

# 科学コミュニケーションの実践について

～サイエンスアゴラ2012：科学の『押し売り』？ -無関心層になぜ・どうやって科学を伝えるのか- より～



## 科学の『押し売り』？ (Ab-357)

～無関心層になぜ・どうやって科学を伝えるのか～

加納圭さん、水町衣里さん（科学コミュニケーション研究会）

私たちは、科学コミュニケーションにおいて「無関心層」にどうアプローチしたらいいの？  
そもそも、なぜ伝えるの？ということテーマにしました。90分間とことん話し合えるように、  
イスの配置や進行スタイルを工夫しました。結果、約50名もの方々と濃い時間を過ごすことが  
できました。「忙しいし、きっとそこまで科学にリソースを割けないよね」、「知らなくても  
生きていける事に関しては面白さを“押し付け”てもいいかもしれないが、生きていく上で重要  
な情報は“押しつけ”ではダメ」など、本当にいろいろな意見を共有することができました。



# 当日の様子



“キャンプファイヤー”  
(= 模造紙が置かれた机)

を

“話し始める人”  
(= パネリスト)

と

“話を広げる人”  
(= 参加者のみなさん)

とで囲み

“火”に“薪”  
(= 発言が書かれた紙)

をくべる

“話し始める人” (=パネリスト)

竹内慎一 (NHK)

田中幹人 (早稲田大学)

秋谷直矩 (京都大学)

“話を広げる人” (=参加者のみなさん)

約50人

# 出て来た話題

## ・そもそも論

- 1) 伝えたいこと、2) 知ってもらわねばならないこと、3) どちらでもいいこと、に分かれるのでは？
  - 場合分けは誰がするの？
  - 社会の合意？ 個人の基準？

## ・なぜ伝える必要があるのか

- ・面白いから。自分が好きだから。
- ・税金を使って研究をしているので、社会に還元すべき。

## ・どうしたらいいのか

- ・押し付け
  - 豊かにするための方法論として使うと伝わらない
  - 伝えるための方法論としては有効

## ・最低最悪の状況を想定してみる

- ・興味がないのにその場にいないといけないのがすごく困る。
  - 「逃げられる」という選択肢を作っておく必要がある。
- ・「説明せよ」とか、授業で当てられたりとかすること。

# セグメンテーション(カテゴリ、クラスタ化)

(a)

Q1. 科学・技術に関心がありますか？ 以下の選択肢の中から最も近いものを1つだけお答え下さい。

1. とても関心がある
2. 関心がある
3. 関心があるともないとも言えない
4. 関心がない
5. 全く関心がない
6. わからない

Q2. 科学・技術に関する情報を積極的に調べることはありますか？

1. はい
2. いいえ
3. わからない

Q3. 過去、科学・技術に関する情報を調べた際に、探している情報を見つけることができましたか？ 以下の選択肢の中から最も近いものを1つだけお答え下さい。

1. 見つかった。大抵、その内容は容易に理解できる。
2. 見つかった。しかし、ほとんどの場合、その内容を理解することは難しい。
3. 見つけれなかった。ほとんどの場合、探している情報は見つけれない。
4. わからない

(b)

Q1	Q2	Q3	セグメント
1 or 2	1	1	<b>2</b>
1 or 2	1	2 or 3	<b>3</b>
1 or 2	2	-	<b>1</b>
3 or 4 or 5	1	-	<b>6</b>
3	2	-	<b>4</b>
4 or 5	2	-	<b>5</b>

大

科学・技術への関与度

「科学・技術への高関与層」

「科学・技術への低関与層」

小

サイエンスカフェ参加者のセグメンテーションとターゲティング  
～「科学・技術への関与」という観点から～

加納 圭<sup>1,2,3</sup>, 水町 衣里<sup>2</sup>, 岩崎 琢哉<sup>4</sup>, 磯部 洋明<sup>5,6</sup>, 川人 よし恵<sup>4</sup>, 前波 晴彦<sup>7</sup>

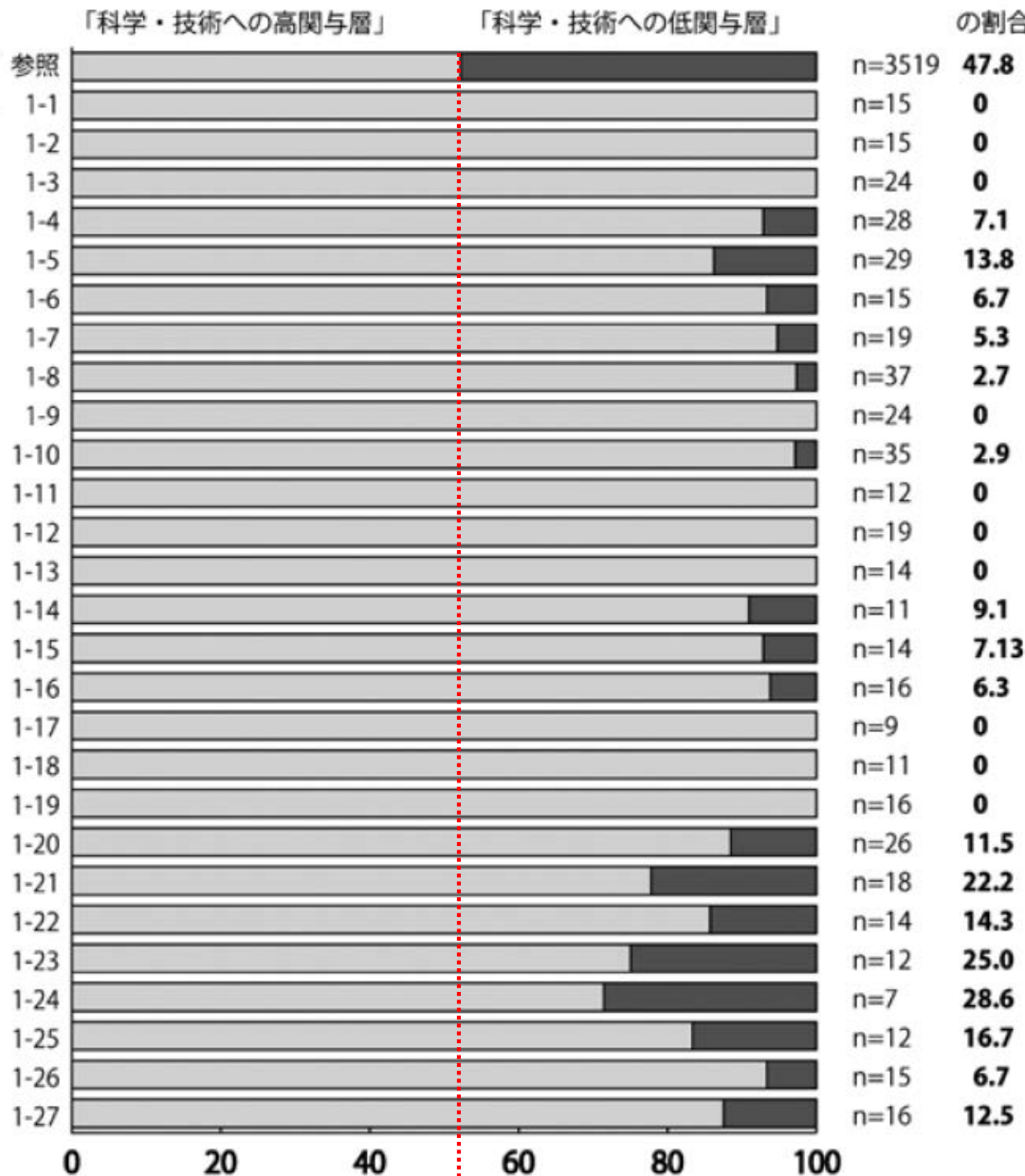


図2 サイエンスカフェなど少人数対話型イベントの参加者層

### 科学・技術イベント参加者層評価に 豪州発セグメンテーション手法を用いることの有効性

Verification on the Utility of Using the Segmentation Method Developed in Australia to Assess Audiences of Science and Technology Events

後藤 崇志<sup>1,2</sup>, 水町 衣里<sup>3</sup>, 工藤 光<sup>3</sup>, 加納 圭<sup>3,4,5</sup>

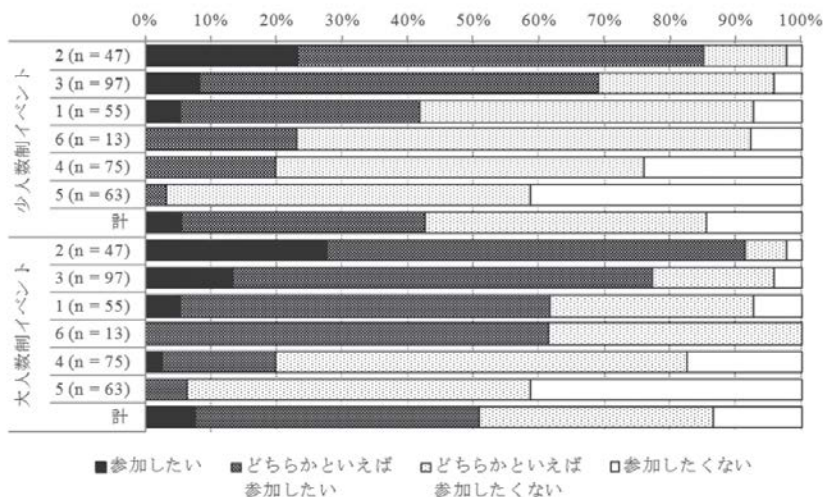


図2 セグメント別の科学・技術イベントへの参加意向

表2 2012年3月時点のセグメント分類と2012年10月時点のセグメント分類

2012年3月時点のセグメント	2012年10月時点のセグメント						計
	2	3	1	6	4	5	
2	24 51.1%	18 38.3%	4 8.5%	0 0.0%	1 2.1%	0 0.0%	47
3	10 15.4%	47 72.3%	3 4.6%	1 1.5%	4 6.2%	0 0.0%	65
1	2 4.8%	14 33.3%	12 28.6%	3 7.1%	10 23.8%	1 2.4%	42
6	0 0.0%	6 37.5%	0 0.0%	5 31.3%	5 31.3%	0 0.0%	16
4	1 1.4%	2 2.7%	9 12.2%	2 2.7%	53 71.6%	7 9.5%	74
5	0 0.0%	0 0.0%	2 3.6%	0 0.0%	20 35.7%	34 60.7%	56
計	37	87	30	11	93	42	

注: 表中の数値は人数, %は2012年3月時点のセグメント分類に対する比率

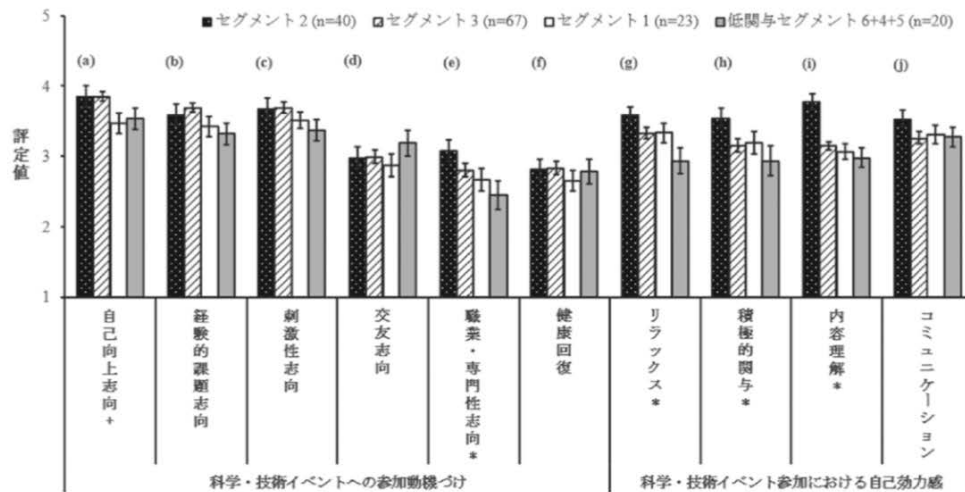


図3 少人数制イベントにおけるセグメントごとの参加動機づけと自己効力感予期の平均値と標準誤差 (\*  $p < .05$ , +  $p < .10$ )

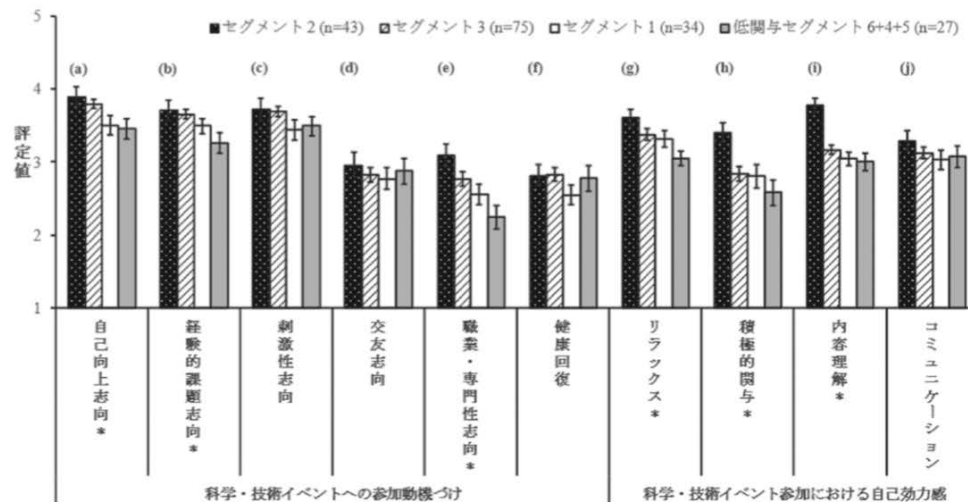


図4 大人数制イベントにおけるセグメントごとの参加動機づけと自己効力感予期の平均値と標準誤差 (\*  $p < .05$ )