

AIIT高度専門職人材教育研究センターシンポジウム

～私のアクティブラーニング実践～

平成30年9月19日（水）

講師：松尾 徳朗 教授

「私のアクティブラーニング実践」のお話しをさせていただきます。私がとっている授業のスタイルは、奇数回はビデオで学習、偶数回は対面の授業で演習をしております。様々な学習内容に関する理解と定着を目指しております。導入、総論、それから学生が興味を深めるための脱線で、授業で重要な教授プロセスであると考えております。理論的に説明すると同時に、視覚的に理解できる様々な例を出して、応用、演習、発表、発展、まとめという順番で構成しております。ビデオと対面の授業をセットとしてこのような流れとなります。



次は「ビデオ教材、講義」です。ビデオ講義だけではなく、対面のときにも気をつけているのは、まず何のために何を学ぶかという学習目標を明示して、学生が認識できるようにすることです。ビデオ学習に関しては、ビデオの収録に臨場感を持たせており、臨場感がある収録ができた場合には、何年も同じコンテンツを使うこともあります。臨場感とは、ビデオを視聴する学生が常に指導者から見られている感覚です。ビデオを見る学生はストップボタンを押してしまえば停止できるし、何か他のことをしていても私からは見えません。要は、ビデオを提供する側として、学生に「私からいつもあなたたちは見えていますよ」というある種の緊張感を持てるようにするということです。

また、ビデオ学習はどうしても飽きが来るので、飽きの来ないストーリーづくりのため、日常的な事象と学習内容ができる限り頻繁に往復するようにしています。それと、意図的に受講者の心理の変化をつくります。わざと正しくない理論に対して同意したり、逆に正しい理論に対して反対したりして、通常と異なることを言うと学生は「違うだろう」と思うわけです。実はそれが狙いで、そうすることで学習における思考の水準をアップさせます。また、実はビデオの授業の中でも個人演習をやっており、宿題のような性質ではなく、誰でも少し考えれば答えやアイデアが出るレベルの具体例について考えてもらい、ビデオ視聴のモチベーションを維持できるよう工夫しております。

それから、対面の授業におけるグループワークでは、学生が主体となってグループを編成します。初回の授業で、学生に3、4人のグループを編成するよう指示すると、学生が「どう編成するのか」と質問してきますが、「皆さん大人だから、自分で考えてください」と伝えます。第2回目以降は前回とは違うメンバーでグループを組むように指示し、リーダーも自分たちに決めさせたりします。それによって、少し消極的な意味ですが、自然と自主性が出てくるのではないかと考えております。

それから、社会人や新卒の方を含め様々な学生がいるので、属性が多様になるようなグループ形

成にします。また、他人の活動に乗じて「自分は楽をしよう」というフリーライダーがなるべく少なくなるよう配慮しております。そして授業全体では、新しい知識を得るとき、常識的なことや既にある知識を類推的に使ってギャップを解消していく、アナロジカルシンキングを促すよう工夫しています。それから、あるテーマパークのように観客もアクターになれるような、学生参加型、劇場型授業の授業をできるように工夫しています。

それから、大人だからこそ否定をしない授業をします。否定する言葉を、私は基本的に使いません。小学校低学年の授業では、質問をすると答える児童が競争して手を挙げます。それが中学校、高校になるとそのように競争して挙手をする生徒はどんどん減っていきます。自分の評価を気にして、間違うと恥ずかしいという考え方を、大人になるに従って持つようになります。したがって、私の授業の第1～3回目では意識的に、「小学校のときは手を挙げていたのに、なぜ今挙げないのか」と質問すると、学生は「間違ったら恥ずかしいから」「自信がないから」と言います。そこで、「ここは会社じゃないから、たとえ間違っても人事評価も何もないよ」と自然に伝えていくと、授業の後半では、多くの学生が挙手するようになっていきます。

授業では私が意図して使う言葉があります。賛否両論ある意見や、確かではない事象について、私が「同意できるでしょう？」のように学生に問うことがあります。もちろん、学生は「いやできない」と思います。それにより、学生の思考は活性化してきます。「ここは重要です」と言っても、学生は皆聞きなれているから前を見ません。「ほらほら、ここ見て見て見て！」のようについつい見たくなるような言葉、それから「なるほど」や「グッド」のような言葉を入れていき、学生がリラックスして注意を引けるような授業づくりをしております。

あと、ビデオ教材学習は先ほどお話ししたとおりですが、一見情報アーキテクチャーとは関係なさそうな部分をなぜ学ばなければならないのかという、目標と理由を明示します。個人演習は、ビデオ教材の中で可能となるような、宿題やレポートではなくその場で答えられるようなクイズ、質問や課題にします。例えば、「皆さんのが会社に行っている際に、自宅に宅急便の不在票が入っていることがありますか、電話をかけるのは面倒です。どうすればこのような二度手間がなくなると思いますか」と質問して、学習の内容と関係することを連想できるようにします。こういった質問を、ビデオ教材でもかなり使っております。ビデオは、ノーカット、ノーブル、高いテンションで授業を行い収録します。これは、学習意欲に関係します。そしてビデオの中から「今わからなかった人、手を挙げて」と言います。そういうことを視聴している学生に問い合わせたりしています。

次は「スライド資料」ですが、一番初めにお話しした導入、総論、理論、雑談、脱線、ビジュアル例、応用という順番でいくと、導入では、授業も始まったばかりのところで、思い出に残ったこと、受講者の日ごろの体験や社会の不合理、ノーベル賞の話のような身近な事柄から始まって、理論を少しあみ砕いたものにします。そこで脱線したら、例えば消費行動に関する授業では、「こういう買い物をしたから損をした」「どれだけ人生で損していると思うか」のような話をして、関係

する部分の具体的な消費者の行動と理論のところをもう少しビジュアル化したものを提示し、最後は発展として、実はインターネット社会ではレモン市場（レモン＝不良品/粗悪品の俗語）は起こりにくいことを説明して、重要なポイントを示すという流れでスライドを作成しています。

最後は「グループワーク」についてご説明します。ビデオ学習で示したストーリーをトレースできるように、理解が深まることを意識したグループワーク課題にして、できるだけレールを引かず、条件や状況も各グループ自分たちで考えるようになります。例えば、心理学におけるコミットメントの法則という失敗のストーリーを考える課題を出します。どういうビジネスをしたからどういう失敗したかというストーリーは、自分たちでそれぞれ考えます。自分たちでつくったストーリーの中で、この理論が当てはまるような状況を創造します。それから、グループの人数も、課題の難易度や内容、発表の時間が1グループ何分だと少ないから人数を多くする、あるいはフリーライダーが多くなりそうだから減らす、のように学生の層や状況に基づいて決めます。グループ分けがうまくいかなくても、グループワークで良い答えが出なくても、それをもとに学生の回答を最大限に引き出し、解説や助言とともに学生に還元し、理解が深まる授業をします。

重要なのは、学生を追い詰めない、否定しないことです。学生のモチベーションを下げるこことは一番の問題だと思います。あとは各グループに対するケアとして、学習のモチベーションが維持できる発問を頻繁に行い、学生に举手してもらいます。また、適度な机間巡視や、プレッシャーを意図的にかける部分とかけない部分の調整をします。議論がずれている場合は、「今議論しているのはおもしろいね。さらにこうやつたらおもしろくなるよ」と言ってモチベーションを下げないようにして、本質の方向をちゃんと議論できるように補整します。発言が一人に集中しないよう調整したり、黙っている人は、本当にわからない場合と実はわかっている場合があるので、最初の質問はイエスかノーで答えられるような簡単な質問から始めて、調子が出てきたら、もう少し抽象的な質問に上げていくような工夫をします。

私が実践をしていることは、特段新しいことではなく、授業を行うにあたってありきたりなことですが、これからも、授業がさらによくなるように改善していきたいと思います。ありがとうございます。

グループワーク

- ビデオ学習などで示したストーリーをトレースするように理解が深まることを意識したグループワーク課題
 - ただし、できる限りレールは引かず、条件や状況も自分自身で考える
 - ・グループの人数は課題によって変化
- うまくいかなくとも、答えがでなくとも、問題にしない
 - それを元に、学生の回答を最大限に引き出し、理解が深まる助言
 - ・学生を追い詰めない、否定はしない
- 各グループに対するケア
 - ・学習のモチベーションを維持できるような発問
 - ・適度な机間巡視：プレッシャーの調整、困った状況、ずれの補正、発言の集中の調整、アイデアの引き出し

グループワーク

- ・コミットメントの法則による失敗のストーリーを下記の立場で一つ考えなさい

・コンビニ経営
・ホテル予約サイト経営
・私立大の経営
・大規模システム開発PM
・高校の野球部監督

演習

- ある国内旅行専門の会社
 - 主力販売内容：(1) 套系型一軒バツツア、(2) 海外賓人アシスタンス事業
- ・事業所は国内62ヶ所(本社東京100人、支社各15人)
- ・事業の規模
 - (1) 年1000台回(平均40名同行)、売上10億円、利益1億円
 - (2) 年20企業、売上2億円、利益2千万円
- ・部署
 - 能務、人事、財務、企画、営業、販売