

厳しい教科を受講しない米国の大学生たち

「Academically Adrift: Limited Learning on College Campuses」を著しているニューヨーク大学の社会学・教育学の教授リチャード・アラムとバージニア大学の社会学の助教授ジョシカ・ロスカは5月14日のニューヨーク・タイムスに「Your So-Called Education」という興味ある論説を書いている。彼らが最近4年にわたり、24校以上の4年制大学の数千名の学生の変化を追って来た調査は、「米国の大学学部生の学習能力に関していくつかの問題点を提起している。多くの学生が厳しい教科に関しては、できるだけ受講しないようにし、またライティングや推論といったスキルに関してはあまり努力をしておらず、ほとんど向上しないままに大学を進級している。」ことを明らかにしている。

「例えば、学期において、学生の32パーセントは1週あたり40ページを超える読書課題のある科目を1つも履修していなかった。そして50パーセントの学生は、学期において20ページを超える作文課題がある科目を1つも履修していない。労働経済学者のフィリップ S.バブコックとミンディ S.マークスによると平均的な学生は、1週あたり約12～13時間を勉学に費やしたに過ぎない。これは1960年の全日制大学生が費やした時間の約半分である。」そして批判的思考法、複雑な推論、および作文といったテストでは、入学時と2回生、4回生の学期末に実施された結果を比較しても、多くの学生はほとんど進歩をしていないということだ。彼らが使ったテスト、「大学学習アセスメント」では、伝統的な100点満点の評価法に置き換えると、45パーセントの学生は学生生活の最初の2年間では、1点すら向上していないし、36パーセントの学生は4年間においてすら1点も向上していないと説明している。

学究面よりも豪華な寮や学生センターに投資

「4年生大学の勉学の全般的な質がなぜこのように低いのであろうか。いくつかの大学では財政難がその原因であるが、多くの大学においては資金不足が理由ではない。過去数十年の間、授業料がインフレ率を遥かに凌ぐ率で上昇してきた大学においてすら、フルタイムの正規教職員の数は減少している。一方で学生の種々の社会的ニーズ、個人的ニーズに対処するカウンセラーの数は非常に増員され、学生の面倒を見ている。同時に、多くの大学は豪華な大学寮、学生センター、および立派な体育館に投資している。一言で表せば：学究的な分野への投資は優先順位が低くなっている。」と大学の姿勢を批判している。さらに、学生と大学の関係が変容してしまったとし、次のように語っている。「教

授の権威は低下し、そして学生たちは本人および大学によってますます『顧客』あるいは『消費者』と見なされるようになってしまった。18歳の少年少女が、この様な形で自分たちを見ることを当然と思うようになれば、彼らは、努力もせずに、快適に教育証明書を手に入れる方法を求めることになり、大学側もそれに迎合している。」

授業の評価は何を基準に行なうべきか

現在アメリカでは学生による授業評価に、あまりにも多くの大学が力点を置きすぎているようである。その結果「このやり方のもとで、教授が学生に要求することをほとんどなくなり、良い成績をつけてしまうといった倒錯した方向に教授を誘導してしまっている。(彼らの調査によると、一人で勉強することに1週あたり5時間以下しか費やしていないと報告している学生の36パーセントが平均G.P.Aは3.16《注:5段階評価の上から2番目に位置する》をとっている。) 教授と学部が厳しさを維持するという本来の姿を堅持すると、それらの学部では、入学者の数が減少するというリスクを犯すことになっている。そして、学部の運営資金が、一般に、入学者数に基づいて、配分されるので、厳しいプログラムは少なくなってきた。」と分析している。

学力低下に歯止めをかけるためには、大学評議員がランキングや財政的な問題についてばかり気をもむのではなく、教職員たちが学生の学習度を評価し、改善することに責任を持てるようにすること。また両親や学生だけでなく卒業生も大学の表面的なことではなく、むしろ教育の中身に目を向けるべきと提案している。そして「大学の教職員が立ち止まり、大学生の学習の現状を検討し、学問的な厳しさを強化させるという大学としての本来の責任を話し合うことを望む。」と締めくくっている。

編 | 集 | 後 | 記

知り合いの複数の大学教授から日本でも同様の問題に直面していることを幾度となく聞いていました。5月29日の朝日新聞紙上で「高等教育の質の向上を目指す」という(財)大学基準協会の広告を読みました。納谷明治大学学長をはじめとする4人の大学人は大学評価の重要性については言及していますが、肝心の学生が惹起している態度・質の変化、深刻な学力低下について全く言及していません。現実を直視したもつと具体的な問題提起・議論が必要です。また、最近、新聞広告、駅看板などで大学は広告宣伝に力を入れています。「顧客」「消費者」である高校生、その両親をマーケティング対象としての戦略でしょう。ニューヨーク・タイムスの今回の論説は日本の大学に対しての射撃した警鐘となっています。 野尻