

## 国内外の日本語教育機関における初級日本語教材の 実態調査・ニーズ調査と結果分析

英保 すずな

内藤 裕子

渡嘉敷 恭子

### 要旨

本稿ではまず、日本語教育用映像教材をいくつか紹介し、その問題点について論じる。著者らはどのテキストを使っているにも利用できる、汎用性が高い映像教材を制作したいと考えた。その第一段階として国内外の日本語教育機関で使用されている初級教科書・補助教材に関しての実態調査とニーズ調査を行った。その結果、多くの現場で映像教材が使用されているにも関わらず、なお他の教材を求める声が高いことがわかった。本稿では Google Drive によるアンケートの作成方法も合わせて紹介する。

【キーワード】日本語教育、映像教材、ビデオ教材、WEB アンケート

### 1. はじめに

日本語学習者は近年増加の一途をたどっており、その学びの場も大学や日本語学校といった教育機関からボランティア教室まで多様を極めている。そのような状況の中、教師経験の有無を問わず、あるいは使用しているテキストの構成にかかわらず、誰でも簡便に教室で利用できる教材の拡充が急務となっている。しかし目下のところ、国内外の日本語教育現場における日本語教育上の問題点として、「適切な教材の不足」が一番大きいと言われている（国際交流基金 2010）。特に映像教材に関しては、三十余年にわたり VHS として市販されてきた「ビデオ日本語講座」のような教育用ビデオが内容はそのままに DVD

化された以外は、教室で文型導入の目的で利用できるようなビデオ教材の制作・販売がなされていないのが現状だ。もっとも、インターネットが日常的に使われる世相を反映して、最近ではウェブで利用できる映像教材の開発がいくつか試みられており、その多くは字幕を頼りに理解できたり、インターネットの利点を生かしてインタラクティブに学習を進めていけたりするという点で自習教材としての利用価値はきわめて高いと考えられる。だが、未習の語彙や表現が多用されていたり、ストーリー仕立てで構成されていたりするこれらの教材を、教室で構文提示の手段として利用するのは、現実問題として難しい。文型導入などの教室活動に合わせて必要なクリップを自由に選択して利用できるような映像教材が不足しているというのが、現場で日本語を教える著者らの実感である。そのような現状を踏まえて、教室でも扱いやすく、学習効果も高い映像教材を企画し、制作したいと考え、プロジェクトを始動した。

本稿ではまず、ビデオ教材の有効性について述べる。そして、教育効果が高いとされるにもかかわらずビデオ教材の開発が活発化しない理由について、具体的に市販の教育用ビデオを取り上げながら考える。続いて現場でのビデオの使用実態やニーズを把握するために行ったアンケート調査について、その内容と手法を紹介するとともに、アンケート結果により示唆された、今後の教材制作にむけての課題について報告をする。

## 2. 映像教材の効用と制作上の問題点

### 2.1 映像教材の有効性

山下早代子（1991）は映像教材の利点として次の特徴を挙げている。

- a) 言葉を現実に近い場面の中で意味のある自然な形で提示することができる
- b) 学習意欲を高め、表現活動への動機付けを強化する
- c) 非言語（paralinguistic elements）を言語とともに提示することができる
- d) 学習指導項目を（カメラワークにより）強調することができる
- e) 学習者を文化や習慣、行事などに親しませることができる

現在市販されている教科書の多くが付属 CD の形で音声教材を提供している

が、これに視覚的要素が加わった映像教材の外国語学習における利点として、視覚情報が学習者の理解を助けること、円滑なコミュニケーション活動に欠かせないジェスチャーや表情などの非言語的要素も提示することができること、さらには文化紹介もできることなどが挙げられよう。海外の学習者にとっては特に、映像により日本という国の文化や習慣、言葉を多次的に疑似体験できるという点で、その価値が多大であることは言うまでもない。

## 2.2 現在市販されている映像教材の制作上の問題点

上記のような有効性については疑問の余地がないが、市販されているビデオは数が限られており、新しい映像教材もあまり開発されることがないのが実情だ。それはどのような理由によるものか。以下に市販されているいくつかの映像教材について検討を加え、そこから示唆される映像教材開発上の問題点を探ってみた。

### ■ 「ビデオ講座日本語」（東京書籍）

日本語に特有な迷感受身や敬語、あるいは「～する時」「～した時」「～ながら」などの時の表現など、言葉では説明しにくい表現を短い映像クリップにまとめてわかりやすく提示している。「学校で」「アルバイト先で」などの場面シラバス構成の巻、あるいは文化紹介で「日本語のジェスチャー」など、言語文化を紹介する巻などもある。導入やまとめなど、授業で使いやすい長さで構成になっている。1988年以降に発刊されたものが現在もDVD化されて市販されている。ただ、三十年近く前と比較すると社会的文化的背景が異なり、現代日本の生活様式や言語形式を紹介する映像とは言えなくなっている。登場人物のファッションもさることながら、交わされる会話内容や、言葉の使い方、あるいはジェスチャーなど、肝心の言葉の諸側面において「古さ」を感じるシーンが随所に見受けられる。例えば家庭内の電話の取り次ぎなどは携帯電話が普及している現代において日常的とは言えぬシーンであるし、女子社員を揶揄するような会話や、お茶くみが女性の当然の職務とされている状況に基づく会話など、現代では問題になりそうな内容のシーンも少なくない。

■ 「ヤンさんと日本の人々」 (国際交流基金)

ストーリー展開をしていく中で日本語や日本文化を紹介している。日本の社会構造についても学歴や職業といったヒエラルキー意識があることを物語が展開していく中で示唆している。言語・文化・社会などを包含し、日本語学習者でなくともドラマのように楽しめる内容になっている。「続ヤンさんと日本の人々」は 1988 年に制作されたものだが、やはりこれも 27 年を経た今、映像中に出てくる人物や背景がかなり古く感じられる。言語学習の教材としては未習表現を最低限に抑えて自然な会話で構成されている点で、初級クラスで見るビデオとしては受容できるタイプのものではある。

■ 「エリンが挑戦! にほんごできます。」 (国際交流基金)

もともとテレビで放映されていたものが、DVD 化された教材であり、さらに WEB 版も登場している。ターゲットを高校生に絞り、日常的に使われる言葉をふんだんに使っているが、字幕をたどって意味を理解し、自分が使いたい構文をピックアップする構成で、ニーズに合わせて学習する方式となっている。独習には適しているかもしれないが、授業での文型導入の際の利用には不向きである。WEB 化されたものもあり、学習者がサイトにアクセスして学習を進めるという使用形態を前提としている。初心者を含めてさまざまな学習歴を持つ日本語学習者がアクセスすることを考え、スキット以外の全てのコンテンツに字幕をつけ、字幕の有無しが自由に切り替えられるようになっている。また、WEB というメディアの特徴を生かすため、字幕の切り替えや練習問題の自動採点だけでなく、独自コンテンツとしてゲームやクイズを加え、できるだけインタラクティブなサイトとなるようデザインされている(磯村 2010)。

以上三つの教材を例に挙げたが、映像教材の制作には莫大な費用がかかる上に、映像の内容がすぐ古くなってしまうこと、また学習者が個人的に購入する教科書などとは違い、教育機関による購入に限られるため需要に限界があり、採算が見込めないことが制作上のハードルとなっている。また、初級のクラスでは構文シラバスが採用されることが多いが、現存する市販教材は高価な割には内容や長さ、使用語彙などの点で教室での構文導入等の用途には不向きなも

の多いことも、市販教材の需要が伸び悩む要因であろう。こうした背景もあり、映像教材の開発・市販化が長年滞ってきたと考えられる。

### 3. WEB アンケートの調査内容と対象・方法

#### 3.1 アンケートの内容

この調査の目的は、どのような初級・中級の日本語教科書と映像教材が使用されているか、どのような映像教材が望まれているかを明らかにすることである。高い回答率を得るために、回答者の負担にならぬようできるだけ簡素なものにするよう留意した。下記は質問項目である。

1. 日本語教育機関名
2. 機関の場所
3. 現在、初級・中級レベルで使用している教科書
4. 現在、映像教材（ビデオ、DVD、コンピュータ等）を使用しているかどうか
5. （4.で映像教材を使用していると答えた方に）使用している目的
6. （すべての方に）あったらいいと思う映像教材

#### 3.2 アンケートの対象

アンケートの送付先メールアドレスのリストを作成するが、個人情報の管理が厳しくなり、大学のホームページを見ても教員のメールアドレスを公開していないことが多い。そこで、長年信頼関係のある提携校のネットワークを活かし、実態調査のためアンケートをお願いすることにした。そこに国内外の大学で日本語教育に携わっている知人、国内の日本語学校のホームページから集めたメールアドレスをリストに加えた。

#### 3.3 Google Drive を使った WEB アンケートの作成

アンケートはテンプレートから手軽に作れる。まず、Google アカウントを作成し、Google ドライブにログインする。マイドライブを表示し、メニューからフォームを選択、アンケートを作ることができる。質問の設定は、テキスト

ト、段落テキスト、ラジオボタン、チェック、日付・時間など様々な質問の形式から選んで、独自のフォームを作る。質問は何回でも編集でき、ドラッグすれば質問の順番も簡単に換えられる。質問ができたなら、「ライブフォーム」を選択して、アンケート画面を確認する。テーマを自由に選べば、それぞれのテーマに合わせた構成、フォントになる。

### 3.4 アンケートの送信

「フォームの送信」をクリックし、アンケート送付先のメールアドレスを入れる。アンケートをメールの本文に含むかどうか選択する。含む場合、受信者には受け取ったメールに返信するのではなく、受信したメール内に回答を書き込み、最後部の「送信」ボタンを押してもらえよう願います。利点としては、すぐ質問を見ることができ、その場で回答してもらえることである。一方、受信者がメール内の送信ボタンを使わずメール自体に返信した場合、回答が Google ドライブの回答スプレッドシートに反映されないという欠点がある。従って、メールにアンケートを含まずアンケートの URL（アドレス）のみを提示した方が、混乱を避けることができる。

### 3.5 アンケート結果の確認

マイドライブで「フォーム名+（回答）」というスプレッドシートを開く。表の上段に質問があり、その下に集計結果が収集される。メニューの「フォーム」から「回答の概要の表示」を選ぶと、質問の種類により自動的に表やグラフになっているものを見ることができる。

アンケートの回答に期限を設けたい場合は、フォームを開き、「回答」のタブを選択、「回答を受付中」をクリックすると、回答が締め切られ、フォームの上部に「受付を終了しました」というメッセージが出る。

### 3.6 Google ドライブを使ったアンケートの課題

#### ■ メールを送信者名

Google のアカウント名は「関西外大日本語プログラム」だが、アンケート依頼のメールの送信者名は“gaidainihongo14”（メールアドレス）になってし

まうので、迷惑メールと認識される、迷惑メールファイルに入ってしまうといった可能性がある。

#### ■ アンケート依頼のメールの件名

迷惑メールだと見なされたり、振り分けられたりする可能性があるので、まず見てもらえることを念頭に考える必要がある。実際に自分のメールソフトで転送する形にし、送信者名、件名を変更して再度お願いしたところ、回答率が上がった。

#### ■ データ編集の不可

簡単にアンケートが作成でき、結果も集計されるテンプレートであるが、注意すべき点もある。作成したフォームをコピーして、新しいアンケートを作った場合、古い回答スプレッドシートではなく、新しい回答スプレッドシートに回答が集計されることを確認する。後で一部の回答を消去することはできない。

## 4. アンケートの結果と今後開発が求められる映像教材の提案

### 4.1 データ数

#### ■ アンケート送付数 142

関西外大の提携校 98

知人 13 (うち 国内 9 海外 4)

日本語学校 31

#### ■ アンケート回収数 60 回収率 41.5%)

関西外大の提携校 43 (1回目 19、2回目 24)

知人 15 (うち 国内 11 海外 4)

日本語学校 2

1回目の回収率が低かった理由としては、最初のアンケートをメールで行った際、差出人が [gaidainihongo14@gmail.com](mailto:gaidainihongo14@gmail.com) になっていたため、迷惑メールとみなされて、メールを開けてすらもらえなかったことが考えられる。2回目はまずアンケートを自身のメールアドレスに送り、それを転送する方法でメールの差出人が個人名 Kyoko Tokashiki、件名を「関西外大・日本語教材のアン

ケート、再度のお願い」として送信した。日本語学校は代表のアドレスに送ったため、回答がほとんど回収できなかった。やはり、日本語教師に直接送る方法でないと、難しいことがわかった。

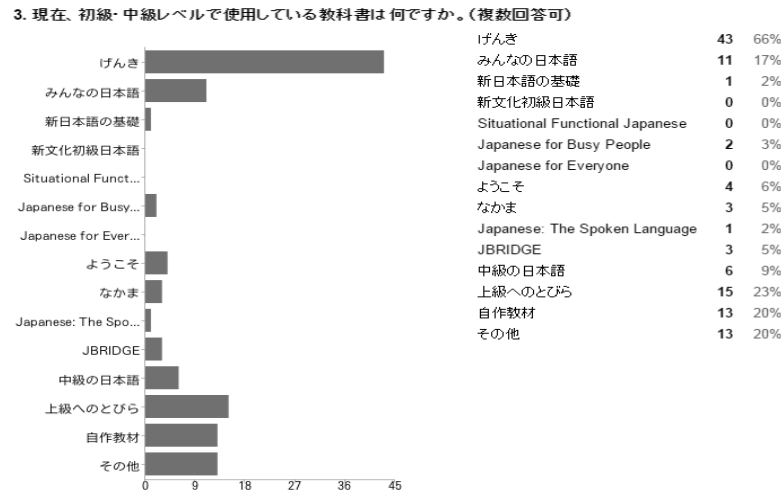
#### 4.2 回答者の所属先

回答者の所属先の割合は海外が 80%、国内が 20%だった。関西外国語大学の提携校を中心にアンケートを送付したので、海外の比率が高くなっている。関西外国語大学のHPに掲載されている 2013 年度の情報では 51 カ国・地域 342 大学と提携していて、そのうちの半数以上がアメリカの大学であることから、今回の回答者の割合もアメリカの比率が高くなっている。アメリカ以外ではイギリス、スウェーデン、アイスランド、オーストラリア、ドイツなどの国が挙げられる。

#### 4.3 初級・中級レベルで使用されている教科書についてのデータ

アンケートの質問 3 で現在、初級・中級レベルで使用している教科書は何か聞いた。その結果は表 1 の通りである。

表 1



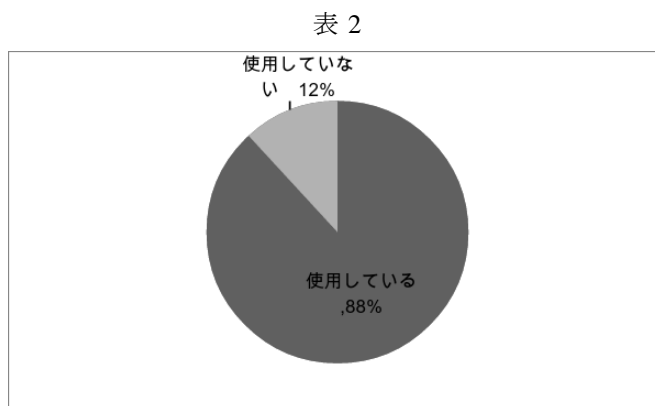
回答者の所属先がアメリカにある割合が高いこともあり、初級・中級レベルで使用されている教科書は関西外国語大学の留学生別科でも初級のテキストとし



て採用されている「げんき」が 66%で抜け出していた。その他は日本国内の日本語学校などの多国籍のクラスで使われている「みんなの日本語」が 17%だった。中級のテキストでは、アメリカで 2009 年に出版され主流になりつつある「上級へのとびら」が 23%だった。

#### 4.4 映像教材（ビデオ、DVD、コンピュータ等）の使用についてのデータ

アンケートの質問 4 で現在、映像教材（ビデオ、DVD、コンピュータ等）を使用しているかどうか聞いた。その結果は表 2 の通りである。



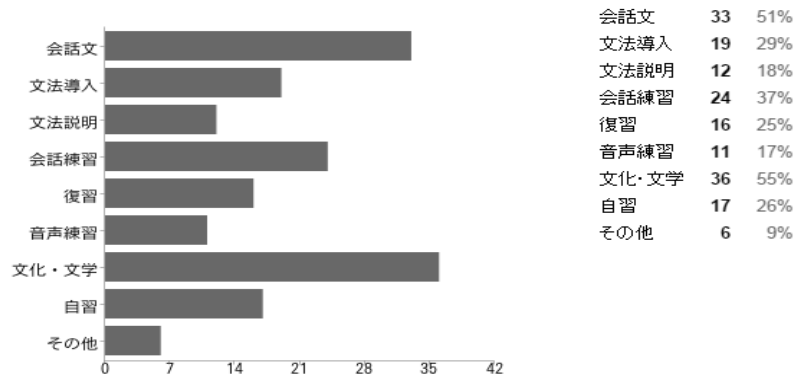
テキストに準拠した DVD などが無い中、映像教材を使用している教師が多いことは予想外だった。現場の教師が何らかの目的で映像教材を使用していることがわかった。

#### 4.5 映像教材使用の目的

アンケートの質問 5 でどのような目的で映像教材を使用しているか聞いた。結果は表 3 の通りである。

表 3

5. (4.で映像教材を使用していると答えた方に) どのような目的で使用していますか。(複数回答可)

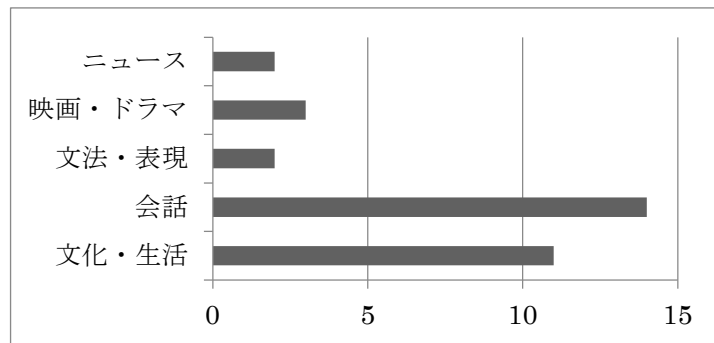


画像や映像を比較的容易に手に入れることができるので、教材用に作られた物というより、それぞれの教師がそれぞれのニーズに合った物を検索して使用しているのではないだろうか。テキストに準拠した映像教材がない中で、会話文を学習するという目的で映像教材を使用していると答えた人が半数以上もいることがわかった。具体的にどの教材を使っているのか次回のアンケートで明らかにしたいと考えている。この結果から、導入として会話を見せたり、会話の練習ができたりできるもの、且つ文化や生活習慣などの要素も取り入れた映像教材を制作できれば、多くの需要に答えることができるのではないかと考える。

#### 4.6 求められる映像教材

アンケートの質問 6 であったらいいと思う映像教材について聞いた。この質問は自由回答だったので、回答の内容を以下の通りカテゴリー別に大まかに分類してみた。

表 4



質問 5 で会話文・会話練習の目的で映像教材を使っていると答えた人が多かったにもかかわらず、会話教材がほしいと考えている人が最も多かった。つまり、現在使用している映像教材に満足していない人が多いということが推測される。日本語教師のニーズが異なることは明らかだが、このアンケートである程度の普遍的なニーズがあることもわかった。より多くの教師の方々のニーズに近づけるよう、このアンケート調査で得た情報を参考にし、著者らが開発する映像教材を具体的にしていきたい。

## 5. 今後への課題

今回のアンケートは回収率の向上を理由に、できるだけ質問数を限定して短く作成した。そのため、アンケートのデータを分析する際に、いくつかの疑問点が残る結果となってしまった。例えば、質問 5 でどのような目的で映像教材を使用しているか聞いたが、具体的にどの映像教材を使っているのか、その映像教材にどんな問題点があるかという疑問が残った。これらの質問を含め、再度アンケートを行いたいと考えている。その際、アンケートの回収率を上げるための工夫が必要かもしれない。著者らはより多くの日本語教師の方々に使ってもらえる汎用性の高い映像教材を制作したいと考えている。今後、日本語教師だけではなく、日本語学習者のニーズについても調査し、求められる映像教材の形を具体化して、開発に繋げていきたい。

## 参考文献

国際交流基金 (2010) 『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』

山下早代子 (1992) 「ビデオ教材の可能性－ICU 初級日本語映像教材"イメージ" (試用版) をめぐって－」 『ICU 日本語教育研究センター紀要』 2, 143-154.

羽吹幸・長田優子・磯村一弘 (2013) 「WEB 版「エリン」は世界の日本語学習者からどのように受け入れられたか－アンケート調査に見るユーザー評価」 『国際交流基金日本語教育紀要』 9, 59-72.

磯村一弘 (2010) 「日本語学習と文化理解を目的とした独習型ウェブサイトの開発－WEB 版「エリンが挑戦！にほんごできます。」における理念と実践－」 『ヨーロッパ日本語教育』 第 15 号, 212-22.