

## 授業特別協力者(ゲストスピーカー)報告書

テーマ : 西安秦始皇兵馬俑博物館の展示物を通じた秦の統一戦略理解と  
中国語を用いた質疑応答による中国語運用能力の向上

授業特別協力者名 : 王 勇 氏

実施日時 : 2021 年 10 月 13 日(水) 2 時限

担当教員名 : 山本 明

授業科目名 : 中国語 CIII

履修者数 : 11 名

### 実施結果

#### 事前学習

中国語運用能力の向上をはかるため、王勇部長に対するヒアリング調査にあたり、中国語による質問内容制作と、訪問先の秦兵馬俑博物館の事前学習の二点を行った。

中国語運用能力の向上については、学生に各自の関心領域や将来の職業選択も視野に入れた上で、旅行会社の部長としての王勇氏に対する質問を作成させた。中国社会、経済を問わず多様な質問が出そろった段階で、各自が質問のコンセプトをプレゼンし、全員でそれを共有することとした。

秦兵馬俑博物館については、秦が全国を統一にあたって行った標準化戦略を、文字や度量衡、律令などの点からレジュメで学習させた。

#### 当日の授業実践報告

まずは一時間にわたり博物館の解説を受けた。事後の授業アンケートには、これまでのメディアや教育を通じた知識と、実際に 6000 千体あまりの兵馬俑がある空間に身を置くことで感じたものは全く異質であるとの記述があった。一体一体全て異なる兵馬俑の細部まで確認した上で、それらが視界の限り広がる集団生命体のエネルギーを体感した所以と考えられる。また王部長の友人である博物館職員から提供された修復の際の画像、および空気に触れて退色したものの復元画像など、観光では得られない文物に関する知識も得ることができた。

その後 30 分程度、学生が中国語で質問し、王勇氏が日本語で質問に答える機会を設けた。質問は一週間前に王勇氏に届けてあったため、詳細な数値データや具体的ケースなどが披露された。王勇氏には発音指導もしていただいた。

主たる質問と回答は以下の通りである。

E コマースが普及した原因やその分野のトップ企業に関する質問への回答では、中国の E コマースでは購入行動の決定的要因としてロコミの比重の高さが指摘された。それは文化における人間関係の位相の質的差異につながる。中国で人気のある日本の小型自動車の車種に関する回答からは、日本で人気のある車種との違いが明らかになり、現地適合化の問題が明らかになった。就職活動や 996 に代表される過剰労働に関する質問への回答からは、転職の多さの根底にある労働観が日本とは異質であることが顕在化した。これらはいずれも異文化理解に直結する成果である。

少子高齢化に対する中国政府の既存の政策の機能不全と新たな政策の効果見込みや、中国政府のコロナ対策とその効果についての質問への回答からは、コロナ対策の先行事例としての問題点が明らかになるばかりか、日本メディアではあまり報道されない現場での肌感覚や見解を得ることができた。とりわけ深刻な影響をうけた旅行業界において、雇用を守り会社を存続させるため、どのように新商品を開発してきたか、そして今後のトレンドをどう予測し、どのような新商品を

考えているかについての回答は、学生にとって大きなモデルとなるものであった。

また日本語、英語に加え中国語もできるトリリンガル人材の今後のニーズや、中国に進出する日本企業が今後どの分野であればシェアをとれるかという問題や、不動産をめぐる規制によって投資マネーが株式市場に流入した結果生じうる事態など、未来予測においても学生にとっては格好の参照例を得ることができた。

#### 事後学習

全員が王勇部長やツアーへのフィードバックを執筆し、それを共有することを通じ、自身の気づきを意識化した。更に、事前に有していた仮説からその気づき発見を通じ、新たな仮説を構築するための方策を指導した。

更に、王勇部長の回答や後日送られてきた補足回答に加え、新たに補足資料を提示することで、日本語、中国語での先行研究や資料収集の仕方、さらなる課題発見や仮説構築の方策を具体的に提示した。

授業の様子はこちらから

<https://www.youtube.com/watch?v=akVkdmc1J3A>