

【論文】

媒体としての紙、その底力

電子新聞・電子ペーパーを巡る論議の先に見える世界

The potential power of Paper as a medium

筑瀬重喜

CHIKUSE, Shigeki

キーワード: 電子辞書; 電子書籍端末; デジタル・ネイティブ; 認知科学

Received: 2012. 11. 14 Accepted: 2012. 12. 24

はじめに

2010年3月に日本経済新聞社が、翌年2011年5月に朝日新聞社がそれぞれ有料の「電子新聞」を始めた。これを皮切りに、他社も次々と追従している。一方、2010年の「電子書籍元年」が幻で終わったのを機に一時は沈静化していた電子書籍端末熱が再び高まっている。楽天が電子ペーパー式のコボタッチを発売し、以前から日本進出を宣言していた米国のAmazonが、2012年末には電子ペーパー式Kindleの日本版を売り出すと発表した。

1980年に米国の未来学者アルヴァン・トフラーAlvin Tofflerが『第三の波』で、農耕社会、工業社会に次ぐ第三の波である情報社会が間もなく押し寄せ、「社会を根底から揺るがす」「第三の波は、まったく新しい生活様式をもたらす¹⁾」とした。また1993年にワシントンDCのプレスクラブで作家マイクル・クライトンMichael Crichtonは、「巨大メディアの滅亡する日」と題して、「現在マスメディアといわれるものは、10年もしないうちに跡形もなく消え去ってしまう²⁾」と予言した。2人が現状を目にすれば、「いよいよ新聞や書籍が滅亡への第一歩を踏み出した」とあらためて宣言するだろうか。

現状を点検すると、トフラーやクライトンが予想したような事態には至っていないことが分かる。電子新聞の登場で紙の新聞の発行部数は激減する事態とはなっておらず、電子書籍も世界的ブームが起こっているとは見えない。こうした事態の背後には何があるのか。新聞や書籍が共通に用いている紙という媒体に底力があるということではないのだろうか。

本稿は、最近の電子新聞や電子書籍の現状から、「ゲーテンベルク以来500年余り続いた紙の文化が滅びて電子媒体がとって代わる」とする「電子媒体論」の限界を探るとともに、従来あまり意識されなかった「紙の底力」について論じる。

1. 電子媒体の現状

1.1. 電子新聞の現状

「電子新聞」の定義は、以下のような変遷を経た。まず 1995 年に日本経済新聞と朝日新聞が始めたウェブ上の無料ニュース配信は「電子新聞」と称されてきた。当時そのニュース配信を仕事にしていた筆者は、「ネットでニュースが無料で配信されるようになれば新聞は廃止になる」とする意見に接していた。確かに新聞部数は 2004 年以來、連続して減少してはいるが、ネット経由のウェブニュース無料配信が始まった後も、新聞部数に決定的に影響することはなかった。もちろん企業の広告費支出が新聞からネットにシフトしたために、放送に次いで 2 位だった新聞広告の収入がネットに抜かれた。広告収入の急減によって、新聞各社の経営が大幅に悪化したことは事実である。そうした経過を経て、新聞で配信するより多くの情報を、従来の PC 中心ではなくスマートフォン、iPad のような携帯式の汎用端末にも配信する新しい有料の「電子新聞」が登場したのである。

ちなみに日本経済新聞での料金体系は次の通りである。デジタル版のみの料金は、紙版のうち朝夕刊セットの料金 4,383 円に近い 4,000 円である。お薦めの「ダブルプラン」つまり新聞を購読したうえでデジタル版を読めるプランは、新聞購読代に 1,000 円上乗せするだけとなっている。各社とも、デジタル版購読費は紙版の購読費より安く設定し、紙版購読者が定額の上乗せをすると、併読できるシステムになっている。

ではデジタル版の内容は紙版と比べてどうなのか。朝日新聞社の「デジタル朝日」を例にとると、読むことのできるニュースは大きく分けて 3 種類ある。①朝刊最終版の内容を中心に編集した「朝刊」②最新ニュースをまとめた「24 時刊」③有名人のコラムなど非ニュース素材をまとめた「You 刊」である。もちろんこのうち一番充実しているのは②の「24 時刊」である。紙版には載らない「デジタル朝日」独自の記事やデータもある。

紙版では実現できないサービスもある。過去 1 年間の記事が検索できるほか、キーワードを設定しておけばその言葉が登場する記事は自動的に振り分けられる。さらに気になった記事をスクラップする機能もある。これさえしておけばいつでも読みたい記事を読むことができる。提供される情報量の点でも機能の面でも紙の新聞をはるかに上回っている。

目立つのは紙版新聞の 1 面に、しばしば電子新聞へ誘う記事が掲載されることだ。つまり根底ではかつてトフラーやクライトンが予言した、「紙から電子への転換」ではなく、「紙と電子の併用」現象が起こっているのである。これについては日本経済新聞社デジタル編成局長の野村裕知が、『新聞研究 2010 年 7 月号』の「紙とネットの共存目指す——日経電子版（Web 刊）の創刊」で、「日経は『紙との共存』を掲げた。紙は引き続き経営の柱であり、新事業が独走して基幹事業を痛めてはならない」と述べている。

一方でトフラーやクライトンと似た立場から、「電子新聞を機に新聞社は紙の新聞から手を引け」という主張もある。日本経済新聞社でマルチメディア事業を担当してきた坪田知己は「インターネットがどこでも使える現在、いつでもどこでも情報は受け取れる。これからの主流は電子版であって、紙の新聞は単なるノスタルジック的な価値しかなくなる。紙

の延命は、新聞社の経営の自殺行為だ³⁾』としている。

では実際に電子新聞はどのように読まれているのか。紙の新聞への影響はあったのか。日経は2012年7月19日付紙面で、紙版の部数と電子版の契約者数を報告している。それを図解化したのが図1 日本経済新聞の紙版部数と電子版契約数である。

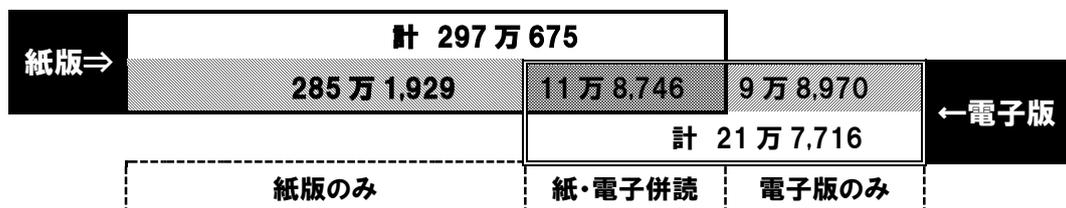


図1 日本経済新聞の紙版部数と電子版契約数

電子版の契約数は21万7,716で、紙版の297万675の約7%に過ぎない。電子版単独の契約数は9万8,970で、電子版契約数の45%である。

一方、同紙の発行部数の推移を見ると、2009年4月305万3,852、2011年4月301万897であった。少なくとも、「電子新聞の創刊で紙の新聞契約者数が激減した」とは言えない。

1.2. 電子書籍の現状

「読書端末はなぜ普及しないか」(『情報化社会・メディア研究5』、2008年)で筆者が予想したように、電子書籍端末は普及しないまま2010年の「電子書籍元年」は幻に終わった。世界に先駆けて1990年に電子書籍端末を出したソニーの新しい電子ペーパー端末「リーダー」も普及にはいたらなかった。今後は、楽天の売り出したコボタッチ、Amazonの売り出す予定の日本版Kindleがどのように受け入れられるかが鍵となる。研究者間では、電子ペーパー開発熱が依然として高い。その根底には、「2010年の電子書籍元年が幻で終わったのは、電子ペーパー技術が不完全であったからだ」という考えがある。

だがこうした意見では、根本的な問題が忘れられているのではないだろうか⁴⁾。つまり、「もし電子ペーパーの技術開発が電子書籍端末の普及を決定づけるのであれば、典型的な電子書籍である電子辞書は、なぜ液晶ディスプレイ(LCD)のままで普及したのか」という疑問である。電子辞書とは、従来は紙の辞書に収録されていたデータを電子化し、LCDで検索して読めるようにした携帯可能な端末のことである。一台で百冊分を超す辞書データを収録したものまでである。その意味で電子辞書は典型的な電子書籍端末である。ところが電子ペーパー研究では、こうした誰もが抱くきわめて常識的な問題が考慮されていない。

現在の事態をよりよく理解するために、「読書の構造」の分析を行うことが必要である。そのために読書という行為を、二つの軸、すなわち「テキストの性格」と「読み手の態度・目的」について分類する方法を提唱する。

「テキストの性格」を2種類に分ける。まず情報量の規模が小さいことが事前に分かっている、それを読むだけで必要最小限の情報が入手できるタイプのテキストである。これを「即解型テキスト」と仮称する。具体的には辞書の記述や速報ニュースなどである。

もう一つは、情報量の大きさが事前に予想できず、全体を読み通して初めて意味が理解できるタイプのテキストで、これを「読解型テキスト」と呼ぶ。具体的には通常の小説や

論述を指す。推理小説では、真犯人は最初に出てくる怪しげな人物ではなく、犯行とは縁のなさそうな人物が真犯人であるというのが一つのパターンである。読者はテキスト全体を讀解することで初めて意外性を楽しむことができる。

「読み手の態度」にも2種類を想定する。一つは書籍を通読することを目的とする読み方で、上記の小説や論述の書籍はこの目的で読まれる。これを「通読目的の読書態度」とする。もう一種類は一冊の書物の中にあるデータを検索する姿勢で、これを「検索目的の読書態度」とする。具体的には辞書で言葉の意味を探すとか、情報誌で音楽会や展覧会の開催日時や場所を検索するといったタイプの読書態度である。辞書の中で、ある言葉の意味を探す際に、辞書を通読する人はありえないことから、この分類には妥当性があるといえる。

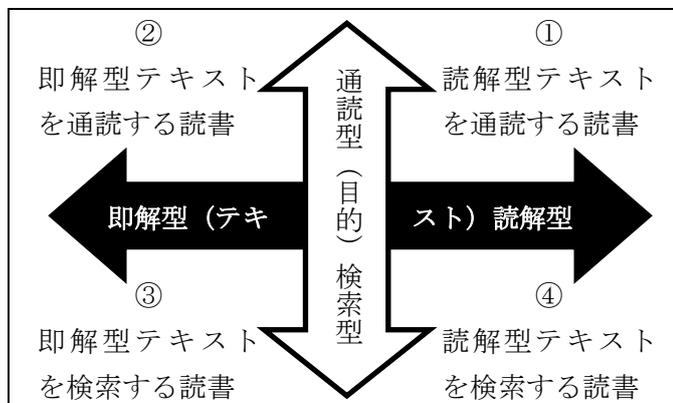


図2 読書の構造

以上の分類から作ったマトリックスが、**図2 読書の構造**である。ここから4つの読書タイプを導くことができる。すなわち、①「読解型テキストを通読することを目的にする読書」②「即解型テキストを通読することを目的とする読書」③「即解型テキストを検索目的で読む読書」④「読解型テキストを検索目的で読む読書」である。①はごく一般的な読書、②は一般的なニュース報道や速報を読む読書、③辞書や情報誌で言葉の意味やイベント情報を検索する読書、④研究者ら文献を検索して用法を探る読書、ということになる。

以上の分析を、これまでのデジタル化の過程と重ね合わせると次のようになる。デジタル化が最初に話題になったのは、1971年に始まったグーテンベルク・プロジェクトであった。著作権の切れた歴史的な文献をデジタル化してネット上に公開した結果、以前は紙の上の情報から求める事項を探すことに大きな労力を費やしていた研究者が、デジタル化によりこうした作業から解放されることになった。これは上記の④「読解型テキストを検索目的で読む読書」におけるデジタル化による効用を意味する。続いて出現したのが、1990年以降の電子辞書であった。これは③「即解型テキストを検索目的で読む読書」に関わるものである。これに続く電子新聞や携帯小説などは②「即解型テキストを通読することを目的とする読書」に変化をもたらした。そしていま盛んに論じられている電子書籍端末は、①「読解型テキストを通読することを目的にする読書」に関わるものである。

こうした流れを俯瞰すれば、デジタル化の試みは①「読解型テキストを通読することを目的にする読書」を目指してきたが達成できないまま、④⇒③⇒②の時計回りの道をたどってきたといえる。電子書籍は、最後の②と①の間に存在する「壁」に阻まれたというのが現状ではないか。

今後の電子化の進展は、①の型の読書を紙から現行の電子ペーパーへと変化させるのだろうか。筆者は2010年に訪米した際、地下鉄車内、ターミナル駅と空港における待合室な

どで時間を潰している約 1,200 人を観察したが、Kindle と推測される電子ペーパー端末を使う人はわずか 2 人であった。さらに 2012 年春に再び訪米した際、iPad を使う人は多数見かけたが、そのうち読書している人は 1 人だけで、電子ペーパー端末を使う人には出会わなかった。

こうした現実を反映してか、業界で「電子ペーパー離れ」とも見える現象も始まった。まず電子ペーパー画面を売り物にしてきた Amazon が LCD を画面にした「Kindle Fire」を売り出したことである。さらには、2012 年 5 月、電子ペーパー開発に関わってきた㈱ブリヂストンが撤退を表明した。理由は、「ディスプレイ業界における液晶パネル価格の急速な低下及び競争激化が、当事業に大きな影響を与える状況となったことに鑑み」「撤退を決断致しました⁵⁾」とある。つまり競争が激化しているのは電子ペーパーではなくて液晶パネルのようである。

誤解を避けるために追加すると、現行の電子ペーパーは LCD と比べて画面が反射式であるだけである。本来は「反射式ディスプレイ」と称すべき媒体である。それを「電子ペーパー」と称されたがため、「紙媒体の代替」に祀り上げられたのである。

2. 電子媒体の限界

2.1. 新聞はいずれ消える運命なのか

では、電子新聞が普及すれば紙新聞はなくなるのであろうか。ごく標準的にネットと新聞の関係について信じられているのは「ネットが普及すれば必然的に新聞の部数は落ち、やがて消滅する」という予想であろう。典型的なのがソニーの出井伸之社長（当時）の 2000 年の発言だ。彼はインターネットの出現を、6,500 万年前にユカタン半島に落ちたことで恐竜が滅びることになった巨大隕石に譬える。彼は「インターネット以前に存在していた社会の仕組みはことごとく生存の危機に立たされる。企業だけでなく国家や個人も、新たな生存環境へ対応することを迫られる⁶⁾」と語っている。

「ネットの普及で新聞はいずれ消える運命だ」を示す証拠として必ず出されるが米国の例である。新聞発行からネットに移行したとされるボストンの Christian Science Monitor の例が挙げられる。さらに米国では地方紙が次々と廃刊する現実が報じられている。米国で廃刊した新聞をまとめた Newspaper Death Watch (<http://newspaperdeathwatch.com/>) には、廃刊した新聞のリストに 5 つの全国紙と 247 の地方紙が挙げられている。また、鈴木伸元著『新聞消滅大国アメリカ』（幻冬舎新書）をはじめ、米国の新聞事情を扱った書物が数多くある。これらの論考には、「新聞が消えるのは必然である。論証の必要がない」とみなしているのか、自らの主張を正当化するための限定的な事実やデータにしか触れていない。

しかし現場に足を運び、統計データを点検すると、そうとは言いきれない現実が浮かび上がる。2010 年 3 月にボストンを訪れた際、新聞の印刷を止めて 1 年が経過した Christian Science Monitor 社を訪れ、話を聞いた。それによると、同紙の読者は全米にいたるため、これまではボストンで印刷した新聞を近郊の読者以外はすべて郵送してきた。ところが近年郵便事情が悪くなり、到着に 3 日以上かかることから苦情が出た。そのため新聞印刷を打ち

切った、という。ただしネットで流した1週間分の情報を編集した紙の有料週刊誌「Monitor Weekly」を読者に郵送している。この部数はかつての日刊紙時代の読者数と大きな変化はないということであった。つまり Christian Science Monitor は、紙からネットへ完全移行したのではなく、「紙とネットの併用」へ移行したのである。もちろん「Christian Science Monitor は過渡的な例だ。いずれ全面的にネットに移行する」という見解もあるかもしれない。

以上の話は個別のものである。そこで全世界的にはどうなっているのかを、世界新聞・ニュース発行者協会（WAN-IFRA）の資料に基づいて調べた。WAN-IFRA が発行している World Press Trends は、日本なら日本新聞協会に相当する世界 120 カ国の組織から集めたデータをまとめたものだ。表 1 主要国の新聞普及とインターネット普及の割合はその 2010 年版に基づいて、各国の新聞とネットの普及度合いを数値化したものである。具体的には成人人口 1,000 人当たりの新聞部数とインターネット接続可能な人数である。ただ元資料には 120 カ国分が挙げられていて膨大すぎるため、成人人口がほぼ 1,000 万人以上の国についてのみ扱った。表 1 は、これを新聞普及の順に並べた。

日本は新聞普及度 1 位、ネットの普及度 9 位である。問題の米国はネット普及度では 3 位である一方、新聞普及度では 8 位である。米国は意外なことに新聞普及度で見るとまだ「新聞大国」なのである。ただし、ここの「新聞」は有料紙と無料紙の合計である。

それゆえに、米国で起こっているのは、「新聞消滅大国」より「有料紙消滅大国」ではないか。米国で筆者が観察した限り、朝は大半の駅前に無料紙を配る人たちが立っている。ニューヨーク・マンハッタンのペンシルバニア駅出口には有力無料紙 am New York や Metro の文字の入ったジャンパーを着た計 10 人近い人が並び、紙名を声高に叫んで配っていた。

では、世界的に見た新聞普及度とネット普及度の相関関係はどうか。それが図 3 新聞普及とネット普及の相関関係である。直線 $y = 2.5083x + 171.89$ は回帰分析による近似直線である。このグラフは「ネットが普及すれば新聞は滅びる」と信じる人には驚異だろう。ネットの普及の割合と新聞の普及の割合は正比例しておりプラスの相関関係にある、つまり「ネットが普及している国であるほど、新聞普及の度合いは高い」のである。相関係数を計算すれば 0.79616601 と、ほぼ 0.8 という極めて高い相関関係にあるのである。

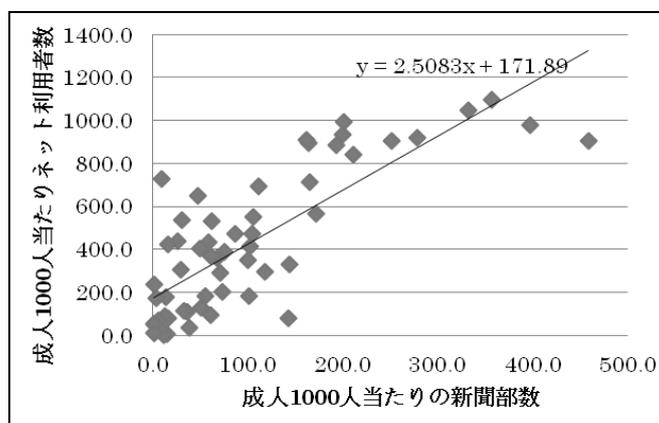


図 3 新聞普及とネット普及の相関関係

表1 主要国の新聞普及とインターネット普及の割合(成人1,000人当たりの利用者数)

| 国名 | 新聞 部数 | ネット 利用者数 | 国名 | 新聞 部数 | ネット 利用者数 |
|-----------|----------|-------------|-----------|----------|-------------|
| 日本 | 459.1 | 902.4 | ブラジル | 62.3 | 531.1 |
| 大韓民国 | 397.1 | 977.6 | ベトナム | 61.2 | 367.5 |
| オランダ | 357.4 | 1096.6 | フィリピン | 61.5 | 93.8 |
| 英国 | 332.4 | 1045.4 | チリ | 59.4 | 434.5 |
| ドイツ | 278.7 | 919.1 | パキスタン | 55.1 | 183.9 |
| 北朝鮮 | 252.1 | 903.7 | 南アフリカ | 51.2 | 130.7 |
| 台湾 | 211.7 | 843.1 | アルゼンチン | 50.2 | 402.5 |
| アメリカ合衆国 | 201.5 | 995.3 | コロンビア | 47.7 | 648.6 |
| カナダ | 200.0 | 933.3 | ネパール | 38.7 | 34.6 |
| フランス | 193.5 | 884.9 | スリランカ | 36.3 | 109.4 |
| イタリア | 171.7 | 566.4 | インドネシア | 33.2 | 115.8 |
| スペイン | 165.3 | 712.5 | イラン | 30.8 | 536.7 |
| マレーシア | 163.9 | 896.7 | シリア | 29.3 | 304.0 |
| オーストラリア | 162.3 | 910.5 | カザフスタン | 26.6 | 440.3 |
| タイ | 143.6 | 330.9 | コート・ジボアール | 16.3 | 79.0 |
| インド | 143.1 | 79.8 | モロッコ | 16.0 | 422.2 |
| ベラルーシ | 118.8 | 293.4 | バングラデシュ | 14.7 | 6.0 |
| ポーランド | 111.8 | 694.7 | ケニヤ | 13.8 | 177.4 |
| サウディ・アラビア | 105.6 | 550.9 | ガーナ | 13.4 | 86.8 |
| ベネズエラ | 104.5 | 474.7 | ミャンマー | 11.7 | 3.1 |
| ルーマニア | 102.4 | 415.0 | ロシア | 9.8 | 729.0 |
| アルジェリア | 102.0 | 184.4 | タンザニア | 7.1 | 28.9 |
| 中国 | 100.8 | 349.5 | カメルーン | 6.7 | 67.2 |
| トルコ | 86.7 | 472.6 | スーダン | 3.9 | 172.3 |
| ウクライナ | 75.7 | 388.4 | エチオピア | 2.0 | 9.7 |
| エクアドル | 73.9 | 204.4 | アフガニスタン | 1.7 | 53.6 |
| エジプト | 71.4 | 291.9 | ウズベキスタン | 1.5 | 236.2 |
| | | | モザンビーク | 1.5 | 50.8 |

この統計はネットとメディアの関係を考える上では最も基本的なデータであろう。まず押さえておかねばならないデータである。関心を持つ人は必ず一度は眼にしたデータだろう。にもかかわらず、筆者の調べた限りではこれを取り上げた文献は見つけることができなかった。もしかすると「絶対に触れてはならない禁断のデータ」なのかもしれない。

それを実感したのが、2011年11月に大阪市の駐大阪・神戸アメリカ総領事館で開催された講演会「変革するアメリカジャーナリズム」で、筆者がパネリスト兼司会者として登壇

した際の経験だ。全米各地で地域ニュースを提供する Journal Register Company (JRC)で、デジタル化時代のジャーナリズムの構築をめざす「プロジェクト・サンダードーム」のリーダーを務めるジャーナリスト Jim Brady が登壇され、「米国ではネットが人々のニュース取得の手段となり、新聞社は次々に潰れている」とするデータを示して解説された。ただ、無料紙のことは一切触れられなかった。

討議に移り、筆者が「ニューヨークの朝の地下鉄では約 1 割の人が新聞を読んでおり、その大半は無料紙だった。世界的に見れば米国はまだ新聞は読まれているのではないか」と質した。すると Brady は一言 “They are not wired.” と叫んで、討議を打ち切ってしまった。今となっては本人に確かめる手段はないが、彼が言わんとしたのは、「確かにニューヨークの地下鉄で無料紙を読む人はかなりいる。それは彼らがネット接続していない (They are not wired.) からに過ぎない。彼らが携帯端末でネットと接続するようになれば、無料紙といえども存在しなくなる」だったと、筆者は解した。

統計学の常識だが、新聞普及とネット普及の相関係数 0.8 だからといっても、決して「ネット利用が増えれば新聞が増える」「新聞が増えるとネット利用も増える」といった因果関係は断定できない。統計による帰納的推論で得られる結論は必ずしも絶対的な真理だとはいえない。想定される原因と結果の結びつきも必然性はない。統計処理が明らかにできるのは事態の一側面のみである。つまり科学哲学論者のカール・ポパー (Karl Popper) の論議を参照すれば、分析結果から得られるのは、「ネットが普及すれば新聞は減びる」という議論に対する「反証可能性⁷⁾」だけある。新聞とネットの関係を探るには、さらなる膨大な研究と考察が必要であろう。

もう一つ「新聞は消える運命にある」ことの証拠として提出されるのが、デジタル化で消滅したさまざまなアナログ技術である。たとえば電子ペーパー研究で著名な面谷信東海大教授は、デジタルカメラの普及でフィルムが消えた際に、フィルムメーカーが技術者の警告を無視したことを例に挙げ、「電子新聞の普及に関し時期的な予測についてあまり言及できていない点は警鐘として不完全ではある。それでも、警鐘を聞き流し続けたものが真っ先に食われる可能性が高いことを強調して本報告の結びとしたい⁸⁾」としている。

しかし、デジタルカメラと新聞を同列には語れない。カメラのデジタル化は「中抜きデジタル化」にすぎないからだ。つまりフィルムカメラではフィルムに映像データを貯めプリントするまでの過程がデジタル化されたにすぎない。であるから、最終的な写真を見て、それがフィルム撮影されたものかデジタルカメラで撮影されたものかを一般人は見分けることはできない。デジタルカメラは、フィルムカメラに比べてデータ保存に手間がかからないから普及したのである。これに対して、紙の新聞で使う媒体は紙であり、電子新聞で使う媒体は電子端末であるというように、全く違う形態なのである。もちろん新聞においてもデジタルカメラ同様の「中抜きデジタル化」はあるが、すでに 1980 年代に終了している。活版印刷から CTS (電算写植組版システム) へ移行したことである。

3. 問題の分析

「新聞や書籍が果たしてきた役割を代替する媒体として電子媒体が期待されているのに、なぜ進まないのか」で種々の議論があった。本稿ではそのうち「デジタル・ネイティブ論」と「グーテンベルク銀河系の終焉論」について言及しよう。

3.1. デジタル・ネイティブ論

論議の中で強力なのがデジタル・ネイティブ Digital Native 論であろう。「新聞・書籍のデジタル化は期待通りには進んでいない」という話をする、必ず出る質問が「デジタル環境になじまない世代が社会の中核を握っているからだ。若者が社会の中核を握るようになれば事態は進む」である。これには反論のしようがない。なぜなら「本当にデジタル対応力に差のあるデジタル・ネイティブが実在するかどうか」は確かめようがなかったからだ。

「デジタル・ネイティブ」とは「デジタル環境が整った時代以降に生まれた世代」を意味する。「次々と登場するデジタル技術がなかなか社会に広まらないのは、デジタル環境以前に生まれた世代（これをアナログ世界からデジタル世界へ移ったデジタル移民 Digital Immigrant と称される）が社会の中核を握っているからだ。ところが PC が普及しインターネットに接続するのが当たり前の環境ができてから生まれた世代は、それ以前の世代と比べて決定的にデジタル対応力が優れている。それゆえ、かれらが社会を握るようになれば、デジタル化は一気に進む」というのが「デジタル・ネイティブ論」の主張である。

まず浮かぶ疑問は、「デジタル・ネイティブは何年生まれ以降なのか」だ。これは研究者によってばらばらである。ドン・タブスコット著『デジタルネイティブが世界を変える』は 1977 年生まれ、Urs Gasser, John G. Palfrey 著の『Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives』は 1980 年生まれである。もし「1977 年以降生まれ」がデジタル・ネイティブなら、彼らは 30 歳台半ばである。「社会の中核」とはいかなくとも、最前線で責任を負う世代である。「なのになぜ電子媒体が広がらないのか」という疑問が生じる。

もう一つの疑問は、「そもそもデジタル・ネイティブ世代は実在するのか」という根幹の疑問である。これは世代別のデジタル対応力を調査することで容易に調べることが可能はずだが、「デジタル・ネイティブ世代が実在する」という結論に至った研究は見当たらない。デジタル・ネイティブをテーマにした調査で比較的知られているのは東京大学情報学環と㈱電通・電通総研メディアイノベーション研究部が合同で調査した結果である。その成果を一般に向けてまとめた『ネオ・デジタルネイティブの誕生 日本独自の進化を遂げるネット世代』も上記の疑問に答える内容にはなっていない。この調査の結論をいえば、デジタルのリテラシーを調べると、1976 年生まれ（「76 世代」とする）と、1996 年生まれ（「96 世代」とする）の間で、歴然とした差が見つかったということだ。具体的には 76 世代は「文章を PC で書き、ケータイで読む」が、86 世代は「ケータイで書き、PC で読む」といった結果が出たという。もちろん世代によってデジタル対応力に差は生じるであろう。しかし問題は、「デジタル・ネイティブ世代はそれ以前の世代と比較して決定的にデジタル対応力で優れているのかどうか」である。これを肯定する結果は出ていない。

デジタル・ネイティブ論の問題は二つある。一つは上記のように、それ以前の世代とはデジタル対応力が決定的に違うという世代の存在を実証できなかったことである。二つ目は、デジタル・ネイティブの生年を遅らせることで論議を延長させることができることである。「76 年生まれのデジタル・ネイティブ」に代わる「86 年生まれのネオ・デジタルネイティブ」の誕生を主張する『ネオ・デジタルネイティブの誕生』はその典型であろう。この 86 世代が、結局はそれ以前の世代と比べて格段のデジタル対応力がないことが明確になれば、さらにネオ「ネオ・デジタルネイティブ」が登場するであろう。この思考は、哲学・論理学で「循環論法」と呼ばれる「陥ってはならない」論法にあたるのではないか。一度この循環論法のループに入ってしまうと、なかなか抜け出すことはできない。

3.2. グーテンベルク銀河系の終焉論

15 世紀にヨハネス・グーテンベルク Johannes Gutenberg が活版印刷術を発明し、新聞や書籍など紙に印刷された大量の文書を広く配布することが可能になった。これが宗教改革を招き、近代国家の成立の足掛かりとなったことはいままでもないだろう。マーシャル・マクルーハン Marshall McLuhan の『グーテンベルクの銀河系』によれば、印刷された書物は五感のうち視覚だけを強調することで視覚中心の感覚の編成を作り出した。遠近法的な空間経験や線型的な時間経験を特徴とする視覚的な経験の形式を生み出した。さらに印刷術はそれ以前の話し言葉の文化に特徴的な親密な社会関係から個人を切り離して、個人主義を生むとともに、市場、学校教育、官僚制、国民国家、科学的世界観、透視画法という絵画形式や小説などの文学形式などを生んだ。それにより経済・政治・文化の各領域を再編成して、近代的な社会編成を作り出した、とされる⁹⁾。

「グーテンベルク銀河系の終焉論」は、マクルーハン議論のデジタル版といえよう。代表的論者の合庭惇は著書『情報社会変容 グーテンベルク銀河系の終焉』で以下のように論じている。グーテンベルクが印刷の手本にしたのは写本であったことを取り上げ、「新しいメディアは先行する古いメディアを模倣する¹⁰⁾」とする。それを援用し「写本文化を機械的に複製・反復することによってグーテンベルクの銀河系は成立したのであるが、そこを支えてきた技術はコンピュータによってすべて置き換えられた。活版印刷はコンピュータ組版と CTP (Computer to Print) が代替し、グーテンベルクの発明はコンピュータによってアナログからデジタルへと変換された。そしてインターネットは、印刷物の配信ではなくソースデータを一瞬のうちに希望するすべての人々に送り届けること可能にした¹¹⁾」。これで「グーテンベルク銀河系」は終焉を迎える、というのである。

ただマクルーハンの議論は、近代社会の成立という歴史的な事実の背景を、政治・経済・文化と幅広いジャンルについて印刷物という視点から解明しようという壮大な試みであるのに対して、グーテンベルク銀河系の終焉論は、「新しいメディアは古いメディアを模倣する」と「グーテンベルクの発明はコンピュータによって代替された」という単純な命題を元に「将来のメディアはすべてコンピュータにより代替され、印刷術が作り上げた近代社会を根底から崩すものである」という結論を導く論議である。数百年後の将来に、印刷術を基礎にできあがった近代社会が本当に終焉を迎えた後の論議であれば説得力もあるだろう。

うが、グーテンベルク後にできあがった市民社会、国民国家というシステム自体は現在も維持されており、崩壊の兆しもないことを考慮すれば、この論議は受け入れがたい。

4. 媒体としての紙の研究の必要性

デジタル技術の将来について、本稿では①『第三の波』のトフラー②クライトン③グーテンベルク銀河系の終焉論④デジタル・ネイティブ論⑤電子ペーパー路線、の五つを示した。このうち①から③まではいわゆる技術決定論、つまり「情報技術が登場すると、無条件に社会は根底から変わる」という単純な論議である。これに対し④と⑤は、技術決定論の限界を脱している点で評価できる。

デジタル・ネイティブ論は従来の技術決定論が無視していた受容者の立場を考慮している点が評価できる。ただしある年以降に生まれた世代が社会の中枢を握ると事態が一方的に確定する点の問題である。電子ペーパー路線も、「媒体としての紙」という視点を考慮している点で、①から③の技術決定論とは一線を画している。つまりマクルーハンが「グーテンベルクの銀河系」で記述したように、印刷が世界の近代化に重要な役割を果たした背景に紙という媒体があったことに注目し、その紙の機能を電子技術で代替するものを作ろうとした点にある。問題は、紙という媒体の特性を「薄くて反射式で折り曲げが可能」とし、「それが実現できれば紙の代替になる」と見なした点である。紙という素材は、そうした三つ程度の特質だけではカバーしきれないほど奥の深い素材なのである。

5. 紙の底力への認識

では、この電子ペーパーとデジタル・ネイティブを巡る論議をふまえた先にどんな世界が開けるのか。「紙で読むことの利点はどこにあるのか」「そもそも媒体としての紙とはいかなるものか」など、問いは尽きない。先行研究を紹介することでその方向を示したい。一つは WAN-IFRA が 2009 年に発表『プリントの力 The Power of Print』である。今一つは日本印刷学会・紙メディア研究委員長などを歴任した東大名誉教授・尾鍋史彦の研究である。

5.1. The Power of Print

『プリントの力』は元ワシントン・ポスト記者で米誌『ナショナル・ジャーナル』でメディア批評を担当してきたウィリアム・パワーズが 2009 年にまとめた報告書である。以下日本新聞協会がまとめた内容紹介によると、同報告書はまず紙の機能を、情報を盛り込む「容器」としての機能と、受け手が感覚や頭脳を使って内容を理解するための「インターフェース」としての機能に分ける。「容器」としての機能はデジタル化によって紙を上回る。しかし「インターフェース」としての紙は「フロー体験」が可能だとする。「フロー体験」とは、作業の範囲が有限で明確な目標があり、そこに没頭している際に生まれる幸福感だとする。これはデジタル媒体では実現できないとしている。ただ電子ペーパーの将来については、「いつか紙と同じような電子ペーパーが完成するだろう。そうすれば紙とデジタル

の長所が統合される」としている¹²⁾。

5.2. 「認知科学的に見た新聞の将来」

尾鍋史彦東大名誉教授は、『新聞研究 2012 年 6 月号』に、「認知科学的に見た紙の将来 脳内の情報処理を助ける紙の優位性」とする論文を書いた。尾鍋は、電子メディアとの競合で新聞の将来が論じられることが多く、「不特定多数多数の読者に頒布することで情報の共有空間や公共空間を生み出すことによりジャーナリズム形成を歴史的に果たしてきた役割や、それが可能になった理由など、新聞の本質的な意味を紙メディアの特性にまでさかのぼって論じられることが少ない」と述べている。そこで提唱するのが認知科学、つまり「コンピュータによる情報処理過程と人間の脳が行う情報処理過程を比較しつつ人間の情報処理モデルを組み立て、人間の『知』の領域で行われている情報処理の仕組みの解明を目指す学問」である。詳細を紹介する余地はないが、尾鍋の認知科学的視点から見た紙の新聞の可能性には注目したい。

6. 終わりに

紙は余りに日常的媒体であるため、その奥深い特性とそれが有する底力が注目されてこなかったのではないか。だから紙の多彩な特性のうち、反射性しか再現していない電子媒体を「電子ペーパー」と称したため、あたかもそれが書籍の代替を果たすかのように見なされた。またいわゆる機械情報を伝えるだけのウェブが、まるで新聞の代替を果たすかのように見られた。議論の多くが「紙の底力」を考慮してきたとは言い難い。紙に代わるとされた電子媒体が予想通りに普及しなかったのは、こうした背景があったからではないか。

もちろん「紙の底力」は永遠ではない。紙の底力を上回る電子媒体技術が出現すれば、本当の書籍や新聞の死が訪れるであろう。だがそれにはまだ相当の年月が必要だとは思われる。そうした視点を維持しつつ今後の技術の動きに注目したい。

註

- 1) アルヴィン・トフラー『第三の波』徳山二郎監修、日本放送出版協会、1980、p.20
- 2) マイクル・クライトン「巨大メディアの滅亡する日」、月尾嘉男他編『原典 メディア環境 1851-2000』東大出版会、2001、p.617
- 3) 坪田知己「電子版を有料化した日経は早く『紙』を捨てるべきだ」『Journalism 2010 年 6 月号』朝日新聞出版
- 4) 以下の論考の一部は 2012 年 11 月に情報メディア学会研究会で発表した「電子ペーパーを使った電子書籍端末が普及しない理由」と一部重なることはお断りしておく。
- 5) <http://www.bridgestone.co.jp/corporate/news/2012051501.html> (accessed 2012-10-31)
- 6) 朝日新聞 2000 年 4 月 20 日
- 7) 「反証可能性」についてはカール・ポパー「推測と反駁—科学的知識の発展」などを参照のこと。
- 8) 面谷信監修『新聞の未来を展望する 電子ペーパーは救世主になれるか』新聞通信調査会、2006、p.177
- 9) ここにまとめた要約は浜日出夫『「グーテンベルクの銀河系」』、北川高嗣他編『情報学事典』2002、弘文堂による。
- 10) 合庭惇「情報社会変容 グーテンベルク銀河系の終焉」産業図書、2003、p.46
- 11) 同上 pp.49-50
- 12) 「なぜ紙は永遠か その優位性の根拠とは」『新聞研究 2010 年 2 月』