

研究ノート

商品名に見るアメリカ英語と背景文化¹⁾

竹中裕貴

(広島大学大学院)

要約：

本稿では、主にアメリカ英語の中に見られる商品名について、その特徴的な言語学的、文化的な側面を考察する。特に英字新聞や漫画に見られる幾つかの具体的な商品名と、それらに関連した表現の検証を通して、背後に存在するアメリカ文化を明らかにして行く。一方で、商品名の品詞転換 (conversion) にも注目し、その分析を行う。また同時に、本研究の意義と課題を指摘する。

キーワード：固有名詞学、商品名、言語と文化

Onomastics, Brand Names, Language and Culture

1. はじめに

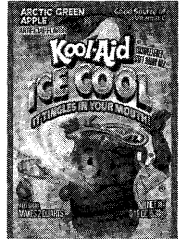
商品名はこれまで、固有名詞の研究領域の中では主要なテーマとして扱われてこなかった。固有名詞学 (onomastics) では、地名 (toponomastics) と人名 (anthroponomastics) がその主たる関心の的だったからである (Crystal, 1997, p.112)。しかしながら、特に英語という言語と社会または文化の研究という枠組みの中では、商品名の研究の重要性が議論されてきたこともまた事実である。とりわけ、商品名が「英語に関わっている日本人にとってどのような問題を提起するのか」(山田, 2006, p.1) という問いに関連し、商品名の持つ言語文化的側面の重要性について多くの指摘がされてきた。そこで本稿では、アメリカ英語の中に見られる商品名が、具体的にどのような言語文化的要素を包含しているのかを、新聞や漫画にその使用例が確認できた商品名を中心に明らかにする。またそこから、更なる研究の可能性と問題点を探って行く。

2. 商品名の用法とアメリカ文化

2.1 Kool-Aid

幾つかの商品名は、言語的意味とは直接関係のない複数の意味を持ったり、

時に別の語と共に用いられることで慣用句的な表現として言語的变化を遂げることがある。“Kool-Aid”はそのような商品名の1つである。まず、“Kool-Aid”が具体的にどのような商品かといえば、山田(1991, p.239)によれば、「米国 New York 州の General Foods Corp. (Philip Morris Co., Inc 傘下) 製の即席清涼飲料粉末 (instant soft drink mix)」で、人工香料が入っていたものであり、砂糖、水、氷を入れて作るソフトドリンクの一種であるということである。“Kool-Aid”を扱うホームページには多くの種類が紹介されており、特に水差しを擬人化 (personification) したキャラクターは、そのキャッチフレーズ (catchphrase) の “Oh, yeah!” と共にあまりにも有名である (<http://www.kraftfoods.com/>)。



2. 1. 1 Drink the “Kool-Aid”

上記のように “Kool-Aid” はアメリカで広く親しまれているが、以下で見るように、この商品名を利用した表現は非常に難解である。なお、以下引用文中のイタリックは全て筆者によるものである。

まず(1)の漫画では、Mother Goose のソファの上に座っている猫の Attila が、ちょうど帰って来た Grimm に “Wipe your feet before coming in, and don't shed on the sofa.” と言っている。その説教じみたコメントを聞いた Grimm は、*“So... you drank the Kool-Aid.”* と言り返している。

(1)

MOTHER GOOSE & GRIMM

by MIKE PETERS

07/10/06



(http://www.comicspage.com/comicspage/main.jsp?file=20060710csbgg-a-p.jpg&refresh_content=1&component_id=3&custid=69&catid=1146&dir=%2Fboundgagged)

次に、以下の記事(2)は、JonBenét Patricia Ramsey 殺害容疑で John Mark Karr 容疑者が逮捕されたことに対するアメリカのジャーナリストの反応を報じた記事である。自白のみで彼が犯人であると決め付け騒ぎ立てたジャーナリ

ストを批判する内容となっている。

- (2) Instead of being patient, instead of telling their audiences that they would have to be patient too, far too many journalists tap danced their way through the 12 Days of Karr with gossip about the guy, with out-of-thin-air analysis from people who couldn't locate Boulder, Colorado on a map, and worse, with criticism of officials when they did not *drink the Kool-Aid* and rush to declare resolution of the case before its time. (<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/09/01/AR2006090101231.html>)

記事(3)では、政権が第2期目に入った George W. Bush 大統領が、経済政策の変更に伴い人事の変更を行おうとしていた頃、大統領に批判的だった共和党議員の補佐官の発言を報じたものである。

- (3) They need people who have not been *drinking the Kool-Aid* and are going to come up here and say breathlessly, 'This is what the president wants to do, and isn't it great?' (<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A18599-2004Nov28.html>)

2.1.2 表現の背景

では、漫画や英字新聞の記事に見られる “drink the Kool-Aid” という表現は一体どのような意味なのか。この表現は、アメリカ文化の中で起こった凄惨な事件と関係している。それは、人民寺院 (People's Temple) の主導者であった Jim Jones が引き起こした集団自殺事件であり、以下はその事件の様子をまとめた記事である。

People's Temple

In 1978, 914 followers of Jim Jones perished in a remote South American jungle after obeying orders from Jones to *drink cyanide-laced Kool-Aid*. Jones, who also killed himself, orchestrated the mass suicide hours after his followers murdered U.S. Rep Leo J. Ryan on a nearby airstrip. Ryan had been investigating the strange group called People's Temple. The mass deaths in Jonestown, Guyana, helped stigmatize “cults”



by dramatizing the potential dangers of people blindly following charismatic leaders. (<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/national/longterm/cult/overview70s.htm>)

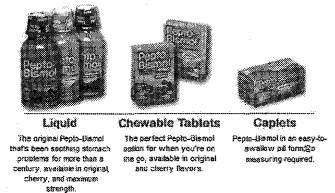
事件後、信者達の自殺に使用された飲み物が“Kool-Aid”だったのではと疑われたため、事件とこの商品名が連想されることとなり、“Kool-Aid”を飲むという行為が「誰かに忠誠を誓う」または「命令に盲目的に従う」という意味を持つに至った。特に新語に詳しいインターネット上の辞書である *The Word Spy* はこの表現を取り挙げており、“To become a firm believer in something; to accept an argument or philosophy wholeheartedly or blindly” という定義をしている (<http://www.wordspy.com/words/drinkthekool-aid.asp>)。²⁾

2.1.3 表現の意味

以上から、(1)において Grimm は、いつも口煩い Mother Goose と同じようなことを言っている Attila が、Mother Goose の言いなりであると言うことを“you drank the Kool-Aid”という表現を通して揶揄していることが分かる。(2)においては、“they did not drink the Kool-Aid”という表現により、官憲当局 (they) はジャーナリストの主張 (Karr が犯人であるということ) を信じなかったと言うことを指摘している。そして(3)の例では、“people who have not been drinking the Kool-Aid”が、「大統領に無批判に従ったことのない人々」を意味しているのである。ホワイトハウスは、表面上はあくまで、大統領にも躊躇うことなく助言を与えられるような人材を求めていたということである。

2.2 Pepto-Bismol

このように、商品名に反映されるアメリカの文化は、“drink the Kool-Aid”のような新たな表現を派生させる要因となっていることが分かる。そこで次に、“Pepto-Bismol”を取り上げ、商品名とアメリカ文化の強い結び付きを示すもう一つの例として検証する。



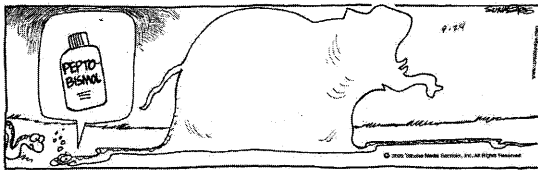
“Pepto-Bismol”は、山田 (1990, p.327) によれば、「米国オハイオ州の The Procter & Gamble Co. 製の胃薬 (消化薬)」である。実際どのようなものであるか確認すると、ピンク色の容器に入った水薬、または錠剤で服用できる薬であることが同社のホームページ (<http://www.pepto-bismol.com/products.shtml>)

に提示されている（容器はいずれも鮮やかなピンク色）。この商品名も、漫画や英字新聞の中で様々な形で使用されており、その正確な理解にはアメリカ文化の中に息づく幾つかの具体的な知識が要求される。

2.2.1 英語表現の中の“Pepto-Bismol”

以下の(1)の例では、二匹の蛇がいるが、その一方の吹き出し（balloon）の中にはキャップ付きで“Pepto-Bismol”と書かれたラベルの貼られたケースがあり、その蛇の腹は大きく象の形に膨れている。

(1)



(http://www.comicspage.com/comicspage/main.jsp?file=20050924csbgg-a-p.jpg&refresh_content=1&component_id=3&custid=69&catid=1146&dir=%2Fboundgagged)

以下の(2)では、ピンク色に壁等を塗ることで、牢獄の犯罪者達を落ち着かせる効果が実際にあるのかを Kansas City で実験した結果、それが失敗したことを報じたものである。

(2) The Police Department covered the ceiling and door and part of the wall in the isolation room with a *Pepto-Bismol* shade of pink. (http://news.aol.com/topnews/articles/_a/kansas-city-paints-over-pink-jail-cells/n20061113223309990001)

Washingtonpost.com は以下の(3)のように、写真の女性のドレスを “*Pepto Bismol*-pink flowing dress” と表現した。

(3) Her friend and student--22-year-old Rachel Edlow--wore a matching hoop skirt underneath her *Pepto Bismol*-pink flowing dress. Even Edlow's 21/2-year-old daughter, Dahlia Waterhouse, dressed the part



in a yellow lace dress, lace hat and white gloves. (http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A42009-2004Apr25_2.html)

2. 2. 2 Pink Elephants

では、上記の例の中で、“Pepto-Bismol” はどのような意味で使用されているのか。漫画については、大きな腹の蛇が胃薬である“Pepto-Bismol”を必要としていることが分かるが、何故腹が象の形に膨らんでいるのかは分からない。象を飲み込み消化不良で悩んでいるようにも見えるが、さらに細かな分析が可能である。まず、アメリカでは酔っ払った時に見る幻覚がピンク色の象であると信じられていることから、腹の中の象は蛇の飲みすぎを連想させると考えることが出来る。CIDEには次のような記述がある。

(humorous) If you say that someone has seen pink elephants, you mean that they have imaged seeing something because they were drunk (s.v. pink)

また実際に“Pepto-Bismol”の広告(<http://www.pepto-bismol.com/history.shtml>)には、このことが巧に使用されている。しかし、より有力なのは、『星の王子様』がこの場面の下敷きになっているという考え方である。アメリカでも有名なこの本の中には、蛇が象を飲み込む有名な場面が存在しているのである。³⁾



2. 2. 3 Pepto-Bismol Pink

また、(2)と(3)の例では、“Pepto-Bismol”はピンクという色彩語と共に使用され、固形容詞となっている。“Pepto-Bismol”がその薬としての効用と同時に、ケースの鮮やかなピンク色もアメリカ文化の中で有名となった結果、“Pepto-Bismol Pink”という特殊な表現の使用が可能になったと考えられる。したがって(2)と(3)の著者は、単なるピンク色ではなく、より鮮やかな色の印象を与えようとしたと考えられる。

3. 商品名の品詞転換

以上2つ例では、アメリカ文化を反映した商品名の一面を確認したが、他に商品名の特徴として言語変化、すなわち品詞転換がある。以下では、具体的な商品名の品詞転換の例を示し、その特徴と今後の研究における課題を検討

する。

3.1 Google

インターネットの普及に沿って数多くの検索エンジンが開発されて来たが、中でも、Google Inc. の提供するサービス（商品）である“Google”は他に比べ優秀であると言われ、多くの人々に使用されている。この“Google”という商品名の言語変化が今問題となっている。

3.1.1 “Google”と“google”

以下はGoogle Inc. が“Google”という彼らの商品を動詞として使用することを止めるように訴えかけていることを報じた記事のタイトルである。

Google wants people to stop *googling*

(http://news.com.com/2100-1030_3-6106479.html)

現在、アメリカでは“Google”を“google”と綴り、動詞として使用する傾向が見られる。このため、Google Inc. はこの一般動詞としての用法が定着することで商品名として認識されなくなり、結果として法的にも商標として保護を受けられなくなるのではないかという危惧を抱いている。しかしながら、このような動詞としての用法の拡散に対するGoogle Inc. の憂慮とは裏腹に、例えばOED2は既に語彙項目として“google”を取り入れている。

verb [with obj.] informal search the name of (someone) on the Internet to find out information about them. (s.v. **google**)

しかし、“google”の動詞としての用法は、以下で見るようにすでにより複雑化してきている。

3.1.2 動詞としての“Google”

以下の記事(1)はCNBC (Consumer News and Business Channel) がアメリカ合衆国大統領George W. Bushにインタビューを行ったことを報じた*The Wall Street Journal.com*の記事である。

(1) In a CNBC interview with Maria Bartiromo, Bush was asked a question

on many of our minds: “I’m curious, have you ever *Googled* anybody? Do you use Google?” (<http://blogs.wsj.com/washwire/2006/10/23/googler-in-chief/?mod=blogs>)

(2)の記事では、ビジネスにおいて、どれほどの人が自分達の顧客や同僚についての情報をインターネット上で検索したことがあるかについて報じたものである。

(2) Is your boss *Googling* you?

(http://news.com.com/Is%20your%20boss%20Googling%20you/2100-1038_3-5421210.html)

Washingtonpost.com は、悪意あるインターネットの利用者によって個人情報を検索された AIDS 患者の声を、(3)の記事のように掲載した。

(3) I didn’t put my personal info on the website but one persevering person *googled* my name and I am on the roster of my employer which has a website... (<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/discussion/2006/11/30/DI2006113000323.html>)

3.1.3 “Google” の用法

上記のどの用例でも、動詞としての “Google” は、人や名前をインターネットで検索するという意味で使用されている。しかし、その綴字法は統一されていない。(1)と(2)の例では、“Google” であり、(3)の例では “google” と綴られている。また、*OED2* の定義では、“google” の目的語は [+human]、若しくは人名でなければならないが、必ずしもそうであるとは言えない。*The Word Spy* は、以下のような定義を記載している。

google (GOO.gul) v. To search for information on the Web, particularly by using the Google search engine; to search the Web for information related to a new or potential girlfriend or boyfriend. (s.v. **google**)

また、上記の定義と共に、実際に恋人に関する情報が目的語となるものとして(4)のような用例が示されている。

- (4) So if you're **Googling** your prospective dates, a word of warning: Don't jump to conclusions about someone just because Google says she murdered 50 people. Chances are, that's an overstatement. -Amy Gilligan, "Googling is newest date thing," *Telegraph-Herald*, January 14, 2001 (<http://www.wordspy.com/words/google.asp>)

また、目的語に関係なく何かを検索する、探すという意味で、“google for”といった「自動詞+前置詞」の用法もあるが、英字新聞などの英語には見ることは出来ず、格式張った表現ではないと思われる。この用法に関しては、*LEJD* が新しい用例を紹介している。また、*The Word Spy* には、個人の経験として、“googling for her other sock” という用法を耳にしたと紹介があったが、このような“Google”を使用した表現がどの程度アメリカ英語とその文化の中で定着して行くのか、これからも注意して調査を継続しなければならない。

3.2 TiVo

“Google”のように、その新しさに関係なく品詞転換を起こす商品名はまだ多く存在しているが、“TiVo” (<http://www.tivo.com/0.0.asp>) もアメリカ英語の中で動詞へと品詞を変えた商品名である。これはTiVo Inc. が製作した家庭用のビデオレコーダで、新しい機能を搭載したことで話題を呼び一躍有名となり、その結果シェアが広がることで動詞として使用されるようになった。以下で幾つかの例を検証する。



3.2.1 動詞としての“TiVo”

以下の(1)では、Mother GooseがGrimmに“Grimm, you've got to see this sunset.”と言っている。それに対してGrimmは、“TiVo it for me.”と返している。

(1)

Mother Goose & Grimm by MIKE PETERS

06/28/06



(<http://www.grimmy.com/archives.php?archive=MGG>)

CNN.comは、“TiVo”がアメリカで有名となり、言語変化を起こしていることに触れ(2)の記事を掲載した。

- (2) Often you'll hear fans simply refer to the concept of recording a favorite TV show, as something they're “*TiVo'ing*,” or as something they “*TiVo'd*.”
(<http://archives.cnn.com/2002/SHOWBIZ/12/04/hln.connect.tivo/index.html>)

次の(3)は、“Why the Future of Television Is Lost”というタイトルで、TVの将来の展望について書かれた記事である。

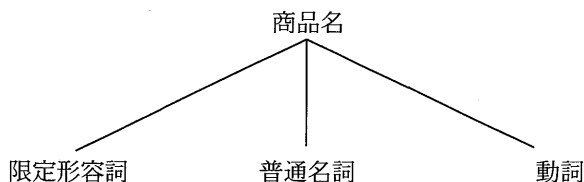
- (3) Viewers who *TiVoed* the scene and played it in slow motion saw a series of images in the cloud... (<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1538635-2,00.html>)

3.2.2 “TiVo”の用法

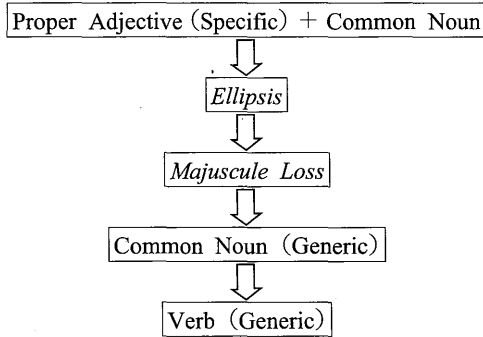
上記の用例の中で“TiVo”は他動詞であり、特にTVを録画するという意味で使用されている。すなわち、(1)でGrimmは夕日を録画しておいてくれと冗談を言っているのである。また、(2)と(3)の例も同様の意味で使用されている。ただし、“Google”の場合は“Google”と“google”という2種類の表記を確認できたが、“TiVo”の場合は動詞として使用される場合でも“TiVo”と表記されるのみであった。これは、この商品名が未だその言語変化において初期の段階であることを示唆している。

3.2.3 品詞転換における規則と問題点

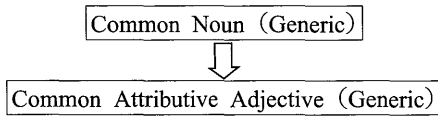
以上のように名詞から動詞への品詞転換の例を見たが、商品名は基本的に以下の3つへの変化が考えられる。



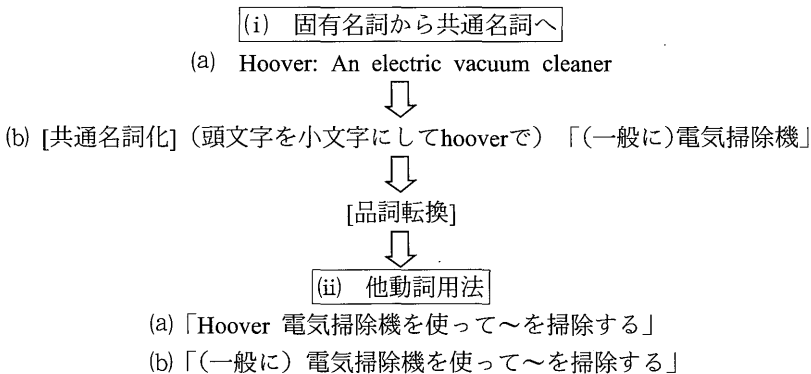
このような商品名の品詞転換に関する議論は以前からあった。例えば、Clankie (2002) は100項目の商品名からなる自分で作成したコーパスを検証した結果、以下のように段階的に品詞転換が起こるとしている。



また、普通名詞の段階から、限定形容詞への派生も説明している。



さらに、山田 (2005) も“Hoover”という商品名の変化を、自動詞、他動詞としての派生まで言及し、以下のような段階的な品詞転換を説明しており、Clankie (2002) の品詞転換のプロセスにほぼ合致するものである。





(iii) 自動詞用法

- (a) 「Hoover 電気掃除機を使って掃除する」
 (b) 「(一般に) 電気掃除機を使って掃除する」

しかし、Clankie (2002) の提示した品詞転換のプロセスでは、全ての商品名の品詞転換は説明出来ない。彼のコーパスで議論された一般動詞として使用されている商品名はどれも、“hoover” のように普通名詞への変化を経験しているが、今回取り上げた比較的新しい商品名である“Google”や“TiVo”は、普通名詞化はしていないにも関わらず、動詞としての用法がすでに存在している。このような新しい商品名の派生は、今後の大きな研究課題である。

4. おわりに

本稿で見たように、商品名はアメリカ英語と背景にある文化を反映し、その意味を変化させ、新たな表現を生み出す。そして、多くの場面で使用されるようになり、時にはレトリックとして非常に巧みに用いられるのである。確かに、それら商品名から派生した表現やその用法、さらには品詞転換に至るまで、アメリカ文化の中で絶え間なく変化を続ける商品名の理解は容易ではない。しかし、アメリカ英語とその背景にある文化を正確に捉え理解するには、このような商品名の研究は非常に重要なのである。

ただし、研究を続けて行く上で留意すべき点もある。それは、商品名を使用した新語等は、一時的なものであったり、場合によっては個人語 (idiolect) に近いものである可能性があることである。また、この問題を考慮しつつ、特に商品名の品詞転換に関する解明を試みる上では、量的研究、すなわちより多くの商品名を検証して行くことが必要不可欠となる。したがってこれまで以上に、既存の商品名と新しい商品名に関するデータの収集に努めなくてはならない。これらのことは、本稿においても課題として残されている。しかしながら、そのような課題を克服し、さらなる調査を行うことで、商品名の、ひいてはアメリカ英語の一層の理解の足掛かりとなると信じる。

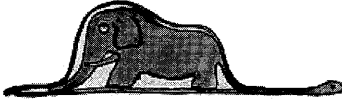
Abstract

In this paper, I focus on brand names as a study of language and culture, and maintain that their linguistic and cultural features are significant in understanding American English. Through the examination of concrete examples of brand names found in cartoons and

newspapers written in American English, I try to shed light on various expressions and meanings of brand names, including the linguistic changes (conversion) they undergo. Possibilities and problems for further research will be also discussed.

注

- 1) 本稿は日本時事英語学会第48回年次大会(2006年10月7日、於関西大学)における口頭発表に加筆・修正したものである。口頭発表時、さらに査読の段階で多くの先生方に貴重な御意見を頂きました。厚く御礼申し上げます。
- 2) “Kool-Aid”は、スピアーズ・山田(2001, p.282)では、「ビール」を示す婉曲表現として紹介されている。
- 3)



(<http://www.odaha.com/littleprince.php?f=English>)

参考文献

- 山田政美(2005)「商品名を侮ると大怪我をする」『英語教育』54巻第9号、28-29
 ———(2006)「英語の商品名の社会言語学的研究」『英語の言語と文化研究』第7号、1-16
- Clankie, Shawn M. (2000). Genericization: A Theory of Semantic Broadening. *The Northern Review*, 28. Retrieved December 10, 2006, from <http://eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED442282>
- (2002). *A Theory of Genericization on Brand Name Change*. Studies on Onomastics. Vol. 6. Ceredigion, Wales: the Edwin Mellen Press.
- Crystal, David. (1997). *The Cambridge Encyclopedia of Language*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
- (2004). *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nuessel, Frank. (1992). *The Study of Names: A Guide to the Principles and Topics*. Westport, Connecticut: Greenwood Press.

辞書

- スピアーズ, R. A.・山田政美(訳編著)(2001)『英語スラング辞典』(東京: 研究社)
- 山田政美(編著)(1991)『英語商品名辞典』(東京: 研究社)
- Cambridge International Dictionary of English*. Cambridge: Cambridge University Press. 1995. [CIDE]
- Longman English-Japanese Dictionary*. Harlow, Essex: Pearson Education. 2006. [LEJD]
- Oxford Dictionary of English*. 2nd ed., Revised. New York: Oxford University Press. 2005. [OED2]

インターネット資料

Kool-Aid

Retrieved July 20, 2006, from http://www.comicspage.com/comicspage/main.jsp?file=20060710csbgg-a-p.jpg&refresh_content=1&component_id=3&custid=69&catid=1146&dir=%2Fboundgagged

Retrieved July 20, 2006, from <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/national/longterm/cult/overview70s.htm>

Retrieved June 6, 2005, from <http://www.kraftfoods.com/>

Retrieved June 12, 2005, from <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A18599-2004Nov28.html>

Retrieved October 6, 2006, from <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/09/01/AR2006090101231.html>

Retrieved November 5, 2006, from <http://www.wordspy.com/words/drinkthekool-aid.asp>

Pepto-Bismol

Retrieved December 5, 2006, from http://news.aol.com/topnews/articles/_a/kansas-city-paints-over-pink-jail-cells/n20061113223309990001

Retrieved December 5, 2006, from <http://www.odaha.com/littleprince.php?f=English>

Retrieved January 4, 2006, from <http://www.pepto-bismol.com/products.shtml>

Retrieved January 5, 2006, from http://www.comicspage.com/comicspage/main.jsp?file=20050924csbgg-a-p.jpg&refresh_content=1&component_id=&custid=69&catid=1146&dir=%2Fboundgagged

Google

Retrieved April 20, 2006, from http://news.com.com/Is%20your%20boss%20Googling%20you/2100-1038_3-5421210.html

Retrieved December 5, 2006, from <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/discussion/2006/11/30/DI2006113000323.html>

Retrieved December 20, 2006, from <http://www.wordspy.com/words/google.asp>

Retrieved November 12, 2006, from <http://blogs.wsj.com/washwire/2006/10/23/google-in-chief/?mod=blogs>

Retrieved November 12, 2006, from http://news.com.com/2100-1030_3-6106479.html

TiVo

Retrieved August 1, 2006, from <http://archives.cnn.com/2002/SHOWBIZ/12/04/hln.connect.tivo/index.html>

Retrieved August 1, 2006, from <http://www.tivo.com/0.0.asp>

Retrieved July 30, 2006, from <http://www.grimmy.com/archives.php?archive=MGG>

Retrieved October 30, 2006, from <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1538635-2,00.html>