方言に値段をつける

沢木　幹栄

「方言に値段はあるか」と聞かれたらたいていの人は「一体どういうことか」と小首を傾げるに違いない。しかし、最近は「万博の経済効果は○○億円」のようにどんなことでもお金に換算するのが当たり前のようになっている。それならば、方言に値段をつけて何のおかしいことがあるだろうか。

方言の価値（経済的な価値、社会的な価値など）について包括的に述べた論考として事実上最初のものであり、またかならず挙げなければならないのが、井上史雄の『日本語の値段』である。このコラムでは前半で井上の論を紹介したい。

井上も述べているように、それまで方言はどれも同じ価値を持つとするのが正しい態度とされていたので方言の価値について真正面から論じられることなどなかった。ただし、それまでも社会言語学的には方言に価値の高低があることは認められている。公の場で使われるのは価値の高い方言であり、価値の低い方言は私的な場面でしか使われない。

井上は方言の価値について、方言撲滅、方言記述、方言娯楽という三つの類型を設定して論を進めている。類型と言っても方言の価値の類型ということではなく、方言に対する態度のそれだと考えたほうが分かりやすい。

この三つの類型はほぼ年代順になっているが、ある時代に一つの類型しか存在しなかったということではない。昭和の初期には三つの類型は共存していたが、現代では方言撲滅の類型はなく、のこりの二つ

が共存している。そして、いつの時代も方言記述の類型が主流をなしている。

方言撲滅の類型が強い時代には方言は負の価値を負わされていた。標準語からかけ離れた辺境の方言はそのなかでも特に低価値しかない。ところが、方言記述の類型が優勢になると価値は逆転し、辺境の方言はむしろ高い価値を持つとされる。

方言娯楽の類型では方言は異言語として楽しむ対象となったとされる。例として方言による弁論大会、方言によるコマーシャル、放送の方言番組などが例として挙げられている。

覚える価値のある方言とそうでない方言は入門書があるかないかで分かるとする。学術的価値の高さはその方言を対象にした研究がどれだけあるかで決まる。また、「関西弁は明らかに高い値段をつける」とする。

以上が、非常に簡略な井上の論の紹介である。『日本語の値段』と銘打っている割に具体的な数字がない点、本書の前半部分では情的価値と知的価値の違いについて述べているのにこの2つの概念を使って方言の価値について説明していない点は不満であるが、それはないものねだりというべきか。

方言娯楽の類型での方言の価値は情的なものであるが、その点では沖縄方言は非常に価値が高い。筆者の経験でも30年前にラジオで首里方言のニュースや琉球民謡のディスクジョッキーを聞いたことがある。これはさらに以前からも行われていたことだろうし、たぶん、現在も民謡ののど自慢番組では方言による司会があるはずである。首里方言によるニュースは筆者にとってうれしいことに最近になってインターネットでも聞けるようになった。(http://broadband.biglobe.ne.jp/index_okinawa.html/)

沖縄方言の場合、方言娯楽と言っても「異言語として楽しむ」とい

う次元ではない人が非常に多いのではないかと思われる。宮古八重山以外の沖縄で生まれ育った高齢者にとって、首里方言は自分の集落の方言に次いで自分の心に一番近いことばである。これも30年前の沖縄北部での話だが、方言劇団の公演で観客のおばあさんが涙を流しているのを見たことがある。「方言娯楽」は一通りでない。いろいろなかかわりのあり方がある。

これも前出の井上の論考によるのだが、方言の持つ価値が経済価値などに転ずるのは方言を使うタレント、方言を使ったコマーシャルのように方言が経済効果を生んだときである。

テレビなどに出演するお笑い芸人の場合、関西弁を使うことがある種のステータスにつながっている部分があるように思う。とすれば、これも方言の価値が経済的なものに転じる例となる。

ところで、方言をあしらったお土産というものがある。代表的なものはその地の代表的な方言語形で構成した「方言番付」を印刷したのれんだが、こうしたものを日高は「方言グッズ」と呼んでいる。方言が経済的価値に直結する例である。

このような方言土産について述べたものは徳川79である。徳川が自分のコレクションについて述べたエッセイ風の文章だが、このなかで徳川は県別に土産の点数を数え、地域によってかなり大きなばらつきがあることを指摘している。

同様のことは井上も指摘しているのだが、要するに東京をふくむ関東地方は方言土産が少ない。おそらく、標準語との近さのためにとりたてて方言がないと思われていること、方言があることを知っていても身近すぎてエキゾチズムを感じさせないことに起因するのだろう。

それでは目を長野県に転じてどんな方言グッズがあるか探ってみることにしたい。上田女子短期大学の大橋ゼミの臼井・善財の二人の調査によれば、長野県の方言による方言グッズの数は決して多くない。

筆者は松本駅前のみやげ物屋で方言のれんを探したがどうも見当たらないようだった。実は26年前の徳川の報告でも長野県は方言土産の点数が0だった。状況は全く変わっていない。

現状では長野県方言には値がついていないのとおなじである。それでは経済的価値を高めるためにはどうしたらよいか考えてみよう。

まず、方言の認知度を高めることが必要だろう。長野県は全国的に知られているような方言語形がない。熊本方言であれば「〜ばい」東北北関東であれば「〜べー」のように文末に使われることばがその地域名と一緒に記憶されているが、長野県方言ではそのようなことばはない。候補になりうるのが「〜ずら」だが、長野県方言としての認知度はさほどないのではないか。単なる例だが「はあるかぶり（久しぶり）」などは音も意味もきれいなので、全国区で認知されることになれば長野県方言の価値を高めることになるだろう。

方言の認知度を高めるもうひとつの方法は、長野県から方言タレントを送り出すことである。まったく個人の資質に頼ることになるが、青森県の伊奈かっぺいのような人が長野県から出て全国的な人気者になれば、長野県方言もひろく認知されることになるだろう。ただし、伊奈かっぺいのような個性の人はそうそういるわけではない。

長野県ブランドの価値を高めるための有力な方法として長野県方言の認知度を上げることを考えてもいいのではないだろうか。

本稿をまとめるにあたって、上田女子短期大学の大橋敦夫さんに資料の提供をいただき、非常な助けになった。記して感謝の意を表わしたい。

【参考文献】

徳川宗賢（1979）「わたしのコレクション　方言みやげ」言語生活328号
日高貢一郎（1996）「方言の有効活用」小林・篠崎編『方言の現在』明治書院

井上史雄（2000）『日本語の値段』大修館書店
大橋敦夫（2003）「信州限定土産商品の考察」観光文化研究所所報　創刊号　上田女子短期大学
臼井美喜・善財由貴（2003）「信州方言グッズ考現学」平成14年度卒業研究修了研究集　上田女子短期大学国文科・日本文化学科
大橋敦夫（2004）「方言と観光文化―方言絵はがきの考察を中心に―」観光文化研究所所報　２号　上田女子短期大学

（さわき・もとえい／信州大学人文学部教授）