

音声言語生活におけるレトリック再考

—学校教育活動における、より教育的な
コミュニケーションを目ざして—

新名主 健 一

(1980年10月15日 受理)

A Study of *Rhetoric* in Oral Speech

—For More Specifically Educational
Communication in School—

Ken'ichi SHINMYOZU

日常の音声言語生活においてコミュニケーション（以下、コミュニケーションは特に断わらない限り音声言語によるコミュニケーションのことである）のあり様によっては様々な問題が起こることとは経験的に明らかである。

周知のようにコミュニケーションは言語的コミュニケーションと非言語的コミュニケーションとに分けられる。コミュニケート (communicate) されるものをメッセージ (Message. 以下略) とよぶ。言語活動の場では、送り手と受け手がそのメッセージのやりとりにより発語・受話を行なう。コミュニケーション過程において発話者が効果的に伝えようとするメッセージの言語表現的技巧をレトリックというが、従来、そのレトリックということは送り手の方からのみ焦点があてられ、「弁説で人をまどわす術」とか「他人を自分の見解にひきずってくる技術」というようにわるいことばの使い方の代表みたいなものであった。そこには文字言語と同じように送り手の技能のみでレトリックは成立するものだというようなコミュニケーション機能を無視した考えがある。そこで、次に受け手のどんな感情に訴えるのが効果的かという分析がなされたが、それとて送り手の側からの発想であるにすぎなかった。つまり、「場面」(context of situation. 以下略) を構成する一要素である送り手からのみのレトリックにすぎなかったのである。「場面」というコンテキスト (context. 以下略) の外部から、その「場面」を構成する要素と背景・要素間の関係を見るならば、そこに働く機能的・相関的な関係においてメッセージのあり様が位置づけられることに気づかざるを得ないのである。

学校教育活動におけるコミュニケーションも、日常生活におけるそれと、ほぼ同様の背景を持つがゆえに同種の問題を提示している。異なっているのは、後者が意図的な教育活動の場であることである。そのために、そこで起こるコミュニケーション上の問題は生徒の一生にかかわるような重

大な影響をひきおこすのである。学校教育活動におけるそのような問題は主として教師の側のコミュニケーション機能に対する無知に起因する例が大半であるように思われる。少なくとも生徒より教師はコミュニケーションによってひきおこされる問題に遭遇した経験は多いであろう。それにもかかわらず、そのような経験を教育活動に有効な形で生かすことが不得手のようである。しかしながら、音声言語を媒介として教育活動の大部分が営まれていることから考えて、この問題は看過できないことであろう。看過できないというよりも、むしろ、コミュニケーションから起こる問題の起因と結果を分析し、その構造をとらえ、できたら、逆に学校教育の中でのコミュニケーション活動において積極的にその活用を図るべきものであろう。

先に記したように、日常生活におけるコミュニケーションの問題を教育活動におけるそれと比較すると、われわれはその類似性に目を向けざるを得ない。そこで日常生活におけるコミュニケーションの背景・諸相・問題点を検討した上で学校教育活動におけるそれを検討していくことは学校教育活動に対し何らかの有益な示唆を与えることになる。

したがって、この小論はメッセージを効果的に伝えるためのレトリックを言語活動における「場面」において再考し、示唆されることから、学校教育活動における問題を分析し、より効果的なコミュニケーションのあり方を考察しようとする試みなのである。

I

コミュニケーションは大きく言語的コミュニケーションと非言語的コミュニケーションとに分けられる。言語的コミュニケーションにおける言語については、時枝誠記の「言語は継起的過程それ自体である。」(「言語本質論」320頁～324頁 時枝誠記 岩波書店)とする見方もあるが、ここでは、一般的に認められていると思われるソシユール流の言語観^{注1)}で考えていく。ソシユール流の言語観で言語をとらえている石橋幸太郎は、言語を表示体とあらわすものと被表示体とあらわされるものの結合体である記号としてとらえ、その記号の中で言語は無縁記号にあたるとしている。そして、言語における表示体は音声・文字であり、被表示体を話者が聴者に喚起しようとする心的現象であるとしている。ふつう、意味ということばで示されるものは被表示体であるから、意味は心的現象であるということになる。(「意味論」石橋幸太郎『言語教育学叢書』第一期4 言語教育と関連諸科学」7頁～32頁 所収 文化評論出版)したがってコミュニケーション場面における受話者に、ある心的現象をおこす対象をメッセージと考えてよい。マクロにとらえるならば、その「場面」において受話者に心的現象をおこさせる発話者に関する一切のことがメッセージとなる。つまり、メッセージとは発話者と受話者との通時的・共時的なコンテクストにおいて、受話者が意味化するに際して手がかりとする、受話者が把握した発話者のコンテクストといえる。

そこで受話者にとって意味化の手がかりになる発話者のメッセージの背景のコンテクストを検討してみよう。当然、コミュニケーション過程における受話者にもその背景のコンテクストがあるから、発話者のそれと一緒にして、言語行動主体の背景コンテクストを考察することになる。

この背景のコンテキストについては、拙稿、「音声言語生活における『場面』の検討」（『人文科教育研究 III』^{注2）} 26頁～34頁 所収 東京教育大「人文科教育編集委員会」編）で、その諸相を定位したのでそれに基づいて具体的に考えることにする。

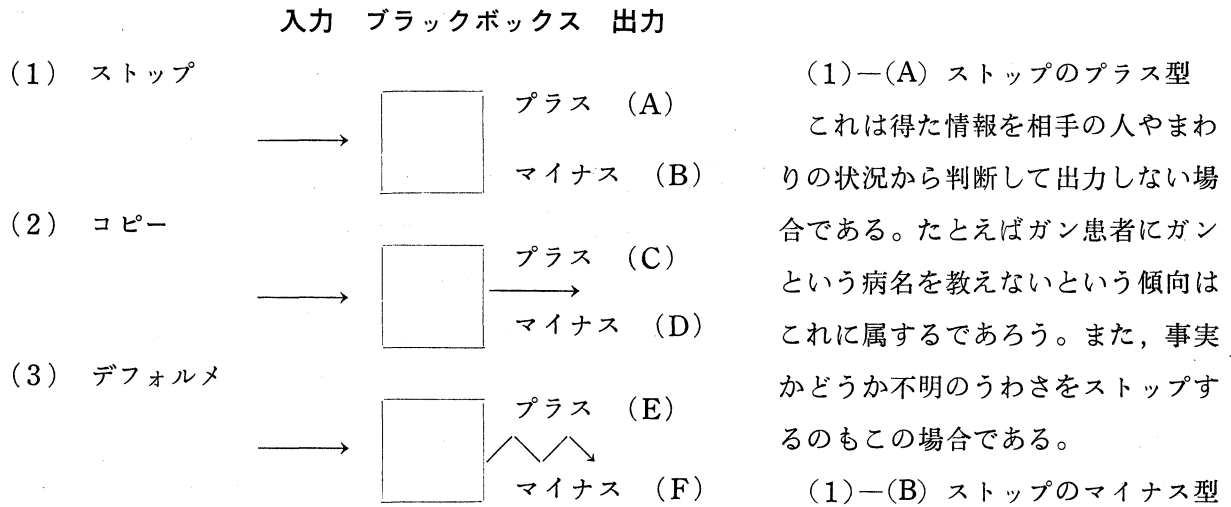
言語行動主体の背景コンテキスト

1 次的水準	context of culture, context of nation, context of social, context of age	
2 次的水準	context of personality	
3 次的水準	context of human-relation	
4 次的水準	context of situation	
5 次的水準	verbal context	non-verbal context

概略を記すと、一次的水準は二次的水準の、二次的水準は三次的水準の背景となり、具体的なコミュニケーション「場面」におけるメッセージの意味化の背景は一次的・二次的・三次的水準であることを示したものである。

一次的水準における culture（文化）・social（社会）・nation（国家）・age（年代・世代）には、それぞれ特有の傾向（たとえば価値志向性・行動様式など）が見られ、コミュニケーションにおいても例外ではない。たとえば、日本で生まれた赤ん坊を異質の他の文化・社会環境において育てた場合のことを考えたらどうなるであろうか。当然、日本で生まれ育った人間と比較すると異なった行動様式を持つ人間になるであろう。Age（年代）についても「世代が違ふとコミュニケーションが困難だ。」というような日常の会話でも明らかなように、ある歴史的コンテキストの中で生育した人にはそのコンテキストの中で身につけたもろもろの行動様式があり、その歴史的コンテキストを共有しない限り、「世代が違ふとももの考え方まで違ふ。」ようになるのである。

二次的水準の Personality（パーソナリティ）は言語行動主体の人格・性格という意味を含む。このパーソナリティによって発話・受話のされ方も異なってくる。もちろん、コミュニケーション場面において発話・受話を行なうそれぞれの言語行動主体間の人間関係と、ある意味では切り離されない要素である。しかし、気のおけない人間関係の中での言語行動やそれと反対の場合であっても、その言語行動のあらわれ方はパーソナリティに根ざすものであろう。コミュニケーション場面において言語行動主体が、得た情報をどのように表出するかは、ひとえにこのパーソナリティによっている。たとえば、言語行動主体をブラックボックスとして情報を媒介するコミュニケーションの形態を考えてみよう。入力された情報の処理のしかたは、おおまかにストップ・コピー・デフォルメの三通りがあり、細かくみると、それぞれに人間関係を円滑にするプラス型・人間関係をこわすマイナス型が観察でき、六通りに分化できるようである。図示すると、次のようになる。（入力を情報受容・出力を情報表出と考える。）



ある情報があれば非常に助かる相手にその情報を知っているにもかかわらず出力しない場合である。この場合はストップしたことによっておこる状況が意図されていることが多い。

(2)–(C) コピーのプラス型

これは得た情報をそのまま出力し、そのことが相手の人、まわりの状況にいい影響を与える場合である。たとえば何事か失敗し意気消沈している人がいたとする。その人の信頼・尊敬できる人が「彼の失敗は彼にとって新たな仕事のバネになるだろう。彼ほどの人物がそんなことにくじけることはないよ。」と言い、それをブラックボックスにたとえられた人物が伝えることなどはこれにはいるだろう。

(2)–(D) コピーのマイナス型

これは得た情報を出力したら、相手の人、まわりの状況をこわす場合である。この場合、媒介者は無意識の場合もあろうが、意識的に表出する場合は、その情報を出力したことによって起る結果を期待する人が多い。人物や人間関係をめぐるうわさ話がこれにはいるが、媒介者が話題中の人物・人間関係と利害関係を持つ場合、これにデフォルメが加わる人が多い。

(3)–(E) デフォルメのプラス型

この場合、得た情報は相手の人・まわりの状況にいい影響を与えないものであっても媒介者の方でデフォルメして、少なくとも悪い影響を与えないように配慮することが多い。たとえば甲なる人が丙なる人のことを「あの人は神経質でね…」と乙なる人に語り、乙は丙との間の会話の文脈において実にタイミングよく「甲が君のことをきめ細かな人だとか言っていたよ。」という場合、甲と丙との人間関係には改善が見られることも多々あるし、少なくとも悪い影響はなからう。

(3)–(F) デフォルメのマイナス型

これにはデフォルメすることによって相手およびまわりの人との人間関係をくずすことを目的とする表現意図がある場合が多い。最近、わたしが経験したことでは、ある人のことを「実に気さく

な方ですね。」と言ったにもかかわらず媒介者は「冗軽だと言っていた。」とその人に言っていた例がある。いずれの側にしてもことの真偽を確かめるすべも持たず、確かめることにためらいがある（媒介者がひじょうに高い社会的地位にある場合など）以上、ことの真偽は確かめられず媒介者としては人間関係を断つというよりマイナスの人間関係を構築するという目的を達することになる。

それぞれの型の現われ方は同一人物にプラス型・マイナス型が混在している場合・主にプラス型の場合・主にマイナス型の場合の大きく三つに分けられる。日常生活の中でわれわれはまわりの人を意識的にしろ、そうでないにしろ、それぞれの型に類別して、それなりに対応しているのが現実であろう。いずれにしても流動的な人間関係において、相手をどう把握しているかという言語行動主体の受容のありようは表現・解釈のしかたに結びつくのである。つまり、その表現・解釈のしかたのヴァリエーションはひとえにパーソナリティ次第なのである。

ところで、音声言語は情報を伝えるとともに発話者の人柄も受話者に伝える^{注3)}。発話方法・内容による受話者の側での発話者把握は極端な場合は「えらい人」であったり「くだらぬ人」であったりする。受話者の側でとらえた発話者のそのような側面を「エトス」という。そのエトスを高める要因には諸説^{注4)}があるが日常の言語生活においては、話の内容の実証性・言動のデリヴァリー (deliberation), すなわち、受話者からみた発話者の言動の非のうちどころのなさ・誠実性があげられよう。その要因を規定するのもパーソナリティである。つまり受話者にとって話者のエトスを決めるものは行動とパーソナリティの表裏一体的関係から話者の行動全体と言ってよい。ところで、行動全体からメッセージを伝える一要素である音声言語をとって考えるとその人なりの話体^{注5)}が認められるであろう。文字言語の場合の文と比較すると音声言語における文は「場面」の助けて意味化の障害とはならないため語順がバラバラになる傾向があり、その傾向にも一定のパターンが観察される。たとえば、ある種の遊びことばの多用・一定の副詞の使用とか、文章中における主語・述語の転倒・修飾語と被修飾語の語順の転倒とかは、同一人物において、かなり似かよったパターンで現われる。この話体は緊張関係にある一対一のコミュニケーションや人間関係に一定の規制を強要する公式の会議等においてはほぼ文字言語における文の形態に近くなる。しかしながら、その面でも、やはり話体の識別^{注6)}は可能である。そこでは冗語・副詞・終助詞が同じパターンで使われることが多い。特に顕著に認められそのパターンを区別する手がかりとなるのは接続詞の使用度・使用順である。接続詞の使用は発話内容の論理性に関わっているがゆえに、その人なりの論理パターンに対応しているものと考えられる。この話体においてもパーソナリティの関与は直接的なものであることはいうまでもない。

ところで、意味をメッセージによって喚起される心的現象であるとするれば、どのような心的現象になるかは、言語・非言語を問わず、その言語行動主体の持っているコード (CODE) によって決まってくる。ある音の連なりに心的現象が喚起される場合、音の連なりが言語行動主体のコードによって意味化されたということになる。コードにある表示体と被表示体の組み合わせが組み入れられることをコード化するというが、その組み合わせのされ方も主として言語行動主体のパーソナリ

ティによるものであろう。たとえば、言語行動主体が初めて聞くことばは、どのような場面でどのような話され方をしたかという受話者の側での把握の内容、そしてそのことばがどのような心的現象を受話者に喚起したかによってコード化されるのである。つまり、言語行動主体が把握するその場面におけることばの使われ方によって、ことばと意味との結合が生まれ、それ以後、そのことばを聞いた時に言語行動主体が持つ心的現象は、おおむね最初に出会った時に喚起された心的現象に近いものと言ってよかろう⁷⁾。全国共通語のコードしか持たぬ言語行動主体には地域共通語が意味化されないのは地域共通語のコードを持たないためなのである。どんな場面でどんな使われ方がするかの把握は言語行動主体のパーソナリティによることから、コード化の場合にもパーソナリティの関与が認められよう。

さて、次に三次的水準の Human-relation (人間関係) はどのようにことばの意味化に影響するであろうか。

たとえば、A・B・C・D という四人の人と E なる人とのそれぞれの人間関係において、A・B・C・D が文字言語になおしたらおなじ文を E に対して言ったとすると、E にはそれぞれの人間関係に応じたことばの意味化がなされることは経験的に明らかなことである。ある者の言ったことばは意味化されず、またある者の言ったことばはおせじに、別の者のことばは皮肉にというように E に喚起される心的現象はそれぞれ異なったものになるのである。さらに人間関係による意味化の違いを身近な人間関係である夫婦のコミュニケーションで考えてみよう。冗談が冗談として意味化されるニュアンス関係にある場合は笑えることでも、ひとたび緊張関係に転ずればお互いの表現・解釈意図に焦点があてられることになり、ニュアンス関係であった時はお互いに笑えたことも深刻な事態をひきおこすことは容易に想像できよう。したがって、人間関係はことばの意味化の方向を決めるものといえることができる。

次に四次的水準の Context of situation (場面) において空間的物理的なもの(場:situation)は言語行動主体の意識でとらえた時に「場面」となる。コミュニケーションの場面における言語行動主体が意識する、まわりの一切の状況がことばの意味化に際して重要な機能を果すのである。言語行動主体がまわりの状況を意識する際の意識は、目的意識・相手意識・話題意識・自己意識・外界意識の五つに分類できよう。目的意識とは、コミュニケーション行動において、人は何んらかの目的を持って行なうと思われることから、その目的を遂げようとする意識のことである。具体的にはセールスマンの発話・受話のし方・され方の背景にはセールスマンの目的(売る・契約するなど)が強く働き、セールスの場を離れたところで言われたら腹の立つことでも笑ってうけながすようなことを考えると目的意識のもつことばの意味化に際する機能は強大である。また、相手意識というのは、相手の社会的地位や年齢・容姿・服装・話体・視線等の相手の属性すべてに対する意識である。その意識に好印象を与える相手のことばはすんなり意味化されるが、悪い印象をもつ相手であると好印象をもつ相手とたとえ同じことを言っても意味はまるっきり正反対になることもある。話題意識というのはコミュニケーション場面において話題になっていることに対する言語行動主体の

