

エンターテインメント・エデュケーションの過去とこれから： 我が国の公衆衛生分野における活用可能性

河村 洋子*1・Arvind SINGHAL*2

目的：わが国におけるマスメディアの状況を鑑みると、健康医療を含む社会的課題についてマスコミ産業界と協働を進め、メディアアドボカシーの醸成を進めていくことが望まれる。エンターテインメント・エデュケーション（E-E）は人類が普遍的に活用してきた物語の力を、社会的な課題に対して戦略的に応用するものであり、協働の実現に向けて有用な手法である。本稿は開発途上国と米国などの先進諸国でも活用されてきたにもかかわらず、わが国では認知が低いE-Eの概念の理解を広げ、活用につなげていくための資料を提示することを目的とした。

方法：E-E関連文献、2011年米国での学会報告を参考に、共著者であるArvind Singhalとのディスカッションと最近の英文論文を基に、定義、歴史と現状、研究についてまとめた。

結果：1969年の『Simplemente Maria』に端を発し、主に開発途上国での実践と研究によりE-Eの方法論は積み上げられてきた。一方、米国などの先進諸国では、飽和状態にあるメディア環境に対応するように、E-Eの実践は発展してきた。近年のE-Eの実践は、ITの進歩により多様化している。

考察：我が国のメディア環境を踏まえてE-Eの活用実効性の可能性は高く、特に地域メディアとの協働とデジタルゲームの活用においては大きく期待できると考える。効果検証研究の実施における難しさを否定できないが、対処策として複数種のデータを活用した多面的な研究デザインが有用であると思われる。

〔日健教誌，2013；21(1)：46-54〕

キーワード：ヘルスコミュニケーション、マスメディア、健康教育、ヘルスプロモーション、エンターテインメント・エデュケーション

I はじめに

マスメディアは人の行動に大きな影響を与える。我が国で生じた、日中の情報番組で取り上げられた特定の食材が夕方にはスーパーマーケットで売り切れるという現象は、国民の総じて高い健康意識を扇動するマスメディアの存在という社会の構図を明示するものであろう。民放局の捏造問題を契機に、一時期に比べ健康関連番組の数と視聴が

減少傾向にあるという指摘もあるが^{1,2)}、健康を扱うマスメディア番組は少なくない。健康医療関連情報は、科学的かつ複雑であり、不明確な部分を含むことが多い。そのような情報はある程度簡素化しなければ伝わらないが、マスメディアから流れてくる情報は、過度の簡素化や不要な強調により全容を視聴者に伝えていないことも多く、提供される情報が不完全なものであることも伝えない。例えば、高視聴率の健康関連情報番組の中には、特定の食品や栄養素にクローズアップし、それだけ摂取していれば美容や健康の維持に効果的であると視聴者が判断してもおかしくない情報提供の仕方をしているものも見受けられる。

インフォメーション・テクノロジー（IT）の急速な普及に伴い、メディアから受け取る情報に

*1 熊本大学政策創造研究教育センター

*2 University of Texas-El Paso, Department of Communication, Social Justice Initiative

連絡先：河村洋子

住所：〒860-8555 熊本市黒髪2-39-1

TEL：096-342-2041 FAX：096-342-2042

E-mail：kawamura@kumamoto-u.ac.jp

対して、批判的な視点をもって精査できる受け手のスキルであるメディアリテラシーの重要性は、ますます強調されている。産官民学協働による国民のメディアリテラシーを育てる社会環境づくりは、重要な課題である。我が国のこのような現状はマスコミ産業界だけの責任ではない。健康情報源となる研究者や公的な立場にある者も自らの責任をより強く認識し、マスコミ産業界との連携を通して、マスメディアがよりよく健康情報を提供する役割を担うことができるようにするための研究・実践が望まれる。マスコミ産業界との協働により、健康医療を含む社会的課題についてのメディアアドボカシーの醸成を図るべきである。協働とは本来、すべての関係者に対するベネフィットを創出するものである。エンターテインメント・エデュケーション (E-E) は、現在の我が国で見られるエンターテインメント産業界の一方向的かつ商業的な視点にのみ基づく、健康関連情報の発信の構図を変え、健康関連情報に関する環境改善に貢献しうるアプローチである。つまり、メディアアドボカシーを醸成しつつ、全ての関係者にとって Win-Win な協働を実現しうるものであり、健康教育に携わる研究者と実践家に多くのアイデアを提供する。

本稿は、開発途上国および米国をはじめとする先進諸国で活用されてきたにもかかわらず、わが国では認知度の低い E-E の概念の理解を広げ、活用につなげていくための資料を提示することを目的とする。

II 方 法

本稿の内容は、E-E 関連文献、米国公衆衛生学会 (2011年) および米国疾病管理予防センター (CDC) 主催のヘルスコミュニケーション学術会議 (2011年)⁴ での研究・実践報告を参考にした。また E-E 研究と実践を牽引する共著者である Arvind Singhal とのディスカッションと Singhal の最近の英文論文³ を参考に定義、歴史と現状、研究について報告をまとめた。

III 結 果

1. 定 義

教育とエンターテインメントの融合は、人類の存在とほぼ同様の長い歴史をもつ。たとえば、わが国でも馴染みの深い昔話は教訓を含み、私たちは昔話を使って世代間で学びを受け継ぐ。様々な形態で文脈すなわち「物語」を通して、私たちは多くのことを学び、その学びは情報だけを得るよりも強く心に残る。このように私たち人類は太古の昔から、人種や文化に関わらず、物語を教育と融合してきたのである。しかし、この戦略的活用が始まったのは数十年前であり、その歴史は浅い³。

最初の E-E の定義として、Singhal らは「視聴者の教育的な課題に対する知識を増し、好意的な態度を醸成し、社会規範を変え、明らかな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メディアのメッセージを意図的にデザインし、提供する過程」とした^{4,5}。しかし、近年のエンターテインメント性の高い双方向的デジタル媒体や、ゲームの活用の活発化を背景に「理論に基づくコミュニケーション戦略であり、望ましい個人、コミュニティ、組織、社会の変化を成し遂げるために、教育的・社会的な課題を意図的にエンターテインメント性の高いプログラムの企画、制作、普及の過程に織り込むこと」とし、改定を提案した⁶。これは、後述する開発途上国と先進国で異なる取り組みをうまく包含する定義である。

2. E-E の歴史と現在

ここでは Miguel Sabido の E-E 戦略を中心とした E-E の基盤ができるまでの経緯と、我が国における E-E の活用可能性の考察に有用だと思われる実践の動向について触れる。

1) 1990年代までに構築された E-E の礎

最初の戦略的な E-E は、農業技術の普及を目的として1951年に英国の British Broadcast Company (BBC 放送) が始めたラジオドラマ『The Archers』^b である⁷。その後、1969年からペルーで放送されたテレビソープオペラ『Simplemente Maria』^c が

E-Eの研究と実践の構築に大きく貢献した。アンデスの田舎から出稼ぎに来た、読み書きができない家政婦「マリア」のシンデレラストーリーは、彼女と同じような境遇にある娘たちに大きな共感を呼んだ。マリアのように読み書きと裁縫のクラスに入学したいという若い女性たちが急増し、クラスが不足する状態に陥った。ドラマの中でシンデレラをいじめる姑のように描かれた雇い主たちは、家政婦に対する自らの態度を省み、家政婦と共に番組を観るようになった。ドラマの中でマリアが使っていた「シンガー」のミシンの売り上げは、番組の影響で急増した。マリアのエステバンとの結婚式^dの撮影現場の教会には、現実と非現実の境界を見失うほどに熱狂し、一張羅を着込んだ約1万人の視聴者が押し寄せた⁸⁾。

このような社会を揺り動かす現象をみたメキシコのドラマディレクターのMiguel Sabidoは、社会的な課題についての教育を効果的に視聴者に提供する戦略として、E-E ソープオペラの方法論を確立した^{4,9)}。Sabidoの方法論の重要な点は4つにまとめることができる³⁾。①どのような現状が問題として存在し、プログラムはそれをどのように変えるのかを明確にするために、モラル・グリッドを作成する。②物語の中では、良い行動をとることで恩恵を享受する「良いモデル」と、悪い行動をとって罰を受ける「悪いモデル」を明確に示す。さらに、変化していく過程を示し、視聴者が少し頑張れば手が届き、共に歩みたいと感じる登場人物を複数名登場させる。③現実的な変化の様子を示すという点でも有用な、衝突や登場人物が困難に直面する姿を織り込む。④物語の最後に、教育的なポイントを要約し明示することで、メッセージを心に残るものにするエピローグを付す。さらにエピローグの中では、ドラマを観て、自ら行動を起こしたいと思う視聴者を現実世界で支援するインフラストラクチャーについても紹介する。

彼の確立したE-E ソープオペラの方法論はインドのテレビドラマ『Hum Log (私たち人々)』^eを皮切りに、アフリカ、アジア、南米諸国における

公衆衛生や社会開発の課題を取り上げるE-Eプロジェクトの中で、広く活用されてきた。これらのプロジェクトの推進には米国をベースに開発途上国支援を行うグループ(ポピュレーション・コミュニケーション・インターナショナル:PCI, ジョンス・ホプキンス大学のコミュニケーションプログラムセンター:JHU/CCP)等が携わっている^{4,5)}。

南アフリカの『Soul City』はSabidoとは別の流れでE-Eの実践・研究に大きく貢献してきた。医師であるGarth Japhetが、高い乳幼児死亡率等の公衆衛生課題に対して、効果的にマスメディアを活用したキャンペーンを展開するために友人と1992年に立ち上げたNGOである^{3,10,11)}。現在ではテレビ・ラジオドラマ、その他のメディアを複合的に活用して社会的な課題に取り組む組織にまで成長した。このようにE-Eの基盤は、主に開発途上国における取り組みで構築されてきた。

2) 先進諸国のE-E

先進諸国に見られるメディアが「飽和」したような状況下では、E-Eの実践は難しいとされてきた^{12,13)}。したがって、開発途上国とは異なる形でE-Eの実践が確立されてきた。産業界と協働するためのコンサルテーションの方法であり、これを一般的に「社会的マーチャンダイジングコンサルテーション」と呼ぶ³⁾。

E-Eに取り組む機関が作家やプロデューサーなどのエンターテインメントの専門家の相談に乗り連携を図ることで、多くの視聴者をもつ既存メディアプログラム中に、社会的な課題に関するメッセージを適切に挿入することができる。商業的なマーケティングの専門家が、(通常スポンサーに関連する)売り込みたい商品をドラマのシーンの中で見せるように、トピックをドラマの中で描写することで、視聴者の健康課題に対する意識向上を目指す。現在米国の「Hollywood, Health & Society (HH&S)」とオランダの「Centrum Media & Gezondheid」がこのようなE-Eを実践している。

南カリフォルニア大学ノーマンリアセンターの

事業である HH&S は、2000年から CDC 他連邦政府機関や多くの私的財団から支援を受けて、ハリウッドの制作者集団が正確な健康医療情報と重要なメッセージを既存のエンターテインメントプログラムの中に取り込むのを様々な方法で支援している¹⁴⁾。具体的には、制作者側の個別の相談に応じるコンサルテーションのほか、制作者がドラマの中で特定の健康課題は正しく現実味をもって表現できるように実際の症例・事例の資料も提供する。また、プロデューサーが必要なときには参照できるよう、CDC や国立がん研究所 (NCI) がエンターテインメント産業界に向けて作成したヒントシートをウェブサイト上で提供している。制作者が必要なときにいつでも有用な情報へアクセスできる体制と関係性は、エンターテインメント産業界のニーズに適切に応じているといえよう。年数回の作家労働組合との共催パネルディスカッションや、公衆衛生課題に取り組んだエンターテインメント作品の功績を称える賞の授与を通して、エンターテインメント産業界の保健医療課題におけるメディアアドボカシーの醸成も図っている¹⁵⁾。

米国ではさらに、このような国レベルのマスメディアの活用以外に、より小さなレベルのメディアの活用事例がある。米国内には特定の地域内のヒスパニックなどの民族グループに対して、その趣向に合わせたマスメディアが存在し、これをエスニックメディアと呼ぶ¹⁵⁾。新規移民者の生活をサポートするような社会性の強い情報発信を行うものも少なくなく、プログラムの一つとして、サビドの E-E の方法論を適用した E-E ドラマが提供された事例もある。

たとえば、アラバマ州では『BodyLove』というアフリカ系アメリカ人を対象に糖尿病、心疾患、高血圧症の予防と管理行動を促進する E-E ラジオドラマが制作され、州内の15アフリカ系アメリカ人向けラジオ局で放送された¹⁶⁾。コロラド州ではヒスパニック系移民者に対して、適切な医療へのアクセスを促進することを目的としたテレノベラが制作・放送されている。

3) IT の融合により拡大する E-E の実践

先進諸国に特に顕著な社会的エンタープライズコンサルテーションの他、E-E 実践における近年のトレンドを Singhal らは整理しているが³⁾、その中でも特に IT の活用と融合は特筆すべきである。

まず、デジタルゲームは登場から約50年を経て、現在では確立されたエンターテインメント、ソーシャルメディアとしての地位を獲得しており¹⁷⁻¹⁹⁾、E-E との融合では学習、健康、社会変化のための「シリアスゲーム」という分野の目覚ましい進展が注目される。利用者はロールプレイングゲームの中で、探検や実験、発見を経験しエンパワメントされる。これはテレビやラジオドラマの視聴による疑似的な体験とは異なる特徴である²⁰⁾。

さらに、IT の進歩によるメディアの多様性の拡大を背景に、トランスメディアアプローチが注目されている。トランスメディアとは、一貫したテーマの下で複合的なコミュニケーション方法を介して、エンターテインメントの経験を提供しようというものである^{21,22)}。トランスメディア戦略では、多様性と融合が成功の鍵となるが、進歩した IT により容易に連動できる複数のソーシャルネットワークサービス (SNS) を活用することで、トランスメディアアプローチの実効性は高まる。トランスメディアはプロセスに価値を置き、従来型のキャンペーンと比較すると結論は明確ではなく、探索的かつ非直線的である。

商業ベースのものから教育的なプログラムまで多くのトランスメディアの成功活用事例がある。その中の10週間短期集中プログラム『Evoke』⁸⁾は「世界を変える」というデジタルゲームである。2010年の開始時の第1週で、120以上の国々から8,000人の学生が参加した。参加者が解決策を考え出し、過程をブログや映像で報告することで、世界平和についての知識を得る機会に参加する若者が増え、参加者間の交流は個人の学びをより深いものにすることができる。

3. E-E の研究活動

あらゆるヘルスコミュニケーション活動におい

て形成的評価は成功の鍵となり、E-Eの実践においても研究活動は必須である。

先述の『Soul City』では、組織内の常駐研究者はプログラム制作を行うクリエイティブ部門と明確に区別され、制作の基盤となる徹底した形成的調査と効果検証研究活動に専念する^{3,11)}。ユニセフが南アジアの少女の地位向上を目指して制作したアニメーション番組『Meena』の場合、制作に先立ち1年以上にわたって対象となる視聴者の考え方や認識、行動、背景にある文化などの現状調査が実施された。調査に基づいて書き起こされた案は、複数回にわたるプレテストと、制作に関わる専門家による協議を重ねて揉まれた²³⁾。物語は実情を描写するものであるからこそ、視聴者にとって腑に落ちるものになる。

効果を検証する評価研究は、特に開発途上国の取り組みで蓄積されている。開発途上国では、国営放送など独占メディアによる放送を含め国家的なキャンペーンの展開が可能であり、「暴露」をコントロールしやすい社会環境がある。一方、先進諸国では公的な力で視聴をコントロールすることは困難であり、開発途上国のような対照群を設ける研究デザインは不可能である²⁴⁾。

たとえば、ケニアのラジオドラマ『Twende na Wakati (時間と共に進もう)』^{h)}はまず特定の州のみで放送され、家族計画とHIV感染予防に関する行動の放送前後の変化が、放送範囲外の対照地域と比較された²⁵⁾。このような比較が可能なのは、ある程度高い視聴率が確保されている場合であるといえよう。放送されても多くの人が視聴しない限り、量的データの分析では必要なパワーが確保されない可能性もある。

マスメディアを活用した場合の重要な効果のメカニズムの一つに、他者との会話やディスカッションがある。プログラムは視聴者に、放送内で提示する社会的な課題について意見交換し、自らを省みる機会を提供する。集団の中で個々人の社会的問題に対する意識のレベルが異なっても、皆が視聴するプログラムが問題の重要性と、解決さ

れることで得られる利益を示すことで、公のディスカッションの機会と社会的な動きを生む³⁾。

このようにマスメディアを活用したE-Eの効果は、個人のレベルだけではなく、集団、組織、コミュニティ、そして社会のレベルにまで及ぶダイナミックなものであり、量的データのみで捉えることが難しい。したがって、質的データを使い個人から社会のレベルに及ぶ効果のメカニズムの探索も進められてきた。

E-Eの効果検証研究の初期のものに、インドのテレビドラマ『Hum Log』の事例がある。放送終了後に外部の研究者は制作関係者へのインタビュー、国内テレビの一般視聴者と元熱狂的プログラム視聴者に対する質問紙調査、脚本とラジオ局に送られてきた手紙の内容分析などを行い、プログラム効果の検証を行った²⁶⁾。このような複数種のデータは、番組のインパクトの規模の量的な推計にも活かされ、E-Eの効果メカニズムの理解促進に貢献した。

これまで、E-Eの効果のメカニズムに関連するいくつかの理論が議論されてきたが、特に興味深い概念の一つに疑似社会的交流(Parasocial Interaction)がある。これは、視聴者とマスメディアプログラムの登場人物やプログラムそのものとの間の、実際の人間関係のような認知、情操、行動的な交流を指す^{26,27)}。この概念はマスメディアコミュニケーション領域で1960年代から議論されてきた^{27,28)}。先述の『Hum Log』の効果検証研究でも、効果のメカニズムとして議論されており²⁶⁾、E-E研究において有意義なものの一つである。

疑似社会的交流における認知的な側面は、視聴者がプログラムが取り上げる教育的な課題を認識しているかどうかで判断され、E-Eプログラムの効果の真髄ともいべきものである。情操面は、視聴者が登場人物や物語の内容を自分に身近なものとして感じているかを問う。情操面の疑似社会的交流は、サビドが重要視する設定されたモデルが、役割を果たしているかを確認するのに役立つ。行動的側面は、登場人物やプログラムの中で展開

している状況に対する語りかけや、視聴者の放送中・後の内容に関する他者との会話を指す。先述のように、視聴者がプログラムの内容をディスカッションすることで効果は高まるが、行動的疑似社会的交流は、効果メカニズムの理論化に特に重要である。

E-E プログラムに限らずヘルスコミュニケーション介入を設計する場合、メッセージを受け取る側の妥当性の認識（自分にとって必要な情報であると思う）、真摯な受容（情報が心に訴えるものである）、動機づけ（行動したい、行動しなければいけないと思う）は成功の鍵となる。疑似社会的交流は、これらを理論的にバックアップする概念であると言えよう。しかし、少数の研究²⁶⁻²⁸⁾を除き、E-E プログラムの多様性を網羅する定量的な研究は少なく、E-E 研究における今後の重要な課題として、議論が進める必要がある。

IV 考 察

我が国における放送メディア環境の状況に目を向けると、開発途上国のように単純なものではないが、米国のそれと比較して統制され²⁹⁾、複雑性は低く E-E の実践には比較的適していると言える。また、各県に首都圏のキー局とつながるテレビとラジオ局が存在するが、近年、首都圏からの画一的な情報発信過多の現状に対して、地方分権という大きな流れと相まって地域メディアの役割を問う声が高まっている³⁰⁾。これは、E-E 実践を強力に後押しするものであると言える。

我が国における地域メディアに期待される役割とは、先述の米国のエスニックメディアのそれと類似している。その中の大きなものの一つは、地元の社会的課題に関するメディアアドボカシーの醸成であると言えよう。我が国における E-E 活用可能性を模索するとき、地域の個別の問題に対して地域メディアを巻き込み、地元の文化性を活かした物語を通して解決策を示していくことは現実的である。取り上げる健康課題とその対象となるグループに適切なメディアを選択することが必要

であり、マスメディアは必ずしも国レベルのものだけではない。E-E の実践においては文化・伝統といった規範を共有するより小さなレベルのメディアを活用したほうがより効果的であり得る。さらに、強調すべきは、E-E の実践そのものが創造的で楽しいプロセスであるという点である。地域に密着した展開は、地域の人財を活かすことも可能にし、経済的な側面以上の Win-Win な関係の実現も可能にする。

次に E-E の実践において、ゲームの領域は開拓の余地が非常に大きいといえる³¹⁾。我が国の家庭用ゲーム人口は3,140万人、ソーシャルゲーム人口は1,385万人と推計され³²⁾、この規模の大きさから E-E の活用が進んだ場合のインパクトの大きさは計り知れない。

研究の側面について、E-E の実践が蓄積されるためには、その効果がエビデンスとして構築される必要があり、効果検証研究の重要性は言及するまでもない。しかし、わが国でも先進国特有のメディア情報への暴露をコントロールできないという大きな困難に直面する。マスメディアを活用したプログラムの場合には特に、巷にあふれる健康関連情報と競合し、行動変容の原因を特定できない。一方、先述のように E-E 特有の効果は暴露のみではなく、他者との会話等を含む非常に動的なものとして想定され、評価は自然な環境で実施されるのが好ましいと言えよう。

解決策としては、まず公衆衛生の視点からインパクトをとらえるために、暴露の規模の把握と疫学的データのモニタリングが必要と思われる。また、複数種のデータを活用し多面的な評価を行うことで、我が国における E-E の実践を支える理論の構築につなげていくことができよう。

最後に、倫理的な側面も見逃せない。E-E に限らず効果的に人の心をとらえる方法の悪用を危惧する声もあろう。予防策の一つは世界人権宣言などのような普遍的な善を示すものに常に立ち返ることである⁵⁾。しかし、本質的にはこれまでの E-E 研究や実践してきた先駆者一人一人と同様に、よ

りよい社会の実現を目指す倫理観を失わないことが重要であることは言うまでもない。

V おわりに

Singhal は英国の哲学者であり作家である G. K. Chesterton の言葉を引用し、E-E を端的に表現する。「架空の物語は現実以上のものである。それはドラゴンが存在することを示すだけでなく、ドラゴンは退治できるものであることを示すからである。」ドラゴンはあらゆる社会的な課題と置き換えて考えることができる。ドラマやゲームというエンターテインメントを介して物語を提供する E-E は、特定の社会的課題は解決可能であることを示す。

本稿は、日本であまり浸透していないエンターテインメント・エデュケーションについて、公衆衛生や健康教育の実践や研究における活用の可能性を読者に提案するような資料となることを目指した。多くの読者に関心をもっていただき、今後の我が国における E-E の研究・実践の蓄積に期待したい。

謝 辞

共著者である Arvind Singhal の招へいは日本学術振興会による外国人招へい研究者事業（短期）の助成を受けて実現したものである。

注

- a Fifth National Conference on Health Communication, Marketing, and Media held at Atlanta, GA, USA in August 2011.
- b 1972年に農業開発に関する教育的プログラムとしての役割を公式には卒業したが、現在でも放送は継続中で、HIV 予防などの健康課題や環境保全などの社会的な課題を取り上げ、農村の生活を都市部の住民に伝える役割も担っている。詳細は <http://www.bbc.co.uk/radio4/features/the-archers/> を参照のこと。
- c 1969～1970年10ヶ月間で225エピソードが放送された。
- d エステバンはマリアの識字クラスの教師として出会った。当時から互いに想い焦がれる仲であったにも関わらず、マリアの過去の経験などもあり、思い

を伝えあうことができなきていた。20年以上の時を超えて最終的にエステバンがマリアに結婚を申し込み、マリアは承諾した。

- e 1984～1985年17ヶ月間で156エピソードが放送された。
- f <http://www.learcenter.org/html/projects/?cm=hhs>
- g 毎週異なる世界の危機を取り上げる画像小説のテキストを介して、参加者に飢餓、貧困、清潔な水へのアクセスといった解決困難な世界の問題に挑むための想像力、協働、起業精神、持続可能性に関する基本的な知識とスキルを提供する。
- h 2年間にわたるプログラムは最初一部の地域での放送をブロックして1993年から放送された。

文 献

- 1) 日本能率協会総合研究所. 「健康ニーズ調査2009」結果の速報. http://www.jmar.biz/hot/html/dai34_1.html (2012年1月5日にアクセス)。
- 2) 青山ハッピー研究所. データバンク『食と健康』—第51回：健康に関する情報収集はメディアから実感型へ—. <http://www.asahigroup-holdings.com/company/research/hapiken/census/bn/20090213/> (2012年1月5日にアクセス)。
- 3) Singhal A, Wang H, Rogers EM. The rising tide of entertainment-education in communication campaigns. Rice RE, Atkin CK. (Eds.) *Public Communication Campaigns* (4th Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage, 2012: 321–334.
- 4) Singhal A, Rogers EM. The status of entertainment-education worldwide. Singhal A, Cody MJ, Rogers EM, et al. (Eds.) *Entertainment-education and social change: History, research, and practice*. Mahwah, NJ: Erlbaum, 2004: 3–20.
- 5) Singhal A, Rogers EM. 河村洋子訳. エンターテインメント・エデュケーション：社会変化のためのコミュニケーション戦略. 東京：成文堂, 2011: 1–31.
- 6) Wang H, Singhal A. Entertainment-education through digital games. Ritterfield U, Cody MJ, Vorderer P. (Eds.) *Serious games: Mechanism and effects*. New York: Routledge, 2009: 271–292.
- 7) 前掲書 5) : 165–196.
- 8) 前掲書 5) : 63–96.
- 9) Sabido M. The origins of entertainment-education. 前掲書 4) : 61–74.
- 10) 前掲書 5) : 277–307.
- 11) Usdan S, Singhal, A, Shongwa T, et al. No shortcuts in entertainment-education: designing Soul City Step-

- by-Step. 前掲書 4) : 153-175.
- 12) Hether HJ, Guang GC, Beck V, et al. Entertainment-education in a media saturated environment: Examining the impact of single and multiple exposures to breast cancer storylines on two popular medical dramas. *J Health Commun* 2008; 13: 808-823.
 - 13) Sherry JL. Media saturation and entertainment-education. *Commun Theor* 2002; 12: 206-224.
 - 14) Beck V. Working with daytime and prime-time television shows in the United States to promote health. 前掲書 4) : 207-224.
 - 15) Viswanath K, Arora P. Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation, and social control. *Mass Commun Soc* 2000; 3: 39-56. DOI:10.1207/S15327825MCS0301_03.
 - 16) 河村洋子. 【連載】個人と社会環境に影響を与える Entertainment-Education の可能性—最強コンビ EE ができること— (第 1 回) BODYLOVE: A radio drama that's good for your health. *公衛情報* 2009; 4・5 月合併号 : 24-28.
 - 17) Juul J. *A casual revolution: Reinventing video games and their players*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2010: 1-24.
 - 18) Vorderer P, Bryant J, Pieper KM, et al. Playing video games as entertainment. Vorderer P, Bryant J. (Eds.) *Playing video games: Motives, responses, and consequences*. Mahwah, NJ: Erlbaum, 2006: 1-8.
 - 19) Williams D. A brief social history of game play. Vorderer P, Bryant J. (Eds.) *Playing video games: Motives, responses, and consequences*. Mahwah, NJ: Erlbaum, 2006: 259-274.
 - 20) Peng W, Lee M, Heeter C. The effects of a serious game on role-taking and willingness to help. [Electronic version]. *J Commun* 2010; 60: 723-742. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2010.01511.x
 - 21) Davidson D. *Cross-media communications: An introduction to the art of creating integrated media experiences*. Pittsburg, PA: ETC Press, 2010: 26-39.
 - 22) Jenkins H. *Convergence culture: Where old & new media collide*. New York: New York University Press, 2006: 1-24.
 - 23) McKee N, Aghi M, Carnegie R, et al. Cartoons and comic books for changing social norms. 前掲書 4) : 331-350.
 - 24) Greenberg BS, Salmon CT, Patel D, et al. Evolution of an E-E research agenda. 前掲書 4) : 191-206.
 - 25) 前掲書 5) : 197-240.
 - 26) 前掲書 5) : 97-139.
 - 27) Papa MJ, Singhal A, Law S, et al. Entertainment-education and social change: An analysis of parasocial interaction, social learning, collective efficacy, and paradoxical communication. *J Commun* 2000; 50: 31-55.
 - 28) Kawamura Y. *The role of parasocial interaction in an entertainment-education radio soap opera for physical activity and self-efficacy: A concurrent triangulation mixed methods approach*. (Dissertation.) Birmingham, AL: University of Alabama at Birmingham, 2006.
 - 29) NHK 放送文化研究所. *NHK データブック世界の放送2011*. 東京: NHK 出版, 2011: 9-23.
 - 30) 林茂樹. *メディア・ローカリズムの可能性*. 早川善治郎編. *研究叢書12現代社会理論とメディアの諸相*. 東京: 中央大学出版, 2004: 313-338.
 - 31) 河村洋子. *がん予防のための運動普及に向けて—エンターテイメント・エデュケーションの活用の可能性—*. *体育の科学* 2012; 64: 103-108.
 - 32) コンピュータエンターテインメント協会. *2012 CESA 一般生活者調査報告書～日本・韓国ゲームユーザー&非ユーザー調査～2012*. <http://report.cesa.or.jp/pressrelease/press20120423.html> (2012年12月29日にアクセス).
(受付 2012.1.10. ; 受理 2012.12.26.)

Past and future of entertainment-education: Possible application to public health practices in Japan.

Yoko KAWAMURA^{*1}, Arvind SINGHAL^{*2}

Abstract

Objective: Health practitioners and popular mass media have unprecedented potential to come together social betterment. Popular media, guided by social science research, can serve as an advocacy for social change. The entertainment-education (E-E) communication strategy is very useful to achieve such win-win collaborations that can benefit society. This paper analyzes the E-E approach which, while relatively new in Japan, has been purposely utilized effectively with demonstrated results in many countries over the past three decades. We explore the possibilities of applying the E-E approach to the Japanese public health context.

Methods: This paper reports the definition of E-E, its history, recent trends, and research perspectives, drawing upon the literature on E-E, including Singhal's latest writings and on the topic, and conversation and discussion between the two authors.

Results: Simply put, E-E is about strategically utilizing the power of stories to change established social scripts. Over its history of more than 40 years since "Simplemete Maria" in Peru in early 1970s, the E-E practices and research have expanded and deepened with accumulated evidence.

Discussion: Considering the media environment, we conclude that the application of E-E in the Japanese context is possible, and that collaborating with local media and utilization of games might especially yield tremendous impacts. We hope that many scholars and practitioners in Japan get interested in E-E strategy that could create an environment of public discourse where complex social problems could find creative resolution, and that its research and practice can lead to the betterment of the society.

[JJHEP, 2013 ; 21(1) : 46-54]

Key words: health communication, mass media, health education, health promotion, entertainment-education

^{*1} Kumamoto University, Center for Policy Studies

^{*2} University of Texas–El Paso, Department of Communication, Social Justice Initiative