

口頭コミュニケーションにおける流言の 信用要因と再発信要因について

2016年1月

慶應義塾大学 商学部
濱岡豊研究会 13期

田中悠詩

【概要】

本研究は口頭における流言を、流言の信用要因と再発信要因、個人特性における流言の信用要因と再発信要因、そして実態調査という3点から考察した。流言の信用要因にも再発信要因にも共通していることは情報の詳細がないという「曖昧さ」であることがわかった。再発信要因については情報源の信頼度が高いことが重要であることがわかった。個人特性については、他人への一般的信頼が高く感受性の強い人が流言を信じやすいという結果が得られ、流言を流しやすい人の特徴として会話において相手にわかりやすく話し内容の一部を強調して話す傾向がある人があげられた。知識のある人やオピニオンリーダー度の高い人ほど流言を流しにくいという結果が得られた。また、実態調査から流言が友人たちとのコミュニケーションツールであることが考察され、それらの内容としてはプライベートな内容もさることながら企業のものもほぼ同数確認された。

キーワード

曖昧さ 好奇心 一般的信頼 感受性 わかりやすさ 強調 企業の流言

A Study on Factors that Believe Formation and Spreading of Rumors in Face-to-Face Communication

January 2016

Yuuta Tanaka

Hamaoka Seminar 13th

Keio University

【Abstract】

In this study, I consider rumors in Face-to-Face communication from factors of affect and spread, personal characteristic, and field study. Ambiguity, which means the lack of details of information, is important to the factor of affecting and the factor of spreading. The reliability of the source of information is important to the factor of spreading. About personal characteristic, people who have general trust to others and great sensibility tend to affect rumors. And people who have plainness in conversation and emphasize a part of the story tend to spread rumors. People who have knowledge and are opinion leader tend not to spread rumors. For field study, I consider that a rumor is a tool of communication and the contents of their rumors are private and about companies.

Keywords

Ambiguity Curiosity General trust Sensibility
Plainness Emphasis Rumor of companies

目次

1. はじめに
 1. 1. 問題意識
 1. 2. 研究目的・意義
2. 流言の定義
3. 流言のカテゴリライズとその事例
4. 先行研究
 4. 1. 流言の特徴について
 4. 2. 流言の再発信・伝播要因について
 4. 3. ここまでの知見の整理
5. 事例研究
 5. 1. 明晰夢
 5. 2. 謎の連絡線
 5. 3. 地震雲
 5. 4. 事例まとめ
6. 研究の方向性について
 6. 1. 信用要因・再発信要因に関する仮説
 6. 2. 受信者特性に関する仮説
 6. 3. 送信者特性に関する仮説
 6. 4. 仮説まとめ
7. 仮説検定
 7. 1. データの概要
 7. 2. プリテスト
 7. 3. コンジョイント分析①
 7. 4. コンジョイント分析②
 7. 5. 探索的因子分析
 7. 6. 回帰分析
 7. 7. 検定結果一覧
8. 追加分析
9. 考察
 9. 1. 仮説 H1a～H2d について
 9. 2. 仮説 H3a～H4c について

 9. 3. 追加分析について
10. 流言に関する実態調査について

10.1. 流言の入手先・反応・再発信先について

10.2. Q42 について

11. まとめと課題

11.1. まとめと実務への提言

11.2. 本研究の課題

. 参考一覧

. 付録資料

付録1: 質問票

付録2: 単純集計一覧

付録3: Q42 の自由回答一覧

1.はじめに

1.1.問題意識

従来我々は情報を多様な窓口から受容する。新聞・テレビといった大きなメディアによる報道や、知人・家族からの口頭による伝播など、さまざまである。現代ではインターネットの普及とともに、掲示板やTwitter・Facebook等のSNSで、たとえ面識のない相手からでも情報を受け取るようになった。そこには確かな情報もありそれらが緊急事態や災害時において有効に活用されていることは明らかである。だが、不確かで根拠のない情報があることも事実である。誰もが誰にでも情報を再発信できるようになってしまった現代において、その情報の信憑性・情報源が疑わしいものが多い。真偽が明確でない情報は大小様々だが、場合によっては間違った方向に扇動させてしまうかもしれない。たとえば、東日本大震災発生後、数多の風評被害が起きたことは事実であり、ネットによって拡散された嘘か本当かわからない流言が被災地に多大な経済的損失・社会的信用の低下をもたらしたことは明らかである。口頭・ネットにおけるコミュニケーションにおいて、真偽が定かでない情報が氾濫している現代に対して問題意識をもち、今回の卒業研究に取り組むことにした。

1.2.研究の目的・意義

まずこの研究を通して解明したいことは、流言のこういった特徴が人々に信じられやすく、また再発信されやすいのかということである。流言というものは往々にして人々の生活と結びついていることが多く、またコミュニケーションツールの一つと考えても良い。他者とのコミュニケーションにおいて、こういった要素が信用につながるのか、また再発信につながるのかということが流言の信用要因や再発信要因を研究することによって理解することができる。また、流言の分類も本研究では行う。先行研究を参照しながら分類の枠組みを提案し、インターネットで出回っている実際の流言を実例として挙げ、流言に対する理解を深める。そして、人々の口頭における流言の想起させる感情やその再発信者との関係性、再発信する相手との関係性などもこの研究では調査を行う。分析や調査の結果から人と人のつながりを、流言という一部分から切り取り解明することによって情報の流れや仕組みを理解し、企業イメージ戦略や災害時・緊急事態における流言への対処も考えていくことを、本研究の目的とする。今日まで流言に関する数多の論文が書かれているが、この研究では、事例研究としての流言への考察、口頭における流言の信用要因と再発信要因などの定量的な分析、またアンケートから得られた流言に関する実態調査の3点を中心に行う。

他者とのコミュニケーションによって我々は情報を得て世界を理解している。インターネットの進歩による人々を取り巻く情報世界の変化とその社会的な役割は自明なものになっているが、この研究では口頭における流言を取り上げる。なぜならば顔を見合わせ相手

の表情を見ながら行う口頭におけるコミュニケーションは、インターネットにおけるそれよりも人間にとって根源的なものであるからだ。本研究ではそこに着目したい。口頭における流言の信用要因や再発信要因を理解することによって、根源的な人間のコミュニケーションへの理解を深めることは大変意義のあることだと感じている。

2.定義

流言に関する先行研究/関連研究事例を述べる前に、流言の定義を行いたい。Rosnow and Fine の著書「うわさの心理学」によると、流言の定義は過去に様々なものが行われてきたことがわかる。Niehoffによると、流言は噂の一種であり、そこには「肯定的なうわさ」と「否定的なうわさ」の二種類が存在するとしていて、流言はそのうちの「否定的なうわさ」であると、ニーホフは提案している。また廣井(1987)は、流言の定義を以下の5点で定義している。

- ・流言とは、人から人へと伝えられる情報
- ・流言とは、正々堂々と表明されるというより秘密の色彩を帯びて密かにささやかれる「口コミ」の情報
- ・流言とは、事実の確証なしに語られる情報
- ・流言は人から人へ伝えられるうちに、その情報内容がしだいに歪められ、もとの内容とまったく異なってしまう場合が多い
- ・流言はそれを伝える人々の感情と深くかかわっている。

また、Allport and Postman はデマの条件を二点挙げている。デマと流言は厳密には意味が異なるが、故意であれ事実が歪曲している点や伝えられていく点、伝播の過程が似ていることから今回は取り上げる。

- ・その話のテーマが話し手にとっても聞き手にとっても何らかの形で重要性を持っている
- ・事実が何らかの曖昧さによって覆い隠されていなければならない

ここまでの流言に関する定義を以下の表にまとめた。

図表 1：流言の定義について

	Niehoff	Allport and Postman	廣井脩
定義内容	<ul style="list-style-type: none"> ・流言とは「否定的なうわさ」である 	<ul style="list-style-type: none"> ・話のテーマが話し手・聞き手双方にとって何らかの形で重要性を含んでいる ・事実が何らかの曖昧さによって覆い隠されていなければならない 	<ul style="list-style-type: none"> ・人から人へと伝わる情報 ・密やかに伝わる情報 ・事実の確証なしの情報 ・内容が歪められ、もとの内容と異なっている情報 ・伝える人々の感情と深くかかわっている

以上から、本研究における流言の定義を以下のものとする。

- 事実の確証のないもの
- 伝える人・伝えられる人双方の感情と結びついているもの
- 話の内容・テーマが歪められているもの

また、濱岡ら(2013)によると「デマ」という言葉は再発信者の意図があるかに関わるものでありそれを特定するのは困難なため、本研究では考慮しないこととする。また、「デマ」と「噂」は「流言」と同義とする。

3.流言のカテゴリライズとその事例

流言には様々な種類が存在する。この章では、分類を行った上で、それぞれに対応し、かつ実際に存在する流言の簡単な事例を取り上げる。分類をする意義に関してだが、流言についてカテゴリライズすることで、少しでも流言に対する理解を深めようというものである。

まず分類についてである。Allport and Postman はデマを、「分裂デマ」「恐怖デマ」「願望デマ」の三つに分類した。それぞれの意味合いは、以下の通りである。

- ・「分裂デマ」：反政府や人種差別的な、人々を混乱させ国内を分裂させるようなデマ
- ・「恐怖デマ」：病気や残虐行為などの人々に恐怖をもたらすデマ
- ・「願望デマ」：平和到来や戦争勝利といった人々の願望に根付いたデマ

また廣井脩は災害時の流言を「噴出流言」「浸透流言」の二種類に分類している。それぞれの意味合いは以下の通りである。

- ・「噴出流言」：従来の社会組織や規範が一時的に消滅した際に噴出し、強い感情的興奮によって支えられている、発生してから急速に伝播するがすぐに消滅する流言で、人々に非合理的行動をもたらす
- ・「浸透流言」：社会組織や規範が残っている状況でも発生し、日常的なコミュニケーションネットワークの中で徐々に浸透し、噴出流言に比べて感情的興奮が穏やかであるものであり、社会的影響も比較的小さい

以上のことを踏まえ、また自らの考えを加えた上で、流言の内容、伝播タイプについて分類を行う。分類は以下の通りである。

流言の内容についての分類：「肯定的流言」「否定的流言」

流言の伝播速度についての分類：「一過的流言」「慢性的流言」

次に、これらの分類を行った上でそれぞれの事例を紹介していく。筆者は以下に挙げる事例すべてに対して批判的な立場をとっているが信じる人が世の中にはいるだろうと考えたため掲載する。

(i) 肯定的/一過的「江頭 2:50 の被災地復興支援」¹

他のジャンルに比べて極めて事例が少ないタイプの流言である。今回は東日本大震災後、原発問題で孤立していた福島県いわき市にトラックで救援物資を届けたという芸人江頭 2:50 に関する流言を取り上げる。最終的にはニコニコ動画での自身の番組においてその真相を語っており、またその流言自体が事実であるとしている。彼が番組内でこのことが真実であると公言する以前以後に関わらず彼に対する評価が飛躍的に上がったと言える。テレビの中では不謹慎で下劣な彼の美談である点、またこの流言に触れた人の中で急激に彼への見方が変わった点を踏まえ、肯定的/一過的のジャンルにカテゴライズする。

(ii) 肯定的/慢性的「ツイッターでつぶやくことで高額な報酬が得られる」²

いつの時代にも人々の願望に則した流言はあるものだ。内容はそのままでありツイッターで特定の内容を呟くことで報酬が得られるというもの。内容を見ていると、一種のステルスマーケティングである。だが、利益が発生する仕組みがわからないものが多く、ましてや大金を得るようなことはありえないというのが一般の見解である。2チャンネルにおいてはこの手のスレッドが立っても誰にも信じられない、もしくはツイッターへの評価が下がる傾向が強いが、常にネットでは話題になっている。実際にお金儲けをしているという方のウェブページ³を閲覧すると、その方が所有するツイッターアカウントの一つで姉妹サイト『ネットで稼ぐ方法がわかります!』とも連動しているものは1万5千人以上のフォロワーがいるとのことだったが、アカウントの特定ができなかった。このような流言は、お金に余裕がない若者の間で広まる人が多いようだ。噂の内容として「得をする」点、そして、社会的影響が少ないことを踏まえて、肯定的/慢性的のジャンルに入れることとした。

図表 2 : 記載されている姉妹サイトのリンク画面



出所: 「Twitter でフォロワーを増やす 8 つの方法と 7 つの無駄」
<http://netkasegikata.jp/blog-entry-75.html>

¹ 参考: ホイミ速報「江頭 2:50 「俺をいい人キャラにするな!」」
<http://xn--eckyfna8731bop8c.jp/geinou/%E6%B1%9F%E9%A0%AD%E3%81%AE%E7%BE%8E%E8%AB%87%E3%81%AF%E6%9C%AC%E5%BD%93%EF%BC%9F/>

² 参考: 「毎日 3 回つぶやけば年収 1000 万円」
<http://www.logsoku.com/r/newsplus/1323085988/>

³ 参考: 「Twitter でフォロワーを増やす 8 つの方法と 7 つの無駄」
<http://netkasegikata.jp/blog-entry-75.html>

(iii) 否定的/一過的「東日本大震災におけるコスモ石油に関する流言」

これは震災直後にツイッターやメールで広まった流言である。大まかな内容としてはコスモ石油での爆発により発生した有害物質が雲などに付着して雨とともに降る、というものだ。ツイートされた内容⁴は以下の通り。

- ・「今日明日の雨はぬれないほうがいい。原発じゃなくて石油所の火災が1週間続いた有害物質が雲についでるから」
- ・「今日は、雨なので不要な外出は控えましょう雨に放射性物質だけでなく、石油化学コンビナートの有害物質が含まれてる可能性があるんで…」
- ・「東北のみんな！雨に気を付けて！石油コンビナートや色々燃えたことで雲に有害物質が溜まり、汚染された雨が明後日あたりに降るかも！」

こうした内容のツイートやメールは文頭に【拡散希望】と書かれ、すぐに爆発が起きた千葉県のみならず日本中に拡散された。3月12日にはコスモ石油自身⁵が「燃焼により発生した大気が人体へ及ぼす影響は非常に少ない」と発表している。こうした事例はもちろん人々の不安や恐怖を煽るものであり、また人々に非合理的な行動を起こさせる点から、否定的/一過的であるとジャンル分けする。

(iv) 否定的/慢性的「AKB48『10年桜』のPVが怖い」

都市伝説的な流言はいつの時代にもあるものだが、ネットでささやかれている最近のものを取り上げる。このAKB48のプロモーションビデオが怖いという流言が信じられる要因⁶は以下の通りだ。

- ・途中登場するバスが横転しているように感じる
- ・友達に送る手紙にしては「最後まで」という言葉が多すぎる。不自然である
- ・途中幽霊のようなものが映り込んでいる
- ・なにもないところで降りていくメンバーが死んでいったと連想させる

このプロモーションビデオを怖いと言っている人のウェブページでは、ファンたちによる議論がここ2011年夏ごろから2014年冬まで行われている。内容として、恐怖を聞いた人に植え付ける点、そして長く語られているが特に聞いた人の行動に影響を及ぼさない点を踏まえて、否定的/慢性的のジャンルに入れることとする。

⁴濱岡ら(2013)から引用。

⁵参考:コスモ石油「千葉製油所関連のメールにご注意ください」

<http://www.cosmo-oil.co.jp/information/110312/index.html>

⁶参考:「怖いと噂のAKB48「10年桜」のPVについてまとめてみた」

<http://x.mass-mix.com/global/akb48pv10nensakura/>

紹介した事例の特徴を捉え、以下の表にまとめた。

図表 3 : 流言の分類とその事例

	肯定的	否定的
一過的	流言として人々に感動や感心を生むもので、その流言に触れた人の対象に対する評価・行動を変える。	災害時や緊急事態に発生する流言に多く見られる。
慢性的	いつの時代でもある人の願望に根付いた流言が多い。	都市伝説や芸能人の流言などが多く、そのほとんどが発言の曲解に根付いたものである。

4.先行/関連研究

この章では先行/関連研究のレビューを行う。流言についての研究をその特徴と発生・伝播についてのものにかけて紹介していく。

4.1.流言の特徴について

・Allport and Postman(1947)

非常に古典的な研究である。この研究では、流言の伝達には、「曖昧さ」「重要さ」「不安」という三つの要因が強く関係することが示されている。オルポートとポストマンは流言の流布量を、「 $R \sim i \times a$ 」のように定式化し、「流言の流布量 (R) は、重要さ (i) と曖昧さ (a) の積に比例する」とした。この流言に関する研究は実社会の中での口伝えでの流言の伝達について行われたものである点に留意したい。また、噂が単なる伝言と異なり内容がことなまって伝えられていく理由を噂の特徴である平準化、強調、同化の三点から説明している。それぞれの内容は以下の表の通りである。

図表 4 : 噂の歪曲性の要因

・平準化	情報が短く要約されて平易化すること
・強調	情報の中からある要素が選び出されて誇張されること
・同化	話し手や聞き手がもっている知的あるいは感情的な状況や解釈で情報が歪められること

・ DiFonzo and Bordia(2007)

この論文では、流言とゴシップ・都市伝説の違いが述べられている。流言とは身の危険や事態の曖昧さ、情報の少なさが前後に起きた際に発生する循環的に起こる確認することができない価値のある情報であるのに対し、ゴシップは証拠の土台がしっかりとしている個人に対する評価的な社会的な会話であり、都市伝説とは現代の世界に関連したテーマを含んだ、非日常的であったりユーモアが含まれていたり、恐ろしさがあつたりする話であり、実際に起きたこととして話され、様々な時と場所のバリエーションがあることが特徴的であると述べられている。

・竹中(2007)

大学生の日常会話においてはなされるうわさと日常的な話題を網羅的に扱った研究である。内容属性と昨日の評価の観点からそれらの構造について検討し、うわさと日常的な話題の構造をもとに、うわさの種類の抽出を行っている。重要性や確実性、情報提供機能ももった「不安喚起型」、面白さが高く娯楽機能をもち様々な解釈ができる「面白さ型」、うわさの中では確実性がやや高く面白さもやや高く日常的な話題により近い「日常話題型」、そして面白さと不安か気がともに高い「怖いもの見たさ型」が抽出された。

4.2.流言とその発生・伝播について

・ Health, Bell and Sternberg(2000)

この研究は3つの研究からなりたっている。Study1では感情を喚起する流言を集め強い不快感を生む流言のほうが人々は伝えることを調べ、結果として人が伝えたがる流言の特徴として、「興味深い」「驚き」「不快」「納得がいく」「本当らしさ」が有意な結果が得られた。Study2では同じ感情でもより強い感情を生む流言の方が伝えられるのではないかとこのことを調べ、有意な結果が得られた。Study3では嫌悪感を生むモチーフの流言の方が都市伝説のウェブサイトで広まっているということがわかった。

・ DiFonzo and Bordia(2002)

この研究は企業の流言に関するものである。流言活動における不確実性、心配・不安、流言の信用の役割の証明を行うことを目的としている。不確実性が自分自身の制御の欠如に繋がり、それが心配や不安を生み出すこと、そしてその流言が重要であることが心配・不安につながり流言の伝達を生み出すということが証明された。企業のPR活動への提言が2点行われていて、まず企業にとって有害な流言を取り除いていくために流言活動に繋がる要素である不確実性や不安を発見し減らすための社内組織が必要であること、そして有害な流言があればその訂正を行っていく努力が必要であるとしている。

・ DiFonzo and Bordia(2004)

インターネットで話題になっている14の流言の内容を、その流言の発生から消滅の点から分析を行っている。流言が長く認識される要因としては、人々がその流言に対し仮説をたてたり、批判を行ったり、情報の探索、証拠の提示が行われることがあげられ、これらは流言の社会的文脈において作用されるコミュニケーションの要素であるとしている。また、個人の見解やメディアの情報を提示することで、人々は相手にその流言が正しいのかどうかについての説得を行っているということが述べられている。

・ DiFonzo and Bordia(2005)

説得するメッセージとしての否定を扱った研究である。Eメールのウイルス的な流言からおこる信用や不安を軽減するという点における否定することの効果をも3つのシミュレーションを使った実験から示している。その3点として、メッセージの質が高いもの・低いもの、否定する際の情報源の信頼度合いが高いもの・低いもの、否定する人間が信頼できるのか・できないのかというそれぞれの状況を設定している。否定することで不安や信用を軽減すること、質の高い否定が有効であること、否定する人間が信頼できる人ほど信用度合いが下がること、情報源が信頼できるものほど不安を和らげるという結果が得られた。

・Buckner(1965)

流言は伝えられていく中で正確になっていくのか、という主題から流言伝播の要因を述べている。流言の伝播において重要な点はその内容の真偽ではなく、伝播された時点の状況の構造やその情報の不確実性、人から人へ伝えられることであるとした。また人々が初めて聞いた流言に対する態度を以下の三点にまとめた。

図表 5 :H. T. Buckner (1965)による流言に対する態度

Critical	流言の対象となっている人や事柄に対する知識・経験があり、批判能力が備わっておりその流言の真実がわかる状態
Uncritical	流言の対象となっている人や事柄に対する知識・経験がないために批判能力が欠如し、真実がわからず信じてしまう状態
Transmission	流言の情報源が不確かなために、その流言自体に対しての評価ができない状態

・Pezzo and Beckstead(2006)

流言が信じられることに対する状況から発生する不安の影響についての研究である。「大学生の突然死」と「ワシントン DC の銃撃犯」という実在する流言を使って研究を行っている。これら二つの実験から、流言が信じられている時の方が人々は話し、信じられていることの効果はレベルの高い不安の流言のときには比較的lowく、状況的な不安が流言によって起こる不安につながるとしている。流言自体の不安単体では人々はその流言を伝えることはなく、状況的な不安が加わることが大切であり、流言の伝達とはどのようにその脅威から逃れるのかという重要な情報を引き出すために使われるとしている。また、流言を聞いて不安を感じた人ほど他人に伝えているという結果が得られた。

・Jaeger, Anthony and Rosnow(1980)

彼らの研究によると、流言はそれが信じがたいものよりも信じられるものであるほうがより頻繁に人々の間で語られるとされている。また仲間が流言の情報源であったときのみ、不安を喚起するものであれば、そうでないものよりも頻繁に語られるとしている。この研究の実験では、流言が権威ある情報源よりも仲間同士から話されたときに、その流言の自体が多かれ少なかれ不安を喚起するものかどうか流言の伝播においては重要であるとしている。また、その流言の内容がどの程度信用できるものというのが、流言発生・伝播において重要であるとしている。

・Rosnow, Yost and Esposito(1986)

この研究では流言の信用度合いを3つのレベルで調べ、心配・不安を基礎として理論立てた不確実性の要因を、異なる信頼度合いによって推測している。もしその流言が本場で

あるならば何をすべきかということに言及しながら、2種類の不確実性について考察を行っている。流言自体の信頼度合いが低い場合には2種類の不確実性は比較的低くなり、信頼度合いが高い場合には適切な反応選択肢に関する不確実性が比較的高くなるとしている。また、流言を信じる個人的特性として「信じやすさ」を取り上げている。

・竹中(2002)

この研究は大学生の日常会話におけるうわさを対象とし、対人コミュニケーションの観点から、接触・伝達率、日常的な話題との関連、伝達に及ぼす要因を検討することを目的とし、うわさとの接触・伝達の有無、内容の評価、日常会話で話される話題について調査を行っている。分析の結果、日常会話におけるうわさは、日常的な話題が乏しいときに話題の少なさを補う機能を持つことが示唆された。また、うわさの発生において重要なことは、伝える人と伝えられる人双方にとってその話題が解釈可能であること(解釈可能性)と共通の話題であることが重要であるとしている。

・竹中(2007)

この研究では大学生が日常会話で話すうわさを対象とし、うわさの伝達形態の種類による伝達に影響する要因の違いについて述べられている。2002年の同氏の論文と異なる点は、伝達形態ごとにその効果を調査している点である。伝達形態を、積極的に相手に話そうと思う伝達意図による伝達と、詳細や真偽を他者に確かめることで結果的にうわさの内容が伝わる確認意図による伝達の2種類に分けている。伝達意図による伝達には、娯楽機能と情報提供機能の二つが直接の効果がみられた。また、確認意図による伝達には、情報提供機能ともっともらしさの直接効果がみられ、うわさ自体の面白さや不安喚起は間接効果のみが確認された。大学教員に関するうわさを実験では用いているが、このうわさが会話相手と楽しめると評価された場合、積極的に伝えられる一方、もっともらしいと評価された場合、内容や詳細を会話相手に確かめることで結果としてうわさが伝えられると推測している。

4.3.ここまでの知見の整理

4章で行った先行/関連研究紹介をまとめる。流言の特徴に関する研究群と伝播についての研究群をわけて図表にあらわす。

図表6：流言の特徴に関する研究まとめ

	概要	流言の特徴	研究の限界
Allport and Postman(1947)	流言の伝達には、「曖昧さ」「重要さ」「不安」という三つの要因が強く関係することが示されている。	流布量を、「 $R \sim i \times a$ 」のように定式化し、「流言の流布量 (R) は、重要さ (i) と曖昧さ (a) の積に比例する」とした。	インターネットが普及する以前の時代の論文であり、口伝えで行われていた流言伝承のみを扱っている点。
DiFonzo and Bordia(2007)	流言とゴシップ・都市伝説の違いについて。	流言とは身の危険や事態の曖昧さ、情報の少なさが前後に起きた際に発生する循環的に起こる確認することができない価値のある情報である。	過去の先行研究をもとにした定義についてのみの論文であり、定量的な調査は行われていない。
林(2007)	噂の特徴や機能に関する記述。また先行研究の紹介。	他の伝言と違う点→平準化・強調・同化	噂に関する定量的なデータ分析等はされていない。
竹中(2007)	大学生の日常会話においてはなされるうわさと日常的な話題を網羅的に扱った研究	うわさと日常的な話題の構造をもとにうわさの種類の抽出を行い、「不安喚起型」、「面白さ型」、「日常話題型」、「怖いもの見たさ型」の4型を抽出している。	日常的な流言についての考察にとどまっており、災害時といった緊急時の流言についての調査は行われていない。

図表 7 : 流言の伝播に関する研究まとめ

	概要	流言の伝播	研究の限界
Health, Bell and Sternberg(2000)	都市伝説が生む感情やその特徴について分析を行い、特に嫌悪を生む流言についての研究	嫌悪感を生むモチーフの流言の方が都市伝説のウェブサイトで広まるという結果が得られた。	都市伝説についての研究であり、日常的な個人に関する流言や災害時などの流言についての調査は行われていない。
DiFonzo and Bordia(2002)	企業に関する流言を取扱い、その発生要因を調査した研究である。	流言伝播における不確実性、心配・不安、流言の信用の役割を調査している。	大まかに企業に関する流言についての研究であり、業種ごとの対策などについては調査されていない。
DiFonzo and Bordia(2004)	インターネットに流布する 14 の流言の内容を、その流言の発生から消滅の点から分析した研究。	流言が長く認識される要因に、人々の仮説、批判、情報の探索、証拠の提示があげられている。	誤情報についての対策や、インターネットの流言が人々の行動に与える影響については述べられていない。
DiFonzo and Bordia(2005)	説得するメッセージとしての否定を扱った研究である。	流言を否定することで不安やその流言に対する信用が軽減すること、情報源の信頼性の有効さが述べられている。	否定の再発信者に関する特性については調査されていない。
Buckner(1965)	情報伝達経路をネットワークとして捉え、その経路に注目した研究。	伝播された時点の状況の構造やその情報の不確実性、人から人へ伝えられることが流布に重要であるとした。	情報伝達が口頭のみでインターネットがない時期の論文であり、ネットが考慮されていない。
Pezzo and Beckstead(2006)	流言の信用性に対する状況から発生する不安の影響についての研究である。	内容からくる不安単体と状況的な不安の両方が重要であり、流言の伝達とはその脅威からの逃避のための情報交換としている。	不安や心配を生む流言のみを想定しており、日常的なポジティブな感情を生む流言については言及されていない点。
Jaeger, Anthony and Rosnow(1980)	流言が権威ある情報源よりも仲間同士での流布についての研究。	不安を喚起するものかどうか、その流言の内容がどの程度信用できるものかが、流言発生・伝播において重要であるとしている。	仲間内でのコミュニケーションに SNS がなかった時期の論文である点。
Rosnow, Yost and	流言の信用度合い	2 種類の不確実性について、流言自体の信用度合いが低い場合	

Esposito(1986)	を 3 つのレベルで調査した研究。	には2種類の不確実性は比較的低くなり信頼度合いが高い場合には適切な反応選択肢に関する不確実性が比較的高くなるとしている。	
竹中(2007)	うわさの伝達形態の種類による伝達に影響する要因の違いについての研究。	伝達意図による伝達と確認意図による伝達の 2 種類を取り上げ、それぞれの機能について述べられている。	取り扱う流言が大学教授についてのものであり、内容として非常に限定的である点。
竹中(2002)	接触・伝達率、日常的な話題との関連、伝達に及ぼす要因についての研究。	日常会話におけるうわさの話題補完機能の示唆、流言伝播における話題の解釈可能性と共通話題性の重要性が述べられている。	大学生の日常会話における流言に限定した研究である点。

5.事例研究

この章では実際に存在する流言「明晰夢」「東京地下秘密路線」「地震雲」を取り上げ、その流言の内容・伝播のされ方・真偽をまとめる。流言の選定に関しては、インターネット上で話題になっているものの中から、日常的な口頭のコミュニケーションで話題にされる可能性が高いものを扱う。また2章で定義した、

- ・事実の確証のないもの（根拠の無さ）
- ・伝える人・伝えられる人双方の感情と結びついているもの（感情）
- ・話の内容・テーマが歪められているもの（歪曲性）

の3点を満たすものを扱う。

5.1.明晰夢⁷

- ・内容：明晰夢とは、夢の中でそれが夢と気づき夢を意図的にコントロールできるようになる夢のこと。
- ・伝播のされ方：インターネット上の掲示板 2ch やブログで、明晰夢をみるための方法や実体験を書きこまれ広まっている。その方法としては以下の4点があげられる。

図表8：明晰夢の方法

夢日記	自分がみた夢を日記のように書き留めておくこと
リアリティーチェック	今自分が夢の中にいるのか、目覚めているのかを判断するための一定の動作
瞑想	自己意識を高める効果があり、思慮深くなる
ビジュアライゼーション	夢のシーンをできる限り細かいディテールまで脳内で再現すること

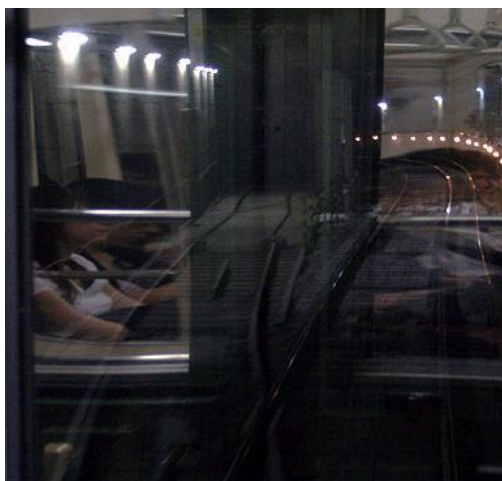
- ・真偽：明晰夢は科学的には夢ではなく、脳が覚醒しており REM 睡眠とは異なる状態で実際に夢とは異なる形で脳が作用している状態である。

⁷ 参考：「明晰夢.com」 <http://xn--kssp41aolia.com/>

5.2. 東京地下秘密路線説

- ・内容：地下鉄路線網の中に数多くの連絡線が隠されているという流言、もしくは一般利用の可能な地下鉄・地下路線の他に、政府が独自で建設した、一般には存在が公表されていない地下路線(専用鉄道・専用線)が数多く存在する、というもの。
- ・伝播のされ方：輸送列車の存在がこの流言が広まった理由としてあげられる。また、個人がブログで実際に東京メトロ・都営地下鉄線・における路線を検証し、有事などの際に政府要人が利用するのではないかと仮説を立てているケースが多い。

図表9：丸ノ内線国会議事堂前赤坂見附間の写真



この写真は丸ノ内線国会議事堂前から赤坂見附間の車輛先頭から見える眺めである。最初の右カーブを過ぎたところで進行方向右側から下ってくる線路があり、それが国会議事堂と繋がっているとされている。また近年では、『踊る大捜査線』のスピノフ映画『交渉人 真下正義』で政府専用地下路線が取り上げられた。

- ・真偽：公的機関や路線会社の公式発表はないため不明。

5.3.地震雲

- ・内容：地震の前兆として色や形が特異な雲が現れるという流言。
- ・伝播のされ方：主に SNS への写真の投稿による伝播が多い。

図表 1 0：実際の地震雲に関するツイート



ツイッターには「#地震雲」が存在し、それだけ地震雲に関するツイートが頻繁に行われていることが伺える。

- ・真偽：公益社団法人日本地震学会⁸によると、地震研究者の間では一般に雲と地震との関係はないと考えられているようだ。

⁸参考：日本地震学会，地震に関する FAQ
http://www.zisin.jp/modules/pico/index.php?content_id=148

5.4.事例まとめ

今回取り上げた 3 つの事例それぞれの伝播の主な経路、流言である条件、「根拠のなさ」「感情」「歪曲性」を満たした理由を以下の表にまとめる。

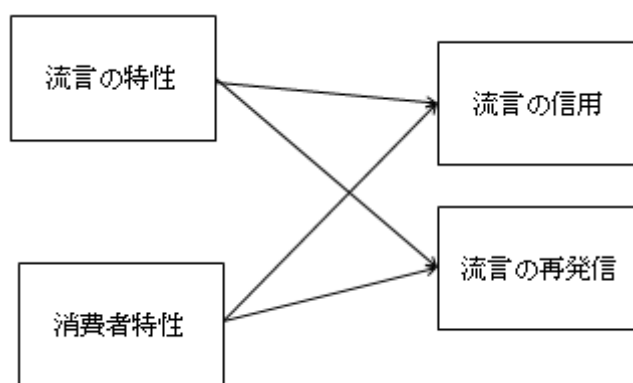
図表 1 1 :事例まとめ図

	明晰夢	謎の路線	地震雲
伝播	2ch、ブログ	個人ブログ	ツイッターなどの SNS
根拠の無さ	脳が覚醒していて、REM 睡眠とは異なる状態であることを無視している。	公式発表などが無いにも関わらず語られている。	解明されていないものの、科学的関係がないとされていて、科学的根拠の欠如がある。
感情	驚き、好奇心	不安、好奇心	不安、恐怖
歪曲性	科学的事実を歪曲している。	断片的な事実から構成され、事実の歪曲が行われている。	気象観測の拡大解釈が行われている。

6.研究の方向性

この章では先行研究/関連研究、自らの知見に基づいて仮説設定を行う。分析の枠組みは以下のブロック図に示す。流言の信用要因・再発信要因を流言自体の特性と消費者特性から説明していく。また、流言への信念、信じることは流言への信用、流言の再発信は他者から受信した流言を他者に再発信することのみとし、自らが流言の大元の発信源となることは含まないこととする。

図表 1 2 : 分析理論枠組み



6.1.信用要因・再発信要因に関する仮説

流言の信用要因・再発信要因に関して以下の仮説を設定する。

(a) 流言を信じる・再発信する要因「感情」について

廣井(1987)より、「流言はそれを伝える人々の感情と深くかかわっている」。また、Allport and Postman(1947)では流言伝播の重要な要因として「不安」という感情を挙げている。このことから、流言への信用と再発信することに関して流言が感情を動かすことが重要であることがわかる。竹中(2007)では、大学生に対して最近話した噂・日常会話でどのように感じたか・どのようなジャンルのものなのかをアンケートしている。そのアンケートにおける感情としては、「おもしろい」「好奇心をくすぐる」「不安」「恐怖」「心配」の5つをあげている。本研究では流言の信用に関して必要な感情としては、「おもしろい」「好奇心をくすぐる」「不安」「恐怖」「心配」の5点が必要であるが、流言という性質上「おもしろい」感情は不適切でありまた、「不安」と「心配」の違いはアンケートの回答者にとって判断が難しいと考えたため、今回は二つを合わせて「心配・不安」という感情にする。以上の議論より、仮説を設定する。

H1a : 流言が喚起する感情と流言の信用性には正の相関がある

H2a : 流言が喚起する感情と流言を再発信することには正の相関がある

(b) 流言を信じる・再発信する要因「曖昧さ」について

Allport and Postman(1947)の「 $R \sim i \times a$ 」という式(流布量 (R), 重要さ (i), 曖昧さ (a))に、流言流布量の重要な変数として「曖昧さ」が組み込まれている。流言自体の特性として「曖昧さ」が重要であり、またそれが人々に流言を信用させ再発信させているのではないかと考え、仮説を設定する。

H1b : 流言の曖昧さと流言の信用性には正の相関がある

H2b : 流言の曖昧さと流言を再発信することには正の相関がある

(c) 流言を信じる・再発信する要因「重要性」について

前述した Allport and Postman(1947)の「 $R \sim i \times a$ 」という式には「曖昧さ」のほかに、流言流布量の重要な変数として「重要さ」が組み込まれている。このことから、流言の信用と再発信には、流言自体が受信者・送信者に対して「重要である」ことが必要であると考え、仮説を設定する。

H1c : 流言の重要性と流言の信用性には正の相関がある

H2c : 流言の重要性と流言を再発信することには正の相関がある

(d) 流言送信者と受信者の関係性について

Jaeger, Anthony and Rosnow(1980)によると、流言の流布には流言内容の信用度合いが重要であると述べられている。流言に「いかにも本当らしい」と聞いた人に思わせること無しに信じられることはないと考え。流言送信者との関係性が近いほど、信じやすいのではないかと考え、仮説を設定する。

H1d : 流言送信者との関係性が近いことと流言の信用性には正の相関がある

H2d : 流言送信者との関係性が近いことと流言を再発信することには正の相関がある

6.2 受信者特性に関する仮説

次に、流言受信者の特性に関する仮説を設定する。

(a) 受信者特性「信じやすさ」について

Rosnow(1986)によると、流言を信用しまう個人的要因として「信じやすさ」を取り上げている。流言自体が想起させる感情やその重要性に加え、受け取る人間が相手の発言を信用しやすいかどうか、相手を信用しやすいのかも流言の信用には重要なことであると考え、仮説を設定する。

H3a：受信者の一般的信頼が高いことと流言の信用性には正の相関がある

(b) 受信者特性「感受性の豊かさ」

先ほどの 6.1 (a) でも述べたが、流言の信用・再発信において受信者の感情に結びつくことは重要である。また Pezzo and Beckstead (2006) では流言を信用しまう個人的要因として、「不安の感じやすさ」をあげている。本研究では流言が喚起する感情として「心配・不安」の他にも「興味深い」という感情も取りあげているので、より広義なものとして「感受性の豊かさ」として、仮説を設定する。

H3b：受信者の感受性の豊かなことと流言の信用性には正の相関がある

6.3.再発信者特性に関する仮説

次に、流言再発信者の特性に関する仮説を設定する。

(a) 送信者特性「一般的知識」の欠如について

濱岡（1994）によると、噂とクチコミ（商的な）の違いは送信者がその内容に確かな知識を持っているか否かであるとしてある。誤った情報をわざわざ他者に流し相手を錯乱させることは考えづらいので、製品知識や時事問題など一般的知識が多い人ほど、流言は再発信しにくいのではないかと考え、仮説を設定する。

H4a：一般的知識が多いことと流言を再発信することには負の相関がある

(b) 送信者特性「性別」について

自らの感覚的なオリジナルの仮説である。生物学的に、女性は本来男性に比べて力が弱いため、防衛のためにコミュニケーションを行っていたと考えられる。そのことから、おしゃべりが好きな人が多い印象がある。

H4b：女性であることと流言を再発信することには正の相関がある

(c) 送信者特性「外向性」について

流言を伝える要因として早川（2002）では「関係性の維持」があげられている。また、松田（2014）ではコミュニケーションの目的として「自己目的的」を挙げている。コミュニケーションの自己目的化とは、コミュニケーションそれ自体の内容には意味などなく、コミュニケーションをすること自体に意味があるということである。新学期に新入生同士で行うコミュニケーションなどがこれに当てはまり、コミュニケーションの内容よりも行為自体に重きを置いていることである。流言を伝えること自体をツールとして捉え、他者との関係性を維持・向上させることがあると考え、仮説を設定する。

H4c：外向性が高いことと流言を再発信することには正の相関がある

(d) 送信者特性「自己効力感」について

早川（2002）によると、噂を伝える要因としてその噂のニュース性が取り上げられている。つまり、流言を受け取った人の思考や行動に影響を及ぼすことができる。他人への影響力を持ちたいと思う人ほど、流言を再発信しやすいのではないかと考え、仮説を設定する。

H4d：自己効力感を感じやすいことと流言を再発信することには正の相関がある

6.4.仮説まとめ

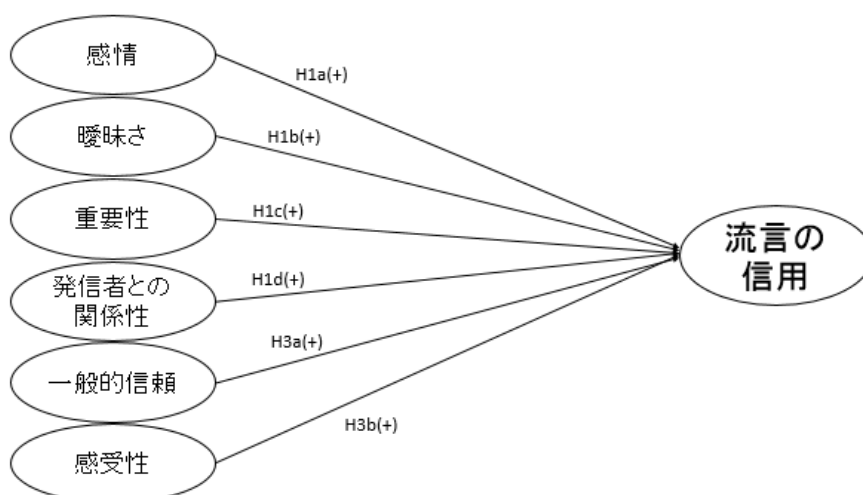
以上の仮説を設定した。以下に仮説一覧をまとめる。

図表 1 3 : 仮説一覧

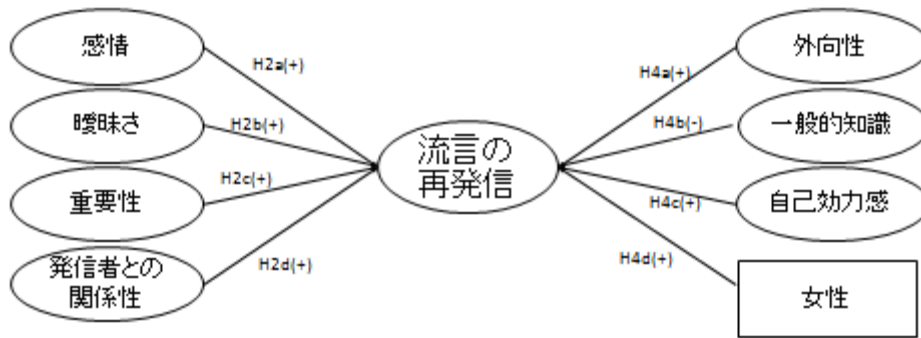
H1a	流言が喚起する感情と流言の信用性には正の相関がある
H1b	流言の曖昧さと流言の信用性には正の相関がある
H1c	流言の重要性と流言の信用性には正の相関がある
H1d	流言送信者との関係性と流言の信用性には正の相関がある
H2a	流言が喚起する感情と流言を再発信することには正の相関がある
H2b	流言の曖昧さと流言を再発信することには正の相関がある
H2c	流言の重要性と流言を再発信することには正の相関がある
H2d	流言送信者との関係性と流言を再発信することには正の相関がある
H3a	受信者の一般的信頼が高いことと流言の信用性には正の相関がある
H3b	受信者の感受性の豊かなことと流言の信用性には正の相関がある
H4a	一般的知識が多いことと流言を再発信することには負の相関がある
H4b	女性であることと流言を再発信することには正の相関がある
H4c	外向性が高いことと流言を再発信することには正の相関がある
H4d	自己効力感を感じやすいことと流言を再発信することには正の相関がある

また、各仮説を以下の図にしてまとめた。

図表 1 4 : パス図①



図表 15 : パス図②



7.仮説検定

この章では、6章で設定した仮説の検定結果を述べていく。単純集計は付録に記載している。

7.1.データの概要

本研究の分析で用いるデータは Web アンケートにて筆者の友人等に回答を依頼して収集した。アンケートの回答者は全国の大学1年生から4年生、計76名であった。

7.2.プリテスト

コンジョイント分析を行う前に、質問票においてそれぞれの概念が回答者に理解されているかを確認するため、プリテストを実施した。H1a と H2a の「感情」に関して、「心配・不安」を想起させるものとして「単位取得が困難である」、「好奇心」を想起させるものとして設定する「授業にミスコン出場者がいる」を設定。また H1b と H2b に関して、「曖昧さ」という概念を「情報の詳細があやふやである」という定義にし、「曖昧さなし」に関しては、「春学期落とした人が多く」、「有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望の」というワードを追加することで情報の詳細を補った。「曖昧さあり」に関してはこれらの記述を行わない。以下が、実際に行ったプリテストの内容である。

図表 16 : プリテスト内容

質問内容	1(感じない)~5(感じる)の5段階で回答
Q1 「授業 A の単位取得が困難だ」と聞いたとき (心配・不安/曖昧さなし)	心配・不安を感じる
	好奇心を感じる
	情報の詳細があやふやである
Q2 「授業 A は春学期落とした人が多く、単位取得が困難だ」と聞いたとき (心配・不安/曖昧さあり)	心配・不安を感じる
	好奇心を感じる
	情報の詳細があやふやである
Q3 「授業 A にミスコン出場者がいる」と聞いたとき (好奇心/曖昧さなし)	心配・不安を感じる
	好奇心を感じる
	情報の詳細があやふやである
Q4 「授業 A に有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望のミスコン出場者がいる」と聞いたとき (好奇心/曖昧さあり)	心配・不安を感じる
	好奇心を感じる
	情報の詳細があやふやである

その結果として、Q1~Q4 でそれぞれ想定した結果が表れた。結果は以下の通りである。Q1 と Q2 では「心配・不安を感じる」の方が「好奇心を感じる」よりも高いポイントであり、Q3 と Q4 では「好奇心を感じる」の方が「心配・不安を感じる」よりも高いポイントであり、

想定した結果となった。また、「情報の詳細があやふやである」という項目は、Q1 と Q2 については Q2 の方が、Q3 と Q4 については Q4 の方が、高いポイントとなり想定した結果となったので、このワーディングでコンジョイント分析を行う。以下プリテスト結果。

図表 17：プリテスト結果

設定した項目	質問内容	平均	分散
Q1 心配・不安/曖昧さなし	心配・不安を感じる	4.385	1.077
	好奇心を感じる	1.923	1.78
	情報の詳細があやふやである	2.385	1.648
Q2 心配・不安/曖昧さあり	心配・不安を感じる	3.538	1.516
	好奇心を感じる	2.154	1.549
	情報の詳細があやふやである	3.923	1.209
Q3 好奇心/曖昧さなし	心配・不安を感じる	1.231	0.165
	好奇心を感じる	3.769	1.451
	情報の詳細があやふやである	2	1.286
Q4 好奇心/曖昧さあり	心配・不安を感じる	1.462	0.659
	好奇心を感じる	3.615	1.212
	情報の詳細があやふやである	3.462	1.374
n=14			

7.3.コンジョイント分析①

仮説 H1a～H1d の検定を行う。本研究のコンジョイント分析では、仮想の流言とその状況を回答者に提示し、信用する度合いを1点から10点で採点していただいた。用いる属性と水準は以下の通りである。

図表 18：コンジョイント分析の属性・水準・内容

属性	水準	内容
感情	心配・不安	「単位取得が困難である」
	好奇心	「ミスコン出場者がいる」
曖昧さ	あり	情報の詳細についての記述なし
	なし	「春学期落とした人が多く」、「有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望の」
重要性	高い	「自分が履修している授業で」
	低い	「自分が履修してない授業で」
再発信者との関係性	近い	「サークルの友人に」
	遠い	「初対面の学生に」

これらを組み合わせて作成した直交表が以下の通りである。

図表 19：直交表

	感情	曖昧さ	重要性	再発信者との関係性
1	興味深い	ある	高い	近い
2	心配・不安	ある	高い	近い
3	興味深い	ない	低い	近い
4	心配・不安	ない	低い	近い
5	興味深い	ない	高い	遠い
6	心配・不安	ない	高い	遠い
7	興味深い	ある	低い	遠い
8	心配・不安	ある	低い	遠い

また、これらをもとに実際の質問内容を作成した。以下の通りである。

図表 20 : コンジョイント分析質問内容

	内容(回答者に提示)
1	「自分が履修している授業 A にミスコン出場者がいる」とサークルの友人に言われた
2	「自分が履修している授業 A は単位取得が困難だ」とサークルの友人に言われた
3	「自分が履修していない授業 B に有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望のミスコン出場者がいる」とサークルの友人に言われた
4	「自分が履修していない授業 B は春学期落とした人が多く、単位取得が困難だ」とサークルの友人に言われた
5	「自分が履修している授業 A に有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望のミスコン出場者がいる」とその授業 A で初対面の学生に言われた
6	「自分が履修している授業 A は春学期落とした人が多く、単位取得が困難だ」とその授業 A で初対面の学生に言われた
7	「自分が履修していない授業 B にミスコン出場者がいる」と他の授業 A で初対面の学生に言われた
8	「自分が履修していない授業 B は単位取得が困難である」と他の授業 A で初対面の学生に言われた

この質問項目にてアンケートを実施し、分析を行った。結果は以下の通りである。この結果から仮説 H1a ($\beta = 0.342$ p 値=0.00)、H2a ($\beta = 0.286$ p 値=0.002) は採択され、H3a と H4a は棄却された。

図表 21 : コンジョイント分析①結果

	係数	標準誤差	t値	p値
切片	636.842	0.091	69.899	< 2e-16 ***
感情	0.342	0.091	3.755	0.00 ***
重要度	0.016	0.091	0.181	0.857
曖昧さ	0.286	0.091	3.141	0.002 **
再発信者との関係性	-0.043	0.091	-0.469	0.639
Adjusted R-squared: 0.032				
p-value: 8.822e-05				
N=76				

有意水準 p<0.1=. p<0.05=** p<0.01=***

7.4.コンジョイント分析②

コンジョイント分析①で用いた質問内容で、「他人に話したくなる度合い」を①同様1点から10点で採点していただいた。コンジョイント分析②の分析結果は以下の通りである。この結果から、仮説 H2b ($\beta = 0.561$ p 値 = $1.64e-08$)、H2d ($\beta = 0.59$ p 値 = $2.91e-09$) が採択された。H2a と H2b に関しては棄却された。

図表 2 2 : コンジョイント分析②結果

	係数	標準誤差	t値	p値
切片	466.941	0.098	47.660	$< 2e-16$ ***
感情	0.035	0.098	0.353	0.725
重要度	-0.436	0.098	-4.449	$1.03e-05$ ***
曖昧さ	0.561	0.098	5.725	$1.64e-08$ ***
再発信者との関係性	0.59	0.098	6.027	$2.91e-09$ ***
Adjusted R-squared: 0.123 p-value: $< 2.2e-16$ N=76				

有意水準 p<0.1=. p<0.05=** p<0.01=***

7.5.探索的因子分析

仮説 H3a～H4d の検定のために探索的因子分析を行う。アンケートの Q2～Q13 の質問項目で探索的因子分析を行ったところ、以下の通りとなった。

図表 2 3 : 探索的因子分析結果

	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5
Q2:相手の話には感情移入してしまう				0.504	
Q3:ちょっとしたことで笑ったり涙がでたりする				0.958	
Q4:ほとんどの人は基本的に正直だと思う			0.697		
Q5:ほとんどの人は信頼できると思う			0.9		
Q6:時事問題やニュースには精通しているほうだ		0.675			
Q7:人よりも物事に詳しいほうだ		0.978			
Q8:他の人と比べて話すのが好きなほうだ	0.558				
Q9:積極的に人と付き合うほうだ	0.811				
Q10:活発的に活動するほうだ	0.838				
Q11:友人よりも特に優れた知識を持っている分野がある					
Q12:どんなことでも積極的にこなすほうだ	0.662				
Q13:何か仕事をするときには、自信をもってやるほうだ					0.863
因子負荷量	2.55	1.706	1.523	1.369	0.96
寄与率	0.213	0.142	0.127	0.114	0.08
累積因子寄与率	0.213	0.355	0.482	0.596	0.676

想定した通りの因子が出力されなかったため、Q11 を削除し 4 因子にて出力を行った。結果は以下の通りである。この結果よりそれぞれの因子を、Factor1=積極的因子、Factor2=一般的知識因子、Factor3=一般的信頼因子、Factor4=感受性因子とする。探索的因子分析の結果が想定したものと異なるため、仮説を変更する。H4c と H4d の仮説を削除し、新たに H4c として「外的積極性と流言を再発信することには正の相関がある」を設定する。

図表 2 4 : 修正版探索的因子分析結果

	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4
Q2:相手の話には感情移入してしまう				0.683
Q3:ちょっとしたことで笑ったり涙がでたりする				0.647
Q4:ほとんどの人は基本的に正直だと思う			0.812	
Q5:ほとんどの人は信頼できると思う			0.753	
Q6:時事問題やニュースには精通しているほうだ		0.656		
Q7:人よりも物事に詳しいほうだ		0.98		
Q8:他の人と比べて話すのが好きなほうだ	0.584			
Q9:積極的に人と付き合うほうだ	0.763			
Q10:活発的に活動するほうだ	0.825			
Q12:どんなことでも積極的にこなすほうだ	0.755			
Q13:何か仕事をするときには、自信をもってやるほうだ	0.644			
因子負荷量	2.894	1.513	1.436	1.294
寄与率	0.263	0.138	0.131	0.118
累積因子寄与率	0.263	0.401	0.531	0.649

7.6 回帰分析

7.5 で設定した因子を用いて回帰分析を行い H3a～H4c までを検定する。これらの仮説における被説明変数はアンケート Q14～Q17 の質問項目の回答を用いる。質問内容は以下の通りである。

図表 2 5 : Q14～Q17 質問内容

Q14	真偽が定かでない情報を信じることが多いほうだ
Q15	真偽が定かでない情報でも人に話すほうだ
Q16	人から聞いた流言をよく信じるほうだ
Q17	人から聞いた流言をよく他の人に話すほうだ

これらのうち Q14 と Q16 を足したものを「流言を信用しやすい」という変数に、Q15 と Q17 を足したものを「流言を再発信しやすい」という変数にしたい。そこで、それぞれの相関を確認した。

図表 2 6 : Q14～Q17 の相関

	Q14	Q15	Q16	Q17
Q14	1.000			
Q15	0.459	1.000		
Q16	0.582	0.426	1.000	
Q17	0.520	0.647	0.584	1.000

この結果から、Q14 と Q16 の相関係数は 0.582。Q15 と Q17 の相関係数は 0.647 という数字だったので、想定した通り Q14 と Q16、Q15 と Q17 を足したものを変数として設定する。

これらを被説明変数、7.5 で設定した因子を説明変数として H3a～H4c を検定する。まず、H3a と H3b の検定を行う。結果は以下の通りとなった。以上の結果より、H3a ($\beta = 0.752$ p 値=0.001)、H3b ($\beta = 0.956$ p 値=0.00) で採択された。

図表 2 7 : H3 の検定結果

被説明変数: 流言を信用しやすい(Q14+Q16)				
	係数	標準誤差	t値	p値
切片	5.368	0.203	26.479	< 2e-16 ***
一般的信頼因子	0.752	0.227	3.312	0.001 **
感受性因子	0.956	0.245	3.908	0 ***
Adjusted R-squared: 0.263 N=76				

有意水準 p<0.1=. p<0.05=** p<0.01=***

次に H4 の検定を行う。結果は以下の通りとなり、これにより H4a~H4c は棄却された。

図表 2 8 : H4 の検定結果

被説明変数: 流言を再発信しやすい				
	係数	標準誤差	t値	p値
切片	6.1728	0.302	20.453	<2e-16 ***
外的積極性因子	0.222	0.253	0.879	0.382
一般的知識因子	-0.325	0.246	-1.321	0.191
性別	-0.108	0.499	-0.216	0.829
Adjusted R-squared: -0.007 N=76				

有意水準 p<0.1=. p<0.05=** p<0.01=***

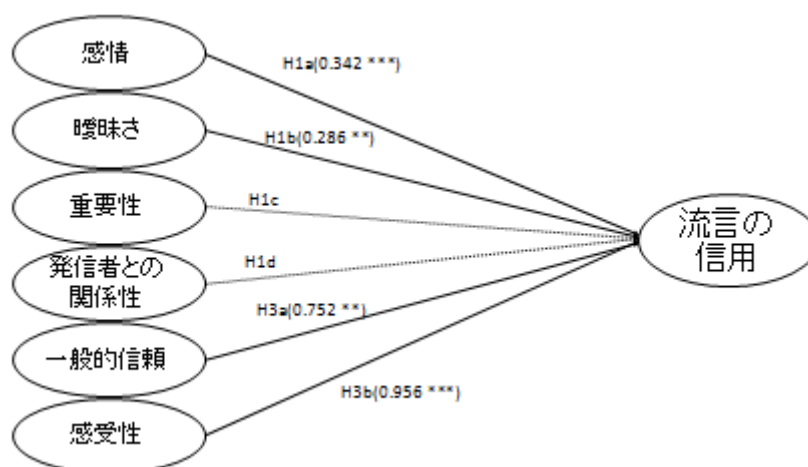
7.7.検定結果一覧

仮説 H1a～H4c までの検定を行ったので、検定結果一覧を以下に記す。以下の図表に仮説検定後のパス図を示す。前述したが、H4c と H4d に関しては探索的因子分析の結果により変更している。

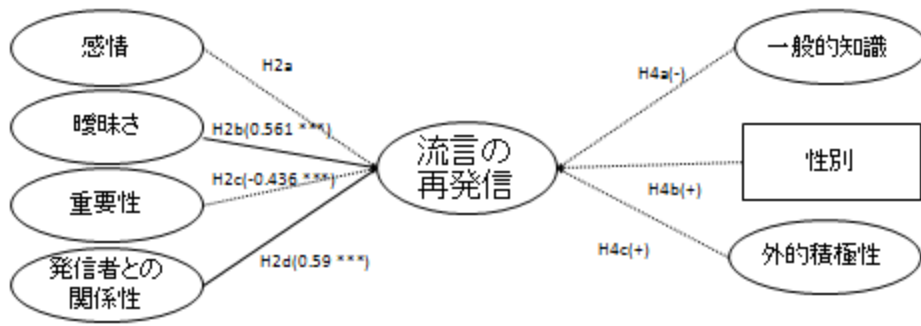
図表 29：仮説検定結果一覧

仮説名	内容	結果
H1a	流言が喚起する感情と流言の信用性には正の相関がある	有意水準 1%で採択
H1b	流言の曖昧さと流言の信用性には正の相関がある	有意水準 5%で採択
H1c	流言の重要性と流言の信用性には正の相関がある	棄却
H1d	流言送信者との関係性と流言の信用性には正の相関がある	棄却
H2a	流言が喚起する感情と流言を再発信することには正の相関がある	棄却
H2b	流言の曖昧さと流言を再発信することには正の相関がある	有意水準 1%で採択
H2c	流言の重要性と流言を再発信することには正の相関がある	棄却 (有意水準 1%で負の相関)
H2d	流言送信者との関係性と流言を再発信することには正の相関がある	有意水準 1%で採択
H3a	受信者の一般的信頼が高いことと流言の信用性には正の相関がある	有意水準 5%で採択
H3b	受信者の感受性の豊かなことと流言の信用性には正の相関がある	有意水準 1%で採択
H4a	一般的知識が多いことと流言を再発信することには負の相関がある	棄却
H4b	女性であることと流言を再発信することには正の相関がある	棄却
H4c	外的積極性と流言を再発信することには正の相関がある	棄却

図表 30：結果パス図①



図表 3 1 : 結果パス図②



8.追加分析

この章ではアンケートで得られた回答から追加分析を行っていく。再発信者特性についての仮説がすべて棄却されてしまったので、この追加分析で再発信者の特性についての説明ができる結果を得たい。検定に用いるアンケートの回答部分は主に日常会話において気にする点やクチコミ行動、オピニオンリーダー度である。Q18 から Q29 を探索的因子分析にかけ、Factor1=オピニオンリーダー因子、Factor2=クチコミ因子、Factor3=共通話題因子、Factor4=わかりやすさ因子、Factor5=強調因子を抽出した。

図表 3 2 : 追加分析探索的因子分析結果

質問項目	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5
Q18:相手に話すときには内容の一部を強調して話すほうだ					0.525
Q19:話すときには相手を楽しませることを重視するほうだ					0.475
Q20:相手を楽しませるためであれば、話の一部分で嘘を話すほうだ					0.712
Q21:相手と共通の話題を話すほうだ			0.579		
Q22:相手の興味ある分野を話すほうだ			0.94		
Q23:相手に話すときにはわかりやすいように話すほうだ				0.543	
Q24:会話において相手の理解を重要視するほうだ				0.83	
Q25:友人や近所の人と製品・サービスについてよく話をする	0.721				
Q26:友人や近所の人に製品・サービスの情報を教える方だ	0.932				
Q27:友人や近所の人から製品・サービスについての情報を求められるほうだ	0.768				
Q28:満足、面白いと思った製品・サービスについて友人などに伝えるほうだ		0.935			
Q29:不満、面白くないと思った製品・サービスについて友人などに伝えるほうだ		0.5			
	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5
因子負荷量	2.243	1.392	1.357	1.348	1.156
寄与率	0.187	0.116	0.113	0.112	0.096
累積因子寄与率	0.187	0.303	0.416	0.528	0.625

これらを H4a～H4c の仮説検定で被説明変数として用いた変数を被説明変数とし、これら 5 因子を説明変数として重回帰分析を行う。わかりやすさ因子、強調因子については 10% 水準で有意な結果が得られた。オピニオンリーダー因子に関しては 20% 水準で負の相関がみられた。

図表 3 3 : 追加分析結果

被説明変数: 流言を再発信する				
	係数	標準誤差	t値	p値
切片	6.132	0.226	27.165	<2e-16 ***
オピニオンリーダー因子	-0.315	0.237	-1.332	0.187
クチコミ因子	0.112	0.233	0.482	0.631
共通話題因子	0.185	0.230	0.807	0.422
わかりやすさ因子	0.475	0.259	1.833	0.071 .
強調因子	0.528	0.281	1.882	0.064 .
Adjusted R-squared: 0.065				
N=76				

有意水準 p<0.1=. p<0.05=** p<0.01=***

9. 考察

この章では7章で行った仮説検定の結果から考察を行っていく。

9.1. 仮説 H1a～H2d について

仮説 H1a～H2d の検定で行ったコンジョイント分析の結果を考察していく。同じ質問票で「信じる度合い」と「他人に伝えたい度合い」を1点から10点で評価していただいたが、興味深いことにそれぞれの項目で結果に相違が見られた。以下の図表を見ていただきたい。

図表 3 4 : コンジョイント分析結果の相違

項目	信じる度合い	伝えたい度合い
感情	1%水準で正の相関	棄却
重要性	棄却	1%水準で負の相関
曖昧さ	5%水準で正の相関	1%水準で正の相関
再発信者との関係性	棄却	1%水準で正の相関

この結果を見ると、流言を信用する際に重要視している点と再発信する際に重要視している点が異なることがわかる。その点を中心に考察を行っていききたい。

・ H1a (有意水準 1%で正の相関) と H2a (棄却) について

流言を信用することにおいてやはり受信者の感情に触れることは重要であるようだ。そして、特筆したいのは「心配・不安」よりも「好奇心」が採択されたという点である。従来の研究、例えば Allport and Postman(1947)では流言伝播の重要な要因として「不安」という感情を挙げている。今回行ったアンケートから行う分析においても、「心配・不安」の項目が採択されることを想定していたが結果は異なるものとなった。竹中(2007)によると、「面白さ」は、大学生のうわさと日常的な話題の両方がもつ内容属性であるとされているが、「不安」は一部のうわさにおいて特徴的に高い内容属性であると推測され、大学生にとって親しみやすい内容としては「心配・不安」を喚起するものよりも「好奇心」を喚起するものであると考えられる。そのため、今回アンケートで行った内容のような日常会話レベルの流言においては、「心配・不安」よりもポジティブな感情のものの方が信用されやすいと考えられる。一方、再発信について感情は棄却された。人から聞いた流言を相手に再発信際には、流言の内容自体が想起する「感情」ではなく「曖昧さ」や「再発信者との関係性」を重要視していて、内容よりも情報としての信用度などが回答者にとって重要な点であるようだ。

・H1b (5%水準で正の相関) と H2b (1%水準で正の相関) について

流言を信用することにも再発信することにも「曖昧さ」は重要であることがわかった。流言研究において重要な G. W. Allport and L. Postman (1947) の「 $R \sim i \times a$ 」という式(流布量 (R)・重要さ (i)・曖昧さ (a)) における「曖昧さ」の妥当性を証明することができた。今回のアンケートでは「曖昧さ」という定義を「情報の詳細があやふやである」ということにし、回答者に対して流言の細かい内容を提示しないことを「曖昧さ」として設定した。流言を信用するうえで、細かい情報がないことは大切である。詳細がないことによって竹中 (2002) における受信者にとっての解釈可能性流が生まれ、流言を受信者の中で解釈しやすいものに変換することがあり、そのことが、林 (2007) における流言の「平準化」「強調」「同化」という特性を生むことになっていると考えられる。つまり情報としての流言の曖昧さが、それを受け取った人に再加工の余地を与えているということである。そして、このことが流言を再発信することにおいても「曖昧さ」が有意な結果が得られたことの裏付けになると考えられる。伝えられた流言自体が、十分な詳細のある内容でないことが理論的にも統計的にも流言伝播において重要であることがわかった。

・H1c (棄却) と H2c (棄却 (1%水準で負の相関)) について

流言を信用することにおいても再発信することにおいても「重要性」は有意な結果が得られず、再発信することにおいては流言が自分にとって重要でないことが大切であることがわかった。Allport and Postman (1947) の「 $R \sim i \times a$ 」という式(流布量 (R)・重要さ (i)・曖昧さ (a)) の「重要さ」の妥当性を今回は証明することができなかった。今回設定したのは日常会話レベルの流言であり災害時におけるそれとは性質が異なるが、自分にとって流言が重要であればあるほど信用する度合いは高まると想定していたので、期待通りの結果とならなかった。日常会話レベルの口頭での流言を信用することにおいて、自分にとってその流言が重要であるかどうかではなく、感情や曖昧さに重きが置かれている。一方他人に再発信することにおいては、自分にとって重要でないことが大切であるという結果が得られた。流言として情報を他人に伝える際には、自分にとって重要な情報は話さず重要でない情報がある種の遊びとして人々は話すのだと考える。竹中 (2002) では、伝える側と伝えられる側にとってその流言・噂が共通の話題であることで伝播していくと述べられている。自分に重要であるかどうかではなく、他人に流言を流すのは相手との間でその流言が共通の話題であることが大切なのだと考えられる。

・H1d (棄却) と H2d (1%水準で正の相関) について

流言を信用することにおいて、伝えてきた相手との関係性は有意な結果が得られなかった。相手との関係性が近いことでその流言を信用出来る度合いが高まると考えていたのだが、結果は異なった。再発信者との関係性が「近い遠い」を「サークルの友人/初対面の学生」で設定したが、流言を他人に再発信することにおいては伝えてきた再発信者との関係

性が近いほど他人に伝えたいくなるという H2d が採択された。信用するときには情報の出所は気にされないが、他人に再発信するときには気にされるということだ。関係性が近い人からの情報であれば、ある程度信用して他人に話すことがあるのだと考えられる。話す相手にもよるが、人から聞いた流言を他人に再発信するときには情報源の信用できる度合いを重んじるということである。興味深いことだが、人は流言を信用する際には情報源を気にしないがその情報を再発信するときには元の情報源を気にするという結果が得られた。

9.2.仮説 H3a～H4c について

仮説 H3a～H4c の分析結果より考察を行っていく。H3a と H3b に関しては採択されたが、H4a～H4c に関しては棄却された。

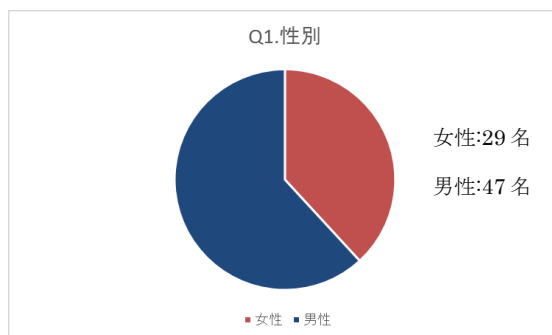
・ H3a (5%水準で正の相関) と H3b (1%水準で正の相関) について

他人を信用しやすい人ほど流言を信用しやすいという、個人的要因としての「一般的信頼」が有意な結果が得られた。真偽が定かでない情報であっても一般的信頼がある人ほど信じてしまうというのは実生活では様々な恐れがある。また感受性が豊かなことと流言の信用性には正の相関があるという仮説も有意な結果が得られた。こちらも同様に、感情の起伏が激しい人は流言を信用しまうので普段の生活において様々な注意が必要となる。

・ H4a (棄却) と H4b (棄却) と H4c (棄却) について

再発信者特性についての仮説についてはすべて棄却された。参考として、一般的知識が多いことと流言を再発信することには負の相関があるという仮説に関しては p 値が 0.191 であり有意水準 20% で負の相関となっていて、やはり知識のある人ほど真偽が定かでない情報ほど流しにくいという結果が得られた。女性のほうが流言を流しやすいという仮説を設定したが、以下の図表にもあるように今回のアンケートでは男性が 47 名なのに対し女性が 29 名と少なく、有意な結果が得られにくかったと考えられる。積極的な人ほど流言を流しにくいという仮説もあったが、こちらも棄却された。

図表 3 5 : 回答者の性別割合



9.3.追加分析について

わかりやすさ因子、強調因子については10%水準で有意な結果が得られた。オピニオンリーダー因子に関しては20%水準で負の相関がみられた。日常生活において相手にわかりやすいように会話を行う人ほど、流言を再発信ということである。これは、林(2007)において流布される流言の特徴である、平準化(情報が短く要約されて平易化すること)に関連した結果となっている。他人に対して日ごろからわかりやすく話す癖のついている人ほど流言を再発信すると考えられる。また、強調因子についても有意な結果が得られた。いわゆる話を「盛る」人ほど流言を再発信しやすいということである。これも林(2007)における流言の重要な特徴である強調(情報の中からある要素が選り出されて誇張されること)に関連した結果となった。会話の傾向として、情報の一部(数字など)を強調する人は流言を再発信しやすいということである。オピニオンリーダー因子については20%水準で負の相関が得られた。有意水準が高いので参考程度になるが、やはり知識が多い人ほど流言の真偽を確かめてから他人に伝える傾向があると考えられ、そのため流言を再発信しにくいと考えられる。流言の再発信者特性として、「わかりやすく話す」「内容の一部を強調して話す」があげられる結果となった。

10.流言に関する実態調査について

この章では、アンケート結果から得られた流言についての実態調査の結果に対する考察を行っていく。

10.1.流言の入手先・反応・再発信先について

Q43～Q45の回答から得られた結果から行列を作成し、それぞれについて考察していく。Q42で最近耳にした流言の内容を回答していただき、Q43～Q45はそれに続くものである。質問の内容は以下の通りである。Q43ではその流言の入手先、Q44でその際の反応、Q45では再発信先を質問している。

図表36：Q43～Q45 質問内容

Q43 その流言は誰から聞きましたか。
Q44:最近話した流言で、どんな感情になりましたか。
Q45:その流言を誰かに話しましたか。

これらから、3つの行列を作成する。Q43の入手先・Q45の再発信先を「家族」「友人・知人」「初対面の人」「その他」でわけ、Q44の反応は「面白い」「好奇心」「恐怖」「心配・不安」「その他」でわけた。

入手先と反応について考察していく。

図表37：入手先と反応について

		反応					計
		面白い	好奇心	心配・不安	恐怖心	その他	
入手先	家族	4	1	2	1	0	8
	友人・知人	12	27	9	0	5	53
	初対面の人	1	0	1	0	0	2
	その他	3	1	1	1	0	6
計		20	29	13	2	5	
n=69							

最も多かったのは友人・知人から好奇心がわく内容の流言を聞いた人であった。次点で友人・知人から面白い内容の流言、友人・知人から心配・不安を想起させる流言であった。注目したい点は、「面白い」がN=20、「好奇心」はN=29と内容としてポジティブな感情を想起させるものが多いことである。また「友人・知人」がN=53と群を抜いて多く、日常会話の中で流言は友人たちとのコミュニケーションツールとして位置づけられていると

考えられる。

次に、反応と再発信先について考察していく。

図表 38 : 反応と再発信について

		反応					計
		面白い	好奇心	心配・不安	恐怖心	その他	
再 発 信 先	家族	1	2	0	0	0	3
	友人・知人	13	16	8	1	4	42
	家族. 友人・知人	1	1	0	0	0	2
	話していない	5	10	5	1	1	22
計		20	29	13	2	5	
n=69							

最も多かったのは入手先同様、友人・知人から好奇心がわく内容の流言を聞いた人であった。同様に時点は友人・知人から面白い内容の流言、友人・知人から心配・不安を想起させる流言であった。注目したい点は、「友人・知人」が N=42 で先ほど同様日常会話の中で流言は友人たちとのコミュニケーションツールとして位置づけられていることである。

最後に、入手先と再発信先についてである。

図表 39 : Q43 と Q45 について

		再発信先				計
		家族	友人・知人	家族. 友人・知人	話していない	
入 手 先	家族	1	3	0	4	8
	友人・知人	2	33	1	17	53
	初対面の人	0	2	0	0	2
	その他	0	4	1	1	6
計		3	42	2	22	
n=69						

最も多かったのは友人・知人から友人・知人に話した人であった。このことから日常会話において流言はコミュニケーションツールの一つであることが理解できる。松田 (2014) で挙げられているコミュニケーションの自己目的的目的がこれら 3 つの行列の結果

から証明することができた。

10.2.流言のジャンルについて

まず Q42 で最近聞いた流言を自由回答していただいた。有効回答は 69 であり、それらの内容をもとに分類していく。「友人と他の友人が付き合っている」といった友人についてのもことや「GAP イオンモール川口前川店には霊が出る」という企業についてのもが多くみられたので、「友人」・「企業」というジャンルを設定。次に「成宮くんはゲイ」といった芸能関係のもの、「豆乳で胸が大きくなる」といった雑学的な一般のもがあげられ、「芸能」・「一般」を設定する。通っている学校・大学についてのももみられたため、「学校」というジャンルも設定した。以下がその内訳となっている。

図表 4 0 : 自由回答ジャンル割合

ジャンル	数
芸能	10
企業	20
友人	21
一般	14
学校	4
N=69	

特筆したいのは、友人についてと企業についてのものがほぼ同数である点である。さらに、この結果を Q45 の結果と照らし合わせて行列を作成した。

図表 4 1 : 再発信先と流言ジャンルについて

		再発信先			
		家族	友人・知人	家族・友人・知人	話していない
流言のジャンル	芸能	0	4	0	6
	企業	0	12	0	8
	友人	2	13	1	5
	一般	1	10	1	2
	学校	0	3	0	1
		N=69			

この結果からわかることは友人・知人に企業についての流言を話す人が全体の 20%弱もいるということである。日常会話で友人に対して耳にした企業の流言を半数の人が真偽も

確かめずに流しているという点は非常に興味深く、注目すべき点である。

11.まとめと課題

本研究では流言の信用要因と再発信要因、個人特性における流言の信用要因と再発信要因、そして実態調査という3点から流言についての洞察を行った。商的なクチコミに比べ、流言の定量的・定性的な研究はあまりされていなかったそれぞれにおいて有意な結果が得られない仮説もあったが、流言の信用要因と再発信要因についてのコンジョイント分析の相違は非常に興味深い結果であった。

11.1.まとめと実務への提言

流言を信用する要因としては、それ自体が受信者にとって感情を想起させるもの、さらに言えばネガティブな感情よりもポジティブな感情のであり、かつ曖昧さ（情報の詳細がないこと）があることが重要であるという点があげられ、流言を再発信する要因としては、信用の要因としてあげられた曖昧さを含みながら、その情報源を信用できる度合いの高さがあげられた。今回の調査では口頭で発生するという想定で実験を行ったが、流言が大きな影響を及ぼす災害時でも同様に曖昧さを含んだ情報が SNS 出回ってしまうと信用と再発信が行われ人々を混乱に陥れてしまう恐れが多い。災害時には公的機関や企業が十分な内容の情報を再発信することが大切である。だが、これらコンジョイント分析の結果から「好奇心」や「曖昧さ」が信用に有意な結果を得られたことから企業の PR 活動について提言をすることができる。情報として、情報の詳細を曖昧にしながらか受け手の好奇心をくすぐることによって消費者に信用されやすいものになるのではないかと考えられる。また情報の曖昧さが再発信につながり、結果として良い宣伝を行うことができると考えられるバイラルコマーシャルがその例であると考えられる。製品の情報をあえて前面に出さず、映像作品として受け手の興味を喚起させるその手法は非常に効果的であることが本研究からいえることである。伝えたいメッセージのみを白い犬に言わせていたり、お伽噺の登場人物に言わせ、それ以外はまったく非現実的な内容の携帯会社ソフトバンクや au のテレビコマーシャルはその代表格であり、長くそのシリーズが続いていることは宣伝として好調な証拠であると考えられる。

また、個人レベルの仮説において、一般的信頼が高く感受性が豊かな人ほど流言を信じやすいという結果が得られたが、これについては警告を行いたい。日ごろから赤の他人であっても信頼しやすく、相手の話に流されやすい人は流言を信用しやすく、さらにいえば真偽が定かでない情報も信じやすいということになるので、詐欺などに遭いやすいのではないかと考えられる。

そして実態調査において、企業の流言を友人に再発信する人が多かったことについて言及したい。流言は企業の評判につながっていくものであり、マクドナルドの例や数々のいわゆる「炎上」をみても、それらが経営状態に大きな影響を及ぼすことは明らかである。だが、逆にそれらのマイナスな情報を企業からの訂正として発信していくことで消費者の誤解も解くことができ、良い宣伝になることは間違いがないことである。

11.2.本研究の課題

流言研究としての本研究の位置づけとして、信用要因と再発信要因、そして個人レベルの特性についての仮説検定が独特な部分であったと考えている。流言・噂という概念はゴシップから都市伝説、災害時のデマまでと幅広く、それぞれに特化した研究でなかった点が本研究の課題であったと考えられる。だが、本研究の仮説検定や実態調査によって、大まかではあるが、人々のコミュニケーションにおける流言への洞察行えたこと、そして口頭での人々のコミュニケーションの研究を行えたことは非常に有意義であったと考えている。

また、アンケート回答者の女性割合が男性の約半数と少なく仮説検定に支障が出てしまったことも本研究の課題としたい。

参考一覧

【ウェブページ】

- ・朝日新聞デジタル「トイレの水はなぜ左回り？」

<http://www.asahi.com/shimbun/nie/tamate/kiji/20100519.html>

- ・ウィキペディア「東京地下秘密路線説」

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%9D%B1%E4%BA%AC%E5%9C%B0%E4%B8%8B%E7%A7%98%E5%AF%86%E8%B7%AF%E7%B7%9A%E8%AA%AC>

- ・「宇宙人やUFOがいると噂される「エリア 51」に行ってみた」

<http://rocketnews24.com/2015/05/22/585612/>

- ・裏バイト情報「死体洗いのバイト」

<http://urarubaito.sakura.ne.jp/category1/entry1.html>

- ・コスモ石油「千葉製油所関連のメールにご注意ください」(2月10日閲覧)

<http://www.cosmo-oil.co.jp/information/110312/index.html>

- ・怖いと噂のAKB48「10年桜」のPVについてまとめてみた(2月10日閲覧)

<http://x.mass-mix.com/global/akb48pv10nensakura/>

- ・【怖い話注意】きさらぎ駅がガチで怖い件」

<http://dktg.info/midochari/?p=6161>

- ・「災害時の流言(デマ) 流言の心理・広がる原因・対策」(2月10日閲覧)

http://www.n-seiryu.ac.jp/~usui/saigai/2011sanrikuoki_eq/ryuugen.html

- ・「なぜ、今、流言研究か 荻上千キ」(2月10日閲覧)

<http://blogos.com/article/29141/>

- ・ナリナリドットコム「江頭 2:50 が物資支援の真相激白「お金ないからさ。体で払ってきただけ」。(2月10日閲覧)

<http://www.narinari.com/Nd/20110415312.html>

- ・日本地震学会. 地震に関するFAQ

http://www.zisin.jp/modules/pico/index.php?content_id=148

- ・NAVER まとめ「布団を干した時のいいニオイはダニの死臭ってホントなの？」

<http://matome.naver.jp/odai/2140053604385680101>

- ・【ネット】「毎日3回つぶやけば年収1000万円。やべえ」 ひとつつぶやくだけで数千円 ツイッター広告サービスに驚き(2月10日閲覧)

<http://www.logsoku.com/r/newsplus/1323085988/>

- ・「ヒトガタ and ニンゲン! ~水中の巨大人型UMA ヒトガタ and ニンゲン~」

<http://sima-niger.net/hitogata-88>

- ・ホイミ速報【美談はデマ?】江頭 2:50「俺をいい人キャラにするな!」 「ウソに決まってるじゃん」 ←「本当はやってるんでしょ?」(2月10日閲覧)

<http://xn--eckyfna8731bop8c.jp/geinou/%E6%B1%9F%E9%A0%AD%E3%81%AE%E7%BE%8E%E8%AB%87%E3%81%AF%E6%9C%AC%E5%BD%93%EF%BC%9F/>

・ MILS ～ミルス～(2月10日閲覧)

<http://rglo.net/smp/product/detail/801?adcd=47rv7alsqsp801>

・ 「明晰夢とは？」

<http://xn--kssp41aoia.com/luciddream/>

【論文・文献】

・ Chip Health, Chris Bell and Emily Sternberg(2000) 「Emotional Selection in Memes:The Case of Urban Legends」

・ G.W.Allport and L.Postman(1947) 「The psychology of rumor」

・ H.T.Buckner(1965) 「A Theory of Rumor Transmission」

・ Jean-Noel Kapferer(1990) 「Rumors」

・ M. E.Jaeger, S.Anthony and R. L.Rosnow(1980) 「Who hears what from whom and with what effect: A study of rumor」 Personality and Social Psychology Bulletin

・ Mark V. Pezzo and Jason W. Beckstead(2006) 「A Multilevel Analysis of Rumor Transmission: Effects of Anxiety and Belief in Two Field Experiments」

・ Nicolas DiFonzo and Prashant Bordia(2002) 「Corporate Rumor Activity, Belief and Accuracy」

・ Nicolas DiFonzo and Prashant Bordia(2004) 「Problem Solving in Social Interactions on the Internet Rumor As Social Cognition」

・ Nicolas DiFonzo and Prashant Bordia(2005) 「Rumors Denials As Persuasive Messages:Effects of personal Relevance, Source, and Message Characteristics」

・ Nicolas DiFonzo and Prashant Bordia(2007) 「Rumor, Gossip, and Urban Legends」

・ R.L.Rosnow and G.A.Fine(南博訳) (1982) 「うわさの心理学ー流言からゴシップまでー」岩波現代選書

・ R.L.Rosnow, John Yost and James L. Esposito(1986) 「Belief in Rumor and Likelihood of Rumor Transmission」

・ 一般財団法人経済広報センター(2013) 「情報源に関する意識・実態調査報告書」

・ 小笠原, 山口(2013) 「ネット流言の行動コストと流言への信頼・拡散との関連についての実験研究報告」

・ 竹中一平(2007) 「大学生の日常会話におけるうわさの類型化」

・ 竹中一平(2007) 「伝達形態別にみたうわさの伝達に影響する要因」

・ 竹中一平(2002) 「対人コミュニケーションの観点から見たうわさの伝達」日本社会心理学会第43回大会発表論文集

・ 永島聡美(2012) 「マイクロブログ上で広がる流言の自浄作用に関する研究ー震災直後の

ツイートを対象にして—」

- ・濱岡豊, 菊盛真衣, 魏敏, 林艶菘, 朱彦(2013)「東日本大震災時における Twitter 上での流言の発生、伝播、消滅プロセス」三田商学
- ・早川 洋行(2002)「流言の社会学—形式社会学からの接近」青弓社ライブラリー
- ・林幸雄(2007)「噂の拡がり方 ネットワーク科学で世界を読み解く」化学同人
- ・廣井脩(1987)「流言とデマの社会学」文藝春秋
- ・深田浩介「ソーシャルネットワーキングサービスにおける流言に関する研究」
- ・松田美佐(2014)「うわさとは何か ネットで変容する『最も古いメディア』」中公新書

付録1:質問票

質問票の各ページの最初に「アンケート内で使われる「流言」とは、「口づてに伝わる、根拠のない情報」のことを指します。」と書いてあり、回答者に口頭における流言を想定させている。

Q1.性別を教えてください。*

- 男性
- 女性

Q2~29:あなた自身についてお伺いいたします。以下の質問にお答え下さい。*

	当てはまらない	どちらかといえ ば当てはまらない	どちらともいえ ない	どちらかといえ ば当てはまる	当てはまる
Q2:相手の話には感情移入してしまう	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q3:ちょっとしたことで笑ったり涙がでたりする	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q4:ほとんどの人は基本的に正直だと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q5:ほとんどの人は信頼できると思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q6:時事問題やニュースには精通しているほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q7:人よりも物事に詳しいほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q8:他の人と比べて話すのが好きなほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q9:積極的に人と付き合い合うほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q10:活発的に活動するほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q11:友人よりも特に優れた知識を持っている分野がある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q12:どんなことでも積極的にこなすほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q13:何か仕事をするとき、自信をもってやるほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q14:真偽が定かでない情報を信じることが多いほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q15:真偽が定かでない情報でも人に話すほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q16:人から聞いた流言をよく信じるほうだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q17:人から聞いた流言をよく他の人に話すほうだ	○	○	○	○	○
Q18:相手に話すときには内容の一部を強調して話すほうだ	○	○	○	○	○
Q19:話すときには相手を楽しませることを重視するほうだ	○	○	○	○	○
Q20:相手を楽しませるためであれば、話の一部分で嘘を話すほうだ	○	○	○	○	○
Q21:相手と共通の話題を話すほうだ	○	○	○	○	○
Q22:相手の興味ある分野を話すほうだ	○	○	○	○	○
Q23:相手に話すときにはわかりやすいように話すほうだ	○	○	○	○	○
Q24:会話において相手の理解を重要視するほうだ	○	○	○	○	○
Q 25 :友人や近所の人と製品・サービスについてよく話を する	○	○	○	○	○
Q 26 :友人や近所の人に製品・サービスの情報を教える方 だ	○	○	○	○	○
Q 27 :友人や近所の人から製品・サービスについての情報を 求められるほうだ	○	○	○	○	○
Q 28 :満足、面白いと思った製品・サービスについて友人な どに伝えるほうだ	○	○	○	○	○
Q 29 :不満、面白くないと思った製品・サービスについて友 人などに伝えるほう だ	○	○	○	○	○

Q30~33:インターネット・SNSの1日の利用状況について質問します。*

	日に1時間未満	日に1~2時間程 度	日に2~3時間程 度	日に3~5時間程 度	日に5時間以上
Q 30 :インターネット	○	○	○	○	○
Q 31 :Twitter	○	○	○	○	○
Q 32 :FaceBook	○	○	○	○	○
Q 33 :YouTubeやニコニコ動画などの動画サイト	○	○	○	○	○

Q34~41: マスメディアやSNS、サイトの情報源としての信頼度合を伺います。*

	信頼していない	どちらかといえ ば信頼していな い	どちらともいえ ない	どちらかといえ ば信頼している	信頼している
Q 34 :FaceBook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 35 :Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 36 :テレビ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 37 :ラジオ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 38 新聞	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 39 :2ちゃんねる まとめサイト	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q40:各種ネットニュー ース(Yahoo!ニュー ースなど)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 41 :各種口コミサ イト(食べログなど)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q42:最近話した流言の内容を、差し支えない程度に簡潔にご記入ください。*

流言とは、「口づてに伝わる、根拠のない情報」のことを指します。

Q43:その流言は誰から聞きましたか。以下の中から当てはまるものを選んでください。*

- 家族
- 友人・知人
- 初対面の人
- その他:

Q45:その流言を誰かに話しましたか。以下の中から当てはまるものを選んでください。*

- 家族
- 友人・知人
- 初対面の人
- 話していない
- その他:

Q46～51:以下の6つの内容を友人から聞いたとき、それぞれ信じるか信じないかをお聞きます。*

	信じている・信じる	信じていない・信じない
Q 46 政府が独自で建設した、一般には公表されていない地下路線が存在する。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 47 涙は血液から赤い色素を抜いたものである。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 48 塩と砂糖を同じ量混ぜて舐めるとしょっぱいと感じる。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 49 布団を干した後に感じる「お日さまの匂い」の正体は、布団や毛布に棲みついたダニの死がいとフンのニオイだ。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 50 地震の前兆として、色や形が特異な雲が現れることがある。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q 51 日本で初めて高層ビルを建てた人の名字は、「二階」である。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

以下の8つの内容を聞いて、「信じる度合い」と「他人に伝えたい度合い」をお聞きます。

また「信じる度合い」、「他人に伝えたい度合い」が高いほど、高い得点をつけてください。

Q 52a:「自分が履修している授業AIにミスコン出場者がいるらしい」とサークルの友人に言われた*

1. 信じる度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 52:「自分が履修している授業AIにミスコン出場者がいるらしい」とサークルの友人に言われた*

2. 他人に伝えたい度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

以下の8つの内容を聞いて、「信じる度合い」と「他人に伝えたい度合い」をお聞きします。

また「信じる度合い」、「他人に伝えたい度合い」が高いほど、高い得点をつけてください。

Q 53a :「自分が履修している授業Aは単位取得が困難らしい」とサークルの友人に言われた *

1.信じる度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 53 :「自分が履修している授業Aは単位取得が困難らしい」とサークルの友人に言われた *

2.他人に伝えたい度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 54a :「自分が履修していない授業Bに有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望のミスコン出場者がいるらしい」とサークルの友人に言われた *

1.信じる度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 54 :「自分が履修していない授業Bに有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望のミスコン出場者がいるらしい」とサークルの友人に言われた *

2.他人に伝えたい度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 55a:「自分が履修していない授業Bは春学期落とした人が多く、単位取得が困難らしい」とサークルの友人に言われた *

1.信じる度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Q 55 :「自分が履修していない授業Bは春学期落とした人が多く、単位取得が困難らしい」とサークルの友人に言われた *

2.他人に伝えたい度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Q 56a:「自分が履修している授業Aに有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望のミスコン出場者がいるらしい」とその授業Aで初対面の学生に言われた *

1.信じる度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Q 56 :「自分が履修している授業Aに有名テニスサークルに所属するアナウンサー志望のミスコン出場者がいるらしい」とその授業Aで初対面の学生に言われた *

2.他人に伝えたい度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Q 57a:「自分が履修している授業Aは春学期落とした人が多く、単位取得が困難らしい」とその授業Aで初対面の学生に言われた *

1.信じる度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 57:「自分が履修している授業Aは春学期落とした人が多く、単位取得が困難らしい」とその授業Aで初対面の学生に言われた *

2.他人に伝えたい度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 58a:「自分が履修していない授業Bにミスコン出場者がいるらしい」と他の授業Aで初対面の学生に言われた *

1.信じる度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 58:「自分が履修していない授業Bにミスコン出場者がいるらしい」と他の授業Aで初対面の学生に言われた *

2.他人に伝えたい度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q 59a:「自分が履修していない授業Bは単位取得が困難らしい」と他の授業Aで初対面の学生に言われた *

1.信じる度合いを10段階でお答えください。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

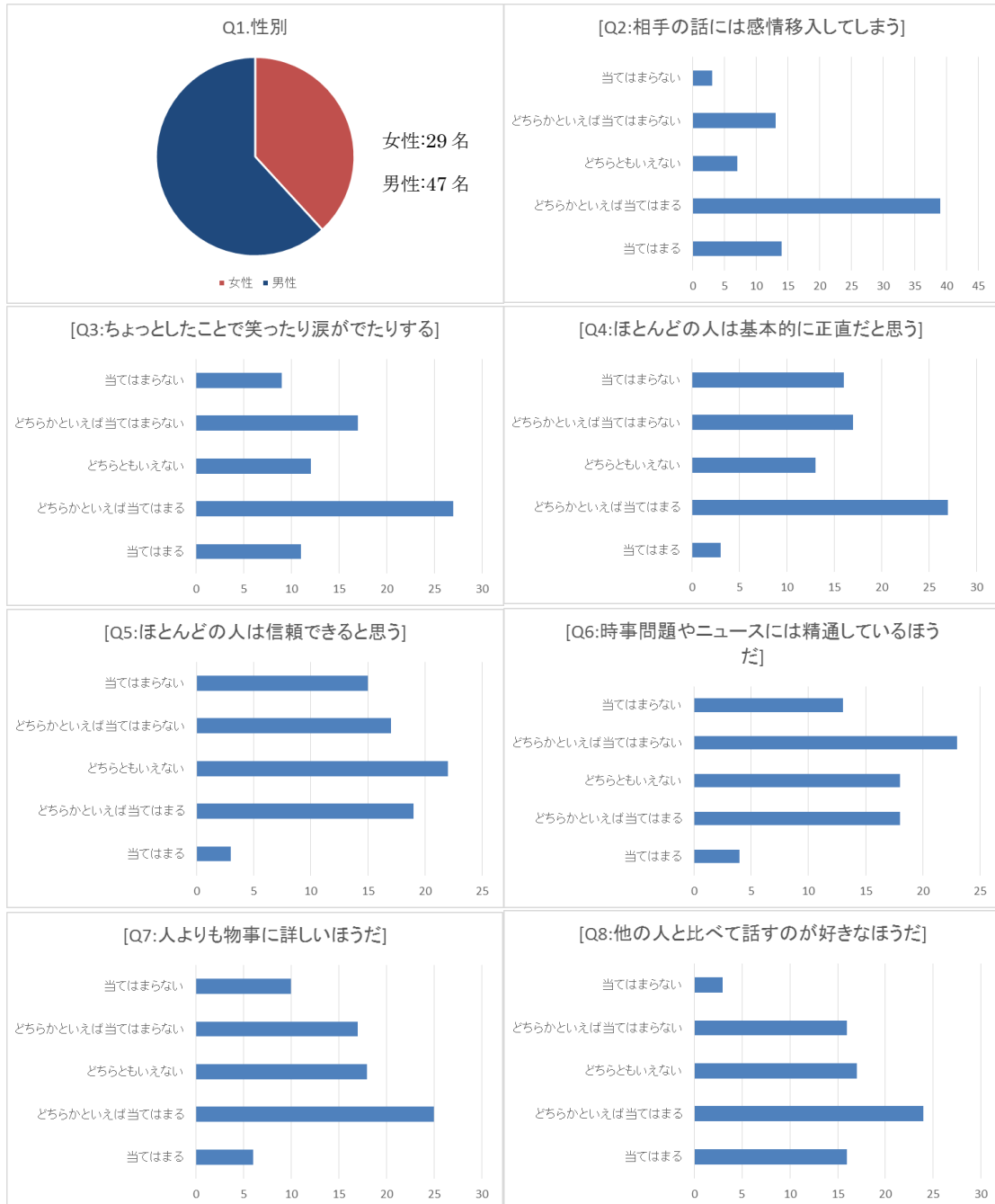
Q 59:「自分が履修していない授業Bは単位取得が困難らしい」と他の授業Aで初対面の学生に言われた *

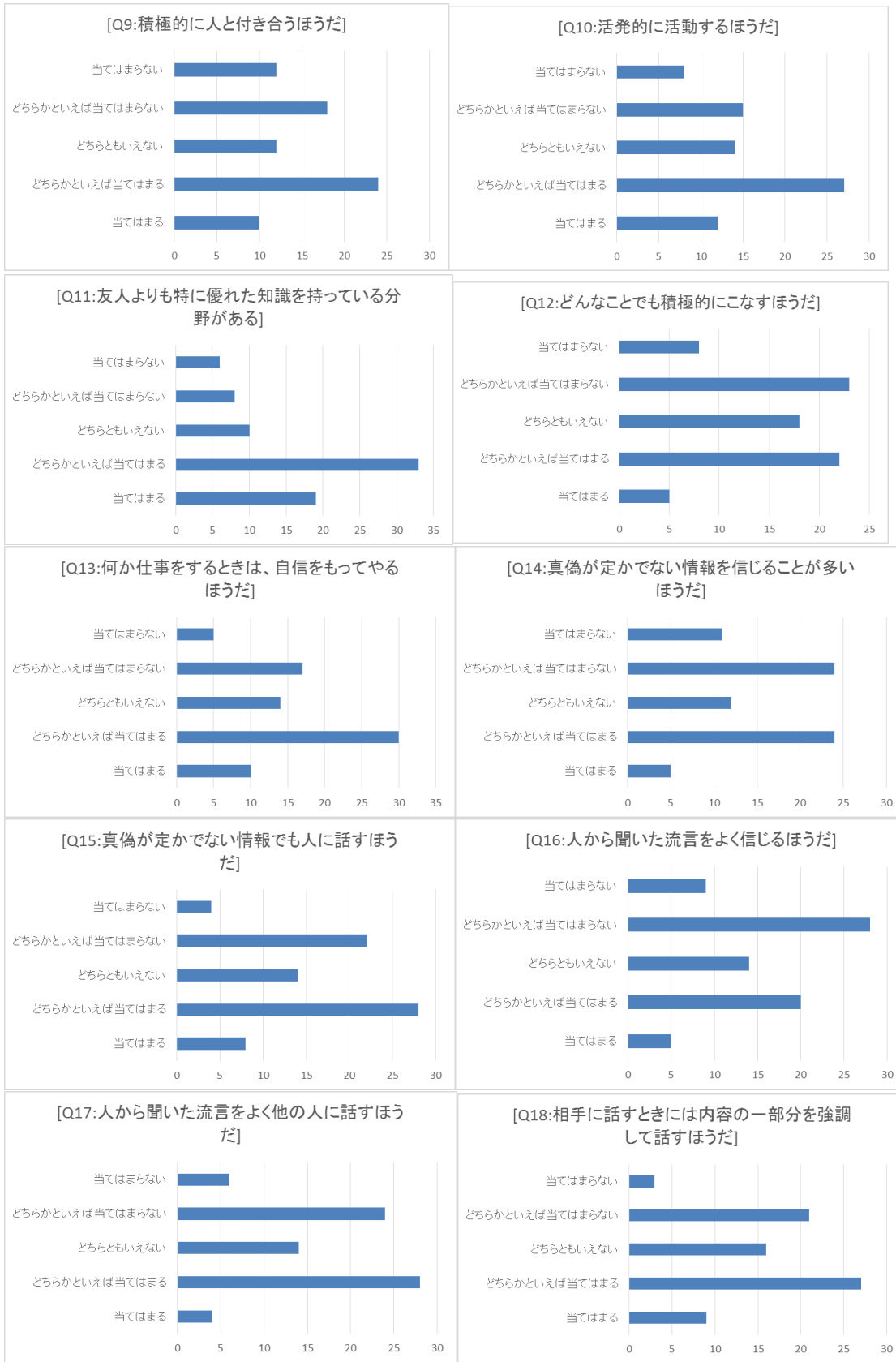
2.他人に伝えたい度合いを10段階でお答えください。

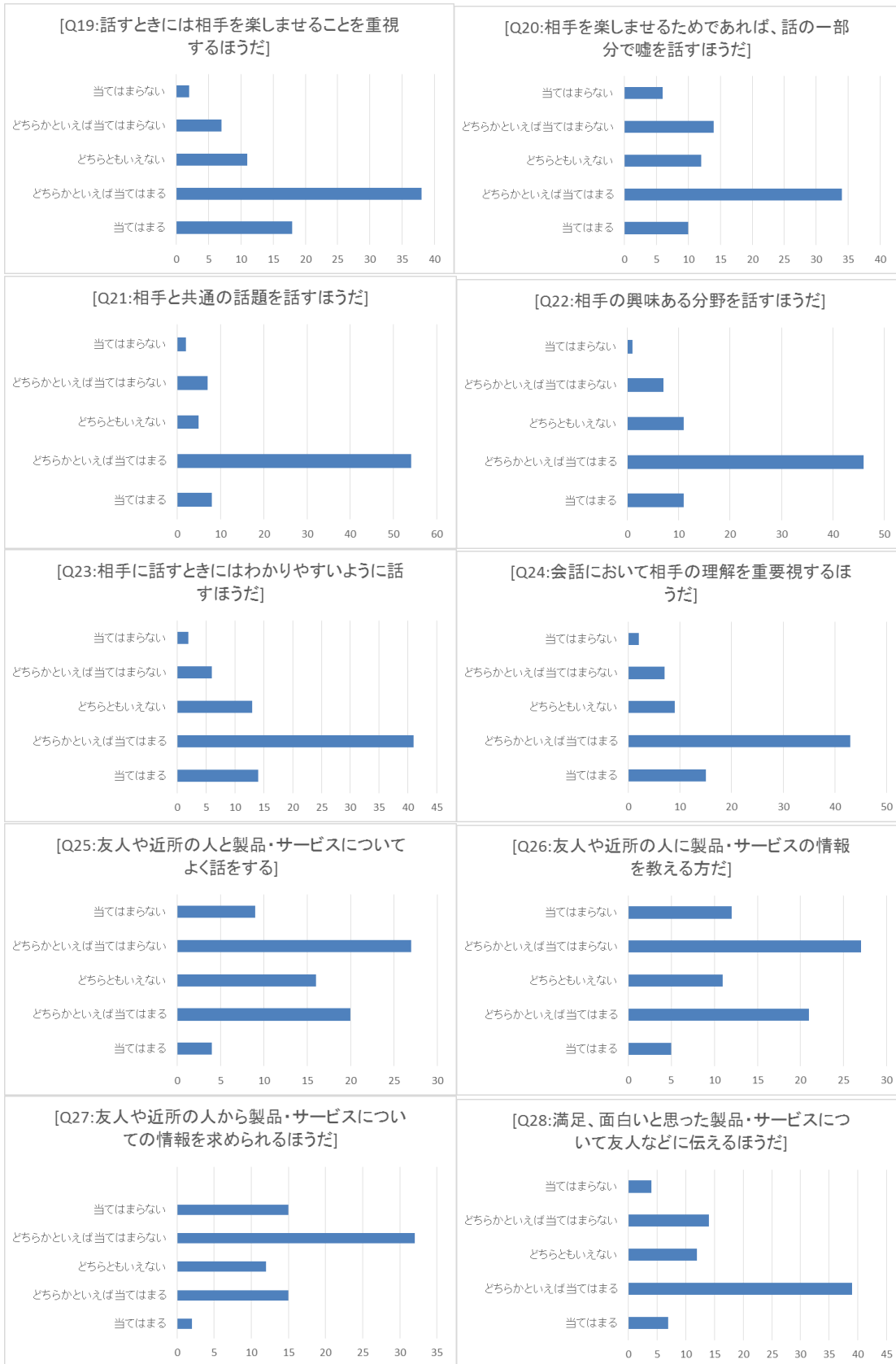
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

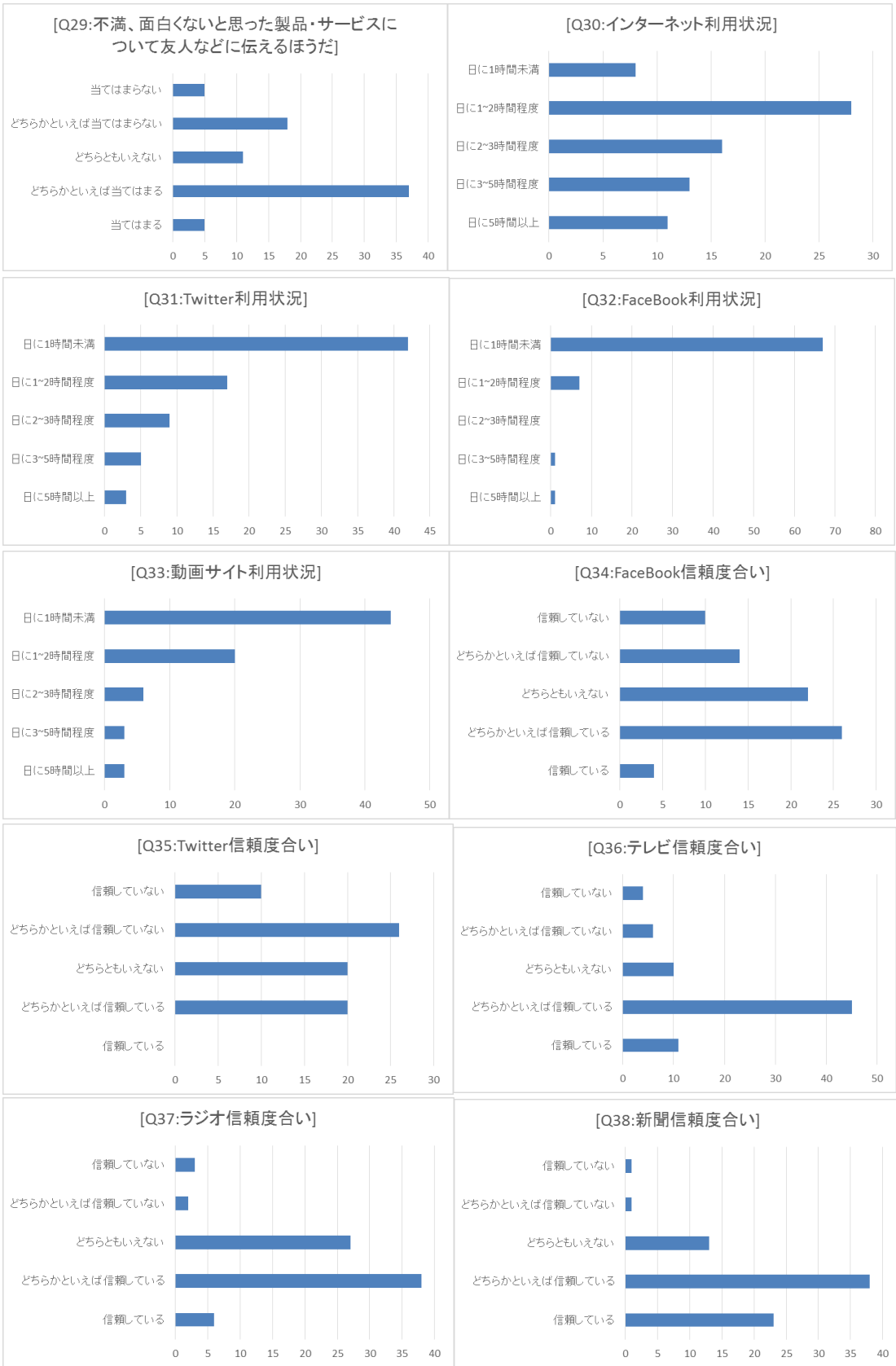
付録資料 2 : 単純集計 (N=76)

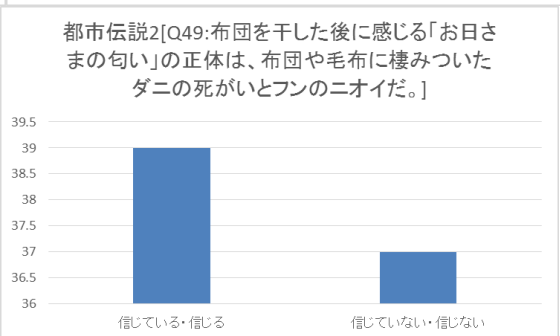
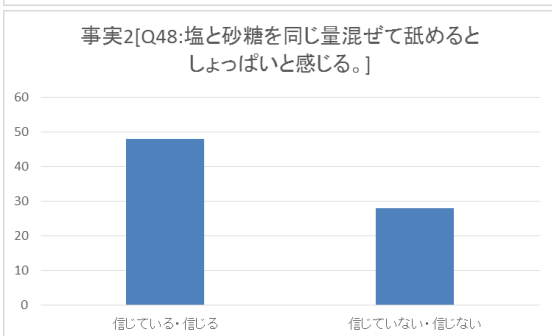
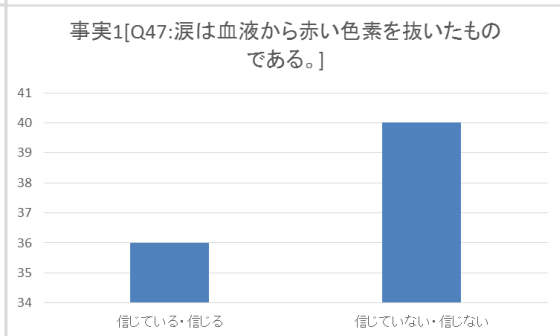
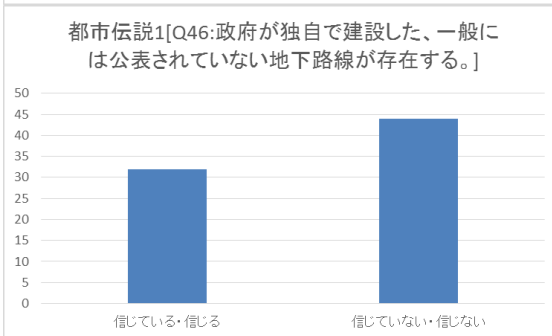
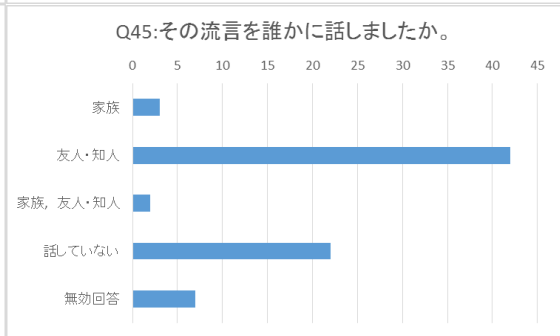
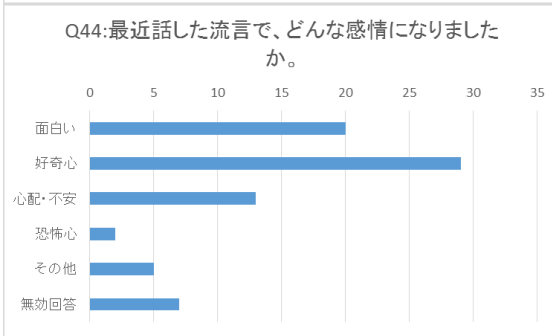
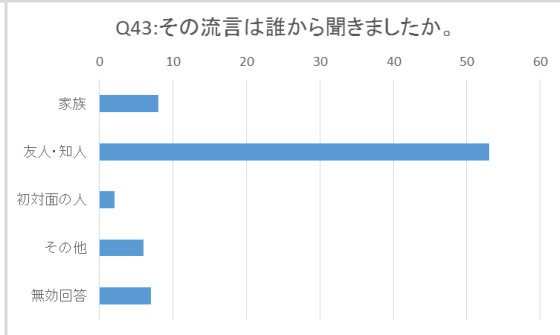
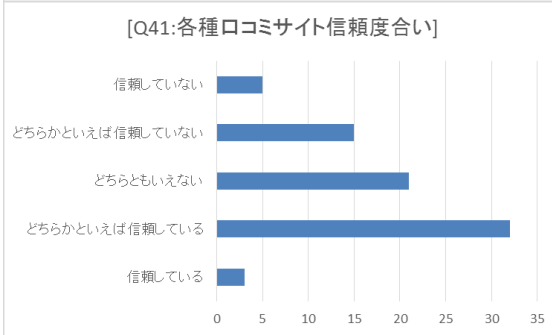
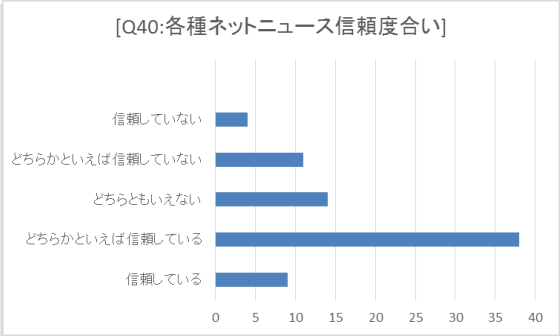
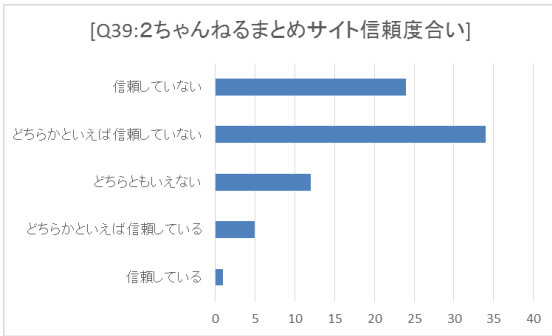
※Q42 に関しては自由回答のため割愛

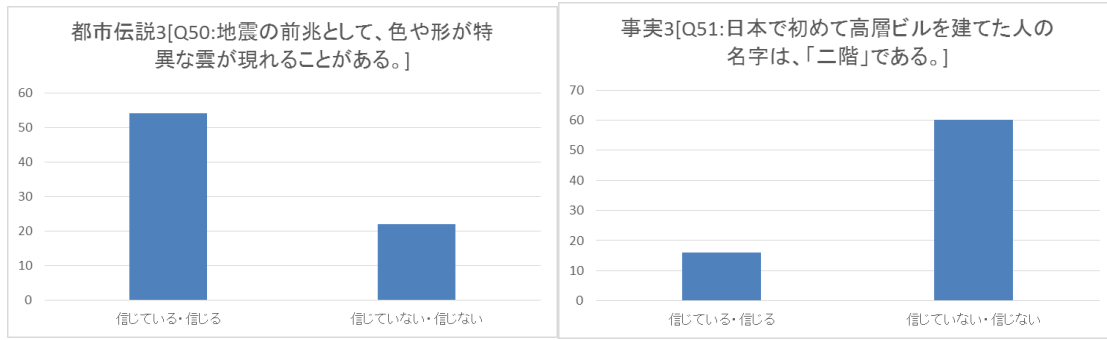












付録 3:Q42 の自由回答一覧

※一部加筆・修正済

ハリーポッターの新作が製作されるらしい
友達の就活が難航しているらしい。
ディズニーの清掃員が亡くなられた時にモップを足に挟んだ状態だった。
後輩が部活をやめるらしい。
〇〇さんは次の試合に来れないから、チームにとって厳しい戦いになるらしい。
AさんとBさんが付き合ってるらしい
〇〇のお菓子が美味しいらしい
あの企業は、親の金を借りて起業している噂話。
勝俣がこの寒い中でもキャラ通り短パンで浅草の仲見世を歩いていた。おばちゃん連中に囲まれてました
豆乳はおっぱいを大きくする
最近テレビに出ていない芸能人が、テレビから消えた理由の噂話
福山雅治がゲイ
DJOZUMA は氣志團のボーカルの人。
明日はもっと寒くなる
友達の面白い話
これまで東京を離れず過ごした人は、最初地方に配属されるという流言。
ワンスアポンいいらしい
サークルの後輩の色恋沙汰。
就活来年6月からで、再来年には4月に戻るらしい。
アメリカンスピリット（煙草の銘柄）は肺が黒くならず、健康にいい
外資のアパレルがもうすぐ日本で本格的にセレクトされることについて
友人から聞いた、その友人と親交のある有名人の発言について（あるサービスへのネガティブな評価）
あべファシズム政権が戦争を企んでいる
ある男子学生がサッポロビールの入社試験を受けた。しかしその男子学生は面接社員の質問に対し、無言のまま何も答えない。怒った面接員が「どうしてずっと黙っているんだ？」と聞くと、男子学生は「男は黙ってサッポロビール」と発言。この発言で、男子学生は内定をもらった。
今日の5限は休講らしい
GAP イオンモール川口前川店には霊が出る
性的に無害そうな人が実はワンナイトラブで人に出していた。
経団連は自分が定めた解禁日を守っていないらしい
同期の異性との付き合いについて
友人の近況について

iphone6s にはあたりはずれがある。
友人の就職先の情報。
風邪は他人にうつすと早く治る
知り合いがドイツは食が満足できないし町の雰囲気暗いからオススメしないらしいよ。
友人に関するもの
ソーシャルゲームでの、課金額によるレアキャラ排出率調整があるのではないか、という話。
ある芸能人に彼女がいる
ディズニーシーのある滝の裏側にカップルに人気の隠れスポットがあるらしい
成宮はゲイ
サークル内で同期が付き合っている
女優は性格の悪い人が多い。
知人の部活の引退が遅いらしい。
友人と他の友人が付き合っているという情報
知人 A はホモである
iPhone の充電ケーブルにボールペンのバネを巻くと長持ちする
学校の近くのうどん屋さんがおいしいらしい。
友達の噂話
日曜は〇〇123 がグラウンドオープンだから〇〇マルハンが対抗して熱いイベントをやるらしい。
就活は今売り手市場らしい
うんこを踏むと運がつく
この教授は同性愛者らしい
後輩の祖父が偉大な政治家だと聞いたことがある、と友人に伝えた。 実際には、大会社の会長であった。
サークルの部員が怪我してしまったこと。
公安の人はよく殺されるらしい
尾崎豊の 15 の夜で盗んだバイクは、兄のバイクらしい
バーミヤンの店員は無愛想らしいぜ
赤ちゃんが母親のお腹の中で踊る理由を知らないと、顔のない赤ちゃんができるらしい。
直接先生からは聞いていないけれど人から聞いた休講情報
糖尿病を発症すると眠気が来やすい。
大学教授の不倫について
糍の入ったプリンは健康に良い。
放射能が降ってきているらしい
学校の同級生の停学させられた理由についての噂。
口の周りのニキビはホルモンバランスの乱れによるものだ。

二郎はおいしいらしい

〇〇さんが△△さんと付き合っている

松来未祐さんは白血病で死んだらしい。

話がうまいと給料があがるらしい