

中央への発信 広がる予感

谷 克二

中央への発信 広がる予感

「旅のひとこと」というコラムが宮田にある。宮崎の地をおとずれたひとたちに思うがままに語ってもらおうコラムで、なかには宮崎県の印象を忌憚（きたん）なく述べるひともある。

このコメントがなかなか面白い。あるひとは光あふれる街の印象をのべ、あるひとは旅先での出会いのよろこびについてかたり、またあるひとは緑ゆたかな自然や群青にかがやく黒潮に接した感動をつたえたりするが、褒（ほ）めことばがならぶばかりでなく、ときには辛口の批評もある。

いつの紙面だったか「宮崎の人たちは、はじめは親切だけど、興味がなくなるとたんに冷たくなる」というのがあった。南国人の物見だかさど移り気をズバリと切っていて「なるほど」とうなずかされた。旅人の飾らない眼が「宮崎県の風土と人」とをストレートにえぐりだす。それが面白さの所以だろう。



コラムは四百字をすこしこすくらしいの字数だが、県人の立場でむと合せ鏡になり、興味が尽きない。このコラムから話をおこしたのでは、このような企画こそ地方に密着した新聞でしかできないのではないかとおもったりしたからである。そこには土地の者が気づかない発見があり新鮮な視点があつて、いろんな人が多様な切り口をみせるので、ハッとさせられる示唆をふくんでいることも多い。

興味深い数字がある。全国紙とよばれる新聞の販売実績は十年ほど前から頭打ちの状態になり、バブル崩壊の時期にかなりおちこんだ。ところが地方紙はバブルの影響はうけたものの、部数のおちこみはさほどではなかった。この傾向は地元で密着した新聞であればあるほど顕著だった。

「読者の趣向がかわつてきた。読み手が自分の身の回りにより関心をよせるようになった。記事の選択も、書かれている内容についても、自分の頭で判断するようになった。」友人のジャーナリストの説明である。つまり新聞というメディアを見る読者の眼がちがってきたというのである。価値観の変化といつていい。

メディアにはラジオやテレビもあり、昨今にはインターネットも参入して、全国的なニュースになればなるほど新聞にたよらずとも日常煩瑣（はんさ）なほど耳に目にとびこんでくるようになった。

ニュースに即時性が必要とされればされるほど、これらのメディアは新聞以上に威力を発揮する。もちろん、電波や映像は一過性ですぐにきえ、新聞は活字と写真で読者にじっくり考えるだけの資料を提供するといううちはあるが、「ニュースには即時性が必要」とい

中央への発信 広がる予感

う位置にたてば、新聞はラジオ、テレビより弱い。

かつて刻(とき)のながれはゆるやかだったから、新聞のセールスポイントとして即時性もうたえた。しかしいまや、即時性はテレビ、ラジオにとってかわられ、受け手も情報を自分で選択し、自分の頭で考えるようになってしまった。全国紙がのびなやみ、地方紙が元気よくなった理由がここにあるようにおもう。

地方紙は、その地に住むひとたちが欲する情報を提供し、村長さんとか、高校の先生とかいった身近な人々の「なるほど」といったような話をのせる。それが結構面白くうけとめられ、ひるがえって中央の読者にアピールすることさえある。このあたりの移りかわりは、まことに劇的といわざるをえないだろう。

横道にそれるが、私はひよんなきっかけて自動車という道具にかかりつづけてきた。この現代の足というべき道具の変遷をふりかえってみても、いまやウリは「環境にやさしい車」であって、かつての燃費効率や排気ガスの問題を二の次にした「高速車」ではなくなったことに、ひとびとの意識の変化を感じる。

地方のニュースが読み手の関心をひき、熱心に読まれるようになったのも、そうしたながれの一環だともう。タウン誌も勢いさかんだという。やはり、そうしたながれにのっているからだろう。その地に住むひとたちが自分の生活や身の回りの環境に直接つながるデータを熱心に読み、地方はただ

中央から情報をあたえられるだけではなく、地方を中央にむかって発信しはじめたのではなからうか。その傾向は、さらに広がりをみせるような予感が私にはするのだが、どうだろう。

情報が瞬時に伝えられる日本では、全国版のニュースはメディアにあふれかえっている。そのようなとき、地に足がついた生活の匂いのする地方のニュースは読み手にやすらぎを与え読者の興味をますますひきつける。宮日のこんごの役割も、そのあたりにあるとおもうがどうであろう。

