

支援活動とコンテンツ化のジレンマ

～広がる影響力と生まれる不信感～

嶋田ゼミ

チーム：ハヤクウチアゲシタイ

背景・問題提起

近年、メディアやSNS上で、支援活動をコンテンツ化した動画が多く見られるようになっていく。影響力を持つ発信者が支援活動を発信することで、支援を必要とする人々が可視化され、社会全体に問題意識を広める効果が期待できる。しかし、同時にインターネット上では、支援活動をコンテンツ化して収益を得ることに對して不信感を抱く声もあり、賛否両論が巻き起こっている。私たちはこの現象に着目し、人々はどのような基準を持って、コンテンツ化された支援活動を評価しているのか調べることにした。そして、24時間テレビやYouTube、NPOの活動など、支援活動をコンテンツ化している事例に対するアンケート調査を実施し、今後の支援活動の在り方を再考するための資料とすることを目的とした。

重要語句の定義

支援活動：今回の調査では寄付、慈善活動を対象とする
コンテンツ化：受け取り手の興味関心を引くことを目的に情報を視覚的・聴覚的に伝達可能なメディア形式に変換し、インターネットやメディアを通じて広く発信すること（一次情報→二次情報）。支援活動のコンテンツ化の場合、活動そのものやそのプロセスを写真、動画、ブログ、SNS投稿などにして、視聴者がアクセスできる形で公開することを指す。



仮説と検証

仮説：支援の内容よりも誰が行っているかを重要視して評価している。総合的に支援活動のコンテンツ化についての反対意見が多い。

目的：支援活動のコンテンツ化に関する意見を集め、それらの評価基準を明らかにし、そこから集めた結果から、コンテンツ化された支援活動の在り方を考察する。

アンケート概要

人数：148人
アンケート期間：2024年10月16日～2024年10月23日の1週間
実施方法：Google Form

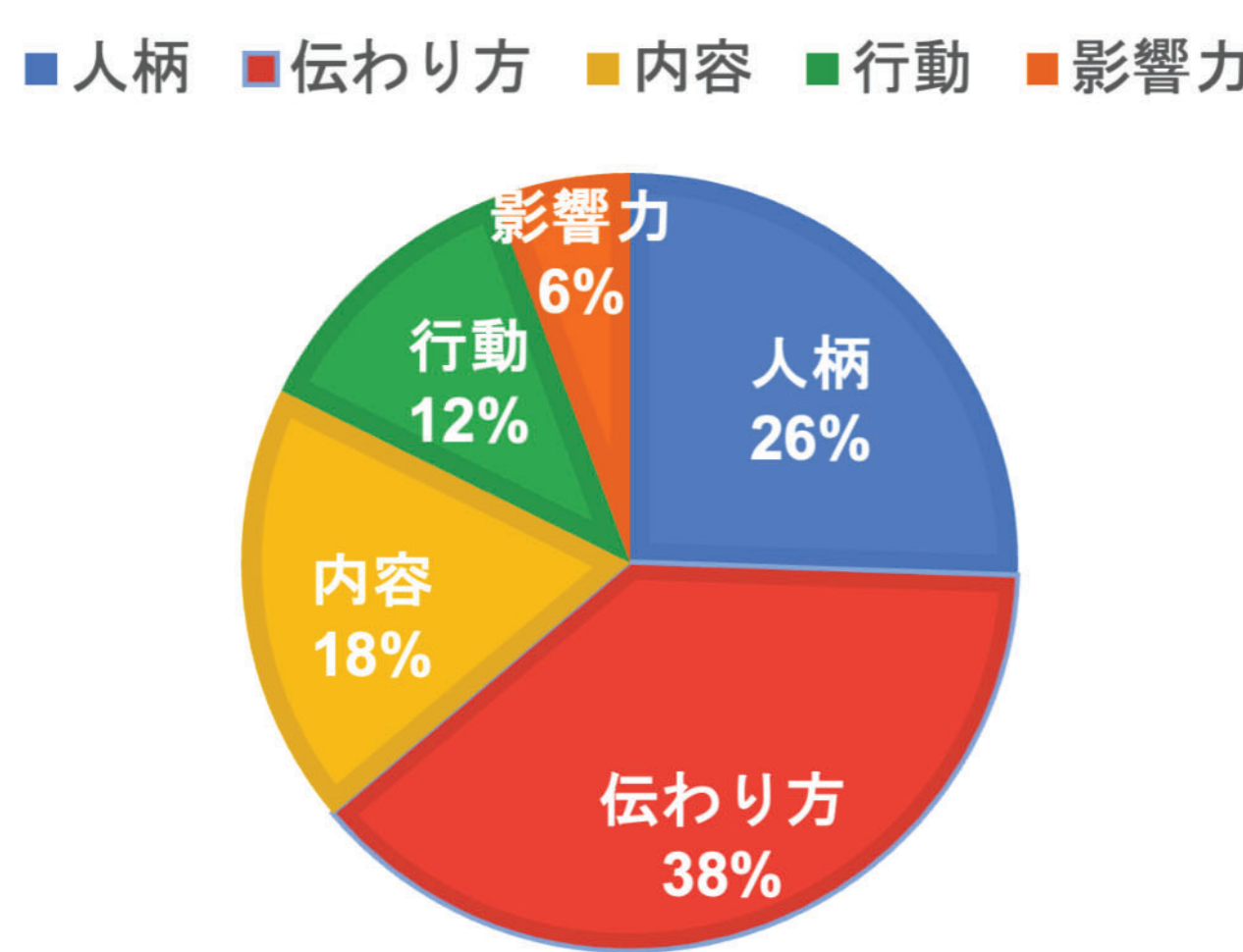


アンケート結果

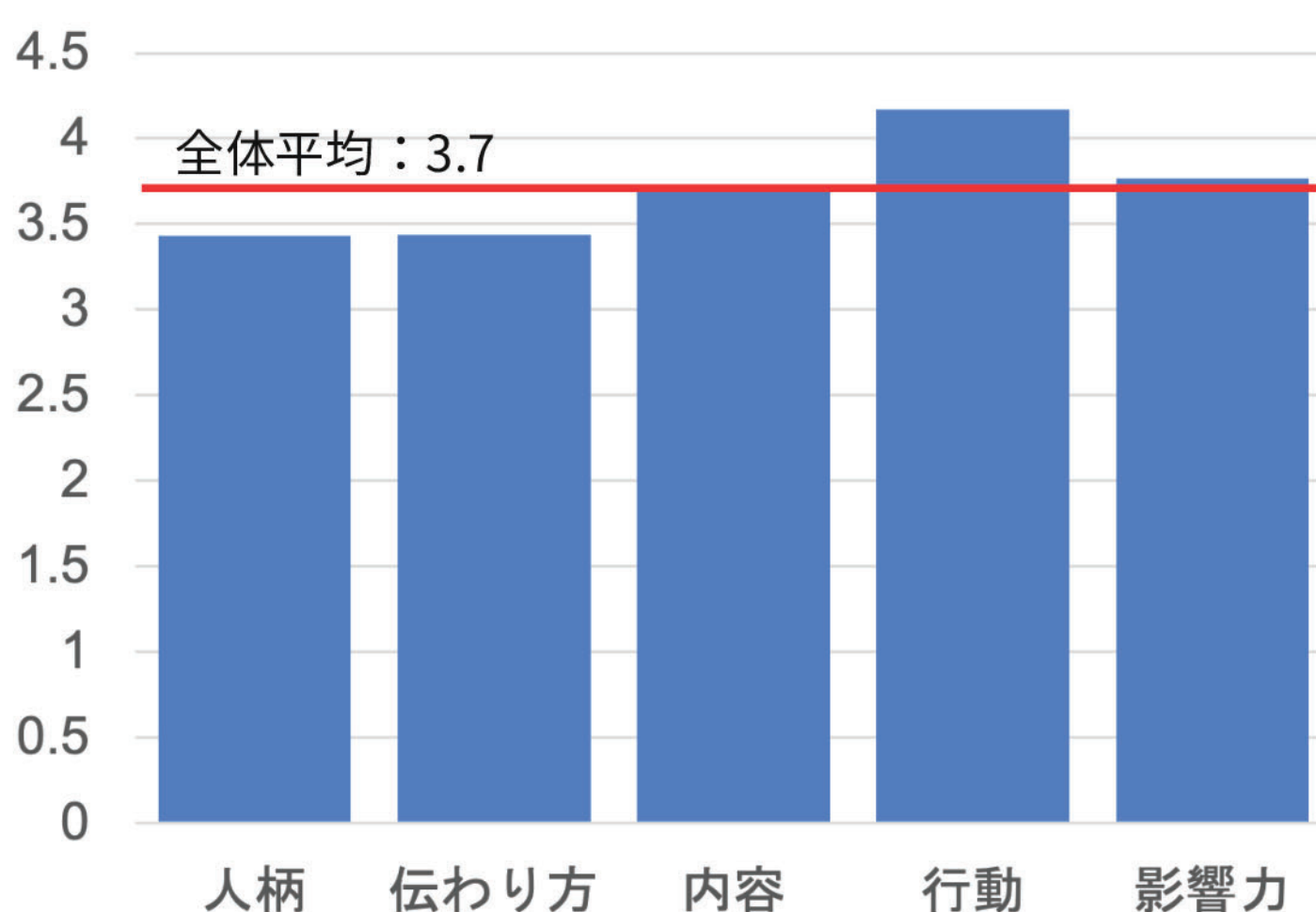
アンケート
結果全容



アンケート回答人数



評価平均



～仮説に対する所感～

- ・人柄を重視している人が予想よりも少なかった。
- ・支援活動のコンテンツ化に肯定的な人が多かった。

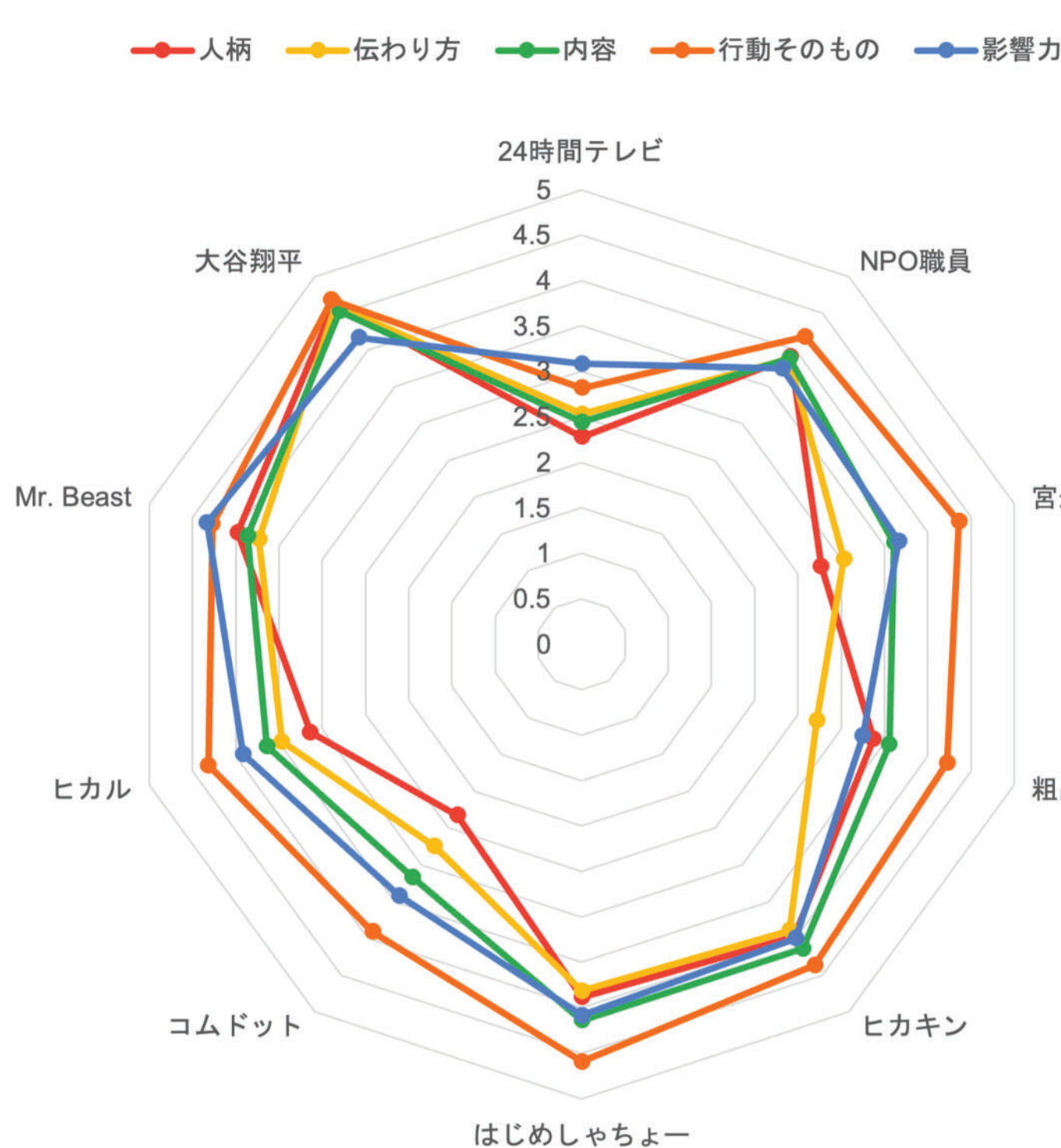
分析・考察

Youtuberを中心とした**芸能人**の支援活動のコンテンツ化における評価基準を「伝わり方」「人柄」「内容」「行動」「影響力」に分類した。その中でも特に重要視されている項目は「伝わり方」「人柄」であり、支援活動の「内容」や活動を行ったという「行動」に関して視聴者はそこまで重要視していないことが推測できる。つまり、社会のために支援活動を行っても、その人の好感度やサムネイルなどによってはあまり評価されない。「伝わり方」「人柄」を重要視している人は視聴者からの好感度が高い、ヒカキン、はじめしゃちょー、Mr. Beast を高く評価する傾向があった。「内容」「行動」を基準とし評価が成された場合、Youtuber全体を高く評価する傾向があり、自分にはできない多額の寄付を行った、などの行動自体に対して高評価を付けたと推測される。24時間テレビに関してはどの項目を基準としても平均評価値が低く、番組出演者への多額のギャラが支払われていること、元局長による寄付金の着服などの過去のスキャンダルがその評価に大きく影響していると考えられる。支援活動のコンテンツ化に関する意見は様々であり、寄付をすること自体を肯定的に捉えたり、動画にすることでその現状を伝えることができるという点で、コンテンツ化することに関して肯定的な意見を持つ人もいる。他方、寄付をすることで好感度を上げるなどの売名行為として利用していると感じた視聴者はコンテンツ化に関して否定的な意見を持っている。

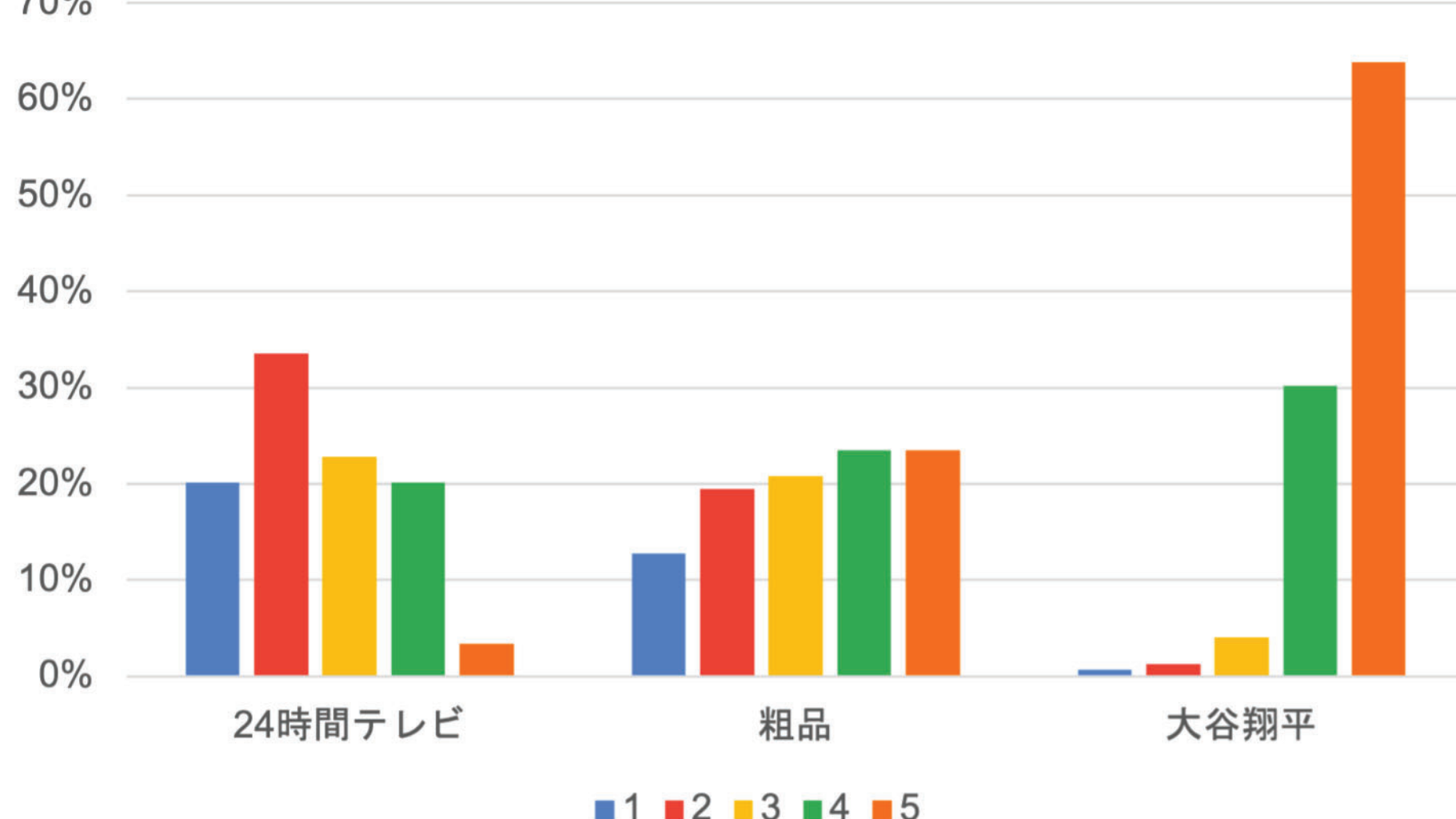
情報過多となっている現代社会において、他の情報に埋もれないため、受け手の興味関心を引くために情報を加工し「コンテンツ化」する必要がある。支援活動を行っても、コンテンツ化しなければ注目、評価されない時代となってきた。また人柄や伝わり方にも気を付けなければならない。しかし、コンテンツ化の過程においてしばしば、作り手の発信したい情報が情報以上に加工される可能性がある。そのため私たち受け手は、コンテンツ化されている支援活動を見る際には、それらに留意して判断する必要がある。各種国際機関も寄付などを集めるために同情を誘うような動画を投稿するなどコンテンツ化に力を入れており、コンテンツ化前提の支援活動の時代となりつつある。



アンケートの平均評価値



特徴的な結果の比較



否定的を1、肯定的を5として評価してもらった。
上記のグラフから24時間テレビは否定的に、大谷翔平は肯定的に寄っていることがわかる。この違いは主にその主体への好感度の差から生じていると推察される。

【コラム】

フローレンス・ナイチンゲール

彼女が偉人として支持を得ているのは私たちの設定した5つの項目をすべて高い水準で行うことができたからではないだろうか。

- ・人柄：貴族の生まれでありながらも看護師を目指し、研鑽した姿勢や「クリミアの天使」という異名からも人柄の良さが伺える
- ・伝わり方：彼女が行った功績は多くの負傷兵や学生によって語られた
- ・内容：彼女の献身により当時のヨーロッパの衛生観念が大幅に改善した事実から、極めて適切な行動内容であったことが予想できる
- ・行動そのもの：当時の英国社会で敬遠されていた看護師という職業を選択し、しかも志願して戦地に赴いたという行動は多くの人が称賛
- ・影響力：大幅な医療マニュアルの改善やレーダーチャートの発明は後世に大きな影響を及ぼした。



結論

現代社会において、支援活動のコンテンツ化は避けることのできない流れであり、第三者によって発信されなければ人々の目に触れる機会が限られる現実がある。特にSNSや動画配信サービスの普及によって、支援活動も視覚的・感情的なインパクトを伴う形で発信され、より多くの注目を集めることが求められる。しかし、発信の際に面白さや過激さが強調されると本来重視されるべき支援の内容や目的が軽視され、受け手に誤解を与える可能性がある。このように、支持者を得ようとインパクトを求めれば求めるほど支援の本質から遠ざかっていく様が支援活動とコンテンツ化のジレンマであり、支援活動の発信者は単に目を引く要素を重視するのではなく、受け手への配慮や活動の意図を明確に伝える姿勢を保つというモラルが必要である。

また、支援活動の評価基準は上記で分析したように必然的に個人の考えや社会環境に依るため、コンテンツ化された支援活動に対して賛否が生じることは避けられない。情報の受け手の増加は支援の発信者の影響力を強め、賛否両論が多様化を引き起こす。支援活動が一つの「コンテンツ」として扱われる時代だからこそ、発信者にはその意義や責任を深く自覚し、支援の本質を損なわず信頼を得る発信が求められる。このような姿勢が支援活動の価値を保ち、社会全体での意識を高める鍵となるであろう。