

3. 効果的な理解増進活動の検討

- 3. 1 有識者委員会による検討
- 3. 2 効果的な理解増進活動のあり方

3.1 有識者委員会による検討

効果的な理解増進活動・事業を行うための問題点・課題の解決策や、実際の理解増進活動・事業に活用できる手法を整理したマニュアル(「効果的な理解増進活動の手引き」)の作成についての検討を、有識者委員会におけるディスカッションによって行った。

(各委員の所属組織への訪問ヒアリングにおいて聴取した意見により、一部補完している。)

3.1.1 有識者委員会の実施概要

(1) 開催日時・場所

日時 2007年3月23日(金)午後1時30分～午後3時50分

場所 株式会社ノルド 会議室(東京都中央区京橋1-9-10 フォレストタワー)

(2) 出席者

<有識者委員(50音順)>

小川義和 氏(独立行政法人国立科学博物館 展示・学習部 学習課 課長)

前田義幸 氏(独立行政法人科学技術振興機構 科学技術理解増進部 部長)

山田英徳 氏(財団法人日本科学技術振興財団 参与、科学技術館 副館長)

渡辺政隆 氏(文部科学省科学技術政策研究所 科学技術動向研究センター 上席研究官)

<内閣府>

山本 晶 氏(政策統括官(科学技術政策担当)付 参事官補佐(横断的事項担当))

<調査実施機関(株)ノルド>

堀越秀彦(調査実施 責任者・全体総括(調査研究部 部長))

後藤大介(「効果的な理解増進活動の手引き」作成監修(調査研究部 主任研究員))

藺 巳晴(調査実施 主担当者(調査研究部 研究員))

吉川紀子(調査実施 副主担当者(調査研究部 研究員))

永井 洋(海外事例調査担当(調査研究部 研究員))

松井勝敏(有識者委員会記録担当(調査研究部 研究員))

(3) 配布資料

『<内閣府>平成18年度「効果的な理解増進事業の実施のための手法開発に関する調査」有識者委員会 検討用資料』(2007年3月23日 株式会社ノルド)

3.1.2 有識者委員会の検討結果

※ 以下は、有識者委員の発言を調査実施機関の文責により整理、要約している。

(1) 効果的な理解増進活動・事業案について

1) 理解増進活動・事業のターゲット

- ターゲットを明確に絞る必要がある。
- 関心の中心となる事柄が存在し、かつ、支援対象としてまとまった単位として「地域」がターゲットになりえる。
- 本当のターゲットが無関心層だとしても、地域など、中心となるものが何かなければならない。そこがやることを支援するとか、そこが企画を持ち寄ったり面白くしたりといったことがないと。
- 新しい切り口として地域というのがあると思う。これまでたくさんの人にバラバラと支援していたが、もう少し地域でまとまって支援しないと、定着しない。波及性もないし継続性が維持できない。

- 科学についてのレベルが高い人を伸ばすことと、地域密着型の活動の両方が必要
- コンテストなどで、科学の意識、レベルの高い人を伸ばしていくことと、地域密着型の活動と両方行うことが必要。

2) 理解増進活動・事業のテーマ設定

- 科学を押し付けるのではなく、興味関心を持ちやすい象徴的なテーマから導入して、自然に科学にも触れるという方法がよい。
- 地域において、科学を素材にしながら、まちおこしにつなげるという方向性もあり得る。
- 今、台東区の桜まつりで、暖簾会と連携して、桜に関する展示をしている。科学博物館では花のつくりを解説したり、各地域の開花状況を展示したりしている。上野は桜が有名だが、桜なら桜、象徴的なものを中心に何かイベントをやるのが良い。
- 科学を押し付けるのではなく、「何か面白いものがあるから見に行こう」と思わせて、たまたま見に行ったら科学に関する面白いものがあったといった具合に、自ら発見できるような仕掛けがあればよい。
- 地域において、科学を素材にしながら、まちおこしをしていくという方向性の理解増進活動も考えられる。

3) 理解増進活動・事業の主体と実施方法

- 教育「する側」「される側」という固定的な関係ではなく、時には企画側、時には観客にまわるなど流動的に関与ができるとよい。
- 一方的な知識の普及ではなく、一般の人と科学に携わる人が双方向的に交流するサイエンスコミュニケーションであるべき。
- 身近な人の参加などにより、無関心層が気軽に参加できるような体制が望ましい。
- コミュニケーションをコーディネートする人材の育成、確保が肝要。

- 日本の場合は教育「する側」と「される側」というのが分けられていると思う。される側もする側も一緒になるというか、プログラムを作る段階から、地元の人や行政の人と一緒に企画、構成、出演を行い、最後は自分も観客に回る、・・・自分も参加した満足感から、来年はあのプログラムに参加して企画側に回ってみよう、というのが良いのではないか。
- 「理解増進」という言葉には知識を一方的に普及するというニュアンスがあるが、そうではなく一般の人々と科学技術に携わる人の双方向的な交流によって科学技術が一般社会に根付くことを目指す「サイエンスコミュニケーション」であるべき。
- イベントを考えるとときなどに地域の有名人、町内会の会長とかが参加していると他の人も参加もしやすい。下駄履きでも参加できるような体制を作っておかないと無関心層が関心層に変わるという事は難しい。
- 双方向のコミュニケーションをコーディネートする人材の育成と確保が肝要。コミュニケーション能力、コミュニケーション環境を整える能力と、科学についてもある程度の専門性があり、情報を取捨選択できる人材を育成し、確保していくべきである。

- 「連携」と「地域」がキーワード。地域の資源を相互に利用しあうことで、効率性が生まれる。
- 地域の科学関係機関が資源の相互利用に加わることで、その存在が地域に根付いていく。

- 今は、単独で活動を図る時代ではなく、連携が必要。各種機関とも予算も限られてきている中で、それぞれの資源を活用し、弱い部分を補いあいながら、効果的、効率的に活動ができるかがポイントである。
- キーワードは「連携」、それと「地域」になるのではないか。地域を対象とするだけでなく、地域を活用したプログラムを行い、地域の持っているもの、資源を活用しあうことで、効果と効率性が生まれる。
- 地元の人が撮った写真を科学博物館に飾るとか、その逆に科博の人が地域のイベントに「この部分をやらせろ」と参加するなど、自然体で科博の存在が地域のものだという意識を根付かせるという試みは新鮮ではないか。

■ 活動・事業が根付くためには、その地域に合ったやり方が必要である。

- サイエンスショップは古くからあるのに、世界のあちこちでサイエンスショップがあるわけではない。これはイギリスという地域に合っていたから、根付いているのだろう。日本では別の形にならないと定着しないのかもしれない。
- (日本ではサイエンスカフェを大学が地域に根付いて生き残るための方策として取り入れているが)それは日本に合った形だと思うので、それはそれで良い。

■ 機関の形態によって役割は異なる。科学技術の理解増進において、科学館のもつ役割は理解増進のためのコミュニケーションの媒介やきっかけ作りである。

- 科学館の展示において「理解増進」という言葉が独り歩きすることは厄介である。科学館展示の持つ役割は、科学技術理解におけるコミュニケーションの媒介やきっかけ作りであり、理解増進のスタート、導入部ではあるが、理解増進全体ではない。

4) 理解増進活動・事業の効果測定について

■ 科学技術の理解増進活動・事業の効果測定の方法は確立されておらず、測定は難しい。また、効果測定結果の持つ意味は一時的、限定的なものである。

■ 海外の測定手法も理解増進効果の測定という観点からは参考にしにくいものが多い。

- イベントにおける出口アンケートなどで、高い評価を得ることは多いが、その時点での評価でしかない。その後、本人に与えた影響や周囲への波及効果を測定していくための手法は確立していない。
- 日本では長期的視点に立って個々の評価や効果測定がもつ意味を限定的に理解する姿勢が乏しいように思われる。海外では評価や効果測定が限定的な意味しか持ち得ないことを前提にしている。
- 海外での理解増進の評価は、資金拠出元に対する説明責任として、科学館が地域にもたらす経済効果という観点から実施していることが多い。よって、理解増進の効果を測るといふ観点からは、なかなか参考にしにくいものが多い。

(2) 「効果的な理解増進活動の手引き」について

1) 手引きの内容について

■ 事業を行うときの参考にできるように、他の活動事例を参照できるとよい

- 各事例について、機関、連絡先、窓口と、資金をどこが出しているのか、などがわかるとよい。
- わが国は各省庁、民間も含め、それぞれが、ばらばらにいろんな事(理解増進活動)をやっているというところがある。…何かやろうとしたときに、参考になるようなものを探せるように連絡先がわかるとよい。何か参考になる活動があると、そこ(実施機関)に聞きにいたりするので、そういったインデックス的なものがあるとよい。