

# ICT ツール利用によるエモーショナルな批判的読みが

## 要約文・意見文の産出に与える影響

白石藍子・○鈴木宏昭・鈴木聡

(青山学院大学大学院文学研究科) (青山学院大学文学部) (青山学院大学ヒューマンイノベーション研究センター)

**【目的】** 大学ではしばしば、レポートや論文課題など、自ら論じるべき問いを発見し論じることが必要とされる。しかし、多くの学生にとってこのことは容易ではない。

レポートライティングには問題設定と論証の 2 つが含まれる。問題設定は書くべき問題を見つけるというきわめて重要な活動であるが、これについて十分な研究の知見があるわけではない。

我々は、問題設定における感情の役割(Thagard, 2006)に注目し、WEB 上で動作する感情的資料吟味ツール EMU (鈴木他, 2008) を開発した。EMU とは、戸田山(2002)に基づいた 5 つの感情タグ(へえ、そうそう、ムカツ、??、ここ大事)を用いて資料の気になる部分に下線を引きコメントを書き込んだり、グループメンバーとコメントを共有し、互いにコメントし合うことができるツールである。EMU の利用により、よいレポートが生みだされることが指摘されている(鈴木他, 2008)。

本研究では、感情タグを用いた継続的な批判的読みがその後の意見文の作成に与える影響を検討する。特に EMU を用いた批判的読みと、これと同じ活動を紙と鉛筆で行った場合の比較を行う。

**【方法】** 初年次生を対象とする演習授業 3 クラス (52 名) において 3 回の授業にわたって行った。このうち 2 クラスでは EMU を使った演習を行い、残りの 1 クラスでは EMU と同様の活動を、資料を印刷した紙と 4 色ボールペンを用いて行った。

学生には、WEB 上もしくは紙資料の課題文を読み、下線・コメントをする宿題が課せられた。授業時間では、4~7 人のグループで課題文の内容について討議する時間が設けられ、後半 20 分を利用して課題文の要約文・意見文が書かれた。

**【分析】** EMU での感情タグ使用量、コメント文字数、コメントの質と、産出された要約文・意見文の質との関係について確認した。コメントの質については 2 名の評価者が 3 件法で評価し、要約文・意見文については、2 名の評価者がそれぞれ 5 件法で評価した。意見文の評価については一致率が低いため、2 名の評価者のうち、いずれか高い評価をした者の評価を採用することとした。なお分析は 2、3 回目の授業時のデータを用いた。

**【結果と考察】** タグの平均使用量については、紙のグループが 17、EMU グループが 12.0 となっ

たが、タグに付与したコメントの文字数で見ると各々 386、789 となり、逆の結果が現れる。1 タグあたりのコメント文字数を見ると EMU グループの方が有意に多かった( $t(50)=2.78, p<0.01$ )。コメントの質について両群を比較すると、1 コメントあたりの平均点は紙グループが 6.21 であるのに対して、EMU グループは 7.57 となり、両者の間には有意な差が見られた( $t(50)=3.38, p<0.01$ )。これらの結果を見ると、EMU を用いた場合には比較的良好に考えた長めのコメントを行いやすくなることがわかる。

要約文の成績については 2、3 回目の合計点の分析では紙グループ 9.67、EMU グループ 10.41 と大きな差は見られなかった。また意見文の成績についても同様に両群に差はなかった(紙: 6.44 vs. EMU: 6.53)。この結果と前の結果から、EMU の利用により、よく考えた長いコメントが可能になるが、それが直接的にテキストの要約や意見文の質の向上に影響を与えるわけではないことがわかる。

以上の結果は感情タグによる批判的読みを通じた理解と意見文生成に、メディアが関係ないことを示している。しかしこのことは、感情タグによる批判的読み自体が、文章の理解と意見文の質の向上に影響がないことを意味するわけではない。そこでメディアの要因を排除し、優れたコメント活動を行ったグループとそうでないグループとの比較を行った。コメントの合計得点をコメント数で割った指標で被験者を二分したところ、要約文、意見文に違いは見られなかった。一方コメントの合計得点により被験者を二分したところ、要約文においては差が見られなかったが、意見文についてはコメント得点上位群が優れた意見文を書くことがわかった( $t(50)=2.13, p<0.05$ )。

以上の結果は、感情タグ、コメントを積極的に用いることでその後の意見文の質が向上すること、また ICT を用いた場合にはタグに対するよいコメントの作成可能性が高まることを示唆している。

### 文献

鈴木聡他(2009). マーキングと感情タグの付与によるライティング活動における批判的読解の誘発. 情処研報 2008-CE-98, Vol. 2008, No. 15, pp. 97-104.