



## 街角の英国英語 その1 : 英語表現のあや

著者	小木野 一
雑誌名	筑紫女学園大学・筑紫女学園大学短期大学部紀要
号	2
ページ	27-37
発行年	2007-01-31
URL	<a href="http://id.nii.ac.jp/1219/00000231/">http://id.nii.ac.jp/1219/00000231/</a>

# 街角の英国英語 (その1)

英語表現のあや

小 木 野 ー

Expressiveness of British English in Towns (Part One)

Hajime OGINO

## 1. はじめに

2005年8月筑紫女学園大学夏期英語研修のために学生を引率してオックスフォードを中心に英国に4週間滞在していた間に街角で見つけた英国英語らしい表現、英語のこぼれ遊び的な面白い表現やキャッチコピーを取り上げて解説を試みる。

## 2. 英国英語らしい表現

(1)



(2)



まず英国英語らしい表現として取り上げなくてはならないのは、queue (並ぶ) である。queue はスペリングから見て英語ではなく、もとはフランス語である。その語源について「英語語源辞典」(研究社1997) は次のように説明している。

ME queu(e) = F queue OF co(u)e L cōdam, caudam 'tail'

したがって queue は尾っぽのように長い列になって並んでいるという意味であろう。queue は英国固有の風習として、英国人はスーパーのレジや大学のカフェテリアやバス停などで辛抱強く並んで順番を待っている。並んでいないと注意されるし、割り込みなどはもってのほかである。しかしこの英国人特有の風物詩も最近変わりつつあるようである。偶然手にした DAILY MIRROR (Thursday, August 18, 2005) に次のような記事が出ていた。

#### NO THANK Q

OUR patience as a nation of queuers is running out.

Research reveals we spend 273 days of our lives waiting for service - many and many shoppers will now do anything to avoid queues. Seven per cent of people even admitted faking a crisis or illness to push to the front. Seven out of 10 will simply leave the store.

The study for VISA found that people are changing the way they shop. Three-quarters now take advantage of late-night and 24-hour opening. 43 per cent have mastered self-service checkouts in supermarkets and a third now say they shop online.

実際にスーパーで queue のことで言い争っている光景を見たこともあるし、購入商品の少ない(3個以内)人のためのレジが設けられていた。英国人も以前のような辛抱強さがなくなってきているのであろうか。queue は本来 (2) にあるように名詞であるが、(1) では動詞として用いられており、これは転用という語用で屈折語尾変化の少ない英語の特徴である。(2) の interval queue は芝居の幕間の休憩時間に飲食物を買うために並ぶことである。

次に取り上げる必要があるのは動詞としての mind (気をつける / 注意する) である。

(3)



mind は人々に注意を促すときに、mind the step (足元 / 段差に注意) のようによく用いられる。ロンドンの地下鉄でも電車がホームに入ってくると mind the door (開く / 閉まるドアに注意),

mind the gap (ホームと電車の間の隙間に注意) のようなアナウンスメントがなされている。他に mind the head (頭に注意) もよく見かけられる。相手に個人的に注意する場合は mind your head という。アメリカ英語では watch your head となるであろう。

次は

(4)



(5)



これはロンドンの地下鉄の駅でよく見られるもので way out (出口), way in (入り口) を表す。out と in を対照的に使った簡潔でわかりやすい表現である。通常では exit (出口), entrance (入り口) となるであろう。これによく似たものでつぎのような表現があった。

(6)



これは駅の改札口を通るときにカードで触れるだけで出 (touch out), 入り (touch in) できるものである。東京などで導入されているスイカ (suica) もこれと同じようなシステムであろう。

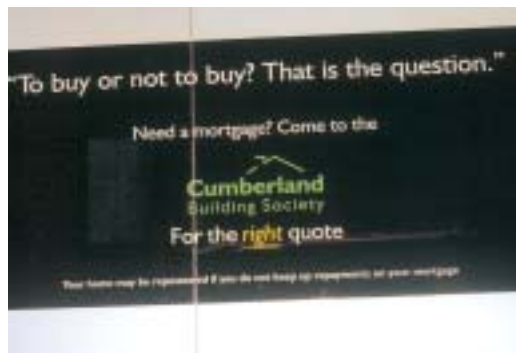
(7)



calling at ~ は快速や特急列車が乗客のために駅に「停まる」ことを意味する。車内放送でも we are calling at ~ というアナウンスメントがなされることがあるが、英国では日本のように車内放送は頻繁には行なわれない。英国で乗り物に乗るときは、自分で降りる駅は自分で確認しておくことが必要である。call には (訪れる) という意味があることから、このような使い方がなされるのであろう。日本の新幹線では we will be stopping at ~ といって stop が使われている。

### 3. 言葉遊び的な表現

(8)



これは Shakespeare の有名な Hamlet の独白をもじったもので、人口に膾炙されていて、よく用いられるまさに英語表現のあやである。その独白は to be or not to be : that is the question (Hamlet 3. . 56)。or は二者択一を迫られている問題が存在することを表しており、その選択の解決が困難であることから心理的な距離を示す that が用いられている。this と that はダイクシス (deixis 直示) として、事物が話者の近くにあると感じられる場合に this, 遠くにあると感じられる場合は that が用いられる (Hofmann. 影山 1999 : 39)。

(9)



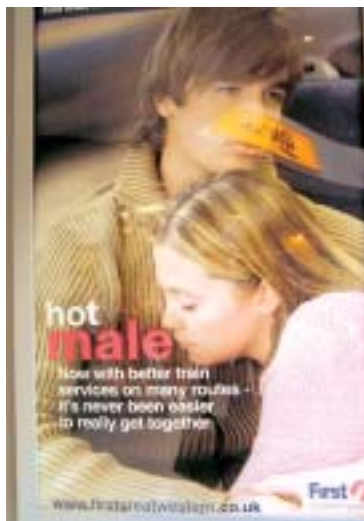
これは in line と online を対比して面白さを出している。on line は今日コンピューターの時代にあつて online と一語になってよく副詞や形容詞として用いられる。地下鉄のプリペイドカードはオンライン（インターネット）で買える（buy online）ので、わざわざ列に並ぶ（stand in line）必要がないという宣伝をしている。

(10)



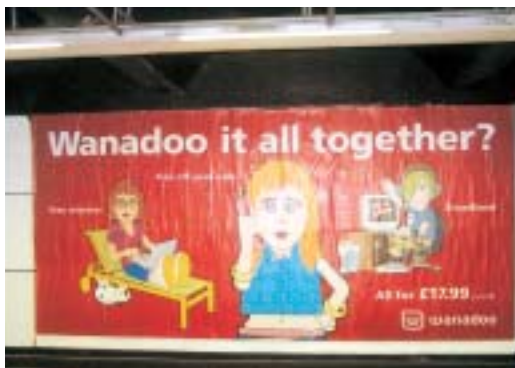
これは meet が、自動詞でも他動詞でも用いられることを利用した非常に手の込んだ巧みな表現で、いろいろな解釈が可能である。からくりは people meet people と people meet people を意図的に重ね合わせて、レストランが人々を招くために作ったコピーである。文法的に分かりやすく語順を並び替えると people meet people where people meet（ひとは皆が集まるところに集まる）となる。

(11)



hot male の中には、広告の写真からも推測できるように、hot mail が隠されていると考えられる。male と mail は同音異義語である。今日人々は hot mail を通じて get together (一緒になる) ことはよく知られていて、その一人の相手が male (男性) なのである。

(12)



これはブロードバンドの会社の社名である Wanadoo を用いて作られた広告である。wanadoo は want to do ~ が発音上で同化 (assimilation) を起こして wann no do ~ から wann na do ~ , さらに音 [n] が脱落して wanado ~ となることを利用して語呂合わせをしたものである。

(13)



これはもちろん dress up (盛装する) と dress down (カジュアルに着こなす) を対比して、当店の洋服を着れば有名に (dress famous) なるという宣伝である。

(14)



(15)



change は「小銭」と「変化 (変えること)」の2つの意味を掛け合わせたものである。

(15) は small change 「小銭」を寄付することによって、路上生活者の人生を「変える」ことができるということを訴えている。(14) は地下鉄の切符を oyster のカードに「変える」ことによってスムーズに地下鉄に乗れることを宣伝している。また the correct change は料金の支払いをするとき、きちんと釣り銭がいらぬようにお金を出すことと語呂合わせをしている。

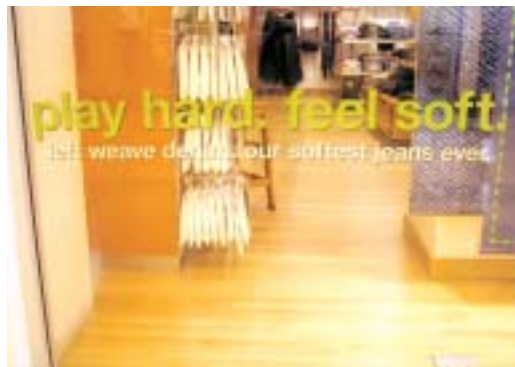


(16)



Carlisle (英国北部カンバーランドの首都—ローマ軍侵攻時の北の要塞都市) という地名から car を取り出して、町の中心部から車をなくそうというキャンペーンを唱っている。しかし Carlisle と car は本来無関係なものであり、たまたま形が同じであるために Carlisle から car を抽出したものである。このような語の作り方を異分析といい、Hamburg (ドイツ北東部の地名) から hamburger や cheeseburger などが形成されたのに似ている。ちなみに Carlisle の語源は lateOE Karlioli OWelsh caer 'city' + ? Luguvalos (人名) (『新英和大辞典』, 研究社, 2002)。

(17)



当店のジーンズをはいて、一生懸命に遊んで (play hard), その着触りをソフトに感じ (feel soft) てくださいというキャッチコピーで、hard と soft という反義語を対比して用いている。

(18)



expecting a baby は出産予定（妊娠している）という意味の英語であるが， expecting だけでも用いられる。expect には本来の（期待する）という意味もあり，この宣伝は二つの意味を重ね合わせて，この広告板に広告を掲載するものが現われることを期待しているのである。

(19)



多くの人 (most people) は，話し (talk) を通してビジネスを行なうが，この会社は，話しではなく (no talk)，実行すること (action) でビジネスを行なうということを，PR している。talk が5回繰り返され，DO が大文字になっているように，talk と DO を対比している。

(20)



(21)



and は文法的に類似なもの（文や語句）を連結するために用いられる接続詞であり、通例は多くとも3つまで並列される。しかしチョムスキーが、文の長さは原則無限であるということを指摘して以来、文の反復性が取り上げられている。この広告も and を使って11個の語句を接続していて、まさにチョムスキーのいう言語能力の創造性を示す表現である。

(22)



これはコミュニケーションを成立させるための一つの原則である関連性（relevance）をわざわざ犯すことによって、逆に効果を出そうとしている。コミュニケーションが成立するためには、相手が理解できるように、必要なことを必要なだけ、相手に適切に伝えなくてはならない（relevance）

のが原則である。しかしこの広告は it doesn't make sense (意味をなさない) といっているように、そのままでは英語として間違っている。しかし I've been, at, and, the などがあることからわかるように英語以外のことばであることは考えられない。そのことによって、ひとびとの注目を集めて、鉄道スタッフに対する好ましくない態度を改めてもらうように訴えているのである。コミュニケーションの原則に違反することによって、逆にひとびとの関心を引くことをねらった言葉遊びの格好の例である。通常の英語でいいかえると "I've been shouted at, spat at and had comments made about the colour of my skin... I shouldn't have to put up with this kind of abuse" となる。

(以下続く)