
日本広報学会 第14回研究発表大会

環境報道と感性報道

—五感は客観報道を補うか—

2008年10月25日

dentsu

株式会社 電通パブリックリレーションズ



研究の着眼点(問題意識)①

◇環境情報の開示

- ⇒ 環境報告書(サステナビリティレポート)
- ⇒ 製品環境情報開示(タイプIII環境宣言)ーLCA
- ⇒ 環境情報は、文字/数字/記号の羅列

一般生活者には分かりにくい(まだ知見が不足している)



一般生活者にとって、数字と記号などの文字情報は、理解が難しく、地球環境問題への深い理解を阻んでいるのではないか。

研究の着眼点(問題意識)②

◇メディア報道

- ⇒ 環境報道は爆発的に増加
- ⇒ 一般生活者の意識は飛躍的に高まりつつある
- ⇒ 中高生もスタバで<地球温暖化>の会話を

ただし、知見と意識は高まったが、行動がともなわない



一般生活者にとって、メディア報道の影響は大きいですが、生活者の行動を喚起させる、より効果的な訴求方法はないだろうか。

研究の着眼点(問題意識)③

◇環境教育

- ⇒ 総合的な学習の時間、NIE ※
- ⇒ 体験学習(机上を離れ、自然環境と接する)

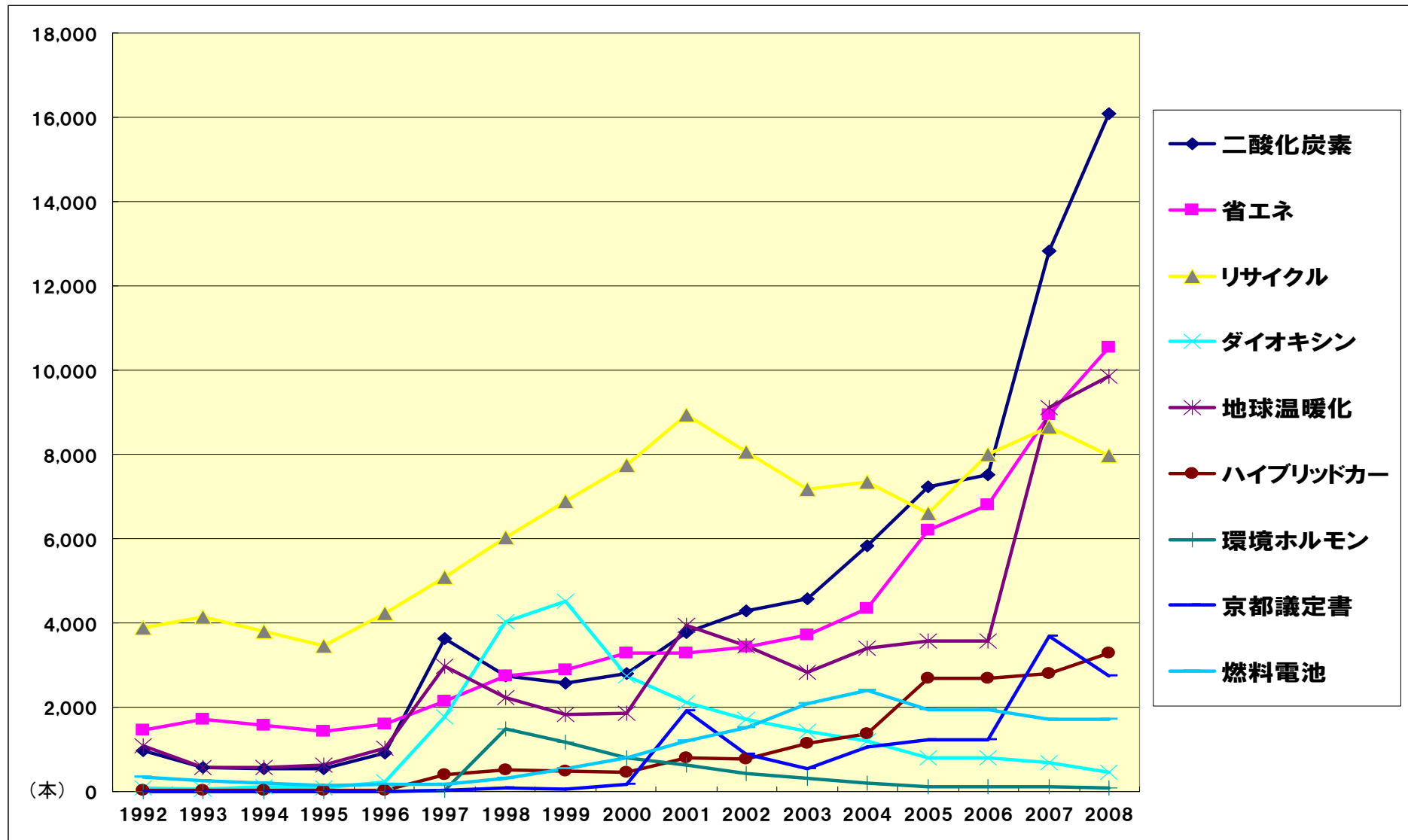
※NIE(Newspaper in Education;教育に新聞を)と五感教育

※ダイアログ・イン・ザ・ダーク=日常生活のさまざまな環境を織り込んだまっくらな空間を、聴覚、触覚、嗅覚、味覚など、視覚以外の感覚を使って体験するワークショップ形式の「暗闇のエンターテイメント」



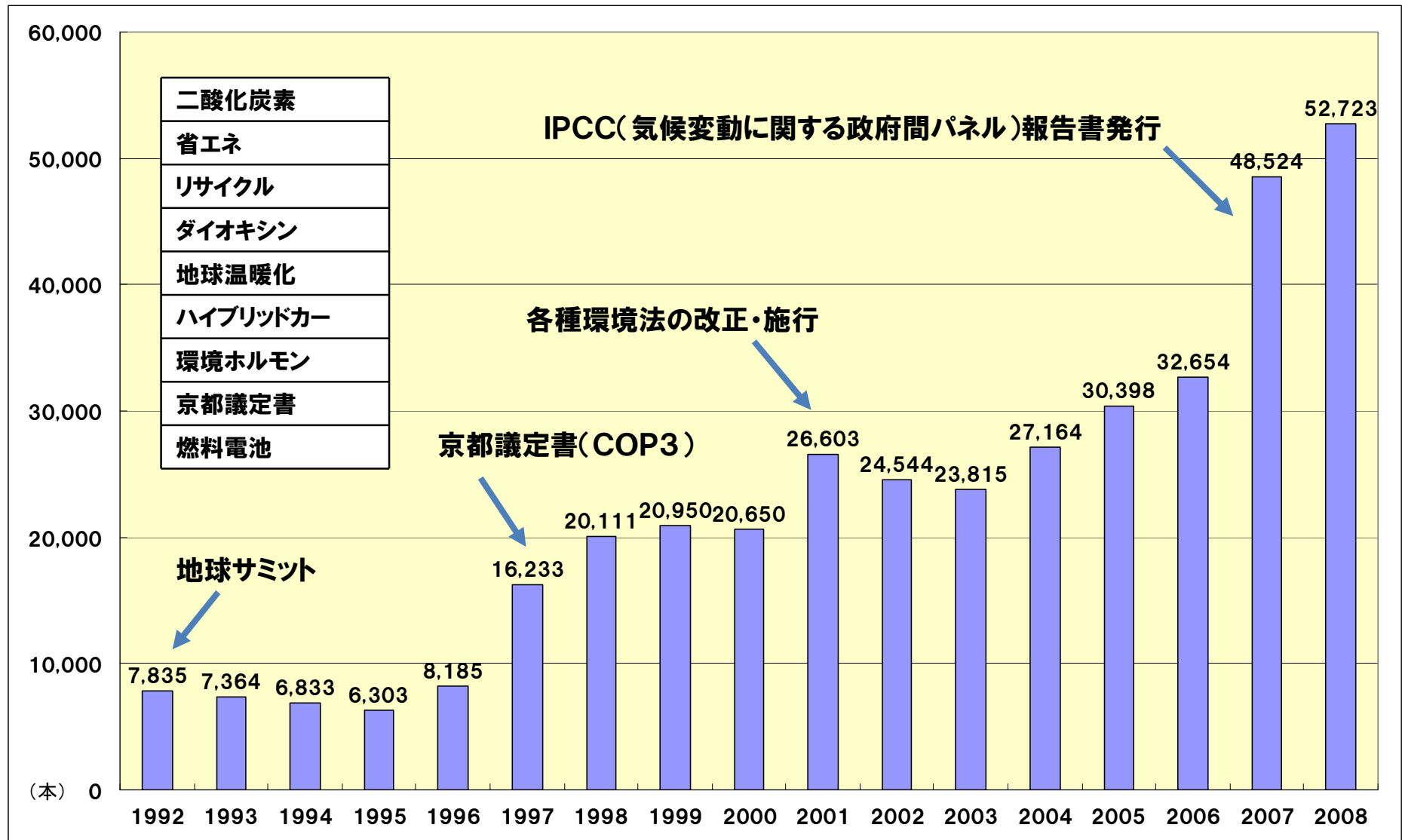
一般生活者にとって、＜五感＞を刺激し感覚的にコトを理解するこのとのほうが、地球環境問題への理解促進の早道なのではないか。

新聞73紙の環境関連記事本数 (1992年地球サミット～2008年洞爺湖サミット)

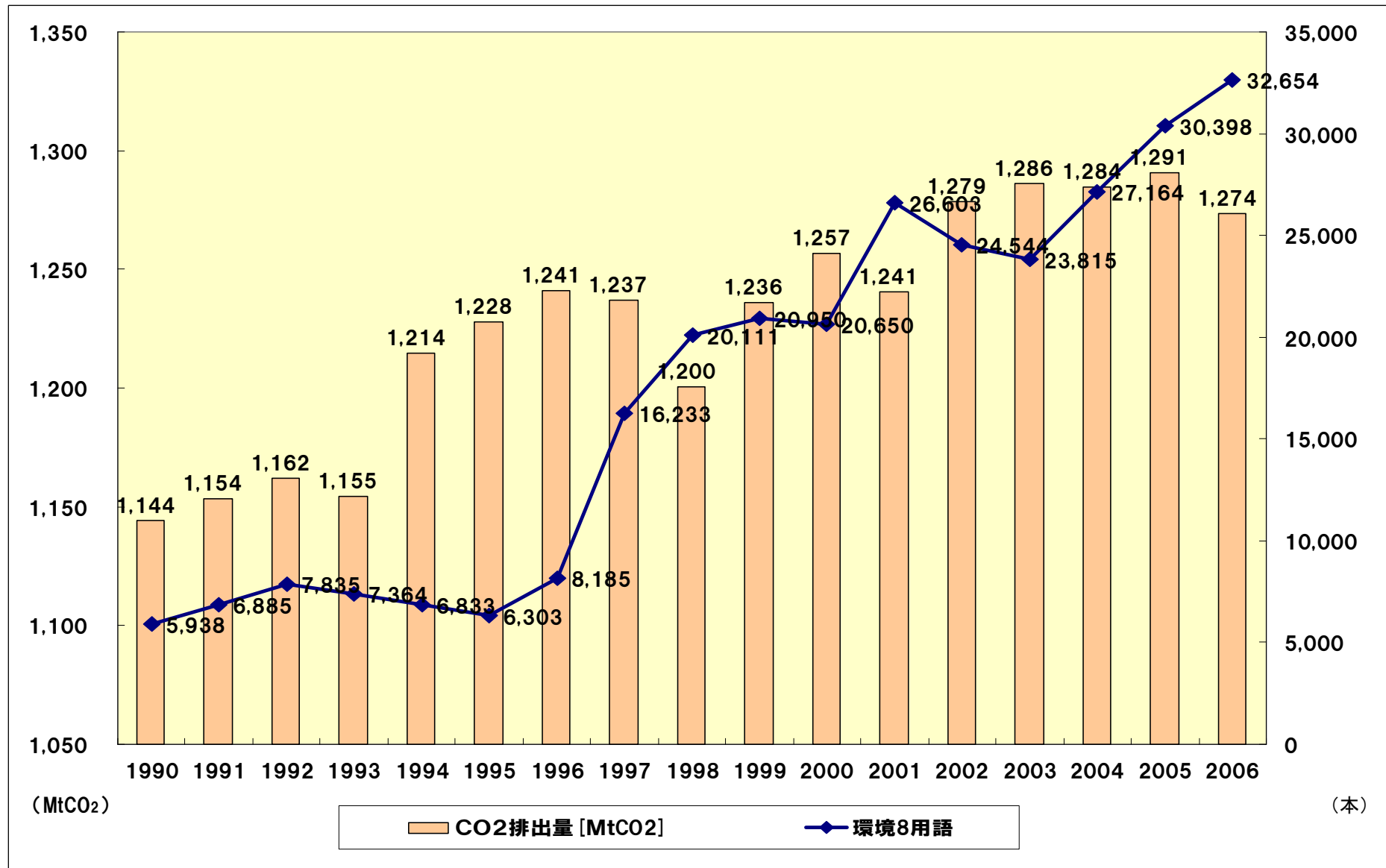


環境8用語の記事総数

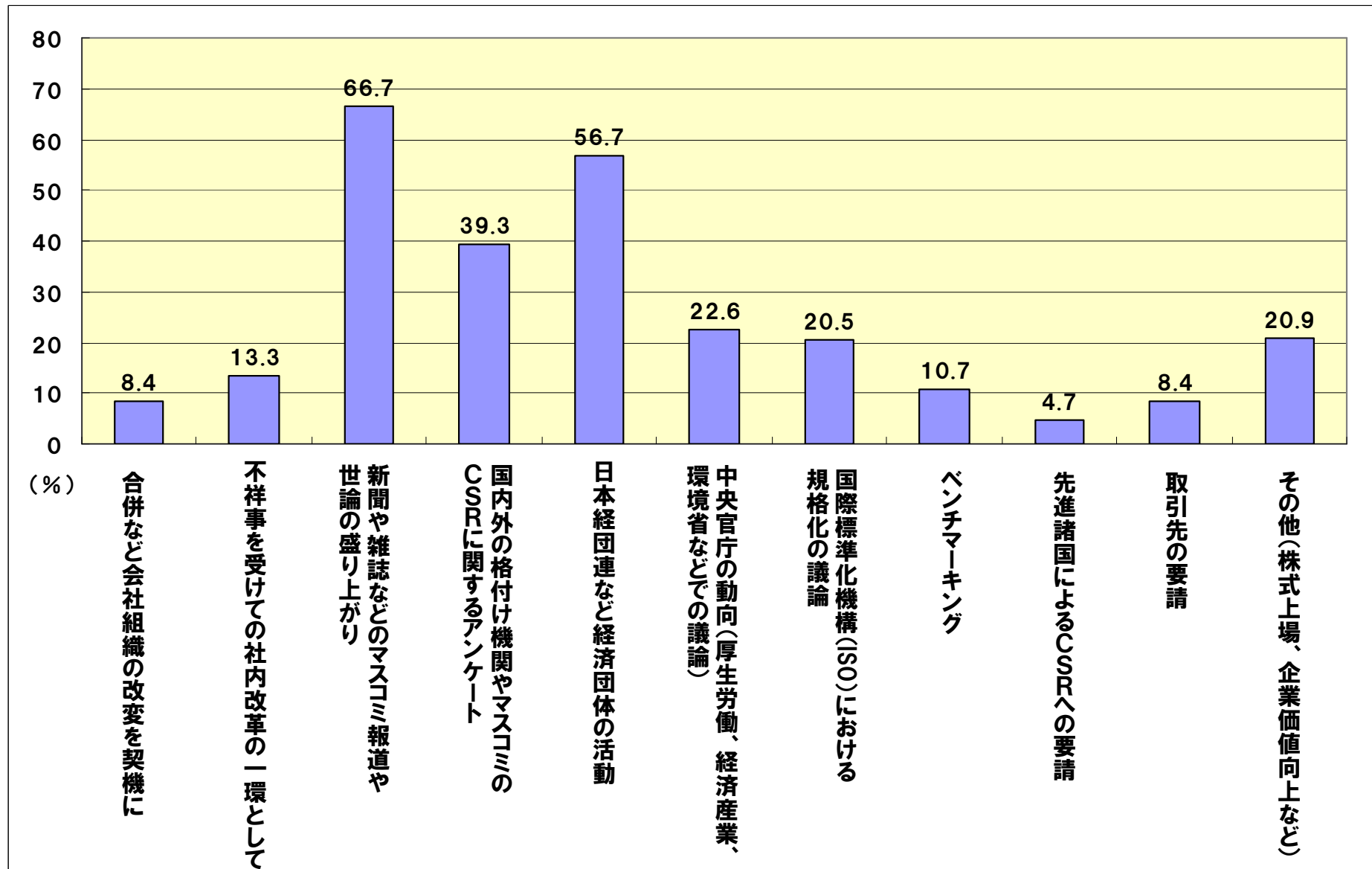
(1992年地球サミット～2008年洞爺湖サミット)



CO₂排出量と環境8用語の記事本数との関係



CSRへの取り組みの契機は、メディア報道



(中略)

五感調査(五感教育)の背景にある問題とは...

- ＜触覚＞ 抱っこをいやがる、拒否・抵抗する赤ちゃん
- ＜嗅覚＞ 無臭生活の果て 動物園はクサイから嫌いだ
- ＜聴覚＞ 騒音ストレス増大 慣れない携帯電話の着メロ
- ＜味覚＞ 新たに発生している年間14万人の味覚障害者
- ＜視覚＞ 新たに発生している立体視の苦手な子どもたち



＜賞味期限切れの感覚 — 五感喪失＞

※ 小学校低学年教科書にひんぱんに採用される「ゴチック体」

(中略)

<参考> 環境と感性

感情(emotion)
情動(恐れ/悲しみ/楽しみ/怒り
…など、
急激に起伏する
一過性の過程)

感性(sensation)
感覚(五感)

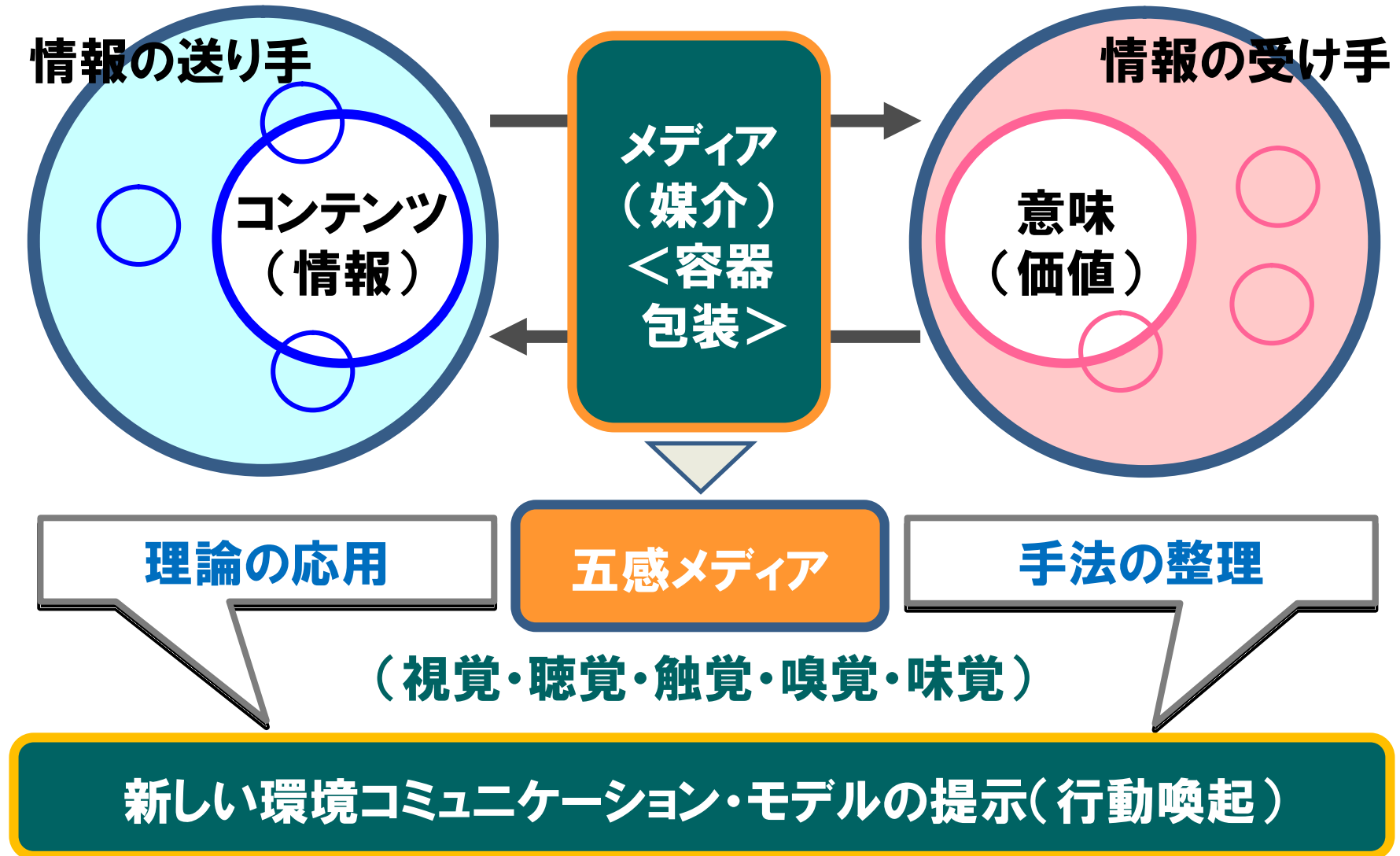
視覚/聴覚/触覚/
嗅覚/味覚

環境

※情緒 = 感情/情動、感性/感覚(五感)

(中略)

行動を喚起する五感コミュニケーション



<おわりに>

2006年<世界環境デー>の6月5日、
電通ならびに電通国内グループ会社49社が、
ISO14001環境マネジメントシステムの一括統合認証を取得しました。
(2008年8月現在、60社)

電通ならびに電通グループ各社は、
CSRコミュニケーション・サービスの開発・提案・実施を通じて
経済価値の向上ならびに社会価値の向上に
今後とも寄与して参ります。

<本発表に関わるお問い合わせ先>

(株)電通パブリックリレーションズ
営業戦略室 CSR推進部 江間直美
〒104-8210 東京都中央区銀座2-16-7
E-mail: n-ema@dentsu-pr.co.jp