



国際日本語教育 研究協会会報

012 January/2024



日本語教師が知っておきたい 言語景観の知識

特別寄稿

言語景観とは、公共空間にあり、不特定多数に向けられている、自然に視野に入る書き言葉を指す。そして、対象となるのは看板、掲示物、のぼり、ポスター、ラベル、ステッカー、シールなど様々である。言語景観(英語では“Linguistic Landscape”)は、端的には公共空間にあること、そして可視的であること(つまり書き言葉)というふたつの条件が必要であり、街中のあらゆる公共表示・商用表示が対象になると言える。言語景観は人々が様々な意図、背景から実際に使用している生の日本語であるため、日本語教育の現場で活用できる「生きた教材」として有益である。

それでは、日本語の言語景観を日本語教師がどのように分析し、授業で活用すれば良いのだろうか。まず、日本国内と海外の言語景観の違いについて確認しよう。日本国内の言語景観は、外国人集住地域に見られる外国人が作ったものを除き、そのほとんどは日本人が作ったものである。これらは、日本語のみの単独表記になっているものだけではなく、例えば首都東京をはじめとする大阪、名古屋、福岡など多くの都市部の公共・民間表示は「日本語・英語」の二言語併記や「日本語・英語・中国語・韓国語」の四言語併記が主流である。つまり「内なる国際化」(磯野2012)が加速していると言えるだろう。これら外国語が併記してある言語景観は「多言語景観」と呼ばれる。次に、海外で見られる日本語の言語景観は、そのほとんどがそ

の国、あるいは地域にいる日本語非母語話者が作ったものである。日本語の言語景観が見られる範囲は、空港や駅などの公共表示、日本人観光客がよく訪れる観光地や日本人定住エリアの公共・民間表示が中心であり、その他として、日本(日本食、日本製品、日本文化など)を売りにする店舗が各地に点在している。こうした海外における日本語の言語景観は韓国を筆頭に、中国や台湾、タイ、インドネシアなど、東アジアや東南アジアの都市を中心に数多く見ることが出来る。また、東アジアや東南アジアよりも数は少なくなるものの、アメリカやブラジル、ヨーロッパに点在する日本人定住地域(日本人街)には、飲食店を中心とした日本語の言語景観が見られる。

日本国内の言語景観は、表現のバリエーション(トイレ・化粧室・お手洗い)やオノマトペ(パリパリ・バリバリ)など初級から扱えるテーマも多い。また、中級や上級では、日本語の表現のバリエーション、言い換えなどの観点を説明することにも有益である。例えば、喫煙所に書かれている「たばこを持つ手は、子供の顔の高さだった」(語用論)は、ただ単にそれを伝えたいのではなく、その裏の意味(含意)として「(だから)歩きたばこはしないでください。たばこは決められた場所で吸ってください」(意味論)ということを訴えている。このように日本国内



の言語景観は、学習者が普段から目にする実際に使用されている日本語の特徴を説明するための教材となるのである。一方で、海外の日本語の言語景観は誤用や場面に合っていない不自然な日本語も見られるため、これらを収集して「間違い探し」的なアクティビティーが可能である。これらには例えば使用文字の誤用「ホハモソ焼↓ホルモン焼」、文法の誤用「お客様を接します↓お客様と接します」、誤用ではないものの不自然な日本語「(客に向けた看板で) 印鑑を作ってください」などが挙げられる。

ここ10年ほどの間に言語景観の日本語教育への活用は国内外で活発に研究、実践されており、英語教育や韓国語教育にも広がりを見せている。日本語教育に活用できる言語景観は無数に存在するといってもよく、日本語教師それぞれが学習者の日本語レベルや授業内容に応じて言語景観を収集、選択し、かつカリキュラムに反映させるのがポイントとなる。授業に取り入れる必要性、タイミング、活動としての面白さと学習内容の充実のバランスが取れば、優良な教材となるだろう。



磯野 英治 教授
(プロフィール)
名古屋商科大学国際学部学部長、教授。博士(日本語教育学)。
韓国中央大学校日語日語文学科、大阪大学国際教育交流センターを経て、2016年より名古屋商科大学。

関連するお勧めの書籍

言語景観から学ぶ日本語
(著者) 磯野英治
(出版社) 大修館書店
(発行年) 2020年