

2019年1月16日  
株式会社インプレスR&D

<https://nextpublishing.jp/>

明治の新聞からネットニュースまで、その歴史から近未来を展望する

## 『ニュースメディア進化論』発刊

だれもが発信できる時代の学びの源泉をメディア研究者が解説

インプレスグループで電子出版事業を手がける株式会社インプレスR&Dは、『ニュースメディア進化論(副題:情報過多時代の学びに向けて)』(著者:校條 諭)を発行いたしました。

### 『ニュースメディア進化論』

<https://nextpublishing.jp/isbn/9784844398929>



著者:校條 諭

小売希望価格:電子書籍版 1,600円(税別)/印刷書籍版 2,000円(税別)

電子書籍版フォーマット:EPUB3/Kindle Format8

印刷書籍版仕様:四六判/モノクロ/本文192ページ

ISBN:978-4-8443-9892-9

発行:インプレス R&D

### << 発行主旨・内容紹介 >>

インターネットやソーシャルメディアを通してだれもが情報を広く発信できる現在、メディアの進化は私たちの生活にとって身近なものとなり、今後メディア技術が高度になればなるほど、個人の発信力はさらに大きくなると考えられます。

本書は社会の変革と表裏一体となって発展してきた「ニュースメディア」を学びの源泉と捉え、その進化の過程をたどります。明治初期の新聞の登場、戦後のマスメディア黄金期、インターネットがもたらした「総表現時代」の情報環境から、AI(人工知能)やVRが活用されるメディアの近未来まで、豊富な事例をもとに解説し、情報過多のなかで何を選び、どう発信していくか、ひとりひとりのメディアとの向き合い方を問いかけます。

(本書は、次世代出版メソッド「NextPublishing」を使用し、出版されています。)

## 明治初期の新聞の資料豊富に解説(第2章より)

写真2-2-2 錦絵新聞の例



病気の夫を看護する貞婦が、読経を頼んだ旅の僧侶に襲われて殺されたという話。『東京日日新聞』創刊号に載っている事件を絵にしたもの。絵師は落合芳樓。文は山々亭有人こと條野伝平。

(出所) 日本新聞博物館所蔵

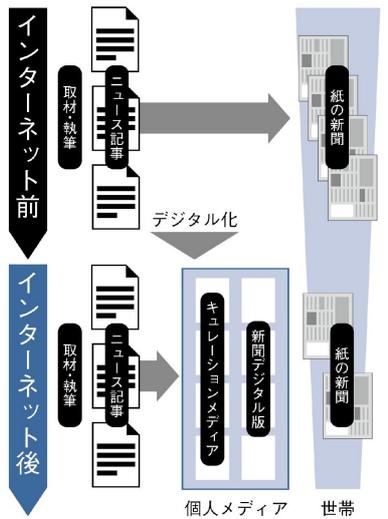
た。同紙の創刊メンバーに浮世絵師の落合幾次郎と戯作者の條野伝平がいたことが幸いした。1節で取り上げた仮名垣魯文も錦絵新聞に記事を執筆して、戯作者として培った能力を発揮した。

明治7年といえば、新聞というものが発行されるようになったものの、まだ多くの国民がそれになじめない頃だった。そんな時代に、新聞をもとにした大衆的なメディアとして錦絵新聞は登場したのだ。新聞に載った市井の事件が主たる題材であり、出所の新聞名が明記されていた。ほどなく複数の版元から発行されるようになり、ときには複数の版元から、同じ新聞の同じ記事をもとにした錦絵が出ることもあった。今で言えば、同じ新聞がネタ元の事件を、複数のテレビ局のワイドショーが取り上げているようなものである。(写真2-2-2)

こうして、カラフルな絵とふりがなつきで、親しみやすい語り調の文章でできている錦絵新聞は、かなりの人気を博したが、明治10年を過ぎると急速に消えていった。それは、総ふりがな、口語体で庶民が興味を持つ話題を連日取り上げている日刊の小新聞の普及が進んだからである。錦絵新聞はわずか3年ほどで消えていったメディアではあったが、浮世絵師、戯作者、新聞記者といった異なる分野の人たちが協力して新しいメディアを作り出して人気を得たという事実は、メディア史として注目に値する。「文章は読めないが寄席で講談や落語を楽しむ人々と、文明開化のメディアである新聞をつなぐ橋渡し役を、彼らはすんで果たした。」そして、「漫画、紙芝居、テレビ、写真週刊誌など、現在に至る大衆ジャーナリズムの水脈の源を見出す。」と、メディア史が専門の土屋礼

## インターネット後のニュースメディアの変化について解説(第3章より)

図表3-2-1 ニュースメディア市場の構図の変化



(出所) 校條論作成

ヤフーニュースと神奈川新聞が相互に社員を出向させたことがある。ヤフーニュースの編集部門は出向を経験したのが、新聞の現場で学んだ最も大きなことは何かという問いに対して次のように回答している。「日頃何気なく見ていた記事が、実は1行1行に大変な労力がかけられている、ということ。街ネタの短いニュースでも、まずそれを書かなくてはならない。判断があり、それを当事者からどう引き出し、いかに読ませる記事に仕上げるかという点に、新聞ならではの高度な技術が盛り込まれていることを、身をもって知りました。」(News HACK by Yahoo!ニュース、2018年7月13日「記者になって取材現場から見たもの」[Yahoo!ニューストピックス編集部・神奈川新聞・出向社員インタビュー]より)

新聞社の多くは、そのような手間をかけて製作した記事を従来の紙の新聞に載せるだけでなく、社によって異なるが、自社の電子版に掲載し、同時に、さまざまなキュレーション型のニュースメディアに記事を配信して通信社化している。後者は、いわばニュースのパラ売りである。そして、実は、新聞社の電子版サイトよりも、ヤフーニュースなど有力な新興ニュースメディアのほうがアクセス数も多く、そこに掲載されることは、新聞社にとって自社の電子版に読者を多数誘導してもらえる効果がある。新聞社とニュースメディアにはもつたれつの関係が成立している。

(図表3-2-1)

ということがあってもいいのではないか。

**落ち着いた対話の広場を**

思うに、従来の新聞記者ないしマスメディアの人は、対話型の人よりも演説型の人の方が多かった。しかし、これからは、対話ができ、議論ができて、その相手とのやりとりの中から整理軸を見いだしたり、新しい考えを生み出したりできるような記者が求められるのではないだろうか。できれば紳士スタイルではなく、協働的な、あるいは相互編集的なコミュニケーションを期待したい。武田さんのコラムの発言に戻ると、「コメント欄の議論ではその内容が話題になる。しかし内容の是非は価値観次第で水掛け論に陥る。むしろ必要なのは形式の議論ではないか」と述べているところがあつた。内容以前に、コメント欄という形式のあり方自体を問うべきだという主張と理解した。おおいに検討する価値があるのではないか。

コメント欄ではないスタイルはあるだろうか。現在の新聞で目にするものでは、先に紹介した朝日新聞の「フォーラム」はそれに当たる。そのほか、近い例を探すと、「論点」とか「耕論」といったタイトルで、同じテーマについて2〜3人の外部識者の意見を載せている欄がある。ただし、各人が異なる切り口で独自に語っているだけでお互いにかみ合っていないことが多い。いくつかの共

通軸で各人の論を位置づけるような整理をしたあと、各人に議論してもらおうという工夫が求められるように思う。

落ち着いた対話の広場となる新聞デジタル版とはいったいどのような形・スタイルがよいのか。AIやVRなどの新技術も活用した斬新なスタイルの可能性が開かれる予感がある。

**世論の解析にAI活用**

日本だけではないが、社会の分断化が進んでいる。主要な政治テーマで意見がまっぴらつたに分割されて、お互いに理解しようとならない。それぞれ自分と合う意見が読めず読めないで、非難し合うばかりでかみ合うことがない。そもそもワントウワン（個人対応）のレコメンドエンジン・推薦機能の働きで、その人が好みそうな記事や投稿が目につきやすい。そのような状況を打破するために、ネット上にあふれるさまざまな論や意見のビッグデータをAIによって解析し、要因分析をして、座標軸上に整理することが考えられる。ニューメディアがそのような取り組みをして、そのまともな記事として掲載したらどうだろうか。（図表4.2.1）

もちろん、壁は厚いに違いない。実際、そう簡単に分断が是正されていくとは思えない。そもそも、人々は、知識人と呼ばれる人も含めて、実は論理によって意見や態度を表明しているとは限ら

<<目次>>

- 1章 ニューメディアの活用 学びの再編のために
  - 1節 落ち着きと集中を取り戻すには
  - 2節 主体的に情報を選び、学んでいく
- 2章 マスメディアは永遠か
  - 1節 未完の日本版“コーヒーハウス”
  - 2節 新聞の成長、そしてラジオの時代
  - 3節 マスメディアの黄金期、テレビと新聞の時代
  - 4節 インターネットの登場
- 3章 メディア戦国時代 新興メディアが覇権を握るのか
  - 1節 新聞の電子版、積極派と消極派
  - 2節 無料キュレーションメディアが多数参入
  - 3節 マスメディアとソーシャルメディアの拮抗と連動
- 4章 ニューメディアの近未来
  - 1節 ジャーナリズムの担い手としてのニューメディア
  - 2節 ニューメディアは言論の広場になりうるか？
  - 3節 新聞電子版(デジタル版)のこれから
  - 4節 地方紙、地域紙はどうなる？

<<著者紹介>>

校條 論(めんじょう さとし)

メディア研究者、NPO 法人みんなの元気学校代表理事、ネットラーニングホールディングス社外取締役。1948 年神奈川県茅ヶ崎市生まれ。東北大学理学部卒。1973 年以来、野村総研、ぴあ総研(現文化科学研究所)で情報社会、メディア、消費者行動などの調査研究に従事。1997 年ネットビジネスを起業(未来編集)、コミュニティサービス開発、オンラインマガジン発行。1999 年ネットラーニングの事業化に参加。2005 年元気学校設立。2006 年ネットメディア「ノルディックウォーキングネットワーク」創刊、2012 年 NPO 法人みんなの元気学校設立、杉並ポール歩きの会運営。2015 年より近未来研究会コーディネーター。2016 年熱中小学校教諭。その他、元気学校代表取締役、インパクトワールド監査役、つながりのデザイン取締役、NPO 法人人力エネルギー研究所監事など多方面で活躍。

## <<販売ストア>>

電子書籍:

Amazon Kindle ストア、楽天 kobo イーブックストア、Apple Books、紀伊國屋書店 Kinoppy、Google Play Store、honto 電子書籍ストア、Sony Reader Store、BookLive!、BOOK☆WALKER

印刷書籍:

Amazon.co.jp、三省堂書店オンデマンド、honto ネットストア、楽天ブックス

※ 各ストアでの販売は準備が整いしだい開始されます。

※ 全国の一般書店からもご注文いただけます。

### 【株式会社インプレス R&D】 <https://nextpublishing.jp/>

株式会社インプレス R&D (本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井芹昌信) は、デジタルファーストの次世代型電子出版プラットフォーム「NextPublishing」を運営する企業です。また自らも、NextPublishing を使った「インターネット白書」の出版など IT 関連メディア事業を展開しています。

※NextPublishing は、インプレス R&D が開発した電子出版プラットフォーム(またはメソッド)の名称です。電子書籍と印刷書籍の同時制作、プリント・オンデマンド(POD)による品切れ解消などの伝統的出版の課題を解決しています。これにより、伝統的出版では経済的に困難な多品種少部数の出版を可能にし、優秀な個人や組織が持つ多様な知の流通を目指しています。

### 【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役:唐島夏生、証券コード:東証1部9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「旅・鉄道」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

### 【お問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D NextPublishing センター

TEL 03-6837-4820

電子メール: np-info@impress.co.jp