

日本の工作機械工業界：日米報道の異同

潮 昭 太 *

Japan's Machine Tool Industry: Reporting by the *Nikkan Kogyo* (Japan)
and *Metalworking Insiders' Report* (the U.S.)

Shota Ushio *

Received October 13, 1998

はじめに

日本は1998年8月末に3つの大事件を経験した。朝鮮民主主義人民共和国（北朝鮮）の衛星（あるいはミサイル）発射，株価暴落と関東地方の水害だ。だが，より正確に言うと，日本の標準によれば大事件だった。当時，たとえばロンドンに滞在していた日本人旅行者の中には帰国後に詳細を知って驚いた人もいたであろう。英国の一般ジャーナリズムは，これらの事件情報をボツにしたり，軽い扱いにしたからだ⁽¹⁾。一方，米国では，伝統的な3大テレビ・ネットワークが自前の海外支局を動員するニュースを1988年から1996年の期間に半分近く，あるいは3分の1近くに減少させたという報告がある⁽²⁾。

日本のニュースは，もう海外（英語圏）では不要になったり，あるいは軽視されているのだろうか？ 視野を一般ジャーナリズム以外の面にまで広げると，必ずしも，日本の情報が無視・軽視されているとは断言できない。

研究範囲

ジャーナリズム研究は広い範囲にわたる。しかし，活字媒体の分野では，焦点がいわゆる一流紙に当てられがちだ。業界専門紙・誌はもとより，一般経済紙・誌ですら研究者から十分に評価を受けていない。さらに，国際報道の面でも，調査・研究は自国の特派員の仕事辺りにとどまりがちだ。この現状は，筆者の眼には奇異に映る。日本のビジネスは，1990年代になって弱点をさらけ出しているものの，世界経済の中での大きな柱である事に変わりはないからだ。私見では，日本の産業界（及びその報道）が，その規模と質のために詳細な研究に値する事実是不変だ。また，国際報道の調査・研究には，未開拓の分野が残っていると考えてよさそうだ。

眼を工作機械業界に転じてみよう。この産業分野では，日本が近年，生産・輸出ともに1位の地位を確保し続けている。生産ランキングで，日本に続くのはドイツ，米国，イタリアとス

* 外国語学部
Faculty of Foreign Languages

イスだ⁽³⁾。この事実だけでも、日本の業界における動きが、世界最大の消費国である米国（トップの輸入国）などで注目されてもよい事を示唆していると言えよう。

本稿は、工作機械報道の面で代表的な日米の出版物を一つずつ取り、数値で確認、表現できる（具体的には記事の分類により）異同をさぐり、さらには、両者のごく基本的な文体の特徴にもふれる。研究対象とした日刊工業新聞の1995年8月現在の部数、536,795部は競争紙の日本工業新聞（409,217部）、日経産業新聞（226,914部）を上回る⁽⁴⁾。日刊工業新聞社は日本工作機械工業会（以下、工業会）が東京国際見本市協会などと共催する日本国際工作機械見本市（国際的にはJIMTOF=the Japan International Machine Tool Fairとして知られる）にブースを出展したり、工業会が主催するメーカー対抗野球大会を後援するなど、紙面以外の面でも工作工業界については積極的だ。

一方、*Metalworking Insiders' Report*（以下MIR）は米国のガードナー出版（Gardner Publications Inc., 本社はオハイオ州シンシナティ市）が発行する6ページ程度の隔週刊ニューズレターである。部数は極秘となっている。写真は印刷しないが（日刊工業はカラー・黒白写真を併用）、テーブル（一覧表）の類いは時に使用する。創刊は1993年と若い。工業会や『世界国勢図会』などが近年引用する工作機械の世界生産・貿易統計の出所はMIRである。米国の産業専門紙・誌としては、珍しく海外（非米国）ニュースを重視する。この論文が取り上げるのはMIR紙の中の日本関連記事である。同紙の、特に海外取材を担当しているのはワードサービス・インターナショナル社（WI=Wordservice International Inc., 本社ニュー・ヨーク市）で、150人の記者を擁している⁽⁵⁾。筆者はWI社のマーサ・パルブニアク（Martha Palubniak）社長・総支配人からMIRに掲載された日本関連記事などの資料を提供していただいた。

日刊工業とMIRの両紙は、報道に際して、旋盤、マシニング・センター（MC）に代表される狭義の「工作機械」にプレス、鍛造用の機械、放電加工機をも加えている。本稿でも、「工作機械」を広義に定義する。この方が実際のだからだ⁽⁶⁾。コンピューター数値制御装置は重要な部品だから調査に含めた。ただし金形、ロボットや日刊工業の金融・証券面に出る工作機械への言及（その多くは断片的だ）は除外する。レーザーに関しては、金属切断を用途とするものだけを含む。

両紙の1997年1月から12月までの紙面を検討した。因みにこの年、工作機械は景気回復を見た。工業会が102の会員会社から個別の数字を得て公表する全国受注統計（狭義の工作機械に放電加工機を加えるが、プレスや鍛造用機械を除く）は前年比で20.5%の増加となり、1兆1,306億円となった。近年の受注の山（歴史的な新記録）は1990年の1兆4,121億円、谷は1993年の5,318億円である。上下の揺れが激しい業界だと、容易に推察できる。工業会の受注統計は、ユーザー側から見ると設備投資となるものだから、民間・官庁エコノミストが景気の先行きを示唆するものとして受注に注視する事は、ここで強調する必要もないであろう。

記事分類に見る日刊工業とMIRの違い

日刊工業新聞は1997年に455本の工作機械に関する記事を掲載した。これに対して、MIR紙が印刷した日本関係の記事は54本であった。10倍を越す、相当な数字の差異であるが、日刊工業にはかなりの重複がある。たとえば決算の場合、まず個別の主要会社、次いで数字が出そろったところでトップ・グループの数字を改めて一覧表にして伝える。また、受注統計についても

月に2度（主要会社の個別の金額と工業会のまとめ）の掲載となっていた。1998年からは工業会の統計速報が加わり、毎月3度の報道となっている。

両紙の、これらの記事は内容により34の種類に分類できる。まずMIRと日刊工業が少なくとも4本の記事を掲載した種類を抜き出し、各々の記事数をあげてみる。

種類	人事	設備投資	新製品	受注額・販売	販売手法	海外進出	企業決算
日刊工業	22	14	148	50	5	27	42
MIR	5	4	5	9	4	8	9

新製品で圧倒的な差異が見られるが、この理由は容易に判断できる。カメラ・電子製品・自動車などと同様に、日本市場向けに発表された工作機械の新製品が、直ちに米国市場でも入手可能になる事はまれである。MIRは文句なく画期的だと編集者が判断した新製品のみを厳選して、たとえその製品がすぐに米国向けに輸出されなくても、報道した形である。また、日刊工業の、トロール船が大綱で小魚まで残らずさうような、あるいはどんなメーカーからも新製品記事資料（発表文）を受け入れる編集方針とも関わっている。一方、（工作機械メーカー自身の）設備投資や彼等の決算が、MIRにも、かなり高い頻度で掲載されるのは、米国市場でもプレゼンス感のある大手会社への関心を反映しているためだろう。同じ事が日本勢の海外進出（日本の外での工場建設、能力増強、支店開設などを含む）について言えよう。日本の会社・団体の人事報道がMIRにも、多少なりとも見られる事は筆者には意外であった。一部の日本人業界指導者は米国でも知名度があるためだと解釈できよう。日本での販売（マーケティング）手法が米国でも報じられる事は何を意味しているか？ 私見では、販売の手管、さらに暗黒大陸などと称される、とかく不透明になりがちな流通機構にアメリカ人が寄せる興味と無関係ではないだろう。

次に示すのは、上記の数字に、WI社が東京の記者から得てMIRの編集部へ送った原稿数と、MIRに採用され、印刷された記事数の比率（パーセント）を加えたものである。この類いのデータは、新聞・雑誌であれ電波メディアであれ、組織によって極秘とされるのが原則だ。たとえ比較的小さな出版物に関する資料であるにしても、珍しく、ある程度の価値を有するものと言えるのではないか。

種類	人事	設備投資	新製品	受注額・販売	販売手法	海外進出	企業決算
日刊工業	22	14	148	50	5	27	42
WIの送稿	8	4	21	27	4	8	30
MIR	5	4	5	9	4	8	9
採用率(%)	62.5	100	23.8	33.3	100	100	30

これらの数字から一目瞭然であるのは、WIの日本担当記者が（当然、日刊工業の東京本社でも）受け取っている発表文に比べ、本社への送稿数をかなり絞っている事だ。新製品に関する原稿の採用率に至っては最低の23.8%となっている。この理由はある程度、推察できる。マクローヒル社（McGraw-Hill）での20年に及んだ筆者の経験から、また主に日本外国特派員協会（the Foreign Correspondents' Club of Japan）を通じての同業他社の特派員・記者との交際から、専門紙・誌の海外特派員・通信員のすべてが専門家ではないと断言できる。WIの場合も

現地の記者が発表文の内容を十分に判断できず、とりあえず発表文の一部を英訳して送稿した可能性を否定できない。つまりMIRが印刷した新製品記事の少なさ（5本）よりも、WI本社への送稿数（21本）の方が印象的だ。また企業決算原稿が記事になる率も低い、これはMIRが数本の原稿をまとめて一つの記事にするためだ。

これらの数字は別のある事実を物語っていると筆者は考える。工作機械業界の情報が日本からMIRに流れていく過程で、WIの記者・編集者は一種の「門番」gatekeeperだと言えるのではなかろうか。確かに、表面的にはWIは専門ビジネス・技術情報を扱う、一種の通信社でしかない。そして通信社は一般に、新聞・雑誌社に比べれば大小の原稿を休みなく流し続ける事で有名である。さらに、ゲートキーパーは通常「特定の地域や集団内で文化慣習形成過程で影響力、決定権を有する人。また、マス・コミュニケーション過程の送り手のうち、新聞社、放送局の編集者、整理記者などのニュース選択者をさす」⁽⁷⁾などと、かなり狭く定義されがちだ。社会学者も「コミュニケーションの流れのなかで、メッセージ・情報の流れをコントロールする立場にいる人や組織をいう」としながらも、具体例としては「新聞社のデスクなど」に限定する⁽⁸⁾。門番理論を研究技術（a media analysis technique）とする見方もある⁽⁹⁾。

しかしながら、上に掲げた比較のための数字は、専門情報の国際的な流れでは、通信社（WI）記者が最終製品（MIR）のデザイナー＝編集者に代わって、かなりの程度、門番の役割を果たしていると示唆している。これはWIの創立者・女性オーナー経営者、パルプニアクの編集方針とも関わっている。彼女は、部分的には恐らくニュー・ヨーク本社での人手不足の問題もあって、基本的な編集方針として、特派員・記者の原稿に朱筆を入れるのを最小限にしている。また、彼女は特派員・記者の採用に際して極力ヴェテランを選ぶように努めている。特定の産業を取材・執筆する記者歴が10-15年に及ぶケースも多い。

従来の門番、gatekeeper/gatekeeping理論の説明は、先に見たように、比較的大規模な組織における整理部記者（日本では「記者」だが、米国風のcopy editorsという肩書きの方がより正確だと言えよう）やデスクを例にしがちである。（あえて説明すれば、整理部記者・copy editorsの主な仕事は、伝統的に原稿のチェック、長さの調整と見出しを書く事であった。ただし、近年、少なくとも一部の組織、たとえばオンライン速報部門では、記者に仮の見出しを書かせるようになってきた。日本の大新聞社も例外ではなく、文化・学芸部などで似たような動きがある。）

これらの例は適切だし必要だが、必ずしも十分だとは言いきれない。特に理論の視野に比較的小規模な専門プレスや国際報道をも加えるなら、「現場の特派員・記者も事実上、国内の記者よりも大きな門番の役割を担う事もありうる」と付記すべきであろう。理論の従来の説明には、話を分かりやすくするために、視野を国内報道と大組織に狭めたという弱点がある。筆者は理論の根本的な修正を求めはしないが、この程度の追記あるいは脚注は望ましいと考える。

なお、門番は秘書と言い換えられる場合もあり、WIの記者は少なくとも職場における秘書の役を演じていると言えよう。門番を秘書にたとえる説明は、たとえばgatekeepingに関する次のような文章にも現れている。“To reach its intended target, every message has to pass through many ‘gates’; some will be wide open, some ajar, some tightly closed. At work, the boss’s secretary is the archetypypal gatekeeper. She may be under instruction to welcome callers or delay them, by letter, by telephone or physically by ‘guarding’ the boss’s door...”⁽¹⁰⁾

この表現を借りれば、工作機械販売手法についての日本情報にはWIでもMIRでも門戸が広く開かれていた事になる。設備投資と海外進出の情報にはMIRのドアが十分に開かれていた。日本の新製品ニュースについては、同国の日刊新聞では、恐らく日刊工業の門番のみが非常に寛大だ。MIRはもとより、WIの門番でさえ新製品発表文の取捨選択に関して、相当に厳しい態度で臨んだのは明らかだ。

日刊工業とMIRに共通しない記事をも数えていこう。これらの数字は、少なくともWIの東京駐在記者が門番である点をさらに強く示唆している。記事の種類に続く数字は、日刊工業に掲載された記事数、WI社がMIRに渡した原稿の数とMIRが印刷した記事の数である。

企業倫理, 1/0/0; 工作工業業界人の一般経済に関するコメント, 1/0/0; トップ経営者の年頭所感, 9/0/0; 業界展望, 9/0/0; 地方レポート, 2/0/0; 外国ニュース, 1/0/0; 業界再編・合併・リストラクチャリング, 14/5/1; 会社（工作機械部門）展望, 11/1/1; 企業間の国際提携, 1/0/0; 国内提携, 2/0/0; 特許紛争, 4/3/1; アイシン精機の火災, 1/1/1; 研究開発の道具, 1/0/0; 工場のISO (the International Standardization Organization) 規格認定, 4/0/0; 生産システム, 1/0/0; 設備リース, 2/1/0; 取引の決済方法, 1/0/0; 技術セミナー・調査報告, 12/1/0; 見本市・企業セミナー, 9/0/0; 販売計画, 5/0/2; 輸出実績・計画, 13/6/3; 輸入額・輸入品再販, 10/1/0; 座談会, 2/0/0; 財団活動, 1/0/0; 大学の研究, 2/0/0; 受賞, 2/0/0; 連載（ドライカット加工）, 6/0/0; 連載（小型機械）, 18/0/0。

社長・会長の新年の挨拶は多分に日本的な（私見でも、報道に値いするものかどうか疑問のある）行事でありWI, MIR共に完全に無視した。両者が不必要だと判断したニュースの中に、業界展望や連載記事のような内容も含まれている。これはMIRがニューズレターである事実と深く関係しており、一度報じた内容を、日刊工業のように連載や業界見通しのような形で続報したり詳報するのを拒否している。座談会はハーバース、Harper's Magazineのような例外はあるものの、米国式ジャーナリズムにとって馴染みのない形だ。見本市・企業セミナーや企業の財団活動（助成金）は、業界の直接関係者以外の読者には無視できるものであろう。全般に日刊工業が業界のすべてを網羅しようとする意欲、あるいは「業界・会社サービス」が目立ち、MIRが比較的少数の「ハード・ニュース」に徹している事を見て取れる。

日刊工業とMIRの文体

現在の新聞記事に名文があるだろうか？ たとえば朝日新聞社はコラム「天声人語」を誇りにする。同社と提携関係にあるニュー・ヨーク・タイムズ紙は、自然や四季のうつろいを描く社説を掲載し、これが一種の名物となっていた。だが、新聞が歴史の第一稿であるとするなら、味のある文章より正確さの方が重要であろう。この点で「天声人語」は常に正確ではなかったようだ。日系アメリカ人のジャーナリスト、ナンシー・ウカイは、かつて筆者たちとの私的な会話で、大略次のようにこぼした事がある。「天声人語」を（アサヒ・イブニング・ニュース、いわゆる英文朝日紙のために）英訳したり、英文翻訳をチェックしていると、厄介な問題に面する事が時にあった。担当の論説委員が米国について書いた場合に、タイム誌を情報源にしたなどと判明するのだが、記事の一部を誤解していたと。英文記事→和文翻訳→英文翻訳という過程に加わるだけでも面倒なのに、彼女は不要な荷物まで担がされたわけである。

日刊工業とMIRの文体を検討するに際して、3つの基準——正確さ、深み、明快さ——を

使う。筆者はこれらに速さを加えて、報道の4つの判断基準として提唱したのだが⁽¹¹⁾、桑原武夫『文学入門』(岩波新書)に掲げられた、小説判断の4基準——面白さ、新しさ、誠実さと分かりよさ——をジャーナリズム向けに改変したにすぎない。(速さの面で、日刊工業が隔週刊のMIRに対して圧倒的な優位に立つのは言うまでもない。前者に比べてMIRの遅れが数日以内におさまるのは、会社による発表の直後にWIが送稿し、その日がMIRの締切りの直前であった場合、あるいはWIがスクープをものにした場合のみである。)

基準に沿って検討を進める前に、見出しに言及したい。日本の新聞は一般紙をも含め、英語圏の新聞に比べ1本の記事のために見出しを多く出す傾向があり、日刊工業も例外ではない。賑やかな見出しは多忙な読者にとって便利である反面、見出しも記事も簡潔にすれば省資源(紙、印刷インク、輸送トラックの軽油など)につながりうるとの考えもある。読者の時間節減と省資源の比較だから、善悪の判断は困難でもあり微妙でもある。これに対して、筆者の印象では、米国の定期刊行物、特にニューズレターは簡潔(スリム)でスマートな見出しやレイアウトを好む。

たとえば日刊工業(12 March 1997)の、ある見出しは「小型汎用NC旋盤 インドで合弁生産 池貝, 来年から月5台」となっている。同じ内容を報じるMIR(1 April 1997)の見出しは“Ikegai Getting Settled In India”である。アイシン精機の工場火災によって生じた特需を報じる両紙の見出しは「工作機械工業界 アイシン精機火災で特需 在庫不足でおおわらわ 展示機, 輸出用かき集め」(11 February), “In Japan, A Factory Fire Plus Lean Inventories Send a Toyota Supplier on a Machine-Purchasing Spree” (3 March) となっている。これはMIRの標準では長めの見出しだが、記事も東京発のものにしては長め(4分の3頁近く)だから釣り合いは取れている。日刊工業の見出しには、メーカーの言い分を鵜呑みにしたようなものもある。たとえば「工作機械の能力最大限に発揮 OKKが制御ソフト NC装置, 高能率無人運転を実現」(30 May) といった具合である。因みに同じ内容の記事はMIRには見当たらない。

正確さの観点から見ると、日刊工業がMIRよりも単純なミスを犯しやすい。もちろん前者の方が扱う情報量が多いし、速報なのであるから、同情に値する現象と言える。たとえば「ビッグスリーなど米国自動車関連業界向けに…」(22 March) という文章では下線部を除去した方が読者による誤解を防ぐ。この記事は工作機械(マシニング・センター)の輸出のみに関するものだが、「関連業界」にはタイヤ、樹脂など実に多くの業界が含まれてしまう。「機械の据え付け指導, 操作教育, 巡回サービスといったサービス業務をはじめ, 加工技術指導, ソフト教育, コンサルティング業務を…」(20 March) はかなりの悪文だ。この書き方では加工技術指導以下の業務はサービスとならず、事実と反してしまう。「反面」を意味するのに「半面」(27 May) としたケースもあった。この種のミスはMIRにとっても無縁ではなく“Land Sales Help Seiki Wipe Out Deficit” (14 April) という見出しに続く記事本文は、日立精機による赤字対策の土地売りに触れていた。従ってSalesを単数のSaleとするのが正確だ。なおMIRは見出しにおいてのみだがHitachi Seiki, 日立精機をSeikiと常に簡略化する。「精機」を社名の一部にした会社は多いというのに。「無償保証期間」(22 January) は業界用語であるかもしれないが、「無償修理保証期間」とした方が正確で明快だと考える。因みにMIRの表現“...the guarantee period during which the company offers users free repair of its machine tools.” (5 February) は分かりやすい。またmillingは「ミリング」が正確なのに、しばしば「ミーリング」(たとえば30 January)

と書かれる。

「油圧サーボモーターを搭載して他社従来機より加工速度を一・五―二倍高めたほか…」(13 September) という情報はその信頼性に疑問を抱かせる。疑問を防ぐために通常、メーカーは自社の旧製品との性能を比べるのであろう。同じ信頼性という問題は次の文章にもある。「同社はたて型研削盤では国内トップシェアをもつものの…」(1 May)。この説明を信じさせるには具体的なシェアの数字にふれる事が必要である。次の文章の後半は筆者には理解困難である。「加工に伴う騒音は従来の十分の一に押し、振動と加工物への影響を減らした」(30 March)。騒音が振動の原因であるようにしか読めない。

逆に日刊工業の記事が疑問の余地を残さないのは大きな出来事の場合である。たとえばセイレイ工業による昌運工作所の吸収合併を伝える記事(3 May)は好例と言えよう。

正確さという観点からMIRの方がおおむね無難に思えてくる理由の一つは、英語圏のジャーナリズムではイタリック体の部分のような表現が定着しているからである。“Kitamura Machinery Co. (Takaoka, Japan) and the Institute of Physical and Chemical Research (Wako, Japan) have jointly developed *what they say* is the world’s fastest vertical machining center, with a 150,000-rpm spindle speed.” (29 September)。

深さやディテールに関しては、一見日刊工業の方に軍配が上がりそうである。紙面が豊かだからだ。機械・メカトロニクス欄が原則として毎日2頁もある。だが、MIRは余計な細部を省いているので読みやすいという考え方も可能である。たとえば製品カタログをCD-ROM化するという記事は日刊工業(12 February)では4パラグラフ、MIR(3 March)では2パラグラフ(各4行)であった⁽¹²⁾。

しかし、日刊工業にも不十分な記述はある。ある5軸研削盤についての記事は「…国内で[従来]生産しているのは住友重機工業、三菱重工業など数社に過ぎない」(3 February)と伝えた。「数社」であるなら全社を列記するのが自然だ。因みにMIR(17 February)は日本の両社の他に、ドイツとイタリアを生産国としてあげたが、社名にはふれなかった。また、日刊工業はアマダを提訴した「サルバニーニイタリアはイタリア第二位の工作機械メーカーで…」(16 October)と説明したが、トップ・メーカーの社名を入れるべきであった。MIR(27 October)はSalvagnini Italia S.p.A.の業界での地位にはふれないが、1パラグラフを費やして、会社の沿革と訴訟の対象となった機械の生産台数などを報じている。MIRが日本報道を国際的な視野で実行する例は5軸研削盤の他にもある。読者が日刊工業(24 October)だけから三菱重工業のドライ・ホブ盤開発について知ったなら、同社のみがこの分野のパイオニアだと誤解しかねまい。MIR(11 November)は同社の他に、米国のGleason/Pfauterと欧州のSigma Pool連合が同じ開発を手掛けていると明らかにする。

明快さを念頭において両紙を読むと、MIRが数段勝る。英語と日本語の差異が、この違いになって現れる面もある。たとえば、一般に日本の新聞記事では、時制が不明だったり、単数と複数の区別がつかない事がかなりある。読者は日刊工業でも同じ問題に面しよう。「オークマは…に再参入する」(10 December)と書かれると、一瞬ながら、未来形のような印象を受けるであろう。ところが記事は「…を開発し、一号機を納入した…」と続き、実は再度の参入は過去形(最近の出来事)だったと気づくのだ。「森精機製作所…は、…を完成、本格稼働した」(21 March)というような文章なら、時制をめぐっての頭の混乱は起こりにくい。もっとも

「本格稼働させた」と書く方が文法的に正確であろうが。数字は言うまでもなくビジネス・プレスにとって重要であるが、日刊工業は1台、1基の場合、特に単数である事を明記しない事がある。専門外の読者には不親切である。たとえば「オーエム製作所は…大型五面加工機などを導入する」(27 June)と冒頭で書く。1台であろうと、かなりの自信をもって推察できるのは、リードを含めて第4パラグラフまで読み進んだ時である。そこには「同社では引き続き六、七年かけて十数台の大型五面加工機を入れていく」と説明されているからだ。

明快さは分かりやすさであり、分かりやすさは文章(センテンス)の長さなどに関連する。日刊工業の文章は長めであり(多分、日本経済新聞と似たような長さであろう)、MIRの短さと対照的だ。後者では、まれに見る最長のパラグラフが10行程度であり、1センテンスはほぼ20語程度に押さえられている。

おわりに

日刊工業は巨大な投網で大小の魚を獲るように、工作機械業界の報道を実行する。その過程で多少のミスリーディングな表現を露呈する。MIRは、いかにも米国風の良質のニューズレターらしく、WI社から供給される日本からの原稿を厳選する上に、簡潔な書き方に留意する。業界に関心を有する読者は、両紙の併読を選択するのが賢明であろう。

なお、この論文は北陸大学の特別研究助成金を得て続けた研究を基にしている。

引用文献及び注

- 1 たとえばBBC第1テレビのミサイル速報は30秒から1分程度であった。映像は日本、日本海と太平洋の一部を示す地図。筆者の知る限り、政府の狼狽ぶりを伝えるような続報・詳報はなかった。連日、画面と紙面をにぎわしたのはダイアナ妃の1周忌。海外ニュースではロシアの政局混迷とエルツィン大統領時代の終焉をめぐる観測。
- 2 ゲーリック・アトリー「変貌するテレビ国際ニュース」『中央公論』1997年6月号。
- 3 矢野恒太郎記念会『世界国勢図会』1998/1999年版、国勢社。上位5カ国の生産額は単位100万ドルで、日本が1996年で9,200、1995年で9,002、ドイツ7,801/7,251、米国4,915/4,468、イタリア3,757/3,278、スイス1,903/2,141。米国の輸入額は3,574/3,363で、2位は中国で2,100/2,201。
- 4 日本新聞協会『全国新聞ガイド』1998年版、日本新聞協会。
- 5 “World News Is Resurrected,” *The New York Times*, 25 January 1989.
- 6 東京理科大学理工学辞典編集委員会『理工学辞典』日刊工業新聞社は「工作機械」を以下のように実際に定義している。「機械部品をつくる機械を工作機械という。とくに切削や研削など、切り屑を生成して加工を行う機械を指し、プレスや鍛造用の機械と区別することもある…。」これに対してSybil P. Parker, 神保元二『マグローヒル科学技術用語大辞典』日刊工業新聞社は「固定された動力駆動の機械で、固体、とくに金属部品の形削り、切断、旋削、中ぐり、研削、艶だしなどを行うもの」と一旦、狭義を支持しながらも、「機械を製作するための機械を総称していう」と続けて、新聞界の概念を肯定する。
- 7 内川芳美, 稲葉三千男『マスコミ用語辞典』東洋経済新報社。
- 8 濱嶋朗, 竹内郁郎, 石川晃弘『社会学小辞典』新版, 有斐閣。
- 9 Silverblatt, Art and Eliceriri, Ellen M. Enright: *Dictionary of Media Literacy*, Westport (Conn.) and London, Greenwood Press.
- 10 Watson, James and Hill, Anne: *A Dictionary of Communication and Media Studies*, 4th edition, p.91, London and New York, Arnold.
- 11 潮昭太『日本報道』東洋経済新報社。
- 12 書き出しのパラグラフは次の通りである。日刊工業: 「中村留精密工業(石川県鶴来町)は十一日までに、約六十種類ある製品カタログのCD-ROM(コンパクトディスクを利用した読み出し専用メモリー)化に本格的に乗り出した。製品数が増加し、取引先の要望も多様化する中で、販売担当者が携帯するノートパソコンで動画像を客先で見せることで、機動的な営業展開を図る」。MIR: “In what’s believed to be a rare development in Japanese industry, Nakamura-Tome Precision Industry Co. (Tsurugi, Japan) plans to put all of its nearly 60 product catalogues into CD-ROM formats.”