

# 学生のデジタルディバイドの解消

大学職員情報化研究講習会  
C班 5グループ 発表

## 問題提起

- 就職ガイダンスや講義情報など、学生に届けたい情報をメール(マガジン)やポータルサイトなどで流しているにも関わらず、うまく受け取ってもらえない



- 情報をうまく受け取った学生と、受け取れなかった学生との間で情報の格差が生まれる



**デジタルディバイド(情報格差)が発生している**



**新鮮な情報が届けられていない**

## なぜ学生が情報をキャッチできないのか

- 学生が受け取った情報を「自分が対象なのか」「自分にとって必要な情報なのか」を判断できない  
→送信側が「どのような情報をだれにいつ送る」という内容が簡潔にわかるようになっていない
- 学生に情報を送る媒体として「掲示板」をメインに据え、ポータルサイト・メールをサブとして運用しているが、学生自身が掲示板を確認を怠る事例が多い  
→メインに据えている媒体が学生のニーズに合っていない可能性を考えるべき

## 大学として今ある手段で情報伝達の達成率を上げるには

ポータルサイトを備えていない大学は少ないので、ポータルサイトを生かす方向で考える



ポータルサイトの機能を使ってもらうための3つのポイント

ポータルサイトを日常的に使ってもらうには

どの媒体（PCなのか携帯なのか）をメインに使ってもらうか

どういう工夫を行えば送った情報の必要性の判断ができるか

## ポータルサイトを日常的に使ってもらうには

- ポータルサイトの利用を促すためのイベントを設ける
- 情報の更新頻度の増加や重要情報の掲載など、「見るための理由」となる情報を置いておく
- 極論を言えば、大学の「掲示板」が必要なくなるよう日常的に見る情報(休講・補講等)をすべて掲載する



**ポータルサイトを見ることで得となる(損する)理由を作ることで、日常的に見る習慣をつけさせる**

## どの媒体（PCなのか携帯なのか）をメインに使ってもらうか

- 掲示板
- メール
- ポータルシステム (PC)
- ブログ (Weblog)
- FAQシステム
- RSS

等々

- 「この媒体を使えば必要情報は必ず手に入る」という確たる媒体を設定する
- 学生の大多数が日常的に使用する媒体を設定することが望ましい

[掲示板を主に据えても、見てもらえなければ意味がない]

## どういう工夫を行えば送った情報の必要性の判断ができるか

- メールやメッセージのタイトルは重要  
→【重要】【緊急】を文頭につけるなど、「一見すればどんな情報かわかる」ように表現する
- 本文内の日本語を理解しやすくできるように送信側の訓練を行う  
→5W1Hを日本語で簡潔に表現するための訓練は必要
- 細やかな配慮が必要になる就職連絡などは、送信者の名前を入れる  
→デジタルの文章といえど、「人の温かみ」を感じる工夫をする

## 最終目的は「学生支援」

- 大学側がどれだけ学生に情報を送っても、受け取る対象がどのような理由であれ「受け取れない」状況は「学生支援」になりえない  
→大学の独善とならないように、学生の大多数が情報を受け取れる手段、媒体を確立することこそが「学生支援」
- システム的にポータルサイトの利用率、メールの閲覧率等、客観情報の収集に努められるよう整備する必要がある  
→客観情報の収集できないシステムをそのままにしない。収集した情報をフィードバックしてPDCAサイクルに入れ、より使いやすい手段に昇華することが「学生支援」

おわり



ご静聴ありがとうございました