

# デジタル時代の アメリカ公共放送ニュースの行方

～“PBS NewsHour”刷新の取り組みを中心に～

メディア研究部 柴田 厚



NewsHour アンカー  
ジュディ・ウッドラフ氏      グウェン・アイフィル氏

アメリカではメディアのデジタル化、多様化が急速に進み、新興のデジタル企業のニュース参入に伴い、新聞や放送などの既存メディアの影響力低下が言われている。そのうちのひとつで、知識層などに視聴されてきた公共放送PBSの看板ニュース番組『NewsHour』も視聴率が大きく落ちている。その要因として、デジタル対応の遅れ、長尺のレポートやインタビューが多いこと、番組の“エリート臭さ”などが指摘されている。そこでNewsHourを制作するマクニール・レーラー・プロダクションでは、昨年(2013年)9月に番組の刷新を行った。その柱は3つある。全米初の女性2人アンカー制の導入、月～金の平日版に加えて週末版の番組新設、そして、さらなるデジタル発信の充実である。

刷新の具体的内容はどんなものか、そして番組はどのように変わりつつあるのか。現地で行った関係者へのインタビューなどから、コンテンツの高い品質を保ちながら、積極的にデジタル展開を図ることの重要性がみえてきた。この報告では、デジタル時代のニュースのあり方、特に営利を目的としない公共放送のニュースはどうあるべきかについて考える。

## 1. はじめに

～大きく変わるアメリカのニュース・メディア

ここ数年、アメリカのニュース現場は、“新聞/放送の人員削減”、“部数/視聴率の落ち込み”、“ビジネスモデルの崩壊・模索”といったトピックスで語られがちだった。しかし最近、新たに生じる変化を前向きにとらえる動きが出てきている。アメリカの調査機関、Pew Research Centerが発行するアメリカ・ニュースの現状に関する年次報告書『State of the News Media』の最新版(2014年3月発行、以下「SotNM」)冒頭には、こう書かれてい

る。「ニュース業界に活力が戻ってきたようだ。ニュースを変えようというここ数年来の動きは、アメリカ・ジャーナリズムの将来に、一種の“樂觀”と“期待”をもたらしつつある<sup>1)</sup>」。

それはどんなものなのか。SotNMは、「デジタル企業(digital players)のニュースへの本格参入と、それがもたらす様々な影響」をあげている。これまで、ニュース業界のアウトサイダーとみられていた新興のデジタル企業が、“技術的ノウハウ”と“潤沢な資金”を伴ってニュース業界のメインプレイヤーの一角を占めるようになってきているのである。GoogleやYahoo!, Huffington Postなどメジャー企業の活動はよく

知られている。さらに最近では、GIFと呼ばれる短い動画やニュースをリストにして提供し人気上昇中のBuzzFeed、ITやソーシャルメディア関連の情報を多数網羅しアクセスを飛躍的に伸ばしているMashableなどの新興メディアが、ピューリッツァー賞受賞記者や大手新聞出身のスター記者などを含む100人規模の本格ジャーナリスト集団を抱えるまでになっている。彼らは、得意のテクノロジーを駆使した「情報収集能力とプレゼンテーション能力」で多くのユーザーを惹きつけてきたことに加え、最近では自前の記者が取材した「独自コンテンツ」でも勝負するようになっているのである。

ニュースに参入するデジタル企業の特徴に、豊富な資金力がある。本業のデジタル部門で稼いだ収入を、ニュースに投入する動きである。自社内にニュースセクションを新設するケースもあれば、新たに別会社を作る場合もある。さらには、既存のニュース企業に資金を投入したり、買収したりするケースもある。最近よく知られているものとして、名門紙Washington Postを、個人の資金を使って2億5,000万ドル(約250億円)で買い取ったAmazonのジェフ・ベゾスCEOの例がある。そこにはフィランソロピー(社会貢献)的な意味合いもあるが、ベゾス氏や新興デジタル企業には、「ニュースの需要は永遠になくなるらない」というビジネス面での確信もあったはずである。ニュースコンテンツに対する再評価、データ・ジャーナリズムなどデジタル技術による新たな付加価値づけ、さらに、デジタル企業が職を失った多くのジャーナリストたちの受け皿にもなっていることなどが総合されて、近年のニュース業界の明るい見通しにつながっている。

一方、新たなデジタル・プレーヤーの参入は、

ニュースの送り手だけでなく、受け手側にも変化をもたらしている。そのひとつが、ニュースへの「参加」である。TwitterなどのSNSに代表されるように、今や事件・事故の一報は一般ユーザーからもたらされることも多い。さらにモバイル端末カメラの進歩で、ユーザーが撮ったニュースバリューの高い動画や写真が、瞬時にして世界を駆け巡りシェアされる。これまで受け手オンリーだったユーザー(視聴者、読者)が、新たな送り手としてニュースの世界で機能し始めている。

もちろん、情報の信頼性や権利保護などの面で問題が生じることはある。しかし、誤解を恐れずに言えば、ニュースの伝え方、あるいは送り手と受け手の関係が固定されていたかつての時代に比べて、デジタルの力を使い、様々なメディアとユーザーが相入り乱れて百花繚乱、試行錯誤を繰り返す“激変するニュース時代”の今ほど、刺激的な時代はないのではないだろうか。

そうした中で、新聞や放送など“オールドメディア”、“レガシーメディア”とも呼ばれる既存のニュースメディアはどうしているか。もちろん彼らも、生き残りをかけて、記事・番組の充実と様々なデジタル展開の試みを行っている。その中に、アメリカ公共放送PBSの看板番組で、アメリカを代表するニュース番組のひとつでもある『PBS NewsHour』がある。

NewsHourは40年の歴史を持ち、ひとつひとつのニュース項目に時間をかけた作りで、ワシントンDCを中心とした知識層に影響力を保ってきた。しかし、ニュース番組の多様化、デジタル化の流れの中でここ数年は視聴率が大きく低下している。2005年には一日の視聴

者が250万だったものが、2013年には半分の130万以下にまで減ったとする数字もある<sup>2)</sup>。そこでPBSと、番組を実際に制作するマクニール・レーラー・プロダクション (MacNeil/Lehrer Productions, 以下「MLP」) では昨年(2013年)9月、番組を刷新した。その取り組みは、デジタル時代のニュースのあり方、視聴者が要求するものと取材者が提供するものとの折り合いをどうつけるかという問題、さらに、メディアが多様化する中で営利を目的としない公共放送のニュースはどうあるべきかなど、いくつかの重要な論点を含んでいる。この報告では、NewsHourの番組刷新の内容を紹介するとともに、現地で行った関係者へのインタビューを交えながら、デジタル時代のニュースのあり方、特に公共放送ニュースの進むべき方向性について考える。

構成は、以下のとおりである。

## 1. はじめに

～大きく変わるアメリカのニュース・メディア

## 2. PBS NewsHour

### 2-1. NewsHourとは

### 2-2. マクニール・レーラー・プロダクション

## 3. 刷新の背景～なぜ視聴者が離れるのか

## 4. 刷新の内容～何を変えたのか

### 4-1. 初の女性2人アンカー制

### 4-2. 週末版の新設

### 4-3. デジタル展開の充実

## 5. おわりに

～アメリカの公共放送ニュースが守るもの

## 2. PBS NewsHour

### 2-1. NewsHourとは

NewsHourは、ウォーターゲート事件報道をきっかけに、前身となる30分番組が1975年に始まった。中心となったのは、ロバート・マクニール (Robert MacNeil, 1931年生まれ) 氏とジム・レーラー (Jim Lehrer, 1934年生まれ) 氏の2人のジャーナリストである。83年にはより広範なニュースをカバーするため、全米初の1時間のニュース番組に拡大された。2人がアンカーを務める番組は長く『MacNeil/Lehrer NewsHour』の名称で放送されてきたが、95年にマクニール氏が引退し、2011年にレーラー氏も一線を退いてからは、現在のPBS NewsHourとなっている。



マクニール氏 (左) とレーラー氏 (番組HPより)

放送は月曜から金曜までの平日のみで、PBSはコマーシャルがないため実質的には約55分の長尺番組である。基本的なフォーマットは、最初に5分程度のフラッシュニュースがあり、そのあといくつかの重要項目をVTRリポートやゲストへのインタビューで掘り下げて伝える。平均すると、1項目に5～7分をかけ、長いものでは10分に及ぶこともある(ネタによってはもちろん短いものもある)。3大ネットワークのイブニングニュースは30分(実質は約23分)の中で

多くを伝えなくてはならないためVTRリポートも1分半～2分とコンパクトなのに比べると、NewsHourは問題を多角的に伝えようとしている。

取材対象は政治や経済、国際、社会、科学、環境、医療、教育、文化、芸術など多岐にわたるが、芸能情報やゴシップは扱わない。特に、連邦議会やホワイトハウスを中心とした政治ニュースや国際ニュースに手厚い。

特徴的なのがゲストインタビューで、ワシントンDC発という地の利を生かしてニュースの「時の人」をスタジオに招いたり、あるいは中継でつないで、ニュースの核心や背景を問う長尺のインタビューを行う。意見が対立する問題では、両サイドの当事者を招いて話を聞く。事件・事故などの報道を中継を多用して伝える「ライブ重視」の商業局のニュース作りに対して、NewsHourは「解説・討論重視」のニュースと言えるかもしれない。

その一例として、2011年3月の東日本大震災とそれに伴う原発事故の報道では、商業局のABCニュースなどは最大時50人のスタッフを日本に派遣し、各地の被災や原発の状況を中継を含めてつぶさに伝えることに力を入れた。これに対してPBSは、現地からのVTRリポートを放送する一方で、地震や津波、原発、エネルギー、環境、経済などの専門家をスタジオに招き、震災と原発事故の影響について多角的な解説を試みた。震災後5日間で行った関連インタビュー（解説）はのべ15にのぼった<sup>3)</sup>。NewsHourでは客観的で公正な報道を重視しており、番組は総体として落ち着いたトーンで進行する。

表1は、実際の番組フォーマットの一例である。

表1 2013年9月9日(月曜)の番組内容

	内容	演出	時間
1.	オープニング(項目紹介ほか)		2分/2分
2.	緊迫するシリア情勢・各国の動きまとめ	【VTR】	4分/6分
3.	オバマ大統領 独占インタビュー	【VTR】	10分/16分
4.	シリア・アサド大統領 独占インタビュー抜粋 インタビューしたジャーナリスト解説 ※	【VTR】 【中継出演】	6分/22分
5.	駐米ロシア大使インタビュー	【中継出演】	8分/30分
6.	シリアへの軍事介入に対する世論は？ 専門家インタビュー(2人)	【スタジオ】	7分/37分
7.	そのほかのニュース		3分/40分
8.	プリンストン大 入試改革の試み	【VTRリポ】	9分/49分
9.	コロラド州の統規制論議インタビュー	【中継出演】	5分/54分
10.	予告・エンディング		1分/55分

(この日はシリアにアメリカなどが軍事介入するかどうかの緊張が高まり、シリア関連ニュースだけで35分を費やした。※は、アサド大統領の独占インタビューに成功したPBSの別番組のアンカー、チャーリー・ローズ氏が、その一部を紹介するとともにインタビュー時の状況を語ったもの)

## 2-2. マクニール・レーラー・プロダクション

NewsHourを放送しているPBSと、番組を制作しているMLP(マクニール・レーラー・プロダクション)について触れる。

ワシントンDCに隣接したバージニア州にあるPBS(Public Broadcasting Service)は全米各州に350余りある公共テレビ局をまとめる組織で、1969年に設立された。公共テレビは非営利の教育放送がその母体で、主な番組には、子供向け番組や自然、科学、芸術を扱ったもの、ドキュメンタリーなどがある。PBSは番組の調達・配信を行うが、実際の番組制作は行わない。

一方、全米各地にある公共テレビ局は、PBSから番組の配信を受け、自局でも地域向け番組を作る。また、ニューヨークやボストンなど大都市部にある公共テレビ局では、全国向け番組も制作している。代表的なものとして、ボストンのWGBHが作る硬派の社会派ドキュメンタリー『FRONTLINE』や、ニューヨークのWNET制作の科学番組『NOVA』、自然番組の『NATURE』などがある。そして

『NewsHour』は、ワシントンDCの公共テレビ局WETAとMLPが共同で制作するPBS唯一のデイリー・ニュース番組である。

MLPは1981年に、前述のマクニール氏とレーラー氏を中心になって設立した独立プロダクションである。共同制作と言ってもWETA側にはニューススタッフはおらず、技術スタッフやスタジオを提供し、MLP側が実際の取材・制作を担当する。編集権と著作権は両者にあるが、実質的な番組内容はMLPが決めている。

MLPのオフィスは、川をはさんでWETAのビルの反対側にある。予算の厳しい公共放送の常か、2階建ての地味な建物で、築30年以上は経っているとのことだった。ここにニュースルームや各種スタジオ、番組送出のための副調整室などがそろっている。案内してくれた広報の女性は、「番組に出演した歴代大統領や各国の要人も、みんなこの古びた玄関を通してスタジオに入ったんですよ」と言って笑った。



MLPが入る建物

現在のスタッフは108人、エグゼクティブ・プロデューサーを筆頭に、ディレクターやリサーチャーなどの制作スタッフのほか、コレスポンデントと呼ばれる記者や番組に出演するアンカー陣など、放送に直接関わる人員が約3分の2を占めている。そのほか、予算獲得のための渉外や広報、経理などの管理部門がある。



MLPのニュースルーム

また、若いスタッフを中心に10人ほどがコンテンツのデジタル展開に専門に携わっている。

NewsHourの年間予算は約2,800万ドル(約28億円、2012年度)<sup>4)</sup>。個人や企業からの寄付金や協賛金と、CPB(Corporation for Public Broadcasting, 公共放送協会)を通じて政府から交付される助成金が主な収入だが、近年は大口の企業協賛金が減り、厳しい財政事情が続いている。2013年6月には、サンフランシスコとデンバーに残っていた事務所を閉鎖するとともに、この20年で最も多い10人余りのスタッフを解雇した。NewsHourを含め、PBSは常に予算の獲得に悩まされてきたが、2008年のリーマン・ショックやデジタルの普及などを経て、公共放送を取り巻く様々な課題が急速に顕在化している面もある。

### 3. 刷新の背景

～なぜ視聴者が離れるのか

NewsHourはその独自性で高い評価を受けてきたが、90年代以降、ケーブルテレビや衛星放送が普及し、さらにデジタルの登場でメディアの選択肢が増えるにつれて、番組のあり方に対して批判が集まり、視聴者離れを招くようになった。メディアの報道や現地取材<sup>5)</sup>で指

摘された要因をいくつかあげるが、これらの中にはほかの既存のテレビニュースに当てはまるものも多い。メディア多様化の中で、オールドメディアとも言われる“地上テレビ放送のニュース番組”に対する不満や批判が、NewsHourに象徴的に表れているとみることもできる。

### ○デジタル対応の遅れ

2012年5月に、NewsHourの有力な支援者であるゲイツ財団(元マイクロソフトCEOのビル・ゲイツ夫妻が設立)がMLPに番組の改善を提案する報告書を提出した。内容は非公開だが、New York Timesなどによると、番組の“近代化(modernizing)”を強く求めたものだった<sup>6)</sup>。NewsHourの番組作りの“保守性・古さ”はかねてから指摘されていたが、ニュース項目の選定はともかく、取材手法やニュースをより魅力的に見せるための演出、視聴者への提供の仕方に、デジタルの導入を積極的に行うべきだとしている。

### ○長いレポート

平均でも5分を超えるレポートやインタビューは、ネット上で細かくセグメント化された情報やコンテンツが簡単に入手できる時代に合っていないという批判もある。特に若者には、長すぎるものは最初からアクセスを拒否されてしまう。しかし、一概に短くすればよいというものではなく、テーマに合わせた適切な長さのレポートやインタビューが行われ、全体としてメリハリのある番組になるというのが理想だが、これは日米を問わず、ニュース制作者共通の悩みと言える。特に、“in-depth reporting(深く掘り下げた取材報告)”を売りものにするNewsHourにとっては、レポートが長くなるのは避けられな

い面もある。

### ○エリート臭さ・堅苦しき

NewsHourについて語られる時に聞く言葉に“Washington-centric”がある。ワシントン中心主義、といったような意味だが、連邦議会での議論やホワイトハウス関連のニュースを手厚く扱ったり、ゲストに政治家やシンクタンクの識者、ジャーナリストなどが招かれることが多いことから、ワシントンのインサイダー(内輪)でニュースを作っているという批判である。また、番組全体が堅苦しく、“遊び”や“笑い”の要素が少ないという指摘もある。

### ○賛否が分かれる問題の扱い

ニュースの公正さを保とうとするNewsHourの姿勢は、左右どちらの陣営からも攻撃されやすい。アメリカの公共放送(テレビのPBSとラジオのNPR=National Public Radio)は、政府から助成金を受け取っているため、特に共和党議員やその支持者から、放送局としての独立性を保つのであれば政府からのお金は受け取るべきではないと、常に攻撃の対象となっている。

また、最近ではイデオロギー色を鮮明にするメディア(保守のFOXニュース、リベラルのMSNBCニュース~ともにケーブルテレビ局~など)が高視聴率をとる中で、それをしないNewsHourの姿勢に“物足りなさ”を感じる視聴者がいることも確かである。

### ○夕方6時からのオンエア

PBSから配信されるNewsHourは各州の放送局の判断で放送時間が決められるが、お膝元のワシントンDCでは、WETAで夕方6時か



らオンエアされている。現地で話を聞いた人の多くが「仕事中心か帰宅途中で、見たくても見られない」と答えた。いかに内容が優れていても、生活習慣に合わず、決まった時間にしか放送されないテレビニュースは、タイムシフト視聴する人が増えているデジタル時代にあってハンディを抱えている。

## 4. 刷新の内容 ～何を変えたのか

こうした様々な指摘がある中で、MLPは昨年9月にどのような刷新を行ったのであろうか。現地で行ったインタビューをもとにみていく。

### 4-1. 初の女性2人アンカー制

NewsHourは2013年9月9日、月曜の放送から、ジュディ・ウッドラフ (Judy Woodruff) 氏と、グウェン・アイフィル (Gwen Ifill) 氏の女性2人による固定アンカー制となった(68ページ冒頭写真〈番組HPより〉)。なお、当日の放送内容は71ページの表1を参照)。それまでは数人の男女アンカーによるローテーション制だった。PBSの謳い文句は“全米初の女性2人によるニュース番組”だが、NewsHourの最高責任者、エグゼクティブ・プロデューサー (EP) のリンダ・ウィンズロウ (Linda Winslow) 氏は、「最善の選択をした結果が女性2人になったのであり、最初からそれが目的だったわけではない」と語った<sup>7)</sup>。

ウィンズロウ氏は69歳、1975年の番組開始時からの生え抜きで、途中の数除いて、マクニール、レーラー両氏とともにNewsHour制作の中核を担ってきた。2005年からはEPを務めている。

ウィンズロウ氏は、ここ数年は様々な局面で



EPのL.ウィンズロウ氏

番組が“過渡期”にあり、それに不況が重なってNewsHourにとって特に厳しい時期だったと明らかにした。番組制作に携わる重要な人材の入れ替わり、変化するニュース需要とニュースの作り方、さらに急速なデジタル化などである。

95年にマクニール氏が引退してから、番組名は『NewsHour with Jim Lehrer』となり、レーラー氏がアンカー兼エグゼクティブ・エディターを務め、NewsHourの顔として番組を引っ張った。しかし、高齢になったためレーラー氏が2011年にアンカーを降りた時、新たな番組の顔となる人がいなかった。このため、NewsHourのベテランジャーナリスト5人がローテーションで、毎日2人ずつアンカーを担当するという方法がとられた。5人は、ウッドラフ氏、アイフィル氏に加えて、ジェフリー・ブラウン (Jeffrey Brown) 氏、マーガレット・ウォーナー (Margaret Warner) 氏、レイ・シュワレッツ (Ray Suarez) 氏である。

4大ネットワークなど商業放送のニュース番組はアンカーの強い個性を前面に打ち出すが、PBSは放送内容そのものを重視する。しかし、このローテーション制はうまくいかず、視聴者の混乱を招いて、視聴率低下の一因となった。ウィンズロウEPは、「いくらレポートの内容が良くても、やはり番組を引っ張る強力なパーソナリティが必要だと分かったのです」と話した。そして、2012年の大統領選挙特番で、息の合った番組の仕切りを見せたウッドラフ氏とアイフィル氏の2人が、固定アンカーに選ばれ

た。2人には、編集責任を担うマネージング・エディターの肩書も与えられた。

ウッドラフ氏は67歳、NBCのホワイトハウス担当やCNNのアンカーを経てMLPに入った。女性テレビ記者のパイオニアの一人で、これまで30年以上にわたって国内政治を専門に取材してきた。繊細さを保ちながらも、一本筋の通ったインタビューやリポートに定評がある。一方のアイフィル氏は58歳、Washington Post, New York Times, NBCなどで議会やホワイトハウスを担当した後、1999年にMLPに入った。NewsHourのほかにも、毎週金曜放送の『Washington Week』の司会を担当している。物おじしない堂々としたインタビューは安定感がある。

番組刷新に伴いスタジオのレイアウトも変更された。これまでは2人アンカー制でも画面に登場するのは1人のショットのみで、2人が会話をかわしたりすることはなかった。しかし、新しいセットでは2人横並びのデスクに変わり、短かけ合いも行い、番組の雰囲気が柔らかくなった。

取り上げるニュースの項目など、重要事項は常にウィンズロウ、ウッドラフ、アイフィルの「トライアングル体制」で決定される。これまでは番組創始者のマクニール、レーラー両氏の発言力が強く、マクニール氏引退後は、エグゼクティブ・エディターのレーラー氏の意向を無視しては物事が進みにくかった。しかし、今は違うようである。現在の女性トップ3人による意思決定過程をウィンズロウEPは「個性が強い3人の価値観がぶつかり合い、“創造的緊張感 (creative tension)”を生む。それが、番組に活力を与えている」と話す。そして、NewsHourの本質的な役割については、“知的で、公平で、深く取

材したりレポートや分析 (intelligent, balanced and in-depth reporting and analysis) を視聴者に届ける<sup>8)</sup>”という点で、3人の意見は一致している。

昨年9月以降、NewsHourを定期的に見てきたが、“過渡期”の揺れは安定しつつあるという印象を受ける。タイプの違う2人のアンカーはそれぞれの役割を果たしつつ、お互いを尊重し、息も合っている。ウィンズロウEPは、番組になれなれしきやお愛想笑いは不要だが、視聴者に親しみを持たれることは重要だと述べ、9月以降、視聴率は徐々に回復しているとしている。長いジャーナリスト経験に裏打ちされた女性2人のこのコンビは長続きするのではないかと、画面からは感じられる。

## 4-2. 週末版の新設

番組刷新のもうひとつの大きな柱は、土日版『NewsHour Weekend』の新設である。女性2人アンカーのデビューに合わせて、2013年9月7日の土曜から放送が始まった(表2)。

これまで土日のニュースがなかったこと自体が不思議だと思われるかもしれないが、NewsHourの本質的役割がbreaking news(突発の事件・事故のニュース)に対応するものではないことや、制作に手間暇がかかるリポートやインタビューが中心という番組の性格上、週末の放送はそれほど重視されていなかった。しかし、CNNの登場に代表されるように、世界のどこで起きたニュースも24時間体制で伝えられるようになると、商業テレビ局が毎日のニュースにしのぎを削る中、NewsHourだけがその外にいるわけにいかなくなった。現に、金曜の夜や土日に大きなニュースが発生すると、それを月曜に初めて伝えるNewsHourはやや間が抜



けて見えることもあった。金曜に発生した東日本大震災や、2011年5月の週末に明らかになった、米軍によるオサマ・ビンラディン殺害のニュースなどがそうである。

また、メディア各社のホームページでニュースや情報にアクセスする人が飛躍的に増える中で、NewsHourのウェブサイトが金曜の内容のまま更新されずに月曜を迎えるということも避けなくてはならなかった。

ウインズロウEPによると、週末版を新しく作る話はPBSで長い間検討が続けられ、当初はMLPに制作の打診があったそうである。しかし、MLPは人員的にも予算的にも週末版を担う余裕はなかった。そこで白羽の矢が立ったのがニューヨークの公共テレビ局、WNETだった。WNETはPBSの中で有数の大きな局で多くのスタッフを抱え、様々な番組を制作している。

WNETはマンハッタン島のミッドタウンの高層ビルの中にある。14階のオフィスで、エグゼクティブ・プロデューサーのマーク・ローゼンワッサー (Marc Rosenwasser) 氏とアンカーのハリ・スリーニヴァサン (Hari Sreenivasan) 氏に話を聞いた。

ローゼンワッサー EPは、ニューヨーク発の週末版を(ワシントンDC制作の)平日版とは違う切り口で作る“実験の場”にしたいと語った。同時に、これまで信頼を築いてきたNewsHourの冠を使うため、番組としての継続性と変化のバランスをとることも重要だと述べた<sup>9)</sup>。同氏は、NBCなど3大ネットワークのニュースでEPを務めるなど25年余りの商業局での報道番組の経験を経て、公共放送のWNETに移った。

NewsHour Weekendの放送時



EPのM.ローゼンワッサー氏(右)とアンカーのH.スリーニヴァサン氏

間は平日の半分の30分(実質約26分)。オープニング部分は平日と同じだが、初めての試みとして、2分間の各局ローカルニュースを入れられる枠を設けている。また、30分という時間を考慮して、多くの項目に均等に時間を割くのではなく、今日のイチオシとも言える「Signature Segment(署名入りリポート)」のコーナーに6~7分を充てている。

Weekendの制作スタッフは約25人。それまでPBSで放送していたWNET制作の『Need to Know』という週1回のマガジン形式の報道番組が打ち切れ、番組EPだったローゼンワッサー氏を含め、スタッフの多くが週末版に移った。さらに新規のスタッフも採用した。MLPに比べて番組スタッフは若く、平均年齢は40歳以下とのことである。

ローゼンワッサー EPは、週末版スタッフの

表2 2013年9月7日(土曜)の番組内容

	内容	演出	時間
1.	オープニング		1分半/1分半
2.	シリア最新情勢まとめ	【VTR】	2分/3分半
3.	シリア難民の困窮	【VTRリポ】	4分半/8分
4.	アラブ諸国の反応 現地から記者解説	【中継】	5分/13分
5.	そのほかのニュース		2分半/15分半
6.	【Signature Segment】 イスラエルで大規模天然ガス田発見～期待と余波	【VTRリポ】	7分半/23分
7.	マリファナ合法化をめぐる議論	【VTR】	2分/25分
8.	予告・エンディング		1分/26分

特徴を、“versatile(多目的, 多才)”と表現した。一人で撮影, 取材, 編集などいくつもの役割をこなし, デジタルにも詳しい人材が多い。ワシントンDCのMLPがいわばニュースの“専門職集団”で, 「このテーマならあのゲスト」などという風に長年培ってきた人脈でニュース作りをできるベテランの集まりだとすれば, WNETはデジタルテクノロジーを駆使して, 少ない人員とコストで番組を作ることのできる陣容と言える。

レポートやインタビューは4分程度とコンパクトにまとめられている。また“政治の町”ワシントンDCで作られる平日版に対して, ニューヨーク発の週末版は, ビジネス, 文化, ITなどの話題に力を入れている。特に若者の視聴者を意識して, 番組の情報をSNSで積極的に発信したり, 視聴者のコメントにアンカーのスリーニヴァサン氏自らが返信したりしている。同氏は, 週末版開始前はワシントンDCで平日版のレポートやウェブ版の編集を担当しており, デジタル技術やその動向に詳しい。

特徴的なのが, 実際に放送を出すスタジオがWNET内ではなく(もちろん放送用スタジオはある), 地下鉄で2駅離れた文化・芸術の総合施設, リンカーン・センターにあることである。週末版は, 「視聴者に近く, より開かれた場所」から放送を出すことも重視した。実際のオンエアを見るため, 翌日の土曜にそちらを訪ねた。

リンカーン・センターは, 世界有数の劇場やコンサートホール, ジュリアード音楽院などを擁するニューヨークの一大文化拠点で, その一角にWNETのスタジオもある。

アンカーのスリーニヴァサン氏は, 土日は午前中にWNETのオフィスで打ち合わせを済ませた後, 昼過ぎには地下鉄かタクシーでスタジ

オに移動する。放送は夕方5時からである。

スリーニヴァサン氏は40歳。インド出身で, 少年時代をムンバイで過ごした後アメリカに来て, ジャーナリズムの道に進む。ABCやCBSで経歴を積んだのちPBSに入った。両者の違いについて, 「商業局は視聴者向けビジネス(audience business)で, PBSは公共サービス(public service)。両方とも大事だが, CBSでは長くても2分のレポートしかできなかった。PBSでは重要なテーマを7分かけて伝えられ, やりがいがある」と語った。

NewsHour Weekendは, ニュース番組ながら生放送ではなく, 基本的には収録番組である(ワシントンDC発の平日版は生放送)。日本のニュースでもいわゆる“レポートもの”は事前に音声や字幕を入れてパッケージ化するが, Weekendは導入部あいさつ, フラッシュニュース, インタビュー, エンディングなども含めて, 可能なものは全てセグメントごとに事前に収録し, 放送時間に収まるようにWNETで編集した後, オンエアはVTRを送出する。もちろん, ニュースの内容が変わった時のために, 放送時間中はアンカーを含めスタッフはスタジオでスタンバイしている。

筆者が取材に訪れた日(2014/03/01)は, ウクライナ情勢が緊迫しており, ロシア軍の介入



スタジオで待機するスリーニヴァサン氏

が現実のものになる可能性があった。このため、全てのパートの収録は終えたものの、放送時間中にも事態が動くことが予想され、スタッフはそれに備えた。

5時に放送開始。アンカーのスリーニヴァサン氏はモニター画面のオンエアを横目でチェックしながら、手元のパソコンでウクライナ情勢の最新情報を集めている。スタジオには、ステージ・マネージャー（SM）を含めスタッフは3～4人しかいない。モニター画面には、先ほど収録したウクライナ専門家へのインタビューが流れている。スタジオとWNETは数ブロック離れているがファイバーケーブルでつながれ、ローゼンワッサー EPからの指示や映像、コメントなどは全て、アンカーやSMが着けているイヤホンとパソコン、数台のモニターに届き、情報を共有する。

5時20分過ぎ。番組最後の1分で最新のウクライナ情勢を、アンカーの立ちで生コメントに差し替えるという連絡がイヤホンに入った。スタジオ内の動きがあわただしくなり、SMがカメラの位置を変え、スリーニヴァサン氏が立ち位置を決める。カメラに取り付けられたプロンプター（原稿が表示される機械）に、WNETのライターがいま書いたばかりの原稿が表示され、スリーニヴァサン氏が1～2度それを読み、1分に収まるかチェックする。コメント手直しのやり取りをEPと何度か行くと、すでにオンエア直前。SMのキューサインにスリーニヴァサン氏は何事もなかったように滑らかにコメントを読み上げ、「では、おやすみなさい」と番組を締めくくった。

スタジオ内で収録から放送までを見ていて、ニュースが生でないことに釈然としない思いを抱きながらも、限られた予算とスタッフで番組の完成度を高めるためには、こうした方法が最

善なのかもしれないとも思った。さらに、国土が広いアメリカには東から西まで4つの時間帯があり、番組の配信（feed）を受けた各地の放送局の中には、すぐではなく数時間後に放送する局もあるため、厳密な意味での“生放送”へのこだわりは少ないのかもしれない。それを求める人はむしろ、24時間ニュースを放送しているCNNなどを見るであろう。“生”が主戦場でないNewsHourが、それでも生に参入して一定の成果を出さざるを得ない難しさを感じた。

しかし、それとは別に週末版は、NewsHourの質の高さを保ちつつも、スタッフのフットワークは軽く、コンパクトなレポート、デジタル発信や視聴者、特に若者へのアクセスなど、ワシントンDC発では取り組みにくい様々な“実験”を行っている。

#### 4-3. デジタル展開の充実

話をワシントンDCに戻すが、MLPでウィンズロウEPに、若い人に番組を見てもらうためにはどうしたらよいかと尋ねた時の答えが印象的だった。「放送は、いま視聴している中高年層のために続けなければならない。しかし、若者をテレビに呼び込もうとは思わないし、それは現実的ではない。番組の将来は、“オンラインとモバイル”にある」というものだった。

番組刷新の最後の項目としてデジタルの取り組みを取り上げるが、昨年9月をもって突然大きな変化が生じたわけではなく、それ以前から続くNewsHourのデジタル展開全般について触れる。

実はNewsHourを含め、PBSはアメリカの放送界の中でもデジタルへの取り組みが最も早かった組織のひとつである。NewsHourは1996年に番組のウェブサイトを開設している。

それ以来、資金難などで途中で挫折したプロジェクトもあったが、NewsHourではインターネットの可能性に早くから注目し、様々な試みを行ってきた。特にここ2年ほどでNewsHourのサイトは大きく進化し、評価が高まっている。その動きの中心となり、現在、MLPでデジタル部門を統括しているクリエイティブ・ディレクターのトラヴィス・ダウブ (Travis Daub) 氏に話を聞いた<sup>10)</sup>。



クリエイティブ・ディレクター  
T. ダウブ氏

ターのトラヴィス・ダウブ (Travis Daub) 氏に話を聞いた<sup>10)</sup>。

ダウブ氏は38歳。地方新聞で記者として短期間働いた後、外交問題を扱うForeign Policy

誌で10年余りウェブ開発を担当し、5年前にMLPに加わった。デジタル展開を始めとしてNewsHour内の多くのプロジェクトに携わるキーパーソンで、真摯な好青年である。

ダウブ氏たちの仕事は大きく分けて2つある。ひとつは、「放送とオンラインの融合」である。具体的には、放送コンテンツを可能な限り早く、多様な形でデジタルに展開する。今のユーザーは放送後すぐに、見逃したコンテンツやSNSで話題になったコンテンツにネット上でアクセスを試みる。それに応えるために、デジタル専従7人、デジタルと放送兼任8人の体制であたっている。100人余りのMLPスタッフの中で、10人を超えるデジタル要員はかなりの規模である。彼らは、番組を丸ごとウェブ上にアップロードするとともに、セグメントごとにもアクセスできるようにする。それらひとつひとつに魅力的な写真やタイトルをつけ、さらにテキスト版(インタビューやコメントの書き起こし)、オーディオ版(ポッドキャスト)も載せる。ネッ

トでアクセスしたユーザーを落胆させないために、スピードを重視している。また自社サイトに加え、Twitter, YouTube, FacebookなどのNewsHourのページにもアップする。可能な限りのデバイス、アプリでのアクセスに応えるようにしている。NewsHourの番組サイトでは、過去の番組やリポートのアーカイブを、全て無料で見るができる<sup>11)</sup>。

彼らのもうひとつの重要な仕事は、「オンライン独自のコンテンツ開発」である。ダウブ氏はNewsHourの放送コンテンツを“jewel (宝石)”と呼ぶが、それらはオンライン上で必ずしも十分輝いていない場合もあると言う。そのため、デジタルのスタッフが提案した独自テーマを、放送とは別に取材し、ウェブ上でなるべく多く提供しようとしている。成功例のひとつが、急速に広まっている「合成麻薬 (synthetic drugs)」のリポートだった。スタッフ会議では放送で取り上げることは消極的だったため、オンラインの独自ネタとして取材・リポートし、結果的に賞をとり、最後は放送でも取り上げられることになったケースである。近頃はほぼ毎日、オンラインの独自コンテンツを出すようになってい

ダウブ氏は、MLPのスタッフは取材や制作の過程で常に“オンライン展開を考える意識”が強くなっていると語る。放送に出るものはいわばエッセンスで、オンラインでは「放送プラスα」を提供するという考え方が根つき始めている。

その好例が、米軍の地上攻撃機A-10の削減計画をめぐるリポートである。国防総省が経費削減のため、旧式になった近接支援用のA-10を引退させようとしたところ、イラク戦争に従事した軍人から大きな反対の声が上がった。削減すべきは1機数十億円もする最新鋭の戦闘機で、イラクで多くの地上部隊の

兵士を救った安くて頑丈で働きものの旧型機をスクラップすべきではないというものだった。NewsHourでは、この動きを追ったりレポート本編に加えて、放送に出なかったインタビューもオンラインで提供した。これらはSNS上で広く話題となり、最近のNewsHourで最も多くアクセスされたコンテンツのひとつとなった<sup>12)</sup>。

筆者は現地取材を行う前、NewsHourのサイトにもうひとつ物足りなさを感じていた。ニュースの更新がそれほどひんぱんではなく、項目も網羅的ではないと感じていた。しかし、ダウブ氏などの話を聞いて、NewsHourのサイトの役割を改めて認識した。速報が必要であればCNNやAPなどに行けばよく、NewsHourのサイトはニュースをより深く理解したい人のための解説と関連情報を、映像とテキストとオーディオで提供するのが役割である。そうした視点で見ると、ニュースを深掘りしたサイトはかなり見ごたえがある。それに加えて、膨大な量の過去の放送アーカイブの存在は、ほかでは得られないものである。

最近ではトップページを大々的にリニューアルし、表示する項目を絞り込んでビジュアルを重視するなど、世の中のトレンドになったものになっている。スマートフォン用アプリなどにはまだ改善の余地があるが、総体としてNewsHourのデジタル展開は着実に進化している。

## 5. おわりに

～アメリカの公共放送ニュースが守るもの

PBS NewsHourをめぐる、新しいニュース時代に向けた刷新の動きをみてきたが、様々な指摘に対して、改善していることもあれば、あまり変わっていないところもあった。しかし、

現地取材や現地の報道を通じて最も強く感じたことは、NewsHourの放送スタイルや演出方法などへの批判はあったものの、取り上げるニュース項目や内容そのものへの批判はほとんどなかったという点である。特に同業のニュース関係者からは、NewsHourの報道内容は高い評価と信頼を得ている。NBC幹部を経て現在ではコロンビア大学のジャーナリズム大学院で教えているビル・ウィートリー氏は、NewsHourはアメリカのテレビニュースでは“他に類を見ない良質なリポート”を提供している、と述べている<sup>13)</sup>。このほか、「好き嫌いは別にして、NewsHourの報道はほかをもって代え難い」とする声を多く聞いた。言葉を換えれば、NewsHourは「コンテンツの質」において際立っており、それが最大の強みだということではないだろうか。

そして、もうひとつの強みが「無料」であるという点である。最近のアメリカのメディア動向をみていて、ひんぱんに目にする言葉が“pay-wall（有料、課金）”である。ビジネスモデルが変わる中で、いかにコンテンツからお金をとるかが多くのメディアの大きな関心事になっている。しかし、NewsHourには無縁の言葉である。公共放送の財源について諸々の課題はあるが、PBSのコンテンツ提供は全て無料である。

様々な形の有料サービスが次々に現れる中、基本的には“寄付の文化”で成り立つPBSは、アメリカの放送の中で特異な位置に立っている。NewsHourは、良質なコンテンツ制作という従来の価値観を守りつつ、それに最新のデジタルの衣をまとわせることで、今後、多くの視聴者・ユーザーにとって不可欠なメディアであり続けることができるのではないだろうか。

最後に、今後のデジタル時代のニュースのあり方を示唆しているものとして、最近印象に残った3本の記事を短く紹介したい。

一つめは、New York TimesがABC放送の女性アンカー、バーバラ・ウォルターズ氏の引退を報じたもの。84歳のウォルターズ氏は、これまで歴代大統領、各国元首から殺人犯まで数千人に取材し、“インタビューの名手”と呼ばれている。記事では、印象的なエピソードを紹介し、いくつかの動画がリンクされている<sup>14)</sup>。

二つめは、Washington Postが報じたもので、地元の大リーグ球団ワシントン・ナショナルズの監督が、車を運転しながら携帯電話でラジオ番組に出演中、追突事故に巻き込まれたというニュースである(大事には至らなかった)。記事には、その時のラジオ番組の一部がリンクされている<sup>15)</sup>。

三つめは公共ラジオNPRのリポートで、ドローン(drone、無人航空機)を使ってこれまで不可能だった空撮を可能にする新しいジャーナリズムの可能性が期待されているが、航空当局の許可がおりるまで時間がかかりそうだというニュース。実際にドローンで撮影した映像がリンクされている<sup>16)</sup>。

これらに共通しているのは、言葉のみの説明にとどまらず、ユーザー(視聴者、読者)の「実際に見たい、聞きたい」という欲求に、デジタル技術を使って応えているという点である。ここではメディアの違いは問題にならない。新聞がテレビを、新聞がラジオを、ラジオが動画をリンクすることで、ニュースを分かりやすく臨場感をもって伝えるというメディアの機能が、より効果的に発揮されている。

少し前までは、既存メディアにとって、デジタル技術は“脅威”であった。しかし今やそれを

どうニュース報道に取り入れるかが、個々の企業の存続のみならず、ニュース業界そのものの盛衰につながる。そこではデジタルを“好機”ととらえたものが残っていくと、アメリカのメディアをみていて強く感じる。(しばた あつし)

#### 注：

- 1) State of the News Media の URL  
<http://www.journalism.org/2014/03/26/state-of-the-news-media-2014-overview/>
- 2) Baltimore Sun 2013/10/29の記事より  
<http://www.baltimoresun.com/entertainment/tv/z-on-tv-blog/bal-pbs-newshour-huge-audience-loss-20131018,0.7349879.story>
- 3) NHK 放送文化研究所 海外メディア研究グループ「海外のテレビニュース番組は、東日本大震災をどう伝えたのか」『放送研究と調査』2012年3月号
- 4) New York Times 2013/06/13の記事より(PBSは個別の番組ごとの予算を公表していない)  
[http://www.nytimes.com/2013/06/14/business/media/venerable-format-of-newshour-struggles-with-new-era-of-media.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2013/06/14/business/media/venerable-format-of-newshour-struggles-with-new-era-of-media.html?_r=0)
- 5) 公共放送を専門に取材する米 Current 誌で Karen Everhart, Dru Sefton, Andrew Lapin の3記者にインタビュー (2014/02/25)
- 6) 注4に同じ
- 7) ウィンズロウ氏にインタビュー (2014/02/26)
- 8) 注2の Baltimore Sun 記事の NewsHour への批判に対する PBS の回答  
<http://www.pbs.org/newshour/runtdown/is-the-newshour-worth-saving/>
- 9) ローゼンワッサー氏、スリーニヴァサン氏にインタビュー (2014/02/28)
- 10) ダウブ氏にインタビュー (2014/02/26)
- 11) <http://www.pbs.org/newshour/>
- 12) リポートとインタビューは以下の URL  
<http://www.pbs.org/newshour/videos/page/19/#64163>  
<http://www.pbs.org/newshour/videos/page/19/#64136>
- 13) Columbia Journal Review 2013/08/22の記事より  
[http://www.cjr.org/behind\\_the\\_news/newshour\\_at\\_a\\_crossroads.php?page=all](http://www.cjr.org/behind_the_news/newshour_at_a_crossroads.php?page=all)
- 14) New York Times 2014/05/07の記事より  
<http://www.nytimes.com/2014/05/11/arts/television/the-11th-most-fascinating-person-ever.html>
- 15) Washington Post 2014/05/07の記事より  
<http://www.washingtonpost.com/blogs/dc-sports-bog/wp/2014/05/07/matt-williams-rear-ended-in-car-accident-during-radio-interview/>
- 16) NPR 2014/05/05のリポートより  
<http://www.npr.org/blogs/alltechconsidered/2014/05/05/309742245/drone-journalism-cant-fully-take-flight-until-regulators-act>