

## I UI (University Identity) の再確立

学習院大学は「歴史と伝統のある大学」として認知されています。他方で実際の学習院大学は、戦後、新制大学として出発しました。この外と内との認識のギャップを埋めながら、UI (University Identity) を再確立します。

### 1 〈自由〉と〈公共〉

学習院大学は〈自由〉と〈公共〉の価値を掲げます。教育・研究における〈自由〉の追求と〈公共〉の対外的な訴求によって、歴史と伝統を踏まえた新しい価値を創造する大学をめざします。

(例. 公共性の訴求 (全学共通の公務員等養成プログラムの拡充) / アドミッション・ポリシーの明確化)

### 2 開放的な中規模大学の新しい〈かたち〉

—5学部・大学院・専門職大学院・3センター・付置研究所等の相互連携—

新学部の設置を得て、学習院大学は中規模大学の新しい〈かたち〉を示します。大規模大学の総合力と小規模大学の機動力を併せ持つ開放的な中規模大学として、全学部・大学院が同一キャンパスに立地する理想的な環境を積極的に活かしつつ、横断的な連携を強めます。

(例. 教育・研究の共同プロジェクトの推進 / 副専攻制度 / 科目の相互連関による学際的な分野の強化)

## II 世界と社会に広がるネットワーク

### 3 在学中に全学生が一度は海外へ

—国際化を実感できる国際交流プログラムの推進—

多様な価値観と異文化に対する理解を深めながら、そこから学修の目的を再確認するために、全学生が期間の長短を問わず、一度はアジア・アメリカ・ヨーロッパなどの海外へ行きます。長い時間と忍耐力を必要とする外国語能力の育成のために、英語はもとより、多言語対応の学習プログラムを作ります。

(例. アルザス欧州日本学研究所+ストラスブール大学との共同教育・研究プログラム / 政治学研究科事業等の全学共有化)

### 4 多彩なメディア広報戦略の展開

—不確実な不特定多数から確実な特定少数へ / 「量」から「質」へ—

すでに十分な知名度を持つ学習院大学は、不確実な不特定多数に向けて「宣伝」するよりも、確実な特定少数に向けて等身大の情報提供を持続的におこないます。質を重視した情報提供のために、複数の既存メディアを結び付ける、あるいはSNSの積極的な活用を図りながら、多彩なメディア広報戦略を効果的に展開します。

(例. SNSの効果的な利用 / 地方イベントの開催 / スポンサーシップ)

### 5 実地で鍛える教養力

—インターンシップ・ボランティアと教養力—

従来大学の教養主義が衰退に向かう一方で、社会を変えることのできる新しい教養力が求められています。インターンシップやボランティアなどの実地でこのような教養力を鍛えることを目的とする制度の設計とプログラムの実施を進めます。

(注. 卒業生団体+教員+職員のコラボレーション)