
原著論文

フェイクニュース検証記事の制作過程～2018年沖縄県知事選挙における沖縄タイムスを事例として～

Fake news verification process: A case study from The Okinawa Times during the 2018 gubernatorial election

キーワード：

フェイクニュース、ソーシャルメディア、ニュース制作過程、ニュースバリュー、地方紙

keyword：

fake news, social media, news production process, news value, local newspaper

法政大学 藤代裕之

Hosei University Hiroyuki FUJISHIRO

要約

本研究は、2018年に行われた沖縄県知事選挙に関するフェイクニュース検証記事を事例に、地方紙である沖縄タイムスのニュース制作過程を、地方紙のニュースバリューである「地域性」、「取材先」、「社内」、「同業他社」をインターネットメディアとの関係性を考慮に入れながら明らかにしたものである。3人の記者の聞き取り調査から、フェイクニュースを取材することで、これまでは異なると考えられていた既存メディアとインターネットメディアのニュースバリューが重なり、インターネットメディアであるバズフィード日本版が「同業他社」として位置づけられたことが分かった。これにより、候補者間で偏りが生じないよう報道するという記者が捉えていた選挙報道のニュース制作過程の公平性の「原則」が揺らぐことになった。また、地理的環境に左右されないインターネットメディアにより、地方紙が重視するニュースバリュー「地域性」に二重性が生じた。これらの変化が、これまでの地方紙のニュースバリューで取材を進める記者に戸惑いを生むことになった。選挙時のフェイクニュース検証記事における課題として、公平性についての議論が必要である。本研究の調査対象者は限られており、フェイクニュース検証記事の制作過程を一般化することは難しいが、フェイクニュース検証というソーシャルメ

原稿受付：2019年4月1日

掲載決定：2019年10月25日

ディア時代の新たなニュース制作過程を明らかにしたという点で意義がある。

Abstract

This study examines news production process by The Okinawa Times, a local daily in Japan's Okinawa Prefecture. As a case study, this paper looks at the daily's debunking articles published during the 2018 Okinawa gubernatorial election. It focuses on four elements related to common news values for local newspapers; localness, sources, in-house relations, and competitors, in the context of the paper's relation to online media outlets. Interviews with three journalists at The Okinawa Times revealed that the paper came to recognize online media outlet BuzzFeed Japan as its rival through coverage of fake news. This led to reviewing of the principle of fairness, which had been seen as an important norm in election coverage. The study also revealed that localness, which was an important element of news value for local newspapers, started to bear dual meanings as they competed with BuzzFeed news for which localness is not necessarily newsworthiness. Thus, competition with the online news outlet also affected the local paper's criteria for newsworthiness. I argue that there needs to be a discussion on how to sustain fair reporting during election campaigns as news organizations engage in debunking. While this study has a limitation in terms of generalizing the process of producing debunking articles due to a limited number of journalists interviewed, it revealed a new form of news production process in the age of social media.

1 はじめに

2016年のアメリカ大統領選挙をきっかけに、選挙時のフェイクニュースが民主主義の根幹を揺るがす大きな問題であるとの考えが広がり、フェイクニュースを検証する取り組みが進んでいる。インターネットメディアのバズフィードは、マケドニアの若者が金儲けのために大統領候補だったドナルド・トランプを支持するフェイクニュースを作り出し、フェイスブックで拡散していると報じた (Silverman & Lawrence, 2016)。BBCは、同じく大統領候補だったヒラリー・クリントンが小児性愛者グループと関わっているというフェイクニュースを信じた人物が、無関係のピザ店に銃を持って押し入ったピザゲート事件を分析し、掲示板から生まれた陰謀論がツイッターを通して注目されたと報じた (Wendling, 2016)。

フェイクニュースは明確に定まった定義はないが、オーストラリアのマッコリー辞典によると「政治目的や、ウェブサイトへのアクセスを増やすために、サイトから配信される偽情報やデマ。ソーシャルメディアによって拡散される間違った情報」⁽¹⁾とされており、上記のフェイクニュース検証も、ソーシャルメディアで拡散した間違った情報を対象としている。

沖縄は、国内においてフェイクニュースの脅威に直面している地域のひとつである。2017年に沖縄県の地方紙から相次いで以下の書籍が発売された。琉球新報は『これだけは知っておきたい沖縄フェイク (偽) の見破り方』を、沖縄タイムスは『これってホント!? 誤解だらけの沖縄基地』を取りまとめ、基地に関するフェイクニュースに反証している。また、2018年9月に行われた沖縄県知事選挙では、両紙ともにソーシャルメディアで拡散するフェイクニュースを検証する取り組みを行った。

これらの取り組みが各国で進むが、バズフィードやBBCのようなフェイクニュース検証記事がど

のように制作されているのかの研究は少ない⁽²⁾。そこで本研究では、沖縄タイムスの沖縄県知事選挙での取り組みを事例に、フェイクニュース検証記事の制作過程を明らかにする。

2 先行研究

Lazerら (2018) がまとめたフェイクニュースの研究動向には、ソーシャルメディアではフェイクニュースが事実を伝えるニュースよりも早く、多く、拡散され (Vosoughi et al, 2018)、訂正が行われた後でも最初に接触した情報を信じる傾向にある (Swire et al, 2017) などの研究が紹介されているが、フェイクニュースの検証については取り上げられていない。

メディアによるフェイクニュース検証は、ニュース制作過程のひとつである。ニュース制作過程の研究において重要な位置づけを占めるのが、社会で起きる出来事をメディアが報道する基準を明らかにするニュースバリュー研究である。

Shoemaker & Reese (1996) は、ニュースバリューには「突出性・重要性」「人に対する興味」など6つの特徴があるとしている。Mencher (2010) は、「適時性」「影響」「必要性」などの8つを挙げ、中流階級の読者・視聴者の利益に合わせて作られていたエンターテインメント色の強いニュースが21世紀に入ると悲観的な話題に変化したと指摘している。大石 (2000) は「新聞と週刊誌は発行サイクルが異なることから、それらのニュースバリューが異なるのは当然である」(p21)と述べており、時代や媒体によりニュースバリューは変化するといえる。フェイクニュース検証は、2016年のアメリカ大統領選を契機として注目された新しい出来事であり、既存メディアだけでなく、インターネットメディアも取り組んでいるため、ニュースバリューが異なることが想定される。

藤代 (2009) は、インターネットメディアの

登場でニュース概念が変化し、「新聞社や通信社のような従来『ニュース』と呼ばれていたメディアの常識から考えれば首をかしげるようなものもある」(p83)と述べている。ヤフートピックスの元編集長である奥村(2018)は、公共的使命や文化的使命に重きを置いてきた既存メディアに対し、インターネットメディアには記事の閲覧数を重視するページビュー至上主義が起きており、「芸能スキャンダルがトップで扱われることは珍しくない」(p295)と述べている。ヤフーニュースの編集者である伊藤(2015)は、「従来のマスメディアの価値判断では報じられないような内容の事象がネット上での不正確な情報として大きく拡散する可能性がある」(p73)と、既存メディアのニュースバリューが、フェイクニュース検証の取り組みを妨げることに懸念を表明している。3者ともに、既存メディアとインターネットメディアはニュースバリューが異なるとの立場をとっている。

国内におけるニュースの制作過程は、既存メディアが大規模災害に直面したり、独自に調査報道を行ったりした際に、自社による取り組みを紹介した書籍により開示されることが多い。神戸新聞の『神戸新聞の100日ー阪神大震災、地域ジャーナリズムの戦い』や高知新聞の『黒い陽炎』などがあるが研究は乏しい。その要因について、大石らは(2000)「受け手に対する効果研究に焦点が当てられていたことに加え、マスメディア組織の情報生産過程、なかでもニュースの取材・編集過程を直接に調査することの困難さに求められる」(p85)と述べている。

茨城新聞の編集局へのヒアリングと参与観察によると(大石ら, 2000), ニュースの第一次的な情報源は、事件事故では警察, 政治・行政・経済では、記者が日常的に接触する「ひと」である。ニュースバリューの形成要因として最も多く挙げられたのは他のマスメディア(他紙, テレビ)であり、「何が全国のトップニュースかを把握する

ときに、テレビニュース、特にNHKのニュースを参考にする」(p82)との証言を引き出している。記者たちが意識していたニュースバリューの判断基準は「地域性」に集中していた。

熊本日日新聞の記者50人を対象とした調査(山口, 2006)では、記者が最も意識するマスメディアは全国紙82%, NHKテレビ6%, 西日本新聞2%であり、その他で「インターネットを含めた多くのメディア」と回答した記者が1人いた。ニュースバリューに影響したのは先輩記者, 取材源, 同僚記者, 競合関係にある他紙の記事, という順になっている。

これらの研究で明らかになった地方紙のニュースバリューは、「地域性」, 「取材先」, 「社内」, 「同業他社」の4要因が重視されているとまとめることができるが、インターネットメディアとの関係は十分に考慮されていない。

ニュースの制作過程は、Tuchman(1991)が「ニュース網からの情報収集、さらにライバルであり同僚でもある制作者たち同士の駆け引きから構築された事実や情報源とも密接に関わっている」(p259)と指摘したように、ニュースバリュー以外にも要因がある。桶田(2015)は、東京電力福島第一原発事故に直面したテレビユー福島が取材自粛を受け入れたことをキー局の判断を絶対視する関係性に求めている。辻ら(2018)の調査によると、高知新聞の「高知県庁闇融資問題」報道では編集局長らによる介入により、記事化が先送りされたことを示している。これらの研究も、インターネットメディアとの関係は十分に考慮されていない。

先述したようにフェイクニュース検証は、既存メディアだけでなく、インターネットメディアも取り組んでいるため、インターネットメディアとの関係を考慮することは不可欠である。そこで本研究では、沖縄タイムスのフェイクニュース検証記事の制作過程を、地方紙が重視するニュースバリューである「地域性」, 「取材先」, 「社内」, 「同

業他社」の4要因とインターネットメディアとの関係性を考慮に入れながら明らかにしたい。

3 調査手法

沖縄タイムスの沖縄県知事選挙のフェイクニュース検証の中心となった記者を対象に、2018年10月25、26日に聞き取り調査を行った。対象は、総合メディア局デジタル部の與那覇里子記者、選挙取材キャップの編集局政経部の大野亨恭記者、編集局社会部の比嘉桃乃記者の3人である。総合メディア局と編集局は、沖縄タイムス社の同じフロアにあるが、やや離れた位置にあり、局が異なるために指揮命令系統は別となっている。

それぞれの役割は、與那覇がプロジェクトリーダー、大野が候補者陣営や各党などへの取材の中心、比嘉がソーシャルメディアに拡散するフェイクニュースと見られる情報の収集と確認の中心である。

聞き取り調査では、フェイクニュース検証記事の制作過程を確認するため、プロジェクトの発足から、記事化、振り返りまでを時系列で質問した。その上で課題も聞いた。その際に、先行研究に基づき、社内の議論、地元のライバル紙である琉球新報やインターネットメディアとの関係について確認した。1人あたりの調査時間は1時間～2時間程度で合計時間は、5時間57分であった。

3.1 沖縄タイムスの概要と沖縄のメディア状況

沖縄タイムスの概要と沖縄のメディア状況について概観する。沖縄タイムスは、米軍統治下の1948（昭和23）年に創刊された。本社を沖縄県那覇市に、東京や宮古島などに7支社・支局・営業部を置く。2015年2月現在の社員は248人、発行部数は約15万部である。取材や記事は編集局が行い、ニュースサイト「沖縄タイムスプラス」の更新は総合メディア局が行っている。沖縄県内には、同じく那覇市に本社を置く琉球新報があり、

発行部数も同規模の約15万部である⁽³⁾。

山田（2018）は、沖縄のメディア環境は他の都道府県と比べて独自性があるとしている。本土から距離的に離れることで、沖縄に残る活字文化や出版文化が存在し、全国紙の発行は少なく、民放チャンネルも3つにとどまっていることから「全国紙（東京紙）との間には日常的な取材競争もなければ、紙面上もそれほど強く意識を必要がない状況が生まれがちだ」（p36）とする、その一方で、「勢力が拮抗した県紙が存在するのは日本唯一であって、しかもこうした状況は、戦後しばらくして二紙体制になって以来変わらない。その競争は熾烈を極めており」（p50）と、地元2紙が紙面や行事において競争を繰り広げていると紹介している。

3.2 沖縄県知事選挙の概要

フェイクニュース検証の対象となる2018年の沖縄県知事選挙は、8月8日に翁長雄志知事が死去したことに伴い行われた。翁長知事の任期は12月9日までであったが急死により前倒しされ、9月13日に告示、9月30日投開票となった。候補者は届け出順に、佐喜真淳、玉城デニー、兼島俊、渡口初美の4名である。いずれも無所属であったが、自民党や公明党が押す前宜野湾市長の佐喜真と、翁長氏の後継者として立憲民主党や自由党などが押す前衆議院議員の玉城の事実上の一騎打ちとなった。選挙戦の争点は米軍普天間飛行場の辺野古移転や経済振興策であった。投票率は63.24%、得票数は、玉城396,632票、佐喜真316,458票、兼島3,638票、渡口3,482票である⁽⁴⁾。

3.3 報道内容

沖縄タイムスは、9月27日朝刊社会面（図1）でフェイクニュース検証記事を公開した。ツイッターで拡散する「共産党出馬の翁長知事が訪米しても政府関係者の誰にも会えなかったし、沖縄の米軍基地の中にすら入れなかった」「佐喜真氏の



図1. 沖縄タイムス2018年9月27日付け朝刊社会面政策の文字数は2.2万字超えて、玉城氏は約800字「佐喜真氏は宜野湾市長選で給食費無料化を掲げて当選したが、値上げした」の3つを紹介した。候補者別では、佐喜真1、玉城1、双方に触れたもの1である。ホームページの確認や党への取材を行い、給食費のツイートを除く2つをフェイクニュースと判断した。

3.4 調査対象との関係性

筆者は、沖縄タイムスのフェイクニュース検証に協力した。協力内容は、国際連合教育科学文化機関(ユネスコ)が発行した『Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation』(2018)に掲載されている「The difference between Fact-checking and Verification」(図2)を提示し、フェイクニュース検証に際して、政治家の発言などを確認するファクトチェックとソーシャルメディア上のうわさを検証するベリフィケーションを区分する提案が行われていることを説明した。この図は

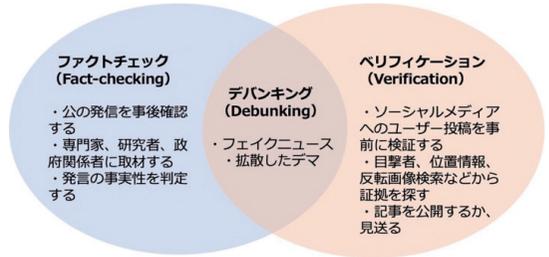


図2. ファクトチェックとベリフィケーションの区分。ユネスコ発行資料を邦訳(藤代裕之・耳塚佳代)

2016年以降にフェイクニュースが注目されたことでファクトチェックの範囲が拡大、混乱した状況になったものを整理するために作られたものである。また、国際ファクトチェック・ネットワーク(IFCN)が加盟団体に求めている、特定の党派に偏らず公平に行うことや情報源の詳細を公開する—など5項目の原則⁽⁵⁾を説明した。

その後、沖縄タイムス側からソーシャルメディアで拡散する不確実な情報を確認するベリフィケーション側から、フェイクニュースにアプローチすると連絡があったが、どのような不確実情報を収集し、フェイクニュースであると報じるのかは沖縄タイムスの編集側の問題として関与しておらず、フェイクニュース検証が記事化されていくニュース制作過程を知る立場にはない。

4 聞き取り調査の結果

聞き取り調査に対する記者の回答を斜体で記載した。回答内にある()は筆者による補足である。

4.1 プロジェクトの発足前

沖縄タイムスのライバル紙である琉球新報は、9月8日紙面で立候補予定者の支持に関する世論操作が偽情報であると報じるとともに、「ファクトチェックーフェイク監視」を行うことを告知していた⁽⁶⁾。インターネットメディアであるバズフィード日本版も、沖縄県知事選挙に関する報道

に乗り出しており、9月12日に玉城候補を批判するサイトが出現していることを報じていた⁽⁷⁾。

プロジェクトリーダーとなる與那覇は、調整会議と呼ばれる翌日朝刊の記事を決める場に出席していた際に、琉球新報の動向が話題になったことを記憶している。

調整会議に出たときに、新報が書いていて、どうしようかみたいな話を聞きました。デジタルだけでやりきれないし、やり方も分からないが告示が近づいてきて、新報もバズフィードも書いてきているし、誰かやったほうがいだろうなと思ってました。(與那覇)

選挙取材は政経部が中心となり、デジタル部は直接選挙取材を担当しないことから、與那覇はライバル紙の動きを気にしながらもどこか他人事であった。その頃大野は、選挙取材キャップとして陣営の取材を進めていた。

沖縄にまつわるデマを打ち消していこうというモチベーションはありました。朝日新聞が以前、国会答弁に対するファクトチェックをやっていた⁽⁸⁾、うちらもやらないといけないね、と同僚記者と話していたが、ルーチンにかかりつきりになってしまっていた。(大野)

沖縄タイムスは基地に関するフェイクニュースへの反証もしており大野には問題意識はあった。大野はソーシャルメディアの不確実な書き込みを把握していたが、取材源として接触している政治家の反応はほとんどなかった。

議会担当なので政治家のツイッターをフォローしている。「(知事が) デニーになったら小沢 (一郎) に支配される沖縄になる」といった書き込みは目にしてはいたが、年配の人が多い県議会では、与野党ともに知らなかった。県議会でフェイク

ニュースを気にしている人はいなかった。(大野)

社会部遊軍として玉城デニー陣営の支持者や有権者の動きを追っていた比嘉もソーシャルメディアでの不確実な情報の拡散を把握していた。

加熱してるなと思ったのは、デニーさんが出馬しますと言った後。告示前から人格を否定するようなツイートを目にするようになった。佐喜真さん側 (の不確実な情報) も見ていたが、圧倒的にデニーさんが多いなという印象を持っていた。(不確実な情報が) 拡散されていくのは危険だなと思っていました。(比嘉)

不確実な情報拡散の危険性を感じながら、社としてフェイクニュース検証を行うことはないだろうと予想していた比嘉には、デスクから取り組みを促す声がかかっている。

名護市長選挙でも紙面化していないから静観するんだろうなと。あくまでもネットの情報だし、会社として動くということはないんじゃないかなと思っていました。新報が告示前から検証し始めていて、デスクに「新報もやってるから、ファクトチェックとか検証やったほうがいいんじゃないの」と言われ、カチンと来ました。(比嘉)

4.2 プロジェクト発足のきっかけ

沖縄タイムスの編集局内では、記者やデスクがソーシャルメディアでの不確実情報の広がりや琉球新報やバズフィード日本版の報道を把握していたが、記事化については様子見の状態であったといえる。社内で記事化への事態が進展したのは、告示直前に與那覇が編集局次長に提案を行ったことがきっかけであった。

11日の10時30分ぐらいに、(編集局) 次長に取り組みをやろうと提案した。その日の夕方は難し

いから、翌日に集まろうという話になった。12日に政経部長、社会部長、遊軍キャップを含めて話し合い、フェイクニュースのチェックに入ることになった。13日に政経部長が来て「2人確保したから」と言われ、人が増えていった。(與那覇)

プロジェクト参加者は当初8人であったが最終的に12人になり、大野と比嘉も途中からプロジェクトに参画した。

最初の会議で、俺入ってねーや、あれって思った。後で、(プロジェクトに関する)社内メールがまわってきたので、オブザーバーで参加しよう。こんな取り組みは、あまりないと思う。里子だからできていると思う。(大野)

メールが来た。知らない間にチームに入っていた。(フェイクニュース検証を)やらないといけないなという強迫観念に近いものはあったが、社内メールがまわってきたので、よかった。(比嘉)

このように、沖縄タイムスのフェイクニュース検証プロジェクトは、直接選挙取材を担当しない総合メディア局から編集局へと、局を超えた提案が行われたことで、政経部や社会部から記者が参加する横断的なチームが組成されていった。

4.3 不確実情報の収集から記事化

フェイクニュースの可能性のある不確実な情報の収集は告示日の9月13日から始まった。プロジェクトチームは、奇数の日と偶数の日と2つの担当に分かれ、一日15分間ツイッターやフェイスブックといったソーシャルメディアを検索して、不確実な情報をグーグルドックスと呼ばれるデータを共有できるサービスに入力し、集約した。

ランチの待ち時間とかに、「沖縄 デマ」「デニー デマ」「佐喜真 デマ」などのキーワード検索

をかけながら探して、見つけたものを(グーグルドックスの)フォームに入力した。(比嘉)

この収集作業により、最終的には65件の不確実情報が収集された。この不確実情報に対し、與那覇が図2の区分で対象外となった政治家の発言を取り除いた上で、重要度や緊急性を考慮し、検証する不確実情報を17件に絞り込み、プロジェクト参加者に検証のための取材を依頼していった。

(不確実情報に対する)事実をチェックするために、取材結果のメモを記者から電話かメールで送ってもらい、それを基に、「ここ足りなさそうだから、収集した人と、誰に裏をとってもらう」とか、「これだけで書くのは怖いよね」とか、記者と相談して、進めていった。(與那覇)

不確実情報の収集状況などの進捗は日々與那覇から社内メーリングリストでプロジェクト参加者や各部長に共有された。記事化への動きがあったのは9月20日であった。

社会部長から20日16時ごろ、紙面会議でネット選挙の課題の記事を少しは出すべきだという話が出た、という内容のメールが来た。(與那覇)

ここから記事化に向けた取材が進み、最終的に沖縄タイムスは、9月27日朝刊で、フェイクニュース検証記事を公開した=図1参照。

4.4 ニュースバリューの影響

記者は検証記事のニュースバリューの影響についてどのように考えているのだろうか。紙面での扱いについて記者の意見は割れている。

(フェイクニュースは)ネットで流れているのだから、ネットで検証記事は知らせたほうがいいんじゃないかと思う。紙面を読んでいる若い人は

少ないので、あそこまで紙面を割かなくてよかったのでは。(比嘉)

新報がやっているなかで、一矢報いないといけないというのもあった、あの大ききで良かったと思います。1面の話ではない。(大野)

大野は、記事の扱いについて「同業他社」である琉球新報による報道の影響について触れたが、これ以外にも9月25日のバズフィード日本版の記事の紙面への影響を指摘した。

バズフィード日本版は、「沖縄知事選、自民系陣営が『期日前投票報告書』を配布 選管も把握⁽⁹⁾」というタイトルで、佐喜真陣営が期日前投票の報告を求める用紙を配布しており、陣営が報告を求める行為が公職選挙法に触れる可能性があるとの内容の記事を公開した。なお、これはフェイクニュース検証記事ではない。

うちにも同じ紙が郵送されてきたので、20行書いたが、正常な判断ができなくなったかなと。普段ならこれは書かない。投票日前だし、記者も躊躇するし、デスクも躊躇するはず。そこの線引きが広がっていくのが怖い。エスカレートしていったときに、歯止めをかけられるのかというのも課題。(大野)

バズフィード日本版は、フェイクニュース検証記事以外にも、「イチからわかる普天間基地の問題、こじれた経緯を10のポイントで整理(沖縄県知事選)」(9月26日)、「沖縄知事選、ネット上で飛び交う誹謗中傷 自民系陣営も『緊急告知』」(9月27日)、「沖縄の海から叫び続ける、謎の『おじさん』の正体」(9月29日)⁽¹⁰⁾など、投開票日に向けて沖縄の記事を連日のように配信した。

大野は、このようなバズフィード日本版の取材の進め方に対して厳しい視線を向けている。

いま、なぜ、(バズフィード日本版の記者が)沖縄に来ているかという、話題性があるからで、一過性だなど。面白おかしく、かき乱していった。選対(選挙対策本部)に継続的に取材しているかという、そうでもなくて、記事を書くためだけに名刺を切っている感じだった。沖縄の本質的な問題に食い込んでくることはないだろうなど。世間の興味が集まるところだけは来るが、基地問題は複雑なので、分かりにくいところはやって来ない。(大野)

4.5 フェイクニュース検証の課題

フェイクニュース検証は、通常の取材に比べて確認作業に労力がかかることが記者の大きな負担となっていた。これが、65件の不確実情報が収集されたものの、紙面化したフェイクニュースが2件にとどまった要因であった。

(フェイクニュース検証記事は)すごい労力がかかる。普通に記事を書くよりも大変で、費用対効果が悪い。根拠がなく書いているものは検証することができない。(與那覇)

下手をしたら、僕らがフェイクニュースに加持する可能性がある。事実ではありませんという断定をするのは難しい。(大野)

通常の記事を書くよりも多くの労力を費やして、フェイクニュース検証を実施することが必要なのか、記者からは懐疑的な声が聞かれた。

正直思ったのは、(大半の不確実情報は)検証に値しない。こんなデマ信じないでしょ。翁長さんが共産党というのにいちいち反論していくというのは、必要ないんじゃないかと、いまでも思っている。(大野)

ゴシップ的なものはやなくていい。それは地

方紙がやることでもないし。どこまでデマが投票行動に影響しているのか全く分からなくて、(フェイクニュース検証という) 取り組みに疑問もありました。(比嘉)

どのような情報を対象に検証を行うのかについて大野と比嘉は、9月25日の琉球新報とバズフィード日本版による⁽¹¹⁾佐喜真候補の公約に関する検証記事について疑問を呈している。公約についてはフェイクニュース検証の対象ではないとの考えである。

これ(公約)はフェイクニュースでもないし、デマでもないし、喋っているのを生で見ていたがすぐ追う感じにはならなかった。佐喜真さんのほうだけやると不公平になるし。選挙が終わって両方一緒に(公約に関する報道を)やるならいい。(大野)

(公約に関しては)有権者の判断におまかせすればいい話。携帯電話の話は企業誘致と同じレベルだと思います。(比嘉)

5 調査のまとめ

沖縄タイムスのフェイクニュース検証記事のニュース制作過程は、プロジェクトが発足する前と後の2つの時期に分けて捉えられる。

プロジェクトが始まるまでは、地方紙のニュースバリューである「地域性」、「取材先」、「社内」、「同業他社」という4要因のどれからも決定的な影響を受けていない。大野が接する取材先の県議会議員らはフェイクニュースを気にしておらず、記者が日常的に接触する「取材先」では話題になっていない。「地域性」では、大野が「こんなデマ信じないでしょ」と言うように、読者である沖縄県民に伝える必要性を記者が強く感じていなかった。「社内」と「同業他社」からの影響は見られる

が記事化にはつながっていない。比嘉がデスクから「新報もやってるから、ファクトチェックとか検証やったほうがいいんじゃないの」と声を掛けられたことに「カチンと来ました」と回答していることは、競い合うライバル紙の動向が日常的にニュース制作過程に影響を与えていることを伺わせるが、フェイクニュース検証に関しては様子見が続いているのは、「取材先」「地域性」の状況からニュースバリューを図りかねていたと考えられる。

與那覇の提案によりプロジェクトが開始されると状況が変化し、琉球新報とバズフィード日本版の影響を受けていく。「新報がやっているなかで、一矢報いないといけないというものもあった」という大野のコメントは、ライバル紙である「同業他社」の影響を示している。さらに大野が、「正常な判断ができなくなったのかな」と振り返っているように、バズフィード日本版も「同業他社」として位置づけられていった。藤代(2009)、奥村(2018)、伊藤(2015)は、既存メディアとインターネットメディアのニュースバリューは異なるとしていたが、選挙におけるフェイクニュースという同じ出来事を取材することで両者のニュースバリューが重なっていった。

しかしながら、インターネットメディアが地方紙のニュースバリューに影響を与えたことは、比嘉の取り組みへの疑問、大野の振り返りやバズフィード日本版の取材への厳しい目線に見られるように記者に戸惑いを生じさせた。大野の「普段ならこれは書かない」というコメントから、記者が経験的に理解しているこれまでの地方紙のニュースバリューとの違いにより戸惑いが生じていると認められる。

6 考察

6.1 揺らぐ選挙報道の「原則」

本研究では、フェイクニュース検証記事において、インターネットメディアが「同業他社」とし

て新聞社のニュースバリューに影響を与えたことを明らかにした。従来は異なると考えられていたインターネットメディアと既存メディアのニュースバリューが重なったことで、記者に戸惑いを生じさせている。戸惑いの背景のひとつは、選挙報道のニュース制作過程への影響である。

大野は、月刊誌Journalismに『『翁長後継』強調でオール沖縄結束 辺野古の『争点隠し』に県民反発』というタイトルで沖縄県知事選挙取材の振り返りを寄稿している。その中で「新聞社の選挙報道では、行数や写真の大きさをそろえ、候補者間で偏りが生じないようにする『原則』がある」(p77)と指摘している。特定候補のみを取り上げることは、この「原則」に反する。

その一方で、琉球新報で沖縄県知事選挙のフェイクニュース関連報道を担当した滝本匠は、取り組みの報告イベントで、大野が指摘する「原則」に制約という表現で触れた上で、「選挙報道は公平性の担保の為、写真の数や行数など形式的な制約が多くある」「選挙報道を面白くしたい、という動機もあった」⁽¹²⁾と発言している。

日本新聞協会が制定した新聞倫理綱領は「新聞の責務は、正確で公正な記事と責任ある論評によってこうした要望にこたえ、公共的、文化的使命を果たすことである」と謳うが、編集委員会名で「政党等の主張や政策、候補者の人物、経歴、政見などを報道したり、これを支持したり反対する評論をすることはなんら制限を受けない。そうした報道、評論により、結果として特定の政党や候補者にたまたま利益をもたらしたとしても、それは第148条にいう自由の範囲内に属するもので、別に問題はない」⁽¹³⁾とした統一見解も公表している。滝本の発言はこの統一見解に近い。琉球新報の取り組みは、「第23回新聞労連ジャーナリズム大賞」に選ばれており⁽¹⁴⁾、同業他社のジャーナリストからも評価を得ていると考えられ、沖縄タイムスの記者たちの意見には、ライバル紙の評価に対しての複雑な心境が反映されている可能性

もある。

新聞社の報道は、日本新聞協会の編集委員会名による統一見解がありながらも、これまでは記事の行数を揃えるほど慎重に扱われてきたが、フェイクニュース検証では「原則」が揺らいでいる。インターネットメディアであるバズフィード日本版は、日本新聞協会には所属しておらず「原則」を守る立場にない。だが、選挙報道の公平性に関する推進は耳を傾けるべき重要な問いである。それは選挙報道のニュース制作過程だけでなく、フェイクニュース検証においても、公平性は重要な項目となっているからである。

6.2 公平性をどのように担保するか

IFCNの5項目⁽⁵⁾の原則の1項目には、特定の党派に偏らず公平に行うことが(A commitment to Nonpartisanship and Fairness)が掲げられている。

佐喜真候補の公約に関する琉球新報とバズフィード日本版の記事は9月25日と、投開票日である9月30日に近い時期に公開されている。投開票日に近い時期に、一方の陣営に関する記事を公開すれば、選挙結果への影響が危惧される。

フェイクニュースをめぐる用語の整理は国際的にも十分にまとまってはいないが、公約の確認がフェイクニュース検証に含まれるのかという問題がある。図2では、政治的な言説やニュース報道に対する事実確認とフェイクニュースに対する検証を整理した。区分に当てはめれば、沖縄タイムスが公表した2件のフェイクニュースは、ソーシャルメディアで拡散する不確実な情報を確認する「ベリフィケーション」側からのアプローチであり、琉球新報とバズフィード日本版による佐喜真候補の公約に関する記事は、「ファクトチェック」側からのアプローチであると、整理できそうであるが、「ファクトチェック」は事後的なものであり、有権者に対する未来の約束である公約をフェイクニュース検証対象に含むことは想定され

ていない。

不確実情報の量により検証されるフェイクニュースの量的バランスが崩れる事もあり得る。今回の選挙においても、ソーシャルメディアを流れる不確実情報は「圧倒的にデニーさん多いなという印象を持っていた」（比嘉）。沖縄タイムスが報じたフェイクニュースは、佐喜真候補と玉城候補が同数であったが、特定の陣営に偏ることもあるだろう。フェイクニュースの検証作業には通常取材以上に労力がかかることから、取り組みやすい不確実情報から取り扱う懸念がある。

これらの問題や懸念を踏まえれば、選挙時のフェイクニュース検証記事における公平性とは何かについて議論が必要である。

6.3 地方紙の「地域性」とは何か

「ゴシップ的なものはやなくていい。それは地方紙がやることでもないし」との比嘉のコメントのように、記者の戸惑いは地方紙のニュースバリューである「地域性」とも大きく関わる。

山田（2018）は、本土から距離的に離れたことで沖縄の2紙が競い合うメディア環境の独自性があるとしたが、インターネットメディアには地理的環境や距離は無関係である。本研究により、バズフィード日本版が「同業他社」としてニュースバリューに影響を与えていたことが明らかになった。ニュースバリューは時代や媒体により変化するものであるが、インターネットメディアの影響力が強まれば、沖縄におけるメディア環境も変容していく。そこで留意しておくべきはページビュー至上主義のニュースバリューへの影響である。

大野がバズフィード日本版の取材に厳しい視線を向けている背景には、フェイクニュースや沖縄という題材にページビューを稼ぐ話題性があることから沖縄に進出したのではないかという疑いがあるといえる。バズフィード日本版がページビュー至上主義に陥っているかは判断できず、奥村（2018）もページビュー至上主義は、テレビ

業界の視聴率至上主義と同様だとしており、読者の欲望に応える姿勢はインターネットメディアに限らない。プロジェクトの中心となった與那覇は、インターネットメディアの取材に対して、ページビューに頼るのではなく「新聞社にしか書けないものをネットで出していけないと、新聞社の存在意義が薄くなってしまわないか」⁽¹⁵⁾と危機感を表している。むしろこのような懸念は、ページビューの影響力の強さを示していると捉えるべきであろう。沖縄タイムスもインターネットに記事を公開している以上、ページビューの影響は避けることはできない。

紙の読者である沖縄県民が記事の必要性を強く感じていなくても、比嘉が「ネットで検証記事は知らせたほうがいいんじゃないかと思う」と言うようにインターネットを通じて沖縄の読者にも記事を届けることもできる。より複雑さを増しているのは、特定の地域に立脚していないインターネットメディアとは異なり、インターネットに記事を配信する地方紙にとって「地域性」は二重性を持つことになるということである。地域の住民に紙を販売する場合と、インターネットにより不特定多数の人々が読む際のニュースバリューが異なる場合には「地域性」にズレが生じ、ページビュー至上主義により沖縄のニュースが、沖縄以外の人々に表層的に消費されていくことになりかねない。

Stencel（2015）は、ファクトチェック（図2の区分ではなく、フェイクニュース検証も含む）について、インターネットメディアが広告収入に必要とするページビュー争いについて注意を促し、スピードや面白さよりも重要性を大切にすべきだと警告している。フェイクニュース検証は、民主主義の根幹である選挙時に有権者に適切な情報を提供することが目的である。それに従えば、沖縄県知事選挙の有権者は沖縄県の読者であるが、本研究が浮き彫りにした「地域性」というニュースバリューの持つ二重性が、検証の目的を

曖昧にしたといえる。

7 おわりに

本研究では、沖縄県知事選挙を事例に、沖縄タイムスのフェイクニュース検証記事の制作過程を、3人の記者の聞き取り調査により明らかにした。フェイクニュースを取材することで、これまでは異なると考えられていた既存メディアとインターネットメディアのニュースバリューが重なり、バズフィード日本版が「同業他社」として位置づけられたことが分かった。これにより、これまで選挙報道のニュース制作過程で重視されてきた公平性の「原則」が揺らぐことになった。また、地理的環境に左右されないインターネットメディアにより、地方紙が重視するニュースバリューである「地域性」に二重性が生じた。これらの変化が、これまでの地方紙のニュースバリューで取材を進める記者に戸惑いを生むことになった。

最後に本研究の限界について述べる。プロジェクトに参加した12人のうち3人の視点から捉えたものである。フェイクニュース検証という新たな取り組みの際に起きたことであり、フェイクニュース検証記事のニュース制作過程を一般化することは難しい。筆者はニュース制作過程については知り得ず、調査対象者との関係性には留意したが、筆者のフェイクニュース検証に関する情報共有が、調査対象者に影響を与えた可能性がある。

数少ないニュース制作過程の研究においてフェイクニュース検証という、ソーシャルメディア時代の新たな新聞社の取り組み過程を明らかにしたという点では意義がある。本研究では対象となっていない沖縄タイムスの編集幹部、琉球新報やバズフィード日本版の記者らへの調査を行うことで、相互に影響を与え合うニュース制作過程の全体像を解明することが求められるが、これらは今後の課題としたい。

謝辞

本研究を行うにあたり、聞き取り調査に応じて頂いた沖縄タイムスの記者に感謝の意を表します。本研究は、JSPS科研費JP18K11997の助成を受けたものです。

注

- (1) Macquarie Dictionary (2017) 「The Committee's Choice for Word of the Year 2016 goes to...」
<https://www.macquariedictionary.com.au/nene/view/article/431/>
 Accessed 2019, January 31.
- (2) フェイクニュースの検証は、メディアだけでなく非営利団体や大学が運営するファクトチェック団体によっても行われている。ファクトチェックは、政治的な言説やニュース報道を対象にした事実確認のことで、2016年のアメリカ大統領選以降はフェイクニュースが対象に含まれるようになった。
- (3) 冊子『沖縄タイムス70年のあゆみ』や沖縄タイムスや琉球新報のウェブサイトに掲載されている会社概要を参照した。
- (4) 沖縄県知事選挙【特設ページ】平成30年沖縄県知事選挙及び沖縄県議会議員補欠選挙
http://www.pref.okinawa.lg.jp/site/senkan_i/event/tijisen/h30kenntijisen.html
 NHK選挙データベース沖縄県知事選挙
https://www.nhk.or.jp/senkyo/database/local/2018/0930_okinawa/
 Accessed 2019, January 31.
- (5) International Fact-Checking Network
 The commitments of the code of principles
<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>
 Accessed 2019, January 31.

- (6) 琉球新報「虚構のダブルスコア 沖縄県知事選, 出回る『偽』世論調査」
<https://ryukyushimpo.jp/news/entry-799272.html>
 Accessed 2019, January 31.
- (7) バズフィード日本版「玉城デニー氏を批判する『沖縄知事選サイト』が複数出現 管理者は同一人物?」
<https://www.buzzfeed.com/jp/kotahatachi/okinawa-fc1>
 Accessed 2019, January 31.
- (8) 朝日新聞デジタル「安倍首相『核保有国の恫喝は初めて』ファクトチェック」
<https://www.asahi.com/articles/ASL216HD8L21UTFK01S.html>
 Accessed 2019, January 31.
- (9) バズフィード日本版「沖縄知事選, 自民系陣営が『期日前投票報告書』を配布 選管も把握」
<https://www.buzzfeed.com/jp/kotahatachi/okinawa-fc3>
 Accessed 2019, January 31.
- (10) これらのバズフィード日本版の沖縄に関連する記事は, 下記URLのカテゴリーに掲載されている
<https://www.buzzfeed.com/jp/badge/okinawabfj>
 Accessed 2019, September 9.
- (11) 琉球新報「沖縄県知事選 公約『携帯料金を削減』 → 知事や国に権限なし」
<https://ryukyushimpo.jp/news/entry-807661.html>
 バズフィード日本版「公約『携帯料金4割削減』 沖縄県知事選の立候補者と有権者との解釈に大きな差」
<https://www.buzzfeed.com/jp/kensukeseya/okinawa-fc-1>
 Accessed 2019, January 31.
- (12) Japan In-depth「フェイクニュースと報道の公平性 沖縄県知事選ファクトチェック」
<https://japan-indepth.jp/?p=42648>
 Accessed 2019, January 31.
- (13) 日本新聞協会第222回編集委員会「公職選挙法第148条に関する日本新聞協会編集委員会の統一見解(要旨)」
https://www.pressnet.or.jp/statement/report/661208_99.html
 Accessed 2019, January 31.
- (14) 新聞労連トピックス「2019年1月16日(水): 第23回新聞労連ジャーナリズム大賞, 第13回 疋田桂一郎賞」
http://www.shinbunroren.or.jp/oshirase/oshirase.htm#20190116_2607
 Accessed 2019, January 31.
- (15) DG Lab Haus「デジタル時代に記者が生き残るために『切り口』『柔らか視点』 沖縄タイムス 与那覇里子さん」
<https://media.dglab.com/2018/02/23-yonaha-01/>
 Accessed 2019, January 31.

参考文献

- 藤代裕之 (2009) 「ネット上の『ニュース』とは何か『量』と『質』の間で揺れる各社」『Journalism』2009年4月号, 朝日新聞社, pp.82-84.
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018) *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. UNESCO Publishing.
- 伊藤儀雄 (2015) 「ニュースメディア——『ネットニュース』は公共性を保てるか『ソーシャルメディア論 つながり再設計する』青弓社.
- 神戸新聞社 (1995) 『神戸新聞の100日—阪神大震災, 地域ジャーナリズムの戦い』プレジデント社.

- 高知新聞編集局取材班 (2001) 『黒い陽炎 県「闇融資」究明の記録』高知新聞社.
- Lazer, D.M., et al. (2018) *The science of fake news*. *Science* 359(6380), pp.1094-1096.
- Mencher, M. (2010) *News reporting and writing*, McGraw-Hill Higher Education.10版
- 沖縄タイムス社編集局(2017)『これってホント!? 誤解だらけの沖縄基地』高文研
- 奥村倫弘 (2018) 「第7章 ネットメディア」『図解日本のメディア』[新版]NHK出版.
- 大石裕 (2000) 「作られるニュース」『現代ニュース論』有斐閣アルマ, pp.3-31.
- 大石裕, 岩田温, 藤田真文(2000) 「地方紙のニュース制作過程—茨城新聞を事例として」『メディア・コミュニケーション』50, 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所, pp.65-86.
- 大野亨恭 (2018) 『『翁長後継』強調でオール沖縄結束 辺野古の『争点隠し』に県民反発』『Journalism』2018年12月号, 朝日新聞社, pp.72-79.
- 琉球新報社編集局 (2017) 『これだけは知っておきたい 沖縄フェイク(偽)の見破り方』高文研.
- Shoemaker, P.J., & Reese, S.D. (1996) *Mediating the message : Theories of Influences on Mass Media Content*, NY: Longman.
- Silverman, C., & Lawrence, A. (2016) *How teens in the Balkans are duping Trump supporters with fake news*, BuzzFeed News <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>
Accessed 2019, January 31.
- Stencel, M. (2015) *'Fact Check This': How U.S. politics adapts to media scrutiny*, American Press Institute.
- Swire, B., et al. (2017) *The role of familiarity in correcting inaccurate information*. *Journal of experimental psychology: learning, memory, and cognition*, 43(12), 1948.
- 辻和洋, 中原淳 (2018) 「調査報道のニュース生産過程に関する事例研究：地方紙における「高知県庁闇融資問題報道」での編集権に関わる編集者と記者の組織行動に着目して」『社会情報学』7巻1号, 社会情報学会, pp.37-54.
- Tuchman, G. (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*, Free Press (鶴木真, 桜内篤子訳, (1991) 『ニュース社会学』三嶺書房)
- 桶田敦 (2015) 「福島第一原発事故 原子力災害報道の諸問題—被災県の放送局におけるニュース生産過程のエスノグラフィーとアンケート調査より—」『社会情報学』3巻3号, 社会情報学会, pp.15-38.
- Vosoughi, S., et al. (2018) *The spread of true and false news online*, *Science* 359(6380), pp.1146-1151.
- Wendling, M. (2016) *The saga of 'Pizzagate': The fake story that shows how conspiracy theories spread*, BBC
<http://www.bbc.com/news/blogs-trending-38156985>
Accessed 2019, January 31.
- 山田健太 (2018) 『沖縄報道』筑摩書房.
- 山口仁 (2006) 「地方紙のニュース生産過程—熊本日日新聞記者アンケートを中心に」『メディア・コミュニケーション』56, 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所, pp.211-223.