

Into my Packet



後藤滋樹の

新・社会楽

後藤滋樹
goto@goto.info.waseda.ac.jp
早稲田大学 理工学部 情報学科

第37回「コピーと珈琲」

四方を海に囲まれた日本という国は、多くの隣国を持っている。その中でも交流が盛んなのは韓国である。私も韓国に友人が増えてきた。その友人達は日本語が相当に上手である。それに比べて私の韓国語は初心者の域にも達しない。

【コピーは複写か珈琲か】

言葉は使ってこそ意味がある。単語1つでも生きた場面で使えると嬉しい。今日は韓国からのお客様とネットワークの討論をするのだ。おお、時間通りに到着されました。

「おはようございます。アンニョンハセヨ。まず会議の前に準備をしましょう。資料の部数は足りていますか。こちらでコピーをしましょうか。」

この「コピー」が誤解を招いたことが後に判明した。そういえば入門書に「珈琲」はハングルではコピーになると書いてあった。小学館「朝鮮語辞典」、白水社「朝和辞典」を引いてみると次のようである。

珈琲 → 커피 (コーピ)

コピー → 코피 (コッピ)

もっともコピーには카피(カッピ)という表記もあるらしい。珈琲のㄷはKの音、ㅍがP、ㅌがTである。一方、コピーの最初のㄷはㄷとㅌを縦に並べたものであるが、ㅌもOの音である。区別をすればㅍはアとオの中間、ㅌは日本語のオよりも唇を丸めて心持ち前につき出す(小学館)。しかし私には、この2つの区別が難しい。

人間の会話では多少の曖昧な表現であっても、文脈(場面)でうまく解釈できることが多い。ところが、この例では会議の冒頭で飲物(珈琲)をすすめるのも自然であるし、会議資料のコピーを確認するのも当然である。討論自体に問題は起こらなかったものの、ちょっと混乱を生じてしまった。

【白菜はペーチュ】

日本国内でもキムチが普及してきた。新宿の高島屋の地下売場にはキムチコーナーがある。日本のキムチは味が違うという友人がいる。かと思うと、韓国の友人の中にはキムチが嫌いという人もいる。その人は、いわゆる韓国の

帰国子女で海外生活が長い由。

さて代表的なキムチは白菜キムチである。私はそれを「ペクチェ」キムチと思っていた。これは漢字を1字ずつハングルに対応させたものである。白はペクであり、菜はチェ。2つ合わせて白菜である。

(合成) 白 백(ペク) + 菜 채(チェ)

ところが、入門書に白菜はペーチュと書いてあるし、友人もそのように言う。

(正解) 白菜 배추 (ペーチュ)

どうやら白菜はちゃんと別の単語として存在している。2つの発音は似ているような感じもする。私の耳が未熟であるせいで、この違いに気がつかなかった。なお小学館の辞書には 백채も見出しに載っている。意味は白菜であるから、上の合成もあながち間違いとはいえないようだ。

【間違えても使ってみる】

友人は、あまり間違いを気にせずどんどん使ってみるようにとアドバイスをくれた。

今回のような誤解があっても、それが分かれば正解の記憶が強化される。それで学習が進む。私も楽観的に考えることにした。

なお韓国の友人からのもう1つの助言は、日本人が早口で発音すると、「パッチム」が脱落し易いというものがある。パッチムというのはハングル文字を構成する三番目の子音、例えば ㅍ(ペク)の ㅍ(Kの音)のことである。日本語は子音+母音の組合せなので、子音+母音+子音のパターンに慣れていないのが原因だろうと友人は指摘している。このような助言は大変ありがたい。



参考文献:

水谷嘉之「漢字でわかる韓国語入門」
NON・BOOK 271、祥伝社、1987。
高信太郎「まんがハングル入門」
カッパビジネス、光文社、1995。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社**インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp