**UNIT 2**

１ English is spoken / by approximately two billion people around the world, / and this number is growing very quickly. // Many people are not happy about this. // They regret the need to learn English. // According to these people, / learning English is bad enough, / but what is worse / is the hybridization of English and their native language. // By a language hybrid, / I mean a combination of two different languages. //

英語は話されている　　　　　　世界中のおよそ20億人の人々によって　　 　　　　　　　　　　　 　　 　　そしてその数は急速に増えている　　　　　　　　　 　　　　　　　　　多くの人々はこれについて喜んでいない　　　　　　　　　　　　　　英語を学ぶ必要性を彼らは遺憾に思っている　　　　　　　 　　　 このような人々によれば　　 　　　　　　 英語を学ぶことは十分に不快である　　　 　　　 しかし，さらに不快なのは　　　 英語と彼らの母国語との混成である

　　　　　　　　　　言語の混成とは　　　　　　　 　　　２つの異なる言語が混じり合うことを意味する

最もよく知られている混成語は おそらくスパングリッシュである　　　　　　　 スペイン語と英語の混成語である

　　　　　　　　　　　 アメリカ合衆国のヒスパニックコミュニティにおいて一般に使われている

スパングリッシュは急速に移行している　　　　　　ある特有の文化現象から　　　　　　　　　　 　　 １つの本格的な言語へ

　　　　　　　 　2004年に　　　　スパングリッシュの最初の学会が開かれた 　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　 マサチューセッツ州のアマースト大学で　　　　　　　　　　　　　　 参加者は　　　　　　　　　 講義を聴いた スパングリッシュ語，スパングリッシュ・メディア，スパングリッシュ文化，そしてスパングリッシュ芸術に関する

学会は立ち上げられた　　　　　　　　　　　　 イラン・スタバンス教授によって　　　　　　　 そして彼は最初のスパングリッシュ英語辞典を執筆中である　　　　　　　　　　　　　　　　　　 尋ねられたとき　　　　　彼がスパングリッシュは文化帝国主義の産物だと思うかどうか　　　　　　　　　　　　　　　 彼は言った　　 「私はそれを評する 　　　文化帝国主義というよりむしろ文化的灌漑だと　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　アメリカ合衆国は，（複数の）言語の研究室だ

互いに発展向上させ合っている　　　　　　　　　　　　　 言語は自在に変わるし　　　　　　　　　　　　　スパングリッシュは動きなのだ

　　　　　　　　　　　　世界的に起こり続けている　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　それは縛りつけるにはあまりにも奔放で　　　　　　　　その利用を制御することは不可能だ」

一方で　　　　　　　　ヨーロッパでは　　　　伝統主義者が試みている　　　　　　　　　　　英語の氾濫を食い止めることを

　　　　　　　　スペインとフランスはどちらにも学術機関がある　　　　　　　　　 　　数百年前に設立された

　　　　　　　　　　　　スペイン語とフランス語の純正さを守るために　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　スペインでは　　　彼らは闘いに敗れつつある　　　　　　　　　　　フランス人は　　　　　 常に外部からの文化的影響に慎重で

　　　　　　　　　　　　　　　　より大きな成功を収めている

ドイツでは　　　　　　　英語，あるいは，デングリッシュ（ドイツ語＋英語）が広告に用いられることが多いが

　　　　　　　　　　　　　　　動きがある ゲーテの言語に回帰しようという

２ The most famous hybrid / is probably Spanglish / ―― a combination of Spanish and English / commonly used in Hispanic communities in the United States. // Spanglish is rapidly moving / from a peculiar cultural phenomenon / to a serious language. // In 2004, / the first academic conference on Spanglish was held / at Amherst College in Massachusetts. // People who attended / heard talks / on the Spanglish language, Spanglish media, Spanglish culture, and Spanglish arts. // The conference was organized / by Professor Ilan Stavans, / who is writing the first Spanglish-English dictionary. // When asked / if he considered Spanglish the result of cultural imperialism, / he said, / “I’d describe it / more as cultural irrigation than cultural imperialism. // The U.S. is a laboratory of languages / which are fertilizing each other. // Language has its own ways / and Spanglish is a movement / which is happening and happening globally. // It’s too free to be pinned down / and it’s impossible to control its usage.” //

３ Meanwhile, / in Europe, / traditionalists are trying / to hold back the flood of English. // Both Spain and France have academies / that were created hundreds of years ago / to protect the purity of the Spanish and French languages. // In Spain, / they are losing the battle. // The French, / always careful about outside cultural influences, / are having greater success. //

４ In Germany, / where English or Denglish (Deutsch+English) is often used in advertisements, / there is a movement / to go back to the language of Goethe. // Not long ago, / Lufthansa, / a German airline company, / changed its slogan / from “There’s No Better Way to Fly” in English, / to the German “Alles für diesen Moment,” or “Everything for This Moment.” // Similarly, / German McDonald’s changed its slogan / from “Every time a good time” / to “Ich liebe es,” / which translates to “I love it.” // Unfortunately, / for German traditionalists, / there has also been some movement / in the other direction. // A German Burger King / recently changed its slogan / to the English “Feel the Fire.” //

５ All over the world / there are people / who are worried about losing their native languages / and others / who feel that languages have always mixed together / and that this trend is no different. // At any rate, / what authority does any nation have / to control the changes in its language / and to guard against words from other languages? //

つい先頃　 　　　　　 ルフトハンザが　　 　ドイツの航空会社である　　　　　　　　　　　　　 自社の標語を変えた

英語の「飛ぶにはこれ以上よい方法はない」から　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　ドイツ語の“Alles für diesen Moment”，つまり「すべてはこの瞬間のために」に　 　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　同様に　　　　　　　ドイツのマクドナルド社は同社の標語を変えた　　　　　　　　　　　 　「毎回，楽しい時間」から　　　　　　　　　　　　　 “Ich liebe es”に

それは「それ，大好き」と翻訳できる　　　　　　　　　　 あいにくなことだが　　　　 ドイツの伝統主義者にとっては

いくつかの動きもある　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　 反対の方向への　　　　　　　　　　　　 ドイツのバーガーキング社は

最近自社の標語を変えた　　　　　　　　　　　　　英語の「熱を感じろ」に

世界中に　　　　　　　　　　　　 人々がいる　　　　　　　　　 自分の母語を失うことに不安を感じている

　　　　　　　 　そしてほかの人たちが（いる）　　言語は常に交わり合ってきたと感じている

そしてこの動向はそれと何ら違いはないと（感じている）　　　　 いずれにしても　　　　　 いったいどの国家がいかなる権限を持つのか

　　　　　　　　　　　 自分の言語の変化を制御し　　　　　　　　　　　　　　　 　　　　ほかの言語由来の言葉を防ぐ