

佳作

# 「わかりやすさ」のその先

(神奈川県／私立中央大学附属横浜高等学校二年)

## 日垣朋果

### 第一章 はじめに

「何も考えずに読める一冊！」

本屋に並んでいたエッセイ集の帯が、私の目を引いた。情報は一分で要約され、ニュースは図解で消化される。難しい言葉が忌避され、思考の余白は「無駄」とみなされる。「わかりやすさ」に束縛される社会の中で、私たちは「考えなくとも理解できる」ということを誇りに思っている。だが、同時に「解釈の余地」や「複雑さ」といった可能性を、静かに手放してしまってはいるだろうか。

私はこれまで、動きやテーマを観客により的確に伝える舞台衣装の制作に取り組ん

まれる「わかりにくさ」の価値、そして両者の共存のあり方を考察する。最終的に私は「わかりにくさ」をわかりにくさの美学を支える土台として再定義することしたい。

### 第二章 視覚言語としての衣装と「わかりやすさ」の限界

「わかりやすさ」とは何か。一般的には、「情報が正確に伝わること」や「複雑なものを単純化すること」として理解される。現代社会では、それがしばしば美德として語られ、「良い表現」の条件とみなされる。しかし、この価値観は本当に摇るぎない「正義」なのだろうか。

コミュニケーション論において、「わかりやすさ（Clarity）」は話し手の意図が、聞き手に對して曖昧さもなく明確に伝わる可能性と定義されている（注1）。この定義は、明快さや即時性を求める現代において確かに妥当であり、書店の「何も考えずに読める」と記された帯や、一分動画のハックー解説といった事例にも表れている。情報が整理され、選別され、最短で消費可能な形に設計される。こうした設計思想の背景には、やはり「わかりやすさ」を「正

義」とする平等主義的世界觀がある。

また、舞台芸術においても、同様の価値觀を持つといえる。舞台表現を論じるうえで、その媒介として機能する衣装の存在は欠かせない。衣装は、色彩・形状・素材・装飾、そして身体の動きといった視覚的要素を通じて、観客にメッセージを伝える。まさにこれは、「視覚の言語」と呼ぶにふさわしい。

実際に、私はダンスの舞台衣装を制作する中で、「わかりやすさ」を強く意識してきた。衣装は、言葉を用いずにテーマや物語性を伝える視覚的な媒介であり、テーマや物語性が観客に一目で伝わるよう、色彩やシルエット、布の摇れ方までも計算してデザインする必要がある。たとえば、力強いダンスでは直線的な裁断と濃い色、幻想的な場面では透け感のある布を用いるなど、視覚によるメッセージ設計に努めてきた。しかし、どれほど丁寧に設計しても、「伝えたいこと」と「伝わること」のあいだには、思いがけない隔たりが存在する。ギリシア神話のスドウーサをモチーフにした衣装は、「禍々しさ」や「呪い」を想起させるよう意図したにもかかわらず、観客から「自然の精靈のようだ」と解釈された。

また、情熱を表現するために選んだ赤い布も、ある人には「優しさ」や「温かみ」の色として受け取られた。

このよつたな経験は、視覚情報の伝達においても、受け手の感性や文化的な背景がいかに大きな影響を及ぼすかを私に痛感させた。そして、「わかりやすさ」は正確な情報伝達とする価値觀そのものを見い出す契機となつた。色や形などの視覚的要素は決して一義的でなく、むしろそこには解釈の揺らぎや多義性が常に存在する。多義的な解釈はときに誤解を生むが、同時に多様な読み取りや感情の共有を促す力も持つている。私が衣装に込めた「わかりやすさ」の追求は、いつの間にか観客の解釈の自由を制限していたのではないか。そんな葛藤が、私に「表現とは何か」という根源的な問いを突きつけた。

**第三章 「わかりやすさ」という罠**

「みんなに伝わる」表現を目指すことは、受け手へのやさしさや配慮の表れと称することができる。誤解を避け、誰もが理解できるように設計することは、情報伝達における責任ともいえる。しかし、そのやさしさが過剰になると、表現者にとつては「制限」として作用する。誤解を恐れるあまり、私は衣装制作において大胆な造形や色づかいで控えるようになった。本来であれば挑戦的であつてよかつた表現も、「伝わること」が優先されることで、徐々に無難なものに収束していった。

この傾向は、舞台芸術だけの話ではない。近年、ロアルド・ダールの名著「チャーリーとチョコレート工場」が「センシティビティ・リーダー」の介入によって、民族・性別に関する表現が改訂された事例は記憶に新しい。公式には、「子供たちに配慮した表現への転換として説明されたものの、多くの読者や作者は「原文が持つていたユーモアや深みが削がれてしまった」と批判し、最終的には旧版と新版を併録する対応に至つた。これは、わかりやすさや安心を追求するあまり、作品のオリジナリティや多様性が損なわれることを示す一例である。このように、「配慮」は創造性を抑制する圧力ともなりうる。一般的に「正義」とされてきた「わかりやすさ」も、逆に多様な表現の芽を摘んでしまうのだ。二〇二五年七月、高校生二〇名を対象に行つた独自のアンケートでは、「SNSや学校などで『みんなにわかりやすく伝えるべき』と

感じことがあるか」という問いに対し、「よく感じる」四五%、「たまに感じる」五〇%と、ほぼ全員が何らかの形でその必要性を意識していると答えた（資料1）。

方で、「伝わりやすさ」を意識しそうて言いたいことを表現しにくかった経験があると答えた人は「よくある」二五%、「たまにある」三五%で、半数を超える（資料2）。さらに、「誰にでも伝わるように」という言葉に「プレッシャーを感じると答えた人は四〇%と、「感じない」二五%を上回った（資料3）。

この結果は、「わかりやすさ」が単なる技術的問題を超えて、社会的な期待や無言の圧力として作用していることを示す。時に「誰にも誤解されないこと」が目的化し、創造的表現が萎縮してしまう現実があるのだ。

本来、表現とは見る人によって解釈が分かれるからこそ豊かな意味を生み出すものである。しかし、その「わかりにくさ」があらかじめ排除されることで、多様な解釈や議論の余地は失われつつある。私たちはもはや自明とされてきた「わかりやすさ」「正義」という前提を、根本から問いかけてきに来ているのではないだろうか。

#### 第四章 「わかりにくさ」の美学

「伝わりにくい」ということは、表現の失敗だらうか。現代社会では、情報の正確な伝達や効率性が重視され、「わかりやすさ」が美德とされてきた。そして、曖昧さや複雑さ、すなわち「わかりにくさ」は誤解を招くものとして排除される。だが、美学の領域では異なる視点も存在する。わ

かりやすさの対極にある「わかりにくさ」——すなわち曖昧さや複雑さ——に、豊かな価値を見出す立場だ。文学批評家ウイリアム・エンプソンは、その著書『曖昧の七つの型』のなかで、曖昧な表現が意味の多層性を生み、読者に多様な解釈の可能性を与えると述べた（注2）。また記号学者であるロラン・バルトは「作者の死」において、作品の意味は作者の意図によって決まるものではなく、読者の意図によって多様に立ち上がるものだと論じた（注3）。

これらの思想に共通するのは、「わかりにくさ」が必ずしも欠点ではなく、想像力と他者の対話を促す「余白」として機能しうるという点である。情報を明快に伝えることが必要である一方で、それを唯一の価値基準として偏重することは、創造性や

多義性を排除するリスクもはらんでいる。

そして私も、「わかりにくさ」こそが、人と人との間に想像力や対話を生み出す起點になりうる信じている。衣装という表現形式にかかる中で、それは確信に変わった。私が制作した「怒り」をテーマにした衣装は、差し色に赤を使用し、強い印象を与えるものだった。しかし観客の一人は、それを「静かなやさしさ」として受け取った。当初は戸惑つたが、やがてその解釈を「表現が観客の内面に触れた証し」と感じるようになった。伝わらなかつたのではなく、思いもよらない伝わり方をした。意図を超えた読み取りこそが、表現の奥行きを生むのではないか、と。

衣装もまた、「二つの意味」を伝えるための道具ではなく、多義的な解釈の余地を持つた「問い合わせ」のメディアなのではないだろうか。「わかりやすさ」を追求しきると、そうした自由な読み取りの可能性は削がれてしまう。

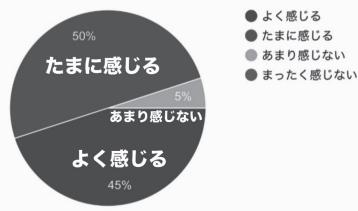
一方で、「わかりにくさ」は解釈の余白を残し、観客の感性や背景に応じて多様な読み取りを許容する。

日本の「kawaii（カワイイ）」文化はこの「わかりにくさの美学」を体現している。

## 資料1

SNSや学校などで、「みんなに分かりやすく伝えるべき」と感じることはありますか？

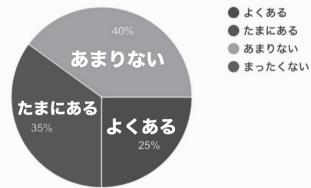
20件の回答



## 資料2

「伝わりやすさ」を意識しすぎて、自分の言いたいことを表現しにくかったりできなかつた経験はありますか？

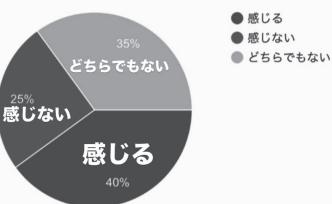
20件の回答



## 資料3

「誰にでも伝わるように」という言葉にプレッシャーを感じますか？

20件の回答



装飾过多で非現実的な衣装や、意図が読み取りにくいくらい表現は、意味よりも感覚で伝わる。そこには、言葉で表せない感情や、理屈を超えた共鳴が存在する。

哲学者・宮元健次は、著書『日本の美意識』において、日本人の美意識には古くから「滅びの美学」が根付いており、「かわいい」という感性もその延長線上にあると論じている。「かわいい」には本来、「ふびんだ」「気の毒だ」といった意味が含まれ、そうした未熟さや優しさに対しても愛しさを見出す感覚は、日本固有の価値観と深く結び

ついているという。さらに宮元は、「かわいい」は、成長や成熟を否定する美意識である」とも述べ、未完成性や壊れやすさといった要素が、むしろ魅力として肯定されている点に注目している。このような感性は、単純明快な「わかりやすさ」とは異なる軸に立つ美の在り方を示しているといえるだろう（注4）。

このように、「わかりにくさ」は決して表現の欠陥ではない。むしろ、そこにこそ想像力や多様な解釈、そして他者との対話のきっかけが宿る。感情や余白に訴えかけ

る表現は、見る者の感性を刺激し、意味を再構築させる力を持つている。

とはいえ、すべての場面で「わかりにくさ」が許容されるわけではない。命にかかる場面においては、誰にとっても同じように理解されることは最も重要な。それでも私は、「わかりにくさの美学」を守りたい。そのためにはまず、誰もが「見ること」において不利にならない、視覚的なインクルージョンが必要なのではないか。すなわち「わかりやすさ」は、表現の自由を狭めるもの

ではなく、「わかりにくさ」という豊かな解釈の可能性を支える足場となりうるのだ。次章では、そのような表現の基盤をどのように設計するかを、ユニバーサルデザインと視覚認知の観点から考察していく。

## 第五章 多様な解釈を支える視覚的包摶

「わかりにくさ」は、解釈の余白を生み出し、表現の可能性を豊かにする。一方で、「わかりやすさ」は、情報を誰もが受け取れるようになるための前提となる。この二つは、必ずしも相反するものではなく、むしろ共存して初めて、真に開かれた表現が実現できるのではないか。私が製作してきた衣装も、曖昧さや感性を伝えるためには、まず誰もが「見ること」ができる設計が求められた。つまり、「わかりにくさ」を活かすためには、その基盤としての「わかりやすさ」が必要不可欠なのだ。

この章では、「わかりやすさ」と「わかりにくさ」のバランスをどのように設計できるのかを、視覚認知とユニバーサルデザインの観点から考察していく。

「わかりにくさの美学」を成立させるためには、まずすべての人が「見ること」において不自由を感じないという土台が必要

である。どれほど独創的で人々の想像を掻き立てる表現であっても、それが物理的に視認できないのであれば、そこから効果的な対話は生まれない。

色覚異常を持つ人は、特定の色の組み合を判別しづらいことがある。また、視覚認知に特性がある人は、細部の構造や图形の配置が正しく読み取れることもある。(注5) こうした「見え方の違い」に無自覚まま設計された視覚情報は、情報の欠落や判読困難を引き起こし、「表現の自由な受容」から人々を排除することにもつながる。

このよつたな状況を避けるためには、誰もが「見ること」において公平な条件で表現と向き合えるように、視覚的インクルージョン(視覚的包摶)を設計段階から意識する必要がある。ここで求められるのは、「すぐれた表現」に対する「見ること」ではない、「すべての人がアクセス可能である」という状態である。

この発想は、ユニバーサルデザインの理念と通じる。ユニバーサルデザインとは、「年齢、性別、能力、状況の違いにかかわらず、最初からすべての人々にとって利用しやすく設計されたデザイン」(注6)を

目指す考え方である。もともとは建築・プロダクト設計の分野から発展してきたが、現在では教育・情報伝達・芸術表現など多くの領域に応用されている。しかし、すべての人に「わかる」ようにすることを目的化しすぎると、表現は「単純化」や「画一化」へと向かい、多様な解釈を許す余地が削がれてしまう危険がある。誰にとっても同じように「わかる」ことは、同時に「ほかの意味では読み取れないようにする」ともあるのだ。

このよつたな懸念は、視覚言語における「明快さと複雑さに関する研究」からも指摘されている(注7)。表現が持つ深みや解釈の幅を守るために、「誰でもアクセスできる」と「誰にでも理解できる」と同じように「誰にでも理解できる」とを区別し、その間のバランスを見極める必要がある。

「わかりにくさ」は、感情や文化的な脈に根ざした自由な解釈を生み出すために必要不可欠である。一方で、それを享受できるだけの「見る環境」の整備は、すべての人間に開かれた表現の土台を築く。

私たちは、わかりやすさを「削るのも、ではなく、「開くもの」として活用し、わかりにくさを「妨げ」ではなく、「豊かさ」

として尊重する設計を目指すべきである。

## 第六章 おわりに

「伝わること」がすべてではない。

表現とは、本来もつと不確かで、揺らぎに満ちた営みだ。

私は、決して「わかりやすさ」を否定したいわけではない。それは確かに、情報の共有を可能にし、人と人とのつなぐ強力な手段である。しかし、「わかりやすさ」だけを絶対視する社会は、あまりにも窮屈だ。

曖昧さや余白、誤読の可能性を含んだ「わかりにくさ」こそが、人の感性や想像力に訴えかけ、異なる立場の者同士をも対話に導く——そう信じている。

そして、誰もが「見る」とおいて排除されないために、「わかりやすさ」は大切な土台となる。すべての人に開かれたインクルーシブな設計があつてこそ、「わりにくさ」という豊かな表現が、真にその意味を發揮できる。

今後も、衣装というメディアを通して、「わかりやすさ」と「わかりにくさ」が共存する表現を追い求めたい。それは単に伝えるためだけの手段ではなく、他者どう向き合うか、自分の世界をいか開く

かといへ、根源的な問いへの応答である。

明快さが求められる社会の中でも、あえて「わかりにくさ」を残すところ。それは、効率でも正解でも測れない感性の豊かさと、人間の複雑さそのものを肯定する行為である。

「わかりやすさ」の先に、「わかりにくさ」を重ねる。その共存こそが私の表現であり、願いだ。

### 〈参考文献〉

注1 Min-Sun.Kim (1994) Cross-Cultural Comparisons of the Perceived Importance of Conversational Constraints. HUMAN COMMUNICATION RESEARCH Volume 21, Issue 1, 128-151

注2 William Empson (1930) Seven Types of Ambiguity

ウイリアム・エプソン (著) / 岩崎宗治 (訳)『曖昧の七つの型』(上) (下)  
岩波書店、1966年

注3 Barthes, Roland (1967), *La mort de l'auteur.*

ローラン・バート (著) / 花輪光 (訳)『物語の構造分析』みすず書房、一九七九年

注4 宮元健次『日本の美意識』光文社、

1100八年

注5 日本色彩研究所『色のユーバーサルデザイン』誰もが見分けやすく美しい色の選び方 グラフィック社、1991年

注6 Rudolf Arnheim (1974). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. University of California Press.