

②健康への関心度との関連では、「きょうの健康」は健康に気を使う人の方がよく見ていた。

③健康行動との関連では、「あるある大辞典」は積極的な人がよく見る傾向があった。

表5

N=186	①年齢			②健康への関心度			③健康行動		
	人数(%)	χ^2	p	人数(%)	χ^2	p	人数(%)	χ^2	p
1)雑誌・読む									
NHKきょうの健康	94(51.1%)	13.27	0.001***	91(50.8%)	15.08	0.001***	95(51.4%)	0.18	0.671
暮らしの手帖	86(46.7%)	4.06	0.131	82(45.8%)	2.66	0.265	86(46.5%)	0.99	0.321
NHKおしゃれ工房	85(46.2%)	24.62	0.001***	83(46.4%)	6.55	0.038*	85(46.0%)	1.43	0.232
週刊女性	81(44.0%)	1.18	0.555	80(44.7%)	0.06	0.726	81(43.8%)	1.21	0.272
レタスクラブ	73(39.7%)	9.74	0.008**	72(40.2%)	1.38	0.503	73(39.5%)	3.17	0.075
婦人公論	68(37.0%)	5.06	0.080	66(36.9%)	1.69	0.429	68(36.8%)	0.08	0.776
壮快	59(32.1%)	5.48	0.065	58(32.4%)	10.03	0.007**	59(31.9%)	6.52	0.011*
安心	56(30.4%)	2.89	0.236	54(30.2%)	5.00	0.082	57(30.8%)	1.02	0.313
わかさ	35(19.0%)	1.32	0.517	34(19.0%)	2.21	0.331	35(18.9%)	4.34	0.037*
ハイセス	32(17.4%)	2.71	0.258	31(17.3%)	2.80	0.247	32(17.3%)	6.46	0.011*
だいじょうぶ	10(5.4%)	4.63	0.099	10(5.6%)	1.27	0.531	10(5.4%)	0.12	0.727
3)-1テレビ・見る									
おもいきりテレビ	150(81.5%)	2.03	0.363	145(81.0%)	4.57	0.102	151(81.6%)	0.67	0.414
NHKきょうの健康	127(69.0%)	25.03	0.001***	122(68.2%)	7.59	0.022*	127(68.7%)	0.76	0.384
あるある大辞典	117(63.6%)	12.44	0.002**	115(64.3%)	1.38	0.501	117(63.2%)	5.16	0.023*
クローズアップ現代	114(62.0%)	5.84	0.054	111(62.0%)	9.86	0.007**	114(61.6%)	3.68	0.055
はなまるマーケット	104(56.5%)	0.33	0.849	102(57.0%)	1.10	0.577	104(56.2%)	2.96	0.085
生活ほっとモーニング	84(45.7%)	6.79	0.034*	82(45.8%)	3.14	0.208	84(45.4%)	0.22	0.640
くらしの経済	79(42.9%)	4.47	0.107	77(43.0%)	2.17	0.338	79(42.7%)	0.74	0.391
3)-2テレビ・役立つ									
おもいきりテレビ	118(78.7%)	10.88	0.004**	113(77.9%)	8.46	0.015*	119(78.8%)	4.78	0.029*
NHKきょうの健康	103(81.1%)	0.04	0.982	98(80.3%)	6.45	0.040*	103(81.1%)	2.18	0.140
あるある大辞典	98(83.8%)	3.23	0.199	96(83.5%)	0.59	0.746	98(83.8%)	9.15	0.002**
クローズアップ現代	84(73.7%)	0.48	0.787	82(73.9%)	1.15	0.563	84(73.7%)	0.91	0.340
はなまるマーケット	81(77.9%)	0.40	0.819	79(77.5%)	0.98	0.614	81(77.9%)	7.06	0.008**
生活ほっとモーニング	67(79.8%)	0.52	0.771	65(79.3%)	1.75	0.418	67(79.8%)	1.81	0.179
くらしの経済	58(73.4%)	0.64	0.727	57(74.0%)	3.78	0.151	58(73.4%)	12.11	0.001***
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001									

3)テレビ番組の有用性について

テレビ番組の有用性については、「あるある大辞典」・「きょうの健康」で番組を役立つと感じている人が視聴者の80%をこえていた。

①年齢との関連では、「おもいきりテレビ」は60代において90%が役立つと感じ、40代では40%近くが役立つと感じていないと感じていた。全年齢では78%が役立つと感じていた。

②「おもいきりテレビ」は健康への関心が高い人が役立つと回答する傾向があった(90%)。

③健康行動については、「おもいきりテレビ」「あるある大辞典」「はなまるマーケット」「くらしの経済」とともに、積極的でない人は役立つと回答しない傾向があった。

テレビ番組毎の視聴と健康情報の獲得源との関連をみると、「おもいっきりテレビ」においてのみ有意差が見られ、この番組を視聴している人はテレビから最も情報を入手する傾向が認められた($p=0.006$)。

IV 考察

テレビが最も頻度の高い情報源であることは先行研究と一致していた^{1,2}。この研究ではさらにテレビ番組や雑誌の種類毎の視聴、購読状況を調べた。「きょうの健康」は50代、60代の健康に関心のある人に、「あるある大辞典」は40代の人によく見られていたのに対し、「おもいっきりテレビ」は年齢や健康への関心度に関係なく最もよく見られていた。それぞれの番組の情報の送り方やそれに対する受け手のニーズや認識について今後検証する必要があると思われる。精神障害者差別とマスコミ報道との関係性を指摘する研究が最近報告されているが³、健康情報においても報道を鵜呑みにしたり、イメージや特に印象に残ったことが一人歩きしたりすることは十分考えられる。

V まとめ

1. 健康の情報源は、1位テレビ、2位新聞、3位雑誌、4位友人であった。
2. 健康情報を扱う雑誌のうち、最も高率に読まれていたのは「NHKきょうの健康」で、たいてい読む、時々読む、たまに読むを合計すると51%の人が読んでいた。
3. テレビ番組では、「おもいっきりテレビ」がたいてい見る、時々見る、たまに見るを合計すると82%の人が見ていた。続いて「NHKきょうの健康」69%、「あるある大辞典」64%であった。
4. 年代別に見ると、「NHKきょうの健康」は雑誌、テレビとも50代、60代が、テレビの「あるある大辞典」は40代の人がよく見ていた。「おもいっきりテレビ」は年代による差は見られなかった。
5. 健康に気をつけている人は、そうでない人に比べて「NHKきょうの健康」をよく読んだり見たりしていた。

¹ 喫煙・飲酒に関する健康情報の情報源と保健行動の関連に関する研究．久保訓子、坂田清美、永井正規、柳川洋：日衛誌 Vol.51 579-87; 1996

² 平成2年度健康づくりに関する意識調査報告書．健康づくりに関する意識調査研究委員会編：健康・体力作り事業財団 101-3; 1990

³ 報道のあり方について．長尾卓夫：日本社会精神医学雑誌 Vol.4 181-185; 1996