

【論文】

メディア融合論からメディア連携論へ

過去 15 年間の ICT とメディアの関係を振り返る

Toward media cooperation through media convergence

筑瀬重喜

CHIKUSE, Shigeki

キーワード: 通信と放送の融合; 情報通信法; 市民ネットメディア; Yahoo!ニュース;
公共圏; メディアの特性比較; マスメディア

Received: 2010.8.31 Accepted: 2010.10.17

1. はじめに

今年 2010 年は、インターネットが本格的に普及し始めた 1995 年から 15 年目の節目に当たるとともに、後述のように政府がネットインフラ整備の目標にしてきた年でもある。本稿は、情報通信技術 (information and communication technology、以下 ICT) のイノベーションがこの間、メディアの世界に何をもたらしたのかを大局的に振り返ることを狙う。さらにこの先 10 年のメディア環境を見通すヒントを得ることを目指している。

「ネットの進展で新聞・放送などマスメディアはどんな運命をたどるのか」。1995 年に新聞社の社会部記者として「インターネット」を初めて取材した際、この疑問が浮かんできた。その後、ニュースサイトのデスクとしてネットの世界を、さらに新聞社の系列放送局社外取締役として放送の世界を体験しながら、この疑問が頭から離れることはなかった。

もし 1995 年に「10 年後のメディア環境はどうなるか」というテーマを与えられたとしたら話は簡単だったであろう。A.トフラーの『第三の波』(1980) にならって、「この ICT の変革は、紀元前の農業革命、18 世紀の産業革命に次ぐ、歴史的な第三番目の大変革だ。21 世紀には総てのメディアはネットに統合され、巨大なビジネスチャンスが生まれる。マスメディアもその準備を怠るな」、あるいは SF 作家の M.クライトンが 1993 年に米プレスクラブで行った講演『巨大メディアの消滅する日』にならって、「いや、ネットの発達でマスメディアはたちまち滅びる宿命にある。ネットを基盤にした新ビジネスを早急に考案することが最優先課題だ」とでもしておけば、評価されただろう。

しかし現実の 15 年間を振り返ると、事態はそれほど単純ではなかった。1995 年当時から「文章表現、報道、音楽、映像などを伝えていたメディアはすべてインターネットに収斂する」とする考え方 (以下これを「メディア融合 media convergence」論とする) を中心に話は進んだ。メディア融合論は、音楽の配信では進歩があったが、何度も「滅亡」を宣告

されてきた新聞やテレビは、広告出稿が大幅にネットにシフトしたことに伴う経営環境の悪化はあったが、依然として一定の影響力は行使しているし、ネット企業がマスメディアを呑みこむ試みも失敗した。むしろ拡大してきたのは、ネットとマスメディアが協力して新たな分野を切り開く連携であったといえるのではないか¹⁾。

本稿は、筆者の経験も参考にしつつ、メディアと ICT をめぐる過去 15 年間の流れを、「メディア融合論からメディア連携論へ」という観点から整理し直すことを試みる。

方法の問題について触れておく。より深く事態を見通すため、メディア史研究の立場をとる。しばしば我々は目の前の現実を「疑う余地のない唯一絶対のもの」と見がちで、その問題がどういう経過をたどって現在に至ったのかについては無視しがちである。そうした視点に立ってしまうと、「最新のネット技術がメディアの将来を決める」というような技術決定論的なパースペクティブに陥ってしまう。これに対してメディア史研究は、目の前の現実を「歴史的な文脈から形成されてきたもの」と見る。それによって目の前の現実を相対化することが可能となる。メディア史研究会編集委員の有山輝雄は「過去の問題にいったん身を置き、その文脈のなかで考えてみなければならない。それによって、現在の視点からは見えていなかった新しい問題を発掘できる。そして、そのことによって現在を相対化し、現在の問題が今まで以上によく見えてくるのである²⁾」と述べている。

ICT とメディア環境に関するメディア史研究の先行研究は見当たらない。メディア史研究では、研究の対象は、最も新しいものでも第 2 次大戦前後である。たかだかここ 15 年を扱った研究は見いだせなかった。近似するものとして、坪田知己『2030 年 メディアのかたち』（2009、講談社）があるが、本稿とは立場を別にするため、先行研究とはなりえなかった。ただテーマが重なることは事実なので最後にコメントしたい。

2. メディア融合論の誕生とその展開

まず、メディア融合論がどのように生まれどのように展開したかをまとめる。源流は、米国マサチューセッツ工科大メディア・ラボ所長だった N.ネグロポンテ著『ビーイング・デジタル』（1995）であろう。彼はデジタル化のメリットを「ビット（情報）とアトム（物質）」の比喻で説明する。つまり新聞、雑誌、書物など、送り届けられる情報はほとんどアトムの形をしているがこれが、ビットの形になることで「利便性、経済上の必要性、規制緩和などが組み合わさって、結果としてデジタル化が推進されるだろう。しかもその変化は急速なものになる³⁾」と予想している。彼はこれを「デジタル・コンバージェンス digital convergence」と呼んでいる、本稿では、より限定した「メディア・コンバージェンス」つまり「メディア融合」を採用する。

メディア融合論の波は当時の日本にも押し寄せた。当時の雰囲気は以下の書物に見ることができる。『201X 年の世界 マルチメディアによる新しいライフスタイル』（1995、松下温）▽『融合メディアの新時代』（1996、郵政省「21 世紀に向けた通信・放送の融合に関する懇談会」編）▽『マスメディアの時代はどのように終わるか』（1998、矢野直明）。

『融合メディアの新時代』は次の時代を「情報技術の革新は、マルチメディア化やイン

ターネットの普及に見られるようにあらゆる情報活動を電子ネットワーク上で行うことを可能とする『融合メディア時代』⁴⁾と描く。同書は各論で、電子新聞、電子出版、電子広告、在宅ショッピング、ビデオ・オン・デマンド、電子メール、電子会議、テレワークなどの新たなビジネスの可能性を挙げている。矢野もこうした考えをベースに、『マスメディアの時代はどのように終わるか』『はじめに』で、「これまでメディアとおよそ縁のなかった異業種企業群の、雪崩を打っての進出がある」と予想している。

そうした時代はいつ来るか。静岡大学教授の合庭惇（当時）は『アエラ』（1995年5月15日号）コラム「21世紀を読む：書籍の電子情報化」で「2010年」としている。2010年になれば「光ファイバーの通信網が家庭まで引かれる」「容量が大きくなって、出版だけでなく、新聞、放送、映画、通信つまり情報を売買しているマスメディアの姿が変わる」という。2010年は、1994年に出た電気通信審議会答申「21世紀の知的社会への改革に向けて—情報通信基盤整備プログラム」で「光ファイバーが全家庭に引かれる目標年」とした年である。

ではその目標年である今年、メディア融合は実現したのだろうか。たしかに『融合メディアの新時代』が予言したうち、在宅ショッピング、ビデオ・オン・デマンド、電子メールなどは普及した。新聞社、放送局はニュースサイトを開設し、テレビ局は「第2日本テレビ」のようなインターネット動画配信サービスも始めている。だが、電子新聞、電子出版、テレワークは何度か試みられたが、普及したとは言い難い。異業種企業のマスメディア参入もなかった。相変わらず新聞社では輪転機が轟音をたてて毎日約5,000万部を発行している。全国で200余りの放送局も電波を流し続けている。基本的な旧来のマスメディアの形態は維持されており、少なくとも「すべてがネットに融合する」は実現しなかった。

ではなぜ完全なメディア融合は実現しなかったのだろうか。それを考えることに2020年のメディアの姿を考えるための重大なヒントが詰まっている。

3. メディア融合論の行き詰まり

3.1. 通信・放送の融合をめぐる混乱

メディア融合をめぐる諸テーマのうち、この15年間で最も熱く論議されたのは、通信と放送をめぐる融合法制の問題だった。ほかのテーマ、たとえば「新聞と通信の融合」には融合を阻む法規制がないが、通信と放送の間には、放送法や電波法などの伝統的な規制があるため、融合となると抜本的な改正が必要となるからである。そうした事情から、通信と放送の融合というテーマには、融合論をめぐる論議がほぼすべて詰まっている。

「通信と放送の融合」が認知されるきっかけになったのは、ネット通信業者が放送局に対して一気に買収の攻勢をかけた2005年のいわゆる「メディアウォーズ」だった。まずホリエモンこと堀江貴文社長率いるライブドアがニッポン放送の株を取得することでフジテレビを間接支配しようとした。堀江社長が筋金入りの融合論者であることは、2005年3月の外国特派員協会での講演で「放送とネットの融合の速度が遅いので、ある程度強引な手

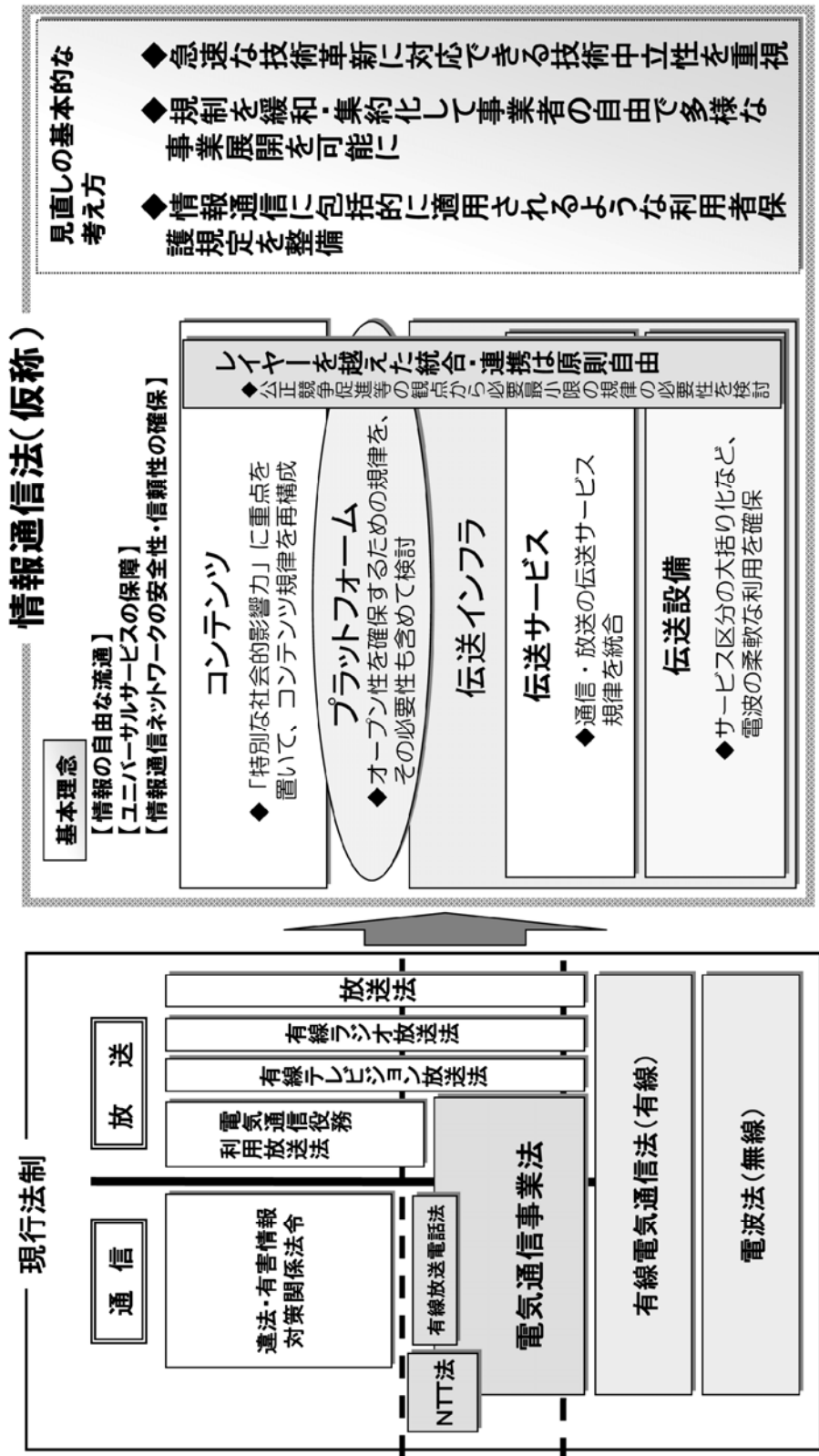


図1 通信・放送法制の抜本的改革

(「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会報告書」http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/2007/pdf/071206_2_bs1.pdfから)

法を使わないといけなかった⁵⁾」と話したことからも明らかだ。一方、三木谷浩史社長率いる楽天はTBSと株の攻防を繰り返した。結果的に両社は失敗し、論争は終結した。

続いて論争を巻き起こしたのは、2007年に、総務省「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会」がまとめた報告書だった。これまで、放送法など放送関連4法、電波法など通信関連5法で主に縦に分かれていた法体系を、情報通信法（仮称）へ一本化する構想が明らかになったためである。レイヤーという層の概念を導入し、下から伝送設備、伝送サービス、プラットフォーム、コンテンツに分けるとした＝図1 通信・放送法制の抜本的改革。これを2010年の国会に提出するとしていた。完全なメディア融合論に立つ案に「番組内容に行政の関与を認めることになる」と日本民間放送連盟などが反発した。

メディア融合論に疑問を呈する風潮に対抗する反論が、この前後に相次いだ。融合派のビデオジャーナリスト、神保哲生は2005年3月に「ネット移行揺るがない」と題したインタビュー記事で、「放送や新聞といった既存のメディアは遅かれ早かれインターネットの一部になる」「ネット放送が基幹的ビジネスに成長する時代がやがて来る⁶⁾」と熱く主張している。また2006年10月には小泉政権下の竹中平蔵総務相が「なぜインターネットで『ポケモン』が見られないのか」という疑問を投げかけた。書籍では、『新聞がなくなる日』

（2005、歌川令三）、『ネットがテレビを飲み込む日』（2006、池田信夫ほか）などが相次いだ。これらは「融合論の高まり」より、「事態が思い通り進まないことに対する融合論側の苛立ちの表現」と言えよう。

結局は、融合法制は頓挫する。ここではそれに至る最近の動きをまとめる。総務省は2010年1月、「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会報告書」を修正した、「情報通信審議会答申 通信・放送の総合的な法体系の在り方」に従って、従来の縦割りの法体系を維持しつつ四つの法律にまとめる方向となった＝図2 通信・放送の新しい法体系イメージ。ここにおいて「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会報告書」に登場したレイヤーの視点は導入されたが、通信と放送の一体化する「通信と放送の融合」は見送られた。



図2 通信・放送の新しい法体系イメージ
（2010年1月7日付朝日新聞から）

3.2. もうひとつのメディア融合論「市民ネットメディア」

これまでの融合論は資本の論理を前提にした話だった。しかしネット技術の発達という出発点を共有しながら、新しい別のメディアの形態を構想する流れがある。市民を主人公にした「シビック（市民）ネットメディア」である。「昔は情報を流すことができるのは資本力のあるマスメディアやネット通信会社だけだったが、ネットの発達で資本力のない

市民でも発信できるようになった」という立場から「市民のメディアの方がマスメディアより公平な報道ができる」と主張する。さらに市民メディアがマスメディアの役割を兼ねることでマスメディアはなくなるとする。いわば「もう一つのメディア融合論」である。

実際に2003年ごろから市民メディアが次々と立ち上げられた。この年に日本インターネット新聞社が運営する「JanJan」が、2006年には日本版「OhmyNews」が、2005年にはライブドア内の「パブリック・ジャーナリスト（PJ）ニュース」が創刊された。発足当初、発刊者の意気は高かった。PJ ニュースの小田光康編集長は「既存メディアへの市民の不信は根強い」「この不信感が市民メディアの広がる要因⁷⁾」といい、JanJan の竹内謙社長は「（ネットとメディアの融合は）時代の流れ⁸⁾」と語った。だがどこも有効なビジネスモデルを描けぬまま、OhmyNews は2009年3月に幕を閉じ、JanJan も2010年3月に休刊に至った。こちらの融合論も順調とはとうてい言えない。

4. 連携論の台頭

融合論の論者はしばしばマスメディアを「時代遅れのビジネスモデルを墨守している」と批判するが、はたしてそんなマスメディアが存在するだろうか。どのマスメディアも何らかの形で新たなビジネスモデルの構築を目指してネットの世界へ積極的に手を伸ばしている。新聞社ではニュースサイトがその例である。放送では、すでに言及した第2日本テレビ以外に、放送ずみ番組をオンデマンドで視聴させる「NHK オンデマンド」や、民放5局が共同で運営する「テレビドガッチ」がある。ケーブルテレビと同様の再送信サービスを、ケーブルの代わりにIP回線を通して行う「IP マルチキャスト放送」も広がっている。

このようにマスメディアが元々のビジネスモデルを維持しつつ、ネットと協力して新ビジネスの可能性を求めて進出することを「メディアの連携 media cooperation」と呼べば、その急激な拡大は驚くばかりだ。

連携の試みで最も成功したのは「Yahoo!ニュース」であろう。同サイトはマスメディアを含む67社・グループからニュースを仕入れ、それに手を加えずに掲載している。川邊健太郎シニアプロデューサーによると、マスメディア出身のデスク約20人がトップページに掲載する12本のニュースの選定にあたっている⁹⁾。ニールセン・オンラインの調査によると、2009年1月のYahoo!ニュース利用者は約2,700万人で、ニュースサイトでは群を抜いた1位である。続いていずれもYahoo!ニュースにニュースを提供している毎日新聞の「毎日.jp」（947万人）、と産経新聞の「イザ!」（742万人）が2位と3位に位置する。ニュースサイトとして従来は高い位置を占めてこなかった両者が2、3位を保っているのは、Yahoo!ニュース経由のアクセスが多いからである。イザ!の場合は全トラフィックの9割前後、毎日.jpの場合は同5割がYahoo!ニュースからの流入、つまりまずYahoo!ニュースを訪れた人が、リンクされている配信元の新聞社のニュースサイトへと飛んできたのである。かつて日本経済新聞や朝日新聞のニュースサイトはランキングで上位を占めていたが、Yahoo!ニュースへのニュース提供をしていないことも手伝ってか、5位と6位と低迷している¹⁰⁾。

Yahoo!ニュースに素材を提供しているマスメディアは、Yahoo!ニュース経由の利用者が増えることで広告収入も入る。結果的にマスメディア側も利益を得ている意味で、「連携」に分類できる。ただ、膨大な人と金をつぎ込んでニュースを制作しているマスメディアに対して、Yahoo!ニュースはマスメディアへのニュース購入費やデスクの件費しかかからないことからして、経営効率は Yahoo!が高い。その意味では、「連携」とはいつても、生態学でいう《寄生 parasite》に似たタイプ、つまりマスメディアを宿主として Yahoo!ニュースが寄生する形の連携である。

井上雅博 Yahoo!社長はそうした自らの立場を意識している。「ネットとテレビはどう融合するか」というホリエモンが発しそうな記者の質問に、「そもそも融合するとは思わない。ネット、テレビ、新聞、それぞれの媒体の立ち位置がある。ヤフーがテレビ局に対抗できるコンテンツ制作能力を備えたり、記者を何千人も雇って『ヤフー新聞』を作ったりするのは不可能¹¹⁾」と、マスメディアとの連携を強調している。

こうした「通信と放送の連携」の流れは、注目されていないが、2005 年を境に総務省内でも始まった。2005 年までは総務省の文書に登場するのは「通信・放送の融合」だったが、翌 06 年になると「連携」が加わり、「通信・放送の融合・連携」となった。「連携」がついた初例は、2006 年 1 月設立の「通信・放送の在り方に関する懇談会」の要綱である。

5. なぜ流れは融合論にとって不本意な方向へ変わったのか

「マスメディアはたちまちにしてネットに呑みこまれる」と意気盛んだったメディア融合論はなぜここまで不本意な事態に立ち至ってしまったのか。もちろんまだ「それでも将来必ずメディア融合は実現する」という主張もあるだろう。本稿はそうした根拠のあやふやな融合の夢を追うより、現実が生じていることを重視する。その立場から、二つの視点を示したい。一つは「論議で『メディア』という言葉の理解があやふやだったのではないか」という視点、もう一つは、「旧来のマスメディアに予想外の底力があり、それを見損なっていたのではないか」という視点である。

まず「メディアの理解があやふやであったのではないか」について述べる。「メディア」という語には、新聞紙やテレビ放送設備のような「媒体としてのメディア」と、新聞社や放送局などの「組織としてのメディア」の二つの意味がある。にもかかわらず両者が区別されてこなかった歴史があるのではないか。

元来、英語の media は、「中間」を意味するラテン語の medium から派生した。これが「介在的、中間的な働き」を意味するようになり、18 世紀からは新聞がメディアだとされるようになった。その後、新聞という紙媒体と、それを発行する組織としての新聞社を同じ「新聞」と表現するようになった。一般的な辞典 Oxford Advanced Learner's Dictionary 7th edition (2005, Oxford University Press) の「newspaper」の項には、She works for the local newspaper. (=彼女は地方紙の新聞社で働いている) の例文がある。newspaper には「the company that produces it (新聞を制作する会社)」という説明が付いている。これは日本語でも同じだ。たとえば「最近の新聞は公正な報道をしていない」という文で「新聞」は明らかに「新聞

社」の意味である。同様のことは「放送」についても言えるだろう。

ICT時代の次世代メディアの姿を語る際も、上記の連想から、「媒体としてのメディアが融合すれば、組織としてのメディアも融合する」という発想になったと推察される。3.1「通信・放送の融合をめぐる混乱」で引用したビデオジャーナリスト、神保哲生の発言「放送や新聞といった既存のメディアは遅かれ早かれインターネットの一部になる」も、前者の「メディア」は「組織としてのメディア」であるが、後者の「インターネット」は「媒体としてのメディア」の意味であろう。

しかし技術の進展でどれほど「媒体としてのメディア」同士が相互関係・連携を深めても、即それが「組織としてのメディア」の融合にはつながらないことは明らかであろう。メディアの二つの用法を混用した神保らの発言には、こうした問題意識は見いだすことができない。

以上の放送と通信の融合を巡る話を図示すれば、図3と図4になる。通信と放送の融合が話題になった当初は図3のようにインターネット技術を備えた通信が放送を丸のみすると想定していたが、現実には起こりつつあるのは、図4にみる事態である。組織としての放送を、コンテンツ制作部（上部構造）と具体的な放送（下部構造）に分ければ、下部の放送の一部においてネットとの連携が進んだだけであった。旧来の下部構造としての放送もそのまま残った。組織としての放送の上部構造にあたる制作部門は影響を受けなかった。

どれほどネット技術が進んでも、それだけで人々の心をつかむことはできない。放送事業の核であるコンテンツ制作は、放送が長年の実践の中で開発してきた独自のノウハウの積み重ねであるからでもある。

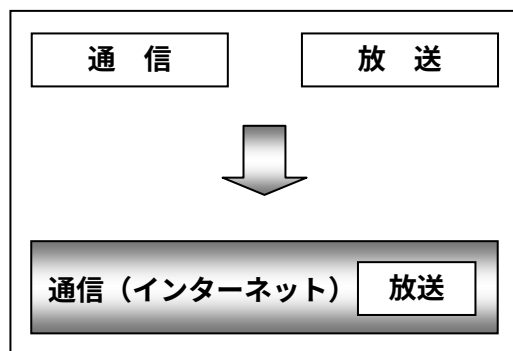


図3「通信・放送の融合」の当初イメージ

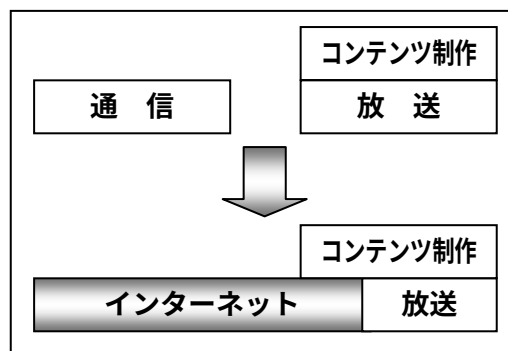


図4 通信と放送の間に起こった事態

メディア融合論には、技術としての下部構造が、組織としての全体の在り方を決定するという、技術決定論的な思考が見いだされる。「媒体としてのメディアが連携すれば組織としてのメディアも融合する」という発想は、マルクス主義経済学の史的唯物論の発想、つまり下部構造である経済関係の変化が上部構造である政治や文化などの関係を規定するという発想とどこか似ている。

6. 改めて「マスメディアとは何か」

もう一つの視点「旧来のマスメディアに予想外の底力があり、それを見損なっていたのではないか」に移る。

われわれはICTが始まる以前からのマスメディアの力を過小評価してきたのではないか。もしネグロポンテやクライトンが予言したように、マスメディアがネットに決定的に劣るのであれば、とうの昔にマスメディアは滅びているはずである。そうでなかったということは、マスメディアに「ネットが及ばない何らかの特質」を備えていたということである。

一般にマスメディアはネットと比べて次のような「欠点」があると見られている。

- ① マスメディアには締め切りがあるうえページ数やニュース放送時間に限界がある。一方のネットには時間・空間の制約はない。
- ② マスメディアの流すニュースの大半は、読者・視聴者が知りたくもない押しつけのニュースだ。ネットなら自分が本当に知りたいニュースのみを入手できる。

新聞と放送ではいささか事情が違うので、以下では新聞を例にとって考える。

まず、①の時間性・空間性について。たしかに新聞に締め切りがあり、紙面が限られている。それゆえ速報性ではネットに及ばない。しかしこれは欠陥だろうか。むしろ、締め切りがありページ数に限りがあるからこそ、過去の24時間ないし12時間に世界で発生したことの全体を、価値判断を加えつつ総括できるのではないか。この特性を「周期的総括性」と呼ぶ。この周期的総括性があるからこそ見出しの大きさをニュースを序列化することが可能になり、読者はどれを優先して読むべきかが分かる。一方のネットの世界では、新しさのみが価値の基準になり、全体から見た価値判断は優先されない。どれだけ重要なニュースでも、新しい別のニュースが届けばトップの座を譲ることになる。受け手にとっては、どのニュースが重要なかが判然としない。

インターネットの普及でアクセスしうる情報の量が急激に拡大している。そのすべてにお付き合いしていたらどれだけ時間があっても間に合わない。その点新聞は、社会的に必要とされる情報を効率よく短時間で入手できるメディアでもある。これを「効率性」とする。さらに紙面をざっと目を通すだけで、ニュースの全体が、ざっくりと把握することができる特性もある。これを「概観性」とする。

このほか説明の必要のない詳報性や携帯性を加えて、一覧表にまとめたのが表1（メディアの特性比較）である。なお表中、○と×は特性の有無を示す。△は場合によって特性があるともないともいえる場合を示す。改めて、新聞とテレビ、ネットメディアはそれぞれ長所と欠点を持つことが分かる。

表1 メディアの特性比較

	時間的特性			空間的特性		
	速報性	周期的総括性	効率性	詳報性	概観性	携帯性
新聞	×	○	○	×	○	○
テレビ	○	○	×	×	○	△
ネットメディア	○	×	×	○	×	△

続いて②の「マスメディアは一方的にニュースを押し付ける」という「欠点」についてまとめる。たしかに普通の人にとって1面のニュースはほとんどが知りたくもないニュースであろう。しかし新聞に掲載された情報は、実質的にはその共同体ないし社会が共有すべき公共の情報であるという性格をもつことを想起すべきであろう。

政治学者 B.アンダーソンは『想像の共同体』で「国民は（イメージとして心の中に）想像されたものとして」の「想像された共同体」を支える一つとして新聞などの出版メディアを挙げている¹²⁾。J.ハーバーマスも英国における公共圏の成立を追跡する中で「公共性の発展水準は、まる1世紀にもわたる国家と新聞との確執の歩みによって計られることになる¹³⁾」と新聞の役割を論じている。

マスメディアが社会的な公共圏意識を養うメディアであることを示す卑近な例は、次のケースである。一般に大学生の就職活動で、新聞を読むことが推奨される。現実には Yahoo! ニュースやマスメディアのニュースサイトだけにたよらず、紙の新聞をきちんと読む大学生は、就職試験に強い。なぜか。新聞を読むことで、初対面の企業側面接担当者、最小限必要な公共的な情報の共有を実現することで、話し合いが可能になるからである¹⁴⁾。

次の問題はマスメディアとネットメディアの相性である。表1のように、新聞とネットメディアには明確な相互補完関係がある。つまり、新聞にとって×はネットメディアでは○、新聞にとって○はネットメディアに×という組み合わせが大半である。ということはネットと新聞の組み合わせで利用者は最大のメリットを得ることになる。新聞を丹念に読むことでネット情報の価値も理解できる。

かつてネットは新聞にとって敵だと見られてきた。また新聞社が自社でニュースサイトを展開することは共食い cannibalization となり、自滅につながるとされてきた。しかし実際は共存共栄の関係があり、最良のパートナーとなる可能性すら考えられる。メディア融合論が衰え、メディア連携論が台頭した陰にはこうした背景事情もあったのである。

7. おわりに 2020年のメディア環境

以上から2020年のメディアの姿を考えてみる。この壮大なテーマを限られた枚数で語り切ることはできない。ここでは問題を考える上で欠かせない大前提のみに絞る。

ICTのインパクトは前例を見いだしにくいほど大きい。特にインターネットとWebの二つの技術は流れを決めた。今後少なくとも10年間は、この二つを上回る技術が生まれる兆

候は見いだせない。ということは、前章までで説明してきたように、かつては熱く語られてきたメディア融合論が現実的ではないことが明らかになり、より冷静でかつ現実的な連携論が将来のメディア環境を規定するのではないか。これが本稿のささやかな結論である。

最後に、坪田の『2030年 メディアのかたち』について触れておく。デジタルメディアの草創期から取材してきた坪田が20年先のメディアの形を描いたという。本稿が対象とするものと重なる。坪田は明確に「メディア融合論」を主張してはいないが、「新聞・テレビが沈没するという『常識』」（裏表紙から）という表現から、融合論の立場とみなせる。

坪田はここ20年の流れを、情報発信者と受信者の数の対比で捉える。1995年までは「一対多」、2010年までを「多対多」、2010年以降を「多対一」とする。つまり1995年までは旧来のマスメディアが多数の受信者に同一の情報を流す「一対多」だった。その後、Yahoo!やグーグルの登場で「多対多」の時代が訪れた。2010年からは、個人の受信者の要望に応じて多くの情報から受け手にとってカスタマイズされた情報が届くことが求められるとしている。この「多対一」の時代には、放送や新聞は対応できないとしている。

確かにネット時代を迎えて人々がカスタマイズされた情報を望むようになったのは事実であろう。そこにビジネスチャンスを見いだすことはできる。しかし、坪田が消えるという「一対多」型のメディアへの需要は、本当になくなったのだろうか。

この論議は前述のアンダーソンやハーバーマスと重なる。「一対多」のメディアは、ネットが存在しなかったという事情で1995年まで存在していたのではない。近代社会の共同意識や公共圏を根底から支える一つのシステムとして存在し続けてきたのである。このタイプのメディアは1995年で消滅したのではなく、今も脈々と生きている。人々が「一対多」メディアを捨てるのは、近代社会そのものが崩壊するときを措いてほかにない。坪田の論議にはこうした極めて重要な論点を見いだすことができない。

註

- 1) 「融合」とは複数の主体が一つの主体に統合されることをいい、「連携」とは元の主体が残ったまま部分的に協同することをいう。
- 2) 有山輝雄（2004）「メディア史を学ぶということ」『メディア史を学ぶ人のために』、世界思想社、p.6
- 3) ネグロポンテ、ニクラス（1995）『ピーニング・デジタル』福岡洋一訳、アスキー、p.22
- 4) 郵政省「21世紀に向けた通信・放送の融合に関する懇談会」（1996）『融合メディアの新時代』p.10
- 5) 朝日新聞 2005年3月4日朝刊3面「ネット、メディア、金融を融合 ライブドア社長構想」
- 6) 朝日新聞 2005年3月18日朝刊15面「ネット移行揺るがない」
- 7) 朝日新聞 2006年5月12日朝刊15面「市民ネットメディア考」
- 8) 朝日新聞 2005年11月17日朝刊11面「メディアウオーズ 私はこう見る 7」
- 9) 朝日新聞労組（2008年）「第21回言論の自由を考える5・3集会報告集:新聞の明日―没落か再生か」p.46
- 10) http://www.netratings.co.jp/New_news/News02242009.htm （2010年8月27日に確認）
- 11) 朝日新聞、2005年11月10日朝刊11面「メディアウオーズ 私はこう見る③ ネットとTV、融合ではなく連携で」
- 12) アンダーソン、ベネディクト（1987）『想像の共同体』、白石隆・白石さや訳、リブレポート p.24
- 13) ハーバーマス、ユルゲン（1994）『第2版 公共性の構造転換:市民社会の一カテゴリー』、1994年、細谷貞雄ほか訳、未来社 p.90
- 14) 「新聞社のニュースサイトを読むこととその新聞社の新聞を読むことは同じではないか」という疑問

が寄せられたことがある。しかし両者はアーキテクチャが異なる別種のメディアであり、互いに代替することはできないと考える。これは「新聞＋ニュースサイトは最強メディア：新聞社における戦略的融合の視座」『朝日総研レポート 156 号』などでも書いたことではあるが、きわめて重大な課題であるので、「アーキテクチャ」の視点を導入したうえで、別の機会に論述したい。