

メタファーで学ぶイディオム

— 指導用教材 —

谷 村 緑
仲 本 康一郎
レベッカ・カルマン

〈Summary〉

This paper proposes materials for idiom learning based on a cognitive linguistic perspective and presents one-semester of classroom activities in a university setting, based on those materials. Although idioms are pervasive in everyday language and hence are important to master for improving communication skills, many learners encounter difficulties in learning idioms due to the idioms' irregular and idiosyncratic behavior. In applied linguistics, there have been some attempts to solve this problem by making use of conceptual metaphors in cognitive linguistics. Most attempts are, however, on a one-time experimental basis and no effective teaching construct with attendant materials seem to have been established yet. In this paper, first we will explain some concepts such as image schema, conceptual metaphors, and construction grammar which would help the learners to retain the idiomatic expressions. We then present our materials of idiom learning for the classroom activities, based on a cognitive linguistic perspective. Lastly, we will present questionnaire survey results of the learners who received the one-semester instructions. It should be noted, however, as Boers (2000) pointed out, some of the students did not like the guessing activity using images. They felt uncomfortable not to know exact meaning of idioms in Japanese. Learners are encouraged to challenge a new teaching method, but their choice and preference should be respected.

1. はじめに

本研究では、認知言語学に基づくイディオム学習教材を提案し、大学生を対象にした授業実践報告を行う。イディオムは日常言語において頻出する項目であるにもかかわらず、文法的な説明になじまない扱いにくい表現として、効果的な学習法は現在まで提示されてきていない。ただ、現在のような機械的な暗記や練習だけでは、イディオムの習得や使用へと結びつけることが難しく、学習者のイディオム回避へとつながっている (Hulstijn & Marchena, 1989; Irujo, 1993; Laufer & Eliasson, 1993; Sornig, 1988)。

ここでは、そういった従来の学習法の問題点を踏まえ、イディオムの概念を支えているイメージ図式 (Lakoff & Johnson, 1980)、概念メタファーに依拠した体系 (Lakoff & Johnson, 1980)、および構文的知識としての文脈情報 (Fillmore, Kay, & O'Connor, 1988) を考慮したイディオム教

材を提案する。これらは近年の認知言語学によって提出されてきた考え方であり、私たちの日常言語に概念的な成立基盤を与えるものである。本稿では、これら認知言語学で提出された概念モデルをもとに、学習可能性の高いイディオム教材を提案し、その授業実践の成果を報告する。

まず、認知言語学の観点から理論的な背景を述べ、イディオムの理解と産出において、イメージ図式、概念メタファーに依拠した体系、構文的知識としての文脈情報が必要となることを主張する。次に、イディオム学習に関する第二言語習得の先行研究を検討し、その到達点と問題点を指摘する。つづいて、認知言語学の考え方に基づくイディオム教材を提示し、大学生を対象にした授業実践の報告を行う。具体的には、教材を用いた授業活動と授業に関する学生アンケートの結果を報告し、本教材の持つ意義と可能性について述べる。最後に、本研究のまとめと今後の展望を述べる。

2. 先行研究

2.1 イディオムを支える概念：認知言語学の観点から

イディオムは、外国語学習者にとってはわずらわしい表現であり、学習者からは敬遠される傾向にあった。確かに、ベーシック・イングリッシュという観点からは、学習者がこれらの表現を回避することはやむを得ないという考え方もできる。しかし、イディオムは日常言語において頻出する表現であり、それらを回避することは非現実的である。またコミュニケーション上も、イディオムは他の分析的な表現とは異なる重要な機能を持つとされている。

最近の認知言語学では、イディオムは、日常言語に認められるごく普通の表現であり、けっして無意味な語の集まりではなく、(後述するように)その概念は私たちの日常的な経験をもとに成り立っているとされている (Lakoff & Johnson, 1980)。また、Jackendoff (1995) によると、アメリカ英語で頻繁に使用される語彙 (individual words) は約 8 万語あり、それと同じだけのイディオム (fixed expressions) が存在するとされている。

また、イディオムは、分析的な表現と比べて、効果的な意思伝達を可能にし、短い表現で鮮明な印象を与えることができる表現であるともされている (Gibbs, 1994)。例えば、Let's **call it a day**. と Let's **finish** what we are doing. という二つの文を比べてみよう。これらは知的意味としてはほぼ等価であるといえるが、前者のほうがよりインパクトのある表現となっている。本研究では、こういったイディオムを習得することは学習者にとっても有益であると考えられる。具体的な事例としては、Gibbs (1994, p. 269) が、英語のイディオムとして挙げているものを参照する。Gibbs (1994) は、イディオムは次のような種類に分類されるとし、その多様性について言及している (a. Sayings (e.g. *take the bull by the horns*), b. Proverbs (e.g. *A bird in the hand is worth two in the bush*), c. Phrasal verbs (e.g. *to give in*, *to take off*), d. Idioms (e.g. *kick the bucket*), e. Frozen similes (e.g. *as cool as a cucumber*), f. Formulaic expressions (e.g. *How do you do?*))。本稿でも、ここで挙げられたような表現を広く取り上げていく。

さて、ここでイディオムとは何か、その定義について見ておきたい。Nunberg, Sag, and Wasow (1994) は、イディオムを他の分析的な表現と異なるものとし、その認定のための基準として、以下の特性の有無を挙げている。a. Conventuality (慣用性：個々の単語からは意味が予測できない)、b. Inflexibility (統語的不変性：統語的な制約があり、自由に表現を合成できない)、c. Figuration (比喩：メタファーを伴う)、d. Proverbiality (ことわざ：社会的関心事の描写・説明に使用される)、e. Informality (非公式：日常の会話で使用される)、f. Affect (感情：評価や感情を示すために使用される)。

また、イディオムは、歴史言語学の観点から文法化現象のひとつとして考察されている。秋元 (2002) は、イディオムをまず意味的、統語的な観点から、次のような二つの特徴を持つとしている (a. イディオムの意味はその成分からは出てこない (e.g. *kick the bucket* = die), b. イディオムは統語上の変形を許さない (e.g. **The bucket was kicked by Sam.*))。次に、イディオムとは、歴史的なプロセスをへて、生まれるものであり、分析的な表現からイディオムとして定着した表現まで、段階的な連続体 (cline) をなすものであると述べている。

本研究では、これらの研究成果を参照し、イディオムを選定する。ただし、秋元 (2002) も言うようにイディオムの厳密な定義を行うことは難しい。そこで本稿では、イディオムを「個々の語の意味の合成によっては、全体の意味を予測することが困難なフレーズ」と緩やかに規定する。ただし、注意したいのは、イディオムの意味はまったく予測不可能なわけではないという点である。本研究では、認知言語学の観点から、(1) イメージ図式、(2) 概念メタファー、(3) 構文的知識、といった多様な知識構造によってイディオムの概念が動機づけられていることを主張する (Kövecses, 2002, p. 210-211)。

(1) イメージ図式

認知言語学では、人間の知覚と運動の経験的なパターンを表わす代表的な図式として、容器、上下、遠近といった空間図式や、強制、抵抗、支持といった力学的な概念に基づくイメージ図式があるとされている。日常言語の基本的な概念は、これらの図式をもとに構成されており、また現在では、無意味な語の集まりとされてきたイディオムも、同様の図式によって動機づけられていると考えられるようになっている。

例えば、英語の *I can't put up with it.* という表現は、「たえられない」「ガマンできない」といった意味を表わすが、これも従来までの考え方では機械的に暗記するしかなかった。しかし、現在では、この表現は何かを「支える」という人間の日常的な経験の図式を背景にした表現であり、次のような図式 (図1参照) によって表わすことができるとされている。またこういった図式は、*up* を用いた *back up* や *keep up* などの他の句動詞にも適用される。

これらの概念を動機づけているのは、何かが倒れないよう維持する「支持の図式」であり、このことは、ガマンすることを表わす他の英語の表現 — *I can't stand it.* や *I can't bear it.* など — からも、支持される。

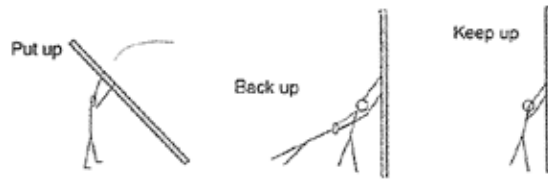


図1. イメージ図式とイディオム (Holme, 2004, p. 162)

(2) 概念メタファー

次に、これよりも抽象的なレベルとして概念メタファーについて考えてみたい。概念メタファーは、「人生は旅である」「議論は戦いである」など、抽象的な概念を具体的な概念で表わすときの動機づけになる知識構造であり、イメージ図式よりも体系的な概念構造を形成している。

例えば、「人生は旅である」の実現として、「愛は旅である」(LOVE IS A JOURNEY) という概念メタファーがある。このメタファーにより、恋愛という抽象的な経験が具体的な旅の経験によって体系的に言い換えられる。以下は、その具体的な言語事例である。a. They've *set off* on a journey. (旅に出る), b. We can't *turn back* now. (もう戻れない), c. We've *got cold feet*. (怖気づいた), d. The relationship is *a dead end street*. (行き止まりだ), e. We are *over the hill*. (峠を越えた)。この場合、「恋人」は旅行者に、「困難」は「経路」に、「結婚」は「目的地」でたとえられている。

二人の恋人は、結婚という終着地へ向かっていくのであるが、その旅路においてさまざまな困難に出会う。そのときに用いられる表現が、旅路での経験を表わす *set off* (旅に出る), *turn back* (後戻りする), *get cold feet* (怖気づく), *a dead end street* (行き止まり), *over the hill* (峠を越える) といった旅の経験や道程を表わす表現である。私たちはこれらの概念メタファーを意識することで、イディオムのメタファー的な意義を理解し、より体系的にことばの意味を習得することができると考えられる。

(3) 構文的知識

最後に、近年の認知言語学の知見によれば、日常言語で用いられる語やフレーズは文脈と切り離して自由に用いられるのではなく、特定の場面や状況にしばられていることがわかってきている。認知言語学では、このような言語の性質を文脈依存性と呼んでいる。認知言語学の文法論である構文文法によれば、日常言語の語や表現はすべて文脈に依存した「構文」(construction) であり、個々の語や構文には固有の文脈情報が付与されていると考えられている (Fillmore, Kay, & O'Connor, 1988)。

例えば、*call it a day* というイディオムを考えてみよう。私たちがこの表現をもっともよく用いるのは冒頭に挙げた *Let's call it a day*. というかたちであり、「そろそろ終わりにしよう」という「提案」の文脈で典型的に用いられる。たしかに *My boss called it a day at 4:30 yesterday*. という

う言い方も文法的には可能ではあるが、実際の使用場面としてこういった表現はあまり見られないのではないだろうか。イディオムはこういった語用論的な文脈と結びついていることが多い。

つまり、*call it a day* はたんに事態を終わりにするという意味を客観的に表わすのではなく、発話者が終わりを宣言することで、これで一日が終わるという安堵の気持ちや、聞き手への配慮的な態度といった文脈的な情報がともなう。構文文法では、語や構文はこういった文脈と切り離すことはできないとしており、とくにイディオムは、会話の場面や発話者の意図、感情といった背景的な情報とつよく結びついているとされている。

2.2 イディオム学習研究：第二言語習得研究の観点から

1990年代から、認知言語学の概念を応用した第二言語習得研究、とくに語彙やフレーズに関する習得研究が盛んになってきている。本研究との関連でいえば、第一に、イメージ図式を用いた Holme (2004) が注目される¹⁾。Holme (2004) は、イメージ図式を用いた句動詞（特に *up* について）の指導案や、概念メタファーを用いた体系的な語彙指導法、ワークシート作成方法を紹介しており、教材作成において参考になる。しかし、Holme (2004) は実証的な研究は行っていないため、その有効性は明らかにされていない。

一方、Boers and Demecheller (2001) では、イメージしやすいイディオムを学習者に提示し、文脈の助けなしに意味を推測させるという実験を行っている。調査したイディオム数は12表現で、限られた数ではあるが、結果全体の約三分の一（35%）のイディオムに関しては、イメージ化が意味推測に有効であることが示されている。

また、Boers et al. (2008) は、語義を表わす絵や写真が単語記憶の定着を促進するかどうか調べている。彼らはいくつかの単語（*root* や *target* など）の意味を表す絵をクリップアートから選び出し、コンピュータのスクリーン上に提示できるよう加工した。そして、単語を含む短文と絵両方を提示し、学習者に表現の意味を推測させる活動を行わせた。その結果、絵で語を学習した群と翻訳で学習した群では、前者のほうがより高い理解を示した。また、概念メタファーに基づく定義のみを提示した群と、定義と絵の両方を提示した群とでは、後者の方がより理解が促進されることを示した。つまり、これらの実験から、言葉による説明に絵を添えたほうが、語の意味理解に効果が高いことが示された。

第二としては、語彙やイディオムを概念メタファーで分類して学習する方法の効果を調べた研究が挙げられる (Kövecses & Szabó, 1996; Boers, 2000; Kövecses, 2001; Beréndi, Csábi, & Kövecses, 2008)。これにはかなりの蓄積があり、例えば、Boers (2000) では、概念メタファーによる分類を教示した群と、語用論的に分類して教示した群とを比較し、イディオムの定着度を調査している。その結果、前者の方が穴埋め問題の回答率も高く、産出問題においても使用量が多いことが示された。ここから概念メタファーによる分類のほうが語用論的な分類よりも、語彙学習への有効性が高いことが示されたことになる。Beréndi, Csábi, and Kövecses (2008) では、翻訳を通して学習する群と、概念メタファーを通して学習する群に対して、*hold* と *keep* の多義

的な用法を指導した。その結果、翻訳群よりも概念メタファー群の方が定着が良いことが示されている。また怒りに関するイディオムでも同様に、翻訳群よりも概念メタファー群のほうが定着度が高いことを示されている。

最後の、構文的知識としての文脈情報がイディオムの学習や習得にどのような影響を与えるかという研究は現時点ではないようである。ただ、Beréndi, Csábi, and Kövecses (2008, p. 90) には文脈の重要性に関する記述がある。彼らは、ナラティブテキストのおかげで、私たちは“meaningfully contextualize target idioms in a developing storyline”と述べ、イディオムの意味が文脈や背景知識に支えられていることを示唆している。また、短文ではなく、ナラティブテキストを利用することで、同じ概念メタファーの中で、イディオム同士が関係づけられ、より記憶に定着するとしている。

以上の研究結果から、イメージが意味の記憶に役立つこと、概念メタファーによる分類が体系的な学習を促進すること、構文的知識としての文脈情報が習得に有効に働くことが伺える。

2.3 本稿が提案するイディオム教材の考え方

本章では、認知言語学の概念や第二言語習得研究の研究成果を踏まえて、今回作成した教材を例に、本稿のイディオム学習に関する考え方を示したい。

例えば、*scratch the surface* (表面をかく) というイディオムは、「まだあまり理解していない」ことを表わすが、これまではこれを日本語訳とともに提示するのが一般的であった。しかし、それだけではこの語が理解され、実際に使えることにはつながらない。それは、学校で授業中に先生から *Do you understand?* や *Are you with me?* と聞かれて、*I've just scratch the surface.* と答えることが不自然であることからわかる。

こういったイディオムには、その背景となるイメージ図式、構文的知識としての文脈情報、概念メタファーに依拠した体系が存在しており、これらを理解しないかぎり、十全なイディオムの習得へと至らないのである。まず、この語の持つイメージは図2のような「掘る」という場面である。このとき掘り手である主体は、地中の世界を探究し、最終的に宝物である事実を発見する



図2. Scratch the surface



図3. Figure out/Hit upon

ことを目標としている。*scratch the surface* はこういったひとつつながりの場面として理解される必要がある。

またこのとき *scratch the surface* は探求という場面を喚起する。そのため、先に見た「授業」という場面とはそぐわない。探究者は、個人であれ、集団であれ、自分で事実を解明しようとしており、先生が生徒に発問し、生徒がそれに答えるといった受動的な場面とは結びつかない。*scratch the surface* は、典型的には能動的に行う課題や企画などについて、*How has it been so far?* とその進行状況を聞かれ、*I've just scratch the surface.* と答えるといった場面によく用いられる。

学習者は、このような会話の場面をセットでイディオムを学習することで、その典型的な意味を理解するだけでなく、自然な文脈も同時に習得していく。構文文法の観点からすれば、こういった文脈に埋め込んだ学習は、イディオム学習だけでなく、あらゆる語や文法の習得にも必要なプロセスであるといえる。ただ、そのなかでもイディオムは文脈依存性が高く、こういった文脈を提示しないと先に見たような誤用を招くことになる。

最後に、イディオムを定着させるために、*scratch the surface* という表現を、*dig up*, *figure out*, *hit up on* など他の関連語彙に位置づけていく（図3参照）。語彙のネットワーク化は、記憶における精緻化方略のひとつであり、私たちはことばを個別に習得するよりもネットワーク化して覚えるほうが定着度も高まる（Schmitt, 1997）。概念メタファーと相対的に位置づけることで、イディオムの深い理解が可能になる。つまり、*dig up* するのは *figure out* するためであり、*scratch the surface* はその最初の段階にいて、実際には目標に到達していないといったことが理解されるわけである。また実際の会話においてもこれらの表現は同時に活性化され、自然なかたちで利用される²⁾。

次章では、イメージ図式、概念メタファーに依拠した体系、構文的知識としての文脈情報を取り込んだ教材作成方法を提案し、体系的なイディオム学習方法を示していきたい。

3. イディオム学習教材作成と授業活動

3.1 概念メタファーとイディオムの選定

概念メタファーには多くの種類があるため、全てを教授することは現実的ではない。学習効率を上げることが重要であるため、本稿では、代表的かつ生産的なもの、つまり、一つ概念メタファーに集約されるイディオム数が多い概念を Lakoff & Johnson (1980) を参考にして、14個の概念を選定した（〈COMMUNICATION IS EXCHANGE〉, 〈A WORD IS A PACKAGE〉, 〈UNDERSTANDING IS SEEING〉, 〈UNDERSTANDING IS SEARCHING〉, 〈THINKING IS MOVING〉, 〈SOLVING IS CONTROLLING〉, 〈NEGOTIATION IS BATTLE〉, 〈ARGUMENT IS COMPROMISE〉, 〈EMOTION IS TEMPERATURE〉, 〈EMOTION IS FORCE〉, 〈HUMAN RELATIONS ARE PHYSICAL CONTACTS〉, 〈DEVELOPING RELATIONSHIP IS BUILDING〉, 〈LIFE IS A JOURNEY〉, 〈LIFE IS A SAILING〉）。

次に、King (1999) で使用されている例を参考に、英語を母語とする教員と、頻度や難易度、イメージでの表象の可否などを考慮しながら、一つ概念メタファーにつき、約 10 個のイディオムを選定した。特に、イメージに関しては、Boers et al. (2008, p. 191) で指摘があるように、イディオムによって絵に描きやすいものと描きにくいものがある。また、試験的にイメージ図式のあるクラスで使用した結果、抽象度の高さから学生になじまず、また理解されにくい場合があるという問題点が示された。そこで、教室活動で利用しやすいように、具体的な絵での表象が可能な表現を選定した。例えば、〈UNDERSTANDING IS SEARCHING〉では、*scratch the surface*, *in depth*, *delve into*, *dig down*, *hit upon*, *figure out*, *show up* の 7 つの表現を選定した。選択した約 140 個のイディオムに対しては、専門のイラストレーターにイメージ図の作成を依頼した。忠実に字義通りの意味を再現できるよう、何度もイラストレーターと協議しながら作成を行った。

会話文は、イディオムを選定した英語を母語とする教員が、Fragiadakis (1993) を参考に作成した。Fragiadakis (1993) では、会話文が、支えとなる絵とともに提示されており、行為の系列が会話から理解できるようになっている。本教材でも、対話文中にも絵を挿入し、音声情報や文字情報だけでなく、視覚的なイメージによって学習ができるような工夫も施した。会話文は、男女の会話とし、会話文を覚えることができるよう、全体で 10 行程度になるようにした。また、イディオム以外の表現で学習者の理解に困難が生じないように、英文は平易な表現で作成した。

なお、会話の中で、本来、イディオムは、ランダムに出てくるのが自然であるが、今回は学習用のため、普通の会話に比べてイディオムの出現頻度の高い会話文となった。

3.2 教材提示順序とタスクの目的

先行研究では、絵から意味を推論、その後文脈で学習する構成での実験や研究が多くみられた³⁾。本稿でも、その方法を引き継ぎ、なおかつ、体系的な学習に結び付けるため、同じ概念メタファーに分類される表現を挙げることにし、以下のような提示順序に決定した。

まず、イメージ図によってある概念メタファーに共通する場面を共有する。次に、イディオムを会話文脈のなかで提示し、具体的な理解活動を行った。最後に、学習したイディオムを同様の概念メタファーを背景とする語とともに整理して提示した。

以下の場合でいえば、「宝物をさがす」場面を絵によって提示し、〈宝物〉とは私たちが〈知りたいと思っていること〉なのだということを理解させる。そのうえで、*scratch the surface* (表面をこする) や *figure out* (かたちを現わす) といった表現を会話によって示す。最後に、これと同様の〈UNDERSTANDING IS SEARCHING〉(理解は探索である) という概念メタファーをもとになりたっている表現を付け加えていく。

3.3 各章の構成と内容

イディオム学習教材の各章は、以下の五つのタスクから構成されている。タスクは、上記の教材提示順序に沿って、理解から産出へと無理なく学習できるように設定した (Gass, 1988)。

イメージ図

→ 構文的知識としての文脈情報

→ 概念メタファーに依拠した体系



Ted: I think we really need to work on this report for the boss.

Darcy: You are right. We have not even **scratched the surface**.
… (省略) …

Ted: Why don't you **figure out** the marketing and I will work on the sales report?

1. It's hard for people to **hit up on** fresh ideas when they are so tired.

2. This article is not very well researched because the author didn't **dig down** to get new information.

1. **Guessing the meanings**: イメージ図からイディオムの意味を推測する。意味概念を視覚的に処理することでより鮮明に記憶に残るようにすることを目的とする。
2. **Understanding the dialogue**: イディオムを適切な文脈で学習する。会話文からイディオムの意味や概念理解に必要な背景知識を引き出し、自然な理解へ導くことを目的とする。またイディオムのグルーピングについて気づきを促し、学習者の洞察力を高めるとともに、言語表現だけでなく、内容にも注意を向けさせ、会話文の理解を促すことを目的とする。
3. **Remembering the dialogue**: イディオムを一つのかたまりとして認識させ、自動化させること、また適切な文脈を理解することを目的とする。
4. **Match the meaning of the idioms**: イディオムの定義を三つの選択肢から選ぶ。日本語へ翻訳するのではなく、イメージを通して意味を理解できるように促すことを目的とする。
5. **Production**: 選択肢から適切なイディオムを選び、文を完成させる。言語産出力はすぐには身につかないことが先行研究の結果から明らかになっているので (Boers, 2001), 代替として選択肢から選ぶタスクを設定した。ここでの目的は、他の文脈でも使える能力を身につけることである。

3.4 参加者

授業参加者は、関西にある大学1年生（英語非専攻）31名である。

本授業は必修科目に用意されている英語の授業で、一般的な英語能力の増強が目的とされる。今回は、授業の一部の時間をイディオム学習に充てるのではなく、イディオム学習を授業の中心に据え、様々な活動（例：推論する、イメージする、分類する、産出する、音読するなどの活動）を通してイディオムが学習できるよう設定した⁴⁾。

3.5 授 業 活 動

ここでは例として、第4回目の授業を説明していく。なお各章とも以下のTASK 1からTASK 5から成り、概念メタファーによる分類に基づいて、同じ教授方法でイディオムが学習できるように組み立てている。授業の最初には、毎回、確認のための復習テストを行っている。この回では、第3回目で使用した会話文からイディオムを穴抜きにし、学習者に適切な表現を書き込ませた。そして、正しい表現が書けているかどうか確認し、定着を図った。その後、第4回目の概念メタファー〈UNDERSTANDING IS SEARCHING〉のワークシート（付録1参照）を配布した。

ワークシートには、〈UNDERSTANDING IS SEARCHING〉の表記の横にイラストがあり、男の子がショベルをもって穴を掘って宝物を掘り出そうとしているシーンが示されている。これを使用し、UNDERSTANDING（理解）という抽象的な事態を理解するために、英語ではSEARCHING（探索）という具体的な行為を利用しているということを学生に説明し、今回の全体的な概念の理解を促した。

TASK 1: Guessing the meanings

次に、各表現の意味を推測させるために、前置きとして、「少しだけ穴を掘っただけ」という状態は、意味理解に置き換えるとどういう状況を指すか、「掘り当てるまで深く掘った」という状態は、意味理解ではどういうことを意味するかを考えるように伝えた。学習者はグループになって、イディオムとその横にあるイメージ図を見比べながら話し合いをし、*scratch the surface*, *in depth*, *delve into*, *dig down*, *hit upon*, *figure out*, *show up* の七つの表現の意味を推測した。その後、教師が概念メタファーを用いて、「探し始めて、まだ宝物は掘り当てていない」状況は、理解の観点に置き換えると、まだ十分に理解が進んでいないという意味になるということ（e.g. *scratch the surface*）、一方、「何時間もかけて掘って、宝物を探し当てた」場合、十分に理解が進んだという意味になること（e.g. *hit upon*, *figure out*）を説明した。各表現と絵の説明をしながら、学習者が視覚的なイメージを通して、イディオムの意味を理解し、記憶できるよう努めた。³⁾ 実際、この回の推論は分かりやすかったようで、多くの学生は、意味を的確に推論することができていた。

TASK 2: Understanding the dialogue:

TASK 2では、学習者は会話文を読み、文脈の中でイディオムがどのように使用されるかを学習する。まず、学習者は会話文の内容を理解するために、ペアで話し合いながら内容の要約を行った。その後、教師の簡単な内容説明を聞いた後、ペアで併設の問題に取り組んだ。会話文併設の問いには、内容理解の問題とともに、イディオムに共通する概念（ここでは「穴を掘る」）に注意を向け、気づきを促す問題がある（e.g. What kind of image do the expressions “scratch the surface” and “in depth” have? What do they have in common?）。表現に注意を向け、気づきを促されることで、より効果的に記憶に残ると考えられる（Nation, 2001）。学習者は、解答後に、

この解説を教師から聞き、今回学習しているイディオムがどのような概念で分類されているかを再度確認した。また、イディオムは、臨場感あふれる鮮明な意味を伝えることができる非常に有効なコミュニケーションツールであるということを、会話を通して確認した。

TASK 3: Remembering the dialogue

内容確認後、学習者は全体でなんども音読し、その後ペアでロールプレイを行った。さらに、シャドーウイングを全体、ペアで行い、ワークシートなしでも音声が続いて発声できるまで練習を行った。その後、イディオム部分が穴抜きになっている会話文を、パワーポイントのスライドでみながら、繰り返し音読した（付録2）。これは、イディオムに注意を向けさせ、見て分かるだけでなく、産出できるようにするためである。また、なんども声に出すことで、イディオムを個別の語ではなく、塊として認識し、その表現がもつ意味を定着させることをねらいとしている。

TASK 4: Match the meaning of the idioms

TASK 4は、イディオムの定義を選択する問題である。学習者は、前後の文脈なしに、イディオムの言い換え表現を三つの選択肢が一つ選択する。定義は英語で書かれており、学習者には翻訳を通してではなく、イメージやその他のストラテジー（問題解決のためのストラテジー、概念メタファーによる分類、会話文脈など）を利用して、意味を推論するよう指導した。

TASK 5: Production

TASK 5は、新しい文脈で、イディオムが使用できるかどうかを確認するための問題である。より多くの文脈で出会う機会を設けることによって、イディオムの定着がより高まると考えられる。形式は、短文の穴埋め問題となっている。一見簡単そうであるが、イディオム自体の理解だけでなく、イディオムがどういう場面で使用されるのかという文脈理解も要求される。さらに、音声、書記の理解も要求されるため、産出は意外に難しい。そこで、選択肢から選ぶ形での産出活動としている。

ここでも、学習者には、イディオムに共通する概念（「穴を掘る」）を繰り返し説明し、体系的な学習を促すようにした。また、イメージ図を再度、別の文脈で、選ばせることによって、イディオムがイメージとして記憶されるように努めた。

なお、学習者には、イメージ図式、概念メタファー、構文的知識といった用語は教えておらず、絵、会話文、内容による分類という呼び方で説明を行った。毎週一つずつ概念メタファーを取り上げ、上記で述べた活動を14週行った。そして15週目に期末テストと簡単なアンケート調査を行った。

4. 学習者の反応

31名の学習者に対して、簡単なアンケートを行った（無回答1名）。アンケートの項目は以下の三つである。①絵は、イディオム学習においてどうでしたか？ ②会話文は、イディオム学習においてどうでしたか？ ③内容で分類することは、イディオム学習においてどうでしたか？ これに対して、学習者は、五つの選択肢（5非常に役に立つ、4やや役に立つ、3どちらでもない、2あまり役に立たない、1全く役に立たない）から当てはまるものを一つ選択した。各項目の平均と標準偏差は表1の通りである。

表1. アンケート調査の結果

質問項目	平均	標準偏差
① 絵は、イディオム学習においてどうでしたか？	4.1	1.0
② 会話文は、イディオム学習においてどうでしたか？	4.0	0.8
③ 内容で分類することは、イディオム学習においてどうでしたか？	4.1	0.9

各質問の回答の内訳は以下のようになっており、3項目とも、5（非常に役立つ）と4（やや役立つ）を選択した学習者は過半数を超えていることが分かる（絵に関して：5の選択者13人、4の選択者12人。会話文に関して：5の選択者10人、4の選択者12人。分類に関して：5の選択者12人、4の選択者9人。）。

このことから、概ね、学習者は今回の教材に組み込んだ三つの方法による学習が、役に立つと考えていると思われる。一方で、数人の学習者は、これらの方法を好んでいなかった。学習者との雑談から、「絵のイメージでイディオムを学習するのではなく、日本語の訳で学習したい」、「イディオムに特化した授業より、リーディングやリスニングのような知識獲得のための授業が受けたい」などの意見を得、学生の望む学習方法や興味が今回の教授方法と一致していないことがわかった。確かに、多くの学生は英語を日本語訳で教わることに慣れている。また、イディオ

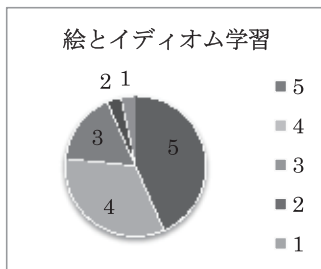


図4. 絵の有用性

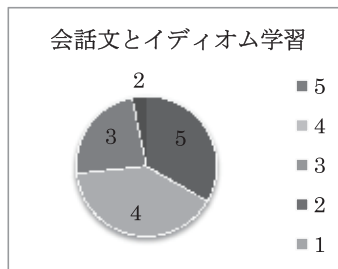


図5. 会話文の有用性

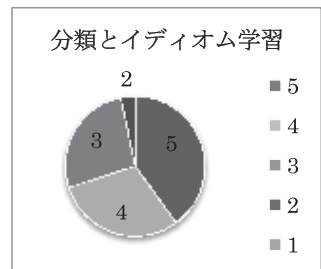


図6. 分類の有用性

ムの学習は他のリーディングやライティングと比べると後回しにされる傾向にある。実際、今までの学習経験、学習スタイルや学習方法の好み学習効果に影響することは先行研究で指摘されており (Boers, 2008), これらの学生に対してどのように対応していくべきかが今後の課題である。

5. ま と め

本稿では、認知言語学の概念を援用した、大学生を対象としたイディオム学習のための教材と授業活動を紹介した。応用言語学の立場から教材作成の例が提案されることはしばしばある。しかし、本稿のように、理論に基づいた体系的なイディオム学習教材を作成しているだけでなく、14週という長期に渡り、一貫した教授法に基づいて授業を行い、さらに、一定の評価を学習者から得ているという授業報告は、国内外をみてもほとんどないと思われる。このような取り組みは、作業的に非常に時間がかかり、手間もかかるという問題があるが、学習者の学習効率を上げるという観点からは非常に意義があると考えられる。今回取り上げたイディオムは、イメージしやすい項目のみであるが、少なくともこれらに関しては、体系的に学習できることが示された。学習者にとっては、ランダムに暗記することと比べると、負担が少ないという利点があり、今までにない教材が提案できたと考える。また認知言語学の考え方は、身体性に基づくもので、特に、イメージ図式に支えられている表現には普遍的なものが多く (例: 怒り, 上下), 直感的, 感覚的に理解しやすいものであると思われる。現在, 予備知識なしに, 汎用的な形で利用できる市販教材を準備しており, 本稿の提案するイディオム学習方法が今後の英語教育の発展の一助になればと考える。

今回の授業では、イディオム学習に重点を置いたが、こういったアプローチは、語彙学習、文法学習、テキスト学習にも利用できる。外国語学習における認知言語学を応用した試みは、徐々に広まっており、更なる発展が期待される。今後は、本教材と他教材を比較し、実証的に効果を検証する予定である。

謝 辞

本教材のイラストを作成くださった天野真由美、渡辺翔太両氏に感謝いたします。

注

- 1) 認知言語学のアプローチとは異なるアプローチで, Carpenter and Olson (2012), Kost et al. (1999), Plass et al. (1998) などが, 絵が翻訳よりも単語の意味理解や認識に有効に働くと述べている。
- 2) 従来までのイディオム学習では, *up* や *out* を用いた句動詞の集合といったかたちで, 形式的

な分類に終始するものがほとんどであったが、ここで提示した概念メタファーに基づく分類は、私たちが実際に所有する心的語彙（メンタル・レキシコン）を反映するものになっている。

- 3) Skoufaiki (2008) では、意味を推測したあとで教師の説明によって意味の確認をする方法が、記憶の定着に効果的であることが実証されている。
- 4) シラバスは以下のとおりである。

[授業内容・計画]

読解力、聴解力向上に欠かせないイディオム表現を中心に学習します。

[主な予定項目]

- 第1週 Communication is exchange
- 第2週 A word is a package
- 第3週 Understanding is seeing
- 第4週 Understanding is searching
- 第5週 Thinking is moving
- 第6週 Solving is controlling
- 第7週 Negotiation is battle
- 第8週 Argument is compromise
- 第9週 Emotion is temperature
- 第10週 Emotion is force
- 第11週 Human relations are physical contacts
- 第12週 Making relation is building
- 第13週 Life is a journey
- 第14週 Life is a sailing
- 第15週 Review

引用文献

- 秋元実治 (2002). 『文法化とイディオム化』 東京：ひつじ書房
- Beréndi, M., Csábi, S., & Kövecses, Z. (2008). Using conceptual metaphors and metonymies in vocabulary teaching. In F. Boers & S. Lindstromberg (Eds.), *Linguistic approaches to teaching vocabulary and phraseology* (pp. 65–100). Berlin, Germany: Mouton de Gruyter.
- Boers, F. (2000). Metaphor awareness and vocabulary retention. *Applied Linguistics*, 21, 553–571.
- Boers, F., & Demecheller, M. (2001). Measuring the impact of cross-cultural differences on learners' comprehension of imageable idioms. *ELT Journal Volume*, 55, 255–262.
- Boers, F., Lindstromberg, S., Littlemore, J., Stengers, H., & Eyckmans, J. (2008). Variables in the mnemonic effectiveness of pictorial elucidation. In F. Boers & S. Lindstromberg (Eds.), *Linguistic approaches to teaching vocabulary and phraseology* (pp. 189–116). Berlin, Germany: Mouton de Gruyter.
- Carpenter, S. K., & Olson, K. M. (2012). Are pictures good for learning new vocabulary in a foreign language? Only if you think they are not. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 38, 92–101.
- Fillmore, C. J., Kay, P., & O'Connor, M. K. (1988). Regularity and idiomaticity in grammatical constructions: The case of let alone. *Language*, 64, 501–538.
- Fragiadakis, H. K. (1993). *All clear!: Idioms in context*. Boston, MA: Heinle & Heinle.
- Gass, S. (1988). *Second language vocabulary acquisition*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

- Gibbs, R. W. (1994). *The poetics of mind: Figurative thought, language, and Understanding*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Holme, R. (2004). *Mind, metaphor and language teaching*. Basingstoke, England: Palgrave MacMillan.
- Hulstijn, J., & Marchena, E. (1989). Avoidance: Grammatical or semantic causes? *Studies in Second Language Acquisition*, 11, 241-255.
- Irujo, S. (1993). Steering clear: Avoidance in the production of idioms. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 31, 205-219.
- Jackendoff, R. (1995). The boundaries of the lexicon. In M. Everaert et al. (Eds.), *Idioms: Processing, structure, and interpretation* (pp. 113-165). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate.
- King, K. (1999). *The big picture: Idioms as metaphors*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- Kost, C. R., Foss, P., & Lenzini, J. J. (1999). Textual and pictorial glosses: Effectiveness on incidental vocabulary growth when reading in a foreign language. *Foreign Language Annals*, 32, 89-113.
- Kövecses, Z. (2001). A cognitive linguistic view of learning idioms in an FLT context. In M. Pütz, S. Niemeier & R. Dirven (Eds.), *Applied cognitive linguistics: Language pedagogy, vol. 2* (pp. 87-115). Berlin, Germany: Mouton de Gruyter.
- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: A practical introduction*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Kövecses, Z., & Szabó, P. (1996). Idioms: A view from cognitive semantics. *Applied Linguistics*, 17, 326-355.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Laufer, B., & Eliasson, S. (1993). What causes avoidance in L2 learning? *Studies in Second Language Acquisition*, 15, 35-48.
- Nation, P. (2001). *Learning vocabulary in another language*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Nunberg, G., Sag, I. A., & Wasow, T. (1994). Idioms. *Language*, 70 (3), 491-538.
- Plass, J.L., Chun, D.M., Mayer, R.E., & Leutner, D. (1998). Supporting visual and verbal learning preferences in a second language multimedia learning environment. *Journal of Educational Psychology*, 90, 25-36.
- Schmitt, N. (1997). Vocabulary learning strategies. In N. Schmitt & M. McCarthy (Eds.), *Vocabulary: Description, acquisition, and pedagogy* (pp. 199-227). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Skoufaki, S. (2008). Conceptual metaphoric meaning clues in two L2 idiom presentation methods. In F. Boers & S. Lindstromberg (Eds.), *Linguistic approaches to teaching vocabulary and phraseology* (pp. 101-132). Berlin, Germany: Mouton de Gruyter.
- Sornig, K. (1988). Idioms in language teaching. In W. Hüllen & R. Schulze (Eds.), *Understanding the lexicon: Meaning, sense and world knowledge in lexical semantics* (pp. 280-290). Tübingen, Germany: Max Niemeyer Verlag.

付録 1

Unit 2
Understanding

Unit 2.2




Understanding is Searching



Searching is digging down deep into a topic, digging into collected data, and finding out relevant information which you need.

TASK 1 Guess the Meaning

In pairs, make use of the images to guess the meaning of each expression, and write the meaning in the space next to the images.

Expressions	Images	Your guess
1. scratch the surface	 <p style="text-align: center;">touch upon, skim, scan</p>	1. _____
2. in depth 3. delve into 4. dig down	<p style="text-align: center;">in depth</p>  <p style="text-align: center;">search, inspect</p>	2. _____ 3. _____ 4. _____
5. hit upon 6. figure out 7. show up	<p style="text-align: center;">discover, reveal</p> 	5. _____ 6. _____ 7. _____

TASK 2 Understand the Dialogue

Read the dialogue and answer the questions below.

Ted: I think we really need to work on this report for the boss.

Darcy: You are right. We have not even (1) **scratched the surface**.

Ted: There are many details that need to be worked out before we can write the final report.

Darcy: Yes, it needs to be an (2) **in depth** analysis of the new products.

Ted: Why don't you (3) **figure out** the marketing and I will work on the sales report?

Darcy: You will need to (4) **dig down** to understand the sales report.

Ted: I know. If you (5) **hit upon** any good information, please let me know.

Darcy: Yes, I will. All right, I will (6) **delve into** the marketing and see if some useful information (7) **shows up**.

Ted: Sounds good. Let's get to work.

**Questions**

1. What do Ted and Darcy need to work on?
2. How much work do Ted and Darcy need to do on their report?
3. What kind of image do the expressions “scratch the surface” and “in depth” have? What do they have in common?

TASK 3 Practice Conversation

Practice the above conversations with a partner. Take turns being each character. Practice looking at your partner and making good eye contact.

TASK 4 Match the Expressions

Choose one from the three options provided below that best describe the words in bold type of (1) to (7) in the dialogue.

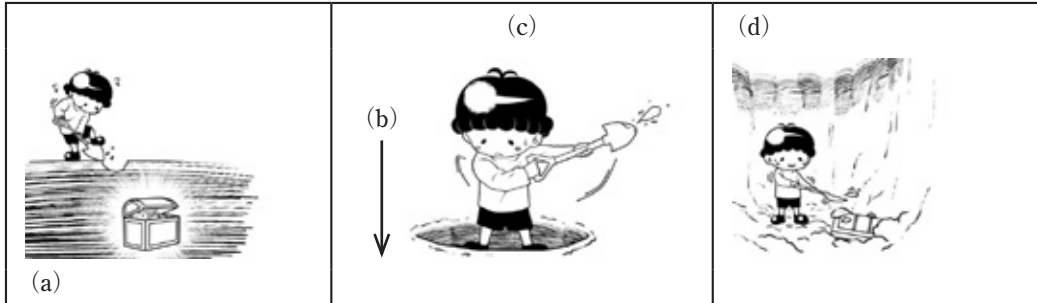
- | | |
|--|---------------------------------|
| (1) scratch the surface | (5) hit upon |
| a. use the nails to dig | a. think of something |
| b. have a superficial knowledge | b. break something accidentally |
| c. start a rumor | c. leave behind or forget |
| (2) in depth | (6) delve into |
| a. extensively; thoroughly | a. examine something carefully |
| b. beyond one's knowledge | b. choose |
| c. complex | c. close |
| (3) figure out | (7) show up |
| a. admire someone | a. forget |
| b. consider carefully before rejecting | b. take away |
| c. find the solution to a problem after a lot of thought | c. appear |
| (4) dig down | |
| a. relax on a vacation | |
| b. examine closely | |
| c. take work home with you | |

TASK 5 Production

Use the idioms in the box, and fill in the blanks. Then choose the image which is the best match to the idioms from (a) to (d).

- He really needs to do a more _____ study before the committee can make a decision about his report. (image _____)
- If new information on the story doesn't _____, the reporters just keep repeating the same things. (image _____)
- Nobody can _____ how to put this together. The instructions are very confusing. (image _____)
- He didn't want to _____ personal information during the interview. (image _____)
- This book is not well written. It doesn't even _____ of the topic. (image _____)
- This article is not very well researched because the author didn't _____ to get new information. (image _____)
- It's hard for people to _____ fresh ideas when they are so tired. (image _____)

hit up on	figure out	delve into	scratch the surface
in depth	dig down	show up	



付録 2

Ted: I think we really need to work on this report for the boss.



Darcy: You are right. We have not even (1) _____ s _____.

Ted: There are many details that need to be worked out before we can write the final report.



Darcy: Yes, it needs to be an (2) _____ i _____ analysis of the new products.



Ted: Why don't you (3) _____ m _____ the marketing and I will work on the sales report?

(以下, 省略)

