

# The Top Shelf

## Gaidai Library News

第5号

### 特集 Learning Commons




## これぞ、アクティブ・ラーニング

学研都市キャンパスでは、これぞアクティブ・ラーニングとも言える課題解決型授業 (PBL: Project Based Learning) を2012年から開始し、今年で早5年目を迎えます。この授業は、企業、行政、団体などが抱える実践的な課題に対して学生たち自身がPDCAサイクルを回すなどして解決策を導き出し、企業などに直接プレゼンテーションするものです。

この授業の特徴は、最初から正解が準備されているわけではないため、まさに筋書きのないドラマを学生自らの手で作りあげて行くところにあります。従って、授業時間外に図書館内にあるラーニング・コモンズなどを活用して行うグループワーク、学外に出て行うアンケートやインタビュー調査などのフィールドワーク、そして、プレゼンテーションで聞き手に的確に伝えるための表現力が必須となります。

このような活動は、座学に慣れた学生には初めての体験となるため、悩み苦しむ壁に必ず遭遇することになります。しかし、チーム一丸となって協力し合うことでその壁を突破し、得難い喜び、達成感を得ると同時に、この過程を通じて創造力、課題解決力、主体性、協調性、発信力など学生の社会人基礎力・就業力が自然と身につく大きな成長に繋がっていきます。

学研都市キャンパスキャリアセンター長 中野 誠



図書館は、書籍や新聞・雑誌の調べものだけでなく、グループディスカッションや発表資料の作成のための共有スペースとしても多くの学生に活用されるようになってきました。前号の特集テーマActive Learningの続編として、今号では図書館を中心とする共同学習スペースLearning Commonsについて紹介します。



特集

ラーニング・コモンズで広がる学びのシーン



中宮・学研都市両キャンパスの図書館学術情報センターに設置されているラーニング・コモンズを利用したことはありますか。ぜひ一度足を運んでみてください。きっと、「もっと学びたい」という気持ちがグッと高まるでしょうし、共に学べる新しい仲間が見つかるかもしれませんよ。

## 「学びたい」がすぐに実現できる、学びのアクセス広場〈中宮キャンパス〉

本年4月、中宮キャンパス図書館学術情報センター内にラーニング・コモンズ〈学びのアクセス広場〉が開設されました。学生のみなさんが、授業を受けに大学へやってくるだけでなく、自ら積極的に学びを展開してほしいという思いから、様々な設備が用意されています。2階には「プレゼンテーション演習エリア」が設置されており、大画面でのPowerPointを使ったプレゼンテーションの練習や学生同士の研究会、小講演会などを開催することもできます。また、このエリアは資料作成のためのスペースを併設しているので、必要な資料を検索したり、資料を制作しながらプレゼンテーションの試行ができるように工夫されています。3階の「グループ学習エリア」には様々なメディア作成のための機器が用意されています。大型のポスター用印刷機を使って、わかりやすく魅力的な発表資料を作成したり、動画コンテンツを制作して自作DVDをみんなに配ることも可能です。このように、「外大生の表現力、発信力をさらに高めたい!」という思いがラーニング・コモンズには込められているのです。



中宮ラーニング・コモンズの初期利用登録がまだという人は、まず3階の専用カウンターで初期登録をしてください。その後は、図書館学術情報センターや1号館、2号館の1階にある大型スクリーンに表示される「利用状況表示システム」で空席を確認して利用できます。スマートフォンでの利用予約も可能です。

## PBLでのワークスペース・共同閲覧室の利用〈学研都市キャンパス〉

学研都市キャンパスで行われているPBLの授業は、プロジェクトの進行の確認や検討、方向付けなど、いわば企画会議的な内容が中心です。そのため、実際の作業の多くは授業外に学生たちが自主的に行うことになります。そうした授業外学習の場として、図書館学術情報センター3階のラーニング・コモンズ(共同閲覧室)が利用されています。また、PBL専用のパソコンやプレゼンテーション練習用のプロジェクターなどを使用するためにキャンパス内に確保されているPBLワークスペースも大いに利用されており、このPBLワークスペースも図書館の共同閲覧室と合わせて、ラーニングコモンズとしての機能を発揮しています。

らいふちゃん

らりーくん





## 貴重書庫から



### 『平成の紙譜』

我が国の紙漉きの伝統を継承していこうと考える若い人々が中心となって、1994年に全国手すき和紙連合会により、全3冊、限定 500 部で刊行（奥付は 92 年 11 月）されました。1992年の時点で製作されている全国の手漉き紙を網羅し、実物350点が添付されていますので、たいへん貴重な資料です。



日本の手漉き紙は文化財保存資料として、世界中の博物館、美術館に常備されています。和紙の原料はコウゾ、ミツマタ、ガンピという植物ですが、これが学名ではなく和名のまま使われています。紙の漉き方である溜漉き、流し漉きといういい方も日本語の発音で世界中に通用します。「和紙：日本の手漉和紙技術」はユネスコの無形文化遺産にもなっています。この本で、和紙に親しんでみませんか。



## 図書館だより



### “いま、学生が注目する本”



中宮図書館 3 階ラーニング・コモンズの書架に「コミュニケーション能力、プレゼン能力を上げたい時に」役立つ書籍が追加されました。

その中で今、学生の注目を集めているのが『日本はこうしてオリンピックを勝ち取った! 世界を動かすプレゼン力』(NHK出版)です。

著者のニック・バーリー氏は、2020 年東京へのオリンピック招致を舞台裏で演出したプレゼンのスペシャリスト。日本人がグローバルな舞台で成功を収めるための、世界基準のコミュニケーション術と戦略が紹介されています。(中宮キャンパス)

### “本との出会い”を誘う展示コーナー

書架に配架されている図書は、なかなか皆さんの目に 留まる機会がない図書も多いですが、さまざまな展示を通して皆さんにご紹介しています。

入館してすぐに左右に広がる「展示コーナー」、貸出返却カウンターには「おすすめ本」の展示、新着図書コーナーの上部には「THE GAIDAI(関西外大通信)で紹介されている図書」などを展示しています。学生有志でつくるライブラirieサポーター(ライサポ)の企画展示も定期的に行っています。

ふと手にした図書は、あなたに読んでもらいたい図書です。学業の合間や通学中に、またはゆっくりと自宅で、ぜひご覧ください。(学研都市キャンパス)





## 中日两国广告语的焦点之考：日中広告言葉のフォーカスについて



日常生活中，我们通常以自身的主体考察来认识周围的世界。视角不同，观察对象的角度也有所不同。我们将考察事物的视角称为“焦点”。

先来比较一下日中两国相亲网站的广告语：

日：「ツヴァイには、出会うべき人がいる」

中：“执子之手，与子偕老”（年老いるまで夫婦仲良く連れ添う）

翻看日本的相亲广告语，很多强调“相遇”，“先从朋友发展起”等一段婚姻中的“开始”，“起因”部分。而中国的广告语常会出现“白头偕老”，“终成眷属”这类关注婚姻结果的语句。

由于社会文化，认知习惯等方面的不同，比较中日广告用语视角焦点的特征，就出现了“因与果”，“面与点”，“抽象与具体”，“自然与人为”，“静态与动态”等多方面的差异。把握这些语言表达上的差异，更能帮助我们鲜明地了解两国语言文化的特点。

### Different Focuses in the Language of Chinese and Japanese Advertising

“Focus” means how one perceives things. In everyday life, people tend to understand the world around them by means of their perceptions.

Let us compare some advertisements on Japanese and Chinese matchmaking sites.

Japanese: *In Zwei, there is a person you should meet.*

Chinese: *Give me your hand. I'll hold it. And live with me till we are old.*



In Japanese matchmaking advertisements, the beginning or causal part of a marriage is emphasized, i.e. meeting for the first time, becoming friends, and so on. In contrast, Chinese matchmaking advertisements tend to talk about “living to a ripe old age in conjugal bliss” and “finally getting married,” from which we can see that Chinese people are more concerned about the outcome of marriage.

When we compare the different focuses of the language in Japanese and Chinese advertisements, we find contrasts such as cause and effect, generalization and individuality, abstraction and concreteness, naturalness and artificiality, and dynamism and stability, due to the cultural and cognitive differences between Japan and China. Therefore, being aware of these different modes of language expression will help us to have a better understanding of the two countries' languages and cultures.

英語国際学部講師 趙 嵐

#### 〈編集後記〉

第5号では、ラーニングcommonsの活用を通して広がる新しい学びのかたちの可能性やPBLなどの授業での活用例をとりあげました。また、特集テーマに関わって、学生に注目されている図書を紹介しました。趙先生に寄稿していただいたエッセイからは、異文化理解について興味深い視点をよみとっていただけることと思います。両キャンパスの皆さんに読んでいただけるように、中文・英文併記としました。発行にあたり、執筆・翻訳・編集にご協力いただいた皆さま、ありがとうございました。

図書館学術情報センター運営委員会

\*利用案内は図書館学術情報センターのホームページの開館カレンダー及び利用ガイドをご覧ください。

### The Top Shelf

第5号

2016年10月 発行

関西外国語大学図書館学術情報センター  
<http://library.kansai-gaidai.ac.jp/>

[中宮キャンパス]

〒573-1001大阪府枚方市中宮東之町16-1  
 TEL 072(805)2801(代)

[学研都市キャンパス]

〒573-0195大阪府枚方市穂谷1丁目10-1  
 TEL 072(858)0021(代)