

佐藤幹夫 NHK 名古屋放送局長講演会 『テレビは 21 世紀に生き残れるか』 開催報告 河村雅隆、神尾太紀、吉田聡子

国際言語文化研究科メディア・プロフェッショナル論講座では 2012 年 7 月 13 日、NHK 名古屋放送局の佐藤幹夫局長をお招きして、講演会を開催した。佐藤氏は報道番組のディレクター、プロデューサーとして数多くの番組の制作に携わり、放送総局スペシャル番組センター長や大型企画開発センター長などを経て、2011 年 6 月から NHK 名古屋放送局長を務めている。

講演会では河村が、最近の若者を中心とする「テレビ離れ」について報告した後、佐藤局長が放送局はそうした傾向にどのように立ち向かおうとしているかについて講演を行った。

会場には一般の市民、メディア・プロフェッショナル論講座への進学をめざす学内外の学部生も数多く詰め掛け、熱のこもった講演会となった。開催にあたってご尽力頂いた NHK 名古屋放送局の皆様、学内外の方々に心から御礼を申し上げる。

皆さんこんにちは、NHK 名古屋放送局の局長の佐藤と申します。

30 年以上前に NHK に入りまして、報道番組という番組を中心に、ほとんどずっと番組制作をやってきました。報道番組というのは、ニュース番組から始まりまして、「クローズアップ現代」や「NHK スペシャル」などの大型番組、特集番組と言う番組まで、いろんな番組があるんですね。そのなかで私が中心になってやってきたのは、「NHK スペシャル」などのストック系の番組です。

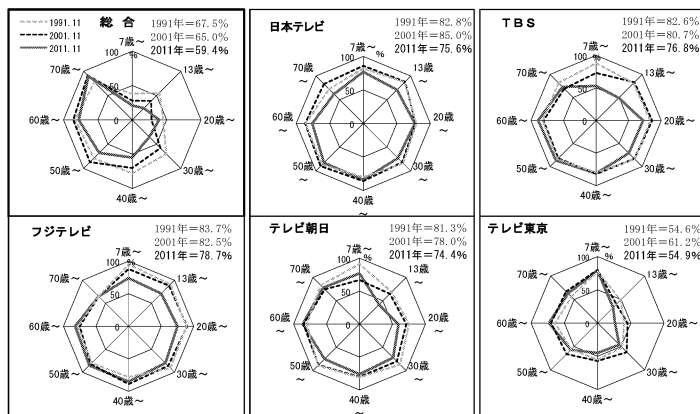
それ以外の番組は、実はほとんど経験がないんです。ドラマとか、バラエティになったら触ったこともない。ということなので、今日お話しすることは、NHK の、いや放送全体の中でも相当偏っていると、あらかじめそう思って聞いてください。「NHK スペシャル」とか、報道番組をずっとやってきた人間がこんなことを考えているのかと、聞いていただければと思います。

今日与えられたタイトルは「テレビは 21 世紀に生き残れるか」ということです。私これでもテレビで飯を食っていますので、「生き残れない」という答えはありえないんですよ。いかに生き残れるという答えにするかということで、今日はお話をさせていたいただきたいと思います。

まず、あらためて NHK が今どう見られているのかを、データを用意して参りまし

たので、それから見ていただきたいと思います。(図-1)

図-1 関東の局別週間接触者率(年層別)



ご覧になったことありますか。実は関東のデータで申しわけないんですが、放送局ごとに“週間接触者率”というものを、年層別に比較したものです。総合テレビから、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京と並んでいます。八角形になっていますが、八角形の一番上、時計の針でいうと12時のところが、7歳からの接触者率ということになります。

週間接触者率を、ちょっと説明しておかないといけませんね。週間接触者率っていうのは、そのメディアに1週間で5分以上接触する方の割合のことです。これは、それぞれの年層別に週間接触者率がどれだけになっているかを見たグラフということです。緑の線が1991年、青い線が2001年、赤い線が2011年のデータです。

まず日本テレビやフジテレビを見ていただくと、円が非常に均等になっていますね。均等になっているのは、各年層で万遍なく見られているということを示しているわけです。ところが、わがNHKをみていただくと、非常にひしやげた形になっていますね。特に上から右にかけて、あるいは右下くらいまで非常にひしやげている。というのは何かというと、7歳、13歳から20歳、30歳にかけての接触者率が非常に低いということを示しています。接触者率が低いということは、多くの人が1週間に5分も接触していない、要するにNHKにほとんど接触していないという層が非常に多いと、若い層になるほど多いということを示しています。NHKは60歳代、70歳代に支えられているということが一目瞭然なわけです。

ちなみに、もう一つここから読み取れるんですが、NHKだけじゃありませんが、各局を見ると、同心円の緑、青、赤がそれぞれ少しずつ内側に入ってきているような気がしませんか。これは、要するに、各テレビ局の接触者率が少しずつ十年単位で低くなっている。もちろんいろんな指標があります。放送時間や視聴時間のデータもあるんですが、週間接

触者率から見ると、テレビを全く見ない人が増えていることを示しているわけです。

これをどう見るかということなのですが、NHKの場合、もちろん視聴率がすべてではありません。が、やっぱり視聴者の皆さんからいただく受信料でNHKのすべての事業を営んでいるわけですね。したがって、できるだけ多くの方に見ていただくように努力しなければいけないと思います。それでこの接触者率をもう一度よく見ると、若年層を中心に、7歳、13歳、20歳、30歳くらいまでは、50%もいってないんですよ。半分以上の人がほとんどNHKに接触していないという現実をみると、非常に深刻だと思うんですよ。若い人たちがあまりNHKを見てないんだから、受益感もないんですよ。しかも、こういう層が高齢者になると、NHKを見ることになるかということ、そういうことでもない、今日は用意していませんが、それを示すデータもあります。

そうすると若い人たちだけではなくて、NHKに接触しない層がどんどん増えていく恐れもあるんです。これは私たちにとって非常に危機だというふうに受け止めています。NHKを支えている受信料が、見ていないんだから払わないよと、なりかねない。NHKを見る層が空洞化しているのではないかという恐れを持っています。

こうした傾向を私たちはただ腕を組んで見過ごしているわけではありません。NHK離れを食い止めようと、もちろん様々な工夫をしています。NHKの番組を見て感じられるところもあるかもしれませんが、例えば、若い人たちをかなり意識した番組を相当開発しています。10代、20代もそうですが、例えば30代、40代の女性を意識したドラマなどを放送しています。あるいは、特に若い人たちは、先ほどの河村先生の説明にもありましたが、インターネットやデジタルへの親和性があるわけですよ。そういう意味で、インターネットと連動した番組、あるいはデジタルを活用した番組などを積極的に開発しています。

そういうことで、週間接触者率の八角形の、ひしゃげたところを何とかもうちょっと膨らませていこうということ、放送現場、番組制作現場では、やっているわけです。

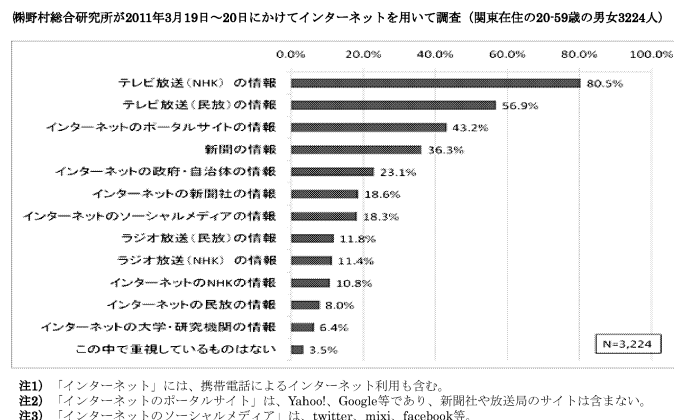
ただ、今日は、もちろんそういう取り組みをお話することもできるんですけども、ちょっと違う観点から、このNHK離れについてお話をしたいなと思っております。と言うのは、こういうトレンドの一方で、もう一つ別の新しい流れが起きているのではないかと思っているからです。今の世の中の動きをいろいろと見ていると、いろんな局面で新しい流れの兆しみたいなのが見えるという気がしています。そういう新しい流れが、メディア全体、あるいは、私たちNHKにも、少しずついろんな影響を与え始めていると、最近思い始めています。

まずこの変化の一つの大きなきっかけは、やはり、昨年3月の東日本大震災だったと思います。

データを見ていただきます。まず、NHKの放送の見方、あるいは受け止められ方が、

東日本大震災を機にどう変化したかということを示すデータがあります。それから見させていただきます。(図-2)

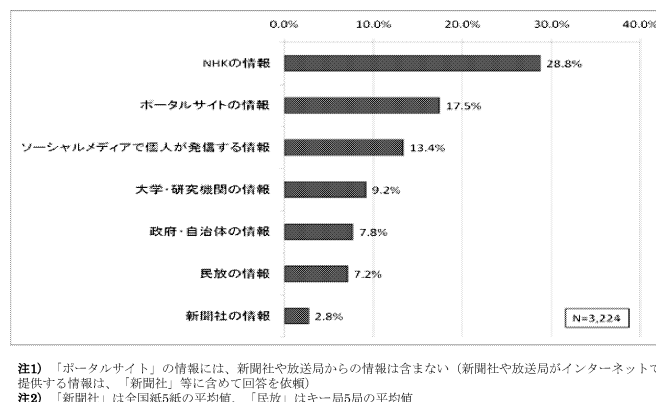
図-2 震災に関する情報提供で、重視しているメディア・情報源(複数回答)



これは、野村総研が東日本大震災の8日後にインターネットを使っておこなった調査であります。「震災に関する情報提供で一番重視しているメディア、情報源は何か」という質問です。これに対して、一番多い、80.5%の方が「NHKのテレビ放送」だと答えてくれているんですね。で、それに続いているのが「テレビ放送(民放)の情報」、それに「インターネットのポータルサイトの情報」が続くとなっています。

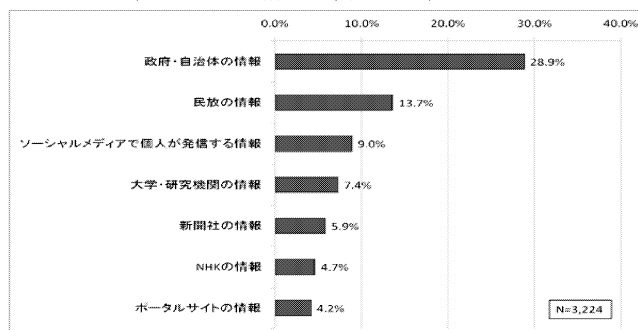
更に、こうした情報の中で「信頼度が上昇したのは何か」(図-3)という質問に対して、こちらもトップは「NHKの情報」、28.8%になっています。そして、「ポータルサイトの情報」が続いています。大学研究機関の情報も10位になっています。民放、先ほど民放が2番目でしたけれど、民放の情報、新聞社の情報は、信頼度が上昇したかという問いに対してはかなり下位にきています。

図-3 震災関連の情報に接して、「信頼度が上昇した」という回答比率(メディアや情報発信主体別)



逆に「信頼度が低下したメディアは何か」(図-4)という質問に対しては、「政府自治体の情報」がほとんどダントツのトップです。なんとなくこれはうなずける感じがしますね。NHKの情報だと答えた人も4.7%います。

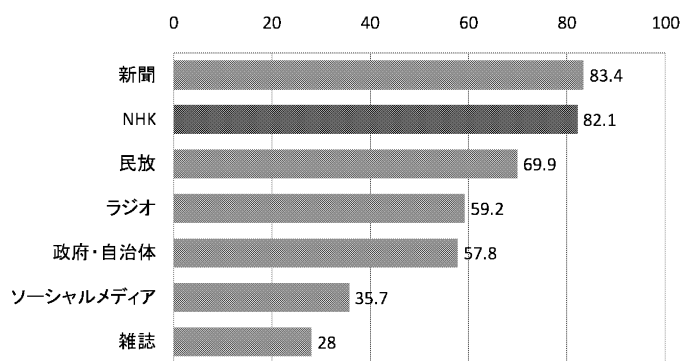
図-4 震災関連の情報に接して、「信頼度が低下した」という回答比率
(メディアや情報発信主体別)



注1) 「ポータルサイト」の情報には、新聞社や放送局からの情報は含まない(新聞社や放送局がインターネットで提供する情報は、「新聞社」等を含めて回答を依頼)
注2) 「新聞社」は全国紙5紙の平均値、「民放」はキー局5局の平均値

今の調査は、震災の8日後、震災直後に行ったものなのですが、半年後にも実は、全国の新聞社、朝日、読売、毎日、日経、産経の全国紙5社が、共同で実施した調査があります。「震災後に重要度が増したメディア、情報源は何か」(図-5)と聞いています。

図-5 東日本大震災後に重要度が増したメディア・情報源は？



朝日・毎日・読売・産経・日経の新聞5社が9月1日～2日インターネットを通じて調査
首都圏と近畿圏の1941人から回答(回答率68.8%)

半年経っていますから、ちょっと落ち着いた状態の中で聞いた質問だと思います。これに対しても、トップが新聞なのですが、微差でNHKが2位につけています。82.1%です。新聞がトップというのが、個人的には違和感があるんですが、新聞社が行っている調査のせいかどうかはよく分かりません。

いずれにしても、2種類の調査から、8割を超える方々が、東日本大震災でNHKの放送を重視した、あるいは、重要度が増したと答えておられるわけですね。NHKに

に対する視聴者の見方、評価が震災を機にかなり上昇したということは言えるんだろうと思います。

しかし、こうした評価は、東日本大震災という何百年に一回の大災害があったからじゃないのかと、一時的なものではないかと思われる方もいらっしゃるかもしれません。それに関して、今度はNHKの放送文化研究所、文研が過去5年間にわたって行っている放送評価調査というものをご紹介します。

放送評価調査とは、まず全体評価というのがあるんですね。主な評価項目は、信頼、満足、親しみ、独自性、社会貢献の5つ。それぞれの項目で、たとえば「NHKの放送を信頼しているか」という問いに対して答えていただいている。これを2007年度から、つまり震災のずいぶん前からNHKは調査をずっと続けています。

震災が起きたのは2011年3月ですが、実はそれ以前から、NHKの信頼・満足・親しみの項目については、漸増傾向、少しずつ上昇する傾向を示しているんです。今年の3月がそういう傾向の中でも過去最高の値を示していることになります。

全体評価は他にも2項目あるわけですね。独自性と社会貢献です。こちらを含めても5年前からずっと上がっているんですね。その中でも、水準が一番高いのが社会貢献と信頼ということになります。

この放送評価調査は、全体評価とあわせて、側面別評価、もうちょっと細かい、具体的なことについても質問をしています。10項目の質問があります。(図-6)こちらについても、だいたい5年間、ほぼ上昇傾向なんですね。「生命、財産を守る」という項目に対しては、直近の調査によると、76%がイエスということになっている。「知識教養を提供している」という項目に対しては、71%がイエスと答えていると。この二つが水準として高い。いずれにしても、この側面別評価でも5年間で漸増傾向が見られるわけです。東日本大震災の影響は非常に大きいんだろうとは思いますが、NHKの放送評価調査によれば、一時的なものではなくて、ここ5年ほど一貫して続いている傾向だと言えるわけです。

図-6 放送評価調査 (側面別評価)

正確・公平	事実を正しく、公平に伝えている
生命・財産を守る	災害、大事件、大事故のニュースをいち早く伝えている
娯楽性	楽しんだり、リラックスしたりする番組を放送している
知識・教養	知識や考えを深める番組を放送している
実用性	仕事や生活に役立つ番組を放送している
地域への貢献	地域に役立つ番組を放送している
文化の継承・発展	伝統文化の継承や、新しい文化の発展に役立つ番組を放送している
福祉	お年寄りや障害のある人々のための番組を放送している
教育	子どもや青少年のためになる番組を放送している
国際理解	国際理解に役立つ番組を放送している

それで、おそらくこれは私の考えですけれども、東日本大震災がそこにもたらした影響というのは、それ以前からあった流れを、震災を機に人々が明確に意識して、それを自覚的に自分自身が認識できるようになったということではないかなと。そして、この3月の過去最高値に結びついているんじゃないかなと思うわけです。

一番最初に見ていただいたデータで、若年層がNHKを見ないという話がありましたよね。しかし、この放送評価調査によれば、20代、30代、40代の若年層において、放送を評価する方が5年前から非常に目立つ形で増えているんですね、NHKを見ない人が一番多い年齢層でNHKの放送への評価が高まっているという不思議な現象が起きているわけです。NHK離れと、NHKの評価という、二つの相反するベクトルが、言ってみれば若年層に共存していると言ってもいいかもしれません。これは、非常に興味深いし、重要なんじゃないかなと思っています。このことについて、話を進めていきたいと思います。

先日、中日新聞に、立教大学の大学院の先生で、哲学者の内山節さんという方が、興味深いことを書いておられました。『震災後のまなざしに変化』というタイトルで、一部を抜粋いたしましたので、それを読んでもみます。

「私は今、日本の社会で大きな変革が始まっているように感じている、それは人々のまなざしが変わってきているように思えるからである。確かに政治や経済の世界ではなにも変わっていない。しかし、人々のまなざしは自分中心のまなざしから、ともに生きようとする世界を軸にしたまなざしへと確実に変わってきている。しかも、その傾向は若いひと程顕著である。」

こう哲学者の内山節さんが書いておられるわけですね。これは多分に頷けるところがありました。去年、2011年を象徴する漢字に「絆」という漢字が選ばれて、評判になったことがありましたよね。おそらく東日本大震災を機に、人と人との結びつき、支え合いに多くの方が目を向けたということだと思います。しかも、家族や友人だけの狭い範囲の人と人との結びつき、絆ではなくて、もっと広い社会のさまざまな局面で、ある種の公共的なものへの共感や関心が、若い人たちの間で生まれてきているんじゃないかと思うんですね。それをうまく内山先生に表現していただいているような、そんな感じがしています。

それを考えていく手がかりとして、NHKの「クローズアップ現代」という番組の、過去のアーカイブスのリストをちょっと並べてみました。実はクローズアップ現代という番組、毎週月曜日から木曜日の19時半から、国谷裕子さんという方をキャスターとして放送している番組ですが、数年前から、そういう若い人達の公共的なものへの関心の高まりに目を向けた企画をずっとやっているんですね。

4つの番組を選んでみました。最初は、今から2年前の1月に、『プロボノ』という企画を放送しました。ご存知の方多いと思いますが、プロボノというのは、自分の専門的な知識とか、スキルを社会貢献に活かすという新しいタイプのボランティアのことなんです。この2010年頃になって、金融や広告、あるいは研究職のような、これまであまりボランティアと縁がなかったような層にプロボノが広まってきた、というリポートを放送しました。

次の『あなたの寄付が社会を変える』。ここでは、社会保障の再配分機能を寄付という新しいシステムで強めようという、そんなリポートを放送しました。

もうちょっと以前の2008年になると、ビジネスの手法で、アフリカ支援、アフリカの貧困問題の解決に取り組んでいる社会起業家の話を取り上げています。

今から5年前になりますが、2007年には、『金儲けだけが仕事じゃない』というタイトルで、ビジネスの手法で社会問題を解決する社会起業家が非常に増えているという話を放送しました。おそらくこの2007年に社会起業家を取り上げたのは、日本の報道機関、マスコミの中で初めてではないか、この放送が先鞭をつけたんじゃないかと私は見えています。

新しいタイプの社会貢献の動き、特に若い人たちの間での社会貢献の動きが出始めたのがちょうど2007年の頃だということで、実はここで、はっと気がつくんですが、NHKの放送評価調査でも、5年前くらいからNHKに対する放送評価が上がっているんですよ。上がり始めたのが5年前かどうかはわかりませんが、こういう社会貢献の動き、あるいは公共的なものへの関心の高まりみたいなものとの不思議な一致が、この2007年前後にあると思います。これはただの偶然ではないんじゃないか。あまり学術的ではないのですが、そんな気がしています。この辺で何か社会で大きな流れのチェンジがあって、テレビ放送への評価などの動きが出始めているんじゃないか。

こういう動きは国内だけではないんですね。これも6月に放送されたことですが、アメリカではかつて一番優秀な学生はウォール街に行ってトレーダーをめざすと言われてきましたよね。ところが、やっぱりここ数年、ウォール街志望が減って、高給よりもむしろ社会貢献ができるかどうかを自分の職探し、求職の基準にしているという記事が出ていました。

ご存知の方もいると思いますが、去年の秋にウォール街占拠運動っていうのがありましたね。若者たちの草の根デモもありました。そのときの合い言葉が「we are the 99%」でした。我々が99%なんだと。金融機関のトップらは1%で、そういう1%が富を独占するので、いいのだろうか、というふうに言っていたんです。我々は99%だっていう言葉は、さっきのあの内山先生の「自分中心のまなざし」ではなく、「ともに生きようとする世界を軸にしたまなざし」に重なるんじゃないかという気がしています。

ちなみに、そういう社会貢献をやっているアメリカのNPOの一つが来年の春に日本でも採用を開始するという記事が出ていました。全体としてそっちのほうに今関心が流れているのかなと思います。「Teach for America」っていうのを聞いたことがあるかもしれませんが、貧困地域の教育にいろんな大卒の人たちを送り込んでいるNPOなんです。その「Teach for America」の日本版、「Teach for Japan」というのを組織しまして、日本でもNPO活動を始めるということです。私はこうした社会貢献と若者たちとの結びつきにちょっと注目していきたいなと思っています。

とはいえ、日本では、NHK離れやメディア離れの傾向がまだまだ主流であるのは動かし難い事実だと思うんです。テレビというものも、じっと見るのではなくて、ながらで見る、何かをしながら見る、そういうメディアになっている傾向があると思います。しかし、私は、そういう中であっても、内山先生が言われる「ともに生きようとする世界を軸にしたまなざし」が徐々に広がり始めているように感じています。二つのベクトルが共存しているのは、今が時代の分岐点、あるいは過渡期であることを表しているのではないかという気がしています。

ここからが今日一番お話ししたいことなのですが、仮に今が二つの流れの分岐点なんだとすると、私たちNHKはそこでどう対応していくべきなのか。これが私たちNHKにとって、あるいはジャーナリズムにとって、メディアにとって、非常に大きな問題になってくるんだらうと思っています。

結論を先に言ってしまうと、時代が大きく転換しようとしているということを考えると、「ともに生きようとする世界を軸にしたまなざし」に真摯に向き合って、これに応えられるような放送を目指すことが、これからどんどん求められてくるんじゃないかと思います。別の言い方をすると、我々NHKは公共放送なのですが、その公共放送の公共ということの意味をもういっぺん踏まえて、公共放送の存在意義や公共放送のストロングポイントをより伸ばしていく、そっちの方向でNHKが展開していくことが必要ではないかと思います。それが今NHKのウィークポイントである若年層の共感や獲得にもつながるんじゃないかというようなことを考えています。

それでこの後は、NHK、公共放送としての存在意義を3つのキーワードに分けて、話していきたいと思っています。

まずその一つは、「放送とは、命と暮らしを守るメディア」であるということです。

これは当たり前のことです。このことを私たち放送の送り手も、あるいは放送の受け手である視聴者も、去年の東日本大震災を通して、痛いほど学んだわけですね。ただ、去年の震災で被災したのは東北や関東だったわけですが、実はこの東海地域も含めて日本列島のどこでも、次の被災地になる可能性があるわけです。そういう問題意識を

もって、名古屋放送局でも、今年の3月、ちょうど震災から1年というタイミングで、中部地域の7つの放送局と一緒に、この地域の安全安心を考える番組を放送しました。特に東海地域は地震と津波の脅威にさらされており、そして北陸は福井を中心に原発のリスクも抱えています。この地域の抱える様々な危険性、そして安全に向けての取り組みを総力を挙げて伝えました。

私は、震災が突きつけた大きな教訓の一つが地域放送局の重要性だったと思っています。それはなぜかと言うと、いったんことがあったときに一番我々に必要な情報は、わが身に関わるきめ細かい情報なんです。たとえば自分の町の震度や津波はどうなっているんだ、被害はどこまで出ているのか、あるいは地域への救援はどうなっているのか。こうしたきめ細かい情報を提供するの、地域で取材をし、放送している放送局なのです。

震災で地域放送局の重要性が明らかになったもう一つの要因は放送局の平時からの備えです。皆さんご覧になったと思うけど、仙台平野をさかのほり家々を飲み込んでいった大津波。あれは、NHKだけが撮影できた映像なんですね。仙台空港にNHKは専用の取材用のヘリコプターをもっていて、そこに365日、24時間、必ずカメラマンとパイロットが待機しているわけです。何かあったら、その空港からヘリコプターにカメラマンとパイロットが乗って飛び立つわけですが、そうした平素からの準備があつたスクープ映像に結びついたのです。百年に一度、千年に一度起きるかもしれないことのために、365日、24時間の準備があり、それが、いざというときに命と暮らしを守ることにつながるんだと思います。いざというときにこそ、命と暮らしを守るためのメディアであるということを、我々は重要な存在意義として受け止めなければいけない。そのことを震災を通して、我々は本当に心に刻んだのだと思います。

続いて、「公共放送の存在意義2」という話に移ります。仰々しくて恐縮なのですが、「時代の真相をえぐるメディアである」ということです。

今お話しした「命と暮らしを守るメディアである」ということとちょっと相反するところもあるんですが、命と暮らしを守るメディアということは、放送の同時性や即時性が非常に強いメディアになるわけですね。今何が起きているのかを、ライブで知ることができるというのは、放送のものすごい力なんです。

しかし、放送の同時性、即時性っていうことがどんどん高まっていけばいくほど、その断片的な情報に溢れてしまって、一体全体として何が起きているのかや、これを引き起こしている真相は何かといったことなど、要するにポイントが見えなくなるという皮肉な現象が起きてくるわけです。

したがって、我々は、テレビジャーナリズムの役割として、その速報性や即時性で命と暮らしを守るということを目指しつつ、それと同時に、情報の洪水によって見えにくくなっている真実や本質に迫る取材がますます重要になってきていると思います。

9年前、私は「アメリカとイラク」というNHKスペシャルをつくりました。

番組でレポートした時代は、アメリカとイラクが非常に仲が良かったわけですよ。アメリカがイラクを支えていた。これは、実はイラクの隣のイランで、イスラム革命が起きて、反米を標榜する政権ができてしまい、そのイランに対する牽制としてイラクにどんどんテコ入れをしたわけです。そして、そのテコ入れをしていった中身を、このパートで具体的に検証しているわけですね。

アメリカがこのイラク戦争の開戦前に、イラクを攻撃する口実として、どう言っていたかと言うと、イラクは大量破壊兵器を持っているということだったんですね。覚えておられると思います。大量破壊兵器を有している危険な独裁者からイラクを解放するんだ、中東を解放するんだという名目で、アメリカはイラクを攻撃したわけです。

我々は、20年くらいの長い歴史のパーспекティブでこの戦争を見てみようということで、この番組を企画したわけですが、このレポートを見てお分かりになるように、実はその独裁者、サダム・フセインが手にしている危険な兵器、化学兵器や生物兵器は、実はアメリカ自身が、仲がいい頃に、その元になる物質や情報を提供して、手厚く支えてきたという歴史があったわけですね。いわば、アメリカは、自らが蒔いた種を刈り取るためにこの戦争をしなければいけなかったという、非常に皮肉な歴史があったわけです。単純に、イラクが悪で、アメリカが善だという問題ではないということなんです。

2003年にイラク戦争が始まったんですが、アメリカ政府が正式にイラク戦争の終結を宣言したのは、実は去年なんですよ。イラクからアメリカが兵力を完全撤収をして、オバマ大統領が戦争の終結を去年の12月に正式に宣言しました。それほど長い年月がかかった。ご存知のようにこじれにこじれてしまったわけです。イラクのアメリカに対する感情も非常に不信と憎悪が渦巻いている。その根源には、こういうふうな、アメリカの国際政治の中での誤算があったのではないかと。自慢話に聞こえるかもしれませんが、国際政治の深層に対し一太刀浴びせられたかなって、そんな感じでこの番組をつくりました。

さて、これは海外のテーマを番組にしたものですが、もう一つ、国内の不況をテーマにつくった番組もあります。

こういう番組をやるときには、ある種ブレイクスルーとなるようなシーンがあるんですよ。不況を表現する場合、強い大手大企業が弱い中小企業を切るといった構造を想像しますよね。それで、そういう場面を撮影しようと思ったりする。だけど、そんなことはもう何年も前からずっと語られ続けてきているわけですよ。そんな誰でも想像がつくような発想では中々番組はできないということに、私もこの頃悩んでいたんですよ、取材をしながら。

ところが、実はこの場面に遭遇して、はたと思ったことがあったんです。円高不況

というのは、戦後の経済の中でも特筆されるような厳しい不況だったんですが、この厳しい不況の中で、これまで言われてきたような、強ものが弱いものを切るという状況は既に終わったと。弱いものがもっと弱いものを切る、そうでなければ生き残っていけないということに、取材してはたと気がついたんですね。これは、今まで不況を語るうえであまり言われてこなかったことだなと。弱いものが生き残るためには、もっと弱いものを探して、それを切るという、そういう経済になっている。それが、人と人との結びつき、例えば、おじさんと社長さんとの結びつき、あるいは、いろんな付き合いや暮らし方を根底から変えようとしているということに気がついて、そういう目線でいろいろ取材をして、まとめたのが、この「NHK特集『蒲田町工場物語』」という番組でした。

そのブレイクスルーのきっかけになったのが、この場面を取材していた時でした。目から鱗が落ちるといふ経験はあまりないんですが、これはそういう場面でした。

戦争にしても、不況にしても、なかなかカラクリって見破れませんよね。情報はあっても、カラクリは見えない。そういうカラクリを、少しでも目に見える形で提供するというのが、21世紀のテレビの、あるいはもっと言えば、公共放送の存在意義かなと思って、今の2つの番組をご紹介します。

それでは、「存在意義3」としてですね、これもまた仰々しい言い方で恐縮ですが、「放送とは人の生き方について示唆を与えるメディアである」ということを言いたいと思います。

こんな偉そうなこと言えるのかっていう気がするんですが、私が12年前にプロデューサーとして制作した番組があります。安楽死をテーマにした番組です。実は、アメリカのオレゴン州というところは、一定の条件のもと、末期で助からないとか、色んな条件の中で、薬物で安楽死をすることが認められているんですね。そういう死についての考え方をとっているケースと、もう一つ、日本のホスピス、そこでは、もう死なせてくれと末期患者が言ったとしても、最後まで生きることを選択してもらうという方針で対応している、そういうホスピスと、2つ取り上げて紹介した番組があります。

もちろんその、どちらが正解かということはこの番組で言おうとしたわけではないんですね。元々一般的な正解なんてこういう問題にあるのかどうか、ないのではないかなっていう気もします。ただ、私もそうですし、皆さんもそうですし、自分自身がもしかしたら、こういう番になるかもしれない、あるいは家族がなるかもしれない、友人が、恋人がなるかもしれない。要するに、こういう問いは誰しも無縁ではないわけですよ。いつか、こういう問いを突きつけられる機会があるかもしれない。そのときに、自分なりの答えを出すために、いろんな材料をメディアは提供すべきだと思

うんですね。あるいは、そういう難しい選択をするときに様々な選択肢、判断の材料をやはり、人は求めるべきだと思うんですね。我々は、公共放送という重要なメディアとして、人の生き方について示唆を与えるということを心に留めて、この番組がそうなったかどうかは分かりませんが、そういう放送や番組をやっつけていかなきゃいけないんじゃないかなと思います。

前に、社会や時代という大きな仕組みをどれだけえぐり出すか、見えないものを見せるかということの問題意識として言いましたが、こちらは、心の中というか、自分の存在意義や自分の価値観、人生観に何らかのインパクトを与えるようなメディアであるということかなと思います。

一つだけ、最後に言いますと、そういうメディアにとって何が一番大切かという、ありふれていますけれども、「人間」じゃないかなって思うんですね。特にこういう難しい取材になればなるほど。

実はこの番組は、全部一人のカメラマンが日本とアメリカを往復しながら取材をしました。彼に聞いたんですけど、今はまだ歩いている人がきつといつか死ぬんだなと思いつつ撮っているわけです。本当にこの番組で取材した人は、ほとんど放送時点で亡くなっているんですね。取材時点でそれが分かっているわけです。この方はもうあと数日で亡くなるんだなと分かりながら撮っている。

撮っている最中から、撮影が終わって編集をしたり、番組の制作をしているときに至るまで、モノがのどを通らなかったと、そのカメラマンは言っていました。10キロ以上痩せたと言っていたんですね。それは、多分、目の前のファインダーで見ているこの人が数日後には死ぬんだというどうしようもない事実や、そういう方達が最期のほんとは限られた日々、限られた時間を、この取材に割いてくれているという重圧感に圧倒された想いで、飯ものどを通らなかったと言っていました。

おそらく、こういう番組を放送するためには、取材相手からの信頼を受け止める、ある種の人間性が不可欠ではないかなと。しかも、この思いをちゃんと伝えてくれよなって、彼らも言うてくるわけですよね、無言のうちに。それを受け止めて、受け止めるだけの強さがあるって、受け止めた上でそれを放送する表現力もなければいけないわけですね。それが、人の生き方に示唆を与えるメディアであることの、本当の難しさであると同時に、醍醐味でもある。やっぱりそれこそが本当のプロだなと思います。私達に存在意義があるとすれば、そういう人間が集まっている集団であること、そして、そういう人間をこれからも育てていく集団であること、ではないかなと思います。

今まで、この3つの存在意義について言ってきましたが、これらを全部、やれていると私が思っているわけではありません。しかし、私を含めて、こういうことを目指

していくと、こういう存在意義に答えるんだということですか、私たちが公共放送として、公共の中で生きていくメディアとして、本当に生き残っていくことはできないんじゃないかなと思っています。21世紀にテレビは生き残れるかということに対する答えになっているかどうか、分かりませんが、これから皆さんがメディアやテレビを考えていく上で、ちょっとでも何かお役に立てたとすれば、それは大変嬉しいところです。ありがとうございました。

