



秋沢淳子

TBSアナウンサー。1967年4月8日生まれ。慶應義塾大学法
学部政治学科卒業。1991年、TBS入社。現在担当している
番組は「エクスプレス（水・金）」と「スカイパーフェクTV」ニ
ュースバード（火）など。KJump www.poli-chan.com

番組制作の現場レポート デジタル放送とお肌の関係

期待と不安が入り混じった制作現場

みなさんご存知の通り、今年の12月1日から、BSデジタル放送の本放送がスタートします。そして2003年には地上波もデジタル化されます。これからの数年間でテレビという媒体が新しく変わってしまうことはまぎれもない事実。もちろん、TBSも全社をあげてその準備にあたっています。では、テレビ制作現場の人間がすべてデジタル化に向けて準備万端なのかというところには期待値と不安材料が入り混じっているように感じられます。確かに社内各部署から人員を募った対策委員会が作られ、デジタル放送の可能性について意見交換をしたり、さまざまな勉強会がもたれたりしています。でも部署によってはBSデジタルに向けての温度差がかなり違い、とくにアナウンスセンターなどはデジタルから程遠い人たちが集まっているので、「BSデジタルって？」と聞かれても「？」という人がいたりします。ま、アナウンサーにとってはデジタル放送になってもカメラに向かって話すという職種の性格が極端に変わることはありませんから、しょうがないかもしれないのですが……。

BSデジタル放送も地上波デジタル放送もまったく新しいメディア。すべてはゼロから始まるので、直接携わっているスタッフのストレスはかなり強いようです。BSコンテンツを制作する会社に出向した同期に話を聞いてみると、「視聴者のみなさんにはデジタル放送を見てもらうために専用の機材を買ってもらうことになる。それがデメリットであると感じさせないために、頑張って面白いコンテンツ作りをしなきゃというプレッシャーは常に感じているよね」と、期待と不安が入り混じった緊張感を漂わせた答えが返ってきました。確かにBSデジタル本放送開始まであと半年を切り、しかも試験放送はいっさいナシ。にもかかわらず、制作サイド的には誰がサブスタジオでデジタル情報を付加するボタンを押すのか、BMLはどこまで知識が必要なのか、視聴者のみなさんからの上りのデータ処理は誰がどうするのかなど、決まっていないことだらけ。力が入ってあたりまえです。



これが江原道のハイビジョン放送用ファンデーション。ちなみに25g入りで6,000円（結構高い!）

ハイビジョン画像は七難暴く!?

今年の4月29日から5月9日にかけてNHKが行った「BSフェア」ではBSデジタル放送会社各社が同じ番組に仲良く出演し、それぞれの局のPRを行ったのですが、そこに私もお邪魔しました。各局とも意気込み充分。民放キー局のアナウンサーがそろってNHKに出演したのは史上初だったそうですが、それぞれライバルであると同時に、一緒に盛り上げていく仲間ということで、控入室では情報交換などで盛り上がりました。アナウンサー同士の関心事は画像がハイビジョンになるということ。「画像がより細密に映ってしまうので、これからはメイクで一段と武装しないと」となどと談笑していたのですが、笑い事ではありません。そんな私たちの心配を知ってか知らずか、なんとすでにハイビジョン対応のファンデーションが存在するのです。舞台用のメイクなどで知られる江原道が作った赤いチューブに入ったファンデーション（写真中央）私も使っているのですが、世の中のナチュラルメイクばかりに逆行して、かなりカバー力のあるファンデです。これなら夜更かしのクマも突然のいきりいや、吹き出物?もハイビジョンに映ることなくばっちり隠せます。「あとは素材の鮮度を保つだけ!」なんて冗談をみんなで言っていますが、デジタル放送、ちょっと恐るべしです。

いずれにせよ、われわれアナウンサーはプロの喋り手として、視聴者のみなさんとのインタラクティブなやり取りが反映された番組をいかにわかりやすく放送していくか、これからますます精進しなければなりません。まずは12月1日を乞うご期待!



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp