

新聞の十一の特質を踏まえて



長野県NIE推進協議会会長
信州大学教育学部教授 澁澤文隆

新聞とテレビは、時事的なニュースやコマーシャルなどにおいて、競合する点が多い。しかし、一方でドラマなどの娯楽の面は、テレビが圧倒している。そして、その圧倒している部分が魅力となって、子どもは幼児のころからテレビに親しんでいる。特に指示をしなくても自然にスイッチはつける。それに対して、新聞は、毎日家庭に配達され、居間などに置かれて目の触れているにもかかわらず、遠い存在となっている。子どもが新聞を手にするのは、その多くがテレビを見る目的で番組欄をチェックするときである。テレビの存在がないと新聞を手取る機会はほとんどない。デジタル放送では番組表をテレビで見ることができる。そうすると子どもにとってますます新聞は遠い存在になる…。

その新聞やテレビに強力なライバルが現れた。インターネットである。かつては料金や容量などの点がネックとなっていたが、それも今やクリアされ、静止画だけでなく動画も手軽にダウンロードできるようになっている。

デジタル放送やインターネットで魅力のポイントになっているのが双方向性である。これからは、これが魅力になって、子どもの世界でもマスメディアの位置付けが変わるであろう。

このように大観すると、新聞の劣勢は否めない。動画を中心とする映像文化の中で、活字を中心にした静止画の世界は、特に子どもにとっては魅力に乏しい。テレビやパソコンには幼児の頃から親しむが、新聞はその頃は単なる紙にすぎない存在であることが、それにさらに拍車をかける。NIEの活動は、こうした現実を直視し、その上に立って考えていく必要がある。

ところで、こうした現実を直視すると、逆に新聞の魅力が浮かび上がってくる。例えば、新聞の切り抜きによる保存に代表されるような記録性という点では、静止画の世界の新聞は魅力たっぷりである。イラク戦争のニュースをみていてわかることは、米軍などが進軍中の時々刻々の様子については、テレビの前にくぎづけになるなど、動画の世界であるテレビが新聞を圧倒していたといえよう。しかし、ひとまず決着がついて、その後の処理の段階になると、あるいは戦争を総括したり戦争の意味や意義などを問うたりするようになると、新聞の存在がしだいに大きくなっていく。そして、特集などを組んで総括するといった段階になると、もう新聞が主役になっているといっていよう。ただし、この段階になると、週刊誌がライバルになってくるが…。

特集といえば、投稿欄という双方向性を通じて読者の関心を把握し、それに応じた特集を組むなどという、3、4日、1、2週間といったスパンでの双方向性に基づく記事も、新聞の魅力であろう。

このように考えると、今や新聞は1分1秒などといった時々刻々のニュースを追うというよりも、テレビと週刊誌の間であって、少しゆとりをもって世の中の動きを伝え、読者と交流するといった点に魅力があるのかもしれない。NIEの活動も、こうした新聞の特質、マスメディアの中での位置付けを踏まえて取り組んでいく必要があるであろう。