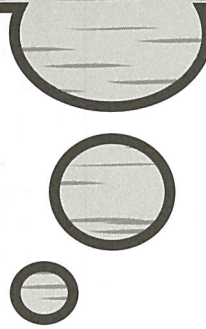


Ad Venture

Braven Smillie Junji Nakagawa



Let's go to the Advertising world!

は し が き

広告は、現代社会を映し出している。時代の先端をゆく情報を提供することによって、人々により豊かな生活をもたらすことを約束する広告があるかと思えば、何年も変わることのない広告をし続けることで、その商品の存在を永年にわたってアピールし続けているものもある。広告を見ることで、その地域や地方、ひいてはその国の文化といったものも垣間見ることも出来る。

このテキストは現代アメリカで使われている広告を元にして構成されたものである。アメリカの広告の人々へのアプローチの仕方は、日本のそれとは異なったものもあれば、比較的似かよったものもある。そうした、アメリカと日本の広告の比較をしてみることで、アメリカ人と日本人の発想や考え方の違いを分析してみるのも興味深いことであろう。

広告は先ず、視覚に訴えることで人々を引き付ける必要がある。従って、そこには、人に目をとめさせるためのさまざまな工夫がこらしてある。しかし、大抵の広告には、印象の強い、簡潔で洗練されたうたい文句も一緒につけてあるのが普通である。そのキャッチコピーを見たり読んだりすることで、その広告が訴えている主張の多くを瞬時に見る側に伝達させることをねらって、広告主はその広告を作成しているのだ。

しかし、その中で使われている英語表現やキャッチコピーの意味が分からなければ、真にその商品のセールスポイントを把握出来ないかもしれない。このテキストでは20の多方面にわたる広告を取り上げているが、そこに使われている英語表現を通して、アメリカの社会や文化の中に一步踏み込んでいていただきたい。

このテキストの構成について見てみよう。Passageでは、その広告が訴えているものの分析が行われている。みなさんには、自分なりに広告を分析した上で、Passageを読むことを勧める。Exercisesでは、IとVでリスニングを中心とした問題に取り組んでみよう。IIとIIIはPassageを読んだあとで、独力で解答して授業に臨もう。IVの英作文では、Passageの中で使われているイディオムを中心とした語句を使って、英文を書いてみよう。なお、それぞれのUnitの導入部としてPre-readingが用意されているが、ここは必ず予習段階として、各自が事前に自分の考えをまとめておき、自分の意見をはっきりと人前で発表する場としよう。

このテキストを通して、アメリカの生活と文化をより身近なものとして自分の中に取り入れていただけたら、それは筆者の大きな喜びである。

2000年1月

中川準治

P r e f a c e

In recent years, the value of advertisements in language education has steadily gained recognition among both instructors and students. As the quintessential form of applied art, advertisements by necessity have a practical purpose. They must catch the attention of the busy reader, hold it for as long as possible, and deliver a message. At the same time, they must both appeal to the broadest audience possible, and deliver culturally specific messages centered around a particular purpose. Needless to say, a great deal of creative talent, money and man-hours are poured into advertising efforts. The result is some of the most culturally stimulating art in existence.

For students who are interested in foreign cultures, this nature makes advertisement art ideal material for language education. In effect, they form one of the most useful forms of realia that can be incorporated into the classroom environment. The ads in this text have been compiled with great care by university-level English language instructors. They represent material that students have consistently found interesting and useful, and that instructors have found to be the ideal ingredients for fruitful classroom sessions.

Each unit is structured to provide all the material necessary for a well-rounded lesson plan. With 20 units, it can be used by instructors working with a long-term semester-based curriculum, or a more brief schedule of any kind.

Braven Smillie

CONTENTS

UNIT 1 Software Help.....	6
—コンピュータに出来ないこと—	
UNIT 2 Going, Going, Gone.....	11
—牛乳を飲むマグワイヤ選手—	
UNIT 3 Calculus, Diamonds and Jeans.....	15
—微分とダイヤモンドとジーンズの共通点は?—	
UNIT 4 Old Betsy, New Old Betsy.....	19
—この写真から何が読み取れる?—	
UNIT 5 AIDS.....	23
—エイズ—	
UNIT 6 Documents and Papers.....	28
—文書と書類—	
UNIT 7 Party in the Monastery!.....	32
—修道院でパーティー!—	
UNIT 8 Are You Expecting a Flood?.....	36
—洪水に保険はきく?—	
UNIT 9 Little Swimmers.....	41
—子供の使い捨て水着—	
UNIT 10 E-Commerce.....	45
—ネット書店—	
UNIT 11 Anti-Smoking.....	50
—タバコとハゲワシのビルボード—	
UNIT 12 Terra Nova.....	55
—肘掛け椅子の探検家—	
UNIT 13 Too Young for Contacts?.....	59
—メガネはダサイ?—	
UNIT 14 Do you Know This Bunny?.....	63
—このバニーを知ってる?—	
UNIT 15 Time To Quit.....	67
—タバコをやめる方法—	
UNIT 16 Chet Is Having a Cookout.....	71
—低脂肪食品—	
UNIT 17 Did That Tree Fall?.....	75
—森林伐採は是か非か—	
UNIT 18 One Less Thing To Worry About.....	80
—車の寿命より長く使える冷却液—	
UNIT 19 Insurance for Girls.....	84
—女性のための自動車保険—	
UNIT 20 Immigration.....	89
—移民に関する意見広告—	

Software Help

コンピュータに出来ないこと

Pre-reading

1. コンピュータはあなたの生活にどのように役立っていますか。
2. 印象に残る広告のキャッチコピーをひとつ挙げ、そのどこがよいか述べてください。



Where do you want to go today?

Your computer isn't going to do your homework for you.

It's not going to finish your book report. Or figure out what happens when a train leaves Chicago going 50 mph. You get to do that. But we make software that can help.

After all, there's a lot of homework in the world and there's only one of you.

Microsoft

www.microsoft.com

Passage

Many advertisements, TV commercials and Internet ads for kids try to stand out from their rivals by being louder. They bombard the eye with outrageous graphics, ear-splitting music and jolting sound effects. But this ad does the opposite. It stands out from others by offering a low-key, no-nonsense approach to the product.

Over the past decade, a vocabulary of adjectives has gradually developed describing the amazement people feel at the fast pace of advances in computer technology. Many ads have overused these words. In ads for computer-related products, phrases like “awesome” speed, “stunning” graphics, and “cool” 3-D images have appeared so often that consumers may be getting tired of them. One conspicuous feature of this ad is that it avoids words like these completely.

Like many ads, this one begins by showing a photo of the type of person the ad is aimed at. Here a girl, probably in high school or junior high, is looking at her computer screen. Perhaps she’s struggling with a book report, or a math problem.

The text does not begin like the typical hype ad. It begins by telling the reader what can’t be done: You have to do your own homework because no computer can do it for you. This dose of reality prepares the reader for the main message of the ad: MS software can help you learn. That’s it. No cartoon characters, no magnificent claims, no TV pop idol inviting you to spend money. Just a simple message.

Instead of outrageous claims, the emphasis is that software can help you learn. It can help you work more efficiently, be creative and even help you learn math — It helps, but it won’t do the work for you. Like the ad says, “You have to do that.”

● NOTES ●

stand out 「傑出する」

low-key, no-nonsense approach 「控え目で真面目な方法」

at the fast pace of advances in computer technology 「コンピュータ技術が急ピッチで進歩してきたことで」

3-D images 「三次元（立体）のイメージ」（3-D: three-dimensional）

a photo of the type of person the ad is aimed at 「広告がターゲットとしているタイプの人の写真」

typical hype ad 「典型的な誇大広告」

This dose of reality 「この現実の一面」

Exercises

I テープを聞いて、それぞれの続きに最も適切なものを一つ選びなさい。



1. This ad is ...
 - a.
 - b.
 - c.
 - d.
2. One example of adjectives describing the amazement people feel is ...
 - a.
 - b.
 - c.
 - d.
3. Maybe the typical hype ad will tell the reader ...
 - a.
 - b.
 - c.
 - d.
4. In this ad, you see ...
 - a.
 - b.
 - c.
 - d.

II Passage を読んで、それぞれの質問に対する正しい答えを一つ選びなさい。

1. How do many ads for kids try to stand out?
 - a. By presenting lower prices.
 - b. By offering higher quality.
 - c. By being louder than others.
 - d. By imitating children's laughter.
2. Which of the following could the girl be doing?
 - a. Struggling with a math problem.
 - b. Working on some furniture.
 - c. Putting a bicycle together.
 - d. Learning to play the drums.
3. How does this ad try to stand out from others?
 - a. By using hype.
 - b. By showing a few photos.
 - c. By making outrageous claims.
 - d. By using a simple message.
4. What does the ad imply about software?
 - a. It can't do your homework for you.
 - b. It costs too much for children to buy.
 - c. It makes reading books more fun.
 - d. It is easiest for teachers to use.

● UNIT 1

III 次の語の意味に最も近いものを一つ選び、その記号を () の中に記入しなさい。

- | | | |
|----------------|-----|--|
| 1. bombard | () | a. admiration; astonishment |
| 2. outrageous | () | b. portion; serving |
| 3. jolting | () | c. remarkable; sensational |
| 4. adjective | () | d. excessive; immoderate |
| 5. amazement | () | e. clearly visible |
| 6. awesome | () | f. giving a surprise or a shock |
| 7. stunning | () | g. exaggerated publicity or sales promotion |
| 8. conspicuous | () | h. alarming; breathtaking |
| 9. hype | () | i. to attack with vigor and persistence |
| 10. dose | () | j. a word imputing a characteristic to a noun or pronoun |

IV 次の日本語を与えられた語句を使って英文にしなさい。

1. 急ピッチで旅行すれば、我々は真夜中までには目的地に到着するだろう。
(at the fast pace)

2. そのビデオは何度見ても飽きない。(get tired of)

3. 彼のスキャンダルが発覚した時、彼の釈明が記者団に向けて行われた。
(be aimed at)

4. ダイエットを続けるたびごとに、私はチョコレートへの渴望と苦闘する。
(struggle with)

V テープを聞いて下線部を埋めなさい。



W: Your computer is so old and so slow. (1) _____.

M: I like my computer. (2) _____ for seven years.

W: But you need more speed, more power, and a bigger screen. That's what everybody needs. (3) _____ all the time. You'll be left behind everyone else.

M: That's why I don't want to buy a new computer.

W: (4) _____?

M: If I spend a thousand dollars on a computer today, it'll only be worth five hundred dollars next summer. (5) _____.

W: Gee, I never thought about it that way.