

## 大阪大学CSCDの設立と大学教育の課題

小林 傳 司

### 一 コミュニケーションデザイン・センター (CSCD) とは

#### 1-1 設立の経緯

二〇〇五年に大阪大学にコミュニケーションデザイン・センターが設立された。英語名称はCenter for the Study of Communication Design (略称はCSCD)である。このセンターの設置は、国立大学において、各大学の中期目標・中期計画に則った大学教育の改革、プロジェクト的な学術研究に使うことを想定し、各大学が概算要求において申請する「特別教育研究経費」によって認められたものである。公式には、センターには「臨床&フィールド・コミュニケーションデザイン部門」、「安全コミュニケーションデザイン部門」、「アート&テクノロジー・コミュニケーションデザイン部門」の四つの部門が設置されており、専任・兼任等あわせて二四人の教員が所属している。

センターは既存の特定の研究科の傘下に設けられた組織ではな

く、それ自体が独立した全学的な組織であり、学生は所属していない。しかし、純然たる研究機関ではなく、以下に述べるように、大阪大学の全体構想にもとづき、教育機能も備えたユニークな組織なのである。

#### 1-2 設立の趣旨

設立の狙いは、大きく分けて三点である。第一に、コミュニケーションデザインの研究である。現代社会は、二〇世紀以来、大量の知識生産を行い、それを社会的活動に利用してきた。このことは当然、社会活動の様態の変化をもたらさざるを得なかった。知識生産とその習得のために教育期間の延長が必要となり、高等教育への進学者は増加した。また、大量の知識生産により、個々人の習得できる知識量を上回る知識が社会に流通することにより、比較的狭い領域の知識に通じた「専門家」が多数出現し、こういった人々の専門的知識に社会運営は依存することになっていった。当初、このような事態は、急増する知識については教育を通じての普及啓蒙と専門

家による知的分業によって対応可能と考えられていた。

しかし、先進国を中心として、二〇世紀末に生じたのは、専門家の知識と専門家ならざる人々の知識との「非対称性」の劇的昂進、大量の専門知に依存した社会運営から生じる思わぬ事態や事故の出現に伴う、専門家不信や社会的紛争であった。ここで問題になっているのは、知識の生産ではなく、知識の流通と消費の場面に生じているトラブルである。これを「コミュニケーション」という視点から考察し、知識の流通と消費をよりよい形態へと「デザイン」することを目指すというのが、センター設立の趣旨の一つなのである。従来、大学は知識の生産の場面に力点を置く組織であったが、コミュニケーションデザイン・センターは知識の流通と消費の場面に焦点を絞ることを目指す点において、大学の社会的機能に、新たな一ページを付け加えるものなのである。

さらに付け加えれば、知識をめぐる哲学的考察にある新しい視点をもたらす可能性を秘めているのが、「コミュニケーション」という観点である。知識を扱う学問としての哲学的認識論は、知識の流通過程にある意味で「透明」な過程とみなしている。すなわち、知識の生産過程における証拠や理論の役割、正当化の形態に議論の焦点が置かれやすく、社会の中で知識が流通し利用される場面においても、生産された知識はそのまま保存されていると暗黙のうちに仮定されていた。したがって、流通の過程における知識の「変容」は「逸脱」や「誤解」という形で処理され、本来の知識の「本質」は生産過程に着目することによって明らかにできると考えられていたので

ある。しかし、現実には知識は大量に生産されるのみならず、多様な専門家や一般人のあいだを教育や製品を通じて流通し利用されている。この流通・利用過程において、知識という存在がどのような役割を果たし、どのように変容するかについてはあまり検討されてこなかったといえる。

知識の流通に関係する数少ない哲学的議論はポラニーの「暗黙知」の議論である<sup>①</sup>。ここでは、ある種の知識は言語化された形で表現できず、実践や徒弟修業のような行為を通じて習得されることが指摘されている。ポラニーの議論の眼目は、自転車に乗るといった技術知（技能知）だけではなく、科学研究においても「暗黙知」が存在しているということであった。したがって、知識の流通という観点から見た場合、「暗黙知」の存在は、文字情報や言語化された媒体以外の知識の流通経路がありうることの指摘と考えることもできる。科学社会学の研究も指摘しているように、実験を伴う知識生産の手法は論文といった文字ベースの情報では伝達が困難であり、実際に科学者は研究室を訪問し、滞在することを通じて実験手法を学び知識の移転を行っているのである。

近年では、イノベーション論の分野において、ユーザーの知識とメーカーの知識の非対称性が指摘され、「粘着性の高い」知識の存在が指摘されている<sup>②</sup>。粘着性の高い知識（情報）とは、受け手に利用可能な形で移転するために必要なコストの高い知識（情報）という意味であり、製品開発において開発者が必要とするはずのユーザーのニーズや知識がその例とされる。その結果、開発された製品

がユーザーのレベルでミスマッチを起こすのである。粘着性の高い知識の中には暗黙知も含まれると考えてよい。ここにも、知識の流通過程への関心が生まれている。こうつた問題群の検討も「コミュニケーション」という観点からは可能になるのである。

第二に、大学院の共通教育の開発と実施があげられる。上述の「専門家」と「専門家ならざる人々」の間の知識の「非対称性」は、両者の知識量の差を充填することによって解消できないことが知られている。もちろん、一定の教育によつてその差を少なくすることは可能であり、望ましい努力でもあるが、進行しつつある知識の爆発的増大を前にしたとき、このような試みには限界があることも明らかである。

今後とも続く知識の大量生産と利用を考えた場合、特定の領域に通じた専門家の存在およびこういった専門家のネットワークの円滑な作動は不可欠である。そこで重要となるのが、知的分業を支える専門家の信頼性である。個々人の専門領域が狭くなればなるほど、異なる専門分野の知の状況を自ら精査することは困難になり、他の専門家に依存する度合いは高まる。

先に、「専門家」と「専門家ならざる人々」と表現し、「専門家」と「素人」と表現しなかつたことには理由がある。現代の社会は「専門家」と「素人」という二種類の人間から構成されているのではない。そうではなく、特定の領域に通じた「部分的」専門家が大量に存在しているという状況なのである。原子力問題に関する少数の「専門家」と大量の「それ以外の人々」、遺伝子組み換え技術に

関する少数の「専門家」と大量の「それ以外の人々」といった具合である。

大阪大学は大学院重点化大学のひとつであり、大量の大学院修了者を生産している。彼ら彼女らは、将来、社会の中でこのような意味での「専門家」として働く可能性が高い。したがって、大学院重点化した大学は知的分業において「信頼される」専門家、特に社会から「信頼される」専門家を養成することが、いよいよ重要な使命となりつつある。コミュニケーションデザイン・センターはこの使命を実現するために、「大学院の共通教育」として「コミュニケーションデザイン科目」を開発し、全研究科の大学院生に提供することを目指している。

第三に、社会学連携である。近年、大学の知を社会に還元することの重要性が指摘され、「社会学連携」が盛んである。確かに、大学における研究は、ともすれば「研究のための研究」になりがちであり、研究資金や人材が最終的には社会から投入されており、この社会からの負託にこたえる義務があるという意識は必ずしも強くなかつたことは認められてもよいであろう。その意味で、「社会学連携」は大学の社会的機能の一つの実現形態ではある。しかし、大学の知は産業界に還元すれば事足りるのであるうか。

大学は、究極的には、「社会のシンクタンク」という機能を果たすべきなのである。大学の知の社会貢献は、産業界に限られるわけではない。

従来、法学部では「法律相談」という形で、法学の専門知識を一

般市民に還元する試みはなされてきた。同様のことが他の分野でも考えられるはずである。欧米では、「サイエンス・シヨップ」あるいは「コミュニケーション・ベースド・リサーチ(CBR)」という活動がかなり広まっている<sup>③</sup>。これは、市民から提起される公共的な社会的問題(科学的・技術的検討が必要とされるものを中心)を、大学が無償で、大学院生を中心とした研究グループによって調査研究し回答するという仕組みである。欧米では、大学院の教育プログラムにこれを正式に組み込んでいる事例も多い。日本では、熊本大学政策創造研究センターが「市民参加によるサイエンスシヨップ型研究」に二〇〇五年から取り組んでいる。コミュニケーションデザイン・センターでも、将来、このような取り組みをしていきたいと考えている。

それ以外にも、さまざまな分野で各種NPO、NGOとの共同研究や活動が考えられ、今後の大学の重要な社会的貢献活動になると思われる。

## 二 二年目の現状

### 2-1 「コミュニケーションデザイン科目」

センターはまだ発足して二年目であり、上述の三つの使命について十分に報告することはできない。本節では、第二の使命である「大学院共通教育」の現状について述べる。

設立一年目の二〇〇五年度に、全研究科を対象とした大学院共通

教育のための「コミュニケーションデザイン科目」開講の準備に入った。当初から予想されたことではあったが、大阪大学には一五の研究科があり、それぞれが独自のカリキュラムで教育を行っているため、「大学院共通教育」というコンセプトに関する研究科の合意を取り付けることに難航した。教育担当副学長の主導の下、ワーキンググループが設置され、「コミュニケーションデザイン科目」を各研究科が単位認定すること、履修可能な時間帯を確保することについて協議が繰り返された。

その結果、ほぼすべての研究科が「コミュニケーションデザイン科目」の開講と単位認定に同意した。また、時間割の調整に関しても、二つのキャンパス(吹田キャンパスと豊中キャンパス)において、各研究科の必修科目を配置しない時間帯をそれぞれのキャンパスで二コマ分提供することになった。

これをうけて、二〇〇六年度から大学院共通教育としての全研究科対象「コミュニケーションデザイン科目」が開講されることになった。従来、学部教育においては、大学設置基準の大綱化以来、教養部が解体され、「学部共通教育」という科目群は設置されてきたが、大学院レベルでの「全学共通教育」は日本の大学において最初の試みとなった。初年度の受講学生数は、二五〇名ほどである。

表1に、二〇〇六年度の「コミュニケーションデザイン科目」のリストを示す。

センターの開講科目すべてについて記述することはできないが、大学院共通教育としての「コミュニケーションデザイン科目」の狙

表1 2006年度「コミュニケーションデザイン科目」

1 学期		
科目名	担当者名	単位数
臨床コミュニケーション入門	池田光穂他	2
減災コミュニケーション入門 I	渥美公秀他	2
パフォーミングアーツの世界	平田オリザ他	2
科学技術コミュニケーション入門	小林傳司他	2
2 学期		
科学技術コミュニケーション入門	小林傳司他	2
現場力とコミュニケーション	西村ユミ他	2
減災コミュニケーション入門 II	渥美公秀他	2
パフォーミングアーツの世界	平田オリザ他	2
臨床コミュニケーション入門	池田光穂他	2
通年		
アート・プロジェクト入門	藤田治彦他	4
文理融合創造ゼミナール	平田オリザ他	4
集中講義		
科学技術コミュニケーションの理論と実践	小林傳司他	2
ディスコミュニケーションの理論と実践	西川勝他	2

いを説明するために、「科学技術コミュニケーションの理論と実践」科目を例にとろう。

## 2-2 「科学技術コミュニケーションの理論と実践」の例

この科目は集中形式で五日間にわたって行われる。大学院生に対しては、概ね、次のような内容をシラバスに記載して、履修を呼びかけた。

「われわれは科学技術と共に生きることを選択した社会に暮らしている。現代生活において科学技術が果たす役割は大きいし、今後ともこのことは変わらないであろう。大学院に学ぶ学生はこのような科学技術に大きく依存した社会において、知的な専門性を持った人間として生きることになるはずである。このような人々が社会から信頼され、尊敬されるようになるには何が必要だろうか。」  
このような問いかけを行い、次の四点を考えるきっかけとなることを目指した。

- 異なる専門分野が、自らが専門としている対象に関して異なる視点、発想、方法でアプローチしていること（理解（視点の多様性の理解））
- 自らの専門性が備えている視点、発想、方法も、他分野のそれと同様に、多数ある「視点、発想、方法」の一つであること（理解（異なる分野に対する謙虚さ））
- 素人とされている人々も、この複雑な産業社会に生きており、その生活や経験を通じた「視点、発想、方法」を持っていること（理解（これらは常に訂正され、教育されるべきものとは限らないこと（理解）））
- 「社会の中の科学技術」という視点の理解（科学技術の社会的責任）

このような目的のために、理工系と人文社会系の大学院生を混ぜさせ二〇名程度で座学と活動を組み合わせた講義を実施する。二〇〇六年度は九月実施予定であり、以下の記述は二〇〇五年度に

試行的に実施した事例に基づいている<sup>(4)</sup>。試行における参加者の所属研究科は以下のとおりであった。

文学研究科 博士課程学生三名  
 人間科学研究科 博士課程学生三名  
 法学研究科 博士課程学生一名、修士課程学生一名  
 理学研究科 博士課程学生三名  
 工学研究科 修士課程学生三名  
 基礎工学研究科 博士課程学生二名、修士課程学生一名  
 男女比は男性一二名、女性七名であった。

テーマとしては、「アメリカ産牛肉の輸入再開条件は何か」とした。テーマの選定理由は、①科学技術に関係したものであり、②社会的に注目されていること、③特定の研究分野が専門知を持って議論を支配できないような多様性を持っていること、の三点である。このようなテーマ設定を行うことによつて、科学技術をテーマとしつつも、理工系の大学院生だけではなく、人文社会系の大学院生の参加が有意義であり、両者が協働で議論をすることを通じて、上述の四点を考えるきっかけとなると考えられるからである。

講義の流れは以下のとおりである。

【1】 「異分野間交流」の体験  
 ガイダンス

自己紹介プレゼンテーション（研究科混成グループ）  
 【2】 「非専門家」としての体験

市民の立場からの key-questions 作成

（研究科混成グループ）

【3】 「専門家」としての体験

与えられた key-questions に対して専門家として回答を作成・説明のロールプレイング（研究科別グループ）

【4】 「異分野間交流」の体験・再び

終了の時点では、この講義参加者の満足度は高く、当初の意図はある程度実現されていると考える。例えば、受講生は次のような感想を述べている。

- ・ 専門による「用語使い」「考え方のフレーム」「プレゼン手法」の差異が認識できた。
- ・ 自らの考えのバイアスに気づいた。
- ・ 研究の多様性に気づき、自らの研究意義を再発見できた。
- ・ 科学技術が関与する政策決定の難しさがわかった。
- ・ 多様な研究科との交流により、複数の専門をもつ大学院生が共同作業をする楽しさを体験できた。

とりわけ、この講義の冒頭に行われる「異分野間交流」は興味深いものであった。ここでは、参加者は自らの研究を互いに紹介するという課題を与えられている。パワーポイントを使用することが当然と考えている研究科の大学院生から、「使ったことがない」、紙ベースのレジュメしか使ったことがないという研究科の大学院生までいる。さらに、「データがないのに論文がかけるとは」と問いかけてられて絶句する哲学系の大学院生。毎日研究室に朝から通う生活と基本的に自宅もしくは図書館で研究する生活の対照。文系、理

工系の研究スタイルの差異が具体的にあらわになり、相互に驚くといった場面が繰り広げられたのである。それぞれの大学院生が自らの所属する分野のお作法を身に付けていく過程で、それを当然のものと思うと同時に、他の分野のお作法に関しては無知なままというのが現状である。文理融合型の学部や学科で教員の業績評価に際して、「査読付き論文」の位置づけをめぐるトラブルをよく聞かすが、大学院生時代からこのように相互に無知になってしまえば、不思議でもなんでもないのであろう。

したがって、「アメリカ産牛肉の輸入再開条件」をめぐる議論でも、極めて多様な切り口が提示され、参加者には新鮮であったようである。法学系の大学院生は日米関係や外交の視点を提示し、理学系の大学院生はBSE検査手法の科学的妥当性の議論を展開し、哲学系の大学院生は「責任」とはどういう意味かにこだわり、工学系の大学院生は「言葉」にこだわるよりも実効的なシステム作りを言い出す。それぞれの大学院生が、見事に、自らの専門分野の「癖」（あるいはバイアス）を示すのであった。専門分化が進み、専門家依存社会となっている現代社会において、専門家同士のコミュニケーションが困難になっている。この講義では、自らの専門性がある思考の偏りを生み出していることを自覚させることを大きな狙いとしていた。その意味で、この狙いはほぼ達成されたと思われる。

しかし、このような科目の教育効果については、より長期にわたつての実施結果を踏まえて検討すべきであり、短期的に評価すべきではないであろう。また、それに基づいた修正も継続的に行っていく

ことが重要であろう。

### 三 今後の課題

大阪大学のコミュニケーションデザイン・センターは、日本の大学として初の、大学院共通教育というコンセプトに挑戦した組織である。大阪大学のように一五ものさまざまな研究科を擁する「総合」大学の場合、個々の研究科は相当に独立性が強く、大学全体の理念の策定や統一的な意思決定は困難を伴う。所属する学生も、個々の研究科に入学すると、ほとんど他の研究科の学生との交流も無く、日々同じ研究科の（場合によっては同じ研究室の）学生だけと付き合っている状況である。同質の背景と思考パターンを持った人間同士のコミュニケーションに閉じている、といっても過言ではない。そして、これは大阪大学に限らず、全国の総合大学に共通して見られる現象であろう。この事例を講演会などで紹介すると、企業関係者や行政関係者からも同じ現象があり困っているという声を聞くことが多いのである。全学共通教育を、大学院学生を対象として行うという「冒険」は、これに風穴を開けることを狙ったものである。

しかし、センターが提供を開始したコミュニケーションデザイン科目においても、科目名称に依拠して理工系学生と人文社会科学系学生の履修比率がかなり異なる。コミュニケーションデザインというコンセプト自体は、理工系と人文社会科学という区別を横断するものとし

て立てられたものであるが、現状では、従来の理系／文系の区別に大学院生も拘束されている可能性が高い。科学技術に限っても、現代社会における科学技術の役割は大変大きく、社会の中の科学技術のあり方を考える上で、科学技術はもはや理工系の専門家だけに任せることはできない存在になっているはずである。しかし、人文社会系の学生の、科学技術への関心は、依然として低いといわざるを得ない。

さらに、本稿では十分述べてはいないが、「コミュニケーションデザイン」というコンセプト自体のとらえどころの無さが、課題として残っている。日本では、「デザイン」という言葉は、視覚的な形状の装飾性に関わる概念というイメージが強い。しかし、コミュニケーションデザイン・センターが考える「デザイン」とは、多様なコミュニケーションのあり方の「設計」という意味なのである。

とは言え、対象とするコミュニケーション自体が極めて多様なため、その「設計」も多様にならざるを得ない。ミクロにみれば、あるコミュニケーションの場合、例えば会議やワークショップにおける、プレゼンテーションやアイスブレーキングの「手法」も設計の対象となる。机の形状、配置、議論の段取り、使用するツール、ファシリテーターの技などもそうである。

メゾのレベルでは、多様なワークショップ手法の開発や、電子会議室などの設計など、目的にふさわしいコミュニケーションの場の創出もコミュニケーションデザインに含まれよう。

さらにマクロに見れば、社会的に紛争が生じるような場面、例えば

ば原子力問題や医療問題などにおいて、紛争解決のため、あるいは紛争未然防止のために、どのようなコミュニケーション構造が社会の中に準備されるべきか、といった問いもコミュニケーションデザインの研究対象である。民主主義という政治体制自体が、ある意味で、社会のコミュニケーションデザインの一つなのである。

こういった多層的な「コミュニケーションデザイン」対象を、区別しつつ、統一的に分析する理論的視点は、いまだ開発されていないというべきである。研究という側面でのこのような分析と、大学院共通教育という教育の場面での活動と、社会学連携という場面での実践を有機的に結びつけること、これがコミュニケーションデザイン・センターの使命であり、また課題なのである。

#### 文献

- (1) Polanyi, M. *The Tacit Dimension*, 1966 (邦訳『暗黙知の次元』紀伊国屋書店一九八〇、ちくま学芸文庫一九八〇)
- (2) von Hippel, E. *Democratizing Innovation*, 2005 (邦訳『民主化するイノベーションの時代』ファーストプレス、二〇〇五)
- (3) 平川秀幸「専門家と非専門家の協働」、公共のための科学技術、小林傳司(編)、一八四―二〇三頁、玉川大学出版局、二〇〇二
- (4) 八木絵香、「科学技術コミュニケーション…現状と課題―大阪大学における「科学技術コミュニケーション教育プログラム試行」―」、二〇〇五、科学技術社会論学会第4回年次研究大会予稿集、九三―四、二〇〇五