

教育はエンターテインメントビジネスに学ぼう

東京都立晴海総合高等学校
キャリアカウンセラー

千葉吉裕

日本のエンターテインメントビジネスはアメリカに比べ、遅れていると言われている。しかし、近年、日本のエンターテインメントビジネスも、その遅れを取り戻すかのように、様々なサービスの充実を進めており、新たな取組が話題になっている。

エンターテインメントと言っても幅広く、娯楽、スポーツ、ギャンブル、ホビー、ゲーム、音楽、アニメーション、映画、パークや遊園地、芸術、芸能…、分類しようにも難解だ。総じて、エンターテインメントは、製品を取引するというより、感動、驚き、喜び、成長、達成、充実といった心に働きかけるものが圧倒的に多い。製品ならば、機能的や利便性、デザイン、品質や安全性などを高めることで商品価値を上げることができ、エンターテインメントの場合、無形の商品というところがくせ者で、満足度を上げるアイデアを生み出すのは容易なことではない。さらに、人というのは、やっかいなもので、「快樂順応」という高揚させる刺激にすぐ慣れてしまうようにできている。そのため、ヒットしたのも、すぐに飽きられてしまい、より刺激的強いものを求めるようエスカレートしがちである。エンターテインメントビジネスが、意外性、新奇性を追求する傾向にあるのはそのためであらう。真新しいものを次から次へ創作することは決してやさしいことではない。

単に観たり聴いたりするだけだった

ものを、参加型体験を取り入れることで成功している事例が話題になっている。映画の応援上映、スポーツ観戦の観客参加型のファンサービス、観客参加型の劇、ボランティアツアー。テレビも、ニコニコ動画を真似るように、SNSを利用した視聴者からのコメントを流す番組なども出てきている。この成功のポイントは消費者、視聴者という受け手側に、主体性を与えることではないだろうか。

「東と西」「自然と人工」「男と女」「大人と子ども」「官と民」「使用者と労働者」と、二つの対立構造で、語られることが多かった昔、「私作る人、僕食べる人」というCMもあった。しかし、時代は変わり、みんなで作って、みんなで食べるというのが当たり前の時代になったように感じる。対立構造からボーダレスへの変化だ。

教育も、生涯学習社会が顕在化し、学ぶ人と教える人の境がなくなっている。「亀の甲より年の劫」と年長者の経験知は、若輩をしのぐと言われてきたが、多文化社会、技術革新が進む中、しかもスキルや知識が多岐にわたるようになると、そうとも言い切れなくなっている。年齢にかかわらず、互いに学ぶべきことは多々あり、年長の「教師」が若輩の「生徒」を教えるという構図は過去のことになろうとしている。互いに教え合い、学び合う関係が自然な関係になっている。学習者に主体性を持たせることは、今、現場で重

視されていることのひとつだ。

エンターテインメントビジネスにおいても、教育においても、受け身から主体性を持たせる方向に進んでいる。一方的に与えられるよりも、自ら能動的に働きかけるほうが、顧客満足度も高いし、学習においては、学習成果および充実感も高まる。

これまで、教育では、「学び」を「勉強」というように、強いられる学びで、修行のようなイメージが強かったように感じる。より高度なことを学ぼうとすれば、難しいのは当たり前、難解なことを解決するのは苦労することであり、勉強などそもそも面白いはずがないという固定観念で捉えているように思う。楽しい面白い学びでは、深い学習ができないと考えていた面は否めない。

しかし、教育界においても、学習者参加型、教師学習者一体化という学びの方法が登場してきている。エンターテインメントビジネスが進化するように、教育も急速に進化するのではないだろうか。

「むずかしいことをやさしく、やさしいことをふかく、ふかいことをおもしろく、おもしろいことをまじめに、まじめなことをゆかいに、そしてゆかいなことはあくまでゆかいに」という井上ひさしの言葉がある。この言葉はそのまま教育にも当てはめることができるのではないだろうか。