



INTERNATIONAL
COUNCIL FOR OPEN AND
DISTANCE EDUCATION

オープンアンドディスタン
ス教育国際評議会
(INTERNATIONAL
COUNCIL FOR OPEN AND
DISTANCE EDUCATION)

+ 「オープンな遠隔教育は、経済的公正、社会的公正、政治的公正、デジタルの公正を実現するための一つの戦略である」

- 2021 年 ICDE プレジデントフォーラム



オープンでフレキシブルな遠隔学習のための ICDE グローバル・アドボカシー・キャンペーン

国レベルの提言



国レベルのアドボカシーとは何か

国レベルのアドボカシーでは、進歩をもたらすために自国の政策決定プロセスに影響を与えることになります。国レベルのアドボカシーには、質の高い、「オープンでフレキシブルな遠隔学習」(以下、OFDL)をすべての人が利用できるようにするための具体的な目標を関わるよう政府に促すために、国会議員、教育省庁、イノベーション担当/テクノロジー担当/厚生労働担当省庁、プログラム・ディレクター、その他の関係政策立案者に働きかけることが含まれます。そのためには、まず意思決定者が誰なのか、政策サイクルはどのように機能しているのか、地域の政策立案者にどのようにアプローチすべきかを見極めてから、明確な目標と行動を定めて戦略を組み立てる必要があります。そこでは、ファクト(事実)の徹底的な理解とともに、目標に沿って説得力のある主張を展開する能力が求められます。アドボカシーキャンペーンは、地域レベルから国レベルへと進化することも可能性で、市民社会と地方政治家の意見と議題が、さらに高次のレベルで官僚や権威者に影響を与えることもあります。

なぜ質の高いオープンでフレキシブルな遠隔学習を国レベルで提唱するのか

国レベルで提唱することにより、政策立案者と関係機関に対し、オープンでフレキシブルな遠隔教育を国の教育制度の重要部分として優先、普及、高度化しよう働きかけることができます。国レベルのアドボカシーであれば、例えば、適切なインフラ、オフラインとオンライン両方の学習環境で学習活動を支援するシステム、教員および教育指導者に必要な能力開発などに充てられる国家予算の金額を含め、リソース配分に影響を与えようとすることも可能となります。「オープンでフレキシブルな遠隔学習」(以下、OFDL)を通じて教育への平等で公正なアクセスを確保するよう、影響力のある機関(例えば、非政府組織

(NGO)、地方自治体、コミュニティなど)から粘り強い圧力がかかれば、各国政府がこの問題に着目する可能性が高まり、予算配分で増額につながったり、さらには、人的資源の確保や、市民の意識が高まるかもしれません。国レベルの政策立案者に対し、教育格差を解消するための抜本的改革を目的として、質の高いOFDLのための重要なベンチマークを採用するとともに、適切な目標に照らしてモニターと測定を行うよう働きかけることができるでしょう。



インクルーシブで公正な、質の高い教育を保証し、すべての人に生涯学習機会を推進

万人のためのインクルーシブで質の高い教育の実現は、教育が持続可能な開発に資することが証明された最も強力な手段の一つであるという信念を再確認するものである。この目標は、2030年までにすべての少年少女が無償の初等・中等教育を修了することを保証する。同時にこの目標は、低学費の職業訓練への平等なアクセス、性別・貧富の格差解消、万人による質の高い高等教育へのアクセスを目指している。

あなたが改革したいこと

具体的な問題や課題を調査し、最新の包括的知識を持ち続けることが非常に重要です。あなたとその協力者は、OFDL へのアクセスとその影響、あるいは地域社会における OFDL の不足を理解する必要があります。そしてこれを文書化することが重要です。調査には、OFDL に関わる政策過程に直接関与している国内のステークホルダーをまず特定すべきでしょう。アドボカシーキャンペーンを成功させるために、この情報を事前に入手しておくことが基本です。ICDE が公開している資料を活用することをお勧めします。背景調査を終えた後は、国の教育における政府の優先事項と OFDL の役割に関する具体的な情報を収集するとともに、自分が属する組織または機関が関与することによって、それをどう達成できるのかについて明確な計画を立て、エビデンスに基づいて具体的な変革内容を明らかにするのが次の段階となります。ユネ

スコには、アドボカシーキャンペーンの裏付けとして使用できる数多くのポリシーペーパーや報告書があり、オンラインで簡単に入手できます。特に、ユネスコの「万人のための教育 (EFA) グローバル・モニタリング (Education for All Global Monitoring)」報告書群は重要な資料です。「The 2020

Report: Inclusion and Education - ALL

MEANS ALL (2020 年報告書: インクルージョン

と教育 - すべての人とは誰一人取り残さないこと)」は、教育に関

する持続可能な開発目標 4 (SDG4) およびその 10 項目のターゲット、ならびに SDG アジェンダのその他の教育関連ターゲットに照らして進捗状況を評価しています。また、新しい補完的なオンライン・プラットフォーム「Profiles Enhancing Education Reviews (PEER)」が GEM レポートにより作成され、立ち上げられています。ここには、インクルージョンと教育に関する各国の法律および政策が記されています。

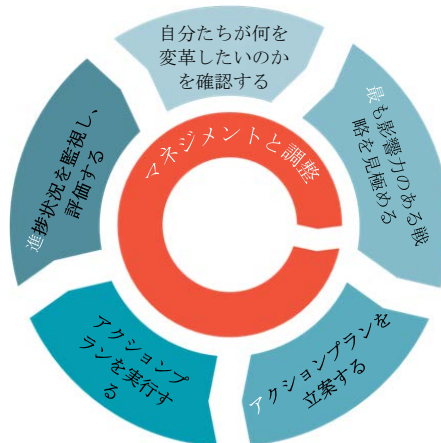
OFDL を推進するアドボカシーキャンペーンを後押しするための手段の一つとして、これら報告書、データベース、モニタリングツール、プラットフォームから自国のデータを得ることができます。

出典：ユネスコ「グローバル・エデュケーション・モニタリング・レポート 2022 インクルージョンと教育：すべての人とは誰一人取り残さないこと」
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373718>

どのようにしてアドボカシーキャンペーンを進めるか

多くの場合、アドボカシーキャンペーンの成否は、その主張がどれだけ大きな価値を持つかではなく、計画がどれだけしっかりしているかによって決まります。そのためには戦略が堅実でなければなりません。また、正しいターゲットを選択し、正しい方法を用いてオーディエンスに働きかけなければなりません。堅固なアドボカシー計画には、次の事項を盛り込むべきです。

- ・ 目的 (複数可) — そもそも何を変革したいのか。
- ・ 目標達成のための対象と戦略 — 誰に影響を与える必要があるのか。どのようにして影響を与えるのか。
- ・ アクションプラン — 誰が何を、いつ、どのように、何のために実行するのか。
- ・ 測定可能な目標 — 成功度を質的量的にどう計測するのか。
- ・ 進捗状況のモニターと評価 — 計画が順調に進んでいるかをどのようにして確認するのか。



アドボカシーとキャンペーンのサイクル
出典：Bond (英国)

効果的なアドボカシーの基盤は、あなたのメッセージ、伝え方、そして対象となるオーディエンスです。課題の骨組みづくりは、働きかける相手とその相手の個人的経験、職業経験によって異なります。事実と統計を明確に引用し、エビデンスに基づいたメッセージをオーディエンスに合った形で作成します。文書にグラフやインフォグラフィックなどの画像を加え裏付けることを考えてみましょう。

ICDE は、政策立案者、政府代表、その他のステークホルダーに提示できる出版物を多数発行しています。研究論文、プロジェクト報告書、インサイトペーパーのほか、専門研究グループ、ネットワーク、委員会からの文書も含まれます。いずれもこちらのサイトで入手できます。

www.icde.org



働きかけるべきステークホルダー

省庁

- ・教育
- ・インクルージョンおよびインテグレーション
- ・雇用
- ・インフラおよびテクノロジー

次の事項に関する議会委員会の議員

- ・教育
- ・インクルージョンおよびインテグレーション
- ・雇用
- ・インフラおよびテクノロジー

地域の教育当局

- ・教育、インクルージョンおよびインテグレーション等の担当責任者
- ・地域の教育担当機関幹部
- ・地域の学校／大学の役員
- ・地域の国連機関の幹部

地区の教育当局

- ・教育支出担当責任者
- ・地区の教育アドバイザー／マネージャー
- ・コミュニティ教育担当責任者

市民社会団体

宗教指導者、社会的指導者、ビジネスリーダー

各種学校種の教育者

「現実の変革には現実的な投資が必要：接続性と帯域幅が万人のための教育への公正なアクセスの鍵を握る」

- 2021 年 ICDE プレジデントフォーラム

ターゲット・オーディエンスの特定

プライマリー・オーディエンス

オーディエンスは、プライマリー・ターゲットとセカンダリー・ターゲットに分けられる。プライマリー・ターゲットとは、アドボカシーキャンペーンを推進する上で期待する成果をもたらす力が最も大きい人物を指す。これは常に人（例えば文部科学大臣）であって機関（例えば文部科学省）ではない。自国の省庁で最も必要な影響力を持つ人物を特定する必要がある。プライマリー・ターゲットを特定するにあたっては、ターゲットのみならず自分自身の影響力も評価することが重要である。例えば、女性の権利のアドボケートが有名国立大学のリーダを務め、世論を掌握し、プライマリー・ターゲットの選挙区のボランティアや支援者を擁し、その分野の専門家とみなすことができる人物である場合である。このような属性はプライマリー・ターゲットとして重要な意味をもつ。

セカンダリー・オーディエンス

主たるオーディエンスは、さまざまなアクターに影響される可能性がある。したがって、アドボカシー戦略においてはセカンダリー・ターゲットを特定することも重要である。セカンダリー・ターゲットはプライマリー・ターゲットに影響を与える。よって、これらのターゲットに最も大きな影響を与えうる人物をリサーチする必要がある。既成概念にとらわれず、自分が属する組織の専門家やソーシャルネットワークを検討し、プライマリー・ターゲットとつながりのある人物を探す。セカンダリー・ターゲットは対象が幅広く、また多部門にわたる可能性がある。例えば、主要なラジオ局や新聞社、有力なビジネスパーソン、外国政府の代表などである。各ターゲットについて、相手との関係（別のコネクションを介してもよい）と相手にアプローチするための戦術を明確にする。国連、欧州連合、アフリカ連合といった政府間機関は、法整備を行うよう各国政府に政治的圧力をかけることができる。これらの機関は、万人による質の高い教育へのアクセスを推進する代表（例えば国連職員など）を置いている可能性がある。これらの者は、これを支援するための法整備推進に協力してくれるだろう。



段階的枠組みでは次の事項を念頭に置く必要がある：

背景

- ・ 簡潔な背景・状況の分析 — 何が問題なのか。なぜ、この問題に関して提言を行うのか。

目的

- ・ 自分が貢献したい長期的目標は何か。

目標

- ・ これらは目的の実現に寄与しているか。

ターゲット・オーディエンス

- ・ 必要な変化をもたらす力を持つのは誰なのか。
- ・ 変化をもたらすことができる人たちに影響を与えるのは誰なのか。

協力者／パートナー

- ・ 運動に勢いと支援を築くために誰と協力できるか。

活動内容と成果

- ・ 方針とリサーチ — 背景、障壁、機会などを理解する。
- ・ アドボカシー — 目標達成のためにどのようなツールやチャネルを利用するか。
- ・ 市民の動員 — どのステークホルダーをどうやって説得するか。
- ・ 主要なステークホルダーの参画 — どのような活動をどのパートナーと組んで進めるか。

キーメッセージ

- ・ 各オーディエンスに向けて。

タイムライン

- ・ 影響力を発揮するタイミング／機会はいつ訪れるか。必要なエビデンスとアドボカシーをもとに、これらの機会にどう備えるか。

役割と責任

- ・ 誰が何に対して責任を負うのか。

予算

- ・ それぞれのアクションにはどれだけの費用がかかるか。（キャパシティを含めて）どれだけ不足しているのか。不足をどうやって埋めるのか。

測定と評価

- ・ 目標に照らした測定（注意：アドボカシーは長期にわたる可能性がある。）

ターゲットへのアプローチを支援してくれる人たちは誰か

万人による質の高い OFDL へのアクセスを実現するためには、強力な連携が重要となる。アドボカシー戦略を策定するにあたり、関連分野の人たち（教育やテクノロジーの専門家など）だけでなく、教育以外の分野の人たちや国の政策に携わった経験のある人たちにも働きかける態勢を整える。自らが取り組んでいる問題に影響を与えられる人たちが、あるいは同等か似たような分野に取り組んでいる人たちが多数存在する。これらの人たちと協力することで、主張に耳を傾けてもらい、変革を生み出すチャンスを広げることができる。

アドボカシー・チェックリスト

以下のチェックリストは、アドボカシーキャンペーンの立案と実行を支援するための指針を示したものである。チェックリストは現地のニーズに合わせて編集できる。また、このチェックリストに項目を追加することも可能である。

- ☐ 広範な調査を行い、実証例としてすべての関連データを引き出す。
- ☐ ドキュメントを作成する（例：トーキングポイント、ファクトシート、インフォグラフィック）。
- ☐ 戦略的なアドボカシー計画を策定する。
- ☐ プライマリー・ターゲットとそれらに対応するセカンダリー・ターゲットを特定する。
- ☐ プライマリー・ターゲットにアプローチし、影響を与えるための戦略を立案する。
- ☐ アドボカシー計画の実行に着手する。
- ☐ プライマリー・ターゲットに書簡を送る。ミーティングを依頼する。フォローアップ（電話、郵便など）を確実に行う。
- ☐ メンバーまたはステークホルダーを活動に参画させ、陳情やイベントなどのキャンペーンへの参加を要請する。
- ☐ パートナーに連絡し、キャンペーンへの参加を要請する。
- ☐ すべてのアクションのフォローアップを行う。
- ☐ OFDL に従事する国内の有力アクターとしっかり連携をとる。
- ☐ ニュースレター、会員向けニュースレターおよびホームページに活動情報を掲載する。
- ☐ Facebook や Twitter などのソーシャルメディアを利用して、キャンペーンのキーメッセージを広く発信する。OFDL に関するソーシャルメディア上の議論にメッセージを組み込む。
- ☐ キャンペーンに関する情報をメディア（ラジオ、新聞など）で流したり、公開イベントを開催したりすることで一般市民を活動に参加させる。
- ☐ キャンペーンに関する情報は、icde@icde.org に送る。
- ☐ 進捗状況をモニターし、評価する。

出典：Graduate Women International - GWI, 2015 を改変。