

情報コミュニケーション学部
学部PR動画キャッチコピー 応募作品一覧

学年	キャッチコピー	コンセプト
1	鮮やかに彩れ	情報コミュニケーション学部は他の学部と比べて自分で選択する授業が多い傾向にあります。故に自分の学びたいことを積極的に学べ、学生生活も個人で大きく変わってくると思います。 十人十色といいますが、各々で違う色の学生生活が存在すると思い「鮮やかに彩れ」が浮かびました。
2	ここは君のコンパス、何者にでもなれる未開の地へ	学際的な学びができるという学部の特徴を踏まえ、情報コミュニケーション学部を基点に様々な場所で未知のものに出会って欲しいという思いに基づいて作成しました。
2	キミの「学びたい」がココにある！	まず、学部のキャッチコピーなので、比較対象は他学部であり、他学部と違うところを押し出すことが効果的であろうと考えた。 情報コミュニケーション学部は、他の学部と違い学部生が多種多様に自分の学び、それができる環境（カリキュラムなど）が整っているので、このようなキャッチコピーが良いだろうと思い作成した。 キミとココをカタカナにしているのは、動画の締めをポップな印象にする効果と、キャッチコピー内での統一感を意識している。
1	「正解」は一つだけじゃない。 より多角的な視点へ。	情報コミュニケーション学部における多種多様な履修内容から得られる、「一つの視点に縛られない多角的な考え方」を表現したくこのキャッチコピーにしました。 情報コミュニケーション学部の魅力や強さを考えた際、この多角的な視点」を学べるというのが一番の魅力・強さと考え、「多角的」をコンセプトに作成しました。
2	あなたらしく、あなたらしさを引き出そう。	情報コミュニケーション学部は他の学部と違って、専門がありません。自分の興味のある教科を履修することができ、選択の幅が広いです。自分オリジナルの学び方ができることは、この学部の魅力だと思います。ですから、このキャッチコピーは、いろいろな面で挑戦しやすく、使い方次第で最大限に自分の能力を伸ばせるこの学部に合っていると思いました。 私自身、この学部にいるおかげで留学ができたり、国際関係のことを学びつつも経営についても学んだりと、自分の個性を強くできている気がします。
4	多様性、あふれすぎ。	多様性にはいくつかの意味があります。 まず、いろんな人がいるということ。これは明治大学ゆえだと思いますが、留学生もいて、さらに男女比もほぼ半々です。 次に、学びの幅が広いということ。他のゼミの人と卒論の話をしていると、同じ学部だとは思えないほどテーマが幅広いです。また、他学部の授業をがいたり、カリキュラムも自由なので、人によって時間割はバラバラです。一年間留学に行けるような制度や、企業が入って学べる場もあります。それだけ皆が自分のそれぞれの好きなこと、学びたいことを学べる環境があると思います。 そして、これは上記の内容ゆえだと思いますが、就職先もバラバラです。私は卒論をグループで書いていますが、人によってこれから先の進路が本当に違います。 これらのことから、キャッチコピーを決めました！
2	新たな一步を踏みたいなら　ここに未来がある	明治大学のキャッチコピー、「go forward」と絡めて、未来の希望に向かって新たなチャレンジをしたい人にはぴったりの学部ということをアピールしました。
4	Express yourself!!	情報コミュニケーション学部は、特化型の学部ではなく、あらゆる学問の中から、それぞれの人が選択して学ぶ機会を提供していると思う。 その中で、より自分にあった、より自分らしさを表現する場所はどこなのかを見つけるのに、最適な環境だと思ったのでこのキャッチコピーにしました。 また、誰もがひと目見て（高校生などでも）わかりやすさを重視することを心がけました。
3	「知識」の、その先へ	知識をただ吸収するのではなく、それらを活用し、自ら考え行動するのが「情コミ」っぽいのではないかと考えています。
3	「いま」にぶつかろう 多角な視点を培って自ら社会を学びとれ	情報コミュニケーション学部が目指す、「現代社会を捉えること」と、今の本学部の雰囲気としての主体性を関連づけて作りました。 作成の思いとして具体的には、「ぶつかろう」の挑戦的な文言は現代社会を捉えることは骨が折れる作業であること、「学びとれ」の命令口調はその挑戦と結果を自分自身で咀嚼してほしい、掴み取ってほしいという思いであります。
2	多角的視野を持った主体性の塊	情報コミュニケーション学部の特色を伝えたいと思ったから。
2	時代の流れが見えてくる	日々社会は変化していると一般的に言われている。しかし、普段の生活ではその変化に気づくことができない。私も情報コミュニケーション学部に入部するまでは、その変化に考えたことも実感したこともない。しかし、日々この学部で学ぶと実際の社会の様子が見えてくるように思う。それは、社会を多角的に見れるようになっていないかと考えている。社会（時代）の変化や流れを理解するためには一つの視点ではわからず、様々な観点から考えなければいけない。今の社会を理解するための多様な視点を得られる学びの場がこの情報コミュニケーション学部にはあると私は考えている。もし、世界の中での日本を知ろうとすると、日本の歴史や海外との関わり多様な視点が必要になる。特に今日の日本には海外からたくさんの人が来ているなかで、今後海外の人と関わりを深めていくには、海外の文化の理解が重要になる。しかし、海外の文化と日本の文化は異なることが多い。このことを理解するには、ジェンダー観や歴史観など様々な視点が必要になる。そんな中でも、自分の文化は何なのか、変化に対応するには何が必要になるのかなど考えるきっかけがこの情報コミュニケーション学部にはたくさんあるように思う。明治大学の個を強くするのにもっとも適した学部が情報コミュニケーション学部であると二年生となった今強く感じている。音楽・芸術から外国文学まで学べることがこの学部の強みであり、永遠に学び続けられることを外部にも知ってほしいと強く感じる。
3	やったもん勝ち！ 好きを発信できる学部 君の好きは何？	高校生の時の自分はやりたいことがあっても周りの期待から有名大学に受験せざる得なかった。興味のある学部を探していると情報コミュニケーション学部を見つけた。色んなものが学べ、メディアにも興味があったためとても惹かれた。実際に入学してみると必修もなくとても自由な学部で、好きなものを選べるし、楽を選ぶこともできた。周りが楽を選ぶ中私は好きを選んだ。しかし自分の好きを人に伝えることは恥ずかしくてできなかった。1年の春にフジテレビと共同のニュージーランド研修に行った際、ニュージーランドのオタク達は自分の好きを自由に曝け出していて自分もそのようになりたいと思った。今は田村先生のゼミに入り自分の好きなものをテーマに動画を作成している。自分の好きを発信できることは楽しいことだ。ありがちなキャッチフレーズだが、自分の好きという気持ちを隠さず発信して欲しいと思った。
1	いざ、知の開放へ ～自らの興味を築き上げる 学びへ	私は大学に入学する前は、縛られた学びしか経験してこなかった。でも、入学する前はそこから解（開）放されることへの期待と喜びでわくわくしていた。そんな気持ちを刺激するメッセージがあれば、まさにその心境を表すものとなり、情報コミュニケーション学部に興味を持っている人々の心に強く残ると考え、このキャッチコピーにしました。
2	刺激しろ、自分の可能性	情報コミュニケーション学部は、自分が将来なにをしたいのか、明確に分かってない人こそ来てほしい学部だと私は思っています。なぜならこの学部では、様々な分野に通じた教授陣が、これまた様々な授業をしてくださっています。自分の興味のあること、また自分の可能性を必ず発見できると思うからです。 また動画の主人公は、大学における、色々な場面に刺激され席を立ったように思いました。だからこのキャッチコピーにしました。
2	君はまだ世界を知らない	情報コミュニケーション学部に入り周りの人と話してみると、夢や目標がまだ定まってない人が多いと感じることがあります。特に僕もそうなのですが、彼らは高校までの経験で人生の方針を決めるのには物足りないのです。そんな僕らはこの学部を見つけ出しています。この学部には世界の情報が集まり、僕たちは自由なカリキュラムによって存分にその情報に浸れます。今日、さらに情報は溢れて、めまいがするような、しかし期待でいっぱいの子生は多くいるはずです。そんな人にぴったりの学部だと思っています。このキャッチコピーを見て大学生になりたいと思ってもらえれば嬉しいです。
3	動きだせ、イマ。 一貫く多様性　広がる可能性ー	情コミの生徒が未来を作っていくということを伝えています。「動きだせ」とは、常に様々な事に挑戦し続ける情コミ生の姿を現しています。 情コミは、学問はもちろん・性・言語・宗教等全てにおいて開かれた環境だと感じます。これを「多様性」と言い換え、それを突き通すことで、未来で羽ばたく「可能性」を広げることができる良さを現しています。 未来を担う、様々な価値観・考え方等のバックグラウンドを持った学生が集まる学部になってほしいとの私の願いが込められています。

情報コミュニケーション学部

学部PR動画キャッチコピー 応募作品一覧

学年	キャッチコピー	コンセプト
4	こころ、からだ、動く。未来をつかむ。	情報コミュニケーション学部では様々な学問領域を選択することができます。そのため、他の学部よりも学生が主体的に学ぶことのできる場だと考えました。また、自らの意思で行動し、積極的に学ぶことで、自分の想像した未来へと近づき、夢を掴むことが可能だと考えます。 キャッチコピーにおける「こころ」は自らの意思を、「からだ」は行動を表しました。読点で括って「動く」につなげることで、意思からでも「とりあえずやってみよう」という行動からでも、学びを通して「未来をつかむ」ことができるというメッセージを送っています。 「未来をつかむ」とは抽象的な表現ではありますが、将来なりたい自分を見つける、夢を叶えることを指しています。 「こころ」と「からだ」は漢字でも表記できますが、多様なアプローチを表すために敢えてひらがなにしました。 4年間学んできた実体験に基づき、自分なりに学部を象徴すると考えたキャッチコピーです。
4	永遠の智と出会う場所 ～カタカナ学部（笑）。とは言わせない～	「永遠の智」と出会うのは、自由度が高く主体性を重んじる情報コミュニケーション学部（以下、情コミ）だからこそだと思い、上記のキャッチコピーを考えました。 情コミは設置科目が非常に幅広く、自分次第で「何でも学べる」環境であると感じます。ゼミナールでは、4年間で問題を「発見」「分析」し、「解決」していきます。これらから得られるものは、「永遠の智」ではないでしょうか。入学前、何を学びたいか判然としなかった人も、情コミに入ればきっと何かを見つけられるはずです。また、自分なりに発見し、多角的に物を見る力は、現代社会を生き抜くために非常に大切なことだと思います。 情コミは自由度が高い学部です。法学部や商学部などとは違い、悪く言えば漠然としています。だからこそ、外部の人からは「何を勉強しているの？」と笑いながら聞かれることが度々ありました。キャッチコピーに「カタカナ学部」という自虐をあえて入れることで、インパクトを持たせたいと思いました。
1	新しい時代に新しい学問で情報社会と私たちはつながっていく	令和という新しい時代に情報コミュニケーション学部は必要だと思ったので、それを表したいと思いました。
3	一緒に、制限のない世界へ	このキャッチコピーは、情コミの理念（社会のいまを捉える・多様で学域横断的なアプローチ・創造と表現）に対する答えであると思います。 情コミの授業は非常に多種多様で、人文科学、社会科学、自然科学系の科目だけでなく、音楽や演劇、ダンスの授業もあり、情コミに入学して、まさに「制限のない世界」に入ったのではないかと実感しています。 それは、従来の大学教育（必修・カリキュラム重視式）ではなく、「マイカリキュラム」のように、より自由に自分と本当に合う道を探することができる、さらに幅広い教養を育てられるということは、私にとって情コミ最大の魅力であり、そしてこの三年間で活用してきました（入学の前は人文科学、メディア・広告系の科目に一番興味があったが、だんだん社会科学、国際関係・政治学系の科目に関心を持ち、そして三年のゼミは国際関係論のゼミに入り、今は政治学関係の大学院に進学するつもりという自分の経験があります）。新入生たちもこの情コミ「ならでは」の魅力をできるだけ知らせたいので、「一緒に、制限のない世界へ」と、制限のない学問の世界で一緒に勉強しましょうという包括的な提唱をしてみました。
2	今、僕と、君と、誰かの間を行き交う世界を見つめる。	「今」、は情報コミュニケーション学部が「現代」社会の問題について着目している点、「僕と、君と」は身近な、実感のしやすいコト、「誰か」は未だ知らない、もしくはどこか遠い自分とは離れた世界のコトを表し、身近なテーマや実学から、大学でしか出会えないようなアカデミックな世界、遠い国のような国際的なテーマまで、学部の対象とする領域の広さ、多様性を示している。また、身の回りへの関心を中心だった高校生が、大学、情報コミュニケーション学部に入学したことで、視野が広くなり、「誰か」の世界に認識できるようになる、捉えられるようになるといった意味も込めている。そして、「行き交う世界」で人々の間を媒介するモノとしての「情報、コミュニケーション」を表し、情報コミュニケーション学部の世界観を表現した。
4	全部、繋がってる。 —幅広い可能性の中から自分だけの学問を創ろう。	学部の教育理念である、社会の現在（いま）を捉える、多様で学域横断的なアプローチ、創造と表現、を参考としました。 情報コミュニケーション学部で四年間学び、卒業を控えた今、ようやく一年生から受けてきた多種多様な授業が全て繋がっていると気づきました。それぞれの専門分野は相互に関連していて、改めて一つの視点から社会を捉えようとすると繋がりが見えてきます。 一見、関連性のないような授業のひとつひとつが糧となり、自分の中で再構築されていく中で、学域横断的な発見を得ることができたのは情報コミュニケーション学部ならではの経験です。 このキャッチコピーは、こうした私の四年間の気づきと、これから後輩となる学生へ向けたメッセージです。幅広い選択肢の中から自分だけの学問を創造し表現できる、情報コミュニケーション学部のアピールとなるように作成しました。
2	さぁ、創生の扉を開けよう —今までに見たことのない世界へ—	学部のキャッチコピーということで、他学部にない情コミの特徴を言い表せるように努めました。 情コミは「自由」と言われがちですが、その自由という言葉に引っ張られすぎて怠慢な学生の多い学部の印象を受けそうだったので、あくまでも、自発的に自由を謳歌できるという意味を込めて「創生」という言葉を使いました。 そして、自由を謳歌する学生の姿は、cmの映像に、主観的な目線で映ります。私はこの目線の人物を情コミの見学に来た高校生や情コミに入りたでの1年生と仮定してます。彼らには、新しいことがたくさん目に入り、自分の知らない範囲まで自身の可能性は広がっていることを知る、と映像を解釈し、「今まで見たことのない世界へ」としました。
4	あらゆる対象を、学ぶ対象にしよう。 あらゆる場所を、学ぶ場所にしよう。	まずPR動画のイメージを見て、実に様々なものを学び、様々な場所で学ぶ様子が映し出されるのだらうと思いこのキャッチコピーを考えました。これまで私も4年間大学で学んできましたが、この学部で学べる分野の多様さは多くのことについて考えるための原動力となりましたし、学問の垣根を越えた考え方も身に付きました。また、外部で学ぶことも良い経験となりました。故にこの学部をアピールする部分としては間違っていないと思いました。また、このPR動画の対象の多くは高校生であると考えます。高校まで、学ぶといえば机に向かって知識を得ることという意味合いがほとんどになるだろうと思います。故に大学はそれだけの場所ではない、ということアピールできればキャッチコピーとして良いものになるのではないかと考えました。実際に、私も入学前に学部のホームページを見ていた際に、波照間ゼミのダンスやフジテレビのスタジオが印象的だったのも理由として挙げられます。まとめると、自分がこの学部で学んで良かったなと思える部分と、PRする対象にとって魅力的に映る部分、PR動画のイメージを重ねた結果、このキャッチコピーが最適なのではないかと考えました。
3	ジブン色に、染めろ。	明治大学情報コミュニケーション学部では様々な分野を横断的に学ぶことができる。そして個性豊かなゼミナール活動も充実している。これらは特に本学部が誇る特徴であると思う。あらゆる分野を横断し、多角的に学び、ゼミナール活動で自分なりの問題を設定し研究する。自由に学び、自分の色を見つけることができる。そしてこの学部で培った自分の個性を社会にでたとき存分に発揮できる、そういった人材を育てることができる場だと考える。 自分はどんな分野に興味があるのか、自分にとって大学で学ぶ意味とは、自分にはどんな強みがあるのか、改めて見つめ返すことができる。確固たるアイデンティティを形成してほしいという願いからこのキャッチコピーを提案します。
3	一度きりの人生どう生きるか。未来を創作する。	自分でカリキュラムを組み立てていき、やりたいことをやる。研究したい分野を研究するそんな学部だと思っているから。
1	無限の可能性がここにはある 作り方も繋ぎ方も、自分次第だ	情コミの理念にある「創造と表現」に焦点を当てたコンセプトにしました。 多彩な授業を受講でき、様々な経験を積むことのできる事がこの学部の持ち味であり、多種多様な分野を学んだうえで、それらをつなぎ合わせて新しいものを作っていく。これこそが情コミの良いところであり、ものづくり大国日本にこれから必要になることだと思うので、「情報」「コミュニケーション」の言葉では表せないこの学部の個性（主に授業方面）をできるだけシンプルに伝えようと思い、作成しました。

情報コミュニケーション学部
学部PR動画キャッチコピー 応募作品一覧

学年	キャッチコピー	コンセプト
4	多様性に触れ、新たな花を咲かせよう	4年間情報コミュニケーション学部で学んで感じたこと、それは「多様性」です。この一言に尽きます。キャッチコピーにはぜひこの言葉を入れていただきたくアンケートに回答しました。また、情報コミュニケーション学部と言えば「華の情コミ」と言われていることから「花」という言葉を選びました。よろしくお願いします。
3	自分らしさがここにある、あなたが情コミ	情コミ(情報コミュニケーション学部)の魅力は、自分で学びたい分野をピックアップしてマイカリキュラムを作成することができるシステムや、教室の机にずっと座っているだけでなく踊ったり、フィールドワークをしたり、映像制作を行うなど様々な方法で学ぶことができる所にあると思います。自分らしい学び方こそ"自分らしさ"であり、一人ひとりが情コミ(情報コミュニケーション学部)を作っていくという意味を込めて「自分らしさがここにある、あなたが情コミ」というキャッチコピーを考えました。
4	学べ！遊べ！生きろ！	情コミで様々なことを学び、たくさん遊び、いい経験をしてこれから生きてほしいと感じたから。
4	君の「個」は無限大。－”既存”にとらわれない「個」を磨け！－	私は、「個を強くする大学」という明治大学のキャッチコピーを、情コミが一番実現しやすい学部なのではないかと思い、「個」という表現を使いました。 他学部ではいくら「個」を強くできるといえど、【一応専門的な学部である】という体裁から、どうしても必修店カリキュラム等で興味の範囲を縛られてしまいます。その点、情コミではそれらの仕組みに、ほとんど縛られることのなく、各々の学びたい分野を自分で考えて学べます。私の周りの情コミの友人も、学んできたことは千差万別ですが、皆学びたいことを学べていて、またそれを踏まえて、社会に挑戦していこうとしています。この経験から、他学部よりも「個」を強くする学びができている点・既存の学問の枠組みに縛られずに一人一人違う、無限大な学びを磨ける点からこのキャッチコピーを作りました。
4	学ぶ視点は広く鋭く	情コミの魅力は学際的に学べることだと思います。 社会のひとつの事柄をいろんな角度(学問)から考える事が出来る情コミをイメージしました
3	キミだけのキャンパスを創り出す旅に出てみないか？	まず、情報コミュニケーション学部のキャッチコピーとのつながりを意識して作成しました。 4年間の学生生活を「旅」という言葉で表現し、目の前の世界に学びの窓は開かれていることを表現するために「キャンパスを創り出す」という言葉を用いてみました。「国際交流（世界のキャンパス）」のオマージュも込めています。「キミだけ」という言葉は情報コミュニケーション学部の主体性を尊重した学びを表現することはもちろん、情報コミュニケーション学部の学生の多様性を表現するのにぴったりな言葉だと思いました。 私は、情報コミュニケーション学部の魅力が少しでも伝えるための手助けができればいいなと思い、キャッチコピーの募集を決意しました。
1	圧倒的”学際的”思考力-ほかの学部ではできません。-	情コミ学部他学部との決定的な違いは、その思考領域が限定的でないところです。問題のある特定の学問のみにおいて考えるのではなく、さまざまな学問の考え方を横断して思考できる。それが情コミ学部の強みだと考えています。それを学際的と表現し、さらに他学部ではできない思考方法ができるという強みを前面に出しました。
2	'好き"を極めて"世界"を広げよう。	情コミは、好きなことを極めつつも自分の視野を広げることが出来る学部だと思ったからです。
2	多様な考えを手に入れる	情報コミュニケーション学部は多様性を認めてくれる授業が多いと思うから。
2	半径1メートルの世界を1万メートルへ	高校時代には狭かった世界が情報コミュニケーション学部に入って、とても広がった気がしたから。それは人間関係であり、学んでいる学問の範囲。
2	多様な可能性、新しい突破口	情報コミュニケーション学部では多様な学問が多くあって自分の新しい可能性を見つけることができます。学生生活で持った問題の解決にも多様な授業が役に立ち、今までとは違う新しい突破口を開くきっかけが他学部よりも多くあると思ったからです。
2	学問と学問をつなぐ 一多彩な知識を身につけ、情報社会の架け橋になろう	情報コミュニケーション学部の特長は多様な学問に触れられることであると思う。この学部で学ぶことによって、社会に出たときに様々な分野を専門とする人々をつなぐ橋渡しになれると思うから。
2	自ら考える軸を形作る一多様な学びから独自の視点を極めよう一	多様な授業を選ぶことができ、様々な視点を得ることができる。そして学びから得た視点を、社会の様々な問題を考えるうえでの軸とすることを目的とする学部である。
2	この世のすべてが、研究対象一君だけの問いに向き合おう一	情報コミュニケーション学部の特徴は、学びの範囲がとても広く、あらゆるものを研究の対象とすることが出来ることだと考えます。一人ひとりが興味に基づいてカリキュラムを組み、自分が持った疑問を考え続けられる環境があることを伝えたい、と思い作成しました。
4	今、この一瞬一瞬が学び。	PR動画が主に受験生対象であるということで、受験生だった頃の自分と4年生となった現在の自分の思いを、教育理念の3つの柱に重ねつつ作成しました。 私自身、「情報コミュニケーション学部で学びたい」という思いから、明治大学を第一志望校として決定した受験生でした。 当時の自分が情報コミュニケーション学部を目指した理由は、学ぶことのできる学問領域の広さでした。また、当時からメディアやジェンダーなどの現代社会で起きている問題に関する授業が多いと感じていたことも、情報コミュニケーション学部を魅力的に思った理由の一つでした。現代社会における問題を、学域を越えた複合的な視点で捉える情報コミュニケーション学部は、自分の思考の枠組みを広げ、社会において新たな可能性を見出す力を養うことができる学部だと強く感じました。 そして4年間「情報コミュニケーション学部の学生」として過ごしてきた今、現在の社会における問題に対して様々な角度から思考し、自分なりの見解を編み出すことができるようになったと感じています。学域横断的に学ぶことで様々な知識や価値観を得ることができたからこそ、自分ならではの考えを創造できるようになったのではないかと考えています。 「情報コミュニケーション学部」では、そうした社会の現在<いま>を生きている学生たちが日々主体的に学び、様々な角度から社会と向き合っていることを表現したくこのキャッチコピーを作成しました。「一瞬一瞬」という言葉には、PR動画イメージにおける「ダンスをしているその一瞬」や「議論しているその一瞬」といった意味があり、日々刻々と変化する社会をフィールドに学生が活動するそのすべての瞬間が「学び」であることを表現しました。
3	新しい物は、新しい視点から生まれる。	情コミといえば、多角的な学習が出来る所が一番の特徴だと思っています。 多角的な学びをする事で、学生は1つの方向からだけでなく、自分ならではの視点で社会を見る事ができます。 それは、誰も気が付かなかった部分に気付ける力を養っていると言えるのではないのでしょうか？ 結果として新しい物を生み出す力を養える場所としての情コミをアピールするコピーを書ってみました。
3	学びを、自由に。	情報コミュニケーション学部の特徴として、普通の学部では経験できないことができることや、必修が少なく自分のやりたいことを自分で選んで履修できるという点があります。それに加えて、スローガンである「既存の枠を超え新たな視野を広げよう」から、自由という単語を連想しました。情報コミュニケーション学部は、自分のやりたいことが何でも学べる場所です。その思いから、このキャッチコピーにしました。
3	自分を見つめよう。自分を見つけよう。	この学部は学生がそれぞれの興味関心に沿って自由にカリキュラムを組むことができることから、自由度が高く自分の選択が重要である。主体が学生自身であることをアピールするために、「自分」という言葉を入れ、自分の興味関心と向き合う大切さを伝えるために「見つめよう」という言葉を使った。さらに、フィールドワークやスタジオでの映像撮影など変わった授業も多く、学生が各々の個性を見つけ・伸ばすことができる点から、「見つけよう」という表現を用いた。また、明治大学は「個」の強さを大切にしており、学部のみにとどまらず大学の考え方に合う部分も大きいと思い、このようなキャッチコピーを作成した。
3	キミ色の学問を見つけよう。一主体的に学び、自由に探究する一	情コミの学生を一言で表すとすれば、「色とりどり」です。学生1人ひとりが異なる問題関心をもっていて、受講している授業もそれぞれ違います。 情コミの魅力は、自分の問題関心に応じてカリキュラムをカスタマイズし、既存の枠組みに捉われずに今までにないアプローチ方法を探ることができるという選択肢の多さや視野の広さだと感じます。 高校生・受験生の時点では「まだ学びたいことがはっきりしていない」という人も、情コミに来て自分らしい学問を見つけられるといいなと思い、このキャッチコピーを考えました。

情報コミュニケーション学部

学部PR動画キャッチコピー 応募作品一覧

学年	キャッチコピー	コンセプト
4	未知なる多様性との遭遇が、あなたの未来の選択肢になる	未来の選択肢は、自分の知識と経験の中からしか生まれない。その知識と経験を最大限に広く、深めていける環境が情報コミュニケーション学部にある。 情報コミュニケーション学部って何を勉強しているの？と聞かれても、一言では答えられない。それは、各々が自分の選択した全く異なる履修を組んでいるから。同じことを学んでいる友人を見つけるほうが難しいくらい、多様な選択肢があり、みんな違うことが当たり前。 多彩な授業は、大学で何を勉強するか決めていない人にも、大学で何か新しいことに挑戦したいと考える人にも、スタートの機会をくれる。授業の中で、誰でも必ず、社会の自分の知らなかった部分、関わってこなかった部分を見つけることができ、一番興味を持ったものを専門にすれば良い。こうして身についた知識と経験、さらにここで出会う様々な人が、就職やその先の未来の選択肢や可能性を確実に増やしていると思う。
2	やりたいこと？なりたいたいもの？ ーきっと君も見つかるー	このキャッチコピーを考えるにあたり、僕自身なぜ情報コミュニケーション学部に入ろうと思ったのかを数日ずっと考えていました。そして、受験しようと思いついた時、僕は進路や将来に漠然とした不安を抱えていたことに行き着きました。【やりたいことがない」「なりたいたいものがない」これは僕自身の本音です。「このままでいいのか」そう思いながら、勉強に取り組んでいました。今、法学部だったり、文学部に振り切って受験したら、それが「自分のやりたいことではなかったらどうしようか」と考えていました。だから、たくさんの多様な授業を勉強でき、その中から自分の専攻を選べるこの学部の案内を見たとき、「ここに決めよう」と思いました。思えました。僕はこの学部で2年間過ごし、少しずつですが、やりたいことが何か分かってきました。それはこの必修科目などにも縛られず、ほとんど自由に決められるこの学部だったからだと思います。 このキャッチコピーは今の受験生にも同じ不安を抱えて答えを見つけない人にグッと刺さるのではないかと思います。 よろしくお願いします。
1	自分の限界を決めつけるな。 未来で飛ぶため力をつけろ。	情報コミュニケーション学部の、他学部にない学びにおける自由さ、可能性の多さを表したかった。めいじろうが明治大学のイメージキャラクターであることと、卒業後、情報コミュニケーション学部の学生が色々な面で活躍していることをかけて「飛ぶ」という言葉を入れた。
1	学び、刺激、君の手でつかめ。	情報コミュニケーション学部には幅広い分野の科目があり、実習・実践を伴う授業やゼミナール科目など学生の知的好奇心を刺激する機会が豊富に用意されている。一方、研究テーマをどうするのか、どの科目を履修するのかという選択は学生自身に委ねられており、用意された環境を活かすのも無駄にするのも学生次第である。このキャッチコピーは、これから大学に入学する人たちに向けて、情コミは学びたいことを存分に学ぶことができ、学びたいという意欲が大いに刺激される環境であることを伝えるとともに、自分だけの学びを物にしてほしいという（在学生である制作者の自戒も含めた）思いが込められている。
3	切り取った社会を新境地へつなげる人に～意志でつづる実践の旅路～	入学後にカリキュラムが例年とは変更になったことを知り、これからどのように履修を組んだらよいのか途方に暮れました。当時、誰かが言ったのか自分でそのように思いついたのかさえ忘れてしまいましたが、自分の置かれた状況を指した「大海に投げ出された」という表現がしっくりきました。はじめは興味の惹かれたものや資格取得に必要な授業を選択しましたが、次第に、一見つながりのなさそうな授業同士でも、互いの考え方を取り入れたら面白いのではないかと考えるようになりました。それから基礎ゼミナールで学んだことを日本語表現のプレゼンテーションに生かしてみたり、脳科学で得た知識を人類学のレポートに反映させてみたり、自分なりに試行錯誤してきました。それらの取り組みが必ずしも成功したとは言えませんが、少なくともさじ加減一つで、あらゆる知識や理論が踏み台にもはしごにも到達点にもなり得るということを実感することができました。 今回はまずPR動画のキャッチコピーということで、これから入学を検討している人や、情報コミュニケーション学部とは何かを知りたい人に向けて、メッセージを届けられるものにしようと思いました。自分が情報コミュニケーション学部で悩んだことと、その中で見つけられたことの両方を表現したものができていれば幸いです。
2	「観客は終わり。これからあなたは、人に感想を与える主役へ。」	キャッチコピーの内容とイメージが場面・場所の移動が多いため、活動性と参加性に基づいたキャッチコピーを念頭に置いて作成したかった。キャッチコピーとは、言葉で相手が惹かれるように使う戦略である。その意味で、キャッチコピーには情報コミュニケーション学部の理念や特徴となる言葉を表した方が効果を上げるかも知れない。 しかし、キャッチコピーとはPR動画の内容が物足りない感じがするため付加的な意味を加える感じにもなる。そういった視点で、このキャッチコピーを作成した。「観客は終わり。これからあなたは、人に感動を与える主役へ。」 ここでは、キャッチコピーという言葉に人々の注目を集めさせることより、動画に出た活動に参加させようとする取り組みである。PR動画による情報コミュニケーション学部の魅力・特徴・授業内容を知るだけで終わらない。観客に、情報コミュニケーション学部の世界に飛び込んでみたいという好奇心を刺激させたい。 このことを意識した理由は、授業以外にもダンス・フィールドワーク・スタジオのような学外での活動を通じて情報コミュニケーション学部の魅力を伝えようとしたPR動画のイメージからでの発想である。活発に場所の移動や展開が早いPR動画を創造して見て、動画を見る側に「活動性」「参加性」を与えるキャッチコピーの方が伝達力あると思った。また、自分から好きな学問の分野を自由に選んで組み合わせていく点で創造的な活動が沢山あると思う。PR動画では、ダンスのようにそれと関わる活動が沢山、演出されると思ったためキャッチコピーの内容に「創造者になる。」という言葉を取り入れたのである。
2	社会の現在を生き抜く力～多様なスキルを君の手に～	情報コミュニケーション学部の教育理念である3つの柱を基に考えました。3つの柱のどれかをピックアップするのではなく、3つとも伝わるようなキャッチコピーにしました。 キャッチコピー内の「現在」は教育理念と同じく「いま」と読みます。
3	自由混みの大海原へ 漕ぎ出せ、僕らの「個」 ミュニケーション	限りなく「自由」な教科選択ができる情コミ。 まだ見ぬ学問の世界が縦横無尽に広がる様はまさに大海。 しかし自由さゆえにその大海に飲まれてしまうのではなく、 「個」の持つ知的好奇心を自発的に満たそうと大海原に漕ぎ出す行動力こそが 自分自身と、そして世界との本物のコミュニケーションを完成させるという思い。
1	過去の歴史と現在の自由を繋いで未来の新しい見方を作っていく	過去ー明治大学の100年を超える歴史。 現在ー情報コミュニケーション学部は長い歴史の中で比較的最近である2004年に開設された学部。そして高い自由度と多様な学際性を持っている。 過去と現在を繋いで今までは見えなかった新しい見方を作っていく。

情報コミュニケーション学部
学部PR動画キャッチコピー 応募作品一覧

学年	キャッチコピー	コンセプト
2	僕らの学びはボーダーレス	このキャッチコピーは、ボーダーレスという言葉を主軸に置いています。 なぜなら、この言葉は、情報コミュニケーション学部を一言で表すことができると思うからです。その理由は3つあります。 まず、学域です。情コミは、あらゆる分野の垣根を越えて現代の情報社会を探索する学部です。ボーダーレスという言葉は、高度に情報化し、複雑化した現代の諸課題に学際的な方法でアプローチする情コミの特色を端的に表しています。実際、私も情コミで学んでいると、そのような体験をすることがよくあります。私の夢は、気候変動問題の解決に貢献することです。情コミでは、直接的に気候変動の解決策ことを学ぶ機会はありません。しかし、地理学や英語の授業、社会心理学、メディアアートなど一見関係ないように思える授業の中に、気候変動を解決するアイデアのヒントを見出すことがよくあります。このような学域をボーダーレスに学べるカリキュラムのおかげで、農学部や環境系の学部にいたら得られないクリエイティブな発想を得ることができるのです。 次に、場所です。教室から大学の外まで、様々な場所でボーダーレスに学ぶことができます。PR動画にも登場するように、ニュージーランドやフジテレビで番組制作をするカリキュラムや南房総市を訪れ、その土地の人々の物語を発見するゼミなど、情コミには、学内という枠を超えて、主体的に学ぶ環境が充実しています。私も、メディアアートの中間レポートを書くため、初台駅にある美術館で開催されているICCオープン・スペース2019に行きました。普段の授業では、体感することができないメディアアートの世界を直接肌で触れることができ、とても刺激を受けました。このように、情コミは一つの場所にとらわれず、ボーダーレスに学ぶことができる学部だと思います。 最後に、人です。 情コミには、国籍や年齢、ジェンダーの枠を超えた、たくさんの人が関わっています。 普段の授業ももちろんですが、「国際交流プログラム」が充実していることが情コミの特色だと思います。学部間協定留学や短期留学間など、多彩な留学プログラムが準備されており、様々な国籍の人と学ぶ機会が充実しています。また、特別英語クラス<SPICE>プログラムでは、少数精鋭の選抜クラスで、外国人の先生から国際情報社会に対応するための言語力とコミュニケーション能力を培うことができます。私は、SPICEの試験に落ちたのですが、いつもSPICEの友人の中には、長期休業期間にその言語力とコミュニケーション能力を生かして、短期留学をし、外国人と一緒に学んでいる友人もいます。このように、情コミは国籍や年齢、ジェンダーの枠を超えボーダーレスに学ぶことができる学部です。 以上の3点から、私は情コミをPRするキャッチコピーとして、ボーダーレスという言葉を選びました。生まれたころからインターネットのなかに身を置き、ボーダーレスな社会に生きている私たちZ世代にとって、このキャッチコピーは、必ず心に響きます。ご検討よろしくお願い致します。
3	君は、何だって学べる。何にだってなれる。	情報コミュニケーション学部は、他大学には無い明治大学ならではの学部であり、さらに学内のどの学部とも異なります。 必修科目の時間割や、世間の枠に囚われずに、自分の学びたい事を積極的に選び、自らのカリキュラムと未来を自由にカスタマイズする事ができることが、情コミの大きな魅力であると考えたため、その自由さと可能性を表現する言葉を選びました。 また、”何（に）だって”という表現ですが、読み上げた時の語感（より明るく、フランクに聞こえます）を優先した為と、敢えて話し言葉を使うことで、学びと各々の未来、そして情コミという学部を身近に捉えてもらうことを目的としています。「君は、何でも学べる。何にでもなれる。」という表現方法も候補に考えておりましたが、上記の理由で「君は、何だって学べる。何にだってなれる。」を選びました。
3	様々な分野の知識から物事を考えるスペシャリスト（専門家）になろう	情報コミュニケーション学部は学問分野を横断して学べるのが強みであると思っています。特定の専門能力を持つことは素晴らしいことですが、一つの分野だけを最初から突き詰めるだけでは重要なものが欠けてしまうと感じました。 真に必要なのは、広い分野での見識を持った上で、個人が突き詰めたい分野に秀でるという、ジェネラリスト（広範囲な知識を持つ人）であるスペシャリスト（特定の分野に秀でた人）であると考えました。 それを学問と実際の経験の両面からサポートし、自分を表現させてくれる場が情報コミュニケーション学部であると思い、このキャッチコピーにしました。 なお、スペシャリストは専門家の英訳ですが、どちらにするか決めかねたので（）で二つ書きましたが、どちらか一つに絞った方が良いかと思いました。私は専門家だと固いイメージがつくと思ったので、スペシャリストの方がしっくりくると思いました。
4	I・愛・藍 君のアイはなんだ？	私は・愛する・明治　そして、君が大学生活で出会う、見つける、発見する大事なものはなんだ？ という思いを込めました。 情報コミュニケーション学部における学びの幅は他の学部と比べて非常に広いものであると、大学4年生であると私は考えています。 高校時代の私は、大学で学びたいことが特に定まっていませんでした。それは法だとか経済だとか特定のことを中心とした学びを嫌っていたからです。そういった中で大学について調べていた時に、この学部は学びの幅が限定されていない、大学に入ってから学びたいことを選ぶことができる、という話を聞いて入学しました。 そういった過去の自分と同じように、様々なことを学びたいと考えている人に向けてメッセージを送りたいと思い、このキャッチコピーを考えました。
4	激動の情報社会の中で、広い視野に立ち現代社会の先駆者となれ。	情報コミュニケーション学部の特徴は人文科学、社会科学の内容を広く学べることである。様々な学問を知識として幅広く蓄えることで情報に溢れている現代社会を多角的多面的にみる力を養うことができることことが他学部にはない強みであるとする。 その特徴を社会で活かし活躍する人材を育成することを目指す表現として先駆者という言葉を使用した。