

発表者：富山 邦夫
(芸術教育専攻美術分野)

I. プロローグ ― 一般市民から見た教育大学・大学院教育

私が産業界から大学に着任して、6年が経とうとしています。それまでの20年間は、広告会社でマーケティングに携わっていました。クライアント企業に対し、生活者の視点で都市計画や流通の販売促進計画等のコンサルティングを企画する仕事です。

それまで教育界に縁の無かった私は、小中学校の「先生」には畏敬の念を持っていました。その私が、先生を養成する教育大学に来たものですから、それはそれは当初、学生が輝いて見えたものです。教育学部の上にある大学院の学生ともなると、近寄りがたい感じでした（いや、ホントに）。

一般市民の眼から見ると、教育大学って、そんな印象だと思うのです。その核となっているのは「教育を学びにきている」志向性の高い人が集まっている超アカデミックなイメージです。

II. 教育を学ぶんじゃないの？

多くの先生方からは不勉強と叱られるかもしれませんが、教育大学には教員免許の取得を課さない学芸課程が内在するの私は余り知りませんでした（正直な市民感覚）。

また、本学のはあい初等教育教員養成課程でも「教科専攻」を設けているのが新鮮でした。これは得意分野を持つ小学校教員の養成としてユニークな制度（他大学は緩やかな教科制度、もしくは初等課程に専攻を設けない）だと思います。しかし、当の学生にとっては「教育」を学ぶ観点（高校生から大学生になる時点で、そんな学生は希薄でしょう）より、専門の「教科」を学ぶという壁意識が作用するのではないかと、という危惧も私は持っています。これは大学院教育に繋がる「内容学領域」傾注にも繋がっているのではないのでしょうか。

III. 教育大学の大学院で「内容学領域」？

本学に来て、大学院教育で戸惑いがあったのが「内容学領域」と「教育学領域」です。これは教員養成系大学の大学院がどこも抱えている課題かもしれませんが、専門家養成なのか教員養成なのかというジレンマです。

さらに本学大学院の支柱である学部教育には、教員養成（初等課程から専攻制）と学芸課程が在ります。つまり本学には①教科教育を学びたい学生（主に教員養成課程出身）、②教育ではなく専門を学びたい教員養成課程出身、③専門を学びたい学芸課程出身、が混在します。

ここで私が所属する美術分野（正確には芸術教育専攻美術分野）について紹介します。母体的な学部の教育組織は初等・中等教育教員養成課程（図工・美術専攻）と、学芸課程の造形文化コースです。学部の段階からカリキュラムと教員スタッフが独自路線のため、大学院に進学しても融和性が少ないのが課題でした。教員養成系の教員は教育志向が割と強いため、美術科内容学と美術科教育学の乖離は少ないと思われます。むしろ教員養成出身か、学芸出身かで、学生は上記①と③で区分される傾向があります。よって、新設された専攻内共通科目である「美術科教材研究特論」は、新しく着任された竹井先生のフレッシュ感もあり、むしろ①と③の潤滑役になっているように感じられます。教材開発を柱としつつも、美術表現の意欲も駆り立てられる内容と評判です。

IV. 専門性を追究する前に、身につけさせたいこと

大学院の専攻が何であっても、究極的には「自ら課題を見付け、自ら学び考え、問題を解決する力を育てること、また、情報の集め方、調べ方、まとめ方、報告や発表・討議の仕方などの学び方やものの考え方を身に付け、問題解決へ向けての主体的・創造的な態度を育成」に在ると、私は考えます。

この理念を、大学院教育に置きますと「大学院教育をバカにするな！」とお叱りを受けるかもしれませんが。だって、これは実は『小学校学習指導要領「総合的な学習の時間」』のめあてに明記の文章です。大学院教育を、もっと上位概念で捉えるなら、上文の最後に「～する教育能力を有する教員の育成」とすれば良いでしょう。または教員志望の無い大学院学生（前頁②③）に向けても社会人として必須のスキルだと考えます。

V. 私の大学院教育理念 —— 「デザイン教育」

私はデザインを専門とすることから美術分野の中では「内容学領域」に分類されます。元来、デザインとは「社会生活それぞれの場面での潜在的な問題を掴み（課題の発見）、筋道を立てて課題を解決していく取組み、さらには、解決策をいかに社会に還元するか、までを見通した一連のマネジメント能力」を指します。しかし、学校現場ではデザインとは「装飾や構成」として教えられています（本日も、そのように思っている方は多いんじゃないでしょうか）。

大学院教育では、この「問題解決マネジメント」としてのデザインの事例研究や先進的なデザイン教育事例を扱っています（受講生はとても少ないのですが）。現在、私自身の研究対象も「デザイン教育の在り方」に注がれています。その意味でも私としては、大学院に現職の美術教員が入ってくれることを期待しています（一昨年は、美術科教育学の学生でしたが、その機会に恵まれました）。私の中では「美術科内容学領域」対「美術科教育学」の壁は存在していません。

VI. エピローグ —— 大学院「個人商店力」の魅力

ここまで述べてきたことは、私的な見解です。ここで会社組織と教育組織を同列で語ることは不謹慎（教育は崇高なもの、ビジネスは下劣なもの）かもしれませんが、会社組織にしても「組織のノウハウ」は理想であって、基本は「個」の「結集力」がビジネスパワーを産んでいます（と、私は思ってきました）。

専攻内共通科目の創設といった制度の整備も大切でしょうが、それが成果を発揮するには、大学教員「個人商店」力が肝要だと考えています。シャッター商店街の中に繁昌する店が点在では、全体として魅力的ではありません。マニュアルに則った大型流通業（これまでは、この方向で繁栄してきた日本ですが）より、パワーのある商店街の方が活力を感じませんか。

アカデミックのようで泥臭く、愛知教育大学（大学院）という商店街に、いろんな魅力的な個人商店が軒を並べている。まとまりは無いようで、実はまとまっている……。そんな教育大学院に。
(なんだか、まとまりのないエッセイと化してしまいました) 終わり