

大学生が好む言語表現

—全国高校生ケータイ韻文&キャッチフレーズコンテスト
受賞作品に関するアンケート調査から—

林 香織*・佐藤 毅**・井上 一郎***

要 約

大学生の読書離れが取り上げられ、リメディアル教育の研究領域では、本を読む=インプットが足りないために、語彙力が不足することが先行研究で指摘されている。しかし、大学生を含む10～20歳代のスマホ利用率は他の年代を凌駕し、SNSの利用も他世代を牽引している。SNSのコミュニケーションは、基本が文字のコミュニケーションである。本を読まないからといって、言語に関する感覚も鈍るものなのだろうか。本研究では、本学が主催する2018年「全国韻文&キャッチフレーズコンテスト」の受賞作品を用いて、大学生が好む言語表現についてアンケート調査を行った。その結果、表現に対する好みは、年間の読書の有無にあり、読書をするグループは、作り手の気持ちを想像する能力が、そうでないグループに比べてある可能性が示唆されたこと、また、本を読む学生ほど韻律・リズムの良い作品を「作者の気持ちが伝わる」「印象に残る」と評価する傾向にあることがわかった。

キーワード：読書離れ、語彙力、韻律

はじめに

本学が主催する高校生を対象とした「全国ケータイ韻文&キャッチフレーズコンテスト」も本年度で8年目(キャッチフレーズコンテストは3年目)を迎えた。高校生の若い感性を磨く場を提供することは、大学としての社会貢献の一つである(林・佐藤他,2014)という発想から始まり、本コンテストの審査員は、多くの高校生の表現を目の当たりにしてきた。近年は、韻文部門では「伝統的な歌いまわしがテンプレートにならずに新鮮なまま、言葉にしている作品」が多くみられ(林・佐藤他,2017)、キャッチフレーズ部門では、「短い文章の中で重ね合わせる表現技法」が散見されるなど、一定の特徴を見出すことができる(同掲)。

このような高校生の表現を、審査員は「若い感性」としてとらえ評価を行ってきたわけだが、では本学の学生はどう評価するのだろうか。

本論では、自ら発信者になりたいと考えマス・メディアを目指す学生が多い、本学マス・コミュニケーション学科の学生を対象に、コンテスト受賞作品の評価を行ってもらった結果を中心に、大学生が好む日本語表現について考察していくこととする。

1. 研究背景

「大学生『読書時間ゼロ』半数超 実態調査で初⁽¹⁾」。2018年2月26日に配信された日本経済新聞のwebニュースの見出しはセンセーショナルだった。全国大学生生活協同組合連合会による調

2018年11月30日受付

* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科准教授 社会学 メディアコミュニケーション論

** 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科教授 日本文学

*** 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科教授 マーケティング論

査結果で、1日の読書時間について大学生の53%が「ゼロ」と回答したことを伝えたものである。若者の「本離れ」が問題視されるようになった昨今、改めて突きつけられると衝撃的な数字だ。しかし、同調査の結果では、本を読まないからといって、それがスマートフォンを使う時間に置き換わっているわけでも、読書をする・しないが勉強をする時間と相関関係にあるわけではないことを指摘している。確かに「本離れ」は起きているが、必ずしも、勉強しない、勉強ができないこととは直結していない。

一方、携帯電話の世帯保有率は、94.7%、スマートフォン71.8%、パソコン73.0%となっており⁽²⁾、近年スマートフォン保有が急増している。10代・20代がその利用をけん引しており、PC利用時間の4倍はモバイルインターネットを利用している。インターネットで提供されている情報は、動画やビジュアルを中心としたコミュニケーションのようであるが、実は文字情報はとても重要意味合いを持っている。SNSにおける情報検索で重要なのは「ハッシュタグ#」であるし、LINEやTwitterのやり取りも、長文というよりはむしろ短い言葉で、状況や感情を表すことが重要になってきているのではないだろうか。

そこで本研究では、本学が2011年度から開催している「全国高校生韻文&キャッチフレーズコンテスト」の2018年度作品を、大学生はどのように評価するのか、アンケート調査の結果から大学生が好む表現や言葉について、明らかにしていく。

2. 先行研究

本学マス・コミュニケーション学科の学生は、マス・メディアにある種の憧れを抱いて入学してくるケースが多い。そのため、「現代社会に溢れる情報を正確にとらえ、的確に伝えることができる⁽³⁾」ことを目指すカリキュラムを用意し、講義や演習を通じてその能力を高めていく。マス・メディアが情報発信側である以上、学生達は4年間の学生生活を経ることで、受け手から送り手への

転換を図らなければならない。そのため、特に自己表現や、情報を送るための日本語力の育成には力を入れている。だが、一般的に大学生の日本語力は低下していることが指摘されている。

馬場は、日本人大学生の日本語力の現状と問題点について、「最近の学生の文字離れ、すなわち文章や本を『読む』というインプットの機会が極めて少なくなった」と指摘している(馬場他,2011)。また、大学での専門教育に必要な語彙力の養成の観点からの研究によると、やはり「日本人学生の大学での学びに必要な語彙力不足は、これらの語彙のインプットが不十分であることがその原因の一つ」であるという(佐藤,2011)。

確かに、前述の調査結果のように、大学生の読書時間は少ない。授業の予習や復習、レポートの執筆などに、書籍類を利用するというよりは、むしろインターネットで検索する方が多い傾向が見て取れる。しかも検索するキーワードも、まったくひねりがなく、多くの学生が同じwebサイトから引用し、既視感のあるレポートが多く提出されるという実感を持っている。これらの先行研究では、良い文章や本を読むというインプットが少ないので、語彙力が不足するという共通の解を導き出しており、確かにインプットが少ないというデータや実感と符合しているということである。

大学生の読書に対する意識を調査した皆川によると、大学入学前にはなんらかの形で読書習慣を形成するプログラムが用意され、読書習慣が根付いているにも関わらず、大学生になると読書の習慣が途絶えるのだという(皆川,2017)。専門の勉強やアルバイトなどに時間をとられ、読書ができなくなるのが主原因とされている。必ずしも、インプットすることが嫌いなわけではない、ということを示唆する研究成果である。では、本を読む学生と読まない学生の間で、どのような差が生じるのだろうか。差に関する研究はまだ少ない。そのため、本研究では、読書をする学生としない学生の差に着目しながら、コンテスト作品を学生がどう評価するのかに関する質問紙を作成することとした。

3. 本年度のコンテスト応募状況

調査に入る前に、まず、本年度のコンテスト応募状況を確認しておきたい。

今年の韻文コンテストの応募総数は4,016作品、昨年は広報を変えた1年目ということで応募数が増加した(林・佐藤他,2017)ものの、今年は例年通りの応募数に落ち着いた(図1)。また俳句・短歌・川柳の応募数を図2に示した。部門別応募にみると、やや川柳の応募が多い程度で、あまり差はない。

次に、キャッチフレーズコンテストの応募状況を見たものが、下記図3になる。本年度で3年目となるキャッチフレーズコンテストの応募数は708件。韻文コンテストと同様、昨年に比べると応募数が少ないように思うが、初年度と同程度の応募数があることがわかる。後述するが、本年度は審査

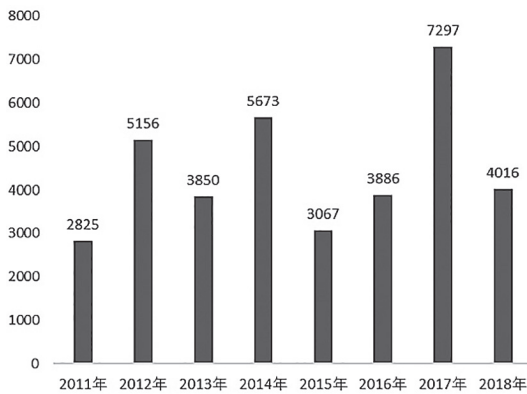


図1 韻文コンテスト応募状況 経年変化 (件)

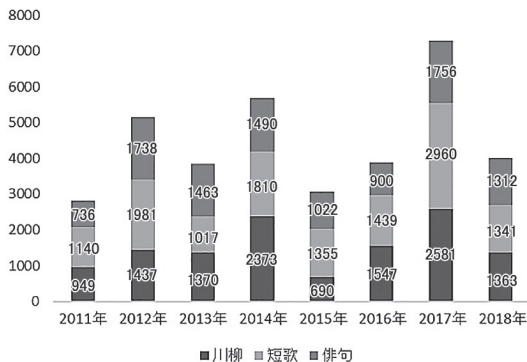


図2 韻文コンテスト部門別応募状況 (件)

員に現役のプロのキャッチコピーライターをお招きしており、プロに自分の作品を評価してもらう絶好の機会であったが、例年程度にとどまったのは非常に残念であると同時に、広報不足であったことを反省するばかりである。

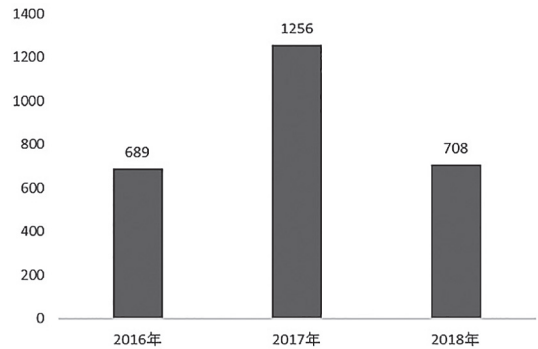


図3 キャッチフレーズコンテスト応募状況経年変化 (件)

表1 応募総数上位校 (件)

1位	高崎商科大学附属高等学校	648
2位	北海道東川高等学校	576
3位	岐阜県立関高等学校	556
4位	翔凛高等学校	429
5位	足立学園高等学校	385
6位	群馬県立太田工業高等学校	164
7位	埼玉県立川越西高等学校	122
8位	東京都立蒲田高等学校	121
9位	千葉県立上総高等学校	103
10位	鹿児島県立伊佐農林高等学校	92

授業内や夏休みの課題として、コンテストに応募して下さる団体応募が、このコンテストの主な応募者であるが、今年も多く団体応募を賜った。もっとも多いのが高崎商科大学附属高等学校で、1~3年生の全学年の応募総数が648件だった。その他も日本全国からの応募を頂戴した。ここに感謝申し上げる。

4. 受賞作品と講評

次に、今年の受賞作品と審査員の講評をまとめた。

4.1 短歌・俳句川柳の部

例年のことながら、今年も多く作品が投稿さ

れ主催者及び審査員全員感激と感動の中で審査を進めた。

短歌部門最優秀賞は「白い歯の輝く先輩追いかけてスマホのフォルダーいっぱいになる」(平林莉奈。長野県穂高商業高等学校) 女子高校生らしい感性と「憧れの先輩への思いが」「スマホのフォルダーいっぱいになる」という事実を確認する結句が見事である。また同部門優秀賞は「試験の日『頑張ってるね』と後ろからいつもより優しい母の笑顔が」(窪田舞波。長野県穂高商業高等学校) は、母の応援を背に聞いて、その声に母の笑顔を見るという高校生ならではの感性をみることができる絶妙な作品となっている。ただ「後ろから」と書きながら、「優しい笑顔」と歌っていることに読者の戸惑いを招く恐れがあると審査員からの指摘もあった。

(優秀賞)「前の席授業の後半パラパラと黒板の粉ノートに踊る」(赤羽圭衣。長野県穂高商業高等学校) 熱気に満ちた授業光景と充実感が見事に歌い込まれている。

(入選)「雨の中傘さしのべる君の手にふいにときめく放課後の道」(小関萌衣。栃木県立茂木高等学校), 「カップルを横目に食べるおむすびはふってもないのに辛めの塩味」(南房沙奈。木更津工業高等専門学校), (佳作) (矢野来夏, 松本七海 (高崎商科大学附属高等学校)。中野芽維。川久保瑠奈, 小池菜南。北村愛実。長野県穂高商業高等学校), (福島寧々。沖縄県立宮古総合実業高等学校), (宮里なずな。興南高等学校), (花月大師。千代田区立九段中等教育学校)。いずれもここ数年の傾向であるが、伝統的な歌いまわしがテンプレートにならずに新鮮なまま、言葉にしている作品が多く審査員驚嘆させた。

俳句部門においても高校生らしい感性のきらめきがある多くの作品があった。その中の俳句部門最優秀作品「見て欲しいその一心で浴衣着る」(田脇菜乃。岐阜県立関高等学校), 夏の風物詩としての浴衣に淡い思いを乗せた名句である。

また優秀賞2作「朝風に残る花火の硝煙や」(長良篤志。岐阜県立関高等学校)「夏祭りいつのまにやら同窓会」(亀山鴻志。岐阜県立関高等学校)

また、(入選)は(徳田唯。神戸市立神港橋高等学校), (一ノ瀬由佳。長野県穂高商業高等学校) また、(佳作)は木本愛咲。廣野真彩。北海道東川高等学校), (齋藤洋翔。柘植幹大。兼松星名。富田優香。濱本一歌。松田真歩。岐阜県立関高等学校) 赤羽圭衣。(長野県穂高商業高等学校), 宮信太郎。(鹿児島県立鹿児島聾学校)。

これは昨年と同様にコメントしたことだが、川柳部門はここ数年で少し様変わりを始めている。本来川柳は、「穿ち(うがち)」という風刺や批判精神に「をかしみ」, すなわちユーモアを加味し、「軽み」を表現する芸術である。高校生若さでは、批判精神をおびた「穿ち」を表現するのはとても難しいことのように思われる。しかし、近年の投稿作品傾向は、その批判精神をうまく盛り込んだ作品が多くなっている。

ただ、時代思潮としてサラリーマン川柳などで名作が簡単に学習できる状況になり、類似作品が多数見受けられ、審査員泣かせの現状もひとこと付記しておかなければならない。川柳部門最優秀作品「受験生春に朗報あるように」(栗原康。足立学園高等学校) 優秀賞「運命をともにするなり単語帳」(澤岬里緒。沖縄県立浦添高等学校)。入選作「履歴書が完成しない夏休み」(原園新斗。千葉県立上総高等学校)。次に佳作受賞者(五十嵐健人。杉浦匡則。森大地。安達駿。足立学園高等学校), (桑原鈴。千葉県立上総高等学校), (鈴木里奈。静岡県立静岡西高等学校), (加藤空。東京都立城南特別支援学校), 藤川唯花。北海道東川高等学校), それぞれの部門において、高校生らしい感性と繊細さが際だった作品が多くあった。教育現場での先生方のご努力の賜と深く感銘すると同時にこの場を借りて応募された方々に感謝申し上げる。

4.2 キャッチフレーズ部門

個人賞

【最優秀賞】

蒲田行進, 足並みはバラバラだけど皆揃って見つまらない。

東京都立蒲田高等学校 富野弥優

【優秀賞】

北から南まで色々な県の人がいる、すべての方言がわかるようになる。それが三育。

広島三育学院高等学校 山本早織
 ウェルカム！蒲田動物園！！
 東京都立蒲田高等学校 戸田歩美

【入選】

広島三育学院高等学校 若山竜生
 群馬県立太田工業高等学校 佐東大和

【佳作】

広島三育学院高等学校 仲嶺優希
 東京都立蒲田高等学校 芦野巧真
 群馬県立太田工業高等学校 勅使川原樹
 大阪市立汎愛高等学校 大道虹希
 愛知県立杏和高等学校 後藤楓佳
 北海道砂川高等学校 坂本華菜
 静岡県立静岡西高等学校 多々良未愛
 翔凜高等学校 須山あかり
 群馬県立太田工業高等学校 山野井亮
 東京都立蒲田高等学校 中川龍一
 翔凜高等学校 福原奈央斗
 栄東高等学校 清水陽太

団体賞

最優秀賞

東京都立蒲田高等学校

優秀賞

広島三育学院高等学校

2018年度の全国高校生キャッチフレーズコンテスト（我が高校部門）は、全国の高等学校から、団体としての応募で690作品、個人としての応募で18作品、合計708作品と数多くの応募を頂いた。

審査員は、本学マス・コミュニケーション学科清水一彦教授、江間直美教授そして井上に加えて、本年度は、大手広告会社アサツー ディ・ケイの三井明子氏にも審査お願いした。三井氏は、ニューヨークフェスティバル賞シルバー、TCC賞、ACCゴールド賞、クリエイター・オブ・ザ・イ

ヤー賞メダリストなど数々の広告賞を受賞されている現役のクリエイティブディレクター／コピーライターであり、また、多くの広告賞で審査員の経験も有する。審査員は、全員が作品を一つひとつ丁寧に読み込んだ上で、応募要領に明記している以下の3点の選考基準を元に、厳正なる審査を行った。

(1) 高等学校の教育理念、教育方針、歴史や校訓、活動内容などの特徴を踏まえているか。(2) 高等学校が所在する地域の特徴（自然、伝統、文化、物産など）を踏まえているか。

(3) 誰に向けたキャッチフレーズなのかが浮かんでくるか。

昨年同様、(1)についてはキャッチフレーズから学校の理念や校風などが、(2)については地域特性や地域の文化など学校の独自性が訴求されているか、また、当該高校の情景や心情が映像のように喚起できるかなどを評価した。(3)についてはそのキャッチフレーズが誰に向けたものなのか、すなわちターゲット（中学生、保護者、地域の方々など標的読者）を意識して制作されているかを重視。ターゲットが、中学生であればその高校を受験したくなるか、保護者であれば自分の子供に受験させたいか、近隣の人であれば地元の高校として親近感をもつようになるかなど受験生または保護者あるいは地域の方々の視点で評価した。

例年、応募作品の傾向として、どうしても似たような表現が使われることが多い。これは、実際に通学している高校生自身が作品を制作しているため必然といえるかもしれないが、今回、高く評価された作品は、いずれも審査基準のいずれか、あるいは複数を満たしつつ、自分なりの発見や経験を生徒らしいコトバで伝えている。

以下、入選作品について審査員を代表して井上が講評するが、プロフェッショナルな視点から審査された三井氏のコメントも合わせて紹介したい。なお、作品の講評は、最優秀賞、優秀賞、入選の順で、同じ賞の中では受賞者の氏名（苗字）の50音順とした。

本年度の最優秀賞を獲得した作品は、「蒲田行進、足並みはバラバラだけど皆揃ってつまらな

い。」(東京都立蒲田高等学校 富野 弥優)だ。

行進といえば「一条乱れず」が基本だが、富野のキャッチフレーズでは、「足並みはバラバラ」とくる。ここだけを取り出せば、もしかしたら心配になる受験生や保護者の方もいるかもしれない。しかし、「皆揃ってもつまらない。」と続けたことで、東京都立蒲田高等学校が、一定の規律の中にあっても、生徒の個性を尊重し、生徒自らの成長を促している様子が、そして、自由でいきいきした校風が、生徒からの率直な言葉として伝わってきた。特に、三井氏は、蒲田といえば、誰も知っている映画「蒲田行進曲」から「蒲田行進」をコピーの冒頭に「つかみ」として持ってきた表現力も高く評価。審査員の総意として最優秀賞に選出した。

優秀賞は二つの作品が獲得した。一つ目の優秀賞は、「ウェルカム！蒲田動物園！！」(東京都立蒲田高等学校 戸田歩美)だ。

戸田は、東京都立蒲田高等学校が、個性あふれる生徒が集まっていて、自由で楽しく学生生活を送っている雰囲気を「蒲田動物園」と表現した。動物園という表現には、読み手に、まず「!？」と思わせるインパクトがある。そして、改めて考えてみると、動物園は、野生とは異なりしっかりと管理された環境にあることに気づく。しっかりと管理された環境で、生徒たちが個性豊かに成長しているというわけだ。これは、保護者の視点からは重要な要素である。また、三井氏は、「ウェルカム！蒲田動物園！！」というキャッチフレーズが、ターゲットである受験生への呼びかけになっており、ターゲット(受験生)からまさにキャッチされやすい構造となっている点も評価されていたことも付記する。

もう一つの優秀賞は、「北から南まで色々な県の人がある、すべての方言がわかるようになる。それが三育。」(広島三育学院高等学校 山本早織)だ。

広島三育学院高等学校は、全寮制の中高一貫であるが、「北から南まで色々な県の人がある」と表現することで、全寮制というコトバを使わずに、全寮制であることを読み手に伝えている。このアイデアは、審査員一同から高く評価された。また、

「すべての方言がわかるようになる。」と続けたことで、北から南まで日本全国の生徒と友達になれるという全寮制ならではの魅力をシンプルに、わかりやすく伝えている点も秀逸だ。特に三井氏は、(すべての方言がわかるようになるという)そのリアリティの高さと、いろんな言葉や習慣が混じり合った、にぎやかで、楽しそうな学生生活が目には浮かぶように表現した点なども高く評価されていた。

入選も二つの作品が獲得した。一つ目の入選作品は「普通の工業高校です。なんともいえない魅力のある高校です。」(群馬県立太田工業高等学校 佐東大和)だ。

キャッチフレーズは、通常は、他と差別化できる要素を具体的に訴求する。ところが、佐東は、冒頭から「普通の工業高校です。」と正直すぎるほどにさらっと入る。そして、そのあとに、「なんともいえない魅力のある高校です。」と続ける。通常の記事であれば、「しかし」や「だけど」など逆接の接続詞が入るところだが、そのまま続けたことで、いい意味で引っかかりができ、思わずもう一度読み返えさせてしまう。三井氏も最初に謙虚に語るこの姿勢から好感が生まれ、続くコピーから味わい深い何かがあることを期待させる構成になっている点を高く評価した。

もう一つの入選作は、「三育は、愛される人になるための訓練所」(広島三育学院高等学校 若山竜生)だ。

「愛される人になるための訓練所」という表現からは、ミッションスクールらしい適度な厳しさの中から、優しい生徒が数多く育っていく様子がストレートに伝わってくる。三井氏は、「愛される人になるため」という表現がコピーとしても美しく、さらに、高校をあえて「訓練所」と表現したところが、真摯な先生の指導と、前向きな生徒さんがイメージできる。いい意味でとても大人っぽい(プロのコピーライターのような)完成度であると高く評価された。

惜しくも、受賞には至らなかった作品の中にも学校のすばらしさが伝わってくる作品が数多くあった。

これは例年述べていることだが、今回の応募者である高校生の多くは、次のステップとして進学や就職に踏み出すことになる。そして、その際には、応募用紙や面接試験などで自分の魅力を簡潔に伝える表現力が求められることになるはずだ。その際に、今回、本学の「全国高校生キャッチフレーズコンテスト」に向けて、取り組んだ経験が必ず生きるものと確信する。

今回の応募作品数は、昨年よりも少し減少したにもかかわらずレベルの高い作品が多かった。これも各学校の教職員の皆様方が、時間をかけてご指導された賜物と拝察する。改めて、ご応募を頂いたすべての教職員の皆様に敬意を表し感謝申し上げます。

5. 調査概要

先行研究を踏まえ、質問紙を作成し、マス・コミュニケーション学科の1・2年生にアンケート調査を行った。

5.1 調査対象者、調査方法

- a. 調査対象母集団：江戸川大学マス・コミュニケーション学科1, 2年生
- b. 標本数：有効回答数 199（内訳：1年生47.2%, 2年生52.8%）
- c. 調査時期：2018.11.20（火）3限 マスコミ総合科目Ⅱ（2年生必修科目）
2018.11.21（水）4限 メディアコミュニケーション論Ⅱ（1年生必修科目）

- d. 調査方法：自己記入式アンケート調査

5.2 質問事項

コンテストの認知、「韻文」の認知、好きな作品、作者の気持ちが伝わる作品、共感できる作品、1年間の読書数、スマホ利用時間

6. 調査結果

6.1 韻文コンテスト受賞作品の評価

2018年度の韻文コンテストの受賞作品のうち、俳句部門の受賞作品である最優秀、優秀入選の4作品について、それぞれ「好きな」作品、「作者の気持ちが伝わる」作品、「共感できる」作品はどれかを回答してもらった結果が図4である。質問のニュアンスを微妙に変えた理由は、「好きな」=言葉や文章を感覚的に選ぶとる能力、「作者の気持ちが伝わる」=相手の気持ちを想像する能力、「共感できる」=主観的評価、を見るためである。

- 1, 最優秀：白い歯の輝く先輩追いかけてスマホのフォルダーいっぱいになる
- 2, 優秀：試験の日「頑張っってね」と後ろからいつもより優しい母の笑顔が
- 3, 優秀：前の席授業の後半パラパラと黒板の粉ノートに踊る
- 4, 入選：雨の中傘さしのべる君の手にふいにときめく放課後の道

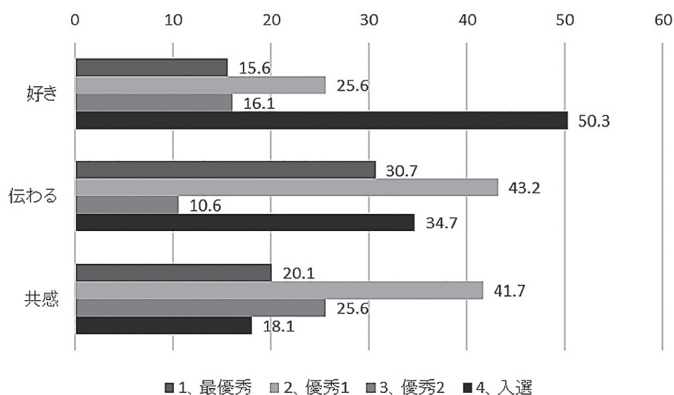


図4 韻文コンテスト作品評価 (%) n = 199

マスコミ学科の学生が「好き」と評価した作品は、入選作品の「雨の中」でおよそ半数の学生が評価している。また、「作者の気持ちが伝わる」「共感できる」作品では「試験の日」に最も評価が集まった。評価が割れているということは、学生たちは、質問の微妙なニュアンスをきちんとかき分けて、回答しているということである。例えば、「好き」という感覚的に言葉を選びとった結果、最も評価されたと考えられる「雨の中」には「さしのべる」「君の手」「ふいに」「ときめく」など、歌の歌詞に使われるような言葉が散りばめられているのが特徴的である。「共感できる」ものとして最も評価された「試験の日」は誰にでも今までに起きていそうな日常を切り取る表現であるといえる。当たり前のことをあえて言葉として表現しているからこそ、「共感できる」という評価が高いと考えられる。

この1年の間で本を何冊読んだかという質問をしたところ、20.6%が「0」冊と回答した。平均は13.24冊で、中央値は5.00冊であった。ただし、この質問はマンガ・書籍の区別をしていないため、必ずしもマンガ以外の書籍を多く読んでいるというわけではない、ということは断っておく。本を読む人と読まない人の間で、作品への評価が分かれているのは、「作者の気持ちが伝わる」という項目である(図5 すべて $p < .01$)。「好き」「共感できる」に差はなかったが、「作者の気持ちが伝わる」のみ、すべての作品において、読む人と読まない人の好みが分かれる結果となった。

「白い歯の」以外の作品は、本を読む人が高く評価していることがわかる。最優秀作品だが、字余りなどが散見されるこの句は、変則的なリズムのように感じられる。本調査では、「韻文」の意味を理解しているかも聞いてみたが、「『韻文』の意味がわからない」と回答した人が24.1%おり、わからない人ほど、本を読まない傾向にあった ($p < .05$)。韻文の本質は韻律やリズムにあるため、本をよく読む人ほど、韻律に敏感に反応したため、本を読まない人よりも評価が低いのではないかと分析できる。

またその他の「試験の日」「前の席」「雨の中」は、本を読む人ほど高く評価したことも興味深い。「共感できる」という質問では、本を読む人と読まない人の間に差は見られない。もともと、この設問は相手の気持ちを想像する能力をはかるものとして設定した。本を読む人のほうが、想像力が刺激されるため、相手の気持ちを想像する能力に差が生じるのかと考えられるが、本調査の結果では予想通り、作り手の気持ちを想像する能力に差があることが読み取れる。

6.2 キャッチフレーズコンテスト受賞作品の評価

2018年度のキャッチフレーズコンテストの受賞作品の最優秀、優秀、入選の5作品について、それぞれ「好きな」作品、「印象に残る」作品、「その高校を見てみたい」作品、「その高校に行ってみたい」作品はどれかを回答してもらった結果が

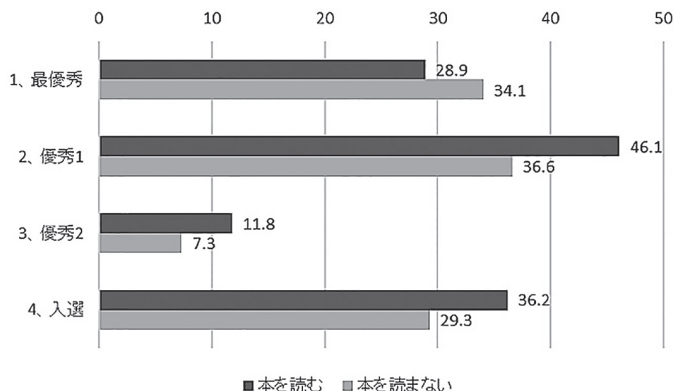


図5 「作者の気持ちが伝わる作品」評価 (%)

図5である。韻文同様、質問のニュアンスを微妙に変えたのには理由がある。キャッチフレーズは、本来「文章」で状況を説明するものではなく、ターゲットに向けたメッセージであるべきだ。広告と同じように、そのキャッチフレーズを見た人の印象に残り、行動を促す欲望を掻き立て、そして行動に移すまでの流れを引き起こさねばならない。コンテストの審査員はその共通理解のもと審査を行うわけだが、学生の中にその流れができていないかを見るためのものである。

1. 最優秀：蒲田行進、足並みはバラバラだけど皆揃ってもつまらない。
2. 優秀1：北から南まで色々な県の人がいる、すべての方言がわかるようになる。それが三育。
3. 優秀2：ウエルカム！蒲田動物園！！
4. 入選1：三育は、愛される人になるための訓練所
5. 入選2：普通の工業高校です。なんともいえない魅力のある高校です。

キャッチフレーズで「好き」と高く評価されたのは「普通の」と「北から」の2作品。どちらも非常に素朴な言葉が並んでいるところが、好感度が高い所以だろう。いいところを全面に押し出していない、やや自虐的な「すべての方言」「なんともいえない」などの言葉に反応していることが予想される。「印象に残る」作品は半数近い学生

が「ウエルカム！」を挙げた。高校と動物園という相反する言葉をぶつけたところがこの作品の評価が割れるところと思われるが、「動物園」というキャッチーな言葉が「印象」に残った結果といえる。「見てみたい」については、「北から」「ウエルカム」「普通の」が同率で並んだ。「行ってみたい」については、「北から」が最も多く、「蒲田行進」「普通の」が続く。

図7に示したのが、読む人と読まない人の「印象に残る」評価の違いである（すべて $p < .05$ ）。韻文と同様、本を読む人と読まない人の間で評価が割れたのは、この項目のみで、あとの「好き」「見てみたい」「行ってみたい」に統計的有意差は確認できなかった。本を読む人が評価したのが、「ウエルカム！」「三育は」「普通の」で、読まない人のほうが評価したのが「蒲田行進」「北から」の2作品となっている。読む人が評価している3作品は、やはり読んでいてリズム感があるキャッチフレーズである。説明文のように見えるが、「普通の」という作品も、語尾を「高校です」に統一してリズム感を出しているし、蒲田動物園、訓練所といった体言止め、名詞止めしている作品である。「北から」も名詞止めしているが、前半の文章が説明文的な印象になっている。このように、キャッチフレーズにおいても、本を読む人ほど、やはり韻律やリズム感といったものを評価している可能性がみてとれる。

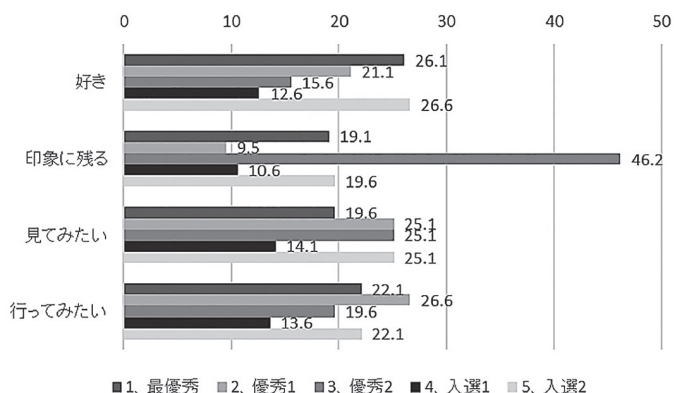


図6 キャッチフレーズコンテスト作品評価 (%) n = 199

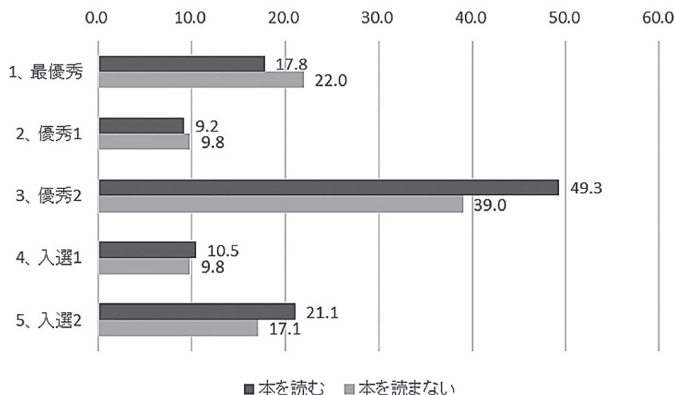


図7 「印象に残る」評価 (%)

まとめと今後の課題

本研究において見出した点は以下の通りである。

1. 本を読む人と読まない人の間で韻文作品の評価が分かれたのは「作者の気持ちが伝わる」作品。つまり本を読む人と読まない人の間で、作り手の気持ちを想像する能力に差があると読み取ることができる。
2. 「韻文」の意味がわからない学生ほど、本を読まない傾向にある。
3. 本を読む人ほど、韻律やリズムに敏感に反応している傾向がみとれる。

高校生が作り上げた多くの作品を一つ一つ丁寧に、審査員が審査し、いわば選び抜かれた作品であるが、学生の好みや評価は思いの外、割れた。しかし学生達は、「好き」「印象に残る」などのニュアンスを感じ分けて評価を行っており、言葉に関する感覚が必ずしも鈍いわけではないことがわかる。

本研究で見てとれた、本を読む人ほど韻律やリズムに敏感に反応する傾向については、今後、更なる調査や検証を行ってきたい。

参考文献

- 佐藤尚子, 2011, 大学での学びに必要な語彙力の養成, リメディアル教育研究第6巻第1号, 6-9
- 馬場真知子, たなかよしこ, 小野博, 2011, 日本人大学生の日本語力の養成について, リメディアル教育研究第6巻第1号, 3-5
- 林香織, 佐藤毅, 廣田有里, 2014, 高校生の語彙使用に関する一考察—「全国高校生ケータイ韻文コンテスト」応募作品の分析をもとに, Infomatio.11, 53-58
- 林香織, 佐藤毅, 江間直美, 井上一郎, 2017, アクティブラーニング型プログラムと大学主催コンテストの連動性—「全国ケータイ韻文コンテスト&キャッチフレーズコンテスト」を事例に—, 江戸川大学紀要第27号, 219-225
- 皆川晶, 2017, 大学生の読書に対する意識と実態, 崇城大学紀要第42巻, 153-167

《注》

- (1) 日本経済新聞 2018年2月26日配信
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO27402030W8A220C1CR8000/> (2018.11.20)
- (2) 総務省情報通信白書 平成29年度版
www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/na000000.html (2018.11.20)
- (3) 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科カリキュラムポリシー
https://www.edogawa-u.ac.jp/about/public_info/kyouikujoho/curriculumpolicy.html (2018.11.20)