

言語景観を通じた送り手と受け手のコミュニケーション

● 齋藤敬太

1. はじめに

筆者は、これまで様々な研究および授業において「言語景観」を扱ってきた。言語景観とは簡単に言えば、町中に見られる看板・ポスター類のことであるが、具体的な定義はロング (2010) に以下のように示されている。

1. 言語景観は文字言語（看板や店に並ぶ商品のラベルなど）であり、音声言語（その商品のためのラジオ CM や電車内のアナウンスなど）ではない。つまり、言語景観は視覚的な情報であり、聴覚的な情報ではない。
2. 言語景観は公的な場にみられる文字言語（店舗のショーウィンドウにある看板など）であり、私的なコミュニケーション（個人間で交わされる文通や電子メールなど）ではない。
3. 言語景観は不特定多数の読み手に発されるもの（商店街のポスターなど）であり、特定の個人宛てに書かれたもの（自宅のドアにテープで貼られた言付けなど）ではない。
4. 言語景観は自然に、受動的に視野に入るもの（駅売店の雑誌の見出しに使われている語句など）であり、意識的に読まなければならないもの（その雑誌の中の記事など）ではない。

言語景観を扱う際、書かれた内容そのもの（あるいは語用論的な解釈を含むもの）に目を向け、その分析を行うことが多い。しかし、言語景観は、情報（書かれた内容）の「送り手」（設置した者）と「受け手」（読む者）との関係性によって成り立つものであり、どのような意図で送り、どのような意図で解釈するかという相互作用によって言語景観の本来の意味をなすことが可能となる。この点において「送り手」と「受け手」は言語景観を通してコミュニケーションを行っており、また言語景観がコミュニケーションそのものを可視化したものであると言い換えることもできる。

つまり、言語景観研究を行う上で、言語景観の「送り手」と「受け手」がそれぞれ誰か、と

いう点にも目を向けることは非常に重要である。言語景観には、「誰のために」「誰が作ったか」という点がはっきりと「お客様へ」や「店長」といったように明示される場合もあるが、そうでない場合も多い。しかし、大抵の言語景観はその内容と、設置場所によって、「送り手」と「受け手」を想定することができる。「送り手」と「受け手」を想定しておかないと、言語景観の内容の真の意図を読み解くことが難しくなる。

このように重要な言語景観の「送り手」と「受け手」だが、漠然と外国人向け、観光客向け、といったことは示されることは多いものの、「送り手」や「受け手」の違いによる内容等の特徴について注目した論考は、観光資源としてことばが活用される場合は「受け手」にそのことばの非母語話者を想定していると示した斎藤(2020)や、子ども向けの言語景観の特徴を考察した斎藤(2023)などがあるが、あまり見られない。

本稿では、言語景観を作成した「送り手」とそれを見る「受け手」について見ていくが、その中でも特に在日外国人が関係する場合を中心に考えたい。なお、本稿では先行研究で用いられる「日本人」「外国人」という語を用いるが、実際には「日本語母語話者」「日本語非母語話者」と読み替えることができる。

2. これまでの言語景観研究

日本における本格的な言語景観研究について考えた際、Backhaus(2007)が始まりと考えることができるが、その後、より多様な言語景観を扱った庄司・バックハウス・クルマス編(2009)、世界の言語景観にも目を向けた内山監修(2011)、国内の公的な言語景観を外国人の視点から考える本田・岩田・倉林(2017)、韓国で出版され、日本国内の外国語表示や海外の日本語表示が多く取り上げられたロング・中井監修(2019)、言語景観を日本語教育現場に活用した磯野(2020)、北海道から沖縄までと海外の一部を対象にし、言語景観に見られる方言から外国語、さらには言語景観の教育への応用についてまで網羅的に取り上げたロング・斎藤(2022)など、多くの書籍が出版され、言語景観研究は盛んに行われるようになってきた。

その中で、庄司(2009)では「受け手」と「送り手」のそれぞれについてどのような人や組織が考えられるか詳述している。また、日本の多言語景観(外国語で書かれた言語景観)を作る要素については、庄司・バックハウス・クルマス編(2009)の序文で言及され、バックハウス(2011)で新たな項目を加えて「西欧化」「国際化」「多民族化」「アジア化」の4つに整理されている(表1)。これは多言語景観の「送り手」と「受け手」がそれぞれ日本人なのか外国人なのかに着目して分類されており、表中の「誰によって?」は「送り手」、「誰のため?」は「受

け手」と読み替えることができる。

表1. 日本の多言語景観を作る要素（バックハウス2011より）

	誰によって？	誰のため？
(1)「西欧化」	日本人	日本人
(2)「国際化」	日本人	外国人
(3)「多民族化」	外国人	外国人
(4)「アジア化」	外国人	日本人

なお、(1)「西欧化」に当たるもの、つまり日本人が日本人に向けて作成した外国語表示の多くは庄司(2009)で「装飾的表示」とされているものであり、日本人経営のイタリアンレストランにイタリア語が書かれているような場合がこれに当たる。イタリア人に何か情報を伝えるためではなく、レストランにイタリアっぽさを出すためにイタリア語表示を掲げるのである。

この分類は要点を非常に理解しやすいが、もう少し分類することで、より詳細に日本の多言語景観の「送り手」と「受け手」を映し出すことができる。本稿では前述のとおり在日外国人を中心に、また多言語表示に限らず、具体的にはどのような「送り手」と「受け手」が予想され、それによって言語景観にどのような違いがあるかを考察していく。

3. 在日外国人か外国人観光客か

表1では特に区別をしてはいないが、言語景観の想定される「受け手」が日本で暮らす在日外国人なのか、あるいは一時的に旅行に来ている外国人観光客なのかというのは大きな違いがある。日本政府観光局(JNTO)(2023)によると、庄司・バックハウス・クルマス編(2009)が出版された2009年の訪日外客(外国人観光客)の数は6,789,658人であったのに対し、コロナ禍直前の2019年は31,882,049人であった。2009年当時でも2002年の日韓ワールドカップや2005年の愛知万博など外国人観光客が来日する機会が増えた時期であり、それに伴い多言語表示が増加していたが、コロナ禍直前までの外国人観光客の更なる増加により外国人観光客向けの言語景観はより多様化してきた。このような外国人観光客に向けた言語景観は、在日外国人に向けたそれとは書かれる内容の性質が異なることが多い。したがって在日外国人向けか外国人観光客向けかという要素は言語景観の違いを生み出す。図1は群馬県大泉町にあるごみ捨て場の注意喚起の看板で、日本語とポルトガル語の2言語表示になっている。大型家電はゴミ捨て場に出さないよう伝えているものであ

るのだが、当然ながら外国人観光客が大型家電をゴミ捨て場に出すことはないので、これはここで暮らす在日外国人向けの言語景観と判断できる。図2は、千葉県成田市の成田空港の国際線到着ロビー付近にある歓迎の多言語景観である。実際のところ在日外国人でも日本を出国して再入国する際はここを通るわけだが、ここに書かれているのは「ようこそ」にあたる多言語訳である。通常は日本で暮らす人に対しては「ようこそ」ではなく「おかえり」になる（この看板より手前にある通路では日本語の「おかえり」が書かれている）ため、これは外国人観光客向けの言語景観といえる。



図1. 在日外国人向けの言語景観



図2. 外国人観光客向けの言語景観

また、「送り手」の側面から考えると、在日外国人が「送り手」になる場合はあるものの、基本的に外国人観光客が「送り手」になることは考えにくい。このことから、やはり区別する必要がある。

4. 公的なものか私的なものか

「送り手」が行政や公共施設などの公的な存在なのか、あるいは私企業や個人などの私的な存在なのか、ということも言語景観に変化を与える。この区別についてはすでにバックハウス(2009)で示されており、斎藤(2019)においては公的な言語景観(以下「公的表示」と私的な言語景観(以下「私的表示」)では同じエリアで調査してもその採用言語や多言語併記の状況が異なることが報告されている。図3と図4はともに三重県伊賀市で撮影した言語景観だが、図3は伊賀市が設置した避難所看板、つまり公的表示で、伊賀市に多く暮らす外国人の母語(日本語、英語の次にポルトガル語、スペイン語が続く)を反映している。図4は伊賀市内のブラジル人経営の居酒屋に見られたメニューで、主にブラジル人を対象としているためポルトガル語のみの表示となっている。さらにこの場合は前節で触れた、在日外国人が「送り手」になっている

場合でもある。



図3. 公的表示

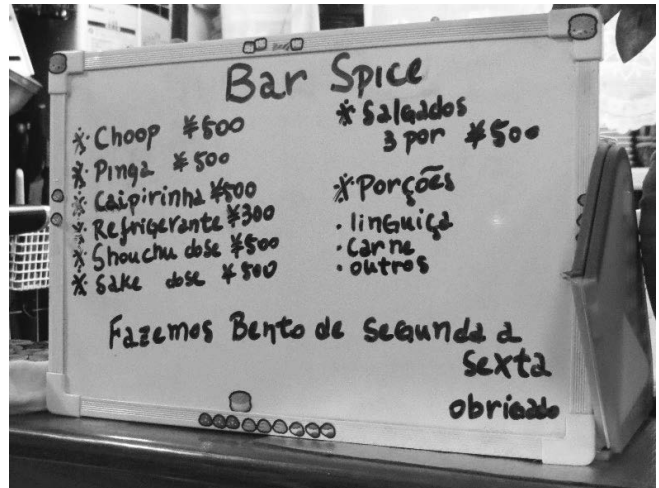


図4. 私的表示

5. 母語か非母語か

言語景観に書かれている言語を考えた場合、その言語は「送り手」の母語か、「受け手」の母語か、あるいは双方にとっての母語か、どちらにとっても母語ではない（非母語）か、ということも区別する必要がある。斎藤（2020）では、観光資源として、あることば（言語や方言）で言語景観が書かれた場合、「受け手」にはそのことばの非母語（非母方言）話者が想定されている点を指摘している（斎藤2020:126）が、在日外国人がかかわる言語景観の場合はより複雑になる。

5.1 「送り手」が在日外国人の場合

「送り手」が在日外国人の場合、彼らの母語で書く場合と彼らの母語ではない言語で書く場合がある。母語で書いた場合、想定される「受け手」も同じ母語の在日外国人であれば単純な情報伝達の場合もある（図4がそれにあたる）が、アイデンティティ表出の場合も考えられる。図5は大阪府生野区にある在日コリアン向けの居宅介護支援事業所の看板であるが、名称が「ばだ 바다」である。意味は韓国語の「海」である。生野区はオールドカマーの在日コリアンが多く生活するエリアである。現在、彼らの多くは日本語が母語となっており、韓国語は日本語と接触を起こしたものであったり、あるいは第二言語として習得しているものであったりすることが多い。もちろんこの事業所の利用者には韓国語が母語の者もいるだろうし、日本語が母語の者もいるだろうが、彼らにとって韓国語は母語でなくとも継承語ではあるだろう。日本語が母

語である場合でもあえて韓国語で名称を付けることによって自らのアイデンティティを表出することができるのである。なお、図6から他の関連施設の名称も同様に韓国語から付けられていることがわかる。さらに、韓国語としてハングル表記をするのではなく、ひらがなで表記しているところが、「韓国人」よりむしろ「在日コリアン」のアイデンティティを表出していることが窺える。



図5. アイデンティティ表出の韓国語使用1

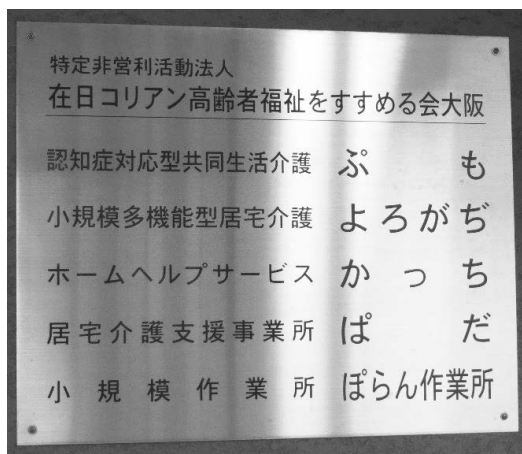


図6. アイデンティティ表出の韓国語使用2

また、母語が異なる外国人住民や日本人に向けて母語で書いた場合、それが商店やレストランであればより「本場感」を醸し出す要素となる。表1の(3)「アジア化」にあたるものである。図7は埼玉県春日部市にあるキルギス出身者が経営するパン屋の商品名の表示である。彼は民族的にはウズベク人であるため、母語はウズベク語である。表示は日本語とウズベク語の2言語表示になっている。もちろんこの店にはウズベク語話者もやって来るが、春日部市はウズベク語話者が特に多いわけでもなく（最も多いのは中国、次にフィリピンが続く）（春日部市2021）、購買客には日本人も多い。この表示は内容を読むことで理解する実用的な表示というよりは、ウズベク語が書いてあることで「ウズベク人が作った本格的な中央アジアのパン」であることを示す効果の方が大きいと思われる。パンの名前は2言語表示であるが、その他の「+税」「具たっぷり」「羊肉」「税込」といった実用的な情報の多くは日本語のみの表示である点からも、本場感醸成の効果の方が強いと考えられる。



図7. ウズベク語母語話者経営のパン屋における日本語、ウズベク語の2言語表示

バックハウス (2011) では「アジア化」として韓国について言及していたが、このような現象はアジア諸国の場合に限らない。図7は中央アジアなのでアジアではあるが、当然この他にも南米、ヨーロッパなど様々な地域出身の在日外国人の母語による言語景観が見られるため、「アジア」には限定できない。

「送り手」である在日外国人が自らの母語ではない言語で書く場合、他の在日外国人の母語や日本語で書く場合が考えられる。これらの理由の一つとしては同一コミュニティ内の他の在日外国人や日本人との接点の多さ、あるいは影響力の強さが考えられる。例えば店の購買客における他の在日外国人や日本人の比率が高い場合、彼らの母語で案内などを示そうと考える。これは日本人経営の店で外国人客のために外国語でメニューなり価格表示なりを作るのと同じである。斎藤 (2015) では、ブラジル人集住地域である群馬県大泉町において、トルコ人など他国出身者の店でもポルトガル語表示が見られることを指摘し、大泉町におけるブラジル人の母語であるポルトガル語の影響力の強さ、また、それ故のポルトガル語非母語話者同士のリンガフランカとしてのポルトガル語使用について述べている。

「送り手」の母語でも「受け手」の母語でもない言語で書く場合もある。これは2節で日本人が日本人に向けて外国語で書くこととされた「装飾的表示」である。つまり、日本人が日本人に対する場合でなくても、在日外国人が自らの母語ではなく、かつ受け手の母語でもない言語で書く場合がある。斎藤 (2019) では、在日外国人による「装飾的表示」として、ブラジル人を主な顧客としたブラジル人経営の店が設置した英語の言語景観を例に挙げている。

5.2 「受け手」が在日外国人の場合

「受け手」が在日外国人の場合、日本人によって彼らの母語が書かれたものは行政や公的機

関による言語サービスの性格を帯びたものや、よく買い物に来る外国人利用者への配慮として店が設置したものが考えられる。一方で、店内にはほぼ外国語表示がない中で「防犯カメラ作動中」「万引きは犯罪です」といったものだけ多言語表示である場合もあり、これは「送り手」が意図せずとも差別的表示と捉えられかねない。図8は埼玉県内のスーパーマーケットにあった防犯カメラ作動中を伝える看板であるが、日本語、英語、簡体中国語、アラビア語、ポルトガル語が併記されている。しかし店内ではこれ以外の商品説明やレジ案内などの表示は日本語のみか日本語、英語である。なぜこの看板だけ中国語、アラビア語、ポルトガル語が書かれているのか、これらの母語話者が不快に思ってもおかしくない。

また、日本人によって在日外国人向けに日本語で書かれる場合もある。「やさしい日本語」によるものがそれにあたる。つまり在日外国人に向けて彼らの母語で発信しても日本語で発信しても、言語サービスとして機能することがあり得るのだ。図9は三重県伊賀市の市役所内で撮影したとある部屋の前に下げられていた札である。空室の場合に「空いています／AITEIMASU」が、使用中の場合は「使っています／TSUKATTEIMASU」が見えるようにされている。「空室」「使用中」ではなく「空いています」「使っています」と書いているのが「やさしい日本語」であるが、日本語文をローマ字表記で記したものも存在する少々珍しい例である。斎藤・ロング(2020)でもローマ字表記の日本語表示について取り上げられているが、これも在日外国人向けに日本語を書いた例といえる。ただ、これらでない場合、そもそも「受け手」に在日外国人を想定せずに日本語で書く場合も考えられ、彼らにも関わる内容の場合は情報格差や不公平を生じかねない「情報“不”伝達」ともいえる。



図8. 差別的表示と捉えられかねない言語景観



図9. 「やさしい日本語」とローマ字表記

母語か非母語かについて、「送り手」「受け手」それぞれに在日外国人と日本人を当てはめて考えた場合、上記で言及できていないものも含めて、以下の表2のように示すことができる。

表2. 送り手と受け手、在日外国人と日本人、母語と非母語による言語景観の分類

送り手 \ 受け手		在日外国人 (日本語非母語話者)		日本人 (日本語母語話者)	
		母語	非母語	母語	非母語
在日外国人 (日本語非母語話者)	母語	・情報伝達 ・アイデンティティ表出	・本場感	—	・本場感
	非母語	・配慮	・装飾的表示 ・リングフランカ	・配慮	・装飾的表示 ・リングフランカ
日本人 (日本語母語話者)	母語	—	・言語サービス (やさしい日本語) ・情報不伝達	・情報伝達	—
	非母語	・配慮 ・言語サービス ・差別的表示	・装飾的表示 ・リングフランカ	—	・装飾的表示

表1に比べて、より複雑な機能があることが分かる。また、「装飾的表示」は日本人かどうかよりも「送り手」の非母語で伝達するということがポイントであると明らかになった。

6. まとめ

以上、本稿では言語景観の「送り手」と「受け手」について、特に在日外国人を中心にいくつかの観点から概観し、言語景観研究の際に注目すべき点として、

- ①在日外国人か外国人観光客か
- ②公的表示か私的表示か
- ③「送り手」と「受け手」どちらの母語か、あるいはどちらの母語でもないか
- ④在日外国人は「送り手」か「受け手」か

上記4つの点について取り上げた。

言語景観は、当然ながら在日外国人を対象に設置されたものだけではなく、言語景観研究においては他の対象(子ども、若者、高齢者など)に向けられたものについても扱う。しかしながら、

本稿冒頭でも述べたように「送り手」と「受け手」を中心に扱った研究はほとんどない。今後、これらの特徴についても明らかにする必要がある。

付記

本稿は、2021年9月11日に開催された『韓国日本語學會第43・44回國際學術發表大會』での口頭発表「言語景観の受け手と送り手—在日外国人に注目して—」の発表原稿を加筆修正したものである。

参考文献

- 磯野英治 (2020) 『言語景観から学ぶ日本語』、大修館書店
- 内山純蔵監修、中井精一、ダニエル・ロング編 (2011) 『世界の言語景観 日本の言語景観—景色のなかのことば—』、桂書房
- 春日部市 (2021) 「春日部市統計書 令和3年版」(第二章) <https://www.city.kasukabe.lg.jp/shisei/tokei/tokei.html> (最終閲覧日: 2021年8月20日)
- 斎藤敬太 (2015) 「ブラジル人集住地域のリングフランカー群馬県大泉町と三重県伊賀市の比較」『日本語研究』 35: 43-57、首都大学東京・東京都立大学日本語・日本語教育研究会
- 斎藤敬太 (2019) 「ブラジル人集住地域の言語景観に採用された言語に関する定量的研究」『都市空間を編む言語景観』、中文出版社(韓国)
- 斎藤敬太 (2020) 「観光資源としてのことば—日本国内の活用事例を中心に—」『日本語学』、明治書院
- 斎藤敬太 (2021) 「言語景観の受け手と送り手—在日外国人に注目して—」『韓国日本語學會第43・44回國際學術發表大會論文集』
- 斎藤敬太 (2023) 「子どもを読み手に想定した言語景観に関する萌芽的研究」『韓国日本語學會第48回國際學術發表大會論文集』
- 斎藤敬太、ダニエル・ロング (2020) 「外国人集住地域における多言語景観の社会言語学の実態 (豊田編) —在日南米日系人の複言語環境—」『人文学報』
- 庄司博史 (2009) 「多言語化と言語景観—言語景観からなにがみえるか—」庄司・バックハウス・クルマス編 (2009)
- 庄司博史、P・バックハウス、F・クルマス編 (2009) 『日本の言語景観』、三元社

- 日本政府観光局 (JNTO) (2023) 「日本の観光統計データ」 <https://statistics.jnto.go.jp/> (最終閲覧日: 2023年12月18日)
- バックハウス, ペート (2009) 「日本の言語景観の行政的背景—東京を事例として—」 庄司・バックハウス・クルマス編 (2009)
- バックハウス, ペート (2011) 「言語景観から読み解く日本の多言語化—東京を事例に—」 内山純蔵監修、中井精一、ダニエル・ロング編
- 本田弘之、岩田一成、倉林秀男 (2017) 『街の公共サインを点検する—外国人にはどう見えるか』、大修館書店
- ロング, ダニエル (2010) 「奄美ことばの言語景観」『東アジア内海の環境と文化』(内山純蔵、中井精一、中村大編、日本海総合研究プロジェクト報告5)、桂書房
- ロング, ダニエル、斎藤敬太 (2022) 『言語景観から考える日本の言語環境—方言・多言語・日本語教育—』、春風社
- ロング, ダニエル、中井精一監修、李舜炯編 (2019) 『都市空間を編む言語景観』、中文出版社 (韓国)
- Backhaus, Peter. 2007. *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.

