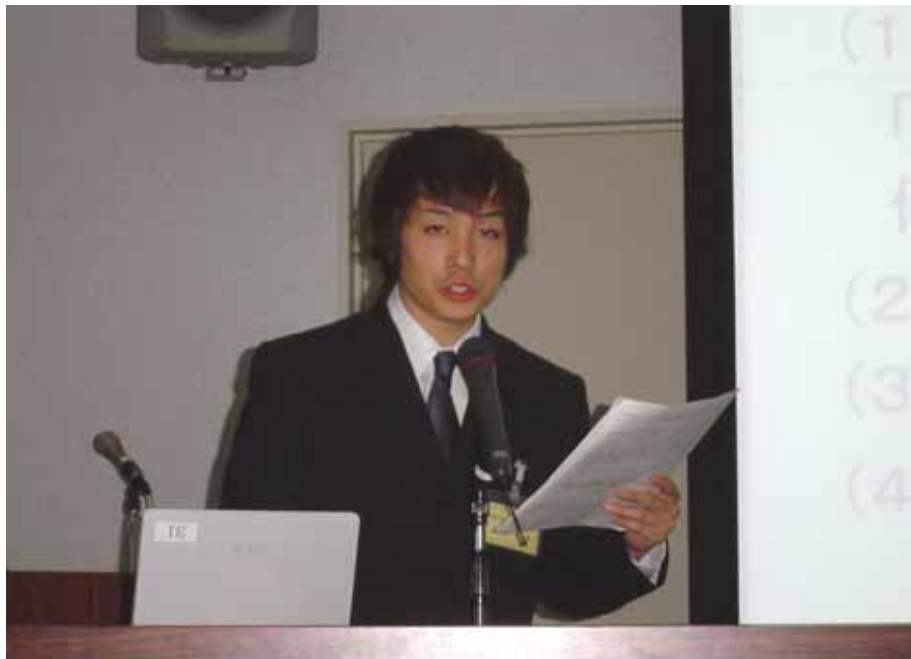


第3回 4大学間「学生交流自主的・実践的研究プロジェクト」
研究成果発表会

4 学内タレント発掘プロジェクト
～地域への情報発信力向上を目指して～



発表者 : 森本 真悟さん

発表内容

題目 : 学内タレント発掘プロジェクト
～地域への情報発信力向上を目指して～

研究者 : 愛媛大学 工学部 機械工学科
森本 真悟

愛媛大学 法文学部
東明 架那子

学内タレント発掘プロジェクト

～ 地域への情報発信力向上を目指して ～

東明架那子 愛媛大学法文学部4回生

森本真悟 愛媛大学工学部機械工学科3回生

1. 学内タレント発掘プロジェクト・第一期「シンキング」

当プロジェクトが定義した学内タレントとは、「講義やサークル以外の分野で活動できる何かを持っている学生および職員」である。近年、大学生活に充実感を味わえない学生の意欲減退による留年や中退が増加している背景には、そういった何か（＝タレント）を満たせない欲求不満が原因ではないかと考えた。

しかし、その反面で、全国的にも国立大学の動きは刺激的なものへと革新され、この動きの中で学内タレント性を発揮している教職員たちも存在する。そこで、当プロジェクトではその両者が出会うことで、学生の大学離れを起こす本質的な問題を解決すべく立ち上げられた。

だが、この問題は数人の学生が結集した力ではどうにもならないレベルの大きなギャップ、というよりも大きな穴が開いていた。そこで本プロジェクトは、毎年、めざましい速さで進歩を続けているインターネットやパソコンの分野にスポットを当ててみた。

現在では愛媛大学でも急速なIT化が進んでいる。2003年の愛媛大学生協同組合の調査結果によると、学生のパソコン保有率は90%を超えていることから、このことはお察し頂けるだろう。だからこそ、この大きな流れを大学や教職員の動きと意欲減退している学生の間に流し込めば、きっと大きな役割を果たす媒体になってくれるはずだ。

しかし、問題はそれだけでは解決しない。情報発信力とは視聴率あってこそその賜物だからだ。ITに連動するためのハード面の充実はさることながら、「具体的にどのような制作環境の下、どのような情報を発信していくのか？」という問題も切実だった。

ここまでが、夏の始め頃までの間にミーティングを重ねた結果である。この段階まで構想がまとまった時、当プロジェクトでは、「目指す方向性とその規模から推測するに、細かく期間を設けて取り掛かる必要がある」と考えた。特に、今回の「4大学間学生交流自主的・実践的研究プロジェクト」においては、1年間という期間と助成金、人的資源の有効活用という観点から問題の解決方法を段階別に切り分け、うまく当てはめていく必要がある。そこで、学生スタッフと教職員スタッフの有限性に着目し、短期的視野で活躍できる学生スタッフと、中長期的視野で活躍できる学生スタッフや教職員スタッフを切り分けて、戦略を練っていくことにした。

学生は実質1～3回生ぐらいが活動期間であることに對し、教職員は長期的な視野で物事を捉えやすい。このバランスの悪さから、学生が教職員から使い捨て的な扱いを受けやすいのは、ある意味自然といえば自然だったし、それがこれまでの大学の体質だったように感じられた。しかし、この問題を段階別、期間別に切り分けて考え、互いの違いを尊重しあうことで真の協力関係は構築できるのではないかと考えた。

2. 学内タレント発掘プロジェクト・第二期「アクション」

2004年6月には、学内タレント発掘プロジェクトでは教職員と協力して、学内に「メディア・サポーターズ」というボランティア組織を立ち上げた。この組織は、その活動内容から、映像部と出版部に分割された。また同時に、学外にも機動的に動ける組織を立ち上げた。以下では、これら三つの組織の活動について述べる。

第一に、「メディア・サポーターズ映像部」では、主に学内放送を目的とした撮影スタジオの設備を2005年3月までに完成させる予定で開始した。2004年8月には、スタッフ確保のために映像クリエイタービギナーズ講座を実施し、30名の定員が満たされた。さらに、2005年1月から2月にかけて毎週土曜日に地元放送局のスタッフから研修を受け、ライティング、カメラワーク、ミキシング、編集などを学んだ。また、その内容をインターネットの分野でも動画として配信するため、ホームページの立ち上げも準備を始めた。その後も、毎週金曜日、午後4時半から定期的にミーティングを行っている。

第二に、「メディア・サポーターズ出版部」では既存の学生向け広報誌『学務部だより』を全面的にリニューアルし、さらに学生との距離を縮められる内容にすることを目的として準備を始めた。

第三に、同時進行で話題性のある情報の収集にも着手した。本来ならば、撮影環境やスタッフなどの充実が最優先された後でこれらは立ち上げるべきところだが、ソフト面も明日明後日で完成するような作業ではない。そこで、学生たちが卒業してしまう前に「ソフト面の充実」という課題にも取り組み始めるため、2004年6月、学外でも起業サークル「ロック・カンパニー」を立ち上げた。

この起業サークルは、愛媛県内の今治市にある民間の地域振興団体に学生がボランティア・スタッフとして加わることで、ネットワークの構築、イベント・プランニングやプロデュースのノウハウ、専門的なスキルなどを蓄えることが目的だった。もちろん、学内におけるハード面との融合も念頭に入れながら研修を重ねてきた。

とはいえ、こちらにもある程度、ノウハウやスキルが蓄積された時点で具体的な実戦経験を踏む必要があった。そこで、当プロジェクトでは、主に愛媛大学内でも話題を呼んでいる「二宮翔会」というサークル団体の活動にスポットを当ててみた。この団体は毎年、夏に行われている「鳥人間コンテスト」というイベントに備えて、学生・教官・民間企業などが三位一体となって取り組んでいる。それゆえ、大学の中でも一味違った雰囲気を持っている団体だ。また、二宮翔会は今治コミュニティ放送でもラジオ番組を持っているため、「地域への情報発信力」や「今治」というキーワードにも合致していると判断した。

そこで、学生数名と協力し、2004年5月23日に地域振興をテーマとしたイベントを開催した。愛媛県内の音楽好きな学生やサークル、地元住民のボランティア・スタッフを集め、興行収益は全額、二宮翔会に寄付した。その後も地元に着目した団体や個人とのネットワーク構築に努め、小さなイベントを定期的に作っていくことで着々とノウハウやスキルの蓄積、ネットワークの構築というテーマをクリアしていった。

3 . 学内タレント発掘プロジェクト・第三期「アナライズ」

メディア・サポーターズ映像部、メディア・サポーターズ出版部、ロック・カンパニーという3つの組織の特徴は、下のとおりである。

組織名	MS 映像部	MS 出版部	ロック・カンパニー
スタッフ数	4 回生 7 名、3 回生 3 名、2 回生 4 名、院生 2 名、入部希望者 7 名。	3 回生 1 名、1 回生 1 名、入部希望者 8 名。	ボランティア・スタッフやメンバーたちを含めると 20 名以上
地域との密着度	学内限定の活動範囲により、地域との密着度は低い。	大学と地元企業の両方を行き来できる。	学外限定の活動範囲により、地域との密着度は高い。
学生の自由度や安定感	教職員、大学院生とのチームワークを重んじる上で、制約は多いが着実に成長していく安定感がある。	地元企業と大学の間の板挟みとなり、アイデンティティーやモチベーションの維持を見失いそうな雰囲気がある。	大学からも地元企業からも解放された純粋な学生組織だが、その分だけ経験不足やトラブルに巻き込まれる可能性は高い。

(1) MS 出版部の現状と課題

MS 出版部では、6 月末に出版部を結成してから夏休み後まで学生のみで活動していたものの、内容がどうしても学生寄りとなっており、大学広報誌という公の媒体にはふさわしくない内容だった。そこで全面見直しが行われ、出版会社と合同で制作する体制へと変更されることになった。

こうして、秋から頻繁にミーティングを重ねつつ活動が再スタートしたものの、組織としては大学が主体だが、現場においては地元出版企業がボランティア学生を教育する指南役、という複雑な体制になってしまった。そのため、出版部の学生スタッフは微妙な立場になった。誕生したてなこともあり、歴史が浅いため、各種トラブルに対してマニュアルも作られておらず、混乱が多い。また、学内に活動拠点が設けられていないため、組織化も難航していた。

しかし、2005 年 2 月後半には創刊号を出版。4 月の始めにも新春号を出版し、見事広報誌のリニューアルは成功している。内容は学生からも親しみが持ちやすく、また、大学の広報誌としての公共性も維持できているため、方針転換は大成功だったと判断して良いだろう。今後は、活動拠点の確保や各種トラブルへの対策法をマニュアル化し、後輩の育成や組織化を重視していくべきだと思う。

(2) 起業サークル「ロック・カンパニー」の現状と課題

起業サークル「ロック・カンパニー」では、経験の浅い学生スタッフで構成されているため外部での研修も実施したわけだが、不況の影響を受けた研修先の経営危機に巻き込まれ、ボランティア・スタッフが酷使されたり、そのせいで松山と今治の間の連絡が密に取れなかったりなどのトラブルが起きた。

しかし、2005年1月に体制を立て直してからは映像部のホームページ制作や、プロモーション・ビデオ制作、スタッフ募集用ポスター制作など、フットワークの軽さを利用して活躍するようになった。そして、2005年、5月にイベントプロデュースを設定してからは、各メンバーやスタッフのモチベーションが回復し、活動に勢いが増している。

(3) MS 映像部の現状と課題

MS 映像部は快調な滑り出しを見せている。試験的ではあるが、学生が南海放送のスタッフからの指導を受け、そのスキルを活かして撮影や照明などの機材を持って取材に出かけるなど、具体的なアクションを起こし始めている。(2005年10月に放送開始予定)しかし、まだまだ仕事の分担やその分野に対するノウハウが足りないため、とまどい気味な様子だ。そういった場面に、そろそろハード面とソフト面が融合する段階に来ている必要性は感じられる。

4. 学内タレント発掘プロジェクト・第四期「ケア」

しかし、数人の学生や職員からスタートした当プロジェクトが、1年のうちに限られた予算で、映像部・出版部・起業サークルを立ち上げ、また、情報の収集からネットワークの構築や話題作りまでのノウハウ蓄積という分野、さらに地理的にも20キロ以上離れた松山・今治間で活動していくには、スタッフ不足が深刻となってきた。

そこで、今年に入り、今までどおりの募集方法では学生スタッフの補充が追いつかないと判断した当プロジェクトでは、人材不足が深刻な分野を取材してまわり、積極的に新スタッフ募集を行っていく方針を固めた。方法は以下のとおりである。

- ・ 各方面の活動内容を取材したプロモーション・ビデオを制作し、CD-Rにまとめて学生へ無料配布する。
- ・ 学生スタッフ募集のポスターを作り、学内に掲示していく。

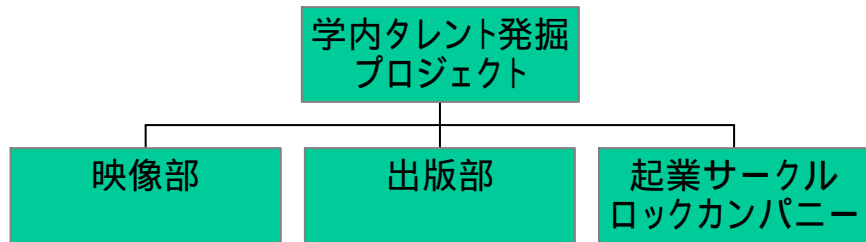
5. まとめ(学内タレント発掘プロジェクト・2005年 第五期)

学内タレント発掘プロジェクトは、この4大学間学生交流自主的・実践的研究プロジェクトという枠組みに合わせて準備を開始し、約1年という期間の間には個別に段階をクリアできたとはいえ、まだまだ長期的な視野では始まったばかりだ。今年度は、昨年度、土台を築いた映像部や出版部と、蓄積してきた話題収集や話題作りのノウハウや専門的なスキルを融合させ、松山・今治のみならず愛媛県全体にこの活動が行き届くようにしていきたい。

目指すは地元に着し、地域情報を強烈に発信していく刺激的な大学。また、大学離れを起こしていた学生がその刺激に感化され、講義で習った内容を投影しながら充実感を得られるような環境を得られる魅力的な大学だ。そして、最終的に、学内タレント発掘プロジェクトという存在が、「地域の情報発信力向上」というテーマのもと、愛媛大学の全学部全学科、全職員全学生の集合体へと成長できればと考えている。

特に今年度では、去年、織り込みきれなかった素材や題材などを活用し、より大きなプロジェクトに成長させていきたい。そして、愛媛に眠る様々な才能を引き出し、愛媛大学から一気に全国へと放出していきたい。

参考資料



1 ページ：学内タレント発掘プロジェクトの組織構成



2 ページ：出版部の作品



3 ページ：映像部の活動風景



3 ページ：学生起業サークル「ロック・カンパニー」の公式ホームページ
<http://www10.ocn.ne.jp/~hyouen/>



3 ページ：映像部オフィシャルサイト試作段階
http://media-supporter.cite.ehime-u.ac.jp/index_test.htm



2 ページ：2004年5月23日のイベントの様子