

2012 年度(平成 24 年度)「世界エイズデー」キャンペーンテーマ・フォーラム

ご意見の紹介

2012.5.17 現在

A	本年度のテーマ案(そのテーマを設定した理由も明記のこと)
B	テーマに関するアイデア(テーマのあり方や方向性)
C	昨年度のテーマ「エイズとわたし ～支えることと 防ぐこと～」に対する感想など

A	本年度のテーマ案(そのテーマを設定した理由も明記のこと)
<p>世界エイズデーを中心にした啓発キャンペーンのテーマに関して、いくつかキーワードをあげ、少し考え方を整理しておきます。</p> <p>まず、いま HIV/エイズ対策でテーマとして取り上げるべき課題をいくつかキーワードのかたちで上げてみます。</p> <ul style="list-style-type: none">(1)MSM(2)個別施策層(3)治療は予防か(4)治療・予防・支援(5)一拍おきたい、ひと息入れたい(6)人と人 人とウイルス 接点を増やす 接点を減らす <p>次になぜ、キーワードなのかを説明します。</p> <p>(1)と(2)は、個別施策層とは何かに焦点をあてたものです。一般になじみはないけれど、対策の要となる個別施策層というコンセプトへの理解を広げることは喫緊のテーマとなりうるものです。</p> <p>(3)と(4)は、国際的に大きなテーマとなっている予防としての治療について、検査普及ともからみ、日本国内でもいまこそ正面から取り上げ、議論する必要があるのではないかと思います。</p> <p>(5)は長いエイズの流行のなかで、いまは全体の流れを把握するだけの間を少し持った方がいいのではないかという発想です。予防と治療に関してもあまり前のめりにならず、中盤でタメを作って流れを組み立てる時期にあるとの認識からのテーマ設定です。</p>	

(6)は、感染症の拡大要因であり抑制要因でもある関係性というものを少し広い視野から見てみようということテーマとして考えています。たとえば、人と人との接点を増やすということは、HIV のようなウイルスに関しては感染を拡大させる最大の要因になると同時に、理解や共感を広げることは予防対策の大きな力にもなります。同様に接点を減らすということも感染予防の要諦かもしれないし、孤立と分断、排除といった面が強く打ち出されると感染の拡大要因にもなり得ます。いまはそのあたりのことを議論する機会が必要な時期ではないかと思えます。

【テーマ案】エイズ「撲滅」から「ともに生きる」へ

「HIV がこの世からなくなることはない」

HIV に対するリアリティがない人ほど、この現実ときちんと向き合っていないことが多いと思う。

HIV 陽性者の多くは「まさか自分が」と思っていた…というデータもあるし、自分は無関係だと思っていれば HIV 感染のリスクも高まる。

リスクのある行為をやめられない人たちは、何らかの事情で社会と共に生きられない、排除された人々であると思う。

世間の多数派である「自分とは無関係」と思っている人たちが〇〇撲滅キャンペーン！などと使いがちな「撲滅」という言葉をこれまで主に NGO 発信で使用してきた Living Together と対比させることで、まずは一度「いつかゼロにできるもの」という概念を捨て去ることがいまエイズのイメージをあらためてもらう上で一番大事なんじゃないか。

B

テーマに関するアイデア(テーマのあり方や方向性)

昨年も意見させていただきましたが、厚生労働省と財団が発信するものなので、個別のエイズ対策を後押しすることができる、全国民を対象にしたテーマが必要なのかなと思います。

啓発はなかなか浸透しないと思うので、できれば、2011 年度のテーマを踏まえて、今後 5 年間くらいをめどに、日本のエイズをめぐる状況を改善するために、何を、どう、どのくらいまで変えていきたいのか、というコミュニケーション上(対策の一部として)の目標を立てた上で、戦略的に、その第 1 カ年として、テーマを決めることができたらと思います。

または、昨年のテーマを5カ年継続すると決めた上で、1年目～5年目まで、テーマを浸透させていくための切り口(≒コピー)を考えていくという方法もあると思います。このときに、あくまでも目標はテーマを徐々に浸透させることなので、個別施策層を1年ごとに割り振るなどの方法だと、単発のキャンペーンのようになってしまうので、あまり効果がないと思います。

ぜひワークショップで、今の日本のエイズ対策において、一般の国民の理解を促す上で、知識なのか、意識なのか、何が障害になっているのかについて、話し合い、それをヒントにテーマを具体化できればと思います。

テーマとメッセージは同じようであるが、微妙にニュアンスが異なることもあります。これまでには比較的、キャッチコピー的なメッセージとしてテーマをとらえる傾向が強かったのですが、今回はそのあたりのメリハリをつけ、テーマに関しては、今年は何の課題にとくに力を入れたいという意味を示すということを中心に考えてはどうでしょうか。

キャッチコピーについては、そのテーマを踏まえ、コミュニティアクションなど実質的なキャンペーンの担当者がそれぞれ工夫できる余地を残しておくというのも、テーマの選び方としては悪くないと思います。

とにかく一番ダメだなと思うのは、「予防しよう」とか、情報や知識の習得を呼びかけるようなテーマはもう絶対にやめてほしい。

それは、キャンペーンという短期の取り組みではなく、教育で行うべきものだから、厚労省と文科省が共同で考えるべき長期的な問題だから。

C

昨年度のテーマ「エイズとわたし ～支えることと 防ぐこと～」
に対する感想など

昨年度、決定プロセスにも参加させていただきましたが、改めてこのテーマを見たときに、キャンペーンテーマとして適切だったと思うと同時に、「キャンペーンコピー」にはなっていなかったのではないかと思いました。

具体的には、「わたし」で想起されるべきは老若男女、あらゆる人々だと思いますが、エイズの今について知らない人たちがイメージを膨らませるには、具体的な「わたし」像の提示が必要だっ

たのかなと思いました。

「支えることと防ぐこと」についても、なぜ両方を並列していて、かつ「支えること」が先に来ているのか。解説文をじっくり読む人には伝わりますが、同じく「キャッチコピー」としての役割を果たしていなかった可能性があると思いました。

複雑なことを伝える良い「一言」などないのは承知の上で、あえて、「テーマ」と「コピー」の違いを考えたいと思った次第です。