

新聞の嘘と新聞社の嘘

木野 工

嘘と書くといささか語弊を免れ得ないかも知れないが、紙面の真実ならざるもの、新聞社の建前としているところに反するもの、というほどの意味でウソという以外に適当な用語が見付からないので平凡に嘘と書いた。

今年のゼミでは、私自らが新聞製作の側にいるため、これまで余り触れずに来た紙面の嘘と、新聞の製作・販売に当る新聞社の嘘とに、意識して積極的に触れてみた。ここ何年かは、いわば実践の新聞の読み方といった、初歩的な新聞実用論をやつて来た。しかし、現実の、目の前に置いた新聞を資料として、話を交わしていると、いつも内心忸怩たるものがある、どうも歯切れの悪くなるのが一再ではない経験も味つた。そのため、いっそ内部告発めくけれど

も、私どもが毎日接する新聞という情報媒体には公正・正確な報道媒体としての性格とともに、純然たる民間企業体としての新聞社が商品として売っているものという性格も併せ持っているのだということをおぼろげに読んで欲しいという思いも籠められている。ゼミでさえ、朝日新聞と朝日新聞社を同義に扱うような発言が珍らしくはないほどのだから、一般の読者には始終そのような混乱があると思わなくてはいいくないと思う。外国の新聞事情に詳しいわけでもないけれど、社会主義国の新聞は私たちの俗に言う新聞とは全く別のものと見ていいのだから一応は除外するとして、自由な新聞製作、発行、販売を許されている自由国家の新聞でさえ、日本の新聞とはかなり異つた性格を持っている。一つの事象

を報道するのに、極端に言うとその、新聞を製作、発行する新聞社の基本的な思想的立場が常に考慮、勘案されているといつていいのではないかと思う。日本の新聞だつて、詳細に比較検討すればA紙とB紙、B紙とC紙との間には微妙な質の違いがあつて『思想的な立場』を類推できないこともないけれども外国の新聞ほど露骨ではない。

大体、各紙の重要なニュースや事件の報道内容は似ている。敢えて新聞のウソと言えば、これは重大なウソの部に属する。総理大臣が何か重大な件について発言した時、その会見に出席した各社の記者が全く同じ解釈をし、同じ価値判断をし、同じ文章を書くなどということが、個人を対象に考えればあり得るはずがない。国会での施政方針演説の要記だとか、いわゆる発表ものなら別だが、これは一種の記録であつて機械的な操作を経るだけだから、各紙が同文に近いほど類似の原稿になる可能性はある。しかし、大筋とか経緯とか、その間に点在するエピソードなどが伝達され、原稿としては、独自の調査による感情移入があつて初めて成り立つような(つまり大部分の

新聞記事はそのようなものであるはずなのだが、記事も、スペースを大きくとるような重要度の高いものほどA紙もB紙もC紙も酷似してくる傾きがある。こんなことがあった、と語る時に、それがどの新聞で知り得た情報であるかが本当は欠かせない要素であるべきなのに、大ていの読者は、ただ新聞とだけ答える。どれを読んでも同じだという暗黙の了解が話し手と受け手の間に成立しているとさえ思われる。それが、週刊誌を見た、テレビで見た、というように発展して行く。

一概に極めつけるのは誤解も招くだろうが、こういう、情報の無性格さが少しも怪しまれないのは、日本の代表的な新聞、権威ある新聞という格付けが、もっぱら部数によって判断されていることによる。

新聞は部数の多寡によってその価値を判断すべきものでないことは論をまたない。世界の権威ある新聞と言われるものの代表的なもの、例えば先ごろ復刊されたザ・タイムズにしろ、ル・モンドにしろ、日本の新聞界で言えば中級以下の小部数紙である。高い教養と該博な知識を必要とする論

説や解説の記事を興味と関心をもって日毎読み続けてくれる読者が日本に七百万人も八百万人もいるはずがない。それは「世界」か「中央公論」とかい雑誌、NHK教育かTVなどの部数や視聴率を例に挙げれば直ちに納得が行く。

大部数を維持することは企業としての新聞社が販売収入、広告収入を高めて企業規模の拡大をはかるためには必須の条件であるけれども、読者にとっては本質的に何のかわりもないことなのが、つい忘れられ勝ちになる。企業規模が大きくなって収入が増大すれば、その分だけ取材費を多く使えるから、記事内容も高まる、という効果は確かにある。しかし、現実の新聞を見てみると、大部数紙ほど広告面が高いスペースと、大部数紙ほど広告面が高いスペースを占め、16頁の新聞と24頁の新聞の記事量にはほとんど差がない。広告の持つ情報効果も今日では見逃せない重要なものだから、大部数を維持し、更に拡大するために、それだけ多くの人が読んで理解することが可能な紙面をつくり、興味と関心を惹くに足る紙面紛飾に努力しなければならぬ。

結果として、本来は雑誌に委ねらるべき種類の情報、いわゆる読物記事が大量に組みこまれ、写真一枚に数百万円、数千円もの費用を投ずる馬鹿げた取材合戦が行われる。写真を一枚も掲載しないで、ニュースをできるだけ盛り、そのニュースの持つ意味を独自の判断で解説しながら報道する態度を貫いているル・モンドのような新聞が日本に出来たら、部数百万を越えることは絶対にないと思う。

各紙が同じような形と内容になるのは、つまり、言うべきことを言わず、誰にでもわかって、しかも反論するに足る素因をすべて取除いた記事に仕立てあげるからである。公正中立は商業上絶対の条件であつて、公共性が高いからというのの結果としてのこじつけである。読者に媚びているとも言えるし、逆に言えば版面の下で読者は侮られているとも言えるのではないか。売り上げ最高のタバコ屋のタバコが一番うまいのか、とまでは言わぬが、大新聞の部数の意味にもう少し疑いを持つくらいの方が養いたい。