

令和4年度の学科広報について

● 吉澤京子

はじめに

大学における入試広報活動が、大学全体として企画・運営されることは改めて言うまでもない。従来も、教員は年間を通して大学から委嘱されるさまざまな入試業務・広報業務を誠実に実行してきた。しかし、コロナ禍を経た最近の状況は、あらたに取り組むべき課題と対策についてより一層工夫ある対応を、我々にうながしていると思われる。

本年度コミュニケーション文化学科では、教員が「学科広報コンセプト」を考案し、年間を通して一貫性のある広報活動に取り組んだ。

以下では、本年度の学科広報の成果報告を行うのではなく、年度当初から12月までの取り組みについての記録といったスタンスで述べていきたい。年度末に入試全体の結果が出て、次年度の活動計画を作成するさいの一助となれば幸いである。

1. 問題の所在と背景

当学科が長年、広報の面で苦勞してきたことは、「何をする学科なのか、何が学べるのかが一見したところではわかりづらい」という点である。コミュニケーション力が、社会で最も重視されることは言うまでもないことであるが、当学科の多様なカリキュラムを一言で受験生や高校に伝えることがなかなか難しかった故と言えよう。

2020年に突如として起こったコロナ禍の影響により、オープンキャンパスや高校教員対象の大学説明会等の対面の集合型イベントを開催することができなかつたばかりでなく、全面的な遠隔授業、それに続いて隔週登校での授業の体制を2年にわたり余儀なくされたことによって、学生の学びの場面や、キャンパスライフ、クラブ活動の様子の新規の写真撮影が難しくなり、ビジュアル・コンテンツが不足するという困難にも直面した。昨年度まで、対面式のオープンキャンパスは事前予約制で人数制限をかけて行われ、受験生や保護者が本学に足を運んで大学を知るチャンスは限定的であった。

この不自由な状況から一気に解放されたのが、本年度である。春学期から一部の科目を除いて授業は対面になり、キャンパス内に再び学生の明るい笑顔とにぎわいが戻ってきた。

ウィズコロナの時代、他大でも同じようにキャンパスに活気が戻り、広報活動がノーマライズされていることは容易に想像がつく。かような状況で、当学科に受験生を呼び込むには、何をすれば良いのか。暗中模索のなか、若手の先生方の協力をえて、広報のあり方を考え始めることとなった。また、当学科はこの3年の間に専任教員を4名お迎えすることになり、新しい視点から学科を見ていただけることを期待し、心強く思った次第である。以下、時系列的に、本年度の学科の取り組みを記述していきたい。

2. 広報年間スケジュール、および広報コンセプトの設定から実践へ

年度当初、新学長から「オープンキャンパスにおける担当教員人選について」という文書が発出され、年度中に開催されるすべてのオープンキャンパスにおける「体験授業」「個別相談」「ゼミ体験企画」等の人選が各学部部に依頼された。また、当学科については、学科紹介のパンフレット作成の予算を特別につけていただくことが決まり、カリキュラムが現行のものになって以来はじめて、学科に特化した広報の機会が与えられることとなった。

2-1 受験生の目線に合わせた「広報年間スケジュール」の提案

上記の依頼を受けて、学科会議において、当方から「年間の学科の入試広報活動の流れ」と題した工程表を提示した。ここで留意したのは、学事暦のような教員目線のスケジュールではなく、高校3年生および進路指導のスケジュールを意識し、時機にふさわしい学科の特徴や魅力の発信を重点的に行うことである。

大学選びのピークが、夏休み期間にあることは従来から変わらぬポイントであるが、特に今年度留意したのは、本学を受験する意思の強い高校生は、オープンキャンパスに何度も足を運んでくれているということである。体験授業の内容を、新規参加者にもリピーターにも興味あるものとする工夫が必要と考えられた。これについての取り組みは、以下の2-2-2において述べる。

2-2 「学科広報コンセプト」に基づいた一貫性のある広報活動

学科教員が主体的に「広報コンセプト」を作成したことは、筆者の知る限り今回が初めてだったのではないだろうか。5月半ばにパンフレット作成も見据えた「学科コンセプト会議」を開催することが学長、入試部長から告知されたため、学科では「学科広報コンセプト」の考案を、急ピッチで進めることとなった。コンセプトを作成するには、新しい視

点をもつ先生方がふさわしいと考えたため、新任の方々、若手の方々でチームを編成していただき、議論を重ねていただいた結果、「日本語×英語→実践コミュ力を磨く」というコンセプトが生まれた。このコンセプトは、以下に述べる本年度のすべての企画において反映され、一貫性のある広報を実現する堅牢な土台となったのである。

2-2-1 「一目でわかるコミ文パンフレット」の作成

学科の学びと魅力が、誰にでも一目でわかるパンフレットは、担当者の多大な尽力なくしては実現できなかったであろう。レイアウト案、写真撮影のスケジューリング、キャッチコピー、色校正にいたるまで長年CM制作の最前線で活躍されてきた松浦教授に中心となっただき、学科教員がまさに総出で取り組んだ結果、夏休み期間に入って最初のオープンキャンパス（7月24日）から配布・活用できるようになった。

2-2-2 「学科広報コンセプト」を見える化するオープンキャンパスのプログラムの実施

当学科が、「日本語×英語→実践コミュ力を磨く」学科であることを、オープンキャンパスの各種企画の担当者および内容にもすべて反映させることが、例年にない新しい取り組みだったことを、特筆したいと思う。従来のオープンキャンパスの「体験授業」では、担当者はそれぞれ通常授業で行っている内容からトピックを任意で選んで「体験授業」において講義する、といった形をとっていた。

それに対して、今年度の体験授業は「学科広報コンセプト」に沿った形で教員の配置と授業内容を戦略的に組み立てた。具体的には、「日本語・英語コミュニケーションスキル」の体験（日本語・英語各1名の教員が協働して行うワークショップ）を3回、日本語分野と英語分野の教員による講義をそれぞれ1回、2回設定し、ワークショップと講義を互い違いに日程に入れる、という形である。ワークショップも講義も、毎回担当教員が異なるので、初めてオープンキャンパスを訪れる高校生にも、リピーターにも、「新しいこと」を学べるようにとの工夫である。

2-3 「学科広報コンセプト」に基づいた大学主催の広報活動

2-3-1 「高校教員対象大学説明会」および「跡見中高生徒ならびに保護者対象大学説明会」

毎年、春学期の半ばに入試課から指定校に案内し、文京キャンパスで実施している「大学説明会」には多くの進路指導教員が参加することから、大学主催の説明会として重要な位置づけとなっている。また、同時期に跡見中高生と保護者向けの説明会も、同様である。

これらの催しには、かならず学生によるプレゼンテーションがプログラムされており、大学から指名された学科が担当するのが慣例になっている。本年度は当学科が指名され、穂苺ゼミ生（英語分野）渡部ゼミ生（日本語分野）が入念な事前準備を経て、日頃の学びや学生生活について生き生きと語ってくれた。

2-3-2 オープンキャンパスにおける展示、ゼミ紹介

展示については例年行っているところであるが、本年度は映像（渡部ゼミ、学科紹介）の上映、展示物（カレンゼミ、中西ゼミ、穂苺ゼミ）が学びの成果を見える化した。ただ、展示スペースに制限があったり、現場に行ってみないと分からない課題も散見した。次年度からは会場レイアウトの事前調査等の工夫が必要であると思う。

ゼミ発表については、今年度は渡部ゼミ、穂苺ゼミが担当した。このゼミ発表を見て実際に受験してきた高校生もいたことがわかっており、今後の広報活動でも重点的に取り組みたいポイントである。

3. 学外の活動の取り組み

3-1 各教員の学外ゼミ活動の大学HP上での報告

教員が学外で行うゼミ活動については、随時大学のホームページにアップしていただいている。受験生のみならず、一般に広く学科のコンセプトや実際の教育活動を周知する機会であり、引き続き取り組んでいただきたいと思う。

3-2 KADOKAWA 武蔵野ミュージアム（図書館）における「読み聞かせイベント」

この催しは、新座キャンパスにほど近い所沢市内にある同図書館の企画がもちこまれたもので、本学の学生が、「読み聞かせ」指導を専門とされている渡部教授の指導を受けて

派遣された。長い目で見た場合、こうした企画も当学科の学びの成果を外部に知らせる効果が期待できると思われ、引き続き力を入れていきたい。

4. 年内合格者対象「入学前オリエンテーション」

「入学前オリエンテーション」は、毎年12月の最後の土曜授業日の午後、年内入試で入学手続きを行った合格者を集めて行う、大規模なイベントである。

この催しは、もともとは高校側から、早期に入学先を決めた合格者に、入学までの3ヶ月余の長い時間に学びの機会を提供してほしいという求めに応じたものであり、「入学前課題」を渡したり、英語プレイスメントテストの案内等を行うことが目的だが、この催しに参加した生徒に4月からの大学生活への期待をふくらませてもらうという、広報的な意味づけも、近年では重要となっている。

集まった生徒たちは、近い将来、同じ学科で学ぶクラスメート予備軍であるから、この機会を生かして「友達づくり」ができるよう、楽しい雰囲気づくりにつとめることを主眼に、プログラムを進行することができるよう学科教員全員に努めていただいた。

結び

以上、冒頭に述べたように、本年度の学科による広報活動の取り組みの検証は、これからである。これを起点として、すでに検討が始まっている次年度の入試関連のスケジュールに柔軟に対応できるように、臨んでいきたいと思う。