

生徒の実態に合わせた読書活動の取組事例

学校名	県立きのくに青雲高等学校		
生徒数	定時制319名 通信制951名	蔵書所数	約27,000冊

【SNSを利用した情報発信】

●始めるにあたって

従来の「図書館だより」のような印刷物では、元々活字に興味がなかったり学校を休みがちな生徒に読んでもらうことは難しいと感じていた。すでに高校生にとってのSNSは、身近で使い慣れている情報源である。そこで、学校に滞在する時間が短い定時制やスクーリング日にしか登校しない通信制の生徒もいつでも見ることができ、情報を迅速に視覚的に発信できる手段としてツイッターを始めた。

●具体的な内容

発信者は学校司書で、内容は主に新着図書やおすすめの本の紹介、図書館や学校の様子、開館日時のお知らせなどである。多くの生徒は、中学校でほとんど学校図書館を利用しておらず、学校司書の存在も身近ではない。そのため、少しでも「図書館ってなんか面白そう、学校司書ってこんな人なんだ」と感じてもらい、「とりあえず図書館に行ってみようかな」というきっかけになるような話題選びや親しみやすい言葉遣いを心がけている。

●生徒たちの反応など

・図書館に置いてある観葉植物が元気がないとツイートした時は、「寒さが原因では？」などいくつかリプライがあり、それを見た生徒が様子を見に来た。また、直接読書とは関係のない話題でも、図書館に足を運ぶ生徒が増え、交流が盛んになった。

・生徒が図書の返却時に話してくれた感想をツイートした時は、翻訳者から直接リプライが届き、感謝の言葉と関連図書をすすめていただいた。生徒は興味を持ってその図書を読んでいた。

・新しいソファが入ったとツイートした時には、休みがちな生徒から「座りに行きたいな」とリプライがあり、「待っていますよ」と返した。学校に行けない状況の生徒ともささやかながらつながっていられると感じた。

・新着図書や本の紹介をすると、すぐに生徒が問い合わせにくることが多い。読書が好きな生徒はよくチェックしているようだ。



●成果と課題

情報の伝達スピードが早いことは、本の情報を欲している生徒に好評であった。読書の習慣がない生徒にとっては目新しさや親しみやすさという点で有効だった。生徒からは、Instagramをしてほしいなどの要望もある。様々なメディアやツールがあるなか、本校の生徒が興味・関心を持つ方法を柔軟に試しつつ、読書への誘いを続けていきたい。