

言語景観研究における実験的アプローチの試み

有元光彦

0. はじめに

本稿の目的は、言語景観研究において、実験的なアプローチを試みることによって、研究対象を拡大するとともに、従来の研究には見られない新たな方法論の構築を目指すことにある。

従来、「言語景観」の特徴は次のように記述されている。

- (1) a. 「道路標識、広告看板、地名表示、店名表示、官庁の標識などに含まれる可視的な言語の総体」(バックハウス 2005:53)
- b. 「公共空間における視覚的な言語コミュニケーション」(金美善 2007:3)
- c. 「特定の領域あるいは地域の公共的・商業的表示における言語の可視性と顕著性」(Landry & Bourhis 1997:25)

この記述から分かることは、言語景観とは、公共空間であること、可視的であること(書き言葉であること)、という少なくとも2つの条件が関係していることである。即ち、街中のあらゆる表示に見られる書き言葉が言語景観研究の対象となる。例えば、【写真1】は、「おいでませ山口」と書かれた幟である(2008年7月30日、新山口駅構内で撮影)が、駅構内という公共空間における表示であることから、典型的な研究対象であるということになる。

しかし、公共空間であるかどうかは判断しにくい場合がある。例えば、個人商店などが作成して掲げてある広告看板や店名表示などは、公共的なものであるのだろうか。残念ながら、この問いには明確な解答がない。現段階では、言語景観研究は、どのような研究が可能かという問題を模索している、即ち対象となる言語データを探っている段階である。

そこで、基本的な問題として、次のような問題提起をすることにする。



【写真1】

- (2) a. 言語景観研究の対象は何か。新しいターゲットが考えられないか。

- b. どのようにデータを収集するのか。
- c. どのような研究をするのか。どのように分析するのか。

本稿の目的は、新たな研究方法論の開発である。従来の言語景観研究では、帰納的な方法論が採られている。しかし、そのような方法論の下でのデータ収集は、確かに重要なことではあるが、それだけでは言語景観研究の理論構築までには及ばない可能性がある。そこで、本稿では、厳密な実験を通して言語データを作成する、といった実験的アプローチを試みる。それによって、従来の言語景観研究では得られなかった種類のデータを収集し、新たな方法論を構築することができる。

1. 先行研究

言語景観研究の最も古いものは、正井泰夫（1972）で述べられている調査「新宿の都市言語景観」（1962年実施）である（cf. 庄司博史ほか（2009:9））。そこでは、店名看板の調査・分析が行われている。以来、国内においていくつかの研究が成されてきたが、まとまった形で出版されたものは、庄司博史ほか編（2009）及び中井精一・ダニエル・ロング編（2011）であろう。前者では、看板、地下鉄案内板、行政による表示・標識、点字等が扱われている。後者では、中国・韓国など海外の国々での言語景観や、石碑のような歴史的な言語景観が対象となっている。

また、田中ゆかり（2007）のような報告書も出されている。ここでは、場所によって様々な言語景観を観察している。具体的には、まずホームでは、看板、案内（出口・路線）、時刻表、表示（駅名・緊急停止ボタン・ゴミ箱・落し物）、アナウンスが対象となっている。駅構内では、案内（出口・乗り換え・エレベータ・階段・地下鉄・建物・みどりの窓口・切符売り場）、表示（禁煙・警戒）、トイレ、コインロッカー、自動販売機が、駅売店では、取り扱い新聞・雑誌、店員対応言語、パンフレットが、電車内では、電光掲示板、車内商業用広告、アナウンスが、それぞれ観察対象となっている。

また、特定された地域・領域内での研究も多数存在する。例えば、中澤聡美（2008）では、大学の建物内の掲示物を対象としている。池田史子（2011）では、山口方言に関する言語景観の紹介が成されている。他にも、井上史雄（2011）等がある。

以上は、言語景観研究の対象に関して述べてきたが、それらは大きく「公的表示」と「私的表示」の2種類に分けられる。前者は、行政側や公的企業から提供されるもので、政府や地方自治体が意識的に計画・掲示したものである。従って、日本語が不自由な人（いわゆる「日本語弱者」）にも必要な情報を伝えることができるように作成されている。その表示は、日本語（漢字・かな表記）が使用されることが多い。それに対

して、後者は、作成者や所有者が私的な理由により掲示したものである。従って、使用言語は作成者・所有者の選択によっている。そこでは、多言語表示が頻繁に見られる。

多言語表示の機能としては、それが使用される場所のエキゾチックなイメージを喚起することも考えられるが、一方で使用者の存在の指標、即ち縄張りの表示（象徴性）も表している。例としては、大阪・生野区などにおける韓国語、横浜・神戸の中華街などにおける中国語、静岡・浜松市などにおけるスペイン語・ポルトガル語などが挙げられる。一方、日本人向けの多言語表示には、圧倒的に欧米語が多く見られる。例えば、「書店」を「Book Store」としたり、「美容院」を「Beauty Parlor」とするのは、主に装飾性という役割がある。

以上のように、言語景観研究は、それが対象とするいわゆる書き言葉が、社会的な問題とどのような関係性があるかについて探っていくことになる。従って、言語面で扱っているのは、表記法・言語の種類といった書き言葉の属性を示すメタレベルの問題が主であり、書き言葉そのものの、例えば文法的な問題などは扱われていない。また、当該の書き言葉を作成者などがどのように選択するのかといった心理的・認知的な観点も入っていない。

そこで、本稿では、書き言葉で示された単語そのものの問題を文法的に解明することができるかどうかについて、実験的なアプローチを通して予備的な考察を試みるものである。

2. 実験的アプローチ

本節では、新しい試みとして、実験的なアプローチを採用する。以下、具体的な記述を見られたい。

2.1. 目的

本実験の目的は、言語景観研究における文法的な問題を観察することにある。

具体的には、自分の人物像（キャラクタ）の言語化というテーマを扱う。自分の人物像を表現する言葉を、Tシャツという場に描くことによって、その言葉が人物像の何を表しているか、その言葉に言語学的な規則性がないか、といった問題を解明する。

2.2. 実験要領

本実験は、2012年1月20日（金）の講義「国語学特別演習Ⅱ」において行われた。被実験者は、山口大学教育学部3年生11名である。被験者は、前述の講義の受講者であり、この講義が言語景観研究を扱っているため、あらかじめ言語景観研究に関する

知識を持っている。

本実験では、まず言葉を描くためのA4判の白紙の用紙が配布され、その後課題が提示された。課題は、「自分の人物像（キャラクタ）を表す言葉をデザインして、オリジナルのTシャツを作ろうと思います。各自その言葉を3つ考えて下さい。」というものである。課題提示は、課題文をスクリーンに投影するとともに、口頭でも読み上げた。また、紙には太い文字で、はっきりと見えるように書くよう指示した。さらに、人物像は言葉で表すよう、即ちデザインや装飾などは極力避けるよう指示した。

作成時間は、あらかじめ設定していない。結果としては20分程度であった。

実験においては、課題の提示に関してかなりの制限を加えている。「自分の人物像（キャラクタ）」という題材に限定したのは、人物像として表れる項目がかなり予測可能なものであると考えたからである。これによって、作成者がどのような種類の人物像を選択するかといった、「役割語」の研究にも関連させることができる。¹

また、描く場を「Tシャツ」に限定したのは、あまり長い言葉が描けないと考えたからである。描くことができる言語単位としては、単語や句が中心となろう。さらに、Tシャツの場合、看板等とは異なり、場が固定されていない。Tシャツは着て歩くことによって、不特定多数の目に留まる可能性があり、それゆえ作成者としては、無意識のうちに何らかの自己主張やアピールを言葉によって行うことになる。

2.3. 予測

本実験結果の予測としては、次のような人物像がデータとして現れると考えていた。

(3) では、コロンの左側が人物像を、右側がデータをそれぞれ表している。

- (3) a. 性別： 男
- b. 年齢： おっさん
- c. 職業： 学生です
- d. 外見： ほっけーかっけー
- e. 性格： ぼわん
- f. 呼称： 山大の暴れ馬
- g. 好み： 大島優子LOVE
- h. 主義・主張： 根性、なんくるないさー

ここに挙げたデータは、予測される一例である。例えば、(3a)であれば、「男」とい

¹ 「役割語」「キャラクタ」については、金水敏(2003)、定延利之(2011)等の一連の研究を参照されたい。

う言葉は、「性別」という人物像の一種が表されている、と考えられる。

この中で、「男」「おっさん」のようなものは、人物像を特定する力が弱いため、出現する可能性は低いと考えられる。あまりに一般的で使用頻度が高い言葉は、弁別性が弱く、ある種のアピールが必要な場では用いられにくいだろう。しかし、これは、それ自体検証しなければならない問題である。本実験で得られた結果に、選択される人物像の優先順位が確認されれば、従来の役割語研究にも貢献できることになろう。

また、(3d, h) では方言が用いられている。(3g) では英語のアルファベット表記が使用されている。従って、ここには、本来の言語景観研究で問題となっていた書き言葉特有の問題も関係してくるだろう。

さらに、次のようなデータも予測される。

(4) さあ僕の胸へ

ここでは、人物像を表すために、指示といった言語行動を表す表現をしている。これによって、自分の「格好良さ」のような人物像を表している。(4) のような例を、言語行動と見るのか、それとも性格のようなものと見るのかについては、現時点では判断できない。ただ、人物像は行動に表れることもあるので、言語行動というカテゴリーを立てることには問題はないだろう。

(3)、(4) の人物像がいくつか組み合わせられて表れる場合も予測される。しかし、Tシャツというスペースの制約がある場では、複数の組み合わせはあまり現れないのではないかと考えられる。

2.4. 実験結果

本実験の結果、次のような33データが得られた。各データの直後の丸括弧 () には、デザインなどに関する情報を簡単に記している。記号 | は改行を示す。

- (5) バンド | マン (縦書き, 太字)
- (6) 小さなバドミントンプレイヤー (縦書き, 太字)
- (7) サワガニを喰らい | 山菜を探す・・・ | それ | サバイバルだ! (縦書き, 4行目の文字が相対的に大きい)
- (8) そうだ、 | 大熊周さんと | 飲みに行こう (縦書き, マジックペン使用)
- (9) 一生勉強 | by 伊賀 (横書き, 白抜き文字, 2行目右寄せ)
- (10) 人間不信 (縦書き, 白抜き文字, 「人」が相対的にかなり大きい)

- (11) ミニマム (横書き, 白抜き文字)
- (12) 不眠 (横書き, 白抜き文字)
- (13) 晩ごはんは5時 (横書き, 太字)
- (14) 9時間 | 睡眠 (横書き, 太字)
- (15) Everything | will be | all right ! (横書き, 白抜き文字, 右下に親指を立てた右手の絵, 親指の上に☆あり)
- (16) 気楽に | 生きたい (縦書き, 太字, 「楽」の下が「木」ではなく「本」になっている)
- (17) なまもの (縦書き, マジックペン使用)
- (18) 芸術愛好家 (縦書き, 「芸」のみ太字)
- (19) 母親的存在 (縦書き, 太字)
- (20) 乾燥 (横書き, 太字, 「乾」と「燥」の間が4文字分程度離れている)
- (21) 演劇人 (縦書き, 太字, 全体的に左に寄っている)
- (22) I wanna | be NEET. (横書き, 白抜き文字, 顔マークが上に2つ, 下に3つあり)
- (23) めがね (横書き, 白抜き文字)
- (24) 無闇に | 朝四時に起きる (縦書き, マジックペン使用)
- (25) ふきげんそう (横書き, 太字)
- (26) ニレ不山頂は | 海パンで♂ (縦書き, 太字, 「レ」は漢文で使用する返り点)
- (27) 島根と出雲弁、愛。(縦書き, 太字)
- (28) UHO! | GOOD GUY!!♂ (横書き(少し右上がり), 「ウホッ イイ オトコ」というルビが小さく付いている, 「♂」は相対的に大きい)
- (29) 失意【GAKKARI】 (縦書き, 「失意」は太字)
- (30) ゲーム (縦書き, 太字)
- (31) Gesund | Krank (横書き, 白抜き文字, 単語の間に実線あり)
- (32) タロティー (横書き, 太字)
- (33) ブラックホール | とザル (横書き, 太字)
- (34) 「お腹すいた、お酒飲みたい。」 (縦書き, 太字)
- (35) 熊本たい (縦書き, 太字, 「たい」は右下に小さくある)
- (36) U2 (横書き, 太字)
- (37) 麻婆拉麵 (縦書き)

2.5. 分析

本節では、前節のデータを分析していく。本稿での分析の観点は、以下の通りである。

- (38) a. どのような人物像が現れているか。
- b. どのような単語が使用されているか。
- c. どのような言語表現が使用されているか。

まず、(38a) に関しては、次のような人物像が現れている。

- (39) a. 性別： ----
- b. 年齢： ----
- c. 職業： (5), (6), (18), (21)
- d. ステータス： (19)
- e. 外見： (11), (20), (23), (25)
- f. 性格： (10), (17)
- g. 呼称： ----
- h. 好み： (27), (30), (32), (33), (36), (37)
- i. キャッチフレーズ： (28)
- j. 主義・主張： (7), (8), (9), (13), (14), (15), (16), (22), (26), (31), (35)
- k. 現状報告： (12), (24), (29), (34)
- l. 言語行動： ----

(39) から分かる出現頻度を不等式で表すと、おおよそ次のようになる。

- (40) 主義・主張 > 好み > 現状報告, 外見 > 性格, 職業 > ステータス・キャッチ
 フレーズ

(39), (40) から分かるように、最も頻度が高いのは主義・主張及び好みである。次に頻度が高いのは、現状報告及び外見である。このことから、比較的内的な項目の頻度が高いことが分かる。その理由については、実験課題の内容や被験者の世代などの影響が考えられるが、1回の実験では明確な判断を下すことはできない。今後同様の実験を繰り返す必要があるだろう。

また、現れていない項目としては (39a, b, g, l) がある。特に、(39a, b) が現れ

ていないことは、予測通りである。2.3.で述べた通り、性別や年齢は人物像を特定する力が弱いため、自己主張・アピールが要求される今回のような実験では現れにくいと考えられる。

分類に関しては、曖昧な点も多々残る。例えば、(6)、(28)は呼称である可能性もある。(18)は好みという要素も含まれているかもしれない。(33)は一応好みに含めたが、作成者の意図は不明である。

また、組み合わせパターンもいくつか見られる。(6)には、「小さな」が入っており、これは外見であるので、職業と外見との組み合わせであると考えられる。また、(26)、(28)の「♂」は、性別を表しているのかもしれない。そうすると、組み合わせパターンであることになる。

次に、(38b)に関して分かることは、品詞の観点からは圧倒的に名詞が多く現れている。ただ、主義・主張の場合は、文という単位で現れることが多い。

また、(7)の「だ」、(8)の「だ」「う」、(35)の「たい」といったモダリティが現れていることも特徴的である。Tシャツの表の面は、ある種の自己主張・アピールの場であると考えられるので、作成者の心情・意図を表す何らかのモダリティが含まれることになるのであろう。

次に、(38c)に関してであるが、これは運用の問題であろう。自己主張・アピールをするために、何らかの強調が表現手段として使用されている。例えば、(10)の「人」という文字がかなり大きな文字で書かれていることは、強調の一種であろう。また、(18)、(29)のように、一部分だけが太字である場合もある。今回の実験では、主に言葉を使用して作成することを勧めたため、記号類があまり見られていない。記号類やデザインなどによって強調する方法も当然考えられるだろう。

3. まとめ

本稿では、従来の言語景観研究における帰納的な方法論とは異なる新たな方法論、即ち実験的なアプローチを模索すべく、特にデータの収集方法に関して実験的な方法を試みた。具体的には、自分の人物像を言語化してTシャツに書く、という実験を行った。

その結果、作成された言葉が表す人物像には、ある程度の偏りが見られた。そこには、年齢や性別といった社会言語学的要素が表わされるが、表されやすい社会言語学的要素と表されにくい社会言語学的要素があるということが判明した。特に、表され

やすい社会言語学的要素としては、主義・主張や好みが挙げられ、このような内面的な要素の出現頻度が高いことが導き出された。

しかし、この結果は現時点では予備的な考察であり、今後同様の実験を実施する必要があることは言うまでもないことである。今回の実験は、あくまでも実験的なアプローチが言語景観研究にも適用できる可能性があるかどうかをはかるものであり、その点から言えば、今後このアプローチを促進する意義はあると言えるだろう。

4. 問題

実験的なアプローチは今回初めて提案するものであるため、多種多様な問題が存在する。

特に、どのような実験を行うかということについては、様々なものが考えられる。従来の言語景観研究の基本的な対象は、生活空間における看板や表示であった。従って、被験者が看板や表示の言葉を作成するといった実験が、まず浮かんでくる。ただ、看板や表示は場に依存している場合が多いので、あらかじめ場を設定する必要がある。例えば、仮想都市空間をコンピュータ上に構築しておき、そこに看板や表示を被験者が作成する、というような実験も可能であろう。

また、看板や表示を作成するという場合だけではなく、取り除くという場合はどうであろうか。例えば、京都の先斗町では看板がひしめき合っており、規定の大きさに合わない、はみ出している看板を取り除くといった処置が検討されているようである。² この事例では、取り除く基準は長さや大きさなどであるが、もし言葉が基準とならしたら、どうであろうか。作成・設置するという行為だけでなく、撤去する（残す）という行為にも、言語景観研究は関係してくるのである。

つまり、言語景観研究には、言語データそのものだけではなく、作成者・設置者の意図なども関係してくるのである。数多ある言葉の中から、どのような言葉を選択してくるのか、選択する際に何を参照するのか、という問題は、心理学・認知科学の問題でもある。

さらに、動く対象と動かない対象という問題が考えられる。本稿で扱った対象であるTシャツは、動く対象である。他にも、宣伝カーに書かれた言葉などもあり、動くことと言語景観との関連性には注意が必要であろう。

また、言語景観研究の対象は主に公的空間であるが、私的空間、特に自分が見ることのできる範囲における言葉の問題は対象には入らないのだろうか。これは知覚の間

² YOMIURI ONLINE(<http://www.acs.yomiuri.co.jp/national/news/20111007-OYT1T00731.htm?from=navr>) (2012年1月29日受信)などで話題になっている。

題でもあるが、「見る」「見える」とは何かといった問題は、言語景観研究とも繋がっているように考えられる。

5. おわりに

先日、山口県周南市で開催されたスキマスイッチのコンサートに行ったとき、彼ら2人は「山口って静かですね」とコメントしていた。20時ぐらいになると、キャリーバックを引く音だけが、大音量で響いた、というのである。

確かに、いわゆる都会では、音が絶えない。車や人通りなどの雑音・騒音だけではない。人が話す言葉も、周囲から絶えず聞こえてくる。街頭宣伝も、大声で誘い文句を並べている。看板や表示などのような可視的なものばかりでなく、可聴的なものも我々は絶えず知覚している。「言語環境」という用語がふさわしいかどうか分からないが、この観点から考えれば、文字だけでなく音声も言語環境の一部ということになる。言語景観という用語に倣って、周囲から聞こえてくる可聴的な音声を対象とした“言語景聴”研究の可能性も考えられるであろう。

言語学・心理学の入門書には、しばしば「カクテルパーティー効果」という用語が登場する。自分が記憶している声は、どんな雑音の中でも知覚しやすいという現象であるが、自分が記憶している声が“可聴性・顕著性”を持ったものであるとしたら、記憶していない声は何であろうか。言語景観研究の話に戻れば、見た言葉や見える言葉は“可視性・顕著性”を持っているが、見ない言葉や見えない言葉は何であろうか。やはり、人間から切り離しては、研究できないようである。

【参考文献】

- バックハウス, P. (2005) 「日本の多言語景観」『日本の多言語社会』 真田信治・庄司博史編 岩波書店 pp.53-56.
- 池田史子 (2011) 「目で見るとやまぐち方言」『大学的やまぐちガイドー「歴史と文化」の新視点』 山口県立大学国際文化学部編 昭和堂 pp.227-233.
- 井上史雄 (2011) 『経済言語学論考一言語・方言・敬語の値打ち一』 明治書院
- 金美善 (2007) 「多言語景観をはじめとする近年の研究について」『社会言語科学会ニューズレター』 第24号 pp.2-4.
- 金水敏 (2003) 『ヴァーチャル日本語 役割語の謎』 岩波書店
- Landry, R. & R.Y. Bourhis (1997) Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study, *Journal of Language and Social Psychology* 16,

pp. 23-49.

正井泰夫（1972）『東京の生活地図』 時事通信社

中井精一・ダニエル・ロング編（2011）『世界の言語景観 日本言語景観』 桂書房

中澤聡美（2008）『大学構内における言語景観の研究』 平成19年度山口大学教育学部
卒業論文（未公刊）

定延利之（2011）『日本語社会のぞきキャラくり』 三省堂

庄司博史ほか編（2009）『日本の言語景観』 三元社

—————（2009）「日本の言語景観—西欧化、国際化、そして多民族化」 庄司
博史ほか編（2009） pp.9-15.

田中ゆかり（2007）『山手線の多言語状況—2006年度日本語学基礎演習2報告書—』
日本大学文理学部国文学科