

(海外最新事情)

イギリス

(1) 英国の大学ランキング

『タイムズ』の2009年度版大学ランキング (University League Table) が発表された。これは『タイムズ』が独自に学生満足度、研究水準、入学試験難易度、競争力など全九項目の数値を総合して、1位から113位までの格付けをしたものである。特殊な単科大学や大学院大学、それに唯一の純粋な私立大学であるバッキンガム大学などは、データ不足のためエントリーされていない。また、ロンドン・メトロポリタン、スウォンジー・メトロポリタン、リヴァプール・ホップの三大学はデータ非公開につき除外されている。

大方の予想通り今年もオクスフォード大学が首位の座を守り、もうひとつの名門ケインブリッジ大学が僅差で続くという結果になった。オクスフォードもケインブリッジも三十幾つのコレッジの集合体であり、オクスフォードの街にもケインブリッジの街にも実態としての「ユニヴァーシティ」は実在しないが(紛らわしいことに、「ユニヴァーシティ・コレッジ」という名前のコレッジが双方にある)、学位授与機構としてはあくまでも「オクスフォード大学」、「ケインブリッジ大学」というひとつの組織なのである。一方で「ロンドン大学」は、学位授与機構としての大学組織もそれぞれのコレッジに分かれており、インペリアル・コレッジが第三位に、ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス(略称LSE)が第四位に、ユニヴァーシティ・コレッジが第七位に、キングズ・コレッジが第11位に、そしてスクール・オブ・オリエンタル・アンド・アフリカン・スタディーズ(略称SOAS:「ソウアズ」と読む)が第24位にランクされている。

オクスフォードは七年連続で第一位に輝いてい

るが、研究水準、入試難易度、就職率および大学院進学率の三項目ではケインブリッジの後塵を拝している。スコットランドの名門セント・アンドリューズ大学が第五位、愛大生がイギリスセミナーでお世話になっているエクセター大学が第13位という悪くない位置にいる。エディンバラ大学は意外なことに18位だ(もう少し上だと思っていた)。かつてイギリスセミナーでお世話になったレディング大学は、リーズ大学とベルファーストのクイーンズ大学と同率で31位だった。同じくセミナーでお世話になったオクスフォード・ブルックス大学は55位だが、いわゆる「新大学」(New Universities: 1990年代にポリテクニク 技術系専門学校から昇格した大学)の中では54位のロバート・ゴードン大学とともにトップに位置している。

2008年のランキングと比べると、ヨーク大学が16位から9位、レスター大学が21位から14位、そしてランカスター大学が27位から19位に上昇している。ヨークとランカスターが順位を競ったりしたら、現代版の薔薇戦争かと思ってしまう。1位のオクスフォードから6位のウォリックまでは昨年とまったく変わっていない。8位のダーラムも不動だ。

日本人的な感覚から言えば、最下位まで発表してしまうのは身も蓋もないような気がしなくもないが、英国人はそのようなことは気にしない。最下位の5大学は109位から113位まで順にイースト・ロンドン、グリニッジ、ボウルトン、テムズ・ヴァリー、ロンドン・サウス・バンクである。とは言え、英国はまだ日本と比べれば大学進学率も低く、それだけに大学は特権的なエリート集団というイメージがまだ残っている。下位にランクされた大学もやはり「腐っても鯛」なのであろう。

(2) 英国人児童のための英会話

英国の小学校に「英会話」の授業を導入することが提言された。2009年4月27日付の『タイムズ』によれば、政府の教育水準局 (The Office for Standards of Education: 略称 Ofsted) の前局長サー・ジム・ロウズが初等教育においてフォーマルな言葉遣いを教える必要があるとの見解を表明したという。これは近年の児童の言語能力低下に応えた改革案だ。

ロウズが昨年発表した報告書には、地域によっては児童、生徒の半数に何らかの言語、発話の障害が認められる、と書かれていた。また、企業から学校に対して、状況に応じて「まともな」言葉遣いが出来るよう教育することが求められているらしい。特に貧困家庭に育つ子供は、両親の語彙不足のために最低限必要な語彙が身につかず、小学校入学時にすでに出遅れているという。ロウズが強調しているように、語彙が足りないということはそれだけ全般的な学習能力や人間関係を確立する能力にも重大な影響がある。レディング市議会の児童福祉課長アンナ・ライトもまた、貧困家庭の子供は語彙が足りないために抽象的思考が出来るようにならない、と指摘している。

ロウズはまた、IT教育を読み書きや計算といった基礎的な教育と同程度に重視することを提唱している。彼は同時に、古典的な小説や詩と同様にウェブサイトや新聞、雑誌、広告などの文章をも読ませるべきだと主張している。

確かにロウズのこの主張も理解できなくはないが、しかしウェブサイト上の言語というのは、英語であれ日本語であれ、あるいはおそらく他のどんな言語であれ、想像を絶するほど質の低いものが紛れ込んでいる。また広告の言葉にも、受け手に強烈な印象を与えるために故意に誤った使われ方がされていたりする (例: マクドナルドの 'I'm loving it.'). そういった「特殊な」言語や質の低い言語がいくらか現実世界の言語だといっても、それは言語教育の教材として相応しいものではあり得ない。やはり児童生徒の言語能力を高めるには質の高い言語に多く触れさせる以外に方法はなからう。語彙数の不足の元凶は家庭環境というよりも読書量の不足である——質の高い本を多く読む

ことを促すような家庭環境でないという事実は否定できないのかもしれないが、いずれにせよ、こういう時代だからこそ古典文学の鑑賞、朗読、そして場合によっては暗唱という、「伝統的な」教育を軽視してはいけない。日本における国語教育にもまったく同じことが言えよう。さらに言えば、もし英国の初等教育が「英会話」などという教室ではなく実生活で学ぶべき技能を学校教育の場にねじ込んだ結果として伝統的な教育を軽視するようなことになったら (何しろ全体の授業時数は限られているのだから)、それは中途半端な「オーラル」の導入によって水準の低下を招いた日本の英語教育の二の轍を踏むことになるに違いない。

(安藤 聡)

韓 国

韓国で日本酒ブーム

昨年9月以来の不況によって喜怒哀楽の象徴たる酒類の消費も落ち込んでいる。韓国の酒といえば焼酎であるが、その焼酎の消費さえも減少しているという。ところが、その中であって驚異的な伸びを示しているものがある。日本酒ブームが起こっているのである。

日本酒を意味する単語として伝統的には「정종 (チョンジョン)」がある。これは、江戸時代からの銘酒「正宗」の韓国語読みで、「(日本)酒を爛する」は「정종을 따뜻하게 데우다 (데다)」と言う。これに対して、今の日本酒ブームの中では「사케 (サケ)」が用いられている。たとえば、「일본 청주인 “사케” 가 인기 최고인 모양입니다 (日本の清酒である“サケ”が人気最高のです)」といったぐあいである。そこで、ここでは、焼酎、ビール、ワイン、日本酒など酒類を総称する時には「酒」を、そのうちの日本酒を意味する時には「サケ」を用いることにする。

さて、韓国では数年前からワインブームが起こり、年々輸入量を増してきたが、2008年度はついに減少に転じた。そのワインブームに取って代わらんかのごとくに急成長しているのがサケなのである。韓国貿易協会の統計によると、最近3年間のサケ輸入は次のように推移している。

年度	金額 (単位：千ドル)	前年比増加率
2006	2623	51%
2007	3947	50%
2008	6479	64%

なんと、年々50%を越える増加率なのである。なぜ、サケがこれほど人気を集めるようになったかについては、次のような解釈がなされている。すなわち、サケは米と麹と水から作られ「純粋で由緒ある酒」のイメージがあり、またワインよりも韓国料理と合うからであろう、といった解釈である。さらに、日本文化に馴染んだ人びとが増え、その人びとが好んでサケを飲むようになったのではないかとの解釈もある。いずれにしても、サケのアルコール度は焼酎ほど高くない一方でビールよりも高く、また価格もワインやウイスキーよりも安いために、サケブームを支えているのはもっぱら女性や若い層であるらしい。「辛いながらも澄んでいてすがすがしい喉ごしはどんな酒にもまねができない」という「사케 마니아 (サケマニア)」の声を紹介している新聞もある。とくにソウル江南一帯には「사케 벨트 (サケベルト)」が形成され、マニアが足繁く通っているという。

このサケブームの中で、大手スーパーのEマートは各店舗にサケ専門コーナーを置き、右肩上がりで販売量を伸ばしている。さらに、ホテル内のレストランには「サケソムリエ」を配置するところも現れれば、サケの味わい方などを教える「サケアカデミー」まで登場している。チェーン(フランチャイズ)居酒屋を展開し、サケの輸入を行っている「가즈라 (桂)」が開設した「サケアカデミー」は、2カ月前の受講希望者まで満杯になっているという。

ここで、断っておかなければならないことは、上述のようにワインブームに影が差し、それに取って代わるかのようにサケが飛ぶ鳥を落とす勢いで人気を呼んでいるとはいえ、サケの輸入量はまだワインの4分の1強にすぎないということである。また、2008年度の酒類出荷額は総額が6兆8000億ウォンで、そのうちビールが3兆3000億ウォン、焼酎が2兆6000億ウォンを占めており、酒類市場に与える影響はほとんどないと見られている。その中で、打撃を受けるとすれば、昨年のお荷額が

1200億ウォンに過ぎなかった民俗酒であると予想されるが、民俗酒業界はむしろサケブームを歓迎しているという。その理由としては、第一に、酒への嗜好の多様化に期待していること、第二に、果実酒を除く伝統酒はサケと同じく米から作られていること、が挙げられている。すなわち、サケブームが民俗酒へ関心を向けるきっかけになるのではないかと期待されているのである。

(田川光照)