

(1) 人気番組「ニュースステーション」の肝

ニュースステーションは、NHKを視聴率で抜いた民放初のニュース番組で、19年6か月続いた。人気を呼んだのは、一步踏み込んだ内容もあるが、久米宏さんのコメントによるものが大きい。そのために男女二人のベテラン脚本家を配置して、分かりやすい「ニュースことば」を工夫した。話しことば（噛み砕いた、短く分かりやすいことば）で伝えることが大事。

久米宏さんは、ミスしたKSB記者を、逆に人気者にするなどして、地方の記者数人をキャラクターにした。客観性は無表情、没個性でなくてはならないという従来の観念を打ち破った。物事には必ず失敗がつきもの。機材力や資金力で劣る民放でも失敗やトラブル、ハンディを、逆に生かす方法があるということを地方局のスタッフにも示した。

(2) ことばの肝

「肝」とは、一番大事なポイント・部分、ノーハウのこと。とかく人は「肝」を言わない。飽きずに、聞いてもらい続ける「ことばの肝」は、知恵を絞ってエンドレスに工夫、創造を繰り返していくこと。決定打も終着点もない。

コーチング理論の基礎ともなったサイバネティックス(舵取り学)では「感情を核(ベース)にしない理論やことばは意味がない」(N・ウィーナリー)と言われている。感情を伝えるのが「ことば」。感情を伴わないことばは無意味である。先生方は、感性に磨きをかけ本当に心から思ったことばで子どもたちをほめてほしい(感情を伴わない、表面的なほめことばは、決して心に響かない)。テレビも同様だ。

(3) ニュース作りの意外な肝

テレビは、映像よりも音が大事という面もある。人間は、20秒以上一カ所を見続けることができない。そこで音を使う。映像の0.5秒前に音を入れるのがそれだ(刺激的な音や音楽、人間の声は、五感全部をひきつける魔法の磁石)。映像技術より音声の方が繊細で難しい。耳から入る情報(音、ことば)の方が、人は敏感だからだ。

日本は、多チャンネル、多機能などの特長を持ったデジタル技術が進歩している。テレビでは聴覚障害者の方にもよく分かるように、ニュース原稿をいかに速く字幕スーパーで出すかも課題になっている。耳から入る言葉と字幕スーパー・テロップを同じにしないと、理解に時間がかかることもあって、目から入る言葉づかいにも気を付けている。

(4) ニュース番組の肝

NEWSとは、東西南北の略で世の四方に知らせるという意味だという説明もある。しかし報道の使命は、新しいものだけでなく、ジャーナル(ジャーナリズム)の文字通り周期的、継続的に経過と新しい問題、課題を追いかけ、知らせること。

KSBでは、ひとりが月1本のスクープを出すことを目標にしている。スクープ(新聞や他社を出し抜いての特ダネ記事)を伝えることで視聴率が上がる。ニュース記者の肝は、**事実を人よりも早く伝えること、より深く事実に近いこと。**

民放は視聴率で広告売り上げが決まるという現実がある。岡山香川エリアでは、東京と同じ民放5局とNHKの合計6局がひしめき合って競争している。夕方5時前後からの情報番組が“主戦場”ともなっている。

一方で、記者は知識は広いが深くはない、という傾向がある。間違いも起きる。記者を避けず、是非、若いジャーナリストを鍛え、育ててやって欲しい。率直な苦言もお願いします。