



VOICES OF JAPAN & THE U.S.

Cultures and Languages through Ads

Braven Smillie

Masachika Ishida

Yoko Nakano

Naoko Ogawa

SANSHUSHA

は し が き

このテキストでは日本の大学生なら誰でもどこかで見たことがあるような身近な「広告」を取り上げてみました。日本やアメリカの新聞、雑誌に掲載された広告の中で、話題性に富んだインパクトの強いもの20点と、日・米比較文化の観点から本書のために書き下ろしたエッセイで構成されています。同じ「広告」でも、日本とアメリカでは、その解釈や受け取り方が異なり、そこから両国の国民性の違いまでもうかがい知ることができて、興味は尽きません。

各章の練習問題のねらいと特徴は次の通りです。

(1) 「広告」について話し合う **WARM-UP.**

本文の内容が推測できるように、広告が各章のはじめに挙げられています。この設問に答えることにより、学習者は予備知識が活性化され、本文のリーディングへの準備ができます。

(2) 要点だけにリーディングの焦点を絞る **MAIN POINTS.**

英文の右横に設定されている質問に答えていけば、本文の概要が把握できます。これにより各エッセイの焦点を合わせるべき箇所が特定できるようになっています。

(3) 音声テープによる **COMPREHENSION.**

全体の内容把握は、原則として準拠テープを使い、True-or-False, 空所補充, 二者択一方式等のさまざまな問題形式により、無理なく行うことができます。

(4) 文構成力を養う **STRUCTURE.**

応用範囲の広い重要語句の使い方や使用頻度の高い表現を練習し、着実に英文構成力が養えるように工夫されています。

(5) 内容の構成を確認する **PARAGRAPH CHECK.**

最後の仕上がりとして、全体がどれだけ理解できたかをチェックするために、各パラグラフの日本語の要約とそれに対応する英文のパラグラフを組み合わせるようになっています。

(6) 学習内容に幅を持たせる **CHALLENGE CORNER.**

本文に関連した事項を発展的に学習できるコーナーです。気軽に取り組めるようにクロスワード・パズル、クイズ、各種のマッチング等が用意されています。

このテキストの最大の特徴は、英文をひとつずつ日本語に置き換えなくても、各章の練習問題を順に追って行けば理解が自然に深められる工夫がなされていることだと言えるでしょう。各章ごとに達成感が味わえる「総合教材」であることを確信しております。

CONTENTS



<i>Unit 1</i>	Memories of Our Teachers	6
<i>Unit 2</i>	Nostalgia and Whiskey	10
<i>Unit 3</i>	Security	14
<i>Unit 4</i>	In a Foreign Land	18
<i>Unit 5</i>	Slimming Down	22
<i>Unit 6</i>	Harmony vs. Plain Talk	26
<i>Unit 7</i>	Group Mentality	30
<i>Unit 8</i>	Traditional Teas	34
<i>Unit 9</i>	Images of Education	38
<i>Unit 10</i>	Appeals to Fears	42
<i>Unit 11</i>	Discovering Credit	46
<i>Unit 12</i>	Smoking Habits	50
<i>Unit 13</i>	Health Food	54
<i>Unit 14</i>	Computers and Software	58
<i>Unit 15</i>	Personal Classified Ads	62
<i>Unit 16</i>	No More Gun	66
<i>Unit 17</i>	Ads with Monkeys	72
<i>Unit 18</i>	Telephone Psychics	74
<i>Unit 19</i>	Immigration	78
<i>Unit 20</i>	Japanese English	82

◀ Memories of Our Teachers

皆さんは、教師や大学教授に対して無条件に尊敬の念を抱きますか。あるいはもっと別の感情を覚えるでしょうか。日本とアメリカでは教師に対するイメージが異なっているようです。

[illegible]

/WARM-UP

広告を見ながら、質問に答えましょう。

- (1) 上の写真の人物からどのような印象を受けますか。
- (2) 学校の先生に対してどのようなイメージを持っていますか。
- (3) アソビスキーという名前から何が連想されるでしょうか。

/READING

1 Here's an ad that shows how Americans and Japanese remember their teachers.

2 Most Japanese adults have spent long hours studying very hard for school exams. And they also learn to obey their teachers in school when they are young. After all that training, many adults in Japan feel respect for anyone who looks like a professor.

3 In this ad, it seems that a European gentleman, who looks like a professor, has written a report about a van. It says the van is good, so maybe you should buy it.

4 When teachers or professors appear in American ads, they usually don't have so much authority. Instead, they tend to be narrow-minded characters who just react to something the main character is doing.

5 But in this ad, Professor Asobiski is the main character, and he tells you to buy the van.

6 But, of course, this simple theme is not enough to sell a van. Like Americans, many Japanese laughed at a teacher behind his back when they were children. Also, many have memories of eccentric teachers who made learning fun.

7 That's why the ad lets us laugh at the professor: his European-sounding name is actually a pun. It means "I like to play," or "Play-ski."

/MAIN POINTS

Q1

日本人は大人になると、大学教授のような人々に対してどのような気持ちをいだきますか

Q2

この広告の人物はバンについてどのような内容の報告を書きましたか

Q3

アメリカの広告では、一般的に教育者はどのようなイメージで扱われていますか

Q4

日本の子供は教師についてどのような思い出があると言っていますか

Q5

アソビスキーという名前は何を意味していますか

● Notes ●

spend~ing「<人> ~をして(時間)を過ごす」 van「バン」 authority「権威」 narrow-minded「度量の狭い、了見の狭い」 react「反応する」 laugh at「あざ笑う」 behind one's back「<人>のいない所で、内緒で」 eccentric「変な、風変わりな」 European-sounding「ヨーロッパ風の響きがする」 pun「だじゃれ、ごろ合わせ」

/COMPREHENSION

テープの英文を聞いて に語を補い、その答えをチェック(✓)しましょう。

- (1) What do most Japanese children to do when they are in school?
☐ They learn to obey their teachers.
☐ They learn to owe their teachers a lot.
☐ They learn to overreact to their teachers.
- (2) Who has written a about a van?
☐ A European gentleman, who looks like a journalist, has.
☐ A European gentleman, who looks like a salesman, has.
☐ A European gentleman, who looks like a professor, has.
- (3) How are teachers or professors in American ads?
☐ They are characterized as narrow-minded persons who just react to something the main character is doing.
☐ They are characterized as broad-minded persons who accept anything critical of their work.
☐ They are characterized as narrow-minded persons who are laughed at behind their backs by their students.
- (4) What does the in the ad tell you to do?
☐ He tells us to make a pun.
☐ He tells us to buy the van he is reporting as good.
☐ He tells us to go have fun with the van.
- (5) What is the character's actually?
☐ It is a pun.
☐ It is fun.
☐ It is a bun.

/STRUCTURE

日本語を参考に()に適当な語を入れて、文を完成させましょう。

- (1) 困っている人をあざ笑うなんてよくないことだ。
It's not good to () () a person who is in trouble.
- (2) この決定は私に内緒で下された。
This decision was made () () ().
- (3) ケイトは友達と話して数時間過ごした。
Kate () a few hours talking with her friends.

/PARAGRAPH CHECK

テキストをもう1度読み、各パラグラフの概要と思われるものを選んでみましょう。

- | | |
|------------------------|---------------------------------|
| 第1パラグラフ () | (a) 「アソビスキー」という名前とその意味 |
| 第2パラグラフ () | (b) 広告の人物がバンについて報告している |
| 第3パラグラフ () | こと |
| 第4パラグラフ () | (c) この広告の人物と彼が訴えていること |
| 第5パラグラフ () | (d) この広告の簡単な紹介 |
| 第6パラグラフ () | (e) 日本の大人たちが学校教育で身につけた |
| 第7パラグラフ () | こと |
| | (f) 日本人が子どもの時に行ったことと、先生についての思い出 |
| | (g) 教育者に対してアメリカ人が抱いているイメージ |

CHALLENGE CORNER

次にあげられているのは学校に関する American Joke です。ひと息ついて楽しんでください。

- (1) In my third year in school I won a special award for playing hookey.
- (2) Teacher : "How do you spell Mississippi?"
Student : "River or state?"
- (3) "I heard you missed school yesterday."
"Not a bit."

(5,000 One-And Two Line Jokes by Leopold Fechtner,
Thorsons Publishing Group, 1986)

◀ Nostalgia and Whiskey ▶

人々がお酒を飲む理由は日本でもアメリカでも共通のようです。
両者の広告に何か違いはあるでしょうか。



/WARM-UP

広告を見ながら，質問に答えましょう。

- (1) この広告のお酒を飲む人は，どのような心境で飲むのだと思いますか。
- (2) お酒は日常生活の中で，どのような時に飲むのでしょうか。
- (3) お酒を飲みすぎて酔っ払っている人をどう思いますか。

/READING

1 Japanese and Americans place a lot of importance on competition, being rich and being productive.

2 People in Tokyo, Osaka, Chicago and New York often seem nervous, busy and unable to relax. Millions of Japanese and Americans struggle every day, and at night, to earn more, travel more, learn more and improve their social status.

3 A side effect of all that struggling is too much stress. In both countries, people drink to relieve the stress, and they begin early. U. S. and Japanese teenagers sometimes drink until they are sick.

4 As adults, Japanese tend to accept drinking as a normal part of life, and often forgive someone who drinks too much. Americans believe it's OK to drink a little bit. But Americans who drink too much are either shamed or treated as the victims of a disease.

5 Many liquor ads appeal to people who want to feel calm, remember old times, and forget about work for a while. In this ad, for example, there is no sudden action. The lighting is soft, and there is nothing complicated about the bottle and glass.

6 The style of pictures in this book is a symbol of traditional lifestyles, and the slow passage of time. That reinforces the idea that the whiskey itself is old.

7 Both Japanese and Americans drink for the same reasons, so this ad is very similar to many American liquor ads, which also tend to be nostalgic.

/MAIN POINTS

Q1

日本とアメリカで重視されているものは何でしょうか

Q2

日本とアメリカでは多くの人々は毎日、何のために奮闘していますか

Q3

人々は何のためにお酒を飲むのでしょうか

Q4

アメリカではお酒を飲みすぎることをどのようにとらえていますか

Q5

お酒の広告はどのような人を対象にしているものが多いですか

Q6

グラスのそばにおいてある本は何のシンボルとなっていますか

● Notes ●

competition 「競争」 productive 「生産的な」 nervous 「いらいらして」 side effect 「副作用」 stress 「ストレス」 liquor 「酒類」 calm 「静かな、落ち着いた」 reinforce 「強める」 nostalgic 「懐古趣味の」

/COMPREHENSION

テープを聞いて空欄を補い、テキストの要約を完成させましょう。

Japanese and Americans place a lot of importance on being rich and being productive.

People in big cities such as Tokyo, Osaka, Chicago and New York often seem (①), busy and unable to (②). Millions of Japanese and Americans (③) every day.

A side effect of all that struggling is too much (④). In both countries, people drink to (⑤) the stress.

Many liquor ads appeal to people who want to feel (⑥), remember old (⑦), and forget about (⑧) for a while. The style of pictures in the book reinforces the idea that the whiskey itself is (⑨).

Both Japanese and Americans drink for the same reasons, so this ad is very similar to many American liquor ads, which also tend to be (⑩).

/STRUCTURE

日本語に合うように英語を並べかえて文を完成させましょう。

- (1) 日本人は集団の中の「和」にたいへん重きをおいている。

(on / a / in / a / place / Japanese / lot / of / importance / harmony / group).

- (2) 試験を受けたい人は、来週の金曜日までに申し込まなければなりません。

(before / wants to / take the examination / next Friday / who / must apply / anyone).

- (3) いところは先週ローマかミラノに行ったと思います。

I think that (my / went / week / Milan / or / to / either / Rome / cousin / last).

/PARAGRAPH CHECK

テキストをもう1度読み、各パラグラフの概要と思われるものを選びましょう。

- | | |
|-------------|---------------------------------|
| 第1パラグラフ () | (a) 飲酒のとらえ方についての日米の違い |
| 第2パラグラフ () | (b) ニッカの広告を含む酒類の広告一般が対象にしている人々 |
| 第3パラグラフ () | (c) 日本とアメリカの大都市にいる人々が日々奮闘していること |
| 第4パラグラフ () | (d) 日本とアメリカが重視していること |
| 第5パラグラフ () | (e) 日本とアメリカの広告の類似点 |
| 第6パラグラフ () | (f) 飲酒の原因 |
| 第7パラグラフ () | (g) グラスのそばの本が象徴していること |

CHALLENGE CORNER

飲酒に関する語句があります。日本語に対応する英語を探してみましょう。

- | | |
|-------------|---------------------|
| (1) アルコール飲料 | a. sober |
| (2) 二日酔い | b. alcoholic drinks |
| (3) 酔っ払う | c. drinking |
| (4) 飲酒 | d. get drunk |
| (5) しらふ | e. hangover |