

トランプ大統領の就任後、「フェイクニュース」や「オルターナティブファクト」という言葉が頻繁に登場している。前者はトランプ大統領が自分に不利な情報を発信する新聞やテレビジョンを偽情報の発信媒体だと非難した言葉、後者はパイサー報道官が大統領就任式の出入をオバマ大統領のときより多数だと説明したことを、コンウェイ大統領顧問が別の事実だと強弁した言葉である。

その直接の背景は選挙期間中に新聞やテレビジョンなどのマスメディアがクリントン候補に肩入れし、トランプ候補を軽視したことへの遺恨であるが、長期の視点からは、組織として情報を発信する老舗のマスメディアと、ツイッターやフェイスブックなど、個人として情報を発信する新興のソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）のどちらが今後の社会の中心となる情報媒体として認知されるかの闘争である。

そのような状況を象徴する言葉が、オックスフォード英語辞書が昨年一年を集約する「今年の単語」として選定した「ポストトゥルース」である。これは理性や客観に根差した真実ではなく、感性や主観に根差した真実という意味である。一例は、トランプ候補が選挙戦中、民主党政権の失政によりアメリカの実質的失業率は四二%にもなったと非難して大衆を煽動したが、実際は五%程度であったというポストトゥルースである。

このような発言が社会に報道されるとき、老舗のマスメディアと新興のSNSのいずれが信頼されているについて比較した調査が日本で毎年実施されている。一般社団法人中央調査社による「メディアに関する全国世論調査」で、NHKテレビ、民放テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネットが提供する情報への信頼の程度を約三三〇〇名の人々へのアンケート調査により一〇〇点満点で評価した結果である。

昨年の結果では、上位からNHKテレビ（七〇）、新聞（六九）、民放テレビ（五九）、ラジオ（五八）、インターネット（五四）、雑誌（四五）となっている。信頼の程度という視点からは実感に対応しているようであるが、問題は、すべてのメディアの評価が年毎に低下していることである。最初の調査である二〇〇八年の数字は、上記の順番で七四、七二、六五、六四、五八、四八であり、順位は同一であるが、いずれも三点から六点の低下である。

この原稿は新聞に掲載されているので、老舗の新聞と新興のネットの関係を紹介する。メディアの特徴として「情報が有用」では新聞が一位でネットは二位、「情報源として必須」では同様に一位と二位、「情報の信頼度」では二位と四位、「社会への影響」でも二位と四位で、新聞が優位にあるが、「情報の面白さ」では新聞が四位でネットは二位、「閲覧の手軽さ」では三位と一位、「情報量の多さ」では二位と一位で逆転されている。

これらは現状であるが、今後の推定のため推移を紹介する。情報源として毎日閲覧する比率は、新聞が二〇一〇年の六二%から二〇一六年は五〇%に減少した一方、ネットは二六%から四三%に増加している。この傾向で推移すれば二年で逆転する。年代別の比率も問題である。六〇代では新聞派は八七%でネット派は五六%であるが、四〇代では六五%と九六%、二〇代では三三%と九七%であり、年代とともに新聞派は不利になる。

一般には伝達媒体（メディア）の如何にかかわらず、社会が期待する情報内容（メッセージ）を提供できれば優位になるようであるが、六〇年代に一世を風靡したメディア学者M・マクルーハンの有名な「メディアはメッセージである」という言葉がある。どの媒体で伝達するかが内容を規定するという意味である。新聞としては媒体本来の特質を反映した情報の提供に努力する必要がある。