



マスコミ対策は 感染症対策の一部です

朝日放送株式会社 報道局 ニュース情報センター「NEWS ゆう+」チーフプロデューサー
谷 浩司

先日、大阪で「インフルエンザ騒動を総括しよう」という医療・行政関係者の会に、マスコミ代表(?)として参加しました。耳の痛い話もあり、自戒するところ大でした。ただ、パンデミック対策は“情報戦”の要素が大きく、マスコミは“武器”であり、“戦友”ともなるはず。 「マスコミ対策もパンデミック対策の一部」という意識をもって、国から現場まで各レベルで対応を考えておいて頂きたいのです。混乱の中で貴重な時間を浪費しないためにも。

では実践的に…。 「自分の病院にマスコミが押し寄せて来たら？」相手は数が多いだけの烏合の衆なので(笑)、受身にならず、積極的に仕切ることです。以下、ポイントを3つ挙げます。

- ①担当者を決めておく。医学知識があり、現場が分かり、自分の責任で判断できる人。医療活動の中心人物と重なっても、出し惜しみしない。想定外の質問に答えたり、間違いを正したりする能力が非常に重要なのです。
- ②連絡・記録・警備などを担当する、事務系の支援スタッフを指名しておく。カメラの撮影位置など取材ルールを決めておく。
- ③新聞・テレビ各1社(要求する内容や時間が違うので)の幹事社を決め、そこと協議する。定時の会見を設定し、ダラダラ対応しないのがお

互いに効率的です。

マスコミ側も、病院や患者さんに申し訳なく思いながら取材しています。率直に話していただければ解決することは多いです。

記者会見でよくあるのが、「医学的に厳密な言い方が、逆に要点をぼかしてしまう」現象です。細かなデータは後回しにして、まず市民への明確なメッセージを口にすべきです。前回の騒動で、ある学校に責任を問う電話が殺到する事態が起きてしまいましたが、ある医師が「バカバカしい。すぐやめなさい!」と会見で一喝してくださいました(国レベルでそんな発言が欲しかった…)。会見者の見かけも軽視してはなりません。不安そうだったり、ぶっきらぼうだったりすると、内容の信頼感に影響します。いま何を人々に伝えるべきなのか、どうすれば伝わるのかを常に意識することは、社会現象であるパンデミックをコントロールする技術の一つだと考えます。

●略歴：朝日放送(大阪)のニュース情報番組「NEWS ゆう+」チーフプロデューサー。香港に駐在中の1997年、H5N1型インフルエンザのアウトブレイクに遭遇。昨年は、神戸の現場で新型インフルエンザ報道に携わった。

*本記事は、病院感染対策の総合専門誌「INFECTION CONTROL」誌(メディカ出版)最新号に掲載予定のものです。速報としてwebにて掲載しています。

*本記事の無断引用・転載を禁じます。