

講義コード	11C0128716	授業形態	演習	事前登録の有無	なし	担当教員	真田 治子	開講期	通年
科目名	ゼミナール I (真田)								
履修前条件						備考			
授業の目的	社会・企業とことば・コミュニケーションの問題を広く扱う。広告に使われることば、ファッション雑誌の記事、スナック菓子の名前、若者の流行語など、身近な素材からことばの問題を考える。日本語について書かれた学術論文に触れる。レトリックの基本的な手法について学ぶ。学術論文の基本的な書式について学ぶ。								
到達目標	社会とことばの問題を広く観察・分析することにより、日本語の変化から読み取れる日本文化とコミュニケーションの問題や社会の動向を理解できる。日本語について書かれた基礎的な学術論文を読むことができる。レトリックの基本的な手法について説明できる。学術論文の基本的な書式について説明できる。								
授業外学修内容・授業外学修時間数	この科目では120時間以上の授業外学修を行うこと。毎回の授業の前には、各回の授業で扱う項目について、論文を読んで要約とパワーポイントを使った発表の準備、参考資料の調査をしていくこと。毎回の授業の後には、その授業で扱った論文の要約をまとめておくこと。								
授業計画	【第1回】 ガイダンス 【第2回】 欧文フォントと商品ロゴ (1) 【第3回】 欧文フォントと商品ロゴ (2) 【第4回】 欧文フォントと商品ロゴ・発表 (1) 字体と商品 【第5回】 欧文フォントと商品ロゴ・発表 (2) 字体と商品 【第6回】 欧文フォントと商品ロゴ・発表 (3) 字体と商品 【第7回】 首都圏の言語景観 【第8回】 関西の言語景観 【第9回】 言語景観・発表 (1) 観光地の言語景観 (山形) 【第10回】 言語景観・発表 (2) 観光地の言語景観 (北海道) 【第11回】 言語景観・発表 (3) 観光地の言語景観 (九州) 【第12回】 広告の言語表現の概要 (1) 【第13回】 広告の言語表現の概要 (2) 【第14回】 命名論とはなにか 【第15回】 まとめ 【第16回】 ガイダンス 【第17回】 発表 (1) 広告表現の変遷 【第18回】 発表 (2) 目を引きつける広告表現 【第19回】 発表 (3) テレビCMのことば 【第20回】 発表 (4) キャッチコピーと短型詩 【第21回】 発表 (5) 広告の誘惑と言語表現・非言語表現 【第22回】 発表 (6) 消費者行動と広告 【第23回】 発表 (7) 広告の説得効果と誤誘導効果 【第24回】 発表 (8) 広告のコピーが語ってきたもの 【第25回】 発表 (9) ラジオCMと日本語 【第26回】 発表 (10) 記事と説得 【第27回】 発表 (11) 記事のレトリック 【第28回】 論文の書き方・テーマの選び方 【第29回】 テーマ検討発表 (1) 【第30回】 テーマ検討発表 (2)								
成績評価の方法	授業中の発表 (70%)、質疑への参加 (30%)								
フィードバックの内容	課題に対する講評を授業の中で行う。								
教科書									
指定図書									
参考書	『フォントのふしぎブランドのロゴはなぜ高そうに見えるのか?』小林章 (美術出版社) 2011年、『雑誌『日本語学』28巻6号「多言語社会・ニッポン」』(明治書院) 2009年、『雑誌『日本語学』20巻2号「広告の日本語」』(明治書院) 2001年、『日本語探究法7巻レトリック探究法』柳澤浩哉・中村敦雄・香西秀信 (朝倉書店) 2004年								
教員からのお知らせ	上記以外の参考書は授業中に適宜指示する。								
オフィスアワー	専任) 本授業に関する質問・相談は、学部学科にて定めるオフィスアワーにて受付けます。また、WebClass のメッセージ機能でも受付けます (利用方法はポータルサイト、ライブラリ内のマニュアルを参照)。 非常勤) 本授業に関する質問・相談は、授業終了後、次の授業に支障がない範囲で教室内にて対応します。								
その他									