学部生を対象とした実用文作成指導の試み

高橋　薫

要旨

本稿では、工学系の学部 3、4 年生を対象にした実用文作成指導の実践を報告する。本実践では学生にとって真正性の高い課題を通して実用文の作成に取り組むために、実際に行われている学生のためのビジネスコンテストの課題を活用した指導を試みた。エントリーシートの作成を通してパラグラフライティングの基本原理を導入し、企画書を作成する過程において思考を可視化するプロセスを設定し、ピア活動を取り入れながら文書作成を行った。授業後のアンケートからは、学生は本科目を難しいと感じているものの、書く力が向上したと感じていることが確認された。

キーワード

パラグラフライティング、レポート作成、真正性、可視化、内省

１．問題と目的

近年、大学全入時代と言われるようになり、大学生の学士力の育成が喫緊の課題となっている。図 1 に示したように、文部科学省はグローバル化する知識基盤社会における「学士力」として、「知識・理解」「汎用的技能」「態度・志向性」「総合的な学習経験と創造的思考力」の 4 つの項目を挙げている。このうち「汎用的技能」は、コミュニケーション・スキル、数量的スキル、情報リテラシー、論理的思考力、問題解決力の 5 つの要素から構成されている。これらの技能は、自ら問いを立てその問いに対して何らかの答えを提示し、自らの主張を他者に伝える能力であり、レポートを書く力と捉えることができるだろう。「自ら問いを立て、その問いに答えを出す」というプロセスは、アカデミックライティングの根幹をなす力である。また、社会に出て

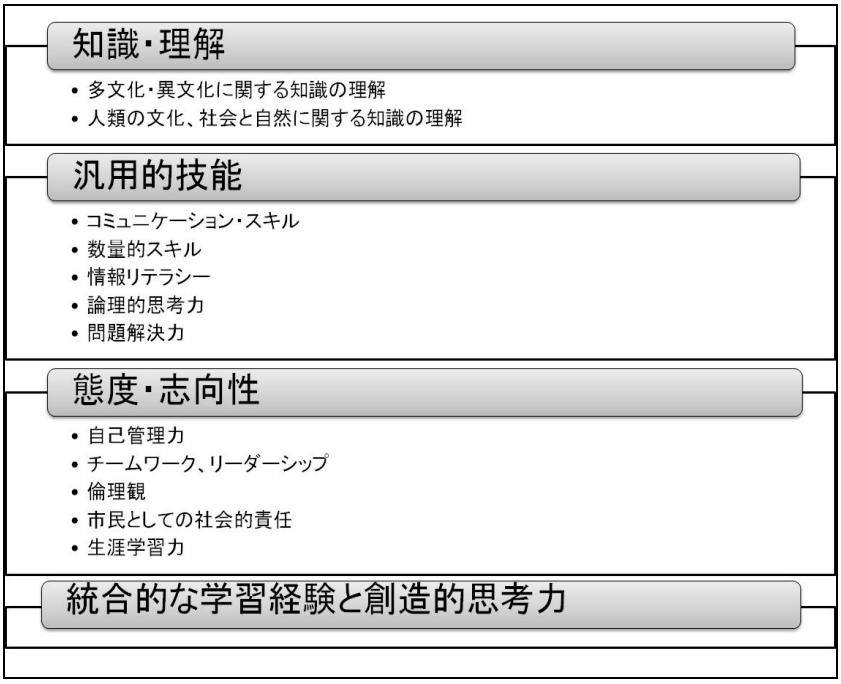

図 1　学士力　（文部科学省 HP をもとに作成）

から必要となるビジネスライティングにおいても、「問題を特定し（問いの設定）その問題に対して解決策（問いの答え）を提示する」というプロセスは共通する要素であり、アカデミックジャパニーズとビジネスジャパニーズに共通する基底能力であると考えられる。そこで、本稿では実用文の作成を通して、学士力を支える書く力を育成する試みを報告する。

２．実践デザインの理論的背景

文章指導の授業では、書く必然性のある文脈とは切り離されて教師を読み手としてトレーニングが行われることが多い。しかし、筆者のこれまでの経験では、文脈と切り離して書くトレーニングを行っても、異なる場面において使える知識とはなりにくいと感じられた。ライティングの先行研究では、教員に向けて文章を書くよりも、教室という枠を超えた伝えるべき真の読み手を意識しながら書く活動の方が、産出する文章の質が高まることが報告されている（Cohen & Riel 1989）。また、高橋・村松・椿本・金・金・村岡・堀田（2009）では、アントレプレナー教育[1]に取り組む中学生を対象に、書く力の変容に着目した縦断研究を行っている。アントレプレナー教育では、会社を組織し、商品の企画から製造、販売、決算までの実社会の一連のビジネスのプロセスを体験的に学習していく。その過程では、校内特許申請書、企画書、報告書などの実用文やコンテストへの応募書類の作成などが行われる。このような書く必然性のある文脈の中で真の読み手を意識した活動を積み重ねることで、書く力を向上させたことが、高橋他（2009）で報告されている。すなわち、読み手を意識しながら明確な目的を持った文章を作成することは、書き手の動機付けを高め、産出する文章の質を向上させる可能性を示唆している。そこで、本実践では、対象者にとって書く必然性のある文脈において具体的な読み手を意識しながら書くことを真正性（authenticity）と捉え、書き手にとって意味のある状況を設定する。

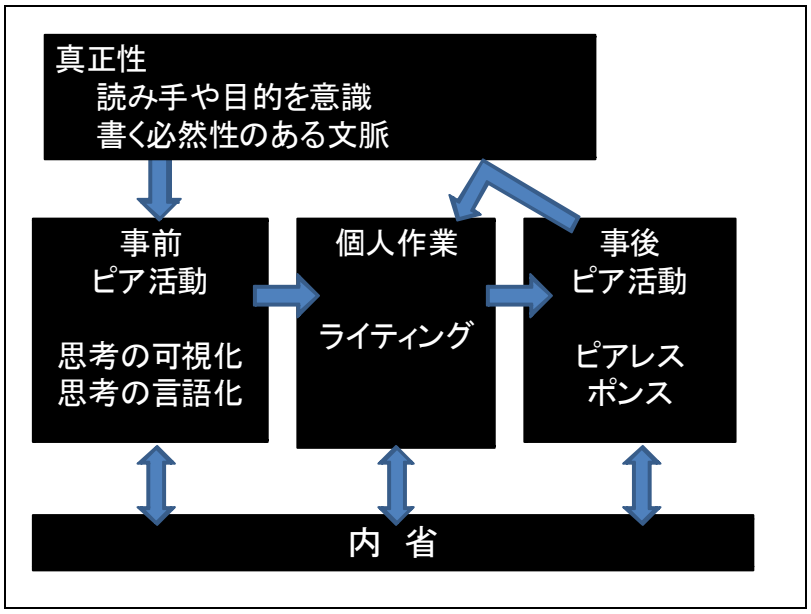

図 2　本実践の学びのモデル

また、認知心理学では熟達した書き手と未熟な書き手の比較研究が行われており、両者の違いは作文過程における内省（reflection）にあることが知られている（Bereiter & Scardamalia 1987）。内省とは自らの作文過程をモニターし制御する活動である。しかし、文章を産出する活動は第一言語でも認知的な負荷が高い活動であり、自らの作文過程を適確にモニターし制御することは難しい。そこで、本実践では作文過程の思考を可視化した

りプランニングや推敲においてピア活動を取り入れたりしながら、作文過程における内省を促す活動を行う。

本実践がねらいとする学びのモデルを図 2 に示す。実践に際しては、書き手にとって書く必然性のある課題を設定し、認知的な負荷が高い作文過程において十分に内省が促されるような学習活動をデザインする。

３．実践の概要

３．１ 実践の対象となる授業

実践の対象となる「文章論」の授業は、東京都内の工学系の私立大学において、人文社会系教養科目として開講されている。「文章論」の授業は、1 年生から 4 年生までのいずれかの段階で選択することができる。半期 15 回の授業を 4 名の教員が担当しており、授業は前期と後期に 8 コマずつ開講されている。対象となる大学では、1、2 年生と 3、4 年生では校舎が異なることから、「文章論」として共通のシラバスを用いつつ、学生の属性やニーズに合わせて若干内容を変えて授業を行っている。共通シラバスの到達目標としては「1. 公共的印刷物に記載するレベルの文章を作成することができる。」「2. 論理的かつ適切な情報を盛り込んだ文章を作成することができる。」「3. 場面に応じて文章の形式や文体を使い分けることができる。」の 3 点が挙げられており、レポートなどのアカデミックライティングのみならず、いわゆる実用文がターゲットとなっている。本稿では、2010 年度の前期に 3、4 年生向けに開講された授業を取り上げて報告する。3、4 年生向けのクラスは半期に 2 コマずつ開講されている。

３．２ 対象者

対象者は工学系の 3、4 年生で、1 クラスは 15 名程度である。授業開始時に実施したニーズやレディネスに関するアンケート調査からは、学生の半数以上が書くことに対して苦手意識を抱いており、この授業を通して書くことに対する自信をつけたいと考えていることが分かった。また、大学生活で必要とされるレポートを書く力だけではなく、就職活動で必要となるエントリーシートなども書けるようになりたいという要望があった。

３．３ シラバス

対象者が就職活動を控えた 3、4 年生であることや学生のニーズを考慮し、「文章論」の共通シラバスの枠組みを用いつつ、学生にとって書く必然性のある真正性の高い課題となるように、既存の学生のためのビジネスコンテスト [2] の課題（稿末資料 1）を活用することにした。このコンテストでは、応募に際しては与えられたテーマによるエントリーシートとビジネス企画案の提出が求められる。しかし、コンテストの課題発表の時期と大学の授業のスケジュールが合わなかったため、授業では前年度の課題を取り上げ、実際の応募については学生の自由意思とした。実際の選考課題の字数は 1000 字程度であり、テキストデータのみをウェブ投稿することになっているが、本実践では字数は 2000 字程度とし、図や表も含めて書類として提出することにした。

具体的な授業のシラバスを表 1 に示す。前半の基礎編は主にパラグラフライティングの基本を、後半の応用編ではレポートライティング（ビジネス企画案）を取り上げた。文章

表 1　「文章論」シラバス

回		授業計画	内容		参考文献
1	基礎編	オリエンテーション	わかりやすい文章とは	ニーズ・レディネス調査	
2		文章表現の 前提（1） ：導入	推敲力① -文章の基本的ルールを身につける-	期末レポートの告知 学生のためのビジネスコンテストKING2009 http://www.king2009.jp/ ダメパラ分析（短文） 文章の構造化 パラグラフライティングの基本原理	3,4,5,6
3		文章表現の 前提（2） ：基本	推敲力② -印象に残る文章を書く-	ダメパラ分析（エントリーシート）	4,5,7,8,9
4		文章表現の チェック（1） ：導入	パラグラフライティングの基本	自己分析シート エントリーシート作成	4,5,7,8
5		文章表現の チェック（2） ：基本（前）	パラグラフの展開法① データに基づく主張を展開する	エントリーシートへのピアレスポンス コンピュータ研修改善提案書導入 （データ分析とアウトライン）	5
6		文章表現の チェック（3） ：基本（後）	パラグラフの展開法② データに基づく主張を展開する	コンピュータ研修改善提案書ピアレスポンス	5
7	応用編	文章構成の 方法（1）　：導入	レポート（企画書）の問いを立てる	アイディアマップ，構想マップによる ブレインストーミング	1
8		中間試験	基礎編の総復習	400字程度のパラグラフライティング	
9		文章構成の方法 （2）　：基本	文献検索の方法 文献管理の方法	図書館実習 Refworksの使い方	
10		文章構成の方法 （3）　：発展	レポートの構想を練る	集めた資料を分析する 問いと答え構成表作成 目標規定文を考える	2
11		論理的な文章を書く（1） ：導入	アウトライン作成	目標規定文をもとにアウトラインを作成する	2
12		論理的な文章を書く（2） ：導入	アウトラインの検討	アウトラインの検討 ポスター発表形式でアウトラインを発表し検討する	
13		論理的な文章を書く（3） ：基本	草稿検討	草稿ピアレスポンス	
14		論理的な文章を書く（4） ：発展	プレゼンテーション	レポートの内容をポスターにまとめ， ポスター発表形式で企画内容を発表し検討する	
15		期末試験	期末レポートの提出 半期の振り返り		

参考文献

1.　荒木 晶子・筒井 洋一・向後 千春（2000）『自己表現力の教室』情報センター出版局
2.　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（2005）『ピアで学ぶ大学生の日本語表現』ひつじ書房
3.　佐々木嘉則・高橋薫（2010）アカデミックリテラシーの熟達化を促すカリキュラムの開発『言語文化と日本語教育』39号，17-26
4.　戸田山和久（2002）『論文の教室―レポートから卒論まで』NHKブックス
5.　冨永敦子（2006）『文章表現Ⅰ』（非売品）
6.　冨永敦子（2007）特別セッション02　文章表現の基本をマスターする　テクニカルコミュニケーションシンポジウム配付資料
7.　福沢恵子（2005）『面接へのエントリーシート対策』日経人材情報
8.　山田ズーニー(2008)『考えるシート』講談社プラスアルファ文庫

を書き進めていくプロセスでは、ワークシートやアイディアマップ、構想マップ、ポスターなどを作成して思考を可視化し、ピア活動を通して、学習者同士でフィードバックを行う活動を併用しながら進めた。

３．４ 授業の内容

前半の基礎編は次のような方法でパラグラフライティングの基礎が習得できるようにした。第 1 回のオリエンテーションでは、授業の概要を説明した上で、学習者がこれまでにどのような文章指導を受けてきたのか、また、「文章論」の授業に対して何を期待しているのか、履修準備課題として記述式のアンケートを実施した。前述したように、アンケートではレポートライティングだけではなく、就職活動にも対応できる書く力を身につけたいという要望が多かった。そこで、基礎編では、エントリーシートをトピックとして取り上げ、パラグラフライティングの技法を導入した。また、作文過程におけるモニター力を高めるために、問題のある文章（表 1. ダメパラ分析）を提示して、文章の何が問題なのかを分析し、グループで話し合う活動を行った（事前ピア活動）。第三者が書いた問題のある文章を批判的に読む活動は、忌憚のない意見を述べやすいことから、このあとに続くピアレスポンス活動（事後ピア活動）のアイスブレーキングの役割も果たしている。第 4 回では「私の強み」というテーマで自分自身のエントリーシートを書いた。事前活動として、ワークシートを使って「自分の強みは何か」「それを支えるエピソードは何か」を書き出し、自己分析を行った。そして、トピックセンテンスとして強みを、それを支えるサブセンテンスとして具体的なエピソードを書くように指示し、ピア活動として口頭でエントリーシートのプランを述べる活動を行ってから、400 字程度のエントリーシートを書いてもらった。また、文章を書く際には、エントリーシートを提出する具体的な企業名（あるいは業種）も明記させ、読み手は誰なのか、その読み手はどのような既有知識を持っている人なのかを意識しながら書くように指示した。また、書き上げたエントリーシートは、モニター力を高めるために学習者同士で読み合ってピアレスポンス活動を行い、書き直しをさせた。第 5 回、第 6 回には応用編のビジネス企画案の作成に備えて、既存のテキスト（冨永 2006）を使ってコンピュータ研修改善提案書を作成した。このテキストには社内研修の改善を目的に行われたアンケート調査のデータが示されている。このデータを分析した上で、コンピュータ研修の「問題は何か（問い）」「どのような解決策が考えられるか(答え)」を整理し、データに基づく主張を展開することがこの課題のねらいである。前述したように「問いを絞り込み、それに自分なりの答えを出す」というプロセスは、ビジネスライティングとアカデミックライティングに共通する重要なプロセスである。この思考のプロセスを既存のテキストのデータを使って体験的に学んでいくことで、応用編のビジネス企画案への橋渡しとなるように活動をデザインした。

応用編ではビジネス企画案の作成に取り組んだ。第 7 回ではテーマに関連する記事などを参考にしながら、思考を可視化するために企画案のアイディアマップ（荒木・筒井・向後 2000）を作成した。この段階では、まずは思いついたことを書き出し、思考を拡散させることがねらいである。次に、拡散した思考を収束させるために「ターゲットとなるユーザーは？」「商品の新規性は？」「商品の有用性は？」という点を自問自答しながら、

構想マップ（荒木他 2000）を作成した。構想マップとはアイディアマップに書き出された情報を取捨選択し、精緻化したものである。そして、2～3 名のグループを作り、構想マップをもとに現時点の企画案を言語化する活動を行った。可視化したアイディアを言語化することにより、自分の企画案の穴に自ずと目が向けられるように配慮した。第 9 回には図書館実習が予定されているので、それまでに自分の主張を支えるデータを探しておくこと、また、必要なデータを自力で見つけることができなかった場合は、実習の際に確認できるように準備しておくように伝えた。実習では、企画案のデータ探しに役立ちそうな文献検索の技術と、学内で使うことができる web 上の文献管理ソフト（Refworks）の使い方について実習を行った。第 10 回には、これまでに集めた資料を分析し、問いと答え構成表（大島・池田・大場・加納・高橋・岩田 2005）を作成した。問いと答え構成表では、想定される質問に答えることで、自らの問いを多角的に深めていくことが求められる。そして、問いと答え構成表をもとに企画案の方向性を決定する目標規定文（大島他 2005）を作成した（表 2)。第 11 回には目標規定文をもとに企画案のアウトラインを手書きで作成した。第 12 回にはアウトラインのポスター発表を行った。ポスターには、企画タイトル、目標規定文、アウトラインを盛り込んで、A3 に拡大コピーして持参させた。この時点では企画案をポスターとして可視化し、言語化して論理的なつながりや課題の要求を満たしているかどうかをチェックすることを目的とした。第 13 回ではポスター発表でのフィードバックをもとに草稿を作成し、草稿に対してピアレスポンス活動を行った。またピアレスポンスの際には、内容・構成・言語使用に関する評価観点を提示し、お互いの企画案がより洗練されたものになるように、建設的なフィードバックを行うよう指示した。第 14 回では企画の最終案のポスター発表を行った。ポスターには、企画タイトル、目標規定文、アウトラインの他に、トピックセンテンスや主張を支える論拠となるデータの図表なども含めて、企画の全体像が分かるように作成した。発表の際にはクラスを 3 つのグループに分割し、3 交替で行った。一人当たりの持ち時間は 20 分とし、説明 5 分、質疑応答 5 分の発表を 2 回行うように指示した。第 15 回ではポスター発表で得られたフィードバックをもとに改稿し、企画案の最終稿を期末レポートとして提出した。また、半期の授業で学んだ技術が今後のアカデミックライティングに応用できるように、学術論文とビジネス企画案との共通点、相違点などについて、グループ毎にディスカッションを行った。論文は教育工学系のショートレター（2 段組 4 ページの論文）を提示し、各章の役割、引用文献の書き方、文中での引用方法、図表の書き方などに焦点をあてて話し合った。

表 2　目標規定文の例

本企画書では，～～～（属性）を対象に，（テーマ）に関するパートワークの企画案を提案する。～～（データ）の分析から，～～（具体的な論拠）が示されており，本企画により，顧客に～～（商品の有用性・コンセプト）を提供できることを主張する。

（『ピアで学ぶ大学生の日本語表現　プロセス重視のレポート作成』をもとに作成）

４．授業評価

前期の授業終了時に、大学の授業評価アンケート（無記名式）が実施された。本章ではその一部について報告する。

第一に、授業の難易度である（図3）。とても難しいが全体の 6%、難しいが 41%が、少し難しいが 47%であり、これらを併せると 94%の学生が「文章論」の授業を難しいと感じていることが分かった。

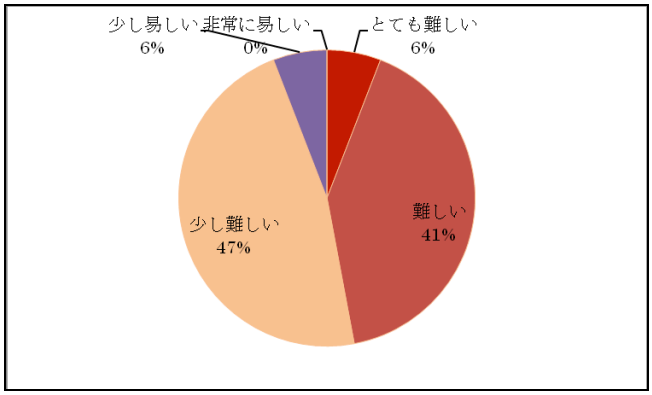

図 3　授業の難易度

第二に、授業の満足度である（図4）。とても満足が全体の 17%、満足が 55%であり、両者を併せると 72%の学生が授業に満足していることが分かった。

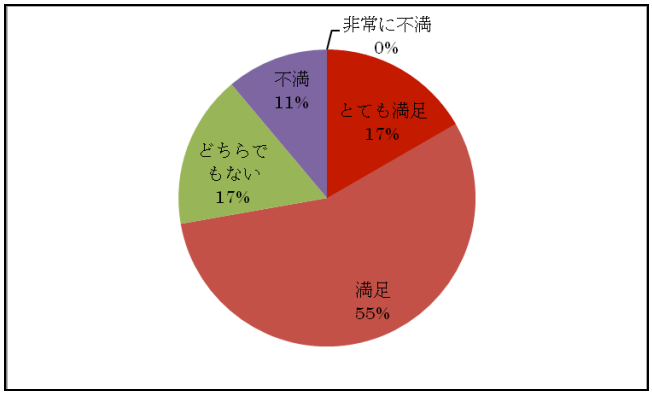

図 4　授業の満足度

第三に、書くことに対する自信である（図 5）。「文章論の授業を通して書くことに自信がついた」という項目に対して、とてもそう思うと答えた学生が全体の 18%、そう思うと答えた学生は 76%であった。双方を併せると 94%の学生が書くことに対する自信を深めていることが確認された。

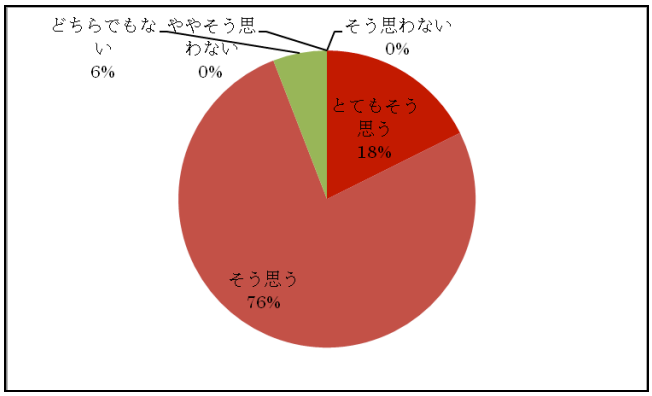

図 5　書くことに対する自信

調査結果から、学生は本実践を難しいと感じているものの、授業には満足しており、書くことに対する自信を深めていることが確認された。これは、学生にとって書く必然性のある文脈を設定したことが、書き手にとって意味のある活動となり、困難さを感じつつも満足度が高まり、書くことに対する自信を深めたと考えられる。

また、学生には授業後に毎回リフレクションシートを提出してもらっている。授業後期のコメントを見ると「発表をしてみて自分の発表が穴だらけであることに気づかされた。もう一度ニーズから見直して作成していこうと思う。」「自分の考えを口に出して読んでみるだけでもおかしなところに気づけることがわかった。」というように、モニター力の伸長を示唆する記述が見られた。これは思考のプロセスを可視化し、ピア活動で他者との対話を通して思考を深めていくなかで、次第に作

文過程における内省が促進されていったことによると考えられる。その結果、自らの作文過程をモニターし制御できるようになり、書くことに対する自信を深めたと推察される。

以上のように、書き手にとって意味のある文脈の中で、想定する読み手や目的を意識しながら実用文の作成を試みる活動は、学士力を支える書く力を育成する実践として一定の成果があったと考えられる。今回は授業スケジュールの関係で実際にコンテストの外部評価を取り入れることはできなかったが、より真正性を高めるために、今後は何らかの形で日常の学びを共有していない読み手や聞き手（audience）を設定した活動を試みたいと考えている。

（高橋薫　たかはしかおる・東京大学・kaorutkh@iii.u-tokyo.ac.jp）

注

1. アントレプレナー教育とは、起業家に必要とされる問題解決能力やコミュニケーション能力を養成するものであり、近年、初等・中等教育でも取り上げられている（上西 2006, 経済産業省 2006）。

2. 取り上げた KING 学生のためのビジネスコンテストは、大学・大学院・短期大学・専門学校の学生を対象にしたビジネスコンテストで、毎年夏に実施されている。応募に際しては、まず、与えられたテーマによるエントリーシートとビジネス企画案を作成し提出する。この課題をもとに全国から 120 名が選抜され、6 名のグループを編成し 7 泊 8 日間の合宿を通して、グループごとにコンテストを競い合う形式になっている（学生のためのビジネスコンテスト King2009）。

参考文献

荒木 晶子・筒井 洋一・向後 千春（2000）『自己表現力の教室』情報センター出版局

上西好悦 (2006) 『小・中学校キャリア教育を支えるアントレプレナー教育』日本標準

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（2005）『ピアで学ぶ大学生の日本語表現』ひつじ書房

学生のためのビジネスコンテスト King2009　（参照日：2011 年 2 月 27 日）http://www.king2009.jp/

経済産業省 (2006) 平成 17 年度 経済産業省 全国新規事業発展基盤調査（起業家教育の実施状況及び普及・定着に関する調査）報告書（参照日：2011 年 2 月 27 日）http://www.meti.go.jp/policy/newbusiness/downloadfiles/H17kigyoukatyousa.pdf

佐々木嘉則・高橋薫（2010）アカデミックリテラシーの熟達化を促すカリキュラムの開発『言語文化と日本語教育』39 号, 17-26

高橋薫・村松浩幸・椿本弥生・金隆子・金俊次・村岡明・堀田龍也（2009）言語力育成から見る中学校アントレプレナー教育実践の評価 日本教育工学会論文誌 33(Suppl.), 97-100

戸田山和久（2002）『論文の教室―レポートから卒論まで』NHK ブックス

冨永敦子（2006）『文章表現 I』（非売品）

冨永敦子（2007）特別セッション 02 文章表現の基本をマスターする テクニカルコミュニケーションシンポジウム配付資料

福沢恵子（2005）『面接へのエントリーシート対策』日経人材情報
文部科学省　各専攻分野を通じて培う「学士力」－学士課程共通の「学習成果」に関する参考指針－（参照日：2011 年 2 月 27 日）
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/gijyutu/gijyutu10/siryo/08043009/004.htm
山田ズーニー(2008)『考えるシート』講談社プラスアルファ文庫
Bereiter, C., & Scardamalia, M. (1987). *The psychology of written composition*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
Cohen, M., & Riel, M. (1989). The Effect of Distant Audiences on Students' Writing. *American Educational Research Journal*, 26, 143-159.

資料　学生のためのビジネスコンテスト King2009 課題

選考課題
「パートワーク」あなたはこの分野を聞いたことがあるだろうか？出版業界の売り上げが頭打ちになるなか、唯一成長している分野が「パートワーク」である。1998 年デアゴスティーニは国内市場に参入し、『週刊　歴史のミステリー』の創刊号が 120 万部という売り上げ部数を記録するなど、日本のパートワーク市場の拡大を牽引してきた。現在では、日本の各出版社もこの市場に参入している。 -設問- あなたはデアゴスティーニ・ジャパンの商品企画部に所属しています。次シリーズの企画販売戦略を 1000 字程度(1500 字以内)で考案してください。ただし以下の点に留意してください。 ・どのようなニーズを持っている人に価値を提供しているのかを示してください。 ・ターゲットを明確に示してください。 ・ターゲットの規模を推定し、その論拠を示してください。 ※以下の 3 点を「パートワーク」の条件とします。 1.特定のテーマを設定する。 2.定期的に刊行する。 3.終期を定める。
自己 PR 文
現在、自分が主体的に行っている活動を 400 字以内で説明しなさい。（現在、主体的に行っている活動がない場合は、過去の実績でもかまいません。）

（出典：King2009 選考課題と応募　http://www.king2009.jp/entry/selectiontask.html）