

CEL ホームページ

<https://www.og-cel.jp/>

エネルギー・文化研究所 (CEL) の活動内容や
情報誌「CEL」バックナンバーをご覧になれます。

※CEL ホームページに掲載する「読者アンケート」にご協力願います。
下記の二次元コードで読みとることもできます。



Facebook ページ

<https://www.facebook.com/osakagas.cel>

note コラム

<https://note.com/ognwcel/>

volume137
September 2025

特集

伝えること／伝わること ——多様な今、考える

2025 (令和7) 年9月1日発行

発行

大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所(CEL)
〒541-0046
大阪府大阪市中央区平野町4-1-2

発行人

富尾博之

企画・制作

小西久美子

特集担当

前田章雄

編集人

日下部行洋 (平凡社)

編集

(株)平凡社

アートディレクション & デザイン

okamoto tsuyoshi +

校正

朝日新聞総合サービス(株)

印刷・製本

(株)東京印書館

お問い合わせ窓口

大阪ガスビジネスクリエイト(株)
TEL 06-6205-4650
FAX 06-6205-4759
CEL@ogbc.co.jp

Research Institute for Culture, Energy and Life
©2025 OSAKA GAS NETWORK CO., LTD.

※禁無断転載複写
※本誌掲載の寄稿文、インタビュー、レポートなどの内容は
必ずしも大阪ガスネットワークの見解を示すものではありません。

CELからのメッセージ

「伝える」をあきらめないために

大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所

所長代理 山納 洋 Yamanoh Hiroshi

取引の当事者間で持っている情報に差がある状態のことを「情報の非対称性」といいます。商品について買い手が十分に知らない場合、売り手は品質を偽って高く売るかも知れない。企業と消費者との間で起こり得るこのリスクを防ぐために、売り手には買い手に対して誠意をもって伝えることが、買い手には正しい情報を提供するように売り手に働きかけることが求められてきました。ですが近年、インターネットやSNSの普及により、情報を得ることも発信することも容易になった反面、どの情報が正しいのか分からない、どう伝えれば正しく伝わるのか分からないというように、私たちを取り巻く“情報問題”はより複雑化しています。そうした問題意識から、今回の特集では「伝えること／伝わること」について考えてみました。

ネット上には現在、フェイクやデマなどの情報も溢れていますが、それは発信側の誠意が欠けているからだけでなく、受信側が分かりやすさや物語性を求めているからでもあります。このことを上智大学教授の佐藤氏は「情報の正確さではなく、情動で動く社会」と表現し、今必要なのは、「あいまいさに耐えて不要な情報を聞き流すネガティブ・リテラシー」(26頁)であると述べています。ブックカルチャークラブ・中西氏のZINEに関する実践は、「伝えたいこと」が誰かに伝わるという経験を多くの若者たちが求めていることを示しています。

もう一方の「どうすれば伝わるのか」については、言語学者の川添氏によると「言葉とはそもそも正確には伝わらないもの」(21頁)であり、ジャーナリストの堀氏は「小さな主語」で語ることの重要性を指摘されています。私たちは、自分と他人は同じで、「これで伝わるはず」と思い込み過ぎているのかもしれませんが。サイレントボイスの尾中氏は「コミュニケーションをあきらめないことが大事」(18頁)と語っておられます。

京都教育大学名誉教授の山下氏と前田研究員との対談では、現在の教育の現場では、子どもたちが主体的に学ぶことをより重視し、偏りのない情報を提供することが求められていると知りました。

エネルギー・文化研究所は設立当初より、長期的視点と広い視野に立って社会の状況、動き、未来のあり姿を研究し、伝えていくことをそのミッションとして掲げてきましたが、改めてそのことを心に留めて情報発信をしていきたいと考えています。