

## 第3回 オンラインイベント

社会問題にshout！なぜ伝わらないのか？  
～大衆心理とメディア論から考える『伝え方』～

令和5年4月10日（月）

障がいのアナ

あなたの「伝えたい」を整理しましょう

「何を」

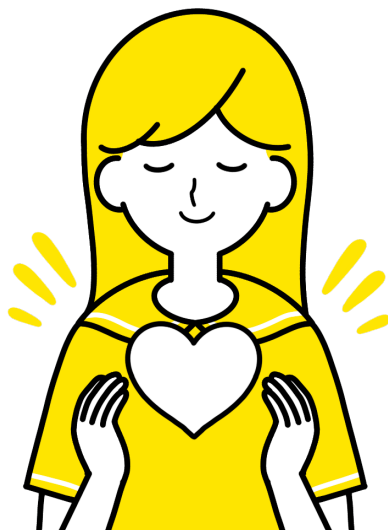
「どこで」

「誰に」

「どうやって」

「いつ」

「なぜ」



▶ 伝えた先に、何を望むのか

最も大切なこと

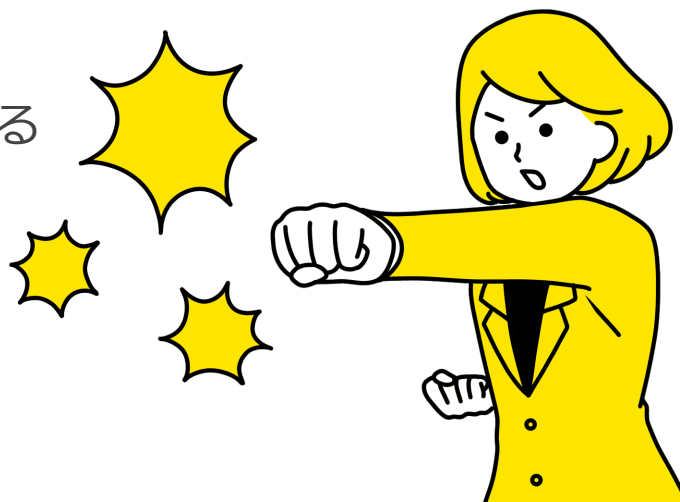
目的をもった「伝える」

## 目標となる結果を描く

最初にやること

### 相手を知る

- ・ターゲットを絞る
- ・相手の心理や傾向を知る



### 自分を知る

- ・自己分析
- ・自分の特性を知る

### 技を磨く

- ・メディアを知る
- ・伝え方、言葉の選び方

目的をもった「伝える」

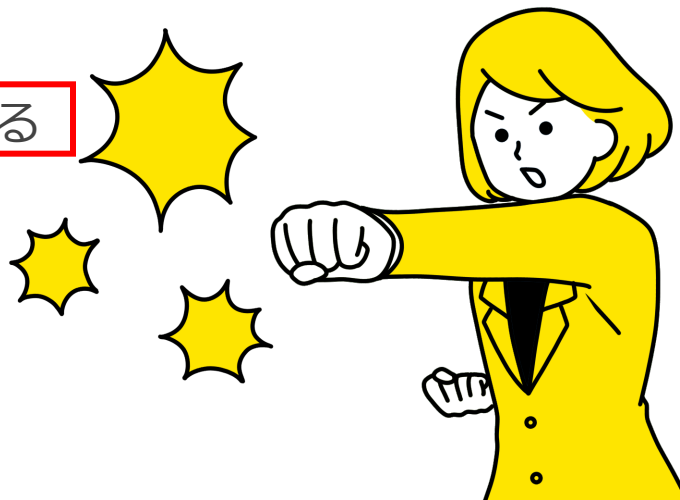
常に意識！！

## 目標となる結果を描く

### 相手を知る

- ・ターゲットを絞る
- ・相手の心理や傾向を知る

- ・大衆心理
- ・購買行動モデル
- ・人間の行動変容
- ・自己決定理論



### 自分を知る

- ・自己分析
- ・自分の特性を知る

さらっと！

### 技を磨く

- ・メディアを知る
- ・伝え方、言葉の選び方

- ・メディアとは？
- ・メディアの特徴、変遷

---

技を磨く

---

メディアを知る

# 技を磨く      メディアって何？



メディア (media)



ラテン語

Medium

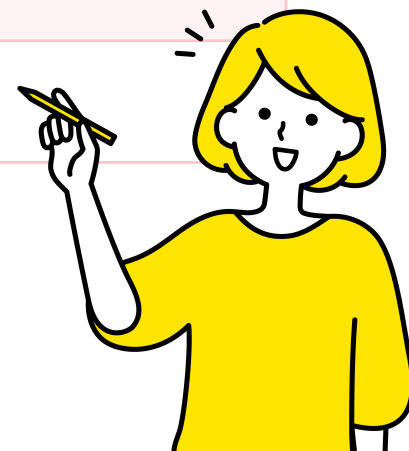
メデイウム

中間・介在

▶ 言葉を発する私たちもメディア

## 技を磨く      メディアの種類と特徴

	メディアの種類	特徴
媒体	マスメディア	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、書籍など
	Webメディア	ニュースサイト、ポータルサイトなど
	ソーシャルメディア	ブログ、SNS（Facebook、Twitter、Instagram）、YouTubeなど
手段・手法	オウンドメディア	自社でメディアを所有し、コンテンツを通してユーザーと関係性を築く
	アードメディア	ユーザーにコンテンツを拡散してもらうことで、信頼や評判を獲得する
	ペイドメディア	お金を払って広告を掲載する



## 技を磨く      メディアの種類と特徴

	メディアの種類	特徴
媒体	マスメディア	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、書籍など
	Webメディア	ニュースサイト、ポータルサイトなど
	ソーシャルメディア	ブログ、SNS（Facebook、Twitter、Instagram）、YouTubeなど

### ○マスメディア

媒体により特徴が大きく異なるため、利用している層や速報性、希望する見せ方に合わせ、選択することが大切。

### ○Webメディア

1次メディア、2次メディア、オウンドメディアなどがあり、多くは、マスメディアより情報の速報性と波及効果がある。

### ○ソーシャルメディア

個人による情報発信、個人間の繋がりを利用し、いいね・シェアなど、連鎖的に情報が拡散され、近年、影響力が高まっている。





## 技を磨く      メディアの種類と特徴

	メディアの種類	特徴
手段・手法	オウンドメディア	自社でメディアを所有し、コンテンツを通してユーザーと関係性を築く
	アードメディア	ユーザーにコンテンツを拡散してもらうことで、信頼や評判を獲得する
	ペイドメディア	お金を払って広告を掲載する

### ○オウンドメディア

企業が所有・運営するメディア。自社のHPで、自社の最新情報、商品紹介などの発信が可能で、PRを自由に行える点が特徴。

### ○アードメディア

消費者が情報発信や拡散に関わるメディア。SNSや口コミサイトで商品を拡散し、顧客間で交流することで認知度アップを狙う。

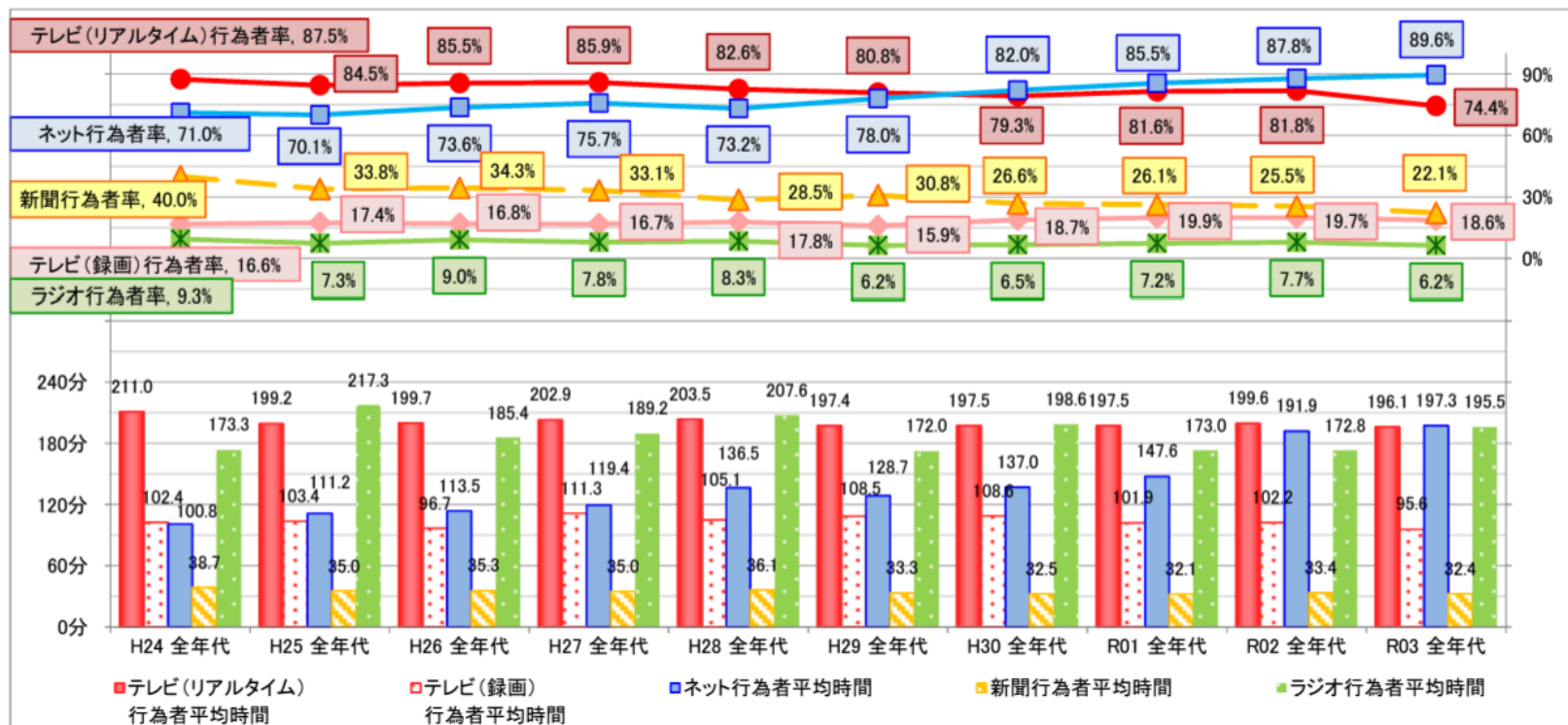
### ○ペイドメディア

雑誌や新聞に掲載される広告など、お金で買えるメディア。露出を増やし、認知度を高める役割を担う。新規ユーザー獲得に有効。



# 技を磨く メディアの変遷

【経年】[平日]主なメディアの行為者率・行為者平均時間(全年代)

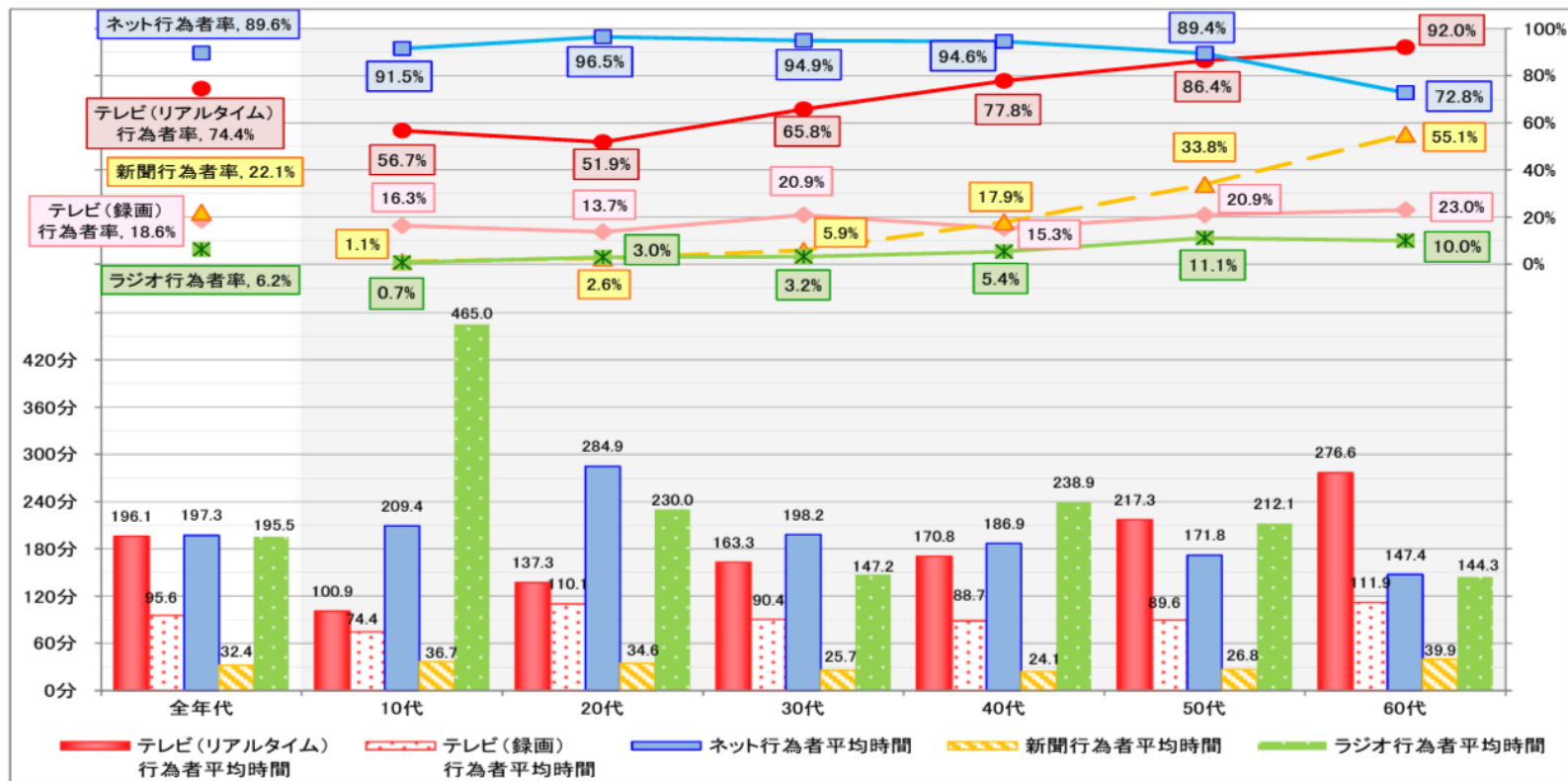


令和3年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 | 総務省

▶ 1日に9割近い人がネットを利用するようになった

# 技を磨く メディアの変遷

【令和3年度】[平日]主なメディアの行為者率・行為者平均時間(全年代・年代別)



令和3年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 | 総務省

▶ 年代により使用しているメディアに違いがある

## 「情報希少」時代から「情報過剰」時代へ

- ・ 15～16世紀の印刷革命、19～20世紀のメディア革命からの変化
- ・ 「情報」が欲する時代では、なくなってきた
- ・ 「情報」が溢れ、選択に苦勞する時代でも、なくなってきた

## プロファイリング技術と「アルゴリズム」

- ・ AIにより、自分の関心に合う情報のみが提供される
- ・ 関心のない情報はますます隔離される
- ・ 自分にとって「必要ではない」と判断した情報がますます入らなくなる時代へ



## メディアを知る

- ・自分を含め、情報を伝えるものを「メディア」と呼ぶ
- ・メディアの特徴を知り（自分の特徴も知り）、相手に合わせて使うことが大切
- ・マスメディアの主流は「ネット」、令和時代に入り、より顕著になっている
- ・関心のない情報が入りにくいため、さまざまなものと関連させた情報発信が必要



---

相手を知る

---

相手の心理や傾向を知る

人が集まったときに生じる、集団特有の心理状態

## メリット

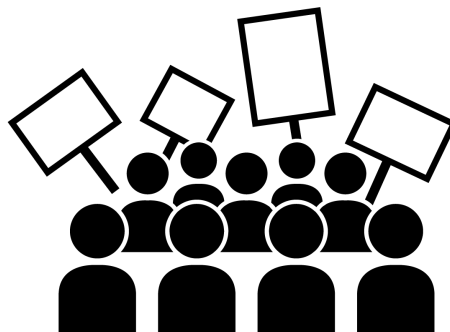
- ・ 集団の結束力が強くなる
- ・ 善意の行動を人前でも積極的に  
おこなえるようになる

## デメリット

- ・ 責任感が薄くなり、流されて  
良くない行動をとりやすくなる
- ・ 判断や行動が極端（過激）に  
傾くことがある

▶ 個と集団の特徴を理解し、効果的に「集団」を活用する

おかれている環境で  
思考が揺れてしまう...



思っているよりも、行動に  
うつせないときがある...

## 相手を知る

## 「○○を買う！」購買行動モデルの変化

マスメディア時代：広告を不特定多数に！



認知・関心



欲求



行動

インターネット時代：検索と比較が可能になった！



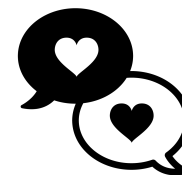
認知・関心



検索・比較

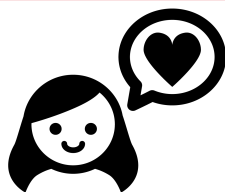


行動



シェア

SNS時代：口コミや共感から始まる！



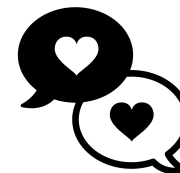
共感・影響



確認



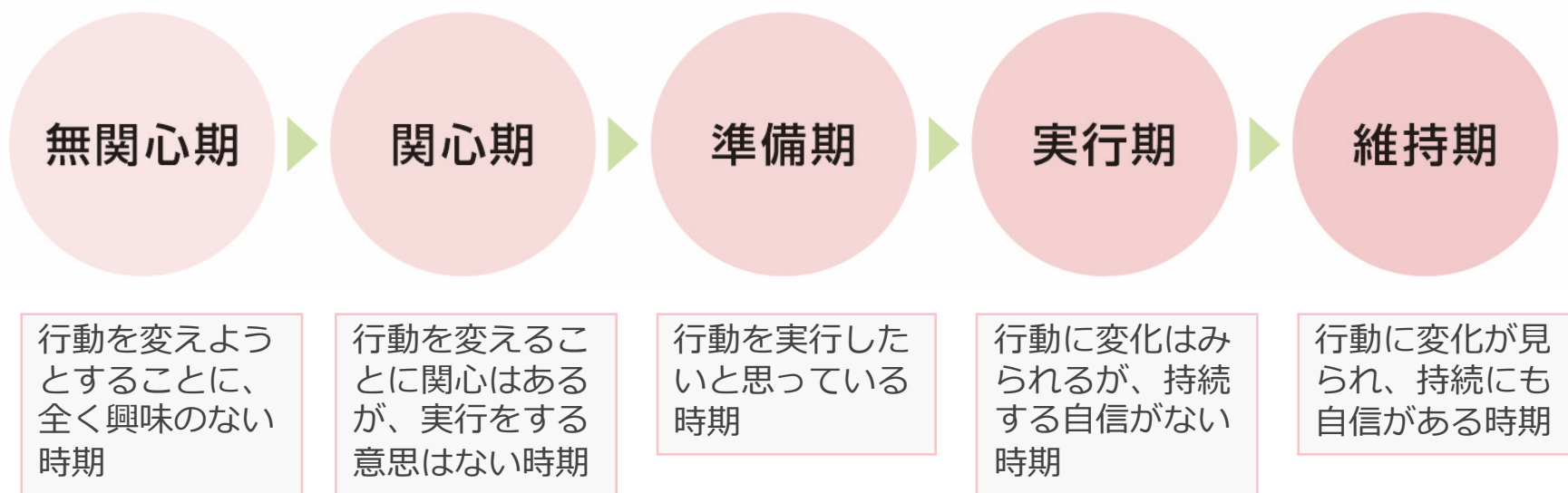
参加



シェア



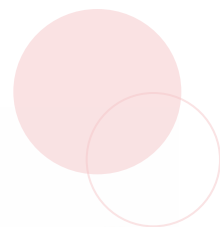
# 人間の行動変容



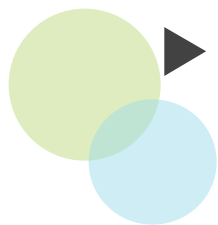
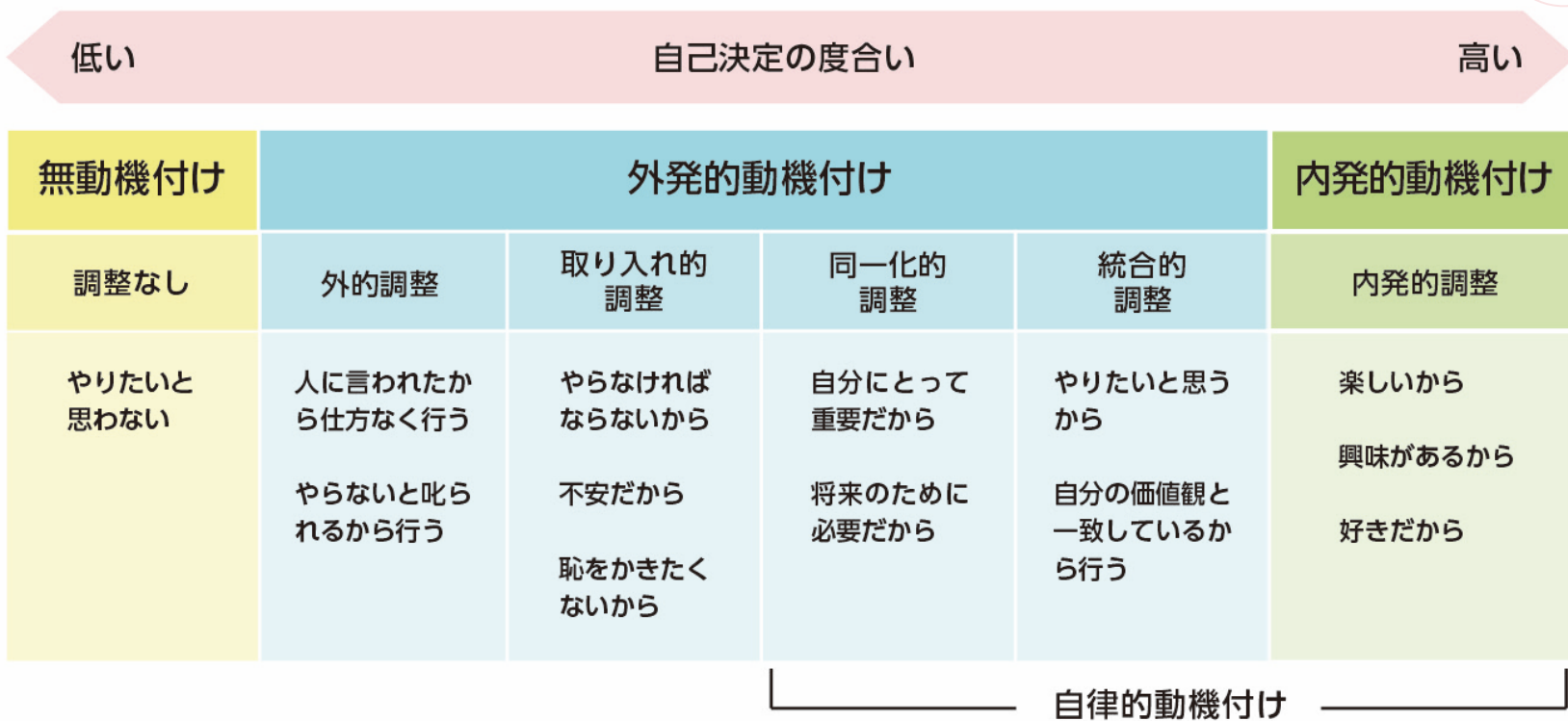
▶ 伝えたい相手はどのステージにいるのか、考える

# 相手を知る

# 自己決定理論（自己決定の6段階）



自己決定の6段階（Ryan&Deci; 櫻井, 2009）



▶ いかに関「自律的動機付け」にもっていくか、考える

## 相手の心理や傾向を知る

- ・ 同じ意見が多く集まる空間など、集団心理を効果的に活用する
- ・ 楽しい、うれしい、素敵、など、共感を得ることからアプローチするとよい
- ・ 相手が置かれている状況や段階を把握し、響く内容や言葉掛けをおこなう
- ・ 自発的に行動できるよう、情報を受け取るだけの立場で終わらせない



---

## 第3回オンラインイベント

---

まとめ

あなたの「伝えたい」を整理しましょう

「何を」

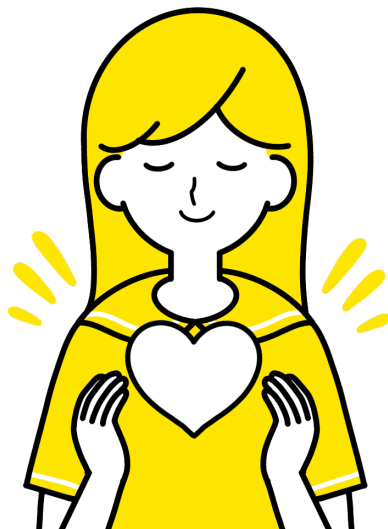
「どこで」

「誰に」

「どうやって」

「いつ」

「なぜ」



▶ 伝えた先に、何を望むのか

最も大切なこと

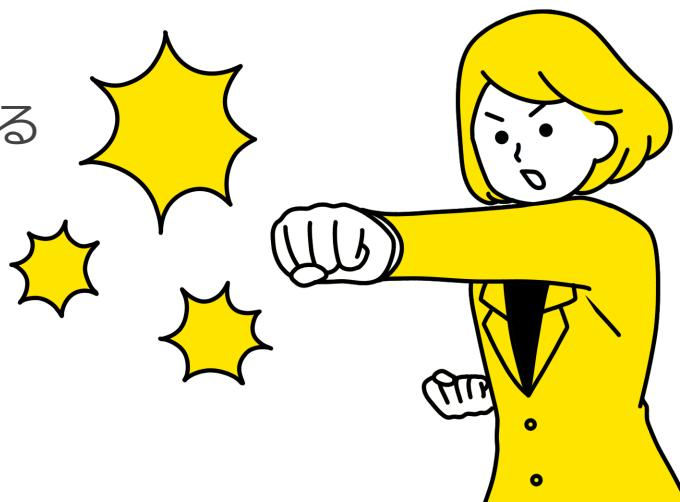
目的をもった「伝える」

## 目標となる結果を描く

最初にやること

### 相手を知る

- ・ターゲットを絞る
- ・相手の心理や傾向を知る



### 自分を知る

- ・自己分析
- ・自分の特性を知る

### 技を磨く

- ・メディアを知る
- ・伝え方、言葉の選び方

共感 = 受け入れられる幅が広がる

# Ana Letter

はじめて知った！

私も同じ気持ちになることある！

これなら、できるかも！

私の感じ方もアリなんだ！



あえて、表現を柔らかくする



---

少し紹介

---

障がいのアナ



# 「障がいのアナ」の歩み

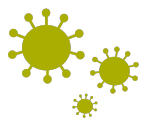
## 想いの原点

伝えることで、世界は変わる

障がいを知ってもらいたい！  
藤沢の福祉を伝えたい！

2020.1  
「障がいのアナ」設立

2020.4  
コラム掲載 開始

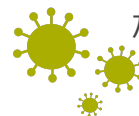


コロナ禍で取材活動自粛！

2020.11  
インタビュー記事掲載 開始

ミライカナエル活動サポート事業  
スタート支援コース採択

リモート取材が可能に！



だんだんと対面取材も！

2020.10  
高校生インターン（記者）

2021.11  
サポーター制度導入

2021.9  
サイトリニューアル「Ana Letter」

ミライカナエル活動サポート事業  
ステップアップコース採択

2022.7  
オンラインイベント 開始

2022.8  
小学生ライター体験講座

2023.3  
ライター養成講座

# 私たちの目指すもの

## Vision

すべての人が自分の生きる価値を感じられる、柔らかい社会

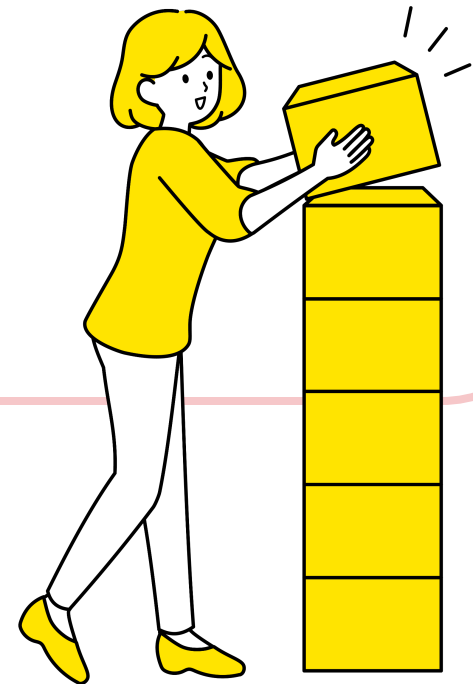
## Mission

社会の壁にアナをあける

## Value

違いではなく「同じ」を伝える

柔らかさを大切にする





# 障がいのアナの新しいカタチ

## 読む

私たちには、多くの「違い」がある。  
でも、その先には「同じ」ものがある。

私とあなたは何も変わらない、同じように感情があり、同じように今日を  
生きている。違いの先でつながる「同じ」を感じられたとき、私たちは  
は一步近づくことができる。

『Ana Letter』は、新しい気づきと出会えるサイトを目指しています。

## 伝える

これからは、藤沢と関わる多くの方にライターになってもらい、  
一緒に「伝える」を実現する。

新しい世界と出会い、新しい自分と出会う機会を提供する。



Ana Letter