

中国語方言グッズの世界

日高 知恵実

みやげもの店で方言が表記された商品を目にしたことはないだろうか。筆者が長年居住していた石川県金沢では、「あんやと」とくりぬかれた木製ブックマークが販売されていた。大阪では「おおきに」「すきやねん」「まいど」などと焼き印されたカステラが店頭に並んでいるようである(図1)。こうした方言が表記された商品(本稿では方言グッズと呼ぶ)は方言産業の1つで、方言を活用することで経済的な価値を付加している。上述のカステラも焼き印がなければただのカステラであるが、「おおきに」と焼き印を入れることで、大阪みやげとしての価値を出しているわけである。

方言グッズは日本特有のものかと思いきや、そんなことはない。試しにウェブ上でdialect mugと画像検索してみると、英語圏の方言がびっしりと記されたマグカップが出てくる。図1で挙げているのは、イングランド北東部に位置するニューカッスルの方言、いわゆるジョーディーの音声特徴を表記したマグカップである。イングランドの人びとが話す英語は、南部方言と北部方言に大別される(田中2012:21)。北部方言に属するジョーディーは大母音推移以前の古い形式を残しているため、例えば二重母音 [aʊ] は [u:] と発音される。aboutをABOOT、cowをCOOと表記しているのは、こうした音声特徴を反映させるためである。



図1 日本とイングランドの方言グッズ⁽¹⁾

筆者がフィールドとしている中国においても、中国語の方言グッズは存在する。ここでの中国語の方言とは、中国の人口の9割以上を占める漢民族が話す「漢語」の方言を指す。筆者が現物を購入しているものに加えてウェブ上での販売が確認できたものを合わせると、トランプ、カレンダー、絵はがき、Tシャツ、トレーナー、バッジ、ステッカー、しおり、マグネット、スマートフォンケース、キーホルダー、コースターなどがある。杭州唄殼説網絡科技有限公司が販売している観光ステッカーは、パッケージに「旅行商品」の文言が見える。一般的に「旅行」から連想されるのは、観光名所、食文化、伝統芸能などであるが、このステッカーではさらに方言に関するものも

1つのパッケージに詰め込まれており、方言が観光資源の一要素として売り出されていることが読み取れる（図2）。

(1) 方言グッズ生産に至った社会背景

日本において方言グッズが生産されるようになった背景には、近代以降における方言の社会的位置づけの変化がある。明治維新のあと、すなわち近代国家へと歩み始めた頃は、「日本国民は、国語を身につけなくてははいけない」として、東京のことばをもとにした標準語が懸命に教えられ、方言は撲滅すべき対象であった（井上2007：37）。しかし戦後、標準語・共通語の普及が進み、方言が衰退すると、標準語普及の「障壁」のように見なされていた方言は一転して保護される対象となる。また希少価値が高まったことによって、マイナスだった方言への評価がプラスに転じ、方言を楽しんだり、産業に結びつく風潮が生まれた。

中国における状況も、基本的には日本と同じである。時代的には日本よりも30年ほど下るが、やはり標準語の普及、方言の衰退、方言の保護、方言による娯楽という段階を踏んでいる。ただし、中国では現在においても標準語の普及が国の重要課題であるため、方言の保護は標準語化との兼ね合いで進められていると言えよう。識字率の向上もまた、方言グッズの生産およびその受容に繋がったと考えられる。

(2) 中国語方言グッズの方言表記

では中国方言グッズには実際にどのような方言が表記されているのだろうか。方言グッズとしての価値を持たせるには、標準語とは異なる言語特徴を前面に出すことが求められる。そのため、ある地域で限定的に使われている特徴的な方言語彙は選ばれやすい。

中国西南部に位置する四川の方言グッズを例として見ていこう。図2にある成都方言トランプの札には「方脳壳（方脳殻）」と表記されている。「方」は「四角い」、「脳壳」は「頭」を指すため、「四角い頭」すなわち「頭の固い人、融通の利かない人」という意味を持つ。「頭」を「脳壳」と呼ぶのは四川一帯に限定されることから（陳章太ほか1996：2497）、まさしく四川方言の特徴語と言える。

標準語と四川方言の同形異義語を取り上げているものもある。図2の成都トランプの札に見える「耍朋友」は、標準語では「友だちをからかう」という意味だが、四川方言では「恋人を探す」「恋愛をする」ことを指す。一方、図2のオレンジ色のステッカーに大々的に刻まれた「好吃狗」の3文字は、標準語として理解するならば「美味しい犬」のように読めてしまうが、四川方言では「よく食べること」を指し、主に食いしん坊な子どもの様子を形容する際に用いられる。

語彙だけでなく、方言音を標準語で同音・類音となる漢字を用いて音写しているものもある。図3の絵はがきをご覧いただきたい。標準語では「話す」を「说」[suo]と言うが、四川方言では[sɔ]

と発音する。方言絵はがきでは、この [so] を標準語の発音に基づいて「嗦」と表記している。標準語の「嗦」（厳密には2音節語の「啰嗦」）は「くどくど言う」という意味があるため、「全世界で四川方言をくどくど言う」といった本来とは異なるニュアンスに変わる。方言音を再現するだけでなく、漢字が表語文字であるという特性を生かすことで、いわゆる「当て字」（仮借）の要領から面白さを意図的に創り出しているのだ。



図2 四川方言のステッカーとトランプ



図3 四川方言絵はがき（一部）

(3) 方言グッズの地域的偏在を生み出す要因

こうした中国語方言グッズは中国各地で一様に存在するのではなく、地域的な偏在が見られる。筆者がこれまでに収集した43種類の中国語方言トランプで言えば、中国東南部に分布する南方方言に属するものは2種類のみで、残り41種類はすべて中国北部および西南部に分布する北方方言のものであった。こうした地域的な偏在を生み出す要因は、1つには中国語の方言のあり方と密接な関わりがあると考えられる。

詹伯慧（1981＝樋口訳1983：118）は北方方言内部の均一性の高さについて、以下のように説明する。

北京話を代表とする北方方言は、その内部の一致性がかなり大きい。東北三省（遼寧、吉林、黒竜江）から西南三省（四川、雲南、貴州）まで、直線距離にして数千キロに及ぶが、使用される言語は、同じ北方方言の系統に属しているの、漢人同士のコミュニケーションにはなんら困難がない。（後略）

現代標準中国語は北方方言を基礎方言としているため、標準語が理解できれば同系統にある北方

方言も一定程度は理解できる。これはことばの面白さを感じられる最低条件を満たしていることに繋がる。

一方、南方方言はというと、たとえ中国人であっても地元民でなければ外国語並みに理解が難しい。詹伯慧（1981＝樋口訳1983:16）は「東南一帯では、県と県、村と村の間でさえ言語コミュニケーション上の困難が存在することもある」と述べている。南方方言は濁音や入声など北方方言が保有しない音を保有していたり、声調数の多さが障害となって、標準語音に基づく音写が十分にできないという問題もある。こうした北方方言と南方方言の相違は、方言を表記しそれを商品化するという方言グッズの特性に大きく関わっている。

近年では若者を中心に、在来の土地のことばとしての方言があまり話されなくなってきた。しかし一方では、今回取り上げた方言グッズのように、生活語以外において積極的に受容・活用しようとする動きも起きている。方言の新たな活用の実態を把握し、地域で話されてきた方言とどのように異なるのか、これからも探求していきたい。

【注】

⁽¹⁾ 画像は以下のウェブページより引用し、一部加工もおこなった。

「minne」石川県の方言「あんやと」木製ブックマーク

<https://minne.com/items/30910042>（2023年1月5日 最終閲覧）

「JR西日本みやげショップ」おおさかシティーウォーク

<https://jrwest-omiyage.com/item-detail/1261355>（2023年1月5日 最終閲覧）

「MP Homewares」Dialect - Geordie Ceramic Mug

<https://minne.com/items/30910042>（2023年1月5日 最終閲覧）

【参考文献】

井上史雄『変わる方言 動く標準語』、筑摩書房、2007年。

詹伯慧『現代漢語方言』湖北人民出版社、1981年。（樋口靖訳『現代漢語方言』、光生館、1983年。）

田中春美、田中幸子『World Englishes—世界の英語への招待』、昭和堂、2012年。

陳章太、李行健『普通話基礎方言基本詞彙集』第3巻、語文出版社、1996年。