



Tokyo Gakugei University Repository

東京学芸大学リポジトリ

<http://ir.u-gakugei.ac.jp/>

| | |
|------------|---|
| Title | 語彙の差異による語感の違い：豊に表現する技法をふまえて(個人研究・共同研究)(fulltext) |
| Author(s) | 岩瀬, 華子 |
| Citation | 東京学芸大学附属学校研究紀要, 37: 147-155 |
| Issue Date | 2010-06 |
| URL | http://hdl.handle.net/2309/107483 |
| Publisher | 東京学芸大学附属学校研究会 |
| Rights | |

語彙の差異による語感の違い〈豊かに表現する技法をふまえて〉

東京都派遣教員

東京都立駒場高等学校 岩瀬華子

目 次

| | |
|-------------------------|-----|
| 意味の違い目を見る | 149 |
| 惹きつけられる語彙 | 150 |
| カリギュラ効果の観点利用したPOP | 154 |
| 今後の課題として | 154 |

語彙の差異による語感の違い〈豊かに表現する技法をふまえて〉

東京都派遣教員

東京都立駒場高等学校 岩瀬華子

文章は一つ一つの単語で成り立つ。文章をほぐしていくと、結局は単語に達する。生徒が、日本語がよく読めるように、よく書けるように、そして自由に思いを表現したいと考えたとすれば、どのようなことに意識を向けるべきか。今回は、通り一遍の意味を把握するのではなく、鋭い語感を養い、効果的に言葉を表現する力の育成を目標に、語彙指導の実質的な構築を図った。

語彙指導は、国語のあらゆる場面で行うものであり、すぐには体系化されない。あらゆる様式や文体、共通語と方言、常体と敬体、各々の言語感覚論なども含めて、深層・表層、広狭の位相において語彙指導は行わなければならない。今回の指導内容に関しても、まず到達点を把握しておくことが重要なことであり、学問領域と実際の研究発表の、二つの側面から考察したい。

学問領域として、心理学の立場から教育基本語彙の選定を試みた福沢周亮の語彙指導論の展開を参考に、語彙力伸長の前提となる項目を次のようにあげた。

- ① 語への興味・関心を育てる。
- ② 語彙の拡充をはかる。
- ③ 言語感覚を磨く。

指導方法は、授業の過程に即して語彙を取り立てる方法を取った。

授業の過程は、以下の三種を識別する。

- a 理解語彙を豊かにする。
- b 語感を豊かにする。
- c 叙述能力（言葉によって説明し、描写し、要約し、表現し、論証するなど、具体的に言葉によって表す力）を高める。

実際の展開は、表現指導に重点を置き、意識的に重要語句に注目して、特に、既有知識の多い附属高校の生徒が、いかにその背景的知識と未知の語句を生かしながら組み替えていくかという点にも関連づけながら、表現のための語彙指導の観点から授業を行った。2009年11月に実践を行い、その際の学習指導の方向性として、以下のような観点から授業を行った。

教材 「日本語の思考法」(中公文庫「日本語の思考法」)

*本文は「文科は思い、理科は考える」による。

単元名 「日本語の思考法」

単元設定の理由

言語感覚という言葉は、国語教育界でごく一般に使われているが、厳密な概念規定のないままに、一般には「ことばに対する感覚」すなわち「ことばに関して、その人が持っている感覚」、あるいは「ことば自体が持っている感覚」の両義に用いられているのが実情である。正しい言語感覚という概念は、時代と共に移り変わっていくことこそが「言語感覚を豊かにする」のであり、高等学校の国語学習指導においても、現在の高校生の用いる「語感、ことばの使い方」に教師は常に鋭敏に対応していくべきである。

本単元では、木下是雄の「日本語の思考法」を読み、「思う」と「考える」の語感の違いを理解することを

出発として、語彙の差異に対し敏感な意識を持つことを狙いとする。また、クロスワードパズルを行い、制限された語数に当てはまる語彙を考え多義語に対する感覚を理解する。さらに、視覚的感動を限られた語数の中で、豊かに表現する工夫を行う目的として、これから上映される映画「2012」の予告編を見て、生徒同士でPOPをつくり鑑賞する。また、カリギュラ効果を取り入れた広告文も作成する。語彙の差異に敏感になり、語感の豊かさを養うことは、ことばに対する語句そのものに内在するニュアンスを味わい理解する感覚を磨くことであり、新学習指導要領に見られる「相互の言語活動の豊かさ」においても必須要項である。

単元の日標

- ①語彙と語彙とのニュアンスの差異を理解する。
- ②語彙の多義性を知る。
- ③視覚的感動をことばにし、表現する。

意味の違い目を見る

文章を組み立てる中で単語は一つ一つ意味がわずかに異なっていく、文章の中で多彩に応じあう。本実践では、まず単語の形と意味について、いろいろな例文を作りながら取り組ませ、ニュアンスの違いについて考えた。その際教材として、木下是雄著「日本語の思考法」、大野晋著「日本語の教室」「日本語練習帳」の例文等を参考にし、取り組みを行った。

例文① 「思う」と「考える」についてそれぞれ例文を作る。

例文② 「うれしい」「よろこばしい」についてそれぞれ例文を作る。

例文③ 「通る」「通じる」についてそれぞれ例文を作る。

「思う」には、「試験の出来を不満に思う」、「将来の夢を思い浮かべる」、「明日の遠足を楽しみに思う」、「合唱祭の優勝を嬉しく思う」、「考える」には、「試合のフォーメーションを考える」、「冬休みの予定を考える」、「文化祭の企画を考え出す」、「レポートの内容を考える」などが挙げられた。「うれしい」には「心待ちにしていたプレゼントをもらえて嬉しい」「夏休みに入って嬉しい」等、「よろこばしい」は、身近に感じられない単語だったせいか、なかなか例文を作ることに苦労している生徒が多かった。「祝意を述べられたことをよろこばしく思う」、「その昇進は大変よろこばしい」というような、やや形式的な言い回しが多く見られた。「通る」には「彼の声はよく通る」、「その音楽祭の曲はあっさり通った」等、「通じる」には「気持ちが通じる」、「想いが通じる」、「自分の恋が通じた」等、特に「通じる」には「気持ち」「想い」が相手に届く、といった表現が圧倒的多数を占めた。

次に、これらの例文の「思う」「考える」を入れ替えることが可能か、不可能であるならば「試験の出来を不満に考える」「合唱祭の優勝を嬉しく考える」とはなぜ言わないのか、「「思う」「考える」の意味の違い目について意見を出し合った。「思う」が「考える」という単語と意味が違う点に関して、「思う」は一つの思い（記憶、思考）を心に持ち、他の思い（記憶、思考）を持たないこと、漠然と心にイメージを浮かべること、などがあげられた。「考える」には複数のものを比較し判断する、といった理由があげられ、両者を区別化した。同様に、「うれしい」には自分自身の感情から出てくる「光栄である」、「願ってもない」といった気持ち、「よろこばしい」には堅い公の場において用いられやすい言葉、他人に対して用いられることの多い単語である、といった意見が出た。「通る」は「まっすぐに抜ける」という意味、「通じる」は特に心理的な理解において用いられるという理由があげられた。

これら例文において、どのような単語を使うか、意味の違い目はどこでどのように判断するかという問いをしたところ、「この言い方には違和感がある」、「こちらのほうがより良い言い回しだ」という『感覚』で判断しているという声が多かった。過去の記憶、文例に拠って「魅力的な言い回し」、「的確な言葉」、「あの言い方

は雑である」と見分けていると考えられる。

語の感覚に、鋭敏になることをしながら、「よい単語」、「よい言い回し」、「魅惑的な語彙」を創る、次のような実践を行った。

惹きつけられる語彙

語彙の差異というものが、わずかなニュアンスの違いでありながら自由自在に組み替えることは難しい、ということを理解し、次に、単語を的確に表現し他者の共感を呼ぶ語彙学習として、POPを取り入れた実践を行った。

「POP」は、Point of Purchase Advertisingの略で購買時点広告という意味を指す。本実践においては、好奇心をかきたて、自己利益感覚をより促進させるような語彙を表現する目的で、各教室内においてプロジェクターを利用し、約3分程度の映画の予告編を上映し、その映画の概要・魅力・PRを一言で表現するPOP作成を試みた。

まず、生徒それぞれの心に残るPOPを持ち寄り、様々なPOPの事例を紹介し、どのような効果を生むか意見を出し合った。

最も人気であったのは、身近な映画素材であるスタジオ・ジブリから、風の谷のナウシカ「少女の愛が奇跡を呼んだ。」天空の城ラピュタ「ある日、少女が空から降ってきた・・・」となりのトトロ「このへんな生きものは、まだ日本にいます。たぶん。」火垂るの墓「4歳と14歳で、生きようと思った。」魔女の宅急便「おちこんだりもしたけれど、私はげんきです。」紅の豚「カッコイイとは、こういうことさ。」平成狸合戦ぽんぽこ「タヌキだってがんばってるんだよォ。」もののけ姫「生きろ。」

近年の主なシネマ作品からは、(あいうえお順掲載)

アルマゲドン「世紀末、全人類にこの映画を捧ぐ。」アンドリュー NDR114「愛する人と同じ、人間になりたい。」アンブレイカブル「真実を知る覚悟はあるか」インビジブル「姿は見えないが、殺意は見える。」海の上のピアニスト「音楽は彼を選び、彼は海を選んだ。」

エアフォース・ワン「この機を制するもの、世界を制す。」

X-メン「敵は強大、味方はわずか」

エクソシスト「この恐怖を越えた映画はいまだ存在しない。」

オータム・イン・ニューヨーク「恋をしたい。今すぐ」「なぜ？」

オーロラの彼方へ「もう一度、逢いたい、話したい。」

仮面の男「今あなたは2人のディカプリオを目撃する・・・」

宮廷料理人ヴァテール「あなたが歴史に残すのは、愛なのか、誇りなのか。」

キューブ「解かなければ殺される」

クイック&デッド「美しいものが勝つ」

グッド・ウィル・ハンティング「あなたに会えて、ほんとうによかった。」

クリフハンガー「史上初！地上4000mの超エンターテイメント」

グリーンチ「気をつけなさい この冬は・・・」

グリーン・デスティニー「その剣は、愛の力で目を覚ます。」

グリーンマイル「僕たちは、世界で一番美しい魂を、握りつぶそうとしていた。」

黒い家「この人間には心がない」

クロスファイア「その怒りは、全てを焼きつくす。」

コヨーテ・アグリー「欲しいものは自分で手に入れろ！」

サスペリア「決して1人では見ないで下さい。」
13F「この世は、リアルな偽物。」
13デイズ「キューバ危機、それはアメリカが震えた13日間」
ザ・ハリケーン「真実は負けるはずがない。」
サラリーマン金太郎「一身上の都合により - 戦争します。」
死国「この世で、いちばん死に近い場所」
シザーハンズ「抱きしめたいのに抱きしめられない・・・」
シックス・デイ「2010年 - あなたはふたりいる。」
6デイズ・7ナイツ「その島は、地図には存在しない。」 ショコラ「おいしい幸せ、召し上がれ」
ショムニ（映画版）「会社をナメたら、意外とアマイ！」
スクリーム「叫びだしたら、止まらない」
スクリーム2「叫び声が加速する」
スクリーム3「絶叫クライマックス」
スターシップ・トゥルーパーズ「奴らは、群れでやってくる」
スチュワート・リトル「いまハリウッドでNo.1の人気者は、身長7.5cm！」
スナッチ「アタマ使ってる？」
スペース・カウボーイ「宇宙を見る目は、最後まで少年だった。」
スモール・ソルジャーズ「世界最強！史上最小！」
セブン「『7つの大罪』は7人の死で完結する。」
大往生「皆様、御遺体が焼けます間 この映画をご覧ください。 故人のご供養になりますので・・・。」
タイタニック「運命の恋。誰もそれを裂くことはできない。」
ダイナソー「かつてこの大地に想像を絶するドラマがあった。」
ダブル・ジョバディー「殺人は、いつも犯罪とは限らない。」
チャーリーズ・エンジェル「Are you Lady？」
ディアボロス-悪魔の扉-「魂を売る。それだけでいいんだよ。」
ディープ・インパクト「海は立ち上がり、都市は沈む 残るは希望のみ」
富江 replay「愛してくれたら、殺してあげる。」
バーティカル・リミット「予測不能 - 全てがクライマックス！」
バトルフィールド・アース「1000年後の地球をお見せしよう」
バトル・ロワイヤル「本日の授業、殺し合い。」
評決のとき「裁かれるのは、肌の色か、正義か、愛か。」
パーフェクト・ストーム「その日、地球がゆがんだ！！」「自然は、人間など愛していない。」
秘密「サヨナラは、二度目の方がずっと切ない。愛する人への最後の秘密。」
ファイト・クラブ「第一規約：『ファイト・クラブ』のことは他言無用」
フェイス・オブ「男たちは“顔”を賭けて闘った！」
ブルー・ストリーク「ワケあって、元ドロボー、今刑事。」
ブルース・ブラザーズ2000「奴らがバージョンアップして帰ってきた！」
プルーフ・オブ・ライフ「男の使命、それは命をかけて守ること。ただし、決して恋に落ちないこと。」
ブレア・ウィッチ・プロジェクト「怖くて、目をつぶれない。」
ホワイトアウト「おまえたちの好きにはさせない。」

ホワット・ライズ・ビニーズ「彼は、完璧な夫だった。たった一度の過ちを犯すまでは。」
マーズアタック「地・球・ラ・イ・タ・ダ・キ」
マグノリア「誘惑して押し倒せ！男女9人が体験する、強烈な1日。」
マルコピッチの穴「入ってみる？」
ミスター・ビーン「遂に日本政府は、この男を入国させてしまった！！」
みんなの家「おーい、家が建つぞー」
ムトゥ踊るマハラジャ「女神の歌声、王様のダンス。」
メン・イン・ブラック「守備範囲、地球。ヤツらはノリで地球を守る。」
メリーに首っだけ「アノことだけを考えてラブ・ストーリー・・・」
ライフ・イズ・ビューティフル「恋して、笑って、生きて - 人生は、たからもの。」
楽園を下さい「男たちはキスさえ知らずに人を殺していた。」
ラストサマー「[去年ノ夏、何ヲシタカ知ッテルゾ・・・]」
リーサル・ウェポン 4「使った弾丸11811 吹っ飛んだ部屋148 絶体絶命97 破った約束35 爆破したビル12 そして便器1」
リブレイズメント・キラー「映画史上、最も美しい銃撃戦。」
リブリー「映画史上、最も美しく切ないサスペンス。」
ルール「知っていれば死なずにすんだのに」
レッドプラネット「火星地球化計画」
ロスト・イン・スペース「人類史上もっとも危険な家族旅行。」
102「犬絶賛」
私が愛したギャングスター「職業=大泥棒。人の心まで盗む天才」

これらのPOPを出し合うと、「懐かしい！」「あった！あった！」という声が飛び交った。POPを見ると即座にその映画のワンシーンや主題歌などが浮かぶらしいのだが、興味深いことに「POPは覚えているけれど、映画の内容はどのようだったか？」の声も多く聞かれた。POPそのものは心に強く印象付けられるものであるが、映画の内容そのものは覚えていなかったり、そもそも見ていない映画であったりする。ここにこそ、POPの表現効果があると考えられる。次に、実際に上映されたばかりの映画「2012」（2009年11月21日公開）の予告編をプロジェクターで映した。「2012」を採用した基準は、ストーリー展開が比較的わかりやすいアクション映画であること、人類の大半が本当に命を落とす大災害の凄まじい描写をはじめ、主要人物それぞれの最後の決断と行動、家族や友人との別れ、予告編では盛り上がる部分をあますところなく捉え映像化されていること、等を踏まえ本実践において活用した。「もっと見たくなる、続きが気になる、はっと目がとまる」POPの作成を目指し、生徒には、簡単なあらすじを紹介するだけにとどまり、実際に見た視覚的感動を重視させた。語感を意識しながら言語化し、班ごとに何点か作成し、最も班の中で評価を得たPOPを提示させた。

〈生徒に紹介したあらすじ〉

2009年。太陽の活動が活発化し、地球の核が熱せられた結果、3年後に世界は終わりを迎える一。

古代マヤ人が残した暦がそこで途切れていることから、「世界終末の日」だと囁かれてきた2012年12月21日。あと3年足らずで地球が滅亡するというシナリオ。

太陽ニュートリノが変異し、地球のコアを過熱。やがてその熱で緩んだ地殻が一気に崩壊をはじめ、わずか3日で地表のすべてが海中に没するという設定。その際起こる、地震、地割れ、噴火、津波、洪水などが、想像を絶する規模で次々と世界中で起こる。展開が早く、突如訪れる“終末の時”を、正反対の立場で迎える2組の人々のドラマを交錯させて描く。1組は、危機を察知し、極秘にサバイバル計画を進めてきた米大統領と

側近たち。もう 1 組は、何も知らない売れない作家と別れた妻子たち。予測より早く異変が始まり、思いも寄らない苦難と試練に見舞われる。さらに、世界が壊れていくなか、政府が市民を欺いて何をしてきたのか、闇の部分も明かされる。

〈提示されたPOP〉

「ねえ・・・ぼくたち・・・死ぬの？ 2012 ついに映画化！！ ?あなたは60億人を救えますか？」

「予言はまだ、終わっていない。」

「五千年の時を越え、終焉の扉が今開く。」

「何が、残るか。」

「神は人類を見捨てたのか。」

「余命三年。」

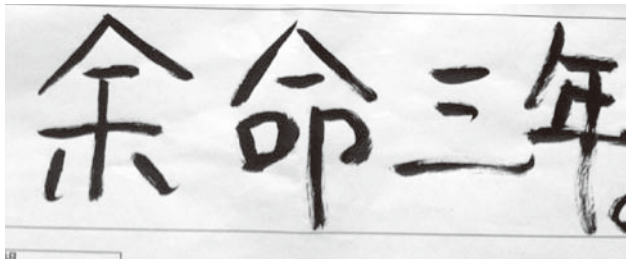
「最後の鐘が鳴った時、守るものは何か」

「人類史、ここに閉幕。」

「人類の終焉 それでも助け合えるか」

「残るのは、過去の予言か、未来への希望か。」

「2012 - この数字がイミする危機とは!？」



「ソニー・ピクチャーズ 予告編」

<http://www.sonypictures.jp/previews/> (2010年1月28日)

カリギュラ効果の観点利用したPOP

カリギュラ効果とは、禁止されるとかえって余計にその行為を試みたくなる心理のことで、「見てはいけない」と言われると余計見たくなくなったり、「開けてはいけない」と言われると余計開けたくなる心理のことを指す。この手法は、すでにテレビCMやチラシ、広告のキャッチコピーなどで幅広く活用されている。この効果をキャッチコピーに取り入れ、商品購買意欲をより増すような効果的語彙表現について実践を行った。生徒に次のような例文を見せ、どのように感じるか意見を出し合った。

〈例文1〉

買って下さい！買って下さい！買って下さい！絶対にお得です！お得です！お得です！

この文句では、購買意欲は湧かないという意見が多かった。ここに原則として、カリギュラ効果の視点を取り入れ考える。つまり、禁止する、断る、という観点でキャッチコピーを考える。しかし、それだけでは足りなく、「なぜ禁止するのか？」という明確な付加価値を付け加えなければならない。

〈例文2〉

買わないで下さい！買わないで下さい！買わないで下さい！絶対に損します！損します！損します！

この文では何の効果もない。消費者は本当に誰も買わなくなるという意見が圧倒的多数であった。なぜ買ったらダメなのか？なぜ損するのか？その理由を明確に提示しなくては効果は期待できないという意見が多かった。結論として、〈例文1〉の視点、〈例文2〉の視点をともに取り入れ、

- ① お奨めです！（または、買って下さい！お得です！抜群の安さ！等）
- ② でもお奨めできない人もいます！（または、買わないで下さい！損します！決して安いとは言えません！等）
- ③ でもそれ以外の人になら、お奨めです！（買って下さい！お得です！他店よりも断然安いです！等）

というような、①～③の手順でPOPを作ると「本当に必要な人にだけ買って欲しい」という意志が伝わるのではないかという結論になった。POPを見て購入した後に、「押し売りされた！買わされた！」という心理的抵抗が無くなる、という案も出た。これらの点をふまえ、健康器具または洋服を売る際のPOPという条件を提示し、カリギュラ効果の視点を取り入れたキャッチコピーを作成した。

《最も評価を得た班の広告文》

この器具は、従来の同型機種に比べ、同じ時間でのトレーニング効果が2倍になり、さらに色も七種類に増えバリエーションが豊かになりました。バッテリー充電式なので、今までのように電池を買い続ける必要がありません。しかも、なんと今週中なら送料無料！お得です！この機会にぜひ！ただし、次のような人には、購入をおすすめできません。

- ・ 本気でトレーニングする意志の無い人や、続かない人。
- ・ この器具を買うだけで痩せられると思っている他力本願な人。
- ・ 器具の使い方や有効性を十分に理解していない人。

このような人は、お金の無駄になりますので、買わないで下さい。でも、もしあなたが本気で健康になりたい！痩せたい！という強い意志をお持ちなら、この器具は必ずあなたのお役に立てると確信しています！それだけ自信を持ってお奨めする商品です！

今後の課題として

近年の国語科教育で重点を置かれ、新学習指導要領にも明記されている「相互の言語活動の豊かさ」に基準を置き、語彙に関しての見識を少しでも深めたいという思いから、以上の実践を行った。語句・語彙の差異についての確認、視覚的感動を短い語句に凝縮させるPOP表現、カリギュラ効果を取り入れた広告文の作成。

言語感覚は、語感、言語意識、言語感性、言語環境、言語認識、言語態勢などの用語を具体的実践事例の中に引き込みつつ、その概念規定の運用の対象は広範囲にわたり、相互の関連を引き起こすことを必要とする。語彙の差異の確認から敏感に語彙の使い方を工夫しPOPを作成し、表現するという学習指導にはやや強引に関連付けた感があり、今後の大きな課題としたい。今回は実践報告に終始したので、分析・考察という面で今後とも深めていきたい。語彙指導において「体系的－機能的／選定語彙－作品語彙」という枠組みは、語彙指導に関する体系的指導の質の向上に有効であり、応用言語学的アプローチと認知論的アプローチの両面から新たな「語彙」を意味づける作業を今後も考究していきたい。

【参考文献】

『日本語の思考法』 木下是雄著 中央公論社 2009年発行

『日本語の教室』 大野晋著 岩波書店 2002年発行

『日本語練習長』 大野晋著 岩波書店 1999年発行

『心理学辞典』 外林大作著 誠信書房 1971年発行

『新版・心理学事典』 平凡社 1981年発行