

「書評」 キヤッチコピーからの教え

メガミックス編『人生を教えてくれた傑作！広告コピー516』
(文春文庫、2013)に対する

外国語学研究所
中国言語文化専攻博士前期

王 子成

『人生を教えてくれた 傑作！広告コピー516』はキヤッチライター数人により選ばれた80年代以降キヤッチコピーの傑作集である。

キヤッチコピーとは、商品売るため、メーカーにより工夫された宣伝文句である。その形式は、まるで短詩や短句のようだが、実際にそうではない。自由な書き方を通して、商品のメッセージを人々に伝えて、見た人の購買欲をそそのめるのはキヤッチコピーであり、それと異なっており、短詩や短句は、さまざまな修辭法を用いて、人々に詩人の感情を伝える文学的な作品である。

実際に、詩だけでなく、テレビ広告のセリフや、なにげない流行音楽の歌詞及びキヤッチコピーなども、同じく人の心を揺さぶることができる。コピーライターらは、そのようなキヤッチ

コピーを、読者に紹介したがつたのだろう。

「キヤッチコピーは言葉の人つたらしだ」などの指摘は常に新聞や雑誌に掲載されていた。そもそも、キヤッチコピーは商品売るためのキヤッチフレーズであり、文学的ではないと多くの人にそう思われているだろう。しかし、私は本書の編集者が述べている「行きずりの人の心をすぐさま捉えるキヤッチコピー、それは瞬間文学であり、現代人の心を直撃する。」という考えに同感した。なぜなら、キヤッチコピーは平凡な日常生活から由来したかわりに、生活の平凡ではないところを言葉にして表現した。そのため、読んだ人に親しく思われた。そこで、編集者のいわゆる瞬間文学は、一般概念上の文章や詩などの正統文学にも、劣りはないと私はそう思っている。以下、私が共感

を覚えた広告コピーをいくつか紹介したい。

一日の仕事を終えて、ぐたぐたで、駅の電車を待っているサラリーマンは、ふとむこうの看板を見ると、「浪漫はあるか、お前に。」と書いている言葉と出会ったとき、一瞬とも疲れを前へ進む力に変わっただろう。それで、例えば短い文の中にでも、人の気持ちを変わる力が潜められる。

今の世の中、人は他人との繋がりは疎遠になりつつあり、自分以外の物事に対して無関心でいられる。従って、人間関係に悩む人々の声を反映する「街より、彼は荒野で死にたかった。」が、人の心に響き渡る。また、「男が、大泣きしたって、いいじゃないか。」「男は先に死ぬ。」「日本のお母さんは、きつといつか倒れると思う。」という叫び声が相次いで現して

きた。

都会での生活は都会人の自由と理想を制限した。手かせや足かせで拘束されたように、いくらもがいたり、叫んだりして、逃げようとしても、逃げられないのが現実である。そして、恋愛と家族の話題に注目すると、少なくとも残酷な現実から目をそらして、疲れた心を癒すことができるだろう。

「一緒なら、きっと、うまく行きます。」のような願いを抱いて、前向きに進んでもいいし、「距離のためされて、ふたりは強くなる。」のように強がってもいい。恋愛は人々を励まし、後押しした。

如何なることにも両面性がある。恋愛は人を奮い立つことが出来るわりに、欲望に沈溺させる恐れもある。「恋が着せ、愛が脱がせる」、「君のおかげで、着たり、脱いだり、やめられない。」のような下着の宣伝文句は、人の独占欲と性欲を赤裸々に表現している。このような価値観は、享楽主義者の心をひく力があるかもしれないが、都会生活の目紛しさも引き立てている。

また、家族との繋がりは人々の日常生活において、最も近い人間関係である。誰しも親に育てられては、親になる。家族は人々に対し

て一番身近な存在である。一つ一つの家庭は小さなユニットとして社会を構成する。社会人は誰でも普通の家族の一員である。例えば、会社におつかない顔をしていた社長が家に戻ると、いいお父さんに変わったりして、学校の

厳しい先生は家に帰ると優しい親だと近隣に評判されているかもしれない。そして、「おとなの中で親がいちばんかわいい」、「一番なかよしは、母でした。」のようなキャッチコピーは、それを見た人に暖かいイメージを伝えている。

反抗期の娘に、お父さんのぎこちない愛は「父は、待っていなさそうで、待っている。」のような行動で生々しく再現した。そして、「僕が母のことを考えている時間よりも母が僕のことを考えている時間のほうがずっと長いと思う。」のは母から無言の愛である。ある日、子供たちは、「父母が、年をとっていった。わたしの知らないうちに。」を気づいて、「突然の、親孝行をお許してください。」を咄嗟に口にした。その瞬間、子供は大人になる。

では、兄弟はどうだろうか？兄弟の間にも微妙なところもある。「姉の胸がふくらんで来た頃から、兄弟喧嘩は少なくなりました」の示したように、実際にこの段階は、ちょうど男女の性的な意識が芽生えた時期に当たり、男と女

の性別に意識し始められたためである。童心満々の子供時期と「さらばだ」といって、できるだけ早く大人の世界に入りたいことは、年頃の少年少女らの夢だろう。

大人の階段を登ってから、残酷な社会現実を経験すると、人々の心は迷い込みがちになった。「入りたい会社、あります。やりたい仕事、ありません。」と思っている人は決して少なくない。しかし、「あなたがいま辞めたい会社は、あなたが入りたかった会社です。」の示したように、あなたの求めていることは正に今のあなたが諦めたことではないか。環境の変わりにつれて、心が変わった。仕事だの、なんだのに関わらず、迷っているのは人々の妄想心である。そして、人々は自分の存在する価値について思考し始めた。「あなたの人間は、大丈夫ですか。」の述べたように、人々はお互いに疑い始めた。「まっすぐの人間だから、よくぶつかる。」や「真面目な人ほど、あぶないなんて、不公平。」のような価値観を主張している人もいるし、「おとなから幸せになろう。」、または「負けても楽しそうな人には、ずっと勝てない。」と思っている人もいる。

たしかに、まっすぐな人はぶつかりやすいかもしれないが、真面目な人は躓きやすいだろ

うとも、それは社会の悲しみではないか、と私は常と考えた。しかも、まつずぐな人と無鉄砲な人とは大分違うし、真面目な人イコール無情な人でもない。

人が思い上がると、他人の意見をなかなか聞きにくくなり、怠けると他人の真剣さに怯える。都市人は殆ど利己的で、自己保護のため、殻に入り込み、心のかせに縛られていることは洋の東西を問わずおなじであるようだ。

いくらそれが現実だとしても、このままでいいのか？ 大人の社会は厳しくて辛い社会ではない！ 私は「負けても楽しそうな人には、ずっと勝てない。」のような価値観に賛同している。そして、生活には積極的なパワーが必要だと思っている。「おとなから幸せになろう。」の示したように、負けても負けに行動を止まらなかったことなく、挫けずに立ち上がって、前へ進むことこそ、人の幸せになれる秘訣である。

この本を読んで、なるほど身近にはこんなに沢山優れたキャッチコピーがあることに、私は感心した。勿論、中国にも優秀なキャッチコピーが数えきれないほどあるが、「今日施術して、明日から元気よく出勤できるよ」のような病院の人工流産広告は、大げさを兼ねてメーカーや商人の価値観を見た人に詰め込みた

がっているのもどこにでもある。

実際に良いキャッチコピーはそれを見た人の心を浄化することもできるほか、奮い立てることもできる。そのため、本書を多くの人に読んでもらいたい。