

社会心理学研究 第7巻第1号  
1992年, 29~44

## テレビニュースの談話分析：ニュースのおもしろさと人格化について

藤崎春代（帝京大学文学部）

無藤 隆（お茶の水女子大学家政学部）

A discourse analysis of TV-News: Amusingness and personification of news

Haruyo FUJISAKI (*Teikyo University*)

Takashi MUTO (*Ochanomizu University*)

The purpose of this study is to examine the contents of TV-news from the viewpoint of discourse analysis. We studied three evening news-programs during 20 days which got the high audience rating. First, we made an audience rating survey about three news-programs (subjects: 290 university-students), and an image survey (subjects: 36 university-students). We found that 'amusingness' and 'personification' of news broadcasting were connected with the audience rating. Next, we studied the differences of the discourse-structures of news among three programs. The results were that, in the program rated as most reliable, much information was given about main-events. In the program rated as most amusing, whose main caster was rated as a person of marked personality, more information was given about evaluation than about main-events. The casters had clear roles through engaging in a dialogue among them. This research showed certain relationships between the image of news-programs and the characteristics of news-discourse.

Key words : TV-news・personification・image・schema・discourse analysis

キーワード：テレビニュース・人格化・イメージ・スキーマ・談話分析

テレビのニュース番組を視聴者はどのように受け取るのであろうか。本研究は、視聴者がもつニュース番組への印象の違いを、ニュースの談話構造の違いとの関連で検討することを目的とする。

ニュースについての研究は広範にわたるが、Davis と Robinson (1989) は、ニュースに関する理論を、①現実性の社会的構築に関する理論、②物語理論、③情報処理理論の3つに整理している。このうち、近年多くの実証的研究がなされ、理論的にもさまざまな展開をみせているのが情報処理理論に源を置く研究動向であろう(池田 1990のレビュー参照)。この背後には、ビデオやコンピュータをはじめとした能動的に情報とかかわることを可能にする機器の普及と、認知心理学の発展があり、研究上の人間像としても、「情報の受け手」という人間像から「情報処理者」さらには「能動的な情報処理者」へと変容が求められている(池田 1986)。ただし、能動的に処理するといつても、処理すべき情報はメディアの側から与えられるという制約はついてまわる。この両者の緊張関係・搖れが、メディアの効果をめぐっての強力効果論と限定効果論の対立を生んでいるといえるかも知れない。この対立においては、現在のところ、議題設定機能仮説を代表とする強力効果論が優勢のようである(McCombs, M. E. & Shaw, D. L. 1972; 竹下 1981; Williams, W. et al. 1983)。「メディアは、人々が、どのように考えるかを変えることはできないかも知れないが、何について考える

のかに影響を与えることができる」という議論設定機能仮説の検討のため、主に、ニュース項目として何がどういう順序で取り上げられるのかという点からのニュースの内容分析と、議論の重要性の認知などにおける効果との関連が研究されてきている。

ところで、同じくニュースといつても、新聞ニュースとテレビニュースとではそのメディア特性に大きな違いがある。その第一は、テレビニュースにおいては映像が用いられるという点であるが、両者に共通していると思われる言語表現においても、いくつかの相違点が指摘できる。つまり、新聞ニュースにおいては文字表現(書きことば)であり、しかも書き手がニュース伝達の表面にてこないが、テレビニュースにおいては話すことばが用いられ、具体的な人がニュースの語り手として登場する。テレビニュースは、どのように語るのかという点において、新聞ニュースに比べて多様な variation をもつ得るといえよう。新聞ニュースにおいて政治的キャンペーンが取り上げられる量と有権者の重要性の認識との間に強い相関がみられたのに対して、テレビニュースにおいてはこうした効果がみられなかったという結果 (McCombs & Shaw 1977) は、テレビニュースにおいては、取り上げる量よりも取り上げ方が重要であることを示唆するものと思われる。テレビニュース研究においては、語り方が視聴者に与える効果を視野にいれた研究をする必要があるだろう。

では、第一に、語り方はどのように分析し、第二に、効果としてはどのような効果を検討対象とすればよいであろうか。第一点について、本研究では、冒頭にあげた Davis らの整理でいえば物語理論の研究を参考にしたい。情報処理理論が情報を処理する人間の心理プロセスの側に重点をおくとすると、相対的に情報の側の構造(物語構造)に注目するのが物語理論といえよう。具体的には、ニュース物語の構造を整理するために Van Dijk (1988) が提示した(新聞)ニューススキーマおよび談話スタイルへの注目を参考として、談話分析の視点から内容分析を行う。第二点の効果については、個々のニュース項目別の意見変容や態度変容ではなく、ニュース番組全体への視聴者の印象を検討対象とする。誰がどのように語るのかという語り方が大きな効果をもつならば、個々のニュース項目を越えてニュース番組毎に異なる印象を形成する可能性が高いと考えられるからである。

本研究において今回分析対象とするのは、「7時のニュース(以下「7時」と略記、放送時間19:00-19:30)」(NHK)、「ニューストゥディ(トゥディ、21:00-22:20)」(NHK)、「ニュースステーション(ステーション、22:00-23:25)」(朝日)の3番組である<sup>1)</sup>。これらは、1989年4月において、「7時」の視聴率が10.2%、「トゥディ」「ステーション」は各々5.7%・10.7%であり、夜のニュース番組の視聴率上位3番組となっているが(関東視聴率調査グループ、1989)、その性質は各々異なる。つまり、「7時」は従来から放送されているいわゆるニュース番組の一つの典型であると思われるのに対して、「トゥディ」「ステーション」はニュースショーとも言われ、最近のニュース戦争の代表と思われる。また、「トゥディ」「ステーション」については、その視聴率の差をキャスターの知名度や個性、番組に対するイメージなどと関連させて検討しようとする調査結果が紹介されることも多い(朝日新聞、1988、9月7日)。本研究では、まず3番組のイメージ調査を行い、各番組の印象の違いを明確にした上で、その違いをもたらすと思われるニュースの談話構造の違いを検討する。

### I. 3番組の視聴状況と印象評定

3番組の視聴状況と、各番組に対する視聴者の印象をとらえるため、大学生を対象にアンケート調査を行った。

## 方 法

\*調査対象：都下私立大学文学部1・2年生290名(男166・女124)

\*調査方法：教室での集団アンケート調査

\*所用時間：約15分

\*調査時期：1988年7月

\*質問項目：3番組について各々以下の質問を行った。

(1)番組の視聴状況…番組の視聴頻度とその理由

(2)番組の印象評定…以下の3側面について、質問した。

- ①ニュースについての印象 ②キャスター・アナウンサーについての印象 ③キャスター・アナウンサーの番組における役割についての印象

## 結果と考察

### (1)番組の視聴状況

3番組の視聴の比率はTable 1に、視聴しない人の理由・視聴する人の理由はそれぞれTable 2・3に示した。視聴状況は一肢選択であるが、理由は多肢選択を許した。

3番組の内「7時」と「トゥディ」では、ほとんど見ない人が7割を占めるのに対して、「ステーション」については7割の人が週に1・2回以上見ており、ほとんど毎日見る人も16%いる。

「7時」を見ない理由としては、この時間帯には家にいないというのが54%と最も多い。それに対して、「トゥディ」の場合は、この時間帯家にいても別の番組を見ていたり(30%)、他のことをしているため(24%)見ていない。見る人に関しては、どの番組もニュースに接することを目的とする人の割合が高いのであるが、「7時」では、家族が見るのでつられてみる人も同程度いる。ニュースに接することを目的とする人は3番組中「ステーション」が最も高く、家にいる人全体の45%がこれにあたる。

大学生においては、帰宅していないため視聴の比率が低く、また見るとても家族のつきあいという側面も強い「7時」と、別の番組を見たり他のことをしていてあまり見ない「トゥディ」、3番組中最も視聴の比率が高く、中でもニュースに接することを目的として視聴する割合が高い「ステーション」という視聴状況が読み取れる。

### (2)印象評定

印象評定については、各項目とも、当該意見への賛成の程度の5段階評定(大変・かなり・ある程度・多少・全然)を求めた。大変を5とし、以下4・3・2・1と数値化して、各意見についての番組毎の平均値を求めた。なお、以下の分析では、3番組とも週に1・2回以上の割合でみている人の印象評定のみを対象として分析した。つまり、1番組でもほとんどみないと答えた人は除いている。その結果、以下の分析対象者数は36名となる。

1) 今回の分析データは、1988年5月から7月にかけてのものであるが、1990年春の番組改定により、「トゥディ」は終了となっている。

Table 1. 番組の視聴の比率：単位；人、( )内は%

		7時		トウデイ		ステーション	
ほとんど見ない		201(69)		205(71)		77(27)	
見 る	週に1・2回見る 週に3・4回見る ほとんど毎日見る	47(16) 23( 8) 12( 4)	82 (28)	44(15) 17( 6) 12( 4)	73 (25)	89(34) 65(22) 48(16)	210 (72)
無 答		7( 2)		12( 4)		3( 1)	
計		290(100)		290(100)		290(100)	

Table 2. 番組を視聴しない理由（複数回答有り）

：単位；人、[ ]内は実人數

( )内は% (母数はほとんど見ないと答えた人數)

&lt; &gt;内は% (母数は各放送時間帯に家にいる人數：

7時-173人, トウデイ-228人, ステーション-268人)

&lt;&lt; &gt;&gt;内は% (母数は全調査対象者数(290人))

		7時		トウデイ		ステーション	
この時間帯は家にいない		108(54)<<37>>		48(22)<<16>>		18(23)<< 6>>	
家 に い る	別の番組を見ている 他のことをしている 興味がない その他	40(20)<23> 30(15)<17> 19( 9)<11> 8( 4)< 5>	97 [91] (48) <56>	68(33)<30> 54(26)<24> 28(13)<11> 8( 4)< 4>	156 [155] (76) <68>	12(16)< 4> 32(42)<12> 7( 9)< 3> 7( 8)< 3>	58 [58] (75) <22>
無答		2( 1)<->		4( 2)<->		1( 1)<->	
計 実人數		207 201(100)		208 205(100)		77 77(100)	

Table 3. 番組を視聴する理由（複数回答有り）

：単位；人、[ ]内は実人數

( )内は% (母数は見ると答えた人數)

&lt; &gt;内は% (母数は各放送時間帯に家にいる人數：

7時-178人, トウデイ-228人, ステーション-268人)

		7時	トウデイ	ステーション
家族につられて 前の番組からの続き 暇つぶし ニュースに接するため その他 無答		31(38)<18> 1( 1)< 1> 16(20)< 8> 32(40)<18> 9(11)< 5> 0( 0)< 0>	18(25)< 8> 5( 7)< 2> 18(25)< 8> 31(42)<14> 6( 8)< 3> 1( 1)< 0>	25(12)< 9> 7( 3)< 3> 38(18)<14> 120(57)<45> 12( 6)< 4> 8( 4)< 3>
計 実人數		89 82(100)	79 73(100)	210 210(100)

### ①ニュースに関する印象

ニュースが信頼できる・迅速である・詳しい・分かりやすい・豊富である・簡潔である・おもしろい・人間くさいの8意見について賛成度をたずねた。結果は、Table 4に示す通りである。信頼性では「7時」がトップであるが、詳しさ・分かりやすさ・豊富さ・おもしろさ・人間くささの項目では、「ステーション」がいずれも高い得点である。迅速さ・簡潔さでは賛成度に差がなかった。

### ②キャスター・アナウンサーに関する印象

最近、ニュースの視聴率の違いをキャスター・アナウンサーの個性・知名度に帰するような調査結果がマスコミで紹介されることも多い。そこで、ここでもキャスター・アナウンサーについて、感じがいい・口調がいい・ファッショング素敵・個性的だ・コメントがおもしろいの5意見についてたずねた。結果はTable 5の通りである。

感じがいい・口調がいいでは差がみられないが、他の項目では「ステーション」が高い賛成度を得ており、「7時」「トゥディ」間にはほとんど差がみられない。個性的・コメントがおもしろいでは、「ステーション」が平均4.4と特に高い評価を得ている。

### ③キャスター・アナウンサーのあり方に関する印象

キャスター・アナウンサーが番組でどのニュースを取り上げるか・どのように紹介するか・コメントにどれくらい意見を反映させているかについて、実際のところはわからない。ただ、今まで単にニュース原稿を読みあげる人という位置づけが中心であったと思われるのに対して、最近は、その枠を越える位置づけがなされてきているようである。そこで、番組を通して、視聴者はキャスター・アナウンサーの位置づけをどのようなものとして受け取っているのかをたずねた。結果は、Table 6の通りである。

「7時」「トゥディ」では、キャスター・アナウンサーの意見がニュースに反映されていないととらえているのに対して、「ステーション」では、キャスター・アナウンサーは自分の意見を反映させているという印象を持っているようである。前者の2番組はニュース原稿の〈読みあげ手〉としてのイメージを持っているのに対して、後者では〈語り手〉としてのイメージを持っていると言えよう。

### (3)まとめ

大学生の視聴状況としては、時間的に帰宅していない「7時」はともかく、帰宅していても「トゥディ」よりも「ステーション」の方が好まれるようである。その理由を印象評定から推測すれば、「ステーション」のニュースの分かりやすさ・豊富さ・おもしろさ・人間くささや、キャスターの個性やコメントのおもしろさが大きな役割

を果たしているようである。限られた時間内にできるだけ豊富なニュースを分かりやすく伝えるというのはテレビニュース開始当時から考慮されてきた点であると思われるが、ニュースにおもしろさや人間くささを感じたり、キャスターの個性を重視するのは最近の傾向であろう。こうした傾向については、既に1978年のNHK放送意向調査を分析したテレビ報道研究会(1980)により、30歳以下の若年層ではニュース編集の要件として、「ニュースをおもしろくするために工夫すること」「ニュースの経験が豊かな人が自分のことばで話しかけてくれること」などが期待されていると分析されている。このうちおもしろさについては、1989年のNHKの世論調査レポート(藤原・齊藤)で、全国16歳以上の約2500人の内、62%の人がテレビニュースをみていておもしろいと感じことがあると答えている。これを20歳代だけに限ると男女ともほぼ70%と最も高い。現在の若年層のテレビニュース視聴を検討するとき、おもしろさやさらには人間くささ・個性重視の傾向への注目は欠かせないであろう。

しかし同時に、今回の印象評定においては、「ステーション」を視聴しつつも「7時」や「トゥディ」のニュースの方が信頼できると評定しており、大学生がおもしろさ・人間くささ・個性とは異なる次元として、ニュースへの信頼をとらえていることも示唆された。大学生のニュース視聴の目的は、必ずしも〈真の〉情報をえることではないのかも知れない。

## II. ニュースの談話分析

I部において、3番組の視聴状況の違い・印象の違いが明かとなり、また、今日、特に若年層のニュース視聴を検討する上で、ニュースのおもしろさ・人間くささやキャスターの個性重視という側面からの検討が重要であることが示唆された。ところで、どのような印象形成がなされるのかには、様々な番組内の要因が関係していると思われる。ニュースにおもしろさを感じる傾向やニュースの人格化傾向については、番組内でどのようなニュース項目や特集を取り上げるのか、キャスター・アナウンサーのパーソナリティ面での魅力、など、さまざまな側面が影響を与えているであろう。視覚的な表現法と、登場人物の人格化との関連に関する研究もある(Zettl, 1989)。これらは印象形成上いずれも重要な要因と思われるが、本研究では、テレビニュースの内容分析の新たな方向性を探りたいという立場から、談話の側面に注目して、ニュースのおもしろさや人格化について検討する。つまり、3番組に共通するニュース項目について、その談話分析を行い、3番組の相違点と印象の違いとの関連を検討することを試みる。

Van Dijk (1988)は、新聞ニュースの分析に際し、「ニュース物語は直線的に提示されるのではなく、top-down

Table 4. ニュースについての印象：意見への賛成度の平均値  
(大変賛成する・・5、全然賛成しない・・1)

	7時	トゥディ	ステーション	F 値	有意差
信頼できる	3.81	3.72	3.03	4.26	*
迅速である	3.53	3.56	3.58	0.04	-
詳しい	3.03	3.39	3.92	6.49	**
分かりやすい	3.22	3.42	4.22	8.66	**
豊富である	2.81	3.44	3.97	10.20	**
簡潔である	3.14	3.31	3.33	0.50	-
おもしろい	2.53	2.92	4.03	12.52	**
人間くさい	2.11	2.56	3.64	10.07	**

\* :  $p < .05$ , \*\* :  $p < .01$

Table 5. キャスター・アナウンサーに関する印象：意見への賛成度の平均値  
(大変賛成する・・5、全然賛成しない・・1)

	7時	トゥディ	ステーション	F 値	有意差
感じがいい	3.58	3.42	3.97	2.60	-
口調がいい	3.83	3.44	3.97	2.41	-
ファッショングが素敵だ	2.53	2.69	3.36	6.58	**
個性的だ	2.72	2.86	4.42	14.74	**
コメントがおもしろい	2.33	2.56	4.39	17.75	**

\*\* :  $p < .01$

Table 6. キャスター・アナウンサーの意見が反映されているという意見への賛成度の平均値  
(大変賛成する・・5、全然賛成しない・・1)

	7時	トゥディ	ステーション	F 値	有意差
どのニュースを取り上げるか	2.17	2.67	3.89	15.84	**
どのようにニュースを紹介するか	2.31	2.64	3.81	12.57	**
ニュースにどうコメントするか	2.44	2.56	4.06	14.54	**

\*\* :  $p < .01$

の原則に基づいて構造的に提示される」との考えに基づいて、(新聞)ニューススキーマを提示している。文学作品などの鑑賞と異なり、われわれは、新聞を読む際に1面から順番に読むわけではないし、ましてすべての記事を読むわけでもない。まず、見出しや冒頭部分に目を通して、読むかどうかの〈当たり〉をつけ、自分の興味関心をひくものだけを読むのが通常であろう。ニュースにおいてtop-downの原則に基づいて物語を構造的に提示することは、読み手がなによりもまず最初にそのニューストピックにおける重要な情報を得ることを可能にする。このことはまた、送り手側から言えば、ニュース編集者が重要な情報を落とすことなしに、ニュース物語の最終段落をカットできることになる。他の談話タイプにおけるよりも一層、談話構造が重要な役割を果たすといえる。従来、ニュースの物語構造は、理解の面と関連して検討されてきた(Gunter, 1987のレビュー参照)が、構造のどこが強調されるのかにより読み手に異なる印象を与える可能性がある。前述の3番組の構造面での比較を行い、ニュースのどの部分が強調されているかを検討することが分析の第1の視点である。

第2の視点は、談話スタイルへの注目である。Van Dijkは、新聞ニュースにおける談話スタイル<sup>2)</sup>の一般的制限として、①不特定多数を対象として書かれたものであり、本当の意味での〈you〉がない、②社会的にも認知的にも、広く共有されている知識・信念・規範・価値のかなりの部分を推定しなくてはならない、③非人格的であり、本当の意味での〈I〉が使われない、④話題がどういうカテゴリ(政治か芸能か等)に属するかでスタイルがコントロールされる。⑤公式なものである、⑥締切があり、あまり多くの間違いをいてはいけないということから文法・語彙はルーチン化されている、の6点をあげる。ニュースの人格化という点からいえば、新聞ニュースにおいては記事を書いた人間が表面に出てくることはない。だからこそ、逆に、〈I〉の立場を前面に出す記事としての「社説」や「天声人語」などのコラム欄が存在するといえるかも知れない。さらに、送り手は読み手として特定の誰かではなく不特定多数の人々を想定する。新聞の場合は送り手・受け手共に匿名・不特定多数であり、対話におけるようなく〈I〉—〈you〉という密接な結びつきはほとんどないといえるだろう。ところで、テレビニュースに人間くさを感じたり、キャスターの個性を重視するニュースの人格化傾向は、Van Dijkの制限のうちの①と③、さらには⑤の制限に反しているといえよう。テレビでの伝達は音声によってなされ、キャスター・アナウンサー・特派員・当事者などの人間が姿を見せていることも多く、しかも一つのニュース項目において複数の人間が登場することもめずらしくない。このことは、テレビの中の具体的人間が視聴者に語りかけるという談話

スタイルや、テレビの中の人間同士の対話を視聴者にデモンストレーションとしてみせるというスタイルを可能にする。Esslin(1982)は「テレビは本質的に演劇的なメディアである」と述べているが、明確な役割を持った登場人物間でのやりとりがなされるとき、たとえそれが、ニュース番組であっても、視聴者はそこにドラマ的要素を感じるであろう。そして、このことは、ニュースの人格化に大きな役割を果たすと思われる。3番組の談話スタイルの比較を、登場者間の役割分担と、表現が「原稿読み上げタイプ」か「対話タイプ」か、さらに「対話タイプ」の場合には誰に向けられた発話かという点から行うこととする。

## 方 法

\*分析対象ニュース項目：1988年5月16日—88年7月7日のうち金・土・日を除いた20日間の「7時」・「トゥディ」・「ステーション」をすべてVTRに記録し、この3番組で取り上げられたニュース項目の中で、共通して1分間以上取り上げられているニュース項目を分析対象とした。毎回各番組で8—15ほどのニュース項目を伝えているが、3番組に共通するのは1日平均3項目前後であった。これに、3番組で共通して1分間以上伝えられた項目という条件を加えると、分析対象項目は20日分で43項目であった。なお、録画不良などのため、実際に分析対象とできたのは38項目である。

\*記録の文字化と分析の単位の設定：分析にあたっては、言語表現のすべて(日本語以外の言語については画面に映る日本語訳を採用)と映像の主な内容(画面に何が映っているか)を文字化した。今回分析の対象とするのは、このうち文字化された言語表現である。言語表現の文字化にあたっては、通常の書きことばの表記に習い句読点を施した。以下の分析において「文」とは、この文字化された資料において通常の区切り方により打たれた句点で区切られるまとまりを意味する。したがって、1人の1回の発話の中に複数の文が含まれ得る。分析の単位として、文の他に「命題」を採用することも考えられるが、日常生活において耳から聞いた範囲で意味あるまとまりとしては命題レベルは細かすぎると考え、今回は文を単位として採用する。

2) スタイルは、通常、個人の表現のユニークさや言語使用的美学に関連して言及されるが、社会言語学においては、話し手の社会的特性やその社会文化的状況のマーカーとして定義される。ここでも、後者の立場から注目する。

Table7. カテゴリの定義

<b>MARKER (司会者発言)</b>
進行のきっかけや説明。呼びかけや挨拶。
中継における時や場所の説明。
<b>HEADLINE (見出し)</b>
冒頭の1セントラスで全体の内容を伝える。
<b>LEAD (概略)</b>
はじめの数セントラスで全体の内容を簡潔に伝える。
<b>MAIN EVENT (出来事)</b>
客観的事実を確かなものとして伝える。「…ということです」などの表現でも確実性が高い場合は、これを含める。
<b>SETTING (経緯)</b>
MAIN EVENTにいたる経緯を述べる。時間的にはごく近い過去。
<b>CONSEQUENCE (結果)</b>
周囲への影響など、MAIN EVENTの結果生じた事柄を述べる。 他の報道機関がどう伝えたかを述べるセントラスも含む。まだ起きていないが、近い将来必ず起こることを述べるセントラスも含む。
<b>CIRCUMSTANCE (状況)</b>
MAIN EVENTの理解に必要な状況を伝える。 専門的知識について説明する。
<b>PREVIOUS EVENT (過去)</b>
過去の出来事をMAIN EVENTを説明するために引き合いにだす。
<b>HISTORY (歴史)</b>
MAIN EVENTと時間的にかなり隔たりがあり、直接の因果関係はない事柄を、比較の対象あるいは背景として伝える。
<b>VERBAL REACTION (談話)</b>
関係者・専門家・評論家・一般人など番組担当者以外の談話。 (一人分の談話は、複数のセントラスにわたる場合もひとまとめにして1セントラスと見なした。)
<b>EXPECTATION (見通し)</b>
確定的ではない未来の事柄を述べる。
<b>EVALUATION (評価)</b>
MAIN EVENTに対する評価・意見・解釈。会話の中での相手の意見への同意 (EX、「なるほど」) や、インパクトの中で、自分の意見を示しながら相手に質問をするセントラスを含む。

## 結果と考察

### (1)ニュースの談話構造

Van Dijk (1988) の新聞ニューススキーマを参考にして、まず、テレビニューススキーマを (Fig. 1) を設定した(各カテゴリの定義は Table 7 に示した)。構造化にあたっては、文単位でスキーマに位置づけた。テレビニューススキーマのカテゴリ数は12、内テレビニュースに特有なのは、司会者発言と経緯である。司会者発言につい

ては、新聞記事と異なり、テレビには複数の人間が登場するため、それらの登場人物間の順番調整のため必要となると思われる。経緯については、画面に映し出される映像の説明に用いられることも多く、新聞記事における写真の横の説明文と同様の働きをしているようである。

4 ニュース項目 (610文) について、分析者の1名と仮説を知らない他者1名との間の分類の一一致率は87.0%であり、一致しない部分については話し合いの結果ほぼ一致をみた。新聞ニュースにおけるのと同様、テレビニュ

Table 8. 1 ニュース項目当りのカテゴリ別の文の数  
: ( ) 内は番組内での割合%、< >内は F 値

カテゴリ	7時	トゥディ	ステーション	番組差	項目差
司会者発言	0.5(3.1)	7.8(19.4)	5.3(14.0)	* * <6.24>	- <1.27>
まとめ	見出し	0.7(4.0)	0.8(1.9)	1.0(2.6)	* <3.99>
	概略	1.1(6.6)	1.0(2.5)	0.5(1.4)	- <1.57>
エピソード	経緯	0.8(4.8)	1.2(3.1)	1.2(3.3)	- <0.42>
	出来事	6.4(39.5)	9.3(23.0)	7.1(18.6)	- <1.90>
	結果	1.3(8.2)	2.3(5.8)	2.4(6.3)	- <0.30>
背景	状況	1.2(7.4)	4.6(11.4)	3.8(9.9)	* <3.93>
	過去	0.2(1.5)	1.1(2.7)	1.5(3.9)	- <2.98>
	歴史	0.2(1.0)	1.0(2.5)	1.3(3.4)	- <1.74>
談話		1.1(6.5)	4.1(10.3)	2.6(6.7)	* <3.67>
結論	見通し	1.7(10.5)	2.1(5.2)	1.7(4.4)	- <0.36>
	評価	1.1(6.9)	5.0(12.0)	9.7(25.6)	* * <11.42>
計		16.3(100)	40.2(100)	40.0(100)	

\* : p < .05,      \*\* : p < .01

ースにも談話構造を設定することができるといえよう。Table 8 に番組毎の 1 ニュース項目当りのカテゴリ別の文の数を示した。カテゴリ別に、番組(3)\* ニュース項目(38)で分散分析したところ、番組差がみられたのは、司会者発言・評価(以上 1 % 水準)、および見出し・状況・談話(以上 5 % 水準)であり、ニュース項目により差がみられたのは、結果(1 % 水準)と出来事(5 % 水準)であった。

各番組毎のカテゴリ構成割合の特徴をみると、「7時」では、出来事が全体の 39.5% を占めて圧倒的に多い。経緯・出来事・結果というエピソード全体では 52.5% を占めている。「トゥディ」では出来事(23.0%)に続いて司会者発言(19.4%)が多い。「ステーション」では評価(25.6%)が最も多く、出来事(18.6%)は第 2 位である。

ニュース物語の中心、従来それは、出来事を中心としたエピソード情報であると考えられてきたといってよいであろう。ニュースの対象となる客観的事実が共通している以上、出来事や結果といったエピソード情報にニュース項目間の差はあっても、番組間の差はないのはうな

づける。文の数でみる限り、エピソード部分に番組毎の特色は出しにくいようである。ところが、番組毎のカテゴリ割合を見ると、相対的にみて、ニュース物語の中心が必ずしもエピソード部分ではないことがうかがえる。つまり、エピソード文数は同じでも、その相対的位置づけが番組により異なっていた。まず、「7時」はエピソード中心といってよいであろう。「7時」は他の 2 番組に比べて放送時間が短く(「7時」は 30 分間、「トゥディ」80 分間、「ステーション」85 分間)、このことがニュース 1 項目当りの総文数の少なさにつながっていると思われるが、その場合、エピソード情報を削ることには限度があり、結果として、エピソード情報の占める割合が高くなっているものと思われる。他の 2 番組では、出来事の占める割合が 20% 前後、エピソード全体でも 30% 程度である。特に、「ステーション」では、トップを評価にゆずっている。客観的・公平な立場から事実を報道するという考え方からすれば、主観的色合いの強い評価がエピソード情報を上回るという点は注目に値するであろう。

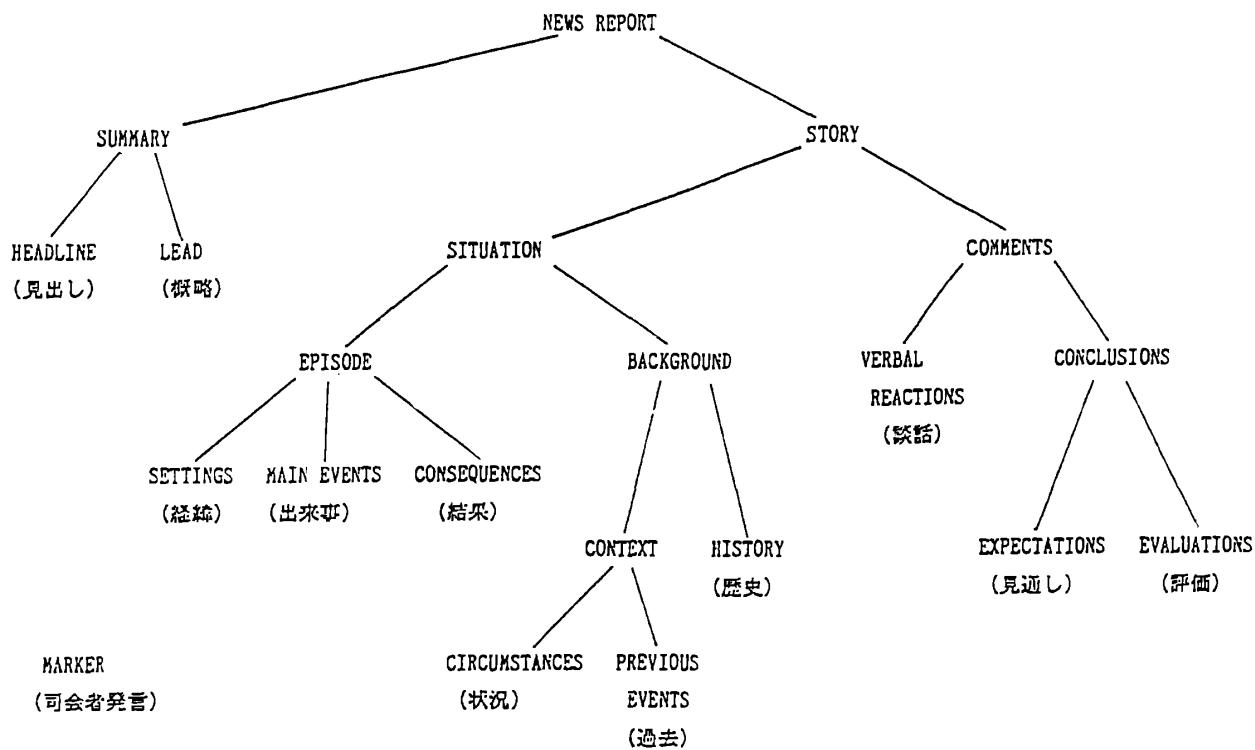


図1. A structure of a TV news schema

Table 9. 1 ニュース項目当たりの登場人物別の文の数  
：（ ）内は番組内での割合 %

登場人物	7時	トウディ	ステーション
メインキャスター	0( 0 )	11.8(29.4)	15.0(39.6)
アナウンサー	11.1(68.2)	7.4(18.4)	8.7(22.9)
記者	4.2(25.8)	8.6(21.3)	6.3(16.7)
リポーター	0( 0 )	7.0(17.4)	5.2(13.7)
関係者	1.0( 6.0 )	5.4(13.4)	2.7(7.1)
計	16.3(100)	40.2(100)	38.0(100)

## (2)ニュースの談話スタイル

## ①登場人物のスキーマ分担

登場人物の役割分担を検討するため、まず、1ニュース項目当たりの登場人物別の文の数をTable 9に、登場人物がスキーマのどの部分を受け持っているのかをTable 10に整理した。Table 10の表中の（ ）は各登場人物内における各カテゴリの文の割合を示し、{ }は総文数にしめる割合を示す。

a) 「7時」における役割分担

「7時」ではメインキャスターは存在せず、ア

ナウンサーと現地にいる特派員・記者（以下、記者と略記）のみが登場する。記者はニュース項目毎に異なっており、全体の68%を占めるアナウンサーを中心にニュースが伝えられるといってよいであろう。見出し・概略などのまとめは100%アナウンサーにより伝えられるのを始め、評価を除く他のカテゴリではすべてアナウンサーの方が高い役割分担率を示している。

b) 「トウディ」「ステーション」における役割分担

Table 10. 登場人物別・カテゴリ別の文数

( ) 内は、その登場人物の総文数にしめる割合 %

( ) 内は、各カテゴリの総文数にしめる割合 %

「7時」

		メインキャスター	アナウンサー	記者	サブキャスター	関係者
司会者発言		0(0) (0)	0.3(3.1) (68.4)	0.2(3.8) (31.6)	0(0) (0)	0(0) (0)
ま と め	見出し	0(0) (0)	0.7(5.9) (100.0)	0(0) (0)	0(0) (0)	0(0) (0)
	概略	0(0) (0)	1.1(9.7) (100.0)	0(0) (0)	0(0) (0)	0(0) (0)
エ ピ ソ 1 ド	経緯	0(0) (0)	0.5(4.7) (66.7)	0.3(8.3) (33.3)	0(0) (0)	0(0) (0)
	出来事	0(0) (0)	5.0(44.7) (77.1)	1.5(35.0) (22.9)	0(0) (0)	0(0) (0)
	結果	0(0) (0)	0.8(7.6) (62.7)	0.5(11.9) (37.3)	0(0) (0)	0(0) (0)
背 景	状況	0(0) (0)	0.8(6.9) (63.0)	0.4(10.6) (37.0)	0(0) (0)	0(0) (0)
	過去	0(0) (0)	0.1(1.2) (55.6)	0.1(2.5) (44.4)	0(0) (0)	0(0) (0)
	歴史	0(0) (0)	0.1(1.2) (83.3)	0(0.6) (16.7)	0(0) (0)	0(0) (0)
談話		0(0) (0)	0.1(0.7) (9.1)	0(0) (0)	0(0) (0)	1.0(100) (90.9)
結 論	見通し	0(0) (0)	1.2(10.6) (69.2)	0.5(12.5) (30.8)	0(0) (0)	0(0) (0)
	評価	0(0) (0)	0.4(3.8) (37.2)	0.7(16.9) (62.8)	0(0) (0)	0(0) (0)

## 「トウディ」

		メインキャスター	アナウンサー	記者	サブキャスター	関係者
司会者発言		5.0(42.1) (63.9)	0.1(1.4) (1.3)	1.4(16.3) (17.9)	1.2(17.3) (15.5)	0.1(1.0) (0.7)
ま と め	見出し	0.6(4.9) (75.9)	0.2(3.2) (31.0)	0(0) (0)	0(0) (0)	0(0) (0)
	概略	0.9(7.6) (89.5)	0(0) (0)	0(0.3) (2.6)	0(0) (0)	0(0.5) (2.6)
エ ビ ソ 1 ド	経緯	0.3(2.7) (25.5)	0.4(6.0) (36.2)	0.1(0.9) (6.4)	0.3(4.5) (25.5)	0.1(1.5) (6.4)
	出来事	1.6(13.6) (17.3)	2.8(38.4) (30.7)	3.1(35.6) (33.0)	1.3(18.0) (13.6)	0.5(9.3) (5.4)
	結果	0.4(3.8) (19.1)	0.8(10.7) (33.7)	0.4(4.3) (15.7)	0.7(10.5) (31.5)	0(0) (0)
背 景	状況	0.8(6.5) (16.7)	1.4(19.6) (31.6)	1.2(14.1) (26.4)	1.0(13.9) (21.3)	0.2(3.4) (4.0)
	過去	0.3(2.2) (24.4)	0.3(3.9) (26.8)	0.1(1.5) (12.2)	0.3(4.9) (31.7)	0.1(10.0) (4.9)
	歴史	0.3(2.2) (26.3)	0.5(7.1) (52.6)	0.1(0.9) (7.9)	0.1(1.9) (13.2)	0(0) (0)
談話		0(0) (0)	0(0) (0)	0(0) (0)	0(0) (0)	4.1(76.6) (100.0)
結 論	見通し	0.4(3.3) (19.0)	0.2(3.2) (11.4)	0.6(6.7) (27.8)	0.8(10.9) (36.7)	0.1(2.0) (5.1)
	評価	1.3(11.1) (26.5)	0.5(6.4) (9.5)	1.7(19.3) (33.3)	1.3(18.0) (25.4)	0.3(4.9) (5.3)

## 「ステーション」

		メインキャスター	アナウンサー	記者	サブキャスター	関係者
司会者発言		3.7(24.5) (69.3)	0.3(3.9) (6.4)	1.2(18.7) (22.3)	0.1(2.0) (2.0)	0(0) (0)
ま と め	見出し	0.6(3.9) (57.9)	0.4(4.8) (42.1)	0(0) (0)	0(0) (0)	0(0) (0)
	概略	0.4(2.5) (70.7)	0.2(1.8) (30.0)	0(0) (0)	0(0) (0)	0(0) (0)
エ ビ ソ 1 ド	経緯	0.4(2.8) (34.0)	0.4(5.2) (36.2)	0.3(4.1) (21.3)	0.1(1.5) (6.4)	0.03(1.0) (2.1)
	出来事	1.6(10.9) (23.1)	3.8(43.9) (54.1)	1.2(18.3) (16.4)	0.3(5.1) (3.7)	0.2(6.8) (2.6)
	結果	0.7(4.4) (27.5)	0.4(5.2) (18.7)	0.8(12.4) (33.0)	0.5(9.6) (20.9)	0(0) (0)
背 景	状況	1.8(12.1) (48.3)	0.7(8.5) (19.6)	1.0(15.4) (25.9)	0.2(4.0) (5.6)	0.03(1.0) (0.7)
	過去	0.4(2.5) (25.0)	0.6(7.0) (41.1)	0.3(5.4) (23.2)	0.2(3.0) (10.7)	0(0) (0)
	歴史	0.2(1.4) (16.3)	1.1(12.1) (81.6)	0.03(0.4) (2.0)	0(0) (0)	0(0) (0)
談話		0.2(1.1) (6.2)	0(0) (0)	0(0) (0)	0(0) (0)	2.4(88.3) (93.8)
結 論	見通し	0.7(4.4) (39.7)	0.3(3.9) (20.6)	0.3(5.4) (20.6)	0.3(5.6) (17.5)	0.03(1.0) (1.6)
	評価	4.5(29.8) (46.1)	0.3(3.6) (3.3)	1.3(19.9) (13.0)	3.6(69.2) (37.1)	0.1(1.9) (0.5)

一方、「トゥディ」「ステーション」では最も割合の多いメインキャスター<sup>3)</sup>でもその占める割合は3.4割であり、アナウンサー・記者・メイン以外のキャスター及び解説委員（以下、サブキャスターと略記）・出来事の関係者（以下、関係者と略記）などの多様な人間が登場している。両番組では、メインキャスター以外の登場人物も重要な役割を担っていると思われる。

#### \*メインキャスターの役割

カテゴリ別にみると、両番組におけるメインキャスターの役割としては、見出しや概略を述べることによりニュースの概要を伝え、司会者発言により、他の登場人物間の順番交代を調整しているということがありそうである。特に「トゥディ」の平野においては司会者発言が彼の発話文全体の42.1%とトップを占めており、司会者としての役割が中心であることがわかる。それに対して、「ステーション」の久米においては、状況・評価・見通しの40%以上を分担しており、特に評価については、彼の発話文全体の30%と最も多い。平野と久米とは異なる役割を担っているようである。

#### \*アナウンサーの役割

「トゥディ」ではアナウンサーの文全体の38.4%を、また、「ステーション」でもアナウンサー全体の43.9%を出来事が占めており、両番組とも、アナウンサーは出来事を述べるのが主な役割のようである。この役割分担は、「ステーション」の方が明確なようである。つまり、「ステーション」では、出来事全体の54.1%をアナウンサーが分担しているのに対して、「トゥディ」ではその分担率は30.7%であり、これは記者の33.0%に次ぐものとなっている。

#### \*記者の役割

「トゥディ」において記者は、出来事の33.0%を述べており、また、このカテゴリが記者の発話文全体の38.4%を占めてもいることから、記者においてもアナウンサーと同様、出来事を伝えるのが主な役割と思われる。それに対して、「ステーション」では、出来事は主にアナウンサーにより伝えられ、記者はむしろ出来事の周囲への影響などを伝える結果の部分を伝えるようである。ただ、記者の発話割合が16%と少ないととも合わせると、「トゥディ」と比較してあまり明白な役割を担っていないといえる。

#### \*サブキャスターの役割

その他のキャスターとしては、「トゥディ」では、ニュースの分野別に4人が該当するのに対し、「ステーション」では、解説委員とも言える小

林1人が主に該当し、そもそも人数構成が異なっている。このサブキャスターについては、「ステーション」の方が役割が明確である。つまり、評価全体の37.1%を述べており、これは彼の発話文全体の69.2%を占める。一方、「トゥディ」においてサブキャスターは、司会者発言とまとめ以外のカテゴリにおいてメインキャスターと同様の割合の発話をしている。中でも結果や見通しにおいてメインキャスターよりも高い割合となっているのは、分野別の専門知識を背景にした役割を担っているともいえよう。

両番組の役割分担をまとめると、「トゥディ」では、メインキャスターがニュースの概要を述べるとともに司会者の役割をとり、記者が出来事を伝え、分野別のサブキャスターが結果や今後の見通しを伝える。一方の「ステーション」では、メインキャスターは司会者的役割をとり、アナウンサーが出来事を伝える。評価は、メインキャスターとサブキャスターの二人で行う。両番組においては、登場人物のスキマ受持ち部分が異なるといえるだろう。

また、役割分担の明快さという点では、「ステーション」の方が明快であるといえるだろう。「トゥディ」においては、メインキャスターとサブキャスター、アナウンサーと記者との間に役割の重なりがみられる。

#### ②誰に向けての発話か

登場人物間の役割分担がみられることは、疑似的⟨I⟩や⟨you⟩が存在しうる可能性があるともいえよう。この⟨I⟩—⟨you⟩の関係は、対話状況でより鮮明になると思われる。そこで、3番組のメインキャスター（「7時」ではメインアナウンサーの松平）の文末表現が、原稿読み上げタイプであるのか（文末がです・ます・でした・ました）、対話タイプなのか（疑問形・話りかけの終助詞「……ね」などの使用・「ご覧ください」「…しましょう」などの誘いかけ）を整理した結果（Table 11）、「7時」ではすべて原稿読み上げタイプであるのに対し、「ステーション」では原稿読み上げタイプ<sup>54.5%</sup>・対話タイプ<sup>30.2%</sup>であり、文末の途切れ（「…ですけれども」という表現や倒置表現にみられるように、述語が文末にこない）も14.7%あった。「トゥディ」は各々73.5・23.6・2.9%であり、両者の中間的傾向であった。

3) 「トゥディ」においては、平野をキャスターとは呼ばずアンカーマンとしていたが、ここでは便宜上メインキャスターという呼び方に統一する。

Table 1 1 メインキャスター（アナウンサー）の表現タイプ

	7時	トゥディ	ステーション
読み上げタイプ	323(100)	330(73.5)	312(54.5)
対話タイプ	0(0)	106(23.6)	176(30.8)
途切れ	0(0)	13(2.9)	84(14.7)
合計	323(100)	449(100)	572(100)
対象ニュース項目数	27	30	34

さらに、対話タイプおよび途切れの場合、誰に向かっての発話であるのかを整理すると、「トゥディ」の場合、対話タイプ・途切れの87.4%が他の登場人物に向けて行われ、視聴者に語りかけるのは12.6%、一方、「ステーション」は、それぞれ84.2%・10.0%（その他0.4%、いいよどみ5.8%）であった。いずれにおいても対話タイプ・途切れは8割以上が視聴者に向けてではなく、他の登場人物に向けられている。これを、全体でみると、「トゥディ」では、メインキャスターの発話文全体の23.7%、「ステーション」では38.1%が他の登場人物に向けられていることになる。「7時」を始め、従来の原稿読み上げタイプが、不特定多数とはいえ、視聴者に向けられていたのに対して、両者、特に「ステーション」における登場人物間のやりとりの多さは注目に値するだろう。〈I〉—〈you〉の関係は、視聴者と登場人物との間にではなく、登場人物間で実現され、視聴者はその〈I〉—〈you〉関係をデモンストレーションとしてみていると考えられる。

### III. 印象評定と談話分析との関連

今回の研究では、視聴状況と印象評定の調査から、おもしろさ・人間くささ・個性といった印象が大学生のテレビニュース視聴の比率に関連することを示唆し、ついで、3番組で共通して取り上げられたニュース項目の談話分析を、テレビニューススキーマの設定、および談話スタイル（具体的には、登場者間の役割分担と文末表現）への注目により行った。その結果、印象評定と番組毎の

談話特徴との間に以下のような関連がみられた。

まず「7時」は、出来事の占める割合が高く、これが客観的事実を報道しているという印象につながりニュースの信頼度を高めているのかもしれない。アナウンサーを中心に原稿読み上げタイプの表現がされるという点では、「7時」でのニュースは新聞記事に近いといえよう。一方、「ステーション」の評価の多さが、視聴者に代わってニュースの評価をしてみせてくれているという意味での分かりやすさ、客観的事実のみに終わらないというニュースのおもしろさにつながっていると思われる。「ステーション」は、登場人物間の役割分担が明確であり、メインキャスターは対話タイプの表現により他の登場人物との間でやりとりをすることも多かった。こうした談話スタイルは、ドラマ的要素を感じさせるものといつてもよいであろう。こうしたドラマ的要素に加えて、ある一定の登場人物（ここではメインキャスター）が中心となって評価という主観的色合いの強い情報を伝えるとき、その人間の個性・人格が強く印象づけられるであろう。このことは、語り手の個性をきわだたせるだけにとどまらず、ニュースをおもしろく・人間くさく感じさせるという方向に作用する可能性は十分考えられる。「トゥディ」は、登場人物が多様であるという点では「ステーション」に似ているが、役割分担は明瞭ではなく、ドラマ的要素は「ステーション」に比べると少ない。この点が印象の不明瞭さにつながっていると思われる。

テレビニュースについては、その社会的影響力が認められているにもかかわらず（Robinson & Levy, 1980）、

内容分析の方法としては、どのような項目をどのくらいの時間、どのような順序で取り上げたかという側面を中心とした検討が中心であった（テレビ報道研究会1980；小玉ほか1986；塩崎1986）。塩崎は、「どういうニュースがどれだけ扱われているかが問題なのではなく、どう扱われているかが問題だ」としつつも、「この問題に即座に答えることは難しい。『どう扱われているか』を分析するには、特定の視点を定め、新たな分析方法を開発する必要があろう。」と述べている（1986、P49）。今回、視聴状況と談話特徴との間に一定の関連が見いだせたことから、テレビニュース研究においてニュースの『扱われ方』を語り方の側面から分析することの有効性を示唆できたといえよう。特に、ニュースの人格化・ドラマ化につながると思われる評価の多さや登場人物のやりとりの多さが、大学生のニュース視聴行動に効果を及ぼすという結果は、従来とは異なる視点からの強力効果論の可能性を示すといえるかも知れない。もっとも、語り方が視聴行動を越えてまで効果を及ぼすのかという点については、熟考を要する。視聴の比率の高い「ステーション」のニュースが「7時」に比べて信頼度が低いという結果からは、視聴していることがそのままニュースに対する意見や態度の形成・変容につながらないという可能性も示唆する。ニュース視聴と一口にいうが、大学生は、真実性追求（信頼できるニュースを求める）と娛樂性追求（ニュースに人格化・ドラマ化を求める）とを使い分けているのかも知れない。この意味では、限定効果論が支持されるといえよう。今回の分析はニュースの内容分析に重点をおいたが、語り方が具体的な情報処理過程のどこにどのような効果を与えるのかを検討することにより、強力効果論と限定効果論の対立に統合の方向を見いだすことができるかも知れない。今後の検討課題であろう。なお、相田（1986）の指摘するように、テレビ番組はイコン（映像）と話したことばかりなっており、ニュース番組においても両者の関連性を検討する必要がある。語り方と映像とをいかに関連づけて分析するかも今後の課題である。

### 引用文献

- 相田敏彦 1986 テレビに対する記号学的アプローチ：最近のマス・コミュニケーション研究から NHK放送研究と調査、7月号。NHK放送文化調査研究所
- 朝日新聞 1989、9月7日 夕刊 メディアインサイド：ニュース戦争の明暗分けたイメージ
- Davis, D. K. & Robinson, J. P. 1989 Newsflow and democratic society in an age of electronic media. In G. Comstock (ed.) Public communication and behavior, Vol. 2. Academic Press.
- Esslin, M. 1982 The age of television. Freeman.
- 黒川欣映（訳）1986 テレビ時代 国文社
- 藤原功達・齊藤由美子 1989 世論調査レポート：テレビに対する評価と期待—「テレビの役割」調査の結果から、NHK放送研究と調査、7月号。NHK放送文化調査研究所
- Gunter, B. 1987 Poor reception: Misunderstanding and forgetting broadcast news. Lawrence Erlbaum Associates
- 池田謙一 1986 認知科学選書 9：緊急時の情報処理 東京大学出版会
- 池田謙一 1990 情報と社会的コミュニケーション 大坊郁男・安藤清志・池田謙一（編）社会心理学パースペクティブ3：集団から社会へ 誠信書房
- 関東視聴率調査グループ 1989 春の番組改定とテレビ視聴状況、NHK放送研究と調査。NHK放送文化調査研究所
- 小玉美意子・白水繁彦・竹山昭子・吉田文彦・小田原敏 1986 日米テレビニュース比較研究：「CBS イブニングニュース」「NHK夜7時のニュース」「TBSニュースコープ」1984年。比較テレビニュース研究会
- McCombs, M. & Shaw, D. L. 1972 The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. & Shaw, D. L. 1977 The emergence of American political issues: The agenda setting function of the press. St. Paul, MN: Went Publishing.
- Robinson, J. P. & Levy, M. R. 1986 The main source: Learning from television news. Sage
- 塩崎伊知郎 1986 テレビニュース研究の試み NHK放送研究と調査、8月号。NHK放送文化調査研究所
- 竹下俊郎 1981 マス・メディアの議題設定機能：研究の現状と課題 新聞学評論 30, 203-218
- テレビ報道研究会（編） 1980 テレビニュース研究 日本放送出版協会。
- Van Dijk, T. A. 1988 News as discourse. Lawrence Erlbaum Associates.
- Williams, W. Jr., Shapiro, M. & Cutbirth, C. 1983 The impact of campaign agendas on perceptions of issues in 1980 campaign. *Journalism Quarterly*, 60, 226-231.
- Zettl, H. 1989 The graphication and personification of television news. In Burns, G. & Thompson, R. J. (eds.) Television studies:

Textual analysis. Praeger

〔謝辞〕

本研究は、昭和62年度下期放送文化基金の助成

を受けて行いました。また、資料収集整理にご協力いただいた西本かおる・坂田（高根）理恵両氏に記して感謝致します。

(1990年6月18日受稿, 1991年1月18日掲載決定)