◎日本ビジネス心理学会副会長 匠 英一

相次ぐデマに惑わされないために

「トイレットペーパーが市場からなくなる」「新型コロナ感染者の半数は外国人」「致死率15%、感染率83%」「緊急事態宣言が発令されたら3週間外出禁止」―― 次から次へとネット上に現れるデマに踊らされるわれわれの心理的メカニズムとは……。そして、その防止策はあるのか。日本ビジネス心理学会副会長、デジタルハリウッド大学教授の匠英一氏に話を聞いた。

（取材日 4月6日）

――コロナショックにともなうさまざまなデマについてどうお考えですか。

匠 「風評」は時代によって変化します。まず言えるのは、現在の風評の特徴を形作っているのは、SNSだということです。

風評の背景にはまず「不安」があります。そこに「怒り」の感情が掛け合わされると、社会的被害をもたらすひどいデマが発生しやすくなります。そして、このようなデマ発生のメカニズムを加速させているのがSNSに代表されるネット社会です。新型コロナウイルスについては、さまざまな根拠のない「説」がSNS上を乱れ飛んでいます。大半の人が薄々デマと感づいているのですが、皆さん漠然とした知識しか持っていないために、冷静な判断ができず、不安と怒りの感情を優先させてしまう。それが、デマを「信じる」方向へと駆動してしまうのです。

日本人はデマに惑わされやすい

――怖いですね。

匠 たとえば、黒い服を着た人が泥棒をしていたとします。その情報が、人づてに伝わると最終的に「黒人が泥棒をしていた」となってしまう可能性がある。黒人＝悪人という差別感情に基づく「認知バイアス」が、事実を変容させてしまうのです。不安と怒りが大きいと、この認知バイアスが起きやすくなります。

――認知バイアスとは？

匠 簡単に言うと思考の偏り、先入観のことです。理性では「人種差別はいけないことだ」と分かっていても、いつのまにかステレオタイプの思考に陥ってしまう。不安という「感情」の方が理性よりも優位になるのです。ここで強調したいのは、日本人は国際比較で心配性の傾向が強いと言われていること。精神の安定に影響を与えるセロトニンという脳内物質が効率的に分泌されないのが理由のようです。

――すると、日本人はデマに惑わされやすいと。

匠 そう言えるかもしれません。そこに怒りの感情が加わると、さらにその傾向が強まります。たとえば、今回のコロナ騒動に関わる公的支援策で業種的に不平等な扱いを受けた経営者がいたとします。その人の怒りの感情のはけ口としてSNSは格好の場となります。手軽ですからね。おかしいじゃないかと政府にかみつく。そして、

Profile

たくみ・えいいち

専門は認知科学（心理）を軸にした営業・購買心理、創造性育成、商品企画・サービス開発、ナレッジマネジメント、CRM（顧客管理法）など心理系とIT系の2つの顔を持つ。90年東大大学院教育学研究科を経て筑波大学大学院経営・政策科学研究科で認知科学を学ぶ。大学での教職と兼務で多数の大手メーカーやサービス系企業のコンサルティングを行い、人材育成事業などに従事。「顧客見える化」「心理マーケティング」「CRM入門」など著書多数。

『戦略経営者』2020年5月号（発行所 株式会社TKC）

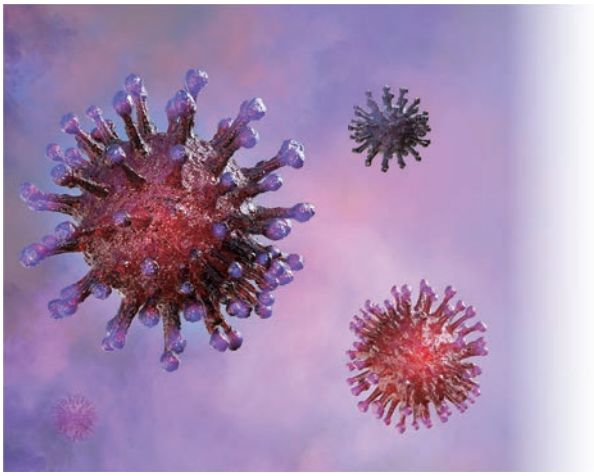
それに賛同する人たちが集まり、仮想コミュニティが出来上がる。集団化するとさらに怒りが増殖し、主張が極端化するという構図です。発信者にとって「共感」は報酬（インセンティブ）になります。自分の主張がコミュニティで認められれば、自己承認欲求が満たされ、快感となりますから、さらに極端な意見を発したくなるのです。おまけに極端な意見は刺激的なので拡散も速い。

――そこに理性の入る余地はないというわけですね。

匠　たとえ、そのコミュニティのなかで「あなたたち間違っているよ」と理性的に発言する人がいたとしても、それは先鋭化、極端化した意見の大波のなかで隠れてしまうのです。

――トイレットペーパーがなくなるというネット情報をもとにした一連の騒動もその文脈で説明できそうですね。

匠　その件については、石油ショック時など過去の経験から、「在庫は十分にある」「なくなることはありえない」という情報は各方面からしきりに流されました。しかし、実際に店頭に行くと行列ができ、また、棚は空っぽ。そうなると人はデマだと分かりながらも不安になります。日本人は心配性なので「念のため」と購入する。するとさらに品薄になり、さらに不安になる。悪循環です。



――われわれは過去から学んでいなかったということですか。

匠　そうとも言い切れません。SNSなどは過去にはなかったですからね。風評をすばやく、そして強力に拡散させるネット社会が、過去の教訓を凌駕したということだと理解することもできます。

――今回のコロナ騒動では、欧米での東洋人差別なども散見されています。

匠　つまり、日ごろから東洋人への人種差別的意識を持っている人のなかで「ウイルスをまき散らしたのは東洋人」という極端化がなされたということですね。人は「女とは」「犯罪者とは」といった典型的なメンタルイメージ（ステレオタイプ）を持っています。普段は意識にのぼらないそれらのイメージが、不安や怒りのなどの感情面が優位になったとたんに浮上してくるのです。とくに怒りは幼児体験に紐づけられることが多く、怒りの感情にとりつかれると退行現象が現れます。どんなに社会的地位の高い人でもインテリの人でも我を忘れて退行し、ゆがんだ思考を信じ込んでしまう。

立ち止まって考える

――どうすればよいのでしょうか。

匠　思考の偏りを気づかせることです。思考の偏りは狭いコミュニティにはまり込むときに多く発生します。その意味で、SNSが世界のすべてになってしまうと危険な状態だと言えます。この危険性を緩和するには、ほかのコミュニティの人たちと交流するような仕組みを提供する、あるいは複数のコミュニティの意見を比較できるようなサイトをつくり、その信頼性を高めてブランド化するなどの方策が必要でしょう。

――「それは誤りだ」と知らしめるだけではだめだと。

匠　人間には、あるものごとを一度信じ込むと、それを補完する情報を集めてきて正当化するという性質があります。いったん誤った情報だと理解したとしても、しばらくすると「ん？　やはりあの情報は正しかったのでは」と最初の信じこんだ状態に戻ってしまう。信じ込んでいた感情が残ってしまい、その感情はちょっとやそっとでは

取り去れないんですね。いわゆる「デマの維持効果」が働くのです。都合のいい情報だけを拾ってきて自分なりのロジックで固めていく。そして、認知的不協和（認識している事とその実際の行動との矛盾感）を解消するために自分の行動を変えていくわけです。

――分かるような気がします。

匠　あの関東大震災の際の朝鮮人虐殺も、基本的には同じ心理的構造がベースになっています。不安が高まることで、どこにも持って行きようのない怒りの感情がふつふつと湧き出てくる。そしてそれが、差別感情を抱いていた人たちに向かい、大変な悲劇となってしまったわけです。差別感情は認知的不協和を起こしやすいファクターです。誰にでも起こりうると考えてください。

――マインドコントロールの構造と同じですか。

匠　マインドコントロールは他者からのアプローチによってなされるものですが、この場合は、自分で自分を偏った思考へと導いてしまう現象です。

信じ込んでいた感情を取り去れない主な理由は、一度信じたものの誤りを指摘されると、自己否定につながるからです。そのことが自尊心を傷つけてしまうのです。最近、そのようなちっぽけなプライドを後生大事に抱えている人が増えている印象はあります。もしかすると、他人から怒られる機会が減り、自己否定を乗り越えていく経験が少ない若者たちが増えてきたことと関係しているのかもしれません。このような人たちは、自らの思考に無条件に共感してくれる人たちを求めてＳＮＳの疑似コミュニティに没頭するのです。

――認知的不協和を防ぐにはどうしたらよいのでしょう。

匠　自分は一貫しておらず、不安や怒りの感情は退行現象を引き起こし、自分が思っている以上に思考の偏りを生み出すことを、知識としてきちんと知っておくことが大事です。そうして、自分の思考や行動に少しでも違和感があったら、まずは立ち止まって考えてみる。それだけでもかなり違ってくると思います。

――思考の偏りを生じさせやすいパーソナリティはありますか。

匠　不安感が強く、ものごとを白か黒かに分けなければ気が済まない性質の人が認知バイアスに陥りやすいと言えます。要するに、あいまいな認識のままだと不安なんですね。たとえば血液型性格判断を信じる人は、この傾向が強いかもしれません。人間の性格を４つに類型化することで安心する。この手の人は、いくら「根拠がない」と周りから言われても、自分の信じたものをかたくなに守る傾向があります。日本人は民族的に心配性なので、この手のものが普及しやすいのだと言えます。

――このような人たちはＳＮＳに依存しやすいのでしょうか。

匠　単純に「思い込む」だけではまだ弱い。その思い込みを強化する仲間がいればそれにこしたことはありません。だからといってリアルな社会生活で、コミュケーションをとりながらの仲間づくりには能力とエネルギーが必要です。ＳＮＳでは手軽に仲間づくりができて、しかもクリック一つの「いいね」で承認欲求を満足させてくれる。その意味でもコミュニケーションの能力の低い人ほどＳＮＳのはまり込み、認知バイアスに陥る可能性が高い言えるのではないでしょうか。

リスクを定量化して理解する

――今回のような危機を迎えた時に、国や地方自治体、企業など組織におけるデマ対策というのはあるのでしょうか。

匠　これまで述べてきたように、人々に不安と怒りを起こさせないことが重要です。今回のコロナ禍に関して言うと、政府や自治体は、サラリーマン、自営業、公務員などなるべく対象を細かく分けて、それぞれの事情にあわせてそれぞれの対応策を示すことが求められるでしょう。でないと、不透明感と不公平感が出て不安と怒りが生

じてしまう。その上でやるべきなのは「ステージ化」です。欧米などでは実践されていますが、危機のレベルにあわせて、レベル1、レベル2などと大きく5つくらいに区分けして、きちんと定義しておくのです。このレベルになれば○○を行うということが具体的になっていれば、やるべきことがはっきり分かるので不安と怒りはある程度抑えることができます。この考え方はもちろん企業などの組織にも援用することができると思います。

ちなみに、実際のリスク対策については、「起きる前は慎重に、起きてからは大胆に」を心がけてください。起きる前は慎重に状況を想定することが大事ですが、起きてから慎重になっていてはスピード感が出ず、手遅れになってしまうからです。

――リスクマネジメントですね。

匠　リスクマネジメントは人間の心理を押さえた上で実践する必要があります。かねてから日本ではこの部分が遅れていて、福島原発の事故でようやく「リスク心理学」が注目され始めました。しかし、いまだに専門家が、とくに心理学分野での専門家が少ないというのが現状です。

大事なのはリスクを定量化して考えること。簡単に言うと、「影響度」と「衝撃度」を掛け合わせるという手法が有効です。今回の新型コロナの感染を例にとれば、どれくらいの速さ・ボリュームで感染するのかというデータと、感染した場合の死亡率を掛け合わせると、新型コロナのリスクはSARSの数十倍という結果が出ます。この定量的な分析をみんなが共有すれば、過度の楽観論や悲観論に基づいたデマを退けることができます。これは心理学的に言うと「スキーマー」（認識の枠組み）が創り出すステレオタイプや偏見を、根拠のあるものに修正することを意味します。正しい知識を図解で説明したり、あるいはイメージに働きかけることも必要でしょう。根気強く繰り返しアプローチすべきです。

――リスクマネジメントの正しいあり方とは。

匠　専門家でない人がリスクマネジメントを指揮すると、どうしても責任の所在があいまいになります。たとえば、今回、安倍首相は専門家会議にその都度図りながら意思決定を行っています。これは、安部さんの不安は和らげているようですが、国民の不安を和らげるまでには役立っていません。今後、感染者数が爆発的に増えていく段階になった時、はたしてどうでしょうか。一方、アメリカではトランプ大統領が疫病対策センターを設置して、トップに疫学や公衆衛生の専門家を据えて権限を与えています。欧州なんかもそう。しかも背後から心理学者が支えています。日本のマネジメントシステムの在り方は根本的に問題があるのではないでしょうか。先の福島原発の事故についても、当初から専門家をリーダーに据えた対策本部を早期に設置して権限を与えていれば、いまとは違った結果になっていたと思います。

――コロナショックはますます深刻化しています。われわれが心がけることは。

匠　繰り返しますが、理性よりも不安と怒りの感情を優先させないことです。新しい情報に遭遇したら、まずは立ち止まって考えてみる。すべてに人がこの心理プロセスを実践すれば、デマによる風評被害はかなり減少するのではないでしょうか。

（インタビュー・構成／高根文隆）