

報道番組の娯楽化傾向と BGM

The relation between amusing tendency of report programs and background music

1G02A263-8 藤原 信義

指導教員：菅野 由弘 教授

Fujiwara Nobuyoshi

assistant Prof. KANNO Yoshihiro

概要：日本人の大きな情報源の 1 つとしてテレビがある。このテレビからは生活に欠かせない情報が映像として私達に提供されている。この時映像には音楽が添えられているのが自然であり、音楽のある映像の中に音楽が無い映像があると違和感すら覚えるものである。本研究はこの映像と音楽との相互影響性について理解することを目的としたものである。研究の流れとしてまず参考文献から報道番組の歴史、報道番組の娯楽化の流れを調べた。次に調査対象として NHK、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日の 2005 年 6 月 22 日から 28 日まで、2005 年 7 月 12 日から 19 日、2005 年 10 月 24 日から 28 日まで、2005 年 11 月 17 日から 23 日の計 20 日の平日午前 6 時から 8 時までの報道番組を DVD に録画し、それを元に番組構成の調査、BGM の使用を比較した。そこから各局の特徴と娯楽化傾向を決定し、今後の報道番組、BGM の必要性など考察していく。

キーワード：報道番組、娯楽化傾向、BGM、ハードニュース、ソフトニュース

Keywords : report programs, amusing tendency, background music, hard-news, soft-news

1、報道番組の娯楽化傾向

今日の報道番組には本来報道されるべき、政治・経済などのニュースの他に料理、生活情報など柔らかい内容のものを放送する傾向が強くなっている。この傾向は特に民放に強く見られ、90 年代以降加速しているとも言える。

い点は本来平等に伝えられるべき報道番組が視聴率競争に傾斜しやすくなることで、情報伝達に偏りが生じる可能性があり、また演出された映像は信頼性が高く見えるために視聴者側も情報を鵜呑みにし、結果的に情報操作される可能性もありうるという点である。⁽¹⁾

2、ハードニュースとソフトニュース

今回の報道番組の娯楽化を考える際、先行研究⁽¹⁾を参考に、上記の本来報道番組で放送されるべき政治・経済などのニュースをハードニュース、スポーツ・芸能などその他のニュースをソフトニュースとカテゴライズして調査を簡略化した。

3、放送番組の娯楽化の良い点・悪い点

今後も報道番組の娯楽化は進行していくことと予想されるが、この傾向が続くことで国民に次のような影響があると推測した。まず良い点はこれまで報道番組に対して嫌悪感があり、興味がない人々に対して報道番組に親しみを覚えるようになり、報道番組に気軽に入り込めるようになったという点。悪

4、映像の娯楽化

映像を娯楽化するためには、視聴者に対して視覚・聴覚の二つの側面から働きかける必要がある。これを映像にのせる際、視覚効果としてはテロップ、アニメーション、CG など、聴覚効果としては BGM、効果音などがある。今回はこの中から本来の目的に近い BGM を特に取り上げて調査を行った。

音楽の映像への影響度合はどのようにして決定されるのかと考えたとき、それは音量、テンポ、音色の三点で決定されるのではないかと推測した。一般的に考えて報道番組の娯楽化はソフトニュースに引張られていると言えるが、BGM という観点から見るとソフトニュースとハードニュースに付けられる BGM は異なる。ソフトニュースとハードニュー

スの BGM を上記の三点について考えてみるとソフトニュースでは音量は大きく、テンポは速く、音色が豊富であることに對し、ハードニュースはその逆であると言える。このことより音量が大きく、テンポが速く、音色が豊富なものが映像に影響を及ぼしやすいことが推測できる。今回の調査では BGM の調査をする際、こちらの三点も同時に確認し局ごとでどうなっているか、ニュース項目のジャンルごとではどうなっているかを調査していった。

5、報道番組の構成調査

報道番組の娯楽化傾向の兆候が読み取れる 1 つの側面として、番組の中にソフトニュースを多く含むという内容面がある。この内容面の調査ということで、今回は番組構成を調査対象すべてに対して行い、各局の構成面での特徴・娯楽化傾向の進行度などを考察した。この番組構成の調査を行う方法としては、番組の午前 6 時から午前 8 時までの各コーナーをニュース、スポーツ、芸能、天気予報、その他、CM とジャンル分けを行い、各ジャンルの合計時間の比率を出し比較を行った。また民放に関しては NHK と条件を等しくするために CM なしの場合の比率も出し、比較をしていった。このようにして得たデータを一週間ごとに平均化し、四週間分比較した。今回は番組改変期の 9 月を挟むということで、この四週間で番組構成に改変期を経て変化があったかどうかとも同時に確認する。

6、報道番組の BGM 使用

報道番組の娯楽化傾向のもう 1 つ兆候としてテロップや BGM の使用の増加といった形式面がある。今回はその中で BGM に特に注目し、同一放送時間のニュース、スポーツ、芸能各ジャンルからニュースでは 3 項目、スポーツ・芸能では 2 項目ずつ大きなニュース項目を選択して、各項目の実際の合計放送時間、BGM 使用割合などを調査していった。放送時間の割合は前述の構成割合の方法と同様に行い、BGM 使用割合の調査では実際の放送回数に対して BGM がどの程度の割合で使用されているかを調査していった。報道番組の映像に BGM 付ける際、映

像への BGM の付け方には二種類ありそれらを分けて調査していった。一つ目はスタジオ BGM がそのまま映像の流れている間も流れているもの、二つ目はニュース映像を流すとき特別に BGM を付けているものである。

このように調査していったデータから、今回取り上げたニュースの各局の放送時間、各局の BGM 使用割合などをグラフにし、各局の特徴をそこから考察していった。

7、今後の報道番組と BGM の必要性

今回の調査では報道番組の内容面を番組構成調査で、形式面を BGM の使用率調査で調査していった。これらより各局の娯楽化傾向が民放はもちろんのこと、NHK でも見られることが確認できた。このことは今後の報道番組においても娯楽化傾向の流れは続いていくことが示されていると言えるであろう。

自分としては今回の研究でこの BGM は今後の報道番組には必要なものではないかと感じた。良い面、悪い面ともに存在するが、この BGM によって各番組の個性が出ていることは今回の調査によってはっきりした。これは視聴者が番組を選ぶ際の 1 つの材料になると言っても過言ではないということである。このことを考えると BGM は今後の報道番組にも必要な事項であるが、今後そのような報道を見ていく際、視聴者側の私達としては過度な演出により誤解を招く恐れもあるということも頭に置いて番組を見ていく必要がある。

参考文献

- (1) 変容するメディアとニュース報道—テレビニュースの社会心理学—, 萩原滋、横山滋、斉藤慎一、川端美樹、李光鎬、福田充, 丸善出版 (2001)