



12月号

編集・発行 北海道大学新聞 編集部

URL: hokudaishinbun.com (お問い合わせ・情報提供もこちらから)

次の発行予定は2月

CONTENTS

特集・北大生が考える学生メディアの今後 ... 2面

広告募集

今年の漢字は「店」 北大版 7月開店のコンビニにちなむ

「北大版今年の漢字」(本紙企画)が「店」に決まった。「店」は7月に本学札幌キャンパス内に開店したセイコーマート北海道大学店にちなんでおり、本学書道部(小林美月部長)の長田洸明(ひろあき)さんが揮毫した。



▲長田さん作の「店」。近未来をイメージして揮毫したという。

▼投票結果

Table with 2 columns: Character and Number of Votes. '店' (53), '助' (29), '災' (27), '揺' (21).

漢字は公募で寄せられたものから本紙が4つを選出、その後、ツイッターでの投票で決定された。「店」のほか、「助」、「災」、「揺」が投票に進んだ。投票総数130票のうち、53票を「店」が獲得。「助」は29票、「災」は27票と続き、「揺」は21票だった。

「店」は大学病院を除き本学構内に初めて設置されたコンビニである。同店は外観や設備などに一般のコンビニ店舗と異なる特徴をもつ新感覚コンビニ。24時間営業やジーンズカンパーティなどによる学生サービスの向上を目指し設置された。7月の開店は、本学の今年的一大ニュースだった。「店」以外はいずれも、9月に相次いだ災害(台風・地震)に関する漢字。このうち「助」は、地震の際にみんなが助け合ったことから発案したという。本学では、セコマ北大店や生協店舗が品薄・欠品の中、できる限りの営業をしたり、相撲部が市民にちゃんこを振る舞ったりしていた。

渡辺一史さん原作の映画、28日公開

本学でも撮影「こんな夜更けにバナナかよ 愛しき実話」

本学文学部に在籍経験があるフリーライター・渡辺一史さん原作の映画「こんな夜更けにバナナかよ 愛しき実話」(前田哲監督・配給松竹)が28日より、全国ロードショーされる。北海道であった実話をもとにし、靖明さんと、彼を支えたポ...

北海道

12月28日(金)より札幌シネマフロンティア、ユナイテッド・シネマ札幌にて全道ロードショー

たストーリーで、札幌や美蘭ンティアたちの交流を描く。映画が描く当時、鹿野さん(渡辺一史)は介助なしでは生きていけないにも関わらず、病院を飛び出し、ボランティアで表現した作品だ。鹿野靖明役は大泉洋さん、ボランティア役は三浦春馬さんや高畑充希さんが務める。鹿野さんは札幌在住だった。映画は全て道内で撮影され、本学でも6月下旬に撮影を実施。クラーク食堂



▲クラーク食堂での撮影の様子 ©2018「こんな夜更けにバナナかよ 愛しき実話」製作委員会

北大祭テーマ決まる 「十一(プラスワン)」に

北大祭事務局は17日、来年6月7〜9日に行われる第61回北大祭のテーマが「十一(プラスワン)」に決まったと発表した。

ニュース DIGEST

※全編は北大新聞ウェブサイト (THE MAINSTREET) で公開しています。



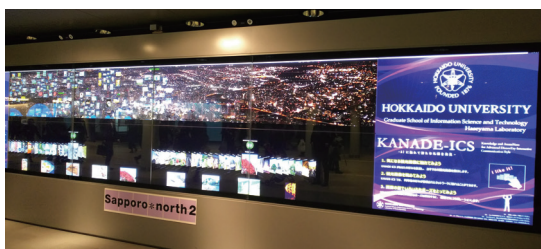
11/8 低温研・青木准教授が第61次南極地域観測隊長に決定

来年11月に出発する南極地域観測隊の隊長が本学低温科学研究所の青木茂准教授に決定した。本学から隊長が選ばれるのは初めて。本紙ウェブサイトでは、青木准教授の教員紹介を公開中。



11/16〜18 革新的コンセプトカーの展示会開催

薄くて強い革新的な新素材「しなやかなタフポリマー」を使用したコンセプトカーの展示会が行われた。17日には本学構内を試走した。



12/5〜11 長谷山研究室がチ・カ・ホでイベント

本学情報科学研究科の長谷山研究室が最先端のAIシステムを使用した電子看板の体験イベントを行った。

部活・サークル紹介



12月の部活・サークル紹介では、北海道大学連合吹奏楽団を取材。今月23日に定期演奏会を控える同楽団の特徴や演奏会に向けた意気込みを聞いた。ウェブで公開中。



季節の一枚

【キャプション】眼前に広がる白銀の景色が、北大に冬の訪れを告げました。木々も川も人間も、冬支度を終えて冬を楽しみます。

(photo by 北大写真部・宮崎俊明)

北大生協書籍部売り上げランキング

- 11月分 クラーク店と北部店の合計
・一般書
1位 TOEIC L&R TEST 出る単特急 金のフレーズ / TEX加藤 / 朝日新聞出版
2位 公式 TOEIC Listening&Reading 問題集 4 / Educational Test / 国際ビジネスコミュニケーション協会
3位 会社四季報業界地図 2019年版 / 東洋経済新報社 / 東洋経済新報社
・文庫
1位 基礎づけるとは何か / ジル・ドゥルーズ / 筑摩書房
・新書
1位 日本が売られる / 堤未果 / 幻冬舎



11/10 雪崩被害防止の講演会開催

雪崩の被害を防止するための講演会が山スキー部など3団体主催で開催された。プログラムの一環で北海道防災航空隊によるデモンストレーションも行われた。

北大生が考える【特集】

学生メディアの今後

パネリスト
櫻井貴文 北海道大学新聞編集代表、司会進行
ゆきんこさん、ゆきんこチャンネル。(YouTube)
桶智輝さん、JagaJaga 編集長

とは別に外部ライターが存在します。北大生に広めてもらいたいことなどがある人などに書いてもらいます。北大生の手で作るということを重視しています。運営費は広告などで賄っています。

活動紹介

桶・JagaJaga はウェブメディアです。内容は北大生に関するもので、形式はインタビュなど。対象もコンテンツ内容も主に北大生で、北大生に有益な情報などを掲載しています。

2016年5月にオープンし、150本ほどの記事数があります。PV数は累計60万です。



とや、災害時の情報発信など公共性を意識した活動が挙げられます。このほか、北大祭フォトコンテストを主催するなど、メディアの在り方そのものについても模索を続けています。



櫻井(以下、櫻)・私たちは旧北海道大学新聞のブランドを引き継ぎつつ、WEB時代の新メディアとして今年4月から、WEBを中心に情報発信を行っています。

大きなイベントでは手分けして取材に向かいます。北大祭も期間中の3日間、総力取材しました。9月の台風・地震では、連絡の取りづらい中、道内外で連携を取り地震発生当日に最初の記事を公開し、一週間程度、情報発信を続けました。

ニュースの他に連載や特集があり、特集では自分たちが興味を持ったもの・学生が興味を持ちそうなものを取り上げます。連載では北大にゆかりのある有名人への取材を行うなどしています。

北大新聞の特色として、企業や有名人への取材など一学生の力では難しい企画の実現に力を入れていること

と思います。

2011年末に北大新聞が休刊した主な原因はやり手がいなくなったことです。関心のある学生はいるものの、なぜか実際にやろうという人が少ないのではないかと感じますが、みなさん、情報発信に対する抵抗感はありませんか？

ゆ・抵抗感の塊です。(笑)。私の場合は見た目も取材など。北海道に住んでいる人間も知らなかったというものを取り上げたいと思つてやっています。自分で体験したことを伝えるというスタイルです。

桶・理由は動画を使つてサークルなどを紹介する北大生がいらないから。どういふ感じで活動しているか、動画でやると面白そうだと思います。

ゆきんこ(以下、ゆ)・私たちは、ゆきんここと、たち2人組のユーザーです。2018年4月にスタートしました。チャンネル登録は320人で、1万9千回ほど生かれました。きっかけは他大学のユーザーです。北大にゆかりのある有名人への取材を行うなどしています。

始めました。YouTubeは始めることにするハードルが低いです。反応もすぐ返ってきます。

今まで、北海道をテーマとした動画を企画・制作し

情報発信の抵抗感

櫻井・意見交換に移りたい

きつかけですね。

ゆ・私は動画をやってみたかったんです。それに加えて、北大生ユーザーがいなかったというのがありますね。YouTubeは時代的にも人気でハードルが低く、登録者数も伸びなくて当然の世界。気楽にできると思いました。

桶・立ち上げの際の問題意識はありましたか？

桶・無い、という問題意識はあつたかもしれないですね。つまりチャンネルだとかね。というポジティブな動機なのですかね。メディアの存続はどうやって図っていきますか？

桶・難しいですが、情報サイトは立ち上げて運営するひとがいなければ廃れていくし、無くなったら無くなったでしょうがないところはあるからですね。

桶・北大生にも(他大学にある学生メディアと同様の)WEB上のプラットフォームをと思ったのが立ち上げのきっかけです。需要がありそうかどうかというところも考えて。

櫻・私の場合は、北大の学生メディア(新聞など主に報道系)について調べて、今はないのかと気づき、やってみようと思ったのが

従来の情報発信の意義

質問者・ここではマスク・サイドメディア(ネットメディア等)・個人メディアの3形態が揃っています。

す。ネットの力が強くなり、マスクミは転落しつつあるとも言われています。互いの連携も考える必要があるかもしれないですが。

櫻・誰でも情報発信できる時代ではありますが、逆に集団でやることにメリットがある、とも思います。従来のスタイルでやること自体、数が少なくなっている分チャンスなのでは？

ゆ・YouTubeなど、個人発信はコア(特定の分野に特化したもの)になりやすいですからね。みんなが見られる媒体では、大衆性が大切かと考えています。

櫻・時代の流れと逆の方向にはなりませんが、ネットの情報には不正確なことも多いです。そのような点では我々がやっていること(正確性を追求した発信)に意義を見出せるのではないかと思います。

桶・今後の活動展望があればお願いします。

桶・ゆくゆくは北大生全員に見てほしいです。これは一つのゴールです。誰でも当たり前前にJagaJagaを使っているという状況。そうなれば外部との連携も(より一層)考えられます。

ゆ・漁師とか取材してみたいです。牛の乳しぼりとか、そういう(自分で体験していく)方向性を目指したいです。

今後の活動は

質問者・今後の活動展望があればお願いします。

櫻・北大新聞は基本的にネタ記事は出しません。その方向ではフォローは獲得できないですね。真面目な記事を継続することで評価を得たいと思います。

桶・JagaJagaの場合は(外部との)コラボですね。効率が良いと思います。また、記事のバリエーションを増やし、いろんな人に面白く思ってもらいたいです。

今後の活動は

質問者・フォロワー(支持者)をどうやって獲得していきたいですか？

櫻・北大新聞は基本的にネタ記事は出しません。その方向ではフォローは獲得できないですね。真面目な記事を継続することで評価を得たいと思います。

桶・JagaJagaの場合は(外部との)コラボですね。効率が良いと思います。また、記事のバリエーションを増やし、いろんな人に面白く思ってもらいたいです。

櫻・北大新聞は今完全日本人学生に向けて日本語で発信していますが、今後は留学生向けの情報発信も行いたいと考えています。学内にこのようなメディアはおそらくないの

櫻・最後に質問があればお願いします。

質問者・読者を増やしたり、団体を確立させたりするのに告知や拡散をもつて行うことが大事かと思うのですが、そのための画期的な方法はないでしょうか？

櫻・SNSでの宣伝やビラの貼り出しなど、従来の方法以上のことをしないと難しい状況であるのは確かです。我々の考えている、イベントの主催によるPRなどはありかと思えます。北大祭フォトコンテストもその例ですね。

質問者・フォロワー(支持者)をどうやって獲得していきたいですか？

櫻・北大新聞は基本的にネタ記事は出しません。その方向ではフォローは獲得できないですね。真面目な記事を継続することで評価を得たいと思います。

桶・JagaJagaの場合は(外部との)コラボですね。効率が良いと思います。また、記事のバリエーションを増やし、いろんな人に面白く思ってもらいたいです。

桶・今後の活動展望があればお願いします。

桶・ゆくゆくは北大生全員に見てほしいです。これは一つのゴールです。誰でも当たり前前にJagaJagaを使っているという状況。そうなれば外部との連携も(より一層)考えられます。

ゆ・漁師とか取材してみたいです。牛の乳しぼりとか、そういう(自分で体験していく)方向性を目指したいです。

桶・私の場合は、北大の学生メディア(新聞など主に報道系)について調べて、今はないのかと気づき、やってみようと思ったのが

桶・今後の活動展望があればお願いします。

桶・ゆくゆくは北大生全員に見てほしいです。これは一つのゴールです。誰でも当たり前前にJagaJagaを使っているという状況。そうなれば外部との連携も(より一層)考えられます。

ゆ・漁師とか取材してみたいです。牛の乳しぼりとか、そういう(自分で体験していく)方向性を目指したいです。