



温暖化予測を一般市民に 伝えるうえでの課題

神奈川大学人間科学部 教授
松本 安生

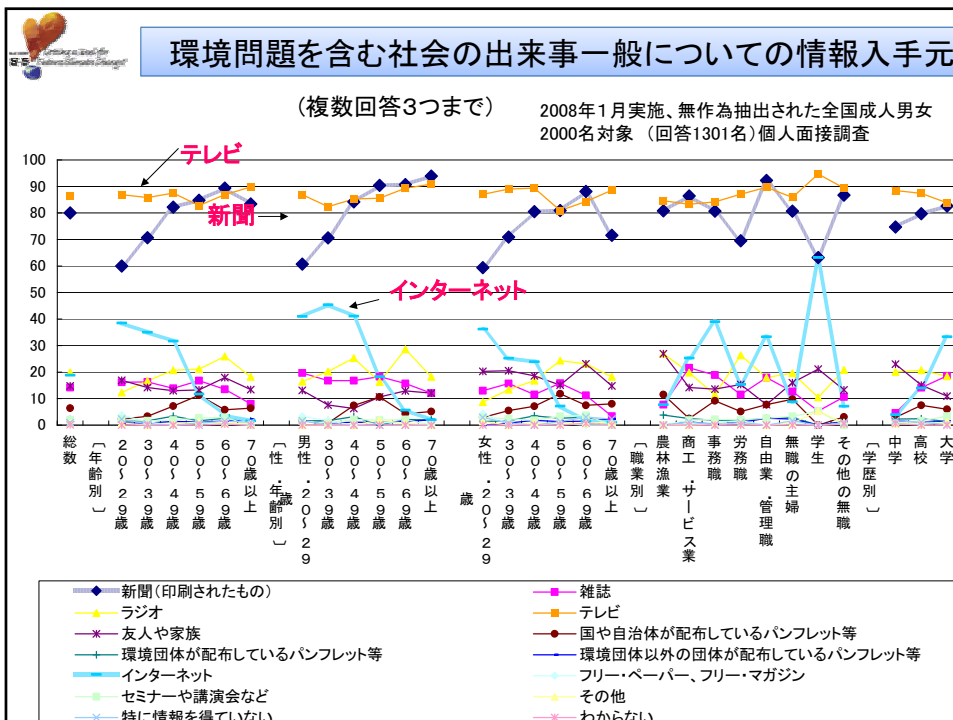
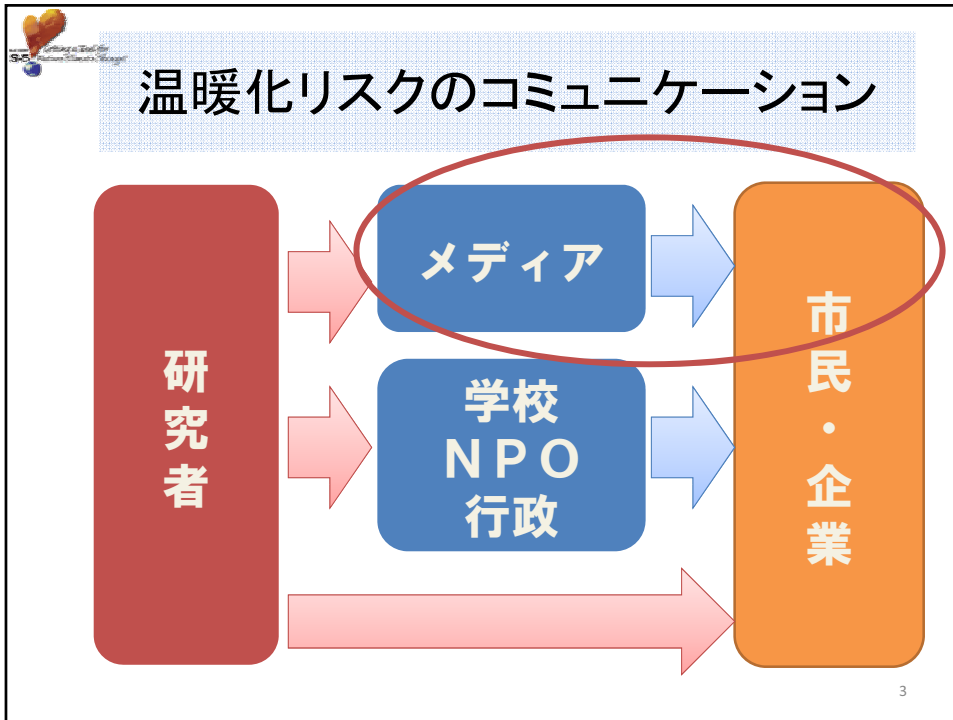


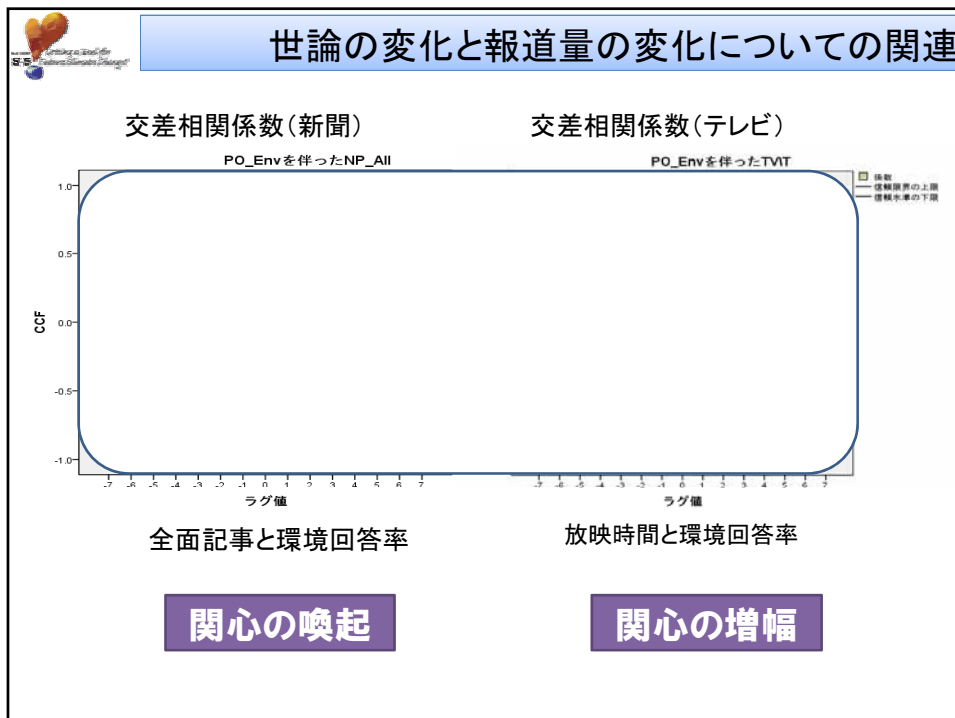
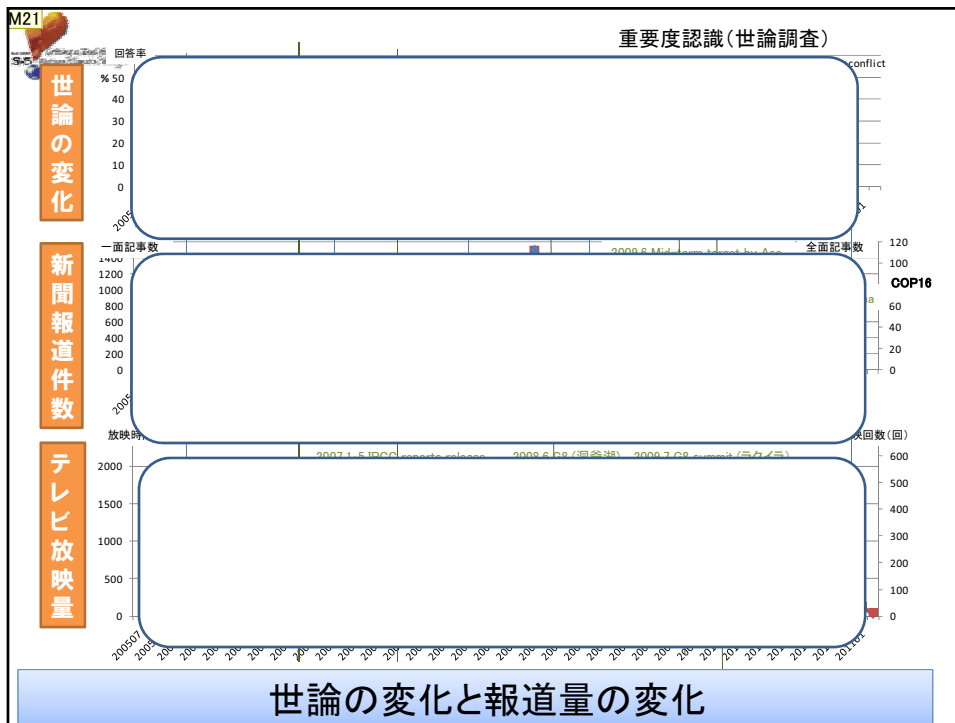
Key Question (問題意識)

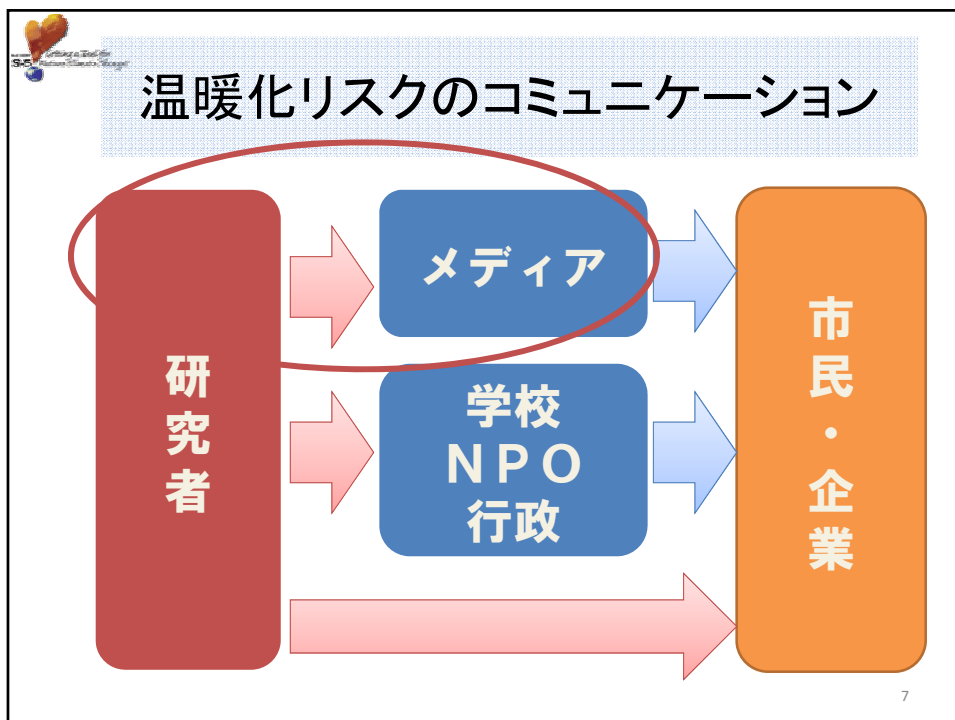
- どのようにしたら、温暖化の科学的知見を分かりやすくかつ正確に市民に伝えられるのか。



- 温暖化の科学的知見を市民に伝える際の課題(難しさ)は何か？







温暖化リスクメディアフォーラム

- 第1回(2009年3月11日)
「IPCC第5次報告書に向けた温暖化リスク研究」
- 第2回(2010年3月6日)
「気温上昇目標「+2°C」の意味を考える」
- 第3回(2011年2月23日)
「地球温暖化予測の見方・伝え方ー最新の予測を的確に伝えるためにー」
- 第4回(2012年1月頃開催予定)

何を伝えたいのか？
何を聞きたいのか？
相手をどう思うのか？

研究者 → 伝えたいこと → メディア

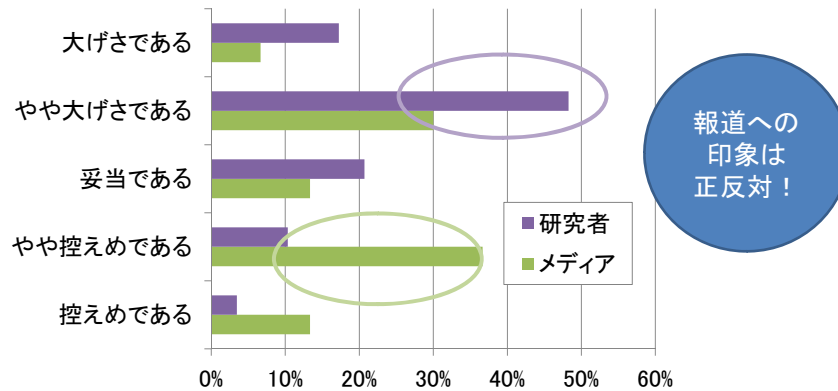
メディア → 聞きたいこと → 研究者



参加者アンケートの結果(1)

Q1. 温暖化の影響に関するマスメディア報道について

量・内容も加味した全体的な傾向へのあなたの印象は以下のどれに一番近いですか？



回答数(研究者29人、メディア 20人)

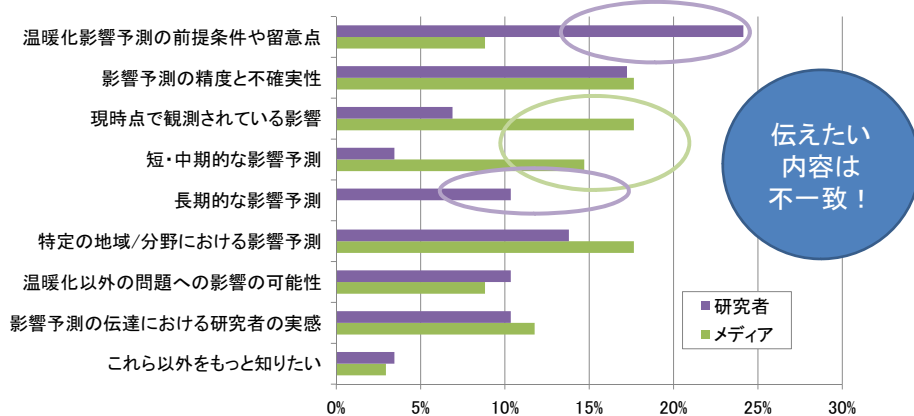


参加者アンケートの結果(2)

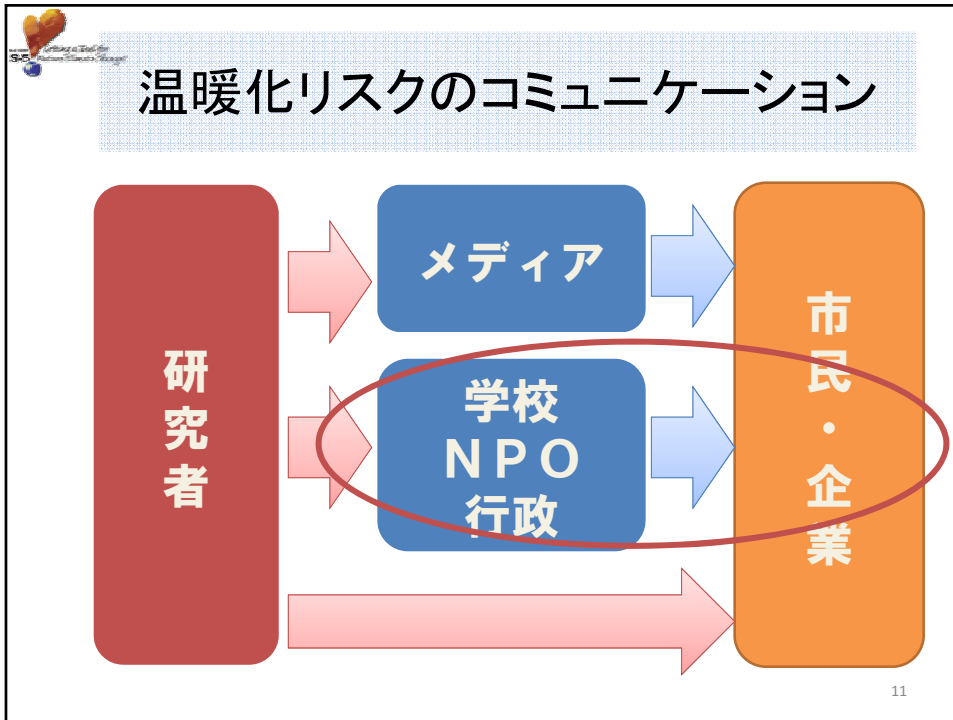
Q2. 温暖化の影響予測について

(1) 研究者向け: メディアの方々に伝えたいことは？

(2) メディア向け: 研究者に聞きたいことは？



回答数(研究者29人、メディア 34人)



普及啓発型のコミュニケーション

影響の全体像に関する解説と集団討議

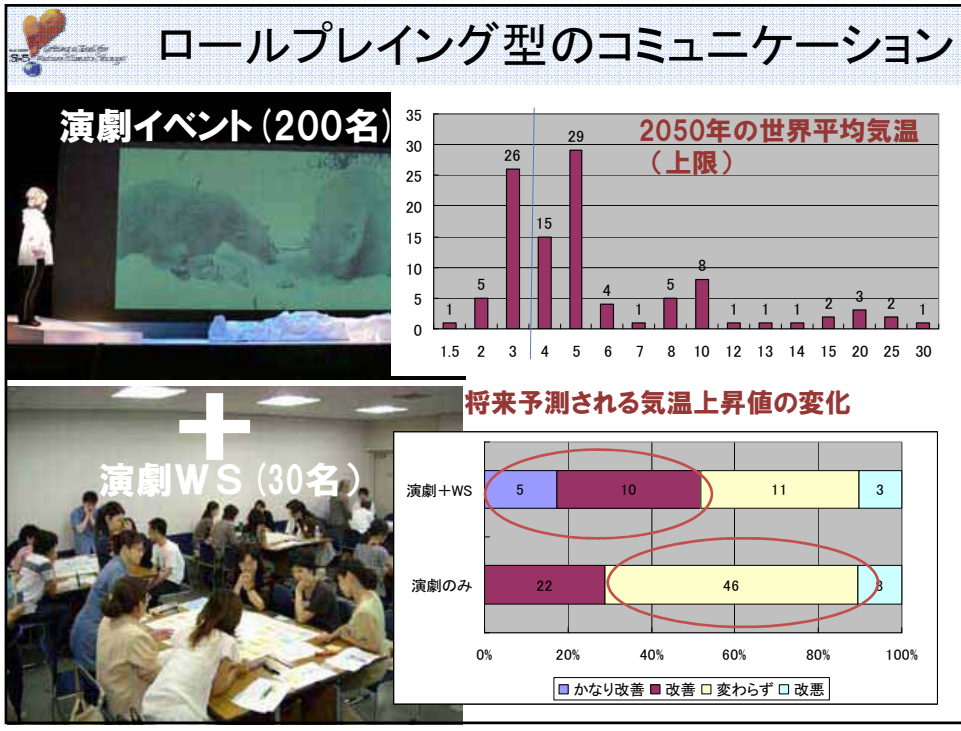
2050年の世界の平均気温の上昇幅

地域	2007.10 (実績前)	2007.12 (実績後)
世界	4.55	3.34
日本	4.05	3.34

温暖化の原因としての関連

原因	2007.10 (実績前)	2007.12 (実績後)
化石燃料消費	1.5	2.0
エネルギー消費	1.0	2.0
大気汚染	1.0	2.0
ヒートアイランド	1.0	2.0

とでも関連がある
それなりに関連がある



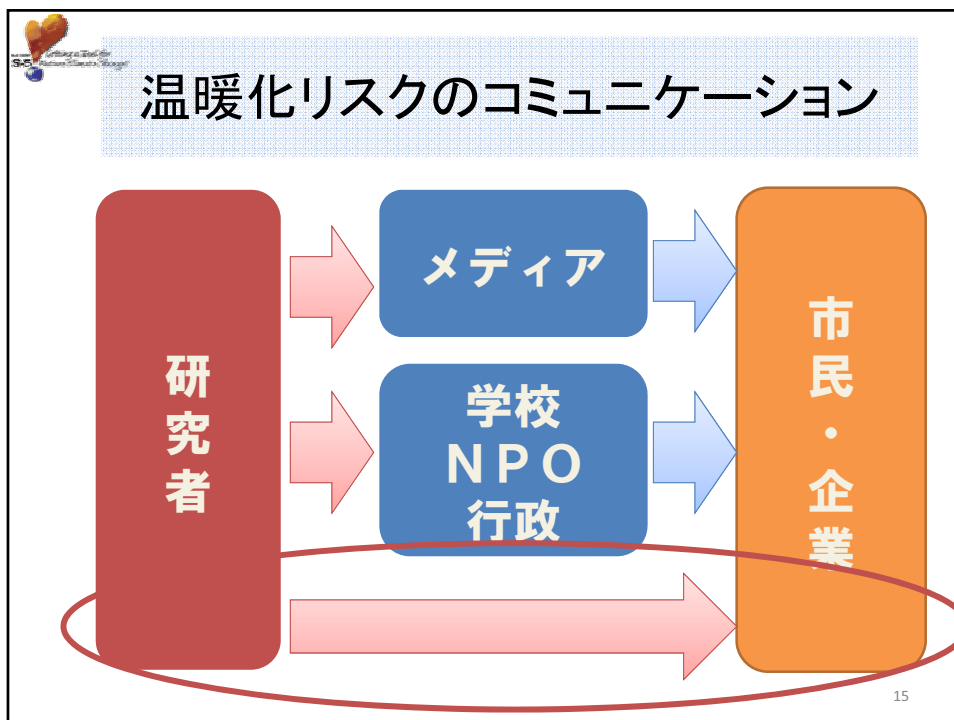
演劇づくりプロセスでの学習効果

課題

- 知識は増加するが、最初に学習した内容を強化する方向に働きやすく、「誤認」が生じた場合に、訂正することが困難。

- 対象とした13名全員に、何らかの誤認が見受けられた。このような「誤認」が一度なされてしまうと、「自習」によってこれを修正するのは非常に困難である。
- 例えば、温暖化の原因や影響に関連するキーワードとして「オゾン層」をあげた生徒は13名中9名(69%)、そのうち6名は最後までオゾン層を挙げ続けた。

14



企業と研究者による研究会

- 研究者と企業との温暖化リスク・コミュニケーションを行うにあたっての課題等を把握するために、企業6社と研究者6名が会した研究会を開催。
- 研究会での議論・意見から、企業との温暖化リスクコミュニケーションにおいては大きく3つの課題があることが示唆された。

16



① 予測対象とする時期の問題

課題

■ 企業としては最長でも5年から10年程度先の将来予測を求める一方、気候変動研究は数十年先を予測対象とする場合が多く、企業が求める時期とずれている。

- 数十年先や100年先の予測情報は、企業の視点からは利用し難い。
- 短期で可能な限り細かい単位(1年・2~3年ごと)の予測情報の提供が求められる。

17



② 気候変動における不確実性の問題

課題

■ 気候変動研究における不確実性に対する許容度が企業によって異なる。

- 加工されていないデータを求める企業と、加工されたデータを求める企業の両方がある。
- 企業の実態に合わせた不確実性に関するコミュニケーションが必要とされる。

18

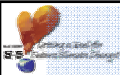


③研究成果の提示方法の問題


課題

- 企業は行政等によってオーソライズされた公平かつ信頼性のある情報を求める傾向がある。
 - 影響の大きさを金額等、身近で社会的な情報に変換し、表示して欲しいというニーズがある。
- 行政的な判断への対応が重要であり、行政がどのように判断しているかに高い関心がある。
 - 被害を未然に防止するための適応のコストについても示唆がほしいという意見が挙げられた。

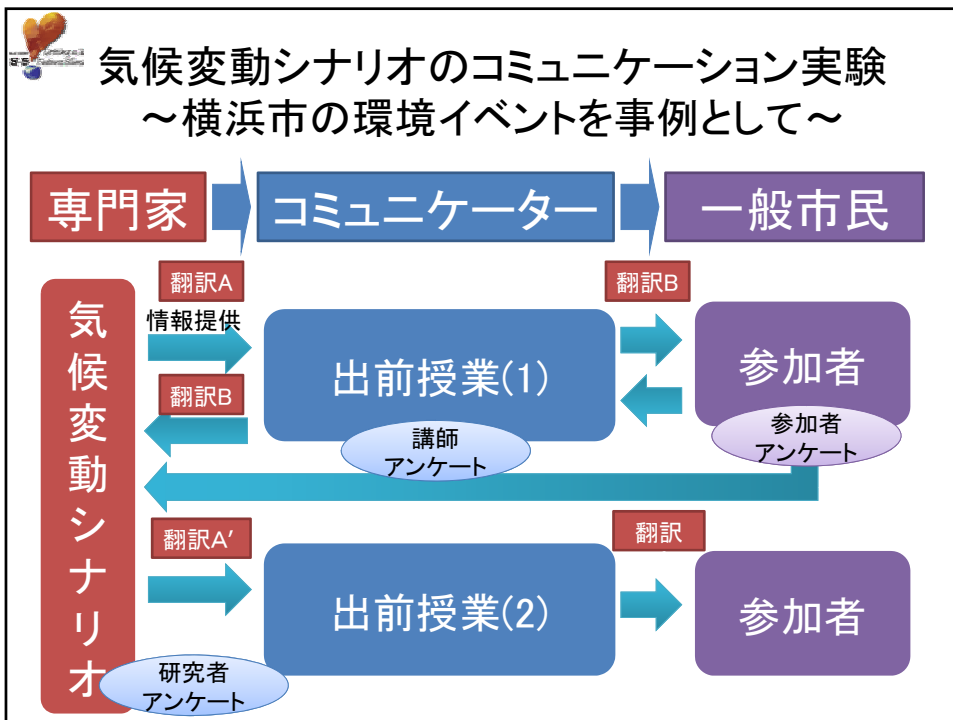
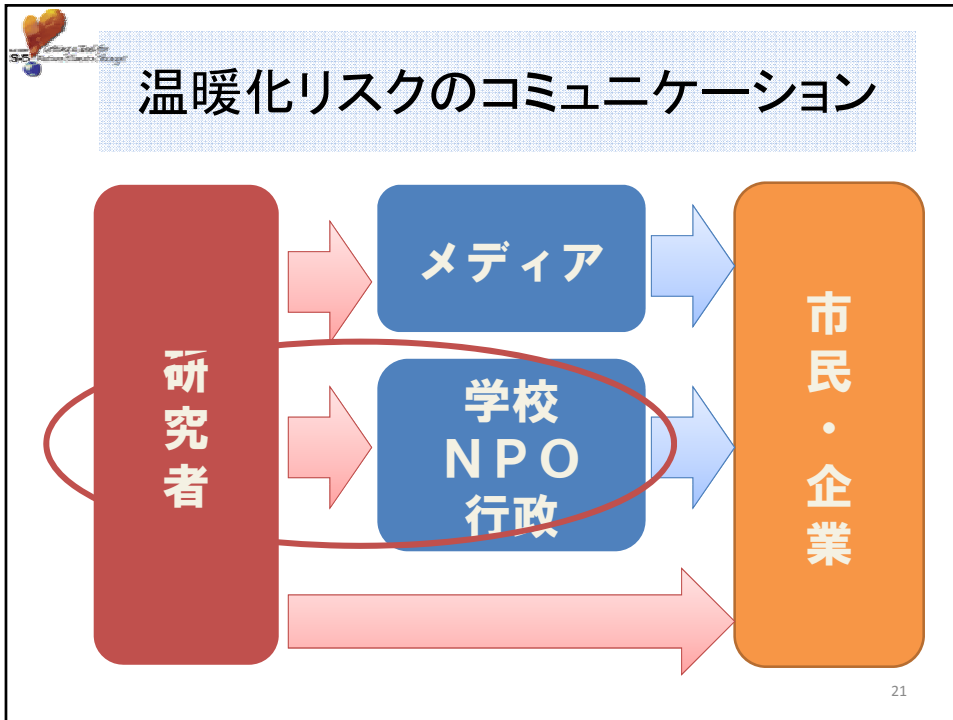
19

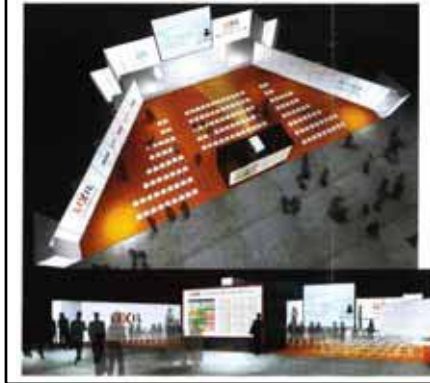


Key Questionの答え

- 温暖化の科学的知見を市民に伝える際の課題(難しさ)は何か？
- 
- マスメディアは市民の関心を喚起・増幅
⇔ 研究者が正確に伝えたい事と不一致
 - パブリックメディアは正確な知見を伝達
⇔ 時間・人の制限と誤認強化の可能性
 - 気候変動の科学的知見に対するニーズ
⇔ 予測の期間や確かさ、表現で不一致

20





住まいづくりを、
スマイルづくりに。

LIXIL

COLLECTION 2011

家族を笑顔にする、新しい住まいづくりを体験しよう!

スマイルエコ コレクション 2011

10/22(土)15:00-17:00 10/23(日)15:00-16:00 パシフィコ横浜 展示場5

A colorful illustration of a town or neighborhood, featuring various buildings, trees, and people. The word 'COLLECTION' is written in large, stylized letters, and '2011' is in a red circle. The LIXIL logo is in the top right corner. Below the illustration, there is a line of Japanese text: '家族を笑顔にする、新しい住まいづくりを体験しよう!' (Experience the new way of building a home that makes your family smile!). At the bottom, there is more Japanese text: 'スマイルエコ コレクション 2011' and '10/22(土)15:00-17:00 10/23(日)15:00-16:00 パシフィコ横浜 展示場5'.