先週は、大変楽しませていただきました。一週間経ち、主催者である学生のみなさんはどのようなことを感じていらっしゃるでしょうか。少しお時間をいただいてしまいましたが、私の所感をお返ししたいと思います。

◆イベントの方向性、あるいはターゲットについて

ターゲットの変化が、実際の来場者の顔ぶれと雰囲気の違いに表れていました。

対象を進学希望・予定者に限る、あるいはそうした対象者がメインとなるのであれば、進学説明会に加えてアウトリーチの機会を設けることの意義が薄れます。しかし、対象を広くすることは、あらためて目的を考え直さねばならないという大変さがあったのではないでしょうか。

来年度以降、どのような方向性になるかは別として、今回のように対象を広げたのはよかったのではないかと感じました。進学関係者という“身内”ではない学内でのファンを増やし、存在感を示し、学外にもそれをアピールするということは、リーディング大学院の活動として有意義だと思います。しかしながら、細かい内容が、まだそうした拡大路線に思い切って整えきれておらず、進学希望・予定者に語りかけていることがたびたびありました。

司会進行や発表者、パネリストが、「進学を考えているみなさん…」というように語りかけている場面が何度かありました。これは、進学希望・予定者以外の方に、自分たちは場違いなところにいるのではないかという気持ちを起こさせ、居心地の悪い思いをさせます。「ファンとなってくださるみなさん…」等、配慮のある呼びかけであったほうがよかったように思います。

◆学生への激励メッセージ

ターゲットが進学希望・予定者という前提でのメッセージをいただいていたのだと思いますが、来年以降、今年のようにターゲットを広げる予定であれば、その点を先生方にも意識していただいたほうが、このイベントがオープンで、来場者を歓迎している印象につながるのではないでしょうか。また、PhD取得の意義（あるいは実情）についてのメッセージは、進学希望・予定者にとってはある程度わかっているだろうけれど再確認・再認識してほしい、というものだと思います。ですがそれ以外の来場者にとっては初耳という場合もあり得ます。メッセージビデオにはあってしかるべき話題ですが、ヒューマンウェアだけでなく、PhDの価値を広く理解してもらうためにも、かみ砕いた解説をしていただくのがよいかもしれません。

それからテクニックの問題ですが、質問（Q）については、字幕をだしたほうがよいと思います。進学希望・予定者はある程度メッセージの方向性や内容を予測できるかもしれませんが、そうでないと、迷子にならないまでも、ついていくことに緊張感が伴います。リラックスしてメッセージの内容に集中してもらうためにも、映像のメリハリをつけるためにも、字幕によるQの表示が役立ちます。

◆TΣD × HumanWare

発表者のみなさん、それぞれユニークでとても楽しめたコーナーでした。

ですが、このコーナーではなにを見せたかった（伝えたかった）のかが、はっきりしていなかったように思います。

ヒューマンウェアの学生は研究だけではない特技や個性があり人間性・人間味あふれる研究者集団であるということなのか、ヒューマンウェアでは研究そのものだけでなく研究をインスパイアする幅広い活動が支援されているということなのか、ヒューマンウェアの研究生活は学生本意で自由だということなのか・・・。

発表テーマは各人によるとして、コーナーのコンセプトを設け、提示したほうが、来場者にとって、強い、あるいははっきりした来場の目的を持ちやすくなると思います。

◆ほんまでっかHW !?

興味深い話題が選ばれていて、またパネリストのみなさんそれぞれがしっかりと考えを持って発言されていて、楽しめました。

ですが、こちらもTΣDと同じように、コーナーのコンセプトが見えたほうがよかったと思います。いま話題となっていることをなんとなくとりあげたというように見えないように、なぜこの話題を選んだのか、それがヒューマンウェアとなんの関連性があるのか、ひとこと会場あるいはチラシなどに示されていたほうが、TΣD同様、来場者の目的意識を高めるのではないでしょうか。

それからこれは“見せ方“のテクニックの問題ですが、パネリストの意見が事前に要約されているスライドがあるなら、それを見せながら自己紹介と本人によるスライド上の要約への補足という話し方のほうがよいと思います。自己紹介から最初の意見主張までパネリスト各人に委ねてしまうと、時間のコントロールがしにくくなります。また、初対面のパネリストの意見をその場で把握するという、聴衆の頭脳と精神の負担を軽減し、議論を楽しむ余裕を持たせる効果が期待できます。

また、非常に限られた時間で討論をまとめる（まとめてみせる）には、討論の中心となる言葉の定義や、論点をもっとはっきりとさせたほうがよいでしょう。たとえば「勝ち組」とはなにを指すのか、というそもそも論なのか、ある定義にしたがった「勝ち組」になるにはなにが必要なのか、という議論なのか、といった整理がされていたほうが、聴衆には親切です。「ヒトがAIに負ける？」であれば、「負ける」は何をさすのかが討論が始まるまでわからなかったので、始まってから「おや、そっちの話？」と思ったひともいたのではないでしょうか。実はかくいう私がそうでした。AIによる支配（社会統制）があり得るかという議論になっていました。ですが私はAIが人間のどういった技能を超えることができるのか、それはいつごろなのかという、もう少し初歩的で具体的なところをまず知りたいと思っていました。また、よく巷でもみかける、AIによって奪われる仕事とその影響に、研究当事者がどのような考えを持っているかも興味がありました。最後のテーマは、平易な議論でついていきやすいものでしたが、関係者でないと、話を空で聞いただけでは実感がわきにくいテーマでもありました。ヒューマンウェアについて、当事者から紹介するという意味合いもあるテーマだったと思うので、パネルディスカッションだからパネリストの討論にあずけることにこだわらず、資料や画像を使ってもよかったのではないでしょうか。

◆ポスターエリア

始まる前や途中で見ている方がいらしたようですが、講堂でのイベント終了後に居残っている方は少なかったように見えました。せっかくのポスターですので、なんとか誘導したいところです。

学会であれば、ポスター発表も重要なプレゼン枠ですので、目的意識をもった来場者が必ずやってきます。ですが、アウトリーチイベントの場合、授業でも触れましたが、来場者に強い動機づけや高い目的意識を必ずしも期待できません。今回のポスターエリアではそれが顕著に出たといえます。

ポスターはポスターならではの良さがありますので、ぜひ人の流れをつくりたいところですので、来年度以降もポスター（および雑談）エリアを設けるのであれば、誘導のための工夫が必要でしょう。

ポスター自体をもっとキャッチーにするということもあり得ますが、あまりやりすぎると内容よりもテクニックで消耗してしまいそうです。それよりは、まず簡単にできることとして、休憩時間をうまく利用したほうがよいのではないでしょうか。講堂でのイベント終了と同時に、来場者にはイベント全体がおわったような気分や雰囲気が生まれやすくなります。ですので、終了後にポスターを観覧してもらうことを期待するのではなく、途中で来場者を手放さないようにして、かつポスターも見てもらうようにしてはどうでしょうか。司会者の方もなんどかおっしゃっていましたが、「お茶菓子がある」というのは、進学に関連した興味のない方の興味もひけるでしょう。ポスターコーナーを、見るものもあり、登壇者もいる、そこで休憩していればまたもっと面白い後半のプログラムが始まる、と思えるように紹介するのはもちろん、休憩時間をしっかりとり、休憩の開始時間と終了時間をはっきりとアナウンスしたほうがよいでしょう。お菓子やお茶を積極的にふるまって足止めするぐらいでもよいのかもしれません。

◆「まちかね祭」との関連で

まちかね祭のプログラム（冊子）に、チラシと同様の１ページ広告が掲載されていたのは、非常によいと思います。しかし主催に関する情報が白字のため気づきにくく、詳しくない方には模擬店広告のように見えてしまったかもしれません。プログラムをすみずみまでしっかり見る方は少ないですし、せっかくインデックスのついたプログラムですので、「研究室公開」というインデックスがついているページにも、カフェの情報が掲載（詳細は〇ページ参照、等、チラシページへの補足もつけて）されていたら、告知効果がより高まったのではないでしょうか。

それから会場前で開会前からチラシを配布していらっしゃいましたが、お祭りの中心部近くでも配布したほうが集客につながったかもしれません（進学関係者も招待したいのであればですが）。今回の会場は、正門からお祭りの主要会場への途中にあり、人どおりは少なくなかったと思います。ですがお祭りの熱気を感じるには、入ってすぐすぎたかもしれません。どさくさに紛れて…ということ語弊がありますが、渡されたものを思わず受け取ってしまうという雰囲気が、入り口付近ではまだあまりないかもしれませんが、お祭り気分が盛り上がって来れば抵抗感もなくなってくるでしょう。せっかくのチラシを余らせてしまってはもったいないですので、開催前に配る方法（あるいは置いておける場所）も考え、使い切ってしまえるように策を講じてはいかがでしょうか。

◆その他

アウトリーチにいらっしゃる方は何を求めていらっしゃったのか、これはイベントの目的・目標の設定と、後でのふりかえりでぜひ把握したいことです。これに関連して、ご紹介したい研究があります。「科学技術リテラシークラスター」という考え方で、下記に紹介スライドがあります。

<http://www.jst.go.jp/csc/pdf/05jul2013.pdf>

（科学コミュニケーションセンターでご指導いただいていた、CoSTEP川本思心准教授の資料です）

ステレオタイプな属性調査とは一線を画し（それを無視するというものではありませんが）、社会的な関心や行動傾向などと、科学技術に関する興味関心の強度や態度とを関連づけてクラスタリングするというものです。もともとの研究では97の質問への回答が必要でしたが、簡易的に10の質問でクラスタリングを行い、アウトリーチなどのイベントに来場する集団の実態を把握することに活用する研究も行われていました。

ターゲットについて考えるときに、これまでと違った視点があり得るということに気づかされる研究です。

お時間がございましたら、ご覧ください。

メール

「今年はこれまでと少し方向性を変えての実施となり、あらたな課題も発見なさったのではないでしょうか。来年以降の方針はこれからかと思いますが、HWの学生のみなさんの積極性とバイタリティーで、これからもいろいろとチャレンジしてほしいと思います。」