



そがべ・まさひろ

迫られる経営基盤の変化への対応 「スマートシユリンク」も選択肢に

今回の特集は「メディアと信頼」。マスメディア不信が進んできているという認識に基づく企画だろうが、そもそも、マスメディア不信は進んでいるのだろうか、それをどのように計測するのだろうか。

一つには、マスメディアの収入に係る指標を参照することが考えられる。新聞（本稿では基本的にマスメディアの中でも、主に新聞を念頭に置いて述べたい）で言えば、日本新聞協会ウェブサイトで確認できる発行部数は2010年から19年までの10年間で4分の1近く減少し、特に17年から19年の3年間で10%減と、部数減のペースが加速している。広告収

入も上記10年間（年度）で3割以上減少した。新聞社の総売上高は、その他収入の増加によって15%減（なお、会社数は94社から91社となり、3社減）にとどまっ

ているが、マスメディア不信の文脈では、総売上高よりも、部数や広告収入に注目すべきなのだろう。なお、総務省の調査（「令和元年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」）でも、テキストでニュースを得る手段として紙の新聞を選んだ者の割合は急速に減少している（2013年の約6割が19年には約3割）。ただし、それに反比例してポータルサイトやソーシャルメディア経由でニュースを見る者が増えていると

ころ、これらのニュースの出所の相当部分はマスメディアである。

もつとも、部数の減少を、そのままマスメディア不信の亢進（こうしん）の反映とみることは難しい。周知の通り、新聞は戸別配達制度と強力な営業力によって部数を拡張してきたこともあって、新聞購読の動機は様々であり、新聞のジャーナリズムに対する強い信頼を動機とする購読はもともと多数ではなかったかもしれない。また、インターネットの情報で十分であるとか、単身世帯の増加、可処分所得の減少等々、部数の減少を説明する理由はマスメディア不信以外にも多くあるだろう。マスメディア不信を示す徴表としては、

京都大学法学部・法学研究科教授
1974年生まれ。京都大学法学部卒、同大学院法学研究科修士課程修了。専門は憲法、情報法。京都大大学院法学研究科講師、同助教授、パリ政治学院客員教授などを経て現職。著書に『反論権と表現の自由』（有斐閣）、共著に『情報法概説』（弘文堂）、編著に『古典で読む憲法』（有斐閣）、『スタディ憲法』（法律文化社）など。

ソーシャルメディア上にあふれる、マスメディアに対する批判、あるいは罵詈雑言とも言える強い不信の言葉にもしばしば注目される。確かに、こうした書き込みは多数見られるが、これまでの不満が可視化されただけであって不信が亢進していると言えるかどうかは不明であり、いずれにしても、ソーシャルメディアの膨大な利用者数からすれば一部に過ぎない。もちろん、聞くべき批判も少なからずあるし、荒唐無稽な非難であつてもその背景を分析することで示唆を引き出すこともできるだろうから、マスメディアにあつては、ソーシャルメディア上の情報を丁寧に分析して自らのあり様を省みる材料とすることが強く求められる。ただ、ソーシャルメディア上の批判を表面的に捉えて右往左往することは禁物だろう。

信頼度に大きな変化はない

他方で、メディアに関する世論調査を見れば、マスメディアに対する信頼度には大きな変化がないことがわかる。公益財団法人新聞通信調査会が毎年行っている「メディアに関する全国世論調査」に

よれば、2008年度から19年度まで、新聞とNHKテレビに対する信頼度は7割前後で推移し大きくは変わっていない（ただし、前述の総務省の調査では、全年代での信頼度は同じく約7割であるが、20代、30代では6割を切る）。確かに、2010年前後には7割を超えていたのが、近年は7割を切るようになってわずかに低下しているように見えるものの、部数や広告収入の減少、ソーシャルメディア上の状況からうかがわれるような姿とは大きく異なる。

実証分析には何らの知見もない素人の評価ではあるが、以上からすれば、新聞に対する信頼はさほど失われてはいないものの、紙（及び有料電子版）の形でパッケージとして接する者は大きく減少しており、その結果、新聞社の経営基盤が揺らいできているということになる。

つまり、マスメディア不信が亢進している、あるいは、一定の信頼はあるもののそれを維持し、更に高める必要から取り組みを進めなければならないという側面も確かにあるのだろうが、それと同時に、経営基盤が変化していく中、それに対応するための改革も必要だ、という側面も認識する必要がある。一言で言えば、

マスメディアの自己改革が求められるのは、マスメディア不信という目に見えない現象への対応のためだけではなく、経営基盤の変化という厳然たる現実への対応のためでもある。

一般に、マスメディアにおいては、経営基盤のあり方がコンテンツのあり様に影響することからすれば、このことは、一定の信頼を得てきたこれまでの報道のあり方が、今後は維持できなくなっていくことを示唆しているのではないか。そこで、なし崩し的に報道の劣化に向かうのを避けるために、新たな報道のあり方を能動的に構想する必要があることになる。このことは、筆者自身、「スマートシュリンク」（賢く縮小）という言い方で、かつて指摘したことがある（注1）。

進む取材体制の縮小

民放キー局等においてはさほど目立たないが、新聞社においては、経営規模の縮小がすでに始まっている。日本新聞協会ウェブサイトによれば、新聞・通信社の記者数は、2011年から20年までで約13%減少している（ちなみに、この間、女性記者は20%以上増え、女性記者比率

は約16%から約22%となった）。支局の統廃合、夕刊の廃止といったニュースも相次ぐ。さらに、最近の働き方改革の波は報道界にも押し寄せ、取材リソースの減少に拍車をかける。

そうすると、全国（あるいは取材エリア内全体）に張り巡らされた拠点に多くの記者を配置し、できる限り網羅的に情報収集を行うということはできなくなってくる。また、夜討ち朝駆けに代表される長時間取材は困難になる。そもそも、こうした取材は、取材相手の今日的な働き方やライフスタイルとの関係でも、もはや維持できないだろう。省庁等のセキュリティーの強化によって、記者クラブに常駐し、官僚等と日常的に会話をする中で情報をつかんでいくという取材方法も利用しにくくなる。

効率化を追求する必要性が高まり、オンライン化のほか、定型記事はAIで作成するといったテック化が進められることになる。取材先との合意のもと、プレスリリースを機械可読可能な形式とすることも求められていくかもしれない。発表ものを発表前に少しでも早く報道することといった、意義が疑問視される慣行も失われていくだろう。

さらに何よりも、紙面を開けばその日の政治、経済、社会の主な出来事はすべて掲載されている（もちろん、実際にはそういうことはあり得ず、多分に比喩ではあるが）というユニバーサル性が失われていく。このユニバーサル性は、情報源が新聞やテレビなど少数のものに限られており、かつ、1紙を戸別配達で購読するという伝統的な生活様式においては意味を持つていたが、ネット上で様々な情報をいくらでも知ることができる今日においては、その意義が低下している。

ユニバーサルモデルからの変革

いま見たのは、取材体制の縮小という制約により、ユニバーサルモデルからの変革が求められるという視点であったが、次に、紙からネットに移行するに当たっても、同様の変革が求められることが考えられる。

すなわち、ネット上でのコンテンツ提供によって対価を得る方式にはいくつかのものがあるが、大きく分ければ広告モデルと課金モデルとがあるだろう。広告モデルは、無料でアクセスできる点で読者にとっては有難い方式であり、また、

広く情報を伝えることができる点で、社会で共有すべき情報を伝えるには適しているが、一定の収入を得るには、多数のページビューを稼ぐ必要がある。そうすると、センセーショナルリズムが先に立つ可能性も生じ、この点ではジャーナリズムの使命との緊張関係が生まれることになる。

課金モデルは、方法によっては質の高いジャーナリズムをもたらすことが可能であるが、他方で、料金を支払ってまで読もうとする読者のコミットメントが求められる。記事が特定の読者層の興味関心に偏ってしまう恐れがあるわけで、場合によっては、公共的な情報を提供するというジャーナリズムの使命との緊張関係が生まれる可能性もある。なお、言うまでもなく、公共放送が有料放送であったはならないとされるのは、この点に関わる。

とはいえ、新聞をはじめ報道機関が、玉石混交の情報があふれるネット上で存在感を示すためには、知る権利に仕える専門職としてのスキルと倫理を備えたプロとしての記者の力量が発揮された記事を提供することが必要であり（注2）、読者にも一定の素養を求めることから、お

のずから紙の時代のようなマスを手
ゲットにすることはできないだろう。そ
うした意味においても、ユニバーサルモ
デルからの変革が必然となる。

一つの展開は、このようなプロとし
ての記者の個性を打ち出し、読者のコ
ミットメントを獲得するというものでは
ある。

この点で大変興味深いことに、このコ
ロナ禍において、各新聞社で、記者の登
場するオンラインセミナーを開催する動
きが活発化していることである。特に、

著作を有するような記者は、それぞれの
分野において一定の専門性を備えており、
かつ、一般の市民に向かってそれを伝え

るスキルを持っているのだから、テキス
ト以外でもその知見を広めることには意
義がある。それがその記者、ひいては新
聞社に対するコミットメントを獲得する
きっかけともなるだろう。同様に、コロ

ナ禍の前から一部の新聞社では記者のツ
イッター利用を解禁あるいは推奨し、取
材の裏側や個人的な思いの発信が行われ
ている。失敗事例もないわけではないが、
全般的に見れば、こうした取り組みも記
者個人や新聞社に対するコミットメント
を深める契機になるう。

記者の個性を尊重することは、優秀な
人材をメディアに引き付けるきっかけに
もなると思われる。かつて、新聞が「社
会の木鐸」と呼ばれていた時代には、高
給と社会的ステータス、そして、天下国
家を論じるという矜持が人材を引き寄
せるリソースであつたところ、今日では、
個々人が持つ興味関心を深め、社会に伝
えることによってよりよい社会の実現に
寄与するという個人のやりがい、意欲
ある優秀な若者をメディアの門をたたか
せることになるのではないか。

才能を発掘して育てる場として

そして、新聞社は、あたかも芸能事務
所のように、才能を発掘し育て、プロ
デュースする場ともなる。こうした記者
が書いた記事を、自社サイトや紙媒体で
公開するほか、各種のプラットフォーム
等に配信することになる。

ところで、憲法学の駒村圭吾は、かつ
て、マスメディアの自由の理解に関して、
「結社モデル」と「ジャーナリスト複合
モデル」という分析軸を提示した(注3)。
後者は、マスメディアを個々のジャーナ
リストが集結したものという個人主義的

な理解であるのに対し、前者は、会社を
中心にマスメディアの自由を見るもので
ある。

このような分析軸からは、さきほど芸
能事務所になぞらえた今後の新聞社は、
「ジャーナリスト複合モデル」に適合的
な形態になっていくのではないかと考え
られる。

もつとも、フリージャーナリストとし
てではなく、組織に属する記者として、
組織性をもつて活動することも想定され
ている。しかし、記者の個性を尊重する
ことは、組織的な報道にあつても慣例に
縛られない取り組みを認めることでもあ
る。

ジャーナリズム論の林香里は、本誌
362号(2020年7月号)で、ジャー
ナリズムの多様性を強調している。こう
した多様性の整理の一つとして、林は、
①速報ジャーナリズム、②調査ジャーナ
リズム、③建設的／解決型ジャーナリス
ムという類型を紹介し、それぞれに倫
理や目的が異なることを指摘する。ま
た、NHK放送文化研究所の青木紀美子
は、取材から発信までの各プロセスで、
市民の情報ニーズを確認しながら伝えよ
うというエンゲージド・ジャーナリズム

(Engaged Journalism) がアメリカ等で広がりを見せていることに注目し、継続的に紹介を続けている(注4)。

記者の個性を尊重しつつ、組織的な取材報道を可能とする体制は、これらの多様なジャーナリズム実践をより柔軟に取り入れることを可能にするのではないだろうか。近年、報道界で大きな関心を与えている、事件報道における実名・匿名問題も、林が言う通り、慣例的な事件報道の硬直性と関連している面がある。これまでの事件報道のスタイルを維持したまま、実名・匿名の点だけを議論の焦点とすることは狭い議論であるという林の指摘は的確だと思われる。

報道倫理の確保も課題に

残りの紙幅で、制度的な課題を二つ挙げておきたい。一つは、報道倫理を確保するための仕組みの問題であり、もう一つは、プラットフォームとの関係である。

報道倫理を確保するための仕組みとして、筆者は、報道評議会の重要性を指摘してきた(注5)。その意義として、①それによつて、自律的に報道倫理が確保さ

れたプロフェッションであることが明確になり、ネット上の一般の言論との差別化を図り、また、法令上の特権主張(例えば、個人情報保護法の適用除外など)などの基礎となる、②市民の正当な批判に対してはメディアに反省を促す一方で、不当な批判に対してはそれを明確にすることによつて、攻撃からメディアを守る「砦」の機能を果たす、等の点を述べた。これらの意義は、今後ますます高まることになると考えられる。

また、本稿で述べたようなシナリオが展開していくとすれば、記者の個性を尊重するにつれて個性的な記事が増加し、他方で、新聞社のリソースが減少する中で社内チェック機能は弱まるため、記事による紛争は増えるかもしれない。そうすると、こうした紛争解決機能をアウトソースする先としての報道評議会のニーズが高まることも予想される。

プラットフォームと共存できるか

先に、新聞社が、紙からネットへの移行が進むと、特定の読者層のコミットメントを当てにする記事が増えるのではないかと述べた。例えば、支持者と不支持

者との距離の大きい政権について、支持者または不支持者のいずれかに寄り添うものであるとか、ジェンダーをめぐる問題のような意見の分かれる問題について一定の立場を明確にするようなものなどである。

不偏不党で知られてきた従来の報道のあり方においても、近年は実質的にはこうした傾向が見られたわけであるが(注6)、記者の個性を尊重するようになれば、こうした傾向に拍車がかかる可能性がある。もちろん、公正であることと特定の立場をとることは矛盾するわけではない。反対の立場を適切に踏まえた上でそれを批判し、一定の立場をとることは、公正であると言えるし、質の高い論としては当然に求められることである。

とはいえ、世論の分極化を防ぐべく、一つの媒体(各社のニュースサイト)の中で多様な見方を提示することを制度的に求められてきたのが放送であるが、新聞においても、不偏不党原則においてこうしたことを自ら課してきた。マスメディアが「マス」メディアであるゆえんも、この辺りにあるだろう。

ただ、1紙購読の時代とは異なり、今

日においては、多様な見方の提示が一つの媒体の中で完結することの必然性は低下している。一つ一つの記事が、各社のニュースサイトだけでなく、ポータルサイトやソーシャルメディアといったプラットフォームにも提供されて拡散していくという現状からすれば、別な形で多様な見方を提示する方法も考えられる。

具体的にはポータルサイトが、一つの出来事を伝える際に、複数のメディアの記事を並べ、その出来事に対しては複数の見方があることや、その出来事の背景や予備知識を提示するといったことが現になされている。

もつとも、こうした取り組みはポータルサイトの自主的な方針としてなされているものである。これとは逆に、アメリカでフェイスブックに対して批判があったように、アルゴリズムに基づいてユーザーの政治的志向に合致するニュースばかりを表示するという方針をとることも可能で、そうなればフィルターバブルを助長することになる。

こうしたリスクを考慮すれば、現在、放送事業者に対して義務付けられている番組編集準則（放送法4条1項、特に、

「政治的に公平であること」「意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること」¹）のようなものをプラットフォームに義務付けるということも考えられないではない。しかし、放送法の番組編集準則に対しては憲法上の疑義も古くから指摘されており、これをプラットフォームに義務付けることは実際にはかなり想定しがたい。

最後に、プラットフォームに関する制度的課題として、欧米で現在動きのある、利益の配分の問題に触れておきたい。欧米など多くの国では、検索事業者やソーシャルメディア事業者が、メディアのコンテンツを検索結果に表示する等の際に対価を支払わず、メディアが広告収入を十分に得られないという問題があった。EUではこうした問題に対処するための新著作権指令が制定されるなどの問題意識の高まりがあり（注7）、今年になってグーグルが6カ国200メディアに3年で1千億円余りを支払う方針を打ち出すなど、動きが見られる。日本では状況が異なるので、直ちにこうした動きが波及する気配はないが、報道記事がプラットフォームを介して提供される傾向が強ま

る中、プラットフォームとメディアとが共存できるような制度的枠組みの要否については、注意を払っておく必要がある。¹

注

1 曾我部真裕「ジャーナリズムの基盤は読者の信頼」新聞研究762号（2015年）8頁。

2 曾我部真裕「情報漏洩社会のメディアと法プロとアマの差はなくなるのか」Journalism 251号（2011年）44頁。

3 駒村圭吾『ジャーナリズムの法理』（嵯峨野書院、2001年）30～34頁。

4 青木紀美子「Engaged Journalism: 耳を傾けることから始める『信頼とつながり』を育むジャーナリズム」放送研究と調査70巻3号（2020年）2頁、同「なぜエンゲージメントが必要なのかEngaged Journalismの実践者たちの話を聞く（第1回）（第2回）（第3回）」放送研究と調査70巻6号72頁、7号68頁、8号70頁（いずれも2020年）。

5 曾我部・前掲注1 11頁。

6 若干古いが、徳山喜雄「安倍官邸と新聞『二極化する報道』の危機」（集英社新書、2014年）など。

7 生貝直人、曾我部真裕、中川隆太郎「EU新著作権指令の意義」ジュリスト1533号（2019年）ii頁。