

大阪商業大学学術情報リポジトリ

新聞に対する大学生の意識・態度 ーキャリアデザイン科目における新聞の活用ー

メタデータ	言語: ja 出版者: 大阪商業大学商経学会 公開日: 2015-09-26 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 宮坂, 朋幸, MIYASAKA, Tomoyuki メールアドレス: 所属:
URL	https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/63

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



新聞に対する大学生の意識・態度

キャリアデザイン科目における新聞の活用

宮坂朋幸

はじめに

- 1、新聞をどの程度読んでいるのか、いないのか。【1年生編】
- 2、学生にとって新聞は必要か。【1年生編】
- 3、キャリアデザイン科目の受講生の特徴
- 4、新聞への関心を高める試み キャリアデザイン科目での実践事例
- 5、考察と今後の課題

はじめに

新聞を使った授業実践（NIE：Newspaper in Education）は、現行の学習指導要領に「新聞の活用」が明記されたことによって、小・中・高等学校で一層盛んに行われるようになり、多くの研究も蓄積されてきた。一方で、大学教育での組織的な活動は低調と言われる¹⁾。

中央教育審議会は、「言語に関する能力の育成に当たっては、辞書、新聞の活用や図書館の利用などについて指導し、子どもたちがこれらを通して更に情報を得、思考を深めることが重要である」と述べ、新聞を「言語活動の充実」のために重要なものと位置づけている²⁾。大学が高等教育機関であることを考えれば、このような趣旨で新聞を使うことは適切ではないのかもしれない。しかし、大学進学率が50%を超え、大学でも高等学校までの補習教育が求められる状況において、大学生の言語力の底上げも無視できない課題になってきている。また、大半の学生が卒業後、「社会」に出ていく大学は、卒業後に次の「学校」に進むことが多い小・中・高等学校とは異なる事情を抱えている。学生たちは遅かれ早かれ「社会」に出ることを意識せざるを得ず、大学はそのための「キャリア教育」を義務として課されている³⁾。大学が抱えるこのような課題に対して、新聞は有効な教材になると考えられる。

新聞の特性は一覧性、俯瞰性、解説性、詳報性、記録性、携帯性、保存性などにあると言

1) 橋本(2014a)参照。

2) 中央教育審議会答申「幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善について」平成20年1月17日

3) 平成22年改正の「大学設置基準」の第42条2に以下の条文が新設された。「大学は、当該大学及び学部等の教育上の目的に応じ、学生が卒業後自らの資質を向上させ、社会的及び職業的自立を図るために必要な能力を、教育課程の実施及び厚生補導を通じて培うことができるよう、大学内の組織間の有機的な連携を図り、適切な体制を整えるものとする。」

われる⁴⁾。しかし、本稿でも述べるように、そもそも新聞自体に馴染みがない学生たちは、このような特性を十分認識しているわけではない。さまざまな情報媒体が存在し、ほとんどの学生がスマートフォンを携帯している時代において、大学の授業で新聞を教材として活用していくためには、学生が新聞の特性を利点として実感できるような工夫が必要になる。

妹尾彰は新聞の活用の実践モデルとして「新聞活用の三段階」(「新聞に親しむ」「新聞を読む」「新聞で考える」)を示している⁵⁾。しかし、大学生全員が必ずしも第3ステップ「新聞で考える」の段階にいるとは限らない。「大学だから」という理由だけで第3ステップからスタートするのではなく、まずは大学生の実態を確認したうえで、適切な段階からスタートする必要がある。

そこで本稿では、まず、大学生が新聞をどう見ているのか、その意識や態度の実態を調査する。対象としたのはO大学の学生である。その結果を踏まえて、O大学のキャリアデザイン科目における新聞活用の事例を紹介し、学生の新聞に対する意識や態度の変化について考察する。

1. 新聞をどの程度読んでいるのか、いないのか。【1年生編】

2014年6月にO大学の1年生(ゼミナールI A受講生)に対して新聞に関するアンケート(資料1)を実施し、457人から回答を得た⁶⁾。

(1) 新聞を読まない学生たち

まず「あなたは新聞をどの程度読みますか?」という設問に、表1①~⑥のような選択肢を用意した。「読む」(①~④)の幅をかなり広くとって、「読まない」(⑤、⑥)の選択肢を少なくしたにもかかわらず、「読む」149人(32.6%)、「読まない」308人(67.4%)という結果となった(表1)。

「読む」と回答した学生の約90%(134人)が自宅から通っている学生(以下、「自宅生」と略す)だったことから、「自宅生」と自宅以外から通っている学生(以下、「下宿生」)を比較してみたところ、「自宅生」356人中「読まない」は62.4%(222人)、「下宿生」101人中「読まない」は85.2%(86人)で、20%以上の違いが見られた。想像しやすいことではあるが、「自宅生」よりも「下宿生」の方が新聞を読まない傾向があることが確認された。

ただし、「自宅生」でないことが新聞を読まない理由の一番ではない。「新聞を読まないのはなぜですか?」という設問に対する回答(表2)の最多は「読む習慣がない」259人(84.1%)、次が「読むのが面倒」211人(68.5%)、続いて「インターネットで見る」195人

4) 赤池幹「新学習指導要領とNIE」、NIE 教育に新聞を、財団法人日本新聞教育文化団、<http://nie.jp/study/> (2015年3月2日閲覧)

5) 妹尾・枝元(2008)参照。

6) 6科目担当者である橋本信子、和田充弘、榎本恵理、平岡光太郎、望月詩史各氏の協力を得て、2014年6月1日~14日に各担当クラスで実施した。なお、ゼミナールI Aではこのアンケート実施とともに、4回連続で新聞を活用した授業を実施している。詳細は平成24~25年度大阪商業大学教育活動奨励助成費報告書『学生の参加意欲を喚起する授業方法に関する研究・実践』2014年を参照。

表1：新聞を読む頻度（1年生）

①毎日読む	②2、3日に1回読む	③1週間に1回読む	④気が向いたら時々読む	⑤ほとんど読まない	⑥まったく読まない
18人	24人	12人	95人	108人	200人

表2：読まない理由（「読まない」1年生）(MA)

読む習慣がない	259人	84.1%
読むのが面倒	211人	68.5%
インターネットで見る	195人	63.3%
家で購読していない	179人	58.1%
読まなくても困らない	176人	57.1%
読む時間がない	164人	53.2%
難しいから	125人	40.6%
気になるニュースが無い	98人	31.8%
新聞は信用できない	22人	7.1%

で、「家で購読していない」は179人であった。

以上を複合的にみれば、「読む習慣がない」背景には、「家で購読していない」ために日常的に新聞を目にする機会が少なく、幼い頃から便利なメディアが身近にあるために、新聞に接する機会が相対的に少なくなっているといった環境的な要因と、新たなメディア機器の利便さ・手軽さに対して新聞を手取ることを面倒に感じるといった主観的な要因とがあるように思える。

また、「日々のニュースを何で知りますか？」に対する回答（複数回答可）は表3、「その中で一番は？」という問いに対しては表4のような回答になった。近年の学生のスマートフォン所持率の高さから、「インターネット」が多いのではないかと予想したが、異なる結果となった。

上記「読まない理由」の「習慣がない」「面倒」を踏まえれば、テレビを見る習慣がある学生たちが、画面上に流れてくる情報を眺めている、という情景が浮かんでくる⁷⁾。つまり、日々のニュースを知るためにわざわざ行動を起こすような積極的な情報収集の姿勢ではなく、消極的に情報に触れる学生たちの姿が見えてくるのである。

(2) 新聞を読む理由

では、「読む」学生の理由は何か。8つの選択肢から複数回答可とした結果が、表5である。最多は「気になるニュースがある」であったが、学生が「気になるニュース」について

7) これは〇大学の学生に限ったことではない。東京・神奈川及び熊本の大学生に対してアンケート調査を行った渡部雅男・小畑喜一は、ニュース情報収集の特徴について分析した結果、「学生は『たまたまついているテレビを何となく見る』ことによって、ニュースを取り込んでいる」と指摘している（渡部・小畑（2013）84頁）。

表3：日々のニュースを何で知る？(MA)

テレビ	432人	94.5%
インターネット	364人	79.6%
友人	296人	64.8%
講義	122人	26.7%
新聞	90人	19.7%
ラジオ	33人	7.2%
その他	0人	0.0%

表4：その中で一番は？

テレビ	234人	51.2%
インターネット	102人	22.3%
新聞	21人	4.6%
友人	13人	2.8%
講義	3人	0.7%
ラジオ	3人	0.7%
その他(未回答含む)	81人	17.7%

表5：読む理由(「読む」1年生)(MA)

気になるニュースがある	129人	86.6%
ニュースに関心がある	99人	66.4%
家で購読	73人	49.0%
わかりやすい	66人	44.3%
就職活動	51人	34.2%
習慣	31人	20.8%
義務感	15人	10.1%
他メディアを信用できない	9人	6.0%
その他	0人	0.0%

は「特にどんな記事に注目しているか」という設問に対する回答(複数回答可)が参考になる(表6)⁸⁾。最多は「スポーツ」であったが、「その中で一番は？」に対する回答も「スポーツ」79人であった。

一面記事は新聞を手にとれば目に入る。とすれば、学生たちが注目しているのは、自分がすでに興味を持っている記事(スポーツ、テレビ、芸能)や、身近な話題(地元のニュース、生活に役立つ情報)に偏る傾向があることがわかる。つまり、学生が新聞を読むのは、自分の関心や視野を広げるような情報を獲得するためではない、と推察されるのである。

2. 学生にとって新聞は必要か。【1年生編】

(1) 新聞は「世の中に必要」

以上、新聞に対してかなり消極的な学生たち(1年生)の姿が明らかになった。では学生たちは新聞の必要性を感じていないのであろうか。その疑問を解消すべく、次に、新聞の必要性に関する主観的評価、客観的評価の2種類の設問への回答を求めた。

8) この設問は、「読む」を選択した者に限定していたが、「読まない」を選択したにもかかわらず回答した学生がいたため、母数(149人)よりも大きい数値になっている。

表6：注目記事（「読む」1年生）(MA)

スポーツ	152人
一面記事	150人
テレビ欄	137人
芸能	119人
地元のニュース	116人
生活に役立つ情報	113人
社会	87人
経済	80人
国際	63人
政治	54人
コラム	36人
文化	42人
株価	32人
読者投稿	27人

一つ目の設問「あなたは新聞を読まなければならないと思っていますか？（読む必要があると思っていますか？）」に対する回答は、「ある（必要）」229人、「ない（不要）」228人ときれいに半々に分かれた。ただし、特に前者において、「人によって異なる」、「その人の責任だから」、「新聞を取っていない人もいるから」など、回答者自身にとって必要か不要かを問う質問の意図を捉えられていない回答も複数あった。

それに対して、二つ目の設問「あなたは今の世の中に新聞は必要だと思いますか？」に対する回答は、必要357人（78.1%）、不要100人（21.9%）であった。つまり、自分にとって必要かどうかはともかく、現代社会には新聞が必要であると思っている学生が8割近くいたということである。

さらに詳しく見てみよう。

表7は、新聞を「読む」学生と「読まない」学生が、新聞の要不要をどう考えているかをまとめたものである。「読む」学生が「読む必要がある」や「世の中に必要」を選択し、「読まない」学生が「読む必要がない」を選択することについては、当然ともいえるだろう。

注目すべきは、「読まない」けれども「世の中に必要」（74.4%）、「読まない」けれども「読む必要がある」（45.5%）を選択した学生たちである。

まず前者、「読まない」けれども「世の中に必要」の理由を、自由記述欄から取り出してみる⁹⁾。

多く見られたのは「色々なことを知れる」、「情報がはやいししっかりしている」、「細かいニュースは新聞でなければいけない」、「手軽に情報を得られる」、「手にとって読むことは必

9) ただし、かなり短文の回答が多いため、明確な分類は困難である（以下も同様）。また回答は学生が書いた文章のママである。

表7：新聞に対する意識（1年生）

	読む必要が		世の中に	
	ある	ない	必要	不要
読む	89人 (59.7%)	60人 (40.3%)	128人 (85.9%)	21人 (14.1%)
読まない	140人 (45.5%)	168人 (54.5%)	229人 (74.4%)	79人 (25.6%)
計	229人	228人	357人	100人

要だと思う」、「過去のことも見れる」、「じっくり自分のペースでどこでも情報を仕入れることができる」など、「はじめに」でも述べた新聞の特性を想起させる回答である。ただし、ほとんどの回答が短文であるため、それらの特性を利点としてどこまで理解しているのかは不明である¹⁰⁾。また、「情報を得る一つの手段」、「色々なところから情報を得られた方がいい」など、情報の獲得方法やそのソースの多様性を確保するために「必要」という回答や、「世の中の情報源」、「新聞にしかないものがあると思う」と、新聞の意義を強調する積極的な回答も少数ではあるが見られた。

一方で、「読む人もいるから」、「読んでる人が多いから」など、読む習慣がある人に配慮する回答（29人）や、「テレビを見ない人もいるから」、「パソコンやテレビを持っていない人もいるから」など、情報へのアクセス手段が限られている人に配慮する回答（13人）が見られた。また、「昔からの伝統だから」、「今さら無くすわけにはいかないから」、「いろいろな情報があってもいいと思うから」、「なんとなく」といった回答も少なからずあった。つまり、積極的に新聞の意義を認めて「必要」というよりも、少数派への配慮や、昔からあるのでなんとなく、といった消極的な理由が一定数を占めていたということである。

次に後者、「読まない」けれども「読む必要がある」理由を取り出してみる。その理由は、大きく4つに分類できる¹¹⁾。

1つ目は、自分の力量形成のため（69人）である。その中で、最も多かった回答は、「世の中の情報を知るため」、「社会の事情を知る必要があるから」、「日本の今の情勢や流行を知るため」など「世間のことを知るため」（36人）次に、「必要最低限の知識を身に付けるため」、「一般常識だから」、「日本経済の知識を増やすため」、「情報を取り入れるため」といった「知識の獲得のため」（17人）そして「読解力や文章力がつくため」（16人）であった。

2つ目は自分の将来のため（26人）である。具体的には、「社会人になるには必要だから」、「社会に出て会話をするにあたって、ニュースを知らないと話にもついていけずに恥ずかしい思いををすると思う」、「今、読んでおかないと世間知らずの人になってしまう」、「読まないより読むほうが人生の役に立つ」という回答である。中には、「就職活動に役立つから」と、明確に就職活動を意識した回答も見られた（6人）。

3つ目は、自分の力量形成の方法として有効であるためである（19人）。具体的には、「自分に興味がなかったものでも見出しただけである程度理解できる」、「テレビでみるより文章でよむほうが頭に入る」、「新聞は何回でも読めるから」、「知らないことがたくさん書いてある

10) 今後、設問に工夫が必要である。

11) 未回答者もいるため、人数の合計は140人よりも少なくなっている。

から」、「世界が広がる」といった回答である。

4つ目は、新聞の特性によるため（11人）である。具体的には、「テレビでは補えないものもあると思う」、「インターネットは信用出来ない時がある」、「新聞にしかない地元のニュースなどもある」といった回答である。

以上、「読まない」けれども「世の中には必要」または「読む必要がある」理由を確認した。特に「読む必要がある」理由からは、「読まない」学生を今後、「読む」学生に転換させるヒントを得ることができる。

(2) 徹底的な新聞否定派 「読まない」「読む必要がない」「世の中に不要」

このように、消極的ながらも新聞の意義を何らかの面で認めている学生が多数を占める中で、やはり無視できないのは「読まない」「読む必要がない」「世の中に不要」を選択した学生、つまり、徹底的に新聞は不要だと解答した学生（54人、全体の11.8%）である。その理由を見てみよう。

まず、「読む必要がない」理由は、大きく3つに分類できる。1つ目は、「テレビでも放送している」、「インターネットで見れる」など、情報取得の方法は他にもあるという理由（27人）である。この学生たちが使用する言葉をまとめれば、「すばやく」「簡単に」「大体の情報」を知ることができることが、他のメディアと新聞を比較する時のポイントになっていることがわかる。その視点からは、新聞の利点を見つけることができなかつたのであろう。2つ目は、「現在の生活に支障がないから」、「読まなくても生きていけるから」、「今まで読まなくても困らないから」など、読まなくても困らないという理由（13人）である。3つ目は、「効率が悪いし、知りたいニュースが載っていない場合がある」、「毎月とったら高いから」など、新聞自体のマイナス面への懸念（6人）である。

次に「世の中に不要」の理由は、上記「読む必要がない」理由と重なるものが多かつたため、同じ3つの分類をして回答者数を確認してみる。1つ目の「情報取得の方法は他にもある」は30人、2つ目の「読まなくても困らない」は8人、3つ目の「新聞自体のマイナス面への懸念」は8人であった。特徴的だつたのは3つ目に分類した「これこそ資源の無駄」、「紙がもったいない」といった回答であった。また、2つ目に分類した「読む必要がないと思うから」、「なくても生きてはいける」、「自分自身読まないから別にいらない」といった回答は、新聞の存在意義に対する認識不足という問題以上に、ものの見方の問題、すなわち、自分に不要なものは世の中にも不要であるというものの見方を示している。

このように「（自分が）読む必要がない」理由と「世の中に不要」の理由とが、同傾向（ほぼ同数）にあり、中には、自分に不要なものは世の中にも不要と考える者までいることから、ここに分類される学生は、主観・客観の区別が薄いと見る必要があると思われる。この傾向は新聞否定派に限られるものではなく、(1)で指摘した「あなたは新聞を読まなければならないと思っていますか？（読む必要があると思っていますか？）という質問の意図を捉えられていない回答をする学生にもみられる傾向なのかもしれない。また、「現在の生活に支障がないから」、「今まで読まなくても困らないから」という回答からは、情報収集の基準が過去や現在に偏っていることがわかる。つまり、これまでの自分や今の自分にとって必

要な情報かどうかを判断し、未知の世界にいる未来の自分、具体的にいえば、大学を卒業して社会に出た時の自分という判断基準を持たない(獲得できていない)学生が一定数いるということである。

以上のとおり、今回考察の対象にしたO大学の1年生は、新聞を「読まない」が「世の中には必要」と思っている学生が最も多かった。また、「読まない」けれども「読む必要がある」と思っている学生が半数近く存在し、その理由は「世間のことを知るため」が最多、続いて「将来のため」であった。そして、「読まない」学生の8割近くが、消極的な理由とはいえ「世の中に必要」と回答していることを踏まえれば、その「世の中」に今の自分も「大学生」として含まれていること、さらには将来「社会人」としてその「世の中」に出ていくことに対する自覚を促すような取り組みをしていけば、「読む」学生へと転換させられるのではないかという期待が持てる。それは、主観と客観の区別が薄い、新聞否定派の学生たちに、客観としての「社会」を意識させることにもつながるであろう。

大学生が「社会」を意識し、将来の自分について考える、という趣旨は、O大学が設置するキャリアデザイン科目¹²⁾の趣旨と一致する。キャリアデザイン科目は、大学生が将来「社会人」となって働くこと、働き続けることの意義について考えるとともに、その視点から自分自身の「大学生」生活を考えることを目的としている。上記のような1年生が後期または翌年の前期に受講できるこの科目で新聞を活用することによって、相乗効果が期待できる¹³⁾。

3、キャリアデザイン科目の受講生の特徴

(1) やはり新聞を読まない学生たち

本稿では、キャリアデザイン科目で実施した「『新聞を知る』事前アンケート」(前掲資料1)に対して回答が得られた、1年生13人、2年生29人、3年生52人、4年生30人、不明(学年未記入)2人、計126人を考察の対象とする¹⁴⁾。

「はじめに」でも指摘したとおり、新聞を活用した授業を効果的なものにするためにはまず、受講生の現状を確認しておく必要がある。そこで、まずは上記1年生に関する分析に沿って、受講生の基本情報を確認する。

表8のとおり、「読む」(①～④)は34人(約27%)、「読まない」(⑤、⑥)は92人(約73%)であった。また、「読む」と回答した学生の約85%(29人)が「自宅生」であり、「自

12) キャリアデザインは1年生後期に配当されている「入門」と、2年生前期に配当されている「応用」がある。本稿ではこの2科目をあわせて「キャリアデザイン科目」と略称する。

13) なお、注6で既述の通り、1年生前期のゼミナールIAでも新聞を活用した授業を4回実施している。キャリアデザイン科目ではこれまでも新聞を活用した授業を実施していたが、2014年度に初めてゼミナールIAとの科目間連携を意識した取り組みを行なった。学生が新聞の意義を実感するためには、単発ではない継続的な取り組みが必要と考えたためである。

14) 「キャリアデザイン応用」(5月26日)の受講生91人(2年生24人、3年生41人、4年生26人)と、「キャリアデザイン入門」(10月8日)の受講生33人(1年生13人、2年生5人、3年生11人、4年生4人)である。なお、キャリアデザイン科目は対象学年が定められてはいるが、他学年の学生の受講を妨げるものではないため、2014年度はすべての学年の学生が揃うことになった。

表8：新聞を読む頻度（キャリアデザイン受講生）

①毎日読む	②2、3日に 1回読む	③1週間に 1回読む	④気が向いたら 時々読む	⑤ほとんど 読まない	⑥まったく 読まない
5人	5人	3人	21人	39人	53人

宅生」93人中「読まない」が68.8%（64人）、「下宿生」33人中「読まない」は84.8%（28人）であった。「自宅生」よりも「下宿生」の方が新聞を読まない傾向があることを含め、1年生の場合とほぼ同傾向であった。

各学年別の分布は以下のとおりである（表9）⁵⁾。

「読む」34人中31人（91.2%）が上級生（2～4年生）であることは目を引くが、「読まない」92人中82人（89.1%）も上級生である。これは母数が違うためであり、単純な比較はできないが、受講生の傾向として、比較的「読む」のは上級生であると指摘できよう。

次に「読まない理由」（表10）は、「家で購読していない」が第1位であった。ただし、1年生で第1位となった「読む習慣がない」は微差の第2位であり、順位の傾向は1年生だけの場合と大きな違いは見られない。

また、「日々のニュースを何で知りますか？」に対する回答（複数回答可）も、1年生のみの場合の順位と一致した。そしてその中で一番（表12）も、「テレビ」が最多（74人）で回答者の半数以上を占め、1年生のみの場合と一致した。

続いて、新聞を「読む」学生（34人）が「読む」理由（複数回答可）の第1位は「気になるニュースがある」20人（58.8%）、第2位は「家で購読」13人（38.2%）、第3位は「ニュースに関心がある」10人（29.4%）（表13）であり、「気になるニュース」に該当すると推察される「注目記事」やその中の1番は「スポーツ」であった。これも1年生のみの傾向とほぼ一致する。また、「読む」理由としてわざわざ「その他」を選択して「スポーツの結果」、「スポーツ」と回答する学生もいた。1年生の傾向とあわせてみても、〇大学の学生と新聞をつなぐ主要因は「スポーツ」であることがわかる。

以上の諸項目については、1年生のみの場合の諸傾向と、キャリアデザイン科目受講生の諸傾向はほぼ一致していることが確認できた。

(2) 特に新聞に消極的な学生層

最後に、新聞の必要性についても確認する（表15）。

まず、「あなたは新聞を読まなければならないと思っていますか？（読む必要があると思っていますか？）」に対する回答は、「ある（必要）」63人、「ない（不要）」63人とこれまた1年生のみの場合と同様、きれいに半々に分かれた。また、「今の世の中に新聞は必要だと思いますか？」に対する回答は、「必要」83人（65.9%）、「不要」43人（34.1%）であった。ほぼ1年生のみの場合と同様の傾向になったが、「読む」・「読む必要がある・ない」

15) ⑥の合計人数（51人）と前出表9の⑥の数値（53人）が合致しないのは、⑥と回答した者の内、2人が学年未記入であったためである。

表9：新聞を読む頻度【学年別】(キャリアデザイン受講生)

	①毎日読む	②2、3日に 1回読む	③1週間に 1回読む	④気が向いた ら時々読む	⑤ほとんど 読まない	⑥まったく 読まない
1年生	0人	0人	0人	3人	2人	8人
2年生	2人	0人	2人	3人	11人	11人
3年生	1人	3人	1人	10人	15人	22人
4年生	2人	2人	0人	5人	11人	10人

表10：読まない理由(「読まない」受講生)(MA)

家で購読していない	47人	51.1%
読む習慣がない	41人	44.6%
インターネットで見る	24人	26.1%
読むのが面倒	17人	18.5%
読む時間がない	13人	14.1%
難しいから	12人	13.0%
読まなくても困らない	11人	12.0%
気になるニュースが無い	4人	4.3%
新聞は信用できない	3人	3.3%
ニュースに関心が無い	2人	2.2%
その他	6人	6.5%

表11：日々のニュースを何で知る？
(キャリアデザイン受講生)(MA)

テレビ	116人	92.1%
インターネット	102人	81.0%
友人	45人	35.7%
新聞	20人	15.9%
講義	12人	9.5%
ラジオ	0人	0.0%
その他(未回答含む)	3人	2.4%

表12：その中で一番は？
(キャリアデザイン受講生)

テレビ	74人	58.7%
インターネット	38人	30.2%
友人	4人	3.2%
新聞	1人	0.8%
講義	0人	0.0%
ラジオ	0人	0.0%
その他(未回答含む)	9人	7.1%

表13：読む理由（「読む」受講生）(MA)

気になるニュースがある	20人	58.8%
家で購読	13人	38.2%
ニュースに関心がある	10人	29.4%
習慣	3人	8.8%
就職活動	2人	5.9%
義務感	1人	2.9%
わかりやすい	0人	0.0%
他メディアを信用できない	0人	0.0%
その他	4人	11.8%

表14：注目記事（「読む」受講生）

スポーツ	20人
一面記事	17人
テレビ欄	14人
芸能	13人
社会	10人
経済	9人
政治	9人
文化	9人
国際	8人
地元のニュース	6人
生活に役立つ情報	6人
株価	3人
その他	1人
コラム	0人
読者投稿	0人

表15：新聞に対する意識（キャリアデザイン受講生）

	読む必要が		世の中に	
	ある	ない	必要	不要
読む	26人 (76.5%)	8人 (23.5%)	31人 (91.2%)	3人 (8.8%)
読まない	37人 (40.2%)	55人 (59.8%)	52人 (56.5%)	40人 (43.5%)
計	63人	63人	83人	43人

の数値に17%弱、「読まない」・「世の中に必要・不要」の数値に18%弱の違いが現れた。前者のように、「読む」学生が1年生以上に積極的な回答をしたことは、「キャリアデザイン」という名の科目をわざわざ受講するような、自分のキャリア形成に積極的な学生の存在を示していると考えられるが、一方でより注目しなければならないのは、後者のような「読まない」学生の、より消極的な傾向である。「キャリアデザイン科目」の受講生にもかかわらず、なぜこのような傾向が現れたのだろうか。

そこで、「読まない」学生（92人）が「読む必要がある・ない」や「世の中に必要・不必要」に対して、どのように回答しているか、さらに詳細に学年別にして確認してみる（表16）。

各学年の母数が異なるため、人数とともに、各母数に対する割合を算出した。結果、「読む必要がない」、「世の中に不要」ともに、もっとも大きな数値を示したのは4年生で、2番目が3年生であった。つまり、「読まない」学生の消極的な傾向を示す数値を押し上げたのは、3、4年生であったということである。2年生が1年生よりも積極的な回答（「ある」「必要」を選択）をしていることを考えてみればなおさら、3、4年生の新聞に対する消極性が際立つ。

表16: 「読まない」学生の傾向(キャリアデザイン受講生)

	読む必要が		世の中に	
	ある	ない	必要	不要
1年生(10人)	4人(40.0%)	6人(60.0%)	6人(60.0%)	4人(40.0%)
2年生(22人)	14人(63.6%)	8人(36.4%)	14人(63.6%)	8人(36.4%)
3年生(37人)	13人(35.1%)	24人(64.9%)	21人(56.8%)	16人(43.2%)
4年生(21人)	6人(28.6%)	15人(71.4%)	10人(47.6%)	11人(52.4%)
不明(2人)	0人(0.0%)	2人(100%)	1人(50.0%)	1人(50.0%)

表17: 新聞否定派(キャリアデザイン受講生)

	人数	割合
1年生(13人)	3人	23.1%
2年生(29人)	3人	10.3%
3年生(52人)	12人	23.1%
4年生(30人)	8人	26.7%
不明(2人)	1人	50.0%
計(126人)	27人	21.4%

また、「読まない」「読む必要がない」「世の中に不要」を選択した、徹底的な新聞否定派は27人で全体(126人)の21.4%を占めた。これは1年生のみの場合よりも約10%多い数値である。そして、ここでも最大の数値を示したのは4年生であった。

以上のとおり、新聞を「読む」・「読まない」といった行動に関する項目については、1年生のみの場合とキャリアデザイン受講生の傾向に大きな差はなかった。しかし、新聞が「必要」・「不必要」といった意識に関する項目については、その回答に違いが見られた。就職活動により近い学年の方が新聞に対して消極的な意識を持っている理由(原因)は何か、今回の調査だけでは明確な答えは出せない。原因がわからない現状において有効な解決策を見出すことはできないが、3、4年生が消極的であるのならば、1、2年生の間に新聞の意義を強調しておくことが重要だとは言えるだろう。また、1～4年生まで揃ったキャリアデザイン科目では、全学生が学年の壁を取り払って意見交換できる場を作るとともに、1、2年生が3、4年生の意見に引きずられないような工夫が必要になる。次節ではキャリアデザイン科目での実践を紹介する。

4、新聞への関心を高める試み キャリアデザイン科目での実践事例

(1) グループワークの導入

既述の通り、2014年度のキャリアデザイン科目は、1～4年生まですべての学年の学生が揃うことになった。このような集団に対して新聞の意義を伝えるためには、1、2年生の積極的な意見を3、4年生に直接伝えられるような工夫が必要になる。

本科目では、従来からグループワークを積極的に導入してきたが、2014年度は、5～6人で1グループを作る際にメンバーの学年がなるべくバラバラになるように工夫した。さらに、司会・書記・タイムキーパー・発表・盛り上げ役といった役割を定め、毎回違う役を担当するよう指示した。特に、議論を主導する司会は、学年や年齢が上の学生に固定化しがちであるため、それを避ける工夫である。タイムキーパーや盛り上げ役という役を作ったのは、役がないメンバーを無くし、主体的に議論に加わるきっかけにするとともに、フォローアップのあり方を学んで欲しいという意図からである。

グループワークに際しては、2種類のワークシート（個別・班別）を用意した。個別ワークシートは、議論の前に自分の意見をまとめることによって、議論の際に発言しやすくするためのものである。班別ワークシートは、メンバーが全員の名前や役割分担を確認できるとともに、議論を可視化するためのものである。また、時には発表用の原稿にもなるように、「私たちの班はまず_____に注目しました。その理由は、_____です。次に・・・」、「以上のことから、以下のように考えました。・・・」といった穴埋めのような形式で議論を整理できるようにした。さらに、班別ワークシートの最後に自己評価欄を作り、経済産業省が提示する「社会人基礎力」の12項目に照らして○△×で自己評価できるようにした。

(2) 「なぜ新聞を読むのか」

新聞をメインテーマとした回では、「『新聞を知る』事前アンケート」（前掲資料1）を実施した後、「なぜ新聞を読むのか」について、グループ内で議論し、発表してもらった。発表の内容を整理すると、以下ようになる。なお、この授業では、発表担当の学生の発言をその場で確認しながらPCに打ち込んでプロジェクターで投影することによって、その内容

①社会人として必要

「社会人として身につけておきたい習慣」、「社会人と『考え方』を共有するため」、「ビジネスの世界では世の中の大きな流れ、世間の関心事を把握していることが大切」、「学生にとっては、社会に入り込む準備運動」

②自分の力量形成

「活字に触れることで、文章を読む力やポイントを読み取る力が付く」、「文字に触れることによって、言葉から本質を読み取って持ってくる力がつく」

③利便性

「読みたいときに読むことができる」、「何度も読むことができるから」、「過去のニュースが残っているから」、「何度も考えることができるから、考えが膨らむ」、「『見る』ことによって、欲しい情報を欲しい分だけ取ってこれる」、「テレビよりも細かい情報を把握できる」、「自分が関心を持った記事以外にも目が行く」、「文章で読むことで、流れがつかめ、細かいこともわかる」

を受講生全員で共有している。以下の「 」内はその発言のママである。

既述の通り、キャリアデザイン科目は、大学生が将来「社会人」となって働くこと、働き続けることの意義について考えるとともに、その視点から自分自身の「大学生」生活を考えることを目的としている。本稿の前半で検討したアンケートの自由記述回答と比較してみれ

ば、これらの発言にはその成果が表れているといえよう。また、グループワークによって各人の意見が肉付けされながら整理されていることも見て取れる。

このような学生の意見を確認した後、新聞の特性について講義した。

「はじめに」でも既述の通り、新聞の特性は、一覧性、俯瞰性、解説性、詳報性、記録性、携帯性、保存性などにあるといわれるが、ここでは、本科目が強調してきた上記の観点から、大学生である自分の関心と「社会」の関心のズレにスポットを当てて、これらを解説した。つまり、自分の興味以外の情報が嫌でも目に入ってくる（一覧性）記事の掲載場所や見出しの大小によって「社会」の関心の大小がわかり、学生である自分の関心事とも比較できる（俯瞰性）断片的な情報による曖昧な知識ではなく、質の良い情報による確実な知識や観点が得られる（解説性・詳報性）繰り返し読むことができるため自分のペースで情報を把握し、考えることができる（記録性・携帯性・保存性）といった説明の仕方である。この方法によって、「社会」への関心と新聞への関心をともに高めるといって相乗効果を狙った。

(3) 新聞を知る

新聞の意義について共通認識を深めたところで、次に「新聞を知る・読む」のワークシートを実施した（参考資料2）。意識は高まったとしても、実際に新聞を手にとることが少ない学生たち（アンケート結果参照）には、新聞を活用する以前に、新聞を知ることが必要だからである¹⁶⁾。

今回は日本経済新聞（古紙）を全員分用意し、1人1部ずつ配布した。

まず、新聞の全体像を把握することを目指し、総ページ数、新聞にはどのような面があるかを確認する作業をした（ワークシートには、「面」は各紙面の上部に記載されていることも明示した）。また、新聞の全ページを開きながら、その内容も眺めてみるという目的の下、興味を持った「面」に○をつけるようにした。結果、スポーツ面以外にも多くの○が付くことになった。新聞をただ眺めてみるだけでも学生の関心は広がるのである。新聞には、学生の潜在的な関心を顕在化させる効果もあると言い換えることもできる。

次に、「一面トップ記事」の内容を「知る」ための作業を行なった。「一面トップ記事」自体を知らない学生も少なくなかったため、各新聞がその日一番重要だと判断したニュースが「一面トップ」に掲載されることを説明してから作業に入った。ここで記述を求めたのは、「①いつ、どこで、誰が（団体などの場合もあり）、何を、どのようにどうしたか」、「②その背景（または理由、それまでの経緯）」、「③その後、予想される展開（当時の期待や心配）」の3項目である。しかし、慣れない作業に対して時間が短すぎたのか、多くの学生が十分な解答ができていなかった。今後改善が必要な点ではあるが、記述内容は不十分とはいえ、新聞を「知る」という課題はある程度達成された。

これらの作業を終えたところで、「いま読んだニュースのことを知っていたか」と質問した。「一面トップ記事」にもかかわらず、知っていた学生は皆無であった。このような「消

16) 園屋高志は、NIE研究会の実践報告内の「新聞に親しむと言うが、まずは新聞を知ることが肝心」「高校生が新聞を読まない理由の一つに新聞自体をよく知らないことを挙げ」という指摘に着目し、「この点は（中略）大学生についても同様であり、とにかく新聞の特性について考え、新聞を知る機会を設けることに意を強くした」と述べている（園屋（2005）、203頁）。筆者もこの指摘に同意する。

極的に情報に触れる」学生たち（上記1. (1)参照）に対して、「ニュースはテレビやネットで十分」と言っていたことを改めて指摘し、知っていると思っていたことは、実は自分が興味を持っている事についてだけであり、「社会」一般の関心とは違うこと、「社会人」になるためには「社会」の関心を知っておく必要があることを再度強調した。

(4) 新聞を読む

続いて、新聞を「読む」作業に入った。新聞の特性は新聞を「読む」ことでしか理解できない。しかし、新聞に馴染みがない学生を「読む」作業に誘引するためには、「読む」素材を学生の関心に合わせる必要がある¹⁷⁾。そこで、各自が自分の関心で「いちおし記事」を見つけて、それを紹介するという課題を設定し¹⁸⁾、ワークシートを作成した（資料3）¹⁹⁾。

上半分は記事の内容を整理してまとめる作業である。当該記事が最も伝えたかったこと（メインメッセージ）、なぜそれを伝える必要があったのか、伝えたかったのか（補足情報）、それが今後どのような可能性・危険性をもつのか（影響や意義など筆者の主張）を整理できるようにした。これによって、整理された文章の構成を学ぶことも意図した。下半分は学生自身が当該記事を選択した理由、その記事に対する感想を書き込むようにした。客観的な情報と主観的な感想を分けて書くことは文章作成の際に注意が必要な点である。最後に、初めて知った言葉とその意味を書く欄を設け、わからない言葉を自覚するとともに、わからないまま放置しない習慣の獲得を目指した。

この作業では、多くの学生がそれぞれの欄を埋められていた（資料4）。「一面トップ記事」のまとめでは不十分な記述にとどまったことを考えてみれば、やはり「読む」ための最初の一步は関心に即した素材が良いようである。学生が選択する記事はその関心に即した様々な分野のものであったが、この作業の目的である「読む」という課題は達成できた。

また、「読む」ことは「書く」ことにつながる。良い文章の良い部分を確認しながら「読む」ことによって良い文章が書けるようになる。そして、良い文章はわかりやすい発表にもつながる。このワークシートは、まず上半分を「メインメッセージ→補足情報→影響や意義」の順で紹介したうえで、下半分の自分の見解を述べれば、わかりやすい発表になるように構成されている。

(5) 新聞に対する意識の変化 事後アンケートの結果から

以上、「新聞アンケート」によって学生の現状を確認したうえで、「読まない」学生たちが新聞の意義を理解し、関心を持ち、「読む」という行動に向かうために有効と思われる方法を取り入れた授業の様子を紹介した。

このような授業を経て「事後アンケート」を実施した。その結果は表18のとおりである。

17) 橋本信子は「ただ学生が好きなこと・思いつくこと」ではなく、むしろ「やや硬派な社会問題を扱う課題の方がやりがいを感じる」と指摘する（橋本2014a）。記事は自由選択としたが、社会問題も掲載された新聞を使うこと自体が学生のハードルになっていると考えれば、この「新聞に親しむ」（妹尾・枝元2008）段階においては「やりがい」のある課題になったと思われる。続く文章で示した通り、この課題への取り組み状況がそれを裏書きする。

18) 新聞を活用した諸実践については橋本（2014a、b）等を参照した。

19) ワークシートのフォーマットは齋藤（2010）を参照した。

表18：新聞に対する意識【事後】(キャリアデザイン受講生)

	読む必要が		世の中に	
	ある	ない	必要	不要
読む	44人(81.5%)	10人(18.5%)	48人(88.9%)	6人(11.1%)
読まない	51人(57.3%)	38人(42.7%)	62人(69.7%)	27人(30.3%)
計	95人	48人	110人	33人

表19：新聞に対する意識【事後】(キャリアデザイン入門受講生)

	読む必要が		世の中に	
	ある	ない	必要	不要
読む	11人(78.6%)	3人(21.4%)	12人(85.7%)	2人(14.3%)
読まない	28人(93.3%)	2人(6.7%)	29人(96.7%)	1人(3.3%)
計	39人	5人	41人	3人

キャリアデザイン科目は必修ではないため、受講生の出席にばらつきがある。事前アンケート実施回に回答が得られたのは126人であったが、事後アンケート実施回は143人から回答を得られた。つまり、新聞の意義を解説し、記事をまとめる体験をしていない学生たちもこの143人に含まれることになった。そのため、単純に数値のみを比較することには慎重にならなければならないが、それでも事前には「読む」が34人(27%)であったのに対して、事後には54人(37.8%)に10%程度上昇した。また、「読む必要がある」も事前には「ある」「ない」がきれいに半々に分かれていたが、事後には「ある」が95人(66.4%)に16%程度上昇し、「世の中に必要」も事前83人(65.9%)に対して事後110人(76.9%)と11%上昇した。中でも特に「読まない」学生たちの意識が14~17%向上したことは特筆に値する(「読む必要がある」が事前40.2%から事後57.3%に17%程度上昇し、「世の中に必要」が事前56.5%から事後69.7%に14%程度上昇した)。

また、より少人数のクラス(44人)となった「キャリアデザイン入門」受講生の回答だけをまとめると表19のようになる。

やはり、少人数クラスの方が新聞の存在意義を認める回答の上昇率の幅が極端に大きくなった。また、「読む必要がない」、「世の中に不要」の数値の低さも際立っている。

5、考察と今後の課題

以上のとおり、キャリアデザイン科目の授業を通して、新聞に対して消極的であった学生たちの意識は確かに向上した。ただし、その上昇率は10数%に過ぎず、事後であっても80%を超えるものではなく、自由記述でも事前アンケートと同様の消極的な回答が多く見られた。また、実際に「読む」という行動に結び付けるまでに至ったともいえない。授業の計画

20) 橋本(2012)参照。

上、新聞を使った授業を2回程度しか実施できなかったこと、そのため事前アンケートから事後アンケートまでの期間が短くなってしまったことも数値が挙がらなかった要因であると思われるが、学生たちが「読む」行動をとるまでには、今後も継続した取り組みが必要になる。その取り組みも単発のものだけではなく、さまざまな講義や講座と有機的に連携することによりさらなる効果が見込めるであろう。〇大学でいえば、ゼミナールⅠやライティング講座、「楽習アワー」との連携は必須である²⁰⁾。今年度のキャリアデザイン科目は、これらとの連続・連携を意識した取り組みの一例となるだろう。

今回の新聞アンケートで衝撃的であったのは「(新聞を)読む必要がない」理由(自由記述)として書かれた「必要でない情報を制限したい」という回答であった。高度情報社会は、大学生に「情報を制限したい」とまで言わしめるほど「発展」したのである。このような情報過多の時代に求められるのは、「情報処理力」ではなく「情報編集力」であるとも言われる²¹⁾。比較的信頼性が高い媒体とされる新聞²²⁾を不必要な情報として制限するのではなく、最大限活用することによってさまざまな力を身につけることができることを繰り返し説明していく必要があるだろう。

本稿で考察したとおり、新聞は、学生が「社会」との関係や距離を認識し、読解力や文章力の向上を図れる格好の教材である。個性重視の教育政策の下、「自分」基準でものごとを見る習慣が染み付いた学生にいか「社会」の視点を身につけさせるか、また、同質性の高い大学内から「社会」に出た時、さまざまなバックグラウンドを持った他者とも適切に意思疎通できるような力をいかに身につけさせるか。新聞を活用した授業にその可能性があるように思える。

*本稿は「基礎的学力を形成する教育方法と基礎的学力を高める体験型学習の研究、開発および実践」平成26年度大阪商業大学教育活動奨励助成費による成果である。

参考文献

- 片桐雅義(2006)「大学生の新聞に対する態度 宇都宮大学生を対象として」『宇都宮大学国際学部研究論集』第22号
- 齋藤孝(2010)『新聞で学力を伸ばす』朝日新書
- 妹尾彰・枝元一三編著(2008)『子どもが輝くNIEの授業』晩成書房
- 園屋高志(2005)「大学生に対する情報教育の実践：新聞の特性を考察させる授業について」『鹿児島大学教育学部教育実践研究紀要』第15号
- 中西一彦(2012)「教科書新聞教材活用のための必要事項の一考察」『関西国際大学研究紀要』第13号

21) 藤原(2008)参照。

22) 赤池幹は「各メディアにはそれぞれ特徴がありますが、情報の命はなんといっても「信頼性」です」として、「各種調査でもっとも信頼されている」媒体として新聞を挙げている(前掲「新学習指導要領とNIE」)。それだけに大手新聞の誤報問題は残念であった。新聞に親しみがなく、あらゆる方面から「読め」と言われ続けて食傷気味の学生たちに、新聞を「読まない」理由を与えてしまったからである。実際にアンケートの回答にも「正しくない情報が意外と多い」とその新聞社名を挙げるものもあった。

- 橋本信子(2012a)「大阪商業大学初年次教育科目におけるライティング指導の実践」『大阪商業大学論集(人文・自然・社会篇)』第166号
- 橋本信子(2012b)「大阪商業大学『ライティング講座』の成果と課題」『大阪商業大学論集(人文・自然・社会篇)』第168号
- 橋本信子(2014a)「学生の知的好奇心を引き出す授業実践 大阪商業大学における「おすすめ」を紹介するプログラム」『大阪商業大学論集(人文・自然・社会篇)』第174号
- 橋本信子(2014b)「アカデミックスキル科目における主体性の引き出し方の工夫 「基礎演習Ⅱ」「学習リテラシーⅠ・Ⅱ」における取り組み」平成24~25年度大阪商業大学教育活動奨励助成費報告書『学生の参加意欲を喚起する授業方法に関する研究・実践』
- 比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科粟屋ゼミ(2009)「大学生の新聞に対する興味・関心度実態調査 君は新聞を読んでいるか」2008年度版
- 藤原和博(2008)『つなげる力』文芸春秋
- 見尾久美恵(2013)「医療系短期大学生の新聞閲読アンケートに見る大学生の情報収集の動向」『川崎医療短期大学紀要』第33号
- 渡部雅男・小畑喜一(2013)「大学生のニュース情報収集の特徴」『経営情報学会全国研究発表大会要旨集』

資料1

「新聞を知る」事前アンケート

学年: _____ 学科: _____ 自宅 or 下宿

- あなたは新聞をどの程度読みますか？
 ①毎日 ②2～3日に1回 ③1週間に1回 ④気が向いたら時々 ⑤ほとんど読まない ⑥まったく読まない
- ①～④を選択した人) 新聞を読む理由は何ですか？ (複数回答可)
 ①ニュースに関心があるから ②気になるニュースがあるから ③家で取っているから
 ④義務感 ⑤習慣 ⑥他のメディアは信用できないから ⑦わかりやすいから ⑧就職活動のため
 ⑨その他 ()
- ⑤、⑥を選択した人) 新聞を読まないのはなぜですか？ (複数回答可)
 ①ニュースに関心がないから ②気になるニュースがないから ③家で取っていないから
 ④読むのが面倒だから ⑤読む習慣がないから ⑥新聞は信用できないから ⑦難しいから
 ⑧読まなくても困らないから ⑨インターネットで見えるから ⑩読む時間がないから
 ⑪その他 ()
- ①～④を選択した人) 特にどんな記事に注目していますか？ (複数回答可)
 ①一面記事 ②政治 ③経済 ④社会 ⑤スポーツ ⑥国際 ⑦地域のニュース
 ⑧芸能 ⑨文化 ⑩生活に役立つ情報 ⑪株面 ⑫読者投稿 ⑬コラム ⑭テレビ欄
 ⑮その他 ()
 ⇒その中の1番は？ ()
- あなたは日々のニュースを何で知りますか？ (複数回答可)
 ①新聞 ②テレビ ③インターネット ④ラジオ ⑤講義 ⑥友人 ⑦その他 ()
 ⇒その中の1番は？ ()
- あなたは新聞を読まなければならないと思っていますか？
 はい ・ いいえ 理由 ()
- あなたは今の世の中に新聞は必要だと思いますか？
 必要 ・ 不要 理由 ()

— 01 —

資料2

キャリアデザイン入門ワークシート (2014年10月15日)

新聞を知る・読む

学年・クラス番号: _____ 氏名: _____

1. 新聞を知る

- 紙名: _____
- 年月日: _____ 年 _____ 月 _____ 日 (3) 総ページ数: _____ ページ

(4) どんな面があったかすべて書き、興味をもったものに○をする。

例) スポーツ、社会 など (※紙面の一番上に書いてあります)

- ・ _____
- ・ _____
- ・ _____

(5) 一面トップ記事を把握する。

見出し: _____

内容 (5W1Hをもちろさず簡潔に書く)
 ①いつ、どこで、誰が (団体などの場合もあり)、何を、どのようにしたか。

②その背景 (または理由、それまでの経緯)

③その後、予想される展開 (当時の期待や心配)

資料4

2、新聞を読む—私のいちおし記事を読み込む

見出し: 妊婦へ配慮 マイナースケジュール、5割に到 30 面

メインメッセージ (見出しを参照する)

政府は妊娠や育児に関する意識を高める母子保健に関する世論調査をまとめた。マイナースケジュールの認知は53.6%にとどまった。

補足情報 (なぜ? どういうこと?)

政府の調べでは国民の半数が女性へ配慮を求めているマイナースケジュールを認知している。しかし、主に男性の「妊娠は女性の負担」という意識が、認知率の低い理由の一つと見られる。

影響や意義など (どういう影響や意味がある?)

この調査をまとめることで、妊婦に対する意識を高め、社会全体の理解を深め、妊婦の負担を軽減し、社会の持続可能性を高めることに役立つ。

コメント

①なぜこの記事を選んだのか?
以前、同じく帝王切開の為に苦しむ妊婦の苦痛が話題になった。妊婦に対する意識が変化している。自国に比べて、妊婦の負担を減らすための政策が、妊婦の負担を減らすことに効果的か? 妊婦の負担を減らすことは、社会全体の持続可能性を高めることに役立つ。

②どう思ったか?
妊婦の負担を減らすことは、社会全体の持続可能性を高めることに役立つ。妊婦の負担を減らすことは、社会全体の持続可能性を高めることに役立つ。

重要な語句
①初めて知った言葉 (とその意味) *複数可
②結局、わからなかった言葉 *複数可

資料3 (資料2の裏面)

2、新聞を読む—私のいちおし記事を読み込む

見出し: _____ 面

メインメッセージ (見出しを参照する)

補足情報 (なぜ? どういうこと?)

影響や意義など (どういう影響や意味がある?)

コメント

①なぜこの記事を選んだのか?

②どう思ったか?

重要な語句
①初めて知った言葉 (とその意味) *複数可
②結局、わからなかった言葉 *複数可