

偏った情報の中で

宮岡 等

以前、精神科を専門としない医師が主な読者である雑誌に「(精神科の薬剤について)適切な情報を得てほしい。製薬メーカーのMR(医療関係者を訪ねて薬剤情報を提供し、収集することを業務とする者)からの情報は、基本的には科学ではなく宣伝と考えたほうがよい」という意味のことを何度か書いたことがある。最近、プライマリケア医の啓発を目的とするメディアから依頼された原稿に「製薬メーカーのパンフレットやMRの説明では薬の良い面ばかり強調されやすいから、勉強には向かないと思う」と書いたら、編集者から「製薬メーカーの広告で成り立っている企業なので、この文章はやめてほしい」と言われた。かつて、薬の使い方に関する本で、特定の薬剤の使用を勧めるような記述を執筆者に求めた出版社もあったし、アルコール依存の記事が少ない雑誌が、実はアルコール関係の会社の広告料で支えられていたという噂を聞いたこともある。もちろんメディアによる差はあるが、これが現実であろう。

美人女優がテレビで、「のんだらすぐ治る」かのように風邪薬を宣伝しても、視聴者は薬に関する正しい情報とはどこかで区別して頭に入れていく。明らかに宣伝とわかる形で提供される情報はあまり問題ない。難しいのは、隠し味のように宣伝を埋め込みつつ、一見科学性があるかにみせてもたらされる情報である。最近は宣伝としか思えないことを、さも科学的であるかのように述べる専門家にもよく出会う。

ネットを含むメディアの発達によって多くの情報を容易に手に入れることができるようになった。限られた情報の中から適切なものを苦労して求めた過去よりはよいかもしいれないが、偏った情報が「情報がない」以上に混乱を深めることもある。情報を得る側が選別する力を養い、さらに情報を与える側の知識と倫理性、その間に立つメディアの中立性を厳しく問い続けなければ適切な情報は得られない。

