

第7章 今後の課題と展望

7.1 土木広報の役割に関する展望

- (1) 広報の目的：広報とは「公共あるいは社会とのよい関係づくり」であり、「双方向コミュニケーションによるよい関係づくり」といえる。このような関係造りためには、情報発信のターゲットである受け手を決め、相手に合わせた情報提供が求められる。若者の土木離れが目立つ昨今、主要なターゲットはこれからの社会を担う若者とその関係者である。これら非土木専門家の人と土木知識を共有しよい関係を築き上げることが広報の目的である。
- (2) 広報と関係づくり：これまで土木の広報は「どうだ、すごいだろう」型の広報、相手に無力感を感じさせる広報が少なくなかった。よい関係づくりをめざす広報は、受け手にとってわかりやすく、「自分にもできそう、参加したい」と感じさせ共感を生み出す広報である。受け手が新しい知識を発見できる広報、情報の羅列ではなく、説明にストーリー性をもたせ、自分もやってみたいと感じるような広報を作りあげましょう、

7.2 情報の選択に関する課題と展望

- (1) 情報の選択：情報の受け手により必要な情報は異なることは当然である。土木には様々な受け手がいるが、ターゲットを定めず、その全てに同時発信することは、害となる場合もある。例えば進路指導を行う中高生の教員に、どの程度の技術情報が必要なのか、上から目線での情報供与では相手の共感を得ることは困難です。このような受け手に応じた適切な量、質の選択が重要であり、そのような情報の取捨コントロールを行うための組織の設置も検討すべきである。
- (2) 情報の提供手段：情報の提供手段は情報の質、量に多大な影響を与える。今やインターネットを介し、大量の画像、動画情報を自由に配信、記録することで、更に AI を利用して、情報を受信者が理解しやすい形に整形することが可能となっている。広報の手段については、これらの新しいネット技術の有効な利活法を考えるべきである。
- (3) 情報発信手段の組織化：現在、学会、委員会では少数のボランティアが広報を担当しているが、学会、鋼構造委員会がターゲットを定め、発信情報を取捨し、情報発信者と協調して組織的に広報を発信する仕組みをつくる必要がある。

7.3 広報手法に関する課題と展望

- (1) 広報手法：従来の広報は、情報に興味を持ってもらい行動につなげようとする一方向の広報といわれる。これに対し受信者自らが情報を調べ行動する AISAS モデル，自ら参加し情報を共有拡散し新たな共感を創出する SIPS モデルなど双方向性の広報が出現してきている。このような受け手による情報の共有・拡散の仕組みはインスタグラムなど新しいメディア技術により急速に拡大しており，このような新しい広報手法を利用して情報拡散を加速させる仕組みづくりも検討すべきである。
- (2) 広報における共感創出：受けた情報を受け手が理解出来ることが大前提であるが，更にストーリー性のある広報を提供することで，受け手が，自分にも出来そう，参加してみたいという共感が創出される。広報の受け手がストーリーの参加者と感じる事が情報共有の第一歩といえるのではないか。また多種多様なメディアを組み合わせた情報伝達が，より本物に近い体験と結びつき共感創出に効果的である。ある就活アンケートの結果によれば，学生に共感を覚えさせた最も有効な手段はリアルな体験といわれている。現場体験が出来ない場合でも，サイバー空間を利用した疑似体験技術などを利用することも検討すべきである。プレリリース等マスコミを通じた情報発信においては，キーワードの利用（5章参照）を意識することにより効果的に共感を創出することができる。
- (3) 広報力：広報能力の評価にも注目する必要がある。8つの広報力（情報収集力，情報分析力，戦略構築力，情報創造力，情報発信力，関係構築力，危機管理力，広報組織力）といった指標により学会，鋼構造委員会の広報力評価することも重要である。広報を進める上で，外向けの発信ばかりでなく，発信者自身が，発信元である学会，委員会の魅力や理念を，広報を通じて再発見していくことで，受け手との共感が創出され，これがスパイラル型の情報創造の原動力となることを期待したい。
- (4) 広報の評価とフィードバック：広報が相互コミュニケーションである以上，受け手側からの反応，加えて送り手側からの評価は重要である。両者の満足度を調べ，これをフィードバックし，広報をバージョンアップする仕組みにも留意していくべきである。双方の自発的な情報提供，情報交換が進むようになれば広報は成功したと評価出来る。