

## 研究ノート

## ラジオ番組制作は、キャリア教育に活用できるのか (1)

坂田 謙司<sup>i</sup>, 都築 美代子 (石倉 美佳)<sup>ii</sup>

キーワード：ラジオ, 番組制作, キャリア教育, アクティブラーニング, 大学生

## 第1章 メディア実践と教育

大学におけるメディア教育は、大きく2つに分かれる。1つは、メディア理論であり、もう一つはメディア実践である。メディア理論は一般的に講義形式やゼミ内で行われることが多く、メディア実践は映像制作が中心となる。それは、大学に限らず小学校から、中学、高校における教育の中でも実践されており、毎年関西大学で行われている「地方の時代映像祭」やケーブルテレビなどで上映されているが、期間や場所が限定されているために、見る機会は少ないと言わざるを得ない。YouTubeなどの動画配信サービスを使っている可能性もあるが、定期的に発信されているわけではなく、なかなか出会うことはない。つまり、見せることよりも、作ることに焦点が当てられているのだ。

要因の一つには、映像を発信する媒体が限られていることがある。映像配信ができる媒体としては地上波テレビ、ケーブルテレビがあり、YouTubeに代表される動画配信サービスがある。しかし、地上波テレビでの発信は金銭的にハードルが高く、テレビ局自体の企画がなければ難しいであろう。ケーブルテレビは地域住民の活動として発信される可能性が高いが、契約している地域の人しか見ることができ

ない。映像制作は受講する側の関心も高く、魅力的な教材であるが、完成した作品を他者に伝えてフィードバックを得る機会は少ない。また、制作は1回で完結することが多く、継続した取材や制作作業に取り組むと言った教育目的にはそぐわない。

では、他のメディアを使ったメディア実践はどうだろうか。新聞を使った教育はNIE (Newspaper in Education) と呼ばれ、新聞を読む、作るなどの教育実践が小学校から高校まで行われている。しかし、紙メディアである新聞を配布するためには印刷作業と配布作業が必要であり、費用や配布方法の面で他者の目に触れることは難しい。また、壁新聞やミニコミなどの紙媒体制作、コンピュータを使ったデザイン作業、プログラミング作業なども一種のメディア制作に入るとも言える。ただ、インターネットの利用には一定の規制やガイドラインが設けられており、加えてコンピュータというインフラが必要となるために、他のメディアに競べるとメディア実践に取り組むためのハードルが高くなる。スマートフォンとYouTubeを使った動画制作及び発信自身は非常に簡単に行えるが、教育という観点で見た場合には超えなければならない、あるいは注意しなければならない問題が多岐にわたる。

このような状況のなかで、坂田はラジオという音声メディアに注目した。ラジオは個人でもグループでも作業に取り組めるだけでなく、極端に言えば個人の語りだけでも成立し、映像のような編集作業を

i 立命館大学産業社会学部教授

ii フリーアナウンサー

場合によっては必要としない。マイク1本と録音する機材さえあれば環境は整い、他のメディアにはない特色を持ったメディア実践教育が可能なのである。また、全国各地にあるコミュニティFMは2020年10月1日現在331局(日本コミュニティ放送協会HPより)あり、独自の番組制作と発信を行っている。地域密着を目的とするコミュニティFMは、地域の教育活動にも活用が可能で、制作実践で作成した番組の放送や既存番組への出演などの形でメディア制作に参加することができる。また、費用面の問題はあがあるが、一定期間継続した番組制作も可能で、地域内での聴取はもちろん、多くの局が行っているインターネット放送やPodcastの利用によって、実質的に世界中への発信が可能となっているのである。

坂田はメディアリテラシーを専門とする浪田陽子と共に、小学生を対象としたラジオ制作実践とメディアリテラシー教育を組み合わせた試みを2年間行った(坂田:2015)。そこでは数回にわたるメディアリテラシー教育とそれを番組制作という実践を通じて確認する試みであった。そして、そこで得た知見を元に、高等教育におけるメディア制作実践と教育の組み合わせへと昇華させる試みへと進化させている。高等教育の場合は、冒頭に記したように理論と実践を分けて学ぶことができるだけでなく、その目的にも多様性を持たせることができる。それが、大学卒業後の進路に関わる「キャリア意識醸成」である。

キャリア意識醸成は、一般的にはキャリア教育という名前で高等教育のカリキュラムに組み込まれており、職業選択への情報提供、就職活動への意識向上、社会人マナー獲得などさまざまな内容が盛り込まれている。坂田と都築は、このキャリア教育のなかにメディア制作実践を組み込むことで、これまでとは異なるキャリア意識醸成が可能ではないかという仮説を立てた。具体的には、先述のラジオ番組制作を通じたキャリア意識醸成である。小学生から高校までのメディア制作実践とは異なり、高等教育では年間あるいは Semester 単位での実践への関わり

が可能であり、地域社会への問題関心や課題解決という具体的なテーマの設定、取材活動を通じた社会人マナーの獲得。そして、メディア関連企業における働くことの意識づけなどの教育効果が見込まれると考えられる。

この仮説を裏付けるために、坂田のゼミ活動で行っているラジオ制作実践を用い、検証していくことにした。本稿は、この研究実践に関わる前半の内容であり、番組終了後に行う検証作業によって、仮説である「ラジオ番組制作は、キャリア教育に活用できるのか」を確認したいと考えている。なお、本稿の執筆分担は、第1章と第8章を坂田が担当し、第2章から第7章を共同研究者である都築美代子が担当している。

## 第2章 研究経緯

2020年3月末まで、石倉美佳というビジネスネームで、約20年間に渡ってNHK大阪放送局のラジオ番組に携わってきた。1999年、NHK大阪放送局制作の「関西ラジオタ刊」でリポーターとして採用され、翌年の「関西ラジオワイド」に番組改編。以降、リポーター、町紹介コーナー専任のリポーターを経て、キャスターとなりトータル20年である。作文を書くことが大の苦手だった筆者が、ラジオの世界に飛び込み、レポートの構成を考え、論理的に物事を考えたり、文章を書いたりすることが好きになったのは、長年のラジオレポート制作や、ラジオを聞き続けたからに他ならない。自分自身の成長はラジオによるものだ、という強い思いがあり、ラジオを聴いたり、またラジオの制作に携わったりすることは、様々な分野の教育にプラスの効果をもたらすと考えている。

また、ラジオやテレビでの経験を、社会で活かさないだろうかと考え、2011年、国家資格キャリアコンサルタントの前身となるCDA(キャリア・デベロップメント・アドバイザー)の資格を取得(2016年、国家資格キャリアコンサルタントに移行)。以降、大学や社会人のキャリアカウンセリングに携わってき

た。キャリア教育は体系的に学ぶのが難しく、学びが様々な体験から得られるものであることから、多種多様なアプローチの教育が行われている。

両者を結び付けると、様々な体験が凝縮されているラジオ番組制作はキャリア教育に適しているのではないかという仮説が立った。ラジオ番組制作をキャリア教育に活用できると考える理由は、①自然な形でキャリア教育をすることができる、②学生が取り組みやすい、③プログラム化すれば指導が容易である、の3点である。

折しも、2020年初めに感染拡大が広がった新型コロナウイルスの影響で、テレビの刺激的な報道に疲れ、変わらぬ日常をもたらしてくれる「ラジオ」や「音声メディア」に注目が集まっている。共同通信社では「リモート勤務や休校で在宅時間が増えた中、ラジオの魅力が再評価され中高生まで含めて聴取者が急増した」と報道している(2020)。その他にも同様の報道が多数あり、若年層にとってラジオが身近になっている現状が浮かび上がってくる。また、従来は大掛かりだった録音機材や編集ソフトが簡易になり、誰もが身近に手にしているスマートフォンやパソコンで録音、編集ができるようになった。それに「Podcast」「Radio Talk」「Voicy」など、新しいカテゴリーの音声メディアも生まれており、誰もがブログを書くように、音声メディアで個人のメッセージを発信するような時代がやってきている。注目され、尚且つ取り組み易い環境が整っている今だからこそ、この研究への意義が高まっているのではないだろうか。

本稿の執筆に辺り、立命館大学産業社会学部でラジオなどの音声メディアを研究されている坂田謙司教授のもと、3回生のラジオ制作ゼミに参加し、参与観察するという貴重な機会をいただいた。学生たちのラジオ番組制作過程をともに経験し、アンケートやインタビューを通じてどんな変化や成長がみられるのかを調査し、ラジオ番組制作がキャリア形成にどのように結びついていくのかを検証するとともに、都築の経験を鑑みたキャリア教育への導入手段

を探ってみたい。

### 第3章 キャリア教育の歴史と、 近年のキャリア教育

#### 3-1 キャリア教育のはじまり

キャリアカウンセリングという分野は、1900年代の初めアメリカで行われた職業指導運動とともに始まった。以下、日本マンパワー(2020年度版)キャリアコンサルタント養成講座のテキスト1『キャリアコンサルティングの社会的意義』より、要約したものは以下の通りである。

技師、教師、弁護士、政治家、ソーシャルワーカー、大学の学長などの仕事を経験したマサチューセッツ州のフランク・パーソンズが、1905年にボストンの恵まれない若者を対象に職業選択や就職のアドバイスをする活動をしたのが始まりである。当時はまだ、人はいかにして職業を選ぶべきかの理論も、実践の助けとなるテストも、職業指導に関する専門書などの情報源も全く存在しなかった。その後、1933年の職業幹旋局の開設がきっかけとなり、医学面や心理面、社会面、教育面、雇用面など全てを含めた観点で行われるようになり、キャリアカウンセリングへと移行していく始まりとなった。

日本に職業指導という用語が初めて登場したのは、大正時代初めのことである。1915年、アメリカの活動を日本に紹介したのは、旧東京帝国大学教授の入沢宗寿だった。その後、1920年に大阪市立少年職業相談所、翌1921年には東京市中央職業紹介所に少年相談部が設置され、職業指導の活動が始まっていった。(日本マンパワー、2020)

#### 3-2 近年のキャリア教育

その後、進路指導と呼ばれていた時代を経て、「文部科学省の関連の政策文書の中で『キャリア教育』

という言葉が初めて登場するのは1999年、大学についてみても、『キャリア教育』が初めて使われたのは、2000年」としている。（荒木、伊達、松下、2015）

そもそも、キャリア教育とは何なのか。大学のキャリアセンターでは、企業などの求人や就職活動に関する相談などが業務の中心となっているため、大学生の多くは、就職活動＝キャリア教育だと捉えがちである。実際に筆者が幾つかの大学で行ったキャリアカウンセリングでも、就職活動に直接結びつくエントリーシートの書き方や、面接指導などの割合が多く、本来のキャリア形成に結び付くようなカウンセリングに、多くの時間を費やすことはできなかった。

本来は、就活のような一通過点だけではなく、広義では人生全体がキャリアと位置付けられる。「キャリアとは、「昇進や就職活動、仕事だけに限らず、『個人が生涯を通じて経験する活動や役割、およびそれに関連した態度や行動の連鎖』と広く捉える」としている。（荒木、伊達、松下、2015）その広義のキャリアを、最初に深く考えるきっかけとなるのが就職活動と言えよう。

また、大久保は、『キャリアデザイン入門』〔I〕基礎力編で、キャリアについて比喻を用いて分かりやすい説明をしている。

キャリアには、職務経歴という客観的側面と、仕事に対する自己イメージという主観的側面とがある。この二つを形成するために内省と行動を繰り返すことがキャリアデザインである。自分自身が納得し、幸福感を感じるという「キャリアの成功」のために、本書では一つのキャリアモデルを提示する。それは「筏下り」―「山登り」モデルである。

仕事を始めてからしばらくの間（個人差があるが多くの場合10年から15年）は、筏下りのように、ゴールに価値を置くのではなく、懸命に目の前の仕事に取り組むプロセスに価値を置くことだ。その間にさまざまな仕事を経験し、人

と出会い、基礎力を鍛える。その後は自分の専門領域をひたすら極める山登りに移行し、プロとしての頂上を目指してエネルギーを集中して、専門力に磨きをかける。この筏下りから山登りへの以降に成功すれば、キャリアの成功が見えてくる」（大久保、2016、p14）

就職する以前は、この筏下りに挑む準備段階と考えて良いだろう。大学での学びや、アルバイト、サークル活動、インターンシップなど、様々な人との出会いや経験を経て基礎力を身に付けることが、幅広い視野に繋がりを、より良いキャリア形成へと繋がっていく。

### 3-3 社会人基礎力とは

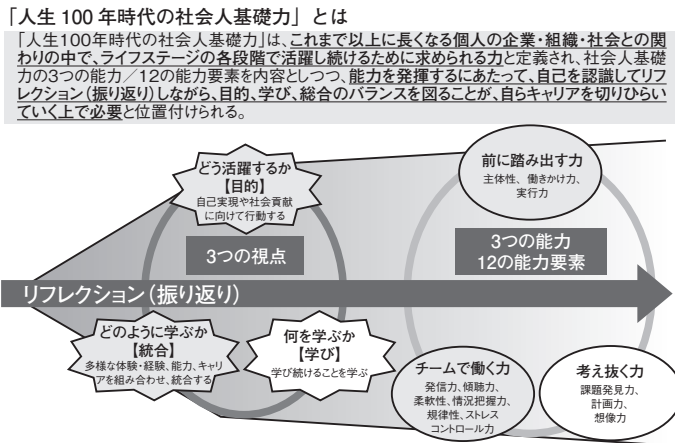
では、社会に出るためにどんな基礎力が必要になるのだろうか。それを表す目安となるのが、2006年に経済産業省が提唱した「社会人基礎力」である。その後、平成29年度（2017年度）には、様々な社会情勢の変化を鑑みた「人生100年時代の社会人基礎力」が定義されている。

経済産業省のホームページによると、「社会人基礎力とは、『前に踏み出す力』『考え抜く力』『チームで働く力』の3つの能力（12の能力要素）から構成されており、『職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力』としている。また新定義では、「これらの能力を発揮するにあたって、自己を認識してリフレクション（振り返り）しながら、目的、学び、統合のバランスを図ることが、自らキャリアを切りひらいていく上で必要」と位置づけている（図1）。このようにキャリア教育は、様々な経験からでしか得られないものであることが分かる。

## 第4章 先行研究

ラジオ番組制作を学校教育に活かす取り組みは、様々な分野で先行研究が行われているが、直接キャ





(図1)

出典：平成29年度「我が国産業における人材力強化に向けた研究会」において定義された「人生100年時代の社会人基礎力」

リア教育に結びつけている事例は見当たらない。そこで他ジャンルの教育事例をいくつか紹介しておく。

特に相性が良いと考えられるのは、メディアリテラシー教育である。小学生児童を対象にラジオ番組制作の活かし方を検討した研究では、「少人数での制作活動が可能であり、極端に言えば1人でも制作できる。使用する情報も言葉だけで十分で、極めてシンプルで基本的な言葉の往復というコミュニケーションの基礎を学ぶこともできる」と結論付けている。(坂田, 2015, p185-186)

また後藤、佐藤、齋藤、堀田は、高校生を対象にしたラジオ番組制作体験によるメディアリテラシー教育の研究で、全国の6つのラジオ放送局が実践に行った事例を紹介するとともに、独自に設計したプログラムを制作している。評価基準に基づいたデータ収集が行われたが、限界点として「実践を行ったラジオ局のスタッフの人数の都合上、参加高校生の人数が制限されたため、十分なデータ取得ができたとは言えない」としている(2017, p115)。このような先行研究から、ラジオ番組制作はシンプルな制作手法で行われるものの、プログラムを指導者が手軽に扱えるようにしなければ、実行に移すのが難しいということが推察される。

## 第5章 ラジオ制作ゼミでの参与観察

### 5-1 坂田ゼミ参加の経緯

2020年3月末で自身のラジオ番組を卒業することが決まったのは、2019年12月のことだった。都築はプロダクションに所属するタレントで、NHKとは出演者契約を結んでラジオ番組に出演していた。公共放送のため、長年同じ番組に携わり続けるのが本来は難しいとされていたが、幸い大阪という地方局だったこともあり、20年間同じ番組に携わることができた。在職中から漠然と考えていたのは、NHKでの経験を何かに活かしたいということだった。その一環で国家資格キャリアコンサルタントを取得し、学生や社会人のキャリアカウンセリングに関わってきた。資格取得時は、オーディションや人前で話す経験が、面接やマナーの指導に役立つのではないかと考えていたのだが、卒業が決まり自身のキャリアを振り返った時、点と線が繋がるように、ラジオとキャリア教育が結びついたのだった。

「ラジオ番組制作はキャリア教育に活かせる」という自信はあるのだが、そこに根拠は無かった。本を書いて出版社に持ち込んでみることや、研修プログラムを作って研修会社に売り込みに行くこと、地道

にブログや SNS で考えを広めていくことなど、様々な手段を検討したが、裏付けが無いものは信用されにくいと考えた。

都築の最終学歴は短期大学卒業のため、通常では大学院の入学資格が無いのだが、条件を整えば社会人経験を考慮してもらう方法もあると知り、ラジオの研究者を探した。そこで、ラジオと教育を結び付けた研究をされている立命館大学産業社会学部の坂田謙司教授にご相談したところ、ラジオ制作のゼミに参加し、参与観察で学生と行動をともにしながら論文または研究ノートを執筆し、大学院進学を目指すという方法を提案いただいたのであった。

## 5-2 リモートでの春学期ゼミ開始から、秋学期の放送開始まで

2020年の初旬から、新型コロナウイルスのニュースが流れ始め、やがて社会が一変した。4月9日から京都の立命館大学の衣笠キャンパスに通うことになっていたが、そのゼミは全てリモートで行われることになった。大学のゼミでの学び方、リモートでの学び方、いずれも手探りでスタートとなり、当初は環境に慣れることで精いっぱいだったため、記録らしい記録が取れていないが、月ごとに学びの経緯を記しておく。ゼミの公式メンバーは14名で、男女比率は男6名、女は私を含めると9名だった。

### 【4月】

初回のゼミは、Zoom 使用したゼミの進め方や、今後のスケジュール確認、秋に向けて制作を進めるラジオ番組のテーマが「SDGs」であることなどが発表された。どんな風に進めるのか、教授も学生も手探りの状況だったが、Zoom ならではのレクリエーションの提案などもあり、今後に向けての期待が高まった。

一方で、通信容量の関係で顔出しをしなくてもよいというルールだったため、名前だけでメンバーの顔が分からず、各人のキャラクターを把握するのに時間がかかりそうだった。

下旬には3チームに分かれて、チームごとに番組作りが進められると発表があり、筆者はBチームの一員となった。各人がSDGsに関連した地域課題を調べ始め、ゼミの時間以外にZoomで集まり、パワーポイントで発表用の資料を作成した。メンバーの1人が、西陣織の産業の衰退に興味を持っていたことから、大まかなチームの方向性は、「SDGsに繋がる京都市北区の産業・文化」とすることになった。

### 【5月】

引き続き、チーム毎にテーマのブラッシュアップを進める。教授からは問題点として、「坂田ゼミらしさ=学生らしさ」とは何か考えることや、北区役所や、商工会議所、中小企業同友会など、コネクションを使って取材先を設定することなどの指示があった。また下旬には、自分たちが目指しているラジオと似たような番組を探して聴いてみるという課題が出され、各人が聴いたラジオの特徴をSNSで話し合い、自分たちのチームらしい形を模索していった。その他、SNSやオンラインミーティングを使い、それぞれ取材してみたい場所や施設などを提案するとともに、ターゲットを地元の皆さんに設定し、「地元を再発見してもらおうラジオにしたい」「リスナーと一緒に勉強するイメージで番組を進めたい」などの意見が出され、内容が徐々に固められていった。

### 【6月】

各チームの方向性、Aチームは観光、Bチームは産業・文化、Cチームは福祉と、方向性が見え始めた。チーム毎にオンラインで集まり、パワーポイントで資料を作成して、ゼミで発表し、内容をブラッシュアップしていくことを繰り返していく。

また上旬のゼミで、学生の皆さんに都築の研究についてお話をする時間をいただいた。キャリアとは何かという質問をされ、教科書的な答えしかできなかったのだが、坂田教授から「大学生活、ゼミでの活動など全てが皆のキャリアで、得たことを将来に繋いでほしい。その為の中長期的な目標を定めて、成

長を意識して学んでほしい」との言葉があり、学生たちにも分かりやすく伝わったようだ。

下旬には、それぞれにタイトル案を考え、投票で「じもラジ」と決定。

### 【7月】

初旬に取材でお世話になる京都市北区役所の皆さんと対面でミーティングする機会をいただいた。坂田教授とゼミ生12名で訪問し、地域力推進室のお2人とお目にかかり、各チームの企画をプレゼンテーションし、区役所として協力できそうなことなど、直接アドバイスをいただいた。それを基に更に各チームで企画を進めていくとともに、広報活動も開始した。

### 【8月】

夏休みとなるが、下旬には一部学生が参加する北海道合宿について、現地で新番組ラジオの企画発表の準備が進められた。

### 【9月】

上旬に6日間の北海道帯広合宿があり、ゼミ生10人が参加。現地の立命館大学校友会（OB組織）の皆さんの前で（不参加メンバーはオンライン参加）新番組の企画をプレゼンテーションする機会をいただいた。残念ながら新型コロナウイルスの関係で、合宿に不参加のメンバーもいたのだが、対面で交流できたことで、各チーム、またチームの枠を超えての会話をすることができたことが大きな収穫となった。

中旬、再度チームだけで北区役所を訪問し、自分たちの考えを伝える。この時点で、チームの全7回の放送のうち、初回と最終回を除く5回は、各人が責任をもって1人ずつ取材を進めること、初回、最終回はインタビューゲストとして北区役所の方をお迎えしたいことを確認。初回は北区の概要を中心に、最終回では学生が取材した5回の放送をフィードバックしていただく内容でのご出演を依頼し、快く快諾いただいた。

### 【10月】

対面でのゼミがスタートし、同時に番組の準備も一気に進めることができ、10月7日（水）から生放送スタートした。

### 5-3 「じもラジ」番組概要

京都市北区のコミュニティ放送局「Radio Mix Kyoto」で、毎週水曜日の19時から生放送しているラジオ番組である。立命館大学産業社会学部、坂田ゼミではRadio Mix Kyotoが開局した2012年から放送に携わっている。

今期の20坂田ゼミでは、先述のように番組企画が進み、京都市北区の皆さんに地元を再発見してもらい、ともにSDGsに関連する地域課題を学んでいこうというコーナーを中心に、3つのコーナーを設けている。「キーワードリレー」では、前回のチームからお題をいただき、そのお題に沿ってフリートークを展開する。番組の軸となる「地元を〇〇するラジオ」のコーナーでは、3つのチームそれぞれ異なったテーマを設定している。チーム・カップラーメンが産業・文化、チーム・ホットチョコレートが観光、チーム・ポップコーンが福祉をテーマに掲げ、地域課題を学生目線で取材して放送する。「お悩み解決プレゼン」では、チームのメンバーや下級生、Twitterで募集した様々なお悩みに、出演者2人が解決策をプレゼンし、残りの1人が判定して解決策を決定する。

### 5-4 ゼミ学生へのアンケート調査

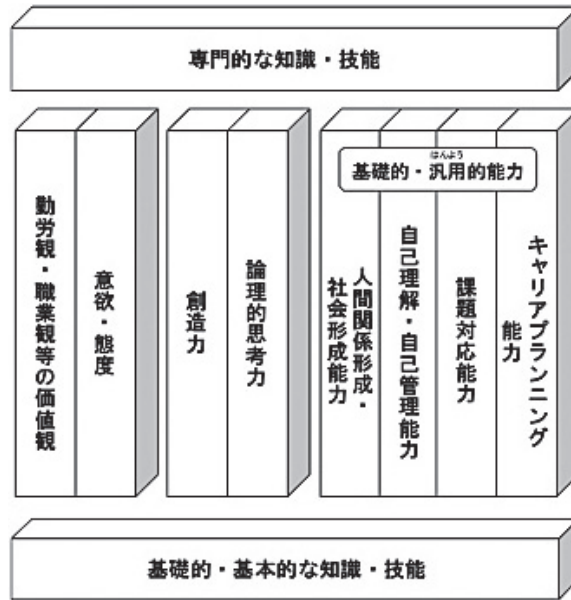
ゼミ生へのアンケート調査は、都築が参与観察として関わっている3年生に対し、春学期開始後の4月に1回、秋学期に放送がスタートし、3チームが一巡した10月の2回に亘って実施した。回答率は、4月が100%、10月は本稿の締め切りに回収が間に合わず71%となった。

また5月には、同ゼミを終えた4年生にも協力を得てアンケート調査を実施した。ゼミ生は4名、全員が女で回答率は100%となった。参加人数が違い、

ラジオでの経験も年度ごとに違うため、同条件での比較とはならないが、参考ということで掲載しておく。

アンケート内容は、2016年に厚生労働省がまとめた「大学等におけるキャリア教育実践講習」のテキ

スト、第1章～大学におけるキャリア教育の内容と課題～1 キャリア教育で養成される「社会的・職業的自立・学校から社会・職業への円滑な移行に必要な力」に基づいて問いを設定した(図2)。



【「社会的・職業的自立，学校から社会・職業への円滑な移行に必要な力」の要素】

(資料出所：中央教育審議会「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について」(答申)2011年1月)

(図2)

①他者の考え方や立場を尊重し，自分の考えを伝えることができる。

	そう思う	どちらかと言えば そう思う	どちらでもない	どちらかと言えば そう思わない	そう思わない
3 回生 4 月	25	66.7	8.3	0	0
3 回生 10 月	20	40	0	40	0
4 回生	100	0	0	0	0

人間関係形成において必要な、他者とのコミュニケーション力について聞いた。4月時点では、「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」が90%以上を占めているが、生放送開始後は60%に減っているのが見て取れる。生放送を終えてみての感想を聞いてい

ると、「もっとこうすれば良かった」という声が多く聞かれたため、もっと自分の考えを話せるはずだという気持ちだが、回答に反映されたのではないかと考えられる。



②自分が「できること」や「意義を感じること」「したいこと」など、自分自身を理解している。

	そう思う	どちらかと言えば そう思う	どちらでもない	どちらかと言えば そう思わない	そう思わない
3 回生 4 月	16.7	50	25	8.3	0
3 回生 10 月	30	50	0	10	10
4 回生	50	25	25	0	0

同じく人間関係形成に繋がる、自己理解についての質問である。

「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」の割合は。4 月期が計66.7%、10月期が計80%で少し増加している。4 月期に「どちらでもない」が25%だっ

たのに対し、10月期は0で、代わりに「そう思わない」が増加。4 月期に「どちらでもない」と答えていた層が、10月になってキャリアを明確に意識し始めた為かと推察される。

③様々な課題を発見・分析し、その課題を計画的に処理・解決することができる。

	そう思う	どちらかと言えば そう思う	どちらでもない	どちらかと言えば そう思わない	そう思わない
3 回生 4 月	16.7	41.7	25	8.3	8.3
3 回生 10 月	50	0	25	30	0
4 回生	25	75	0	0	0

課題解決力についての質問である。「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」と答えたのは、4 月が

約60%に対し、10月は、「そう思う」が0で、「どちらかと言えばそう思う」が50%で減っている。

④学ぶことや働くことの意義や役割を理解し、将来設計ができている。

	そう思う	どちらかと言えば そう思う	どちらでもない	どちらかと言えば そう思わない	そう思わない
3 回生 4 月	0	33.3	33.3	33.3	0
3 回生 10 月	20	20	30	30	0
4 回生	50	25	25	0	0

4 月期では、「そう思う」と回答した学生が0だったが、10月には20%となって増えている。「どちらかと言えばそう思う」も加えて集計すると、4 月期が

33.3%に対し、10月が40%と分母から考えると同じ数値である。将来の方向性が明確になってきた学生が数人いたと考えられる。

## ⑤物事を理論的に考えることができる。

	そう思う	どちらかと言えば そう思う	どちらでもない	どちらかと言えば そう思わない	そう思わない
3 回生 4 月	25	33.3	25	16.7	0
3 回生10月	10	40	30	20	0
4 回生	0	50	25	25	0

割合は殆ど変わらないが、「そう思う」と回答した割合が、4 月期よりも減っている。実践での思うよ

## ⑥創造力を持ち、新たな発想などを考えることができる。

	そう思う	どちらかと言えば そう思う	どちらでもない	どちらかと言えば そう思わない	そう思わない
3 回生 4 月	16.7	50	16.7	16.7	0
3 回生10月	20	70	0	10	0
4 回生	100	0	0	0	0

創造性、発想力についての質問である。10月期には、ほとんどの学生が、「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」が90%を占めているのが特徴である。4 回生も100%と回答している通り、番組全体やコーナーの企画を経験して、自信を付けた学生も多かったのではないかと考える。

## ⑦何事にも意欲を持ち、行動することができる。

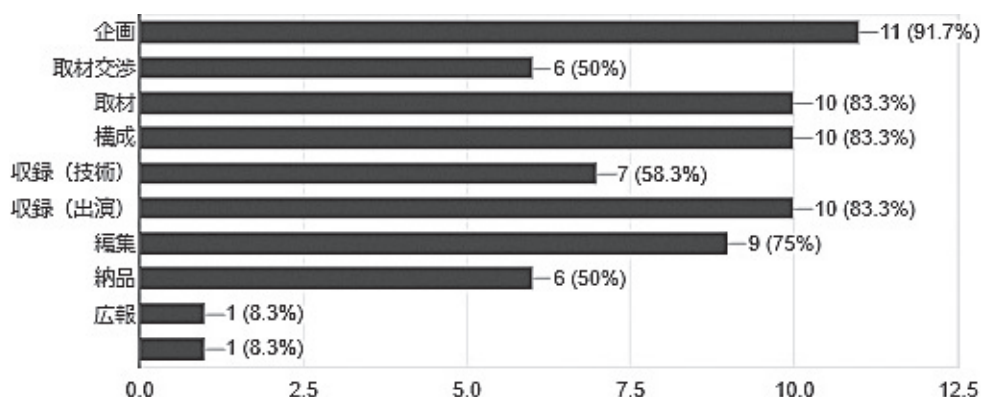
	そう思う	どちらかと言えば そう思う	どちらでもない	どちらかと言えば そう思わない	そう思わない
3 回生 4 月	16.7	50	8.3	8.3	16.7
3 回生10月	50	10	10	30	0
4 回生	75	25	0	0	0

意欲や行動力についての質問である。10月は、「そう思う」と答えた学生が半数となったが、その分「どちらかと言えばそう思う」が減っている。意欲や行動に自信を持てる学生が増えていることが読み取れる。

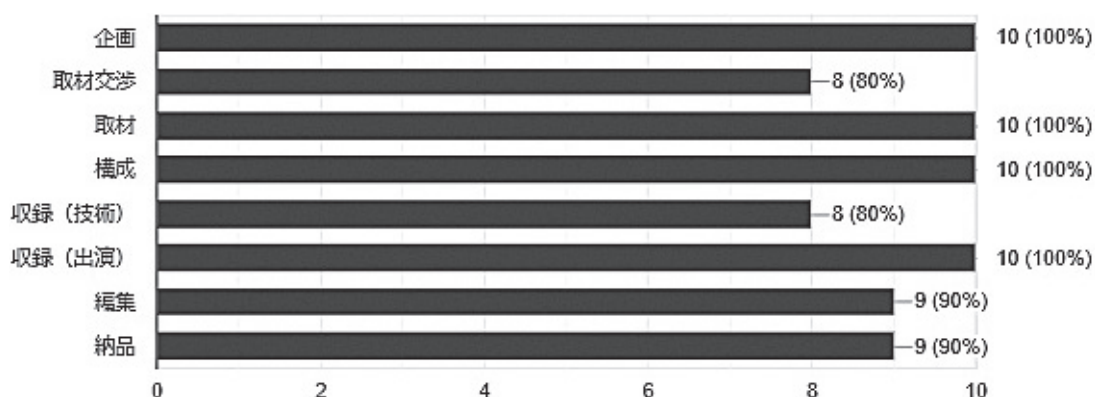
また4月に「そう思わない」と答えた学生が16.7%いたが、10月は0となっている。反面「どちらかと言えばそう思わない」が増えているので、意欲や行動力がやや改善されたとも読み取れる。

⑧貴方はラジオ制作のどんな工程にかかわりましたか？または関わる予定ですか？（複数回答可）。

3 回生 4 月



3 回生 10 月



ラジオ制作のどの工程を経験しているのかについて聞いた。ゼミ以前に坂田教授の授業を取っている学生がいるため、ゼミスタートの3回生4月時点でもラジオ制作の幾つかの工程を経験済みの学生がいる。新番組はローテーションで役割分担をするため、10月期では殆どの工程を体験していることがわかる。4回生では、全てを体験しているためグラフは割愛した。

⑧ラジオ制作において、自身が得意だと思う作業は何か？またその理由は？（記述式）

4月期は、それ以前にクラブ活動（放送部）や他授業で作業を体験したことがある学生と、全く未体

験の学生がいるため、回答にはバラつきが見られた。未経験でわからないと答えた学生を除き、表方（出演者）と、裏方（企画、取材、編集など）の2つに分けて見てみると、1名以外、ほとんどの学生が裏方の作業に楽しさや、やりがいを感じていると回答している。自身が普段から興味を持っていることを、ラジオを通じて表現（企画）したいという学生が目立ったのが特徴である。

10月になると、全員がほぼ全ての工程を経験している。回答にはバラつきがあるが、その回答に対し、理由として「〇〇が得意だから」と書かれた回答が目立った。制作工程を経て自分の得意分野が見えてきた学生が多かったと推察される。

⑨ラジオ制作において、自身が苦手だと思う作業は何か？またその理由は？（記述式）

4月期は⑧の回答に見られたように、ラジオに出演して話すことに半数近くが苦手意識を持っていると回答している。

10月になると、チーム内のメンバーや、取材先との交渉事など、他者とのコミュニケーションに対する回答が多く見られた。「チームのメンバーより〇〇が出来ていない」等の比較や、「取材先の外部の人との関りで苦手意識がある」など、ラジオ制作を通じて、様々な人との関りを意識するようになったことが回答に表れている。

⑩ラジオ制作過程において、自身が伸ばしたい能力は何か？またその理由は？（記述式）

4月期は、「自身の考えを他者に上手く伝えたい」「発想力」「他者の考えを取り入れる力」「問題解決力」「責任感」など様々な意見が出たが、その先の人生や、将来の仕事に役立てたいと考える学生が多かった。

10月になると、⑨の回答と同様に「協調性」や「聞く力」など、チームを意識した回答が目立った。その他、生放送での対応力など、経験でしか得られないものを上げている学生もいたのが特徴である。

⑪ラジオ番組制作を経験する前と後で、自身に変化はありましたか？それはどんな変化ですか？（記述式）

この質問は10月のアンケートのみの質問である。回答を得られた10人全員が「変化があった」と答えている。「話す力」「聞く力」「取材交渉力」「共感力」「チームワーク」「好奇心」「チャレンジ精神」など回答はそれぞれだが、成功や失敗の体験を前向きにとらえて変化を感じていることがわかる。

### 5-5 個別インタビュー

最後の質問に関しては、ゼミで許可をいただき、出席者13名に直接のインタビューを試みた。個人名は

伏せるが、要約を記しておく。

- ・臨機応変に対応した点を、他者から評価されたことが嬉しかった。誰かが聴いてくれているということが重要だと感じる。
- ・モチベーションが高いメンバーと番組を作ることができて楽しい。きっちり準備したことが評価に繋がり達成感があった。
- ・団体行動の経験が少ないため、チームワークの難しさや、自分の役割について考える機会になった。伝える力がアップし、ラジオで自然に話す力がついていた。
- ・気持ちを言語化することが苦手だったが、抵抗がなくなってきた。聴いてくれた人の反応がやりがいにつながった。
- ・自分1人の力では成り立たない。チームワークの大切さを実感した。
- ・大学で学んできた社会課題が具体的になり、このための勉強だったんだという気づきに繋がった。
- ・筋道を立てて話す力がついた。一つのこと皆で作り上げる達成感があった。
- ・皆で協力しなければいけないので、協調性や責任感が養われた。話すのはまだ苦手だが、最初に比べて自然に話せるようになってきた。
- ・人とかかわるのが苦手で、皆とのコミュニケーションが楽しいと思う反面、できていないと感じるところもある。本番で話すのはとても楽しい。
- ・取材先、リスナー、仲間、他のチームなど、周りの人のことを考えるようになり社会性が養われた。
- ・収録番組は経験していたが、生放送とは緊張感違った。プレゼンテーションや就職活動の面接の練習にも繋がり、度胸が養われた。
- ・見えない相手に話す怖さがあるので、リスナーの反応が気になった。意外と話せることが分かり自信に繋がった。取材交渉においては、きちんと目的を伝え、相手の求めていることを汲み取る力が必要だと感じた。
- ・生放送を経験したことで、追い詰められたら話せ

ることが分かり、自分の知らない一面を発見することができた。一方でまだ学生気分の甘えた面があったが、外部との交渉など相応しいふるまいが必要だということを学んだ。

### 5-6 参与観察とアンケートのまとめ

全体を通しての考察はまとめて述べるが、4月期と10月期の放送開始後において、選択式のアンケートで大きな変化が見られたのは、創造性、発想力の質問くらいである。

しかし一方で、記述式の回答やインタビューを通じては、前向きな回答が多く得られた。特徴としては、チームワークや、取材先やリスナーなど外部との関係についての回答が多かったことが印象に残る。核家族化が進み、他者のコミュニケーションが希薄になっている現代では、チームで行動を共にすることや、属性以外の他者との関わりを持つ機会が少なくなっていると考えられる。ラジオは出演者だけに注目が集まりがちだが、多くの人に関わって放送が成りたっている。人間関係形成、社会形成能力に繋がる経験が、ラジオ番組制作で得られたと言える。

### 引用文献

- ・荒木淳子・伊達洋駆・松下慶太, 2015, 『キャリア教育論』慶應義塾大学出版会株式会社, p001, p010
- ・後藤心平・佐藤和紀・齋藤玲・堀田龍也, 2017, 「高校生のラジオ番組制作によるメディア・リテラシ

ー育成プログラムの開発と評価』『教育メディア研究』25 (2) 13-27

- ・一般社団法人NHK放送研修センター・日本語センター, 2016, 『誰からも好かれる NHK の話し方』
- ・日本マンパワー, 2020, 『国家資格キャリアコンサルタント養成講座1』p.26, p.38-39
- ・日本マンパワー, 2020, 『国家資格キャリアコンサルタント養成講座3』p.84-85
- ・大久保幸夫, 2016, 『キャリアデザイン入門』〔I〕基礎力編〈第2版〉p.14
- ・坂田謙司, 2015, 「ラジオ番組制作はメディアリテラシー学習でどのように活かせるか」『立命館産業社会論集』50 (4) 177-188.

### 参考 web サイト

- ・経済産業省, 2006, 『社会人基礎力』<https://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/index.html#:> (最終閲覧日: 2020.7.30)
- ・厚生労働省, 2016, 『大学等におけるキャリア教育実践講習』<https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11800000-Shokugyououryokukai-hatsukyoku/0000148395.pdf> (最終閲覧日 2020.10.30)
- ・「ラジオ再評価、聴取者急増 低刺激で在宅のお供に 休校の中高生も番組参加」『共同通信社』2020年6月13日付 Web 版 <https://www.muromin.jp/news.php?id=5951> (最終閲覧日 2020.6.20)
- ・京都信用金庫『QUESTION』<https://question.kyoto-shinkin.co.jp/>



