

フェイクニュース拡散行動の実証分析

—日本におけるフェイクニュースの実態と有効な対策—

○山口真一 (Shinichi Yamaguchi)、菊地映輝 (Eiki Kikuchi)、青木志保子 (Shihoko Aoki)、田中辰雄 (Tatsuo Tanaka)、渡辺智暁 (Tomoaki Watanabe)、大島英隆 (Hidetaka Oshima)、永井公成 (Kiminari Nagai)

Keywords : フェイクニュース ソーシャルメディア SNS シェア行動 メディア 情報リテラシー

1 目的

近年、フェイクニュースの拡散とそれに伴う社会的影響が世界中で問題になっている。しかしその拡散の実態・メカニズムについて、学術的な研究があまり進んでおらず、国内でも少ないことが指摘されている。そこで本研究では、フェイクニュース拡散行動の要因を定量的にしたうえで、社会的対処方法を検討することを目的とする。

2 方法

本研究で分析に用いるのは、15～69歳の男女6,000名を対象としたアンケート調査データである。また、フェイクニュース接触行動については、実際に2019年に国内で広く拡散されてファクトチェック済みのフェイクニュース9事例を取り上げ、それらに対する行動を調査することで取得した。メインとなる分析では、フェイクニュースを信じて拡散したら1とするダミー変数を被説明変数とした、フェイクニュース拡散行動モデルを構築して回帰分析した。

3 結果

分析の結果、まず、9つの事例の内どれか1つ以上知っている人は33.2%おり、特に若い世代で接触率が高かった。そして、信じている人はどの事例でも65～86%ほど存在いた。さらに、政治的フェイクニュースは、特に弱く支持している層の考え方を変える影響を持つことが分かった。

次に、フェイクニュースを信じて拡散する行動について調査した結果、接触者の中で43.0%は1つ以上のフェイクニュースを拡散していた。これは全体に対して14.3%に当たる。さらに、フェイクニュース拡散行動モデルを構築して定量的に検証した結果、「男性」「大卒」「ネット歴」「情報リテラシー」はフェイクニュースを信じて拡散する確率を有意に減少させていた一方で、「子持ち」「ニュース関心度」「メッセージアプリ利用時間」「メールマガジン利用時間」「政治的極端度」「自己評価」「メディアリテラシー」は有意に増加させていた。

4 結論

以上より、フェイクニュース対策としては、メディアリテラシー、ニュースリテラシー、デジタルリテラシーではなく、情報リテラシーを向上させるようなリテラシー教育・研修を普及することが必要なことが示唆された。また、ファクトチェック結果を人々に届ける施策によって、信じている人そのものを減少させる必要がある。さらに、SNSだけでなく、メッセージアプリやメールマガジンといった、エコチェンバー現象が起きやすいツールにおける対策も必要である。

【主要参考文献】

Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2019). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't. *American Behavioral Scientist*, 0002764219869406.