

“情報のストーリー化”とテレビメディアの性^{さが}

“Storylike information”
and the nature of TV media

森 憲 一*

Kenichi Mori

Abstract

We are surrounded by storylike information that is composed of “lines” connecting facts. However, those “lines” are not necessarily fact.

Facts that are told as a storyline, rather than fragmentary one, enable audience to understand overall concept easily. It even helps them to use their imagination beyond the facts, which might make the information more valuable to them.

However, in the process of forming a story, some certain facts may be omitted. It's also possible facts may get connected in incorrect orders, which leads the relation of cause and effect to be reversed.

Given audience trusts Japanese TV media to provide information in a fair and public manner, it is critical to ponder on how they should convey information.

This thesis, in this sense, aims to clarify difference between TV media and other media such as Social Networking Service. Furthermore, it examines objectivity of the information that TV media broadcast.

1 はじめに

容疑者の部屋に、テレビとゲーム機。

2019年5月に川崎市で、スクールバスを待っていた小学生と保護者が次々に刺され20人が死傷した事件について、ニュース番組がゲーム機をことさら強調し犯行と紐付けているとSNS上に批判があふれた。また、「引きこもり」との報道についても、「引きこもりの人が事件を起こしかねない」といった偏見を助長すると

の指摘が相次いだ。

例えば、容疑者の部屋に、目覚まし時計やロボット掃除機があったとしても、ニュースとして取り上げられることはないだろう。あくまでも犯行の動機にアプローチするための報道である。

多くの人が納得する結論に収斂させようとする意図がテレビメディア側に無かったとしても、情報を受け取る側は、容疑者の日常生活と犯行動機を結びつける可能性は十分にある。近隣住民による「あいさつをしない」「目立たな

* フジテレビ 情報制作局 情報メディア統括部長

い存在」といった証言や少年期の作文、専門家による心理分析なども、テレビメディアが事件の直後から犯行動機の解明を急ぐ傾向にあると指摘される要因だろう。

テレビメディアは、いつの時代も批判にさらされる。番組制作の裏側にまで監視の目が向けられ、とりわけソーシャルメディアによる批判は、もはや、お約束のコンテンツになっている。一方、テレビメディアとソーシャルメディアで、情報発信における様々な相互関係が生まれていることは興味深い。

いま一度、テレビという“玉手箱”の中を覗き込むと、人とメディアの危うくも緊密な関係が見える。

人は、なぜ情報にストーリーを求めるのか。

テレビメディアが、容易には逃れることのできない性^{さが}についても、少し遠回りしながら考えてみたい。本論は、あくまでも番組制作者として私個人の考えをまとめたものであり、中には自分自身が犯した過ちの告白もあることをご承知いただきたい。

2. メディアによる情報の伝わり方

インターネットで「イタリアン・絶景・女子会」などのキーワードを入れて検索すると、レストランの情報を簡単に手に入れることができる。キーワード検索はあらゆるシチュエーションで行われ、現代人はキーワードさえあれば「答え」にたどり着く生活に慣れ過ぎてしまっているといえよう。そして、私たちはインターネット検索によって、社会の様々な事象や出来事を単純化、類型化してはいないだろうか。

2019年4月に東京・池袋で、高齢者が運転していた乗用車が暴走し、母子2人が死亡、乗用車を運転していた高齢者を含む10人が負傷した。SNS上では、運転していた高齢男性が「なぜ逮捕されないのか」という疑問の声が相次ぎ、様々な憶測を呼んだ。その翌々日に神戸市で、市営バスが歩行者をはねて6人が死傷し

60代の運転手が逮捕されたことから、二つのケースが比較された。池袋で起きた事故の加害者が「旧通産省の元官僚だったため、警察の付度が働いたのではないか」「上級国民は逮捕されない」などの憶測に加えて、加害者の呼称についても、池袋の事故が肩書きや敬称・匿名なのに対し、神戸の事故では実名で容疑者と報道されたとの批判がマスメディアにも向けられた。

こうしたソーシャルメディアによる憶測が広がったことによって、ニュースや情報番組・新聞までもが取り上げる異様な事態に発展した。

池袋の事故で、加害者が直後に逮捕されなかった理由として、病院に入院し逃走の恐れがないことや、事実関係を認めてドライブレコーダーを提出し証拠隠滅の可能性がないこと、入院中に逮捕した場合、原則48時間以内に容疑者を送検するか釈放するかを判断する必要があること、十分な捜査を行えない可能性があることをマスメディアは明解に示した。

なぜ、事故を起こした元官僚の男性や警察、マスメディアに対する根拠のない情報が、ソーシャルメディアで独り歩きしたのだろうか。その背景に、官僚による相次ぐ不祥事で、十分な説明がないまま幕引きが図られているといった不信感から、政権に近い人物が守られているという論理に飛躍したのではないかとの見方もあるようだが、真相は定かでない。

次に、テレビメディアからの情報の伝わり方について考えてみたい。通り魔事件や家族間の殺人事件が起きた際、テレビメディアが容疑者の人柄や日常生活について「引きこもりがち」と報道するたびに、SNS上で批判が巻き起こる。事件の要因の一つとして「引きこもりがち」ということはあったかもしれないが、一つの情報に引っぱられてしまうことによって、犯行動機が、より複雑で微妙であることが抜け落ちてしまう可能性は十分にある。ニュースや情報番組が、法廷で事件の詳細が明らかにされるのを待たず、「正解」を求めようとする傾向にある

ことは否定できないだろう。

視聴者もまた、テレビメディアが伝える出来事について、安易に単純化・二極化・類型化されていないかどうか、勧善懲悪や恣意的・紋切り型な取り上げ方になっていないかなどについて吟味することが求められる。

3. 人はなぜ、情報にストーリーを求めるのか

そもそも人と人の会話は、およそすべてがストーリーといえる。ストーリーを物語と翻訳すると、あたかも作り話であるかのように誤解されるかもしれないが、事実をストーリー仕立てにして伝えることによって、受け取る側は事実の外にまで想像力を働かせることができる。世の中のオピニオンやトレンドの形成も、その過程には情報のストーリー化があるといえよう。

例えば、警察の捜査でも情報のストーリー化は行われる。刑事たちは事件の筋を読み、見込みを立て、あり得るストーリーを描くことによって仮説を導く。考えられる仮説を同時に何本も立てて真偽を検証し、証拠固めが行われる。

では、テレビメディアでは、なぜ情報がストーリー化されるかについて考えてみたい。取材で集められた断片的な情報は、そのまま放送しても視聴者の頭に入りづらく、情報の羅列は記憶にも残りにくい。そのため、容疑者の供述や知人の証言による断片的な情報が、一つのストーリーとなって伝えられることによって、受け取る側は事件の概要を理解しやすくなる。

次に、事件報道における5W1HのWhy?について考えてみたい。情報が整理される過程において、因果関係が加わることによって、ストーリーはより頭に入りやすくなる。例えば、歴史の出来事と年号を丸暗記するより、なぜ「本能寺の変」が起きたかという因果関係が加わることによって、その出来事の前後が自ずとストーリーとして並び立つことから、より理解を深めることができる。

しかし、テレビメディアが情報をストーリー

化する際に、「AのあとにBが起きた」とした場合、視聴者は、Aが理由でBが起きたと考えてしまうばかりか、その前後関係にナレーションや編集、音楽といった演出が加わることによって、ストーリー化された情報が、まるで原因の説明であるかのように感じてしまう可能性がある。

Why?の答えは、出来事の原因だけに限らず、出来事の原因・理由・目的・意味となることもある。しかし、人は個別の事例から一般論を帰納して、その一般論から演繹して新たな事例の原因・理由を理解しようとする傾向にあるため、事件の概要を理解したような気分になってしまう。

このようにしてストーリー化された事件の概要を知ることは、受け取る側の体験となり、家族や知人との関係や、生活環境を重ね合わせるによって、より防犯意識を高めることにつながる可以说是といえよう。

この場合のストーリーとは、もちろん架空ではなく、一つ一つの事実を結ぶ「線」を意味する。ここで注意しなければならないのは、論理的に矛盾がなく、一貫しているストーリーに対して、視聴者は鵜呑みにしてしまう傾向にあるということである。事実でないところを線で結ぶことは許されないのはもちろんだが、線で結ばれないまま取り残される事実もある。また、事実と事実の順番を入れ替えることで、原因と結果が入れ替わってしまうこともある。その場合は、もはや、ストーリー化の域を超えて事実をねじ曲げているといわざるを得ない。

マスメディアには、編集長というポジションがある。編集責任者が情報の出口でフィルターの機能を果たし、情報の信頼性をチェックすることが、ソーシャルメディアと最も異なる点である。

ソーシャルメディアは、新聞社などから配信される記事を掲載するなど、情報が断片的に提供されるため、情報の一貫性や隣接する記事の信頼性を担保する立場にはない。一方、視聴者

からの信用を最大の抛り所とするテレビメディアによる誤報や捏造は、社会的な立場を失うことにつながる。

4. 偶然性と必然性のサスペンス

事件や事故に巻き込まれる被害者については、ある日突然、交通事故に遭遇したり、通り魔に刺されるなどの「偶然性」と、ストーカーや怨恨による殺人など、必ずしも「偶然性」とはいえないケースがある。一方、加害者についても、意図せず人を傷つけてしまうことや、交通事故を起こしてしまう「偶然性」と、意思や計画性を持って殺人事件を起こす「必然性」がある。

私が、朝の情報番組「情報プレゼンター とくダネ！」(フジテレビ)のプロデューサーを務めていた頃、意識して取り上げるようにしていたニュースがある。それは、視聴者の日常生活に関わる事象であるとともに、注意喚起を促すことを目的としたニュースである。例えば、冬は空気の乾燥によって住宅火災が増える。火災の原因や燃え広がり方、住人がどのように逃げたのか、または逃げられなかったのか、生死を分けたのは何だったのか、取材を進めると、実は起こるべくして起きたのではないかという必然性が見えてくることもある。視聴者は、必ずしも燃え盛る映像のインパクトのみに興味を持つのではない。火災を防ぐための正しい知識を持つことや習慣づけを促すことも、ニュースや情報番組の使命である。

交通事故のニュースも同様のことがいえよう。2019年5月に滋賀県大津市の交差点で、直進車と右折車が衝突し、信号待ちをしていた保育園児が巻き込まれ、16人が死傷した。事故が起きた経緯について取材すると、海や湖に面した道路は、建物が並び建つ道路と違って運転手がスピードを感じづらいことや、事故現場となった交差点では、日頃から右折車と直進車がひやりとするケースが多いとの証言があるこ

と、交通量が多い道路の交差点にも関わらずガードレールやポールが設置されていないなど、第三者を巻き込む死亡事故につながった要因がいくつも見えてくる。事故が起きた道路や交差点の環境や安全対策、通行する車両や人々の日常の行動を知ると、必ずしも偶然の惨事とはいえないことを、視聴者は自らの体験や生活環境と重ね合わせることによって感じるができる。

もう一つ、交通事故で後を絶たないのが、両親や祖父母が運転し、車両をバックギアで車庫に入れようとする際、誤って我が子や孫をひいてしまう悲劇だ。こうした事故が起きるたびに、車両のどこに死角があるのかを運転手の目線で映像検証することが、視聴者の注意喚起につながるものと考えられる。こうした痛ましい事故が、視聴者の生活圏に潜んでいることや、我が子を死なせてしまった遺族としての悲痛な心のうちを伝えることが、悲劇を招く要因を排除する一助となることを願うばかりである。

テレビメディアによる情報のストーリー化は、偶然と必然が織りなすサスペンスだけではない。独自の取材によって、加害者や被害者となった人たちの「人生」を伝えるための手段でもある。

5. 「劇場型」報道とテレビメディアの特性

新聞や週刊誌と違って、テレビメディアには映像という利点がある。映像的なインパクトが強いほどニュースとしての価値が高まるのがテレビメディアの特性で、経済ネタなど映像になりにくいニュースよりも、事件や事故・台風などが映像の利点を活かすことができるといえよう。

例えば、テレビメディアによる選挙報道について考えてみたい。選挙で各政党が訴える政策は、有権者にとって重要だが極めて映像にしづらい。ゆえに政策を取り上げる場合は、討論形式にしてスタジオに熱を持たせるなどの方法が

用いられることが多い。一方、政局はいわば権力闘争であり、政党と政党の攻防にとどまらず、人の野心や上昇志向が見え隠れすることから、エンターテインメント性あふれる「政界劇場」へと発展することがある。

2005年にテレビや新聞などマスメディアは、選挙報道のあり方について苦い教訓を残した。

当時、小泉純一郎総理大臣は「自民党をぶっ壊す」と叫んで自民党の総裁選挙に勝ち、タイトルや見出しになりやすいワンフレーズのワードを掲げることで人気を獲得していった。そして、「郵政事業の民営化に賛成か反対か」という分かりやすい対立構図を作ったうえで、衆議院議員選挙に臨み「小泉劇場」は幕を開けた。

自民党は郵政民営化に反対する造反議員を公認せず、それどころか造反組が出馬する選挙区に、次々と「刺客」を立てるなどサプライズを連発した。

テレビ業界では、よく「画^えになる」という表現が用いられるが、このサプライズはまさに画になった。「造反」「刺客」というヤクザ映画か時代劇に出てくるような刺激的なワードに加えて「画になる」サプライズの連発にテレビメディアはことごとく反応した。選挙報道は、候補者の政治家としての資質や政策より、「くノ一候補」「マドンナ対決」といった主役たちのファッションやパフォーマンス、日々の現象を追いかけることに終始する異様な状況となった。「刺客」として「造反議員」を破り、当選した新人議員たち「小泉チルドレン」は、テレビメディアが「小泉劇場」を後押しして作り上げた産物だったといえよう。

小泉総理によるサプライズは、メディアにとっては蜜の味と言わんばかりだった。この頃のテレビメディアは、サプライズのない政治を物足りないとする体質になってしまい、自民党の大勝というクライマックスに向けたストーリーに拍車をかけることになった。

選挙戦は、郵政民営化を巡って繰り返される自民党内の争いばかりに注目が集まり、野党

は完全に置き去り状態だった。選挙で大敗した民主党の岡田克也代表が残した言葉がある。「民主党は敗者となったが、メディアもまた敗者ではないのか」

小泉総理が、テレビメディアの「映像」という特性を最大限に利用したという批判が高まり、テレビ局や新聞は、選挙報道について政治的公平性が保たれていたかなど、自らを厳しく検証した。

しかし、「政界劇場」はその後も繰り返される。2017年に小池百合子都知事が率いる都民ファーストの会が大勝した東京都議会議員選挙で、ニュースや情報番組による「政界劇場」が繰り返し放送されたことから考えても、政治のポピュリズムとテレビメディアの関係は、根が深いといわざるを得ない。

6. ドキュメンタリーは真実を伝える？

一般的に、人が人に何かを伝えようとするとき、事実についての価値の大小は、無意識に選別されている。それは、すなわち「編集」という行為である。

ドキュメンタリーは、社会問題・動物・仕事・家族・歴史・芸術などテーマの幅は広いが、映像を「編集」する作業を経ることで共通している。編集とは「切って貼る」行為であり、制作者はミクロとマクロの視点に繰り返し立つとともに、客観と主観のポジションを行ったり来たりする。

ドキュメンタリーは、映像と音声を記録する証拠能力を武器に、事実を切り取ってストーリー化するが、インタビューの中からどの発言をピックアップするかについては制作者に委ねられ、証言の一部を削除することや順序を入れ替えることもある。こうして紡がれたいくつもの事実がストーリーを構成する。事実は客観的な事柄で、誰から見ても一つであるのに対し、真実は主観的な事柄とされ、人の数だけ存在する可能性がある。

では、ドキュメンタリーは真実を伝えるかと問われれば、私は、本当の事を全て明らかにするわけではないが、嘘はつかないと答える。そして、嘘をつかないとする根拠は、視聴者と取材対象者を裏切らないという倫理的なルールでしかない。

ドキュメンタリーの編集は、多くの事実を部品として一つずつ組み立てる作業で、主人公を通して何を伝えたいかというテーマを設計図の柱とする。例えば、主人公の仕事観をテーマにして描くドキュメンタリーで、主人公の性格をどこまで詳細に描く必要があるかについては、制作者がドキュメンタリーで「伝えたいこと」に大きく関係する。ドキュメンタリーを構成する一つ一つの事実は、一見「客観性」を持っているようであっても、制作者が掲げるテーマを柱に編集を行う点において、制作者は「主観性」から逃れることは出来ないと考えるべきだろう。違う制作者が同じ題材を扱ったドキュメンタリーを制作した場合、それぞれの制作者は、掲げるテーマを柱に撮影や編集を行うため、全く違ったストーリーが出来上がることになる。

調査報道と呼ばれるドキュメンタリーが、取材を積み重ねて事実を掘り起こし、真実に迫る過程をストーリーにするのに対して、人間の生き方を描くドキュメンタリーは、主人公の内面や人間関係を描くことを構成の要素とするため、ストーリー性はどちらかというとドラマの脚本に近い。ドキュメンタリーとドラマにおけるストーリーの違いは、ドキュメンタリーがゴールありきではないという点にある。

調査報道からバラエティの演出にいたるまで、ドキュメンタリーという表現方法は、明確な境界線を持たないのが特徴でもある。例えば、バラエティ番組のロケで、タレントではなく一般人を取材し、その人物を「すごい人」「おもしろい人」というタッチで取り上げることがある。制作過程の初期段階で、番組構成のすべてが制作者の頭の中でイメージできていることは稀であって、むしろ多くの場合は取材やロケの

「撮れ高」によってシーンの分量や構成が変わることが多い。

ドキュメンタリーの制作者にとってストーリーの着地点を決められないことは、面白くもあり怖くもある。また、取材対象者から人生を委ねられるほどの信頼が得られているかどうか作品の価値に大きく影響する。制作者と取材対象者は相互作用の関係にあり、ガラス細工のように脆く壊れやすいことが、逆に緊張感となって番組を見応えあるものにすることもある。ゆえにドキュメンタリーの制作者は、ある意味“人間通”であることが求められる。

7. 誰のためのテレビメディアか

テレビメディアは、視聴者が広くその事実を知りたいと思い（公共性）、社会に広く利益をもたらす（公益性）ことを“拠り所”とし、誰か個人の利益に大きく寄与する放送であってはならないとのスタンスが求められる。

耳が聞こえないという障害を乗り越え、交響曲などを作曲したとして、2014年にテレビなどで紹介された人物が、実はゴーストライターに作曲を依頼し、自らの作品としていたことが発覚した。この人物について、NHKと民放キー局は「全ろうで作曲していた」と信じてニュースや情報番組・ドキュメンタリー番組で取り上げた。主人公が持つ能力について、あたかも奇跡のストーリーであるかのごとく伝えたのだが、その後の本人の謝罪会見によって、各局がウソを見抜くことができなかったことを謝罪する事態となった。

テレビメディアは、放送の影響力を利用しようとする人の存在を意識して、取材対象者と接しなければならない。しかし、制作者は、取材対象者が番組に対してどの程度の期待感をもっているか、その期待の大きさや内容を正確に汲み取ることは難しい。私がプロデューサーを務めていたドキュメンタリー番組「ザ・ノンフィクション」（フジテレビ）の視聴者から「なぜ

一般人が、カメラの前でプライバシーをさらけ出せるのか」という質問を受けたことがある。例えば、取材対象者が自身の経営する店の宣伝効果を期待し、プライバシーよりも放送されるメリットを優先することは十分にあり得る。また、長期にわたる密着取材の場合、取材対象者が撮影されることに慣れ、ストーリーの主人公として自身をもっと良く見せたいという意識が芽生え自己を演出することもある。ゆえに、ドキュメンタリーの制作過程における様々な事象を勘案し、放送すべきでない判断した要素を取り除くことも、編集という作業に委ねられる。

ニュースの取材でも、人はカメラを向けられれば、その瞬間は自分が主人公だと感じることもあるだろう。ハロウィーンやサッカー日本代表の試合当日に、渋谷に集まって騒ぐ若者たちを取材する際、カメラを向けられた人物の行動が大胆になることがある。大阪の道頓堀川に飛び込む人や、成人式での異常な騒ぎについて、テレビメディアが彼らの行動を煽っているのではないかという批判もあり、近年は、取材対象者とカメラの距離や照明の使い方などについても配慮されるようになってきている。

また、ドキュメンタリーの主人公が、放送後に思いもよらない状況に立たされるケースもある。放送された映像がSNS上に貼り付けられ、心無いコメントや誹謗中傷が書き込まれるなど、さらし者にされることがある。番組に対する評価や異論・反論は当然あってしかるべきだが、テーマやストーリーを曲解し、顔や名前を明かすことなくSNSにコメントする行為によって、取材に応じてくれた人が“公開処刑”されることは、許容される範囲を超えているといえよう。

このようにしてドキュメンタリーは、公共性と公益性・プライバシーの保護などがせめぎ合いながら制作されている。

テレビメディアは、制作者側からは伺い知ることができない視聴者の知性や感性を想像しながら、様々なストーリーを発信する。

そして、視聴者は、ドキュメンタリーの主人公の生き方を通して、多種多様な価値観に出会うことができるほか、ニュースや情報番組からは、生きる術を学ぶこともある。また、人は日々のニュースの中にのみ生きているわけではなく、ドラマやバラエティなどのエンターテインメントやスポーツ中継によっても、社会と対話する機会を持つことができる。

8. それでも、テレビは客観的メディアか

テレビメディアは、ジャンルによって自らスタンスを定義し、自らの責任において信頼性を維持している。中でも、ドキュメンタリーとバラエティにおいては、事実の取り扱い方についてスタンスが問われる。それは視聴者や取材対象者との信頼関係とも言い換えることができる。

テレビメディアが、公正中立のバランスを強く意識するのは、意見が対立している事案や係争中の民事裁判・政治報道などである。一方、スポーツ中継は、国際大会でのニッポンやホームチームに肩入れすることも多く、スポーツをエンターテインメントと位置付けるならば、判官鼻根を好む日本人の気質に合わせるスタンスもある。

国民の「知る権利」は、ときに「視聴者のニーズ」という言葉に置き換えられる。テレビメディアには、受け取る側の求めに応じようとするサービス精神と、視聴者を怒らせ、泣かせ、笑わせるなどの感情を刺激する特性がある。

ニュースや情報番組といえども、民間の放送局は、収益のもとになる視聴率を意識せずに番組を制作することはない。ターゲットとなる視聴者層がサラリーマンなのか主婦なのかによって、放送する項目の順番や放送枠の長さが決められる。コメンテーターも専門家から芸人まで幅広い。キャスターは、ニュースへのコメントが一方的な論調に偏らないようバランスをとるものの、意見が対立する問題について、全ての

立場から等しく距離を置くことは難しく、ましてや、その瞬間において、公平で客観的な放送などあり得ないといえよう。

選挙が近づくと政治ネタを取り上げる機会が増えることから、番組の中で政治的公平性を保つことが求められる。例えば、生放送のゲストとして政治家が出演する場合、発言の機会を均等にするなど配慮がなされる。では、発言時間をストップウォッチで計測するのかといえば必ずしもそうではない。同一の番組が一週間の帯で政治をテーマに取り上げ、日替わりで各政党から出演者を招くなど一週間を通して公平性のバランスをとる方法や、質問内容や批判の程度を均等にするなど「質的な公平性」を保つ工夫がなされる。

テレビメディアは、放送法によって「政治的な公平性」が求められているため、法改正がない限り「公平性」という枠からはみ出ることが許されない。

では、テレビメディアの公平性や客観性が、どれほど合理的であるかについて考えてみたい。アメリカの場合、1987年に「フェアネス・ドクトリン」（放送の公平性に関する原則）が廃止された。多数のケーブルテレビや衛星放送の普及によって、放送メディアの環境が大きく変化し、「電波の希少性」という考え方によって個々の放送局に政治的公平性を義務付けるよりも、自由な報道こそが視聴者に選択の自由を与え、国民にとって真の公平性を実現するとの判断があった。

一方、イギリスの公共放送・BBCは、発足当初から一貫して報道の公平性を原則としている。その根底には、メディアが細分化する中において、信頼できる公平な情報を提供するメディアであり続けるという信念がある。

ソーシャルメディアは、情報の発信や意見を誰もが表明することを可能にした。一般的にテレビメディアは、新聞や雑誌より客観的に報道するメディアとされるが、ニュースや情報番組がホームページを持ち、マスメディアの記者や

ディレクターが、ソーシャルメディアを使って情報を発信する今、放送か通信かという区分が、果たして実情に合っているのかどうか。ソーシャルメディアの登場によって、メディアの境界線が曖昧となり、組織や個人が入り乱れる中、テレビメディアだけが公平性や客観性を維持することは容易ではないだろう。

テレビメディアが客観的な報道を標榜し続ける限り、視聴者はその姿勢に疑いの目を向けるだろうし、政治によるメディアへの介入も無くなることはないと考える。テレビメディアにとって大切なことは、客観性の限界を自覚するとともに、情報をより多角的・相対的に伝えることではないだろうか。

9. おわりに

民放キー局は軒並み、1日のうち生放送が10時間から16時間を占め、ほとんどの番組が芸能・スポーツを含むニュースを取り扱っている。どこにいてもスマートフォンで情報が得られる今、テレビメディアには、これまで以上に同時性や速報性が求められている。ニュース映像は1日に何度も繰り返し擦られ、報道記者のみならず、情報番組のディレクターもスクープを狙って、取材現場を駆け回っている。編集室ではインタビュー証言をピックアップしながらナレーション原稿を書き、シーンに合わせた音楽が選曲される。こうして、生放送までの限られた時間で、次から次へと情報は紡がれてゆく。

そして、もう一つ。情報の“最も短い”ストーリー化に気をつけなければならない。

ニュース項目のタイトル（見出し）は、端的にニュースの内容を伝えるものであり、制作者は、その文言が伝えるべきニュースの本質をなす重要な一部分であるかどうかを見極める必要がある。

テレビマンにとっての大敵は、思い込み・レッテル貼り・思考停止である。特に、事件報道における固定観念は、視聴者が受け入れやすいス

トリー展開になりがちで、容疑者に報いを与えたい衝動へと導く可能性が高い。固定観念に支配されることなく、複眼的思考を持ち取材や番組制作にあたることによって、小さな気づきを大きな発見へと結び付けることができるだろう。

テレビマンは、社会の新たな潮流をいち早くつかむために、アンテナを張り巡らし、常に新しい題材を探し続けている。「NEWS」とは新しい出来事の集まりであって、日々出くわす「NEWS」は、どれ一つとして同じものはない。優良な放送のための近道など存在しない。過去の苦い経験を糧とし、違和感を持ったときは立ち止まって考えるしかない。

情報を、安易にストーリー化していないか。

事実に対して、謙虚に向き合っているか。

唯々考え続けることが、テレビマンにとって大切であり、こうした日々の積み重ねこそが、不特定多数の人に向けて報道するテレビメディアが、知性や品性、そして、信頼性を保ち続ける「道」である。

参考文献

- ・成田康昭『インターネットに触媒された「現実の社会的構成」』
応用社会学研究 2015 No.57 2015年
- ・竹林紀雄『テレビ・ドキュメンタリーは何を“描く”のか』
文教大学大学院情報学研究科 IT News Letter Vol.9,No.2 2013年
- ・山脇岳志『FCCのフェアネス・ドクトリン（公平原則）の廃止と、
トークラジオの隆盛』東京財団政策研究所
論考 2018年
- ・永島啓一『米テレビ報道と「公共の利益」
～誰のため、何のための放送か～』放送研
究と調査 2007年
- ・田中孝宜『BBCと「報道の公平性」BBC
元政治番組総責任者に聞く』
NHK分研フォーラム 2017 放送研究と調査
2017年
- ・フジテレビジョン情報制作局『ディレクター
心得 第四版』2016年
- ・中川淳一郎『週刊 ネットで何が…』東京新
聞 2019年6月1日
- ・『春秋』日本経済新聞 2019年6月5日
- ・五十嵐朋子、安藤いく子、春増翔太『ネット
で「なぜ逮捕されぬ」』
毎日新聞 2019年4月26日
- ・千野帽子『人はなぜ物語を求めるのか』ち
くまプリマー新書 2017年
- ・中井孔人『政治に翻弄された選挙報道』
選挙研究 22号 特集 2005年総選挙とマス
メディア 2007年