

本文章已註冊DOI數位物件識別碼

► 新聞紙面のビジュアル要素のテクスト分析—第1面の「伝達様式（モード）」と構成要素の布從第1面版面傳達模式以及構成排列來分析新聞報導之視覺元素

doi:10.6205/jpllat.26.200912.07

台灣日本語文學報, (26), 2009

作者/Author：落合由治(Ochiai Yuji)

頁數/Page： 137-161

出版日期/Publication Date :2009/12

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.26.200912.07>



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



從第 1 面版面傳達模式以及構成排列來分析 新聞報導之視覺元素

落合由治

淡江大學日本語文學系副教授

摘要

近年有關媒體研究或批判性語言學的研究當中，媒體的視覺性之相關研究有逐年增加趨勢。然而報紙上加入版面擺放或插圖、相片等視覺元素，已有 100 年以上之歷史。如此長期利用視覺元素之方法，與報紙版面之構成排列形成不可或缺之關係。

本論文選擇日本《讀賣新聞》、《朝日新聞》、《每日新聞》全國性三大報紙之第一版面為研究標的。有關報導篇幅之位置、字體大小、設計、視覺元素、以哈里第（1991／1998）所下的「言論傳達模式」定義為依據、進行考察。結果顯示：報紙版面構造可分為第 1 類「該發行公司專用」、第 2 類「報導文章」、第 3 類「廣告」等三大項。此與其他國家一樣，是由上下左右等符號支撐，決定文本中主要元素「標題、簡介、本文」以及照片等次要元素之位置、排列、價值。依此傳達出與報導目的相符合之內容。於是；可得知新聞報導版面之歷史悠久與否，源自於各類符號所支撐之體制性本文所致。而此亦由讀者對該報紙信支持度可以見真章。

關鍵字：報紙 第 1 版面 視覺元素 傳達模式 符號



**Text analysis of a visual element in newspaper space:
From positioning of "the communication mode" and a component of the
front page**
Ochiai Yuji
Associate professor, Tamkang University, Taiwan

Abstract

Some comments about visual of the media are increasing at present in media and critical studies. But there is a history beyond 100 years for use of a visual element on a newspaper. Use of a visual element is the way with which an extended period doesn't change. There is a relation with the space composition for which need is indispensable for a newspaper for a visual element.

So the front pages of "Yomiuri" "Asahi" "Mainichi" as the Japanese three big national newspapers are made material by this paper. And it is considered with the "communication mode" by the statement Halliday (1991/1998) defines as a clue. As a result, the space construction of the newspaper has a main part of three, 1st kinds "company business", second kinds "body" and third kinds "advertisement". Those are supported by the symbol-like feature of the left, right, up or down common to the world. Its symbol-like feature has decided the value of the main factor of text "line, lead, body" and the associate element. Such "communication mode" is making the condition of the reliability of the newspaper. The length of the history of newspaper space arrangement is supported by the strong various symbol-like features with its meaning. Text on a newspaper is asking a reader for a valued judgment of the reliability.

Key words: newspaper, the front page, visual element,
"the communication mode", symbol-like features



新聞紙面のビジュアル要素のテクスト分析
—第1面の「伝達様式（モード）」と構成要素の布置から—
落合由治
淡江大学日本語文学科副教授

要旨

現在、メディア研究や批判的言語学の中でメディアのビジュアル性に関する指摘が増えている。しかし、新聞の場合は、紙面配置や絵（写真）等のビジュアル要素の利用は100年を超える歴史があり、そうした長期間変わらない方法として使われてきたビジュアル要素の利用には、新聞にとって必要不可欠な紙面構成との関係があるのではないかと考えられる。

そこで、本論文では、日本の三大全国紙『読売』『朝日』『毎日』の第1面を資料に、紙面の要素の位置、活字の大きさ、デザイン、配置のビジュアル要素について、ハリデー（1991／1998）が定義しているような「言説の伝達様式（モード）」を手掛かりにして、考察を行った。その結果、新聞の紙面構成には第1類「社用」、第二類「本文」、第三類「広告」という三つの主要部分があり、それらは世界各国の新聞に共通する上下左右の記号的特徴に支えられて、テクストの主要素としての「見出し、リード、本文」と副要素の写真などの位置、配置、価値を決め、それによって報道という目的にそった内容が読者に伝達されていると見られると分かった。その意味で、新聞紙面配置の歴史の長さは、強力な各種の記号的特徴に支えられた「体制的」テクストであることによるものであると考えられる。そして、その特徴が新聞に対し、信頼性を特に問題とする価値判断を読者に求める伝達目的を支えていると見られる。

キーワード：新聞 第1面 ビジュアル要素 伝達様式 記号

新聞紙面のビジュアル要素のテクスト分析
—第1面の伝達様式（モード）と構成要素の布置から—
落合由治
淡江大学日本語文学科副教授

1. はじめに

現在、新聞、雑誌などの文字で書かれたメディア・テクストに関しては、見出しと本文の構成のような言語表現に関わる語彙的、表現的傾向の把握やメディア・リテラシーあるいは批判言語学からの伝達内容に関する指摘¹ばかりでなく、目で見て受容されるビジュアル（視覚Visual）要素が意味を担った対象として注目されるようになっている²。しかし、新聞に関して言えば、今のような紙面構成（紙面の各要素の配置とデザイン）が見られるようになってから、すでに100年以上が経過しており、現在のメディア・テクストにおけるビジュアル要素に関する指摘は、ただ今まで取り上げられて来なかつたにすぎず、ずっと存在し潜在していたと考えられる問題である³。メディア・テクスト

¹ 新聞とテレビの内容に関わる各種の言語表現の分析は、メディア分析の観点からクラウス、クリッペンドルフ／三上俊治・椎野信雄・橋元良明訳（1989／2006）、メディア論の立場からは萩原滋編著（2001／2005）、萩原滋・国広陽子編（2004）、萩原滋編（2007）、メディア・リテラシーの立場からは鈴木みどり編（2004）、ジャーナリズム論の立場からは鶴木眞編著（1999）などがある。批判的言語学の観点からは、野呂香代子・山下仁編著（2001）、社会言語学の観点からは、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・行野谷みゆき編（2008）がある。

² 泉子・K・マイナード（2008）では指差しというジェスチャー、広告の表現でのビジュアル記号、テレビでの動きを示すパフォーマンスと定義され、その機能はマルチジャンル性を持つものとして捉えられている。岡本能里子（2008）では新聞のスポーツ面の写真が分析され、「ビジュアル・グラマー」という観点で最近の研究動向が紹介されている。

³ 台湾で確認しやすい資料として、日本統治時代の台湾で出版されていた新聞『台湾日日新報』の紙面配置を見ると、1900年前後から、見出しおよび本文に加えて写真という基本的レイアウトが見られ、記事が1面から最終面までジャンルに分類されて配置されている。また新聞広告にもデザイン広告が見られるようになる。1930年代になると紙面配置は現在の紙面とほとんど同じである。新聞とメディアの発達に関しては大石裕・岩田温・藤田真文（2000）を参照。こうした点から見

が視覚とともにある言語表現によって構成されたテクストとして成立した歴史は19世紀に遡る⁴。ビジュアル要素の問題を近年に特徴的な現象として論じることは、メディアの特質、特にその中でも信頼性の点では未だに中心的地位を占めている新聞⁵の特質を見失うことになりかねない。

そこで、本論文では、改めて新聞紙面のビジュアル要素の構成を内容配置との関係から取り上げることにする。新聞の本紙は、一定の各紙面の上に毎日の各記事がその都度異なる分量、配置、デザインで配列されている。ここでは、こうした紙面の配列に関わるビジュアル要素を取り上げ、記事のジャンルとの関係を考察し、記事の配列のテクスト的特徴を捉えることとする。

ここでテクスト的特徴とは、新聞記事を記事として紙面で意味と意図を持った質的統一体⁶として機能させている諸特徴のうち、二つの

れば、ビジュアル要素が最近、顕著になった現象であるかのように見る泉子・K・マイナード（2008）9P、岡本能里子（2008）P26などの見方は、新聞、雑誌、図書などの活字媒体に関してはメディア・テクストの歴史的変遷を正しく捉えていないといえる。

⁴ 19世紀の初め、フランス革命などの時期にブルジョワジー市民のメディアとして普及発展した新聞は、文字ばかりではなく絵入り新聞として19世紀後半には大衆メディア化した。ビジュアル要素の重視はメディアの発展に不可欠だったものであり、決して20世紀後半に特徴的な現象とは言えない。メディアの歴史については有山輝雄・竹山昭子編（2004）を参照。さらに、ビジュアル要素としての挿し絵に関して言えば、18世紀の博物学の時代に、挿し絵入りの各種パンフレットが広く普及しており、18世紀半ばのフランス百科全書派の活動においては、大量の指し絵なくしては記述自体が成り立たなかつたと考えられる。百科全書派のテクストに関してはジャック・プルースト（1985）を参照。近代の成立とビジュアル要素のメディアでの役割は切り離すことができず、ビジュアル要素の考察は時代を広げて行う必要があると考えられる。

⁵ （財）新聞通信調査会（2009）のメディアに関する全国世論調査では、各メディアの情報への信頼性について、「NHKテレビ」74.0点、「新聞」72.0点、「民放テレビ」65.4点、ラジオ63.6点、インターネット58.0点、雑誌48.2点となり「NHKテレビ」と「新聞」が信頼されている結果が出た。その他の各種調査でも「新聞」の情報への信頼度は高い。

⁶ 時枝誠記（1950／1988）P18-23で、時枝誠記は分析によって見出される単位ではなく、「音声または文字による思想の表現」としての「完全な統一体」として語、文、文章をあげている。新聞の場合も、「思想の表現」として完全な統一体と考

側面から見た記事の特徴を指している。第一の側面は、伝達様式の一種としての記事の位置であり、第二の側面は、記事の伝達目標（フィールド）の一種としてのジャンルである。

前者は新聞という平面メディアの記事の配置による空間的伝達様式を代表するものであり、後者は記事の伝達目標である記事によって社会的に何を伝達するかという意味的内容を代表するものである。いずれも内容分析として、今まで取り出されてきた新聞報道記事のテクスト的特徴であるが、今回はビジュアル要素に関して伝達様式の一種としての記事の位置を中心にテクスト分析的視点から伝達様式と伝達目標の関係の問題として改めて取り上げてみたい。

そこで、今回は新聞の第1面に見られるビジュアル要素の全体についてまず取り上げ、ビジュアル要素として紙面を見た場合、各要素の配置にはどのような伝達目標・機能があるか考察する。続いて、新聞の第1面のビジュアル要素の中から写真を取り上げ、写真を持つ記事とジャンルとの関係について考察し、写真を記事に配置するテクスト的意味について述べる。

2. 記事紙面でのビジュアル要素の伝達様式

以下、まずビジュアル要素として新聞紙面を成り立たせている各種の伝達様式を取り上げ、各伝達様式と伝達目標との相互関係を見ていくこととする。

2.1 言説のモード

最初に新聞のビジュアル要素のテクスト的特徴として取り上げるのは、ハリデー（1991／1998）が定義しているような言説の伝達様式（モード）のことである。ハリデー（1991／1998）はモードの説明を以下

えられる。

⁷ マス・コミュニケーションの調査研究法にはさまざまな対象と手法があるが、内容に関する分析は内容分析と言われる。概要と手法については一例として、クラウス・クリッペンドルフ（1989／2006）、鈴木裕久・島崎哲彦（2006）VII内容分析を参照。

のように行っている。

談話のモード (mode of discourse) はどのような役割を言語が果たしているか、関与者がその状況において言語にどうなことを期待しているかを指す。つまり、テクストの記号上の組織、テクストが占めている地位、チャンネル（話されるのか書かれているのか、あるいはその二つの組合せなのか）を含むコンテクストにおいてテクストが果たしている機能、そして修辞学上の伝達様式、つまり説得的、説明的、教訓的というような範疇となってテクストによって達成されていることがらである⁸。

ハリデーは、以上の定義の中で伝達様式として「テクストの記号上の組織」、「テクストが占めている地位」、「チャンネルを含むコンテクストにおいてテクストが果たしている機能」、「修辞学上の伝達様式」の4つの側面を指摘している。以下、ハリデーの言説の伝達様式（モード）を新聞のビジュアル要素のテクスト的特徴を捉えるひとつの視点として、新聞紙面のテクスト分析を試みる。

2.2 ビジュアル要素としての新聞紙面という「テクストの記号上の組織」

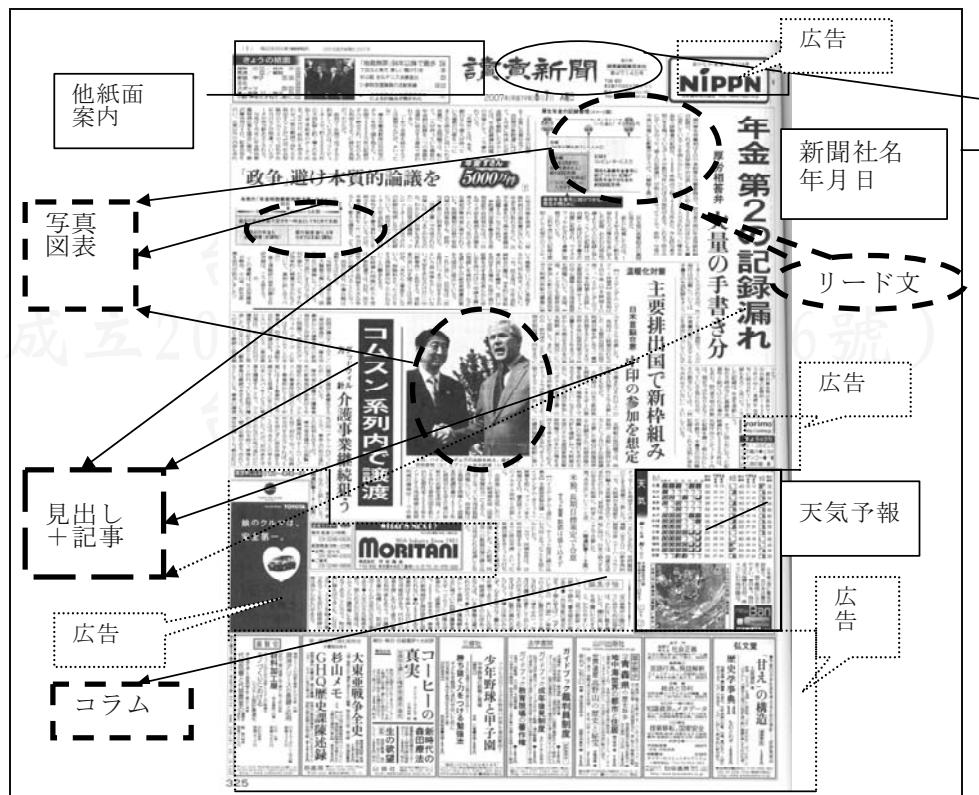
第1の、「テクストの記号上の組織」とは、本研究が対象にする新聞記事の場合は、まず記事が印刷された各紙面の構成全体のことである。今回は第1面を取り上げる。以下に例として、今回対象にした『読売新聞』(図1-1)、『朝日新聞』(図1-2)、『毎日新聞』(図1-3)の各第1面の構成を示す。

3紙とも、第1面の紙面構成は大きく3部分に分かれているが、伝達目標（内容）はほぼ同じである。まず、新聞社の紙面の案内に関連した部分があり、(1)新聞社名と発行年月日 (2)本紙の他面案内がこれに当たる。これを第1類（実線枠）とする。これらは、『読売』では上端に、『朝日』『毎日』では右端に置かれている。続いて、記事本文の部分で (3)天気予報 (4)見出し+記事本文 (5)コラムから

⁸ ハリデー (1991/1998) P20

なり、右上のトップ記事などにはリード文が、また、一部の記事には写真、図表が付けられている。これらを第2類（太点線枠）とする。最後は、広告で紙面の下端に当てられている点は各社共通であり、その他の左下、上端、右下などの位置に置かれている。これを第3類（細点線枠）とする。

図1-1『読売新聞』2007年6月7日朝刊（縮刷版掲載版）

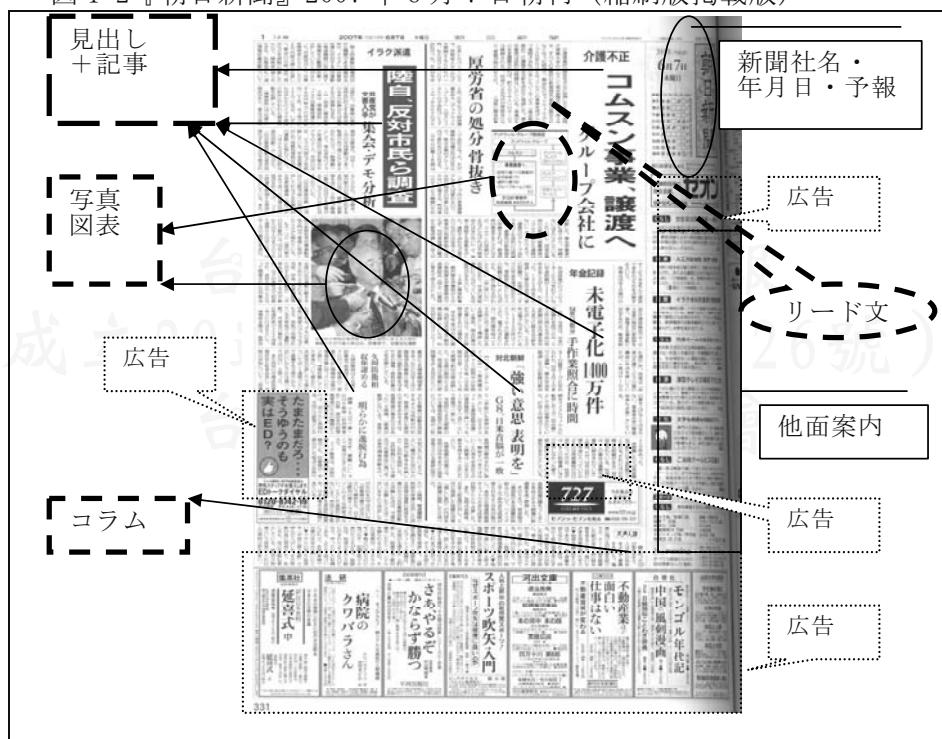


これは、日本の新聞を今まで読んできた読者にとっては当然すぎるほど当然のことであり、今更指摘するまでもない自明の事柄ではあるが、新聞記事のビジュアル要素というテクストの記号組織として改めて見直してみると、たとえば本文を広告と混同したりすることなく、これら3種類の相互に異なる伝達目標上の質の差異を持ったテクストを、相互に異なる伝達目標（内容）を持ったテクストとして区別しえ

るのは、形式上の徵表があるためと考えられる。

大事なのは、まず第1類から第3類の相互の位置関係であろう。第1類は、『読売』では上端、『朝日』『毎日』では右上・右端という、それぞれ四辺の上から右の端という端に配置されている。また、『朝日』『毎日』は上端にも社名と発行年月日を入れた欄がある。

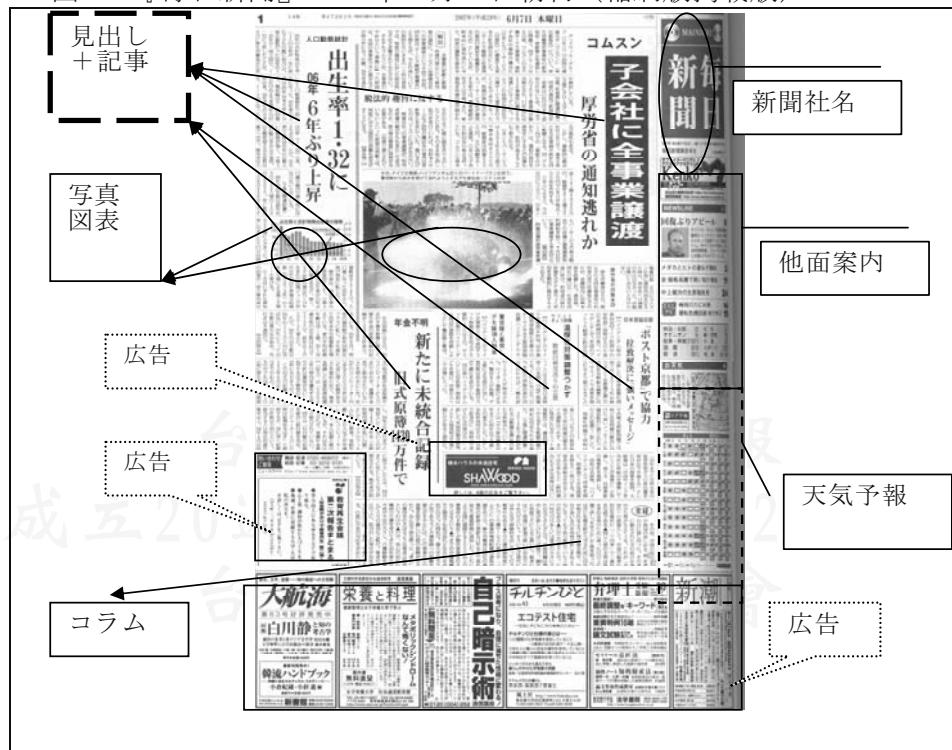
図1-2 『朝日新聞』2007年6月7日朝刊（縮刷版掲載版）



もう一つ大切なのは、(1) 新聞社名・日付と(2) 本紙の他面案内とがほぼ隣接して置かれているという点である。『朝日』では、(1) 新聞社名と(2) 本紙の他面案内の間に、小さい広告が挟まっているが、この広告は社名のみで下の段の社名とその他の情報が入った広告欄とは作りが異なっている。こうした位置に(1) 新聞社名と(2) 本紙の他面案内とをいわば一続きの欄として置くことは、他の第2類と第3類とのテクストの質を読者に伝える際に、相互に他を区別する

点で大きな役割を果たしていると思われる。

図1-3 『毎日新聞』2007年6月7日朝刊（縮刷版掲載版）



そして、端に位置すると言う点から見ると第3類がほぼ下に大きく位置することが各社の配置の共通点である。そして、これらと対照的に第2類はほぼ紙面の中央に、大きな面として配置されている。

また、第3類には様々な種類の大きさの活字で見出しと広告の本文が書かれているが、横書きであったり縦書きであったり、また活字の大きさが途中で変化したりして、各広告は一様ではない。それに対して、第2類には大活字の縦の見出しに、一定の文字数で段に区切られた本文、および写真やグラフなどが相互に隣接して右から左、上から下に配置されている。第2類の見出しには、横あるいは左隣りに補助見出しが伴うが、右縦の見出しが目立つ配置という点ではどの記事にも一定した規則性があり、見出しと本文の活字の大きさ、位置、デザイ

ンが一定していない広告とは異なっている。

以上、第1面の紙面のビジュアル要素のテクスト的特徴について整理してみると、以下の表1のようになる。

表1 第1面の紙面ビジュアル要素のテクスト的特徴

	第1類 (社名、日付、他 面紹介、天気予報 の社用欄)	第2類 (記事の見出 し・本文・付属要 素+コラム)	第3類 (広告類)
位置	右上端か上端で 固定	中央 記事の分量や内 容に応じて毎回 異なるが範囲は、 記事は中央、コラ ムは広告の上に 固定	下端は固定 紙面中に一部散 在
活字の大きさ	毎回一定で固定 されている	見出しにはその 都度大小が必ず 付けられる 本文の活字は一 定で固定	活字の大小、デザ イン活字かどうか は広告ごとに 異なる
デザイン	デザインが決ま っており一定で 固定されている	見出しの大きさ は変化があるが 位置関係は右→ 左、上→下で一定 本文の配置も一 定	ロゴを使うかどう か、縦書き横書 きか、などすべて 広告ごとに異なる
配置	社名、他面の紹 介、天気予報は一 定の位置で隣接 社名のみの小広 告が入る場合が ある	見出し、本文、付 属要素とともに中 央に右→左、上→ 下で鄰接して配 置 本文欄が途中で 跳ぶことがある が、右→左、上→ 下で続きを見付 けられる	広告ごとに右→ 左、上→下の順序 は異なる 広告文の途中で 活字の大きさが 変化する 隣接する広告相 互は無関係 紙面中に一部が 散在する
記号的特徴	反復性 類型性 規則性	一回性 秩序化 序列化	一回性 個別性 無秩序性

表1から分かるように、第1類のビジュアル要素は、社名のロゴや他面紹介などの要素で、常に一定で伝達目標と内容に変化がなく、位置、大小、デザイン、配置が固定されるという記号的特徴を持っている。これは、反復性と類型性と定義できる。また、日付、天気のように自然現象に関わったものは、その都度変化はあるが、日付の変化は

規則的で、気象も現在の観測水準では予想可能で法則性を持つ内容といえる。これらは規則性と特徴づけできよう。

一方、記事本文に関わる第2類は、毎日その内容が大きく変化し、掲載される記事のジャンルも多岐に渡る。その点では、流動的で無秩序とも言えるが、紙面配置には、活字の大きさ、デザイン、配置見出しに一定の規則性があり、右から左、上から下という一定の順序で、しかも一定の配置で配列されている。ニュースというその都度変化する内容でありながら、それを記述するビジュアル要素には強い枠組みが設けられており、その中に、その都度の流動的な事件や発表が流れ込まれると言ってもよい。第2類を構成する記号性は、こうした流動性を一定の形式に中に位置づける作業であり、その点で秩序化、序列化という作用で構成されていると考えられる。

最後の第3類は、それぞれの広告にそれぞれのビジュアル要素があり、バラバラで一定の形式や規則性がないと言う点に特徴が見られる。ここでは相互に非常に異なりと言う点が大切であり、活字の大きさ、デザイン、配置に共通性が見出しにくいことが、広告の広告らしさとなっている。その点で、個別性、無秩序性に記号的特徴があると言える。

以上、第1面のビジュアル要素のテクスト的特徴を整理してみると、浮かんでくるのは、第1類の「反復性」から第3類の「一回性」へという方向性と、第1類の「類型性」、「規則性」から第3類の「個別性」、「無秩序性」という方向性があり、それがほぼ上から下へという秩序で配置されているということである。

3. 新聞記事という「テクストが占めている地位」

ハリデー（1991／1998）が言説のモードとしてあげる第2の要素は「テクストが占めている地位」である。ハリデー（1991／1998）はラジオでの公開演説の例をあげて、テクストが占めている地位を「公的

行為（マスメディア）」としている⁹。新聞の場合も、「公的行為（マスメディア）」で、現在のメディア研究では他のメディアに比べて信頼できる情報源であると言わながら、その信頼性を搖るがす不祥事や「客観報道」への疑問など情報の信頼性の保証に対する疑義が生まれている、こうした両義性を持ったテクストである¹⁰。新聞のテクストが、こうした両義性を持つに至った一つの理由として、第2節で見たように、決まった位置に決まった種類のビジュアル要素がテクストとして決まったデザインで置かれることが、関係しているであろう。

新聞の紙面では、表1のような各ビジュアル要素のテクスト的特徴が、そこにおかれた文字テクストの質を読者に判断させ、それぞれ異なる伝達目標（内容）を実現させ機能させる際に大きな役割を果たしていると思われる。今までの、内容分析でも、記事の位置を上中下、右中左と9区分して、記事がどの位置に置かれるかによって、新聞社の重点あるいは意図を探る試みが行われてきた¹¹が、そこでは紙面のビジュアル要素の構成全体が問題にされていたわけではない。紙面の構成全体を見た場合、『読売』では上の欄が、また、『朝日』『毎日』では、上から右の辺が言わば社用の欄として確保され、それに対して、第3類の広告類は下端に、第2類の記事類は中央に必ず置かれているのである。こうした固定された区分は、果たして何を意味しているのであろうか。

泉子・K・メイナード（2008）は、静止したビジュアル記号へのアプローチにマルチモダリティ談話分析の手法を紹介して、広告分析を行う原理として「情報の価値（information value）、卓越性（salience）、フレーム（framing）が基本原理である」と述べている¹²。このうち「情

⁹ ハリデー（1991／1998）P23

¹⁰ 注1参照。メディア研究から社会言語学までメディアに関する研究は、いずれも基本的にメディアの信頼性の根拠とされている「客観性」に関して疑問を呈している。

¹¹ 内容分析での紙面での記事の位置に注目した例として洋二木村・チャーン・ハンナロン・英典板村（2006）参照。

¹² 泉子・K・メイナード（2008）P142

報の価値とは、情報がどのようなコミュニケーション上の付加価値を伴って提示されるかという意味で」、英語圏ではページの上は理想的情報、下には現実的情報が位置し、左側には既知の情報、右側には新情報が置かれるが、英語圏と日本語圏では左右は反対の可能性があると述べている¹³。

そこから見ると、日本の全国紙3紙の第1面では、『読売』は上側という理想を示す位置に社用欄を置いていることになり、理想（上）から現実（下）へ記事を配列したことになる。一方、『朝日』は右側に大きく社用欄を作り、また上側にも自社名を入れている。『毎日』も右側に社用欄を置き、上側に日付を入れている。『朝日』『毎日』の右側は言わば、既知の欄ということになり、『朝日』『毎日』は既知（右）から未知（左）へと記事を並べたことになるが、『朝日』の場合は同時に、理想（上）から現実（下）へというもう一つの軸が存在することになる。社名が日付同様に上または右に置かれる点も、そうした具体的な時に関して理想（上）から現実（下）へ、既知（右）から未知（左）へという操作を行ったことになる。

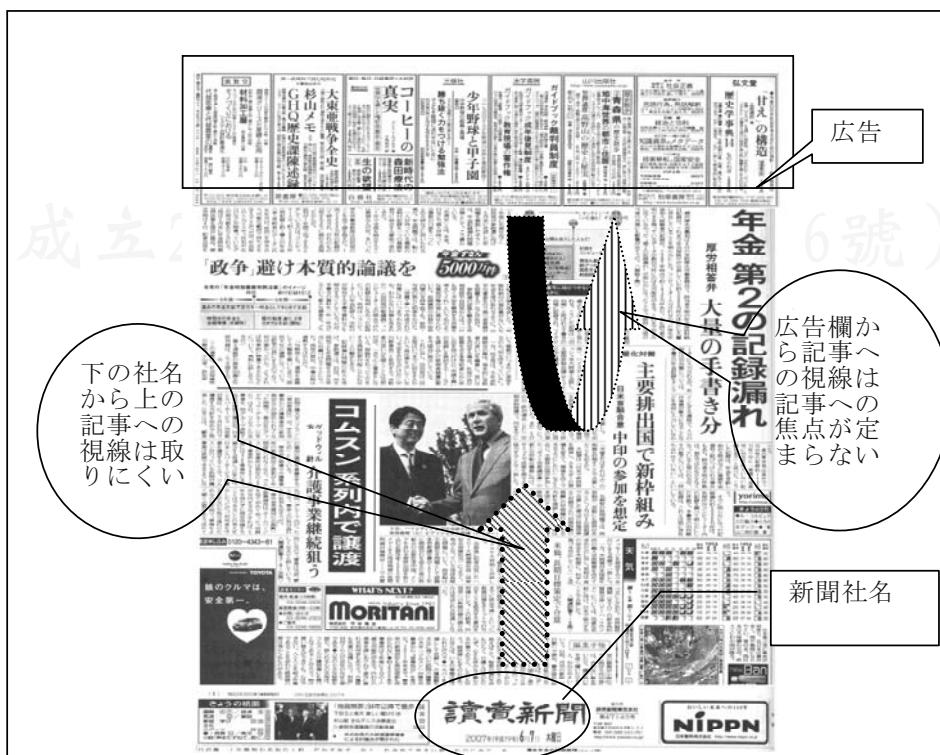
こうした欄の位置を相互に入れ替えてみると、確かに紙面の印象は随分異なったものになる。以下に『読売』の紙面の第1類を下に第3類を上にした合成図を示した。下から上に読むのは、非常に読みにくいことがわかる。泉子・K・メイナード（2008）は、広告の場合、位置は情報の重要度に関係が深く、中央に位置すればそれだけ中心的な情報を伝えることになる。また、視線に対して物・人物の位置が読者と同じ中央の位置の場合は同等の力関係だが、上では読者よりも力と権威があり、逆に下では読者の方に力があるとしている¹⁴。この点から言えば、上側の記事ほど大切で、中央は生活的な面、そして下面ほど読者が選択する余地のある情報ということになる。第3類の広告が、読者が選択できる対象としての下端に置かれたのは、確かに、それと

¹³ 泉子・K・メイナード（2008）P143

¹⁴ 泉子・K・メイナード（2008）P143-144

合致しており、入れ替えた図1-4に大きな違和感を覚えるのは、上側にあるのが広告だからというよりも、上側に複数のそうした権威者が並立する形になり、どれに従えばいいのか読者は判断が付かなくなり、逆に下は選べる対象であるはずなのに新聞社1社のみでまったく選択の余地がないという、空間配置の記号的意味に齟齬が生じるためとも考えられる。

図1-4『読売新聞』2007年6月7日 第1類と第3類を入れ替えた合成図



こうした配置の問題は、さらに多数の異なる文化圏で比較を行う必要があり解釈の余地は認められるが、世界の5大州にまたがる新聞771紙の1面を集めた NEWSEUM (2009) のデータを見ると、どの地域でも第1類、第2類、第3類の基本的な位置は言語の種類に関わらず、ほ

ぼ共通しているのが分かる¹⁵。

欧米を始めとする文字を何らかのアルファベットで横書きにしている国の新聞では社名の位置は、上端または上端の狭い広告欄の直下にあるか、あるいは左上端に社名その下に紙面案内が付いている。日本、台湾など文字を縦書きにする国では、社名と紙面案内は上端か右上端にある。どの地域でも新聞社名は日本と同じように特別な飾りをつけていたり、デザインされたりした一定のロゴになっている。

第2類はどの地域でも、やはり紙面の中央に広く位置している。横書きの場合は、上に見出し単独か、あるいは写真と一緒に見出しがあり、その下に一定の大きさの活字で欄に分けされた本文が配置されている。第3類は、一部は上端の社名のロゴの上に置かれるが、主な欄は左下か紙面の最下段で、記事本文の下にある。

このデータの範囲では新聞第1面の第1類、第2類、第3類の位置と配置が世界のどの地域でも共通性があることから、泉子・K・メイナード（2008）が指摘したように、広告の配置同様に新聞紙面の空間的配置には文化圏を超えて固定した、非常に強い記号的意味があり、それに従って、紙面中央に位置する記事が理想から現実へ、あるいは既知から未知へというような一定の方向で、それが他の類のテキストではない信頼性の高い「記事」として読まれるべきものという特権的意味を与えられて読者に読まれていることが、可能性として十分に考えられる。

記事の場合、大切なことは、社名を価値的な入り口（信頼できる情報としての理想から現実へ、既知から未知への入り口）として、記事が広告などとは異なったいわば社会の出来事を写した点で価値のあるニュースとして、ニュースおよび情報として信頼してよい情報として、

¹⁵ 調査したのは NEWSEUM http://www.newseum.org/todaysfrontpages/default.asp?tfp_show_sort=yes に収録された 2009 年 4 月 2 日の各国の第1面記事 771 紙である。横書き圏の社名のロゴは通常上にあるが、第3類の広告はロゴのすぐ上とすぐ下、または下端にある場合があり、広告の位置では日本の場合とは上部の扱いがやや異なっている。今後の比較課題としたい。

読者に受け入れられている構成が作られているということであろう。

表2 NEWSEUMの2009年4月2日の各国紙第1面の社名位置例

地域	アジア	ヨーロッパ
例		
地域	アフリカ	北アメリカ
例		
地域	南アメリカ	オセアニア
例		

第1類と第3類を入れ替えた図1-4のように、上の欄に多くの広告が並び下に社名がある形になると記事の信頼性を権威付ける入り口が複数あることになり、どれを選べばいいのか読者には適当な入り口が見当たらないことになり、記事はニュースとしての価値を与えられる根拠を失ってしまうように見える。新聞の地位と言える、現在でも信頼度が高いメディアとして機能している背景には、以上の空間的情

報配置から空間の記号的意味によって情報に価値を与えながら読者が情報を受け取っていることが大きく関係していると考えられる。

4. 新聞記事という「テクストが果たしている機能」

以上第2、3節で見たように、「公的行為（マスメディア）」として特別な地位を占める新聞というテクストが、その地位を確立するためには、紙面の各ビジュアル要素が位置、大きさ、デザイン、配置から空間の記号的意味によって情報に価値を与えながら、読者に情報の質の違いを受け取らせる特別な機能を持ったテクストであることが重要であると考えられる。この特別なテクストであることは、ハリデーの「言説の伝達様式（モード）」の第3の観点である「テクストが果たしている機能」と関連させてみるとよく分かる。

新聞の「公的行為（マスメディア）」としての社会的機能に関しては、本研究の対象ではなく、メディア研究においてすでに多くの研究がなされているので、その知見を紹介するにとどめる。大石裕・岩田温・藤田真文（2000）は、新聞のメディア機能として「速報性、詳報性、解説性」を持つ「報道機能」、「エディトリアル性、フォーラム性」を持つ「評論機能」、社会での基本知識を与え更新する「教育機能」、「娯楽素材提供、娯楽案内情報の提供」という「娯楽機能」、「全国的商品広告、地域的生活広告」に分かれる「広告機能」の5機能を示して、特に「報道機能」をメディアの中心機能としている¹⁶。そして、この「報道機能」には「出来事を人々に知らせ、それへの対応を促す」「環境監視機能」、あるニュースへの「人々の関心を高め、賛成、反対、無関心などの態度や意見の形成を促すことにより、世論を喚起し、形成」する「世論喚起・形成の機能」、ニュースにより人々が学習する「教育と社会化の機能」がある一方で、「ニュースによる社会化が、社会の支配的な価値に対抗する価値を抑圧したり、排除したりする」現象を「逆機能」と捉え、「虚報」「誤報」の発生やニュースの「娯楽」化の問題

¹⁶ 大石裕・岩田温・藤田真文（2000）P34-35

を指摘している¹⁷。

萩原滋編著（2001／2005）はライト（C. R. Wright）の説を紹介して、それぞれ社会、個人、特定集団、文化という対象に対する「環境監視活動」「構成要素間の関係付け（編集、解説、指示）」「社会的遺産の伝達（文化の伝承）」「娯楽の提供」の機能と逆機能を果たしているとしている。たとえば、社会に対する「環境監視活動」機能には「自然の脅威、攻撃、戦争などへの警告、平和主義的感情、経済や他の諸制度に不可欠なニュースの提供、社会的規範の強制、社会問題に対する地位付与、議題設定」があり、一方、逆機能として「よりよい」社会に関するニュースパニックを引き起こす危険性などの内政の安定への脅威、社会階層間での知識ギャップの拡大」があるとしている¹⁸。これらの多様な機能の中で萩原滋編著（2001／2005）はメディアの機能に頗る潜在的機能と潜在的機能を認め、潜在的機能が問題になるとして「議題設定機能」の潜在的効果、潜在的機能としてニュースの切り口で読者の認識に影響を与える「フレーミング効果」、インタビューや識者のコメントが読者に影響を与える「イグゼンプラー効果」、長期的にメディアに接して影響を受ける「培養効果」を挙げている¹⁹。

これらのメディア機能の成立に関して大切なことは、こうした機能がいずれも新聞テクストが告げる内容、情報の信頼性の上に成り立っているということ、つまりニュースに代表される「報道」が現実の社会を映しているか、あるいは正しく反映しているという暗黙の前提の上に立って、そのニュース・テクストを承認しているところに成り立っていることであろう。そして、その新聞の「報道」が現実の社会を映し、正しく反映しているという暗黙の前提を支えているのが、第2、3節で見た新聞のビジュアル要素のテクスト特徴ではないかと考えられるのである。他のジャンルとはまったく異なる特別なビジュアル要素の布置によって新聞というジャンルは確立され、その布置の様

¹⁷ 大石裕・岩田温・藤田真文（2000）P36-41

¹⁸ 萩原滋編著（2001／2005）P174-175

¹⁹ 萩原滋編著（2001／2005）P178-193

式が記事の信頼性を高め、「報道」としてテクストを読ませていると言ってもよいであろう。

5. 新聞記事という「テクストの修辞学上の伝達様式」

以上、ハリデー（1991／1998）の「言説のモード」によって、新聞記事のテクスト的特徴を見てきた。新聞記事のテクストの組織は、「テクストの記号上の組織」として空間的配置によって記事に空間上の記号的な価値付けを行って信頼性を与えており、その価値付けられた信頼性が「テクストが占めている地位」において新聞記事のテクストが占めている地位を他と異なる特別なものにしていると考えられる。それによって新聞記事は、各種の「テクストが果たしている機能」を果たす、特別な地位にあるテクストとしての社会的に独自な機能を担っていると考えられる。

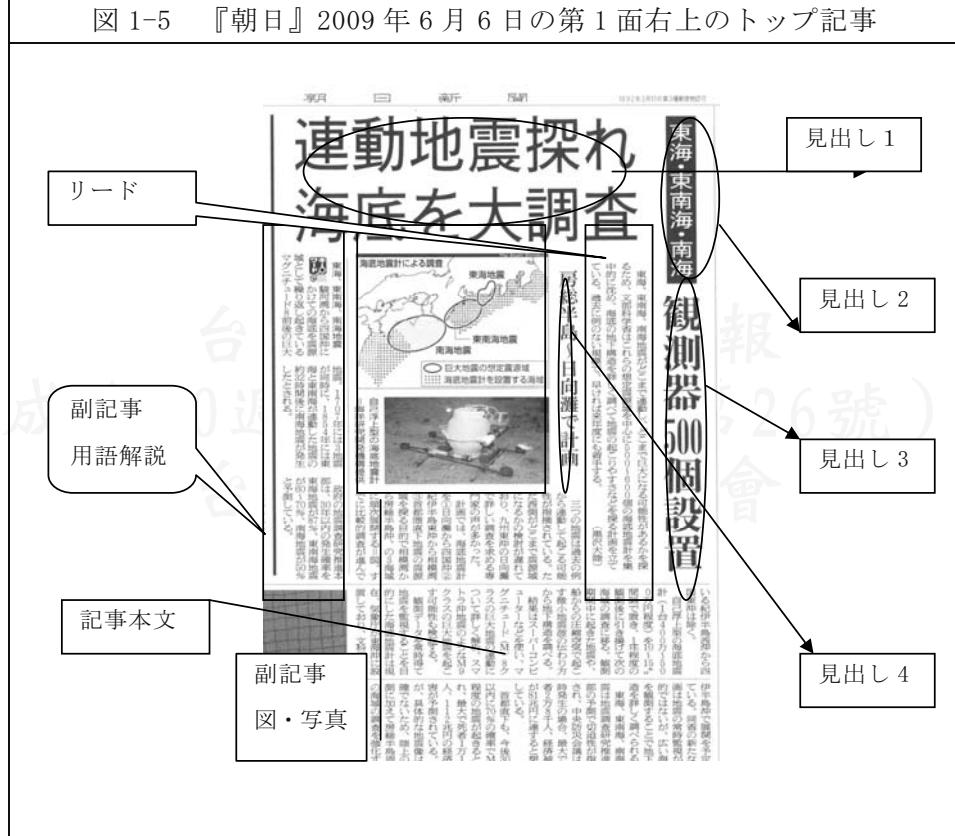
最後に、新聞記事というテクストがどのような具体的表現において伝達目的（内容）を実現しているかであるが、それはハリデー（1991／1998）の言う「修辞学上の伝達様式」に拠ると言える。紙数も尽きたので、すべてのビジュアル要素が含まれた第1面のトップ記事を例にして、ビジュアル要素の面から「修辞学上の伝達様式」のアウトラインを見ておきたい。

新聞記事の「修辞学上の伝達様式」には、以下、図1-5に示したような主な情報を伝える見出し、リード、本文という記事の言語的基本構成に加え、写真、図表という純粋なビジュアル要素、またその記事の他に関連した記事を伴うかどうかという関連記事との関係が含まれる。伝達目的（内容）で主要な役割を果たしている見出し、リード、本文という記事の言語的基本構成を主要素とすると、関連するその他要素の全体は副要素と言える。

主要素と副要素に分けたとき、第1面の記事には、まず図1-5のように丸囲いで示した横書きで大活字の「見出し1」→縦書き白抜き小活字の「見出し2」→縦書き中活字の「見出し3」という、上端から右端にかけて配置された一連の「見出し」に対して、すべて一定の大きさ

さの活字でベタに配字された記事本文が見出しの下と左の内側に位置する。見出しあは上端から右端にあって、記事本文を囲んでいる。横見出しあはない場合もあるが、トップ記事のように、大きなニュースとして扱う場合には、横見出しが現れる。

図1-5 『朝日』2009年6月6日の第1面右上のトップ記事



通常の記事では、縦見出しだけが、活字の大きさや白抜きなどのデザインを変えて使われる。先の第3節で見たように、上端が権威を意味し、右端が既知を意味するとすれば、「見出し」には、横（特異、重要）→縦（日常、既知）という記号的特徴があると考えられ、また活字の使い方に関しても大・デザインあり（重要）→小・通常（卑近）という記号的特徴が見られる。

次に、「リード・本文」であるが、これは「見出し」との上下左右関係で見れば、常に「見出し」→「リード・本文」であり、一定である。上下で言えば、「見出し」は上で権威となり「リード・本文」は日常的で読者が操作し得る内容である。また左右で言えば既知の「見出し」を通じて「リード・本文」の未知の内容が伝達されるという記号的特徴があると言える。「リード・本文」の配置は、「リード」は常に「本文」の右にあり、段に区切らず縦書きで一段落が同じ大きさの活字でベタに配置されている。一方、「本文」は、同じ大きさの活字により一定の文字数で段に区切りを入れ、日本語では複数の段を順番に右から左へ、上から下へと読んでいく。「リード」と「本文」にも、既知から未知という記号的特徴があると考えられ、「本文」が複数の段に区切られているのも右から左へ（既知から未知へ）、上から下へ（権威から日常へ）という価値付けの記号的特徴を応用していると考えられる。新聞の言語的基本構成のビジュアル要素は、小説や評論などの図書のビジュアル要素とは明らかに構成が異なっており、空間の記号的特徴が複雑に組み合わされて用いられていると考えられる。

最後に、写真、グラフ、解説などのその他の副要素であるが、これらは付く場合も付かない場合もあり、その点で主要素と固定された関係にはない。そこで、副要素の代表としての写真を取り上げ、以下の表3に各紙10日分の朝刊第1面での位置を示した。

第1面での写真使用は、10日間で各社11～14枚でほぼ一定であり、また各社に共通して用いられる場所はトップ欄と中央欄で、残りの部位は社によって使用は一定ではない。特徴的なのは、トップ欄の写真が記事に関係した場面、人物をスナップ写真で提示しているのに対して、中央欄の写真は、写真が主の写真特集であり、記事はその説明として短く付けられている場合が多いということである。トップ欄の写真が記事のイメージ化を助け、記事の印象を何らかの方向に強化していると考えられるのに対して、中央欄は写真そのものが出来事を知らせ、記事はその写真に写された場面が何であるかを説明している。さらに、同じ出来事を扱うトップ欄のニュースでも各社の付けた写真は

違っている場合が多い。たとえば10月16日の北朝鮮制裁決議で『読売』、『毎日』は国連安保理事会場全景を掲載したが、『朝日』は一部の議席だけを拡大して中程度の大きさで出している。また『読売』『毎日』は同じ出典の写真を使っているが、『読売』は中程度に長方形に、『毎日』は大きく正方形に配版している。

表3 各社第1面の写真の使用一覧

位置	読売朝刊	朝日朝刊	毎日朝刊
トップ欄・右上	①1015 記事左下(北朝鮮制裁決議・大島大使の立像) L／横 ②1016 横見出し下(北朝鮮制裁決議・国連安保理事会場全景) L／縦 ③1019 記事左上(記者会見へ向かう前麻生総理・後ライス長官) L／横 ④1020 記事上(中国特使と金総書記の会談) L／縦 ⑤1023 横見出し下(当選を祝う亀井氏) ⑥1024 横見出し下(逮捕で家を出る佐藤前知事)	①1015 記事左上(学習塾の競争激化、塾で勉強する子供) M／横 ②1016 横見出し下(北朝鮮制裁決議・国連安保理事会場議席) M／横 ③1020 記事上(中国特使と金総書記の記念撮影) M／縦 ④1021 記事左上(胡総書記とライス長官の握手) L／横 ⑤1024 横見出し下・記事左(逮捕で家を出る佐藤前知事) L／縦	①1016 横見出し下(北朝鮮制裁決議・国連安保理事会場全景) L／縦 ②1019 記事左下(握手する右麻生総理・左ライス長官) L／縦 ③1020 記事上(中国特使と金総書記の会談) L／縦 ④1021 記事左下(中国特使と金総書記の2人の記念撮影) M／縦 ⑤1023 記事上。左下(当選を祝う亀井氏、原田氏) L、M／縦 ⑥1024 横見出し下(逮捕車中の佐藤前知事横顔) L L／横
中央欄・写真特集	⑨1017 説明右(韓国の退避訓練風景) L／縦 ⑩1018 説明上(ローマの地下鉄事故現場) L／横 ⑪1021 説明上(日光の紅葉) L／縦 ⑫1022 説明上(中越地震の慰靈公園) L／横 ⑬1024 説明下(中越地震の慰靈祭) L／横	⑧1017 説明上(立山の紅葉) L／横 ⑨1018 説明・記事上(ローマの地下鉄事故現場) L／横 ⑩1019 記事上(記者会見する前麻生総理、奥ライス長官) L／横 ⑪1023 記事上(中越地震慰靈をする健太君) L／NA	⑧1015 説明左(奥日光の紅葉) L／NA ⑨1018 記事左(ローマの地下鉄事故現場) L／横 ⑩1021 記事下(谷川岳の紅葉) L／NA ⑪1022 説明下(中越地震の仮設住宅) L／NA
左上	⑦1020 記事左下(ディープインパクトの薬物疑惑・走る写真) M／横	NA	⑦1017 記事上(北朝鮮の鉄条網・韓国の退避訓練) L・M／縦
左中	⑧1020 記事右(本間税調会長就任・顔写真) S／縦	⑥1020 記事左(ディープインパクトの薬物疑惑・顔写真) S／NA	NA

		⑦1022 説明右(中越地震 2年墓参りの家族) L／ 縦	
左 下	NA	NA	⑫1015 記事中(新種蘭 発見) S／NA ⑬1016 記事上(中川会 長核保有議論・顔写真) S／横
右 下	NA	NA	⑭1024 横見出し下(中 越地震の慰靈の灯火) M／横

(注1) 記事はいずれも 2006年10月15日～24日の朝刊第1面。

(注2) 副要素の内、グラフ、地図、表、また天気予報図、他面案内の社用欄、広告での写
真類、図案は、除いて、記事本文の写真だけを取り上げた。

(注3) 表の内容は通番、写真の位置(写真の内容)大きさ／説明の縦横書きと有無、NA
は存在しない

こうしてみるとトップ記事の写真で何をどう伝達しようとするかは
記事の内容と関連があり、各社の記事の伝達目的に応じて位置やデザ
インで細かく表現し分けられていると考えられる。「修辞学上の伝達様
式」で写真が大きな価値を持つビジュアル要素として用いられている
方法は、泉子・K・メイナー(2008)のような上下左右あるいは理想
現実の価値、岡本能里子(2008)の各種のビジュアル・グラマー以外
にも、多岐に渡ると考えられる。紙数も尽きたので、「テクストの修辞
学上の伝達様式」については、今後資料を増やし、稿を改めて取り上
げることにする。

6. おわりに

以上、ハリデー(1991/1998)が定義しているような「言説の伝達
様式(モード)」を手掛かりに、新聞第1面のビジュアル要素の紙面全
体での構成を素描してきた。この考察から、新聞の紙面構成に見られ
る第1類「社用」、第二類「本文」、第三類「広告」という三つの主要
部分は世界に共通する上下左右の記号的特徴に支えられており、それ
がテクストの主要素としての「見出し、リード、本文」と副要素の写
真などの位置、配置、価値を決め、それによって報道という目的にそ
った内容が読者に伝達されていると考えられる。その意味で、新聞紙

面は古典的ながら強力な各種の記号的特徴に支えられた、いわば「体制的（権力的）」テクストと考えられ、それが記事の信頼性を特に問題とする価値判断を読者に求めるという伝達目的を支えていると見られる。今後、資料を定量的に調査し、ビジュアル要素の伝達のモードについてさらに考察していきたい。

参考文献

- 有山輝雄・竹山昭子編（2004）『メディア史を学ぶ人のために』世界思想社
大石裕・岩田温・藤田真文（2000）『現代ニュース論』有斐閣
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・行野谷みゆき編
『メディアとことば3社会を構築することば』ひつじ書房
木村洋二・ハンナロン・チャーン・板村英典（2006）「日本の4大新聞における皇室報道の比較研究：皇太子さまの「人格否定」発言を事例として」『関西大学社会学部紀要』37(3)P55-106
クラウス・クリッペンドルフ／三上俊治；椎野信雄；橋元良明訳（1989／2006）『メッセージ分析の技法—「内容分析」への招待』勁草書房
(財)新聞通信調査会（2009）「2008年メディアに関する全国世論調査」
[http://www.chosakai.gr.jp/notification/pdf/report.pdf]
鈴木裕久・島崎哲彦（2006）『新版・マス・コミュニケーションの調査研究法』創風社
鶴木眞編著（1999）『客観報道—もう一つのジャーナリズム論』成文堂
時枝誠記（1950／1988）『日本文法口語篇』岩波書店 P23
野呂香代子・山下仁編著（2001）『「正しさ」への問い合わせ—批判的社会言語学の試みー』三元社
萩原滋編著（2001／2005）『変容するメディアとニュース報道—テレビニュースの社会心理学』丸善
萩原滋・国広陽子編（2004）『テレビと外国イメージ』勁草書房
萩原滋編（2007）『テレビニュースの世界像』頸草書房
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
ハリデー・M. A. K. ハッサン・R.／寛壽雄訳（1991／1998）『機能文法のすすめ』大修館書店
ジャック・ブルースト（1985）『フランス百科全書絵引』平凡社
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ー』くろしお出版