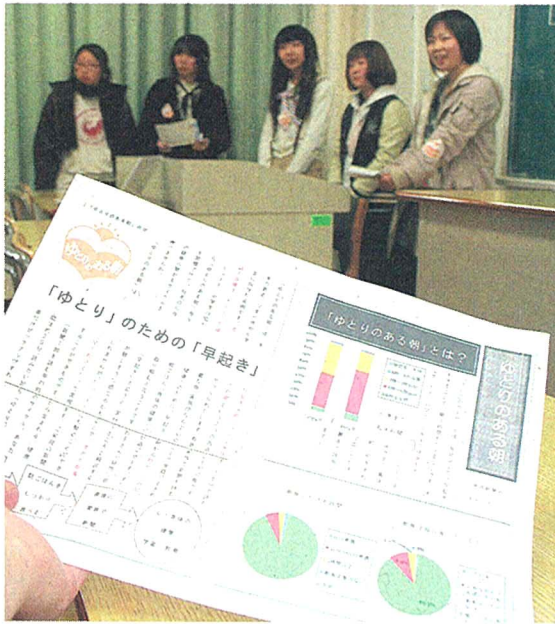


「若者が購読するには」考える

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。

「新聞女子」を売りたい」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。

む「新聞女子」を売りたい」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。



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。

「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。「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。

発表では「新聞を読むマーケティング調査」

教育に新聞を

「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。

