

意見文課題における説得のアピールの日西対照研究

—日本とスペインの学生の作文比較—¹

西 條 結 人*, 田 中 大 輝**, 小 野 由 美 子**

(平成26年6月17日受付, 平成26年12月1日受理)

A Contrastive Study of Argumentation Strategies in Opinion Essays : A Comparison of Japanese and Spanish College Students Essay Writings

SAIJO Yuto *, TANAKA Daiki **, ONO Yumiko **

This study aims at examining the characteristics of persuasive appeals of Japanese native speakers (JNS) and Spanish native speakers (SNS) by comparing opinion essays. A questionnaire form that included an essay task and questions about profiles of respondents was developed to administer online survey. 30 responses in Japanese and 25 responses in Spanish were collected in total. Grounded theory approach for data analysis yielded three categories of persuasive strategies: we named them rational appeal, emotional appeal and conventional appeal based on previous studies by Connor and Lauer (1985), Kamimura and Oi (1998) and Kondo (2013). Results indicate that JNSs use a style combining rational and emotional appeals while SNSs were observed to use rational and conventional appeal more often when persuading others.

It is important to explain persuasive strategies of JNSs and its knowledge will contribute in improving quality of essay writing by Japanese language learners.

Key Words : Persuasive Appeal, Grounded Theory Approach, Opinion Essay, Contrastive Study of Japanese and Spanish

1. はじめに

近年、グローバル化の進展は著しく、日本社会も、異なる言語・文化のバックグラウンドを持つ人々がともに暮らす多文化共生社会になりつつある。そこでは言語や文化の違いに起因する異文化摩擦、異文化間ミスコミュニケーションの問題が生じる可能性が含まれている。たとえば、Hinds (1983)⁽¹⁾は、朝日新聞のコラム「天声人語」を取り上げて、「起承転結」という文章展開の技法は日本では高い評価を得ているが、英語母語話者による評価は低いことを指摘している。このことは、人は言語や文化によって固有の文章表現を獲得していること、及び、その文章表現の枠組みに当てはまらないものを低く評価する傾向があることを示唆する。日本語母語話者による文章表現の特徴とともに、他の言語に特徴的な表現を理解しておくことは、言語教育に携わる者だけでなく、広く教育にかかわる者にとって今後ますます必要とされる。

談話レベルの文章表現の対照研究では、文章構造やスタイルなど形式的な面の研究と、説得のアピールなど内容的な面に焦点を絞った研究がある。文章構造やスタイルなど形式的な面を扱った研究としては、Kaplan(1966)⁽²⁾、Kobayashi (1984)⁽³⁾、坂野 (1994)⁽⁴⁾、佐々木 (2001)⁽⁵⁾、

渡辺 (2001)⁽⁶⁾、伊集院・高橋 (2012)⁽⁷⁾などがある。しかし、内容的な面を扱った研究は、管見の限り、あまり進んでいないのが現状である。作文教育において、文章の形式的な面の指導のみでは、学習者の作文の質が向上するとは考え難い。形式的特徴とともに、内容的特徴の指導も並行して行う必要があるだろう。

文章の説得性に着目した対照研究として、Kamimura and Oi (1998)⁽⁸⁾と近藤 (2013)⁽⁹⁾がある。Kamimura and Oi(1998)は英語母語話者と日本人英語学習者を対象に、「死刑制度に賛成か、反対か」というテーマで論証文 (Argumentative Essay) を書かせ、読み手を説得するために用いられた方略を分析した。その結果、日本人英語学習者は「情動」に訴えるアピールが多く用いられたのに対し、英語母語話者は「言論」のアピールを多く用いていた。一方、近藤 (2013) は日本人大学生とウズベク人大学生、ウズベク人日本語学習者の3グループに対して、「死刑制度に賛成か、反対か」というテーマで論証文を書かせ、得られた論証文を「言論」、「情動」、「道徳」の3つのアピールを用いて分析している。「道徳」のアピールとは、近藤 (2013) が独自に設定したアピールで、社会的に認められたモラルや宗教的価値観を喚起するアピ

* 鳴門教育大学大学院学校教育研究科修士課程生 (Master of Education, Graduate School of Education, Naruto University of Education)

** 鳴門教育大学 (Naruto University of Education)

ルである。分析の結果、すべてのグループに共通して「言論」を用いたアピールがもっとも高い頻度を示した。また「情動」のアピールは、日本人母語話者の方が使用頻度は高い半面、「道徳」のアピールはウズベク人の方が多く用いていた。

2. 作文調査の概要：データ収集と分析の枠組み

2. 1. 研究課題の設定

前述の先行研究の分析をもとに、本研究では意見文課題を用いて日本語母語話者とスペイン語母語話者の文章表現スタイルの特徴を明らかにすることを目的とする。研究目的を達成するために、以下のような研究課題を設定した。

・日本語母語話者とスペイン語母語話者は、どのような方略を用いて意見に説得力をもたせようとするか。

2. 2. 作文調査の方法

先行研究での課題を踏まえ、伊集院・高橋（2012）を参考に課題文を作成した。意見文課題は、分析に必要な最低限の字数（スペイン語の場合は語数）を確保するべく、日本語母語話者については450字以上600字以下、スペイン語母語話者については200語以上350語以下と設定した。本研究における「意見文」とは、近藤（1999）⁽¹⁰⁾に倣い、「書き手の意見や主張を、根拠に基づいて論理的に述べ、読み手を説得する文章」とする。また、両言語の母語話者間で課題文の読解に差が生じないように、スペイン語母語話者が用いる課題文には、スペイン語母語話者によるネイティブチェックを受けたスペイン語訳を使用した。また、日本語母語話者には日本語で、スペイン語母語話者にはスペイン語で作文を書かせることにした。回答者には、段落を示す数字を段落の最初に書かせることにし、辞書の使用を許可した。

作文調査の対象は、日本語母語話者は日本の大学に所属する大学生及び大学院生とし、スペイン語母語話者はスペインの大学に所属する大学生及び大学院生とした。

作文調査は、紙媒体では実施せず、Web上のアンケートサイトSurveyMonkey (<https://jp.surveymonkey.com/>)を用いて、各回答者のメールアドレス宛てに送付したURLから2013年9月から2013年12月の間で、アクセスしてもらうという手法を用いた。紙媒体で実施しなかった理由は、EメールにURLを送付することで、回答者の予定に合わせて、携帯電話やスマートフォン（多機能携帯電話）、パーソナル・コンピュータなどから回答することができる点、日本とスペイン間の物理的距離を解消できる点など、利点のほうが多いと判断したことによる。

以上の手順で作文調査を行った結果、日本語意見文30編、スペイン語意見文25編の回答を得た。

次に、日本語母語話者を対象に使用した意見文課題を示しておく。

日本語母語話者用の意見文課題

【意見文課題】

下の課題文を読んで、自分の意見を450字以上600字以下の日本語で書いてください。

【課題文】

いま、世界中で、インターネットが自由に使えるようになりました。ある人は「インターネットでニュースを見ることが出来るから、もう新聞や雑誌はいらぬ」と言います。一方、「これからも、新聞や雑誌は必要だ」という人もいます。

あなたはどのように思いますか。あなたの意見を書いてください。

2. 3. 分析の枠組みと分析の方法

本研究では、「説得のアピール」に注目し、日本語母語話者とスペイン語母語話者がどのような論拠をもって主張を展開しているかを分析した。「説得のアピール」とは、Connor and Lauer（1985）⁽¹¹⁾によると、「説得の談話を特徴付けるものであり、文章の説得性を特定するための分析項目になり得るもの」である。Connor and Lauer（1985）は、説得のアピールを「言論のアピール（Rational Appeal）」「情動のアピール（Affective Appeal）」「信頼性のアピール（Credibility Appeal）」の3種類に分類している。信頼性のアピールは、言論のアピール、情動のアピールと重なって出現する可能性があるとして先行研究で指摘されていることから、本研究においては扱わないこととした。

また、本研究では、言論のアピール、情動のアピールと並ぶものとして、「習慣のアピール」という独自のアピールを設定した。これは、データ分析を行う中で言論のアピール、情動のアピールにも分類できないものが多く、それを補完する役割を担っている。また、このアピールは、スペイン語母語話者の意見文を特徴づけているものであり、他のアピールとは別に記述する必要があると判断した。

スペイン語意見文については、日本語訳を行った後、邑本（1998）⁽¹²⁾の分類基準に基づいて全データをアイデアユニットで区切り、コーディングした。コーディングしたものをConnor and Lauer（1985）の分類を参考にし、より詳細に比較検討した結果、表1のような「言論」「情動」「習慣」の3つの大カテゴリーと、それぞれのサブ・カテゴリーが得られた。サブ・カテゴリーの詳細は資料1、資料2、資料3に示した。

スペイン語母語話者による作文を実例として、どのよう

表 1 説得のアピールの分析の枠組み

言論のアピール	
定義	言論をもって、真なることや真に見えることを正当化し、相手を説得する論拠、主張
サブ・カテゴリー	紙媒体・インターネットの現状/インターネットの長所/インターネットの短所/新聞や雑誌の長所/新聞や雑誌の短所/科学技術の発達
情動のアピール	
定義	共感を得ることで相手を説得しようとしている論拠、主張
サブ・カテゴリー	利用する媒体を通じての心理的・身体的負担/書き手自身の体験・経験したこと/紙媒体への思い
習慣のアピール	
定義	書き手が所属する集団の人々の間で普通に行われる物事のやり方や社会的しきたり、生活上の様式を用いて相手を説得しようとする論拠、主張
サブ・カテゴリー	生活/その他

に「言論のアピール」「情動のアピール」「習慣のアピール」のコーディングを行ったかを次に示す。なお、以下では、日本語母語話者はJNS (Japanese Native Speaker)、スペイン語母語話者はSNS (Spanish Native Speaker) と表記する。

1. Antiguamente las revistas y los periódicos eran útiles porque no había medios tan avanzados, como internet actual, para obtener información rápida. Sin embargo, hoy en día, todo está cambiando debido al uso de las tecnologías y de internet.

「かつては雑誌や新聞は実用的だった。【習慣】(その他) なぜなら現在のインターネットのような情報を素早く受けとるための発達した手段がなかったからである。【習慣】(生活) しかしながら、今日、科学技術やインターネットの使用によって全てが変わった。【言論】(科学技術の発達)」

2. Internet es una pieza clave para obtener todo tipo de información deseada. Es muy útil y muy eficaz, siempre que la noticia no esté manipulada. Es decir, internet aguarda todo tipo de informaciones: las ciertas y aquellas que no son tanto. Como es bien sabido, existen ya las páginas oficiales de aquellos periódicos y revistas que antes (y ahora también) publicaban en papel. Pero la existencia de páginas en las que la gente da su opinión y no es oficial también se ha de tener en cuenta. En estas últimas se podrían incluir los foros, la wikipedia, etc.

「インターネットは必要とされるあらゆる情報の手がかかりとなる。【言論】(インターネットの長所) それはニュースが操作されない限り、とても実用的で、とても効果的である。【言論】(インターネットの長所) つまり、インターネットは、真実とそうでないもののあらゆる種類の情報を待っている。【言論】(インターネットの長所) 周知のとおり、以前は(あるいは現在もまだ)紙媒体で発行されていた新聞や雑誌の公式ウェブページがインターネット上に存在している。【言論】(インターネットの長所) しかし、人々が自分の意見を述べる非公式のウェブページの存在もまた考慮に入れなければならない。【情動】(書き手自身の体験・経験) 後者では、ウィキペディアなどのフォーラムが含まれるだろう。【情動】(書き手自身の体験・経験)」

3. De todos modos, la manera de obtener la información depende de las propias personas. Es decir, para una persona mayor, que siempre ha leído en papel, será muy difícil adaptarse a las nuevas tecnologías y su forma de informarse. Los jóvenes, al contrario, se adaptarán mucho más rápido y dominarán la información digital antes que la de papel.

「とにかく、情報を取得する方法は、個人によって偏りがある。【情動】(書き手自身の体験・経験) つまり、いつも紙面上で読書する年配の人にとって、新しい技術やその情報伝達手段に適応することは、とても困難になるだろう。【習慣】(その他) 逆に、若い人たちは、はるかに速く適応し、紙面上の情報よりも速くデジタル情報を使いこなすだろう。【習慣】(その他)」

4. Así pues, la manera de obtener la información cambia a medida que también lo hace el tiempo y las tecnologías. No obstante, las costumbres de las personas no cambian tan fácilmente dependiendo de la edad.

「そして、時間が経ち、科学技術が進歩するにつれて、情報入手手段は変わる。【言論】(科学技術の発達) しかし、人々の習慣は、世代ごとに異なり、その習慣はそう簡単には変わらない。【習慣】(生活)」

3. 結果と考察

3. 1. 説得のアピールの分類別出現率

日本語母語話者とスペイン語母語話者の説得のアピールの傾向を明らかにすることにより、両母語話者が文章を用いて読み手をどのように説得しようとするかという異文化間の差異、及びそれぞれの母語話者の説得の論理の傾向を判断することができる。

日本語母語話者とスペイン語母語話者の説得のアピールの分類別出現数およびその比率は、次の通りであった。

表2 説得のアピールの分類別出現数およびその比率

	JNS	SNS
言論のアピール	186 (43.8%)	251 (53.4%)
情動のアピール	215 (50.6%)	71 (15%)
習慣のアピール	24 (5.6%)	149 (31.6%)

χ^2 検定の結果、日本語母語話者とスペイン語母語話者の説得のアピールの出現数の偏りは有意であった ($\chi^2=170.578, df=2, p<.05$)。残差分析によると(表3)、言論のアピールのSNS、情動のアピールのJNS、習慣のアピールのSNSの残差がプラスに有意であり、言論のアピールのJNS、情動のアピールのSNS、習慣のアピールのJNSの残差がマイナスに有意であった。

表3 表2の各セルの調整された残差

	JNS	SNS
言論のアピール	-2.849 **	2.849 **
情動のアピール	11.387 **	-11.387 **
習慣のアピール	-9.841 **	9.841 **

つまり、日本語母語話者とスペイン語母語話者とは、説得のアピールの方法がまったく異なることが示されたのである。

また、言論のアピールは、日本語とスペイン語の若干の差があるものの、両言語ともに出現比率が40%を超えていることから、日西両言語に共通して説得力のあるアピールであると判断できる。

今回の意見文課題においては、日西両母語話者ともに、言論のアピールを情動のアピールや習慣のアピールと組み合わせることによって、より説得力を持った文章を構成しようとしていた。日本語母語話者とスペイン語母語話者の説得のアピールで最も差が表れたのは、日本語母語話者が情動のアピールを50.6%の割合で用いたのに対し、スペイン語母語話者は15%と説得のアピールの3つの分類の中で最も低い割合であった点である。日本語母語話者は、「利用する媒体を通じての心理的・身体的負担」や「書き手自身の体験・経験したこと」などを用いて、読み手に共感を促しながら説得を試みていると考えられる。一方で、スペイン語母語話者は日本語母語話者ほどあまり読み手に共感を促すことに留意していない可能性

があることが示唆された。また、習慣のアピールについて、スペイン語母語話者は31.6%と日本語母語話者と大きな差が見られた。スペイン語母語話者の習慣のアピールは、書き手自身の日常生活や生活上の様式に焦点を当て、読み手を説得する傾向が強いことがわかる。

さらに、本研究では、グラウンデッド・セオリー・アプローチを用い、それぞれの説得のアピールのサブ・カテゴリーから、下位カテゴリーを設定し分析を行い、次のような結果を得た。

3. 2. 言論のアピール

日本語母語話者とスペイン語母語話者の言論のアピールのサブ・カテゴリーの使用結果は資料4のとおりであった。 χ^2 検定の結果、日本語母語話者とスペイン語母語話者の言論のアピールのサブ・カテゴリーの出現数の偏りは有意であった ($\chi^2=22.266, df=5, p<.05$)。

残差分析によると(表4)、「紙媒体・インターネットの現状」のSNS、「新聞や雑誌の長所」のJNSの残差がプラスに有意であり、「紙媒体・インターネットの現状」のJNS、「新聞や雑誌の長所」のSNSの残差がマイナスに有意であった。つまり、言論のアピールにおけるSNSの優位性をもたらしている主な要因は「紙媒体・インターネットの現状」であり、「新聞や雑誌の長所」は、むしろSNSの優位性を弱めているということになる。

表4 資料4の各セルの調整された残差

	JNS	SNS
紙媒体・インターネットの現状	-3.151 **	3.151 **
インターネットの長所	-1.752 +	1.752 +
インターネットの短所	1.316 ns	-1.316 ns
新聞や雑誌の長所	2.561 *	-2.561 *
新聞や雑誌の短所	-1.810 +	1.810 +
科学技術の発達	1.325 ns	-1.325 ns

資料4の各項目およびその分布をさらに下位分類すると資料5のようになる。「紙媒体・インターネットの現状」の中でも、特に「1a 金銭面」におけるJNSとSNSの分布の違いが顕著であることがわかる。一方で「新聞や雑誌の長所」の中では「4b 情報の保存性の高さ」におけるJNSとSNSの分布の違いが特に顕著であった。

説得のアピールの観点から解釈すると、日本語とスペイン語では、読み手を説得するための論理や根拠が異なると捉えられる。つまり、新聞や雑誌は必要であるという立場をとった日本語母語話者は、書き手の立場と反対の立場の短所である「3a 情報の保存性の低さ」「3b 情報の質の悪さ」を根拠として提示することで、相手を説得

する方法を用いていると捉えられる。一方で、新聞や雑誌は必要であるという立場をとったスペイン語母語話者は「3c ネット環境のムラ」などのインターネットの短所を日本語母語話者と同様に挙げてはいるものの、「4a情報の質の良さ」や「4d 地域性」などの言論のアピールを根拠として用いて論を展開する傾向があった。さらに、日本語母語話者と比較することで、スペイン語母語話者は言論のアピールとして「1a 金銭面」「6b インターネットの普及」を根拠として用いる傾向が強いことも確認された。また、両言語の母語話者に共通する点として、「インターネットの長所・短所」「新聞や雑誌の長所・短所」といった書き手の立場を明確にする根拠・主張と、「紙媒体・インターネットの現状」「科学技術の発達」などの中立的な立場をとる根拠・主張を組み合わせる相手を説得することを試みているという点が挙げられる。

3. 3. 情動のアピール

資料6に、日本語母語話者とスペイン語母語話者の情動のアピールのサブ・カテゴリーの分析結果を示す。

χ^2 検定の結果、日本語母語話者とスペイン語母語話者の情動のアピールのサブ・カテゴリーの出現数の偏りは有意であった ($\chi^2=9.902$, $df=2$, $p<.05$)。

残差分析によると(表5)、「書き手自身の体験・経験したこと」のSNS、「紙媒体への思い」のJNSの残差がプラスに有意であり、「書き手自身の体験・経験したこと」のJNS、「紙媒体への思い」のSNSの残差がマイナスに有意であった。つまり、情動のアピールにおけるJNSの優位性をもたらしている主な要因は「紙媒体への思い」であり、「書き手自身の体験・経験したこと」はむしろJNSの優位性を弱める結果になっているということである。

表5 資料6の各セルの調整された残差

	JNS	SNS
利用する媒体を通じての心理的・身体的負担	-0.363 ns	0.363 ns
書き手自身の体験・経験したこと	-2.557 *	2.557 *
紙媒体への思い	3.143 **	-3.143 **

資料6の各項目およびその分布をさらに下位分類すると資料7のようになる。

日本語母語話者は「書き手自身の体験・経験したこと」の中でも、「2a 書き手にとって良い印象の体験・経験」を用いることで、読み手を共感させようと試みていることが顕著に表れている。また、日本語母語話者の情動のアピールの特徴として、利用者の動作を根拠として提示す

ることで、読み手を共感させようとしていることも言えるであろう。

スペイン語母語話者に関しては、情動のアピールの中でも「2a 書き手にとって良い印象の体験・経験」「2b 書き手にとって悪い印象の体験・経験」を根拠や主張として用いる傾向が強いことがうかがえる。

3. 4. 習慣のアピール

日本語母語話者とスペイン語母語話者が使用した習慣のアピールのサブ・カテゴリーの出現率の結果が資料8である。

χ^2 検定の結果、日本語母語話者とスペイン語母語話者の習慣のアピールのサブ・カテゴリーの出現数の偏りは有意であった ($\chi^2=37.766$, $df=1$, $p<.05$, $\phi=0.467$)。

残差分析によると(表6)、「生活」のJNS、「その他」のSNSの残差がプラスに有意であり、「生活」のSNS、「その他」のJNSの残差がマイナスに有意であった。つまり、習慣のアピールにおけるSNSの優位性をもたらしているのは「その他」であり、「生活」はむしろJNSの優位性を弱める結果になっているということである。

表6 資料8の各セルの調整された残差

	JNS	SNS
生活	6.396 **	-6.396 **
その他	-6.396 **	6.396 **

資料8の各項目およびその分布をさらに下位分類すると資料9のようになる。

資料8の「その他」は資料9の2aから4bのように下位分類することができ、習慣のアピールにおけるJNSとSNS間の分布の差は顕著であった。

下位分類を比較すると、日本語母語話者の習慣のアピールの特徴として、「未来の生活」を根拠に挙げる傾向が強かった。一方で、スペイン語母語話者は、書き手や書き手以外の生活習慣に基づいた根拠や主張である「生活のリズム」や、従来の人々の生活やこれまでの慣習や伝統といった「歴史・習慣・伝統」を多く用いる傾向があった。このアピールは、日本語母語話者に比べ、スペイン語母語話者の使用率が顕著であったことから、スペイン人スペイン語母語話者の説得のアピールを特徴づけるものと判断できると考えられる。

3. 5. 日本語とスペイン語の説得のアピール

Kamimura and Oi (1998) は日本人英語学習者が、情動のアピールを多く使用したと述べており、日本語母語話

者については、本研究でも先行研究の結果と一致する結果が得られたと言える。スペイン語母語話者に関しては、管見の限り、説得のアピールに関する先行研究は無く、過去の研究結果との比較は困難である。しかしながら、スペインの後期中等教育機関Bachillerato（普通教育・大学予科コース）で使用されているスペイン語教科書（Lengua Castellana y Literatura）で取り上げられている説得の種類から、どの説得のアピールが好まれているのか、その傾向を判断することは可能であると思われる。Blecua et. al（2011）⁽¹³⁾ はスペイン語の説得の種類は次の6種類であると述べている。

- ①Argumentos de ejemplificación
「例証による説得」
- ②Argumentos de datos objetivos
「客観的データによる説得」
- ③Argumentos de autoridad
「権威による説得」
- ④Argumentos de basados en propia experiencia
「書き手自身の経験に基づく説得」
- ⑤Argumentos de refutación
「反駁による説得」
- ⑥Falacias
「ごまかし」

①②③が言論のアピール、④が情動のアピール、①④が習慣のアピールに該当し、⑤⑥は本研究の分析において対象外である。本研究で得られた知見と照らし合わせると、スペイン語母語話者は、言論のアピールと習慣のアピールを重視している傾向があることから、客観的データによる説得や権威による説得などの言論のアピールを提示し、その具体例として例証による説得などから成る習慣のアピールを用いていると考えられる。

本研究の結果より、日本語の場合は、言論のアピールを主張や論拠に挙げながら、情動のアピールの双方から書き手の論を展開する説得のアピールを用いることが示された。一方で、スペイン語については、言論のアピールと習慣のアピールを用い、真なることや真に見えることと社会的なしきたりや生活上の様式などを組み合わせる一方で、読み手の共感を得ることはあまり重視しない説得のアピールを用いることが明らかとなった。

以上のことから、「説得のアピール」の観点から分析すると、意見文課題における日本語とスペイン語の説得のアピールには、次のような特徴があることが明らかになった。

表7 意見文課題における説得のアピール

	説得のアピール
JNS	言論のアピールと情動のアピールを組み合わせることで、真なることと読み手に共感を与える要素を提示しながら、読み手を説得する。
SNS	読み手に共感を与えることはあまり重視せず、言論のアピールと習慣のアピールを組み合わせることで、真なることと生活様式などを訴える要素を提示しながら、読み手を説得する。

4. 本研究のまとめと今後の課題

4. 1. 本研究のまとめ

本研究の目的は、「説得のアピール」という観点から、日本語母語話者とスペイン語母語話者の意見文課題における文章表現スタイルの特徴を究明することであった。

以下に、2. 1節で提示した研究課題に基づき、作文調査から得られた知見をまとめる。

・日本語母語話者とスペイン語母語話者は、どのような方略を用いて意見に説得力をもたせようとするか。

日本語母語話者は、言論のアピールと情動のアピールを組み合わせることで、言論をもって真なることと読み手に共感を与える要素を提示する傾向が明らかとなった。このことより、日本語母語話者は読み手への共感を重視しており、書き手は、読み手が共感できると思われることから、言論のアピールと情動のアピールを組み合わせることで、読み手を説得すると解釈できるであろう。

スペイン語母語話者は、読み手に共感を与えることはあまり重視せず、言論のアピールと習慣のアピールを組み合わせることで、言論をもって真なることと生活様式などを訴える要素を提示しながら、説得することが明らかとなった。

4. 2. 日本語教育への示唆

本研究で得られた知見は、スペイン語を母語とする日本語学習者への日本語教育、特に作文教育における教授法や教材開発の一助になりうるのではないかと考える。

日本語教師として、学習者の母語話者別に意見文の説得のアピールの特徴を理解しておくことは、学習者への指導の際に非常に有効であると考えられる。

清道（2010a）⁽¹⁴⁾ は、日本の高校生の意見文作成指導において文章構造の「型」を提示することで、学習者の意見文を書く能力を向上させる効果が表れたと述べている。今回、日本語母語話者とスペイン語母語話者の説得のア

ピールの特徴を明らかにしたが、それを学習者に提示することは、清道 (2010a) の「型」の指導と同様に有効な手段であると考えられる。しかし、難波 (2008) ⁽¹⁵⁾ は、教育現場で文章の型を教えることは、「偽装された言語知識」を与えることになりかねないと述べており、文章のタイプによって使い分けの必要性があると主張している。しかしながら、学習者にとっては、日本語教師から具体的な日本語の説得のアピールの手法が提示されることは作文を考えるうえでの大きな手がかりとなり、どのような観点で書くときのかを理解するために必要なことであると考えられる。さらには、知識として日本語とスペイン語の説得のアピールの両方を知っておくことは、学習者の文章表現の幅を広げるためにも有効であり、両母語話者間の作文を比較し、それらを読むことによって、学習者のものの見方や考え方を刺激することが重要である。ただし、説得のアピールに関する研究は十分になされていないため、今後の研究によって有効な手段であるかどうかを慎重に検討する必要がある。

木戸 (2004) ⁽¹⁶⁾ は、文章構造の指導だけでは文章の内容面の向上が不十分であると述べている。作文指導の際には、形式的特徴である文章構造だけでなく、内容的特徴である説得のアピールにも注意を払い、指導する必要がある。また、互いにどのような説得のアピールの方略を用いて文章を書くのかを理解することは、異言語・異文化間コミュニケーションにおける相互理解に貢献する要素であると考えられる。

4. 3. 今後の課題

本研究では、日本語母語話者とスペイン語母語話者が執筆した意見文を「説得のアピール」という観点から分析することで、その特徴をとらえようと試みた。しかし、本研究では日本語母語話者とスペイン語母語話者のひとりひとりがどのように説得のアピールを用いて論を展開しているかまでは明らかにできなかった。今後、両言語の母語話者がどのように論を立て、展開し、説得力を持たせているのかを分析することが必要であろう。また、本研究では、意見文課題を設定する時に、被験者が書いた作文に読み手を明示しなかったため、書き手が誰を読み手に想定しているのかが不明になってしまった。そのため、日本語母語話者とスペイン語母語話者間で共通の読み手に統制して調査を行い、今回の調査結果と相違がみられるのかどうかを検証する必要がある。また、日西両国の学習指導要領もしくはそれに準ずるものの分析や教育現場での日本の作文教育とスペインの作文教育の実態を調査し、日本とスペインにおける説得のアピールと教育とのかかわりを詳細に考察することも重要であると思われる。さらに、ラテンアメリカなどのスペイン語圏の国で用いられる説得のアピールはスペインと異なる

のかどうか、同じ母語話者間で最も一般的な説得のアピールを持つ意見文に対して母語話者は論理的であると評価するのかどうか、また読んだときにどのように感じるのかという点を検証する必要もある。

今後、より多くの意見文データを収集し、分析を行い、本研究で得られた結論がどこまで一般化可能であるか、さらなる検証が必要である。それには、作文課題における質問文が説得のアピールに及ぼす効果も検証することが求められる。清道 (2010b) ⁽¹⁷⁾ は、日本の高校生75人を対象に、渡辺 (2004) ⁽¹⁸⁾ の作文課題と同様のものを用いて作文実験を行っており、課題を指示する部分の表現に違いがあることで、文章構成に影響があったと結論付けている。本研究においても、今回得られた結果が、意見文課題特有の説得のアピールなのかどうかを詳細に検討することが必要であろう。意見文課題に限らず、様々な内容について質問文を変えて文章を書かせることで、説得のアピールを検討することが可能となる。上述の点を発展させることができれば、新たな日本語教育への示唆が得られ、日本語学習者に対してより有効性の高い作文教育方法が考案できると考えられる。以上、すべて今後の課題としたい。

一注一

- I 本稿は、筆頭筆者の修士論文（平成26年1月に鳴門教育大学大学院学校教育研究科に提出）に加筆・修正を行ったものである。

一文 献一

- (1) Hinds, J. Contrastive rhetoric: Japanese and English. Text 3, pp.183-195, 1983
- (2) Kaplan, Robert B. Cultural Thought Patterns in Intercultural Education, *Language Learning* 16, pp.1-20, 1966
- (3) Kobayashi, Hiroe. *Rhetorical Patterns in English and Japanese*, Ed. D. dissertation, Teacher's college, Columbia University, department of Applied Linguistics, 1984
- (4) 坂野永理「英語母語話者の日本語作文における文章構造」『関西外国語大学留学生別科日本語教育論集』4, pp.141-152, 関西外国語大学, 1994
- (5) 佐々木倫子「課題に基づく意見の述べ方—日本人の場合・留学生の場合—」『日本語教育のためのアジア諸言語の対訳作文データの収集とコーパスの構築』, pp.219-230, 平成11・12年度科学研究費補助金研究基盤研究 (B) (2) 研究成果報告書, 2001
- (6) 渡辺雅子「説明スタイルの日米比較—初等教育に見る異文化の意味」『社会学評論』52 (2), 日本社会学会, pp.333-347, 2001
- (7) 伊集院郁子・高橋圭子「日本・韓国・台湾の大学生による日本語意見文の構造的特徴—「主張」に注目し

- て一』『日本語・日本学研究』2, pp.1-16, 東京外国語
大学国際日本研究センター, 2012
- (8) Kamimura, T. and Oi, K. Argumentative Strategies in
American and Japanese English. *World English*, 17 (3),
pp.307-323, 1998
- (9) 近藤行人「説得のアピールを用いた日本語学習者の
論証文の分析—日本人大学生、ウズベキスタン人大学
生との比較」『第二言語としての日本語研究』16,
pp.160-177, 第二言語習得研究会, 2013
- (10) 近藤章「意見文」の作文技術』『作文技術指導大事典』,
pp.225-241, 明治図書, 1999
- (11) Connor, U. and Lauer, J. Understanding Persuasive
Essay Writing: Linguistic/Rhetorical Approach. *Text 5* (4),
pp.309-326, 1985
- (12) 邑本俊亮『文章理解についての認知心理学的研究—
記憶と要約に関する実験と理解過程のモデル化—』, 風
間書房, 1998
- (13) Blecua, J.M., Navarro, P., Valls, M.J. and, Villar,
P. *Lengua Castellana y Literatura*, Ediciones SM, 2011
- (14) 清道亜都子「高校生の意見文作成指導における「型」
の効果」『教育心理学研究』58 (3), pp.361-371, 日本
教育心理学会, 2010a
- (15) 難波博孝「国語教育とメタ認知」『現代のエスプリ』
497, pp.192-201, 至文堂, 2008
- (16) 木戸光子「留学生に対する作文教育」『日本語教育ブッ
ケット 5 論理的文章作成能力の育成に向けて』,
pp.20-31, 国立国語研究所, 2004
- (17) 清道亜都子「作文課題における質問文が高校生の文
章構成に及ぼす効果」『中部教育学会紀要』10,
pp.1-15, 中部教育学会, 2010b
- (18) 渡辺雅子『納得の構造—日米初等教育に見る思考表
現のスタイル』, 東洋館出版社, 2004

一資料一

資料1 「言論のアピール」の各サブ・カテゴリ

	サブ・カテゴリ	内容	事例
1	紙媒体・インターネットの現状	インターネットの設置費用、新聞や雑誌の購入費、NIE、情報リテラシー教育 等	インターネットは、多くの情報が無料である。
2	インターネットの長所	持ち運びが便利、時間・場所問わずアクセスできる、最新の情報が読める、緊急性の高い情報の発信、大量に印刷しなくてよい、木を切る必要がない、知りたい情報をたくさん読める 等	スマートフォンであれば、持ち運びも簡単で情報も瞬時に得ることができる。
3	インターネットの短所	日数が経過すると消える、インターネットの匿名性、情報の氾濫、アクセス環境の未整備、都市と田舎等	充電や電波がなければ、情報を得ることが出来なくなる。
4	新聞や雑誌の長所	読者を絞って情報が集められている、ファイルやバインダーで保存できる、図書館に残る、記事の見やすさ、読みやすさ、情報の序列、新聞の地域の情報欄、地方新聞 等	何度もたくさんの人の目に触れられて推敲されたものが、書店やコンビニに置かれるため、信頼性があるのだ。
5	新聞や雑誌の短所	森林伐採、砂漠化の進行、持ち運びがしにくい、かさばる、速効性の無さ、更新性の限界 等	まして、環境問題が叫ばれている現代社会において、大量の資源を使用する新聞や雑誌の削減に譲らずにはられない。
6	科学技術の発達	スマートフォン・iPhone・タブレットなどの普及、社会構造の変化、世界中の人とのつながり、紙媒体とインターネットの両立 等	インターネットの普及によって、スカイプなどで世界の人とつながることができる。

資料2 「情動のアピール」の各サブ・カテゴリ

	サブ・カテゴリ	内容	事例
1	利用する媒体を通じての心理的・身体的負担	ストレス、テクノストレス、身体の異常、身体の疲れ 等	インターネットなど電子的なものから情報を得るといことは、パソコンの画面をじっと見て目を酷使し、著しい視力低下を招く恐れがあります。
2	書き手自身の体験・経験したこと	知識の幅を広げることがある、様々な記事を比べると面白い、多数派の意見に流される、インターネットの一面性 等	社説では社会のことから教育や地域のことで書かれていて、いろんな角度から日本を見ることが出来ます。
3	紙媒体への思い	紙であることが大切、安心感を与えてくれる、「めくる」という行為、読むこと 等	私はこのページをめくるという行為があつてこそ、情報を読んでいるという実感が得られるのではないかと思います。

資料3 「習慣のアピール」の各サブ・カテゴリー

	サブ・カテゴリー	内容	事例
1	生活	雑誌とインターネットの共存，親と子どもの生活風景，紙媒体中心の社会，文字を大切にする，情報収集の仕方 スマートフォンでインターネットを利用する，活字嫌い 等	現代の子どもは，活字嫌いが多いというのを近頃よく耳にする。
2	その他	郵便局で働く人の生活，雑誌販売員の生活，毎朝ソファに座って本を読む，毎日インターネットを使用する，父が新聞を買う，母が雑誌を読む，コンピュータの歴史，インターネットの歴史，雑誌の歴史，失われていく伝統，昔から存在するメディア，高齢者と若者，ネット利用者と非ネット利用者 等	私は，新聞や雑誌，書籍を読むことが失われていくことは悲しい。

資料4 「言論のアピール」の各サブ・カテゴリーにおける日本語母語話者とスペイン語母語話者の結果比較

	サブ・カテゴリー	内容	JNS	SNS
1	紙媒体・インターネットの現状	インターネットの設置費用，新聞や雑誌の購入費，NIE，情報リテラシー教育 等	12	42
2	インターネットの長所	持ち運びが便利，時間・場所問わずアクセスできる，最新の情報が読める，緊急性の高い情報の発信，大量に印刷しなくてよい，木を切る必要がない，知りたい情報をたくさん読める 等	19	41
3	インターネットの短所	日数が経過すると消える，インターネットの匿名性，情報の氾濫，アクセス環境の未整備，都市と田舎 等	38	40
4	新聞や雑誌の長所	読者を絞って情報が集められている，ファイルやバインダーで保存できる，図書館に残る，記事の見やすさ，読みやすさ，情報の序列，新聞の地域の情報欄，地方新聞 等	49	42
5	新聞や雑誌の短所	森林伐採，砂漠化の進行，持ち運びがしにくい，かさばる，速効性の無さ，更新性の限界 等	10	26
6	科学技術の発達	スマートフォン・iPhone・タブレットなどの普及，社会構造の変化，世界中の人とのつながり，紙媒体とインターネットの両立 等	57	64

資料5 「言論のアピール」の各下位カテゴリーにおける日本語母語話者とスペイン語母語話者の結果

サブ・カテゴリー		各カテゴリー内での分類	内容	JNS	SNS
紙媒体・インターネットの現状	1a	金銭面	インターネットの設置費用、新聞や雑誌の購入費 等	8	37
	1b	教育との結びつき	NIE, 情報リテラシー教育 等	4	5
インターネットの長所	2a	利便性	持ち運びが便利, 時間・場所問わずアクセスできる 等	3	11
	2b	情報の更新頻度	最新の情報が読める, 緊急性の高い情報の発信 等	8	15
	2c	自然環境に良い影響	大量に印刷しなくてよい, 木を切る必要がない 等	5	12
	2d	情報量の多さ	知りたい情報をたくさん読める 等	3	3
インターネットの短所	3a	情報の保存性の低さ	日数が経過すると消える 等	15	2
	3b	情報の質の悪さ	インターネットの匿名性, 情報の氾濫 等	17	13
	3c	ネット環境のムラ	アクセス環境の未整備, 都市と田舎 等	6	25
新聞や雑誌の長所	4a	情報の質の良さ	読者を絞って情報が集められている 等	13	19
	4b	情報の保存性の高さ	ファイルやバインダーで保存できる, 図書館に残る 等	18	5
	4c	記者・記事への信頼感	記事の見やすさ, 読みやすさ, 情報の序列 等	14	10
	4d	地域性	新聞の地域の情報欄, 地方新聞 等	4	8
新聞や雑誌の短所	5a	自然環境に悪い影響	森林伐採, 砂漠化の進行 等	3	18
	5b	携帯の不便さ	持ち運びがしにくい, かさばる 等	4	6
	5c	情報の更新頻度	速効性の無さ, 更新性の限界 等	4	2
科学技術の発達	6a	電子機器の発達	スマートフォン・iPhone・タブレットなどの普及 等	22	16
	6b	インターネットの普及	社会構造の変化, 世界中の人とのつながり 等	18	36
	6c	それぞれの媒体の必要性	紙媒体とインターネットの両立 等	17	12

資料6 「情動のアピール」の各サブ・カテゴリーにおける日本語母語話者とスペイン語母語話者の結果比較

	サブ・カテゴリー	内容	JNS	SNS
1	利用する媒体を通じての心理的・身体的負担	ストレス, テクノストレス, 身体の異常, 身体の疲れ 等	19	7
2	書き手自身の体験・経験したこと	知識の幅を広げることがある, 様々な記事を比べると面白い, 多数派の意見に流される, インターネットの一面性 等	142	56
3	紙媒体への思い	紙であることが大切, 安心感を与えてくれる, 「めくる」という行為, 読むこと 等	54	5

資料7 「情動のアピール」の各下位カテゴリーにおける日本語母語話者とスペイン語母語話者の結果

サブ・カテゴリー		各カテゴリー内での分類	内容	JNS	SNS
利用する媒体を通じての心理的・身体的負担	1a	心理的負担	ストレス, テクノストレス等	8	2
	1b	身体的負担	身体の異常, 身体の疲れ 等	11	5
書き手自身の体験・経験したこと	2a	書き手にとって良い印象の体験・経験	知識の幅を広げることがある, 様々な記事を比べると面白い 等	109	35
	2b	書き手にとって悪い印象の体験・経験	多数派の意見に流される, インターネットの一面性 等	33	21
紙媒体への思い	3a	紙媒体の温かみ	紙であることが大切, 安心感を与えてくれる 等	13	3
	3b	利用者の動作	「めくる」という行為, 読むこと 等	41	2

資料8 「習慣のアピール」のサブ・カテゴリーにおける日本語母語話者とスペイン語母語話者の結果比較

	サブ・カテゴリー	内容	JNS	SNS
1	生活	雑誌とインターネットの共存, 親と子どもの生活風景, 紙媒体中心の社会, 文字を大切にする, 情報収集の仕方 等	19	26
2	その他	郵便局で働く人の生活, 雑誌販売員の生活, 毎朝ソファに座って本を読む, 毎日インターネットを使用する, 父が新聞を買う, 母が雑誌を読む, コンピュータの歴史, インターネットの歴史, 雑誌の歴史, 失われていく伝統, 昔から存在するメディア, 高齢者と若者, ネット利用者と非ネット利用者 等	5	123

資料9 「習慣のアピール」の各下位カテゴリーにおける日本語母語話者とスペイン語母語話者の結果

サブ・カテゴリー		各カテゴリー内の分類	内容	JNS	SNS
生活	1a	未来の生活	雑誌とインターネットの共存, 親と子どもの生活風景 等	14	13
	1b	従来の人々の生活	紙媒体中心の社会, 文字を大切にする, 情報収集の仕方 等	2	10
	1c	現代人の生活	スマートフォンでインターネットを利用する, 活字嫌い 等	3	3
生活のリズム	2a	新聞・雑誌販売に関わる人の生活	郵便局で働く人の生活, 雑誌販売員の生活 等	0	3
	2b	書き手自身の日常生活	毎朝ソファに座って本を読む, 毎日インターネットを使用する 等	3	34
	2c	書き手以外の人の日常生活	父が新聞を買う, 母が雑誌を読む 等	1	39
歴史・慣習・伝統	3a	歴史	コンピュータの歴史, インターネットの歴史, 雑誌の歴史 等	0	5
	3b	慣習・伝統	失われていく伝統, 昔から存在するメディア 等	0	21
デジタル・デバイス	4a	世代間	高齢者と若者 等	1	13
	4b	利用者と非利用者間	ネット利用者と非ネット利用者 等	0	8

