



岐阜大学機関リポジトリ

Gifu University Institutional Repository

Title	学習者の意見文における課題文の引用
Author(s)	小林, 一貴
Citation	[岐阜大学国語国文学] vol.[32] p.[-13]-[-23]
Issue Date	2005-12
Rights	
Version	岐阜大学教育学部, Faculty of Education, Gifu University
URL	http://hdl.handle.net/20.500.12099/3696

この資料の著作権は、各資料の著者・学協会・出版社等に帰属します。

学習者の意見文における課題文の引用

小林 一 貴

0. はじめに

本稿では、意見文の表現形成を複数のテキストとの相互作用過程としてとらえることにより、学習者の表現行為の性質の一端を明らかにすることを目的とする。そのための方法として、書くための教材として提示した課題文が学習者の意見にどのように取り込まれているかについて分析し、書き手がテキストを構成していく過程について考察する。

1. 作文における複数の視点の構成

学習者が授業において書く活動を行う際には、教師や他の学習者の発言、授業で読んだ文章や日常生活で接した言葉などを参照しつつ、それらを自らの言葉として取り込み、表現を成り立たせていく。しかし、学習場面において書き手が自分自身の言葉において表現を行うことは必ずしも容易ではなく、これは、書くことの学習指導を論じる際の基本的な課題でもある。こうした課題について考える手がかりとして、談話分析による授業場面の言語現象に関する研究は、授業に特有の言葉の秩序や話者の役割関係と言葉の機能を指摘してきている。茂呂（1997a）は次のように述べている¹。

教室の声は潜在的に多様であるが、多様性が抑圧されることも多い。たとえば、教室の声のカプセル化が指摘されている。私たちの談話は特定の制度状況に〈くつついた〉話し振りになってしまうことがある。学校あるいは教室に〈くつついた〉行為の仕方になってしまうのである。行為と話し振りは無意識化し、学校という制度状況に入れば自然にそれを行為するような、自動化した手段になってしまう。教室の声のカプセル化は、教室内部に越境すべき外部がなくなっていることを意味する。潜在的には、多数の異質の声があるにもかかわらずである。

「カプセル化」された言葉によって特定の状況が構成されるという事実を認めつつも、授業においては発話者は何らかのかたちで自らの声を見出そうとすると思われる。その際に「潜在的」にある「多数の異質の声」の存在に向き合うことになる。すなわち、「日常生活に由来することばや内容を教室の内部に取り込んで、それを組織化する」²ことが行われる。

こうした多様な声と学習者の表現行為の関わりについて、拙稿（2005a）では、学習者の作り出したテキストに複数の出所をもつ言葉がどのように取り込まれているか、その傾向を分析した³。今回は、そうした取り込みの様相について引用表現に着目し、「発話する自分と、発話を切り取ってそれを操作する自分」という複数の視点による言葉が表現者が構成するという観点から学習者の言語表現の事例を見ていくことにする。

2. 学習者の言葉における引用表現

「引用」について、学習者の言語表現を見ていく基本的立場に関する論を取り上げる。引用表現に関して、引用表現について、ワーチ（1991）は、パフチン（1981）における「他者に属する何かあるものを取り入れ、それを自分のものとする過程」という「専有（appropriation）」という概念を参照しつつ論じている。そこでは、次のような引用に関する例を挙げている⁵。

- (1) I will be there!
私がそちらへ行きますよ！

この発話を聞いた者が、それを報告する場合として次のような2つの言い方が考えられるとする。

- (2) He said, “I will be there!”
「私がそちらへ行きますよ！」と彼は言った。
- (3) He said enthusiastically that he would be here.
ここに来ると彼は興奮して言った。

(2) では、(1) の発話をそのまま保持する「直接話法」により二つの発話が並置されている。このような場合は、「報告する声は報告される声の『全体としてのまとまりと[他人の言葉としての]本物らしさを保持しようとする。』」と述べている。一方 (3) では、「I→he」, 「will→would」, 「there→here」と置き換えられ、「間接話法」により「空間関係の調整」がなされているとする。このような調整が行われることについては次のように述べている⁶。

私の目的からすると、文法や語用論の詳述が問題なのではない。むしろ例文 (3) についてパフチンのように「誰が発話を代弁するのか？」を問題にしたら、どのように答えるべきかを吟味してみたい。間接話法を取りあげることによって、この問題の

答えがどのようにたぐり出されるのかが明らかになってくる。例えば、例文(3)の「he」「would」「here」は、誰が語っているのだろうか。ここには少なくとも二つの声と同時に関与していると答える必要がある。報告された発話を生み出す声はそれぞれ指示対象を特定するし、報告する声を生み出す声も指示対象の特定方法、あるいは「指示の視野」(Wertsch,1980)を提供している。どちらのケースにおいても、二つの声を聞くことができるのである。

例文(3)の「enthusiastically」という副詞から、間接話法における声の接触の別の側面が明らかになる。例文(1)に備わる情動的トーンを描き出すために、例文(3)にイントネーションの高低を再現しようとしたり感嘆符を使ったりすることはできない。そうする代わりに、間接話法は「分析的な精神」に依存してこの情報を表現するしかない。(省略)例文(3)では引用される声のイントネーションの高低が感嘆符という分析的なカテゴリーへ変形されている。この変形が生み出す、引用する声の引用される声への進入の事実がみられるが、これが分析的傾向のあらわれである。引用する声にはより広い選択肢が与えられており、それゆえに他の三つの項目よりも重い応答責任も与えられている。それは、said enthusiasticallyとかshoutedともいえたということにあらわれている。

簡単な例文であるが、直接話法によって引用する側の判断等を極力排するか、間接話法によって「引用する声の引用される声への進入」をふまえ、伝える意図に伴う「応答責任」を抱え込んだ表現をとるかが表現に関わっていることが論じられている。そして、ワーチの説明を借りれば、そこには「二つの声」を前提とし、「権威的な言葉(宗教, 政治, 道徳上の言葉, 父親や, 大人や教師の言葉)」がわれわれに承認と受容を要求するような作用が伴い、引用の過程においては権威を伴う言葉を是認するか、それとも拒否するかという判断と責務が問われることになる⁷。

たとえば、引用を示す形式を残した伝聞形について、西阪(2003)は、伝え聞いたことを明示して語る場合に一般的に考えられる理由として、情報に対する「責任の拡散」, 「内容の真理性に対する慎重さ」を示す、あるいはその反対に「自分の主張を補強するための他の『権威』を動員する」ことがあるとしている⁸。しかし、明らかに伝聞の情報であることが分かっているながら、それを直接形で話者に属する情報として語る場合があることを指摘している。このことから、引用によって伝え聞いたこととして語ること自体が、その場で「『語るに値する』ことの最低限の保障になる」とし、伝え聞いたことを示すことと、直接系で語ることの談話への参加の構造が異なることを論じている。

一方、高見(2003)は伝え聞き引用する形式を用いない場合について次のように述べている。

話し手が、伝聞情報を伝聞形ではなく、直接形で伝達するということは、(省略)その情報を他人事ではなく、自分の情報と見なし、聞き手との間に「距離」を置かずに表現することである。他人の意見や判断ではない、確実性の高い伝聞による客観表現が、話し手のなわ張りに属する場合は、話し手がその情報を自分の情報だと見なし、と言え。また、確実性の高い伝聞による客観情報が、話し手や聞き手に係わっており、話し手が聞き手に教えてあげる立場にある場合も、話し手がその情報を自分の情報だと見なし、と言え。⁹

「他者に属する何かあるものを取り入れ、それを自分のものとする過程」として文章表現をとらえ、そこではどのように引用しているかに書き手の表現行為の内実が現れてくる。このような引用、話法に関する枠組みに依拠し、題材ならびに論点の形成について引用される言葉との相互作用過程から事例の考察を行う。

3. 事例の検討

調査に向けた授業は、2004年12月14、16日に岐阜大学附属小学校5年生の2クラス（それぞれA、Bとする）において2時間に分けて行った。

1時間目では、教材文、そして視聴率の操作に関する事件を取り上げた文章¹⁰（「NHK週刊子どもニュース」より、以下「課題文」とする）を読み、第1次意見文を書く。導入として、普段見ている番組についての質問と話し合いを行い、クラスAでは「みんなが見る番組はどのようなものがよいか、どうあるべきか」という課題を与え、クラスBでは単に「考えを書きなさい」という指示を与える。これは、論点を示す場合とそうでない場合についての変化を見るためである。

2時間目では、グループごとに第1次意見文の発表と意見交流を行う。交流の際に気づいた点等を、第1次意見文にメモする。交流活動の後に各自が第2次意見文を書く。

以上の調査より、第1次意見文、第2次意見文、交流過程の会話（抽出した4グループ）を資料として得た。これらについては、拙稿（2005a）において意見文で言及される情報の種類とその言及の仕方の出現傾向について分析、考察した。また拙稿（2005b, c）においてそれぞれの意見文と交流過程を分析し、意見文の表現形成過程について考察を行った¹¹。しかし、これまでには話法に着目し伝達の仕方に焦点を当てた考察は行っておらず、ここでは特定の言及先として特定可能であり、また意見文を書く上で主に参照されると考えられる課題文への言及の仕方を見ていくことにする。そのなかでも、拙稿（2005a）において指摘したように、クラスBにおいて課題文への言及が多くなされる傾向が見られたため、本稿では、まずクラスBの事例に焦点を当て、言及の仕方の多様さについて検討する。

以下、事例を取り上げる。クラスには4人ずつの学習グループがあり、それぞれのグループにアルファベット大文字であらわす。また、グループ内の学習者をそれぞれアルファベット小文字であらわす。第1次意見文を①、第2次意見文を②とあらわす。

先に述べたように、クラスBでは課題文への言及が多かったが、その実際として次のような課題文の要約とその理解を提示する例が見られた。課題文の引用に関すると思われる部分に下線を引いた。

A-d-①

ぼくは、この文章を読んでビデオリサーチという会社が視聴率調査というものをやっています。ぼくは、「視聴率って一体なんなんだろう。」と思いました。でもそれはテレビに特別な機械をとりつけて何時から何時まで何チャンネルをつけていたかを記録して翌朝、自動的に電話回線を使ってビデオリサーチにデータを送ってそれで何%かしらべる機械だとこの文章をよんで分かりました。

でもぼくは、もう一つ不思議に思ったことがありました。それは、「何でそんなことをする必要あるのかな〜。」ということです。そのことは最後の方にありました。放送局の収入は視聴率が高いほど高く評価され給料もあがるからということが分かりました。だから今問題の日本テレビプロデューサーがこんな不正までして視聴率をあげていることがわかりました。

A-d-②

ぼくは、この文章を読んでビデオリサーチという会社が視聴率調査というものをやっています。ぼくは、「視聴率って一体なんなんだろう。」と思いました。でもそれはテレビに特別な機械をとりつけて何時から何時まで何チャンネルをつけていたかを記録して翌朝、自動的に電話回線を使ってビデオリサーチにデータを送って何%かしらべる機械だとこの文章をよんで分かりました。

でもぼくは、もう一つ不思議に思ったことがありました。それは、「何でそんなことをする必要あるのかな〜。」ということです。そのことは最後の方にありました。放送局の収入は視聴率が高いほど高く評価され給料もあがるからということが分かりました。だから今問題の日本のテレビプロデューサーがこんな不正までして視聴率をあげていることがわかりました。

下線部については、課題文の表現をそのまま用いる傾向が見られる。①、②のいずれも最後の文では「こんな不正」と指示表現を用いて書き手の視点を引用内容に介入させている。また、「視聴率って一体なんなんだろう。」「何でそんなことをする必要ある

のかな〜。」と括弧で自らの問いを示しており、その問いと課題文の引用との対応の中でテキストが構成されている。しかし、その問い自体は課題文を理解する上での問いでもあり、課題文を要約してとらえるという立場をとっている。この立場において、①から②への変化も大きく見られない。

B-c-①

この文章を読んでみて、視聴率とはと思っていたことがよんでよく、分かりました。そして、調べ方もよくわかりました。

でも、プロデューサーは、物をおくって見てもらうというのはすごくずるいと思いますでもそんな考え（気持ち）もよくわかりますが、他の会社は一生けん命ずるいをつかわず、がんばっているのに、自分の会社だけはとて、そんなことはやってはいけないと思います。日本の中でまだ、やろうとしている会社は、やめてほしいと私は思いました。

B-c-②

この文章を読んでみて、視聴率とは最初の言葉で私は、ぎもんに思いましたが読んで視聴率が分かりました。また、調べ方も分かりました。

でも、読み終えても一つきになることがありました。それは、最初に出てきたずるをしたプロデューサーです。どうして、プロデューサーはそんなことをと私は思いました。他の会社は、「ずる」という気持ちの弱さをこわして、「せいせいどうどう」という気持ちに向って一生けん命やっていると思いました。でも、そのずるをしたプロデューサーは、自分の弱い心にうち勝てず、「ずる」という道に走ってしまっかわいそうと思いました。もし、そんな道に行かず、正しい道へ走っていたら…と私は思うともっといい番組ができていたのではと思いました。私がもし、プロデューサーだとしたら、もしかしたらそのずるをしたプロデューサーと同じことをしていたかもしれません。でも、このプロデューサーのおかげで私は、強くなれたかもしれません。もし、私がそんな「ずる」という道と「せいせいどうどう」という道が二つにわかれていてまようかもしれません。でも、きっと自分にとって正しい方へ進んでいくでしょう。

世界の中で、まだ「ずる」という道へ進もうとしている人・会社は、やめてほしいと思います。最後には、自分が悲しむことになるでしょう。だから、私は二度とあのプロデューサーみたいの人がでないように世界が変わってくれたらと私は思います。

この例では、課題文の表現に沿いながら引用することは多くなされていない。①では

「プロデューサーは、物をおくって見てもらうというのは」と引用形式を用いて、課題文と意見文の距離を示している。それに対して、②では「ずるをしたプロデューサーです。」というように、課題文の内容を意見文の立場に取り込んで表現している。先のA-d-①、②の要約する視点とは異なり、課題文の表現を自らの表現の一部として取り込んだ表現がなされている。

F-c-①

この文章を読む前までは、視聴率などは気にすることは、あまりありませんでした。

でも文章を読んでみて、視聴率が増えると、給料も増えたりして、いい事がたくさんあると思いました。でも視聴率が少ない番組だと、コマーシャルをたくさん流さないといけないから、大変だと思いました。

けれど、視聴率が少ないのと多いのでは、多い方がいいといって、商品券などを渡すのは、ズルなので、良くないです。しかし、会社にとってみると、視聴率が良くないと給料が上がらないし、会社の評価も高く評価されません。

視聴率が高い会社だと、同じコマーシャルを何回も流さずに、色々な商品のコマーシャルがたくさんできます。

そうすると会社の収入も上がって、ぼくも良いと思います。

そうなれば会社の給料も上がって、プロデューサーの評価も良くなるけど、不正をすることはやってはいけないし、それに、視聴率が上がればいいとゆうわけではないので、不正な事はやらずに、自分たちで、がんばってテレビを作っていけばいいと思いました。

それに、自分の会社が、視聴率があまりないからといって、そこまでやるのは、調査家庭にとってみれば、商品券はもらえるけど、そこまで見てくれと言われるのは、とてもイヤだと思うから、これからのテレビ会社はズルをしないで、調査をしてほしいと思うようになっていきました。

F-c-②

この文章を読む前までは、視聴率などは気にすることはあまりありませんでした。でも文章を読んで視聴率が増えると、社員の給料も増えたりして、いい事がたくさんあると思いました。しかし視聴率が少ない番組だと同じコマーシャルをたくさん流さないといけないので、大変だと思いました。

視聴率が多いのと少ないのでは多い方がいいといって、不正なことをするのはズルなので、良くないです。しかし、会社側からすると、視聴率により給料のねだんや評価が変化してしまいます。

視聴率が高い会社だと同じコマーシャルを何回も流さず、いろいろなコマーシャルがたくさんでき評価も上がります。

そうなれば収入が上がり良いです。

そうすることにより、給料やプロデューサーの評価も良くなります。

しかし不正は良くないし、不正はやらずに自分たちで視聴率の良い番組を作って視聴率を上げてほしいです。

この事例の場合も、課題文の内容を意見文の情報として述べている箇所が見られる。と同時に、「視聴率が増えると、給料も増えたりして、いい事がたくさんあると思いました。でも視聴率が少ない番組だと、コマーシャルをたくさん流さないといけないから、大変だと思いました。」というように、課題文の内容に対して「と思う」とコメントを加えるというかたちでの課題文への引用が見られた。

I-c-①

ぼくは、いくら、高く評価されたくたって不正をしてしまったら、そんな評価は受けないと思う。確かに、視聴率が高ければ高いほど、あまりコマーシャルを出さなくてもすむし、それでたくさん他のコマーシャルも出せるから、収入も大はばに増えるけど、見ている人は、楽しいとか、おもしろいとか、そういった気持ちになれない。だから、やっぱり不正はしてはいけないと思う。でも、視聴率が、その特別な機械を使って一部の家庭から調べていく事には少しおどろいた。ぼくは、前々から、視聴率がどのように調べられているか知りたかったから、「なるほど」と感心した。一部の家庭だったら、お金もあまりかからないし、効率の良い方法だと思った。また、その視聴率を調べるせんような会社があることにもおどろいた。

I-c-②

ぼくは、いくら高く評価されなくたって、プロデューサーが、商品けんを送り、自分の番組を見てもらうように言ったって、そんな不正をしてしまったら、高い評価なんて、してもらえないと思う。確かに、視聴率が上がれば上がるほどに、何度も同じコマーシャルを出さなくてもすむし、そしてその他のコマーシャルもたくさんだせるようになる。そうすれば、収入も増え、そこで働いている社員の給料も増える。しかし、不正をすれば、見ているのではなく、見せられているという気分になり、楽しいとか、おもしろいとか、そんな気持ちになれない。だから、やっぱり不正は、してはいけないと思う。でも、視聴率が、その特別な機械を使って、一部の家庭から調べられていることには、少しおどろいた。それは、前々から、視聴率がどのような方法で

調べられているか、ぼくは気になっていたから。そして、その方法を知り、「なるほど」と感心した。一部の家庭のみだったら、お金もあまりかからなくてすむし、効率の良い方法だと思った。また、その視聴率を調べているのは、そのテレビを作っている会社だと思っていたけれど、「ビデオリサーチ」という、別の会社だという事を知り、それにもおどろいた。

この事例でも引用形式を用いることなく課題文の情報を取り込んで書かれている。主に、プロデューサーの側についての箇所に言及し、課題文の議論の仕方に近い立場をとっていると考えられる。②では①に対して「プロデューサーが、商品けんを送り、自分の番組を見てもらうように言っただけ、」が付加されているが、それは同時に課題文と同じような議論の仕方をとっているということでもあり、自らの視点から意見を述べるというかたちとは異なった表現であると考えられる。

3. まとめと課題

事例では、主に課題文の言葉に言及しながら自らの考えを述べる、また自らの考えを課題文との間から相対的に自らの考えを述べているものと考えられる。しかし、課題文を客観的にとらえ、課題文の内容に対して単に自分の考え、感想を付加する例もみられる。さらに、情報認識に関して「当事者の表示」が多いところからも、課題文の内容をそのままうける、あるいは、単に自らの考えを述べるということもある。複数のテキストに言及しながらテキストを構成していくという点は認められるものの、書き手の主体がそのなかでいかに構成されているかについて分析・考察を進める必要があると考える。この点について、書き手が表現を形成していく意図を含めて交流過程の談話との関連から考察をしていきたいと考える。

-
- 1 茂呂雄二 (1997a) 「教室の声のエスノグラフィー」『日本語学』16-3, pp.4-12
 - 2 茂呂雄二 (1997b) 「発話の型」茂呂雄二 編『対話と知』新曜社, p.74
 - 3 拙稿 (2005a) 「学習者の意見形成における相互行為性の分析」第108回 全国大学国語教育学会 山梨大会 発表要旨集『国語科教育研究』pp.27-30
 - 4 メイナード・泉子・K (1997) 『談話分析の可能性』くろしお出版, p.144
 - 5 J.V.ワーチ [田島信元 他訳](1991) 『心の声』福村出版, pp. 109-110
 - 6 同上書, p.111
 - 7 J. V. ワーチ [佐藤公治 他訳] (2002) 『行為としての心』北大路書房, p.73 (M).

M. バフチン[伊東一郎 訳] (一九七九)『小説の言葉』(ミハイル・バフチン著作集5) 新時代社, p.155よりの引用を含む)

8 西阪仰 (2003)「相互行為としての『伝聞』」『言語』32(7),pp.62-69

9 高見健一 (2003)「伝聞が伝聞でなくなるとき」『言語』32(7),pp.29-35

10 以下の文章である。

「視聴率とはなんだろう」

日本テレビのプロデューサーが、視聴率調査をしている会社の調査家庭に商品券などを贈って、自分の番組を見てくれるように頼んでいたことがわかりました。なんでこんなズルをしようと考えるほど、視聴率を気にしているのでしょうか。

視聴率とは、あるテレビ番組を、どれくらいの人が見ているか、を表す数字のことです。

これを調べているのはビデオリサーチという会社です。この会社が、一般の家庭のテレビに特別な機械をとりつけて調べています。

たとえば関東地方だと、1600万世帯(世帯とは家庭のこと)もの家があります。そこの全部に機械を取り付けるのは、お金がかかりすぎて、とても無理です。そこで、1600万世帯から600世帯を選び、その家庭に頼んで機械をとりつけています。機械は、そのテレビが、何時から何時までどのチャンネルをつけていたかを記録して、翌朝、自動的に電話回線を使ってビデオリサーチにデータを送ります。たとえば、ある番組を60世帯が見ていたら、60分の60で、視聴率は10%ということになります。ビデオリサーチは、これをまとめて、各放送局に発表しているのです。

でも、わずかこれだけの世帯を調べるだけで、視聴率なんかわかるのでしょうか。こういうときは、スープの味見の例を考えてみましょう。スープをつくっているときに、よくかきまぜてから一口飲むと、そのスープの味がわかりますね。全部を飲んでみなくても、味はわかります。これと同じ考え方なのです。

しかし、民間放送局(民放)にとっては、視聴率によって会社の収入が変わってきます。民放は、いろんな会社の広告(コマーシャル)を放送してお金を得ているからです。

広告を放送するというのは、放送時間のワクを売るということです。たとえば、「ヒビキ石けん」という会社が広告を出すとして、商品を売るために、できるだけ多くの人に広告を見てもらいたいと考えます。そこで、視聴率が高い番組のワクだったら、高いお金でも払います。放送局は、「ヒビキ石けん」から得たお金で番組を作り、放送の中に「ヒビキ石けん」のコマーシャルを流します。こうやって番組を作っているのです。(省略)

こうなると、視聴率の高い番組をたくさん持っている放送局ほど、ひとつの会社のコマーシャルは何回も放送しないで済みますから、その分、別の会社のコマーシャルを放送することができます。それだけ、たくさんのお金が入るのです。視聴率が高いほど、その放送局のもうけが増える、というのは、こういうことなのです。

放送局の収入が増えれば、社員の給料も上がるでしょうし、高い視聴率をとる番組を作ったプロデューサーが会社の中で高く評価される、ということにもなります。

日本テレビの問題のプロデューサーは、不正をしてまで自分の番組の視聴率が高く出るようにした、というわけです。

追加

(22) ページ 5 行目

「<http://www.nhk.or.jp/kdns/hatena/03/1122.html> (なお一部を削除した)」

訂正

(22) ページ 36、37 行目

上に 1 行つめ、文字サイズ 35 行目より上の段落と同じ

- 11 抽稿 (2005 b) 「作文の中の語句からみた書く行為の成り立ち」 日本国語教育学会
『月刊国語教育研究』No.401, 2005.9, pp.4-9
- 抽稿 (2005 c) 「表現の学習における複数の文脈」 『岐阜国語教育研究』第4号 2006.1,
pp.44-49