

第15回リスクコミュニケーション専門調査会
事例報告「週刊こどもニュースの取組について」 概要

日時：平成17年7月4日（月） 14：30～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：NHK番組制作局 青少年・こども番組

「週刊こどもニュース」チーフプロデューサー 田熊邦光氏

講演概要：

- ・ 「週刊こどもニュース」はNHK総合テレビで毎週土曜日、18：10～42 の時間枠で放送している。今年で12年目。
- ・ 視聴率は平均で10％程度。高い場合は16％程度。
- ・ 「世の中まとめて1週間」、「今週の大はてな」および「特集コーナー」の3つのコーナーで構成されている。出演者はお父さん役、お母さん役および子供役3人。
- ・ 制作スケジュールとしては、水曜日の11時半から編集会議で取り上げる予定のニュース項目を決定、翌日木曜日に子供にわかりやすく書き直したニュース原稿を作成し、金曜夜に出演者の3人の子供全員を集めて説明を行う。
- ・ 金曜日の打ち合わせでは、子供たちから活発に質問があり、この質問に対して子供たちが納得できるまで何度でもリライトを行うことが非常に大切な作業である。
- ・ どのテーマにおいても伝えたい情報は多いが、何を伝えればいいのか、子供がテーマを理解していく上で何が必要なのか考え、情報を絞り込み、削っていくことが肝心である。1分以上のニュースは子供にはオーバーフローである。
- ・ 7分間の特集コーナーでは、模型を作成しわかりやすいよう解説している。7分以上の時間をかけると子供たちにはまたオーバーフローになってしまう。
- ・ 子供たちに情報を伝えるには、言葉での説明よりも、絵や模型などが効果的。多くのことを伝えようとするのではなく、一番伝えたいことをビジュアル化して説明し興味を持ってもらうことが大切だと考えている。
- ・ 解説や模型などの評価については、出演者である3人の子供たちの反応で確認し、リライト・修正している。誰に伝えたいのかターゲットを考えて制作を行うことが大切。まず出演者の3人の子供たちにどのようにしたら理解してもらえるかを想像し、その向こうにいる視聴者の子供たちに伝えていけるよう番組制作の努力をしている。
- ・ 「勉強」、「学びました」という言葉は禁句にしている。

質疑応答：

Q：予備知識のない子供たちを視聴者の対象として番組制作を行っていると思われる。出演者の子供たちが出演経験の継続から一般の子供以上に知識を蓄積した場合、番組制作に影響はないのか？

A：出演を続けることで、子供たちの学習が進み、一般の子供たちと格差が出てしまうため、3年間で出演者を変えている。なぜ、何がわからないのか表現して答えられる想像力のある子供たちを選んでいる。また、ニュースに登場する人々の気持ちを想像して共感を持てる子供を選ぶようにしている。

Q：大人をターゲットに、難しいニュースを子供に解説するようにわかりやすく提供していると理解しているが、ターゲットは大人で正しいか？

A：あくまでターゲットは子供。しかし、実際、電話等の反響があるのは60,70代の方が多い。ニュースのスピードがちょうどいいと好評である。

Q：専門的なテーマについて、本当に伝えたいことだけを伝えるために、できるだけ不必要な情報は削っているというお話であったが、放送後、(専門家等から)テーマの本質からずれてしまっているのではないかというクレーム等はないのか？

A：制作過程で、NHKの解説員に聞く等、専門家に確認作業を行っているので、そのようなことはない。

Q：テレビではビジュアル的な媒体を使い解説することができるが、文字や言葉だけで表現する場合は、どのようなことに気をつければよいと考えるか？

A：「世の中まとめて1週間」では、文字・言葉だけで子供たちに伝わるかどうかという確認作業を行っている。特にテレビだからという意識はない。模型については、7分間の解説で子供たちの興味を引きつけておくという役割もある。文字で伝える情報とはまた別な工夫が必要である。

Q：リスクコミュニケーション専門調査会では、専門的な情報を伝えるためには、どのような専門性や技術が必要か検討している。番組では、どのような専門家がニュースを子供向けにリライトしているのか？テーマ毎に制作者を変えているのか？

A：NHKのOBである元記者の2人が、交代で、ニュースを番組向けにリライトしており、テーマ毎に決めているわけではない。スタッフの中でニュースを専門とするのはお父さん役を努める鎌田解説員のみ。素人なりにディスカッションを行い、子供たちに何を理解して欲しいのか、どうしたらわかってもらえるのか、工夫を続けている。

Q：一方的な意見だけを解説せず、複数の意見があることも説明する必要があると考えている。子供向けということで何か気をつけていることはあるのか。

A：子供向けには「理想を語る」ことも大切（なのではないか）。

また、モニターは非常に大切であり、番組の中では出演者の3人の子供たちがこれに当たる。彼らをどう選び、どう利用するかが重要。番組制作について、彼らの感覚や意見は非常に効果的である。

第16回リスクコミュニケーション専門調査会 講演「食のリスクコミュニケーションとフードファディズム」概要

日時：平成17年8月1日（月）15：00～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：群馬大学教育学部 高橋久仁子氏

講演概要：

●フードファディズムとは

- ・「フードファディズム」は「食べ物や栄養が、健康や病気に与える影響を過大に評価したり信じること」と定義される。
- ・フードファディズムには、3つのタイプがある。
 - ①健康効果を騙る食品の大流行（例：紅茶きのこ、酢大豆、アミノ酸飲料など）
 - ②食品・食品成分の「薬効」強調（例：「健康食品」全般）
 - ③食品に対する不安の扇動（例：「良い食品」と「悪い食品」の単純二分化、ある食品の万能薬視・毒物視、不安便乗ビジネスなど）
- ・フードファディズムが蔓延する社会的条件として、
 - ①過剰な食料供給、②過剰な健康志向・健康「強迫」、③食料の生産や製造、流通に対する漠然とした不安・不信、④情報の過剰提供およびメディアリテラシーの欠如があげられる。

●食に関する情報と人々のとらえ方

- ・情報の内容は大きく分けて「体に良い情報」と「体に悪い情報」がある。量的には「体に良い情報」が多いが、「体に悪い情報」も一定の人氣があり、このような内容の本はよく売れている。リスクコミュニケーションという点では、「体に悪い情報」が非常に大きな関わりを持つと考えられる。
- ・情報の発信源としては、教育機関、行政、医療現場などもあるが、これらの情報はあまり注目されず、食品業界、「健康食品」業界、マスメディアからの情報は、非常に人目を引く。
- ・食品の表示の偽装事件や、指定外添加物の使用、基準値を超える残留農薬の検出、無登録農薬の使用などは、経済面、法遵守という点では問題であったが、危険なものが使われていたわけではない。その間、食の安全を本当に脅かすものが食中毒であるということを置き去りにしたまま、このような報道だけがされた。
- ・提供される情報を自分自身の頭で考えることを面倒くさがる、テレビで言っていることは本当だと思ってしまうという傾向もある。
- ・人々が危険に対して敏感に反応するかのような一方で、「健康食品」を無警戒に利用するなど、本当に危険なものに対して無防備な側面もある。

●リスクコミュニケーションにおける課題

- ・食べないことによる危険や食べ過ぎる危険があること、危害要因を含む食品の危険性は量で決まるということについての考え方が整理されていないように思う。

- ・インターネットオークションや個人輸入で入手できるものの中には、危険なものがあるということに関心を持ってもらうことも、重要な課題である。
- ・所沢のダイオキシンの問題では、風評被害が出たが、アクリルアミド、緑茶カテキンについては、風評被害のような現象はなかったように思う。何が風評被害になり、何がそうではないのかを分析していくこともリスクコミュニケーション専門調査会の大事な仕事ではないか。
- ・リスクコミュニケーションが成立するためには、情報を共有することが重要である。そのためにはマスメディアが重要な役割を果たすが、メディア報道には偏りがある。食の教育とメディアリテラシーがうまく何とか機能し合うことによりリスクコミュニケーションを成り立たせなければならないが、大変難しい。

質疑応答：

Q：フードファディズムについて講義をすると、学生の意識はどのぐらい変わるのか。

A：授業は、1週間に1度、私の講義は合計11回である。「体に良い」という広告を出している企業に電話をかけてレポートするというのを課題に出し、その報告に3回の授業を使った。

授業回数が半分ぐらいのところで、受講者の意識が変わると実感している。

Q：「大流行」「扇動」は、何をもってそう判断するのか。

A：「大流行」とは、授業や講演をしたときに、学生や聴衆にある食品について聞かれた時に、「大流行」と判断している。

主な意見：

- ・「意図を持った扇動」と「結果的な扇動」があると思う。無添加食品はかなりの数が売られている。多くの人たちが商売にすることが結果的に扇動になっていると思う。
- ・「白砂糖は有害である」「砂糖を食べると頭が良くなる」双方ともフードファディズムである。
- ・有害か否かは量で決まるということを、わかってはいるが、その量の判断ができるような環境にはない。
- ・情報は過剰であるとのことであったが、本当に必要な情報、欲しい情報があるのかどうかということを分析する必要があるのではないか。
- ・情報を皆が知りたがっている中で、どうわかりやすく構成するか、どう見せるかということも、メディアの役割である。ある種の反対意見も載せたり、大学の先生の監修を受けるなど、単なるうわさではなく根拠があるものを出している。あまりに極端なメディアの罪悪論のようなものもまた危険ではないか。
- ・学者の情報は、論文になっていて、第三者が見て証拠づけられるということが必要。
- ・日本ではグッドサイエンスとバッドサイエンスの区別がない。情報の内容を検証する必要がある。
- ・学校教育の影響も大きく、食品添加物が非常に悪いところを強調してとりあげている副読本もある。
- ・良い情報、信頼性のある情報をどう皆様に紹介し、広げていくかが課題。健康への関心の

高さや食生活の乱れなどにより、「健康食品」に頼っているという状況は間違いなくあるようなので、信頼性のある情報の所在やその活用についてのサポートも大事ではないか。