

続

徒然
つれづれ

メディアの激変

桑野 巍

昨年暮れのこと。就職活動にせいを出す首都圏の大学生たちが「新聞を読まないのがそんなに悪いのかよう」という“反語”のチラシを作って配った。彼らは「新聞は就活力」をテーマにシンポジウムを開くためだった。パネラーは新聞各社の中堅幹部で、新聞を読む必要性を問う学生らに答えた。ニュースの価値を判断し、分析・解説を加えるという新聞の特性も説明し、就活にも有益と訴えた。

この話題を新聞協会報が伝えていたが、ある学生は「新聞を読め。といわれるがインターネットでもニュースは得られる。なぜ新聞を読まなければならないのか」と問題を提起。これに対し中堅幹部氏は「何がその日の重大ニュースなのか、世の中に問う紙面を作っている。新聞でニュースの価値がわかる」「ネットは自分が知りたい情報を知ることは可能。だがそれだけでは知識が偏る。世の中の関心事をつかむには新聞が有効だ」と答え、新聞は情報の多様性や正確さで世の中から高い評価を得ていると自負し、自紙をPRした。

実のところ新聞の全国総発行部数は6年連続で減少というピンチを迎えている。メディアの王者の座を守り続けた新聞が頭打ち状態で苦境の域に入りつつあるから彼らは心配なのだろう。新聞社は発行部数の減少に加え、広告収入の先細り現象が続いており、これまでにない苦境期を迎えているのだ。裏返せばネット時代の進み方が予想以上の速さで進んでいるということだろう。米国をはじめ先進国の新聞社もピンチを迎えているから心配量はより大きい。米国でも5年ぐらい前から発行部数減と広告収入の落ち込みがひどく「業界全体がパニックに陥っており、新聞が消える日は近い」（業界通）との見方が強い。

これまで新聞、テレビ、通信社など従来の報道機関が伝えてきた毎日の硬派ニュースの集合体企業が脅やかされておられ、巨大メディア企業は“まさか”という時代を迎えている。原因は何なのか。若い人

を中心に新聞を読む人が少なくなったためで部数減と広告減、読者の消化不良、ネットの簡便さなのだろう。

国民が知る権利を主張し、これに応えるメディアの責任感と気迫は感じるものの「新聞媒体はもう古い」という若い読者の感覚は如何とも成し難いということか。「まだ新聞も捨てたものではない」という中年組、「もっと政官財の尻を叩くような記事がほしい」という初老組もいて読者のニーズに応えるのは至難の業だ。ある会合で老記者は「新聞は邪魔者ではない。社会の行き過ぎた行動の監視役を果たすべきだ。政治とカネ、信頼を欠く法秩序、格差社会、不公平税制、人気とり予算のバラまきなど私達の周りに問題はごろごろしている。メスの入れ方がぬるい」といい「メディアこそそうした実態を知り得るもっとも近い所で仕事をしているのだから、もっと厳しくチェックし報道するべきだ」と経営者や記者を鼓舞していた。

長い間ジャーナリズムの世界に軸足を置いてきた一人として、それぞれの言い分は理解できるが、新聞社が経営的な危機に陥る寸前と聞くとは何か寂しさとわびしさを感じる。欧米では端末専用の電子新聞が始まる——と聞けば「これも時代の流れ」と割り切らざるを得ないのか。購読料は年間で40ドル（約3,300円）という安価で日本の新聞の新聞代の一カ月分というから破格というべきだが、問題は中身だ。

内容は国際的な政治、経済、社会、スポーツなどの特ダネやルポルタージュなどの記事を発信、広告も手がけるという非紙媒体。ただこうした課金ビジネスが日本人にマッチするかどうか、収益増につながるかどうか、読者の毎日の生活に貢献し、ぬくもりを与えてくれるかどうか。古いメディア人は新メディアの行くえを注目している。

（自治大阪編集委員会顧問）
時事通信社元大阪支社長