だったが、総合出版社の参入で、業界でも注目されることとなった。その後、隔週刊誌、月刊誌とテレビ情報誌が増えていき、大手出版社も参入を始めた。

2003 年、地上デジタル放送が開始、2011 年には完全にデジタル化され、テレビ画面上でも番組表が容易に見られるようになった。しかし、この 2011 年を境にテレビ情報誌が大きく部数を落とすという事なかった。これはテレビ情報誌の読者が、番組表だけを目的にテレビ情報誌を購読しているわけではなかったことを意味している。

第 4 章では「若者雑誌を志向した隔週刊テレビ情報誌」として、ビデオ録画時代の到来と、若者雑誌として誕生した隔週刊テレビ情報誌の歴史が考察される。

週刊誌からスタートしたテレビ情報誌だが、1982 年に初めての隔週刊誌『テレパル』（小学館）が創刊した。これは家庭用 VTR が普及し始め、録画予約のために週刊よりも先の情報がほしい読者ニーズに応えたもので、1987 年には『テレビブロス』（東京ニュース通信社）、『テレビステーション』（ダ

イヤモンド社)、『TVぴあ』(ぴあ)と、隔週刊テレビ情報誌が相次いで創刊され、隔週刊テレビ情報誌は一気に4誌となった。当時、録画予約はFMエアチェックの延長線上にあって、まだタイムシフト視聴というよりも、若者が映画等を録画してビデオをコレクションすることが多く、隔週刊誌はどれも若者雑誌を志向していた。なかでも『テレビプロス』は、テレビ情報誌というよりもコラムを中心としたサブカルチャー雑誌で、若者の共感マガジンを志向していた。しかし、雑誌を通しての共感とは、やがてインターネットやSNSにとって代わられることとなっていく。

第5章は「月刊テレビ情報誌の時代へ」と題して、現在、テレビ情報誌の主流となっている月刊誌が検討されている。1980年代後半、テレビは衛星放送(BS)の時代に入った。1987年にBS専門の月刊テレビ情報誌『テレビコスモス』(角川書店)が創刊する。1991年に初の民放BS局であるWOWOWが開局し、新たに月刊誌誌『テレビタロウ』(東京ニュース通信社)が創刊した。この雑誌はBSの番組表だけでなく、初めて1か月分の地上波の番組表を掲載した。ここからテレビ情報誌は月刊誌の時代に入っていく。特に大きかったのは、1995年に『テレビコスモス』が『月刊ザテレビジョン』にリニューアルにし、地上波中心の月刊誌に舵を切ったことである。その後、各社から月刊のテレビ情報誌が創刊されていく。

一方、1996年からはパーフェクTV!がスタート、1998年にはスカイパーフェクTV!!となり、本格的なCS時代も到来する。2000年にはBSデジタル放送も開始し、一気に多チャンネル化が進んだ。1か月分の番組表で先々の大まかな視聴計画を立て、録画予約はEPGで行うというのが、地デジ化以降のテレビ情報誌読者のスタイルとなり、月刊テレビ情報誌が主流となった。第6章は「番組表の向こうへ」と題して、多チャンネル化の時代において番組表が現在どうなっているのかを検討している。番組表のないテレビ情報誌の歴史と、それに対する現在の各社の取り組みを見ながら、今後の番組表のあり方が考えられている。

終章は「テレビ情報誌のこれから」として、あらためて2021年現在のテレビ情報誌の状況が考察されている。インターネットの時代になり、テレビというメディアも60年前とはだいぶ変化してきた。今やテレビはメディアとしての黄金時代の終焉を迎えているが、そのきっかけは、テレビを番組視聴目的以外に使い始めたことが大きい。ブラウン管がビデオやゲームのモニターに変わり始めた時代は、まさに隔週刊テレビ情報誌が人気を博した時代と合致している。

現在、テレビ情報誌は、地上波+BS+CSの3波を扱う番組表中心のヘビー・ユーザー向けのもの、番組表よりもタレントやアイドルのグラビアを中心としたライトライト・ユーザー向けのものに2極化する傾向にある。そしてその傾向は今後ますます強くなっていくと考えられる。いずれにしても、根本にテレビがあることには変わりはない。しかしながら、インターネットでの視聴が一般的になってくると、いわゆる時間の縛り自体が消滅する可能性も出て来た。テレビの見方が変化してきたことで、今後は番組表という概念も変わってくるであろう。そのとき、必要とされるテレビ情報誌は紙媒体なのか電子媒体なのかはまだわからないが、今後も、テレビ情報誌はそこにテレビがある限り、テレビに寄り添うメディアとして存在し続けていくであろう。

日本におけるテレビ雑誌の通史的記述は先行するものが皆無であり、前史段階の新聞におけるラジオに関する紙面づくりまで遡って堅実な実証的アプローチから通史をまとめ上げた点は、大いに評価

される。その過程で、刊行頻度の違いによる各雑誌の興亡が、その背景にある社会的前提、読者＝テレビ視聴者の側の需要の変化とともに指摘されている点も重要な成果といえる。

他方では、メディア論的な位置付け、特に副題に挙げられた「メディアに寄り添うメディアとしての存在価値」という観点について、より踏み込んだ議論があっべきだったのではないかという見方もできる。論文中で、「テレビウォッチャーとしてのエリート」とされた読者＝テレビ視聴者の側に注目した議論も、実証的調査が困難であることは理解できるものの、もう少し議論してほしかったという読後感が残る。

しかし、総じて、先行研究が乏しい中で、テレビ雑誌というメディアについて学術的に検討する土台を構築した本論文は、博士（コミュニケーション学）を授与するに値する内容を有していると、審査員全員で一致した。