

学会におけるアウトリーチ活動

東京大学大学院農学生命科学研究科教授
溝口勝

私が「アウトリーチ」という言葉を聞いたのは、2004年頃に内閣府総合科学会議事務局で第3期科学技術基本計画の策定を開始した頃だった。しかし、この言葉を知る以前に長女が通っていた小学校の校長先生に依頼されて「総合的な学習の時間」に「土の講義」をしたことがあった。専門的な用語を使わずにいかにして土の不思議、面白さ、そしてその大切さを伝えるか。目の前で簡単な実験をやって見せる、土に触らせるなど、小学生を惹きつけつつ、考えさせ、科学することを学ばせる工夫を凝らした。正直、大学の講義を準備する以上に大変だった。しかしこの経験を活かして、私はいまでも「Dr. ドロえもんプロジェクト¹⁾」という小学生相手の出前授業を続けている。

アウトリーチ(outreach)とは、知らない人に手を差し伸べて(reach out)、必要な情報を伝えることをいう²⁾。啓発活動・教育の意味も含まれ、最近では全ての学問分野で行われつつある。とりわけ、芸術文化の分野では2000年頃から芸術文化の社会的役割について議論を始めていた³⁾。こうした流れの中で、文化庁を擁する文部科学省が「国民の研究活動・科学技術への興味や関心を高め、かつ国民との双方向的な対話を通じて国民のニーズを研究者が共有するため、研究者自身が国民一般に対して行う双方向的なコミュニケーション活動⁴⁾」を科学者の「アウトリーチ活動」と定義している。

ところで、いまなぜアウトリーチなのだろうか。それはここ数十年の社会変化によるところが大きい。公共事業にしる、大学・国の研究機関にしる、独立法人と名のつく組織の活動資金は主として税金である。日本経済が右肩上がりの頃には、公共のためとか基礎研究のためといえはあまり問題視されなかったことが、経済が停滞気味になってきた昨今では、税金の使途が細かくチェックされ説明が求められようになった。納税者がそれに見合った成果を求めることは当然の権利なのだが、基礎研究と言いながら比較的自由に研究してきた私には国立大学の法人化後のいまの状況はとても窮屈に感じる。

アウトリーチで大切なのは「双方向コミュニケーション」である。伝える側が一方向的に教えてやるのではなく、相手に理解してイタダクことが大切である。これは売り手と買い手の関係に似ている。売り手はサービスを向上させることによって顧客を獲得することができる。つまり、研究者は研究内容をわかりやすく伝えることによってその分野の研究支持者(ファン)を増やし、事業実施者は事業内容をわかりやすく伝えることによって住民の理解を得なければならない。その対価が税金なのである。大学教育の現場でもいまや教授と学生の関係が変わり、教授の講義が学生に対するサービスの良し悪しで評価されるようになってきた。(教授の話が理解できないのは自分の勉強不足によると錯覚して勉強した時代が懐かしい)

最近ではこうした双方向コミュニケーションを旧来の学問分野に組み込むことを目指した「サービス科学⁵⁾」という新しい分野も台頭しつつある。アウトリーチ活動はこのサービスという概念で言えば営業活動といえよう。

内容 (コンテンツ) を効果的に伝えるためにはどうしたらよいか。まずは相手を特定することが大切である。相手は小中学生か高校生か大学生か、彼ら在必携のコミュニケーションツールは何か。学生が相手ならいまやインターネットは常識である。いきなり分厚い資料を渡すのではなく、スマートフォンで利用できる Twitter や Facebook を使って面白いと思わせるコンテンツをちょっとだけ伝えるのが効果的であろう。小中学生であればマンガやゲームから導入するのも良いかも知れない。いずれにせよ、はじめの一步を一緒に踏み出し、その先にワクワクする世界が存在することを示すことが大切である。

農業農村工学分野には、実際に現場に行ってみないと実感できない公共施設や公共事業がたくさんある。しかしながら、それらの施設や事業の設計・施工・管理に数々の自然科学や社会科学や工学の知識が使われていることは農業農村工学関係者にしか理解されていない。昔の農業農村工学技術者であれば、縁の下の力持ちを自称し、一般市民には説明しなくても黙って公共インフラを世の中に出現させることにロマンを感じていたかも知れない。しかし、いまや時代は変わってしまった。アウトリーチという名で農業農村工学分野を戦略的に営業することが求められている。

最近では、「アウトリーチ活動を研究者・研究機関評価の対象に加えるべき」という議論もある⁶⁾。しかしアウトリーチなど考えたことがなかった研究者が評価の対象になるからといって俄にアウトリーチ活動をはじめたところで、「士族の商法」になってしまうことが危惧される。発想の転換が必要である。アウトリーチが求められる一方で、大学で博士号を取得した者すべてに研究者の道が用意されているわけではないという現実もある。コミュニケーション能力と研究能力は相容れない場合もある。そこで、博士号取得者の性格に合わせてサイエンスコミュニケータとして活躍できる道を用意し、学会がそのコミュニケータをリスペクトする雰囲気を作るべきである。大学における人材育成をこうした視点で戦略的に進め、農業農村工学分野のアウトリーチ活動を進めていくのがよいであろう。

2011年3月11日の東日本震災により起こった福島原発事故。そのデータの公表やマスコミ報道をめぐって、いまほど科学者の言動が注目されている時はない。いったい研究者は何をやっていたのか。震災復興のために農業農村工学は何ができるのか。国民は本気で専門家によるアウトリーチを求めている。

参考文献 (これらの参考文献は全てインターネットで検索可能)

- 1) 溝口 勝:学会とアウトリーチ活動—『Dr.ドロえもんプロジェクト』を事例として—, 第49回農業農村工学会土壌物理研究部会研究集会, pp.1-8(2010)
- 2) 鎌田浩毅:基礎科学のフロンティアとしてのアウトリーチ, 東京大学出版会『UP』2004年12月号, No.386, p. 22-28(2004)

- 3) 的場康子：アウトリーチ活動の意義・課題についての一考察--現代における芸術文化の社会的役割, ライフデザインレポート (147), 26-35 (2003)
- 4) 文部科学省：アウトリーチの活動の推進について, 学術分科会 学術研究推進部会 (第 10 回) 資料 3-5 (平成 17 年 6 月 7 日)
- 5) 科学技術振興機構：問題解決型サービス科学研究開発プログラム, <http://www.ristex.jp/servicescience/> (2011)
- 6) 小林俊哉：アウトリーチ活動を研究者・研究機関評価の対象に加えるべき, 科学 [ウェブ広場], http://www.iwanami.co.jp/kagaku/hiroba_1.html (2010)