

講義録

愛知県立大学・学芸員課程「博物館教育論」2020

第3講「博物館教育概論－博物館が行う教育普及事業の特質とは？」

小川 裕紀

(愛知県陶磁美術館 主任学芸員)

概要

愛知県陶磁美術館学芸員が、2012年度から2021年度まで愛知県立大学・学芸員課程における授業「博物館教育論」(半期・2単位)を担当した。2017年度及び2018年度の実践については『愛知県陶磁美術館研究紀要』19において紹介した。本稿は2020年度の実践のうち第3講「博物館教育概論－博物館が行う教育普及事業の特質とは？」の講義録である。

キーワード

大学 学芸員養成課程 博物館教育論 授業概要 講義録

1 講義録

(1) 基本用語

①**教育の構成**。まず、教育に関する基本的な構成用語を確認します。

「生涯教育」と「生涯学習」という似たような二つの言葉がありますが、これって何なんでしょうね。正直言って「生涯教育論」の授業で学習していただきたいんですが……。ざっくり言えば、学校だけが教育ではない、人は一生学んで、自分を高めていきましょう、みたいな理念であり、これを実現するためのシステムです。もともとの用語としては、まず「生涯教育」という言葉、理念があり、次いでこれを実現するためのシステムが概ね20世紀後半に作られていきました。しかし、殊に日本では教育というと、学校教育がイメージされ、強制的なイメージが付きまとう。それではまずい。特に成人はあくまで自主的、自発的に学習しましょう、という期待を込めて、生涯教育ではなく生涯学習の語を行政が意図的に使い、広めてきたのが実情です。高血圧、糖尿病などは中高年になってから対策しても遅いので、成人病とか生活習慣病と呼んできたのと同じノリでしょう。県大での授業名が「生涯学習論」ではなく「生涯教育論」とされているのは、この辺の経緯を踏まえてのことだと思います。

なお、生涯学習という言葉は、世間一般的には、使われる意味がバラバラで、要注意です。大きくは、生涯教育のことを単純に生涯学習と呼び替えているというパターン、社会教育のことを生涯学習と呼び替えているパターン、学校教育も含めて自発的な学習のこと全般を生涯学習と呼んでいるパターンがあります。どこかで、生涯学習という言葉に出会った場合、どの意味で使われているのかよくよく確認しないと、そこから先の内容理解がめちゃくちゃになってしまいます。

生涯教育は、a 学校教育、b 家庭教育、c 社会教育の三つから構成されます。

社会教育の三大専門機関・施設が、公民館・図書館・博物館です。社会教育についての概説書というものいろいろありますが……。いつ頃書かれたのか、誰が書いたのかによって、社会教育とは何かという説明が大きく異なるようです。レジュメで狭義の社会教育としたものは、戦後から20世紀後半にかけての定説です。学校は強制的、家庭は非選択的だけど、社会教育は自発性がある(学びたい人が、学ぶ)とか、学校は全国画一的、家庭は多様だけど地域毎の近似性があるけど、社会教育は施設・地域によって中身が多様であるとか、学校はテキスト主体だけど社会教育、特に公民館や博物館は見るとか行動するとかの体験が主体といったことで、社会教育が特徴づけられてきた。このうち特に、社会教育においては、自主的・自発的な要素が強く主張されてきました。

一方、21世紀に入ってから、レジユメという広義の社会教育も広く主張されるようになりました。従来の、狭義の社会教育—自主的・自発的な学習を中核としつつも、それだけでは十分ではない。歩きスマホするなよとか、オレオレ詐欺にひっかかるなよとか、個人が自主的・自発的には学習しそうもないことでも、社会の方で必要なことについては積極的に訴えていく、働きかけていく必要があるだろうというのが、広義の社会教育における主張であり実践です。第2講後半で見た、教育の現代的課題なんかも、ここで実践される訳ですね。

②近代日本の社会教育。a 戦前：社会教育という言葉は明治期からあって、最初は意味や用語が安定しませんでした。義務教育への就学率が上がると、社会教育は義務教育修了後の勤労青年の教育として機能したようです。その具体的な組織が、青年会とか婦人会。こういう組織名は、今でもありますが明治末から大正にかけてできたのでしょう。大正期には自分たちのムラを改善するための自己教育活動的な性格だったものが、昭和に入って特に戦争期になると、国民教化行政となってしまう、終戦を迎えます。

b 戦後：占領期GHQの教育政策によって、社会教育施設として公民館が全国に設置され、自主的・自発的な学習活動が推奨されました。行政が社会教育に関して行う、社会教育行政の大原則が、環境醸成、指導・助言です。行政は住民に教育を強制してはいけません。あくまで、自主的・自発的な学習を行えるような環境を整えること、住民の求めに応じて指導・助言をするだけだ、戦争中みたいな、住民からの要求以外の学習指導なんかもってのほかというのが、戦後日本の社会教育行政です。さっきの、狭義の社会教育の世界ですね。

c 現在：繰り返しになりますので少しはしよりますが、21世紀になると、広義の社会教育の主張を実践が展開します。従来の環境醸成、指導・助言だけでなく、現代的、社会的な課題の普及・啓発も行われるようになったというのが、社会教育の現在です。

③(狭義の)「博物館教育」を指す言葉、というのは、(広義の)博物館教育が展示と教育普及の総体であったのに対し、狭義の方は講演会、講座、展示解説、体験教室など、展示以外の方を指す言葉ですが。ここで、イメージを共有するため、参考資料：教育普及事業例一覧表「図表17 教育事業の諸形態」を見て下さい。一般には、四角の1から26が、狭義の博物館教育(の事業、活動)に該当します。皆さん、こうしたものを利用、参加したことありますか？ 各博物館が臨時休館している今、これらの体験があまりにもなさすぎると、ここから先の授業がづらいと思います。何か1個でもあれば、そこから想像をふくらませて下さい。」なお、狭義の博物館教育には、図書室や体験学習室のような施設、視聴覚機器や用具のような設備、さらには図録、パンフレットのような学習資料まで含まれますので、今後の学習及びレポート執筆時には忘れないように。

では、こうした事業、活動のことを、博物館業界では何と呼んでいるのか？

大きくは3つに分かれます。

a 普及：これは、学芸員の研究成果を講演会や講座によって普及する、広めるという性格です。関連用語として、啓発、普及・啓発、普及啓発の言葉も使われることもあります。普及と啓発の2つを並べて使う場合、普及は情報をひろめること、啓発はそれによる学習者の行動を変化させることを指します。歴史博物館や考古博物館では、講演会や講座などの事業活動をまとめて、普及とか普及啓発とか呼ぶことがおおいような気がします(これは、文化財保護行政においては、普及・啓発、普及啓発という語が普通に使われているからだと思います)。戦後間もなく、国立博物館には組織として学芸部と普及部が設置された。学芸部の学芸員が研究した成果を、普及部が広めるという発想でしょうか。こうした組織名称が、その後は都道府県立の博物館でもよく使われました。愛知県美術館でも、昔は美術課と普及課がありましたし、今の陶磁美術館学芸課には学芸グループと企画普及グループがあります(本来は「企画・普及」と表記すべきと思いますが)。

b 教育普及：これは、現在の博物館業界で最も広く使われている用語です。ただし、用語

の発生状況がよく分からない。昭和 20 年代から昭和 30 年代初めにかけての博物館学資料にあたって調べてみたことがあります。よく分かりませんでした。ただ戦後は GHQ の占領政策下、博物館は社会教育の機関・施設と位置づけられことと関連して、(狭義)の社会教育と、普及啓発の語が結びついたことで成立したのではと思われます。(あるいは、普及・啓発、または普及・教育の語がまずあって、これが逆転したのかもしれませんが。)

「教育普及」は、自主的・自発的な学習の機会提供＋普及啓発という意味合いで用いられるほか、一方的な宣伝コマーシャル的な情報伝達みたいな普及ではなく、あくまで教育的、社会教育的な普及活動だという意味合い、さらには博物館の教育活動そのものの普及－博物館に親しむ機会の提供という意味合いで使われることもあります。

「教育普及」と連続して表記するほかに、「教育・普及」という表記法があるのは、教育と普及は別モノという理解に基づく用語法。さらには「普及・教育」という表記法もありますが、これは、まず知識情報を広めて、その上で狭義の社会教育的な自主的・自発的な学習の機会を提供するという意味を込めた用語法です。

これらは、ぱっと見似ているようで、表記が微妙に違う。実は言わんとしていることが、少しずつ、あるいは全く違う点が要注意です。

c **教育**：戦後日本、教育をめぐる言説においては、とにかく強制はよくないという主張が強力に作用してきたし、ある意味いまもそうです。博物館業界では、(狭義の)社会教育の考え方、原則を踏まえて、普及なんて押しつけがましい言葉はよくないという主張の下、講演会、講座、展示解説、体験教室などなどのことを単に教育、教育プログラムとか、教育の語も使わず、学習支援、学習交流、サービス、コミュニケーションと呼ぶ館が、最近見られるようになりました。特に最近開館した館なんかはこの傾向が強い。趣旨としては、(狭義)の社会教育です。

ここまで来て、もうどうだっていいじゃないの、中身は一緒でしょ、と思う受講生もいるかもしれない(例年は、います)。しかし、そうではない。自分たちがやっていることを、自分たちで何と呼んでいるのか。その名前に、やっている人たちの考え方が反映されている訳です。そういうことって、他にもありませんか？

どこかの館の公式 web サイトを見ても、実はページによって表記バラバラということもありますが…。そういうことも含めて、ある館では、教育的事業・活動を何と呼んでいるのかという確認調査は、皆さんの学習の第一歩であり、ある地域、ある館種の中で数館比較してみて、動向を分析し、理由を考えてみるといったことが学習の深まりへとつながります。

(期末レポートでは、報告対象館では教育的事業・活動を何と呼んでいるのかを報告することが、要件の一つです。この部分が欠落していたら、その分減点となります。)

(2) 一般的な「博物館教育論」における「博物館教育」の考え方

タイトルがちょっと変ですが、まず、博物館業界での定説を責任もってお伝えします。ただし、講師小川は実務上これに全面的には納得していませんので、そこは明記してお話しします。

①**教育観**、戦後日本の教育言説においては、系統主義と経験主義のような、極端な分類が設定されてきました。博物館学業界でも、学校教育を中心とした教育学の動向を踏まえ、レジュメにあるような、系統主義－知識者養成型教育－学校式教育と、構成主義－生活者養成型教育－博物館式教育といった分類と比較がなされてきています。参考文献一覧で挙げた伊藤寿朗『市民のなかの博物館』吉川弘文館 1993 年がその代表格で、この本は博物館学業界では今や古典的、定説的な文献でもあります。この本では、博物館は生活者養成型教育を目指すべきだと主張されていて、この主張が今日の博物館学関係者の主流の考え方です。大概の博物館学関係書籍も、そういう考え方に基づいて執筆されています。

ここからは講師小川の考えですが、何か社会現象を分析して考えるのに、極端な分類とい

うのは確かに参考になるし、役に立つ。しかし、教育や博物館をめぐる言説においては、なぜか現実をこの極端な分類像に合わせなければならない、というような主張や実践になってしまうことがあります。「ゆとり教育」というのも、ある意味、従来の系統主義的教育—知識者養成型教育を、経験主義的教育—生活者養成型教育に転換しようとしたプロジェクトだった訳です。しかし、現実ってそんなに単純なもんなんですかね。実際には、系統主義と経験主義の、どちらかの要素しかないような事業、実践って存在しないのではないか。現実的には、系統主義と経験主義の、どちらの要素をどれだけ取り入れるかによって、個別具体的な教育活動の性質が決まってくる。分類はあくまで計画や分析のツールとして用いるにとどめた方が、現実に対して有効ではないかというのが、講師小川の考えです。

②**特徴/教育課題**。ここが、博物館教育論の中核といってよい部分です。

a 具体的な物を媒介とする、というのは、まず展示室にあるモノの陳列状況そのものといってよい。実物資料を展示公開しない博物館ってありえませんので。実物資料を使って実践する教育というのが、博物館教育最大の特徴です。

しかし、それだけではない。展示してある実物資料を、観覧者であるお客さんが自分でよく見て考えられるようにする、観察力を育成するというのが、博物館における教育課題です。例えば展示室で学芸員が観覧者に展示解説する場合、これはこれこれこういうものですよって答え一発で説明して終わりというのは、あまりよろしくはない。展示してあるこれの、ここを見てください、ここがこうなっているから、これこれこうなんですっていうように、あくまで観覧者、学習者が自分で展示物をしっかり見て、自分で考えられるように支援するスタイルの話し方が必要なのです。

展示してある実物資料の見方、見るポイントを伝える。観覧者自身がモノを観る力、観察力を育めるように支援するという。こうした点で、ワークシートも、観覧者が展示資料をよく見て観察し、自分で考える手助けをするためのツールなのです。(ワークシートについては、第10講で集中的に扱い、かつ期末レポートでも主要な課題要素の一つとします。)

皆さん、何でも鑑定団って番組観たことありますか？ あの番組も相当長く続いています。これだけ続いている理由というのは、真贋と市場価格を評価するという結論部分の分かり易さもさることながら、真贋判定に至るまでのチェックポイントの紹介が視聴者にも的確で分かり易い。結論部分があれなので博物館関係者や古美術ファンなどには評判悪い点もありますが、博物館教育論的には参考にすべき点もあるように思います。ちなみに、ある程度経験のある学芸員なら、真贋判定や価格調査をする力がありますが、普通、公立博物館の学芸員はいわゆる鑑定という行為を絶対にしません。

b そこから、自分のなかにある経験や知識に基づいて—というのは、一般的な博物館教育論では定説とされていて、ほとんど構成主義の考え方のようにも思えますが……。しかし、何かが違うような気がする。もし、自分のなかにある経験や知識が不足していたら、あるいは誤っていたら、展示資料を観て自分で新たに体系化していく知識そのものが誤ってしまうのではないか、展示の意図とは異なった解釈をしてしまうのではないかと当然危惧もされています。学習者の自主性・自発性を重んじる博物館学業界関係者の場合、それもアリなんだとスルーすることもあります。やっぱりちょっと変じゃないでしょうか。

構成主義的学習を適切に成り立たせるためには、系統主義的学習による知識の習得も必要なのではないか。この辺りは、博物館学関係者の間でも、意見が分かれるところです。ただ、繰り返すにはなりますが、実際問題としては、博物館で行われている教育事業、活動には、系統主義的な要素が強いもの—講演会、講座、展示解説シートなどと、構成主義的な要素が強いもの—対話型鑑賞、ワークショップ、ワークシートなどがあります。こうした要素、事業活動の比率が、その館の教育普及事業の性格を形作っているように思います。

a 観察と b 解釈を踏まえた、多義性の理解というのが、博物館教育の特徴であり、講師小

川的には博物館教育の真髄だと思います。例えば、縄文土器というのは、近代考古学における研究資料であったのが、戦後には原始美術としても評価されるようになり、さらに骨董の世界では、花をいける器として利用されるようにもなった。民藝一名も無き職人の手工芸品として解釈されることもある。一つのモノについて、視点を変えることによって、様々な意味、たくさんの意義を見出すことができるというのが、多義性の理解という意味です。この辺は多文化教育やシティズンシップ教育に通じるところもありますね。博物館が実物資料を保存して後世に伝える目的は、後世の人にも、今と同じように実物資料にアクセスして好きなように解釈できる、多義的な解釈ができる機会を保障するという意味合いがあります。

(3) マーケティングにおける「普及」の考え方

博物館学業界では、ことさらに「普及」という言葉を忌み嫌う向きもあるのですが、教育関係者の世界からちょっと離れてみると、少し異様な感じもします。行政全般では、普及・啓発という用語を普通に使い、実践をしている訳ですから。皆さんも、警察消防による普及啓発活動に参加したことありますよね、交通安全教育、防犯教育とか、避難訓練、防災訓練とか。ここでは、少し視点を変えて、マーケティングの世界で「普及」がどう捉えられているかということを見ていきます。

① **マーケティング** っていうと、世間一般的には市場調査のようなイメージがありますが、そうではないらしい。

a ステークホルダー（顧客・依頼人・パートナー・社会全体）にとって価値のある提供物を、創造・伝達・配達・交換するための活動、一連の制度、プロセスである、というのが定義。

創造・伝達・配達・交換は、企業・生産者サイドから捉えれば、4つのP、プロダクト（製品）・プライス（価格）・プレイス（流通）・プロモーション（販売促進）が該当します。一方、これを消費者・顧客サイドから捉えると、顧客にとっての価値・顧客が要する経費・顧客にとっての利便性・顧客からのコミュニケーション。

b STP 戦略。4Pの要素を分析して、具体的な商品・サービスが最も売れる方法を見つけ出すというのが、マーケティングの基本らしいのですが、これに次いで重視されているのが、STP 戦略。

セグメンテーション（市場細分化）、ターゲティング（ターゲットの選定）、ポジショニング（ターゲット顧客の頭の中に、自社製品について独自のポジションを築き、差別化イメージを植え付ける活動）。市場を細分化し、そこでフォーカスすべきターゲットセグメントを決定する。そのターゲットセグメントにどう認識されるか、これが STP 戦略です。

② **ソーシャル・マーケティング**。価値のある提供物—価値あるものというのは、普通のマーケティングでは、商品とかサービスということになりますが、「ソーシャル・マーケティング」においてはそうではない。

繰り返しになりますが、マーケティングとは、世の中の人々にとって価値があるものを、作って、伝えて、配って、受け取ってもらう、活動やプロセス。ソーシャル・マーケティングでは、望ましい行動様式や態度、考え方などを普及するために、マーケティングを応用する。

普及させたい行動様式・態度とは、例えば、禁煙する、シートベルトを締める、飲酒運転しない、節電するなどなど。こうした場合、対象は若者・女性・車を運転する人などなどなので、そうしたセグメントごとに、有効な働きかけをしていく—必要な情報を伝達していく、これが「普及」です。その結果、ターゲットにこれらの考え方が受け入れられると、行動が変化する—啓発された状態になる。反戦キャンペーン署名や、ヘイトスピーチ反対なども、同じようにセグメントごとにターゲティングして、行動様式を喚起する施策が打ち出せる、実行できるとされています。だったら博物館だって、同じじゃないでしょうか？ 少なくとも

も公立博物館が地域住民に対して、望ましい価値を伝える、「普及」というのは、必要なことだからなのです。

日本の博物館学業界においては、教育、(狭義の)社会教育の文脈において教育活動を捉えてきたためか、ターゲットを明らかにして、積極的に働きかけるという視点がいささか不足してきた気がします。マーケティングについては、「博物館経営論」で扱われるべき領域なので、ここでは深入りしませんが、今日のレジュメを補足すると、非営利組織においては以下の五つの質問にいつも答えられるようにしなければならないとされています(2011年にAKB48の子とかが主演で映画化された『もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら』で紹介されていたのと同じ系列のやつです)。

われわれの博物館の ミッションとは何か
顧客は誰か
顧客にとっての価値は何か
われわれにとっての 成果は何か
われわれの計画とは何か

博物館学のテキストだけを読んでいても、こうしたことはほとんど書いてありませんが、現実の公立博物館、さらには行政一般においても、これに近いことは既に取り組みれつつあります。博物館の教育事業、活動を理解する際には、博物館の組織、施設にとどまらず、さらに幅広い視野をもって分析していく視点が必要です(地方行政における「計画」については、第5講で扱います)。

(4) 博物館教育実践の二相

この項目は、講師小川なりの、(狭義の)博物館教育に対する理解、捉え方です。

例えば、歴史博物館の場合、歴史ファンは、放っておいても自分から館にやってくる。それはとりあえずおいといて、ほっといたら全く来ない普通の人たちをいかに呼び込むか、来館者層を拡大することが必要です。これは、特に税金を大量投入されている公立館であれば、地域の納税者に対する説明責任というものがある。ただのファンサービスではない、この地域にはこういう特徴があります、昔の環境問題、災害はこうでした、広域の文化交流がありましたなどなどの展示、教育普及を通じて、地域文化の振興、環境や防災、多文化共生などへの意識付けを行う、公共の観点から、現代的・社会的課題に対応するために必要な事項を普及し、啓発するというのが、博物館による行政活動といってよい。そうやって博物館は、いつも来館するファン以外の一般市民にも、館の社会的な存在意義を認めてもらえなければ、この先存続できません。

また、博物館学芸員は、住民から、博物館資料を扱う専門家として委託されている存在です。実物資料を守り、調査研究してその成果を還元する責務がある。最新の調査研究成果を、特定のファンのみならず一般市民に対して系統主義的に正確に伝える、普及するのも博物館教育の必要不可欠な業務であると講師小川は認識しています(というか、現実がそうなってますので)。

一方、博物館が主に成人を対象とした社会教育機関・施設である以上、学習者の自主性・自発性も重要。一から十まで全て手取り足取り教えますというのは、真のサービスではない。ある程度の系統主義的な知識と、構成主義的学習能力が身についたら、学習者が講師からさっさと卒業して、自分で自分の学習を発展させていけるようにする、という指導や助言が、学芸員の仕事です。

まとめれば、レジュメ末尾記載の通り、まずやるべきは、普及。その後に教育がくる。表記としては「普及・教育」が正確で、現実的な妥協名が「教育・普及」・「教育普及」だと考えています。

今日の課題。

同一地域内の各種博物館、数館（例えば、同じ市内か旧郡内とかにある、いろいろな博物館）、あるいは各地にある同一館種の博物館、数館（各地の歴史博物館、各地の水族館とか）では、狭義の博物館事業を何と呼んでいるか（「普及」、「教育普及」、「教育」などなど）。まずは事例を集めてみる。その後、名称と館種との対応関係、名称と博物館教育事業の内容との対応関係などを比較、分析すること。授業内でも触れましたが、期末レポートの課題要素の一つと同じなので、レポートの練習だと思ってください。

なお、第3講の参考文献について。

伊藤寿朗『市民のなかの博物館』吉川弘文館 1993 年は、参考文献一覧に挙げ、今回の授業内でも扱いました。対話形式で書かれていて、本当に読みやすい。ところが、対話形式のせいか、内容に疑念を持ちにくい。実のところ、講師小川も昔はこの内容を信じ込んでいました。しかし、学芸員として経験を積んだ今から思えば、客観的なデータに基づく分析、考察というより、現実離れた理想的主張と言わざるを得ない箇所が多々ある。博物館学においては古典的、定説的文献であり、文章が読みやすいので、一度は目を通しておいた方がよい基本文献ですが、読む際には要注意の本でもあります。同書に対する批判としては、犬塚康博『反博物館論序説』共同文化社 2015 年が有効で、伊藤本を読む際のワクチンにもなりますが、犬塚本の結論には講師小川は同意しません。

マーケティングに関しては、参考文献一覧ではフィリップ・コトラー＋ニール・コトラー（訳 井関利明・石田和晴）『ミュージアム・マーケティング』第一法規 2006 年を挙げました。ただ、マーケティングについてはネットでも基礎的情報はいろいろあるし、コトラーの、もう少し広くマーケティングを扱ったものでもよい。特に興味があればコトラー文献（『社会が変わるマーケティング』など）を読み進めるのがお勧めですが、最初はとりあえず『もしドラ』でもよいのでは、とも思います。

2 解題

(1) 授業の全体計画

本稿紹介の「博物館教育論」は、2012 年度から愛知県立大学日本文化学部の学芸員課程において開講している、本課程必修科目の一つである。愛知県陶磁美術館と愛知県立大学は包括協定を結んでおり、大学教学協力の一環として、2012 年度から 2021 年度まで、陶磁美術館学芸員である筆者が、非常勤講師として本科目に出講してきた。2017・2018 年度における授業概要は、『愛知県陶磁美術館研究紀要』24 号（2019 年 3 月 web 公開）において紹介している。

授業の全体計画（項目）は以下の通りであった。

- 第 01 講 教育学概論Ⅰ－教育学は「学習」をどのようにとらえてきたか？－
- 第 02 講 教育学概論Ⅱ－社会における教育の役割とは？－
- 第 03 講 博物館教育概論－博物館が行う教育普及事業の特質とは？－（本稿）
- 第 04 講 博物館教育職制度－法制度における博物館と教育の関係は？－
- 第 05 講 事業の計画と評価－なぜ、その事業を実施するのか？－
- 第 06 講 博物館体験論Ⅰ－人はなぜ、ミュージアム・ショップでおみやげを買うのか？－
- 第 07 講 博物館体験論Ⅱ－利用者にとって、ミュージアムとは何か？－
- 第 08 講 博物館教育活動の実際－多様な教育普及事業をどう把握するのか？－
- 第 09 講 ワークショップ－ケース・スタディ*陶磁美術館陶芸館－
- 第 10 講 ワークシート－ミュージアムにおけるアクティブ・ラーニングのデザインとは？－
- 第 11 講 博学連携Ⅰ－博物館と学校は、どのように「連携」するのか？－
- 第 12 講 博学連携Ⅱ－ケース・スタディ*陶磁美術館と小学校社会科－
- 第 13 講 博物館における展示・教育－ケース・スタディ*陶磁美術館と小学校図工科－

- 第 14 講 博物館教育の最新動向－「教育普及」現場の現状と行く末は？－
第 15 講 まとめ（博物館教育の課題と展望）（実施せず）

(2)本稿（2020 年度第 3 講）について

2020 年度前期における愛知県立大学の授業は、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策として 4 月には開講せず、5 月 7 日(木)から遠隔授業形式で開始された。本「博物館教育論」は、時間割上は前期・水曜日・1 時限（8 時 50 分－10 時 20 分）に設定されていたため、オンライン上の開講は 5 月 13 日(水)であった。本科目は、県大における教学システム「ユニバーサル・パスポート」（通称「ユニパ」）において、例年の授業で用いているレジюме、参考資料を PDF ファイル形式で受講生に配信するとともに、講義概要（1 回あたり約 1 万字の講義録）を新たに書き起こして同時配信する、オンデマンド型授業とした。

本稿紹介の第 3 講「博物館教育概論」の授業日は 5 月 27 日(水)で、同日までにレジюме、参考資料、講義概要－講義録－本稿を PDF ファイルで配信した。参考資料は、参考文献として掲げた伊藤寿朗『市民のなかの博物館』（吉川弘文館、1993 年）P46-47 の図表 17 を改編して用いている。

本科目は本稿（第 3 講）を含め、第 1 講から第 8 講までは、同様の講義録を作成して受講生に配信した。県大の遠隔授業は 6 月に終了し、本科目は 7 月 1 日(水)から大学教室における対面授業へと移行したため、第 9 講以降の講義録は作成していない。なお、2020 年度の受講学生は計 20 名で、内訳は 4 年生 2 名、3 年生 1 名、2 年生 8 名、1 年生 9 名であった。また、翌 2021 年度は全て対面授業形式で実施したが、第 1 講から第 8 講までは各授業の最後に同講義録を配布して、復習用教材として受講生に供した。

博物館教育概論—博物館が行う教育普及事業の特質とは?—

(1)基本用語

①教育の構成

*生涯教育(“生涯学習”)

- a 学校教育
- b 家庭教育

c 社会教育(“生涯学習”) ┐ (狭義): 自発性(“生涯学習”)、多様性・地域性、体験性
 └ (広義): 狭義の社会教育+普及・啓発

②近代日本の社会教育

- a 戦前: 義務教育修了後の勤労青年の教育。青年会・婦人会。自己教育活動/国民教化行政
- b 戦後: 自主的・自発的な自己教育活動・相互教育活動。環境醸成、指導・助言
- c 現在: 環境醸成、指導・助言 + 普及・啓発

③(狭義の)「博物館教育」を指す言葉

- a 普及 : 研究成果の普及
 (関連用語) 啓発 、普及・啓発、普及啓発
- b 教育普及 : 社会教育(広義): 狭義の社会教育+普及啓発、教育的普及、教育の普及
 (関連用語) 教育・普及、普及・教育、普及教育
- c 教育 : 社会教育(狭義)
 (関連用語) 学習支援、学習交流、サービス、コミュニケーション、

(2)一般的な「博物館教育論」における「博物館教育」の考え方

①教育観—博物館の目的をより具体化したものとして、どのような人間を育成しようとしているのか

- a “知識者養成型”
 - i 目標像 : どこでも通用する知識に基づく「何にでもなりうる資質をもった人間」
 - ii 教育内容: 組織された知識や技術の体系
 - iii 教育方法: 合理的で一貫した知識教授の体制 (生活現場からの距離)
- b “生活者育成型”
 - i 目標像 : 自らの表現によって「生活を自ら切り開くことのできる資質をもった人間」
 - ii 教育内容: 地域と教育内容の連関を重視
 - iii 教育方法: ものを考え、組み立て、表現する、技術的領域の重視 (生活現場に入り込む)

②特徴/教育課題

- a 具体的な物を媒介とする
→実物資料を観察し、正確に表現しうる技術的能力 (観察力)
- b そこから、自分のなかにある経験や知識に基づいて、概念や法則を引き出す
→自力で体系化していく構想的な能力 (表現力)
—ひとつの事物・事象から別の価値を発見し、創り出していく多義性の理解

*モノから、物語を紡ぎ出す

(3)マーケティングにおける「普及」の考え方

①マーケティング

- a ステークホルダー—顧客・依頼人・パートナー・社会全体にとって価値ある提供物を
創造・伝達・配達・交換するための活動、一連の制度、プロセス
4P: Product /Price /Place /Promotion 生産者が設定の 製品/価格/流通 /販売促進
4C: Customer Value /Cost /Convenience /Communication 顧客にとっての 価値/負担/入手利便性/情報認知
- b 市場を細分化して、ターゲットを選定し、ターゲット顧客に、対象物を認識させる。
STP: Segmentation /Targeting /Positioning

②ソーシャル・マーケティング

・望ましい考え方・行動様式などを普及し、受容・行動を促すために、マーケティングを応用。

(4)博物館教育実践の二相

- a 普及 (普及・啓発)
公共の観点から、現代的・社会的課題に対応するために必要な事項を普及し、啓発する。
- b 教育 (狭義の社会教育)
個人の自己学習能力を育み、自分で自分の学習を発展させていく力量の形成を図る。

→「普及・教育」、「教育・普及」、「教育普及」

図表17 教育事業の諸形態

※教育事業は各館の目的と条件のもとにおのおの個性的に実施されている。以下は教育事業というものを考える際のめやすである。
教育事業の目的を軸とした場合

