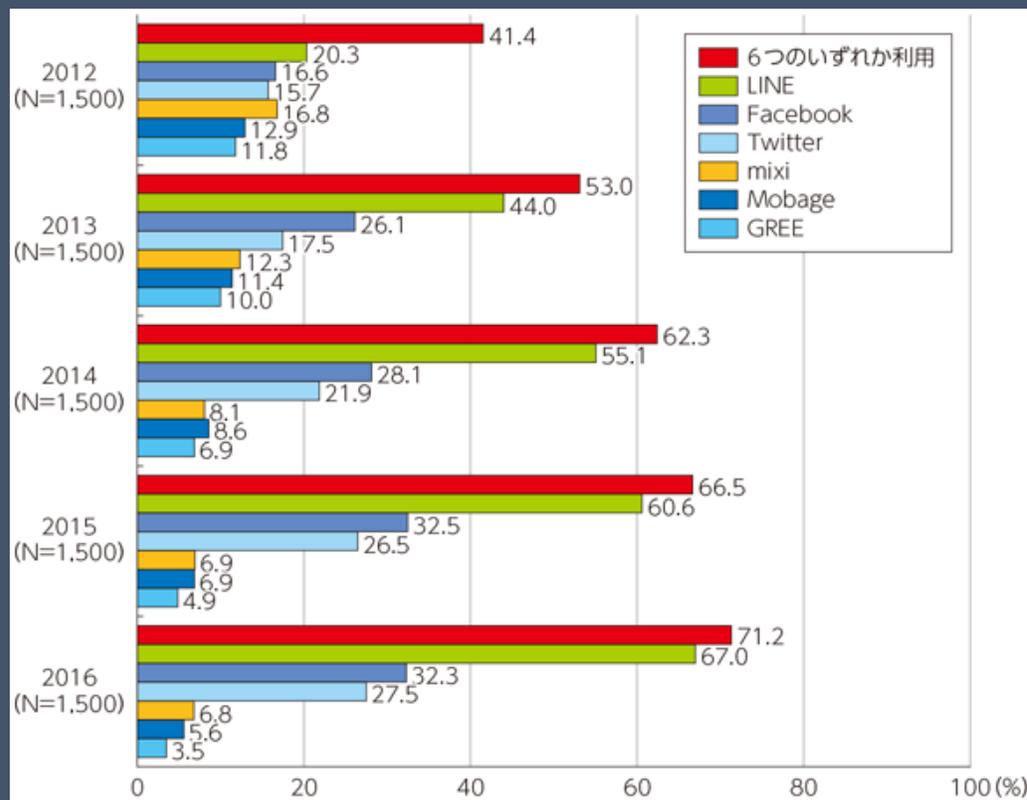


# 非実在型炎上 とその影響

東京大学 大学院工学系研究科  
情報法制研究所理事  
鳥海不二夫

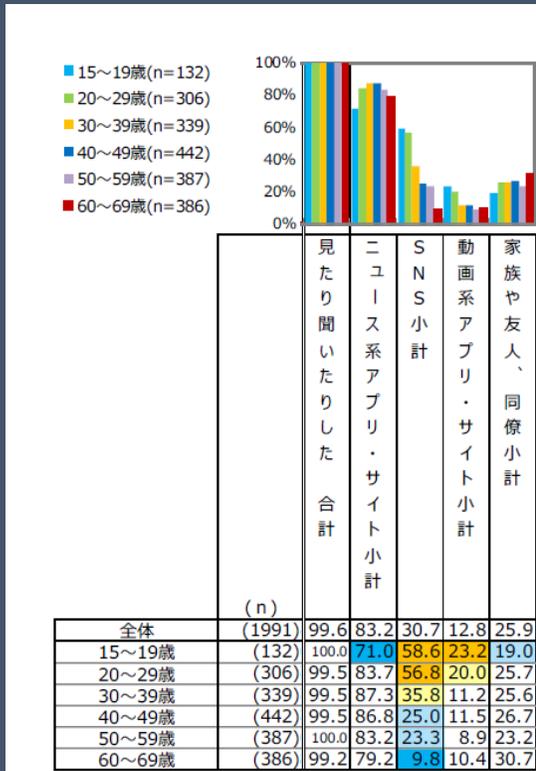
# ソーシャルメディアの利用の増加



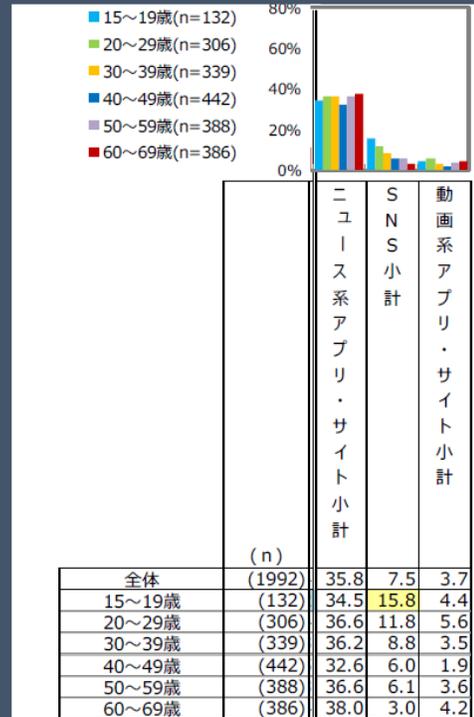
# コロナ禍のソーシャルメディア

- 二つの役割
  - 社会を写す鏡
    - Digital footprint
    - 人々の行動が記録
    - 感情などを見つける手がかり
  - 人々の情報源
    - 様々な情報が拡散
    - 個人レベルの情報からメディアの情報への拡散まで

# 情報源としてのソーシャルメディア



情報やニュースを見聞きした情報媒体



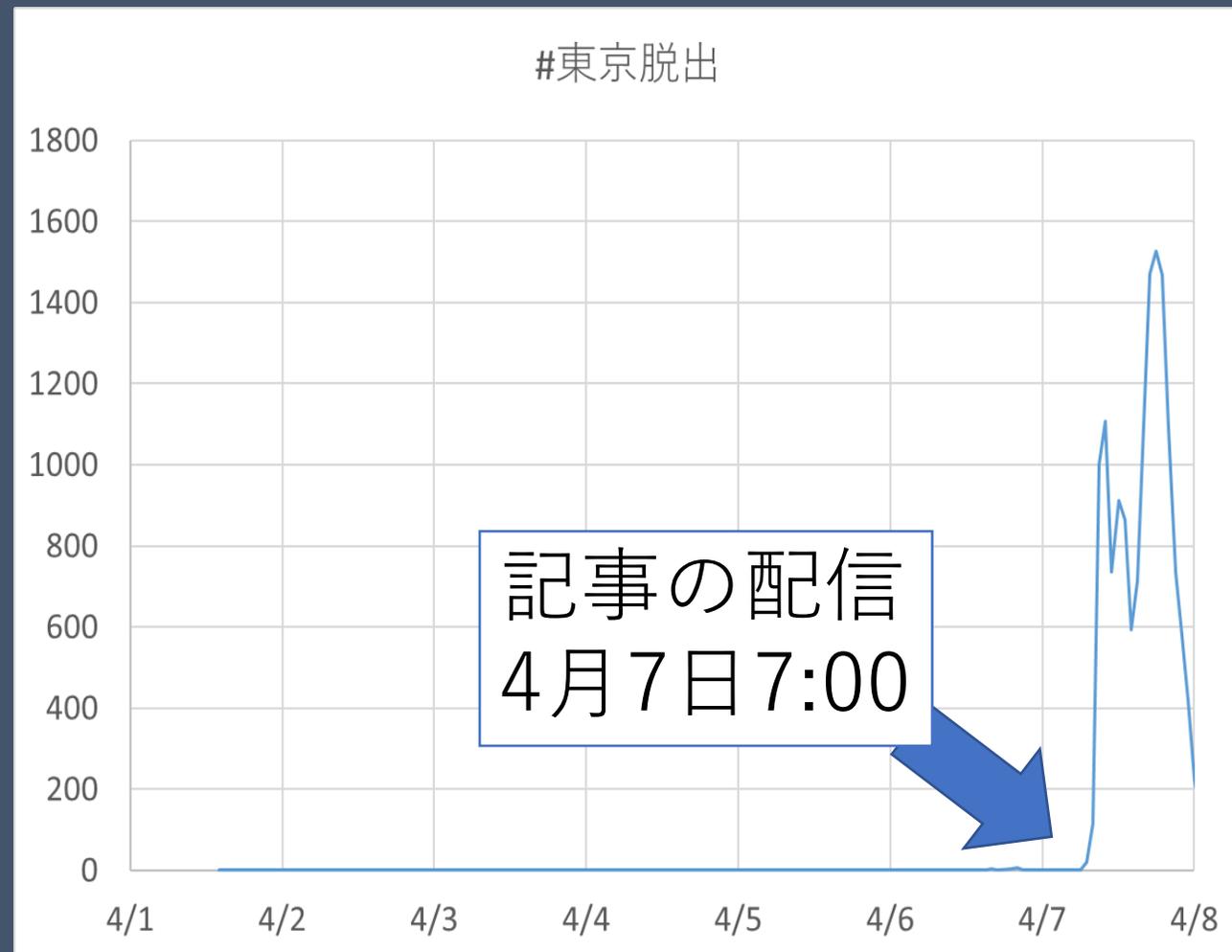
信頼できる情報源やメディア・サービス

- ソーシャルメディアを情報源として活用
  - 30.7%が情報源として活用
    - 10~20代では50%以上
  - 信用できる度合い
    - レガシーメディア：35.8%
    - SNS:7.5%
- 情報源として活用されるが信頼されないソーシャルメディア

# 東京脱出タグ

- 2020年4月7日
  - 新型コロナの感染の広がりが拡大しつつある時期
- 朝日新聞(7:00配信)
  - ツイッターでは「東京脱出」というハッシュタグ（検索ワード）が拡散されている。だが、ウイルスを地方に運び、そこで広げてしまえば、新たなクラスター（感染者集団）を生んでしまうおそれも否定できない。専門家は注意を呼びかけている。

# 東京脱出



# #東京脱出は存在したか？

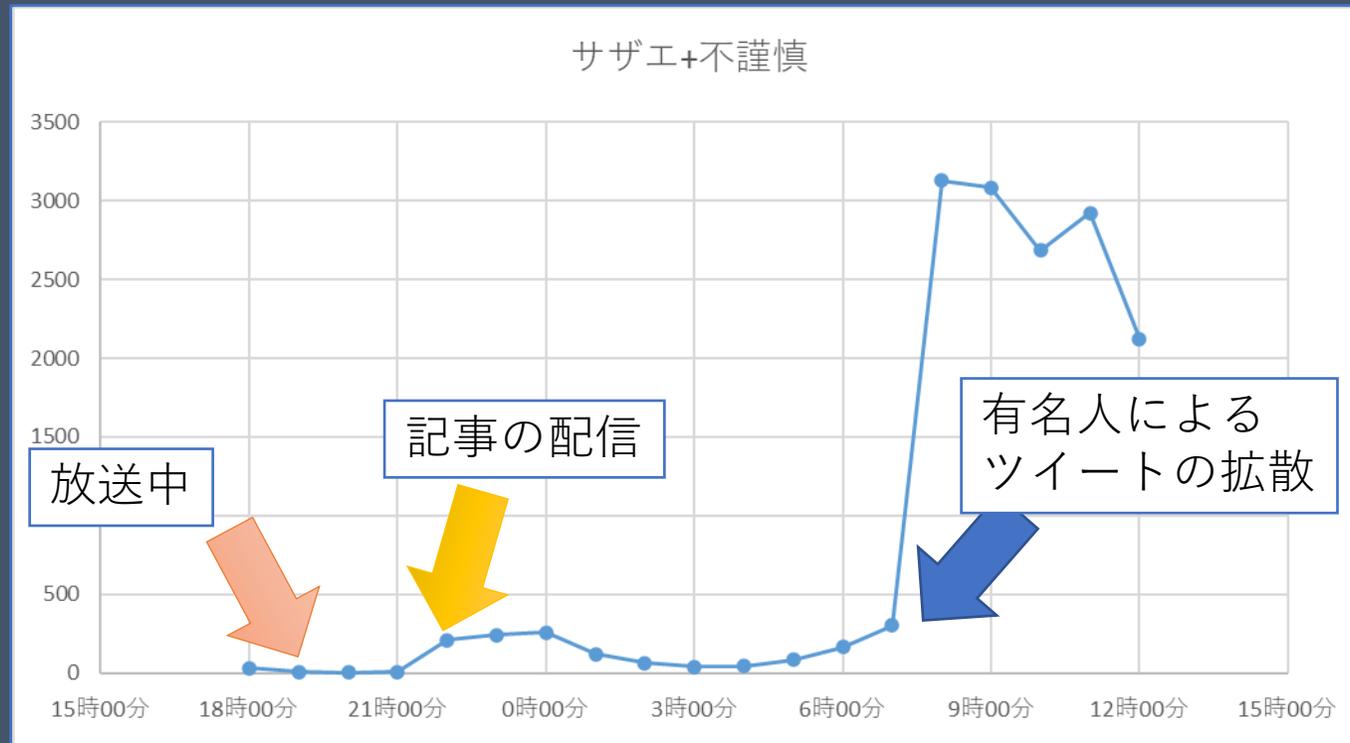
- 4月7日7:00までの#東京脱出
  - 28件
- 4月7日7:00～4月8日6:59までの#東京脱出
  - 15,242件
- 拡散を作ったのは誰か？
- 「嘘は書かないですよ。本当のことを書かないだけで」
  - 「#東京脱出」は存在した→1件でもあれば「嘘」ではない
  - 「拡散した」→「28件もあったんですよ」

# サザエさん不謹慎事件

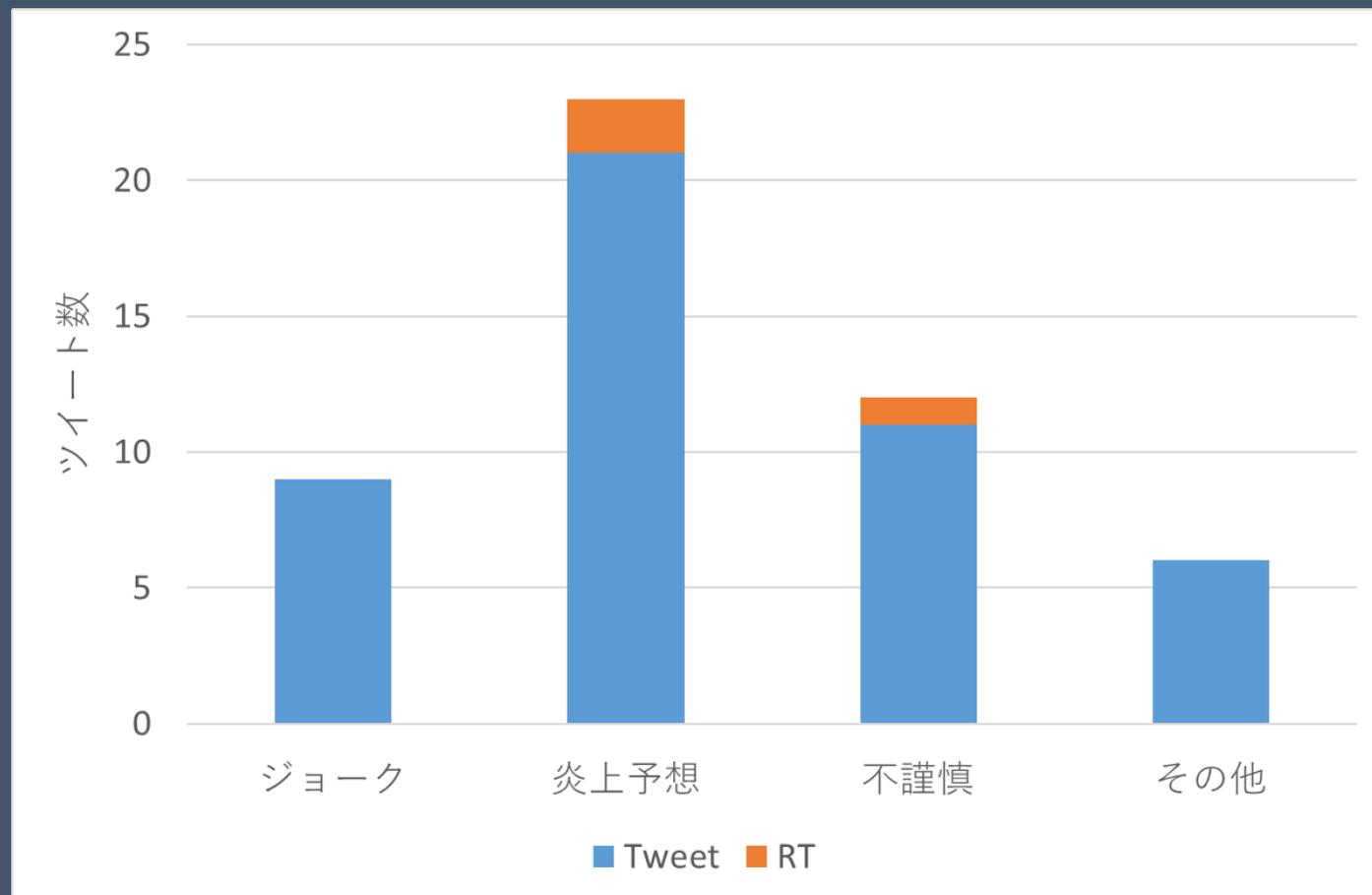
- 4月26日（日） 18:45ごろ
  - 磯野家・フグ田家が動物園を訪問
- 同22時過ぎ
  - デイリー新聞が記事を配信
  - 「「サザエさん」実社会がコロナ禍の中でGWのレジャーは不謹慎との声も」
- 翌27日（月） 7時ごろ
  - 「アニメの中でも、磯野家が外出自粛してる姿が見たいの？」というツイートが拡散

# サザエさん+不謹慎ツイート数

- 不謹慎だというツイートの数をカウント
- ほとんどが翌日に存在
- 放送中の数は28件
- 放送後記事配信までで44件



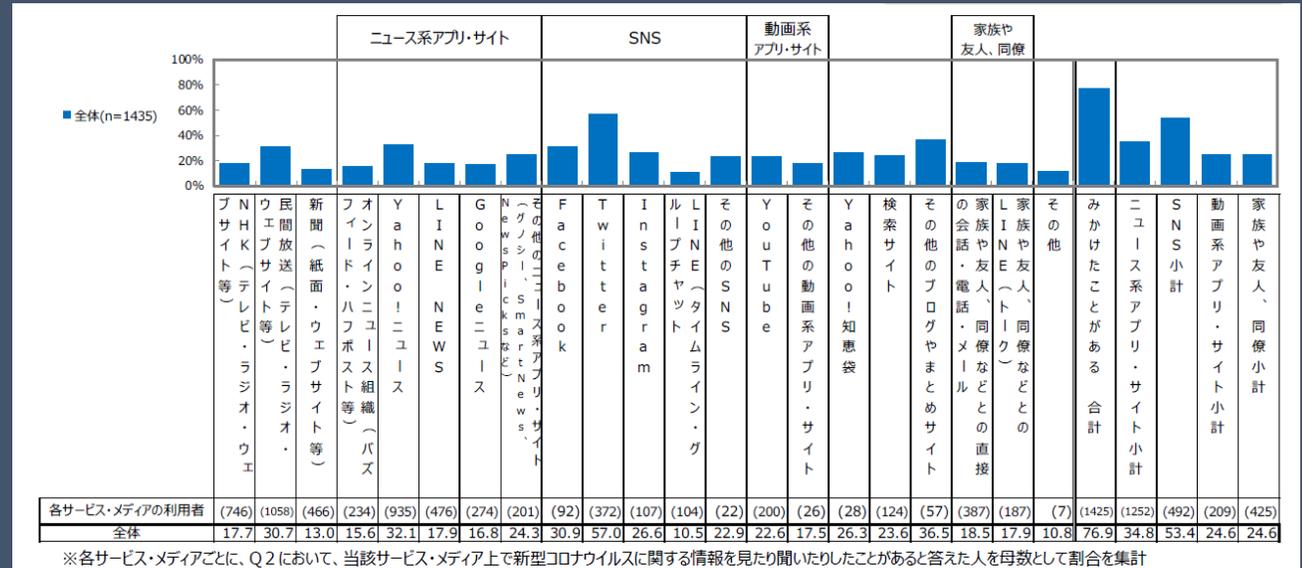
# サザエさん+不謹慎



根性マイニングによる分析結果

# マスメディアが広める非実在型炎上

- メディア発の非実在型炎上
  - 拡散していない情報が「拡散している」という記事
  - マスコミの記事を一般ユーザが拡散
- ここでいうメディアとは
  - ネットメディア
  - スポーツ新聞
  - 一般新聞，テレビなど
- 誤った情報を見た割合
  - NHK：17.7%
  - 民法：30.7%
  - 新聞：13.0%



間違った情報や誤解を招く情報を見聞きしたサービスやメディア

# トイレットペーパー不足のデマ

- 新型コロナの影響で、トイレットペーパーが不足
    - 2月28日～
  - 「トイレットペーパーが不足する」というデマが要因
  - 実際にどのようにデマは拡散したのか？
- 
- トイレットペーパーを含むツイート
    - 4,644,591件
    - 2020年2月21日4時～3月13日23時まで

# 分析対象データ概要

- 期間：2月21日～2月27日
- 「トイレットペーパー」 or 「ティッシュ」 or 「生理用品」 or 「国民生活安定緊急措置法」 どれかを含むツイートのうち10RT以上のツイート
- トイレットペーパーが不足する・しているという内容 orそれを否定する内容

# トイレトペーパーデマ

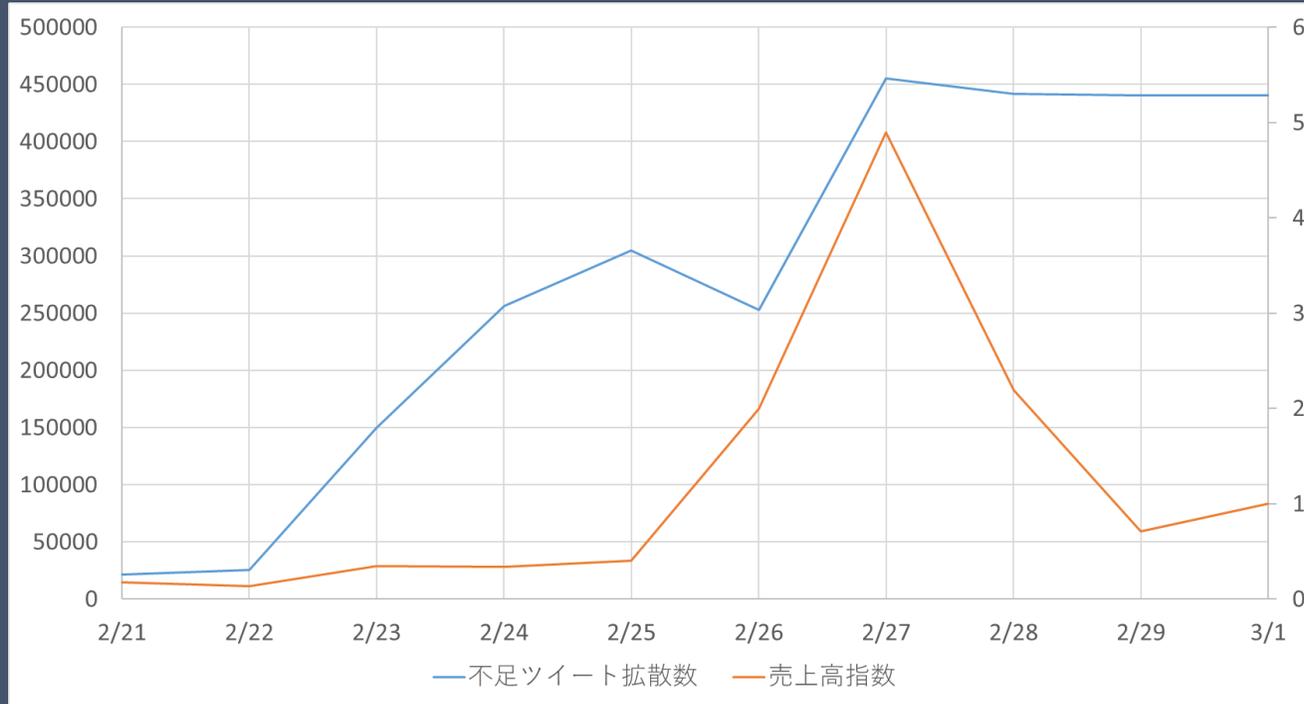
- トイレトペーパーが不足するというデマが拡散
- トイレトペーパーの購入が加速



情報はどのように拡散し  
どのような影響を与えたのか？

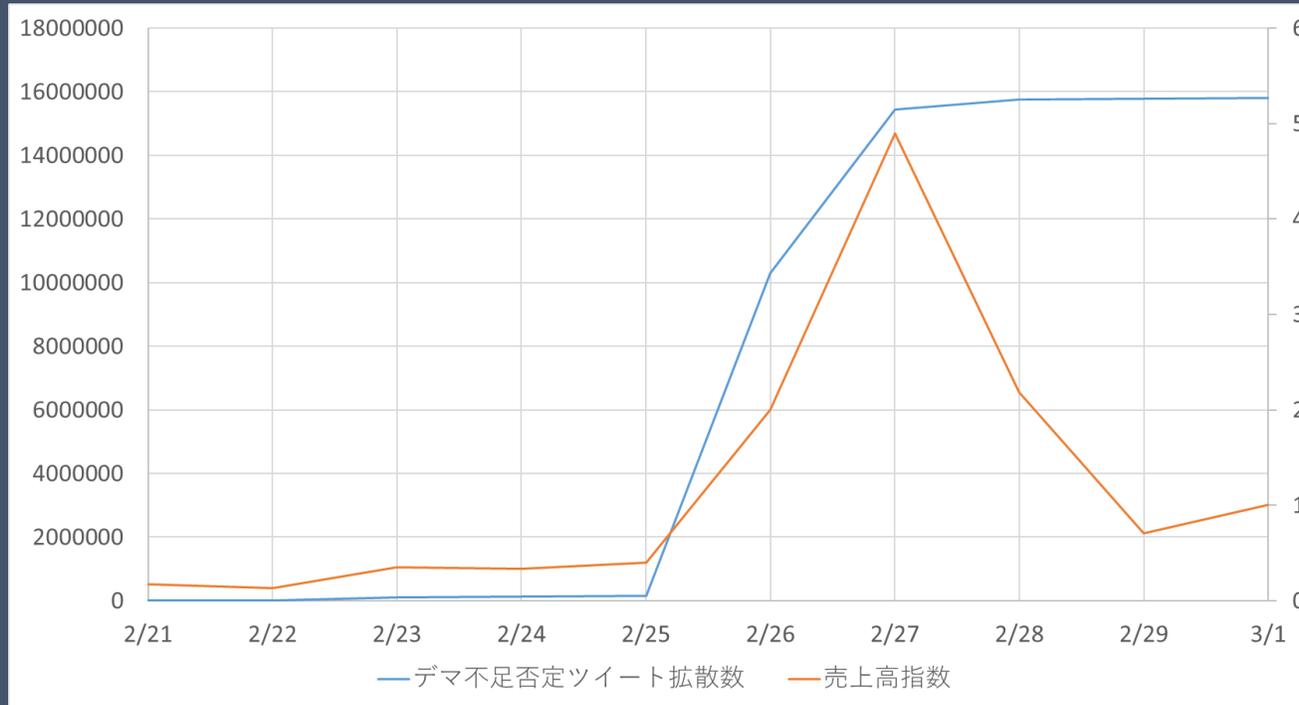
内容	収集期間	ツイート数
トイペ不足否定	2020/2/21~2/27	92
トイペ不足	2020/2/21~2/27	83

# 売り上げとツイート



- 不足ツイートが拡散
  - 2月23日
- 売り上げ増加
  - 2月26日
- 不足情報を見ても大きな反応はない

# 不足の否定とツイート



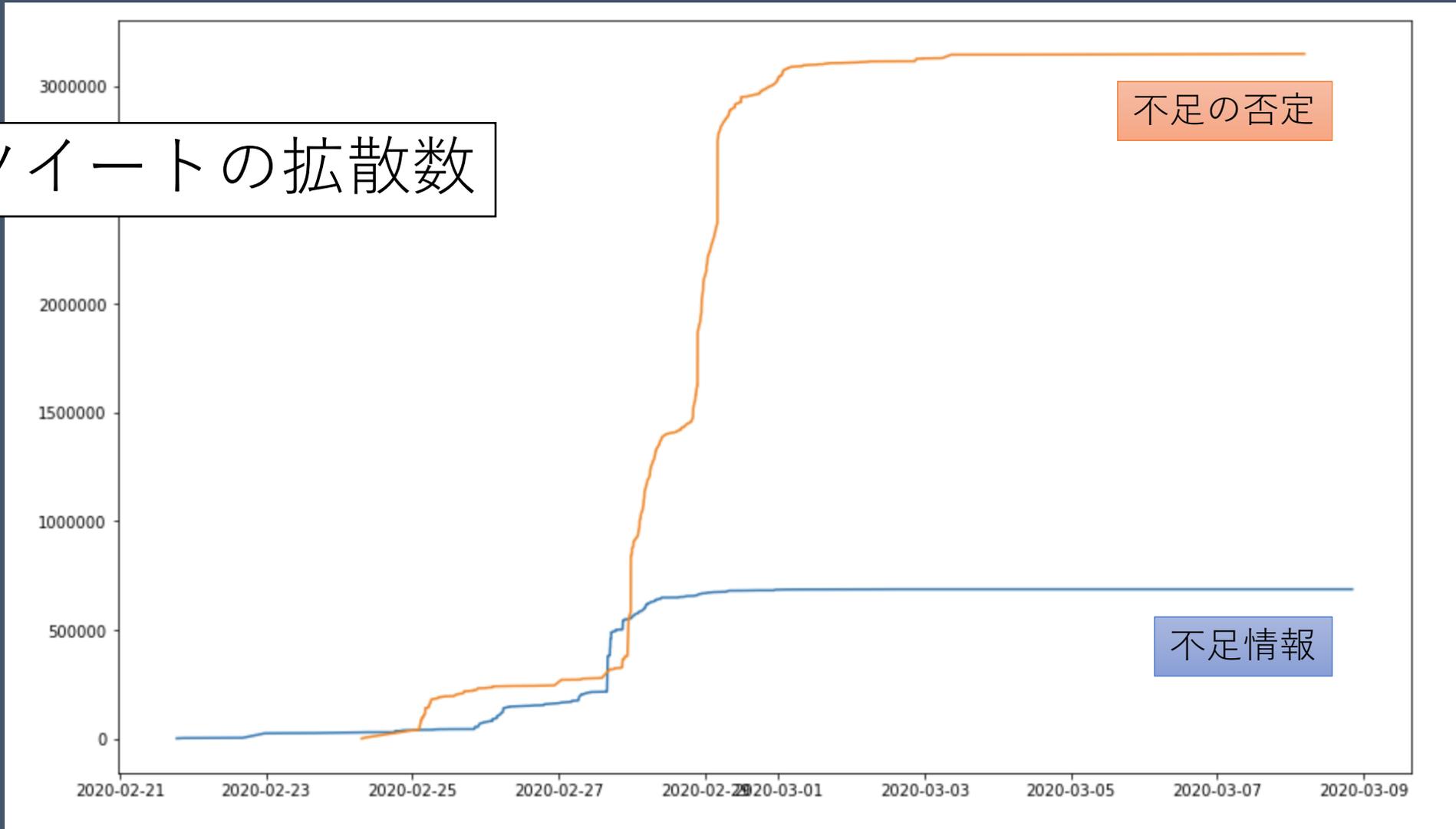
- 不足否定ツイート
  - 2月26日
- 否定情報から購入が増加

## トイレトペーパー デマ

- トイレトペーパーが不足するというデマが拡散
- デマ否定ツイートが拡散
- 「デマに踊らされる人がいるかもしれない」という不安
- トイレトペーパーの購入が加速

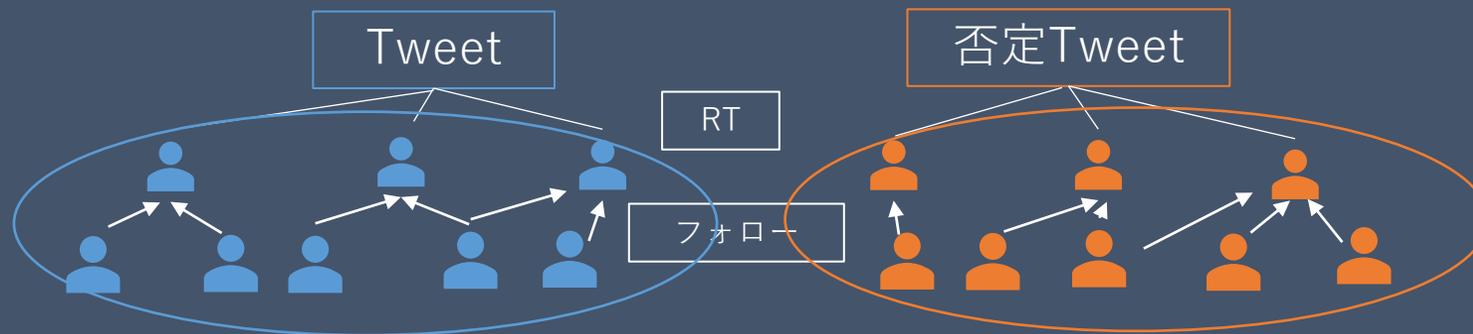
# デマはどのくらい広がっていたのか？

ツイートの拡散数



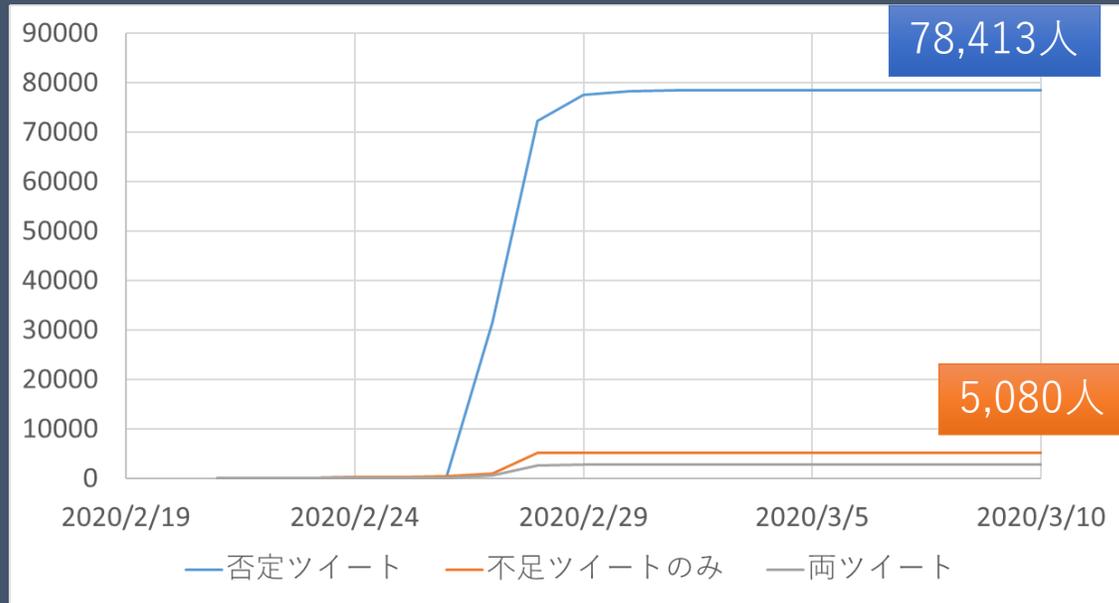
# ツイートを見たユーザー数の算出

- ツイートを内容から2グループに分類 (不足 or 不足否定)
  - By 根性マイニング
- それぞれのグループのツイートを見た人数を時系列に沿って取得
- ツイートを見た人数の概数  
= ツイートをRTしたユーザー数 + そのフォロワー数

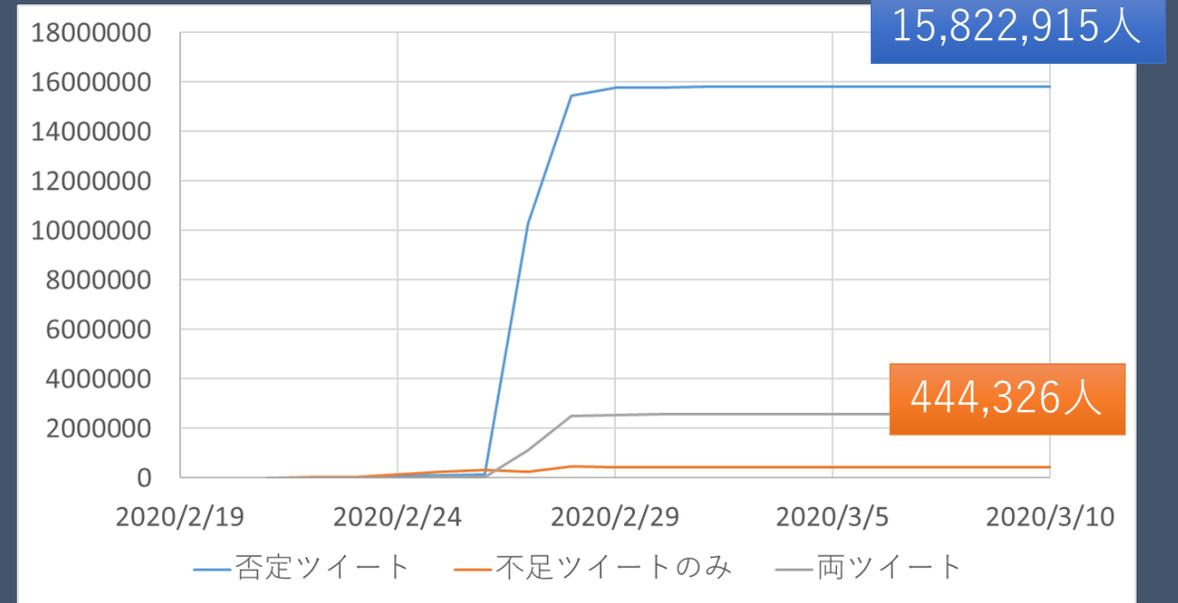


# ツイートの拡散数についての分析

## リツイートしたアカウント数



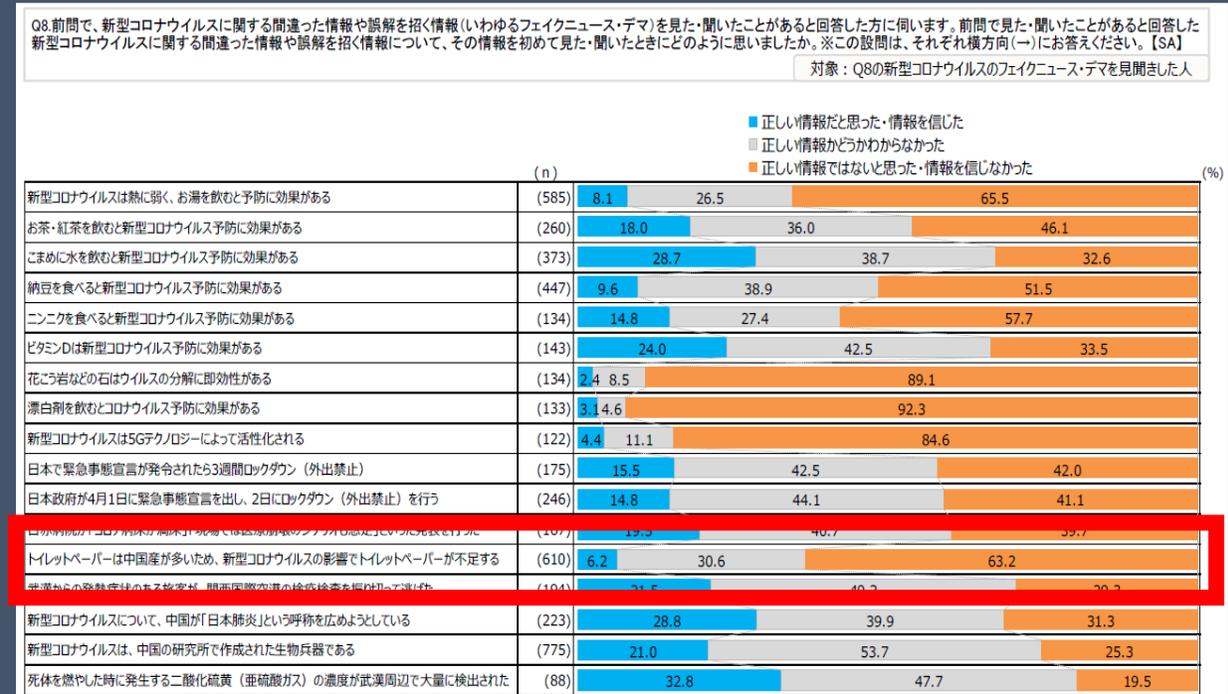
## 閲覧可能アカウント数



➡不足否定ツイートが不足ツイートよりもはるかに多く拡散  
不足情報のみRTしたアカウント：RTアカウントの5.9%  
不足情報のみ閲覧した可能性があるアカウント：閲覧の2.35%

# 情報否定の困難さ

- 真実ではない情報は否定をすればよいというものか？
  - 大多数の人は否定情報にも接触
- トイレットペーパーの不足はデマを信じたからではない
  - 63.2%は信じなかった



# トイレットペーパーデマの実態

- トイレットペーパーが不足するという情報が少数つぶやかれる
- 不足否定ツイートが拡散
  - 「デマが拡散しているぞ」という非実在型デマの拡散
- 「デマに踊らされる人がいるかもしれない」という不安
  - 存在しない人々を恐れる
- トイレットペーパーの購入が加速

元凶の一つとされたツイートはわずか1RT  
しかも本人によるRT

<https://business.nikkei.com/atcl/gen/19/00002/022801115/>

# 非実在型炎上の特徴

- 炎上の特徴
  - 真偽よりも面白さを優先した拡散
  - メディアも便乗
- 非実在型炎上の問題
  - 無理な犯人捜し
    - 実際には影響力のなかった人が犯人扱い
    - 誹謗中傷につながる問題
  - 副次的な影響
    - 存在しない情報への対策
      - トイレットペーパーの不足

非実在型炎上はなぜ広まったのか？

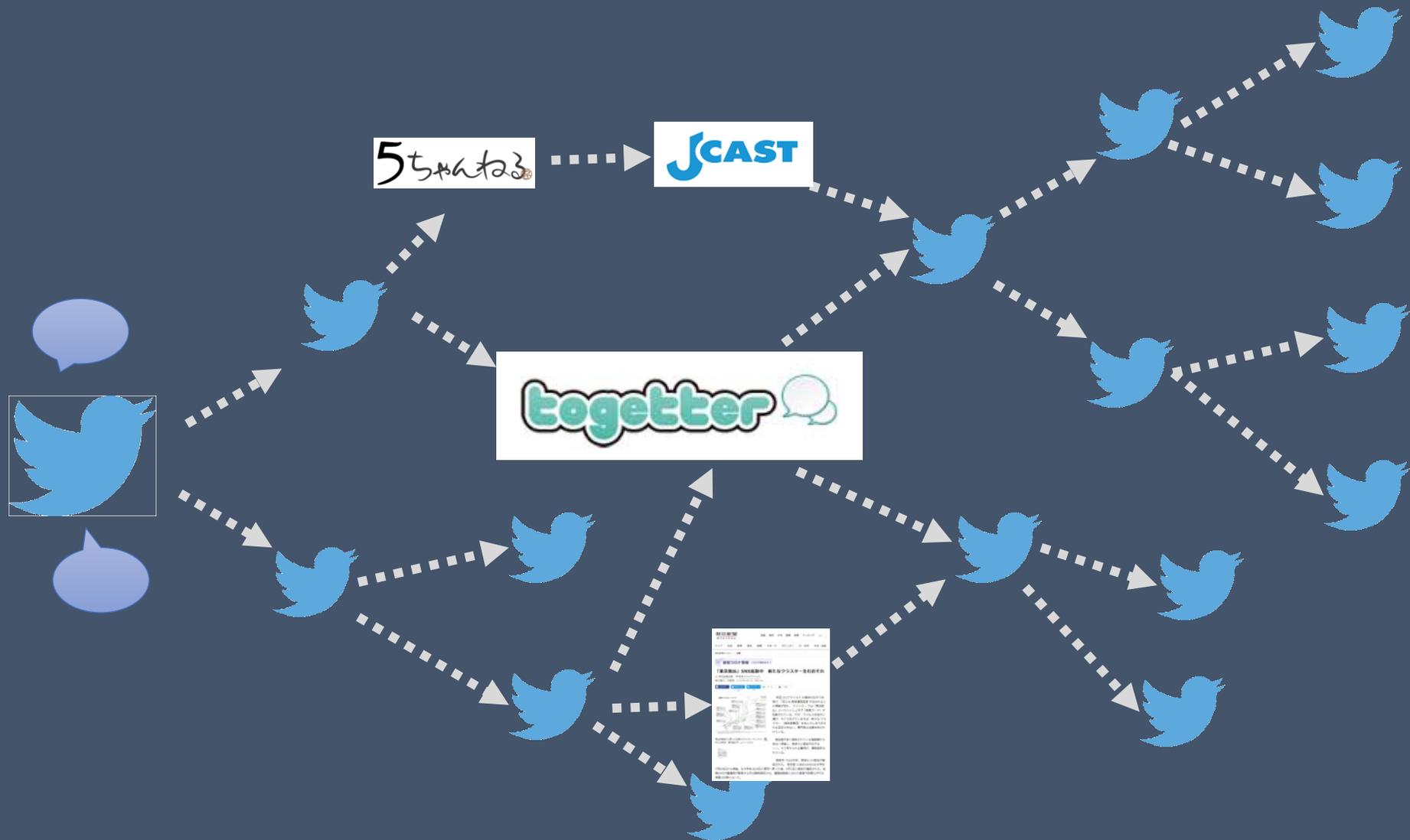
## 二つの拡散要因

メディアによる

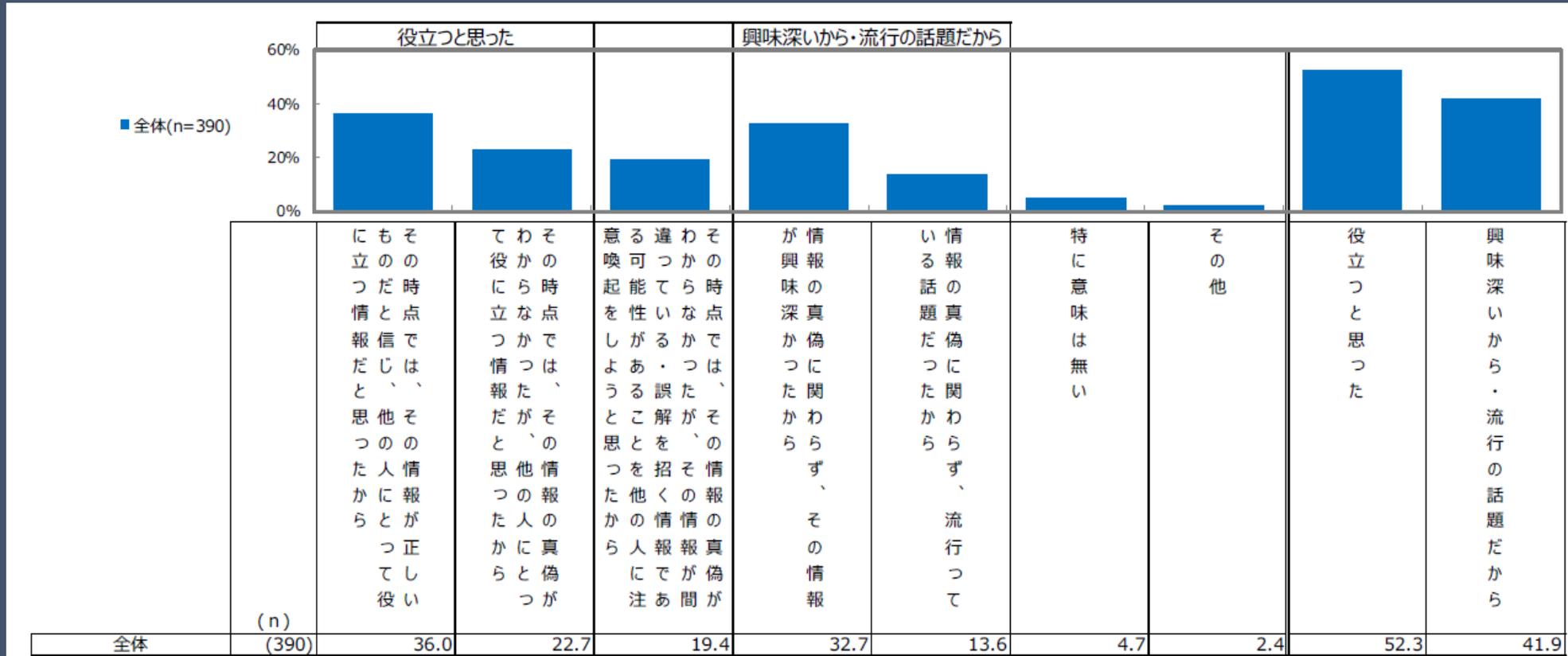
拡散

ソーシャルポルノ

# ネット上の情報拡散



# なぜ情報を共有したのか？



**32.7%は「情報が興味深かったから」拡散  
情報の真偽とは無関係に拡散する**

# What is Social Porn?

- ソーシャルポルノ (Social Porn)

Social needs (社会欲求) を充足する目的で  
消費・拡散されるコンテンツ

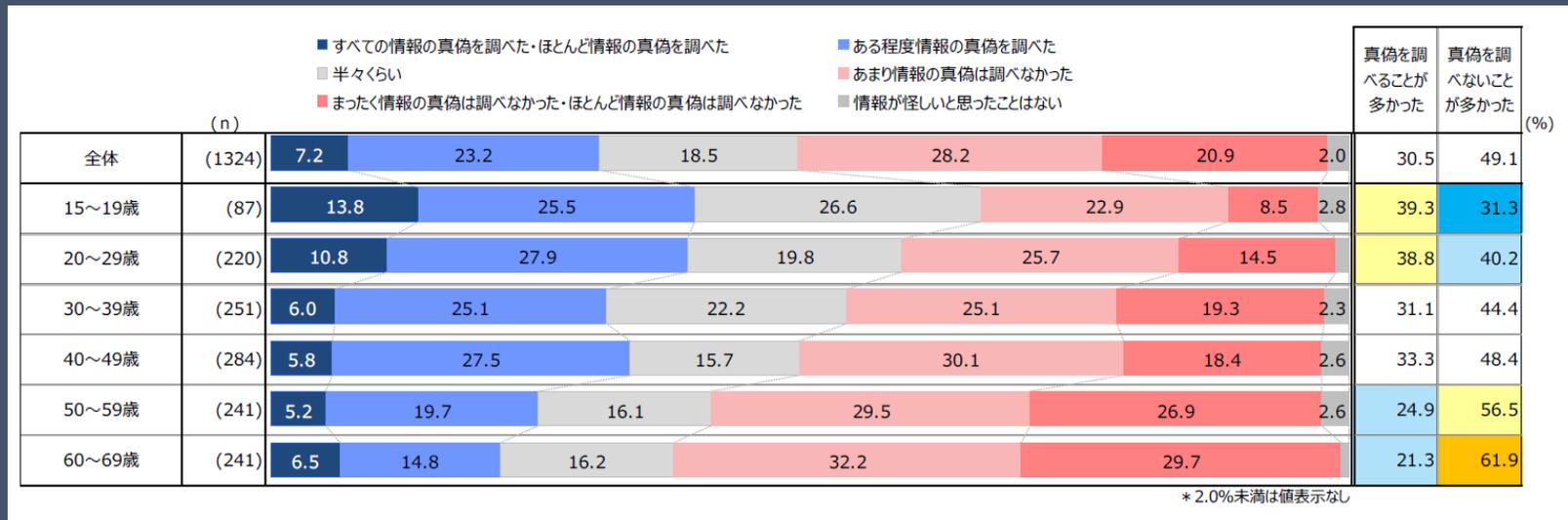
- 「感動ポルノ」「愛国ポルノ」「キャリアポルノ」と類似の比喩的な定義
- コンテンツを消費して、**快感を得る**ことが目的
  - 何か知識を得たりすることや、情報を広く広める事が目的では無い
- 義憤／ルサンチマン／自身の正当性確認

# ソーシャルポルノ仮説

- ソーシャルポルノ仮説

- フェイクニュース・炎上の発生要因

- 多くのユーザにとってソーシャルポルノとなり得る投稿が、真偽を問わず拡散
    - 「重要だから」ではなく「面白いから」「快感だから」
    - 「フェイクである」ことの指摘には意味がない



# 非実在型炎上の問題と対策

- 非実在炎上の問題
  - 不必要な炎上
    - 真偽よりも面白さを優先した拡散
    - メディアも便乗
  - 無理な犯人探し
    - 実際には影響力のなかった人が犯人扱い
  - 副次的な影響
    - 存在しない情報への対策
- 情報拡散の阻止の難しさ
  - 面白さによる拡散→情報の否定の効果は低い
  - 情報としての拡散→情報の否定が別の影響を与える可能性