

III · 提 言

1. コンテンツ制作とネットワーク構築について

浅井 経子（八洲学園大学教授）

1. 本事業の特徴

I C Tの発達はいつでも、どこでも、誰でも学ぶことを可能とするだけでなく、いつでも、どこからも、誰もが発信することをも可能としている。一部の専門家、あるいは中央の機関等だけがコンテンツを提供したり情報発信したりする時代は過去のものとなりつつある。しかし、コンテンツが信頼でき、魅力のあるものであるかどうかは別の問題であり、価値あるコンテンツを作成する技術やノウハウを開発し蓄積することが課題となっている。また、誰もがコンテンツをつくり発信することができるだけに、コンテンツ制作や配信の際のルールについても学ぶ必要がある。

そのように考えると、地域発信型の本事業は極めて意味のある事業といえるように思われる。本事業の特徴にはさまざまな点があるが、主な特徴として次のようなことがあげられるであろう。

- ・地域の特色を生かした魅力あふれる学習コンテンツを制作し、全国に発信する。
- ・エル・ネットのみならず、インターネットでも活用できるコンテンツを開発する。
- ・それぞれの地域がコンソーシアムをつくり、ネットワークを構築する。
- ・学びを通じた地域再生・まちづくりのためのコンテンツ利用方法を開発する。

これらの4つの観点から平成17年度の本事業の成果を概観してみよう。

作成されたコンテンツをみると、既存の価値あるコンテンツを発掘し再編集したものと新たに収録・編集したものがあるが、いずれも、その地域ならではのもの、現代的な課題に取り組んだもの、人々の関心の高いテーマに取り組んだものなどがあり、それぞれのコンソーシアムが工夫していることがわかる。また、学習者が飽きないように、講義の合間に絵コンテ、フリップ、字幕スーパーを取り入れたりしているものもある。

インターネット活用については、それに取り組んだコンソーシアムがある一方で、制約が大きいなどの理由で見送ったコンソーシアムもある。取り組んだコンソーシアムはインターネット活用のための著作権処理などに苦労したようであるが、今後のI C Tの進展を考えると、今回の経験は大きな財産になるのではないかと思われる。

ネットワーク構築に関しては、既存のコンソーシアムを活用したところもあれば、新たにコンソーシアムを立ち上げたところもある。既存のコンソーシアムでは、本事業に取り組むことを通してネットワーク・アークを強化することができたのではないかとと思われる。また、コンソーシアムを立ち上げたところでは、地域のさまざまな機関等と新たな関係を築くことができたに違いない。

各コンソーシアムは講座を開催し、コンテンツの普及に努めている。県民カレッジに位置づけているところ、県民アカデミア大学インターネット講座として活用する予定のところなど、地域の活性化に関連づけるように工夫しているところもある。コンソーシアムの主催講座以外に、学習グループが自主的な学習会でコンテンツを活用したという報告もみられるが、全体としては、地域再生・まちづくりに寄与する講座のあり方等について、もう一步踏み込んだ研究開発が望まれるように思われる。

それでは、次にこれらの成果に基づき、今後の課題について述べておこう。

2. エル・ネットとインターネットとの違いとコンテンツ制作

エル・ネットを活用した学習形態について考えると、VTR貸出による個人視聴もあり得るが、主な学習形態は受信局の会場での集団視聴であろう。それに対して、インターネット活用の学習形態は、会場で集団視聴することもできるが、個人宅まで配信されるので個人視聴が中心になるとと思われる。

集団視聴の学習形態の場合は、視聴後に話し合いやワークショップ等を取り入れたりして、能動的な学習、あるいは参加型の学習が可能である。また、今回の事業で「仲間と交流できるから」といった受講理由をあげた学習者がいるように、コンテンツそのものよりも学習形態に関心のある学習者も多い。したがって、コンテンツ制作の際には、遠隔と対面を組み合わせたブレンディング型の講座に適したコンテンツや仲間づくりに役立つコンテンツといったことも考慮する必要があるように思われる。

一方、個人視聴の学習形態では、コンテンツが実益性に乏しかったり興味のもてるものではなかったりすると学習が深まらないこともあるし、学習を中断してしまうこともある。そのため、ミニテストやミニ作業を挿入したり、励ましのメッセージ等を入れたり、最後まで学習し終えた学習者には修了証を発行したりするなどの工夫が求められる。

そのように考えると、集団視聴を前提としたコンテンツと個人視聴を前提としたコンテンツでは作り方が異なるように思われる。本事業でエル・ネット活用とインターネット活

用との両方で活用できるコンテンツ制作をねらっているので、両者の違いを検討し、その上で両者に使えるコンテンツを開発することが望まれる。

3. ネットワークの維持と発展

本事業では、本事業に取り組むことを通して地域ネットワークを構築することも期待されている。しかし、ネットワークは参加も脱会も自由な、強制力の弱いシステムなので、その維持・発展を図ることは必ずしも容易なことではない。本事業に取り組む中で、さらには本事業の終了後も意味をもつネットワークにするためには、ネットワークの特性を十分認識するとともに、ネットワークの維持・発展のためにネットワーク診断や点検を行う必要がある。

ネットワークの維持・発展のための診断項目として、山本恒夫（八洲学園大学教授）は次の6点をあげている⁽¹⁾。

- i. 指向性（ネットワークでの学習資源開発や生涯学習支援サービスの目指す方向が人々のニーズや地域課題に応えられるようになっているか）
- ii. 可逆性（各メンバーの資源提供・受容の両方共に可能なネットワークになっているか）
- iii. 充足性（資源交換の需要がどの程度充足されているか）
- iv. 保存性（各メンバーの資源提供と受容のバランスがとれているか）
- v. 活性（資源交換が停滞しないようなネットワークになっているか）
- vi. 迅速性（資源好感がどの程度迅速に行われているか）

なお、この場合の資源としては、人材、情報、施設設備、お金等があげられる。

本事業での地域ネットワーク構築の場合にも、これらの観点で点検してはどうであろうか。

これらのうちで特に重要なことは、ii やiii、ivに関わることで、参加機関等の中でメリットに偏りが生じていないか、それぞれにメリットがあるネットワークになっているか、ということがあげられる。メリットが偏在すると、メリットを感じられない機関等は脱会してしまうおそれがあるからである。

その場合、ゲーム理論のパレート最適性の公準と個人合理性の公準を応用して、「それ以上改善の余地のない状態を探ること」と「全ての参加機関等に対してネットワークに参加していない状態以上のメリットを保証すること」といった配慮が必要になると思われる⁽²⁾。

これらは当たり前のことといえばその通りなのであるが、概して忘れられていることが多い。

また、本事業に取り組む上で目指すべきことが共有されているか(i)、情報等がスムーズに流れているか(v、vi)、といったことにも配慮することが重要であろう。本事業の終了後も地域ネットワークの維持・発展を図ろうとするのであれば、本事業の成果をさらに発展させて新たに目指すべきものは何かを明確にする必要がある。

4. 学習者の新たなニーズと地域再生・まちづくりへの寄与

最近の学習者は学習するだけでは満足できなくなっているように思われる。学習者を受け手だけの存在と考えるのではなく、学習者自身が発信したり何らかの貢献をしたりする存在として捉える必要があるように思われる。コンテンツ提供者はコンテンツがうまく放送・配信されればよいと考えがちであるが、学習者の新たなニーズに応える工夫も必要なのではないだろうか。

そのために、たとえばコンソーシアムや参加機関のサイトや機関紙等に受講後の感想や地域への提案・提言を掲載したり、講座の中、あるいは講座修了後に学習成果を地域等に還元する機会を設けたりすることなどが考えられる。コンテンツ制作時にも、地域活動等への動機づけになるように配慮することが望まれる。

本事業は、前述したように、地域再生・まちづくりに寄与することをもねらっているのので、そのような工夫が求められているように思われる。

(注)

- (1) 山本恒夫・坂井知志「高度情報化にともなう新しい生涯学習支援システムの構想」日本生涯教育学会論集 19, 平成 10 年
- (2) これらはゲーム理論のなかの「交渉問題」での公準である。鈴木光男『ゲーム理論入門』共立出版、昭和 56 年、143 頁、浅井経子「生涯学習支援者に求められる技術の開発」日本生涯教育学会年報第 25 号、平成 16 年、などを参照のこと。

2. コンテンツの配信と生涯学習支援の関係をめぐって

伊藤 康志（琉球大学生涯学習教育研究センター教授）

先頃公表された「教育・学習情報の発信・提供の在り方に関する検討会」の報告では、エル・ネットを平成 20 年度を目途にインターネットを活用した仕組みに移行させることが望ましいと提言。本事業の役割は、衛星通信やインターネットを活用した遠隔学習に関する試行を通じてさまざまなノウハウを蓄積、生涯学習支援における有効な活用方策を探ることにあるはずで、各事業実施主体（協議会）にあっては、何らかの検証すべき仮説を立てた上で事業を企画・実施することが求められる。

その意味で今後（特にインターネットへの移行）の参考のため、幾つかの視点についてまとめてみたい。

1. 学習コンテンツ制作の視点

制作する学習コンテンツの選択にあっては、学習者のニーズがどこにあるかをあまり意識する必要がない（しても仕方がない）という考え方もある。インターネット配信になった場合、ニーズは「必ずどこかにある」（後述 3.）。むしろ、他のどこにもない制作できないものを強く意識した方がよいのではないか。

その意味で青森、京都（協議会名は略）が取り組んだ地域学や、自分の最も得意とする「食育」に焦点化した久留米の例は参考になる。本事業で言う「地域における発信」には、その地域（その機関）にしかない固有の学習コンテンツを発掘・収集、制作してほしいというねらいもある。各地域が固有の学習コンテンツをどんどん制作するようになれば、それが豊富な品揃えになる。

学習コンテンツの魅力化については、なかなか解答が見えてこない。これについては実践を通じて調査、観察しさまざまなノウハウを蓄積・共有化するしかない。筆者も衛星通信による講習実施を担当したことがあるが、アンケート調査よりも実際に受講生の様子を観察し記録することで見えてくるが多かった。例えば、予想したよりも受講生は画面を見ない（講義は聴いている）ことなどは早々に知ることが出来た。これまでの「エル・ネット高度化推進事業」の中でもこうした発見やノウハウが集まっているはずで、それを整理して本事業につなげるこ

とも有効だし、本事業に取り組む協議会でももっと意識したらどうか。そのことで単なる「感想」がノウハウ化される。

2. 個々の学習場面への想像力

衛星通信にしるインターネットにしる、選択された学習コンテンツが個々の学習場面でどのように活用されるのかについて、想像力を持つことが重要である。換言すれば、どのような学習活動を支援しようとするかについてのイメージである。例えば個人学習なのか集団学習なのか、集中的・継続的な学習なのか散発的・選択的な学習（思い立ったときに必要な部分だけを学習する）、学習コンテンツは学習の内容なのか一つの教材・道具立てなのか、などをどう想定するかによって学習コンテンツの制作やアナログ的な学習支援（副教材、指導者などの問題）の態様が違ってくるはずである。

また、どのような利用にも対応できるよう、衛星通信、ネット、ビデオ・DVDとコンテンツが乗る媒体を幾つか用意する（将来の想定も含め）ことも有効である。

学習コンテンツをどう自己の学習に生かすかは個々の学習者の主体性如何ではあるが、「社会的な要請」による学習においては、学習を経て個々人の価値観・態度の変容に結びついていくことが重要であって、学習コンテンツの配信・視聴で完結するものではない。公民館等を拠点とした集団学習（相互教育）の枠組みが果たす役割は大きいし、またエル・ネットによる講座は単なる「視聴会」やその補完ではない。全体としてある程度（教育的な配慮のもとに）編成された学習プログラムとなるよう工夫する必要がないか。

教育委員会等が主体となっている協議会は取り組みやすいが、大学が主体となっている場合であっても教育委員会等との緊密な連携を上記のような視点からできれば進めてほしい。

将来的な課題であるインターネットでの配信においても同様の課題が残る。この場合は、視聴するために「集まる」必要性さえない訳で、学習コンテンツの配信・視聴と集団学習がどう結びつくか（あるいは前者だけでよい？）、これからである。

3. インターネット配信と「集客」

インターネット配信によって、学習者の利便性は飛躍的に向上する、オンデマンド方式であ

れば、自分の都合のいいときにサーバにアクセスして、必要な学習コンテンツを視聴できる。学習者個人にとってこれ以上の環境はないかもしれない、面白くないと思ったら途中で止めてしまえばいいし、必要な部分だけをピックアップすることもできる。個々の学習者にとって必要で魅力的なコンテンツは実は人（ひと）の数だけある。ネットでは学習ニーズ論を超えて、膨大な数のコンテンツが選択を支える。

最近、「ロングテール現象」ということが言われる。コンテンツ市場では、ニーズが集中する一部のコンテンツがある一方、ニーズは圧倒的に低い（でも必ずある）コンテンツがまるで恐竜の尾（テール）のように無数に並んでいる。このテールの部分をネットで救い上げてビジネスとして成立させることが実はできるという意味らしい（アマゾンの成功など）。落穂拾いのように集めていけばある程度の規模になるということである。

衛星通信による講座配信ではなかなか受講者が集まらない会場もあったが、インターネット上では47県から1名ずつ参加したとしても50人になる。これが2人なら100人になる（結果、学習ニーズ論は殆ど意味をなさなくなる）。

一方で、特定のサイトやコンテンツに誰もがいつでもアクセスし選択してくれる訳では当然ない。大体、その存在を知ってもらえることさえ難しい。コンテンツがいいとか悪いとかの問題ではない。自然と辿ってきてくれるような「水路」をどうやってつくるかが結構重要である。例えば検索サイトのグーグルのランキング上位を獲得することに企業などが腐心するのはこのためである。

来年度の事業を実施するに当たっては、ポータルサイト（的なもの）やリンクの問題などについて是非、検討してさまざまな試みをしてほしい。また、その際には例えばテキスト教材などのダウンロードでは事前登録やアンケート（どのサイトから来たかなど）を必要とするなど、不特定大多数から特定少数？の動向が把握できるような作業を是非行ってほしい。（筆者が行った例では事前登録をした会場にのみ講義資料を送信した。ある程度受講人数の把握やアンケート調査も実施できた。）

このような教養型の学習コンテンツにネットの中でどのようなリンクを通してアクセスがあるのか、これがある程度把握できれば、その後の方向性も見えてくる。