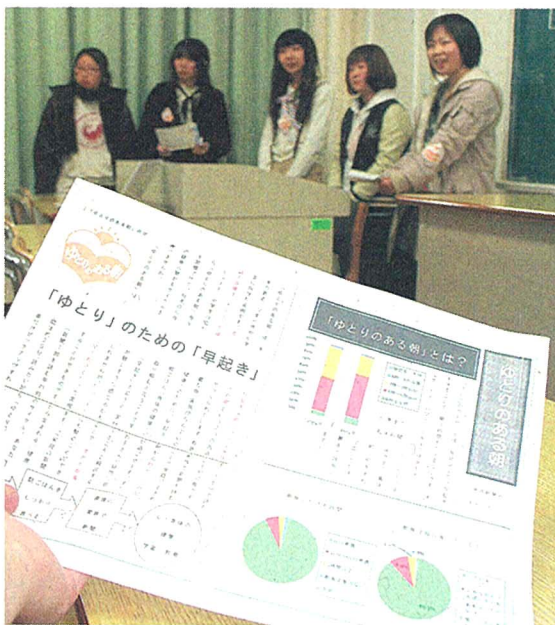


「若者が購読するには」考える

愛知教育大の学生



若者が新聞を購読するためにはどうしたらよいか。愛知教育大(愛知県刈谷市)の学生が、半年間にわたって考えた企画案を発表した。「新聞女子を売り込もう」「入学祝いは新聞で」など若い感性を生かした提案が相次いだ。

授業は、美術教師を六班に分かれ、新聞を目指す二年生の必修科目「デザイン実技」を取り巻く現状を分析。課題を解決するために「」。三十人の学生が何が必要なのか、意見

未来の若者である小学生をターゲットにした企画を提案。「早起きをしてゆとりのある朝をつくり、新聞を読もう」と呼び掛ける学生とパンフレット=愛知県刈谷市の愛知教育大で

「新聞女子」売り込もう 半年かけて練った企画案発表

を出し合った。



「新聞はお父さんが家で読んでいるもの」という固定観念を払拭したい。そんな意見で一致したのはA班。メンバー全員が女性だ。

最近「山ガール」や「カメラ女子」といった「女子」が話題になることが多い。「時代は女子だと思った」と布一彩佳さんが話す。十代、二十代の若者は、新聞に対して「知的」「カッコいい」というイメージを持つ。一方で、若い女性の購読率は低い。「女子という新たな購読者層を獲得しては」と考えた。

「新聞女子」を売り込むためにと提案。そのために、魅力的なCMを作り、購読料を割り引くことで女子学生を応援する姿勢をアピールした。「新聞を読む大切さはみんな分かっているが、きっかけがないだけ。そのきっかけを提供したい」と布一さんが話す。



「はじめよう、見出し読み!!」と提案したのはB班。まず、どんな場面で新聞が必要とされているのかを考えた。新聞を読むと、社会情勢を把握でき、知識が得られる。そこで、ターゲットを就職活動中の大学生に絞った。

会社が、若者が新聞を読まない理由に「時間がかかるから」を挙げている点に注目。発表では「見出しと前文だけでも知識は得られる」として、「まずは見出し読みを始めよう」と呼び掛けた。

今回、テーマに「新聞」を設定したのは、四月から順次実施される新学習指導要領が背景にある。新要領には新聞の活用が多く盛り込まれ、新しい教科書にも登場する。しかし、教える立場の学生たちにとって、新聞への関心は低い。

「新聞を読まない学生が、このまま教師になるのではと心配になった」と担当の富山祥瑞教授。「これをきっかけに、新聞を身近に感じてほしい」と願う。

教育に新聞を

若者に新聞を購読してもらおうには!

「若者層に新聞を購読させるには」。愛知教育大学の教員養成課程で美術を専攻する学生たちがこんな課題に取り組み、8日、授業の中でプレゼンテーションを行った。

デザイン実技の学習の一環。デザインは問題解決のマネージメントという考えから、富山祥瑞教授の指導で2年生が毎年、特定商品の販売促進などをテーマに企画つくりのプロセスを学んでおり、本年度は、若者に新聞を購読してもらうにはどうしたらいいのか、が課題。



「QRコードでPRを」というプレゼンもあり、QRコードが映し出されると、学生たちが一斉に携帯電話で撮影を始めた

30人の学生が6グループに分かれて昨年10月から企画を練ってきた。現状を観察して問題点を抽出し、意見やアイデアを出し合うなどして解決策をまとめた。プロジェクトを使って、その成果を発表した。

「新聞女子」で話題づくり

グループの一つは、山ガール、歴女などに倣って、「新聞女子」をキャッチコピーにした販促活動を提案した。新聞というと、お父さんが家で読んでいるという固定観念があり、若い女性層が一番新聞を読んでいるというデータもあることから、教師を志す学生たちに新聞について関心を持ってもらう、「知的」「かっこいい」と好印象を持たれており、

愛教大の学生が販促案プレゼン

ここに着目。「新聞女子」という言葉による話題性と女子割引プランなどによって新たな購読者層を獲得できるとしている。

就職活動生に売り込め

就職活動生をターゲットにして企画を考えたグループもあった。就職活動に新聞が必要であるという意見が多い一方で、読むの時間がかかるといふ声もあることから、見出しと記事のリードだけ読めば世の中のニュースが分かる、さらに詳しく読みたい人は本文へ、という新聞の利点をクローズアップ。「はじめよう、見出し読み」をキャッチコピーに、インターネット上の就職エントリーサイトにバナー広告を出すよう提案している。

親から贈ってもらおう

親に訴えようと考えたグループのコンセプトは「入学祝い、新聞で」。愛教大の下宿生への調査では、新聞を取らない理由のトップは「お金がない」。一方で「あれば読みたい」という回答も多かった。また親は子どもの就職や将来のことを心配していることから、卒業後の就職まで見据えて「親から入学祝いに新聞を贈ってもらって読んでもらうじゃないか」と考えた。

「朝メシンプン」呼びかけ

下宿生に朝食と一緒に新聞を読もうと呼びかける「朝メシンプン・キャンペーン」は、学生が寄りそうなスーパードの一角などにQR

コード付きのポップを掲示し、興味を喚起する。そのほか、小学生のうちから新聞を読む習慣を身に付けさせるプラン、読書と同じように新聞を読んでもらう「新聞読書」を広める作戦もあった。

富山祥瑞教授の話 デザインというのは色や形を表現するだけではなく、生活のそれぞれの場面で問題をつかみ、筋道を立てて解決していくマネージメントそのものです。そのプロセスを学習するのがこの授業の狙い。コンセプトが伝わるかどうか、評価のポイントです。新聞というと、学生たちには難しそうという印象があったようですが、面白い企画も出た。新聞に興味を持つきっかけにもなったと思う。

女子、就活生らターゲットに企画練る