

グローバルネットワーク時代における「新しい日本語学習者」と オンラインコミュニティへの需要

高橋 敦

要 旨

世界的にインターネットが普及しつつある現在、教育機関に属さず独学で日本語を学ぶ「新しい日本語学習者」がうまれていることが予想される。しかし彼らはその特徴から、これまで研究や調査の対象となることが少なかった。そこで本研究では、Facebookを用い、世界の諸地域の日本語学習者を対象としたオンラインコミュニティを作成し、実践を行った。実践の結果、コミュニティには日本語教育機関のない地域を含む、45の国・地域から5000人を超える参加者が集り、データやコメントから「新しい日本語学習者」の存在を明らかにすることができた。また、参加者は学習者のみにとどまらず、コミュニティには日本語を忘れつつある日本滞在経験者も多く見られた。オンラインコミュニティには、彼らの自律的な学習の機会を大きく広げる可能性がある。実践と検証を繰り返し、「新しい日本語学習者」や海外在住の日本語使用者の参加と学びの支援方法を探りたい。

【キーワード】 新しい日本語学習者、オンラインコミュニティ、Facebook、インターネット、自律学習

1. はじめに

世界インターネット統計 (Internet World Stats 2012) によると、2012年6月時点での世界のインターネット利用者数はおよそ24億人、世界人口の34%程度にあたる。2000年から2012年までの成長率は566.4%と目覚ましいが、それでもなお、三分の二の成長の余地を残している。統計はインターネットの世界規模での急速な普及と、今後の成長可能性を示している。

国際交流基金の2012年海外日本語教育機関調査によると、世界136の国・地域において、398万人余りが日本語を学習している。しかし、これは教育機関に所属する日本語学習者数である。インターネットが普及し、配信されるコンテンツも増加している現在、1) 日本文化に触れ、日本に興味を持つ機会、2) 独学で日本語を学ぶことのできる環境、が生まれ、広がっていると考えられる。教育機関に属さずに日本、もしくは日本語に興味をもち、独学で自律的に学ぶ「新しい日本語学習者」も数多く生まれているのではないだろうか。また、日本語教育機関がある地域でも、日本語母語話者と接する機会がほとんどない地域は少なくない。彼らがオンライン上で、日本語を用い、世界中の日本語使用者とつながることができれば、彼らの自律的な学習の機会は大きく広がる。

他者とのつながりという視点で注目されるのが、近年急速に利用者を増やしているソー

シャルネットワークサービス（以下SNS）である。日本語教育に関する研究においてもSNSを用いた活動の報告は増えつつある。しかし、現在研究発表されている具体的なSNS適用事例の多くは大学などの高等教育機関が実践の場となっている（松浦・中村2011：23）。SNSを用いることで、従来日本語母語話者・使用者と接点を持つことが難しかった学習者にも日本語の使用機会や、母語話者との接触の機会を提供できる可能性は無視できない。教室外で学ぶ学習者が増えていると考えられる現在、教育機関でのSNS利用と合わせ、教育機関外でのSNSの持つ可能性を探る研究は喫緊の課題といえるのではないだろうか。

2. 先行研究

教室活動でSNSを用いた日本語教育の実践研究には、大塚（2005）、大塚（2008）、日本・Armstrong（2009）、中西他（2010）、中西他（2011）などがあげられる。

大塚（2005）は中級日本語聴解・会話の授業において、SNSを授業告知や課題提出、発表を録画した動画のアップデート及び視聴、自己評価等、授業の補助手段として利用し、時間の効率性と教育の質向上を目指している。また、大塚（2008）はSNSを利用し、韓国にいる日本語学習者に対して、韓国の対面授業者と日本の遠隔授業者の協同による日本語作文授業を行った。この研究ではSNSを用い、対面授業と遠隔授業を並行して行う事で授業が活性化されたこと、さらに日本語母語話者教授者が不足している地域での遠隔授業の活用可能性が明らかとなった。

大塚の実践が、SNSを主に教授者と学習者のやりとりをサポートするものとして利用していたのに対し、日本・Armstrong（2009）、中西他（2010、2011）はSNSを日本語母語話者と海外在住の学習者のコミュニケーションに利用した実践である。

日本・Armstrong（2009）は、関西外大生とバックネル大生間で行ったFacebookを用いたコミュニケーション活動（Facebook プロジェクト）について報告している。e-mailで行っていた関西外大生とバックネル大生間のメール交換による授業活動をFacebookに置き換え行ったところ、メールで活動を行っていた時のメール交換回数の少なさや、母語話者と非母語話者の発信回数の隔たりといった課題が解決され、コミュニケーションツールとしてのFacebookの有用性が確認された。メールで活動を行った際は、学生を数人ずつのグループに分け、グループ内でのみやりとりを行ったため、一通のメールを確認できる学生が限られていたのに対し、Facebookでは全学生が同時にやりとりに参加できたこと等が要因としてあげられる。

中西他（2010）は、同一SNSを利用した、2008年、2009年の2年間の実践の成果を比較したものである。日本語学習者と日本語教師を目指す実習生の間で、大学SNSを利用した交流授業を行い、2008年度の実践の結果を元に教師の役割やSNSの機能等の改良を行った結果、2009年度はSNS上のやりとりが活性化されたことを報告している。また、中西他（2011）では、上記改善について、社会的存在感、ソーシャル・サポートという概念を用い分析している。

教室活動外での実践を試みた研究には阿部 (2010) がある。阿部 (2010) は SNS を用い、日本語を専攻している中国の大学生と日本人の交流活動を行い、SNS を用いた活動では、コメントでの交流が日本語使用にとって重要な役割を果たす可能性があること、学習者によって交流の目的と役割が異なることを指摘している。

しかし、SNS を用いた日本語教育の実践に関する研究はまだ新しいものであり、報告の数は十分ではない。また、これらの論文で報告されている実践の多くは大学等の教育機関内で行われたものであり、特定の教育機関に属さない、国内外の日本語学習者・使用者、すなわち「新しい日本語学習者」を対象とした実践の報告は極めて少ない。情報技術の発達により学習者と学習環境は多様化しており、日本語教育機関に通わず、独学で学ぶ学習者は増えていると推測できるが、彼らはその特徴からこれまで研究や調査の対象となることが極めて少なかった。そこで本研究では、代表的な SNS である Facebook を用い、オンライン上に世界の日本語学習者・使用者を対象としたオープンなコミュニティを開設し、実践を行い、「新しい日本語学習者」の存在と、オンラインコミュニティへの需要を明らかにすることを試みた。

3. 実践経過

3.1 Facebook ページを選択した理由

本研究では、以下の 2 点の理由でコミュニティを Facebook ページに作成した。

1 点目が、圧倒的な利用者数である。任意参加を前提とする SNS の場合、開設時にすでに一定のユーザー数が見込まれている場合と比べ、ユーザー数を増加させるために努力を要する (松浦・中村 2011)。Facebook の報告によると、2013 年 3 月末期 (Q1) の Facebook 月間アクティブユーザー数は 11.1 億人、日間で 6.65 億人に達している¹⁾。世界中の日本語学習者、使用者を対象とした、任意参加が前提のコミュニティを作成するにあたり、すでにサービスを使用している利用者が多いほど、参加者を集めやすいと考えた。また、実際に参加者を集めるには作成したコミュニティを周知する必要がある。Facebook ページには広告サービスが用意されており、特別な知識がなくとも、少ない労力でコミュニティを世界の Facebook 利用者に宣伝することが出来る。さらに、Facebook の仕組みで、あるユーザーがコミュニティに参加すると、その友人にも情報が伝わるようになっており、口コミ効果で、より多くのユーザーにページが周知されることも期待できる。

2 点目が、コンピューターリテラシーと言語の問題である。インターネットを用いた遠隔教育や交流の研究では教授者及び、学習者のコンピューターリテラシーの欠如が課題となることが少なくない (大塚 2005)。参加者が日常的に使用している Facebook を用いることで、対象が Facebook ユーザーに限られることになるが、コンピューターリテラシーが課題となる可能性は大幅に減少するのではないかと考えた。また、日本国内向けのサービスと異なり、多くの言語が用意されているので、参加者は自身の母語で操作をすることが

¹⁾ <http://www.auncon.co.jp/corporate/2013/0605.html>

できる。日本語使用機会を前提としたコミュニティなので、トピックやコメントは日本語で書かれるという想定であるが、Facebookを用いることで、トピック以外、ページ自体の言語はユーザーの母語で表示することが可能となる。

ただし、Facebookは基本的に中国本土からのアクセスができない。そのため、2012年時点で日本語学習者数が最大となった中国人²⁾の参加は極端に少なくなる³⁾。また、Facebookページは、管理者とページに「いいね！」と言ってくれた人たちとの間でコミュニケーションをとるためのコミュニティであり、「いいね！」と言ってくれた人たち同士でのコミュニケーションはあまり想定されていないように感じられる。Facebookではページの他にグループというコミュニティも利用できるが、グループでは、コミュニティのメンバーが投稿を行えば、他のメンバーに通知が届くのに対し、ページの場合、管理者が記事を投稿すれば、ページに「いいね！」と言ってくれた人やその友人に通知されるが、管理人以外が行った投稿については管理人及び、トピック主以外には通知されない。これは参加者同士のやりとりを活性化するうえでデメリットとなる可能性がある。

しかし、グループは少人数向けコミュニティとして設計されており、宣伝を行う事もできない。上記のデメリットは認めつつも、代わりとなるサービスが見つからないことから、本研究ではFacebookページを選択することとした。

3.2 実践の概要

コミュニティの作成はFacebook上で行う。管理者がFacebookユーザーである必要があるが、開設に必要なものはページの名前だけであり、誰でも作成が可能である。ページにはいくつかの設定項目があるが、特別な知識が必要になるものはない。稿者は見栄えを良くするためにページにいくつかのイラストを掲載したが、Facebookの個人プロフィールの写真を掲載する方法とほぼ同じなので、Facebookユーザーであれば難しい作業ではないだろう。

作成されたFacebookページは中国本土のようにアクセスできない地域を除けば、インターネットに接続できれば誰でも閲覧することが可能であるが、参加し、コメントを投稿するにはFacebookに登録しなければならない。Facebookに登録する際は姓名、メールアドレス、生年月日、パスワードを入力する必要がある。Facebookに登録したユーザーは、コミュニティへの参加に管理者の許可等は必要なく、自由に参加することができる。

コメントやトピックの投稿についても同様に管理者の承認は必要なく、参加者は自由に投稿が可能である。管理者は投稿を削除する権限を持っているので、投稿がコミュニティにそぐわなければ手動で削除することもできる。実践中、ダイエット食品の宣伝など、いくつかの投稿を削除した。

ページの管理者は「インサイト」という機能で、管理するページの参加者の年齢や性別、

2) 海外日本語教育機関調査(2012)

3) 中国本土以外、例えば日本に留学している中国人のアクセスは可能である。

アクセス元の地域といった統計データを確認することができる⁴⁾。本実践での参加者の分析にもこの「インサイト」の機能を用いた。

3.3 宣伝

2012年10月22日、Facebookページ上のコミュニティ「にほんごではなそう！ nihongo de hanasou！」(<http://www.facebook.com/nihongodehanasou>)を開設した。当初の参加者は稿者のクラスメイトの大学院生など知人のみ(10名程度)で、何件かトピックを投稿しながら参加者⁵⁾が集まるのを待ったが、2ヶ月ほど経過しても参加者は全く増えず、任意参加を前提としたコミュニティで人を集めることの大変さを痛感した。そこでページを探してもらうのを待つのではなく、Facebookの広告機能を使い、世界のFacebook利用者に宣伝することにした。Facebookページの宣伝は有料だが、地域や、キーワードを設定するだけで、特別な知識がなくとも対象を絞り、宣伝を行えることが特徴である。例えば、インドネシアを対象の国に設定すると宣伝の対象は約48,000,000人だが、そこに「Japanese language」に関心のある、という条件を加えると約1,160,000人に、キーワードを変え、「Japanese Language Proficiency Test」とすると約6,200人となる⁶⁾。なお、キーワードについてはFacebook上で設定されたもののみしか選択はできず、例えば、「日本語教師」や「日本語教育」というキーワードは設定できなかった。またFacebook上で確認できる国・地域とはアクセス元の地域を指しており、参加者の国籍ではない。ちなみに対象国として中国は選択⁷⁾でき、わずかではあるが対象者が存在する。なんらかの方法でアクセスしている人がいると考えられる。

今回は宣伝(広告)期間を2012年12月27日～2013年1月4日の8日間、予算は一日あたり500円⁸⁾に設定し、広告文を作成した。広告の文面については、本来の目的からは少し離れるが、2ヶ月間全く反応がなかったので、できるだけ学習者に興味を持ってもらえるよう下記の文面にした。

広告文の文面

Welcome! Let's talk in Japanese. Come and join us! Facebookで日本語の先生と話してみませんか？

広告は世界の日本語学習者数を参考に対象地域を20カ国に絞り⁹⁾、日本語学習者に関わ

4) 参加者全体の統計であり、各参加者の個人データは確認することができない。

5) ページに対し「いいね！」をつけることで、ページの更新情報が届くようになる。本研究ではページに対し「いいね！」をつけたユーザーを「参加者」とする。

6) 対象人数は常に変動している。

7) Facebook側で中国からのアクセスを規制しているのではないため、対象人数は少ないが、中国を広告の対象とすることも可能である。

8) 金額が多いほど、競合する内容の広告より優先して表示される。

9) 世界の日本語学習者・使用者を対象とするので、本来対象地域を設定する必要はなかったのだが、Facebook広告の仕様上必ず対象地域を設定する必要があった。

りのありそうな複数のキーワードを設定し、その何れかに興味のあるユーザーを募集対象とした(表1)。設定した条件に基づく広告対象は約86,000人であった。

表1 ターゲットの設定

対象国	キーワード ¹⁰⁾
米国、日本、マレーシア、モンゴル、 ニュージーランド、カナダ、シンガポール、 韓国、イギリス、オーストラリア、タイ、 インドネシア、フィリピン、香港、ブラジル、 中国、台湾、フランス、ベトナム、ドイツ	#Japanese Language Proficiency Test、 #Business Japanese Proficiency Test、 #Examination for Japanese University Admission、 nihongo notes、nihongo、nihon、 minna no nihongo、minna no nihongo みんなの日本語

広告の効果は予想以上に大きく、44,425人のユーザーに対し、平均17.3回表示され、2,088回クリックされた(表2)。

表2 広告の効果

広告を見たユーザー数	広告を見た平均回数	クリック数	合計費用	ページ交流度 ¹¹⁾
44,425	17.3	2,088	¥4,000	3,493

広告掲載が終了した1月4日時点で参加者は1600人弱となり、周知さえできれば日本語使用のためのコミュニティへのニーズが存在することが確認できた。

3.4 コミュニティの運営

宣伝後、コミュニティでは参加者からの自己紹介や、あいさつの発信が活発に行われるようになったが、稿者及び協力者¹²⁾も、定期的にトピックを投稿することにした。これは、日本語母語話者の参加が極めて少なかったことと、最初から未知の参加者同士での活発なコミュニケーションを期待しても難しいと考えたためである。投稿の内容は日本のことや日常生活、時には日本語学習に関する話題(語彙や文法)も投稿する。投稿にはテキストのみでなく写真やイラスト¹³⁾、動画を利用することもある。またテキストはふりがな付き漢字かな交じり文にローマ字を併記し、初級の学習者でも参加できるよう配慮した。ただし、ふりがなやローマ字の併記には時間がかかるため、参加者の投稿への返信に関してはなるべく多くの返信を行えるよう、基本的にはひらがなにはひらがな、ローマ字にはローマ字、漢字かな交じりの投稿には漢字かな交じり文という形で返信を行っている。

参加者からの投稿には、ローマ字での書き込み(発話例1)、漢字かな交じりの書き込み(発話例2)、漢字かな交じり文とローマ字の併記(発話例3)の3種類のタイプが見られた。

¹⁰⁾ #がついているキーワードはキーワードに関連する言葉に興味を持っている人も対象になる。#のないキーワードはキーワードそのものに興味があると判断された人が対象となる。

¹¹⁾ 広告をクリックしたユーザーが、ページで記事へのコメント等のアクションを行った回数。

¹²⁾ 同期の院生にトピックの投稿、コメントの返信の一部を手伝ってもらっている。

¹³⁾ ページ内で使用しているイラストは質と権利を考え、有料の素材を購入して使っていることが多い。素材購入元例：123RF (<http://jp.123rf.com>)

発話例1¹⁴⁾ ローマ字での書き込み

「watashino namae wa <参加者226> desu..anime no suki kara watashiwa nihongo wo benkyoshimasu.. (watshino kotoba..iin desuka??)」

発話例2 漢字かな交じりの書き込み

「自己紹介です。私は<参加者112>です。Ho Chi Minh しのベトナムで住んでいます。日本の生活を勉強したいので、だから日本語を勉強します。ビリヤードとサッカーが好きな事です。」

発話例3 漢字かな交じりとローマ字の併記

「私は外国語で自分の知識を広げたいので、それは。(Watashi wa gaikoku-go de jibun no chishiki o hirogetainode, soreha.)」

書き込みの約半数はローマ字での書き込みであり、日本語での書き込みができないことが投稿の障壁にはなっていないようである。管理者が投稿時にローマ字を併記したことで、参加者は漢字かな交じり文が書けなくても臆することなく投稿ができているのかもしれない。なお、参加者はパソコンやスマートフォンで入力しているため、ひらがなや漢字が入力できるかはその機器に依存することになる。そのため、日本語での投稿ができないことと、日本語レベルは必ずしも結びつかない。

発話例4 ローマ字で投稿しているがひらがな・カタカナが読める参加者の例

「watashi wa hiragana to katanaga yomeru」

発話例4からも、パソコンの入力環境の影響で日本語を入力することはできないが、読むことはできるという学習者の存在が確認できる。少し古いが、タナサーンセニー(2006:118)には、タイの一般的なコンピューター環境は、日本語フォントを表示することができてもタイプができないという場合が多いと記載されている。一方で発話例5のように、実際に読めない・書けないケースもあるので注意が必要である。

発話例5 ローマ字での読み書きを希望する参加者の例

「romaji de kaite kudasai」

「kanji wa dekinai y..romaji wa ii desu ka」

¹⁴⁾ 本研究中の発話の引用は、参加者の生の声を表すために、参加者の名前を除きすべてそのまま転載している。語彙、文法の誤りも多く見られるがすべて原文ママである。なお、本文中は読点に「,」を用いているが、引用文は引用元が「、」であれば「,」のまま引用している。Facebookへの「投稿」が「発話」にあたるのかは別途検討が必要だと考えるが、本報告では投稿が「他者に向けて発信されている」「双方向性を持つ」という点から「発話」とした。

コミュニティの参加者はトピックにコメントを投稿できるほか、参加者自身もトピックをたてることができ、他の参加者がたてたトピックへのコメントも可能である。

本研究ではコミュニケーションを重視するため、管理人は積極的に文法や語彙の直しを行わないことにした。本実践は教室外での活動であり、参加者は学習者だけではない多くのアイデンティティを持っている。文法や語彙の直しが多くなることで、管理人＝教師、参加者＝学習者と、役割・関係が固定されてしまうのではないかと考えた。ただし、「日本語の先生と話すことができるページ」として宣伝を行い、参加者を集めたため、語彙や文法への直しの要望は少なくなかった(発話例6)。そこで、文法や語彙のみを教わるページにならないようバランスを意識しながら、直しも行っている。

発話例6 文法や語彙の間違いの修正を求める参加者

「Minnasan hajimemashite watashi wa <参加者10> desu. Watashi wa Mongorujin desu. Watashi no omoi de kono peiji wa chyotto... Doushite machigai o naoshite kuremasenka?」

稿者が用いる使用語彙や表現については、日本語らしさを重視し、教科書的な表現より、口語に近い表現を用いることが多い。しかし、初級者から超級者まで、参加者は多様なので、相手を見ながら多少レベルをシフトしている。

また、コミュニティ上ではコミュニケーションがテキストベースで行われるため、非言語コミュニケーションが存在しない。そのため、テキストのみでは誤解を与える可能性があると感じることが多く、できるだけ意図や感情が伝わるよう、顔文字や絵文字、「!」や「!？」といった記号を多用した。顔文字、絵文字、記号の使用は参加者にもみられるので、テキストベースのコミュニティでは、顔文字や、絵文字、記号といった表現が、やりとりを補っていると考えられる(やりとり例1)。

やりとり例1 稿者及び参加者の顔文字使用の例

139	<参加者253>	1月4日 20:16	よろしくお願ひします >_<
140	<参加者31>	1月4日 21:49	あの、すみません。。先生は何歳ですか
141	<管理者1>	1月4日 21:55	・・・内緒(ないしょ)です…(^^;) Takahashi
142	<参加者31>	1月4日 21:57	ああ。。すみません。。
143	<参加者31>	1月4日 22:01	takahasi は感じでなんですか
144	<管理者1>	1月4日 22:04	怒って(おこって)ないですよ(^^) 漢字(かんじ)は「高橋」です。 Takahashi
145	<参加者253>	1月4日 22:05	高橋 わかりました(笑)
146	<参加者31>	1月4日 22:08	あ、すみません。。みません。。このちさいの文字ですから、。。 :-D

ページへの投稿はコミュニティの管理者としてのアカウント「にほんごではなそう！ nihongo de hanasou!」を使用した。そのため、稿者及び協力者の投稿は、全て「にほんごではなそう！ nihongo de hanasou!」と表示されるが、個人のアカウントで投稿を行うと、日本語母語話者である稿者及び協力者への友達申請が殺到してしまう可能性がある。特に協力者に申請が殺到してしまうと、協力者個人のFacebookでの活動の大きな妨げになってしまう可能性がある。しかし、名前やプロフィール写真が表示されないことで、管理者の個人としての存在感が薄まり、コミュニケーションに支障が出ることも考えられた。そこで、投稿やコメントの最後に「Takahashi」のように発信者の署名を加えることにした。「にほんごではなそう！ nihongo de hanasou! さん」よりは「Takahashi さん」のほうが、話者が明確な顔を持つ個人となり、人としての存在感が感じられるだろう。

4. 参加者データ分析

広告掲載終了後も参加者数は順調に増加し続け、2013年10月には5000人に届くほどになった。オンラインコミュニティへの需要があることは間違いないだろう。ここではコミュニティに集まった参加者のデータから、コミュニティがどのような参加者に需要があるのかを分析し、オンラインコミュニティへの需要の一端を明らかにすることを試みる。

4.1 地域

2013年10月13日時点でのコミュニティのアクセス元地域別参加者数を表3に示す。参加者数の大小は各地域の日本語学習者数、Facebookユーザー数、広告の有無にも左右されると思われるので、各国の2012年の日本語学習者数¹⁵⁾、Facebookユーザー数、広告の有無もあわせて記載した。なお、Facebookユーザー数は該当地域における、キーワードの設定無しで広告の対象となるユーザー数を記載している。シリアとイランについては広告の対象として人数が検出できなかったが、国毎の諸事情等で広告を載せることができないのかもしれない。

データからはインドネシア、フィリピン、ベトナム、ブラジル、タイ、台湾他、合計45の地域からのアクセスが確認できる。ただし、10月13日現在の合計参加者数は4752人であり、地域別参加者数の合計は120人弱足りていない。同時期に確認した言語別データ、年齢・性別データの合計は4752人になっているが、市区町村別データでは2117人とどまっていることから推測すると、市区町村や国には集計対象外となっている地域があるか、もしくは表示できる地域数に限界があるのではないかと考えられる。

¹⁵⁾ 日本国外の各国の学習者数は2012年海外日本語教育機関調査から
日本国内の学習者数については文化庁文化語課(2012)「国内の日本語教育の概要」から

中国からの参加者も5人見られるが、Facebook利用者(広告対象者)も、人口比で見るとほんの一部であり、基本的に中国本土からの参加はできないと考えてよいだろう。

参加者数上位で目立つのはインドネシア、フィリピン、ベトナム、タイ、マレーシアの東南アジアの5カ国である。これらの国々は広告の対象でもあり、日本語学習者、Facebook利用者共に十分に多く、本コミュニティの中心を占めている。また、台湾からの参加者も多い。

アジア外の地域でコミュニティの一角を占めるのがブラジルである。ブラジルは日本語学習者も多いうえ、米国に次ぎ世界2位のFacebookユーザー数を誇る。アジアの国々と比べ地理的に遠く、時差もあるがテキストベース、非同期型というコミュニティの特徴が生きているようである。

一方でオーストラリア、ニュージーランドのオセアニア2カ国については、宣伝を行い、日本語学習者数も多いにもかかわらず、参加者が少ない(ニュージーランドは0である)。この2カ国に共通しているのは学習者が初等・中等段階の学習機関に集中していることである¹⁶⁾。特にニュージーランドについては学校教育以外の機関が1つしかない。例えばミャンマー、ネパールの2カ国は日本語学習者数、Facebookユーザー数共に決して多いとはいえ、宣伝も行っていないのだが、参加者数はオーストラリアよりはるかに多い。両国に共通するのは、オセアニア2カ国とは逆に初等、中等段階の学習者が極端に少なく、学校教育以外の学習者が圧倒的に多い点である(表4)。

表3 地域別参加者数(2013年10月13日現在)

地域別参加者数 (2013年10月13日時点)	日本語 学習者数 (2012年)	Facebook ユーザー数	広告	
インドネシア	1,002	872,411	64,000,000	○
フィリピン	620	32,418	34,000,000	○
ベトナム	599	46,762	20,000,000	○
ブラジル	558	19,913	86,000,000	○
日本	442	139,613	22,000,000	○
タイ	279	129,616	24,000,000	○
台湾	210	233,417	15,000,000	○
マレーシア	152	33,077	15,400,000	○
モンゴル	67	8,159	680,000	○
メキシコ	59	6,841	50,000,000	○
アメリカ合衆国	54	155,939	180,000,000	○
インド	45	20,155	90,000,000	○
トルコ	41	1,965	36,000,000	○
ミャンマー	35	3,297	1,180,000	○
フランス	35	19,319	28,000,000	○
イタリア	31	7,420	26,000,000	○
ドイツ	25	14,393	28,000,000	○
ネパール	24	2,748	3,200,000	○
香港	24	22,555	4,600,000	○
アルジェリア	22	0	5,600,000	○
スリランカ	20	3,665	2,000,000	○
アルゼンチン	19	3,694	24,000,000	○
韓国	18	840,187	12,600,000	○
エジプト	18	898	16,800,000	○
モロッコ	17	520	6,400,000	○
スペイン	17	4,938	19,200,000	○
イギリス	17	15,097	36,000,000	○
オーストラリア	16	275,710	12,800,000	○
シリア	14	250	検出できず	○
ロシア	14	11,401	8,400,000	○
ペルー	14	2,958	12,400,000	○
ポーランド	13	3,985	11,600,000	○
コロンビア	13	1,463	20,000,000	○
マダガスカル	12	1,397	420,000	○
カンボジア	11	3,811	1,160,000	○
シンガポール	11	10,515	3,200,000	○
カナダ	10	23,110	19,200,000	○
イラン	9	245	検出できず	○
サウジアラビア	9	46	7,800,000	○
チュニジア	8	120	4,200,000	○
ヨルダン	7	90	2,800,000	○
ルーマニア	7	1,905	6,600,000	○
ハンガリー	6	1,554	4,800,000	○
中国	5	1,046,490	700,000	○
パキスタン	5	87	11,200,000	○
ニュージーランド	0	30,041	2,400,000	○
合計	4,634			

¹⁶⁾ 2012年海外日本語教育機関調査から

表4 教育段階別学習者数比較 (海外日本語教育機関調査 (2012) より稿者作成)

	初等段階		中等段階		高等段階		学校教育以外	
	機関数	学習者数	機関数	学習者数	機関数	学習者数	機関数	学習者数
ミャンマー	0	0	0	0	2	947	42	2,350
ネパール	0	0	1	40	1	400	47	2,138
オーストラリア	643	137,609	537	87,756	27	9,106	22	1,995
ニュージーランド	89	7,358	166	18,622	10	1,568	1	12

初等～中等段階の機関が少ないに関わらず、学校教育以外の機関が多い地域とは、学校での第二外国語としての日本語以外にも日本語に対するニーズがある地域と言えるだろう。これらの地域からの参加者が多い点は注目に値する。なお、Facebookは13歳未満の児童は参加することができないので、初等、中等段階の教育機関に属する学習者のオンラインコミュニティへの需要についてはこのデータからは判断することができない。

特筆すべきはアルジェリア、エジプト、モロッコ、シリア、イラン、サウジアラビア、チュニジア、ヨルダン、パキスタンといった中東からアフリカ、西南アジアにかけての国々からの参加者が一定数存在することである。

発話例7 イラン・モロッコの参加者

「watashi mo nihongo benkyoshetiru iranjin」

「Watashi wa <参加者134> desu, watashi no kuni wa morocco desu, marrakech ni taizai desu watashi no ojiisan ga suki desu, watashi no kuni ni nihongo senta wa arimasen nara watashi no nihongo ga ikunai desu」

これらの国々は2012年時点の教育機関で日本語を学ぶ学習者数が1000人以下とされている。特にアルジェリアについては2011年の調査から日本語教育機関が確認されていない¹⁷⁾。ページに「いいね!」をつけたFacebookユーザーが、必ずしも継続してページを見ているアクティブユーザーとは限らないが、発話例7のような投稿が存在するので、これらの地域から投稿を行っている参加者がいる可能性は高い。

発話例8 日本在住のパキスタン人

「Watashi wa pakistan jin deskdo neppon dy matsudo shi ne asendye imas.」

また、発話例8のパキスタン人の参加者は現在松戸市に在住していると思われるが、パキスタン在住の友人と、Facebook上でつながっている可能性は高い。参加者のコミュニ

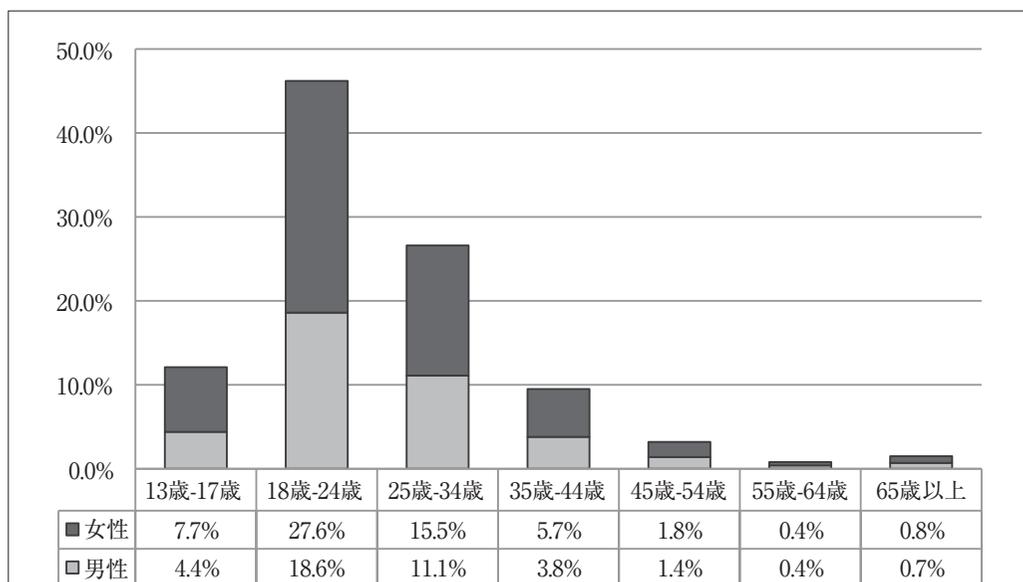
¹⁷⁾ <http://www.jpfg.go.jp/j/japanese/survey/country/2011/algerie.html>
 教育機関は確認されていないが、「在アルジェリア日本国大使館では、平均して週に3～4件ほど日本語教育に関する問い合わせを受ける等、アルジェリアにおいて日本語講座を実施してほしい旨の声は強い。また、インターネットを通して独自に日本語を学ぶ人も見受けられる。」と記載がある。

ティ上での活動は友人にも公開されるので、宣伝の対象になっていない地域にも、このような形でページが周知されていく可能性がある。宣伝対象ではない地域からの参加者も多く、Facebookを利用したことでの口コミ効果も十分に発揮されているのではないだろうか。

4.2 年齢・性別

次に、参加者の性別、年齢層について見ることにする。コミュニティの参加者の年齢別割合についてグラフ化したものが表5である。

表5 コミュニティ参加者の年齢別割合



国際交流基金の海外日本語教育機関調査(2012)は、日本の小学校にあたる学校教育機関を初等教育機関、中学校、高校にあたる学校教育機関を中等教育機関、大学や大学院にあたる学校教育機関を高等教育機関と分類している。その分類を踏まえてグラフをみると、年齢的には高等教育機関に属す年齢の参加者の割合が高いことがわかる。これは初等・中等教育が学習者の中心となっているオセアニアからの参加者が少ないこととも一致する。ただし、コミュニティの中心となっている東南アジアやブラジルの高等教育機関数は決して多くない。中東やアフリカについても同様である。さらに上記年齢層の次に割合の多い25～34歳にかけての参加者については、高等教育機関に属している学習者の年齢を超えている。

もちろんこのデータのみをもって、参加者が教育機関に属している、属していないと断言することはできない。Facebook利用者の年齢層は全体のものであり、地域によって偏りがあることも考えられる。しかし地域別データ、年齢別データから、日本語教育機関で学ぶ学習者以外の「新しい日本語学習者」が少なからず存在することは間違いないと言え

よう。次節では、実際に参加者が投稿したテキストをデータとして、分析を行っていく。

4.3 投稿から見るコミュニティの参加者

4.3.1 新しい学習者

本研究の目的の一つは、「新しい日本語学習者」の存在を明らかにすることであった。従来の研究は、大学等の日本語教育機関に所属している学習者を対象としたものがほとんどであり、独学で、自律的に学ぶ日本語学習者が調査・研究対象となることはほぼ皆無であった。そこでまずこの「新しい日本語学習者」について見ることにする。

発話例9は独学で日本語を勉強し、コミュニティで日本語を話す友人を探すエジプト人の例である。

発話例9 日本語で話せる友人を探すエジプト人

「皆さんこんにちは！初めまして！<参加者285>といいまして20歳です、エジプトに住んでいます、日本語が大好きになって2年半くらい独学で勉強して来ました。日本に行ったことはまだないんですが、バイトをしてお金が溜まったら行こうと思います、住めれば住みたいです。ここで友達ができたら嬉しいなと思います、よろしくお願いしますm(_)_m」

投稿から、<参加者285>が日本語教育機関に属さず、独学で日本語を学習していたことが分かる。<参加者285>に日本語に興味を持ったきっかけ、学習方法について質問したところ、発話例10のような返信があった。

発話例10 日本語に興味を持ったきっかけ・学習方法

「合気道やってたので技の名前とかいろいろが日本語だったんです。それで僕は初めて日本語の言葉を聞いて響きに惹かれました、先生が発音してた日本語は違いますけど(笑)エジプト人ですし正しい発音はしてなかった。もっと上手くなるためにYoutubeで動画を見たりしたら日本人の先生が写ってる動画を見て日本語の響きが気に入って、僕も日本語話せるようになりたいなあと思いました、それでいろんな勉強法を使って日本語を勉強しようと思ったんですけど、自分にあった勉強法を見つけて会話ができるようになったら日本人の友達を作ろうかなと思って、それで、友達と話せば話すほどうまくなれました、いっぱい教えてもらったんです。今でもまだ教えてもらってるんですけど(笑)」

<参加者285>は合気道の技の名前をきっかけに、Youtubeで日本人の先生が出ている動画を探して視聴し、母語話者の発音に触れ、日本語の学習を開始した。周りに母語話者がいなくても、インターネットを用いて、興味関心を深めていることが分かる。その後、独学で日本語を学び、会話ができたようになった時点で、日本人の友人を作り、その友人

から日本語を教わった、と書いているが、この日本人がエジプト在住の友人なのか、オンライン上での友人なのかはこのデータだけでは分からない。しかし、ある程度会話ができるようになるまで、自分自身で勉強法を試行錯誤しながら独学で学んでいたことは確かなようだ。そしてYoutubeで母語話者の発音を調べたことや、ある程度日本語が上達した現在もオンライン上のコミュニティで日本語を話す友人を探していることから、彼の日本語との関わりにインターネットが大きな役割を果たしていることは間違いない。

分析の結果、＜参加者285＞をはじめ、コミュニティ上には独学で学ぶ学習者の存在が少なくないことが明らかとなった。しかし誰もが＜参加者285＞のように日本語を教わることのできる友人に巡り会えるわけではない。

発話例11 独学で学ぶ学習者の例

「みなさんこんにちは。はじめまして。私は＜参加者286＞です。私は日本語が一人おべんきよしています。むずかしいです。たすけてください。ありがとう。どうぞよろしくおねがいします。

Minnasan konnichiwa. Hajimemashite. Watashi wa <参加者286> desu. Watashi wa nihongo ga hitori obenkyoshiteimasu. Muzukashii desu. Tasukete kudasai. Arigatou. Dozo yoroshiku onegaishimasu.」

「watashimoljibunde nihongo benkyo shite iru no desu (^O^)... daremo watashi ni oshietekuremasendeshita~~*kanashisugi yo」

発話例11の参加者達はあえて独学を選択しているのではなく、周りに日本語使用者がいないため、仕方なく独学で学習しているのである。彼らにとってオンラインコミュニティは日本語使用者を探すことのできる貴重な場と言える。

全ての参加者について、その背景が分かっているわけではない。しかし、教育機関に属さず、独学で自立的に日本語を学習している「新しい日本語学習者」が少なからず存在していることは確認できた。これらの学習者は統計や調査の対象になることがほぼ皆無で、研究の蓄積は乏しい。このような「新しい日本語学習者」については今後さらなる研究が必要ではないだろうか。

4.3.2 日本語使用機会の少ない学習者

日本語教育機関に属していても、地域によって母語話者と接する機会がない学習者もいる。

発話例12 日本語母語話者と接する機会のない学習者

「これは私の日本語お話しはじめてなんですから、ちょっとうれしいよ。」

発話例12は初めて日本語母語話者と日本語でやりとりする喜びが素直にあふれ出た発話である。＜参加者287＞は自己紹介で発話例13のように述べているので教育機関で日本語を学ぶ学生と考えられるが、周りに母語話者はいないのだろう。教室外での使用機会が学習意欲に好影響を与えているのではないだろうか。

発話例13 フィンランドで日本語を学ぶ学生

「はじめまして。私は＜参加者287＞です、フィンランドからです。日本はすごいよね、でも日本語わちょっと難しいよ。私が日本語の学生ですから、がんばります!」

＜参加者287＞からは限定的な日本語能力をものともせず、情意ストラテジーや社会的ストラテジーを駆使して、実際使用場面に参加しようという意志が感じられる。本コミュニティのような場があれば、実際使用場面に挑戦しようという学習者は少なくないのではないと思われる。

4.3.3 来日経験のある日本語使用者

コミュニティを作るにあたって、想定していたコミュニティに需要があることが予想される参加者は、日本語に興味があり、インターネット等を用いて、独学で学んでいる、もしくは日本語教育機関で学んでいるが、日本とは心理的、物理的に距離があり、日本語を実際に用いる機会がない学習者であった。しかし、実践を行っていく中で、過去に日本に滞在したことのある使用者の参加が多いことが分かった。(発話例14)

発話例14 過去に日本に滞在した経験のある参加者

「皆さん これからよろしくお願ひします <参加者254>です コロンビア人です 日本に六年住みました で今は南アメリカにいます、それで日本語毎日を学び余す」

「草津温泉のホテルでバイトしたことある。懐かしく思います。」

「はい... 私は雪を見たことがありました。私は日本に10年ぐらい住んでいた...
although i have lived in japan for 10 years,i don't know the japanese language so good than i would like.」

「<参加者280>さん、リオデジャネイロはうつくしいよ。=D
日本にいたときこどもだった。私のおかあさんがはたらいてた。
3ねんかんしかすんでうました。」

これらの参加者は日本語運用能力も高く、実際場面での使用への抵抗も少ないと考えられる。しかし、日本を離れた日本語使用者にとって日本語使用機会は決して多くないようである(発話例15)。

発話例15 使用機会がなく日本語を忘れていく参加者

「2011年10月自国ベトナムに帰りました。それから、ずっと日本語を使う機会がないので忘れてしまったと気づいた。もったいないので、これからまた勉強しようと決心します。高橋先生と皆さんたち、よろしくね。じゃまた、お話ししましょう。
<参加者109>」

「Hajimemashite, watashi wa Burajiru jin desu, nihon ni sundeimashita, nihongo wo wasureteeu kara, nihongo wo hanasu tomodachi ga hoshii. dakara otomodachi ni nate kudasai! ^^」

「はじめまして。私は<参加者144>です。前は日本にいったことがあります。でも日本語はあまりさべなかったから言葉はたくさんわすれしまいました。これからもよろしくおねがいたします。」

「私もそうですが日本語あまり使わないとどんどん忘れてきます。」

コミュニティでは、日本語を勉強していない、使用機会がなく忘れていと書いている日本語使用者が目立つ。日本語運用能力が高い彼らにとっても、日本語使用機会は貴重であり、コミュニティへの参加に需要があることがわかる。

5. まとめと今後の課題

本研究では、Facebookを用い、世界の諸地域の日本語学習者を対象としたオンラインコミュニティを作成し、実践を行った。実践の結果、コミュニティには日本語教育機関のない地域を含む、45の国・地域から5000人を超える参加者が集り、データやコメントから「新しい日本語学習者」の存在を明らかとすることができた。また、参加者は学習者のみにとどまらず、コミュニティには日本語を忘れつつある日本滞在経験者等も多く見られた。本実践により、オンラインコミュニティへの需要の一端を明らかとすることができたといえよう。

参加者の在住地域や、背景の多様性も本コミュニティの特徴である。本稿では紹介できなかったが、コミュニティには学習者、使用者の他、海外で日本語を教える母語話者・非母語話者教師の参加も見られた。対面でのコミュニティで、このような参加者の多様性を確保することは難しい。オンラインコミュニティの可能性は、単に遠隔地の参加者を結びつけるだけにとどまらない。

稿者は日本語使用のためのオンラインコミュニティの研究が進まない原因の一つに、コミュニティでのやりとりが参加者にとってどのようなメリットがあるのかという点が明らかにされていない点があるのではないかと考える。現状はメリットが明らかでないため、実践が少なく、実践が少ないのでメリットも明らかにされないという悪循環に陥っているのではないだろうか。今後も様々な実践が行われ、研究が継続・発展していくことが望ま

れる。しかし、オンラインコミュニティを設計し、運営するには多大な労力が必要となり、一人で行える研究には限界がある。今後、横断的な研究を行っていくためには、研究者同士のネットワークが必要となるであろう。実践が増えていくことで、参加者もより自身に適したコミュニティを選択することが可能になり、双方にとって利益があるはずである。

ところで、コミュニティには、周りに日本語使用者がいないため、独学で勉強せざるを得ない参加者が多く見られた。彼らは、インターネットを用い日本語を学習する環境をもっており、また日本語使用者の友人を求めていたにも関わらず、オンライン上で日本語を用いて他者と接触した経験がなかったことは見逃せない。適切なサポートがあれば、彼らはオンライン上での活動範囲を拡げ、他の日本語使用コミュニティ、例えば母語話者の集まるコミュニティへの参加に挑戦するかもしれない。

日本語学習の需要が教育機関の外にまで広がっていることは間違いない。これまで独学で学んでいた学習者達が、オンライン上で日本語を用い、世界中の日本語使用者とつながることができれば、彼らの自律的な学習の機会は大きく拡がり、学びの保障へと結びつく潜在性もある。実践と検証を繰り返し、「新しい日本語学習者」の参加と学びの支援方法を探っていきたい。

参考文献

- 阿部啓子 (2010) 「SNS (Social Networking Service) を使用した日本人との交流活動の試み —中国における日本語学習者を対象として—」『日本語教育方法研究会誌』 Vol.17, (1), 14-15.
- 大塚薫 (2005) 「インターネットコミュニティを利用した日本語学習者参加型授業の試み : 発表のスキル向上を目的とした授業の構築」『高知大学総合教育センター修学・留学生支援部門紀要』 第1号, 47-63.
- 大塚薫 (2008) 「SNSを利用した日本語作文授業の試み —対面教育及び遠隔教育を統合した授業—」『高知大学総合教育センター修学・留学生支援部門紀要』 第2号, 58-72.
- 国際交流基金 (2013) 『海外の日本語教育の現状 —2012年度 日本語教育機関調査より』 くろしお出版
- タナサーンセニー美香 (2006) 「日本人との接触が日本語学習に及ぼす影響に関する —考察」『日本語教育の学習環境と学習手段に関する調査研究 海外調査報告書』 国立国語研究所, pp.108-127.
< <http://www.ninjal.ac.jp/archives/gakushu-shudan/seika/pdf/10-2-2kaigai-chousa.pdf> > (2013年12月31日最終確認)
- 中西久実子・村上正行・上田早苗 (2010) 「大学SNSを活用した日本語教育ピア・レスポンス —SNS上での交流を活発にする要因とは— (ネットワークコミュニティにおける学習・教育支援)」『教育システム情報学会誌』 Vol.24, (7), 44-51.
- 中西久実子・村上正行・上田早苗 (2011) 「SNSを活用した日本語教育実習生と日本語学習

者の協働学習—SNS上での交流を活発にする要因とは— (特集 ネットワークコミュニティにおける学習・教育支援) 『教育システム情報学会誌』 Vol.28, (1), 61-70.

日木くるみ・Armstrong Elizabeth (2010) 「関西外大—バックネル大学Facebookプロジェクト2009—Facebookを使った実践的コミュニケーションの試み—」 『関西外国語大学研究論集』 92, 171-184.

松浦健二・中村勝一 (2011) 「SNSを用いた学習・教育支援システムの設計・開発」 『教育システム情報学会誌』 Vol.28, (1), 21-35.

参考URL

アウンコンサルティング株式会社 (2013) 「世界40ヶ国のフェイスブック (facebook) 人口推移【2013年5月】」 (2013年6月5日発表)

(<http://www.auncon.co.jp/corporate/2013/0605.html>) (2013年12月31日最終確認)

国際交流基金 (2011) 日本語教育国・地域別情報 (2011年度) アルジェリア

(<http://www.jpf.go.jp/j/japanese/survey/country/2011/algerie.html>) (2013年12月31日最終確認)

文化庁文化庁国語課 (2012) 「国内の日本語教育の概要」

(http://www.bunka.go.jp/kokugo_nihongo/jittachousa/h24/pdf/h24_zenbun.pdf) (2014年3月1日最終確認)

Facebook (デスクトップヘルプ/つながる/いいね!) 「いいね！」

(<https://www.facebook.com/help/452446998120360>) (2013年12月31日最終確認)

Facebook (デスクトップヘルプ/Facebookページ/Facebookページの基本) 「Facebookページとグループはどう違うのですか。どちらを作成すればよいでしょうか。」

(<https://www.facebook.com/help/155275634539412>) (2013年12月31日最終確認)

Miniwatts Marketing Group (2012). Internet World Stats (2012)

(<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>) (2013年12月31日最終確認)

実践ページ

にほんごではなそう! nihongo de hanasou!

(<https://www.facebook.com/nihongodehanasou>)