

ジャンル準拠の初級オノマトペ指導 — 広告 (CM) の翻訳活動を通して —

行木瑛子・岩崎典子

本稿はジャンル準拠の初級日本語クラスでのオノマトペ指導の実践報告である。オノマトペが特定のジャンルで特に有用なことに注目し、広告 (CM) というジャンルを取り上げ、翻訳活動を使った複言語教育 (学生の母語を含む全ての言語資源の動員を促す) アプローチで実践を行った。主眼において指導目的は、オノマトペが特定のジャンルで効果が発揮される語彙であるという意識と、その効果がどのようなものであるかについての感覚を培うことである。本実践では、多様な母語や文化背景の初級レベルの19名の学生が参加し、それぞれが言語間の比較や翻訳を通して自分の有する既存の言語・文化資源を活用した。授業の録音データ、学生の振り返り、学生のCM翻訳の第三者による評価を分析した。その結果、CMで使われたオノマトペの意味や用法のみならず、CMにおけるオノマトペの効果や有用性についても初級の段階から考えることができ、オノマトペの意識向上につながったことがわかった。

(行木一国際教養大学・岩崎一南山大学)

Genre-based Teaching of Mimetics in the Beginner-level Classroom: Translating TV commercials

GYOGI Eiko and IWASAKI Noriko

This paper reports on a genre-based teaching of mimetics (onomatopoeic expressions) in the beginner-level Japanese language classroom. The frequency and role of mimetics vary from genre to genre; the use of mimetics is considered particularly effective in advertisements including TV commercials. The purpose of the session is to make beginner-level students aware of the role that mimetics play in a specific genre (i.e. advertisements/commercials) as well as the effect they create. Adopting a plurilingual approach (i.e. valuing and utilizing students' existing linguistic and cultural repertoire), 19 beginner-level students of Japanese with diverse linguistic and cultural backgrounds engaged in the translation of TV commercials. The data consist of the classroom recording, students' reflective journals, and a third-party's evaluation of students' English translation. The results show that students mobilized existing linguistic and cultural resources to compare languages and translate Japanese mimetics to English and other languages. Furthermore, students' reflections demonstrated that they considered not only the meanings and usage of specific mimetics used in the class, but also the role and effects of mimetics in TV commercials, suggesting students' heightened awareness of mimetics.

(GYOGI: Akita International University, IWASAKI: Nanzan University)