

〈新型コロナウイルス感染症に関する対応〉 メッセージポスターの公開と活用について(4)

浄土真宗本願寺派では、新型コロナウイルス感染症に関する対応の一環として、「新型コロナウイルスの感染拡大に伴うすべての人へのメッセージポスター」を作成しています。メッセージポスターは、『本願寺新報』に掲載されており、より多くの人にメッセージが届くよう、浄土真宗本願寺派HPにも公開し、ダウンロードして活用いただけるポスターデータやメッセージに使われている言葉の意味や背景など、理解を深めるための解説文を掲載しています。それぞれご参照の上、さまざまな場面でご利用いただければと思います。

今回は、第5回と第6回の公開分について報告いたします。

第5回アンケートを実施

第5回は、『無常』、『落ちつく』、『ご恩』の3点を公開いたしました。

今回のメッセージポスターにつきましても、アンケート調査を実施し、一般の

方の率直な反応を聞いています(2020年9月、インターネット調査会社を利用して実施)。調査内容は、メッセージポスター(『無常』)が、一般生活者の心に響いているか、また言葉の意味がわかったかを尋ねています。調査対象は一般生活者1000名、年齢層(15歳以上・20代・

うかを聞いたところ、次のような結果となりました(図1は年齢別割合を示したものです)。

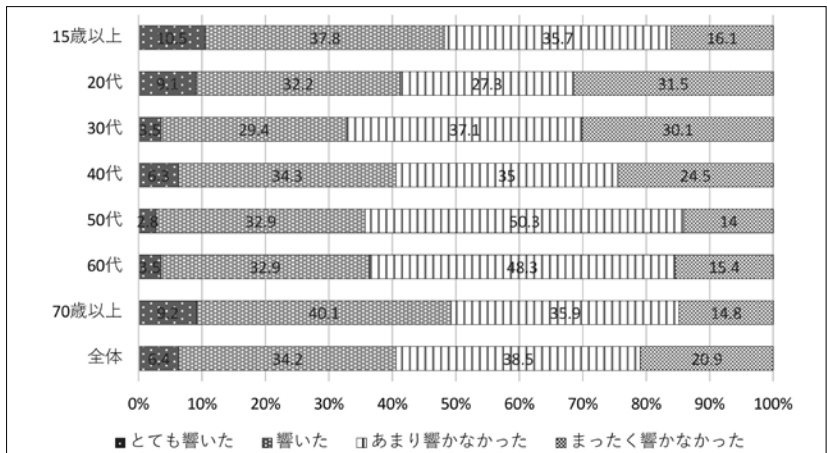


図1 メッセージポスターが心に響いたか《年齢別》

・とても響いた……………6・4%
 ・響いた……………34・2%

・あまり響かなかった……………38・5%
 ・まったく響かなかった……………20・9%

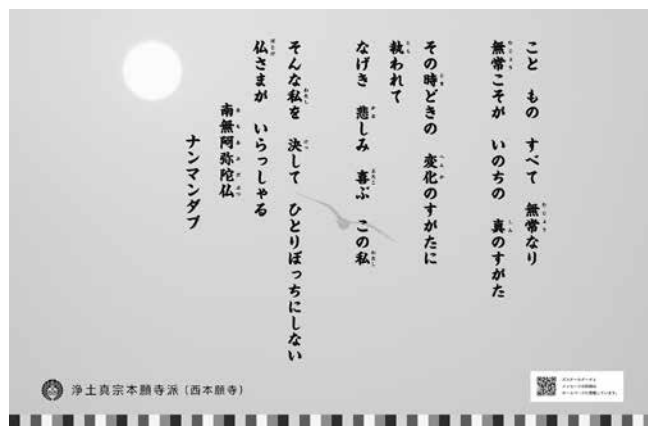
今回は、「とても響いた」「響いた」を合わせると約4割となりましたが、6割近くの方には響かなかったという結果となりました。年齢別では、70歳以上にもっとも響いており、15歳以上・20代・40代がそれに続きます。

30代・50代・60代にあまり響いていないという厳しい結果は、これまでと変わっていません。特に、「とても響いた」と答えた方は、30代が3・5%、50代が2・8%、60代が3・5%と、低い数字が並んでいます。掲示物によるメッセージの発信を行う場合、こうした世代にも響く言葉の選定や、ポスター全体の意味を伝える努力が必要なのが明確となりました。

今回注視したいのが、20代と30代の数字です。それぞれ3〜4割の方に響いたという数字とはなりませんが、「まったく響かなかった」は20代が31・5%、30

30代・40代・50代・60代・70歳以上)及び性別(男・女)が均等になるよう指定して調査しています。

●第5回ポスター



・本願寺新報2020年9月10日号掲載
 ・2020年9月4日HP公開

①ポスター全体の印象

メッセージポスターが心に響いたかど

代が30・1%と、全体の割合(20・9%)からするとかなり高く、他の年代と比べてもかなり高い数字となりました。20代から30代は、法事や仏事を行う世代の子や孫にあたる世代です。宗教的価値観やそれに基づく生き方がなかなか伝わっていないことがうかがわれるため、そのような方々に対して、どのようにアプローチするのが、今後の課題といえるでしょう。

②言葉の意味がわかったか

言葉の意味がわかったかどうかを聞いたところ、次のような結果となりました(図2は年齢別割合を示したものです)。

・とてもよくわかった……………7・0%
 ・わかった……………43・9%
 ・あまりわからなかった……………34・0%
 ・まったくわからなかった……………15・1%

「とてもよくわかった」「わかった」を合わせると約5割となり、残りの約半数には伝わらなかったという結果となります。

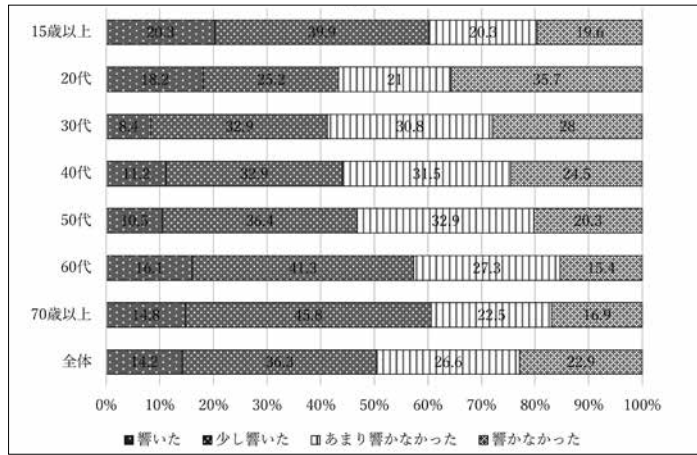


図3 メッセージポスターが心に響いたか《年齢別》

①ポスター全体の印象
 メッセージポスターが心に響いたかどうかを聞いたところ、次のような結果となりました(図3は年齢別割合を示したものの)。
 ・響いた……………14・2%
 ・少し響いた……………36・3%

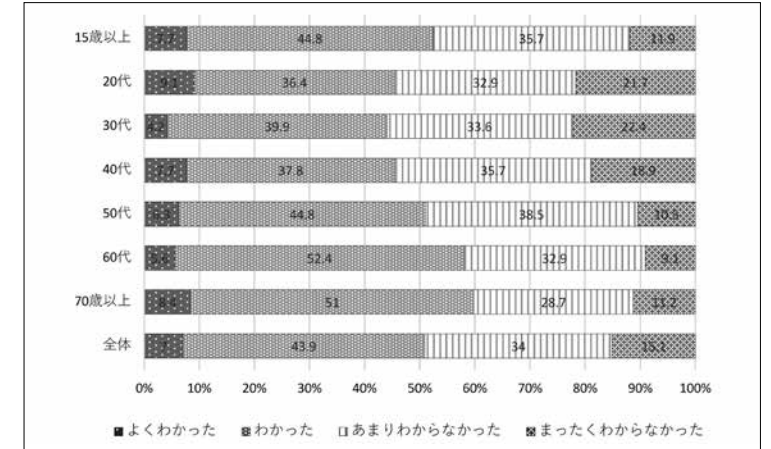


図2 言葉の意味はわかったか《年齢別》

した。年齢別でみると、70歳以上、60代の理解度は比較的高く、50代と15歳以上が続きます。①で注目した20代と30代は「まったくわからなかった」がそれぞれ21・7%、22・4%と、言葉の意味が伝わらなかった結果、響かない方が多くなったことがわかります。20代や30代の

・あまり響かなかった……………26・6%
 ・響かなかった……………22・9%
 今回より、「響いた」と「響かなかった」の線引きを明確にするため、「響いた」「少し響いた」「あまり響かなかった」「響かなかった」の4択で聞いています。「響いた」「少し響いた」を合わせると約5割となりました。
 年齢別では、70歳以上にもっとも響いており、15歳以上がそれに続きますが、次に続くのが60代です。「響いた」16・1%、「少し響いた」41・3%、合わせると6割近くに達します。一方、最も低いのは30代です。「響かなかった」「あまり響かなかった」の合計が6割近くに昇ります。また、20代で「響かなかった」が35・7%と比較的高い数字となりました。
 ②言葉の意味がわかったか
 言葉の意味がわかったかどうかを聞いたところ、次のような結果となりました(図4は年齢別割合を示したものの)。

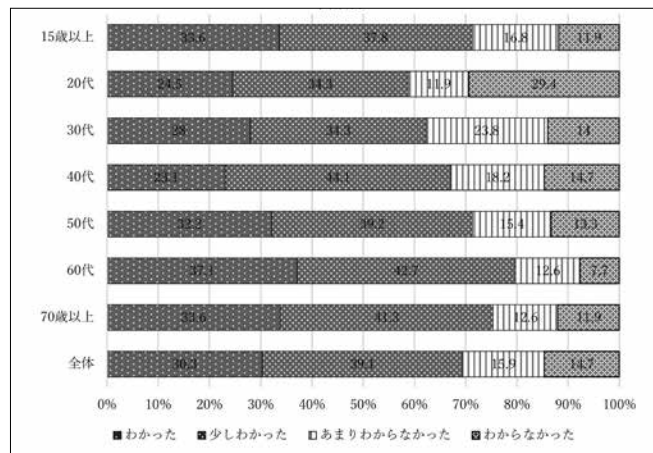


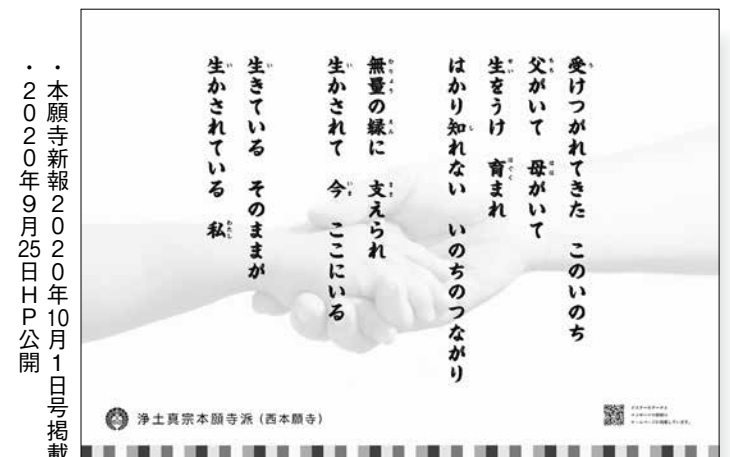
図4 言葉の意味はわかったか《年齢別》

・わかった……………30・3%
 ・少しわかった……………39・1%
 ・あまりわからなかった……………15・9%
 ・わからなかった……………14・7%
 こちらの設問も「わかった」「少しわかった」「あまりわからなかった」「わからなかった」の4択で聞いています。「わ

場合は、言葉の意味が伝われば、一定程度響く方が増えることが予想されます。一方、60代は、「まったくわからなかった」が9・1%、「あまりわからなかった」が32・9%と、他の年代と比べるとやや低い数字で、比較的良好に伝わっているともいえます。ただし、①で紹介したように、響いたと答えた方が少ないことを勘案すると、60代の結果からは、「言葉の意味がわかっていても、響かない方が多くいる」という現実が映し出されています。メッセージを届ける中で、言葉の意味をより正確に伝えていくこととともに、仏教的な生き方や価値観を深く聞いていく場を提供することが重要です。さまざまな寺院活動を通して、教えを深めていく機会を創出することが求められます。

第6回アンケートを実施

第6回は、『生かされている私』、『二人でも独りじゃない』、『人のわろきこと』



・本願寺新報2020年10月1日号掲載
 ・2020年9月25日HP公開

』の3点を公開いたしました。今回のメッセージポスターにつきましても、同様のアンケートを実施し、一般の方の率直な反応を聞いています(2020年10月、インターネット調査会社を利用して実施)。調査対象などは、第5回と同様です。



メッセージポスターの活用例(1)
み法を味わう～お寺の法座で法話の素材に～

きます。また、公式インスタグラムには、主として本願寺の美しい写真、そして心に響く言葉（法語）が掲載されていますが、全ての文言には英訳が付されています。メッセージポスターの文言は、英語になって世界に向けて発信されています。

みなさまの創意工夫によってメッセージポスターが活用されることで、私たちのもとに伝えられてきた大切なみ教えが、今を生きる多くの人々に伝わることを思います。未だに新型コロナウイルス感染症は収束の見通しが立たず、まだま



メッセージポスターの活用例(2)
いのちを考える～法事・法要で法話の素材に～

だ不安な日々が続いていきませんが、浄土真宗のみ教えを多くの人と共にする中で、少しでも人々の心が和らいでいくよう、伝道教化につとめていただきたいと願っています。

かった」「少しわかった」を合わせると約7割となりました。

年齢別でみると、20代、30代の数字がやや低いものの、60代では合わせて8割近くの方に伝わったという結果になりました。これまでで初めて60代の数字が最も良くなっています。①では、60代で「響いた」「少し響いた」を合計すると57・4%でしたので、言葉の意味が伝わった上で、ポスター全体のメッセージが見る人の心に響いたことがうかがえます。

メッセージポスターの活用について

第5回・第6回のアンケートでは、20代・30代では、言葉の意味が伝わってないが故に心に響かなかったこと、60代では、言葉の意味が伝わっていても心に響かない場合もあることがうかがえました。仏教や浄土真宗のみ教えをメッセージとして人々に届ける場合、僧侶側・宗教者側の「この程度の言葉なら伝わるだろう」という想定は通じないこと、そし

て言葉の意味が伝わったとしても、「自分自身の問題とならなければ心に響かない」ということがはつきりとわかりました。誰にでもわかる言葉を使ってメッセージを発信すること、さらにそのメッセージに向き合い語り合う場を創り出すことで、こうした課題に対応できるのではないかと考えられます。

ある布教使の方から、「最近、本願寺

新報に掲載されているポスターを貼り出しているお寺さんを多く見かける」と聞きました。そして、「このポスターを法話の素材として使ってみたところ、話が膨らんでいく感覚もあって、使いやすいことに気づいた。臨場感のあるポスターは、聴衆にもイメージしやすいようで、非常に評判が良かった」と、実際に法座で使われた時の感想も教えてくださいました。仏教用語を多用しないメッセージと具体的な場面を想定できる写真との組み合わせが、聴く人の実感を生み、浄土真宗の味わいが豊かに広がっていったことと推察されます。

また、メッセージポスターの写真や文言は、8月末より開始された浄土真宗本願寺派（西本願寺）公式インスタグラム（@nishuhongwanji）にて随時紹介されています。インスタグラムは、20代から40代の利用者が多く、ポスターアンケートにおいてもなかなか伝わらないという結果が続いている年代の方々にも、浄土真宗のみ教えをダイレクトに伝えることがで

「新型コロナウイルスの感染拡大に伴うすべての人へのメッセージポスター」は、『本願寺新報』および浄土真宗本願寺派 HP「新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関する対応について」（<https://www.hongwanji.or.jp/news/cat5/000816.html>）に掲載しています。ポスターのQRコードから、データのダウンロードおよびメッセージ文の詳細を確認できますので、併せてご活用ください。



ポスターのデータと
メッセージの詳細は
ホームページに掲載しています。

浄土真宗本願寺派 HP
「新型コロナウイルスの感染拡大に伴うすべての人へのメッセージポスター」QRコード

※ QR コードは株式会社デンソーウェブの登録商標です