

話し言葉教育の現状と課題

小 沼 俊 男

Some Aspects to Improve in the Present-Day
Speech Education in Japan

Toshio KONUMA

はじめに

話し言葉教育研究会の席で、離島の小学校の先生がこんな話をしていた。「島の子どもたちは、家庭でも、学校でもほとんど話をしない。相手が何を考えているのか、何をしようとしているのか察しがつくので、特に話す必要がない。どのようにして話し言葉教育を進めていいものか困っている」と…。都会の子どもの場合は、プライベートなところではよく話す。が、教室では先生の問いに答える程度で、まとまった話をする機会は少ない。1日声を出すこともなく下校する子どもが多い。先生に質問したり意見を言う帰国子女がいじめに遭うという話を聞く。「出る杭は打たれる」のである。授業で学生に発言を求めると、周りの様子を伺いながら細かい声で話すのはそのためなのだろうか。話すことより「沈黙は金なり」の意識が根づいていく。

いま、日本には、国際化と情報化の波が押し寄せている。限られた地域社会の中で、察し合いながら阿吽の呼吸で生活する時代ではなくなった。はっきりと自分の考えを伝えなければ相手は動かない、相手の考えを聞き出さなければコミュニケーションギャップを起す。これまでの話し言葉に関する教育は、どちらかと言うと礼儀を重んじた話し方や集団の中での協調に重点をおく傾向が強かった。しかし、これから

の話し言葉教育は、自己の考えを筋道立てて話す力と相手の話を傾聴し、相手から話を聞き出すことにより問題を解決する双方向コミュニケーション能力を育成することが、国際化時代の社会の要請に応えるものと考えられる。

そこで、本稿では、教育現場での話し言葉教育の歩みを通して現状を考察し、大学教育における指導の課題と発達段階における話し言葉教育のあり方について記述する。

1. 話しことば教育15年

話し言葉教育が小学校の学習指導要領に明確に位置づけられたのが1992年。中学校・高等学校でも順次指導要領の改訂が行われ、「話すこと」「聞くこと」の指導指針が示された。しかし各学校とも「話し言葉」に関しては、ほとんど手がかりがなく手探りの状態からのスタートとなった。当時私が在籍していた(財)NHK放送研修センター日本語センターでは、改訂前年に先生を対象とした話し言葉セミナーを開設した。NHKアナウンサーの放送体験をもとに組み立てたもので「話す・聞く」「読む」の二つの講座であった。3月と7月に行うこのセミナーには、全国の小学校・中学校・高等学校の先生を中心に毎年1,500人ほどの先生が講座を受講するようになった。講座の内容は指導法の講義ではなく、参加者自らの話す力、聞く力、

読む力を磨くことが目的である。開設当初は、スピーチや聞く、読むの実践にとまどう様子がみられた。スピーチの順番が近くなると姿を消す先生もいた。しかし、話し言葉は知識だけでは身につかないことに気づく先生が多くなり、回を重ねるごとにリピーターが増えてきた。講座も増設した。基礎講座として「話す」「読む」、応用講座として「プレゼンテーション」「インタビュー」「スピーチ」「ディベート」「発声・発音」「教科書を読む」などと、2講座で始まった講座数は16年経過した現在は8講座となり受講した先生は23,500人になる。

先生方は、セミナーで使用した教材をヒントに、それぞれ担当する学年に合う教材に模様替えしたり、新しい教材を作成して実践を積み重ねていった。地域における研究会活動もはじまった。なかには、学校全体で話し言葉教育に取り組むところも出てきた。教室には、生き生きとした子供の声がかかるようになった。そこには開花した話し言葉教育のうねりを実感させるものがあった。

このように、話し言葉教育は広がりを見せていったが、指導方法は教師によってまちまちで、教材の扱い方や体系的な指導については課題が山積している。例えば、スピーチやディベートを、段階を踏まずにいきなり実践に入るケースがある。この場合は、その前段で、話材の集め方、テーマの絞り方、相手に分かりやすく伝えるための話の組み立て方など話し言葉の基本を身につけるステップを踏まなければならない。また、会話の授業でも、会話の実践の前に、相手の話を傾聴することや、相手から話を広く深く聞き出すトレーニングを十分行う必要がある。話し言葉の基礎能力を育成するには、発達段階の子どもの力をみながら徐々に難易度を高めていく指導法や教材を考えなければならないが、その配慮のないまま、助走なしの実践に入ってしまうのである。教え方によっては、話すことが嫌になる子どもをつくってしまうことにもなりかねない。これは、話し言葉教育の指導法や教材が整っていないことや担当する教師自身も、これまで話し言葉教育に関する体系的な

指導を受けてきていないため、話し言葉教育の取り組みは、地域や教師によって濃淡がある。私自身、NHK名古屋放送局に在籍していた1998年に愛知県の小学校と話し言葉教育の共同研究を行った。学年別に1年間のカリキュラムを作成、「話す」「聞く」の教材を開発し授業を進めた。実践の経過はすべて音声テープに録音し、ラジオ番組で放送した。全校あげての取り組みが功を奏し子ども達の話す力は日毎に伸びていった。しかし、人事異動で校長や担当の先生が代わると、教育の中心は話し言葉から他の教科に移り、話し言葉教育は下火になっていく。各地の様子を見ても、研究発表までは、各先生とも熱心に取り組み、話し言葉教育に情熱を傾けるが、中心となっている先生が転出すると、それまでの教育が継承されないまま徐々に幕引きとなる。

2. 現在の学生の話し力

全国的にみて、現在の学生の話し力をみると、高校卒業までに、話し言葉教育を体系的に学んだ形跡がほとんどみられない。

論理表現の基礎となる「筋道立てて話すこと」、「相手の立場に立って話を聞くこと、相手から深く話を聞き出すこと」などは白紙の状態である。言葉を曖昧にし、感覚的に話している。就職面接のときは、マニュアル本をもとにつくり上げた自己PRをどこに行っても繰り返す。自分の言葉を失っている。

本来大学教育では、小・中・高の学習の成果のうえに、プレゼンテーション能力や交渉力、的確な表現を駆使する高度なコミュニケーション能力など、ビジネスや教育現場で活躍できる人材の育成を行わなければならない。しかし、大学入学までの話し言葉の学習が軌道に乗っていないために、小学校で学んでいるはずの「話すこと」「聞くこと」の基礎学習を大学教育の柱にしなければならない。しかし、それ以前の問題として、話し言葉教育を進めようとしても実習を中心とする「話す」「聞く」の学習に抵抗感を持つ学生が多い。人前で話すことに躊躇

する学生を話し言葉教育の場に参加させることから取り組まざるを得ない状況である。大学入学までの教育の場で人前で話す訓練を行っていれば、このような傾向は和らいでくるものと思う。現段階では、表現活動の根幹ともなる発話意欲を持たせ自己表現能力を育成していく指導法と実践手法の構築が必要不可欠といえる。

3. 現代社会が求める「話す」「聞く」能力

物を作れば売れていた時代が去った。バブル崩壊後は、情報を持つ者が、相手の立場に立って分かりやすく説明する、相手の話を傾聴し、相手のニーズやウォンツを聞き出し、的確な情報を提供することによって初めて信頼が得られ、物が売れていく時代となった。「話す力」「聞く力」なくしては、社会で機能し得ない。一部上場企業298社の人事担当者を対象に行った「職場におけるコミュニケーションの問題点」についてのアンケート調査（(財)NHK-CTI日本語センター）によると（3項目選択複数回答）、第1は「筋道立てて意見を述べられない」（151社）、第2は「要するに何が言いたいのか分からない」（144社）、第3は「他の分野の人に分かるように話せない」（119社）、「議論を避ける傾向がある」（114社）、「話が長い」（94社）である。

そして、社員に身につけさせたい能力として第1にあげるのが「分かりやすく説明・報告する能力」（196社）であり、次いで「プレゼンテーション能力」（135社）「情報を聞き出す能力」（123社）である。

一方、ジェトロ（日本貿易振興会）のコミュニケーション研究委員会は、「世界に通じるビジネス・コミュニケーションを」という提言をまとめている（1997年）。その中で、これからの社会は、「自己の考えや情報伝達のあり方」が鍵を握る時代と位置づけ、「自主的・主体的に自己の意見や考えを主張できる自立性が特に大切だ」と主張している。そしてそうした個人が、自己の責任において企業や社会の場で発言する条件を整備するよう求めている。

このように、経済活動の活性化を目指す企業は、「話す」「聞く」を中心としたコミュニケーション能力を重視し、営業職の社員はもちろん、エンジニアに対してもコミュニケーション能力向上のための研修を行う企業が多くなってきている。

こうした状況もあって、近年、社員の採用にあたっては、コミュニケーション能力とともに、学生の行動特性を見極めようと、面接に力を入れている。就職面接の場において採用者側は、志望理由、学生生活、セールスポイントの3大テーマを中心に学生の能力を測定する。特に学生生活では、学生のコンピテンシー（成果をあげる能力）の把握に重点をおく。部活やアルバイトなどの場で起こった出来事に対し、問題解決に向けてどのように対処したのかの説明を求め、論理思考、傾聴力、判断力など行動特性を測定する。学生は、体験した過程を具体的に（様子が目に浮かぶように）、事実と意見を区分けして（体験したことと、自分の意見を区別して）、筋道立てて（論理的に）、何を学び何を得たのかを話さなければならない。しかし、学生のほとんどが企業の魅力の羅列に終始し、自分自身を語らない。どんな仕事をしたいのかを明確にし、その根拠として学生時代に取り組んだことを具体的に伝える必要があるが、目標が曖昧で、学生生活もこれといったことをしていない学生が多く、コンピテンシーの測定が出来ないまま面接は終了する。

ビジネス社会が求める話力に対し、学生の話す力は、採用後の研修ではフォローしきれないレベルなのである。

4. 企業が求める話力と学生の話力とのギャップを埋める手立て

話をしたがらない学生は、「はい」、「いいえ」の一問一答で終わる。自己主張しようと思わず、他の人と話すことを避ける傾向がある。パブリックな場面では常に受け身で、プライベートな場に逃避する。このような発話意欲の低い学生は、将来の方向について曖昧な場合が多い。授

業以外の学生生活でもこれといった取り組みをしていない。将来の目標の有無と自己主張する意志とは決して無関係ではないのである。

発話意欲を生み出すもの、話す・聞くの土台となるものは、自分自身がいまなぜ学んでいるのかを考え、学んでいることをどう生かすのか、その目標をしっかりと掴むことではないかと考える。現在話し言葉教育の実践に意欲的に取り組んでいる学生は、目標に向かって確かな歩みをしている。このような学生は、発話意欲が旺盛で、論理表現や相手とのコミュニケーションを的確に図る手法の習得が早い。目標がはっきりしていない学生でも就労意欲のある学生は、目標を明確にしていく取り組みをしながら、徐々に「話す力」「聞く力」をつけていく。しかし、こうした学生は全体から見ると少数派である。

卒業年度に入ってから就職活動をしないう学生がいる。何をやりたいのかが言葉にならない。志望理由、学生生活、セールスポイントの欄に記入ができない。授業では話す・聞くの課題を手を替え品を替え実践するが、反応は弱い。目標を描けない学生は、話す、聞く、そして書くことを含めて表現力は脆弱である。話力の形成に必要なのは、話し手が、将来の自分を描き、いま何をすべきかを自分自身に問い、自分はこのようにやりたいという主張を言葉にすることではないかと考える。

自分と真剣に向き合い考える行為から、目標を明確にし、主張としての言葉を生み出していくのである。

ここに目標を設定した学生が、最終的にどのような成果をあげているのかを明らかにしたエール大学卒業生を対象に行った調査がある。

〔『望めば、叶う』ルー・タイス著、吉田利子訳。日経BP社。1953年調査〕

学生たちに、彼ら自身についていろいろ質問したのだが、そのなかに目標に関する項目が三つあった。「あなたは目標を設定していますか?」「その目標を書きとめてありますか?」「目標を達成するための計画がありますか?」。全部の質問にイエスと答えたのは、

学生の3パーセントにすぎなかった。

20年後、追跡調査が実施された。その結果、目標設定に関する質問にイエスと答えた3パーセントの学生は残りの学生にくらべて幸せな結婚をし、選んだ職業でも成功し、家庭生活にも満足し、健康状態も良好だった。それだけではない。53年卒業生の総資産の97パーセントは、この3パーセントの手に集中していたのだ。

著者は、このエール大学の調査結果から、「はっきりした目標を決めるとそれまで閉ざされていたチャンスが開かれ、一生を通じて役に立つプロセスが始まる」としている。

(1) 目標の明確化

～コーチングマインドによるサポート

学生自身が本気で自分と向き合いそれをサポートしていくことが話力の育成につながると強く意識したのは昨年12月の授業である。

卒業を前に自分自身の目標を課題にプレゼンテーションをする資料として、各自の行動傾向と対人関係についての自己分析を行ったあと、いくつかの設問を用意し、記入する作業に入った。設問は①自分のため、人のために、本当に大切なもの。②自分の最も優れた能力。③得意なこと、強さ。④大切にしている価値、信条、遵守すべきこと。⑤卒業後の目標。その他であった。

12人中半数近くがほとんど白紙の状態で私語を交わしている。その学生は、就職活動をしないうまま卒業を迎えようとしている。そこで、いま自分としっかり向き合う時間をつくること大切であることの意味を伝え記入を促した。私語は止み、顔を伏せていた学生も書き始めた。この場合教師としての自分にも、学生と本気で向き合う強い意志を問うことにもなる。

これまでに、目標が曖昧であったり、全く持たなかったりした学生と個別に話し合っている。そこで感じていることがティーチングの限界である。気がついてみると説教になっている。

相手の話を聞くことではなく、一方的にしゃべっている。学生は聞くだけで、自分の考えを言葉にできないままに終わっている。話す力を奪ってきたとも言える。これでは、学生の発話意欲は育たない。

何かいい方法がないかと思い、思い切ってPHP研究所のビジネス・コーチング、ベーシックコースとアドバンスコースを受講しPHP認定ビジネスコーチの資格を取得した。

コーチングは、「相手が本人の望む方向に向かって、本人の納得するやり方で進んでいくことを援助する技術である」としている。上意下達型からパートナーシップ構築型へ切り替え、目標にエネルギーを集中させる環境をつくり、見識と意欲を高め決意を呼び起こす指導法である。最も効果があるのは、自ら、目標達成の意志を持ちながらも、その方法が掴みきれないでいる場合なのである。学生の多くにあてはまる内容である。

そこで、PHPビジネス・コーチングのスキルをもとに、学生を対象に目標を明確にする方法について記述する。

コーチングは、コーチ（指導者）とクライアント（学生）との信頼関係の構築が前提となる。コーチの対応によく耳を傾けるクライアントであればあるほど、目標達成の精度は高くなる。

コーチングでは、クライアントや成長レベルに応じた数々のスキルを駆使することになるが、基本はGROWモデルで行う。GROWは、成長する、育成するという意味であるが、コーチングの五つの段階を示す要素の頭文字である。

まず、学生の目標を出来るだけ具体的にする段階（Goal）を経て現実の分析を行い、目標と現実のギャップを明らかにしていく（Reality）。次に学生の資源を掘り起こし（Resource）、目標に向かう方法についての選択肢を創造する（Option）。最後に選択肢の中から確信のもてる方法を選んで実行計画をつくる。その強い意志を確認する（Will）という段階を踏む。

① Goal（ゴール）

目標を設定する。内容は具体的、成果が計測可能、到達可能なストレッチな目標、期限が明確であることなどを旨とする。

GROWモデルの実施に当たっては、ゴールの設定が抽象的になるため、到達時点の状況を具体的にイメージできるようにする。学生が描く例としては「自分が創ったものを購入したお客さんから誉められたとき」など難しく考えずに、達成したときの「わくわく感」を言葉にするように導く。また、目標レベルを少し高めに設定して、やる気に結びつける。

目標設定で重要なのは、達成期限を明確にすることにある。そのうえで、ゴールまでの期間に取り組む内容を設定し実行していく援助をする。

② Reality（現実把握）

現在の学生がおかれた状況を客観的に知るための援助をする。そして、学生が持っている力と目標とのギャップを明らかにしながら、そのギャップを埋めていくための方策を考える。

③ Resource（資源の発見）

目標や願望を達成させるために有効な資源（人、物、金、知識、経験など）を掘り起こす。資源はないという不安を取り除くために、学生の「心・技・体」の側面に焦点をあてる。

心—意欲、勇気

技—知識、技能、経験、コミュニケーション能力

体—体力、健康 etc.

資源の発見はエンパワーメント（力づけ）になる。自分の資源に気づくことにより意欲がわき、行動を引き起こす。

④ Option（選択肢の創造）

問題解決や方法をできるだけ多くの選択肢の中から選ぶ。強い志がありゴールまでの方法は一つしかないという場合、その判断をサポートしていくが、一方で、結果として不成立の場合のことも視野に入れ選択肢

の創造をアドバイスする。

- ⑤ Will (目標達成の意志)
選択肢に優先順位をつけ実行計画を立てる。意志・やる気を確認する。

この過程でコーチをする側に求められるのが、肯定的ストロークである。相手の肯定的なところを認めるメッセージを送る。コーチングでは、このような行為を「承認」といい、クライアントの言動をしっかり受けとめる。人間は誰でも人から認められたいという欲求をもっている。否定的ストロークは相手の存在価値をディスカウントする。返ってくる言葉が否定表現であれば、その会話は未完了となる。未完了感がたまると、内向的になる。人と会うことをためらい口数が減る。学生から言葉が消える。学生の言動の肯定的な部分をとらえ、承認する会話の積み重ねが、完了感をもたらすものとなる。

こうした対応で言えることは、学生のサポート役は、学生から信頼されている立場の人が望ましい。目標に向かって意欲を持続させる援助は、経験豊かで、学生の生活を常に見つめているコーチ(指導者)が理想である。それは、クライアントの行動傾向によって、対応を考えなければならない要素があるからである。

コーチングでは人間のタイプを4つに分類している。①プロモーター(説得型)、②サポーター(支援型)、③アナライザー(分析型)、④ディレクター(主導型)の4つのタイプで、それぞれ人間関係を維持していく方法が異なる。

指導者はその行動傾向を把握し、援助効果を高める。

- ① プロモーターは、自発的で、人に注目されたいタイプ。コーチの対応は相手に強い関心を示し、能力を評価する。
② サポーターは人間関係を考え協力するタイプ。コーチは他への配慮を評価し、よい評判を具体的に伝える。
③ アナライザーは、正確さを期し、何事にも慎重に進めるタイプ。対応は相手の話を最後まで聞き、相手の思考プロセスに焦点を

あて評価する。

- ④ ディレクタータイプは問題解決に燃え、自分から進んでやるタイプ。対応は本人が望んでいる結果に焦点をあて、やる気を引き出す。

このような行動傾向は、日常学生と接触している指導者であれば、的確に対応できる。日常の接触がない場合は、コーチングの過程でのクライアントの言動から判断することになる。

何れにしても、行動傾向を把握しないで対応した場合は、サポータータイプの学生にリーダーシップを要求し、意欲を喪失させたり、ディレクタータイプの学生にコントロールされると受け取られ反発を買うなど、ミスマッチを引き起こす。

コーチングを学生対象に試みた場合、肯定的ストロークを進めるコーチ(指導者)に対し学生は、回を重ねる毎に信頼を寄せるようになり次第に心を開いてくる。目標の明確化が出来ないまま卒業を間近に控えた学生にも変化が見られる。自己の資源を言葉に表し、1年から3年後にかけての近未来の目標を設定しはじめたのである。漠然としてはいるが、目標設定の意志がほとんど感じられなかったこれまでの姿勢から、ためらうことなく自分の強さを前面に出し、自分の目標を第三者にアプローチする確かな意志(Will)を確認することができた。

このようなコーチングマインドで接触する学生の中には、数回のコーチングで自立していくケースもある。これは、コーチのサポートを自分のものにし、セルフコーチングを行うことができるためである。コーチングの究極は、セルフコーチングができる人材を育成することにある。

学生の自己を表現する力は、こうしたコーチングマインドによる試みで確実に身につけることができる。自分自身の目標を明確にし、計画を実行に移していく過程で、主体的に自己の考えを主張出来る自立性が備わってくるからである。

(2) 論理話法の育成

自分情報を明確に携えた学生は、人前で話すことへの躊躇はなくなる。話すことに正対し、自分が考えていることを分かりやすく話そうとする相手意識が芽生えてくる。

この段階で必要な能力育成は、筋道立てて話す力、つまり論理表現能力を相手意識との関連で考え実践していくことにある。

話し言葉の習得は、書き言葉と明確に区別して音の言葉としての特徴の理解からはじめる。瞬時に消える言葉が話し言葉であることから、原則は聞き手の知りたい順に伝える。つまり、主情報が先で、補助的な情報は後にする。

聞き手は、話し手が話す順番に声になった言葉を聞くことになるが、語順の主導権は話し手にある。このとき話し手が、主情報を後回しにして補助的な情報から話したとすると、聞き手の聞きたい順と食い違う。

話し手は、話す場、聞き手（何を知りたいのか）、話し手の立場、話す目的を踏まえ、情報の取捨選択をしなければならない。他者感覚の有無が話の分かりやすさの決め手となる。

声に表す場合は「全体から部分へ」（結論が先、理由は後）、「項目に分け見出しをつける」、「具体的に」、「事実と意見を区分けする」、「センテンスを短く」、「自然に話す」がポイントとなる。

(3) 聴いて訊く能力の育成

～双方向コミュニケーション～

ここまでの「きく」の文字表現は「聞く」に統一したが、ここでは「聞く」「聴く」「訊く」に分け、双方向コミュニケーションの要素である「きく」能力の育成について述べる。

きく技能開発のサインは、話し言葉同様、ビジネスサイドから発信されている。

顧客のニーズやウォンツを把握し、相手の要望に合う情報を提供することが事業拡大に結びつくことに気づいたからである。これまでの営業活動は、営業マンが持っている情報をシャワ

ーのように伝えることからはじめていたが、ミスマッチが多く実績があがらない。まず、顧客のニーズを掴んだうえでセールストークに移る。また、クレーム対応との関連でも、クレームの内容を十分聴き取ることからはじめるように指導が行われるようになった。これまでのクレーム対応では、いきなり企業の論理を押しつけるため、顧客は感情的になり、訴訟にまで発展する例もある。顧客を敵に回すのではなく、信頼の絆をより強くするために、きく力の育成を強化しているのである。

「きく技能」を身につけるための教育は「聞く」「聴く」「訊く」の3つの段階に分けて学習する。

この区分けは、「聞く、hear」（鳥のさえずりや生活音をきくレベル）、「聴く、listen」（話し手が言いたいことは何かを聴く、傾聴するレベル）、「訊く、ask」は、相手の話を聴き、広く・深く訊き出す」とする。いずれもトレーニングの必要上設定するものであり、実際のコミュニケーションでは、必要に応じて組み合わせることになる。

この中で重視しているのが、「聴いて訊く」能力である。相手の話を正確に聴き取り（listen）、聴いたことをもとに相手の真意を訊き出していく（ask）。この相手の話を深める「訊く（ask）」のロールプレイングでは、1～2問の質問のあとは絶句してしまうケースが多い。相手の話を掘り下げる問いが言葉にならない。

この状況を克服するためには、相手の話のショートフレーズを復唱しながら聴く「アクティブ・リスニング」、相手の話に共感を示しながら聴く「リフレクティブ・リスニング」の学習を積み重ねていく。そして、次に相手の答えの中から話を深めていく「訊く（ask）」へ進めるロールプレイングが有効である。つまり「聴く」ことができ、はじめて相手から話を「訊き出す」能力が身につけられるのである。

以上記述した「話す力」「きく力」を育成するための大前提は、常に軸足を相手においた他者感覚を持つことである。話し言葉教育の基本は、

相手を意識し、相手の立場に立ってコミュニケーションを図る能力を育てていくことにある。

5、別府大学で行う話し言葉教育の課題

大学における話し言葉教育は、民間企業、公共団体などへの就職を希望する学生や教師、保育士を目指す学生に特に必要である。ビジネス社会を目指す学生は、筋道立てて話すことの基礎からプレゼンテーション、ネゴシエーション、相手のニーズ・ウォンツを把握する聴いて訊く技能、敬意表現や他者感覚を備えた言語技術。

教師・保育士を目標としている学生は、自己の話す力・聞く力の研鑽を積むとともに、幼児、児童、生徒の「話す力」「聞く力」を伸ばすための教授法や教材を開発する力を身につけることが必要で、幼稚園・保育園・小・中・高等学校で話し言葉教育を担う人材の育成が課題となる。

6、話し言葉教育の体系化への支援

話し言葉教育は、学習指導要領に則り、発達段階に応じた指導法、教材の開発を進めながら、早期に体系化を実現させなければならない。

文部科学省では、小学校、中学校、高等学校における話し言葉教育に関する学習指導要領を策定している。幼児教育においても、話す領域を設け、幼児の話し言葉の教育について指針を示している。先に述べたように、1992年（平成4年）に小学校の学習指導要領の大幅な改訂が行われ、言語事項として「A表現—話す・書く」「理解—聞く・読む」と明記し、「話すこと・聞くことの指導を具体化させた。さらに2002年（平成14年）には、指導要領の改訂を行い、言語事項として「A話す・聞く」「B書く」「C読む」とし、伝え合う力を高めることをうたっている。話す内容を見ると、小学校1・2年生では「相手に応じ経験したことなどについて事柄の順序を考えながら話す」。3・4年生では、「相手や目的に応じ、調べたことなどについて筋道立てて話す」。5・6年生では、「目的や意図に応じ、考えたことや伝えた

いことを的確に話す」となっている。

中学校では、全体から部分への説明、事実と意見を区分けする話し方、また、情報の質を見極める力、的確な判断力の育成などを行う。

そして高等学校は、中学校までのカリキュラムの応用となり、「話す」「聞く」すべての要素が組み込まれている。このように幼・小・中・高の話し言葉教育は見事に体系化されているが、現状は、断片的であったり、未実施である場合が多い。発達段階に応じた指導は、前後の教育と切り離されて進められるのではなく、前の段階を受けた教育、そして次の段階に引き継ぐ教育の確実な流れを作りながら、指導要領の主旨の徹底をはかることが必要である。こうした様々な話し言葉教育の問題点を克服するためには、幼稚園から大学院までを有する学校法人別府大学学園の各教育機関の力をもって、話し言葉教育の支援を行うことが必要であると考える。具体的には、各段階の教育者からなる話し言葉の体系化に関する研究会を設置すること、そして、幼・小・中・高における話し言葉教育を発達段階に応じたものとするために、研究授業を通して年齢別に音声言語能力を調査分析し、その結果をもとに指導法と教材を開発する。そして、幼児から高校生までの各段階の教育が確実に受け継がれていく話し言葉教育の体系化の実現を目指すものである。

発達段階に応じた指導法と教材の開発は、大学における話し言葉教育を、本来の社会の要請に応えられる人材を育成する教育に高め、社会全体のコミュニケーション能力向上に貢献することになる。

参考文献

- 1, PHP研究所, ビジネス・コーチングの基本 (2004) アドバンスコース (2005) 認定資料。
- 2, 『実践ビジネス・コーチング』田近秀敏著, PHP研究所 (2003)
- 3, (財) NHK放送研修センター日本語センター調査資料 (1998)。
- 4, 『望めば、叶う』ルー・タイス著, 吉田利子訳。日経BP社 (1998)。