

番組のオープニングで，仕掛ける。

～「史上空前の論文捏造」を例に～

TV Program Opening As Shikake

- Expressions Of The Opening Of “Unprecedented Fabrication”-

村松秀^{1*}

Shu Muramatsu¹

¹ 近畿大学総合社会学部

¹Faculty of Applied Sociology, Kindai University

Abstract: テレビ番組のオープニングは，単なる始まりというよりは，これから続くコンテンツ全体を見てもらうために作られており，ディレクターやプロデューサーは番組の特徴に合わせてさまざまな創意工夫を凝らす。それは，番組の意図を視聴者に伝えるための壮大な仕掛けである，とも言える。本稿では，筆者が制作したNHK番組「史上空前の論文捏造」のオープニングを題材に，「興味のない人たちでも身を乗り出す世界観の創出」が，視聴者を番組の終わりまで共に旅してもらうきっかけとなること，そして番組のメッセージが視聴者に届くための仕掛けとして機能していることについて述べていく。

1 はじめに

テレビ番組は，作り手であるディレクターやプロデューサーの「このメッセージを視聴者に届けたい」という極めて強い意図を持って制作されている。いっぽうで，テレビ自体が放送局によって編成されたオンエアをそのまま流していく「ハコ」としての特性を持っていることから，元々明確に視聴しようと思ってくれている視聴者もいるが，たまたまその時間にテレビをつけていたために見てくれる視聴者も多い。大多数の視聴者は強烈な視聴のモチベーションを持ってはいないはずだが，そうしたたくさんの方々に対しても意味あるメッセージを届けられる可能性がとても高いメディアである。逆に言えば，面白く思ってもらえなければ簡単にチャンネルを変えられる，消されてしまう，SNSへ流れてしまう，というリスクもあり，その場合はどれだけ優れたメッセージを番組が内包していたとしても，視聴者に届くことはない。

我々制作者はこれを「エルではなくワル」という言い方をすることも多い[1]。これは『伝える』ではなく『伝わる』が大事」ということである。メッセージを届けたいと思ってもそれはそのままではきわめて一方的であり，「伝わる」まで至って初めて番組は意味をなすものである。「伝わる」ためには様々な工夫を絶えず行っていく必要がある。

そのためにもっとも重要なことのひとつが，「番組のオープニング」である。ともすると，番組のオープニングは単なる「始まり」にすぎないと思われるかもしれない。しかしながら，作り手はまったくそのようには思っておらず，どうやったら視聴者が番組を最後まで見てくれるか，そしてどうやったらメッセージが届けられるか，そのためのまず最初の仕掛けを施そうとオープニングに壮大な創意工夫を重ねているのである。

本稿では，筆者が制作した過去の番組から「史上空前の論文捏造」という番組を取り上げ，そのオープニングについて仕掛学の観点から捉え直してみたい。

なお昨年の仕掛学研究会では「番組タイトル」をテーマに話し，タイトルが内包している「仕掛け」としての意味について言及した[2]。今回はそれに続くものである。

*連絡先：近畿大学 総合社会学部 社会・マスメディア系専攻
〒577-0818 大阪府東大阪市小若江 3-4-1
E-mail: muramatsu_shu@socio.kindai.ac.jp

2 仕掛学から見た「番組のオープニング」

松村によれば、「仕掛け」とは「公平性」「誘引性」「目的の二重性」の3つの要件（FAD要件）をすべて満たしたものであり、それによって行動変容を促すものである[3]。これら3要件について、今回はテレビ番組のオープニングに当てはめて考えてみる。

まず、筆者が30年以上にわたり番組を作り続けてきたNHKは、制作の根幹として、果たして番組が本当に公共のためになっているのかどうかを常に探究し、公共性を担保してきた。したがってオープニングでも「公平性」はそもそも備わっている必要がある。

次に、魅力的な番組オープニングは当然、そのあとまで見たくなくなってしまうはずであり、それは「誘引性」そのものに他ならない。

そして、なんとなく見始めた視聴者にとっての目的となる「気になるのでつついチャンネルをそのままにする」は、実は仕掛けを施した番組制作側の目的とは異なっている。制作者側にとっては、視聴者に本当に最後まで視聴し続けてもらい、そして「番組が訴えたいメッセージが視聴者に伝わる」に至る、これが真の目的であり、したがって番組のオープニングは「目的の二重性」があると言える。これらのことから、番組タイトルの提示は「仕掛け」の3要件を満たすものであるだろう。

3 「史上空前の論文捏造」とは

NHK番組「史上空前の論文捏造」は筆者がディレクター時代に制作したもので、2004年に50分版、2005年に90分版を放送した[4]。いささか古いものの、番組としての鮮度はまったく落ちることがなく、今も強いオーラを持っており、様々な番組コンクールで受賞をしていること、また何よりもオープニングの仕掛けが分かりやすいため題材に選んだ。

この番組は、アメリカの科学の殿堂の一つ・ベル研究所が舞台となった、史上空前規模の論文捏造事件を取り上げたものである。この研究所に属するドイツ出身の若き天才物理学者ヤン・ヘンドリック・シェーンは、有機物に関する超伝導についての画期的な研究成果を次々と出し続け、超一流ジャーナルとして知られるnature誌に7報、science誌に9報もの論文を30歳前後のわずか2年半の間に掲載することに成功。これほどの短期間に科学界を代表する両誌に論文を掲載できたのは空前絶後であろう。これらを含め、彼が筆頭著者として世に出した論文63報

は「バイブル」と呼ばれ、ノーベル物理学賞受賞するのも間違いない、と目されていた。だが、それらは捏造だったことが判明する。シェーンはベル研を解雇され、その後の行方は知れなくなった。

これが事件のあらましである。筆者の取材は1年に及んだが、取材を進めれば進めるほど、まるでミステリー小説のような深みが幾重にも重なった大変重たい捏造事件であった。



写真1: 番組のPR用キービジュアル

4 「論文捏造」におけるオープニングの難しさ

事件自体はきわめて重篤なもので、公共放送であるNHKとして取り上げるにふさわしいテーマである。ストーリーもきわめて興味深く感じるであろう。だが、これを番組として見てもらおうとすることは制作者としてきわめて難儀でもある。

それはまず、視聴者にとって科学の世界があまりにも縁遠いことが理由である。科学コミュニティに生きる方々とは違い、大半の市民はそもそも科学に興味はなく、情報があふれかえる時代の中で、優先順位が上なのは当然科学の話ではなく、自身の生活や関心事にまつわることになる[5]。そして多くの人々にとって、「科学」という言葉自体が、難しく理解できない、というニュアンスを含み、忌避されがちでもある。

また、捏造事件がどれだけの重たさのあるものなのか、一般の人たちはまったく分からない。いくらnature誌やscience誌に載った16報もの論文が捏造であると言ったところで、それがどれくらいの意味を持つのかピンとくる人はごくごく少数だろう。シェーンよりも研究不正の数としては少ないはずの理化学研究所・STAP細胞をめぐる事件での大騒ぎが

ある意味で象徴的である。

さらには、登場人物であるシェーンのことを誰も知らない。しかも物語は日本ではなくアメリカやドイツが舞台である。事件としては、STAP 細胞研究不正のように国内の話の方が卑近であり、関心も高いのも当然である。

映像的な難しさもきわめて大きい。そもそもこの捏造事件において、撮影できる素材になるのは通常、捏造を犯したシェーンの顔写真、論文そのもの、ベル研究所など建物の外観、関係者インタビュー、ぐらしかない。シェーンは行方知れずのため話を聞くことが難しい。彼の写真を入手できたことは有難かったが、あまりにも映像のバリエーションが少なすぎるので視聴者へのヒキがない。かなりの工夫が求められる。

こうした番組としての「悪条件」が重なる中で、番組を 90 分間最後まで見続けてもらうことは実はかなり大変である。特に、番組の最初、オープニングでつまづいてしまったら、もはやメッセージの届きようがないことになる。そのため、仕掛けが大事になってくる。

5 仕掛けとしてオープニングに散りばめた創意工夫

そこで考えた仕掛けは、「科学に興味のない人たちでも身乗り出す世界観の創出」である。

そのために、番組の冒頭のナレーションは、まったく捏造事件とはかけ離れた文章で始めた。

「もし、..

20 世紀の天才科学者の肖像を集めた
ギャラリーがあったなら、..
どんな顔ぶれが揃うのでしょうか？
科学に革命を起こし、
世界の運命を変えた巨人たち・・・
そして 21 世紀には、誰が
このギャラリーに登場すること
なるのでしょうか？」

そして、こうしたナレーションを想定したうえで、実際に架空の「ギャラリー」をわざわざセットで作り、撮影した。

番組の冒頭は、ギャラリーの入口から始まる（写真 2）。

カメラがギャラリーの看板を通過すると、その先に、実際の展示空間が見えてくる（写真 3）。



写真 2: 番組冒頭、架空のギャラリーの入口



写真 3: 架空のギャラリーの展示空間

そこに飾られているのは、誰もが知るあの天才科学者、アルバート・アインシュタインの肖像写真だ。そしてその横には、日本初のノーベル賞受賞者となった湯川秀樹博士。さらには DNA ラせん構造の発見者の一人、フランシス・クリックらの顔写真がずらり並ぶ。

作り手からすると、アインシュタインはみんなが知っているのだから、それを最初に持ってくれば、あとの科学者たちは一般の方々にはわからなくても全体としてはすごいギャラリーであると感じ取ってもらえる、と想定している。また、仮に湯川秀樹を知らなくても、日本人でもすごい科学者が居並ぶ空間である、と認識してもらうことで、視聴者には卑近に感じてもらえるメリットもある。

ここまでですでに、科学の世界とはちょっと違うギャラリー空間という場の設定、単に論文を写すのとは全く異なる映像のバリエーション、アインシュタインというほとんどの人が知っているあまりに有名な科学者、卑近に感じるであろう日本人科学者の登場、そして、どうやら「超天才たちがたくさん出てくるものすごい番組かもしれない」という気持ちを作ること、といった要素を散りばめ、重ね合わせることによって、実は難解なこのテーマに対して、ごく一般の視聴者であってもしっかりと身乗り出して見てくれるようにいざなっているのだから。

そしてこの後、カメラはさらに移動し、ギャラリーの別の壁に飾られていた写真にスポットライトが当たり、若い男の顔が見えてくる（写真4）。

このカメラの動きに合わせ、次のようなナレーションが入る。



写真4: ギャラリーの別の壁に映し出されたシェーンの顔

「この人物も、
有力な候補者のひとりでした。
彼の名は、
ヤン・ヘンドリック・シェーン。
天才を謳われた物理学者でした。」

この流れにすることで、一般の方々にはまったく知るはずもないシェーンという男が、アインシュタインに匹敵するとても天才であること、そしてしかも、きわめて若い男性であること、が伝わる。視聴者は、一体この天才はどんな人物なのだろう、と興味をそそられるのである。

そして番組は、彗星のように現れたシェーンが、いかにすごいスピードでスターダムにのぼっていき、ノーベル賞をとるのも確実ではないかと思われたことを語り、視聴者はいよいよ大いなる期待を抱くことになる。

注意していただきたいのは、ここまでまったく、捏造ということが語られていないことである。アインシュタインレベルのとんでもない天才科学者がものすごい研究成果を出し続けている、そのすごさの世界観を創出し、それに対して視聴者の共感を生み出しているのである。

そこまで気持ちを高めたところで、

「しかし、その栄光は突然、
終わりを告げます。
2002年9月、
大スキャンダルが発覚します。」

というナレーションを入れ、不正行為があったこ

とを語る。きわめてドラマティックな展開に、視聴者は驚愕することになる。

さらには研究所を解雇され、行方が知れなくなったことも伝えていく。

視聴者は当然「いったいなにがあったのか?」「なぜ捏造を起こしたのか?」という感情を抱くことになり、番組から目が離せなくなる。

そして、オープニングのラストで

「発覚から3年。私たちは
事件の真相を知るための再検証に
挑みました。」

というナレーションを入れることによって、視聴者は、このミステリーの真相を解き明かす90分の旅に番組とともに出発し、最後まで一緒に過ごしていくことになるのである。

このとき、シェーンの顔写真の上に、彼が捏造した論文が重ねられた映像がきわめて印象的に示される（写真5）。番組自体を象徴する映像を創り出し、視聴者をもその世界観へと取り込んでいくのである。



写真5: 論文が重ねられた顔写真

ここまで、映像やナレーションの文章について簡単に述べてきたが、もちろんそれだけでなく、音楽や松平定知アナウンサーによる語り口などさまざまな手法が施され、すべてがオープニングの創意工夫となっている。こうして、視聴者を90分の番組を見続けてもらえるようにいざなっていく。

6 視聴者への仕掛けの目的と仕掛けの「遅効性」

オープニングはわずか3分弱であるが、ここで視聴者が抱く番組を観る目的は、端的に言うと、とにかくこのミステリーの続きを知りたい、ということになるであろう。いっぽう、番組ディレクターである筆者の真のメッセージは、この事件を通して「科

学界に内包されている構造的問題に目を向けてほしい」そして「科学界のみならず、私たちが生きる一般の社会でも、簡単に同じことが起こりうることに思いを馳せてほしい」ということであった。つまり、目的の二重性が明らかにそこにある。

もっと言えば、上記の真のメッセージは決して番組の中でも言葉として語られることはない。90分間の番組の世界観を視聴者にとともに旅してもらい、その読後感として、じんわりと響いてくるようなものである。

番組の作り手は、オープニングのみならず、90分間ずっと様々に創意工夫を秒単位で出し続けていく。そうして視聴者との「見えないコミュニケーション」を続け、最後によりやくメッセージを感じ取ってもらうということになる。つまり、通常の仕掛けの大半が「即効性」があるものであるのに対し、番組での仕掛けは「遅効性」がその特徴となる。番組タイトルも番組オープニングも同じく遅効性を考え、それらを相乗的に用いながら仕掛けを施している、と言えるだろう。

7 おわりに

拙稿では、テレビ番組のオープニングについて、「史上空前の論文捏造」という番組を題材にして、仕掛学の観点から整理し解析することを試みた。

今回は上記番組を紐解いていったが、番組には番組の数だけのオープニングの創意工夫があり、それぞれが各々のメッセージを届けるための仕掛けとなっている。今後はまた別の番組のオープニングの解析もしていき、発表する機会をいただきたいと考える。

番組タイトルについて論じた拙稿[2]で筆者は「番組タイトルは視聴者に対して、気になる、ちょっと見てみたい、という思いを生じさせ、チャンネルを合わせさせるように心を動かしていく、ある種の装置のようなものである」と記している。タイトルによって視聴者がチャンネルを合わせてくれれば、その次に構えた装置が、番組のオープニングということになる。どちらも遅効性を前提として、視聴者の心を動かしていき、制作者の狙い、メッセージを伝えるための壮大な仕掛けとなっている。

いっぽうで、これらはいくまでも番組の入口にしかず、長尺の番組を視聴し続けてもらうためには絶えず視聴者との「見えないコミュニケーション」を重ね、心を動かし続けていくことがきわめて大事であり、作り手は番組全般にわたってさまざまな仕掛けを施しているものである。こうした取り組みは、筆者が現在大学でチャレンジしている、人々の心を

動かす「コトづくり」の、映像における実践そのものとも言える。それらについてはまた別の機会に論じていきたい。

謝辞

こうした発表の機会をくださった仕掛学研究会の松村真宏氏、また番組「史上空前の論文捏造」にかかわってくださった番組出演者・関係者の皆様に心より感謝申し上げたい。

参考文献

- [1] 村松秀, 榎太一: 榎太一が聞く「サイエンスコミュニケーションの今」 科学の伝わり方って何? 映像メディアとサイエンスコミュニケーション, 現代化学, 619, pp. 20-25 (2022)
- [2] 村松秀: 番組タイトルで、仕掛ける。、第13回仕掛学研究会 (2023)
- [3] 松村真宏: 仕掛学, 東洋経済新報社 (2016)
- [4] 村松秀: 論文捏造, 中央公論新社 (2006)
- [5] 村松秀: これからの10年 市民の「優先順位」, そして「寄り添う」こと, サイエンスコミュニケーション, 11(2), pp.6-7 (2021)