

1950年代～1980年代香港新聞廣告文に 含まれる廣東語表現

横 田 文 彦

0. はじめに

香港は様々な民族が居住する地域であり、言語状況も非常に複雑である。多くは漢民族が占め、彼らの大多数が廣東語を第一言語とする。しかし文字言語生活においては大部分が、書き言葉としての標準中國語（香港では一般に「中文」と呼ばれる。話し言葉の方は「國語」である）、すなわちいわゆる「普通話」を受容しているのが実情である。60つまり大まかには話し言葉では廣東語、書き言葉では標準語を使用・受容していると言える。しかし一方で、廣東語で書くということもこれまで行われてきており、このことが香港人の文字媒體受容の様相をいっそう複雑にしているという現状がある。媒體によって、純粋な廣東語で書かれたり、廣東語獨特の方言字や語彙、文法的手段が標準的中國語に挿入された混交體で書かれたりする。また、香港人の多くがそのレベルに程度の差はあるものの英語を第二言語としていることから、中國語（或いは廣東語）に英語がそのまま（アルファベットで）挿入される混交體も見られる。

香港における書かれた言葉としての混交體ということに関して言えば、歴史的に「三及第」と呼ばれる文體（書き方のスタイル）に觸れる必要がある。「三及第」の「三」とは、「文言」「白話」「粵語（廣東語）」の三種類を指し、戦後1940年代後半から1950年代にかけて、特に通俗的な読み物において隆盛を見た文體である。その後「文言」で書かれることの衰退を経て、1970年代からは「文言」の代わりに「英語」が入り、「白話」「粵語（廣東語）」「英語」の三種類を交えて文を書く「新三及第」という文體が流行し始める¹⁾。現代でも一部の小説や隨筆などではこの文體で書かれるものがある。

日常生活で重要な文字媒體の筆頭である新聞にも混交スタイルが見られる。新聞は内容的に、ニュースとしての記事の部分と、廣告の部分とに大別される

1950年代～1980年代香港新聞廣告文に含まれる廣東語表現（横田）〔61〕

が、大まかに言って、記事の方は標準語（「三及第」で言えば「白話」）で一貫して書かれることが多く²⁾、廣告部分の方が宣傳効果という目的のため、そのスタイルにおいてより多様性があるという傾向が見られる。そして廣告では、先に挙げた用語で言えば「三及第」というスタイルで書かれた文面、すなわち「文言」「白話」「粵語（廣東語）」の混交體によるものが今現在ではごく普遍的に見られる³⁾。

本稿における關心は、今ではごく廣範に見られるようになった新聞廣告文における廣東語の交じった或いは廣東語で書かれたスタイルが、現代のような普遍性を持つに至るまで通時代的にいかなる様相を呈していたのか、いわば現代に至るまでの過渡期とも言うべき時期の状況を垣間見ることにある。時代は1950年代から1980年代までの40年間を取り上げるが、この時期の新聞廣告文においては調査の結果、90年代も含め現代と比べて相対的に廣東語の交じる或いは廣東語で書かれる割合が非常に低いということがわかった⁴⁾。つまり、廣告文の廣東語はこの時期まだ珍しかったのである。そして珍しきゆえに、廣東語が含まれる廣告文はかなり目立ち、宣傳効果の上で一役買っていたという見方もできる。

本稿では、上に述べた時期における香港新聞の廣告文に見られる廣東語表現の實際をケーススタディーとして取り上げ、それらを文法的側面を主眼とした語學的な観点から觀察・整理し、以って當時の香港人における文字媒體受容の一側面を探ることを目的とする。

1. 新聞と廣告文について

1-1. 取り上げた新聞⁵⁾と紙面の範圍

ケーススタディーとして取り上げた新聞は以下の三紙である。いずれも香港ではメジャーな（あるいはかつてメジャーであった）日刊紙である。

『華僑日報』（1995年1月12日停刊）：主に、1950年～1959年 毎月1日付けの第1面、1960年～1989年 1月1日と7月1日付けの第1面。その他、日付によっては第1面以外の面も若干あり。

〔62〕 中國文學研究 第三十二期

『星島日報』：主に、1950年～1989年 1月1日と7月1日付けの第1面。その他、日付によっては第1面以外の面も若干あり。

『明報』：1959年6月16日～1965年1月16日 毎月1日、16日付の全紙面。

収集した資料の時期、密度が一樣でないのは、資料収集における物理的、時間的制約による。了承されたい。また抽出した文例は、50年代、60年代のものが多く、70年代、80年代のものが少ないのも、資料の収集量の差が反映している。

1-2. 広告のジャンル

様々なジャンルの広告があるが、目立ったものを挙げていくと、薬、医者、飲食店、飲食物、時計、電化製品（日本のものが多く見られる）、不動産、航空会社、ホテル、映畫、劇場等である。本稿では香港の文化的側面が強く現れると思われる、主に以下の二つの分野における広告に的を絞って調査を行った⁶⁾。

醫藥關係：薬（化粧品を含む）、医者、醫療機關、醫療關係學校、醫療機器（補聽器等）

飲食關係：飲食物（調味料等を含む）、飲食店、飲食品販賣店、嗜好品（酒、タバコ等）

この二分野の広告は取り上げた紙面の中で特に多くの割合を占めていたものである。なお本稿では、この二分野以外の広告であっても、廣東語表現の入った広告文が見られれば随時取り上げた。

1-3. 広告文についての概略

香港も含め中國において、広告文それ自體に焦點を當てた先行研究は少ないながらも幾つか見られる⁷⁾が、主に広告文の作られ方やレトリック（修辭的技法）、或いは規範化や宣傳効果に焦點を當てて分析したものが多く、文法的觀點からの分析は、広告文の文型（センテンスのタイプ）を類型化したものが散見されるのみである⁸⁾。廣東語表現の分析に入る前に、調査した広告文の全體的な特徴、傾向について、氣づいた點を含め簡単に述べておく。

1950年代～1980年代香港新聞廣告文に含まれる廣東語表現（横田）〔63〕

1) 香港で通用している字體は繁體字であるが、時に簡體字も見られる。調査した紙面の範囲で、実際に見られた例を全て挙げておく。括弧内に繁體字を記した。

胆(膽)、点(點)、丰(豐)、价(價)、单(單)、边(邊)、碍(礙)、灵(靈)、
织(織)、药(藥)、机(機)、只(隻)

2) 少ない字數でより多くの情報を伝えようとする廣告の性質から、文言的要素や韻文調の文體が頻繁に見られる。韻文調のものは、四字句と七字句が多い。例を一つ掲げる。

賞心行樂・此其時矣・惠而不費・此其地矣（レジャーを楽しむのは・この時であり・大した費用をかけずに楽しめるのは・この場所である）〔華僑日報、1953/2/1、飲食店〕（下線引用者、以下同じ）

四字句の連続。下線部は文語的表現。

3) 廣告文スタイルのひとつに、レトリックとして問いかけ調の文體があるが、特に語氣助詞の使用により口語性（會話口調）を高めることで、當該廣告文を他の文面から際立たせようとする。

閣下想延年益壽嗎？ 小姐要常保青春嗎？ 先生想增强活力嗎？ 功效無比・安全可靠（あなたは長生きしたいですか？ 女性の方はいつまでも若さを保ちたいですか？ 男性の方は活力を増したいですか？ 効果は拔群・安全で頼りになる）〔華僑日報、1959/3/1、藥〕

2. 廣告文中の廣東語表現

本稿では、廣告文に見られる廣東語表現を取り上げるわけだが、主に文法的な観点からの分析を行う。そのことによってかなり廣告文中に現れる表現が類型化される（つまり表現にある一定の文法的なパターンが見られる）からである。

例は筆者が適宜立てた文法項目ごとに並べ、それぞれの例について必要と思われる解説を付けていく。文例の後ろには必要に応じて和譯を付したが、廣告

文の性質上直譯をし難いものも多く、意譯したものや、無理に譯出しなかったものもあることを予めお断りしておく。

2-1. 廣告文の實際

・名詞

恤衫 Royal Shirt⁹⁾ (シャツ) [星島日報、1950/7/1、衣服]

「恤」は英語の「shirt」の音譯、「衫」は「服」「上着」。音譯と意譯を合わせた譯語。

德國 獅嘜啤酒 Kloster BEER 請飲世界馳名 品質最高之 (「見出しのビール名」) (世界に名を馳せた品質最高の Kloster BEER を飲んで下さい) [星島日報、1953/1/1、ビール]

中文のビール名 (「獅嘜啤酒」) を直譯すれば、「ライオンマークのビール」となる。「嘜 mak」は英語の「mark」の音譯である。

食嘢食味道 (ものを食べ味わう) [華僑日報、1959/8/1、藥]

「嘢」は「もの」、單獨での標準語譯は通常「東西」。

保原味 富營養 煮餸最好 (味が落ちない 榮養豐富 料理を作るのに最適) [華僑日報、1969/7/1、とうもろこし油]

「餸」は「おかず」「料理」の意。標準語の「作菜」を廣東語では一般に「煮餸」と言う。

衫靚要料靚 靚料在模漢 做新衫 揀衣料 (服が良いためには生地が良い必要がある 良い生地は模漢 (店の名前) にある 新しい服を作る生地を選ぶ) [星島日報、1970/7/1、衣服]

「衫」は「服」、廣東語で「服を着る」は「着衫」。なお、この文例では存在動詞として「在」が使われているが、廣東語の口語における存在動詞は専ら「喺」が用いられる。このことからこの廣告文については、標準語と廣東語の混交體であることが明確に判断できる。

1950年代～1980年代香港新聞廣告文に含まれる廣東語表現（横田）〔65〕

麒麟啤 夏日炎炎似火燒 飲杯啤酒樂逍遙 雪凍麒麟罐頭啤 旅行游水最方便（麒麟ビール 夏は焼けそうなくらい暑い ビールを飲んで逍遙と楽しむ 冷えた麒麟の缶ビール 海水浴のお供に最適）〔星島日報、1970/7/1、ビール〕

廣東語で「ビールを飲む」は「飲啤酒」であるが、くだけた會話では多く「飲啤」とも言う。また、「泳ぐ」は廣東語の口語で「游水」と言う。

巧手煲仔 海鮮晚飯（おいしい炊き込みご飯 海鮮料理の夕食）〔星島日報、1976/1/1、飲食店〕

「煲仔（飯）」は、土鍋を使った炊き込みご飯のこと。

・動詞

Bireleys 寶利鮮果汁 請飲：不含氣 質料精純可口 金山鮮果製成〔華僑日報、1957/4/1、ジュース〕

廣東語の口語では現在でも「飲む」は「飲」と言う。ただ、標準語でも書き言葉では「飲」が使われることから、この語が廣東語であるとの判断を安易に下すことはできない。香港における廣東語話者にとっては、口語と書面語の両方のレベルでこの語が認識されている可能性があるからである。

CODREN 安福樂 止咳水 頑痰咳嗽 安福樂止咳水，係美國安福樂大醫生處方，爲最新特效制劑，・・・¹⁰⁾（安福樂咳止水は、アメリカの安福樂醫師の處方であり、最新の特効製劑である、・・・）〔明報、1959/7/16、藥〕

コンピュータ動詞として、「係」が使われている。これは廣東語の口語でも用いられ且つ歴史的には標準中國語の書き言葉でもあることから、廣東語母語話者におけるその受容の仕方は、やはり上の例同様、口語と書面語両方のレベルに跨る問題である。ただ少なくとも、口語レベルにおける標準語ではないという認識で、廣東語母語話者がこの表現を受容しているとは言える。次の例も同様である。

買藥品要講招牌老 蜜泌精係德國製造（藥品を買う際は老舗を重視 蜜

[66] 中國文學研究 第三十二期

泌精はドイツの製造です) [華僑日報、1959/8/1、藥]

世界機票平! 平! 平! (世界エアチケット安い! 安い! 安い!) 想買平嘢, 搵一心啦! (安いものをお求めなら、一心(旅行社の名前)をおたずね下さい!) [星島日報、1980/7/1、旅行社]

廣東語の口語で「さがす」「たずねる」は、「搵」。下線部を含む節を標準語に譯せば「找一心吧!」となる。

・形容詞

送禮賀年 唯一佳釀 好飲實益 名貴大方 [華僑日報、1951/2/1、酒]

「好飲」は「(飲んで) おいしい」の意で、標準語で言う「好喝」。ただし書き言葉のレベルを考慮に入れば、廣東語の口語語彙という範疇だけの問題ではなくなる。

雙喜月餅 愈出愈靚 (出れば出るほど良い) [華僑日報、1951/9/1、月餅]

「靚 leng」は「良い」「きれい」「立派な」「質の高い」を意味する廣東語の常用形容詞。文全體は四字句の對句形式で、句末の「餅 beng (陰上)」と「靚 leng (陰去)」が押韻する(ただし聲調は異なる)。

越出越靚 (出れば出るほど良い) [華僑日報、1953/1/1、飲食店]

定價最平, 歡迎比較。 (定價は一番安い、比べて下さい。) [華僑日報、1956/3/1、ラード販賣店]

「(値段が) 安い」は廣東語で「平」。廣告文中、形容詞(ひいては實詞)の中では、上述の「靚」と共に使用頻度が最も高い廣東語語彙である(他の項目の文例にも見られる)。やはり宣傳のためにはどうしても使わざるを得ない語彙であり、標準語の「好」や「便宜」に比べ廣東語母語話者には意識の中でより親しみを持って効果的に響くからであろう。

化醜爲妍 靚! 靚! 靚! (より美しく 良い! 良い! 良い!) [星島日報、1957/7/1、化粧品]

大量上等新鮮美國靚雞翼, …… 實價不二 (大量の上等新鮮なアメリカ

1950年代～1980年代香港新聞廣告文に含まれる廣東語表現（横田）〔67〕

産の良質手羽、・・・掛け値なし）〔星島日報、1967/7/1、食肉販賣〕

雙羊牌 DOUBLE RAMS BRAND 澳洲油粘米王 煮飯香滑軟熟・煲潮州粥最靚 價錢平・米質好（炊けばつやつやふっくら・潮州風お粥を作るのに最適 値段が安い・質が良い）〔華僑日報、1974/7/1、米〕

・副詞

每只祇沽九元 重有紅牌雙蒸一枝・送給老哥歎記！（どれもたった9ドルさらに紅牌雙蒸を一本・あなたにサービス）〔明報、1959/10/16、飲食店〕
「重」は標準語で「還」の意。最後の節にある「送給」は標準語の表現である（廣東語であれば「送俾」となる）ので、廣告文全體としては混交體である。

菜靚！租平！請來一試！試過 你都話抵 好食！好住！（料理がいい！部屋が安い！ちょっと來て試して下さい！試してみれば あなたも満足すること請け合い 食べてよし！泊まってよし！）〔明報、1960/2/1、ホテル〕

廣東語の副詞「都」には、標準語と同じ「全て」という意味の他に、標準語の「也」に当たる「～も」という意味もある。「話」は標準語の「説」で、「言う」の意。「抵」は「値する、価値がある」。

點只功夫咁簡單 由頭到尾都唔簡單 夠晒娛樂性（カンフーがすごい 始めから終わりまですごい 娛樂性十分）〔星島日報、1980/7/1、映畫〕
「咁」は形容詞を修飾し、「こんなに」「そんなに」「あんなに」という指示的な程度を表す、廣東語独自の指示代詞である。ここでは副詞的用法（連用修飾語）として用いられているので、「副詞」の項目に繰り入れた。

・疑問詞

冷着傷風咳 乜藥最駛得 普濟檸檬露 用過贊第一（風邪や咳に どの薬が一番効くか 普濟檸檬露が 使ってみれば一番賞賛される）〔華僑日報、1951/4/1、薬〕

「乜」は「何（の）」「どんな」「どの」「なぜ」「どうして」などの意味に用い

られる疑問詞。

點只功夫咁簡單 由頭到尾都唔簡單 夠晒娛樂性 (カンフーがすごい
始めから終わりまですごい 娛樂性十分) [星島日報、1980/7/1、映畫]
(既出)

「點」は疑問詞で、標準語における「怎麼」の意。第1節は反語文であり、直譯すれば「どうして(ジャッキーチェンの)カンフーが(そんなに)平凡なことがあるのか?(非凡だ)」となる。

・否定詞「唔」、「冇」

兩者とも廣東語では専ら口語で用いられる否定詞で、標準語の意味はそれぞれ「不」、「沒有」。廣東語の口語で用いられる否定詞には、この二者の外に「まだ～していない」の意を表す「未」がある。「唔」が比較的よく見られるのに對し、「冇」は非常に少ない。調査の範囲では僅か二例であった(次の比較構文の項目に掲げたものがそのうちの一例)。

煎炒燥熱吃得多、腸胃當然有唔妥 (炒めて乾燥した熱いものを食べ過ぎると、腸や胃は當然調子が悪くなる) [華僑日報、1951/3/1、藥]

廣東語で「食べる」は「食」を用いる。文例中の「吃」は標準語であるので、この例では廣告文全體が混交體であることが明確に判断できる。

唔夠瞓，冇精神 吸枝綠包薄荷煙喇。(眠りが足りない、元氣がない
緑のパッケージメンソールタバコを吸ってみて。) [明報、1963/12/1、タバコ]

「瞓」は「眠る」。

・比較構文

南方方言特有の比較構文「(形容詞) + 過 + (比較の對象)」が比較的多く見られる。廣東語の比較構文は現代でも本來的には「(形容詞) + 過 + (比較の對象)」という形式をとる。ただし現代では標準語の影響で、「比 + (比較の對象) + (形容詞)」という構文も普遍的になりつつある。

逢痛必止 快過打針 (痛みを必ず止める 注射するより早い) [華僑日

1950年代～1980年代香港新聞廣告文に含まれる廣東語表現（横田）〔69〕

報、1951/7/1、藥]

OMEGA 亞米茄 今年好過舊年（今年は去年より良い）[華僑日報、1957/2/2、時計]

煙質靚！價錢平！ 歡迎比較：有我咁平 有我咁靚（質がいい！値段が安い！ 比べて下さい：これと同じぐらい安いものはあっても これほどいいものはない）[明報、1964/1/16、タバコ]

後半は比較文の對句。「有」「冇」を使った比較文。比較構文自體は廣東語獨自のものではないが、使われている語彙（「咁」「平」「靚」）が廣東語である。

・可能補語

例は肯定形、否定形兩方ともに見られる。特に標準語（北方官話）では廢れてしまっているが、廣東語では頻度の最も高い可能表現である「（唔+）動詞+得」の使用が目立つ。

成晚辛苦唔馴得！# #¹¹⁾ 大飯唔食得！三層高樓唔上得！必達治咳水確駛得！（一晚中苦しくて眠れない！ご飯が食べられない！3階建ての建物を上れない！必達治咳水は確かに使える！）[華僑日報、1950/1/1、藥]

4コマ漫畫形式のそれぞれのコマに添えてあるト書き。可能補語の否定形「唔+動詞+得」が3回、肯定形「動詞+得」が1回、續けて使われている。文頭の「成晚」（一晚中）も廣東語の語彙である。

睇唔清 睇唔見（はっきり見えない 見えない）[華僑日報、1951/2/1、醫者]

可能補語の否定形。「睇」は「見る」。文例の標準語譯は「看不清 看不見」となる。

冷着傷風咳 乜藥最駛得 普濟檸檬露 用過贊第一（風邪や咳に どの薬が一番効くか 普濟檸檬露が 使ってみれば一番賞賛される）[華僑日報、1951/4/1、藥]（既出）

「駛」は「使」に同じ。下線部は「使える」が直譯。

普濟檸檬露・肺病有得救（肺病（の人）を救うことができる）[華僑日報、

[70] 中國文學研究 第三十二期

1953/1/1、藥]

「有+得+ (動詞)」という廣東語の可能補語形式の一種で、あるものの存在 (ここでは藥) を前提にした動作達成の可能性を表す。例えば、「有得食」は「(ものがあるから) 食べられる」となる。否定形は「冇+得+ (動詞)」。

有錢應記無錢日 健康宜防衰老時 提高健康 青春活力 能澈底調和臟腑合作 服後有「五得」特效! 食得、瞓得、做得、疍得、耍得! (金持ちになっても貧乏だった日々を忘れずに 健康が老衰を防ぐ 健康を高め 青春の活力 内臓の調和をしっかりと保つ 服用後「五つの得」の特効あり! 食べられる、眠れる、働ける、出る、遊べる!) [華僑日報、1973/7/1、藥]

可能補語形式が五つ連続して用いられている。「疍」は「お通じ」のこと。

烤肉香噴噴，神仙企唔穩 (焼肉の鼻を突く香ばしさと、神仙もふらついてしまうほど) [星島日報、1977/1/1、飲食店]

「企」は「立つ」の意。下線部は直譯すれば「しっかり立ってられない」。

・程度(様態)補語「到」

「(形容詞)+到+(到達の程度を表す結果表現)」の形は、廣東語の程度(様態)補語の一形式である。

平菜家家有，試過便知龍與鳳，眞材實料，勢必擠擁! 不計成本 平到你笑 (安い料理ならどこにでもあるが、試してみれば素晴らしさが分かる、本物の食材、込み合うのは必至! コスト無視 笑いが出るほど安い) [華僑日報、1953/3/1、飲食店]

否定詞に標準語の「不」が使われているので、廣告文全體としては混交體である。

飯菜 平到唔計本錢 (原價を計算に入れないほど安い) [明報、1959/10/16、飲食店]

・補語「晒」

動詞や形容詞の後ろに置かれ、「全て～」の意を表す廣東語独自の補語成分。

1950年代～1980年代香港新聞廣告文に含まれる廣東語表現（横田）〔71〕
調査の範囲では、形容詞の後ろに付くものが一例のみ見られた。

點只功夫咁簡單 由頭到尾都唔簡單 夠晒娛樂性（カンフーがすごい
始めから終わりまですごい 娛樂性十分）〔星島日報、1980/7/1、映畫〕
（既出）

・使役の「俾」

「俾」は概ね標準語の「給」に当たる廣東語の授與動詞で、標準語の「給」
同様、「あげる」という述語動詞としての用法の他に、「～に～させ（てあげ）
る」という（放任）使役マーカーとしても用いられる。

俾耳通 聽覺機（耳に（音を）通じさせる 補聽器）〔星島日報、
1950/7/1、醫療機器〕

・助動詞「唔使」

「～しなくてもよい」の意を表す否定形の助動詞である。標準語で言えば
「不用」。これに對應する廣東語の「～する必要がある」という肯定形は標準語
同様「要」を用いる。

唔使怕！有風濕！一服就會好。（心配御無用！リウマチ！服用すれば
すぐに良くなる。）〔華僑日報、1979/7/1、藥〕

・語氣助詞

「～してみて」「～しよう」という要請、勧誘を表す廣東語の語氣助詞「la（陰
平、調値は55）」の使用が散見される。用例では規範的な「啦」以外に、通常
は陰去に讀まれ（調値は33）肯定の語氣を表す「喇」も當てる。語氣助詞の使用
により文が會話調を帯びる。

唔夠馴，冇精神 吸枝綠包薄荷煙喇。（眠りが足りない、元氣がない
綠のパッケージメンソールタバコを吸ってみて。）〔明報、1963/12/1、タ
バコ〕（既出）

文例全體としてかなり廣東語らしく見える（否定詞については當該項目で既述）
が、「タバコを吸う」は廣東語の口語では「食煙」であり、この文例では動詞

が「吸」という標準語もしくは書面語であることから、完全な口語廣東語とは言えない。

世界機票平！平！平！（世界エアチケット安い！安い！安い！）想買平嘢，搵一心啦！（安いものをお求めなら、一心（旅行社の名前）をおたずね下さい！）〔星島日報、1980/7/1、旅行社〕（既出）

最後に、文法的観点からの分類ではないが、調査資料の中に漫畫形式による全文が純粋な廣東語からなる比較的長い會話の文例を一つ見出しえたので、参考までに掲げる。

筋骨疼痛、風寒濕痺。「少奶！你咁辛苦点解唔搵的藥醫理吓呢！」「我時常都會骨痛用過好多藥都未有一樣係好的。」「啊！錢澍田如意膏最好喇！更有如意膏芯功效更好兩樣一齊貼上包你話好！」「亞三夠經驗叫我用錢澍田如意膏再加上如意膏芯一貼就好呀！原來如意膏係將如意膏主要原料煉成功效更大」（筋肉や骨の痛み、リュウマチ。「奥さん！そんなに辛いのにどうして薬を試してみないの！」「いつも骨が痛むたびにいろんな薬を使ってきたけど一向に効かないのよ！」「あら！錢澍田如意膏が一番いいわよ！更に如意膏芯があれば効き目が更に大きくて二つ一緒に塗ればあなたも「良い」って言うこと請け合いよ！」「亞三は経験がとても豊富で錢澍田如意膏に如意膏芯を加えて使えって私に言ってくれたけど塗ったらすぐ良くなったわ！なるほど如意膏芯は如意膏を主原料に練られているから効き目が更に大きいね」）〔華僑日報、1951/7/1、藥〕

五コマの漫畫形式、内四コマの女性同士による會話部分（四個の「」内のもの）が廣東語。「点解」は「なぜ」「どうして」の意。また「点」は簡體字を使用。「吓」は標準語の「一下」の意で、動詞の後ろに補語として用いられる。「將」は廣東語における處置式のマーカー。文中二箇所に出てくる「的」は複数を表す量詞（標準語の「些」）で、現在の廣東語方言字の規範では口偏を付して「啲di」とすべきところである。まだ口語を文字に寫す規範が十分に確立されていない様相を反映している。

最後の例を除いて、これまで出てきた廣東語表現を文法項目に従い簡潔にま

とめれば、以下のようである。

- ・名詞—「嘢」「餸」「衫」「恤衫」「煲仔」など
- ・動詞—「飲」「係」「搵」
- ・形容詞—「好飲」「靚」「平」
- ・副詞—「重」「都」「咁」
- ・疑問詞—「乜」「點」
- ・否定詞—「唔」「冇」
- ・比較構文—「(形容詞) + 過 + (比較の對象)」
- ・可能補語—「(唔+) 動詞+得」「有+得+(動詞)」
- ・程度補語—「(形容詞) + 到 + (到達の程度を表す結果表現)」
- ・補語成分—「晒」
- ・使役マーカ—「俾」
- ・助動詞—「唔使」
- ・語氣助詞—「啦」「喇」

全體的な傾向として、

- 1) 宣傳に必須と思われるごく限られた範囲の常用語彙が廣東語で現れる。
- 2) 文法的手段を廣東語独自のもので表現する。

ということが言える。

このことは廣告文が本來的に持っている性質と密接な関わりがあると考えられる。おおよそ廣告文である以上、宣傳効果をその目的とするため、文としての表現類型に一定のパターンが見られるのはごく自然なことである。上述の文例からも見て取れるように、廣告文にはそもそも「AはBである。」「Aはどんな(性質、程度)だ。」「AはBより～だ。」「～できる。」「(あなたは)～ですか?」「～して下さい/しましょう。」のような表現形式が多用される傾向があると言える。すなわち屬性、性質、程度の叙述(説明)、比較、(不)可能、問いかけ、勧誘などの表現が普遍的に用いられる。そしてこのような表現類型を實際の言語表現として顯現させるものが、限られた範囲の常用語彙であり、基本的な文法的手段であるのは上で見てきた通りである。廣東語表現が現れる状況にこのようなある一定の限定的な傾向が見られるというもの、廣告を受容する側の廣東語母語話者の意識に、廣告文としての宣傳効果をより深く浸透させ

ようにする（おそらくは同じ廣東語母語話者であろう）廣告（文）作成側の意圖が反映している現れであろう。

2-2. 廣東語表現の判定基準

さて、前節2-1. で見てきたように、一口に廣告文中の廣東語表現と言っても、廣告文全體が純粹な廣東語であると思われる場合と、標準語（書き言葉としての標準中國語）と廣東語の混交體である場合の二種類がある。新聞における廣告文は當然のことながら書かれた言葉であり、文字情報がその全てである以上、前節のいくつかの例で問題にしてきたように、その廣告文が純粹な廣東語であるか、標準語と廣東語の混交體であるかを判断するのが難しい場合がある。何をもちてどの程度、この文は廣東語の表現である、とするかである。ここではその判定基準（ひいては香港人の廣告文に對する受容の仕方）について考えてみたい。

そもそも廣告文が廣東語で表現されている、あるいは廣告文に廣東語が交じっていると分かるのは、當然のことながら文中に標準語では用いられない廣東語独自の口語表現が使われていることによる。これだけならば問題は簡単であるが、廣東語の口語語彙には、そもそも現代標準語では口語でも書面語でも用いられないもの、あるいは「文言」「白話」を問わず書面中國語として歴史的に用いられてこなかったもの（すなわち廣東語独自のもの。例えば存在動詞の「喺」）以外に、話し言葉では既に用いられていなくても現代なお書面語としては標準語でも用いられているもの（例えば動詞の「飲」）、あるいは「文言」「白話」を問わず歴史的な書面中國語に由来するもの（例えばコピュラ動詞の「係」）、そして口語でも書面語でも現代標準語と共通のものが含まれる。つまり、標準語と方言のレベル、口語と書面語のレベル、さらに書面語でも「文言」と「白話」のレベルにおけるそれぞれの對立が重層的に錯綜していることで、當該廣告文に廣東語が使われていること自體は容易に見出しえても、その廣告文が全體として純粹な廣東語であるのか、あるいは基調は標準語で一部に廣東語が交じっているだけのものであるのかを、安易には判定しがたい場合が多々見られる。逆に言えば廣告文は文字情報のみであるがゆえに、純粹な廣東語であると厳密に言えるのは、標準中國語にはない廣東語独自の表現のみであり、標準語

1950年代～1980年代香港新聞廣告文に含まれる廣東語表現（横田）〔75〕

と廣東語の混交體であると断定できるのは、文中に廣東語では用いられない標準語の表現と標準語では用いられない廣東語の表現の両方が交じっている場合のみである。そうでないものは結局のところはつきりどちらとは判断できないわけだが、香港新聞廣告文に見られる多様性はこのような重層性とする意味でのあいまいさが支えているとも言える。そしてこのことは、言葉が文字に寫された時点で、方言をも視野に入れた場合の中國語という言葉が本來的に内包している性質の反映であり、香港という地域が持つ特殊性の現れでもある。

3. おわりに

以上、香港の新聞における廣告文の實態を、廣東語表現に焦點を當てて考察してきた。新聞記事はニュースとしての情報の傳達をその目的とするが、廣告は言うまでもなく宣傳効果をその最大の目的とするものである。如何に讀者の視覺に訴えるかが重要であり、繪圖を中心としたレイアウト、デザインばかりではなく、廣告文そのものの目立ちやすさも欠くべからざる重要な要素である。そして表現方法・スタイルの多様性こそが目立ちやすさを保證する要素の一つであると考えられる。元々中國語という言葉が持っている特性（「文言」「白話」の別）に加え、方言である廣東語の話者が多數を占める香港の特殊な地域性が、その多様性の源泉である。とにかく少しでも人目を引くために、讀者がふと目を留めざるをえないような、時には奇抜な表現も必要となるであろう。標準中國語の中に廣東語独自の常用語彙が交じるのはその最たる例である。ここにおいて、香港における人々の文字言語生活の多様性・複雑さが廣告の宣傳効果にも一役買っていると言える。新聞の廣告文をごく狭い範囲で見ただけでも、その表現手段としての言語的様相は、上に見てきた通り重層的でありかつ單純ではない。

もとより本稿では、香港人の文字媒體受容のほんの一側面を時代を限定して垣間見たに過ぎない。また新聞は文字媒體の一部であり、文字媒體はメディアの一部である。メディアにおける言語研究は、社會言語學の重要なテーマのひとつでもあり、例えば昨今問題とされることの多い「メディアリテラシー」などのより大きな枠組みの中で、ある地域社會における言語媒體受容の問題を總

合的に論じるためには、まだまだより多くの、そしてより廣い視點からの調査と考察が求められる。本稿がその端緒となることを願いつつ、今後の更なる研究を俟ちたい。

注

- 1) 黃仲鳴 2002『香港三及第文體流變史』香港作家協會に詳しい。
- 2) 一部の特に大衆性の高い新聞や雑誌では、記事の部分が純粋な廣東語で書かれる場合もまま見られる。
- 3) 香港で發行されている新聞は、華字新聞と英字新聞に大別されるが、このすみ分けがはっきりしているためか、華字新聞において記事の文章はもちろんのこと、廣告文においても英語交じりの混交スタイル（先に挙げた用語で言えば、いわば「新三及第」）で書かれることはほとんどない。アルファベットで書かれるのは、ほぼ商品名などの固有名詞のみであることが調査の中で確認された。
- 4) 1950年以前の状況については、今回の資料調査の対象外であったため、現時点では不明である。今後の調査を俟つ。
- 5) 筆者は平成16年度から、文部科學省科學研究補助費共同研究の研究課題である「香港におけるリテラシーの變遷と變異に關する社會言語學的研究」（課題番號：16320048、研究代表者：吉川雅之）に研究協力者として關わり、香港のメディアにおける社會的な言語情況についての調査・分析を行ってきた。「リテラシーの變遷と變異」に着目するというこゝで、研究對象の時期を1950年代～1980年代の40年間に定め、通時代的に様々な分野（文藝、メディア、コミュニティ、教育、宗教、法律）からのアプローチを試みるという目的の元に共同研究が進められてきた。本稿執筆に際して取り上げた資料も、一部は本共同研究において共同研究者の協力の下に収集したものである。本稿執筆のための調査、分析に當たり、研究代表者の吉川先生、分擔者の芹澤知廣先生をはじめ、共同研究者の方々から、様々なご指導、ご助言を頂戴した。この場を借りて感謝申し上げたい。
- 6) 廣告ジャンルの選定については、共同研究との關わりもあり、當該の二分野に絞ることとなった。
- 7) 王軍元 2005『廣告語言』漢語大詞典出版社 p.5～11に先行研究がまとめられている。また、雑誌の『語言文字應用』に、1994年から1996年にかけて廣告文（及びその研究）に關する一連の論稿が集中的に見られる。
- 8) 曹徳和 1995「廣告標題語法特點初探」『語言文字應用』第1期、王軍元 2005『廣告語言』漢語大詞典出版社 p.148～158（第五章 廣告語言的句型特徵）を参照。
- 9) 以下文例の句讀點は、それらが無いものも含め原則として廣告の文面（レイアウト）に従った。
- 10) 文が長いので、筆者の側で以下を省略したことを示す。
- 11) 「#」は判讀できなかった文字を表す。これは、収集した資料がマイクロフィルムからのコピーであることによる。