

ひらいた門

見よ。わたしは、だれも閉じることのできない門を、あなたの前に開いておいた。なぜなら、あなたには少しばかりの力があって、わたしのことばを守り、わたしの名を否まなかったからである。 黙示録 3 : 8

VOL.02-08 NO.017 2010年08月

チャーチ・オブ・ゴッド

川崎南部キリスト教会

〒210-0025 川崎区下並木66

TEL&FAX 044-233-3648

Eメール:nanbu-kyokai@nifty.com

URL:<http://kawasaki-nanbu-kyokai.com>

「アイーダの法則」

橋本幸夫

「全世界に出て行き、すべての造られた者に、福音を宣べ伝えなさい。」

(マルコ 16 : 15)

〈アイーダの法則〉というものがあります。と言ってもエチオピアの王女アイーダとエジプトの若い將軍ラダメスの悲恋のオペラには全く関係ありません。

これは広告の有効性のための法則なのです。

A Attention

注目を引かせる (オヤッ?)

I Interest

興味をもたせる (ナンダコレ?)

D Desire

欲求を起こさせる (買いたい!)

A Action

働きかけ (買うぞ!)

この頭文字でアイーダとなります。

この法則はなんだ広告業界のことかと言って片づけられぬものがあります。チラシ一枚、トラクト一部でもアッ、イイ、ウーム、エッ? オー (これでアイウエオの法則?) と思わせるような工夫は必要でしょう。

アテンションは重要な入り口です。教会に関心を持ってもらうための努力としてのインタレストは怠れません。そうか行ってみようと決心させるデザインがその人に与えられれば大したもの。でも気を抜けません。いざとなると心変わりが起きるからです。

最後まで気を抜かずに教会に来て交わりに入る行動を取るように配慮することが必要となります。自発的アクションを起こさせるような雰囲気をもみんなで作らねばなりません。

ところで広告業界の法則が、伝道する際の参考になるかというか、刺激を与えられるとすることで取り上げたが、もとより宣伝と宣教は根本的に違います。どこが違うのでしょうか。

宣伝 (プロパガンダ) は自分自身が信じていないことを、他人に信じさせる技術のことだと言った人がいます。

ということは、宣教は自分が心から信じていることを、他人にも信じて欲しいと働きかけることと言えるでしょうね。

ともかくアイーダは〈愛だ!〉。

私たちがイエス・キリストの十字架の愛を真底から信じていることが伝道となり宣教となるのです。