

短大におけるゼミ指導のあり方について： 『コミュニケーション特別研究』の指導記録

木村哲夫

A Process and Goal of Teaching and Managing Seminars in Junior
College : A Practical Report of Communication Seminar

by

Tetsuo Kimura

1. はじめに

ここに報告する内容は、筆者が新潟青陵女子短期大学で担当した「コミュニケーション特別研究」の指導記録であり、短大における「ゼミ指導」の役割についての考察である。ひとくちに「ゼミ指導」と言っても、その受けとめ方は様々なので、はじめに本論での「ゼミ指導」の定義をはっきりさせておきたい。筆者が考える「ゼミ指導」とは、「少人数で行う専門教育であり、各学生が自分の研究するテーマを発見し、探求し、整理できるようにする指導」^{註1}のことである。したがって、ここでいう「ゼミ指導」には、「卒論指導」や「卒業制作指導」などが含まれる。

短大における「ゼミ指導」には、4年制大学のそれに比べて制約がある。通例、4年制大学では、1～2年時に学習した教養・基礎科目の上に、2～3年次に専門科目を学習した上で、4年次に（あるいは3～4年次に）「ゼミ指導」を受ける。しかし、短大では、このような「ゼミ指導」に至るまでの、いわば下準備を十分に設けられない。したがって、短大における「ゼミ指導」では、多くの場合、研究しようとする分野の入門あるいは概論的な事柄からスタートしなければならない。このような制約から、筆者の定義するような「ゼミ指導」を、短大で実施することは難しい（あるいは不可能だ）という意見もあるかもしれない。しかし、「ゼミ指導」の役割を考えると、短大の教育課程において「ゼミ指導」は不可欠なものだと考える。

この報告が、今後の短大における「ゼミ指導」を考えるための、ひとつの参考資料になれば幸いである。

2. 「コミュニケーション特別研究」の目的とスケジュール

今回の「コミュニケーション特別研究」では、「ゼミ指導」の目的として次の3つを掲げて計画した。

- (目的1) コミュニケーション論の基礎を学び、自分の興味のあることをコミュニケーション論の枠組みで考える訓練をする。
- (目的2) 各自の研究テーマを見付け出し、データ・資料に基づいて考察し、問題解決する力を養う。
- (目的3) 自分の研究結果を口頭発表することにより、効果的なコミュニケーションの手法を学ぶ

短大2年次に通年で行われた指導であり、指導の形態としては、前半は全体指導を中心とし、後半は個別指導を中心として行った。スケジュールの概略を示すと表1のとおりである。

表1 スケジュール 概略

| | 指 導 内 容 | 指 導 形 態 |
|--------|--|---------|
| 前 期 | 1. コミュニケーション論入門 コミュニケーションの定義 コミュニケーションのプロセス コミュニケーションの構成要素 コミュニケーションの種類 など | 全 体 |
| | 2. 研究方法について テーマの見つけ方・絞り方 客観性と信頼性 研究計画の立て方 | 全 体 |
| | 3. 研究計画書の作成 目的と手順の明確化 客観性と実行可能性のチェック 研究結果の予測 | 個 別 |
| 後 期 | 4. データ・資料の整理の方法について コンピュータの活用 様々な情報収集術など | 個別・全体 |
| | 5. 中間報告会 | 全 体 |
| | 6. 口頭発表の準備とリハーサル 発表の構成と発表原稿の作成 効果的なハンドアウトや補助手段 | 個別・全体 |
| | 7. 口頭発表会 | 全 体 |

3. (目的1) 達成のために

(目的1) を達成するために行ったことは、コミュニケーション論の入門書の輪読と解説及び

討論である。輪読には、主にアメリカの高校生向けの教科書である *Speech for Effective Communication* を使用した。入門書でコミュニケーション論の基本的な概念を学ぶだけでなく、実生活に具体例を求めながら検証するようにした。

実生活で具体例を考える際には、常に図1に示すようなコミュニケーションのプロセスにあてはめながら考えるように指導した。たとえば、「路上で手を挙げてタクシーを止める」場合をこのプロセスにあてはめて考えてみると次のようになる。Message（メッセージ）は「タクシーに乗りたので、ここに止まってください」で、MessageのSender（送り手）は「タクシーに乗ろうとする人」、Receiver（受け手）は「タクシーの運転手」となり、「タクシーの運転手」がこのMessageをキャッチすれば、ウインカーを出し「分かりました」というFeedback（フィードバック）を「路上で手を挙げた人」に送ることになる。Feedbackの場合は、タクシーの運転手がSenderになり、「路上で手を挙げた人」がReceiverになる。さらに、この具体例でコミュニケーションの種類を考えると、ここで行われている「手を挙げる」「ウインカーを出す」というのは、どちらも言葉を使わないノンバーバル・コミュニケーションになる。

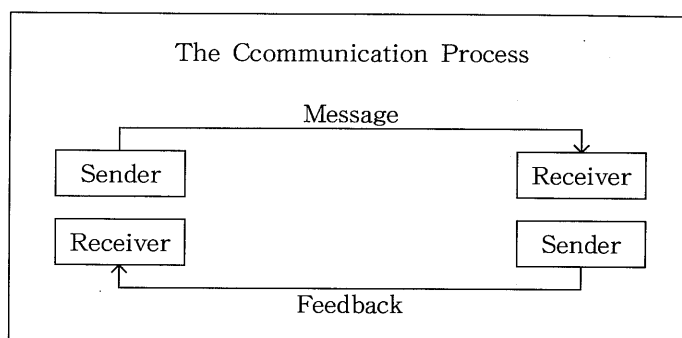


図1 コミュニケーションのプロセス

(*Speech for Effective Communication*. p. 5 より)

もうひとつ「漫画を読んで笑っている」という別の具体例を考えてみる。この場合、「漫画」をMessageとしてとらえることができ、「読者」がこのMessageのReceiverであり、「漫画家」がSenderとなる。「笑う」というのがFeedbackと考えられるので、「読者」がFeedbackのSenderだが、普通このFeedbackは「漫画家」には届かない。

このように、理論的枠組みに実生活の例をあてはめる活動は、次の（目的2）を達成するためにも重要な準備活動であり、「ゼミ指導」における出発点となる。なぜなら、具体例を考えることにより、抽象的な概念を本当の意味で理解できるように、また逆に、身近な事柄を抽象度を上げて考えられるようになるからである。つまり、この活動は物事を整理して考える訓練であり、自分の興味から出発して、研究テーマを見つけ、絞り込んでいく上で不可欠な思考過程である。

4. （目的2）の達成のために

（目的2）を達成するために、まず全体指導で、研究とはどういうものかを解説した。単なる興味や好奇心と研究の違いを説明し、どのようにテーマを見つけて研究を始めたらいいかを指導した。併せて、簡単な研究計画書の書き方についても解説した。この段階で強調したことは、自分たちが本当に興味ある事柄でないと研究は続かないもので、本当に興味あるテーマを探すようにすることである。

研究テーマは、まず一人一人が考え、発表し合ってお互いに意見を交換する。人の考えたテーマでも、自分で考えてきたテーマよりもおもしろそうだと思うものがある場合は、共同研究にすることを認めた。学生たちにとって、研究テーマを見つけて計画を立てることは、大変な作業である。研究テーマの見つけ方と計画の立て方は、次のステップを踏むように指導した。

- (ステップ1) 自分が本当に興味あることは何かをよく考える。
→研究分野の決定
- (ステップ2) その分野に関して疑問を感じることを探し、ひとつの単純な疑問文を作る。
→研究テーマの決定
- (ステップ3) その疑問に関わる事柄をすべて列挙し、図式化して整理する。
→モデルの作成
- (ステップ4) あまり一度に色々な事柄を考えないようにする。
→変数・条件の整理
- (ステップ5) どのように調べたらよいかを考える。
→研究方法の決定
- (ステップ6) どのような結果が出てくるか予測する。
→研究結果の予測

個人（あるいはグループ）ごとに、何度も上のステップを踏みながら研究計画を立てていった。中には、2度3度テーマを変更しながら計画を立てたグループもあったが、興味をもてることを最優先にテーマの変更は無制限に許可した。ステップ5については、相当の助言と指導を要した。

研究計画に基づいて集めたデータや資料を整理する手法についても、コンピュータの利用方法を含めて、相当の助言と指導を要した。しかし、「研究データ・資料の整理」という明確な目的意識を持っていることによって、コンピュータの利用方法も「コンピュータの授業」として行う場合よりも、効果的に身につけることができたようである。

5. (目的3)の達成のために

最後の(目的3)を達成させるためにまず行ったことは、口頭発表に関する予備知識を何も与えずに各自の研究結果の口頭発表を行わせることだった。この段階での条件は「10分間で終わること」だけであった。発表の様子をビデオに録画し反省会を行い、次に挙げる口頭発表の留意点3点に注意して本番の口頭発表会の準備をするように指導した。

- (留意点1) 姿勢や声の出し方と話すスピードに注意する
- (留意点2) 発表に盛り込む事柄を制限し構成を分かりやすくする
- (留意点3) 見やすいハンドアウトを作る

(留意点1)については、終始下を向いた者が多く、話すスピードが速すぎる場合が多かった。

自分の仕草や話す速さについては、実際に自分で発表しているときには普通気づかないものだが、後でビデオテープを見ることによって自覚することができた。また、色々な人の発表の様子をビデオで見ることにより、姿勢や声の出し方の善し悪しも考察することができ、発表にはノンバーバル・コミュニケーションの果たす役割の大きいことが理解できた。

(留意点2)については、調べたこと全部を1回の発表に盛り込もうとして失敗する例が多かった。言いたいこと、メッセージをひとつに絞り、聞いている人に発表の構成がはっきり分かるようにすることを指導した。発表の構成要素としては、なぜこの研究をやったのかという研究の出发点と目的、どのように研究を行ったのかという研究の方法、どのようなことが分かったのかという研究の結果と結論、を必ず盛り込むように指導した。また、言葉づかいについて、「はじめに」、「次の3点について…」、「第1に」、「結論として」などのつながりの言葉をうまく利用するようにすることなどを指導した。

(留意点3)については、タイトルと発表者の名前をはっきり記入し、(留意点2)の発表の構成に合わせて番号を振るなどして、口頭でどこを見てもらいたいかを聞いている人に伝えやすくすることをまず指導した。また、ハンドアウトに書く言葉は、文章にせずに箇条書きにすること、伝えたい内容を図示できるものがあれば、なるべく図やグラフを利用することを勧めた。

6. 研究事例報告

学生が個人(あるいはグループ)で研究したテーマを紹介すると次のとおりである。テーマは様々であるが、いずれもコミュニケーション論の枠組みに引き寄せて研究計画を立て、研究したものである。

- | |
|---|
| <p>(事例1) 『イルカのコミュニケーション』 ～人間とイルカと話ができるか?～</p> <p>(事例2) 『ドライバーのコミュニケーション』 ～譲り合い精神は成り立つか?～</p> <p>(事例3) 『気とコミュニケーション』 ～心と体のコミュニケーション～</p> <p>(事例4) 『広告におけるコミュニケーション』 ～君は宣伝部長になれるか?!～</p> <p>(事例5) 『映画とコミュニケーション』 ～映画のメッセージはひとつではない～</p> <p>(事例6) 『男と女のコミュニケーション』 ～あなたはどうかやってデートを断りますか?～</p> |
|---|

研究事例をここでひとつずつ、報告することはできないが、それぞれの研究がどのような手法によって研究をしたかを示すと次のようになる。

(事例1)は、文献調査とイルカの調教師へのインタビューによって研究が行われた。文献ではイルカの生物学的特徴からどのような音を出すかを調べ、またイルカの調教師へのインタビューでは、実際にイルカと密に接している人たちがどのようにコミュニケーションをはかっているか

を調べた。

(事例2)は、アンケート調査によって研究が行われた。対象は10代から60代までの男女の現役ドライバーで、「割り込み」や「初心者マーク」などに対する反応を聞き、どのようにドライバー同士がコミュニケーションをはかっているのかを調べた。結果は性別、年代別、運転歴別の3つの観点で分析された。

(事例3)は、文献調査とインタビュー及び体験によって研究が行われた。実際に気功体験講座を受講したり、気功治療の体験をしたり、気功師の人にインタビューをするなどして考察した。併せて、気と瞑想に関する文献も参考にした。

(事例4)は一対比較の実験によって研究が行われた。若者向け女性誌の化粧品広告を題材に、色・配列・モデルの3点からどのような広告がいちばん効果的なのかを探った。

(事例5)は、文献調査とディスカッションによって研究が行われた。ひとつの映画(「ひまわり」)を題材とし、実際に数名の人に映画を見てもらったあとに、その映画のメッセージは何かを討論してもらい、その記録から分析した。

(事例6)は、コンピュータ通信による情報交換とアンケート調査によって研究が行われた。残念ながら、途中で研究を挫折してしまった。

7. 反省点と今後の課題

反省すべきところは色々あるが、まず第1に反省点として挙げなければならないことは、研究の客観性と信頼性の確保の不十分さであろう。研究計画の段階で十分注意して指導したつもりでも、実際に各学生が研究を実施していくうちに、計画どおり進められずに手続き上あいまいなどが出てきてしまうことがあったのが残念である。研究計画書の書き方の指導が不十分で、徹底できなかったことも原因であろう。

第2には、スケジュール的に研究の結果が出てからまとめるまでの時間、つまり考察に費やす時間が十分にとれなかったことが挙げられる。研究結果が出たのはほとんどが12月中旬から下旬で、その後1月末の口頭発表会までに十分考察する時間がとれなかった。今後は各学生の研究結果が11月中旬に出るように指導し、11月下旬には中間報告会を行うようにするのが望ましいだろう。今回の中間報告会は、まだほとんどの者が結果を出せていない段階で行うことになってしまったため、その効果は少なかった。そして、12月には、個別で、また全体で、研究結果についての意見を交換し、十分結果の考察をする時間をとるべきだろう。

第3は、グループで研究活動を行った場合の問題点であるが、グループの中で作業を割り振るときに、その作業量に格差が生じたことである。格差が生じること自体が悪いわけではないが、評価をする場合に多少難しい面がある。

このほかに、結果のまとめ方やデータ処理の指導の不十分さ、口頭発表会での質疑応答の方法、途中挫折者が出てしまったことなど、改善すべき点は多くあるが、当初の目的はほぼ達成することができたように思う。最初に述べたように、短大における「ゼミ指導」には時間的制約があるので、難しいことは確かだが、全体指導と個別指導をうまく取り混ぜていけば、短大においても「ゼミ指導」は十分可能であることは確かめられたと思う。今回の反省点をひとつでも克服できるように、次の「ゼミ指導」を計画していきたい。

8. 謝 辞

学生たちの研究活動に関しては、多くの方のご助力をいただいているので、ここに謝辞を述べさせていただきたい。「イルカとコミュニケーション」については、参考書籍をご紹介くださった本学の長島義介教授、インタビューに快く答えてくださったマリンピア日本海のイルカの調教師の方々、「気とコミュニケーション」については、気功に関するセミナーを紹介してくださった本学の斎藤貴子教授、気功に関するお話をしてくださり、気功の体験をさせてくださった気功師の片山隆先生、気功と瞑想に関してお話をしてくださり、瞑想の体験をさせてくださった小澤櫻子先生、「広告とコミュニケーション」については、色彩に関する助言をしてくださった本学の諸橋新教授に、それぞれ感謝を申し上げたい。また、「広告とコミュニケーション」の一対比較実験、「ドライバーのコミュニケーション」と「男と女のコミュニケーション」のアンケート、「映画とコミュニケーション」のディスカッション、に快く協力してくださった多くの方々に感謝を申し上げたい。

参 考 文 献

- Dane Archer, *How to Expand you S. I. Q.*, M. Evans & Co., Inc., 1980
- D. アーチャー著、工藤力、市村英次 共訳『ボディーランゲージ読解法』誠心書房, 1988
- Evelyn Hatch and Anne Lazaraton, *The Research Manual Design and Statistics for Applied Linguistics*, Newburry House Publishers, 1991
- 池田央, 『行動科学の方法』東京大学出版, 1971
- Joan Borysenko, *Minding the Body, Mending the Mind*, Addison-Wesley Publishing Company, 1987
- ジョーン・ボリセンコ著、伊東博訳『からだに聞いて、こころを調える』誠心書房, 1990
- 國分康孝, 『カウンセリング・リサーチ入門…調査・研究の方法』, 1993
- 中野道雄、ジェイムズ・カーカップ『日英比較ボディ・ランゲージ事典』大修館書店, 1985
- Rudolph F. Verderber, *Speech for Effective Communication*, Harcourt Brace Jovanovich Publishers, 1988

注1) 「ゼミ指導」の定義がこれでよいかどうかについては、別途議論を必要とする。また、「小人数」「専門教育」など、まだ定義として曖昧なところもあるが、報告内容が誤解なく伝わるようにするにはこれで十分と考える。ちなみに、筆者の考える「小人数」とは、おおむね15名以下のことを年頭に置いている。

注2) 集まった学生のほぼ全員が教養英語コースの学生であったので、今回はあえてやさしい英語で書かれたテキストにした。