慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	映像の分析と視聴者調査からみたテレビニュースの形式と内容の変化
Sub Title	Change of style and contents of TV news from moving image analysis and an audience survey
Author	伏本, 佳織(Fushimoto, Kaori) 上田, 修一(Ueda, Shuichi)
Publisher	三田図書館・情報学会
Publication year	2009
Jtitle	Library and information science No.62 (2009.) ,p.167- 192
JaLC DOI	
Abstract	【目的】テレビニュースは，ニュースメディアの中で中心的な役割を果たしている。娯楽化とセンセーショナリズムへの移行は，常に批判されている。しかしながら，テレビのニュースの変化について調査がなされていないので，ソフトニュースの上昇率，およびニュースに対する過度の演出効果の導入について検証するために映像の分析と視聴者調査を行った。 【方法】2008 年6 月に放送された100 のニュース番組を記録した。これらの番組は，日本のNHK と5つの放送局の1,697のニュース項目からなっている。これらのニュース項目に対して，ニュースカテゴリ，ニュースのテーマ，ニュースのタイプ，キャスター，インタビュー形態，音響効果，映像効果，テロップによってコード化した。また，視聴者のテレビニュースに対する意識を知るために利用者調査（質問紙調査）を行った。 【結果】ニュース項目の分析から，(1) デイリーニュースが過半数を占める，(2) バイオレントニュースは42.8%，(3) ソフトニュースは37.2%，(4) メインキャスターとサブキャスターがニュースを読むスタイルが大多数，(5) BGMは48.5%のニュースで使用されている，(6) テロップがよく使われている，(7) 発話の文字化のためにテロップが使われている，(8) テロップの文字の大きさやフォント，色の変更が頻繁になされている，ことが明らかになった。1997年に行われた先行調査と比べると，音響効果，映像効果，テロップの使用が増えた。この10年間にソフトニュースの割合は減ったが，過剰な演出は増加した。質問紙調査では，回答者は，日常的にテレビニュースをよく視聴し，現在のテレビニュースに満足していると回答した。しかし，自由回答には批判的な意見が多く，テレビニュースに対する潜在的な不満があると考えられる。
Notes	短報
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00003152-00000062-0167

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

Library and Information Science　No. 62　2009, p. 167–192.

短　報

映像の分析と視聴者調査からみた テレビニュースの形式と内容の変化

Change of Style and Contents of TV News from Moving Image Analysis and an Audience Survey

伏　本　佳　織　　上　田　修　一
Kaori FUSHIMOTO　　*Shuichi UEDA*

Résumé

Purpose: Television news plays a central role in the news media. Although there is a marked tendency to portray news more entertainingly and sensationally which is sometimes criticized, there have been no empirical surveys on the tendency of TV news so far. Therefore, the authors conducted moving image analysis and an audience survey to verify the rate of increase of soft news, and the degree to which excessive decoration is introduced into news.

Methods: One hundred news programs that had been broadcast in June 2008 were recorded. These programs consisted of 1,697 news stories provided by NHK and five broadcasting stations in Japan. The news stories were categorized by news category, theme of news, type of news, newscaster, form of interview, sound effects, moving image effects, and the use of telops. The user survey was conducted to study opinions on TV news from the audience.

Results: From the categorization and analysis of features of news stories, it was found that (1) daily news occupies the majority, (2) violent news accounted for 42.8%, (3) the share of soft news was 37.2%, (4) most news programs used the reporting style in which the main newscaster and a subcaster read news stories, (5) background music was used in 48.5% of news stories, (6) telops were used in many news stories, (7) telops were used to visualize utterances as strings of characters, (8) character size, font, and color of telops were frequently switched. The use of sound effects, moving image effects, and telops has increased compared with the preceding study (1997). Introducing excessive decoration into news has increased whereas the ratio of soft news has decreased in the last ten years. The survey respondents had been watching TV news daily, and were satisfied with it. However, since critical opinions were frequently written in the questionnaire, it is conjectured that viewers are potentially discontent with TV news.

伏本佳織，上田修一：慶應義塾大学文学部図書館・情報学専攻，108–8345　東京都港区三田 2–15–45
Kaori FUSHIMOTO, Shuichi UEDA: School of Library and Information Science, Keio University
伏本佳織：kaori_3x6_p@dol.hi-ho.ne.jp
上田修一：ueda@slis.keio.ac.jp
受付日：2009 年 3 月 31 日　改訂稿受付日：2009 年 7 月 13 日　受理日：2009 年 7 月 21 日

I. テレビニュースの傾向
A. ニュースとメディア
B. ニュースの娯楽化
C. テレビニュースの娯楽化の進展
D. テレビニュース娯楽化の研究状況
E. 研究目的
II. テレビニュースの分析
A. 調査対象
B. 調査方法と調査項目
C. 調査結果
III. テレビニュースに関する質問紙調査
A. 調査概要
B. 調査方法
C. 調査結果
IV. テレビニュースにおける娯楽化の検討
A. テレビニュースの分析
B. テレビニュースに関する質問紙調査の結果
C. おわりに

I. テレビニュースの傾向

A. ニュースとメディア

定期刊行され，最新の出来事を報じる情報メディアの一つである新聞は，17 世紀前半に欧州で発明された[1)]。新聞によって「ニュース」というものが徐々に意識されるようになったと考えられる。19 世紀の欧米における日刊新聞の大衆化時代を迎え，ニュースは商品化されるようになった。そして，20 世紀になると，ニュースを担うメディアが，新聞からラジオ，テレビへと広がっていくことにより，ニュースの概念も変容した。

文字と画像あるいは写真から構成される新聞に対し，ラジオは音のみでニュースを伝達するメディアである。1930 年代から 1960 年代にかけてニュース映画があったが，これは，文字，映像，音，画像からなるマルチモーダルなメディアであった。しかし，視聴機会が限定されていること，さらには同じ特性を持ち，そのうえ速報性を備えたテレビの発展により姿を消した。マルチモーダルなメディアであるテレビは，現代のニュースメディアの中では支配的な位置を占めている。現代のニュースは，新聞ではなくテレビニュースによって代表されている。

新聞とテレビは，異なる様式でニュースを伝えている。いずれも限られたスペースと時間の中で，トピックを単位として構成されているという共通点はあるものの違いは大きい。新聞は一覧性があり，個々のトピックは，重要な項目から記述する逆ピラミッド型となっている。一方，テレビでは，トピックは時間軸に沿って並べられており，映像を中心として組み立てられている。新聞では，編集や校閲がなされるが，テレビでも同様の編集手順が踏まれている。しかし，“速報性，即時性，臨場感の三つを実現することが，テレビが 20 年ほど前から目ざしたもの”[2)] であり，“「今の情報」を加工しないで放送していく”[2)] という編集，確認作業を省こうとする傾向もみられる。

B. ニュースの娯楽化

19 世紀末の大衆新聞の普及がもたらした通俗化とセンセーショナリズムから，「イエロージャーナリズム」や「タブロイドジャーナリズム」という語が生まれた。これらは，ゴシップを

中心とした記事，あるいは煽情的な記述の記事を掲載する新聞あるいは雑誌の総称である。こうした報道様式は，現代まで生き残っているが，必ずしも新聞の主流ではない。多くの新聞は，倫理綱領を制定するなどして自己規制を行い，煽情的な報道とは一線を画している。

テレビニュースに対して取材方法，偏向や倫理といった側面からの批判は事欠かない。その中で，テレビニュースに対し次第に批判が強まってきているのは，その娯楽化についてである。1986年に，ロビンソンらは，テレビのニュースは新聞などの印刷メディアの記事に比べて娯楽的であることを明らかにしている[3]ように，テレビは本来，印刷メディアよりも娯楽志向が強かった。バーキンは米国のテレビニュースを扱った著作の中で，「タブロイドテレビジョン」という1章を設け，娯楽化の問題を論じている[4]。

しかし，テレビニュースにおける娯楽化は，新聞におけるゴシップ中心，煽情的報道とは異なっている。膨大な視聴者を持つテレビのニュース番組では，ゴシップを伝えることは避けられているし，煽情的な報道も控えられている。テレビニュースでは，後述するように，取り上げるニュースの内容とニュースの伝え方に娯楽化傾向がみられるといわれている。テレビニュースの娯楽化は，軽い内容のニュースの増加と，視聴者の関心をひき付けることを目的としたニュースへの過剰演出の付加といえるであろう。ニュース制作者は，過剰演出は「わかりやすさ」を目的とした結果であると主張するが，これが増えるほど娯楽化が進展すると考えられる。

テレビニュースが娯楽化しやすい原因の一つは，視聴率にあると考えられる。新聞の場合は，その発行部数というレベルでの尺度しかないが，テレビの場合は，より細かい粒度で一つの番組，さらには個々のニュース項目という単位で比較可能である。テレビ局の間ばかりでなく，番組の間，ニュース項目の間で比較されるため，視聴率確保のために視聴者をひき付ける娯楽的要素を導入する必要が生じる。

もう一つの娯楽化要因として，テレビがマルチモーダルなメディアであることが挙げられる。テレビでは，文字，映像，画像，音声のモードごとに過剰な演出を加えることができる。たとえば，テレビニュースにはテロップという形で文字を加えることができるばかりでなく，テロップで表示される文字の字体や大きさの変更，さらには彩色といった細かな工夫もできる。

C. テレビニュースの娯楽化の進展

日本のテレビでは草創期からしばらくの間，ニュース番組は，ラジオのニュース番組の影響を強く受け，一人のアナウンサーが放送原稿を読むという単調な形式であり，NHKと民放の間に差はなかった。映像は映画フィルムに撮影されるので，編集する以上の加工は無理だった。

こうしたテレビニュースについて娯楽化が指摘されるようになったのは，1980年代に民放のニュース番組の放送時間が拡大したころからである。1985年10月に放送が開始された「ニュースステーション」（テレビ朝日）は，“伝え方の面での「わかりやすさ」と「親しみやすさ」”[5]を特徴として，キャスターの語り口をはじめ，手書きのパターンや立体的な模型を指でさしながら説明するなど形式面でも工夫を凝らし，幅広い視聴者に，ニュースはおもしろいと感じさせるニュース番組となった[5]。

この「ニュースステーション」の成功により，これまで採算が合わないと考えられていたテレビニュースが商品になることが示され，1987年には「ニュース22・プライムタイム」(TBS)，1988年には「ニュース・トゥデー」(NHK)など，「ニュースステーション」と対抗して同じ時間帯に同じようなニュース番組を編成したことから「ニュース戦争」と呼ばれるまでに至った[6]。放送時間が拡大したことで，各局は今まで取材してこなかった話題を扱うと同時に視聴者の興味に即した視点で扱おうとした。その結果，視聴者の興味をひくためにさまざまな演出を凝らし，ニュースとは言い難い内容を放送するようになった。こうして，テレビニュースの娯楽化が徐々に進行していった[7]。

D. テレビニュース娯楽化の研究状況

テレビニュースに関する調査の中で，娯楽化傾向を指摘している報告がいくつかみられる。

上滝徹也によって1988年に行われたNHKと民放のニュース番組の調査では，1970年代以前には周辺的とされてきた「風俗」や「話題」,「スポーツ」に関するニュースが，大型化された番組になるほど多くなっていることが指摘されている[8]。

北川泰三は，テレビニュースの娯楽化を，芸能ニュース，ファッション，グルメ情報などニュースの内容自体が娯楽的である場合と，BGM，効果音，字幕タイトル，吹き替えなどの使用のような，ニュースの表現手法によって娯楽化している場合とに大きく分けている[9]。

ニュースの研究において，ニュースの内容を，ハードニュースとソフトニュースに分けることが行われている。たとえば，ハードニュースには政治や経済のニュース，ソフトニュースは文化やスポーツなどが該当する[8]。山本明は，ハードニュース，ソフトニュース，それにバイオレントニュースの定義について検討し，現状では，統一した見解はないとしている[10]。

北川のいうニュース番組の内容が娯楽的であるとする見方では，ソフトニュースの割合が取り上げられる。すなわち，ソフトニュースの増加傾向は娯楽化の進行と同じとする意見[8]や，藤田真文の“企画ニュースは，一見したところグルメ・紀行番組などの情報エンターテインメント番組やワイドショーの内容と区別がつかない。ニュース番組のソフト・ニュース化が進行している”[11]といった発言にみられるように，ニュース番組の中でのソフトニュースの比重の増加を娯楽化とする。

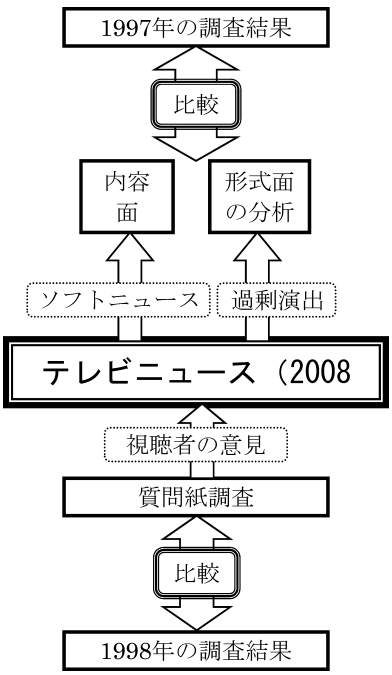
それに対して，1997年のテレビニュースを調査した萩原らは，北川の後者の視点，つまり，ニュース番組の中の個々のニュース項目の音響効果や映像の駆使に注目し，形式面での娯楽化が進んでいたことを明らかにしている[12]。

一方，テレビニュースが娯楽化することについて，マスメディア研究者の多くは批判的な立場をとっているが，テレビ視聴者が娯楽化傾向をどのように受け止めているかは，明らかにされてこなかった。川端美樹が1998年に杉並区民270名を対象として行ったテレビニュースに関する質問紙調査は，その数少ない調査の例である[13]。この調査の結果では視聴者は当時のテレビニュースに全体的に満足している一方，娯楽化傾向には必ずしも賛成していないことが明らかになった。またテレビニュースに対する評価は，回答者の属性やニュース内容への興味の違いなどによって異なっていた[13]。

E. 研究目的

本稿の目的は，テレビニュースの娯楽化の進展を実証することである。この目的を達成するために，第1図に示した調査を行う。

日本のテレビのニュース番組によって提供される一つひとつのニュース項目を単位として，伝えられる内容と伝え方という表現の二つの面から定量的な調査を行い，全体の傾向を明らかにする。



第1図　調査の概要

その際に，娯楽化の一つの見方である，ニュース番組内のソフトニュースの割合を調べる。同時に，音や映像，演出について細かく調査する。得られた結果を1997年の萩原滋らの調査結果[12]と比較して，この10年間の変化を示す。また，ニュース番組に対する考え方が異なるNHKと民放との比較を行う。

さらに，テレビニュースの娯楽化について視聴者への質問紙調査を行い，これも川端美樹の1998年に行われた先行調査[13]と比較することにより，この10年間の変化を明らかにする。

特に作業仮説は設けないが，10年前よりも娯楽化が進展しており，視聴者はこれを支持する者と批判する者とに二分されると予想される。また，娯楽化に関してはNHKと民放の差は大きいであろう。

II. テレビニュースの分析

A. 調査対象

最初に，調査の対象となるニュース番組を選定する必要がある。

現在，テレビで放送されているニュース番組や報道番組には，ニュースのみからなる番組から，ワイドショーと呼ばれる番組までがあり，民放では，ワイドショーを報道に分類して総務省に報告することも行われている。ワイドショーは，本来，娯楽性が高いのでここではニュース番組に含めることはできない。また，スポーツニュースのような時事ニュース以外の分野に特化した番組もあるが，これらも除外する。さらに5分以下の短いニュース番組も含めない。

また，1日の中で，朝から昼までは主として前日のニュースが放送されることが多いので，対象とするニュース番組は，夕方から夜に放送される番組とした。また，テレビのニュース番組では同じニュース項目が異なる番組で繰り返し放送されることが多い。しかし，同じ素材を用いたニュース項目であっても，時間が長くなったり，あるいは短縮されたり，ナレーションやテロップを加えたりするなど違いがあるので，すべて別のニュース項目として扱う。

その結果，調査対象は，NHK総合と民間放送キー局（民放）5局（日本テレビ，TBS，フジテレビ，テレビ朝日，テレビ東京）で午後4時以後に放送されたニュース番組，全25番組となった（第1表）。

調査期間は，2008年6月15日の日曜日から6月21日の土曜日までの1週間である。

これらの調査対象と調査期間は，1997年に行われた萩原らの調査方法と比較できるように配慮した。なお，萩原らの対象は，1997年11月25日の火曜日から12月1日の月曜日の1週間にNHK総合と衛星局(BS1)，東京の民放5局で放送された夕方から夜にかけてのニュース番組，全21番組だった[12]。また，萩原らの報告では，比率の小数点以下の数値は四捨五入して示されていないが，以下の比較表では，引用元の文献どおりに表示している。

1997年と2008年のニュース番組名や放送時間を比べてみると，たとえばNHKの主要なニュース番組の放送時間の移動や，夕方の民放のニュース番組に多少の変動はあるものの，ニュース番組を大幅に変えた放送局はなく，この10年間には大きな差はないといえる。

第2表は，放送曜日を週日と週末に分け，放送局ごとに番組本数，放送時間（延べ），ニュース項目の数を整理したものである。収録された番組の総数は100本，放送時間に換算すると5,523分（約92時間）となる。民放5局のニュース番組の平均の長さは，週日81分であるが，週末は25分と，週日と週末では1時間近い放送時間の差がある。

1997年の放送時間は，5,397分（約90時間）となっており，今回，若干の増加をみた。これは週日の放送時間，特に夕方17時開始のテレビニュース（NHKとテレビ東京は除く）の放送時間が120分と1997年に比べて拡大したことが影響している。一方，ニュース項目数は1997年の2,072項目に対し，今回は1,679項目と減少した。ニュース一項目あたりの時間は，1997年の2.6分に対し，3.3分とニュース一項目あたりに費やされる時間が増えた。

第1表　対象番組一覧

（2008年6月15日～6月21日）

番組名	局	曜日	開始時刻	時間（分）	備　考
ニュース	NHK	全日	18:00	10	
首都圏ネットワーク	NHK	週日	18:10	50	18:52より8分間は気象情報
首都圏ニュース	NHK	土日	18:45	15	
NHKニュース7*	NHK	全日	19:00	30	
首都圏ニュース845	NHK	週日	20:45	15	
ニュース・気象情報	NHK	土日	20:45	15	
ニュースウオッチ9	NHK	週日	21:00	60	
きょうのニュース＆スポーツ	NHK	週日	23:30	40	
NEWSリアルタイム	NTV	週日	16:53	127	金曜は17:00より120分
NEWSリアルタイム・サタデー	NTV	土	18:00	30	
NEWS ZERO	NTV	週日	22:54	64	金曜は23:30より55分
ニュース	NTV	土日	0:35	15	
イブニング・ファイブ	TBS	週日	16:52	120	
イブニング・ニュース	TBS	日	17:30	25	
NEWS23	TBS	週日	22:54	91	火曜～木曜は22:54より56分 金曜は23:30より65分
JNNニュース	TBS	土日	0:45	10	日曜は0:00より10分
スーパーニュース	CX	週日	16:53	127	
スーパーニュースWEEKEND	CX	土日	17:30	30	
ニュースJAPAN	CX	週日	23:30	25	金曜は23:58より25分
ニュース	CX	日	23:45	10	
スーパーJチャンネル	ANB	全日	16:53	127	土・日曜は17:30より25分
報道ステーション	ANB	週日	21:54	76	
ニュース＆スポーツ	ANB	土	0:00	30	
速ホゥ!	TX	週日	16:54	26	
ワールドビジネスサテライト	TX	週日	23:00	58	

* 6月15日（日）の「NHKニュース7」は14日の岩手・宮城内陸地震発生に伴い，通常30分間の放送を60分に拡大

第2表　放送局，週日-週末の番組本数，放送分数，ニュース項目数

	週　日			週　末			合　計		
	番組本数	分数（延べ）	項目数	番組本数	分数（延べ）	項目数	番組本数	分数（延べ）	項目数
NHK	30	1,020	479	8	140	57	38	1,160	536
日本テレビ(NTV)	10	939	255	3	60	35	13	999	290
TBS	10	934	278	3	45	23	13	979	301
フジテレビ(CX)	10	760	166	3	110	36	13	870	202
テレビ朝日(ANB)	10	1,015	163	3	80	51	13	1,095	214
テレビ東京(TX)	10	420	136	0	0	0	10	420	136
合　計	80	5,088	1,477	20	435	202	100	5,523	1,679

B.　調査方法と調査項目

対象となるテレビニュースをすべて録画し，ニュース番組を構成しているニュース項目ごとに，用意した調査項目にもとづいてコーディングした。コーディングは，著者の1名が行った。

調査項目は，第3表のとおりである。

ニュースの「娯楽化」の程度を定量的に調査するために，ニュースの内容とニュース項目を構成

第 3 表　調査項目一覧

	大項目	小項目
内容	分　類	デイリーニュース
		ダイジェスト
		企画・特集
		スポーツ
		気象・天気予報
		その他
	テーマ	ハード
		バイオレント
		ソフト
構成・発話形式	伝達形式	リードニュース
		記者レポート
		ビデオ構成
		複合
	スタジオでの対話	リード（人数）
		論評・評価
		スタジオでの対話
	ニュースの伝達者（男女別）	メインキャスター
		サブキャスター
		記者・レポーター
		ナレーター
		スタジオゲスト
		コメンテーター
	インタビュー	当事者・関係者
		識者
		一般の人々

	大項目	小項目
編集・演出形式	音響効果	効果音
		ブリッジ音
		BGM
	映像効果	図表
		模型
		CG
	テロップ	項目見出し
		ナレーション代わり
		地名・人名など
		内容の要約
		日本語字幕
		発話の文字化
		文字の大きさを変える
		文字のフォントを変える
		文字に色をつける
		背景に色
		特殊効果
		文字と並行して絵文字
		次の展開を期待させて画面を切り替える
		漢字一文字で映像を強調
		記号
		文字による状況説明
		文字による心理状態の説明
		数字による時間経過の説明
	ニュースの扱い方	工夫・演出性
		ニュース性

する要素からなる調査項目を設定し，調査項目ごとに個々のニュース項目の該当要素を確認，記録し，その結果を集計した。

調査項目は，大きく，ニュースの内容にかかわる項目と形式にかかわる項目とに分かれる。

内容については，分類，テーマの二つの大項目がある。前者では，そのニュース項目が，「デイリーニュース」「ダイジェスト」「企画・特集」「スポーツ」「気象・天気予報」「その他」のいずれに属しているかを判定した。

テーマは，萩原ら[12]に従い，政治，経済，外交・国際関係を「ハードニュース」，軍事・防衛・戦争・革命，犯罪，事件・事故，裁判，災害を「バイオレントニュース」，行事・風物，文化・芸術・教育，芸能，科学・技術，生活・家庭・料理，話題，気象・天気，スポーツを「ソフトニュース」とした。実際には，気象・天気，スポーツといった速報性が求められるニュースは，ほかのソフトニュースとは別に扱ったが，先行調査との比較ではソフトニュースに含めている。

構成・発話形式に関しては，伝達形式，スタジオでの対話，ニュースの伝達者，インタビューの

各項目を設定した。編集・演出形式に関しては，音響効果，映像効果，テロップ，ニュースの扱い方という大項目を設けた。

まず，伝達形式については，キャスターやアナウンサーが読み上げる「リードニュース」，現場にいるレポーターが読み上げる「記者レポート」，ビデオに収録された映像や音声を流す「ビデオ構成」，そしてこれらを組み合わせた「複合」で分類をした。次にスタジオでの対話では，「リード」「論評・評価」「スタジオでの対話」の有無とリード担当者数を記録した。ニュースの伝達者は，「メインキャスター」「サブキャスター」「記者，レポーター」「ナレーター」「スタジオゲスト」「コメンテーター」に分け，男女の別と発言の有無を記録した。インタビューは，その有無とインタビュー対象者を，「当事者・関係者」「識者」「一般の人々」と分類し，該当者数を記録した。

音響効果は，「効果音」「ブリッジ音」「BGM」の使用の有無，映像効果は，「図表」「模型」「CG」の使用の有無を記録した。

次にテロップについて説明する。テロップ(telop)とは，television opaque projectorを省略してつくられた言葉[14]であり，本来は装置を指しているが，次第にテレビ番組で使われる字幕を指すようになった。川端によれば，1990年代にバラエティ番組にテロップが使われはじめ，やがてニュース番組へと及んだ[14]。したがって，テロップの使用状況は，娯楽化の有力な指標と考えられる。そこで，「ニュース項目の見出し」「ナレーション代わり」「地名，人名など」「内容の要約」「日本語字幕」「発話の文字化」というテロップの役割ごとに使用の有無を記録した。さらに，川端の挙げるテロップの演出類型である「大きさを変える」「フォントを変える」「色をつける」「背景に色をつける」「特殊効果」「文字と並行して絵文字」「次の展開を期待させて画面を切り替える」「漢字一文字で映像を強調」「記号」「文字による状況説明」「文字による心理状態の説明」「数字による時間経過の説明」[14]を加えた。

最後に，総合的な判断として，「視聴者の興味をひくための工夫や演出」がどの程度なされていたかという「工夫・演出性」と，ニュース項目に対してその内容はどの程度「ニュースらしいか，報道に値するか」という「ニュース性」の二つを，それぞれ萩原らの調査に従い「低」「中」「高」の3段階で評価した。

以上のように，調査項目は，全体として10の大項目，51の小項目からなる。小項目の中で39項目は，萩原らの既往調査[12]と比較可能である。

C. 調査結果

1. ニュースの内容

ニュース項目を内容，すなわち「デイリーニュース」「ダイジェスト」「企画・特集」「スポーツ」「気象・天気予報」「その他」で分類した結果を第4表に示した。上段に項目数を，下段に全項目に占める比率を表示した。また，秒数については，1997年の調査報告に合わせ，上段に，その項目の平均秒数，下段にその項目の秒数の合計が，総秒数に占める比率を示した。まず，その日の出来事を伝える「デイリーニュース」は，1997年と同様，項目数，時間量ともに最大・最長であった。さらに1997年より全体に占めるその割合は大きくなり，時間も増えている。「デイリーニュース」「ダイジェスト」「企画・特集」の平均秒数は増加傾向にある。中でも「企画・特集」は375.5秒から628.2秒と大幅に増加した。これは，夕方に放送されるニュース番組の放送時間枠が拡大したが，そこで増えた時間は，主として「企画・特集」で費やされていることを示唆している。

同じ分類の結果を放送局と曜日別にまとめたのが第5表である。第4表と同じく項目数と秒数と比率を示している。NHKと民放とでは，1997年のNHKが民放より「デイリーニュース」を重視していたという傾向は現在も変わらない。一方，1997年には，ニュース項目の長さはNHK111.3秒，民放118.9秒であったが，今回は，NHK127.8秒，民放174.9秒と50秒もの差が開いた。この結果からみれば，民放は一つのニュースに時間を

第 4 表　分類別の構成比（全体）

	全　体	
	1997 年*	2008 年
項目数に基づく構成比：項目数		
デイリーニュース	1,005	899
(%)	(48)	(53.5)
ダイジェスト	406	325
(%)	(20)	(19.4)
企画・特集	211	89
(%)	(10)	(5.3)
スポーツ	224	211
(%)	(11)	(12.6)
気象・天気予報	130	107
(%)	(6)	(6.4)
その他	96	48
(%)	(5)	(2.9)
総項目数	2,072	1,679
(%)	(100)	(100.0)
時間量に基づく構成比：一項目の長さの平均秒数		
デイリーニュース	105.5	183.5
(%)	(43)	(61.1)
ダイジェスト	31.3	36.3
(%)	(5)	(4.4)
企画・特集	375.5	628.2
(%)	(32)	(20.7)
スポーツ	110.9	103.0
(%)	(10)	(8.0)
気象・天気予報	136.1	128.7
(%)	(7)	(5.1)
その他	88.0	37.8
(%)	(3)	(0.7)
総秒数	記載無し	269,992
1 項目の長さ	120.2	159.9

* 萩原らの結果 [12] に基づく

かけていることになる。NHK の「企画・特集」の長さが，1997 年の 263.7 秒から 2008 年の 514.0 秒と大幅に長くなったことから，NHK も民放と同様に「企画・特集」志向が強まっているとみられる。

週日と週末でニュース項目の放送時間の長さが異なるという点は，1997 年と同様であるが，週日は 155.2 秒，週末は 94.1 秒であり，その差はさらに開いている。また，週末は，「企画・特集」よりも「デイリーニュース」を番組の中心に据える傾向は変わっていない。また，1997 年には，週末にはスポーツの占める割合が高かった。これを萩原らは，スポーツイベントは週末に行われることが多いためと解釈した [12]。しかし 2008 年は，週日 8.7%，週末 11.8% と違いは小さくなった。スポーツイベント開催が週末に集中していることは変わらないが，スポーツニュースは週末への集中から，週日にも一定の時間取り上げられる傾向が強まっている。

テーマ別の構成を第 6 表に示した。第 4 表と同じく項目数と秒数と比率を示している。事故や事件などを含むバイオレントニュースが 4 割以上を占めていることになるが，これは本調査期間中に岩手・宮城内陸地震が発生していることが影響しており，バイオレントニュース全 718 項目中，地震に関するニュースが 248 項目となっている。そのため 1997 年の結果と比較することはむずかしいが，地震のニュースが多くを占める中でソフトニュースの割合が 37.2% と依然として高いことは注目すべき点である。

2.　ニュースの形式

テレビニュースの伝達形式を，キャスターが原稿を読む「リードニュース」，ニュース記者が報告する「記者レポート」，あらかじめ撮影，編集してあるビデオを放送する「ビデオ構成」，これらの組み合わせである「複合」とに分けた。また，音声のないものを別にした。

全体として「リードニュース」と「複合」に二分されている。第 7 表の 2008 年の欄には，各ニュース項目に「リードニュース」「記者レポート」「ビデオ構成」がそれぞれ，どれほどあったのかも示した。2008 年の右欄は，左欄で「複合」とした 689 項目を「リードニュース」「記者レポート」「ビデオ構成」に配分し直したものである。右欄では全ニュース項目数 1,679 項目に対する比率を示している。「リードニュース」は，94.0%（1,578 件）とニュース項目のほとんどで使用されており，「リードニュース」が現在のテレビニュースの基本であることが確認できる。

第5表　分類別の構成比（放送局と曜日）

	NHKと民放				放送曜日			
	NHK*（97年）	民放*（97年）	NHK（08年）	民放（08年）	週日*（97年）	週末*（97年）	週日（08年）	週末（08年）
項目数に基づく構成比：項目数								
デイリーニュース (%)	328 (62)	656 (45)	302 (56.3)	597 (52.2)	811 (47)	194 (57)	761 (51.5)	138 (68.3)
ダイジェスト (%)	66 (12)	298 (21)	103 (19.2)	222 (19.4)	369 (21)	37 (11)	310 (21.0)	15 (7.4)
企画・特集 (%)	22 (4)	167 (12)	14 (2.6)	75 (6.6)	197 (11)	14 (4)	85 (5.8)	4 (2.0)
スポーツ (%)	58 (11)	166 (12)	59 (11.0)	152 (13.3)	152 (9)	72 (21)	182 (12.3)	29 (14.4)
気象・天気予報 (%)	36 (7)	90 (6)	42 (7.8)	65 (5.7)	111 (6)	19 (6)	91 (6.2)	16 (7.9)
その他 (%)	21 (4)	69 (5)	16 (3.0)	32 (2.8)	91 (5)	5 (1)	48 (3.2)	0 (0.0)
総項目数 (%)	531 (100)	1,446 (100)	536 (100.0)	1,143 (100.0)	1,731 (100)	271 (100)	1,477 (100.0)	202 (100.0)
時間量に基づく構成比：一項目の長さの平均秒数								
デイリーニュース (%)	117.3 (65)	98.5 (38)	143.0 (63.0)	191.6 (58.4)	112.3 (41)	77.3 (55)	170.7 (56.3)	94.2 (72.0)
ダイジェスト (%)	32.4 (4)	30.0 (5)	33.0 (5.0)	37.0 (4.2)	31.1 (5)	33.6 (5)	36.3 (4.9)	37.5 (3.1)
企画・特集 (%)	263.7 (10)	366.7 (36)	514.0 (10.5)	651.0 (24.9)	379.0 (34)	329.7 (17)	648.0 (23.9)	184.5 (4.1)
スポーツ (%)	99.9 (10)	114.7 (11)	102.0 (8.8)	103.2 (8.0)	134.9 (9)	60.1 (16)	110.5 (8.7)	73.7 (11.8)
気象・天気予報 (%)	165.4 (10)	121.1 (6)	194.0 (11.9)	115.6 (3.8)	141.0 (7)	107.4 (7)	136.2 (5.4)	100.4 (8.9)
その他 (%)	44.9 (1)	104.2 (4)	35.0 (0.8)	38.4 (0.6)	90.7 (4)	39.0 (1)	37.8 (0.8)	0.0 (0.0)
総秒数	記載無し	記載無し	68,507	195,853	記載無し	記載無し	230,555	18,044
1項目の長さ	111.3	118.9	127.8	174.9	128	80.4	155.2	94.1

* 萩原らの結果[12]に基づく

「記者レポート」は，326件であるが，「記者レポート」は単独で行われることがなく，必ず「リードニュース」か「ビデオ構成」と合わせた形式で放送されている。同様に「ビデオ構成」も単独であることはほとんどなく（71件），「リードニュース」か「記者レポート」と組み合わされている。

1997年の結果と比較すると，「複合」形式が12％（256件）から41.0％（689件）と大幅に増加している。1997年は，「ビデオ構成」のみのニュース項目が三分の一を占めていたが，これが激減し，現在では，ニュースの伝達形式は「リードニュース」を中心に「記者レポート」「ビデオ構成」が加わる形が主流となっている。

第6表 テーマ別構成比

	1997年*	2008年
項目数に基づく構成比：項目数		
ハードニュース (%)	591 (31)	336 (20.0)
バイオレントニュース (%)	442 (23)	718 (42.8)
ソフトニュース (%)	888 (46)	625 (37.2)
総項目数 (%)	1,921 (100)	1,679 (100.0)
時間量に基づく構成比：一項目の長さの平均秒数		
ハードニュース (%)	125.0 (33)	130.3 (16.4)
バイオレントニュース (%)	76.7 (15)	175.3 (48.7)
ソフトニュース (%)	132.2 (52)	175.5 (34.8)
総秒数	記載無し	269,992

* 萩原らの結果[12]に基づく

第7表 ニュースの伝達形式

	1997年*	2008年	
		「複合」を独立	「複合」を配分
リードニュース (%)	963 (46)	904 (53.8)	1,578 (94.0)
記者レポート (%)	96 (5)	0 (0.0)	326 (19.4)
ビデオ構成 (%)	757 (36)	71 (4.2)	634 (37.8)
複合 (%)	256 (12)	689 (41.0)	—
音声なし (%)	—	15 (0.9)	15 (0.9)
総項目数 (%)	2,072 (100)	1,679 (100.0)	1,679 (100.0)

* 萩原らの結果[12]に基づく

3. スタジオでの対話とニュースの伝達者

スタジオでの対話（第8表）は，キャスターがニュース原稿を読むだけの「リード」，それに意見を加えた「論評・評価」，スタジオ内の他の出演者が発言する「スタジオでの対話」に分けた。一つのニュース項目で複数に該当する場合は，

第8表 スタジオでの対話とニュースの伝達者（全体）

	1997年*	2008年
スタジオでのリード，論評・評価，対話の利用率		
リード (%)	1,539 (74)	1,419 (84.5)
論評・評価 (%)	467 (23)	76 (4.5)
スタジオでの対話 (%)	400 (19)	293 (17.5)
総項目数 (%)	2,072 (100)	1,679 (100.0)
ニュースを伝えた人それぞれの発言率		
メインキャスター (%)	1,251 (60)	1,081 (64.4)
サブキャスター (%)	756 (36)	975 (58.1)
記者，レポーター (%)	354 (17)	352 (21.0)
ナレーター (%)	723 (35)	676 (40.3)
スタジオゲスト (%)	65 (3)	51 (3.0)
コメンテーター (%)	68 (3)	113 (6.7)

* 萩原らの結果[12]に基づく

そのままカウントした。「リード」が大部分を占め，「スタジオでの対話」が2割弱である。1997年と比較すると，「リード」が74％（1,539件）から84.5％（1,419件）と増加した。一方で「論評・評価」は，23％（467件）から4.5％（76件）と大幅に減少した。「論評・評価」は「スーパーニュース（フジテレビ）」や「報道ステーション（テレビ朝日）」など一部の番組のみで行われている。

次に，ニュースの伝達に関与した者を，「メインキャスター」「サブキャスター」「記者，レポーター」「ナレーター」「スタジオゲスト」「コメンテーター」と分けた。これもスタジオでの対話と同じく重複してカウントしている。ニュースを伝達するのは「メインキャスター」が三分の二を占め，次いで「サブキャスター」が6割近く，「ナレーター」が4割である。1997年と比較すると，

第 9 表　スタジオでの対話とニュースの伝達者（NHK と民放）

	NHK *（97 年）	民放*（97 年）	NHK（08 年）	民放（08 年）
スタジオでのリード，論評・評価，対話の利用率				
リード（%）	438（82）	1,051（73）	481（89.7）	938（82.1）
論評・評価（%）	70（13）	389（27）	21（3.9）	55（4.8）
スタジオでの対話（%）	69（13）	323（22）	43（8.0）	250（21.9）
総項目数（%）	531（100）	1,446（100）	536（100.0）	1,143（100.0）
ニュースを伝えた人それぞれの発言率				
メインキャスター（%）	430（81）	743（51）	471（87.9）	610（53.4）
サブキャスター（%）	49（9）	696（48）	103（19.2）	872（76.3）
記者，レポーター（%）	98（18）	244（17）	57（10.6）	295（25.8）
ナレーター（%）	133（25）	569（39）	109（20.3）	567（49.6）
スタジオゲスト（%）	1（0）	60（4）	1（0.2）	50（4.4）
コメンテーター（%）	1（0）	54（4）	6（1.1）	107（9.4）

* 荻原らの結果 [12] に基づく

「サブキャスター」がよく発言するようになり，「記者，レポーター」「ナレーター」「コメンテーター」の発言機会が増えている。ニュースの報道は，複数の伝達者によって行われる傾向が強まっている。

「スタジオでの対話」は，NHK に比べて民放が 21.9%（250 件）と高かったが，ニュースの伝達者に関しては，NHK と民放で相違がある。「スタジオゲスト」や「コメンテーター」の発言率は，民放が高い。NHK は，「メインキャスター」を中心にニュース番組を進行するスタイルを採用しており，これは 1997 年から変化がない。一方，民放では，「サブキャスター」にタレントを起用するなどの例もあり，「サブキャスター」の発言率が 76.3%（872 件）とメインキャスターの 53.4%（610 件）を凌駕している。「リード」を二人で行っている例は，NHK9.4%，民放 16.7%と，民放が高い。民放では，「リード」でもメインキャスターとサブキャスターの二人で行うことが多くなっている。

第 10 表　インタビューの使用率

	全　体		対象者数（平均）	
	1997 年*	2008 年	1997 年*	2008 年
	項目数		人　数	
当事者・関係者（%）	421（20）	462（27.5）	2.4	2.4
識　者（%）	61（3）	130（7.7）	1.5	1.3
一般の人々（%）	91（4）	113（6.7）	3.6	2.6
総項目数（%）	2,072（100）	1,679（100.0）	—	—

* 荻原らの結果 [12] に基づく

4.　インタビュー

ニュースにおけるインタビュー対象者を「当事者・関係者」「識者」「一般の人々」に分け，インタビューをどの程度使用しているかについて集計した（第 10 表）。全体として，「当事者・関係者」が四分の一であり，「識者」や「一般の人々」は少ない。

この傾向は 1997 年と同じであるが，「当事者・関係者」へのインタビューは，増加傾向にある。対象者数の平均は，「一般の人々」については減少傾向がみられる。

1997 年の「識者」へのインタビューは週日の民放に限定して行われていたが，現在では NHK も行っている。「一般の人々」へのインタビューは，NHK が多くなっている。

5.　音響効果と映像効果

音響効果として取り上げるのは，「効果音」，転換時に用いる「ブリッジ音」，背景音楽である「BGM」である。「BGM」が約半数のニュース項目で用いられている（第 11 表）。これは，NHK と民放で大きく異なり，NHK では 1 割程度であるが，民放では三分の二に「BGM」が使用され

第 11 表　音響効果と映像効果の使用率

	1997 年*	2008 年	NHK * (97 年)	民放* (97 年)	NHK (08 年)	民放 (08 年)
音響効果						
効果音 (%)	759 (37)	156 (9.3)	14 (3)	735 (51)	4 (0.7)	152 (13.3)
ブリッジ音 (%)	371 (18)	330 (19.7)	33 (6)	328 (23)	85 (15.9)	245 (21.4)
BGM (%)	146 (7)	815 (48.5)	1 (0)	106 (7)	52 (9.7)	763 (66.8)
映像効果						
図　表 (%)	464 (22)	143 (8.5)	145 (27)	300 (21)	31 (5.8)	112 (9.8)
模　型 (%)	21 (1)	31 (1.8)	2 (0)	18 (1)	14 (2.6)	17 (1.5)
CG (%)	218 (11)	291 (17.3)	45 (9)	163 (11)	96 (17.9)	195 (17.1)
総項目数 (%)	2,072 (100)	1,679 (100.0)	531 (100)	1,446 (100)	536 (100.0)	1,143 (100.0)

* 萩原らの結果 [12] に基づく

ている。次いでブリッジ音が 2 割，効果音は 1 割で使用されている。効果音は NHK ではほとんど用いられず，民放でのみ使用されている。

音響効果の使用では，今回と 1997 年の調査結果とは大きく異なる。「効果音」の使用は減少し，「BGM」の使用が増えた。この変化には NHK はかかわっておらず，民放で「効果音」の使用を抑制し，「BGM」を増やした結果である。

映像効果は，「図表」「模型」「CG」を取り上げた。全体として「CG」「図表」「模型」という順になるが，使用率は低い（第 11 表）。映像効果では NHK と民放に大きな相違はみられない。また，1997 年と比べてみると，「図表」が減り，「CG」が増えており，「図表」に代わり「CG」を使う傾向になったようだ。

6.　テロップ

テロップがどのような用途で使われているかについて，「項目見出し」「ナレーション代わり」「地名，人名など」「内容の要約」「日本語字幕」「発話の文字化」に区分した。

使用率は，「項目見出し」「地名，人名など」「ナレーション代わり」「発話の文字化」の順になるが，地名や発話がある場合には，ほぼテロップが使用されていると考えられ，テロップの使用は常態化していると言えよう（第 12 表）。

1997 年調査から大幅に増えているのは，「発話の文字化」（10％から 48.7％）と「ナレーション代わり」（29％から 59.9％）である。「発話の文字化」が増えたのは，NHK が使用するようになったためであり，「ナレーション代わり」の増加の原因は，民放における多用化（25％から 63.3％）にある。全体として NHK と民放両者の間で，テロップの使用率については大きな違いはない。

さらに，テロップについてその演出手法を詳しく調べた（第 14 表）。文字の大きさやフォントの変化，彩色から，用途まで含めている。「文字に色をつける」が 6 割，「背景に色をつける」が 7 割など，文字を強調させるテロップの使用率が高くなっている。NHK と民放では民放にテロップの演出が多いという傾向がみられる。「次の展開を期待させて画面を切り替える」テロップは，ほぼ民放に限定されているが，これはコマーシャルがあるため，テロップの演出を工夫することで視

第 12 表　テロップの使用率

	1997 年*	2008 年
項目見出し (%)	1,762 (85)	1,502 (89.5)
ナレーション代わり (%)	601 (29)	1,006 (59.9)
地名，人名など (%)	1,708 (82)	1,259 (75.0)
内容の要約 (%)	775 (37)	830 (49.4)
日本語字幕 (%)	153 (7)	97 (5.8)
発話の文字化 (%)	207 (10)	818 (48.7)
総項目数 (%)	2,072 (100)	1,679 (100.0)

* 萩原らの結果 [12] に基づく

第 13 表　テロップの使用率（NHK と民放）

	NHK * (97 年)	民放* (97 年)	NHK (08 年)	民放 (08 年)
項目見出し (%)	440 (83)	1,242 (86)	468 (87.3)	1,034 (90.5)
ナレーション代わり (%)	231 (44)	358 (25)	282 (52.6)	724 (63.3)
地名，人名など (%)	443 (83)	1,196 (83)	409 (76.3)	850 (74.4)
内容の要約 (%)	138 (26)	624 (43)	269 (50.2)	561 (49.1)
日本語字幕 (%)	30 (6)	105 (7)	23 (4.3)	74 (6.5)
発話の文字化 (%)	2 (0)	205 (14)	235 (43.8)	583 (51.0)
総項目数 (%)	531 (100)	1,446 (100)	536 (100.0)	1,143 (100.0)

* 萩原らの結果 [12] に基づく

聴者の興味をつなぎ止めようとする努力の結果とみられる。

7.　ニュースの扱い方

各ニュース項目を「工夫・演出性」と「ニュース性」に関して，「低」「中」「高」の 3 段階の評価を行い，分類別に集計した結果を第 2 図に示した。デイリーニュースやダイジェストでは，演出の程度は低いか中程度であるのに対し，「企画・特集」の演出の程度が突出して高くなっているのが明らかである。

第 14 表　テロップの演出（全体と放送局）

	全体	NHK	民放
文字の大きさを変える (%)	241 (14.4)	44 (8.2)	197 (17.2)
文字のフォントを変える (%)	220 (13.1)	25 (4.7)	195 (17.1)
文字に色をつける (%)	1,037 (61.8)	284 (53.0)	753 (65.9)
背景に色をつける (%)	1,212 (72.2)	356 (66.4)	856 (74.9)
特殊効果 (%)	208 (12.4)	17 (3.2)	191 (16.7)
文字と平行して絵文字 (%)	186 (11.1)	51 (9.5)	135 (11.8)
次の展開を期待させて画面を切り替える (%)	86 (5.1)	3 (0.6)	83 (7.3)
漢字一文字で映像を強調 (%)	37 (2.2)	14 (2.6)	23 (2.0)
記　号 (%)	154 (9.2)	19 (3.5)	135 (11.8)
総項目数 (%)	1,679 (100.0)	536 (100.0)	1,143 (100.0)

一方，「ニュース性」についても，「低」「中」「高」の 3 段階の評価を行い，分類別に集計した（第 3 図）。ここでは，「企画・特集」のニュース性は低く，おおむね「工夫・演出性」と逆の結果となっている。

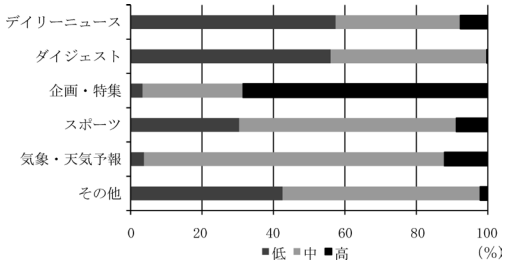
III.　テレビニュースに関する質問紙調査

A.　調査概要

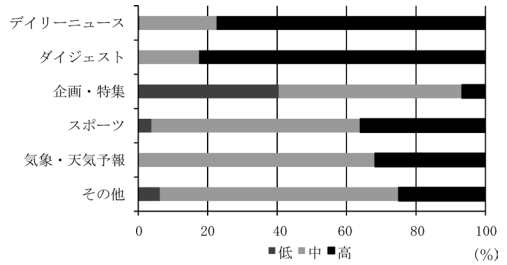
テレビニュースの受け手である視聴者によるテレビニュースの視聴状況と娯楽化に関する意識を明らかにするために，質問紙調査を行った。さらにその結果を，1998 年の川端 [13] の調査結果と比較し，その推移をみる。

B.　調査方法

1998 年の調査 [13] と同様に質問紙調査を行っ



第 2 図　分類別「工夫・演出性」の評価



第 3 図　分類別「ニュース性」の評価

た。川端は，東京都杉並区で住民票をもとに抽出した住民に対して郵送調査を行っている。しかし，現在では，個人情報保護などの制約を受け，同様の方法をとるのは困難である。そこで，東京都内のいくつかの事業所とカルチャースクールで質問紙を配布して回答を得た。この方法では，母集団を定めることができないが，性別，年齢別，職業別で一定数の回答結果を得ることができた。

川端の調査とほぼ同様の設問としているが，いくつか省いたものがある。調査項目は，大きく，(1) テレビへの接触状況，(2) テレビニュースへの視聴動機，(3) テレビニュース番組内容への興味，(4) テレビニュースに対する満足度に分けられ，計 8 項目から構成されている。なお，最後に「テレビニュースに対する意見」の自由記入欄を設けた。質問票は末尾に示した。

C.　調査結果

1.　回答者

2008 年 10 月に 20 歳以上の男女計 146 人に質問紙を配布し，回答を得た。回答者の内訳は，男性 61 人 (41.8 %)，女性 85 人 (58.2 %) である。回答者の年齢分布と職業別の分布は，第 15 表に示した。

第 15 表　年齢・職業–性別の内訳

		男（人）	女（人）	計（人，%）	
年齢	20 代	11	24	35	24.0
	30 代	11	9	20	13.7
	40 代	17	9	26	17.8
	50 代	6	22	28	19.2
	60 歳以上	16	21	37	25.3
職業	学　生	6	18	24	16.4
	会社員	43	15	58	39.7
	主　婦	0	21	21	14.4
	パート	2	18	20	13.7
	無　職	10	13	23	15.8
	計	61	85	146	100.0

2.　テレビニュースへの接触状況

最初に，どの程度テレビニュースに接触しているのかを把握するために，ふだんよく見るテレビ番組について尋ねた（第 16 表）。

ニュースにかかわる番組では，ニュース番組は 8 割に達し，朝の情報番組が 4 割，さらに，報道関係の特集番組，ワイドショーがある。テレビの番組の中で，ほかの番組に比べてニュース番組が突出してよく視聴されていることは明らかである。さらに，朝の情報番組の視聴者は多いが，ワイドショー視聴者は少ない。

しかし，1998 年に比べて，テレビニュースの視聴者の割合には低下傾向がみられる。「基本的にニュースは Web で見るため，TV のニュースはほとんど見ません。(40 代 / 男性 / 会社員)」というように，ニュースをテレビからではなく，インターネットなどほかのメディアから得る例がみられる。

テレビニュースへの接触状況をみると，年齢，職業，性別では，50 代，60 歳以上，主婦，女性のテレビニュースを視聴する割合が比較的多いという傾向がみられる（第 17 表）。テレビ視聴環境は家庭が基本であることが影響した結果と考えられる。

第 16 表　ふだんよく見るテレビ番組（全体）

	1998 年*	2008 年	
	割合（%）	人数	割合（%）
ニュース	85.2	118	80.8
朝の情報番組	38.1	62	42.5
ドラマ	29.7	51	34.9
スポーツ中継	44.6	49	33.6
映画	26.0	49	33.6
バラエティ番組	28.3	45	30.8
ドキュメンタリー	29.7	43	29.5
報道関係の特集番組	38.1	39	26.7
音楽・歌謡番組	27.1	34	23.3
クイズ・ゲーム番組	13.0	31	21.2
趣味・教養番組	29.7	23	15.8
ワイドショー	27.8	17	11.6
時代劇	15.2	12	8.2
マンガ・アニメ	4.8	4	2.7
その他	3.0	3	2.1
計		146	100.0

* 川端の結果 [13] に基づく

学生はニュースを視聴する割合が 7 割とほかに比べて低く，一方「バラエティ番組」や「音楽・歌謡番組」を視聴する割合が最も高い。ニュースよりも娯楽番組を視聴する傾向がある。

また，1 日のテレビニュース視聴時間は，1998 年では約 30 分と回答した者が最も多かったが，今回は約 1 時間と回答した者が 33.6％と最も多く，1 時間半以上視聴しているという回答も 1998 年に比べて増加している。ニュースの視聴時間が長くなる傾向がみられる。なお，視聴時間が長いのは，主に 40 代，50 代，主婦，パートであり，在宅時間の長さとニュース視聴時間とにはかかわりがあるとみられる。

3.　テレビニュースの視聴動機

テレビニュースの視聴動機を第 4 図のように分けて，4 段階で判断を求めた。「あてはまる」と「ややあてはまる」を合わせて最も多いのは，「自分の社会的視野を広げたい」(84.2%) であり，次いで「世の中の動きに取り残されたくない」(78.1％) である。これに続くのは「習慣で何となく」(68.5％) となっている。視聴者はニュースを能動的で前向きな動機を持って見ているといえる。一方，習慣的にテレビニュースを見ている者もかなり多い。

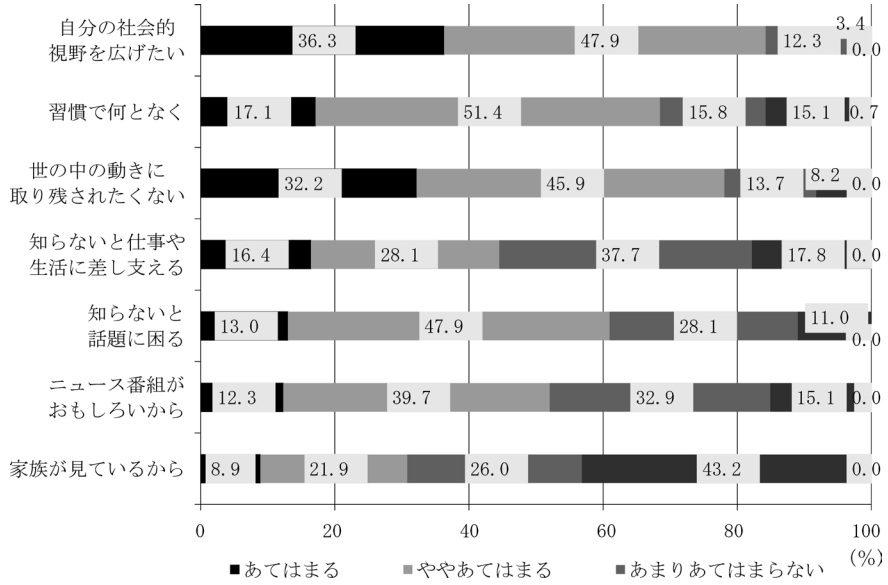
第 17 表　テレビニュースへの接触状況（年齢，職業，性別）

		人数	割合（%）	計
年齢	20 代	26	74.3	35
	30 代	15	75.0	20
	40 代	19	73.1	26
	50 代	28	100.0	28
	60 歳以上	30	81.1	37
職業	学　生	17	70.8	24
	会社員	46	79.3	58
	主　婦	20	95.2	21
	パート	16	80.0	20
	無　職	19	82.6	23
性別	男　性	46	75.4	61
	女　性	72	84.7	85

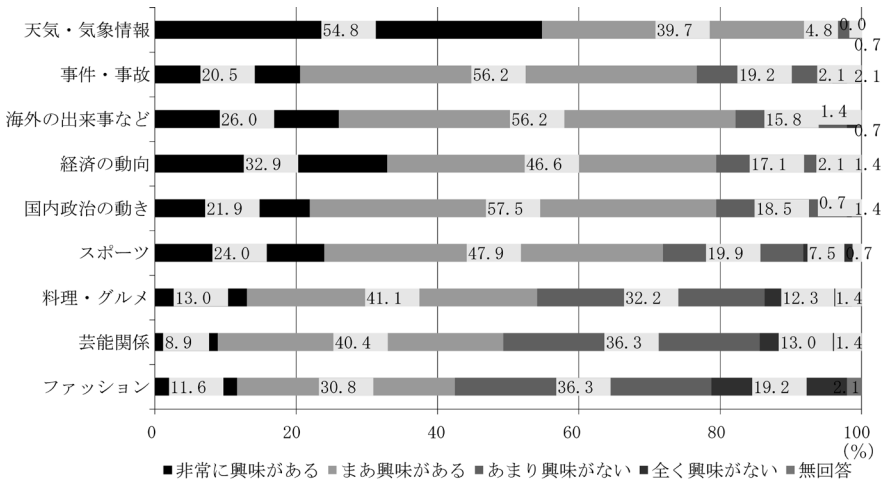
4.　テレビニュースの内容への興味

テレビニュースのどのような内容に興味を持って視聴しているのかを第 5 図に示したような 9 項目で調査した。「非常に興味がある」と「まあ興味がある」を合わせると「天気・気象情報」(94.5%) は，ほぼ全員が関心を持っている。「経済の動向」や「国内政治の動き」，「事件・事故」などハードニュースとバイオレントニュースに属するニュースへの関心が高く，「料理・グルメ」「芸能関係」「ファッション」などソフトニュースに分類されるニュースへの興味は全体的に低い結果となった。

職業別に「興味がある」「まあ興味がある」と回答した者を合わせた結果を第 18 表に示した。「天気・気象情報」のように共通するものもあるが，明らかに職業によってニュースの内容への興味は異なっている。たとえば，「料理・グルメ」は主婦では 90.5％と最も高く，「経済の動向」は会社員では 91.4％となっているが，他の職業区分ではそれほど高くない。全体的に見るとやはりソフトニュースへの興味は低いといえる。



第4図　テレビニュースの視聴動機（全体）



第5図　テレビニュースの内容への興味（全体）

5.　テレビニュースに対する評価

a.　テレビニュースに対する満足度

現在のテレビニュースへの満足度について「満足している」から「不満である」の5段階で回答を得た（第19表）。

1998年の調査では，テレビニュースに不満を持っている者よりも，満足している者が多いという結果であったが，今回も同様である。むしろ「満足している」「どちらかというと満足している」と評価した者の割合は，1998年の調査に比べて高く，全体的な満足度は高まっている。

第20表は年齢と職業別で集計している。年齢別では，1998年は年齢の高い者の方が満足度が高い傾向にあったが，今回は「満足している」「ど

第 18 表　テレビニュースの内容への興味（職業）

	学　生	会社員	主　婦	パート	無　職
天気・気象情報	22	55	21	20	20
(%)	(91.7)	(94.8)	(100.0)	(100.0)	(87.0)
事件・事故	17	43	21	19	12
(%)	(70.8)	(74.1)	(100.0)	(95.0)	(52.2)
海外の出来事など	18	50	20	16	16
(%)	(75.0)	(86.2)	(95.2)	(80.0)	(69.9)
経済の動向	13	53	17	16	16
(%)	(54.2)	(91.4)	(81.0)	(80.0)	(69.9)
国内政治の動き	13	44	21	17	21
(%)	(54.2)	(75.9)	(100.0)	(85.0)	(91.3)
スポーツ	19	37	16	16	17
(%)	(79.2)	(63.8)	(76.2)	(80.0)	(73.9)
料理・グルメ	10	23	19	17	10
(%)	(41.7)	(39.7)	(90.5)	(85.0)	(43.5)
芸能関係	18	16	14	14	10
(%)	(75.0)	(27.6)	(66.7)	(70.0)	(43.5)
ファッション	12	16	15	13	6
(%)	(50.0)	(27.6)	(71.4)	(65.0)	(26.1)
計	24	58	21	20	23
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

第 19 表　テレビニュース全体に対する満足度（全体）

	人数	割合 (%)
満足している	9	6.2
どちらかというと満足している	65	44.5
どちらとも言えない	57	39.0
どちらかというと不満である	13	8.9
不満である	1	0.7
無回答	1	0.7
計	146	100.0

ちらかというと満足している」と答えた割合が，20 代は 54.3％，30 代は 60.0％であり，若い層の満足度が 60 歳以上 (48.6％) に比べてやや高かった。

職業による評価の違いは，1998 年の調査ではみられなかったが，今回も大きな差はなかった。ただ，「満足している」という学生が幾分多い反面，会社員の 15.5％が「どちらかというと不満」と回答している点に特徴がみられる。

b.　テレビニュースの内容面に対する評価

テレビニュースの中で様々な企画・特集が放送されていることに対してどのように考えているのかを，三つの選択肢「ニュース番組ではニュースだけを放送する方がよい」「ニュースの割合が多ければ，様々なコーナーがあってもよい」「ニュースの割合が多少少なくなっても，様々なコーナーがあった方がよい」から選んでもらった（第 21 表）。

「ニュースの割合が多ければ，様々なコーナーがあってもよい」という柔軟派が全体の三分の二を占め，「ニュース番組ではニュースだけを放送する方がよい」というニュース特化希望派は 3 割弱で，「ニュースの割合が多少少なくなっても，様々なコーナーがあった方がよい」は少ない。

年齢でみると，ニュース特化希望派の割合は 20 代と 30 代で低く，60 歳以上では高い。職業別では，ニュース特化希望派は，無職と会社員で幾分高い。

1998 年の調査では柔軟派は約半数であったが，

第 20 表　テレビニュース全体に対する満足度（年齢・職業）

		満足している	どちらかというと満足している	どちらともいえない	どちらかというと不満である	不満である	無回答	計
年齢	20 代	4	15	14	2	0	0	35
	(%)	(11.4)	(42.9)	(40.0)	(5.7)	(0.0)	(0.0)	
	30 代	1	11	5	2	1	0	20
	(%)	(5.0)	(55.0)	(25.0)	(10.0)	(5.0)	(0.0)	
	40 代	1	11	9	5	0	0	26
	(%)	(3.8)	(42.3)	(34.6)	(19.2)	(0.0)	(0.0)	
	50 代	1	12	13	1	0	1	28
	(%)	(3.6)	(42.9)	(46.4)	(3.6)	(0.0)	(3.6)	
	60 歳	2	16	16	3	0	0	37
	(%)	(5.4)	(43.2)	(43.2)	(8.1)	(0.0)	(0.0)	
職業	学　生	3	10	11	0	0	0	24
	(%)	(12.5)	(41.7)	(45.8)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	
	会社員	3	24	21	9	1	0	58
	(%)	(5.2)	(41.4)	(36.2)	(15.5)	(1.7)	(0.0)	
	主　婦	1	11	7	1	0	1	21
	(%)	(4.8)	(52.4)	(33.3)	(4.8)	(0.0)	(4.8)	
	パート	0	9	10	1	0	0	20
	(%)	(0.0)	(45.0)	(50.0)	(5.0)	(0.0)	(0.0)	
	無　職	2	11	8	2	0	0	23
	(%)	(8.7)	(47.8)	(34.8)	(8.7)	(0.0)	(0.0)	

今回の調査では増加し，逆にニュース特化希望派は減少傾向にある。また，同じ先行調査では，ニュース特化希望派は高齢者層に多く，柔軟派は若い層に多いという傾向が顕著であったが，今回は，高齢者におけるニュース特化希望派が減少して，年代による差が小さくなった。

c.　テレビニュースの形式面に対する評価

テレビニュースの「テロップ」「BGM・効果音」「CG」「キャスターの個人的意見」「街頭インタビュー」「キャスター同士の対話」の 6 項目について，「多い」から「少ない」までの 5 段階の評価を得た（第 6 図）。

「キャスターの個人的意見」を除き，適当であるという回答が 5 割以上となった。ただ，全体的にみて，少ないと感じている者よりも多いと感じている者が多く，特に「BGM・効果音」や「キャスターの個人的意見」「キャスター同士の対話」は，約 3 割が多いと感じている。属性による大きな違いはみられなかった。

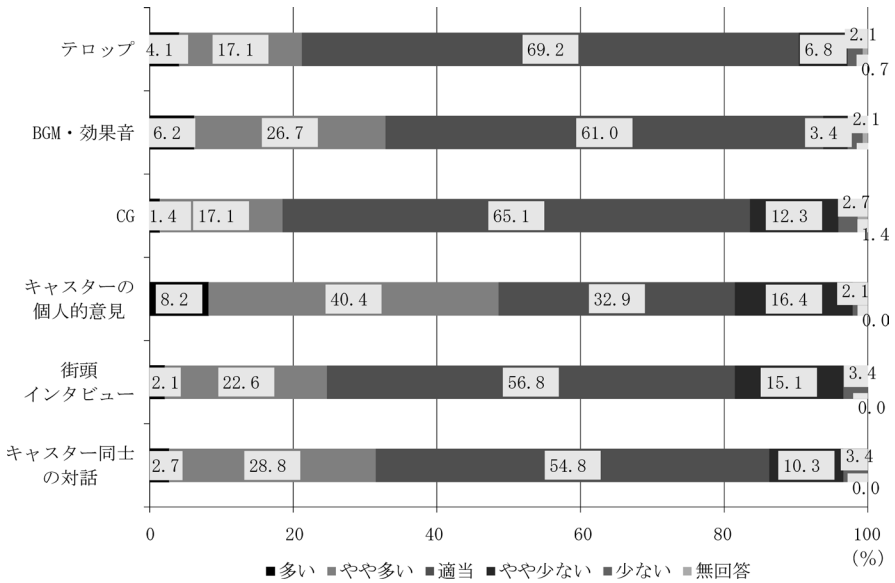
6.　民放のテレビニュースに対する評価

民放に限定し，テレビニュースに対する肯定的評価と否定的評価を挙げた 11 の質問について，「そう思う」から「そう思わない」の 5 段階で回答させた。全体の結果は，第 22 表に示した。

「そう思う」と「ややそう思う」を加えた割合が 5 割を超えるのは，肯定的評価では，「ニュースキャスターの個性が豊かである」(51.3%) のみであるが，否定的評価では，「どの局も同じような内容である」(79.5%)，「ニュースの取り上げ方，伝え方に偏りがある」(70.5%)，「娯楽色が強すぎる」(64.4%)，「重要でない問題に時間をかけすぎる」(64.4%) と 4 項目に達している。明らかに民放のニュース番組に対する否定的評価が高く，また，1998 年の調査と比べると，肯定的な評価は減少し，否定的評価が増える傾向がみられる。たとえば「知りたい情報を十分に伝えている」という肯定的評価は大幅に減少し，「あまりそう思わない」と評価する人が全体の約 3 割を占めている。また「娯楽色が強すぎる」「踏み込ん

第 21 表　テレビニュースの内容面に対する評価

		ニュースだけを放送するほうがよい	さまざまなコーナーがあってもよい	さまざまなコーナーがあったほうがよい	計
年齢	20 代	7	25	3	35
	(%)	(20.0)	(71.4)	(8.6)	(100.0)
	30 代	4	16	0	20
	(%)	(20.0)	(80.0)	(0.0)	(100.0)
	40 代	7	17	2	26
	(%)	(26.9)	(65.4)	(7.7)	(100.0)
	50 代	9	19	0	28
	(%)	(32.1)	(67.9)	(0.0)	(100.0)
	60 歳	14	21	2	37
	(%)	(37.8)	(56.8)	(5.4)	(100.0)
職業	学　生	3	19	2	24
	(%)	(12.5)	(79.2)	(8.3)	(100.0)
	会社員	21	35	2	58
	(%)	(36.2)	(60.3)	(3.4)	(100.0)
	主　婦	3	16	2	21
	(%)	(14.3)	(76.2)	(9.5)	(100.0)
	パート	4	16	0	20
	(%)	(20.0)	(80.0)	(0.0)	(100.0)
	無　職	10	12	1	23
	(%)	(43.5)	(52.2)	(4.3)	(100.0)
計		41	98	7	146
(%)		(28.1)	(67.1)	(4.8)	(100.0)



第 6 図　テレビニュースの形式面に対する評価

第 22 表　民放のテレビニュースに対する評価（全体）

		人数（計 146 人）					
		そう思う	ややそう思う	適　当	あまり思わない	そう思わない	無回答
肯定的評価	ニュースをわかりやすく伝えている (%)	11 (7.5)	52 (35.6)	52 (35.6)	25 (17.1)	5 (3.4)	1 (0.7)
	さまざまな企画があり工夫されている (%)	10 (6.8)	43 (29.5)	57 (39.0)	28 (19.2)	6 (4.1)	2 (1.4)
	ニュースキャスターの個性が豊かである (%)	17 (11.6)	58 (39.7)	40 (27.4)	25 (17.1)	4 (2.7)	2 (1.4)
	知りたい情報を十分に伝えている (%)	2 (1.4)	22 (15.1)	57 (39.0)	52 (35.6)	11 (7.5)	2 (1.4)
	重要な情報を十分に伝えている (%)	3 (2.1)	27 (18.5)	54 (37.0)	52 (35.6)	8 (5.5)	2 (1.4)
否定的評価	どの局も同じような内容である (%)	54 (37.0)	62 (42.5)	18 (12.3)	8 (5.5)	3 (2.1)	1 (0.7)
	重要でない問題に時間をかけすぎる (%)	31 (21.2)	63 (43.2)	39 (26.7)	11 (7.5)	1 (0.7)	1 (0.7)
	娯楽色が強すぎる (%)	31 (21.2)	63 (43.2)	39 (26.7)	9 (6.2)	2 (1.4)	2 (1.4)
	ニュースの取り上げ方，伝え方に偏りがある (%)	25 (17.1)	78 (53.4)	35 (24.0)	7 (4.8)	0 (0.0)	1 (0.7)
	踏み込んだ取材が足りない (%)	19 (13.0)	50 (34.2)	56 (38.4)	17 (11.6)	2 (1.4)	2 (1.4)
	放送時間が長すぎる (%)	5 (3.4)	30 (20.5)	71 (48.6)	27 (18.5)	11 (7.5)	2 (1.4)

だ取材が足りない」と感じる者も 2，3 割増加している。

7.　テレビニュースに対する意見

現在のテレビニュースに対する意見を自由記入形式で求めた結果，79 名 (54.1%) から回答があった。意見を大きく分けると，「街頭アンケートの結果が信じられない。操作しているようにみえます」（40 代 / 男性 / 会社員）などの，「テレビニュースの内容・形式面を指摘したもの」が 37 件，「夕方にグルメ情報をどの局も流しており，納得できない。バラエティはバラエティ，ニュースはニュースで分けてもらった方が視聴する負荷が少ないと思います」（30 代 / 男性 / 会社員）などの，「テレビニュースの娯楽化・バラエティ化を指摘した意見」が 7 件，「民放各局のスポーツ中継やドラマの番宣にすぎないニュースはもっと少なくして欲しい」（40 代 / 男性 / 会社員）などの，「民放のテレビニュースを指摘した意見」が 10 件，「一日中ニュースをやっているチャンネルがあるとよい」（40 代 / 男性 / 会社員）などの「その他（テレビニュースへの要望など）」が 25 件となった。「テレビニュースの内容・形式面を指摘した意見」の 37 件のうち「タレントがいけないわけではないが，プロのキャスターがしっかり勉強して報道してほしい」（40 代 / 男性 / 会社員）などキャスターやアナウンサーに関する意見が 10 件あった。

「同一の番組で同じ内容の繰り返しが多すぎる」（50 代 / 男性 / 会社員）のように同じ話題の重複を不要とする意見が 5 件あり，それと関係して「どの局も同じような内容で新鮮味がない。もう

少し各局の個性を活かした内容のニュースにした方がいいと思う」(40 代 / 女性 / 主婦),「ニュースキャスターの個性を活かした独創性のある番組を希望する」(50 代 / 女性 / パート) のように,ニュース番組ごとに個性を生かすべきであるという意見も 7 件あった。

テレビニュースに対して肯定的な意見は,4 件にすぎなかった。

IV. テレビニュースにおける娯楽化の検討

A. テレビニュースの分析

テレビニュースを内容面・形式面の二つの面から調査し,現状を示すとともに,1997 年からの約 10 年間のテレビニュースの変化を検討した。

テレビニュースの娯楽化の指標の一つは,ニュース番組に占めるソフトニュースの割合であった。ニュースの内容が,行事・風物,文化・芸術・教育,芸能,科学・技術,生活・家庭・料理,話題,気象・天気,スポーツであれば,ソフトニュースとした。地震のニュースが多くを占める中,ソフトニュースの比重が高く,またソフトニュースを扱うことが多い「企画・特集」の時間量の増大がみられたことから,少なからず娯楽化は強まったといえる。

もう一つの娯楽化の指標は,音や映像,テロップ,演出など形式面での過剰である。

音響効果では,民放で BGM 使用の大幅な増加がみられた。民放では三分の二のニュース項目で BGM が使用されている。従来,ニュース番組では,キャスターがニュース原稿を読む声を消すような音声を付け加えることはなされなかった。また,ビデオ構成においても,必ずしも放送するにふさわしい音が録音されていないことも多く,適切な音がなかった。ところが,BGM が導入されると,民放のニュース番組でこれが多用されるようになり,特にこの 10 年間に著しく増加した。

また,BGM だけでなく,ニュースでは効果音も使われる。調査対象のニュース番組内でみられたことであるが,政治家同士の意見の対立を表すために,政治家の発言の間で,ボクシングで使用されるゴング音を入れるという映像を放送し,視聴者にあたかも政治家二人がリング場で闘っているような印象を与えていた。このように政治的な話題にも音響効果による演出を加えることは,明らかに過剰演出であるし,問題の次元を低くさせている。

音は感情に働きかけるので,BGM や効果音の多くは伝えられる内容を感情面でコントロールする働きをし,その点で娯楽化とかかわりが強いとみられる。

映像効果では,1997 年と比べて図が減り,CG が増えている。これは,CG 技術の向上が原因であり,娯楽化というより,説明や解説技術の進展,洗練とみなすべきであろう。

今では,テロップが使用されていないニュース項目はほとんどなく,テレビニュースの中でテロップは欠かせない存在になった。また,テロップのフォントを変えたり,文字に色をつけて強調したり,特殊効果を行ったりとテロップの演出も多く見受けられた。

テロップのいくつかの用途の中で,「発話の文字化」と「ナレーション代わり」でのテロップ使用が,この 10 年間で増加している。「発話の文字化」と「ナレーション代わり」にテロップが使用されることによって,視聴者の理解度が高まることは確かである。この点では,娯楽化とはかかわらない。

しかしながら,テロップを多用して,画面がテロップで満たされたり,あるいはテロップの字体や色を変えた場合には,演出が過剰となり,娯楽化とみなすことができるようになる。このようなテロップへのさまざまな演出の導入は進展しており,この点からみれば娯楽化が進んでいる。

ニュースの報道体制からみると,従来の一人でニュース原稿を読むというスタイルから,複数の要員がニュースへ参加する体制へと変わってきていることが明らかになった。こうした報道スタイルの変化は娯楽化を意味しないが,タレントのキャスター起用やコメンテーターの人選や介入は娯楽化に結びつく可能性がある。

各ニュース項目を「工夫・演出性」と「ニュース性」で評価した結果,ニュースの分類では,「企

画・特集」の演出の程度が突出して高いことが示された。また，放送局別ではNHKと民放で形式面の違いが大きい。NHKはメインキャスターを中心に番組を進行し，BGMなどの音響効果やテロップの演出はほとんど行わない。民放のニュース番組では，音響や映像効果を駆使し，視聴者の興味をひく演出を意図しているとみられる。

以上をまとめると，テレビニュースは，形式面の娯楽化が進み，中でも民放のテレビニュースはこうした動きが強まっている。

B.　テレビニュースに関する質問紙調査の結果

テレビニュース全体に対する満足度は，以前より高くなり，年齢よりも職業別で異なる結果となっている。

ニュース番組に柔軟な意見を持つ人が増えた。以前は高齢であるほどニュース番組ではニュースだけを放送するほうがよいと考える人が多かったが，現在では，高齢者にも柔軟派が増えた。あらゆる世代の人が，ニュース内容のソフト化に寛容になっているといえる。

また，BGMや効果音に対して過剰と評価する人が多く，キャスターの意見やキャスター同士の対話も多いとみなされている。自由記入欄でも，キャスターに関する否定的な評価が多くみられるように，現在では，視聴者はかつての「ニュースステーション」型のキャスター像に関して厳しい意見を持っている。

また，民放のテレビニュースに関して，視聴者の評価は以前に比べて厳しくなっている。肯定的評価は大幅に減少しており，年代にかかわらず，視聴者全体が，民放のテレビニュースを否定的にみている。その原因の一つが，民放テレビニュースにおける演出の過剰，すなわち娯楽化である。

つまり，質問紙で設定した設問からは，視聴者は全体的にテレビニュースに満足し，内容面においても以前より寛容，けれども民放の番組には厳しい評価を持つという結果が得られた。しかし，自由記入欄に頻繁に意見が書き込まれていることからもわかるように，現在のテレビニュース番組に対する不満はかなり強いといえる。

C.　おわりに

テレビニュース番組におけるBGMの使用率が7%から48.5%と大幅に増加するとともに，視聴者の約3割の人が多いと感じているということに代表されるように，音やテロップ，それに伝達形式の中で過剰な演出が増えたという，娯楽化の進展が確かめられた。

本稿では，こうした娯楽化を取り上げ，2008年現在のテレビニュースの内容と形式，それに視聴者の意識も明らかにしようと試みた。特に興味深いのは，放送局側が意識的に，あるいはメディアの特性により必然的に歩んできたテレビニュースの演出過剰そして娯楽化の道は，もはや視聴者が望む方向から離れてしまっているという実情が明らかになった点である。視聴者はテレビニュースを視聴しながら，テレビニュースの変化や傾向を敏感に感じ取っている。

テレビニュースの放送時間は増加傾向にあるが，視聴者の意識や好みの変化を知るなら，現在の方向のまま進んで行くことはもはや無理であるといえよう。

注・引用文献

1) Feather, John. イギリス出版史．箕輪成男訳．玉川大学出版部，1991, 387p.
2) 大林宏．報道センター発．白水社，2003, 224p.
3) Robinson, John P.; Levy, Mark R. The Main Source. Sage, 1986, 272p.
4) Barkin, Steve Michael. American Television News. Sharpe, 2003, 212p.
5) 松岡新兒．テレビ的伝え方を模索するニュースの歴史．新聞研究．1993, no. 503, p. 14-20.
6) NHK放送文化研究所編．テレビ視聴の50年．日本放送出版協会，2003, 301p.
7) 辻一郎．テレビニュースの歴史的推移とそのなかに見る視聴者動向．大手前女子短期大学大手前栄養文化学院研究集録．1998, vol. 18, p. 6-39.
8) 上滝徹也．テレビニュースの多様化とその内実．放送学研究．1989, no. 39, p. 171-183.
9) 北川泰三．ニュースの娯楽化がもたらすもの：映像による異常性の理論から．放送芸術学．1999, no. 15, p. 85-111.
10) 山本明．ソフトニュースが伝える外国像．メディア・コミュニケーション．2006, no. 56, p. 73-88.
11) 大石裕，岩田温，藤田真．放送メディア．現代ニュース論．有斐閣，2000, p. 118-145.

12) 萩原滋，斎藤慎一，川端美樹，横山滋，李光鎬，福田充．変容するメディアとニュース報道：テレビニュースの娯楽化傾向の検証．メディア・コミュニケーション．1999, no. 49, p. 1–31.
13) 川端美樹．ニュース番組の娯楽化傾向に対する認識と評価．変容するメディアとニュース報道．丸善，2001, p. 201–220.
14) 川端美樹．テレビニュース番組における形式的娯楽化の現状とその問題：字幕・テロップを中心として．目白大学総合科学研究．2006, vol. 2, p. 209–219.

要　　旨

【目的】テレビニュースは，ニュースメディアの中で中心的な役割を果たしている。娯楽化とセンセーショナリズムへの移行は，常に批判されている。しかしながら，テレビのニュースの変化について調査がなされていないので，ソフトニュースの上昇率，およびニュースに対する過度の演出効果の導入について検証するために映像の分析と視聴者調査を行った。

【方法】2008 年 6 月に放送された 100 のニュース番組を記録した。これらの番組は，日本の NHK と 5 つの放送局の 1,697 のニュース項目からなっている。これらのニュース項目に対して，ニュースカテゴリ，ニュースのテーマ，ニュースのタイプ，キャスター，インタビュー形態，音響効果，映像効果，テロップによってコード化した。また，視聴者のテレビニュースに対する意識を知るために利用者調査（質問紙調査）を行った。

【結果】ニュース項目の分析から，(1) デイリーニュースが過半数を占める，(2) バイオレントニュースは 42.8％，(3) ソフトニュースは 37.2％，(4) メインキャスターとサブキャスターがニュースを読むスタイルが大多数，(5) BGM は 48.5％のニュースで使用されている，(6) テロップがよく使われている，(7) 発話の文字化のためにテロップが使われている，(8) テロップの文字の大きさやフォント，色の変更が頻繁になされている，ことが明らかになった。1997 年に行われた先行調査と比べると，音響効果，映像効果，テロップの使用が増えた。この 10 年間にソフトニュースの割合は減ったが，過剰な演出は増加した。質問紙調査では，回答者は，日常的にテレビニュースをよく視聴し，現在のテレビニュースに満足していると回答した。しかし，自由回答には批判的な意見が多く，テレビニュースに対する潜在的な不満があると考えられる。

付録　テレビニュースに関する質問紙調査用紙

テレビニュースの娯楽化傾向に関する質問紙調査

本調査は，テレビニュースの娯楽化傾向について，受け手である視聴者はどのように受け止めているのかを明らかにし，10 年前に実施された先行研究の結果と比較をして，その実態がどのように変化したか考察することを目的としています。ご協力下さるようお願い申し上げます。

以下の質問に回答をしてください（当てはまる答えに○印をつけてください）

■年齢　【①20 代　②30 代　③40 代　④50 代　⑤60 歳以上】
■性別　【①男性　②女性】　　■職業　【　　】

Ⅰ　テレビへの接触状況

1．ふだんよく見るテレビ番組は何ですか。（複数選択可）

①ニュース　②スポーツ中継　③朝の情報番組　④報道関係の特集番組　⑤ドラマ
⑥趣味・教養番組　⑦ドキュメンタリー　⑧バラエティ番組　⑨ワイドショー　⑩映画
⑪音楽・歌謡番組　⑫時代劇　⑬クイズ・ゲーム番組　⑭マンガ・アニメ　⑮その他

2．1日にテレビニュースをどの程度視聴しますか。

①ほとんど見ない　②約３０分　③約１時間　④約１時間半　⑤約２時間　⑥３時間以上

3．どの時間帯にもっともよくテレビニュースを視聴しますか。

①朝（６時～）　②昼（１２時～）　③夕方（１７時～）　④夜（１９時～）

Ⅱ　テレビニュースの視聴動機

1．なぜテレビニュースを視聴しますか。それぞれ一番近いと思う番号に○印をつけてください。

視聴動機	あてはまらない	あまり あてはまらない	やや あてはまる	あてはまる
①世の中の動きに取り残されたくないから	1	2	3	4
②自分の社会的視野を広げたいから	1	2	3	4
③ニュースを知らないと話題に困るから	1	2	3	4
④ニュースを知らないと仕事や生活に差し支えるから	1	2	3	4
⑤習慣でなんとなく	1	2	3	4
⑥家族が見ているから	1	2	3	4
⑦他の番組よりもニュース番組の方が面白いから	1	2	3	4

Ⅲ　テレビニュースの番組内容への興味

1．テレビニュースの中で興味のある内容は何ですか。それぞれ一番近いと思う番号に○印をつけてください。

番組内容	まったく 興味がない	あまり 興味がない	まあ 興味がある	非常に 興味がある
①国内政治の動き	1	2	3	4
②事件・事故	1	2	3	4
③経済の動向	1	2	3	4
④海外の出来事など	1	2	3	4
⑤芸能関係	1	2	3	4
⑥料理・グルメ	1	2	3	4
⑦ファッション	1	2	3	4
⑧スポーツ	1	2	3	4
⑨天気・気象情報	1	2	3	4

Ⅳ　テレビニュースに対する満足度

1．テレビニュースに満足していますか。

①満足している　②どちらかというと満足している　③どちらとも言えない
④どちらかというと不満である　⑤不満である

2．近年，ニュース番組の中でグルメコーナーなど様々な企画・特集を放送することが多くなっていますが，それに関してどのように考えますか。

①ニュース番組ではニュースだけを放送する方がよい
②ニュースの割合が多ければ，様々なコーナーがあってもよい
③ニュースの割合が多少少なくなっても，様々なコーナーがあった方がよい

3．テレビニュースの形式面に関してあなたが一番近いと思う番号に○印をつけてください。

演出	少ない	やや少ない	適当	やや多い	多い
①テロップ	1	2	3	4	5
②BGM・効果音	1	2	3	4	5
③CG	1	2	3	4	5
④キャスターの個人的意見	1	2	3	4	5
⑤街頭インタビュー	1	2	3	4	5
⑥キャスター同士の対話	1	2	3	4	5

4．民放のテレビニュースに関してあなたが一番近いと思う番号に○印をつけてください。

民放のテレビニュースに対する評価	そう思わない	あまり そう思わない	適当	やや そう思う	そう思う
①ニュースをわかりやすく伝えている	1	2	3	4	5
②様々な企画があり工夫されている	1	2	3	4	5
③ニュースキャスターの個性が豊かである	1	2	3	4	5
④知りたい情報を十分に伝えている	1	2	3	4	5
⑤重要な情報を十分に伝えている	1	2	3	4	5
⑥どの局も同じような内容である	1	2	3	4	5
⑦重要でない問題に時間をかけすぎる	1	2	3	4	5
⑧娯楽色が強すぎる	1	2	3	4	5
⑨ニュースの取り上げ方，伝え方に偏りがある	1	2	3	4	5
⑩踏み込んだ取材が足りない	1	2	3	4	5
⑪放送時間が長すぎる	1	2	3	4	5

■最後に，現在のテレビニュースに対してご意見をお聞かせください。