

実践を開くとは何か

—「にほんご わせだの森」12 春の広報戦略—

松本 裕典

1. はじめに

本稿では、2012 年度春学期の「にほんご わせだの森」（以下、「わせだの森」）における広報活動の戦略および成果について考察を加えながら報告する。特に筆者が中心となって進めた Web サイトの充実や「森のチラシコーナー」などについて書き記す。

「わせだの森」は、大学院での教育実習という位置づけを持つ地域の日本語教室である。教育実習ではあるが、担当教員主体によるお仕着せのシラバスに則った授業ではなく、受講する大学院生がゼロから手作りしていくダイナミックさがある。「わせだの森」では大学院生の実習生が活動日から活動内容、活動場所などのすべてを相談しながら決定していく。ゆえに、「わせだの森」の実習生は、当然ながら、教室のデザインを設計すると同時に、教室の告知や宣伝といった広報活動も自分たちの手で行わなくてはならない。

これまで、「わせだの森」の実習は、2006 年度より同名称で実施されてきているため、一定の認知度というものは得られている。しかし、学外から年度あるいは学期をまたいで参加してくれるリピーターもいる一方で、学内から「わせだの森」について全く知らないあるいは知っていても何をやっているのかはよく分からないというような声も聞かれる。つまり、認知度にはまだまだ斑があり、広報活動に力を入れる余地が多分にあるということを示している。

そこで、筆者を中心とした 2012 年度春学期（以下、12 春）の実習生らは、チラシの作成をはじめ、より多くの人に「わせだの森」について知ってもらい、興味を持ってもらえるようにとの思いで広報活動を手広く展開していった。

2. これまでの「わせだの森」における広報活動

12 春の実習生らが目指した広報活動は後述するように、従来のチラシを撒いて活動案内を行うというだけに留まらなかった。本章では、これまでの「わせだの森」における広報活動がどのように展開されていたのかを簡単に振り返り、12 春の実習生らがそこから何を引き継いで展開していったのかを述べる。

まず、従来の伝統的な広報活動としては、チラシを作成し、大学周辺の飲食店や公民館などに配布・掲示するという手法が挙げられる。当然ながら従来のチラシによる活動案内は、今学期の活動日がいつであり、どんなコンセプトで実施するのかを参加者に知らせるために必要な広報である。さらに実習生らが入れ替われば、対象とする参加者の層も若干

変わってくるため、重点的にチラシを配るターゲット層が変わってくる。そのため、毎学期、重ねて広報している施設・団体だけではなく、新規に広報する必要のある施設・団体が浮かび上がってくるのである。

この点について、2011 年度春学期の「わせだの森」の実習生であったヘネシー（2011）は、「森の流動性」に着目し、「わせだの森の場合、参加者を募集するのが一番難しい作業かもしれない」と述べている（ヘネシー 2011：3）。そこで、ヘネシーら 2011 年度春学期の実習生は、従来のチラシ撒きや口コミに加えて、インターネットを大いに活用することを決めている。彼らが広報活動に導入・活用したインターネット媒体としては、ブログ、Facebook、Twitter、YouTube、USTREAM などがある（奥山 2011；ヘネシー2011）。

12 春の広報路線は、概ね以上のような 2011 年度春学期の実習生らの広報活動を下敷きにしている。彼らの広報路線をベースに重点的に力を入れる媒体と見直す媒体とを選択していった。特に、インターネット媒体は細分化されていて、すべてを引き継いだとしても、それぞれを使いこなせる実習生がいないと宝の持ち腐れとなってしまうことが危惧されたため 12 春では、ブログ、Facebook、Twitter のみを引き継いで利用した。次章では、12 春の実習生らが行った広報活動について、具体例を示しながらその意味づけを行っていく。

3. 森の広報活動の意味——12 春の広報戦略から

12 春の広報活動および広報戦略について、本章では「発信」「連携」「公開」という 3 つの視点から考察をしていく。なお、12 春の実践全体の概要や広報活動全体の概要については、松本、角浜（2012）に譲るので、そちらを参照されたい。

3.1. 発信する——森の Web サイト

「わせだの森」では、かねてより担当教員の Web サイトのなかに「わせだの森」のページを立ち上げ、広報活動などに利用している。さらに「わせだの森」のページからは、ブログ、Facebook、Twitter といったインターネット媒体にリンクしており、ポータルサイトとしても機能している。これらの Web 関連は、12 春の実践以前から利用されているもので、前任の実習生からアカウントやパスワードを引き継いだ。12 春では、引き継いだこれらの媒体を活動案内のためだけに利用するのではなく、より有効に利用・発信していく方法を話し合った。そのなかで、Web 関連の更新は主に筆者が担当することとなったため、ほかの実習生からの意見を取り入れながら、定期的な活用を目指した。

まず、供用の簡素化を目指すため、ブログと Facebook と Twitter のそれぞれをアプリケーション連携の機能を使って、紐づけし、どれか一つを更新すれば、ほかの媒体へも自動的に更新が書き込まれるように設定を行った。たとえば、ブログを更新すると、Twitter と Facebook に「ブログを更新しました」という文言とブログの URL が掲載される。これによって、更新作業に係る時間と負担を減らしながら、複数の媒体への広告が可能となった。さらに、問い合わせ用のメールアドレスを新規取得し、チラシなどに記載の上、Web 上に

公開した。筆者のメインメールアドレスへの転送設定を行うことで、Web からの問い合わせにも迅速に対応できた。

次に、発信した情報に関してであるが、従来どおり、「わせだの森」の開催案内や活動報告をはじめ、後述する学会発表の告知や他のイベントの紹介なども行った。また、「森の相談コーナー」や「森のチラシコーナー」といった 12 春に特有のコーナーの紹介も写真つきで行った。Web 上のチラシや案内を見て参加してくれた参加者もいたことから、一定の効果はあったと言えよう。Facebook の「シェア」、Twitter の「リツイート」を利用すれば、実習生らの友だち（Facebook フレンドやフォロワーと呼ばれる人々）にも直接知らせることが可能で、「いいね！」という Facebook の機能や「お気に入り」という Twitter の機能を利用して、フィードバックを送ってくれる参加者もいた。情報発信という意味での活用は大いにできたと言える。

ここまでの Web サイトの利用状況は、これまでの「わせだの森」でも伝統的に行われてきたものである。さらに、12 春では、ポータルサイトとなっている公式 Web サイトそのもののリニューアルにも力を入れてきている。リニューアル作業は、2012 年 9 月現在も進行中で、12 春の実践終了後も引き続き筆者が担当していく予定である。Web サイトのコンテンツやデザインを刷新し、充実させることにより、チラシなどのアナログ媒体から Web サイトを訪れてくれた人にも興味を持ってもらい、多くの人に「わせだの森」の実践を知ってもらえることを期待している。

3.2. 連携する——森のチラシコーナー

12 春に特徴的な新しい試みとして、「森のチラシコーナー」が挙げられる。毎回の活動時に、参加者の誰もが持ち込みや持ち帰りができる場として教室内に広くテーブルを使い、チラシコーナーを設置した。このコーナーには、「わせだの森」に関するチラシや『「にほんご わせだの森」新聞』のバックナンバーなどを常時置くとともに、参加者から持ち込みのあったお祭りのチラシや他の教室のチラシなども置いた。

このコーナーのイメージとしては、役所などで見かける情報ラックのように、自分たちの活動報告やイベント案内などを設置して、広く施設の利用者に自分たちのことを知ってもらいたいというものであった。しかし、単に自分たちに関する情報だけではなく、自分たちのおすすめする映画やイベントなどを紹介するというアクセスとしての側面や参加者のおすすめするあるいは関与するイベントなどを紹介するという参加者とのつながりとしての側面を持たせた。

このような機能を持たせた森のチラシコーナーは、実際の活動とも連携させるなど、活動のなかでもアピールすることを欠かさなかった。たとえば、「映画」をテーマにした回では、参加者のおすすめする映画を紹介するという活動があったが、そこで筆者のおすすめする映画として、チラシコーナーにチラシを設置してあったある映画について予告編を上映し、筆者からの紹介を行った。活動後には、「映画、見に行きます」と声を掛けてくれた

参加者もおり、チラシコーナーに立ち寄ってチラシを持ち帰っている姿も見られた。

12 春では特に、「つながりをつくる」を理念として据えていたこともあり、チラシコーナーでも連携すなわち「つながり」を意識していたことがうかがえる。ただし、ここでの「つながり」はメイン活動とのつながりや森の外とのつながりといった媒介としてのつながりに過ぎず、参加者の興味を広げる一つのきっかけとして機能していたことに留まっていたのかもしれない。もう一步踏み込んだ活用ができればよかった。

3.3. 公開する——森の学会発表

12 春の「わせだの森」では、授業としての実践終了後に実習生有志で 2 件の学会発表を行った。これは実践開始当初から想定していたものではなく、実践を重ねるにつれ、実践の手応えと葛藤を感じ始めた筆者が、ある日のミーティングでほかの実習生に提案をしたものである。もともと、筆者自身の研究テーマによる発表応募を考えていたのだが、せっかく「わせだの森」の実践に強い手応えと葛藤を感じているのであれば、「わせだの森」として発表したいとの思いがあった。発表の準備や当日が夏休み中であったため、それぞれの都合を考慮し、全員での発表ではなく、希望者を募って有志での発表とした。

これらの学会発表を行うことの意味として、実践を開くという営みが考えられる。実習生らが複数で協働でゼロから実践を作り上げていく場として、さまざまな手応えや葛藤が生じるが、次のステップは闇のなかである。それらの手応えや葛藤を昇華するためにも、実践を開き、実践を知らない人からも「わせだの森」の内実に迫ったコメントをもらう必要があるだろう。そして、もらったコメントをまた実践のなかで還元していくことで、「わせだの森」は閉鎖も停滞もせずに循環していく。

このように考えれば、学会発表を行うこと自体が活動の目的・目標になってしまっはいけないが、「わせだの森」という協働実践研究の成果を還元するという意味では、今後も積極的な研究発表が行われることを期待したい。

4. おわりに——実践を開くこと

「わせだの森」における広報活動は、「わせだの森」という実践の一部を構成している。決して広報活動だけが独立してあるわけではなく、広報活動も実習生らの重ねた話し合いの上に成立しているということを忘れてはならない。どういった人たちに来てほしいかと考え、話し合うところから実践はスタートしている。つまり、広報活動に入る前の段階から、実習生らの話し合いのなかにその学期の「わせだの森」という教室の個性や理念が醸成されはじめていたのである。今後は実践を開くという営みのなかで、教室実践の報告だけでなく、広報活動を含めた教室設計全体の実践の開示が広く求められよう。

各年度の「わせだの森」の成果は、『地域日本語教育実践研究』という報告書（以下、本誌）にまとめられる。毎学期の「わせだの森」の活動内容をはじめ、実習生の学びや参加者からのフィードバックなどが研究成果として収録された本誌ではあるが、本誌のバック

ナンバーを眺めてみても、広報活動に特化した報告はほとんど見当たらない。そこで、広報活動に力を入れてきたと自負する筆者が本誌へ執筆することにしたというのが本稿執筆のきっかけである。さらに本誌には、同様の問題意識を持った角浜によって広報活動の土台となるチラシ作成に特化した報告（角浜 2012）も寄せられている。本稿と合わせて参考にされたい。今後の「わせだの森」での広報活動、ひいては地域日本語教室での広報活動において参考の一助となれば幸いである。

参考文献

- 奥山寛（2011）. 「2011 年春学期にほんごわせだの森」における SNS の活用事例『地域日本語教育実践研究』6, 11-15.
- 角浜ひとみ（2012）. 「にほんご わせだの森」における広報制作物——チラシ作成の背景『地域日本語教育実践研究』7, 95-102. <http://www.gsjal.jp/ikegami/report07.html>
- ヘネシー・クリストファー・ロバート（2011）. 「隠れた森の一面」——踏査されていない「わせだの森」実践の考察『地域日本語教育実践研究』6, 3-10.
- 松本裕典, 角浜ひとみ（2012）. 2012 年度春学期「にほんご わせだの森」実践報告『地域日本語教育実践研究』7, 3-10. <http://www.gsjal.jp/ikegami/report07.html>

マツモト ヒロノリ（修士課程 2 年）

地域日本語教育実践研究
実践研究(1)報告集 2012 年度春学期
(通巻 7)

発行日 2012 年 10 月 31 日
発 行 早稲田大学大学院日本語教育研究科
〒169-8050 東京都新宿区西早稲田 1-7-14
編集責任 池上 摩希子