

声を与えられていない人に、声を。

～ハフィントンポスト日本版編集長からみた新興メディアの在り方～

インターネットの進展やマスメディアへの信頼低下により、ジャーナリズムは危機の時代を迎えていると言われている。そのなかで、マスメディア以外の独立したメディアにおいて新たな取り組みを行う「新興メディア」が注目を集めている。それらのなかでも圧倒的知名度を誇っているのが、世界 18 か国・地域に展開するアメリカ発のニュースサイト「ハフィントンポスト」だ。今回私は、新興メディアの在り方やこれからのジャーナリズムについて、ハフィントンポスト日本版編集長・竹下隆一郎氏にお話を伺った。

聞き手：早稲田大学政治経済学部国際政治経済学科 3 年 小笠原なな

取材日：2016 年 9 月 12 日



画像引用元＝ハフィントンポスト日本版



竹下隆一郎 | RYUICHIRO TAKESHITA

1979 年生まれ。2002 年慶応義塾大法学部政治学科卒。同年朝日新聞社入社。宮崎支局（当時）、佐賀総局、西部報道センター経済グループ、東京本社経済部などをへて 2013 年からメディアラボ所属。2014 年～2015 年米スタンフォード大客員研究員（研究テーマ：「人工知能と人間は、どちらがニュースの編集長としてふさわしいか」）。ビジネス開発だけでなく、フェイスブックを使った記者の生中継レポートなど報道の新しい形を模索してきた。（ハフィントンポスト日本版より抜粋）

朝日新聞社を退社、ハフィントンポストへ

——竹下さんは最初、朝日新聞社にいらっしゃいましたよね。朝日新聞社を辞めてハフィントンポストに入社されたときの記事を読んだのですが、既存メディアに“ちょっとした違和感”を抱いていたと書かれていました。具体的にどのような心境だったのでしょうか？

いい記事をつくるのと、いい記事を届けるというのを、両方追わないといけないなと思いました。既存メディアはいいところもあるんですけど、流通面が全くダメだと感じていました。いい記事を書いても、ちゃんとした人に届いていないなと思って。それに対して今のデジタルメディアというのは、ツイッターやフェイスブックを使ったり、スマートニュースさんと一緒に組んだりして、どういう風にニュースを届けるかっていうところも考えてやっている。どうしても既存メディアだと、遅れている部分があるんじゃないかなと思いました。

社内では誰もが意見をもち、誰もが決定権をもつ

——誰がどの記事を書いてどれが掲載されるか、どのような手順を踏んで決まるのでしょうか？

例えば、記事を書いたとするじゃないですか。書いたら、スラック¹に「記事書きました」って投稿するんですね。そしたら、このときにオンラインだった人が見るんです。この人のOKがでたら、パブリッシュしていいんですね。誰もが決定権があって、誰もが意見を言えるんですよ。

——フロントページに載せる記事は、どうやって選んでいるのですか？

それも、ここ（スラック）で議論。だから自由に出てくるし、みんな遠慮しないで出すようになる。厳密にはフロントは毎日決めている「フロント当番」という人が決めていくんですけど、これも交代でやっているんで、1人の偏りが無い。

——例えば、メキシコ版の記事を翻訳して日本で出したりする場合がありますよね。どこの国で配信するかというのは、誰が決めるんですか？

各国でスラックをやっているんですよ。あとは直接私にメールが来たり。

——世界単位で全部やっているんですね。

はい。あと月ごとにグローバルチャットっていうのをやっているんで。世界編集長会議みたいな。各国の編集長がいつぺんに集まってチャットしてるんで、空気感がわかりますよね。

¹ ビジネス向けのチャットツール

「グローバルな存在」としてのハフィントンポスト

ハフィントンポストでは、世界 18 か国・地域のグローバルなネットワークを活かした取り組みが行われている。例えば、他国での出来事をすばやく日本に持ち込んだり、他国で出された記事を日本語に翻訳して出したりすることが頻繁にある。一方で“海外ネタ”だけでなく、3.11 など国内の出来事に焦点をあてた、継続的な報道にも力を入れている。巷では「グローバル（地球規模、世界規模の）」と「ローカル（地方の、地域的な）」を掛け合わせた「グローバル」という言葉がうまれているが、ハフィントンポストはまさにグローバルな存在であると言える。

——ハフィントンポストの記者はどのような視点にたって記事を書いているのでしょうか？

新しいリベラルですね。新しいリベラルというのは、いかに個人が生き易い世の中になるかっていう立場でして。例えば LGBT とか、シングルマザーとか、あるいは男性同士が住んでるところもあるじゃないですか。そういうのを認めていこうっていう立場ですね。

——ターゲット層は、若者ですか。

20 代～40 代くらいですかね。

——ターゲット層を意識して書かれているのですか。

意識していますね。僕は、社会人経験がある人に届けたいんですよ。学生だと気づかなかったような日本の矛盾とか、世界がこうなってほしいという希望は、ある程度働いたりする経験が必要だと思うんで。仕事っていうのは別に会社っていう意味じゃなくて、自分でプロジェクトを立ち上げててもいいし、子育てもまた仕事だと思っているので、育児をやっていると、そういう人たちに届けたいです。そういう人たちが壁にぶつかったときに、ここの記事を読んで楽になったりとか、他の見方をハフィントンポストで学んで、少し自分の生き方のヒントにしたりとか。

人よりも、声に注目

——ハフィントンポストならではの特徴を教えてください。

ブログがあるので、個人の声が重視されているっていうのはすごく特徴的だと思いますね。あとは日本のメディアのなかで、世界のニュースが一番速いと思います。なんでかっていうと、スラックで教えてもらえるんで。ほんとリアルタイムですね。

——ハフィントンポストの記事を事前に読ませていただいたのですが、竹下さんがおっしゃっていたなかで「少数意見を大切にしている」というものがありました。少数意見の扱い方について、どのようなお考えをお持ちでしょうか。

やっぱり、声を与えられていない人がたくさんいると思うんですね。既存メディアに出てくる人って、お決まりの人じゃないですか。学者さんとか政治家とか企業の社長とか。それよりは、今まだ声を出していないけれど重要なことを考えていたり、日本の今後を考えていくうえでヒントになるような声を大事にしたいなと思っているんですね。それは、戦略的には大手メディアがやっていないことをやるっていう意味もあるんですけど、社会を変えるって意味では、やはりそういう人たちの声があがってこない、今日本で何が問題なのかっていうのがわかんないと思うんですね。今、もう声を出していて、みんなに声が届いている人がうまくやっていないからこそ今日本でいろいろ悪いことが起きているので。じゃあ違う人の声を聞いてみましょうというのをやらなきゃいけないと思っている、そのプラットフォームになりたいと思っています。

——ハフィントンポストはブログに注力していますよね。それも、個人の声に重点を置いているからですか？

そうですね。例えば、高畑容疑者の事件²が起きたときも、既存メディアだとちょっと変なニュース扱いというか、重要なものとして扱わないんですけれど、ハフィントンポストはかなりしつこく報じていて。例えば性犯罪についてだと、まるで女性が悪いかのような言説が多いんですけど、そこに反対するような声とかを載せて。それにはやはり、既にそういう声をもっている人を書いてもらうのが一番いいと思っているんですね。そこはやっぱりブログで注力していく分野です。

——例えばこの高畑さんの件でしたら、半年後はもうあまり報じられていないと思うんです。そういうときまでも、ずっと、追っていかうというスタンスですか。

そうですね、しますね。そろそろみんな飽きてきていると思うんですけど。ちょうど今日も高畑さんについて弁護士の方のブログを載せたんですけど、1時間前に出して1800いいねくらいついていて、かなり読まれているんですね。この人をどうやって見つけたかというのと、たまたま（フェイスブックに）流れてきて、この人いいこと言ってるなと思って、依頼したんです。だから今までのメディアのように、お決まりの有名人に話を聞きに行くんじゃなくて、既にもう声を出している人のところに行く。声を出しているかどうかどうやってわかるかっていうと、ソーシャルメディアを見ていれば、誰がどう発言しているかっていうのが見えるじゃないですか。そこに行く、っていうことを大事にしています。

——有名人じゃなくてもいい、ということですね。

² 2016年8月、俳優の高畑裕太氏が強姦致傷罪の容疑で逮捕・勾留された事件

はい。人よりは声のほうが大事なので、おもしろい声を発信している人に会いに行くという。

コラム：弁護士・太田啓子氏によるブログ投稿について

『合意があると思っていた』なら『悪質ではない』のか 高畑裕太氏弁護士コメントへの疑問
(2016年9月12日) http://www.huffingtonpost.jp/keiko-ota/post_13165_b_11960902.html

強姦致傷罪の容疑で逮捕・勾留されていた俳優の高畑裕太氏が釈放され、弁護士によるコメントが発表された。弁護士・太田啓子氏は「コメント内容には疑問を感じる点が複数ある（ブログより）」として、発表の3日後、ハフィントンポストにブログを投稿した。

1点目は「コメント発表につき被害申告をした女性の了解は得ていたのか」ということ。太田氏は、当該女性の了解を受けた旨が記載されていないこと、また内容について女性が了解すると考えづらいものであることから、了解を得ていないのではないかと推測している。女性は、性的暴力を受けたと感ずることがあったうえに、ネット書き込みによる二次被害を受け、さらに今回弁護士により三次被害まで受けてしまったのではないかと、太田氏は懸念している。

2点目は『合意があると思っていた』なら『悪質ではない』のか」ということ。弁護士のコメントに「高畑裕太さんの方では合意があると思っていた可能性が高い」という部分がある。これは「性的関係がなかった」という主張にはならず、ただそれが故意だったかどうかという点を争うものであるとして、太田氏は批判している。またコメント内容が当該女性への配慮をあまりにも欠くものとして、同業者として遺憾であるとの気持ちを表明している。

3点目は「なぜ示談後にこのようなコメントを発表したのか」ということ。示談＝解決であるはずなのに、なぜそのあとに蒸し返すようなコメントを出したのか。また、女性側にコメント発表の場が与えられていたわけではないため不公平ではないか、と太田氏は述べている。

太田氏はこのように弁護士のコメントから感じた違和感を洗い出し、それに対する自身の見解をブログ内で述べている。竹下氏へのインタビュー内容にあるように、この投稿は掲載から1時間で1800ものいいねを獲得し、報道が過熱するなかで注目を集めた。

一個人の投稿したブログが、大きな注目を集める。「埋もれた声を発信する」というハフィントンポストの思いは、このようなかたちで日々実現されている。

——記事にコメントもできますよね。コメントは重視しているんですか？

コメントは実はそこまで重視していません。うちのページにコメントしなくてもいいから、うちの記事を元に、みんなと話し合ってほしいんです。例えばこの記事を読んで、自分のフェイスブックページで話してもいいし、あるいは直接友だちと話してもいいし、親と話してもいいし、あるいは彼氏とか夫と話してもいいと思ってるんですね。

——「周りの人と話してほしい」という意味では、話題性というものが重要になってくると思うのですが、たくさん読まれた記事のほうが重要、との理解でよいのでしょうか？

それが違うんですね。さっきの少数意見の話に関わるんですけど、これ私と同じことを言ってい

るとか、私にも気にかけてくれる記事っていうほうが、コメントが集まるんですよ。だから、今回みんなわーっと高畑さんのことを笑ってスキャンダラスに取り上げているときに、いや違うんですよという少数意見がでることによって、それって私がなんとなく思ってたことなんだって思って、そこで勇気をもらうんです。例えば LGBT についても、今まではあんまりレズビアンとかゲイの声って載らなかったと思うんですけども、ハフィントンポストはけっこう積極的に載せていたんですよね。

——ホームページにも LGBT のコーナーがありますよね。

そのコーナーをつくったのも多分日本メディアで初めてだと思うんです。そうすることによって、私も意見言っているんだとか、自分はマイノリティーだと思ってたけど、こんなにある程度メジャーなウェブサイトに載ってるんだったら勇気をだしてみよう、と思うんですよ。そこを大事にしています。だから別に話題性とかは関係ないですね。少数意見って、ほんとに少数じゃないんですよ。単に目立たないだけで、誰もが思っているような、コアな部分だと思うんですね。そこをどう掴むかっていうのもすごく気にしながらやっていますね。

——そのような意味では、どういう記事がシェアされたかを研究しているのですか？

かなりしています。これも既存メディアと違うところなんですけど、勘で絶対判断しないんですね。記事が1分ごとにどれくらい読まれているか、何分かけて読まれているか、どこで拡散しているかなどのデータをとっています。

——内容的な部分も分析しているのですか。例えば、私のイメージだと、芸能系やおもしろ系の記事のほうにみなさん好んで読まれるのではないかと、思ってしまうのですが。

それがおもしろくてですね、みんなよくそれ言うんですけど、それ嘘なんですよ。今日の（アクセスランキング）トップ10見ましょかね。被災地の話、榮倉奈々、東京都のガバナンスの問題、高畑さん、ドナルドトランプ。このくらいのミクスチャーですね。みんなのイメージだと、榮倉奈々がとにかくバーッとくると思うんですけど、そうじゃないんです。ちゃんとドナルドトランプの話も入ってるし、都知事選の話も入ってるし。ここ（ランキング）に根強く残るのは、こういうまじめな記事ですね。だからみんなイメージでどうせ榮倉奈々しかでてこないでしょって思っているけど、これを私毎日見てるんで、違うってわかるんですよ。

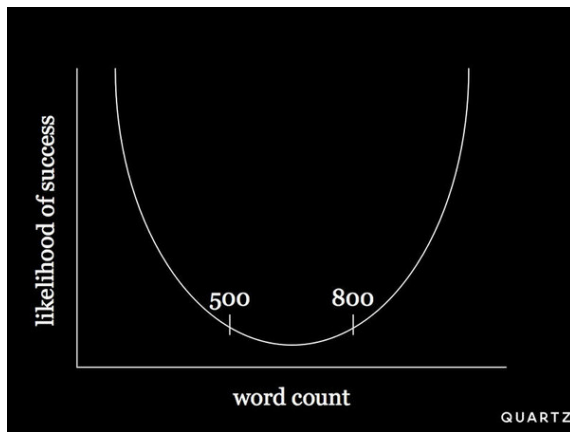
——それは、どうしてなのですか？

多くの人がネットを使うようになると、だんだん普通の人が増えてきて、普通の人っていうのは、芸能ニュースだけじゃなくて、ちょっとまじめなものを知りたいっていう人が多いからです。僕も芸能ニュース好きですけど、そればかりだと嫌な自分がいるじゃないですか。それが本当は当たり前なんですよ。

——海外でもそのような傾向はあるのですか？

海外では今、だんだん長い記事が読まれるようになっていきますね。昔はクリックベイトといって、すごく短くて、パッと食いつきがいい記事ばかり読まれていたんですけど、今は長いのが読まれるようになっていきます。それについては、クオーツカーブという有名なカーブがあつてですね。短いほうが読まれるんですよ。それで、長くなるとどんどん読まれなくなるんですけど、ある一定を超えるとまた読まれるようになる。だから、みんなここ（下記参照：左側の部分）ばかりを注目して、どんどん短くしようとしてたんですよ。でもここ（真ん中の部分）を我慢してちょっと長くしてみると、実はもっと読まれるようになるっていう。

「クオーツカーブ」とは



アメリカで躍進中の新興メディア「Quartz（クオーツ）」が提唱している言葉で、「500 単語以下か800 単語以上の文章がもっとも読まれる／シェアされる」というもの。デジタルでよく読まれるのは短い記事か長い記事のどちらかで、500～800 単語台の記事は無駄が多いと考えるメディア環境が形成されつつあるという。（参考：『3年で約6億PV、世界展開、事象を詳報—メディア新時代を鮮烈に切り拓いた「クオーツ」の功績』画像も同ページより）

http://www.huffingtonpost.jp/keiichi-sato/quartz-media_b_8199242.html

——どうして、長い記事が読まれるようになっているのでしょうか？

スマホで文字のやり取りをする人が慣れたからじゃないですか。普段 LINE とかフェイスブックで友だちとのメッセージとかやるようになると、全部スマホで読むっていう習慣ができてきたので、全然苦にならなくなったっていうか。画面も綺麗になりましたしね。

——確かに私も長い文章を読みます。そんなに短い記事じゃなくても、読もうかなという気にはなりますね。

はい。だからだんだん小笠原さんより下の（代の）人が出てくるときに、もっとデジタルネイティブが出てくるので、もっと長いものも読まれるようになると思います。

——#飲み会やめる はものすごく反響があつたと思います。ハッシュタグを用いてやってみたり、イベントも開催されたりしていましたよね。やはり読者や視聴者との対話を意識して行っている

のですか？

そうですね。飲み会って、けっこうすぐ誰でもメリットデメリット言えると思うんですよ。飲み会やめるって言っても、僕はどこか好きだったところもあるし、いやなところもあるんですよ。AかBかに分かれて「お前は絶対間違ってる」とか「私は絶対正しい」って言うんじゃないくて、確かにあなたの言ってることもわかるよね、と。確かにBが言ってることもわかるけど、Aはこういうところがいいよって話し合っ、じゃあCっていう第三の道はないのかっていう風に、建設的になっていく。それをするには、ネットが一番向いているんですよ。なぜかっていうと、ネットってスペースが無限大にあるので、いくらでも意見を書き込めるから。新聞だと、賛成はこの人、反対はこの人、両方載せとけってなるんですけど、どっちでもない意見ってスペースがないから載せられないんですよ。でもネットだと載せられて、ファジーな部分、グレーゾーンな部分をすごく載せることができる。今のメディアって、議論を呼び起こせてないと思うんですよ。だから、AかBかに分かれないう問いを投げかけたかった。

「#飲み会やめる」発案者・竹下氏の思惑

「飲み」をやめたら日本人の働き方は変わるだろうか——。2016年5月、竹下氏はそんな思いつから「飲み会をやめること」を中心とした議論を巻き起こし、大きな話題を呼んだ。

新聞などの限りあるスペースには載せることのできない「個人の思い」を無限に書き収め、保存できるのがインターネットの強みである。「#飲み会やめる」にはツイッターなどのSNSを通してさまざまな人々から意見が寄せられ、その強みが活かされるかたちとなった。また、インターネット上で意見を募集するに留まらず、一般の参加者を招いてのディスカッションイベントも開催された。これも、インターネットを活用し、読者と対話することを通じて議論を呼び起こすことのできる新興メディアの特徴と言えよう。

——ハッシュタグなど、ツイッターを積極的に使われていますよね。竹下さんのツイッターを見ても、他社の記事を紹介しています。どのような意図があるのでしょうか？

今の時代って、一社だけでニュースが完結するとは思えないんですよ。お互いがお互いの得意分野で積み重ねて、一つの事実をつくっていかないと、メディアとして死んでいくと思うんです。今までの日本のメディアっていうのは、一社主義っていうか自前主義。これは、日本の製造業と一緒になんです。自分の会社で全部作らなきゃいけない、みたいな。そうではなくて、みんなのリソースをうまく活かしながら記事を作っていきたいと思っているんですよ。それと一緒に、僕のツイッターも別に他社であろうが、おもしろい議論だったら、世の中に出してみんなで盛り上げていきたいと思っているので、そこはあんまり関係ないです。

——竹下さんはいわゆる編集長ではなくて、ハフィントンポストの「顔」という立ち位置なのですか？

いい質問ですね。どちらかというファシリテーターだと思っています。議論があっちこっちにいったときに司会役としてでてきたりとか、普段こういう編集方式でやりましょうとか、全体の構図を決めたりとか。リードというよりは、ファシリテートしたほうが絶対にいいものが出てくると思うんですね。

——編集主幹の方も同じ役割なのですか？

彼女はどちらかという顧問みたいな感じです。私にアドバイスをしてくれたりとか、全体的な方針と一緒に話し合ったりとか。

——ハフィントンポストはアメリカだとすごく人気を得ていて、日本でも徐々に人気を得始めていますよね。どうして人気を得ることができたのか、竹下さんのお考えをお伺いしたいです。

個人の声を重視しているので、みんなこれ私のことを言っているんじゃないかとか、私と同じだって思いやすいんですよ。そうすると、フェイスブックやツイッターでシェアしてくれる人が増えて、そこから記事が広まっています。だから、冒頭で話した流通のところで、新聞って単に送っただけで終わりじゃないですか。今日、あなたの家に新聞を届けました、終わり。テレビは、流しっぱなし。でも、僕らのメディアは、流したあとに、読んだ人がまた違うところに流してくれてる。だからみんなが一緒に広めてくれてるみたいな感じですね。

「馬鹿な相手」としてのマスメディア

——マスメディアの取材網は、新興メディアよりも圧倒的に大きいんですよね。だからそういうところではなくて、例えば既存のメディアがフォーカスしないちょっとニッチな部分とか、それこそ個人の声をとるとか、そういった部分で対抗・差別化しようとしているということですか？

取材網という意味では実は負けていないかもしれないです。もっと言うと、取材網は、多分ハフィントンポストのほうが上ですよ。今世界 18 か国・地域に（編集部が）あるので、彼らに全部聞けるんです。世界で何が起きているかがわかるし、取材もこの人たちに頼めばできるので。あとは、ブロガーさんって今 1000 人いるんですね。その人たち全員取材網といえ取材網じゃないですか。自前で取材網をもたないということは、逆に強みだと思います。そこで対抗してるっていえば対抗してる。

——マスメディアは、新興メディアにとって、どのような相手なのでしょうか？ライバルなのか、共存していくのか……。

共存するのと、あと馬鹿な相手というか。その人たちが何もやらないから、こっちがやる余地があるというか。

——マスメディアが、ハフィントンポストの記事を取り上げることもありますよね。それについてはどうにお考えですか？

アジェンダを作りたいっていうか、検索したときにうちの記事が最初に出てくるようにしたい。あとはもうほんと追っかけてくればいいんですよね。ニュースをつくっていくっていうか、ニュースの言葉を初めて日本に紹介するのがハフィントンポストってというのが大きいと思います。

——今、私のような普通の学生も、マスメディアに対して不信感を抱いています。ハフィントンポストとしては、そういう人を獲得していく、という意図をお持ちなのでしょうか。

そういう人がほとんどなんじゃないですか。だから狙い撃ちしてるわけじゃないんですけど、そういうスタンスでいると、多くの人が読んでくれるっていう風になったということです。

コラム：マスメディアから新しいメディアへの移行

竹下氏は、朝日新聞社が発行する『月刊 Journalism 8月号』に寄せた記事「埋もれた声を発信し、大衆社会に幕 ブロガー 1千人超のハフポストの狙い」のなかで、朝日新聞社ジャーナリスト学校の前記者教育担当部長・岡田力氏の言葉を引用しながら、マスメディアについて以下のように述べている。

未だに、彼ら[一人ひとりの違った読者]を「大衆」としてひとくくりにする点に疑問が残る。大衆に発信しては、あるいは大衆を紙面で取り上げては何も変わらない。(中略) 埋もれた声はたくさんあり、埋もれた声をきちんと大々的に発信する手段はまだまだある。ハフポストを始め、多くのネット企業は「ふつうの個人」を大事にし始めている。それが、ネット時代におけるニュースを作り、届けるポイントだと考えるからだ。(p.68)

インターネットの進展などにより「個人」が際立つ社会となってきた現代において、あらゆる人々をひとくくりにして論じるマスメディアは時代遅れであると言わざるをえない。そのなかで、ハフィントンポストを始めとした新興メディアは「個人の声」に焦点をあてることを重視している。発信者にとっては、今まで秘めていた思いや取り上げられてこなかった思いを表明できる場所。受信者にとっては、共感できる意見や新しい視点を発見できる場所。ハフィントンポストは、発信者と受信者両方にプラスをもたらすプラットフォームであると思う。一方でマスメディアは、このような win-win の関係性を築くことができていない。人々が新しいメディアへ移行している理由は、ここにあるのではないか。

これからのジャーナリズムを考える

——例えば、極端な話、将来的にテレビや新聞がなくなってネットに移行したりする可能性など

が考えられると思いますが、今後どのようなかたちがとられていくとお考えですか？

新聞やテレビがなくなることはないと思います。少なくとも、テレビはしばらく続くと思います。ただそれがネットに移行したり、というのはあると思います。ネット対テレビというよりは、両者がすごく融合し始めるんじゃないですかね。

——今の「ジャーナリズムの危機」というのは、日本のなかでは、どのようなものだと思いますか？

ジャーナリズムにこだわりすぎているのは危機だと思いますね。メディアってジャーナリズムだけの機能じゃなくてプラットフォームとしての機能もあるし、言論機関としての機能もあるし、問題発掘の機能もあるし、あるいはイベントを主催して議論を盛り上げていくっていう機能もあるので。ジャーナリズムにこだわりすぎているので、だんだん自家撞着を起こしているというか、すごい小さな存在になっている。もう少しジャーナリズムをまず疑ってみて、メディアとして他のことができるんじゃないかってみたときに、より大切なことに気づくと思っています。そこを誰もやってないから、危機なんじゃないですかね。

——今回の課題は「新たなジャーナリズムのかたち」というのが主題なのですが、竹下さんの考える「新たなジャーナリズムのかたち」というのは、どのようなものですか？

文章にこだわらないジャーナリズムですね動画でもいいし、生のイベントでもいいし、今日こうやってインタビューを受けているのもジャーナリズムだと思っていて。紙に落とし込むのではなくてもいいし、ネット上に載っててもいいし、一本のツイートでもいいと思ってるんですよ。だからそこにこだわらなければ、もっと可能性があると思います。我々はフェイスブックライブといって動画の生中継とかをよくやっているんですけど、それもジャーナリズムだと思ってやっているんですね。今危機だと思っている人は、テキストにまとめるとか、綺麗な映像にまとめるっていうのにこだわりすぎてると思うんですよ。だから本当に誰かに伝えたいんだったら、しゃべってもいいしツイッターでもいいし生でもいいし、ありとあらゆる手段を選ばないでやればいいと思うんですよ。それを単にやってないだけなのに、ジャーナリズムは危機だと言っているわけで、すごく甘えた考えのように思えますね。

——日本でも、新興メディアはこれからもっと伸びていく可能性はある。

もっと伸びると思いますね。既存のメディアの人と話してておもしろくないのは、日本でうだうだやってるというか、なんかすごい狭いなと思っていて。だから別に日本で新聞が売れないとかいう話はすごくちっちゃく見えるというか。もっと目を広げればいいのになと思います。

<取材を終えて>

インタビューのなかで印象に残った点はたくさんあるが、一番は「声を与えられていない人のためのプラットフォームになりたい」という竹下氏の思いだ。テレビや新聞においては“お決まりの人”が“お決まりのこと”を言って終わり、という印象が強い。本当は、それに対して意見を持っている人、意見を言いたい人が、たくさんいるのではないか。そしてそのような意見は、共有されるべきではないのか。かねてから私も、既存メディアの報道スタイルに疑問を抱いていた。竹下氏の思いは、おそらく万人が抱いている思いである。それを「ハフィントンポスト」というかたちで実現し、テレビや新聞に載らない“声”を発信し続ける竹下氏の強い思いを、インタビューを通して感じ取ることができた。

現代社会における情報発信メディアは、テレビや新聞に留まらない。インターネット、そしてそのなかでもフェイスブックやツイッターなどの SNS も、ジャーナリズムの一翼を担う時代になった。その意味で、わたしたちのような“一般人”を含め、誰もがジャーナリズムに対する責任をもつと言えよう。その責任感を持ち続けることが、これからのジャーナリズムの発展にとって不可欠なのではないか。