

著書紹介

「神風（シンパラム）がわく韓国（くに）」（吉川良三著：白日社）

著者の吉川良三氏（JKIT 会長）が、1994 年からサムスン電子の常務として韓国に滞在した時の体験をもとに、韓国と日本の文化やビジネス慣習の違いをまとめた書であり、日韓間のビジネスに関わる人にとって、韓国の文化や日常を知る上で、参考になる指摘と考え、シリーズで要約をご紹介します。

<第5回>人間味（チョンナミ）あふれる関係へ

1. 「チョンナミ」－異文化をつなぐキーワード

(1)なぜ、悪口ばかり言い合うのか

韓国と日本の関係を表すのに「近くて遠い国」という表現が使われるようになって久しい。最近では、経済や技術、観光など、さまざまな面での交流が急ピッチで進んでおり、表面的には「近くて近い国」になりつつあるかのように見える。しかし、それはあくまで形の上の現象であって、真の意味では「近くて近い国」にはまだ、なっていないと思う。それどころか、逆に、両国民の往来が激しくなってきた分、お互いの国の文化の違いがあちこちで表面化し、誤解、無知からくるマイナスの部分が目について、ある意味ではますます「近くて遠い国」になってきているようにも感じる。なぜなら、何度も韓国を訪問している日本人ほど、本心では、韓国人は「感情的で気が短い」、「野蛮で礼儀を知らない」「理屈っぽくてしつこい」「冷たくて人情がない」「ルールを守らない」など、韓国人が誇りにしている「自分達の姿」とは、まるで正反対の韓国人観をもっているからであり、逆に、韓国人の日本人観は「非道徳的である」「権威に対して弱く、弱者に対して強い」「主体性がないから文化がない」など、これも日本人が誇りにしている自己像とは逆の日本人観を持っている。

なぜ、距離的に近く、それだけに最も親しくならなければならない韓日両国が、このように憎み合わなければならないのか。

それは、「両国民にお互いの文化を正しく知ろうという努力が欠けていた。文化というものを、芸術や衣・食・住などの中で形として表現されているものだけで捉え、その形の中に埋め込まれている民族の精神（魂）まで知ろうとしなかった」からではないか。

しかし、その国の文化は、その国の民族性そのものであり、民族の原点でもある。生まれた時から、その中にどっぷりと漬かってきたものでなければ、身につかないものである。したがって、韓国人が日本の文化を、日本人が韓国の文化を、形だけでなく、その精神構造までを正しく理解すること、つまり、その行動原理や心理面などを、論理的に認識することは、実際には不可能である。

ただし、韓国文化を知ることにはできる。韓国人のものの考え方や行動様式を知った上で、韓国文化を尊重しながらつき合っていけば、悪口を言い合うような関係は改善していくのではないか。

(2)「チョンナミ」にたどりついた私

韓日の文化の差を痛烈に意識するようになってからは、できるだけ韓国文化に溶け込むように努力しながら努めてきたが、期待した成果は返って来ず、どうしてよいかわからないで

いた時に、三星グループの李健熙会長の著書で、「人間味」という言葉にであった。

そこには、「人間味とは何を意味するのでしょうか。人は、能力が少しぐらい劣っていても人間味のあることが大切です。「チョンナミ」という人間味があることを表す韓国語の言葉がありますが、いっしょにいればなんとなく和んだ気持ちにさせてくれる人のことを意味します。・・・」と書かれていた。

改めて問い直してみると、正直に言って、相手を和んだ気持ちにしてあげるといふ気持ちは自分にはなかったと思う。自分では気づかないうちに、どこかで「日本で成功した体験に基づいて技術を教えてやっている」という傲慢さと驕りがあったことは事実で、韓国人に対する「チョンナミ」の心が欠けていた。

日本が経済面や技術の面で、韓国より一日の長があるのであれば、なおさら「いたわりの心」「謙譲の心」を持って対応しなければならないと思う。

(3)やまあらし「豪猪（ホジョ）」の距離をみつけよう

アメリカの心理学者レオポルド・ベレックが、良き人間関係を保つ秘訣について、「ある冬の雪の日に、寒さのため凍死しそうになった二匹の豪猪（ホジョ）が、お互いの体を寄せ合って温めようとした。ところがあまりに近づき過ぎたため、お互いの体の固い針が相手の肌を刺さり、喧嘩になった。喧嘩して体を離すと寒くて我慢できなくなり、再び身を寄せ合う。また、喧嘩になる。このような行動を何回か繰り返すうちに、針が刺さらず、しかもお互いの肌のぬくもりが感じられる距離を発見して生き延びることができた」この相手を傷つけず、かつ、お互いが満足することができる距離のことを「豪猪（ホジョ）の距離」という。

今の日本と韓国がこの二匹の豪猪（ホジョ）のように見える。お互いを必要としながら、まだ、その距離を発見することができず、時々喧嘩をしている状態である。

この豪猪（ホジョ）の距離を見つけるためには、お互いが相手の言葉や文化を学び知るとともに、人間味のある行動をとることが大切ではなかろうか。

人間味（やさしさ、思いやり、いたわり、温かさ、なごやかさ、親しみ、おだやかさ）こそ、異なる文化をつなぐ、かけ橋なのである。

2. 遠くて近い韓国の味

韓国人は食事では、箸と匙を使うが、どちらかという匙が主体である。これは韓国料理が汁もの料理を主体としているためであり、日本人が箸だけで食べるのと対比的である。

また、日本人が、ご飯や汁物が入っている食器を手にとって食べるのに対して、韓国人は食器を食卓の上においたまま食べる。これもまた正反対である。

次に、料理の味付けの特徴であるが、調味料として韓国が唐辛子やコチジャン（唐辛子みそ）を中心に味付けしているのに対して、日本は、塩と醤油、それにカツオ節やコンブなどの「だし」を使って味付けをしている。これも辛さ主体とあまみ主体の味付けであり、対比的である。

次に、食材であるが、これが実に100%と言ってよいほど、韓国と日本が同じであったのには驚かされた。主食の米をはじめ、副食に使われている食材料は、肉、魚、野菜、穀類に至るまで、日本の食生活に使われているものとまったく同じとっていい。しかも、四季折り

折りに採れる季節の材料をうまく取り入れて料理している点も同じである。

食材は同じであるが、韓国と日本では、料理方法、料理の種類、食事の仕方は正反対なのである。しかし、韓国を訪れた日本人は、異口同音に韓国料理をおいしいという。また、日本を訪れた韓国人も日本料理をおいしいという。

食材が同じであれば、料理方法が異なっても、辛さの中の「おいしさ」と甘さの中の「おいしさ」は「うま味」という点で共通しているのではないかと思う。

韓日両国は、その食慣習と料理方法について遠いが、味の「うま味」においては最も近い国なのである。

3. 遠くの親戚より近くの他人

日本には昔から「遠くの親戚よりも近くの他人」という諺がある。韓国にもこれと同じ意味の「隣の四寸（イウツ・サチョン）」という言葉があることを知って驚いた。（四寸は、四等親＝他人という意味）韓国人は、血縁をとくに大事にし、何事においても他人とは一線を画すと信じていたからである。

1995年6月29日に発生した三豊百貨店の崩壊事件において、救援の人たちに、「握り飯」をたくさん作って持っていき、翌日には朝食とシャワーなど積極的に協力した。

この事件は、私の韓国人に対する不安感を取り除いてくれ、何人かの韓国人と親しくなり、いまでは家族同士で付き合いほどの間柄の人もいて、困ったことがあると何でも相談して助けてもらっている。

この事件以来、どんな国の人であっても、一人の人間として、誠意と人間味をもって接すれば、必ず相手も同様に接してくれることを、身を持って知った。ようやく、韓国でいう「近い他人」として認められたのである。

4. 頑張れ韓日の新世代

(1) 「知縁」 一開かれた情報空間

韓国と日本の深い溝は少しずつではあるが、着実に埋められてきているように見える。この韓日関係改善の最大の貢献者は、韓日両国の新世代と呼ばれている新しい価値観を持った人たちであろう。何も若者たちだけを指しているのではなく、新しい情報化の波をいち早く感じとって、その波に果敢に挑戦しているすべての人たちである。

ノートパソコンや携帯電話を常時持ち歩き、いつでも、どこでも自由に情報を発信し、受信することを身につけた新世代の人たちは、モバイル族とも呼ばれ、過去の常識にとらわれず、個性豊かで、独創性があり、国際感覚に優れているのが特徴である。彼らの行動様式は、仕事においても、遊びにおいてもまったく新しい文化を創造しつつある。

その一番大きな要因は、インターネットを通じて世界中の誰とでも自由に情報を交換することにより、同じ趣味や同じ考え方を持つ人々との間に、「知縁」というべき新しいコミュニケーションの場が作り出されていることである。

このインターネットによって生まれた「知縁」の中では、地縁や学縁とは無関係に、一切の地位や権力を超えて、自由に自分の意見を述べ、議論し交流することができる、新しい形の情報空間なのである。

新世代の人々は、情報という武器で武装することにより、今まで、家族という籠で、企業と

いう檻で、国という牧場で、見えない枠に囲まれていた「囚われの身」から抜け出して、ネット空間という無限に広がる世界へ飛び出していったのである。

そこでは、あくまでも個人が主役であり、個性や創造性、知恵や価値観という点において、男女の区別も、年齢の区別も、ひいては民族の区別もなく、自分が何をしたいか、何が欲しいかが明確な人々にとってはバラ色の世界なのである。

これら新世代の人たちは、次々と出現する新しい情報技術を積極的に身につけて、21世紀の情報化時代に向けて、社会経済システムを変革しつつある。

(2)自分で殻を破るヒヨコ

企業はまず、これから迎える新しい時代にふさわしい価値観を持った人材（「頭才」ではなく「創才」）の育成に力を注がねばならないだろう。そのためにも従来の知識教育中心型の教育制度は見直す必要があると思う。

これからは、大企業といえども、個人の才能と新鮮なアイデアを開花させるような企業風土に変革していかなければ、逆に、新世代の人から見放されていくであろう。

情報技術の発展は、人々に、地位や権力をめざすのではなく、自分の個性を活かし、独創的なアイデアを実現させる「達成感」という新しい価値観に目を開かせたのである。

三星グループの人材開発院の総責任者をしている高仁洙専務が

「これからの人材は卵の殻を自らの努力で破って生まれてくるヒヨコのようにでなければならぬ。もし、誰か他人の力によって殻を破ってもらったら、その卵の価値は、せいぜい卵焼きか、目玉焼きぐらいにしか利用することができない。私は自分の力で殻を破ることができるような人材を育成していきたい」と話している。

今、韓日両国の新世代の人たちは自分の力で殻を破ろうとしている。

工業化社会の時代において、どうしても埋めることができなかった韓国と日本の間でできた溝が、この両国の新世代の人々によって、完全に埋められる日は近い。

しかし、どんな時代になっても、自分が育った国の歴史と民族の原点である文化、それに人間味を忘れてはならない。

以上