

日本語による創作でアカデミック・スキルを磨く

—留学生科目「創作ライティングを学ぶ 5-6」の事例から—

トンプソン 美恵子

要 旨

本稿は、日本語による創作を通じ、思考力・分析力・発信力などのアカデミック・スキルを磨く留学生科目の実践を報告する。早稲田大学日本語教育研究センターで開講している留学生テーマ科目「創作ライティングを学ぶ 5-6」を事例とし、キャッチコピー・セリフ・ショート小説の鑑賞、分析、創作を通じ、アカデミック・スキルを醸成する授業の一試案を提示する。

キーワード

創作ライティング アカデミック・スキル 段階的な導入 既有能力 読み手意識

1. はじめに

留学生の増加に伴い、彼らの背景が多様化している。報告者が所属する早稲田大学日本語教育研究センター（以下、CJL）においても、CJL所属の留学生、学部・大学院留学生、交換留学生、科目等履修生など学生の背景は多岐に渡り、彼らのニーズもまた一様ではない。大学や大学付属機関での日本語学習のニーズとして一般的に想起するのは、大学で学ぶためのアカデミック・スキルの修得だろう。アカデミック・スキルとは、あるテーマのもとに思考と分析を駆使する一連のプロセスで、テーマ設定、情報の収集・整理・分析、情報の利用におけるルールの遵守、意見の組み立て、文章化・発表による発信などを的確に行う力（佐藤・湯川・横山・近藤 2012）を指す。アカデミック・スキルの修得を目指す留学生科目には、講義理解、レポート作成、口頭発表などを学ぶものがあるが、多様な学生の多様なニーズに応え、多様な日本語学習の機会を提供するために、報告者はテーマ科目¹「創作ライティングを学ぶ 5-6」²を 2014 年度秋学期に設置した。本科目の最終課題は、ショート小説を書くことだが、その過程で広告・漫画・短編小説を分析する、短いことばで創作する、創作を発表するなどしながら、創作のための技術を段階的に学ぶ。アカデミック・ライティングとは一線を画す内容だが、思考力・分析力・発信力などを鍛えるという点で、学術的な素材を扱わなくても大学付属機関にふさわしいアカデミック・スキルを育成することが可能だろうと考えた。

以下本稿では、「創作ライティングを学ぶ 5-6」の実践を報告し、日本語での創作を通じてアカデミック・スキルを醸成する実践の一試案を示す。

2. 「創作ライティングを学ぶ5-6」の概要

「創作ライティングを学ぶ5-6」では、第一に、広告・ドラマ・短編小説など、日常生活の中でよく触れる日本語のことばの意味やイメージをクラスメートと分析・解釈する。第二に、広告のキャッチコピー、ドラマのセリフ、ショート小説などを自分なりのことばで創作する。第三に、自分の創作意図をよりよく相手に伝える表現・方法に留意しながら、クラスメートに発信する。これらを通じ、身近にあることばを味わい、ことばに対する感覚をクラスメートと磨きあうことを目指す。当科目で創作した作品は、作品集にまとめ最終日に鑑賞し、創作をふり返る。これらを具現化させたシラバスを表1に示す。

表1の通り、「創作ライティングを学ぶ5-6」では、宣伝としてのキャッチコピー（2～4回）、ストーリーの中のセリフ（5～7回）、ショート小説（8～14回）を創作する。シラバスにおいて心がけたのは、段階的な導入と展開である。まず、創作の量が少しずつ増えるように授業を計画した。そして、作品例の鑑賞→分析→自分の作品の創作→自分の作品の発表→自分の作品と発表の内省というサイクルを作り、段階的にことばへの洞察を深め、創作の質を高めていけるよう教室活動をデザインした。

このような段階的な創作を促すに際し、「創作ライティングを学ぶ5-6」の授業において工夫したのは、次の3点である。第一に、創作のプロセスが予め概観できるように、3つの創作ごとにオリジナルテキストを作成し、学生に配布した。当科目は中級後半から上級レベルを対象としているが、非漢字圏の学生も一定数おり、日本語の情報理解に時間を要することがある。しかし、日本語を理解する速度や能力が学生の本来持っている思考力を反映しているわけではなく、むしろ母語では日本語で可視化されている以上の能力を持っていることも多い。そこで、授業で提供する資料や作品例を即座に理解することが難しい学生に配慮し、日本語のレベルや学習スタイルに合わせて創作に関する情報をいつでも参照できるようにテキストを提供した。なお、各創作において扱った内容の詳細は次章で触れる。

表1 「創作ライティングを学ぶ5-6」シラバス（2015年度秋学期）³

回	テーマ	授業内容
1	オリエンテーション	創作ライティングについて考える
2	広告・宣伝を考える (1)	魅力的なキャッチコピーは、なぜ魅力的なのかを分析する
3	広告・宣伝を考える (2)	宣伝したいもののキャッチコピーを考え、ポスターを作る
4	広告・宣伝を考える (3)	キャッチコピーのポスター発表
5	セリフを考える (1)	「ぐっとくる」セリフとはどんなセリフかを分析する
6	セリフを考える (2)	セリフとそのストーリーを考える
7	セリフを考える (3)	セリフのポスター発表
8	ストーリーを組み立てる (1)	ストーリーの構成を考え、400字ストーリーを創る
9	ストーリーを組み立てる (2)	400字ストーリーをグループ内で発表する
10	ショート小説を創る (1)	ショート小説の主人公とそのキャラクターを考える
11	ショート小説を創る (2)	ショート小説の主人公の敵と味方を考える
12	ショート小説を創る (3)	発表準備として、ショート小説のキャッチコピーを考える
13	ショート小説を発表する (1)	ショート小説をPPTで発表する
14	ショート小説を発表する (2)	ショート小説をPPTで発表する
15	まとめ	創作ライティングの作品をふり返る

第二に、授業展開では、1) 事前課題：あるテーマに対する考え・情報を事前に整理、2) 教室活動：事前課題に基づき、クラスメートと分析、各自創作、3) ふり返り：授業終了時に授業を内省するメモを書き、既存情報と新情報を統合、という3つのステップを意識した。これらのステップを毎授業で展開することにより、学生が既有能力や知識を発揮し、かつ創作に必要な新情報とそれらを有機的に統合させ、ひいては自身の持つ力を最大限に発揮した創作ができるよう図った。

第三に、創作における読み手意識を醸成するよう初期から促した。「創作ライティングを学ぶ 5・6」の受講者は、母語での小説や漫画、歌詞などの創作経験がある学生も少なくない。ことばを使った創作への抵抗はなく、むしろ発信したいという学生が多く集まる。一方、ことば（言外も含む）が発する意味を読み手がどのように解釈するかなど、ことばの受け手に対する意識は薄い。よい書き手には、書いたものを客観的に読み返し、読み手の立場に立って推敲する力が求められる（大島・池田・大場・加納・高橋・岩田 2014）。つまり、よい書き手とは、よい読み手でもあると言えるだろう。当科目では、「読み手としての自分がどうメッセージを受け止めるか」がメタ的に認識できるよう、「読み手意識」を作品例の分析段階から明示的に教示した。また、作品例を分析するグループディスカッション、学生自身の作品を共有し、検討しあうポスター発表など、教員による情報提供以外の部分はピア・ラーニングによって教室活動をデザインし、ことばの受け手としての他者を意識させ、よい書き手へと段階的に導くよう図った。

3. 思考力・分析力・発信力の育成を促す創作

本章では、「創作ライティングを学ぶ 5・6」における3つの創作、1) キャッチコピー、2) セリフ、3) ショート小説で扱った内容をそれぞれ詳しく見ていく。

3.1 キャッチコピー

創作の第一ステップとして、宣伝としてのキャッチコピーを扱った。キャッチコピーを一つ目の創作として選んだのは、短いことばでも強いメッセージを伝えられること、メッセージを伝えるためには数多くある語彙・表現の中から注意深く選び、磨いていくことが不可欠であることを学生に実感してもらうためである。また、そうしたことばに対する洞察が、セリフやショート小説の創作にも不可欠であることも学生に伝えた。

授業では、学生自身が宣伝したいもののキャッチコピーを書く前に、「*史上最低の遊園地：今日は4月1日です（としまえん）*」、「*そうだ、京都行こう（JR 東海）*」、「*家でやろう：車内では周りのお客様にご配慮ください（東京メトロ）*」などの作品例を「受け手の印象に残るキャッチコピーの基本的な考え方」（谷山 2007）に基づいてグループで分析した。谷山（2007）による基本的な考え方は、1) 短い、2) 「描写」ではなく「解決」、3) 生理的に適切、4) 「なるほど、確かに」と思わせる、5) 時代を読み、時代を創る、である。

分析後、「うまい、はやい、やすい（吉野家）」とことばのリズムを意識したもの、「セブンイレブン、いい気分（セブンイレブン）」と韻を踏んだものなど、ことばの使い方を意識した例示（川上 2010 を参考）を踏まえ、1) できるだけ「書き散らかす」、2) 受け手にとつ

て本当に意味のあるものを‘選ぶ’、3) 受け手にとってわかりやすいものになるようことばを‘磨く’(谷山 2007)、という手順でキャッチコピーを各自創作した。さらに、キャッチコピーに合う写真や絵を用いてポスターを作成した⁴。キャッチコピーのポスターは、ポスター発表の形式でクラスメートと共有し、その後事後課題で作品と発表を内省した。

3.2 セリフ

創作の第二ステップとして、セリフを扱った。セリフを創作する時点で、最終課題のショート小説を視野に入れ、ストーリー展開、登場人物も意識させた。それにより、短いセリフでも文脈が重要なことを教示する他、最終課題に少しずつ取り組めるよう図った。

授業では、まずセリフがストーリーを展開させる機能を持ち、よいセリフには条件があること(森 2008)を確認した。森(2008)によるよいセリフの条件とは、1) ストーリーの展開と一致、2) 人間の言葉、3) 魅力がある、4) 簡単明瞭、である。この条件を踏まえながら、‘全ては過程であり……。今すらも未来への礎なのだ(『もやしもん』石川雅之)’、‘知ってる?友だちってね、気づいたら、もうなってんの!(『君に届け』椎名軽穂)’、‘さがしても、さがしても、道がみつからなければ、自分で道をつくればいいんだ!(『ガラスの仮面』美内すずえ)’などの作品例(あさの 2012)を読み、グループで分析した。

分析後、ストーリーのタイトル案、登場人物(名前・職業・年齢・性格など)、ストーリーの簡単な内容など、ショート小説の計画を各自考えた。そして、そのストーリーの中で誰が誰にセリフを言うのか、そのセリフはどのような場面で言われるのか、それはどのようなセリフか、そのセリフの意図は何かをポスターにまとめ、キャッチコピー同様、ポスター発表の形式でクラスメートと共有し、事後課題で作品と発表を内省した。

3.3 ショート小説

最終課題として、A4用紙2枚程度⁵のショート小説を扱った⁶。セリフの創作を踏まえ、ストーリー展開と登場人物をより精緻化するため、授業ではさらに情報提供を行い、また個人の創作作業の時間を作るよう図った。

まず、読み手を惹きつけるストーリー展開(①導入→②展開・葛藤→③解決)の要素(円山 2012)を確認した。その要素とは、1) テンションが上がったり、下がったりする、2) 予想がつかず、驚きがある、3) 登場人物のキャラクターの強さによって展開が変わる、である。続いて、『SMAP×SMAP』(2014年6月2日フジテレビ放送)でSMAPのメンバーが披露した400字ストーリーの展開をグループで分析し、実際に400字ストーリーを学生各自が作成し、グループで共有した。そして、読み手を惹きつけるストーリー展開を意識したメモを各自作成し、セリフの創作段階で計画したストーリーを見直した。

次に、ストーリー展開を左右する登場人物を考える上で、1) 能力、2) 価値観、3) 欲求が重要である(円山 2012)ことを確認した。また、主人公に加え、その敵と味方を作ることが読み手を惹きつけるストーリー展開に不可欠なこと、それぞれの登場人物の能力、価値観、欲求が、ストーリー展開と一致している必要があることを『ドラえもん』や『SHERLOCK』などの例示とともに踏まえた上で、各自がショート小説を完成させた⁷。

ストーリー完成後、PPTを用いた個人発表の機会を設けた。発表の目的は、作品集に掲

載される自分の作品を読んでもらうようクラスメートに宣伝することである。発表の構成は、1) ストーリーを作ろうと思った理由、2) ストーリーを宣伝するキャッチコピー、3) 主人公とその他の登場人物、4) ストーリーのあらすじ、5) 読者に伝えたいこと、とした。

最終日にショート小説を中心に創作を内省し、新たに学んだ語彙・表現をふり返った。

4. おわりに

以上、「創作ライティングを学ぶ 5-6」では、一連のプロセスを通じ、言語を駆使して日本語によるメッセージを吟味・分析する力、読み手を意識しながらメッセージ性のある文章を創作する力、受け手に伝わるように自分の作品を発信する力など、大学や社会での生活に応用可能なアカデミック・スキルの育成を促すことを目指した。学生による認識や作品における日本語の分析は、別稿に譲りたい。

注

- 1 CJLの留学生科目には、独創性の高いテーマについて学習するテーマ科目と、4技能をバランスよく学ぶ総合科目がある(小宮 2015)。
- 2 科目名にある数字は、レベルを示す。5-6は、中級後半から上級程度である。
- 3 表1のシラバスは、早稲田大学のウェブサイトで公開されているシラバスとは若干異なる。学生の創作状況に応じて、進度や内容に調整を加えたのを反映させたためである。
- 4 自分が勤務していた会社を宣伝したり、学生が考えていた新商品に対するキャッチコピーを作るなど、各学生の既存能力が反映されるものが多くあった。
- 5 10枚以上のショート小説を完成させる学生も多数いた。また、漫画で表現した学生もいた。
- 6 注意事項として、パロディーなどの二次創作は認めるが、剽窃はしないよう強調した。
- 7 日本語の修正を報告者とTAが行ったが、意味が通じない部分に留め、学生の表現を尊重した。

参考文献

- あさの あつこ (2012) 『ぐつとくるまんがのセリフ 101』すずき出版
- 大島 弥生・池田 玲子・大場 理恵子・加納 なおみ・高橋 淑郎・岩田 夏穂 (2014) 『ピアで学ぶ大学生の日本語表現 (第2版)』ひつじ書房
- 川上 徹也 (2010) 『ひと言で気持ちをとらえて、離さない 77 のテクニック ―キャッチコピー力の基本』日本実業出版社
- 小宮 千鶴子 (2015) 「年次報告 『第6回 言葉の／言葉による教育を考える』シンポジウム：日本語教育研究センターの概要」『早稲田大学日本語教育実践研究』3, p.66.
- 佐藤 望・湯川 武・横山 千晶・近藤 明彦 (2012) 『アカデミック・スキルズ (第2版) ―大学生のための知的技法入門』慶應義塾大学出版会
- 谷山 雅計 (2007) 『広告コピーってこう書くんだ! 読本』宣伝会議
- 円山 夢久 (2012) 『「物語」のつくり方入門 7つのレッスン』雷鳥社
- 森 治美 (2008) 『ドラマ脚本の書き方 ―映像ドラマとオーディオドラマ』新水社

(とんぷそん みえこ 早稲田大学日本語教育研究センター)