

成果の説明書

(氏名) 岡村晃子	(学部) 経済
1 重要事項 2023 年度は 2 つの研究課題を実施した。 1) 英語を話す力の向上の取り組みの効果の調査をこれまでは学生へのアンケートとインタビュー、英語話者の評価から実施した。本年度は、20 人の学生を対象に GTEC という英語テストを 2 回実施することで問題の「気づき」を促す試みとしての dictation と recitation の効果を検証した。そして、インタビューから学生ごとの英語学習への取り組み、学習の違いを調べ、GTEC の得点と比較した。 興味深かった結果は、3 点あった。1 つ目は speaking の向上を目指した授業、聞き取りの問題を授業外の課題としたコースで、listening の得点は一番伸びておらず 20 人中 7 人のみ伸びている結果となった。一番伸びた skills は writing で、20 人のうち 14 人が伸び、speaking は 11 人であった。この理由を考えると、授業で延ばそうとしていた listening skills は音の聞き取りが中心であり、テストでは全体の話の内容が聞かれ、問題は聞き取り力の焦点が違っていたと解釈できる。聞き取り力の向上は予想以上に難しいことが見えてきたといえる。 2 つ目は、全体的に点数が伸びている学生のうち比較的高得点の学生が speaking より writing の点数が伸びており、点数が比較的低い学生は writing ではなく speaking が伸びる傾向にあったことである。授業では英語であるトピックについて話をまとめてスピーチをするということが多く扱われていた点を考慮すると、英語力の高い学生ほど、話す力を通して書く力も伸びるようになっていたようだ。 3 つ目は、当然の結果と言えるが、英語学習に意欲がある学生、特にはっきりとした直前の目的がある学生は少数派であったが、4 技能に渡ってかなり点数が向上していた。それに対して、意欲が低くなった、あるいは英語学習に時間をさけなくなってきたと認めた学生は点数的にも低くなっていた。目的と意欲は学習に大きな影響力を与えることを再確認した結果となった。この結果は年度末までに小規模のセミナー等で発表する予定である。 2) 次の研究は、不動産広告の中の見取り図に見られる言語使用の分析である。この研究は数年前に始めてはいたが、英語を話す力習得についての研究が中心となり、途絶えていた研究であった。本年度は、まとめる意味で再開した。目的は英語が日本文化にどのように浸透しているのか、日本家屋の中の高級マンションと一般マンションの比較から、呼び名にその形跡を見ることを実施した。建物の条件としては新築マンションを対象としており、2023 年 10 月現在で建築中の物件を調べた。広さに大きな差はないが、高級マンションは 1 億円以上の都内中心地（渋谷区、世田谷区、港区、品川区）の物件、一般マンションは都心から通勤 30 分圏内の地域、特に神奈川、千葉、埼玉県を対象に価格が半分程度の物件をインターネット上で検索した。それぞれ 29 件（高級）と 31 件（一般）（件はここでは 1 つの不動産会社が担当する建物を言う—そのため数棟あっても 1 件となる）が見つかった。予想としては、富裕層が購入する可能性の高い高級マンションには、顧客層にアピールするために不動産会社は英語を多く使い、英語表現が浸透してきていることを予想した。それに対して、一般向けには英語はかえって逆効果を考えて、日本語の使用が多くなると考えた。 結果としてはある程度予想通りとなったが、興味深い点がいくつか見られた。まず 1 つは、高級マンションの 60% の図面は英語で書かれていたのに対して、一般マンシ	

ヨンの 70%は英語ではなく、カタカナを使用した英語（kitchen ではなくキッチン）であった。例えば、living dining も意味は英語であるが、表記はカタカナとなっていた。そして、「居間」「台所」「押し入れ」など日本文化を反映するいくつかの日本語が姿を消していた。「押し入れ」は布団からベッドになる生活の中で消えるのも自然ともいえる。また、ベッドになるということは、畳部屋の消失も意味し、日本文化独特の「和室」も両方の物件で、1 件だけ、高級マンションに英語で「Japanese room」と登場したのみであった。しかし中には、「和室」は存在しなくても、英語と日本語の造語が形成され、「futon closet」などの例もあった。不動産の見取り図に見る言語は、マンション販売のために表現は英語そのままとカタカナ英語という 2 種類があったが、英語が中心となり、日本語、日本文化が国際化、西洋化という言葉の影で大きく変化していることを検証する形となった。 以上の結果は 2024 年 5 月に実施されるウィーン経済大学の会議で発表予定。 Akiko Okamura (2024). <i>How do advertisers use English and linguistic diversity in the Japanese housing market?</i> Presented at a conference “Linguistic Diversity in Professional Settings: Needs, Policies, and Practice” at the Vienna University of Economics and Business, May 2024.
2 その他の事項 2023 年度は両学部の 2 年生の必修英語科目のクラス分け用に GTEC テストの実施、結果分析、クラス分けを担当。 担当する英語コースの非常勤教員への対応。
3 次年度以降の計画・抱負 2023 年度に実施した研究を英語教育者に口頭発表、最終的に論文としてまとめることが 2024 年度の抱負である。