

東邦大学学術リポジトリ



OPAC

東邦大学メディアセンター

タイトル	東邦大学習志野メディアセンターにおける情報リテラシー教育：成果と効果をもつめる取り組み
作成者（著者）	赤塚, 勝 / 齊藤, 元彦
公開者	日本薬学図書館協議会
発行日	2015.01
ISSN	03862062
掲載情報	薬学図書館. 60(1). p.35-40.
資料種別	学術雑誌論文
内容記述	解説
著者版フラグ	publisher
メタデータのURL	https://mylibrary.toho-u.ac.jp/webopac/TD06388320

《特集：平成 26 年度日本薬学図書館協議会研究集会》

東邦大学習志野メディアセンターにおける情報リテラシー教育
—成果と効果を高める取り組み—

赤 塚 勝*, 齊 藤 元 彦**

【抄録】 東邦大学習志野メディアセンター（以下、メディアセンター）情報サービス部門（調査研究担当）の情報リテラシー講習会の取り組みを紹介する。講習会はメディアセンター職員が説明を行う講習会と業者が説明を行う講習会に大別できる。メディアセンター職員が説明を行う講習会は3種類あり、学生向けリテラシー講習会、研究室向けオーダーメイド講習会、授業時間を使った講習会とよんでいる。2013年度は毎月欠かさず講習会を開催することを目標に、40回以上の講習会をこなした。多様な内容の講習会を数多く開催し、講習会の企画や受講者への説明、受講者の声を把握する方法など、多くの経験や工夫を重ねたことで、成果を上げることができた。一方で、改善すべき問題点も明らかになった。

【キーワード】 東邦大学、習志野メディアセンター、情報リテラシー、講習会

1. はじめに

みなさんは自分が実施している講習会に手ごたえを感じていますか。そして、満足していますか。講習会終了後にモヤモヤしたものを感じたことはありませんか。私は講習会終了後にモヤモヤしたものを感じることがありました。例えば、あの説明の仕方では理解してくれたかな、講習会に満足してくれたかな、レポートや卒業論文の作成に紹介した電子リソースを使ってくれるかなといった、講習会をやり遂げた達成感よりも不安な気持ちが勝っているモヤモヤ感です。モヤモヤ感をもたらしている原因は何でしょうか。それは受講者の反応がつかめないもどかしさと、教え方の未熟さにあります。私たちは小学校から大学までいろいろなことを学んできました。そして、今も職場で学び続けています。しかしながら、自分が誰かに教えるための方法は不思議と学んできませんで

した。つまり、教え方が身につけていないからなんです。

でも、受講者の気持ちになって講習会を考えると、教え方の未熟さをカバーすることができます。受講者の気持ちになって講習会を考えるメリットは何でしょうか。それは改善のアイデアが生まれてくるということです。手始めに、メディアセンターでは受講者の反応をつかむ方法として、演習問題の回答用紙である課題提出シートに講習会に対する5段階評価と感想の欄を設けることにしました（図1）。受講者の声が把握できるようになったことを契機に、講習会に対する取り組み方が大きく変わりました。というのは、話し手が電子リソースの使い方を詳しく知っているだけでは、効果的に伝えることができていない、ということが明らかになったからです。話し手が電子リソースの使い方を詳しく知ることは必要なことです。ただし、受講者に分かりやすく伝える力が伴ってなければ、せっかくの深みが大した意味を持たなくなります。受講者の視点から講習会を見直すことが大切です。受講者への気遣いができるよになれば、受講者の関心と目的を意識し

* Masaru AKATSUKA and ** Motohiko SAITO
東邦大学習志野メディアセンター
〒274-8510 船橋市三山2-2-1
E-mail : akatsuka@mnc.toho-u.ac.jp

お疲れさまでした。本日の講習会についてご回答ください。

講習会の説明内容について、ひとつ〇をつけてください。

分かりにくい	やや分かりにくい	普通	分かりやすい	とても分かりやすい

講習会の満足度について、ひとつ〇をつけてください。

不満	やや不満	普通	満足	とても満足

講習会の感想や印象に残った点を具体的にお書きください。

.....

.....

図1 課題提出シート，5段階評価と感想の欄

て説明ができるようになります。

2. 準備段階

それでは、講習会の成果と効果を高める取り組みを、時系列に3つの段階でご紹介します。1つ目に講習会の準備段階、2つ目に実施段階、3つ目に終了後です。

準備段階では受講者を分析し、講習会の目的と目標を決めます。ここで大事なことは、教えたいと思っていることと、受講者が知りたい・聞きたいと思っていることにギャップが生じないことです。ギャップがあると受講者は興味の薄い内容を聞かされることから、どんなに丁寧に説明しても徒労に終わります。受講者を分析することで、受講者の課題を明らかにし、課題を解決するための方法を提案します。講習会の内容がいつも同じということはありませんか？ 受講者が違えば、講習会は異なった切り口で説明をしなければなりません。受講者の分析に基づいて、説明する内容を変えていきましょう。

2.1. 受講者を分析する

受講者の属性と講習会を開催する時期に留意します。学部、学科、学年によって、同じ電子リソースを説明するにしても、説明する内容や切り口が変わってきます。受講者の属性によって、興味と関心事が異なるからです。そして、電子リソースについて受講者がどれだけ知っているのか把握するために、シラバスを利用します。情報リテラシーを教えている講座の教育目標と授業計画を確認します。授業の進み具合によって受講者の

状況は変わります。まったく同じ条件による講習会は存在しないのです。思いつきやひらめきで講習会の企画を進めるのではなく、受講者の属性と開催時期による事実情報から目的と目標を決めていきます。

2.2. 目的と目標を設定する

受講者に伝えたいことをより明確にするために目的と目標を設定します。目的とは、“何のために”であり、目標とは、講習会が終わった時点で“何を獲得しているか”です。例えば、薬学部4年生の必修科目である『プレ実務実習Ⅱ』で行う講習会の目的は「学生に医中誌 Web と PubMed の特徴を理解してもらい、病院実務実習・薬局実務実習で活用してもらおう」であり、講習会が終わった時点で、①実習で必要となるスキルを説明できた、②医中誌 Web と PubMed が学生の何に貢献するのか、どんな課題を解決するのか、説明ができた、③課題提出シートに講習会の理解度と満足度の設問をつくり、定量的な情報を入手できた、を獲得していることが目標となります。受講者は講習会で聞く内容が「病院や薬局の実務実習で、どのように役立つのか」、自分たちが得られる利益を知りたがっています。これが受講者の目的です。受講者の課題を見つけ、受講者の利益を話します。目的と目標を踏まえながら講習会のコンテンツと説明用のスライド、そして課題を回答する課題提出シートを作成していきます。

また、研究室向けオーダーマイド講習会と授業時間を使った講習会は教員から依頼される講習会です。この場合、依頼をしてきた教員の目的や要

望を加味する必要があります。打合せから教員の目的や要望を把握し、講習会のコンテンツと演習および課題の問題を提案します。教員から提案の承諾が得られたら、説明用のスライド作成に進みます。さらに、業者が説明を行う講習会は、講習会の目的と目標を業者に説明し、メディアセンターが講習会を開催する意図を伝えます。いずれの講習会も目的と目標を設定することで、受講者に伝えたい内容を明確にすることです。

3. 実施段階

みなさんは講習会を開催する際、目的を「どこ」に設定されましたか。伝える段階、それとも伝わる段階ですか。メディアセンターでは受講者に行動を促し、実際に電子リソースを活用してくれることを目的としています。分かりやすく伝えることを目的とすると、電子リソースを説明し、受講者が説明を理解したところで目的が達成されたこととなります。この段階ではまだ結果が出ていません。説明の本来の目的は、行動を促すことです。受講者が電子リソースを学習や研究に活用したという、結果を出すことが大切です。その結果が期待したとおりの好ましい結果であれば「成果があった」となり、成果に付加価値があれば「効果があった」ということとなります。

3.1. 理解を高める説明

実際に電子リソースを活用するには、受講者が使い方と特徴を十分に理解することが大切です。そのためには分かりやすく伝えることです。はじめに、講習会の道筋と全体像を示します。それがロードマップです。全体像を示さずに詳細を話しはじめると、受講者は講習会を断片的にしか理解しません。全体像を示すことで、これからどんな話しが聞けるのか、心の準備をすることができます。心の準備ができれば、説明をスムーズに受け入れることができます。

そして、電子リソースが受講者の何に貢献するのか、どんな課題を解決することができるのか、受講者の利益を説明します。役に立ちそうな内容だな、自分たちに関係のある内容だなと思えば、受講者は積極的に説明を聞こうとします。その際、商品カタログやマニュアルに記載されている

商品知識を説明するだけでは、受講者は使ってみようという気になりません。商品知識に体験知識を加えて説明します。自分自身で実際に体験した便利な点を紹介するのです。「この機能は○○○のようなときに使用すると便利ですね」と、臨場感を出しながら伝えることで、受講者の納得感が増します。そのためには、日頃から電子リソースを使用することです。使用することで、その商品の良さや課題が見えてきます。

3.2. 専門用語は使わない

受講者にストレスを与えないように、「書誌」「シソーラス」「EJ」などの専門用語を使用する際は、平易な表現を使用します。受講者は用語の意味が分からなかったとしても、「分かるように説明してください」とは発言しません。受講者は分かったふりをします。しかしながら、専門用語の疑問が解消されないことから、説明を聞くことに集中できなくなります。

3.3. 理解を確認する質問をする

どんなに丁寧な説明を心がけたとしても、受講者が本当に理解しているか、腹の中までは読み取れません。ですから、受講者を観察し、理解度を確認します。それは、表情や態度から窺い知ることができます。例えば、頷いていれば納得しています。首を傾けていれば疑問をもっています。腕を組んでいれば考え事をしています。説明が理解されていないと判断すれば、繰り返し説明する、噛み砕いて話すなど、対策を講じなければなりません。

また、受講者が疑問を解消するきっかけをつくることも有効です。「ここまでの説明で不明な点はありませんか」「疑問のある方はどうぞ手を挙げてください」など、受講者に尋ねてみます。能動的に理解しようと思っている受講者はきっかけがあれば「実は…」と、話してくれるかもしれません。そこで、受講者が理解できているかを確認する質問を所々に挟み込みましょう。「手を挙げてください」と尋ねたとき、身振り手振りを交えようと、受講者は手を挙げやすくなります。非言語も活用しましょう。

4. 終了後

講習会が終了し、設定した目標は達成できたでしょうか。目標は達成されなければなりません。曖昧な目標を設定していると、目標が達成されたかどうか、誰も判断することができません。だから、具体的な目標であり、評価できる目標を設定しておくことです。講習会后、電子リソースの活用を促すことができる説明ができたか否か、確認します。それは、第三者からの評価と受講者が記載した課題提出シートから判断することができます。

4.1. 自己評価と第三者評価

講習会の終了後、内容を振り返ります。先に話し手が良かった点と悪かった点の自己評価を行った後で、サポート役の職員である第三者から評価を聞きます。依頼した教員が講習会に参加していれば、教員からの評価も聞きます。必ず、自己評



図2 第三者評価が先のケース



図3 自己評価が先のケース

価を先に行います。なぜなら、先に第三者の評価を聞いてしまっただけでは、話し手は自分で考える必要がありません。また、第三者の評価が話し手の評価になってしまいます(図2)。これでは話し手が成長しません。自己評価と第三者評価とのギャップから話し手の課題が明確になるのです。そして、ギャップが改善を促し、話し手のスキルが上達します(図3)。

4.2. 課題の回答と受講者の評価

課題提出シートに書かれた回答から受講者の理解度を確認します。模範回答を見ながら自分の回答を書き直す受講者がいるので、正解率は参考評価としています。次に講習会に対する5段階評価から説明の分かりやすさと講習会の満足度について、定量的情報を確認します。課題の正解率同様、得られた平均値は参考評価としています。なぜなら、説明が「とても分かりやすい」や講習会に「とても満足」に○をつけたからといって、必ずしも講習会の内容を理解しているとは限らないからです。また、理解度の高い受講者でも「普通」に○をつける場合があることも分かってきました。講習会の内容や進行に物足りなさを感じた

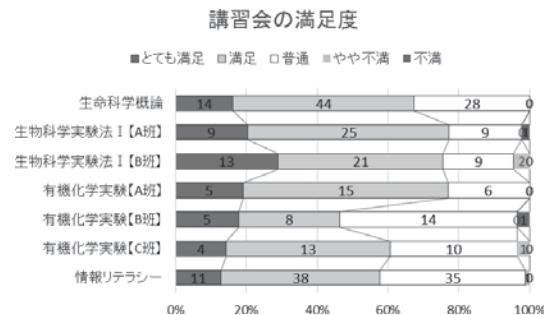
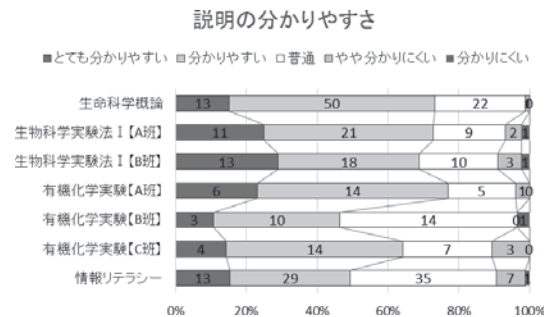


図4 5段階評価, グラフによる回答比率

とき、評価を厳しくつける傾向があるようです。

次に、回答比率を見ます(図4)。回答比率は各選択肢における回答人数を全回答人数で割って求めます。特に5段階評価でトップの2つを合計した回答比率である、2top比率に着目します。説明の分かりやすさと講習会の満足度はそれぞれ最高で77%、最低で46%です(表1)。「普通」まで入れると、それぞれ90%をこえています。概ね、受講者は説明が分かりやすく、講習会に満足しているという結果が得られていると判断できます。対して、説明の分かりやすさが「分かりにくい」と「やや分かりにくい」を足した比率と、講習会の満足度が「不満」と「やや不満」を足した比率を比較すると、説明の分かりやすさのほうが占める割合が高くなっています。つまり、話し手の説明の仕方には改善の余地があり、まだまだ伸びしろがあるということが分かります。

4.3. 受講者の意見と感想

課題提出シートに書かれた意見と感想からは受講者の声が聞けます。講習中に発言しなかった本音が書かれていることがあります。「分かりやすかったです」「ありがとうございました」などの抽象的な意見と感想よりも「スクリーンを指すレーザーポインタの位置が見づらかった」「取り上げなかったMeSHサブヘディングの項目も説明して欲しい」などの具体的な意見と感想に注意を払います。そこには、講習会の質を高めることができる、改善のポイントが記載されています。

4.4. CAPD サイクル

仕事の進め方について、一般的に「PDCA サ

イクル」とよくいわれます。PDCAとは、Plan(計画)/Do(実行)/Check(点検・評価)/Act(改善)のそれぞれの頭文字を並べた言葉です。PDCAのステップを踏みながら仕事を良い方向に循環させていく考え方で、一連のサイクルが終わったら、点検と評価を踏まえて再び計画へのプロセスに戻ります。私は講習会の計画は現状を把握することからはじまると考えています。Checkの点検と評価があるから行動が変えられ、行動のあとにも点検と評価があるから改善が生まれると考えるからです。CからはじまるCAPDサイクルです。講習会後の評価から得られた改善のポイントを次回の講習会にどう生かしていくか、具体的な策に落とし込んでいきましょう。机上論で終わらせないことが大事です。

5. 成果と効果

課題提出シートから、伝える段階を評価することができました。前述のように、メディアセンターでは受講者に行動を促し、実際に電子リソースを活用してくれることを目的とします。行動を促し、結果が出る段階です。なので、5段階評価の平均値と2top比率が良かったとしても注意が必要です。なぜなら、受講者の満足度をはかるタイミングは2つあるからです。1つ目は、電子リソースが理解できたという、講習会での満足度です。2つ目は、学習や研究で文献が必要となり、実際に電子リソースを利用したときの満足度です。残念ながら、実際に利用しているときに満足度を尋ねることはできません。

表1 平均値と2top比率

講座名	学部/学年	受講者数	説明会の分かりやすさ		講習会の満足度	
			平均値	2top 比率	平均値	2top 比率
生命科学概論	理/1年	86人	3.9	73%	3.8	67%
生物科学実験法 I 【A班】	理/1年	44人	3.9	73%	3.9	77%
生物科学実験法 I 【B班】	理/1年	45人	3.9	69%	4.0	76%
有機化学実験 【A班】	理/3年	26人	4.0	77%	4.0	77%
有機化学実験 【B班】	理/3年	28人	3.5	46%	3.6	46%
有機化学実験 【C班】	理/3年	28人	3.7	64%	3.7	61%
情報リテラシー	理/1年	85人	3.5	49%	3.7	58%

表2 成果の付加価値とその効果

成 果	付加価値	効 果
	利用者に周知された	普及効果
電子リソースの 使い方と特徴が 利用者に伝わった	利用者の利便性が向上した	CS 効果 (Customer Satisfaction)
	アクセスログ数が増えた	CP 効果 (Cost Performance)

電子リソースのアクセスログ数の推移（前月比と前年同月比）が一つの指標となります。アクセスログ数が増加していれば、電子リソースの使い方と特徴が利用者に伝わったこととなります。そして、利用者に周知されたという付加価値があれば、普及効果があったことになり、利用者の利便性が向上したという付加価値があれば、CS（顧客満足）効果があったことになり、アクセスログ数が増加すれば、CP（費用対）効果があったこととなります（表2）。逆に、アクセスログ数が増加しなければ、成果はあったけれども、効果はなかったこととなります。

6. お わ り に

情報リテラシー講習会の取り組みを通し、成果と効果を高めるための方法を、3つの段階で紹介しました。1つ目に準備段階、2つ目に実施段階、3つ目に終了後です。準備段階では受講者の属性から目的と目標を設定しました。実施段階では受講者の何に貢献するのか、どんな課題を解決することができるのか、受講者の利益を説明しました。理解を高めるために、専門用語は平易な言葉に置き換え、理解を確認する質問をしました。終了後は、当初に設定した目標を達成することができたか、自己評価と第三者評価とを確認しました。また、課題提出シートの5段階評価から、説明の分かりやすさと講習会の満足度を数値化し、平均値と回答比率に着目しました。さらに、記載された意見・感想から、改善すべきポイントを確

認しました。

今回の取り組みは、決して完成型ではありません。これからも、受講者の視点から講習会を見直すことでアイデアが生まれ、点検と評価から改善のポイントが見えてきます。情報リテラシー講習会は、受講者がまだ知らない、あるいは気がついていない、電子リソースの価値を気づかせる機会となります。だからこそ、電子リソースにどのような価値があり、どんな課題を解決することができるのか、説明できるようにするのです。

講習会の担当者になって以来、「説明」¹⁾「接客サービス」²⁾「マネジメント」³⁾に関する本を何冊か読みました。「接客サービス」と「マネジメント」のキーワードは、講習会の取り組みに直接関係がないと思われるかもしれませんが。図書館はサービス業です。接客サービスは、商品を説明する技術が参考になり、マネジメントは、成果と効果の考え方が参考になりました。図書館に関する専門書以外からも、色々なアイデアが生まれてきます。

参 考 文 献

- 1) 鶴野充茂. 頭のいい説明「すぐできる」コツ—今日結果が出る! 東京, 三笠書房, 2008, 202 p. (知的生き方文庫). (ISBN 9784837977513)
- 2) 成田直人. 声をかけなくても! 売ってしまうトップ販売員の習慣, お客様がついつい買ってしまう接客術. 東京, 明日香出版社, 2012, 206 p. (ISBN 9784756915252)
- 3) 大内一敏. カーディーラーの店長に読んでもらいたいドラッカー. 東京, 日刊自動車新聞社, 2012, 158 p. (ISBN 9784863161504)

(原稿受付: 2014.11.4)