

V-3. 健康情報番組の受容過程と視聴者の自律性に関する研究

—Public Understanding of the TV Program on Health Information

キーワード Key Word	健康情報, テレビ番組, 公衆理解、
	Health Information, TV Program, Public Understanding

1. 調査の目的

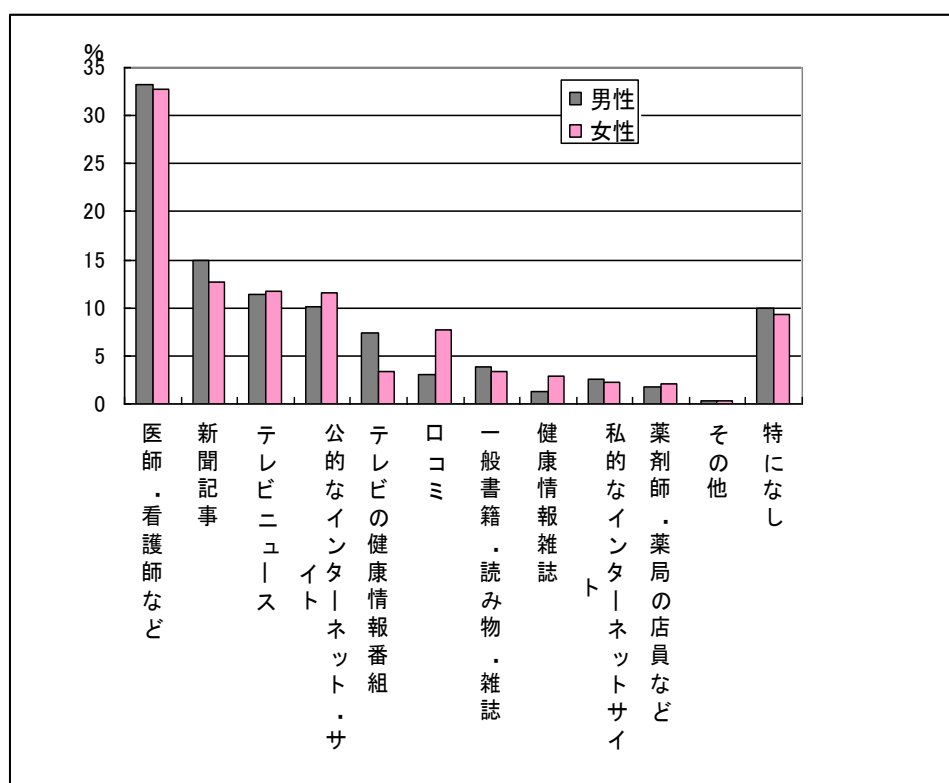
健康に関わる情報は国民の最大関心事のひとつである反面、メディアからの情報が、視聴者・消費者の過剰・不適切な行動を引き起こすといった社会現象も発生している。健康情報番組が視聴者にどのようなプロセスで受容されているかを実証的に明らかにすると共に、消費者・視聴者の自律的な情報選択を可能にするような社会的仕組みを国内外の比較研究を通じて具体的に検討した。

2. 調査研究成果概要

(1) 健康情報の情報源

平成19年2月9日～11日にかけて、男女合わせて1055人に対するウェブアンケートを実施。(本調査は、放送文化基金の助成をうけて実施された)。

情報源として、よく利用するのは「テレビニュース」・「健康情報番組」・「新聞記事」、最も信頼できるのは、「医師・看護師」「新聞記事」「テレビニュース」で、テレビの健康情報番組を信頼する人は1割に満たない。男女別では、女性において「ロコミ」および「健康情報雑誌」の利用率が高い



(2) テレビの健康情報番組を信用する理由

一般的に、テレビの健康情報番組を信用する理由としては、「専門家の登場・解説」をあげる人がもつとも多く(5割)、情報源の信頼要因として、専門家の果たす役割が大きい(図2)。

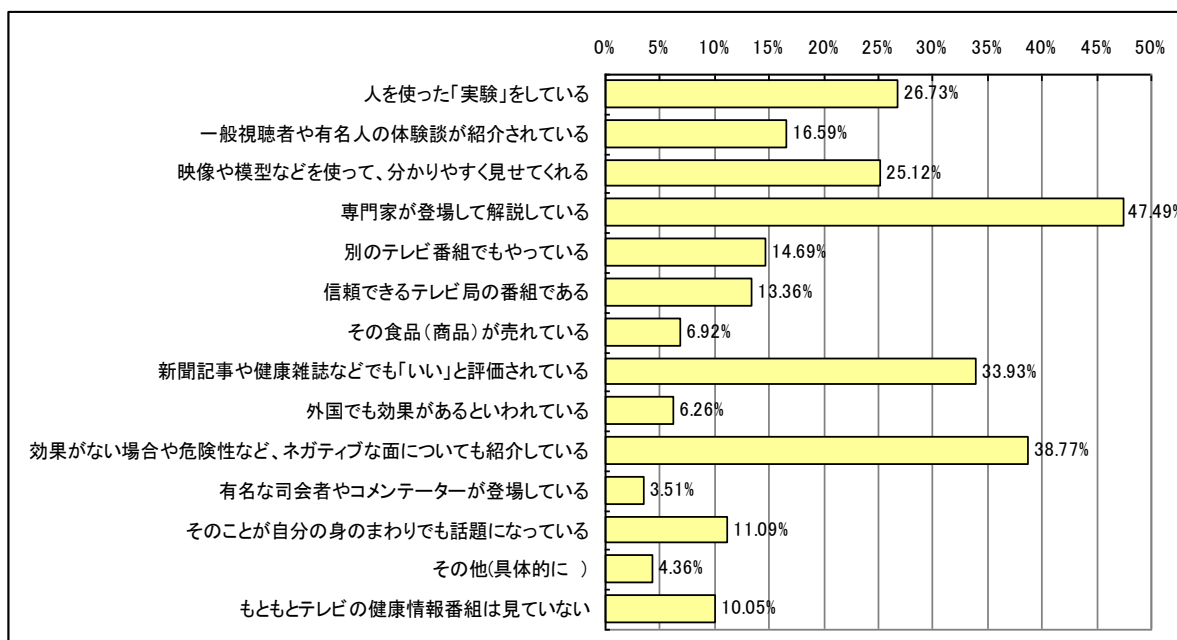


図2 テレビの健康情報番組を信用する理由(複数回答)

情報の信頼性を左右する要因として、いわゆる「専門家」の役割は大きく、専門家の見解や研究内容が間違っって伝えられていないかどうかなどについて、専門家自身によるチェックができる仕組みづくりが不可欠である。

(3) 健康情報ねつ造番組への反応

今回の研究期間中に、納豆の健康効果に関する番組での情報捏造が問題になった。テレビ番組自体を見た人は2割だが、番組は見えていないが、話をロコミできた人が7割近くいる。情報に接して、納豆を購入しようとした人は、全体の1割。番組捏造が発覚したが、6割の人が今後とも健康情報番組を見るものの、冷静に見ていきたい、としている。

表1 健康情報ねつ造番組への反応

1	それまで納豆を食べる習慣はなかったが、番組の話をきいて、納豆を購入しようとした(売切れで購入できなかった場合も含みます)	28	2.90%
2	納豆は食べるが、番組の話をきいて、いつもより多めに納豆を購入しようとした(売切れで購入できなかった場合も含みます)	113	11.72%
3	納豆は食べるが、そのためにわざわざ購入しようとは思わなかった	664	68.88%
4	もともと納豆を食べる習慣がないし、購入しようとは思わなかった	159	16.49%

健康情報捏造番組捏造の社会的影響は、決して小さくはなかったが、人々は、この種の健康情報番組を日常的な楽しみのひとつとして接しているという局面も無視できない。