

Innovation Nippon 2020 簡易概要版



フェイクニュース withコロナ時代の情報環境と社会的対処

2021.6

山口真一（国際大学GLOCOM准教授）

菊地映輝（国際大学GLOCOM講師）

渡辺智暁（国際大学GLOCOM教授・研究部長）

青木志保子（国際大学GLOCOM主任研究員）

田中辰雄（慶應義塾大学経済学部教授）

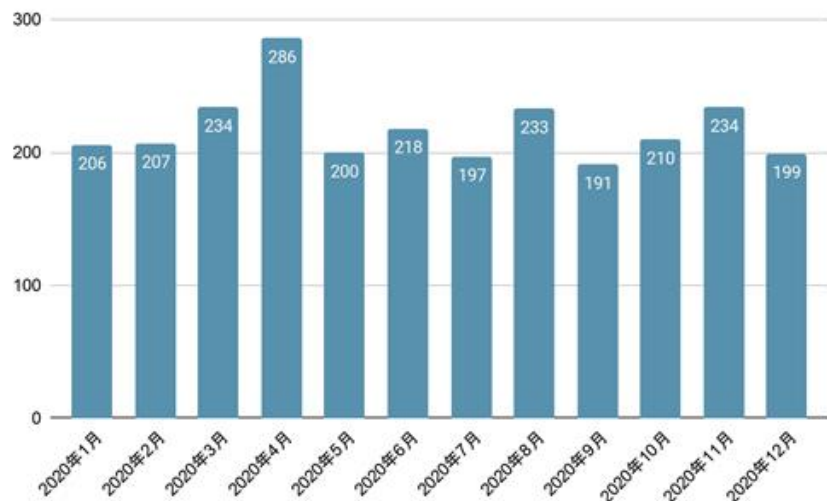
谷原吏（国際大学GLOCOMリサーチアシスタント）

大島英隆（国際大学GLOCOMリサーチアシスタント）

日本におけるフェイクニュースの状況

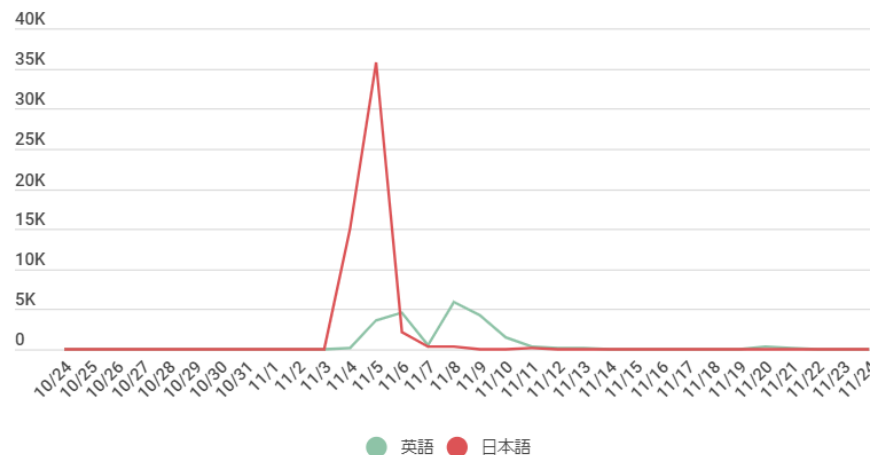
◆ 日本におけるフェイクニュースの状況

- 近年、日本においても年間2,615件の疑義言説が拡散。1日平均7.2件。新型コロナウイルス関連でも大量に拡散。
- 米大統領選挙に絡み、トランプ氏による「選挙不正」の主張が日本でも広がりを見せた。
- 「バイデン氏の得票数が短時間で増え、投票率が200%を超える計算になる」という真偽不明の情報は、米国より日本の方が拡散。



疑義言説の発生件数

シエンブレ デジタル・クライシス総合研究所「デジタル・クライシス白書2020」



英ブランドウォッチ社のソーシャルメディア分析システムで収集したデータから作成。日本語は「ウィスコンシン」と「200%」の両方を含むツイート、英語はWisconsinと200%の両方を含むツイートを抽出した

「ウィスコンシン」「200%」の両方を含むツイート数推移

<https://withnews.jp/article/f0210208002qq0000000000000000W00j11101qq000022495A>

日本の議論と本調査研究の位置づけ

総務省「プラットフォームサービスに関する研究会」での議論・指摘

- ① フェイクニュース問題が日本でどうなっているか**実態**を明らかにする必要がある。
- ② そもそもファクトチェック・フェイクニュースの**認知度**が日本では低いのではないか。
- ③ 持続可能な**ファクトチェック体制**とは何か。
- ④ ①～③を踏まえたうえで、**適切な対策**を検討しなければいけない。

◆ 本調査研究のフォーカス

- 2019年度調査研究に引き続き、日本におけるフェイクニュースの実態を明らかにする。具体的には、「人々の情報接触行動」「フェイクニュースの真偽判定能力に何が寄与するか」「フェイクニュース拡散の実態」等である。
- さらに、エビデンスベースで有識者会議を実施し、フェイクニュース問題に対する具体的な対処策を得る。

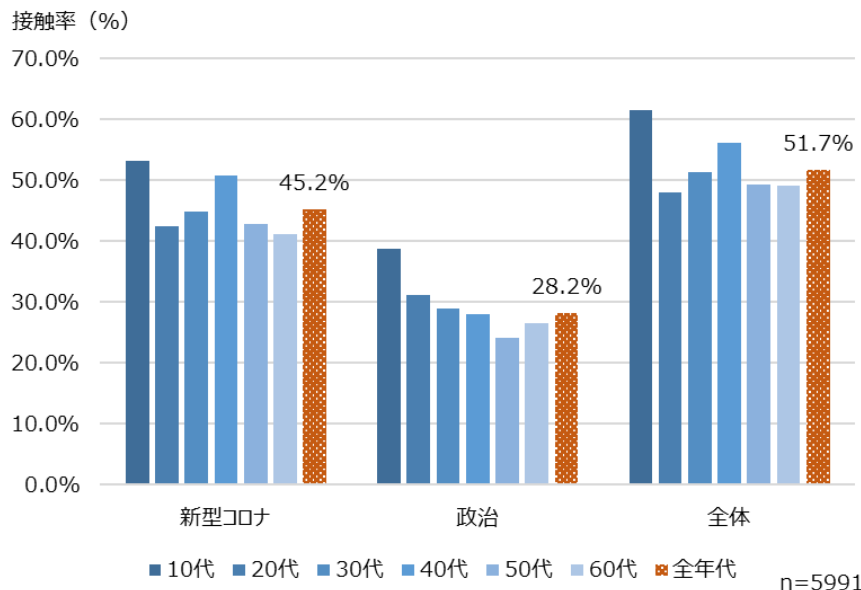
◆ 本調査研究における「フェイクニュース」の定義

- Disinformation、misinformation両方を射程とし、以下の定義とする。
**あらゆる形態における虚偽の、不正確な、又は誤解を招くような情報で、
設計・表示・宣伝されるなどをおして公共に危害が与えられたもの**

フェイクニュース接触の実態

◆ フェイクニュース、半数以上が接触

- 新型コロナウイルス関連で10件、国内政治関連で10件、計20件の実際のフェイクニュースについて調査。サンプルサイズ5,991人（アンケート調査の詳細は付録参照）。
- 特に**新型コロナ関連**のフェイクニュース接触率が高い（45.2%）。10代が最も高いが、**あらゆる年代**で接触している。
- 全体で**51.7%**の人は1つ以上のフェイクニュースに接触している。2人に1人以上。



フェイクニュース接触率（各分野について1つ以上のフェイクニュースに接触している人の割合）

※フェイクニュース例（抜粋・合計20件）

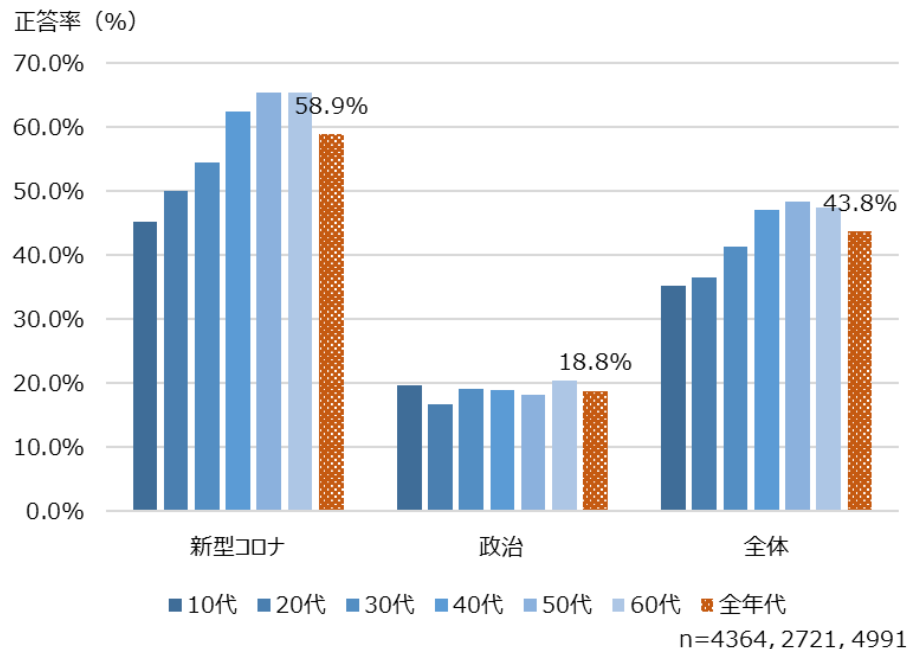
- PCR検査は普通の風邪も検出する
- 深く息を吸って10秒我慢できれば、新型コロナウイルスに感染していない
- 新型コロナウイルスは26～27度のお湯を飲むと予防できる
- ロイター通信が、コロナ禍の中50人で旅行した昭恵夫人について「世界一間抜けなファーストレディ」と報じた
- コロナ禍の中、4月8日・9日の国会審議が、野党の審議拒否によって実施されなくなった
- 歴代総理の中で安倍首相が初めて硫黄島を訪問した
- 安倍首相が日本の平均的な共働き夫婦の月収について、「ご主人が50万円、奥さんが25万円」と発言した

※全て2020年1月～7月にファクトチェックされたもので、広く拡散されたもの。ファクトチェック機関はBuzzFeed JapanとINFACT。

フェイクニュース真偽判定の状況

◆ フェイクニュースを偽情報と気づいている人の割合

- 新型コロナ関連は**58.9%**が偽情報と気づいているが、国内政治関連は**18.8%**に留まる。また、国内政治関連では年齢差がない。
- 新型コロナ関連のフェイクニュースは、元より疑わしいものが多いこと、**ファクトチェック結果が広まった**ことが要因と考えられる（マスメディア含む多くのメディアで報じられた）。つまり、ファクトチェックはフェイクニュース打消しに効果があるといえる。



- ニュースジャンル8ジャンルについて包括的に分析した2019年度調査研究では、25%の人がフェイクニュースを偽情報と判断できていた。
- それと比較して、新型コロナ関連はやはり高く、国内政治関連は低めである。
- いずれにせよ、多くの人がファクトチェック済みのフェイクニュースでも偽情報と気づけていないことが分かる。大量にファクトチェック記事が流れた新型コロナ関連でも40%以上の人は気づけていない。

フェイクニュース真偽判定・正答率（年代別）

フェイクニュース真偽判定に寄与する要素

◆ 回帰分析：フェイクニュースの真偽判定能力に影響を与える要素

リテラシー

情報リテラシーはフェイクニュース耐性に大きく貢献（騙されにくくなる）。ここでいう情報リテラシーとは、「筆者の意見が入った文章かわかる」「文章から確実に言えることが何かわかる」といった能力のことであり、端的にいうと読解力・国語力に近い。特に新型コロナウイルス関連のフェイクニュースの真偽判定能力を大きく高める。

メディア接触・信頼

ソーシャルメディアで情報・ニュースに接触することは、必ずしもフェイクニュースに騙されやすくするわけではない。むしろ、多様な情報源で情報接触することは良い影響もある。ただし、ソーシャルメディアやメールへの信頼度が高いとフェイクニュースに騙されやすい傾向。

マスメディアへの不満・生活への不満

マスメディアへの不満や自分の生活への不満が大きいと偽情報と判断しづらい傾向がある。特に、国内政治関連のフェイクニュース判断能力に一番大きな影響を与えており、不満が大きいとフェイクニュースに騙されやすかった。

※以下のようなフェイクニュース真偽判定決定要因モデル（ロジットモデル）を構築し、step-wise selectionによって、各フェイクニュースを偽情報と見抜く行動に影響を与えている要素を抽出した。

$$\text{Logit}[P(\text{Correct}_{it} = 1)] = \log \left(\frac{P[\text{Correct}_{it}]}{1 - P[\text{Correct}_{it}]} \right) \\ = \alpha + \beta_1 \text{Literacy}_i + \beta_2 \text{O_Action}_i + \beta_3 \text{Interest}_{it} \\ + \beta_4 \text{Characteristics}_i + \beta_5 \text{Policy}_i + \beta_6 \text{Dissatisfaction}_{it} \\ + \beta_7 \text{Media}_i + \beta_8 \text{T_Media}_i + \beta_9 \text{Followers}_i + \text{Fake}_t$$

- Correct_{it} ：個人*i*が、フェイクニュース*t*を偽情報と判断していたら1とするダミー変数。
- $P(\text{Correct}_{it} = 1)$ ： $\text{Correct}_{it} = 1$ となる確率。
- Literacy_i ：リテラシーベクトル。メディアリテラシー、ニュースリテラシー、ITリテラシー、情報リテラシーが含まれる。
- O_Action_i ：普段の情報検証行動ベクトル。
- Interest_{it} ：各ニュースジャンルに対する関心度を表す変数のベクトル。
- Characteristics_i ：個人*i*の属性ベクトル。具体的には、性別、年齢、都市圏在住、未婚、学歴、ネット歴、友人数。
- Policy_i ：個人*i*の政治傾向ベクトル。具体的には、政治傾向（極端度）、政治傾向（保守度）の2つの変数を持ったベクトルである。
- $\text{Dissatisfaction}_{it}$ ：不安・不満に関するベクトル。
- Media_i ：情報・ニュースに接触する媒体ベクトル。
- T_Media_i ：各媒体の信頼度ベクトル。
- Followers_i ：ソーシャルメディアのフォロワー数変数。Twitter、Facebook、Instagram、TikTok、その他のSNSのフォロワー数の合計値。
- Fake_t ：フェイクニュースが*t*であれば1とするダミー変数のベクトル。各フェイクニュース固有の効果を表す。
- $\alpha, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9, \gamma$ ：各変数、ベクトルにかかっているパラメータと誤差項。男性であれば1とするダミー変数。

フェイクニュース対策に有効な情報検証行動

◆ 情報検証行動のフェイクニュースに対する効果

- EU等と言われる情報検証行動（下表9つの行動）の全てが有効というわけではない。また、**フェイクニュースの種類によって有効な行動は大きく異なる**。
- 新型コロナ関連では「**1次ソースを調べる**」「**情報発信者の姿勢やトーン、感情を考える**」が有効。
- 国内政治関連では「**情報の発信主体を確認する**」「**情報が発信された目的を考える**」が有効。この2つは全体傾向でも有効だったが、「**ネットで他の情報源を探し、確認する**」も全体では有効だった。

有効な情報検証行動まとめ

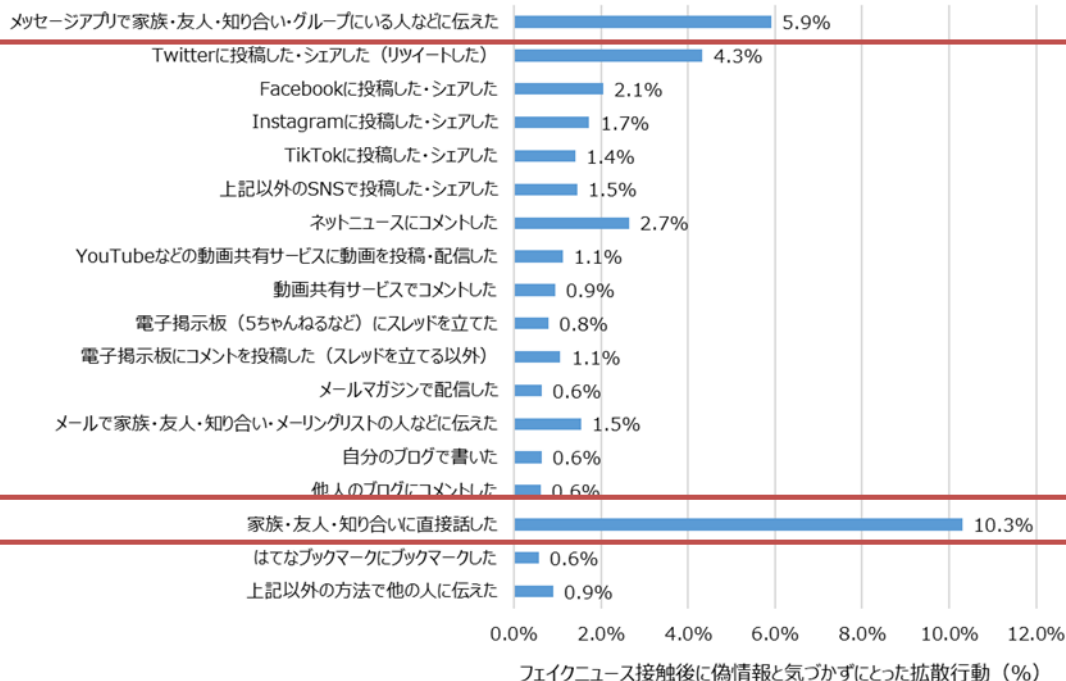
	新型コロナ	国内政治	全体
情報の発信主体を確認した		○	○
情報が元々いつ発信されたものかを確認した			
1次ソースを調べた	○		
ネットで検索して他の情報源を探し、確認した			○
ネットで他の人がどのように言っているかを確認した			
テレビ・新聞・雑誌（それらのネット含む）で他の情報源を探し、確認した			
情報が発信された目的を考えた		○	○
情報発信者の姿勢やトーン、感情を考えた	○		
リンクが貼られていた場合、リンク元を確認した			

※フェイクニュースを偽情報と判断することに影響を与えていた情報検証行動についてまとめている。分析は前頁のようなフェイクニュース真偽判定モデルによって実施した。○のついているところは有意な影響があったところ。

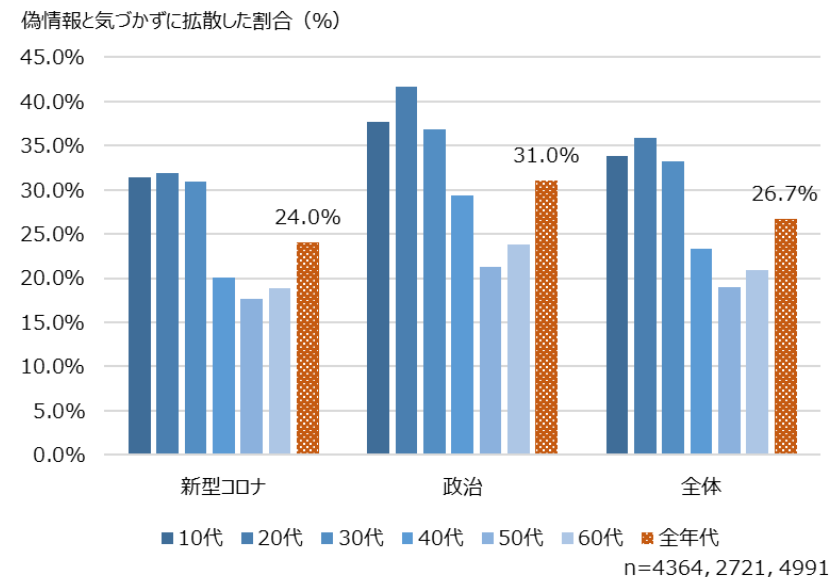
フェイクニュース拡散の状況

◆ フェイクニュース拡散手段

- 拡散手段として最も多いのは「家族・友人・知り合いに直接話した」で10.3%。次いでメッセージアプリが多く、身近な人への拡散が多い。Twitterは3位の4.3%。
- フェイクニュース接触後に偽情報と気づかずに拡散する割合は26.7%。国内政治の方が新型コロナよりやや多い。



フェイクニュースを偽情報と気付かずに拡散する行為

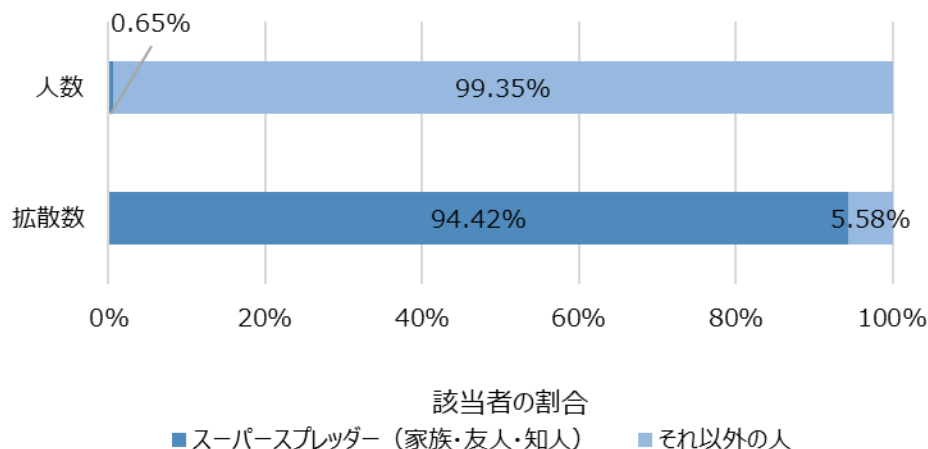


フェイクニュースを偽情報と気付かずに拡散する人の割合

大量に拡散するスーパースプレッダーの実態

◆ スーパースプレッダーの人数と拡散した人数

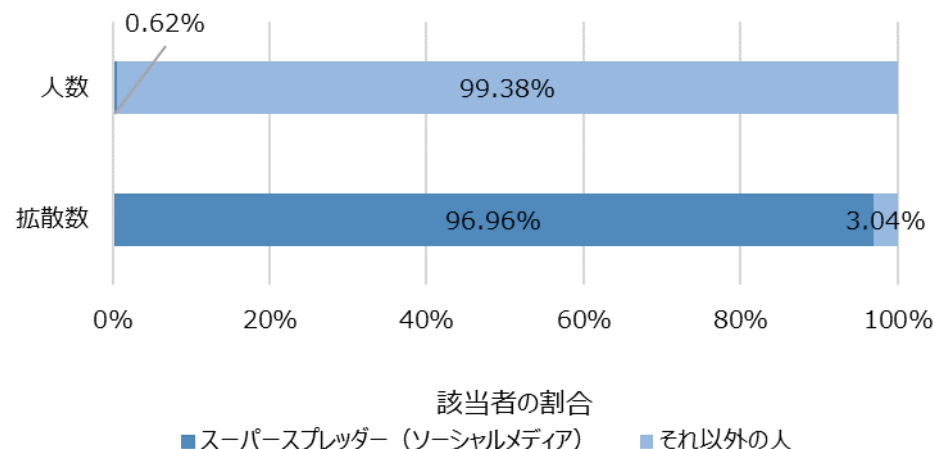
- フェイクニュース20件について、大量の人に拡散したスーパースプレッダーは全体で1%以下しかない。しかし、**拡散数では約95%**を占める。
- 複数のフェイクニュースを偽情報と気づかずに拡散する行動が見られ、ごく一部の拡散者がフェイクニュース拡散の大部分を広めていた。
- 一方、スーパースプレッダーはソーシャルメディアからの訂正情報で考えを変えやすい傾向にあり、意固地でないことが確認された。



スーパースプレッダーの人数と偽情報と気づかずに拡散した人数 (家族・友人・知り合いに対して)

※ 家族・友人・知人へのスーパースプレッダー：家族・友人・知り合いに対して偽情報だと気づかずに100人以上に拡散した

※ ソーシャルメディアでのスーパースプレッダー：ソーシャルメディアで偽情報だと気づかずに10,000人以上に拡散した（ただし拡散人数はフォロワー数であり、実際に見た人数ではない）



スーパースプレッダーの人数と偽情報と気づかずに拡散した人数 (ソーシャルメディアで)

日本におけるメディア・情報リテラシー教育の課題

◆ 日本のメディア・情報リテラシー教育について指摘されている課題

- 日本の問題点は、技術面の教育は充実しているものの、**メディアリテラシーに繋がる体系的な教育が不足**している（堀田 & 佐藤, 2019; 上松, 2015）。
- **他国のように、参加型・メディア自主制作**といった要素を取り入れることが効果を高める可能性。
- **多元的な情報・メディアリテラシー**の立場からベストプラクティスを共有する。また、デジタル・シティズンシップ教育として**幼稚園から高等教育まで体系的に導入する**必要がある（有識者会議）。
- 日本でも全米メディア・リテラシー同盟（NAMLE）のような広範なネットワーク組織が求められる。

デジタルツールキットを用いたメディア教育

また、フィンランドの教育現場ではキットを使ったメディア教育も展開されています。

フィンランドのファクトチェックの専門機関である**Faktabaari**(FactBar)は、子どもたちへのフェイクニュース対策として、**デジタルツールキット**を開発。

情報に関する3つの視点をしっかりと見定め、判断できるような力を養うことを目的としています。

1. **ミスインフォメーション**（情報としての質が低い、または誤情報）
2. **ディスインフォメーション**（元から存在しないようなデマ、でっち上げられた情報）
3. **マルインフォメーション**（他を攻撃する意図のあるような情報）

<https://www.lifehacker.jp/2019/07/195010-how-to-learn-media-literacy-to-take-measures-to-fake-news.html>

有識者ヒアリング調査で提案されたコンテンツ

- ニュースプラットフォームを見る際に記事の出典を確認すること
- 情報の見方は多種多様で発信者によって異なること
- 虚偽情報を見破ることが非常に難しいこと
- 拡散に責任が伴うこと
- 実際の事例を啓発する

政策的含意

◆ 導かれる8つの政策的含意

1. 全体：ステークホルダー間連携によって、インターネットに関する総合的な啓発・対策を推進する
2. ファクトチェック：特に政治関連のファクトチェックを推進し、幅広いメディアによって行き届かせることが必要
3. ファクトチェック：拡散数の多い人（スーパースプレッダー）にファクトチェック結果が届きやすい設計を検討する
4. ファクトチェック：ファクトチェックをより活発にし、ファクトに辿り着きやすいようなアーキテクチャ上の工夫をさらに進める
5. 教育・啓発：フェイクニュース対策に有効な情報検証行動を啓発する（それはジャンル別に異なる）
6. 教育・啓発：身近な人からの情報であっても時には誤っていることもあることを啓発する
7. 教育・啓発：体系的で多元的なメディア・情報リテラシー教育を実施する
8. メディア：生活者がマスメディアへの理解を深められるような施策を講じる

◆ 調査研究概要

アンケート調査分析

- 実施期間：2020年9月。
- 対象：15歳～69歳の男女。
- サンプルサイズ：スクリーニング調査は層化抽出法によって性年代別の人口比に応じて調査したうえで、後述する20個のフェイクニュースのいずれか1つ以上に接触している人を4,991人、全く接触していない人を1,000人取得し、合計5,991人のサンプルを得た。

本調査の性年代別サンプルサイズ

	男性	女性	合計
10代	190	242	432
20代	340	458	798
30代	475	563	1038
40代	752	664	1416
50代	607	606	1213
60代	483	611	1094
合計	2847	3144	5991

- ✓ このまま分析すると、フェイクニュース接触者を過大に取得しており、説明力が強くなってしまう。
- ✓ そこで、スクリーニング調査におけるフェイクニュース接触率によるウェイトバック*を行った。

インタビュー調査

- 有識者3名に対して求められるリテラシー教育等ヒアリングを実施。
 - 小木曾健（情報リテラシー専門家）
 - 鈴木 朋子（ITライター・スマホ安全アドバイザー）
 - 安野智子（中央大学文学部 教授）
- 生活者6名（20代～40代の男女）に対してコミュニケーション環境とフェイクニュース行動を調査。

・ 調査分析に当たっては、母集団を日本在住の人全体としており、スクリーニング調査では層化抽出法によって割り付けを行っている。しかし、本調査ではフェイクニュース接触者を優先的に取得しているため、このまま分析してしまうと、フェイクニュース接触者の説明力が過剰に高くなってしまう。分かりやすい例でいうと、例えばフェイクニュース接触率や接触数は過大に分析される。このような問題に対処するため、日本における性年代別の人口比に応じて重み付けをし、社会の傾向に近い傾向を算出するのがウェイトバックである。