

健康を地域の課題に ～エンターテイメント・エデュケーションができること～

第6回学際セミナー

平成22年12月11日

熊本大学 政策創造研究教育センター

河村洋子

「健康」って個人の問題？

- 「健康」の定義のコンセンサス？

近代における「Health」の定義

WHO憲章(1948)の定義

Health is a state of complete physical, mental, and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.

健康とは、病気ではないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあること。

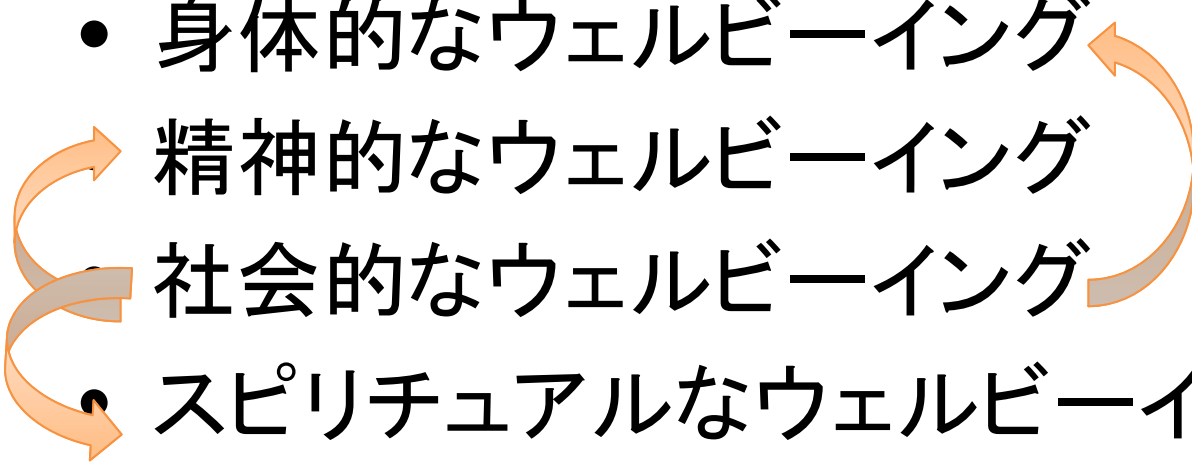
「Health」の要素

- 身体的なウェルビーイング
- 精神的なウェルビーイング
- 社会的なウェルビーイング
- スピリチュアルなウェルビーイング

社会的ウェルビーイング

- もっとも曖昧
- 2つの考え方
 - ①健康であるためには、人は家庭とコミュニティに前向きな貢献をしなければいけない
 - ②対人関係をつくり維持し、温かい友人関係を広げ、他の人々とつながり、感情を受け止めて表現することができる能力により特徴づけられる
- 社会的環境は、健康の一側面というよりは、健康の外的決定要因。

「Health」の要素

- 身体的なウェルビーイング
 - 精神的なウェルビーイング
 - 社会的なウェルビーイング
 - スピリチュアルなウェルビーイング
- 

地域の役割

- コミュニティ＝共同体意識を共有している集団
- 地域＝地理的な区切りで、空間を共有している集団。
- 地域の中では
 - － 空間（物理的環境）の共有
 - － 文化や習慣、規範などの共有
 - － 人どうしのつながりの提供

社会的ウェルビーイング
影響

WHOの「健康」の理解

- 到達可能な最高水準の「健康」を享受することは基本的人権である(1948年 WHO憲章)
- 「健康」は日々の生活の資源であって、目的ではない(1986年 オタワ憲章)
- 「健康」は基本的人権であり、社会的投資である(1988年 アデレード宣言)
- 「健康」は基本的人権であり、社会経済的発展に不可欠(1997年 ジャカルタ宣言)

健康な人が増えることは、社会の発展につながる！
⇒健康な住民の多い地域は、前向き、発展的！

ヘルスプロモーションが目指すもの？

- 公衆衛生の問題の変遷
 - 感染症から慢性疾患へ
- 「健康」の定義の変遷
 - 「肉体的・精神的な疾患のない状態」から「日々の生活の資源」「社会と個人の資源」
- 「パラダイム戦争」(Davies & Macdonald, 1998)
 - 生物医学的公衆衛生VSヘルスプロモーションの実践

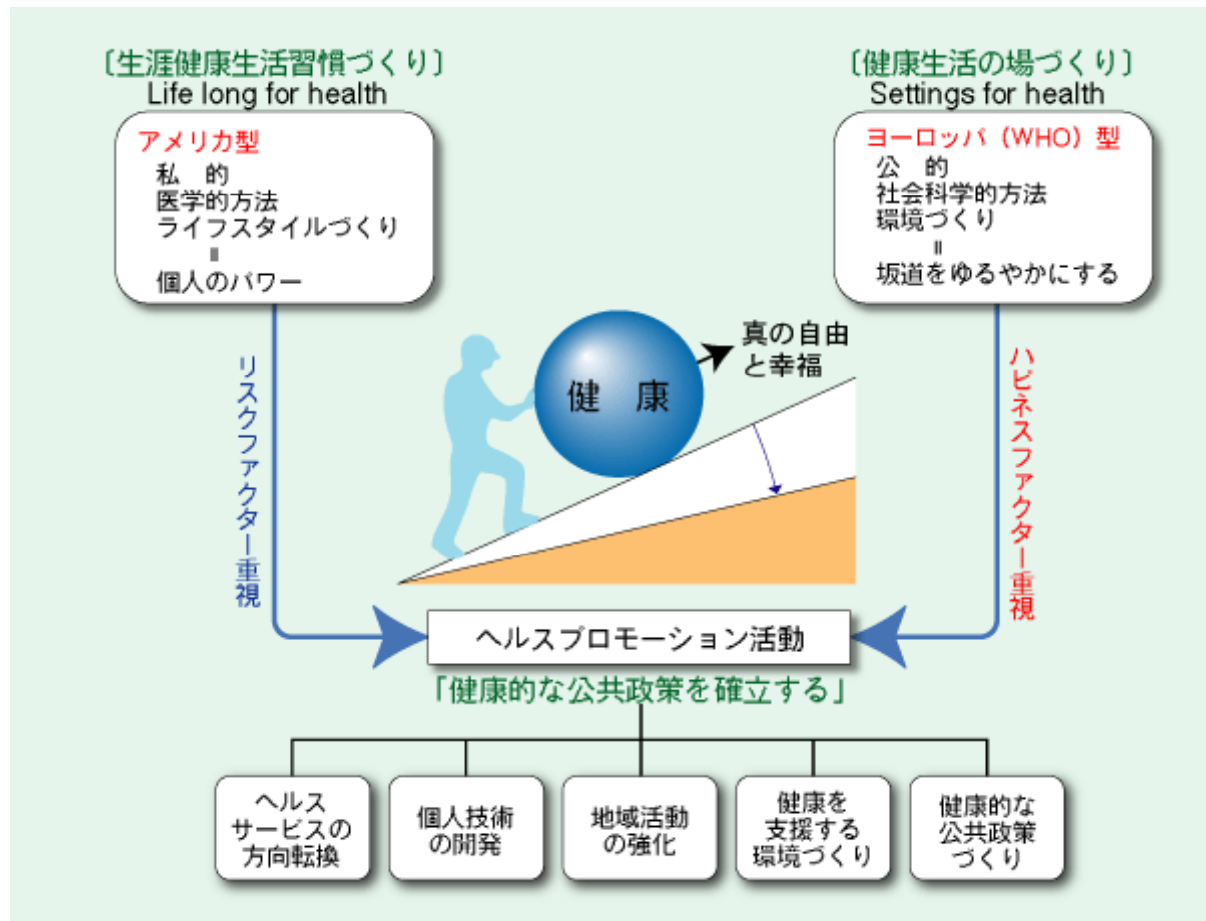
1986年オタワ憲章①

- ヘルスプロモーションは、人々が自らの健康に対するコントロールを増し、健康を改善することができるように能力を付与(エンパワー)する過程である
- 完全な身体的、精神的、社会的なウェルビーイングの実現のためには、個人と集団は、願望を見出し認識し、ニーズを満たし、環境を変えたり環境に対処できなければいけない
- したがって、健康は日々の生活の資源であり、生活の目的ではない
- 健康は、身体的能力であると同時に、社会と個人の資源であることを強調するポジティブな概念である
- したがって、ヘルスプロモーションは、健康関連のセクターの責任であるだけでなく、健康的なライフスタイルを超え、ウェルビーイングまで到達するものである

1986年オタワ憲章②

- 健康決定要因となる8つの基礎的条件／資源
 - 平和、住居、教育、食事、収入、安定した生態系、持続可能な資源、社会正義と公正
- 目標実現に向けた活動内容
 - 1)健康的公共政策の構築
 - 2)健康支援的環境の整備
 - 3)地域行動の強化
 - 4)個人のスキルの育成
 - 5)保健医療サービスの再編
- 活動成功のための5つの要因
 - 唱道 (advocate)
 - 投資 (invest)
 - 能力形成 (build capacity)
 - 規制と法制定 (regulate and legislate)
 - パートナー (partner)

ヘルスプロモーション概念図



島内憲夫1987／島内憲夫・助友裕子・高村美奈子2004(改編)

エンパワメント

- 個人やコミュニティが自信、自尊心、自らの関心事を理解し、それを明確にするのに必要な力を得て、その対処のためのアクションがなされることを確実にし、さらに広く自らの生活に対するコントロールを増すための継続的なプロセス
- ヘルスプロモーションの中核
- しかし、運用についてのコンセンサスは得られていない

ヘルス・プロモーションの実践におけるジレンマ

- 地域の健康づくりにおける2アプローチ対立
– トップ・ダウン(行動変容)VSボトム・アップ(エンパワメント)
- 医療への公共財(税金)の投入→政府としてのアジェンダ
- 行動(ライフスタイル)は疾患と密接な関係
- 行動の決定は個人の内的・心理的なメカニズム
- 社会的環境は、人間の行動の決定要因

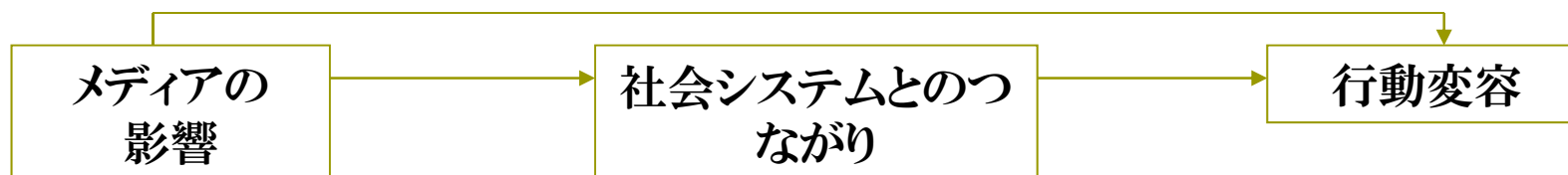
事例：エンターテイメント・エデュ ケーション

エンターテインメント・エデュケーション (E-E)とは？

- ヘルスコミュニケーションの戦略的方法
- 「聴衆の教育的な課題に関する知識を増やし、それに対して(改善に向けた)好意的な態度、社会規範を醸成し、行動変容を促すためにエンターテインすると同時に教育するためのメディアのメッセージをつくり実行する過程」
- “The process of purposely designing and implementing a media message to both entertain and educate, in order to increase audience members’ knowledge about an educational issue, create favorable attitudes, shift social norms, and change overt behavior” (Singhal & Rogers, 2004)

E-Eの目的

- 個人、コミュニティ、社会全体のレベルで生じる社会的な変化
 - 社会的に望ましい状態へ向けて個人の認知、態度、行動に影響を与える
 - システムレベルでの社会的な変化を生み出すために外的環境に影響を与える
- Dual path of influence (影響の2方向性)
(Bandura, 2004)



E-E連続ドラマ

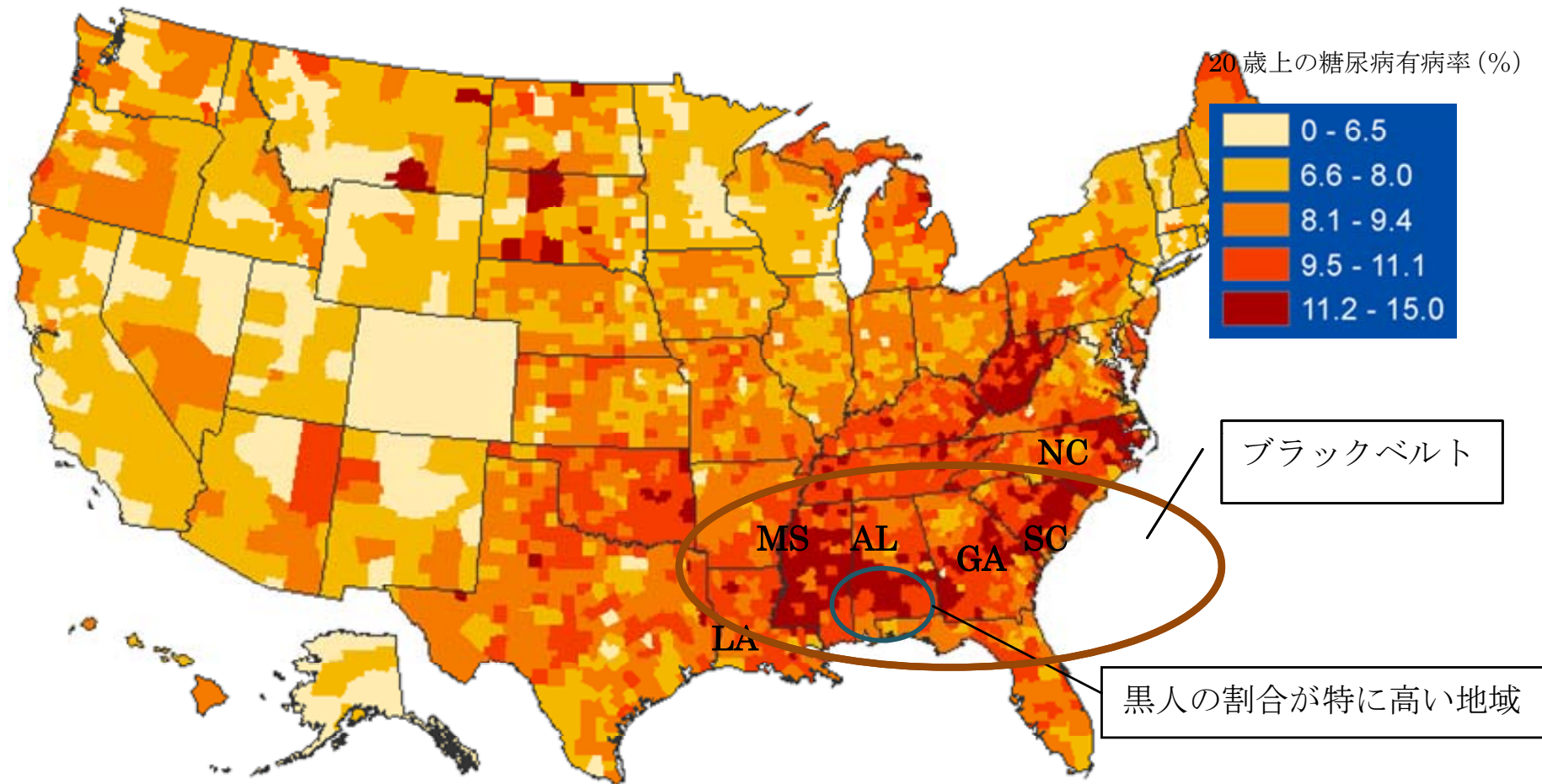
- 3種類のモデル
 - 良いモデル, 悪いモデル, 変化を遂げるモデル
- 社会学習とモデリング (Bandura, 1986,1997&2004)
- 強み
 - 感情移入
 - 行動変容を現実的に提示
 - 包括性 (個人を取り巻く複雑な社会環境)
 - 現実性 (複数のサブプロット)
 - 繰り返しと連続性
- さらに・・・ラジオドラマの強み
 - 個人の想像力
 - したがって、より個人の「腑に落ち」やすい
 - 制作、放送にかかる費用がテレビより安い！

BODYLOVEプロジェクト

- エンターテインメント・エデュケーション(E-E)の手法に基づく、健康教育ラジオドラマ
 - 社会学習理論(Bandura,1986)に基づいて「モデル」を提供する
 - 感情移入
- アフリカ系アメリカ人(黒人)を対象に、糖尿病、高血圧その他の心疾患の予防のために、健康的な生活習慣を促す
- 学部を超えた全キャンパス的な取り組み
- 院生と学部生が受講可能なクラスのなかで合同で台本作成に取り組む
- 地元の声優、レコーディングスタジオ
- アラバマ州全土で15のラジオ局(黒人を主要なリスナーとするAM局中心)に放送

アラバマ州って??

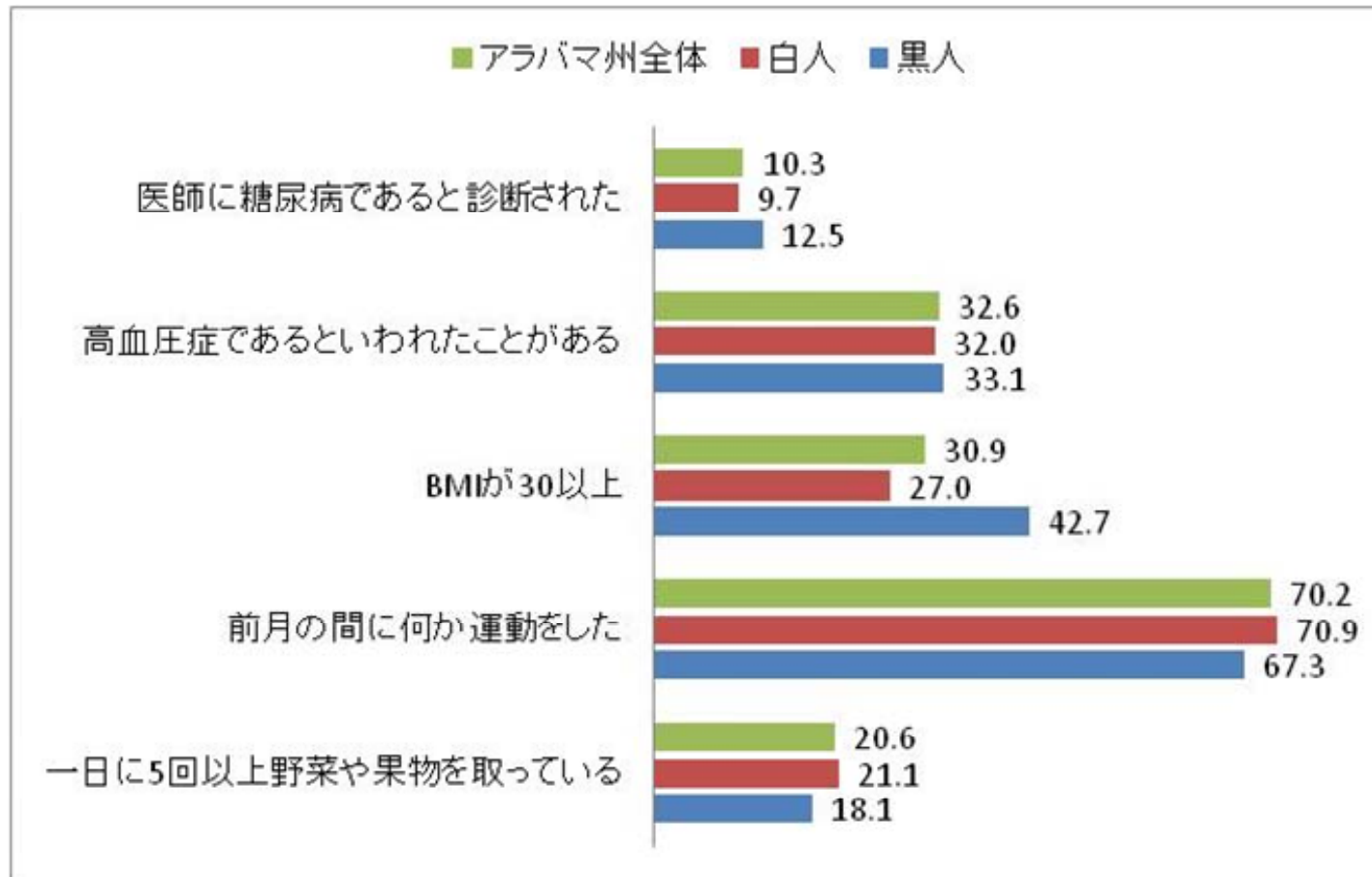
2005年 20歳以上の糖尿病有病率（年齢調整済）



注) AL:アラバマ州、MS:ミシシッピ州、LA:ルイジアナ州、GA:ジョージア州、SC:サウスカロライナ州、NC:ノースカロライナ州

アラバマ州の抱える問題：健康格差

2007年アラバマ州における18歳以上の成人の健康リスクを抱える人の割合（アラバマ州全体、白人、黒人）



CDC による Behavioral Surveillance System (BRFSS)2007 年データより。

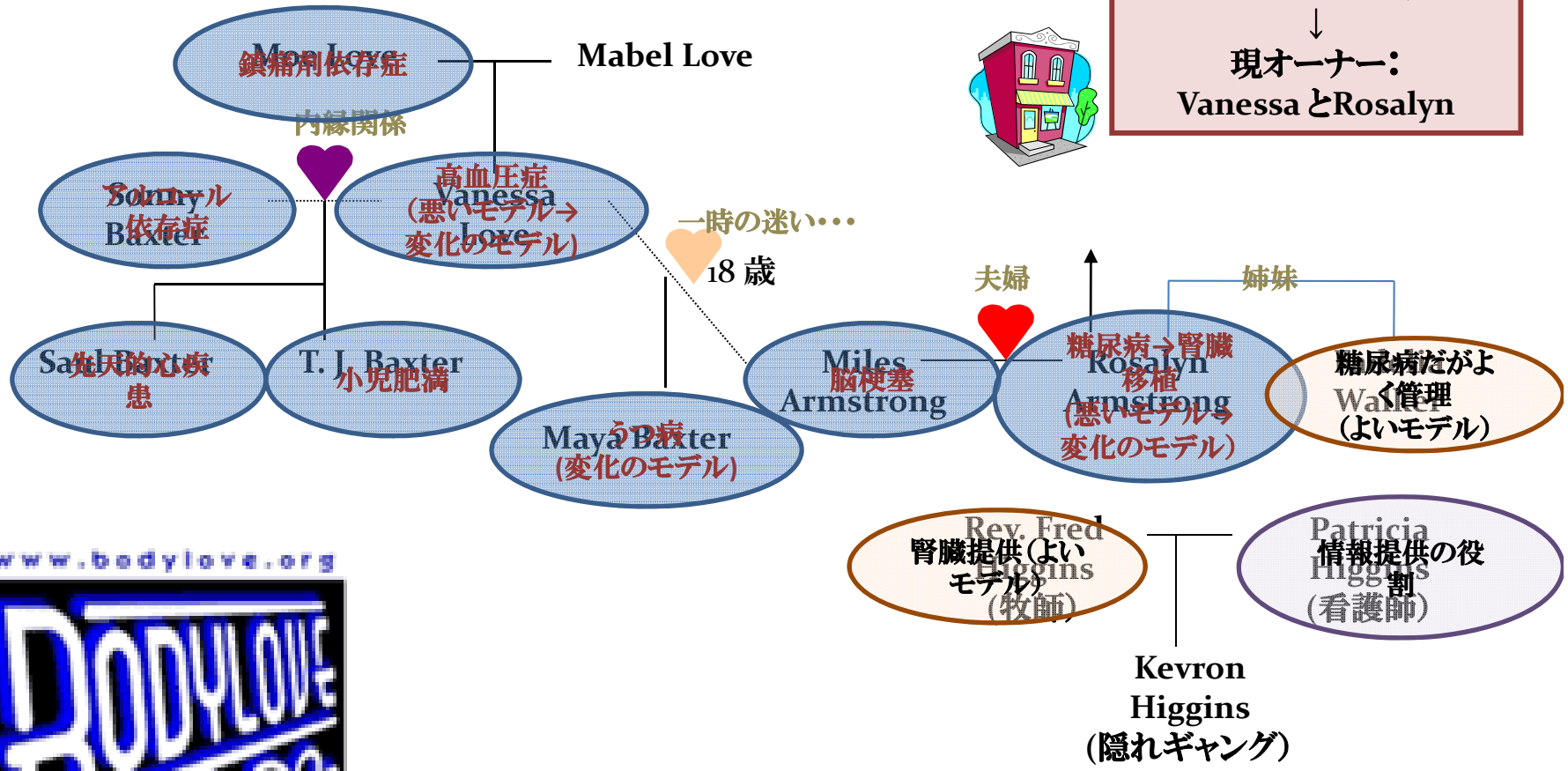
<http://apps.nccd.cdc.gov/brfss/page.asp?cat=XX&yr=2007&state=AL#XX>よりダウンロード。

BODYLOVE

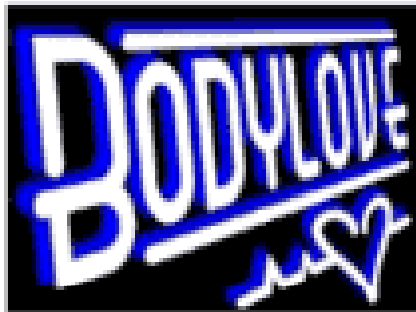
BODYLOVE



前オーナー: Love夫妻
↓
現オーナー:
VanessaとRosalyn



www.bodylove.org



THE SOAP OPERA THAT'S GOOD FOR YOU!

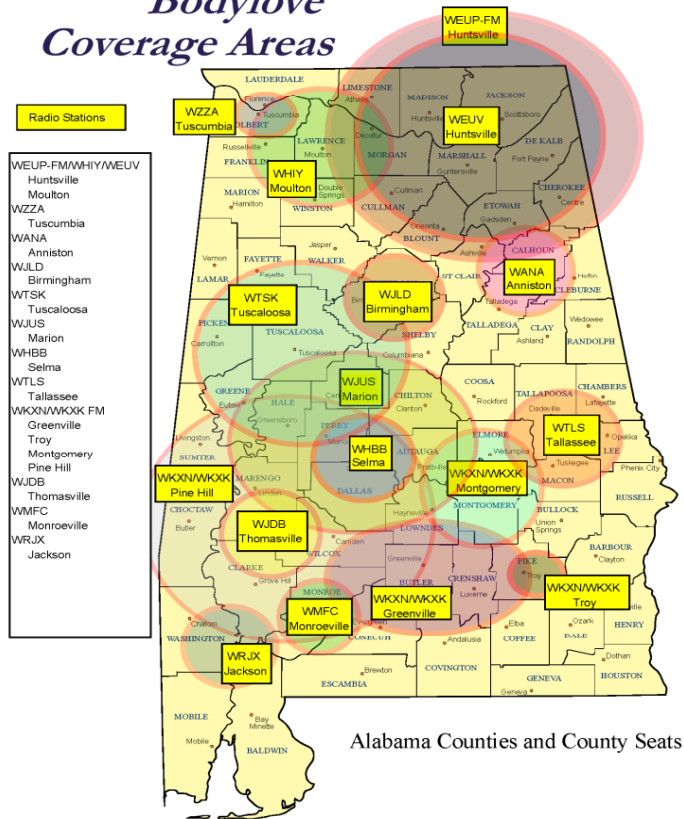
BODYLOVEプロジェクトのアウトカム目標

- 対象は中高年のアフリカ系アメリカ人
- 糖尿病、高血圧、その他の循環器系疾患の
予防と管理に関する
 - 知識
 - 態度
 - 行動の改善を目指す

BODYLOVEプロジェクトのプロセス目標

- エピソードの制作
- 対象視聴者にリーチするための放送
- アウトリーチとコミュニティにおける連携や協働

Bodylove Coverage Areas



Produced by the Dept. of Geography
College of Arts and Sciences
The University of Alabama
Map data by the GISB
School of Public Health

Radio Stations	City/County	Day	Time	Format / host
WJLD	Birmingham/ Jefferson	Wed.	6:30 pm	Live call-in
WKXN/WK XK	Greenville	Sun.	10:10 am	No host
WTSL	Tallasse/Elmore	Sat.	6:30 am	Recorded / nurse practitioner
WZZA	Tusculumbia/Colber t	Tue.	11:30 am	W/I existing show, live call-in
WTSK	Tuscaloosa	Mon.	6 pm	Recorded / Chiropractic Dr / Phd Student
WEUP + 2	Huntsville	Mon.	4:30 pm	Live call-in w/ nurse
WHBB	Selma/ Dallas	Tue.	6 pm	DJ / Live call-in w/local HP
WJUS	Marion/ Perry	Wed.	8 am	W/I existing show, live call-in
WANA	Anniston/ Calhoun	Mon.	4 pm	Extension System. Agent
WJDB	Thomasville/ Clarke	Sun.	4 pm	Live call-in w/ educator
WRJX	Jackson/ Clarke	Wed	8 pm	Live call-in w/ community leader
WHNB	“	Mon.		Recorded
WMFC	Monroeville/Monr oe	Sun.	7:30 am	Recorded w/ nurse

有用なフレームワーク

- PRECEDE-PROCEEDモデル
 - Predisposing, Reinforcing, and Enabling Constructs in Educational/Environmental Diagnosis and Evaluation
 - Policy, Regulatory, and Organizational Constructs in Educational and Environmental Development
- ソーシャル・マーケティング
- 共通点
 - 対象の理解・把握: 対象となる人たちの社会心理的な側面(取り巻く社会構造、社会的環境の要素との関係性を含む)
 - プロセスの重視、対象の巻き込み、関連組織の連携



コミュニティ・エンパワメント

まとめ

- 効果的な「健康な」地域づくりはヘルス・プロモーションの原則であるエンパワメントや参加に基づくものである
- 政策を実行する現場で個人の「行動変容」はやはり、キーとなる
- エンターテインメント・エデュケーションは、個人だけでなく地域社会に向社会的な動機付けをしたり、効力感を提供する。
- そのほかのツール(社会心理学に基づく行動学理論、フレームワーク)の活用の促進は健康的な地域づくりの効果的な実践と、エビデンスの蓄積に貢献できる

ご清聴ありがとうございました。

kawamura@kumamoto-u.ac.jp