

若者

インサイトラボ

LINE×博報堂ブランドデザイン若者研究所
スマホ調査で見えてくる“若者のリアル”
「若者インサイトラボ」

Vol.7 「フェイクニュース」

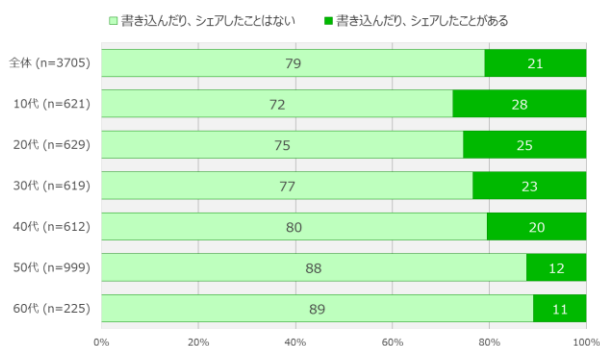
薄い人間関係はフェイクニュース拡散の歯止めにならない？ ニセ情報指摘せず（できず）忖度してしまう現代人

※若者インサイトラボはフェイクニュースに関する調査を実施した（2017年7月10-11日、10代～60代の3,705人を対象）

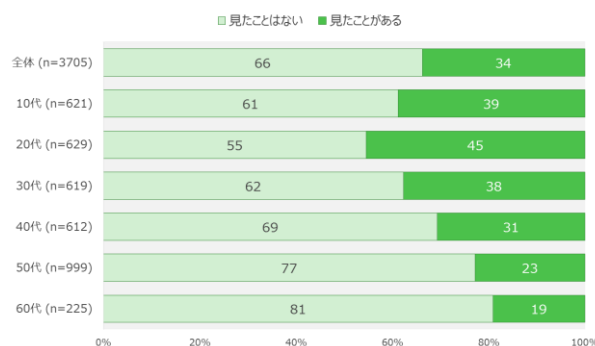
！フェイクニュースは既に私たちの身の回りにも！

- ニセ情報やウソニュースをネットに書き込んだり、シェアしたことがある人は5人に1人だった。
- ネットで友人・知人がそれらを信じ込んで他人にシェアしていたのを見たことがある、と答えた人は3人に1人もいた。

ネットのオープンな場でニセ情報/ウソニュースを書き込み/シェアした経験



ネットのオープンな場で友人・知人がウソニュースやニセ情報を信じ込んで他人にシェアしていたのを見たかどうか



！若い世代に目立つ「ニセ情報のシェア」

- ニセ情報の書き込みやシェア経験がある、と一番多く答えた年代は10代（28%）。また、ニセ情報を友人・知人がシェアしていたのを目撃した、と一番多く答えたのは20代（45%）。若い世代にとって面白ければウソの情報であってもシェアの対象となるようだ。

！真偽のダブルチェックをせずに情報を拡散してしまう人たちも。

- ニセ情報を書き込んだり、シェアしたりしたことがある人の15%が「シェアしたいと思った情報が真偽不明」だったとき「内容が正しいかどうかを気にすることはない」と回答。ニセ情報の書き込みやシェアをしたことがない人での4%と比較すると3倍以上いるということが判明。

！人間関係への影響を忖度して指摘すらしない現代人の実状・・・。

- 友人・知人が拡散している情報がニセ情報やウソニュースだと気づいていても指摘しない理由として46%の人々が挙げていたのが「面倒だ」という理由。
- 自由記述の中には「トラブルに巻き込まれたくない」、「関係に亀裂が入るのが嫌だから」といった内容が挙げられた。

調査の詳細結果はLINE Research Platformブログに掲載しています。 <http://research-platform.line.me/>

若者インサイトラボとは…

LINE株式会社と博報堂ブランドデザイン若者研究所が、スマホをキーに若者のリアルな生態を解明するためスタートした共同プロジェクト。国内で7,000万人（MAU）の豊富なユーザー基盤を誇り、国内最大級かつアクティブ性の高いスマートフォン調査パネル（約1,000万人／2017年8月時点）を保有するLINEと、若者のインサイトについて長年研究を続けてきた博報堂ブランドデザイン若者研究所が、共同で調査研究を実施、公開していきます。

問い合わせ先：若者インサイトラボ（菊地原） w_insight_lab@hakuodo.co.jp