

## 情報のプロはこう読む！新聞の正しい読み方(第14回)

### 月曜日の朝刊に特ダネは載らない？(下)

2019.08.22



記者としては、「発表モノ」や「発生モノ」であっても、なんとか付加価値を付けたいところです。こうした場合に使うのが、幾つかの共通ネタを集めて1つの記事にする「傾向モノ」「まとめモノ」と呼ばれる手法です。

例えば、食品メーカーが2〜3社、値上げを発表したとします。それぞれはせいぜい「ベタ」か「段モノ」のニュースですし、書いても「発表処理」でしかないので社内でも評価されません。そこで、「最近、食品の値上げが相次いでいる」という「まとめモノ」に仕立てるわけです。買い物に行けなかった日に、冷蔵庫にある有り合わせの材料で料理を作るのに似ているかもしれません。

意外性がある面白いまとめモノは、世間で話題になって他紙も追わざるを得なくなります。こうした記事では、なぜそのような現象が起きるのかといった背景も解説するため独自性や付加価値が生じますし、バラバラのニュースの共通性に気付くセンスも必要とされます。このため、内容によっては他紙が後追い記事を掲載するなどし、スクープ並みに評価されることもあります。

新聞社や記者にとってまとめモノが重要なもう1つの理由は、紙面を埋めるのに都合がいいという点にあります。これは、まとめモノが長い記事にしやすいということと、「腐らないネタ」であることが理由です。

大きなニュースのない日には…… … 続きを読む