

VI おわりに——“報道に携わる満足感”の醸成を

本件放送を行った日本テレビ報道局は、かつての「バンキシャ！」の苦い経験の後、コンプライアンス意識の徹底に向けてさまざまな対策を講じてきた。そのなかには、報道番組の制作体制の見直し、体系的な研修システムの整備、取材の手法や企画内容のチェックとアドバイスにあたる「危機管理チーム」の常設などがある。

本件放送でも、カメラマンは「取材対象と企業の関係があまりにも近すぎるのでは」と疑問を抱き、Aディレクターに助言をしている。残念ながらこのカメラマンの疑問を他の番組制作者にも気軽に伝える仕組みが、この現場では機能していなかったために、問題を事前に食い止めることはできなかったが、そのような意識が働いたことは「バンキシャ！」以後の取り組みの成果と考えてよいであろう。

そうした努力のさなかに再び不適切な取材と放送が繰り返されたことは、同報道局にとって大きなショックだったにちがいない。本件放送の問題が発覚してから日本テレビがとった対応の迅速さに、その一端をうかがうことができる。

その結果、経済部では取材体制の刷新が図られ、企画統括デスクは局内専従になった。企業取材ガイドラインが新たに作成され、企業取材の際の基本姿勢も明確に示された。

第Ⅲ章でふれた、事態を総括する「内部文書」の作成も、報道局全体の取り組みのひとつだった。そこでは、現場で検討すべき5つの課題を次のように掲げて、報道局のすべての部署、すべての番組ごとに議論を行っている。

- 「バンキシャ」の教訓はなぜ生かされなかったのか
- 「事実」を「事実」として伝えるために
- 「コミュニケーション」不足をどう克服するか
- 「トラブル事例」をどう共有するか
- 「不適切」をいかに放送させないか

報道の現場において、これらはどれもきわめて切実な課題であり、報道局の各部署が「もし自分なら」とシミュレーションしながら議論し、ボトムアップ式に課題を考えるならば、そのプロセス自体がまさに「再発防止につなげるコミュニケーション」のひとつとなりうるだろう。

当委員会としても、その成果が実るよう見守りたいと思う。

上記の5つの課題でも取り上げられているが、本事案で色濃く浮かび上がったのは、制作現場における年長の上司らと若手スタッフのあいだのコミュニケーションの不足やむずかしさの問題であった。先にも指摘したように、Aディレクターは一種の「見捨てられ不安」ともいうべき、孤独感や不安感を抱えていたことがうかがわれる。一

方、上司らはそれに気づかないまま、Aディレクターをそれなりに評価し、そのことを本人もわかっているはずだと思い込んでいた。

両者のあいだに横たわるこの認識のギャップやすれ違いは、多かれ少なかれ、どの放送局でも抱えている問題と言ってよいだろう。おそらく経験を積んできた上司にとって、「報道に携わる者の社会的使命と責任」などは自明のことにちがいない。だが、「テレビ局で報道に携わる私」という立場や自己同一性が、自動的に放送人としての使命感や自信、あるいは自己肯定感に直結すると考えられた時代は、もう終わったのかもしれない。

当委員会が本事案を検証するなかで強く印象づけられたのは、この点だった。

いまの若い制作スタッフにとっては、テレビ局は職場のひとつにすぎず、たとえ報道に携わっているからといって、その根底にある報道の使命意識や放送人としての倫理にただちに自覚的になれるわけではないのだろう。それぞれが生きてきた時代、それぞれの世代が持つ価値意識の落差が、コミュニケーションの不足やすれ違いとなって現われ、しばしば不祥事が起こる。

これが実情であってみれば、年長の上司がまずしなければならないことは、いきなり報道の使命や放送倫理を説くことではなく、若い制作スタッフの仕事ぶりをていねいに見て、ほめるべきところを具体的に評価し、それによって彼らが現在の自分を肯定できるような職場の環境と関係を作ることではないだろうか。仕事への愛着を持ってもらわないことには、何も始まらない。

ここで大事なものは、具体性である。何かをしようとしている過程の工夫や着想や努力が具体的に、きちんとその場で評価されることである。

テレビの場合、放送前のVTRのプレビューがある。放送後に反省会が開かれることもあるだろう。若手スタッフが作った放送素材の善し悪しはこういう場で批評されることが多く、それはそれで大切な機会だが、ここでの評価はともすれば上司による印象批評のような、外面的なものになりがちだ。それでは若手スタッフが不安になったり、孤立感を覚えたりする制作プロセスまでは、なかなか入っていけない。

番組制作には企画立案から始まって、アポ取りや取材やインタビュー、編集やナレーション書きやテロップの挿入など、さまざまな段階がある。上司はこれらの一場面一場面における若手スタッフの工夫や努力を見て、ていねいに評価してほしい。それには、若手スタッフの仕事ぶりをその流れに沿い、内側から理解することが必要になる。ひとつひとつは小さくとも、それぞれの具体的な場面で評価される体験こそが、制作者としての自信や意欲や自己肯定へとつながっていく。

上の世代からは「順番が逆だ。社会的使命を果たしてはじめて、個人としての自信も持てるはずだ」「まだ何もできていない部下をほめるのは甘やかすことになる」といった異論も聞こえてきそうだ。

だが、どうか振り返ってみていただきたい。人は誰でも、若い頃にほめられたり、励まされたりしたことが、その後の意欲や自信の素になったという体験を持っているはずである。しかもそれは、いま思い出そうとしてもなかなか思い出せないような些細なことだったりする。

若手スタッフに「報道の社会的使命の自覚」や、「正確で公正な報道」というモチベーションが根付くのは、「テレビの仕事をしてよかった、報道に携われてよかった、私は私でよかった」という自信が持て、自己を肯定できるようになってからであろう。

年長の上司は、どうか間違っても、「報道の社会的使命を忘れると、罰せられるぞ」「放送倫理をおろそかにすると、BPOから文句が来るぞ」などと言わないでいただきたい。どうか若手スタッフには、「自分の能力を楽しく発揮して、視聴者と市民の期待やニーズに応えることが、報道の社会的使命を果たすことにつながる」ことを強調してもらいたい。

自己を肯定し、自信を持った若手スタッフが作り出す報道番組は、視聴者にとってもきっと満足、納得のいく良質のものになるはずである。若手スタッフにとっては「作ってよかった」、上司にとっては「指導してよかった」、視聴者にとっては「見てよかった」。まさに近世の近江商人が説いたと言われる「三方よし」の関係を築くことができるのではないだろうか。

3・11東日本大震災以降のこの社会は、2か月以上が過ぎた現在も大きな困難のただなかにある。そのなかで、たくさんの若い人たちがボランティアとなって被災地に行き、さまざまに活動している。「私は誰かの役に立てるかもしれない」と気づいた若者たちの働きにはめざましいものがある。

同じように報道も、この社会で暮らし、生きている人たちの役に立つ活動である。その現場にいる若い制作スタッフの内なる意欲や使命感にどうやって火をつけるか。これは、年長の上司たちにとっても挑戦的な仕事になるはずだ。

当委員会は、こういう困難なときだからこそいっそう、若い人たちが報道や番組制作に携わることの意義と面白さを実感し、満足感をさらに次の意欲や使命感へと高めながら、大きく羽ばたいて欲しいと願っている。