

渡辺 雅隆

人文学部 法経学科 法学専攻 1982 年卒

① 自身の仕事

マスコミ。新聞記者、新聞社広報・経営企画部門から経営へ。

② 自身の仕事の紹介

1982 年春に千葉大学人文学部法経学科（当時）を卒業し、朝日新聞社に記者職で入社しました。新聞には朝日や読売のような全国紙と各都道府県内を市場とする地方紙、いくつかの県をまたいで発行するブロック紙があります。全国紙の場合、全国各地にある総局や支局で基礎を学びながら取材力、筆力、構成力を身につけたのち、東京や大阪などにある本社に異動し、専門分野の担当につきまします。私は鳥取、京都、広島を経て大阪本社に異動し、事件や事故、社会の動き全般を扱う社会部で主に仕事をしてきました。ほかに、政治部、経済部、文化部、スポーツ部、科学医療部、海外に駐在する国際報道部などがあります。記事の重要性を判断して新聞の割付をしたり、見出しをつけたりする整理部（デジタル発信も加わり、いまはコンテンツ編成本部に組織が変わりました）や、書かれている内容や固有名詞などに間違いがないかをチェックする校閲部などもあって、同じ「記者」でも仕事は実に多様です。

正しい情報を公正、迅速に伝え、論評し、権力を監視したり隠されていることを掘り起こしたりすることが、新聞メディアに課せられた重要な役割です。でも、そればかりではありません。さまざまな企業から送り出される、暮らしに役立つ品々やサービスについてお知らせする広告、宣伝もまた、大切な仕事のひとつです。各企業や団体のニーズを理解し、最適な方法を企画・提供するそうした仕事は広告（メディアビジネス）部門が受け持ちます。暮らしを豊かにするという意味では、展覧会やシンポジウムを開いたり、高校野球や吹奏楽のコンクールなどの大会を運営したりといった仕事をする部門もあります。さらには、デジタル商品の開発、AI による文章づくりや要約などを研究、実用化しているエンジニアの組織や、いまも数百万部を発行する紙の新聞の印刷、輸送、配達分野の仕事を任されている社員もいて、新聞社はよく「仕事のデパートのようだ」と称されています。

私自身は記者職のあと取材を指揮し、記者の書く原稿をまとめる社会部デスクや部長、編集局長などを経て経営の道に進みました。情報の伝達方法が紙からデジタルに大きくシフトし、あらゆる人が発信者になる時代へと社会は急激に変化しました。そんななかで、経営としては、新しいメディアのありようを模索し、時代の波頭をとらえて企業としての新聞社を進化させていくことが求められました。明治の時代に創業し、まもなく 150 年になる伝統的なメディアをとりまく環境が厳しいのは確かですが、ジャーナリズムの必要性、ニュース報道の意義を否定する人はいません。あらためて企業理念に掲げたのが「ともに考え ともにつくる」でした。メディアとして人や社会とどう向き合い、どんな貢献をするのか。これからどんなメディアが生まれてくるのか。面白い時代だと感じています。

③ 自身の業界へ興味がある在学生の皆さんへのアドバイス

SNSは情報の伝達や共有方法を大きく変えました。ほとんどの人が「スマホ」を持ち、何かが起きればすぐに写真や動画を撮影して送信できます。影響力の大きい人は、一人でメディア企業並みの発信力を持つことさえあります。情報伝達の速度や容量は爆発的に速く、大きくなりました。一方で、SNSには（インターネットの検索エンジンなども含めてですが）フィルターバブルやエコーチェンバーといった危うい面があることも知られています。SNSによってもたらされる情報は、利用履歴を使ったアルゴリズムによって、個々の利用者向けに最適化されています。逆に言えば、その人が好まない情報に接する機会が失われていきます。結果として、自分の周囲には限られた人しか集まらなくなり、興味や関心の領域も狭くなりがちです。情報リテラシー教育、メディアリテラシー教育の必要性が指摘されているのもそのためです。

若いみなさんには、「セレンディピティ」の魅力を知っていただきたい、と思います。たまたま見つけた新聞記事の隣に、その先の人生を変えることになるような記事が載っている可能性だってある。散歩の途中で「こんなすてきなお店があったんだ」と気づくことがあるように、さまざまなメディアを通して知の散歩を楽しんでほしいと思います。求められているのは、フィルターバブルやエコーチェンバーにとらわれないコミュニケーション能力・・・とりわけ聞く力や共感力、想像力です。興味を惹かれる分野だけでなく、世の中で起きていることに広く関心を払い、時には足を運び、調べ、ちょっと立ち止まって自分の言葉で考える。そんな学生生活を送れたらすばらしいと思います。

(2022年10月)