



ONE WORLD Info

英語教育 通信

特集：日本の伝統文化を世界に発信

「英語落語」からRakugoへ … 桂かい枝

日本人自らが発信する意義 … 江口 裕之

中学校実践例 英語DEポン！で授業改善 … 川本 峰久

小学校外国語活動 小学校外国語活動で大事にしたいこと … 新川 美紀

連載 とっておきの英語8 Everything about you is my business. … 野田 小枝子

今ドキ英語事情 Sunnies and skinnies … Peter J. Collins

「英語落語」からRakugoへ

桂かい枝師匠インタビュー

ケネディ駐日米国大使らに
英語落語を披露

編集部： かい枝師匠は世界各国で英語落語の公演を開催されていますが、最近東京でも公演されたそうですね？

かい枝： 女性の大使および大使夫人が集まるイベントがあり、そこで英語落語をやってもらえないかと依頼を受けました。当日は約160名の方が参加されまして、私は英語落語と英語で南京玉すだれの実演をさせていただきました。

編集部： 反応はいかがでしたか。

かい枝： 約90か国の方が参加されましたが、それぞれの国の民族衣装を着ている方が多くて、とても華やかで、まさに世界中の人々が集まっているという雰囲気でした。様々な国の方がいらっしゃったので、その中で英語落語をするということで、最初はどうのような反応が返ってくるだろうかと、不安に思う部分もありました。

会場にはフランス語が公用語のアフリカ諸国出身の方など、英語があまり得意ではない方もいらっしゃるので、主催者の方から「英語落語の演目は内容が分かりやすいものを」と依頼されていました。そこで *ONE WORLD English Course 3* にも掲載されている『動物園』を演じました。たいへん好評で、皆さん大いに笑ってくださいました。

外国の方は、日本の伝統文化ということ、能や箏、生け花など、動きが抑えられていて、静かなものであるという印象をおもちのようです。日本の伝統文化は外国の方から見ると分かりにくい、またその分かりにくさが魅力であるというふうに捉えられているように思います。しかし、それとは逆

に、落語は内容が分かりやすく、聞いている方々皆さんが気軽に笑えるものです。参加者の方々は、「日本の伝統文化の中には落語のような分かりやすく楽しいものもある」ということに、たいへん驚き、喜んでくださいました。

その後の南京玉すだれの実演の際には、体験したい方を会場から募りましたら、カナダの方がぜひやりたいということで、一緒にステージに上がっていただきました。終了後は皆さんが私のところに集ってきて、一緒に写真を撮ったり、名刺を渡してくださったり、大人気で、笑い合うことで、心がつながる「Laugh & Peace」を実感しました。

編集部： 落語について、お客様はあまりご存じなかったようですね。

かい枝： ほとんどの方にとっては初めてとのことでした。同じ日本の伝統芸能でも、歌舞伎、能や狂言、文楽などは、世界無形文化遺産に登録されていて、海外でもひじょうに有名です。また、外国の辞書にも掲載されていますし、英語にもなっています。しかし、その中で落語は特に海外では知られていないものになっています。

原因として、落語が話芸であることがあげられると思います。落語家が話す内容を聞いて、お客様一人ひとりが場面を想像して楽しむ芸なので、日本語が分からないと内容が理解できませんし、ただ舞台に座って話すという形式で、大道具もありませんし衣装もふつうの着物ですので、視覚情報から断片的な内容を推測することもむずかしいです。

たとえば言葉で客を魅了する「落語」という伝統芸能があるということを知っていたとしても、日本語では外国の方には内容が

伝わりません。そういうこともあって、英語落語の公演後には、どういう内容のものを落語で演じているのか分かったと、皆さんとても喜んでくださいます。

編集部：ケネディ駐日米国大使も参加されていたそうですが、大使も落語に関心をもたれたようですか。

かい枝：たいへん興味をもっていたいたようで、公演中もご自身のカメラでたくさん写真を撮られていました。以前アメリカで、大使のお父様であるケネディ元大統領の名を冠した、ジョン・F・ケネディ・センターで英語落語の公演をしましたことを公演後にお話しましたら、たいへん驚いていらっしゃいました。

その後、「英語落語は、子ども向けのもも演じていますか」と大使が尋ねられましたので、「演じます」と答えましたら、アメリカの子どもたちのためにぜひ演じてくれないかと言ってくださいました。ですので、またアメリカで公演をする機会があるかもしれませんね。

シンガポール公演

編集部：シンガポールでも公演を行われたばかりですね。

かい枝：日本の新聞社主催のフォーラムで、英語落語を行いました。参加者の方々は、日本企業の方が半分、残り半分はシンガポールのほか、マレーシアやインドの方々もいらっしゃいました。こちらは日本の伝統文化というよりは、ビジネスに関わる内容のものを演じてほしいという依頼でしたので、日本人論といいますか、日本人の生真面目さ、名刺交換などのビジネス上の習慣などを、おもしろおかしく紹介するという切り口で、15分ほど演じました。

編集部：以前にもシンガポールでご公演なさっていると思いますが、日本人のイメージは当時とかわりましたか。

かい枝：あちらの方々の日本人に対するイメージが大きく変化しているという印象を受けました。以前は、日本人は話がおもしろくない、英語が下手というイメージが大きかったように思いますが、そのようなイメージはだんだん薄れているように感じます。今回の公演がビジネス関係の方々が対象だったから、というのがあるかもしれませんが、日本人を未知の国の人としてではなく、ビジネス・パートナーとして詳しく知りたい、という現地の方々の思いが強くなってきたという印象を受けました。

編集部：お客さんの反応に、文化の違いを感じるような場面はありましたか。

かい枝：それほどありませんでした。シンガポールは多民族国家ということもあり、互いの文化を認め合うという気持ちが皆強いので、落語に対するウケもとても良かったです。1965年に独立した比較的新しい国ですので、落語が約350年の歴史と伝統がある、自分たちの国ができる前から存在している、ということに、皆さん驚きを感じるようでした。

イギリス公演での新たな試み

編集部：現在、夏のイギリス公演の準備に追われているそうですが、どのような公演になるのでしょうか。

かい枝：ロンドンで7月25～27日に行われる、イギリス最大の日本文化の総合イベント「HYPER JAPAN 2014」での公演に向けて、新作英語落語を執筆中です。また、8月に4週間にわたってエディンバラで開催される世界最大の芸術祭「Edinburgh Festival Fringe」にも招待されていて、そこでは350人収容の劇場で、日本の伝統文化の公演をなんと26日間も行います。

「Edinburgh Festival Fringe」では、日本舞踊や和太鼓など、他の伝統芸能の方々と一緒に公演を行います。テーマが「酒」

で、日本酒を通して日本の食文化、四季、気候を、英語落語で笑いを絡めて発信するというので、どのような内容にしようか四苦八苦しているところです。また今回は、落語の実演と一緒にプロジェクション・マッピング^{*}を同時上映するという全く新しい試みを行います。話を聞いて観客一人ひとりが場面を想像して楽しむ「話芸」であり、伝統芸能である落語と、最先端技術で映像を駆使するプロジェクション・マッピングが融合することで、落語の新しい可能性が見えるのではと、とてもワクワクしています。イギリスでの公演後に、日本各地で凱旋公演ができればと思っています。

英語落語の昨今

編集部：近年、落語などの伝統文化だけでなく、マンガやアニメ、コスプレなど日本のポップ・カルチャーも急速に世界に広まりつつありますが、師匠の目にはどのように映っていますか。

かい枝：以前、アメリカ最大のアニメ・コンベンションである「オタクコン」(オタク・コンベンション)に招待をされ、公演をしたことがあります。観客の方々は皆コスプレをしていました。私は黒の紋付袴を着ていましたが、その格好が人気マンガ『BLEACH』(ブリーチ)の登場人物に似ていると言われまして、公演中に「今日は皆さんコスプレをしています」と言いましたら、たいへん盛り上がりました。

私と同じく文化交流使に任命されて、ブラジルに囲碁を紹介しに行った棋士の方に、ブラジルで囲碁の紹介をして、現地の方々に分かってもらえるのか尋ねましたら、現地ではポルトガル語に翻訳された『ヒカル碁』が流行っていて、それを読んだブラジルの子どもたちの間で囲碁が大ブームになっているということでした。

現在、外国の方々にとって、マンガは日本文化を知るいちばん身近な入口になっています。落語マンガもいくつかありますが、それらが翻訳されて外国の人たちに読まれるようになれば、落語も世界にもっともっと広がっていくのではないのでしょうか。

編集部：師匠が英語落語を始められて20年近くになります。始められた当初と現在とを比べて、なにか変化はありますか。

かい枝：日本語と英語の文化の違いを強く意識するようになりました。2008年に、半年間かけてアメリカの30都市以上で90回以上公演する「全米RAKUGOツアー」を行いました。日本の落語は、間を取った後にボンと言葉を投げかけ、それにお客様が反応する、というスタイルで、それまでは英語落語も同じようにやっていました。しかし、「全米RAKUGOツアー」での第1回公演終了後に、現地のお客様に「君は自信がないのか」と言われたのです。そう思った理由を聞くと、日本の落語特有の間を取るゆっくりとした話し方が、あちらの方々からするととても自信がないように聞こえるということです。そこで初めて、日本語は一步引く言語であるのに対し、英語は一步踏み込んで自分の存在や意見を主張・強調する言語であること、英語落語をやるからには、日本語での落語と同じように話すのではなく、英語の文化に合わせて話し方をかえなければならないことに気付きました。それ以降は、極端に強く、オーバーに発音し、身ぶりを大げさにし、間を詰めて演じるようになりました。すると、あちらのお客様にもたいへんウケるようになりました。日本人は英語をあまりうまく話せない、と言われることがありますが、それは英語の文化である「一步踏み込んで自分を主張する」意識をなかなかもてないことが原因ではないかと思います。英語で発信する場合、ただ話すのではなく、英語と日本語で

は文化が違うことを強く意識する必要があるのではないのでしょうか。

編集部：英語落語が日本の落語の紹介というだけではなく、「英語落語」という英語文化に根付いた1つのジャンルとして確立しつつあるようですね。まさに「発信」の成果であると思いますが、師匠ご自身ではどのように感じていらっしゃいますか。

かい枝：私も「英語落語」という1つの文化ができつつあると実感しています。老若男女を問わず、英語落語に取り組む方々も増えてきていますし、たいへん嬉しく思っています。いつか落語がKabukiやNohのようにRakugoとして英語になる日がくるのではないかと思います。

編集部：近い将来、師匠に弟子入りを希望する外国の方が出てきたりとか。

かい枝：最近の公演で、オーストラリア人女性の方から「弟子入りしたい」と言われました。弟子入りをしたらどういうことをするのか全く知らないとのことだったので、修行中は給料も休暇もないことを伝えましたら、「そんなに厳しいとは知らなかった。それならやめます。」と言われました。英語落語をしている落語家は私の他にもいらっしゃいます。中には外国人の落語家もおりますので、それを見て「自分でもできそうだ」と彼女は思ったようなのですが、では落語家になるためにはどのような修行をするのか、ということ全く知らなかったというわけです。落語の「芸」の部分は外国の方に理解してもらいやすいのですが、落語家になるための修行や徒弟制度について理解してもらうのは、とてもむずかしいです。外国で公演をする時は、実演だけでなく、修行の内容や徒弟制度についてコント風に解説した映像を上映しています。掃除・洗濯・マッサージなど、師匠の身の回りの世話をすることも修行の一部であることも紹介していますが、なぜその

ようなことまでする必要があるのか、理解できないようなのです。また、外国で公演をすると、落語は趣味でやっていて、本業は別にあると思われてしまうこともあります。以前、シンガポールの小学校で英語落語を実演した時に、生徒から、「英語落語はとてもおもしろかったけれど、あなたの本業は何ですか？」という質問がありました。人前でおもしろい話をする「落語家」という職業があるとは考えられなかったようです。

編集部：最後に、師匠が英語落語を通じて、伝えたいメッセージはなんのでしょうか。

かい枝：本冊子をご覧の先生方には、英語落語を通して英語で「発信」する喜びを生徒たちに伝えていただきたいと思います。落語というものは、演者がきちんとやれば聞き手にもきちんと伝わります。また、コミュニケーションの手段としても優れていますから、「発信」する活動としては最適の教材だと思うのです。落語の笑いは、あらかじめ用意されていたものではなく、聞き手の正直な反応であり、そして相手に内容が伝わったこと、単に伝わっただけでなく、おもしろさ・おかしさも分かってもらえたことの2つが合わさったものです。生徒の一人ひとりが英語落語を覚えて、実際に演じて「発信」することで、皆が笑ってくれる。それが生徒たちにとっては大きな喜び、大きな自信になりますし、語学学習のモチベーションも上がることでしょう。

3年Lesson 3 “Our First *Rakugo* in English” を指導される際は、教科書の本文として読むだけでなく、ぜひ先生方も一緒に楽しみながら、「英語落語」に取り組んでいただければ、これほど嬉しいことはありません。

(2014年6月23日インタビュー)

※PCで作成したCGを映写機器を使い、建物や物体、空間などに映像を映し出す技術

日本人自らが発信する意義

CEL 英語ソリューションズ 江口 裕之



『トラッドジャパン』スタジオ風景 (2010年)
左：江口裕之 右：Stuart Varnam-Atkin

私は2009年4月から4年間にわたってNHK Eテレで放送された『トラッドジャパン』の講師を務めさせていただきました。トラッドジャパンは、日本文化を英語で説明するための教養型語学番組で、毎回、すしや歌舞伎など、日本文化に関する特定のテーマを扱っています。英国人のナレーターStuart Varnam-Atkin氏と講師の私で英語トークを交え、テーマに関するビデオクリップ、言葉の文化比較、対談などを盛り込んだ20分の番組で、4年間で98本ものテーマをカバーしました。

トラッドジャパンに関する膨大な量のテキスト執筆や台本作成の過程で、私は日本文化を英語で説明することに関して掘り所となるぶれない柱を立てていました。それは、どの文化も、その文化の中に生きる当事者にしか説明できないもの、あるいは当事者が説明しなければ意味がないものがある、という考えでした。そこで、番組では、視聴者の皆様や私を含め、日本人だからこそ発信できるものを大切にしようという方針をスタッフ一同共有して作業を進めていきました。

たとえば、味噌は、英語でfermented soybean paste（発酵した大豆の練り物）と訳されますが、このような情報ならば、味噌を食べたことがない人や味噌が嫌いな人を含め、世界中の誰でも発信できます。とこ

ろが、Miso is an indispensable seasoning in Japanese cooking.（味噌は日本料理に欠かせない調味料です）やMiso can enhance the original taste of each ingredient.（味噌は素材の持ち味を引き立ててくれます）など、味噌の重要性や美味しさに関する説明は、味噌とともに生活をしてきた当事者が実感を込めて説明して初めて成り立つものです。このことは、食べ物だけでなく、日本人の生活、ひいては日本人のDNAに密着している日本文化のあらゆる側面についても同じであり、日本人が日本文化について自ら発信する意義はそこにあると思います。

不思議な日本人？

現在、日本文化に関する英語で書かれた著書や記事は無数にありますが、注意が必要なのは、日本文化を外から見つめる外国人の観点で書かれたものが圧倒的に多いということです。もちろん、日本人自ら英語で著した、『武士道』(The Soul of Japan：新渡戸稲造)や『茶の本』(The Book of Tea：岡倉天心)などの優れた古典がありはしますが、その数は限られています。中には明治初期に来日した西洋の日本学研究者による100年以上前の記述をそのまま焼き直した風のものもあり、外国人が見た「不思議な日本人」という側面ばかりを強調したものも少なくありません。

例を挙げると、日本人の「本音」と「建前」の使い分けですが、これまで国際コミュニケーションの場では通用しない日本的発想として、批判の対象にされてきました。日本人は円満な人間関係を保とうと、物事を断る際に、Yes、Noをはっきりせず、「難しいですね」や「考えておきましょう」と言う傾向があります。もちろん、これらを直訳すると誤解を与えます。That's difficult.ではYesかNoなのか曖昧ですし、I'll think about it.では、承諾の意味に取られかねません。

そこで、日本人向けの英語教育の場面でも、これらの言葉や発想は控え、Yes、Noを

はっきりしましょうという指導がたびたび行われてきました。しかし、英語はもはや西洋文化圏だけにおける共通語ではありません。今日のグローバル社会においてより大切なのは、日本人が発想を西洋人に近付けることよりも、「なぜ」日本人がそのような言い回しをするのかを論理的に示し、その合理性や文化的価値を説くことではないでしょうか。

■ 神道と間接的コミュニケーション

日本文化には、たとえば俳句や茶の湯など、既に世界で高く評価され、共感を得られている分野も数多くあります。他文化圏の人からすると「不思議」と思える日本の習慣や考え方も、このような文化的側面と同じ価値観に根ざしていることを指摘するのは重要です。表現手法に関して言うと、日本人は、直接的な表現よりも、間接的な言い回しの方がより文化的に洗練されたものとする傾向があります。これには様々な理由がありますが、神道の影響から考えてみましょう。

一神教の神と違い、神道の神々は姿が見えず、無数にいます。神道の神は日本の多様な自然現象が具現化したもの（manifestations of natural phenomena）と考えていいでしょう。神道の神は私たちに直接言葉で語りかけはせず、五穀豊穡という恩恵、あるいは、自然災害という脅威をもって、間接的に、私たちの生活に対する指導的なメッセージを送ってきます。そのような環境で命をつないできた日本人にとって、各々の事象の背後にある含蓄的なメッセージをくみ取ることが大切になりました。

また、神道には言霊^{ことだま}という概念があり、言葉自体に霊力が宿るという考えもあります。そのような背景から、言葉を慎重に選びつつ、物事を間接的・暗示的・多重的に伝えることがより洗練されたコミュニケーションの手法であると考えようになったのも不思議ではありません。和歌はその洗練の典型ですが、間接的な表現手法は言葉によるコミュニケーションに限りません。たとえば茶の湯においては、衣装、茶室、装飾品、茶器、動作、表情などあらゆる間接的な手法を用いて高度な意思疎通を行います。

■ 茶の湯とおもてなし

茶の湯から派生した概念に、最近よく話題に上る「おもてなし」があります。英語では、「おもてなし」はhospitalityと訳されることが多いですが、やや意味が異なります。hospitalityはhostがguestの要求を最大限に実現してあげることです。ところが、茶の湯では、客は何一つ要求をしません。茶の湯のおもてなしでは、一切を主人に任せ、主人は客の気持ちを汲んで、あらゆる側面について最大の配慮をする一方、客はその主人の心を察して感謝の気持ちを間接的に伝えます。

つまり、おもてなしは、主人と客の相互信頼関係に基づく、洗練された間接的コミュニケーションの一形態と言えるでしょう。それを成立させるためには、客自身も自分を磨いておく必要があるのです。hostがguestの満足度を100パーセントに近付ける行為がhospitalityであるのに対し、おもてなしは主人と客が対等の立場からお互いのレベルを高め合い、100パーセントを超える歓待と感動を実現していくものと表現できるでしょう。

■ 文化と国民の絆

このように考えると、西洋人の間で悪しき評判の本音・建前と、2020年東京オリンピックの招致で世界に感銘を与えた「おもてなし」の文化は表裏一体のもので、ともに日本人の感性が年月をかけて育んできたコミュニケーション手法であると言えます。このような日本文化の合理的側面の説明は、日本に生まれ育ったという実体験に基づく洞察力があるからこそ可能な部分が多々あります。さて、最後になりますが、その洞察力を磨いていくには何が必要なのでしょう。

それは、自国の文化を愛する気持ちだと思います。私はかねてから、文化と国民は親と子のようなものだとして述べてきました。親と子はお互いに反発しあうこともありますが、他人には見えない信頼と愛情の絆で結ばれているものです。日本文化を見つめるときに、そのような絆を感じながら説明していけば、日本人だからこそ可能な日本文化の紹介ができるのではないのでしょうか。そこに、日本人が英語を学ぶ目的の一つがあるのだと思います。

英語DEポン！で授業改善

大阪府摂津市立第一中学校 川本 峰久

ある日の3年生の授業で…

生徒A：「先生，今日『ポン！』するの？」

筆者：「今日は、最初に『DICプリ』して、

『アナの訳確認』してから『ポン！』。

ALTの先生に『MANZAI』終わって

ない人優先やで。」

生徒A：「よっしゃ、今日はポン行くでえ」

こんな会話で、生徒たちはその日の授業内容を把握したことになる。

授業中、いかに評価活動を取り入れるか、生徒が自分で課題を見つけ、積極的に取り組めるようにするにはどうしたらよいのか試行錯誤する中、2011年秋に思いついたのが、『英語DEポン!』。教科書音読やペアワーク・チェックリスト、ALTとのプチ会話テストの評価シートを1枚の用紙にまとめたものである。当時指導していた少人数クラスで使ってみたところ、ペアで練習したり、友達と競い合いながら小テストを受けに来たりと、楽しみながら自分のペースで課題に取り組んでいるのを見て手ごたえを感じた。

翌2012年、奇しくもその年から1年生を指導することになり、教科書も初めて手にする

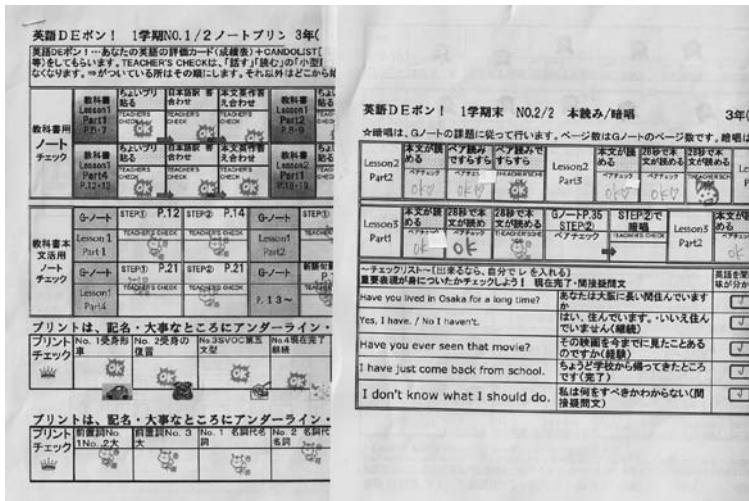
ONE WORLD。新たな副教材も活用し、『英語DEポン!』を中心にした授業システム作りに取り組んで今年で3年目に入った。そこで、私が授業で使っている教材を、自作のものも含め、いくつかご紹介したい。

1 『英語DEポン！』 シート

次回の定期テスト範囲までの課題評価シートであり、Can-Doリストでもある。主な項目は、ノート（授業用・自学用）チェック／プリント課題／音読（発音）／暗唱／プスピーチ（ALTとの会話）の発表評価、自己評価等がある。

『ボン！』シートは、生徒同士でチェックする「ペアチェック」欄と、先生がチェックする「先生チェック」欄がある。例えば、「ノートチェック」なら直接先生のところに来てチェックを受け、「先生チェック」の欄に『ボン！』とハンコ（サイン）を押してもらう。「教科書本文暗唱」の課題の場合なら、「先生チェック」の前に友達に自分の暗唱を聞いてもらい、合格と判断してもらったら「ペアチェック」欄に友達からサインやイラストなどを描いてもらい、「先生チェック」を受けに行く。『英語DEボン！』実施期間中は、毎回の授業で配布し、回収する。

初めて『ポン！』シートを生徒に渡す際には、今回の『ポン！』ではこれだけの課題があるということを示し、しっかり計画を立てて提示することが大切である。



2『ちょいブリ』

教科書本文を印刷したプリント。教科書本文を初見の文章ととらえ、本文の最後にあるちょっとした問題（ちょい問題：長文プチ対策練習問題として扱う）を解く。新出単語、重要表現等のちょっとした解説（ちょい解説）も入っている。この『ちょいブリ』をノートに貼るだけでも『ボン！』ポイントがつく。

3『文法ブリ』

自作の英文法解説と練習問題のプリント。作成の際は『ボン！』チェックの個別指導時に、評価に支障が出たり、手間がかかりすぎたりしないように様々な工夫を施す。例えば、プリントの裏面に前回のプリントの解答を印刷すれば、生徒自身が答え合わせをし、多くの枚数をこなせるようになる。また、練習問題はパターン・プラクティスの要素→発展・応用の問題→発表（アクティビティ）や表現活動（ALTとの会話）というリンクを考慮するなどである。

4『Gノート』

表紙が緑（green）なのでこう呼んでいる。『ONE WORLD準拠 教科書活用ノート』のこと。

授業中の評価活動に大いに活用させてもらっている。教師の教材研究にも利用できる。

中学校の英語と小学校での外国語活動との違いの一つは、正しい英語の発音を習得することであるが、『Gノート』では、田尻悟郎先生が考案した発音記号（我々はハッツオン記号と呼んでいる）を使うことによって中1の早い段階から楽しく発音指導することができる。このハッツオン記号の指導はいたって簡単で、『テレビで基礎英語』の番組を参考にクイズ形式にしたり、実際の番組を見せたりすることで、生徒は興味を持って取り組むことができる。今の3年生には、1年次から『Gノート』の「新出語句」のコーナーを必ず『ボン！』の課題に入れ、一人ひとりの生徒の発音をチェックし、矯正している。

5教科書音読・暗唱・会話テスト等

教科書音読（ソロ・ペア・ドラマ風を読む等）、本文暗唱、ALT相手の発表、会話テスト、教科書プロジェクト等をアレンジして全生徒必修の課題としている。

冒頭で触れた『MANZAI』は、3年Lesson 2の現在完了「継続」「経験」用法を使って、新しいALTの先生にペアで自己紹介を漫才形式で発表する。

St1: I have been to Nara twice.

St2: Oh, You have been to Nara twice !

とSt1の自己紹介を聞いてSt2は漫才師の相手みたいに楽しく「突っ込み」をしてプチスピーチテスト。もちろん最後にALTにHave you ~?と自由な質問をして、会話を展開してもよい。あらかじめ設定した評価基準でALTが評価点を『ボン！』に入れる。以上が『ボン！』を軸にした教材である。

6『DICブリ』

教科書本文の新出単語や、生徒が間違えそうな単語を（ ）に置き換え、音声編CDの「Listen & Repeat」のトラックを聞かせ（×2）、書き取りさせるプリント。本文の意味は載せておく（『ボン！』の評価に含めていない）。

これらから、冒頭の授業の内容は、①DICブリで各自が本文チェック。②アカデミー授賞式で歌うイディナ・メンゼルの『アナと雪の女王』の主題歌を日本語訳の字幕付きで意味を確認しながら聞く。③生徒は『英語DEボン！』を見て自分の課題に取り組む、ということになる。

『英語DEボン！』は評価カードなので、成績処理後はクラス担任の先生に協力してもらい、学期末の三者懇談の場で保護者に渡してもらおう。『英語DEボン！』を見れば、生徒の頑張りが一目瞭然。評価が可視化でき、たくさん『ボン！』があるところは担任も保護者も生徒の頑張りをほめることができる。

まだまだ工夫、改良するところが多いが、明日も、元気で『英語DEボン！』。

小学校外国語活動で大事にしたいこと

琉球大学教育学部附属小学校 ^{あらかわ}新川 美紀

本校は、外国語活動を全学年ALTとのTT授業で行っている（図1参照）。独自の教材と併せて*Hi, friends!*、NHKテレビ『プレキソ英語』やDVD、絵本等を活用している。専用教室に電子黒板、CD、…と比較的恵まれた環境にある。

学 年	1～2年	3～4年	5～6年
年間時数	15時間	35時間	
授業形態	担任・ALT		専科・ALT

図1：琉球大学教育学部附属小学校の外国語活動

1 はじめに

子どもは学校生活の様々な場面で、自分の考えを伝える活動を通して相手の思いを知る。昨年度までの実践から、外国語活動でも、自分のことが英語で相手に伝わる体験や相手のことがわかる体験の積み重ねが、子どもの「相手意識」を高め、「もっと英語を話せるようになりたい」という意欲を高めていくことが見えてきた。「英語でどう言うのかな」という疑問や自分の伝えたいことがうまく伝わらないときほど、子どもは自分から仲間と話し合おうとし、より積極的に発話し活動する。さらに、知っている英語や他教科等の学びを振り返って関連づけることで理解を深め、自分の考えを伝える活動に積極的になり、徐々に英語を使う楽しさを感じていた。

2 外国語活動に求められていること

今年度、私は2年担任と高学年の英語専科として2足のわらじを履いている。単元構成や授業作りにおける工夫・改善は、担任であれば、日々の学校生活全体を通して子どもを見つめ、他教科等と関連させるのは比較的容易である。反面、専科教員としては授業での姿や毎時間書かせている「振り返りカード」や担任との情報交換というような、担任より

狭い範囲で子どもを理解し、適切に指導しなければならないことに少々不安も抱えている。しかし、どちらの立場にしても、外国語活動を行う上で、他教科等と同じように学習として連続性のある学びや、より一層の子ども理解と子どもの多様性に沿った授業作りの重要性は強く感じている。

3 本校の外国語活動でめざす子どもの姿

わからない表現があっても、これまでの他教科等を含めた学びで得た知識を駆使して意味を類推し、大まかな内容を楽しんだり、理解しようとしたりする姿。物事や仲間と進んでかかわりながら自分の思いや気持ちを伝え合い、何とか英語を使ってコミュニケーションを図ろうとする子どもの姿をめざしている。

外国語活動において、子どもが類推したり、考えや気持ちを発表したりする授業を想定してみる。子どもは意味を考えながら英語を聞いたり考えを言い、絵や映像から情報を読み取り、次を予測したり考えや気持ちをやりとりから共有する。単元の中で、歌やチャンツを使って聞こえた英語を身体表現したり、果物を動物に替えるなど、他の言葉に替えたりしながらいろいろな英語表現を学ぶ。振り返りを発表するときには自己を分析するなど、実に多くの知能を使うことになる。複数の知能を使う活動を意図的に組み合わせれば、単元や授業のどこかで子どもは「できた!」「わかった!」「なるほど」と感じ、「もっと知りたい」と意欲を高めていくのではないだろうか。

4 本校のカリキュラムと教師の働きかけ

学年を問わず、興味・関心や学習内容理解の程度が子どもは異なる。英語教室に通う子もあり、英検準2級をもっている子もいる。

この様々な内容理解力も鑑み、中学校での英語教育につなげるために、本校6年間のカリキュラムでは、「聞く・話す」活動を中心に子どもの生活に沿った単語や文表現の語彙数を徐々に増やし、場面や語を替えて、繰り返し聞いたり話したりするようにしている。また、相手とたずね合って、互いを知る活動を全学年で設けている。学年が上がるごとに、外国の異文化理解を促す内容や英語で何とか伝えていく活動、あるいはプロジェクト型の活動が増える。外国語活動における教師の働きかけとして、以下の4つのポイントを意識して、各単元の授業を組み立てている。

- ①言語表現の導入や聞かせ方を工夫する。
- ②自分の伝えたいことを英語で何とか伝え合う場面を設定する。
- ③学年の発達段階に応じ、他教科等と関連を図り、日本と外国の言語や文化の共通点や違いを受容・理解していけるようにする。
- ④毎時間の学習形態（個人・ペア・グループ・全体）を工夫し、多面的な見方・考え方から理解を深めていけるようにする。

5 授業の実例

【2学年の授業】

低学年は絵本でも音読でも繰り返しのある表現をととても好む。何度でも口ずさみやりたがるが、集中力はあまり続かない。この特性を活かし、1つの単元の中に5つのトピックを入れ替えながら、ICTで教材を作成し、絵や映像に視覚的に触れ「聞く・話す」活動と同じ基本表現や教材で何度もスパイラルに行った。1学年で学んだ色・形・数・動物を復習しながら、新出表現を追加した。国語のカタカナ表記や生活科の野菜作りの単元と関連をもたせ、興味・関心が最も高い時期に合わせ、観察した花や実を使って、好きな野菜をたずね合う表現まで取り上げた。ほと



んどの子が英語にはトマトのように日本語に似た呼び方をするものと、きゅうりのように全く違うものがあることに気付いた。また授業後に教材園に野菜の花を確認しに行く子どもも多く、外国語活動での学びが他教科の学びにつながった行動だと受け止めている。

【6学年の授業】

Hi, friends! 2のLesson 2に “When is your birthday?” という単元がある。本校では日付を4年生から毎回、Greetingでたずねるので、児童はあまり興味・関心を示さない。そこで独自単元 “When is it?” で When is your birthday? / My birthday is July 2nd. の基本表現を使って、配られたカードに書かれた誕生日の主を探すインタビューをする。見つかるまで何度も表現を発話するだけでなく、終わればクラスの月別誕生日表ができあがる。同じ誕生日の子がいればそれだけで大喜びである。第2時以降では月の呼び名には歴史や神話からの由来があることや日本の旧暦も学ぶ。また日本の行事の英語表現を考え、日付とともにALTに説明することに挑戦する。必ずあると思っていた入学式がALTの国にはないことや、学校の始まる時期や夏休みの長さの違いを知り、子どもからどんどん質問が出る。「他国は？」と興味が広がり、琉球大学の留学生にインタビューしたビデオを見た後には子どもは自然と世界地図に目を向け国語や社会・理科の内容を思い出しながら考え始めた。

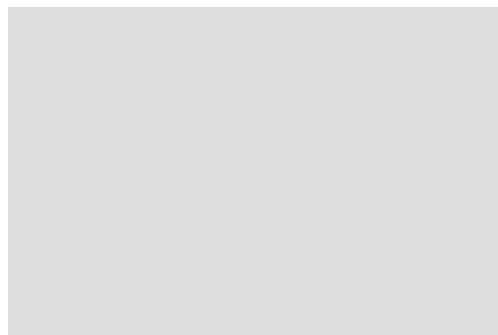


6 終わりに

本校の子どもは英語を話せた達成感に加え、新たな疑問が芽生えたとき、主体的に聞くようになり、学びがつながり始めている。そして高学年は英語の理解だけでなく、英語を通して新しい知識が増えていくことに心を躍らせ、授業を楽しんでいるように感じている。

Everything about you is my business.

●津田塾大学大学院 野田 小枝子



アーウィン・ウィンクラー監督2001年製作の『海辺の家』(Life as a House)は、家族とは何かを考えさせる作品です。

ケヴィン・クライン演ずるジョージは20年余り勤めた建築事務所から、突然解雇を宣告されます。その後倒れて運び込まれた病院で、余命3、4ヶ月の癌であることを告げられます。

離婚後、父から譲り受けた小屋のような家に1人で住むジョージは、残された時間で何ができるかを考え、今住んでいる家を壊して、新しい家を建てることを決心します。

しかも、その家を建てるのに新しい家庭を持つ前妻と暮らす高校生の息子と一緒に建てることを決心します。息子のサム(ヘイデン・クリステンセン)は、シンナーや麻薬を使ったり、友人に誘われてよろしくない金稼ぎをしたりする青年となっており、家族と口もきかず、家でも疎まれる存在でした。

いやがるサムを、ジョージは自分の家に連れて行き、一緒に家を建てようと誘います。もちろんサムは父親のしたいことが理解できず、ズボンのポケットから麻薬を抜き取って捨てた父親をなじります。そして、「ポケットに何が入っていようとアンタには関係ねえだろ。」と食って掛かります。次はそのときジョージが息子に言った言葉です。

George: Everything about you is my business. What you smoke, what you sniff, what you swallow. It's all my business.

(お前の問題はそっくり俺の問題だ。お前が吸うもの、かぐもの、飲み込むもの、全部俺にとっては大事な問題なんだよ。)

サムはそれに対して、今頃そんなことを言い出すなんて遅すぎる、アンタはバカだと悪態をつきます。

ジョージは後に引きません。彼にはもう失うものはなく、残された時間がわずかであることがわかっているのです。

子どもにEverything about you is my business.と同様のことを言った覚えのある方は多いと思います。わが家でも同じです。誰もが真剣勝負で親をしています。自分のクラスの学生に真剣勝負で教師として向き合うのも同じです。子どもは煙たいでしょうがそれは仕方ないというものです。

父親が本気で自分に向き合っていることが分かると、息子のサムの態度が次第に変わります。父親が一心に家を建てようとしているのを見て、手伝い始めます。顔の化粧が取れ、あごや耳につけていたピアスが取れてきます。

徐々にジョージにも口を開くようになり、心配でよく顔を出し始めた前妻のロビン(クリスティン・スコット・トーマス)にも普通の言葉で話しかけるようになります。

あるときサムは、父親と次のような会話をします。

Sam: How do you become something that you're not?

George: What would you like to be?

Sam: What I'm not.

George: What are you now?

Sam: I'm nothing.

George: It's not true.

今とは違う自分になりたい、今の自分は本当にダメな人間だから、というサム。ここでは父親の前に本当の自分をさらけ出しています。

自分をさらけ出せる人がいるのは大切なことです。この場面はサリンジャーの『ライ麦畑でつかまえて』(*The Catcher in the Rye*)の中での有名な場面を思い起こさせます。

「何になりたいか言ってみて」という質問を10歳の妹に投げかけられて、“I'd just be the catcher in the rye.”(ライ麦畑で子どもが崖から落ちないように守る人になりたい。)と答える同じく16歳のホールデン・コールフィールドとサムとの大きな違いは、ホールデンは自分をさらけ出そうとはしていないということです。

もうひとつ、映画『グッド・ウィル・ハンティング』(*Good Will Hunting*)の中で、主人公の青年ウィルが、精神分析医のショーンに何になりたいのかを聞かれて、『羊飼いで(shepherd)になりたい』と答え、ショーンを激怒させる場面が思い浮かべられます。この場合のウィルの答えはホールデンに近いですが、ショーンが存在が、『海辺の家』のジョージに近いものとして描かれています。

話を戻しますが、最後には、ジョージはロビンにもサムにも癌であることを打ち明けます。サムは父親が自分をだましていたと感じて怒りをぶつけますが、その怒りはひと夏の間に大好きになっていた父親を失わなければならない怒りでもありました。

この映画の最後に、亡くなってしまったジョージの独白があります。

George: I always thought of myself as a house. I was always what I lived in. It didn't need to be big or even beautiful. It just needed to be mine. I became what I was meant to be. I built myself a life. I built myself a house.

自分自身を家に見立てたメタファーが活きているセリフです。ジョージは自分の家を建てながら、実は自分の人生を建て直していたのです。以前はしっかり向き合なかった息子とも、しっかり向き合って生きて、そうして生を全うしたのです。

ジョージの父が起こした交通事故のために負傷したうえ孤児となった被害者を見つけ出し、その少女にサムは家を譲ることを決心します。それが父の遺志だからとサムは少女に言います。

この映画の冒頭で、海辺の一等地に建てられた豪華な家が何軒か映されます。家の外観を見ると住人に興味がわきますが、映画を見るとジョージの隣人たちがどんな人々かがわかってくる仕掛けになっています。

ジョージの独白の後、新しい住人を待つ、ジョージとサムが建てた家が映されます。

私たちは皆、自分が住む家を建てているのです。そして、私たち教師の仕事に置きかえれば、生徒と真剣に向き合い、生徒が皆自分の居場所があると感じられるような学校を、生徒と一緒に建てているのだと、この映画を見て考えました。

Sunnies and skinnies

Peter J. Collins
Tokai University

A few days ago I was browsing a news website when photo caption caught my eye. It informed me that a female celebrity had gone grocery shopping “in **sunnies**, **skinnies**, and a **boyfriend shirt**.” The photo was nothing special, and this certainly wasn’t a newsworthy event, but I was struck by the caption’s terminology. Five years ago, it might have read “...in sunglasses, skinny jeans, and an oversized shirt.” People who speak and write about clothes seem to believe that the more neologisms they create, the more dynamic the fashion world will feel.

Neologisms (from the Greek *neo*, meaning new, plus *logos*, meaning word) are new words, word combinations, or fixed phrases that are coined to reflect how our world is developing. Neologisms go through three phases, the first being creation. This is when it is “unstable”; someone has dreamed it up and some people have begun using it. If it catches on with a wider group, it will move into the trial phase and be “diffused.” In this phase, linguists and the general public may take note of the neologism, but it is still not widely accepted. If it is eventually recognized as a legitimate addition to the language, it has moved into the third phase: establishment. It

now appears in dictionaries and is viewed as “stable.”

The term **fashionista** is a good example of a neologism that has arrived. Its first known use was in Stephen Fried’s 1993 book *Thing of Beauty*. Fried used it to describe professionals linked to the fashion industry, for example photographers or magazine editors. Its Spanish-sounding suffix, **-ista**, lends the term an edginess which “fashionist” would lack. The term is now also applied to anyone who dresses stylishly, and was added to the *Oxford English Dictionary* in 2010. A new word, **recessionista** (recession + *ista*) has now been coined to describe people who are able to maintain their sense of style even during hard economic times.

The term “literati” has long been used to refer to people interested in literature or other arts. When referring to glamorous and beautiful people, writers often use the term **glitterati** (glitter + *literati*). Whether walking a red carpet or giving a concert, their fashions may be described admiringly as **fierce** or **ferosh**, short for **ferocious**. Pregnant members of the glitterati no longer hide their growing bellies; instead, they proudly show off their **baby bumps** in snug clothes, knowing that fans are excitedly following their progress.

Fashion tribes are groups of people who dress in certain ways. When I was in high school, **preppies** and **punks** were the two most recognizable tribes. I was a member of the former; the preppy look **was all about** madras shorts, oxford button-down shirts, and down vests. The punk look, on the other hand, was all about spiked hair and T-shirts covered with safety pins.

These days, fashion tribes include

classicists, who stick to classic looks, **minimalists**, who shy away from accessories and loud patterns, and **peacocks**, the flashy opposites of minimalists. And each season, subtribes surface; apparently, 2014 is seeing both a **punk rebirth** and a **preppy revival**. I guess this is good news for me; a fashion reporter looking at me today would likely declare that my shoes and wristwatch “**scream 1980s**.” A more tactful reporter might call me **old school**, a term of respect for anything representing an earlier era, for example fashion, music, or a way of thinking.

The “little black dress” is an old school item traditionally thought to be an essential part of any woman’s wardrobe. When a particular color comes into fashion, it is often termed **the new black**, and everyone is advised to go out and buy clothing in that color. One of the most popular shows on American TV, about life in a women’s prison, is now in its second season. Its title, *Orange is the New Black*, is a darkly funny reference to the fact that the prisoners’ uniforms are orange.

Some neologisms, like **sunnies** and **skinnies**, describe articles of clothing that have been around for decades. Others represent a new take on an old standard. Boyfriend shirts, now available in many women’s clothing shops and catalogs, simply look like shirts men would wear. The idea is that when a woman wears one, she looks like she borrowed it from her boyfriend. Leggings, on the other hand, have traditionally been women’s wear. But now there are **meggings** (male + leggings), a fashion item that has recently emerged for men. The term has also given rise to **treggings** (trousers + leggings), which just look to me like tight trousers, and **jeggings** (jeans + leggings), which are denim-

look leggings for women. I suspect that, 10 years from now, we will look back in horror at the meggings and jeggings of today. On the other hand, that may be just about the time they make their comeback!

Fashion trends come and go quickly these days, giving rise to the use of **du jour**, French for “of the day,” as in *soup du jour*. When commentators notice three men wearing the same necktie at the Golden Globes or four women carrying similar purses, they may debate the merits of this “accessory du jour.” Fashion writers may also describe the new looks as being **on trend**.

Further space in fashion articles is sure to be devoted to **bling**. The term emerged from the ideophone “bling-bling,” which evokes the “sound” of light hitting platinum, silver, or diamonds. Popularized through hip-hop songs, bling is now a noun used to mean either sparkly jewelry or its effect. Going to a dinner party and need some bling? Put on a pair of diamond earrings!

I spend little time thinking about what the glitterati are wearing, and have no plans to switch fashion tribes any time soon. But I can’t help but be a little alarmed at how many recent fashion neologisms continue to sneak their way into my speech. Now where did I leave my new feroish sunnies?





小学校外国語活動のツボ



直山木綿子  編

各地域の様々な実践研究をもとにして、今後求められる外国語活動の方法論を細かく解説する。

目次

- 第1章 解説編
- 第2章 実践編 1～Hi, friends! 1～
- 第3章 実践編 2～Hi, friends! 2～
- 第4章 小学校外国語活動におけるコミュニケーション活動

A5判/196頁 定価：本体2,200円+税

 **教育出版**

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 2-10
TEL 03-3238-6965 FAX 03-3238-6999
ホームページ <http://www.kyoiku-shuppan.co.jp/>



英語教育 通信 ONE WORLD Info (2014 年 秋号) 2014 年 9 月 1 日 発行

編集：教育出版株式会社編集局 発行：教育出版株式会社 代表者：小林一光
印刷：大日本印刷株式会社 発行所：教育出版株式会社

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 2-10 電話 03-3238-6864 (お問い合わせ)
URL <http://www.kyoiku-shuppan.co.jp>



なかよし宣言

わたしたちをとりまく自然や社会は、科学技術の進展や国際化、情報化、高齢化などによって、今、大きく変わろうとしています。このような社会の変化の中で、人間や地球上のあらゆる命がのびのびと生きていくためには、人や自然を大切にしながら、共に生きていこうとする優しく大きな心をもつことが求められています。

わたしたちは、この理念を「地球となかよし」というコンセプトワードに込め、社会のさまざまな場面で人間の成長に貢献していきます。

- 北海道支社** 〒060-0003 札幌市中央区北三条西 3-1-44 ヒューリック札幌ビル 6F
TEL：011-231-3445 FAX：011-231-3509
- 函館営業所** 〒040-0011 函館市本町 6-7 函館第一生命ビルディング 3F
TEL：0138-51-0886 FAX：0138-31-0198
- 東北支社** 〒980-0014 仙台市青葉区本町 1-14-18 ライオンズプラザ本町ビル 7F
TEL：022-227-0391 FAX：022-227-0395
- 中部支社** 〒460-0011 名古屋市中区大須 4-10-40 カジウラテックスビル 5F
TEL：052-262-0821 FAX：052-262-0825
- 関西支社** 〒541-0056 大阪市中央区久太郎町 1-6-27 ヨシカワビル 7F
TEL：06-6261-9221 FAX：06-6261-9401
- 中国支社** 〒730-0051 広島市中区大手町 3-7-2 あいおいニッセイ同和損保広島大手町ビル 5F
TEL：082-249-6033 FAX：082-249-6040
- 四国支社** 〒790-0004 松山市大街道 3-6-1 岡崎産業ビル 5F
TEL：089-943-7193 FAX：089-943-7134
- 九州支社** 〒812-0007 福岡市博多区 2-11-30 クレセント東福岡 E 室
TEL：092-433-5100 FAX：092-433-5140
- 沖縄営業所** 〒901-0155 那覇市金城 3-8-9 一粒ビル 3F
TEL：098-859-1411 FAX：098-859-1411

表紙写真 ロンドンでの公演前の桂かい枝師匠
(Photo by Siion 2014 © Den Entertainment)