

グローバル化時代の大学英語教材の開発：実践報告

津田 晶子¹⁾ 中山 奈美²⁾
ペニントン 和雅子³⁾ ペニントン ランダル⁴⁾

"EFL Material Development for a Glocalized World: Voices from Practitioners"

Akiko Tsuda¹⁾ Nami Nakayama²⁾ Wakako Pennington³⁾ Randall Pennington⁴⁾
(2010年11月26日受理)

はじめに

本稿は旅行ガイドブック Lonely Planet Japan を素材にした速読教材、『Fabulous Japan – Reading about Japan in English with Lonely Planet / 英語で読む日本の魅力』(以下, “Fabulous Japan”) の出版プロジェクトに携わった英語教員のうち, 4人の大学英語教員による, 大学英語教材の開発や授業での導入に関する実践報告である。津田晶子, ペニントン 和雅子は本文執筆とアクティビティのデザイン, 中山奈美は和文校正, ペニントン・ランダルは英文校正を担当した。なお, このプロジェクトには, ケリー・マクドナルドが英文校正とアクティビティのデザインをし, その他, 5名の大学教員²⁾が助言者として協力している。この教材開発と大学での授業での経験をもとに, 第1節では出版までの経緯と日本の大学英語教材のカテゴリーとそれぞれの特徴(津田晶子), 第2節では自然で実践的な英語教材を取り入れた授業づくりと Authenticity の関係(中山奈美), 第3節では EFL 環境におけるアクティビティ作成の基準(ペニントン 和雅子), 第4節では日本を拠点とする EFL 教材出版社から見た教材開発(ペニントン・ランダル)を各教員の視点から述べる。

1. 日本各地から世界へ, 英語で発信する人材育成のための語学教材開発

津田 晶子

1.0 “Fabulous Japan” 開発の背景

昨今の日本の大学英語教育の現場では, 学生の語

学ニーズに合わせて「英語を学ぶこと」よりも「英語で学ぶこと」が重視されるようになった。日本政府観光局が Visit Japan キャンペーンを展開するなか, 日本事象を英語で説明することをテーマにしたテレビ番組や英語教材が増え, たとえば『英語で話す日本の名所』(松本, 2009), 『英語で話すための日本図解事典』(西蔭, 2009) など, 大学の授業の副教材として使える良書も出版されている(津田, 2009)。

しかし, ほとんどの「日本文化の英訳本」のジャンルでは, 東京, 京都, 奈良などの外国人観光客が訪れる事の多い観光地を中心に説明したものが多く, 大阪や名古屋, 福岡など, 外国人留学生を含む多くの大学生の住む国際都市であっても, こういった「日本文化を学ぶ英語本」の中で取り上げられることが稀である。また, こういった書籍はあくまでも個人の学習者向けの商業出版を目的としており, 大学生を対象にした90分の授業で course book として授業の中心的な素材として取り入れるには適していない。

そこで, 筆者らは日本各地から世界へ, 英語で発信できる人材の育成を目指し, グローバルに販売されている旅行ガイドブック, Lonely Planet という authentic な素材を読みこなすことを目標に, 福岡県在住の英語教員が中心になって日本市場に向けたローカルな教材を開発した。

1.1 日本の大学で使用される英語の教科書の種類と選定方法

日本の大学の英語の授業で使用される教材は,

別刷請求先: 津田晶子, 中村学園大学短期大学部食物栄養学科, 〒814-0198 福岡市城南区別府 5-7-1

1) 中村学園大学短期大学部食物栄養学科 2) 中村学園大学非常勤講師 3) 西南学院大学

4) 福岡女学院中学校・高等学校

²⁾ スーゾィ・コーナ講師(九州大学), ジェーン・ハーランド講師(九州大学), クリストファー・ヴァルヴォナ講師(沖縄キリスト教大学院大学), 米田みたか講師, デビッド・ファーネル准教授(福岡大学)

1. 各教員の自由裁量で選べる場合、2. 大学指定の教材リストの中から選ぶ場合、3. 大学（または学部、学科）の共通教材が決まっている場合がある。ただ、3の場合においても、すべての英語の授業を大学が独自に開発した共通教材を使用するというのではなく、「英語 I」や「総合英語」「英語基礎」などの名称で開講されている低学年次の必修英語のみに限定される場合が多い。

中村学園大学においては各学部・学科ごとに専任の英語教員が学部の専門のカリキュラムに合わせたプログラム、教材選定を行っているため、学部・学科ごとに教材の選定方法が異なる。短期大学部食物栄養学科においては、専任の英語教員は筆者1名のみであり、外国人教員の配属はないため、学外から英語を母語とする英語教員を非常勤教員として招聘している。教材の選定については、この外国人非常勤教員の担当する英語コミュニケーション入門、英語コミュニケーションを含め、すべての英語科目について、学生のレベルやニーズを考慮し、非常勤教員との意見交換をもとに筆者が選定している。

現在、日本の大学で使用されている英語の教科書は一般的に以下の5種類に分けられる。

A. ESL 向け輸入教材

世界マーケットで販売される教材であり、Global Coursebook と呼ばれる。Tomlinson (1998) は以下のように定義している。

Global course book

A coursebook which is not written for learners from a particular culture or country but which is intended for use by any class of learners in the specified level and age group anywhere in the world. (下線筆者)

Global Course book は巨大な英語教育の世界市場を対象にしており、マーケティング、制作に多大な時間と費用がかけられており、TESOL の最新理論に基づく出版物がシリーズ化されている場合が多く、執筆者として英語教材の開発を専業とするテキストライターが存在する。

また、Tomlinson は、学習者へインパクトを与える必要性を主張し、斬新さ、多様性、魅力的なプレゼンテーション、興味を引く内容の重要性を挙げているが、ブラジルの教室でインパクトを与えるものがオーストリアの教室で同じインパクトを得られないのではない、とする。

この種の出版物を日本の大学教育の現場で採用する際の問題点として、多言語・多文化の学生が学ぶ、英語の Inner Circle 内の ESL クラス向けの教材には日本人の大学生にはなじみのない表現が多用されており、特に英語以前の問題で写真やイラストが意図する意味が分からない場合もある。こういった事情を踏まえて、次に述べる B のローカライズ洋書教材が増えている。

B. ローカライズ洋書教材

Cengage Learning, Pearson Education, Macmillan Language House といった外資系出版社のアジア・日本支社が編集し販売する教材であり、以下の2種類がある。

B. 1 A 「ESL 向け輸入教材」を EFL 圏である日本市場向けに手を加え、ローカライズしたもの。

B. 2 初めから日本市場に書き下ろしたもの。

こういったローカライズ作業にあたって、ユニット数を日本の大学の一般的な授業回数の15回にする。アクティビティを日本人学生向きに改変する、日本人英語教員向けにティーチングマニュアルを日本語にする、など様々な工夫がされている。B.1 の例として、“Listen in Book 2” を日本市場向けにローカライズした STEP-BY-STEP LISTENING があり、どちらも日本の大学で採用されている。ローカライズする際に、24ユニットを15ユニットに減らす、導入部のタスクは語彙問題に変更する、各スキットの問題量を増やして、多角的に繰り返して聴けるようにする、などの配慮がされている。

今回、出版した“Fabulous Japan” は、Lonely Planet の教材としての著作権を持つ出版社 Cengage Learning への持ち込み企画であり、B.2にあたる。素材としての Lonely Planet はグローバルであるが、日本というローカルな市場に最適化するために、タスク内容、レイアウト、語彙レベル、タイトルなどを細部に至るまで、編集者とメールによる議論を重ねた。

輸入教材、ローカライズ洋書とともに、コミュニカティブなアクティビティが多く、外国人教員や TESOL 課程を修了した日本人教員に好まれていると考えられる。なお、輸入教材、ローカライズ洋書は、同じ販路で販売されているため、英語教員であってもその違いに気が付いていないケースが多いと思われる。

C. 大学英語教科書協会を中心とした日系の出版社による教材

主に日本人の大学英語教員が執筆しており、出版

点数としてはA, Bに比較して格段に多い。(山内, 2004) 日本語での説明が多く, コミュニカティブな活動よりも, 日本語の文法の説明に紙数を割いている傾向がある。輸入教材, ローカライズ洋書に比べて, 表紙や写真, イラストで興味を引く, という工夫は見られないものが多いが, 英語だけの教材には敷居が高い初級者レベルの学生には, このタイプの教材が安心して, 受け入れられやすいかもしれない。

日本の学校英語を自ら学習者として経験し, 日本人の学生の学習者としての特徴が分かっていることから, 文法訳読法の講義形式で授業をする教員にとっては使用しやすいフォーマットである。和訳や模範解答, 解説などの細かいティーチングマニュアルが添付されており, 英語科教授法などのメソッドを学んでいない日本人大学教員でも採用しやすいのが日系出版社の教材の特徴である。

D. 各大学が開発するオリジナル英語教材

1990年代に東京大学が出版した共通英語教材がベストセラーになって以来, 全国の各大学で英語教育のカリキュラム改革が進むとともに, 関東, 関西を中心として大学オリジナルの教材開発が進んでいる。九州地区では九州大学が英語共通教科書を開発し, 一年生向けに導入され, 市販教材として販売もされている。(津田, 2000) その大学の学生の英語レベルやニーズに合わせた英語教育の独自性を追求するのに, 大学オリジナル教材は今後も増えていくと考えられる。これまでの大学が開発するオリジナル英語教材は日本語で執筆され, 書店で購入できるものも多いという意味で, 大学英語教育の現状を一般読者に知らせるよい機会になっている一方で, 日本語を読む習慣のない英語ネイティブの教員が英語教材開発の現場から取り残されている, という面もある。大学オリジナル教材の問題点として, 一度, 出版されるとなかなか改訂されず, 大学全入時代の学生のレベル低下をフォローしていない, 執筆陣がその大学を本務校とする専任教員に限られる場合, 専任教員の研究分野に偏ったテーマになり, 学生の英語ニーズとかい離する可能性もある。

E. 一般の市販教材

大学英語教員以外の著作による一般の書店で販売されている市販の語学書を授業で採用する場合もあ

る。入手しやすい, 比較的安いといった利点もあるが, 「書店で売れること」に重きを置く商業出版物であり, 授業用にデザインされているわけではないため, コミュニカティブな活動は含まれていないものが多く, 教員が導入時に工夫をする必要がある。

1.2 教材作成の流れ

以下は, 実際の教材作成までのプロセスを, 段階別にまとめたものである。

(英語教材開発の研究³)

↓
ニーズの識別, ターゲット層の特定
↓
企画書, サンプルユニットの提出
↓
編集者からのフィードバック, 方針の決定
↓
プロジェクト参加の依頼
↓
ユニットの選択, アクティビティ執筆提出
↓
編集者からのフィードバックをもとに校正, 提出
↓
音声サンプルチェック
↓
審査用見本刊行

1.3 “Fabulous Japan” テキスト執筆時の指針

テキスト執筆時には, Tomlinson の挙げる斬新さ, 多様性, 魅力的な体裁, 興味を引く内容について, 以下のように配慮した。

・斬新さ

日本人の学生はリーディングといえば精読, もしくは訳読と考えているものが多い。w.p.m. (1分間に読む速度) を測定するということがほとんどの日本人学生にとっては初めての経験と思われる。また, 速読力を身につけるのに, 外国人向けの旅行ガイドブックを素材に使う, という企画もこれまでの日本の大学英語教材にはない。

・多様性

紹介する場所の選び方とテーマが片寄らないように工夫した。1ユニット1か所で北から南まで, 以

³ シンガポールのRELCでは英語教員向けに Specialist Certificate in Language Curriculum and Materials Development が毎年, 2月に開講されている。

下の日本の各地から豊かな自然や文化的な背景のある都市や地域20か所を取り上げた。

東京、富士山、名古屋、飛騨地区、金沢、京都、奈良、大阪、宮島、下関、青森、松島、佐渡島、札幌、ニセコ、松山、福岡、長崎、佐賀、沖縄

・魅力的な体裁

地図やイラスト、写真を多用することで、学習者がイメージをしやすようにした。

1ユニットに語彙、リーディング（速読と精読）、リスニング（ディクテーション）、スピーキング、ライティングなど、90分の授業が変化に富むようにした。

WARM-UP

- ・ユニットに出てくる都市や地域にちなんだクイズ

VOCABULARY BUILDING

- ・リーディングに出てくる語彙のうち、難易度の高いものについて、日英で意味を確認させる。

READING TEXT

- ・日本各地の紹介記事（250ワード前後）

1ST RAPID READING

- ・速読（1分間）1回目 記録表に w.p.m. を記録させる。

DICTIONATION

- ・READING TEXT からセンテンス単位で抜粋し、穴埋めディクテーション。

2ND RAPID READING

- ・速読（1分間）2回目 記録表に w.p.m. を記録させる。

COMPREHENSION QUESTIONS

- ・2回の速読で意味が把握できたか、確認。必要であれば、精読する。

3RD RAPID READING

- ・速読（1分間）3回目 記録表に w.p.m. を記録させる。

GET TOGETHER AND WORK TOGETHER

- ・ユニットのまとめとして、日本事象について自由に書いたり、話したりさせる。

・興味を引く内容

速読する本文については、たとえば、沖縄や北海道の食文化、世界遺産、日本三景など、学生が興味を引く内容についてその部分だけで完結している部分を抜粋した。ユニットの最後のコミュニケーション活動については、自分の考えを英語でまとめたり、ペアやグループで情報を交換したり、といった内容にした。

このほか、authenticityを保つために、low frequency word であってもそのまま取り入れ、基本的に書き直さないという方針にした。英語母語話者からは、学習者のために簡単な単語や表現にリライトしたほうがよいという助言もあったが、「学習者が最終的には Lonely Planet を自力で読めるようになること」という目標から外れるため、Vocabulary building で英語の語彙のうち、日本事情によく出てくるものは日本語で確認させることで、学習のサポートをした。

1.4 英語教材開発における今後の展望

グローバルな市場で活躍する人材を養成するために、「日本」というローカルな視点をもった教材であるローカライズ洋書教材の出版は今後、拡大していくことが予想される。地方の大学の英語教員は、日本人教員、外国人教員がともに協力しながら、語学教育による地域への国際貢献のため、地方からの発信という観点から積極的に教材開発をすることが望まれる。

2. “Authenticity” 自然で実践的な英語教材を取り入れた授業づくりの為に

中山奈美

2.0 既存テキストの特徴とその問題点

グローバル化時代を生きる現代の我々にとって、グローバルランゲージでもある英語で意思疎通をはかることは大変重要なことである。大学の英語教育の現場においても、英語の基礎力強化もさることながら、コミュニケーション能力の向上が重要視されている。そのような中、近年では、ペアワークやグループワークを通じて、英語での発話練習を引き出すよう工夫されたテキストも多く出版されている。例えば、“Talking Time”（2007, Oxford University Press）や、“The Active Learner”（2007, Macmillan），“GLOBAL LINKS”（2001, Longman）などは、生徒A、生徒Bがパートに分かれ、与えられたタスクを通じて、英語で発話を行っていくといったものである。しかし、これらは、会話・スピーキング中心のテキストであるため、英会話のクラスを担当するネイティブ・スピーカーの英語教員による採用は多いものの、総合英語的な科目を担当することが多い日本人英語教員にとっては、内容に魅力を感じつつも採用しづらいといった背景がある。

現在、筆者は中村学園大学を含む3つの大学で1年生向けの必修英語科目、ならびに2、3年生向けの選択英語科目を教えているが、テキスト選定では

いつも頭を抱えている。特に、1年生の必修科目では4技能をバランスよく指導することが求められるが、数多く存在する総合的な内容を取り扱ったテキストの中から担当クラスの学生の英語レベルに合い、彼らの興味関心を掻き立てるような内容で、更に能動的に学習できるテキストを探すというのは至難の業である。以下に、現在、日本で出版されている既存の総合的な内容を扱ったテキストの特徴とその問題点を挙げてみた。

2.1 総合的な内容を扱ったテキストの主な特徴

- A. リーディングセクションを中心に展開したものの。パラグラフで使用されている語彙や熟語のマッチング問題を含み、リーディングを終えると、内容に関する正誤問題、重要文法事項の説明や練習問題などに繋がるケースが多い。リスニングCDはリーディングパラグラフをネイティブ・スピーカーが音読したものが付随されていることが多い。
- B. 昨今のTOEIC受験人気の影響もあり、TOEICテスト形式で構成されている。リスニングに関してはTOEICテストのパート1、写真描写問題やパート2の応答問題のように、CDを聴き、3択もしくは4択から答えを選択する。リーディングセクションは、短文、長文の穴埋め問題や、英語で書かれた広告や手紙などの内容を読み、その問いに答える形式になっているものが多い。
- C. 映画DVDと併用するタイプの総合教材では、映画の中のセリフから、単語や語彙問題が作られている。これらは、あらかじめ語群が与えられたマッチング形式のものが多いように思える。また、内容に関する正誤問題や、映画の中で使われているセリフをリスニングのディクテーション問題として使用していることもある。スピーキングを促すために、映画の内容に関する質問に英語で答えるセクションなどが含まれているものも存在する。
- D. ポップスミュージックを使った総合教材。洋楽を聴きながら、歌詞の穴埋めをするといったディクテーションタイプのもので多く存在する。リーディングセクションには、歌手についての紹介やその歌が出来るまでの話などを読み、その内容に関する質問に4択から答えるといったものが多いように思われる。

2.2 既存テキストの問題点

Aに関しては、総合英語教材と謳っているにも関

わらず、リーディングの占める割合が非常に多い。また、本文の内容に関しても、必ずしも学生にとって興味や関心のあるトピックを扱っているとは限らない。また、テキストによっては記載している情報が古くなっているにも関わらず、再版を繰り返しているものもある。リスニングに関しては、本文の内容をネイティブ・スピーカーが音読しているだけなので、使用方法を工夫しない限り、面白味に欠けてしまう。

BのTOEICテスト形式の総合テキストは、TOEIC受験対策を中心にカリキュラムを組んでいるクラスでは特に問題はないのだろうが、文字通り、総合的英語力の習得を目標とする場合には、教える側の創意工夫が必要とされる。特に、リスニングは、答えを選択肢から選ぶだけの受動的な活動に陥りがちなので、テストテイキングスキルの向上には役立つが、聴いた内容を更に自分自身の発話に応用するといった域にまでは発展しづらい。またTOEICのテスト自体がリスニング・リーディング力を測定するテストであるため、スピーキング、ライティングの指導内容が不十分になる可能性がある。

Cの映画を使った総合教材では、映画(テキスト)の選択自体がかなり重要な要素となる。現代の大学生でも共感できる内容の映画であるかどうかによって、学生の反応に違いがある。筆者も過去に、映画DVD *Forrest Gump* と、その映画をもとに開発された映画総合教材“*American History in Focus*”(2005, Macmillan Language house)を採用したことがあるが、男子生徒が大半を占める理系工学部の大学ではとても喰い付きが良かったが、本校の栄養科学科のように女子学生がほとんどの大学で、ベトナム戦争での戦闘シーンなどを見せて果たして良い反応が返るかどうかは疑問である。

Dのポップスを取り入れたテキスト教材は、学生の関心を引くことももちろん、英語の聴き取りを困難にしている要因でもある、音の連結や脱落、同化などについての理解、習得には大変役に立つと思われるが、スピーキングやライティング活動が乏しいという問題点があげられる。

また会話表現を収録したリスニングを含むテキスト全般に関して言えることだが、どれも、あまりにスムーズな会話ばかり収録されてはいないだろうか。もちろん、テキストの著者と編集者があらかじめスクリプトを作成し、ネイティブ・スピーカーがそれをマイクの前で読むのであるから、言い間違いやいいよどみ、会話の間が空くなどはないはずである。しかし、実際の我々の日常会話はどうか。相手が言ったことが聞き取れずに、それを聞き

返したり、相手の真意を確かめるために『～ということですか?』と確認をしたりする。また、自分の言いたい表現が見つからずに、『つまり』や『まあ』などといった表現を使うこともあるだろう。このことは、英語においても同じである。(Tomlinson, 1998) 最近では、こういった authenticity への指摘から、既存の英語テキストにも、“Nice Talking with You 2” (2004, Macmillan Language house) など、自然な会話やインタビューを取り上げたものも存在はするが、その数はまだ圧倒的に少ない。

このように、上で述べたように、どのテキストにも一長一短があるため、テキスト使用に関しては、クラスのレベルやニーズに合わせた教員の創意工夫が必要となる。また、指導内容を補うためにも、副教材の採用、開発が必要となる。

2.3 自然な英語を聴きとり、自分の言葉で発話をするために

2.3.1 インターネットを使用したリスニング・ビデオ教材によるインプット

日本における英語教育環境は、EFL（外国語としての英語）であるため、英語でのインプットが非常に少なく、英語の授業以外では、ほとんど英語を聞く機会がないというのが現状である。ましてや、日常の自然な英語での会話のやり取りなどは、学生たちはなかなか耳にすることがない。インプットが極端に少ない状況で、文法や単語の意味を無条件に覚えるといった受験英語を強いられてきた学習者達は、大学生となり自分の意図することをアウトプットするときになって、「言いたいことはあるのだけれど、どの単語をどう使って表現したらいいかわからない」や「状況や話す相手によって、英語表現の使い分け方がわからない」と言ったようなジレンマにぶつかる。Ellis (2003) によれば、外国語学習において、特に初級や中級レベルの学習者にとって重要なのは、豊富なインプットなのだ。この点を考えると、先に述べたように、日本で出版されているテキストには、特にリスニングに関して言えば、自然なインプットが収録されているものが少ない。

この点を補うために、筆者が使用しているものが、インターネットからのダウンロード教材である。現在インターネット上には数多くのリスニング教材やビデオ教材が存在する。しかも、それらの多くは、You Tube などと同様で、無料で閲覧でき、

更に MP3 などにダウンロードが可能である。ネイティブ・スピーカー同士のたわいのない日常会話だったり、時事ニュース、あるトピックに関してのインタビューだったり、料理の作り方を説明したビデオクリップだったりする。大半は、スクリプトなどない、自然な会話を録音したものであるため、あたかも友人たちが近くで話をしているのが、自然と耳に入ってくるような感覚で聴くことが出来る。

また、使用されている単語数、難易度や会話時間の長さなども様々なので、授業で使用する際は、対象学生の英語レベルやクラスの特徴、導入する時期なども、教員によって容易に調整することが出来る。例えば、本校の栄養科学科の学生⁴に、シンガポール人女性が韓国系アメリカ人男性に鍋料理の作り方を教えている会話 (www.ello.org) をダウンロードしたものを聞かせると、大変興味を示していた。また、このサイトでは、会話のスクリプトも入手できるため、リスニング問題の作成やディクテーションとしての加工も可能である。この際も、クラスのレベルに合わせて難易度の調整が可能であるのは言うまでもない。

筆者は、毎回授業の前半にこれらのダウンロード教材を使用して、『英語耳・英語口づくり』の時間を15分から20分程度取るようにしている。時間的には十分とは言えないが、毎回の授業でこの副教材を使用することで、自然なインプットに触れる機会を学生達に提供していきたいと考えている。

2.3.2 自分の言葉を使ったアウトプット

自然なインプットを受けた後は、自分の言葉を使ってのアウトプット（発話）の練習が必要となる。Ellis (1997) によると、このアウトプットの際に重要なのは、例文の丸暗記などではなく、インプットから得た情報を頭の中で濾過した後に、自分の言葉でアウトプットすることである。

筆者は、授業で、ペアもしくは3人の小グループを作り、インプットで扱ったトピックについて5分程度話し合いをする時間を取るようにしている。学生の多くは、「自分が言いたいこと」と「実際に言えること」の間にギャップを感じるが、その溝を狭くしていくことがこのアウトプットの練習の最大の目的でもある。

⁴ 筆者は、本校2年生対象の『実用栄養英語 B』を担当しており、ダウンロード教材を使用したリスニング・スピーキング活動を授業の前半部分に導入している。

2.4 学生たちの声

以下はインターネットからのダウンロード教材を使用した活動に対する学生の反応である。

- ・毎回のリスニングがとても楽しかった。
- ・生の英語を聞いてよかった。
- ・リスニングがとてもためになると思う。
- ・始めは早くて、聞き取るのが難しかったが、だんだんと慣れていくのが分かった。
- ・アメリカ人やイギリス人の英語だけでなく、アジア圏の人達の英語も聴くことができよかった。
- ・日本に住んでいる外国人の会話が多かったので、内容が分かり易かった。
- ・難しい単語を使わなくても会話が出来るような気がした。
- ・聴き取れることは出来ても、話すときは思ったように表現できず会話が続かない。
- ・内容理解の3択問題が良かった。
- ・会話の大まかな意味をつかむ練習が出来てよかった。
- ・単語の使い方などが分かってとても勉強になった。

2.5 今後の授業づくりへの展望

これまで見てきたように、クラスのレベルや学生たちのニーズに合わせた授業づくりをするうえで、副教材の利用、また開発はとても重要である。現在使用している、ダウンロード教材以外にも、コンピューター使用が可能な環境があれば、英語で書かれたブログやホームページ、更には有名政治家から芸能人まで使用していると言われている、ツイッターなどに、学生自身がアクセスし、それらを通したリーディング・ライティング活動などを行うといった authentic な授業づくりも可能であると考えられる。グローバル化時代、そして情報化社会を生きる現代の我々にとって、インターネットを上手く利用しながら、世界から英語を学び、また世界へ自分を発信していくことが、今後更に望まれるのではないだろうか。

3. EFL環境における良い教材とは—アクティビティ作成の基準—

ペニントン 和雅子

3.0 教材選びの条件と現実

筆者は現在、大学の総合英語の授業を週8コマ担当しているが、テキスト選定には毎年かなりの時間を費やす。それは、前節で中山も述べているように、学習者のニーズにあった教材がなかなか見つからないからである。教材選びをする際に考慮する

主要な点は、(1) 教師自身が面白く、魅力を感じ、使いたいという意欲を喚起させるものであるか、

(2) 学習者の言語習得目標（言語材料の難易度、スキルの種類など）に合っているか、(3) 文化的差異が考慮されているか、(4) 学習者が、現実的で役に立つ内容だと納得できるものであるか、(5) 学習者にとって妥当な教授法が用いられているか、(6) 分量と価格が妥当か、である。

これらの条件を満たす教材を探すのは非常に難しい。まず、教師自身が魅力を感じる教材が少ない。面白い教材であっても、担当する学習者の言語的ニーズに合わなかったり、デザインが美しい市販のESL教材も、文化的、時間的（時代的）な乖離が著しく、学習者が学習内容と自分を関連づけるのが難しかったりする場合が多い。このような背景から、第1節で津田も述べているように、教材を学生のニーズに合うようローカライズすることが必要である。

本節では、ローカライズをコンセプトに執筆した“Fabulous Japan”の“Get together work together”とうコミュニケーションアクティビティ作成において留意した点を述べる。

3.1 効果的な教材の条件

効果的な教材の条件として、Crawford (2002) は、次の8つをあげている。

1. 言語材料が機能的で文脈化されていること。
2. 言語使用に目的があり学習者が言語使用に打ち込めること。
3. 言語材料が現実的で、オーセンティックであること。
4. 視聴覚教材が含まれること。
5. 現代のように技術革新が著しい時代においては、第二言語学習者のスピーキング・スキルだけではなく、ライティング・スキルも育てられること。
6. 学習者の自律性育成への配慮があること。
7. 学習者の個人差や文脈背景の違いに対応できるだけの柔軟さがあること。
8. 学習者が情緒的にも認知的にも学習に打ち込めること。

今回の教材開発にあたっては、3.0で述べた筆者自身の教材選定条件に加えて、Crawford (2002) が提示している条件に非常に気を配った⁵。特に、EFL環境の教育現場では、上記の条件1, 2, 3がESL環境よりも重要である。ESL環境であれば、教室外でも目標言語を用いるため、学習者は、教室内の学習内容が、実社会でどのように役に立つのかイ

メージがしやすい。しかし、EFL 環境では、そもそも日常生活に目標言語は必要ではなく、海外旅行の経験もない学習者にとっては、目標言語が使用される場面を想像しにくい。つまり、EFL 環境である日本の英語教育現場では、学習者が、学習内容を自分と関係のある事柄として認識できるようにすることが、言語習得の上でも、学習意欲を高める上でも重要である。

3.2 EFL 教材作成の際に特に留意すること

そこで、Crawford (2002) の条件の中でも、特に EFL 環境で特に留意すべき点、付け加えるべき点を以下に述べる。

3.2.1 言語材料や内容が、学習者の学習歴と習熟度に鑑み、適切であること

まずは、使用する言語材料である語彙、イデオム、表現などが、学習者の学習経験に鑑みて適切なものであることが必要である。あまりにも乖離が著しいと、学習者は目標設定ができず、挑戦する意欲を喪失してしまう。また、話題についても学習者がある程度の背景知識や経験を持っているものを用いる必要がある。

例えば、日本の大学生を対象とする教材の場合、高校までの学習内容を把握した上で、それらをいかに利用し、同時に追加、修正していくかを考慮するのが好ましい。“Fabulous Japan”では、1.3で津田も述べているように、言語材料の authenticity とのバランスを考慮して、高校までに学んでいないと思われる語彙には、日本語の意味を記した。

また、教材で取り扱う話題については、高校までに学んだ教科の内容（歴史、地理、数学、文学、科学など）や、日本人の学生ならほぼ共通して経験していると思われること（運動会や修学旅行など）を考慮に入れたアクティビティを作るよう配慮した。トピックに親和性があれば、学習内容の文脈化に効果的であるからである。

3.2.2 言語材料と使用場面が現実的であること (authenticity)

教室で使われる外国語の言語材料は、一般社会で使われる言語とは異なることが多い (Crawford, 2002, p.83)。教材で用いる言語の authenticity については、求められる厳格さの度

合いについて議論があるものの (Nunan, 1988, p.99, Ellis, 2003, pp.305-306)、言語の使用は、社会的活動の一部であるので、教材で使われる言語も真実な言語にできるだけ近い方が言語習得の上でも効果的である。それは、教材に出てくる語彙や表現を通して、現実的な言語モデルをインプットできるため、本番の会話のリハーサルとなり、実際の社会で用いることができるようになるからである (Nunan, 1988, p.105)。“Fabulous Japan”では、まさに authentic な教材を用いたため、応用度が高く、またすぐに使用できそうな表現については、学習者の注意が向くように、DICTATION や COMPREHENSION QUESTIONS でも取り上げた。

言語材料の authenticity が重要な一方で、使用場面の authenticity も必要である。学習者が使用場面を現実的、具体的にイメージできれば、目的をもって外国語学習を進める事ができる。“Fabulous Japan”では、外国人観光客に日本を紹介するという場面設定で多くのアクティビティを作成した。つまり、馴染みのある話題について、英語で情報発信することができるようになることを意識したアクティビティになるよう留意した。

3.2.3 学習者の個人差に対応できる柔軟性

学習者のニーズに合わせて言語材料や内容をローカライズしようと努めても、外国語学習においては、学習者の個人差が存在する事も事実である。そこで、学習者の言語的ニーズ、背景知識の度合いなどに応じて教師が調整できる柔軟性を残しておくことが必要である。

“Fabulous Japan”では、特に教師用マニュアルで、学習者の個人差に対応している。具体的には、教材やアクティビティの効果的な使い方の解説や、難易度の異なるエクストラ・アクティビティなどである。

3.2.4 視聴覚教材と絵や写真

外国語学習において、視聴覚教材や、絵、写真を用いる事は非常に有効である。これらは、学習者が目標言語を使用する場面を具体的にイメージするのに役立つ。教室はあくまでも「シミュレーション」であるため、視覚教材はシミュレーショ

⁵ ただし、5のライティングのみ、あまり取り扱うことができなかった。ライティングについては、ディクテーションや自分の意見を書いてみるなどの簡単な要素は取り入れたものの、リーディングとスピーキング中心の教材としたため、本格的なライティング・スキルは取り扱っていない。

ン空間の演出に効果的なのである。また、人間の記憶は視覚的なものであることが多く、言語提示では思い出せなくても、視覚的に提示されれば記憶が甦ることも多い。

“Fabulous Japan”でも、できるだけたくさんの絵や写真を出版社から準備してもらい、学習者がイメージを持ちやすいように工夫した。絵や写真の利用に関しては、著作権の問題が常に伴い、執筆者個人の力では、解決が非常に困難である。今回は、出版社が持つ豊富な資源のおかげでこれが実現できた。

3.2.5 学習者の学習意欲を喚起する

面白い（興味をわかせる）アクティビティは、学習者のモチベーションを高める（Dörnyei, 2001）と言われている。では、「面白い（興味をわかせる）アクティビティ」とはどのようなアクティビティであろうか。“Fabulous Japan”の執筆にあたり注意した点は、内容に親和性があり文脈化が容易であること、現在の言語習得レベルとの乖離が激しくないこと、知的好奇心に作用することである。

まず、内容に親和性があることと、現在の言語習得レベルとの乖離が著しくないことの重要性は3.3.1で述べた通りである。知的好奇心に訴えるとは、学習者がまだ知らない事柄を知りたいと思う事、もしくは、未習得の語彙や表現を、役に立つので習得したいと思うことである。“Fabulous Japan”では、例えば、外国人観光客に温泉のエチケットを説明する、奈良の一泊旅行の予定を立てる、地域の特産品や祭りを紹介するなどの身近な話題を英語で説明するアクティビティを豊富に取り入れて、学習意欲の喚起を促している。

3.2.6 その他の留意点

その他、教材作りにおいて留意した点を三点挙げる。第一に日本の大学の授業環境や教室環境を考慮し、少人数のクラスであっても、50人程度の大規模クラスであっても対応できる教材作りを目指したことである。

第二に、教師の授業準備の負担を和らげる工夫である。まずは、教材を開けば、アクティビティの流れが一覧できるようにした。これは、出版社のデザイン力による所が非常に大きい。また、3.2.3でも述べたが、教師用マニュアルを充実させ、時間配分にも配慮し、容易に授業計画が立てられるよう工夫した。

最後に、最も重要な点は、“Fabulous Japan”

を使用するであろう大学生の顔を思い浮かべながら、またクラスの状況を具体的にイメージしながら、自分の心も躍るアクティビティになるよう試行錯誤したことである。

3.3 結論

Lewis & Hill (1985) は、外国語教授の際の原則として、“Teach the students, not the book.”つまり、「教科書を教えるな、学生を教えろ」と言っている。また、“Learning is more important than teaching.”「学生が学ぶことは、教師が教える事より重要である」とも言っている。教材は、授業の中で重要な位置を占めることは間違いない。確かに、授業の成功は教材選びに負う部分もある。しかし、教材を使うのは、その授業を担当する教師であり、学生である。学生の学びにつながる教材でなければ、教材としての価値は薄れてしまう。教材開発の際には、その点を十分に認識する必要がある。

最後に、今回の教材作成では、経験豊富で優秀な共著者と校正者、助言者、またいつも有益なフィードバックをくださるセンゲージラーニング社の編集者に恵まれ、教材出版初心者の著者は、非常に大きな刺激を受け、また学ぶ事が多かった。教材開発の際には、各自の専門知識とチームワークを結集して仕事に当たることが非常に重要であると痛感した。筆者を忍耐強く指導してくれたこのチームに、この場を借りて深謝するものである。

4. 日本を拠点とする EFL 教材出版社から見た教材開発

ペニントン・ランダル

4.0. EFL 教材出版社への聴き取り調査の背景

前3節で、共著者らは教師の立場から教材開発や教材選択について論じた。本節では、出版社の立場からの意見を述べる。これは、福岡市に本社を置く EFL 教材出版社の創始者であり、自身も教師、教授法研究者であるポール・シミズ氏に聴き取り調査をした結果の報告である。

ポール・シミズ氏は、約40年に渡る経験を持つ熟練した英語、数学の教師であるだけでなく、約20年前には、共同創始者のエド・ローザ氏と共に、福岡市に EFL 教材会社 Intercom Press を立ち上げた人物である。またシミズ氏は、教員養成セミナー、教材開発、現場教育の面でも卓越した実績をあげており、本学の非常勤講師の経歴もある。

第1節で津田は、日本での英語教材を5つのグループに分類しているが、Intercom Press は、B. 2 の分類に最も近い会社である。同社は、英語の母語

話者が創設した会社で、日本市場向けに日本で教材開発することを目的としている。同社が発行する教材の98%は、日本で販売されている。

シミズ氏は、自身が開発した教材を「日本に特化した教材である。つまり、日本に居住し、教授経験もある教師によって、日本で開発され、印刷されたテキストである。」と表現する。Intercom Pressの日本市場への献身度は特筆すべき稀なケースとも言えるであろう。

4.1 教材開発の際の重要なポイント

シミズ氏によると、教科書のマーケティングにおいて、地域性に焦点をあてた教材は販売数が伸び、人気があるということだ。つまり、教材が使用される地方の特性を踏まえた教材開発をすると、利用者に喜ばれ、教育現場で使用する際の成功にもつながるといふ。シミズ氏は当初、日本の特性をほとんど反映しない教材を数冊開発したが、様々な問題が発生した。その経験を通して、教材が地域性を反映することの重要性を認識したとのことである。

シミズ氏は、豊富な経験に基づき、出版社からみて教材開発をする際に重要になる11のポイントを伝授してくれた。以下にそれらを列記する。

1. テキストのページは、「トップ・ダウン」でデザインされなければならない。つまり、ページは、上から下に直線的にデザインすべきである（新聞のようにデザインしてはならない）。それは、1ページの中にもあまりにも視覚的に目につく情報が多すぎると、学習者の注意力が散漫になり、教材の効果が薄れるからだ。もちろん、学習者が教科書のページをめくって、答えを探そうとするのは良い。しかし、最近のテキストには、あまりにも“eye candy”，つまり一見魅力的だが有用性に乏しいものが多いということだ。

2. アクティビティの指示文は、簡潔、簡単な英語の短文で書くべきである。日本語で指示を書くと、流暢性を鍛える授業が困難になり、また英語で意味交渉をする機会が奪われるので避けるべきである。

3. テキストには、余白、もしくは無地のスペースを十分に作らねばならない。これは、情報が氾濫しないようにするためである。また、ユーモラスな絵や図を用いると良い。

4. 各課で学習する文法項目や語彙は、ページの先頭に持ってくるべきであり、ページの末尾や脚注に書くべきではない。

5. 複雑なアクティビティやタスクは、避けなければならない。アクティビティのステップは、3つ以内にすること。

6. テキストをデザインする際には、アイコンを用いて、アクティビティの種類が一目で分かるようにすること。アイコンは、意味が明確で、また見やすいように配置すること。できるだけ大きい方が良い。

7. 懇切丁寧に手取り足取り教えるような内容にはせず、学習者の推測力を育てるような内容にすること。また、教科書を閉じて行うアクティビティやタスクを作成すること。シミズ氏によると、これによる効果は、(a) アイ・コンタクトが増える、(b) 発話の声が大きくなる、(c) ユーモアが出てくる、ということである。

8. 会話のアクティビティを作成する際には、学習者自身の個性や創造性が発揮できるよう工夫すること。

9. 学習者が必ずフル・センテンスで答えるようにすること。学習者に英語のリズムが提示され、学習者がそれを産出していることを教師は確認しなければならない。1単語だけの質問や答えはできないように工夫をすること。

10. リスニングのアクティビティは、難易度を過度に高く設定せず、70%程度の正解率を保つように心がけること。

11. アクティビティを実施するにあたり、学習者の準備時間に気を配ること。各アクティビティにどれくらい準備時間が必要かを考慮することが大切である。学習者がアクティビティに入る準備ができていなければ、適切な言語産出ができない。準備ができていないと、沈黙の時間が増え、流暢性を鍛えることができなくなるばかりではなく、興味も失ってしまう。アクティビティを実施する時間と同程度の時間、もしくはそれ以上の時間を準備のために用いる事ができるようデザインすべきである。

以上が、シミズ氏の聴き取り調査の結果である。上記11のポイントは、包括的とは言えないかもしれないが、同氏の意見は出版社の創業者として、また教師、研究者として長年の経験に基づいた洞察力溢れる指摘であることには間違いない。筆者は、教師が教材開発をするにあたり、このような出版社のニーズを把握し、同氏の経験から学ぶ事には大きな価値があると考えます。

おわりに

本稿では、日本の大学英語教材の特徴を分析した上で、今後の英語教育に求められる教材について考察した。そして、それに基づいて開発した“Fabulous Japan”の出版プロジェクトの実践報告を行い、authenticなアクティビティを用いた授業の実例も紹介した。さらに、教材開発における出版社側の視点も取り扱った。日本の英語教材の現状分析、また教材開発の実践報告が、今後の教材開発や選定、また授業計画の際の参考になれば幸いである。

謝 辞

本稿の執筆にあたっては、センゲージラーニング社の吉田剛氏にご協力をいただいた。謹んでお礼を申し上げます。

参考文献

- Akimoto, H., Hmada, M. (2005). *American History in Focus*: Macmillan Languagehouse.
- Blackwell, A. (2001). *GLOBAL LINKS: English for international Business*. New York: Longman.
- Crawford, J. (2002). The role of materials in the language classroom: Finding the balance. In Richards, J. C., & Renandya, W. A. *Methodology in Language Teaching: An Anthology of Current Practice*. (pp.80-91). Cambridge: Cambridge University Press.
- 大学英語教科書協会 http://daieikyo.jp/aetp/modules/pico/index.php?content_id=2
- Dörnyei, Z. (2001). *Motivational strategies in the language classroom*. Cambridge Language Teaching Library: Cambridge University Press.
- 英語 応援団 <http://www.eigogakushu.org/>
- Ellis, R. (1997). *Second Language Acquisition*. Oxford: Oxford University Press.

- Ellis, R. (2003). *Task-based Language Learning and Teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- ELLLO (English Listening Lesson Library Online). <http://www.ello.org/index.htm>
- English Language Teaching Manuals: Theory and Practice
- Kenny, T. (2004) *Nice Talking with You*: Macmillan Languagehouse.
- Lewis, M. & Hill, J. (1985). *Practical techniques for language teaching*. Language Teaching Publications
- 松本美江. (2009). 『英語で話す日本の名所』. 講談社インターナショナル.
- Maybin, D.W., & Maher, j.j. (2007). *The Active Learner*: Macmillan Languagehouse.
- Nation, P. & Macalister, J. (2010). *Language curriculum design*. Routledge.
- 西蔭浩子. (2009). 『英語で話すための日本図解事典』. 小学館.
- Nunan, D. (1988). *The learner-centered curriculum*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nunan, D. (1989). *Designing Tasks for the Communicative Classroom*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nunan, D. *Listen In Book 2, 2nd Edition*, Heinle.
- 佐藤良明. (2004). 『これが東大の授業ですか』. 研究社.
- 白畑知彦・村野井 仁・富田 祐一・若林 茂則. (1999). 『英語教育用語辞典』. 大修館書店.
- Stempleski, S. (2007). *Talk Time: Everyday English Conversation*. Oxford: Oxford University Press.
- Tomioaka, N. (2010). *Step-by-Step Listening*.
- Tomlinson, B. (1998). *Materials Development in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 津田晶子 (2008). 『大学英語教育のニーズ分析とプログラム評価：「接続的」「継続的」「国際的」なカリキュラム開発の視点から』. 九州大学大学院比較社会文化学府 比較社会文化学博士学位論文.
- 津田晶子 (2009). 「日本を英語で紹介したい」. 『英語教育』. 大修館書店.
- Twitter. <http://twitter.com/>
- Visit Japan キャンペーン. <http://www.jnto.go.jp/vjc/>
- 山内信幸. (2004). 「大学英語教科書を斬る！：その傾向と分析—同志社大学の事例を中心に」 『言語文化』 7—特集号. 同志社大学
- Valvona, C. (2008) *Insights into commercial language textbook publishing*. 『沖繩キリスト教学院

大学論集』5巻． 沖縄キリスト教学院大学 / 沖縄
キリスト教学院大学 編
Zemeckis, R. & Finerman, W. (1994). *Forrest Gump*.
U.S.A: Paramount Pictures.