

誤った情報の拡散と メディア・リテラシー

山本 明



近年インターネット，特にSNSはメディア利用の中でも大きな比重を占める存在となった。また，SNSは人と人とのつながりのためのツールとしてだけでなく，ニュースの情報源としても重要な役割を担いつつある。

それに伴い，インターネット上で流布される真偽の疑わしい情報とそれらの影響が懸念されるようになってきた。2016年の米大統領選挙においては，インターネット上に出回ったさまざまな偽ニュースがソーシャルメディアで大規模に拡散され，フェイクニュースという言葉が広まる大きなきっかけとなった（笹原，2018）。

後述のように，メディア・リテラシーはメディアの内容を批判的に読み解く能力であるとされるが，このような真偽の疑わしい情報とメディア・リテラシーとの関係について，それほど多くの研究が蓄積されているとはいえない。

本研究では，メディア・リテラシーと真偽不明の情報の確認および誤った情報の拡散との関連性について，検討を行う。

先行研究のレビュー

インターネットおよびSNS利用の拡大

総務省（2019）の令和元年版情報通信白書によると，2018年調査において，インターネット利用の行為者率（平日については調査日2日間の1日ごとにある情報行動を行った人の比率を求め2日間の平均をとった数値であり，休日については調査日の比率）は2012年の調査開始から初めて平日，休日ともにテレビ（リアルタイム）を上回った。同調査によれば，このようなインターネットの利用目的として最も多いのは電子メールの送受信であるが，SNS利用は80歳以上を除く各年齢階層で利用率が上昇しており，全体では60%の回答者がSNSを利用していた。

インターネット，特にSNS利用の拡大傾向については，他の調査結果からも見て取ることができる。たとえば2018年のNHK放送文化研究所の16～69歳を対象とした調査（保高，2018；渡辺，2019；渡辺・政木・河野，2019）では，毎日利用しているメディアとして，40代以下ではテレビよりSNSが多いこと，YouTube，huluなどの動画共有・配信サービスの利用は16-19歳は59%であったこと，20代以下でのSNS利用は9割を超え，LINEが圧倒的に多かったこと，その他のSNSでは，Twitterは若年層の利用が，Instagramは女性若年層の利用が多かったこと，などが明らかになっている。

SNSは情報ツールとして使われていることも指摘されている。渡辺（2019）は，政治・

経済・社会の動きを伝えるニュースを見たり聞いたりするときに利用するメディアとしては、年齢を問わずテレビがよく利用されているが、若年層ではSNSも利用されており、20代以下では政治・経済・社会の動きを伝えるニュースを見聞きするのにSNSを最も利用する人も2～3割存在することを明らかにしている。

インターネット及びソーシャルメディア利用とメディア・リテラシー

「メディア・リテラシー」は少なくとも1970年代には使用されている言葉である（たとえば Buckingham, 2003 鈴木監訳 2006）。メディア・リテラシーの定義についてはコンセンサスが得られているとはいえないが（たとえば Potter, 2010）、もっとも頻繁に言及される定義の一つによれば、「メディア・リテラシーのある人物とは—そしてすべての人がそうなる機会を持つべきだが—印刷メディアおよび電子メディアにアクセスし、それを分析し、評価し、創造することができる人物のことである」（“A media literate person and everyone should have the opportunity to become one- can access, analyze, evaluate, and produce both print and electronic media”）（Aufderheide, 1992）。この中でも、メディアの分析・評価においてメディアの内容を批判的に読み解く能力は、メディア・リテラシーの主要な側面とされてきた（たとえば Silverblatt, 2014）。

メディア・リテラシー概念についてのより深い論考は本稿の範囲を超えるが、インターネットおよびSNS利用の拡大というメディア利用状況の変化は、メディア・リテラシーに関する研究における対応を促した。

たとえば中橋（2014）は、なぜメディア・リテラシーが必要とされるのか、またどのようなメディア・リテラシーが必要とされるのかについての答えは立場や時代背景によって異なると指摘し、ソーシャルメディア時代のメディア・リテラシーの構成要素として、①メディアを使いこなす能力、②メディアの特性を理解する能力、③メディアを読解、解釈、鑑賞する能力、④メディアを批判的に捉える能力、⑤考えをメディアで表現する能力、⑥メディアによる対話とコミュニケーション能力、⑦メディアのあり方を提案する能力を挙げている。③と④は特に受け手となる際に必要な能力、⑤と⑥は主に送り手となる際に必要な能力、①と②は送り手と受け手の両方に必要な能力で、これらの能力はすべて⑦に関連していると述べている。

このようなメッセージの送り手、あるいはメディアコンテンツの制作・発信の担い手として求められる能力に比重を置く形でのメディア・リテラシーの再考は、他の研究からもうかがえる。Chen et al. (2011)、およびそれを拡張させた Lin et al. (2013) は、新しいメディアのメディア・リテラシーは機能的—批判的 (functional-critical)、消費—生産消費 (consuming-prosuming) の2つの連続体によって構成され、それらの組み合わせにより機能的消費 (Functional Consuming; FC)、批判的消費 (Critical Consuming; CC)、機能的生産消費 (Functional Prosuming; FP)、批判的生産消費 (Critical Prosuming; CP) の4類型から構成されるという理論的枠組みを提出している。Chen et al. (2011) によれば、「消費」メディア・リテラシーとは、様々な習熟レベルでメディア・メッセージにアクセスしメディアを利用する能力のことであり、「生産消費」メディア・リテラシーとは、消費スキルに加えて、メディアコンテンツを制作する能力のことである。生産消費は、メディアコンテンツの作成・制作とメディア利用への参加という2つの側面を持つ。また、機能的メディア・リテラシーは、個人によるテキストの意味づけとメディアツールやコンテンツの利用として捉えられ、批判的メディア・リテラシーはメディアを分析・評価・批評することである。Lin et al. (2013) は Chen et al. (2011) に基づき、消費メディア・リテラシーを表す5つの指標として消費スキル、理解、分析、統合、評価（分析以降が批判レベル）、生産消費メディア・リテラシーを表す5つの指標として生産消費スキル、流通、

制作, 参加, 創造 (参加以降が批判レベル) という 10 の指標を挙げている。

和田 (2020) はこれまでのメディア・リテラシーの定義を整理・検討したうえで, 現在の定義では批判と創造が主流になっているが創造はすでに前提になりつつあると指摘し, スマートフォンでの動画や写真の撮影・編集と SNS でのシェアを例に挙げ, 従来のメディア・リテラシー観を変換する必要性を述べている。

メディア状況の変化の影響は, メディア・リテラシー概念だけでなく, その測定のある方にも及んでいる。より具体的には, 上記のようなメディア・リテラシー概念の再検討と人々のメディア利用の実態を反映させた, インターネット利用を含める (あるいは特にインターネット利用を対象とする) メディア・リテラシー尺度の開発が行われるようになった。

たとえば Hallaq (2016) は大学生のオンラインメディア・リテラシーのレベルを把握するための, メディア意識 (media awareness; MAw), 倫理意識 (ethical awareness; EA), メディアアクセス (media access; MAc), メディア評価 (media evaluation; ME), メディア制作 (media production; MP) という 5 つの構成要素から成る the Digital Online Media Literacy Assessment (DOMLA) を開発している。また, Koc & Barut (2016) は, 上記の Lin et al. (2013) の理論的枠組みに基づく大学生のためのニューメディア・リテラシースケール (NMLS) を開発している。その他には, 若者の NML (New Media Literacy) を測定するための Lee et al. (2015), 12 のニューメディア・リテラシースキル (NMLs) に基づく Literat (2014) がある。国内においては, 小寺 (2017) がテレビ, 新聞などのほかインターネットを含むメディア・リテラシー尺度 (メッセージの構成性, メディアによる「社会的現実」の構成員, メディアの商業的性質, メディアのイデオロギー・価値観伝達, メディアの様式と言語, 受け手の非画一的解釈性という構成要素から成る) を作成し, メディア・リテラシー教育の効果を検証している。

偽情報・誤情報とメディア・リテラシー

フェイクニュースは, ニュースメディアコンテンツを模倣しているが組織のプロセスや意図においてはそうではない, 偽造された情報 (Lazer et al., 2018), 意図的になされ, 誤りであることが検証可能であり, 読者を誤解させようとするニュース記事 (Allcott & Gentzkow, 2017) のように定義される。耳塚 (2021a) によれば, 国内では依然としてフェイクニュースがさまざまな情報を含んで使用されているが, 欧米では 2017 年以降, どうすればフェイクニュースという言葉を使わずに偽情報・誤情報問題に対応できるかが, ジャーナリストやファクトチェック団体の間で議論されてきたという。

フェイクニュースをはじめとする真偽不明の情報がインターネット上で流布されるのに伴い, オンライン情報の信憑性はどのように判断されるかについて, 研究関心が寄せられるようになった。Metzger et al. (2010) はインターネットユーザーを対象としたフォーカスグループセッションでのディスカッションの結果から, インターネットユーザーは Web の大量の情報に対処するため, 情報やそのソースを評価するために SNS やオンラインの評価システムに頻繁に頼っていること, インターネットで情報を探す際にはヒューリスティクスの利用によって認知的エフォートを最小化しタイムプレッシャーを軽減するという共通の戦略が用いられていることを明らかにしている。オンライン情報についてはそのほかにも, 専門家によるメッセージはユーザーによる / ハイブリッドなメッセージよりも信憑性が高いこと (Flanagin et al., 2018), ソーシャルメディアでは投稿の新しさ (Westerman et al., 2014) やフォロワー数やフォロワー数とフォロー数の比率 (Westerman et al., 2012) といった手がかりがソースの信憑性に影響を与えることが指摘されている。また, メッセージの呈示方法については, 柔軟な思考が高い人ほどメッセージの両面性の

効果が強いことが指摘されている (Flanagin et al., 2018)。

メディア・リテラシーとフェイクニュースとの関連については、Craft et al. (2017) はニュースリテラシーと陰謀論の支持との間に部分的に負の関連を見出しているが、Jones-Jang et al. (2021) は、メディア・リテラシー、情報リテラシー、ニュースリテラシー、デジタルリテラシーのうち、情報リテラシーのみがフェイクニュースの識別の見込みを有意に高めるということを明らかにしている。

本研究では、主として誤った情報（偽情報・誤情報）の拡散について、メディア・リテラシーをはじめとする諸変数との関連を探索的に検討する。上述のように、インターネット上の真偽の疑わしい情報に関心が寄せられるようになったこと背景には、個人が情報の発信者となりそれらの情報を容易に拡散することができるようになったという変化がある。したがって、個人のメディア・リテラシーとそのような情報の拡散行動との関連性を明らかにする必要があると思われる。

メディア・リテラシーとフェイクニュースの拡散との関連性を検討したものに、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (2020) がある。国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (2020) は前述の Jones-Jang et al. (2021, first published online: August 28, 2019) の用いた4つのリテラシー尺度（メディア・リテラシー、情報リテラシー、ニュースリテラシー、デジタルリテラシー）とフェイクニュースを信じて拡散する確率との関連性を検討し、メディア・リテラシーは拡散行動の正の、情報リテラシーは負の規定因であることを明らかにしている。さらに、メディア・リテラシーに関する「私はいくつかのニュースソースを用いてニュースを見ている」、「私は自身の反応や批判を示すために、ニュース制作者に対して連絡を取っている」、「私は自分の家族や友人と、ニュースに関して情報交換を行っている」、「私はメディアの与える負の影響に関して、周囲の人間に注意を促している」の4項目のうち、情報交換と周囲の人間への注意の2項目がフェイクニュースの拡散への正の規定因であることを見出している。これらの結果より、メディア・リテラシーのうち、情報発信に関する側面はむしろフェイクニュースの拡散につながるといことが示唆される。

本研究では、誤った情報の拡散行動について、その情報を正しい情報だと思って拡散する行動と、その情報を誤った情報あるいは真偽が疑わしい情報として拡散する行動を区別して検討する。拡散性の高さは誤った情報の流布だけでなく、それを誤情報として注意喚起を行う発信行動にもつながる可能性がある。ここでは誤った情報の拡散を、ネット上の情報一般および特定のトピック（新型コロナウイルス）に関する情報の2種類について、それぞれについて正しい情報だと思って拡散するという行動／誤った情報として拡散するという行動の4種類に分け検討を行う。これに真偽の疑わしい情報についての確認を加えた5種類の行動について、その規定因を探索的に検討する。

また、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (2020) においてフェイクニュースを信じて拡散する確率の高さの負の規定因であることが見出されている情報リテラシーと上記の5種類の行動との関連性についても検討を行う。情報リテラシーがある人とは、必要とされる情報の範囲を決めることができ、必要とされる情報に効果的かつ効率的にアクセスすることができ、情報とそのソースを批判的に評価でき、選択された情報を自分の知識ベースに組み込むことができ、特定の目的を成し遂げるために情報を効果的に利用することができ、情報の使用を取り巻く経済的・法的・社会的問題を問題を理解し倫理的・合法的に情報にアクセスし情報を利用することができる人のことである (American Library Association, 2020)。本稿では国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (2020) および Jones-Jang et al. (2021) と同様、Boh Podgornik et al. (2016) の情報リテラシーテストの一部の項目を用いて検討を行う。

本研究では、第一に、メディア・リテラシーおよび情報リテラシーについて、インターネット利用動機およびインターネット上での社会関係資本との関連を検討する。オンラインでのやりとりに関するこれらの変数はメディア・リテラシーと関連があるものと予測される。社会関係資本は個人間のつながり、すなわち社会的ネットワーク、およびそこから生じる互酬性と信頼性の規範を指し示す概念である（パットナム著、柴内訳、2006）。本研究では、メディア・リテラシーはインターネット上での発信や関係形成を含めた利用動機の高さや社会関係資本の形成と関連があるのかを明らかにする。

第二に、前述の情報の確認・拡散について、ニュース接触、政治的志向性、SNS利用やネット上での情報公開・情報共有、オンラインでの交流の有無およびデモグラフィック要因を統制変数とし、メディア・リテラシーおよび情報リテラシーとの関連を探索的に検討する。

方法

アイブリッジ株式会社が提供するセルフ型アンケートツール Freeasy を用いて、同社のモニターを対象としたインターネット調査を実施した。調査対象者は関東1都6県（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）在住の20代から60代の男女100名ずつで、調査期間は2021年1月20日（水）、有効回答数は1000であった。

調査における質問項目は、メディア利用状況等に関する設問、インターネット利用動機に関する設問、インターネットコンテンツについてのメディア・リテラシーに関する設問（ニューメディア・リテラシー尺度）、情報リテラシーに関する設問、インターネット上の社会関係資本に関する設問、インターネット上での真偽が疑わしい情報の確認と誤った情報の拡散に関する設問、新型コロナウイルスに関する間違った情報・誤解を招く情報の拡散に関する設問から構成されていた。

メディア利用状況等に関する設問では、ニュース接触（インターネットおよびテレビの2項目）、政治的志向性、LINE以外のSNS利用、動画共有サイトの利用、LINE以外のSNS・インターネットサイトでの能動性（反応、情報共有）に関する計3項目、ネット上での情報公開の程度（計2項目）について、「全く当てはまらない」～「非常に当てはまる」の5段階で回答を求めた。

インターネット利用動機に関する設問では、金（2003）、北村・佐々木・河合（2016）、Luchman et al.（2014）、Papacharissi & Rubin（2000）を参考に、「知人・友人との交流を深めるため」「他の人の役に立つため」「考えを他の人に知ってもらうため」「自分の存在を知ってもらうため」「暇つぶし」「寂しさを紛らわせるため」「情報を探すため」「知識を得るため」「娯楽のため」「面白いから」の計10項目についてランダムな順番で提示し、「全く当てはまらない」～「非常に当てはまる」の5段階で回答を求めた。

メディア・リテラシーに関する設問は、Koc & Barut（2016）の尺度（ニューメディア・リテラシー尺度）を用いた。Koc & Barut（2016）の尺度は論文中に質問項目が掲載されており利用可能であったことと、オンラインメディアを対象とした尺度であるため本研究に適していると判断した。Koc & Barut（2016）の尺度はChen et al.（2011）とLin et al.（2013）の理論的枠組みに基づいており、前述の機能的消費（FC）、批判的消費（CC）、機能的生産消費（FP）、批判的生産消費（CP）の4タイプのそれぞれについての質問項目から成っている。ここではそれぞれに関する項目のうち、「明示的なメッセージや暗黙のメッセージに気づくことができる」「いじめや暴力を含むコンテンツに気づくことができる」「コンテンツの政治的、経済的、社会的な側面を理解することができる」（以上FC）、「情報が正確かどうかをたやすく判断できる」「コンテンツが個人に与えるポジティ

ブな影響とネガティブな影響を分析することができる」「法的・倫理的ルール（著作権、人権など）の観点からコンテンツを評価することができる」（以上 CC）、「インターネットの基本的な操作ツール（ボタン、ハイパーリンク、ファイル転送など）を使うことができる」「インターネット上でコンテンツやメッセージを共有することができる」（以上 FP）、「ある事柄について批判的に思考し、それを反映させたコンテンツを考案することができる」「全く違うコンテンツや、オルタナティブな（主流ではない）コンテンツを作ることができる」（以上 CP）の10項目についてランダムな順番で提示し、「全く当てはまらない」～「非常に当てはまる」の5段階で回答を求めた。

続く情報リテラシーについての4つの設問は、それぞれの問いについて4つの選択肢のうち正解だと思うものを回答するという形式で、Boh Podgornik et al. (2016) より、Jones Jang et al. (2021) が使用した5項目（項目番号1, 6, 12, 21, 26）のうち、26を除いた4項目である。それぞれの問と選択肢は以下の通りである：「未知の専門的な概念について、最も信頼でき、検証済みで、簡潔で包括的な説明はどこに記載されていると思いますか」（選択肢：「新聞」「英和辞典などの対訳辞典」「辞書や百科事典」「研究論文」、正解は「辞書や百科事典」）、「情報源として、正式に認められたり検証されたりしていない順に並んでいるのは、以下のどのリストだと思いますか」（選択肢：「ブログ、新聞、学術誌、法律による規定」「ブログ、法律による規定、新聞、学術誌」「新聞、ブログ、法律による規定、学術誌」「法律による規定、学術誌、ブログ、新聞」、正解は「ブログ、新聞、学術誌、法律による規定」）、「データベースの全文検索の結果は、タイトルや抄録の検索と比較して、どのようになると思いますか」（選択肢：「ヒット数は同じ」「ヒット数は少なくなる」「ヒット数に影響なし」「ヒット数は多くなる」、正解は「ヒット数は多くなる」）、「以下のデータのうち、「生」の、加工されていない状態のデータはどれだと思いますか」（選択肢：「株価の終値」「天気図」「表で示された人口増加データ」「図で示された人口増加データ」、正解は「株価の終値」）。

次にインターネット上の社会関係資本に関する設問は、まず「あなたはオンラインで交流している方がいますか」という問いについて「オンラインのみで交流している人がいる」「実生活でも交流があるがオンラインでの交流がメインの人がいる」「オンラインでも交流があるが実生活での交流がメインの人がいる」「オンラインで交流している人はいない」のそれぞれの選択肢について、当てはまるものにすべて回答してもらった。そのうえで、オンラインのみで交流している人、実生活でも交流があるがオンラインでの交流がメインの人がいる回答者のみを対象として、Williams (2006) の the Internet Social Capital Scales (ISCS) より抜粋した項目をもとに作成した「私が問題を解決するのを助けてくれると信じている人がオンラインにいる」「非常に重要な決定をする際にアドバイスをもらえる人がオンラインにいる」「孤独を感じる時に、話すことができる人がオンラインにいる」「急に5万円が必要になったとき、頼れる人がオンラインにいる」「私がオンラインで交流している人たちは、私が不正と戦うのを助けてくれると思う」（以上 Bonding に関する項目）、「オンラインの人たちと交流すると、自分の町の外で起きていることに興味を持つようになる」「オンラインの人たちと交流すると、新しいことに挑戦したくなる」「オンラインの人たちと話す、世界の他の場所について知りたくなる」「オンラインの人たちと交流すると、より大きなコミュニティの一部のように感じられる」「オンラインの人たちと交流すると、より大きな世界とつながっているように感じられる」（以上 Bridging に関する項目）の10項目について、ランダムな順番で提示し、「全く当てはまらない」～「非常に当てはまる」の5段階で回答を求めた。

続く設問では、みずほ情報総研株式会社経営・ITコンサルティング部 (2020)、総務省 (2020) をもとに、インターネット上の真偽が疑わしい情報・誤った情報について回答を

求めた。まず、真偽が疑わしい情報の確認に関する「インターネットの情報が怪しいと思ったとき、発信者を確認する」「インターネットの情報が怪しいと思ったとき、情報が引用・抜粋されているときや伝聞の場合、オリジナルの情報を調べる」「インターネットの情報が怪しいと思ったとき、インターネット上の情報検索で政府や地方自治体、専門機関による情報を確認する」「インターネットの情報が怪しいと思ったとき、インターネット上の情報検索で他の意見や反応を確認する」「インターネットの情報が怪しいと思ったとき、テレビや新聞による情報を確認する」「インターネットの情報が怪しいと思ったとき、家族や友人・知人、同僚などに聞く」の6項目について、そして誤った情報の情報拡散に関する「インターネットの誤った情報を、正しい情報だと思って家族や友人・知人、同僚などに話したり、メールやLINEなどで共有したことがある」「インターネットの誤った情報を、正しい情報だと思ってブログやSNSに投稿したり、SNSで拡散（シェア・リツイート）したことがある」「インターネットの誤った情報を、誤った情報あるいは真偽が疑わしい情報として家族や友人・知人、同僚などに話したり、メールやLINEなどで共有したことがある」「インターネットの誤った情報を、誤った情報あるいは真偽が疑わしい情報としてブログやSNSに投稿したり、SNSで拡散（シェア・リツイート）したことがある」の4項目について、「全くしたことがない」～「よくしたことがある」の5段階で回答を求めた。

最後に、みずほ情報総研株式会社経営・ITコンサルティング部（2020）、総務省（2020）をもとに、新型コロナウイルスに関する間違った情報・誤解を招く情報に関連する行為について回答を求めた。まず、総務省（2020）において、新型コロナウイルスに関する間違った情報・誤解を招く情報として調査対象とされていた17の情報のうち、同調査において見聞きしたという回答者が10%以上であった、以下の8つの情報を呈示した：「新型コロナウイルスは熱に弱く、お湯を飲むと予防に効果がある（接触率29.3%）」「お茶・紅茶を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある（接触率13.1%）」「こまめに水を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある（接触率18.7%）」「納豆を食べると新型コロナウイルス予防に効果がある（接触率22.4%）」「日本政府が4月1日に緊急事態宣言を出し、2日にロックダウン（外出禁止）を行う（接触率12.4%）」「トイレットペーパーは中国産が多いため、新型コロナウイルスの影響でトイレットペーパーが不足する（接触率30.6%）」「新型コロナウイルスについて、中国が「日本肺炎」という呼称を広めようとしている（接触率11.2%）」「新型コロナウイルスは、中国の研究所で作成された生物兵器である（接触率38.9%）」。これらについて、「正しい情報だと思って、家族や友人・知人、同僚などに話したり、メールやLINEなどで共有した」「正しい情報だと思って、ブログやSNSに投稿したり、SNSで拡散（シェア・リツイート）した」「誤った情報あるいは真偽が疑わしい情報として、家族や友人・知人、同僚などに話したり、メールやLINEなどで共有した」「誤った情報あるいは真偽が疑わしい情報として、ブログやSNSに投稿したり、SNSで拡散（シェア・リツイート）した」の4項目について回答を求めた。本設問については、情報の拡散時期と回答時期が離れており、情報の入手や拡散したかどうかについての詳細を記憶していない可能性があると思われたため、情報入手先はインターネットに特定せず、新型コロナウイルスに関する間違った情報・誤解を招く情報全般を対象とし、「全くしたことがない」～「よくしたことがある」の5段階に加え「覚えていない・分からない」の計6つの選択肢から回答を求めた。覚えている情報がない場合についても「覚えていない・分からない」を選択してもらった。「覚えていない・分からない」への回答者は32名～33名であり、この項目についての分析からは除外された。

結果

インターネット利用動機について因子分析（最小残差法，オブリン回転）を実施し，VSS 基準，平行分析，固有値，累積寄与率，解釈可能性から因子数を 2 とした。因子負荷量がいずれの因子にも .40 より低い項目はなかった。第 1 因子は「知人・友人との交流を深めるため」「他の人の役に立つため」「考えを他の人に知ってもらうため」「自分の存在を知ってもらうため」「寂しさを紛らわせるため」の 5 項目において因子負荷量が高く，つながり因子と命名した ($\alpha=.86$)。第 2 因子は「暇つぶし」「情報を探するため」「知識を得るため」「娯楽のため」「面白いから」の 5 項目において因子負荷量が高く，情報収集・娯楽因子と命名した ($\alpha=.84$)。2 つの因子にそれぞれ因子負荷量が高かった項目の点数を合計した合成変数を分析に用いた。

次にニューメディア・リテラシー尺度の 10 項目について因子分析（最小残差法，オブリン回転）を実施し，VSS 基準，平行分析，固有値から因子数を 1 とし，すべての項目の点数を合計した合成変数を「メディア・リテラシー」と命名した ($\alpha=.92$)。

また，社会関係資本に関する 10 項目についても因子分析（最小残差法，オブリン回転）を実施し，VSS 基準，平行分析，固有値から因子数を 1 とした。すべての項目の点数を合計した合成変数を「社会関係資本」と命名した ($\alpha=.99$)。

最後に，情報リテラシーに関する 4 項目については，正解数の合計を「情報リテラシー」として分析に用いた (0 点～4 点， $M=1.58$ ， $SD=1.08$)。

メディア・リテラシー・情報リテラシーと諸変数との相関分析

まずメディア・リテラシーと情報リテラシーとの相関を求めたところ，有意な正の相関がみられたが，相関係数は極めて小さかった ($r=.07$ ，95% CI [0.01, 0.13]， $p<.05$)。

メディア・リテラシーおよび情報リテラシーと，インターネット利用動機（つながり，情報収集・娯楽），社会関係資本との相関を表 1 に示す。

表 1 のように，メディア・リテラシーは 2 つのインターネット利用動機（つながり，情報収集・娯楽）および社会関係資本と有意な正の相関が見られた。一方，情報リテラシーは，インターネット利用動機（つながり）とは負の，インターネット利用動機（情報収集・娯楽）とは正の有意な相関が見られ，社会関係資本との間には有意な相関は見られなかった。また，社会関係資本と 2 つのインターネット利用動機（つながり，情報収集・娯楽）との間には有意な正の相関が見られた（それぞれ $r=.57$ ，95% CI [0.47, 0.65]， $p<.001$ ； $r=.30$ ，95% CI [0.18, 0.42]， $p<.001$)。

表 1 メディア・リテラシー・情報リテラシーと諸変数との相関分析結果

	ネット利用動機： つながり	ネット利用動機： 情報娯楽	社会関係資本
メディア・リテラシー	.51***	.32***	.44***
情報リテラシー	-.20***	.22***	-.06

*** $p<.001$



情報の確認・拡散の規定因の分析

続いて、インターネット情報の確認・拡散（正しい情報だと思って／誤った情報として）、および新型コロナウイルス関連の情報の拡散（正しい情報だと思って／誤った情報として）の規定因について、階層的重回帰分析を行った。

分析に先立ち、いくつかの変数を統合させた。

まず、メディア利用状況等については、ニュース接触（インターネットおよびテレビの2項目）、政治的態度、LINE以外のSNS利用、動画共有サイトの利用、LINE以外のSNS、インターネットサイトでの能動性（反応、情報共有）、ネット上での情報公開の程度について回答を求めたが、このうちニュース接触（インターネットおよびテレビの2項目）、政治的志向性を除いた項目については能動的・積極的なインターネット利用を表す項目として合計得点を分析に用いることにした（「ネット・SNS積極利用」 $\alpha=0.90$ ）。インターネットでのニュース接触とニュース・情報番組接触については、相関は見られたものの（ $r=.42, p<.001$ ）、信頼性係数はそれほど高くなかったため（ $\alpha=0.58$ ）、個別に分析に用いることにした。

情報の確認・拡散については、まず、真偽の疑わしいインターネット情報の確認に関する6項目の合計得点を「情報確認行動」として分析に使用することにした（ $\alpha=0.88$ ）。

続いて、誤ったインターネット情報の拡散に関する4項目の間には強い正の相関がみられたが（ $r=.60 \sim .82$ ）、研究目的上別の変数として扱う必要があることから、正しい情報だと思っての情報拡散行動に関する2項目の合計得点を「誤ったネット情報の拡散（正しい情報だと思って）」（ $\alpha=0.81$ ）として、誤った情報としての情報拡散行動に関する2項目の合計得点を「誤ったネット情報の拡散（誤った情報として）」（ $\alpha=0.82$ ）として分析に使用することにした。

新型コロナウイルスに関する間違っただ情報・誤解を招く情報の拡散に関する4項目間においても同様に強い相関がみられたが（ $r=.61 \sim .83$ ）、正しい情報としての拡散に関する2項目の合計得点を「誤ったコロナ情報の拡散（正しい情報だと思って）」（ $\alpha=0.89$ ）として、誤った情報としての拡散に関する2項目の合計得点を「誤ったコロナ情報の拡散（誤った情報として）」として（ $\alpha=0.78$ ）、分析に使用することにした。

以上に基づき、被説明変数を情報確認行動、誤ったネット情報の拡散（正しい情報だと思って）、誤ったネット情報の拡散（誤った情報として）、誤ったコロナ情報の拡散（正しい情報だと思って）、誤ったコロナ情報の拡散（誤った情報として）とする階層的重回帰分析を行った。いずれもStep1では性別（ダミー変数、0が男性、1が女性）、年齢、ネットニュース接触、ニュース・情報番組接触、政治的志向性（保守的）、ネット・SNS積極利用、オンラインでの交流の有無（「オンラインのみで交流している人がいる」、「実生活でも交流があるがオンラインでの交流がメインの人がいる」、「オンラインでも交流があるが実生活での交流がメインの人がいる」、該当しない場合は0、該当する場合は1）を統制変数として投入し、Step2では説明変数として情報リテラシー、メディア・リテラシーを投入し、Step3では交互作用項（情報リテラシー×メディア・リテラシー）を投入した。結果を表2～表4に示す。なお、表中の数値は標準偏回帰係数を表す。

ニュース・情報番組への接触以外のすべての変数において、すべてあるいは一部の重回帰分析において有意な結果が得られた。

ネットニュースへの接触と情報リテラシーは真偽の疑わしいネット情報の確認の有意な正の規定因であり（ただし情報リテラシーは10%水準で有意）、情報拡散の有意な負の規定因であった。また、ネット・SNS積極利用とメディア・リテラシーはすべてにおいて有意な正の規定因であった。

政治的志向性については、新型コロナウイルスの情報拡散においてはすべて正で有意で

表2 真偽の疑わしいネット情報の確認に関する階層的重回帰分析結果

説明変数	Step1	Step2	Step3
性別（女性）	-0.02	0.00	0.00
年齢	-0.17 ***	-0.14 ***	-0.14 ***
ネットニュース接触	0.21 ***	0.13 ***	0.13 ***
ニュース・情報番組接触	0.05	0.01	0.01
政治的志向性（保守的）	0.04	0.03	0.03
ネット・SNS 積極利用	0.28 ***	0.14 ***	0.14 ***
オンラインのみでの交流あり	0.11 ***	0.06 *	0.06 *
オンラインメインの交流あり	0.07 *	0.05 *	0.05 *
オンラインでも交流あり	0.14 ***	0.09 ***	0.09 ***
情報リテラシー		0.04 +	0.04 +
メディア・リテラシー		0.40 ***	0.40 ***
情報リテラシー×メディア・リテラシー			0.01
調整済み R^2	0.28	0.40	0.40

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$, + $p<.10$



表3 誤ったネット情報の拡散に関する階層的重回帰分析結果

説明変数	正しいと思って拡散			誤った情報として拡散		
	Step1	Step2	Step3	Step1	Step2	Step3
性別（女性）	-0.08 **	-0.07 **	-0.07 **	-0.07 *	-0.06 *	-0.06 *
年齢	-0.10 ***	-0.08 **	-0.08 **	-0.11 ***	-0.10 ***	-0.10 ***
ネットニュース接触	-0.07 *	-0.06 *	-0.06 *	-0.09 **	-0.10 **	-0.09 **
ニュース・情報番組接触	0.03	0.02	0.02	0.05 +	0.04	0.04
政治的志向性（保守的）	0.05	0.05 +	0.05 +	0.03	0.03	0.03
ネット・SNS 積極利用	0.48 ***	0.39 ***	0.38 ***	0.47 ***	0.38 ***	0.38 ***
オンラインのみでの交流あり	-0.02	-0.02	-0.02	0.02	0.01	0.01
オンラインメインの交流あり	0.03	0.01	0.01	0.04	0.02	0.02
オンラインでも交流あり	0.06 *	0.04	0.05 +	0.07 *	0.05 +	0.05 +
情報リテラシー		-0.16 ***	-0.16 ***		-0.12 ***	-0.12 ***
メディア・リテラシー		0.18 ***	0.18 ***		0.19 ***	0.19 ***
情報リテラシー×メディア・リテラシー			-0.08 **			-0.07 *
調整済み R^2	0.31	0.35	0.35	0.32	0.35	0.36

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$, + $p<.10$



あったが、ネット情報の確認および誤ったネット情報の拡散においては、一部において10%水準で有意であった以外は有意ではなかった。

オンラインでの交流については、ネット情報の確認においてはすべて正で有意であったが、拡散に関しては、「オンラインでも交流あり」（「オンラインでも交流があるが実生活での交流がメインの人がいる」）が一部を除いて正で有意（10%水準を含む）であった以外は有意ではなかった。

性別については、誤ったネット情報の拡散についてはいずれも負で有意であり、その他

表4 誤った新型コロナウイルス情報の拡散に関する階層的重回帰分析結果

説明変数	正しいと思って拡散			誤った情報として拡散		
	Step1	Step2	Step3	Step1	Step2	Step3
性別（女性）	-0.04	-0.03	-0.03	0.01	0.01	0.01
年齢	-0.01	0.00	0.00	-0.05	-0.03	-0.03
ネットニュース接触	-0.19 ***	-0.16 ***	-0.16 ***	-0.17 ***	-0.16 ***	-0.16 ***
ニュース・情報番組接触	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.01
政治的志向性（保守的）	0.07 *	0.07 *	0.07 *	0.08 **	0.09 **	0.09 **
ネット・SNS 積極利用	0.40 ***	0.33 ***	0.33 ***	0.38 ***	0.31 ***	0.31 ***
オンラインのみでの交流あり	0.04	0.04	0.05	0.04	0.04	0.04
オンラインメインの交流あり	0.01	-0.01	-0.01	0.02	0.00	0.00
オンラインでも交流あり	0.06 +	0.04	0.05 +	0.07 *	0.06 *	0.06 *
情報リテラシー		-0.20 ***	-0.19 ***		-0.15 ***	-0.15 ***
メディア・リテラシー		0.11 ***	0.11 ***		0.12 ***	0.12 ***
情報リテラシー×メディア・リテラシー			-0.05 +			-0.03
調整済み R ²	0.22	0.26	0.26	0.21	0.24	0.24

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$



はいずれも有意ではなかった。年齢については、真偽の疑わしいネット情報の確認および誤ったネット情報の拡散についてはいずれも負で有意であり、コロナ情報の拡散ではいずれも有意ではなかった。

有意であった交互作用項については、被説明変数について、情報リテラシーの平均値±1SDにおけるメディア・リテラシーの単回帰直線を求める単純傾斜分析を行った。その結果、いずれにおいても、情報リテラシーが平均値-1SDの場合も平均値+1SDの場合も単回帰直線は正かつ有意であった（ネット情報の拡散（正しいと思って）：平均値-1SDのとき $\beta = 0.47, p < .001$ ；平均値+1SDのとき $\beta = 0.32, p < .001$ ，ネット情報の拡散（誤った情報として）： $\beta = 0.48, p < .001$ ； $\beta = 0.33, p < .001$ ，新型コロナウイルス情報の拡散（正しいと思って）： $\beta = 0.33, p < .001$ ； $\beta = 0.21, p < .001$ ）。

考察と結論

本節では分析結果について順次考察する。

まず、メディア・リテラシーについて、本研究ではKoc & Barut (2016) の尺度（ニューメディア・リテラシー尺度）から、FC、CC、FP、CPのそれぞれについての2～3項目、計10項目について質問を行ったが、因子分析の結果、1因子構造であることが確認された。恐らくこれらの4要素は概念的には区別されるが、少なくとも今回の調査では、いずれかの要素の度合いが高い（低い）ことは、その他の要素も高い（低い）ということと強く関連していたということかと思われる。また、本調査で測定したメディア・リテラシーと情報リテラシー得点（4つの問への正答数）とは、ほぼ無相関であった。

メディア・リテラシーおよび情報リテラシーとインターネット利用動機・社会関係資本との関連については、メディア・リテラシーはいずれとも正の有意な相関が見られたのに対し、情報リテラシーはインターネット利用動機のうち「つながり」とは負の相関が、

「情報収集・娯楽」とは正の相関がみられた。メディア・リテラシーはインターネットをつながり目的でも、情報収集や娯楽目的でもよく利用することと関連しているが、情報リテラシーはいずれとも関連は弱く、また「つながり」とは負の関連が見られており、どちらかというネット上の交流に消極的な傾向と関連があることが窺える。

次に、真偽の疑わしいインターネット情報の確認については、検討した情報のほとんどが有意な規定因となったが、ニュース・情報番組への接触と政治的志向性とは関連が見られなかった。ニュース・情報番組への接触は、今回検討対象とした変数の中で、オンライン情報の情報確認行動とも、オンライン情報および新型コロナウイルスについての情報拡散行動とも関連が見られない、唯一の変数であった。今回の結果だけからは理由を推測することは困難であるが、ネットニュース接触は情報の確認・拡散と関連が見られたことから、ネットニュース接触はネット利用の多さを反映しているため関連が見られているがニュース接触自体はあまり関係がないか、あるいは、テレビでのニュース視聴はニュースへの関心を反映しているわけではなく、別の要因によって規定されている側面が強い（たとえば同居家族が視聴しているなど）ということによるのかもしれない。

最後に、情報の拡散については、正しい情報だと思って拡散するという行動と、誤情報として拡散するという行動の規定因および関連性の向き（正負）には大きな違いは見られなかった。ネットニュース接触と情報リテラシーにおいては情報の確認とは正の、拡散とは負の関連が見られ、ネット・SNS 積極利用とメディア・リテラシーにおいては情報の確認・拡散いずれにおいても正の関連が見られた。

情報リテラシーは拡散とは負の関係にあり、メディア・リテラシーは正の関係にあるという結果は、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター（2020）と同様の傾向を示している。また、前述のように Jones-Jang et al. (2021) は、情報リテラシーはフェイクニュースの識別の見込みを有意に高める一方、メディア・リテラシーはフェイクニュースを識別できるかどうかと関連がないことを明らかにしている。発信能力が高く情報の真偽を識別できる見込みとは関連がないことが誤った情報の拡散に結びつくことは当然の帰結であることから、このような本研究の結果は基本的には先行研究の結果に沿うものであると考えられる。

また、オンライン上での交流については、真偽の疑わしいネット情報の確認とは有意な関連が見られたが、拡散に関しては、オンラインでも交流があるが実生活での交流がメインの人の有無以外では関連が見られなかった。拡散に関しては、今回の調査項目ではネット上での拡散だけでなく家族や友人・知人、同僚などに話すという行為も含まれているため、この項目への回答がオンラインだけでなく総合的な交流の幅広さを反映しており、その結果としてこのような結果をもたらしたという可能性も考えられる。

また、政治的志向性については、新型コロナウイルスに関する誤った情報の拡散行動とは、正しいと思っただけの拡散行動および誤った情報としての拡散行動のいずれにおいても有意な正の関連が見られたが、真偽の疑わしいネット情報の確認および誤ったネット情報の拡散においては、一部において10%水準で有意な結果が得られた以外は関連が見られなかった。このような結果は、あるトピックでは誤った情報の拡散行動を規定する要因となるが、別のトピックについてはそうではないという変数が存在することを示唆しているのではないかと考えられる。新型コロナウイルスの情報の拡散に関しては政治的志向性がそのような変数であったが、他のトピックの情報に関しては違う変数が拡散に寄与している可能性がある。または、新型コロナウイルスに関する情報はインターネット情報に限定しない尋ね方をしたということが、このような結果をもたらした可能性も考えられる。

また、性別と年齢については、性別（女性）は誤ったネット情報の拡散において負で有意であり、年齢については、真偽の疑わしいネット情報の確認および誤ったネット情報の

拡散において負で有意であった。ネット上での偽情報の発信について、山口ら（2019）におけるインターネット上への虚偽の口コミの投稿経験についての属性に関する回帰分析では、男性が有意に正、年齢が有意に負という本研究と同様の傾向を示す結果が得られている。しかし、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター（2020）では、男性はフェイクニュースを拡散する確率が低いという結果が得られており、性別に関して一貫した傾向は見られなかった。

本研究の結果から、真偽の疑わしいインターネット情報の確認、およびインターネット上の誤った情報や新型コロナウイルスに関する間違っただけの情報・誤解を招く情報の拡散について、メディア・リテラシーは情報の確認とも、拡散とも正の関連があるということが明らかになった。これに対して、情報リテラシーは情報の確認とは正の、拡散とは負の関連があることが明らかになった。

このような本研究の結果は、インターネット、特にSNSにおけるフェイクニュースの拡散が懸念される今日のメディア社会におけるメディア・リテラシーの限界を示すのだろうか。あるいは、今日のメディア利用を反映したより適切なメディア・リテラシー概念およびその測定についての再考を促すのだろうか。

耳塚（2021b）は、特に従来のような、メディアが発信する情報の背後にある意図を批判的に読み解く、メディアをうのみにしない、というアプローチは、偽情報・誤情報対策の文脈では「メディアが報道しない事実を伝える」とうたう偽情報や陰謀論への接触・信頼を増すことになる可能性があることを指摘し、メディア・リテラシーは現時点では有効性が乏しく、無効化されているといえると述べている。本研究で検討したオンラインメディアを対象としたメディア・リテラシーに関しては、インターネット利用動機（つながり及び情報収集・娯楽の両方）およびインターネット上での社会関係資本と正の関連が見られた点や、真偽の疑わしいインターネット情報の確認の正の規定因であり、その標準偏回帰係数は今回検討した変数の中では最も高かった点から見れば、注意を払ってインターネットを利用し、そこから恩恵を享受できることと結びついていることがうかがえる。しかし、情報確認の頻度と関連している一方、メディア・リテラシーは誤った情報の拡散を抑制せず、むしろそれに寄与していることも本研究の結果からうかがえる。先行研究のレビューで述べたように、メディア・リテラシーとは何かについてはメディアの変化に伴いこれまでも問い直されてきており、今日のメディア状況に見合うように、メディア・リテラシー概念そのものについてさらに検討する必要があるかもしれない。

最後に本研究の限界について述べる。本研究では情報の拡散を正しいと思っただけの拡散と誤った情報としての拡散とを区別して検討した。これは、誤った情報が流布していることへの注意喚起のための拡散を、誤った情報の非意図的な拡散と区別することが目的であったが、誤った情報としての拡散の中には、不安を煽るための拡散や、それらをネタとする拡散も含まれる可能性がある。また、インターネットの誤った情報に対処するためには、それらが誤っていると気づくことが必要となるが、どのようにして気づくのかについても本研究では明らかにしていない。これらの問題について、さらに検討する必要があると思われる。

● 引用文献

- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- American Library Association (2000). *Information literacy competency standards for higher education*. Retrieved from <https://alair.ala.org/bitstream/handle/11213/7668/ACRL%20Information%20Literacy%20Competency%20Standards%20for%20Higher%20Education.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aufderheide, P. (1992). Aspen Media Literacy Conference Report — Part II. Retrieved from <http://www.medi>

- alit.org/reading-room/aspenn-media-literacy-conferencereport-part-ii
- Boh Podgornik, B., Dolničar, D., Šorgo, A., & Bartol, T. (2016). Development, testing, and validation of an information literacy test (ILT) for higher education. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(10), 2420-2436.
- バッキンガム, D. 著, 鈴木みどり 監訳 (2006). *メディア・リテラシー教育: 学びと現代文化* 世界思想社. (Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.)
- Chen, D.-T., Wu, J., & Wang, Y.-M. (2011). Unpacking new media literacy. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9(2), 84-88. Retrieved from <http://www.iiisci.org/journal/sci/FullText.asp?var=&id=OL508KR>
- Craft, S., Ashley, S., & Maksl, A. (2017). News media literacy and conspiracy theory endorsement. *Communication and the Public*, 2(4), 388-401.
- Flanagin, A. J., Winter, S., & Metzger, M. J. (2018). Making sense of credibility in complex information environments: the role of message sidedness, information source, and thinking styles in credibility evaluation online. *Information, Communication & Society*, 23(7), 1038-1056.
- Hallaq, T. (2016). Evaluating online media literacy in higher education: Validity and reliability of the digital online media literacy assessment (DOMLA). *Journal of Media Literacy Education*, 8(1), 62-84.
- 保高隆之 (2018). 情報過多時代の人々のメディア選択～「情報とメディア利用」世論調査の結果から～ 放送研究と調査, 2018年12月号, 20-45.
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371-388. (Article first published online: August 28, 2019)
- 金相美 (2003). インターネット利用に関する日韓大学生比較研究: 利用動機・効用の分析を中心に マス・コミュニケーション研究, 63, 112-129.
- 北村智・佐々木裕一・河井大介 (2016). ツイッターの心理学: 情報環境と利用者行動 誠信書房
- Koc, M. & Barut, S. (2016). Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. *Computers in Human Behavior*, 63, 834-843.
- 小寺敦之 (2017). メディア・リテラシー測定尺度の作成に関する研究 東洋英和女学院大学人文・社会科学論集, (34), 89-106.
- 国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (2020). 日本におけるフェイクニュースの実態と対処策: Innovation Nippon 調査研究報告書 Retrieved from http://www.innovation-nippon.jp/reports/2019IN_report_full.pdf
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J. & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Lee, L., Chen, D.-T., Li, J.-Y., & Lin, T.-B. (2015). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. *Computers & Education*, 85, 84-93.
- Lin, T.-B., Li, J.-Y., Deng, F., & Lee, L. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Educational Technology & Society*, 16(4), 160-170.
- Literat, I. (2014). Measuring new media literacies: Towards the development of a comprehensive assessment tool. *Journal of Media Literacy Education*, 6(1), 15-27.
- Luchman, J. N., Bergstrom, J., & Krulikowski, C. (2014). A motives framework of social media website use: A survey of young Americans. *Computers in Human Behavior*, 38, 136-141.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Medders, R. B. (2010). Social and heuristic approaches to credibility evaluation online. *Journal of Communication*, 60, 413-439.
- 耳塚佳代 (2021a). フェイクニュースとは何か 藤代裕之編著 フェイクニュースの生態系 (pp.22-45). 青弓社
- 耳塚佳代 (2021b). 汚染とメディアリテラシー 藤代裕之編著 フェイクニュースの生態系 (pp.226-255). 青弓社
- みずほ情報総研株式会社経営・ITコンサルティング部 (2020). 日本におけるフェイクニュースの実態等に関する調査研究 ユーザのフェイクニュースに対する意識調査-報告書- Retrieved from https://www.soumu.go.jp/main_content/000715293.pdf
- 中橋雄 (2014). メディア・リテラシー論: ソーシャルメディア時代のメディア教育 北樹出版
- Papacharissi, Z. & Rubin, A. M. (2000). Predictors of internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175-196.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54, 675-696.
- パットナム, ロバート・D. 著, 柴内康文訳 (2006). 孤独なボウリング: 米国コミュニティの崩壊と再生 柏書房 (Putnam, R. D. 2000 *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. NY: Simon & Schuster.)
- 笹原和俊 (2018). フェイクニュースを科学する: 拡散するデマ, 陰謀論, プロパガンダのしくみ 化学同人
- Silverblatt, A. (Eds.) (2014). *The Praeger handbook of media literacy Volume 1*. Santa Barbara, CA: Praeger.
- 総務省 (2019). 令和元年版情報通信白書 (PDF版) Retrieved from <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/pdf/01honpen.pdf>
- 総務省 (2020). 新型コロナウイルス感染症に関する情報流通調査 Retrieved from https://www.soumu.go.jp/main_content/000693280.pdf
- 和田正人 (2000). メディア・リテラシー教育: 日本及び海外における定義 東京学芸大学紀要. 総合教育科学系, (71), 581-611.
- 渡辺祥子 (2019). SNSを情報ツールとして使う若者たち～「情報とメディア利用」世論調査の結果から～ 放送

研究と調査, 2019年5月号, 38-56.

渡辺洋子・政木みき・河野啓 (2019). ニュースメディアの多様化は政治的態度に違いをもたらすのか～「ニュースメディア接触と政治意識」調査から～ 放送研究と調査, 2019年6月号, 2-31.

Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2012). A social network as information: The effect of system generated reports of connectedness on credibility on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 28, 199-206.

Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). Social media as information source: Recency of updates and credibility of information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 171-183.

Williams, D. (2006). On and off the 'Net: Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593-628.

山口真一・彌永浩太郎・坂口洋英 (2019). (虚偽の) 口コミ投稿行動と人々の属性・動機との関係の実証分析 情報通信学会誌, 37(1), 37-46.

山本明 (中部大学人文学部教授)