

## 学習者が中級活動発表を通じて学んだこと－CM制作活動報告－

板橋 民子

### アブストラクト

2010年春学期から日本語中級クラスで、学習の定着と日本語会話力の向上を目的に「活動発表会」を実施することになり、筆者の担当クラスではグループでCMを制作して発表するという活動を行った。「CMを知る」過程として、CM分析、アフレコなどのタスクを行い、「CMを制作する」過程では、グループでCMを制作するだけでなく交流授業で制作途中にアイデアをもらったり、リハーサルでアドバイスをもらったりした。このような活動を通して、学生はCMというメディアに接し、グループ学習において仲間と協力する重要性を学んだ。また、CM制作を通じて表現することや、伝えることの難しさを学んだ学生達は、最後の合同発表会で、発表することも見ることも大いに楽しんでいた。日本語学習については、全過程をその機会として捉えた学生もいれば、それほど有益ではなかったと感じたものもいる。しかし、CM活動は様々な日本語との接触や日本社会や文化を知る機会を生み出す可能性がある。同様の活動が今後繰り返し行われることを前提に、今回の試みを振り返り、検討すべき課題を提案する。

キーワード：協働学習、CM活動発表、日本語

### 1. はじめに

言語科目として日本語を指導していると、試験のため、単位のために文法や漢字を覚え、点数や成績で日本語能力を判断する学生の姿勢に疑問を感じることがある。しかし、言うまでもなく、言語はコミュニケーションのツールであり、自分の考えや思いを伝え、それを相手に理解してもらうという経験をしてこそ、言語を獲得した実感と喜びを得られるのではないか。このように感じていたなか、筆者が所属する教育機関で、学期を通してグループ活動を行い、学習の定着を図ろうという試みが実施された。最終的な成果発表会を合同で行う3クラスの教師で活動内容を自由に決定することができたため、筆者が担当したクラスではCMの制作を行うという活動を実施することになった。ここでのCMというのはテレビコマーシャルをイメージしており、特定の商品の売り上げを伸ばすために作られるものであるが、今回の活動では撮影した映像ではなく、パフォーマンスを行って、各グループが商品をアピールした。

本稿では、CM制作の活動（以下、CM活動）の概要を示し、その過程で学生が何を学び、日本語学習にとってどのような意義があったかを、授業観察、学習者に対するアンケートおよびインタビュー<sup>1</sup>から明らかにし、日本語教育においてCM制作にプロジェクトワークとして取り組む意義と可能性を考察する。

### 2. CM活動発表会の概要

#### 2.1 日本語中級クラスの合同発表会の目的

立命館アジア太平洋大学（以下 APU）では 2011 年のカリキュラム改革にともない、学習項目の見直しが行われ、2010 年春学期の日本語中級クラスでは、全 8 課で構成されている『日本語 5 つのとびら－中級編－』（立命館アジア太平洋大学）のうち、移行段階として、6 課分だけを扱うこととなった。<sup>2</sup>指導項目を減らしたことによって生じる学習時間を利用して、中級クラスで「最も身に付けてほしいこと」として挙げられている、学習項目の定着と会話能力の向上を目指すという方針が打ち出された。そこで、新たな試みとして、複数クラス合同で活動発表会を行うことになった。2010 年春学期の日本語中級クラスは 2 つの時間帯に設けられ、各時間帯 9 クラス、合計 18 クラスが開講された。同じ時間に開講している 3 クラスずつが同じ活動を行い、最後にその 3 クラスで合同発表会を実施することは共通していたが、活動の内容は、担当している 3 クラスの教員が話し合っ、決定した。

#### 2.2 対象

APU の日本語中級クラスで学んでいるのは、日本語学習暦約半年の、一般には日本語初中級から中級レベルの国際学生である。CM 活動に取り組んだのは、計 6 クラスの学生であるが、本稿のために活動を観察したのは筆者が担当した 2 ク

ラス（以下 A、B クラスとする）のうち、合同発表会に参加した、A クラス 22 名、B クラス 22 名計 44 名の学生である。但し、アンケートへの回答は A クラス 18 名、B クラス 19 名、会話試験としてのインタビューは、A クラス 20 名、B クラス 21 名を対象とした。

### 2.3 活動内容

CM 活動というのは、見ている人に「商品を買いたい」と思わせるような CM をグループで作る活動である。各クラスで商品のカテゴリーを決め、クラス内の 3～5 人のグループごとに商品を選び、その商品をアピールする CM を各グループで制作し、最後に合同発表会として 3 クラスの学生全員の前で披露する。CM 制作時の共通ルールとして、「2 分程度のパフォーマンス」「グループメンバー全員が日本語を話す」「パワーポイントを使用しない」「音楽・ビデオの使用は可（但し、全編ビデオは不可）」「キャッチコピーを入れる」こととした。共通の配布物は画用紙 4 枚で、使い方は特に指定しなかった。

活動内容および進め方は担当講師間で話し合い、「CM について知る」過程と「CM を制作する」過程を意識させるように計画した。それぞれの過程で使用する教材は、松山（2005）を参考に、担当講師が分担して作成した。活動発表については、授業の第 3 週目に告知し、各クラス共通のスケジュールおよび発表の概要を書面で通知した。第 7 週にアウトラインの提出、第 10 週にスクリプトの提出を義務付け、地域交流と合同発表会の日程などを記載した。表 1 は CM 活動として実施した教室内外での活動である。活動の詳細なスケジュール及び提出物は、ほぼ 2 週間に 1 回配布する、テキストの進度に沿った授業のスケジュールで学生に通知した。

表 1 CM 活動内容および進め方

| 1. 「CM について知る」過程                   |   |  |                                     |
|------------------------------------|---|--|-------------------------------------|
| 活動                                 | 活動の内容・進め方   | 活動の形態                                    | 活動の目的                               |
| 第 2～3 週<br>日本の CM を見る<br>(CM の分析①) | 1. CM の例を見せ、タスクシートの書き方を指示。タスクシートに「商品」「商品名」「企業名」「キャッチコピー」「イメージ・特徴」を書き込む。<br>2. 各自で面白い CM を見つけ、最低 3 本の CM を分析する。面白い CM があれば、Blackboard のディスカッションに書き込み、クラスで共有する。<br>3. 宿題として見てきた CM を、タスクシートをもとにクラスメートに説明する。 | 授業(全体)<br><br>宿題(個人)<br><br>授業<br>(グループ) | ・ CM を知る<br>・ 日本のメディアに触れる           |
| 第 4 週<br>CM の分析②                   | 1. CM の例を見せ、タスクシートの書き方を指示。タスクシートに、どのような映像・音声・言語情報が使われているか、「CM を見てほしい人」「CM から受ける商品・企業のイメージ」を書き込む。<br>2. 好きな CM を各自で最低 3 本選び、1 のように CM を分析し、タスクシートに書き込む。<br>3. 宿題として見た CM を、タスクシートをもとにクラスメートに説明する。          | 授業(全体)<br><br>宿題(個人)<br><br>授業<br>(グループ) | ・ どのような要素で CM が構成されているかを知る          |
| 第 6 週<br>CM の分析③                   | 1. CM の例を見て、どのように音声、文字、映像情報が使われているかをタイムラインに沿って分析する。<br>2. 指定した CM の画像とタイムラインが書いてあるシ   | 授業(全体)<br><br>宿題                         | ・ CM の構成要素を、より細かく理解する<br>・ 日本語を正しく聞 |

|                          |   |                              |                                     |
|--------------------------|---|------------------------------|-------------------------------------|
|                          | ートに1の情報を書き込み、グループで1枚提出する。   | (グループ)                       | き取る                                 |
| 第7～9週<br>アフレコ大会          | 1. CMの分析③をもとに、各グループでCMの画像に合わせて、アフレコの練習をする。<br>2. 画像に合わせて、グループごとにアフレコを行う。<br>予選を2日間行い、3日目にクラスの優勝グループを決定する。     | 宿題<br>(グループ)<br>授業<br>(グループ) | ・日本語を正確に発音する                        |
| 2. 「CMを制作する」過程           |   |                              |                                     |
| 活動                       | 活動の内容・進め方   | 活動の形態                        | 活動の目的                               |
| 第3～5週<br>商品を決める          | 1. CMを作る商品のカテゴリーをクラスで決める。<br>2. CMを作る商品をグループで決める。   | 授業(クラス)<br>授業(グループ)          | ・グループメンバーを知る<br>・日本語でのコミュニケーションに慣れる |
| 第6週<br>交流授業(CMのアイデアをもらう) | Aクラスは日本人学生と交流授業を行い、Bクラスは留学生の先輩をゲストに迎え、CMのアイデアについてアドバイスをもらう。   | 授業<br>(グループ)                 | ・CMのアイデアを具体化する<br>・活動について日本語で説明する   |
| 第5～13週<br>CM制作           | グループごとにCM制作を進める。  | 宿題<br>(グループ)                 | ・協働作業を通した学び                         |
| 第7～11週<br>CMの下書き         | 1. CMの分析③のシートを参考に、タイムラインに沿ってCMの下書きをする。<br>2. 教師のフィードバックをもとに、2～3回再提出する。  | 宿題<br>(グループ)                 | ・CMを具体化し、そのイメージを文字と絵で伝える            |
| 第12週<br>地域交流でリハーサル       | 1. 地域交流で、各グループに1、2名のボランティアの方に入ってもらい、CMのリハーサルをする。<br>2. ボランティアの方にフィードバックをもらい、各グループで練習する。<br>3. クラス全体でリハーサルを行う。 | 授業<br>(グループ)<br><br>授業(全体)   | ・日本語で話す<br>・CMを完成させる                |
| 第14週<br>合同発表会            | 1. 1クラスずつ発表を行い、他の2クラスの学生が「商品を買いたくなかった」CMに投票する。<br>2. 各クラスの優勝グループを表彰する。  | 授業(3クラス合同)                   | ・成果を発表する<br>・他の学生の成果を見る             |
| 3. 活動の振り返り               |   |                              |                                     |
| 第14週<br>アンケート            | それぞれのタスクの評価と活動の感想を書く。   | 宿題(個人)                       | ・活動全体の振り返り<br>・会話試験の準備              |
| 第14週<br>会話試験             | 活動について1分程度のスピーチを行い、その後教師の質問に答える。  | 教師と1対1の会話試験                  | ・会話能力の判定<br>・活動に対する意見収集             |

CMを見たり、分析したりする過程で、限定はされるが、学生は日本のメディアに接触することになる。松山（2005）が、CMは視覚、聴覚情報のすべての要素を、時間をかけて、15秒間の中に計算しつくして作られているため、偶然的要素はほとんどないと述べているように、短時間で伝える内容と目的が理解しやすいCMは、中級学習者にとっても比較的扱いやすい生教材であると考えられる。CMに使用されている語彙は、学生がテキスト『5つのとびら』（立命館アジア太平洋大学編）で学ぶキャンパスおよびアカデミックなトピックに関連した語彙・表現とは異なり、日常的なもの、流行のもの、話し言葉が多く、新たな語彙や表現、日本語の特徴に触れる機会ともなる。また、活動の過程では、様々な言語活動を行う。たとえば、CM分析を書き取り、クラスメートと情報を共有するといった過程で、インプットされた語彙や表現を再生し、活動に必要な話し合いや交流授業の際に、日本語でのコミュニケーションが行われる。表2に活動過程でどのような言語活動を行うかを示す。

表2 CM活動過程で必要な日本語の言語活動

| CM活動     | 聞く                               | 話す                            | 読む                             | 書く                                   |
|----------|----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| CMの分析①②③ | ・CMの聞き取り<br>・クラスメートからの説明         | ・クラスメートへの説明                   | ・文字情報の読み取り<br>(CM・タスクシート)      | ・シートへの記入                             |
| アフレコ     | ・CMの聞き取り<br>・クラスメートのアフレコの聞き取り    | ・映像に合わせたアフレコ                  | ・文字情報の読み取り<br>(CM)             | ・シートへの記入                             |
| 交流授業     | ・会話の聞き取り                         | ・活動の説明                        | ・プロジェクトに関する資料（目的・スケジュール・ルールなど） | ・アイディアやアドバイスをメモする                    |
| CM制作     | ・グループメンバーとのコミュニケーション<br>・CMの聞き取り | ・グループメンバーとのコミュニケーション          | ・プロジェクトに関する資料<br>・スクリプト        | ・CMの下書き<br>・スクリプト作成                  |
| 地域交流     | ・アドバイスの聞き取り<br>・他グループの発表を聞く      | ・活動やCMのコンセプトの説明<br>・リハーサルでの発表 | ・プロジェクトに関する資料                  | ・アイディアやアドバイスをメモする<br>・交流内容の記録（アンケート） |
| 合同活動発表会  | ・他グループの発表を聞く                     | ・自グループのCMを発表する                | ・発表に使用される文字情報の読み取り             | ・投票用紙への記入                            |
| 振り返り     | ・会話試験（教師の質問を聞く）                  | ・会話試験（1分のスピーチと教師のインタビューに答える）  |                                | ・アンケート用紙への記入                         |

### 3. 活動報告

#### 3.1 授業観察による気づき

##### 3.1.1 CM分析について

CMの分析を含め、日本で放映されているCMを見るという課題を合計3回課した。まず、最初に課題を説明する際に、



日本のCMを見たことがあると答えた学生はほとんどいなかった。CMを見るという課題を遂行するために、ほとんどの学生はYouTubeでCMを検索し、日本のCMを見たようだ。また、面白かったCMをBlackboardのディスカッションに投稿するという課題に対し、Bクラスで18本の投稿があり、一部学生に積極的に投稿する姿勢が見られた。Aクラスでは投稿が全くなかった。これは、学生の意欲だけではなく、クラスでアナウンスのタイミングを逃したことも関係していると思われる。CMの分析①ではタスクシートに商品、商品名、企業名、キャッチコピー、イメージなどを、CMの分析②では、CMに使用されている映像・音声・言語情報、「CMを見てほしい人」、「CMから受ける商品・企業のイメージ」を書き込ませ、CM制作時にどのようなことを考えなければならないかを意識させるようにした。多くの学生が分析①でBlackboardにアップしたCMにアクセスし、書き込みをしていた。提出されたタスクシートを見るとほとんどの学生が熱心にキャッチコピーや未習語などを書き込んでいた。ただ、聞き取りおよび書き取りの正確さには個人差が大きかった。

CMの分析①②のあと、クラスで情報交換する時間を設けた。タスクシートを見て、CMについて積極的に説明する学生の姿勢が見られた。

CMの分析③はアフレコをするための準備として行ったタスクである。アフレコは15秒ほどのCMを見て、セリフを聞き取り、映像に合わせてセリフを言うというシンプルで、短時間でできる活動であったため、授業開始時の5分程度を使って実施した。アフレコは「大会」と称して2日間で予選を行い、3日目に勝ち残った3グループでの決勝戦を行った。最初はセリフを映像に合わせるだけだったが、2日目の予選で発表したグループが効果音を入れたり、映像に合わせた振り付けをしたりしたことに触発され、3日目の決勝戦では勝ち残ったグループが予選以上のパフォーマンスを見せた。15秒ほどのCMであったが、様々な工夫ができ、グループの個性が表れた。一方で、映像に合わせて、日本語の自然な速さと正確なアクセントで発話するのは思った以上に難しかったようである。このころからグループの結束力が生まれてきたように思う。

授業で観察されたことから、CM分析の活動は学生が日本のメディアに触れるきっかけ作りとなる点で意義があると思われる。コンピュータが普及する前は日本に留学するとテレビから情報を得ることが最も一般的で、日本のニュースや大衆文化に自然に接していたが、現在では、自国のニュースや見たいドラマ・音楽・映画といったものを常にコンピュータで楽しむことができるため、日本で生活していても日本の大衆文化やメディアに触れる機会がなくなっている。したがって、今回のような活動が日本のメディアや社会に興味を持つきっかけにもなり得る。一方で、インターネットの発達によって、見たいCMをいつでも繰り返し見ることができる環境にあることは、今回の活動には大いに役立った。

CMの分析をそれぞれのタスクシートに書き取らせたが、日本語の正確さには重点を置かず、クラスで話し合うためのメモのような位置づけとして扱った。しかし、企業名、商品名、キャッチコピーなどの書き取り、聞き取りの正確さには個人差が大きく、授業で時間をかけて取り上げることができれば、ディクテーション、カタカナ指導にも利用できるだろう。また、多くの企業名・商品名などが出てくることから日本社会についての一般的な知識を吸収する機会にもなり、授業の扱い方次第では、応用日本語やキャリア日本語<sup>3</sup>の前段階として、日本社会について考えさせるような指導も可能だろう。

CM分析後の話す活動で会話を楽しむ姿勢が見られたのは、初級、中級で重視している「自分のことを話す」「経験を話す」といった活動と異なり、「自分」から離れた話題であるため、伝える内容を産み出す必要がなく、インプットされたCMの内容をそのままアウトプットすればよいので、話すのが苦手な学生でも会話を続けやすかったからではないか。

アフレコ大会は、短時間でできるため、授業の進度をそれほど妨げないという点では導入しやすい活動だといえる。ただ、全グループ、教師が指定した同じCMのアフレコを行ったため、比較はしやすかったが、面白みには欠けていた。CMを学生が選択するなどして、学生に主導権があれば、より盛り上がる活動となったかもしれない。ただ、日本語の発音を意識させるためには非常に良いきっかけとなった。目的を考えて、活動の内容を検討すれば、効果的なタスクとなるだろう。

### 3.1.2 交流授業について

各クラス CM 活動のために 2 度の交流授業を行った。A クラスでは日本人学生、B クラスでは留学生の有志と CM 制作初期段階で交流授業を行い、制作後期の段階では地域ボランティアの方との交流（以下地域交流）を行った。初期段階での交流では活動の内容、グループで決めた商品、キャッチコピー、CM のアイディアを事前に考えさせ、交流相手にそれらを伝えて、新たなアイディアをもらったり、アドバイスをもらったりした。地域交流は CM の下書きの提出後の、リハーサルと位置づけた交流であった。地域交流は、最初に配布した、活動スケジュールを記載した資料で通知されており、さらに、両活動ともテキストの進捗に基づいて、配布される詳細な授業のスケジュールでも告知していた。だが、交流に向けての CM 制作の準備および進捗状況にはグループによってかなり差があり、交流授業直前に教師に促されて初めてグループで打ち合わせ時間を決めるところもあれば、事前にスケジュールを確認し、音楽などを用意した上でリハーサルに臨むグループもあった。

初期段階での交流授業では、A クラスの日本人学生との交流と B クラスの留学生との交流で異なる特徴が見られた。A クラスの日本人との交流の際は、留学生が考えたキャッチコピーを日本語らしい表現になるように日本人学生と作り直したり、CM のアイディアがそれ程固まっていないグループでは、日本の CM でよく見られるような清涼飲料水のコマーシャルの場面を提案したりするといった既存の CM を意識したコメントおよびアドバイスが多かった。そのため、「聞いていませんか」といった留学生が作れそうにもないキャッチコピーや、スポーツシーンやオフィスといったイメージしやすい場面設定にした CM が多く作られた。一方、B クラスの留学生との交流では、日本語の面よりも CM のアイディアと一緒に考えるグループが多かった。作られた CM も学校が舞台となっているものやアイスクリームの商品名からイメージした場面が使われており、CM としてのインパクトには欠けるが、ストーリー性の強いものが多かった。参加者が有志だったせいか、B クラスのほうが双方積極的にコミュニケーションを行っていたように感じた。

地域交流では、授業開始時にペア及びグループになったボランティアの方に最初の「リハーサル」を見ていただいたが、グループによってはまだセリフが固まっていないなど、完成度が低い状態であった。しかし、その後の 30 分程度のアドバイスと練習の時間に、声の大きさ、発音の注意から分かりにくいセリフの修正、演技指導までボランティアの方がディレクターの役割を果たしてくださった。特に、キャッチコピーで CM を締めくくるといふ CM の「締め方」を指導してくださったおかげで、かなり CM らしいものになった。発表時間が 2 分間と短いこともあって、30 分間で各グループ 4、5 回の練習を繰り返すことができ、最後にクラス全員の前で発表する時は本番前の「リハーサル」と呼べるものになった。

CM 制作を進めるために、また、日本語で交流しながらアイディアやアドバイスをもらうことでより良い発表になるようにと交流授業を CM 活動の準備にあてたが、どの交流も有意義な時間となった。活動や制作意図を日本語で説明したり、発表することで日本語使用機会が増えるのはもちろんのこと、様々なアイディアを得たり、日本語を直してもらったりして、CM の完成度が高まった。ただ、今回の CM を見て審査をするのが同程度の学習段階の学生であることを考えれば、早い段階で日本人と交流し、セリフと一緒に作ってもらいと、未習語彙の使用が多くなり、発表時に聞いている学生が理解しにくくなるようだ。交流時には参加者に活動の目的をきちんと説明し、配慮してほしいことなどを伝える必要があると感じた。

### 3.1.3 学生が制作した CM について

発表した CM はそれぞれ表 3 のような場面、キャッチコピー、日本語のスタイル、メディア、小道具を使用していた。A クラスの商品のカテゴリーは「飲み物」で、B クラスは「アイスクリーム」であった。

表 3 各グループが制作した CM の分析

|  | 場面（登場人物） | キャッチコピー | 日本語のスタイル | メディア<br>小道具 |
|--|----------|---------|----------|-------------|
|  |          |         |          |             |

|    |   |  |   |                          |
|----|---|--|---|--------------------------|
| A1 | アナウンサーの解説付きの2人の男性による100メートル走<br>(アナウンサー・走者・ファン・スターター) | 渴いていませんか   | 丁寧体(アナウンサー)<br>敬語(ファン)<br>普通体(選手)                 | 音楽<br>CM 商品              |
| A2 | オフィスで2人の同僚にいじめられている会社員<br>(会社員)                       | 目が覚める周りの人も目も覚める - 安い                                 | 普通体(いじめる同僚、いじめられる会社員の独り言)<br>場面転換後<br>丁寧体(いじめる同僚) | 音楽<br>CM 商品<br>オフィス用品    |
| A3 | 喫茶店で客がコーヒーを注文し、ウェイトレスと一緒に世界旅行をする<br>(ウェイトレス、客)        | コーヒーを飲んで一緒に世界旅行                                      | 敬語(ウェイトレス)<br>丁寧体(客)                              | 音楽<br>画像<br>喫茶店のセット      |
| A4 | 大学生が都会の喧騒から自然豊かな田舎にトリップする<br>(ナレーター、大学生、自動販売機、牛)      | ファンタ モウモウ  | 普通体(ナレーター、学生、自動販売機、牛)                             | 音楽・効果音                   |
| A5 | ストレスがたまるオフィスで、会社員が妄想する<br>(上司、部下、同僚、テレビを見る人)          | ファンタでファンタジー  | 丁寧体(部下)<br>普通体(上司、同僚、テレビを見る人)                     | ビデオ<br>CM 商品<br>オフィスのセット |
| B1 | 夏の日差しの下<br>秋の公園<br>(友達、天使、男子学生、女子学生)                  | いつでも、だれでも、パピコを食べよう                                   | 普通体(友達、天使)<br>丁寧体(男女学生)                           | 音楽<br>CM 商品              |
| B2 | 家族で山道をドライブ<br>(5人家族)                                  | (BGM の音量が大きすぎて、聞き取れず)                                | 普通体(家族)   | 音楽                       |
| B3 | キャンパスの大学生<br>(大学生)                                    | チョーアイス、チョーおいしい                                       | 普通体(大学生)  | 音楽<br>CM 商品              |
| B4 | テレビの番組で、カップルにインタビュー<br>(レポーター、カップル、泥棒)                | チーズスティック、チーズスティック、おいしい、おいしい、みんなみんな食べましょ、食べましょ<br>(歌) | 丁寧体(レポーター、カップル、泥棒)                                | マイクなど                    |
| B5 | 家族団らんの中、父親がバナナ狩りに行く<br>(父と娘)                          | どこでも、フレッシュ、チョコバナナ                                    | 普通体(父と娘)  | 音楽・効果音<br>バナナ<br>CM 商品   |

Bクラスに比べると、Aクラスのキャッチコピーのほうがよりキャッチコピーらしい表現が使われている。これは、CM制作の初期段階で日本人学生との交流を行い、キャッチコピーを完成させたからだだろう。また、Bクラスはほとんど普

通体で会話が行われる場面が使われている一方で、A クラスは待遇表現が必要な場面設定をしており、様々なスタイルの日本語の使用が見られた。

テレビのCMと異なり、実際にパフォーマンスを行うため、場面転換を伝えるのが難しいと思われたが、10グループ中7グループが場面転換や妄想シーンをビデオ、音楽、効果音などを使用して伝えていた。また、同じ場面で2種類のCMを見せたグループは「巻き戻し」を連想させる動きを使用する工夫が見られた。Aクラスではすべてのグループが商品のイメージを伝えるために、その飲み物を飲んだらどのようなイメージを伝えるかというイメージを伝えていた。Bクラスはアイスクリームの味や値段といった特徴を伝えるCMが多かった。

### 3.1.4 合同発表会および活動全体について

合同発表会本番は、3クラスの学生が集まり、音楽・衣装・小道具などの準備が整い、教室が非常に華やかになって、盛り上がった。CM活動では、各グループでリーダーを決め、準備を進めたが、メンバーそれぞれがアイディアの提案、スクリプトの作成、映像、音楽や小道具の準備、パフォーマンスの主演などとして活躍をしていた。A、Bクラスそれぞれに、授業を途中でドロップした学生が2名ずつ、計4名いたが、うち2名はCM活動関係の授業には出席し、中心メンバーとしてグループを支えた。通常のプレゼンテーションや発表ではどうしても日本語能力の高い学生が中心的な存在となり、日本語に自信のない学生はフリーライダーになる傾向が見られるが、創造力のある学生がグループの中心となり、その他の学生も積極的に関わって、ほとんどの学生が活動に積極的に参加しているようであった。

結果発表、表彰式では、選ばれた学生、選んだ学生ともに声を上げて盛り上がり、1学期間を通して行った活動の締めくくりとなった。

合同発表会の前にリハーサルで他のグループの演技やパフォーマンスを見たことが、学生間の刺激になったようで、リハーサル時より本番のほうに格段にCMの完成度が高くなっていた。今回の活動に限ったことではないが、他のクラスメートの取り組み方やアイディアなどは、自分達の発表内容を再考するきっかけになるようだ。また、CMという、様々な要素を複合的に組み合わせてできる活動だったので、各学生の特技や個性を活かし、それぞれがグループに貢献できたこともグループメンバー全員が活動を楽しめた要因の一つだったのではないだろうか。

## 4 活動の振り返りの過程での学習者の気付き

### 4.1 アンケートの結果と考察

アンケートは合同発表後に配布し、会話試験時に回収した。アンケートは主に2つの部分で構成されており、前半はCM活動の各タスクの面白さと日本語学習への有用性を5段階評価で聞いた。また、活動のためにグループメンバーと授業外で会った回数と時間を聞いた。後半は自由回答形式で、CM活動について、「良かったと思うこと」「大変だったこと」「CM活動の感想」を聞いた。アンケートへの回答はAクラス18名、Bクラス19名であった。

まず、表4-1にA、Bクラスの各タスクへの評価の平均値を示す。尚、Bクラスは日本人学生との交流を実施していないため、該当欄が空欄になっている。表4-2は各タスクの平均値の順位を示している。

表4-1 タスクに対する評価の平均値 (クラス別)

|   | CMを見る |      | CM分析 |      | アフレコ |      | CM制作 |      | 日本人学生<br>と交流 |      | 地域交流 |      | 発表会  |      | ミーティン<br>グ |      |
|---|-------|------|------|------|------|------|------|------|--------------|------|------|------|------|------|------------|------|
|   | 面     | 日    | 面    | 日    | 面    | 日    | 面    | 日    | 面            | 日    | 面    | 日    | 面    | 日    | 回数         | 時間   |
| A | 4.26  | 3.95 | 3.42 | 4.11 | 3.95 | 3.89 | 4.47 | 4.11 | 3.42         | 3.74 | 4.11 | 4.53 | 4.79 | 4.21 | 3.75       | 3.97 |
| B | 4.30  | 3.75 | 3.40 | 4.00 | 3.80 | 3.65 | 4.25 | 3.80 |              |      | 4.20 | 4.40 | 4.40 | 3.90 | 2.63       | 2.13 |

面…面白さ 日…日本語学習への有用性

表 4-2 タスクに対する平均値の順位（クラス別）

| A クラス順位 |           |      |           |      | B クラス順位 |        |      |        |      |
|---------|-----------|------|-----------|------|---------|--------|------|--------|------|
|         | 面白さ       | 平均値  | 日本語       | 平均値  |         | 面白さ    | 平均値  | 日本語    | 平均値  |
| 1       | 発表会       | 4.79 | 地域交流      | 4.53 | 1       | 発表会    | 4.40 | 地域交流   | 4.40 |
| 2       | CM 制作     | 4.47 | 発表会       | 4.21 | 2       | CM を見る | 4.30 | CM 分析  | 4.00 |
| 3       | CM を見る    | 4.26 | CM 分析     | 4.11 | 3       | CM 制作  | 4.25 | 発表会    | 3.90 |
| 4       | 地域交流      | 4.11 | CM 制作     | 4.11 | 4       | 地域交流   | 4.20 | CM 制作  | 3.80 |
| 5       | アフレコ      | 3.95 | CM を見る    | 3.95 | 5       | アフレコ   | 3.80 | CM を見る | 3.75 |
| 6       | CM 分析     | 3.42 | アフレコ      | 3.89 | 6       | CM 分析  | 3.40 | アフレコ   | 3.65 |
| 7       | 日本人学生との交流 | 3.42 | 日本人学生との交流 | 3.74 |         |        |      |        |      |

これら表を見ると、両クラスとも、「CM を見る」「アフレコ」「CM 制作」「発表会」では面白さが有用性の平均値を上回っており、「CM 分析」「地域交流」では有用性が面白さを上回っている。また、全タスクの中で、面白いタスクとして「発表会」の平均値が最も高かったことと、日本語の勉強に役に立つタスクとして「地域交流」の平均値が最も高かったことも A、B クラスに共通していた。このことから、学生が日本語の学習に役立つと感じているタスクと面白いと思っているタスクがほぼ共通していると言える。各タスクに対する評価をくわしく見てみると、「CM について知る」過程では同じ CM を見て、タスクシートに書き込むという作業でも、「CM を見る」タスクと「CM 分析」は面白さと日本語学習への有用性が逆転する。アフレコはいずれも評価の数値が 4 を下回っており、全体の中では評価の低いタスクであった。そして、「CM を制作する」過程では、「CM 制作」は A クラスが 4.47、B クラスが 4.25 と面白いタスクと評価されたようだ。「地域交流」は日本語学習に有効だったと評価された一方で、A クラスのみで実施した日本人学生との交流は面白さの点でも、日本語学習への有用性の面でも他のタスクと比較して、最も低い評価となった。ミーティングの回数と時間を見ると、A クラスのほうが B クラスをいずれも上回っていた。

CM を見ることも分析することも、CM を見て、タスクシートに書き込むという作業自体はよく似たものであるが、それぞれへの評価に差が生じたのは、一度目と二度目の分析に対する学生の取り組み方の違いの表れだろう。つまり、一度目は面白い CM を探すということを目的に、はじめて日本の CM に接したのに対し、二度目はすでに見たものを、シート記入のために何度も繰り返し見ることになったため、新鮮味がなくなり、面白さを感じなかったのかもしれない。しかし、日本語の学習への有用性に評価が高まっていることから、言語や音声などをより意識して CM を見たため、二度目のほうが言語の学習機会になると感じたのだろう。したがって、これは学生が活動の意図をきちんと理解して、取り組んだ結果だと考えられる。

アフレコの評価が低かったのは、前述したように教師が CM を指定し、タスクの自由度が低かったからかもしれない。また、短時間で行えるタスクであるため、授業への支障がない反面、パフォーマンスが非常に短い時間で終わってしまうので、充実感が得られないと感じたかもしれない。今後同様の活動をするなら、タスクのあり方を考え直す必要があるだろう。

日本人との交流に関しては、CM 制作の初期段階で行った日本人学生との交流と最終段階で行った地域交流への評価に差があった。初期段階では、学生自身がまだ活動についてのイメージができておらず、その時点でアイデアやアドバイスをもらうことになったため、日本人学生も何を求められているかが把握しにくく、有意義なコミュニケーションにつながらなかったと考えられる。逆に、最終段階での地域交流では、ある程度形になったパフォーマンスをボランティアの方に披露することができ、それに対するアドバイスをお願いしたため、最初からコミュニケーションがスムーズで、学生とボランティアの方が一つのチームのようになって、パフォーマンスを上げることができた。最初のパフォー

マンスに比べ最後のパフォーマンスに明らかな向上が見られたことも交流活動における充実感につながったと考えられる。このことから、時間が限られている交流活動では、目的や相手に求めていることが明確で、その成果を実感しやすいタスクを行うほうが、より有意義なものになるようだ。

成果を最終的に発表する活動を学生が最も「面白い」と評価したのは、自分のグループのCMも他のグループのCMも、見せる、または、見ることを楽しむレベルにまで完成させることができたからだろう。それぞれのクラスの結果発表の際にも、通常の授業時にはない盛り上がりがあったことから、「発表会」が活動を締めくくるイベントとして十分に機能したと感じた。

A、Bクラスのミーティングの回数、時間の差はCMの完成度の差につながっていたようで、Aクラスのほうがセリフや演技、動きなどによる伝えたいイメージが分かりやすかった。活動自体を最初から楽しんでいるように見えたのはBクラスだったが、CM活動を学習の一環と捉えていたのはAクラスだったのではないだろうか。

次に、グループごとの評価の平均値を表5に示す。

表5 タスクに対する評価の平均値（グループ別）

|    | CMを見る |     | CM分析 |     | アフレコ |     | CM制作 |     | 日本人学生<br>と交流 |     | 地域交流 |     | 発表会 |     | ミーティン<br>グ |     |
|----|-------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|--------------|-----|------|-----|-----|-----|------------|-----|
|    | 面     | 日   | 面    | 日   | 面    | 日   | 面    | 日   | 面            | 日   | 面    | 日   | 面   | 日   | 回数         | 時間  |
| A1 | 4.5   | 4.3 | 3.8  | 4.5 | 3.5  | 4.0 | 4.5  | 3.5 | 4.0          | 4.0 | 4.3  | 4.5 | 4.8 | 4.0 | 4.0        | 2.7 |
| A2 | 3.5   | 4.5 | 3.0  | 4.0 | 2.5  | 4.0 | 4.5  | 3.5 | 4.0          | 5.0 | 4.5  | 4.5 | 5.0 | 5.0 | 4.0        | 2.0 |
| A3 | 4.7   | 3.7 | 3.7  | 4.3 | 4.0  | 4.0 | 4.3  | 4.7 | 3.3          | 3.7 | 3.3  | 4.3 | 4.7 | 3.7 | 4.0        | 3.3 |
| A4 | 4.2   | 3.6 | 3.4  | 3.8 | 4.2  | 3.6 | 4.2  | 3.8 | 2.6          | 2.8 | 4.2  | 4.6 | 4.8 | 4.8 | 3.3        | 3.3 |
| A5 | 4.2   | 4.0 | 3.2  | 4.0 | 4.6  | 4.0 | 4.8  | 4.8 | 3.6          | 4.0 | 4.2  | 4.6 | 4.8 | 3.8 | 3.8        | 7.3 |
| B1 | 4.0   | 3.5 | 3.3  | 3.8 | 4.0  | 4.0 | 4.5  | 4.5 |              |     | 4.0  | 4.3 | 4.8 | 4.3 | 2.8        | 2.3 |
| B2 | 4.2   | 3.6 | 3.6  | 4.2 | 3.4  | 3.2 | 4.6  | 3.8 |              |     | 3.8  | 4.4 | 4.0 | 3.4 | 2.2        | 2.2 |
| B3 | 4.0   | 3.7 | 3.3  | 4.0 | 4.0  | 4.3 | 4.7  | 3.7 |              |     | 4.7  | 4.7 | 4.0 | 4.0 | 3.0        | 2.2 |
| B4 | 4.6   | 3.8 | 3.4  | 4.0 | 4.0  | 3.4 | 3.8  | 3.6 |              |     | 4.4  | 4.2 | 4.6 | 4.2 | 3.0        | 2.0 |
| B5 | 4.7   | 4.3 | 3.3  | 4.0 | 3.7  | 3.7 | 3.7  | 3.3 |              |     | 4.3  | 4.7 | 4.7 | 3.7 | 2.3        | 2.0 |

これを見ると、グループ間の差が1.4以上となったのは、「アフレコ」「地域交流」の面白さ、「CM制作」「発表会」の日本語学習への有用性、「日本人学生との交流」の面白さおよび日本語学習への有用性である。ミーティング時間ではA5グループが突出していた。

アフレコが面白かったと評価したグループはいずれも予選で勝ち抜いたグループで、準備や練習の時間を取り、自分達で活動を楽しむことができたグループだった。アフレコの際のセリフも正確で、映像によく合っていた。また、効果音を入れたり、体の動きを交えたパフォーマンスも加え、十分練習したことが伺えた。交流授業における評価の差は、ペアおよびグループとなった相手との相性に関係があるのではないだろうか。授業の観察からも特に日本人学生との交流では、話し合いが盛り上がり、活発なコミュニケーションができていたグループと話が続かないグループが見られた。CM制作の初期段階では活動への取り組みに差が見られたため、意欲や準備不足が十分なコミュニケーションにつながらず交流の機会を有意義に利用できなかったのだと考えられる。

CM制作では特にB4、B5のグループの評価が低くなっているが、全体的に日本語への有用性の評価が低いグループが多い。このような評価につながった原因は、後程会話試験のコメントから検討してみたい。

ミーティング時間が長かったA5グループは、妄想のシーンに撮影したビデオを用いたグループである。このビデオを

取るために、15 回ほど撮影を繰り返したそうだ。ビデオ撮影をすると、セリフを覚えられないかもしれないといった懸念から、全編ビデオを禁止したが、ビデオで CM を制作するほうが、セリフを繰り返すことになり、学習機会につながるなら、ビデオを制作するという活動も有効かもしれない。

## 4.2 会話試験からの考察

アンケートへの回答が会話試験の準備にもなったようで、コメントに重なりが見られるが、ここでは会話試験として行ったインタビューのコメントから、活動を通しての学生の気づきや活動の問題点、今後の課題を探る。インタビューでは CM 制作について、日本語学習について、グループ学習についてのコメントが多く得られた。それぞれに対する学生の代表的な意見を表 6 にまとめた。これらの意見をもとに、今回の活動を考察する。

表 6 活動に対する学生のコメント(文法及び表現のミスを引用者にて一部修正)

| CM 制作について   | 日本語学習について   | グループ学習について   |
|---|---|--|
| <p>【CM 制作の難しさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テーマを考えることが一番重要だと思います。</li> <li>・時々良いアイデアが思いつかないので、困りました。</li> <li>・CM とは何かとか、どんな商品について CM を作るのか本当に困りました。</li> <li>・CM を作ることははじめての経験だったので、2 分間でどうしたら印象的に作れるか考えることが大変でした。</li> <li>・CM は 2 分ぐらいだと思いますが、音楽と合わせるのが、本当に大変だった。たぶん 20 回ぐらい練習しました。</li> <li>・みんないろいろなアイデアがあります。どれが一番いいアイデアか決めるのは一番大変なことでした。</li> </ul> <p>【CM への接触】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・YouTube でいろいろな CM を見て、一人ずつ自分の意見とかアイデアを言って、スクリプトを作りました。</li> <li>・日本語でいろいろな変な CM を見ました。それはとても面白かったと思います。</li> <li>・他のアイスクリームの CM を見て、分析する時はリスニングが必要でした。</li> </ul> <p>【演技・表現方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分がこうしたら面白いだろうと思</li> </ul> | <p>【交流の意義】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本語を使って、グループメンバーとボランティアの人と交流しましたから、日本語を使うことが上手になったと思います。</li> </ul> <p>【日本語でのコミュニケーションの難しさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本語ではっきり自分の意見やアイデアを表しにくいです。</li> <li>・グループのメンバーは全員日本人じゃないから、正しく表現することが大変だったと思います。</li> </ul> <p>【日本語使用への自信】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今まで学んだ文法を使って、CM のようなものを作れましたから、それが特別な経験だったと思います。</li> <li>・日本語の文法と言葉の使い方を練習しただけじゃなくて、話すことにも進歩が見えてきました。</li> <li>・発音はたぶん良くなったと思います。</li> <li>・一番良くてきたことはたぶん、敬語を正しく使うことだと思います。</li> <li>・私達は練習しているうちに、いろいろな言葉を辞書で調べて、自分で覚えて、ぺらぺら話すように頑張りました。</li> <li>・中級が始まって、CM を見たとき、私はちょっと分かりませんでした。で</li> </ul> | <p>【グループメンバーとの協力】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループのメンバーと一緒に努力したので、とても楽しかった。</li> <li>・チームワークの重要性も理解できました。</li> <li>・どうやって人と協力するかも習いました。</li> <li>・同じグループでちがうイメージがありました。だから、だれの意見がいいか決めに良かったです。</li> <li>・アイデアや興味は人によって違うけど、みんなは一人ずつ得意な能力があるから、一緒にすばらしい CM の内容ができました。</li> <li>・活動について一番良かったことは、みんな一緒に準備したり、いろいろな情報とか活動について探したりしたことです。</li> </ul> <p>【教室外活動の難しさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・暇な時間が違いますから、ミーティングをしにくいと思います。</li> <li>・私達はミーティングの時間がありませんでした、パソコンのメールで何回も話し合いをしました。</li> </ul> <p>【教室外活動の意義】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CM 作りで、たぶんみんな初級のクラスより仲良くなりました。授業以外で交流する機会もあるし、プライベートな感じで仲良くなりました。</li> </ul> |



|  |   |   |
|--|---|---|
| <p>ったことが、実際に行ってみるとあまり面白くなくて、それが大変でした。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・演技も練習しました。</li> <li>・ビデオを作ったとき NG がいっぱいありました。</li> </ul> <p>【制作した CM への振り返り】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品を選ぶことが良くなかったです。イメージを伝えにくかったです。</li> <li>・失敗したことはみんなの話す量が同じじゃなかったことです。</li> <li>・準備は時間がかかりましたが、活動は楽しかったと思います。</li> </ul> | <p>も、今は面白いこととか、冗談とかが分かります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・友達と日本語で話す自信がどんどん上がってきました。</li> </ul> <p>【CM の日本語に対するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CM の中では敬語ではなくて、普通形だけど、ちょっと違います。キャッチコピーとかアフレコのときもアクセントとイントネーションも必要なので、それは良かったと思います。</li> <li>・CM 活動の良かったところは日本語でセリフを作ったことだと思います。理由はいつも授業で勉強している日本語だけではなく、それぞれの CM から、新しい単語や使い方を覚えられたからです。</li> <li>・CM を作るときは感情を入れて練習するチャンスです。</li> </ul> <p>【コミュニケーションの方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・英語とか日本語とかで伝えるに苦しいと思いましたから、いつも紙で書いたり、どんなイメージを伝えたいか自分でします。</li> <li>・私だけ中国語が話せませんから、最初はコミュニケーションが少し難しかったです。ほとんど日本語で話しましたが、ときどき英語で話しました。</li> </ul> <p>【日本語の使用機会について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CM は面白かったですけど、日本語を使う機会はそんなに多くなかった。</li> <li>・CM 活動は日本語を話すための理由になりました。だから、話せるようになりました。</li> </ul> | <p>【グループメンバー減少で生じた困難】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループメンバーが授業をやめました。それで、スクリプトを変えなければなりませんでした。</li> </ul> <p>【発表会について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・初めてステージで友達と一緒に大きな活動を行ったことが一番楽しかったです。</li> </ul> <p>【国際学生との活動について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国際学生と一緒に協力するのが楽しいと思います。私はサークルで日本人と一緒に活動しましたが、それに比べると、国際学生のほうが進むのが早いし、みんな意見をどんどん言って、改善していました。そのやり方がいいなと思いました。楽しかったです。</li> </ul> |
| その他の気付き  |   |   |
| <p>【自国の CM との比較】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国では「渴いていませんか」のような言葉を最後に言いません。中国の CM ではたぶん「いくら」と言います。</li> </ul> <p>【他グループとの比較】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他のチームは音楽をエディットしてちゃんと選んで使っていましたが、私達はそのままだけに使用しました。</li> <li>・私のグループはスーパースターがいない。優勝のグループはいました。</li> </ul>                                     |   |   |



【CMを見ることを通した気づき】

・私達は活動の前に全然日本語のCMを見たことがありませんでした。CMを作る時、私は多くの日本語のCMを見ました。CMの中の日本語がちょっとクラスで習ったことと違うと思いました。

CM制作に関して、多くの学生が「初めての経験だったため、難しかった」とコメントしたことは、授業や発表会の楽しんでいる様子からは予想していないことだった。2分間という限られた時間の中で、商品を買ってもらおうという目的のために何をどう表現したらよいかを真剣に考えた結果であろう。このような意見が多く出たのは、CM活動のように何かをアピールするという視点をこれまでのプレゼンテーションでは持っていなかったからかもしれない。初級、中級で学生はプレゼンテーションの型を提示され、それに沿って準備すればよいことが多いため、どう見せるか、どう伝えるかを考える姿勢が育っていなかったのではないだろうか。これは今後のプレゼンテーションの指導における課題の一つであろう。今回はCMする商品の分析などの時間が取れなかったが、時間をかけて商品分析を行った上で、CMを制作できれば、プレゼンテーションや発表、自己アピールなどをより効果的に行うための方法を習得するための指導につながるかもしれない。

次に、自分達を作るCMのアイディアの参考にするために、多くの学生が課題以外でもCMを見ていたことが分かった。CMを知る過程で導入した「CMを見る」「分析する」タスクが役に立ったようだ。また、「グループメンバーから様々なアイディアが出たため、どのアイディアを採用するかが大変だった」と話した学生も多かった。CM制作に積極的に関わろうという姿勢が見られ、意見をまとめるために、学生間で有意義なコミュニケーションが行われたと考えられる。ただ、日本語学習という点では、「自分の意見を日本語で伝えられないことも多く、英語や他の言語でコミュニケーションをする」こともあったようだ。だが、教室内外で日本語でコミュニケーションしていたグループもあり、この点が、グループ間のCM制作時における日本語学習への有用性の感じ方の差につながったと考えられる。

CM活動を日本語学習機会として捉えたかどうかは、それぞれの過程でどのようにタスクに取り組んだか、また、活動時にどのような役割を果たしたかということに関わりがあるようだ。たとえば、CMを見たことでリスニング能力が高まったと感じた学生や辞書などを使って、新しい言葉を積極的に獲得しようとした学生は、日本語学習に役立ったという肯定的なコメントをしている。また、スクリプト作成時に中心的な役割を果たした学生はこれまで勉強した日本語を使用する機会と捉えたようである。さらに、この学期を通して取り組んだ音読や発音の学習とリンクさせて、発音の重要性を指摘した学生や感情を乗せて、日本語を話す機会だと気付いた学生もいる。それに対して、制作されたCMのセリフだけが日本語使用だと考えた学生は日本語学習に有用ではなかったと感じたようだ。各過程で接する日本語を授業でもっと丁寧に取り上げ、CMという生の教材を使用した学習方法をクラスで指導すると、このような学生に学習を促すことができるかもしれない。しかし、いずれにしても「日本語を話す自信ができた」と答えた学生が複数いたのは、活動のいずれかの段階において自分の意見を日本語で相手に伝えられるようになったと実感した瞬間があったからだろう。このような感覚を認識できるような機会を活動の中に設けることができれば、日本語の学習をより多くの学生が意識化できたのではないだろうか。

グループ学習に対するコメントはほとんどが肯定的な意見であり、グループメンバーとの協力の重要性やクラスメートとの関係が深まる楽しさなどに言及していた学生が多い。その理由の一つは、CMの制作、準備、練習といったことを、授業外で行う機会が多かったからだろう。多くの学生が、メンバーのスケジュールや住居の違いからミーティングの時間を調整することが難しかったとコメントしたが、そのような状況に関わらず、都合をつけてプライベートな時間を共有することで、授業中にはできない親密なコミュニケーションが生まれ、仲間意識が育ったようだ。そんな中で、学期途中でドロップした学生がいたグループは負担が大きかったようで、数人の学生がグループメンバーの脱退をグループ活動の難しさとして挙げた。このような問題はグループ活動の際には常に発生する。だが、今回、授業をドロップした4名のうち2名は通常の授業を欠席するようになって、活動には最後まで参加し、彼らに対する感謝の言葉が同じグループメンバーから聞かれた。個人の持つ責任感の強さに関わるのかもしれないが、グループの一員として責任感を

持つことは、日本社会では当然要求されるものであり、日本で学ぶ留学生が身に付けるべきものとして、大学生を指導する立場からも指導のあり方を考えるべきだろう。

学生の中には国際学生と協力して活動することの意義を感じ取ったものもいた。APU には国際学生が多く、彼らが主催するイベントも数多く行われているため、国際学生同士で行う活動には慣れていると考えていた。しかし、ほとんどが1年生である中級の学生にとっては、マルチカルチュラルウィークのような同国の学生と作り上げるイベントに参加したり、日本人とサークル活動をする機会はあっても、他国の学生と協力して活動する経験は少ないことが分かった。多様な国籍の学生が存在する日本語クラスで他国の学生とグループ学習する意義は大きいのかもしれない。

## 5. まとめと今後の課題

以上、日本語中級クラスで行った CM 活動を概観し、授業観察、制作された CM、アンケート、インタビューのコメントから、CM 活動を通して学生にどのような気づきがあり、何を学習しているかまた活動にどのような意義があるかを考察した。CM は現在ではインターネットでかなり自由に閲覧できるため、学生にとってアクセスしやすく、教材としても中級レベルで扱いやすいものであった。CM 活動は、グループで行う活動であるが、今回の活動を通して、学生は協力の仕方やその重要性を認識したことが分かった。また、日本語だけではなく個人の趣味や特技を活かすことができ、それぞれが活躍の場を得やすかったようだ。CM 制作に関しては、初めての経験で、面白いと感じた一方で、伝えることの難しさも実感したようだ。しかし、どう伝えるか、何を伝えるかといったことの重要性を考える良い機会になったのではないだろうか。日本語学習の側面からは、今回の活動を有意義であると考えた学生とそれほど有益ではなかったと判断した学生が見られた。有意義であると考えた学生は、活動全般において日本語と接する機会を学習機会と捉えたようであり、有益ではなかったと判断した学生は最終成果及び発表だけを日本語を話す機会として捉えたようだ。今後同様の活動を行うなら、それぞれの過程で接する日本語に目を向けさせる工夫や学習効果が実感できる機会を設けた活動を計画するべきだろう。だが、総じて、CM 活動は学生も教師も楽しんで行うことができる活動であり、目標を設定した上で、デザインすれば、様々な応用ができるのではないだろうか。

しかし、活動を通じて学生が学んだことをどう評価するかという課題がある。CM 活動としてのゴールは、CM を制作し、商品をプロモーションすることであるが、活動を通じた日本語学習の目標は最終的な成果物を完成させることだけではない。これまで述べてきたように、様々な過程で学生は多くのことを行い、学習している。しかし、それらのほとんどは授業外で行われているため、教師には個人の活動やグループへの貢献が見えにくい。こういった中で、各個人が何を学び、どのような学習効果があったのかを評価する方法を今後考える必要があるだろう。

## 注

1. 会話試験を含む活動に関する全データを研究報告等で使用することについては学生の承諾を得ている。
2. 2011 年のカリキュラムから日本語中級で扱うのは、『日本語 5 つのとびらー初級 2ー』（立命館アジア太平洋大学）トピック 18 からトピック 20、『(同) ー中級編ー』（同）第 1 課から第 4 課である。
3. APU の日本語科目で、日本語上級を修了した学生が受講できる。

## 参考文献

- 松山雅子編著 (2005) 『自己認識としてのメディア・リテラシー 文化的アプローチによる国語科メディア学習プログラムの開発』教育出版
- 立命館アジア太平洋大学編 (2008) 『日本語 5 つのとびらー中級編ー』凡人社