



CMSS-NAM-WHO 共同研究: フェーズ 2: ソーシャルメディアにある医療 / 健康に関する 信頼できる情報源を特定する

概要: ソーシャルメディアにある医療 / 健康に関する 信頼できる情報源を特定する

フェーズ 2: 認定を受けていない非営利組織、営利団体、 および個人の情報源に関する考慮事項

医学専門団体会議 (CMSS)、
全米医学アカデミー (NAM)、世界保健機関 (WHO) による共同研究

概要

最近のレポートで、世界の人口の約 59% がなんらかの形でソーシャルメディアを使用していることが示唆されている [1]。全世界の使用数を評価することは困難であるが、現在進められている研究によると、米国人の 90% 程度がソーシャルメディアを使用して医療 / 健康に関する情報を探していると推定される [2]。最近のレポートから見えてきたのは、オンライン上の医療 / 健康に関する誤情報や偽情報が増加しているという点である。このように医療 / 健康に関する意思決定の情報源としてソーシャルメディアが一般に広く普及しているため、ソーシャルメディア上に広がる医療 / 健康に関する情報の質および誤情報による影響は拡大している。

こうした状況を踏まえ、Google / YouTube は 2 つのフェーズからなる取り組みを支援してきた。この取り組みの目的は、医療 / 健康に関する信頼できる情報源の特定とそのレベルの引き上げについて、ソーシャルメディアやその他のデジタルプラットフォームへの指針とする原則と属性を策定することである。最初のフェーズは、全米医学アカデミー (NAM) が招集した諮問委員会により 2021 年に完了し、医療 / 健康に関する情報源の信頼性を判定するための基本的な原則と属性を策定した¹。フェーズ 1 の対象範囲は米国を拠点とする、調査や認定の手順

¹NAM プロジェクトの概要については、
<https://nam.edu/programs/principles-for-defining-and-verifying-the-authority-of-online-providers-of-health-information/> を参照。

が確立されている非営利団体と政府機関に限定されていた。フェーズ1で諮問グループは、信頼性の評価を支援する3つの基本原則を提案した。その内容とは、1) 科学的根拠に基づいていること、2) 客観的であること、3) 透明性があり説明責任を負っていること [3] であり、情報源がこの原則に一致していることを評価するための属性が策定された。世界保健機関 (WHO) は、専門家パネルを招集し、国際的な視野でこの初期ガイダンスの精査を行った [4]。以下に、フェーズ2の内容を要約する。

フェーズ2は、医学専門団体会議 (CMSS) が招集した多くの専門領域や学問分野を交えた諮問委員会により、NAM および WHO との協力のもとで実施された。この委員会の役割は、フェーズ1で策定した原則と属性を基礎として応用し、残りの非営利団体、営利団体、個人などを含む、その他の医療 / 健康に関する情報源を評価することである。このフェーズは、国際的な適用性を見据えて進められた。公開したドラフト文書に対する意見を公募し、レポートの完成段階でこれらのコメントの検討が行われた。

委員会の結論では、医療 / 健康に関するすべての情報源が、科学的根拠に基づいていること、客観的で透明性があること、説明責任を負っていることという3つの基本原則を守る必要があるとしている。さらに、元の原則をまとめ、あらゆる情報源にまたがるものとして、包括性に関する新たな分野横断の原則を制定した。この新原則は、誰もが信頼性の高い医療 / 健康情報にアクセスできるようにするために重要なものである。ただし情報源よりもむしろコンテンツを考慮せずにこの原則を取り入れようとする問題が生じかねないため、原則については現在調整が行われている。

提案された原則と属性をより幅広い層の情報源 (認定されていない非営利団体、営利団体、個人) に適用するにあたって、起こり得るいくつかの課題を解決できるよう、委員会は元の属性に対してさまざまな修正を提案した (表1)。また、委員会では原則と属性を実際に適用する方法についても議論された。情報源が属性の多くに準拠する必要があることについては合意が得られたものの、どの属性を優先すべきかについては意見が分かれた。

表1: フェーズ2: ソーシャルメディアにある医療 / 健康に関する信頼できる情報源を特定するための基本原則の属性に提案された修正

注: **太字**のテキストは、フェーズ2で諮問委員会が提示した追加、変更、削除を示す。複数の情報源に共通する属性は行を結合して記載されている。

属性	原則: 科学的根拠		
	情報源が提供する情報は、その時点で入手可能な科学的に最も正しい情報と一致し、科学的なコンテンツの作成、レビュー、表示に関する基準を満たす必要がある。		
	非営利団体	営利団体	個人
	科学の限界と進化を認める（新興の病気で見られるような初期の不完全な知識、サンプル数の不足、相関 vs 因果関係など）。議論が交わされている場合や明確性が不十分な場合はその旨を記す		
	情報の最新更新日を明記する。また、内容の見直し、更新に努める。掲載している情報は、時間の経過に伴って変化する可能性がある最新情報であることの認証を含める		
	トピックに関する専門知識を示す（該当分野における一定の評価および功績がある）。オリジナル コンテンツが、信頼できる情報源からの転用かを示す		免許交付、教育、トレーニング、科学的な専門知識をプラットフォームに開示する
	他の信頼できる情報源との相互リンクがある		他の信頼できる情報源へのリンクがある
	査読や検証済みのデータソースなど、主張の根拠となる高品質な科学的情報源からの正確な引用を提供する		
	単一ではなく、複数の情報源からの情報を総合する		
	コンセンサス プロセスに従って、共有する情報を決定する		該当なし
情報を共有する前に、内容を詳しく吟味する仕組み（査読など）を取り入れる		該当なし	
属性	原則: 客観性		
	金銭などさまざまな形の利益相反や提供する情報の質を損ねる（または損ねると人々が考えかねない）バイアスについて、情報源は影響を減らす措置を講じる必要がある。		
	非営利団体	営利団体	個人
	医療 / 健康に関する情報を、財政、政治、アドボカシー的なメッセージと区別する	医療 / 健康に関する情報を、財政、政治、商業上のメッセージと区別する	
	資金提供者からの独立性を保つ。科学的な独立性の維持に関するポリシーが確立されている		資金提供者からの独立性を保つ
	医療 / 健康に関する情報をロビー活動と切り離す		
スポンサー付き投稿、有料のパートナー提携、広告や資金調達が目的の場合は明確に特定する。掲載する医療 / 健康情報に	教育 / 情報とマーケティングを明確に識別する。掲載する医療 / 健康情報に関わりのある広告を開示なしで含めない（または、広告を一切掲載しない）	現地のガイドラインおよび規制に従って、スポンサー付き投稿および有料のパートナー提携を明確に特定する	

	関わりのある広告を開示なしで 含めない（または、広告を一切 掲載しない）		
属性	<p align="center">原則: 透明性および説明責任</p> <p align="center">情報源は、提供する情報の制限、利益相反、コンテンツの誤り、手続き上の間違いを 開示する必要がある。</p>		
	非営利団体	営利団体	個人
	金銭的、非金銭的な利益相反を ミッションステートメントと合 わせて自組織のウェブサイトで 開示する	金銭的、非金銭的な利益相反を開 示する。結果として生じた組織の 収益を開示する	現地のガイドラインおよび規制に 従って収益を含めた、金銭的、非 金銭的な利益相反を開示する
	<p align="center">関連する提言、政策的立場およびロビー活動を開示する</p>		
	<p align="center">医療倫理と透明性の原則に従う</p>		
	<p align="center">訂正または撤回を公表する。定期的なスケジュールで更新を投稿する</p>		
	<p align="center">一般からフィードバックを受け付ける仕組みを提供する</p>		
	<p align="center">データ、方式、推奨案を共有する。 エビデンスに基づく医療 / 健康情報の作成においてバランスを保ち包括的であるための 取り組みを開示する</p>		
世	<p align="center">原則: 包括性および公平性（作成中）</p> <p align="center">情報源は、医療 / 健康に関する情報について多様性、公平性、信頼性のある意見を含め、視聴者のユー ザー属性を反映することを優先する必要がある。</p>		
	非営利団体	営利団体	個人
	<p align="center">対象とする集団が理解しやすく文化的に適切な言葉を使用する</p>		
	<p align="center">特定の集団を非難する言葉を避ける</p>		
	<p align="center">医療 / 健康情報へのアクセスの公平性を重視する</p>		
<p align="center">研究を文脈化し、対象集団に適したものにす</p>			

実装

情報源の信頼性を判定できる一連の原則と属性を定めることは不可欠な最初のステップだが、各基準を適用することで、それを立証することも必要である。こうした基準を適用して信頼できるコンテンツを増やす際は、グローバル コミュニティと複数のソーシャル メディア プラットフォームの両方に対して基準を適用できるかどうかという点から、批判的な視点で評価する必要がある。委員会で合意を得られたのは、最初のステップにおいて、認証のみでは信頼性の確立に不十分であるという点だ。そのため委員会は、複数のソーシャル メディア プラットフォームにわたって、標準化された経歴申告書または個別の情報源に対する認証を作成し、免許交

付、専門知識、競合といった重要な属性にどこからでも参照できるリンクを使用することを推奨している。理想的には、こうした属性を個別に認証できるべきである。さらに委員会のメンバーは、情報源の信頼性を定期的に確認し、信頼できる情報源を新たに追加するとともに、信頼性の基準を満たさなくなった情報源を削除できるようにすることを推奨した。特定の評価基準には現地の規制も踏まえる必要がある（たとえば、広告に関する米国の FTC 規制）。エンドユーザーの観点からは、情報源の信頼性を評価するために使用された要因を消費者が理解することが有用であると考えられている。また、委員会は属性の適用に関して、プラットフォーム間の一貫性を実現可能な範囲でできる限り保つことを推奨した。最後に、信頼できる情報源を特定するという現在の目標を超えて、委員会は、医療 / 健康に関する誤情報や偽情報を含むコンテンツが存在するという大きな課題に対処するための、実際的かつ効果的な手段をさらに模索する必要性があることを強調した。

評価のプロセスとそのプロセスのテスト

委員会は、今後起こり得る実装上の課題を認識したうえで、医療 / 健康に関する有効で信頼できる情報源を正確に見極める過程においてアルゴリズムがどのように機能するか、また最終的に消費者がその結果をどのように利用するかを繰り返しテストすることが不可欠であることに合意した。委員会は、情報源の評価を大規模に遂行する前（ユースケースやパイロットテストを通して）と、長期的な観点（信頼できる情報源となり得る情報源の長期的な追跡）の両方において、評価プロセスのテストが重要であることを強調した。テストの目的は、プロセスが意図したとおりに機能しているかどうか、故意ではない被害の証拠があるかどうかを見極めることである。このテストには世界中のプラットフォームを含める必要がある。委員会はソーシャルメディアプラットフォームに対して、信頼性の判定が可能になると想定される原則と属性に情報源がどの程度一致しているかを評価するために、透明性があり検証可能なデジタルの標準プロセスを開発するよう推奨した。最後に、ソーシャルメディアプラットフォームは調査の専門家と協力して、信頼できる情報源のラベル付けによる影響を評価し、さらに、信頼できる情報源の到達範囲を判断するようにも促している。ラベルの価値は最終的に、公共にとっての妥当性によってのみ決まるためである。

参照

1. DataReportal 「Digital 2022: July Global Statshot Report」 、
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-july-global-statshot> で閲覧可能
2. Bishop M. (2019 年) 「Healthcare Social Media for Consumer Informatics」 、
In: Edmunds M.、 Hass C.、 Holve E. (eds) Consumer Informatics and Digital Health
、 Springer, Cham https://doi.org/10.1007/978-3-319-96906-0_4
3. Kington RS、 Arnesen S、 Chou WS、 Curry SJ、 Lazer D、 Villarruel AM 「Identifying
Credible Sources of Health Information in Social Media: Principles and Attributes
」 、 NAM Perspect、 2021 年 7 月 16 日、 10.31478/202107a. doi:
10.31478/202107a.PMID: 34611600
4. 世界保健機関、会議のレポート: 「WHO online consultation meeting to discuss
global principles for identifying credible sources of health information on social
media」 (WHO のオンライン コンサルテーション会議: ソーシャル メディアにある医
療 / 健康に関する信頼できる情報源を見極める世界的原則に関する議論) 、 2022 年 7
月 1 日、
[https://www.who.int/publications/m/item/who-online-consultation-meeting-to-
discuss-global-principles-for-identifying-credible-sources-of-health-information-on-
social-media](https://www.who.int/publications/m/item/who-online-consultation-meeting-to-discuss-global-principles-for-identifying-credible-sources-of-health-information-on-social-media)
で閲覧可能