


禁止記号の多義分析—〈禁止〉〈不可能〉〈不在〉—

平川 裕己（気象大学校）

発表要旨：

本論は、街中の掲示物に描かれた禁止記号（）には〈禁止〉だけでなく〈不可能〉や〈不在〉を表す事例もあるという事実に着目し、それらの用法が成立する仕組みを考察する。

従来の研究（Murray et al. 1998, etc.）は、禁止記号を端的に〈禁止〉の記号とみなすにとどまっており、〈不可能〉（図1）や〈不在〉（図2）の用法を分析の俎上に載せてこなかった。そこで本論は、禁止記号の実例にもとづき、〈不可能〉と〈不在〉を〈禁止〉と関連づけながら、これまで等閑視されてきたこれらの用法がなぜ可能になるのかを明らかにする。

第一に、〈不可能〉（「できない」）と〈不在〉（「ない」）は、否定が密接に関与する点で〈禁止〉（「してはいけない」）と共通する（Lindström & Segerberg 2007, Muñoz 2020, von Wright 1951）。この概念的な共通性は、〈禁止〉の記号を〈不可能〉や〈不在〉へと転用する基盤となる。

第二に、〈不可能〉および〈不在〉は、実際の掲示物において、〈禁止〉と同等の効果を果たしうる。例えば男女（によって間接的にトイレ）を表すピクトグラムと組み合わせられた禁止記号（図3）は、トイレの使用が〈不可能〉であることを表している。一般にトイレは排泄に不可欠な設備であるため、その使用が〈不可能〉であることを示すこの掲示は、排泄を目的とする入店の意義を失わせる。同様に、トイレの〈不在〉を視覚化した禁止サイン（図4）も当該店舗での排泄が〈不可能〉であることを意味し（cf. 図5）、やはり排泄目的の入店を無効化する。つまり、〈不可能〉や〈不在〉の表示は、特定の行為の阻止につながる点で〈禁止〉と同等の効果を生む。この機能的な重なりは、〈禁止〉の記号を〈不可能〉および〈不在〉に転用する動機となる。加えて、〈不可能〉や〈不在〉の表現は、特定行為の阻止を直に表明する〈禁止〉よりも閲覧者への働きかけが間接的であるため、行為阻止を志向しつつ伝え方の面で配慮が示せる点でも都合がよい（cf. 李 2017）。禁止記号の転用は、この点でも動機づけられているのだ。

以上のとおり、禁止記号による〈不可能〉や〈不在〉の表現は、〈禁止〉との概念的・機能的な重なりを基に成立している。本論は、様々な記号の使用実態を体系的に把握・解明することを目指す研究潮流（伊藤 2014, Zheng & Lin 2024, etc.）に資するものと位置づけられる。

参考文献：

- 伊藤未明. (2014). 「矢印論の試み」『REPRE』20. <https://repre.org/repre/vol20/note/01/>
- 李楠. (2017). 『日本語禁止表現の性質と類義関係についての研究』東北大学博士論文.
- Lindström, S. and Segerberg, K. (2007). "Modal logic and philosophy." P. Blackburn, J. van Benthem, and F. Wolter (eds.) *Handbook of Modal Logic*, 1149-1214. Elsevier.
- Muñoz, D. (2020). "Grounding nonexistence." *Inquiry*, 63(2), 209-229.
- Murray, L. A., Magurno, A. B., Glover, B. L., and Wogalter, M. S. (1998). "Prohibitive pictorials: Evaluations of different circle-slash negation symbols." *International Journal of Industrial Ergonomics*, 22, 473-482.
- von Wright, G. H. 1951. "Deontic Logic." *Mind*, 60(237), 1-15.
- Zheng, T. and Lin, X. (2024). "Floating signifiers: The polysemy of visual signs in conceptual photography." *Proceedings of the 2024 3rd International Conference on Comprehensive Art and Cultural Communication (CACC 2024)*, 107-112.



図1



図2



図3



図4



図5