

研究ノート

オンラインニュースのライティング法に関する一考察

大 川 久
(早稲田大学)

1. はじめに

英語ニュースの表現法はメディアの発達とともに変化し、それぞれのメディアに適した文章構成とライティングスタイルを確立してきた。

新聞における文章構成は、一般的に逆ピラミッド型 (Inverted Pyramid) といわれている。最初にニュースの要点を述べ、順次詳細な情報を書き加えてゆくライティングスタイルである。この表現法が確立した背景の一説には、アメリカでニュースを電文として送っていた時代、通信事情が悪く回線がしばしば途絶えることがあったため、最初に伝えるべき要点を送信する必要があったからだとされている。新聞の普及とともに逆ピラミッド型はニュース表現法として確立し、読者にとって読みやすく、興味を深めるスタイルに変化していった。

新聞の次に新しいメディアとしてラジオが登場した。目にかわって耳を通して情報を得るまったく異なった媒体が出現したのである。当時のラジオニュースは、新聞社が配信するニュースを読み上げる形でスタートしたと言われている。ラジオが始まったころにはまだ独自の取材能力や新たな表現法がなかったからである。しかし、耳で聞いて理解するという新しいメディアにとって、新聞のニュース表現法で情報を伝達するには違和感があった。次第にラジオ独自のニュース表現法が生まれ、耳で聞いて理解しやすくするため、会話的表現を取り入れ始めた。すなわち日常会話で使用しているような表現を用い、一般人が理解しやすいライティングスタイルを模索するようになったのである。その結果、言葉は平易で文章は短く、内容を1分以内にまとめるスタイルになったのである (CBC 2001)。

ラジオの次に登場したメディアがテレビである。テレビは映像が伴うためラジオ時代では考えられなかった大きな変化をニュース表現にもたらした。映像で説明できるところは原稿にしないため、ニュース原稿だけで全体を理解するには不十分になった。また、文章構成は逆ピラミッド型ではなく、最後に要点を繰り返し、新たな要素を加える Complete Circle型が一般的になってきている (Attikison/Vaughan 2003)。表現はより会話体に近くなり、文章の長さはラジオよりさらに短いものになっている。

そしていま、第4のメディアといわれるインターネットが目覚ましい勢いで我々の生活に浸透してきている。ニュースの発信についても新聞、ラジオ、テレビに加えてオンラインニュースが登場した。この新しいニュース媒体は、発展登場の段階にあり、既存メディアはオンラインニュースについて様々な試行錯誤を繰り返しており、ユーザーを確保すべく新たな表現法を見出そうとしている (藤井 2004)。

本論では、オンラインニュースを取り巻く環境、オンラインニュースの特性、ニュース表現法、オンラインニュースの今後の展開について考察したい。

2. オンラインニュースへのアクセスの現状

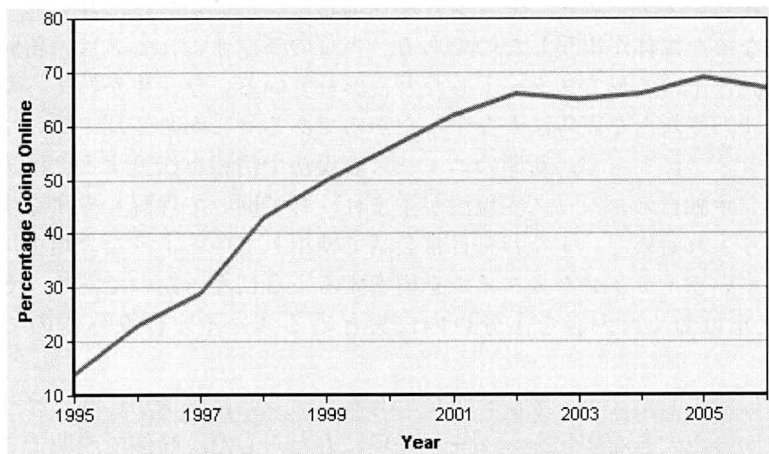
インターネットは、過去10年間に急速に普及し、利用形態の多様化が進む中、われわれの日常生活に深く浸透してきている。

アメリカでメディア研究を行なっている非営利団体、Pew Research Centerの調査によると、(The State of the New Media 2007) 現在アメリカでオンラインニュースにアクセスしている人はおよそ10人に7人である(表1参照)。これは全人口のうち1億4100万人にあたる。しかし、この調査はこれまで急激に増加していた視聴者が近年ほぼ横ばいで推移していることを明らかにしている。

オンラインニュースにはユーザーが決められた時間にサイトにアクセスするのではなく、見たいときに見るというオンデマンド的特質が見られる。今日ではニュース消費者、news consumerという言葉も使われているように、オンラインニュースは消費の対象になっており、ユーザーにとって読みやすく、魅力あるサイト作りが課題になっている。

この調査では、ユーザーがオンラインニュースにアクセスする時間は一日におよそ6分という結果が出ている(表2)。また、テレビとラジオの視聴時間には余り変化はないが、オンラインニュースの登場により新聞を読む時間は微減傾向にあることが分かる。新聞メディアでは読者が減少する傾向にあり、オンラインニュースの利用者が増えていることに一因があると言われている。

(表1) 人口に占めるオンラインニュース視聴者比率



(Source : The Pew Research Center for the People and the Press)

(表2) 昨日ニュースに接した時間数(分)

| Average # of minutes spent | 1994 | 1996 | 1998 | 2000 | 2002 | 2004 | 2006 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Watching TV news | 38 | 31 | 31 | 28 | 28 | 32 | 30 |
| Reading a newspaper | 19 | 19 | 18 | 17 | 15 | 17 | 15 |
| Listening to news on radio | 17 | 16 | 16 | 13 | 16 | 17 | 16 |
| Getting news online | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | 6 | 6 |
| Total | 74 | 66 | 65 | 58 | 59 | 72 | 67 |

(Source : The Pew Research Center for the People and the Press)

オンラインニュースのユーザーは、報道機関として確立している新聞社や放送局のサイトにアクセスする人が多い。しかし、近年オンラインニュースだけを運営しているサイトも出現している。たとえばGoogle NewsやYahoo Newsなどのようにいろいろな情報源からニュースを集め (aggregate)、再編集しているニュースサイトも増えつつある (The State of the New Media 2007)。

3. 既存メディアとオンラインニュースのライティングスタイル

オンラインニュースの活用が増える中、既存メディアとオンラインニュースの表現スタイルにどのような差異と特徴があるのかを述べる。

新聞のライティングスタイルは、事実に基づいた詳しい内容の記述を基本としている。そのため関係詞や同格表現が用いられ、必然的に文章が複雑になり、記事全体が長くなる傾向がある。読者にとっては詳細な報道内容を期待できる。

ラジオは耳で理解する媒体である。そのライティングスタイルは耳で聞いて分かりやすいことが重要である。文章は主語、動詞、目的語 (あるいは補語) という単純な構文が基本で、文章は短く、会話的 (conversational) な表現に特徴がある。ひとつの項目の長さは、30秒から40秒でアナウンスされる原稿が一般的である。

テレビは目と耳で理解する媒体である。ニュースライティングは映像との補完関係で成り立つため、ラジオの原稿よりさらに短く、より会話的な表現を用いている。原稿だけでは不完全な文章表現も映像との関係で意味を持つことが多い。

オンラインニュースは、ユーザーの接触時間が短いため、瞬時に内容が理解できる表現スタイルが重要になってくる。At a glance, scanability, (斜め読みしても容易に理解できること) navigabilityという言葉がオンラインニュースのキーワードと言われている (CBC 2001)。オンラインニュースにアクセスする人は、仕事の合間や帰宅時など短時間にニュースを見る傾向にあるといわれている (The State of the New Media 2007)。こうした人々の行動パターンに応えるため、あらたなニューススタイルの表現法の確立が必要になってくる。

オンラインニュースは別名Printcastとも呼ばれている (Attikinson/Vaughan 2003)。その文章スタイルが新聞のニューススタイルと放送のニューススタイルの両方の特徴を備えているからである。

しかし、オンラインニュースは新聞と放送のライティングスタイルを合体させる道筋を歩んできたわけではなく、様々な試行錯誤を経てオンラインニュースに適したスタイルを作り出そうとしているのである。オンラインニュースには制作に関する確立された原則やガイドラインはなく発展途上の段階であるといってもよい。一方、オンラインニュースの将来性を重視し、資金や人材をつぎ込むメディアが最近増えてきており、そうしたサイトから新しいニューススタイルが生まれつつある。(例 ニューヨークタイムズのタイムズリーダーなど)

では、現在考えられているオンラインニュースの特徴はどこにあるのか、次の4点が挙げられる (CBC 2001)。

- ① サイトが手軽に探せること。目的の内容がすぐ探し出せること。
- ② 常に新鮮なニュース項目に差し替えられていること。
- ③ 詳しい報道内容であること。

④ 読みやすさ。

サン・マイクロシステムに勤めていたJacob Nielsen氏はオンラインニュースのライティングで最も重要な要素としてScanabilityを上げている（CBC 2001）。ユーザーが短時間にニュース内容を把握できることが必須条件であるからである。同氏はひと目で分かるニュース作成にあたっては以下の点が必要だとしている。

- ① ニュースのキーワードを際立たせること。
- ② 内容が一目で分かる見出しであること。
- ③ 箇条書きやリストを作ること。
- ④ ひとつの文章で伝える内容をひとつにすることを徹底する。（One sentence, One fact）
- ⑤ 書きすぎないこと。

カナダ放送協会（CBC）のオンラインニュースガイドブックによると、原稿作成にあたっては1文章あたり20語から30語が適当としている。これは20語が適当とされる放送原稿より若干多めであるが新聞に比べるとかなり少ない。またパラグラフ数は8から15が適当としている。またユーザーが、目で理解しやすいように文章は放送原稿と同じように会話的表現を用いるべきだとしている。さらにScanabilityの観点から新聞のような逆ピラミッド型（Inverted Pyramid）の文章構成にこだわる必要はないと述べている。オンラインニュースの文章構成として、ユーザーの目をひきつけながら一歩ずつ梯子段を上るように目で詳しい内容を追っていけるライティングスタイルが必要なのである。

4. オンラインニュースの実例と分析

では、今我々が目にするオンラインニュースの現状がどのようになっているかをいくつかの例を挙げ、比較検討する。

ほとんどの新聞社や放送局は、オンラインニュースを提供しているが、自社の新聞記事や放送原稿をそのまま掲載しているのが実情である。その原因は、インターネットの重要性と将来性を認識しながらも、十分なスタッフと運営資金を投入できないことである。オンラインニュースは既存メディアの補完的役割を果たしているといってよいであろう。新聞社のオンラインニュースは、ほとんどが紙面のニュースをそのまま掲載しているので、インターネット配信に力を入れ始めている放送局のオンラインニュースの代表例を取り挙げ、そのライティングスタイルを分析し、その特徴を探る。共通のニュースとして、マードックのウォール・ストリート・ジャーナルの買収（2007年7月31日）の冒頭部分を比較する。

4.1 米国3大ネットワークCBSの例

A New Era For Dow Jones & Co.

Publisher Of Wall Street Journal Agrees To \$5B Sale To Rupert Murdoch's News Corp.

（CBS/AP） One of Wall Street's most iconic firms, Dow Jones & Co., is entering a new

era.

Word spread late Tuesday that Rupert Murdoch has succeeded in his bid to buy the 125-year-old purveyor of financial wisdom, despite critics who have doubted whether Murdoch – king of the tabloid format, the mind behind Fox News, and owner of properties including The Times of London, Twentieth Century Fox and MySpace – is the right steward for Dow’s flagship property, the Wall Street Journal.

CBSは、マードックによるジャーナル紙の買収を速報としてインターネットに乗せたが、APの配信記事をそのまま掲載したため文章スタイルは新聞に見られるものである。速報と内容の頻繁な差し替えはオンラインニュースの最大の特徴である。しかし、オンラインニュースの出稿体制は、新聞や放送本体ほど十分ではないため、通信社のニュースをそのまま掲載する場合がある。これもその一例である。

見出しは3行に及び記事の内容を端的に伝えている。リードの“*One of Wall Street’s most iconic firms, Dow Jones & Co., is entering a new era.*”は、16語と短い、この文章では内容が把握できない。見出しの一行目も同様である。これは“teaser”といわれるリードで読者の関心や興味を惹きつけて本文に導くライティングスタイルである。この種のリードは放送でもよく使われるのでAPの記事そのものなのかCBSの放送原稿から採ったものかは判然としない。

第2センテンスはこのニュースの最も重要な部分である。しかし、読者が結論を得るには相当読み進まなければならない。

“Rupert Murdoch has succeeded in his bid to buy the 125-year-old purveyor of financial wisdom, despite critics who have doubted whether Murdoch – king of the tabloid format, the mind behind Fox News, and owner of properties including The Times of London, Twentieth Century Fox and MySpace – is the right steward for Dow’s flagship property, the Wall Street Journal.”

このニュースのメインポイントは、“Rupert Murdoch has succeeded in his bid to buy the Wall Street Journal”である。Wall Street Journal が出てくるまでに読者は長い修飾文を読まなければならない。修飾文は内容をサポートするさまざまな情報を付加するが、読み手の理解の流れを阻害しかねない。第2センテンスだけで60語が使われており、新聞のライティングスタイルと同様に文章が長い。オンラインニュースの特性である“scan”しながら内容を把握する観点からするとユーザーにとって不適切な文章表現である。オンラインニュースにおいては不適當であると言わざるを得ない。

4.2 CNNの例

CNNはニュース専門チャンネルとして、テレビばかりでなくインターネット配信にも力を入れている。

News Corp. wins fight for Dow Jones

After a three-month takeover battle, Rupert Murdoch’s media giant will purchase the publisher of The Wall Street Journal for \$5.6 billion.

By Paul R. La Monica, CNNMoney.com editor at large

August 1 2007 : 3 : 57 AM EDT

NEW YORK (CNNMoney.com) -- After three months, News Corp., the media conglomerate run by Rupert Murdoch, has finally succeeded in its efforts to purchase Dow Jones in a deal the companies valued at \$5.6 billion.

News Corp. and Dow Jones announced early Wednesday that enough members of the Bancroft family, which own a controlling stake in the publisher of The Wall Street Journal, have agreed to approve the takeover.

News Corp. Chairman and CEO Rupert Murdoch now has the Wall Street Journal in his empire.

リードは31語、第2センテンスは34語、第3センテンスは16語からなっている。見出しの一行目は短くパンチのある文章であるが、内容がすぐには伝わらない。2行目は、リードのような文章構成になっており、見出しを構成する文章としては長いと思われる。

リードの部分は、“After three months,”ではじまっており、主語のNews Corp., は次にきている。目でscanするオンラインニュースの読み方の特質からすると主語が最初にくるべきである。また、主語をNews Corp., としていることからその直後にマードックが経営しているメディア企業であるという説明を付けなければならなくなっている。挿入句はスムーズな思考の流れをさえぎるものである。次に紹介するBBCオンラインニュースのように“Media tycoon”という言葉をMurdochの前に修飾すれば、短い修飾で流れも阻害されずに主語を構成できる。リードは“Media tycoon Rupert Murdoch has finally succeeded in its efforts to purchase Dow Jones.”とすればニュースの本題を短時間に把握できる。しかし、重要なのはDow Jonesの支配下にあるWall Street Journalをマードックが欲しかったことである。このニュースではこのことを述べたのは第3センテンスである。

CNNのライティングスタイルは、第1、第2センテンスともひとつの文章に2つ以上の情報を書き込んでおり、新聞のライティングスタイルに近いものになっている。また伝えるべき内容が、第3センテンスで始めて明らかになっているように、インターネットユーザーにとって“scan”しながら内容を把握するには複雑な構成になっている。全体的に特集記事 (feature story) 的印象を与える文章スタイルである。

4.3 BBCの例

Murdoch wins fight for Dow Jones (BBC Online 8/1/07)

Media tycoon Rupert Murdoch has won his battle to buy US media giant Dow Jones, publisher of the Wall Street Journal.

His News Corporation firm has secured the deal for \$5.6bn (£2.7bn), or \$60 a share – a 65% premium to Dow’s share price before the bid was announced.

The agreement comes after Mr Murdoch received the required level of support from the Bancroft family, who hold the majority of Dow Jones’ shares.

It ends the Bancrofts’ 100-year stewardship of the Dow Jones.

BBCは、オンラインニュースに力をいれている放送局として知られている。

見出しは6語と短く、ユーザーに本文を読む気にさせる導入文となっている。各センテンスに使用されている語数を数えてみる。

第1センテンス、21語

第2センテンス、26語

第3センテンス、24語

第4センテンス、11語

各センテンスは、オンラインで適当な長さとしてされる20語から30語の間に収まっている。(CBC 2001)

リードである第1センテンスでは、マードックがダウ・ジョーンズの買収に成功し、ウォール・ストリート・ジャーナルを手に入れたことを端的に指摘している。マードックの紹介は“Media tycoon”、ダウ・ジョーンズは“media giant”と短い修飾表現になっている。この表現法は、放送ニュースのライティングスタイルに見られるものである。

第2センテンスでは、読者に関心のある買収額をのべ、第3センテンスでは困難な買収交渉を可能にした理由を短く述べている。第4センテンスではマードックの買収でウォール・ストリート・ジャーナル紙を守り続けてきたバンクロフト家の支配の終焉を印象付けている。オンラインニュースのユーザーは4つのセンテンスに目を通すだけでニュース内容が短時間に把握できるライティングスタイルになっている。

5. BBCオンラインニュースの特徴

BBCのオンラインニュースは、新しいメディアの提示の仕方についてひとつの方向性を示していると思われる。イラクに派遣された米軍の撤退の可能性について現地軍司令官と在イラク大使が議会証言したニュース（2007年9月17日）を参考にしながらその特徴を見ることにする。

US surge plan in Iraq ‘working’

The military objectives of the US troop surge in Iraq “are largely being met”, the top US military commander in Iraq, Gen David Petraeus, has said.

He told a Congressional panel that although improvements were “uneven”, violence had declined significantly since the surge began in February.

Both Gen Petraeus and US ambassador to Iraq Ryan Crocker have been testifying.

The hearings have been billed as “make or break” for President George W Bush’s policy in Iraq.

In his testimony before the joint hearing by the House Armed Services and Foreign Affairs committees, Gen Petraeus said :

- “security incidents”, including sectarian violence, had declined since the start of the surge
- he envisioned the withdrawal of some 30,000 US troops by the middle of 2008, beginning with 2,000 marines in September
- he expected a decision on further troop cuts next March
- the situation in Iraq remained “difficult”.

Speaking after Gen Petraeus, Mr Crocker said he believed it was possible for the US to see its goals achieved in Iraq.

Meanwhile, at least eight American soldiers died in Iraq, including seven killed in a vehicle accident in western Baghdad.

The US military also said it had killed 12 al-Qaeda fighters in a raid near Samarra, north of Baghdad, and detained three suspected militants.

Pull-out warning

A record 168,000 US troops are now in Iraq after 30,000 arrived in the surge between February and June.

Gen Petraeus told the committees that troop numbers could be eventually reduced to pre-surge level without jeopardising the security situation.

But he warned that a premature reduction would have “devastating consequences”.

“It is possible to achieve our objectives in Iraq over time, although doing so will be neither quick, nor easy,” he said.

Gen Petraeus said his testimony had not been cleared by the Pentagon or the White House before he gave it, and that he had written it himself.

Before he began his testimony, House Foreign Affairs Committee Chairman Tom Lantos, a Democrat, said President Bush’s policies in Iraq had “created a fiasco”.

He said the objective of the surge was to buy time for Iraqi Prime Minister Nouri Maliki to end sectarian violence and secure a political settlement between sectarian groups.

“As best we can see, that time has been utterly squandered,” he said.

“We need to get out of Iraq, for that country’s sake and for our own.”

Iraq survey

The Congressional hearings come as a new opinion poll suggested about 70% of Iraqis believe security has deteriorated in the area covered by the surge.

The survey - by the BBC, ABC News and NHK - of more than 2,000 people across Iraq also suggests that nearly 60% see attacks on US-led troops as justified.

However, Mr Maliki said violence since the surge began had fallen 75% in the provinces of Baghdad and Anbar and that a sectarian war had been prevented.

BBC defence correspondent Rob Watson says Gen Petraeus has become something of a talisman for President Bush - the commander he has entrusted to rescue his policy in Iraq.

Last Thursday Democrats seized on a report from a key US security commission recommending a cut in troop numbers by early 2008.

Mr Bush, who decides on force levels in Iraq, has said he will follow advice from commanders on the ground, rather than bowing to political pressure.

ニュースの全体構成は、最初に大見出しと太字のリードがあり、二つの小見出しから成っている。

忙しいユーザーは、太字の大見出しとリードだけを読めばニュース内容が分かるようになっていてる。

US surge plan in Iraq “working”
The military objectives of the US troop surge in Iraq
“are largely being met”, the top US military commander
in Iraq, Gen David Petraeus, has said

大見出しの記事は逆ピラミッドのスタイルをとっているが、小見出し以降はこのニュースを補強する背景説明や世論調査の内容となっている。ユーザーは小見出しに足を引っ掛けて梯子を上るように詳細な内容を次々に把握できる構造になっている。最初の小見出しでは議会証言の詳細を述べており、2番目の小見出しではイラク情勢の世論調査でメインのニュース内容を補強している。

小見出しは短く単語数は2語である。これはユーザーの興味を呼び起こし、さらに掘り下げた内容に導くための“hook”の役割を果たしている。

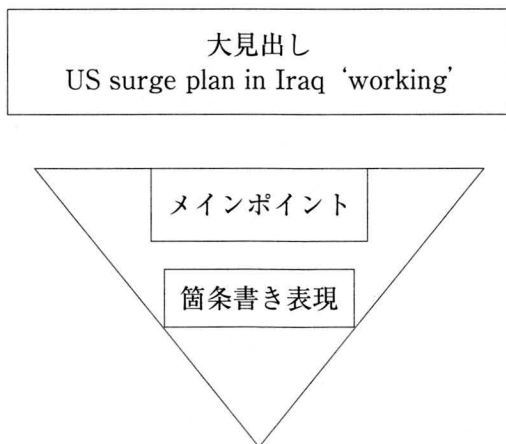
次に大見出し以下のセンテンスの長さを単語数でみると以下のようになる。

- ① 25語 ② 20語 ③ 13語 ④ 17語 ⑤ 19語
- ⑥ 13語 ⑦ 20語 ⑧ 10語 ⑨ 6語 ⑩ 22語
- ⑪ 19語 ⑫ 24語

各センテンスは25語以内で書かれている。第1と第2センテンスの単語数が他のセンテンスより多いのは、メインポイントを要約したためと思われる。また、最後の2つのセンテンスの語数が多いのは新たな情報を付加したためと思われる。

ライティングスタイルは、—has said.を最後に持ってきているところは新聞スタイルに見られる表現法である。しかし、最小の単語数で最大の内容を表現しようとしているところは放送のライティングスタイルに近い。また、箇条書きで発言内容を要約しているところは既存メディアには見られないオンラインニュースならではの特徴である。

このニュースの文章構成を図解すると次のようになる。



小見出し 1
Pull-out warning

議会証言の詳細

小見出し 2
Iraqi survey

イラク情勢の世論調査

インターネットの特徴は、公開性、双方向性、検索性と言われている。(佐々木 2007) オンラインニュースにもこの特徴が見られる。ニュースの画面上には関連ニュース、解説、他のメディアへリンクするブロックがある。さらに音声や映像によるニュースへのリンクが可能になっている。また双方向性を利用してユーザーの声を反映できるようになっている。BBCオンラインニュースでは、大きな事件や事故が起きた時ユーザーの感想やコメント、映像の提供を求める欄が設けられる。これらは編集者の判断によってニュースの本記に加えられることもある。こうした機能はこれまでのメディアには見られなかったことである。

6. 一般的ニュースからオンラインニュースへの書き換え例

次に新聞ニュースからオンラインニュースへの書き換え例を示し、それぞれのライティングスタイルの違いを鮮明にしたい。これは、米国CBS放送局のElenn Green氏が例示したものである (Attkinson/Vaughan 2003)。

(例文1)

A man in Smalltown, USA, returned from his tropical vacation to find that his house had turned into a zoo. John Jones has no sooner unlocked the door at his Elm Street home than he was greeted by a cacophony of animal noises—and a very distinctive order. It turned out that he had mistakenly left a kitchen window open, which certain local wildlife has taken as an invitation to come in and have a party. A phone call from a panicked Jones brought an animal rescue team to break up the festivities.

Taken into custody, and later released in the nearby woods, were seven squirrels, three raccoons, a family of moles, and several wild birds. As for Jones, he is still assessing the damage, which so far includes yards of ruined carpeting, fourteen broken Hummel figurines, three pieces of formerly upholstered furniture, and a dining room table which he describes as “scratched up.” Adds Jones, “Just tell everyone to make

sure all their windows are shut before they leave the house.

By Elenn Creen, CBS News.com

例文1は一般的ニュースのスタイルであり、書き手は読者に内容に興味を持たせるように書いている。しかし、文章は長く、記述的である。

(例文2)

SMALLTOWN, USA—

Take John Jones' advice : Don't leave the house without shutting all your windows. When he came back from a tropical vacation recently, he was greeted by a few new tenants :

- Seven squirrels
- Three raccoons
- A family of moles
- Several wild birds

While the wild life was soon dispatched to their native habitat by an animal rescue team, Jones was left to inventory damage, including :

- 14 broken Hummel figurines
- Three pieces of formerly upholstered furniture
- Yards of ruined carpeting
- A "pretty scratched up" dining room table

By Elenn Creen, CBS News.com

例文2は内容を極限まで要約し、箇条書きで表現している部分もある。

字数は85語、例文1の172語のほぼ半分である。リードは、例1で最後に出てくる被害者のコメントを持ってきている。これはニュースが伝えたいメッセージをユーザーが一目で理解できるようにscanabilityを重視したためである。このようなライティングスタイルは、これまでの新聞、ラジオ、テレビのニュース原稿には見られなかったものである。Green氏が例示したように、オンラインニュースは、ユーザーが短時間に内容を把握できるように要約的文章表現に次第に変容していくものと思われる。(英国ガーディアン紙のオンラインニュースでは見出しの後に要点をまとめた箇条書きスタイルを一部取り入れている。)

7 おわりに

大手の新聞社や放送局が提供するオンラインニュースの利用が多いが、インターネットのみで配信するニュースサイトも生まれてきている。また個人で発信するcitizen journalismやblog newsが米国を中心に台頭してきており、大手メディアもその存在を無視できないものになってきている。個人のニュースサイトはこれまでのニューススタイルと違い、narrative styleやchatting styleが多いといわれている (Wulfemeyer 2006)。個

人がアイデアあふれるニュースサイトを作り、大手メディアがその手法を応用し、ユーザーに魅力あるオンラインニュースを提供するという時代が来れば、そのライティングスタイルは、scanabilityをキーワードに大きく変わることが予想される。一方、オンラインニュースの普及で新聞ニュースの書き方も大きく変化することが予想される。新聞は世の中で何が起きていることを伝えるだけでは不十分でプラスアルファが必要だとニューヨーク大学のミッチェル・ステーブンス教授は述べている。彼はこれまで報道に必要とされた5WIHに加えて5Iが重要になると説く (Mitchell 2007)。すなわちinformed (情報性)、intelligent (理性)、interesting (興味)、industrious (勤勉性)、insightful (洞察力)である。こうした要素が新聞ニュースに加われば、その表現スタイルは今とは異なるものになることは容易に想像できる。

ニュース英語と言えば新聞ニュースを思い浮かべることが多いと思うが、教育現場でニュース英語を教えるにあたっては、メディアごとにライティングスタイルが違うことを学生に認識させ、新聞、放送、オンラインニュースの表現法が日々変化しつつあることを念頭に置き、指導していくことが重要になってくると思われる。

参考文献

- 佐々木俊尚、『フラット革命』、2007、講談社
藤井章雄、『放送ニュース英語の体系』、2004、早稲田大学出版部
Sharyl Attikisson, Don R.Vaughan, 2003, *Writing Right for Broadcast and Internet* : Pearson Education, Inc. pp. 70-96
K.Tim Wulfemeyer, 2006, *Online Newswriting* : Blackwell Publishing, pp.3-43
Rey G. Rosales, 2006, *The Elements of Online Journalism* : iUniverse, pp.1-24
Neil Everton, Blair Shewchuk, 2001 *Journalism Writing for the Web* : A CBC Style Guide : CBC Training and Development, pp.3-36
The State of the News Media 2007-An Annual Report on American Journalism : www.stateofthenewmedia.org/
Al Tompkins, July/August 2007 Communication, *Al's Rule for Online Storytelling* : RTNDA (Radio and Television News Directors Association)
Bob Paper, May 2007 Communication, *Networth* : RTNDA
New Media Shaking Up Latin America : Q1 2007, The Channel
Robert Kuttner, *The Race* : March/April 2007, Columbia Journalism Review
Mitchell Stephens, *Beyond News* : January/ February 2007, Columbia Journalism Review