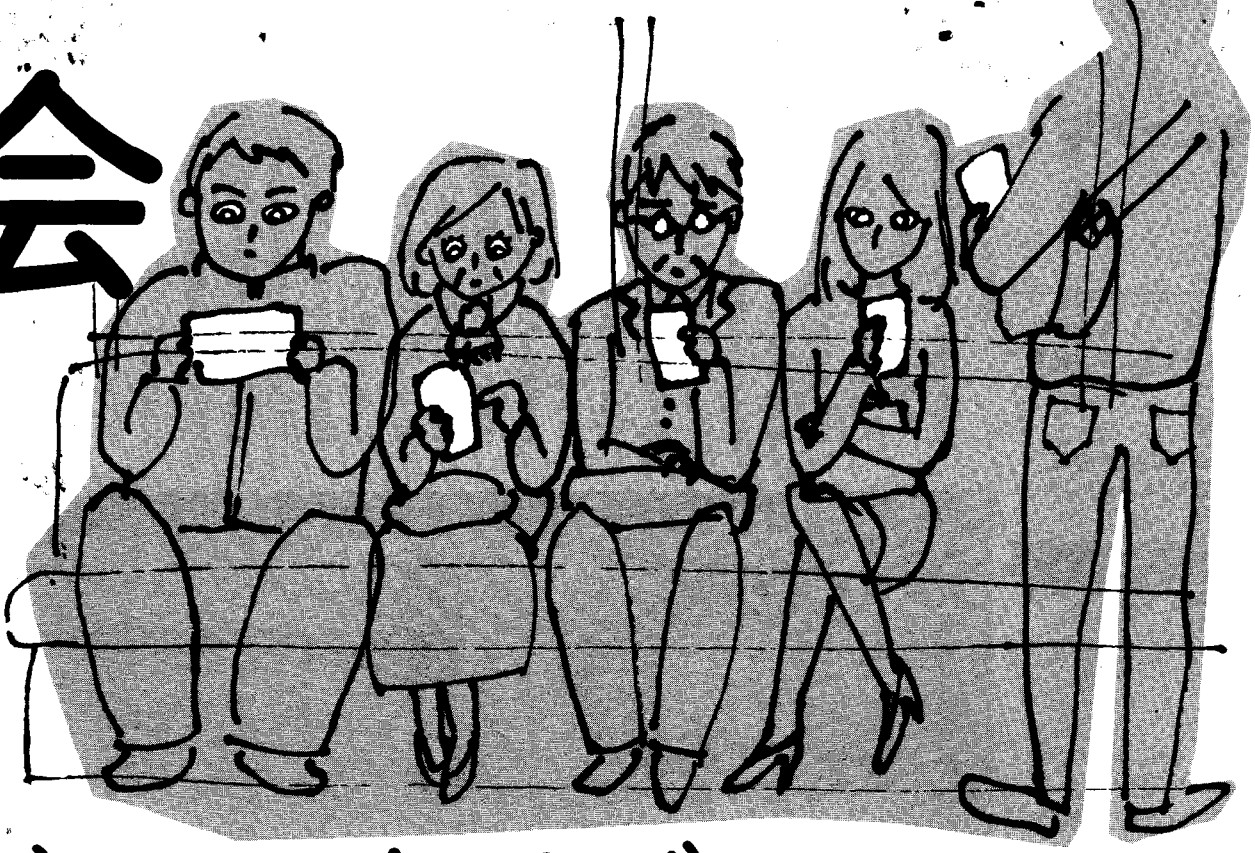


「IT企業の、ジャーナリズムなんて単に金儲けの手段
としか思っていない文化に、本来のジャーナリズムが
見事に「引っ張られている」……齋藤

会



ジャーナリズム

武田 昨年8月、サイゾーが運営するニュースサイト「ビジネスジャーナル」に掲載された、貧困問題を報じたNHK番組に関する記事が「エア取材」、つまり取材を



齋藤貴男×武田砂鉄

さいとう たかお・ジャーナリスト。1958年、東京都生まれ。業界紙などを経て、フリーに。著書に「私がケータイを持たない理由」(祥伝社新書)、「共謀罪」なんていらない?!これってホントに「テロ対策」?(山下幸夫氏との共著、合同出版)など。

ただ、さてつ・ライター。1982年、東京都生まれ。出版社を経て、2014年よりフリーに。著書に「絢切型社会」(朝日出版社)、「芸能人寛容論」(書局)社など。

一切してないと叩かれました(注1)。一方で数カ月後、『東京新聞』でも同様に貧困をテーマにした連載でエア取材が発覚した(注2)。「紙かウェブか」の対立構造で議論しても解決できない、共通の問題があるのでは、と感じています。齋藤 いまの短いお話の中に、すでに二つ、問題が現れているよね。一つは「エア取材」という言葉。ツイッターなどで短い言葉で表現する習慣が当たり前になって、何でもごく略すようになった。素人がエア取材って言ってる分にはいいけど、プロのジャーナリストの世界では、要するに「でっちあげ」。でも「エア取材」って言うとき、軽い感じになっちゃうでしょ。もう一つは、それを『東京新聞』がやったということ。メディアには、いい加減で構わないものもあるとは思う。娯楽とかね。でも、近年は最も高く評価されている新聞までが、とは「ビジネスジャーナル」のようなネットジャーナリズムに至っては、でっちあげが当たり前みたいになってきた。素人の、と言って悪ければIT企業の、ジャーナリズムなんて単なる金儲けの手段としか思っていない文化に、本来のジャーナリズムが見事に「引っ張られている」。そうなるのは、何でも軽く片づけたがる、社会全体の風潮と相まっ

依存社

無限の可能性があるはずのインターネット。しかし、SNSなどネットに過度に依存しがちな今の社会は、むしろ私たちの「知的退行」を招き、そしてそれは、決して良い未来をもたらさないのではないかと。失いつつあるものも大きいのではないかと——。知力低下の具体例、若い世代で深刻な「ネット依存」の現実、レイシズムが増殖するヘイト空間と化したSNSに対する方策などなどの視点から、「ネット依存社会」という危機的状況を考える。 イラストレーション／楠木雪野

骨抜きにされる

てきたこと。それを口に出すのつて、これまでは恥ずかしいこととされてきたはずで。

齋藤 恥ずかしいよ。

武田 時事問題において「池上彰的な解説」が定着したとすると無関係ではないと思います。「3分でお願ひします」という要請に答える弁論が常態化している。だからこそ、「3分で〇〇がわかる」みたいな姿勢があちこちで乱立する。

齋藤 僕も講演して、いちばん多い褒め言葉が、「わかりやすかった」(笑)。結構難しい話をしていくつもりなので、ちよつと複雑で。

武田 とりわけネットでは、より多くの人が賛同し、わかりやすいと反応してくれる記事ほど良い記事だ、との判断になりがち。フェイスブックの「いいね!」や、ツイッターのリツイートなどの数値が多ければ多いほど良いと。そういう考え方に、テレビ、新聞、雑誌がそれぞれ引つ張られている。それこそ、テレビニュースはツイッターで意見を募り、「トランプについてこう思う」といった視聴者のツイートを画面下に流したりする。「みんなはこう思っている」との声が、真実を探るプロセスに堂

々と入り込んでくる気持ち悪さ。それを誰も疑わない。何か問題が生じたときに「ジャーナリスト・齋藤貴男さんに聞きました」というのと「ネットの声は？」が等価で扱われることになる。

齋藤 こちらは一応プロだからね。一緒くたにされたらたまらないよ。それがジャーナリズムではない、あるいはこれからもなろうとする気がない、ネットだけの文化であるなら、読者・視聴者は区別して見ることもできるけど、本来そうであってはならないものまでが、墮ちたもんだよな。

武田 主にウェブライターに向けたライティング講座が行なわれていて、その模様をレポートした記事を読むと「共感させる記事を書きましょう」とある。あとは「クリックさせるためのキーワードをどのように盛り込むか」などなど。要するに、向こう側にいるお客さんにどうやって共感してもらうか、どれだけアクセスを稼げるかが、真つ先に与えられる課題になる。いま、手元にあるのは宣伝会議主催「Webライティング実践講座」のチラシです。

齋藤 つまり広告と限りなく親和性が高い。広告は広告で大事な意義があるものだけど、その価値観にすべてが覆われてしまうのは許せない。冗談で済む話じゃない。

て、ということだと思います。

「池上彰的な解説」の定着

武田 自分は以前、出版社で編集者をして、今は紙でもウェブでも原稿を書く身ですが、最近特に思うのが、書籍や記事の論考に対する低評価として、「わかりにくい」「長い」といった感想が平然と出

ウェブライターにとって、お客さんにどうやって共感してもらうか、どれだけアクセスを稼げるかが真つ先に与えられる課題です……武田