詳しくはWebで検索は、おいてけぼりか？

―1234号目の広報紙のあり方―

問い合わせ　企画財政課 ☎59-2125

今月号で創刊1234号となった『広報おおたけ』。市の広報媒体として、長年にわたり市民の皆さんのもとにお届けしてきました。近年は、広報紙以外の媒体で情報をお知らせすることも増えてきています。しかし、確実に皆さんに届く媒体として、広報紙は、まだまだ健在です。発行を重ねて一つの節目となる今月号。広報紙のあり方を考えてみたいと思います。

QRコードは安易な手法か

それは市民からの1本の電話でした。4月号に掲載した新型コロナウイルスに関しての情報欄に、QRコードを表示し、「ホームページの情報はこちらから」と添え書きをしました。ホームページの情報と同様のものを全て載せることは難しいと考えてのことでした。

しかし、その方からは「この模様のようなものは何か」というお尋ねがありました。QRコードは、スマートフォンやタブレットなどで読み取ると、URL（http://www で始まるアドレス）を打ち込んだり、キーワード検索をしたりしなくても、直接そのホームページを表示できるというものです。便利な機能ということで、最近はよく使われている方法です。

ところが、「パソコンやスマートフォンが使えない者は、どうすればいいのか」という問いに、言葉に詰まりました。そうした機器が使えない人たちにも、重要な情報であるコロナウイルスに関することを知らせるのが、広報紙の役割ではないかということです。確かにホームページには、多くの情報を載せることができます。広報紙に載せるには、ページに限りがあり、役割分担の意味でも使い分ける必要もあります。そのため、広報紙からホームページなどの異なる媒体へ導いていく、クロスメディアと言われる手法としてQRコードを使いました。一時期テレビCMなどで「詳しくはWebで」とか「続きはWebで」という言葉をよく見聞きしました。広報紙でQRコードを使うことは、便利と思う人がいる反面、それに対応できない人たちもいます。それでは、どうすればいいのかという課題も残ります。

●市ホームページのトップページから新型コロナウイルスに関する情報を検索できます。（国や県などのサイトにリンクも張っています）

広報紙とデジタル媒体

ホームページやSNSなどの媒体は、即時性というメリットがあり、今回のコロナウイルスのような情報は、日々更新されていきます。

↓ホームページの情報はこちらから

新型コロナウイルスに関する情報

月1回発行の広報紙には、原稿の締め切りや印刷、配布といった時間的な制約があり、緊急性が求められる情報には、不向きな点があることは事実です。広報紙の締め切りに間に合わなかった場合に、やむを得ずチラシなどにして配布することもあります。しかし、その都度チラシを刷っていたのでは、配布に携わる自治会への負担も少なくありません。よほどの緊急性がない限り、広報紙に合わせての配布です。

情報発信の媒体は、ホームページにとどまらず、フェイスブック、ツイッター、インスタグラム、LINEなどのSNS、YouTubeなどの動画配信、新聞、テレビ、ラジオなどのマスコミと、その手段はさまざま。利用者は自分の好みにあった媒体を選べる時代です。現在、市はホームページのほかに、フェイスブックやケーブルテレビの番組を使って情報発信に努めています。

表紙撮影のための試し撮りで、小方中の生徒に協力していただきました。

何を載せるか、編集の重要性

デジタル化と言われる時代であっても、多くの人に情報を届ける手段として、アナログな紙媒体の有効性は衰えていないと考えています。広報紙に何を載せるべきかの取捨選択、いわゆる編集という作業の重要性を再認識したのが、今回いただいたご意見でした。ただ、その判断は難しいのも正直な思いです。ある人にとって重要な情報も、ある人にとっては不要な情報ということもあります。広報紙が届いても「ごみになるだけだから入れるな」と言われることもあったと聞きました。

今回、このような記事を掲載するスペースがあるなら、もっとほかの情報を入れるべきではないかという批判もあるかもしれません。媒体をどう使い、どう市民に届けるのか即効性のある結論は出ていません。しかし、この節目となる号をきっかけに、広報紙の役割を今一度考える意味で掲載しました。

新型コロナウイルスの影響で、各種催しが急きょ中止となりました。そのため情報掲載場所が二転三転し、大変お見苦しい紙面となり、申し訳ございません。

広報担当のオー！ミステーク

過去の広報担当者に聞いてみました。あなたのミスは？

- 係長が広報紙に訂正シールを貼る夢を見たので、もう一度よく確認してみろと言われた。見返してみたら本当に間違いがあり、直すことができた。
- 前年、名前の文字を間違えたので、今年は間違えてはいけない、間違えてはいけないと思いながらも、また間違えてしまった。その文字だと思い込んでいたようだ。
- 間違えた電話番号を載せた。恐る恐るその番号にかけてみたら、茨城県の会社だった。「どうりで間違い電話がかかってくると思った」と言われ謝った。
- 修正のチラシを自治会に配るため、効率的なルートで回れるように地図を作っていた。
- タイトルや見出しなどの大きな文字ほど誤字に気づきにくい。なぜか、印刷が出来上がった途端にミスを見つける。

おわびと訂正 その原因

今月号をご覧いただければ分かるように、「おわびと訂正」が、あちらこちらにあり、恐縮しています。結局のところ広報担当の校正ミスということになりますが、そのミスの原因はいくつかあります。

❶元々の原稿が違う

担当部署からの原稿に誤りがある。（勘違いや入力ミスなど）

❷修正漏れ

校正時に担当から修正の指示があったにもかかわらず、広報担当が見落として修正していない。

❸編集中のアクシデント

パソコンの画面上で紙面のデザインを行うが、文章や画像を加えたり削ったりしたとき、直した部分以外の思いもよらぬところが消えたり体裁が崩れたりする。

❹思い込み

自分の書いた文章の間違いは気づきにくいもの。間違っていても前後の文脈から正しいものとして読んでしまう。

など、ミスには、さまざまな要因があります。過去の号を読んだとき、次号で訂正しても気づかれず、間違ったことが後世に伝わる恐れもあります。広報紙は100年経ったら古文書と言われることもあります。間違った歴史とならないよう心して取り組まなければなりません。