



環境認知の変容アップ ローチ

環境認知変容
アプローチ

危機感

責任感

有効感

環境にやさしい態度

関連強化
アプローチ

行動評価変容
アプローチ


実行可能感

コスト感

規範感

環境配慮行動

図1 環境配慮行動を働きかける3つのアプローチ(広瀬, 1995)



認知変容のアプローチ

- 環境にやさしい目標意図を形成するために、関連する環境認知の変化を促す
- ごみ問題の深刻さの情報を提供し意識を高める
- 省エネやごみ減量に協力すれば問題は解決できると訴える
- マスメディアなどによる働きかけ

マスメディア・キャンペーンの効果

- 第一次石油危機のアラブ禁輸後の省エネアピールとガス消費量との関連
- アピール効果なしの議論 (Peck&Dering)
 - 天然ガス(価格変化なし)消費量が禁輸前後で差なく、LPガス(価格上昇)消費量が減少→アピールのみでは効果なし
- アピール効果ありの議論 (Mayer)
 - 天然ガスは家庭での全用途に使用されるので冬の暖房の省エネ効果は小さく、74年冬の天然ガスの使用が10%減少の統計もあり
- 価格上昇によるコスト要因だけではないが、アピールの効果は大きくない

恐怖喚起パラダイムによる環境認知 変容の実験 Wascoe, et al. (1976)

- 方法:コロラド大学生への8種類の省エネコミュニケーション

リスク情報(エネルギー危機の発生リスクの
大小×深刻度大小)

有効性情報(個人対処のみでも有効、政府
企業の措置なしでは無効)

- 結果:省エネの行動意図(学生新聞のアン
ケート)にリスク情報の効果あり

省エネグループへの参加意図に対処の有効
性の効果あり

環境認知変容の野外実験

Syme, et al. (1987)

- オーストラリアの都市でのテレビによるガソリン節約キャンペーンでの社会調査
- 方法: キャンペーン地域と他地域を比較する擬似実験法
- 視聴者の石油資源問題に関するリスク認知や省エネ意図におよぼす効果
- ガソリン節約は市民の義務との公共CMスポットを1カ月間毎日14回放映

環境認知変容の野外実験

Syme, et al. (1987)

- 結果
- その都市とCMスポットを放映しなかった別の都市の住民の認知を比較
- 環境保全への認知やガソリン節約の意図をある程度変容させたが、その効果は顕著ではなかった



環境認知変容の野外実験

Thompson & Stoutemyer (1991)

- 渇水時にカリフォルニアのある町の住民に2ヶ月に3回、節水の教育プログラムの郵送
- 方法:異なる節水情報の効果を比較する野外実験
- 渇水は共有地問題であるとの情報提供条件
- 節水は経済的との情報提供条件



環境認知変容の野外実験

Thompson & Stoutemyer (1991)

- 結果
- 節水の対処有効性認知の変容を促す情報提供の効果を検討
- 低所得層の住民に対しては節水に肯定的な態度を形成する効果あり
- 高所得層の住民に対しては効果がみられず

子供のごみ減量行動への親からの影響

- 方法
- ごみ問題の深刻さに関する情報的影響
親子の会話
- ごみに関する規範的影響
親からの注意・賞賛
- 観察学習的影響
親のごみ減量行動の観察

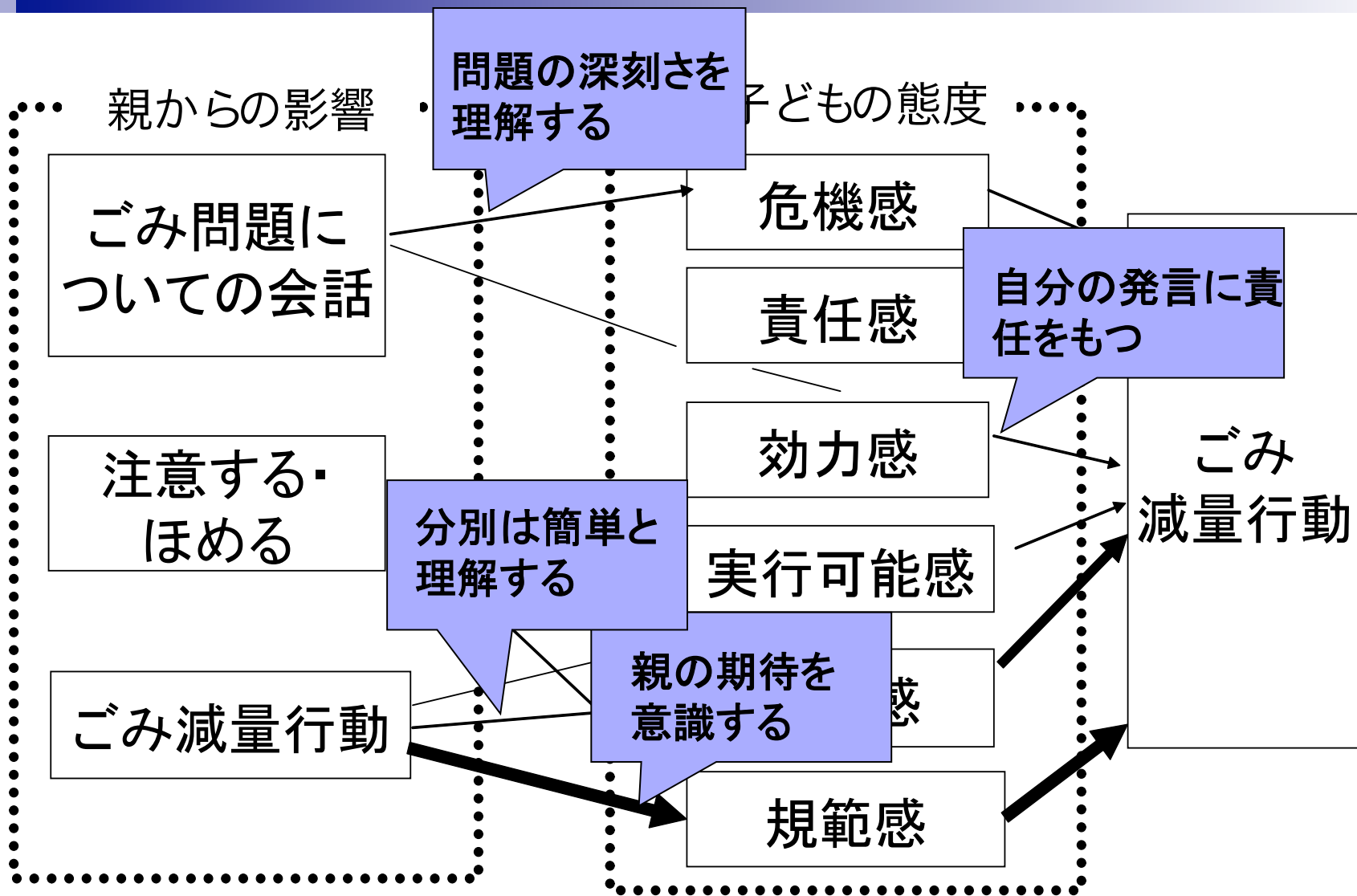




図2.子どもの態度、行動に及ぼす保護者の影響(依藤、2000)

注1) 太い矢印は強い関連、細い矢印は弱い関連




子供のごみ減量行動への親からの影響

- 結果
- 認知変容(会話)のアプローチは環境認知への限定的効果
- 親の行動の観察的学習は規範感・負担感などを媒介にして行動に主たる効果




リサイクル行動への多様なメディアの影響

- 方法：資源分別のボランティアの活動する地域での社会調査
- ごみ問題についてのマスメディアへの情報接触度
- リサイクル関連情報についての市広報への接触度
- 地元のリサイクルボランティアからのパーソナルな接触度



リサイクル行動への多様なメディアの影響

- 結果
- マスメディアは環境認知を媒介にして目標意図に影響
- パーソナルメディアは規範感を媒介にして行動に影響



認知変容アプローチの特徴と課題

- マスメディアや行政広報などのローカルメディアの媒体を通じた環境保全に関する情報を提供する方法
- 広範な住民の環境認知の変容を促す効果あり
- 実際の行動をとるには至らない場合が多く、その面ではとくに有効だとはいえない