

【中央大学】

# 学生制作番組「多摩探検隊」の 放送・配信 —— 15年目を迎えて

松野 良一 ● 中央大学総合政策学部教授

## 1 「多摩探検隊」とは

「多摩探検隊」は、10分間の地域再発見番組であり、制作しているのは、中央大学FLP<sup>2</sup>ジャーナリズムプログラムの松野良一ゼミ。企画、取材、撮影、編集、パッケージの全てを学生が行っている。ポリシーは、多摩地域に埋もれている話題、人物、物語を掘り起こし伝えていくというもの。番組は月1本のペースで制作され、2004年5月のスタート以来、これまでに放送・配信された本数は169本を数える（2018年5月現在）。

放送エリアは少しずつ拡大し、現在では、東京・多摩地域3局、JCOM系列15局、九州地域2局の計20局（視聴可能世帯数・計約300万）に。番組は、放送と同時にYouTubeとiTunes Uで配信されている。

大学のゼミ活動として、毎月10分間のドキュメンタリー番組を制作し、10年以上にわたって放送・配信している例は、全国でも珍しいと思われる。

## 2 シリーズ「中央大学と戦争」

番組の内容は、地域の歴史、特産物、職人、動植物、中央大学関連などであり、大学（文系）が所在する「多摩」に徹底してこだわっている。地元の話が全国、外国につながる場合、多摩を飛び出して現地取材に出かけることもある。最近では、朝鮮戦争中に東京都小平市に墜落した米軍輸送機「グローブマスター」に関する取材のため、米国2都市に向かった。

また、シリーズ「中央大学と戦争」は全国規模の映像祭で入賞するなど高い評価を得ている。戦争の時代を生きた先輩たちの証言を、



写真1 シリーズ「中央大学と戦争」3作目、『後続くを信ず』の一場面



写真2 「多摩探検隊」のホームページ  
(2018年4月版)

平和な時代を生きる後輩たちが記録し、ドキュメンタリー作品として後世につなげていくというプロジェクトであるが、130年の歴史を有する大学としての責務でもあると考えている。

### 3 多様な能力の開発

番組「多摩探検隊」の制作活動は、大学の地域貢献のみならず、学生の多様な能力の開発にも大きな効果を発揮している。

番組を完成させるには、資料収集、事前取材、企画書作成、取材交渉、撮影、ラッシュ、構成表作成、編集、

パッケージ作業、各ケーブルテレビ局への納品、配信作業などのプロセスが必要である。また、撮影の許諾を得るためには、対象者や団体と粘り強く交渉しなければならない。さらに、完成間際には試写会が催され、先輩た

ちから厳しい批評を受ける。こうして作り上げた10分間の番組は、学生にとっては「一生の宝物」になる。

「企画―撮影―編集―放送・配信」という制作活動のサイクルは、そのまま、多様な能力の開発にもつながっている。交渉力、企画力、協調性、積極性をはじめ、プレゼンテーション能力やコミュニケーション能力、そして、最終的には「やればできる」という自己効力感が育成されていく。これが、就職活動を乗り切る大きな力になることはいうまでもない。

実際に、「多摩探検隊」の制作に関わった学生の多くがその経験を生かし、新聞、テレビ、出版、広告などのマスコミをはじめ、地域と関係の深い通信、運輸などの業種に就職している。

#### ●注

- 1 <http://www.tamanatan.tv/>
- 2 F.L.PはFaculty-Linkage Programの略。中央大学の特色のひとつとして「大学ポートレート」に記載されている。F.L.Pのゼミは、全学部から選抜された学生で構成される。「環境・社会・ガバナンス」「ジャーナリズム」「国際協力」「スポーツ・健康科学」「地域・公共マネジメント」の5プログラムを開設。

「明治大学」

## 動画配信への取り組みと課題

中村 達

●明治大学情報メディア部  
ユビキタス教育推進事務室

明治大学は、2010年8月、日本におけるiTunes Uのスタートに合わせて、慶應義塾大学・東京大学・早稲田大学と共に初期のメンバーとして参加した。現在では、約2000のコンテンツを配信しているが、開始当初は学内からかき集めた300に満たないコンテンツ数のスタートであった。

## 1 人気コンテンツと視聴者層に関する考察

iTunes Uでは、管理者画面で各コンテンツの配信状況やアクセス数、コンテンツ全体の国別アクセス割合など、詳細な情報を確認することができる。参考までに、アクセス数の多い本学のコンテンツをいくつか紹介したい。

『マクロ経済学』『ミクロ経済学』…どちらも本学商学部

の対面授業を収録した映像で、数年前には、iTunes U日本ストアにおいて、人気コレクションの全体1位と3位になったこともある（両コンテンツともピーク時には1週間で約2000回の視聴があった）。

『中級日本語口頭表現教材「日本語で話そう!」』…2015年9月から公開している、日本語を学ぶ外国人留学生向けの教材であるが、ここ数年、本学で最も多くのストリーミング数・ダウンロード数があるコンテンツとなっている。2018年4月1日現在、ダウンロード数・ストリーミング数の合計は、7万回を超えている。

視聴者（受講者）と双方向性があり、その属性が特定可能なラーニングやMOOCと違い、iTunes Uは、どのような層の視聴者がアクセスしているのかわかりにくい。しかし、日本語教材コンテンツが多くの視聴者を得ていることを考えれば、日本の文化・教養に興味関心のある主にアジア圏（中国・台湾からのアクセスが全体の3割以上を占める）の若年層が中心になっていると考えられる。彼らを日本への留学生予備軍と捉え、教育を公開する副次的な効果として、留学生の増加や大学広報に貢献できれば、それは望ましいことである。

## 2 動画配信の目的と課題

本学が教育コンテンツを配信する目的は、大きく二つある。一つは、国内外の多くの大学や機関が公開している膨大な数の教育リソースの一部分として、人々が学びを深めるために貢献すること。そして、もう一つは、本学の学生や教職員のために配信することである。

われわれの部署で収録・配信する講義やイベントは、毎年おおむね50件以上あるが、iTunes Uに特化して制作するのはほとんどない。その理由は、iTunes Uは、相手を特定した配信ができないことである。

iTunes Uはあくまでも、コンテンツを公開するための一つの手段であり、自前の配信サーバーによる公開やMOOCなども活用している。iTunes Uのように全世界に向けて完全にオープンな形で配信することが難しいコンテンツについては、大学のネットワークからのみ視聴できる配信方法や、専用のID・パスワードを設定し、特定少数の視聴者に向けて配信するなど、その性質によって最適な配信メディア・配信方法を選択している。

iTunes Uによる配信に限ったことではないが、

大学が講義や講演会などの映像を配信しようとする場合、一番苦労していることは、著作権の処理に関する作業である。講義や講演会には、画像や映像のほか、新聞や書籍の一部分など、多様な著作物が使用されている。それらについて、一つ一つ権利者を確認し、公開について許諾を得る作業が必要となる。場合によっては、画像の差し替えや使用料を支払うケースもあり、その手続き・管理には相当量の技術的・事務的作業が伴う。また、「引用」として扱う場合にも、適切な出典情報の記載があるかなど、必要な確認作業を配信前に実施している。

本学における著作権処理は、メディア授業（eラーニング）の制作・運用を担当するユビキタス教育推進事務室が一元的に担っており、メディア授業の教材などとともに、一般に公開する動画についても著作権処理の専門スタッフを置いて対応している。より一層の普及・発展のステージには、この部分の「スピードを早く」「事務的負荷を軽く」することが重要な課題である。現在、国において著作権法改正に向けた動きがあると聞いているので、期待を込めて今後の動向を注視しているところである。

※ iTunes は米国および他の国々で登録された Apple Inc. の商標です。iTunes U は Apple Inc. の商標です。

【東海大学】

# オープンオンライン講座の 入試活用を考える

川上 哲太郎 ● 東海大学海洋学部長、教授

2014年度、東海大学海洋学部は、ネット配信型公開講座「海から考えるこの星の未来…海洋学への誘い」を、日本オープンオンライン教育推進協議会（JMOC）公認のプラットフォームにのせて配信した。周知の通り、ネット配信講座MOOCは、米国発となる大学の新しい授業スタイルである。時間と場所を超え、大学の授業を無料で万人に提供できることから、米国では教育格差や地理的課題に対する解決法として注目を集めている。大学にとっても、埋もれている人材を発掘できる点でメリットがあるといえよう。一方、わが国では、先述のJMOCが2013年に一般社団法人として設立され、本格的なオンライン講座時代を迎えることになった。米国と異なる点は、日本版MOOCがいわゆる「産学連携型」をコンセプトとして講座を配信しているところであ

る。したがって、配信される講座内容を見ても、大学のみならず専門学校や企業体と連携した実学志向のプログラムが目につく。社会人の学び直しなど、知識と技術の修得を目指した産学連携リカレント教育が日本版MOOCの特徴といえよう。

ただし、東海大学のネット講座開講は、こうしたリカレント教育の効果を主眼としていただけではない。むしろ、アクティブ・ラーニングなどの教育改革やその学習成果を評価するための入試改革、つまりは「主体性等」評価において、MOOC活用に一定の効果を期待していることである。例えば、MOOCの特徴として、成績評価を受講生同士のピアレビューによって行うことが挙げられる。学習者同士が互いの意見交換や情報交換を通して、自らの学習に幅をもたらし深化させていく。こうした学習プロセスこそが、学習動機の向上にもつながっていくことになる。したがって、開講者である大学は、個々の学習者のアクセス頻度と相互採点のあり方をアクセスメント（査定）する、つまり、主体性のプロセス評価をしていくわけである。今後、大学に求められることになる学習者の主体性等の評価に、MOOCのピアレビュー評価

方式は大いに参考になろう。

さらに、MOOCの主体的学習を担保しているのは、多様な社会的背景を有する受講者の質と量である。現在、JMOOCの登録者数は約25万人であるが、延べ学習者受講者は約61万人を超えており、受講者が継続的な学習意欲を持っていることが分かる。また受講者の平均年齢は約44歳であり、大学以上の卒業者が6割を占めていることから、学習者の質は相当に高いとみてよい。10代の受講者は全体の2%弱に留まっているが、これら若者が多世代で構成される学習者と共にピアレビューを行い、インタラクティブ・ティーチングに参入していることを考えると、彼らの主体力は大いに注目されるべきであろう。ここに、今日の大学が取り組むべき「主体性評価」のヒントが隠されている。

さて、東海大学では2016年度に海洋学部AO入試においてネット配信講座の活用を開始したが、その理由の一つに2014年度に配信された当該講座に特徴的な傾向がみられたことがある。それは、20歳以下の登録者が全体の7・8%も占めていたことである。相互評価についても、積極的にピアレビューしていたことも分かった。こうした強い主体性をもった若者を入試に導いてい

きたい。検討に勢いがついた。さらに、コンテンツも適切である。講座は学部教育全体にわたる内容であり、したがって学部の教育方針およびアドミッションポリシーに照らして適切性を有していた。当該講座を再利用する形で入試導入が決定した。入試要項では、先述した講座の視聴登録を志願者が行い、全31回の講座を受講した上で課題を作成して提出、出願することとした。その結果、当該年度AO入試出願者の22・9%に相当する高校生が講座の視聴登録を行った。そのアクセス数もログとして記録されており、200回以上講座にアクセスした志願者もいた。

ただし、オープンなプラットフォームによる講座配信は入試という性格上困難であったため、講座は志願者のみに配信する形態に留められた。MOOCの利点である多世代の学習者による相互評価体制が活用できなかったことは今後の課題である。

近い将来、オンライン型大学入試が導入されていくであろう。オンライン型入試は、こうしたMOOCの活用を通して「主体性等」を評価できる可能性を有しているといえるのではなからうか。