

テレビ放送における捏造事件の教えるもの ――一連の報道から見えてくる社会的影響の一考察――

小 林 逸 雄

戦後のメディアは新聞と放送が牽引してきたと言って良い。中でも放送メディアの進展には目を見張るものがある。そこには日本における経済社会の発展が背景としてあり、国民の暮らしに直結する放送との相互関係があったのである。スイッチをオンするだけでニュースや話題など生活情報がふんだんに送られてくる。早くて手軽、しかも便利で有益であった。そして60年、放送局と視聴者は信頼関係を築いてきた。

しかし近年、受け手であった視聴者は同時に送り手でもある双方向の情報化社会となり、番組は放送局が勝手に作るものではなく、視聴者も見るとの意見や考え方を番組に反映し、局と視聴者が一緒に制作する時代の到来と考えることが出来る。従って、番組や情報にウソがあれば視聴者はそれを簡単に見破り、相互信頼関係の瓦解が始まるのである。放送局にとって視聴者は、民間放送におけるスポンサー以上の大切な存在となったのである。そのことが去る1月のデータ捏造に端を発した社会問題の側面である。つまり、視聴者の感覚は敏感さを増してきたと考えなければならない。放送ジャーナリズムの自立は視聴者に真摯に耳を傾ける姿勢の向こうにある。

システムの標準化によって情報はデジタルに、リアルタイムで世界を駆け巡る。主役は今やインターネットである。それによって既存のメディアのありようが問われる時代となったのである。それはメディアの危機というより放送ジャーナリズムの危機である。データ捏造に伴って、放送に対する視聴者の危惧はかつてない高まりを見せていると言えないだろうか。

小論では、今年（平成19年）1月に発生した関西テレビの「発掘！あるある大辞典Ⅱ」におけるデータ捏造を通して、一連の報道と社会の反応や筆者が担当する「マスコミ論（放送）」講座における学生たちとのやりとりなどを踏まえながら、テレビと視聴者の信頼関係の崩壊と課題、放送ジャーナリズムの自立について、その一端を考察するものである。

キーワード：視聴率至上主義、放送のモラル、放送ジャーナリズムの自立

1. はじめに

報道は常に真実でしかも中立公平であるべき番組に、情報処理の段階でデータに不適格な部分があったと関西テレビみずから発表し、事が納豆というとても身近な食品にかかわる問題であっただけに1月20日以降大きな社会問題として推移した。92年以降、他の局で表面化した演出の

許容範囲いわゆる「やらせ問題」、研究者の論文紹介にあたっての許諾の問題、健康を扱った番組におけるヨガの前後を伝える捏造映像、ある場面を再現した「自作自演」映像など、いずれの場合も、視聴者にどれだけ注目させ面白く見てもらえるかという番組制作者の心理が大きくはたらいっているということである。民間放送においては経営上いかに視聴率をかせぐかという重い課題が常にプロデューサーの肩にかかっている。したがって、「番組をいかに安く、いかに面白く作るか」は制作者にとっては至上命題である。放送の歴史はまだ50年とちょっとである。その間に放送メディアにとっての金科玉条である放送法の「真実の報道」は歪められてきたと言って良い。今回の関西テレビ事件に視点の中心をおきながら、また講義における学生たちとのやりとりなどを踏まえながら、日頃マスコミ論に携わる筆者として、事件の社会的影響、特に放送メディアの送り手と受け手の信頼関係の揺らぎと放送ジャーナリズムの自立について、その一端を考察し小論としたい。

2. 捏造事件の内容

平成19年1月7日（日）夜9時から放送した生活情報番組「発掘！あるある大辞典Ⅱ」で納豆のダイエット効果を紹介した。納豆を食べた被験者の中性脂肪値が正常値になったとコメントし、字幕でも数字をつけて放送した。しかし、実際には測定しておらず、他の実験でも測定や検査をしないまま、架空の数字を使った、というものである。このことについて、千草宗一郎社長自ら記者会見で、「放送局としての信頼を著しく損ない、視聴者の信頼を裏切ることになり、誠に申し訳ない」と謝罪した。この放送以降、スーパーマーケットや食料品店などでは納豆の品薄状態が続いたのである。「発掘！あるある大辞典」は96年10月にスタート、「Ⅱ」は04年4月にスタートし、昨年（06年）8月放送通算500回を突破した。平均視聴率15%をキープする関西テレビの看板番組である。製作は関西テレビから「日本テレワーク」へ外注され、さらに別のプロダクション「アジト」へ孫請けされていた。

3. 関西テレビは老舗の準キー局

関西テレビは1958年11月22日大阪に開局したVHFのフジテレビ系列準キー局である。日本におけるテレビジョンの研究は戦前から続けられていた。1926年頃から、“テレビの父”といわれる高柳健次郎の母校である浜松高等工業学校（現・静岡大学工学部）をはじめ、早稲田大学、逓信省電気試験所、日本放送協会技術研究所などで本格的に開始されたのである。40年に開催予定だった東京五輪で放送することを目標に39年に実験放送を開始したが、戦時体制の下で中断し、戦後間もなくNHK技術研究所の手で再開されたのである。その後53年にNHK東京テレビ（2月1日）、日本テレビ（8月28日）の東京2局が開局したが、日本のテレビ放送は民放のラジオ開局からほぼ2年遅れで進行したのである。

そして、日本の経済と国民生活が並行する形で発展を始める中、電波行政をあずかる郵政省の11チャンネル制に基づくチャンネルプランの下で、58年以降民放テレビの大量開局時代を迎えるのである。58年11月22日、関西テレビは56年12月1日の朝日放送、58年8月28日の讀賣テレビ放送に次いで、大阪で3局目（全国で13番目）のテレビ局として開局した。さらに1年遅れて毎日放送が3月1日にテレビ開局して大阪における4局体制が整うのである。社会の経済環

境が最も敏感に反映する民放の熾烈な競合の中で常にトップを走り続けた放送局である。それはとりもなおさず経営の指針とされる視聴率もトップを独走してきたことになるのである。（この項は『民間放送50年史』を参照して記述）

4. 捏造事件の経緯

- ・ 1月20日 1月7日に放送した納豆のダイエット効果を紹介したデータに不適格な部分（捏造）があったと発表した。
- ・ 1月21日 差し替え番組で謝罪した。
この日、番組の放送を取りやめ、視聴者へのお詫びを放送した。関西テレビとフジテレビに苦情の電話が相次いだ。「あれはウソだったんですか」「もう信用しない」「責任はどうとるのか」など。
- ・ 1月22日 単独スポンサーだった花王が番組提供を降りることを決定した。
- ・ 1月22日 関西テレビが総務省近畿総合通信局（大阪市）に事実経過を報告した。
この時点で関西テレビとフジテレビに苦情は計2800件に達した。
- ・ 1月23日 関西テレビが番組の打ち切りを発表し、社長、役員、社員の処分も合わせて発表した。
- ・ 1月29日 フジテレビ社長が定例会見で謝罪した。
- ・ 1月29日 BPO（NHKと民放でつくる第三者機関「放送倫理・番組向上機構」）の清水英夫理事長が次の声明を発表した。「このような事態が繰り返されれば、放送に対する視聴者の信頼を失墜させ、ひいては放送の自由を危うくすることになる。」
- ・ 2月2日 フジテレビ系列27局の東京支社長会の席上で、この時間枠の制作とセールスを系列ネットワークに返上することを了承される。「視聴者やスポンサーの信頼を裏切り、放送界全体にも迷惑をかけた。深く反省し、ひとつのけじめとして、長年、制作とセールスの責任を担ってきた枠を返上したい」との理由で返上した。
- ・ 2月5日 関西テレビ「発掘！あるある大辞典Ⅱ」の放送枠、日曜午後9時台の全国ネット枠の自社制作をやめると発表する。（この時間枠は、79年10月に始まった「花王名人劇場」以降、花王の単独スポンサーで関西テレビが制作を担当。80年代の漫才ブームのきっかけとなった演芸やドラマ「裸の大將」シリーズなどをヒットさせた。96年10月から「発掘！あるある大辞典」、04年4月からは後続の「発掘！あるある大辞典Ⅱ」を制作。平均視聴率15%前後を維持する看板番組。）
- ・ 2月7日 「納豆ダイエット」（1月7日放送分）で発覚した研究者の発言と実験の捏造について総務省に報告した。千草社長は「外部有識者による調査委員会により客観的に検証してもらってから詳細を報告したい」と述べた。
- ・ 2月8日 総務省が関西テレビに「再報告」を指示した。「発掘！あるある大辞典Ⅱ」で発覚した捏造問題について、関西テレビが7日提出した報告書を、「内容が不十分だ」として再報告を求めることを決める。
- ・ 2月9日 総務省が再発防止に向けた法改正の検討を開始した。総務省は9日、関西テレビの捏造問題を受け、電波法を改正して放送局への行政処分に業務改善命令や課徴金などを新設し、監督を強化する検討に入ったことを明らかにした。菅総務大臣はこの

日の記者会見で、「孫請け会社がすべてやったことになっていて、経営全体の責任というのが全く書かれていなかった」と批判した。

- ・ 2月15日 関西テレビが総務省に報告書を提出した。捏造事件が起きるまでの経緯や背景、原因など詳細な報告書を発表した。
- ・ 2月15日 日本民間放送連盟が関西テレビの会員活動を停止した。民放連は15日、東京都内で理事会を開き、関西テレビの会員活動を当分の間停止する措置を決めた。その理由として「関西テレビの放送責任は大変重く、視聴者・広告主の信頼を大きく損なった」とした。民放連が、契約したCMを間引きして放送した会員を除名や活動停止したことはあるが、番組内容を理由にした措置は初めてである。15日の会見で民放連の広瀬会長（テレビ朝日会長）は、「自浄機能を発揮しないと、公的権力の介入を招くことになりかねないという認識もあった」と語った。
- ・ 2月18日 関西テレビが総務省に再報告書を提出した。社内調査で新たに2回の放送にデータや発言の改ざんがあったことが分かったほか、これまで報道機関に捏造疑惑を指摘されていた「みそ汁ダイエット」でも発言の改ざんが発覚した、と発表した。いずれも、「納豆ダイエット」の回で「捏造」したものと同様の手法だった。また、プロデューサーから社長にいたるまでそれぞれの責任が存在し、最終的な責任は社長にあるとした。菅総務大臣は再報告書の提出を受け、関西テレビに対する行政処分は、3月中旬をめどにまとまる社外調査委員会の報告を待って判断する考えを示した。

新たに問題が発覚したのは、

- ・ 2005. 10. 16 「有酸素運動の新理論」
- ・ 2006. 10. 22 「あなたのダイエットフルーツはどっち？みかんorリンゴ」

どちらも、「納豆ダイエット」と同じ孫請け会社「アジト」が制作を手がけた。「有酸素運動」の回ではアメリカの研究者が「この新理論を毎日3分間実践すれば効果は期待できます」と説明する様子を放送したが、実際は「3分間の運動をして、代謝を大幅に上げることを示した研究を見たことはない」と話すなど、インタビュー内容を改ざんした。「ダイエットフルーツ」の回では、みかんの成分が血糖値を抑える働きがあることを実験した際、あまり顕著な結果が出なかったにもかかわらず、著しい結果が出たかのようにグラフを偽った。また、「みそ汁ダイエット」（06年2月）では、別のアメリカの研究者が、みそ汁を朝飲むとやせやすい体になるという見解を示したとされていたが、実際にはそのような趣旨の発言はなかった。

またこの日、総務省に再報告書を提出した後、関西テレビの千草宗一郎社長らは会見であらまし次のように述べた。「視聴者の信頼を根底から揺るがし、多大なご迷惑をおかけしたことを深く反省し、改めてお詫び申し上げる。過去すべての回の調査を進め、新たに3回で表現、演出などの方法で不十分な点があると確認された。外部委員会にも報告書を提出し、調査検証していく。放送に携わる者の意識の緩み、チェック機能の不備、番組制作のあり方など複合的に起因した。」

- ・ 3月7日 BPOが権限強化で合意し再発防止を勧告する。関西テレビ「発掘！あるある大辞典Ⅱ」のデータ捏造を受け、NHKと日本民間放送連盟でつくる第三者機関「放送倫理・番組向上機構（BPO）」の三者がBPOの機能を強化することで基本合意

したと発表した。これは、うその番組を放送した放送局に対し、再発防止策の提出を求める勧告や見解を出す権限を持たせるというもの。

清水英夫BPO理事長、橋本元一NHK会長、広瀬道貞民放連会長（テレビ朝日会長）が会見した。総務省は放送局に再発防止策の報告を求める法改正を検討しているが、広瀬民放連会長は「一連のざわめきが状況を見ようという方向になれば、それに越したことはない」と述べた。基本合意は次の通りである。

- ・ BPO内の放送番組委員会に代えて、5月をめどに「放送倫理の確立と再発防止に関する委員会」を置く。
- ・ 委員は法律家や学者ら放送局外から選ぶ。
- ・ 調査や審理のきっかけは委員会内部や視聴者、外部の専門家、番組制作者らからの指摘などを想定する。
- ・ 調査開始の基準は委員会で検討する。
- ・ 勧告や見解を受けた放送局は、これを「最大限尊重する」。
- ・ 3月9日 全日本TV製作社連盟がアンケート結果を公表した。テレビ制作会社でつくる全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）は、情報番組「発掘！あるある大辞典Ⅱ」のデータ捏造問題を受けて加盟各社に行ったアンケート結果を公表した。多くの社が、関与した製作会社や放送局を厳しく批判するとともに、背景にある予算不足や視聴率至上主義を指摘した。
- ・ 3月23日 「発掘！あるある大辞典Ⅱ捏造問題」調査委員会が報告書をまとめた。関西テレビが社外有識者5人に委嘱した「発掘！あるある大辞典Ⅱ」調査委員会は、計16回の放送でコメントの捏造や実験データの改ざん、不適切な表現があったと指摘し、再発防止策を含む報告書をまとめた。
- ・ 3月27日 民放連が関西テレビを除名した。処分を、会員活動の停止から除名に進めることの是非、反対意見や慎重論が出されたが、約2時間の会議の結果、除名を認めた。民放連の在京民放キー局の社長ら12人の緊急対策委員会メンバーによる関連の会議は、1月20日の捏造発覚以来27日で3回目となる。
- ・ 3月30日 総務大臣が番組捏造で関西テレビに「警告」する。菅総務大臣は30日、関西テレビの千草宗一郎社長を総務省に呼び、放送法に違反したとして総務大臣名で警告した。千草社長は記者団に対し、「検証番組をしっかりと放送した上で責任を明らかにしたい」と述べ、番組終了後に社長を辞任する考えを事実上表明した。放送局に対する総務大臣名の警告は3回目となる。総務大臣は「放送違反の状態が再度生じる場合は法令に基づき厳正に対処する」と述べ、「電波停止」などの行政処分も含めた厳しい姿勢で臨むことを強調した。関西テレビに再発防止策を1ヵ月以内に、実施状況を3ヵ月以内に報告するよう求めた。総務省は、関西テレビが捏造番組を繰り返し放送し、放送メディアに対する視聴者の信頼を裏切ったとして、これまで発動したことのない「電波停止」の行政処分を出すことも検討した。しかし、関西テレビの最終調査報告書で、経営責任を明記したことなどを勘案し、行政指導にとどめることにした。
- ・ 4月3日 千草社長が辞任する。関西テレビは3日午後臨時取締役会を開き、千草宗一郎社長（63）が引責辞任して取締役役に降格し、後任に片岡正志常務（62）が昇格すること

を決めた。また、この日の夜、捏造が起きた制作過程や原因などを検証した67分の自社制作番組を全国ネットで放送した。放送界を揺るがす事態となった関西テレビの捏造問題は、1月20日の発覚から約2ヵ月半で一応の区切りを迎えた。

- ・ 4月19日 関西テレビを正式に除名する。日本民間放送連盟は19日、東京都内で臨時総会を開き、「発掘！あるある大辞典Ⅱ」の捏造問題で、関西テレビの除名を正式に決めた。総会には、加盟201社の社長らが出席し、関西テレビの除名は全会一致で決まった。

また、放送倫理・番組向上機構（ＢＰＯ）の権限強化による再発防止策について、各放送局の協力義務を明記した合意書をＢＰＯと個別に交わすことを申し合わせた。協議終了後、広瀬会長は、新たな行政処分を盛り込んだ放送法改正案について「言論と表現の自由を損ね、民主主義の根幹を揺るがすもので、容認しかねる。処分の発動要件もあいまいで、放送への介入を招く」と発言し、強く反対していくことが確認された。

- ・ 5月12日 ＢＰＯが放送倫理検証委員会を設立した。放送界の第三者機関「放送倫理番組向上機構」（ＢＰＯ）は、捏造番組など自ら調査・審理する新組織「放送倫理検証委員会」を設立し、会見で広瀬道貞民放連会長は、委員会の活動によってテレビ番組に「政府が介入する理由が解消されると思う」と述べた。放送界が捏造などの問題を自律的に解決し、自浄作用をアピールすることで、政治介入などを防ぐ意図を示した。

- ・ 5月30日 千草氏が取締役も退任する。捏造問題で社長を引責辞任し取締役にとどまっていた千草宗一郎氏は取締役会を開く30日に相談役に退く。今回の捏造問題を受けて設立した外部有識者による委員会の提言を受け、経営体制の刷新をアピールする狙いがある。

また、片岡正志社長は30日、役員・社員の守るべき放送倫理をまとめた33項目からなる「関西テレビ倫理・行動憲章」の制定など、再発防止策を発表した。社外委員による「再生委員会」から受けた答申を具体化したものである。憲章では、一人ひとりが法令やルールを守り、良質なメディアを目指すとしている。

そして、当期利益は46%減と発表した。07年3月期単体決算の売上高は、前年同期比0.1%減の724億円、営業利益は3%減の52億円、当期利益は、「あるある」の調査費用や番組打ち切りから9億円を特別損失として計上するなど、46.7%減の23億円で減収減益となった。

- ・ 6月6日 全社員賞与カットを決定した。6日までに今期夏の賞与について、管理職を20%、一般社員を10%カットすることを決めた。すでに、全役員が賞与を全額返上することを決めている。捏造問題を受け、信頼回復に向けて、全社的に取り組む姿勢を示した。
- ・ 6月20日 社外の委員で構成する「放送活性化委員会」を7月1日付で設置した。視聴者の意見や批判を検討するとともに、番組関係者が良心に反する業務を命じられた場合、調査し、放送局に改善を求める。
- ・ 6月29日 再発防止とその実施状況などをまとめた最終報告書を総務省に提出した。

5. 崩壊した放送局と視聴者の信頼関係

戦後、私たちの生活や暮らしの発展にラジオやテレビなどメディアは深くかかわってきた。聞いたり見たりする側は暮らしに役立つ知識としてニュースや話題などの情報を心待ちにしていたし、送り出す放送局はいつもその期待に応えるという自負と誇りを持っていた。とりもなおさず、これが放送局と視聴者の信頼関係を形成していたのである。視聴者は話題や情報の中に、まさかウソがあるなどとは考えていなかったし、疑うこともなかったのである。取材の手違いや放送における機械的なミスや事故によるちょっとした間違いは別にしてという意味である。

メディアの一つの特徴として、ある種の表現や見出しに多少過大で興味を引こうとする要素があることは感じていたとしても、である。1月20日、関西テレビ自ら、1月7日の放送でデータに捏造があったと記者会見で発表された時点では「ああ、またか」という程度の受け止め方しか筆者にはなかった。しかし、時間の経過とともに様子は次第に変わってきた。まったく根拠のないウソのデータを放送したことによるものであったからである。視聴者が常に抱いている興味本位的な表現はあるとしながらも、放送にその域を超えたウソはないだろうとの信頼が、この時点でもろくも崩れ去ったことを、ニュースの広がりには示しているのである。

「信頼関係の崩壊」は過大表現ではない。不適切表現の発表から2日間で、寄せられた電話やメールによる意見・苦情が系列27局で5700件という数字がそのことを示している。このウソを信じて納豆を買いに走った視聴者の気持ちは察するに余りある。

この放送で、店頭納豆は品切れになった。消費者の興味や関心をあおり、商品が売れたからそれでよいということではないのである。情報には正確が求められる。放送法の下でのコンプライアンスの問題である。しかも21世紀はそれだけではない。情報には品性も求められている。それをないがしろにしたことが、今回の「信頼関係崩壊」の背景にあると考えられないだろうか。

3月23日、関西テレビから委嘱された社外有識者による調査委員会が過去52回のすべてを検証したとする報告書を公表した。それによると捏造があったとする納豆ダイエットを含め計16件で問題があったのである。それは、有酸素運動（05年10月16日）、ダイエット総決算（05年12月11日）、みそ汁でヤセる（06年2月19日）、納豆ダイエット（07年1月7日）の4件で捏造があり、その他データの改ざん4件、不適切な表現が8件の計16件である。

いま、世を挙げて健康ブームである。捏造4件はいずれも健康でありたいと思う視聴者の願望を刺激するテーマである。興味や関心のある話題を扱えばつい自分もそれにあやかりたいと思うのは視聴者の心理である。そこに「ウソ」があったからたまらない。捏造の4件は、食や痩身、肥満、体質改善など言葉を見るだけでどんな情報が得られるかチャンネルを合わせてみようと思わせる。結果的にウソだったことが「信頼の崩壊」に拍車をかけたと言ってよいのである。

テレビ界はいま、熾烈な競争の世界にある。視聴率、売上げ、利益、安価で良質のコンテンツ、改革、そして「面白くなければテレビでない」というテレビ界特有の数値化された負荷の競争である。常にトップを走ることを余儀なくされた関西テレビの「あるある」が、やむにやまれぬこれら競争の中で、追われて手をつけた禁断の実が、「捏造」という袋小路となったと言えないか。関西テレビのフジ系列を追いかける他の系列でも、「捏造」ではないが、捏造スレスレの不祥事は後を絶たない。言ってみれば今回の事件だけが「信頼を崩壊」させたわけではないのである。テレビ界全体が旧態依然の経営体質、視聴率すなわち売上げ至上から脱していないことを示していると言える。ただそのためにだけに、どこかへ置いてきた忘れ物、放送法第三条における「真

実の報道」という金科玉条にもう一度立ち返ることが崩壊した信頼関係再構築の道と言わなければならないのである。

6. 厳しい視聴者の目～マスコミ論講座を通して～

いまの学生たちはメディアから発せられる情報を疑うことをしない。まったく疑わないというより、疑う学生が極めて少ないというのが正しいのかも知れない。それは情報の中身より自分にとって都合のよい情報には気持ちが向かうが、そうでないものは意に介さないという若い人特有の姿勢なのかも知れない。氾濫する情報の一つひとつに付き合わないある種快適で自分だけの世界に浸るということなのだろう。日常生活の中でも、明らかに非常識と思われることをあたかも常識であると信じて涼しい顔をしている場合がある。いとも滑稽に思える光景がある。インターネットに対しても安易に都合よく信用して、それを引用した文句が課題のレポートにあふれる。その都度、訂正と情報の真偽について講義はたびたび横道にそれて行くのである。これもインターネット情報の話である。「いまどき、コンビニでは挨拶しないのが常識」ときたのである。はなから情報を信用するなど言いたいが、それではメディアの存在をないがしろにすることになる。小学校や中学校でもすでにメディアに対するリテラシー教育が始まっているというのに、である。こうして、用意したレジュメから講義は横道へそれていくのである。

いま筆者の講座「マスコミュニケーション論a」を受けている学生は2年生が中心である。1988（昭和63）年生まれの昭和世代の最後である。昭和63年生まれば“テレビの中で生まれた”世代と言って良い。この年は、第15回冬季五輪がカナダのカルガリーで開催され、3月には青函トンネルの開通運行開始、屋根つき全天候型の東京ドームが完成し、4月には本四架橋「児島－坂出ルート」の瀬戸大橋が開通した。さらに9月には第24回オリンピックがソウルで開催されるなど、経済の成長を象徴する出来事が続く一方で、暗いニュースも目立ったのである。リクルートコスモスの未公開株問題や昭和天皇が吐血され、以後重体が続いた。9月22日には国事行為を皇太子に全面委任されたのも昭和63年で、どちらかと言うと昭和の時代終焉を思わせる年でもあった。一方で年末には消費税導入を柱とする税制改革関連6法案が可決・成立し、翌年4月実施が決まったのである。

また放送界では、NHKと民放の五輪共同取材が実現する中、テレビ技術の革新はとどまるところを知らず、文字放送の開始、高画質テレビ・クリアビジョン、日本テレビの世界最高峰チョモランマ頂上から世界初のテレビ生中継の成功、朝日放送などのハイビジョンによる全国高校野球生中継などに見られる新しいテレビ時代に向けた幕開けの年でもあったのである。

大学における講義の中で得た学生たちの、今回の事件に対する代表的な反応を拾ってみる。

- ・テレビなどのメディアを信じすぎていた。テレビで「あるある」の捏造が発覚したとき、本当に驚いた。まさか、テレビがウソを放送するなんて、思ってもいなかったことでした。情報とはうまく付き合っていかななくては・・・
- ・テレビ放送は私たちの暮らしと深く結びついている。私の場合、手に入れる情報の8割はテレビです。したがって、暮らしに与える影響は甚大だ。この結びつきは信頼があつてのこと。捏造があつたということは視聴者に対する裏切りだ。根本的にテレビ情報に対する態度を考え直さなくては。
- ・今回の捏造に対して、メディアは怖いと思った。興味のある情報ほど鵜呑みにしないで、そ

の一つひとつを吟味する能力が必要だと思った。

- ・今回の捏造事件を通して、情報社会にもう一つ不安のタネが増えたと思う。
- ・正しい情報とそうでない情報を見分ける力を養わなければならないと思う。今回は飛び込んだ先が納豆屋さんだからよかったものの、下手をすると犯罪に巻き込まれていたかも知れない。いま盛んに行われている“情報リテラシー”とはこのことでないのか。
- ・テレビのすごいところは、ラジオのようなナレーションに加えて画面があることだ。訴える力はとても優れている。これがすごいところであり、逆に怖いところだ。放送法があるからといって安心できない。

いずれも“テレビの中で生まれた”学生たちの的を得た反応である。生まれたときからすでにテレビに浸かっていた学生たちは、すでに暮らしがあふれるテレビ情報の中にあった。生活はテレビに始まりテレビに終わった。テレビから発せられる情報に慣れきって、ほとんど無意識にその情報を信じてきた。その学生たちも今回だけは捏造にあきれたのである。

講座は放送前史から昭和26年の民放ラジオ開局へと進む。どの学生もラジオメディアに興味を持ち始め、折りしもテレビ開局へ講義が移った頃である。メディアとは、マスコミとは、など興味の深まりとともに、聞いた経験のまったく少ないラジオに耳を傾け始めた矢先のことである。メディアに情報の操作はあるのだと分かったとき、捏造はショックだったのである。若い人はIT機器を巧みに使いこなし情報の入手は卓越し実に手際よい。さらに、ラジオは聞かなくてもテレビは見ている。深く考えないで快いものだけに流される傾向にある。だから今回「テレビは怖い」と感じたのである。私たちはますます進展する情報化社会を享受している。一方で、便利だがすべてでないIT機器、あふれる情報に対する選択眼と吟味力、情報と自分との距離と関係性など、今回の捏造問題は改めて色々な課題と収穫をもたらしたと考えるのである。

7. 制作者のディレンマ

筆者のささやかな経験を踏まえてテレビ番組の制作過程をおさらいしてみよう。そこには想像を超える矛盾が存在するのである。番組を制作するとき、必ず経費がかかる。一般的に商品を製造するとき必要なもの、それは人（人件費）、モノ（材料費）は欠かせない。製造するには機材も使う。当然消耗費がかかる。ある機材を1時間使用するといくらという具合である。人が移動すれば足代（旅費）、車なら燃料費と車の使用量、食事代、取材に伴ういろいろな経費も必要となる。商品が番組の場合、これらを総称して制作費という。ある一本の番組を制作するのに伴う予算は大体決まっているが、その都度これはいくらで制作する、となる。その範囲で処理しなければ番組（その仕事）は赤字となるのである。出と入りの関係で、ほとんどの場合赤字はタブー（ご法度）である。しかも民間放送の場合、ここに視聴率と納期、コンテンツという大きなハードルが横たわるのである。つまり番組を作って放送するとき、いかに納期を守り（短時間で仕上げ）、いかに安価に、いかにコンテンツを面白く、いかに視聴率を稼ぐか、そして、いかに高くスポンサーに買っていただくか（制作費を潤沢に用意していただくか）という課題である。これらの負荷がプロデューサー、ディレクター、スタッフにのしかかることになる。最終の責任者はプロデューサーである。（もちろん、経営責任者は社長である。）この負荷をクリアするためには、いかなるテーマを用意し、いかに面白おかしく見せるか、しかも「ためになった」「見て得

をした」と思ってもらえるか、視聴者の満足度をどこまで満たせたか、ということになるのである。いきおいテーマは精一杯身近なもので視聴者の興味を引き、ぎりぎりまで好奇心をくすぐり、商行動を引き起こし、結果（視聴率）に結びつけるかがプロデューサーの手腕ということになるのである。

これらのことにせきたてられるあまり、取材、インタビュー、編集などにかかわるとき、スタッフの意識の中に、自社の制作マニュアルや放送法の“金科玉条”などはやや薄れている。正直そんなことにこだわってられないのが現実である。求められる要素はそれぞれに、あるべき姿とは矛盾するのである。相反することをどこまで満たすかを強要されているに等しいと言えないだろうか。高いハードルをクリアする理想の番組はそんなに早く、安く、興味深いものに出来るわけではないのである。取材先にはとことん無理難題をお願いし、制作者は都合のいいシナリオにもっていくために取材先への失礼などは「細かい問題（些細なこと）」にすりかわっていく場合もある。皆が皆といっているのではない。礼を尽くしている場合が多いに決まっているが、出来ないところまで追い込まれているのが現状ではないだろうか。だから事件は起きたと考えなければならぬ。

このように考えると、今回の捏造問題は起こるべくして起きたと指摘する人がいるのである。制作スタッフのディレンマはもう抜き差しならないところに来ているのである。放送局から下請けへ、組織の上から下へ理不尽な形で無理が降りていく。何としてもそれに応えなくては明日がないと考えるのも当然かも知れない。したがって、今回の捏造問題は結果として現場の責任はもちろんだが、経営の責任はどうしても免れない。だからトップ交替となったのであろう。この事態に至るまでに“何かおかしい”という声はすでにあったと聞く。一連の報道によると、視聴者からも取材対応した人からも抗議はあったという。これらの声を聞く姿勢に問題があったと言わなければならないのである。

いま、立場を同じくするテレビ制作者たちの思いは大同小異である。ATPという組織がある。テレビ製作会社でつくる全日本テレビ番組製作社連盟（加盟88社）がその団体である。このATPが今回のデータ捏造問題を受けて加盟社に行ったアンケート結果は注目に値する。当然といえば当然であるが、多くの社がこの問題を厳しく批判するとともに、背景に予算不足や視聴率至上主義を指摘している点がある。

- ・テレビの発展に努力を重ねてきた人たちへの裏切り、冒涇だ。
- ・追い詰められた結果かも知れないが（当事者の）ディレクターはもう二度と仕事をしてくれるな。
- ・予算が少なく、視聴率という圧力が下請けの良心を押しつぶしてしまう。

問題の背後に、製作会社とそこで働くディレクターのやりきれないディレンマを感じざるを得ないのである。

4月17日、在阪の民放5社と近畿の独立U局5社は放送倫理についてセミナーを開いた。席上、ATPの理事で「クリエイティブ・ジョーズ」（大阪）の三上義智代表取締役は、「バブル崩壊後の95年ぐらいから全体的に制作費が20%ほどカットされ、今も減ったままだ」と、その深刻なディレンマを裏付けるのである。製作会社で働くクリエイターにとって今回の事件は唯一の精神的支えである“誇り”を汚し、その人材を束ねる製作会社の、時代のテレビ番組をリードしているという崇高な理念まで傷つけた罪は計り知れないのである。

8. 放送ジャーナリズムの自律と自立

いま、「放送ジャーナリズム」という言葉が泣いている。ジャーナリズムとはもともと「日々の記録」が起源である。人間がコミュニケーションする行為として書いたり記録したりすることと一体の関係にある。ジャーナリズムは、その書いたり伝えたりする形やありようを総称して言っているのだが、「放送ジャーナリズム」は本来あるジャーナリズム（活字）に、メディアである「放送」を冠し書いて、記録して、伝えるのがジャーナリズムの始まりであった。これら一連の動作を無線技術を駆使して行うのが放送である。つまり、話したり書いたりした原稿を伝える活字と音声にさらに映像が加わり、ジャーナリズムは姿、形を変えてきた。従来のジャーナリズムに乗っかるかたちで、現在の放送ジャーナリズムはスタイルを形成してきたと言ってよいのである。ここに来て、放送ジャーナリズムが、新聞やその他活字メディアによるものから自律しようと、ややもすれば自分の足元が少し見えなくなっていると言えないだろうか。メディアは一方通行から双方向へその方向性を大きくシフトしようとしているのである。伝える相手も大衆から分集を超えて限りなく「個」に、しかも多様な「個」に向かおうとしている。見てもらえる「個」をどのようにかき集めるかに汲々とするあまり、その方向を見失いかけていると言えないだろうか。技術革新は目覚しく、社会構造も大きく変わろうとしているのである。広告費の投下推移を見ても、放送メディアへのこれまで以上の増大は見込みうすである。広告主の目はすでにネットの方へ移ろうとしているのである。

広告費の推移については、日本における放送の始まりから現在に至る歴史を概観しても明白である。昭和27年代、民放ラジオは新聞メディアの力を借りて走り始めたのである。ラジオのメディア機能を満たすためには、どうしてもジャーナルなもの（記録や記事、話題といった書いたもの）を必要としたのである。それは「ニュースを放送する」ことであった。草創期のラジオにその機能は果たせなかったのである。取材する能力やノーハウを持った人の問題は最も大きな課題であった。よって、民間放送の開局時、それぞれの地方における新聞社との提携・協力（資本参加という形をとりながら）関係は不可欠だったのである。

さらに歴史をさかのぼれば、第一次大戦（1914～1918）の期間はもちろん、19年から25年にかけてすでに先進工業国で事業化が進んでいたが、日本では遅々としていた。しかしこの頃、やっと放送のための無線電話の実験が行われるようになり、民間の新聞社やアマチュア無線家による公開実験のブームへと結びついていったのである。当時の地方大手の新愛知新聞社が19年に、22年にはこれに東京日日新聞社、東京朝日新聞社などが加わった。現在の民間放送の日本テレビ放送網や東京放送（TBS）、フジテレビ、テレビ朝日、そしてテレビ東京などキー局はいずれも日本を代表する新聞社とそれぞれに資本関係にあるのは、ここにその歴史の始まりを見ることが出来るのである。地元福井地区において昭和27年に開局した福井放送ラジオは、現在の福井新聞社との関係を語らずして説明することは出来ないのである（現在は資本関係はない）。現在120局近い民放（独立U局を除く）はそれぞれキー（親）局とするいずれかのネットワーク（放送網）に加盟し、系列局としての放送活動を行っているのである。

このように、放送メディアに新聞資本が参加しているのにはそういう時代背景があることに留意しなければならないし、ヨーロッパやアメリカなどとの大きな違いがここにあるのである。

1951（昭和26）年9月1日、日本で初めて名古屋に中部日本放送が産声をあげ、51年代に日本の主なラジオ局はほぼ開局を終える。そして、1953年の日本テレビの開局に端を発したテレ

ビは、既存のラジオ局が次々にテレビを開局する。58年から64年にかけて日本の各県庁所在地にテレビが相次いで開局することとなったのである。その後も放送メディアと新聞メディアの関係は維持・強化・発展し、ジャーナリズムは両者二人三脚の道をたどることとなったのである。

さて、1945年の日本の敗戦以降、しばらくのGHQ監視下から、放送ジャーナリズムが金科玉条としてきたのが放送法である（1950年施行）。中でも、現在の放送法第3条は、放送ジャーナリズムのよりどころである。「放送番組は何人からも干渉され、又は規律されることはない」と番組編集の自由を明確に定めているが、その際に放送局が自主自律的に守らなければならない項目として、第3条の2〔国内放送の放送番組の編集等〕は、「放送事業者は、国内放送の放送番組の編集に当たっては、次の各号の定めるところによらなければならない」として、

- ①公平及び善良な風俗を害しないこと
- ②政治的に公平であること
- ③報道は事実をまげないですること
- ④意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすることと定めている。これが番組編成準則と呼ばれるものである。

ところで今回の関西テレビのデータ捏造問題を考えるとき、この「準則」はどうなっていたのか。まさか知らなかったはずはないし、もしそうだったとすると、放送局も番組編集担当者も頭からきれいに消えていたことになる。分かっていたがやってしまったでは通らない話である。だから結果として大きな社会問題になったのである。

ここで強調したいことは、この「準則」に基づいた自律と自立なのである。法の下に、放送・表現の自由を叫ぶのなら一方で決められたことを遵守することによる自律あってこそその自立と言わなければならない。この両者は権利と義務の関係で、自由に表現し放送する権利と法を守る義務は表裏一体のものとして金科玉条なのである。守られないのなら罰則を強化すると国は言い始めたのである。それがイヤならどうしても自律と自立は避けて通れない。これは新聞ジャーナリズムからの自立でもあると考えるのである。新しいことばと独自の手法による放送ジャーナリズムが今こそ自らを律し、自らによって立たなければ放送の50年あまりの歴史は何だったのかと言われても仕方がないのである。人間にたとえればすべてを分かたないぶし銀の、しかも分別ある良き指導者として確固たる地歩をかためなければならない年齢であるはずである。それが50年の歴史（経験と知恵）なのである。何か不祥事が起きるたびに「有識者による外部委員会を設置して」となる。いくら社会性があるとは言え、自分で自分のことが決められないのはどこがおかしいと言われても仕方がないのではないだろうか。放送界だけではないが、その他企業においてもガバナビリティーとかディスクロージャー、コンプライアンス、アカウンタビリティーなどカタカナ言葉が氾濫している。繰り返すが、自分のこと、自社のことである。毎日自らを映す鏡を磨いておくことが大事な時代であると考え、放送ジャーナリズムの自立はその向こうに待っているのである。

9. 放送メディアの自浄機能

国際問題に発展した拉致について政府はNHKに対して海外向けの情報として放送命令を行った。放送の自由と独立という観点からNHKはこれに反対したのである。観点は違うが民放にとっても政府の介入は困るのである。今回の関西テレビの問題についてもそれは同様である。しか

し、これほどまでに問題が大きくなると国としては看過できない。そこでいきおい罰則強化の議論が出てくるのである。そういった状況を未然に防ぐために放送メディア、特に民放には自浄機能のための機関があるが、その機能が作動しなかったところに問題を大きくした背景がある。

1) 放送倫理について

いわゆる“やらせ”問題、政治的公平のあり方、人権、プライバシー、青少年に与えるテレビの影響など、90年代のテレビの抱える問題は多かったのである。これらの問題は、発展・成熟する社会の多様性の中で、これらの問題に的確に対応しきれていないことを物語っていたのである。このことは種々のケースについて視聴者や取材報道された側からのクレームや抗議でも明らかである。テレビに対する批判や抗議はすでに80年代から始まり90年代に入ってからも続いていたのである。

このため番組の質的向上の努力は民放テレビ各社はじめ民放連にとっても大きな問題であった。1992（平成4）年には民放連が放送番組に対する世論の把握と対応のために、外部有識者とキー局の編成責任者で構成する「放送番組調査会」を設置、現実的な対策に乗り出したのである。

そうした矢先の92年9月には朝日放送制作の『素敵にドキュメントー追跡！OL・女子大生の性24時』、同年12月から翌年2月にかけて読売テレビ制作『どーなるスコープ』の「出張アンケート・看護婦さん大会」、NHK制作『NHKスペシャル―奥ヒマラヤ・禁断の王国・ムスタン』で、事実と異なる点や行過ぎた表現があったことが明らかになり、一連の問題の根底に、制作者個人の一方的な思い込みがあったこと、番組制作過程における管理・責任体制が十分に機能しなかったことが指摘されたのである。

こうした相次ぐ放送局の不祥事に対し、国会は素早く対応した。NHKと民放“やらせ”問題を取り上げて参考人を招致などしたのである。この時郵政省は、朝日放送、読売テレビ、NHKに対し厳重注意するとともに、再発防止への取り組みを当分の間、四半期ごとに報告するよう文書で求めたのである。

“やらせ”と演出の問題は視聴者のテレビに対する信頼を失いかねない重大な出来事として、事態を重く受け止めた民放連とNHKは93年3月、共同で「番組倫理委員会」を設立した。これを契機に、民放各社においても「やらせとは何か」「ドキュメンタリー制作はどうあるべきか」といった基本的な問題について番組制作担当者や製作会社担当者らが真剣に話し合い、改善に向けて取り組んだのである。

しかし、問題はこれで終わらず、翌94年3月にはテレビ朝日制作『ザ・スコープ』でも事実と異なる点があったことを公表した。これら一連の“やらせ”問題が視聴者に植えつけたテレビに対する不信感は大きく、その後の市民によるテレビ批判の大きな底流となるものであった。

これらの流れを受けて民放各社は、93年から94年にかけて取材・報道上の留意事項を定めたガイドラインづくりに努め、94年には在京テレビ各社がそろって社内規定としてのガイドラインを作成し、公平・公正・やらせ・表現・人権、プライバシーなどをめぐる諸規定を設けたのである。

さらに97年6月には、民放・NHK共同による自主的な苦情対応機関を設置した。BRC「放送と人権等権利に関する委員会」がそれである。BRCは、活動の中立・公正さを担保するため、放送関係者以外の有識者（法曹関係者、学識経験者）で構成した。しかし運営上、一方で

視聴者・国民の人権等の権利を救済し、一方で放送事業者の言論・表現の自由を守るという憲法に定められた二つの国民の基本的権利を調和させながら判断していかなければならないという課題と難しさのため、決して十分な役割を果たしているとは言えないのである。BRCが取り上げ審理した案件が審理開始4年間でわずか6件と極めて少ないことでもそのことが分かるのである。

このように各社はじめ民放連は、あくまで、個々の問題については敏速に、公正に判断しつつ、視聴者とのよりよい関係を目指しながら、自浄倫理機能を発揮すべく努力をしてくれているが、いかんせん、その機能が発揮されているとは言えないのである。一連の“やらせ”問題から、ガイドラインづくり、そして各社における倫理諸規定づくりからわずか10数年後に、また関西テレビの捏造問題発覚であることを考えるとき、いかに“やらせ”演出問題は根が深く、複雑で厄介な問題であるかをうかがわせるのである。しかし、今回の事件はすでに大方の議論はし尽くされた感がなくはない。要は人がやることである。その人とは、組織に組み込まれた人間のことである。ここで問題なのは特定の権利（番組づくりにおける特殊な権利）を与えられた人間が制作者としての良心にどこまで応えられるのか、である。その自律と覚悟の問題に尽きると考える。では、その「人間」がおかれている環境を考察することにしよう。

2) いまの制作要領（現場）

番組を下請け会社が制作すると仮定して仕事（作業の流れ）を考えてみたい。まず①発注者（放送局）がある。番組の企画書に基づいて制作局あるいは編成局所属のプロデューサー（以下「PD」）から下請けの制作会社に決められた制作費のもと番組の発注が行われる。このとき、企画内容の確認や制作費はいくら、納期はいつで、当然コンテンツが視聴率を決めることなどが話し合われる。②下請け会社の代表はPDを決め担当のディレクター（以下Dr）を指名する。この製作会社でも一定の利益を勘案して制作費を改めて決める。さらに、③Drはその範囲の中で制作構想を練り、要員（スタッフ）の人選、インタビューや撮影など取材の中身や工程、その他種々の経費を見積もり、制作スケジュールを立てる。そして納期から逆算して制作過程をにらみながら、企画書の中身と整合させていく。放送局から発注された番組はこのDrが制作的権限を掌握して編集・収録まで指揮を取る。④この編集・収録の段階で発注社（放送局のPD）が作業に立ち会うこともある。こうして完成した番組は、局と製作社双方の納得の上、決められた日時に納入されるのが基本的なパターンである。発注側にも満足がいかない場合、改めて手直しをして部分的に編集・収録をやり直すことがあるのは言うまでもないのである。

筆者がいう「人間」とは③を担当する人を指す場合のことである。①は単なるお金の問題である。余裕のある制作費を用意すればそれでよい。②は製作会社のトップが、経験や持っているノウハウを勘案して、その仕事をまかせる人を選び、指名すればそれで事足りる。④は取材を終えて番組構成に必要な素材を順序よく並べれば番組として形が整うのである。もちろんこの時、ナレーションやBGM、字幕の処理などの作業も伴う。問題は③である。

③を担当する人をディレクター（Dr）と呼ぶ。番組のコンテンツはDrで決まると言ってもよい。いかにして良い番組を作るかだけを考えて制作に当たるのであれば、この道が好きなひとにとってはこたえられない仕事である。冥利に尽きる仕事である。どの仕事でも何がしかの条件がついてくるのが普通である。ところが、民放におけるDrについてまわる条件は厄介である。それは、7.「制作者のディレンマ」でも一部述べたが、まず制作費（予算）の問題である。制作

に使えるお金はほとんどの場合ギリギリである。この問題が一つ、次に経費の多くは人件費である。よって、いかに少ない要員で取材・編集するかも大きな課題である。いきおい時間をかけたリサーチも圧迫される。しかも、「時間はコスト」である。本来なら三日間でする取材をたった一日で終わらせられないかと頭を悩ますのである。旅費・交通費は精一杯抑えたいと思う。十分なりサーチと取材なくして番組の質は望めない。あれもこれも、出来ればそれも取材しておきたいと思う。折角取材したのに編集の段階で不要になることもあるが、撮っておかないと使えない。せっかく撮ったものを捨てる（カットする）のは心が痛むこともある。「取材したのだから要らないけれど使う」は質の向上にはならない。どうしても使おうとすれば、また別の素材が必要になることもある。その結果Drのなかで、“手抜き”（要領）と良心がさわぐのである。無理を通せばスタッフの道理は引込むが、顔は曇り、士気は下がるのである。一番困るのはこのことである。ここからすべてに狂いが生じてくる。あれやこれやとDrは、仕事よりも人の問題で精神をすり減らすことになるのである。上のPDに相談すると“それをやるのがディレクターの君の仕事だよ”とにべもない。さらに上から追い討ちがかかる。“納期は大丈夫だろうね”“視聴率は頼むよ、このところ（他社に）負けてるからな”。ディレクターとしての思いと相反する現実の中で、自分をギリギリまで追い込むのである。正常であるべきディレクター感覚や人間としての良心は強引に捻じ曲げられていく場合もある。よくもここまで局やPDは無理難題が言えるものだと思えるが、それはお金を出すスポンサーや一定の利益を考えながらステーションイメージやパワーを維持発展させるために、という半ば「神の声」として降りてくるのである。すでに述べた“金科玉条”が機能していればそうはならないし、無理難題をはね返す力もディレクターには求められるのである。並みの人間にはきわめて難しいことなのである。

ささやかな筆者の経験からも、これくらいのことは分かる。表現上、厳しい部分があるが、おおむねそうである。そんな中で今回の捏造事件が起きたとすれば、それは当然と言えないだろうか。すでに民放に倫理システムはある。が、機能していないことはすでに述べた。民放連だっけ取り組んでいるのであり、今後に期待しなければならない。しかし、放送メディアがおかれる厳しい環境の中で救いはあるのだろうか。“民放はまだしも、製作会社は3K職場だ”とさめたことを言うクリエイターもすでにいる。悲しいことである。番組やCM（コマーシャル）、CG（コンピュータ・グラフィックス）など、クリエイティブな世界を目指す若者は引きもきらないのである。要は仕事としてそれにかかわる人間が、生き生きと働ける環境をまず取り戻すこと、製作会社（職場）が3Kなどでない夢のふくらむ社会というイメージを早く取り戻すことである。どんな仕事においても、主役は人間でありたいと思う。プロとしての意識や人間としての良心までも捻じ曲げられないですむ社会、むしろ人間的感性を大事にする経営のあり方、それこそが救いと言わなければならないのではないだろうか。

10. 事件の功罪

「功罪相償う」ということばがある。功績もあるけれど罪過もあるので功績が消されてしまうことを言い、また、罪もあるが功もまたそれを償うほどあるので、大目に見られることを言うのである。

私たちの暮らしにテレビほど大きな役割を果たしたメディアも少ない。その大きさを考えれば、今回の「捏造」という事件は、それを覆すに余りある出来事であった。「相償う」を超えて、情

報によりつちかわれたテレビと視聴者の信頼をも覆してしまったのである。では、このことで表出した社会的現象について考えてみよう。

1) ファディズム (faddism)

テレビによる一時的な流行を意味する言葉である。いま私たちは、生活の中にテレビがあることでついテレビの情報や宣伝文句などに影響される。そのすべてが正しいとは思っていないが、自分がその当事者だと食や医、健康にまつわる情報や宣伝文句に踊らされることがあるのは人情である。政治や経済、事件・事故などいわゆるニュース報道と、おしゃれやファッション、グルメ、また著名人にまつわるプライバシーにふれるような、興味本位的情報エンタテインメント番組との境界が極めて薄くなったいま、テレビ制作者の間には、ネタに窮したら“京都”を扱えば何とかかなり、グルメなら健康をテーマにしろ、といわれるほどである。しかも「健康と長寿」は時代のテーマでもある。そして「京都」は千年の歴史と文化に私たちのルーツが眠っている。広くあまねく視聴者が興味をいだき、番組のタイトルが目にとまれば見てもらえるのである。しかも中身が楽しければそれで事足りるのである。これらのテーマは一貫して「あるある」が取り上げてきた話題である。毎回、これらの条件を満たすテーマはあるはずがない。週一回と考えて単純計算で年間52回となる。そこにも無理がある。担当者は他局の番組にも気を張る。流儀を学ぶこともあれば、テーマを真似ることだってある。いきおい“テレビ界の流行”となり、視聴者にとっては「ファディズム」現象が起きても不思議ではないのである。

氾濫する健康関連食情報を「フードファディズム」という視点で読み解くことの必要性を提唱する群馬大学の高橋久仁子教授（食物学）によると、「今回の問題は、まさにフードファディズムの象徴」と指摘している。「このところ取材の申し込みが多くて・・・」と言われながらも快く電話対応していただいた。食べ物や栄養が健康や病気に与える影響を過大に信奉したり評価したりするフードファディズム（食物にまつわる一時的流行）の典型だという。教授は、テレビ番組や雑誌のこの種の調査を続けて来られた。フードファディズムに触れたアメリカの学術書も翻訳し日本に紹介されている。消費者にとっては「これさえ食べていれば大丈夫」という手軽さ、それに乗っかるメディア、そして売ればよいという売り手の構図こそ問題という。内容が単純で表現が大げさであればあるほど、視聴者はよく考える必要があると警告するのである。

関西テレビは、3月23日、納豆ダイエットを含め16件で問題があったと、調査委員会による報告書を公表した。この16件の中身やテーマを見ると、有酸素運動、ダイエット総決算SP（スペシャル）、みそ汁でヤセる!？、毒抜きで体質改善、チョコレートでヤセるのか!？など、ダイエットや痩身、体質改善という健康や未病を扱ったものがほとんどである。視聴者の多くがメタボリックや成人病を避けたいという心情に訴え、本来正しく情報を伝えるべきところ、面白おかしく伝えるために興味をあおり、過度の演出や捏造があったとしたら、それはメディアとして許されることではないのである。一時の流行や願望でそれに乗るファディスト (faddist) にならないために、まず考える余裕を持つべきなのである。

2) 情報を疑う気持ちの喚起

私たちは第二次の戦中戦後を通して、ある時期、ラジオから流れてくる情報は「信じる」こと、あるいは「信じなさい」と教えられてきた。戦いの始まりから玉音放送にいたるまでそうであった。しかし戦後私たちは、信じるほどでない場合もあると悟ったのである。それが情報というも

のだと悟ったのである。テレビにしてもしかりである。そう思いつつも視聴者は食料品店やスーパーマーケットへ走ったのである。これに似た問題は過去にもあったが、これほど大きな社会問題にはならなかった。それは何故なのだろうか。視聴者が「だまされた」との思いの強さがそれだけ大きかったにほかならないのである。そんなこともあるかなあと思いながらも、直接的な被害が少なかったことが過去には幸いしたと考えられないか。問題が大きくなったために、「だまされた」個人だけでなく、社会がそれを許さなかったのである。

05年3月、日本テレビの「集団窃盗行為」、テレビ東京の「ニセ花粉症患者」、熊本県民テレビの「女性盗聴被害者演技」、同じく10月のフジテレビの“やらせ”問題、06年3月日本テレビの「個人情報ニセ売買」、6月TBSの「白インゲン豆ダイエット」、8月にはTBSが内容に無関係な安倍首相の写真を放送、12月には毎日放送がゴルフ中継で順位を意図的に誤って放送するなど、言ってみれば放送を視聴していた人たちが直接被害や損害をこうむるというものではなかったのである。だからといって許されるものでないから、総務省は行政指導した。一連のニュースや情報にふれることを通して視聴者はますます、情報に対する信頼度を失い、「またか」の感を増幅させているのが現状である。

これらの放送局の失態があつて、今回の関西テレビの捏造問題である。あえて今回の問題に功罪の功を見出すとすれば、情報（テレビ）に対する警戒感を喚起したということである。この事件をめぐる確かに言えることの一つは、インターネットの発達などで情報環境が様変わりし、番組に対する反応が厳しさと敏感さを増した中で起きたことである。情報の感度を磨いている視聴者にとってテレビは数あるメディアの中の一つでしかないし、そのことがテレビジャーナリズムへの「意見」の表出となつたのである。それは即ち、テレビ局にとって「お客様は神様である」スポンサーに加えて視聴者こそスポンサーにまさる神様なのだという認識の再確認であつたと言えないだろうか。今後ますます感度を高める視聴者の意見にテレビ局がどう耳を傾けるかという聴く意識と態度の問題を提起したのである。「見せるテレビ」から「見て聴いていただけるテレビ」への変身を突きつけられたとも言える。一人前の大人は「周りから見られている意識と行動」が常に求められるが、21世紀は「見られるテレビ」を意識することである。恥ずかしくないテレビを意識することである。「テレビの背中」という言葉はどうだろうか。いつ、どこで、誰に見られても、「ウン、なるほど!」と思ってもらえる信頼されるテレビこそ「後ろ指をさされないテレビ」なのである。自立と自律の放送ジャーナリズムとはそういうものだと筆者は考えている。今回の事件はかつてないほど視聴者の意識をテレビに向けさせ、そのことが逆に信頼を崩壊させたとすれば、いささか皮肉な結果と言わなければならない。「功罪相半ばする」というが、情報を出す側、受ける側双方にとって、罪から学ぶことは多いのである。

11. 放送法の改正は継続審議に

政府が国会に提出した放送法改正案は、会期末の6月23日までの成立が困難となり継続審議となつた。総務大臣による放送局への新たな行政処分を導入する内容に民放連などが強く反発したほか、年金問題などで国会日程が窮屈になったためである。

当面、民放に対する罰則強化は見送られたものの、民放界は民放連はじめ各局とも自律自浄に懸命になっているのが見て取れる。かつて総務大臣は、民放界に自浄自律の機能がはたらいっている間は強化しない、と発言した経緯もある。しかし、これは放送界に対して、そのこと（自浄自

律)をこれまで以上にやりなさい、との要請と受け止められている。これで罰則強化の流れが止まったわけではなく、しばらく後ろへ伸びただけのことである。

民放界はいま、デジタル化を含めて大転換期にある。昭和27年にラジオが開局し、そして全国のラジオが次々に開局を終え、放送はテレビの時代へ進んだ。テレビは白黒からカラーの時代へ、さらにデジタル化へと急進している。変革のときはいずれも放送にとって新たな投資は新たな付加価値を生み、順調に発展を遂げてきた。しかし社会も経済も成熟し、これまでのような成長は望むべくもない。しかもデジタル化への莫大な投資は、放送局へのかつての売上げ価値を生まないのである。それは情報のグローバル化の要請でしかないのである。多メディア・多チャンネルの中で一局あたりの価値も増すことは考えられない。天下分け目なのである。その時にデータ捏造などあってはならないのである。

ある放送関係者の話を紹介するまでもないが、これまではある局で不祥事があると、その系列ごとに数字が動いたが、もうそれはなくなった。何か問題が起きれば放送界全体のマイナスとなるのが常態化してきたというのである。そういう意味で今回の捏造問題は放送メディア全体の信を問われる事件であったといわなければならないのである。

12. ネット広告青天井

広告最大手の電通は4月16日、今後5年間でインターネット広告費が現在の約2倍になるとの予想を発表した。これは大手企業がネット向けの広告を大幅に増やしていることに加え、携帯電話向けで新しい手法の広告が増えることなどが好調を支えるというのである。テレビや新聞など他の媒体との競争も激しくなりそうである。

ネット広告費の実績は06年、3千30億円で、国内の広告費約6兆円の約6%を占めている。これが今後5年間で平均16%の成長を続け、2011年には7千558億円にたつと予想している。今回の電通の試算は、ネットがマスメディアに匹敵する力を着実につけていることを示しているのである。光ファイバーやADSLなど通信のブロードバンド化に伴って、情報インフラが整備されることがその後押しになっている。そこへもってきて、携帯電話のネット接続の拡大がある。こうした動きが加速すればネット広告の規模が予測を上回って推移する可能性もあるというから既存のメディアにとっては脅威なのである(この項は平成19年4月17日朝日新聞を参照して記述)。

2006年、ITベンチャーの寵児として登場したライブドア・グループの堀江貴文社長は、証券取引法違反で逮捕された。インターネット関連企業の風雲児として、企業価値をあげるためと称してニッポン放送、フジテレビとの業務提携、経営統合まで目指したのである。夢はついていたが彼が目指したのは、と考えると通信と放送の融合を実現することによって、そこに巨万の富を描いたのである。また、今も電子商店街を経営する楽天の三木谷社長は、ネットと放送の融合を目指してTBS買収をめぐる攻防を続けているのである。楽天の株買い増しにTBSは態度を硬化させ、6月28日の株主総会で、楽天に対する買収防衛策の導入を賛成多数で議決し、緊張状態が続いているのである。

ライブドアも楽天も提携や統合の向こうに見据えているものは、将来の市場性にほかならないのである。ネット市場の商品にどうしても放送局の持っているコンテンツや手法、人材といったソフト力が両者の限りのない魅力となっている。これによってさらに、企業価値や資産価値を高め

ることが企業家にとって夢なのである。放送事業という免許権益に守られてきたTBSとベンチャー精神で積極果敢に攻め立てる楽天、それは時代の節目にあって21世紀初頭における放送とネットという新旧代表によるせめぎ合いと見る事が出来ないだろうか。広告費投下が頭打ちの放送対青天井のネットという構図である。どちらかが勝利するのか、それとも共存共栄となるのか、それは時代の要請である。

13. 結び：放送メディアの光と影

人も企業もその生き方には思想や理念がある。それに基づいて夢や目標に向かって突き進むのである。人はどんな場合でも自分で考えて行動し、あるべき道を決めて行く。しかし企業はどうだろうか。経営資源というヒト、モノ、カネ、そして情報を、効率よく融合させ、その時々目標をクリアし、組織を維持・発展させていくのである。ここに情報企業（産業）としての放送局の難しい局面があり、それは時代の節目、節目にやってくることである。企業30年説というのが一時もてはやされた。いま民放は創立50年から60年といったところである。30年説でいけばすでに二回りしている。それは免許権益による攻めと守りの繰り返しであったに他ならないと言えないだろうか。戦後生まれの企業の代表的なものもビッグバンによってグローバル化に向けた改革が進んだのである。政治の仕組みをはじめ、銀行や証券など金融、戦後日本の復興を支えた造船や製鉄、海運など重厚長大産業、そこにある人の雇用システムも終身から短期・有期へ、すべてが国際化の波に洗われているのが現状である。

放送事業はというと、外圧や改革のないまま今日を迎えたことがむしろ悲しい事態と言えるのである。技術革新によるハードの更新だけで、ソフトは付随的改革でしかなかった。戦後誕生した形そのままと言えば言いすぎだろうか。戦後の繁栄をほしいままに謳歌し、終身雇用の下、営々と今日を迎えたのである。今こそ改革が断行されなければ、21世紀の放送メディアに未来はないと言わなければならない。そのことを「放送ジャーナリズムの自立」というのである。冒頭に触れた、企業にとって最も新しい資源、情報こそがメディア企業にとっての生業なのである。

しかもその原点は人である。いま放送メディアを目指す優秀な人材が戸惑いながら足踏みしているのも悲しい現実である。放送や制作というクリエイティブな世界で人間の夢と未来ははぐくまれるという理念をもう一度取り戻さなくてはならない。その改革をしなければならないのである。昭和40年代の放送には活気と夢があった。生き生きとしていた。快い緊張感がみなぎっていた。みんなが輝いていた。制作費やその他コストなど数字は二の次で、みんなが良いものを作ろうと燃えていたのである。肉体的には重いこともあったが、心のどこかで満足していた。放送とは、メディアとは、迷いはあったが純粋であった。言い古された言葉だが、現場が輝いていた。放送の現場とは、番組づくりの現場とはどうあるべきなのだろうか。原点に立ち返るとき見えてくるもの、そのことを今回の捏造事件は私たちに教えてくれたのである。

参考文献

- 沖山彰子他『民間放送50年史』日本民間放送連盟、2001.
- 加藤 尚『福井放送の歩み』福井放送社史編纂委員会、1979.
- 後藤 登「英国における放送番組の公平・公正性」『月刊民放』5月号、日本民間放送連盟、2007.
- 澤田隆治他「放送倫理を考察する」『月刊民放』4月号、日本民間放送連盟、2007.
- 高橋久仁子『「食べもの神話」の落とし穴』巷にはびこるフードファディズム、2003.

中村保之他『福井放送五十年のあゆみ』福井放送社史編纂プロジェクトチーム，2002.

資 料

朝日新聞 読売新聞，2007.1.21～6.30