

地方テレビ局におけるニュースのソフト化傾向

——地域ジャーナリズム再生の視点から——

徳 永 博 充*

1. は じ め に

マスメディア史において2010年はおそらく、放送メディアがネット・メディアに敗れた年として記憶されるに違いない。それはウィキリークスが、イラクでの米軍ヘリコプターによる民間人殺害映像を公開した事実においてであり、また尖閣諸島での中国漁船による海上保安庁巡視船への衝突映像が、ユーチューブにアップされた事件が象徴する。疑問は、権力側の手にあった秘密映像の暴露が、なぜ放送メディアで行われなかったのかという点である。放送メディアのレゾナントルは、「知る権利」に答えることである。しかしながら前述の二例は、放送メディアへの市民の信頼が失われたことを意味するのではないか。

放送各社においては、近年の景気後退による広告収入の減少が大幅な制作費削減の圧力となり、同時に視聴率競争に拍車をかけてきた。この結果、あらゆる分野の番組制作において対症療法的反応しか行われなくなってきた。報道番組においても例外ではない。事件・事故などわかりやすいニュースが優先され、それも事実経過をなぞるだけの表面的な報道にとどまるものが目立つ。他方、イベント情報や旅情報、グルメ情報の比重が高まっている。過剰なニュースの演出も当たり前になってきた。これはニュースのソフト化であり、ニュース番組のショー化である。その結果、国民の「知る権利」はなお

ざりにされているのではあるまいか。

ニュースのソフト化傾向は、本来、地域に密着して「権力の監視」の役割を担い、議論への市民参加を促して「公共圏の醸成」を最も行いやすいはずの地方局において顕著である。地方局におけるジャーナリズムの劣化である。巨額なデジタル投資と広告収入の減少によって、脆弱な地方局の経営は余裕を失った。こうした地方局にあって報道は不採算部門と見られがちであるが、じつは数少ない優良資産なのではないのか。すなわち、報道番組が優れたジャーナリズム性を発揮することが、地方局の経営に大いに貢献する可能性が高いと筆者は考える。地方局がビジネスの生き残りを模索すること、ジャーナリズムの再生に取り組むことは、じつはコインの表と裏ということではないのか。ソフト化傾向を強める地方テレビ局の報道の在り方について、地域ジャーナリズム再生の視点から論じたい。

本稿においては民間の地上波地方テレビ局を対象に、まずそのジャーナリズム的特性と現況について考察を行う。つぎに地方局ニュースのソフト化傾向の分類を試み、広島県の地方局を対象にした報道職場の意識調査から、ソフト化傾向について分析を行う。さらに、ローカルワイド番組として全国の役割モデルになった番組の分析を経て、地方局のジャーナリズム再生の方向を探る。

なお、本稿において地方局とは、民間の地上波地方テレビ局をさすものとする。

* 広島経済大学経済学部准教授

2. 地方局とジャーナリズム

2.1 ジャーナリズム

地方局のジャーナリズム性について論じるにあたって、まずジャーナリズムの役割について筆者の考え方を明らかにする必要がある。清水英夫らはジャーナリズムについてつぎのように述べる。「ジャーナリズムも大量にコピーしたものを不特定多数の人々に伝える点では、たしかにマス・コミュニケーションの行為ではあるが、その伝える内容は今日的なもの、時事的、時局的なものである」¹⁾。この一文はシステムとしてのジャーナリズムの機能を、的確に表現していると言える。しかしながら筆者は、ジャーナリズムには機能に加えてさらに積極的な意志を求めるものである。その意味において原 寿雄が言う、「ジャーナリズムとは時事的な事実の報道や論評を伝達する社会的な活動」²⁾は、簡潔ながらもジャーナリズムの積極的意志を包含していると評価する。つまり原が言う社会的活動とは、「公共性」の観点を必要な条件とするものである。ジャーナリズムは理念のない情報流通産業とは異なるのである。よりよい社会を実現するという意志のないものを、ジャーナリズムとは呼ばない。

自由で民主的な社会において、ジャーナリズムは不可欠な存在である。権力はどんなに民主的に選ばれたとしても、監視の目がなければ必ず腐敗し市民を欺く存在となる。自由な社会においては内包する課題を市民とメディアが切り結ぶ公共圏がなければ、利己主義が横行し課題は適切に解決されない。やがては市民社会の崩壊を招くことにもなりかねないのである。ジャーナリズムは権力を監視し、多くの市民が参加する公共圏を醸成することで、自由と民主主義が成熟することを可能にするのである。

2.2 地域社会と地方局

例外はあるが地方局は県域メディアである。対象とする地域社会は、一つの県全域ということになる。もともと地域社会ということば自体は、多様な種類の社会的単位を意味する。小範囲であれば隣近所、あるいは町内会であり、一つの町村や市であることもある。県の単位はその中において、通常最も広いエリアを指す。したがって地方局は地方紙（県紙）と並んで、最大規模の地域メディアであると言える³⁾。

県という単位で地域社会を見る時、その抱える課題は多様である。中心都市とその他の市町村、あるいは周縁の村落では産業構造、労働形態、インフラ整備、住民の年齢構成などあらゆる社会的構成要素が異なるからである。たとえなら都市部では、保育所の待機児童の問題や交通混雑解消が優先課題であるところが、周縁の村落では孤老への福祉や働き手不足による田畑荒廃への手当てが急がれたりする。くわえて“三割自治”と揶揄される県行政そのものが、国政と市町村行政の中間にあって中二階的存在であり、個別の行政課題解決のための実効性を持ちにくい性格を持つ。つまり県という地域社会においては、その構成員である県民が等しく関心を抱く課題を共有することは稀である。言葉をかえれば県という単位の地域社会は、もともと構成員が繋がりにくい特性を持っている。こうした地域社会において公共圏を作りだし、多くの県民参加を促して議論を興すのが地方局の本来の役割である。そのためにはさまざまな地域に重層的に散在する、多様な文化、価値観、利害関係を持つ小規模な集団に対して、その集団同士が持つ共通の課題をていねいに拾い上げていくことが重要である。それによって個別の集団の意識を高め、公共圏への参加を促すのである。この意味において地方局は、地域社会の崩壊を防ぐ防波堤と言える。しかしながら今日、市場原理主義が都市と周縁の格差を広げ、様々

な社会的グループを分断してコミュニティの崩壊を招く様相を見せる。これは地域メディアである地方局が、十分に役割を果たさなかったことにも一因があると考える。

中国放送の前社長金井宏一郎は、かつて「情報の地方分権」を社の方針に掲げた。その主張は地方の放送局として「市民の知る権利」に十分に答えること。さらに地域社会の文化を育みつつ、多様な価値観を尊重する風土を作っていくことであった。現実の目標として、ローカル制作の番組が放送全体に占める割合を20%に設定した。通常、10%程度の自社制作番組しかない地方局にとって、この数値目標はかなり高いハードルである。公共性を持つ有効な地域メディアの在り方に着目し、地域社会に必須な地方局たろうとする戦略であった。金井は地方局の方向性を示したといえる。

本稿の冒頭、「放送メディアがネット・メディアに敗れた」と記したが、一方で「報道でいちばんに役立つメディアは何か」といった設問において、日本人のテレビ報道への評価は依然高い。2000年に行われたNHK調査では、新聞(24%)、ラジオ(7%)、インターネット(1%)に対して、テレビは65%と突出している。10年後の2010年3月の同様の調査では、新聞が18%と大幅に後退し、ラジオ(6%)が微減、インターネットが躍進して8%であった。これに対してテレビは63%であり、この十年間でテレビ報道というくくりにおいて、日本人の評価は変わっていない⁴⁾。地域メディアとしての地方局への期待は依然高いのである。

2.3 地方局的報道

地域社会がどれだけ「自身のメディア」を必要としているかが、地域メディアの存立条件である。地方局が所属する地域社会に向けて自らの手でアピールできるのは、主に放送枠の10%前後を占める自社制作枠においてである。そこ

でいかに魅力的で、地域に役立つ番組を編成するかが問われるのである。地方局の残り90%前後の放送番組は、東京キー局から送られるネット番組や購入番組である。それらはおうおうにして高額な制作費をかけた娯楽番組であることが多い。多額の制作費をかけられない地方局が、自社制作枠において同様なジャンルの番組を制作することは困難であり、たとえ制作したとしても品質の面から視聴者の要求は満たされ難い。地方局には地方局独自のトライアルが必要である。東京キー局などの番組にはない、地域ならではの魅力を備えた地域に役立つ番組である。それはおのずと「報道番組」、あるいは「情報番組」に限定される。

本来「報道」は「地域」を見つめることから始まる。つまり「報道」には「地域性」が欠かせないのである。「中央」からは人の暮らしや社会の実態は見えにくい。東京キー局から伝えられるニュースは、永田町の政局や大災害、大事故といった視聴者の興味が集まるものに流れていく傾向がある。目まぐるしい情報の断片の洪水である。そこからは、東京という地方で暮らす人々の悩みや営みは伝わってこない。対照的に地方局の報道の取材対象は、地域であり地域に暮らす人々、そして地域社会が抱える多様な問題である。「地域性」にジャーナリズムの芽が潜んでいる。

優れた報道のもう一つの必要条件は「継続性」である。同じ地域の同じ対象物を定点観測する。じっくり時間をかけて、細かな変化を読み取っていく。やがてその変化が地域社会全体、あるいは国全体の普遍的な問題であることが明らかになる。過疎、孤老、少子化、貧困、農業、環境、公権力の腐敗など、こうした「継続性」によって掘り起こされた課題は多い。地域を見つめる「虫の目」が、いつの日か高みから俯瞰する「鳥の目」へと転じるのである。こうした帰納法とも言える地方局的報道の手法によってこ

そ、説得力のあるジャーナリズムが実現する。その意味において、「地域性」と「継続性」を備えた地方局的報道とは、まさに報道の王道である。

一方、地方局の報道が、地域という限定された対象を持つことによる負の影響も見逃せない。大石裕はこう述べる。大多数の地域ジャーナリストは、「運命共同体」としての地域社会の一員という自覚を持っており、それが特性となっている。そして、その特性が「地方権力に弱い」という傾向を生み出す。それは地域ジャーナリズムの典型的な弱みにもなる⁵⁾。地方局もこの傾向から逃れることは難しい。

信濃毎日新聞主筆の中馬清福は、こうした地域ジャーナリズムの弱点を克服する方法として、「農耕型」取材、すなわち「調査報道」の重要性をあげる⁶⁾。地域社会を舞台とする地域ジャーナリズムは、地域から逃れられない。いわば地域と運命共同体であり、地域に責任を持つ。中央を拠点にするジャーナリズムが地域を取材する場合は、中央からの視点を基に、さっと来て、さっと取材して、さっと帰る。いわゆる「狩猟型」である。これに対して地域ジャーナリズムは常に地域の視線にさらされながら、時間をかけて耕し育てていく。中馬は具体的な「農耕型」の例として、自紙の「市町村合併による地域の衰退問題」、北海道新聞や高知新聞の「警察本部の裏金事件」、南日本新聞の「錦江湾埋め立て事業の疑問」などを挙げる。これらの事例は、地域ジャーナリズムが「地方権力に弱い」という弱点を乗り越えるためには、地域に根を張った「農耕型」取材、すなわち「調査報道」の手法が有効であることを証明する。綿密に調べ上げたハードプルーフを基に問題提起を行い、地域に議論の輪を広げていくのである。

2.4 地域メディアが育むジャーナリスト

報道には常にニュース感覚という曖昧な概念

がつきまとう。個々人のニュース感覚で選びとり、取材し、分析し、表現する。記者、カメラマン、映像編集、デスク。ニュースが製品として送り出されるまでには、多くのニュース感覚の洗礼を受ける。ニュース感覚は千差万別、すべてのジャーナリストが異なるものを持っている。全人格の表象がニュース感覚であるからだ。

一方、優れたジャーナリズムには、例外なく優れたジャーナリストがいる。優れたジャーナリストとは優れたニュース感覚を持つ者である。よって優れたジャーナリストの定義は難しい。ただ共通項がある。地域に根差した「農耕型」調査報道によって埋もれたテーマを掘り起こし、社会にアジェンダ・セッティング（問題提起）していく。「好奇心と正義感が強く、真実追究の意欲旺盛な問題提起家」である。筆者はかつて地方局である広島テレビ放送に在籍していた。在籍中は長く報道の仕事に関わった。そのキャリアを通して知己を得た地方局出身のジャーナリスト3人をここにあげる。前述した「優れたジャーナリスト」の適格性を持つ者たちである。地域メディアたる地方局が育んだロール・モデルと言える。

フリーのドキュメンタリスト堀川恵子は、ETV 特集『死刑囚 永山則夫～獄中28年間の対話』（2009年、NHK）でギャラクシー大賞を受賞、2010年の放送人グランプリに選ばれた。著書『死刑の基準「永山裁判」が遺したもの』（日本評論社刊）は、第32回講談社ノンフィクション賞を受賞した。このほかにも、『チンチン電車と女学生』（2003年、日本テレビ系）は、民間放送連盟賞最優秀賞と放送文化基金金賞を受賞。『ヒロシマ・戦禍の恋文～女優森下彰子の被曝』（2005年、NHK）で、ATP テレビグランプリ優秀賞を受けている。堀川は11年間在籍した広島テレビで、ジャーナリストとしてのキャリアをスタートさせた。筆者のかつての同僚である。これというテーマには徹底した取材でハードプ

ループを積み重ねていく、いわゆる調査報道が堀川の得意とするところであった。「特別養護老人ホームの乱脈経営」、「官官接待」、「代用監獄問題」、「骨関節結核訴訟敗訴後の住民の生活問題」など数多くのテーマを追った。生来の素質に恵まれていたが、地域社会を見つめる地域メディアがジャーナリスト堀川を育てたと言える⁷⁾。

日本テレビ放送網・「NNN ドキュメント」チーフディレクター兼解説委員の水島宏明は、以前は札幌テレビ放送に所属していた。筆者とは所属局は違っていたが、同時期に東京報道、海外特派員を経験した同僚である。水島の『ネットカフェ難民』（2007年、日本テレビ系）は、ネットカフェに滞留する日雇い派遣などの若者を描いた作品である。若者の貧困や格差社会といった現代社会の断面を描き、その年の新語・流行語大賞にもなるほどの反響を呼んだ。これをきっかけに国や自治体が事態改善に動き出すケースも少なくなかった。この作品は2008年芸術選奨と文部科学大臣賞を受賞した。その後も『日雇い派遣』（2008年）、『派遣切り』、『生活保護ビジネス』（2009年）と、生活保護や労働問題など貧困報道を続けている。水島の取材手法は明らかに地方局的報道である。たんねんに定点観測を行って問題をえぐり出し、その普遍性を世に問う。地方から始めて社会制度や日本という国を撃つのである。水島の札幌テレビ時代の作品、『母さんが死んだ〜生活保護の周辺』（1987年、日本テレビ系列）は、貧困報道専門家の水島の原点である。母子家庭の39歳の母親が、子供3人を遺して餓死した事件を追った。体調を壊して働けなくなった母親が福祉事務所に生活保護の申請をしたが、申請書も書かせてもらえず帰らされた。取材によって浮かび上がったのは可能な限り生活保護申請をさせないで、窓口で追い返すという当時の厚生行政の方針であった。生活保護行政の問題点を受給する

側の視点で捉えた稀有な作品であり、その後の福祉行政改善へ一石を投じた。水島は地方局出身という出自を大切にしている⁸⁾。

阪南大学の曾根英二は山陽放送のドキュメンタリストであった。2010年毎日新聞文化賞を、著書「限界集落 吾の村なれば」（2010年、日本経済新聞社）で受賞。岡山・鳥取県境の限界集落を密着取材し、地方行政の問題点や自立のための心の在り方などをあぶり出した。曾根は1980年代にカイロの特派員を務め、中東問題にも造詣が深いが、根っからの地方局記者である。筆者とは放送文化基金の「中四国制作者フォーラム」立ち上げの際に、共に汗を流した間柄である。曾根の代表的な仕事は産業廃棄物投棄のスクープを皮切りに、長期間、“ゴミの島”香川県豊島に焦点を当て続けたことである。TBS系の「ニュース23」「報道特集」などでたびたび全国放送され、中坊公平氏の弁護活動とともに菊池寛賞を受賞した。一連のドキュメンタリー作品は、民放連盟優秀賞や地方の時代賞大賞などを受賞した。また早稲田ジャーナリズム大賞にも輝いている。曾根の手法は、日々のニュースを追うなかでこれと思うテーマを見つけ出し、ドキュメンタリーに仕上げて世に問うのである。ローカルに密着することでローカル性を脱却する。豊島の取材日数は約20年間で600日。地方局的報道の極致である⁹⁾。

3人の優れた歩みに共通するキーワードは、「地域性」、「継続性」と「調査報道」¹⁰⁾である。

3. 地方局を取り巻く状況

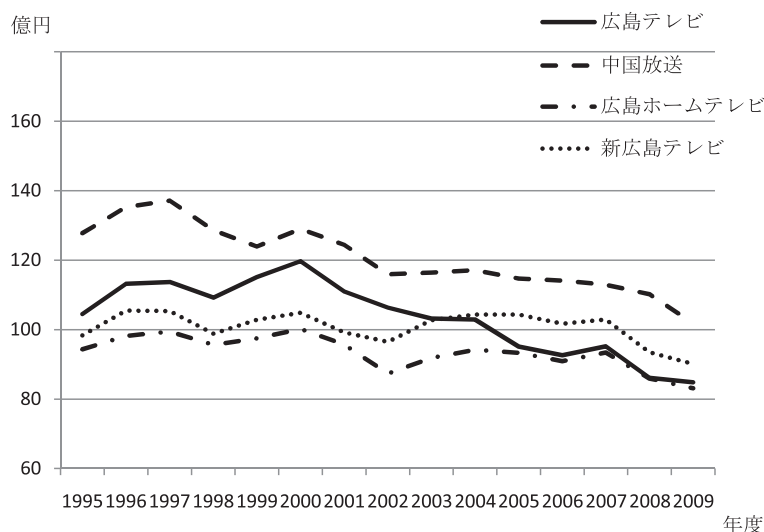
アナログ波完全停止、デジタル放送への完全移行を目前にしたテレビ放送業界にあって、とりわけ地方局の立ち位置が定まらない。「市場原理」と「公共性」という相反するものの間で隘路に立っている。悲観論が渦巻き、叱咤と激励はあっても楽観論はない。悲観論の背景を整理する。

3.1 視聴率に支配される地方局

放送局を訪問すると、キー、ローカルを問わず「月間視聴率三冠王達成!」とか、「二年連続ゴールデン年間一位!」といった派手な立て看板やポスターが人目をひく。一方、ドキュメンタリーなど放送局のジャーナリズム性が評価されて、様々な賞を受賞した場合においてはどうか。意外にも視聴率ほど放送局自身のアピールは大きくない。視聴率とは本来、民放業界にとっては広告取引の「通貨」の役割を果たすものである。視聴率の高低にリンクして営業収入は変動する。よって、直接・間接に収入サイドの論理から、視聴率が放送局のメディア価値を決めてしまう。そのため、民間放送局同士の視聴率競争が起きる。結果、「良質な番組を作って視聴者の知る権利に答えよう」ということより、おうおうにして「視聴率さえとれば」というモーメントが制作サイドにも働いてしまう可能性がある。広告収入が減少し、放送局の経営者が危機感を抱いている今日においてはなおさらである。当然のことながら視聴率という基準には、視聴者を消費者として見る特性が含まれる。ジャーナリズムの評価が、健全な批判精神を持つ成熟した市民の育成を目安とするのとは、根本的に異なるのである。視聴率は本来「収益性」にその基礎を置き、ジャーナリズムの評価は「公益性」ないしは「公共性」を基にするのである。しかしながら昨今の地方局報道番組にあっては、プロデューサー・記者・ディレクターたちが毎日の視聴率結果に一喜一憂し、毎分ごとの視聴率推移の分析を行って、ニュース項目の選択や演出まで検討するのが常である。これが視聴率の持つ危険性だ。なぜ放送局は報道部門に至っても視聴率獲得に狂奔するのか。最大の理由は視聴の質を客観的に表示する有効な基準が他にないためである。長く過酷な民放局間競争のなかで、本来、収入サイドの目安となる視聴率が報道番組にも使用されてきたこと

から、視聴率による評価を当然のものとして受容する文化が放送界全体に存在するためである。

視聴率獲得に向けた激しい競争が行われるのは、キー・ローカルを問わず一様に見られる現象であるが、とりわけ地方局にはより切迫した事情がある。全国の地方局はデジタル投資による支出増と不況を主因とする広告収入減によって、その収益基盤がぜい弱になってきたのである。広島県内の事情を見よう。まず、デジタル化総投資額は一社あたりおよそ100億円である。一方、2009年度の営業収入は、ラジオ兼営の中国放送(RCC)がトップで101億円。続くテレビ新広島(TSS)が90億円。広島テレビ(HTV)と広島ホームテレビ(HOME)がそれぞれ84億円と83億円であるから、デジタル投資がいかに地方局の負担であるかがわかる。営業収入の推移を見る。免許事業という恵まれた条件のもとで、これまで在広民放業界は長い間右肩上がりの成長を遂げてきた。しかしながら2000年度前後を境に成長は止まり、徐々に後退局面に入った。リーマン・ショック後の2008年、2009年の営業収入は大幅に落ち込んでいる。在広テレビ事業単体でこれまで最も営業収入をあげたのは広島テレビ放送で、2000年度の約120億円である。それが2009年度には、30%マイナスの84億円と激減したのである¹¹⁾(図1)。収支も悪化して2006年度はわずかではあるが、放送開始以来、初めての経常赤字となり、2008年度は再び2億5,000万円のマイナスを計上した。赤字ではないにしろ他社の収支悪化も同様で、あらゆる合理化策が講じられた。新規採用を手控え、派遣社員との再契約を見送り、デジタル化以外の投資を抑制し、経営者報酬・社員給与の削減を行った。同時に各局は収益構造の多角化を図り、コンテンツ販売などに力を入れているが、未だ有力な収入源にはなっていない。報道部門に対しては営業部門からの圧力に加えて、経営サイドからも視聴率の要求が高まった。「このままで



注) 日本民間放送連盟年鑑のデータから集計

※中国放送はラジオ収入を含む

図1 在広4局営業収入推移

は潰れる」という社内商業主義圧力に、ジャーナリズムの役割を果たすべき報道部門は、反論する基準も言葉も持ちにくい。

視聴率至上主義とも言えるこうした風潮について、放送業界内部からの懸念の声がなくもない。ある民間放送の幹部はこう指摘している¹²⁾。「視聴率は制作者の独善を抑える役目を果たしてきた。とはいうものの、いたずらに率取りに走るというマイナスを深く放送界に植え付けてしまった。良質の番組を作るという良い面ばかりならいいのだが、率に追いまわられて、ついつい面白く、どぎつく、センセーショナルに作ろうとして、間違いを犯す現実を否定できない。そんな中でのプロデューサーやディレクターは、『率のためには仕方がない』と、ついつい目をつぶってしまうことがありはしなかったか?」。しかしながら現在の放送界にあって、こうした危惧を抱く者は少数派である。悪貨は良貨を駆逐する喩えどおり、報道も大衆の好む番組への傾斜、画一化を進めてしまう。ジャーナリズムは大衆の支持なしには存在しえないが、

視聴率至上主義は一種のポピュリズム（大衆迎合主義）であり、多様な発想や新しい価値観を生み出す妨げになりかねない。放送は視聴率至上主義を強め、視聴者のなかに成熟した市民を育てることをやめた。もっぱら政治・社会に無関心な消費者ばかりを生みだしてきた。地方局報道にあって視聴率至上主義は、ニュースのソフト化、地域ジャーナリズムの劣化となって表出する。

かつて大宅壮一は、「ラジオ・テレビという最も進歩したマスコミ機関によって“一億総白痴化”運動が展開されている」と指摘した¹³⁾。しかし半世紀を経た現在、大宅予言はおおきくはずれ、テレビは身近なメディアとして市民意識を変革した。広範な情報の共有を実現し、高みに立つ権威を平場へと導き、市民自らが独自の考えを育み表現するようになった。“一億総評論家化”である。ただ大家の指摘には前段があり、「大衆の喜びそうなものには何でも食いついてゆく。そこに価値判断というものがない。量があって質がない」と論じている。視聴率至上主

義が跋扈する今、ニュースのソフト化において大宅の指摘は再び意味を持つ。

3.2 地方局不要論

今でこそ聞かなくなったが、かつて放送業界では「炭焼き小屋」論が喧伝されていた。東京キー局から送出される番組が衛星によって全国一律に受信されれば、地方局は「炭焼き小屋」のような無用の存在になってしまうというものである。しかしながら現実には、既存の放送ネットワークを温存した形でデジタル化が進められ、地方局のポジション、ひいては地方局報道の位置づけにはなんら変化がないように見える。ただそれは表向きであって、実際には地殻変動がすでに始まっており、やがて地方局報道の存在そのものを危うくさせかねないところまで来ているのである。その地殻変動は「地方局報道の縮小」と、「地方局報道の迂回」の二つの形となって出現する。

「地方局報道の縮小」について、放送の先進地アメリカの現状をみる。アメリカの地方局報道の縮小は通常、ニュース・シェアという形態をとる。地域のライバル局同士がスタッフと機材を共同運用してコスト削減を図るのである。結果、映像も原稿も同じものが違うチャンネルで放送されることになる。全米第三の都市シカゴでは、4大ネットワークの系列局と地元ローカル局あわせて5局がしのぎを削る。このうちNBC、CBS、FOXとWGNの4社がニュース・シェアを行っている¹⁴⁾。毎日それぞれの社が2クルーの提供を行って、有名なレポーターがカバーするほどではないセカンド・ストーリーと呼ばれるものを取材する。週に70本から90本のニュースがこのシステムで運用されている。テレビニュースのメッカ、ニューヨークにおいてもローカルニュース取材のニュース・シェア導入が決まった。地方都市から始まったニュース・シェアが大都市へと波及したのだ。

さらにニュース・シェアの末に、報道部門を閉鎖した地方局が現れた。ペンシルベニア州のスクラントンに本拠を置いていた、CBS系のWYOUである。かつては報道に力を入れる局として全米に知られる存在であったが、1998年、新興企業に買収されると極端な合理化が進められた。最初は隣町にあったライバル局NBC系WBREの建物に局ごと移され、スタッフ・機材の共用が図られた。キャスター以外、2社全く同じ内容のニュースが放送されるのである。あげくの2009年4月、WYOUは報道部門の閉鎖を行い、キャスター、記者を全員解雇した。

こうしたアメリカにおける「地方局報道の縮小」には二つの原因があげられる。一つは、あいつぐ規制緩和で他産業による事業買収が進み、「公益性」より「収益性」が優先されるようになったことである。二つ目はネットの躍進などにより地上波の視聴率が減少し、広告収入が激減したことである。ひるがえって日本の地方局の現状を見よう。キー局による地方局株式50%保有の合法化や、マスメディア集中排除原則緩和の流れは、放送事業の帰趨を市場原理に任せるという方向性において、アメリカの放送界と軌を一にする。一方、ネット利用の伸長による視聴率の減少については、現在までのところ日本では大きな影響は見られない。しかしながらやがて日本でも、米欧のようにテレビのネット視聴が一般化すると見るのが妥当であり、影響は避けられないであろう。さらに日本の地方局の足元では、急速な過疎化と高齢化が進展し、地域経済の規模も収縮に向かわざるを得ないという特殊な事情がある。こうしてみると日本の「地方局報道の縮小」も身近な現実なのである。

つぎに「地方局報道の迂回」について見る。「地方局報道の迂回」とは、地域に伝えるべき情報が地方局にインプットされることなく、地方局を迂回する形で受け手に伝えられることである。この場合、情報の発信元のポジションから、

「権力者」と「非権力者」に分けて考えてみる。まず「権力者」との関係であるが、本稿の「地方局的報道」で述べたとおり、一般的に地方局は地方権力に弱いという傾向を持つ。しかし同時に、そうしたステレオタイプでは捉えきれない側面がある。事実、広島県内においても各地方局は、県警の裏金疑惑報道、県知事の政治資金流用問題の追及、そして様々な公共事業の無駄の指摘など、数多く権力監視の実をあげてきた。「権力者」にとって地方局は、なにかとけむたい存在なのである。「権力者」は自分の言い分をオウム返しに伝えるメディアを好む傾向が強い。民主党前代表の小沢一郎が、マスコミへの露出を嫌い「ニコニコ動画」を選ぶのはこのためである。2011年1月4日、広島市の秋葉忠利市長が退任を表明した際、動画投稿サイト「ユーチューブ」に「不出馬会見」と称する動画を載せたのも同じ文脈である。秋葉は報道各社からの記者会見の開催要求を拒み、同時に、複数の新聞社からの単独インタビュー申し入れも断った。ところが、その日夕方地元民放テレビ1社のローカルワイド番組に出演したのである。「生出演なら」という条件だった。およそ15分間の出演は、退任決意に至った心情や3期12年間の自らの功績について、ほぼユーチューブでの発言をなぞった内容となった。退任発表に関する一連の秋葉のメディア対応は、まさに「編集されたり批判的なコメントを加えられたりすることを嫌がる、権力者に都合のよい手法」と言える。地元民放への出演もこの手法の延長線上にあり、「自分には批判的ではない局」を選択した可能性が高い。筆者が当該地元局の報道責任者に聞いたところ、「日頃の取材姿勢を見て市長は、他社ではなくわが社を選択したと思う」と話している。こうした秋葉市長の選択は、「マスコミの迂回」、ひいては「地方局報道の迂回」にほかならない。

秋葉市長の「ユーチューブ会見」には、テレ

ビ報道の原則を打ち破った側面がある。これまでならば「秋葉市長退任表明」のニュースは通常、地方局が取材編集して広島県域のニュースとして放送する。同時に全国に向けて放送する価値があると判断した場合、東京キー局と合意のうえで全国に送出するのである。すなわち「秋葉市長退任表明」が全国ニュースになる過程において、地方と東京キーの2つの局によるニュース価値選択がなされる。秋葉市長の「ユーチューブ会見」は、そうした選択を拒んだのである。これはニュースの編集権そのものを、放送局から引き剥がし、発信者の手に取り戻す動きでもある。ローカルから選択を経て全国ネットへという回路が飛ばされて、いきなりインターネットから全国へ、世界へと繋がる。こうした流れは今や止めようもない大きな奔流となっている。そしてその流れの中心には、「権力者」からのものではなく「非権力者」からの情報発信が位置する。チュニジアに端を発した中東の民衆革命はその典型である。「フェイスブック」や「ツイッター」などのソーシャル・ネットワーク・サービスが発信する無数の情報が繋がって、「独裁政権打倒」のうねりになったのは周知の事実だ。インターネットを通じて形成される「市民社会」は、今や国家に対抗する力を持つ。こうした「市民社会」の特徴は、「脱イデオロギー」、「反権力」、「反権威」である。ネットで繋がった「市民社会」が命がけで「権力」を倒そうとする時、「権威」の一つでもある既存マスメディアを忌避するのは自然であろう。これはまた「戦時」だけでなく、「平時」のネット市民による「地方局報道の迂回」にもつながるのである。

ここでは、「地方局報道」の危機に絞って述べてきたが、最後に、地方局の存在そのものへの悲観論を二つ紹介する。幸坊治郎は、放送業界を「日本に最後に残った護送船団」と形容し、広告費の拡散によりローカル局の経営状況とい

う地方の側からの要求によって、放送メディアの再編、統合は不可避となると論じる¹⁵⁾。また池田信夫は、コスト1兆円以上の投資を行いながら収入増ゼロの地上波デジタル化は、壮大な無駄であると主張する。衛星放送なら費用100億円でおさまるうえ、放送に割り当てる大きな周波数は本来、無線通信に向けるべきだと断じる。現在の地上波放送は、衛星がネットで視聴すべしという池田の主張はすなわち、地方局なканずく地方局報道の不要論である¹⁶⁾。以上見てきた地方局不要論は、いまのところ地方局ニュースの深化を促すベクトル足り得ず、反対にソフト化傾向を加速させる間接要因となっている。

4. 地方局ニュースのソフト化傾向とは

前述した池田信夫の地方局不要論には、地域ジャーナリズムの視点はない。こうした場合、「地域メディアの多様性の意義」について論述を行うものだが、池田は「日本のマスメディアには、すでに守るべき多様性などない」との一言で切って捨てる。筆者はこうした立場をとるものではない。日本の地域マスメディアの多様性は十分とは言えないが、それは捨て去るべきものではなく、育んでいく価値があると考えからである。ここではまず、本稿の主題である「地方テレビ局におけるニュースのソフト化傾向」について、その歴史的背景を俯瞰したのち分類を試みる。

4.1 ソフト化の歴史的背景

1953年、最初の民放テレビ局として、讀賣新聞が支援する日本テレビ放送網（NTV）が開局する。NTVは当初、NHKと同様に1社で全国をカバーすることを目指した。しかし、地方では全国紙の進出を危惧する地方新聞社が中心になって、地方テレビ局設立を目指したことから、政府は県域単位を基本として放送免許を交付することを決めた。その後、田中角栄郵政大臣の

もとで大量に予備免許が交付され、地方でも多くの民間テレビ局が開局した¹⁷⁾。地方局の設立に新聞社が深く関与したことから、当初は地方局ニュースの制作は新聞社の指導によって行われることが多かった。ただ当時ニュースは、キー局から送られる娯楽番組の隙間を埋めるマイナーな番組に過ぎず、枠も5分程度であった。アナウンサーがカメラに正対して10秒程度のリードを伝え、続いて50秒前後の映像が流れるのに合わせて原稿を読み上げる形式の項目が、3～4本放送されるものである。こうしたニュースは現在も昼や夜の定時前のニュース枠で見ることができる。時間の制約もあり、いずれも「お知らせ」的なストレートニュース、新聞でいうベタ記事様式が中心であった。

地方局において一斉にローカルワイド番組が始まったのが、1970年代からである。『RAB ニュースレーダー』（青森放送）や、『山陽 TV イブニングニュース（現・『RSK イブニングニュース』）』（山陽放送）が誕生して草分け的存在となり、ローカルワイドは日本全国の地方局に波及した。地方局の報道様式はこの頃にはすでに新聞の影響を脱し、東京キー局のニュース・スタイルが基準となった。役割モデルとなったのが、1962年に放送開始したTBS『JNN ニュースコープ』であった。日本で初めてのキャスターニュースである。この『ニュースコープ』自体は、アメリカの放送ジャーナリズムの魁、CBS ニュースのスタイルを目指したものである。この時代のローカルワイドはいずれも記者出身者をキャスターに据え、不器用ながらも正面から報道課題と向き合おうとしていた。弱点は定型的な表現方法であるストレートニュースの形式に囚われるあまり、個性を欠いたことである。結果、番組の乱立によって投資に見合うだけの視聴率が獲得できず、地域に重要なジャーナリズムとして根付く前に消滅した番組も多い。

1990年代に入ると多くの地方局が、報道と生活情報の両方を扱う大枠のローカルワイド番組をスタートさせた。第二次のローカルワイド・ブームである。その典型的な編成は、夕方5時から番組をスタートさせ、最初の1時間は様々な『生活情報』をレポーターが伝える。さらに東京からの全国ネットニュースをはさみ、6時台の後半40分間程度でローカルニュースを伝えるというものである。2時間の大枠はほとんどの場合、アナウンサー出身の男女のキャスターが進行役を務める。こうしたローカルワイド番組の様式に大きな影響を及ぼしたのが、テレビ朝日が1985年に始めた「ニュース・ステーション」と、キー各局のワイドショーや情報番組である。まず、「中学生でもわかるニュース」をコンセプトに掲げた「ニュース・ステーション」であるが、番組が成功し「花形番組」としてのイメージを持つようになると、地方局もその特徴や演出をまねるようになった。その一例が、フィリップ・ボードや模型、地図などを使い、ニュースをより視覚的に見せる工夫を行ったことである。さらにキャスターの久米宏自身が、それまでの定型的なスタイルを打ち破ったことが評価され、ローカルワイドのキャスターたちの表現上の制約を解き放った。例えば、以前は禁忌であった「個人的な意見」を述べたり、出演者に対してくだけた口調で質問を行って本音を引き出すことである。また表情豊かに相槌を打ったり、頬杖や腕組みをしたりして考え込む仕草を見せて、出演者の意見やニュースに対する自らの評価を表現した。つぎにキー局のワイドショーの影響も見逃せない。1999年の「ミッチー・サッチー騒動」に代表されるように、ワイドショーは人が興味を示すならどんな事象でも執拗に取材を行った。その反省の上に立って始まった現在の各情報番組においても、「面白さ」を項目選択の優先基準に置くことには違いがない。これらの番組が大きな反響を呼ぶ

と、ローカルワイド番組でも項目の選択基準として「面白さ」を優先し、「演出過剰」な表現を取り入れるといった影響がみられるようになる。

ワイドショーや情報番組では、ディレクターが取材や放送素材の仕上げを行う。最近ではキー、ローカルを問わず、ニュース番組においてもディレクターの役割が増している。通常、記者が「現象の背景や広がり」を追求するのに対して、ディレクターの関心は「番組の仕上がり」つまり「面白さ」であることが多い。これは、ニュースを「エンターテインメント」と捉える風潮であり、ニュースのショー化とも言える。視聴率獲得の要請もあり「面白く見せる」ことが先行して、「何を伝えるか」という大切な目的を見失いがちである。アメリカの有名なジャーナリスト、ウォルター・クロンカイトはかつてつぎのように述べている。「放送ニュースが公共サービスから商業的なサービス、つまりは視聴者を広告主へと運ぶ存在として変容するにつれ、ニュース価値も変容しつつあり、タブロイド新聞に近づきつつある」¹⁸⁾。時代、場所、背景は異なっても、ポピュリズムに傾きがちなテレビジャーナリズムという点において、今日の日本の地方局報道の状況と1990年代アメリカのテレビニュースは通底する。ニュースのソフト化である。

4.2 ソフト化の分類

地方局ニュースのソフト化には主に二つのカテゴリーあることを論述してきた。一つ目は政治・経済・社会といったいわゆるハード・ニュースから、グルメ・旅・芸能・流行というソフト・ニュースへの流れ、つまり「ニュース選択」の問題である。二つ目はキー局の各種番組に影響を受けた「過剰演出」に象徴される問題である。ただし本稿においては、地域ジャーナリズム再生の視点に立って地方局ニュースのソフト化を論じることから、ソフト化の概念を

より広義に捉える必要があると考える。すなわちジャーナリズムが目的とする「より成熟した市民社会の育成」に資するものであるか、あるいは妨げになるか、そうでなくとも役立つのかという二元論の視点に立ち、後者にあたる地方局ニュースの諸様相をソフト化として分類考察する。

4.2.1 リアルタイム主義

もともと新聞に原型があったテレビニュースが、その特性を発揮して報道の主導権を握ったのが、リアルタイム主義¹⁹⁾と言える。地方局における「速報」、「即時性」の重視は、エリア内のライバル局との熾烈な競争を反映し、その帰趨は東京キー局からの評価に直結する。地方局は瞬発的なニュースの「立ち上がり」に、膨大なエネルギーをかける体制を作り上げた。それは「報道」というよりは「反応」に近く、しばしば報じられる事象のニュース価値とは無関係に優先される。さらにそれ自体が報道の目標となった。本来のジャーナリズムの目的の上位に、リアルタイム主義が位置づけられることにもなる。結果、過剰な報道、過熱した報道を引き起こし、判断力を欠くものとして批判を招く。オウム真理教の幹部が広島刑務所から移送される際、在広各局がヘリコプターを出動させて中継合戦を行ったのも、この文脈に位置づけられる。

4.2.2 映像優先主義

新聞にはないもう一つのテレビ報道の特性が映像である。何とんでもそのわかりやすさと、言葉では伝えられない視覚情報によって、テレビニュースは多くの視聴者を引き付ける。映像表現は大衆社会の情報の共有化に大いに役立ったのである。そのテレビ報道現場ではよく、「絵がある」とか「絵がない」といった表現が使われる。映像重視のこの価値観によって、「映像がなければニュースではない」、あるいはそのニュース価値にかかわらず「映像さえあれば

ニュースにしてしまう」という傾向が生ずる。ニュースの本質が映像の有無により、覆い隠されてしまうのである。さらに、本来ならば論理的に伝えるべき事象について、過度に装飾的な映像表現を行うことにより、感情的に報じられる可能性がある。真実は映像では捉えられないことが多く、事象の本質的な意味は映像にはなりにくい。真実の伝達において、時に映像は危険ですらある。凶悪に見える犯罪疑犯がじつは、冤罪の被害者であるケースは少なくない。映像がないために放送されなかった行政に関するニュースの裏側には、自治体住民の暮らしや民主主義のあり様にかかわる重大情報が潜むこともある。地方局報道の最も重要な務めは、地方権力の監視と地域社会へのアジェンダ・セッティングである。過度な映像重視で、その務めがおろそかになってはいないだろうか。検証が必要である。

4.2.3 面白主義

「ソフト化の歴史的背景」において、地方局ニュースの面白主義にはワイドショーなど東京キー局の番組が及ぼした影響が大きいと述べた。フジテレビのキャッチ、「面白くなければテレビじゃない」はテレビ文化、ひいてはテレビニュースの価値観までも変容させた。珍しいもの、異常なもの、非日常性、建設より破壊、秩序より混乱、明より暗が選択されやすい。善悪二元論が好まれ、断定的なワンフレーズが歓迎される。面白主義は地方局においても、センセーションナリズムと報道番組の幼稚化をもたらす。それは、事象の背景を掘り下げてその本質を照射することを避け、「好きや嫌い」、「かっこいい、悪い」という現代の感性化を加速させる。この面白主義は、ニュース技法の上で様々な「劇画的手法」となって現れる²⁰⁾。

事件や事故の報道では、視聴者に印象づけるためにワイドショーと同じ技法がとられることがある。犯罪行為を詳しく伝えるための再現映

像は、映像の色抜き技術や CG を使って加工される。隠し撮りが多用され、ぼかしやモザイクが画面を汚す。レポーターが犯罪現場で、甲高い声を出して緊迫感を醸し出す。不安を煽るような BGM。これらはみなワイドショーの典型的な表現技法である。このほか、インタビューは短く効果的なサウンド・バイトが好まれ、その映像にはカラーの装飾文字で話の内容がスーパーインポーズされる。少し長めのニュース項目の場合、リードをキャスターがスタジオで読み上げたあとの VTR の部分は、違うアナウンサーか声優がナレーションを読む。これはふつうの話し言葉ではなく敢えて「である」調で、抑揚を強調して視聴者へのインパクトを狙ったものが多い。ニュースの内容によっては、出演するコメンテーターとキャスターが共になって、感情をあらわにすることがある。おうおうにしてキャスターはアナウンサー出身者で、報道課題への造詣が深くないケースや、コメンテーターもニュースの内容とは専門性の点でマッチしないことが多い。視聴者の立場から見た場合、適切な判断を下すための情報が公正に提供されているとは言えない。

ニュース選択においても面白主義が見られる。その一つが地方局ニュース番組に犯罪報道が多すぎる点である。犯罪報道の目的が「犯罪の再発防止」であるなら、報道内容が詳しすぎる点も問題である。あたかも視聴者の関心に媚びるかのよう、容疑者に制裁的な報道になりやすい。光市母子殺人事件の広島高裁判決や、広島市で起きたペルー人容疑者による女児殺害事件では、過熱報道の末にマスコミによる一方的なリンチの様相を呈した。地方局報道がその主役となったのである。こうした点において面白主義は、ジャーナリズムのタブロイド化、大衆迎合主義と共通する特性を持つ。

4.2.4 発表報道主義

記者クラブを「ニュースのコンビニ」と捉え

るか、はたまた権力側に築いた「権力監視の橋頭保」と考えるか、ジャーナリズムの資質が問われるところである。その是非を問う議論が続く中で、記者クラブを通じてもたらされる「発表報道」の量は、一向に減少する気配はない。現在、広島民放4局において夕方のニュース枠で放送されるローカルニュース項目は、1日平均10から15である。そのうち広島県、広島市、広島県警察本部の三大ニュース・ソースの記者クラブを通じてもたらされる情報が基になっているのは、少なくともおよそ半分の5から8項目程度である。これ以外にも中央官庁の各種出先機関や JA、JR、中国電力、マツダほか、数多くの企業や団体などの広報が情報の提供を行う。それらを含めると、ローカルワイド番組のニュース項目のおよそ3分の2が発表報道とみられる。こうした情報は事前あるいは事後に、それぞれの担当者が記者クラブを訪れて公表するか、資料を配布するのである。それらは当局側にとって「報道して欲しい情報」か、あるいは「報道して欲しくないものを抜きだした情報」である可能性が高い。こうした情報を鵜呑みにして批判を行うことなく、官庁側に都合のよい報道をするのが、発表報道主義、発表ジャーナリズムである。発表情報に対して、意識の高い記者がとる対応は二つである。一つは情報を吟味した上で、全くの PR であってニュース価値が高くないと判断すれば、報道を行わないというもの。二つ目は、その情報に隠された背景を読み解き、発表されなかった部分を掘り当てて、批判的な視点から報道することである。国家、地方にかかわらず、公務員には守秘義務が課せられており、通常、役人は情報を隠すものである。記者にはこれらの制約を乗り越えて、視聴者に役立つ情報を探り当て、批判的視点からわかり易く伝えることが求められる。発表報道に頼り切った報道はジャーナリズムではない。

4.2.5 表層主義

志のある世界のすべてのジャーナリズムが目指すのが、ニューヨーク・タイムズ紙のような深層を追求するニュースであろう。アメリカのジャーナリストたちが、質の低いニュースを「シャロウ（浅い）」と言って侮蔑の眼差しを向けるように、ニュースの深浅はジャーナリズムの質を問う最も有効な基準である。しかしながら昨今の地方局ニュース番組は、報道課題を深く掘り下げて視聴者との知的議論を行うことを避け、安易な面白主義に流れ浅く広く漂っている感がある。まさに表層ジャーナリズムなのである。現代のテレビジャーナリズムは、言論ではなく報道が前面に出る「客観報道」が中心である。「客観報道」とは、起きた出来事や発表されたことを受けて報道するという発想であり、受け身の姿勢になりやすい。そこで必要なのは「批判的視点」である。事実をそのまま伝えるのではなく、背景を深くえぐり出すと同時に社会の文脈に正しく位置づけていくことだ。そしてアジェンダ・セッティングを行い、深く広い議論を興して地域を繋いでいくのである。

表層主義は浅さと広さを特徴とし、さまざまな衣をまとって地方局ニュースに表れる。その一つが項目選択である。イベント、グルメ、旅など以前であればニュース項目に上らなかった情報がとりあげられる。広島のある局では永年、県内のお好み焼き店にキャスターやレポーターを派遣して、味やたたずまいといった店の個性をニュースとして報じてきた。報道と生活情報の境目がなくなったためである。かつて筆者が制作者に聞いたところでは、ローカルニュース枠を埋めるため、時間かせぎに始めたという。ローカルワイドと呼ばれる番組のうち専ら地域ニュースを伝えるのは、ネットニュースが終わった午後6時20分頃から午後7時までのおよそ40分間。ここから天気予報やお知らせ、CMなどを除くと実質は30分程度である。そこで伝

えられる県域ニュースは、平均すると10項目。他のメディアと比較してみる。地域ジャーナリズムのもう一つの柱、県紙にあたる中国新聞には、1日40から50の地域ニュースが掲載される。全国紙の地方版は、社によって地域ニュースへの力の入れ方が異なるものの、朝日、毎日、読賣の三紙を平均すると1日およそ10項目と、項目数において地方局と同じレベルである。テレビニュースは取材、撮影、編集、送出と、新聞に比べて手間がかかることを差し引いたとしても、地方局が毎日送り出すニュースはそれほど多くはないのである。社会が細分化されより複雑になった今、以前にもまして社会的諸課題を読み解く地域ニュースは、地域を繋ぐ意味において重要である。多くを伝えられないのがローカルワイド番組ならば、ソフト・ニュースは極力抑制すべきであろう。

最近のローカルニュースにおいて、「密着」という言葉をよく耳にする。当初は消防の救急活動や警察の緊急指令の動きなどの取材で使われようだが、今ではさまざまなケースでそうした取材手法がとられ、「密着報道」がごく当たり前になった感がする。「地方局的報道」で述べたとおり、地域ジャーナリズムの特性である「地域性」と「継続性」を重視する点で歓迎したいところだが、ここにも表層主義が内在する。一つは取材するテーマの問題である。「カリスマ美容師の一日に密着」とか、「北海道物産展オープンまでを密着」というふうに、公共性があるとは思えないいわゆる「ヒマネタ」においてよく使われている。結果、伝えるニュース価値を見つけ出せないまま、キャスターがスタジオで「カリスマ美容師の一日に密着しました」と紹介してVTRが流れ出す。密着することが目的となり、内容にニュース価値がないのである。単なる「のぞき趣味」と批判されてもいたしかたあるまい。報道とは「何を伝えるのか」という精神作業のはずである。本来、スタジオに座る

キャスターの役割は、「このニュースにはこんな価値があります」と最初に伝えることである。それができないのは、何を表現するために密着するのか、密着した結果何がわかったのかを思いめぐらす知的作業が欠落しているか、そもそもそのテーマには伝えるべきニュース価値がないのである。地域のニュースが浅い。

4.2.6 集団画一前例主義

マスコミなканずく地方局報道にも集団主義、画一主義、前例主義は見られる。前述した光市母子殺害事件の裁判や、広島市で起きたペルー人容疑者による女児殺害事件でも明らかである。ジャーナリズムは本来、多数派に流されず少数派の主張に耳を傾けて役割を果たす。それが社会に多様性という果実をもたらすのである。スタンピードを自ら作り出せば、オルタナティブはかき消され、民主主義を危うくする。日本社会の脆弱さである集団主義、画一主義を撃つ役割を負う地方局が、自縄自縛に陥っている。

官僚主義の特徴である前例主義にも地方局報道は無縁ではない。ニュース項目の選択にそれが現れる。その一つは官公庁の宣伝以外に意味をなさないような恒例の「広報ニュース」である。金融機関で行われる警察の「強盗撃退訓練」、「警察官の武術大会」、「官公庁で行われる防災訓練」など、いずれも公共性がさしてあるとは考えられないものである。官公庁の広報担当者が記者クラブを通じて地方局各社に取材を依頼する。地方局は日頃、ニュース提供に便宜を図ってもらい見返りに報道枠を提供するのである。これらの行事はニュース価値を再評価されることなく、あたり前のこととして毎年報じられる。地方局報道が前例主義に陥った一例である。

5. 広島県民放4局の報道意識

ニュースのソフト化傾向に関連して、広島県内の地方局4局の報道意識調査を行った。調査

は質問項目に対してあらかじめ設定した回答から選択する形式を中心に、一部自由記載の方式をとった。対象は報道現場の実質的な指揮、指導を行う報道デスクないしは報道部長に対するものと、実際に取材し原稿作成やレポートを行う報道記者に対するものの2種類である²¹⁾。

5.1 報道デスク・報道部長の意識

報道現場のマネージャーであるデスク・部長は、報道方針の徹底、ニュース項目選択や毎日のニュース編集を通じて、地方局報道の基調を決定する。

まず「リアルタイム主義」に関連してつぎのような設問を行い、3つの回答から選択させた。

設問1 「事件、事故、災害などが発生した際の速報についてお伺いします」

回答 ①「中継映像を伝えるという高揚感から、ニュース価値以上の扱いをする傾向がある」

②「映像を伝えることが優先するあまり、事実関係の入手や確認が手薄になることがある」

③「事実を伝えることに集中するあまり、事件、事故の原因や社会的背景など複眼的に見ることがおろそかになることがある」

これに対してA社は、「①～③のようなことがないよう心がけているつもりです」と回答。残りのBとCの2社は③と回答した。ただし、うち1社は、「速報に限れば③があてはまるが、続報としてはその限りではない」と条件をつけた。回答からは速報体制の瞬間的な立ち上げに、地方局が力を入れていることが伺われる。兎にも角にも映像で一報を伝えることがなにより優先される「リアルタイム主義」、さらには「映像優先主義」の一端がわかる。

つぎに「映像優先主義」と「面白主義」に関わる設問である。

設問2 「ニュース項目の編成について伺います」

回答 ①「珍しい映像、迫力のある映像、独占的に入手した映像がある場合、ニュース価値以上の扱いをする傾向がある」

②「映像がないがどうしても放送しなければならないような場合、『再現映像』をよく使う」

③「映像がないニュースは放送しないケースが増えてきた」

④「事件・事故など、わかりやすいニュースを優先する傾向がある」

⑤「行政ネタなど、わかりにくいニュースは敬遠する傾向がある」

これについてA社は、回答項目の語尾を「……場合もある」と変更したのち、①、②、③を選択した。つぎにB社は④を選択したうえで、「事件・事故ニュースの優先は『わかりやすい』が理由ではなく、発生したものを『伝える』意味で優先している」と回答。C社は①と⑤を選択した。3社をあわせた回答は、①から⑤までを網羅する結果となった。回答からは、さまざまな理由から映像を優先することが地方局のルーティンワークであり、疑いを差し挟む余地のない常識になっていることがわかる。あわせて犯罪報道重視、行政ニュース忌避の傾向が一部に見られるが、面白主義への傾斜との関連が推測される。

さらに「表層主義」に関連しての設問である。

設問3 「ニュース番組におけるイベント、グルメ、旅などの生活情報について、どんな考えをお持ちですか」

回答 ①「視聴者が興味を持つネタとして積極的にとりあげている」

②「大切な生活情報とわりきって取り上げている」

③「毎日、社会性のあるニュースがある訳ではなく、ニュース枠を埋めるためにとりあげている」

④「できればソフトなネタはやりたくない」

A社は選択項目を選ばず、「必要に応じてとりあげる」とした。B、C社は②を選択した。以上の回答から導き出されるのは、イベント、グルメ、旅などの情報が、ニュースとして認知されていることである。少なくとも報道現場マネージャーたちのソフト・ニュースへの抵抗感希薄である。

つぎに「調査報道」実施の有無を聞いた。選択項目は3つ。

設問4 「ニュース番組では調査報道を行っていますか」

回答 ①「行っている」

②「意欲はあるが時々しかやっていない」

③「全くやっていない」

A社は①を選択。筆者のインタビューに対しては、「必要に応じて記者レポートを行うよう指導している」と述べ、同一テーマで企画ニュースを継続していることをあげた。つぎにB社は③の「まったく調査報道をやっていない」を選択。その理由として、「人手不足で調査報道にまで手が回らない」ことをあげた。つぎにC社であるが、②「意欲はあるが時々しかやっていない」と回答。「『脱発表物』に力を入れているが、時間がとれないため、記者自身が社会性のあるネタを掘り起こすことが日常的にはできていな

い」と説明し、B社に似た悩みを抱えていることが明らかになった。調査報道の重要さの認識は、程度の差はあるが共有されている。しかし、各社が競って調査報道を行うレベルからは程遠い。

最後に「記者育成で重視していること」を、「協調性」、「順法精神」、「取材力」、「表現力」、「ジャーナリストになること」から選択してもらったところ、A社は「すべて必要」と答え、B、Cの2社はいずれも「取材力」をあげた。取材力は報道の前提であり、報道記者の最も重要な能力の一つである。その意味でこれら地方局においては、記者の育成が課題であることが推測される。

アンケート実施にあたって、筆者は各社の報道現場マネージャーのインタビューを行った。そこで必ず出てきたのが「わかり易く伝える」というキーワードである。この「わかり易く伝える」が、今や地方局報道現場においては表現上の優先課題である。視聴者の視点に立つなら好ましいことであるが、同時にそれがソフト化への傾斜を強める一因と言えるようだ。いくつかの例をインタビューの中から拾ってみる。A社の報道現場マネージャーは、二つのことを語った。「一方的で押しつけがましいものではなく、視聴者が関心を持つものを伝えていく」。「記者レポートは自分が見たもの、聞いたことを現場でしゃべる」。筆者はこれに多少の懸念を抱く。まず「視聴者の関心」である。「視聴者の関心」に答えるニュースを甘いケーキに例えるならば、ジャーナリズムには時に口に苦くても体にいいものを伝える使命がある。体にいいものとは社会をより良くしたいという取材者の視点に立って発掘した、自由、公正、人権擁護など民主主義に大切な価値観にかかわるニュースである。あるいは視聴者には一方的で押しつけと映り、鼻もちならないかもしれない。しかし、そういったニュースを伝えて地域に議論を興し

ていくことこそ、地方局報道の存在意義と言える。「視聴者の関心」ばかりに目がいけば、「面白主義」の陥穽に落ちてしまう。記者レポートについてもより本質的なアプローチを期待したい。ワイドショーのように現場で断片的な情報をしゃべるのではなく、記者は取材と見識を基にニュースの核心、すなわち伝えるべきニュース価値を語るべきではないだろうか。そのためには見たこと聞いたことを一旦胸に収め、他の情報や自分の知識、見識とつきあわせて「発酵」させることが必要である。最近の記者レポートにはこの「発酵」が見られない。B社の報道責任者は、記者の経験不足からニュースが深まり難い悩みを率直に語った。C社は報道がさまざまな形を伴って映像に引きずられることと、視聴率獲得のためにテーマ選択が特定の視聴者層を対象にしたものに偏りがちであることを指摘した。D社はニュースのタイトル、スーパー、CGなど、演出表現に力を入れていると話す。こうしたように、今回調査した報道現場マネージャーの報道意識のなかに、少なからずソフト・ニュースへの傾斜が伺えることが明らかになった。

5.2 報道記者の意識

報道記者は専門的職能を求められる²²⁾。しかし、記者がニュースを発掘するために取材し、何がニュースか判断して記事にする時には、ニュース価値の基準がある訳ではなく、個人の「ニュース感覚」が頼りである。この「ニュース感覚」は、「鋭い洞察力」や「時代を読む目」といった言葉で置きかえられることはあっても、それだけでは十分ではない。「ニュース感覚」が記者個人の全人格の表象だからである。そうした記者の「ニュース感覚」が、ニュースのソフト化をどの程度容認しているのか、在広地方局記者の意識調査から見てみよう²¹⁾。

設問1 「ニュース取材の選択について何
います。自分の裁量で選ぶとすれば
どれを優先しますか」

回答 25人

- ①「行政や警察などの発表ネタ」 2
人（8%）
- ②「視聴者が面白いと感じて見てく
れるネタ」 6人（24%）
- ③「あなた自身が視聴者に知らせる
べきだと考えるネタ」 17人
（68%）

前述したソフト化の分類に従えば、①は発表
報道主義、②は面白主義である。③のケースは
「アジェンダ・セッティング」の視点を持つ調
査報道の発想である。25人の回答者のうち、最
後の③を選んだ記者が圧倒的に多いのは、
ジャーナリズム性の観点から見ればかなり
健全な結果であるといえる。

つぎに直接ソフト・ニュースについて聞いた
ところ、ニュース取材の優先順位の結果とは逆
に、ソフト・ニュースへの抵抗感がほとんどな
いことが明らかになった。

設問2 「イベント、グルメ、旅などの情報
についてどんな考えを持っています
か」

回答 25人

- ①「視聴者が興味を持つネタとして
積極的に取材」 12人（48%）
- ②「大切な生活情報と割り切って取
材」 10人（40%）
- ③「できればソフトなネタはやりたく
ない」 3人（12%）

ソフト・ニュース積極派の①と消極的肯定派
②を合計すると、およそ90%近い数字となる。
それに対して、ソフト・ニュース反対派といえ

る③はわずか3人（12%）であった。

つぎに、ニュース・ソフト化の対極をなす表
現方法や取材方法として、社会性のあるネタを
掘り起こして記者自身が伝える記者レポートや
調査報道があげられる。それぞれについて聞いた。

設問3 「あなたは記者レポートを積極的
に行っていますか」

回答 24人

- ①「積極的に行っている」 1人
（4%）
- ②「積極的とは言えないがケース・
バイ・ケースで行っている」 12
人（50%）
- ③「指示がある場合だけ行っている」
6人（25%）
- ④「行っていない」 5人（21%）

設問4 「あなたは調査報道を行っていま
すか」

回答 23人

- ①「行っている」 0人
- ②「意欲はあるが時々しかやってい
ない」 10人（43%）
- ③「全くやっていない」 13人
（57%）

積極的な記者レポートがほとんどない現状は、
記者自身が自ら手間をかけて深いニュースを伝
えていこうという意志が乏しいことを伺わせる。
言うまでもないが、真実を追求する記者レポ
ートは署名記事である。記者の努力と見識、そし
て覚悟が必要である。質の高い企画ニュースに
は、当然のように記者の視点で整理されたス
トーリーが存在し、記者レポートによる表現が
要請されるのが自然である。放送ジャーナリ
ズムは記者レポートから始まるといっても過言で
はない。ワイドショーの演出の物まねではない、

本物の記者レポートが少ない現状は、地方局ジャーナリズムの劣化に他ならない。調査報道の設問に対する記者たちの回答はその証左である。この設問に関連して、放送した調査報道の内容の記載を求めたところ、回答したのは25人中わずか1人であった。今回の調査で浮かび上がった記者の意識の典型は、「ソフト・ニュースにはほとんど抵抗なく日頃から取材を行っている半面、視聴者に知らせるべきテーマを自ら選択したいという欲求を持つ。しかしそれはけっして手間暇かけて伝える記者レポートの形式ではなく、ましてや調査報道という深みを目指すものでもない」というものである。あるいは記者たちの関心は、自分で見つけた出したソフト・ニュースなのであろうか。

6. 役割モデルとしての「柏村武昭のテレビ宣言」

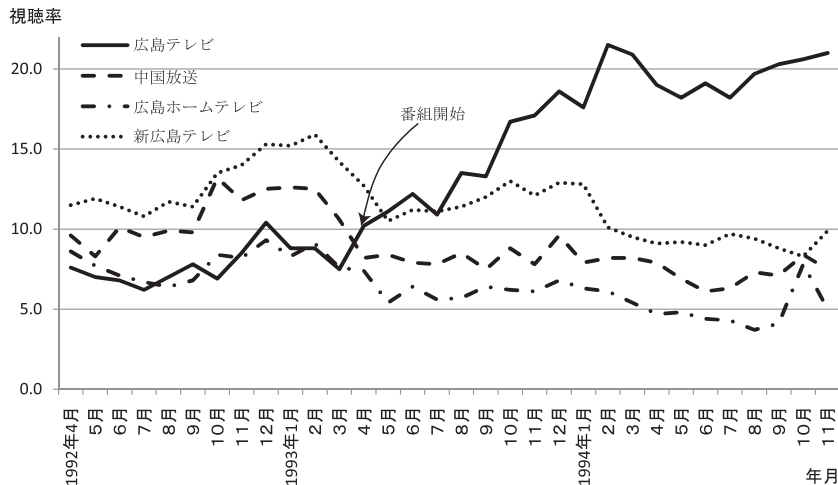
1990年代の第二次ローカルワイド・ブームに火をつけたのが、広島テレビの「柏村武昭のテレビ宣言」である。古典的なニュース番組の殻を打ち破った斬新な番組スタイルで圧倒的な視聴率を獲得し、その後が続く全国のローカルワイド番組の魁となった。「柏村武昭のテレビ宣言」は、「わかり易く伝える」演出などの点において、一般にはソフト化の印象を強く持たれたが、じつはジャーナリズムの色濃い番組であった。成功の要因はいくつか挙げられるが、「公共圏の醸成」や「権力の監視」という番組のジャーナリズム性が、幅広い共感を得た面を見過ごすことはできない。

6.1 ローカルワイドの頂点へ

「炭焼き小屋論」が全盛であった1993年4月、衛星・マルチメディア時代到来に危機感を抱き、生き残るための唯一の選択肢と社運をかけて広島テレビが始めたのが、「柏村武昭のテレビ宣言」であった。その頃、広島の地方局編成と言

えば全くの横並びで、夕方5時台はアニメかドラマの再放送、6時からネットニュースが始まり、6時半から7時までがローカルニュース枠であった。そこに登場した新番組は編成の常識を覆すものだった。放送枠はネットニュースを含む夕方5時から7時までの2時間とし、刻々と変わるニュース、情報、街の表情、人の動きをリアルタイムで伝えた。夕方の慌ただししい時間帯は「ながら視聴」⁽²³⁾が多いことから、キャスターにはラジオアナウンサー出身で、軽妙なしゃべりが得意な柏村武昭を起用した。最初の1時間枠にはレポーターが伝える複数枠の情報コーナーを設定し、その前後にJR広島駅からの定点中継で行われるクイズやゲーム、「今からでも間に合うアイデア料理」がうたい文句の料理コーナーなどが配置される。そして数度に分けてその日の重要なニュースが流される。特徴はどのコーナーも短くテンポよくまとめられていることであり、ニュースもフラッシュとして扱われる。続くネットニュースが終わると、そのままローカルニュース枠に流れ込む。ローカルニュース枠は、ニュースセンターにいる別のキャスターが担当する。テンポを重視すること以外、ニュースの伝え方に特別な演出がある訳ではない。唯一、「今日の特集」という長尺の企画についてだけ、スタジオの柏村キャスターが伝えた。このコーナーでは視聴者との対話と議論が試みられ、放送中に届く視聴者の意見を紹介しながらキャスターがコメントを行った。

番組スタート直後から多くの共感を得たのが、視聴者の投書がきっかけになった「広島のがソリンはなぜ高い？」というキャンペーンであった。県内のガソリン小売価格が全国トップクラスの高値であるうえに、価格が一律横並びであることを報じると、消費者の怒りが爆発し、番組には数多くの情報が寄せられた。それを基にしてまた新たな検証を重ねて20回の企画となった。その結果、県内のガソリン価格は大幅



注) 吉村淳「17～19時広島4局視聴率」第3回 NNS21フォーラム講演『地域密着の編成・番組』(1994年)より

図2 「柏村武昭のテレビ宣言」開始前後の4局視聴率

に値下がりした。番組が目指した「視聴者とのキャッチボール」、双方向性の成果であった。番組あてのファックス、電話、はがきは1日100件にも上るようになった²⁴⁾。

番組スタート前に放送していたアニメの視聴率が7%程度であったことから、当初二桁10%が目標とされたが、番組開始から3カ月で早くも到達し、10カ月後には平均20%の台座にのった(図2)。時には視聴率25%以上、テレビをつけている家庭の半数が、番組を視聴することも珍しくなかった。系列を超えて多くの民放局が番組の視察に訪れ、様々な新聞や雑誌にもとりあげられた²⁵⁾。長らく低視聴率に喘いでいた広島テレビは番組の好調に支えられ、これ以降、地域視聴率トップの座を走り続けることになる。当時の広島テレビ社内報はその熱狂をこう伝える。「今や全国的に注目されている『柏村武昭のテレビ宣言』は、圧倒的な視聴率で好調を持続。夕方を制して『1強4弱』状態が続いています」²⁶⁾。「金にならないローカルワイド」が金の卵となった。1995年度には広島地区の民放として初めて、テレビ営業収入が100億円を超えた(図1)。こうして「柏村武昭のテレビ宣言」は

2000年度末に終了するまで、当時の全国地方局ローカルワイド番組の「目標」であり続けたのである。

6.2 番組のジャーナリズム性

ローカルワイド番組については、例え視聴率が取れなくても地域メディアとしての活動を住民に伝えられればよいという主張がある²⁷⁾。ジャーナリズムとして「公益性」を追求する姿勢さえあるならば、「収益性」にはこだわる必要はないというものである。しかし地方局の経営環境が厳しさを増す今、この考え方は現実的ではない。ニュースのソフト化に陥ることなく地域ジャーナリズムの役割を十分に果たす。同時に「収益性」においても最大限に貢献する。「公益性」と「収益性」の両立が、今日のローカルワイド番組に求められるのである。この点において「柏村武昭のテレビ宣言」は今も「役割モデル」となるのではあるまいか。この考え方に合理性を持たせるためには、「柏村武昭のテレビ宣言」のジャーナリズム性についてさらに補足が必要であろう。番組に携わった関係者へのインタビューからみていく。

番組の生みの親である吉村 淳²⁸⁾ はこう語る。「コンセプトは『古典的ニュースから“人間の顔”をしたニュースへ』。番組はエンターテインメントの衣を着てはいたが、あくまでニュースを中心とした情報番組だった。官公庁の発表のような上意下達ではなく、視聴者と共に考えるニュース。恒例の決まり切ったニュースを見直した」。さらに「事件や発表などあるものをそのまま伝え、判断は視聴者に任せるだけではだめ。それはメディアの反応であって『言論』がなくなる」とも指摘した。吉村の話からは、「柏村武昭のテレビ宣言」がいくつものアンチ・ソフト化の要素を持っていたことがわかる。それは非画一前例主義であり、非発表報道主義、非表層主義、そして非面白主義である。

番組の現場の責任者を長くやった佐藤伊佐雄²⁹⁾ は、記者の成長に着目する。「毎日の長尺企画ニュース『今日の特集』は必ず記者レポートで行った。その結果、記者の取材力や表現力が上がった。当時、調査報道という意識は希薄だったが、担当した記者たちは顔出しのレポートというプレッシャーがあって、ていねいな取材を積み重ねるようになった。記者の視野が広がって海外取材が増え、ワシントンやニューヨークと結んだ中継も実現した」と語る。

「ガソリン問題」をディレクターとして担当し、その後ニュース・デスクに就いた田端佐紀子³⁰⁾ は、「本来ならソフトなネタを伝える生活情報コーナーで『ガソリン問題』を扱ったのは、地域住民の生活にかかわるテーマとして面白いと思ったからだ」と語る。田端にとって「面白いもの」とは、ワイドショーのように視聴者の「のぞき趣味」に媚びるテーマではなく、極めて公共性の高い課題であったことがわかる。またニュース・デスクを務めた経験から、報道記者の資質について、「優秀な記者が数人いて良質な企画ニュースを続けられた。着眼力、取材力、表現力がそろって記者はじつは余り多くない」

と語る。田端が挙げた広島テレビの当時の優秀な記者の一人が堀川である。堀川に在広4局の報道記者に行った意識調査を、「広島テレビに在籍していた頃」という条件をつけて同様に行ったところ、現役記者たちとは全く違う結果となった。ソフト・ニュースについて、現役記者たちの88%が積極派か消極的肯定派であるのに対して、堀川は「ソフトなネタは絶対やりたくない」と答えた。1人しかいなかった「記者レポートを積極的に行う」に対して、「極めて積極的」。全く該当者がいなかった「調査報道を行っている」についても、堀川の答えは「よく行った」であった。さらに最近のテレビ報道について、こう苦言を呈している。「表面的な動きしか取り上げておらず本質を見ていないことが多い。映像で取り上げ難い問題への工夫がたりない。記者が勉強不足で独自の調査報道が少ない。報道が娯楽情報にとって代わられている」。いずれもニュースのソフト化傾向への警鐘、痛烈なテレビ報道批判である。

佐藤と田端の話からは、「ガソリン問題」報道が番組初期の起爆剤となり、その後は「きょうの特集」の記者レポートが番組の好調を支えたことがわかる。両方に共通するのは、調査報道で社会に内在する課題を掘り起こして地域に問い、視聴者とともに考えて解決していく姿勢である。ここにジャーナリズムの二つの条件、「権力の監視」と「公共圏の醸成」が成立する。「柏村武昭のテレビ宣言」は、勝れてジャーナリズムであったと言える。

7. お わ り に

地方局ののどかな時代は終わった。今後の展開は変数が多すぎて読むのは難しい。ただ、押し寄せるメディア間の競争が今ある「棲み分け」の変更を促すかぎり、地方局には「変態」が求められることは間違いない。地方局がこれまでのようなレゾンデートルの維持を望むならば、

いかなる「姿」に変容すべきか。その問いに答えるべく本稿では地方局のジャーナリズム性に着目し、その特性、現況、報道意識調査などからニュースのソフト化傾向の分析を行ったうえで、役割モデルとしての「柏村武昭のテレビ宣言」成功の要因を探った。導き出されたのは本来、地方局の「得意技」は「地域性」と「継続性」を極めることによるジャーナリズムであること。そして地方局の立場をより強固にするためには、ニュースのソフト化と訣別し、「調査報道」、「記者レポート」の手法によりその「得意技」を磨きあげていくことが重要だということである。まずは地方局報道現場の意識を改め、つぎに記者へのジャーナリズム教育が必要であろう。地方局はテレビ的な衣裳を纏いながらも地域ジャーナリズムの再生を実現する以外に、生き残ることは難しい。これが、地方テレビ局は社会のためにもっと良いことができるのに、という思いから執筆を始めた本稿の結論である。

注

- 1) 清水英夫・林 伸郎・武市英雄・山田健太『新版マス・コミュニケーション概論』47頁（2009学陽書房）
- 2) 原寿雄「ジャーナリズムの思想」P1（1997岩波新書）
- 3) 蓮見音彦『テキストブック社会学（5）地域社会』4～5頁（1977有斐閣）
- 4) 調査「日本人とテレビ 2010」NHK放送研究所 2010年3月実施 全国16歳以上の国民5,400人対象
- 5) 大石裕「地域メディアと地方政治」『地域メディアを学ぶ人のために』93頁（2003世界思想社）
- 6) 中馬清福「地方報道はどうあるべきか『狩猟型』と『農耕型』取材を考える」『Journalism no. 239』
- 7) 「GALAC 2010年11月号」（放送批評懇談会）
- 8) 「日本民間放送連盟年鑑」,「ネットカフェ難民と貧困ニッポン」（2007日テレBOOKS）
- 9) 「日本民間放送連盟年鑑」,「限界集落 吾の村なれば」（2010日本経済新聞出版社）
- 10) 調査報道の役割については、小林恭子「調査報道こそジャーナリズム 英紙ガーディアン流儀」『Journalism no. 239』に詳しい。
- 11) 日本民間放送連盟年鑑のデータによる。
- 12) 正賀幸久「裏切られ、真実をつかむ」『放送倫理ブックレット No. 2 表現方法』（1995日本民間放送連盟）
- 13) 竹山輝雄・竹山昭子「メディア史を学ぶ人のために」325頁（2004世界思想社）
- 14) NHK BS特集『メディア地殻変動第一部〜岐路に立つテレビ・新聞』（2010年3月21日放送）に詳しい。
- 15) 幸坊治郎「メディアの吸収合併とジャーナリズム」『放送と通信のジャーナリズム』111頁（2009ミネルヴァ書房）
- 16) 池田信夫「利益を生まない地デジ化 推進される理由と放送の将来」『Journalism no. 247』
- 17) 日本民間放送連盟『放送ハンドブック』25頁（2007日経BP社）
- 18) Cronkite, W. "More bad news" (Gurdian 27 January 1997)
- 19) マクネア, B. 小川浩一・赤尾光史監訳「ジャーナリズムの社会学」218頁（1998=2006リベルタ出版）
- 20) 原寿雄「ジャーナリズムの思想」43頁（1997岩波新書）
- 21) 2010年11月実施「広島県民放四局の報道意識調査」。報道デスク・報道部長に対する調査は、各社の代表者1人ずつから回答を得た。このうち1社からの回答は、質問のほとんどに「回答なし」としたうえ、わずかな回答分においても筆者の設問の意図を確認しないまま、質問そのものを変更する条件をつけたため、ここでは省くことにする。一方、報道記者への調査は、1社を除く残り3社、合計25人から回答を得た。
- 22) マクネア, B. 小川浩一・赤尾光史監訳「ジャーナリズムの社会学」112頁（1998=2006リベルタ出版）
- 23) 「ながら視聴」とは、夕方、主婦が料理をしながらテレビ番組を見るなどの視聴形態を指す。
- 24) 吉村淳『地域密着の編成・番組』（1994年第3回NNS21フォーラム講演より）
- 25) 中国新聞「夕方の情報テレビ競争激化」（1994年4月2日朝刊）
朝日新聞「広島の生番組戦争」（1994年6月20日東京夕刊）
民間放送「自然体で語りかける 柏村武昭氏」（1994年7月13日）
読売新聞「夕方の主婦に的 生活情報テレビ」（1994年7月28日）
- 26) 広島テレビ放送社内報（1994年12月）
- 27) 伊豫田康弘「今こそ夕方ワイドを地域戦略の拠点に」『月間 民放』（1997年10月）
- 28) 「柏村武昭のテレビ宣言」の発案者。番組発足当時、広島テレビ放送取締役報道制作局長
- 29) 情報センター長として「柏村武昭のテレビ宣言」を統括した。
- 30) 「柏村武昭のテレビ宣言」スタート時は、制作

ディレクターとして「ガソリン問題」を担当。
その後、ニュース・デスクとして番組に関わる。

参 考 文 献

- 井上宏・荒木功編（2009）『放送と通信のジャーナリズム』ミネルヴァ書房
- 猪股征一（2006）『実践的 新聞ジャーナリズム入門』岩波書店
- NHK 放送文化研究所（2002）『放送の20世紀』NHK出版
- 大石裕（2005）『ジャーナリズムとメディア言説』
- 大石裕（2009）『ジャーナリズムと権力』世界思想社
- 小野善邦編（2005）『放送を学ぶ人のために』世界思想社
- 社団法人日本民間放送連盟（2007）『放送ハンドブック』日経 BP 社
- 竹内郁郎・田村紀雄（1992）『新版 地域メディア』日本評論社
- 田村紀雄（2003）『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社
- 津金澤聡廣・武市英雄・渡辺武達編（2009）『メディア研究とジャーナリズム 21世紀の課題』ミネルヴァ書房
- 日本民間放送連盟年鑑（1987～2010）
- 橋元良明・吉井博明編（2005）『ネットワーク社会』ミネルヴァ書房
- 藤田博司（1996）『アメリカのジャーナリズム』岩波新書
- マクネア, B.（1998=2006）小川浩一・赤尾光史監訳『ジャーナリズムの社会学』リベルタ出版