

ready to use

とある。つまり「パンの生地(など)をこねてつくる」という意味で、また need と同じ発音であった。つまり、この文には "You only knead a few things in life..." (あなたは生涯でパンをこねて作ることはまずない) 「おいしいパン作りは私たちに任せてください。」という意味と、"You only need a few things in life..." (あなたの人生にはほんのいくつかの必要なものがある) 「それはうちのパンですよ」という2つのメッセージが込められている(と思われる)。このような homonym を使ったダブルミーニングは他にもいくつか見かけたので、集めればおもしろい教材となるだろう。



・ Dear Finger, Make a reservation (Lettuce Entertain You 社)

シカゴを走るバスは皆、カラフルな広告で彩られていてそれらを見ているだけでもアメリカにいることを実感することができる。その中でもひときわ目を引いたのがこの広告である。まずその文章が wit に富んでいるではないか。



Dear Finger, Make a Reservation.(指さんへ：予約してね)

確かに予約の電話番号を「直接」プッシュするのは指に他ならない。その指に向けて広告を打つというのは非常におもしろい表現である。

また、アメリカの電話について知る上でもこの写真はよい教材となる。広告を観察していると、電話番号が数字ではなくアルファベットで商品や会社にちなんだ単語が含まれているものを見かけることが多い。例えば、写真の

1-888-LETTUCE や 944-CATS(Chicagoの猫の病院の電話番号)などである。日本ではこのような表記を見ることはないの初めて見るととまどうかも知れない。アメリカの電話には、数字とともにロゴナンバーといわれるアルファベットが 2=ABC 3=DEF 4=GHI... という具合に各番号に割り振られている。(ただし1と0には割り振られていない。日本でも携帯電話にはメール用に割り振られている)。これを使ってアルファベット入りの電話番号へかけるのである。だから前述の 1-888-LETTUCE は実際には 1-888-5388823 に電話するのだが、アルファベットの電話番号の方が覚えやすいし、宣伝効果も期待できる。アメリカでは、希望する電話番号が空いていれば、自由にその電話番号を取得できるのだそう。こうしたちょっとした日米の違いも、生徒には生のアメリカを感じる新鮮な情報となるだろう。ちなみにこの会社はシカゴに十数軒のレストランを持つグループで、名前の由来はもちろん "Let us entertain you" である。

(4) 自衛手段としての表示

・ NO CASH ON BOARD(Federal Express のトラック)

これは広告ではないが、アメリカの暗い現実の一部分を端的に示している表現といえるだろう。運送の大手 FedEx の車の運転席側の窓の上にかかっていたものである。



NO CASH ON BOARD(この車は現金を積んでいません)