

デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト
(インターネットを使った広報活動)

福岡国際大学
国際コミュニケーション学部
デジタルメディア学科
草野安耶

目次

第1章 はじめに.....	3
第2章 デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト.....	4
2.1 なぜデジタルメディア学科の広報活動をするのか.....	4
2.2 プロジェクトの概要.....	4
第3章 広報活動に関する調査.....	6
3.1 調査内容.....	6
3.2 問題点と対策.....	7
第4章.....	8
4.1 クロスメディアを用いた広報.....	8
4.2 制作手順と内容.....	8
4.2.1 「Campus Life」の概要.....	8
4.2.2 サイトの構成.....	9
4.2.3 「Campus Life」制作手順.....	10
4.3 必要な技術と知識および機器.....	11
4.3.1 制作に必要なソフトウェアと知識.....	11
4.3.2 制作に必要な機器.....	12
第5章 「Campus Life」について.....	13
「Campus Life」Top ページ.....	13
5.1.....	13
5.1.1 デザイン・配色.....	13
5.1.2 記載文について.....	14
5.1.3 コンテンツメニュー.....	14
5.2 「Campus Life」STUDY.....	15
5.3 「Campus Life」SUBJECT.....	17
5.4 「Campus Life」QUESTION.....	19
5.5 「Campus Life」BLOG.....	21
5.6 「Campus Life」TEACHER.....	22
5.7 「Campus Life」OB・OG.....	23

5.8	OB・OG 交流掲示板の設置について	25
5.9	「Campus Life」VOICE	26
5.10	「Campus Life」『Digily Life』告知ページ	29
5.11	「Campus Life」Link について	30
第6章 「Digily Life」配布活動		32
6.1	配布活動について	32
6.2	配布・設置場所と配布部数	32
6.2.1	Vol.0.5 の配布	32
6.2.2	Vol.1 の配布	33
6.2.3	Vol.2 の配布	34
第7章 その他の活動		35
7.1	学科案内	35
7.1.1	オープンキャンパス	35
7.1.2	古知野高校	36
7.2	PR 活動	36
7.2.1	フリー取材	36
7.2.2	ラジオ出演	37
7.3	スポーツ大会の企画・運営	37
7.4	学科イメージアニメーションの作成	37
7.4.1	学科イメージアニメーション概要	37
第8章 まとめ		39

第1章

はじめに

近年の少子化に伴い、大学全入時代と呼ばれ定員割れを起こす大学が増加する一方、学部・学科を新設する大学なども増えてきていることから、大学の受験者獲得競争はますます激化している。このため、どの大学も情報発信の内容を「入試方式を紹介する」だけの簡潔なものから、大学の特色をより明確にする「大学の中身を見せる」ものに重点をおいた広報へ変化させてきた。

また、例えば立命館大学では、受験者に個別アプローチを図って第一志望者を増やしたり、企業との交流を持つことによって幅広い層からの支持を得たりと、大学の信頼を浸透させる広報活動を展開している。このように、多くの大学の情報発信は、広報担当の職員＝大学側から発信されているものが多い。

しかし一方では、学生が主体となって広報活動を行う大学も増えてつつある。武蔵野美術大学では、オープンキャンパスの企画から会場設営・運営までのすべての作業を学生が担当したり、学科別に在学生のブログを集めた「ムサビコム」というサイトで学生生活を紹介したりすることで、学生の視点から見た情報が公開されている。

特に「大学の中身を見せる」情報発信は、大学側から発信する形式的なものよりも、高校生に年齢が近く、実際にキャンパスで学んでいる在學生からのリアルな意見のほうが、より高校生に伝わりやすいのではないかと思う。しかも、在學生が満足する大学は、質の良い大学だという信憑性も深まるに違いない。

以上のことから、私は学生の力で行う広報活動にどのようなものがあるのか、またその可能性を探るべく卒業制作を行った。

第2章

デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト

2.1 なぜデジタルメディア学科の広報活動をするのか

福岡国際大学国際コミュニケーション学部デジタルメディア学科は、開設してまだ6年しか経っていない。また、卒業生も2期しか出ていないため、世間の認知度は低い。しかしながら、デジタルメディア学科で学ぶ学生として、講師・カリキュラム・設備どれをとっても他大学に遜色なく素晴らしいと自信を持って言える。

デジタルメディア学科は世間に知られていないだけであって、太宰府市役所とのタイアップなど、自治体とも密接な繋がりを持ち教育を行っている信頼ある大学とも言える。また、本学は少人数制の小さな大学ではあるが、その分一人一人に手をかけて学生を大きく成長させることができる。

このようなデジタルメディア学科を、たくさんの人に知ってもらいたい、多くの人に学んでももらいたいと願う私は、学生の力でも効果的な広報活動ができるのではないかと考え、「デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト」を卒業制作のテーマに掲げることにした。

2.2 プロジェクトの概要

デジタルメディア学科の広報活動は、とても一人でできることではない。そのため、私は平川ゼミの玉城寿乃さんと松尾沙知さんと3人で、凸凹舎というチームを組み、デジタルメディア学科の広報活動を行うことにした。

活動内容は、紙メディアとしてのパンフレットと、インターネット上の Web での情報公開をメインに行う。ターゲットとしては、高校生を中心に、一般外部を含んだ。これらに向けた情報として、学科案内、学生生活案内、それに伴う PR 活動、学科生の状況調査や理解を深めるための学科内交流、さらにデジタルメディア学科での映像に付加する学科イメージアニメーションの制作などである。以下がそれぞれの役割分担である。

- 広報活動に関する調査（全員で）
- パンフレット制作（玉城さん・松尾さん）
- パンフレット配布活動（全員で）
- Web制作（草野）
- 学科案内（全員で）
- PR活動
 - ポスター出演（玉城さん・草野）
 - ラジオ出演（松尾さん）
- スポーツ大会の企画、運営
- 学科イメージアニメーション制作（草野）

また、これらの活動は、表 2.1 のスケジュールで行うことにした。

表 2.1 活動スケジュール

前期				夏季休暇中		後期					
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
調査	→										
	Web制作								配布活動	論文作成	
				→		→					
				・配布活動		・学科イメージ					
				・PR活動		アニメーション					
				・学科案内							
				・スポーツ大会企画							

第3章

広報活動に関する調査

3.1 調査内容広報活動を行うにあたり、以下の調査を行い、現状把握および問題点と対策を導き出した。調査内容の詳細については、付録の「広報活動に関する調査報告」を参照願いたい。

- 高校生の傾向
 - Benesse アンケート結果から傾向を「進路を決めるときに影響したこと」「参考にした情報源」など、高校生の大学進学に対する意識を調査
(Benesse 調査データ検索サイト BERD <http://berd.jp/database/>)
 - 高校生が書き込んでいるブログから興味のあるものを調査
(高校生日記ブログランキング - 高校生・高校生活ブログ村 - <http://highschool.blogmura.com/>)
 - 進学ガイダンスなどで高校生の様子を観察
 - 高校生の情報収集源となる進学本雑誌、進学ネットの本学および他大学の情報充実度を調査
 - 天神コアにて高校生の動向を調査
 - 高校生に人気のある雑誌を購入し、高校生の中で流行しているものや好むデザイン・レイアウトを調査

- 他大学の広報活動
 - Benesse が発信する教育情報コラムにより、有名大学による広報活動の調査
(Benesse 教育研究開発センター情報誌ライブラリ「大学広報活動」
http://benesse.jp/berd/center/open/keyword/daigaku_koho.shtml)
国立大学法人の広報活動に関するアンケート集計結果から調査
(文部科学省 http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/houjin/07042307.htm)

3.2 問題点と対策

上記の調査から導き出した問題点と対策は以下の通りである。この結果をもとに、広報活動を進めた。

- **情報の不足**

情報サイトや進学雑誌での情報だけでは大学のことを知るには不十分だということがわかった。そのため、それらの情報源から大学のホームページを見に来てくれた人に対して、充実した情報を提供する必要がある。デジタルメディア学科の情報は、デジタルメディア学科独自のサイトもあり、動画サイトも開設したことから、充実しつつあると思う。ここでさらに他大学とは違った、学生の視点から見た学生生活の情報を、凸凹舎のメンバーで充実させることにした。

- **デザイン**

高校生の集まる進学ガイダンスや、天神コアなどの商業施設での高校生の動向調査と、高校生に人気のある雑誌の調査などを通して、デザインの重要性について改めて考えさせられた。パンフレットやグッズなど人が思わず手にする物は、大学名や内容よりも、デザインの良いものだった。この結果から、パンフレットや **WEB** ページのデザインを高校生の好みに合わせたものにする必要がある。

- **動画などでの学科表記の統一化**

国公立大学の93%が大学のシンボルマークを作っていることから、シンボルマークは大学のイメージ世の中に浸透させるのに重要なものとわかる。そこで、学科のシンボルマークを作成し、学生が動画サイトなど外部に作品を公開する際に付けてもらえれば、「デジタルメディア学科生の作品」として **PR** でき、学科の認知度も向上すると考えた。

第4章

学生生活紹介 Web ページ「Campus Life」の作成

4.1 クロスメディアを用いた広報

情報発信の手段として、私たち凸凹舎は紙媒体のパンフレットとネット媒体の二つを用いることにした。近年の広告手法にも見られる、「続きは Web で」というように二つのメディアを利用するクロスメディア手法を用いて、「パンフレットを見れば Web を見たくなる」「Web を見ればパンフレットを見たくなる」といった相乗効果を目指す。

また、紙媒体が持つ「気軽さ」と「記録性」、ネット媒体の「情報の無制限さ」と「即時性」というそれぞれの特徴を活かすことで、より多くの情報をより多くの人に伝えることができると考えた。

パンフレットの制作は凸凹舎の玉城寿乃さんと松尾沙知さんが担当し、Web ページの制作を私が担当した。

4.2 制作手順と内容

4.2.1 「Campus Life」の概要

デジタルメディア学科の学科生の視点から見た情報ページは、さまざまな媒体から学科に興味を持ってくれた高校生を対象とするページである。ここには、紙面の限界がある紙媒体のパンフレットには載せきれない情報や、リアルタイムで届ける旬な情報、楽しさがより伝わる動画などの情報を中心に掲載した。

また、パンフレットとの関連性を強調することで、Web を見てくれた人がパンフレットにも興味を持ち、資料請求をしてくれるような試みを行った。

4.2.2 サイトの構成

以下の図 4.1 にサイトの構成を示す。

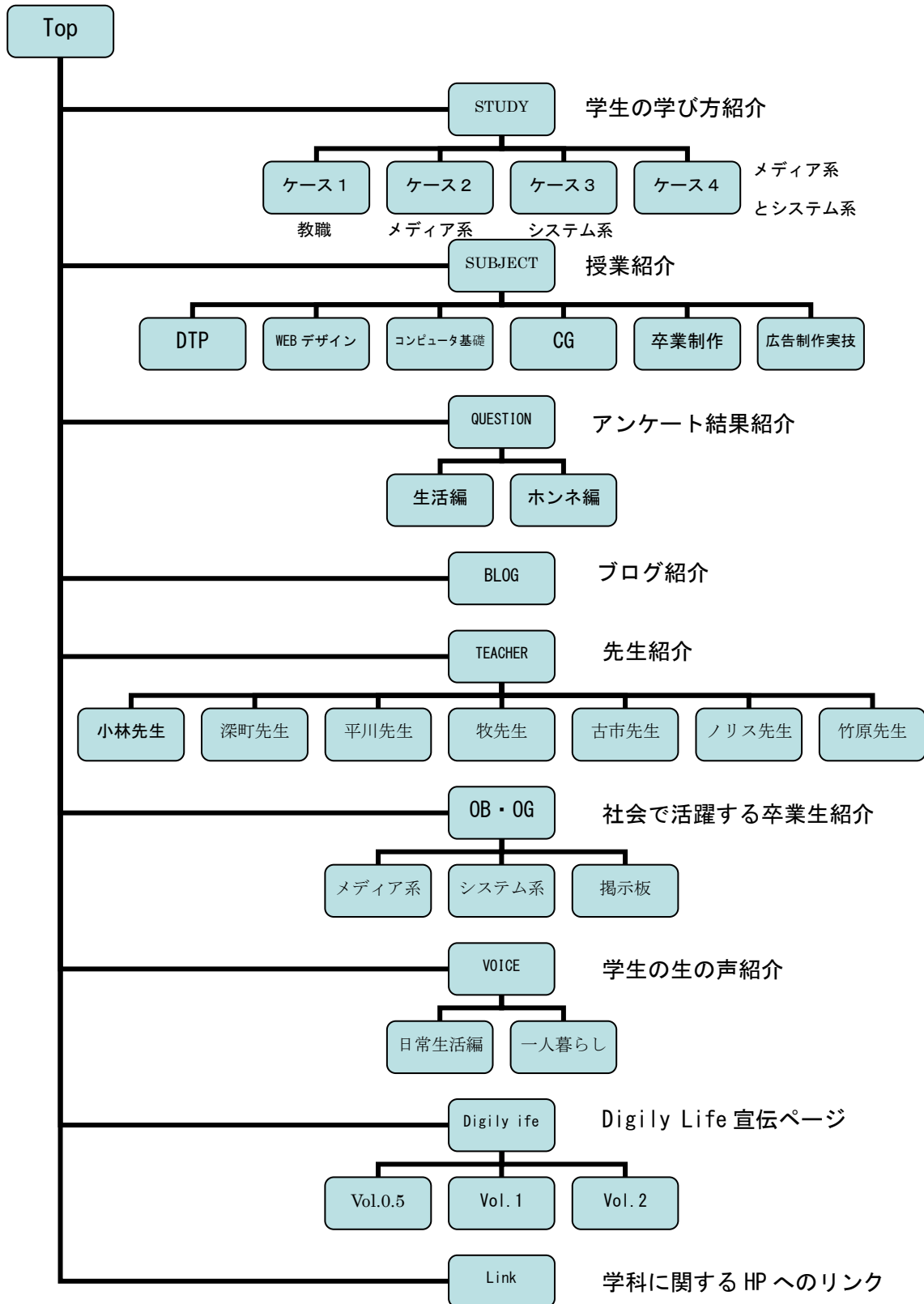


図 4.1 : サイト構成図

- ページレイアウトについて
明るく楽しいイメージを表現するために、写真やボタンなどが自由に配置できる **Macromedia Flash** を使用した。作成したページを **Go Live** で編集し、サーバにアップしている。作りやすさを考えた結果、**Top** ページ以外の各ページにリンクするボタンは記事ページから独立させることにした。
図 4.2、図 4.3 に **Go Live** での構成を示す。

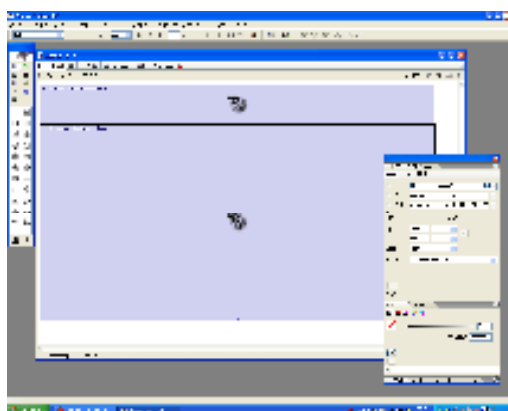


図 4.2：レイアウト画面

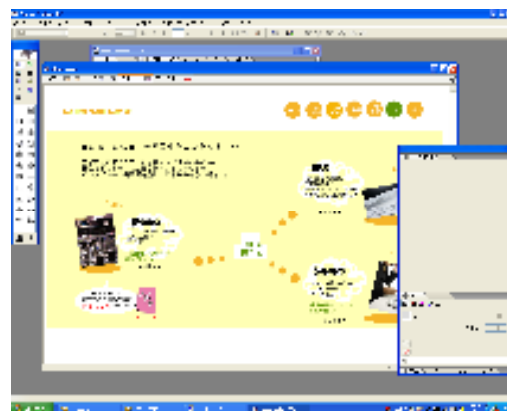


図 4.3：プレビュー画面

4.2.3 「Campus Life」制作手順

以下に Campus Life の制作手順を示す。

- (1) 各コンテンツに掲載する内容の検討
高校生が知りたいと思う内容を考案し、パンフレットとの記事との繋がりを考えながら内容を決めていく。掲載した具体的な内容については、第 5 章で述べる。
- (2) ページデザインの考案と作成
TOP ページと各コンテンツのデザインを考案する。どのソフトを使用し、サイトを作成するのか、色の選択、どこに項目を配置するかを試行錯誤し、先生やゼミ生など幅広くアドバイスをもらいながら作成した。各ページのコンテンツは、**Flash** で作成した。
- (3) 取材交渉・取材・記事作成・取材者に確認・掲載
内容に沿った学生を探し、取材交渉をする。許可が出たら日程を決め、取材をする。記事を作成し、出来た記事は必ず取材者に確認してもらい、

許可が降りたら掲載する。情報の新鮮さを大切にするため、取材日から記事確認までの期間が開かないよう注意する。

4.3 必要な技術と知識および機器

4.3.1 制作に必要なソフトウェアと知識

このサイト制作に必要なだったソフトウェアと参考になった知識を以下に示す。

- Macromedia Flash MX 2004 (Windows)

アニメーション作成およびページ制作で用いた。

- 1年後期で受講した応用数学の授業資料と、その時に制作した課題が参考になった。
- デザインラボ編集部発行の「Flash Design Lab プロに学ぶ一生枯れない永久不滅テクニック」を参考にした。

- Adobe GoLive CS (Windows)

サイト制作で用いた。

- 2年前期のマルチメディア表現技法の授業資料と、その時に制作した課題が参考になった。

- Adobe Photoshop CS (Windows)

画像の編集用いた。

- DTP や企画力養成講座などの授業で学んだ知識が役に立った。

- Adobe Premiere Pro 1.5

動画編集やテロップ付けに用いた。

- 映像制作演習の授業資料と、Premiere に詳しい城崎くんや伊東くんのアドバイスが役に立った。

- i Movie (Mac)

動画編集に用いた。

- 初めて使うソフトだったため知識がなく、詳しい城崎くんにアドバイスをもらった。

- Quick Time Pro (Mac)

ファイル形式 (avi → mov) の変換を行うのに用いた。

4.3.2 制作に必要な機器

表 4.1 に制作に用いた機器を示す。

表 4.1：使用した機器

機器・ソフトウェア	メーカー	備考
コンピュータ	hp (OS : Windows XP)	編集作業
コンピュータ	Apple (OS : Mac OS X 10.5.1)	編集作業
ビデオカメラ	日本ビクター	撮影作業
デジタルカメラ	SONY	撮影作業
外付けハードディスク	BUFFALO	編集作業

※ 音声収録の注意点

収録を行う際、音声をしっかりと拾えるように、ガンマイクを使用した方が良い。狭い空間であれば、ビデオカメラだけでも拾えるが、広い空間ではカメラだけでは難しい。会話を含んだ動画の撮影であれば、狭い空間でもマイクを使用した方が安全だと思う。

※ ビデオカメラ接続の注意点

ビデオカメラとコンピュータを接続する際に USB ケーブルを使用する場合は、コンピュータが USB2.0 に対応しているかを確認する必要がある。USB1.0 で USB ケーブルを使用した場合、画質・音質に乱れが生じてしまい、取り込む際にとっても苦勞した。バージョンの古いパソコンを使用する場合などは、USB ケーブルではなくアイリンクを用いたほうが良い。

第5章

「Campus Life」について

5.1 「Campus Life」 Top ページ

5.1.1 デザイン・配色

最初に表示される Top ページは見る人にそのサイトの第一印象を与えるページであるため、デザイン・配色は特に気を使った。図 5.1 に示す。



図 5.1 Top ページ

在学生の多くはデジタルメディア学科のイメージを「青」と捉えているようだが、この Campus Life ではクールな印象ではなく、明るく楽しい印象を伝えるために「オレンジ」や「黄色」を基調にした。各コンテンツの配色も同様にするすることで、サイトの統一感を出している。

メニューはコロコロと丸が落ちてくるアニメーションで動きをつけ、中央に大きく日常生活の写真を掲載することで、楽しそうな雰囲気を出した。

また、大学の Top ページから直接アクセスするためのバナーを用意した。



図 5.2 Campus Life へのバナー

5.1.2 記載文について

「はじめに」というページはあえて作らず、TOP ページを見ただけでどのようなサイトなのかわかるようにした。タイトルの下にはサイトを説明する文を、右上にはこのサイトの更新頻度について記載した。

ボタンの下に各コンテンツに進む方法を書いておくことで、初めて見に来てくれた人でもスムーズに閲覧できるようにしている。また、Flash ページを閲覧できない人への配慮として、Flash プラグインのインストールを推奨する文も記載した。

5.1.3 コンテンツメニュー

高校生が知りたい内容として、以下の7項目のコンテンツを用意した。それぞれは丸いボタンでリンクされている。

1. STUDY

高校での学習の仕方との違いを示し、自主的に学ぶことの楽しさを伝えるために「大学生の学習の仕方」を紹介する。

2. SUBJECT

デジタルメディア学科の授業に興味を持ってもらいやすくするため、学生に人気のある授業を中心に紹介する。

3. QUESTION

デジタルメディア学生になってからの日常をイメージできるように、学科生に行ったアンケートの結果を紹介。

4. BLOG

学生生活やイベントなどの旬な情報を届けるために、高校生の中でも流行している「ブログ」を通して紹介する。

5. TEACHER

授業の講師をされている先生方をインタビューで紹介。親しみやすい雰囲気を与え、安心感をもってもらおう。

6. OB・OG

高校生の「就職」への不安を取り除くため、実際に社会で活躍されている先輩方へのインタビューを紹介。

7. VOICE

学科生の生の声を聞くことで、学科生をより身近な存在に感じてもらえるように、学科生の掛け合いを動画で紹介する。

各コンテンツのボタンにカーソルを合わせると、そのコンテンツについての紹介が表示されるようにしている。各コンテンツについては、以下で詳しく紹介する。

5.2 「Campus Life」 STUDY

大学の勉強は、高校までのような受け身的な学習ではなく、自分が学びたいものを選んで学ぶ自主的な学習になる。そのようなシステムの中で、デジタルメディア学科生がそれぞれどこに重点をおいて学んでいるのかを、学生4人をピックアップして紹介した。大学ならではの勉強の楽しさを伝える目的である。

図 5.3 に STUDY の Top ページを示す。



図 5.3 : STUDY TOP ページ

4人それぞれの学び方がわかるよう、「教員を目指す学生」「メディア系を中心に学ぶ学生」「システム系を中心に学ぶ学生」「メディアとシステムバランスよく学ぶ学生」の4つのケースに分けて紹介している。図 5.4 に教員を目指す学生のページを示す。

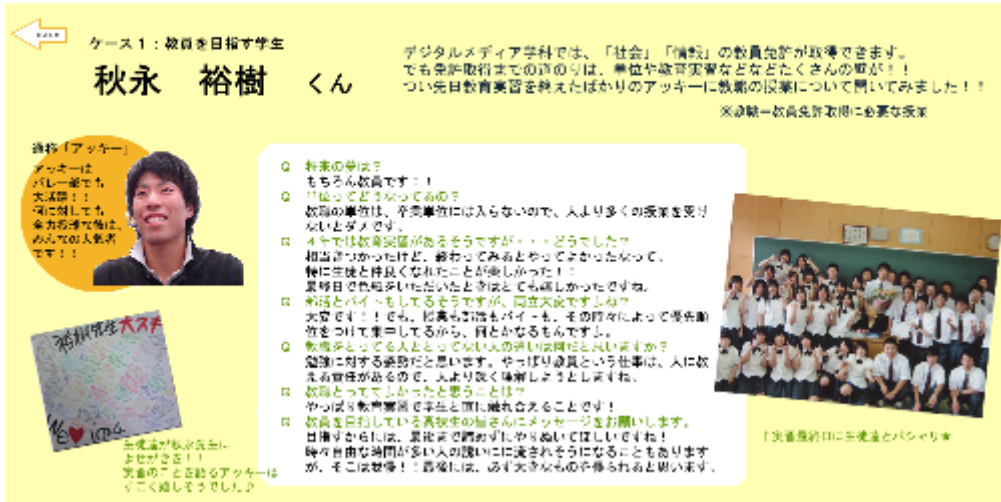


図 5.4 : STUDY 教員を目指す学生

それぞれのケースに合う学生に協力してもらい、取材・記事作成を行った。一気に更新してしまえば2度目以降の来訪が期待できないため、前期に2人、後期に2人のペースで更新をした。それぞれの記事の構成は、以下の通りである。

(1) 学生の紹介

ここで取り上げる学生の簡単な紹介をする。通称や、客観的に見た学生の特徴を載せることで、普段の雰囲気を感じ取ってもらい、より親しみやすさを与えられるようにしている。

(2) カリキュラム紹介

左上には、それぞれの学生の学び方に沿ったカリキュラムの簡単な説明を載せることで、より大学での勉強に対するイメージを膨らませてもらう。高校生にとってあまり聞き慣れない語句が含まれる場合は補足をつけ、「わかりやすさ」を心掛けた。

(3) インタビュー

将来の夢について答えてもらうことで、大学の勉強が将来に繋がるものであることを伝える。また、授業を受けてみての感想も、入学前と後のイメージのギャップがないよう、楽しそうなイメージの意見だけでなく、大変

そんなイメージの意見も取り入れて、よりリアルな雰囲気が伝わるようにしている。在学生たちから高校生に向けたメッセージも必ず記載することで、在学生と高校生の距離を少しでも縮めるよう試みた。

(4) 作品・写真紹介

学生自身の体験を写真で紹介したり、課題や自主制作などで制作している作品を紹介したりすることで、視覚的に学習の成果を伝えている。また、画像に対する解説は、親しみやすさが出るよう柔らかい表現の文章を載せた。

5.3 「Campus Life」 SUBJECT

デジタルメディア学科の授業は、学年が上がるにつれて、座ってノートを取りながら講義を受ける「座学」よりも、課題をこなしながら技術を身につけていく「実践的な授業」が多い。ここでは、そのような「実践的な授業」を取り上げて紹介することで、デジタルメディア学科の授業に興味を抱いてもらおうと考えた。

図 5.5 に SUBJECT の Top ページを示す。



図 5.5 : SUBJECT Top ページ

デジタルメディア学科の多彩な授業の中から、特に楽しそうな、またスキルになりそうな印象を与えるものを、メディア系とシステム系のバランスを考えつつピックアップした。STUDYと同様に、2度目に閲覧した人にも楽しんでもらえるよう、前期に3つ、後期に3つの計6つの授業を掲載した。図 5.6 に Web デザインの授業紹介ページを示す。



図 5.6 「Web デザイン」紹介のページ

授業紹介の仕方には、作品を通して紹介しているものと、動画で紹介しているものの2パターンを用意した。それぞれの掲載の方法は以下に記載する。

(1) 作品を使って紹介している授業

- 「DTP」「WEB デザイン」「CG」「卒業制作」

掲載した作品は、主に前期試験課題や、授業課題の中から特に良かった3人の学生の作品を、講師の先生と相談しながらピックアップした。その後、それぞれの学生に掲載許可を頂いたうえで掲載した。高校生にもどのような授業なのか伝わりやすいよう、語句の解説や授業紹介を加えている。

(2) 動画を使って紹介している授業

- 「コンピュータ基礎」「広告制作実技論」

座学の授業では出来るだけアクションの多い授業や、興味が湧きそうな授

業をピックアップし、動画として紹介した。見飽きることのないように、1分ほどの長さにまとめている。図 5.7 に動画像の画面を示す。

※動画の編集について

動画編集には Premiere Pro を用いた。しかし、Premiere Pro で書き出した avi ファイルはサーバに UP するには重すぎるため、Quick Time で圧縮し、mov ファイルに変換している。

広告制作実技論



このムービーは、福岡国際大学デジタルメディア学科の授業のひとつである、広告制作実技論を撮ったものです。

図 5.7 : SUBJECT 広告制作実技論

5.4 「Campus Life」QUESTION

デジタルメディア学科生を対象に行ったアンケートから、大学の雰囲気、学生生活の雰囲気がより伝わりやすいものをピックアップして紹介している。学生へのアンケートは、6月に実施。83人の学生に答えてもらい、結果を出している。全ページを前期に制作した。

図 5.8 に QUESTION の Top ページを示す。



図 5.8 QUESTION の Top ページ

(1) 生活編

高校生が大学生活について知りたい内容を模索したうえで、抜粋した質問と回答を掲載。数値で具体的に紹介することで、イメージしてもらいやすくしている。また、実際に大学で生活してみないとわからない、「FIUポイント」も載せることで、空いたスペースにも有効に活用した。図 5.9 に生活編のページを示す。



図 5.9 生活編のページ

(2) ホンネ編

「高校の時と今、何が変わった?」「デジタルメディア学科をいいなあと思う点は?」という2つの質問から、学生のホンネを聞き出すページである。ただ、意見を並べるだけではなく、多数意見ほどフォントを大きくするなど、記事の書き方も工夫した。また、コメントの総評を加えることで、学生の本音の傾向を見やすくしている。

5.5 「Campus Life」BLOG

デジタルメディア学科生の学生生活やイベントの様子などの旬な情報を、ブログで紹介する。リアルタイムで情報を届けることによって、より学生生活の雰囲気を感じ取ってもらえるのではないかと考え、設置した。

図 5.10 にブログのページを示す。

FIU Digi Digi News ♪

学生の日常を通して、福岡国際大学デジタルメディア学科の魅力を紹介します!

2009/02 << February 2009 | 01 02 03 **04** 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 >>

LATEST ENTRIES
卒業制作発表会 (02/04)
卒業制作 (01/30)
デジタル一人暮らし事情 (01/22)
就職サポート Part 2 (01/15)
明けました (01/06)

ARCHIVES
February 2009 (1)
January 2009 (4)
December 2008 (4)
November 2008 (4)
October 2008 (4)
September 2008 (4)
August 2008 (5)
July 2008 (3)

LINKS
福岡国際大学HP
デジタルメディア学科動画サイト
デジタルメディア学科HP
デジタルメディア学科 Campus Life

ADMIN
Log In
RSS1.0
Atom0.3

04 卒業制作発表会
Wednesday

こんにちは♪♪
最近は少し寒さが和らいできてますねっ☀
豆まきも恵方巻も見事に忘れてたクサノです👉
さてさて!
昨日、逆に卒業制作発表会が行われました!!
(卒業制作の内容については前回のブログをご覧ください♪)
発表と、先生たちからの質問に答える時間を合わせて、
1人の持ち時間は10分😊
グループで発表するなら、
人数×10分が持ち時間になってかんじです👀👀

図 5.10 : BLOG 「FIU Digi Digi News ♪」

ブログは、無料ブログ作成サイト「JUGEM (<http://jugem.jp/>)」を利用し、作成した。Campus Life のBLOGのボタンに、直接ブログサイトに行くようリンクを貼っている。ブログのURLは<http://fiu09digi.jugem.jp/>である。

2008年6月から週1回のペースで更新を行った結果、30件を超える記事が公開された。

絵文字を多用したり写真を使用したりと、高校生でも親しみやすい内容・文になることを心掛けた。また、このサイトには大学の Top ページからリンクをはるためにバナー（図 5.11）を用意した。



図 5.11 ブログへのバナー

5.6 「Campus Life」TEACHER

デジタルメディア学科の先生方に、インタビュー形式のアンケートを実施し、その質問と回答を掲載した。6月にアンケートを実施し、前期中に7人全ての先生方の記事作成が完成した。

図 5.12 に TEACHER の Top ページを示す。



図 5.12 : TEACHER Top ページ

どんな授業の講師をしているのかを示すことで、講師としての先生のイメージを膨らませることができるようにした。逆に、インタビューの内容は堅苦しさを無くしたものにすることで、親しみやすさを持ってもらえるようにしている。図 5.13 に平川幹和子准教授のページを示す。



図 5.13 : 平川幹和子准教授のページ

写真は学生と一緒に写ったものを載せることで、先生と学生の親交の深さをアピールしている。記事はアンケートをもとに作成した後、先生方に許可を頂いた後に公開した。

5.7 「Campus Life」OB・OG

高校生が特に気にすると思われるのは、卒業後の就職先である。デジタルメディア学科は卒業生を輩出して2年という新しい学科ながらも、様々な企業で活躍されている先輩方が数多くいる。

そこで、メディア系・システム系それぞれの会社で働く先輩方からの情報を得ることで、就職に対する不安を取り除いてもらおうと考えた。

図 5.14 に OB・OG の紹介 Top ページを示す。

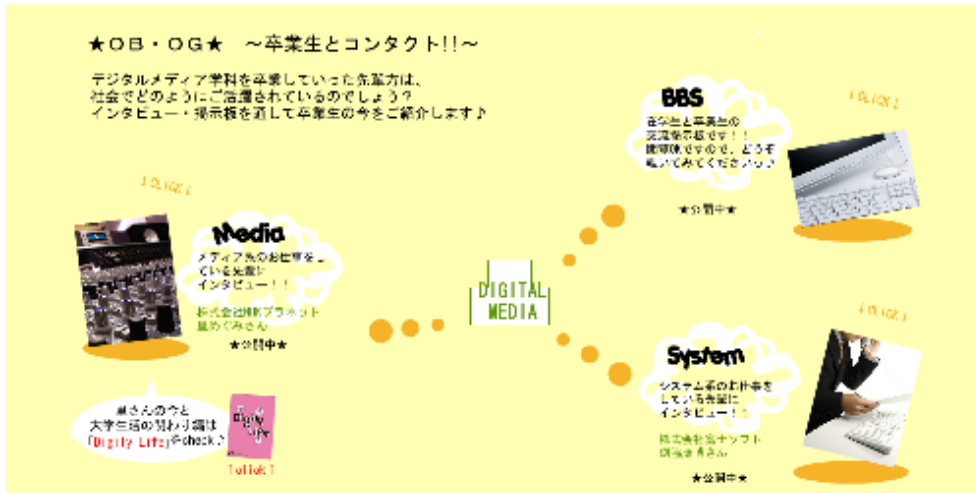


図 5.14 : OB・OG の Top ページ

また、メディア系・システム系で働く先輩方2人へのインタビューを紹介している。インタビューを受けてくれた先輩方の簡単な紹介（何期生の卒業生で、どこで働かれているか等）と、1日の具体的なスケジュールを掲載することで、業種によって異なる仕事の雰囲気を感じ取ってもらう意図がある。

インタビュー内容は、働くことの「大変さ」を伝えることで、将来の目指す方向性を改めて見つめなおすきっかけにもなるようにした。

図 5.15 にシステム系の仕事をしている先輩の紹介ページを示す。

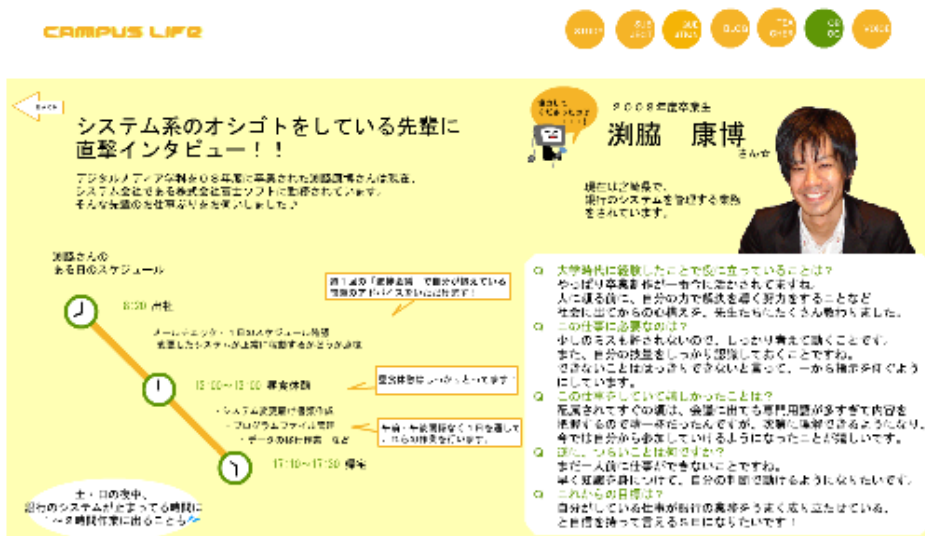


図 5.15 : システム系の仕事をしている先輩の紹介ページ

5.8 OB・OG 交流掲示板の設置について

在学生と卒業生の交流を深めるため、OG・OB 交流掲示板も設置した。高校生も、書き込みはできないものの、ゲストとして閲覧できるようにしている。

掲示板は、大学ですでに運営している「福岡国際大学 E-learning site」の一部を使用した。

図 5.16 に OB・OG 交流掲示板を示す。リンクは OB・OG のページからだった。URL は <http://doc.fukuoka-int-u.ac.jp/FIUonLine/login/index.php> である。



図 5.16 : FIU デジ OB・OG 交流掲示板

5.8.1 Moodle を使った掲示板の設置方法

掲示板の設置方法は次の通りである。

Moodle のログイン画面で

→ 『管理』の「設定」

→ 『一般』の必須項目を入力

『フォーマット』・・・「ソーシャルフォーマット」を選択

『コース利用』・・・「コース利用」

[このコースを学生は利用できません]を選択

「登録キー」を設定

「ゲストアクセス」[登録キーを持っていないゲストを許可する（高校生も閲覧できるようにするため）]

→『変更を保存する』で設定完了

→掲示板の TOP 画面に戻り『ディスカッショントピックを作成する』で自由にトピックが作成できるようになる

5.8.2 掲示板の使用方法

閲覧者によって、ログインの方法が異なるため、それぞれのログイン方法を以下に示す。

➤ **高校生など外部の方**

ログイン画面にある「ゲストとして利用する*1」からログインできる。ただし、外部からの荒らしを防ぐため、書き込みはできないよう設定している。

➤ **在学生**

ログイン画面で、大学で使用している「ユーザ名」と「パスワード」*2を入力すればログインできる。

➤ **卒業生**

アカウントを持っていない卒業生は、「新しいアカウントを作成する」から登録を行う。必要事項を入力して「私の新しいアカウントを作成する」を押すと登録が完了する。また、初回のみ登録キーが必要となる。

5.9 「Campus Life」VOICE

デジタルメディア学科生の「生の声」を動画で伝えるページである。インタビューを文字で見ると、実際に会話をしている様子を見るのでは、感じ取り方が全く違うと思うので、動く学生達を紹介することで、「よりリアルに」「より身近に」感じてもらうことを目的としている。

図 5.17 に VOICE の Top ページを示す。



図 5.17 : VOICE Top ページ

動画は、前期と後期に3本ずつ公開した。それぞれ別のテーマで、学生の人数も変えて違う雰囲気動画を楽しめるようにしている。それぞれの特集の詳細は以下に記載する。

(1) 学生生活編

1年から4年生までのデジタルメディア学科生6人に、3つのお題について語ってもらい、動画で紹介した。会話の雰囲気から学年が違ってても仲が良いことが伝わるように、あえて学年はバラバラにしている。また、学生生活が充実していること、先生方とも親しい関係であることが伝わるようなお題にした。インタビュー者紹介の名前と動画のテロップの色を同じにすることで、誰が話しているのかをはっきりわかるようにした。

(2) 一人暮らし編

一人暮らし歴の長い4年生2人から、高校生に向けてのアドバイスをもらい、動画で紹介した。デジタルメディア学科に関連することから話題をそらすことで、学科に興味がない学生でも楽しんでもらえる内容にしている。前期とは雰囲気を変え、言いたいことを遠慮なく言い合える同学年同士の仲の良さが伝わるようにしている。

インタビュー者紹介の名前と動画のテロップの色を同じにしている。
 図 5.18 に一人暮らし編のページを示す。



図 5.18 : VOICE～ぶっちゃけでジトーク～一人暮らし編

◇ 動画編集について

前期はPremiere Pro(Windows)、後期はi Movie (Mac) を使用した。
 その中で、それぞれに利点と欠点があると感じたため、以下に記載する。

Premiere Pro 利点

- ・テロップ編集が簡単にできる。
- ・細かく映像を分割できる。

Premiere Pro 欠点

- ・キャプチャに時間がかかる。
- ・WEB で公開する場合、avi で書き出した後に Quick Time で mov に変換しなければならない。

i Movie 利点

- ・キャプチャが簡単にできる
- ・WEB で公開する場合、直接 mov に書き出しができる

i Movie 欠点

- テロップ編集が難しい
- 細かく分割しづらい

◇ テロップ編集について

上記でも示した通り、i Movie でのテロップ編集は難しかったため、Premiere Pro で行った。

※テロップの編集方法

1. メニューバーの「ファイル」→「新規」を選択する。
2. 「タイトル」、またはF9を押し「Adobe Title Designer」を立ち上げる。

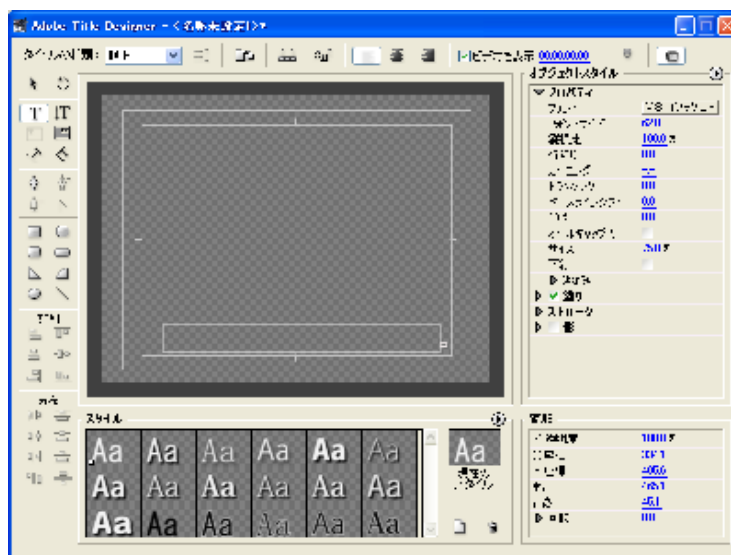


図 5.19 Adobe Title Designer

3. 表示範囲に注意しながらテロップを入れる。
この時、内側の枠内に収まるようにする。

5.10 「Campus Life」『Digily Life』告知ページ

パンフレットと Web ページの相互利用を高めるため、Web ページ内に「Digily Life」の告知ページを設けた。関連する記事の紹介と「Digily Life」の画像ボタンを配置することで、興味を持ってもらいやすくしている。

図 5.20 に Digily Life の紹介 Top ページを示す。



図 5.20 Digily Life 紹介 Top ページ

「Digily Life」Vol.1 と Vol.2 それぞれの表紙をクリックすることで、具体的な記事の内容を見られるようにしている。また、見てみたいと思ったらすぐに資料請求できるよう、大学専用の資料請求ホームへのリンクボタンを設置した。このページにのみピンクを多めに使うことで、Digily Life との関連性を出した。



図 5.21 Digily Life Vol.2 のページ

5.1.1 「Campus Life」Link について

この Web ページだけではなく、他からもデジタルメディア学科の情報を得ることができるように、大学・学科に関連するホームページにリンクを貼って紹

介している。「このようなことが知りたい方はコチラへ♪」という説明文をつけることで、閲覧者が素早く知りたい情報までたどり着けるようにしている。

図 5.22 にリンクページを示す。



図 5.22 Link のページ

第6章

「Digily Life」配布活動

6.1 配布活動について

「Digily Life」Vol.1とVol.2それぞれの完成後、より多くの高校生の手パンフレットが渡るように配布活動を行った。配布方法は、高校生向け進学ガイダンスやオープンキャンパスでの配布、資料請求者や出身者のいる高校への送付、お店や太宰府の参道の設置などである。配布・設置にあたっては、広報課をはじめ多くの方々にご協力いただいた。発行部数は以下の通りである。

Vol.0.5 初版 500 部	計 500 部
Vol.1 初版 700 部 + 追加 700 部 + 予備 30 部	計 1430 部
Vol.2 初版 2000 部 + 予備 50 部	計 2050 部

6.2 配布・設置場所と配布部数

6.2.1 Vol.0.5 の配布

Vol.0.5 の配布は、次の表のように行った。

表 6.1 Digily Life Vol.0.5 配布状況

日付	用途	配布部数
2008.5.17	オープンキャンパスにて配布	10
2008.6.4	広報課に(進学ガイダンス用)	100
2008.6.27	公式パンフレットに同封	100
2008.7.16	下関法人会の方に	20
2008.7.30	卒業制作前期発表配布資料(学生用)	42

発行部数 500 部

配布部数 272 部

残部数 228 部

6.2.2 Vol.1の配布

出来るだけ多くの高校生の手に渡るよう、資料請求者や学科生の出身校を中心に配布を行った。また、修学旅行生が集まりやすい太宰府天満宮周辺の設置に力を入れた。配布状況を表 6.2、太宰府周辺の詳細を表 6.3 に示す。その他の配布状況については付録を参照願いたい。

表 6.2 Digily Life Vol.1 配布状況

配布先 ※8月から配布開始	配布部数(残存) ※1月19日調べ
広報課・入試課	130 (0)
資料請求者	660 (0)
デジ学生出身高校	102 (0)
報道機関	45 (0)
太宰府周辺	110 (11)
その他お店(五条、城南区、大分など)	50 (0)
その他 (古知野高校学校訪問、パソコン講座など)	333 (0)

表 6.3 Digily Life Vol.1 太宰府配布状況

設置場所	部数	減数	残部数
太宰府市観光協会	25	25	0
かさの家	30	30	0
太宰府館	35	35	0
いきいき情報センター	20	9	11
合計	110	99	11

6.2.3 Vol.2の配布

Vol.2の発行時期は受験シーズンであったため、太宰府天満宮周辺の設置にさらに力をいれたところ、新たにお店5か所と太宰府天満宮社務所に設置させていただけることになった。配布状況を表6.4、太宰府周辺の詳細を表6.5に示す。その他の配布状況については付録を参照願いたい。

表 6.4 Digily Life Vol.2 配布状況

配布先 ※12月末から配布開始	配布部数(残存) ※1月19日調べ
広報課	100 (0)
資料請求者	1147 (0)
デジ学生出身高校	102 (0)
報道機関	45 (0)
太宰府周辺	290(77)
その他お店(五条、城南区)	15 ()
その他(取材者など)	19 ()

表 6.5 Digily Life Vol.2 配布状況(太宰府周辺)

設置場所	部数	減数	残部数
太宰府天満宮社務所	100	0	100
いきいき情報センター	10	3	7
もち吉 宰府夢参道店	20	12	8
おねがいや太宰府	30	9	21
かさの家	40	25	15
酒殿屋	50	24	26
コガ梅香軒	10	0	10
太宰府館	30	4	26
合計	290	77	213

※V o 1. 1の設置にご協力いただいた“太宰府市観光協会”については、観光関連でないという指摘からV o 1. 2の設置を断念した。

第7章

その他の活動

7.1 学科案内

7.1.1 オープンキャンパス

デジタルメディア学科のオープンキャンパスにスタッフとして参加することで、高校生に直接デジタルメディア学科をPRした。以下に工夫した点・反省点を示す。

➤ 工夫した点

毎年学生スタッフが中心となって行っているが、今回はもっと違った形で高校生と交流し、高校生に楽しんでもらえないかと考え、ゲームなどの企画を取り入れた。企画の内容は以下に記載する。

(1) クイズラリー

キャンパスツアーで施設を回る際、3箇所ですべて3択クイズを出題する。クイズは各施設に配置されているスタッフの説明をしっかりと聞いていけばすぐわかる簡単な問題にする。3問とも正解した人には、景品（お菓子の詰め合わせ）をプレゼントする。

(2) 名前を覚えてもらうゲーム

ガイダンスを始める前に、スタッフが1度自己紹介を行い、ガイダンス後、高校生に、覚えているスタッフの名前を1人ずつ言ってもらう。1番最後まで名前を呼ばれなかったスタッフは、罰ゲーム（せんぶり茶試飲）となる。

➤ 反省点

クイズラリーは景品を渡す際にとっても喜んでもらえ、ゲームでは高校生と学生スタッフの距離が縮まったので、企画は成功だったと思う。しかし、ゲームの内容は最終日だけでしか行わなかったのもう少し早い段階から考え、実行しておくべきだった。

7.1.2 古知野高校

修学旅行生が、デジタルメディア学科を見学に来た際、学科紹介および施設案内をした。以下に工夫した点と反省点を示す。

➤ 工夫した点

学科紹介はオープンキャンパスでの紹介に使用した、堅苦しくない文章のプレゼンを用いた。また、キャンパスツアー中は、少しでも打ち解けられるよう、自分から話しかけることを意識した。

➤ 反省点

情報について学んでいる高校生に対しての施設の紹介の仕方が難しかった。しかしながら、初め高校生たちはぎこちない様子だったが、帰る頃には一緒に写真撮影するほどまでに親しくなっていたので、楽しんでもらえたのではないかと思う。

7.2 PR 活動

7.2.1 フリー取材

私と玉城さんの2人が担当。「福岡で学ぼうのポスター」の一部に出演するにあたって、簡単な取材に応じた。取材内容・反省点を以下に示す。

➤ 取材内容

3問の質問に対して、それぞれの回答を紙に大きく書くというものだった。質問内容は、「福岡の良いところは?」「大学の好きなところは?」「大学の名物（自慢できるもの）は?」の3問だった。また、写真撮影は一人ずつ別の場所で行った。

➤ 反省点

この取材で書いた紙と写真を用いて作られたポスターのデータを、今後の参考資料としてしっかりもらっておくべきだった。そのポスターには、他大学の学生が感じている大学の良さや名物が掲載されていたので、とても参考になるものだったのではないかと思う。

7.2.2 ラジオ出演

松尾さんが担当した。内容はラジオで大学1分間PRを行うものだった。

原稿は凸凹舎3人で作成した。私もラジオ収録に同行したところ、他大学の学生のPR原稿は、パンフレットから抜粋したような固い文章であったため、3人で考えたPRの方が高校生にとっては耳に入りやすいのではないかと感じた。もし次回もこのような機会があった場合も、高校生の目線で伝えるPR文を作成するべきだと感じた。原稿は、付録を参照願いたい。

7.3 スポーツ大会の企画・運営

パンフレット・WEBページの取材を進めていく中で、1年から4年までの縦の交流が盛んでないことに気付き、凸凹舎でスポーツ大会を企画した。古市先生に企画書を提出し、許可をいただいた後、トーナメント表の作成やチーム構成、ポスター作成、施設使用許可願の提出、学生への連絡、当日の運営など、すべての作業を行った。工夫した点・反省点は以下に示す。

➤ 工夫した点

出来るだけ学科生全員に参加してもらえるよう、PRに力を入れた。ポスターでの宣伝、後期オリエンテーションでの告知、さらに校内で会う学生への呼びかけを行った。また、異学年の交流が持てるよう、チーム構成は1年から4年までの同じクラスの学生を集めたものにした。

➤ 反省点

当日は予想よりも多くの学生が参加し、盛り上がってくれたため、成功だったと思う。しかし、出欠の確認をしっかり行っていれば、もっと人数調整、景品準備などの面でスムーズに準備を進めることが出来たと思う。企画の詳細については、付録を参照願いたい。

7.4 学科イメージアニメーションの作成

7.4.1 学科イメージアニメーション概要

第3章で示したように、動画サイトなどで学生が作品をUPする際、「デジタルメディア学科生の作品」としてPRすることで、デジタルメディア学科の認知度も向上すると考え制作した。

福岡国際大学の「国際交流」のイメージと、デジタルメディア学科の「情報の知識と発想力、技術力を学ぶ」というイメージの両方を取り入れたアニメーションになるよう努力した。

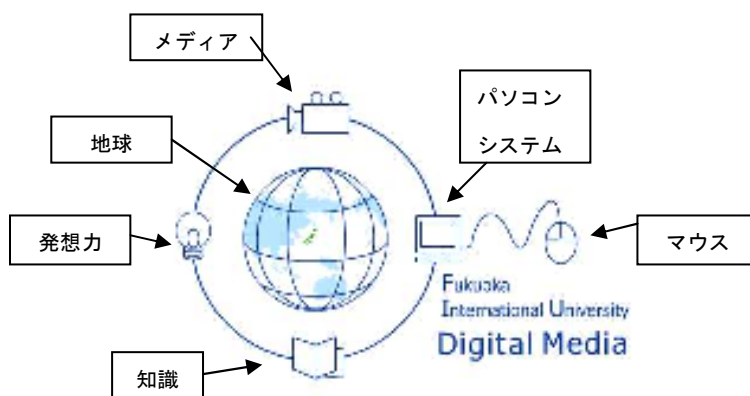


図 7.1 : 学科イメージアニメーションデザイン

使用ソフト・・・Macromedia Flash

パターン数・・・白、黒、青の3色に各日本語版、英語版の計6種類

秒数・・・・・・・7秒

秒数を決定する際に下記のロゴアニメーションを参考にした。

- ・ディズニー 14秒
- ・Pixar 14秒
- ・Google 6秒
- ・ワーナーマイカルシネマ 15秒
- ・サンライズ 10秒
- ・バンダイ 7秒
- ・ユニバーサル 22秒
- ・TOSHIBA 7秒
- ・リクルート 2秒

意味・・・・・・・デジタルメディア学科でマウスを手にすることで、メディア・システムに関する技術・知識と発想力が身につく、世界に情報を発信できる力を得られる、という意味を込めて制作した。

第8章

まとめ

「デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト」として様々な活動を行う中で、広報活動の難しさを改めて実感した。難しいと感じた要因の一つは、こちら側からどんなに働きかけても、効果が目に見えにくいため、その活動が正しかったのかを判断しにくいことだ。Web ページを運営していく中で、閲覧者の数を数値で確認できるチャンスである、アクセスカウンターを設置しなかったことは、今回の大きな反省点である。

二つ目として、広報活動というものは、たった1年ではどうにかなるものではないということである。今回行ったような活動は、2年、3年と継続させていくことでようやく結果に現れてくるものなのだと痛感した。すべての活動を後輩たちに継いでもらうのは難しいことだと思うが、せめて私が週1回のペースで行ってきたブログや、卒業生と在学生が関わるきっかけとなる交流掲示板の管理については、是非とも後輩に一任したい。

また、Web ページを運営していく上で、様々なソフトの知識を向上させることができた。ほとんどのソフトは授業で触れてきたものだったが、作成開始の頃は、授業の資料を目で追いながらでないとな作業を進められなかった。しかしながら、今では自分で不具合の原因を見つけ出し、解決できるまでになった。1年から3年まで蓄積してきた基礎的な知識を、この1年間でうまく応用に活かせることができたのではないかと思う。

平川幹和子先生から、「今年は女子学生の受験者数が増えている」という情報をいただいた。その要因のひとつが、「Digily Life」「Campus Life」だったらとても嬉しい。凸凹舎がこの1年間の活動に注いだ、デジタルメディア学科に対する愛が、一人でも多くの高校生に伝わっていてほしいと思う。学生が自分の大学を誇りに思っで行う広報活動は、これからの大学を支える力にもなり得るものだと信じたい。

謝辞

私たち凸凹舎がこの1年間を通して行ってきた活動は、デジタルメディア学科の教員、学生、卒業生に協力してもらえなければ、1歩も進むことができなかったものです。取材をはじめ、掲示板の設置、オープンキャンパスなどの学科案内やスポーツ大会に至るまで、様々な場面で協力してくださった先生や計算機管理室の大塚さん、学生、卒業生のみなさんには、心から御礼申し上げます。

また、取材を通して、学生ひとりひとりの真剣な思いを聞くことができたり、これまで関わる機会の少なかった学生とも交流を持てたりするなど、大変貴重な機会を得ることができ、ますますデジタルメディア学科への愛が深まりました。このテーマを卒業制作に選んで、本当に良かったです。

最後に、この1年間手厚くご指導してくださった平川幹和子先生、作業を進める上でソフトの使い方を教えてくれた城崎研人さん、そして共に活動に取り組んできた凸凹舎の玉城寿乃さんと松尾沙知さんには本当に支えていただきました。心から感謝いたします。

付録

凸凹舎の活動に関する調査資料、及び原稿などの付録は別冊の「デジタルメディア学科認知度向上プロジェクトに関する資料」を参照願いたい。