

漢字をどう取り扱うか

——固有名詞の中国語翻訳をきっかけに

神戸夙川学院大学講師、劉争

【目次】

1. はじめに
2. 漢字の音、形、意、
3. 言語の記号
4. 調和の翻訳
5. 結論

1. はじめに

近年、観光立国のスローガンを掲げる日本を多くの中国人観光客が訪れている。日本のインバウンド観光は観光産業の柱として、外国人観光客の日本ブームを呼んでいる。クールジャパンへの関心がもはや止まらない歯車のように、外国人観光客が日本を訪れ、日本国内の消費にも大きく寄与している。インバウンド外国人観光客の中でも中国籍の観光客は、他に譲らない勢いで増加し、断然トップの地位を占めている。今後も日中間観光交流がさらに拡大することが予想される。

中国人観光客にとって日本を理想的な旅先として選定した理由は様々だが、「日本製の商品を買いたい」「日本料理が好き」「安全安心」「バリアフリーの環境でシニアや子供連れに便利」「サービスがよい」「円安」「近い」がよくあげられる。

これらに加えて、「漢字が読めるからほかの国より分かりやすい」と挙げる人も少なからずいる。これは町の看板、お店のメニュー、電車や地下鉄の駅名、住所、人の名前など漢字で書かれているものが中国人観光客から見て「何となく分かる」、「覚えられる」安心感が湧くためだと考えられる。つまり、日本語の言葉（発音）が耳で全然分からなくても、簡体字を用いる中国人観光客にとっても、

日本語の漢字の「形」を目で見れば自ら認識できるという目に映る字の類似した漢字の「形」に対する親近感である。このように、文化交流における漢字が果たす役割は大きいことを改めて認識させられる。

JNTO¹によると、インバウンド中国人観光客を誘致する主要ターゲットは三十～四十代の中堅層の世代である。日本の最新のサブカルチャーに引かれる若者は世界中にいるのは言うまでもないが、中国人観光客の多くは1960年代、70年代生まれの世代で、彼らは、日中国交正常化された1972年以降の両国の文化ハネムーンを少年少女時代に経験しているのである。80年代～90年代の中国は日本のドラマ、アニメを大量に輸入した時期である。テレビ視聴率のゴールデンタイムに『鉄腕アトム』、『一休』、『ドラえもん』、『聖闘士星矢』、『花の子ルンルン』などの代表的な日本アニメが毎日のように下校後の中国の多くの子供達を楽しませたのである。大人に成長した彼らの一部は、日本を訪れる観光客となったのである。

しかし、彼らを最近少し戸惑わせるようなことが起きている。一つの例を挙げれば『ドラえもん』である。彼らが子供の頃に見た日本アニメ「ドラえもん」の中国語訳は「機器猫²(gi qi mao³)」であったが、今は「哆啦A梦(duo la ei meng)」と呼ぶようになった。「機器猫」は中国語で「ロボットの

¹ 国土交通省観光庁 JNTO ホームページ掲載内容 http://www.jnto.go.jp/jpn/services/avrsih000000qyhl-att/pp_china.pdf (2015年2月20日0:00時点)

² 比較上の便宜で中国語の簡体字を繁体字体で表記する。以下同様。

³ 中国語ピンイン表記は四声の表記を省くものとする。以下同様。

猫」の意味である。ドラえもんは未来の耳なし猫というキャラクターの設定から訳した固有名詞である。一方で、「哆啦 A 夢」は音を表記する漢字のみで、意味を持たない。強いて言えば「なんとかAの夢」という意味になる。もしかしてなんとかB夢とC夢もあるのかなと苦笑いしながら憶測してしまう。

このような外国語の固有名詞を中国語に翻訳する際に、理由はともあれ、原語の発音を尊重し音訳を採用する傾向が表れている。例えば、数年前から韓国政府からの要請があって、首都ソウルの中国訳を「漢城 (han cheng)」から「首尔(shou er)」に変更したのも一例としてあげられる。

一方、初めて来日する日本語のわかる中国人や日本を漢字の国だと思いつく漢字圏からの観光客は片仮名のメニューを置くレストランやカフェ、店、ブランドの多さに驚くだろう。片仮名のメニューは日本語だが、「翻訳」している場合もある。例えば「Salmon marine」を「サーモンマリネ」と発音して注文できたとしても、料理が運ばれてくるまでは謎のままである。その場合は言葉のわからない客は勇気を持って店員に尋ねるか、面子を守るために黙ってリスクを取るかの選択肢のどちらかしかない。特に後者の場合は、日本語を母国語とする話者にとってある種の異文化体験とも言える。お店の立場にしてみればむしろ異文化体験をお店の世界観の一部としてお客様に提供することができる。従って、「Pizzeria」は「Pizzeria」のまま、或は「ピッツァ」であって、「具たくさん焼きパン」のような「翻訳」は不要なのである。

これは何を意味する現象なのだろうか。人々は言葉の壁を超えて何を伝えたいのだろうか。もしかして中国語翻訳もこのような手法に切り替えられるのだろうか。

このような一連の現象の背後で他国の社会的、政治的意図がどのように働いたのかは今回の小論の対象とせず、固有名詞をめぐる翻訳ポリシーの転換をきっかけに翻訳の視点から考察することと

したい。

2. 漢字の音、形、意

漢字は中国語の文字として中国で発明された表意文字として一般的に知られている。中国漢代の許慎が『説文解字』に漢字について「先有文而後有字、六書象形指事多為文、会意諧声多為字、転注仮借文字兼之」と分類した⁴。これは「先に文があって、後に字がある。六書という分類のうちに、象形と指事の多くは文に入る。会意と諧声の多くは字に入る。転注と仮借は文と字の両方を兼ねている。」と理解できる。つまり漢字の構成法、使用方法の分類を示したものである。では、六書について、それぞれ見てみよう。

1. 象形：実物の形・属性をかたどり、ある程度抽象化して表した漢字。「日」「月」「木」「人」など。

2. 指事：数や位置など、形を模写できない抽象的概念を表すために考案された漢字。「一」「二」「上」「下」など。

3. 会意：二つ以上の漢字を組み合わせ、両者を合わせたものに近い意味と字形をもつ一字の漢字を作る構造法。「林」「轟」「娶」など。

4. 形声：その語の意味の範疇を表す文字（義符、意符）に、その語と同音・類音の文字（声符、音符）を付してつくった合成字。諧声ともいう。「河」など。漢字構成法のうち最も多く見られるものである。

5. 転注：運用法の一つで、古来諸説があったが、ある意義を持つ漢字を、その音とは無関係に、それと近い、あるいは転移した意義の語を表すために用いることをさすと見られる。「音楽」の意を表す語に「樂」を、意味上関連のある「楽しむ」の意を表す語にも用いるのがその例。(中略)これは同時異義の状態を生み出し、文字の機能から反することから、会意や形声に取って代わられ次第

⁴ (漢) 許慎 選 『説文解字』江蘇古籍出版社 2001年12月出版

に少なくなっていた。

6. 仮借：既成の漢字を借りて、それと同音ないし類音でしかも意味の異なる別の語に転用する用法。本来「皮革」の意味を表す漢字の「革」を、同音カクを持つ別の意味の単語「改める」に転用して後者にも「革」の字をあてたり（中略）などがその例。⁵

漢字は日本列島に伝来されて以来、古代日本の口承文化を記録するツールとして古代日本人に重宝されてきた。伝来当初は唯一の文字として漢字による言語活動が日本で行われ、以来国語表記の文字としても語彙の面でも国語の上に多大の影響を及ぼした。さらに時代の変遷に伴い、万葉仮名の簡略化により日本独自の表音文字である平仮名、片仮名を生むに至る。漢字も訓読み、音読みを付与されながら日本で作られる国字と共に日本語として定着し、今は欠かせない日本の言語の一部となっている。現代社会においても漢字は中国人の言語記号としてだけでなく、漢字文化圏と呼ばれる日本、韓国、シンガポールなどの国を含むアジアないし世界のツールとして日々のコミュニケーション活動に役割を果たし続けている。

漢字は「音」「形」「意」という三つの要素があると知られている。日本語と中国語の翻訳はお互いの言語に繁体字と簡体字の区別があるものの、「形が同じとみなす漢字」が多く存在している。それによって日中間の翻訳はほかの言語間では遭遇しないような翻訳問題を抱えている。それは同じ「形」であっても、それぞれ日本語と中国語という異なる言語構造を背景とした漢字の意味の相違から生じる問題と言えよう。

日中の漢字語彙は「同形同義」、「同形異義」、「異形同義」、「異形異義」という四つのタイプ⁶に分けられると言われるが、翻訳において問題が生じやすいのは「同形」漢字による「異義」のタイプで

ある。

しかし、「ドラえもん」は日本語には漢字という「形」を持たない名詞なのである。この場合は発音から漢字を当てることが多いが、「ドラえもん」という日本語をソース言語とする名詞に対して、中国語をターゲット言語とする漢字に変換する際に二つの方法が選択できる。一つは「哆啦 A 梦」という音の翻訳であり、もう一つは「機器猫」という意味の翻訳である。どれもドラえもんの翻訳として成り立つが、どちらの手法が妥当と考えられるだろうか。

実際に問題となるのは「ドラえもん」の翻訳に限らず、日本語の固有名詞に触れる機会が増えていく中で、翻訳者にとって「便利」と同時に「邪魔」である漢字を処理する際に、意識か音訳か、どんな翻訳原則を採用するのかということである。

音訳は、或る固有名詞が指示する物事のイメージについて聞き手と話し手がある程度の共通理解を互いに共有する場合、最も効率の良い手法だと言えよう。一方意識は、上述の共有知識が期待できない場合、漢字の新たな組み合わせを通して、それぞれの「個」の漢字を巡る最大多数の人の「共通理解＝常識」に訴えることによって、「未知の物事」に対する聞き手の理解度の向上を狙う上で、有効な手段だろう。

言い換えれば、中国語への翻訳（いわゆる漢字記号への変換）が直面しているのは以下のような問題が考えられる。

A 発音（音韻）重視の翻訳方法：交流しやすいが、理解しにくい。

同じ又は似た音の発音をすることによって、お互いの言語が話せない人同士でも固有名詞だけで、ある程度の交流が可能になる。しかし、その人がその発音を記憶するのにエネルギーが必要で、その発音の意味を記憶する能力次第で格差が生じ、応用できない人が多い。

B 意味（概念）重視の翻訳方法：理解しやすいが、発音での交流ができない。

⁵ ブリタニカ百科事典該当項目

⁶ 王承伝 (1998) 「同形異義語における中国語と日本語の対照研究」『人文科学教育研究』25、P. 15-28

発音（音韻）重視の場合、意味を実際翻訳していない状態であり、ただ表記記号を変換しただけである。一方で意識した名詞が定着した場合は、お互いの言語が話せない中国人と日本人が仮に同じドラえもんについて語っていても全く意思疎通できない弊害がある。当然、ペンと紙が手元にあるアニメのキャラクターがすぐに描ける才能の持ち主なら別だが、そうでなければ二人の脳裏に同じ「ドラえもん」のあの青い姿を思い浮かべている、お互いにまったく関連性のない発音をしてから苦笑いをしながら沈黙を耐え抜くしかないだろう。

中国語母国語話者の漢字理解と心内辞書に関する実験と研究がすでに行われているが、語彙判断の漢字視覚提示について「意味の似ているものと形態が同じものが速く判断された。音韻の主効果は見られなかった。」。そして命名課題の実験について「音韻の似ているものと意味の同じものが速く読まれた。形態は同じものが速く読まれる傾向が見られた。」⁷

つまり、漢字の「形」「意味」は「音」より重要であることを示唆している。

3. 言語の記号

ウィトゲンシュタインは人間のことばを「言語ゲーム」と呼び、言語への懐疑を呼び起こした。『青色本』の中で初めて「言語ゲーム」という言葉を紹介する際にウィトゲンシュタインはこう言った。

「今後たびたび言語ゲームと呼ぶものにあなた方の注意を引くことになるだろう。それは、高度に複雑化した日常言語の諸記号をわれわれが使う際の使い方よりも、ずっと簡単な記号の使い方である。言語ゲームとは、子供が語を使用し始める際にとる言語形態のことである。言語ゲームの研究は、言語の原初的な形態の、すなわち原初的言語

の研究である。」⁸

しかし、その後『哲学探究』（七節）では更に「私はまた、言語とそれが織り込まれる諸活動の総体も『言語ゲーム』と名付ける」と言った。『哲学探究』は子供が「赤いリンゴ五個（Five red apples）」と書かれた紙片をもって果物屋に買い物に行く話から始めている。果物屋は、「りんご」と書いてある箱の中から赤いのを五つ取り出し、代金と引き換えにそれをその子に渡す。子供も果物屋も、一言も言葉を発しないかもしれない。だが、すべては円滑に、何の問題もなく進行する。⁹

つまり、コミュニケーションの目的がりんごを買うことならば、沈黙した記号でその目的を果たすことができるのだ。しかし、現実世界では我々の生きる現代社会は沈黙コミュニケーションと発音コミュニケーションを併用しているのである。インターネットの発展に伴う情報社会では多くの沈黙コミュニケーションを経験している一方で、観光産業は視覚化できる沈黙ツールだけでは考えられない。記号は言語の「形」の一部分だけである。

ウィトゲンシュタインに継ぐ認識論批判学者のソシュールも「言語は世界の客観を認識するための道具ではない」と断言した。彼らの断言には賛同すると同時に、言語は、「認識するため」だけではなく、「伝達するため」のコミュニケーションツールであることを強調したい。そしてその伝達するための道具の対象はあくまでも「認識」にはかならないはずである。つまり、言語の「音」は人間同士の対面コミュニケーションの表現伝達ツールでもある。

ここで注目したいのは中国人と日本人の間に共通する漢字という「形」の存在である。漢字は「音」

⁸ 『ウィトゲンシュタイン全集』大修館書店 1976年1月

⁹ 永井均『ウィトゲンシュタイン入門』ちくま新書 1995年1月20日

⁷ 茅本（2002）『教育心理学研究』P.436

「意」「形」という三つの要素を持つ象形文字である。その中でも「形」が最も重要な要素である。エジプトの文字ヒエログリフと同じく、「絵」の性質を持つ符号である。漢字の「意味」はその「形」と一対一の直結関係があり、「音」よりも「形」と「意」の両者の関係に重心がある。

実際、今の中国は 56 の民族が 960 万平方キロメートルの広大な国土で共生し、上海語、広東語をはじめ、多くのバリエーションの発音（方言）を交差しながらコミュニケーションを図っているが、それらを書き出すと同じ漢字に反映されるのである。そうでなければ漢字の数量を何十倍、何百倍も増やさないと足りないであろう。しかし、一つの漢字は多くの経験と物語を語ることができる。また漢字と漢字の組み合わせによって無数の表現の可能性とバリエーションで人の繊細で精緻な表現を伝えることができるツールなのである。

また、漢字は一文字を単位とするが、その一文字に含まれる複雑な意味合いを持つことによって、最も少ない字数で複雑な内容を表現するのに得意な表記ツールでもある。これは漢字の前身が「絵」であるということからそう理解しにくいことではないはずだ。

だからこそ漢字は中国人にとって絶対不可欠なコミュニケーションツールであると同時に、文学的な精神的享楽に最適なツールとして数千年受け継がれ愛されてきた記号である。

日本の現代社会では外国に属するものを完全且つ忠実に表現するために、外国語の言葉に代表されるモノの雰囲気や損なわずに描くために、「意味」を「翻訳」しないで発音のみ翻訳（表記）している。

しかし中国語翻訳の場合、同じような手法は、日中間の漢字の二重身分によって混乱を及ぼし、誤解や違和感が生じやすいと考えられる。つまり、日中間の翻訳にはほかの言語間の場合と明らかに通じない事情がある。これは正に柳父章氏の指摘された通りである。

「英語、フランス語などの西洋語の文字は、表音文字と言われ、話し言葉が基本で、「形」とはまず言葉の音であり、文字は音の写しなのである。だから、言語の音の「形」、文字の「形」は、その「意味」と密接に結びついている。これに対して、中国、日本などの漢字は表意文字と言われ、文字の「形」が重視されている。古来、中国の文字学では、「形、音、義」と言葉を三つの要素で考える伝統がある。文字の「形」は、音の写しではなく、文字の「形」が音や義とは独立して重視されている。」¹⁰

中国語において言語の三つの要素である「音」、「形」、「意」の三つは並列関係ではなく、「音」対「形+意」の関係である。

ミシェル・フーコーは記号についてこのように指摘する。「ソフィストたちの活動と交換とがしりぞけられて以来というもの、人々が多かれ少なかれ確信をもってかれらの逆説を封じて以来というもの、西洋思想は、言説が思考と言葉（パロール）との間にどんな小さな場所でもつくるのを警戒してきたようであり、言語表現がただ考えることと話すこととの間に或る場所として現れることを、警戒してきたようであります。それは、表徴（シーニュ）を身につけ、言葉によって可視的なものとなった思想、或は逆に、それは、活動し、意味の効果を生み出している言語体系の構造そのものでありましょう。（中略）言説（ディスクール）は、第一の場合には記述の、第二の場合には読解の、第三の場合には交換の、働き以上のなにものでもありません。そして、これらの交換、読解、記述は、絶対に記号以外のものを働かすことはない。こうして言説は、その実在性においては、自らを記号表現（ニシフィアン）の秩序に置くことによって、無にひとしくなるわけであります。」¹¹

¹⁰ 柳父章 水野的 長沼美香子編『日本の翻訳論 アンソロジーと解題』 法制大学出版局 2010年9月10日

¹¹ ミシェル・フーコー『言語表現の秩序』現代思

これに対して、中村雄二郎¹²はこう述べた。「言説＝言語表現の実在性をとり去るもう一つのものとして、「普遍的媒介」という主題がある。(中略) 実はこのロゴスは、事実上すでに手入れのされた言説にすぎない。あるいはむしろ知らぬ間に言説化する事物であり、出来事である。すべてが言説の形式をとりうる時、その理由は、すべての事物がその意味を表し交換しつつ、自己意識の静かな内面に這入りうるからである。つまり、フーコーによれば、言説＝言語表現は、創設的主体の哲学のうちにあつては「記述」の、始源的経験の哲学にあつては「読解」の、普遍的媒介の哲学にあつては「交換」の、働き以上のなにもものでもなく、そこで働かされているのは、ただ「記号」だけである。」

ここでいう言説は言語の意味ではなく学問や理論の意味だが、言語の場合でも通用するものがある。「記述」は「形」とし、「読解」を「音」とし、「交換」を「意味の理解」として考えた言語の場合も、コミュニケーションとは人々が言語というツールを介した「各自の経験の交換」と理解することができる。つまり、言葉の「意」の部分というのは自分自身が他人と交換可能な「経験」なのである。

中国語翻訳の場合に則して考えれば、音韻重視の翻訳も必要かもしれないが、翻訳の目的が人々の経験を交換可能にし、意味の理解を可能にすることであることは本質と理解すべきである。

4. 調和の翻訳

直訳か超訳か、忠実か自由かの翻訳論は古今東西を問わず多くの知識人に議論されてきた。一般解釈学の始祖と教育者のフリードリヒ・シュライアーマハー (1768～1834) が古代ギリシアの哲学

想選 河出書房新社 1981年8月28日 51頁

¹² 中村雄二郎 (昭和47年2月) 「言語表現とはなにか」『言語表現の秩序』現代思想選 河出書房新社 1981年8月28日 136頁

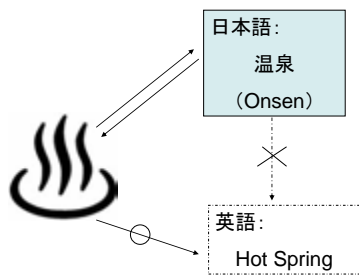
者に関する第一回講義 (1811) から数えて三回目のアカデミー講義の原稿一部を引用したい。

「本来の翻訳者は、まったくかけ離れた人格である著者と自分の読者というふたりの人間を実際に出会わせ、ことに後者を母国語の圏内から無理に引き出さずにしかもできる限り完全に前者を理解、享受させようとしています。そのために翻訳者が辿る道はどういったものでしょうか。私が見たところでは道は二つしかありません。著者をできるだけそっとしておいて読者の方を著者に向けて動かす、あるいは読者の方をできるだけそっとしておいて著者を読者に向けて動かす、このどちらしかありません。二つの道はまったく異なるのですから、どちらか一方を徹底して厳密に追及する他なく、折衷してみたところで精々信頼に値しない代物しか生み出せないことはわかりきっています。著者と読者とが完全にすれ違ってしまわないようにすること、これが肝心なのです。」¹³

中国語翻訳の「落とし穴」の構造を言語学者オグデンと文芸批評家リチャーズが1923年に著した『意味の意味』に「意味の三角形」と称する三角形¹⁴で例示することができる。

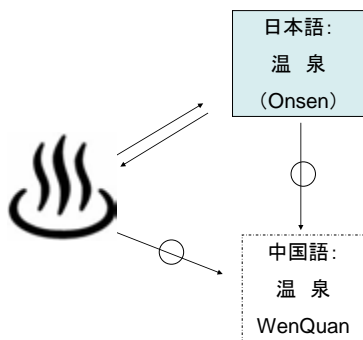
¹³ 三ッ木道夫編訳『思想としての翻訳——ゲーテからベンヤミン、ブロッホまで』白水社 2008年12月30日

¹⁴ オグデン (著) リチャーズ (著) 石橋 幸太郎 (翻訳) 『意味の意味』叢書名著の復興5 ペリかん社 1967年



実線: ソース言語
点線: ターゲット言語
矢印: 概念変換過程

例えば「温泉」という名詞の日本語を英語に翻訳する場合は上の図が示す通り、翻訳者が日本語漢字の言語記号からその記号が代表する概念（意味）を頭の中で変換するプロセスを経て英語の言語記号に書き換えるのである。



実線: ソース言語
点線: ターゲット言語
矢印: 概念変換過程

一方「温泉」という名詞の日本語を中国語に翻訳する場合は上の図が示す通り、翻訳者が日本語漢字の言語記号からその記号が代表する概念（意味）を頭の中で変換するプロセスを経て中国語の言語記号に書き換える方法と、記号を変換せずにそのまま概念を獲得する二つのアプローチが可能である。漢字経由のそのままのルートには「落とし穴」が存在するのである。

合わせて日本の固有名詞の中国語翻訳の既存例を挙げてみる。

(一) 漢字または意味を含む固有名詞の場合：

1) 社名、官庁名、部署名

① 「特許庁」の中国語訳：

「形」重視 ➡ 「特許庁」

ここで一般翻訳では意味のズレ（日本語の「特許」は「専利」と「実用新型」を含む意味）が存在するが、固有名詞の場合はそのズレを軽視する。

② 「経理部」の中国語訳：

「形」重視 ➡ 「経理部」

ここで一般翻訳では意味のズレ（日本語の「経理」は中国語で言う「会計」の意味で、一方で中国語の「経理」は管理職という意味）が存在するが、固有名詞の場合はそのズレを軽視する。

2) 人名

① 安倍 (A Be) 首相の中国語訳：

「形」重視 ➡ 安倍 (発音: An Bei)

「音」重視 ➡ 阿背 ×¹⁵

② 鳩山 (HaToYaMa) 前首相の中国語訳：

「形」重視 ➡ 鳩山 (発音: Jiu Shan)

「音」重視 ➡ 哈托亚玛 ×

③ 初音ミクの中国語訳：

「意」重視 ➡ 初音未来 (発音: ChuYinWeiLai)

「音」重視 ➡ 哈兹奈咪库 ×

(二) 漢字を含まない固有名詞の場合

1) 人名

① 有名歌手の宇多田ヒカルの中国語訳：

「意」重視 ➡ 宇多田光 (発音: YuDuoTianGuang)

「音」重視 ➡ 宇多田嘿咪利 ×

② 有名歌手の青山テルマの中国語訳：

「意」重視 ➡ ×

¹⁵ ×マークは該当翻訳が存在しないことを意味する。以下同じ。

「形」及び「音」重視→青山黛瑪（発音：QingShanDaiMa）

2) 商品名

①ポッキーの中国語訳：

「意」重視→×

「音」重視→百奇（発音：BaiQi）

3) キャラクター名

①アンパンマンの中国語訳：

「意」重視→面包超人（発音：Mian Bao Chao Ren）

「音」重視→阿帕曼 ×

以上の例を通して、音韻重視、形態重視及び両者混合の翻訳傾向が見られるが、漢字という「形」を含む名詞にしても、含まない片仮名、平仮名の名詞或は名詞の一部にしても、やはり「意味」を持つ或はその「意味」を漢字という「形」に還元可能であることを前提に漢字の還元を優先させる傾向である。「形」と「意味」の間では「形」を最優先することもわかる。「特許庁」のように、意味の「落とし穴」があっても構わないのである。そして「意味」または漢字の「形」を持たない場合のみ、音韻のみで発音の近い漢字で翻訳するのである。

一方で音韻重視の場合でも漢字の「意味」を生かした翻訳例もある。例えば、固有名詞の「ヨドバシカメラ」（日本の大型電気販売店）の場合、日本語では「淀橋」という地名の片仮名表記をしているが、中国語訳は漢字の「淀橋」ではなく、「友都八喜」なのである。発音も類似の上に、中国語としての意味も「友達の町で多くの喜び」で理解しやすいだけではなく、心地のよい固有名詞として記憶しやすいのである。このネーミングは音と漢字の形＝意味を吟味した訳と言える。観光客にとって好感度の高い名前、記憶できる名前はより多くの人に口コミを広げることができ、店舗側に

とって好ましい効果をもたらす。

コカ・コーラ社の中国語訳も有名な例である。世界中で愛される飲料のコカ・コーラは中国では「可口可乐（KeKouKeLe）」と訳される。発音も類似だが、意味も「美味しい、楽しい」とコカ・コーラのブランドイメージを完璧に融合した訳と言えよう。

そこで、漢字という形がそれぞれ中国と日本における「音」と「意」の役割を包括的に反映できる翻訳方法が最も望ましいと考えられる。「音」に加えて「意」を重視した翻訳方法は、聞き手に対する教育的な機能も果たせると思われる。「音」、「形」、「意」のそれぞれを重視した多様的で柔軟的で翻訳方法は、「中庸的な翻訳」とも呼べるかもしれない。中庸は『論語』で知られる孔子の「中庸の徳たるや至れるかな」¹⁶とたたえているものである。中庸を人間の行為の上での徳としている。孔子後学になって、「極点に走らず、時に応じた適切な方法をとるとする意と、庸の持つ常という意味を取り出し結合させ、中庸をば中より一步すすめた日常の実践道徳の徳目として確立させたのである。」¹⁷

しかし、「中庸」は現代中国人の中ではマイナスの意味がある。いわゆる個性がなく、主張が曖昧な意味合いを持つ。このような理解の根源は中国の過去にあった儒教打倒の教育と深く関係している。マイナスイメージにも関わらず、中庸は今でも有効な問題解決手段として世界及び中国国内で注目されている。中庸は折合う意味合いが強いが、双方が折合うことによって調和的な状態を保つことが可能になる。

以上の考察を経て中国語翻訳は漢字の3つの要素に合わせた3つの翻訳方法が考えられる。

方法1、記号（漢字）を重視→共通或は類似の漢字を優先する

¹⁶ 『岩波哲学・思想辞典』岩波書店 1998年3月18日

¹⁷ 同注16

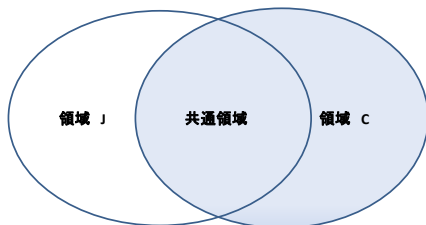
方法2、概念（意味）を重視→概念、経験の交換を優先する

方法3、発音（音韻）を重視→共通或は類似の発音の漢字を優先する

ソース言語の日本語名詞の場合、漢字を介した概念の伝達をするには三つの翻訳方法をどう使い分ければ妥当なのかは問題になる。

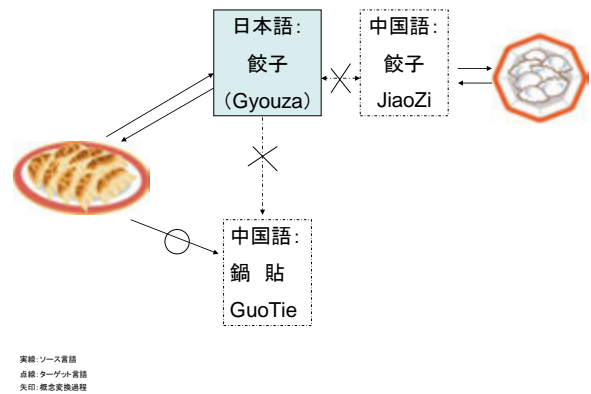
日本と中国の記号である漢字が下の図のように、中国語における領域Cと日本語における領域Jがある。

漢字が日本と中国における概念の領域



CとJという二つの領域において同じ概念である場合は共通領域の範疇になる。この場合は漢字を優先した記号そのままの方法1の翻訳が最も伝わる翻訳で望ましいであろう。先述の「温泉」はその例である。

一方、領域Cと領域Jにおける概念をカバーできない部分に関しては、方法2又は方法3が妥当であろう。例えば、日本語にも中国語にもある名詞「餃子」の漢字は共通しているのに対し、日本語における概念と中国語における概念は共通しているわけではないのである。そのため、「餃子」をそのまま翻訳すると、中国人にとって「水餃子」ではなく「焼き餃子」なのだという「裏切り」をしてしまう恐れがある。くれぐれも漢字を見てそのまま直訳せず忠実に翻訳し、その概念をそれぞれの言語領域に還元したいものである。



ソース言語とターゲット言語の記号の特徴を分析し、翻訳を工夫することによって、読み手の翻訳情報の理解度を高め、情報の格差を縮ませる効果があると考えられる。

翻訳に限らず、通訳の場合でも翻訳方法を積極的に工夫することで、日中間の異なる目的のために存在する漢字がもたらした違和感の解消、互いの文化理解の深化と受容に繋がることであろう。

複数の翻訳方法を駆使した翻訳、漢字という記号を生かした翻訳こそ調和の翻訳なのである。

5. 結論

日中両国はともに漢字を持つ文化的親近感と歴史的・政治的嫌悪感が共存する隣国である。同じ表記ツールの漢字を持つにも関わらず、漢字の意味機能を軽視したドラえもん「哆啦A夢」のような表音翻訳が増えていく社会情勢の流れの中で漢字は戸惑いながらも存在している。そのような音重視の翻訳効果はどう評価していくのか。筆者は、個人の学習能力、特に語学能力の格差によって情報伝達に負の影響を与えるのではないかと考える。また中国語を母国語とする者の立場から漢字記号を最大限に利用しつつ、誤解を最小限にする多様的で柔軟な「調和の翻訳」の方法と意義を提示したいと考える。余計だが、「ドラえもん」の中国語訳を調和の翻訳方法で訳すとすれば、私は恐らく「哆啦卫门猫」（ドラ衛門ネコ）と訳したくなるだろう。「ドラ」の部分は音訳し、「えもん」は漢

字を復活させ、「猫」という具象を付け足すことで日本の人気キャラクタードラえもんを立体的に表現することによって理解しやすく、記憶しやすい翻訳になる。

しかしながら、現実には、既存の音訳重視の名詞がすでに定められた場面によく遭遇する。その場合は「調和の翻訳」をする精神を持ってせめて翻訳（表記）をしてあげたい。要するに、中国語への翻訳は音と意味を同時に提示する「哆啦A梦（機器猫）」のような翻訳の仕方が「音」「形」「意」を求める聞き手にとって満足できる方法ではないかと考える。すべての言語要素を提供することによって、コミュニケーションのための言語の教育的機能も果たせ、情報の格差を縮小する効果も齎すものだと考える。当然すべての翻訳ではなく、日本語の固有名詞に限定した活用が現実的である。聞き手にとっての分かりやすい翻訳は観光客にとっても大きなホスピタリティを感じることになるのかもしれない。世の中には完璧な翻訳が存在しないし、翻訳への評価も人それぞれである。だからこそ翻訳の方法、原則、思想はいつまでも人々に考えさせられる問題であり、常に我々人間社会と人間感情に影響を与える重要な現実問題である。

あとがき

今回の執筆は神戸夙川学院大学が神戸山手大学へ移転に伴う書籍移転と引越し梱包作業の最中にあたり、多くの先行研究文献と例証を省き、十分な分析が行えない遺憾を抱いている。論点も不十分な点が残っている。漢字の記号論的な視点から分析することを今後の研究課題としたい。

新しい学科への転籍をきっかけに今後は新しい研究と教育活動に勇気と根性を持って臨んでいきたい所以である。