

# 誤情報の プリバンキング 実践ガイド

共同制作:

ケンブリッジ大学

BBC Media Action

Jigsaw

## 概要

プリバンキングとは、誤情報に騙されないようにするための予防的耐性を構築する手段として注目を集めている手法です。このガイドは、誤解を招く操作的な情報に対する防御に関心のある実践者向けに作成されました。プリバンキングの基礎が記載されており、学術研究を実践的なハウツーガイドに転換して、行動心理学の予備知識を持たない集団や個人がプリバンキングを実施できるようにすることを目的としています。

この取り組みは、ケンブリッジ大学、Jigsaw (Google)、BBC Media Action が共同で行っています。ケンブリッジ大学の Social Decision-Making Lab は、誤情報や虚偽の情報に対する耐性がつくように設計された、接種理論に基づくプリバンキングアプローチの開発を先導してきました。

Google のチームである [Jigsaw](#) は、プリバンキングのメリットと制限を把握するために、ケンブリッジ大学などの世界の主要大学と手を組んでさまざまな場面でこのアプローチをテストしました。

BBC の国際開発慈善団体である [BBC Media Action](#) は、対応しているさまざまな国で、[情報の錯綜に対処する戦略](#)の一つとしてプリバンキングアプローチの使用を適応させてテストしています。

このガイドの作成者は、ケンブリッジ大学の Mikey Biddlestone、Trisha Harjani、Sander van der Linden、Jon Roozenbeek、BBC Media Action の Alasdair Stuart、Jigsaw の Beth Goldberg、Meghan Graham、Mari Iwahara、Bomo Piri、Peter Weigand、Rachel Xu です (組織ごとにアルファベット順)。

本ガイド内の研究に関してご質問またはご不明な点がございましたら、[ケンブリッジ大学の Social Decision-Making Lab](#) の [Jon Roozenbeek](#) までお問い合わせください。

BBC Media Action の情報の錯綜に対処する取り組み (プリバンキングアプローチを含む) や、BBC Media Action に関するその他のお問い合わせは、[Alasdair Stuart](#) までメールでお寄せください。

表記: Harjani, T., Roozenbeek, J., Biddlestone, M., van der Linden, S., Stuart, A., Iwahara, M., Piri, B., Xu, R., Goldberg, B., Graham, M. (2022)。誤情報のプリバンキング実践ガイド。



# 目次

## パート 1: プリバンキングの必要性

1.1 昨今の状況	p5
1.2 プリバンキングの仕組み	p6
接種理論	
プリバンキングできる誤情報の種類	
誤情報を含むストーリー	
誤情報を使う手法	
1.3 形式と技術面の考慮事項	p11
1.4 プリバンキングの限界	p13
1.5 今後の調査分野	p15

## パート 2: プリバンキングの方法

2.1 いつ誰が行うべきか	p19
2.2 実施の手順	p21
ステップ 1: 対象を選ぶ	
ステップ 2: 対象者を選ぶ	
ステップ 3: 目標を決める	
ステップ 4: アプローチを選ぶ:	
問題ベースと手法ベース	
ステップ 5: 形式を選ぶ	
ステップ 6: 介入を設計する	
2.3 成果の評価	p26
2.4 クリエイティブに関する考慮事項	p29
2.5 注意点	p31
2.6 プリバンキング チェックリスト	p32

# 01: プリバンキングの必要性

1.1 昨今の状況	p5
1.2 プリバンキングの仕組み	p6
接種理論	
プリバンキングできる誤情報の種類	
誤情報を含むストーリー	
誤情報を使う手法	
1.3 形式と技術面の考慮事項	p11
1.4 プリバンキングの限界	p13
1.5 今後の調査分野	p15

## 1.1

# 昨今の状況

オンラインで拡散される誤情報が、公共の安全と近代民主主義にとって重大な脅威となっています。実生活への影響も深刻です。COVID-19 (新型コロナウイルス感染症) に関する虚偽の情報が広まった地域では、ワクチン接種が可能であるにもかかわらず、ウイルスによる死亡率が周辺地域に比べて高くなりました<sup>1</sup>。

2022年にPew Research Centerが19か国で実施したアンケートでは、回答者の70%が自国にとっての重大な脅威として誤情報を挙げています。これは世界規模の脅威である気候変動に次いで2位でした<sup>2</sup>。

誤情報に対抗することは簡単ではありません。誤情報や虚偽情報の拡散と露出を最小限に抑えるために、さまざまな介入(誤情報などに対抗するための手段)が考案されてきました<sup>3</sup>。たとえば、デバンキング、注意喚起、自動ラベル、情報リテラシーの強化などがあります<sup>4</sup>。ところが、実用的にも理論的にも多くの困難があり、大規模な成功を妨げています。デバンキングとして広く知られるアプローチは、拡散された後の誤情報を対象とします。誤情報の後に展開される是正措置(ファクトチェックなど)は効果的ではありますが、時間と費用がかかり、必要な速度で展開するのは簡単ではありません。誤情報は、たとえ修正されてもそれを目にしていた人が引き続き信用することが多いという意味でかなり厄介です<sup>5</sup>。さらに、ファクトチェックを展開してもあまり利用されず、苦戦しています。Facebookの50,000を超えるデバンキング投稿を対象とした調査では、誤情報の閲覧者のうち、実際に投稿のファクトチェックを行った人はごくわずかであったことがわかっています<sup>6</sup>。

こうした結果を受けて、研究者は誤情報が定着する前に排除する方法を見つけようとしてきました。予防的アプローチは誤情報が閲覧される前に実施されるもので、一般に予防的デバンキングまたは「プリバンキング」と呼ばれます。プリバンキングによる介入にはさまざまなものがありますが、その多くは接種理論に基づいています。プリバンキングメッセージは、誤情報が閲覧される前に警告と反論を提示することで精神的な防御を築きます。一般的に予防接種は事前に行った場合に最も効果がありますが、誤情報を閲覧した後も信じ込んではいなければ接種できます(2.2: 対象者を選ぶで詳しく説明します)。

## 世界的脅威に関するアンケートの上位

データソース: Pew Research Center

「重大な脅威」 ← → 「軽微な脅威」

地球規模の気候変動

75%

19%

オンラインでの誤情報の拡散

70%

24%

他国からのサイバー攻撃

67%

25%

世界経済の状況

61%

31%

感染症のまん延

61%

26%

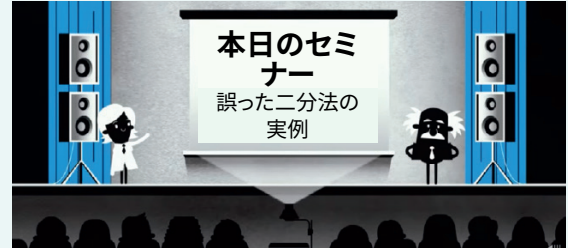
## 1.2

## プリバンキングの仕組み

プリバンキングは、虚偽情報に直接対処したり信頼できる情報をユーザーに伝えたりするのではなく、ユーザーをオンラインで操って欺く一般的な方法に焦点を当てます。

誤情報に基づく思い込みを外すことの難しさから、誤情報による説得に初めから抵抗できるようにする方法の研究が盛んになっています。そのうちの一つは生物医学に基づきます。[予防接種](#)は、前もって軽微な誤情報を見せ、誤った情報を見分けて反論する方法を教えることでユーザーを守ります。プリバンキング(または「[考え方の予防接種](#)」)は、操作的なメッセージを見分けて反論することを事前に教える方法です。さまざまな政治的立場の人を含む幅広いユーザーが、誤解を招くような情報への耐性をつけられる点で、プリバンキングは明らかに効果がありました<sup>7</sup>。この手法は虚偽情報に直接対処したり信頼できる情報をユーザーに伝えたりするのではなく、ユーザーをオンラインで操って欺く一般的な方法に焦点を当てます。したがって、ほとんどの場合は教育的かつ中立的であり、非難的なトーンではないため、幅広いユーザーの共感を得られます。次元の高い手法や共有されるメッセージに焦点を当て、ユーザーが操作の手口を見抜

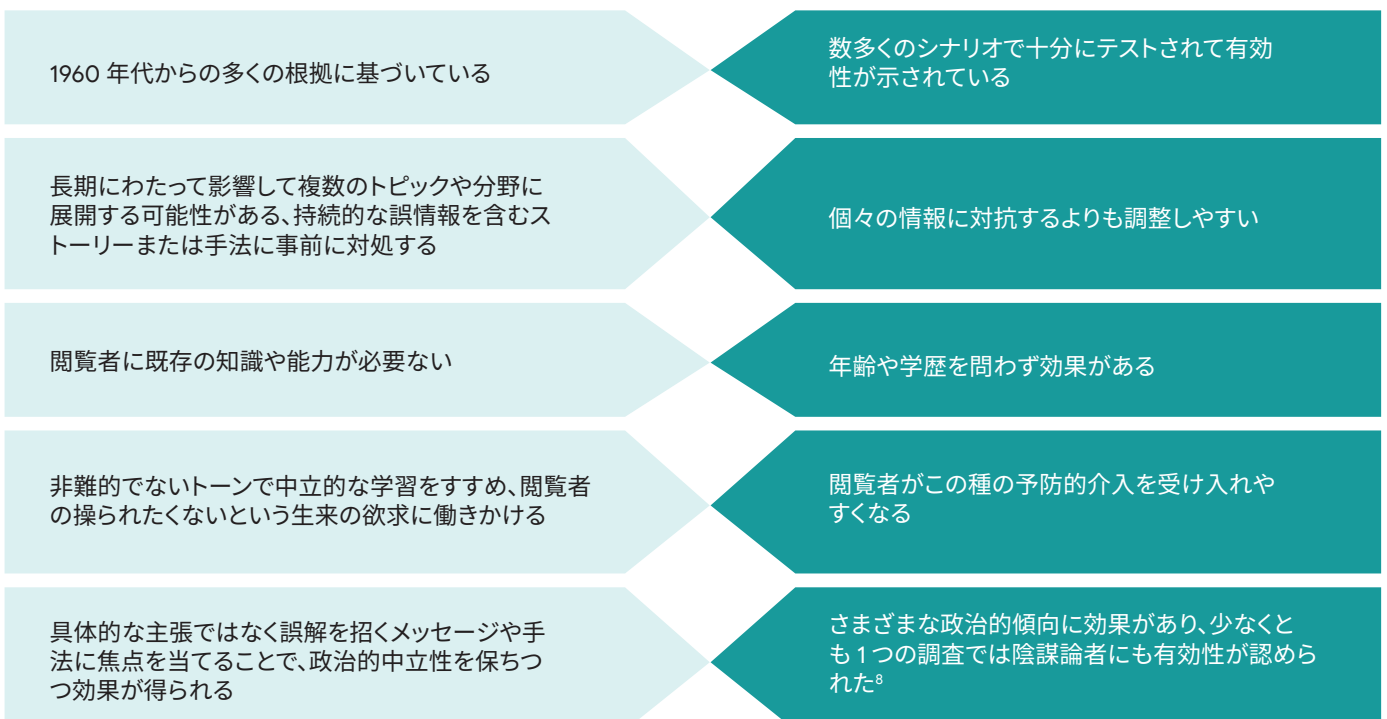
### 例: 改ざん手法(誤った二分法)のプリバンキング



プリバンキングの一例として、誤情報におけるよくある手口である「誤った二分法」(実際には多数の選択肢があるにもかかわらず2つの選択肢しか提示しない)を紹介します。[動画を見る](#)>

けるようにします。プリバンキングは、トピックに関する事前の能力や予備知識がないと想定して、年齢層も設定も関係なく幅広く使えるようになっていきます。たとえば、史上初のプリバンキングゲームである [Bad News](#) は、悪意のある個人や団体が使う手口の見分け方を、教育者が学校で生徒に教えるために使用することを想定しています。

### プリバンキングのメリット



## 接種理論

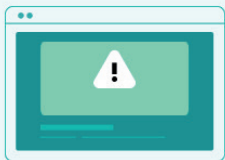
プリバンキングの基となっている接種理論は、1960年代に社会心理学者の William McGuire が開発し、心理的な「洗脳に対するワクチン」として使用することが想定されています<sup>9</sup>。

医学用のワクチンが将来の感染に対する生理的な抵抗力を与えるのと同じように、心理的な接種は考え方を操作しようとする将来の試みに対する抵抗力を与えます（抗体によってもたらされる免疫のようなものです）。

過去 60 年にわたる調査により、文化を超えて、環境、公衆衛生、危機管理、動物権利などの幅広い対象で接種の効果が示されています<sup>10, 11, 12, 13, 14</sup>。

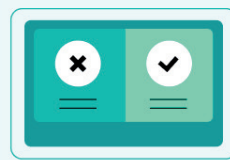
最近では、オンラインの誤情報や過激主義者のプロパガンダの影響が予防接種メッセージによって軽減される仕組みが研究者によって実証されました<sup>15</sup>。

実際には、予防接種は次の 2 つの要素に分かれます。



### 1. 事前の警告

誤解を招くメッセージを近い将来に目にする可能性があることを警告して、閲覧者を丸め込もうとする望ましくない試みに対して精神的な防御が働くようにします。



### 2. 予防的反論

効果的な反論は、閲覧者が今後目にする可能性がある誤った情報に対処するためのツールになります。事前に反論を授けるだけでなく、誤情報を簡単に見分けられるように、ごく一部または弱毒化した例を含めることができます。

こうした基礎的構造を土台とするプリバンキングメッセージによって、今後の説得力のある攻撃に対する閲覧者の精神的耐性を強化できます<sup>16</sup>。この耐性の制限については、[1.4 プリバンキングの限界](#)で詳しく説明します。

# プリバンキングできる情報の種類

プリバンキングには、特定の誤情報ではなく広く誤情報に対処する主要な形式が2つあり、それぞれの対象となる誤情報の種類は異なります。

## 1. 誤情報を含むストーリー

多くの場合、オンラインで見られる誤情報は特定のトピックに関する主張または意見の形をしています。ところが、個々の誤情報がより大規模なストーリーを生み出す場合があります。問題ベースのプリバンキングは、特定の主張より規模の大きい持続性のある誤情報を含むストーリーに対処します。

個々の誤情報に対処すると、時間がかかって事後対応的になります。大規模なストーリーをプリバンキングすれば、複数の主張の基礎を一度に解体できます。この虚偽の基礎を共有する新たな主張に対する耐性をつけるにはかなり効果的です。

### 例: 人類と気候変動

次の意見について考えてみましょう。

「31,000 人の科学者が嘆願書に署名: 人類が放出する温室効果ガスが地球の気候に害をおよぼしているか否かに関して、多くの気候科学者の意見が食い違っています。」

この主張は、人類が引き起こした気候変動について科学的合意はなく、気候変動は地球の自然なサイクルの一部であるという大規模な誤解を招くストーリーに含まれる多くの虚偽情報の一つです。プリバンキングでこの大規模なストーリーに対処するには、人類が気候変動の要因になっているという科学的合意に疑問を投げかける人を疑うように警告します。嘆願書に関するこの具体的な情報の真相について議論する必要はありません。

## 2. 誤情報を使う手法

手法ベースのプリバンキングは、誤情報の拡散に使われる手口に焦点を当てます。オンラインでユーザーを操って影響を与えるために使用される情報は多種多様ですが、誤解を抱かせるための手法は、さまざまなトピックで長期間にわたって繰り返し利用されることが多くあります。よく使われる手口をいくつか紹介します。

### 例: 誤情報を使った一般的な手法

よく使われる手法について次のページで詳しく説明します。





## 誤情報を使った一般的な手法

手法	例
<p><b>なりすまし</b></p> <p>信頼性を高く見せるために、別の人物や組織として情報を拡散します。</p>	<p>「気候変動は地球の太陽軌道が変化した結果として起きる自然現象であり、人為的要因によるものではないことを NASA が認めた。」</p> <p>解説: この例では、情報の信頼性を高める手段として NASA が利用されていますが、このような発表を NASA が行ったことはありません。</p>
<p><b>感情操作</b></p> <p>恐れや憤りなどの反応を誘発する感情的な強い表現を使用します。</p>	<p>「この航空会社が乗客のために行ったことを知ったら、涙せずにはいられない - 心温まる物語」</p> <p>解説: この例は、感情的な反応を意図的に誘発してクリックや共有を促し、批判的評価を減らすための情報提供の方法を示しています。</p>
<p><b>二極化</b></p> <p>「われわれ」対「彼ら」などの表現を使い、2つのグループ間に存在する相違点を誇張して相手に対する敵意を起こさせます。政党間で使われることもあります。それ以外でもさまざまな状況で利用されます。</p>	<p>「国民党: 嘘つきの労働者党を信じてはいけません。学生の負債をなくすと公言していましたが、現在はかつてない数の国民が借金を抱えています。」</p> <p>解説: この例では、相手を嘘つきと評して敵意のある「他人化」を使っています。</p>
<p><b>陰謀思考</b></p> <p>従来のニュースの出来事を、少数の人間（一般に秘密主義で悪意のあるエリート集団）がコントロールしているという考えを重視した別の解釈を使って説明します。</p>	<p>「ワクチンは金持ちがマイクロチップを使って私たちを追跡するための手段にすぎない。自分の体を他人に制御されてもいいのか!」</p> <p>解説: この例では、人は支配されるべきではないと訴え、謎の集団（この場合は金持ち）に言及して根拠のない主張を行うことで、陰謀思考を助長しています。</p>
<p><b>個人攻撃</b></p> <p>個人攻撃（ラテン語で Ad hominem）は論争する個人を標的とし、議論の要旨から注意をそらして個人の情報に向けさせます。こうした情報が関連する場合があります（その人物が信頼できないことを示すためなど）、まったく無関係な情報が注意をそらす策略として使われることもあります。</p>	<p>「バーバラは手に負えない気性で、明らかにパーソナリティ障害もあります。そんなおかしな人に政権を担わせるわけにはいきません。」</p> <p>解説: この例は、政党のポリシーやリーダーの決断について議論するのではなく、リーダーの特性を攻撃しています。</p>

## 誤情報を使った一般的な手法(続き)

手法	例
<p><b>誤った二分法</b></p> <p>討論中などの状況で実際は多数の選択肢があるにもかかわらず、2つの選択肢や側面しかないように見せる論理的な誤りの一種です。</p>	<p>「エネルギー反対運動を支持するか、正義を信じないかのどちらかだ。」</p> <p><b>解説:</b> この例では、スペクトルの両側として2つの考え(「エネルギー反対運動を支持する」と「正義を信じない」)を提示していますが、実際には両方を同時に支持することも、どちらも支持しないことも可能だけでなく、ほかにも取り得る立場が複数あります。</p>
<p><b>偽りのバランス</b></p> <p>対立する2つの見解が、実際には一方を裏付ける証拠が他方をはるかに上回っているにもかかわらず、相対的にバランスが取れているように議論を提示します。</p>	<p>「専門家が地球の形について議論しています。科学者のReece Chow氏は地球が球体であることを発見し、専門家のRene Paul氏は地球が平らであると論じています。」</p> <p><b>解説:</b> この例では、地球が丸いことは科学者の間で意見がほぼ一致しているにもかかわらず、地球平面説を支持する「専門家」を登場させて、この見解が実際より明らかに支持されているように見せています。</p>

## 1.3

## 形式と技術面の考慮事項

プリバンキングによる介入は通常、能動的なもの(ユーザーが質問に答えたり指示に従ったりしながら誤情報の作成プロセスについて学んだりするもの)か、受動的なもの(プリバンキングメッセージがユーザーに表示されるもの)のいずれかです。

それぞれのアプローチに、拡張性、有効性、持続性、費用、オンラインエンゲージメントに関するメリットとデメリットがあります。大まかに言うと、閲覧者が介入に長く深く関わるほど、その効果が大きくなり、接種効果の持続期間も長くなります。



## コンテンツとプラットフォームの一致

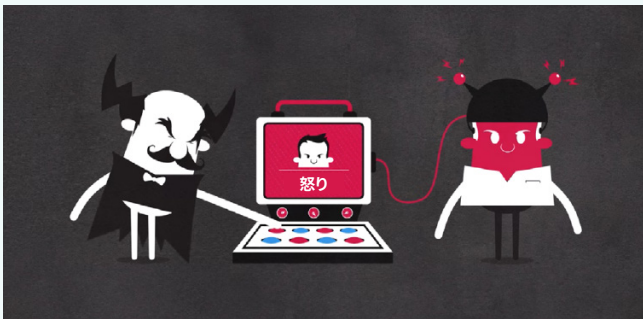
特定のプラットフォーム(YouTube、TikTok、ウェブサイトなど)向けに作成されたコンテンツは、他のプラットフォームでいつでも簡単に共有できるとは限りません。したがって、形式を選ぶ際はコンテンツを使用する場所を考えることが重要です。

## 「受動的」プリバンキング

これらの介入では、誤情報に抵抗するために必要なすべての情報が閲覧者に提供されるため、情報を処理する以上の積極的な関与は必要ありません。たとえば、いかに手法が巧みであるかを説明する動画は受動的なアプローチです。今までに研究された受動的な形式には、**テキスト、グラフィック、動画**があります<sup>17, 18, 19, 20</sup>。

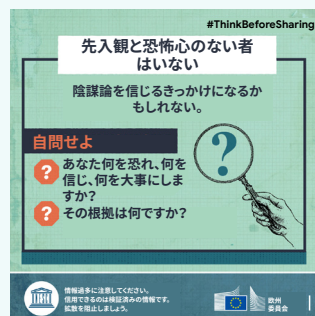
受動的プリバンキングによる介入は、制作の観点ではより簡単です。たとえば、一連のポップアップメッセージのようなテキストベースのプリバンキングによる介入は、比較的簡単にソーシャルメディアで大規模に実装できます。ただし、没入感ややり取りは少なくなります。ゲームのような関与の度合いが高い(能動的)な形式よりも影響が小さく、持続時間も短くなる可能性があります<sup>21</sup>。

## 例

動画の例:  
誤った二分法

Jigsaw とケンブリッジ大学が制作したこの動画では、誤情報の拡散における誤った二分法の使用を視聴者が理解および認識できるように、文化的に関連のある例を使っています。

[動画を見る >](#)



## インフォグラフィックの例: COVID-19 陰謀論

このユネスコのインフォグラフィックは、例としてCOVID-19を使用して陰謀論を説明しています<sup>22</sup>。

## 「能動的」プリバンキング

能動的プリバンキングによる介入では、ユーザーが対処する必要があります。情報を確保して目にするコンテンツに深く関わるために役立つ選択を行います。今までに研究された主な能動的アプローチはゲームです<sup>23,24</sup>。

ゲームは没入感が高く、誤情報でよく使用される複数の操作手法に対して予防対策を取ることができますが、閲覧者の時間と集中力がかなり消費されるので、利用者の数が少なくなる可能性があります。制作にも多額の投資が必要ですが、[Go Viral](#) (下記) などの影響力の大きいゲームが大規模に実装されています。

ラジオやチャットアプリ (WhatsApp など) を介したプリバンキングメッセージのブロードキャストなど、音声ベースのプリバンキングはあまり調査されていないメディアであり、詳しく調査する価値があると思われる (詳しくは [1.5 今後の調査分野](#) をご覧ください)。



### 形式の選択

それぞれのプリバンキング形式に、拡張性、有効性、持続性、費用、エンゲージメントに関するメリットとデメリットがあります。大まかに言うと、ユーザーがプリバンキングに長く深く関わるほど、その効果が大きくなり、効果の持続期間も長くなります。

### ゲームの例:



#### BAD NEWS

これは史上初のプリバンキングゲームです。DROG とケンブリッジ大学が作成した選択型のブラウザゲームで、プレイヤーはフェイクニュースの制作者となり、6つの誤情報手法 (荒らし行為、陰謀論、なりすましなど) を特定して模倣する方法を学びます。これ以降、同様の前提のゲームが多数設計されています。[ゲームを表示 >](#)



#### HARMONY SQUARE

池の白鳥とパイナップルピザ祭りで有名な静かな地域が舞台となるこのゲームでは、プレイヤーは「最高誤情報責任者」に任命され、選挙期間中に Harmony Square の人々の意見を分裂させて荒らし作戦を使用するタスクを与えられます。[ゲームを表示 >](#)



#### GO VIRAL!

このゲームでも同様に、COVID-19 のパンデミックに関する誤った情報が広まるオンラインにおけるエコーチェンバー現象に陥るプレイヤーをシミュレートします。プレイヤーは3つのレベルで、感情を操る表現の使い方、偽の専門家を使って誤情報の信頼性を高める方法、陰謀めいた考えを使って疑念を植え付ける方法を学びます。これまでのインプレッション数は2億を超えています。[ゲームを表示 >](#)

## 1.4

## プリバンキングの限界

情報操作の試みから個人を守るうえで、プリバンキングが特に効果的であることが証明されていますが、既知の問題点や、完全に把握するためにはさらなる研究を要する問題点もあります。



### 拡張性

プリバンキングは幅広いユーザーに対する有効性が証明されていますが、タイプの異なる誤情報、ユーザー、プラットフォーム間でメッセージを共有する際は、慎重に作業を進めてパイロットテストを行う必要があります。特異性やローカルコンテキストを適切に判断せずに対象者の範囲を拡大しすぎると、エンゲージメントの低下や過度の単純化を招き、有効性が下がる可能性があります。その一方で、1つの情報や話題に対するプリバンキングはそのメッセージに関連するユーザーの範囲を狭め、拡張性を制限する可能性があります（例：ワクチンの誤った情報をプリバンキングするメッセージはワクチンに消極的なユーザーを対象にする）。

### コンテンツの制限

すべてのプリバンキングに同じように拡張性があるわけではありません。情報によっては、複数の主張で構成されていても誤情報のトピックや分野にかなりの偏りがあります。手法ベースのプリバンキングは多くのトピックで使用できるため、問題ベースのプリバンキングに比べてさまざまな誤情報に対する拡張性が高いといえます。

一方、問題ベースのプリバンキングの方が特定のトピックや情報に対する防御力が高くなります。アプローチを選ぶには、各アプローチの長所と短所を把握することが重要です。

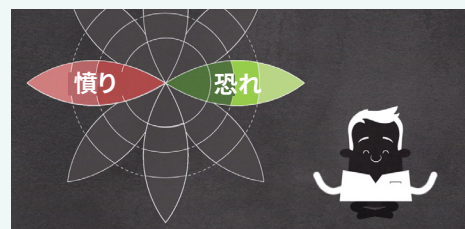
### 過度の単純化のリスク

プリバンキングの拡張に伴う主な課題は、ユーザーがオンラインでコンテンツに接する方法に起因します。ソーシャルメディアのコンテンツに接するユーザーに可能な限り簡潔に情報を伝えるには、情報の量を減らす必要があります。これは新しいメディアプラットフォームの台頭によってますます顕著になっており、効果を得るために必要なニュアンスを捉えるのを難しくしています。プリバンキングの3つの要素を簡単かつ効果的に提示することは、特に難しい課題となる可能性があります。メッセージを過度に単純化すると効果がなくなり、混乱を招くばかりか、誤情報がさらに拡散される原因になる場合があります。

### プラットフォームの影響

プラットフォームが異なればユーザーの操作も違います。複数のチャンネルで同じクリエイティブフォーマットを使用すると効果が限定的になる可能性があります。ソーシャルメディアプラットフォームが対象とする特定のコンテンツ形式は、他のプラットフォームではうまく機能しないことがあります。また、プラットフォームが異なれば、ホストする誤情報も、使用するメッセンジャー（インフルエンサーなど）も異なる可能性があるため、複数のプラットフォーム向けのメッセージの最適化は困難な場合があります。

#### 例: TRUTH LAB シリーズ



たとえば Roozenbeek 氏らは、YouTube 動画で 30 秒または 90 秒の広告として表示される 5 つの短いアニメーション動画を作成しました<sup>26</sup>。これらの動画により、情報操作を見抜く力、信用できるコンテンツと信頼できないコンテンツの判断、誤情報の共有に関する判断が改善されることが確認されました。[動画を見る >](#)



## 効果の持続期間

教育的介入で学んだことは、時間とともに記憶から消えていきます。この記憶の低下は、「ブースター接種」による介入、または誤情報を後日再びプリバンキングする簡単なリマインダーを使って押しとどめられることが研究でわかっています。これには、オリジナルのプリバンキングの繰り返しや、要点をまとめた短縮版を使用できます<sup>27,28</sup>。

### 例: ブースター動画



Jigsaw、ケンブリッジ大学、プリストル大学の研究者は、ユーザーが以前にプリバンキング動画で目にした情報を思い出させるブースター動画を作成しました。デジタル版の「ブースター接種」のようなものです。実験の結果、最初のプリバンキング動画で約10日間ユーザーを保護することができ、10日目に30秒のブースター動画をリマインダーとして使うと、少なくとも30日間は保護の効果が延びることがわかりました。[動画を見る>](#)



## 意図しない効果

プリバンキングによる介入を制作する際、実践者はメッセージに対する否定的な反応の可能性を慎重に考慮する必要があります。逆効果（つまり、介入によって意図せず誤情報の信用性が高まる）が重大な懸念材料になることはありませんが<sup>29</sup>、中には介入に抵抗する人もいます。たとえば考え方に影響を与えて変えさせようとする試みに特に抵抗を示す人は、プリバンキングメッセージを好ましく思わない可能性があります。

ある調査によると、白人至上主義のストーリーをプリバンキングするメッセージは、極右主義者に効果がありませんでした。これは、かたくなな考え方を持つ人はこの種のメッセージに対して抵抗感があることを意味します<sup>30</sup>。プリバンキングメッセージの作成や分析を行う際は、対象における外れ値の影響を考慮することが重要です。

## 1.5

## 今後の調査分野

予防接種による介入は1960年代から存在していますが、デジタル時代のプリバンキングによる介入は、今もなお積極的な研究開発の最中です。世界規模での最適なプリバンキング方法を十分に理解するには、さらなる投資と研究、テストが必要です。



### 国際理解

誤情報は世界的な問題であるにもかかわらず、プリバンキングに関する研究のほとんどが、米国、英国、欧州などのグローバルノースで実施されてきました。世界各国でプリバンキングを状況に合わせて最適に適用する方法を理解するには、さらなる研究が必要です。

表現、ユーザー層、地理、文化的な多様性などの要因はすべて、プリバンキングのようなアプローチの拡張が成功するか失敗するかに関わるため、状況に応じて理解を深める必要があります。



### 非公開アプリケーションへの対応

WhatsApp や Telegram などの非公開メッセージプラットフォームにおける誤情報の拡散を把握することはきわめて困難です。テクノロジーが特にプライバシーを重視して設計されていると、傾向や習慣を把握することが本質的に難しくなります。今まで、この情報空間を対象とするプリバンキングの適用方法については、限定的な研究しか行われていません。

非公開チャットアプリのユーザーの関心を引くプリバンキングコンテンツの種類、彼らが他者との共有に使う形式（介入の効果が増す）、非公開のメッセージ空間における誤情報の衝撃と拡散に対する効果（接種理論コンテンツによって、友だちや家族から共有された誤解を招く情報または正しくない情報に対する信頼を弱めたり、そうしたコンテンツをユーザーが各自の知り合いに共有する可能性を減らしたりできるかどうか）をテストすることは重要です。

#### 例: インドの BAD NEWS



最近の調査で Bad News ゲームがインドのユーザーのプリバンキングに有効であることがわかりました。参加者はゲームをプレイした後のほうが、誤ったニュースの信頼性をより低く評価しています<sup>31</sup>。

BBC Media Action は、プリバンキング動画を改良して、北アフリカでリーチ率の高い既存のソーシャルメディアチャンネルを使って配信するために取り組んでいます。キャンペーンの効果が後で評価されて、2023 年前半には結果が共有される予定です。



## 形式とメッセージの長さ

これまでのプリバンキング研究は、主にテキスト、動画、インタラクティブゲームに重点を置いたものでした。しかしながら、人が情報を利用する形式はほかにも多数あります。音声やミームなどのさまざまな形式にプリバンキングを効果的に適応させる方法を理解するには、さらなる研究が必要です。

### 音声ベースの介入

状況によっては、未だに情報のやり取りに音声形式が主に利用されている場合があります（アフリカの農村部で、地元のラジオが依然として主要な情報源である場合や、データ費用が高いため動画コンテンツよりも WhatsApp グループの音声コンテンツの使用が好まれる場合など）。

このようなケースで大きなメリットがあるにもかかわらず、音声ベースのプリバンキングアプローチを開発して、そうしたアプローチのラジオ番組やチャットアプリによる周知を調査、テストすることは、十分に研究されていません。

### 短い情報

デジタル配信向けに設計されたオンラインゲームや短いアニメーション動画（それぞれ2分程）を使ったプリバンキングによる介入は、効果が高いことが証明されています。デジタルユーザーによっては、デジタルコンテンツの所要時間が短いほど（30秒以下など）関心を示す可能性が高くなり、そうしたコンテンツを扱うプラットフォーム（例: TikTok）に移行する傾向があります。初期の調査で30秒のプリバンキング動画の効果が立証されていますが、こうした「短い」デジタルメディアコンテンツにプリバンキングを適応させることができるかどうかや、その方法を調べるために、さらなる取り組みが必要です<sup>32</sup>。

### 長尺の情報メディア

TV やラジオドラマ、リアリティー番組といった長尺のプログラムは大勢の視聴者にリーチすることを目的としています。BBC Media Action による調査を含め、地元で作られた十分な調査に基づくストーリー中心のメディア出力は、広く視聴者を引き付けて社会的な行動変化をもたらすことを示す有力な証拠があります。リソース不足の状況において大規模に開発問題を扱うストーリーテリングの力の利用と証明は、拡大し続けています。たとえば、HIV / AIDS、性別に基づく暴力、ジェンダー規範、社会的一体性、公衆衛生、避妊具の使用、子どもの生存率などがあります<sup>33, 34, 35, 36, 37, 38, 39</sup>。

BBC Media Action によって、ストーリーテリング形式はデリケートな問題を非対立的に取り上げるうえで非常に便利であることが実証されました。これは、誤情報の拡散に主要な実権派が直接関与し得る社会では重要なことです。しかしながら今までのところ、プリバンキングアプローチをそうしたコンテンツに統合する試みは行わ

れていません。ドラマの筋書きを使用して視聴者にプリバンキングメッセージを伝え、ドラマの登場人物に起きることを通してプリバンキングの警告を体感させることができるかどうかテストできれば、革新的なことです。このようなアプローチは、かなりの数の視聴者にリーチできる可能性があります。さらに重要なのは、オンラインゲームを使用したり、デジタル接種理論のコンテンツを見たりする可能性が低く被害に遭いやすい人々（ソーシャルメディアをあまり使用しない高齢者など）の関心も引けることです。





## メッセンジャーの役割

プリバンキングを巡るこれまでの研究の多くでは、プリバンキング メッセージのコンテンツと形式(このドキュメントで要約されていることの基礎)、およびその手段による有効性の違いが調査されてきました。ただし、ごく一部ではありますが、プリバンキングの有効性がそのメッセンジャーや話し手によってどう変わるのかについて検討した研究もありました。

人は情報源によって異なる反応をします。専門知識、権威、信頼性、偏見のすべてが、メッセンジャーからのメッセージの受け止め方や取り入れ方に影響します。接種資料が最近見直されたことで、情報源の信頼性が考え方に関する抵抗力に果たす役割の調査が開始されました<sup>40</sup>。ソーシャル メディア、インフルエンサー、有名人、権威ある組織、ニュース アナウンサーなどのうち、どのメッセンジャーがどういう状況で誰にプリバンキングした場合にその情報がより効果的に伝わるのかを理解するには、さらなる研究が必要です。



## その他の調査項目

一分野としてのプリバンキングは、進化し続ける情報環境と同じペースで急速に成長しています。研究が進むにつれて、誤情報を拡散しようとする側も順応し、情報操作の新しい方法を考案します。同時にさらなる調査項目が必然的に出現するため、研究者も実践者も新しい知識を絶えずアップデートして社会を誤情報から守る方法を把握する必要があります。

# 02: プリバンキングの方法

2.1	いつ誰が行うべきか	p19
2.2	実施の手順	p21
	ステップ 1: 対象を選ぶ	
	ステップ 2: 対象者を選ぶ	
	ステップ 3: 目標を決める	
	ステップ 4: アプローチを選ぶ: 問題ベースと手法ベース	
	ステップ 5: 形式を選ぶ	
	ステップ 6: 介入を設計する	
2.3	成果の評価	p26
2.4	クリエイティブに関する考慮事項	p29
2.5	注意点	p31
2.6	プリバンキング チェックリスト	p32

## 2.1

## いつ誰が行うべきか

プリバンキングは、情報や操作手法を対象者が十分に把握していない場合、またはそのトピックに対するユーザーの立場が定まっていない場合に最も効果があります。トピックに関する思い込みが強固であったり偏っていたりすると、プリバンキングが難しくなることがあります。

誤情報に対処するアプローチとしてプリバンキングを検討する際、次の状況が当てはまるか確認することをおすすめします。



### 情報や手法が予測できる

誤情報のストーリーと手法は、昔からさまざまなトピックで繰り返し発生していました。こうした傾向を深く分析することで、これらのストーリーや手法の新しい誤情報への応用を予測しやすくなります。たとえば、選挙周期、健康危機、環境災害などの繰り返し生じる機会は、誤情報にとって好機であり、このようなときに使われる手法やストーリーは繰り返される可能性があります。

#### 例: 天然痘と COVID-19

ワクチンは誤情報の定番トピックです。その発明以降、「自然に反する」として非難され、誤った主張が繰り返し利用されてきました。

たとえば 1800 年代には、天然痘のワクチンは牛痘から派生したものであったため、接種すると「人間と牛の交配種」になるとうわさされました。現在は、同じように COVID-19 のワクチンが「DNA を変化させる」と言われています<sup>41</sup>。このストーリーは前もって合理的に予測できたため、プリバンキングの対象として有力な候補になっていたと考えられます。



### 対象者がまだ確信を持っていない

プリバンキングによる介入の設計では、対象者の受容力が鍵となります。ユーザーが誤情報を受け入れる前に介入がリーチすることが理想的です。誤情報を目にした後でもプリバンキングに効果があることを示す証拠もありますが（「治療的接種」として知られる）、ユーザーが主張やストーリーを完全に信じる前のほうが効果的です<sup>42</sup>。プリバンキングによる介入を設計する際は、対象者が誰で、プリバンキングする誤情報をすでにどの程度信用しているか、さらに現在のメディアや政治情勢も考慮して、プリバンキングによる介入の妥当性を判断してください。

#### 例: 系統立った人種差別

Jigsaw とアメリカン大学の調査では、米国人の間の白人至上主義的ストーリーをプリバンキングすると、テスト対象者の大半で白人至上主義的メッセンジャーとそのストーリーに対する支持を減らす効果がありました。ただし、プリバンキング動画は、すでに強固な白人至上主義の信念を示していたユーザーには効果がありませんでした（右派の権威主義や社会的優位性への順応の程度などの調査で測定）<sup>43</sup>。

## 実践者について

オンライン情報への不信が増していることから、プリバンキング時には対象者との強固な信頼の基礎を築くことが重要です。

組織が以下を備えていることを確認してください。

### ✓ トピックについて厳然と語れる専門知識

情報空間は、正確さに関するアドバイスと議論で溢れています。プリバンキングに着手する前に、問題の誤情報に確実に対処するのに必要かつ十分な専門知識があることを確認してください。必要に応じて、評判の高い専門家、学者、権力機関と協力して専門知識を提示することをおすすめします。

### ✓ 対象者との信頼関係

対象者はメッセージの共有元を信頼している場合にメッセージの内容も信頼する可能性が高くなります。リーチしようとしている対象者との強固な関係がある場合や、ユーザーがあなたやそのブランドに親近感を持っていると感じられる場合は、誤情報をプリバンキングするのに有利かもしれません。対象者の信頼度に懸念がある場合は、そのユーザー層と強い関係を築いているグループやクリエイターとの連携を検討してください。

### ✓ 引き込む能力

プリバンキングは一方向的な会話にならないようにする必要があります。成果のモニタリング、反復、評価に使用できるリソースを用意してください。誤情報に対処するメッセージの共有後も、謙虚な態度で対象者と対話することも重要です。

2.2

## 実施の手順

プリバンキング資料を作成する際の5つのステップと考慮事項を紹介します。

### ステップ1:

#### 対象を選ぶ:

### プリバンキングの対象となる誤情報はどのようなものですか？

介入の対象は目的となる誤情報に基づき、気候変動やパンデミックなどの地球規模の危機から、メンタルヘルスに関連する認識などのより個人的な問題まで、あらゆる範囲におよびます。

対象を選ぶ際は、[2.1いつ誰が行うべきか](#)で説明したとおり、次の点を考慮してください。

- 対象となる誤情報とユーザーに関連する専門知識を持っている、または対象分野の専門家と連携している。
- 誤情報の状況を調べて、対象者が遭遇する可能性の高いストーリーと手法を特定する。

### ステップ2:

#### 対象者を選ぶ:

### プリバンキングの取り組みでリーチしようとしている対象者は誰ですか？

介入の対象者について考え、共有しようとしている情報との現在の関係を把握してください。

対象者を選ぶ際は、[2.1いつ誰が行うべきか](#)で説明したとおり、次の点を考慮してください。

- 手法やストーリーが広まる前にそれらを予測できるか。情報環境の進化に伴う新たな手法やストーリーを予測できるか。
- 排除しようとしている手法やストーリーに対象者がすでに傾倒しているか。どの程度信用しているか。

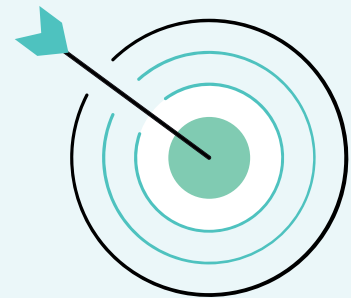
## 2.2

### 実施の手順(続き)

#### ステップ 3:

### 目標を決める

介入の目標を具体的に設定する:  
プリバンキングによる介入を共有した後に達成したい成果はどのようなものですか？



プリバンキングによる介入で達成できるさまざまな成果は、3種類に分類されます。

#### 1. 知識またはスキル

プリバンキングによって、対象者に誤情報に対処するための新しい知識(正確な統計情報など)やスキル(誤情報を見抜く能力)を教え、今後の情報操作に対する耐性をつけてもらうことができます。

#### 2. 意識

プリバンキングは、誤情報から自分の身を守る能力に関する対象者の意識を変えたり、誤情報を拡散する側に対する認識(誤情報の発信元に対する信頼など)を変えたりできます。

#### 3. 行動

プリバンキングは、対象者が誤情報に接したり、誤情報に反応したりする際の行動を変えることができます(例: 誤情報の共有を減らす)。

#### 成果と目標

これらは包括的なものではなく、他の目標も考えられます。組織で介入の目標を合わせられるように、明確かつ早期に目標を定義するようにしてください。

求める成果によって、プリバンキングによる介入の設計方法(2.2 実施の手順)や、[2.3 成果の評価](#)が変わってきます。

## 2.2

## 実施の手順(続き)

## ステップ 4:

アプローチを選ぶ:  
問題ベースと手法ベースアプローチを選択する: プリバンキングする  
のは問題または手法のどちらですか?

## 問題ベースのアプローチ

問題ベース(ストーリーベース)のプリバンキングは、特定の主張を超えた幅広い持続的な誤情報を含むストーリーを対象とします。このアプローチでは、多くの主張の基礎となっている事柄に対処することで、個々の主張をファクトチェックすることなく誤情報をより効率的に排除できます。誤情報を含むストーリーについては、[1.3 誤情報を含むストーリー](#)をご覧ください。

## 問題ベースのプリバンキングが適している場面

誤情報に対処するために、トピックの具体的事実や説明に基づく反論が必要な場合は、ストーリーのプリバンキングが最適なアプローチです。

## 手法ベースのアプローチ

手法ベースのプリバンキングは、複数の主張や誤情報を含むストーリーに広まっている、よく使用される手法や手口を明らかにします。このアプローチでは、操作の内容に対抗するのではなく、対象者が操作の手口を把握できるようにします。誤情報の拡散に使用される操作の手口について詳しくは、[1.3 誤情報を使う手法](#)をご覧ください。

## 手法ベースのプリバンキングが適している場面

複数の主張やストーリーによく使われる手法がある場合、誤情報との複数の接触に広く対抗するには、手法ベースのプリバンキングが効果的な方法です。手法ベースのプリバンキングは誤情報の特定の主張やストーリーに関連付けられていないため、政治的中立性の高い介入を行いやすく、政治色が強い誤情報トピックに役立つ可能性があります。

## 2.2

## 実施の手順(続き)

## ステップ 5:

## 形式を選ぶ:

## プリバンキングメッセージの配信に最適なメディアは何ですか？

プリバンキングメッセージはさまざまな形式で配信できます。これまでに文献で明らかになっている形式は、テキスト、音声、映像、動画、ゲームです。

これらのそれぞれに、拡張性、ユーザー エンゲージメント、効果量、長期有効性、費用に関するメリットとデメリットがあります。これらについては、[1.3 形式と技術面の考慮事項](#)で概説しています。

一般的に、より「能動的」なアプローチは情報操作に対する耐性が高くなる傾向があります。ただし、ビデオゲームのように関与の度合いが高い形式ほど時間と労力を要する場合が多く、対象者にとって取り組むまでの敷居も高くなります。「受動的」なアプローチは迅速に開発して拡張できますが、効果を持続させるには、慎重に設計および展開する必要があります。これらは今までの文献に基づく一般論であり、効果量は介入によって異なる場合があります。



形式を決める際は次の点を確認してください。

- 目的の対象者がすでに使用しているメディア プラットフォームと形式は何か。
- 作成にどれだけの時間と労力(または資金)を投資する必要があるか。
- インフォグラフィック、動画、ゲームなど、視覚に訴えるメッセージを作成するために必要な設計能力があるか。
- どのような拡張性とどの程度のオンライン エンゲージメントを目指すのか。使用する形式は対象者の注意を引き付けておくことができるか。
- メッセージは常時有効か、それとも定期的に更新するためのリソースがさらに必要か。



## ステップ 6:

## 介入を設計する

注意が必要な要素は  
何ですか？

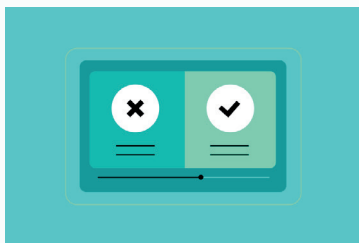
将来の感染と闘う抗体を作るワクチンと同じように、予防接種メッセージによって、今後遭遇する誤情報に対して抵抗力、つまり「精神的抗体」をつけることができます。ただし、介入をプリバンキングとして正常に機能させるには、特定の条件を満たす必要があります。

成功するプリバンキングメッセージにとって重要な3つの要素:



## 1. 警告

ユーザーに情報操作の可能性を知らせる



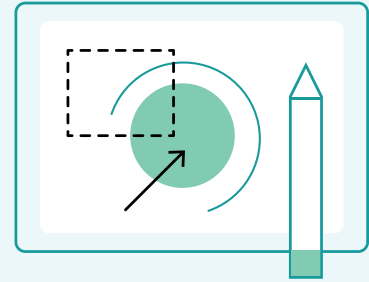
## 2. 予防的反論

ストーリー / 手法とその操作手口を説明する



## 3. マイクロドーズ

誤情報を弱毒化した害のない例または実例(たとえば、対象者を急進的にしたり苦しめたりせず、誤情報を繰り返すこともない例)。



## 謙虚になる

特に危機的状況(新型コロナウイルスなど)では、情報環境が短時間で変化する場合があります。可能であれば説明と反論の限界を認めて、情報が進化を続けている部分について透明性を確保してください。

介入の設計時に脚色することは可能ですが、科学的公正性を維持するために、これらの主要な要素を保持することが重要です。クリエイティブガイドについては、[2.4 クリエイティブに関する考慮事項](#)をご覧ください。

## 2.3

## 成果の評価

作成したプリバンキングで目標を達成できるかどうか確かめるには、どうすればよいでしょう。

介入によって意図した目標を達成できるかどうか、およびその方法を確認するには、評価プランを用意すると便利です。介入の影響を評価することで、今後のプリバンキングの取り組みに役立つフィードバックを得ることができ、他の実践者の助けにもなります。成果の評価は、3つの基本的な手順で行います。

### ステップ1:

### 主な指標を決める

選択する指標は、達成したい目標に直結するものである必要があります。

[2.2 目標を決める](#)で説明したように、一般的には対象者の**知識 / スキル、意識、態度**を変えることが目標になります。これらの成果に対応する一般的な指標は次のとおりです。

#### 知識またはスキルに基づく成果

- 誤情報を使った手法を特定する能力
- 誤情報を含むストーリーを見抜く能力
- 正しい情報と誤った情報を区別する能力

#### 意識に基づく成果

- 誤情報を見抜く能力に対する自信
- 情報源の確実性に対する信頼
- 誤情報が目に入ったときの心的状態(怒りや恐れなど)
- 陰謀論の傾向

#### 態度に基づく成果

- 誤情報の摂取量(誤情報の発信元で費やした時間など)
- 誤情報との関わり(コメントなど)
- 誤情報の共有
- 誤情報への支持(高評価など)

介入の独自の指標を作成できますが、どの指標を使用するにせよ、達成を目指す目標を十分かつ正確に評価できるようにしてください。複数の指標を組み合わせることで目標を評価することをおすすめします。



#### 指標をメッセージに合わせる

問題ベースのプリバンキングの場合、指標にはプリバンキングメッセージで取り上げられている同じ主題(または問題)に関する質問が含まれている必要があります。

同様に手法ベースのプリバンキングは、目的となる同じ手法に対する対象者の知識、意識、態度をテストする質問を使って評価する必要があります。

**ステップ 2:****データを収集する**

指標を用意した後、成果を評価するにはどのようなデータが必要でしょうか？たとえば、誤った二分法を見抜く方法を伝えたい場合、対象者が誤った二分法について学んだかどうかは、どの情報からわかりますか？

文献によると、研究者はデータを収集して目的の成果を評価するために、次の3つの方法のいずれか、またはそれらの組み合わせをよく使用していました。

**1. タスク**

タスクは、介入に接した人の知識、スキル、特性をテストするために使用されます。これは、設問で使われている操作手口を正しく見抜くなど、アンケートの質問のように簡単です。

**2. 自己申告による回答**

自己申告による回答は、介入の前や後にアンケートの質問を使って収集されます。これは主に、介入が行われた後の意識や意向を調べるものです。たとえば、意識の変化を評価する自己申告による回答では、サンプルソーシャルメディアの信頼性や正確性など<sup>44</sup>をリッカート尺度の1(「まったく信頼できない」)から7(「とても信頼できる」)で評価できます<sup>45, 46, 47, 48, 49, 50, 51</sup>。

**3. 行動観察**

行動観察は、介入の前後や最中の行動を記録したデータを収集する際に行われます。たとえば、特定のソーシャルメディアプラットフォームからデータを収集し、複数人のユーザーによって共有された誤情報の量を調べることができます。行動データは実際の影響を最も直接的に評価できる方法ですが、取得することは簡単ではありません。通常は調査を実施するプラットフォームからのデータアクセスか、プラットフォームからデータを抽出するための大量の計算が必要です。

行動データへのアクセスは制限されているため、多くの学術研究では、行動の代わりに行動の意向または判断について質問して、**行動データの代わりに自己申告によるアンケート**が使用されています。たとえば、行動の意向を評価するには、情報を共有するかどうかを自己申告するように求めることができます。

**データアクセス**

このデータを収集する方法は、プリバンキングによる介入を実施するプラットフォームによって異なります。

たとえばソーシャルメディアプラットフォームを使用する場合は、フォローアップアンケートによってデータを収集します(可能な場合)。

独自のプラットフォームを使う場合は、行動データ(誤情報へのリンクをクリックしたかどうかなど)を利用できる可能性があります。

**ステップ 3:****データを分析する**

データを取得した後、プリバンキングによる介入が主な指標に影響したかどうかを判断するにはどうすればよいでしょう。

さまざまな洗練度でデータ分析を行えます。

**1. 介入後の評価(最も簡単)**

プリバンキングによる介入の後で目的の指標に関するデータを収集します。これにより、評価時に対象者が誤情報に対してどの程度耐性があるかわかりますが、プリバンキングの成果によるものかどうかはわかりません。

**2. 介入の前と後の比較**

介入の前と後で、主な指標に関する対象者のパフォーマンスのデータを収集します。これにより、介入後のパフォーマンスの変化を観察して、プリバンキングの効果を分析できます。ただし、結果における変化には他の要素が影響することもあります。コントロールグループなしでは、対象者の知識 / スキル、意識、態度の変化の主な要因がプリバンキングかどうか確かなことはわかりません。

---

**ランダム化比較試験の実施  
(科学的に確実)**

これは、介入の効果を最も厳密かつ科学的に評価する方法です。ランダム化比較試験の入門ガイドは[こちら](#)でご確認ください。プリバンキングによる介入に明らかな効果があるかどうかを正確に知るには、正式なランダム化比較試験とデータの統計分析を実施する以外にありません。ところが、多くの組織には本格的な統計分析を行う術がないことに注目し、このガイドではより簡単な方法を紹介しています。

## 2.4

## クリエイティブに関する考慮事項



### トーン

プリバンキングメッセージを作る際は、メッセージと対象者に適したトーン(シリアス、ユーモラス、フォーマル、カジュアル、教育的など)を判断します。適切なトーンは、対処する対象分野だけでなく、組織と対象者の関係によって異なります。

トーンを決めるときは、対象者の注意を引き付けるものや、メッセージを効果的に伝える方法を検討してください。

プリバンキングによる介入の多くで、対象者の関心を引くために、全体にユーモアを散りばめた楽しませる説明と例が使われています<sup>52,53</sup>。介入によっては、ストーリーテリングを使ってプリバンキングの要素を効果的に説明したものもあります。しかし、ユーモアを組み込むには不適切なトピックも多数あります(人的被害が関係する出来事など)。対象者を自身で判断して理解し、最適なトーンを見つけてください。



### 効果と倫理

クリエイティブでは適切なトーンと効果的なトーンについてよく考えてください。そうしないと、誤った理由で拡散されてしまう可能性があります。

#### 例: 楽しいトーンのアニメーションのプリバンキング



個人攻撃の手口を定義するために Jigsaw とケンブリッジ大学が制作したこのプリバンキング動画では、視聴者がオンラインでの情報操作を見抜けるようにマンガの悪役が使われています。  
[動画を見る >](#)

#### 例: シリアスなプリバンキング



Jigsaw と Demagog が制作したこのシリアスな動画では、ウクライナ難民に関する実際のシナリオや情報について議論する友人同士を描いています。  
[動画を見る >](#)

## クリエイティブに関する考慮事項(続き)

メッセージを展開する前の最終チェック:



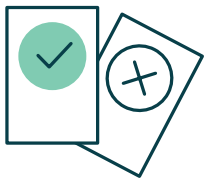
### 出典の確認

出典を確認してください。情報源を明確にして、対象者がメッセージの意図を推測する必要がないようにします。



### コンテキスト

プリバンキングメッセージを作成する際は、閲覧者が主題と次の手順に関するより多くのコンテキストにアクセスできるようにすることが重要です。閲覧者はメッセージを見た後にどのような行動をとるでしょう。詳細を確認できる参照先や、誤情報を未然に防ぐ言葉の拡散に関与できる場所がありますか？詳細情報が記載されたランディングページを検討するか、メッセージを補強するカスタム外部リンクを作成してください。



### クリエイティブテスト

最善の意図と作成プロセスであっても、予測できない不確定要素があります。対象者を代表するフォーカスグループでクリエイティブ(動画、インフォグラフィック、ゲーム)をテストして、オンラインで大勢の人と共有する前にユーザーの反応を把握しておくことをおすすめします。

## 2.5

## 注意点

ご存じのとおり、プリバンキングは誤情報を根絶する万能ソリューションではありません。制限事項や変化するトレンドが成果に影響します。その一部をご紹介します。

### ツールの一つにすぎない

プリバンキングは他のすべての介入より決定的に優れているわけではありませんが、防御の最前線としておすすめします。また、個人レベルの介入（プリバンキングなど）はシステムレベルの介入（二極化と組織的な虚偽情報の根絶など）と連携することを覚えておく役立ちます<sup>54</sup>。誤情報に対するすべての介入には長所と短所があり、適切な状況であればその多くが効果を発揮します。プリバンキングはツールの一つにすぎません。[他のツールと組み合わせ](#)て使用することもできます。

### 固定観念に注意する

先の [2.1 いったい誰が行うべきか](#) で説明したように、プリバンキングは対象者が誤情報を完全に受け入れていない場合の効果が実証されています。政治問題化や過激化が原因で考え方が固定された後では、プリバンキングの効果が下がって対象者の反応が鈍くなる可能性があります。そのタイミングを判断するのは簡単ではありません。ユーザーに応じて異なるメッセージやチャネルを選択できます。

### 対象者を見下さない

情報を共有したり、新しいスキルを教えたりする際に、見下されていると対象者が感じるリスクがあります。オンラインユーザーはスマートで、大量の情報を非常に短時間で処理できます。偉そうな表現や子ども扱いは避けて、知的謙虚さと中立的なトーンを常に保ってください。

### メッセージを単純化しすぎない

オンラインで情報を共有する際、コンテンツの作成者は対象者の注意を引くために、メッセージを魅力的な短い言葉にまとめがちです。この傾向は、より新しいソーシャルメディアプラットフォームでますます強くなっています。短い情報のほうが広まりやすい可能性がありますが、この方法でニュアンスを伝えるのは困難です。その効果が薄れるほどにメッセージを単純化しないでください。使用しているプラットフォームまたはメディアが複雑なメッセージに対応していない場合は、閲覧者が興味を持ったときに詳細を確認できるソースにアクセスできるようにしてください。

### 誤解が生まれる可能性

効果的かつ効率的で徹底的なコミュニケーションに努めていても、対象者がメッセージを誤解することがあります。対象者があなたの取り組みと目標に関する詳細なコンテキストを確認できるように、リンクを追加して誤解に備えてください。

2.6

# プリバンキング チェックリスト

## 介入の設計

### 対象を選ぶ

プリバンキングの対象となる誤情報はどのようなものですか？

### 対象者を選ぶ

介入の対象者は誰ですか？

### 目標を決める

達成したい成果はどのようなものですか？

### アプローチを選ぶ

介入によって対処するのは、誤情報のコンテンツまたは手口のどちらですか？

### 形式を選ぶ

介入に最適な形式はどれですか(テキスト、インフォグラフィック、動画など)？

### メッセージを作成する

文化、手口、対象者に基づいて介入を組み立てます。

### メッセージを展開する

指定プラットフォームでクリエイティブを共有します。

### 成果を評価する

目標とする成果に合致するのはどのような指標で、結果をどのように評価しますか？



# リファレンス

- 1 Leonardo Bursztyjn, Aakaash Rao, Christopher P. Roth, David H. Yanagizawa-Drott 著「Misinformation during a Pandemic」、National Bureau of Economic Research (2020年6月)。<https://www.nber.org/papers/w27417>
- 2 Jacob Poushter, Moira Fagan, Sneha Gubbala 著「Climate Change Remains Top Global Threat Across 19-Country Survey」、Pew Research Center の Global Attitudes Project (ブログ, 2022年8月31日)。<https://www.pewresearch.org/global/2022/08/31/climate-change-remains-top-global-threat-across-19-country-survey/>
- 3 ここでの誤情報とは、意図的かどうかに関係なく有害な結果をもたらす可能性がある正しくない情報、誤解を招く情報、人を惑わす情報のことです。虚偽の情報は(たとえば、組織的キャンペーンの一環として)意図的に作られた誤情報です。便宜上、このドキュメント全体を通して、正しくない情報または誤解を招く情報は、虚偽の情報や悪意ある情報から生じたものも含め、すべて誤情報と呼びます。
- 4 Jon Roozenbeek, Jane Suiter, Eileen Culloty 著「Countering Misinformation: Evidence, Knowledge Gaps, and Implications of Current Interventions」、European Psychologist (2022年9月20日) オンライン先行出版。<https://doi.org/10.31234/osf.io/b52um>
- 5 Stephan Lewandowsky 他著「Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing」、Psychological Science in the Public Interest 13, No. 3 (2012年12月): 106–31。<https://doi.org/10.1177/1529100612451018>
- 6 Fabiana Zollo 他著「Debunking in a World of Tribes」、Jose Javier Ramasco 編集、PLOS ONE 12, No. 7 (2017年7月24日): e0181821。<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181821>
- 7 Sander van der Linden 他著「Inoculating the Public against Misinformation About Climate Change」、Global Challenges 1, No. 2 (2017年2月): 1600008。<https://doi.org/10.1002/gch2.201600008>
- 8 Jon Roozenbeek 他著「Psychological Inoculation Improves Resilience against Misinformation on Social Media」、Science Advances 8, No. 34 (2022年8月26日): eabo6254。<https://doi.org/10.1126/sciadv.abo6254>
- 9 W. J. McGuire 著「Resistance to Persuasion Conferred by Active and Passive Prior Refutation of the Same and Alternative Counterarguments」、The Journal of Abnormal and Social Psychology 63, No. 2 (1961年9月): 326–32。<https://doi.org/10.1037/h0048344>
- 10 Jon Roozenbeek, Sander van der Linden, Thomas Nygren 著「Prebunking Interventions Based on the Psychological Theory of ‘Inoculation’ Can Reduce Susceptibility to Misinformation across Cultures」、Harvard Kennedy School Misinformation Review (2020年2月3日)。<https://doi.org/10.37016/mr-2020-008>
- 11 Sander van der Linden 他著「Inoculating the Public against Misinformation About Climate Change」、Global Challenges 1, No. 2 (2017年2月): 1600008。<https://doi.org/10.1002/gch2.201600008>
- 12 Josh Compton, Ben Jackson, James A. Dimmock 著「Persuading Others to Avoid Persuasion: Inoculation Theory and Resistant Health Attitudes」、Frontiers in Psychology 7 (2016年2月9日)。<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00122>
- 13 Bobi Ivanov 他著「Using an Inoculation Message Approach to Promote Public Confidence in Protective Agencies」、Journal of Applied Communication Research 44, No. 4 (2016年10月): 381–98。<https://doi.org/10.1080/00909882.2016.1225165>
- 14 Robin L. Nabi 著「‘Feeling’ Resistance: Exploring the Role of Emotionally Evocative Visuals in Inducing Inoculation」、Media Psychology 5, No. 2 (2003年5月): 199–223。[https://doi.org/10.1207/S1532785XMEPO502\\_4](https://doi.org/10.1207/S1532785XMEPO502_4)
- 15 John Cook, Stephan Lewandowsky, Ullrich K. H. Ecker 著「Neutralizing Misinformation through Inoculation: Exposing Misleading Argumentation Techniques Reduces Their Influence」、Emmanuel Manalo 編集、PLOS ONE 12, No. 5 (2017年5月5日): e0175799。<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>
- 16 Cecilie S. Traberg, Jon Roozenbeek, Sander van der Linden 著「Psychological Inoculation against Misinformation: Current Evidence and Future Directions」、The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 700, No. 1 (2022年3月): 136–51。<https://doi.org/10.1177/00027162221087936>
- 17 Sander van der Linden 他著「Inoculating the Public Against Misinformation About Climate Change」、Global Challenges 1, No. 2 (2017年2月): 1600008。<https://doi.org/10.1002/gch2.201600008>
- 18 John Cook, Stephan Lewandowsky, Ullrich K. H. Ecker 著「Neutralizing Misinformation Through Inoculation: Exposing Misleading Argumentation Techniques Reduces Their Influence」、Emmanuel Manalo 編集、PLOS ONE 12, No. 5 (2017年5月5日): e0175799。<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>
- 19 Jon Roozenbeek 他著「Psychological Inoculation Improves Resilience against Misinformation on Social Media」、Science Advances 8, No. 34 (2022年8月26日): eabo6254。<https://doi.org/10.1126/sciadv.abo6254>
- 20 Stephan Lewandowsky, Muhsin Yesilada 著「Inoculating against the Spread of Islamophobic and Radical-Islamist Disinformation」、Cognitive Research: Principles and Implications 6, No. 1 (2021年12月): 57。<https://doi.org/10.1186/s41235-021-00323-z>
- 21 Jon Roozenbeek, Sander van der Linden 著「How to Combat Health Misinformation: A Psychological Approach」、American Journal of Health Promotion 36, No. 3 (2022年3月): 569–75。<https://doi.org/10.1177/08901171211070958>
- 22 Melisa Basol 他著「Towards Psychological Herd Immunity: Cross-Cultural Evidence for Two Prebunking Interventions against COVID-19 Misinformation」、Big Data & Society 8, No. 1 (2021年1月): 205395172110138。<https://doi.org/10.1177/20539517211013868>

## リファレンス(続き)

- 23 Melisa Basol, Jon Roozenbeek, Sander Van der Linden 著「Good News About Bad News: Gamified Inoculation Boosts Confidence and Cognitive Immunity Against Fake News」、*Journal of Cognition* 3、No. 1(2020年1月10日): 2。<https://doi.org/10.5334/joc.91>
- 24 John Cook 他著「The Cranky Uncle Game—Combining Humor and Gamification to Build Student Resilience Against Climate Misinformation」、*Environmental Education Research* (2022年6月14日)、1-17。<https://doi.org/10.1080/13504622.2022.2085671>
- 25 「GCS International Joins the Fight against Health Misinformation Worldwide」、Government Communication Service of the United Kingdom (2021年2月18日)。<https://gcs.civilservice.gov.uk/news/gcs-international-joins-the-fight-against-health-misinformation-worldwide/>
- 26 Jon Roozenbeek 他著「Psychological Inoculation Improves Resilience against Misinformation on Social Media」、*Science Advances* 8、No. 34 (2022年8月26日): eabo6254。<https://doi.org/10.1126/sciadv.abo6254>
- 27 Rakoén Maertens 他著「Long-Term Effectiveness of Inoculation against Misinformation: Three Longitudinal Experiments」、*Journal of Experimental Psychology: Applied* 27、No. 1(2021年3月): 1-16。<https://doi.org/10.1037/xap0000315>
- 28 Bobi Ivanov, Kimberly A. Parker, Lindsay L. Dillingham 著「Testing the Limits of Inoculation-Generated Resistance」、*Western Journal of Communication* 82、No. 5 (2018年10月20日): 648-65。<https://doi.org/10.1080/10570314.2018.1454600>
- 29 Briony Swire-Thompson, Joseph DeGutis, David Lazer 著「Searching for the Backfire Effect: Measurement and Design Considerations」、*Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 9、No. 3 (2020年9月): 286-299。<https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2020.06.006>
- 30 Brian Hughes, Kurt Braddock, Cynthia Miller-Idriss, Beth Goldberg, Meili Criezis, Pasha Dashtgard, Kesa White 著「Inoculating Against Persuasion by Scientific Racism Propaganda: The Moderating Roles of Propaganda Form and Subtlety」、*SocArXiv* (2021年7月31日)。<https://doi.org/10.31235/osf.io/ecqn4>
- 31 Ananya Iyengar, Poorvi Gupta, Nidhi Priya 著「Inoculation Against Conspiracy Theories: A Consumer Side Approach to India's Fake News Problem」、*Applied Cognitive Psychology* (2022年9月14日) acp.3995。<https://doi.org/10.1002/acp.3995>
- 32 Jon Roozenbeek 他著「Psychological Inoculation Improves Resilience against Misinformation on Social Media」、*Science Advances* 8、No. 34 (2022年8月26日): eabo6254。<https://doi.org/10.1126/sciadv.abo6254>
- 33 Abhijit Banerjee, Eliana La Ferrara, Victor Orozco-Olvera 著「The Entertaining Way to Behavioral Change: Fighting HIV with MTV」、マサチューセッツ州ケンブリッジ: National Bureau of Economic Research (2019年7月)。<https://doi.org/10.3386/w26096>
- 34 S. Usdin 他著「Achieving Social Change on Gender-Based Violence: A Report on the Impact Evaluation of Soul City's Fourth Series」、*Social Science & Medicine* 61、No. 11 (2005年12月): 2434-45。<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2005.04.035>
- 35 ユニセフ「Technical Note on Gender Norms」(国連、日付不明)。<https://www.unicef.org/media/65381/file/GP-2020-Technical-Note-Gender-Norms.pdf>
- 36 Ada Sonnenfeld 他著「Strengthening Intergroup Social Cohesion in Fragile Situations」、*3ie Systematic Review* 46 (2021年)。<https://www.3ieimpact.org/evidence-hub/publications/systematic-reviews/strengthening-intergroup-social-cohesion-fragile>
- 37 「Creatively Tackling Sanitation in India」、BBC Media Action (2020年9月)。<https://www.bbc.co.uk/mediaaction/publications-and-resources/research/summaries/executive-summary-navarangi-re-sept-2020/>
- 38 Rachel Glennerster, Joanna Murray, Victor Poulouen 著「The Media or the Message? Experimental Evidence on Mass Media and Contraception in Burkina Faso」(2022年8月21日)。[https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/research-paper/working-paper\\_3835\\_Mass-Media-and-Contraception\\_Burkina-Faso\\_Aug2022.pdf](https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/research-paper/working-paper_3835_Mass-Media-and-Contraception_Burkina-Faso_Aug2022.pdf)
- 39 Danielle A. Naugle, Robert C. Hornik 著「Systematic Review of the Effectiveness of Mass Media Interventions for Child Survival in Low- and Middle-Income Countries」、*Journal of Health Communication* 19、No. sup1 (2014年5月6日): 190-215。<https://doi.org/10.1080/10810730.2014.918217>
- 40 Josh Compton, Sander van der Linden, John Cook, Melisa Basol 著「Inoculation Theory in the Post-Truth Era: Extant Findings and New Frontiers for Contested Science, Misinformation, and Conspiracy Theories」、*Compass* (2021年5月5日)。<https://doi.org/10.1111/spc3.12602>
- 41 Renee DiResta 著「'Prebunking' Health Misinformation Tropes Can Stop Their Spread」、*Wired* (2021年8月28日)。<https://www.wired.com/story/prebunking-health-misinformation-tropes-can-stop-their-spread/>
- 42 Josh Compton 他著「Inoculation Theory in the Post-Truth Era: Extant Findings and New Frontiers for Contested Science, Misinformation, and Conspiracy Theories」、*Social and Personality Psychology Compass* 15、No. 6 (2021年6月)。<https://doi.org/10.1111/spc3.12602>
- 43 Brian Hughes 他著「Inoculating against Persuasion by Scientific Racism Propaganda: The Moderating Roles of Propaganda Form and Subtlety」、プレプリント: *SocArXiv* (2021年7月31日)。<https://doi.org/10.31235/osf.io/ecqn4>
- 44 Jon Roozenbeek, Sander Van der Linden, Rakoén Maertens, Stefan M. Herzog, Michael Geers, Ralf Kurvers, Mubashir Sultan 著「Susceptibility to Misinformation Is Consistent Across Question Framings and Response Modes and Better Explained by Myside Bias and Partisanship than Analytical

## リファレンス(続き)

- Thinking」、Judgment and Decision Making、Vol. 17、No. 3 (2022年5月): 547~573 ページ。<https://journal.sjdm.org/22/220228/jdm220228.pdf>
- 45 Rakoen Maertens 他著「Long-Term Effectiveness of Inoculation against Misinformation: Three Longitudinal Experiments」、Journal of Experimental Psychology: Applied 27、No. 1(2021年3月): 1-16。<https://doi.org/10.1037/xap0000315>
- 46 Jon Roozenbeek 他著「Psychological Inoculation Improves Resilience Against Misinformation on Social Media」、Science Advances 8、No. 34 (2022年8月26日): eabo6254。<https://doi.org/10.1126/sciadv.abo6254>
- 47 Melisa Basol 他著「Towards Psychological Herd Immunity: Cross-Cultural Evidence for Two Prebunking Interventions against COVID-19 Misinformation」、Big Data & Society 8、No. 1(2021年1月): 205395172110138。<https://doi.org/10.1177/20539517211013868>
- 48 Stephan Lewandowsky、Muhsin Yesilada 著「Inoculating Against the Spread of Islamophobic and Radical-Islamist Disinformation」、Cognitive Research: Principles and Implications 6、No. 1(2021年12月): 57。<https://doi.org/10.1186/s41235-021-00323-z>
- 49 Melisa Basol、Jon Roozenbeek、Sander Van der Linden 著「Good News About Bad News: Gamified Inoculation Boosts Confidence and Cognitive Immunity Against Fake News」、Journal of Cognition 3、No. 1(2020年1月10日): 2。<https://doi.org/10.5334/joc.91>
- 50 Jon Roozenbeek、Sander van der Linden 著「How to Combat Health Misinformation: A Psychological Approach」、American Journal of Health Promotion 36、No. 3(2022年3月): 569-75。<https://doi.org/10.1177/08901171211070958>
- 51 Jon Roozenbeek、Sander van der Linden 著「The Fake News Game: Actively Inoculating against the Risk of Misinformation」、Journal of Risk Research 22、No. 5(2019年5月4日): 570-80。<https://doi.org/10.1080/13669877.2018.1443491>
- 52 John Cook 他著「The Cranky Uncle Game— Combining Humor and Gamification to Build Student Resilience Against Climate Misinformation」、Environmental Education Research (2022年6月14日)、1-17。<https://doi.org/10.1080/13504622.2022.2085671>
- 53 Jody C. Baumgartner、Amy Becker 編集「Political Humor in a Changing Media Landscape: A New Generation of Research」、Lexington Studies in Political Communication (ランハム: Lexington Books、2018年)。
- 54 Jon Roozenbeek、Jane Suiter、Eileen Culloty 著「Countering Misinformation: Evidence, Knowledge Gaps, and Implications of Current Interventions」、European Psychologist (2022年9月20日) オンライン先行出版。<https://doi.org/10.31234/osf.io/b52um>

誤情報のプリバンキング実践ガイド  
(c) 2022

