

教育学部における「デザイン教育」の教育実践

問題解決型学習としてのデザイン教育を目指して

富山 祥瑞

TOMIYAMA Shouzui

美術教育講座(デザイン)

<http://www.tomiya-stationery.com>

はじめに

筆者は、高校生向けに配付している愛知教育大学の『大学案内2006』の中で、本学のデザイン教育について次の記載(2007年度版も同じ記載)をしました。

「デザインを平面構成やポスター制作と思っている人が多いのではないのでしょうか? デザインとは、社会での諸問題を解決する仕組みの一つ、と考えてください。デザインによる問題解決はFeelingではなくThinkingを基底とします。愛教大のデザイン教育では、そのプロセスである市場観察力・課題発見力・企画力・編集力の鍛錬を行い、社会への提唱物をプレゼンテーションする能力を養います」

どうでしょう? 受験生に限らず多くの人が、ポスター制作や平面構成がデザインである、と教育されてきたのではないかと思います。

筆者は2003年4月に本学に着任するまで、企業でデザイン活動をしてきましたが、教育現場で示されるデザインの限定的な解釈や、その影響性について多くの疑問を抱いてきました。本稿は、教員養成系大学として本学で開講しているデザイン関連授業の各目標と、この3年半の実践例(2003~2006年前期)を紹介するものです。

本稿は、1. 学校教育におけるデザイン教育の問題点、2. 愛知教育大学におけるデザイン教育、3. デザイン教育への展望、の3章から成ります。学校教育におけるデザイン教育の議論となれば幸いです。

1. 学校教育におけるデザイン教育の問題点

1-1) デザイン教育と構成教育

デザインに関する教育は、現在、美術教育の一領域として位置付けられております(但し小学校では1989年より学習指導要領で領域区分は示されなくなった)。

美術教育の観点で「デザイン教育」を語る上で、ある意味で混同されている「構成教育」との関連を整理しておく必要があります。これはデザインを一つの独立した表現分野として「構成表現」学習と考えるか、それともデザインの本質である「問題解決のマネジメント体系」の学習と捉えるか、に係わる問題でもあ

り、随分と以前から論議されてきたことでもあります。

「そもそも構成は純粹造形を内容としており、単にデザインの基礎ではない」(*01. 梅田,1993)

「デザイン学習は、絵画、彫刻、工芸などと並列した表現の領域としてのデザインという一面と、製作過程での計画主義として[デザインする]行為そのものを示す面の、二面性を持っているのである。この二面性こそが、普通教育でのデザイン学習を見直す上で、デザインの位置づけをより複雑にしている原因であると考えられる」(*02. 福田,1985)

教育現場での作品展等を踏査すると「表現分野としてのデザイン」学習、つまり「色彩や形態の構成教育」が現在も主流のようです。

構成教育を基底として[着想から 構想し 筋道を立て 制作をする]一連のデザインプロセスを学習する考え方もあります。産業デザインの確立を目指したドイツのデザイン学校・バウハウス(1919~1933)の予備教育課程が構成教育であったことから窺えます。但し、この予備課程も、理想カリキュラムとの隔たりは当時からあったというのが今日では定説です。



〔図01〕 バウハウスのデザイン教育は建築へ収斂

我が国のデザイン教育が、このバウハウスの予備教育のみを短絡的に導入したという指摘は以前からあります。また、教員養成系大学である本学の学生でも、当初、デザインとは「きっちりと色を塗る(ベタ塗り

の制作」「幾何学模様を描く」「デザインのような絵」という記述がレポートでも見られ、「デザイン=構成」という狭義的な認識が浸透しています。

筆者は「デザインの教育」の在り方とは、社会生活それぞれの場面で、筋道を立てて問題を解決していく取組みそのものに見立てることができる、という立場をとっています。教育は教師を通して受け継がれますので、一般認識としても、デザインを外観や視覚を扱う装飾的な意味合いで使われることが多いのは残念です。

1 - 2)「総合的な学習の時間」とデザイン教育

「総合的な学習の時間」(以下「総合学習」と記述)とは、1998年に小学校3～6年および中学校に設けられ、2002年度の学習指導要領の実施で本格的に導入された新しい時間帯です。小・中学校で週3時間ほど設定されていますが、明確な教科でもないため、学校間の取り組みに差がありすぎるなど教育現場では四苦八苦して扱われているようです。「自ら学び考える力」を育成するために、学校ごと自由に計画を立てることができる、としたものの早くも見直しが検討される状況にあります。

ここで着目して欲しいのは、デザイン教育を本来の問題解決のプログラム[現状を観察し、問題点を明らかにし、解決すべき課題を抽出し、解決策を(造形の立場から)発見するマネジメント]として捉え直すと、これまで美術教育に留まっていた、また狭義的に捉えられていたデザイン学習領域が、教科としてではない「学際的な学習プログラム」として十分に成立する可能性を持っている点です。これは、元来デザインが「教科」の枠に入りきれない、また「美術表現」でもない、という特性をダイナミックに見直す契機にも成り得ます。

「総合学習」のねらいは「自ら課題を見付け、自ら学び自ら考え、問題を解決する力などを育てること、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、問題解決に向けての主体的・創造的な態度を育成」^(*)にあり、このねらいを踏まえ、各学校が創意工夫をすることが求められています。

問題点は、教育現場の認識にあります。この「総合学習」は社会科や理科の複合科目として運用される傾向があるようです。デザイン教育がカバーできる分野であることが看過されているようにも思います。

筆者の主張としては、デザインプロセスが本来持ち合せている「問題解決としてのマネジメント」は、美術分野としてではなく「総合学習」の分野でこそ発展させられないものか、と考えています。

教員養成系大学である本学では、このマネジメント教育に立脚したデザイン教育のプログラムを展開しています。

具体的には、次章で示す本学のデザイン関連科目の内、「デザイン基礎」、「デザイン実技」、「デザイン制作」が、このマネジメント教育の開発を主眼としたものです。

2. 愛知教育大学におけるデザイン教育

2 - 1) 本学のデザイン関連授業と概要

ここに挙げている授業科目は、本学の教員養成課程で図画工作・美術を専攻する学生に開講しているデザイン関連の授業です。教員養成を前提とした科目群ですので、将来「デザイン教育を行う」という俯瞰的な見地も視野に入れています。

本学は、初等教育教員養成課程も中等教育教員養成課程と同様に入学の時点から教科専攻制を敷いているので、図画工作・美術専攻の学生は1学年31名(初等課程定員：図画工作専攻25名、中等課程定員：美術専攻6名)の教育体制です。

2006年度の学部開講のデザイン関連授業は

デザイン基礎 (1年次/前期)
美術科内容論 (1年次/後期, オムニバス)
デザイン実技 (2年次/夏期集中)
デザイン実技 (2年次/後期)
デザイン制作 (3年次/前期)
総合演習 (3年次/後期)
美術科内容論 (3年次/冬期集中)
デザイン制作 (3年次/後期)
デザイン研究 (4年次/前期)
デザイン演習 (4年次/前期)
造形研究 (4年次/後期)

から成ります。

この内、とくに「問題解決学習としてのマネジメント」教育を前提に展開しているのは、「デザイン基礎」(必修に準じた科目)、「デザイン実技」(必修)、「デザイン制作」(選択必修)です。この3科目については次節から詳説します。

また「総合演習」(必修)は直接的にはデザイン教育の科目ではありませんが、デザイン的な思考をする上で重要な社会科学領域を学ぶ授業です。筆者と中日新聞社とのコラボレーション授業です。

「デザイン実技」(必修)および「美術科内容論」(必修)は、デザインの諸分野を幅広く知ってもらうために、非常勤講師による授業展開(各2名のオムニバス方式)としています。

「美術科内容論」(必修)は、彫刻、デザイン、工芸が1/3ずつの補講的な内容です。

、 、 は、デザインを卒業研究のテーマに選んだ学生へのゼミ科目です。

以上11科目を、専任教員である筆者と4名の非常勤講師および1社の企業参画で開講しています。

2 - 2)「デザイン基礎」

この「デザイン基礎」(1年次/前期・必修に準じた扱い)は、大学生になったばかりの1年生を対象とした科目です。学生向けに開示しているシラバス(授業要領)を示します。

《2006年度「デザイン基礎」シラバス》

授業概要

この授業では「その場で考え、判断する」という習慣を身に付けてもらいます。制作は授業時間内での完結を基本とします。そのことで「時間マネジメント」を学んでもらいます。「持ち帰って、後でじっくりやろう」なんて思わないでください。「後で...」なんて時間は、きっと永遠にきませんよ。実社会は「時間が無い」仕事だらけです。しかし、多くは「時間」を見つけきれなかったに過ぎないのです。

また、高校生まで持っていた「デザイン」の概念を完全にリセットしてもらいます。デザインは、平面構成やイラストではありません。ポスターづくりでもありません。さて、どんなテーマが待ち受けているのでしょうか？ 心配無用！ なぜなら、授業時間内で完結するのですから。独りで籠って制作するなら、わざわざ大学で学ぶ必要はないですね。

達成目標

時間マネジメントの習得

教科書・参考書

テキストは特に用いませんが、道具の準備については、適時、指示します。

評価方法

授業時間で消化の制作物が、次の授業時には新たな制作物へと進化していくステップを踏みますので、毎回の出席がないと成立しません。評定は、制作物の期限内提出が最重要となります。

「デザイン基礎」は、彼らの持つデザインの概念をリセットする科目でもあります。やや高圧的に映るかもしれませんが、「個性や自由を探究するのなら、あえて教育を受ける必要はありません。大学生として身につけておかねばならない全ての科目に共通するマネジメントの基礎を、造形活動を通して習得してもらいます」とガイダンスしている科目です。教育内容は、極めて初歩的な幾つかの課題を「時間内に制作を完了する」という、その後の教育成果の基本ともなる「時間

マネジメント」を最重要視しています。

授業時間内に完了するためには、制約された条件に対する周到的なテーマの解析と、完成までの道筋を設計する思考が求められます。このトレーニングを行っています[写真01] この支援として、発想法や着眼術といった方法論を解説しています。また、完成した制作物を更に「企画シート」に昇華させ、発表の仕方を考えてプレゼンテーションすることを最終作品としているのも、この授業の特徴です[写真02]



[写真01] 270分での完成を課したイーゼル制作(2006年度)



[写真02] 完成イーゼルのプレゼンテーション(2006年度)

この授業は「問題解決学習としてのマネジメント」教育の導入にあたっての「基礎」と位置付けています。

補遺)当授業内容では3巡を経ましたが、本学に着任時(2003年度)のみ「平面構成」を採り入れました。これはデザイン活動を行う上で不可欠な思考プロセスを基礎的な平面構成を通して体験してもらうことを主眼としました。しかし受講学生である1年生には「デザイン=構成」と受容する様相が予想以上に強く、この内容は初年度限りとしました。むしろ「授業内容における発信と受信の意識」といった高次に捉え、大学院レベルでの「『デザイン教育』の教育方法論」と組み立て直して実施すべき内容ではなかったか、と考えるに至っています。

2 - 3) 「デザイン実技 」

この「デザイン実技 」(2 年次 / 後期 ・ 必修) は、筆者が「問題解決としてのマネージメント教育」として、もっとも力を入れている企画力養成の科目です。

《2006年度「デザイン実技 」シラバス》

授業概要

特定の商品化計画を念頭に置き、企画の道筋とデザイン活動の在りようを学修してもらいます。「企画」は市場(マーケット)を背景として成立します。独りよがりや単なる思いつき(アイデア)では成就しません。この授業では、多くの人に共感が生まれる企画の「物語」づくりを、下記のプロセスで学修していきます。この企画生産プロセスをデザイン活動と呼びます。

1. 丹念な市場観察活動
2. 問題点を発見し、解決すべき課題を抽出
(紐解く:「何を考えるか」を考える)
3. 課題を解決するための構想を練る
(着眼:「気付き」センサー稼働)
4. コンセプトの発見
(戦略:「四葉のクローバー」を探す)
5. 三方よし
(「買い手によし、売り手によし、世間によし」)

2003年度 実績) 差別化が難しい「牛乳」の商品化計画を行った。この年度は、企画プロセスの全てを個人作業として行った。

2004年度 実績) 液体石鹼に市場を押された「固形石鹼」の蘇生企画を行った。コンセプト発見に至るプロセスまでをグループで行い、展開案は個人作業とした。

2005年度 実績) 「スナック菓子」の売上げアップ策をテーマとし、対象商品の選定から商品企画に至る一連のプロセスをグループで行った。

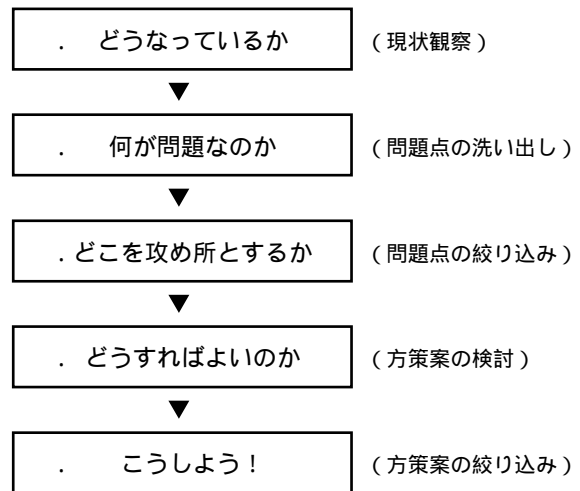
達成目標

世の中の全ての知的生産活動に共通する基礎として、マネージメント思考に基づく「企画力」の養成を目指します。

評価方法

節目ごとにグループでの発表(プレゼンテーション[写真03])を試み、幾つかの軌道修正を経ながら、最終的には個人の成果品として「企画書」をプロデュースしてもらいます。出席そのものを評価とはしませんが、出席しない限りは、評価に値する「企画書」は産出できないと思っています。

授業は[身の回りにある商品を対象に、それを多面的に観察することで、そこに潜む問題点を洗い出し、その問題点を解決へ導こう]という、とても簡潔な骨格です[図02]。



[図02] 授業工程(企画生産プロセス)

しかし、当の受講学生にとりましては「課題を自ら発見する」というアプローチ方法は、これまで経験が少なく、また、ステップの先を見越して現在置を耕すこと(段取り)に慣れていません。この実習ではプランニングの迷路に陥ることも多いので、実際には[図02]のようにスムーズには進みません。

この授業工程の中で、とくに時間をかけて対応しているのが、「問題の洗い出し」に至るまでの「現状観察」活動(通常は「現状分析」などと呼ばれていますが、文字通り「察して観る」姿勢がないままに「分析」しても何も得ないられないので、筆者は「現状観察」とこだわっている)です。

この授業では「企画とは発見学である」ことを強調しています。その発見は多面的に事象を観ていく作業から産まれるのですが、どうしても何らかの固定観念による基準に当て嵌めてしまいがちです。観る人の視点と関心によって、同じ事象でも読み出す意味が違っ



[写真03] 最終プレゼンテーション(2005年度)

てくることを認識してもらおうプロセスです。

一連の工程を通して留意している点があります。近年のインターネット環境の急速な発達により、「調べる＝ネット検索」という傾向が当然のように出現したことです。日常の指導でも、ごく自然に「ネットで調べたのですが見つけることができませんでした」と弁明する学生は一般的ですし、ネット検索結果を満載した各種レポートを散見することもあります。「調べる」とは、そのことが独立した活動ではありません。その先の問題点を発見する糸口になっていたりと、さらにその先にある提案内容に対する裏付けを築く活動です。ネット検索は、その特性によっては威力を發揮しますが、上記の認識がないと「調べる」とは、単に「検索結果」となってしまいます。

この授業では、「調べる」とは基本的に眼と足で踏査する当たり前のことを保守しています。店頭の様子を見て回る、メーカーヒアリングを行う、消費者アンケートを実施する……、あらゆる事象を察して観る活動の中でこそ、これまで誰もが見落としていた情報を拾うことができる、そのことを学修してもらいます。

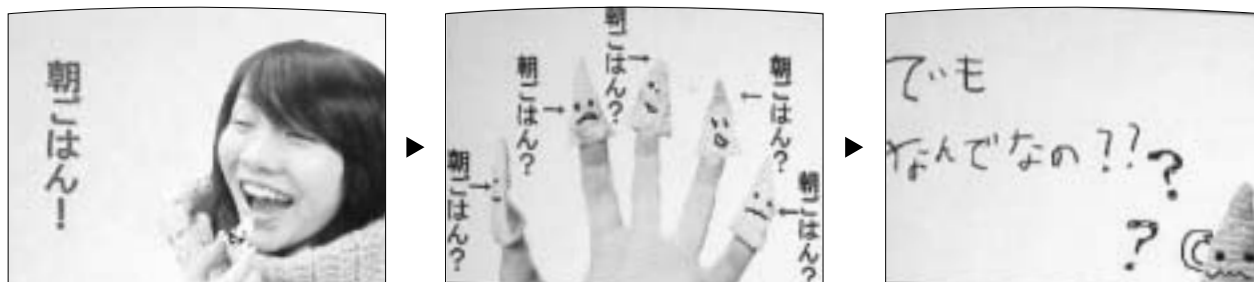
問題点を明解に、うまく表現することができれば、答えは、もうそこまで来ている、と言われるます。実際

に、この授業でも、わかりやすい具体的な問題点を抽出したグループ（2004年度よりグループ作業を導入）は、説得力のある企画をプロデュースしています。

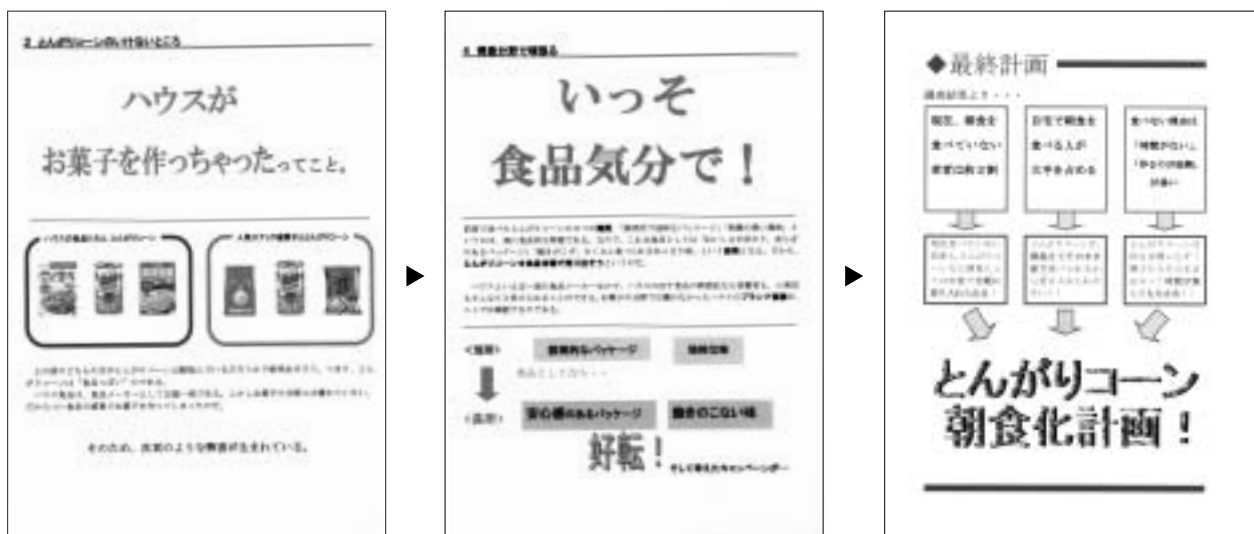
例えば「スナック菓子の売上げアップ策をテーマとし、対象商品の選定から商品企画に至る一連のプロセスをグループで行う」（2005年度）課題に対し、ハウス食品のスナック菓子「とんがりコーン」を対象としたグループでは「食品感覚でお菓子を作っている」点を問題視し、菓子メーカーでなく食品メーカーである優性イメージを逆手に取って、見事に『とんがりコーン朝食化計画』を企画しています[図03] このグループは、このコンセプトに合致したパッケージ案[写真03]やテレビCM案[写真04]までも最終プレゼンテーションで披露してくれました。

テレビCMやポスターを、解決すべき問題点がまだ曖昧な状態にある企画の初期段階から作ろうとする学生は多ものです。これらの制作は企画の中でも最終段階の工程であることを、このグループの発表からも理解できたのではないかと感じています。

シラバスに記したように、受講学生には最終的な総まとめとして「企画書」を作成してもらいます。10枚程度です[図03] これはグループ活動ではなく受講学生の個人作業となります。半期にわたって企画した中



[写真04] 『とんがりコーン朝食化計画』のコンセプトに沿ったテレビCM案（受講学生グループ制作）



[図03] 受講学生による『とんがりコーン朝食化計画』の企画書/抜粋（左2枚：鈴木智子，右：滝田陽子）

身のおさらいをして、その整理された企画内容を他人に伝達する方法論の習得を目指したものです。よって、同じプランニング内容であっても、プログラミング方法は違ってきます。重要視しているのは、その企画書に、どれだけ説得力を持たせることができたか、という点であり、これを評価基準にしています。

企画書は「伝達の技術」の集約です。企画書づくりを最終課題としていることは、「総合学習」として先駆的な学校では採り入れられている「ポートフォリオで『情報』を再構築する」授業形態^(*04)の大学生(将来の教師)版と筆者は位置付けています。企画書づくりはビジネス界寄り、と思われがちな節もあります。練り上げた企画を文書で伝達する技術は、全ての知的生産活動の教養技術であることを、もっと理解させたいと思っています。

補遺) この授業は昨年度(2005年)後期に限り、教務スケジュールの関係で、通常の15回より多い18回の授業となりました。

夏まで開催されていた愛知万博に、東京大学では、大学のゼミを通して「東大カフェ」が出店され、話題になりました。^(*05)

これに倣って、この3回分を使って、小規模ながらも本学の大学祭(5月)へ向け、「収益の上がる出店企画」というテーマをグループごとに課しました。授業では「定番の出店企画とは『違う土俵で戦う』こと」「収益が得られる企画であること」「高レベルのプレゼンテーションを期待する」を条件としました。出題からプレゼンテーションまで3回限りの内容でしたが、実現化を前提とした具体的な企画が多くプレゼンテーションされました。

その中でも「ネイルアート出店」案は、実際に大学祭での出店が実現した企画であったことを、ここに付記します[写真05]



[写真05]「ネイルアート出店」企画のプレゼン(2005年度)

2-4)「デザイン制作」

「デザイン制作」(3年次/前期・選択必修)は、前年度に「デザイン実技」を受講した学生の選択授業(選択教科には「絵画制作」「彫刻制作」「デザイン制作」「工芸制作」が開講され、この内2教科の履修を規定)です。

《2006年度「デザイン制作」シラバス》

授業概要

2年次の「デザイン実技」の授業内容は、与えられたテーマに対しての「観察力」「課題発見力」の習得でした。「デザイン=構成」と捉えてきた多くの学生にとっては、この授業での「企画書づくり」は、たいへんな体験だったと思います。それら企画力の発展として、3年次で開講される本講「デザイン制作」では、自分たちでテーマを設定し、その「企画」を昇華する「情報編集力」の鍛練を行います。

この具体的な制作活動としては

1. グループによる「小冊子」の出版企画
2. 実際にオンデマンド出版を通し、編集テーマが一つの「出版物」という作品に仕上がっていく過程を実践
3. グループで作り上げた「小冊子」に対し、その広告コミュニケーション企画を個人作業として展開

市場観察・テーマ設定・取材・原稿執筆・原稿整理という出版の技術、視覚伝達デザインとしての誌面構成や印刷設計についての講義および一連の実践を通し「編集(編輯)」という知的生産活動を習得します。

達成目標

2年次で苦労して学んだマーケティング思考を、今度は、自らが楽しむ企画として捉え直してもらいたい。

教科書・参考書

教科書は、印刷設計編として『新・印刷メディアの基本設計』(和田義徳ほか、日本印刷技術協会、1600円)を、編集ソフトウェア編として『新しい教科書2 本』(永江朗、チグラーパブリッシング、1500円)を指定します。また、適時、解説用プリントを配付します。

評価方法

制作物の水準、制作過程、取り組み姿勢により、総合的に評定します。

前年度に「問題解決の道筋の型(スキル)」を経験していることに加え、履修学生が約15名ということもあり、指導としては、比較的フランクな雰囲気の中で行っています。

内容はシラバスに示したように「雑誌の編集・出版」企画です。約15名の受講学生を3～4グループに分け、それぞれを独立した出版社とみなして進めています。グループディスカッションは編集会議のスタンスです。最終的に各社から発行される雑誌は、授業の成果物として筆者としても楽しみの一つです。

この授業内容の導入には不安も持っていました。「これはパソコンの操作等を教える授業ではありません。出版という『企画』の授業です」とガイダンスしたものの、本学は、教育学部ということもあり、日頃からパソコン教育を行っているわけではないのです。1年次に「情報教育入門」で扱いますが、それ以降は、各自が必要に応じて操作を習得している現況です。

ところが、具体的で且つ表現自由度の高い「雑誌づくり」であるため、結果的に自分たちの「雑誌」の表現を高める目的志向を持った自主学习によって、この不安を解消してしまいました[写真06]。同様に「文章を書くのが苦手」と言っていた学生も、最終的には、見事に雑誌記者の責務を果たしました。これらは、この授業の副次的な収穫でした。



[写真06] 目的志向としてパソコンを習得

この雑誌の「オンデマンド出版」ですが、家庭用に廉価で販売されている一般的なプリンターを主に使っています[写真07]。使用する用紙は、学生がプリント適性を調査して使っています。発行部数は、受講学生が自社分と他社分を1冊づつ受け取るのと予備を入れて、1グループ30冊程度です。製本は印刷会社に発注し、三方化粧断ちを施した本格的な無線綴じ加工としています。家庭用プリンターとは言え、最近ではオフセット印刷と見分けがつかない出力の仕上がりです。製本を外注することで見事な「雑誌」となって完成しています。これは教育現場での学級経営としても十分に機能する方法だと思います。



[写真07] 家庭用プリンターで出力

受講している学生は3年生ですが、この授業を終えると教育実習(10月)に行きます。グループ実習によって企画から印刷(実際はプリンター出力)に至ったプリントは、この間に印刷会社で製本されます。そして1か月後、教育実習を終え大学に戻ってきた時に、製本された「雑誌」となって、全グループ分がそれぞれの手に渡ります[写真08]。

この雑誌編集という授業は、筆者の中では教育学部に学ぶ学生へ向けてのデザイン教育、つまり「問題解決学習としてのマネージメント」の仕上げと位置付けています。



[写真08] 製本された雑誌(2006年度)

補遺)雑誌の編集を通して、実践的な企画を学んでもらうのが、この「デザイン制作」ですが、当初からこの内容で来たわけではありません。前年度の「デザイン実技」の復習として、より高次レベルでの深耕を目指し、提示テーマを「任意のケーキ屋さんの販売促進案」で展開したことがあります(2004年度)。前年度に「問題解決の道筋の型」を経験している分、ハイレベルな企画案も登場しました。

しかし、同じ内容の深耕では、レベルは上がるもののデザイン領域の拡がりが見出せない点や、受講学生からの新鮮度の低下も感じ、現在の内容に転換した経緯があります。

3. デザイン教育への展望

今年（2006年）から使われている小学校6年生の社会科教科書『新編 新しい社会 6下』（東京書籍）の中で、デザイナーという職業の紹介が出ています〔写真09〕。ここではデザインがレイアウトや装飾としてではなく、社会の問題解決の仕組み（目の不自由な人のためのカレンダー考案）を作っている仕事として小学生の取材形式で紹介しています。僅か1ページですが、社会科でデザインが取り上げられ、「デザインの本质」が語られています。教育におけるデザイン認識の是正の上でも画期的なことです。



〔写真09〕デザイナーの仕事を紹介した社会科教科書

ここに同じく「問題解決としてのマネジメント学習」という立場で、「全国高等学校デザイン選手権大会」の開催を通し、デザインの本质を啓蒙している東北芸術工科大学の高校生向けメッセージを、最後に紹介したいと思います（原文）。（*06）

「デザイン選手権大会は、造形的な美術表現のテクニックを競うコンペティションではありません。高校生が自らの視点で、社会や暮らしの中から問題点を見つけだし、その解決策を提案するものです。

一般的に「デザイン」とは平面や立体、造形的な側面、色や形の問題ととらえる考え方が多く、同様にデザインに携わる人も、社会の中では特異な才能や技術を持った限られた人たちという見方が一般的でした。しかし、デザインというのは色や形をまとめるだけの行為ではありません。社会や日常の暮らし、または様々な仕事の中で、問題や課題を発見し、解決案を具体的に提案していく一連の行為を指し、社会全体すべての人が関わりを持つものなのです。

こうした本来のデザインのあり方を、造形表現を志す人だけではなく多くの高校生にも知ってほしいという思いから、「造形コンテスト」ではなく、「明日の社会を見つめ、明日の世界を創造する」という大きなテーマで、高校生自らが課題を発見することを最大の

コンセプトとしました。そして、その課題を深く掘り下げて、背景にある問題を的確にとらえ、どのように解決すべきか、どんな方法があるのかなど試行錯誤を繰り返し、解決策を提案する。さらにはその解決策をいかに第三者に伝えるか。この一連のプロセスそのものが広い意味での「デザイン」と言えるのです。

デザイン選手権大会は、高校生の視点からとらえた「デザイン」を社会に発信し、デザインの本来の意味や新しい考え方、役割を次代に向けて問いかける運動（ムーブメント）でもあります。

上記は「デザインの本质とは何か」を高校生に伝えています。本稿にも記したデザイン教育の現状を考えると、教育現場にもぜひ浸透させていただきたい「デザインの本质」メッセージです。

おわりに

本学でのデザイン関連授業に対しては、「個性、タイムマネジメント、作品の目的など、今まで思っていた常識を再度、見直すきっかけを与えてくれた」「新しい知識と言うか価値観というか...とにかく新しい考えが身についたと、この授業を受けて強く思います」といった授業評価（本学・教育創造センターによるアンケート、2006.07）がある一方で、「デザインなのにポスターを作らない授業」「企画書づくりはビジネス社会のものでは？」といった、とくにアート志向の強い学生からの声を耳にすることもあります。筆者としては、彼らの5年後、10年後、社会に出た後に、振り返って評価してくれればよいと考えています。

本稿は、本学での3年半の足跡にすぎません。今後、教育学部としてのデザイン関連授業では、マネジメント教育に立脚した教育プログラムを開発・実践していきたいと考えています。

注

図01) 武蔵野美術大学短期大学通信教育部『デザイン基礎』。光琳社出版、1988、p.43より載録

写09) 『新編 新しい社会 6下』東京書籍、2005、p.28

*01) 梅田幹博『デザイン教育ダイナミズム』宮脇理/編、建帛社、1993、p.94

*02) 福田隆真『現代美術教育論』宮脇理/編、建帛社、1985、pp.111-112

*03) 『小学校学習指導要領解説 総則編』文部科学省、2003（2004一部補訂）、p.56

*04) 横浜国立大学教育人間科学部附属横浜中学校『これができる!! ポートフォリオ実践戦略』東洋館出版社、2003

*05) 加賀谷貢樹「東大カフェの成功法則に学べ」『THE21』PHP研究所、2005.12月号、pp.96-97

*06) <http://www.tuad.ac.jp/hiddencham/index.html>

（平成18年9月19日受理）