

サービスラーニングによる学習効果と地域貢献度との関わりについての研究 ー学生のセルフエスティーム向上を目的とした地域貢献のプログラム実践ー

野尻 紀恵

【研究の目的】

サービスラーニングは、Sigmon, Bringle & Hatcher, Mueiier & Norton などによって様々に定義されている。日本では、サービスの提供者と受け手の両方の変化を意図してサービスの目標と学習目標を結びつける取り組みとして紹介されている。それは自己の振り返りと自己発見、そして価値観・技能・知識の獲得と、社会課題の解決を果たす体験が同時に果たされるように良く練られたプログラムである。一方、サービスラーニングの学習効果については、アメリカの連邦政府の機関である CNS、NSLC、さらにブランダイス大学等が公表している。それらは、児童・生徒・学生における学力の向上、学ぶ姿勢の向上、セルフエスティームの獲得と向上、主体的な社会参加の資質及び能力の向上、コミュニティへの関心、について顕著な学習効果が認められると報告している。本研究では、本学学生によるサービスラーニングが、学生自身の学習効果、および本学が位置する長田区への地域貢献に結びつくことを、実証的研究によって明らかにすることを目的としている。

【研究の方法】

調査対象：神戸常盤大学短期大学部幼児教育学科2年ゼミ生（4名）

長田中央市場各店舗

調査方法：サービスラーニング実践前後における対象者へのインタビュー調査

実践プログラム：長田中央市場内空き店舗において、学生が子育て中の親対象プログラムを実施。本プログラムはバンデュラの社会的認知理論を背景とする自己調整学習のプログラミングに従う。

実践期間：2008年6月から2月

インタビュー調査：2008年5月および3月

【調査の結果】（詳細は発表当日）

学生：短期大学部で学んだ専門的知識を総合的に活用しようとした。／これまで学んだことを実践に役立てようと、自分で考えた。／市場の方々やお客さんとの交流を通して、「地域で生きること」を学んだ。／市場の方々やお客さんに褒められて、もっと学びを活かそうと思い、努力した。／市場が身近に感じられた。

市場：子育て中の親層の来店が若干増加した。／イベント時は売り上げが若干増加する傾向。／地域の大学生が活動してくれることで、活気がでる。／地元の大学への期待感。

【今後の課題】

本調査で得られた要素を取り入れ、多くの学生が体験できる実践プログラムを開発する。