

Twitter 上のデマ・流言に対してテレビ局が打ち消し報道をすべきケースとその報じ方

早稲田大学政治経済学部経済学科 4 年

竹俣 紅 (1A172257-1)

概要

2020 年 2 月下旬、トイレットペーパーが不足するという流言がきっかけとなり、国内のトイレットペーパーは品薄状態となった。当時、多くのテレビ番組では、空っぽになった商品棚やトイレットペーパーを求めて列をつくる人々が映し出されながら、流言を否定する報道がなされていた。そのような報じ方では、人々の不安を煽ることになり、本当にトイレットペーパーが店から消えてしまうのではという筆者の懸念は、しばらくして現実のものとなった。あのとき、テレビ局はどのように流言に対処すればよかったのであろうか。これからも、社会を混乱させるデマ・流言は必ず発生するであろう。そのとき、テレビ局はどうしたら良いのであろうか。

本研究では、Twitter 上のデマ・流言がどの程度拡散されているときにテレビ局が打ち消し報道を行うべきか、どのような性質を持ったデマ・流言に対して打ち消し報道を行うのが適切か、そしてその際、どのような報じ方が適切なのかを、アンケート調査の分析を含めて論じる。アンケート調査では、筆者が作成した架空のデマ・流言ツイートを提示し質問を行うことで、社会への悪影響の切迫性の高い「急性・亜急性」のデマ・流言に対しての人々の心理を明らかにする。

第一章では、先行研究から、デマ・流言に対しての打ち消し報道が効果をもたらさなかった、あるいは逆効果になってしまった事例を振り返り、その原因と、デマ・流言を否定する際のマスメディアの留意点について論じる。第二章では、人々へのアンケート調査で提示する架空のツイートを作成するために、デマ・流言ツイートの性質と特徴について論じる。それを踏まえて、「急性・亜急性」のデマ・流言と、トイレットペーパーの品薄状態を招くような「予言の自己成就型」のデマ・流言ツイートの文章を作成する。第三章では、作成したツイートをを用いて、アンケートの設問を作成し、調査の結果と考察をまとめる。

本研究は、テレビから情報を受け取ったときの人々の心理を明らかにするものであり、今後のテレビにとって有意義であるといえる。