

【表現学関連分野の研究動向】

日本文学研究(近代)

広瀬 正浩

今号は2020年1月～12月の研究動向を振り返るが、2020年はコロナウイルスの感染拡大に全世界が揺さぶられた1年だった(無論今も)。多くの人々が従来通りの生活や芸術文化の享受がままならないことに不安を感じ、政治に対して不満を感じ、そうした心情をSNSなどを通じて表現し、またそれを共有した。

SNSに投稿される情報は、受け手に対して直接的で共感性が高く、刺激の強いものが求められる。そして分かりやすさも好まれる。その結果、投稿された内容は、元々の文脈を読み取られずに脊髄反射的に受容される傾向がある。一見すると、高度なりテラシーが要求されるアイロニカルな表現が受け入れられない状況が出来しているようにも感じられるが、反面、メタな視点に立って他人の表現を嗤う者もきわめて多く、SNSはアイロニカルな表現に溢れている。木原善彦『アイロニーはなぜ伝わるのか?』(光文社、2020年1月)は、「アイロニー」を語源から掘りおこしながら、「期待」と「現実」の関係から表現を分類・整理しつつ、幾つかの文学作品を例示してアイロニーを説明している。

ところで、利用者の情動を喚起するSNS上の表現はそれを媒介とする共同性を生むが、そのような共同性はかつては雑誌の投稿欄に見いだされるものであった。秋吉大輔「制作空間としての詩—寺山修司による受験雑誌『高3コース』の文芸欄—」(『日本近代文学』第102集、日本近代文学会、2020年5月)は、1960年代に寺山修司が月刊受験雑誌の文芸欄に詩・俳句・短歌の選者として登場し、「書きたいことを書く」「肉声」を尊重して、投稿者に呼びかけていたことを指摘する。そして、その「肉声」志向が寺山の創作実践にも見られ、寺山の言う「詩人格」の涵養につながったと論じた。今日的な視点で捉えた場合、こうした「肉声」志向を、SNS上のアイロニカルな表現の充溢に対する反動として捉えることができるかもしれないが、「肉声」もアイロニーも、“読者のウケ”を狙ったものだという点では共通している。

SNSやYouTubeなど、誰もが発信者・表現者になり得る環境・技術が整っている現在、しかしそこでなされる表現は必ずしも独創的なものであるとは言えない。「肉声」も嗤い方も、様式化され類型的なものとなる。こうした状況について、歴史に学ぶことにも意義がある。湯本優希『ことばにうつす風景—近代日本の文章表現における美辞麗句集—』(水声社、2020年4月)は、句の形式の類型表現が題材別に列挙された美辞麗句集というもの明治時代に数多く刊行され、それが明治期の「作文」の流行を生んだことを、大町桂月や小島鳥水らの表現にも触れながら論じている。

「コロナ禍」の中、私たちの表現は改めて問い直される機会を迎えている。

(椋山女学園大学)