

広告文を使った漢字教育

——語彙教育としての漢字指導——

春 名 万 紀 子

キーワード

漢字語 文脈 生教材 広告文

はじめに

非漢字圏の日本語学習者にとって、漢字学習の最大の目的は、読解力を高めることであろう。「読む」行為には実にいろいろな知識が必要であるが、まずは、文法知識と語彙に関する知識が不可欠である。そして、その語彙表記に漢字が含まれている場合には漢字の知識が必要となってくるのである。このような観点から、漢字指導を「読む」ための語彙教育の一つとして捉え、生の広告文を教材として使った漢字指導について考えてみる。

1. 何を教えるのか

日本語の単語は次の5つの形式で表記される。

- ① かな文字のみで表記されるもの(例えば、ビール、ぐっすり)
- ② 単漢字で表記されるもの(例えば、空、色)
- ③ 単漢字とかな文字の組合せで表記されるもの(例えば、暑い、行く)
- ④ 複数漢字で表記されるもの(例えば、元気、蛍光灯)

- ⑤ 複数漢字とかな文字の組合せで表記されるもの(例えば、気持ち、打ち合わせる)

語彙表記の中で漢字を含む単語(上記の②から⑤)を漢字語と呼ぶことにし、漢字指導を漢字語教育の中に位置付けることを試みた。

日本語学習者用の市販の漢字指導教材は、漢字そのもの、及び、漢字に関する知識を教えることに主眼を置いているため、一般的にその漢字が使われている文脈を余り重要視していないものが多い。漢字指導を語彙教育の一部として捉えた場合は、漢字語を「文脈」から切り離すことはできない。

コミュニケーション・アプローチでは、言語学習における「文脈」の重要性が指摘され、その「文脈」を自然な形で提供するには生教材が優れていると考えられている。この考えに基づき、漢字指導にコミュニケーション・アプローチを取り入れた川口(1993)は、「漢字指導は語彙教育の重要な一部であるが、単語の構成要素として漢字を教えるときは、まずその単語自体がどのような文脈で使われているかを示し、その文脈の中でどのような意味で使われているかを考えさせることが必要になる。」と述べている¹⁾。

筆者も川口の考えに同調するものであるが、指導の方法において異なるところがある。川口(1993)の実際のクラス活動に、与えられた文脈、例えば、辞典からの抜粋や新聞記事の中から学習者が単語や単漢字の意味を発見していく活動がある。しかし、その活動において、学習者はその抜粋部分や記事そのものを「読む」ことは要求されていないし、学習者の日本語能力がそれを「読める」レベルに達していなくても良いように見受けられる。筆者は、文脈の中でその語彙がどのような意味でどのように使われているかを自力で知るには、その漢字語彙を含む文脈そのものを「読む」ことができないからではないかと考える。漢字語の意味類推や意味認識は、文脈そのものを「読む」過程において行われるものだと考えるからである。従って、授業では、学習者の日本語能力をもってして読解可能な文脈

1) 川口(1993), 16 頁。

を与え、その中で漢字語の意味認識や意味類推をする活動を行う。

2. 文脈としての広告文

筆者は、早稲田大学国際部のワークショップと横浜国立大学留学生センターの全学補講の授業でこのような漢字指導を試みた。どちらのクラスにおいても、学習者の日本語能力と既習の漢字数に大きなばらつきがあった。早稲田大学の学習者の日本語能力は初級の中程から後半レベル、既習漢字数は殆ど0字から300字程度であった。横浜国立大学の方は、初級後半から中級後半レベル、既習漢字数20字から500字以上であった。

文脈提供として与える教材は、生のものであって、初級後半レベルの学習者に「読める」ものであると同時に、中級後半レベルの学習者にとってもチャレンジングな要素のあるものでなければならない。また、語彙教育として、学習者にとって役に立つ語彙を提供するものでなければならない。

あくまでも漢字指導であって、読解指導ではないので、文脈提供教材は「読む」ことに時間がかかり過ぎるものは適当ではない。回りくどい表現や行間を読まなければ理解できないような表現を含まず情報をストレートに伝えるものが望ましい。「読む」ために時間がかかるかどうかに関係するもう一つの条件は、教材の長さである。従って、短い文脈の中に学習者のレベルに合った漢字語が多く含まれているものが漢字指導のための教材として適当である。

『新版 心理学事典』は、記憶は自己にとって重要な経験あるいは興味のある経験のほうが、その他の経験より記銘・保持されやすいとしている²⁾。また、それを記銘した時の手がかりまたは文脈との関係において処理されている記憶内容を意図的に再現するためには、それに対する手がかりが必要であると述べている³⁾。このことから、興味をそそるような文

2) 『新版 心理学事典』, 133 頁。

3) 同書, 132 頁。

脈と共に漢字を提出することができれば、より深い記憶として記銘・保持され、その文脈が漢字を再現する手がかりとなる可能性も高くなると考えられるのではないだろうか。

以上のようなことを考慮に入れて、広告文の漢字指導教材としての可能性を検討してみたい。広告とは、「送り手である広告主が、商品やサービスに関するメッセージを広告作品の形にして、テレビや新聞などのメディアを通して、受け手の消費者に提示して、一定の効果を喚起する活動である」と『新版 心理学事典』は定義している⁴⁾。「テレビや新聞などのメディアを通す」際には、大きな時間的あるいはスペース的制約が課せられるため、広告は一般的に短い。新聞広告などの書かれた広告は、短い文脈の中に多くの情報を詰めこむために漢字の使用度が高いものが多い。そして、そのような制約の下で、「一定の効果を喚起する」には、受け手の記憶に残るようにするための最大限の努力がなされていると考えられる。このことは、漢字教材として使用した場合、学習者の記憶を促す要因として働くことが期待できる。

「文脈」としての広告文は次のような点に留意しながら選んだ。まず、漢字の字形の複雑さなどからくる難易度と漢字の使用頻度を考慮に入れ、なるべく「易」から「難」に進むように、そして、使用頻度の高い漢字がなるべく多く含まれるように心掛けた。また、学習者にとって役に立つ語彙、教科書にはあまり出てこないが、日常生活に密着した語彙を含むものを選ぶようにした。

実際に授業に使用した広告を見ながら、細かい点をみてみよう。論文末の資料(1)は、第1回目の授業で使用した教材である。資料(1)に出てくる漢字は、日本語能力試験の4級漢字⁵⁾、3級漢字を多く含み、それらの単漢字そのものが既習の学習者も多かった。しかし、例えば、4級漢字の

4) 同書、230頁。

5) 漢字及び語彙の「級」付けは、国際交流基金編『日本語能力試験出題基準』(1994年、凡人社)に従った。

「入」と3級漢字「手」の組合せでできている単語の「手入れ」は2級語彙であり、この語彙を知らない学習者は多かった。「手」と4級漢字の「話」との組合せの「手話」は1級語彙にも含まれておらず、どの学習者にとっても未習語彙であった。同じようなことが、2級漢字で構成される「点字」、「速記」にも言える。これらの漢字語は、既習漢字の知識を用いて意味類推をする練習を行うのに適している。例えば、ワークシートで、「手話はどんな人が使いますか。」という質問を与えることによって、この漢字語は大抵の学習者にとって類推可能であった。

「趣味」の「趣」は字形としては、複雑であるが、「趣味」という3級語彙は学習者全員が知っていたし、事実、よく使用する単語である。カイザー(1998)は、漢字の複雑度にかかわらず、高頻度語彙を教えるべきだと提案している⁶⁾。後でまた触れるが、筆者は書けることを要求する漢字と意味認識だけを要求するものに分けて、指導した。「趣味」は後者のほうに入る。

資料(2)の「番組欄」や「録画する」、「録画予約する」、「操作する」などは、学習者の日常生活に密着した物や動作を表す語彙であるが、日本語で何と言うのか知らない学習者が殆どだった。このような生活に密着した語彙は、一般的に導入後の定着度が高い。

広告には、イラストや写真などが使われているので、それが語彙の意味類推に役立つ場合が多い。資料(3)には、(1)と同様に漢字はやさしいが、語彙としては馴染みのない「名のる」がある。この単語は電話機から名前が出ているイラストからその意味が類推できる。また、資料(2)と同様、この広告にも、日常生活において非常に身近なものであるが、殆どの学生が名前を知らない「親機」と「子機」という単語が入っている。

政府広報などの公共広告も教材として使用した。資料(4)はその例である。この外に省エネを訴えるものも使った。現在、社会で問題になっている話題を提供する、このような公共広告は学習者の関心を強く引く可能性

6) カイザー(1998), 29頁。

を持つ。

新商品紹介の広告記事もいい教材になる。資料(5)は、第9番目の教材として使用した。これは、(1)から(4)とは異なり、新聞記事なので、「読む」行為の比重が増える。しかし、この時点での未習漢字は、8字(具、識、旬、葉、向、指、達、徴)だけであつたので、学習者は漢字が多いことに対する「拒絶感」のようなものなく、読むことができた。

3. 指導の手順

教材としては3種類のものを用意した。主教材には生の広告文と新商品紹介記事を用いた。これは漢字語彙の使われている、自然な文脈を提供する役割を担う。広告文の長さ、含まれる新出漢字の数などを考慮に入れて、1回の授業の主教材として使用する広告は1つ、ないし2つ(3つ目のものとして4コマ漫画を入れたものもあった)とした。2つの広告を使う場合は、その選定に当たり、互いに関連のあるもの、なるべく多くの漢字が2種の広告に重複して使用されているものを選ぶように配慮した。

主教材に付随して、2つの教材を作成した。一つは新出漢字をリストアップして、単漢字の意味、音訓読み、筆順を付けた漢字学習用プリントである。もう一つは、主教材の内容や漢字語彙の意味を問うワークシートを用意した。

指導の手順としては、まず漢字学習用プリントを使って、その日の主教材に初めて出てくる漢字を導入した。漢字の意味、読み、筆順を指導し、必要に応じて、漢字の知識に関する説明などもした。次に、主教材とワークシートを同時に配布して、各自に問題をやらせた。ワークシートには、例えば、資料(1)について、「どんな人が点字をつかいますか」や「速記はどんなときにつかいますか」、資料(2)では、「Gコードが使えないビデオデッキの場合は、どうすればいいですか」、資料(3)では、「この電話機はどんな時に便利ですか」、資料(4)には「あきびんはリサイクルされて、何になりますか」、資料(5)に関して、「『ドラえもん』は今までのリ

モコンとどう違いますか」などの質問を用意した。後で皆で答え合わせをしながら、漢字語の意味と読みの導入・確認、構成要素である単漢字のその他の使い方の導入、及び主教材の内容の確認などをした。

漢字指導とは直接関係ないが、「あなたなら、どんな通信講座をとりたいですか」や「『ドラえコン』がほしいですか」などの質問もワークシートに入れて、クラス活動の幅を広げた。そうすることによって、その日の授業そのものをより印象的にし、漢字の記憶の手がかりを増やしたいという狙いがあった。

ワークシートは、漢字語の含まれている文脈の理解を促したり、確認したり、漢字語の意味の類推を助けたりするためのものであるから、ワークシートそのものにかかれている日本語の理解を求めるものでもないし、その理解のために余分な労力を費やされるべきものでもない。前述したように学習者の日本語能力には大きな開きがあったので、早稲田大学国際部での授業では最初の数週間は、ワークシートを英語書きにした。

川口(1993)は、コミュニケーション・アプローチによる漢字指導の限界として、複雑な字形をどのように体系的の整理して記憶し、かつ書けるようにするかという部分の指導理念がないことを指摘している⁷⁾。この点にある程度対処するために、主教材の3回分から5回分進んだところで、復習を入れ、それまでに学習した漢字を偏や旁でグルーピングしたり、形容詞語彙や動詞語彙という概念で漢字を整理したりして、漢字の体系的整理を心がけた。

4. 導入漢字数

学習者の既習漢字数には、殆ど0字から500字以上と大きな差があったため、授業では一から十までの漢数字以外は全て未習漢字として扱った。授業時間数では、早稲田大学は90分授業で12回、横浜国立大学は90分授業で15回であった。どちらも試験・クイズや復習に時間をさいた

7) 川口(1993), 25頁。

ので、主教材としては、早稲田大学で9種類、横浜国立大学では11種類のものを使用した。両大学に共通して使用したものは、そのうちの3種類だけであった。導入した単漢字数は、早稲田大学で252字、横浜国立大学で288字であった。一つの漢字がいくつかの漢字語の構成要素として使われている場合も多い。例えば、「録」の漢字は「録画」、「登録」、「記録」の3つの単語に使われていた。

導入した単漢字は、学習者に書けることまで要求した「書ける漢字」と、意味の認識ができればいいとした「分かる漢字」に分けて、指導した。書けるようになることを目標した漢字は、そこで漢字語として出て来た使い方だけではなく、その漢字の他の主要な使い方や音訓読みも覚えるように指導した。意味認識のみを求めた漢字に関しては、授業で扱った漢字語としての意味認識のみならず、それを構成している単漢字の意味認識もできることを学習の目的とした。試験・クイズでは、漢字を書かせる問題の他は、「文脈の中のブランクに適当な漢字を選んで入れる」とか「適当な漢字を選んで、語彙、例えば、『する動詞』を作る」、或いは、既習漢字で構成される未習漢字語、例えば、「在職中」、「無言電話」の意味を類推させるような形式で漢字・漢字語の知識を問った。

5. まとめと問題点

広告文は、小さな、無駄のない文脈の中に多くの漢字を含み、かつ、日常生活に密着した語彙を提供しているものが多い。このような広告文は、語彙教育としての漢字指導の教材として活用できる。しかし、漢字そのものの教育という観点から見ると、扱う漢字が初心者用の一般的な漢字教科書が扱っている漢字とかなり隔たる可能性がある。例えば、早稲田大学で扱った252字の中に4級漢字の「木」が入っていないが、1級漢字である「巻」や「需」が含まれている。初心者用漢字教科書は、字形の単純なものから複雑なものへと進むとか、漢字の偏や旁となる漢字は早い段階で教えるなどということを考慮して作成されているし、日本語能力試験の漢

字の級もかなりそれに連動している。このような漢字教科書的段階を経るように漢字を指導するには、広告文の使用は適当だとは言えないかもしれない。

しかし、広告文を使用した指導では、高頻度使用語彙、例えば、「趣味」や「掃除」を漢字と結びつけて記憶させることができる。また、日常よく目にしたり、耳にしたりするが、初級の日本語教科書には出てこない語彙、例えば、「残業」や「録画」、「携帯電話」などが導入できる。

語彙は、それが使われている文脈を使って指導され、かつ、学習者はその文脈そのものを読み解く過程で語彙を学習するのが良いと考える。このように考えた場合、日本語の文法知識が非常に限られている日本語教育のごく初期の段階では、漢字指導の教材として適当な広告文を選ぶのは、可能ではあるが、大変であろうと推測される。

小林(1998)は、学習者の学習段階に応じて漢字の学習活動は異なり、日本語学習のごく初級の段階においては、文・文章レベルの知識を必要とするような漢字学習活動は、学習者に過度の負担を強いることになるので、適当ではないと指摘している⁸⁾。しかし、漢字の記憶の記銘・保持を促し、再現を容易にするためには、文法知識や語彙知識など、より多くの記憶ネットワークを使って、漢字学習をするのが望ましいと考えられる。漢字指導は、かなの導入の後、文法・語彙の導入が少し進んだところで開始されるのが一般的である。従って、ごく初級の段階でも、単に漢字の字形の認識や単漢字・単語レベルの意味の認識活動に留まるより、少なくとも適切な例文の中での漢字語として提出・導入した方が良いと考える⁹⁾。

8) 小林(1998), 96-97 頁。

9) このような考えに基づいて作成した、太田、滝上、春名著『はじめての漢字300』(1992年、くろしお出版)では、全ての提出漢字・漢字語に例文を付けた。例文は、代表的な初級日本教科書の文型提出順序を考慮に入れ、その漢字を学習する時点で既習文型であろうと推測される文型のみで書き表した。また、もう少し大きな文脈として、2コマ漫画を付けた。ちなみに、21ある漫画は、それ全体で一つのストーリーとなっている。

ここで言う「適切な例文」とは、学習者がそれまでに習った文法知識や語彙知識で簡単に理解できる例文という意味である。

早稲田大学、横浜国立大学ともに、この漢字授業は、必須科目ではなく、選択科目科だった。漢字をもっと勉強したい、或いは、漢字を勉強しなければならないというしっかりした動機のある学習者ばかりであったこともあり、幸い、学習者は、両大学共、非常に積極的に授業に参加し、誰一人として「漢字嫌い」にはならなかった。最後に学習者に対するアンケート調査(二つの大学での質問項目には違いがある)の結果に触れておこう。広告文や新商品紹介記事を教材として使用したことの適否を尋ねた横浜国立大学では、回答者9名全員が「良い」と答えている。教材の難易度については、早稲田大学で聞いた結果、11名中、9名が「適当」、1名が「適当 / 難しい」と答え、2名が無回答だった。同大学での「教材に興味を持てたか」との質問に対しては、「おもしろい」9名、「まあまあ」1名、無回答1名という結果だった。提出漢字総数について、両大学とも大半が「適当」と回答しているが、早稲田大学では「書ける漢字」(82字)が「少な過ぎる」と答えた者が5名に上った。自由に書いてもらった両大学のコメント(英語で書かれたものは筆者が日本語に訳した)は、「漢字だけ勉強するより、語彙をもっと勉強できた」、「日常生活用語を多く習うことができて良かった」、「覚えやすかった」、「新聞は難しくて、読めないと思っていたが、読めるようになった」、「学習したことが『本物』に結びついた」(「生のものが読めた」という意味と解釈できる)など肯定的なものの中で、「『書く』ことをしないで、漢字を覚えるのは難しい」というのが唯一否定的なものであった。

この漢字指導を試みたクラスの最大の特徴は、学習者の日本語レベルと既習漢字数に大きなばらつきがあったことである。このような場合、広告文は教材としての有効性が高いと考えられるが、広告文を使用した漢字指導は、ある一定の日本語能力レベルの学習者を対象とした日本語教育カリキュラムの中にも組み入れることができると思われる。その場合は、授業

の中心になっている日本語教科書や読解教材の扱っているテーマに合わせて広告文を選ぶのが効果的であろう。例えば、「～V た / V ないほうがいい」の文型を「病氣」関連表現と共に提出している教科書なら、その課に合わせて薬の広告を使うことができる。学習者は、教科書で学んだ語彙の漢字表記を学ぶこのになる可能性も大きいし、関連した語彙を増やせる可能性もある。

広告は、文脈としては理解がさほど難しくない。しかし、その中の漢字語には一般的な漢字教科書・日本語教科書が扱っていないが、日常生活において馴染み深いものが多い。このような広告文は、どのレベルの学生にも興味を持って学べる対象を提供できると言えよう。

参考文献

- カイザー, シュテファン (1998) 「『非漢字圏=悲観事圏』からの脱却——漢字教育から語彙教育へ——」『平成 10 年度日本語教育学会秋季大会予稿集』日本語教育学会
- 川口義一 (1993) 「コミュニケーション・アプローチの漢字指導」『日本語教育』80 号
- 小林由子 (1998) 「漢字授業における学習活動——認知心理学的モデルによる検討——」『北海道大学留学生センター紀要』第 2 号

事典

『新版 心理学事典』1994 年(初版第 10 刷) 平凡社

通信講座ご案内

趣味の講座、仕事の講座。



家庭大工

庭木の手入れ



3

上手な話し方

話し下手で悩んでいる人に朗報！ カセットテープを中心に上手な話し方を個人指導。習得すれば、一生の財産に！！

4

手話

50音や数字などの手話の基礎から、文章づくりまで、テキストとテープでやさしく指導。専門職を目指す人にも好評です。

5

英会話

あなたの英会話を通話カセットで指導する実践向き講座。仕事、旅行などの日常会話を指導。今や英語は常識です。

6

外国語(中国語・韓国語・仏語)

旅行やビジネスで世界交通の輪を広げる日本人。外国語の一つくらいはマスターしておけば便利。講座名を必ず牢记。

7

速記

脳会で使われているメモリクスを使用。検定合格率も高く、学習からビジネスまで用途は広い。就・転職に大発有利。

8

速読法

短時間でより多くの情報を得られ、しかも脳細胞の活性化で理解力・集中力がアップ！読書の読書式速読法を学ぼう。

9

ペン字

文字はもう一つの顔。お顔、美しく書きましょう。毎日10分の練習で、書実向上します。文部省の検定書字検定に対応。

10

ボールペン字

文字を書くのはどうも苦手という方に、手帳に始められ、あがるとは嬉しい文字にする方法をお教えします。



11

点字

携帯用点字器を使って、書きながら点字を覚える。早く早くは読書など高度な点字にも挑戦。福祉の知識も深めます。

12

書道

基礎から始め、芸術の領域にまで踏み込む伝統の講座。書風、役位を賞金で決定。優秀者には師範への道が開かれる。

13

写真

あなたの写真が異なります！最新自動化カメラのメカから高度なプロの撮影技法まで、やさしくマスターできます。

14

花の写真



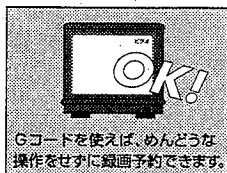
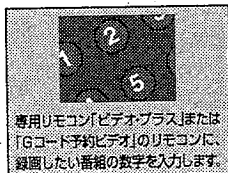
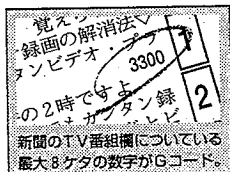
GEMSTAR
JAPAN



録画予約するなら
簡単・ミスなしの
Gコードにおまかせ!!



Gコードでカンタン録画予約。



今あるビデオもカンタン録画

ビデオ・プラス
(専用リモコン)



■Gコード予約ビデオデッキは各社から発売されています。

株式会社 ジェムスター ジャパン

Gコード及びビデオ・プラスのお問い合わせは
〒171-8527 東京都足立区西池袋2-29-18

☎0120-448-442

10:00～5:00PM
(月～金・土・日・夜は休み)

[illegible]

お出かけ前の、
シャワータイム。

あきびんはリサイクルへと旅立ち、新しい
ガラスびんに生まれ変わります。リサイクル
に出す時は、中をさっと洗ってくださいね。

あきびんをリサイクルに出す時は…

- ① キャップを取る。
- ② 中をさっと洗う。
- ③ あきびん以外のものを混ぜない。

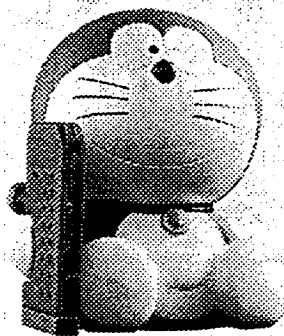


Mar 2.5

商品

■ドラえもんがしゃべるリモコン

がん具メーカーのエポック社は、ドラえもんのキャラクターを使った音声認識テレビリモコン「ドラえコン」＝写真＝を5月上旬に発売する。



あらかじめ言葉や音声を登録してからリモコンに向かって指示を出すと、電源を入れたり、チャンネルを変えることができ、ド

ラえもんが「ハイやりました」などと返事をしてくれる。長期間使っていると、ドラえもんの話し言葉が友達口調に変わっていくのも特徴。国内メーカー12社のテレビに対応でき、テレビから4 m以内の場所で使える。高さ25cm、6980円。