

「お茶の間」とメディアとの関わり

Relation with the *Ochanoma* and the Media

竹島 奈歩

要 旨

言葉は時代とともにその意味・用法を変化させたり、新たな意味・用法を獲得し意味領域や用法を拡大させたりする。本稿は、「お茶の間」を例にその変遷をたどる。「お茶の間」は、元来日本家屋の一室を指す言葉であったが、抽象的な意味を派生させ、同時に新たな用法をも獲得した。この用法は4つのカテゴリーに大別できるが、本稿ではその中の一つ、メディアと関わる「お茶の間〇〇」に焦点を当てた。メディアと関わる「お茶の間〇〇」は、他の3つのカテゴリーとは異なり、「お茶の間〇〇」の媒介となるメディアが時代とともに変化するという大きな特徴を有する。当初は、日常生活において主流とされるメディアが新たなメディアに取って代わるとき、「お茶の間〇〇」の指す媒体も変化し、新たな「お茶の間〇〇」が数多く産出されると予想されたが、実際はそうではなかった。本稿を通して、メディアと関わる「お茶の間〇〇」は、①時代の流れによって「お茶の間〇〇」が意味するメディアが変わる、②家に居ながらにしてできることが当たり前になるとその語彙自体がすたれていく傾向にある、③家族そろって囲めるメディアに使うことが多く、個で楽しむパーソナルメディアにおいては産出されにくい、ということが確認された。

キーワード

日本語 お茶の間 メディア

1 はじめに

言葉は時代とともに変遷をたどり、意味領域・用法の拡大、意味の変化へとつながっていくものである。元来、具象物を表していた名詞が、時の流れや外からの文化・思想の流入に伴い抽象的な意味を派生させていくことも少なくない。

本稿は、「お茶の間」を例に、その語義・用法の変遷をたどっていく一考察である。

2 「お茶の間」の意味

「お茶の間」は「茶の間」の丁寧語である。『日本国語大辞典』の「茶の間」の項には、

- ① 茶の会（え）に使用する部屋。茶室。すきや。
- ② 台所と奥の間との間にあつて、茶の給仕の支度などに使われた部屋。女中部屋でもあつた。明治以後は、家族が食事などをする部屋となつた。
- ③ 「ちゃのまおんな（茶間女）」の略。
- ④ 金持。長者。

とある。また、『大辞林』には、

- ① 住宅の中の、家族が食事をしたり談笑したりする部屋。
- ② 茶室。
- ③ 「茶の間女（おんな）」の略。

とある。我々が一般的に認識する「お茶の間」は、日本家屋における一室を指す具象名詞である。しかし現在は、ほぼ同義である「居間」「リビング（ルーム）」にその座を譲り、「お茶の間」と聞くと、ノスタルジックな「古き良き昭和」というイメージが浮かび上がる。では、現代において「お茶の間」はどのような意味で使用されるのであろうか。

たとえば、テレビリポーターが視聴者に対して「お茶の間のみなさん」と呼びかける。「お茶の間に大きなインパクトを与えそう」「お茶の間に親しまれた」「久々にお茶の間に帰ってくる」「お茶の間が凍りついた」「お茶の間に浸透した」「お茶の間でもお馴染み」など、「お茶の間」が視聴者、テレビという意味で用いられる場合が大半であると言える。

それ以外には、「お茶の間でも使えます（朝日新聞 77/8/29）」「銀行のコンピューターとお茶の間や各企業とを直接結ぶ（朝日新聞 83/5/9）」「町工場からお茶の間へ²⁾」のように、家、家庭、家族という意味においても使用される。また「webで夫婦漫才!?(中略)お茶の間の一端が垣間見れるか!?³⁾」では、「お茶の間」を「日常生活」に置き換えられる。

今回、名詞として用いる「お茶の間」は調査対象ではないので意味分類・分析などは行わず「お茶の間」の意味を概観するに留めるが、上記の例からも「お茶の間」の意味領域が拡大し、使用頻度も高まっていることがわかる。

3 接頭辞的用法の「お茶の間」

第2章において、「お茶の間」の意味を眺めたが、意味領域の拡大とともに新たな用法も獲得した。それが、接頭辞的用法である。ここで接頭辞的用法と記したが、この「お茶の間○○」を果たして接頭辞的用法と定めてよいものかどうか、細かい分析、検討を重ねる必要がある。ここでは、接頭辞のように他の語に冠して新たな語を作り出すという意味合いで、便宜的に接頭辞的用法と名付ける。

接頭辞的用法の「お茶の間」はその意味するものにより、4つに大別することができる。また傾向としては、イベント名、キャッチフレーズ、商品名などに多く見られることが挙げられよう。

以下、用例が新聞記事である場合は、朝日新聞を「朝」、毎日新聞を「毎」、読売新聞を「読」と略し、その出典を本文中に記す。

3.1 雰囲気・感覚

「身近な」「親しみのある」「一家団欒」「日常生活」などの意味を表す用例を「雰囲気・感覚」にまとめた。

このカテゴリーは、各種投稿欄名・コラム名が目立つ。読売新聞の「お茶の間歳時記」「お茶の間論壇」、朝日新聞の「お茶の間発」「お茶の間レポート」、文芸春秋「お茶の間放談」など身近なテーマで読者に親近感を持たせる狙いがあると言える。「お茶の間論壇」は投稿欄であるが、「ご家庭や職場などで日ごろ話題になっているような『肩のこらない』テーマを選んで（読 71/10/14）」とその性格を説明する。

一家団欒、家族みんなでという意味合いを込めた語も多く存在する。「お茶の間クイズ」は書籍タイトルであるが、そのキャッチコピーは「一家揃って『知恵のあそび』を楽しもう（読 67/7/18）」である。「お茶の間型新書」は、『書齋型新書』ではなく、家族全員が手に取れる新書（毎 01/11/11）」と説明される。また、テレビ番組の性格を「お茶の間向き」「お茶の間向きではない」と評する用例も多い。家族がそろって見る「お茶の間向きのドラマ（読 67/9/8）」、エロチシズムやグロテスクな場面が予想される芝居は「お茶の間向きではなかった（読 67/11/12）」となる。加えて、家族や家庭内の出来事をテーマにした作品を「お茶の間のなドラマ（毎 92/10/17）」「お茶の間コント（毎 93/12/22）」「お茶の間喜劇（毎 99/10/22）」「お茶の間ドラマ（読 05/2/16）」と表現する例もある。

さらに、堅苦しい雰囲気ではなく、自宅にいるようになりリラックスできる雰囲気の意味での「お茶の間〇〇」もある。「お茶の間バス」は島根県平田市が高齢者福祉事業の一環として導入したもので、「お年寄りが車内で歌やゲームを楽しんだり、健康チェックしたりできるように改造したバス（読 01/2/15）」である。「お茶の間キッズランド」は金沢市武蔵商店街にある無料託児所名で、「室内を『お茶の間風』にし、お手玉などの昔の遊びを取り入れた（読 01/5/24）」昔ながらのお茶の間のような雰囲気の託児所となっている。「お茶の間通り商店街」は長崎県諫早市駅前通りにある商店街の愛称で、「各店でお茶を出すなど、ぬくもりのある接客に取り組もうと命名（読 11/8/3）」された。

同様の例として、敷居が高くない、日常生活に密着しているという「お茶の間〇〇」も発見できる。「お茶の間劇場」は東京都杉並区を所在地とする小劇団が、杉並区と隣接する中野区でのみ活動を行い、新劇を見たことのない両区民をターゲットとして活

動したものである。劇団代表は「新劇にシリ込みしていた人たちにも、気楽に見てもらえるようにしていきたい（朝 58/4/4）」と語る。「気取った洋菓子というイメージを払しょくし、『お茶の間スイーツ』をモットー（読 04/2/24）」としている洋菓子店もある。

そのほか、「家庭用」という語を言い換える例もいくつか確認される。「レーザーカラオケ、お茶の間用好調（毎 90/11/11）」「お茶の間コンピューター（毎 00/3/10）」などがその例であり、「お茶の間」が「自宅」「家庭」を象徴する語としても用いられることがわかる。

接頭辞的用法の「お茶の間」の中ではこのカテゴリーが最も多く、現在も新たな「お茶の間〇〇」が作り出されている。

3.2 学術・専門

専門的な内容を一般の人にも理解できるように噛み砕くという文脈においても、「お茶の間」の使用が散見される。「お茶の間科学事典（朝 66/6/16）」は書籍名であるが、人の生理現象、企業競争から生まれた新商品などが、漫談調の文章で書かれている。「お茶の間医学講座」は慶応大学医学部のテレビ講座であるが、「健康と医療の問題について家庭の主婦らにわかりやすく解説しようと企画（読 83/9/15）」された。「お茶の間エコノミー」は読売新聞経済面の1コーナー名で「重要な経済ニュースをやさしく解説（読 91/4/27）」したものである。「お茶の間向けに話す（毎 00/2/23）」は、宇宙飛行士・毛利衛さんが宇宙や生命の不思議について聞き手にわかるよう平易な言葉で話したという内容で使われた表現である。これ以外にも、「お茶の間〇〇学」という名の書籍、コラム等も多く存在する。

3.3 場所

このカテゴリーは、メディアは介さずお茶の間あるいは家で何かをするというものであり、この「お茶の間〇〇」は政治の世界に浸透している。国政選挙のみならず市町村選挙においても、候補者が支持者の自宅を会場とし少人数を集めて行う意見交換会や講演会などを「お茶の間演説会」「お茶の間懇談会」「お茶の間座談会」「お茶の間ミーティング」と称する。この用例は現在においても多数確認できる。

ほかには、自宅からスキーのジャンプ競技場までわずか500mほどで、自宅が「お茶の間観覧席（読 72/2/4）」や、「雨が多かった今年の夏休み、わが家では（中略）将棋のお茶の間対局が続いた（朝 82/9/12）」、電子吹奏楽器の愛好者が「知人宅での『お茶の間コンサート』で演奏（読 08/7/30）」などの用例もある。

3.4 メディア

最後に、メディアと深く関わりをもつ用法も確認できる。この用法は、ほかの3つとは異なる様相を呈するので、次章で詳しく述べることにする。

4 メディアと関わる「お茶の間〇〇」

メディアと深く関わりを持つ「お茶の間〇〇」は、時代とともに媒体となるメディアが変化していることが他の3つのカテゴリーとは異なる大きな特徴として挙げられる。以前はわざわざ外出しなければできなかったことが、メディアを通じて在宅で可能になり、「お茶の間〇〇」となる。あるいは、メディアを通じて自宅が〇〇のようになるという意味での使用も多い。

4.1 ラジオ、レコードなど

テレビが広く一般家庭に普及したのが1960年前後と言われ⁴、それ以前はラジオがお茶の間の中心であった。1925年に開始されたラジオ放送は、戦争景気や戦争関連ニュースへの関心を背景に1941年にはその生産・聴取者のピークを迎える⁵。

テレビ普及以前の「お茶の間〇〇」を見ると、ラジオ番組に「お茶の間」を冠するものが多く見られる。ラジオ東京の「お茶の間コンサート」「お茶の間劇場」「お茶の間サロン」「お茶の間文庫」などがその例である。家に居ながらにして、コンサートを楽しめる、お茶の間のラジオを通して劇場になるという意味が込められたネーミングであり、「お茶の間」といえば「ラジオ」だったことがわかる。

またこの時代、ラジオ以外で音を楽しむメディアとしては、レコードが主流であった。1961年に発売されたレコードに「お茶の間コンサート（朝61/12/1）」というタイトルが見え、ラジオ同様、蓄音機もお茶の間の中心であったことがうかがえる。

現在、ラジオはお茶の間の中心ではなく、車の中で楽しんだり交通情報を手に入れたりするためのメディア、個で楽しむメディアへと姿を変えた。生活におけるラジオの位置付けの変化、テレビという新たなメディアの誕生が要因となっていることは明らかであるが、現在も変わらず使用され続けているラジオ番組の「お茶の間〇〇」、ラジオというメディアを介する「お茶の間〇〇」は確認できなかった⁶。

4.2 テレビ

ラジオに取って代わった新メディア・テレビは、1953年に放送が開始されたが、当初テレビ受信機が高価であったためそれほどの普及は見せなかった⁷。しかし海外からの技術導入や国内での大量生産技術の確立により、低価格化が実現、1960年代前半に爆発的な普及を見せる⁸。

1960年代には、テレビ番組に「お茶の間」を冠するものが多く見られるようになる。東京テレビの「お茶の間映画館」、フジテレビの「お茶の間寄席」「お茶の間スペシャル」がそうである。また近年も、NHK衛星第二の「お茶の間初芝居」「お茶の間招待席」、毎週土曜日朝のトーク番組内の1コーナーとして関西テレビの「お茶の間ズームイン」などがあった。しかし現在、「お茶の間」を冠するテレビ番組は管見の限り1例しか確認できない。現在のテレビ番組名に「お茶の間〇〇」が見えないのは、テレビ・ビデオ・

DVD などあらゆるメディアによって自宅で「観る」ことが当然のこととなったためだと考える。加えて、テレビが家族で囲むメディアからパーソナルメディアへと姿を変えつつあることもその原因の一つと思われる。

「お茶の間 (TV) ショッピング」という名称は多くの通信販売会社で使用し、テレビなどを通じて家に居ながらにして買い物ができるというものであった。毎日決まった時間に流れるスポット CM も多数存在していたが、1980 年代後半から徐々にこの名称は姿を消し始めた。現在においては単に「テレビショッピング」などの名称を使うのが主流となっている。この理由も上記のテレビ番組名同様、インターネットなどの普及により、家に居ながらにして買い物ができるということが当たり前になったためであろう。また、必ずしも自宅で見ているわけではないという状況も影響していると考ええる。

テレビ番組名以外にも、テレビというメディアをベースにした「お茶の間〇〇」が1960 年代から徐々に増加傾向をたどる。現在でも使用がみられる例として「お茶の間ファン」「お茶の間サポーター」「お茶の間栈敷」などのスポーツ関連語彙を挙げる。直接グラウンド、競技場、体育館には行けないが、テレビを通して家に居ながらにしてスポーツ観戦を楽しむ人という意味の語である。「お茶の間ファン」はもう一つの側面として、積極的に高い交通費もいとわずにコンサートに行き、それが生活の中心となっているというほど熱狂的ではないが、家で DVD を見たり、CD を聞いたり、出演番組などを見たりして芸能人を応援するファンという意味でも使われる。

1971 年、放送大学がラジオでの実験放送を開始しその後テレビでも受講できるようになったが、このとき「お茶の間学習」「お茶の間学士」なる言葉も生まれた（読 71/8/14）。もっとも、「お茶の間学習」は、それ以前の 1964 年には産出され使用されていたことが確認できる（読 64/3/24）。

上記以外には、メディアを通じて自宅がある別の場所のようになるという用法もある。「お茶の間美術館（朝 77/9/24）」「お茶の間法廷（読 87/8/7）」「お茶の間气象台（読 88/1/28）」「お茶の間シアター/映画館⁹⁾」などである。「お茶の間气象台」は、マスコミを通じて家庭に流れ込む情報量が一昔前の一地方气象台と変わらない程度になり、自宅が气象台のようになるという用例である。

上述のように「お茶の間ファン」などのスポーツ関連語彙、特定の芸能人を応援するという意味の「お茶の間ファン」は現在でも使用が認められるが、それ以外は一時的には使用が確認されるも時間が経つにつれて姿を消し、全体的に減少傾向を見せる。さらにテレビを意味する新たな「お茶の間〇〇」の産出もごくわずかである。現在、我々の日常生活においてテレビはその存在が当たり前のものとなっている。当然の物となってしまうことに加え、インターネットやゲームなどの次世代メディアの登場、さらにはテレビがパーソナルメディア化しつつあることが、テレビというメディアを介する「お茶の間〇〇」の減少の一因となっているのであろう。

4.3 インターネットなど

1980年代後半にわずか10%程度であったパソコンの世帯普及率は、2001年には50%を超え現在では80%にせまる勢いとなっている¹⁰。パソコンを所有しておらずとも、今や携帯電話やゲーム機器などでもインターネット接続が容易になり、インターネット利用率となると2010年に93.8%となっており¹¹、日常生活において何らかの形でほとんどの国民がインターネットを利用しているという現状がわかる。では、家に居ながらにしてインターネットを通して可能になったことにはどのようなものがあるのであろうか。

インターネットの前身とも言えるメディアを表す例として、「お茶の間銀行（朝83/5/9）」がある。これは、日本電信電話公社が開発したキャプテンシステム（日本初の双方向型静止画情報提供システム¹²）とテレビをつないで残高照会や振り込みができるというものである。情報は、テレビでは一方向にしか流れなかったが、このキャプテンシステムを利用することで双方向が可能になり、利用者に情報の選択権が与えられ、その幅も格段に広がった。しかしながら、専用端末を購入しなければならない点、資金面から個人で情報提供ページを設けるのが困難であった点、インターネットの普及などにより、2002年にサービスは終了した。

「お茶の間留学」は2001年に開始された英会話スクールNOVAの一つのレッスン形態であり、自宅で24時間いつでも英会話レッスンが受けられる（2013年現在、英語以外の外国語レッスンも可能となっている）というものである。つまり、家に居ながらにして留学できる（24時間いつでも生の英語と触れられる）というわけである。このレッスンはインターネット単体ではなく、お茶の間留学キットという専用機器をテレビにつなぐことで可能となる。同じ英会話スクールの一レッスンに「お茶の間KIDS」もある。「お茶の間受講（読06/3/13）」も、家に居ながらにして英会話スクールのレッスンが受講できるという意味となる。同様のシステムを用いてビジネス戦略を打ち立てたのが、りそな銀行である。2004年、NOVAの関連会社が開発した「ギンガネットテレビ電話」を利用し、顧客の自宅と銀行をつなぎ24時間いつでも金融商品情報やサービス情報の提供など、さまざまなマネーライフ相談を承るチャンネルとして「お茶の間相談窓口（仮称）」を構想した¹³。また、同じくインターネット回線によるテレビ電話を用いた「お茶の間カルチャースクール¹⁴」も登場している。「お茶の間審査員」「お茶の間デジタル審査員」はNHK紅白歌合戦で使用されたもので、2002年BSデジタル放送で初登場、翌2003年からは東京・大阪・名古屋の3地区で本放送が開始された地上デジタル放送でも使用した。

もう1例、インターネットではないが、ゲームに関する用例を紹介する。「こだわり采配シュミレーション お茶の間プロ野球DS」はニンテンドーDSのソフトで、家に居ながらにしてプロ野球の采配が楽しめる、監督になることができるゲームである。

テレビが主役であった時代から科学技術が進歩し、インターネットが普及して10年

以上が経過する。一方向であった情報の流れが双方向になることで可能になることが増え、目新しい「お茶の間〇〇」が数多く産出されると予想したが、実際は数える程度であった。それに加え、例えばNHKの「お茶の間審査員」は「視聴者審査員」とその名称を変え、定着することなく大部分が姿を消した。

5 おわりに

本稿は、メディアと関わる「お茶の間〇〇」の変遷をたどった。この用法の最大の特徴は、「お茶の間〇〇」の媒介となるメディアが変わるという点である。従って、日常生活において主流とされるメディアの交代に伴い、「お茶の間〇〇」の意味するメディアもほぼ同時に（あるいは少し遅れて）変わると考えたが、実際は予想とは大きく異なる変化を見せた。そこから「お茶の間〇〇」の、メディアが変化する以外の特徴が2点浮かび上がった。

一つは、一時的な語彙が多いという点である。以前はわざわざ外出しなければできなかったことが、メディアを通じて在宅で可能になったとき、新たな「お茶の間〇〇」が作り出される。しかし、家に居ながらにしてできるそれが当たり前となると、「お茶の間」を冠する必要がなくなり、その語彙自体がすたれていく傾向にある。従ってメディアと関わる「お茶の間〇〇」には、「お茶の間ファン」のような例外もあることはあるが、一時的な語彙が多いと言えよう。

そしてもう一つは、メディアの形態が重要な一要素となっているということである。我々が「お茶の間〇〇」を産出するとき、元来の語義に近い「家族そろって」という意味を無意識のうちに含める傾向にある。近年もメディアは進化を続け、新たなメディアが数多く生まれてはいるが、そのほとんどがパーソナルメディアである。1990年代後半から急激な伸びを見せたインターネットもその一つと言える。インターネットというメディアの普及と、インターネットというメディアを介する「お茶の間〇〇」という語彙数の変化が同様の伸びを見せなかったことも、これに起因していると思われる。

今後、メディアと関わる「お茶の間〇〇」は、緩やかな減少傾向をたどると考える。奇をてらった表現として、商品名、イベント名、キャッチフレーズなどで使用される可能性はあるが、それも一時的なものとなり結局は姿を消すであろう。

メディアと関わる「お茶の間〇〇」は、確かに時代の流れによってその意味する媒体が変化する。しかしそれは、「お茶の間」と呼ぶ部屋が一般家庭に存在していた時代を中心として産出されていた語彙だとも言えるのではないだろうか。この点を明らかにするには、「お茶の間」の意味領域の変化や、家族・家庭の概念の変化なども精査する必要がある。これは、今後の課題としたい。

注

- 1 用例は、2012年12月31日検索のyahoo ニュース検索結果上位から抜粋
- 2 テレビ東京「ガイアの夜明け」2012年11月20日放送のタイトル
- 3 インターネットラジオステーション〈音泉〉軽茶しんどろ〜む
- 4 日本ラジオ博物館「日本のラジオの変遷と放送史の概要」。1959年にテレビ視聴者が100万人突破
- 5 日本ラジオ博物館「日本のラジオの変遷と放送史の概要」
- 6 民放ラジオ局の番組名には確認できなかったが、インターネットラジオには1例存在した
- 7 日本ラジオ博物館「日本のラジオの変遷と放送史の概要」
- 8 科学技術庁「昭和55年版科学技術白書 -科学技術発展の軌跡と展望-」
- 9 朝日新聞 1981年9月18日、読売新聞 1992年6月29日、1998年10月15日、毎日新聞 1997年10月1日、2003年6月3日
- 10 内閣府経済社会総合研究所景気統計部「消費動向調査」平成24年3月実施調査報告
- 11 総務省情報通信政策局「平成22年 通信利用動向調査報告書（世帯編）」
- 12 NTT技術資料館HP <http://www.hct.ecl.ntt.co.jp/>
- 13 りそな銀行「ニュースリリース（平成16年4月21日）」、毎日新聞 2004年4月22日、読売新聞 2004年4月22日、5月7日
- 14 読売新聞 2003年3月7日、3月8日

辞書

『日本国語大辞典』第二版 小学館
『大辞林』第二版 三省堂

データベース

朝日新聞：朝日新聞オンライン記事データベース 聞蔵II（1926.12～1989.1を検索）
毎日新聞：毎日Newsパック（同1987.1.1～2012.12.30）
読売新聞：読売新聞データベース（同1876～2012.12.30）

