

畑仲哲雄『新聞再生 コミュニティからの挑戦』(平凡社新書四四六、二〇〇八年)

本書は現役の記者が大学に籍を置いて、新聞・新聞産業の実態を分析、考察した書である。

新聞とは何か(序章)を別とすれば、「新聞という『場』を再生させる」(1章)、「コミュニティに回路を開く」(2章)、「〈新聞〉を創るということ」(3章)、「新聞を救う」(4章)という構成である。「場」の再生では旧『鹿児島新報』(二〇〇四年五月廃刊)、回路を開くでは『神奈川新聞社カナコロ』、新聞を創るということ、『みんなの滋賀新聞』を事例に、ルポルタージュ風に描写しているところが読者をひきつける。

政治とジャーナリズムの対立といったような、本来メ

ディアが社会的に存在する根源を問うての社の攻防を描くものではないが、ひとつの企業が消えていくさま、それを再生していく人々のドラマは訴えるものがある。

何せ、新年早々から、新聞産業にとっては好ましくないニューズが続いている。それはついに一世帯あたりの新聞普及率が一部を割ったこと(0・98部)、第二に総発行部数の減少に歯止めが効かない状況がより一層顕著に出ていること(前年比日刊紙四十四万部減、スポーツ紙十萬部減)、地方紙の夕刊廃止など、多々ある。若い世帯、世代を見てみると、否定しようのない新聞離れが現実化しているに過ぎず、驚くほどのことではない。近年筆者にさえ(新聞の)「ビジネスモデル」を求めて関係者がこられることが増えたのも、逼迫したメディア環境

に新聞業界がさらされている証左のひとつである。

さて、著者は、(周縁)はもつとも変化が起こりやすい場で、失敗例も成功例も含めて、未来像が見える「場」と言う(一六三頁)。それもあつてか複数章に事例研究をさいているが、『鹿児島新報』や『みんなの滋賀新聞』などの終焉は、それこそコミュニティ紙としての生き残る術が現実には難しいことを、皮肉にも示唆しているのではないか。

「場」の視点をかえて、サッカーで言われる(スペース)に例えてみよう。攻撃陣がボールを回しながら、(スペース)を巧みに作り出し(あるいは偶発的に)そこにチャンスポイントを作り、攻撃する。その(スペースづくり)はそう簡単ではなく、巧みな戦術ももちろんだが、練習の積み重ねであることは言うまでも

ない。指令塔訳の選手ばかりでなく、実はフィールドの「外」も、試合に勝つために重要な役割を演じている。

マス・メディア産業の未来Ⅱ生き残り、再生Ⅱのために、いま俯瞰的なメディア構図を描けるだけの体力があるように見えないのは何故か。

場をつくることは再生ではなく、次のステップに進むことであろう。それがコミュニティを読者にとらえる編集方針や、従来のマス・メディア的新聞(大発行部数にさええられる)でない新聞づくりにあるのではないか―おそらく著者もそう言っているように思う。

本書の帯は「ジャーナリズムには必ず未来がある!」
「新聞危機機説は実は大新聞危機機説に過ぎない」という。分らないわけでもない。第二次大戦後の一九四〇年代後半、

英国新聞産業は、テレビメディアの登場＝広告がニューメディアへ移る＝とともに、旧来の名門紙には二つの選択肢しかなかった。一つは廃刊、そしてもう一つが（名を残すために）他紙（メディア）に買収合併される道であった。

著者は公共圏やパブリックジャーナリズムなどを引用しつつ（4章）、新聞を救う道を模索しているようだが、実はもう大衆を読者にした大発行人部のモデルがとうに破綻していること、つまり読者が readership でなく、 audience や user と言われる人々であり、多々あるニュースメディアの一つ（新聞）にアクセスしているに過ぎない事実にもっと目を向ける必要があるだろう。

かつて新聞媒体の独占の〈場〉であったニュースの創出は既に他者の参入により

（スペース）ではなくなっているのである。新たな〈場〉の創出はサッカーのようにフィールド内にとどまらないにしても、観客を楽しませないことには成り立たない。ジャーナリズムを捨てて、ビジネスに走るモデルを構築して生き残るメディアが出てきてもおかしくない。

その時社会はどうなるのであるろうか。

鈴木雄雅（すずき・ゆうが）
上智大学文学部教授・新聞学専攻）

※ 記事は『週刊読書人』2009年4月3日号 14頁に掲載されましたが、赤字部分に間違いがありました。訂正して著者にお詫びします。