

読書会資料（担当水谷浩三）

文章は「形」から読む ことばの魔術と出会うために 帯）なぜそう書くのか （2024.3）集英社新書

阿部公彦（まさひこ）東京大学文学部教授

はじめに

ことばは物事を整理し、理解するのを助けてくれますが、ときには私たちに混乱させ、迷走させ、混沌に追い込む。その作用はさながら魔術のよう。その秘密は「形」にあるというのが本書の答え。

AIは内容のことなど考えず、あくまで外形について演算処理を行うことで、まるで人間がことばをあやつるかのような生命らしさを手に入れている。実は人間も、おそらく無意識のうちに上手に形に注目することで、自然さを手に入れてきたのではないか。

本書は「事務に踊る人々」の実践編である。

特徴として、1)「練習問題」「まとめ」が掲載されている。 2)「らくがき式」が掲載されている。

第一章 学習指導要領を読む

本書では「読解」とはどのような行為なのかをあらためて問い直したい。これは学校教育でことばをどう扱うかという話ともつながっている。

「論理国語」論争

2020年高等学校学習指導要領が改訂され、今までの「現代文」という科目がなくなり、「論理国語」と「文学国語」との選択となった。

学校で学ぶべきは文学作品のような小難しい文章ではなく、「透明」に書かれた「社会に出たときに接するような文章」ではないか、論理的に読む力の習得に特化して教育を行うことが必要だと考えがちである。

筆者は、透明に見える文章こそ要注意、落とし穴や亀裂、矛盾があったりする。高等学校学習指導要領「論理国語」の解説は、効果として、丁寧に説明しようとする姿勢や相互的なコミュニケーションを前提としているように思えない。「たしかに言ったからな」というアリバイ作りが中心任務的な、あくまで「まとめ」として決まったことを一方的に提示しているだけで、「どうだ、言うことを聞け」と言わんばかりの、君臨し、規定し、従属を命ずる構えが見え隠れすると考える。

「掟」はなぜ箇条書きで記されることが多いのか。筆者は、箇条書きは記憶されやすい、伝えやすい、広めやすいなど、合理的な意味がある。

反面、箇条書きは、権威の匂い、威圧感が内在、拒絶の身振りを示す、受け取る読者側は、畏怖の念がかき立てられ、真実らしさや大事さが増し、権威があり、重く見え、従おうとする思考になる。このように私たち読者の反応は「形」に影響を受けていく。

学習指導要領に立ち返れば、「君臨の論理」が先に立ち「説明の論理」や「伝達の論理」がややおぎなりにされてしまっている。学習指導要領の文章の形の特徴は以下である。

- ・内容が列挙的もしくは箇条書き的にならべられている。
- ・説明するために立ち止まったり、詳細を差し挟んだりせず、一本調子に文章が進んでいく。
- ・文言の重複がある。（ただし、何のための重複なのかははっきりしない）

学習指導要領から受ける印象は、「形」がそうさせているが、「形」を守ることが前提となっている。

学習指導要領のような文章でも、文学作品と同じくらいどのように語られているかという「形」への意識が必要であり、誤っていたのは「論理国語」「文学国語」という科目区分だけではなく、「論理的な文章」「実用的な文章」という概念そのものである。

カテゴリーを設けたいなら、法律の条文や契約書の「形があらかじめある文章」と手紙や文学作品など「形が毎回新しく提案・更新される文章」というように線引きすべきであった。

また、学習指導要領の文章の「資質」「論理」「思考」といった、言いたいことをひたすら列挙（連呼）しても、相手が全部消化してくれるとは限らない。ときには引いたり、間を挟んだり、言い換えながら展開させたり、といった工夫が必要である。

同様に「思考力」「判断力」「論理的」のように、単に立派な文言をつらねるだけでは、立派な文章にならない。「論理風」で「明晰風」の単語をつらねれば、自動的に論理的で明晰になるというのは幻想である。

第二章 料理本を読む

本書では文章の「構え」に着目している。これは文章の「人柄」と言ってもよい。なぜ料理本はニコニコ上機嫌で愛想よく見えるのか？マフィンの作り方のレシピを例として、そこには「形」があることを例示。ニコニコしているように感じる料理本の文章の形では、「私」という一人称で書き手の顔の強調や、敬体、体言止め、短めの文章、抽象語より具体的名詞、苦手な人への配慮などの工夫がなされ、いかにも語りかけてくるようで、読者との距離感を縮めている。

文章にも対人関係的な要素があると考えられる。「文章中の人間関係」。文章の中には「いかにも書き言葉的なもの」（ビジネスライク）と「いかにも話し言葉的なもの」（家庭的プライベート）なものとの峻別・対立構図がある。「形」は大いにこれらの対立と関係している。文章の「形」を見ることで、どのような効果を狙っているのかが見える。

（書き言葉的書き言葉）	（話し言葉的書き言葉）
・パブリック	⇒ プライベート
・まじめ・緊張	⇒ 遊び・なごみ・リラックス
・大人・形式的	⇒ 家庭的・カジュアル
・常体	⇒ 敬体
・硬い・正確・重い	⇒ やわらかい・あいまい・軽い
・書き言葉	⇒ 話し言葉

辰巳芳子の豆料理本の文章表現の中の、やっと思もてるようになった坊や、すぐお腹のすく育ち盛り、などの文章を例に、「心遣い」「配慮」の人間関係の「形」がそこにあるという。料理本は情報を提供しているにすぎないのに、読者を励まし、支え、勇気づけ、その幸せを願いつつ、温かいエネルギーを浴びせてくれるように感じられる。「善意と愛の圏域」に巻き込む。宗教的な匂いさえ感じさせる。

辰巳芳子の料理本には「善意と愛の圏域」を示唆する特徴がある。食べ物の名前や食べる人の列挙（たくさんに力点）などは、生命観にあふれ、ぼんやりした活気で全体が覆われる。

このたくさんは、威光や権力を表現するのではなく、あくまで共同的な場を創出する。画像や料理に主役の座を譲り、文章はわき役に徹することで言葉はうまくイメージを喚起できる。それだけでなく、料理本で示される配慮の哲学、料理人はあくまで他者のために作る。たとえ「食べる人」が自分自身であったとしても、作る人はその「食べる人」である自分に奉仕する。そんな配慮の構造がめぐりめぐって書き手と読者の関係にも反映され、読者を愛の圏域に導く。

料理本で大切なのは、料理を完成させる使命のため、善意と愛とは対照的な厳格な規則が読者を縛る。

しかし、これらの指示はあくまで愛の延長上にある読者への「思いやり」が詰まった文章であることを、土井善晴の豚肉のしょうが焼レシピ例などを引用して示している。そして、愛・善意の構えと、拘束・支配の構えがずるりとつながってしまうような独特の言語環境を成立していると感じられると述べる。

「書け」「述べよ」ではなく、「書きましょう」「述べましょう」といったマニュアルや指示書、啓蒙書などに氾濫する「あいまいな命令形」に着目すれば、日本語文化の基層にある何かが見えてくるかもしれない。

第三章 広告を読む

料理本は愛を与えることに注力するが、広告は愛の探求や要求であり、対の関係にある。

広告の種類は2種類。ひとつは情報や規則の周知を目的とする「告知やお知らせ」といった広告、もうひとつは商業的な狙いのある「商業広告」。

天野祐吉は広告の歴史で鍵となったのが、「宗教」「政治」「商業」だと言う。「告知」と「商業広告」の共通点は不特定多数が無料で受信できるということ。情報の送り手と受け手のつながりが不安定である。商業広告はこの不安定さを積極的に活用しており、読者と縁がないことがむしろ武器になる。広告を出すのも、読むのも自由勝手。この「勝手さ」からくる不安定さこそが広告の「形」に大きな影響を与えている。

広告の特徴は、目に留まりやすい目立つ場所に設置され、写真やきらびやかなデザインによって引き立てられている。文章も短く、端的で、目に留まりやすく、意図が明確である。例ビックマックの広告。

ただ、日本語の広告は直接性がやや抑止される傾向がある。メッセージが間接的で、あいまいで、ひねりの利いた表現の広告。例として糸井重里の西武セゾングループの採用説明会の広告（サラリーマンという仕事はありません）の分析。このような表現の広告は単なる採用説明会の宣伝以上の効果が期待できる。同様にトンボ鉛筆の例も、読者の解釈に頼っているという点で、微妙にソッポを向いているように思える。「愛の要求」の表現を回避し、発信者と受け手、書き手と読み手の間の不安定さを増幅するような表現の「形」。本来、肯定的な価値を掲げて目を引くのが広告の鉄則であるが、否定的な表現や目を背けられてしないような逆用の表現をした多くの広告が戦略的にとっている「形」が受け入れられてきた。

そのタイプの広告の「形」の特徴をリスト化すると以下となる。

- ・受け取り手に要求しない／勝手につぶやく
- ・自己（広告主）への言及をしない
- ・商品の価値に言及しない
- ・短い
- ・意味づけを避ける。だから何なのだ、ということはいわない
- ・広告そのものに一種の自己完結性がある。（広告主と関係なく、「なるほど」感が成立する。）

このような広告表現を筆者は「言語的な無重力状態」と表現し、語り手の意図が「宙づり」にされている。料理本ではこれを読者は勝手に指示（命令）と理解する。私たちの心のどこかに無重力で不安定で宛先不明のことばに、勝手に重力や宛先を付与してしまう回路があるためではないか。命令の含意がこめられていた言葉としても、命令であることは明示されていないのに、命令を引き受けてしまう。「一日一善」などの例。この「宙づり」感のおかげで何かが表示されている。それは権威そのものではないか。

医薬品の広告の効能のように直接的なメッセージが明確に示された広告も多くあるが、命令形は回避されている。その理由のひとつに、あえてことばを「宙づり」にすることで、特殊な威力が生まれる。ことばの呪縛力が関わっている。「注意書き一覧」でも分かるように、汎用的でどこにでも転がっているようなことばなのに、実際に使われると「そうするしかない」とでもいうような切迫感や強圧的、権威などを感じさせる

のはとても興味深い。

それを可能にするのはいったい何か。それは命令が命令でないからこそ引き起こされるのではないか。例えば宙ぶらりんな命令「駐車禁止」を丁寧に書くと、ことばの威力や呪縛の力はむしろ減退する。落書きや出所不明の引用などコンテキストから宙にういたおさまりの悪い文言、「誰が」「誰に」「何を」といった具体的な関係性を欠いたことばのほうが、何らかの強制力（強烈な呪縛の力）を働かせやすいということの意味する。

第4章 断片を読む

断片的であるのは、ことばの大きな持ち味ではないか。断片性からどのような効果が生まれ、どのような形の特徴が伴うかを確認したい。

断片的なニュースの見出しは、ニュースの縮尺「情報伝達機能」に加え、情報のスピード感（緊急性）や衝撃性（情報価値、切迫感）も高まる。断片的であることによって「情報の小出し感」「期待感」「意味の含み」が示唆され、情報価値が高められる。「ことばというものは多くを語らないことでこそ、むしろ多くを語るかもしれない。」これは「余韻」だけではなく、より広い意味がある。

野球の声援の叫びのような断片なことばは、精神的・霊的なもの。叫ぶことで自分が願ったとおりの結果が生ずるような束の間の錯覚を得ている。即興的、偶発的で、刹那性もある。宗教的な呪術とは根本的に違う。Swearingに近い。感嘆語とも重なる。これは広告機能としても活用される。書き言葉による話し言葉の模倣。断片化も書き言葉を話し言葉に近づけるのに便利。

断片的な「喫茶店で、隣の席から聞こえてくる会話」などのように、ことばとの出会いが必然的でなく、意図したものでないからといって、情報を遮断したり、一生懸命忘れようとしたりもしないし、できない。しかし、残る断片と消える断片はある。その「差」をつくるのが「形」。記憶に残るかどうかは、形がどうからむかによって決まることが多い。内村航平の記事の例より、記憶に残りやすい断片の形の特徴は・前置きがない・単純・語尾が簡潔・書き言葉でなく、実際の発言として提示の4点。

テレビや喫茶店の会話のような「漏れ聞こえ」のことばが、注意を引いたり、記憶に残ったりするのはなぜか。そればその断片のことばが、その向こう側に一つの世界を想像させるからである。そして、断片との接触が事故ではなく、出会い、遭遇として体験されるから。ここに我々が情報と接して「興味深い」「価値がある」と思うときの感覚の原点があるように思われる。国語の教科書の縮約や一部抜粋した文章、国語の試験問題などは、掲載スペースの問題だけでなく、断片的であることこそが、より文章を魅了的に見せているということはないか。それで輝かないような作品はそもそも掲載の意味がないのかもしれない。

原民喜「翳」の一節の国語問題を例に、累積的な断片への注目は、断片の向こう側への興味をかき立てる。我々が断片にひきつけられる際には、物語一般が私たちを引きつけるのと同じような「興味の構造」に乗っていると言えそう。

志賀直哉の城の崎にてにおけるイモリや、梶井基次郎の檸檬におけるレモンといった、隠喩や象徴といった文学的な装置の多くが、短いものや小さいものを通してより長いもの大きなもの（概念、感情、葛藤）を指し示す特徴がある。

私たちは物事を理解したり再構築したりする形で周囲の世界と接する時には、二つのステップを経る。

1つは小さい断片を一つ一つ捉える断片との出会いの段階。

次のステップが断片を通してより大きなものをぼんやり把握する想像的な段階。

二つのステップが踏まれると、「理解」体験が潮の流れのように体感され、「おもしろさ」「奥行き」として感じ、興奮を覚える。

第5章 注意書きを読む

断片的なことばの中で、「メモ、注釈」という文章の形には、以下の特色がある。(コロナワクチンの例)

- ・文が短い
- ・列挙が使われている
- ・文字に大小や太字がある
- ・波線、米印、中黒、○などさまざまな記号が使われている

これは文章というよりは、文書、書類、注意書きといった語の方がふさわしい。確実に内容の情報を受け取ってもらえる工夫がある。注意喚起の為の注意「点」であり、長い文章の「線」ではない。注意書きは断片的な「点」の形をとり、情報の階層化、順位化、グループ化して記憶に残りやすくしている。

文章でも同様の工夫はできるが、文章と注意書きの決定的な違いは「時間」、文章は時間性が刻印されているが、注意書き文書は単刀直入で時間が流れていない。瞬間が並んでいるだけで、無時間。同じ活字でもその残存率は著しく差がある。文章の形は、この時間の流れ方を操作できるのではないか。

注意書きのような文章で重視されるのは、スピード感、わかりやすさ、情報の正確さではないか。記号などを使って断片的に書くと、スピード感にあふれ、わかりやすく、情報も正確で、真実を告げているかのように見える。そして、人間よりも正確な機械のようで、時間を超越した永遠性を帯び、超人間的な領域に達したかのように感じられる。こういった形で提示されると「わかりやすさ」「正確さ」を我々は受け取ってしまうが、錯覚の可能性もある。

注釈は「線」を「点」に変換したもの。特別な効果がある。ことばを「点」として表現することで、効率よく読者の注意を引き、読者側も記憶に残りやすく、後から参照しやすい。注釈という形をとることで、流れていく不安定なことばをピン止めすることで、不動で安定的に見せる効果がある。情報としての信頼度が高まる。

注釈で大切なのは長さだけでなく、本文とは異なる価値観「もう一つの目」(メタレベル)を提供すること。現代では文書全体が注釈の集積のようになっていくものも多くみられる。その象徴的事例として、Wordの文章より、エクセルの細分化された点の集合体の方が、情報として重宝されるようになった。

注意喚起と漏れ聞こえの両方の要素を兼ね備えたことばに、金言とかアフォリズムといったことばのモードがある。金言はその著者だけによって生み出されたものではなく、それを切り取り流通させる社会の「編集」によってこそ成立するものだと言える。短く鋭いからこそ世界全体を説明してしまうのだと考えられる。(真理の重さ) 夏目漱石「道草」の例

「小さな一言」の効果として、「小さいからこそ大きい」とでも言えそうな断片のことばの威力のあり方は、物語や小説のしかけとしてよく見られる。

また、注釈と同じ構造のことばに「暴露」「告げ口」がある。漏れ聞こえとは違い単なる偶然ではなく意図的な操作である。

太宰作品などの例をあげて、文学作品では、しばしば「漏れ聞こえ」や「また聞き」など、思いがけない形で到来することばや、本来伝わるべきでない人に伝わったことばがストーリーを大きく動かすということが起きる。

ことばで構成された作品の世界は、広大な現実世界と比べたら吹けばとぶような小さなものかもしれないが、その小ささゆえに作品のことばはメタレベルから鋭い注釈として私たちに注意喚起をすることができる。