

＜特別企画＞

開催形式：ライブ配信

メディアと医療の現場から学ぶヘルスコミュニケーション
～新型コロナウイルス感染症「インフォデミック」を題材に～

企画責任者 喜瀬 守人(家庭医療学開発センター(CFMD))

／川崎医療生活協同組合久地診療所)

座長：喜瀬 守人(家庭医療学開発センター(CFMD))

／川崎医療生活協同組合久地診療所)

講師：市川 衛

((一社)メディカルジャーナリズム勉強会／NHK 制作局チーフ・ディレクター)

コメンテーター：須田 桃子(株式会社 NewsPicks 編集部)

広野 真嗣(ジャーナリスト)

大橋 博樹(多摩ファミリークリニック)

企画担当者：石井 洋介((一社)メディカルジャーナリズム勉強会)

／秋葉原内科 save クリニック共同代表)

岩谷 綾子((一社)メディカルジャーナリズム勉強会)

／株式会社ストーリーーズ・オン・ヘルスケア)

豊田 喜弘(福島県立医科大学地域医療・家庭医療学講座)

[抄録]

2020年の新型コロナウイルス感染症(COVID-19)のパンデミックは全国的な注目を集め、マスメディアはもちろん、SNSやインターネットメディアなどで膨大な量のコンテンツが生み出された。一方で、必ずしも適切でない情報から誤解や差別が助長される「インフォデミック」も話題となった。

今回、インターネット上のコンテンツ調査ツール(Buzzsumo)を利用し、2020年1～5月の期間、COVID-19関連のコンテンツ43万件余りの拡散の度合いを示すエンゲージメント数を調べたところ、感染症専門医がクルーズ船の内部状況を「告発」した動画が第4位(39万1千以上)となるなど、医療者や研究者(専門家)個人によるブログ

や YouTube 動画が多く拡散したことが確認された*1。SNS で注目を集めた専門家が、その後、TV などに出演して自らの「仮説」を広く展開する姿も見られた。

医療者自身による発信が影響力を増す一方で、「どのようなコミュニケーションがよりよい行動変容に結びつくのか？」に関する過去の研究では、難しさも見えてきている。例えば SNS では、根拠のある情報より感情的に訴える不適切な情報のほうが拡散しやすく*2、また、誤解されずにメッセージが伝わったとしても、発信者が意図した行動変容が起きなかったり、意図したものと逆の行動が強化される*3 という結果も出ている。

本セミナーでは、一般社団法人メディカルジャーナリズム勉強会とのコラボ企画として、メディア(テレビ、ネット、新聞、雑誌)で実際にコンテンツを作る制作者を迎え、新型コロナ時代におけるヘルスコミュニケーションの変化について概括し、また注目を集めつつある「医療者自身による発信」において、気を付けるべきリスクや「伝わる」発信のポイントについても紹介する。ディスカッションでは、パンデミックの混乱期に、メディアと医療界がいかに協働してより良いメッセージを社会に打ち出すかに、メディア関係者と医療者という立場の壁を超えた議論を進めたい。