

大学生の読書実態と生協組織を通じた 学生主体の読書推進運動の構築

佐藤 由紀 (立命館生活協同組合
リンクスクエアショップ)
近森 節子 (大学行政研究・研修
センター 専任研究員)
酒井 克彦 (立命館生活協同組合
専務理事)

- I. 研究の背景
- II. 研究の目的
- III. 研究の方法
- IV. 読書をめぐる学生の状況
 - 1 読書時間の減少
 - 2 学生の読書に対する意識の変化・環境の変化
 - 3 学力（国語力）の低下と初中等教育現場での読書推進取組みの動き
- V. 大学生の読書実態調査

- 1 調査の概要
- 2 教員へのヒアリング
- 3 他大学、他大学生協調査
- VI. 調査の考察
- VII. 読書推進政策の提案
- VIII. 研究のまとめ
- IX. 残された研究課題
 - 1 初中等教育との関わり
 - 2 正課科目での教科書・課題について

I. 研究の背景

かつて読書は勉学等のためだけでなく、人格形成や教養も培うものとして考えられ、大学へ進学する者は一部のエリート層であった。しかしいまや大学進学率は50%という時代へと移った。70年代以降、大卒者の就職事情も一部の幹部層ではなく一般サラリーマンになることが当たり前になり、読書文化に基づいた教養主義は消えていき、同時に大学生の読書に陰りが見え始めた(竹内、2003年)。本自体は様々な形での入手が容易な時代変わったが「若者の読書離れ」「読む力の弱さ」などの指摘は多くのメディアで繰り返されている。

なぜ読書が必要なのか。「読書」は学びの基礎であり、単なる知識の吸収だけではなく、読解力の向上は学習・研究の質の向上へと結びついている。すなわち論旨を理解し、自らの論理を組み立て、また論文等で表す力の向上である。このことは大学という高等教育機関において極めて基本的なことであるといえる。また読書を通じ、①広い視野や社会への問題意識を持つ、②思索の力や想像力を養い、人間性を磨く、③教養を培う(生涯学習や

楽しみとしての意義も含む)という点も期待できる。すなわち学生時代のうちに読書の習慣化を図ることで、豊かな人間性と教養を持って社会へ巣立つことができる。こうした点から「読書は良いもの」「読む力は勉学に必要」と考えられているからである。

立命館生協は「21世紀冒頭のアクションプログラム」の中で「学生自らの学びあいと主体的な成長を育む」ことをその役割とし、物理的に商品を提供するだけではなく組合員同士の知恵や声を通じて組合員相互の成長を支援することも目的としている。利用客の大多数を占める大学生組合員をとりまく読書の現状を知り、必要な商品を揃えるだけではなく読書そのものを広げる取り組み、あるいは大学生らしい読書を案内する、読者を育て社会へ送り出す取組みを行うことは、このアクションプログラムを進めるものである。

また組合員組織である生協店舗においては、組合員に必要な商品が揃い、その商品が組合員相互の提案や声に基づいていることが一般の店舗事業との大きな違いである。大学生協の場合、保護者が加入手続きを行うことが多いため、組合員自身がその仕組みや理念を知り、生協を身近に感じることでできる事業が展開されることは重

要である。

このような現状を踏まえ、大学生協が大学生への読書推進をひとつの運動として位置づけ、学生自身が関わる形で取組みを行うことには意義がある。また、こうした活動を通じて、大学自身をひとつの若者文化や読書文化の発信基地にできる可能性があると考えられる。

II. 研究の目的

本研究では立命館大学生の読書習慣のきっかけをつくり、学生の読む力・書く力の向上にもつながる読書推進政策を提起することを目的とする。現在、立命館生協では「読書マラソン」¹⁾の取組みが行われているが、取組みそのものに学生が主体的に関わる一種のピアエデュケーション的な組合員活動へ成長させる政策を、研究を通して明らかにする。

III. 研究の方法

大学という場での「読書」はどうなっているのか。また大学生の実際の読書実態や意識はどうなっているのか。他の大学あるいは大学生協での取組みはどう読書にアプローチしているのか。これらのことを明らかにするために以下の調査を行う。

1. 立命館大学生の読書実態調査
 - ・ 6大学（立命館大学、国立大学1校、私立大学4校）各1000名の学生に対し、アンケート調査を行う。
 - ・ 読書時間、購入金額、読了数、読書に対する意識について尋ねる。
2. 学生へのインタビュー
 - ・ 「読む学生」の読書のきっかけと「読まない学生」の理由について調査を行う。
3. 教員へのヒアリング
 - ・ 立命館大学教員6学部7名に対し、教員の立場からみた学生にとっての読書の必要性、学生指導の上で感じる問題点の有無、学内での読書推進についての意見をヒアリングする。
4. 他大学、他大学生協調査
 - ・ 他の大学および大学生協において学生が読書推進活動に関わっている事例について、活動のきっかけや経緯、当該学生の意識についてヒアリングする。

IV. 読書をめぐる学生の状況

1. 読書時間の減少

この傾向については社会一般・マスコミ等でも問題視されて久しい。実際にどの程度の減少なのか。全国大学生生活協同組合連合会（以下大学生協連）が「大学生の読書生活」と題し、大学生を対象に1984年から1990年までに3回の専門調査を実施している。これによると、1日あたりの読書時間はこの6年間で1984年の平均56.3分から1990年の平均33.0分へと大きく減少している。また減少するだけではなく、1990年の調査では読書時間がほとんどないと回答する層が23.2%存在している。

また1998年に中四国の大学生約5,000人を対象に行われた別の調査では「講義に関係ない図書」の1日あたりの平均読書時間は32.2分という結果が出ている。この調査ではほとんど読まないという回答が38.1%で一番多い層になっている（渡邊、1999年）。同一の調査ではないが、時間数については1990年前後に大幅に減少し、以降は大幅な増減なく推移していると推測される。

2. 学生の読書に対する意識の変化・環境の変化

前出の大学生協連「大学生の読書生活」で「あなたにとって読書とは」という設問がある。3回の調査でほぼ同じ項目が上位に並ぶ。1987年の調査の場合では、①考えを創る、②知的好奇心を満たす、③楽しいこと、④人格形成、⑤情報収集となっている。

一方、同じく前出の渡邊の調査では、質問方法が違うが「読書の理由はなにか」という設問があり、上位から①知識を得たい、②楽しみ、③気分転換、④教養、⑤暇つぶしという結果となっており「実用書・娯楽書志向が伺える」と分析されている。一概に比較はできないが、かつての書物を通して自己研鑽するような学生イメージからは遠ざかっている。

またテレビやインターネット、電子メディアの普及と読書との関わりも近年の新たな背景として挙げられる。「大学生への読書指導の効果」（守・川島、1992年）の中でも、テレビと読書の関係について以前から注目していたとして大学生協連の調査を取り上げ、平均テレビ視聴時間が平均読書時間の2倍であることから、学生が読書よりテレビを選ぶ理由の考察が行われてい

る。「大学生の読書と電子メディア利用に関する調査研究」（堀、2001年）では「集中性と娯楽性+情報収集性という点で、読書とインターネット利用とは近い距離にあり、「促進的な方向を向いている」とする一方、電子メールやネットサーフィンは逆に読書へ促進的な影響はないとしている。様々なメディアと学生のライフスタイル等をあわせた考察の必要性もある。

3. 学力（国語力）の低下と初中等教育現場での読書推進組みの動き

実際に読解力などに代表される国語の力はどうか。15歳を対象に行われた国別の学力試験のひとつ「生徒の学習到達度調査」（2003年）で見てみたい。2003年実施の回では「読解力」とほか3種、計4種のテストが実施されており、日本は「読解力」以外は1位から6位に納まっているにも関わらず、「読解力」だけは41カ国中14位（2000年実施の前回は8位）という結果になっている。この結果については、2000年実施の際の「平均値が高く、バラつきも小さい」という日本の評価は通用せず、平均以上にできる上位層とは別に、明確に読解が「できない層」が増えているという分析もある（志水、2005年）。

また初等教育の現場では「朝の10分間読書」といった取組みがさかんに行われている。現在約14,000の小学校、高校でも1,500校あまりで実施されている（「朝の読書推進協議会」2006.04.21現在、HPより）。元来は荒れる子どもたちの心に落ち着きを取り戻そうと1988年に千葉の高校で始まった運動で、「みんなでやる・毎日やる・好きな本で・読むだけ」という4原則にのっとり行われてきた。実施した学校からは生活態度の面だけでなく国語力や語彙、読解力など学力の面でも教育効果が見られたという報告が相次ぎ、全国で実践されるようになった。具体的な効果の点からも読書習慣の大切さが再認識された運動といえる。運動開始の時期から考えるともちろん全員ではないが、この運動を体験した子どもたちが大学生になる時期でもある。

文部科学省の調査では2004年度1年間に小学生が図書館で借りた本の冊数が18.7冊で、調査を始めた1974年以降最高であったという報道もある（京都新聞電子版 2006.7.24）。毎日新聞が行った「第60回読書世論調査」（2006年9月実施）でも子どもの頃の読

み聞かせが原点となり、小さい頃に本の接触が多い人ほど成長しても本に親しんでいるという（毎日新聞 2006.10.26）。

V. 大学生の読書実態調査

1. 調査の概要

調査の概要は以下の通りである。

- ・調査対象
立命館大学、京都大学、同志社大学、早稲田大学、慶應義塾大学、龍谷大学、計6大学の各大学生協学部生組合員（医学系学部を除く）各1000名 計6000名
- ・調査方法
立命館生協主催のアンケートとして、各大学生協のご協力のもと各大学生協組合員に郵送で用紙を送付、回答を依頼した。
- ・調査期間
2006年6月9日～23日 龍谷大学のみ7月17日～7月28日
- ・回収 736通 回収率 12.53%（宛名不明等による返送があり、発送実数は5870通）
- ・サンプル特性・内訳 立命館155、京都大121、同志社116、早稲田101、慶應102、龍谷141
男性 422、女性 313、無回答1
1回生 240、2回生179、3回生148、4回生163、5回生以上5 無回答1

(1) 大学別 読書時間の回答の構成比率

平均的な1日で読書をする時間について教科書・専門書（図1）と、それ以外（図2）に分けて尋ねた。

図1で注目したいのは「ほとんどない」という回答の割合と各大学の入学偏差値ランキングに正の相関が見られることである。入学偏差値ランキングの高い大学の方が「ほとんどない」という回答が少ない。また図2はあくまで自分の趣味や興味の上での読書であるが、長時間読む習慣のある学生の層が存在している。

(2) 大学での教員からの本のアドバイスについて

教員からの本の紹介や読書方法など、アドバイスの有無について尋ねた。全体の5割以上の学生は何らかのアドバイスを受けたと答えたが、約4割（307名）の学生

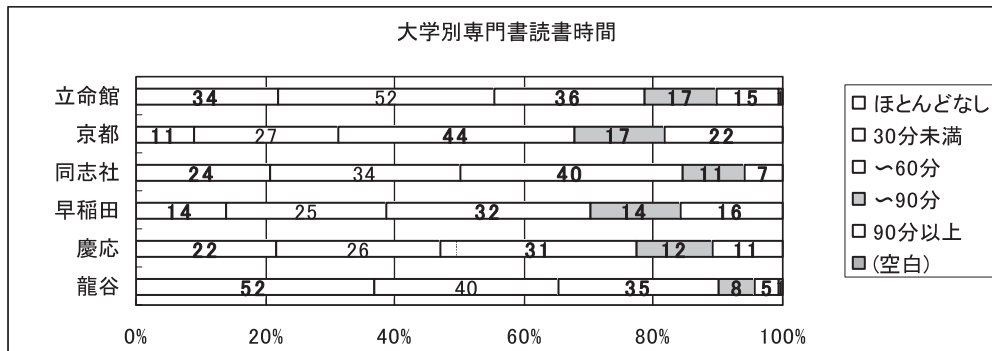


図1 勉強時間のなかで教科書・専門書を読む時間

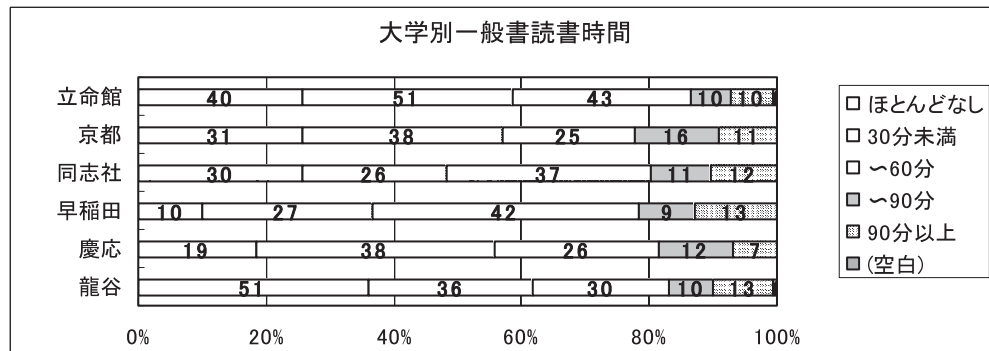


図2 教科書・専門書以外の本を読む時間

がアドバイスはほとんど受けていないと答えている。

さらに「アドバイスがほとんどない」学生のうちの約40%が「アドバイスがなくて残念」としている一方、「多少は受けた」学生のうち約70%が「読書の動機づけになった・多少はなった」と答えており、教員の影響や期待があることが伺える（図3）。その一方でアドバイスの有無に関係なく、「アドバイス不要」は全体で11.8%を占めているが、1990年実施の大学生協連による同様の設問では19.6%となっている。自分で本を選択できる層が減っている可能性がある。また立命館大学生だけではアドバイスの有無の割合は全体の傾向とほぼ同じだが、「アドバイスがない」学生のうち「アドバイ

スがなくて残念」の回答が52.2%と高い。

(3) 学生が読書について感じていること

本に関する項目についてそう思うかどうかを尋ねた（図4、図5）。表は傾向をより明確に見るため、4段階の回答を2段階に置き換えて集計したものである。

立命館大生のみで大きく差があるのは「読書時間のゆとりがある」で、調査対象の全6校の平均41%に対して立命館大生は31.6%、「自分は読書習慣がある」の平均53.3%に対して44.5%となっている。読書に限らず、生活時間の使い方全般について何かしら特徴があると考えられる。

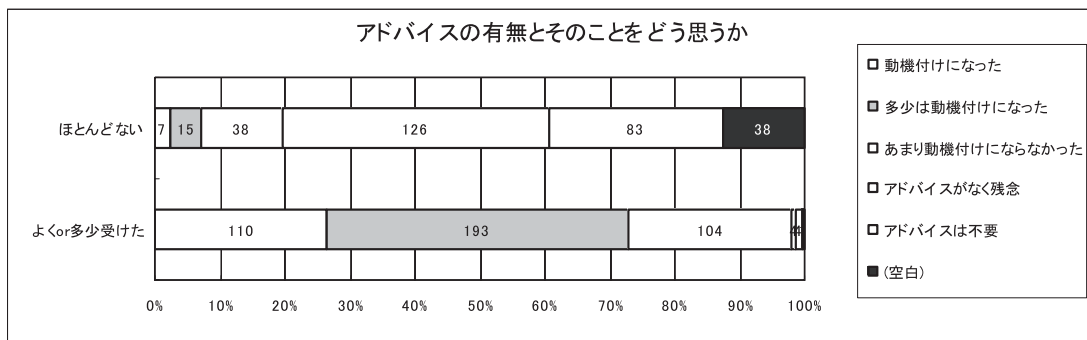


図3 教員のアドバイスの有無とアドバイスの有無をどう思うか

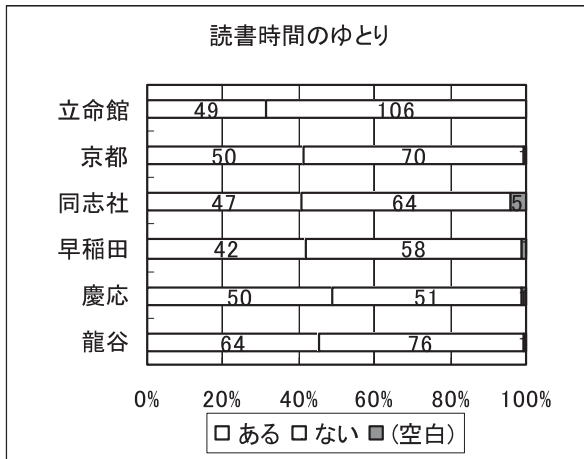


図4 読書をするゆとりがある/ない

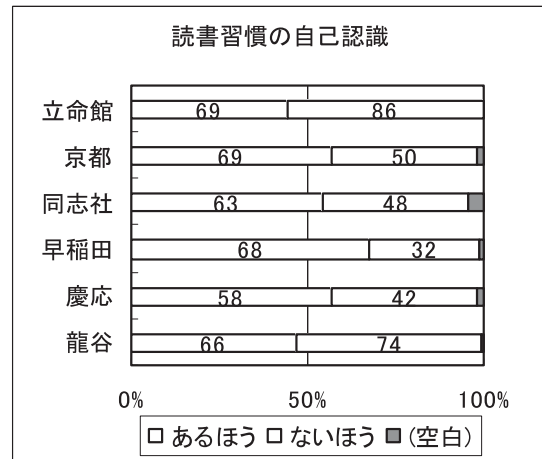


図5 自分は読書習慣があるほう/ないほう

(4) 読書習慣がないと思う学生の読書の肯定感

「自分の読書習慣の有無」について4段階で評価したとき、「習慣はない」または「あまりないほう」の2段階を選択したのは無回答11名を除く725名のうち45.7%（332名）いた。しかしその332名の9割以上（311名）が「読書自体はしたほうが良い」と答えている。自分の習慣はどうかであれ、読書そのものには肯定的であるといえる。

さらにこの「読書習慣はないが読書はしたほうが良い」311名に「なぜ読書はしたほうが良いと思うか」の問いを設けたところ、回答として68.2%（212名）が「教養のため」、以降順に「趣味娯楽」17.7%（55名）、「専門の勉強のため」7%（22名）と続いた。学生のなかでの「読書」は直接自分の専門分野の学びではなく、広く教養・趣味につながっているようである。現在の大学生が教養についてどのように考えているか、また「専門の勉強」は何をすることだと考えているかについては別途

押さえる必要がある。大学別で特徴的な違いはみられなかった。

また同様にこの311名に「読書のきっかけになると思うもの」を選択してもらったところ「テレビ、映画など他のメディア」30.5%（95名）、「課題の強制」18.9%（59名）、「同世代の読んでいるもの」16.3%（51名）が多く上がったが、「その他」20.3%（63名）として「時間があれば」の記入が2番目に多かった。大学別は以下の通りである（図6）。

逆に「読書習慣があると思う」学生が、平均的な読書時間の項目の回答をどう答えているのか調べたところ、「ほとんどなし」を選んでいても「習慣がある」と答えている。拮抗するのは「30分未満」で、「習慣あり」「習慣なし」がほぼ並ぶ。逆に60分を超える読書時間を選んでいても「習慣はないほうと思」っている学生も存在する。

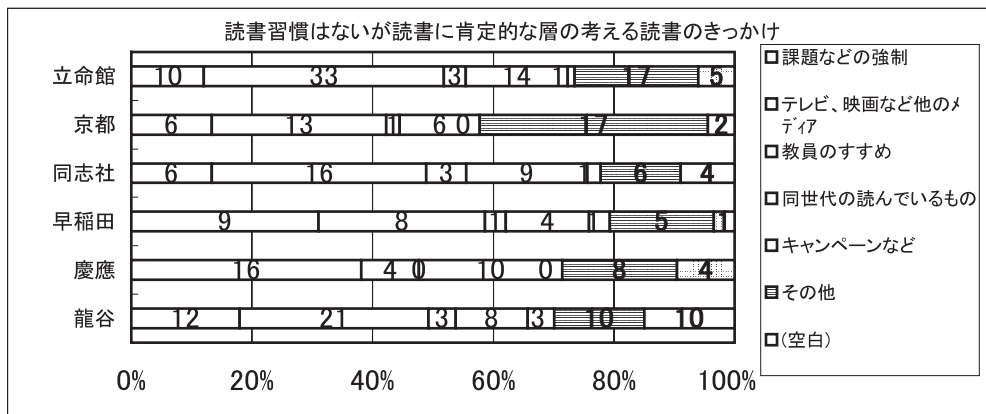


図6 読書習慣がないが読書に肯定的な層の考える読書のきっかけ

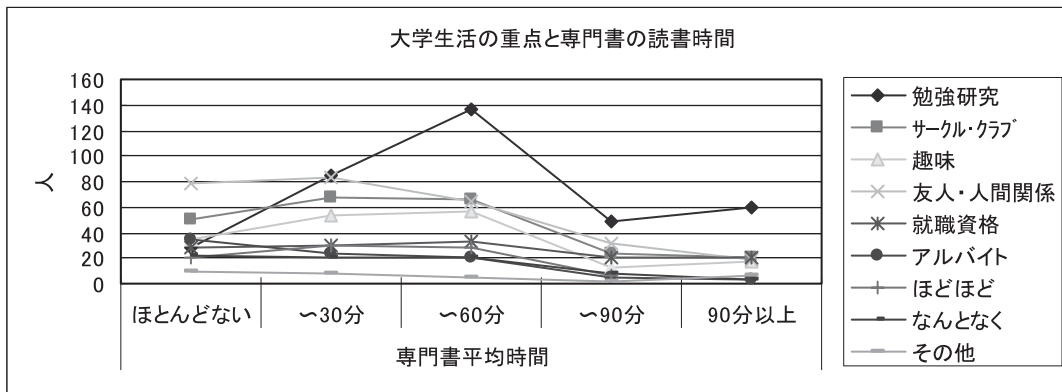


図7 大学生生活の重点と専門書の読書時間の関係

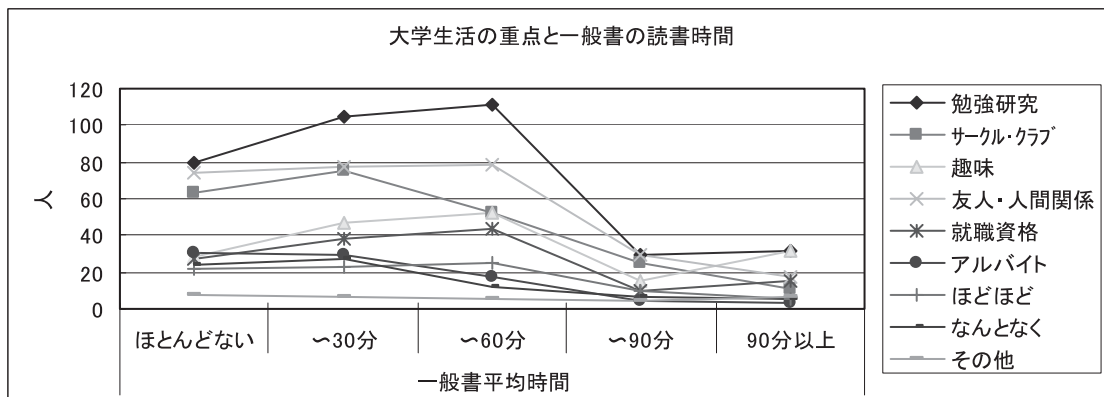


図8 大学生生活の重点と一般書の読書時間の学生

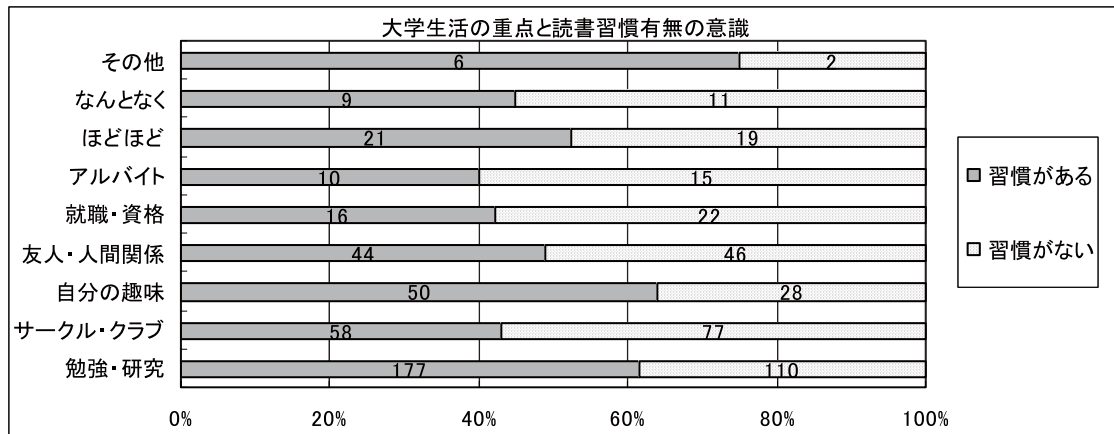


図9 大学生生活の重点（ひとつ目）と自分の読書習慣の有無の意識

(5) 大学生生活の重点と読書意識の関わり

大学生生活で重点を置いているもの（重点を置いているものから順に2つまで）の回答と読書時間や肯定感などの関係を調べた。まず専門書の読書時間の回答との関係について図7にまとめた。

「勉強・研究」を重点2つのうちどちらかに挙げている学生は、やはり専門書読書時間の回答も「60分まで」に山が来ている。また「勉強・研究」のほかに、わずか

ではあるが「趣味」を重点に選んだ学生の層が「90分以上」で増えている。図8は同様に一般書読書時間との関係をみた表である。一般書も「勉強・研究」「趣味」の層が「60分まで」を山に下がった後「90分以上」で再び増えている。

図9は「大学生生活の重点」でひとつ目に挙げているものと日頃の読書について感じていることの回答の関係を示している。

やはり「サークル・クラブ」「就職・資格」「アルバイト」などに重点がある学生は読書以外に費やされる時間が多いのか、習慣があるという回答が少なくなっている。

また大学生活の重点と読了数を見てみると、「勉強・研究」「趣味」を選んでいる学生で「10冊以上」という層が一定数存在している。

また読書習慣がない層でも他のメディアや同世代の読んでいる本について興味があるため、友人関係や、本を通じた人との関わりについても調べたが、「友人・人間関係」に重点をおく層は、そうした関係作りの話題の中に本も入っていると思われる。「就職・資格」に重点をおく層はどちらの表でも本を通じた人との関わりが少ない。

(6) 自由記述の特徴

「若者の活字離れ」「学生は本を読まない」という一般的な指摘を学生自身がどう思うか、自由記述で尋ねた。

特徴的なことは「読む人・読まない人の二極化」という指摘が多数見られたことである。自分自身についての表記は様々であるが「二極化によりまったく読まない学生もいるが多読層がいる」「実際に周りの友人が多読層である」というものが多い。さらに二極化を指摘した上で、読まない層は読書の必要性がないのだから強制すべきものでないという記入が複数あった。自分自身についての表記としては、本を読みたい、読んだほうが良いことはわかっているが「時間がない」というものが多数見られた。

またインターネット、テレビ、携帯電話の普及、娯楽の多様化に言及する記入も目立った。特にインターネットは「情報収集の方法として本に取って代わった」としているものが多い。

2. 教員へのヒアリング

立命館大学の教員7名（法学部、産業社会学部、経済学部、経営学部、理工学部の教員各1名および文学部教員2名）にヒアリングを行った。ヒアリングからは「研究に必要な読書」と青年期に必要な「自己形成の読書」について聞くことが出来た。

研究に必要な力としては、①他者の論点や主旨を読み取る力、②他の文章（できれば良い文章）に触れることで自分の意見や考えを書く力という2つが挙げられた。さらにこの力は一定のまとまった文章を読み書きすることで身につくものであり、指導（トレーニング）によっ

て伸ばすことが可能な力である。実際、卒業論文については文学部以外必須ではなく、個別丁寧な指導がやり切れるかは教員の熱意にかかっている面も否めない。また文献課題とレポート提出を繰り返してもかえって学生に不評を買うこともあるという。

一方で、読書を通じて自己と向き合う、他人の考えに思いをはせるなど自己形成につながる面が希望も込めて指摘されている。

ただ研究にしろ自己形成にしろ、読むべきものを自分で見つけられない傾向が学生には見受けられるという声は共通していた。その結果、教員や大学がリテラシー教育の一環として細かく検索ノウハウを教えることが多くなっている。講義や研究が進まないのだから教えざるをえないのだが、親切すぎるのではないかという声も聞かれた。

また「大学生への読書推進」という点については、大学生であらためて小中学校のような習慣づけは難しいという意見であった。しかし読書の入り口や大学生らしい本、読み方、楽しさを学内で発信することは必要であり、「立命館大学生の」書評や100冊の選書、自主講座的な学習会など具体的な提案もあった。

ヒアリングのなかでは学生の実態として「新書でも読みきれない」「読むスピードが遅くなっている」といった読書傾向だけでなく、「インターネットからの引用」の問題や体裁のルールが無視された論文（レポート）、あるいは「課題に対してもう一歩が踏み込めない」「言われた方法で調べた範囲であきらめてしまう」「1つの正解を求める傾向がありプロセスや過程の議論から学び取れない」などを聞き取ることが出来た。

3. 他大学、他大学生協調査

「読書」について大学で取組みのあるフェリス女学院大学と、「読書マラソン」の活動において学生の参加が始まっている早稲田大学、法政大学の両大学生協に訪問調査を行った。

(1) フェリス女学院大学（訪問日：2006年7月3日）

図書館運営の委員会（教員による構成）の起案で2002年度から「読書運動プロジェクト」の取組みがあり、平成17年度「特色ある大学教育支援プログラム」（以下 特色GP）に採択されている。全学的な取組みで毎年テーマを決め、それに沿った様々なプログラムす

なわちイベントが組まれる。今年度は「宮沢賢治」がテーマとなっており、学生はもちろん、オープンカレッジ受講生の反応も良いそうである。内容は読書そのもの（例、読書会、朗読会）だけでなく、関連する映像や音楽に親しむものや新たに創作を行うものもある。特色GP採択により予算がついたため正課授業も設けられた。

また有志の学生プロジェクトメンバーも募集している。図書館が裏方となり学生の活動が全面に出ているが、学生主導の活動であることが伝わり他の学生への波及効果も見られる。活動の軸である読書会へは教員が入り、学生メンバーの内輪の会にならないよう問題提起や新たな視点を提供している。

参加者が固定されないようにイベントの中身や参加者掘り起しが課題ということであったが、その年のテーマで左右されることもあり、切り口が重要である。

(2) 早稲田大学生協（訪問日：2006年7月3日）

2005年度に「読書マラソンお手伝いスタッフ」として生協が学生を公募した。生協の委員会でも学生アルバイトでもなく、サークル的に学生が12名程度集まっており、参加している学生にヒアリングを行った。

活動としてはコメントカードの整理といった店の実務の手伝いもするが、スタッフが薦める本のニュースを年4回発行している。情報交換やニュースの原稿提出などは生協職員が事務局となり、メールでやり取りすることが多い。特定の分野や作家なら「〇〇研究会」といったサークルへ行けば良いが、生協の集まりは幅広いジャンルで取り組めるという点で、学生はサークルとの差異を感じている。またスタッフへの応募者はもともと本好きだけでなく、マスコミや出版関係への就職希望者も多いため、取次店の見学やサイン会も企画してきた。

生協職員側も学生に刺激されたり感化されたりする場となっている。

(3) 法政大学生協（多摩店）（訪問日：2006年7月4日）

2004年度に「読書マラソン」をスタートさせ、「読書倶楽部」の名前で学生が集まっている。現在、全国の大学生協が取り組む「読書マラソン」の基本の形を作った店舗でもあり、現在読書マラソンに参加している学生に直接ヒアリングを行った。

店頭でのフェアの入替えやコメントカードの整理などを通じて店舗と関わっている。また倶楽部のメンバーが組

合員の「読書マラソン」エントリーの受付を継続して行っている。倶楽部といっても部長がいるわけではなくその都度、上回生あるいはテーマの本を提案した学生を中心に読書会を行っている。1冊の本をめぐる店頭で組合員の感想コメントを貼り出す企画があり（期間中に感想に対する感想が入り、貼り出しが増えていく仕組み）、その1冊を決めるのも倶楽部の役割となっている。読書マラソンエントリーの理由はエントリー時に配られる割引券がきっかけになっているようだったが、もともと本が好きな学生が中心であるため、関わりだすと活動そのものに興味が移行していつている。

またこの読書倶楽部が発足した2004年に出版社が当時の学生に取材しており、「学生の読書離れに対して言いたいこと」という質問に学生が以下のように答えている。

「お互い薦めあって批評しあうような公共圏が読書には決定的にないということが問題じゃないですか。（中略）『本を読まない=よくない』、ではなく『本を読む=すごくいい』というプラスのメッセージを伝える。そういう、本は面白いんだ、というアピールを受ける機会が少なすぎるんじゃないか。」記事のまとめでは、書店に通い徐々に情報を蓄積し、本選びのリテラシーの基盤になり芽づる式に本の世界に入れるのだが、「その循環が確立されるまでは、水平方向の『呼びかけ』『働きかけ』が重要なのであり、『読書マラソン』の場合、それはPOPという形をとっている」のだとまとめられている（小柳、2004年）。

現在、同生協で最初に活動がスタートした多摩店の生協職員が他店舗に異動し、同じ活動が広がっている。しかし同じ生協の取組みでありながらキャンパスごとの特性に合わせた展開をする必要があり、その整合性が課題になっている。

調査を行った1大学、2生協に共通するのは以下の2点である。

(1) 関わっている学生の拘束や負担を最小限にする配慮。職員が事務局として裏方となりコーディネートし、学生のやりたいことを実現する一方で、上手に学生を誘導している。

(2) 学生メンバーの中に明確な序列が見られない。集まり方にルールはあるが、いい意味で「ゆるい」。メール利用など顔をあわせなくても進められる方法の工夫がある。

VI. 調査の考察

現在の学生全般の読書に対する意識としては、読む・読まないの二極化を感じているが、あまり読書をしないと自認する層も読書の行為自体には教養などのためにも必要だと肯定的である。同世代の読んでいるものや他のメディアをきっかけに読書はしてみたいのだが「時間・ゆとりがない」と感じている。一定の多読層は存在しており、購入だけではなく図書館などの利用により読書をしている様子も伺える。勉強や研究との関わりで多読層になっている面はもちろんあるが、趣味や友人・人間関係との関わりで読書に親しんでいる層も存在する。

他大学との比較で立命館大学生は「時間・ゆとりがない」と考えている傾向が強い。また関東の大学に比べると「課題の強制」よりも「他のメディア」「同世代の読んでいるもの」が読書のきっかけになりそうである。実際本について、批評まではいかなくとも話したり本を貸し借りしたりするという学生の率は、調査6大学のなかで2番目に多かった。

一方で大学教員からしてみると、学生のいう読書は「趣味・楽しみの読書」でしかない。内容によってはこうした読書を通じてでも自分と向き合うような機会があれば良いので、読書も大学生らしい中身や読み方かどうかの問題であるようだ。大学生であらためて読書を「習慣づける」ことは難しくても、大学での学びを考えると、書くことと相まって「研究のための読書（読む力）」が必要である。

読書推進に取り組む他生協をみると、読書マラソンがベースになっているため、他の組合員からの推薦という点で「趣味・楽しみの読書」の色合いが強い。しかし読書から遠ざかっている学生や読む本が見つけれない層には、有効であると考えられる。その点ではフェリス女学院大学で取り組んでいるケースでは、教員が何らかの形で学生に関わることで、楽しみで読んでいるものに研究の視点が示唆され、学生が別の読み方へ移行する手助けとなっていると思われる。大学生への読書推進を考えるにあたっては、読書が2種類あることを考慮すべきである。

VII. 読書推進政策の提案

「学生が本を読まない」と一括りにいわれているが、現在生協で取り組んでいる「読書マラソン」について以

下の2点の確信を持つことができた。

(1) すべての層が読書をしていないのではなく、本を意識的に読む・楽しんでいる層が存在する

(2) 読書をしていない層も「読書」自体には肯定的で、同世代や他のメディアとの関わりでの「話題の本」には興味を持っている

特に(2)から考えると「読書に肯定的だが離れている層」に読書をアピールし、読書の「入り口」を案内することは大学生協の活動として取り組むことができる。現在取り組んでいる「読書マラソン」の手法は(1)の層を軸に、(2)の内容を実現しているものであり、有効性が高いのではないと思われる。

こうした取組みは、ひとつの「仕組み」として重要だが、店舗の単なる定型作業で終わる可能性がある。「同世代」の声を反映させながら学生を巻き込み学生が主体となり、「運動」として発展をさせていかなくてはならない。その場合、生協組織の取組みとして明確に位置づけ、店舗の範囲だけではなく「生協の読書推進運動」として支えていく必要がある。

また読書には2種類あるが、「研究のための読書」は指導やトレーニングなど教学と直接関わる部分が強く、大学生に必要ではあるが生協で大きく踏み込んで取り組むことが難しい。学びや研究の入り口を展望させる視点を持ちつつも、「趣味・楽しみの読書」を切り口に大学生の読書を提案することが可能だろう。

以上の点をふまえ、生協の立命館大学生を巻き込む読書推進政策としては以下の通りである。

1. 多読層の運動への参画一本好き学生の集まれる場、話せる場の提供

法政大学生の言葉にもあるように、学生自身が本について自由に批評しあうような場が少ない。本来読書はひとりの行為であると考えられるが、読後の感想をアウトプットすることは読解を深めることにつながる。特定の「〇〇研究会」や大人や権威のある教員の高尚な書評ではなく、良いものを人へ推薦したい、感想を共有したいと思う学生自身が学生の言葉で語る場の提供が必要である。

多読層や本好き学生は、読まない同世代へのけん引役・発信者であり、他大学生協のようにサークル的な位置づけが考えられる。立命館生協の場合、読書マラソンエントリー者の有志で「ブックカフェ」²⁾と名づ

けられた交流会が定例化しつつあり、この会の継続と広がりが必要である。学生の意欲や取組み提案、問題意識を引き出す一方で、強い拘束力は逆効果になるため、職員のコーディネート力が大切である。

また他のメディアとの関わりで読書へ興味を持つケースが考えられるため、職員のアンテナの高さはもちろん、学生との情報交換も必要である。こうした学生と接点を持てる場が定例化することで、職員自身のモチベーションを上げ、書籍の店舗作りのきっかけにすることができる。

この点から書籍担当の職員が関わるのが望ましいが、あくまで事務局的な役目とし、学生組合員（例えば立命館生協には学生委員会・生協委員会といった組織がある）とつながって裾野を広げる。生協理事会においても機関紙『RUC』³⁾などを通じ、活動を組合員に知らせ、学生にスポットが当たる定期的な活動と位置づける。

2. 学生企画の積極的な展開

多読層を中心に読書の呼びかけや本に関わる企画が一定取り組まれることによって、実際の商品や店舗活動に学生自身が携わることができるということが広く学生にアピールできる。そこで様々な切り口の企画（フェア）に多読層以外の学生にも関わってもらうことを考えたい。

具体的には数多く存在するサークルに呼びかけを行い、自分たちの活動に関わったものでサークル以外の学生向けにお勧めできる本を選書し、推薦文や宣伝物のアイデアを出してもらう。スポーツ系の団体であれば競技を紹介したものや有名な選手の伝記でもよい。映画関係であれば映画の原作本、美術関係であれば評論や画集というように店舗の企画としてもジャンルの幅を広げ、紹介する本を増やすことができる。また学生自身が関わることで同世代への話題性もあり、書店へ足を運ぶ機会が少ない、あるいは実際に本を手にするのが少ない学生へのきっかけとすることもできる。

学内講演会などの際に学生団体からフェアの依頼を受けることがあるが、今まで散発的だったものを意識的に生協から企画することで、多くの学生と関わりをもつことが可能になる。商品に関する部分において店舗職員は必要だが、理事会や学生委員会の組織活動と

連携することで現場の負担を軽減する。

3. 新入生時期のアプローチ

「時間がない」という大学生活に入る前に、「大学生の読書」を案内する必要がある。学生委員会または生協委員会において、新学期活動、新入生歓迎企画のテーマのひとつとして位置づけ、読書マラソンに興味のある学生はもちろん、入学前までに読書習慣のある学生を、大学での継続した読者層へ引き込むひとつの方法にできると考えられる。

立命館大学の特別入学者（指定校推薦入学など）には、各学部から入学までの推薦図書が紹介されている。こうした図書に加え、多読層である先輩からの推薦本を生協で集めて、一般入試入学者に紹介する取り組みも考えられる。

4. 教職員組合員の関わり

「勉学に必要な読書」という点では教職員組合員が関わる場面を想定しておきたい。学生の活動に知的刺激を与え、楽しみの読書から学術的なレベルへの橋渡しが可能になるからである。ただし講義ではないので教員のスタンスには留意が必要である。現在は「読書マラソン」の一環として「コメント大賞」が企画されており、独自設定の賞の選考に教職員がかかわっている。生協では教職員理事を中心に、企画に伴った「コメントの書き方」講座や、特定のジャンル・著者の本の読み方などをテーマにした自主講座の開催などが考えられる。先の新入生へのアプローチについても関わってもらうことができる。

5. 図書館との連携

読書推進を考えるにあたっては「買う」「借りる」に関係なく読書に触れさせることが重要である。したがって大学図書館と大学生協の新しい連携も必要である。すでに読書マラソンのコメント表彰の企画において選考の協力関係がある。今後は「コメントに対して共通の課題図書やテーマ設定などを行う」「図書館の視点も踏まえた立命館大学生による立命館大生向けの書評誌を定期的に発行する」などが可能である。内容等については多読層や教職員の活動とリンクすることで検討できる。

6. 初中等教育との連携

小学校からの一貫教育を掲げる立命館にあっては、生協と小中高各校の図書館との連携の中から多読層を育成することを考えることができる。生協の売上ベスト、図書館の貸し出しベストなどの情報を交流する機会を持ち、互いに発信することで、大学のみならず全学的な読書推進の盛り上がり、生徒・学生へ読書の楽しさや必要性のアピールにつなげる。

VIII. 研究のまとめ

今回、大学生の読書実態を知ることから大学生協の書店で担うことができる読書推進政策を研究した。大学生協は今までも機関紙の書評などを通じて推進に取り組んできたが、読書時間の減少を見る限り、決して大学生の読書離れに歯止めをかけることにはいたっていない。本研究は、大学という場において大学生協が読書推進の主体とはなりえないが、有効な読書推進へのアプローチを考える契機となるものである。

「読書」は実際の学問の上でも人格や思考の形成の上でも重要な役割があり、今も奨励される行為である。一方で大学生の読書、そして読書をとりまく状況は変化している。有効な読書推進を行うためには、その状況や対象を把握することが出発点であり、今回の調査を通じ、「通常も生協書店を利用する多読層」から「読書時間がとれずあまり利用をしない層」へも視点をひろげる必要性が見えてきた。実際に立命館生協で書籍のレジを通過する1日あたりの客数は、全体の客数の3%程度である。この層だけに店舗だけで読書推進を謳っても、その取組みには限界がある。その時々、状況や対象に合わせながらも読書推進を広げ、継続することによって、特に「大学」という一定の年齢層と学ぶ層が集まる場から、その大学特有の「読書文化」の発信が可能になる。こうしたひとつの雰囲気を作り出されることは、そこに学ぶ学生を知的な（学問上でも人格や思考形成の上でも）刺激を受けやすい環境に置いてやることにつながり、知的好奇心や豊かな人間性を備えた学生が一人でも多く育つことを推し進める。

また一過性の読書推進政策で文化や一定の雰囲気を形成することは難しい。この政策を長期的に支えるためには生協の各委員会組織やキャンパス間の調整など、理事会の関わりが必要である。とくに図書館など大学各部署

との連携については生協全体の課題ととらえ、推進運動の評価指標などは今後理事会での検討が必要である。学部ごとなどの分析を前提に、今回同様の専門調査を生協で全学的に行うことなども考えられる。「読書」というひとつのテーマではあるが、これらを通じて生協自身も自らが運動体であることや、継続的な読書推進政策の必要性、さらに組合員とともに活動することの重要性の認識が進むのではないか。

IX. 残された研究課題

1. 初中等教育との関わり

教員の指摘にもあるように、大学以前に習得される読書習慣は重要である。「Ⅶ. 読書推進政策の提案」でもふれたが、立命館の場合は小学校からの一貫教育が可能になっているため、彼らが「多読層」として大学に進学してくることが期待される。小中での読書指導は様々な研究や文献があるが、初等教育との連携の中から大学の学びに必要な「読書」の力まで橋渡しをしていく仕組みのあり方は今後の研究課題である。

2. 正課科目での教科書・課題について

強制力をもった読書は逆効果になるとの指摘もあるが、「大学で学ぶ」ということなかで読書や文献講読、教科書といったものは切り離せない。この観点での課題については教学との関わりも深く、大学生協で解決し切れるものではないが、学びをめぐる課題としては、今後議論と研究が必要な課題である。

【注】

1) 読書マラソン

全国の大学生協で広がりを見せている取組み。読後にコメントカードを提出し、一定枚数に達すると書籍割引券などが提供される。カードは実際の本と一緒にポップとして店頭に出される。2005年度には全国の大学生協からコメントを募集し「コメント大賞」を決める企画が行われた。2006年10月現在、立命館生協では3年前から取り組んでおり、2キャンパスで過去800名程度のエントリー者数。

2) ブックカフェ

主にBKCキャンパスで開催されている企画。生協の書籍スタッフの呼びかけで2004年度から行われ、2006年10月までで9回を数える。読書マラソンのエントリー者を中心に、飲み物や菓子を囲んで最近読んだ本などを自由に語り合う

場。当初は4～5名の参加だったが、徐々に常連参加が増え、現在は10名程度の参加が定着。

3) 機関紙『RUC』

立命館生協が組合員向けに発行している機関紙。1983年創刊。現在は年7号の通常号のほか新入生歓迎号と特別入学者歓迎号の計9号を発行。通常号の発行部数は1回6000部。生協の活動、店舗情報のお知らせのほか、組合員あるいは広く学生の交流を目的にしており、学生の活動や声も数多く掲載している。

【参考文献】

- 1) 竹内 洋『教養主義の没落』中央公論社、2003年
- 2) 志水宏吉『学力を育てる』岩波書店、2005年
- 3) 大学生協連読書調査委員会編「大学生の読書生活 第2回 大学生読書生活実態調査報告書」および「大学生の読書生活 第3回 大学生読書生活実態調査報告書」全国大学生生活協同組

合連合会、1987年および1991年

- 4) 守一雄・川島一夫「大学生への読書指導の効果－副読本とディスカッションによる読書指導－」日本読書学会、読書科学、35（3）、1992年、pp104-110
- 5) 堀薫夫「大学生の読書と電子メディア利用に関する調査研究－読書とインターネットの親近性－」大阪教育大学、大阪教育大学紀要、第IV部門 50、2001年、pp147-156
- 6) 毎日新聞 2006年10月26日
- 7) 小柳暁子「『読書』という化学反応（ケミストリー）」大学生協『読書マラソン』のとりくみ』『未来』455号、未來社、2004年、pp28-29

【参考URL】

- 1) 「朝の読書推進協議会」http://www.l.e-hon.ne.jp/content/sp_0032.html
- 2) 京都新聞電子版.2006.07.21 (URL) <http://kyoto-np.co.jp> 2006.07.24取得

University students' reading habits and a student-led reading promotion campaign through the Co-operative Society

SATO, Yuki (Link Square Shop, Ritsumeikan Consumer Cooperative)

CHIKAMORI, Setsuko (Senior Researcher, Research Center for Higher Education Administration)

SAKAI, Katsuhiko (Executive Director, Ritsumeikan Consumer Cooperative)

Keywords

Campus culture · Reading campaign · Reading habit · University co-op · University student

Summary

This study presents university students' reading habits and their ideas about reading and proposes an effective campaign to promote reading through the University Co-op. Reading is a skill required for learning, and it can provide a positive influence on individual character formation. It is generally said that today's university students rarely read. However, a survey conducted with the members of the Co-operative Societies at six universities including Ritsumeikan indicates an active readership among university students. It also shows that even students who admit to not doing much reading generally view reading positively. These students want to read, given the opportunity, books popular among their own age group; or books covered in other media, such as those on which TV dramas and movies are based, or that they think it is good to read. The University Co-op has been carrying out reading campaigns for students who are regular readers. It is now necessary to start new campaigns aimed at students who are positive about reading but are not in the habit of reading. By making use of its organizational characteristics as a consumer co-operative society, the University Co-op can launch a continued campaign that would interest the latter type of students, thereby contributing to the enrichment of campus culture.

