

## 伝えたいこと、伝わること

「なぜ戦争は伝わりやすく、平和は伝わりにくいのか」(伊藤剛著)という本がある。著者は、「伝えたいコトを、伝わるカタチに」することを仕事にしている。この本では、まず、私たちの頭に描かれる、戦争と平和のイメージを確認している。インターネットで画像検索すると、戦争には、具体的な「絵になる」画像が無尽蔵にあるのに、平和にはそれがない。つまり、平和が、他人と共有できるイメージを欠く言葉だという自覚が重要だという。

医薬品に置き換えて考えてみた。「効く」というイメージは、描きやすく、受け入れられやすい。頭痛が治った、下痢が治まった、血糖値が下がる、という情報がCMや車内広告や医学雑誌などに溢れていて、しかも、それらの情報は無料で入ってくる。本当は、宣伝費として商品の価格に反映されているが、情報提供は無料を装ってなされる。

そのような「効く」イメージに対して、「害」はともかく「無効」という情報を伝えるには、どうすればよいのか？

本誌は、一般の人(医療消費者)も対象とした医薬品情報誌「薬のチェックは命のチェック」誌と、医療専門家向けの「The Informed Prescriber (TIP)」誌とを統合して、2015年1月に「薬のチェック TIP」誌としてリニューアルした。先の2誌も、本誌も、一切の宣伝広告記事のない、製薬企業などの資金援助もない、独立医薬品情報誌である。したがって、購読料を支えとする有料情報である。

独立情報誌だからこそ発信できる「ほんまもんの情報」を目指して、とことん調べつくし、

「伝えたい情報(コト)」を提供してきたと自負しているし、今もそれは変わらない。新薬の効果はどの程度なのか、薬剤治療の標準は？害反応にはどのようなものがあるか、など「伝えたいコト」はまだまだまだたくさんある。

しかし、一般の読者だけでなく、医師・薬剤師など医療専門家からも、本誌の内容について、「難しい」「日常の仕事の合間では読みこなせない」といった感想が寄せられる。確かに、C型肝炎ウイルスに対する抗ウイルス剤を取りあげた60号と61号の記事は、肝臓病の専門家以外には、やや難解であったかもしれない。「伝えたいコト」に集中するあまり、読者への「伝わるカタチ」になっていない、ということは、猛省しなくてはならない。

編集部では、このことを真剣にとらえて議論した。「薬のチェックは命のチェック」誌では、薬剤の評価記事の導入として病気の解説があった。これは、一般読者だけでなく、専門分野以外の病気や使用薬剤について医療者の理解も助けたと思われる。

一方、リニューアル後の本誌では、病気のことは自明のこととして解説をほとんどしなかった。しかし、多忙な診療、日常業務の合間に読む記事としては、病気のイメージが描けて、それをどのように変えることができるのか、従来薬剤とどう違うのかなど、概要をとりあえず把握し、納得できる記事が求められているのだ、ということに改めて認識している。

今号で、その工夫をしたつもりだが、まだ不十分な面はあるかもしれない。編集スタッフ一同、「伝えたいコト」を「伝わるカタチ」にする記事づくりに、今後とも努めたい。