

学生ボランティア「図書館フレンズ」による読書推進

たけだ さきこ
竹田 咲子

(日吉メディアセンター)

1 日吉メディアセンターの読書推進活動

日吉メディアセンターは、「本を手にするきっかけ（仕掛け）を作り、それによって学生に読書の楽しさを知ってもらい、図書館をより活発に使うってもらう」ことを目的に、読書推進活動を行っている。これまでの活動報告は長島¹⁾、児島²⁾、酒見³⁾が発表している。

読書推進活動にあたる「読書推進ワーキンググループ」は、2017年度の人事異動で活動メンバーが大幅に入れ替わったことをきっかけに、2018年度より活動方針を変更した。まず日吉メディアセンターには、読書推進ワーキンググループのほかに企画展示ワーキンググループがあるため、展示などは主にそちらに任せる方針とした。また、発足以来活動が活発ではなかった図書館フレンズの運営に力を入れていくこととした。

2 図書館フレンズとは

(1) 概要

図書館フレンズとは、慶應義塾大学の学部生によるボランティア団体である。このボランティアに参加する学部生を、通称「フレンズ」と呼ぶ。図書館フレンズは「『読書』という共通の趣味を通じた学生活動の場を図書館で」を合言葉に、2015年春に発足した。

2015年度以前は、学生が日吉メディアセンターの継続的な運営にかかわる機会がなかった。図書館フレンズの活動を通して、図書館に興味のある学生に継続的な活動の場を提供するとともに、日吉メディアセンターの運営に学生の視点を取り入れる目的がある。

図書館フレンズの活動場所である日吉キャンパスは、7つの学部が設置されている。また、7学部のうち4学部は1-2年生、3学部は1年生のみ所属するキャンパスである。そのため、フレンズには様々な学部の学生がおり、かつ1-2年生が多い。フレンズとして登録する学生は例年20名程度である。

図書館フレンズの活動頻度は、2018年度以降は1か月から2か月に1回である。ミーティングにて企画内容と担当者を決め、期日までに各自が準備作業を行う。フレンズの都合を優先し、集まって活動をするよりは個人作業による活動が主である。

(2) 活動の沿革

2015年度から2017年度における図書館フレンズは、フレンズの自主性を重んじる活動方針であった。図書館職員が企画として用意する「選書ツアー」に9月まで取り組み、選書ツアーが終わった秋にフレンズから新たな企画の提案があれば取り組む、というスケジュールであった。

選書ツアーとは、フレンズが書店に向き、図書館に入りたい本を選ぶことができる企画である。選書に学生の視点を取り入れる目的で毎年実施している。小説や語学書のほか、海外旅行の本、美術館の本、文房具の本など、その年のフレンズの個性を反映した選書が実現し、フレンズからも図書館利用者からも好評の企画である。2015年度から2017年度のスケジュールでは、7-8月に書店を訪問し本を選び、夏休み中に選んだ本の展示準備を行い、9-12月に図書館内で展示した。

実際に作業が発生するのは9月の展示準備までであり、10月以降はフレンズから企画の提案がもしあれば活動することになる。2015年度と2016年度は、「冒険する本棚」と銘打ち、図書館内に出現する移動本棚で自由テーマの図書館資料展示を実施した。館内のパソコンが設置してあるエリアでパソコンについての資料を展示するなど、移動本棚の特性を生かした柔軟な展示が実現した。2017年度はフレンズから企画の提案がなく、日吉メディアセンター主催の「第1回知的書評合戦ビブリオバトル」に、フレンズの2名が司会に協力してくれるに留まった。

2018年度からは読書推進ワーキンググループで図書館フレンズの運営に力を入れることとなったため、併せて図書館フレンズの活動方針を変更した。

春学期にはフレンズの自主性に任せるより図書館職員から企画を提案し活動を促す方針とし、秋学期にはフレンズ提案の企画に取り組むこととした。春学期のうちにフレンズ同士が交流を持ったり、図書館フレンズの活動を楽しんでもらったりすることで、秋学期以降の参加も活発になると考えたためである。具体的な活動としては春学期のうちに選書ツアーを展示まで実施したほか、「本の福袋」という図書館資料をブラインド貸出する企画を提案し、フレンズに取り組んでもらった。秋学期にフレンズから企画を募ったところ、初の広報紙「フレンズ文庫」を2度発行することとなり、広報紙で紹介した図書館資料の展示も併せて実施した。結果として図書館フレンズの活動頻度は1-2か月に1回にまで増え、活動の活発化に成功した。ただし、夏休みをはさんだあと企画に参加しなくなるフレンズもいたため、春学期のうちからフレンズによる企画に取り組むべきとの反省があった。



広報紙フレンズ文庫

2019年度は、前年度の反省を生かし、春学期からフレンズによる企画を募った。職員から提案した企画は選書ツアーのみである。その代わりに、新規フレンズにも活動のビジョンを具体的に持ってもらえるよう、写真や動画を提示しつつ、活動趣旨や過去の企画についての説明を丁寧に行った。その結果、学生企画として展示「ブックりぎょう展！」を春秋の2度実施したほか、図書館フレンズキャラクター「ムッシー」誕生、フレンズ主催による「知的書評合戦ビブリオバトル」開催、「本の福袋」貸出などフレンズの個性が活きる企画が誕生した。



知的書評合戦ビブリオバトル実施の様子

3 活動上の課題

(1) メンバーが定着しにくい

日吉キャンパスは主に1-2年生が通うという特徴がある。学年があがり所属キャンパスが変わるタイミングで活動を辞退するフレンズが多く、メンバーが定着しにくい。表1は図書館フレンズの人数変遷である。継続の人数は年度によりばらつきがあるが、いずれも1桁に留まる。また、継続のフレンズは授業の関係でミーティングに出席できないことが多く、限られた範囲での活動参加となる。

表1 図書館フレンズの人数変遷

年度	新規(人)	継続(人)	合計(人)
2015	26	—	26
2016	10	9	19
2017	15	3	18
2018	13	4	17
2019	13	7	20
2020	—	4	4

所属キャンパスの問題のほか、学年が変わるまえに活動に来なくなるフレンズも多い。フレンズから話を聞くに、多くのフレンズは他のサークルや部活動をかけもちしている。大学で様々な活動をしたいと考えて、その一つとして図書館フレンズに興味を持ったものの、学生生活を送る中で自分に合った活動を取捨選択し図書館フレンズからフェードアウトしていく学生が多いのだと推測する。活動への参加を継続してもらうためには、フレンズが図書館フレンズへの帰属意識を持てるよう働きかける必要がある。フレンズ同士の交流を促したり、フレンズが参加したくなる活動づくりをしたりと、今後も模索していく。

また、図書館フレンズの目玉として打ち出している「選書ツアー」が当たると割り切り、他の活動に参加しない学生がいる。図書館フレンズ参加の動機は、自身の好きな本を図書館に蔵書として買ってもらうことであり、他者への読書推進には興味がないというわけである。選書に学生の視点を取り入れるという選書ツアーの目的には適っているが、学生は目当てである選書そのものが済めば活動に興味を失うため、メンバーの定着につながらない。

(2) リーダーを立てにくい

メンバーが定着しにくいことから、図書館フレンズは活動におけるリーダーを立てにくい。よって会長・部長といった役職がなく、かわりに読書推進ワーキンググループの職員がリーダーとしての役割を担っている。

企画ごとのまとめ役は都度フレンズから募る。企画を発案したフレンズがまとめ役になることもあるが、まとめ役が決まらない場合も多く、そのときは職員が企画終了までまとめ役を担うことになる。

学生ボランティア団体と銘打ってはいるが、実際の運営には職員が大きく介入している状況にある。リーダーの立てにくさについては、現状の組織体制では仕方がない部分だと考える。今後も必要に応じて職員が運営を担うことになるだろう。フレンズが楽しく活動できるよう、過度にならない程度に手助けをしていく必要がある。

4 今後に向けて

喫緊の課題は図書館フレンズのオンライン活動の検討である。2019年度までの図書館フレンズ活動は、書店に向く選書ツアーや、館内での展示など、「場」を前提としたものであった。現在は新型コロナウイルス対応のため、大学施設の利用が制限されている。従来の「場」を共有する活動は実施できないのである。

図書館フレンズがオンラインで発信する場は主にTwitter⁴⁾である。日吉キャンパスの所属学生11,449名⁵⁾に対し、図書館フレンズのフォロワーは学生以外を含め117名(2020年7月20日時点)と、発信力が十分であるとは言い難い。図書館フレンズについて広く発信する方法を模索する必要がある。

またTwitter以外にオンラインでどのような企画

を行えるのか。たとえば、本学の湘南藤沢メディアセンターで読書推進活動を行っているメディアセンターフレンズ⁶⁾は、Twitterでの情報発信に加えて、Zoomを用いたオンライン読書会を開催した。同様に日吉メディアセンターの図書館フレンズも、図書館に足を運ばずともできる読書推進活動を考え実践していくことが求められる。

図書館フレンズは2020年度のメンバー新規募集を時期未定で延期している(2020年7月現在)。現在は、昨年度から継続のフレンズが4名いるのみである。活動がオンラインに移行するとなると、所属キャンパスが日吉以外の学生も活動参加しやすくなり、上級生の参加が可能になる利点がある一方で、従来新メンバーとして期待されてきた新入生は図書館フレンズどころか日吉メディアセンターにすら馴染みがない状況にある。新入生にしる、上級生にしる、新規フレンズ獲得のため、図書館フレンズを知り興味を持ってもらうにはどうしたらよいか考える必要がある。

参考文献・注

- 1) 長島敏樹. 日吉図書館の施設・サービス改善. MediaNet. 2009, No.16, p.24-27.
- 2) 児島知子. 日吉メディアセンターの読書推進活動報告. MediaNet. 2010, No.17, p.68-71.
- 3) 酒見佳世. いずれの図書にもすべて、その読者を: 慶應義塾における読書推進. MediaNet. 2013, No.20, p.20-24.
- 4) “図書館フレンズ”. twitter.
<https://twitter.com/HiyoshiMedia>, (参照 2020-07-20).
- 5) “大学学生数(キャンパス別)(除く通信教育課程)”. 慶應義塾. 2020-05-01.
<https://www.keio.ac.jp/ja/about/assets/data/2020-each-campuses.pdf>, (参照 2020-07-20).
- 6) “メディアセンターフレンズ”. 慶應義塾大学メディアセンター.
<https://www.lib.keio.ac.jp/sfc/about/mcfriends.html>, (参照 2020-07-20).