

2025-24 動画を通しての中にある周知されていない環境問題を伝える

環境生態工学課程 延山依央菜 木村萌生 後藤康太 桑原侑大

ペットボトルの水を買うように空気を買う時代が来たら
皆さんはどう思いますか…？



概要

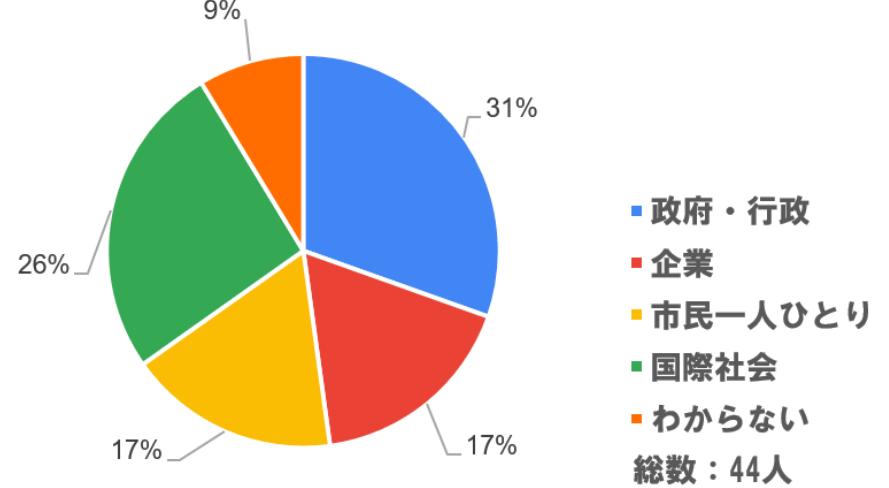
実態把握としてアンケート調査およびインタビューを実施し、大気汚染の意識レベルを明らかにする。これらの知見を元に短編動画を制作する。内容は、日常生活に潜む環境負荷を視聴者の共感と感情に訴える構成とし、視聴者一人ひとりの行動変容を促すことを最終的な目標とした。

結果・考察

結果

今回44人の回答が得られた。今回行ったアンケートから「大気汚染の改善に最も責任があると思うのは誰ですか？」の項目を見ると環境問題に対する市民の依存や第三者への信頼的な姿勢がわかる。

大気汚染の改善に最も責任があると思う
のは誰ですか？

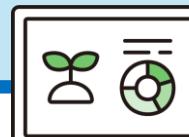


考察

第三者への責任集中は「自分たちができるることは限られている」という依存的態度の現れであることがうかがえる。

このことから、第三者(行政や企業、国際社会)の対応も大切であるが、私たち市民一人ひとりにも責任があることを動画を通して伝えるべき決定的な証拠とも言えるだろう。

目的



環境問題に対する社会の危機意識の薄さを実感し、この現状と危機感を広く社会に広めるためにSNSという拡散性の高い媒体を活用する。そこで視覚的にかつ感情に訴えるためにたくさん的人に見てもらうことができるACジャパン広告学生賞を活用することに決定した。

活動内容

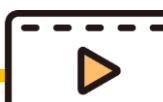
週に一度全員で集まり、構成案について議論を重ね、「空気を売る」というコンセプトを設定した。その過程で、知能情報メディア課程の岩嶋浩樹先生のご指導のもと、さまざまなパターンの構成案を検討した。しかし、良いと思っていた案にも、感情面の弱さや考えの浅さがあることに気づき、構成を練ることの難しさを実感した。さらに内容をより良いものにするため、知能情報メディア課程の外村佳伸先生にもご指導いただき、大気汚染をより深く理解しなければ人の感情に訴えられないことを学んだ。

方法



アンケート調査

プロジェクトリサーチのメンバーの知り合い、家族、アルバイト先など年齢性別問わず調査を実施。内容は「大気汚染」についてどのような考えを持っているかなどを問い合わせ、グラフにまとめた。



動画構成作成

アンケート調査を下に動画構成作成。その後、先生にアドバイスしていただき、構成の練り直しを行い内容を改善させていった。

今後の展望

今回のプロジェクトリサーチでは動画の完成までは至っていない。今後はアンケートの結果・考察をもとに空気汚染に対する社会の危機意識の不足している部分を捉えた動画を制作し、ACジャパン広告学生賞へ応募する。さらに日々の通勤や買い物など、身近なシーンから汚染の実態を物語形式で描くことで将来への影響の共感及び危機感を引き出す。作成した動画はSNSを通じて広く発信し、多くの人に「自分事」として受け止めてもらえることを目指す。

