

テレビニュース番組の表現と受け手

関　　口　　進

は　じ　め　に

いま私たちがテレビを通して見るニュースは、戦後にテレビ放送がはじまってからいろいろな変化を経て今日に至っている。ニュースショーやニュースマガジン番組が登場してテレビニュースの表現形式も多様化した。ここでは、娯楽性の強いニュースショーなどを除いたテレビニュース番組を対象にして、表現形式と受け手の受容態度を見ていきたい。

1925年（大正14）にはじまったラジオ放送は、第2次世界大戦後終了直後までは社団法人日本放送協会の二つの電波だけであった。1950年（昭和25）に放送法が新たに施行されてNHKの組織が変わり、翌51年には初の民放ラジオが生まれた。さらに2年後、テレビ放送時代のスタートを迎えるのである。

1953年（昭和28）2月1日、NHKの東京テレビ局が本放送をはじめ、その後NHKの全国テレビネットワークに向かってテレビ局の設置が進んだ。また民放テレビ局の開局も徐々に全国に広がり、カラーテレビの本放送がはじまる。

（NHKの東京・大阪は1960年9月）1960年には大都市圏など一部の地域を除いて各県ごとに、番組を制作・放送するNHKテレビ局と民放テレビ局が存在するようになった。

ニュースはテレビ局が開局したときから編成されたが、現在のような表現形式のニュースではなく、視聴率は高くなかった。NHKが1955年2月に行った「テレビ番組意向調査」によると、ベスト3は劇映画、プロレス、大相撲であり、ニュースは7位であった。このころの調査結果から言えることは、テレビ

視聴の目的はスポーツ中継、劇映画、舞台中継（新派、新国劇、歌舞伎など）といった娯楽が中心で、報道や教養番組は定着していなかった。NHK のテレビニュースの視聴率が、高位20番組の中に定着するのは1960年以後になる。

カラーテレビが普及した現在、NHK の受信契約世帯数は3,000万を超えているが、テレビ受信契約の数が1,000万を越えたのは1962年であった。つまり、そのころはまだラジオだけの家庭が多かったわけで、朝6時、7時、正午、そして晩の7時のラジオニュースは聴取率が高かった。1962年7月の「全国視聴率調査」によると、テレビ所有者の時刻別の視聴状況とラジオだけの所有者の時刻別聴取状況が大変よく似ている。時間帯による番組編成内容はテレビもラジオも大差がないので、ラジオに求めている聴取意向がそのままテレビに反映されることになったと言える。

第2次世界大戦までの NHK ラジオニュースは他のマス・メディアとともに国の統制下にあった。しかも、放送だけは事前に検閲を受けるという厳しいもので、通信社から配信されたニュース原稿を放送用書き直して放送の1時間前には検閲を受けた。敗戦によってニュースの検閲制度はなくなったが、ラジオニュース、そしてテレビニュースの取材、編集、放送が新聞社並みの体制で行えるようになったわけではなかった。NHK では1946年に放送局独自の記者＝放送記者を2回採用したが、その後は採用をやめていた。ニュースの素材を取材するためには官公庁などに出向いてしかるべき人に会うとか、記者会見場に臨むとかする必要があるが、これは勝手にできることではなく記者クラブに所属している記者だけに許されることである。記者クラブという制度はマス・メディアの先達、新聞記者によって作られた。そこで、後発の放送というマス・メディアの記者は、はじめ記者クラブに所属することができなかったという事情があった。NHK が再び放送記者を採用することにしたのは1951年である。

1953年にテレビ放送がはじまってから NHK のテレビニュースはテレビ的な表現形式を求めて次から次へと変化し、テレビ放送局が全国的な広がりを見せた1960年ごろ1つの形式を整えるのである。第1章ではテレビニュースの表現形式の移り変りをアメリカ合衆国の場合も含めて概観する。第2章ではテレビ

ニュースの伝え手をめぐる変化をアメリカやイギリスの場合と比較しながら見ていく。そして、第3章ではニュース番組の構成や演出面からその特徴を明らかにしたい。

第1章 テレビ独自のニュース表現

(1) 日本のテレビニュースの変遷

テレビ放送局の1つ、NHK がテレビニュースをどのような表現形式で放送してきたのかをふり返ってみると、テレビの草創期に当たる5～6年は短い期間で変っている。映像を担当してきた石光真琴によると、最初はアナウンサーとパターン（あるいはフリップ）だけであった¹⁾。パターンとは画用紙大の厚紙に文字や絵などを書いたり張り付けたりしてカメラで撮るものである。何枚かある場合重ねて立て置き、使い終わったものを横にスライドさせて取り除く。つまり、フリップする。今で言うヘッドラインニュースのようにいくつかのニュースの見出し（ヘッドライン）について、要約された原稿をアナウンサーが読み、要点がパターンによって写し出されるという形式である。

次は映像主義の時期であるという。テレビニュースの映像部分をどうするかという点では、今のようにハンディなビデオ・カメラはなく、ニュースの現場や現地の様子を伝えようとすれば映画と同じようにフィルムに撮影して現像、編集処理を行わなければならなかった。そこで、映画館で上映されたニュース映画の仕事をしていた人たちがNHKに入ってニュース素材の撮影などに携わった。フィルム・ニュースには映画ニュースと同様、音楽を入れてニュース原稿をアナウンサーが読んだ。このあとも映像主義と言ってよいが、ほんの少し、いわゆる生ニュース（映像にならないホットなニュース）が加わった時期があった。

1957年10月からはフィルムによる映像がなくてもアナウンサーが伝える形でテレビニュースに取り上げる方向が再び見えはじめた。

このようにして放送されたテレビ・ニュースの内容は、現在のように政治、経済、社会の国内の動きや海外のニュースをタイムリーに編集したものではなかった。映像主義の時期までは政治、経済のニュースは入らず、海外のニュース（外電）はフィルムが到着してから放送するために普通2、3日遅れとなった。国内の地方からのニュースも生フィルムを東京に送って、東京で処理してから放送しなければならなかったので1日遅れが普通であった。つまり、ニュースの内容から見るとニュースらしいニュースはラジオの方にしかなかったと言える。

映像を伴うテレビでは、すでに述べたように技術面での制約が多い中でニュース制作の模索が続いた。送り手である放送局側の基本的な考え方は、すべてのニュースを網羅する総合編集への動きであった。テレビニュースの草創期にはニュース映画からの発想で映像のあるものがテレビニュースであると考えられた。それが、テレビ受信機の普及とともに映像がなくても、つまり、ニュース映画のように動く絵がなくてもニュースとして放送する時代へ変って行ったのである。その時期は昭和30年代の後半、1960年以後といってよい。

NHK のテレビニュースで“総合編集”のニュースが実現したのは1960年4月にはじまった「NHK きょうのニュース」であるという。これは夜の10時から20分間放送されたもので、伝え手はアナウンサーである。映像面にはフィルムによる映像のほかにテロップ（1画面ごとの文字、図形、写真などを次々に映像として出せる装置）やパターンを組合わせて使った。このように、ニュースを伝えるアナウンサーの姿、動く絵、静止した文字、図形、写真などをどのようにアナウンサーの読むニュース原稿と結びつけるか、あるいは逆に動く絵などを編集し、構成したあとで、ニュース原稿をいかに映像にマッチさせるかといったことが検討された。さらに、ニュースを短い時間でいかに分かりやすく伝えるかとか、ニュース素材によってはいかに面白く見せるかといった工夫が送り手側のニュース制作者に要求されるようになった。

分かりやすく伝える手法としては現在、火山の立体模型や原子炉模型のように一見してわかる模型をニューススタジオに置いて説明するやり方が一般化し

たが、1960年代にはまだ登場していなかった。図解をわかりやすく工夫するか、表やグラフを利用するとかいった方法が一般的であった。そして、“総合編集”の考え方に基づく、朝7時、正午、午後7時といった定時ニュースの場合も、やはり原稿第一主義で、ニュース項目が送り手側の判断によって選択されると、映像が必要と考えられ用意できたときには使われたが、特にない場合はアナウンサーが画面に出てニュース原稿を伝えた。この時期はどうしても静止画面が多くなったので、テレビニュースは電気紙芝居とも言われた。映像はどちらかと言えばつけ足しという印象を免れなかったのである。

しかし、報道番組という大きなくり方で見ると、NHKでは1961年に、ニュースの視点に立ったドキュメンタリー番組などを制作するディレクターの集まり、社会番組部が新たに報道局内に生まれ、中継を多用した大型報道番組が作られた。そして、ワイド形式のニュース・情報番組「スタジオ102」が1965年にスタートしたのである。その後、政経番組部が生まれ、1966年には「報道特集」が毎週日曜日の夜9時30分から40分間登場した²⁾。これはニュース素材を迅速に放送するだけではなく、突っ込んだ取材を行って映像表現を駆使した処理や計算された構成を加えるものであった。このような時期にはテレビニュースにも映像で面白く見せる工夫がこらされた。

テレビニュースは電気紙芝居と言われた時期に、その時々さまざまなニュースを網羅するニュースらしい番組になったが、何がニュースかという点とニュースバリューの点では、まだテレビ独自の基準といえるものはなく新聞の世界で築かれてきた基準がそのまま踏襲されていた。しかし、その後の映像演出に力を入れた時期に入ると、テレビニュースは何をどう伝えるべきかを考え、大きな力を持つ映像をニュース制作の段階でどう使うかということが議論されるようになった。このような過程を経て、スタジオにニュースキャスターを置き、外で取材した記者がリポーターとしてキャスターとかみ合う新しい形のキャスターニュースの時期を迎える。

ニュースキャスターについては第2章で取り上げるが、ニュースキャスターという名称や、特定の人が決まったニュースの時間にニュースキャスターとし

て登場する番組は NHK でも民放でも1960年代にすでにあったことである。しかし、ニュースの表現形式やニュースバリューの点も含めてキャスターニュースと言えるのは、1974年にスタートした NHK の「ニュースセンター 9時」以後である。NHK では、この前の年1973年に組織面で「ニュースセンター」が作られ、ディレクターのグループ、社会番組部と政経番組部は報道番組班として大きく1つにくくられた。取材担当の記者と番組制作ディレクターの間にはニュース表現形式やニュースバリューについて違った考え方があり、それについての議論はあってもテレビ独自の新しいニューススタイルは生まれず、ディレクターはニュース制作の中では力を発揮しにくい状況が続いていた。こうしただ中で「ニュースセンター 9時」の構想が具体化していったのである。

すでにふれたように、テレビの草創期の人気番組はプロ野球やプロレスといったスポーツ中継・映画・ドラマ・ゲームといった娯楽であったが、視聴率ベストテンにニュース番組が入ったのは1964年のことである。NHK テレビ朝 7時のニュースがそれで、いきなりベストテンのトップに現れた。これには視聴率調査の前日に起きた新潟地震の影響があったが、地震発生の前日も視聴率の数値は高く、この前の年までの朝 7時のテレビニュース視聴率の推移を見ると年ごとに高くなっており、朝 7時の NHK ラジオニュースを聴いていた人たちがそっくりテレビニュースに移ってきたものと見るのできるのである。「ニュースセンター 9時」が生まれてからは、NHK テレビニュースは視聴率の山を朝 7時台、正午、夜 7時のほかに、夜の 9時台にも作るようになった。

(2) アメリカ合衆国のテレビニュース

テレビ放送局はすべて日本で言う民放、つまり商業放送であったアメリカでは、テレビニュースの実態は日本の NHK ニュースとは全く異なっていた。地上波テレビのネットワークニュースを放送しているキー局は、いわゆる 3大ネットワークの NBC, CBS, ABC で、現在、さらに PBS ネットワークやフォックスネットワークが加わっている。PBS (Public Broadcasting Service) は商業放送ではなく、財源は連邦・州・自治体の予算、教育機関・財団・企業・個

人資金や寄付などから得られる組織である。もう1つ、テレビニュースの今後のあり方にも大きな影響を与えているのが、地上波テレビではないCATVのニュース専門局、CNNである。

商業放送の場合は番組の視聴率を上げ、広告収入を高めなければならない。従って、視聴者側にテレビニュースに対するニーズがなければテレビニュースに力を入れることはむずかしくなる。日本のNHKの場合は、ラジオの聴取者がそのままテレビに移行してニュースは高い視聴率を得ることになったが、アメリカにはそのような事情はなかった。第2次世界大戦までのアメリカでは新聞側のラジオニュースに対する締め付けが日本よりも強く、多くの新聞はラジオの番組表を載せなくなった。また、このころのラジオニュースと言えばCBS中心の時代で、新聞社によってはCBSの番組表だけ載せないということが行われた。そうした中でプレス・ラジオ・ビューローが復活し、3大通信社の記事の中から30語以内に書き直したものをNBCとCBSへ配信するようになった。しかし、制約はきびしく、ニュースの時間は朝の9時以降にするとか、1日に5分以上のニュースは2回以上組んではいけないとか、ニュース放送にスポンサーをつけてはいけないという原則があった。その後、通信社から継続的に記事をテレタイプで送ることについては少しずつ改善が行われた。

ニュースにスポンサーをつけてはいけないという新聞社と放送会社との協約は、アナウンサーによるトーク・ニュースというものを生む結果となった。トークということばは今ならレポートと置きかえた方が実態に近い。実際には当時、ニュースと呼ぶことができなかったで、そのような仕事をするアナウンサーはコメンテーターと称した。トークニュース番組はニュースの部類に入らないからスポンサーがついたが、トークニュースの内容については番組制作責任者の管理もスポンサーの統制も受けない形の番組であった。

このようなラジオニュースの歴史を受けてテレビニュースの時代に入ったアメリカでは、テレビ草創期のニュースがニュース映画を引きつぐようなことはなかった。では、当時のテレビニュースの表現形式はどのようなものだったのだろうか。はじめは、アナウンサーが地図を背にした画面の中でニュースを伝

えるというもので、アナウンサーの姿が見える以外、ラジオニュースとほとんど変りがなかった。テレビ独自の表現形式が生まれたのは1948年、「CBS・TV ニュース」（毎晩）が登場して、ここにアンカーマンが起用されたのである。NBC でも1949年に、ラジオ・アナウンサーだった男性が「キャメル・ニュース・キャラバン」（週5日、夜）で、屋台の呼び込みのような口調で通信社からのニュース内容を予告した。

「CBS・TV ニュース」では視聴者の関心を引きつける工夫として、1950年、朝鮮戦争のニュース報道のとき、スタジオにくわしい地図を用意したり、粘土で作った立体的な地図や模型を持ち込んだりした。日本よりもはるかに早い時期に、このような表現上の手法が考えられ実施されたのである。

しかし、アメリカでは第2次世界大戦後の数年間は、大衆がニュースに目を向けることもテレビによってニュースを知るということも低調な時期であった。テレビニュースに力が入れられた1960年代を経て、70年代になると、多くのアメリカ人が新聞よりも先にテレビからニュースを知るようになった。1980年ごろには、アメリカ人の64%が主なニュース源はテレビだと答えるまでになった。ところで、1952年に、後にアメリカを代表するテレビニュースのアンカーマンとなったウォルター・クロンカイトがアメリカ大統領選挙党大会のニュース番組のアンカーマンとして登場しているが、まだ無名の時代である。

アメリカのテレビ界では、ニュースにかかわる大きなできごとが1958年に起きた。NBC の人気クイズ番組の八百長事件発覚である。八百長を疑われたのは NBC の番組だけではなく。そこで、アメリカの FCC（連邦通信委員会）は報道番組をプライムタイムに放送するように3大ネットワーク会社に対して働きかけを行った。当時3大ネットワークで政治面のニュースを取り上げる報道番組は、毎晩の15分間のニュースと朝のワイドショー番組の中のニュース位しかなかったのである。

後にニュース番組中のドル箱となった「CBS イブニングニュース」は1963年に新たに30分番組として発足した。CBS では、すでにニュース週刊誌的な週一回、30分間の番組「アイ・ウィットネス」を始めていたし、1968年には、ニュ

ースと娯楽を混合させたショー的な1時間番組「シックスティ・ミニッツ」をスタートさせた。著名人とのインタビューはこの番組の看板ともなり、1976年には人気番組の1つにのし上がった。

放送会社のテレビニュース部門は、収益性の点では経営に反する要素を持っている。ニュース部門の活動が活発になるにつれて利益が増加するというものではなく、むしろ、費用の増大によって経営をおびやかす恐れがある。こうしたことから商業放送のニュースやニュース番組は中々拡大されなかった。アメリカの3大ネットワークのニュース部門が重要な収益部門の地位を得たのは1970年代末のことである。しかし、現在早くもニュース番組の予算は制限される方向にある。日本の民放の場合は、NHK というニュースに力を入れている対抗馬があること、1970年ごろからローカリズムの動きの中で民放ローカル局のニュース拡充などがあり、アメリカの場合とは異なった状況が見られる。

アメリカの今のテレビニュースの表現形式は、スタジオにいるアンカーマンが見出しや補足部分を伝え、多くのニュース項目はリポーターにボタンタッチして、リポーターがニュースを伝えるというのが基本型である。これらはラジオニュースの時代に生まれたコメンテーターの流れを受けて、書かれたニュース原稿を読むことが中心になっている日本やイギリスのテレビとは違った形式、つまり、取材記者が自分でレポートし、スタジオのアンカーマンはニュースの枠の部分や放送時間の調整を受け持つという形式である。日本のテレビニュースに登場するレポートはアメリカの場合とは違った演出意図があるが、これについては第3章でふれたい。

(3) テレビニュースの好ましい表現形式

アメリカのある研究によると、ネットワークニュースを見る人の3分の1は全部を通して見ないし、視聴者の半分はニュースが取りあげた話題を1つも覚えていないという。テレビニュースは新聞と違って映像も音声も瞬時に変わり、ビデオテープに録画して見直さない限りゆっくり考えながら理解することは不可能である。そこで、テレビニュースの表現形式の基本には第1に分かりやす

く伝えることがあげられる。第2は面白く見せるということである。商業放送では視聴率を高めることが第1の目標になる。気まぐれな視聴者を決まった時間に、はじめから終わりまでテレビの前に釘づけにするためには、視聴者を引きつけるさまざまな手段を用いなければならない。一言で言えば、面白いと感じさせる工夫が必要なのである。第3はニュースバリューについての判断である。何をニュースやニュース番組で放送するかということだが、これはそれぞれの番組の性格によって判断の基準が異なってくる。大きくはそれぞれのテレビ局なりニュース制作部門なりの基本方針にかかわっている。

日本のニュース・マガジン番組のはしりとなった「木島則夫モーニングショー」は NET、いまのテレビ朝日で1964年4月にはじめられた。これはアメリカの NBC の人気番組（今も続いている）「TODAY」を下敷にしてアメリカ系のスポンサーから持ち込まれた番組であった。モーニングショーとは言うもののアメリカの番組のようにショー的な要素があったわけではなく、主婦を視聴対象に考えられた雑誌形式のもので、司会役の3人は NHK アナウンサーだった木島則夫をメインに据え、やはり NHK アナウンサーだった栗原玲児、主婦の立場で元民放アナウンサーの井上加寿子という顔ぶれであった。番組は発足1年後には2桁の視聴率（ビデオ・リサーチ調査）を達成し、以後安定した視聴率を保った。ニュース的な話題を盛り込んだこのようなニュース・マガジン番組は、翌1965年に NHK では朝の「スタジオ102」、NET はさらに「アフタヌーンショー」、フジは朝の「奥さまスタジオ・小川宏ショー」をというように数を増し、「スタジオ102」を除いては次第に娯楽性を強めて行った。

一方、ショー的な要素のないニュースとしては、「木島則夫モーニングショー」がはじまる2年前、1962年10月から TBS が夕方6時30分から「ニュースコープ」をスタートさせた。民放テレビにも15分を超える長いニュースが生まれたのである。毎日のニュースの伝え手はニュースキャスターと呼ばれ、初代キャスターには共同通信社で社会、文化部長をつとめた田英夫と評論家の戸川猪佐武が交代で登場した。

今、ニュース・ニュース番組と言われるものを娯楽性の有る無しで2つに分

けたが、これは便宜的なもので、ニュースにしても、どこまでをニュースと言うのかとなるとむずかしい。乱暴な言い方をすれば、新聞に載る情報はすべてニュースである。テレビの場合は番組はすべてをニュースとするのは大まか過ぎるが、ニュース・ニュース番組の形を取っていないからといって、ある番組がニュースではないと言い切ることはできない。しかし、私たちがテレビに接するときも、新聞の全国紙によって示されてきた内容や取り上げ方を受ける形でテレビニュースをイメージしている。NHK のテレビニュース制作者も、基本的な考え方は新聞が作り上げたものに準拠してきた。1974年にはじまったNHK の「ニュースセンター9時」は日本のテレビニュースとしては新しい要素をいろいろ持ち込んだが、送り手側からも、受け手側からも反撃に会った。例えば、プロ野球の名選手、長島茂雄引退の日にトップ・ニュースとして紹介し、インタビューも行ったところ抗議の電話が相次いだ。NHK 内部でも、ニュースキャスターの磯村尚徳は上司に呼び出されてしかられた。ある視聴者からはニュースに柔らかさも面白さも必要ない。磯村キャスターはNHK を毒していると言われたという。こうした批判にもかかわらずキャスター自身はくらしのニュースを優先させる考え方を変えなかった。アメリカの大学の政治学の教授 J. D. バーバーは、アメリカのテレビのネットワークニュースについて、高級紙「ニューヨーク・タイムズ」のように立派すぎて、知的すぎて、バランスが取れすぎているとかつて述べたことがある。日本のテレビ視聴者とくらべるとテレビニュースに期待するものに大きな違いがあることをうかがわせる。

テーマをテレビニュースの表現形式に戻そう。NHK で毎日放送される定時のテレビニュースのほか、「モーニング・ワイド」「ニュース21」、テレビ朝日系夜10時の「ニュースステーション」、ほかの民放の夕方6時台、夜11時台のニュース番組、いずれを取っても何がニュースかという点で大きな違いはない。はじめに述べたようにテレビニュースは分かりやすさや面白さを必要とする。面白さについてはニュースの素材の選択、扱い方など幅広い要素を含んでいるが、ここでは娯楽性の強いニュースマガジン番組は対象外としているので、面白さという項目は視聴者をいかにテレビ画面に引きつけるかという工夫と言い

換えることができる。

テレビニュースの取材、編集、制作に携ってきた送り手側に受けつがれている考え方に従えば、ニュースの第1の原則は迅速さである。マス・メディアの中では放送メディアは活字メディアより迅速さの点でまさっている。しかし、テレビニュースがはじまってから10年以上経っても、ニュース原稿を伝え手が読むということが中心で映像は付け足りに過ぎなかった。動く画像は、大きな事件や事故が発生したときには、大きな中継車と多くの要員を現地に派遣して放送した。それ以外は、ムービー・カメラで撮影したフィルムを利用しなければならなかったので、工夫した画像づくりは「企画ニュース」と呼ばれるトピックスなどに限られていた。これをくつがえすことになったのはビデオの新技術の開発である。

小型のビデオ・カメラの出現をはじめとする装置のコンパクト化は中継車の小型化をもたらし機動性が増大した。ヘリコプターで空から撮影する映像も中継放送することができるようになった。さらに、国外の映像も通信衛星を使えば生放送が可能になった。このような技術革新の一端は、1991年1月から2月にかけてイラク、クウェートなど中東が舞台となった湾岸戦争のとき、テレビの画面を通して知らされた。1965年から8年間続いたベトナム戦争のときはインテルサットによる衛星通信サービスがはじまってはいたが、現地からの生中継はできなかった。特派記者のリポートやカメラマンが撮影したフィルムを飛行機で一旦東京へ送り、東京で現像やフィルムの荒編集が行われたあと通信衛星でニューヨークへ送るのが最良の方法であった。

このように、通信技術の進歩とともに日本でも現場や現地の取材記者（職務区分上は放送記者以外の人の場合もある。）がリポートする形が多用されるようになった。生で放送しているリポートは途中をカットすることはできないが、編集して放送する場合は技術的に処理しやすくなった点は、リポートやインタビューの内容とのからみで注目する必要がある。フィルムの時代は「シングル」という名称が示すように映像と音声を一体化した形でしか編集ができなかった。つまり、話本位で途中をカットすると映像の方はきれいにつながらな

くなってしまうので手を入れることが困難であった。しかし、ビデオ装置として開発された ENG と呼ばれるものは映像と音声を別々に編集できるのである。ニュース制作者の考え方によって、レポートやインタビューの内容の編集が速やかにできるということである。

ニュースの第2の原則は正確さである。多くの人が指摘するようにニュースは事実そのものではない。そこには取材者や編集者の判断が加わり、その背後にはニュース・メディアが持っているルーチン・ワークとしての枠組みがある。ニュースはそうした網の目をくぐった上でテレビ局から放送されるのである。テレビの場合は同じニュース素材であっても映像に何を取り上げ、どのように構成するかで視聴者の理解が大きく変る恐れがある。映像はニュース原稿や解説部分よりも正確さから逸脱しやすい要素である。この点はさらに第3章で述べたい。

ニュースの第3の原則は分かりやすさである。これはニュースの表現形式とも深い関係がある。録画しない限り見直しのきかないテレビニュースではこの点は活字メディア以上に重要である。しかし、5分とか10分間の通常のニュースでは1つの項目に費やす時間は1分位のものである。ニュース原稿も映像も切り捨てる部分が多くなるので、分かりやすさの点では制約がある。従って、第3の原則がかなり実現されるようになったのは、1時間というような長い時間のニュース番組が作られてからである。ニュース項目によって時間を重点的に配分し、時間をかける項目はレポート、インタビュー、解説といったいろいろな表現形式を組み合わせる。

以上見てきたように、テレビニュースはいつも視聴者にとって分かりやすい表現形式を取ることが好ましいが、送り手側の現実はそのようになっていない。通常のニュースの時間には、解説を含めた丁寧な表現形式は例外的にしか実施できない。また、ニュース原稿にマッチした映像が常に取材できるとは限らない。その場合、あまり意味のない映像が使われることもある。NHK のテレビニュースの編集などを1972年から18年間担当した西昭道によると、テレビニュースのコメント、つまり、ニュース原稿が骨組みだけになり、ある意味では無

味乾燥になっている。映像が付け足り、つまり、従であった時代には活字メディアに見られるように、ことばによる表現に幅があった。現在、映像をバックにアナウンサーなりニュースキャスターなりが伝えているニュースの文章は、放送局内のルーチン・ワークの枠の中でラジオ・テレビ共用の原稿が書かれ、テレビ独自の文章は作られていないという。

さらに、西昭道はテレビニュースの送り手側として考えるニュース放送の基本型は、アメリカのニュース専門局、CNN のように、1つのチャンネルの中で1日中ニュースを放送することだと述べている。そのニュースの表現形式は3つに分類することができる。第1は、視聴者がニュースを知りたいときにすぐに手短に見ることのできる、5分なりに要約したニュースで、これは適宜一部の項目を入れかえながら繰り返し放送する。第2は「NHK ニュース 21」やテレビ朝日系の「ニュースステーション」などに見られる形式である。第3は大きな行事、事件、事故を同時進行の形で伝えるもので、現場中継が中心になる。実際には、日本でのテレビニュースの定時とされている朝の出勤前、昼休み、夕食時あるいは9時以後に、それまでのニュース項目を30分なりに整理したニュースも加わってくるであろう。

1991年9月に第一経済大学の学生251人から集めたテレビニュースについての調査によると、テレビニュースをほとんど見ないと答えた学生は2%と少なかった。そして、ニュース番組を選ぶ基準は、①見ることのできる時間に…57.4%、②お気に入りのニュース番組だけ…24.3%であった。（複数回答、③位以下省略）テレビニュースは見たいと思ったときに放送しているチャンネルに合わせる人が半数以上を占めるのである。こうした視聴実態から考えると、テレビニュースの編成や表現形式は先に述べた24時間ニュースが送り手にとっても受け手にとっても好ましいということになる。

- 1) 「NHK 報道の記録」刊行委員会編「NHK 報道の50年—激動の昭和とともに—」近藤書店、1988、p.387。
- 2) テレビ朝日系の「こちらデスク」（日曜午後6時～6時30分）はずっと後の1978年から、TBS系の「報道特集」（土曜夜10時～10時55分）は1980年からである。

第2章 テレビニュースの伝え手

(1) ニュースアナウンサーとニュースキャスター

テレビニュースの表現手段を映像面だけに限定しようと思えばできないことはない。音声で伝えるコメントを省き、文字・図形・カメラで撮影した画像でニュースを放送するのである。プロ野球の実況中継では、実況アナウンスを入れないで放送を試みたことがある。しかし、私たちにはテレビのプロ野球実況中継についての先入観があるから、そのような放送に接した場合、自然な感じよりも違和感を持つようになる。

テレビニュースの場合は、映像だけで伝えようとしても情報に不足を生じ、視聴者の理解の上でも音声によるコメントは欠かせない。しかも、ニュースの伝え手がどのような人物であるかによって視聴率に差が出ると送り手側は見ている。同じ時間に同じ表現形式と内容で、ニュースの伝え手だけを変えて視聴率を比較することは実際には不可能なので厳密なことはわからないが、ニュースの伝え手と番組の表現形式などがマッチして人気を集めるということは現実にある。第1章の第3節で紹介した大学生の調査で、お気に入りのテレビニュースだけを見る人にその理由を聞いたところ、ニュースキャスターが好きだからというのが59%で1番高かった。視聴者には、誰がニュースキャスターであるかによって番組に対する好悪が生まれることを示している。同じ調査で、ニュースキャスターにふさわしい職種を聞いてみた。第1位はフリーのアナウンサーで37.5%、第2位はいわゆる局アナ、放送局の社員アナウンサーで33.5%、第3位が新聞記者の21.1%、放送記者や評論家は数字の上では低かった。このような結果は、大学生がよく見るニュース番組、テレビ朝日系の「ニュースステーション」、NHK ニュース、特に「NHK モーニングワイド」、TBS系の「筑紫哲也ニュース23」などを反映している。

ニュースキャスターということばは和製英語ではないが、テレビニュース番組で使っているのは日本である。1962年にTBSに「ニュースコープ」が生まれ、通信社から田英夫がニュースの伝え手として選ばれたときに「ニュースキャス

ター」と呼ばれた。それは、用意されたニュースを読むだけでなく、解説も行うという立場であったが、やがて、ニュースを伝えることが中心になった。ニュースキャスターという用語にはっきりした定義はないが、送り手側の考え方は、ニュースを伝えるだけでなく、ニュースの編集や加工にある程度の権限や責任を持って当たれる人ということである。テレビ局には企業としての制約や組織上の指揮命令系統などの問題があり、ニュースキャスター個人に能力があっても企業の経営者やテレビニュースの編集責任者と同じように仕事を進めることはできないので“ある程度の”権限ということになってしまう。このような事情の中で、ニュースキャスターと呼べる伝え手ははじめて登場したのは、1974年にはじまったNHKの「ニュースセンター9時」である。

「ニュースセンター9時」の初代キャスターには、記者としての経験の豊かな磯村尚徳が選ばれたが、このニュース番組が実現するまでの道のりは長かった。はじめに検討が行われたのは1966年から67年にかけてで、“よりテレビ的でわかりやすいニュースショー”を作るという考え方であった。NHKでは前の年、ニュースマガジン番組の「スタジオ102」が生まれていたし、民放にはいくつものニュースショーが生まれていたところである。このあと何回かの創設の動きを経て、やっとその時期を迎えた。しかし、記者グループには伝統的なニュースバリューの考え方があり、ニュースを面白く見せるために映像に重きを置き過ぎるとショーになってしまうとか、ニュースキャスターの判断や感情が入るとニュースの客観性を損なうことになるという主張が強く、オーディション番組には賛否両論がある中で、番組はスタートしたのである。そして、スタート時点では多くの視聴者から、NHK ニュースらしくない番組だという苦情が寄せられた。

ニュースキャスターの立場について磯村は、「取材者や編集者の意見は尊重するが、自分の納得できないものについては拒否権を欲しい」¹⁾と編集責任者たちの打ち合わせの席で発言した。編集責任者の側は拒否権については答えず、キャスターの考え方を十分尊重するということでその場を収めた。1982年から6年間、「ニュースセンター9時」のニュースキャスターをつとめた木村太郎

は、ニュース項目の決定にはニュース・オーダー（ニュース項目の放送順序）も含めてニュースキャスターの考えを反映させるという態度を貫いた。編集会議の席で直接的な表現で反対することはできないので、木村は、『『きょうはかたい話がつづきますねえ』と言えばおのずとどのニュースにキャスターが拒否権を行使しているのかがスタッフにわかる』²⁾と述べている。ニュースキャスターがニュース番組制作上の立場にこだわるのは、仕事の進めやすさもあるが、ここで重要なのはニュースの伝え手として単なる読み手になってしまわないという点である。アナウンサーの場合は、音声表現のプロという意識が第1になるが、記者の場合は、書かれた（つまり、他の人が取材した）ニュース原稿を読む（あるいは伝える）ことに抵抗感を持つ。しかし、ニュース番組は組織の枠組みの中で制作され、放送されるわけだから、制作者はニュースキャスターが1個の歯車のように動いてくれることを期待する。実際には、こうした力関係の中でキャスターの資質が生かされもするし、殺されもするのである。

一方、ニュースの受け手、つまり視聴者はニュース制作者の組織上の問題や制作過程を意識してテレビニュースを見ることはないので、魅力的な若い女性をニュースキャスターとして歓迎するということもあり得るのである。日本では若い女性をメインの男性ニュースキャスターとペアにすることは一般化している。ニュースキャスターに必要とされる資質をアメリカの場合と比較してみるとこうした現象もうなずける。先にふれた大学生の調査で17項目について集計した結果、上位に並ぶ資質でアメリカの場合と大きな違いを見せたのは「理解」と「温かみ」であった。アメリカの調査では中程か、それ以下なのだが、日本の大学生ではそれぞれ2位と5位にランクされた。（ちなみに1位は両者とも「知性」であった。）さらに、「気楽さ」はアメリカでは最下位から2番目なのに、日本では6番目になり対照的であった。これと逆の結果となったのは「成熟度」で、アメリカは5位、日本では最下位から3番目であった。

テレビ朝日系の「ニュースステーション」は視聴率が高く、ニュースキャスターの久米宏は高い好感度、つまり人気を得ているが、それは、キャスターが視聴者の立場を理解し、庶民を代弁する形でニュース番組を担当しているとい

う印象を受け手に与えているからである。NHK の「ニュースセンター 9 時」の初代キャスター、磯村も、とりつくろった感じのニュースでなく、視聴者に親しみを感じさせるように工夫し、アドリブ的に、「どう言ったらおわかりいただけるでしょうか」とか、「私事で恐縮ですが」といった表現を使った。久米のように、庶民レベルで話しているという表現ではなかったが、番組の視聴率が上がって視聴者の力に支えられるようになるまでは抵抗の強い試みであった。

(2) イギリスのニュースリーダーとアメリカのアンカーマン

イギリスのテレビニュースの伝え手はニュースリーダーと呼ばれ、役割は日本のニュースキャスターとほぼ同じである。しかし、日本で言うキャスターのように特定のニュース番組に登場する伝え手を言うのではなく、テレビニュースの伝え手をニュースリーダーと呼ぶのである。また、ニュースリーダーや番組の司会者（プレゼンター）を合わせてブロードキャスターとも言う。イギリスのテレビニュースの時間は日本やアメリカほど多くは設けられていない。朝、長いニュースはなく、昼のメインのニュースは午後一時からである。夕方から夜にかけても BBC を除いてニュースの時間は多くない。主なものは、BBC 1 が夕方 6 時から 30 分のニュース、BBC 2 は「ニュースナイト」、商業放送のチャンネル 4 は「チャンネル 4 ニュース」で、両者は 50 分間のニュース・マガジン番組である。「ニュースナイト」は 1980 年にスタートし、月曜日から金曜日まで、原則として夜 10 時 30 分から放送される。「チャンネル 4 ニュース」の方は 1982 年の開局と同時に始まり、月曜日から金曜日まで夜 7 時からの放送である。商業放送がこの時間帯にニュース番組を 50 分間も組むのはチャンネル 4 という放送局の基本構想から来ている。BBC と商業テレビ局の ITV とは違って、特に社会派や少数派を視聴者として意識した放送局なのである。しかし、商業放送の主なニュースを制作する会社は ITN 1 つだけなので、ITV の午後 5 時 40 分のニュースが終るとき、ニュースリーダーは、「次のニュースはチャンネル 4 の 7 時からです。」と予告している。日本の実態からは考えられない

ことである。

ニュースリーダーは記者や海外特派員の経験者が多いが、BBC では以前、俳優が担当したこともあった。テレビニュースの表現形式は日本とも大差ないし、BBC と ITN との間でも大きな違いはない。強いて違いを挙げれば、ITN の方が映像に重点を置いている。BBC は文字や図形を使うことが多く、ニュースリーダーの顔出し（顔を見せてニュースを伝える）がかなり長目になる。送り手側は視聴者に理解してもらうためには映像ではなく、ニュースリーダーの説明が重要だと考えている。イギリスのテレビニュースは、迅速さ、正確さ、分かりやすさ、面白さといった条件のうち何を1番重要視するかと言えば「正確さ」なのである。

日本でも時間の長いニュースの場合、時々インタビューが入る。きき手は通常ニュースキャスターである。NHK の夜9時のニュースキャスターは英語によるインタビューもこなす人が多い。イギリスでも「ニュースナイト」や「チャンネル4ニュース」のように長いニュースではインタビューも入る。このような番組では、ニュースリーダーはニュースを伝えるほか番組の司会役やインタビュアーも兼ねるのでプレゼンターと呼ばれ、これは日本のニュースキャスター、アメリカのアンカーマンに相当する。しかし、イギリスのプレゼンターは独自のコメントをしてはいけないことになっていて、他人から意見を引き出すことはしても自分で解説することはしない。

この2つのニュース番組は看板的な存在だと紹介したが、日本で考えるように視聴率が高い番組だからではない。固い地味な内容だが、主に社会的に影響を持った人たちに见られる番組として放送局側は力を入れており、社会的な広がりのない犯罪、王室のニュース、スターに関係したトピックスなどは取りあげない。日本やアメリカの場合とは異なったニュース番組である。

次にアメリカのニュース番組に登場するアンカーマンについて見て行きたい。アンカーマンの名称や役割は、1952年に CBS のウォルター・クロンカイトが大統領選挙の党大会の番組ではたした役がもとになっていると言われている。それは、各候補の動きを何人もの記者にリポートさせ、それをクロンカイトが

まとめながら番組を進めるという役であった。現場や現地からの記者リポートをスタジオにいてつないで行く役割の人は司会者としてとらえていたが、党大会では記者リポートでさえも客観性を欠くことがあるので、それを補ったり、コメントを入れたりする必要がある。そこで、番組のはじめから終わりまで内容のバランスを保ち、時間の配分を押さえて行くアンカーマンが求められたのである。

アメリカでテレビニュースが放送会社のドル箱と言われるようになったころには、クロンカイトはアメリカを代表するアンカーマンになっていた。あるコメディアンがどのネットワークに出ているのか聞かれて答えられなくても、クロンカイトがどのネットワークに出ているのか、誰でもすぐに答えられるとまで言われた。このようなアンカーマンは自分の主張を番組の中で行うように思われ勝ちだが、彼は特定の主張に立つことによって多くの視聴者に尊敬されるようになったのではなかった。彼は UP 通信社 (後の UPI) から CBS に移った人で、報道と主張の区別を認識していた。そのクロンカイトがニュース番組の中で批判的なコメントをした代表的なケースは、1968年のベトナム戦争末期の情勢に関するものである。

現在のネットワークニュース番組は、放送会社側の管理がきびしいためにコメントはおとなしいものになっている。アメリカでも、アンカーマンはニュースの編集責任者や企業の経営者に規制されており、ニュースを取材し、書き、採否を決定する人ではないのである。しかし、この立場を変えることのできた人がウォルター・クロンカイトであり、自分を編集長の地位にまで引き上げてしまった。「CBS イブニングニュース」のアンカーマンをクロンカイトが1981年にやめたあと、ダン・ラザーが引きつぎ彼はクロンカイト以上の地位を与えられたが、いまやラザーのイブニングニュースは、CBS がニュース王国を誇った時代とはすべての事情が変わってしまった。一言で言えば、高級紙「ニューヨーク・タイムズ」のテレビ版を目指してきた CBS ニュースが、ショーを売るテレビ・ビジネスの中に組み込まれはじめていたのである。そして、センセーショナルな話題を折り込む情報番組（アメリカではタブロイド・ニュースと呼

ばれる。)が送り手側の経営者にも受け手側の視聴者にも歓迎されている。

以上は、CBS ニュースを中心に見てきたが、CBS, NBC, ABC の3大ネットワークと組んでいるローカル局のニュースにはネットワークニュースよりもくだけた演出を取るものがあり、視聴者に受け入れられている。例えば、ABC のある直営局のニュースは、アンカーマンとリポーターが雑談を入れる楽しいおしゃべり形式である。

- 1) 「NHK 報道の記録」刊行委員会編「NHK 報道の50年—激動の昭和とともに—」近藤書店, 1988, p.380.
- 2) 木村太郎「テレビはニュースだ NHK「ニュースセンター9時」の24時間」太郎次郎社, 1985, p.78.

第3章 ニュース番組の構成と演出

(1) ニュース・オーダーの考え方

テレビニュースの編集会議は、「NHK ニュース21」などのように特定の制作チームを持つ場合を除いて、毎日決まった時刻に関係者が集まり、当日から翌日にかけてのニュース取材予定表に基づいて定時ニュースの放送項目を決定する。取材部門はいくつかのグループに分かれているので、編集会議にはそれぞれのグループから代表（通常、デスクと呼ばれる責任者）が出席する。そして、各デスクの説明を聞きながら定時ニュースの編集長はどの項目がトップになるとか、どの項目がボーダラ（ボーダーライン＝最終的に放送できないこともあるすれすれの順位）であるとかといったニュースオーダーを決める。

では、このような順序の判断基準は何であろうか。毎日のルーチン・ワークの中では、ニュース制作にかかわる人たちが了解し合っている考え方がなければ、短い時間で手際よく編集会議を開くことはできない。そこで、ニュースバリューに関する基準がそれぞれのマス・メディアに形成されており、それに基づいて編集会議での交渉が行われ、編集長が決断を下すことになる。マス・メディアに形成されるニュースバリューの基準はそれぞれの企業の方針、番組の

性格、時の移り変りによって違いを生じるが、ここで対象にしている定時ニュースやニュース番組を見る限りでは基本的な部分に差はないと言える。

時間の長いニュース番組では全体の構成という考え方が加わるが、ニュース項目の扱いについて、NHK の夜9時のニュースとテレビ朝日系のニュースステーションの2回分を例に検討してみたい。まず、1988年5月15日の「ニュース・トゥデー」と「ニュースステーション」の比較である。この日は、企画ニュース以外のニュース（ストレート・ニュースとかハード・ニュースなどと呼ばれる）の大きな項目は＜ソ連のアフガニスタン撤退＞ぐらいのものであった。従って、トップの項目には両者ともこれを当てていたが、第2項目からはまちまちとなった。「ニュースステーション」は2番目に＜東郷元師を小学校の教科書に？＞を持ってきて、そのあとプロ野球関連の話題に多くの時間を配分し、プロ野球の話題以外で企画ニュースとして放送されたのは＜朝日の新週刊誌「AERA」編集長の周辺＞であった。一方、NHK の「ニュース・トゥデー」の方は、2番目に＜東京証券取引所に外国16社が参加＞3つ目は＜アメリカでスクールバス炎上＞であった。企画ニュースとしては、番組の後半で＜クレジットカードの学生証＞と＜韓国のマスコミ事情＞が放送された。

次は同じ2つのニュース番組の1991年8月2日の例である。この日はイラクがクウェートを占領した日から1年目に当たり、トップ・ニュースは「NHK ニュース21」と「ニュースステーション」とで異なっていたが、全体の構成を見るとストレート・ニュースについてのニュースバリューの考え方に大きな違いはない。「ニュース21」の項目は、トップが＜「富士銀行不正融資」元課長証言＞②番目＜「中東和平会議」イスラエル参加＞③番目＜湾岸危機から1年戦争は市民に何を残したか＞④番目＜攻防 PKO 政府案＞という順序であった。一方、「ニュースステーション」は、トップが＜国会で集中審議 損失補てんの「手口」は……＞②番目＜イスラエル参加 和平会議開催へ＞③番目＜中東はいま……＞と続き、スポーツ・ニュースが入ったあとの『主なニュース』の第1項目に＜PKO 政府案＞が放送されている。では、「ニュースステーション」のトップ項目をNHK では取りあげなかったのかと言うと、そうではない。

番組の後半『主なニュース』のあと、時間を長く取って〈証券不祥事 参院大蔵委で審議〉という見出しで放送している。構成上このようになった大きな理由は、NHKの場合「ニュース21」の前の比較的近い時間帯に夜7時のニュースが30分間設けられていて、これとの兼ね合いを考慮しないわけにはいかないのである。つまり、7時のニュースで時間をかけて取りあげたニュース項目は9時では表現形式の組み合わせを変えるとか、この日のように『主なニュース』のあとに持っていくといったような構成上の工夫をこらすことになる。

テレビニュースの受け手の立場では、以上述べたような送り手側の事情はわからない。では、ニュースバリューについてどんな考え方をしているのだろうか。大学生に対する調査でニュースバリューについての質問も行った。ニュースバリューについては意識しないと答えた学生が8%いた。ニュースバリューが高いと判断する基準は、1位が「長い時間をかける項目」で31.9%、2位は『「主な項目」に入っているニュース」、3位は「はじめの方に放送される項目」と「内容で判断している」という答えが並んだ。一般的な判断基準としては、1つのニュース項目にかかる時間の長さ、放送の順序が番組のはじめの方、『主な項目』に入っている、といった送り手側が設定した構成やニュース・オーダーを手掛かりにしている。

日本のテレビニュースの制作者がニュースバリューの基準として考えているのは現在でも、新聞記事の取材、文章の作成、編集の枠組みを通して築かれたものとはほぼ同じである。アメリカのCBSニュースも、クロンカイトがアンカーマンとして活躍した時代まではそうであった。クロンカイトは「毎日、APとUPIが打電してくる重要なニュースの一覧表を吟味して、その日の『イブニングニュース』をどのように構成すべきか」¹⁾考えたという。そのころの「CBSニュース基準」は面白いニュースよりも重要なニュースを取りあげることであった。例えば、1977年にエルビス・プレスリーが死んだとき、「イブニング・ニュース」はトップ項目としては扱わなかった。しかし、アンカーマンがラザーに変わったあとの1982年の例では、トップ項目は次のようにして決まった。このときのトップ候補は3つあった。フォークランド紛争、パレスチナ難民キ

キャンプの危機、イギリスのチャールズ皇太妃の赤ちゃんのうち、編集会議での激しい議論の末トップ項目となったのは、イギリス王室の赤ちゃんのニュースであった。このとき、編集長のラザーが考えたニュースバリューの基準は“世間話の原則”だと説明されている。つまり、夕方隣近所の奥さんたちが、今日何があったか話し合うとき、一番関心を持って話題にするのは皇太子妃のことだというのである。その後、1985年ごろのニールセンによるテレビニュース番組の視聴率調査で、「NBC ナイトリーニュース」が「CBS イブニングニュース」の視聴者を奪っているという分析が出た。そこで、ラザーたちは「イブニングニュース」の編集基準の変更を余儀なくされたという。

(2) リポートという形式

アメリカのテレビニュースは一言で言えば取材記者のリポートをつないで行く表現形式を取っている。日本のテレビニュースにもリポートが多用されるようになったが、表現形式がアメリカ型になったのではない。例えば、ブッシュ政権の反応を伝えるときに、日本に原稿を送ってスタジオのニュース・アナウンサーなりニュースキャスターなりがそれを読んでも一向に差し支えないのだが、現場からのリポートの形でホワイト・ハウスを背にして立った記者が伝えるということが多くなった。スタジオで伝えるのではなく現場や現地からという形を取ることによって、受け手の感覚や理解に積極的な効果が生まれると送り手側は考えている。放送メディアの持つ、活字メディアにない特性の1つは同時性である。生中継や生リポートによって、いま起きていることや、いま伝えたいことをいま伝えることができるのである。これを前面に出そうとすると、テレビニュースに中継の映像や現場リポートが多く使われることになる。つまり、現場第一主義という考え方も生まれる。NHKの「ニュース・トゥデー」のニュースキャスターをつとめた平野次郎は、送り手側に現場リポートや中継は「演出面からも番組全体にアクセントがつくという考え方がある」²⁾と指摘している。現場や現地からの情報に新しいものや決定的なものが含まれていない場合でも、視聴者を引きつける手段としてこの形式が採用されるのである。

ショー的要素の強いワイド番組やマガジン番組では、語り口に魅力のある人がことばによる表現を生かして話題を伝えることが一般化している。さらに、最近ではリポーターと呼ばれる人たちがカメラとともに現場や現地を歩いて話題を紹介する手法が多くなっている。リポーターが現場の映像とともにニュースや話題を伝える手法は、視聴者を現場に引き込み、その擬似体験に一層の迫真力を与えることになる。大学生の調査で、テレビニュースを見ても内容が中々印象に残らないが、どんな場合に印象に残るのか自由に記述してもらった。これを分類してみると、第1位が大きな事件・事故、戦争のニュース、第2位が自分に関係があるとか、興味があるといった身近なできごと、第3位が模型や図表を使った解説が入るニュース、そして第4位が現場や現地からの映像やリポートが入るニュースであった。第3位と4位はテレビニュースの表現形式にかかわるもので、現場リポートに力を入れる送り手側のねらいはある程度達成されていることがうかがえる。

前節で取りあげた1991年8月2日の「NHK ニュース21」にも、「ニュースステーション」にもリポートが多用されており、中東和平会議に関しては「ニュース21」がエルサレムとカイロからのリポート、「ニュースステーション」はエルサレムからの生リポート、さらに、湾岸危機1周年に関しては「ニュース21」がバグダッド、クウェート、アメリカから、「ニュースステーション」がクウェート、バグダッド、エルサレムからのリポートを放送した。（湾岸危機1周年のニュースは表現形式に工夫がこらされており、「ニュース21」はドキュメンタリー的にまとめた20分もの、「ニュースステーション」はドキュメンタリー、インタビュー、スタジオの解説者の話で構成した31分のものであった。）

日本のテレビニュースがアメリカのように主として記者のリポートで構成する表現形式を取らないのは、すでに述べた過去の実態に基づく理由のほかに、ニュースのある項目を視聴者がはじめて見た場合でもよくわかるように、きめ細かく表現しようとする制作姿勢があると思われる。テレビニュースは新聞と異なり1日に何回かの放送時間があるが、その内容は中々視聴者の記憶に残らないものである。磯村尚徳によると、「欧米ではテレビニュースの使命は新

聞を買いにいく気をおこさせるだけでいいと割りきって」³⁾ いるという。しかし、日本ではこのように割り切ることはないし、リポートは表現手段の1つにすぎない。基本的には、現場リポートの内容は記者がそこで取材したことが中心であり、それ以外の、ニュースに必要な情報はスタジオのニュースキャスターのコメント、あるいはほかの方法で伝えるようにし、ニュースの要素に不足を生じないようにしている。

(3) ニュース番組の中のインタビュー

ニュース番組の中にインタビューという表現形式が使われる理由として送り手側は次のような点をあげている。当事者主義という考え方があるが、ニュース番組はニュースの対象や関係者が画面に登場したり、当事者に近い人が話したりすることによって、視聴者にリアリティを感じさせる。従って、当事者のインタビューや現場で取材した人のリポートが重んじられる。また、事件や事故など突然発生する情報はそのときの状況をそのまま映像で伝えることは偶然の要素がない限り不可能である。そこで、目撃者に対するインタビューを行い、その人の話と現場の映像から視聴者は事件、事故の発生を擬似体験することができる。

さらに、ニュースキャスターを設けるニュース番組では、キャスターの存在感が視聴者を引きつける上で大切である。その点でインタビューという形式は大きな力を発揮する。キャスターはテレビの前にいる視聴者の気持や期待を受ける形でインタビューを行うことになる。日本のニュース番組のインタビューは一般的に抑制がきいていて、相手を怒らせたり困らせたりすることが少ない。しかし、時には挑発的な質問も出る。インタビューからスクープ的な情報がとび出すこともあり、これがインタビューに対する期待の1つでもある。その1つの例を「ニュースセンター9時」のキャスターをつとめた木村太郎があげている。アメリカのカーター元大統領が来日したときのインタビューである。大統領選挙のときカーター側の秘密の討論資料が相手側のレーガン陣営に渡っていたという疑惑が表面化していた。カーターが日本で新しい事実を口にするこ

とは期待できなかったが、木村はインタビューの切り出しを工夫した。『『私も討論資料が手にはいってれば、このインタビューも楽にできるでしょうに』『ホワイト・ハウスにいけば手にはいるかもよ』⁴⁾ カーターはレーガン陣営をあてこするような冗談で切り返した。このインタビューは東京にいるアメリカの特派員たちの注目するところとなり、一問一答がアメリカに伝えられた。

ニュースと娯楽を混合させたショー的な要素の強いワイド番組やマガジン番組では、スターなど有名人に対するインタビューが売り物の1つになる。アメリカのこの種の番組には、アドバルーンをあげたい政治家が出演する機会を求める傾向が見られる。

インタビューという形式は番組の演出効果に寄与する反面、問題点や危険性を抱えている。当事者主義の考え方に従えば、ある人にかかわる事件なり話題なりが発生した場合、その人のインタビューを速やかに番組に登場させることになる。事件、事故の犠牲者の肉親に対するインタビューも行われ、視聴者の批判を浴びる。また、賛否に分かれるある争点について過剰な反応と思われるインタビューが放送され、かたよった印象を視聴者に与えることがある。特に生のインタビューは放送前の取捨選択が行えないので、ハプニングを避けることができない。「CBS イブニングニュース」のアンカーマン、ダン・ラザーは1988年に次のような体験をしている。当時のブッシュ副大統領とイラン・コントラ事件とのかかわりに迫ったニュースのとき、5分間のレポートだけでなく、そのあと副大統領とラザーとの生インタビューが設定された。インタビューではラザーのブッシュ追及がはじまるはずだったが、実際には副大統領が筋書きをひっくり返し、ラザーの質問を無視してラザーの過去の落ち度をあげてまくしたてた。ラザーはいら立ち、取り乱した。アメリカでは犯罪の容疑者を追いかけたり、待ち伏せしたりしてインタビューすることが行われるが、アメリカのニュース週刊誌「タイム」はこのできごとを「失敗した待ち伏せ攻撃」というタイトルで特集を組んだ。（待ち伏せは英語でアンブッシュと言い、ブッシュ副大統領の名前とかけている。）

(4) テレビニュースと映像

第1章で述べたように、日本のテレビニュースは、はじめニュース映画の映像を引きついだが、やがてニュースアナウンサーが伝えるコメントが主になり、ニュースフィルムの映像は従とされた。その後、テクノロジーの進歩とともにさまざまな映像を速かに送り手側が入手できるようになった。現在の送り手側のニュース映像作法はどんなものであろうか。ニュース映像というものは録画のあとビデオを編集するとき、必要と考えられる映像が取材されていないとすぐにつけ加えることができないし、ニュースとして組み立てられるように取材されなければならない。タックマンが指摘するように、テレビニュースの映像は、送り手側が持つ原則や慣習や社会的な枠組から作り出される。

当事者主義という考え方は、ニュースの内容を事実として伝えるために映像面でもいかにして現実性（リアリティ）を受け手に感じさせるかということである。NHKの西昭道は、「ビデオ時代の映像作法は確立されていないが、ビデオによる映像は臨場感があるので何となく見せてしまうところがある。」と述べている。小型テレビカメラにはズームレンズがついているので、カメラマンは動かずにズームインによって遠い対象に寄ることができる。ズームが無かったときはカメラマンが自ら対象に近づく映像も用いた。この場合、映像を見る視聴者は自分が相手に近づいて行くように感じたが、今はこれがなくなった。また、フィルムニュースのときはカットを細かくして撮影し、その中のいいカットを効果的につなぐという編集を行ったが、今のビデオ編集はニュース原稿の妨げにならなければよいという程度にしか考えられていない。この点、ニュース原稿の表現が骨組み中心になったことも含めてニュース表現の向上とは逆行する部分である。

次に、映像という表現形式の持つ事実性とドラマ性についてふれておきたい。ラジオニュースの時代には記者が事実をどう受け止めるかという過程を通してニュース原稿にドラマ性が生まれるが、現在はそれがなくなった。しかし、映像にはドラマ性を生むさまざまな手法がある。まず、スローモーションは、テレビニュースでは容疑者が警察へ連行されるときなどの短い時間のカットやス

ボールの瞬間的なプレーを見せる手法として使われる。2番目はカメラアングルである。アメリカでは、ニュースカメラマンは正面から写すことによって事実性を出すようにしているという。映画で使われるようなローアングルとか、クレーンに乗って上から撮るアングルは原則として避けるのである。つまり、人の目の高さで見るアングルというのがカメラマンに求められる原則である。この点は日本でも同じである。人物を写すときは特にニュースの客観性を保つ上でこの原則を守る必要がある。また、クローズアップ（大写し）のショットも使われない。

こうした原則を設けても、映像を伴うテレビニュースは時間の長短にかかわらず一種のドキュメンタリーであり、そこにはドラマ性が持ち込まれる。ニュース映像は撮影したものを編集する人にも、また視聴者にもわかりやすいものでなければならない。そこで求められるのはストーリー性である。しかも、映像が単調にならないように多様性を持たせる。ストーリー性に従って工夫される映像は、時には視聴者に事実から離れた認識をもたらす例をアメリカのABC ニュースから取り上げてみたい。これは、1979年、アメリカのスリーマイル島で起きた原子炉事故などについてアメリカの三大ネットワークニュースがどのように扱ったかという分析研究である。研究者によると、ABC ニュースは映像、コメント、音を悪夢的メロドラマのように一体化させていた。現地リポーターがリポートするとき、映像には中世の城を思わせるような冷却塔が導入部と締めくくりに使われた。また、別の日のリポートでは放射能を含んだヨードが見つかったとリポーターが伝えた。これは事実ではなかったが、このときの映像は遠くに冷却塔が見える野原で草を食べている雌牛で、映像のバックには赤ん坊の鳴き声とガイガー計数管の音が使われた。このようなパターンは例外的なものではなく、分析の対象にした大きな事件のすべてに見られたという。

映像が視聴者の印象に強く残ることは、すでにリポートに関連して紹介した大学生の調査にも表われていた。上述の放射能を含んだヨードのニュースの場合は、映像と音声部分が相乗作用をおこしてその乳牛からしぼられる牛乳

への恐怖を強調した。映像とコメントの内容が逆の場合はどうであろうか。アメリカの CBS ニュースで次のような事件があった。当時のレーガン大統領を真っ向から批判するある記者の締めくくりのところを経営者側の指示で構成し直したのである。その部分を頭の方に移した上に、記者の姿の代りに別の映像がはめ込まれた。映像とコメントが相反する場合、視聴者にどんな効果を生むかという点で、政治評論家のマーティン・シュラムは次のように言っている。「たとえば、政府の老人対策を批判するリポートを聞きながら、大統領がにこやかに新しい老人ホームの開所式のテープカットをしている映像を見たとき、視聴者の心に残るのは映像だけだ。」⁵⁾ 以上見てきたように、テレビニュース制作者に映像作法についての慣習はあるものの、映像が視聴者に与えるインパクトの強さはさまざまな問題を含んでいる。

- 1) ピーター・ボイヤー著 鈴木 恭訳「ニュース帝国の苦悩—CBS に何が起こったか」 TBS ブリタニカ, 1990, p.178。
- 2) 平野次郎「テレビニュース」 主婦の友社, 1989, p.47。
- 3) 磯村尚徳「続ちょっときざですが」 講談社, 1983, p.140。
- 4) 木村太郎「テレビはニュースだ」 太郎次郎社, 1985, p.40。
- 5) ピーター・ボイヤー著 鈴木 恭訳 前掲書, p.190。

お わ り に

テレビニュースの表現形式は送り手側の組織のルーチン・ワークの中で作り出される。そこでは、ニュースバリューの基準もニュース制作の手順もニュースの表現形式もパターン化したものが要求される。そして、ニュースの表現形式はテレビ局経営者の方針の影響を受けながら時の移り変りとともに変化を見せている。テレビニュースをわかりやすく見せるという点で、模型、図表などの利用、ニュースキャスターや解説者のコメントは適宜、組み合わせられて、受け手の理解により効果をもたらしていると言えるだろう。しかし、受け手は、送り手側がどのようにテレビニュースを作り出して放送するのか知ることができないし、通常、マス・メディアが送り出す情報以外にニュースを知ることとは

できないのである。しかも、送り手が受け手の関心を引きつけようとしてニュースをドラマチックに、あるいは面白く表現していても、受け手はニュースの事実性を疑うことはない。1990年に大学生150人に聞いた調査の中に、番組の内容に対する信用性は何によって判断するかという項目がある。結果は複数回答であるが、第1位は「番組や放送局による」というもので、送り手に対する評価が信用性の基礎になっている。第2位は「ニュースキャスターも含めた発言者による」という内容であった。これは、ニュース番組の表現形式が内容に対する信用性を判断する基準になっていることを示している。

ニュースは、その正確さや公平さが第1に求められなければならないが、受け手がテレビニュースを視聴するときこれを検証することは困難である。そこで、受け手側はさまざまな機会にニュースやニュース番組に何を求めるのか、はっきりした姿勢を送り手に示す必要がある。

参 考 文 献 (引用文献以外のもの)

- 1) ロバート・メッツ著 岡村黎明訳「CBS—アメリカ TV 界の内幕」 サイマル出版会, 1981。
- 2) 馬場恭子『アメリカテレビ界のドル箱—ニュース番組』Business View 別冊「ザ・ニュースショー」グロービュー社, 1981。
- 3) NHK 放送世論調査所編「テレビ視聴の30年」 日本放送出版協会, 1983。
- 4) 木村太郎「ニュースへの挑戦」日本放送出版協会, 1988。
- 5) マーチン・メイヤー著 大谷堅志郎・川崎泰資訳「ニュースとは何か—不屈のジャーナリズム」 TBS ブリタニカ, 1989。
- 6) 秋島百合子「アナウンサーはなぜ消えたのか」 草思社, 1989。
- 7) G. タックマン著 鶴木 眞・櫻内篤子訳「ニュース社会学」 三嶺書房, 1991。
- 8) アレックス・B・ブロック著 渡辺昭子訳「米国メディア戦争最前線—全米 TV 界制覇戦略」 角川書店, 1991。