

「出版はバーチャルじゃない、リアルだ！ ～元新聞記者から見た出版業界」

2023/11/11 馬場秀司

【学芸部記者とは】

文化の「交通整理係」だと思って仕事をしてきた。時代の「空気」を伝える。それはジャーナリズムに共通して言える課題かもしれない。

【記者、ライター、編集者にいちばん大切なこと】

人と人との会話。基本は対面。電話で取材していると、デスクから怒られた世代。

編集者が原稿を筆者の自宅まで取りに行く時代→雑談の重要性

リアルは、確かに「こわい」。相手の喜怒哀楽を肌で感じる。バーチャルのできない古い奴は時代遅れか？

「会いましょう」のない打ち合わせはつまらない。

【バーチャルで何でもできる時代】

インターネットの普及、スマホの普及（2008年のiPhone発売から）

コロナの弊害（仕方なかったにせよ）バーチャル会議、バーチャル飲み会……などなど。

【古い奴かもしれない】

私が入社した1985年は800万部を超える勢い。2014年ごろから減少傾向。流れは止まらず、いまや400万部を切る時代。

（夕刊は120万部を切る。今年5月から名古屋本社管内で夕刊廃止の動き）

経費や人件費削減、人員削減、希望退職も募るなか、

読書面は従来のパターンを維持、「文化の朝日」看板のひとつになっている。

【新聞購読者の特性】

朝日の場合 70～74歳 17.3% 60代 22.2%、50代 21.7%、40代 13.2%、30代 6.5%、20代 12.4% 50代以上が61.2%。（出典：広告朝日、ビデオリサーチ調べ）

【不変の本選び】

20人を超える書評委員が隔週水曜日夜に集まる。（私がやっていた25年ほど前と曜日も時間も同じ）

◎札2枚、あとは自由に札を置く。◎優先、重なった場合は協議。

リアルで議論し、誰が持ち帰るかを決める。

作家から評論家、理系文系を問わず学者らが、知のバトルを繰り広げる。異分野の面白さ。

2週に1度の会議は準備が大変。

本を選び、100冊前後に絞る。内容を把握。会議の司会役は全部を知らなくてはならない。

リスト作り。

夜、帰ることができず、読みこなしの思い出。

本の「五感」(手触り、装丁、におい、重さ、活字の美しさなど)の大切さ。本は総合芸術。

【本を買う側からの意見】

読書は元来、偏りがち。例えば私は哲学、社会学、心理学関係の本が多い。

ただ理系(脳生理学や動植物)などにも面白い本がある。小説、エッセイなど知らない領域への誘い役。→書評や新聞の出版広告は役立つ。

受け手の実感→いまや出版不況で初版は1500とか2000からのケースも。だから、新しい著者で小さな出版社からの本は、買っておかないと「なくなる」。専門書はとくに。一期一会の状況。

【本を買う強い動機】

伝える役割。いま新聞社以外には雑誌など。インターネットにとって変わられるが、「信頼すべき」は何か。

まず「著者の信頼」、同時に「出版元の信頼」。本のパラパラめくり=感触の確かめ方。

実用書ハウツー。すべての「方法論」は、自分で悪戦苦闘しながら作っていくもの。実用書に多く見られるが、ラインマーカーのように黄色の線をつけたり、ゴシック体の活字にしたり。読書家からすると、それをするのは読者の仕事かも→言葉の身体化は難しい。

先ほどの「五感」の問題。書店に行ったときの五感、古書店に行ったときの五感。何かの「出会い」。ああ、こんな本が出ているのだという感動。

【アナログの復権】

アメリカでの販売枚数はCD3300万枚、レコード4100万枚。CDを抜いて逆転現象。アナログ版の良さ→高音のモデラートさ、レトロな低音の響き。アートワーク。手入れの大切さ。テイラー・スウィフトがLP170万枚。この現状が示唆するものは何だろう。

書評とは、本の匂いをかぐことから始まる。

いきなりアナログの復権はないにしても、「五感の復権」の重要性。

あなたは鉛筆を削ったときの香りを快と感じるだろうか。