

対話型大規模講義のオンライン化

— 受講生／教員間インタラクションに関する考察 —

長岡 健*1

Email: t.nagaoka@hosei.ac.jp

*1: 法政大学 経営学部

©Key Words 受講生／教員間インタラクション, twitter, zoom, 講義のオンライン化

1. はじめに

筆者が担当する『経営組織論』はいわゆる典型的な講義型の大規模授業である。当該科目において、筆者は「専門知識の習得」よりも「考える力の醸成」に学習目的の重点を置き、対話型講義の学習環境デザインに取り組んできた。具体的には、2017年度より、受講生が講義を聞きながら twitter⁽¹⁾上に気づきや疑問点を投稿し、教員が口頭（授業中）もしくはテキスト（授業後）で返答するという受講生／教員間インタラクションを実践してきた。

2020年度春学期、当該科目はzoom⁽²⁾を使った「双方向オンライン型授業」として運営することになった。本稿では、7回目の授業を終えた時点（6月9日）までの実施状況を報告し、受講生／教員間インタラクションの変化について考察する。

2. 授業概要

2.1 授業のねらい：考える力の醸成

法政大学経営学部のカリキュラムにおいて、いわゆる人材組織マネジメント分野に位置付けられる専門科目は9科目設置されている。具体的には『組織行動論』『組織マネジメント論』『経営情報論』『経営社会学』『組織経済学』『人的資源管理論』『キャリアマネジメント論』『人材育成論』の8科目と、本研究の対象となっている『経営組織論』である。

その9科目の中で『経営組織論』の位置付けは他の8科目とはやや異なっている。基本的に8科目については、例えば『組織行動論』はマイクロ組織論、『組織マネジメント論』はマクロ組織論を対象とするといった具合に、人材組織マネジメント分野における特定の知識（研究）領域にフォーカスした授業内容となっている。それに対して、『経営組織論』は特定の領域に焦点を当てるのではなく、知識内容としては人材組織マネジメント分野全般に広がっている。つまり、対象とする知識領域に関しては、他の8科目とオーバーラップすることが想定されている。これは『経営組織論』という科目が、以下に挙げるような2つの特徴を持っていることによるものである。

第一の特徴は各回の授業テーマが比較的独立性の強いものとなっていて、オムニバスの要素の強い構成となっている点である（但し、授業担当教員は1名）。各テーマの設定に当たっては、学術的分類に基づく知識領域の網羅性を意識せず、実践的ないしはビジネス的な興味・関心に基づき設定した。そして、実践的テーマに関連する研究領域の知見を取り上げながら講義を展開している。例

えば、2020年度・第2回授業テーマ「仕事の中の学びと成長」では主に人材育成論や経営情報論で扱う概念や理論を、第5回授業テーマ「専門家の役割と位置付け」では主にキャリアマネジメント論や経営社会学で扱う概念や理論を取り上げている。

このようなオムニバス形式の構成にした理由は、学習目標を「知識習得よりも考える力の醸成を目指す」としているからである。これが『経営組織論』の第二の特徴と言える。知識習得と考える力の醸成をどのように結びつけるかは大学教育における重要なテーマのひとつであると考えられるが、その具体的な意味や展開方法は各分野で異なることが想定される。この点に関し、経営学の分野では「知識の実践」ということが強く意識されるが、近年の人材組織マネジメント分野では、SDGs⁽³⁾に代表されるように、前例のない状況への対応や、多様な価値観への対応が強い関心事となっている。つまり、専門科目レベルで求められるのは知識として「SDGsとは何かを知っている」ということではなく、現在ビジネスの最前線で様々な議論が展開されているSDGsについて、個人の見解や態度を明確にできることであると言えるだろう。

『経営組織論』ではこの点を特に重視し、絶対唯一の正解がない問題を多様な視点から検討して、自分なりの見解を持つというビジョンを、受講生に強く意識づけると同時に、そのような学習を効果的に支援するための環境デザインに取り組んでいる。

2.2 授業デザイン：twitterの活用

上記2.1で述べた意味での「考える力の醸成」を実現するための授業では、当然、一方向的な知識伝達型の学習プログラム、ないしは「学習転移型」⁽⁴⁾の学習モデルではなく、受講者が受け身にならず、主体的に考えることを促す学習プログラム／環境が求められる。そこで、いわゆる「双方型授業」ないしは「参加型授業」などと呼ばれる形式の学習プログラム／環境を導入することが考えられるが、双方向／参加型と言っても、「受講生に発話の機会を与える」ことや、「授業時間中にリアルタイムで、受講生同士が対面での双方向的情報伝達を実践する」ことにこだわる必要はないと考えている。

もちろん、授業参加への動機付けという視点に立てば、「受講生に発話の機会がある」ことや「授業時間中にリアルタイムで、受講生同士が対面での双方向的情報伝達を実践する」ことに一定の効果が期待できるだろう。しかしながら、「考える力を醸成する」という意味では、受講生

同士よりもむしろ、教員による的確な問い掛けやアドバイスなどが重要な意味を持つと考えられる。特に、経験学習論⁶⁾や認知的徒弟制⁶⁾の議論を踏まえると、初学者は「何が問題か」を見つけ出す視点を持たないため、初学者(学習者)とは違う視点からの問い掛けができる上級者(教員)の存在が必要不可欠であると言えるだろう。

以上の点を踏まえ、『経営組織論』では、双方向・参加型の学習を促進することを目指し、「対話型講義」というビジョンを掲げているものの、「双方向」「参加」「対話」といった概念に、導管メタファー⁷⁾的な意味は全く含まれていない。「授業時間中にリアルタイムで、受講生同士が対面での双方向的な情報伝達を実践する」ような機会を設定していないだけでなく、受講生が発話する機会も特に設定していない(但し、発話を禁止してはいない)。その一方で、授業デザイン上の特徴として挙げられるのは以下の3点である。

まず、受講生に対する意識づけとして、「考えながら聞く、聞きながら考える」ことを実践しようと、授業の中で繰り返し強調した。講義形式の授業におけるこれまでの習慣から、受講生は講義を聞くことや、ノートをとること、つまり、情報のインプットを意識した授業態度をとりがちであるが、「考える力の醸成」には、その意識を変える必要がある。そこで、聞くことやノートをとることよりも「考えること」を意識するよう繰り返し指示すると同時に、聞くこと、ノートをとることに対する受講生の負荷を下げるために以下の2つを実行した。

- ① 授業中に投影するスライドをPDF化して事前に配布する。
- ② 授業冒頭の25分を「前回授業内容の確認」の時間とし、前回授業内容をダイジェスト版で再度講義する。

第二の特徴は、受講生/教員間の対話構成に関連している。エスノメソドロジー研究によって明らかにされたように、教室における受講生/教員間の対話は「教員の主導(Initiative)」「学生の反応(Response)」「教員の評価(Evaluation)」といういわゆる「IRE構造」⁸⁾の会話となり、コミュニケーションの主導権は常に教員が持つ。今回の授業では、教員主導型のコミュニケーション・パターンを崩し、学生が主体的に考えながら対話を主導することを促す授業デザインを試みた。具体的には、以下のような特徴を含む会話構造を生成することを目指した。

- ① 教員からの質問を対話の起点とするのではなく、受講生(学生)の自発的発言から対話を開始する。
- ② 受講生(学生)の反応を教員が評価することで対話を終えるのではなく、教員がさらに語りかけ、対話を継続することを目指す。

そして、上記①②のような「受講生/教員間の対話」を支援するツールとしてtwitterを採用した。これが第三の特徴である。なお、twitterの使い方については、受講生に対して以下6点のような説明及び指示を出した。

- ① twitterのアカウントを開設し、授業時間中は常にアクセスできる状態にしておくこと。
- ② アクセス用のメディアについては、PC、タブレット、スマホのいずれでもいい。
- ③ twitterの表示名はハンドルネームを使用すること。
- ④ 講義を聞きながら、印象に残ったこと、気づいたこ

と、興味をもったこと、疑問に思ったことなどを、リアルタイムで受講生が呟く。

- ⑤ twitterに書き込まれた内容については、授業時間の最後にスクリーンに投影し、参加者全員で内容を確認すると同時に、教員が口頭で質問に答える。
- ⑥ 授業終了後、受講生のツイートに対して、教員がコメントをツイートする。

なお、twitterの活用以外に、特にワークショップ的な仕組み・仕掛けは用意せず、いわゆる講義型の授業運営を行った。タイムテーブルについては、授業冒頭の25分を「前回授業内容の確認」とする以外は、各回のテーマに関連した概念・理論の説明と、それらを分析装置とした事例分析について語る内容とした。

2.3 双方向オンライン型授業への変更

『経営組織論』は2017年から150名規模の教室で実施していたが、2020年度については、新型コロナウイルス感染症の影響拡大に対応し、全学的に授業期間および授業方法が変更となった⁹⁾。具体的には、以下の3点が大学方針として示された。

- ① 授業開始を例年より2週間遅らせることにより、授業回数を12回とする(昨年度は14回)。
- ② 教室では授業を行わず、いわゆる「オンライン授業(双方向オンライン型・動画配信オンデマンド型・資料配信型)」を実施する。
- ③ 定期試験を実施せず、レポート等を基準に成績評価を行う。

各授業の運営については、上記①②③を踏まえた上で、担当教員が個別に判断することになったため、『経営組織論』は以下の方針で対応することとした。

授業回数が減少したことに対しては、できる限り当初の予定を変えずに対応するという方針を立て、「事例研究(ビデオ鑑賞)」を2回分削って対応することとした。

表1 2019年度と2020年度の対応関係(授業テーマ)

2019年度	2020年度	テーマ
第1回	第1回	オリエンテーション
第2回		事例研究(ビデオ鑑賞①)
第3回	第2回	仕事の中での学習と成長
第4回	第3回	仕事のモチベーション
第5回		事例研究(ビデオ鑑賞②)
第6回	第4回	キャリア・デザインの考え方
第7回	第5回	専門家の役割と位置付け
第8回	第6回	事例研究(ゲスト講義①)
第9回	第7回	経営学的な「集団」の意味
第10回	第8回	創造的なコラボレーション
第11回	第9回	事例研究(ゲスト講義②)
第12回	第10回	対話的コミュニケーション
第13回	第11回	リーダーとフォロワーの関係
第14回	第12回	ラップアップ

一方、「オンライン授業」については、zoom ミーティングを使い、双方向型授業をリアルタイムで実施することにした。運営上の特記事項は以下の通りである。

- ① 授業スタイルに関して：
 - スライドを画面共有して、教員が講義を行う。
 - 資料は授業支援システムを通じて事前配布。
- ② 運営に関して：
 - 学生アシスタント1名がサポートにつく。
 - 授業を録画し、YouTubeに「限定公開」する。
- ③ 受講生への指示に関して：
 - 本名ではなく、ハンドルネームを公開する。
 - 原則として、ビデオをオンにして受講する。
 - 授業内容に関する質問等はtwitterを使う。

また、成績評価について、2019年度までは、リフレクションペーパー（40%）と定期試験（60%）を課していたが、2020年度はリフレクションペーパー（60%）、最終レポート（40%）に変更した。なお、2019年度から2020年度への変更は「オンライン化」に絞り込み、授業目的や到達目標は全く変更していない。

表2 授業目的と到達目標⁽¹⁰⁾

【授業目的】
日常生活の中で、私たちは様々な「組織」に関わっています。しかし、日常的経験があるが故にかえって深く考えることをせず、その結果として、本質的な理解が妨げられることも多いのではないのでしょうか。この授業では、経営組織論の概念をもとに個人、集団、組織全体についての考察を進め、現代社会における「組織」の諸側面を深く理解すると同時に、組織における個人・集団の振る舞いや、経営組織の活動の背後にある意味を洞察する力を磨いていくことをめざします。
【到達目標】
<ol style="list-style-type: none"> (1) 多様な組織観・人間観をもとに、現代社会における「組織」の諸側面について、多面的かつ批判的に考察できる。 (2) 経営組織論の概念枠組と用語を用いて、組織における個人と集団の振る舞いや、現代社会における経営組織の活動の背後にある意味を理解し、説明することができる。 (3) 組織における個人と集団の活動や、現代社会における経営組織の活動を深く理解するための本質的な「問い」を主体的に見いだすことができる。

3. 中間報告：双方向オンライン型授業の実践

3.1 授業出席者の状況

2020年4月21日からオンライン授業を開始し、現在（6月9日）までに7回の授業を行った。技術的なトラブルについては、「音声聞き取りづらい」という申告が何回かあったものの、大きな問題は発生していない。

履修登録は107名（昨年は97名）であるが、これまでの平均出席者数は76.9名（最少70名；最多88名）である。昨年度については、春学期の平均出席者数は65.4名（最少56名；最多74名）であった。なお、『経営組織論』の成績評価の項目には「出席」を含めていない。

また、授業中にzoomのビデオをオンにしている出席者

とオフにしている出席者の比率は、それぞれ平均で55.3%、44.7%となっている。なお、この比率については授業ごとの変動幅が大きいですが、授業日程が進むに従って、ビデオをオンにする出席者数に増加傾向が見いだせる。

表3 授業出席者（2020年度）

	出席者 (履修者 107名)		ビデオ ON/OFF の比率	
			ON の出席者	OFF の出席者
第1回	88名	(82.2%)	39.8%	60.2%
第2回	81名	(75.7%)	42.0%	58.0%
第3回	79名	(73.8%)	35.4%	64.8%
第4回	72名	(67.3%)	61.1%	38.9%
第5回	70名	(65.4%)	55.7%	44.3%
第6回	77名	(72.0%)	88.3%	11.7%
第7回	71名	(66.4%)	69.0%	31.0%

3.2 ツイート数の増加

前記2.3の通り、2019年度と2020年度の違いは「オンライン化」であり、授業目的、到達目標が同じであるだけでなく、zoomの活用以外に授業デザインも変更していない。例えば、教員が説明に用いるスライドも、教員の説明内容も2019年度と2020年度ではほとんど違いがない。

一方、受講生の学習態度については何点かの違いが見いだせる。その中でも特に顕著な違いとして挙げられるのは、ツイート数の大幅な増加である。前述の通り、2019年度と2020年度の平均出席者はそれぞれ65.4名と76.9名となっている。それに対して、授業1回当たりの平均ツイート数については、38.7ツイート（2019年度）から420.1ツイート（2020年度）へと急激に増加した。増加率は985.5%になるが、寄与しているのは以下4項目であり、特に、「ツイートする受講生の比率」と「一人当たりツイート数」の大幅な上昇が強く影響している。

- ① 履修者数が、97名から107名に増加した。
- ② 出席率が、66.7%から71.8%に増加した。
- ③ ツイートする受講生の比率が、20.5%(2019年度)から84.9%(2020年度)に増加した。
- ④ 一人当たりツイート数が、2.9ツイート(2019年度)から6.7ツイート(2020年度)に増加した。

表4 ツイート数の比較

	出席者数		ツイート人数		ツイート数	
	2020年度	2019年度	2020年度	2019年度	2020年度	2019年度
第1回	88名	-	66名	17名	260	49
第2回	81名	-	74名	11名	435	41
第3回	79名	63名	66名	16名	406	48
第4回	72名	-	66名	11名	425	28
第5回	70名	63名	67名	18名	489	35
第6回	77名	68名	63名	14名	534	44
第7回	71名	-	55名	6名	506	26

3.3 主体的な学習態度

ツイート数に着目すると、2019年度は「出席者の20.5%が、一人当たり2.9ツイート」していたが、2020年度は「出席者の84.9%が、一人当たり6.7ツイート」している。ここから、2020年度受講生が積極的なツイートを通じて、「考える力の醸成」を目指した対話型授業に主体的に取り組んでいる姿勢を読み取ることができるだろう。

例えば、2020年度授業において、講義で言及された概念・理論に直接関連する気づきや疑問だけでなく、「講義内容と現実世界での自分の活動との関係」や「講義中の自分の学習の振り返り」に関するツイートが見いだせることは、情報のインプットを意識した授業態度が変化し、受講生が「考えながら聞く、聞きながら考える」ことを実践しつつあることを示していると言えよう。

① 講義内容と現実世界での自分の活動との関係：

- 「コロナで練習ができていない今、練習ができないときに何をするかによって復帰したときに差が出る。今まで1カ月以上休んだことがなかったが、そのような今までない状況にどう対応するか。考え直さないとなあとおもった。」(ハンドル名：まる 2020/04/28 省察的实践⁽¹⁾の講義に関するツイート)
- 「就活=OB訪問、説明会、勉強、自己分析。就活でまだ何もわからない初心者だった頃色々やったほうが良いと言われた中で機械的に行動して確かに私は定型的熟達者になりかけてたけど本当にやりたいことが見つかった時に、全てにおいて何をしなければならぬかを考えられる様になった。」(ハンドル名：ゆめの 2020/04/28 熟達化⁽²⁾の講義に関するツイート)

② 講義中の自分の学習に関する振り返り：

- 「振り返り。やはり耳からの情報をうまく拾いきれず、ツイート中に自分の考えを言語化するとき先生の話の理解度が格段に落ちる。言語化に注力してしまった部分があるから、ここぞという時は切り替えるぞ。」(ハンドル名：塩分 2020/05/12 学習姿勢に関する振り返りツイート)
- 「経営組織論の復習の時間はすごく有意義で好き。他の授業の復習タイムは基本頭ボケーってしちゃう。ほかの授業も呟くようにしようかな。頭を働かそう！！とおもってやれば、どんな授業も面白くなるかもしれない。」(ハンドル名：みかん 2020/06/09 学習方法に関するツイート)

4. 考察：受講生／教員間インタラクションの変化

前述3.2及び3.3で示した通り、zoomとtwitterを活用したメディア環境で運営している2020年度『経営組織論』では、ツイート数が大幅に増加していることに加え、単に教員からの質問に反応するだけではなく、学習態度の主体性を見いだすことができる。このことから、twitterを活用した受講生／教員間インタラクションにおいて、教員主導型のコミュニケーション・パターンが崩れていく可能性を見いだすことができる。

教員と受講生間の権力関係によって、教室内の口頭での対話は「教員の主導(Initiative)」「学生の反応(Response)」「教員の評価(Evaluation)」というIRE構造⁽⁶⁾に従うこと

になる。そして、この構造に従って対話が進む限り、受講生の発言は「反応」に過ぎず、受講生の主体性は限定的な範囲でしか発揮されない。それに対して、twitterを使うことで、受講生は「教員の主導(Initiative)」に従うことなく自由なタイミングで、自由な内容の発言が可能となった。その結果として、2020年度『経営組織論』では、教員からの質問を起点とするのではなく、ツイートを通じた受講生の自発的な発言から対話を開始する状況が多数発生したと言えるだろう。

また、『経営組織論』では「受講生の反応を教員が評価することで対話を終えるのではなく、教員がさらに語りかけ、対話を継続する」ことを目指している。具体的には、受講生のツイートに対して教員がコメントを返すことを通じて、「対話の継続」に取り組んでいる。この点に関して、受講生／教員間インタラクションがどの程度までIRE構造から脱したコミュニケーションとなるかどうかについては、さらに参与観察を継続した上で判断すべきであると考えられる。

5. おわりに

本稿では、zoomとtwitterを活用したメディア環境で運営している対話型大規模講義(双方向オンライン型授業)について、春学期前半を終えた時点(6月9日)での中間報告を行ない、受講生／教員間インタラクションの変化について考察した。

今後は、「対話の継続」を意識した授業運営に取り組むと同時に、2020年度に見出された変化の要因分析を進めていく。特に、zoomを使ったオンライン授業において、受講生のツイート数が大幅に増加し、ツイート内容が多様化した要因について、学習空間・メディアの変化や、社会環境の変化を踏まえつつ、受講生と教員のコミュニケーションという視点から考察を行なっていく。

参考文献

- (1) <https://twitter.com/home>
- (2) <https://zoom.us/>
- (3) 外務省, Japan SDGs Action Platform, <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/index.html>
- (4) Lave, J.: Lecture at Connecting Learning & Critique Conference, *The Learning & Critique Network*, UMIST, Manchester (2006).
- (5) Kolb, D.: *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, Prentice-Hall (1984).
- (6) Collins, A., J. S. Brown, and S. E. Newman: *Cognitive Apprenticeship: Teaching the Crafts of Reading, Writing and Mathematics*, Resnick, L. B. (ed.), *Knowing, Learning and Instruction: Essays in Honor of Robert Glaser*, pp453-494, LEA (1989).
- (7) Ready, M.: *The Conduit Metaphor, Metaphor and Thought*, Ortony, A. (ed.), Cambridge University Press (1979).
- (8) Mehan, H.: *Learning Lessons*, Harvard University Press (1979).
- (9) 田中優子:『2020年度春学期の受講について(その1)』, <https://www.hosei.ac.jp/info/article-20200406150423/>
- (10) 長岡健:『経営組織論(2020年度シラバス)』, 法政大学経営学部(2020).
- (11) ショーン, D.A.:『省察的实践とは何か:プロフェッショナルの行為と思考』, 柳沢昌一・三輪建二(監訳), 鳳書房(2007).
- (12) 中原淳:「学習のメカニズム」, 『企業内人材育成入門』, 中原淳(編著), pp11-59, ダイアモンド社(2006).