

凝結表現の共示義を用いた映像テキストの解釈について

田 中 敦

Abstract

This paper analyses the semiotic way of interpreting visual texts vis-à-vis knowledge of certain linguistic forms, which are called “set expressions”, as a schema.

Whereas a receiver of a sign decodes it according to the “code” and understands the purpose of a sender, in the sign structure where the code is flexible in some degree, the function of the signification through which a receiver actively interprets a sign is considered more meaningful. Yet, the arbitrary interpretation of a receiver is restricted in certain kinds of visual texts such as advertisements.

The literal representation of a set expression as a visual text reminds a receiver of its figurative meaning and leads to the predetermined interpretation. In this case, these two meanings of set expressions can be regarded as a denotation and a connotation of visual texts.

キーワード…… 映像テキスト 意味作用 凝結表現 コノテーション スキーマ

0. はじめに

知覚可能な形式によって何らかの概念を示し得る単位を「記号」と捉えた場合、言語、儀礼、服装、広告など、多様な文化的対象を記号という共通性によって捉えることができる。ただしそれら記号系の特性は一律のものではなく、記号表現と記号内容の結び付きを定めるコードの厳密さにも体系ごとに差異が認められる。言語のように明確なコードに裏付けられた記号系では、受信者がコードに従って記号を解読することで、発信者の意図に沿った意思伝達が可能とされる一方、コードが弾力的な記号系においては、受信者が能動的に記号を解釈することによって導かれる意味の多様性こそに意義が認められる。

従来、映像テキストの分析においては、受信者による記号の解釈に注目した観点が取られることが多く、発信者の意図に関しては十分な考慮がなされずにきた。しかし、映像テキストの中でもある種のものには、受信者を一定の解釈の方向に導こうとする発信者の伝達意図が明確に認められる。そうしたテキストを分析する際には、受信者が能動的に解釈する意味とともに、

発信者がテキストに織り込んだ伝達意図を客観的に検証する必要がある。

本稿では、記号内容が弾力的に解釈され得る記号系において、発信者が受信者の解釈を一定の方向に導く手法について考察する。具体的には、報道や広告等の映像記号に、発信者がある特殊なタイプの言語テキストを付加し、その記号の解釈を、受信者が特定の言語知識を手がかりに行う事例について分析する。

1. 「伝達の記号学」と「意味作用の記号学」

ある記号表現に対して特定の記号内容を対応させるためには、両者を結びつける決まりごとが必要である。これを「コード」と称する。

- (1) 記号を記号として成立させているのは、記号の持つ差異性と、記号が何らかのコードに乗っているという記号のコード性である。(宇波 1995: 81)

コードが規定する記号表現と記号内容との関係性は、記号体系に応じて差異が認められる。池上(1982, 1992)は、ムーナン(Mounin 1970)にならない、記号を規定するコード性の差異によって「伝達の記号学」と「意味作用の記号学」という区分を設けたうえで、両者における記号現象の一般的なモデルを定義する。伝達の記号モデルにおいては、発信者が既存のコードに従って符号化したメッセージを、受信者が同一のコードに基づいて解読するため、記号の意味は発信者によって決定され受信者へと伝えられることになる。一方、意味作用の記号モデルでは、記号表現と記号内容との相関関係である記号機能を活用することで、受信者が能動的に記号内容を解釈する。記号である以上、記号表現と記号内容とを有するはずであり、ある対象を記号と認めた受信者は、記号表現から記号内容を解釈し、記号の意味を読み解くのである。

ロラン・バルトが、衣服、身ぶり、広告の映像、新聞の見出し、などに共通する性質として「記号であること」を挙げ、それらに対して記号論を適用した分析を試みる時、そこでは記号の意味作用が重視される。意味作用の記号系においては、意味の捉え方は受信者中心に、文化背景や場面性など、広義のコンテキストを手掛かりとして行われる。

一方、伝達記号の研究者は、意味作用による記号論的分析を非科学的であるとする。ムーナンは広告をコミュニケーションの手段の一つと認めつつも、それを構成する単位、ならびに単位の構成規則が不明確であることを指摘し、それらが不明確である以上、発信者と受信者との間でのメッセージの共有に疑問を呈した。

たしかに、命題内容の正確な伝達を優先する場合、記号の多義性は縮小され、ある記号表現がコードに沿って単一の記号内容に対応することが望ましい。ただしその場合でも、記号を用いた伝達が行われる以上、そこには何らかの意味作用が認められるはずである。この意味作用

こそが、伝達の硬直化を回避し、弾力的な運用を実現するものと見ることもできる。また、そもそも伝達と意味作用とは相互排他的なものではない。コードがいかに厳密に適用されるかというコード性も程度の問題であり、伝達の記号と意味作用の記号を隔てる明確な境界線があるわけではない。こうした点からすれば、伝達の記号系と意味作用の記号系とを二分するのではなく、両者の特性を踏まえて記号を捉える観点こそが必要となる。

上記の観点を踏まえ、本稿では記号のコード性と意味作用とに注目しつつ、マス・コミュニケーションにおいて用いられる映像テキストに対して記号論の手法による分析を試みる。マス・コミュニケーションにおいて、発信者から不特定多数へと送られる映像テキストには、受信者による能動的な意味解釈の可能性とともに、予め決まった一定の解釈の指向性が認められるものが存在する。そのような場合、いわば、「伝達」と「意味作用」の両者の特性を併せ持つ記号系として、映像テキストに込められた作為性を分析することができる。

2. 映像の意味作用

記号は、特定の記号表現と記号内容との結び付きから成るものであるが、高次の記号体系においては、その記号自体が、新たに記号表現に相当するものと認められる場合がある。イエラムスレウは、これらを区別し、記号表現と記号内容から成る直示的記号体系に対して、記号表現として記号体系を有する共示的記号体系の概念を提唱した。直示的記号体系と共示的記号体系は、一般に以下のように図示される。

(2) 直示的記号体系

記号表現	記号内容
------	------

(3) 共示的記号体系

記号表現	記号内容
記号表現	記号内容

(Sebeok ed. 1986: 182 より)

イエラムスレウ(1985)は、共示的記号体系の例として、文体、調子、特有語等を挙げている。記号は指示対象を表す直示的意味(デノテーション)を持つものであるが、その表現形式および言及内容などによって話者の属する言語集団などが示される際、それらは共示的意味(コノテーション)として機能しているとするものである。

コノテーションの機能を広告の分析に適用し、映像の意味作用を分析したバルトにとっては、コノテーションとはイデオロギーの領域に属するものであり、デノテーションを通じて表される純粋な観念形態である(バルト 1984)。ゆえに、バルトが広告の映像からコノテーションを読み解く際には、デノテーションの背景に不可避的に立ち現れる一定のイデオロギーを明らか

にすることこそが主眼とされる。バルトの方法論を継承し、消費者を巻きこんだ意味生成という観点から広告を分析するウィリアムスン(1985)においても、コノテーションの分析は、イデオロギー批判という観点から為されている。

しかしながら、映像の意味作用は、常にイデオロギーと結び付けられるものではない。バルトのコノテーション分析を拡大解釈して適用することにより、映像が表すデノテーションは、文化的背景によって想起される副次的な意味をコノテーションとして持つものとなり、ひいては、個人の百科事典的知識によってデノテーションから導かれる連想観念までもが、広義のコノテーションとして捉えられる場合がある。この観点は、映像の意味作用の可能性を考察するうえでは有用なものであるが、受信者による記号の解釈を際限なくコノテーションとして適用した場合には、発信者との間でのメッセージの共有が担保されないものとなる。発信者と受信者によるメッセージの共有を前提とする際には、コノテーションの読み取りに対して一定の制約を設ける必要があるものと考えられる。

また別の観点から、映像の多義的な意味に対して、解釈が個人的領域に傾くのを防ぎ、受信者を一定の方向に誘導するものとして、バルトは言語的メッセージが果たす「投錨機能」に注目する。バルトが指摘する言語的メッセージとは、映像テキストに付される言語テキストであり、受信者はそれを手がかりとして、映像の多義的な解釈の可能性から本質的なものを選択する。いわば受信者は、言語的メッセージが示す方向性によって、それに合致する意味で映像テキストを解釈するよう誘導されるのだと言える。

この言語的メッセージは、必ずしも常に言語テキストとして明示されるばかりではない。映像テキストのデノテーション自体が、特定の言語メッセージを想起させることにより、自らの解釈を一定の方向へと誘導することも可能である。このとき、言語的メッセージと映像テキストは協働することによって、意味作用の領域を限定するのではなく、新たに積極的な意味作用を実現する。本稿では、この意味作用の方策の一例として、ある種の言語表現の重層的な意味が映像テキストの解釈に適用される事例について分析を行う。その際、発信者と受信者とで意味作用を共有するためには、言語表現の意味の重層性が予め定められている必要があるが、この要件に適うものとして、「凝結表現」を分析対象として取り上げる。

3. 凝結表現

ある種の言語表現には、全体の意味を構成要素の単純な総和から導くことができず、全体として独自の意味を有するものがある。典型的には、慣用句や成句など、いわゆる「イディオム」と呼ばれるものがこれに相当するが、諺や常套句などにも同様の性質が認められ、また、それらの境界は必ずしも明確ではない。狭義のイディオムのみならず、表現全体が固定的な形式と意味を有するこれらの表現について、構成要素が統語的かつ意味的に凝結化している点を踏ま

え、本稿では「凝結表現」と総称する。

凝結表現における構成要素間の連辞関係は通常の統語規則によるものであるが、一般に、統語的変形がある程度まで抑制され、かつ要素の範列的交替を許容しないという特性を有する。

- (4) a. 羽を伸ばす
b. *羽が伸ばされる
- (5) a. 道草を食う
b. *道草を召しあがる

凝結表現が持つ「全体としての意味」は特定の形式に支えられるものであるため、形式は固着しており、その形式全体によって特定の意味を表すものとして機能する。凝結表現の意味は構成要素の意味から直接的に導くことができないため、もともと当該の凝結表現を知らない者が、分析的に意味を解釈することはできない。ただし、全体としての意味とは別に、凝結表現の構成要素から字義通りの意味を解読することも可能である。このとき、凝結表現の固着した形式は凝結を解消し、字義通りの意味を表すものとして現働化する。

同一の構成要素を持つものでありながら、凝結表現の全体としての意味と、凝結を解消した字義通りの意味とでは、一般に差異が認められる。この意味の重層性は、デノテーションとコノテーションによる二重の意味になぞらえることができる。池上(1984)では、「首ヲ切ル」という表現を例に、「斬首」という字義通りの意味がデノテーションに、「解雇」という凝結した意味がコノテーションに相当するものと捉える。

(6)

記号表現 (首ヲ切ル)		記号内容 (解雇)
記号表現 (首ヲ切ル)	記号内容 (斬首)	

コノテーションに相当する慣用的な意味は、当該凝結表現を知る者にとってはコードとして機能する。一方、凝結を解消した字義通りの意味内容も、構成要素の意味の和として解読することができる。つまりここでは、同一の記号表現から、段階性の異なる二重の記号内容を導くことができ、そのいずれもがコードに基づいている。

この凝結表現の特性を映像テキストの解釈に適用することによって、記号の中に発信者と受信者として共有される意味作用を織り込むことができる。この意味作用は、記号の意味の重層性を実現するとともに、コノテーションとしての意味によって映像テキストを解釈するための手がかりを、受信者に与えることを可能とするものである。

4. 事例研究

本節では、マス・コミュニケーションにおいて用いられる映像テキストの中から、凝結表現の字義通りの意味を直示的に表し、かつ、凝結表現が言語テキストとして明示的に付されている例を取り上げ、意味作用の効果について分析を行う。

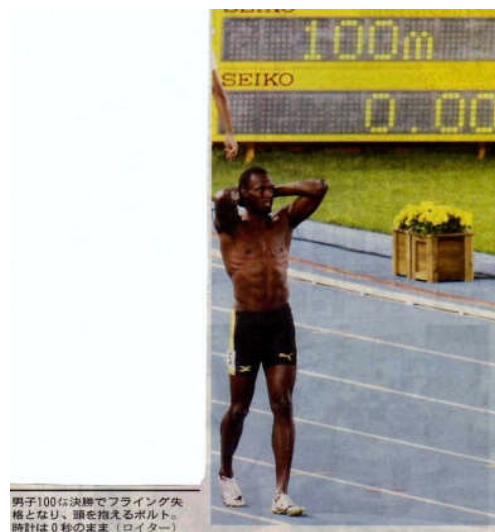
事例の中で共通して認められるのは、言語テキストとして明示された凝結表現と、凝結を解消した字義通りの意味に相当する映像が同時に示されることにより、映像テキストの解釈に凝結表現の慣用的な意味が適用されるという枠組である。凝結表現の二重の意味を活用することによって、発信者は予め企図した方向性に沿って受信者に映像を解釈させ、メッセージの伝達を可能とする。この手法には多様な効果が期待されるが、全体に共通する一般的特性として、「本来は担保されない蓋然性の強化」という効果が挙げられる。

4. 1 新聞報道の映像テキスト

新聞報道には社説など一定の見解を説く性格のものもあるが、一般的には、事実をありのままに伝えるという方針に沿って記事が構成される。以下に挙げるのは、陸上競技の世界選手権において、注目選手が出場した競技結果を伝える記事である。

- (7) 陸上競技の世界選手権第2日は28日、韓国の大邱で行われ、男子100m決勝で連覇を狙った世界記録保持者のウサイン・ボルト(25)（ジャマイカ）は、フライングで失格した。（読売新聞朝刊 2011年8月29日 第1面）

図1 世界陸上男子100m走結果記事写真



出所：読売新聞朝刊 2011年8月29日 第1面

記事には、失格した選手が後頭部に両手を添えて歩く様子を撮影した写真が付され、写真には以下のキャプションが添えられている。

- (8) 男子100m決勝でフライング失格となり、頭を抱えるボルト。時計は0秒のまま

記事が伝える内容は、注目選手がルール違反で失格したという事実であり、反則行為を犯したことに關して、当該選手のコメントや心境を伝える部分はない。しかし、この記事を目にする受信者には、当該選手の後悔の心情が伝わるようになっていいる。なぜなら、写真のキャプションの中に、次の凝結表現が存在するためである。

- (9) 「頭を抱える」

物事に思い悩み、途方に暮れる。

写真中の選手は、上記表現の字義通りの意味に相当する仕草をしている。受信者がその映像を解釈する際、写真に付されたキャプションは、その情景を字義通りに記述するものであると同時に、慣用的な意味で映像を解釈するための手がかりとして機能する。

- (10) 映像：後頭部に両手を回した「頭を抱える」姿勢

解釈：当該選手は自らの失敗を苦慮し、途方に暮れている

「頭を抱える」という凝結表現は身体名称を伴うものであり、字義通りの行為と慣用的な意味の關係は、あたかも必然的な結び付きであるかのようにも思われる。しかし、当該選手がいかなる心境であるかは、本人に確認を取らない限り定かではなく、憶測のみで断定できない。

ここには、記事とともに頭の後ろで手を組んだ写真を掲載し、「頭を抱える」というキャプションを付すことにより、当該映像を「途方に暮れる選手」の姿に解釈させようとする発信者の意図が見てとられる。「頭を抱える」という表現は、映像中で字義通りの行為として表され、キャプションが示すのは事実そのものである。ただし、そのデノテーションに対して凝結表現の慣用的な意味を適用することにより、当該の仕草における心理状態の蓋然性が補強される。中立的な記事に対して、映像によって解釈の方向性を与えている例と考えられる。

4. 2 静止画広告の映像テキスト

上述の新聞報道の例では、映像テキストの構成に一定の作為性を読み取ることが可能であるが、映像自体は故意に加工されたものではなく、偶発的に撮影された素材が用いられている。それに対して、以降に挙げる広告の例では、映像テキストは広告のメッセージを視覚的に伝達

凝結表現の共示義を用いた映像テキストの解釈について（田中）

するために任意に創作されており、発信者の明らかな作為性を認めることができる。広告においては、映像テキストとコピーの言語テキストとが協働して意味作用を実現することにより、言語テキストが映像テキストの解釈の手がかりとなると同時に、映像テキストが言語テキストの説得力を高めるという双方向性が認められる。

初めに取り上げるのは静止画の例で、2011年6月に新聞紙上に掲載されたNTT-docomoの新型スマートフォンの広告である。当該広告では、製品の基本的な性能面よりも、防水機能という、広告の対象を他の製品と差異化する特性が前面に出されている。

図2 NTT-docomo「MEDIAS WP」予約受付編広告（2011年6月）



（映像出所：NTT-docomo ホームページ）

http://www.nttdocomo.co.jp/corporate/ad/print/110621_02.html 2011/11/20 閲覧

広告は3段で構成され、中段の画像の上下に文字情報が配置されている。上段の文字情報は製品特性を伝えるコピーで、「防水」「世界最薄」「7.9mm!!」と3段で記述されている。下段の文字情報は、製品の仕様の記述、ならびに、「本日、予約受付スタート!」という告知文である。中段の画像は、商品のイメージキャラクターを務める俳優、渡辺謙の上半身写真とともに、3種類の色の製品画像が並置されている。渡辺謙の顔には水滴が付され、着用したシャツは濡れている。また、製品の表面にも水滴が付されている。そして、製品画像の下には製品名とともに、「水もしたたるスマートフォン」というコピーが添えられている。製品画像が水滴を付されたものとなっているのは防水機能の表示でもあるが、留意すべきは、防水機能を示すうえで「水を弾く」でも「水を防ぐ」でもなく「水もしたたる」という表現が採られ、また俳優の画像も水滴を付されたものとなっている点である。ここには以下の凝結表現が認められる。

(11) 「水の滴るような」

(美男美女の) つやつやとして色気のある様子

上記凝結表現を踏まえて広告を見た場合、最初に目に入るのは渡辺謙の画像である。上半身に水滴を付し、「水も滴るいい男」を字義通り表現する画像は、彼が俳優として演ずる配役の印象とも相まって、凝結表現の慣用的な意味を補強する。さらに、渡辺謙が同社のスマートフォンのイメージキャラクターを務め、一連のCMにおいて商品を擬人化した役を演じていることを踏まえるなら、「水も滴るいい男」は「水も滴るいい製品」と同義である。実際、広告の製品画像にも水滴が付され、人物の画像との並行性が認められる。こうして、男性俳優の画像を媒介として凝結表現の慣用的な意味が製品に結び付けられ、結果として、広告の製品が「水も滴る『いい』スマートフォン」であるという解釈が導かれる。

(12) 映像： 水滴を滴らせた俳優および製品

解釈： 当該製品は、上質の価値を持つ

ここではすでに、防水という機能自体は大きな意味を持たない。防水機能があるから「よい製品」というわけではなく、「水も滴る」というデノテーションから導かれる解釈が、製品に上質の価値観を付加する役割を果たす。防水機能も優れた機能であることに違いはないが、この広告においては、その一点を主張するのではなく、凝結表現の二重の意味を活用することで製品全体の価値観が主張されている。

製品の上質さという蓋然性を強化する意味作用は、防水機能を示し得る表現の中から、凝結表現に相当する一定の形式を言語テキストとして配することによって実現されるものであり、記号表現面の選択による特定の意味の創出が見てとられる。

4. 3 テレビCMの映像テキスト(1)

多くのテレビCMは、動画という特性を活用し、時間の流れの中で物語を表現する。以下で考察するグリコ乳業の乳飲料製品CMは、2007年以降、アニメーションを用いたシリーズの中で、商品を擬人化したキャラクターをシリーズに共通して登場させ、一人の女性を巡って二人の男性が対立するという一連の物語を展開している。

『丸太篇』と題された動画においても、男性を模した2体のキャラクターが、女性を模した一体のキャラクターを巡って対立する物語が描かれる。いつものように態度を決めかねる女性キャラクターに対して、一方の男性キャラクターは力強さを、もう一方は自らの芸術性をアピールする。女性キャラクターは、両者のアピールそれぞれに強く心動かされた様子を見せながら、最終的にどちらか一方を選択することはなく、どっち付かずの結論に二体の男性キャラク

凝結表現の共示義を用いた映像テキストの解釈について（田中）

ターは拍子抜けする、というのが物語の流れである。

このCMにはオリジナルの楽曲がBGMとして用いられており、以下の歌詞が付されている。

- (13) カフェオーレがのみたいの
強いコーヒーもいいけど やさしいミルクもステキなの
でも 白黒つけないカフェオーレ

CM中の物語はBGMの歌詞に沿う形で展開されており、その際、歌詞が字幕として映像中表示されることで、物語を理解する一助となっている。「強いコーヒーもいいけど」の箇所では、一方の男性キャラクターが立木を切断することで力強さをアピールするアニメーション映像が流れ、「やさしいミルクもステキなの」の箇所では、もう一方の男性キャラクターが立木から彫刻を彫り上げて芸術性をアピールする。そして、「白黒つけない」の箇所では、切り倒した木と彫刻作品とを手にした二体の男性が、中央の女性に両側から近付くが、決断をくださない女性の態度に拍子抜けして転倒する様子が描かれる。その場面で、女性キャラクターの上方には心境を示すかのような吹き出しが現れ、吹き出しの中では、黒い液体と白い液体とがグラスに注がれ、混ぜ合わされる映像が描かれている。

図3 グリコ乳業「カフェオーレ」ミス・カフェオーレシリーズ『丸太篇』（2011年）



（映像出所：グリコ乳業 カフェオーレ スペシャルサイト）

<http://cafe-ole.jp/theater/cm03/> 2011/11/20 閲覧

この場面には、以下の凝結表現の派生形を見てとることができる。

- (14) 「白黒をつける」
事の善し悪し、是非を決定する

この凝結表現は、慣用句辞典等においては、「黒白（こくびやく）を争う」と記されることが多いが、「白黒（しろくろ）をつける」という常套句の形でも用いられる。これを否定形で用いることにより「是非を決定しない」という意味が導かれ、白と黒の液体を混ぜ合わせる直示的な記号表現が、判断の保留という慣用的な意味によって解釈される。

(15) 映像： 白い飲料と黒い飲料を混ぜ合わせる

解釈： 牛乳とコーヒーのどちらか一方のみを選択することはしない

凝結表現における「白黒」は、字義通りの色彩を意味するものではなく、対立概念を表すものであるが、それが実際に白色と黒色を混ぜ合わせる表現と結び付けられ、慣用的な意味による解釈が適用される。さらに、映像によって展開される物語から、「白黒つけない」という表現が、複数の男性からの好意を受け入れつつどちらか一方に絞ることなく、どっち付かずの状態を「ちょうどいい関係」として積極的に楽しむ女性の心境にも重ね合わされる。この物語を製品に重ね合わせるにより、牛乳とコーヒーを混ぜ合わせる行為は、単に混合するのではなく、双方の良いところを取り合わせるのであるという解釈を生み出す。

二種類の飲料の混淆が双方の良い面の取り合わせであるとは必ずしも言えないが、凝結表現の二重の意味を用いることによりその蓋然性が強化され、当該製品はコーヒーとミルク双方の良いところを取り合わせた飲料であるという、発信者によるメッセージが理解される。

4. 4 動画CMの映像テキスト（2）

これまで挙げた例では、いずれも映像テキストと併せて、凝結表現が言語テキストとして視覚的に表示されていたが、凝結表現は必ずしも視覚的に表示される必要はない。

以下で考察する第一三共ヘルスケアの総合感冒薬のテレビCMは、2009年以来、プロゴルファーの石川遼をイメージキャラクターとして起用し、広報展開を行っている。2011年放映の『バージョンアップ新登場篇』では、従来の製品が新成分を配合し、新たな製品としてシリーズに加わったことを受け、石川遼が新製品の告知を行う構成となっている。同CMで石川遼は、白い背景の中を視聴者の方に歩き寄りながら、以下の台詞を語りかける。

- (16) 今年、石川遼は、一皮むけてバージョンアップ
 ルルも一皮むけてバージョンアップ
 今年の風邪にルルゴールドDX、新発売

このとき、「石川遼は、一皮むけてバージョンアップ」という台詞に合わせ、特殊映像により自らの顔の皮膚をまくり上げて脱ぎ去り、続いて着衣を破り捨てると、その下から新製品のロ

凝結表現の共示義を用いた映像テキストの解釈について（田中）

ゴを記した新たな着衣が現れる。ここで、人物は新製品を擬人化した存在であり、古い装いを脱ぎ捨てて新たな外見に生まれ変わる描写は、新製品の誕生を模したものであることが明らかになる。

図4 第一三共ヘルスケア「新ルルAゴールドDX」『バージョンアップ新登場篇』（2011年）



（映像出所：第一三共ヘルスケアホームページ）

http://www.daiichisankyo-hc.co.jp/tvcm/cm_lulu_dx.html 2011/11/20 閲覧

なお、ここに示されているのは、単に外観が変化したという事実のみではなく、次の凝結表現を適用した解釈が認められる。

(17) 「一皮むける」

以前とすっかり変わってよくなる、成長する

つまり、着衣はまだしも皮膚を破り捨てるという非現実的な行為が意味するところは、製品の擬人化である人物が「一皮むける」ことにより、従来製品よりも高品質なものとなった新製品の効能を表すものと理解される。「一皮むける」という凝結表現に対し、凝結を解消した映像テキストとしては、着衣のみならず皮膚を破り捨てる映像を示すことにより、凝結表現との親和度をより高めているものと考えられる。

(18) 映像： 皮膚と着衣を脱ぎ捨てる

解釈： 当該製品は、新たに効能を向上させた

なお、同製品のCMには姉妹編が存在する。『バージョンアップ家族篇』と題されたCMでは、舞台を一般家庭に移し、風邪で苦しむ家族の元に突然石川遼が現れる構成となっている。冒頭、居間で熱を測る子供、咳をする母親、鼻をかむ父親、が順番に登場する。一様に風邪で

苦しむ様子を見せるところに「これはひどい…」という声が聞こえ、三人が「遼くん！」と驚きの声を上げると、いつの間にか居間に石川遼の姿があり、次の台詞を発する。

(19) 僕が一肌脱ぎましょう

この後映像では、『新登場篇』同様に、顔の皮膚をまくり上げて脱ぎ去り、続いて着衣を破り捨てると、その下から新製品のロゴが記された新たな着衣が現れるという展開が続く。皮膚と衣服を破り捨てる特殊映像は、『新登場篇』とほぼ同一のものであるが、ここでは、異なる凝結表現が用いられ、異なる意味を創出している。

(20) 「一肌脱ぐ」

奮発して力を貸す

(21) 映像： 皮膚と着衣を脱ぎ捨てる

解釈： 当該製品は、風邪の治癒に効力を発する

この例から明らかなように、同一の映像テキストに対しても、言語情報に応じて異なる解釈が適用され得る。ただし、ここで見られるのは、「投錨機能」として意味の多義性を限定する言語の働きではなく、映像と協働して新たな意味作用を実現する機能である。

5. 認可単位としてのスキーマ

前節では、媒体別の事例を挙げ、凝結表現を用いた意味作用を分析した。四種の事例においては、記号の意味作用を通じて、本来は担保されない蓋然性を強化する効果が共通に見られる。つまり、凝結表現の字義通りの意味を映像として表現すると同時に、慣用的な意味を解釈に適用するという意図的な方略である。

続いて本節では、前節の事例研究を踏まえたうえ、認知言語学の知見を活用して、対象の判断に寄与する「スキーマ」の機能について考察する。

外界の対象を判断し、一定のカテゴリー化を行うことは、人間にとって基盤的な認知能力である。認知主体は対象を判断する際、従前の経験を基準に比較対照を行い、カテゴリー化の判断を行う。この際、新規事例を判定する基準値との一つに「スキーマ」がある。スキーマとは、カテゴリーの成員間の共通性によって抽出される抽象的な概念である。従前の経験に基づいて新規事例を判定する際、両者の間に全体的な類似性が認められるとき、対象はカテゴリーの成員と判断され、成員間の共通性によってスキーマが抽出される (Langacker 1987: 371)。

スキーマとはカテゴリーに属する個々の事例に共通する抽象的な特性を抽出したものであるが、事例から抽出されたスキーマは、それ自身が単位としての位置付けを持ち、基準値として新規事例の判定に寄与する。つまり、個々の事例はスキーマによって認可されるものであり、また、スキーマは個々の事例の判定を経験する中で、随時拡張し、段階性を有する言語単位として認知主体の中に蓄積してゆく。

ここでいうスキーマとは、抽象的な図式の類に限定したものではない。認知主体が有する言語知識は、いずれも従前の経験から抽出された共通性によって構築された単位であり、段階性の異なるスキーマとして、新規事例を認可・判定するものである。この観点に立てば、個々の凝結表現もまた、認知主体が有するスキーマとして、新規事例の判定に寄与するものと捉えられる。前節の事例に適用して考えれば、明確なコードが存在しない映像テキストの解釈に際して、凝結表現という一定の言語知識をスキーマとして適用し、直示的な表象をスキーマの一事例として認可する認知作用を見ることができる。

認知主体はスキーマによって対象を捉える。新規事例をスキーマに照らして判定することにより、個別の対象を自らに有する既存の枠組に沿って解釈し、また、その経験によって新たなスキーマの拡張を行い得る。つまり、対象を認知する際には、認知主体が有するスキーマが活性化されることが必要となり、また、いかなるスキーマが活性化されるかに応じて認知結果は変動し得る。このことはマス・コミュニケーションの図式においても同様である。

マス・コミュニケーションにおいては、メッセージの送信者と受信者の役割は分離し、一対不特定多数という図式が成り立っている。送信者は不特定多数に対して同一のメッセージを送信し、受信者に画一的な効果を及ぼすことを企図するが、この際、受信者において一種の認知構造（＝スキーマ）が活性化されることにより、状況の認知に多大な影響が及ぼされ得る。大石(2001)は、マス・コミュニケーションにおけるスキーマの機能を以下のとおり要約する。

- (22) 1. スキーマは、どの情報に注目し、それを処理、蓄積するかを決定する。その結果、記憶から引き出され、利用可能となる情報も、スキーマが決定する。
2. スキーマは、新しい情報を体系化・評価する際の手助けとなり、そうした情報が既存の知覚に適合できるようにする。
3. スキーマは、直接に与えられた情報以上のものを受容することを可能にする。また、情報が欠落した場合でもその埋め合わせを可能にする。それによって、不完全なコミュニケーションでも、理解可能にさせる。
4. スキーマは、問題解決の手助けとなる。というのも、問題に対処するにあたって、適切なシナリオや方法に関する情報がスキーマには含まれているからである。

（大石 2001: 441）

つまり、マス・コミュニケーションが発信する情報は、一律のスキーマに従って解釈されることによって、不特定多数の受信者に対して画一的な情報伝達が可能とされる。この際、発信者側が、より確実に意図したスキーマの活性化を目論む場合、予測性を有する手段を利用することが考えられる。凝結表現の意味の二重性はその一例であり、予測性を持って導かれるコンテキストを対象の認可図式として機能させることにより、マス・コミュニケーションにおいて効果的な情報伝達を行う手段の一つと認められる。

6. まとめ（課題と展望）

本稿では、凝結表現をスキーマと捉えることにより、多義的な映像テキストに対して予め一定の解釈の方向性を織り込む記号論的方法を分析した。ここで改めて検討に値するのは、凝結表現による二重のメッセージなど用いず、はじめから解釈の方向性を明示的に示す方が単純であり、確実な伝達効果につながるのではないか、という疑問である。

この点に関してバルトは、外示されるメッセージが共示されるメッセージを巧妙に自然化するという、別の記号効果を指摘する。バルトによれば、広告において商品購入を促す直接的なメッセージを、あえて意味作用によって迂回的に創出することには、「打算的な目的性、主張の根拠のなさ、説得的威嚇のぎこちなさを取りのぞく(バルト 1988:74)」効果がある。発信者による一方的なメッセージの押し付けではなく、あくまで受信者が能動的に解釈したかのように装うことによって、メッセージは妥当性を持つものと捉えられるのである。その際、発信者と受信者とで共有される意味をテキストに織り込むうえで、凝結表現が有する意味の重層性は、有効な資源として活用され得るものである。

なお、本稿の事例研究では、凝結表現が言語情報として明示的に用いられている例をとりあげたが、凝結表現は必ずしも明示される場合ばかりではない。凝結表現による意味作用は、言語情報として明示されない場合でも同様の効果を及ぼし得る。ただし、その場合には、認可図式としてのスキーマが初めから提示されていないため、より複雑な想起過程を経ることが想定される。今後は、凝結表現の言語情報が明示的でない事例に関して考察を広げ、それによって、さらに詳細な情報伝達効果を分析することが必要である。

また、本稿の事例研究で取り上げた映像テキストは、報道記事の写真から動画広告まで、作為性にも段階性が認められるところであった。今後は、情報へのアクセスの反復可能性という観点からさらに考察し、今回取り上げなかった分野も含めて分析対象の定式化を試みるとともに、媒体別、目的別の特性を踏まえたうえで、意味作用の効果に関してさらに詳細な分析を行うこととしたい。

凝結表現の共示義を用いた映像テキストの解釈について（田中）

<参考文献>

- 青木貞茂（1988）「広告の記号論概説」ADSEC 編著『広告の記号論 ——変革の時代の広告とコミュニケーション』日経広告研究所. 29-67.
- 池上嘉彦（1982）「言語学と記号論」川本茂雄ほか編『言語学から記号論へ』勁草書房. 2-36.
- 〃（1984）『記号論への招待』岩波新書.
- 〃（1992）『詩学と文化記号論』講談社学術文庫.
- 宇波彰（1995）『記号論の思想』講談社学術文庫.
- 大石裕（2001）「マス・コミュニケーションにおける言語と認知」辻幸夫編『ことばの認知科学事典』大修館書店. 438 - 448.
- イェルムスレウ, ルイ（1985）『言語理論の確立をめぐる』竹内孝次 訳. 岩波書店. (*Omkring sprogteoriens grundlæggels*, Ejnar Munksgaard. Louis HJELMSLEV, 1943)
- ウィリアムスン, ジュディス（1985）『広告の記号論 I・II』山崎カヲル/三神弘子 訳. 柘植書房. (*Decoding Advertisement: Ideology and Meaning in Advertising*, Marion Bayars. Judith WILLIAMSON, 1978)
- バルト, ロラン（1971）「記号学の原理」, 『零度のエクリチュール』渡辺淳/沢村昂一 訳. みすず書房. 85-206. (“Éléments de sémiologie”, Seuil. Roland BARTHES, 1964)
- 〃（1984）『第三の意味』沢崎浩平 訳. みすず書房. (*L’obvie et l’obtus* (extrait), Seuil. Roland BARTHES, 1982)
- 〃（1988）『記号学の冒険』花輪光 訳. みすず書房. (*L’aventure sémiologique*, Seuil. Roland BARTHES, 1985)
- プリエート, ルイ(1984) 『実践の記号学』丸山圭三郎/加賀野井秀一 訳. 岩波書店. (*Pertinence et pratique: essai de sémiologie*, Minuit. Luis Jorge PRIETO, 1975)
- Gross, Gaston. (1996) *Les expressions figées en français. noms composés et autres locutions*, Ophrys.
- Langacker, Ronald. (1987) *Foundations of Cognitive Grammar Vol. 1; Theoretical Prerequisite*, Stanford University Press.
- Mounin, George. (1970) *Introduction à la Sémiologie*, Minuit.
- Sebeok, Thomas. ed. (1986) *Encyclopedic Dictionary of Semiotics Tome I A-M*, Mouton de Gruyter.

主指導教員（番場俊准教授）、副指導教員（逸見龍生准教授、石田美紀准教授）