

積極的情報開示と外部評価による学校改善 School Improvement by Active Disclosure and External Assessment

学校サイトに関する触媒的外部評価としてのコンテストスキーム
A Scheme of Contest as Catalytic External Assessment of School Websites

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

2004年以降、学校サイトの運用傾向は二極化が進んでいる。一部では、ほぼ毎日の更新が継続され、学校管理職が直接運営に関わるケースも見られる。つまり、学校サイトは学校経営に関わる重要課題との認識が急速に高まっていることを示している。

本稿では、まずメディアとして学校サイトを規定したうえで、二極化現象を説明するための対極的な情報開示ループを提示する。さらに、ループの位相転換にあたって重要と考えられる触媒的な学校外部評価の具体例として学校サイトのコンテスト・スキームを取り上げ、その学校経営・学校改善に影響を与える枠組みを考察する。

学校サイト 学校経営 学校改善 積極的情報開示 触媒的学校外部評価

1. 2004年の学校サイト運用動向

日本全国の学校サイトURLを収集するi-learn.jp「日本の学校」ⁱでは、各サイトの更新状況を把握するため、2000年から1日1回自動巡回プログラムによる更新記録取得を行っている。これまでのデータと運用サイトの傾向をみると、特に2004年以降、次のような特徴的な変化がみられるようになった。

1点目は学校サイト運用傾向の二極化である。

かねてから指摘されるように(豊福(2002)ⁱⁱ、公文(2004)ⁱⁱⁱ)、学校サイトの年間更新回数と学校数との関係は、情報の偏在を特徴づけるベキ法則(つまり、ごく一部が大半の情報を持っている)に従う傾向がある。年間更新回数の全体平均は2004年で17.8回であるが、42.8%にあたる学校の更新回数は年間7回以内に過ぎない。そこにはサイトを所有しながら、実際はほとんど活動していない多くの学校の現状がある。

だが、総登録数の伸びがやや鈍化傾向にあるのに対して(図1)、2004年の上位群400校の更新回数グラフは、2003年度実績の約2

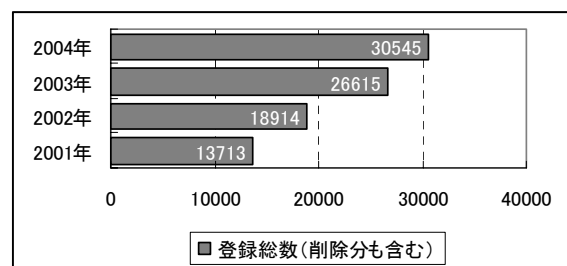


図1 i-learn.jp 学校サイト登録総数

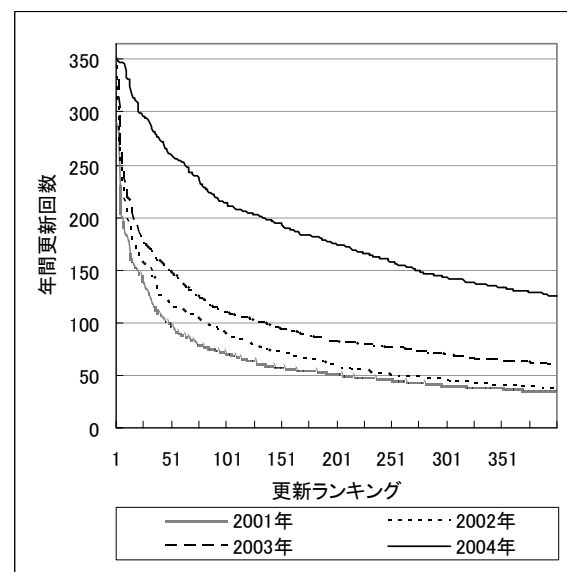


図2 更新ランキング上位400校の年間更新回数

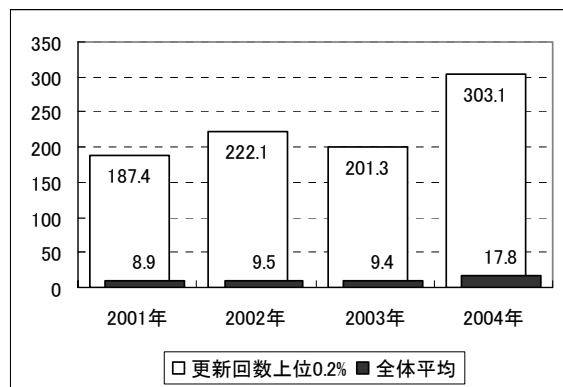


図3 学校サイトの年間平均更新回数

倍の値になっている(図2)。上位0.2%の平均を比較すると2003年の201.3回が2004年には303.1回にまで上昇した(図3)。

すなわち、更新回数上位群の更新頻度が著しく向上し、週末祝日を除いてほぼ毎日更新するようになった事を示している。

2点目は学校管理職の学校サイトへの関与である。

元来、学校サイトは情報教育の実験的意義付けが強かったことから、いまだ情報担当教諭による運用が常識的であるが、更新頻度上位群では学校管理職が積極的に学校サイトの内容更新に関わっているケースが見られるようになった。これらケースの場合、学校管理職自らでなければ説得的に語り得ない要素、すなわち、学校の教育方針や教育姿勢がより鮮明に伝えられることで、学校サイトの内容充実と質的向上に大きな役割を果たしている。

この動きは、学校サイトによる情報公開が学校経営に関わる課題として認識され始めていることを示すものである。

これらはいずれも2004年以降見られる急速な変化であるが、一方で、学校サイトは国内に最初のサイトが1994年頃登場して以来、長い間実験事例や技術的トピック以外ではほとんど業界内の注目を集めることもなく、半ば忘れ去られた存在でもあったことも確かである。家庭でのPC普及等社会的要因を理由にこの現象を説明することはできない。

そこで、本稿では、このような現象が急速に立ち上がった理由として、学校サイトとステークホルダ(利害関係者)による外部評価

の相互作用に注目し、これらが学校経営・学校改善に影響を与えた背景と枠組みを考察整理する。

2. メディアとしての学校サイト

学校サイトの意義付けはすでに多様に論じられているのでここでは触れないが、メディアとしての位置付けやユーザーとの相互作用にまで踏み込むと、次の5点の特徴があげられる。

① 学校サイトは学校の自律性と活動実績を世間一般に示す唯一かつ最も効果的な手段である。

サイト運営は原則学校の自発性に任されるもので、掲載内容は社会に対して開かれている。

② 学校サイトで日々の活動プロセスを明示(外部透明化)することで、詳細な具体情報を求めるユーザーの要求を満たす。

保護者を中心とするステークホルダは、自分が直接関われない、学校での我が子の様子や日常そのものがタイムリーに知りたいのであって、形式的な広報や、マスメディアが演出する劇的非日常とは全く性質の異なるものである。

③ 学校サイトはメディアとして学校の現実を構成する。

「メディアが現実を構成する」とはメディア・リテラシーの基本的な概念である(カナダ・オンタリオ州政府(1992)^{iv)})。世間一般の「学校の現実」を決定するのはマスコミだが、学校サイトが実力をつければ、ステークホルダの「学校の現実」を担うことも十分可能である。

④ 学校サイトは潜在的ステークホルダを拡大し顕在化させる。

学校サイトで狭義のステークホルダ(保護者・児童生徒)以外にも学校の現実が届けられることで、社会的な学校への関心と支持を獲得することが可能である。

⑤学校サイトの更新頻度が高くなるほど、相対的に情報の信憑性は向上する。

学校は情報発信に特別な経費を割り当てる余裕はなく、日々の発信活動を粉飾し続けることは事実上不可能である。

3. 情報開示の2つのループ

先ほどの学校サイト運営の二極化と③の「学校の現実」を構成するメディアについて、具体的に考えてみよう。

現象としての二極化を説明するのは、対極的な情報開示のループである（図4・5）。

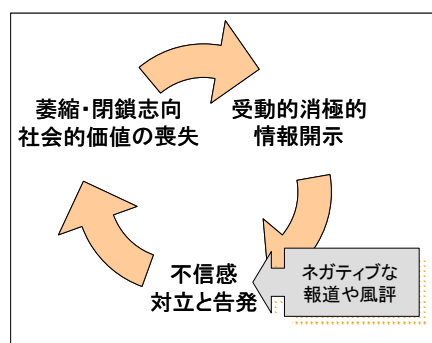


図4 情報開示のネガティブ・ループ

「情報開示のネガティブ・ループ」とは、消極的情報開示姿勢によって、学校の現実がもっぱら一部事件や不祥事を誇張した報道や不確かな噂で構成され、学校不信や学校との対立姿勢を強化する。外部からの批判告発に対して、学校は萎縮し閉鎖的態度を強めてしまう。

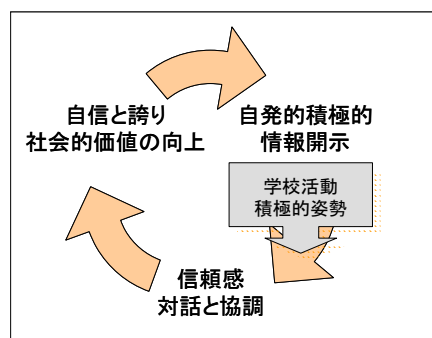


図5 情報開示のポジティブ・ループ

「情報開示のポジティブ・ループ」とは、積極的情報開示姿勢によって、学校の現実が学校サイトで構成され、学校に対する信頼感や協調姿勢を強化する。外部との円滑な関係によって、学校は自信と誇りを強める。

ネガティブ・ループにある行政や学校の立場からは、ポジティブ・ループにある学校の現状はおそらく理解不可能であろう。

保護者から積極的に求められてもいないのに労力をかけてどうするのだとか、あるいは、広報は紙で配っているから十分ではないか、という消極的意見はいまだ多いからである。

そもそも行政機関の情報開示制度は、市民の知る権利を保障するものであるが、その請求手続きは、行政告発を前提とし、行政側に緊張と圧力を与える手段となる。開示内容は告発係争に不利に働く可能性があることから、概して行政は開示に対して慎重であり、煩雑な手続きで武装するケースも多い。このような発想が基調となれば、行政は学校独自の情報発信に対し抑圧的になり、個人情報保護や安全確保を理由に掲載内容を制限しがちになる。だが、このような後ろ向きの姿勢では、逆に学校不信を助長するだけで何の解決にもならない。

これに対して積極的情報開示姿勢では、日々の具体的活動状況を高頻度で発信することで学校の日常が伝えられ、ステークホルダの信頼感と協調関係を醸成する。これは単純接触効果 (Zajonc(1968)⁹⁾)と同じ原理である。最近では企業の社会的責任(CSR: Corporate Social Responsibility)の一環として、ステークホルダに対するビジネスプロセスの積極開示が促進されていることから、この傾向は社会的なものと考えられることができる。

数は少ないものの、更新回数上位群が確実に存在するという事は、積極的情報開示姿勢が継続的なポジティブ・ループを形成している論拠となり、また、学校サイトの維持管理は軽微な負担では済まされないだけに、ほぼ毎日の更新を維持する強い動機付けを生んでいることは特筆すべきことである。

4. 触媒的学校外部評価

更新回数上位群の学校は、何らかのきっかけでネガティブ・ループからポジティブ・ループへの位相転換があったものと考えられるが、実際には相当の困難が伴うことは明らかである。

概して、サイト運営にはユーザーからのフィードバックが少ないことから、主要なステークホルダからの反応が得られにくい。さらに行政や学校内の意義や価値が定まらなければ、周囲からは評価されず、組織的活動につながる期待も持てないからである。学校サイトが過去約 10 年間不調であったのは、実はこの理由による部分が大きいと思われる。

そこで学校サイトのもつ①の公開情報の利点を活かし、さらにステークホルダの概念を大幅に拡大して、別個の触媒的學校外部評価のフィードバックを与える方法が企画された。2003 年より実施されている全日本小学校ホームページ大賞（通称：J-KIDS大賞^{vi}）県代表校選考に投入された独特のコンテスト・スキームがそれである。

表 1 学校評価の位置付け

		制度(監督・統制)	
		I 制度あり	II 制度なし
評価者主体	A 学校内	学校内部評価	自己点検としての学校評価
	B 一部学校外	学校外部評価	
	C 学校外	学校選択アンケート	一部に触媒的學校外部評価

では、触媒的學校外部評価とはどのようなものか。

広義の学校評価の中での位置付けを示すものが表 1 である。たとえば、自治体教育委員会主導で検討が進められている学校評価は、学校自身が評価取りまとめ報告を行うので領域 A I / B I にあたる。一部自治体の学校選択制に基づく保護者アンケートは、学校から切り離された次元で行われるので C I となる。制度外にあって評価主体も学校外にあるものとは C II の領域にあり、保護者のインフォーマルな意見、教育産業やマスメディアの行う評価・格付け、そして J-KIDS 大賞のようなコンテスト・スキームが挙げられる。

5. J-KIDS 大賞のコンテスト・スキーム

J-KIDS 大賞のコンテスト・スキームがあってこの領域を選んだのは理由がある。

小島(2004)^{vii}は学校評価の立場の違いから

起こる特徴として、同僚性・同業性・顧客性・監督性・後援性・専門性の 6 つをあげているが、C II 領域では制度の外側に位置することから、必然的に顧客性が主体となる。

ただし、顧客性や市場性(木岡(2004)^{viii})を強調すれば、保護者や教育産業にとっては有益かもしれないが、学校自身には必ずしも建設的フィードバックになるとは限らない。そこで J-KIDS 大賞では、同業性・後援性・専門性を補いつつ、さらに受け入れやすい評価とすべく、次のような 6 つの特徴を持たせるに至った。

1 点目は、学校の積極的情報開示姿勢と日々の教育活動の充実を動機付けることである。

J-KIDS 大賞の最終的な目標とは、学校自身がポジティブ・ループによって自律的に社会的信頼を回復し、学校の社会的存在価値を高めることにある。したがって、サイトの技巧細工を求めるものではなく、学校の教育活動全般を外部透明化し、地道で優れた活動に対する社会的注目を集めることに意義がある。コンテストの受賞実績をきっかけにステークホルダの認識が高まれば、触媒的學校外部評価の目的はほぼ達成されたことになる。

2 点目は、公開情報を前提とし、応募を必要としない勝手選考を行うことである。

J-KIDS 大賞は全ての小学校サイト（約 15000 校）を選考対象とし、各学校が手を挙げなくても予告なく選考評定される。これには本来の教育活動に地道に取り組む優れた学校を発掘する意図がある。また、独自テーマを設定する従来型コンテストでは、応募に特別な負担がかかるために、かえって、日常的情報発信活動の妨げになるからである。

3 点目は、選考評価に多数の社会人ボランティアが参加することである。

J-KIDS 大賞では協賛企業を中心にボランティアを募り、約 1000 名の参加を得て選考評価を行っている。保護者や卒業生としての視点から、広義のステークホルダとして各学校を評価してもらうことで、外部評価の顧客性とともな後援性を重視するためである。

4点目は、客観的評価基準と尺度の構造化である。

J-KIDS大賞の評価基準は誰が評価しても同等の結果が得られるように、客観的かつ単純明快な条件が設けられている。さらに学校の個性を網羅把握できるよう、多軸で構造化された尺度を持つ(豊福(2004)^{ix})。ステークホルダの視座を大切にしつつ、評価の専門性を確保するための工夫である。

5点目は、選考プロセスと結果統計資料の開示である。

J-KIDS 大賞の評価基準と統計的分布資料は選考終了後速やかに公表される。意識の高い学校は基準をもとに学校サイトの自己評価や相互比較を行うことで、情報発信活動を改善するための細かなフィードバックを得ることが可能である。

6点目は、選考側の権威性をできるだけ排除することである。

J-KIDS 大賞が目指す触媒的作用は、学校の社会的公共的意義とステークホルダの価値観のバランスの上に成立し、公正かつ妥当なものでなければならないが、同時に権威性が高まることで学校の自律性独立性を著しく損なってはならない。

J-KIDS 大賞が領域Ⅱにこだわるのは、上からの命令ではなく、インターネット的なボトムアップを期待したいからである。

権威を排除すれば、学校は外部評価を受け入れるのも無視するのも自身の判断に任されることになる。

6. 触媒的学校外部評価が与える影響

では、このような学校サイトに関する触媒的学校外部評価が与える影響とはどのようなものか。

学校経営の立場としては、触媒的学校外部評価は自らの教育活動・情報発信に対するひとつの社会的評価であり、受賞実績は広義のステークホルダから得られた支持と応援の意味合いを持つ。

特に狭義のステークホルダ(保護者や児童生徒)から直接反応が得られにくい場合は、先進的な取り組みを継続させる主要な動機付けになるとともに、周囲の注目を集めるきっかけとなるであろう。もちろん、評価の趣旨が学校経営の方針と合致しなければ、触媒を全く利用しないという選択肢もある。

学校サイト運営者の立場としては、外部評価や評定基準は学校サイトの担うべき役割や掲載内容を網羅した具体的チェックリストやフィードバックとなる。基準は多軸構成されていることから、学校経営方針や個性化の方向に合わせたサイトカラーを戦略的に形成するのに役立つであろう。

狭義のステークホルダ(保護者や児童生徒)は、積極的情報開示姿勢の恩恵を直接享受する立場にある。外部評価を用いて他学校の傾向比較を行うことで、よりよい学校の教育活動・情報発信のありかたを検討する材料を与える。また、受賞実績は身近な学校の良さを再認識し誇りを持つ機会となるであろう。それは学校サイトのみに限らず、学校の活動全般に対する支持と応援を示しているからである。

潜在的ステークホルダ(地域市民・卒業生・転入学を検討する保護者など)の立場としては、学校サイトを通じて学校の現実を認識する機会となり、学校側と直接連絡が取りやすくなる。また外部評価の相互比較を通じて学校の個性を客観的に検討するモノサシを得ることになる。

広義のステークホルダ(保護者・卒業生の同世代としての社会人ボランティア)の立場としては、企業の社会貢献としての側面のみならず、評定作業を通じて、ステークホルダとしての立場から自ら市民としての社会参加を促す側面も有している。

自治体教育委員会の立場としては、客観的に各学校の情報発信活性化を知る手段となり、さらに自治体毎のパフォーマンスも明らかに

なることから、情報化施策や学校への支援策を検討する材料を得ることができる。

これら触媒的学校外部評価の相互作用を簡単にまとめると図6のようになる。

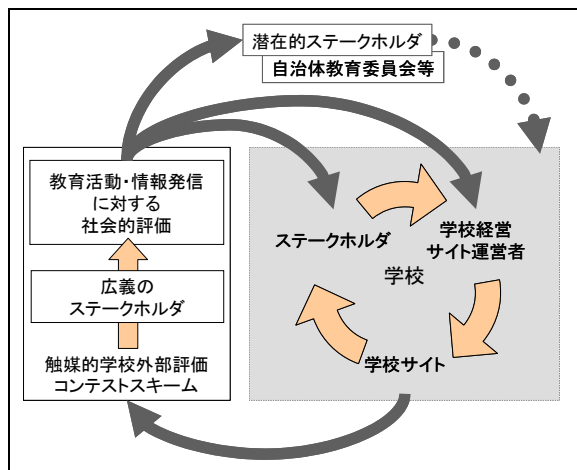


図6 触媒的学校外部評価の相互作用

由として対極的な情報開示のループを提示した。学校サイトのようなフィードバックが得られにくいメディアでは、ポジティブ・ループへの位相転換は困難であり、触媒的学校外部評価としてのコンテスト・スキームが、学校を動機付ける役目を果たすべく設計企画されていることを述べた。

現状の学校外部評価は、もっぱら学校評価の制度の中でステークホルダの意見を聴取するものとして議論が進められているが、本稿で扱ったコンテスト・スキームのような、監督統制のループを外れた主体による触媒的作用についても、学校レベルでは十分フィードバックの効果が望めることから、その可能性と適用について、今後検討されることが期待される。

7. まとめ

以上のように、本稿では2004年以降の学校サイト運用傾向の二極化を指摘し、その理

- i 国際大学 GLOCOM i-learn.jp「日本の学校」<http://i-learn.jp/schools/>
- ii 豊福晋平(2002),オンラインデータベースを利用した学校ホームページ群の客観的評価, 日本教育情報学会第18回大会発表論文集,p308-309.
- iii 公文俊平(2004),情報社会学序説,NTT 出版,p243.
- iv カナダ・オンタリオ州政府(1992),メディア・リテラシー,リベルタ出版,p8.
- v Zajonc,R.B.(1968),Attitudinal Effects of Mere Exposure, Journal of Personality and Social Psychology, Monograph Supplement, 9, p1-27.
- vi 全日本小学校ホームページ大賞(J-KIDS 大賞) <http://www.j-kids.org/>
- vii 小島宏(2004),学校の外部評価と説明責任,明治図書,p22-24.
- viii 木岡一明(2004),新しい学校評価と組織マネジメント,第一法規.
- ix 豊福晋平(2004), オンラインデータベースを利用した学校ホームページ群の客観的評価 その3,日本教育情報学会第20回大会発表論文集,p202-203.
豊福晋平(2005),政策形成とオープン・ベンチマークモデル,会計検査情報 No.2572,p8,官公庁通信社.