

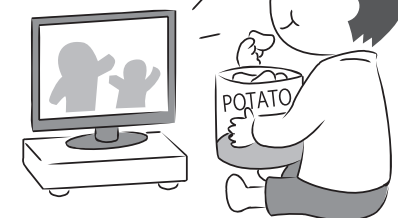


聖路加看護大学保健医療社会学・看護情報学教授

中山 和弘

テレビを見ると、食生活が乱れる？

テレビの視聴と子どもの食生活の間にどのような関連があるのでしょうか。さまざまな要因が考えられますが、今回は「メディアリテラシー」の観点から検討してみたいと思います



先日、「テレビを見ている時間が長い子どもは乱れた食生活になる」というアメリカの研究報告を目にしました。約1万人を対象とした調査で、テレビを長く見ている子どもほど、お菓子やジュースなどの摂取量が多く、野菜や果物の摂取量が少なかったり、朝食抜きやファストフード店での食事が多いというのです

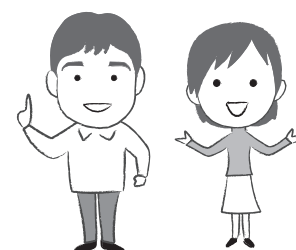


テレビの視聴を制限すればよいのでしょうか？

大切なのは、メディアリテラシーをもつことです。

テレビの視聴が子どもの食生活に悪影響を与える。その要因のひとつとしてあげられるのが、テレビのCM（広告）です。テレビでは、おいしそうなお菓子やジュース、ファストフード店のCMはよく流れますが、野菜や果物のCMはほとんどありません。子どもは、CMで見たものをそのまままよいものと思う傾向があります。実際に、テレビを長く視聴する子どもは、CMで見た食べ物を親にねだることが多く、自分で買ったり、食べたりしているとの報告もあります。子どものときに身についた食習慣は大人になっても継続することが多いですし、生活習慣病などを考えると健康にとって大きな問題です。

たばこやお酒は、広告が子どもの目に触れないようにテレビCMなどでは規制がかかってきていますが、海外では最近、ジャン



中山和弘先生
花子さんにヘルスリテラシーについて教え、産業保健活動をサポート。

花子さん
新米産業保健師。ヘルスリテラシーに関心をもち、中山先生のもとで勉強中。

クフードも対象になってきています。たとえばデイズニーは、子ども向け番組やウェブサイトで、ジャンクフードの広告を排除する方針を打ち出しました。このように広告を規制する方法はありますが、情報はさまざまなところに溢れており、大切なのは、そうした情報を批判的に見て吟味し、意思決定したり行動したりできる「メディアリテラシー」を身につけることです。日本の小・中学校の学習指導要領でも、メディアリテラシーに関する内容が盛り込まれました。しかし、子どもだけでなく、健康食品や健康器具など、大人でも広告を鵜呑みにしている場合は多いのではないのでしょうか。

「新発売」や「期間限定」といった言葉に惹かれてはいませんか。これらは、どれも商品の特徴とはまったく別の情報です。また、広告には、大げさな表現、実物より

信頼できる情報はどこにあるのでしょうか？

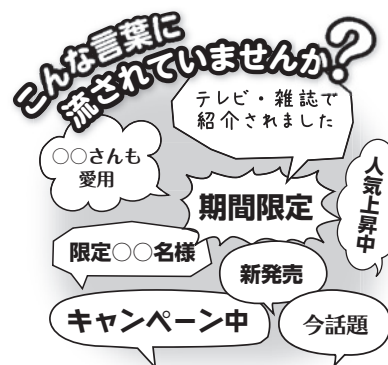
営利組織と関係のない団体や行政などの情報を見つけましょう

やはり、信頼できる健康情報は、企業などの営利組織との関連のないところから探したほうがよいでしょう。それを強く求められる政府や非営利の組織はさまざまな健康情報をつくるべきなのです。アメリカやイギリスなど先進国の国立医学図書館（残念ながら日本にはありません）では、ウェブサイトでわかりやすく健康情報を提供しています。そして、たとえば何かの病名で検索すると、必ずと言っていいほど国立医学図書館や国立の研究機関などの情報が上位に表示されます。そのように取り組んでいるのです。日本ではどうでしょうか。一度、気になる病気や症状について検索してみると、営利目的のサイトが上位に出ることが多くあります。信頼できる情報を国民が求めていくことも、重要です。



メディアリテラシーを高める方法を教えてください

いくつかのメディアの情報を比較しましょう



もよく見せる画像や映像がありますし、ネガティブな情報は伝えない、スポンサーや制作者の意図が強く入り込んでいるなどの特徴があります。健康にどのような影響があるのか、実際の製品の特徴を知る必要があります。

まずは、テレビや新聞、ネットなどのさまざまなメディアで、今見ている情報が、①ニュースなのか、②誰かの意見なのか、③広告なのかを意識することが大切です。

たとえば、「あるサプリメント

は効果がある」という情報があつたとき、それが3つのうちのどれなのかということ。そして、それがわかるようになるには、メディアの表現が、その3つによってどう違うかに敏感になることです。ニュースのような広告、ニュースのような意見、意見のような広告があります。同じひとつの出来事について、複数のメディアがどのようにに伝えていくか比較する習慣をつけましょう。

また、マスメディアで見られる現実と、実際に身の回りにおこることは別だということにも注意が必要です。あるところで誰かにおこった今までのない出来事についてのニュースは、基本的にはまだ海のものとも山のものともわからない時点で紹介されるからニュースになるのであって、これから誰にでもおこることではありません。

そして、なぜそのようなことをメディアは伝えようとするのかです。基本的には営利目的で、より多くの人の目を引く情報に流れやすく、面白さや目新しさなどが求められやすくなっています。とくに健康や医療のような科学的な情報が求められるなかで、科学では

説明できないとか、科学を超えた世界などは注目を浴びやすいネタです。しかし、科学とは、自然や人間におこっていることを、誰にでもわかるように偏見なしで客観的に示すための努力のことです。科学するために政府や非営利の団体が十分に資金を提供してくれるばよいですが、そうでなければ、営利が絡んでくることを忘れてはなりません。

さらに、どんな科学的なニュースであっても、膨大な研究成果のなかから何を伝えるか、どう伝えるかはメディアが決めています。メディアはある意味「正義の味方」を演じ、話のある方向にもって行くことがあります。ものごとには常に、その反対の見方もあるはずだ、とチェックしましょう。

最近では、SNSなどのソーシャルメディアがその役割の一端を担っています。医療関係者や患者が、メディアを批判したり、さまざまな立場から見た現実について発言しています。自称、医療ジャーナリスト、医療評論家などという人もいますので、それらの人の発言が医療関係者などからどう評価されているか確かめてみましょう。