

説得段階の学校広報における情報再編集・要約機能

Re-edit and Summarize Function at Persuasion Stage of School Public Relations

豊福 晋平
Shimpei Toyofuku

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター
Center for Global Communications, International University of Japan

<あらまし> 学校広報に定義された4段階のうち、最も学校評価との関連性が高いのは説得段階である。評価者による正確な評価のためには、膨大な情報を文脈に沿って整理し直し、適度な要約を施さねばならない。本研究はこれら一連の作業に必要とされる情報再編集・要約機能の仕様とCMSへの実装について述べるものである。

<キーワード> 学校経営 学校評価 学校広報 外部アンケート CMS 根拠情報

1. はじめに

豊福(2008)によれば、学校広報(School Public Relations)とは、1930年代の米国で生じた活動であり、「学校と学校関係者との間で十分理解し合い、友好的な協力関係を築くために行う活動」と定義される。

学校の状況に応じて学校広報には4つの目的段階が想定できる(表1)。現状の大半の学校はLv.1の認知段階にとどまっていると考えられるが、保護者の学校に対する高い関心やニーズをかなえるために、まず、広報目的としてはLv.2の信頼段階に設定すべきとした。また、豊福(2009)は、Lv.2にあたる「学校関係者間の信頼形成を目的とした学校広報ガイド」を作成・公表した。

表1 学校広報の目的段階と特徴

広報段階	目的	特徴	メディア
Lv.4 協働	学校運営の意思決定や教育活動への参画	戦略的	参加・参画
Lv.3 説得	学校に対する愛着形成 学校運営方針・成果の説得		要約・再編集 フィードバック
Lv.2 信頼	関係者との信頼関係形成	日常的	高頻度メディア
Lv.1 認知	学校に対する関心喚起	局所的	低頻度メディア

さて、目的段階の高次にあたるLv.3の説得段階、Lv.4の協働段階は、それぞれ学校評価、地域運営学校における意思決定への参画を想定したものであるが、本研究ではLv.3説得段階の学校評価、特に学校関係者評価に注目し、これらの実施サイクルに対応した広報活動をより精緻化することが目標である。

2. 学校評価の広報課題

平成19年改正の学校教育法では、学校評価に関わる項目が第42条に規定されると共に、第43条に学校からの積極的な情報提供が盛り込まれた。ごく簡単にこの関係を示すとすれば、正確な評価を期待するには、正確な判断材料(根拠情報)が必要ということになる。

ただし、学校評価は制度化されてまだ間もないことから、教育委員会や学校現場では対応への混乱がみられ、各種手続きや作業の煩雑さに起因する負担感、あるいは、評価意義そのものに対する疑念など、解決されていない課題が数多く存在する。

特に、学校評価プロセスが直接保護者や地域にあらわになる外部アンケートに関してよく指摘されるのは、次のような点である。

学校側から十分な説明をせずにアンケートのみを実施してしまう。

アンケート質問項目の文言が抽象的で判断・回答が難しい。

アンケート回収率が低い。

回答の7割以上が「良い」・「まあまあ良い」に偏る。

調査結果の提示方法が粗雑で、考察や改善計画につながりにくい。

自治体教育委員会が作成する学校評価総括表(統一書式)では、多くが情報量を詰め込みすぎて内容の把握が困難である。また、記

載内容が抽象的で根拠が不明瞭。

これらの課題を放置すれば、アンケートの手続き自体が形骸化し、負担がかかるわりに得られる効果が少ないという悪循環を生みかねない。

2.1. Lv.3 説得段階の学校広報

そもそも、学校関係者評価や外部アンケートの本来の目的は、学校関係者から、学校改善のための有益かつ積極的な意見聴取を行うことにあるので、これらプロセスの有効性を高めるには、学校広報活動との連携を図る必要がある。そこで新たに求められるのがLv.3 説得段階の学校広報である。

Lv.2 信頼段階の学校広報との違いは、次のような点にある。

Lv.2 は信頼形成に主眼があるため、学校評価ではこれがプラスに作用するとは限らない。つまり、学校活動のディテールを検討・吟味するより、むしろ、信頼依存的評価(信頼しているから全てお任せにしてしまう)が増加すると想定できる。Lv.3 では、学校関係者に対し、学校経営方針や教育活動に踏み込んだ理解と検討を要請するため、より説得的な側面が強調される。

Lv.2 は日常的広報を基礎とするのに対し、Lv.3 は戦略的広報が基本である。すなわち、学校経営方針に照らした学校広報プランが策定され、体系的・計画的に年間スケジュールに沿った活動展開が求められる。たとえば、学校評価の年間 PDCA サイクルに準拠すれば(図 1)、P(企画)段階では学校経営方針・重点目標・年間スケジュールの提示、D(活動)段階では日常的広報をベースとした情報提供、C(検討)段階では評価根拠情報(活動要約)の提示、D(改善)段階では結果提示と改善方針の提示がそれぞれ必要となる。

Lv.2 の日常的広報が日々の教育活動を綴った膨大な情報で関係者を圧倒・納得させる性格を保っているのに対し、Lv.3 の戦略的広報では、全体の情報量を抑制して可読性を高め、受け手の負担感を軽減するために、理路整然と文脈を整理してから提示する必要がある。

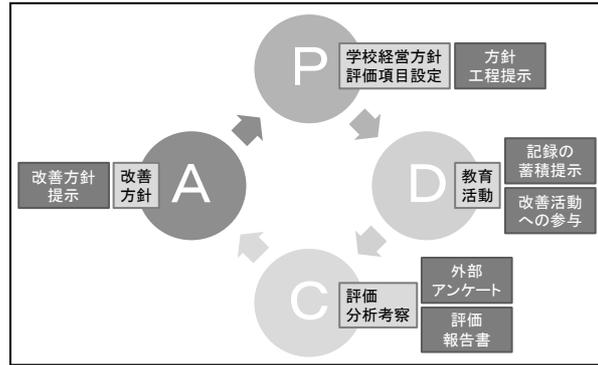


図 1 学校評価の PDCA サイクルと広報

Lv.2 の日常的広報と Lv.3 の戦略的広報は全くの別物ではなく、相互に連携している。教職員側の負担を軽減するために、日常的広報で蓄積された情報は、より上位の広報活動で再利用されることを前提とする。たとえば、外部アンケート実施の際に提供する評価根拠情報(活動要約)は、監査資料のごとく個別詳細なエビデンス情報と紐付けされる必要がある。エビデンス情報にあたるものが日常的広報から得られる情報である。

2.2. 情報再編集・要約機能の必要性

先のような Lv.3 の学校広報を行うには、Lv.2 の日常的広報で蓄積された情報を効果的に再編集・要約する機能が必要となる。

たとえば、Lv.3 説得段階の資料が何の前提もなく提供された場合は、まとめられた記事から具体的な活動記録へ遡ることは困難であり、評価の監査的意義が薄れてしまう。

一方、Lv.2 の膨大な日常的広報をただ時系列で提示しても、多くの保護者や地域市民はそこから評価的判断を導くことが困難である。なぜならば日常的広報はあくまで時系列の断片情報に過ぎないのであって、学校側が意図する目標や取組み背景に応じた文脈は、記事の中に埋没してしまうからである。

もし、学校側が説得的な資料を提供するのであれば、保護者や地域市民が了解可能なように、重点目標や取組みの文脈に置き換えて提示する必要がある。

3. 情報再編集・要約機能の実装

それでは、Lv.2 の日常的広報と Lv.3 の戦

略的広報を効果的に連結するにはどのような機能を実装するべきだろうか。

Lv.2 の日常的広報で良く用いられている学校ブログや CMS を前提とし、これをもとに機能を付加する方法が考えられる。以下にその試験的な実装の経緯を紹介する。

3.1. ハイパー学校評価による試験的な実装

中島・豊福(2009)は、学校評価のためのエビデンス情報を提供するため、評価項目に関連した具体的活動と学校ブログの記事詳細をリンクさせたインタフェース「ハイパー学校評価」を作成・提供した。

これにより、重点目標から導かれる具体的教育活動が一覧できるようになり、アンケート対象者が学校ウェブサイトを通じて必要とする情報が簡単に入手できるようになった。

しかしながら、この取組みは各種情報のリンクは全て手動で作成されたため、作業負担が高いこと、あるいは、膨大な情報を全て読み込んで判断することが実際には困難であることが課題とされた。

3.2. 統合型情報リソース管理の必要性

Lv.3 の戦略的広報では、学校評価サイクルに伴って作成すべき文書が増えるため、学校現場での負担増は無視できない課題である。

従来、学校現場では学校だより・学級通信・学校ウェブサイトといったメディアオリエンテッドな分担が行われ、それぞれ別個に作業がなされる傾向が強かったといえる(図2)。しかし、この方法ではメディアの数が増えただけ手数が必要となり非効率が生じやすい。

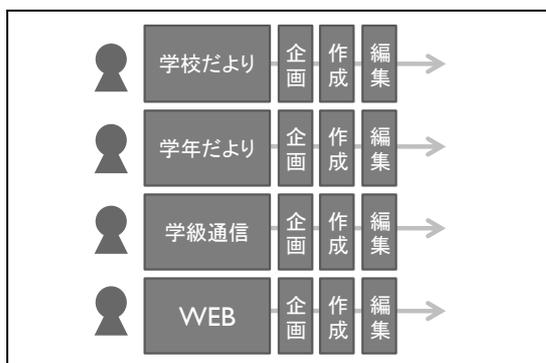


図2 メディアオリエンテッドの学校広報

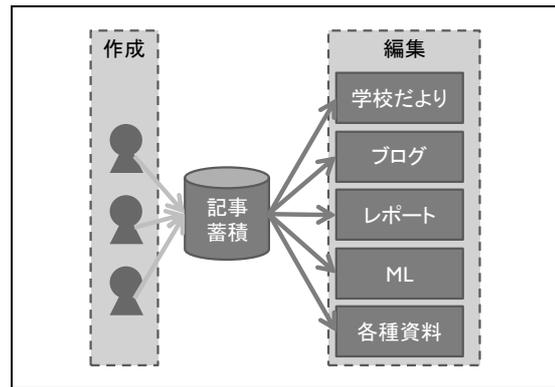


図3 統合運用型学校広報

学校広報の体系化を前提とすれば、むしろ広報は情報リソース優位の取組みが理想であろう。たとえば、図3のように情報集約を行うシステムを CMS (Content Management System) として位置づけることで、日常的広報の記述者を増やしつつ、目的と計画に応じたメディア選択を柔軟に行うことが可能となる。

3.3. CMS における情報再編集・要約機能

本研究では、先に示した統合型情報リソース管理を前提とした場合の情報再編集・要約機能の実装を試行中であるが、現時点における実装方法について以下に述べる。

3.4. 明確な目標設定と対象の絞り込み

日常的広報で CMS に有効なエビデンスとなる記事蓄積を行うには、学校評価の P(企画) 段階で明らかにする重点目標を明確にし、かつ、対象となる活動を絞り込む必要がある。重点目標は各記事に付与するタグとして機能させ、重点目標と記事とをタグによって紐付ける必要があるからである。

タグ内容が曖昧だと、記事投稿時にタグを付与することが困難になる。また、同様に対象となる活動のある程度絞り込んでおかないと、数多くの記事にタグが付与されることになり、後で検索・絞り込みを行うことが困難になってしまう。

目安としては、記事投稿時に戸惑わないタグの個数としては 20~40 程度に納めることが適当であろう。

とは言うまでもない。

なお、本研究は現在進行中であり、学校評価のサイクルに合わせて実際に CMS にて日常的広報のソースを用いて評価根拠資料を得る活動を準備中である。発表時にはこの活動経過についても触れることにしたい。

参考文献

- 豊福晋平(2008) 学校評価を円滑に機能させる学校広報,日本教育経営学会第 48 回大会自由研究発表Ⅷ
- 豊福晋平(2009) 学校関係者間の信頼形成を目的とした学校広報ガイドの制作,日本教育経営学会第 49 回大会要旨集 pp.150-153
- 中島進・豊福晋平(2009) 学校評価を前提とした学校ホームページの情報提供方策,日本教育工学会研究報告集 JSET09-1 pp.195-198
- 豊福ほか(2008) 学校サイトに適したハイブリッド型 CMS の開発, 日本教育工学会研究報告集 JSET08-1 pp.227-232
- 豊福ほか(2009) 学校子どもブログ活動の背景と教育的意義, 日本教育工学会研究報告集 JSET09-1 pp.189-194
- 宮内盛一(2007) 『地域情報ブログ』で見えた保護者の地域教育力,日本教育工学会研究会報告集 JSET07-2 pp.147-152