

アメリカのスピーチ・コミュニケーションのテキストに学ぶ テーマ絞り込みの指導法

三角 友子

要旨

留学生のスピーチ指導をしていると、内容が漠然としていたり、何が言いたいのかがよく分からないスピーチを聞くことがある。これはテーマを十分に絞り込んでいないため、本論の焦点が定まらないことに原因があると思われる。そこで、筆者は、アメリカのスピーチ・コミュニケーションのテキストで紹介されている「題材探し→題材の絞り込み→スピーチ目標の決定→テーマの決定」という4段階のテーマ絞り込みの方法で指導を試みた。その結果、学習者は、自分の最も言いたいことが自然につかみ取れるようになり、本論が容易に展開できるようになった。また、テーマを絞りこんで行く過程でそのテーマを選んだ理由や聴衆の興味について深く考えたことから、聞き手の注意を引く導入部が書けるようになった。

キーワード スピーチ・コミュニケーションのテキスト、テーマの絞り込み法、
的の絞られたスピーチ、スピーチ指導

1. はじめに

日頃留学生のスピーチ指導をしていると、「テーマが決まっても、何を話したらいいのかわからない」といった悩みをよく聞く。これは「何を話すか」を考える以前に、テーマを十分に絞り込んでいないことに問題があると思われる。学習者がテーマだと思い込んでいることは実はまだ漠然とした「題材」にすぎず、そこから話の内容を組み立てようとしても、結局何をどう言えばいいのかわからなくなってしまうのはよくあることだ。スピーチの「テーマ」、すなわち聞き手にぜひ伝えたい事柄、主張は、題材をさらに絞っていかないと見つけ出すことはできないのである。

このように学習者が悩むのには指導する教師側にも責任がある。まず、「何について話すかは学習者が自分で決めるもの」として、テーマの決定に積極的に関わってこなかった傾向が挙げられる。次に、教師自身のレトリックへの関心や知識が薄いため、適切に学習者を導くことができないことが考えられる。「日本語の形の指導」をその役割と考える日本語教師にとって、スピーチ指導には守備範囲を超える知識が要求され、その任に当たる教師には指導に関する新たなノウハウが必要となる。

そこで、筆者はアメリカのスピーチコミュニケーションのテキストを取り上げ、そこに紹介されているテーマを絞り込む方法について調べてみた。

アメリカのスピーチ・コミュニケーションのテキストでは、大きく分けて「題材探し→題材の絞り込み→スピーチ目標の決定→テーマの決定」という4段階のテーマの絞り込み方を教えている。そして各段階では様々なブレン・ストーミングの方法や、絞り込みの条件

が具体的に提示され、何をすれば着実に最も言いたいことがみつけれられるかが分かりやすく説明されている。

本稿では、各テキストで教えているテーマの決定までの一連の方法を紹介するとともに、実際に筆者が一橋大学留学生センターの日本語研修生と桜美林大学の学部生を対象として行ってきた情報提供スピーチの指導で、それらがどのように役だったのかを報告する*1。

2. 題材の発見

スピーチを考える際に学習者が頭を痛めるのは、「何について」である。これは、すでに大学教育を終えた日本語研修生にとってはそれほど難しいことではないが、学部留学生にとっては大きな問題である。スピーチ・コミュニケーションのテキストでは、題材を発掘するために、次のような様々なブ레인・ストーミングの方法を紹介している。

(1) 個人の経験の一覧表を作る

スピーチの題材の選び方について各テキストは、自分がよく知っていることや、自分が知りたいと思っているトピックから選ぶことを勧めている。例えば、『Speak for Yourself』(McGraw-Hill, 1997) では、自分が経験したことの一覧表 (personal inventory) を作ることを紹介している (p.75)。一覧表の項目は次の通りである。

仕事 (現在と過去)

今までやってきたスポーツ

自分の特技

趣味

今までに行った所

ユニークな経験

専門分野

現在世の中で起きている問題で関心があるもの：地域、州、国、国際

(『Speak for Yourself』 p.75 筆者訳)

この方法では、学習者は上の各項目について思いつくままに自分の経験を書いていき、その中からスピーチできる可能性のあるものを見つけ出すことができる。

このような過去の経験や得意としている分野を洗い出す方法は、何かを紹介するスピーチを考える際に役立つ。実際ある中国人留学生は、中国で気功を教えていた経験から「気功によるリラックス法」という紹介のスピーチをした。この他にも日本へ来てから見つけ

* 1 日本語研修生というのは、留学生センターで半年間の日本語集中教育を受講した後、一橋大学または他の国立大学に配置される留学生のことである。

た趣味として「イラストロジックの遊び方」や、囲碁の「五目並べのやり方」を紹介した学生もいる*2。

この方法以外にも『Speak for Yourself』では、学習者同士がペアを組んで、日常会話でよく話すトピックを挙げていく方法などを紹介している (p. 76)。これも一種の個人の経験を洗い出すやり方である。

(2) 言葉の連想法

言葉の連想 (word association) は、ある言葉を書き出し、そこから思い起こされる言葉を次々と連想していくやり方である。『The Art of Public Speaking』(McGraw-Hill, 1998) には、人物、場所、物、出来事、プロセス、概念、自然現象、社会問題、政府の計画・政策という九項目について思いつくままに言葉を書いていく方法が紹介されている (p.78)。この方法は、最初の項目で出てきた言葉からさらに連想を広げていって、その過程でスピーチの題材を見つけるというものである。スピーチの題材に結びつく過程は、次のように説明されている。

「漫画」という言葉から「テレビ」という言葉が連想されたとする。そして「テレビ」から「映画」を思い出し、「映画」から「アカデミー賞」が連想され、「アカデミー賞」が「賞」であることから「宝くじ」が連想され、そして「ギャンブル」に行き着く。そこからこの学生は雑誌で読んだアメリカのギャンブル中毒の記事を思いだし、ある考えがひらめいた。そして、色々と調べた結果、「ギャンブル中毒—なぜ君はオッズに勝てないのか」というすばらしいスピーチを書いたのである。

(『The Art of Public Speaking』 p. 78 筆者訳)

この言葉の連想法では、最初のカテゴリーで書いた言葉からは考えもつかない言葉に行きつくことがあり、話し手の潜在的な興味や関心を見つけ出すことができる。筆者はこれがある題材のサブ・トピックを考えるとときに実際に学習者にさせて見たところ、効果を発揮することがわかった。

報告のスピーチのテーマを考えさせていたときに「コンピューター」という言葉を思いついた学生が3人いた。3人とも大学の一年生で、これからコンピューターを買いたいと考えていたためその言葉を思いついたと言う。そこで筆者は、3人を一つのグループにして「コンピューター」に関連する言葉を連想させていった。「ウインドウズ」「マッキントッシュ」「IBM」「高い」「安い」など、あれこれと3人で書いていった結果、一人はプリンター込みで10万円台で買える新品のパソコンを調べることを思いつき、もう一人は10万円以下で買えるプリンター付きの中古のパソコンを調べることになった。そして残る一

*2 イラストロジックはパズルの一種。解いていくと絵が現れ、それが解答となる。

人は図書館で借りられるパソコン・ソフトのマニュアルについて調べることにした。

このように言葉の連想によるブレンストーミングは、題材を絞って具体的にどのような情報に当たればよいかを考えさせるのに大変役立った。

(3) 自分の興味のある分野を洗い出す

連想がうまくいかない場合、新聞、雑誌などの索引やインターネットの検索サービスなどで探す方法も紹介されている。これは日本語研修生にとっては、知的好奇心をくすぐる方法であった。

しかし、漢字が苦手な学習者には当然のことながら日本語での検索は難しい。また実際に材料を集めても語彙リストのない記事を読むのには時間がかかる。筆者は、留学生センター中級のコースで「日本で今起こっている社会現象」というテーマで題材を探させたことがある。しかし、これは漢字の苦手な学習者にはあまりうまくいかなかった。

しかしながら、寺ら(1997)の開発した「日本語読解支援システム CGI-DL」、通称「DL」を利用したある学習者は、インターネットから検索した朝日新聞の記事をもとに、日の丸の掲揚と、君が代の斉唱をめぐる広島県の公立学校現場と教育委員会の対立に関する報告を行うことができた*³。「DL」なら記事と語彙リストが自動的に得られるので、漢字を読むことが苦手でも語彙リストを頼りに一人で読み進むことができる。その学習者は、根気強くいくつかの記事を読み、ついに事件の概要を紹介することができた。

このように「DL」を利用すれば、漢字語彙の少ない学習者でも「調べて書く」スピーチが比較的楽にできる。同レベルの学習者の中には、英字新聞や英文雑誌などから題材を探し、翻訳を試みようと思った者もいたが、結局スピーチを書く段階になって挫折してしまった。「DL」を最初に紹介して題材を探させれば、時間を無駄にしなかったと悔やまれる。

3. 題材を絞り込む

具体的な題材の候補を見つけても、それがスピーチのテーマになるかどうかを見極めるには、さらにいくつかの選択基準に照らして検討しなければならない。『Principles and Types of Speech Communication』(Longman, 1997)では、次の五つの条件によってさらに題材を絞り込むことを教えている(p.53)。

- ① 題材の候補の中で自分が最も興味を持っているのはどれか。
- ② 聞き手はその題材に興味を持ってくれると思うか。

* 3 「日本語読解支援システム CGL-DL」は、日本語の文章中の語彙を辞書情報とリンクさせたハイパーテキストを自動的に生成するシステムで、このシステムで利用することにより、学習者は辞書を引かずに多量の文章を読むことができる。

- ③ スピーチをする場にふさわしい題材かどうか。
- ④ 決められた時間内でスピーチができる題材かどうか。
- ⑤ 聞き手がわかるかどうか。

(筆者記)

『Principles and Types of Speech Communication』では、これら五つの条件にすべて合うものが題材として最適であるとされている。

この絞りこみの条件は、学部留学生に助言を与える際にとっても役立った。実際に指導をしていると、学習者は自分の関心を引き出すことで精一杯で、物理的な条件や聞き手の関心に配慮するところまではなかなか至らない。「××について話したい」と言うのが精一杯で、そこから自分が伝えたいことを絞り込むのは学習者一人では難しかった。

例えば、ある学習者は、「大学のトレーニングジムについて紹介したい」と言ってきた。この学生は、いつも授業時間が終わると大学のトレーニングジムへ行くという。そして、今のところそれ以外適当な題材は思いつかない様子だった。「トレーニング・ジムのどこが気に入ってるのか」と聞くと、「この大学はいろいろなトレーニングの器械があるから」と言う。その学生がトレーニング器械の豊富さに魅力を感じていることがここでわかった。そこで、筆者はいろいろな器具を使ったトレーニングをするとどんないいことがあるかを考えさせた。「筋肉がついてかっこいい」「女の子にもてそう」など直接、間接的な理由が返ってきた。そしてその学生は、女子学生には「夏に向かってのシェイプ・アップ」、男子学生には「男らしい体作りとその結果女性にもてるかもしれない」という聞き手の潜在的なニーズに思い至り、それを導入部で強調して「大学のジムのトレーニング器械でどんな部分を鍛えることができるか」というテーマでスピーチをした。聞き手のニーズに敏感になれば、一見興味を引きそうにない題材でも面白いスピーチができる。

次の例は、インドからの交換留学生の例である。彼女は、ハンバーガーのマクドナルドについて話したいと言う。南インドの大学から来たヒンズー教徒の彼女にとっては、牛肉 100 %をうたうマクドナルドは「安心」で、しかも日本では驚くほど値段が安いと、みんなに勧めたいという感動を与える店であった。しかし、言うまでもなくマクドナルドは日本では目新しい店ではない。筆者は、「マクドナルドは日本ではあまりにも一般的だ」と言ったが、彼女はマクドナルドに固執した。そこで「今、何が安くなっているかだったら、あまり外食をしない留学生にとっても日本人にとってもメリットのある情報だろう」ということになり、「マクドナルドで今お得な食べ物」というスピーチになった。「宗教上の理由で豚は食べられない。ハンバーガーはビーフだから安心だ」と彼女が動機について話すと、宗教上の食べ物制限がない国の学生は、面白そうに聞いていた。

このように『Principles and Types of Speech Communication』に載っていた絞り込みの条件は、教師の「虎の巻き」として大いに活用できた。

大学の授業でスピーチ指導を行う際には学内の施設は悪い題材ではない。みんなが知っている、みんなが利用できる場所という点では聞き手に関わりの深い場所である。「学生

ハンドブック」に載っているような内容でも聞き手と関わる部分を探せば、興味を持ってもらえるスピーチができる。このほかにも、「視聴覚センターのビデオ・ライブラリーにどんなジャンルのビデオがあるかを紹介する」「学生証を紛失した場合、大学のどこに行って再発行してもらうかを教える」というテーマで話した学生もいた。特に後者のスピーチは、学習者が実際に学生証を街で落として再発行手続きを受けた時に聞いた話をもとに、「学生証が悪用されて、お金を借りられてしまった学生もいる」などと話したので、皆まじめに聞いていた。

学部留学生に比べて、留学生センターの学習者の場合は題材の絞り込みができないということにはなかった。しかし、自分の興味に走りすぎてしまい、聞き手の興味を配慮しない傾向が見られた。

ある研究留学生は、日本の漫画の資料的価値についてのスピーチをした。しかし、日本に來たばかりの学生や日本の漫画を読んだことのない学生にはなじみが薄く、また具体的にどういう漫画に資料的価値があるのかを提示しなかったため、彼の主張はよく理解されなかった。また、別の研究留学生は、グラフの説明のときに日本のODA援助額の推移に関するグラフを持ってきて説明した。これも専門分野の違う学習者には楽しめなかったようだ。彼らは自分の専門的興味に入りすぎて、皆に共有される題材を考えられなかったのである。

このように様々な専門分野を持つ学習者が集まった場合、最初に専門以外のお互いの関心を知る機会を作っておく必要があると思われる。

4. スピーチの目的を決める

スピーチの目的を考えることで選んだ題材をさらに絞り込むことができる。各テキストでは、まず、スピーチの一般的目的 (general purpose) を決め、それに基づいてそのスピーチの具体的目的 (specific purpose) を決定するように教えている。スピーチの一般的目的とは、プレゼンテーション全体の目的であり、ひとことで言うとスピーチの種類である。具体的目的というのは、個々のスピーチにおいて聞き手にどのような変化を起こさせたいか、ということである。スピーチの目的を決めることは、例えば、素材をどのように料理し、どんな料理を出すかを決めるということに相当する。ここでは、スピーチの一般的目的の決定と具体的目的の絞り込み方法について説明する。

(1) スピーチの一般的目的を決める

スピーチの一般的目的には、情報を提供するスピーチ (speech to inform) 説得するスピーチ (speech to persuade)、楽しませるスピーチ (speech to entertain)、儀礼的なスピーチなどが挙げられているが、この目的によってスピーチで「何をするか」が決まる。

指導に際して重要な教師が知っておかなければならないことは、説得するスピーチ、あるいは意見を表明するスピーチは、資料収集し自分の考えをまとめていくのに時間がかかり、言語的にも高度な技能が要求されるということである。これに対して、情報提供のスピーチは、題材が高尚でも、詳しい情報でなければ時間もかからず、技能的にもそれほど難しくはない。「君が代・日の丸問題」の記事について報告することは、語彙さえわかれば中級レベルでも可能であるが、これを「表現の自由」という観点から論じることは膨大な資料を収集し、読み、書くことを要求される専門家の仕事である。そして、留学生センターの留学生は、その専門性から言語技能を省みずに「論ずること」を選んでしまう傾向がある。例えば、次のような例があった。

ある留学生が、「友人で日本人と結婚しているのがいるから、いろいろとインタビューをして、どういうことで喧嘩したりするのかを報告したい」といつてきた。しかし、結局彼がやりたかったことは、国際結婚を文化接触の場と考え、そこでどのような文化変容が起こるのかを分析することであった。結局、その学生は自分の日本語能力では手におえない題材であることがわかり挫折してしまった。

このように自主性を尊重し過ぎると無理なことさせてしまう危険もあるので、教師は、スピーチの種類によってどのような言語技能が必要になるかをよく把握して、無理なテーマを追わせないようにしなければならないと思う。

(2) スピーチの具体的目的を決める

具体的目的を絞り込んでいく方法として、『Speak for yourself』には、次のように話したい理由を考えさせる方法が紹介されている(p.84)。

例えば、「聞き手に心臓マッサージやり方を教える」という目標があった場合、なぜそれを教えるのかというと、「心臓マッサージは命を救うから」という理由が浮かんでくる(p.84)。また、「聞き手にシートベルトを着用することを訴える」という目標の裏には、「シートベルトは、けがの度合いを軽くすることができる」という話し手の信念があることがわかる(p.84)。「Speak for yourself」では、その「なぜ」が実は最も話し手が言いたいことで、訴える力を持つものであると考えている。そして、これが見つかる本論で何を話せばいいかが明らかになる。

しかし、ここまで絞り込むのは思ったより難しい。筆者は次のような学習者の失敗スピーチでこのことを思い知らされた。

ある学部一年生の中国人留学生は、某英語学校の受講システムを紹介するスピーチをした。この学習者は、「中国で就職する場合、日本語が出来る人はたくさんいるので高い給料は望めないが、英語が出来れば就職はたくさんあるし給料は高い。だから英会話も勉強しなければならない」というので、その英語学校の受講システムに関する情報を集めに行った。しかし、実際スピーチを聞いてみると、そこには「その学校の講師が全員学位を持っ

ている英語母語話者だ」とか、「高校生から大人のクラスまである」とか、パンフレットを説明したような情報しかなかった。また、導入部の「将来のために英語が必要です。だから某英語学校を紹介します」という動機では、なぜ「その学校」を取り上げたのかがピンと来ない。そこで「なぜその学校を取り上げたのか」と聞くと、今度は「学費が安いから自分たちでも通える」と言う。筆者はその時になって「将来のために」というのは間接的な動機であって、彼の直接の動機はその学校の学費が安いことだったことに気がついた。

「この学校は学費が安いから、自分たちでも通えることを訴えたい。」ということを手帳の核にして情報を絞り込めば、もっと訴求力のあるスピーチができたのではなかっただろうか。この時「某学校を紹介したい」という具体的目的を「なぜ、某学校なのか」と問いただしておかなかったことを筆者は反省した。

このことは、具体的目的の段階でよくテーマ絞り込まないと、主張の明確な訴える力のあるスピーチにはならないということを教えてくれた。

(3) 具体的目的を書き表す

題材をどう料理するかが決まると、具体的にどんなことを話せばいいのかが見えてくる。スピーチの具体的目的を決めるということは、話したいことの輪郭を明らかにするとともに、最終的にその目標を達成することができかどうかを判断することにもなる。そのために、どのテキストでも具体的目的をきちんと一文で書けるまで絞り込むように指導している。

筆者の場合も、一文を紙に書かせて提出させ、具体的目的が絞られた者から取材活動に移ることを許可した。口頭の打ち合わせでは本当に学習者が理解しているのかを確認するのは難しいので、書かせて学習者がどのくらい目的をつかんでいるのかを確認した。

5. テーマの決定

具体的目的が絞り込めたら、各テキストではそれを基にテーマを書き、次のように題材、一般的目的、具体的目的と並べてみることを勧めている。これは、テーマがその前の具体的目的をさらに絞り込んだものであるかどうかを確認するためである。『The Art of Public Speaking』では、情報提供のスピーチの場合、テーマは次のように具体的に書くことを指導している (p.90)。

[情報提供のスピーチ]

題材：コンピューター

一般的目的：情報を提供すること

具体的目的：ノート型のコンピューターを買う場合に考えなければならない要素を伝える

テーマ：ノート型コンピューターを買うときに考えなければならないのは、値段と CPU とスクリーンの画質である

(『The Art of Public Speaking』 p.90 筆者訳)

上の例では、情報提供という目的で「コンピューター」に関するスピーチをすることになっている。次に様々な条件から「ノート型のコンピューターを買う場合に考えなければならない要素を伝える」という具体的目的が選ばれ、そこから「ノート型コンピューターを買うときに考えなければならないのは、値段と CPU とスクリーンの画質である」というテーマが現れている。つまり、テーマは「題材をどんどん狭くしていった結果」であり、「本論の要約」であると考えられる。

この思考の流れは、筆者の場合、学習者の配ったハンドアウトではっきりと確認することができた。前節で紹介した「10 万円以下で買えるプリンター付中古コンピューター」を調べに行った学部一年生はハンドアウトを配り「中古パソコンがいくらで買えるか」というスピーチを行った。その学生からはその後のテーマの絞り込みで相談はうけなかったが、ハンドアウトには、調べてきた3つのパソコンの機種、値段、付属機器、付属ソフトとそれを扱っている店が簡潔に書かれていた。これは、順序だてて絞り込んでいけばおのずと「何を言えばいいかわかる」という好例である。この情報はパソコンが欲しいけれども、お金がない学生の関心を引くものであった。

情報提供のスピーチは、説得のスピーチのように主張の妥当性を論証していく過程を必要としないので、テーマを絞り込みさせれば比較的簡単に何を話せばよいかが明らかになる。この段階まで教師が的確に導けば的確に絞られたスピーチができると筆者は考える。

6. まとめ

本稿では、アメリカのスピーチ・コミュニケーションのテキストに紹介されている「題材探し→題材の絞り込み→スピーチ目標の決定→テーマの決定」というテーマ絞り込みの方法と、留学生のスピーチ指導におけるその実践的評価について報告した。

各テキストでは、テーマを十分に絞り込むことが、本論の構成の重要な足がかりになると教えている。実際にその過程を実践してみると、情報提供のスピーチに関してはテーマを絞ることで学習者は「何を述べればいいのか」が確実にわかるようになる。それは、特にスピーチをした経験の少ない学部留学生の指導において当てはまる。というのは、彼らのほとんどが独力ではテーマを見つけることができなかったため、筆者が教えたテキストのテーマ絞り込みの方法を実践したからである。説得のスピーチについてはまだ実践が足りないので結論は出せないが、情報提供のスピーチについては、まずテーマを絞らせるということが非常に重要であると考えられる。

また、テーマを絞り込んでいくということは、導入部に必要な情報を準備させること

にもなる。各テキストでは、導入部に必要な要素として、聞き手とテーマとの関連性について述べる必要があると書かれているが、学習者の作った導入部には、「なぜ、自分はそのことについて話したいのか」「どうしてそのことを皆に知らせたいのか」が素直に語られており、自然にそのような要素が備わっていたと思われる*4。学習者がテーマを選ぶ過程で題材への興味、テーマを取り上げた理由、そしてテーマと聞き手との関わりについて考えてきたことは、聞き手をひきつける導入部を書くことにも役立っていた。

第二言語話者のスピーチにおいては、文法の誤りや聞きなれない音声によってわかりにくい部分が生じることは避けられないことである。しかし、目標がしっかり見えるスピーチ、内容が整理されているスピーチならば効果的な伝達は可能である。留学生のスピーチだからこそ、しっかりとした構成で話す指導をしていくことが必要なのではないだろうか。筆者は今後もスピーチ指導に関する実践的な研究を進めて行きたいと考えている。

【参考文献】

- 松本茂(1997)「スピーチ・コミュニケーション教育」『異文化コミュニケーション ハンドブッケー基礎知識から応用・実践まで』有斐閣 pp.134 - 142
- 寺 朱美、北村達也、落水浩一郎(1996)「WWW ブラウザを利用した日本語読解支援システム」『日本語教育方法研究会誌』Vol.3, No.1, pp.10-11
- 西谷まり(1998)「インターネットを利用した日本語読解支援システムー内容中心の学習を目指してー」『一橋論叢』第120巻第3号 pp.432-452
- Byrns, James H. (1997) *Speak for Yourself*, forth edition. McGraw-Hill.
- Galvin, Kathleen M., Pamela J. Cooper, & Jeanie McKinney Gordon. (1988) *The Basics of Speech: Learning to be a Competent Communicator*. National Text Company.
- Grombeck, Bruce E., Raymie E. McKerrow, Douglas Ehninger, & Alan H. Monroe. (1997) *Principles and Types of Speech Communication*, thirteenth edition. Longman.
- Lucas, Stephen E. (1998) *The Art of Public Speaking*, sixth edition. McGraw-Hill.
- Payne, James & Diana Prentice Carlin. (1994) *Getting Started in Public Speaking*, third edition. National Text Company.

* 4 『Speak for Yourself』では、「聞き手との心のつながり (rapport)」「聞き手への関連性」(p.178)、『The Art of Public Speaking』では、「話題を聞き手に関連付ける」(p.223)、『Getting Started in Public Speaking』では「聞き手との共通項を見つける」(p.100)等が必要な要素として挙げられている。