

表現する力を伸ばす授業の提案

——「言外の意味」に注目して——

宇田昭史

I はじめに

前回の学習指導要領改訂より国語科の目標の中に「伝え合う力」という語が取り入れられ、今回の改訂でも引き続き用いられているが、小森(2006)は、「伝え合う力」を育成するために重要な要素として、次のような五つの言語意識を挙げている。

- (1) 「相手意識」
- (2) 「目的意識」
- (3) 「場面や状況意識、条件意識」
- (4) 「相手や目的、場面や状況・条件などを考えたり、判断しながら、意図的・計画的に話したり、相手の話の意図や要点を的確に聞き取ったりするための方法や技能意識」
- (5) 「相手や目的、場面や状況・条件などを踏まえ、自分の言葉で意図的・計画的に表現したり理解したりする言語行為になっっているか等を自己評価(相互評価も含む)する評価意識」

また、田近(2004)は、「言語意識」を「言語表現の正誤、適否あるいは効果などに注意を向けて、的確に表現したり理解しようとしたりする心のはたらき」であると定義している。

表現する際の「言語表現の正誤、適否あるいは効果などに注意を向け」させる指導には、様々の方向性や方策が考えられる。その中で、この度は「言語表現の効果」を取り上げ、特に言葉が示す言外の意味に注目することとし、これを「文字言語の持つ無限性と限界」と位置付けることとした。

「文字言語の無限性」とは、換言すれば「言葉そのものの持つ意味に加えて意識的に持たせることのできる言外の意味」である。例えば、俳句という表現形式の作品には、十七音ではとても収まりきれない世界観がこめられる。あるいは手紙に「息子にも困ったものです」と書きながら、そこにはわが子を微笑ましく見つめる親の目がこめられたりする。

「文字言語の限界」とは、文字のみの伝達であることで、言外の意味が一人歩きすることを指す。発信者の気づかぬうちにその意図

を超え、あるいは異なった方向へ一人歩きすることで、発信者の意図とは違った受信となり、発信者の心情が誤解されたり、時にはコミュニケーション上のトラブルに発展したりする。

つまり「文字言語の無限性と限界」は表裏一体であり、不用意な言語使用は「限界」につながる一方、言外に示す意味をよく吟味した上で効果的に用いることができれば（言外の意味を意識的にコントロールできれば）、コミュニケーションにおいて言語の持つ可能性は「無限」に広がるといえる。

本実践は、文字言語において、つかおうとする語の表しうる言外の意味をつかう前に意識させる手だてとして、創作活動とその推敲の間に、全く題材の違う創作活動を組み込むことによつて、事前と事後における「言外の意味への意識」に変容がみられるか試みる目的で行うものである。

II 単元の構成

1 指導計画

(1) 俳句創作Ⅰ：「文字言語の無限性」の意識付け

(2) 日常における言葉のすれ違いの学習：「文字言語の限界」の意識付け

(3) キャッチコピーの読み取り：「文字言語の無限性」を利用した例

(4) PRポスター（コンテ）の制作：文字言語の無限性を利用して「書かずに表す」①

(5) 俳句創作Ⅱ：文字言語の無限性を利用して「書かずに表す」②

2 対象学年 第三学年

3 指導時期 九月～十一月

4 単元の構成

(1) 「文字言語の無限性」の意識付け―俳句創作Ⅰ

まず、「文字言語の無限性」を意識させるために、俳句の鑑賞及び創作、比喩等表現技法の学習からスタートした。特に変わった手法を用いたわけではないが、「言外に示す意味」という語を意識的に用いて、言葉の辞書の意味を超えて表現されていることを意識させた。俳句の創作については、単元の最終段階における推敲・再創作に向けてモチベーションを維持させる狙いもあって、尾道市観光協会が主催する「おのみち俳句まつり」の課題を利用し、実際に応募することを明言して行わせた。

(2) 文字言語の限界―言葉のすれ違い

次に、「文字言語の限界」を意識させるために、日常生活における会話場面にみられるすれ違いや電子メールのやりとりについて、具体的な事例を用いながら考えさせた。

財団法人インターネット協会 (Japan) が2002年に行ったアンケートによれば、電子メールが原因でトラブルになった経験があるとした回答者の38%が、その原因を「言葉の行き違い」によるトラブルであると答えている。日本人の多くが日常の言語生活において直面している問題であり、少なからず生徒にも同様の経験があると考えて、電子メールを取り扱った。ただし、あまり踏み込むと

ディア・リテラシーの方向へ向かいすぎる懸念があったため、あくまでコミュニケーションにおける言葉の行き違いの例としてあげるにとどめた。

(3) 文字言語の無限性—キャッチコピー—

「文字言語の無限性」をうまく利用して大衆の心理を巧みに引く例として、以下2例の広告デザイン(キャッチコピー)を取り扱った。授業では、それぞれの広告のデザインに関する工夫点と、キャッチコピーにこめられた言外の意味(このキャッチコピーによってPRしたいこと)を考えさせた。個による考察の後にグループ学習を行う予定であったが、生徒の反応がことのほか良く、発言したい意欲がありありと感じられたので、自由発言によっておおかたを展開し、その後に発言しない生徒の意見や見方も取り入れられるよう、グループ学習を行った。

〈取り扱った広告デザイン〉

・大塚製薬…ポカリスエット「人間の欲しがる水と、植物が欲しがる水は違う。」(1989年、雑誌広告、図1)



図1 大塚製薬の雑誌広告

・日清食品…カップヌードル「世界の非常食になりませんように」(2004年、第52回朝日広告賞グランプリ作品、新聞広告、図2)



図2 日清製粉の新聞広告

最初に、商品の画像がはっきり示されており、キャッチコピーにこめられた意味も比較的とらえやすいと考えられる「ポカリスエット」の広告を取り扱い、広告全体にみられる工夫点、キャッチコピーから読み取れることの順に進めた。

生徒から出され、全体で確認したそれぞれの工夫点、読み取れることは表1の通りである。

| | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| <p>広告全体に見られる工夫点</p> | <p>コピーから読み取れること</p> |
| <p>・デザインがシンプルであること。</p> | <p>・人間が必要とする成分が豊富に入っていることのPR。</p> |

| 日清食品 | 大塚製薬 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・遠くからみても印象的であること。 ・商品名がなくてもそれとわかるデザインであること。 ・コピーが短くきわめて短い時間で読めること。 | <ul style="list-style-type: none"> ・背景が白で対象物が目立つこと。 ・1本の葉とボカリスエットが対比的に表現されていて、1本の植物と1人の人間を対照的にイメージできるようになっていること。 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・日常の食品として毎日買っしてほしいというPR。 ・世界平和（環境破壊）の起こらない世界であってほしいと願う企業であることのPR（企業イメージの向上） ・世界中で売れている、ということのさりげないアピール。 | <ul style="list-style-type: none"> ・不用意に捨てないでほしいことの訴え。（植物には向かない↓環境問題） |

表1 二つの広告デザインとコピーの工夫点、読み取れること

(4) 書かずに表す①—東雲中学校PRポスター

キャッチコピーの読み取りを生かして、キャッチコピーの創作を行わせた。題材は、生徒個々による対象物への知識の差が出にくいものと考え、本校のPRポスターを選んだ。作品は実際にA3の大きさに拡大して校内各所に掲示するとともに、本校を紹介する何らかの場面で使用することを伝えた（実際には、本校入学者説明会資料に一部を掲載した）。

制作にあたっては、キャッチコピーの創作をメインに、ポスター全体のデザインの内容を作成するところまで生徒に行わせること

とし、そのうち何点かを選んで教師がポスターに仕上げた。（図3）
7参照

ここに挙げた制作例はいずれも、キャッチ・コピーと背景や挿入写真の双方に本校のPR内容をこめた作品となっている。PRポスターとしてセンシティブな完成度を持つか否かの差異はあるが、ここに紹介しない他の作品も、概ね「言外に示す意味」を意識し、それを利用して表現しようとする作品としてコンテを描けている例が多かった。



図3 PRポスター創作例①



図4 PRポスター創作例②

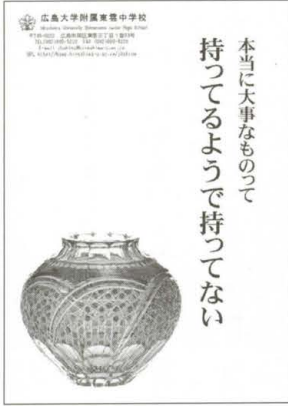


図7 PRポスター創作例④



図6 PRポスター創作例④



図5 PRポスター創作例③

(5) 書かずに表す②―俳句創作II

本単元の第1段階で俳句創作を行わせたが、同じ題材(「おのみち俳句まつり」)における課題)を用いて再度創作させた。ここでは、前回創作した作品を基に推敲・改作することを基本に、新作の創作も認めることとした。また、キャッチコピー創作の際には「書かずに表す」ために、写真や絵、コピーの字体や色づかいなどに表したい意味をこめることができたが、俳句の創作では、そういった手法が全く使えないことを確認し、一語、一文字をじっくり吟味することが必要であること、同じ語でも表記を変えることで受ける印象が変わることをおさえた。

III 結果と考察

言外に示す意味を利用して表現する活動を、俳句の創作、キャッチコピーの創作、俳句の創作とくり返し行わせたが、これによって言外に示す意味を意識して表現したかどうかについて、その変容を2回創作した俳句の作品を比較することで検証してみた。なお、言外の世界観の広がりや視点を比較する点として、俳句作品としての完成度や質に言及するものではない。また、検証にあたっては、その客観性を高めるために、評価を国語科教師2名で行った。

初創作・再創作全64組の事例を、言外の意味を意識した創作になっているかどうかを視点として分類すると次のようになる。

○ 一部の語を変えて、言外の意味に広がりを持たせることができ

た例：・15例

○ 一部の語を変えたが、言外の意味に広がりを持たせられなかった例：：9例

○ 再創作で新しい作品を創作し、広がりを持たせることができた例：：20例

○ 再創作で新しい作品を創作したが、広がりを持たせることができなかった例：：8例

○ どちらの創作も全く同じ句を提出した例：：12例

以上のように、初創作と比べて、再創作の方により言外の意味に広がりを持たせることができた例が35例、広がりを持たせることができなかった、あるいは変容がみられなかった例が29例という結果であった。

次に、言外の意味に広がりを持たせることができた例として、8例を挙げる。

【事例1】

(初創作) 千光寺桜を運ぶ春の風

(再創作) 次々と花人となる観光客

初創作では季語が重なっている点を指摘され、推敲後では是正している。初創作が情景を描写したにとどまる内容であったのに比べ、再創作では「花人」という造語に、見事な桜に魅入られる人の心情や表情をこめた作品となっている。なお、この再創作の句は、「おのみち俳句まつり 小中学校の部」において、特選に選ばれた作品でもある。

【事例2】

(初創作) 尾道の桜の声が聞こえたよ

(再創作) 通り道二人の上に花の雨

初創作の「桜の声」という擬人的表現、桜を聴覚で捉えた点など興味深いのが、再創作の「通り道」や「二人」といった表現は、読み手が自由に想像するスペースを大きく広げたものになっている。

【事例3】

(初創作) 風に乗り散りゆく様こそ桜なり

(再創作) 風吹きて顔をなでてく桜吹雪

初創作はことば通りの世界観しか感じられず、そこからの広がりを得られない作品であるが、再創作では桜の花びらに「顔をなで」られた人の心情を想像できるスペースを表現できた分、世界観が広がっている。

【事例4】

(初創作) 花開くピンクに二人の明日誓う

(再創作) 咲き誇る桜に二人の明日誓う

「花開く」「ピンク」から容易に連想される「二人」の関係(恋愛関係)が、「咲き誇る」としたことでもっと自由に連想できるところ、とは作者の弁である。作品としての完成度や表現の妥当性はともかく、言外の意味をしっかりと意識しながら推敲した結果である。

【事例5】

(初創作) 屋根の上子猫がにゃあんと桜吹雪

(再創作) 潮風や子猫がにゃあんと桜吹雪

初創作では、読み手の視点が屋根の上に限定される表現となっているが、これを「潮風や」としたことで海の方角にも情感がはたつき、情景に深みが増している。この作者は、言外の世界観を広げるために、初句の言葉選びに推敲のほとんどもを費やした。【事例4】と同様の変容といえ、こうした例は他にも3例みられた。

【事例6】

(初創作) 恋をする猫のうしろに桜舞う

(再創作) 千光寺ねこのうしろに桜舞う

初創作の段階で、猫に視点が集中して情景のイメージが広がりにくい、という教師の評価から、再創作では初句を「千光寺」とした。これにより、情景のキャンパスが広がったといえる。

【事例7】

(初創作) 展望台レンズに映る春の精

(再創作) こもれびに目を細めれば初桜

初創作では、展望台の望遠鏡をのぞく人の心情が想像されるが、再創作では「こもれび」の中で何をしているのか、どんな心情で上を見上げ、「初桜」に気づいたときの心情や表情はどうなのか、など想像されるスペースがさらに広がっている。なお、この再創作の句は、「おのみち俳句まつり小中学校の部」において、入選に選ば

れた作品でもある。

【事例8】

(初創作) 春の空最初の一步ふみだそう

(再創作) アスファルト校庭に舞う春の風

新しい環境を迎える春という季節の「一步」が、どんな新生活を表すのか、初創作にもイメージの広がりが感じられるが、再創作でもコンセプトを変えてやはり広がりのある作品を創作した。アスファルトの校庭という一種無機質な場に吹く暖かな風から、それに吹かれる子どもたちの様子が想像される。

これらの作品を応募した結果、「おのみち俳句まつり小中学校の部」において、学校賞を受賞するという成果が得られた。

以上、言外の意味を意識して表現する力を高めるための方策として、創作活動とその推敲の間に、全く題材の違う創作活動をはさむという手だては、有効であったと考える。

ただし、創作作品の評価・検証においては、さらなる精緻化が課題といえよう。

IV おわりに

アルバート・メラビアンが1967年に提唱した「7÷38÷55のルール(メラビアンの法則)」でも立証されたように、コミュニ

テーションにおいて話し手の意思や心情を聞き手がとらえる際、その判断基準の中に言語そのものの持つ意味が占める割合はことのはか低い。これは言語そのものをどういった表情で（視覚情報）、どのような口調で（聴覚情報）述べたかが大きな意味を持つからである。

伝え方のまったく異なる文字言語にあっても同様のことがいえる。書き言葉によるコミュニケーションでも、その相手や目的、場面や状況といった諸事項によって、前後の文脈や用いられる語の違いなどで、言葉そのものの意味を超えた表現意図を感じさせる、あるいは感じるものである。生徒の今後の言語生活においても、自分の心情を伝える、仕事上の情報を伝えるなど様々な場面で行き当たる課題となると考えられる。引き続き、取り組んでいきたいと考えている。

引用・参考文献

- 浜岡恵子・杉野清隆・山元隆春「活きてはたらく学力を伸長する国語科授業の創造（一）―意識化―とさせ「体験」とさせる活動を柱として」、『第38集』、1100頁、pp.15-22
- 田近洵一『国語教育指導用語辞典第三版』教育出版、1100頁
- 小森茂『伝え合う力』の育成と音声言語の重視』明治図書、1999

竹内一郎『人は見た目が9割』新潮社、2005

アルバート・メラビアン『非言語コミュニケーション』聖文社、1986

秋山晶『Artist・Designer and Director SCAN #5 秋山晶の仕事と周辺』

六耀社、2000

文部省『中学校学習指導要領』1999

文部科学省『読解力向上に関する指導資料―PISA調査（読解力）

の結果分析と改善の方向―』2005

文部科学省『中学校学習指導要領』2008