

絵文字って何だ？ 堀田穰（京都学園大学人間文化学部文化コミュニケーション学科）

吉見俊哉の『「声」の資本主義』は、永井荷風の印象的なエピソードから始まっていた。それは荷風が、ラジオを狂気のように嫌っていたというものである。荷風にとって音は、お寺の鐘の音がそうであるように、方向性を必ず持っており、場所性を示すものであった。ところがラジオが登場すると、あちこちの家から同じ音が響き出し、音が場所と結びついたものではなくってしまったのだ。吉見が指摘するには、荷風にとっての都市は、見てまわったというより、触り、聞いてまわった都市だという。

そんな永井荷風であったから、四谷見付から築地両国行きの路面電車の車内の様子を描いた「深川の唄」という文章で、乗客が新聞を朗読しはじめるという、「音」の光景を見逃さなかったである。これは明治四十一年（1908）年の文章であるが、汽車や電車の中で新聞などを音読、朗読するのは、明治時代には珍しい光景ではなかった。であるから当時の図書館利用規則には本を声に出して読む、音読禁止の項目が見られる。黙って本を読む図書館という場所を創ろうとしたそれ故に、図書館は庶民とは縁遠いものになってしまったらしい。

（『雑誌と読者の近代』永嶺重敏）

電話が場所に属するものから、人に属する携帯電話に代わった現代、公共空間である電車やバス内で、大声で会話しはじめたマナー知らずの連中に、多くの人々は迷惑だと感じたのではあるが、遠く明治に同じような「音」の光景があったと思うと可笑しくなる。そして、すぐ、携帯で大声で喋るのは、機械のことを良く知らないオジサン、オバサンだけになり、メールによる沈黙の技が主流になる。これも、明治から大正への近代化の中で、音読、朗読から黙読に、読書の仕方が変わっていったことと妙に似ているのだ。

音読から黙読に読書法が変わっていったのは、近代化のため摂取する情報量が増加したということと、情報を身体化して受け取る必要がなくなったことを意味している。情報の量が増し、質が軽くなったとも言える。携帯電話、ケータイと表記した方がそれらしいが、ケータイが、会話よりメールによるコミュニケーションに移ったのは伝えるべき情報の量の増加だけではなかった。

場所に設置するものから、人が携帯するものになった電話が、生活全般に及ぼす影響は実はまだわかっていないことが多い。ただ、いわゆる人間関係と、ケータイによるコミュニケーションの頻度が、特にまだ就労していない若者にとっては、重なってしまったことは言えるだろう。これはすぐケータイによるコミュニケーションが人間関係であるという倒錯をもたらす。出会い系サイトにまつわる犯罪報道を見聞すると、どうして若い人は無用心に見も知らぬ相手と関わられるのだろうか、と、啞然とするが、人間関係に重なるものにケータイがなっていることを考えると、その可逆的な結果であるわけなのだ。つまり言葉を交わすことが人間関係である、という風になってしまっているのである。もちろん、そんな「人間関係」は、村落社会などでの濃密な人間関係に比べたら、話にならないほどの希薄さであるのだが、現代生活のなかでの人間関係が、そこまで薄まってしまったということでもある。

労働に就いている大人にとって、人間関係は、さまざまな次元で成立するから、好悪だけで互いの関係を展開する若者の感覚は理解しにくい。さらに理解しにくいのはケータイによるメールで使われる絵文字である。大人たちは戸惑いながら、どうやら絵文字が人気らしいと、いろいろな絵文字が使えるようにケータイの性能を向上させてきた。しかしどうも誤解しているようなのは、機種依存の絵文字は、ケータイの会社や機種が違えば表示されない

のに、絵文字の種類さえ増やせば良いと考えているふしがある。汎用性のない絵文字が支持されるとしたら、もともと同じケータイ会社に、持っているケータイをあわせ、自分たちにしかわからない約束事（プロトコル）で、絵文字を使うといった非常に閉鎖的な関係性しか想定していないことになるのではないか。

もともとケータイの絵文字は、それ自体ぼつんといきなり発生したものではない。インターネット普及以前に電話線を介したパソコン通信というものがあつた。その頃のパソコンはウィンドウズ以前のOSで動き、画面は今のようにカラフルでなく、死んだ魚の目玉のような背景色に、文字だけが白く映されるものだった。今のウィンドウズ機でも、コマンドプロンプトという画面にすれば、その頃の雰囲気は味あえる。これでメールのやり取りを行っていたのは、カラーでない、画像も扱えない少し前のケータイと同じ条件であつた。そこで自然に使われはじめたのが顔文字というものだった。今のケータイの絵文字と違い、それ専用で作られたものを使うのではなく、パソコンのキーボードにある記号や文字を組み合わせる顔の様子を表現している。例えば（^_^）これで顔の基本形である。（^_^;）セミコロンがつくと汗がたらーっと言う表現。（T.T）Tの字だと目から涙がたらたらこぼれている有様である。そういわれるとそう見えなくもない？

針谷喜久雄のウェブサイトの顔文字についてのページには「顔文字の由来」という記事が掲載されていた。それによるとこれはスマイリー（smiley marks）とよばれているとのことだ。アメリカでは顔を90度横に向けたスマイリーが使われている。：-）と、こんな風である。それに対して日本でポピュラーな（^_^）は欧米の一部ではジャパニーズスマイルと呼ばれているらしい。：-）は口元が笑っているが、日本人は口を動かさず目元だけで笑顔を表現するのだと解釈されている。もっとも早くこの（^_^）を使い出した若林泰志の証言も載っていて、時期はおそらく1986年の前半、場所はまだ実験時代だったアスキーネットだがある。機械がNECのPC-8801、フロッピーが5インチだったと聞くと、なんとも大昔である。殺伐とした画面で連絡をとりあわなければならなかったコンピュータ技術者たちのちょっとした遊びだったのだ。

顔文字が稚拙なマンガ的表現であることは間違いない。パソコン通信がたいへん制約の多い条件下で遊び心を何とか伝えようとした成果ともいえる。ところで、ここからがメディア文化論の出番なのだが、マンガ的表現の、汗がたらーっと言う表現は、日本のマンガでは常套句である。内面であせっていること、こりゃまずいと考えていることを表現している。マンガを読みなれている者にとってはこれは言語と同じくらい明白な約束事（プロトコル）になっている。ところが、こういう日本マンガの常套句がどこでも誰にでも通用するかというと、どうもそうではないらしい。『マンガはなぜ面白いのか—その表現と文法—』の中で夏目房之介は、台湾版の日本マンガを見ると、静けさをあらわす「シーン」という表現、内面を表す「ハッ」という表現、ぞっとすることを表す「ゾーッ」という表現は「呵ーッ」つまりただ「あーっ」と叫んだように変えられていると指摘していた。これらは普通オノマトペといわれている。日本マンガの場合、かなり激しくオノマトペは画面に登場し、吹き出しに囲まれたセリフのようなただの文字としてではなく、絵の一部として扱われていることもある。マンガは絵画であることは間違いないのだが、写実としての絵画ではなく、さまざまなプロトコルに満ちている。誰も頭から？を飛ばす人間などいないが、そう描くと、あれ？わからないやとその人が感じているという約束事なのだ。こういうマンガの約束事、絵で表現してい

るから世界中誰にでも通用していると考えがちだが、絵として通用する範囲と、プロトコルを知らなければわからない範囲とは区別しなければならない。

巷がアニメやマンガやゲームなどの映像にあふれているから、子どもの頭の中でのイメージ形成の力が不足するという論議がある。確かにコミュニケーションに対するに、ビジュアルコミュニケーションという言葉ができています。この場合、コミュニケーションは言語によるコミュニケーションという意味であり、ビジュアルというのは言語以外の絵や映像という意味である。イメージ形成力をビジュアルコミュニケーションは育てないといわれるのだが、本当にそうなのだろうか。日本語は難しいが、日本マンガは解りやすいから世界に通用していると考える俗論と同じような気がする。夏目房之介が切り開いた表現論としての地平から見ると、日本マンガの世界への通用の仕方はそんなに簡単なことではないのだ。この辺は、夏目が『マンガ 世界 戦略』という本で、日本マンガの異文化との接触をとりあげている。

どうもマンガ文化人類学のようなものになってしまうが、内面をあらわすのに絵画的なリアリズムでなしに、日本マンガはかなり記号的な約束事を採用している。もともとマンガ、カリカチュアというものは目で見える光景でなく、少々誇張した事柄を、（例えば利権しか考えない政治屋は、その内面どおり醜くブクブクに描かれる。見た目は良いが内面は醜いというような人生の複雑さはマンガ的表現ではない）単純な線で描くところから発生しているから、これは当然なのだが、それにしても日本の場合かなりそれが複雑に発展したのだ。頭から？や！を飛ばすのはもとより良いアイデアが浮かぶと電球まで飛ばす、あせるとたらっと汗をたらし、ぞっとすると顔の輪郭線まで波線になる。怖くて震えるのも描線が震える。あーっ言語で表現するともどかしいくらいマンガ表現は私たちにしみついているのだ。ところがマンガ世代より上の世代、団塊の世代を一部含むが、ではこういうマンガの読み方が身につけていない。そして身につけていないとマンガを読んでも面白くない。逆に文化が違ってもこのプロトコルを身につけると楽しめる。夏目房之介が例にあげた台湾のマンガは1993年のものだが、それから9年、今年ベトナムで私が買った『ピカチュウ』の本は、末尾に現地の筆になると思われるマンガが掲載されているが、？や汗や電球などのマンガの文法を使いこなしているのだ。ファンがマンガのキャラクターを使ってマンガを描くのも、テレビゲーム『ドラゴンクエスト』あたりから始まった日本マンガの楽しみ方である。ベトナム人はしっかりとこのプロトコルを見につけたようなのである。

さて、顔文字というものが、稚拙なマンガ表現であると書いた。しかしマンガの本質として、リアルな描写は元来捨てられている、記号的なあり方がマンガなのだ。キーボードにある記号しか使えないというのも、制約が逆に自由を与えるという、表現の逆説が働いていて創作欲を刺激したに違いない。ポイントは顔であった。そして内のものを外にあらわすという日本マンガのプロトコルがここで生かされたのだ。目があうということは相互の主体を認めあうことだと言ったのは、発達心理学者の浜田寿美男である。彼は「目を見る」と「目が合う」とは違うという。目玉、眼球を見るのと、まなざしを感じるのとは違うのだ。死者の眼球をいくら見ても、死者のまなざしを感じることは出来ないのだ。

人間が顔に特別な関心というか、心理学的な傾向を抱いていることは心霊写真と呼ばれるものについての説明としても使える。顔文字で表現すれば（・・）これだけで、人間はそこに「顔」を感じとるわけで、それはどうしてかという（ ）括弧でくくられた領域に・・

点が二つ、これが二つの目なので、これと「目が合う」と向こう側に主体がいると感ずるよう
に出来ているらしい。ところで写真に撮影された自然物で、偶然二つの点が横並びに並んで
いることはそんなに珍しくない。すると人間はそこに「顔」を感じてしまうのだ。写るはずの
ないところに顔があるから、幽霊が写ったと騒ぎ立てる。ほとんどの心霊写真は「顔」であり、
次いで「手」「足」あたりで、さすがにヘソのあるお腹やお尻やらでも写ってたら、たとえそ
れが本当に幽霊のものでも笑いの種にしかない。

そのような「顔」への心理的傾向がまずあって、そこにマンガ的プロトコルがはたらいて、
心情、気分の表現を、言語による意味伝達に付加しようとした、というのが顔文字なのだろ
う。文章表現が稚拙だからそれを補うため、とか、仲間内でしかわからない暗号で仲間であ
ることを確かめるため、とかあれこれ絵文字、顔文字の使用の理由はつけられるだろうが、
日本マンガの超（メタ）言語的な豊かな表現性に若者たちが慣れ親しんでいなければ、こ
れほどの発達はなかったはずだ。心霊写真の解釈あたりからかなり余談、閑話めいてきてい
るが、ついでにもっと脱線すると、テレビの画面での表現もこのところとみにマンガ化して
きている。

例えばドラマなどで、人間関係や事態が急迫すると、必ず救急車のピーポーピーポーとい
うサイレンが流れたり、踏み切りのカンカンカンという警告音が流される手法に気が
つかないだろうか。これなど、映画のフィルモロジー、演出法からの転用というよりはず
つと安易なお約束、記号表現のようだ。生身の役者が演じるのだから、名優だったら声の雰
囲気、顔の表情で内面の苦悩を表現できるものを、安物のテレビドラマでは、アイドルの大根
役者しか使えないから、嬉しくても悲しくても同じ演技しか出来ず、こういう手法がやむな
く採用されたのかもしれない。コマーシャルなどでも生身の人間がまるで劇画『巨人の星』
の登場人物のようにどどどと涙を流すものがある。もっとまじめなニュースやドキュメ
ンタリー番組でも、声だけでは聞き取りにくい時、文字を画面に出す手法は当たり前にな
ってきている。そのうちドラマの主人公の頭から？が飛び出したり、ニュースの解説者の口か
ら吹き出しが出て、文字が現れるようになるかもしれない。テレビにおける人間のマンガ化
である。

絵文字のこれからという点では、漢字がもともと絵文字であったことは忘れてはならな
い。コンピュータ画面で近頃アイコンと呼ばれる記号が重宝されている。アイコンをクリッ
クすると特定の働きが始まるのだが、一種の絵文字である。アルファベットだと長たらし
くなるので象徴的な絵文字が使われるようになってきた。顔文字の発達した文字しか使えな
い環境から、グラフィックな解りやすい環境（グラフィカルユーザーインターフェース、
GUI と呼ばれる）にコンピュータが変わってきて、またも絵文字が登場してきたのだ。暗
い画面で文字と記号しか使えなかった時、人は顔文字で気分をあらわしたが、色も映像も自
由に豊富に使えるようになった時、今度は整理のためにアイコンを使い出すのだ。ケータイ
も画像を自由に使えるようになって来て、逆に画像の記号化、プロトコル化が始まるのは
ないだろうか。パソコンでのアイコンだが、マイクロソフト社のワードプロセッサは **Word**
という名前なので **W** をアイコン化している。しかし、**W** は **world**（世界）にも **whale**（鯨）
にも使われているわけで、言葉（**word**）だけを意味するのではない。漢字の「言」や「書」の方
がよっぽど合理的なアイコンであるわけで、欧米文化がそのことに気がついてアイコンに
漢字を採用し始める日が来ることを楽しみに待っている。

参考文献

吉見俊哉『「声」の資本主義』講談社選書メチエ、1995

永井荷風『すみだ川、新橋夜話、他一篇』岩波文庫、1987

永嶺重敏『雑誌と読者の近代』日本エディタースクール出版部、1997

針谷喜久雄（産業技術総合研究所ナノテクノロジー研究部門主任研究員）

<http://www.etl.go.jp/etl/divisions/~harigaya/doc/kao.html>

夏目房之介『マンガはなぜ面白いのか—その表現と文法—』NHKライブラリー、1997

夏目房之介『マンガ 世界 戦略—カモネギ化するかマンガ産業—』小学館、2001

浜田寿美男『人間を理解するとはどういうことか』障害者・児情報センター、1996

堀田穰「テレビドラマはマンガ化するのか」『web講座 現代社会』第18号

http://www.kyotogakuen.ac.jp/~o_human/dptm/society18.html