

第三章

研究の方法論

A. 研究方法

Sugiyono (2009:3) 「一般に、研究方法は固有な目的と有用性にこのデータを取得するための科学的な方法として定義される」と言った。

研究活動の基準は研究対象の問題があつて、計画的かつ体系的がされて、論理的な分析を使用して、レポートや出版物がある。つまりは、研究活動は、計画された一連の活動を通して論理的な方法で問題を解決することで、結果のは一定の有用性を持っている。(Sutedi、2009)

本研究には質的な方法で、記述的分析法により、データを分析した。それは、追加させずにと低下させずに得られた材料に基づいて、データを分析する方法で、そして、それを分析する Sevilla (1993: 71)。記述方法で、体系的、正確かつ事実に基づくデータ、研究対象の現象の特性との関係で説明できる。そして最後に、科学的データの画像を生成す。

しかし、本研究には記述の分析を使用して、この研究はある事実である、または経験的に言語を使うことで、日本語を話しに使う、それから、実像の画像として、言語の使用方法の説明が得られた。筆者はこの行う研究に比喩と実践的な理論を使用する。

著者は、広告の言説の実践的な理論（含意）によると発見し、分析した全ての文のリストの中で比喩的な修辞技法の種類を識別することを目指す。

筆者はそれぞれの見つけた広告の談話で比喩的修辞技法の種類を識別することが目的である。それで、現実的な理論（含意）に基づき広告の言葉を分析する。

B. 研究の手段とデータ出典

本研究はコーパスのデータフォーマットという手段を使用し、日本語の雑誌にある化粧品の広告からあつめる実例をデータ出典にするというふうに行う。それは、2011年8月から2012年3月までの『CanCam』、『AN AN』、『Seventeen』、『家庭画報』という雑誌である。それぞれのは、本研究に問題の構成を答えるために分析する。

C. データ収集技法

本研究のデータは書かれた談話の言語現象である。したがって、本研究は直接観察によるデータ収集技法を使い、修辞技法を使うことで日本語の雑誌における化粧品の広告から比喻を使う例文を集め、分析し、記録するというふうに行う。筆者は日本の雑誌の広告からいくつかの談話を記録した。それは、2011年8月から2012年3月までの『CanCam』、『AN AN』、『Seventeen』、『仮定画報』という雑誌である。そして、データは研究の目的に応じて選択されている。

1. 調査すべき問題を解くことに焦点をする。
2. 研究と関係がある雑誌に集める。
3. そして、集めたデータを整のえられて、詳しく調査をして、内容は、締結して、必要なことと本研究の客観性を支えることを取る。

D. データ処理技法

1. 準備の段階

この段階に、筆者は本や研究やジャーナルや情報を含んでいる辞書などを読む。

2. 実現の段階

- a. データを集める。集められたデータは日本語の雑誌における化粧品の広告のデータである。データを集めることは雑誌に比喻を使う例文を集め、分析し、研究のために必要なことを記録するというふうに行う。データは『CanCam』、『AN AN』、『Seventeen』、『仮定画報』という雑誌から記録された。
- b. 必要なデータを選んで、不必要のを除く。雑誌における化粧品の広告を記録した結果は研究の焦点に選ぶ。だから、不必要なデータが除かれる。
- c. データを調査する。本研究にはデータ分析するのに確認技法を使う。全ての集めたデータは選択し、本研究の理論的考察に適し、分類する。その広告に使われる 比喩的修辭技法と含意が分かり、受けるために語用論上の理論、修辭技法の理論に基づき分析するのである。本研究は次のステップで行う。
 - 1). 認知言語学的なアプローチで、本研究の基礎は「Abram's の理論」を使用する。Abrams は比喩のグループが5つに分けて、それは直喩、隱喩、換喩、提喩、擬人法である。

2). 日本語の化粧品費の広告の談話における含意を分析する。含意 (*implicature*) は発話と違う物事を指すということである。その違うものというと、発話者が明快なことを表すものではない意志である。つまり、含意とは、意志、希望、心に潜んでいる表現ということである。(ムルヤナ, 2005 : 11)、

d. データ分析結果を説明する。

3. 報告

ここは、日本語の化粧品の広告に比喩的修辞技法と含意という研究の結果を報告する段階である。