



**A STUDY OF INTERNET MEDIATED SECOND
LANGUAGE ACQUISITION**

CHRISTOPHER STEPHEN STERN



**Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
MASTER OF ARTS
IN
TEACHING ENGLISH TO SPEAKERS OF OTHER LANGUAGES**

Payap University

August 2013



Title: A Study of Internet Mediated Second Language Acquisition
Researcher: Christopher Stern
Degree: Master of Arts in Teaching English to Speakers of Other Languages
Advisor: Jenjit Gasigijtamong, Ed.D
Approval Date: 22 August 2013
Institution: Payap University, Chiang Mai, Thailand

This Thesis is approved by:

1. W. Penkingarn Committee Chair
Assistant Professor Wanida Penkingarn, Ph.D.
2. Jarunee Maneekul Committee Member
Associate Professor Jarunee Maneekul, Ph.D.
3. Jenjit Committee Member
Jenjit Gasigijtamong, Ed.D

Copyright © Christopher Stephen Stern
Payap University 2013

PAYAP UNIVERSITY

ACKNOWLEDGEMENTS

Firstly, I would like to thank Dr. Jenjit Gasigijtamong, who as my thesis advisor offered both enthusiastic support and insightful advice throughout the research and writing process. Additionally, I am grateful for the instruction and advice offered by other members of the TESOL department, including Dr. Pearl Wattanakul, Dr. Jonathon Leather, Dr. Joy Somporn, Aj. Phillip Keay and Aj. David Richards; and for the inspiration and insights offered by other various teachers and colleagues throughout my life.

My thanks also go out to the numerous participants in my study, both Thai language learners and English language learners, without whom this research would not have been possible. While they are to remain anonymous, they include former students, colleagues, classmates, and volunteers previously unknown to me, who offered their time and kind consideration through participation in both surveys and interviews.

Finally, I would like to thank my parents, who have offered their support; friends, who have provided a sounding board for some of the ideas which have gone into this research; and the organizers of the CAMTESOL conference, who allowed me to present the findings of my research in February 2013.

Christopher Stern

Title: A Study of Internet Mediated Second Language Acquisition
Researcher: Christopher Stephen Stern
Degree: Master of Arts in Teaching English to Speakers of Other Languages
Advisor: Jenjit Gasigijtamong, Ed.D.
Approval Date: 22 August 2013
Institution: Payap University, Chiang Mai, Thailand
Number of Pages: 70
Keywords: Internet, Agency, Play, Positive Effect, Emic Perspective, Non-
Instructed Second Language Usage

ABSTRACT

Most literature on Internet-mediated second language (L2) acquisition takes an etic approach, a teacher's rather than a learner's view, towards the usefulness of various media in language learning. This research sought to find emic perspectives on the subject. The primary aim of this research was to discover which activities, in the process of non-instructed, Internet-mediated L2 use, enable *agency* and best encapsulate the elements of both *play* and *positive affect*. Secondly, it examined whether this emic perspective differs depending on the specific L2 being acquired through non-instructed, Internet-mediated use. Thirdly, this research sought to discover whether the conjecture that L2 acquisition proceeds in the same fashion regardless of the L2 holds true in an Internet-mediated environment. Participants comprised two groups, English language learners, and Thai language learners, both derived by convenience sampling; as well as the researcher, acting as the sole participant-observer. Instruments included online surveys and interviews of the first two groups, as well as the researcher's ethnographic tools. Firstly, based upon all aspects of the research performed, it is clear that those activities which most enable or elicit the experience of *agency* depend first and foremost on the individual learner. Activities which came to the forefront were: chatting, pursuing directed activities, and engaging with videos. For all learners, without exception, chatting online in one's L2 stands out as the single-most activity to generate *agency* while engaging learners in a meaning-focused *flow* experience. Secondly, similarities between the two language learner groups in affective reaction to various Internet-mediated L2 activities override differences. Thirdly, with specific regard to differences between English and Thai as target L2s, and the learning and affective mechanisms of online L2 activity, similarities outweigh differences. Any differences that do exist are minor, relating more to differences in the online presence of the two languages, and differences in the cultural and technical knowledge backgrounds of the participants, rather than differences in the actual L2 acquisition process.

ชื่อเรื่อง: การศึกษาเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษาที่สองทางอินเทอร์เน็ต
ผู้วิจัย: คริสโตเฟอร์ สตีเฟน เซดร์น
ชื่อปริญญา: ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษแก่ผู้พูด
ภาษาอื่น
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ดร.เจนจิต กสิกิจธำรง,
วันที่อนุมัติผลงาน: 22 สิงหาคม 2556
สถาบันการศึกษา: มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
จำนวนหน้า: 70
คำสำคัญ: อินเทอร์เน็ต, เอเจนซี, การเล่น, ผลในทางบวก, การใช้
ภาษาอังกฤษโดยไม่มีการเรียนการสอน

บทคัดย่อ

งานวิจัยเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษาที่สอง โดยใช้อินเทอร์เน็ตมักจะได้รับศึกษาจากมุมมองของครูมากกว่า ผู้เรียนในแง่ของประโยชน์ของสื่อประเภทต่างๆ ต่อการเรียนรู้ภาษา วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีจุดมุ่งหมาย สามประการ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง เพื่อศึกษาว่ากิจกรรมใดในการใช้ภาษาต่างประเทศผ่านทาง อินเทอร์เน็ต โดยไม่มีการเรียนการสอน ที่มีผลในทางบวก ประการที่สองเพื่อศึกษาว่ามุมมองของ ผู้เรียนเกี่ยวกับกิจกรรมในข้อหนึ่งนั้นแตกต่างกันไปตามภาษาที่เรียนหรือไม่ ประการที่สาม เพื่อ เพื่อศึกษาว่ากระบวนการการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศผ่านอินเทอร์เน็ตนี้เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน ในทุกภาษาหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษา ต่างประเทศและกลุ่มผู้เรียนภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบตามความ สะดวก นอกจากนั้นผู้วิจัยเองก็ทำหน้าที่เป็นหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ ข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามออนไลน์, การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม และการบันทึก ของผู้วิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์แบบเอเจนซีนั้นขึ้นอยู่กับผู้เรียน แต่ละคนเป็นสำคัญ กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมทำมากที่สุด ได้แก่ การแชท กิจกรรมเกี่ยวกับภาษา โดยตรง และการดูวิดีโอ การแชทนับเป็นกิจกรรมที่โดดเด่นที่สุดในกลุ่มผู้เรียนทุกกลุ่ม, 2) ความ คิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตนี้เหมือนกันในกลุ่มผู้เรียนภาษา ต่างประเทศ ไม่ว่าจะเรียนภาษาใด 3) การเรียนรู้และกลไกที่ใช้ในการทำกิจกรรมออนไลน์ระหว่างผู้ ที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศและผู้เรียนภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศนั้น มีความ คล้ายคลึงกัน ความแตกต่างที่พบอยู่บ้างนั้นมักเป็นเรื่องเล็กน้อยๆ เช่น การมีอยู่ของเว็บเพจภาษา นั้นๆ มากน้อยเพียงใด และความแตกต่างทางด้านความรู้ด้านวัฒนธรรมและด้านเทคนิคของผู้เรียน

TABLE OF CONTENTS

Acknowledgements.....	ii
Abstract.....	iii
บทคัดย่อ.....	iv
List of Figures.....	viii
List of Abbreviations and Symbols.....	ix
Chapter 1 Introduction.....	1
1.1 Background and Rationale.....	1
1.2 Objectives of the Study.....	2
1.3 Scope of the Study.....	2
1.4 Significance of the Study.....	3
1.5 Definition of Terms.....	3
Chapter 2 Literature Review.....	5
2.1 Overview Studies.....	5
2.2 Social Media and CMC: Identities and Communities.....	7
2.3 Virtual Environments.....	10
2.4 Play.....	10
2.5 Play and Identity.....	11
2.6 A Framework for the Analysis of L2 Learning.....	12
2.7 Blogs.....	13
2.8 Games.....	13
2.9 Games, Play and Positive Emotions.....	16
2.10 Games and (L2) Learning.....	18
2.11 Summary.....	21
Chapter 3 Methodology.....	24
3.1 Introduction.....	24
3.2 Participants and Research Instruments.....	25
3.2.1 Part I – Study of Thai and English Language Learners.....	25
3.2.1.1 Participants.....	25
3.2.1.2 Research Instruments.....	26
3.2.2 Part II – Ethnography.....	26
3.2.2.1 Participant.....	26

3.2.2.2	Research Instruments.....	27
3.3	Procedure of Data Collection.....	27
3.3.1	Part I: Surveys and Interviews.....	27
3.3.2	Part II: Ethnography.....	28
3.4	Data Analysis.....	29
Chapter 4	Results and Discussion.....	31
4.1	Thai and English Language Learners' Backgrounds.....	31
4.1.1	Age.....	31
4.1.2	Language of Origin.....	32
4.1.3	Years of L2 Study.....	32
4.1.4	Weekly Internet Use.....	33
4.1.5	L2 Internet Use.....	33
4.1.6	Variety of Media.....	34
4.2	Thai and English Language Learners' Experiences and Perspectives.....	34
4.2.1	Chatting.....	35
4.2.2	Reading.....	36
4.2.3	Writing.....	36
4.2.4	Directed Activities.....	37
4.2.5	Virtual Environments and Games.....	38
4.2.6	Video.....	38
4.2.7	Other Activities.....	39
4.2.8	Feelings of Improvement / Noticing.....	40
4.2.9	Positive Feelings.....	40
4.2.10	Negative Feelings.....	41
4.2.11	Chatting with Native and Non-native Speakers.....	42
4.2.12	Sense of Difficulties in Online Activity.....	42
4.2.13	Best Ways to Improve.....	43
4.2.14	What Learners Liked Most and Least.....	43
4.2.15	Outliers.....	44
4.3	Part II: Similarities and Differences between Background of Ethnography Subject and other Thai L2 Learners.....	45
4.4	Ethnography Subject's Emic Perspective on Internet-mediated Experiences: Agency, Play and Positive Affect.....	45
4.4.1	Use of Multiple Media.....	46
4.4.2	Chatting.....	47
4.4.3	Reading.....	49
4.4.4	Writing.....	49

4.4.5 Other Skills / Language Notes	52
4.4.6 Directed Activities	53
4.4.7 Virtual Environments and Games	56
4.4.8 Video.....	57
4.4.9 Feelings of Improvement / Noticing	59
4.4.10 Positive Feelings	60
4.4.11 Negative Feelings / Sense of Difficulties in Online Activity	61
4.4.12 Outliers.....	62
Chapter 5 Conclusions, Implications and Directions for Further Study	63
5.1 Preface	63
5.2 Conclusions.....	63
5.3 Implications for Online Learning.....	66
5.4 Implications for Autonomous Learning.....	67
5.5 Directions for Further Study	69
Bibliography	71
Appendix A Online Survey.....	75
Appendix B Framework for Coding	81
Resume.....	83

PAYAP UNIVERSITY

LIST OF FIGURES

Figure1 Age of English and Thai language learners.....	32
Figure2 Length of L2 Study – Thai and English language learners	32
Figure3 Weekly Internet Use – Thai and English language learners	33
Figure4 Internet L2 Use – Thai and English language learners	33
Figure5 Variety of Media – Thai and English language learners	34
Figure6 Feelings of Improvement and Noticing.....	40
Figure7 Positive Feelings.....	41
Figure8 Chatting – details.....	42

LIST OF ABBREVIATIONS AND SYMBOLS

a/v	audio visual
CALL	computer assisted language learning
CMC	computer mediated communication (chat)
ELL	English language learners
FSI	Foreign Service Institute
JIT	just in time
LOL	laugh out loud
L2	second language
MALL	mobile (device) assisted language learning
MMORPG	massively multiplayer online role playing game/s
MSN	Microsoft network
NPC	non-player character
TLL	Thai language learners
URL	Uniform Resource Locator
YM	Yahoo Messenger
ZPD	zone of proximal development

PAYAP UNIVERSITY