

筑波大学附属駒場中学校・高等学校

ここ一番のチャンスをもつものにする「伝わる」プレゼンテーションの力を育成
そこから生まれる豊かなフィードバックと議論の経験を通じて生徒の社会貢献を促す



国立大学法人筑波大学
附属駒場高等学校（附属駒場中学校兼務）
家庭科・情報科担当
植村 徹 教諭



国立大学法人筑波大学 附属駒場中学校・高等学校

<https://www.komaba-s.tsukuba.ac.jp/>

所在地：東京都世田谷区池尻4-7-1

概要

東京農業教育専門学校附属中学校として1947年開校。学制改組と筑波大学の発足・法人化に伴い現在に至る。中高大院の連携を含む高度な教育プログラムと、生徒が主体的に各種学校行事や自治活動、課外活動などを運営する「自由・関連」の校風のもと、国際社会で活躍できる真のトップリーダーの育成を目指す



アドビのセミナー初日の様子。Photoshopによる切り抜きや色調補正は「プレゼンに使える」と大きな反響があった

国際科学オリンピックをはじめとする各種国際コンテストでの活躍、国内トップレベルの進学実績などで全国にその名を知られる筑波大学附属駒場中・高等学校。文部科学省のスーパーサイエンスハイスクール(SSH)指定校でもある同校では、SSH事業の一環として「メディア虎の穴」というユニークな教科横断セミナーが行われている。2018-2019年度のセミナーにおいて、アドビ製品を用いたセミナーの導入を担当した植村徹教諭に、その狙いと今後の展望などをうかがった。

アドビ製品を使用している設備

パソコン教室のPC42台
使用製品：Adobe Creative Cloud
・Photoshop
・Premiere Pro
・Illustrator
・InDesign

製品の利用目的

SSH事業を中心とする生徒の学習・研究活動において、その成果がより分かりやすく伝わる発表資料を作成することで、生徒が発表から得られるフィードバックをより豊かにするため

Adobe Creative Cloudを採用した理由

コンテストでは“海外の高校生とも競い合い、打ち勝つ事が求められる”。生徒の研究発表のクオリティを向上する必要からプロツールとしてのAdobe Creative Cloudが導入された

国際社会に貢献する科学・技術者に必要な、情報収集・メディア活用能力を育成

国立唯一の中高一貫男子校であり、屈指の進学校として知られる筑波大学附属駒場中・高等学校。同校はまた、文部科学省が2002年度に創設したスーパーサイエンスハイスクール(SSH)制度において、制度開始当初から指定を受ける理数系教育の先端校でもある。20年近くにわたり継続されてきたその教育・研究からは、多くの学習プログラムや教材が開発されてきた。そのうち「メディア虎の穴」は、中学3年生・高校1年生向けの連続課外セミナーで、「技芸科」と呼ばれる、技術・家庭科、芸術科、情報科の教員団が運営する。2012年度に初開講されたこのセミナーで扱うのは、学術情報の探し方や正しい使用法、クラウド等を活用したチーム研究の進め方、発表資料の制作やプレゼンテーションの技術といったメタ知識的な分野。同校が当期のSSH研究開発の柱の一つに定める「科学者・技術者としての研究活動に必要な情報収集能力・メディア活用能力の育成」を担う内容となっている。

家庭科・情報科の担当教諭として「メディア虎の穴」の運営にあたる植村徹教諭は、その狙いを次のように説明する。「研究内容については、生徒自身の学習活動や教員の指導により一定以上のクオリティがある一方で、発表についての学校の指導は十分とは言えない状況でした。また全教科を挙げてSSHに取り組む中、技芸科が担う役割の模索もありました。そこで、情報やメディアの扱い方を専門領域に含むという技芸科各教科の共通点を生かし、研究の入り口となる「調査」と出口となる「発表」のスキルに関して、学校としてのプログラムを提示しようと考えたのです」。

「伝わる」プレゼンや資料作りを重視し、アドビのセミナーを開講

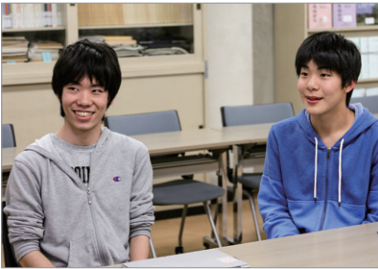
同校では高校2年生の教育課程に「課題研究」「理科課題研究」が設けられ、全生徒が何らかの研究・発表に取り組む。また台湾・韓国・米国などでの現地高校との研究交流、科学オリンピックをはじめとする各種コンペへの参加など、「発表」に係るプログラムも数多く実施されている。しかし「従来の生徒発表では、研究内容は良いのに、プレゼンや資料の見映えが弱いために評価されないと感じられる面がありました」と植村教諭は振り返る。そこで2018年度の「メディア虎の穴」で新たに導入されたのが、PhotoshopとPremiere Pro、Illustratorを中心に、アドビのクリエイティブツールを用いたプレゼン資料の制作講座だ。「プレゼン資料は、受け手の知識や文化的な背景を問わず『伝わる』ものであることが重要です。プロのツールを用いて、クオリティの高い『伝わる』プレゼン資料が出来たら最高ではないかと考えました」。

全生徒がAdobe Creative Cloudを活用できる環境を整備

「メディア虎の穴」では当初から、受講効果を最大限に高める環境整備にも力を注ぎ、校内無線LANや受講者・講師向けクラウドの構築、受講時以外にも場所を選ばず共同学習できるタブレットPC (Surface Pro)の貸与などを行ってきた。さらに2017年度からは、コンピュータースペース(PC教室)の42台のPCにCreative Cloudが整備され、その活用も可能となった。



基本的なツールに絞り、初歩からハンズオン形式で実習。動画編集が「ぐっと身近になった」との声が多く寄せられた



高校2年生の高畑和万さん(左)江夏功一さん(右)。二人とも「課題研究」のプレゼンテーションを意識して「メディア虎の穴」を受講した。アドビのツールをじっくり用いる機会を受講までなかったが「画像や動画の編集がこんなに簡単にできるんだ、自分にもできるんだ」と感じたという



ポスターは、7月の初回セミナーでIllustratorの基本操作説明とA0サイズの台紙作成までを行い、その後各自で制作。9月の第2回開催までにいったん仕上げ、セミナー当日はA1サイズで出力して壁に貼り付け、検討と個別指導による手直しを進めた。目の前に掲示されることで、生徒は自身の制作物を改めて客観的に評価できた

「それ以前から、教員も生徒もアドビのツールの有用性は理解しており、例えば文化祭の広報や掲示・展示物の製作などに活用する生徒もいましたが、学校の設備は古いアドビ製品がインストールされた『マルチメディア制作室』のPC8台のみでした。通常は施錠されている教室のため使い勝手が悪く、実際には自宅PCに無料でインストールして使用する生徒も多かったのです。その状況を打破し、活用者のすそ野を広げたいという思いもありました」と植村教諭は振り返る。機器の更新に合わせてCreative Cloudが導入された新しいPC教室は、放課後は全生徒に開放されており、学期末のレポート提出時期のほか特に文化祭前の時期などは、ポスターや動画編集などにCreative Cloudを活用する生徒で席が埋まるという。

課外セミナーとして、全生徒に門戸を開く「メディア虎の穴」の運営

「メディア虎の穴」の正規受講可能人数は16人。これは主に貸与PCの台数による制限で、ほかにビジター受講も許可されている。「定員16名では通常授業にできませんが、正規カリキュラム内の選択授業にすれば他の選択科目と両立できなくなります。できる限り多くの生徒に受講の機会を開くため、あえて課外授業としています」と植村教諭は説明する。プログラムは年12～16回、1回2～3時間で構成される。開催時期は主に文化祭終了後の11月から3月まで。全生徒が注力する学校行事である文化祭が終わり、次年度のカリキュラムを意識し始めるタイミングに合わせている。企画と調整は教員が担い、大学や企業など外部からの講師も迎えて専門性の高い授業を行う。

新たに「メディア虎の穴」のプログラムにアドビ製品を活用するセミナーを導入するにあたっては、スケジュールに特別な工夫を施した。まず、プレゼン資料の写真や動画の編集をPhotoshopやPremiere Proなどで行うセミナーを2018年度末に開催。その後、研究発表ポスターのデザインにIllustratorを中心に活用して取り組むセミナーを、あえて年度をまたぎ2019年度の7月と9月に実施した。「研究発表ポスターは研究内容抜きには語れません。デザインのノウハウといったスキルだけを取り出して教わっても身につけにくい。具体的な課題に臨みつつ学ぶことが大切です。そこで、2018年度を受講生が高校2年生となり、自身の「課題研究」の発表を意識し始める時期の開催とし、7月の初回セミナーで導入を行って各自に試行錯誤の時間を与え、9月にプロの視点からのブラッシュアップ助言を得る組み立てにしました」。

経験豊富なプロのセミナーや表現力豊かなツールが、生徒の可能性を形にする

「メディア虎の穴」に対する生徒の意欲は高く、受講は例年抽選。2018年度の倍率は約3倍となった。PhotoshopとPremiere Proのセミナー後、受講生の高畑和万さんは「初心者でも、いわゆる絵心や独自のアイデアがなくても、機能の使い方次第で人の目を引く一定のクオリティのものができるのが魅力だと感じました」とセミナーの手応えを話し、同じく受講生の江夏功一さんは「ほぼ初体験でしたが、ハンズオン形式で作業してみると自分もできると分かり、授業のありがたみを感じました」と振り返った。またIllustratorを中心にポスターのデザインに取り組んだ後は、二人とも「最初は言いたいことを全部詰め込んでいましたが、より伝わりやすい表現を模索するなかで、自分の研究をいったん俯瞰し、本当に伝えたいことに焦点を当てられるようになりました」という。また「どのタイミングで話せばより効果的か、どんなデザインがよく見えるかなど考える力は、誰にでも必要だと思います。こうした『人の心を動かす』力はAIが取って代われないもので、その技術を学べたことは将来の役に立つと思います」と、世の中の変化を肌で感じる高校生ならではの感想も聞かれた。

植村教諭も「アドビの製品は導入時のハードルが高く感じられる面はありますが、プロツールだからこそ仕上がりは素晴らしく、生徒の可能性を形にするのに適していると感じます。受講後、多くの生徒が『こういうことができるなら、今度の研究スライドや学校行事のここに生かしたい』と、先のことに思い至るようになっていたのも、ツールに喚起されたからでしょう」と評価する。「受講生数は限られていますが、彼らが周囲の生徒に内容を伝えたり助言したりもしています。定量的なことは言えませんが、その波及効果は低くはないと考えています」。高畑さん・江夏さんは二人とも、将来は国際的な舞台上で活躍する夢を描いているという。これについても、「ツールの操作法だけでなく、他者の視点を想像することなど、本質的な『伝え方』を学べたのが大きな収穫」「海外のライバルの『人の心を掴むプレゼン』に負けずに技術を習得する第一歩が経験できました」と手応えを感じている様子だった。

発表は議論のため、議論は行動変容のために。「伝える」ことから社会貢献へ

このように同校が力を注ぐ「発表」の教育効果について、植村教諭は次のように語る。「海外派遣を経験した生徒に聞くと、プレゼンのスキルはもちろん熱量が違うと口々に言います。研究成果や主張を相手に伝え、『わかるだろ?』と相手に行動の変容をせまるような熱量があると。発表はゴールではなく議論が起こるきっかけであり、議論は自分や相手の考え方・行動を変えることに繋がるのです。グローバル化の進行などにより、今後の世界はますます『正解がない社会』になるでしょう。そこでは否応なく、協議と協調のプロセスが必要になってくるはずですが、そのためにも、発表の後の議論という経験を積んでおくことが重要だと思っています。そのとき出発点になるのが、「伝える」こと。「伝わらなければ、議論も生まれずフィードバックも得られない。それでは生徒自身も面白くないし、彼らが社会の発展に貢献することもできません。アドビのツールで制作できるデジタルコンテンツには、国や地域の違いを超えて伝える表現力があると思います。「メディア虎の穴」で学んだことが、彼らがより『伝える』成果物を作り、社会に働きかけられる一助になればと期待しています」。



アドビ システムズ 株式会社

〒141-0032 東京都品川区大崎 1-11-2

ゲートシティ大崎イーストタワー

www.adobe.com/jp/

Adobe Inc.

345 Park Avenue, San Jose, CA 95110-2704

USA

www.adobe.com