



筑紫女学園大学リポジット

Expressiveness of British English in Town : Part Two

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2014-02-14 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 小木野, 一, OGINO, Hajime メールアドレス: 所属:
URL	https://chikushi-u.repo.nii.ac.jp/records/169

街角の英国英語（その２）

- 英語表現のあや -

小 木 野

—

Expressiveness of British English in Towns (Part Two)

Hajime OGINO

(23)

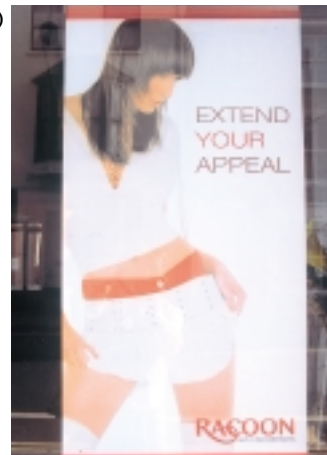


(23) はロンドンの地下鉄 (tube) で一回限りしか使用できないこれまでのピンク色 (pink) の切符を新たに (new) 青色 (blue) のカード (Oyster card) に代えることによって、地下鉄をより早く (faster), うまく (smarter), より簡単 (easier) に利用することができるという宣伝である。つまり pink の切符を new にすることにより blue のカードになる。さらに Oyster の - er と faster, smarter, easier の比較級の - er を掛け合わせている。

(24)



(25)



列車に乗る際、必ず乗車券を購入することが必要であるが、(24) は無賃乗車を防止するキャン

ペーンコピーである。can と will を組み合わせると

	(1)	(2)	(3)	(4)
can	+	+	-	-
will	+	-	+	-

つまり

- (1) can pay, will pay (支払う能力があり, 支払う意志がある)
- (2) can pay, won't pay (支払う能力はあるが, 支払う意志がない)
- (3) can't pay, will pay (支払う能力はないが, 支払う意志がある)
- (4) can't pay, won't pay (支払う能力もなく, 支払う意志もない)

この中で一番問題なのは, (2) ということになり, それがコピーになっている。

(25) は hair extension (髪の毛を伸ばすこと) の extension は extend の名詞形であり, それと extend your appeal (魅力をひろげる) の extend と掛けている。「髪の毛を伸ばし (extend) て, あなたの魅力をいっそう広げ (extend) てください」というコピーである。

(26)



(26) は夏のドリンクの宣伝だと思われる。いろいろなもの (things) を振って混ぜ合わせて (shake up), いろいろなフルーツドリンクを作って, 夏を涼しく過ごしてくださいというキャンペーンである。文字の配列自体が shake up しているところが面白い。

(27)



(28)



(27) は、この夏は家でゆっくり (rest, relax) して、エネルギーを使わないで、飲み物などのボトルなどは recycle して、環境保全に努めようというキャンペーンコピーである。rest・relax, recycle の頭韻 [r] が語呂合わせになっている。(28) は以前、英国のある大学で収集したものであるが、盗難防止には、必ず鍵をかけることだと呼びかけている。これにも lock と lose の頭韻 [l] が掛け合わされている。



(29) は新しく刊行された小説を読むと後悔 (regret) しないですむが、もし読まないと忘れる (forget) ことになる。regret と forget の脚韻 [et] が合わされている。(30) はコッツウオルズの農民はその仕事に大変うんざり (pig sick) しているから、他の仕事をくださいと呼びかけている内容だと思われる。「大変うんざりしている」は dog sick という表現もあるが、農民なので pig sick と言い換えているのであろう。ちなみに Cots は Cotswolds の短縮形であるが、Cotswolds の通説的な語源はケルト語系で, cote 'sheep fold' (羊小舎) + wold 'uncultivated land' (原野) だと言われている。コッツウオルズは英国で人気の景勝地である。



(31) は Jack Daniel's Tennessee Whisky のキャンペーンである。その Jack という英語で最も一般

的な名前を用いて Mr Jack の九月の誕生日（このウイスキーが生まれたのもたぶん九月であるということ掛けて）にはこのウイスキーを飲んで祝ってくださいというキャンペーンで、まさか男の人の誕生日にはケーキやアイスクリームはないでしょう（unlikely）（32）の I am what I am（私は今あるがままの私である—それ以上でも以下でもない）というミラーイメージ的な表現である。この表現は聖書にしばしば用いられている。

God said to Moses, 'I am what I am.' (Exodus 3 - 14)「神はモーセに言われた。『わたしは、有って有るもの』」(出エジプト記 3 - 14)。その他「コリント人の第一の手紙 15 - 10」参照



(33) は、パブのキャンペーンコピーで、stop（立ち止まる）と start（始まる）の頭韻〔st〕と反義的な意味を掛け合わせている。(34) は鉄道のキャンペーンコピーであるが、旅の心をよく表している。我々が旅に出たいときに、まずいままで行ったことない所（where you've never been）のどこかへ行こう（go somewhere）と思う。そしてどこに行くか行き先を決定すればどこに行くかわかる（know where you're going）。このコピーでは somewhere と where，さらに go, have been, are going が重層的に用いられている。



(35) も recycle 運動のキャンペーンで、use ~ next つまり reuse ということになる。それによってものの消費を少なくする（waste less）ことによって環境保全に貢献することができることを呼びかけている。

4 キャッチコピー

キャッチコピーにはよく命令文が用いられる。しかし顧客に対して命令文を使うことは命令的になるので良くないということになるが、命令文の持っている機能はいろいろある。命令文の本来の意味は、相手に選択の余地なく有無を言わず従わせることにある。それは相手を拘束することになり、通常は丁寧な表現と見なされない。しかし相手にとって利益になると思われるときはむしろ丁寧な内容になる。たとえば自分が作ったケーキを相手にもっと勧めるときに Have some more cake といえ、相手にぜひもっと食べてもらいたい気持ちが表される。したがってキャッチコピーも顧客に利益となると考えられる場合はよく命令文が用いられる（上條智子2005）。

(36)



(36) は街角でよく見かけるコピーで、一つ買えばもう一つの安いほうがただ (free) になる。

(37)



(37) もセールのコピーでどれでも3つ買えば、その中で一番安いものがただになる。



(38) はリカーショップのコピーで2つ買えば, 3つ目がただになる。(39) は一人14.95ポンドで食べ放題 (eat as much as you like), ただし2人以上というレストランの宣伝である。



(40) はハンバーガー1つ1.99ポンドだから, 急いで (be quick) 買いにきてくださいというキャンペーンである。



(41) は銀行のキャンペーンであるが, 花 (flower) のイメージと Clinton 銀行のイメージを重ね

ている。(42)の comfy は comfortable の短縮形で、心地よい部屋でぐっすりおやすみ(be sleepwise)
くださいというホテルのキャンペーンである。 - wise は様態を表す。



(43) は当店の世界中からの500種類以上のワインの銘柄を確かめ (check out) てくださいという
酒屋のキャンペーン。



(44),(45) は英国遺産協会のキャンペーンで、今協会に加入すれば、当日の入場料金が返還さ
れる (get your money back) か、その他の場合の入場料金が無料になる (explore more for free) とい
う宣伝である。



(46) はバスの乗車券をオンラインで買えば (buy ~ on line) , いろいろの特典があるというバス

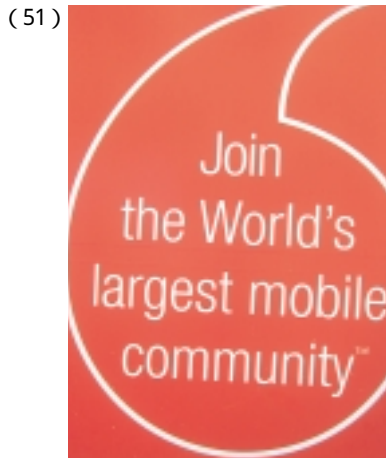
会社のキャンペーンである。



(47) は1ポンドでお好みの色のリストバンドを身につけることによって癌撲滅運動に参加できるというキャンペーンである。(48) は今PSPを買えば、領収書分の値引き (get money off) が得られるという広告である。



(49) はインターネットを利用して、いまずぐ (don't waste time) に地下鉄の一番早い乗り方を見つけてくださいというキャンペーンである。(50) は家屋保険が45%まで節約できる (save up) という郵便局の広告である。



(51) は世界で一番大きな携帯電話のサービスを提供している会社の仲間になり (join) なさいというコピー。(52) は郵便局のキャンペーンコピーで子供の遊び場所があることを示している。

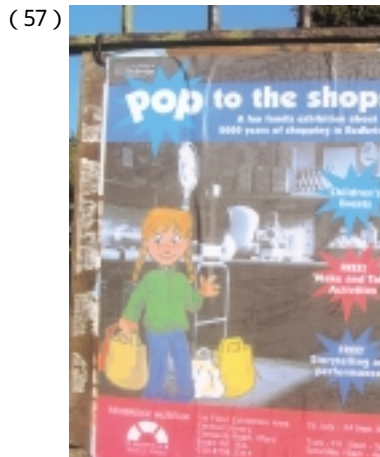


(53) もカードを使うと無料で現金が得られるという郵便局の広告である。(54) は65歳以上であれば、4.75%の預金利息が保障されるというコピーである。



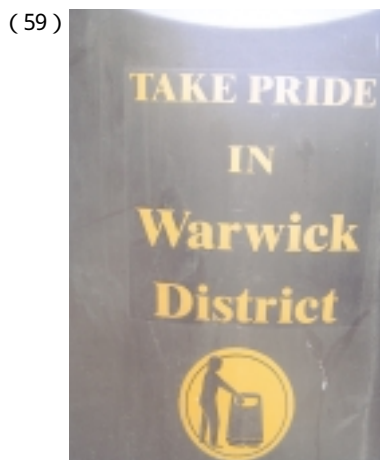
(55) は夏休みで学生がいない間に、当店に来て遊んでください (come inside and play) というパ

ブの宣伝である。



(56) は生涯健康を保つためのいろいろな運動プログラムがあるので、じっとしていないで来てください (get up and go) とキャンペーンしている。(57) はミュージアムショップにいろいろなイベントがあるので、いつでも来てください (pop the shops) と呼びかけている。

キャッチコピーに用いられる命令文も、次の例に見られるように特に公共一般の人々に要請や依頼をするときに使われる。



(58) は英国がオリンピック開催地に立候補したときに、掲げられていたもので、誘致運動 (bid) を支援する (back) ように要請しているキャンペーン。頭韻 [b] が繰り返されている。ちなみにロンドンが2012年のオリンピック開催地に決定している。(59) はごみを屑箱に入れることにより、町からごみをなくすことができ、それによって自分たちの町に誇りを持つ (take pride) ことができるという町の美化運動のキャンペーンである。

(60)



(61)



(60)は教会の見学者に、見学料金は支払わない(don't pay)でよいが、その代わりに教会保全の経費として、寄付(give instead)してくれるように要請している。(61)は英国のラグビーチーム(the England Team)を相手にし(play)、訓練し(train)、見守って(watch)支援して(スクラム scrum を組んで)くれるように呼びかけている。

(以下続く)