

IV 本件各放送を取り巻くいくつかの要因

今回の3事案を検証するにあたって、委員会は当該の2番組3事案の関係者23人（制作会社スタッフを含む）に対し、合計29時間におよぶヒアリングを行った。内訳は、本件放送1について、テレビ東京関係者9人、11時間23分。本件放送2については、毎日放送関係者7人、8時間13分。本件放送3は、毎日放送関係者7人、9時間24分である。

本件各放送は、情報提供者との打ち合わせやロケ取材等の初期の段階で、事実確認の手間を惜しまなければ防ぐことができた。あとから振り返ってみれば、どれもさほどの手間ではないが、現場に出向いた制作スタッフがその手順を怠ったことが、問題を引き起こす直接的な原因となった。

当該の2局がそれぞれにまとめた内部調査の報告書も、制作スタッフが出演者から提供された情報を「鵜呑み」にし、真実であると「思い込み」、真実であるにちがいないと「拡大解釈」し、情報の不自然さを「見落とし」た点を指摘している。取材ロケの現場に絞って検討すれば、それはそのとおりののだろうが、しかし、果たして落ち度は現場の制作スタッフだけにあったのだろうか。

委員会が多く回のヒアリングを重ねるなかで認識したのは、事実を確認する、という放送倫理の基本中の基本が抜け落ちるような事態を生じさせる要因が、本件各放送の制作体制のなかにあり、さらにそれを取り巻く現在の情報環境のなかにもひそんでいるのではないか、ということだった。

以下、こうした問題について、制作体制と情報環境の2つに大別し、述べてみたい。

——バラバラの制作体制

情報バラエティーは多くの制作スタッフの役割分担と分業によって作られているが、その一方で、誰かが主導的な役割を担って引っ張っていかないことには、番組としてまとまっていけない。この分業と集中を、放送日から逆算されたタイトなスケジュールの下でいかに効率的に組み合わせ、動かしていくか。ここで重要なのは、制作全体を取り仕切るプロデューサー役であり、プロデューサーの求心力である。

しかし、放送局と制作会社が協働して作ることの多い情報バラエティーの場合、事情はそう簡単ではない。

「主治医」は、制作会社が著作権などの権利を持っており、テレビ東京と制作会社のそれぞれにプロデューサーがいた。また、それとは別に、事故やミスを未然に防ぐ目的で、局の番組審査部にも一定の発言の機会が与えられていた。毎日放送の「お買い物女王」と「お坊ちゃまお嬢さま」の場合は、番組企画当初から制作会社が主導的な役割を担っており、制作会社側にはそのことに対する自負があったものの、担当プ

ロデューサーは別の仕事も抱えていて、制作過程に十分に目を配ることができなかった。さらにこの2事案は毎日放送東京支社の制作だったが、著名タレント待遇等のため、大阪本社から上司のチーフ・プロデューサーもやってきて、収録に立ち会うなどしていた。

制作体制はこうでなければならない、という決まりはないし、番組の性格や企画背景によってさまざまに組み替えられるのは当然とはいえ、それが複雑になればなるほど、誰が主導的にこの番組を作っているのか、最終責任は誰にあるのかを明確にし、そのプロデューサー役の人物が求心力を発揮することが重要になる。そうでないと、制作過程で提起されるさまざまな問題が、その場の言いつ放し、その場の言い繕いだけで終わってしまう。

本件各放送はどれも、制作過程でそれぞれに、この情報は確かか、このまま放送しても大丈夫だろうか、という趣旨の疑問が制作スタッフのなかから呈されていた。一度ならず、二度三度と口にされたこともある。しかし、どの場合も、その場の短いやりとりで終わっていて、それ以上深く具体的に確認されることはなかった。

ここには求心力が働いていない。みんな、バラバラだ。そもそも誰が番組作りの中心なのか、はっきりしていないせいで、問題を共有化する土壌がない。今回の3事案とも、放送局と制作会社それぞれのプロデューサーの存在感が希薄だったが、制作体制の綻びは、そこから現場の隅々に広がっていったように思われる。

こうした制作体制にあっては、現場の、とりわけ若いスタッフの仕事も細切れになり、制作プロセスの全体も、仕上がる番組のイメージも見えない場当たりのものになりがちだった。ヒアリングでは、「(取材相手の)名刺を誰がもらったか定かではない」「出演者や所属事務所の所在や業務内容を事前に確認していない」「言われたことをやっただけで、(放送された)番組も見っていない」といった実態も明らかになった。

そのうえに、どの番組も、取り上げる情報や事実の珍しさ、意外性、新鮮さと、その取り上げ方の斬新さを売り物にする作りだったから、何度かの番組スタイルの変更を経ながらも、制作スタッフは目新しいネタや出演者を探すことに追われてきた。「ネタ切れの不安があった」と洩らしたスタッフもいた。そこに、多少事実関係があやふやでも番組にしておこう、という荒っぽさや無理が入り込む隙はなかっただろうか。

先にも述べたように、本件各放送は、現場の制作スタッフらが情報提供者との打ち合わせ等の段階で事実を確認していれば防ぐことのできたミスだったが、しかし、制作体制がこのようにばらばらで、切羽詰まっていれば、彼らがウラ取りやダブルチェックやクロスチェック等の事実確認の手順を学び、体得していくことはきわめて難しい。本件各放送は、若いスタッフが学ぶ機会を逸するような制作体制の問題としても再考されなければならない。

——「半タレント的パーソナリティー」を生む情報環境

ここでは2つのことを指摘しておきたい。「インターネット」と「半タレント的パーソナリティー」についてである。

インターネット上の情報には正確なものも、たんなる噂に過ぎないものや虚偽のものもあることは、誰でも知っている。しかし、引用、リンク、コピー&ペースト、リツイート等々と繰り返されているうちに、虚実の境は曖昧になり、何が信用できる事実なのかわかりにくくなる。ここに、現代の情報環境の特徴がある。

本件各放送の企画は、制作スタッフやリサーチ会社のリサーチャーが各番組のテーマに即したキーワードをネット検索したところから始まり、やがて出演者にたどり着き、本格的な制作が始まった。ネット情報をプリントアウトしたものが、そのまま番組企画の会議資料として使われることも少なくなかった。

ネットから探した情報をどう扱うか、そのウラを取ったり、二重三重にチェックするにはどんな方法があるか、ということは放送に携わる者が最初に学んでおかなければならないことだが、本件各放送の制作スタッフに対して、そうした注意喚起や研修が具体的に行われた形跡はない。

言うまでもないことだが、情報の正確さや事実の公正さをもっとも確実に知る方法は、その情報の当事者と対話をかさねるなかで真実性の手ごたえをつかみ、場合によっては資料の提示などを求め、直接確かめることである。しかし、現場の制作スタッフはその機会が十分あったにもかかわらず、それらしいことはほとんどしていない。

その背景には、「半タレント的パーソナリティー」の問題があるように思われる。

本件各放送で情報提供した出演者たちには、ある共通の性格がうかがわれる。彼女たちは一般市民や視聴者ではなく、かといってプロのタレントや芸能人でもなく、その中間の「半タレント的パーソナリティー」とも呼ぶべき存在だった。普段は 트렌ディーなビジネス等に携わる一方、カメラの前に立ったり、スタジオにいれば、いつもテレビで見ているタレントや芸能人さながらに振る舞ってみせることもできる性格である。

各番組の制作スタッフはネット検索を通じて彼女たちの特異な存在を知り、直接に会って、それぞれが持っている情報を提供してくれるよう依頼した。彼女たちはその申し出に対し、持ち前のパーソナリティーとサービス精神で精一杯応えようとしたことがうかがえる。

本件放送1「主治医」の制作スタッフは、特定の飲料にダイエット効果がある、と紹介した女性について、「ほんとうに心から、いい商品を紹介しようとしている」という印象を受けたと言い、そこから先、彼女がその飲料の販売会社の経営者であるとは

思いもしなかった。本件放送3「お坊ちゃまお嬢さま」の制作スタッフも、ニューヨークのアパートを案内する女性が「(現場でうまくロケが進められるように)必死でがんばろうとしている印象だった。だから、彼女の機嫌を損ねないように気をつけていた」と言う。

実際にロケ取材が始まってしまうと、彼女たちはもはやたんなる情報提供者ではなかった。その情報が特異であり、目新しければ目新しいほど、制作スタッフにとっては、彼女たちはタレントのような存在となった。彼女たちもまた、プロのタレント同様、番組の要望の先回りをし、的確に要望に添って演じようとした。

そうすると、本件放送2「お買い物女王」で、ホテル売買の話でロケ取材した制作スタッフのひとりが言ったように、「私たち制作者は、出演者側の立場に立って、気持ちよく出演してもらえるように配慮する」ことになる。別のスタッフは「裏付けを取ること自体、思いもよらなかった」と言った。取材する側と取材される側が一体化してしまったあとでは、もはや事実確認などの手続きが入る余地はなくなっていたのである。

これは、新しい現実と言わなければならない。テレビをはじめとするマスコミも、玉石混淆さまざまのネットも、たえず新しい話題を追いかけ、はやし立てるような現代の情報環境は、従来、画然と分かれていた情報の送り手と受け手の境をなくし、その中間に新種の、一見、情報バラエティーには好都合のパーソナリティーを大量に誕生させている。

だが、そこに落とし穴があった。今回の3事案は、そのような情報環境で制作される情報バラエティーが、だからこそいっそう情報の正確性と事実の公正性を注意深く探らなければならないのだと、強く示唆している。