

IT時代の英語コミュニケーション—(ジャーナリズム)

小田 真(英文毎日)

情報技術(IT)革命の進展はめざましいものがある。このIT革命は当然のことながら、わが国の英語によるニュース報道にも大きく影響を与えている。これはニュースを伝える対象から報道する内容、さらにはニュース報道におけるコミュニケーション技法にも影を落としている。しかし、IT革命は、現在進行形というよりもむしろまだ始まったばかりであり、報道各社も洋の東西を問わず、電子メディアにおける報道に関しては確立したものはなく、いまだ試行錯誤の途上である。英文毎日(Mainichi Daily News)は今年4月、紙媒体からインターネット(<http://mdn.mainichi.co.jp>)への全面的移行を行った。いわば、わが国初の本格的な電子版英字紙の創刊である。その経験を踏まえ、電子メディアにおける英文媒体のコミュニケーションの特色、利点、問題点について考察してみたい。また、今後の電子媒体による英文ニュース報道の未来を探ってみたい。

インターネットの爆発的普及によりボーダレス化が進展し、コミュニケーション効率が飛躍的に上昇してきている。英文毎日のインターネットへの全面移行はこの流れに乗ったものである。紙媒体の頃は、新聞の編集→印刷→梱包→トラック輸送→販売店→宅配という煩雑な作業により膨大な人手と経費をかけて読者の手に届いていたものをインターネット化により、編集→インターネット→読者というように、物理的な作業の大半が電子信号にとってかわられ、情報が直に読者に届く(直接性)。これにより大幅な効率化が図られた。また、紙媒体の場合はこれらの物理的作業ゆえに販売店への到着時刻から起算して発送時刻、印刷時刻、原稿締め切り時刻が厳密に定められていた。このため、輸送所要時間の関係で遠方に届けられる版は早く印刷する必要がある。従って遅い時間帯に発生したニュースは、東京都内、大阪市内等印刷工場に近い地域に配られる版のみに入り、遠方の地域向けの版には入らないという、いわば「地域格差」が生じる。しかしインターネットの場合、世界各地において全く同じニュースの記事が同時に読める。また、進展のあるニュースの場合、紙媒体の頃は原稿締め切り間近に原稿を完成し、遅版でupdateしていたものが、電子媒体においては随時updateできるようになり、「即時性」が大幅に向上した。

また、直接性というインターネットの特性により、海外へ向けての情報発信に機会が大幅に増大した。従来、国内の英字新聞の大半は、在日外国人に対する日本のニュースの提供を、主たる編集方針としてきた。これがインターネット化により、全世界へと発信することになり、読者層が大幅に拡大した。英文毎日の読者調査によると、読者の過半数が国外在住であり、記事の選択についてはこれまでと変わらざるを得ない。国内での読者も紙媒体の頃と比較して大幅に増加したことを踏まえて従来の事件、事故等の報道も怠らない一方、国際政治・経済にも影響の大きいニュースに傾斜して行かざるを得ない。

インターネットによるコミュニケーション技法の変容—特に brevity について

次に、紙媒体からインターネット化によるコミュニケーション技法の変容について考えてみたい。前述のごとく、インターネットは新しい媒体であり、まだ独自のコミュニケーション技法が確立していない。各社が手探りで、試行錯誤を繰り返すことにより、長い時間を経てインターネットにおけるニュース英語コミュニケーション技法が徐々に形作られるものと考えられる。

ニュース英語の特徴は、新聞、放送を問わず、clarity であることは言うまでもない。そのため brevity、つまり簡潔であることが要求される。従来の媒体である新聞と放送と比較すると、放送英語の方が新聞英語と比較してより brevity が要求されてきた。この差は、印刷と電波媒体という各メディアの技術的特性により生じたものであるといえる。従ってインターネットの場合も、コミュニケーション技法は、その技術の発展に相当程度左右さ

れるに違いない。

インターネットの場合には即時性においてはより電波媒体に近づいたと言えるが、新聞同様文字媒体であることには変わらない。各新聞社および通信社のホームページに掲載されている記事をも、そのスタイルは基本的には新聞英語とほとんど変わりはない。しかしコンピューターの画面で長い記事を読むのでは、目が著しく疲労するため、まず記事を新聞より短くまとめることが要求される。新聞であれば、500 words 程度までは許容範囲内であったが、インターネット用の記事は極力短く、多くとも 300 words、できれば 250 words 程度におさえた方が読者にとっても読みやすい。また新聞ではたまに見られる 30 words を超えるようなセンテンス、特にリードパラグラフはインターネットでは絶対に禁物である。新聞英語の理想とされる 25 words 以下に極力おさえることが必要である。

また、英文毎日など、日本の報道各社のインターネット英文記事は、日本のニュースを全世界に発信することを主な目的としており、日本語の記事と異なり、詳細な背景説明が必要な場合が多い。例えば「非核三原則」とは何か、「証人喚問」と「参考人招致」の違い、「総会屋」とはどのような者たちなのか、等。日本に関する知識が少ない外国の読者に原稿を発信するのであるから、より一層背景説明が必要であり、記事量の brevity と相容れないところである。そこで、日本における政治、社会、経済等の仕組みや慣習などを解説した記事を別に掲載して、わかりづらいことについてはそちらを参照してもらおう等、工夫が必要となる。また、多くの情報を一本に詰め込まず、関連記事を増やして一本あたりの分量を短く抑えることが重要である。

以上のごとく、情報技術-information technology-は今後も急速に、かつ高度な発展をとげて行くであろう。したがって、報道機関にとってインターネットがいかなる媒体に成長していくか、またインターネットにおける英語コミュニケーション技法がいかなる形で確立していくかを想像するのは、現時点では困難である。