

ニュースの報道形態の定量的評価

グループ演習 3班

伊藤文也 有田和晃 尾羽秀晃 平木通紘

アドバイザー教員 遠藤靖典

1 はじめに

1.1 テーマの背景

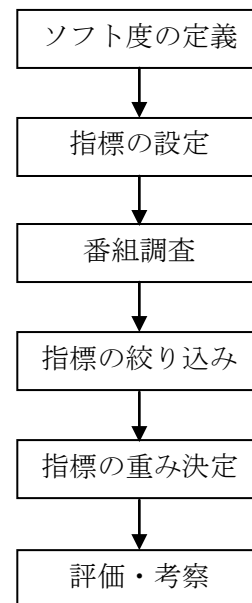
近年、日本のテレビのニュース報道において娯楽化（ソフト化）された報道形態が増加している[1]。例えば、芸能人のニュースキャスターへの起用や、分かりやすいフリップやボードの使用、BGM や効果音による過剰な演出などが挙げられる。ソフト化された報道形態はニュースを身近に感じることができることや、政治や経済に興味を持つきっかけになる[2]といったメリットがある。一方で、娯乐的に演出されたニュースに依存することで、受け手の批判的視聴能力が低下し、報道内容を鵜呑みにする可能性が指摘されている[1]。本来ニュースに接する際には、その情報を自分で吟味し、判断することが必要とされる。しかし、このことによりキャスターやコメンテータの個人的な意見や、図1のようなテロップ内における強調表示などの演出上の工夫から生まれるテレビ局側の恣意的な報道を容易に受容する危険性が考えられよう。したがって、ソフト化された報道形態により視聴者が無意識の内に情報操作を受けるリスクが存在すると考えられる。

1.2 目的

本研究は、ニュースをソフト化させる報道形態はどのようなものかを調査することを目的とする。具体的には、ソフト化させる報道形態の要因を検証し、その要因に基づいて報道番組のソフト度を定量的に評価する。最終的に、そのソフト度と我々が感じる番組の印象との比較、考察を行う。

1.3 研究の流れ

本研究の流れを以下に示す。



2 調査方法

2.1 本研究におけるソフト度

ニュースを「ハードニュース」と「ソフトニュース」に分類する研究は古くから行われている。しかし、その多くは出来事や報道のタイミングによる分類[2][3][4]や、内容による分類[5][6][7][8][9]であり、報道形態による分類に着目している研究[1]は少ない。

本研究はニュースの内容が同様であっても、報道形態によって視聴者の受け取り方が異なるという点に着目しているため、報道形態による分類を試みた。まず、以下の3つの条件を満たす報道形態の番組をソフト度0のハードニュースと定義する。

- ① 一人がニュースを伝える
- ② 専門職（アナウンサーなど）がニュースを伝える

③ 演出が一切ない

①は、ただニュースを伝えるのに複数人である必要がなく、また会話の掛け合いの中でニュース伝達者の個人的な意見が発せられるのを防ぐため条件に設定した。②は、ニュース伝達者のバックグラウンドが、ニュースの本質から目を逸らさせる要素となりうるため条件に設定した。③は、テレビ局側の演出上の工夫が、同じくニュースの本質から目を逸らさせる要素となりうるため条件に設定した。

ここで、①、②は視覚的にすぐ認識できるものであるが、③は視聴者が意識して見るものではないので、客観的に報道内容を受け取り、視聴者が自ら考えることを阻害する危険性が考えられる。よって、今回は③についての定量的な評価に取り組むこととする。

2.2 指標の設定とその数値化

既往研究[1]を参考に、ニュースをソフト化させる要因を以下のように設定した。なお、この指標はプレ調査によって、誰が見ても回数に変化しないような客観的な指標であること、調査を一人で行ったとしても取得可能な指標であることを確認している。

- 発話テロップ
- インタビュー
- 変声
- BGM
- 発話テロップ内強調文字
- 文字テロップ
- 図表・模型・ボード

本研究では、これらの指標の使用頻度を番組ごとに調査することにより、各番組のソフト度の定量化を試みる。

なお、発話テロップとはインタビューや会見などで人が話した日本語を文字に書き起こしたテロップであり、発話テロップ内強調文字は一つの発話テロップ内での一部分において、文字の大きさや色に変化している箇所である。変声とはインタビュー相手の声色を機械によって変化させることである。

発話テロップ、文字テロップは一つの表示につき一つカウントする。発話テロップ強調文字は強調があった箇所一つにつき一つカウントし、インタビュー、変声、図表は使用一回につき一つカウントする。BGMは曲が変化した時点で一つカウントする。

2.3 番組調査

番組調査として、一番組につき番組開始から終了まで視

聴し、2.2において設定した指標のカウントを行った。今回対象とした番組を以下に示す。これらの番組は時間帯や放送局のバランスを考慮して選択した。なお、放送された日付は平日の番組は7月29日、休日の番組はそれぞれ31日、8月1日であった。

平日（朝）

- ✓ NHK ニュース おはよう日本（NHK）
- ✓ みのもんたの朝ズバッ！（TBS）

平日（夕方）

- ✓ FNS スーパーニュース（フジ）
- ✓ スーパーJチャンネル（テレ朝）
- ✓ NHK ニュース7（NHK）

平日（夜）

- ✓ NEWS ZERO（日テレ）
- ✓ 報道ステーション（テレ朝）

休日

- ✓ 情報7days ニュースキャスター（TBS）
- ✓ 真相報道 バンキシャ！（日テレ）

3 結果と考察

3.1 分析に用いる指標の選定

2.2にて設定した、ニュースをソフト化させると考えられる指標の中でも、特にソフト度に影響を与えていると考えられる指標を選定するために、以下に示す方法で指標の絞り込みを行った。

まず、NHKのニュース7は、2.1で提示した、本研究で考えるハードニュースの定義に最も近いと考えられるため、NHKのニュース7にてあまり使用されていない演出指標が、ニュースをソフト化する指標と考えることとした。次に、各指標におけるNHKニュース7の他の報道番組と比較した使用頻度の偏差値を算出し、偏差値が40以下になる指標を選定した。つまり、NHKニュース7における偏差値が低い指標ほど、ニュースをソフト化させている可能性があるという考え方である。表1は、NHKニュース7における各指標の偏差値を示す。偏差値40以下となる指標は表1より、「発話テロップ」、「インタビュー」、「発話テロップ内強調文字」、「BGM」の4つの変数であり、これらを特にニュースをソフト化させる要因として選定した。

表 1 NHK ニュース 7 における各指標の偏差値

指標	偏差値
発話テロップ	40
文字テロップ	70
インタビュー	38
変声	44
発話テロップ内強調文字	40
BGM	38
図表・模型・ボード	49

3.2 主観による各番組のソフト度の決定

3.1 にて選定された 4 つの変数を用いて各番組のソフト度を算出には、各指標に係数（重み）を設定する必要がある、回帰的アプローチ等で重みを設定することが求められる。

しかしながら、被説明変数となり得る各報道番組のソフト度に関しては客観的に評価されたデータは存在しない。そこで本研究では、グループ演習 3 班の 4 人のメンバーが、第 2 章にて示したソフトニュースの定義に基づいて主観的評価を基に各番組のソフト度を設定した。

具体的な評価方法としては、各報道番組のソフト度を 0 ～100 までのポイントにて主観的に評価を行った。結果は表 2 の通りである。

表 2 主観評価による各報道番組のソフト度

番組名	主観評価によるソフト度
ニュース 7	5
おはよう日本	10
報道ステーション	35
FNS スーパーニュース	40
真相報道バンキシャ!	45
NEWS ZERO	50
スーパー J チャンネル	55
みのもんたの朝ズバッ!	80
ニュースキャスター	90

3.3 回帰的アプローチによる各指標の係数決定

本節では 3.1 にて選定された、NHK では使用頻度が極めて低い演出に関する 4 つの指標を説明変数とし、3.2 にて主観的に評価した各番組のソフト度を被説明変数として(表 3 参照)重回帰分析を行い、各指標におけるソフト度

の算出の際の重みとなる係数を決定することを目的とする。

本研究では、ソフト度を算出するにあたり、主観的評価に基づくソフト度と最も当てはまりが良い変数を選定するために、ステップワイズ法を用いた重回帰分析を行った。

ステップワイズ法とは 1 つずつ説明変数を出し入れしながら最もモデルの当てはまりが良くなるように変数選択を行う手法である。

結果を表 4 に示す。モデルの当てはまりが最も良くなるために採択された変数は、「発話テロップ」の使用頻度のみであった。また、モデルの当てはまりの良さを示す決定係数は 0.7 と十分当てはまりが良いことがわかる。

尚、本節におけるステップワイズの回帰分析により「発話テロップ」の使用頻度の指標のみが採択された。しかし、本節における目的は変数を一つに選定することではなく、主観的評価に基づく各番組のソフト度と最も当てはまりが良くなるように、4 つの指標の組み合わせである全 15 通りの中から選定し、選定された指標の係数（ソフト度算出における重み）を決定することにある。そして、4 つの指標を用いて、主観的評価による各番組のソフト度と最も当てはまりが良くなるように指標を選定した結果、「発話テロップ」の使用頻度の指標のみが採択された。

この結果より、2.2 にていくつかの指標を列挙し、実際の番組視聴を通じて指標の検討を行なったが、各番組のソフト度を算出する際には、「発話テロップ」の使用頻度のみ着目することが望ましいと考えられる。発話テロップの使用頻度が高くなるほど、2.1 で定義したソフト化されたニュース番組である可能性が高いことを示す結果となった。

また、この結果から複数の指標に着目する必要がなく、「発話テロップ」の使用頻度のみ着目することで、簡便に各番組のソフト度を算出できる可能性がある。

表 3 重回帰分析にて使用した変数

被説明変数	定義に基づき主観的に評価した各番組のソフト度
説明変数	発話テロップの使用頻度
	BGMの使用頻度
	強調文字の使用頻度
	インタビューの使用頻度

表 4 ステップワイズ法による分析結果

採択された指標	偏相関係数	t 値	p 値
発話テロップの使用頻度	0.847	4.22	0.003
サンプル数	9		
決定係数 R ²	0.718		
自由度調整済決定係数 R ²	0.678		

また、図 1~4 に示すように 4 つの各指標と主観的评价によるソフト度とのプロット図、及び相関係数をそれぞれ見てみても、「発話テロップ」の使用頻度と主観的评价に基づくソフト度との当てはまりが非常に良いことがわかる。

「BGM」の使用頻度も発話テロップと同様に、その相関係数からソフト度との当てはまりが良いことが分かるが、その分布や相関係数から理解できるように、「発話テロップ」の使用頻度との多重共線性を考慮した結果、採択しなかった。

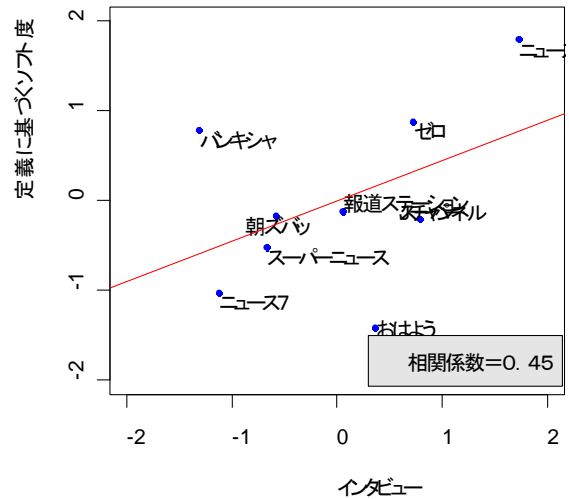
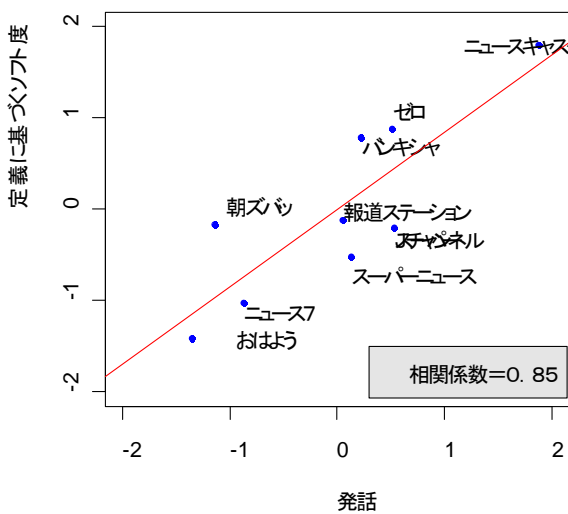


図 2 インタビューと定義に基づくソフト度との散布図

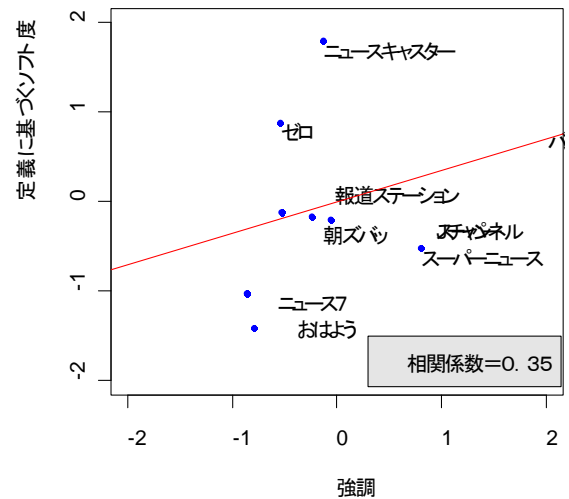


図 3 強調文字と定義に基づくソフト度との散布図

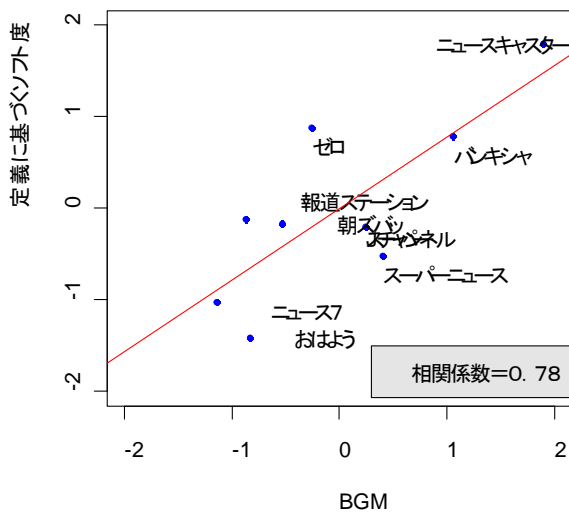


図 4 BGM と定義に基づくソフト度との散布図

図 1 発話量と定義に基づくソフト度との散布図

3.4 “定義に基づかない”主観的評価によるソフト度と発話テロップの相関

3.2 では、2.1 にて示したソフトニュースの定義の3つの基準に基づいて3班のメンバーが主観的に各ニュース番組のソフト度を評価した。しかしながら、一般の人が考える各ニュース番組のソフト度とは、本研究において定義したように明確な判定基準は存在しないため、一般の人は不明確な基準でニュース番組のソフト度というものを評価していると考えられる。そこで、各番組のソフト度を定義に基づかずに単純なイメージで主観的に評価した値と発話テロップとの相関が、定義に基づいたソフト度との相関と比較して、どのような違いが現れるのかを考察することは重要であると考えられる。3.2 と同様の手法を用いて、各番組のソフト度を本研究におけるソフトニュースの定義に基づかず、単純な印象をもとに主観的に評価をした結果が表5である。また、図5は縦軸に定義に基づかない主観的評価によるソフト度、横軸に発話テロップの使用頻度を取り、プロットした図である。

散布図から回帰直線の上下でニュースが2つに分類されていることがわかる。それぞれのグループの特徴を考察すると、回帰直線よりも上にプロットされているニュース番組の群では、メインキャスターやコメンテータに芸能人が起用されていたり、アナウンサーであっても、視聴者がそのキャラクターやバックグラウンドに関して強い印象を持っている者を起用しているなどの特徴があると考えられる。例えば、報道ステーションでは古館伊知郎氏という世間的に非常に有名なアナウンサーが起用されており、NEWSZERO では、ジャニーズの櫻井翔氏が起用されている。

この結果より理解できることは、演出（ここでは発話テロップ）を多用していないニュース番組であっても、芸能人や特徴的なキャラクターを持つ人気アナウンサーが起用されているニュース番組に関しては、我々はソフト化しているという印象を持ちやすいということが明らかとなった。

本研究においては、起用されているキャスターやコメンテータなどの属性に関して考慮した指標は作成していない。しかし、人気のコメンテータやキャスター、または芸能人などがニュースを読み上げることによって、ニュースを鵜呑みにする危険性は大きいと考えられるため、この点に関しては今後の課題としたい。

表5 感覚的なソフト度

番組名	主観評価によるソフト度
ニュース7	5
おはよう日本	10
FNS スーパーニュース	40
スーパーJチャンネル	50
NEWS ZERO	70
ニュースキャスター	75
真相報道バンキシャ!	80
報道ステーション	85
みのもんたの朝ズバ	95

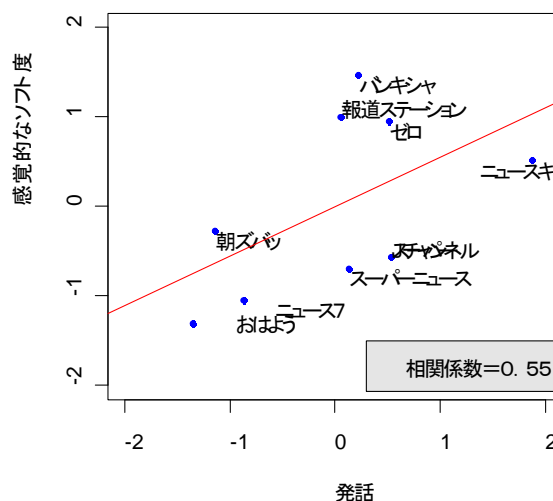


図5 発話量と感覚的なソフト度との散布図

3.5 本章のまとめ

本研究では、ニュースをソフト化させる要因に関していくつかの指標を列挙し、実際のニュース番組の視聴を通じて指標の検討を行なった。しかし、本章において示したとおり、発話テロップの使用頻度と主観的評価による各番組のソフト度との相関は高く、回帰的アプローチからも、発話テロップのみを説明変数としたときの回帰モデルが最も当てはまりが良くなることが明らかとなった。これより、発話テロップにのみ着目することで、各番組のソフト度を容易に測ることができると考えられる。しかし、本研究は調査対象番組が9番組に限定されている点と、主観的に評価した各番組のソフト度が3班のメンバー4人による評価のみに限定していることから、サンプル数を今後増加させるという点が課題である。

4 まとめ

報道番組のソフト化により、テレビ局側の恣意的な報道を容易に受容してしまう可能性が考えられる。本研究は、ニュースをソフト化させる報道形態の調査を行い、報道番組のソフト度の定量的評価に取り組んだ。

調査の前段階として、本研究におけるソフト度を3つの条件より定義した。その中から、今回は演出面の工夫に着目することとした。ニュースをソフト化する指標を7つ設定し、それらの使用頻度について9番組を対象に調査を行った。

分析結果からは、「発話テロップ」の使用頻度と主観的に評価された各ニュースのソフト度との相関が高いことが明らかとなり、ステップワイズ法による重回帰分析においても、「発話テロップ」の使用頻度のみが採択されたことから、対象ニュースの「発話テロップ」の使用頻度に着目することで、ソフト化されたニュースかどうかを簡便に計測することができることを示唆した。

5 今後の課題

はじめに、本研究では対象番組選定の際に、ニュース番組が放送される朝・夕・夜に偏りがないように、且つ対象放送局に偏りがないように番組を選定したが、データ取得の限界から9つの番組を対象としてデータ収集を行った。しかし、多くの人が見ているニュース番組はより多様であり、それらの番組も含めて調査を行い、時間帯ごとや放送局ごとに演出に仕方や、ニュース番組をソフト化させる要因についても比較し、考察することで明らかになることが多いと考えられる。調査対象番組を増やすことが一点目の課題である。

次に、本研究における各番組のソフト度の評価に当たっては、3班の班員4人によってのみ評価された結果であり、非常に少数の意見しか反映されていない評価であると考えられる。そこで、アンケート調査を実施し、より多くの人の意見に基づいた各番組のソフト度を算出することが二点目の課題である。

最後に3.4にて定義に基づかないソフト度と発話テロップの使用頻度とのプロット図を示したが、結果的番組の群が2つに分類されるという結果が得られた。3.4でも述べたが、おそらく人々の印象として、芸能人やタレント、メインキャスターの性格が印象的なニュース番組はソフト

度を高く見積もる傾向にあると考えられる。しかし、これらは推測にすぎず、客観的な指標をもって分類することはできなかったため、客観的な指標によりこれらを分類することが、三点目の課題である。

6 参考文献

- [1] 萩原滋, “ニュース番組の内容と形式—娯楽化傾向の検証と番組の類型化”, 丸善株式会社, 2001
- [2] Jamieson, K.H. & Campbell, K.K., “The interplay of influence: Mass media & their publics in news, advertising, politics.”, Wadsworth Publishing Company, 1983
- [3] Tuchman, G., “Making news”, The Free Press., 1978
- [4] Smith, F.L., “Prespectives on radio and television: An introduction to broadcasting in the United States.”, Harper & Row, 1979
- [5] 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
- [6] 萩原滋, “テレビにおけるニュース報道の分析—午後6時台と9時以降の番組比較を中心に—”, 慶応義塾大学新聞研究所年報, 1992
- [7] 稲増一憲, “多様化するテレビ報道と有権者の選挙への関心”, 社会心理学研究, 2009
- [8] Scott, D.K. & Gobetz, R.H., “Hard news/ soft news content of the national broadcast networks, 1972-1987”, Journalism Quarterly, 1992
- [9] 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”, 丸善株式会社, 2001