

フェイクニュースに対する若者の接触実態の解明

○根本 藍 (Aoi Nemoto)、藤代 裕之 (Hiroyuki Fujishiro)

Keywords : フェイクニュース、ソーシャルメディア、ニュース接触、メディア・リテラシー、ジャーナリズム

1 目的

本研究の目的は、若者のフェイクニュースの接触実態を解明することである。2016年のアメリカ大統領選挙以降、フェイクニュースの研究がアメリカを中心に進んでいるが日本では十分ではない。2018年の沖縄県知事選挙では、地元紙やインターネットメディアがフェイクニュース検証に取り組んだことで、その存在が明らかになり、若者がフェイクニュースの影響を受けたという指摘が行われているが、具体的な調査は行われていない。

2 方法

本研究の調査は、アンケートとヒアリングを組み合わせで行う。アンケート調査は、沖縄県の地元紙沖縄タイムス社の協力を得て、2018年11月に沖縄県内の大学生・専門学校生525人を対象に行った。フェイクニュースを「見た」と回答した学生は11.4%、「見ていない」85.9%、無回答は2.7%だった。「見た」と回答した学生から6人に半構造化インタビューを行い、接触したフェイクニュースの種類や経路、ニュースメディアの利用状況を聞いた。

3 結果

調査・分析の結果、フェイクニュースへの接触経路は全てツイッターで、地元紙が取り組んだフェイクニュース検証記事は読まれていなかった。「見た」大学生・専門学校生は、ソーシャルメディア上の情報に慎重な態度を持っていた。これらの大学生・専門学校生は、アンケート調査に対し「見ていない」と回答した人に比べて、ツイッターでニュースに接触する割合・頻度が高く、地元紙で選挙のニュースを確認する割合・頻度が高かった。

4 結論

以上により、ヒアリング調査を行った大学生・専門学校生にフェイクニュースに影響を受けている実態は見られなかった。しかしながら、フェイクニュースを「見ていない」と回答した大学生・専門学校生の調査は行えておらず、フェイクニュースと気づかないまま接触して影響を受けている可能性があり、若者のフェイクニュースの接触実態を解明するには、さらなる調査が必要である。

【主要参考文献】

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017) *Social media and fake news in the 2016 election*. *Journal of Economic Perspectives* 31.2, pp.211-36.

Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019) *Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook*. *Science advances* 5.1, eaau4586.