

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 16 日現在

機関番号：10103

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2013

課題番号：23520657

研究課題名(和文) 海外のメディア情報との比較分析を通じた新たな情報リテラシーと文化間理解力の涵養

研究課題名(英文) Information literacy and intercultural understanding gained by comparative analysis of foreign televised news

研究代表者

KRAUSEONO MARGIT (KRAUSE-ONO, Margit)

室蘭工業大学・工学(系)研究科(研究院)・准教授

研究者番号：70400059

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,600,000円、(間接経費) 780,000円

研究成果の概要(和文)：日・米・英・独・仏のニュース番組が一斉に取り上げた2011年の東日本大震災を巡る報道に関し、文化間コミュニケーション的観点から各番組の報道スタイルをノンバーバルコミュニケーションや時間・空間の扱い方、カメラワーク、ワーディング等をキーワードとして比較分析し、その内容・表現方法にそれぞれの文化の持つコミュニケーションスタイルが強く反映されていることを明らかにした。その結果を基に、学生の情報リテラシー/メディアリテラシーを涵養するためのハンドブックを作成した。

研究成果の概要(英文)：The study compares television reporting in equivalent news programs from Japan, the UK, Germany, France, and the U.S.A. on the Great East Japan Earthquake/Tsunami in 2011. Reporting styles of the news programs are compared and analyzed, mainly from an intercultural communication point of view. Facets studied include the usage of non-verbal communication tools, time and space, camera-work, wording, and others. The study makes clear each report's focus is presented mainly in the communicative style which is rooted in the respective culture of the news program. Based on the found results, a handbook was compiled to help students gain a wider information and media literacy.

研究分野：外国語教育

科研費の分科・細目：異文化コミュニケーション

キーワード：コミュニケーション メディアリテラシー

1. 研究開始当初の背景

欧州委員会(2007年)や文部科学省(2008年)も言及していたように、当時はメディアリテラシーに対する関心が世界的に大きな高まりを見せていた。また吉田(2010年)が触れているように、日本の新入社員に対し、海外の本社からはイントラ・コミュニケーション能力並びに文化間コミュニケーション能力が求められるようになっていた。筆者は、情報発信という点で大きな役割を担っているのが依然としてマスメディアであることを考慮し、学生がそこから発信される情報をその背景も視野に入れつつ批判的視点に立って理解しようと努めることが、その能力を涵養する上で必要不可欠と考えた。

情報リテラシー/メディアリテラシーに関しては、日本を含め数多くの国で研究が行われてきていたが、独・仏で制作された同じ商品のコマーシャル(CM)を比較し、その相違を生み出している両国の文化の影響について言及したリュゼブリンク(2005年)などを除けば、それと文化間コミュニケーションとの関連に言及している研究例は世界的に見ても多くはなかった。

末田(異文化コミュニケーション学会、2009年)によれば、文化間コミュニケーションを前提にしたメディアスタディーは当時の日本では未開拓の分野であった。情報リテラシー/メディアリテラシーと文化間コミュニケーションとの関連は無視しえないにもかかわらず、それに取り組んだ研究例は無いに等しいのが当時の状況だったのである。

2. 研究の目的

本研究の目的は、日・米・英・独・仏5カ国のテレビ放送局において報道されるニュースの内容とその表現方法を比較し、報道対象となった事件・出来事が同じものであるにもかかわらず、その内容及び表現方法が大きく異なっているのは何故かということを経文化間コミュニケーション的観点から分析し、現在益々その重要性を増している学生の情報リテラシー/メディアリテラシーを涵養する方法を提示することである。

3. 研究の方法

情報リテラシー/メディアリテラシーと文化間コミュニケーションとの密接な関連性を示すために、日・米・英・独・仏5カ国において同じ日付のプライムタイムのTV報道番組で等しく取り上げられ、同程度の重要性を有するニュースの比較分析を行うという方針の下、世界的関心を集めた2011年の東日本大震災に関するニュースをその対象とした。

その5カ国のニュースに対し、特にノンバーバルコミュニケーション(ボディーランゲージ、ジェスチャー、ターンテイキング、スピーチメロディー等)や時間・空間の扱い方、カメラワーク、ワーディング、スピーチメロ

ディー等のキーワードを手がかりに比較分析を行った。

4. 研究成果

(1) 東日本大震災を取り上げた各国のニュースの概要

3月11日に放送されたドイツのTagesschauは福島原発に関することを集中的に取り上げていた。報道の中では何度もメルトダウンの可能性に言及していた。悲劇が起きて4日後、焦点は福島原発問題からドイツ国内の原発廃止問題に移動していた。感情をほとんど窺わせないキャスターの表情と最低限のボディーランゲージによって、フォーカスを事実(情報)から動かさないようにして、全てが客観的に見えるよう一定の距離感の維持に努めていた。取り上げられた項目同士の間に関連性を見いだすことは困難であった。またロングショットの映像を頻繁に用いることにより、視聴者との間に見えない仕切りを設けるかのようにある種の距離感を生み出していた。ニュースで使用された映像には感情に訴えるような情緒的なコンテンツは全くと言っていいほど見当たらない。

BBCニュースの場合、当初は突然襲った悲劇にその関心のほとんどが向けられていたものの、4日目にはその対象が福島原発問題に変わっていた(放射能汚染の心配はほとんどないと報道していた)。全体的に見て、BBCニュースには明らかにニュースキャスターと通信員、視聴者間の関係を近づけようという意図(表情の豊かさや、用いる言葉の選択)が観察できる。しかし、3月15日の番組ではそれまでの報道の仕方と異なり、カメラワークは静的でシリアスかつ客観的な雰囲気漂わせるものとなっている。

3月11日に放送されたフランスのTF1のニュース番組では、日本を襲った悲劇(津波)に関するニュースに番組の80%の時間が割かれていた。事件を過去に津波の被害にあった(太平洋沿岸の)国々での出来事と関連付けてリポートしていた。その一方で福島原発問題には一切触れられていない。3月15日のニュースを見ると、日本に関する報道が放送時間の87%を占めている。11日とは異なって、15日のニュースでは日本政府の福島原発問題への対応を非難する姿勢が表に出てくるようになった。メルトダウンに関しては一切触れられていないが、フランスの放射能警告システムの信頼性の高さや原発設備のセキュリティアップに取り組むことが強調されている。キャスターのノンバーバルコミュニケーションは躍動感に溢れ、人間味を感じさせる。服装はフォーマルというよりアトラクティブなものである。スタジオのレイアウトや意識して配置されたテーブルは両極端のものを調和させようとするTF1の姿勢をよく表現している。報道において焦点が当てられていたのは悲劇に関する様々な

情報を視聴者によく伝えるようにすることであって、感情に訴えるような報道は見かけられない。ニュースを観察していると、明らかにキャスターとリポーターそして視聴者との間の関係を近づけようとする意図（表情の豊かさや、用いる言葉の選択）が強く感じられる。

3月11日に放送されたアメリカのABCニュースは、日本を襲った悲劇にほぼ焦点を当てていたが、福島原発でメルトダウンの可能性があることにも触れていた。この日のニュースには被災者に対する同情の雰囲気の色濃く漂っている。それから4日後のABCニュースは日本特集と言えるものだった。ABCのメインキャスターが現地（日本）からリポートするほどの力の入れようだった。その感情に訴えるような報道は、福島に残って働いている原発関係者をヒーローとして描き、生存者にエールを送っていた。福島はチェルノブイリと比較されたが、興味深いことに、強調されたのはアメリカに放射能汚染の心配は無用だということと福島以外の日本の他の地域はほとんど放射能に汚染されていないだろうということであった。他に注目すべき点はニュースキャスターのボディーランゲージである。まるでアナウンサーの向かいに人が一人だけいるかのような話し振りや相手の感情を外に引き出そうとするかのような表情、相手の話に頷いたり、首を振ったり、体（上半身）を前に傾けたりしながらその一言一言に更なるインパクトを与えている。言葉のトーンも、まるで目の前にいる話し相手に語りかけているようである。

3月15日に放送されたNHKニュース7は、3月11日の番組と同じように起きたことすべてをカバーしようとしていたが、番組制作上の確固たる方針が窺われず、クローズアップやミディアムクローズアップされた人々の映像やキャスターによる解説のない映像が延々と流されるだけであった。原発事故の影響や福島（日本全土）の将来については、報道時間が充分あるにもかかわらず、一切テーマとして取り上げられることはなかった。それよりも被災者へのインタビューを重視することで、人々の絆を深めようという意図が感じられた。わかち合うこと（sharing）に焦点が当てられていたと言ってもいいだろう。

（2）各ニュース番組におけるコミュニケーションスタイルの特徴

Tagesschau :

男性キャスターはスーツとネクタイに身を固め、テーブルを前に視線をじっとカメラに向け、感情を交えず、姿勢も崩さず、静かな口調で比較的ゆっくりと語る。感情に訴えるような表現や日常的言い回しは敬遠される。形容詞が少なく、中立的印象を与える新聞記事或いは論文に近い表現を用いる。通信員との会話もなければ、オーバーラップする場面もない。カメラがとらえる対象は物がメ

インで、人物を対象とすることは珍しい。主として採用されるのはミディアムロングショットとロングショットである。クローズアップはほとんど見られない。音声なしの映像を流すことは希である。

BBC :

男性キャスターは視線をカメラから動かさないものの、体は動き、表情豊かである。座ったままということはなく、スタジオ内を移動する。通信員との間にはインターアクションが見られる。そのスピーチメロディーや変化を付けたスピードからは躍動感が感じられる。名詞と共に動詞も多く使用され、抽象的なものより具体的な言葉を選択する傾向にある。アクションを伴ったカメラワークが採用され、ミディアムショットの使用が多い。ロングショットが使用されることはない。またカメラが対象に固定されることはない。音声を付けずに映像を流すこともあるが、それが3秒を超えることはない。

TF1 :

女性キャスターも通信員もその表情は豊かであり、人間に対するようにカメラに向かう。視線の先には視聴者がいる。何かを強調したい時など、それがジェスチャーに現れる。ワーディングは、豊富な語彙と繰り返しを避けた異なった言い回し、形容詞の多さを特徴とする。映像より言葉を重視している印象を受ける。中継の際は、スプリットスクリーンが採用される。スタジオ内のインタビューの場合、スピーチメロディーはより明確となりターンテイクは速い。物が対象となる場合はミディアムショットやロングショットが、インタビューの場合などはミディアムショットとクローズアップの間を行き来する技法が用いられる。

ABC :

女性キャスターの表情からは感情の動きがよく伝わってくる。視線はカメラから離れず、その目は表現力豊かで感情がこもっている。動きはソフトで比較的ゆっくりとしている。直接インタビューを行う時以外、派手なジェスチャーは見られない。シンプルで具体像を浮かべやすい言葉が日常会話のように使用され、視聴者をテレビの前に引きつける。話す速さは比較的ゆっくりとしている。通信員との間にインターアクションが見られ、ファーストネームが使用される。オーバーラップする場面はない。クローズアップとミディアムショットの間の技法が主として用いられる。例外はあるものの、場面展開は2~4秒間隔と非常に速い。重要と考える情報や数字は画面の背景に大書される。テキストより映像が重視される。

NHK :

男性キャスターの目や口元には抑制された感情が窺える。ボディーランゲージやジェスチャーにも感情を抑制している様子が窺われる。テーブルを前にする時は、ジェスチャーはなく上半身の動きも少ない。ターンテ

イキングにおいてオーバーラップは見られない。スピーチメロディーと話す速さは多少慌ただしさを感じさせる。通信員とのインターアクションで見られるのは、ほとんどがヴォイスオーバーである。問いかけに対する応答という形を取る。(ミディアム)クローズアップ技法が主として用いられる。(ミディアム)ロングショットが使用されることは非常に希である。移動撮影される映像は少ない。1ショットの時間が非常に長い。テキストより映像が重視されている。情報量は少ない。繰り返しが多くエモショナルである。

(3) 様々なコミュニケーティブスタイルを理解することの重要性

ヴァツラヴィックが明らかにしたように、我々のコミュニケーションは「What」(内容)と「How」(コミュニケーションの取り方)或いはコミュニケーティブスタイルから成り立っている。コミュニケーティブスタイルはその全ての構成要素が瞬時にはっきりと認識されるのではない。それは、「違う」とか「変だ」、「珍しい」、「面白い」といったような感覚領域において知覚される。日常生活の中で経験される文化スタイルだけが疑問を持たれることなく当然視され、それがノーマルなものつまり規範と化して行き、ある対象に接した時にそのフィルターを通ったものが上記のような反応を生むのである。

(2)と(3)の比較分析の結果が示しているのは、5カ国のニュース番組はその報道の仕方においてそれぞれの国のその時点で主流となっているコミュニケーティブスタイルに見事に対応しているということである。このことは、なぜそれらのニュース番組がそれぞれの国で高い視聴率を獲得しているのかという理由の一端を説明してもくれるだろう。

しかし、それだけではない。これらのニュース番組は、それぞれの国のスタイルを反映しているだけではなく、同時にその再生産に力を貸している。上述したように、「How」はダイレクトにではなく半ば無意識的に受容されるからである。ニュース番組は多種多様なものをその対象とするため、このスタイルは幅広く確実に浸透して行く。そしてこのスタイルは、他文化に関する報道の仕方をも決定づける。それは、今回のケースに当てはめると、例えばTF1やABCのニュースが如実に物語っているように、非常に控えめでストイック等々といった日本人像を描き出したりするのである。自文化のスタイルに囚われ、相手のノンバーバルコミュニケーションにおける感情表現の仕方に関し、その意味が深く追求されることはないからである。それゆえ文化間のコミュニケーティブスタイルの相違を意識的・批判的に読み解く力が是非とも必要となるのである。

(4) ハンドブックの作成

本研究で明らかとなったように各国のプライムタイムのニュース番組にもその国の

文化に一般的なスタイルがはっきりと刻印されていることが理解される。

それゆえニュースについて考察する際には、それらの異なったコミュニケーティブスタイルを明らかにするため、ノンバーバルな側面に光を当てることが非常に重要となる。問題はそれらの違いにどのように気づき、それぞれの文化において重視されているベクトルを示す相違をどう見つけるかである。

ハンドブック作成に際し、筆者は先ずガルトウング(1985年)が分類し、命名したコミュニケーティブスタイルをキーコンセプトとすることにした。それは、Gallic(フランス的)、Teutonic(ドイツ的)、Saxonic(イギリス的)、Nipponic(日本的)という4つのスタイルに分類されている。彼によって理論づけられたそれぞれのスタイルは中核地域とその周辺を含むものである。それらのスタイルに関しては、他の研究者によってさらに研究が進められたが、学究的世界以外の領域でも次第に認知されるようになっていく。

シュロル=マッヘル(2002年)とニース(2006年)は、Teutonic(ドイツ的)コミュニケーティブスタイルと文化的スタイルが真面目さと率直さ、分析好き、徹底ぶりを特徴として指摘している。

カインツバウアー(2002年)は、経験的データに大きく焦点を当て、Saxonic(イギリス的)コミュニケーティブスタイルと文化的スタイルが如才なさ(間接的)と話し好き、人間関係構築への志向性、実利的といった特徴があると指摘する。またそれに先だってミュンヒ(1990年)は、アメリカ合衆国を対象とし、素早い変化と大衆性を備え、目的に向かって邁進する姿勢をガルトウングの分類したそのスタイルに加えている。

山下(2003年)が指摘しているのは、Nipponic(日本的)スタイルが社会的関係と平準化、対立回避のための曖昧さの利用に焦点が当てられているという点である。

バルマイヤー(2000年)は、Gallic(フランス的)スタイルが高度に審美的で理論志向が強く、優雅な言葉遣いで両極端の意見を巧みに戦わせる術に長け、強いリーダーシップに期待していることや明確な階層制度の存在を指摘している。

上記4つのスタイルを前提とし、次に(2)で触れているように、

1. カメラを前にした顔の表情 / アイコンタクトの取り方
2. ボディーランゲージとジェスチャー
3. ターンテイキングやオーバーラップ、ワーディング、スピーチメロディーとそのスピード、動作等
4. クローズアップやミディアムクローズアップ、ミディアムショット、ロングショット、バズアイ、フロッグパースペクティブ、カメラの動きの有無等のショットの長さや種類の多様なカメラワーク
5. 視覚と音声との関係、その比率

6.選ばれた映像のタイプ

7.中立的、情緒的、日常会話的、学問的等々といった項目をキーポイントとして文化間コミュニケーション的観点から各国のニュースを読み解き、学生がその特徴とそれがどう導き出されたかを知ることにより、(自国の)メディアの提供する情報を単に鵜呑みにすることなく、メディアの持つ傾向を念頭に置きながら、そこに描き出されるものを相対的に捉え、批判的思考が展開可能となるようこのハンドブックを作成した。

5.主な発表論文等

[雑誌論文](計2件)

Margit Krause-Ono (2014) 査読有り
「Five National News Programs on the Great Eastern Japan Earthquake」Muroran Memoirs, 63, pp. 63-75

Margit Krause-Ono (2013) 査読有り
「Comparative Analysis of Three National Primetime TV News Broadcasts (Preliminary Results)」Muroran Memoirs, 62, pp.101-111

[学会発表](計4件)

Margit Krause-Ono Comparison of Five News Programs in Five Countries. SIETAR (Society for Intercultural Education Training and Research) Europa Congress, on Sept. 19, 2013, Tallinn, Estonia.

Margit Krause-Ono Nachrichten im interkulturellen Vergleich. ISA (Interkulturelle Sommerakademie) of interculture.de and Friedrich-Schiller University on Sept. 7, 2013, in Jena, Germany.

Margit Krause-Ono High Five - Five Countries, Five News Programs, Five Presentations. 27th Conference of SIETAR (Society for Intercultural Education Training and Research) on Nov. 10, 2012 at Reitaku University, Japan.

Margit Krause-Ono Sind Nachrichten gleich Nachrichten? 38th Annual Conference of JALT (Japan Association of Language Teaching) on Oct. 13, 2012, in Hamamatsu.

6.研究組織

(1)研究代表者

クラウゼ小野 マルギット
(KRAUSEONO Margit)
室蘭工業大学・工学研究科・准教授
研究者番号：70400059