



2022年2月14日放送

「リスクコミュニケーションのあり方」

早稲田大学大学院 政治学研究科教授 田中 幹人

リスクとは何か？

今日のお話で伝えたいのは、リスクコミュニケーションとは、民主社会の文化的な営みの一つであり、だからこそ難しく、また挑戦して実現する価値のあるものだ、ということです。大げさに聞こえるかもしれませんが、できるだけ整理してみましょう。

まずは、そもそもリスクとは何かということから始めましょう。かつて、地震や疫病といった災厄は「天罰」や「神罰」であり、そうしたことが起こると人間は神の怒りをしずめようとしてきました。

しかし近世の啓蒙時代以降、人間は神を疑い、「リスク」をとるようになります。大航海時代というのは一攫千金を目指した商人達の海外進出の物語ですが、これは経済やメディアのグローバルな発展であるとともに、リスクをとる人々による挑戦でもありました。

その後、このリスクを管理することで人々からの支持を集めて成立したのが近代国家です。メートル法など度量衡の統一は、税金などを効率的に回収するだけでなく、水害などの災厄について国家がリスクを管理する責任を果たすことを可能にしたのです。

しかし、20世紀以降の科学技術の発展は、多くのリスクを発明し、また発見しました。発明、というのは自動車や原発に代表されるような利便性を持ちながら、危険性も併せ持つ技術です。そして発見、というのはこれまで知られていなかったようなリスク、たとえば加工肉食品にはある程度の発がん性がある、などリスクが科学の進展によって発見されるようになったことです。こうなってくると、国家はあまりに増えすぎたリスクを管理しきれなくなってきました。

さらに問題なのは、自動車は便利ですし加工肉は美味しい。結局は、リスクを知りつつもある程度は選ぶ余地を残し、社会で許容していなければなりません。つまり個人がある程度のリスクに関する知識を持ち、適切にリスクを判断することが求められるようになったのです。これをリスクの個人化といいます。このように現代のリスクとは科学

的な、客観的な基準だけで決まらないし、国家が規制して管理するだけでなんとかなるものではなくなってきたのです。

個人化だけではありません。チェルノブイリ原発事故やコロナウイルスに代表されるように、巨大な科学技術やそれによる人々や情報の往来が激しくなったことは、リスクを個人化すると同時にグローバル化しました。

さらに 20 世紀末から明らかになってきたのは、リスクは社会のなかで不平等に分配される、ということです。たとえば日本で自動車事故にあって死亡するリスクは 10 万人に 15 人くらいと言われますが、このリスクは自動車に乗る人に平等に降りかかるわけではありません。頑丈な最新高級車に乗っている人と安い旧式の自動車に乗っている人、生活のために毎日疲れていても乗らなくてはならない人とたまの休みに乗る人。あるいは安い加工肉を食べざるをえない生活者。お気づきのように、リスクは経済など社会的弱者にこそ、多く振り分けられるのです。

リスクの個人化、グローバル化、そして不平等な分配といった問題があるにも関わらず、私たちの社会のあり方はリスクと結びついています。結局のところ、現代社会のリスクとは、ある程度の「落としどころ」を見つけていかねばなりません。そこで「リスクコミュニケーション」が求められるのです。

リスクコミュニケーションとは何か？

では、リスクコミュニケーションとは何でしょう？

教科書的な定義としては、古くは 1989 年にアメリカで「リスクについての、個人、機関、集団間での情報や意見のやりとりの相互作用的過程」とされていますが、これだけではなんのことかわかりません。

そこでまず、リスクコミュニケーションとは何では「無い」のか、ということから始めます。これは今も、多くの人に誤解されていることですが一政府や企業あるいは専門家が「こういうリスクがあります」と広報すること、たとえば新型コロナの変異株の科学的性状や対策について広報することは大切ですが、これだけではリスクコミュニケーションではありません。これはリスク評価についての宣伝活動、つまりプロモーションですから、リスクプロモーション、と呼ぶことはできます。もちろん、まずリスクの実態を知らない判断できないわけですから、こうした活動も大切です。しかしリスクコミュニケーションを、リスクはこういうものだと言説するための情報戦術だとか、市民ひとりひとりにリスクを受け入れさせることだと勘違いしてはいけません。

さて、何では無いかということを抑えた上で、それではリスクコミュニケーションがなんであるかという問いに答えるならば、それは「私たちはどのような社会に生きたいのか？」という究極の問いのために、リスクに関わる多様な立場の人々が、正確な情報に基づいた、バランスの良いリスク判断をもちより、共同体、そして社会にとっての落としどころを見つけていくやりとりの過程、プロセスの名前だと言えます。

「私たちはどのような社会に生きたいのか？」というのは、ちょっと大げさに聞こえるかもしれませんが。しかし先ほどリスクとはなんで有るか、とお話したことを踏まえるならば、これは納得が行くでしょう。たとえばかつては「酒は百薬の長」で適量ならばむしろ健康に良いなどと言われましたが、現在の科学では、お酒は「百害あって一利無し」、呑むことは健康を害するばかりだ、というリスクが発見されています。ならば酒は禁止すべきだ、と政府が言ったならば反発したくなるでしょう。リスク評価を踏まえての社会判断は時代とともに変わっていくものですが、リスクをどのように受け入れるのかを社会的な対話のなかで決めていくこと、それがリスクコミュニケーションなのです。

コロナ下でのリスクコミュニケーション

それでは、コロナ禍でのリスクコミュニケーションについて振り返ってみましょう。私は当事者としてリスクコミュニケーション活動にも関わっているので割り引いて聞いてくださって構いませんが、これまでの東日本大震災の時などに比べると、今回のコロナ下での日本のリスクコミュニケーションは、上手くいった点もあると思っています。

まず良い点として、行政や専門家、そして伝えてのメディアや聴き手である市民の努力もあって、リスク「プロモーション」は比較的上手くいったと言えるのでは無いでしょうか。COVID-19 という、それまで知られていなかった病気がどんなもので、その対処はどうあるべきかというリスク評価の情報は、この2年間、毎日のように更新されてきました。昨日までの情報がすぐに古びてしまうような状況でリスク評価を社会で共有するのは、かなり難しいことです。しかし、今では日本中の誰もが知っている「三密」、密集・密接・密閉を避けるという基本的な感染対策の考え方を、世界に先駆けて発明そして共有して対策に役立てたことなどは、良かった点の一つでしょう。これによって、日本の人々はコロナの対策を行い、それが比較的低い患者さんの数などにつながってきたと考えられます。また、ワクチンの情報についても、比較的早期から、そのメリット・デメリットについてきちんと伝わっていると感じています。お医者さんの中には、人々に判断をゆだねすぎだ、もっと説得的に伝えるべきだという意見もありますが、私はそうは思いません。確かにワクチンに不安を感じている人たちの中には極端な意見を持つ人もいますが、海外の様子を調べていると、まだ民主的議論の中での許容範囲であるとも感じます。

いっぽう、悪い点というよりも課題としては、これからは先ほど述べたような本当の意味での「リスクコミュニケーション」を、本格的に行わなければならない、ということです。これまでの二年間でも、沢山の課題がありました。たとえば COVID-19 というリスクが社会的弱者に対してどう強く不平等に降りかかるのか、ということを社会で共有し、対策を立てることは、必ずしもうまくいったとは言えませんし、リスクに対処するなかで社会の中で感染者差別などの弊害も生じてしまいました。

現在はコロナの「第六波」の渦中にあります。しかしいずれは、私たちはコロナというリスクのある社会の中で日常を取り戻していきます。それは以前と全く同じものにはならないでしょう。そのなかで「私たちはどのような社会に生きたいのか？」という問いに答えるためには、バランスの良いリスク情報を市民が共有し、民主的に議論を行って、リスクを受け入れる落としどころを探していく必要があります。こうした試みをこれまで行ってこなかった日本社会は「リスクコミュニケーション」という文化的な道具を持っていないため、苦手です。

このためには、政治から市民に至るまで、それぞれの現場の関係者に、発想の転換が求められます。またメディアの役割も重要です。マスメディアが議論の場を作っていくためには何ができるのか、インターネットやソーシャルメディアの中には沢山の市民の声がありますが、それをどのようにして把握し、どう取り上げるのか。あるいは声をあげられない人たちの声を、どうやって拾い上げるのか。そして何よりも、そうした対話の結果を実際の政策にどう反映していくのか。本当の意味でのリスクコミュニケーションを実現するには、これから大きな挑戦が待っています。

先ほど、日本はこうした取り組みは苦手だと言いましたが、地域などの小さなレベルでは津波や地震に対する対策や、河川の氾濫に対してどう備えるかなど、利害関係が異なる人々の間で、リスクコミュニケーションを踏まえて上手く落としどころを見つけた事例も沢山あります。何より大切なのは、その選択を生み出すまでに行われたリスクコミュニケーションの話し合いにより、地域の多様な人々にとって納得感のある結論に到達したということです。

こうした小さな成功例を踏まえつつも、では日本という国全体として、どのようなリスクコミュニケーションを行ったら良いのか。新しい取り組みのなかで、社会のアップデートが求められています。