



[実践報告]

世間は震災トラウマケアの 何を知りたいのか

—ツイッターによるリスクコミュニケーションで見えてきたもの—

勝田 吉彰

震災直後よりツイッターでトラウマケアの情報発信を行い、得られた反応を公式リツイート数を指標に分析し一般社会で求められる情報のニーズ把握を行った。

「急性期反応への寄添い」「サバイバーズギルト」「グリーフケア」「子ども・障がい者」へ高い関心が向けられたのに対し「アルコール」「性」「怒り」への関心は低下した。「当事者・周囲への働きかけ」に対し「自分自身への対処法」の関心は低く、また、まとまった大量の情報を提示しても関心は示されないなど、リスクコミュニケーションへの留意点が浮かび上がった。さらに時期的には震災発生後第1～3週までは高い関心が持続したが第4週以降は関心が低下したことから、いかに早く発信態勢を立ち上げ、この期間内に知識を普及させるかが勝負になると思われた。

Key Words 震災, ツイッター, リスクコミュニケーション, 一般社会の関心

はじめに

近年、インターネットの発達にともない、ブログやツイッターなど、不特定多数と双方向のやり取りができるツールが登場し普及をみている。これらを用いた双方向コミュニケーションの中で受け手側から得られる反応は発信内容により大きく異なり、その分析を行うことは緊急介入前のニーズ把握の手法として有用と思われる。

筆者は震災翌日の3月12日より、ツイッターにてトラウマケアを主とする情報発信に取り組んだ。これは、筆者が前職、外務省時代の2003年にSARS流行に見舞われた北京で在中國日本国大使館医務官として在留邦人社会の対処・リスクコミュニケーションに取り組んだ中で²⁾、災害時における“ちぎっては投げ式”のこまめな情報提供の必要性を痛感した経験から発した行為である。

この情報発信を行ってゆく過程で、ツイッターの管理画面から読者の反応を探ると、発信した各ツイート^{注1)}ごとの公式リツイート数^{注2)}に大きなばらつきが存在することに気がついた。公式リツイート数とは読者が自分のフォロワー（定期購読者）が読めるようにする、いわば“一斉転送”に相当する機能である。すなわち、「各情報を受け取った読者が高い関心を示し『他人に知らせるべき』と判断した数」が、内容によって大きく異なることが判明した。

そこで、発信したものを「分野」「内容」「方向」「時期」を軸に分類し各発信ごとの公式リツイート数を分析することにより、世間一般からどのようなトラウマケア関連情報が求められているのかを明らかにした。

注1) 自分の発言を140字以内で投稿する機能。

注2) 興味あるツイートを、自分のフォロワー（定期読者）に紹介する機能。この機能を使うと、元のツイートを全文、フォロワーの画面に表示させることができる³⁾。

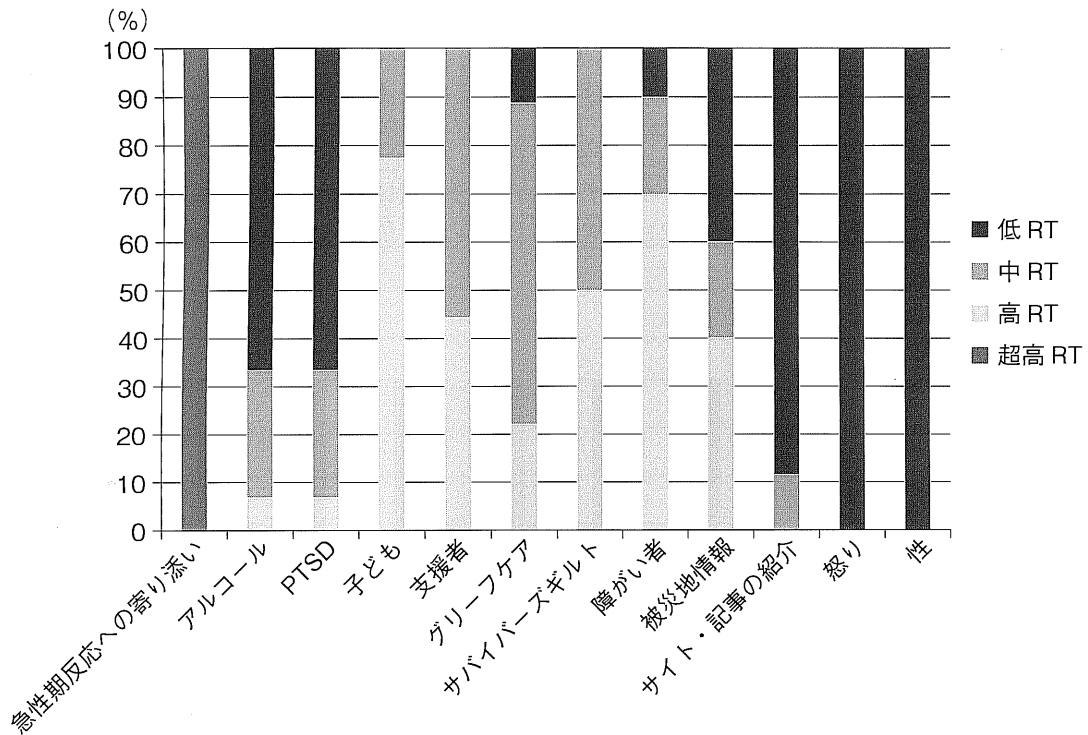


図1 分野ごとの公式リツイート

方法

1. ツイッターによる情報発信

筆者のアカウント (@ tabibito12) にて震災翌日の3月12日から4月21日にかけて合計154回のトラウマケア関連情報を発信した。発信内容は①筆者の経験、②Psychological First Aid (PFA)の内容、③筆者の著書(『心に傷を受けた人の心のケア』保健同人社刊)の内容から、1回140字以内の短文に小分けし“ちぎっては投げ式”に発信した。

2. 発信したツイートの分類

分野は「急性期反応への寄り添い」「アルコール」「PTSD」「性」「サイト・記事の紹介」「障がい者」「子ども」「支援者」「グリーフケア」「サバイバーズギルト」「被災地情報」「怒り」に分類した。

内容は「当事者への働きかけ」「当事者の周囲への働きかけ」「自分自身の対処法」「基礎知識」「サイト・記事紹介」「予防」「これから起こること」「現状報告」に分類した。

方向は「Do (行為をすすめるもの。〇〇せよ、〇〇した方がよい、〇〇してみてもはどうだろう、

など)」「Don't (行為を抑えるもの。〇〇するな、〇〇しない方がよい、など)」「ニュートラル (中立)」に分類した。

時期は第1週～第6週に分類した。

3. 公式リツイートの分析

ツイッター管理画面より、各ツイートごとのリツイート数を記録し、公式リツイート数100以上を超高リツイート群、同10～99を高リツイート群、5～9を中リツイート群、1～4を低リツイート群として上記分類ごとに集計した。

4. 倫理

本報告では、ツイッター管理画面にあらわれる公式リツイート数の数字のみを扱い、個人情報是最初から一切扱わなかった。また、公式リツイート数を指標に分析を行うことをツイッター上で告知し、異議の出ないことを確認した。

結果

1. 分野 (図1)

「急性期反応への寄り添い」にはすべて公式リツイート100回以上の圧倒的関心が寄せられた。

表1 公式リツイート回数100回以上のツイート

- 身の回りの人が現実感なくぼーっとしているとき、それはギリギリの防衛反応なのかもしれません。無理に話しかけず、そっと寄り添ってあげるとはかなり有効です。急性ストレス反応、PTSDほど有名ではありませんが。
- メンタルケアに「沈黙」だって有効。大切な人を亡くされた方、不安な方に付き添うとき、かける言葉がわからずとも黙って一緒にいてあげる、私はあなたを気にしています見捨ててませんって暗黙のメッセージが伝わるだけで十分意味有。

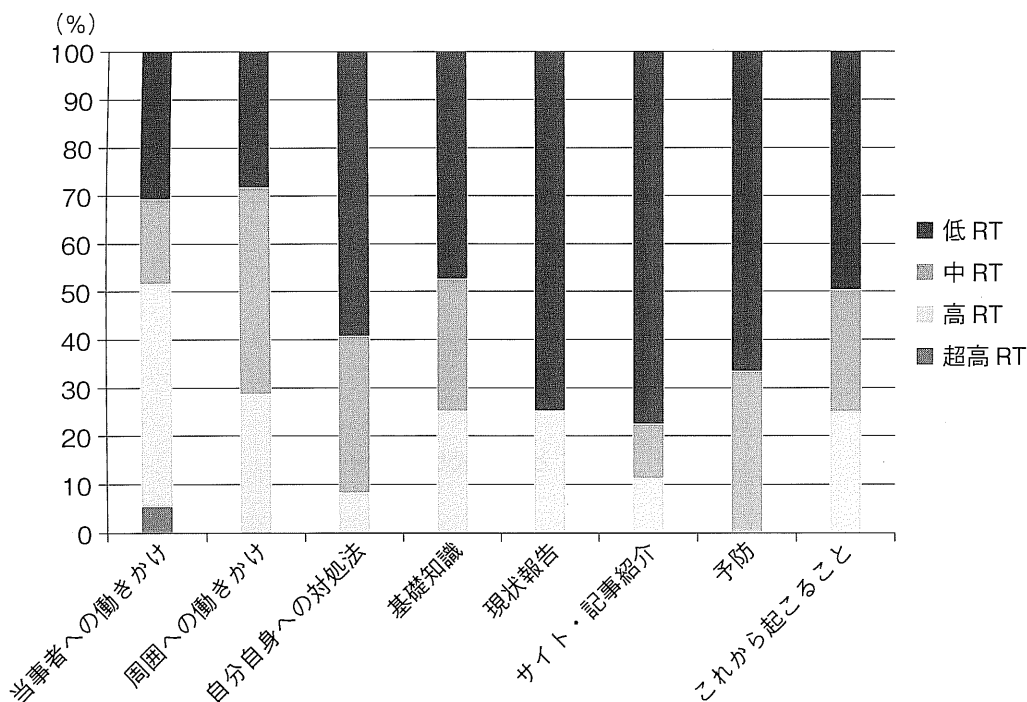


図2 内容ごとの公式リツイート

その内容を表1に示す。「子ども」「サバイバーズギルト」「障がい者」には高リツイート群が50%以上を占める高い関心が寄せられた。「支援者」「被災地情報」では少し関心が下がり、高リツイート群30~50%の中等度の関心が示された。

これらに対し、「性」「怒り」「サイト・報道記事の紹介」「アルコール」では大部分が低リツイート群となり関心は低かった。「PTSD」は各群にわたり分布した。

2. 内容 (図2)

「当事者への働きかけ」に高い関心が、次いで「当事者の周囲への働きかけ」「基礎知識」に対して中等度の関心が向けられた。対して、「自分自身への対処法」「サイト・記事紹介」「予防」への関心は低かった。

3. 方向 (図3)

「Do (行為をすすめるもの。〇〇せよ, 〇〇した方がよい, 〇〇してみてもはどうだろう, など)」 「Don't (行為を抑えるもの。〇〇するな, 〇〇しない方がよい, など)」 「ニュートラル (中立)」の間にはほとんど差が認められなかった。

4. 時期 (図4)

時期別には震災直後から第3週までは高い関心が示されたが、第4週からは低リツイート群の割合が増加し、明らかな関心の低下がうかがえた。

考 察

震災トラウマケアに関する情報発信を広い範囲にわたりまんべんなく行ったが、それに対する世間の反応はツイートにより大きく異なった。

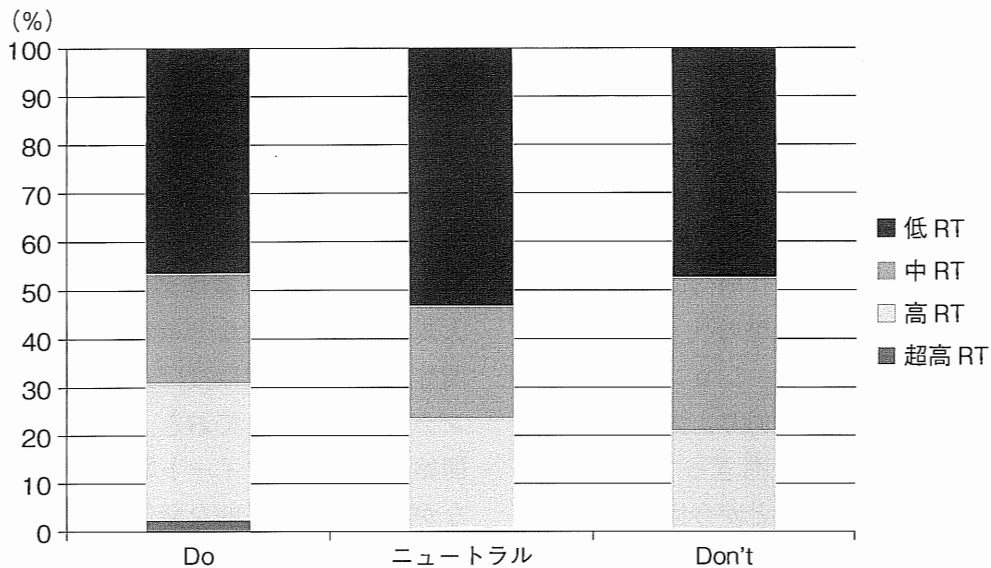


図3 方向ごとの公式リツイート

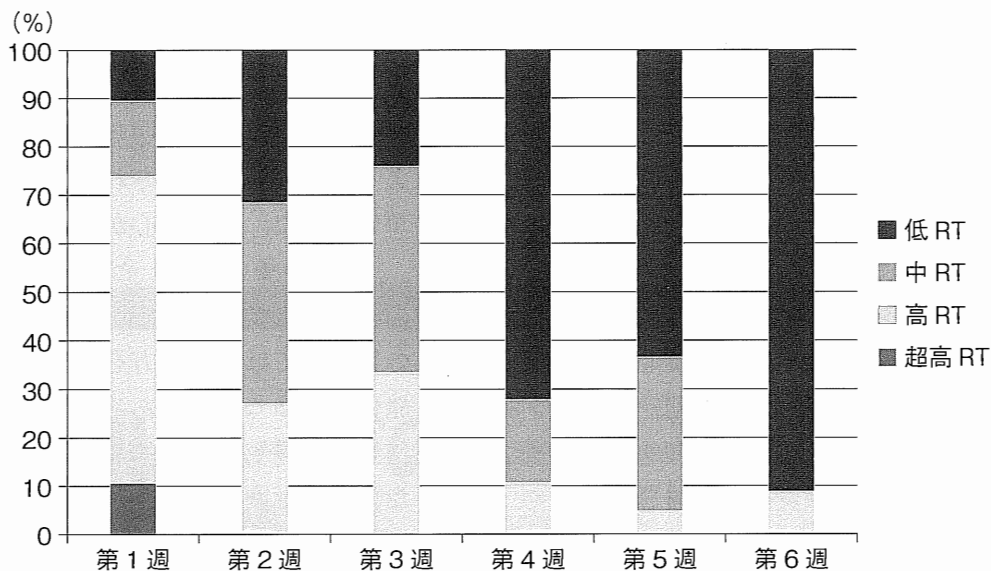


図4 時期ごとの公式リツイート

圧倒的に高い関心を示されたのが、災害直後の急性期、被害者への付き添い方を伝える情報であった。近くに茫然自失の人がいるとき、無理に話さなくとも黙って寄り添うことが有用であるという情報は極めて広く拡散された。同様に「サバイバーズギルト」に対する高い関心からは、「身近な人を亡くし罪悪感に苛まれる人」を支える知識に対する需要が高まっていることがうかがえた。さらに「子ども」「障がい者」といった弱者にアプローチするための情報も根強く求められた。

反面、「性」「怒り」「アルコール」に対する関心は低かった。しかし実際に被災地におけるアルコール問題の多発、怒りの処理は必要性のある情報であり、関心を高めてゆくコミュニケーションの方法を工夫してゆく必要があろう。

内容について、「当事者への働きかけ」が最も高い関心を示され、「周囲への働きかけ」が次いだのに対し「自分自身への対処法」への関心は低下した。震災後、ボランティア精神が社会にあふれる中で、被災した人・周囲の人に対して何かしてあげられることを追求する一方で自分自身への

関心が低下する傾向は、支援者のこころの健康上からも懸念される点であり、支援者のセルフケアについてさらに工夫しつつ根強く広報してゆく必要性が感じられた。

サイトや新聞記事の紹介に対して示される関心は低く、URLや記事のありかを示してそれを読むように勧めても実行はあまり期待できないと思われた。これは筆者自身が前職時代、SARS流行下の北京でリスクコミュニケーションに取り組んだ際にも実感されたところであり、大きな情報を提示するより、小分けして“ちぎっては投げ式”に発信するのが有効であることが今回の調査でも示唆された。

方向性では「Do（行為をすすめるもの。○○せよ、○○した方がよい、○○してみてもどうだろう、など）」と「Don't（行為を抑えるもの。○○するな、○○しない方がよい、など）」「ニュートラル（中立）」との間に差がみられなかった。当初、世間にボランティア精神があふれる状況下で、行為を勧める・促進する方向のものにより高い関心が示されることを予測していたが、実際にはそうならず、一般社会の冷静な一面が見られた。

時期では、震災後第3週までは高い関心が維持された。しかし第4週から明らかな関心の低下が認められ第5～6週へと至った。世間一般のアンテナが感度高くトラウマケア関連情報をキャッチする態勢になっているのは災害発生後3週間までであり、いかに早く発信態勢を立ち上げ、この期間内に知識を普及させるかが勝負となる。

今回の報告は、ツイッターで急性期から慢性期までまんべんなくトラウマケア情報を発信し、それに対する公式リツイート数を指標に関心度を分析したものである。ツイッターをもちいて災害に関する一般社会の関心度を測定する先行研究として新型インフルエンザ（当時）パンデミックに関する報告がある。Chewらは¹⁾パンデミック期間中のツイートをその内容・傾向ごとに分類し、Signoriらは⁴⁾キーワードを設定してその登場回数により、社会の関心度合を明らかにしている。これらはいずれも、不特定の発信内容を対象としているが、本研究では、まずまんべんなく発信を行い、それに対する反応を測定する点が異なる。

今回の震災では、当初、筆者の湧き出る想いから夢中でパソコンのキーを叩き始めた面があり、最初からリサーチとしてのデザインを考えていたわけではない。しかし、当初より発信回数や内容等を計画することにより、将来の災害発生にあたり、より正確に「一般社会から求められる情報の市場調査」を行える可能性がある。たとえば、地震・大規模事故・火災など項目ごとに、学会や公的機関等で“ちぎっては投げ式”に情報発信できるコンテンツを用意しておき、発生後ただちに発信を開始し、公式リツイート数を把握して修正を重ねながら、より効果的な発信につなげてゆくことはリスクコミュニケーション上、大きな力になるものと思われる。

まとめ

ツイッターによるトラウマケア情報の発信を行い、それに対する反応から、一般社会が求めるトラウマケア情報は何かを明らかにした。分野・内容により、高い関心が示されるものとそうでないものが分かれた。高い関心が示されるものについては、「需要の多い知識」として積極的に情報発信がのぞまれる一方、関心が示されにくい重要なものについては、伝え方を工夫しながらねばり強く発信してゆく必要があると思われた。さらに、発生後早期の発信が効果的なこと、ボリュームの大きな情報には関心が示されにくいことも明らかになった。

今後、新たな災害が発生した際には、本知見も参考に、学会や公的機関なども含め、トラウマケア情報が積極的に発信されてゆくことを期待するものである。

文献

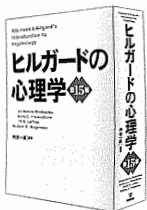
- 1) Chew, C. & Eysenbach, G.: Pandemic in the age of twitter; content analysis of tweets during the 2009 H1N1 outbreak. PLoS One, 5; e14118, 2010.
- 2) 勝田吉彰：大規模感染症流行が及ぼす心理的影響と対策；SARSの経験から新型インフルエンザパンデミックへ。臨床精神医学, 35: 1719-1722, 2006.
- 3) ノマディック：今さら聞けないツイッターの使い方が面白いほどわかる本。中経文庫, 東京, 56-

57, 2010.

4) Signori, A., Segre, A. M., & Polgreen, P. M.: The use of twitter to track levels of disease activity and

public concern in the U.S. during the influenza A H1N1 pandemic. PLoS One, 6; e19467, 2011.

<http://kongoshuppan.co.jp/>



ヒルガードの 心理学 **第15版**

S・ノーレン=ホークセマ他著／内田一成監訳 世界最高の心理学のバイブル！ 半世紀前に初版が出版されて以来、8カ国語に翻訳され、改訂を重ねる心理学領域随一の世界的なベストセラー。

6月刊行！ B5判上製 約1,300頁 23,100円

モチベーションをまなぶ 12の理論

鹿毛雅治編著 ビジネスから学習、友人関係から家族関係まで、自由意志神話と根性論に支えられてきたモチベーション論を最新心理学理論で語りなおす。 3,360円

非行・犯罪少年のアセスメント

R・D・ホッジ, D・A・アンドリュース著／菅野哲也訳 最近の少年司法領域の理論と新しい標準化検査を分かりやすく解説し、心理検査を組み込むことによる効率的な司法制度運営を目指す。 3,360円

自尊心を育てるワークブック

G・R・シラルディ著／高山 巖監訳 対人関係を育てるための、健全な“自尊心”の確立に不可欠な各要素をマスターするため、必要なスキルの養成を解説した実践的プログラム。 3,150円

事例でわかる心理学のうまい活かし方

伊藤絵美, 杉山崇, 坂本真士編 ケーススタディで学ぶ基礎心理学の臨床応用。附録・心理学単語集で心理学用語を整理しながら臨床力のバージョンアップを図る。 2,940円

Ψ 金剛出版

〒112-0005 東京都文京区水道1-5-16

Tel.03-3815-6661 Fax.03-3818-6848

*価格は税込(5%)です

e-mail:kongo@kongoshuppan.co.jp