

岩波書店『世界』7月号掲載

「電子書籍」襲来で危機に晒される
未来の「言論の自由」

ルポライター・明石昇二郎&

ルポルタージュ研究所

ひ弱な「二十一世紀」の
ジャーナリズム

筆者にとっての昨年(二〇〇九年)は、
米国の民事裁判に端を発した「グー
グルブック検索和解」事件への対処に明け
暮れた一年だった。

事件の概要は、米国の検索エンジン大
手・グーグル社が、米国の大学図書館に
あった蔵書を著作権者に無断で次々と全
文デジタルスキャンし、インターネット
上で的一部公開を強行した——というも
のだ。明白な著作権侵害行為である。

この被害は米国内だけでなく、全世界
で発刊されている書籍にまで及び、筆者
も被害者の一人として、グーグル社に立
ち向かわざるをえなくなった。

その戦いくさにおける筆者の戦いぶりと、事
件の本質の詳細については、四月に上梓
した拙著『グーグルに異議あり!』(集英
社新書)や、本誌三月号掲載の拙文「グ
ーグルはなぜ撤退したのか——『グーグ
ルブック検索和解』問題と『書籍デジタ
ル化』の行方」を参照していただくとし
て、この事件にとことん関わったことで
思い知らされたことがある。

それは、現在の日本のジャーナリズム
における決定的な「力と質の低下」(取材
力及び表現力)だ。

実はこの「グーグルブック検索和解」
事件において、日本のマスコミの中でグ
ーグル社に対して徹底的な批判の論陣を
張ったのは、この問題を扱った連載記事
を筆者が執筆し、世間では「ポルノ雑誌」
として認知されている『週刊プレイボー
イ』(週プレ)誌のみである。事件発生当
初の新聞の論調は、大半がグーグル社に
対して好意的ですらあり、何の抵抗もせ

ずに傍観を決め込んでいたのだ。まるで
「結構な儲け話」であるかのよう**に**報じ
ていた新聞さえあった。明白な著作権侵
害行為であるにもかかわらず、なぜ、報
道機関であるはずの新聞がグーグル社に
対して心優しき「理解」を示すのか、筆
者には理解できなかった。

ところがグーグル社は、そんな新聞社
の縮刷版までも無断で大量にデジタルス
キャンしていたのである。そして実を言
うと、その事実を最初に報じたのも新聞
ではなく、『週プレ』だった。グーグル社
は、新聞社の「批判精神」を呼び起こし
てしまいそうな話をひた隠しにしつつ、
ウケのよさそうな話だけをかいつまんで
広報を繰り返していたのだった。

笑い話のようなエピソードがある。「グ
ーグルブック検索和解」事件の第一報を
報じたことを自慢げに吹聴していたA新
聞の記者は、大手出版社の幹部から、「キ
ミのところの縮刷版だってグーグルにス
キャンされているかもしれないだぜ。
確かめてみたのか？」と切り返され、絶
句していた——というのだ。記者氏はそ
れまで「これは出版業界の話であり、新
聞業界は関係ない」と早合点していたの
だった。何のことはない、新聞社自身も
被害者であり、第三者どころか事件の当
事者だったのである。

このような醜態を晒すことになるのも、
新聞から「疑問を持つ力」(この際、「疑
問力」と名付きたい)が失われているか
らなのだと思う。

企業や記者クラブ等でリリクスされる
情報に安直に依拠し、からかい半分に「発
表報道」と称されるに至った現在の報道
には、情報を意図的に操作されてしまう
危険が常に付きまとう(そんな発表報道
の対極にあるのが「調査報道」なのだ
か)。コトの本質を見極めようとした筆者
が、グーグル和解案の正体を暴けば暴く
ほど、グーグル社に対する疑念や批判を
強めていったのとは実に対照的である。

「電子書籍」は「紙書籍」の

代替とはなりえない？

そんなマスコミは今、「キンドル」や「iPad」といった米国発の「電子書籍」端末の登場に一喜一憂し、まるでお祭り騒ぎかパニックの様相を呈している。そして、マスコミが作り出す「祭り」の熱気に煽られた人々は我先にと「電子書籍」端末の予約販売に飛びついている。

が、ゴールデンウィーク明けに華々しく予約販売を開始したアップル社の「iPad」にしても、冷めた目で見れば実は「電子書籍」も読めるミニノートパソコンに過ぎない。当のアップルジャパン広報自身もこう語る。

「アメリカでは『iPad』のことを『電子書籍』端末だと言っている人はもう誰もいなくてですね、いろんなことができる中の一つが『本も読める』ことだと。確かに日本のメディアのように、最初は『電子書籍』端末のところを取り上げるところもいくつかあったんですけど」

それに、「電子書籍」端末の形は今後いくらでも変わりうる。おまけに、「祭り」の熱気に煽られて先物買いに走った結果、古くはソニーの「ベータマックス」(ビデオデッキ)や最近では東芝などの「HDDVD」(光ディスクプレーヤー)、そしてセガの「ドリームキャスト」(ゲーム機)がたどったような運命が、貴方の手に入れた最新「電子書籍」端末を待ち受けていないとも限らない。それでも今の新聞やテレビは、新しい端末を手にし、まだ使ってもいないうちからニコニコ顔の人々をこぞって「報道」し、さらに熱気を煽り続けるのだろう。

とはいえ、筆者の関心は「最終的にどの端末が『電子書籍』覇権を制するのか」にはない。今こそ「調査報道」をしてほしいのは、紙の本や雑誌がデジタル化された場合、**読者や出版社、そして著者たち**に**どんなメリットをもたらしてくれるのか**——ということだ。しかし、いつまで待ってもそのような報道は現れない。

仕方がないので、「メリット」だと思わ

れる要素をざっくりと整理してみることにした。

【メリット】

- ① インターネット経由で購入できるため、本屋に足を運ぶ手間が省ける^{はぶ}うえ、二四時間いつでも購入できる。
- ② 売り切れ・品切れ・絶版等で本が手に入らないということがなくなる。
- ③ 端末は、文庫や単行本よりも大きい^{かさ}が、百科事典ほどは嵩張らず、重くない。
- ④ 本棚が要らなくなる。
- ⑤ 書籍内の用語検索が容易になる。
- ⑥ 取次や書店などを経由させずに読者に届けることも可能なため、中間マージンが減り、その分、本の定価を安くしたり、著者への報酬(印税など)を上げたりすることもできる(取次や書店にとっては死活問題だが)。
- ⑦ 出版社は取次からの「返本」を心配する必要がなくなる。
- ⑧ 特に雑誌の場合、これまで不可能だった「動画」や「生の音声」を誌面に生かせるようになる可能性があり、読者にしてみれば、読み終わった後に雑誌を古紙回収に出す手間がなくなる。

一方のデメリットは、現時点ではこんなことが考えられるだろう。

【デメリット】

- ① たとえ一冊の「電子書籍」を読むためであるとしても、五万円前後もする高価な端末を買わなければならない(とはいえ、年に百冊以上読む「本の虫」なら、紙の本の半額で「電子書籍」が購入できれば一年足らずで元手を回収できそうだ)。
- ② 読みたい本を読む前に、読みたいものな操作マニュアルや利用規約を読む必要がある。端末を操作する技と知識が要求され、特に年配のユーザーにとってはこれが「障壁」ともなりうる。
- ③ 持ち運びの際には壊れないようカバーをかけるなど、紙の本ではありえなかった心配をしてあげる必要がある。
- ④ 通信代や端末の維持費、電気・電池代

など、紙の本ではなかった新たな出費が発生する。

⑤本棚は要らなくなるかもしれないが、端末が壊れたり端末を紛失した場合は「本棚」ごとなくなる。紙の本なら一冊なくなっただけで済むが、「電子書籍」だけに依存する人の場合、「本棚」復旧のためには新たな端末を用意し、ダウンロードし直す必要がある（ただし、一度買った「電子書籍」をすべて買い直す必要ではないようだ）。

⑥「電子書籍」端末企業が独自に定めた検閲基準に引っかかり、読めなくなる小説やマンガ、週刊誌が続出する恐れがある。現に講談社がアップル社に申請したところ、かなりの数の書籍が掲載を拒否されたのだという。その多くが、エロチックなシーンや暴力シーンの含まれたマンガだったとされる。

*

ビデオデッキやインターネットがブレイクスルーを果たせた大きな要因に、人間の性^{さが}とも言える「エロ」がある。簡単に言えば、テレビでは決して見ることでできないような動画が手軽に見られたからだ。それをストイックなまでに拒絶しようとする端末がブレイクスルーなど果たせるのだろうか。

さらには、こんな問題も付随して発生すると思われる。

⑦マンガの小さなルビは、現行の「電子書籍」端末ではそのまま再現できない。つまり今の端末は、ルビのない米国など英語圏の出版物を前提に開発されたものに過ぎず、日本の出版物には対応しきれない。その意味では、**日本の出版慣行を一切無視していた「グーグルブック検索和解」事件の和解契約案と大変似ている。**

⑧著者によっては収入が激減する可能性がある。無名の「売れない作家」はさらに売れなくなる恐れもある。

紙の書籍における報酬は、刷り部数に応じた「印税」（定価の一〇%前後）か、もしくは「買い取り」（一括払い）のどちら

らかだった。「初版刷り部数」といった概念がなくなる電子書籍の場合、「売れた（＝ダウンロードされた）分だけ支払う」といった報酬形態に移行する可能性があるが、実際のところまだ何も決まっていない。印税方式をやめて買い取りを希望する作者が増えるかもしれないが、その場合はベストセラーになるのがミリオンセラーになるのが収入には加算されない。一般に、作家は前作品の印税を次回作の制作費に注ぎ込む。最悪の場合、そのコストが捻出できず、次回作の制作に取り組みなくなるなど、作家の創作活動に大いに支障をきたす恐れがある。

ここで挙げた「デメリット」には、今後解決・解消されていくものもあるだろう。しかし残念ながら、「電子」や「特殊な端末」や「デジタル」にしさえすれば出版にまつわるさまざまな問題がまるで夢物語のように一挙に解決する——というわけでもない。

そればかりか「電子書籍」には、端末によっては言論の自由や表現の自由にも関わる「検閲」という、それこそ時計の針を昭和初期の時代にまで戻しかねないような重大な問題まで潜んでいた。この一点だけをもつてしても、紙の書籍や雑誌にそのまま代わりうる「^{デファクト・}事実上の標準規格」には到底なりえそうにない。

ついに「インターネット」は
ネタ切れを起こしたか？

「電子書籍」市場が今後、どういう道筋をたどり、成功するのか、はたまた失敗するのか、現時点では誰にもわからない。それに、端末がなくても通常のパソコンで読むことのできる「電子書籍」は、PDFファイル形式のものをはじめ、すでにさまざま存在する。専用の端末を買わなければ「電子書籍」がまったく読めないわけでもない。つまり、「電子書籍」と付き合うには「電子書籍」端末が必要

不可欠なものとなるのかどうかさえ、わからない。

米国発の「電子書籍」端末が日本への上陸を目指し始めるまで、日本の出版業界は「電子書籍」に何の興味も示していなかったわけでもない。これまでに「電子書籍元年だ」と叫ぶ狼少年が何度も来て、何度も去っていった——というのが実情だ。早い話、日本ではほとんど普及しなかった。

だが、そんな事情など一切お構いなしに日本を見舞ったのが「グーグルブック検索和解」事件だった。そして、これを端緒とした「電子書籍」騒動は今やアマゾン、アップル、グーグルといった米国IT界の巨頭たちによる「**電子書籍**」市場の**覇権争いへと収斂**しつつある。

ならば、もう一つの「米国IT界の巨頭」マイクロソフトがこのまま静かにしているわけもない。また、先行する「キンドル」や「iPad」とよく似た端末も、世界各国の企業から次々と出てくることだろう。

それにしても不自然なのは、「電子書籍」端末の命運を握っているはずの、コンテンツ（小説や評論、ルポルタージュなど）の生産者である出版社や著者を置き去りにして、「**入れ物**」か「**額縁**」に過ぎない**端末商戦だけが加熱している**ことだ。そのくせ、相変わらず「出版不況」のままなのだという。

出版社の中には、自らが抱える書籍のデジタルデータ化を慌てて進めているところもある。書店の中にはこの六月から独自のプラットフォーム経由で「iPad」向けの「電子雑誌」を販売するところも現れた。紙から電子へと移行する準備は着々と進められているように見える。

しかし、紙が電子になったところで、出版不況が解消できる根拠も見込みも、今のところ見出せない。さしたる勝算もないまま見切り発車で突撃しているような悲壮感さえ、出版業界には漂っている。

言うまでもなく出版不況には、自業自

得とも言うべき側面がある。時代が新世紀へと移り、世界が急スピードで変わりゆく中、二一世紀なりの新しいビジネスモデルを描く努力を出版業界が怠ってきたからだ。その最大の要因は「**読者の利便性**」を等閑なほざりにしてきたことだろう。

流通が格段に進歩し、ネットやFAXで注文した品物が明日にも届くような今日、発売日に書店で探しても見当たらず、注文しても届くのに一〜二週間もかかるという現実には、その問題は象徴されている。出版業界は読者に不便を強いてきたのだ。これでは、ネットで注文した翌日にも新刊本が自宅に届く「アマゾン」のビジネスモデルにしてやられるのも当然だろう。「出版不況」と言われる中、アマゾンの「売り上げは順調に推移している」（アマゾン広報）のだという。この現実を謙虚に受け止めなければならぬ。読みたい本がすぐに読めない不便を我慢する「習慣」は、二一世紀の読者にはない。

それに加えて米国IT界の面々には、既存のビジネスモデルに食らいつき、破壊する「寄生虫」としての性分がある。今では寄生虫のほうに宿主よりも図体がデカいというのも妙な話だが、その「餌食えじき」にされたビジネスは、広告、通信、放送、新聞、雑誌など枚挙に暇がない。特に、高額な広告掲載料を前提とし、そのカネを取材や制作に湯水のごとく注ぎ込んできた放送、新聞、雑誌などのビジネスモデルは、今や遠い昔のおとぎ話のようにさえある。これを「二〇世紀のビジネスモデル」と呼ぶとして、それが通用しなくなってきた今、日本のジャーナリズムは経費削減の嵐に晒され、日を追うごとにその力量を低下させつつある。取材に経費をかけられなくなったマスメディアが「発表報道」に依拠するようになるのも、会社の経営効率という観点から見れば一つの「答え」ではあるのだから。ただその結果、ジャーナリズムは読者や視聴者からの信頼を失い、さらに

部数や視聴率を減らしていく悪循環には
まり込んでいるようにも見える……。

などと考察してきて、ふとある「仮説
”に思い至った。書籍出版ビジネスが”
次なる餌食”にされているのは当然とし
て、ひよっとするとインターネットやパ
ソコンの会社からなる「電子」の業界は、
出版業界と同様に「頭打ち」になっ
てるか、下り坂に差し掛かっているのでは
ないか——と。

新しいものを生み出し続け、次なる需
要を掘り起こし続けていかなければ、そ
の市場は次第に収縮し、滅亡への道を転
げ落ちていく。それは出版の世界にして
も、「電子」の世界にしても同様である。

「電子メール」や「ホームページ」に
始まり、「ネット検索」「ネット動画」「ブ
ログ」「オンラインゲーム」「チャット」
「スカイプ」「グーグルアース」「ストリ
ートビュー」「ツイッター」等々、次から
次へと繰り出してきた突拍子もない新し
のサービスや発想の次に来るのが、五〇
〇年以上もの歴史がある「書籍」だとい
うところに、筆者は強い違和感を覚える。
なんだか間の抜けた感じを拭えないのだ。
インターネットもついにネタが尽きてき
たのだろうか——と思った。

きつと「歴史が証明する」部類の話な
のだろうが、「電子書籍」端末の登場とは
すなわち、ネット万能時代の「黄昏」^{たなごれ}や
「行き詰まり」を告げるものなのかもしれ
ない。

端末屋は
「版元」を目指すのか？

本誌三月号掲載の拙文の中で、筆者は
こう書いた。

「より多くのコンテンツを抱えることが
できたところが『書籍デジタル化』の主
導権を握るのは間違いないだろう。(中
略) 覇権を制するのはグーグルか、アマ
ゾンか、それとも(日本の)出版社連合
なのか。そしてソフトウェアの「生産者

”である著作権者たちは、どこが『一番
いい条件の「デジタル版元」だ』と判定
を下すのか。

出版社連合の強みが『痒いところ^{かゆ}にま
で手が届く編集者』を抱えていることな
のだとすれば、グーグルやアマゾンはそ
んな編集者たちをヘッドハントし、**出版
社そのものへと変質していく可能性もあ
る。**編集者がヘッドハントに応じるかど
うかもまた、『条件』次第なのだろう」

では、さらなる先にコマを進め、「出版
社」になる覚悟や責任感は、IT界にあ
るのだろうか？ さっそく訊ねてみた。

「ありえませんが、『iTunes』で自
ら音楽レーベルになったか——というこ
とを考えていただけば、ありえないこと
はわかりますよね？ (出版の分野でも)
まったくありません」(アップル広報)
「その計画はありません」(アマゾン広
報)

「いただいた質問内容について検討しま
したが、どの質問にもコメントできない
という結論に達し、今回の取材について
はお断りしたく存じます」(グーグル広
報)
「自らがコンテンツ事業を行なうという
計画はございません」(マイクロソフト広
報)

コンテンツ生産に関わる覚悟が彼らに
ないのだとすると、やはり米国IT界の
巨頭たちは「寄生虫」にすぎないことに
なる。しかし、だ。ここで挙げた四社の
中には、大手出版社の編集者たちを隠密
裏にヘッドハンティングし始めていると
ころもある。

今、それを大っぴらに語れない事情も
わからないではない。「電子書籍」への移
行が始まったばかりの段階で、「実は、自
分も出版社になろうと考えているんで
す」などと語れば、出版社からの協力が
不可欠な出版コンテンツ争奪戦を前にし
て、出版社を丸ごと敵に回しかねないか
らだ。それでも、「本音」はすでに出版
社側にバレ始めている。何しろ、「端末商

戦」の勝敗の行方を握る「カウンターパートナー」でもある出版社の社員をヘッドハンティングしているのだから、隠し通せるものでもない。

今となつては、彼らがいっ牙をむくのかを議論したり予想したりすることに大した意味はない。いずれにせよ、「電子書籍」が世の中に定着し、多少のことでは後戻りできなくなつた段階での話である。

ともあれ「寄生虫」たちの中には、リスクを取り始め、新たな「何か」へと脱皮しようとしている者がいる。

*

だからこそ今、書いておきたいことがある。

出版社や新聞社、テレビ局をはじめとする報道機関とは、「売らんかな」の本や記事や番組を作る部門が稼ぎ、それに広告を載せ、その儲けを報道部門に配分し、その両方があることで経営を成立させてきた会社だ。報道部門を維持するには相当なコストがかかるうえ、それ自身は大した稼ぎを叩き出せないため、報道のみで経営を成り立たせている報道機関など皆無に等しい。

なれば、出版社の機能を兼ね備えるようになった未来のIT企業に「報道」の役目までも担うよう期待するのは、夢のまた夢というものだ。その気になるIT企業が今後現れたとしても、経営が傾けば真っ先にリストラの対象とされるだろう。美味しいところだけをいただきたいと考えるのは、世の常、人の常である。

既存のマスメディアの報道を「おさらし」し、それを批判することに長けたIT系報道機関にしても、マスメディア報道からの情報供給が途絶えてしまえば、もはやそれまでだ。自ら現場に赴き、一次情報を繰り返し発信する能力と資本がない限り、既存報道の代替とはなりえない。

そんなわけで、報道の未来は相当暗い。それこそ、報道機関が発信する情報の一つひとつに市場価格が付き、報道一本で

経営が成り立つようなことにでもならない限り、起死回生は図れそうにない。従つて、二一世紀に生き残るためには「新世紀の報道機関」としての新たなビジネスモデルの構築が不可欠なのだ。

有用なコンテンツは「有料」でなければならぬ

そこで、提案がある。

拙著『グーグルに異議あり！』の巻末解説で、植村八潮・日本出版学会副会長が次のような論を展開している。

「出版界は国家の庇護ひごを受けることなく、ときには弾圧を受けながら連綿と活動を続けてきた。紆余曲折うよきよくせつはあるものの、表現の自由を確保するために時の権力者、為政者の影響を排除してきたのである。情報の信頼性を高め、自立的な情報流通システムを構築してきたのが出版界であり、この自由な流通システムを支えてきたのは本を購入した読者である。国家の投資を受けないからこそ、私たちの表現の自由が確保されているのだ。このことを誇りにしたい」

有用なコンテンツはやはり「有料」でなければならぬのだと、筆者も賛同する。だからこそ今回の「出版危機」に際し、そんなコンテンツをこれまで無料で貸し出してきたという「恩義」のある**公共図書館が中心となり、今後のコンテンツ生産を絶やさぬようテコ入れすべく、紙・電子の如何を問わず、図書館で書籍が読まれることの著作権使用料等を著者や出版社に対し支払うようにする**のである（例えば本の定価の1〜20%程度）。

もちろん、その支払いの原資は税金で構わない。こうすれば、図書館の存在意義は今まで以上に増し、出版文化と言論の自由を直接支える「最後の砦」の意味合いまで出てくる。

こんなことを提案するのも、現在の「電子書籍」利権に絡もうと企む輩が国立国

会図書館周辺で蠢うごめいているからだ。

今語られている「日の丸デジタルアーカイブ」構想とは、著作権法改正で可能となった国会図書館のデジタル書庫アーカイブをもとに、公共図書館に書籍データをネット配信するだけでなく、民間が運営する「電子出版物流通センター」を創設し、一般読者にもネットで有料配信しよう——というものである。

「出版危機」を前提に考えた場合、構想成功の鍵を握るのは、その書庫アーカイブからの上がりて未来のコンテンツ生産を十分支えていくことができるのかどうか——だろう。しかし、日の丸を背負っている割にその保証や担保ははまだ示されない。そればかりか、構想を推進する輩の中には、国会図書館の蔵書をデジタル化して利用することは「公正な利用方法」なのだと主張し、手軽に人の著作権が使えるよう法制化を目指す人々までいる。コンテンツ生産にかかるコストやリスクを負担せぬまま、コンテンツだけ利用したいと言っているのと変わりなく、浅ましいことこの上ない。

一方、一般書店にしてみれば、IT界に加え「準国営ネット書店」という強力なライバルまで出現することになる。「民業圧迫」の見本みたいな話だ。そこから「未来の言論の自由を守る」という思想が見事なまでに抜け落ちている。出版業界や言論の自由が存亡の危機に瀕しているというのに、いい気なものだ。「便利」であることが何にもまして優先されるかのような発想は、耳障りがいいだけに危険でさえある。さらには、「書籍が無料で読める」という公共図書館の原則までも脅かすものであり、いかかわしさえ覚えよう。前出の植村氏も拙著の「解説」の中でこう指摘する。

「グループブック検索も国会図書館のデジタルアーカイブも既刊書の再流通シス

テムに過ぎず、一方で新たな創作の泉である生産システムを破壊しかねない」

日の丸を背負ったプロジェクトであるうが、他人の著作権を使って商売しようとしている点ではグーグルのそれと大差ない。従って「日の丸デジタルアーカイブ」構想は、過去に書かれた著作物のことしか考えていないものであり、著者や出版社の未来を守り、育てるものとはなれない。

繰り返す。**有用なコンテンツは「有料」でなければならぬ。** 書籍の「公正な

利用方法」論など、未来の言論を滅ぼすことにしか作用しない。

もう一つの提案は、通称「グーグル税」の導入である。

拙著『グーグルに異議あり！』のあとがきで筆者は、フランスで導入が検討されている同税について次のように紹介した。

「二〇一〇年一月、フランスから痛快なニュースが飛び込んできた。グーグルをはじめとした多国籍IT企業のオンライン広告収入に課税し、それを原資にして、デジタル化の波に晒さらされて悪戦苦闘している新聞業界や音楽業界などのコンテンツ企業に『助成金』を出すことが検討されているというのだ。通称を『グーグル税』という。平たく言えば、グーグル社はフランス国内で莫大なオンライン広告収入を得ているにもかかわらず、フランスに税金を納めていないのはおかしい——というわけである」

多国籍IT企業が納税逃れをしているのは、日本と同様である。**有用なコンテンツは「有料」でなければならぬ**とする原則に立てば、他人のコンテンツを「検索結果」の形で提供することで広告を集め、莫大な利益をあげているIT企業から「コンテンツ利用料」としての税を徴収するのは、原則に沿った正しい考え方とさえ言える。日本では「助成金」

を出す対象に出版業界を加えてもいいだろう。

昨年、グーグル社などを相手に大喧嘩をやらかしている最中、実感したことがある。彼らが「人質」にしていたのは、すでに発刊済みの「過去の言論」に過ぎず、それに対抗するこちら側の強みは、彼らがコントロールできない「新たな言論」を次から次へと生み出し続け、矢継ぎ早に浴びせかけることができる——ということだ。プロの取材記者をやつていてよかつたと、心底思つた次第である。でなければ、はなから喧嘩にさえならなかつたはずだ。幸いにして、読者からの支持も得られた。

実際のところ、「新世紀の報道機関」としての新たなビジネスモデルを構築するには、情報の生産者である報道機関が独りよがりで悩むのではなく、読者や視聴者までを含めた皆で知恵を出し合つていくしかないのだろう。本稿がその端緒の役目を果たすことができれば、望外の喜びである。

その要は「紙」の媒体を闇雲かために守ることでは決してなく、「新たな創作の泉」を守り、育てることのほうにあるのは、言うまでもない。

配信元…ルポルタージュ研究所
Copyright (C) 明石昇二郎、ルポルタージュ研究所

URL : <http://www.rupoken.jp/>