

## 英語教育における「優れた授業創出の方程式」 の仮説の検証に関する一考察

A Discussion on Substantiation of Hypotheses of  
'The Rule Creating Good Lessons'  
in the Teaching of English Language

早 田 武四郎 (英語教室)

Takeshiro Soda (Department of English)

### 抄録

英語教育において、「優れた授業創出の方程式」があれば、授業の名手でなくても、誰もが、いつでも、意図的に優れた授業を実践することができる。このようなコンセプトのもとに、「優れた英語授業創出の方程式」を構成する5つの仮説(仮説(4)(5)がそれぞれ2つに分かれており、実質、7つの仮説になる)について、115名の学生を被験者として、その可否を調査した。その結果、5つの仮説(実質、7つの仮説)のうち、仮説(5)(i)が支持率がやや低かったこと、仮説(5)(ii)が棄却されたこと以外は支持された。仮説(i)(ii)については、被験者の意見・感想をもとに、Ⅷ. 今後の課題、〈結びに代えて〉の項で示したように、多少の修正を加えたいと考える。支持された仮説(1)～仮説(5)(i)と棄却された仮説(5)(ii)の修正を含めて、親近性の高い媒体を選ぶこと、低い媒体は高めること、多様な媒体を使い、学習者の英語のイメージを高めること、等が明らかになったと考えられる。

### I. 研究の背景

英語教育において優れた授業を創出することは、最も重要にして最終的な目標である。優れた授業を創出する要素を確定し、意図的にそれらを創り出し、統合すれば、優れた授業が創出できると考えられる。これまで、授業の改善は基本的に授業の実施者が自分の授業の欠点を各々補正する形で行われてきたと思われる。たとえば、視聴覚教育の導入、具体的には、LL教室の活用(様々な視聴覚機器がある)、一般教室においては、テープ・レコーダーやビデオを使うこと、および授業課程の手直し、教材の選択等によってである。このほか、小・中・高の段階では授業研究会も行われていると思われる。

しかし、その取り組み方は総合的であり、外見に目を向けたものであったとすることができる。筆者は学習者と英語間に存在する英語学習に関わるものや事項を「英語学習媒体」と定義し、可視媒体のみならず、不可視媒体も設定して、「優れた授業創出の方程式」を提唱する。それに関する5つの仮説を検証するために、学生115名を被験者として、各仮説の可否について、アンケートを実施した。

## II. 研究の目的

### 1. 研究の目的

- (1)英語と学習者間には様々な媒体が存在し、その中には可視媒体と不可視媒体がある、
- (2)英語と学習者間の媒体には、操作性の高い媒体と操作性の低い媒体がある、
- (3)英語と学習者間に存在する媒体はそれぞれ親近性の度合い（親近度）を有している、ことを明らかにすることである。
- (4)英語学力増進のメカニズムとして、
  - (i) 英語と学習者間の一媒体（英語の一分野または総合における、その時点での学習者の英語学力）に、「より親近度の高い媒体（学習者の新たな学習）」を付加することによって、より親近度の高い媒体（より高い学力）を持つ場合。（直接的なケース）と、
  - (ii) 英語と学習者間の一媒体（学習者の英語に対するイメージ）に「より親近度の高い別の媒体」〔操作性が高く、且つ親近性（必要性+好感性）の高いもの〕を付加することによって、より親近度の高い媒体（より高い学習者の英語に対するイメージ）になる場合（間接的なケース）の2つの場合があることを明らかにすることである。
- (5) (i) 英語と学習者間の媒体のイメージ（親近度）は次の公式によって、測定できることを明らかにすることである。

学習者の英語に対するイメージ (親近性) (C) (10点)	=	必要性(N) (10点)	+	好感性(F) (10点)
-----------------------------------	---	-----------------	---	-----------------

※C:closeness N:necessity F:favorableness

- (ii)10点満点で評点し、NかFのいずれか高い方をその媒体の親近度（C）とする。  
 同点の場合は、その媒体の本質等を考慮して、測定者がいずれかを選択する。  
 50人以上の成人の被験者に回答を依頼することが望ましいが、個人で評点しても人間の感覚の共通性によって、10%は変わらないことを明らかにすることである。

## III. 仮説

- (1)英語と学習者間には様々な媒体が存在し、その中には可視媒体と不可視媒体がある。
- (2)英語と学習者間の媒体には、操作性の高い媒体と操作性の低い媒体がある。
- (3)英語と学習者間に存在する媒体はそれぞれ親近性の度合い（親近度）を有している。
- (4)英語学力増進のメカニズムとして、
  - (i) 英語と学習者間の一媒体（英語の一分野または総合における、その時点での学習者の英語学力）に、「より親近度の高い媒体（学習者の新たな学習）」を付加することによって、より親近度の高い媒体（より高い学力）を持つ場合。（直接的なケース）と、
  - (ii) 英語と学習者間の一媒体（学習者の英語に対するイメージ）に「より親近度の高い別の媒体」〔操作性が高く、且つ親近性（必要性+好感性）の高いもの〕を付加することによって、より親近度の高い媒体（より高い学習者の英語に対するイメージ）になる場合（間接的なケース）の2つの場合がある。

(5) (i) 英語と学習者間の媒体のイメージ（親近度）は次の公式によって、測定できる。

学習者の英語に対するイメージ (親近性) (C) (10点)	=	必要性(N) (10点)	+	好感性(F) (10点)
-----------------------------------	---	-----------------	---	-----------------

※C:closeness N:necessity F:favorableness

(ii) 10点満点で評点し、NかFのいずれか高い方をその媒体の親近度（C）とする。  
 同点の場合は、その媒体の本質等を考慮して、測定者がいずれかを選択する。  
 50人以上の成人の被験者に回答を依頼することが望ましいが、個人で評点しても人間の感覚の共通性によって、10%は変わらない。

#### IV. 方法 (調査)

1. 被験者	E大学	教育学部	1年生	39名
			2年生	1名
			3年生	2名
		工学部	1年生	73名
			計	115名

2-1. 調査資料 仮説と仮説設定の根拠について、各項目ごとに可否を記す ( ) を配したアンケート (後掲)

2-2. 調査期間 (1) 説明 (40分) ・配布  
 平成9年4月16日 (水) 3時限  
 " 18日 (金) 2時限, 4時限  
 (2) 提出日  
 平成9年4月23日 (水) 3時限  
 25日 (金) 2時限, 4時限

#### V. 調査表 (アンケート) および調査結果

英語学習の仮説に関するアンケート

記入日: 平成9年4月11日 (金) 2限, 4限

" 16日 (水) 2限

記入者: 大学, 学籍番号 氏名

(1) 英語と学習者間には様々な媒体が存在し、その中には可視媒体と不可視媒体がある。

(可: 108, 否: 7)

(2) 英語と学習者間の媒体には、操作性の高い媒体と操作性の低い媒体がある。

(可: 104, 否: 8, どちらとも言えない: 1, 無回答: 2)

(3) 英語と学習者間に存在する媒体はそれぞれ親近性の度合い (親近度) を有している。

(可: 98, 否: 16, どちらとも言えない: 1)

- (4) 英語学力増進のメカニズムとして、
- (i) 英語と学習者間の一媒体（英語の一分野または総合における、その時点での学習者の英語学力）に、「より親近度の高い媒体（学習者の新たな学習）」を付加することによって、より親近度の高い媒体（より高い学力）を持つ場合。（直接的なケース）と、  
 (可：90, 否：19, どちらとも言えない：1, 無回答：5)
- (ii) 英語と学習者間の一媒体（学習者の英語に対するイメージ）に「より親近度の高い別の媒体」〔操作性が高く、且つ親近性（必要性+好感性）の高いもの〕を付加することによって、より親近度の高い媒体（より高い学習者の英語に対するイメージ）になる場合（間接的なケース）の2つの場合がある。（可：98, 否：14, 無回答：3）
- (5) (i) 英語と学習者間の媒体のイメージ（親近度）は次の公式によって、測定できる。

学習者の英語に対するイメージ（親近性）（C） （10点）	=	必要性（N） （10点）	+	好感性（F） （10点）
---------------------------------	---	-----------------	---	-----------------

※C:closeness N:necessity F:favorableness

(可：67, 否：45, どちらとも言えない：1, 無回答：3)

- (ii) 10点満点で評点し、NかFのいずれか高い方をその媒体の親近度（C）とする。  
 同点の場合は、その媒体の本質等を考慮して、測定者がいずれかを選択する。  
 50人以上の成人の被験者に回答を依頼することが望ましいが、個人で評点しても人間の感覚の共通性によって、10%は変わらない。  
 (可：37, 否：65, どちらとも言えない：1, 無回答：4, 分からない：3)

## V-2. 上記英語学習の仮説に関するアンケート（付属資料）

### 1. 仮説設定の根拠

- (1) 英語学習メカニズムの仮説について、

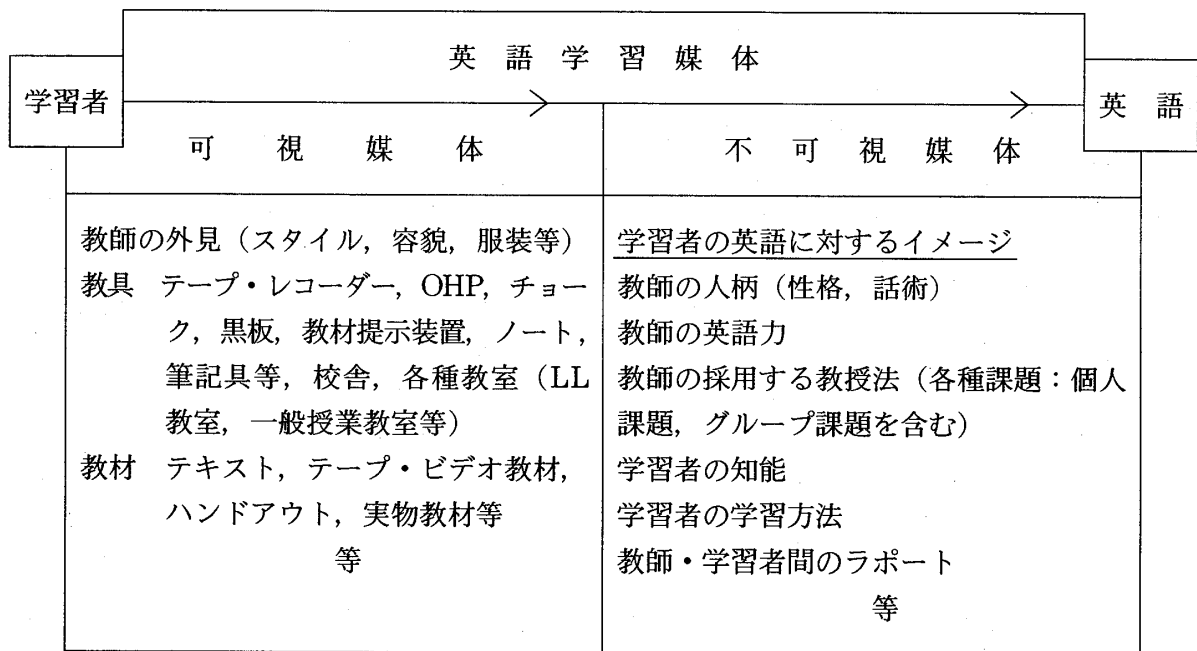
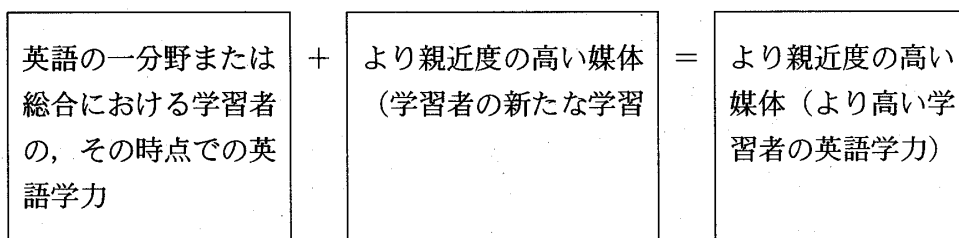


図1 英語学習メカニズムの仮説の概念構成図

(2) 英語学力増進のメカニズムの仮説について、

(i)



(ii)

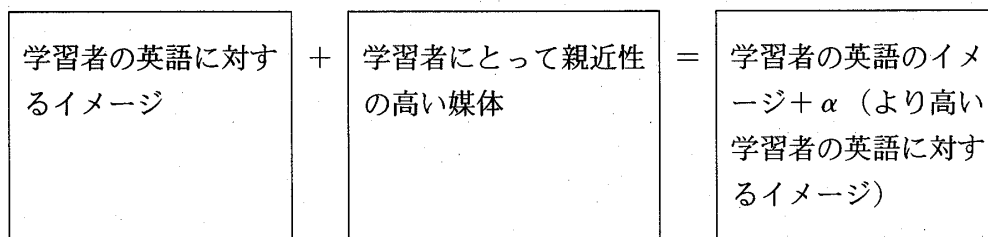
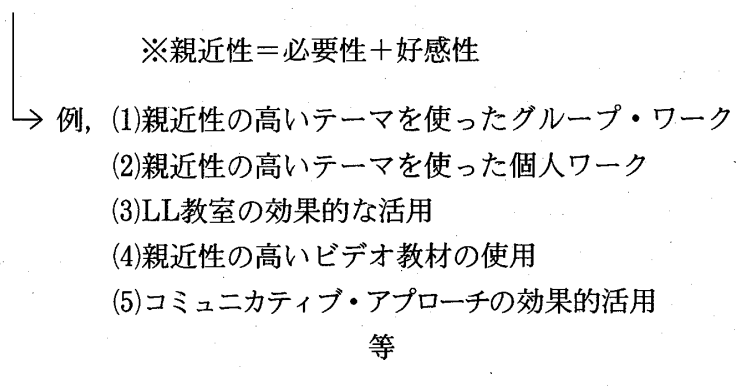


図2 英語学力増進メカニズムの仮説の概念構成図



→ 学習者の英語のイメージが高くなれば、なぜ英語の学力が増進するか？

C.I.運動 (Corporate Identity Campaign) で組織名を良いイメージをもつ名前に変えたために業績が伸びた企業・団体はソニーを始めとして数多い。この種の運動で使われるものに、シンボル・マーク、シンボル・フレーズの設定がある。これらの方法によって、社会の、その組織への良いイメージを招くことに成功した場合は殆ど良い結果に終わっていることは周知の通りである。この法則は英語学習媒体の親近性の向上についても適用できると思われる。

(3) (i) 英語学習媒体の親近度測定公式の仮説について、

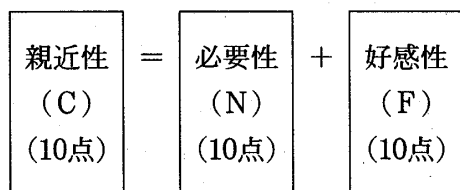


図3 英語学習媒体の親近度測定公式の仮説の概念構成図

☆10点満点で評点し、NかFのいずれか高い方をその媒体の親近度（C）とする。

同点の場合は、その媒体の本質等を考慮して、いずれかを選択する。

※C:closeness N:necessity F:favorableness

(ii) 10点満点で評点し、NかFのいずれか高い方をその媒体の親近度（C）とする。

同点の場合は、その媒体の本質等を考慮して、測定者がいずれかを選択する。

50人以上の成人の被験者に回答を依頼することが望ましいが、個人で評点しても人間の感覚の共通性によって、10%は違わない。

★意見・感想 記入欄 （仮説設定の根拠の番号を記入の上、書いて下さい）

### V-3. アンケートに示された意見・感想

仮説(1)について、英語の授業としては、可視媒体と不可視媒体がらと思う。しかし、英語学力を増進するためには不可視媒体がより重要だと思う。可視媒体は基本的なことをマスターするだけで、外国人と話す前の段階だと思う。

仮説(1)について、このようなことは今まで考えもしなかったが、確かに教材や教具は目に見えるが、自分の英語に対するイメージや英語力、教師の英語力、学習方法など目に見えない。ところが英語学習において、前者よりも後者の方が大事なのではないかと考える。

仮説(2)(3)(4)について、英語を学習するとき、単語など単調な作業をしていると、飽きてきて、いつの間にか英語が嫌いになっていってしまうということが、これまで私にあったのだが、単語だけでなく、読解かヒアリングなどをしていると、飽きずに英語に打ち込むことができたので、媒体にはそれぞれ親近度があり、親近度の高い媒体を付加すると、より高い学力が得られると思う。

仮説(4) (i) (ii) について、確かに何かに対する自分のイメージが良くなれば、それに対して頑張っていけるという体験がある。

仮説(4) (i) (ii) について、「より親近度の高い媒体（学習者の新たな学習）」を付加することにより親近度の高い媒体を持つとあるが、自分の受験勉強に限っては裏目でした。むしろ、仮説(ii)にあるように、英語に対するイメージを良くする方が効果が上がると思う。英語も苦手というイメージを持ちながら勉強するより、良いイメージを持てるようにすると効果が上がると思う。

仮説(4) (ii) について、イメージが良ければ、その対象に対して人は興味を示す。すると、まず“やって見よう”となり、キッカケが掴め、学力も知らず知らずのうちに付くと思う。

仮説(4) (ii) について、これは英語に限らず、他の教科にも大切だと思った。

仮説(5)について、(N)も(F)もどちらか高い方ではなくて、総合的に足してみる方がいいのではないかと思いました。どちらも大切なものなので高い方を(c)として考えなくても単純に足して見た方が分かりやすいような気がしたからです。

仮説(5)について、はじめ、必要性(N)と好感性(F)の総和によって親近性(C)が出るように思った。しかし良く考えてみると必要性と好感性のどちらかがあれば英語に対するイメージ(親近性)は高くなると納得できるようになった。

仮説(5)について、必要性(N)と好感性(F)を足して2で割る方が親近性(C)をより表せ

と思う。

## VI. 調査の結果

仮説(1)について、被験者115名のうち、108名が可(94%)、7名が否(6%)であったので、この仮説は支持されたと解される。

仮説(2)について、被験者115名のうち、105名が可(91%)、7名が否(6%)、であったので、この仮説は支持されたと解される。なお、1名(どちらとも言えない)、2名が無回答であった

仮説(3)について、被験者115名のうち、97名が可(84.3%)、15名が否(13%)であったので、この仮説は支持されたと解される。なお、1名が、どちらとも言えない、であった。

仮説(4)(i)について、被験者115名のうち、92名が可(82%)、15名が否(13%)であったので、この仮説は支持されたと解される。なお、1名が、どちらとも言えない、(8.7%)、無回答が7名であった。

仮説(4)(ii)について、被験者115名のうち、85名が可(73.9%)、10名が否(8.6%)であったので、この仮説は支持されたと解される。なお、1名がどちらとも言えない、19名が無回答であった。

仮説(5)(i)について、被験者115名のうち、67名が可(58.3%)、47名が否(41%)であったので、この仮説は辛うじて支持されたと解される。なお、1名がどちらとも言えない、であった。

仮説(5)(ii)について、被験者115名のうち、37名が可(32.2%)、65名が否(56.5%)であったので、この仮説は棄却された。なお、1名がどちらとも言えない、4名が無回答、3名が、分からない、であった。

## VII. 調査結果の考察

仮説(5)(i)が58.3%と低かったのは、仮説(5)(ii)の記述のうち「10点満点で評点し、NかFのいずれか高い方をその媒体の親近度とする。(a)(中略)50人以上の成人の被験者に回答を依頼することが望ましいが、個人で評点しても、人間の感覚の共通性によって、10%は違わない(b)」の件、特に下線部(b)、次に下線部(a)に支持が少なかったことが、仮説(ii)の支持率を下げる主要な原因になったと考えられる。

(a)についての、主な反論は、仮説(5)(ii)の公式の通り、親近性(C) = 必要性(N) + 好感性(F)と、すべきであり、仮説(5)(ii)のようにどちらか高い方をその媒体の親近度とする、という件と考えられる。

## VIII. 今後の課題<結びに代えて>

英語学習媒体を認知・特定し、その親近度を測定、各媒体、特に「学習者の英語のイメージ」を高めることが、「優れた英語授業」創出の鍵である。他方、各媒体の親近度を高めても、それらを統合するものがなくてはならない。その役割を果たすのが「教師」という媒体であることは疑いないであろう。また、「教師」「英語のイメージ」の次に重要な媒体が「教材」であり、他の媒体の親近度を左右する力が強いと考えられる。なお、棄却された仮説(5)(ii)については、検討の必要があり、足して2で割るのが妥当かもしれない。また、VII.の下線部(b)については削除し、50人以上の成人の被験者に親近度の評点を依頼し、その平均をとるのがよいと思われる。

## 参考文献

- 今柴国晴「学習理論と視聴覚教育」『視聴覚教育の理論と研究』日本放送教育協会 1980  
pp.321-328
- Dale, Edgar, Audio-visual Methods in Teaching, Revised edition, The Dryden Press,  
New York, 1954, 42-43
- Krashen, S. D., and T. D. Terrel., The Natural Approach : Language Acquisition  
the Classroom. Oxford: Pergamon Press., 1993
- Pavio, A., Imagery and Verbal Processes, Holt, Rinehart and Winston, 1971
- 佐野富士子 「The Natural Approach (ナチュラルメ・アプローチ)」『田崎清忠編、現代英  
語教授法総覧』大修館書店 1995
- 早田武四郎 「英語学習媒体の親近度測定の試み」和歌山大学教育学部『教育実践研究指導セン  
ター紀要』No.6 1996 pp69-76
- 早田武四郎 「親近性の高い媒体 (メディア) 採用の重要性」松村幹男監修『英語科教育の理論  
と実践』《理論編》現代教育社 pp.201-203 1996
- 田崎清忠 (編) 現代英語教授法総覧 大修館書店 1995