

英文記事における“nut graph”の役割と意義について

谷川 幹

1. はじめに

英文ジャーナリズムでは記事本文を構成する要素としてnut graph(以下NG)と呼ばれる段落がある。NGは通常フィーチャー記事のリード(第1パラグラフ)の後の第2から第4パラグラフ辺りに位置づけられ、記事の内容を要約的に説明する役割を持っている。

NGはフィーチャー記事の作成・編集にあたる記者・編集者の専門用語であり、特にアメリカンジャーナリズムにおいて編集の現場やジャーナリスト教育において広く用いられていることは概念である。

本稿では米紙などの様々な事例を引きながらNGの役割や形態について解説すると共に、定量的な手法によりNGがフィーチャー記事の中で出現する割合や段落の位置について数量的な検証を試みる。

英文ジャーナリストたちは日々の編集作業の中で記事の部位を指し示す概念道具のひとつとしてNGを機能させており、記事を構成する基本的要素として最も重要視している部位のひとつである。逸話などで始まるフィーチャー記事にはNGがあるべきとする編集者もあり、NGの役割や記事における位置づけを知ることはニュース言語の研究や時事英語教育などに関連して意義があると思われる。

フィーチャー記事におけるNGの広範な存在が確認できるのであれば、リード(冒頭パラグラフ)は記事を要約する役割がある、とするこれまでのリードのテキスト上の役割に関する理解の仕方に何らかの修正又は付帯的な説明を迫ることにもなる。

記事を要約的に解説する段落があることを知ることは時事英語の学習者にとっては記事の全体像の理解に役に立つと思われ、NGの存在や内容を理解・確認しながら英文記事の読解を進めるといった教授法がありうると思われる。

以下の3つの事柄を明らかにすることを目的として、論考を進めたい。

谷川 幹

- i 英文記事におけるNGの役割と形態について明らかにする。
- ii 米紙を例に取り、フィーチャー記事においてNGはどれぐらいの割合で記事に含まれているかを定量的な方法によって分析し、英文記事におけるNGの広範な存在を明らかにする。
- iii NGの広範な存在がテキスト論上示唆することについて考察する。更にNGの広範な存在が確認されることの派生的な意義としてNGが時事英語教育上示唆することについて予備的な考察を行う。

尚、日本の日刊新聞のフィーチャー記事においてもnut graphと同じような機能・性質を担った段落が見られることがあるが、それを指し示す用語・概念は存在しないようである。今後日本語を含めてジャーナリズムの文体研究においてNGを概念的・理論的に研究する領域が設定される可能性を秘めるものとしても本稿の研究の意義があるものと考えている。

*NGは主としてアメリカンジャーナリズムにおいて使われるようになった概念・用語であり、NGに関する言及や解説の殆どは米ジャーナリズムにおけるものである。本稿では特に断りが無い限り「記事」や「フィーチャー記事」などの言及はアメリカンジャーナリズムにおけるそれを指すこととする。

2. nut graphとは何か¹

日本でも英語圏の国々でも新聞記事は一般的に記事の趣旨を要約する内容で始まると理解されている。しかし、アメリカンジャーナリズムにおけるフィーチャー記事では、冒頭部分（リード）が記事の要約ではなく逸話や状況描写で始まる形態のものが数多く存在する。その場合、代わりに記事の要約の役割を担うものとして、リードの次にnut graph (NG) と呼ばれる段落が置かれることが多い。

NGは一般にプロの英文記者・編集者の間で使用されている専門的な用語でWebsterや各種英語辞典でエントリーは見られない。一方でWikipediaやUrban Dictionaryなどスラングや特殊用語も紹介する傾向があるオンライン

¹nut graphの言葉の由来は、nutは英語で「木の実」の意味から、物事の「中心」や「核」を指して使われる言葉で、graphはparagraphの略である。

辞書の中にはNGについて記載をしているものがある。また、実践的ジャーナリズム教育を行っている米国の大学や専門大学院などで開講されているnews writingの授業の為に作成されたテキストや教科書の中に、NGについての詳細な説明や定義をみつけることができる。これらの資料から取り出した4つのNGの定義を以下参照する。

定義① 米語のスラングやjargonを紹介するオンライン辞書、Urban Dictionaryでは簡潔かつ明瞭にNGを定義づけていると思われる。以下、同オンライン辞書から取り出したnut graphの定義である。²（イタリック体の文は例文として言葉の定義と共に記されたもの）

“In journalism, the nut graph is the paragraph that expresses the main idea of the story or article, shortly after the lead.”

You buried your nut graph in the middle of your story.

定義② 米大学のジャーナリズムの授業で広くテキストとして用いられているNews Writing&Reporting (Itule&Anderson) はNGを次のように解説している。³

After two or three paragraphs of narrative, it is time to use a **“so what” paragraph**, telling readers precisely what the story is about. The common name for the explanatory paragraph that follows the introductory narrative is nut graph. This paragraph explains the significance of a story or gives its news peg, which links the story to previously reported news. The nut graph should be high in the story—the third, fourth, or fifth paragraph. (同p.115, 引用符と太字は原文のまま)

² Retrieved August 14, 2008,

<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Nut+graph>

³ Itule, Bruce D. and Anderson, Douglas A. (2008). *News Writing & Reporting for Today's Media* (7th ed.) New York: McGraw-Hill. p.115, pp.137-138

Then the **news peg** or the significance of the story is provided in the third or fourth paragraph, the **nut graph**. Because it explains the reason the story is being written, the nut graph--also called the “so what” graph--is a vital paragraph in every feature. The nut graph should be high in the story. Do not make readers wait until the 10th or 11th paragraph before telling them what the story is about. (同pp.137-138, 引用符と太字は原文のまま)

定義③ アメリカで報道記者の為に様々な情報やリソース（資源）を提供するPoynter online（www.poynter.org 民間のジャーナリズムスクールであるPoynter Instituteが運営するウェブサイト）ではNGは次のように解説されている。⁴

The nut graf⁵ tells the reader what the writer is up to; it delivers a promise of the story's content and message. It's called the nut graf because, like a nut, it contains the “kernel”, or essential theme, of the story. At The Philadelphia Inquirer, reporters and editors called it the “You may have wondered why we invited you to this party?” section.

- ・The nut graf has several purposes:
- ・It justifies the story by telling readers why they should care.
- ・It provides a transition from the lead and explains the lead and its connection to the rest of the story.
- ・It often tells readers why the story is timely.
- ・It often includes supporting material that helps readers see why the story is important.

⁴ Retrieved August 26, 2008. <http://www.poynter.org/column.asp?id=52&aid=34457>
尚、当解説の作者であるChristopher Scanlanは自著、Christopher Scanlan (2000) *Reporting and Writing Basics for the 21st Century* Orlando: Hartcourt College Publishers.で同内容の記載をしている。pp.160-161参照。

⁵ 英文編集者の間ではgraphをgrafと綴ることがある。

定義④ オンライン辞書のWikipedia (English) ではnut graphは次のように解説されている。

In journalism, a nut graph is a paragraph, particularly in a feature story, that explains the news value of the story. [1] The term is also spelled as nut graf, nut 'graph, nut graph, nut graf. It is a contraction of the expression nutshell paragraph, i.e., “in a nutshell” paragraph, dated at least to the 19th century. [2] Sometimes the expression nut paragraph is also used. In most news stories, the news style of writing is used, and the essential facts of a story are included in the lede (or lead), the first sentence or two of the story. For example, a story about crime statistics written in news style might start out with a lede like: “Violent crime is down in Anytown but shoplifting is soaring, according to statistics released by the Anytown Police Department Tuesday.” Good ledes try to answer who, what, when, where, why and how as quickly as possible.

However, in feature stories, or in news written in a feature style, the story will often begin in a more narrative manner. For instance, if a story on crime statistics were written in feature style rather than news style, the first few paragraphs might start by introducing a local business owner who was affected by the boom in shoplifting. The nut graf, which often will start in the third or fourth paragraph, will explain what the story is about, including much but rarely all of the information that would have been contained in a lede, so as to keep the reader interested.⁶ (下線部は筆者)

上記 (Wikipedia) の解説ではNGは主としてフィーチャー記事で使用されるものであるとしている。NGはなぜニュース記事ではなく、フィーチャー記事で多用されるのかの論理を述べているのが下線部の個所である。後の2節2項でも解説するように、NGは記事のリードが記事内容の要約ではな

⁶ Retrieved August 31, 2008. http://en.wikipedia.org/wiki/Nut_graph

谷川 幹

く逸話 (anecdote) 等の形態を取っている場合に用いられるが、逸話的なリードで始まる記事はフィーチャー記事に特徴的なものである。NGはニュース記事ではなくフィーチャー記事において出現することが多いのは、そのためである。⁷

以上の4つのNGの定義の要点を日本語で簡潔に言い換えるならば、次のように言うことができよう。

「NGとは、逸話的（その他要約型ではない）リードで始まるフィーチャー記事の通常2つ目から4つ目の段落に位置づけられ、記事の概要を説明し、読者に記事を読む意義を知らしめる役割を担ったパラグラフである。」

2.1 nut graph : 3つの事例

NGの具体的な例を以下3つ示すことにする。それぞれ下線で示した個所がNGに該当する個所である。

例①

South Koreans rethink preference for boys – International Herald Tribune, November 29, 2007

SEOUL: When Park He Ran was a young mother, other women would approach her to ask what her secret was. Park had had three boys in a row, in an era when every South Korean mother considered it her paramount duty to bear a son. Park gets a different reaction today.

“When I tell people I have three sons and no daughter, they say they are sorry for my misfortune,” said Park, 61, a newspaper executive. “Within a generation, I have turned from the luckiest woman possible to a pitiful mother.”

⁷ フィーチャー記事において記事内容を単純に要約するリードではなく、逸話等の読者惹きつけの技巧を凝らしたリードが多用されるようになった背景については拙稿 谷川幹 (2008) 「英文記事のリードに見られる『誇張表現』について」『時事英語学研究』第47号、pp.17-34を参照されたい。

In South Korea, once one of Asia's most rigidly patriarchal societies, a centuries-old preference for baby boys over baby girls is fast receding. Demographers have welcomed the shift, which they say holds promise for other Asian countries, like China, India and Vietnam. There a continuing preference for boys, coupled with access to ultrasound technology, has led to the widespread practice of aborting female fetuses, resulting in a large imbalance between boys and girls.

“China and India are closely studying South Korea as a trendsetter in Asia,” said Chung Woo Jin, a professor at Yonsei University in Seoul. “They are curious whether the same social and economic changes can occur in their countries as fast as they did in South Korea’s relatively small and densely populated society.”

当記事は韓国では近年男子よりも女子の誕生が好まれている新しい社会傾向を紹介したフィーチャー記事である。冒頭の“When Park He Ran was a young mother, …”から第2パラグラフの終わりまでが逸話(anecdote)の部分である。Park He Ranは記事の中心的主題に合致した典型的な事例である。次いで第3パラグラフでNGが登場する。同パラグラフの冒頭の“In South Korea, once one of Asia’s most rigidly patriarchal societies, a centuries-old preference for baby boys over baby girls is fast receding.”はこの記事の主題を文字通りに提示しており、記事冒頭の逸話的事例の記事が主題とする広いテーマと接続させることで読者をメインテーマ(=近年男子よりも女子の誕生が好まれている新しい社会傾向)に誘い込んでいる。⁸

例②

Giving Japan’s tourism a lift—Niseko holiday resort attracts Australians; getting ready for G-8 - The Wall Street Journal Asia, June 8,

⁸ 要約ではなく逸話で記事を開始することの効用は読者を惹き付けドラマチックにストーリーを展開することにある。逸話で記事を開始することは、映画や小説の冒頭で使われる技法と類似しており、臨場感のある状況描写などを提示して読み手がまるでそのドラマの現場に居合わせたかのような気持ちにさせる効果があると思われる。尚、英文フィーチャー記事に特徴的なリードの形態については谷川幹(2008)を参照。

2008

HIRAFU, Japan – Simon Robinson punctuated a Japanese ski holiday five years ago by taking photographs of land plots in this town in the rural north. The Canberra, Australia, native bought one of them and then built some vacation condominiums on it.

Today, he runs a \$43 million-a-year real-estate business here. His houses and condominium blocks are dotted around the main town. Others have been building too, as tens of thousands of Australian snow lovers have flocked to Hirafu, turning it into a flourishing ski town in Japan's large northern island of Hokkaido. It is dotted with bars, restaurants and live music venues – a contrast to many other Japanese winter resorts, where people often eat in their hotel and go to bed early.

Niseko, as this resort area is commonly known, is flouting the accepted rules of how Japan works, and providing one idea for how to survive a future with an aging, declining population. Japan was long known as one of the world's most expensive countries, so tourists stayed away. Most Japanese didn't sell their land, making it hard for foreign businesses to set up there. Japan's regions are mostly failing economically and losing population, and property prices are continuing a long slump.

当記事の主題は次のようなものである。北海道のニセコ町がスキーリゾートとして豪州人等のアジア・太平洋地域の外国人に人気となり、彼ら向けの別荘や長期滞在施設が建設されており、彼らが頻繁に訪問・滞在し、また街づくりに関わることで街が大いに繁栄している。この動きがこれまで考えられていた日本における地域の発展や機能の仕方の常識を覆している、というものである。

ニセコ町に移り住み、外国人向けの様々な開発事業を手がけている人物 Simon Robinson を逸話的に紹介するリードで記事が始まり、それを追う形で第3パラグラフにおいてNGが登場している。主題のうち「豪州人がどんどんニセコにやってくる」という流れについては一部第2パラグラフで言及されているが、この記事におけるNGは「ニセコ町はこれまで日本という国が機能すると思われていたのとは違う方法で機能している」の言及で始

まる第3パラグラフである。

第2パラグラフが第1パラグラフに続いて逸話の紹介をしているに過ぎないのに対して（逸話紹介の延長として「豪州人がどんどんニセコにやってきている」との言及がなされている）、第3パラグラフは、広いテーマを示し、記事の主たる意義を提示しようとする意図が明確である。表現上も、第3パラグラフの第1文ではNisekoを主語として、次に並列句を挿入した後に、強調的且つ誇張的な動詞flout（覆す）を置くことで、劇的な叙述に仕立て上げている。本記事の主役はNisekoであり、Nisekoを主役とした新たなうねりが誕生していることを表そうとする意図が明らかである。

2節のNGの各定義には明示されていないが、一般的にNGは記事の広いテーマを示す際に、高らかに宣言をするような強調的、誇張的或いは拡張的な英語表現を使うことが多いと思われる。事例①のNGでは“In South Korea,”「韓国では」や“fast receding”「急速に後退している」などの表現が事例②のNGと同様に、拡張的、宣言的なニュアンスを含んでいると言える。⁹

例③

An intellectual insider, forever on the outside – The New York Times, January 2, 2008

“I like this guy because he is excited,” Jack Kerouac wrote in his diary after an encounter with Alfred Kazin on the streets of New York in the late 1940s. “He stumbles about, chatting away, almost getting run over by trucks, eager, stuttering, proud, a little piqued at this world, which makes him cast furtive looks out of the corner of his eye.”

Kazin at the time was still in his 20s but already a rising literary star

⁹ NGの各定義にはNGで用いられる英語表現の特徴についての直接の言及は見当たらないが、“This paragraph explains the significance of a story”（定義②），“is a vital paragraph in every feature.”（定義②）“it delivers a promise of the story’s content and message.”（定義③）とあることから伺えるようにNGはその記事が重要かつ不可欠であることを伝えようとする（或いは「約束する」）ものであり、メッセージ性を持つという位置づけから、NGにおいては「強調的」「拡張的」又は「宣言的」なニュアンスを含んだ表現が多く出現すると考えられる。

with the publication of “On Native Grounds,” his pioneering study of the American realist novel. Hungry, ambitious and eager for fame (the political philosopher Sidney Hook would later recall him as “a starry-eyed opportunist”), he was more than a little piqued at the world. He would lose the stutter but continue to cast the furtive looks of an outsider for the rest of his life, as Richard Cook amply documents in “Alfred Kazin,” his even-tempered, judicious biography of this notoriously prickly critic.

Introverted and combative, Kazin, who died in 1998 at 83, presents a wealth of contradictions for Cook to put his arms around. He was a gregarious loner, attracted to the upper reaches of Manhattan’s literary society and, as an upstart from Brownsville, a poor Jewish neighborhood in Brooklyn, contemptuous of it as well.

上の事例は①と②の例とは形態の異なるNGである。当記事は批評家であった Alfred Kazin を題材とした本の書評である。記事は Kazin に纏わる逸話で始まるが、この記事が作家 Richard Cook による Kazin 物語の書評であることは第 2 パラグラフの最後のセンテンス（下線）で判明する。下線を引いた箇所が NG に相当するのは、本の作者 “Richard Cook” と “biography”（伝記）というカギとなる言葉が出現し、当記事の主題—すなわち Richard Cook が Alfred Kazin の伝記を著したこと—が明示されているからである。また、“amply documents” や “judicious biography” などの拡張的で弾んだ形容表現が使われていることもこの文が NG であることを示している。

記事の趣旨を伝えることと拡張的な表現が使われていることは①と②の事例と共通するが、当 NG には①と②にはない特徴がみられる。それは記事の趣旨を提示しているのがパラグラフの最初ではなく、パラグラフの終りのセンテンス、しかもそのセンテンスの後半部分であることである。従って厳密には同 NG は「パラグラフ」の形を取っていない。同 NG は内容から判断するに NG には違いはないが一種の変形であると理解すべきであろう。2 節 3 項でも触れるが、記者や編集者は NG を重要視している一方、NG 含めた記事の書き方が定型的になり過ぎることを避ける傾向があり、③のようなやや特異な NG の形態は文体に独創性を持たせる工夫の一種であろう。いずれにしても NG は①と②の例のようにパラグラフの冒頭で際立った形で展開されると

は限らず、当例のように語調や出現形式がやや抑え気味のNGも存在すると考えるべきであろう。^{10 11}

2.2 NGの構成要件について

NGの構成要件をそれぞれの性質に着目して区別するならば、次の3つを挙げることができよう

- i. 位置的要件：NGはリード（冒頭パラグラフ）の後に位置づけられる。
- ii. 機能的（又は補完）要件：リードが逸話的（anecdotal）または状況描写的（narrative）である場合（すなわち要約型ではない場合に）にそのようなリードを補完する形で出現する。また、NGは読者を本文にスムーズに誘導する役割を担っている。
- iii. 内容的要件
 - a. 記事の本題を要約的に示す。
 - b. 読者に記事を読む意義や価値を知らしめる。

それぞれの要件について以下2.2.1-2で若干の解説を加えたい。

2.2.1 NGの位置的要件と機能的（補完）要件について

2節のNGの定義ではいずれもNGは「リードの後に来る」としている。言い換えると、記事の冒頭に来るのであれば、NGとはいえないということになる。その理由は2つ目の要件（機能的 {又は補完} 要件）と密接に絡んでいる。2節1項の例②の解説で示したように、フィーチャー記事では記事の要約ではなく、逸話や情景描写、その他装飾的な表現で始まるがよくある。つまりその記事で紹介するトレンドを象徴するような事例や状況描写で記事を始め、そのようなリードを受けてNGが記事が主題とする広いテーマを示しながら記事本文に読者を導くという形で構成される。ここにおいて、「逸話的リード」—「NG」—「記事本文」は一体的な流れを形成している。このようなNGの記事テキストにおける機能的な側面（リードと記事本文をつなぎ合わせる機能）についてはNGの定義③の“It (NG) provides a

¹⁰ 当記事は本の紹介であり、①と②のような社会的なトレンドを紹介したものではない。従って、パラグラフの冒頭で高らかに宣言するようなものではなく、柔らかく且つ奥ゆかしい形態のNGが選択されたと考えられる。

¹¹ 実際、本稿3節の定量調査においても同様の形態のNGは相当数見つかった。

transition from the lead and explains the lead and its connection to the rest of the story.”との説明からも読み取ることができよう。

NGはリードとの関係においてはリードを補完する役割を持っている。フィーチャー記事の中には要約で始まるものも多くありあり、記事を要約で始めない形式の記事として逸話型のリードがあり、その場合にリードに続く段落で要約の役割を担うものとして（つまり補完的なものとして）NGが置かれる。その意味ではNGは単に「リードの後に置かれる」のみならず、リードと有機的な繋がりを持っていると言えよう。NGは記事本体への導入口でもあり、記事本体とも密接な繋がりがある。NGがleadとNGの間の“transition”となり、更に本文との“connection”になると定義③にあるのは正にこれを示していると言えよう。その意味では、NGはリードと本文をスムーズにつなぐ蝶番のような役割を持っていると言えよう。

NGが機能的要件を満たし、リードとそれに続くNG、更にNGと記事本体がそれぞれ有機的に結合する為には、記事の内容や文体がそれを適切に反映する形で構成されている必要があるということになる。

2.2.2 NGの内容的要件 (aとb) について

NGはそもそもの意味から、要約をする役割があることは明らかだが、オンライン辞書やジャーナリズムのテキストによるNGの定義のいくつかに共通するのはNGには記事の本題の意義を読み手に伝えるという役割が与えられているという点である。2節定義②では、“Then the news peg or the significance of the story is provided in the third or fourth paragraph, the **nut graph**. Because it explains the reason the story is being written…”とある。つまりNGは“news peg”を示し“explains the reason the story is being written”（記事が書かれた理由を説明している）のである。換言すれば、NGは読者が『なぜその記事を読むべきか』を説得する役割を持っているということになる。ジャーナリズムにおいては見出しやリード或いはキャプションにおいて、読み手を引き付ける言葉使いや内容を挿入するが、NGも同じような読み手引き付けの役割を担っているということになる。NGは“should be high in the story.”（定義②）とされていることもこれを支持していると考えられる。なぜならNGが記事の中程以後に出現するのであれば、「読者ひきつけ」の役割を果たしていないことになるからである。

2.3 nut graphは必要なパラグラフか——“no-train, no-gain”の対話サイトを題材に

フィーチャー記事においてNGは記事の構成上必ずなければならないのであろうか。論者によってはNGは必要であるとする立場がある。たとえば定義②においてはNGは“vital”であるとしている。

ジャーナリストの為の情報やリソースを提供する“no-train, no gain”というウェブサイトがあり、その中の対話サイトにおいて編集のプロフェッショナル達が自らの所属と氏名を名乗ってNGについて意見交換をしている。NGの書き方や存在意義に関して興味深い示唆を与えると思われる内容が盛り込まれているため、ここで同サイトを参照しながら分析を進めてみたい。¹²

当議論は、Pittsburgh Tribune-Review紙のJulie Cryser氏がNGの書き方を新人記者にどのように指導すればよいのかのアイデアを募るところから始まる。それに対して2人の回答者が方法論や参考になるテキストを提案している。それに対して3人目の回答者（Charleston GazetteのKate Long氏）は次のように指摘している。

I'm going to be a heretic and suggest that there doesn't always have to be a specific graph that is The Nut Graph. Seems to me, that rule can cause problems in narrative-style stories. The reporter does have to let the reader know why the story is written – high in the story – but the nut graph is only one way of doing so. Critical info can also be woven into the first few graphs. It needs to be there. But reporters have a choice of forms. When young reporters, in particular, get the idea that there MUST be a nut GRAPH, you can get what I call “flour in the brownie.” You're eating this nice brownie, and suddenly you hit a chunk of dry flour. Young reporter is trying to satisfy the editor who (reporter thinks) insists on the graph, so he/she sticks in a dense paragraph that breaks the flow of the story.

At a couple of papers I've visited, the whole staff was doing this. Like clockwork, the dry chunk would appear two or three graphs down.

¹² Retrieved August 31, 2008. <http://www.nostrain-nogain.org/list/nut.asp>

谷川 幹

When reporter is asked why, reporter sez “They make us do it.” I suggest teaching several ways a reporter can focus the top of the story. But the editors should be part of the session. (太字は原文のまま。)
Kate Long-Charleston Gazette

同氏はここでNGは必ずしもなくても良いものであり、むしろすべてのフィーチャー記事においてNGがひとつの形式要件のようなものになってしまうと、記事の形態や流れがクリエイティブなものでなくなってしまうと指摘している。その指摘には何人かのジャーナリストおよび編集者が賛同の意見を寄せている。ただ、Long氏は自身の意見の前置きとして “I’m going to be a heretic and suggest that” としている。“heretic” は「異端」の意味）これはNGは原則的にはあることが望ましいという一般認識が存在することを裏から示していると言えよう。ここでの議論を纏めると、次のように整理することができる。

「原理的にはNGは置かれるべきであるが、それをルール化するのは書き方の幅を狭め創造的な記事の創作を阻んでしまうため、望ましくない。従って、NGがないフィーチャー記事の文体も認められるべきである。」

ただ、上記の編集者達が原則あるべきとしているのはリード非要約型のフィーチャー記事（リードが要約ではなく、逸話や状況描写などで始まる記事）の場合を指していると思われる。次節でも示す通り、リード要約型のフィーチャー記事、つまり冒頭のリードが要約の形を取っているフィーチャー記事は多数ある（つまりNGは使われていない）。2節2項ではそもそもNGはリードが要約型ではない場合にその必要が発生するとした。従って、「フィーチャー記事にNGは必ずあるべきか」という議論は記事のリードが要約型でない場合の議論である。

3. 定量分析の試み

フィーチャー記事においてNGがどれぐらいの頻度で挿入されているかを数量的に把握する為に、二つの米紙（International Herald Tribune [IHT] と Wall Street Journal [WSJ]、各アジア版）を材料にして定量分析を試みた。

両紙を選んだ理由はいずれも日本でも発行されている為、紙面が入手しやすいことが挙げられる。個別にはIHT紙は政治、経済、社会問題などを幅広く報道する一般紙であり、アメリカの主要紙の一つであるニューヨークタイムズ紙の記事を多数掲載しながらも独自に取材・編集した記事やAP通信などの通信社配信の記事も掲載しており、一紙内に多様性を内包しているというメリットが考えられる。WSJ紙は経済紙でありながら、全米で最大規模の発行部数を持ち、アジアや欧州など世界中で流通しており、その影響力に鑑みても研究対象として申し分ないと思われる。尚、以下のIHT紙の調査は前掲の谷川幹（2008）における調査の枠組みと資料を転用している。NGの存在や位置については本稿2節の定義を元にして、筆者が認定した。

①調査対象メディア

International Herald Tribuneアジア版、Wall Street Journal紙アジア版

②新聞の日付と日数

IHT紙については2007年11月から2008年1月までの間の2週間（2007年11月24日～30日、2008年1月1日～7日、合計12日分¹³）を無作為抽出した。WSJ紙については、IHT紙用に抽出した2007年11月の同じ週（24～30日）の1週間分（23～30日）を調査対象とした。（WSJ紙は土曜日と日曜日が休刊の為、前週の金曜日 {23日} を含めた。）

③調査対象とした記事の種類

対象とした紙面に掲載された記事をニュース記事、オピニオン記事、フィーチャー記事に分類し、フィーチャー記事のみを対象とした。ニュース記事とフィーチャー記事の定義は以下の通りである。オピニオン記事はIHT紙、WSJ紙のいずれも、論説・オピニオン欄（新聞の中程の見開き2～3ページ）に集中している為、同欄を除外した。ニュース解説（news analysis）は前日の出来事を題材にしているが、一般にフィーチャー記事とみなされている為、フィーチャー記事に含めた。字数が500字以下且つby-line（記者の署名）がない小記事は除外した。¹⁴

ニュース記事の定義：記事の内容が「前日」の出来事を軸として展開するもの。但し、IHT紙、WSJ紙それぞれのアジア版の場合、米国発の記事が時

¹³ 同紙は日曜日は休刊

¹⁴ IHT紙においては “Formula One” や “Business of Green” などの非定期的特集紙面や2007年末まで掲載されていた “Business Asia by Bloomberg” の紙面も対象から外した。

谷川 幹

差の関係で翌々日にニュース記事として掲載されることがある。従って、その場合前々日の出来事が主軸になっていてもニュース記事の扱いとした。

フィーチャー記事の定義：前日の出来事や発表を軸として記事のストーリーが展開しているのではなく、前日以前の一定期間、通常は数週間から数ヶ月間のトレンドや流れの中で位置づけられる現象を題材としたもの。特定の人物や会社或いは国を焦点にした記事も含まれる。

—International Herald Tribune紙の調査結果—

表1 NGが含まれる記事数と比率

(PG2-PG8はそれぞれNGが出現するパラグラフの番号を表している。表の数字は記事の数を表している。)

日付は 2007年－ 2008年*	フィー チャー記事 総数	PG2	PG3	PG4	PG5	PG6	PG7	PG8	NG なし	NG 総数	NG含有 率(%) **
11月30日	25	4	4	0	1	0	0	0	6	9	36
11月29日	30	8	4	1	1	0	0	0	0	14	46.7
11月28日	21	12	6	0	0	0	0	0	1	18	85.7
11月27日	30	9	5	2	1	0	1	0	1	18	60
11月26日	26	10	4	1	2	0	0	0	1	17	65.4
11月25日	28	7	6	2	3	1	0	0	1	19	67.9
1月1日	18	5	2	1	1	0	1	1	1	11	61.1
1月2日	27	0	6	2	1	0	1	0	1	10	37
1月3日	29	5	4	2	1	0	0	0	3	12	41.4
1月4日	32	9	1	2	0	0	2	0	1	14	43.8
1月5日	27	11	1	2	1	1	0	0	3	16	59.3
1月7日	31	7	7	1	1	0	0	0	1	16	51.6
総数	324	87	50	16	13	2	5	1	20	174	53.7
NGがある記事の総数 (174)に占める割合(%)		50.0	28.7	9.2	7.5	1.1	2.9	0.6			

*11月分は2007年、1月分は2008年

**フィーチャー記事の中でNGが含まれる割合

表 2

フィーチャー記事の総数	324	全体に占める割合 (%)
NG が含まれる記事の総数	174	53.7
リード要約型の記事の総数	130	40.1
リード要約型ではないのに NG がない記事の総数	20	6.2
要約型でない記事において NG が含まれる率 (%)	89.7	

—Wall Street Journal 紙の調査結果—

表 3

日付は 2007年	フィー チャー記事 総数	NG2	NG3	NG4	NG5	NG6	NG なし	NG 総数	NG含有 率 (%) *
11月30日	16	2	2	1	1	0	0	6	37.5
11月29日	16	3	1	2	1	0	0	7	43.8
11月28日	18	7	1	0	0	0	0	8	44.4
11月27日	22	5	1	2	1	0	0	9	40.9
11月26日	21	4	0	1	0	0	0	5	23.8
11月23日	13	4	0	1	0	0	0	5	38.5
総数	106	25	5	7	3	0	0	40	37.7
NGがある記事の総数 (40) に占める割合 (%)		62.5	12.5	17.5	7.5	0.0			

*フィーチャー記事の中でNGが含まれる割合

表 4

フィーチャー記事の総数	106	全体に占める割合 (%)
NGがある記事の総数	40	37.7
要約型の記事の総数	66	62.3
要約型ではないのにNGが ない記事の総数	0	0

要約型でない記事において NGが含まれる確率 (%)	100
-------------------------------	-----

3.1 結果概要

IHT紙については、調査をした324本のフィーチャー記事のうち、53.7%の記事においてNGが見つかった。(表2) 残りの記事のうち、「リード要約型の記事」(すなわちリードが要約型なのでNGがないもの)は40.1%、さらに「リード要約型ではないのにNGがない」ものは6.2%であった。リードが非要約型の記事に限れば、NGの含有率は89.7%であった。

NGの位置に関しては、第2パラグラフに見つかったものが最も多く(50%)、ついで第3パラグラフ(28.7%)、第4パラグラフ(9.2%)と続いた。第2パラグラフから第4パラグラフの間に位置付けられたものが全体の87.9%であった。(表1)

WSJ紙については全体の37.7%の記事でNGが見つかっており、IHT紙同様にNGが広範に存在していることを示している。IHT紙よりも比率が少ない理由としては、経済紙である同紙はより専門的な内容をより専門的な情報を必要とする読者に伝える役割を持っていることが考えられる。その為同紙ではニュース記事の比率が高く、またフィーチャー記事においても、記事の冒頭でより簡潔に読者に記事の趣旨を伝える編集方針が採られていると推測される。これは同紙ではNGの位置が第2パラグラフに集中しており、第5パラグラフ以後には殆ど見られないことにも表れている。2節の定義④の解説で既に述べたこととやや重複するが、記事にNGが挿入されるのはリードが逸話等の装飾的な形態をとっている場合である。リードを装飾的にするのは、読者に対する訴求力を高める為であり、専門性の高い新聞媒体では、その必要性は低いと考えられる。NGがある場合に、その位置が低いほどリードの装飾性や訴求力が高まる一方、簡潔さや情報の伝達機能が低下すると思われる。

4. 考察

フィーチャー記事の総数を基にするとNGの含有率(IHT紙では約54%、WSJ紙は38%)は高いものの、大多数ではない。一方でNGが含まれる記事の割合をリードが要約型でない記事に限定するならば、IHT紙では約90%と

高い含有率を示している。(WSJ紙の場合は100%) 2節のNGの定義や3節の記者・編集者の議論において、「NGは原則的にはあるべき」という見解はリード非要約型の記事の場合を指していると考えられるので、約90%以上という含有率は「原則あるべき」という立場を裏づけるものであると考えられる。

4.1 NGの広範な存在がテキスト論上意味することについて

これまでのニュース言語の研究や英文記事のテキスト分析においては、リードは「記事の要約をする役割がある」とされており、それ以外の機能を担うことは学術理論上は想定されていない。例えば、談話分析の研究者であるvan Dijk (1988) は見出し (headline) とリード (lead) は共に記事を要約する機能があるとし、その位置づけを次のように説明している。

Each news item in the press has a Headline for example, and many have a Lead, whether marked off by special printing type or not. We also have an elementary rule for them: Headline precedes the Lead, and together they precede the rest of the news item. Their structural function is clear: Together they express the major topics of the text. That is, they function as an initial summary.¹⁵ (文中の大文字は原文通り)

また、ニュース言語の研究者であるBell (1991) はリードの特性の分析においてリードは記事内容を要約し、記事の持つニュース価値 (News Value) を伝えるものとしており、逸話型など非要約型のリードについての言及をしていない。¹⁶

3節の調査ではリード非要約型の記事においてNGの含有率は90% - 100%という高い数字を示した。また、フィーチャー記事全体でもNGは半数程度でみつかった (IHT紙で約54%、WSJ紙で38%)。従って、「リードは記事の要約をする役割がある」とするこれまでのリードのテキスト上の位置づけについては、フィーチャー記事に関しては一般的な傾向を示しておらず、修正

¹⁵ van Dijk, Teun A. (1988). *News as a Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, p.53.

¹⁶ Bell, Allan (1991). *The Language of the News Media*. Oxford: Basil Blackwell, pp. 175-185.

谷川 幹

されるべきであろう。

更に、ニュース記事を含めた英文記事一般についても「リードは記事の要約をする役割がある」との理解は必ずしも正しくない可能性がある。筆者の予備的な調査ではInternational Herald TribuneやThe New York Timesをはじめとするアメリカの一般紙の記事の半数以上はフィーチャー記事が占めており、またニュース記事であっても逸話やその他の非要約型のリードで始まる記事が多数存在する。新聞の中でフィーチャー記事の数が全体に占める割合が増加していることやニュース記事がフィーチャー記事のようなスタイルで書かれることは「ニュースのフィーチャー化」(featurization of news)と呼ばれており、今後の継続研究において、定量的かつ通時的な研究方法により同現象がどのように進行しているのか、明らかにしていきたい。¹⁷

4.2 NGの位置に関して

NGの定義の中にはNGは通常第3から第4パラグラフに位置づけられるとしているものがある。2節の定義②がそうである。また定義④でもNGは多くの場合、第3又は第4パラグラフから始まるとしている。

一方で、当調査では第2パラグラフにNGが見つかった記事が最も多く(IHT紙では50.0%、WSJ紙では62.5%)、ついで第3パラグラフ(IHTでは28.7%、WSJでは12.5%)、第4パラグラフ(IHTでは9.2%、WSJでは17.5%)と続いた。従って、NGの一般的な定義とは一致しない結果となった。

ただ、リード非要約型の記事において、最初のワンパラグラフにおいて比較的十分なスペースを取って逸話描写をしている記事もあり、そのようなパラグラフを1つにするか2つに分けるかという段落構成上のテクニカルな問題が影響しているとも考えられる。(段落構成の技術上の問題でリードが2つのパラグラフに分かれると、NGの位置が1パラグラフずれることになる。)

¹⁷ Scanlan (2000) によるとNGが広く使用されるようになったのは、70年代であるという。また、拙稿(前掲、2008)において、記事のリードで読者を引き付ける技法(即ち非要約型のリード)が多用されるようになったのはここ数十年であり、70年代以前は少なかったとの編集者の証言があり、記事の冒頭で意匠を凝らす形態のフィーチャー記事の出現とNGの多用に関連があるとすれば、NGにまつわる現象はここ30年前後の事象であると考えられる。尚、拙稿(2008)では意匠を凝らす(装飾的な)形態のリードが多用されるようになった背景についての分析をしている。

4.3 NGの時事英語教育上の意義について

日本では英米の活字メディアの記事は英語学習用教材として大学などの高等教育機関で広く用いられており、時事英語教材を学習者に効果的に教授する方法論について様々な研究が行われている。しかし、リードの形態やNGの機能・役割について分析をした論稿、またそれを教授法に応用することを試みる研究は見当たらない。

英米の新聞や雑誌の記事の冒頭部分に逸話や状況描写が置かれ、それに高度な英文レトリックが加わると日本語話者は理解が困難になることが少なくない。冒頭で記事の趣旨が掴めないことは挫折感に繋がり、その結果記事を読み続けることを諦めてしまう場合もあろう。

一方で非要約型のリードの後には記事の要約をする役割を担ったNGが置かれることが多いということは意外に知られていない。本稿でも明らかなように、非要約型のリードの後にNGが来る統計的又は論理的蓋然性は高い。表1のIHT紙の集計結果を基にすれば、一般紙においては対象記事がフィーチャー記事であり、冒頭に要約がないと判断できた場合には9割程度の確率でNGが出現し、更にその場合、約88%の確率で第2から第4パラグラフの間にNGが見つかるという想定が成り立つことになる。(図1)¹⁸

NGの存在を知り、これを理解することは記事の全体像の把握に役に立つと思われ、また早い段階で記事の趣旨が掴めると、記事を読み進める意欲が継続する可能性も高くなると思われる。

従って、実践的教授場面においてNGの意義や論理性を学習者に示し、個別記事の解説においてNGの存在・内容を確認し、リードや記事本体との関係などを分析しながら読解を進める教授法がありうると思われる。¹⁹

5. おわりに

冒頭で述べたように、日本においても英語圏の国々においても、新聞記事

¹⁸ 但し、中級レベル以下の学習者にとっては冒頭のパラグラフが「要約ではない」との判断をするのは必ずしも簡単ではない。リードが非要約型であればNGが存在する確率が高い、という「リードとNGの論理」が如何に学習者の記事理解に貢献するかについては、さらなる検証が必要であろう。

¹⁹ NGを明示的に教えることが一般的に学習者の理解と受容を高める効果があることは筆者は逸話的・実践的に認識している。ただし、これを客観的に判断する為には実証的な研究が必要であろう。

谷川 幹

は一般的に「記事の要約や趣旨説明で始まる」と理解されている。しかし、過去数十年（又はそれ以上の期間）において、アメリカンジャーナリズムでは要約で始まらない形態の記事が増えており、その場合nut graphと呼ばれる段落が置かれることが多い。このように英文記事の冒頭部分の構造が構造的に変化してきていることはあまり一般的には認識されていないと思われる。

本稿では様々な観点からNGの役割や形態を解説・分析することを試みた。また、定量分析を通じてリード非要約型のフィーチャー記事においては冒頭に読者を引き付ける為の逸話等をリードに置き、要約は次のNGでなされることが多いことを明らかにした。

4節の考察でも述べた通り、フィーチャー記事におけるNGの広範な存在は伝統的な英文記事のテキスト構造の理解の仕方に疑問を投げかけるものである。

米紙においては新聞の中にフィーチャー記事の占める割合が増えていると言われおり、またニュース記事においても冒頭で逸話などの非要約型のリードが使われることが多くなってきている。今後はこうしたニュースのフィーチャー化 (featurization of news) というより広い現象を検証することを継続研究の課題としたい。

「ニュースのフィーチャー化」をより一般的且つ実証的なレベルで検証することができれば、フィーチャー記事だけではなく、英文記事一般においても伝統的な記事構造の理解の仕方が妥当性を失っていることが示されるであろう。そこにおいて英文記事のテキスト構造の構造的変化というより広い流れと視点からNGの意義を捉えるという新しい展望が開けてくるとと思われる。

* 本稿は(社)日本時事英語学会第50回年次大会（2008年10月5日）で行った口頭発表に加筆修正したものである。

引用文献（脚注で引用したインターネットの文献は省略）

Bell, Allan (1991). *The Language of the News Media*. Oxford: Basi Blackwell.

Itule, Bruce D. and Anderson, Douglas A. (2008). *News Writing & Reporting for Today's Media (7th ed.)* New York: McGraw-Hill.

Scanlan, Christopher (2000). *Reporting and Writing Basics for the 21st Century*.

Orlando : Hartcourt College Publishers.

van Dijk, Teun A. (1988). *News as a Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Choe, Sang-Hun (2007, November 29) South Koreans rethink preference for boys. *International Herald Tribune*.

Moffett, Sebastian (2008, June 8) Giving Japan' s tourism a lift--Niseko holiday resort attracts Australians; getting ready for G-8. *The Wall Street Journal Asia*.

Grimes, William (2008, January 2) An intellectual insider, forever on the outside. *The New York Times*.

谷川幹 (2008) 「英文記事のリードに見られる『誇張表現』について」『時事英語学研究』第47号、16-34

参考文献

Blundell, William E. (1988). *The Art and Craft of Feature Writing*. New York: Plume.

Friedlander, Edward J. & Lee John (2000). *Feature Writing for Newspapers and Magazines*. New York: Longman.

Mets, Williams (1977). *Newswriting: From Lead to “30”*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., Eaglewood Cliffs.

Pape, Susan & Featherstone, Sue (2005). *Newspaper Journalism*. London: Sage Publications.