

대학 주변의 언어경관*

- 韓 · 日語를 혼용한 음식점명을 중심으로 -

이자호**

< Abstract >

Language landscape around the university -Focusing on restaurant names that mix Korean and Japanese-

In the latter half of the 1990s, the opening of Japanese popular culture allowed free acceptance of Japanese movies and songs in Korea. Travel to Japan has increased, and since the 2000s, Japanese culture has become familiar. This social situation also affects the Korean language landscape. In other words, Japanese store names are becoming more visible. In this paper, I studied the naming method for Japanese restaurants around the university. This is because I think that foreign cultures are accepted more quickly around the university than in other places, and that the naming method will give rise to ideas and features that can appeal to young people.

As a result of investigating Japanese restaurants in three universities, Japanese was most often used in naming the stores. Next is a mixture of Japanese and Korean. In addition, approximately 24 of the 47 locations use sub-store names, but if the main store name is in Japanese, the main store name and the sub-store name have a symmetrical relationship such as Hangul vs. Kana or Kanji. This is for clear display and communication of the main store name of Japanese. Restaurants in other countries, especially the recently popular Chinese "MARATANG" related restaurants, use the Chinese word "麻辣(MARA)" as it is, but this shows a tendency different from Japanese related restaurants. In addition, there are also naming methods only around the university, such as "엄마밥집," which appeals to my mother's affection.

In the future, we would like to expand the survey area and the target areas to investigate the characteristics of the language landscape using Japanese depending on the area or target (young people of university vs. office workers in the downtown).

Field : Lexicology

Keywords : Language landscape, restaurant, naming method, university, language · character

1. 연구 내용

1998년 10월, 김대중 대통령은 한국 내에 일본 대중문화 개방방침을 천명하고 1998년 10월, 1999년 9월, 2000년 6월 세 차례에 걸쳐 단계적으로 실시한다. 이를 계기로 한국 내에서 일본 문화를 직접 보고 들을 수 있게 되었으며 특히 일제강점기를 경험하지 않은 20대를 전후한 젊은 층은 영미 · 유럽 문화와 특별히 다

* 이 논문은 2019년 대한민국교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5A2A03043546)

** 경북대학교 교수, 일본어학

르지 않은 친근한 문화로 인식하게 되었다.

일본 대중문화 개방에 따라 영화가 상영되고 일본 음악에 대한 홍보 등이 활발해지면서 한국 거리에는 일본어를 사용한 홍보물이 점차 많아졌다. 더불어 해외여행 자유화로 해외 각지를 여행하며 경험했던 음식 문화를 한국 내에서도 쉽게 경험할 수 있는 세계 각국의 음식점들이 많아지며 세계 각국의 언어를 사용한 간판들이 쉽게 눈에 띄게 되었는데 일본 음식점 또한 예외는 아니었다.

이러한 사회적 여건의 변화는 한국 거리의 언어경관을 다양하게 만들고 있는데 이러한 추세를 반영하여 언어경관에 관한 연구가 활발히 이루어지고 있다. 언어경관에 관한 선행연구로는 1) 접촉에 의한 언어경관 연구(예를 들면 이순형 2019), 2) 지역성과 관련한 언어경관 연구(예를 들면 손미정 2018), 3) 언어경관의 언어표현에 관한 연구(예를 들면 이승민 2019), 4) 언어경관을 일본어교육에 응용하려는 연구(예를 들면 磯野 2013, 롱그 2014) 등의 관점에서 이루어지고 있다. 이러한 연구를 통해 다른 언어와의 접촉에 의한 표기의 문제, 이문화 접촉과 지역 커뮤니티의 문제, 금지표현 등 문법 형식에 관한 문제, 일본어 학습에 활용 문제 등에 관한 연구가 진행되고 있다. 다만, 이들 선행연구에서는 한국어, 일본어, 영어 가운데 어느 언어를 우선 표기하는가에 관한 분석이나 외래어 다용에 관한 분석 그리고 지역사회를 방문하는 외국인에게 금지표현을 어떻게 하는가 하는 문법 분석에 관한 연구가 주로 이루어지고 있다. 문자의 사용과 더불어 어떠한 용어가 사용되고 있는가 하는 어휘적인 관점 또는 문자의 우선 표기나 양적 측면이 아닌 해당 문자를 사용하는 이유를 분석하려는 연구 그리고 최근 급격히 증가하고 있는 다른 외국 음식점명과 일본어 음식점명의 비교, 대학 주변과 같이 특정 연령층에 나타나는 언어경관 분석 등에 관한 선행연구는 그다지 살펴볼 수 없었다.

이러한 인식에서 본 연구에서는 대학 주변의 일본 음식점명을 중심으로 명명법의 특징을 살펴보고자 한다. 시내 일반 거리의 언어경관에 비해 대학 주변은 이국 문화의 수용과 변용에 빠르고 민감할 것으로 예상하며 그 명명법도 젊은 층에 깊은 인상을 줄 수 있는 독특한 발상, 특징이 나타날 것으로 기대하기 때문이다.

2. 연구 방법

A, B, C 3개 대학 주변의 일본 음식점의 간판을 조사하였다. 3개 대학 주변의 현지 조사는 다음과 같이 진행하였다. 일본 음식점에는 돈카쓰, 카레, 라면, 일본 가정식과 같은 일본 음식 외에 소위 이자카야(居酒屋)라고 하는 술집도 조사에 포함했다.

A대학 현지 조사: 2019년 8월 19일

B대학 현지 조사: 2020년 4월 27일

C대학 현지 조사: 2020년 7월 14일, 19일

간판 명명법의 특징을 파악하기 위해 사용언어(한국어, 일본어, 외래어 등)와 문자(한글, 가나, 알파벳 등)의 종류, 명명 방법의 특이성을 조사하였다. 두 종류 이상의 언어나 문자를 사용하였을 경우, 주점포명, 부점포명, 종점포명으로 나누어 위의 사항을 각기 조사하였다. 주점포명이라는 것은 복수의 점포명 표기 가운데 대표형이라고 판단한 것이다. 부점포명이라는 것은 점포명을 대표적인 주점포명 외에 보조적으로 표시한 것이다. 이 외에도 일부이지만 이들 점포명 외에 또 다른 방법으로 점포명을 표시한 것이 있어 이를 종점포명

으로 분류하였다.

사진1) 주점포명과 부점포명의 예



사진2) 종점포명의 예



이러한 구분하에 각각 점포명을 표기한 언어와 문자의 종류를 조사했다. 예를 들면, 사진1) 「본스시」에서 가장 큰 부분으로 표시한 「本すし」를 주점포명으로 판단했다. 그 하단의 「Bonsushi」는 보조적인 점포명 즉 부점포명으로 분류했다. 그런데 사진2)를 보면, 「본스시」라는 표기도 보이는 것을 알 수 있는데 이 때문에 이것은 종점포명으로 구분하였다. 다만, 점포명의 3번째 표기법이라 할 수 있는 종점포명은 그 수가 매우 적고 대부분 주점포명 단독 또는 주점포명과 함께 부점포명을 표기하는 정도가 대부분이다. 점포명 가운데 「~스시」 「~라멘」 등 음식명이 들어가 있는 것은 그대로 점포명으로 인정하였다. 단, 「IZAKAYA ○○○」 「炭火井専門店 ○○○」과 같은 경우 이들을 제외한 「○○○」부분만 점포명으로 인정하였다. 본 논문은 한·일어를 사용한 일본 음식점의 명명법에 대한 연구이지만 대학 주변의 세계 각국의 음식점(한국, 중국, 베트남, 인도 등) 등도 분석에 참조하였다.

3. 대학 주변 일본 음식점의 언어경관

3.1 일본 음식점의 업종 및 양적 분포

3개 대학 주변의 일본 음식점의 분포는 표1)과 같다. 음식점은 「초밥」 「라멘」 「돈카쓰」 「술집」 「기타」로 구분하였다. 「술집」은 「이자카야(IZAKAYA)」라고 점포명에 되어 있는 곳이고 「기타」는 초밥이나 라멘 외에도 다양한 일본 음식을 함께 판매하는 곳을 의미한다. 오뎅이나 꼬치를 판매하는 곳은 술을 같이 판매한다는 점에서 「술집」과 그 성격이 유사하나 본 분류에서는 「기타」로 구분하였다.

표1) 일본 음식점의 분포

대학	음식점포수	점포의 종류	점포수
A대학	14	초밥	4
		라면	2
		돈카쓰	3
		술집	2
		기타	3
B대학	20	초밥	0
		라면	3
		돈카쓰	6
		술집	7
		기타	4
C대학	18	초밥	3
		라면	4
		돈카쓰	2
		술집	3
		기타	6
계	52		

대학 주변이라는 특성상 가격이 고가인 초밥보다는 일본 라면이나 돈카쓰와 같은 중저가 음식점이 일본 음식점의 대부분을 차지하고 있다. 최근 젊은층 사이에서 인기 있는 중국 마라탕 음식점도 적지 않지만 각 대학당 2~4점포 정도로 일본 음식점만큼 많지는 않다. 그 밖에 베트남, 인도, 네팔 음식점 등이 있다.

3.2 사용 언어의 특징

점포명의 구분은 주점포명, 부점포명, 종점포명 3가지로 나누었다. 먼저 주점포명의 언어의 종류를 살펴보기로 한다. 본 논문에서 언어의 종류라는 것은 해당 점포명을 어느 나라의 언어로 인식할 수 있는가이다. 예를 들면, 「라면」은 한국어, 「라멘」은 일본어로 구분하는 방식이다. 「고씨네」라는 점포명도 「한(자)어」와 「고유한국어」가 결합한 혼종어이지만 본 논문에서는 한국어로 구분하였다. 「마요네즈」의 경우는 한국어, 일본어에서도 사용된다. 다만, 한일 양국어에서 「마요네즈」라는 단어 자체는 서양어에서 유래한 단어라는 점을 명확히 인식하며 외래어로서 사용한다는 점에서 외래어로 분류하였다. 위와 같이, 점포명을 어느 나라의 언어로 인식하는가 하는 점이 기준이 된다. 한편, 「김민성 Im넙띠기 돈카쓰」는 단어가 아니라는 점이 명확하여 句로 구분할 수 있는데 「배고프면」은 「배가 고프다」라는 의미의 형용사 「배고프다」가 「표준국어대사전」(국립국어원)에 등재되어 있어 단어로 구분하였다.

표2) 주점포명의 언어의 종류

언어의 종류	점포수	예
한국어	8	고씨네, 동경야시장, 배고프면, 정직, 청춘라면
일본어	18	구르메, 까츠야, なみ, てんごく, 도쿄라면, 도쿄마츠리 MAIKATSU, 豚天国, 스시ぼの, 시오도메, 카하야, HONDA RAMEN
혼합어 ¹⁾	13	도쿄시장, 돈까스연구소, 로제카츠, 本すし, 스시한끼, 심야오뎅, 오덕후, 이층집돈까스, 카츠D9, 타코&꼬치, WILD SUSHI, 허동돈까스
외래어	5	마요네즈, 사이안, Lonely Claud, Uluru, Nice shower
구	3	김민성 I'm넙따기 돈까스, 이층남자의 면과 밥, 濃いラーメン
계	47	

주) 표1)의 52개 점포 가운데 고씨네(3), 도쿄시장(2), 마이카츠(2), 카츠D9(2)은 5개 점포가 중복되어 있다 (괄호안은 중복되는 점포수). 중복을 제외하면 총 47개 점포.

위의 표2)는 3개 대학 주변 총 47개 주점포명 언어의 종류를 나타낸 것이다. 한국 대학 주변의 일본 음식점 점포명이기 때문에 한국어가 사용되기도 하지만 일본어를 사용한 점포명이나 일본어와 한국어를 혼합 사용한 점포명이 많은 특징이 있다.

부점포명은 주점포명을 다른 방법으로 나타내는 것으로 총 47개 주점포명 가운데 23개 점포만이 부점포명을 사용하고 있다. 그 언어의 종류를 나타내면 표3)과 같다.

표3) 부점포명의 언어의 종류

언어의 종류	점포수	예
한국어	3	1058면, heodong, 이면밥 ²⁾
일본어	16	一途さい屋, 나미, ブタテングク, 스시보노, 汐留, おたく, キヒヤア, 텐고쿠, 東京ラーメン, Tokyoまつり, 하로
혼합어	2	Bon sushi, ROSE KATSU
외래어	2	MAYONEISE, ナイス シャワー
계	23	

1) 혼합어란 2개국 이상의 언어가 결합한 단어를 의미한다. 본문에서 서술한 바와 같이, 단어의 유래를 기준으로 한 어종과는 구별하기 위해 혼종어가 아닌 혼합어로 지칭하였다. 관련해서, 카츠(돈까스, 까츠)는 cutlet이라는 서양 요리를 일본 요리로 받아들인 것으로 어종면에서는 외래어로 볼 수 있지만 서양의 cutlet과는 다른 요리로 일본어로 인식할 수 있다고 판단하여 일본어로 분류하였다.

2) 주점포명 '이층 남자의 면과 밥'을 축약하여 나타낸 부점포명이다.

사진3) 한자-가나 혼용의 예



사진4) 가나-한글 혼용의 예



부점포명은 주점포명을 다른 문자를 사용해서 표기하는 경우가 많다. 예를 들면, 「本すし」 「豚天国」와 같이 주점포명에 사용한 한자 「本」 「豚天国」에 대해 알파벳(「Bon sushi」)이나 가나(「ブタテンゴク」)로, 반대로 「なみ」 「スシぼの」와 같이 가나를 사용했을 경우에는 한글(「나미」 「스시보노」 「텐고쿠」)을 부점포명으로 사용하여 점포명을 명확히 나타내고 있다. 물론, 주점포명인 일본어를 한글로 표기했을 경우 「汐留」 「キヒヤア」와 같이 한자나 가나로 표기한 경우도 존재한다. 글로벌화로 외국 학생들이 많아진 현대학의 실태를 반영하여 모두 점포명을 명확히 하고 한국인이든 일본인(알파벳은 외국인)이든 점포명을 알 수 있도록 하려는 의도로 보인다.

한편, 대학 주변다운 흥미로운 점포명도 보인다. 「배고프면」은 주점포명인 한국어만을 보면 「학생들에게 배가 고프면 찾는 식당」이지만 부점포명인 「1058면(麵)」을 보는 순간 「105-8」(백-오-팔)에서 「배고프(다)」와 「면」에서 「麵」을 연상하게 하여 「배고플 때 찾는 일본라면(麵)」이라는 내용을 강조하고 있다.

사진5) 대학 주변다운 점포명 「배고프면」의 예



3.3 사용 문자 및 표기상의 특징

표2)에서 주점포명은 한국어와 일본어가 반 수 이상을 차지하고 있으며 2개국 이상의 언어가 혼합된 경우도 13개 점포로 적지 않다(참고로 주점포명이 외래어인 것은 5개, 句 3개). 다만, 후자의 경우는 주점포명을 한글로 표기하는 경우가 많고 부점포명이 있는 경우는 적기 때문에 주점포명이 한국어와 일본어만인 주점포명을 대상으로 부점포명수와 사용 문자를 조사했다. 표4)는 47개 주점포명의 언어별 문자 사용과 그에 대응하는 부점포명이 있는 23개 점포의 언어별 문자 사용에 대해 나타낸 것이다.

주점포명이 한국어로 되어 있는 경우는 한글로 표기되어 있는 경우가 전부이다. 부점포명을 숫자와 한자, 한글이 혼합한 「1058면(麵)」로 나타난 경우가 있는데 이것은 앞서 서술한 바와 같은 이중적 의미를 나타내려 한 예외적 命名이라 할 수 있다.

표4) 점포명과 문자 사용

언어의 종류	주점포명		부점포명		
	문자	예	문자	예	점포수
한국어 (8)	한글 (8)	고씨네, 동경야시장, 배고프면, 정직, 청춘라면, 이층술집, 도깨비아시장	혼용 (1)	1058면(麵)	(3)
			한자 (1)	怪鬼夜市場	
			가나 (1)	にかいや	
일본어 (18)	한글 (9)	구르메, 까츠야, 도쿄라멘, 도쿄마츠리, 시오도메, 키하야,	한자 (1)	汐留	(13) ³⁾
			가나 (4)	おやこ, キヒヤア, だいわ, まさ	
			혼용 (2)	Tokyoまつり, 東京ラーメン	
	한자 (1)	豚天国	가나 (1)	ブタテンゴク	
	가나 (4)	きわ, なみ, てんごく, ハロ	한글 (3)	텐고쿠나미, 하로	
	혼용 (2)	一途さい屋, スシぼの	한글 (2)	잇토사이야, 스시보노	
기타 (21)	알파벳 (2)	MAIKATSU, HONDA RAMEN	히동돈까스	heodong	(7)
			오덕후	おたく	
			로제카츠	ROSE-KATSU	
			마요네즈	MAYONEISE	
			本すし	Bon sushi	

	Nice Shower		ナイス シャワー	
	이층남자의 면과밥		이면밥	

「이층술집」 「도깨비야시장」 에 대해서는 부점포명이 주점포명인 한국어의 意譯과 같은 부점포명을 사용하고 있다. 즉, 「이층술집」 의 부점포명은 「こかい屋」 로 「도깨비야시장」 은 「怪鬼夜市場」 으로 표현하고 있다.

주점포명을 일본어로 나타낸 경우에는 한글의 사용이 가장 많았지만 한자, 가나, 또는 2종류의 문자를 혼용한 경우도 적지 않다. 주점포명이 한국어인 경우 이중적 또는 意譯으로 부점포명을 붙였던 것과 달리 주점포명이 일본어인 경우 주점포명과 부점포명의 문자 사용이 한글 對 한자 또는 가나로 대칭된다. 즉, 주점포명이 「시오도메」 「키하야」 로 한글을 사용하면 부점포명에는 한자(「汐留」)나 가나(「キヒャア」)로 표기하는 방식이다. 이러한 점포명의 표시 언어 및 문자사용은 점포명의 명확한 표시 및 전달을 위한 것으로 생각할 수 있을 것이다. 이러한 이유에서, 학생들이 쉽게 알 수 있는 「MAIKATSU」 「HONDA RAMEN」 과 같이 알파벳을 사용한 음식점은 부점포명을 붙이지 않았다고 보인다.

표4)에서 「기타」 는 주점포명이 한국어 또는 일본어가 아닌 경우인데 부점포명이 있는 7개소만을 주점포명과 부점포명을 각각 나타냈다. 「허동돈까스」 는 주점포명 전체가 아닌 「heodong」 만을 알파벳으로 표기하는 예외적 표기법을 하고 있지만 주점포명 「本すし」 에 대해 「Bon sushi」 라는 부점포명은 위와 같은 점포명의 명확화와 전달을 위한 것이다. 한편, 「오덕후」 는 부점포명으로 「おたく」 를 사용하고 있는데 「おたく」 를 젊은이들의 속어적 표현인 「덕후」 로 표현한 것으로 볼 수 있다.

3.4 다른 외국 음식점과의 비교

대학 주변에 보이는 일본 음식점의 간판에 나타난 언어경관을 분석하는 것은 본 연구의 주요 목적이다. 3.1부터 3.3에서는 일본 음식점의 사용언어, 문자, 그리고 대학 주변에서 보이는 특색있는 명명법에 대해 살펴보았다. 한편, 본 연구에서는 일본 음식점 및 주점 47개소 외에도 3개 대학 주변에 있는 중국 음식점 및 주점 31개소, 한국 음식점 및 주점 55개소, 기타(이탈리아, 인도, 베트남 등) 8개소로 총 141개소(중복되는 음식점 및 주점 제외)의 음식점 및 주점을 연구 대상으로 했다. 그것은 「1. 연구 내용」 에서 서술한 바와 같이 이들 음식점이나 주점의 경우 어떠한 양상을 나타내는지에 대해서 살펴보고 일본 음식점명과의 異同에 대해 비교해 보고자 하기 때문이다. 일본 음식점보다 다른 국가음식점 수가 많은 것은 대상 국가의 수가 많을 뿐만 아니라 한국 음식점 수까지도 포함했기 때문이다.

대학 주변의 외국 음식점, 주점에는 중국 유학생의 수적 우세와 젊은이들 사이에서의 마라탕의 인기를 힘입어 중국 음식점이 가장 많았다. 중국 음식점(주점 포함)은 일반 중국 음식점과 마라탕 전문점으로 나눌 수 있다. 일반 중국 음식점의 점포명은 「북경반점」 「청구짬뽕」 과 같이 한국어를 사용한 점포명이 대부분으로 「씨엔(喜宴)」 과 같은 중국어(발음)에 의한 점포명은 1개 점포명에 불과했다. 이에 대해 최근 인기 있는 마라탕·마라튀김관련 전문점은 「자유공간」 이라는 점포명은 있지만 그 외에는 「마라쿵후」 「라즈이찌마라튀김」 와 같이 중국어로 「마라〇〇」 라는 점포명이 대부분이다.

3) 표3)에 제시한 부점포명이 일본어인 점포수(16개소)와 다른 것은 주점포명이 일본어가 아닌 경우(오덕후)이면서 부점포명이 일본어인 경우(おたく)가 있기 때문이다.

사진6) 중국 음식점의 예



특히 이들 마라탕·마라훠궈 관련 전문점은 「마라탕(전문점)」을 강조한 점포명을 사용하는데 이는 마라요리의 인기가 높은 점을 반영하는 것으로 생각한다. 즉, 한자로 중국어를 쓰되 한글이나 알파벳으로 「마라O」 「MARATANG」과 같이 「마라탕(전문점)」임을 명확히 나타내고 있다.

사진7) 마라탕·마라훠궈 전문점



한편 베트남 요리나 인도 요리 점포명은 해당 국가의 언어를 한글 또는 알파벳으로 표기하고 있는데 이러한 점포명이 어떤 의미인지 어느 국가의 요리(점)인지를 명확히 전달하지 못한다. 예를 들면, 「Banh-MI Rico」는 '이름이 반미리코 인데 무슨 뜻 인지는 잘...반미-리-코 라고 적혀있음 (https://blog.naver.com/tguhhu/221109866125 : 2020년 7월15일 열람)'라는 블로그에서도 알 수 있듯이 점포의 성격을 명확히 표시하고 있지 않다. 「DURGA」라는 점포명도 '드르가'로 읽으면 되는지 「DURGA」라는 알파벳 표기가 맞는지조차 알기 어렵다. 이들은 오히려 「Vietnamese Sandwich Bistro」 「정통인도& 네팔 요리 전문점」이라는 보조적인 설명을 붙으로써 해당 점포의 성격을 알 수 있을 뿐이다.

사진8) 베트남 • 인도 요리 점포명



마지막으로 외국 음식점은 아니지만 한국 음식점은 역시 순수한 한국어 한글 표기가 많았다. 음식을 만드는 사람의 마음을 표시한 「정성식당」, ‘노래를 찾는 사람들’과 같은 기존의 표현에서 ‘김밥을 파는 사람들’을 의미하는 「김파사」, 음식의 종류를 떠올리게 하는 부대찌개, 떡볶이 전문점 「부대통령떡볶이」 등이 있다.

사진9) 한국 음식점의 점포명



3.5 특색 있는 대학 주변 음식점

점포명은 그 점포의 주요 고객층이 자주 오도록 하는 호소력을 갖추어야 한다. 이러한 호소력을 강화하는 하나의 전략으로는 한번 들으면 오래 기억할 수 있도록 하는 특이성일 것이며 특히 대학생들을 상대로 하는 대학 주변이라면 학생들이 재미있어할 수 있는 센스있는 표현일 것이다. 이하에서는 그 몇 가지 점포명을 소개하고자 한다.

「The Manjock」는 족발을 판매하는 음식점이다. 족발집의 나쁜 이미지는 ‘기름지다’ ‘오래된 가게’일 것이다. 대학 주변으로 학생들에게 ‘오래되지 않고 참신한, 세련됨’을 호소할 필요가 있었을 것이다. 이러한 의

도에서 「The」 라는 영어 관사를 붙이고 「Manjock」 은 ‘먹으면 만족할 것이다’라는 메시지와 함께 「돼지 족발(足)」을 중의적으로 표현한 점포명을 붙인 것으로 생각한다.

사진10) 대학 주변의 참신하고 세련된 점포명



지역 방언을 활용한 점포명도 있다. 「고기데이」는 고기 구이 음식점을 나타내는 ‘고기’와 ‘데이’(‘~이다’를 의미하는 경상도 방언)과 영어 ‘Day’를 중의적으로 나타내는 점포명이다.

사진11) 지역 방언을 활용한 대학 주변의 점포명



「엄마밥쥐」는 대학 주변에서 자취나 하숙하는 학생들의 입장에서 엄마가 지어주는 밥을 기대하게 하는 마음에 호소하는 점포명이라 할 수 있다.

사진12) 엄마의 마음에 호소하는 대학 주변의 점포명



그 밖에, 각 단어의 두음을 약어로 만든 점포명도 있다. 「김과사(김밥을 파는 사람들)」와 같은 예이다.

「간탕(kkan & Tang)」은 중국 요리인 ‘간풍기’와 ‘탕수육’을 축약해서 이름 붙인 점포명이다.

사진13) 축약에 의한 대학 주변의 점포명



4. 맺음말

본 논문에서는 대학 주변의 일본 음식점, 주점을 중심으로 해당 점포명에 사용한 언어의 종류 및 문자의 사용에 관해 그 양상을 살펴보았다. 한국어로 점포명을 사용한 경우는 부수적으로 가나나 알파벳으로 점포명을 병기하는 경우가 많았고 반대로 일본어를 가나로 사용한 경우는 한글로 그 읽는 법을 알 수 있도록 한 경우가 많았다. 즉 주점포명과 부점포명이 서로 상호보완적인 역할을 하는 것이다.

한편, 다른 국가의 음식점 특히 중국 음식점의 경우는 크게 일반 중국 음식점과 마라(탕, 휘귀) 전문점으로 나눌 수 있다. 일반 중국 음식점은 일반적으로 「OO반점」과 같은 한국어 점포명이 대부분이지만 최근 젊은이들 사이에서 인기가 있는 마라(탕, 휘귀) 전문점은 「마라쿡후」 「라짜이찌이마라휘귀」와 같이 「마라OO」라는 점포명을 중국어로 표기할 뿐만 아니라 한글이나 알파벳으로 「마라OO」 「MARATANG」과 같이 「마라탕(전문점)」임을 명확히 나타내고 있다. 이러한 경향은 다른 국가의 요리점명, 예를 들면 「Bahn-Mi Rico」 「DRUGA」와 같은 베트남 요리, 인도 요리점의 점포명은 보조적인 표현으로 해당 음식점의 성격이 명확해진다는 점과 다른 특징이라 할 수 있다.

조사대상이 대학 주변 음식점의 점포명이라는 점에서 대학생들에게 호소하기 위한 점포명의 특색도 보인다. 즉, 참신함, 세련됨을 나타내며 중의적인 점포명(「The Manjock」), 축약에 의한 점포명(「간&탕」), 어머니의情有 호소하는 점포명(「정성식당」 「엄마밥집」 「배고프면」) 등이다.

본 논문은 음식점을 대상으로 하였지만 다른 업종의 점포명에도 대학 주변다운 참신한 점포명이 있었다. 예를 들면, 「좌충우돌(당구장)」은 ‘당구구슬(돌)이 이리저리 굴러다니는 모습 = 좌충우돌’을 나타내며, 「청춘사업(술집)」은 ‘젊은이들의 술집’을, 「樂休노래연습장」은 ‘즐기고 휴식할 수 있는 노래연습장’ 또는 ‘Rock you’라는 록그룹 퀸의 노래를 연상하게 한다. 그리고 「버르장머리(미용원)」는 ‘머리를 다듬는 미용원’이라는 암시가 깃든 점포명으로 각 매장의 특징을 잘 표현하는 점포명이다.

본 논문의 조사대상은 일정 지역의 대학 주변을 대상으로 하고 있다. 다른 지역의 대학으로 조사대상을 확대하거나 대학 주변이 아닌 회사나 상가 지역과의 차별성이 있는 지도 연구할 필요가 있다고 생각한다. 이에 대해서는 앞으로의 과제로 하고자 한다. 본 논문에서 지적한 대학 주변 언어경관의 특징은 이러한 연구가

이루어진 후 명확하게 될 것으로 생각한다. 다만, 선행연구와 달리 대학 주변의 언어경관을 연구 대상으로 한 점, 사용 어휘를 언어, 표기, 문자의 상호 관계 속에서 그 사용 이유를 파악하려 했다는 점에서 본 연구의 의의가 있다고 생각한다.

【참고문헌】

- 中井精一、ダニエル・ロング編 (2011) 『世界の言語景観 日本の言語景観—景色のなかのことは—』桂書房 p.264
- ダニエル・ロング編 (2014) 「非母語話者からみた日本語の看板の語用論的問題-日本語教育における『言語景観』の応用-」 『人文学報』488 首都大学東京人文科学研究科 pp.1-22
- 손미정(2018) 「대마도의 한국어 사용실태」 『2018년 대한일본문화학회 국제학술대회』 대한일본문화학회 pp.38-46
- 磯野英治 (2013) 「言語景観を日本語教育に応用する視点」 『日語日文学研究』86 韓国日語日文学会 pp.289-302
- 李舜炯編 (2019) 『都市空間を編む言語景観』 中文出版 p.271
- 이승민(2019) 「日本の観覧施設に見られる言語景観」 『都市空間を編む言語景観』 中文出版 pp.167-182
- 이현정(2018) 「韓国の商品販売市場に浸透した日本語景観-大型スーパーを事例に-」 『韓国日本語学会第38回国際学術発表大会予稿集』 韓国日本語学会 pp.225-229
- 한국연구재단 일반공동연구 언어경관팀(2020) 『언어경관연구의 무한한 가능성-문화적관광자원·일본어교재·시각언어 커뮤니케이션-』 (2019년도 언어경관연구 보고논문집) p.46

〈 要 旨 〉

大学周辺の言語景観
- 韓・日語を混用した飲食店名を中心に -

1990年代後半、日本大衆文化の開放により韓国内に日本の映画、歌などが自由に受け入れられるようになった。日本への旅行も増え、2000年代以降、日本の文化は身近なものになっている。このような社会的な状況は、韓国の言語景観にも影響を及ぼしている。すなわち、日本語を使用した店舗名がよく見えるようになった。

本稿では、大学周辺の日本関連飲食店のネーミング法について研究した。大学周辺は、他のところに比べ異国文化の受用が早く、そのネーミング法においても若者たちにアピールできる発想や特徴が現れるだろうと思ったからである。

三カ所の大学における日本関連飲食店を調べた結果、店舗名のネーミングにおいては日本語を用いたものがいちばん多かった。次いで日本語と韓国語などを混用したものである。また、47個所のうち約半分の24個所では副店舗名を用いているが主店舗名が日本語である場合、主店舗名と副店舗名とがハングル対仮名あるいは漢字とといった対称関係をなしている。これは、日本語を用いた主店舗名の明確な表示および伝達のためであると考えられる。他国の飲食店、特に最近流行っている中国の「MARATANG」関連飲食店では中国語の「麻辣」をそのまま用いているがこれは日本関連飲食店とは異なる傾向を示している。その他、母の愛情に訴える「엄마밥줘」のような大学周辺ならではのネーミング法も見られる。

今後、調査地域および対象を拡大し地域あるいは対象（大学の若者対市内の会社員など）による日本語を用いた言語景観の特徴について調べていきたい。

論文分野：語彙論

キーワード：言語景観、飲食店、ネーミング法、大学、言語・文字

- 이자호 (李慈鎬 Lee Ja-ho)
 경북대학교 일어일문학과 교수
 ljh2008@knu.ac.kr

■ 投稿日	：	2020년	10월	5일
■ 審査開始	：	2020년	10월	18일
■ 審査完了	：	2020년	11월	1일
■ 掲載確定	：	2020년	11월	20일