

英文ビジネス・ジャーナリズムの見出し

潮 昭 太 *

The Headline as a Feature of Business Journalism

Shota Ushio *

Received September 7, 2000

はじめに

活字ジャーナリズムで、見出しは写真・イラストレーションとともに目立つものだ。だが、見出しは地味なもので、おそらく後者よりも読者の記憶に残らないであろう。それにもかかわらず、見出しが記事本文と同様に定期出版物の性格を物語るという点について異論はないだろう。異なる雑誌の性格を知る近道とみなすこともできよう。

本稿はまた無視、軽視されがちな仕事、見出しを書く現場の努力に読者側の注意を喚起しようとする。筆者は28年余を英文ジャーナリズムの世界で過ごしたが、2年間はオンライン速報記者として、最後の5年間は月刊誌Tokyo Business Today (TBT)⁽¹⁾の編集者として見出しを書いた。記事自体よりも見出しをひねり出す方がスピードが落ちるのは確実な事実であった。

見出しの皮肉

見出しの多くは私見では記事本体への案内を終えると忘れられる宿命を背負っている。しかし、大きな間違いが混入すると、読者の失笑や嘲笑を買ったりして記憶に残ってしまう。良くも当たり前、悪いと覚えられるという代物なのだ。

まず、重大なミスの例をいくつか“the media’s periodical of conscience”と評される⁽²⁾Columbia Journalism Review (CJR)が長年続けている巻末の「決まり物」の“The Lower case”から抜き書きしてみよう。

Practice/of dying/requires/perfecting--Waterbury (Conn.) Republican-American, 10 May 2000⁽³⁾

The Millennium/Happens Once/In A Lifetime--Milford (Mass.) Daily News, 10 Dec. 1999⁽⁴⁾

In Indian Visit/Pope Appeals/For--The Washington Post, Nov. 7, 1999⁽⁵⁾

UN tells soldiers the obvious:/Don’t kill, rape civilians--The National Post, Toronto, 11 Aug. 1999⁽⁶⁾

Slaying victim’s/car is spotted--The (Santa Fe) New Mexican, 5 Dec. 1999⁽⁷⁾

一見して分る通り、間違いの種類は常識の欠如か誤認 (millennium)、脱落や基本的な文法ミスなど様々である。もちろん、CJR誌によって槍玉にあげられない多数の見出しがあるのも真

* 外国語学部
Faculty of Foreign Languages

実だ。ここから、編集者が時間とスペースの制約と戦い、神経をとがらせて、夜間に見出し書きを進めていく現状を多分、推察できよう。

なお、headlineという単語はテレビ・ニュースの、ほとんど意味のないような短さに言及して否定的に用いられることもある。たとえばCronkiteによる、次のような批評だ。

Foreign news has been likened to a giant searchlight that highlights one big event while keeping the rest of the world in the dark. Perhaps this is inevitable in a “headline service,” as Walter Cronkite called television news,...⁽⁸⁾

見出し書きの要領と歴史的進化

まず日本語で書かれた論文「表題」の書き方についての教えを引用したい。「表題 (title) は主題 (main title) と副題 (subtitle) とにわけろ。 / 主題は一見して内容がわかるようなものをつけねばならぬ。簡明なものがよいのであるが、内容の範囲が、広ければ広いほど題は短く、狭ければ狭いほど長くなるのはやむを得ない。 / 副題は内容をさらに詳しく説明するもので、主題よりも長いのがふつうである」⁽⁹⁾

この論文書きに関する教えは分りやすさや「簡明」さを強調していたりして、見出しと多少の共通点を有している。だが、ジャーナリズムの見出しについて考えていく場合には、どうも不十分のように思える。やはり学会などで専門家を前にして発表する論文と一般人 (経済・産業ジャーナリズムの場合、メーカーや顧客を中心とする関係者) に情報を伝えるマスコミでは主題・見出しの考え方は異なるのではないか？

そこで次に引用するのは筆者自身も速報に従事していた時に使用した (市販されていない) Style Guide: McGraw-Hill News, Standard & Poor's News Service (2 Nov. 1989) からである。

headlines: They should give the essence of a story, and not be a label. Use active verbs.... Be specific when referring to stock market sectors, e.g., oil stocks, utility stocks, transportation stocks. Use attribution if necessary. Quotations in top and bottom headlines take single quotation marks....

この指示の方が、ジャーナリズムの現場で働く記者・編集者のために準備されたものだけに、本稿の目的に適している。「記事 (a story) のエッセンス」を「具体的」に盛り込めという指示は、(英国風の) シングルの引用符を使用せよという細かな指図と同じく、特に目新しいものではない。ただし、「動きのある動詞 (active verbs)」を使えという点は体言止めの見出しが目立つ日本語の見出しとは異なる。英文ジャーナリズムの方がダイナミックで力、勢いを感じさせる。その原因のひとつは見出しでも動詞の使用にこころがけるからだろう。

さらに、見出しがlabel「札、標札、張り紙」の類いであってはならないという点は米国のジャーナリズム史上における進化を物語っている。

MAINE EXPLOSION CAUSED BY BOMB OR TORPEDO--The New York World, 17 Feb. 1898⁽¹⁰⁾

これは米西(アメリカ対スペイン)戦争の契機となり、前者の「帝国主義的侵出のはじまり」⁽¹¹⁾となったメイン号事件を報じる大見出しである。19世紀末の見出しは我々が今、目にするものと大差ないことが分る。だが、見出しが常に動きのある動詞を使用していたと決めてかかっているわけではない。

すでに引用した研究書⁽¹²⁾に再印刷されているThe New York Herald紙、15 April 1865のファクシミリを視ると、リンカーン大統領暗殺を伝える紙面左上の1コラムの小さな見出しの上部は

ラベルとなっている。

IMPORTANT./ASSASSINATION/OF/PRESIDENT LINCOLN

最初にIMPORTANT「重要(なニュース)」とあるのは壊れやすい荷物を入れた箱の上に書かれたFRAGILE: HANDLE WITH CAREなどという注意書きを連想させ、ラベルそのものだと思わせる。

これだけの根拠で進化を主張するのは軽率で乱暴というものだろう。そこでThe Japan Timesの歴史的な重要記事を採録した書物に目を通してみよう。この日刊紙は、もちろん、歴史的に東京で編集・印刷されてきた。だが、英語圏の英字新聞⁽¹³⁾に見られる傾向は早かれ遅かれ日本最古のこの英字紙にも反映されてきた。たとえば、当初、1面に広告を印刷していた事実がかつてThe (London) Timesに代表されていた英語ジャーナリズムの形式を真似たものであると考えられる。

LATEST SHIPPING./ARRIVED AT YOKOHAMA./March 20th.--22 March 1897⁽¹⁴⁾

OUR "RAISON D'ETRE." --22 March 1897⁽¹⁵⁾

DEATH OF MR FUKUZAWA.--5 Feb. 1901⁽¹⁶⁾

PRINCE ITO SHOT AT./AT HARBIN.--17 Oct. 1909⁽¹⁷⁾

JAPAN AND KOREA MADE ONE./THE EMPEROR OF JAPAN REIGNS OVER CHOSEN NOW.--An extra, 29 Aug. 1910⁽¹⁸⁾

2番目に引用した「発刊の辞」に相当する見出しが事実上、トップ記事の見出しである。しかし、形式的には第2面の左上に印刷された、船の到着に関する短報がトップ記事となっている。いずれにせよ1897年の創刊時に書かれた見出しは動詞を欠いて完全にラベル風だった。20世紀初頭に福沢諭吉が死去した際もラベルの見出しが使用された。しかし、数年を経て伊藤博文が朝鮮独立運動家の安重根によって狙撃、暗殺され(1909年)、日韓統合(1910年)が起これると、見出しは原始的なラベル形式から脱却している。前に引用した米紙の見出しとあわせて考えると、おそらく偶然であろうが、日本と米国で帝国主義が台頭した20世紀初頭が現代風の見出しの始まりだと考えてよさそうだ。

判断の基準

本稿の対象は日本を報じる英文記事の見出しである。いくつかの種類(titles, categories)の経済・産業定期刊行物の見出しを以下、検討していく際に必要な基準は極力、簡明なものにしたい。まずジャーナリズムにおける鉄則のような正確さをあえて省きたい。先に見たCJRの取り上げた「ポカ」はすべて新聞の見出しである。ここで取り上げるのは編集に比較的時間のゆとりがある雑誌と通信(newsletters)に限られる。

しかし、もうひとつの大きな基準である「明快さ(clarity)」は落とせない。この基準ここではストレートであること、回りくどくないこと(straightforwardness)なども含む。組織名などの略称(acronyms)の類いは、U.N.「国連」など極めて広く知られているものを除き、原則として読みやすさを減ずるものと判断したい。

因みに、ある辞書⁽¹⁹⁾は用語をplain「平明」、typical「典型」、flair「多彩」の3段階に分類し、GDP=gross domestic product「国内総生産」、the BOJ=the Bank of Japan「日銀、日本銀行」などの略称をすべて自動的、機械的にflairだと主張している。経済用語の語感による分類はおもしろ

く、有用な試みだが、略称のすべてがなぜflairを持つものと断定されるのか、筆者には疑問である。

明快さの判断・評価に際しては特に注意すべき点がある。写真やイラストレーションが添えられていると、たとえ見出しの文言が漠然としていても、理解は容易である。たとえばTime誌はGET RICH QUICKという容易に誤解を招きそうな見出しをつけたことがある⁽²⁰⁾。RICHの1語を強調するために、ここだけ赤く印刷されていた。素直に読めば「手っ取り早く金持ちになる」と解釈できよう。ところが、実際には日経225種平均株価のグラフや日本製の様々な製品の写真があり、株式投資の記事だと見当をつけられ、事実そうなのだ。このような場合、写真なども参考にして明快さについて判断をくだしたい。

次に設ける基準は「正統性(orthodoxness)」だ。言葉遊びやほのめかし(allusions)は非正統的であるとしたい。これらは安易な見出し書きの手法でもある。ただし、斬新な、あるいは特異な見出しを非正統的だと判断せざるをえないが、このような見出しが常に悪いわけではないから、正統性の基準は時に善悪をうんぬんするものではなくなる。

なお、ほのめかしで多用されるは、私見ではディケンズとヘミングウェイによる作品名の利用である。2例だけをあげてみよう。

CHINA: A TALE OF TWO FAMILIES--Business Week, 28 June 1999⁽²¹⁾

The Sun Also Rises--Time, 12 July 1999⁽²²⁾

前者は2人の人物や2つの物事、現象などに関する記事にかなり安易に使われる一方、後者にはThe Sun Also Risesという変形もある。たとえば、上場企業でも社長の実子が後継者に指名されることがあり、このような場合に使われることがある。

最後の基準は見出しに力を与える、あるいは与えない「動詞の有無」である。以下に検討する英語圏の刊行物では、動詞が使用されているケースが多いと予想される。日本語ジャーナリズムではしばしば動詞が省かれている事実を想起しつつ読んでもらえればよいと思う。

以下の評価にあたって、明快さ=C1、正統性=Orの略称、動詞(Vb)の有無はY、Nの略称を使用する。

評価の段階(scale)は単純にA、B、Cの3段階とする。従って“C1 A”とあれば明快度は高いという意味になる。

評価は言うまでもなく、いわば「危険なゲーム」である。読者が筆者の評価に賛成しない場合もありえる。その際には読者自身の点をつけていただければよい。

以下の見出しはすべて1999年後半を対象としている。

Metalworking Insiders' Report (MIR)

MIRはニューヨークで編集・発行されている工作機械業界向けの隔週刊通信である。筆者はこの刊行物の性格についてすでに論じたことがある⁽²³⁾。

Japanese Builders Post/Mixed Results for Fiscal '98--7 July ; C1 A, Or A, Vb Y.

U.K. Branch Is Yamazaki's/Fastest-Growing Arm--7 July ; C1 A, Or A, Vb Y.

Amada Sales And Profits Decline--19 July ; C1 A, Or A, Vb Y.

Remote Diagnostics Includes/Video Transmission--3 Aug. ; C1 A, Or B, Vb Y.

Seoul Eases Import Regs For Japan--3 Aug. ; C1 B, Or A, Vb Y.

Hitachi Zosen Consolidates/Its Press Operations--3 Aug. ; Cl A , Or A , Vb Y.
 Leading Japanese Machine-Tool Firm/Becomes an Internet Service Provider--1 Sept. ; Cl B , Or A , Vb Y.
 With JIMToF Now Only in Tokyo,/Osaka Will Hold Its own Trade Fair--1 Sept. ; Cl B , Or A , Vb Y.
 Strong Yen Worries Japan's Exporters--20 Sept. ; Cl B , Or A , Vb Y.
 Japanese Builders Watch/A Korean Competitor--20 Sept. ; Cl B , Or A , Vb Y.
 Amada Group Reorganizes Within--20 Sept. ; Cl A , Or A , Vb Y.
 Toyota, Too, Raises Export Prices--22 Oct. ; Cl A , Or A , Vb Y.
 In Japan, Used Machine Tools/Go Online--in English--22 Oct. ; Cl B , Or A , Vb Y.
 Europeans Try To Expand in the/Japanese Machine Tool Market--22 Oct. ; Cl B , Or A , Vb Y.
 Japan's Orders are Down But Auto/Realignment Will Boost Value in 2000--21 Dec. ; Cl B , Or A , Vb Y.
 In Japan, Mori Hits the Road--21 Dec. ; Cl C , Or A , Vb Y.
 Toshiba Licenses Technology--21 Sept. ; Cl C , Or A , Vb Y.

「日本国際工作機械見本市」を単にJIMToFとするのは、業界に関係のない読者には分りにく
 いはずである。さりとして見出しでフル・ネーム (the Japan International Machine Tool Fair) を出
 すのは不可能だ。この点が見出しの大きな問題のひとつだ。略称は必要悪だと見なすほかある
 まい。

社名は意外に厄介なものである。「東芝機械」を単に“ Toshiba ”としたのは誤解を招くおそ
 れがある。「日立造船」を「日立製作所」(Hitachi Ltd.) や工作機械メーカーの「日立精機」
 (Hitachi Seiki Co.) と混同しないように配慮してHitachi Zosenと書いているのだから、「東芝機械」
 の場合もToshiba Machine (Co.) とする方がスタイルの統一を実現できる。

このような欠陥はあるものの、概して素直で分りやすく、明快で正統的な見出しが目立つ。
 ここに引用した、すべての見出しに動詞が現れる点にも注目したい。

Nikkei Electronics Asia (NEA)

この月刊誌は「亜州電子科技」という副題から想像できるように1994年9月から香港で編集
 されている。創刊は1992年4月。かつては主要な記事だけだが、英文に加えて中国語と韓国語
 の翻訳も掲載されていた。発行元のNikkei Business Publications Asia Ltd.は東京の日経BP社 (旧日
 経マグロウヒル社) の子会社である。ここでは特集記事の見出しだけを抜き書きする。

GMR Heads Expedite/Sub-\$100 HDDs for Home Use--July ; Cl B , Or A , Vb Y.
 PnP Middleware Connects Home/Appliances for Networking--Aug ; Cl B , Or A , Vb Y.
 Board Designers Track Down/EMI to IC Supply Current--Sept. ; Cl B , Or A , Vb Y.
 Career-Minded Engineers Undaunted by Tough Year--Oct. ; Cl A , Or A , Vb Y.
 Ease of C-Coding Aids/DSP/MPU Combo Offering--Nov. ; Cl C , Or A , Vb Y.
 Game Machines Rob PCs/of Technology Driving Role--Dec. ; Cl A , Or A , Vb Y.

NEAは全般に勢いのある表現を目指すというより、正確で客観的な情報の伝達に努めている。
 生彩には欠けるが、見出しの本来の役目に忠実である。読者の多くが電子技術者である点を反
 映していると言えそうだ。

ただし、略称の多用は非技術者の読者には頭痛のたねであろう。最初の見出しに出てくるGMRは記事の中でも説明されないし、日経BP社出版局「デジタル用語辞典」2000-2001年版にも登場しない。9月号のSupply Currentが電子用語でなく「供給」だと分るのは本文を読む時だ。

The Oriental Economist Report (OER)

東洋経済新報社（本社は東京）の米国子会社（ニューヨーク市）が編集・発行している月刊通信である。OERの前身は1996年2月号を最後に休刊したTokyo Business Today (TBT)だ。TBTにも前身があり、それが石橋湛山が1934年に創刊し、1985年まで続いた、おそらく日本最古の英文経済・ビジネス月刊誌、The Oriental Economistであった。ここでは1999年後半の各号のうち、最初の2本の記事に付けられた見出しを取り上げる。

Japan's economy likely to falter again/The 1.9% question--July ; Cl A , Or A , Vb Y.

Premier puts Nonaka in his place/Obuchi puts his foot down--July ; Cl A , Or , B , Vb Y.

'Optimists' strive for a mere 2% economic growth rate/A revolution of lowered expectations--Aug. ; Cl B , Or B , Vb Y.

A tale of two commissions--Aug. ; Cl C , Or C , Vb N.

Skimpy stimulus programs run risk of new economic downturn/Fiscal gamble--Sept. ; Cl A , Or A , Vb Y.

Strong yen helps Asia--Sept. ; Cl A , Or A , Vb Y.

LDP, MOF oppose independent central bank/Showdown at the BOJ corral--Oct. ; Cl B , Or B , Vb Y.

Why the BOJ says 'no' --Oct. ; Cl C , Or A , Vb Y.

Bank of Japan can't lead structural reform/BOJ-LDP standoff continues--Nov. ; Cl A , Or B , Vb Y.

Inflation targeting won't restore Japan's growth--Nov. ; Cl A , Or A , Vb Y.

Obuchi, Nonaka consider February poll/Early election looms--Dec. ; Cl A , Or C , Vb Y.

Koichi Kato talks--Dec. ; Cl C , Or B , Vb Y.

OERの2行の見出しはやや特異である。上に主見出し（heads）より小さな活字の副見出し（subheads）がくるのだ。「OK牧場の決闘」とA tale of twoのほのめかしがある。12月号の選挙記事の見出しは上段と下段が似たようなことにふれておりまずい。12月号の「加藤紘一（氏）が語る」は漠然とした見出しの代表例だ。

全体的に見出しづくりに工夫が見られない。少人数スタッフの悲哀が伝わってくる。いかに月刊通信といえども、実質的には編集長1人が多くても2人で見出し書きを含む作業を一気に片づけるのは困難であろう。だが、OERの読者層は主に日本の経済と政治に関心を持つ英語圏の少数の人々であり、見出しの質には無関心であるかもしれない。

Asian Business (AB)

ABは日本のTBTと同様に英文総合経済・ビジネス月刊誌である。編集・発行は香港。従ってNEAと同じく、マストヘッドのうち編集陣の部分には英国人らしい名前が並んでいる。AEの発行元、TPL Corp. (HK) Ltd.はシンガポールの新聞を中心にした情報サービス会社であるTimes

Publishing Ltd. (TPL) の子会社だ。ここには特集記事の見出しだけを抜き出す。

LOSING GROUND--July ; Cl A , Or A , Vb Y.

Ready.../Net.../Go!--Aug. ; Cl A , Or C , Vb Y.

The/Phoenix/Entrepreneurs--Sept. ; Cl A , Or A , Vb N.

Hold on to your wallets--bargain hunting is back--Oct. ; Cl A , Or B , Vb Y.

a/rolling/stone gathers/no boss--Nov. ; Cl B , Or C , Vb Y.

A/Working/week on the/Net, alone--Dec. ; Cl A , Or A , Vb Y.

最初の見出しは2枚の写真をあわせて見れば容易に理解できる。左にシンガポールの、右に香港の海港（コンテナ・ヤード）が写真が印刷されている。写真説明は“ Singapore, left, and Hong Kong, right, are sliding against newer ports ”（ピリオドなし）。4番目はくどいので勢いを削がれている。5番目は言葉遊び（moss/boss）の例である。動名詞は動詞とした。目立つのは見出しが長めであったり短かったり、時に小文字で始めたりして一定の方針を欠くように見える点だ。見出しを目立たせようとする努力は買いたいが、スマートさに乏しい。

Business Week (BW)

アメリカの一般紙は次の文章に見られるように、20世紀初めにはビジネス情報を軽視していた。“ As important as economic news was, however, most general interest newspapers continued to pay little attention to it, relegating this kind of news to the few pages after sports news. ”⁽²⁴⁾このような状況でBWなど今も生存する有力な経済雑誌と専門紙が生まれた。因みにそれらの創刊はForbes, 1917年, Barron's, 1921年, Business Week, 1929年（創刊号はニューヨークでの株価暴落の7週間前である9月7日号）, Fortune, 1930年⁽²⁵⁾。BWの日本取材は積極的で記事数も多く、同誌だけで別の論文に値いするほどだ。ここでは期間中の特集記事だけを対象にする。

HONDA/Can the company go it alone?--5 July ; Cl A , Or B , Vb Y.

JAPAN'S BANKS/Megamergers are a start, but the cleanup job remains enormous--6 Sept. ; Cl A , Or B , Vb Y.

A NEW/JAPAN?/The collapse/of the bubble economy,/increased foreign influence,/and the Internet may finally bring/about real change[JAPAN/Is It Really Ready To/Change?]-25 Oct. ; Cl C , Or B , Vb N.

REMAKING/NISSAN/A long, hard day with Carlos Ghosn,/the foreigner remaking Japan 's giant [INSIDE/NISSAN/Renault's CARLOS GHOSN is ripping up Nissan./An exclusive look at Japan 's biggest restructuring.]-15 Nov. ; Cl A , Or A , Vb Y.

FUJI: BEYOND FILM/The digital-camera market is uncharted, chaotic--and already crowded: Fuji must battle Kodak, Sony, Olympus, and others--22 Nov. ; Cl A , Or A , Vb Y.

一見して分る視覚的な特徴がある。HONDA, FUJI, REMAKING NISSANなどの主見出しの活字のほとんど下品なほどの大きさである。また、表紙の見出しと記事本体に付けられた見出しがしばしば異なる。前者は雑誌をキオスクや書店で売ろうとするための技だから（BWはもはや定期購読者にのみ配るという方針を維持していない）、本稿では後者を正式な見出だとした。参考のために表紙の見出しを角括弧 [] 内に引用しておいた。

疑問符を使った見出しが2例ある。評価はともにOr Bとした。見出しが記事の内容や概要を伝える役目を担っているという正統的な見解を有すれば、疑問を投げかけるのは邪道だと判断

せざるをえない。

BWは全般的には単純明快で、be動詞は頻出するものの、同時にgoのような基本的な動詞を使って勢いのある見出しを書いている。かなり素直でもある。販売部数が100万部を越すと、略称の多用など誤解の危険を犯せないのだと思わせる。この点は新聞と同じだ。

おわりに

以上の評価は対象にした見出しが少ない上に暫定的なものであるから、それを改めてまとめることはしない。

性格の異なる5つの雑誌・通信の見出しを検討するのは人の顔を見比べるのに似ている。顔はやはりすべてではないが、かなり多くを語る。BWだけは文字情報を補うために写真の類いを大きく載せ、裕福、贅沢な生活を思わせる。ABは行動の予測が困難な気紛れ娘のようだ。残る3紙・誌の共通点は質素なことだが、そのうちMIRは堅実さを、NEAは細部への執着を、OERは予測を好む大胆な性格を思わせる。

書店で雑誌を選ぶ際に見出しに注目するのは、原始的なようで有効な手段であろう。

引用文献及び注

- (1) 筆者はTBTでの体験と考察を「英文東洋経済誌の死」と題してまとめた。「総合ジャーナリズム研究」総合ジャーナリズム研究所、No.159、1997年冬号、pp.45-49.
- (2) Mindich, David T.Z.: Just the Facts. New York and London: New York University Press, 1998, 8.
- (3) Columbia Journalism Review July-Aug. 2000: 73.
- (4) Columbia Journalism Review May-June 2000: 81.
- (5) Columbia Journalism Review March-April 2000: 73.
- (6) Columbia Journalism Review Nov.-Dec. 1999: 97.
- (7) Columbia Journalism Review July-Aug. 1999: 65.
- (8) Hachten, William A.: The World News Prism, Ames, Iowa: Iowa State University Press, 1999, 137.
- (9) 村上喜一・著、開発社編集部・補遺「工業英語に強くなる本」新增訂7版、開発社(2000年)p.97.
- (10) Folkerts, Jean and Teeter Jr., Dwight L.: Voices of a Nation: Boston, etc. Allyn and Bacon. 1998, 264.
- (11) 山崎宏・兼岩正夫・編「新版 世界史事典」評論社(1995年)p.18.
- (12) Mindich, David T.Z.: Just the Facts. New York and London: New York University Press, 1998, 74.
- (13) 「英語圏の英字新聞」という表現は当然すぎて、奇異にあるいは論文調の悪文だと思えるかもしれないが、すくなくとも米国ではドイツ語の新聞に始まり、外国語=非英字新聞が数多く創刊された。
- (14) The Japan Times: Front Page 1897-1997: Tokyo, The Japan Times Limited, 1997, 20.
- (15) Ibid. 20.
- (16) Ibid. 36.
- (17) Ibid. 45.
- (18) Ibid. 46.
- (19) 出口雅仁「シソーラス式 金融・経済和英小辞典」大修館(1995年)
- (20) Time, Asian Edition, 2 Aug. 1999: 22.
- (21) Business Week, Asian Edition 22 July 1999: cover.
- (22) Time, Asian Edition 12 July 1999: 49.
- (23) 拙稿「Metalworking Insiders' Reportの文体」と「日本の工作機械工業界：日米報道の異同」。それぞれ「北陸大学紀要」No.23(1999年)pp.25-32, No.22(1998年)pp.63-70.
- (24) Blanchard, Margaret A.: History of the Mass Media in the United States: An Encyclopedia. Chicago and London. Fitzroy Dearborn, 1998, 110.
- (25) Ibid. 110.