

研究者名（研究グループ名）：

文学部 日本語日本文学科 設楽ゼミ4期

活動概要

教材・文具の企画開発などを手がける「株式会社コトバノミカタ」と連携し、小学生向けの漢字キャラクターを用いた動画コンテンツを開発した。日本の子ども達の約半数は漢字が苦手と言われている。同時に、COVID19による「新しい生活様式」では、IT活用が進んだ。漢字キャラクターは、部首がおひめさま「あめかちゃん」やせんし「さんずいくん」になっていて、自然に関連するものが多い。子どもたちにとって、生活に根ざす大自然と、その豊かな恵みが古代文明、引いては文字を作らしめたという歴史に触れることは、SDGS17の目標の「自然と共に生きる世界観の醸成」にも寄与するだろう。

活動内容

活動・研究・委託テーマ	漢字キャラクターの子ども向け動画コンテンツ開発
対象となる地域・企業等	株式会社コトバノミカタ・転勤族ママ&キッズ探検隊in西宮・全国の小学生と保護者
活動学生(ゼミ・学年等)	日本語日本文学科 設楽ゼミ4期10名
連携時期	2020.8.1~2021.3.31
学外への広報方法	学院・学科ならびにコトバノミカタのホームページ
連携の内容・連携のプロセス	<p>学生は、動画のシナリオ（夏季）、各キャラクターの声優、ナレーション（2020年9月音声収録）をすることで、動画の制作に参加した。1月はアンケートの集計と分析も担当し、「研究成果の社会還元促進に関する発表会」（2021年2月12日）に成果を発表した。</p> <p>株式会社コトバノミカタは、動画制作準備としてキャラクター制作、シナリオ原案・編集や転勤族ママ&キッズ探検隊in西宮へのアンケート依頼を担当した。</p> <p>ゼミ教員・設楽馨が漢字の専門知識及びアンケート設計の指導を行った。</p> <p>なお、動画はアンケート集計後、ららぽーと甲子園の企画「第3回武庫女フェス」で一般に公開した。</p>
地域面・教育面での成果	<p>地域面として、動画コンテンツは学習機会が楽しく豊かに提供できることがわかった。また、学習者の嗜好性に応じた演出（例えば、バトルシーンや可愛い容姿、方言によるキャラ性）を表現できた。教育面として、学生は座学で培った知識を楽しくわかりやすく情報発信した。</p>

コーディネートの課題や運営面での努力

学生参加については、感染症対策を徹底した。発声を伴う活動には、最新の情報を集めるとともに、換気や消毒等、万全の対策を講じた。

アンケート集計では、当初予定の100組の回答が集まらず、再度の協力要請を仲介者に依頼し、33組の回答となった。例年と異なる年中行事が行われる年末年始が実施期間としてふさわしくなかったのだろうか、アンケート依頼の時期や方法を見直したい。

活動内容PR(活動の様子・関係者からの評価等)



動画のイメージ（上）

収録風景（右。ステーションキャンパスDJブース。一人ずつ収録し、換気・消毒後、交替して入室した。）



アンケートに寄せられた小学生の意見を抜粋する。

- ・戦士たちがモンスターと戦うところが面白かった。
- ・悪い龍だと思っていたら実は可愛かったところがおもしろかった。
- ・子どもが知らなかった漢字も知る機会があるのはいいことだと思う。
- ・漢字を好きになったり興味を持ったりする・漢字を覚えるのに役立つコンテンツ。
- ・キャラクターもかわいかったりかっこよかったり子どもが好きそう。
- ・視聴後、漢字は覚えていなかったが、部首を全て覚えた。