

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 18 日(月) 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。

中国は情報規制が厳しい印象があるが、海外の情報をどのように入手しているのかとの質問に対しては、実際に yahoo Japan の画面を立ち上げ、検索ができないことと、ニュースは閲覧できるのを実演してみせた。学生へのアンケートからは、眼前で事態を目の当たりにしたことで、瞬間的に理解でき、加えて新たな疑問を抱くことができたことが確認された。それは google に代わる中国の巨大 IT 企業が、google をしのぐ多分野での複合的サービスを実現していることへの理解へとつながった。

アフターコロナの消費行動の変容に関する質問には、高級ブランドが伸びているという日本での報道とは異なり、一部の高級ブランドはコロナ前に届かず、むしろ B 級グルメが伸びており、旅行に関するアンケートデータでもアメリカでの高額消費より日本への志向が高まっている事実を披露された。アンケートからは、自身の仮説が覆されことにより、消費動向予測の困難さとそれ故に消費者ニーズの把握の重要性を再認識させられたことが確認された。

コロナ後の旅行会社の業務形態や経営戦略の変化に関する質問に対しては、50 人レベルのグル

ープ旅行から少人数旅行へのシフトのみならず、旅行会社自体が使われなくなっている傾向が指摘された。結果、FIT を対象としロコミと交流、チケットや宿の手配ができるワンストップの巨大サイトが主流となりつつある中国の構造変化を、学生が認知する端緒となった。

以上から、王勇部長が何度も口にし、学生もそのことを指摘した「百聞は一見に如かず」という言葉が、単なる慣用句ではなく、一次情報を得ることの重要性を実感させた点で成果が認められた。

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>