

30年間の実践を振り返る

高校教諭 田口有理



教員なりたての時、恩師から「まずは3年が んばって」と言われたことをまだ鮮明に覚えているのに、もう30年たってしまいました。ちょうど30年の区切りに今までの実践を振り返ってみようと思います。

試験問題を作らせる

S高校（普通高校進学校）で、「生徒が主体的に学ぶ授業」をテーマに「政治経済」の研究授業をすることになり、私が思いついたのは、生徒に試験問題を作成させるという方法でした。テーマや材料を予め設定して、グループごとに試験問題を作るというものです。1クラス10グループ、1グループ1テーマで4、5題作問。テーマは、オバマ大統領の「核なき世界」演説、成人18歳について、裁判員裁判、失業率悪化など当時話題になっていたことを取り上げました。その後、全グループの問題を印刷、配布して、全員で解き、作問者が解説し、生徒がお互いに問題、解説について評価します。作問は出題内容を理解していないとできませんから、生徒達はテーマについてよく調べ、問題集を参考にして、遊び心も加えたりして、予想以上に良問を作ってくれました。この授業を受けた生徒の一人、Kさんは、「授業に参加しているという実感が持てたし、内容理解も深まった」と振り返ってくれました。（彼女は現在J教育大学院で教育学を研究しています。）

現在、参加体験型の授業は珍しくありませんが、教材を吟味し、限られた時間で生徒が主体的に取り組める授業を構築するのは難しいと感じています。試験問題を作るという手法は生徒が手足頭を動かさざるを得ないという点で有意義であると思いますので、実施学年、時期を考慮して取り組めばよいと思います。また、この取り組みは受験を控えた3年生の授業で行いま

したから、受験問題集なども参考にして作問に凝る生徒もおり、内容のレベルも高かったと思います。その後、現任校でも定期テスト前に予想問題を作らせてみましたが、一問一答的なものが多く、問題慣れしているかどうか、また問題を解くことに対するモチベーションが問われると思います。

労働の意味・労働三法

現任校のI商業高校では生徒の3~4割が就職希望で、就職指導が重要な仕事です。生徒をいずれかの企業に送り出すことが最重要ミッションです。が、その後彼らがきちんと働き続けられるかどうか大きな問題です。生徒は就職が内定しても、職場での人間関係はうまくいくだろうか、仕事をちゃんと覚えられるだろうか、また、最近はブラック企業だったらどうしようなど様々な不安を抱えています。そこで、大部分の生徒が就職内定をもらえた3年2学期後半、「現代社会」の労働に関する授業の中で、労働基準法の条文を読み込み、グループごとにポスターを作らせて、解説するという授業を行いました。働き始める前に労働者の権利をしっかり身につけ、何かトラブルがあったとき、泣き寝入りをしないしてほしいという思いからです。さらに労働組合専従の方を講師にお招きし、労働の意味や労働組合の意義を話していただきました。今やブラック企業が特別な存在ではなく、身近なところにもあるという現実です。何かトラブルがあったときに、会社に言われるがままにして泣き寝入りをしないためには、労働三法を学んでおくことが重要です。とはいうものの、実際に働き始めて労基法が守られていない職場であっても、新人労働者がおかしいと声を上げるのは困難です。高校に卒業生の離職の情報が入るのは、彼（彼女）が辞めてから大分

たつてからということが多く、困ったり迷ったりしている最中には母校に相談に来づらいのかもしれないかもしれません。キャリア教育の推進が言われていますが、就職するためのノウハウを身につけるのではなく、よりよい社会を築くにはどうしたらよいか考え、実践する力を育成するという方向付けが大切でしょう。しかし、労基法違反やパワハラ・セクハラが横行する職場、社会への対処法を伝えるだけで精一杯というのが現状です。

コマーシャルで経済を学ぶ

最後に、最近取り組んだ「戦後日本経済の動向」についての授業の取り組みについて。「現代社会」の経済分野学習に入るときに、経済に関して意味がわからない言葉を聞いたところ「アベノミクス」「株」「景気」「円高円安」「経済成長」などがあがりました。経済活動は生活と直結するのに、生徒にとっては身近ではないようです。何か興味関心を持てるような材料はないかと考えて、TVコマーシャルに注目しました。教材研究のため、東京汐留の「アドミュージアム東京」にも行ってみました。（あの手この手で商品の魅力を伝えようとするコマーシャル業界の取り組みを知るのは大変面白く、おすすめの博物館です。）授業ではまず、生徒の好きなコマーシャルをあげてもらったり、コマーシャルの費用について紹介してコマーシャルに注目させました。そして、戦後日本経済の動向を学習する際、1950年代から90年代のコマーシャルの動画を見せ、時代背景の理解に役立てようと思ったのです。文字だけより映像の情報の方がインパクトがあります。60年代からは私自身の成長と重なるので、その動画には懐かしいコマーシャルが多く登場し、思い出入れもありました。特に森永YELLチョコレート「大きいことはいいことだ」のコマーシャルは山本直純の姿と歌曲が高度経済成長を象徴するもので、「コマーシャルは時代を映す鏡」といえそうです。生徒には予め、家族に印象に残っているコマーシャルについてインタビューすることを宿題とし、授業当日に発表してもら



うことにしました。

私としては、動画あり、インタビュー情報ありで授業が盛り上がるのではと期待していましたが、実際には期待に反して、動画を見ても生徒の反応は鈍く、家族へのインタビューもし

たけれど家族はよく覚えていないとの返事だったとか。懐かしがって思い出が強かったのは私の独りよがりだったと気づきました。そもそも生徒はあまりテレビを見ておらず、コマーシャルそのものへの興味も少ないようでした。かつて日本では家族そろってある番組を見ていて、誰もが知っているコマーシャルがあったわけですが、現在は個々の多様な楽しみがあり、TVに関する共通の話題はあまりないでしょう。今回のコマーシャル作戦は不発だったようです。

未来につながる歴史を

終戦記念日、日本国憲法公布、施行の年月日はテストに必ず出題します。しかし、理解し覚えてほしいことをテストに出題したくらいでは身につけません。8月15日に街頭インタビューで「今日は何の日ですか？」と聞かれてどれだけの生徒が答えられるか。ただ、太平洋戦争も日本国憲法制定も高度経済成長も過去の出来事というより、現在そして未来につながっていくものであると捉えてほしいという思いで、授業を行っています。教師の働きかけを受け止め、考え続けてくれるKさんのような生徒がいることを励みに、もうしばらく授業づくりに試行錯誤しようと思います。