

メディア と方言

日本大学文理学部国文学科
日本語基礎演習 2

はじめに

ローカルヒーローと メディアと方言

観光・土産の宣伝に 使われる方言

—ヴァーチャル方言のWeb vs 実店舗—

メディアに現れる 関西弁

方言キャラクターの 比較

—漫画とアニメ、日本語版と韓国語版—

ニセ方言使用の 意識と実態

あとがき

ローカルヒーローと メディアと方言



0312044 松岡美紗
0312110 石川智美
0312116 大川有希

2.1 調査概要

2.1.1 目的

メディア内のヒーローの活動内容、宣伝、会話などに使われる方言使用度や方言に関する事、また、そのメディアでどんなことをしているかを調べる。

範囲はWikipedia内の「地域別ローカルヒーロー」に掲載されているヒーロー全て(723体)。

2.1.2 調査対象の抽出方法

Wikipediaに掲載されているヒーローとそれに関するメディア(Twitter、ホームページ、ブログ、Facebook、テレビ番組、漫画)のトップ画像や、その詳しい文句、登場シーンのセリフなどそのローカルヒーローの方言に関することを調べ、ヒーローの全国マップを作成し、ヒーローの活動人数、方言と重ね合わせて活用し、見比べつつ調査。

2.1.3 分析の方法

班員の分担として、北海道、東北地方、関東地方で一つ。中部地方、近畿地方、中国地方で一つ。四国地方、九州地方、沖縄県で一つの区切りとした。

ネーミングに関するものがあつたらその由来も調査の対象とした。

調査対象はローカルヒーローに関するメディア(Twitter、ホームページ、ブログ、Facebook、テレビ番組、漫画)で、調査期間はそのヒーローがメディアを通して活動を開始してから2013年11月26日までの期間である。

2.1.4 分析の方法

班員の分担として、北海道、東北地方、関東地方で一つ。中部地方、近畿地方、中国地方で一つ。四国地方、九州地方、沖縄県で一つの区切りとした。

ネーミングに関するものがあつたらその由来も調査の対象とした。

調査対象はローカルヒーローに関するメディア(Twitter、ホームページ、ブログ、Facebook、テレビ番組、漫画)で、調査期間はそのヒーローがメディアを通して活動を開始してから2013年11月26日までの期間である。

→ 2.2. 北海道、東北地方、関東地方(大川有希)

→ 2.3. 中部・近畿・中国地方(石川智美)

→ 2.4. 四国地方・九州地方・沖縄県(松岡美紗)

2.5. 班全体のまとめ

各地方で丸が多く付いたものには共通してTwitter、Facebook、番組が入っていることが分かった。CM、ネットの口コミ等でそのヒーローへ興味を持たせ、さらにそこから地方に興味を持たせ、その地方のPRに繋がっているのではないかと考える。また、ただヒーローは方言を使っているのではなく、その土地の特産や伝えたいものを前面にアピールしていることが分かった。

 ページトップへ