

米国のNPOニュースメディア組織Texas Tribuneによる 報道の分析—テキサスでの大型台風被害をめぐる2016年の 「Hell and High Water」報道を事例として— Analysis of News Reports by Texas Tribune, Nonprofit News Media Organization in U.S. : Case Study of "Hell and High Water" in 2016

川瀬 学¹
Manabu KAWASE

¹ 早稲田大学大学院教育学研究科 Graduate School of Education, Waseda University

要旨…本報告は、米国の非営利ニュースメディア組織Texas Tribuneに着目し、その活動にはどのような特徴があり、どのような点で従来とは異なる新たな取り組みとして捉えられるのかを明らかにすることを目的とする。寄付や賛助・協賛費など運営資金からみた組織の動態と大型台風による甚大な被害に関する報道の成果物（「Hell and High Water」報道）について実証的に分析を行った。その結果、Texas Tribuneによるデータジャーナリズムと調査報道の実践は、市場原理に基づくジャーナリズムが拡大するメディア環境においてなぜパブリックに根差したニュースや報道が社会的に必要なのかに対する一つの応答であり、ジャーナリズムの新たな可能性を内包していると捉えられた。
キーワード 非営利ニュースメディア組織 持続可能なニュースメディア組織運営 データジャーナリズム 調査報道 公的な利益

1. 問題提起

本研究は、米国の非営利ニュースメディア組織 Texas Tribune に着目し、その組織の動態や報道の実践にはどのような特徴があり、どのような点で従来とは異なる新たな取り組みとして捉えられるのかを明らかにすることを目的とする。米国におけるニュースメディア産業¹⁾のうちとりわけ新聞産業は、新聞発行部数と新聞広告費が減少し、厳しい市場環境のもとにある。そして、ニュースや報道²⁾の生産、流通は困難に直面している。しかしその一方で、持続可能なニュースメディア組織運営と質の高いニュースや報道の発信への取り組みがみられる。

新聞発行部数について、2000年から2017年に着目すれば、平日版はおよそ半分、日曜版はおよそ6割に縮小した。また、2016年から2017年にかけて急激な部数減少がみられた。一方、新聞広告費はその18年間で約322億ドル、日本円にして約3兆6千億、減少した。つまり、きわめて大きな経済規模で新聞産業に打撃があった（Pew Research Center 2018）。そして、2004年から2018年の15年間で約1800の新聞が廃刊もしくは経営統合され、消失した。こうした事態をP. アバナシーは「ニュース砂漠の広がり（the expanding news deserts）」と指摘している。アバナシーによれば、「ニュース砂漠」とは草の根の水準で民主主義を促進する、幅広く信頼に足る一群のニュースや報道へのアクセスが不足した郊外、田舎、中心市街地、都会かき問わないコミュニティのことである（UNC's Center for Innovation and Sustainability in Local Media 2018a ; 2018b）。つまり、アバナシーはニュースの生産、流通を行う組織の財政がメディア環境の構造変動や市場環境の変容の過程のなかで非常に困難な状況に陥り、コミュニティでの新聞の生産、流通の失われた状況を「ニュース砂漠」と定義し、民主主義社会の維持や発展に不利益をもたらすという研究視座を提出したのである。言い換えれば、アバナシーはメディア環境の構造変動に伴う市場環境の変容とニュースや報道、そして民主主義との関係に注目している。

こうした背景のなかで、米国における非営利ニュースメディア組織（nonprofit news media organization）による持続可能なニュー

¹ 出版、放送、通信などの分野で労働、資本、技術などを結合し、メディア成果物のなかでも特にニュースや報道を産出する組織的な経済活動のこととする。

² ニュースを新奇性、社会性、時事性を伴う出来事に関する情報とする。また、報道についてはニュースをめぐる価値判断や選定、取材活動の実施、ニュースの発信・提示方法の工夫などの専門性に裏づけられた公共性の高い出来事の記録を実践するニュース伝達の行為とする。

ースメディア組織運営と質の高いニュース、報道の発信への取り組みに関する研究が進められている。具体的には、例えば2010年設立のMinnPost (Koniczna 2014)、2008年設立のSt. Louis Beacon³⁾ (Ferruci 2015)、2008年設立のSpotus⁴⁾ (Jian and Nikki 2014)を分析対象とした実証的な研究などがある。M. コニエチュナは、MinnPostにおいて参与観察を行ったうえで、そこに伝統的なジャーナリズム規範が認められる一方で、組織運営をめぐる財政的な構造がそうした規範に対して影響を及ぼす点を明らかにした (Koniczna 2014)⁵⁾。P. フェルッチは、市場原理に基づくジャーナリズム (market-driven journalism) を批判的に検討し、分析対象としたSt. Louis Beaconなどの非営利ニュースメディア組織が1990年代に米国で勃興したパブリック・ジャーナリズム⁶⁾の理念を今日におけるニュースの生産過程に組み込んでいると指摘している。そのうえで、今日における非営利ニュースメディア組織による取り組みを通じてパブリックサービス・ジャーナリズム⁷⁾が新たに形づくられており、その特徴について事例分析を通じて詳細に検討していく必要を明らかにした (Ferruci 2015)。つまり、フェルッチはパブリック・ジャーナリズムが2000年代に衰退し、2010年前後からインターネットメディアを基盤とする非営利ニュースメディア組織によって復興したと捉えている。他方、L. ジェンとU. ニッキは、クラウドファンディングを行う個人のニュースをめぐる選好とジャーナリストのプロフェッションとしての経験との関係に着目し、マス・コミュニケーション研究における利用と満足研究の立場に立脚したうえでそれらの関係に関する量的な分析を行った。二人は取り上げた事例の調査結果から、消費者は調査報道よりも日常的な生活に関わるニュースを選択する傾向がみられ、そうした選好とクラウドファンディング行為は相関関係にあることを明らかにした (Jian and Nikki 2014)。つまり、ニュースバリューをめぐる判断に関して個人とジャーナリストの間には相違があり、消費者がニュースの生産に対して強い影響を及ぼしていると論じた。これらの研究は、米国における非営利ニュースメディア組織による活動を従来の伝統的なニュースメディア組織とは異なる新たな取り組みとして捉えている。

その一方で、M. カルパハルらは非営利ニュースメディア組織が2010年前後から増加した点を踏まえつつも、Center for Investigative Reporting (CIR, 1977年)、Center for Public Integrity (CPI, 1989年)などを挙げたうえで⁸⁾、メディア・システムにおける新たな現象として捉えるべきではないと述べている。そして、伝統的なニュースメディア組織の採用する事業戦略が非営利ニュースメディア組織の取り組みに対して影響を及ぼしているとも指摘している (Carvajal et.al 2012)。なぜなら、双方の組織は、それぞれどちらかのみが持続し運営されていく関係なのではなく、相互の組織を前提したうえでいわばニュースの生態系が存立する関係にあるからである。また、R. ベンソンは、非営利ニュースメディア組織について批判的に検討し、「市民への顕著な貢献がみられるにもかかわらず、市場の失敗と商業ジャーナリズムによる専門職能の不全に対する批判的なオルタナティブを十分に提示できていないわけではない」 (Benson 2018 : 1060) と指摘している。さらに、ベンソンは非営利ニュースメディア組織によるニュース、報道の供給を市場原理に基づくジャーナリズムの拡大への対抗と位置づけることの限界を示した。非営利の組織

³⁾ 2013年12月にSt. Louis Public Radioと統合された。

⁴⁾ 2015年にサイト運営を中止した。メディア財政に困難が生じたことが理由とされる。Spotusは、不特定の多数の個人から出資を募るクラウドファンディングをビジネスモデルとして採用していた。クラウドファンディングとは、「寄付という形式や報酬、投票権といったものの代替として、インターネットを通じて広く募集される資金源の供給」のことを指す (Lambert and Schwienbacher 2010)。援助金 (チャリティー)、スタートアップ企業支援、音楽やソフトウェア制作、貸付や少額投資などを目的や用途としている (Carvajal et.al 2012)。他方で、多くの非営利ニュースメディア組織においてクラウドファンディングではなく、個人寄付のみならず財団からの大口寄付、理念や活動に賛同する企業や団体からの賛助費、開催催事への協賛費のほか広告収入、購読収入も組み合わせる傾向がみられる。

⁵⁾ 具体的には、2011年にミネソタ州政府が予算の逼迫から20日間の閉鎖に陥った際に、費用を準備していなかったにもかかわらず市民への貢献を優先してその状況に関する世論調査を実施し、批判的な報道を行った点にジャーナリズム規範を認める一方、広告主企業や財団からの資金を獲得するために限られた「想定読者」を設定する矛盾を指摘している。

⁶⁾ パブリック・ジャーナリズムに関して、次の四つの要素を促進する取り組みが共通点として挙げられる。それは、①開かれた対話を通じたコミュニティの連帯、②市民による議題設定、③ニュースの理解しやすさの重視、④コミュニティを活性化させるイシューの選択である (Ferruci 2015 : 907-908 ; Koniczna 2018 : 9)。

⁷⁾ ここでは、公的な情報の開示、とりわけ質の高いニュースや報道の供給を通じて市民による議論とコミュニティの連帯を促進し、民主主義の維持や発展に寄与するジャーナリズムの活動および実践と定義する。フェルッチやコニエチュナは、パブリック・ジャーナリズムの伝統に根差した非営利ニュースメディア組織による取り組みをパブリックサービス・ジャーナリズムとして捉え、議論している (Ferruci 2015 : 916-917 ; Koniczna 2018 : 1-47)。特にコニエチュナは、なぜそうした組織がパブリックサービス・ジャーナリズムに取り組むアクターなのかを検討し、その理由として市場の失敗 (market failure) を挙げている (Koniczna 2018 : 34-39)。これは、メディアの批判的政治経済学的研究 (critical political economy of media) を概説したJ. ハーディーが、市場の失敗を外部性、公共財、独占の水準から分析し、ジャーナリズム活動を通じた質の高いメディア成果物が社会関係資本である根拠を示した議論と通底している (Hardy 2014 : 58-76)。つまり、コニエチュナは明示していないものの、彼女の立論とメディアの批判的政治経済学的研究の分析視座との共通点が指摘できる。

⁸⁾ ほかに、Christian Science Monitor (1908年)、Public Broadcasting Service (PBS, 1969年)、National Public Radio (NPR, 1970年) などがある。

による伝統的な組織への記事の無償提供と双方での情報発信を通じた協力関係を構築する傾向がみられるのは、互いに社会的な注目やインパクト、幅広いニュース接触の流通経路を必要とするからである (Benson 2018)。そうであるがゆえに、非営利ニュースメディア組織の取り組みを消費者主権 (consumer sovereignty)⁹⁾ に対する懐疑の視座から捉えることが求められるのである。このように、非営利ニュースメディア組織による取り組みをニュースの生態系のなかに位置づけ、市場の失敗や消費者主権への懐疑の視座から批判的に捉えようとして、その社会的な機能や意義が検証されている。

しかしながら、コニエチュナが研究の課題として示した通り (Konicznna 2014 : 61)、非営利ニュースメディア組織によるニュースや報道の具体的な内容に関する分析はほとんど見当たらない。そこで本研究では、非営利ニュースメディア組織のなかでも Texas Tribune (以下、TT と略記) に着目し、その組織の動態と報道の実践について実証的に分析する。TT に関する研究は、ローマン (Lohmann 2012)、ベンソン (Benson 2018)、コニエチュナ (Konicznna 2018) らなどが代表的な非営利ニュースメディア組織として組織名を挙げるにとどまっている。また、柴田による TT の代表者へのインタビューを行った調査 (柴田 2012) があるものの、具体的にどのようなニュースや報道の発信を行っているのかについて分析はなされていない。そこで本研究は、非営利ニュースメディア組織の取り組みに関する先行研究では不十分であった報道の実践に注目し、それがどのような組織の動態に基づくものであるのかに関して TT を取り上げ、分析を行う。

2. 研究方法と分析対象

本研究は、TT の組織動態についてサイトやそこで公表、開示されている年次報告書および財務諸表を参照する。また、ニュースや報道の成果物については「Hell and High Water」と題された巨大台風の甚大な被害に関する調査報道に注目し、それらの内容を分析する¹⁰⁾。TT は、米国の非営利ニュースメディア組織のなかで予算規模が大きく、運営するサイトやソーシャルメディアへの訪問者数も多く、人びとや財団・企業・団体からの支持を得ていると捉えられる。以下ではまず、TT について非営利ニュースメディア組織のなかでの位置づけと概要を示す。

ナイト財団の調査では、非営利ニュースメディア組織をその発信内容から (1) ローカルニュース、(2) 州内の政治や政策動向、(3) ナショナルおよびローカルの水準での調査報道に分類している。それによれば、2012年時点での予算規模上位は (1) MinnPost (約150万ドル)、St. Louis Beacon (約150万ドル)、(2) TT (約450万ドル)、(3) CIR (約1080万ドル)、ProPublica (約1060万ドル) の5つであった。また、TT は2010年から2012年にかけてサイト訪問者数 (約56万人) が最も多く、ソーシャルメディアでの利用者数 (約56万人) が ProPublica に次いで多かった (Knight Foundation 2013)。

TT は、2009年11月にテキサス州の州都オースティンで設立され、州全域に関わる政治、政策、選挙、公教育、移民、環境などをめぐるイシューを取り上げてニュース、報道の発信を行っている。そして、調査報道とデータジャーナリズムの実践に取り組み、設立以来、多くの報道アワードを受賞している。データジャーナリズムとは、「データからニュースを発見するジャーナリズムの取り組み」であるとされる (藤代 2014 : 202)。これに対し、後に詳しく論じる通り、分析対象として取り上げる TT の事例においては、自らビッグデータを収集、分析し「ニュースを発見する」という手法ではなく、専門家や政治家、官僚などへの取材を通じて得たデータやファクトを整理して可視化し、社会課題に対する問題提起となるような記事発信が行われている。このようなデータ活用による報道手法は2010年頃から新たに勃興した。

「Hell and High Water」報道は、ProPublica と協働のうえ行われ、Peabody Award など著名な報道アワードを含めて2017年に5つの受賞に浴している。後に詳しく論じるように、「Hell and High Water」報道では、いわゆる「データビジュアライゼーション」を行って可視化に優れたデザインを実装した特設報道サイトを設け、巨大台風の甚大な被害に関する調査報道、データジャーナリズムが実践された。こうした特徴から、TT は米国における非営利ニュースメディア組織の組織動態と報道実践に関する分析と考察に適していると考えられる¹¹⁾。

3. Texas Tribuneの組織動態

TTの組織動態に関して、出資者数、企業スポンサー数、収入の三つの項目についてTTが公表しているデータを整理したう

⁹⁾ J. カランは、リベラル多元論に立つメディア・コミュニケーション研究から「市場経済における競争によってメディアは民衆の欲求・要求・見解に対応せざるを得ない」とする主張がなされていることを指摘している (Cunan 2002=2007 : 250)。しかしこれに対し、P. ゴールディングとG. マードックが示した通り、メディア企業の商業戦略が消費に及ぼす影響を批判的に検討する必要がある (Golding and Murdock 1991 = 1995 : 25-29)。なぜなら、ニュースや報道の生産過程における市場原理の浸透を通じた消費者主権に立脚した成果物の流通は、ソフトニュース重視の傾向として観察されるからである。

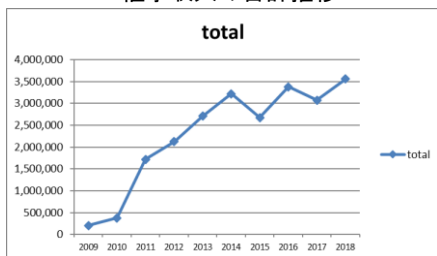
¹⁰⁾ TTのサイトURLは、<https://www.texastribune.org/>。「Hell and High Water」報道のサイトURLは、<https://projects.propublica.org/houston/>。

¹¹⁾ 今回の分析では、TTのさらなる特徴である開催催事については取り上げない。この点に関する実証的な分析は別稿で行いたい。

表1 Texas Tribuneへの出資者数および企業スポンサー数

2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
1504	1327	1718	1941	3898	2307	2708	3494	4219	16589
59	80	191	194	203	198	222	258	240	274

図1 Texas Tribuneのデジタル収入・
僱事収入の合計推移



収入を表にまとめ一覧で示す)。2009年に二つの収入は合計で20万5550ドルだったのに対し、2018年には359万9455ドルとなった。10年間で金額はおおよそ340万ドル増加し、その収入規模は17.5倍となった。このように、TTは展開する各インターネットメディアでの閲覧者からの支持を基に僱事参加者が増加し、賛助・協賛組織からの信用を得て、企業スポンサーや僱事へのスポンサー協賛を得ていったと推測される。

さらに、2017年の財務諸表から収入と支出を抽出した(表2)。個人寄付および財団などによる大口寄付¹⁵⁾は、寄付総額全体のうち36.3%を占め、約263万ドルと最も大きな収入となっている。また、企業スポンサーシップとイベント収入は金額規模が約171万ドル、約161万ドルとほぼ同じ程度で、それぞれ寄付全体の23.7%、22.3%を占めている。これら3つの合計で約595万ドルと収入の82.3%、つまり五分の四の割合を占めたことがわかる。また、これらに比して広告収入は金額規模が小さく、デジタル広告掲載による収入を組織運営の主たる原資としていない点が明らかである。

2017年度の総収入は約751万ドル(8億4千万円)である。これに対し、支出の総額はおよそ830万ドル(9億3千万円)、純損失は約80万ドル(9千万円)であった。注目すべきは、総収入の85.7%を編集費に充てている点である。TTは純利益の拡張を目指すのではないNPOであり、収入のほとんどを編集費に充当することができる。編集費はおよそ643万ドル(7億2千万円)

表2 Texas Tribuneのメディア財政

(単位:ドル)	
寄付	合計
個人寄付および大口寄付	2,627,003
企業スポンサーシップ	1,710,801
イベント収入	1,612,945
メンバーシップ収入	807,547
商品やサービスの寄付(現物支給)	469,338
寄付総額	7,227,634
購読収入	153,520
広告収入	59,397
その他	67,700
総収入	7,508,251
支出	
編集費	6,431,571
寄付促進費	1,066,039
一般管理費	802,486
総支出	8,300,096
純損失	-791,845
期首純資産	3,901,269
期末純資産	3,109,424

である。こうした点を活かし、トリビューンは積極的な取材活動、充実したデータジャーナリズム、調査報道の実践を図っていることがわかった。

4. Texas Tribuneの報道実践

「Hell and High Water」をタイトルとする報道は、TTとProPublicaの4名の記者が協働のうえ、行われた。トップページには、タイトルとともに記者らの氏名が記され、署名記事として発信された。記事はProPublicaに掲載され、画面上部にも配されたタイトルの左側に両メディアのロゴマークが示されている。記事が報じられたのは2016年3月3日、大型台風「ハーベイ」による大きな被害の発生する1年以上前のことである。この報道のサイトはトップページを含めて6つの階層から構成されている(本稿はこのうち3つの階層を抜粋して図示するが、発表当日はパワーポイント資料で6つを示して報告する)。トップページは、テキサスを含むメキシコ湾周辺地域と思われる地図上に巨大な熱帯低気圧が渦を巻きながら進む動画を背景に埋め込んだサイトデザインとなっている(図2)。

¹² 表1・2および図1はTTによる公表データを基に筆者作成。

¹³ TTのいう企業スポンサーは、いわゆる広告スポンサー、つまりインターネットメディアへの広告出稿主ではなく、TTへの賛同組織や開催僱事への協賛組織を指している。すなわち、いわゆる「広告ビジネスモデル」ではなく、寄付や賛助、協賛費を活動資金として調達する点で伝統的なニュースメディア組織とは運営形態が基本的に異なる。

¹⁴ ここでいうデジタル収入とは、TTの活動への賛同、賛助の出資金のことである。一方で、僱事収入とは、開催するミーティングやセッションへの後援金およびインターネットメディアの運用や僱事開催時に必要な製品やサービスの現物支給のことを指している。

¹⁵ TTの2009年から2018年までの寄付累計上位10位に関して、2位のTT創設メンバーのベンチャーキャピタリストを除き、ほかは全て財団である。ナイト財団の寄付額が最も多く、約225万ドルだった。また、この10年間における上位10位までの寄付累計額は約1310万ドルである。

図2 「Hell and High Water」
報道のサイトページ①

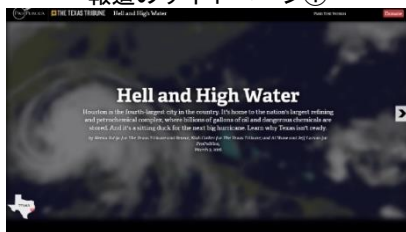


図3 サイトページ③

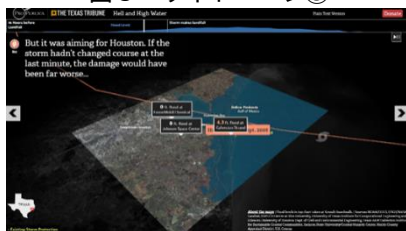
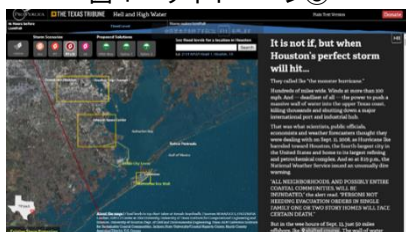


図4 サイトページ⑥



次の画面に進むと、動画で平面の地図が傾いて立面の地図に変わりながら、あらわれる。ジョンソン宇宙センターを中心として、左側に陸地のヒューストン、右側に海洋であるメキシコ湾内のガルベストーン湾を配した地図である。この地図は、PCのマウス操作によって傾きが平面から立面まで自由に換えられる。画面左上には、「2008年9月に発生した台風『アイク』が（陸地にほど近い）ガルベストーン島を襲った」のキャプションが記載され、その上に台風上陸の16時間前からの水位の変化が図示されている。そして、台風上陸によって地図の右上、湾の北東部の陸地部分が動画で消え、海洋部になっていく。つまり、都市浸水の様子が地図上で再現される。

続く3つの画面（図3のみ抜粋し図示）は、それぞれ実際の台風「アイク」とは異なる進路や風速を設定したシミュレーションが動画で自動再生される仕組みとなっている。台風に模した絵が、画面を横切る線で示された進路の上を回転しながら右（南）から左（北）へ進む。その際、東の海洋側から島、内陸の宇宙センター、石油工場が定点として設定され、水位の上昇が画面上部のインジケータと連動しながら数値で表示される。画面上部の水位インジケータにカーソルを当て左右に移動させると台風に模した絵がそれに連動し、左右に自由に動かすことも可能である。つまり、インジケータを左右に移動させながら、水位上昇が数値として示されることで、台風の位置と水位上昇がひと目でわかる。これらの一連の操作はきわめて簡便で、画面上に操作説明はなく、いわば「感覚的」に行うことができる。

こうしたデータの可視化に優れたサイト設計としたうえで、例えば図3は実際の台風とは進路が異なった場合を示している。これは科学者、専門機関、行政などへの取材内容に基づいたもので、その取材内容が記事化された（図4）。記事本文に

ついておおまかに内容を要約すれば、次の通りである。ヒューストン湾内の運河に面して、およそ130の石油精錬工場、150の化学工場が所在している。前者は米国内で流通し、消費されるガソリンの約3割を生産する。また、後者の生産するプラスチック、化学肥料、農薬などは米国のみならず地球規模で産業を支える役割を果たしている。巨大台風は、都市への強風・浸水被害をもたらすと同時に、そうした工場群に対しても甚大な被害を与える。つまり、この地域の工業生産に致命的な影響を与え、米国経済に対して大きな損失をもたらす点が懸念されている。また、都市の住民、工業地帯の就業者の生命を守り、生産施設の浸水被害を防ぐための州政府による台風対策をめぐる政策決定は取材、記事掲載時点で迅速に進められているとはいえない状況にあった。したがって、TTの記事は迅速ではない行政決定に対して問題提起を行っている側面があると考えられる。

以上のトリビューンの調査報道で重要なのは、次の四点である。第一に、記事の中心的なテーマとして言及され、サイトで動画によって示された実際よりも大きな被害が見込まれる「想定台風モデル」は、台風の複雑なメカニズムを解析し、シミュレーションデータを算出した科学者や専門研究機関への取材に拠るもので、そうしたデータを読者へ提示するための取材・編集・制作にこそTTの報道機関としての専門性が発揮されている点である。第二に、専門家に対してのみならず、州内の政治家や地方官僚などへの取材を実施し、台風に関する科学的なシミュレーションデータの政治的、社会的な次元からみた評価、査定に記事を照準している点である。この報道は、テキサスにおける都市住民や工場就業者の生命や生活、また石油や化学品などの工業生産を行う経済活動にとって「想定台風モデル」がどのような意味合いをもつのかを示している。第三に、取材した内容を「ストーリー」として記事提示し、洗練されたサイトデザインによって優れた可視化に成功している点である。第四に、記事の文末に情報開示として記事中で言及された企業、団体のうち、TTの現在と過去の企業スポンサー、大口寄付者を明示し、企業、団体による賛助金の拠出という経済的な支援と報道内容の公正性、公平性、中立性を弁別することを企図している点である。

このように、TTはニュースメディア組織としての専門性に基つきながら、人びとの注意・関心をひきつけるための工夫を施したうえで記事を提示し、様々な人びとや組織といったアクターによる社会経済活動が巨大台風による被害から守られる必要があるという公的な利益に接続し、それに寄与することを目指した質の高い調査報道が実践されていることがわかった。

5. おわりに

分析結果から、非営利ニュースメディア組織であるTTは、個人寄付および財団の大口寄付、TTの活動へ賛同する企業や団体の賛助・協賛費を運営資金として調達し、公的な利益への貢献を目指した調査報道やデータジャーナリズムを実践する点を特徴とすることが明らかになった。米国において非営利ニュースメディア組織による新たなビジネスモデルの構築とジャーナリズム

の実践が出現したことの意義は、ロジャー A. ローマンの示す通り、「公衆の知る権利 (public's right to know)」にジャーナリズムが応答することにある (Lohmann 2012)。すなわち、非営利ニュースメディア組織の勃興は、なぜパブリックに根差したニュースメディア組織によるニュースや報道の発信が社会的に必要なのかという点と関わっている。さらに、この点は市場原理の機能しない社会領域があることを示す概念である市場の失敗とも接続している。つまり、ニュースや報道の供給が公共財 (public goods) として社会的に機能するか否かはジャーナリズム実践を通じた成果物の「質」に拠ることになる。こうした点から、事例として取り上げたTTの取り組みは、人びとの注目や関心の獲得をめぐる競争が高度化し、市場化の広がるメディア環境における非営利ニュースメディア組織の公共的な役割を示唆しているように捉えられる。分析の結果からも分かるように、TTの調査報道はなぜパブリックに根差したニュースや報道が社会的に必要なのかに対する一つの応答であり、データジャーナリズムの実践はインターネットをめぐるテクノロジーを介した消費者主権との交渉の帰結だとみなすこともできる一方で、市民主権に立脚したジャーナリズムの新たな可能性を孕んでいる。そして、メディア環境における市場原理の浸透とメディア組織の独立性や自律性がせめぎ合いながらニュースや報道の生産、流通がなされている点も示唆している。今後さらに、米国における非営利ニュースメディア組織の社会的な位置づけや様々なデータジャーナリズムの取り組み事例との比較を行う必要がある。また、読者や催事参加者、財団や企業や団体がTTを支持するのはどのような理由であるのかを明らかにしていく必要もある (なお、報告当日は本年9月下旬に実施する予定である現地での聞き取り調査の内容についても詳しく述べる予定である)。

参考文献

- Arsenault, Amelia and Alisa Perren eds., 2016, *Media Industries—Perspectives on an Evolving Field*, Createspace Independent Pub.
- Benson, Rodney, 2018, “Can Foundation Solve the Journalism Crisis?”, *Journalism*, 19(8): 1059-1077.
- Carvajal, Miguel, José A. García, and José L. González, 2012, “Crowdfunding and Non-profit Media—The Emergence of New Model for Public Interest Journalism”, *Journalism Practice* (6): 1-10.
- Curran, James, 2002, *Media and Power*, London: Routledge (=2007, 渡辺武達監訳『メディアと権力』論創社.)
- Ferruci, Patrick, 2015, “Public Journalism No More—The Digitally Native News Nonprofit and Public Service Journalism”, *Journalism* 16(7): 904-919.
- 藤代裕之, 2014, 「データジャーナリズム」武田徹・藤田真文・山田健太編『現代ジャーナリズム事典』三省堂, 202.
- 畑仲哲雄, 2014, 『地域ジャーナリズム——コミュニティとメディアを結びなおす』勁草書房.
- Jian, Lian and Nikki Usher, 2014, “Crowd-Funded Journalism”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, (19): 155-170.
- Golding, Peter and Graham Murdock, 1991, “Culture, Communication and Political Economy,” James Curran and Michael Gurevitch eds., *Mass Media and Society*, London: Edward Arnold, 70-92 (=1995, 「文化、コミュニケーション、そして政治経済学」児島和人・相田敏彦監訳『マスメディアと社会——新たな理論的潮流』勁草書房, 1-30.)
- Hardy, Jonathan, 2014, *Critical Political Economy of the Media—An Introduction*, London: Routledge.
- Knight Foundation, 2013, “Finding A Foothold” (2019.8.26, <https://knightfoundation.org/reports/finding-foothold>) .
- Konieczna, Magna, 2014, “Do Old Norms Have A Place in New Media? —A Case Study of the Nonprofit MinnPost”, *Journalism Practice*, 8(1): 49-64.
- , Magna, 2018, *Journalism Without Profit—Making News When the Market Fails*, Oxford: Oxford University Press.
- Lambert, Thomas and Schwienbacher Armin, 2010, “An Empirical Analysis of Crowdfunding”, Mimeo, Louvain School of Management, Belgium (2019.8.24, <https://ssrn.com/abstract=1578175>) .
- Lohmann, Roger A., 2012, “Nonprofit News, News Industrial Subsidies, and The Rise of Citizen Journalism” Faculty Scholarship, West Virginia University (2019.8.24, https://researchrepository.wvu.edu/faculty_publications/788) .
- Pew Research Center, 2018, “State of the News Media” (2018.11.18, <http://www.pewresearch.org/topics/state-of-the-news-media/>) .
- 柴田厚, 2012, 「多様化するアメリカの非営利メディア——彼らはどんな役割を果たしているのか・現地調査より」『放送メディア研究』NHK放送文化研究所.
- UNC’s Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2018a, “The Loss of Newspapers and Readers” *“The Expanding News Desert”* (2018.11.7, <http://www.usnewsdeserts.com/reports/expanding-news-desert/loss-of-local-news/loss-newspapers-readers/>) .
- , 2018b, “What exactly is a ‘News Desert’?” (2018.11.7, <https://www.cislm.org/what-exactly-is-a-news-desert/>) .