

本文章已註冊DOI數位物件識別碼

▶ メディア・テキストにおけるビジュアル要素の形式とその機能

媒體文本中視覺要素格式與機能

doi:10.6205/jpllat.29.201106.08

台灣日本語文學報, (29), 2011

作者/Author : 落合由治(Ochiai Yuji)

頁數/Page : 169-193

出版日期/Publication Date : 2011/06

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結:

To link to this Article:

<http://dx.doi.org/10.6205/jpllat.29.201106.08>



DOI Enhanced

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，是這篇文章在網路上的唯一識別碼，用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一頁，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE



媒體文本中視覺要素格式與機能

落合由治

淡江大學日文系教授

摘要

本論文主要是立足於日語教育教材論的視點之上，探討關於目前實施教育現場、文本研究上少被聚焦之媒體文本中視覺要素機能與用法。考察標的訂定為代表紙本印刷媒體大宗之報紙，主要取材自《朝日新聞》295份報導，461次呈現出視覺要素，嘗試分析其架構與組織。

分析結果顯示：從形式方面來看，報紙上呈現之視覺要素可分為7種，而機能方面可大致分為吸引讀者注意的「強調」類型、表揚報導人物或事物的「褒揚」類型、簡潔傳達報導內容的「說明」類型等3種。此可謂各自擁有各自報導之意圖，「強調」類型是利用傳統修辭達到訴求的情意，而「褒揚」類型則是利用傳統修辭達到訴求的信賴。第三類的「說明」類型，是利用傳統修辭對應理論。本次取材之基礎資料中，版面上使用之全部視覺要素當中，目的以訴求情意居多，約占82%左右。如此一來，夙稱以公平、公正為報紙客觀報導為最高指標一事，不禁讓人質疑，也點出目前報紙媒體之問題點。

目前日語教育上使用的媒體教材常取自新聞報紙。本次考察之結果可供作參考，慎選媒體教材之餘，更須了解媒體報導之特質，才能分辨出報導之可信程度。此點貢獻，正是本論文值得被重視的原因所在。

關鍵字：媒體 文本 視覺要素 日語教育 教材

Form and the function of visual element in media texts

Ochiai Yuji

Professor, Tamukang University, Taiwan

Abstract

This thesis has taken up the newspaper that represented the publishing press from an aspect of teaching material theory in Japanese-language education in the sample for the working hypothesis presentation about the function of the visual element of the media texts. And, this thesis has based on the data of 295 article and 461 visual elements of 'Asahi Shimbun', and has tried to do the frame making of the analysis.

As a result of the analysis, the visual element on the newspaper is divided into seven kinds according to its form. The first function is an emphasis that pulls reader's concern. The second function is commending to praise the report object. The third function is an explanation that plainly passes on the content of the report. These functions correspond to pathos, ethos, and logos of traditional rhetoric. In this analysis, the visual element is mainly used for pathos.

It is important to make a teaching material after the characteristic of the media texts is understood well in Japanese-language education.

Keyword: Media, text, visual element, Japanese-language education, teaching materials

メディア・テキストにおけるビジュアル要素の形式と その機能

落合由治

淡江大学日本語文学科教授

要旨

本論文では日本語教育における教材論の視点を踏まえ、今まで教育現場でも、またテキスト研究でも比較的焦点化されることが少なかった、メディア・テキストのビジュアル要素の機能について、印刷メディアを代表する新聞を作業仮説呈示のためのサンプルに取り上げ、『朝日新聞』の記事数 295 本、ビジュアル要素は 461 要素のデータをもとに、分析の枠組み造りを試みた。

分析の結果、新聞紙面のビジュアル要素は形式から 7 種に分けられ、その機能には大きく、読者の関心を惹く「強調」、報道対象を讚える「顕彰」、報道内容を分かりやすく伝える「説明」という 3 つがあることが分かった。これは、それぞれ、伝統的レトリックでの訴求の対象パトスには「強調」が、エートスには「顕彰」が、ロゴスには「説明」が対応していると言えるが、今回のデータでは紙面で使われている全ビジュアル要素のうちパトスへの訴求を目的としたものが 82% を占め、公平公正で客観的な報道を目的とすると言われる新聞の問題点が示された。

日本語教育でメディアの素材を利用する場合は、その特性を事前によく理解し、その限界を知った上で、教材化することが不可欠と言える。

キーワード：メディア テキスト ビジュアル要素 日本語教育
教材

メディア・テキストにおけるビジュアル要素の形式と その機能

落合由治

淡江大学日本語文学科教授

1. はじめに

日本国内の日本語教育では、新聞、雑誌、テレビなどのメディアに由来する、流通商用目的で産出された各種のテキスト（以下、メディア・テキストと呼ぶ）を生教材あるいは主教材として授業の中で今まで用いるのは当然のことであった¹。海外でも事情は同様で、台湾の教育現場でも広く使われている²。

¹ 日本国内での日本語教育関連のメディア・テキスト使用例として、(財)国際交流基金は日本語のアニメ・漫画を利用した教材をWEBサイトで公開している。現在、英語版と韓国語版が公開され、アニメ・漫画の日本語のセリフなどが翻訳で紹介されている。<http://anime-manga.jp/>。また、国立国語研究所は「現代日本語書き言葉均衡コーパス」の資料として「生産実態（出版）サブコーパス」から資料3500万語を収集している。元データは「書籍、雑誌、新聞を収録対象」としている<http://www.ninjal.ac.jp/kotonoha/>。凡人社の「日本語教材リスト」サイト検索には、新聞関係教材としてKIT教材開発グループ（1986）『外国人のための新聞の見方・読み方-2001』凡人社、砂川裕一・砂川有里子（1996）『「朝日新聞の声」を聴く』くろしお出版、小笠原信之（2003）『実例で学ぶ日本語新聞の読み方』専門教育出版、KIT教材開発グループ（2005）『ビジネス情報の見方・読み方 応用編』凡人社、木山三佳（2007）『ニュースで増やす 上級への語彙・表現』アルク、水谷修・水谷信子（2007）『改訂新版新聞で学ぶ日本語』ジャパンタイムズ、内田安伊子・内田紀子（2008）『構成・特徴・分野から学ぶ新聞の読解』スリーエーネットワークなどメディア・テキストを利用した教材が1980年代から続いて開発され、多数掲載されている<http://www.bonjinsha.com/>。（2011年2月26日閲覧）

² 国立国語研究所（2004）によれば、特に高等教育では、台湾人教師ではテープ・CD（78.0%）に続いて、ビデオ（64.0%）、新聞（61%）、日本人教師では、本（66.7%）、新聞・雑誌（各62.5%）で、ともにかなり高い割合で使用されている。理由は、高等教育では「学習者の興味関心をひく」「日本の事物や文化に触れさせる」が高く、日本の情報や状況を伝え興味関心を持たせる目的でメディア・テキストが教室で多用されている現状が窺える。また、メディア・テキストを使った教科書類も多数出ている。一例として、日本の教材を翻訳した木山三佳（2009）『讀新聞學上級文法語彙』大新書局、水谷修・水谷信子（2010）『聽讀說 新聞日語綜合練習』大新書局、堺典子・西平薫（2010）『聽新聞學日語 初級～進階』大新書局がある<http://www.dahhsin.com.tw/main.php>。台湾で編集されたものとして本間美穂・吳如惠・徐希農（2009）『聽解新聞日語』致良出版社、楊承淑（2009）『中日口譯入門教程』致良出版社がある<http://www.jlbooks.com.tw/>。（2011年2月26日閲覧）

しかし、こうした日本語教育でのメディア・テキスト利用の現状には、今まで顕在化されてこなかった二つの基本的問題が存在すると思われる。

第一の問題は、日本語教育において、メディア・テキストの特性に関わる研究はまだ途に就いたばかりの状況で、使っているテキストの特性を捉えることへの関心が低いという点である。一つの例として、最も新しい日本語教育総合事典である日本語教育学会編

(2005)を見ると、確かにメディアの項目は設けているが、編集の視点として教育現場でいかに各種のハードウェアと技術を使うかという、明らかに利用を中心にした項目編成になっている³。これは、日本語教育の関係者の少なからぬ部分が、メディア特性は利用者である日本語教師にとって自明であるという前提に立ち、メディアは技術と産出されたものを法律に従って利用すればよいという、利用に偏向した捉え方をしていることを示している。そこには日本語を教えるためには日本語の規則性や用法を理解する必要があるように、メディアを利用するにはマス・メディアやインターネットの情報の特徴や表現方法の特性を知る必要があるという、対象の認識から応用に向かう際の当然の手順が欠落していると考えられる。同様の傾向は実は現在の日本語教育全体が抱えている問題でもある。社会学での質的研究の立場から大谷尚(2010)は、質的研究の日本語教育

³ 日本語教育学会編(2005)は、第9章でメディアの日本語教育利用に関して「教育・学習メディア」の項目を設けている。内容としては、小項目に「メディア」でハードウェアとしてのメディアの種類、「教育メディア」で教育設備、「教育メディア研究」で主に教育心理学、教育工学の知見にもとづくメディア技術の学習への影響、「情報」でコンピューターのソフトの基礎、「教材」で視聴覚教材のハードウェアの種類、「教材開発」「知的所有権」をあげているが、マスコミ研究、メディア研究などで論じているメディアの特性に関する項目は一切存在していない。このことは、編集に携わった日本語教育の主要な関係者にとって、「メディア」とはハードウェアと技術および利用に関する法律問題を扱えば十分であると考えていたことを示している。社会的存在としてのマス・メディアやインターネットの特性と影響という点は日本語教育関係者の視点からほぼ欠落していると考えられる。前回の日本語教育学会編(1995/1982)にあった「視聴覚教育」の項目が、新版では「教育・学習メディア」の項目に発展したと言えるが、その方向は明らかにハードウェア的技術的側面に偏向しており、メディアのソフト面、内容面への考察が視野に入っていない点が日本語教育学のメディア観の大きな問題点と言える。

への応用について講演した中で、基本的に実践家である日本語教育者の論文は、最初から「処方的理論（例：こうなるためにはこうするとよい）」を記述するものが多く、「記述的理論（例：じつはこういうことが起きている、この現象の背景にはこういう意味がある）」の視点が欠落している。「記述的理論」なしに記述した「処方的理論」には、現象の規則性や関係性を反映した根拠がないと指摘し、日本語教育の最近の研究傾向に警告を発している⁴。日本語教育関連の多くの領域で、現象の記述から応用に向かうという研究の基本的手順に今一度、立ち返る時期が来ているのではないかと思われる。

第三の問題は、メディア・テキストの特性自体が未だ十分解明されておらず、その表現様式は「マルチジャンル」的で多領域にまたがっていて、従来の言語表現を中心にした捉え方では捉えきれないという、了解と研究における方法未確立の問題である⁵。テキスト研究⁶の面から見た場合、特に視聴覚要素（以下、ビジュアル要素）と言語的テキスト内容との関係については不明な部分が多い⁷。今までメディア・テキストを研究対象にしてきた研究の主対象は、メディ

⁴ 2010年度日本語教育学会実践研究フォーラムでの講演、大谷尚（2010）参照。

⁵ 「マルチ・ジャンル」的テキストとして、ドラマ、テレビ番組、雑誌広告、落語などを対象に、その言語表現の特徴と身体的身ぶり、ビジュアル記号、パフォーマンス、位相などを取り上げた泉子・K・メイナード（2008）は「ジャンルが研究の課題となってきたのは、ジャンルによってその機能や伝達の目的が異なり、そのためその内部構造や使用される表現が異なるからである」とし、異なったジャンルが錯綜した表現としてメディア・テキストを捉えようとしている（P9）。しかし、こうした研究は日本では途に就いたばかりである。

⁶ 本論でのテキストとは、まずフェルディナンド・ド・ソシュール（2007）が定義した「言語活動」（P89）の端的な結果であり、ロラン・バルト（1979）が定義した、作者が表現を通じて伝えようとした内容だけが重要だとする「作品」を超えた、諸テキスト間の織物である。またそれは同時に、時枝誠記（1960）が定義した「質的統一体」を意味する。

⁷ 日本の国語教育では、奥泉香（2005）、鹿内信善（2009）などが「ビジュアルリテラシー」という概念で視覚的表現に関する機能への注目を訴えている。また、日本語教育でのメディア・リテラシー推進の観点から、奥泉香（2006）P39は日本では「見ること」の学習は「言語教育においては体系的、系統的に検討され議論されることはまだ少ない」と述べている。岡本能里子（2008）P56は欧米の試みを紹介しながらメディア・リテラシーの面からの「ビジュアル・デザインの文法」の解明が必要であると述べている。いずれにしても、こうした問題領域への関心の必要性を訴えるもので、対象自体への分析は試行錯誤の段階である。そうした例として、野村眞木夫（2010）が絵本と本文テキストとの関係を考察している。

アの書き言葉および話し言葉と映像の関係、ポスター、写真などの画像と文字テキストとの関係を主対象としており、日本語教育で教材として広く利用されている印刷平面メディア（新聞、雑誌）のビジュアル要素と言語的テキスト内容との関係については、いまだそれを中心に取り上げた研究は少なく、ビジュアル要素の研究は現在でも主たる研究対象とはなっていない⁸。

そこで、本論文では、利用が先行して記述が遅れている分野の一つとしてビジュアル要素の研究に焦点をあて、その多様なメディア・テキストの中から日本語教育と切り離せないメディアの一種となっている新聞の中から日本語教育でも広く用いられている全国紙『朝日新聞』⁹を作業仮説形成のための対象に選び、新聞の印刷紙面に用いられているビジュアル要素（写真、配置、大きさ、図表など視覚に関わる要素）と記事本文との関係を考察することにする。

方法としては、従来メディア・リテラシー研究で行われてきた映像分析の観点のほか、泉子・K・メイナード（2008）、岡本能里子他（2008）の視覚情報分析の試みを参照しながら、以下の手順で考察を進めることにする。

（1）サンプルとして広告を除き、『朝日新聞』の記事 295 本¹⁰の

⁸ メディア・テキストに関する研究例として、批判言語学、メディア研究の論考を載せている三宅和子・岡本能里子・佐藤彰編（2004）、三宅和子・岡本能里子・佐藤彰編（2005）、岡本能里子・佐藤彰・竹野谷みゆき編（2008）、三宅和子・佐竹秀雄・竹野谷みゆき編（2009）には 30 本の掲載論文があるが、その分析対象はテレビの映像と会話が 9 本、新聞記事と各種広告のコピー内容が 16 本、インターネット関係 3 本、ラジオ・シナリオ 1 本、新聞写真 1 本で、大半はメディアの言語的表現を対象にしており、ビジュアル要素を中心にした考察や新聞、雑誌などの印刷メディアの視覚的要素を扱った研究はまだ少ない。

⁹ 最新の各種メディアに関する利用と信頼性に関する調査データでは、信頼度から見ると、従来のテレビ、ラジオ、新聞、雑誌からインターネットの各種メディアに利用が移っているが、サンプルに取り上げる『朝日新聞』は、新聞広告データアーカイブ（2011）によれば、『朝日新聞』の公称で「全国 5 本支社で発行しており、全国をくまなくカバーし」、「朝刊の販売部数は約 796 万部で、毎日約 2,000 万人以上が」読んでいる <http://adv.asahi.com/modules/ad/index.php/about.html>。『読売新聞』に次ぐ、全国紙の大手で、社会的影響力を依然として保っており、日本語教育の教材にも使われている。サンプルとして適したデータと言える。

¹⁰ データは朝日新聞社『朝日新聞 2006 年 11 月縮刷版』掲載の 2006 年 10 月 1 日日刊版掲載の全記事による。なお、本研究に先行する試行として落合由治

データについて、その中に見られる記事に関わりのあるビジュアル要素を全て調査する。そして、ビジュアル要素の形式と、それが表す内容を基準にして、全紙面に見られるビジュアル要素を整理、分類する。

(2) (1) を基に、紙面ごとに記事本文に対してビジュアル要素が果たしている役割を考察し、そのテキスト的機能の整理、分類を行う。

(3) テキスト研究から見て、新聞に代表される印刷メディアのビジュアル要素がメディアとして果たしている機能をメディア研究の先行緒論と対照しながら明らかにする。

(4) 日本語教育での教材論の視点から、印刷メディアのビジュアル要素を言語的テキスト内容と合わせてどう扱っていくかを考察する。

2. 『朝日新聞』記事 295 本のビジュアル要素

以下、印刷メディアの代表としての新聞のビジュアル要素について考察を進めたい。今回サンプルとして取り上げた『朝日新聞』（以下、『朝日』）の記事 295 本に随伴するビジュアル要素すべてについて取り上げる。以下に示した資料での数量、比率に関するデータは傾向を知り、作業仮説形成のための質的研究の手法による、一定の分析視点を確保する手掛かりである。データ量は、記事数は 295 本、そこから取り出すことができたビジュアル要素は 461 要素あり、データの統計的信頼性は十分に満たしている¹¹。今回、『朝日』の記事

(2010)「新聞記事におけるビジュアル要素のテキスト機能—日本語教育への応用を視野に—」『比較文化研究』94 号では毎日新聞の 202 本の記事について付随する全ビジュアル要素を取り上げて予備的考察を行っている。

¹¹ ある規則の一般化として理論形成とその前提となる仮説立案との関係については高橋順一・渡辺文夫・大淵憲一編（1999）『人間科学研究法ハンドブック』ナカニシヤ出版 P7-8 を参照。また、S.B メリアム（2007/2004）が述べているように、サンプリングは特徴を見出すケースごとに異なっており、記事数から見て「関心対象の現象に関する、平均的な人間や状況や事例を反映している」「典型的サンプル」として、本論文のデータは、全国紙の記事に関し、その時期の一面記事の代表的事例の傾向を探るのに十

295本のビジュアル要素をサンプルに取り上げたのは、まずビジュアル要素の特性を記述する作業仮説を帰納することに主目的を置くことにしたためである。従って、新聞の経年的紙面変化、季節的変化、週間、月次、年次変化などや、他社との比較、および雑誌等との比較における偏差や特性については、それぞれの目的に応じたサンプルの取り方を工夫する必要があるため、今回は取り上げず、すべて今後の課題とする。

2.1 ビジュアル要素の種類

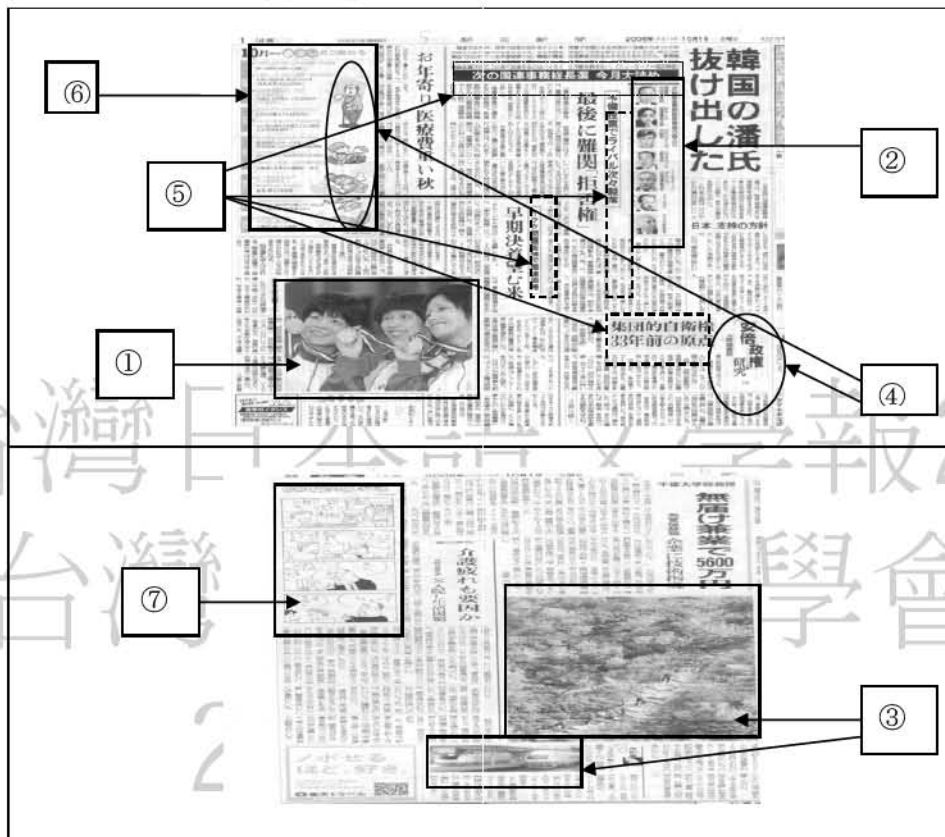
『朝日』の記事295本を調べた結果、見出された各ビジュアル要素は461あったが、その形式は、以下の資料1のような具体的形式に分けられることが分かった。

まず、①は金メダルを取ったレスリング選手の「スナップ写真」、②は国連の事務総長選挙の候補者の「顔写真」、③の上は秋の紅葉を伝え、③の下は新型電車の紹介のための「全体写真」である。いずれも、こうした「写真」類は記事のテキスト内容と深く関係している。続いて、④の2例は記事に添えられた「挿し絵」で、④の上は記事内容であるその月の値上げのニュースと関係しているが、④の下は記事の見出しに飾りとして付けられているデザインされた題字である。

これと似たビジュアル要素として⑤の「枠囲い・背景塗り・目印」があり、これらは記事の見出しや記事の存在をアピールするためのデザインと考えられる。一方、⑥は値上げのニュースを表形式でまとめた「図表」で、ニュースを整理して伝える意図があると言える。⑦は報道目的とは関係のない4コマの「漫画」だが、娯楽のためと同時に社会面に出ていることから一種の世相批評になっていると推測できる。

分な典型的サンプリングと言ってよいであろう。

資料1 『朝日』記事 295本のビジュアル要素例



(出典)『朝日新聞』2006年10月1日日刊版、スキャンは論者による。

以上、例示したような各紙面で見出されたビジュアル要素の形式全体を整理すると以下の表1のようになる。

表1 ビジュアル要素の形式分類と内容

	ビジュアル要素の形式	ビジュアル要素の内容
①	スナップ写真	人物の表情や動きを捉えた写真
②	顔写真	人物の顔だけをクローズアップした写真または正面からの小さい顔写真
③	全体写真	風景や事物を静息的に写した写真または資料写真
④	挿し絵	デザインされたコラムや記事の題字、記事に挿入されたイラスト
⑤	枠囲い・背景塗り・目印	記事の見出しに付けた飾りや記号

⑥	図表	資料として提示されている図表、年表、地図 および用語解説
⑦	漫画	あるストーリーを描いた4コマの漫画作品

こうしたビジュアル要素は形式とその内容で見ると、大きくは4種類に分類できる。まず、写真類には、人や対象の動きを動的に捉えた①「スナップ写真」、静的に顔を写した②「顔写真」、人以外の対象を捉えた③「全体写真」がある。これらは実写の図版を用いている点で、その画像自体が現場性、真実性、臨場性などの報道的意味を伝達できると同時に、記事が伝える報道内容と密接に関連している点で、残り4つのビジュアル要素とは大きく異なっている。次は、「デザイン」類で、記事に副次的に添付されている④「挿し絵」と⑤「枠囲い・背景塗り・自印」である。「挿し絵」類は、記事内容と関連する場合（イラスト）も、関連しない場合（デザイン題字）もあり、写真が報道性を重視して用いられるのに対して、これらは記事を印象的に提示するイメージ性に主眼があると考えられる。さらに、⑥「図表」は、記事の内容を整理して示すための手段に用いられており、記事の理解を助ける点で理解性に主目的があると言える。最後の⑦「漫画」は、新聞の社会面の最後に置かれており、記事内容と直接関係するわけではないが娯楽性と同時に世相批評、社会批評を行う目的が考えられる。

以上から、新聞のビジュアル要素はかなり整合的に使われ、比較的少数の形式を目的に応じて用いていると考えられる。

2.2 各紙面に見られるビジュアル要素の差異とその意味

次に、各紙面に見られるビジュアル要素と各紙面に出たビジュアル要素の数は以下の表2の通りである。

表2 『朝日』記事295本の紙面構成とビジュアル要素数

	紙面*	記事数	ビジュアル要素数	(%)**	内訳						
					①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
01	(第1面)	9	12	133.3	1	1	0	4	4	2	0
02	総合	6	8	133.3	1	0	0	3	2	2	0
03	総合	7	9	128.6	1	0	0	5	2	1	0
04	国際	10	7	70.0	2	1	0	2	2	0	0
05	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

06	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
07	経済	9	14	155.6	1	1	0	6	3	3	0
08	オピニオン	14	9	64.3	1	0	0	8	0	0	0
09	オピニオン	6	13	216.7	0	0	0	8	3	1	1
10	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	読書	7	12	171.4	0	0	6	4	2	0	0
12	読書	7	12	58.3	1	0	3	2	6	0	0
13	読書	9	10	111.1	0	0	2	2	6	0	0
14	読書	15	32	213.3	1	0	5	9	17	0	0
15	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	スポーツ	20	35	175.0	2	1	0	14	7	11	0
17	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	スポーツ	20	31	155.0	3	0	0	9	10	9	0
19	スポーツ	20	47	235.0	4	0	0	14	19	10	0
20	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	生活	9	14	155.6	1	1	0	8	3	1	0
23	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	子ども	5	10	200.0	1	0	0	5	4	0	0
25	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	教育	13	14	107.7	1	8	0	4	1	0	0
30	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	番組	2	4	200.0	0	0	0	3	0	1	0
32	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33	番組	16	26	162.5	0	3	0	8	11	4	0
34	地域	16	21	131.3	1	0	5	7	7	1	0
35	地域	8	11	137.5	2	0	3	2	1	3	0
36	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37	社会	12	15	125.0	1	0	1	8	4	1	0
38	社会	8	8	100.0	1	0	0	1	2	4	0
39	社会	8	6	75.0	1	0	2	1	1	0	1
40	テレビ	10	14	140.0	0	0	1	2	8	3	0
N1	Be on Sunday	4	7	175.0	0	0	1	5	0	1	0
N2	Be on Sunday	4	9	225.0	1	0	2	5	0	1	0
N3	Be on Sunday	5	11	220.0	2	0	0	6	2	1	0
N4	Be on Sunday	5	13	260.0	0	0	0	9	2	2	0
N5	Be on Sunday	6	12	200.0	0	0	0	8	1	3	0
N6	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
N7	Be on Sunday	5	15	300.0	0	0	4	4	7	0	0
N8	全面広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	広告対紙面 17 : 31	295	461	156.3	30	16	35	176	137	65	2

(注*1) 紙面の名前は『朝日新聞』の各面の表題による。

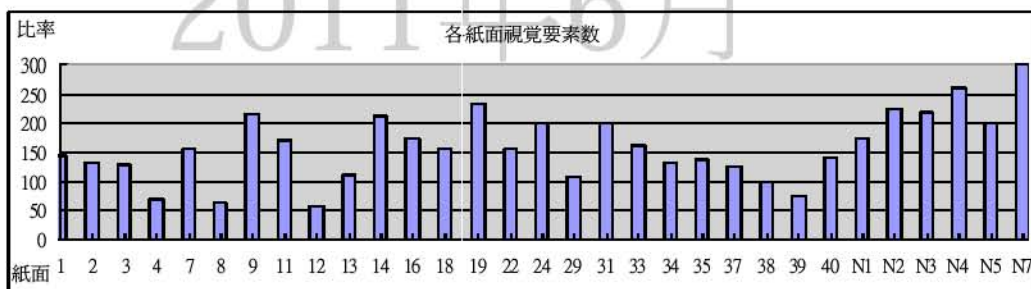
(注*2) 比率は各紙面の総ビジュアル要素数÷各面の総記事数である。総ビジュアル要素数では一つの記事に複数のビジュアル要素が見られる場合もそれぞれ計上してい

る。従って、100%を越えている紙面もある。

01 から 40 の各紙面は本紙、N1 から N8 の各面は附録の日曜版である。表 2 では各紙面から広告を除いた、ビジュアル要素をすべて取り上げた。資料の『朝日』記事 295 本は本紙 40 面、附録の日曜版 8 面に掲載され、そのうち掲載紙面全体では 17 面が全面広告に使われ、記事のある面は 31 面であった。各紙面の記事数とそこに見られるビジュアル要素は表 2 に示したとおりで、全 295 記事に対してビジュアル要素は 461、全記事数に対するビジュアル要素数の比率は 156.6% になった。つまり 1 本の記事に対して 1.5 個のなんらかのビジュアル要素が見られることになる。

次に各紙面でのビジュアル要素の分布を見ていくと、紙面には各紙面の記事の掲載分野によりビジュアル要素の使われ方には大きな差異があることが分かった。各紙面のビジュアル要素の比率を以下のグラフ 1 に示した。4、8、12、39 の各面は 100% 以下でビジュアル要素を伴う記事が比較的少なく、逆に 7、9、11、14、16、18、19、22、24、31、33、N1、N2、N3、N4、N5、N6 の各紙面の比率は 150% から 300% の間で、ビジュアル要素を伴う記事が多く見られる。

グラフ 1 各紙面のビジュアル要素随伴比率¹²



(注) 比率は%、紙面の数字は表 2 の各紙面の通し番号である。

そこで、ビジュアル要素の随伴率 100% 未満を低随伴率グループ、100%~150% 未満を平均随伴率グループ、150% 以上を高随伴率グループ

¹² 40 面は当日のテレビ欄で紙面面積から言えば大半が視覚的要素の図表 (番組表) であるが記事数にその他の視覚的要素が随伴する比率は平均的と言える。

プとして、3つのグループに分け、紙面の記事内容とそこに見られるビジュアル要素の種類とをまとめると、以下の表3のような結果になった。

表3 随伴率別の紙面内容とビジュアル要素の種類

随伴率	紙面	紙面*	記事数	ビジュアル要素数	(%)	内訳						
						①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
低	04	国際	10	7	70.0	2	1	0	2	2	0	0
	08	オピニオン	14	9	64.3	1	0	0	8	0	0	0
	12	読書	7	12	58.3	1	0	3	2	6	0	0
	39	社会	8	6	75.0	1	0	2	1	1	0	1
		計	39	34		5	1	5	13	9	0	1
中	01	ニ(第1面)	9	12	144.4	1	1	0	4	4	2	0
	02	総合	6	8	133.3	1	0	0	3	2	2	0
	03	総合	7	9	128.6	1	0	0	5	2	1	0
	13	読書	9	10	111.1	0	0	2	2	6	0	0
	29	教育	13	14	107.7	1	8	0	4	1	0	0
	34	地域	16	21	131.3	1	0	5	7	7	1	0
	35	地域	8	11	137.5	2	0	3	2	1	3	0
	37	社会	12	15	125.0	1	0	1	8	4	1	0
	38	社会	8	8	100.0	1	0	0	1	2	4	0
	40	テレビ	10	14	140.0	0	0	1	2	8	3	0
		計	98	122		9	9	12	38	37	17	0
高	07	経済	9	14	155.6	1	1	0	6	3	3	0
	09	オピニオン	6	13	216.7	0	0	0	8	3	1	1
	11	読書	7	12	171.4	0	0	6	4	2	0	0
	14	読書	15	32	213.3	1	0	5	9	17	0	0
	16	スポーツ	20	35	175.0	2	1	0	14	7	11	0
	18	スポーツ	20	31	155.0	3	0	0	9	10	9	0
	19	スポーツ	20	47	235.0	4	0	0	14	19	10	0
	22	生活	9	14	155.6	1	1	0	8	3	1	0
	24	子ども	5	10	200.0	1	0	0	5	4	0	0
	31	番組	2	4	200.0	0	0	0	3	0	1	0
	33	番組	16	26	162.5	0	3	0	8	11	4	0
	N1	Be on Sunday	4	7	175.0	0	0	1	5	0	1	0
	N2	Be on Sunday	4	9	225.0	1	0	2	5	0	1	0
	N3	Be on Sunday	5	11	220.0	2	0	0	6	2	1	0
	N4	Be on Sunday	5	13	260.0	0	0	0	9	2	2	0
	N5	Be on Sunday	6	12	200.0	0	0	0	8	1	3	0
	N7	Be on Sunday	5	15	300.0	0	0	4	4	7	0	0
		計	158	305		16	6	18	125	91	48	1
		合計	295	461		30	16	35	176	137	65	2

(注) 紙面の番号は表1の各面の通し番号による。比率は表1と同じ計算による。

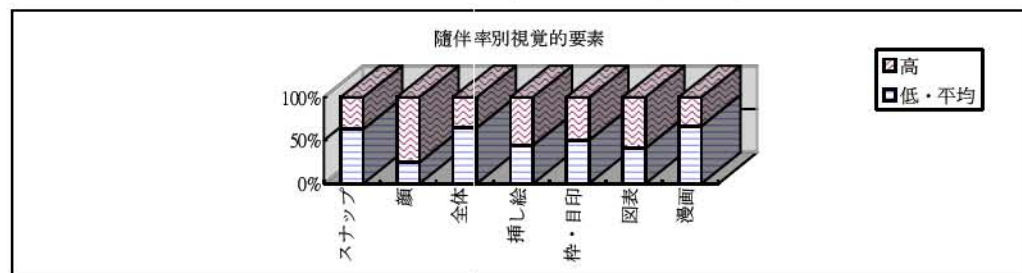
以上の表3から見ると、ビジュアル要素を随伴することが比較的に少ないか平均的な紙面を見ると、報道記事では、「総合」、「国際」、

「社会」、「地域」、論説記事では「オピニオン」の一部、「教育」、生活・娯楽記事では「読書」、「テレビ」の各紙面になる。このことから『朝日』では報道記事には比較的ビジュアル要素が使われることが少ないという仮説を立てることができよう。一方、ビジュアル要素を随伴する率が高い紙面は、報道記事では「経済」、論説記事では「オピニオン」の一部、生活・娯楽記事では「読書」、「スポーツ」、「生活」、「子ども」、「番組」、日曜版の「Be on Sunday」となる。ここから、『朝日』では生活・娯楽記事はビジュアル要素を随伴しやすいという仮説を出すことができよう。

さらに、ビジュアル要素の随伴率別に各ビジュアル要素の占有率を調べてみると、以下のグラフ2の結果になった。

ビジュアル要素の随伴率が高いグループで顕著なのは、関係者の「顔写真」、デザインされたコラムや記事の題字、記事に挿入されたイラストなどの「挿し絵」類と資料として提示されている図表、年表、地図および用語解説などの「図表」類である。それに対して随伴率が低いあるいは平均的なグループで顕著なのは、人物の表情や動きを捉えた「スナップ写真」、風景や事物を静止的に写した写真または資料写真などの「全体写真」が目立っている。

グラフ2 随伴率別の各ビジュアル要素の占有率



1日分のデータなのであくまでも作業仮説に過ぎないことを前提としながら、『朝日』の紙面に見られるビジュアル要素は各紙面の内容によって、つまり各紙面の記事内容によって使い分けられていると考えられる。記事内容はそれぞれの記事内容に応じて、例えば政

治記事なら「世論喚起・形成の機能」、生活情報記事ならニュース伝達による「教育と社会化の機能」のように、それぞれ異なった読者への訴求あるいは伝達上の意図に応じた機能を持つと考えられている¹³が、今回の結果は、ビジュアル要素がそうした新聞記事の内容が持つ読者への訴求あるいは伝達上の意図と、ビジュアル要素が深く関わって用いられている可能性を示している。

2.3 ビジュアル要素と紙面の記事との関係

以上の結果から、以下では最後に『朝日』記事 295 本について表 1 に示した 7 種類のビジュアル要素と各紙面の記事との関係を考察することで、新聞におけるビジュアル要素の機能を帰納してみる。

記事内容と各ビジュアル要素との関係は以下の表 4 のようにして考察した。まず表 4 のように、ビジュアル要素が出ている「位置」とそれが随伴している主記事の見出しを調べる。次に、「写真説明」の文章などが載っているかどうかを調べ、さらに「構図・特徴」を観察し、最後に記事の本文内容を見ながら「記事との関係」を決定した。表 4 はその結果の内から、第 1、2 面に出ている 15 の記事と 20 のビジュアル要素との関係の部分抜き出して示している。

これを見ると、ビジュアル要素が記事内容との関係で果たしている機能には大きく 3 つの種別が見られた。まず、01-7/9、02-1/6 のように、スナップ写真によって記事で取り上げた主体の功績、事績を讃え、その主体を価値あるものとして提示する「顕彰」がある。もうひとつは、02-5/6、02-6/6 のように記事の内容を視覚化して、図表で伝達している「説明」である。以上に対して最もよく見られるのは、01-8/9、02-2/6、02-3/6、02-4/6、01-9/9、01-4/9、01-5/9 のように記事に対して特別にデザインした題字を配置してコーナーの存在をアピールしている「強調」である。「強調」には、01-1/9、01-3/9、01-6/9 のように記事で取り上げた主体や内容をイメージ化して読者に印象づけよ

¹³ メディア研究でのニュースの機能に関しては、大石裕・岩田温・藤田真文（2000）第 2 章を参照。

うとする場合や、01-10/9、01-11/9、01-13/9、02-7/6、01-12/9、02-8/6
のように記事の見出しに特別な装飾をほどこして内容を強調する場合
も含まれる。

表4第1、2面の記事とビジュアル要素との関係

通番	位置と主記事の見出し	写真・図説明	構図・特徴	記事との関係
01-7/9	左下：金色の笑顔3つ	なし	3名が金メダルを見せて笑顔を見せる半身のスナップ写真	記事中に3名の名前をあげて写真左からの説明／日本勢が金メダルを独占した→選手3名の成績を 顕彰
02-1/6	右中：ひと／乳がんを公表して活動する双子タレント／森下雅美さん(34)・里美さん	写真＝新井義顕	ポーズをとる1人がもう1人に寄り添う笑顔の半身像スナップ	インタビュー相手の紹介→親しみやすさと2人のガンに負けない元気な様子を 顕彰
02-5/6	左上：ディープな熱視線／時時刻刻	凱旋門賞(フランス・ロンシャン)	馬が走るイラストとコース地図および賞や今までの成績が入った凱旋門賞のデザイン紹介	凱旋門賞の紹介→ディープインバクトの記事を 説明
02-6/6	左上：ディープな熱視線／時時刻刻	第85回凱旋門賞	発走枠の各馬の一覧表	凱旋門賞の紹介→ディープインバクトの記事を 説明
01-8/9	左下：折々のうた／大岡信		デザイン書体の題字と枠囲い	→コラムのイメージを 強調(ロゴ)
02-2/6	中下：新市		デザイン書体の題字	→記事を 強調(ロゴ)
02-3/6	左上：ディープな熱視線／時時刻刻		デザイン書体の題字	→記事を 強調(ロゴ)
02-4/6	左上：ディープな熱視線／時時刻刻	キーワード／凱旋門賞	デザイン書体の題字	凱旋門賞の紹介→ディープインバクトの記事を 強調(ロゴ)
01-9/9	1面下：天声人語		デザイン書体の題字	→コラムのイメージを 強調(ロゴ)
01-4/9	右下：安倍政権研究／中／所信表明／集団的自衛権33年前の原点		デザイン書体の題字	→集団的自衛権批判記事を 強調
01-5/9	左上：お年寄り医療負担重い秋	10月から暮らしこ う変わる	デザイン書体の題字	→主記事「お年寄り医療負担重い秋」を要約+値上げで負担増を 強調
01-1/9	右上：韓国の潘氏抜け出した、／次の国連事務総長選 今月大詰め／予備投票で ライバル次々脱落／最後 に離脱「拒否権」(見出し でも枠囲いで強調)	次期国連事務総長候補の顔触れ+潘基文 外交交通商相(韓国)以下6名 の名前・職名と国名	潘基文外交交通商相を最上位にして7名の顔写真(小)を縦長に配置	予備投票では、韓国の潘基文(パン・ギムン)外交交通商相が優位に立つ。／潘氏は外交官出身で、隠やかな人柄は国連でもよく知られている。→韓国の潘基文(パン・ギムン)外交交通商相が優位に在ることを 強調
01-3/9	右欄外：紙面から／2・19 ディープ明日未明発送区 ボーツなど4段組で各紙面 を紹介		縦組み4段で上位2段で写真および記事紹介で、また白抜きページ数、ゴチック体、枠囲い各面で1本ずつ主要記事を提示	→上から順に注目させたい記事を 強調
01-6/9	左上：お年寄り医療負担重い秋	10月から暮らしこ う変わる	デザイン書体の題字付き一覧表	→主記事「お年寄り医療負担重い秋」を要約+値上げで負担増を 強調
01-10/9	右上：予備投票でライバル次々脱落		見出しの枠囲い	→見出しの要点を 強調
01-11/9	右上：イラク問題苦境で国連回帰		見出しの枠囲い	→見出しの要点を 強調
01-13/9	集団的自衛権33年前の原		見出しの背景塗り	→記事を 強調

点			
02-7/6	左上：競馬・凱旋門賞あす午前0時35分発走		見出しの背景塗り →記事を強調
01-12/9	次の国連事務総長選今月大詰め		見出しの白抜き →記事を強調
02-8/6	右上：呉服会場にクレジット社員その場で契約／「次々販売」の陰に信販		見出しの白抜き →記事を強調

以上の手順で各紙面の記事とビジュアル要素との関係を整理していくと、以下の表5のようになった。

表5 『朝日』記事295本に用いられた各ビジュアル要素の機能と形式

	紙面*	ビジュアル要素数	顕彰	強調	説明	内訳						
						①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
01	(第1面)	12	1	11	0	1	1	0	4	4	2	0
02	総合	8	1	5	2	1	0	0	3	2	2	0
03	総合	9	0	9	0	1	0	0	5	2	1	0
04	国際	7	0	4	3	2	1	0	2	2	0	0
07	経済	14	0	11	3	1	1	0	6	3	3	0
08	オピニオン	9	1	8	0	1	0	0	8	0	0	0
09	オピニオン	13	0	12	1	0	0	0	8	3	1	1
11	読書	12	0	12	0	0	0	6	4	2	0	0
12	読書	12	0	12	0	1	0	3	2	6	0	0
13	読書	10	0	10	0	0	0	2	2	6	0	0
14	読書	32	0	32	0	1	0	5	9	17	0	0
16	スポーツ	35	4	19	12	2	1	0	14	7	11	0
18	スポーツ	31	2	20	9	3	0	0	9	10	9	0
19	スポーツ	47	5	30	12	4	0	0	14	19	10	0
22	生活	14	0	13	1	1	1	0	8	3	1	0
24	子ども	10	0	10	0	1	0	0	5	4	0	0
29	教育	14	0	14	0	1	8	0	4	1	0	0
31	番組	4	0	3	1	0	0	0	3	0	1	0
33	番組	26	0	23	3	0	3	0	8	11	4	0
34	地域	21	0	20	1	1	0	5	7	7	1	0
35	地域	11	0	4	7	2	0	3	2	1	3	0
37	社会	15	0	13	2	1	0	1	8	4	1	0
38	社会	8	0	3	5	1	0	0	1	2	4	0
39	社会	6	0	6	0	1	0	2	1	1	0	1
40	テレビ	14	0	14	0	0	0	1	2	8	3	0
N1	Be on Sunday	7	0	6	1	0	0	1	5	0	1	0
N2	Be on Sunday	9	0	9	0	1	0	2	5	0	1	0
N3	Be on Sunday	11	0	10	1	2	0	0	6	2	1	0
N4	Be on Sunday	13	0	11	2	0	0	0	9	2	2	0
N5	Be on Sunday	12	0	9	3	0	0	0	8	1	3	0
N7	Be on Sunday	15	0	15	0	0	0	4	4	7	0	0
計		461	14	378	69	30	16	35	176	137	65	2

以上から、作業仮説として、ビジュアル要素が記事との関係で果たす機能は、大きく分ければ3つと考えられる。まず「顕彰」は、取り上げた主体の価値を訴える点でアリストテレスがレトリックの

説得法で訴求すべき対象として挙げた3分類中のエートス（信頼に足る人物と判断させるような弁舌）に訴えるものと考えられる。

「強調」に関わるビジュアル要素はイメージ化による印象の強化というパトス（聴き手にある印象を与えて心を動かし、判断に影響を与える弁舌）に関わるものと言えよう。一方、「説明」は理解や分かりやすさに訴えるものでありロゴス（条理に適った説明による真であることを証明する弁舌）に関わるものと言えよう¹⁴。

ただし、これはビジュアル要素の随伴する記事の中での機能分類で、表1のように、新聞記事にはビジュアル要素を随伴しない記事も多数あり、ビジュアル要素を随伴する記事としない記事という紙面全体でのビジュアル要素の機能から見れば、ビジュアル要素を随伴する記事はビジュアル要素を随伴しない記事に対して、より人目を引き関心を集めると考えられる。ビジュアル要素の随伴の有無の中で見れば、ビジュアル要素は、まず、それが随伴されることによる印象強化というパトス（聴き手にある印象を与えて心を動かし、判断に影響を与える弁舌）に関わるものと言える。

さらに表5から、これらビジュアル要素の3つの機能がビジュアル要素を随伴する記事全体でそれぞれ占める比率を見てみると、「顕彰」が3.0%、「強調」が82.0%、「説明」が15.0%となり、新聞は「客観報道」の原則により「公平公正」に報道を行うと言われながら、ビジュアル要素の約85%が読者への情緒的な訴え「強調」と報道対象への主観的評価「顕彰」に用いられていると考えられる。

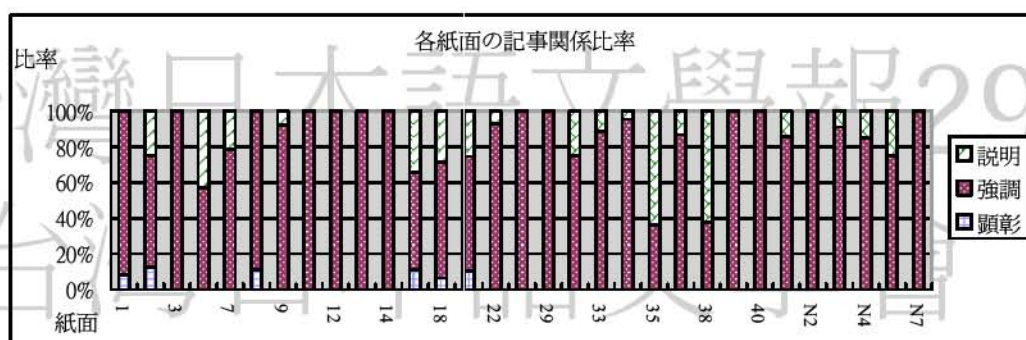
表6 ビジュアル要素の機能の整理

機能 \ 随伴の別	記事全体での随伴の有無から見た場合	随伴される記事の中で見た場合
ビジュアル要素の 基本的機能 (レトリック的機能)	強調 (パトス)	顕彰 (エートス)
		強調 (パトス)
		説明 (ロゴス)

¹⁴ アリストテレス(2005)『弁論術』岩波書店 P158-161 および P520 の解説参照。

また、以下のグラフ3に各紙面毎でのビジュアル要素の機能の比率を示した。ここから、「顕彰」は、1、2 総合、8 オピニオン、16、18、19 スポーツの紙面に、また「説明」は2 総合、4 国際、7 経済と、16、18、19 スポーツ、35、38 社会面などで使用が目立っている。ここからも、各紙面の記事内容の読者への訴求や伝達の意図と関係させて、ビジュアル要素の機能のうちどの機能を主に用いるかに関係があると推定できる。

グラフ3 各紙面のビジュアル要素と記事との関係の比率



また、ビジュアル要素の7つの形式とそれが記事との関係で用いられる機能との関係を以下の表に示した。

表7 ビジュアル要素の形式と機能

	①スナップ	②顔写真	③全体写真	④挿し絵	⑤枠・目印	⑥図表	⑦漫画
顕彰	10	1	0	0	0	0	0
強調	14	14	32	176	137	5	2
説明	6	1	3	0	0	60	0

(注) ビジュアル要素の形式は表1参照。単位は記事の本数。番号は表1による。

表7から、「説明」には主に⑥図表が使われ、「顕彰」には①スナップ写真が用いられることが多く、②顔写真、③全体写真、④挿し絵、⑤枠・目印、⑦漫画はイメージ化による「強調」で用いられている傾向が読み取れる。仮説としては、印刷メディアである新聞の

ビジュアル要素の種類は記事との関係での使用目的がかなり固定しており、各ビジュアル要素はそれぞれかなり固定した使用目的を持っていると考えられる。ここからも、各紙面の記事内容の読者への訴求や伝達の意図と関係させて、ビジュアル要素の機能のうちのどの機能を主に用いるかに関係があると推定できる。

3. おわりに

以上、印刷メディアでのビジュアル要素の形式とその機能について作業仮説を形成するため、『朝日』記事 295 本のビジュアル要素のデータを整理して、以下の結果を得た。

(1) ビジュアル要素は大きくは 4 種類（写真類、デザイン類、図表類、漫画類）、7 形式（スナップ写真、顔写真、全体写真、挿し絵、枠囲い・背景塗り・目印、図表、漫画）あり、それぞれ各紙面の記事内容と密接に関係して使用されている。

(2) 各ビジュアル要素は記事内容との関係で、「顕彰」、「強調」、「説明」の 3 つの機能があり、これはアリストテレスの伝統的レトリックの「エートス」、「パトス」、「ロゴス」という説得での訴求の対象に対応している。

(3) 各ビジュアル要素の機能は使用される紙面に偏りが見られ、それぞれ各紙面の記事内容と密接に関係して使用されている。

今後資料を増やし、他社の新聞および雑誌などの印刷メディアと比較考察していく必要はあるが、『朝日』に見られるビジュアル要素の傾向からは、ビジュアル要素は各紙面の内容、各紙面の記事の性質によって使い分けられ、ビジュアル要素と記事との関係はかなり限定された特定の使用意図で用いられていることを仮説として提起できよう。また、新聞というメディアでのビジュアル要素の大半が読者の感情に訴えて影響を与える「強調」で使われていることは、「客観報道」の原則¹⁵から逸脱した、新聞社の主観的意図の反映の

¹⁵ 新聞社の報道原則は日本新聞協会（2000）「新聞倫理綱領」<http://www>.

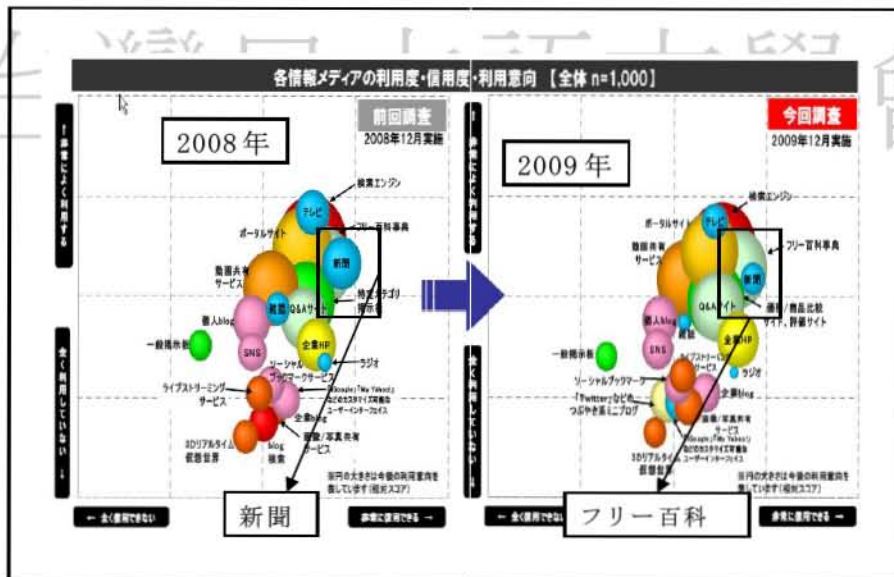
手段としてビジュアル要素が用いられていることを示している。

以上の作業仮説に基づき、日本語教育の教材論の視点からメディア・テキストを利用する場合は、以下の点に注意が必要となる。

(1) メディアの特性と変化を知る

近年、日本の既成メディアは以下の資料 2 Yahoo リサーチ (2010) のように、インターネットでのフリー百科辞典等、各種新メディアの台頭で、地位、環境および社会的機能が大きく変動しつつある。この結果では 2008 年の信頼性のトップは新聞だったが、2010 年ではフリー百科事典がトップになり、利用動向も新聞より遥かに拡大している。日本語教育関係者は既成観念にとらわれず、最新の調査を参照してメディア利用と信頼性の評価を見ていく必要がある。

資料2 メディア利用と信頼性に関する調査



(出典) Yahoo リサーチ (2010)「情報メディアに関する調査」. <http://prtimes.jp/data/corp/624/4ea3af59f67971c22005ddf37a36a552.pdf> (2011年2月26日閲覧)

(注) 縦軸は利用頻度、横軸は信頼性を示し、○の大きさは利用数を示している。

pressnet.or.jp/info/rinri/rinri.htm を参照。(2011年2月28日閲覧)

(2) メディア・テキストの特性を知る

今回の分析結果から、商用で流通しているメディア・テキストは、純粋に真実をつたえようとするロゴス以外の表現機能に、そのテキストの重点が置かれている可能性が示された。日本語教育にとってマスコミ研究、メディア研究等、メディアに関する研究は今まで関連の薄い領域だったが、メディア・テキストを教育現場で利用する以上、今までその領域を研究してきた学術分野の成果を参照して、教材とするメディア・テキストについてメディア自体の特性や使うテキストの特性をまず知る必要があることが明示されたと言える。これは、1990年代まで日本語の表現的特徴については日本語学との相互交流が生じ、最近では学習者や習得関係研究の進展で統計学、心理学等の分野とのコラボレーションで学際化が進んだことを見れば、他領域から学ぶ必要性は明かと言える。現状では、メディア研究に関しても、各種のテキスト研究との協働は進んでおらず、使っている教材の中で未着手の領域が多々残っていることを知って、対応していく必要があるだろう。

(3) 教材分析の方法を確立する

今まで日本語教育では、社会に流通している様々なリソースを教材として使う場合、その特性の把握を通り越して、教育現場で必要な事項だけを取り上げて教材としてきた。例えば、今回の新聞で言えば、紙面であれインターネット版であれ、ビジュアル要素随伴の有無に関わらず文字テキストだけを取り上げたり、挿し絵的に写真等を付けたり、あるいは作文の材料に漫画を取り出したりしていたが、今回の結果、各記事内容が読者に訴求したり伝達したりするポイントに応じてビジュアル要素の使い分けが行われており、記事内容についてもビジュアル要素についても、読者への感情的訴求を目的にしたパトスが重視される傾向が見出された。これは、純粋な情報伝達を新聞社が意図しているのではなく、読者には明示されていない隠された特定の意図を持って記事を流通させていることを暗示している。

今後は、こうしたメディアの報道意図の研究手法を参照するなどして、教材とされているメディア・テキストの意図を明らかにし、学習者と共有していくことが求められる。

こうした潮流は、実は、各種のリテラシーの探究として近年取り上げられることが多い話題とオーバーラップしている¹⁶が、今回のビジュアル要素のように表現の存在を視野に一度入れれば学習者とともにそれを教室で取り上げて、考察していくことは逆に教室の可能性を広げ、実社会に繋げていく行為であり、その意味で、今後の日本語教育の発展のためには、ただ語彙、文法というような言語事項の分析に止まらない教材論の確立が今求められていると言えよう。

注記

本論文は、国科会専題計画 99-2410-H-032-072-の成果の一部であり、2010年10月の韓国日本語学会第22回国際学術発表会で整理データの一部を発表した。さらに論者が今まで行ってきたメディア・テキスト研究の成果を踏まえ、研究報告として2010年10月の台湾日本語学会第263例会で口頭発表した。投稿にあたり、以上の内容に全面的な加筆、訂正を加えた。

テキスト

朝日新聞 (2006)『朝日新聞 2006年10月縮刷版』朝日新聞社

参考文献

- 岩男壽美子 (2000)『テレビドラマのメッセージ—社会心理学的分析』勁草書房
植条則夫 (2005/1993)『広告コピー概論』宣伝会議
大石裕・岩田温・藤田真文 (2000)『現代ニュース論』有斐閣
大谷尚 (2010)「どのように教育実践を記述・分析するか」『2010年度日本語教育学会実践研究フォーラム予稿集』日本語教育学会
岡本能里子 (2008)「日本語のビジュアル・グラマーを読み解く—新聞のスポーツ紙面のレイアウト分析を通して」岡本能里子・佐藤彰・竹野谷みゆき編 (2008)『メディアとことば3—社会を構築することば』ひつじ書房
岡本能里子・佐藤彰・竹野谷みゆき編 (2008)『メディアとことば3—社会を構築することば』ひつじ書房
奥泉 香 (2005)「国語科教育で扱うべきビジュアルリテラシーの検討と課題—初等教育段階を中心に」『学習院女子大学紀要』7
奥泉香 (2006)「見ること」の学習を、言語教育に組み込む可能性の検討」『リテラシーズ 2 — ことば・文化・社会の日本語教育へ』くろしお出版

¹⁶ 砂川誠司 (2009) は日本の国語教育の観点から、最近の国語教育でのメディア・リテラシーの実践を報告している。日本語教育の課題と重なる点が多いと言える。

- 門倉正美 (2007) 「リテラシーとしての〈視読解〉 — 「図解」を手始めとして」 『リテラシーズ 3 — ことば・文化・社会の日本語教育へ』 くらしお出版
- (独) 国立国語研究所 (2004) 『平成 16 年度日本語教育の学習環境と学習手段に関する調査研究 台湾アンケート調査集計結果報告書』国立国語研究所
- 鹿内信善 (2009) 「国語教育の新しいパラダイム(IV 教育心理学と実践活動)」 『教育心理学年報』 48
- 砂川誠司 (2009) 「国語科でメディア・リテラシーを教えることについての一考察：2000 年以降の実践事例の整理から」 『広島大学大学院教育学研究科紀要. 第二部, 文化教育開発関連領域』 Vol. 58
- フェルディナンド・ド・ソシュール/景浦峽・田中久美子 (2007) 『ソシュール一般言語学講義—コンスタンタンのノート』 東京大学出版会
- 高橋順一・渡辺文夫・大淵憲一編 (1999) 『人間科学研究法ハンドブック』 ナカニシヤ出版
- 時枝誠記 (1960) 『文章研究序説』 山田書房
- 日本語教育学会編 (1995/1982) 『日本語教育辞典』 大修館書店
- 日本語教育学会編 (2005) 『新版日本語教育事典』 大修館書店
- 野村真木夫 2010.02 「マルチモーダル・テキストとしての絵本 — 言語テキストと絵画テキストの関係性と類比性 —」 『上越教育大学研究紀要』 29
- 萩原滋・国広陽子 (2004) 『テレビと外国イメージメディア・ステレオタイプ化研究』 勁草書房
- ロラン・バルト (1979) 『物語の構造分析』 みすず書房
- 三宅和子・岡本能里子・佐藤彰編 (2004) 『メディアとことば 1—「マス」メディアのディスコース』 ひつじ書房、
- 三宅和子・岡本能里子・佐藤彰編 (2005) 『メディアとことば 2—組み込まれるオーディエンス』 ひつじ書房、
- 三宅和子・佐竹秀雄・竹野谷みゆき編 (2009) 『メディアとことば 4 現在を読み解くメソッドロジー』 ひつじ書房
- 泉子・K・メイナード (2008) 『マルチジャンル談話論—間ジャンル性と意味の創造』 くらしお出版
- S.B メリアム/堀薫夫・久保真人・成島美弥訳 (2004/2007) 『質的調査法入門—教育における調査法とケース・スタディー』 ミネルヴァ書房 P92
- Yahoo リサーチ (2010) 「情報メディアに関する調査」 <http://prtimes.jp/data/corp/624/4ea3af59f67971c22005ddf37a36a552.pdf>
- リテラシーズ研究会編 (2006) 『リテラシーズ 2 — ことば・文化・社会の日本語教育へ』 くらしお出版

2011 年 2 月 28 日原稿受領 2011 年 3 月 21 日審査通過