講座④　日本におけるラジオ100周年 ～ラジオというメディアを考える

第1講義	離れたところに届く声　電波というメディアの誕生
1920年、民間商業放送として世界で最初に開局したアメリカ・ピッツバーグのKDKA局。日本はそれに遅れること５年。1925年（大正14年）に社団法人東京放送局（JOAK）の放送が始まりました。それから100年。ラジオが強みを発揮したのは「速報性」。そして、広く遠くに情報を伝えるという「電波」の特性です。災害時には、私たちの命を支える情報を伝える「力」を持っています。ところが、いま、ラジオは大きな変革の波にさらされているのです。今回は、ラジオの＜概論＞をお話しします。	

第2講義	ラジオと昭和と音楽と-電波にのったヒット曲の一世紀
ラジオの放送開始100年にあたり、昭和と共に始まったともいえるラジオが、その番組において世間で流行った音楽をどう放送したのか、あるいはしなかったのか、またどんな音楽を流行らそうとしたのかを、戦前・戦中・戦後の時代別に、また戦後はNHKと民間放送との違いを踏まえて概観する。そしてテレビの時代から平成・令和のネット時代を迎えてのラジオと音楽の関係を考える。	

第3講義	ラジオとテレビの違い
テレビと違ってラジオは聴取者に語りかけるような親近感のあるメディアである。テレビでは「皆さん」ラジオでは「あなた」と呼びかけ、友達感覚の媒体。ただ、かつてのFM東京制作「ジェットストリーム」のような短いおしゃべり（城達也）と音楽が主体のイージーリスニング系番組から、トーク中心の騒々しい番組がFM放送でも増えているのは残念な気がする。そのほかにも、「ながら聴取」などラジオならではのメリットは多々ある。1925年（大正14年）6月にNHKラジオが本放送を開始してから100周年を機に改めてラジオの特性について考えてみたい。	

第4講義	ラジオから学んだこと
アナウンサーとして30年近く勤務して多くのことを学んだが、特に駆け出しの頃ラジオの仕事で得た知識が自分の人生の糧になっている。それは、自分がそれまで普通にしゃべっていた言葉遣いが意外に間違えていたことや、聴取者への気遣いなどを当時ベテランのディレクターから教わったことであり、今も「初心忘るべからず」の思いである。また、不特定多数が聞いているラジオは一方通行のため、聴取者に自分のおしゃべりが正確に伝わっているか、相手の側に立って同時に考える癖が身についたことと、相手に理解してもらいやすい簡潔なおしゃべりや話の組み立て法などを会得することができ、日常の会話でも役立っていると思っている。「釈迦に説法」かもしれないが、自分の経験から得たことをまとめてお話しし、参考にしていただけたらと思います。	

第5講義	ラジオと想像の旅
・きれいにしゃべる方法（発音、発生など）　・ラジオでのトーク（テレビとの違い） ・トークで旅の演出　・旅の楽しさ　など	

第6講義	コミュニティラジオの行方
コニュニティラジオとは周波数20Wという小さな地域のラジオ局、平成4年12月に北海道・函館に「FMいるか」として開局、その後、平成7年の阪神淡路大震災以降、各地に誕生する。現在、全国345局（うち兵庫10，京都9，大阪6）〇市民参加のラジオ局〇地域に密着した放送〇きめ細かい防災情報 経営主体は第3セクター、地域企業、NPOなど、いろいろであるが基盤が脆弱であり近年は廃局が続いている（枚方、守口、八尾、尼崎など）、☆FM宝塚（83.5MＨｚ）平成12年9月開局、宝塚市や宝塚商工会議所を出資母体とする第3セクター、今年開局25周年を迎える。宝塚歌劇や手塚治虫という有力コンテンツを持つ。従業員4名、ボランティア70名、835倶楽部会員2500名	