

日本事情教育としてのポピュラー・カルチャー項目抽出の試み —日本とオーストラリアにおける質問紙調査の結果から—

Examining the Selection of Popular Culture Topics to Create Japanese Society and Culture Programs —Analyzing Questionnaire Answers—

笹川 洋子* 安本 成子**

Yoko Sasagawa

Seiko Yasumoto

<要旨>

日本のポピュラー・カルチャーに興味を持ち、日本語の勉強を始めたという学習者は多い。このような状況を受け、日本事情教育にポピュラー・カルチャーの内容を加えていくことは、現在の日本語教育の重要な課題の一つとなっている。しかし、日本語教育にどのようなポピュラー・カルチャー項目をとり入れるかを論じた研究は少ない。本稿では、日本とオーストラリアの大学生に、ポピュラー・カルチャー項目を含んだ、日本の文化項目に関する質問紙調査を行い、オーストラリアの学生がどの程度、日本の文化項目を認知しているかを探った。そして、実践例として、シドニー大学で実際に行われている、国際理解教育をめざす日本事情クラスの試みを紹介する

キーワード：日本事情教育 ポピュラー・カルチャー オーストラリア 国際理解教育

1 背景と目的

はじめに海外における日本語教育の状況と、海外の日本語学習者の半数以上が日本語学習を始める動機として、日本のポピュラー・カルチャーへの興味をあげていることを紹介したい。

国際交流基金2012年度調査によると、日本語教育が行われているのは128か国と8地域（計136）で、2009年度調査の125か国と8地域（計133）から3か国の増加となった。また、日本語学習者は3985669人で2009年度調査と比べると、9.2%増である。1979年度調査から2012年度調査まで過去10回の調査結果を見ると、学習者数は127167人から3985669人となっている。（国際交流基金、2012、参照）

さらに、日本語学習の目的として最も多くの機関が挙げたのは「日本語そのものへの興味」（62.2%）、次いで「日本語でのコミュニケーション」（55.5%）、「マンガ・アニメ・J-POP 等が好きだから」（54.0%）、「歴史・文学 等 への関心」（49.7%）となっている。「将来の就職」（42.3%）は全体5位、「日本への留学」（34.0%）は7位となっており、実利的な目的より、日本についての知識面での興味が優勢である。また、「マンガ・アニメ・J-POP 等が好きだから」は、「歴史・文学への関心」を上回っており、日本のポピュラー・カルチャーが世界的に浸透し、日本・

日本語への興味・関心の入り口となってきていることがよくわかる。ポピュラー・カルチャーをはじめとする日本文化は、旧来の各種マスメディアを通じて、さらに近年ではインターネットを通じて世界中からアクセスがしやすくなっていることが、こうした状況に拍車をかけているものと考えられる。（国際交流基金、2012、参照）

また、国際交流基金年報（2013-2014年度）でも、国際交流基金が海外に日本語、日本文化を普及する戦略の第一に「多様な日本の文化・芸術の海外への紹介」を置き、日本文化を構成する重要な一つとしてポピュラー・カルチャーがあげられている。しかし、日本のポピュラー・カルチャーの魅力が認められる一方で、日本語教育、日本事情教育におけるポピュラー・カルチャーを論じた研究事例はごくわずかである（熊谷・廣利、2008、荻野、2007他）。荻野（2007）はアニメや漫画と学習動機に関するアンケートを行い、読解教材を活用した実践を行っている。また、熊野・廣利（2008）は関西国際センターの研修生へのインタビューによって、アニメ・マンガが日本語学習のきっかけとなり、最新のアニメ・マンガの翻訳を待たずにすぐに読みたいということが日本語学習の強い動機付けとなっているとしている。また、近藤・村中（2010）は、パリ日本文化会

* 本学大学院担当教授

** シドニー大学日本アジア学科准教授

館の日本文化関連意版との来場者、フランス人83名に質問紙調査を行い、ポピュラー・カルチャーに関心が高い未習者の方が日本語学習への関心が高い傾向にあること、また学習目標設定にはポピュラー・カルチャーに関連のあるコンテンツが基準となる傾向があることが分かったという。このように世界に日本語を普及する上で、ポピュラー・カルチャーを日本語教育に組み入れることは、効果的であることが報告されている。

本研究では、日本事情教育における日本とオーストラリアの研究者が協議し、日本事情教育として効果的なポピュラー・カルチャー項目について考えていきたいと思う。まず、日本人学生に認知されているポピュラー項目を選び、それぞれの項目についての日本とオーストラリアでの認知度の違いを探る。さらに、日本事情教育にポピュラー・カルチャーをテーマとして取り入れる可能性を考えていきたい。

なお、日本語教育で日本事情を扱う際に重要なのが、国際理解の概念である。日本語教育におけるポピュラー・カルチャー教育の可能性を考える前に、次節で国際理解教育に必要な教育的基盤について確認しておきたい。

2 日本事情教育における国際理解教育の可能性

1945年、戦争を繰り返さないためにユネスコ(UNESCO)が創立される。そして、1955年、ユネスコ総会で採択された「国際理解と国際協力のための教育(Education for International Understanding and Co-operation)」宣言が採択された。これが「国際理解教育」の出発点となったと言われる。1974年ユネスコ総会「国際理解、国際協力及び国際平和のための教育並びに人権及び基本的自由に関する勧告(Education for International Understanding, Co-operation and Peace and Education relating to Human Rights and Fundamental Freedoms)」、これ以降、ユネスコは国際理解教育の目的を、人権、平和、基本的自由という概念を中心に考えるようになった。1995年「平和、人権、民主主義のための教育」の宣言と「平和、人権、民主主義のための包括的行動計画」が提出された。新しい国際理解教育の基本概念は、平和、人権、民主主義となった。一方、箕浦(1997)は、日本では1974年の中教審答申から、海外の国際理解教育とは異なり「民族的アイデンティティを強調した日本独特の国際理解教育」だと指摘する。また、森野(2003)も、日本の国際理解教育

は「国家中心、国益を中心とした国際理解、自国・自文化から見た他国・他文化理解中心」であると記している。特に、日本語教育は日本語、及び日本の社会文化を多文化の人に伝えるという地点からスタートするため、こうした自国中心主義に陥りやすい。日本語教育における国際理解教育を進めるには自国中心主義から脱し、文化の多様性を前提としたグローバルな視野を獲得することが必要であろう。では、どのようにすれば、そうした多次元の国際理解が可能になるのだろうか。(森野、2003、参照)

まず、国際理解について確認したい。エドワード・サイード(1978=1993)は西欧社会がアラブ社会を捉える視点を「オリエンタリズム」と称し、西欧の学問的、芸術的著作に描かれる、アラブ社会を捉える言説(ディスコース)を分析し、そこにはアラブ社会の後進性を確信する無意識な思考様式があると指摘した。さらに、西欧のオリエンタリズムを基盤とする知識が、権力と密接に関係し、西洋が東洋を、精神的、物質的に支配する関係を波及させているとする。現代社会では、アメリカによるオリエンタリズムが強い力を持ち、特にアラブ・イスラーム研究の分野でオリエンタリズムが際立っていると述べる。さらに、サイードは、オリエンタリズムがアメリカの影響で世界に広がり、アラブに逆照射され、アラブ社会が自らをオリエンタ化している状況が起きていると分析する。(サイード、1973=1993、参照)

では、西欧文化の視点に絡めとられることなく、自国の文化を尊重すると同時に、他国の文化を尊重するにはどうすれば良いだろうか。まず、自国の文化の良さを確認し、同時に多文化の多様性、素晴らしさを知ることが必要だろう。しかし、ただ知識とするだけでは十分ではない。なぜなら、それは自分の生活世界にとどまり、その範囲内で多様性を確認するだけに終わってしまうからである。このような、自分自身の限界を超えていくには、アサーティブ・コミュニケーションへの意識を持ち対話を進めることであろう。言い換えれば、相手の立場にも配慮しながら、自分の考え、信念に対して率直に表現することで、お互いが歩み寄り、一致点を探っていくことで、新たな言説を創り上げることができるのではないだろうか。

本稿では、国際理解の概念についてこのような立場に立ち、日本語教育の現場における、日本人学生とオーストラリア人学生の国際理解教育への道を考えたいと思う。まず、日本人学生、そしてオースト

ラリアの学生が日本文化についてどのような認識を持っているか、探っていくことにする。

3 日本のポピュラー・カルチャーに関する質問紙調査

3・1 調査の概要

(1) ポピュラー・カルチャー項目の抽出

ポピュラー・カルチャーの定義は広範囲にわたるが(難波:2008他)、日本事情教育で扱うポピュラー・カルチャー項目は広く認知されており、かつ日本社会の特質が顕在化してくるものが望ましいと考えた。まず、日本社会で人気のあるポピュラー・カルチャーの分野として<キャラクター>、<漫画・アニメ>、<オタク>、<アイドル、芸人など>、<品物>、<食べ物>、<宗教関係>、<スポーツ・芸能>、<社会現象>を選んだ。次に、神戸親和女子大学の学生14名に事前調査を行い、その結果日本人学生の認知度の低い項目をいくつか入れ替え、それぞれの分野を代表する具体的な計47項目を抽出した。

(2) 質問紙調査の概要

質問紙を作成し、2012年4月から5月にかけて、神戸親和女子大学の日本人学生60名にその項目(ひこにゃん、キャラ弁など)の内容を知っているかどうか、チェック欄を設け、確認した。また記述式解答欄では、日本文化の魅力や魅力的でないこと、外国の文化の魅力や魅力的ではないと思う点を尋ねた。同様の調査を日本在住の外国人留学生20名、シドニー大学で日本語を学ぶ学生・外国人留学生計48名に行っている。ここでは、日本側調査のうち学部日本人学

生56名、中国人留学生13名、オーストラリア調査のうち英語母語話者の学生21名、中国人留学生12名のデータについてまとめた。

①日本調査(於神戸親和女子大学) 20代女性

日本人学生(56名)・中国人留学生(13名)
計69名

②オーストラリア調査(於シドニー大学) 20-30代 女性と男性

英語話者(21名) 中国語話者(12名) 韓国語話者(8名) 計41名

日本調査は20代の女性、オーストラリアは20-30代の女性と男性ということで、調査対象が異なるが、先行研究では日本のポピュラー・カルチャーの発信者となり、またいち早く受容し、ポピュラー・カルチャーを広めるのは10-20代の若い女性たちであると指摘されている。こうした20代の女性の考え方をすることで、最先端にあるものを含んだ、日本のポピュラー・カルチャー項目を提示することができる考えた。

(3) 調査の内容

調査は、(A)項目をチェックする調査と、(B)自由記述調査に分かれる。

(A) 項目チェックによる調査

問1: その項目の内容を知っているかどうか、確認するための調査である。解答者は47項目について、知っているものをチェックする。

問2: 勉強したい日本文化項目についてチェックする。項目は、ポピュラー・カルチャー11項目と、能や歌舞伎などの伝統文化に関する5項目、大学生の

1 あなたが知っている日本のポピュラー・カルチャー項目をチェックしてください。

となりのトトロ(アニメ) NARUTO(アニメ) ひこにゃん(ゆるキャラ) ハロー・キティ(キャラクター) リラックマ(キャラクター) サザエさん(アニメ) となりのトトロ(アニメ) NARUTO(アニメ) 聖地巡礼(アニメ関連の観光) ワンピース(マンガ) 聖☆おにいさん(マンガ) テルマエ・ロマエ(マンガ) 小悪魔 AGEHA(雑誌) 腐女子(BLオタク) 歴女(歴史オタクガール) 鉄男(鉄道オタク) AKB48 総選挙(アイドル選び) 小栗旬(俳優) 嵐(歌手) タモリ(お笑い) よしもと(お笑いプロダクション) 消せるボールペン メンズブラ(Bra for the boys) キャラ弁(中身がキャラクターの形) 目が大きく映るプリクラ デコ電(エナメルやビーズで飾った電話) スマホ(i-phone)カバー B級グルメ(地方の安い食べ物) あんパン(食べ物) たこ焼き(食べ物) アイスコーヒー(飲み物) 白鵬(相撲) 阪神タイガーズ(野球) Yosakoi(踊り) 5本指靴下 おみくじ お守り 祝儀袋 婚活 漢字検定(検定ブーム) 書道甲子園(高校生の書道コンテスト) 男役(宝塚歌劇) 劇団四季 スカイツリー 駅ナカ(駅の中の商店街) 敷金(引越) 何台も立ち並ぶ自販機 音姫(女子トイレの消音器)

2 あなたが勉強したい日本文化をチェックしてください。

日本のアイドル 日本のアニメ 日本の漫画 日本のドラマ・映画 日本の雑誌・本 J-pop 日本のTV番組 日本の女子グッズ(デコ電、プリクラなど) 日本の電化製品 日本の寺や神社 日本の儀式(吊いや結婚式) 日本の食べ物事情 日本の若者ファッション 若者ことば 大学生の生活 茶道や華道、着物 能や歌舞伎、文楽 修行(検定など) 日本のスポーツ 日本の住宅事情 日本の祭り その他()

- 3 日本のポピュラー・カルチャーで魅力的だと思ふものやことについて、あなたの意見をお聞かせください。
 4 オーストラリアのポピュラー・カルチャーで魅力的だと思ふものやことについて、あなたの意見をお聞かせください。

表1：日本人学生のサブ・カルチャー項目の認知度

100% (56名)	リラクマ、AKB、小栗旬、タモリ、キティ、サザエさん、ワンピース、嵐、よしもと キャラ弁、B級グルメ、たこやき、おみくじ、漢字検定、スカイツリー、音姫（消音） スマホ・カバー、阪神タイガーズ、五本指靴下、お守り、婚活
98.2% (55名)	トトロ、総選挙（AKB）、消せるボールペン、Yosakoi、祝儀袋、大目プリクラ、 あんパン、アイスコーヒー
96.4% (54名)	NARUTO, テルマエ・ロマエ、男役（宝塚）
	「92.9%(52名)=ひこにゃん、白鵬、書道甲子園」、「91%(51名)=劇団四季」、 「89.2%(50名)=敷金」、「85.7%(48名)=立ち並ぶ自販機」、「83.9%(47名)=デ コ電」、「71.4%(40名)=鉄男」、「69.6%(39名)=歴女」、「67.9%(38名)=腐女 子」、 「66%(37名)=駅ナカ」、「53.6%(30名)=小悪魔 AGEHA」、「32.1%(18名)=聖 おにいさん、メンズブラ」、「19.6%(11名)=聖地巡礼」

生活など日本社会に関わる6項目、その他から成る。

(B) 自由記述による調査

問3と問4では、日本とオーストラリアのポピュラー・カルチャーで魅力的だと思ふものについて尋ねた。本稿では、「1ポピュラー・カルチャー項目の認知」と「3・4日豪のポピュラー・カルチャーについての自由記述」の結果について報告したい。

3・2 日本のポピュラー・カルチャーに関する認知度確認調査の結果

3・2・1 日本のポピュラー・カルチャー項目の認知度

(1) 日本人学生のポピュラー・カルチャー47項目の認知度

日本人学生のサブ・カルチャー項目の認知度が80%以上の項目は47項目中、39項目であった。認知度が100%が21項目、98.2%から91%は15項目、89.2%から83.9%は3項目、71.4%から53.6%は5項目、32.1%以下は3項目だった。日本で知られているポピュラー・カルチャー項目は、オーストラリアの学生にはどの程度、知られているのだろうか。一方、日本在住の中国人留学生はどう認知しているのだろうか。

(2) ポピュラー・カルチャー項目の平均認知度の比較

日本調査、シドニー調査におけるサブ・カルチャー項目の認知度の全体的な傾向を見るために、日本人認知度53.6%以上の44項目（47項目中）を選び、平均を比較した。日本人学生、日本在住中国人留学生、シドニー在住英語話者、シドニー在住中国人留学生、シドニー在住韓国人留学生の順で認知度が低くなっている。日本人の学生がほとんど知っている項目は、オーストラリアでは40%以下しか認知されていない。また、日本のポピュラー・カルチャーに囲まれて暮らしている中国人留学生の認知度も、日本人の半分程度であった。次節では、日本人学生とシドニー大学の英語母語話者の認知度について報告する。

図 「ポピュラー・カルチャー項目の平均認知度」

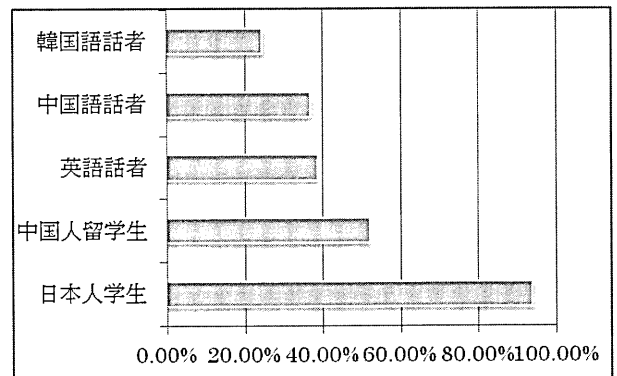


表2 「サブ・カルチャー44項目の認知度平均の比較」

日本	日本人学生	中国人留学生	オーストラリア	英語話者	中国語話者	韓国語話者
認知度	93.9%(N=56名)	52.3%(N=13名)	認知度	38.9%(N=21名)	37.1%(N=12名)	24.7%(N=8名)

表3 「日本人学生はほぼ全員知っており、シドニー大学の学生が知らない項目」 ☆新しい文化項目

	日本	オーストラリア		日本	オーストラリア
☆B級グルメ	100% (56名)	0%	祝儀袋	98.2%(55)	9.5% (2名)
☆テルマエ・ロマエ	96.4% (54名)	0%	☆総選挙 (AKB)	98.2%(55)	9.5% (2名)
☆ひこにゃん	92.9% (52名)	0%	白鵬	92.9%(52)	9.5% (2名)
劇団四季	91% (51名)	0%	書道甲子園	92.9%(52)	9.5% (2名)
よしもと	100% (56名)	5% (1名)	タモリ	100%(56)	14.3% (3名)
Yosakoi	98.2%(55)	5% (1名)	サザエさん	100%(56)	14.3% (3名)
敷金	89.2%(50)	5% (1名)	五本指靴下	100%(56)	19% (4名)
☆スカイツリー	100%(56)	9.5% (2名)	☆鉄男	71.4%(40)	19% (4名)

表4 「日本人学生の認知度に差があり、シドニー大学の学生が知らなかった項目」 ☆新しい文化項目

	日本	オーストラリア		日本	オーストラリア
☆歴女	69.6%(39名)	0%	☆メンズブラ	32.1%(18名)	9.5%(2名)
☆小悪魔 Ageha	53.6%(30名)	0%	☆聖地巡礼	19.6%(11名)	0%
☆聖おにいさん	32.1%(18名)	9.5%(2名)			

3・2・2 日本人学生とシドニー大学学生（英語母語話者）の比較

シドニー大学では41部のアンケートを回収したが、そのうち中国語母語話者と韓国語母語話者の解答を省き、英語を母語とするオーストラリア人学生の解答をみていく。なお、オーストラリア人学生は、日本語を専攻し、後述するシドニー大学の日本事情クラスを聴講している。日本事情クラスでは日本のポピュラー・カルチャーも紹介しており、解答者は日本文化に関心を持った学生たちであると言える。

(1) シドニー大学の英語母語話者（21名）の知らない項目

日本人学生はほぼ全員知っており、シドニー大学の日本語学習者（英語母語話者21名）に知らないという回答が多かった項目は16項目であった。新旧の項目が混在している。新しい文化事項は、「B級グルメ」、「テルマエ・ロマエ」、「ひこにゃん」、「スカイツリー」、「総選挙」、「書道甲子園」、「鉄男」で、一方、日本社会に根付いた文化項目は、「劇団四季」、「敷金」、「祝儀袋」、「白鵬」、「タモリ」、「サザエさん」、「五本指靴下」であった。オーストラリアの学生は新旧のポピュラー・カルチャー項目を知らないことがわかる。比較的新しい文化項目には☆を付し

た。

次に、日本人学生も知らず、同様にシドニー大学の日本語学習者（英語母語話者21名）に知らないという回答が多かった項目は5項目、「歴女」、「小悪魔ageha」、「聖おにいさん」、「メンズブラ」、「聖地巡礼」であった。日本でも、新しい、限定的なポピュラー・カルチャー項目だと言える。

(2) 日本人学生、シドニー大学の英語母語話者が共に知っているとした項目

日本人学生、シドニー大学の英語話者の学生が共に知っているとしたのは9項目であり、マンガとアイドルの認知度が高い。新しい文化項目はアニメの、「NARUTO」、「AKB」、「ワンピース」で、日本社会全体に比較的古くからあるものとして、「たこやき」、「アイスコーヒー」、「ハローキティ」、「トトロ」、「嵐」、「あんパン」があげられた。日本語学習者のアニメに対する認知度は高く、彼らのアニメへの関心の高さが反映されている結果である。

(3) シドニー大学の学生の認知度が23.8%（5名）から38.1%（8名）とやや低い項目

23.8%から38.1%と、シドニー大学の学生の認知度とやや低い文化項目は、新しいポピュラー・カルチャー項目では、「駅ナカ」、「キャラ弁」、「音姫」、

表5 「日本人学生、シドニー大学の学生が共に知っている」と答えた項目」☆新しい文化項目目

	日本	オーストラリア		日本	オーストラリア
☆NARUTO	96.4%(54名)	100%(21名)	ハローキティ	100%(56名)	85.7%(18名)
☆AKB	100%(56名)	95.2%(20名)	トトロ	98.2%(55名)	80.9%(17名)
☆ワンピース	100%(56名)	90.5%(19名)	嵐	100%(56名)	76.2%(16名)
たこやき	100%(56名)	90.5%(19名)	あんパン	98.2%(55名)	71.4%(15名)
アイスコーヒー	98.2%(55名)	90.5%(19名)			

表6 「シドニー大学の学生の認知度がやや低い文化項目」☆新しい文化項目

	日本	オーストラリア		日本	オーストラリア
☆駅ナカ	66%(37名)	23.8%(5名)	☆小栗旬	100%(56名)	33.3%(7名)
☆キャラ弁	100%(56名)	28.6%(6名)	おみくじ	100%(56名)	33.3%(7名)
阪神タイガーズ	100%(56名)	28.6%(6名)	漢字検定	100%(56名)	33.3%(7名)
☆音姫 (消音)	100%(56名)	28.6%(6名)	☆婚活	100%(56名)	38.1%(8名)

表7 「シドニー大学の学生の認知度がやや高い文化項目」☆新しい文化項目

	日本	オーストラリア		日本	オーストラリア
お守り	100%(56名)	66.7%(14名)	立ち並ぶ自販機	85.7%(48名)	52.4%(11名)
☆スマホカバー	100%(56名)	61.9%(13名)	☆大目プリクラ	98.2%(55名)	47.6%(10名)
リラくま	100%(56名)	61.9%(13名)	男役 (宝塚)	96.4%(54名)	47.6%(10名)
☆消せるボールペン	98.2%(55名)	52.4%(11名)	☆デコ電	83.9%(47名)	47.6%(10名)

「小栗旬」、「婚活」、日本社会で長い間認知されているポピュラー・カルチャー項目は、「阪神タイガーズ」、「おみくじ」、「漢字検定」が含まれる。

(4) シドニー大学の学生の認知度が47.6% (10名) から66.7% (14名) とやや高い項目

47.6% - 66.7%と、シドニー大学の学生の認知度とやや高い文化項目は、新しいポピュラー・カルチャー項目では、「スマホカバー」、「リラくま」、「消せるボールペン」、「大目プリクラ」、「デコ電」、日本社会で比較的長い間認知されているポピュラー・カルチャー項目は、「お守り」、「林立する自販機」、「男役 (宝塚歌劇)」である。やはり新旧の文化項目が混在している。

本節では、日本人学生とシドニー大学の学生の日本の文化項目の認知度を探った。日本では新しいポピュラー・カルチャー項目ほど認知度が低くなったが、オーストラリアでは新しい文化項目は認知度が低かったものの、日本社会では一般的によく知られている項目も同じように認知度が低かった。よく知られている項目にはアニメの「NARUTO」や「ワンピース」、アイドルグループの「AKB」など、メディアで流されるものが多く含まれた。そして、同じ漫画というジャンルでも「サザエさん」はオース

トラリアでは、ほとんど知られていない。

3・3 日本と自国の文化の魅力について—記述式調査の回答より

日本人学生の回答では、魅力的なものとして、漫画・アニメ、アイドル、ゆるキャラを押す答が多かった。伝統文化の魅力、派生力、開発力を魅力としてあげた答えに加え、海外の伝統文化の破壊や、日本文化=オタク文化と理解されることを懸念する答が寄せられた。

シドニー大学日本語学習者の回答では、魅力的なものとして、アニメ、漫画、TVゲームがあげられ、日本文化の世界に広がるソフトパワー、現代的な独創性を評価する回答が多かった。一方、閉鎖的なオタク・カルチャーを批判する意見や茶道などの伝統文化も評価したいという答があった。

3・3・1 日本文化で魅力的なもの

(1) 日本人学生が魅力的だと思う日本文化

日本人学生が魅力的だと思うポピュラー・カルチャーとして「マンガ・アニメ (28名)」への言及が多く、「日本のアニメや漫画は世界に誇るべき文化で、日本が最先端を走っていると思う。ONE PIECE以外

の漫画も是非見てもらいたい。」などの回答があった。さらに「アイドル（5名）」「ファッション（5名）」「キャラクター（4名）」「J-POP（3名）」をあげる回答が見られた。「きゃりーぱみゅぱみゅなど日本独自の「カワイイ」が魅力的、日本のアイドルは普通っぽさが逆に可愛い」「お化粧をしたり、ファッションを楽しむ文化が魅力的」、「たくさんの人が可愛いと思えるキャラクター、ゆるキャラやキティちゃんが魅力的」などの声が寄せられた。「プリクラ、キャラ弁、オタク文化（各1名）」という答えもあった。

魅力的な日本文化として、茶道、華道、着物、寺社などの「伝統文化（14名）」も多くあげられている。

日本社会で日常的に使われているものとして、「健康的な日本食（4名）」、「質の高い電化製品とサービス（3名）」、「侘び寂びのある風景やスカイツリー（2名）」、「カラオケ、お笑い（各1名）」が、なお、「文化の派生力（3名）」への言及として、「一つの文化が様々な方向へと派生」、「先手をとって開発。例えば、AKBのインドネシア進出など」の回答と、一方「日本文化の進出は嬉しいが、その土地の素晴らしい伝統文化を壊してしまわないか心配」という文化の越境による破壊に触れた答えもあった。

このように、日本人学生は「ポピュラー・カルチャー」、「伝統文化」、「日常文化」などの、具体的な事象への言及が多く、文化のソフトパワーに触れた回答は少なかった。

(2) オーストラリア人学生（英語話者）が魅力的だと思うもの

日本人女子学生と比較すると、オーストラリア人学生は具体的な事象より文化のソフトパワーに言及する回答がほとんどであった。

「ソフトパワーとしての拡張力（7名）」は、「日本のポピュラー・カルチャーはとても魅力的で、様々な年代、広い範囲の人に受け入れられると思う」、「アメリカでアニメやコスプレは人気があり、文化の拡張力は日本はアメリカより高くランクされると考える」などと表現されている。

日本文化の「新しさや独自性（5名）」を評価する答えとして、「日本のポピュラー・カルチャーはまぶしく、かわいい文化が若さとキュートさを強調し、アピールする。独自性、革新性があり、西欧の文化を日本化している」、日本文化の独自性につい

て「装飾過多と言えるが、この多様性や豊かさが興味深い文化を作りあげる。度を越すことはあるが、人々を極限に対してオープンマインドにできる」、「オーストラリア文化は独自性を発揮していない」などの答えが見られた。

「伝統と革新のバランス（3名）」では「とても独創的で、伝統的な文化と新しい文化が絶妙なバランスをとっている」、「ポピュラー・カルチャーは日常の伝統的なものに新しいアイデアを吹き込み、革新的なものにかえる」と記述されている。

具体的な文化事象に触れた「マンガの良さ（1名）」では、「マンガは若い人に、おもしろさを通して、教育的な価値とメッセージ（環境保護など）を伝えることができるメディアだ。けれども、人をオタクのように不健康に何かに夢中にさせてしまう。」と指摘されている。

オーストラリア人学生は、日本文化に独自性があり、そしてアジアや西欧文化への拡張力を持つことを高く評価している。独自性、創造性は日本人学生の視点からは出てこなかったものだった。

3・3・2 日本文化で魅力的でないもの

日本文化で魅力的でないものを聞いたが、魅力的なもの比べると日本人学生、オーストラリア人学生共に回答数が減少している。オーストラリア人学生はともかく、日本人学生は日本文化が溢れる環境にいたので、批判的な点も熟知しているはずである。しかし、批判的な回答は少ない。日本人学生が文化をとらえる視点が、具体的な事象に限定されることに起因すると思われるが、オーストラリア人学生が自国の文化を冷静に分析しているのとは対照的である。たびたび、現在の日本の若者の問題として指摘されているように、若者が日常レベルを超えた、政治や国際問題に対して無感覚になり、思考を止め、批判精神を持たないという状況がここに反映している可能性もあろう。

(1) 日本人学生が魅力的でないと思うもの

魅力的ではないと思う日本のポピュラー・カルチャーとして、「度を越えたアイドル文化（7名）」、「オタク文化が日本とイコールになってしまうのが悲しい（6名）」、「マンガは独特の文化だが、教育的にあまり良くない（4名）」、「若者言葉（4名）」、「腰パン、ケータイ小説、女子高生のファッション、パチンコ（各1名）」という記述があった。また、日本社会の行動様式への言及もあった。「対人関係に対する消

極さ、大学生の勉学への意識（3名）、「曖昧表現（1名）」への否定的な評価である。一方、「すべてが魅力的、反対意見はない（3名）」という意見もあった。

（2）オーストラリア人学生が魅力的ではないと思うもの

日本人学生と比べ、オーストラリアの学生たちの魅力的でない日本文化への答えは少なかった。「オタク文化（1名）」については、「オタク文化は日本の一部分だが、彼等は社会から孤立している」、また、「J-pop、マンガ、映画など（1名）」への評価として、「興味を持たないが、来年、日本で仕事をするので、基本的なJ-Popカルチャーの理解はしておきたい」という意見があった。

3・3・3 外国文化の魅力について

日本人学生には、外国文化の魅力を、オーストラリア人学生には自国の魅力について尋ねた。日本人学生は海外の文化全般に関する記述が多く、特定の文化圏としてあげられたのは「韓国」、「アメリカ」であった。日本人学生の記述からは学生達が海外という大きな枠組みで文化をとらえていることと、近年メディアを通じた情報量が多い、韓国とアメリカから外国文化を吸収していることがわかる。しかし、オーストラリアの文化への言及は見られなかった。

一方、オーストラリア人学生（英語話者）の回答には、オーストラリア文化は多文化の混合という答えがあるが、独自性がない、アメリカ文化のコピーといった批判的な記述が多く見られた。また、日本語を勉強している学生たちなので、日本文化との比較からオーストラリア文化がとらえられている。国際的で、歴史をも踏まえた、冷静な分析力を感じる。

（1）日本人学生の感じる外国文化の魅力について
海外の魅力的な文化として、海外の分野（16名）、好きな国の文化（6名）があげられている。

海外の文化事象として、「オペラやミュージカルの雰囲気（3名）」、「食べ物の魅力（2名）」、「世界で見られる映画（2名）」、「リーズナブルな海外のファッション（2名）」、「祭り、建造物、伝統的な生活、ホームパーティー（各1名）」のような文化事象に加え、不可視的な文化である「フレンドリーなコミュニケーション様式、Discount、アイデンティティ（各1名）」への言及もあった。なお、海外文化の魅力として「文化の吸収力、古いものの継承（各1名）」があげられていたが、これはオーストラ

リアの学生からは日本文化の強い魅力としてあげられた点であった。

また、好きな国の文化として、「韓国の伝統文化やポピュラー・カルチャー（4名）」、「アメリカのスポーツ（2名）」への言及があった。

海外の魅力的でないものについての回答は少なかったが、「海外の日本食」、「ブラック・ジョーク」、「ヒーローと悪者が対立するイメージのアメリカのアニメ」という答えがあった。

（2）オーストラリア人学生の感じる自国のポピュラー・カルチャーについて

オーストラリア人学生の回答では、オーストラリア文化の魅力について「多文化の影響を受けた、文化の混合（3名）」と評価する意見がある。「オーストラリア文化として海外で受けとめられているのは、70年代や80年代の古いアイデアに影響され、ステレオタイプ化されたものだが、オーストラリア文化ははるかに多文化的なものだと思う。」「オーストラリアは多文化で実際には、ポピュラー・カルチャーはないが、独自のスタイルを模索中だ」。

しかし、オーストラリア文化には「独創性がない（9名）」という意見がそれを上回る。「アメリカのコピー（4名）」という答えでは、「オーストラリアのポピュラー・カルチャーはない。アメリカのポピュラー・カルチャーに支配されている。」という内容が記されている。一方、「オーストラリアに独特の文化はあるが、日本のような独創性、魅力はない（5名）」という回答には、「スポーツには価値があるが、東アジアからの移民が増え、日本文化の影響を受けつつある」「オーストラリアでは、ポピュラー・カルチャーは日本のように夢中になる対象ではない」のように、日本文化との比較からオーストラリア文化を低く評価する記述が見られた。

4 考察

最後に、本調査と具体的な授業実践との連動の可能性を提示したい。現在シドニー大学で行っている半期にわたるサブ・カルチャー講義の実際の授業例と将来の展望について記す。

4・1 提言

本稿の日本のポピュラー・カルチャーに関する日豪調査は、対象者が限られており試験的なものではあるが、オーストラリア人の日本語学習者の日本文化、ポピュラー・カルチャーに関する認知度の一端

を探ることができたと思われる。調査の結果を受け、教育実践にあたって次のような点を提言したい。

(1) 新旧のポピュラー・カルチャー項目の提示

オーストラリア人学生は日本の新しい文化項目だけでなく、古くから一般的に流布している文化項目も知らないものが多かった。これは、メディアから情報伝達されている文化項目に学生たちが依存している可能性が考えられる。日本事情の授業では新旧の文化項目について提示する必要があるだろう。また、質問紙でも指摘されていたように「日本＝アニメ・かわいい文化」を強調しすぎると、偏った文化イメージを創り上げてしまう可能性がある。能や茶道など、伝統的な日本文化を伝え、多様性のある日本文化イメージを提供する必要があるだろう。

(2) 世界という視野から、文化の流れという事象をとらえること

さらに、グローバル化が進み、文化が越境し、融合していく事象を、教師、学習者ともに視野に入れる必要がある。冒頭で紹介した、サイードの言及する文化的専制主義に気づき、そうした限定的な文化的価値観を崩し、多様性へと開いていくためにも文化の流れをとらえることが有効であろう。

(3) 新たな文化的価値への気づき→グループワークの可能性

また、個人の内在する文化的価値観は不可視的なものであり、個人の生活世界にとどめるだけでは、新たな文化的価値観を創造していくのは難しい。他者とコミュニケーションをとり、多様な視点、考え方に触れることで、新たな文化的価値観を見出すことが可能になるであろう。この際にアサーティブな姿勢が必要なことは言うまでもない。

(4) 新しい文化をとらえる→学生交流が有効

ここでいう学生交流は、文化を越えた多文化交流を想定している。同じ文化圏に属する者同士のコミュニケーションから、さらに文化的な新しい次元を知るためには、第三文化の視野を備えた、国際的な交流が不可欠である。本調査でも、オーストラリア人学生は、日本人学生とは全く異なる角度から日本文化の価値を捉えていた。オーストラリア人学生は自国の文化を高く評価していないが、今後は日本人学生から見たオーストラリア観を知ることで、オーストラリア文化の独自性を発見できるのではないだろうか。また、批判力に欠けていると言われる日本人学生が、オーストラリア人学生から分析力、考察力を学ぶ意義は大きい。

最後に、実際に安本がシドニー大学で行っている日本事情コースの取り組みを紹介する。

4・2 シドニー大学「日本のポピュラー・カルチャー」コース理念

シドニー大学メディア文化コースでは、日本文化という領域内に固持することなく、グローバル化の中で、もはや日本文化が異文化としてではなく、特有のものとしてでもなく、越境した文化として、リージョナル化、ローカライズした文化として、位置づけられる。つまり文化共有することに意義・理念を置いている。例をあげると、キティーちゃん、トトロなどのポピュラー・カルチャーがグローバル化の中で、どのように、オーストラリア（又他のアジアの国、韓国、中国、台湾、インドネシア等）に渡り、どのように受け入れられ、浸透していくのか、その意義、などを、研究発表・討論会をしながら考察していくのが、コースの狙いである。（表8）

グローバル教育の一環として、このような教育指導は大切である、一方的講義にどまることなく、学生は、個々に、又グループでの研究発表を通じ、文化を共有する機会をあたえられ、自分たちが興味を持ったトピックを選び、そこには、自分たちが見つけた、共有した文化が生まれているはずである。20名定員のコースが、常に60名近く登録するのも、一つの成功例ではないであろうか。また、シドニー大学の学生の日本文化を記述する言説には、文化を世界的な視野からとらえ、文化を越境し、流れ、影響し合うものとして考えていた。このようなグローバルな視点は、日本人学生には見いだせなかったものである。

なお、ポピュラー・カルチャーに興味がある学生にあえて、伝統文化（新旧）をモジュールに入れるのは、新しい文化導入の前に、普遍にも近い伝統文化の意義を学生に伝えたいからである。

おわりに

本稿では、日本社会の文化項目を、日本人学生、及びシドニー大学の英語話者の学生がどのようにとらえているかを中心に探ってきた。さらに、調査対象者を広げ、また、双方の学生たちにフィードバックすることで彼らの文化的価値観の形成にどのような影響を与えることができるかを考察するなど、本研究の今後の課題としたい。

表8 「モジュール型授業内容・研究発表 Module Based」

Weekly schedules of lecture contents and group presentation		
Week/Date	Topics and Aims	Learning Outcomes
Week 1	コースがいよう 1. Orientation : Media theory	コースについての理解：目的方針等；移動する日本文化基礎編,理論から実践へ
Week 2	Research Training Session Meet at Training Room 3 (Level 2, Fisher Library)	資料・文献の見つけ方 リサーチの仕方 研究発表のグループ分け
Week 3	Module 1 女性の類型化 VS 男性の類型化 The social positioning of women and men :Changing values	女性の類型化を把握する 男性の類型化を認識する 伝統的思考と新しい志向に着眼
Week 4	Module 2: 東アジア大衆文化 Popular Culture in East Asia: Global flow and contra-flow	アジアをつなぐポピュラー文化を見る 韓国、台湾、ホンコン、シンガポールでの 大衆文化の動きを洞察
Week 5	日本の大衆文化 Popular Culture in Japan: J-Pop music; J- Anime; Mobile TV etc.	ユースカルチャーを洞察 江戸文化とジャパנקール 浮世絵と宮崎アニメ 海外で受ける J-ドラマ
	Easter Break	
Week 6	Module 3: マンガメディアに映る日本人論 Manga: Sociological and cultural view on Japanese people	メディアに映る日本人を分析
Week 7	映像・プリントメディア テキスト分析 Discourse audiovisual/print texts: <i>manga</i>	映像・活字の中で描かれている日本人像を 探求
Week 8	Module 4: 伝統文化(No class/Field Work) meet at 1pm, May 5th Venue: 40 Dorset St., Epping	課外活動から日本社会、日本文化考え方な などを体験
Week 9	伝統芸能と新・伝統芸能 Traditional Arts V.S New Styles	伝統芸能をビデオ鑑賞し、外国人の参加と 意義・保存についての理解を深める
Week 10	Module 5: 「キレル児童の心理」Video Conferencing 1 Prof. Tachibana, Gifu University	スルリーンを通して実際の日本に触れる
Week 11	「江戸囃子」 Video Conferencing 2 Prof. Aoyagi, Gifu University	スルリーンを通して実際の日本に触れる
Week 12	Module 6: 言葉から探る 日本の文化 お受験・公園デビュー・ニート・オ タク・キレル・萌え Discourse J-Pop Language and Culture	変わる言葉：日本語・新語・流行語を分析 し社会・文化を洞察・理解する
Week 13	まとめ	コアカルチャーへの提言とポピュラー・ カルチャー ソフトパワー：アジアの中の日本を再認識

〈参考文献〉

- エドワード・サイード、今沢紀子訳、板垣雄三・杉田英明監修 (1993) 『オリエンタリズム 上巻』、平凡社 = Edward Wadie said, 1978, *Orientalism*, pantheon Books.
- 熊野七絵・廣利正代 (2008) 「『アニメ・マンガ』調査研修—地域事情と日本語教材—」『国際交流基金 日本語教育紀要 4号』、国際交流基金、Pp.55-69.
- 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
- 国際交流基金 (2013) 『国際交流基金2013年度年報』
<http://www.jpf.go.jp/j/about/outline/result/ar/2013/html/index.html>
- 近藤裕美子・中村雅子 (2010) 「日本のポピュラーカルチャー・ファンは潜在的日本語学習者といえるか」『国際交流基金日本語教育紀要 6』国際交流基金、Pp. 7-21
- 笹川洋子・岩崎彩香 (2010) 「『流星花園 (=花より男子)』における台湾、日本、韓国版の物語構造の比較—戦う少女像をめぐる—」『2010国際日本語教育学会予稿集』CD-ROM版所蔵
- ジョセフ・サミュエル・ナイ・ジュニア、山岡洋一訳 (2004) 『ソフト・パワー 21世紀国際政治を制する見えざる力』、日本経済新聞社 = Joseph Samuel Nye Jr. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Perseus Book Group.
- 因京子 (2005) 「日本語学習者の日本語会話解釈上の問題点：日本語学習者によるマンガ理解を通して」『九州大学院比較社会文化研修科紀要11』九州大学比較社会文化研究院、Pp.83-92
- 難波功士 (2007) 『族の系譜—ユース・サブカルチャーズの戦後史』青弓社
- 萩野実美 (2007) 「日本のマンガとアニメ—日本語教材としての可能性」『拓殖大学日本語紀要, No. 17』、拓殖大学、Pp123-130.
- 森野和弥 (2003) 「映画の中の日本人像：国際理解教育の授業実践として」『静岡大学教育学部研究報告、教科教育編、34』、Pp.265-283
- 矢崎満夫 (2009) 「アニメを素材とした日本語学習活用『アニメで日本語』—「アニメーションのティーチング・ストラテジーに着目して—」『静岡大学国際交流センター紀要 3』、静岡大学国際交流センター、Pp.27-42
- Yasumoto Seiko (2014). Cultural harmonization in East Asia: Adaptation of Hana yori dango/Boys Over Flowers. *East Asian Journal of opular Culture*, 1 (1), 113-131
- Yasumoto Seiko (2014). Popular Culture: Islands of Fandom in East Asia. *The IAFOR Journal of Asian Studies*, 1 (1), Pp.91-105
- Yasumoto Seiko (2013). Jpanese Mediascape: Intellectual Property and the Value Chin. *Frontiers of Legal Research*, 1 (1), Pp.166-183