

【はじめに】

テレビ放送開始から、「お笑い」は様々な変化を遂げながら、テレビとともに歩んできた。クレージーキャッツ、林家三平、立川談志、レッツゴー三匹、コント55号、ザ・ドリフターズ、明石家さんま、ツービート、ダウンタウン、ウッチャンナンチャン。テレビは数多くのお笑い芸人を、世の中に輩出してきた。彼らは、その時代の人々を魅了し、人々はみなテレビにかじりついた。時代が進んでいく中で、テレビにとって「お笑い」は今やなくてはならない存在になっている。現在も日々数多くのバラエティ番組が放送され、様々なお笑い芸人がテレビで活躍している。しかしながら、若者を中心にテレビ離れが深刻化し、テレビの視聴率は低下、「最近のテレビはつまらない」とみな口にする。なぜこのような状況になってしまったのだろうか。たしかに、インターネットの普及により、自分の好きなタイミングで「お笑い」を見ることができるようになったり、不況の影響から、番組の制作費も大きく削られたり、テレビに対しての追い風は厳しい。しかし今までも「お笑い」は、テレビと様々な変化を遂げ、人々を魅了して来たのである。今もまた、変化が必要な時期なのかもしれない。本論文では、テレビにおける「お笑い」の歴史と変化を振り返り、視聴者のテレビ離れについて考え、そこから今後「お笑い」とテレビは、どのように変化していくべきなのかを考察する。

【第1章】

第1章では、テレビ創世記から現代までのバラエティ番組の変換を振り返る。テレビ創世記から、音楽バラとドリフターズ、マンザイブーム、オレたちひょうきん族、笑っていいとも、お笑い第2世代、深夜番組とお笑い第3世代、SMAPの登場、タモリのボキャブラ天国、お笑いブーム到来、ネタ番組の終了、それぞれの時代の変

換を見てみると、お笑い番組が新しい時代を迎えるときは、今までにないような演出がされたり、斬新なスタイルが登場したりしているのがわかる。

【第2章】

視聴者のテレビ離れについて考え、その原因と、バラエティがとるべき行動について考える。テレビ離れの原因の一つは、インターネットの普及であり、多彩な動画コンテンツがあれば、もはやテレビは必要なくなっている。特に若年層の男性のテレビ離れが顕著であり、お笑いに敏感な彼らのテレビ離れは、バラエティ番組の衰退を意味する。昨今のお笑い番組を見てみると、過去の歴史のような斬新な演出や勢いなどのようなものが全く感じられない。これは、テレビ局とお笑い芸人、どちらにも問題があるのではないだろうか。テレビ局は制作費の削減、スポンサーとの兼ね合い、視聴率重視の姿勢など、様々な理由にかこつけてクリエイティブな精神を失っているように思う。インターネットでは、スポンサーとの兼ね合いや、放送倫理などの規制にとらわれることなく、自由に番組制作することができる。

【考察】

インターネットの普及によって、お笑い番組を観られるメディアが多様化す一方で、テレビ離れが進んでいる。それならば、あえてそのインターネットで積極的にお笑いを提供していくことで、テレビにお笑いを引き戻せるのではないか。インターネットで興味をもってもらえたならば、またテレビを見る気になってくれるはずである。

【結論】

お笑い番組は、常に斬新なスタイルを生み出すことで変化してきた。しかし今のテレビではなかなか斬新なスタイルを打ち出すのは難しい。インターネットでクリエイティブな番組をつくることで、テレビ離れした視聴者にアピールでき、新たな笑いを見出すこともできる。