

偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさと関連する  
認知特性に関する実験結果

【結果詳細】

2026年3月6日

株式会社NTTデータ経営研究所

## 実験方法

実験期間	2025年9月12日～2025年9月19日
実験参加者	15歳～79歳の男女の人間情報データベース <sup>®</sup> モニター計 3,438名
実験準備	日本において偽情報やナラティブが流布されやすいテーマとして、「外交・安全保障」「原発」「外国人(移民)」「災害」「金融詐欺」の5テーマを選定した。 その後、テーマごとにニュースの見出しを想定した刺激情報を作成した(各テーマにて、偽情報・ナラティブ:10～12問、正情報:4～5問)。
実験の流れ	<ol style="list-style-type: none"> <li>① アンケート調査:実験参加者に対し、メディアの利用傾向や認知特性を問うアンケートを実施した(表1)。</li> <li>② 真偽判定・共有意向調査:刺激情報を実験参加者に1問ずつランダムな順で提示し、各刺激情報について、偽情報・ナラティブの信じやすさ(提示された情報は正確だと思うか)、偽情報・ナラティブの共有しやすさ(提示された情報を他者に共有したいと思うか)などを回答させた(図1)。</li> <li>③ デブリーフィング:実験終了後、実験参加者に対して、刺激情報には偽情報・ナラティブが含まれることを説明し、実験刺激による誤った知識や信念の形成が成されないよう配慮した。</li> </ol>

表1 アンケート項目(概要)

項目	概要
認知的熟慮性(CRT)	直感に頼らず、高い精度の回答を得るために「熟考する姿勢」の強さを示す <sup>1</sup> 。 例)バットとボールは、合わせて1100円。バットはボールよりも1000円高い。では、ボールはいくらか。(答)50円
同調志向傾向	他者の意見に対する同調のしやすさを示す <sup>2</sup> 。
陰謀論への信奉傾向	「世界は陰謀によって動かされている」という一般的な傾向や心性(マインドセット)を示す <sup>3</sup> 。
メタ認知	自分の思考を客観的に捉え、コントロールする能力を示す <sup>4</sup> 。
リアリティ・モニタリング・エラー	記憶の「現実らしさ(リアリティ)」を判断する機能がうまくいかず、実際に経験したこと(現実)と想像したこと(空想)、あるいは他者から聞いたことと自分が経験したことなどを混同してしまう認知エラーを示す <sup>5</sup> 。
各カテゴリに関する不満	政治、経済情勢、社会、報道の在り方、自身の社会的地位、経済状況、労働環境、家庭環境に対する不満の程度を示す <sup>6</sup> 。
絶対的リスク回避度_利得局面	利得が発生する状況において、どの程度リスクを回避したいのかを示す志向性 <sup>7</sup> 。
ハーディング効果	周りと同じ行動をとることに安心して、周りに合わせてしまう志向性 <sup>7</sup> 。
注意力_v002	些細な視覚的变化を認識(検出)できるかどうかの傾向を表す <sup>7</sup> 。
BigFive_TIPI_J_外向性	人間が持つ様々な性格を5つの要素の組み合わせで構成されると定義した理論である「BigFive(TIPI_J)」の一要素

	素。外向性は、他者への興味・関心の強さ、コミュニケーションの積極性を示す <sup>7</sup> 。
BigFive_TIPI_J_協調性	同上。協調性は、異なる立場や考え方の人も協力し、譲り合う性質を示す <sup>7</sup> 。
BigFive_TIPI_J_勤勉性	同上。勤勉性とは、まじめさ、責任感の強さを示す <sup>7</sup> 。
BigFive_TIPI_J_情緒不安定性	同上。情緒不安定性は、周囲からの刺激やストレスへの敏感さ、不安・緊張の強さを示す <sup>7</sup> 。
BigFive_TIPI_J_経験への開放性	同上。経験への開放性は、知的好奇心や新しいものへの興味関心の強さを示す <sup>7</sup> 。
セルフコントロール_v002	自身に対する制御能力の高さを示す。
ストレス	自身の対処能力を超える環境からの要求を個人が自覚的に感じられる程度を示す(調査実施時の直近1か月のストレス度合い) <sup>7</sup> 。
人生満足度	個人の人生満足度を示す。
記憶違い誘導ゲーム	実際には起こっていない事柄を、実際に起こったこととして思い出してしまう傾向の強さを示す <sup>7</sup> 。
ISOQ_独立的ポジティブ感情	感情を他者との関わり方や文化に注目して分類した「ISOQ」の一要素。「独立的ポジティブ感情」の値が高い人は、誇りを持ち、有頂天になりやすい傾向がある <sup>7</sup> 。
ISOQ_独立的ネガティブ感情	同上。「独立的ネガティブ感情」の値が高い人は、怒りや嫉妬の感情を抱く傾向がある <sup>7</sup> 。
ISOQ_依存的ポジティブ感情	同上。「依存的ポジティブ感情」の値が高い人は、周囲との関わりでポジティブな感情が生じやすい人物である。親しみや尊敬などを感じる傾向がある <sup>7</sup> 。
ISOQ_依存的ネガティブ感情	同上。「依存的ネガティブ感情」の値が高い人は、周囲との関わりでネガティブな感情が生じやすい人物である。羞恥心や罪悪感などを覚える傾向がある <sup>7</sup> 。
ISOQ_一般的ポジティブ感情	同上。「一般的ポジティブ感情」の値が高い人は、自身の自立や周囲に依存する必要がない人物である。自身に対して、感情をコントロールできる傾向がある <sup>7</sup> 。
ISOQ_甘えに関する感情	同上。「甘えに関する感情」の値が高い人は、周りの人に好かれ、依存する人物である。期待を受けることが動機づけにつながる傾向がある <sup>7</sup> 。
ハロー効果	外見や身分など目立ちやすい特徴に引きずられて他の特徴の評価が歪んでしまう現象を示す <sup>7</sup> 。
アンカリング傾向	何かを推定する際に、関連のない値(参照点=アンカー)を提示すると推定の結果がアンカーに引き寄せられる現象を示す <sup>7</sup> 。
回答不注意傾向	真偽判定・共有意向調査において、実験参加者の注意力を測るダミー設問を設定(例:全て“とてもよくあてはまる”と回答)。同設問における回答ミスの程度を示す <sup>6</sup> 。
メディアの利用傾向等	普段から使用しているメディア・アプリや、情報源として重要視するメディア等。普段から使用しているアプリについては、LINE、X(旧 Twitter)、Facebook、YouTube、ニコニコ動画、TikTok、Instagram、Threads、BeReal、Pinterest、Snapchat、note、Clubhouse、WhatsApp を対象に、それぞれの使用の有・無を取得(複数選択可)。重要視している情報源については、テレビ、新聞、雑誌、インターネットを対象に、それぞれ全く重要ではない～非常に重要である(7段階リッカート尺度)で取得。

下記の文章をお読みいただきご回答ください。

A1.  
 2025年2月8日、アメリカのワシントンで行われた日米首脳会談で、トランプ大統領が石破首相から求められた握手を無視した。  
 この出来事が、今後の日本とアメリカの関係を悪化させるのではないかと指摘されている。

 (横にそれぞれひとつずつ) 【必須】

	そう 思わない	←	←	←	←	→	→	→	→	そう 思う
この情報を見たことがある (知っている)	<input type="radio"/>									
この情報は重要だと思う	<input type="radio"/>									
この出来事に関する情報が不足している	<input type="radio"/>									
この出来事の結果を正確に予測できる	<input type="radio"/>									
この情報は正確だと思う	<input type="radio"/>									
この情報を見て、怒りを覚える	<input type="radio"/>									
この情報を見て、不安になる	<input type="radio"/>									
この情報を他者に共有したいと思う	<input type="radio"/>									
この情報を共有する (あるいは共有しない) のは自分自身の知見・考えに基づいている	<input type="radio"/>									

図 1 真偽判定・共有意向調査の画面イメージ

**仮説、リサーチクエスチョン**

以下 RQ1～RQ3 を主要なリサーチクエスチョンとしました。

- RQ1:メディアの利用傾向は、偽情報・ナラティブに対する信じやすさにどの程度影響するのか。
- RQ2:認知特性は、偽情報・ナラティブに対する信じやすさにどの程度影響するのか。
- RQ3:偽情報・ナラティブのテーマによって、信じやすさに関連する認知特性は異なるのか。(共通的な特性、テーマ特異的な特性はそれぞれ何か)

**解析方法**

上記リサーチクエスチョンを検証するため、重回帰分析<sup>8)</sup>によって以下のモデルを構築しました。なお、各モデルは偽情報・ナラティブテーマ(前述の 5 テーマ)ごとに作成し、テーマ間の共通性・差異が分析できるようにしました。

モデル1:メディアの利用傾向が偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに与える影響を評価するモデル

- 目的変数:偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさ
- 主要説明変数:メディアの利用傾向(普段から使用しているアプリ、重要視している情報源)

- 統制変数:年齢、性別、居住地、年収、最終学歴

モデル 2:認知特性が偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに与える影響を評価するモデル

- 目的変数:偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさ
- 主要説明変数:認知特性(認知的熟慮性、同調志向傾向、陰謀論への信奉傾向、メタ認知、リアリティ・モニタリング・エラー、各カテゴリに関する不満、絶対的リスク回避度、利得局面、ハーディング効果、注意力、BigFive 等)
- 統制変数:年齢、性別、居住地、年収、最終学歴

## 結果概要

### ① メディアの利用傾向は、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに小程度の影響を及ぼす

メディアの利用傾向と、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさとの関連性を示すモデル 1 の結果の概要は以下の通りです(表 2、表 3)。

決定係数<sup>9</sup>は 0.08~0.19 程度であり、メディアの利用傾向は偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさを 8~19%程度説明できることが示されました。この結果は、説明力としては小さいものの、対象とする現象(偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさ)の複雑さを考慮すれば、無視できない有意義な結果であると考えられます。

### ② 雑誌、note の利用傾向および年齢は、偽情報・ナラティブの信じやすさに小程度の影響を共通して及ぼす

全てのテーマで共通する結果として、情報源として雑誌を重要視するほど、偽情報・ナラティブを信じやすいことが明らかになりました(表 2)。

この結果の要因として、各メディアの特徴の差異が挙げられます。テレビや新聞などは情報を浅く・広く・一定の公平性をもって報道する媒体である一方で、雑誌は特定の分野の情報を深く・狭く報道する媒体であることから、読者自身の興味・関心に閉じた認知形成を促すと考えられます。

一方で、“外国人(移民)”を除く 4 テーマにおいて、統制変数である年齢が高いほど、偽情報・ナラティブに騙されにくいことが明らかになりました(外交・安全保障: $\beta = -0.1088$   $p < .05$ , 原発: $\beta = -0.1363$   $p < .001$ , 災害: $\beta = -0.1883$   $p < .001$ , 金融詐欺: $\beta = -0.2735$   $p < .001$ )。一般的に、高齢者は偽情報に対する脆弱性が低いとされていましたが、近年のメタ分析では高齢者のほうがニュースの真偽判別能力が高いことが指摘されており<sup>10</sup>、本結果を支持しています。

また、災害・金融詐欺を除くテーマにおいて、note 利用傾向が高いほど、偽情報・ナラティブを信じにくいことが明らかになりました。note はテキスト主体の高密度なメディアであり、「熟読」や「情報の質」を重視するユーザ層に支持されています。こうしたユーザ特性から、情報の真偽を精査するリテラシーが高く、偽情報に惑わされにくい傾向にあると

考えられます。

### ③ テーマによって、偽情報・ナラティブの信じやすさに影響するメディアは異なる

#### 【外交・安全保障】

次に、それぞれのテーマに注目すると、“外交・安全保障”はX(旧 Twitter)の利用傾向の標準化回帰係数の絶対値が最も大きく、X 利用傾向が高いほど、外交・安全保障に関する偽情報・ナラティブに騙されにくいことを示唆しています(表 2)。

この結果は、ソーシャルメディアは“エコーチェンバー現象で偏りやすい”という通説に反する興味深い発見です。本結果を支持する研究報告は殆どありませんが、仮説としては以下が考えられます。

- 多様な情報への接触促進:外交・安全保障のニュースの感度と、リテラシーの高さが相関しており、リテラシーが高いユーザにとって、リアルタイム性が高いメディアは、むしろ多様な情報への接触を促進するツールになる可能性がある。
- 批判的検証能力の獲得:X(旧 Twitter)の利用頻度が高いユーザであるほど偽情報及びその反論やコミュニティノートに多く接触していることから、物事を批判的・多面的に捉える能力を獲得している可能性がある。
- 偽情報に対する免疫の獲得:日常的に玉石混交の大量の情報に晒されていることから、偽情報を見分ける能力を獲得している可能性がある。

X が社会に広く浸透し、広範なユーザに利用される過程で、偽情報や特定のナラティブに対する受容・反応プロセスに変容をもたらしたのであれば、極めて示唆に富む現象といえます。本事象については、今後のさらなる実証的研究が待たれます。

#### 【原発】

“原発”は“外交・安全保障”とほぼ同様の傾向ですが、note の標準化回帰係数の絶対値が大きく、当該メディアの利用傾向が原発に関する偽情報・ナラティブの信じやすさにより大きく寄与していることを示しています。

また、TikTok 利用傾向が高いほど、原発テーマの偽情報・ナラティブを信じやすいことが明らかになりました。TikTok は短尺動画による直感的な視聴体験が特徴であり、アルゴリズムによって類似動画を大量に供給されるため、フィルターバブルが生じやすいことが指摘されています<sup>11</sup>。また、偽情報に晒されるリスクも高いことから<sup>12</sup>、偽情報を一度視聴することで同様の動画が繰り返し供給され、偽情報を信じてしまうリスクが向上すると考えられます。

#### 【外国人(移民)】

“外国人”はモデルの決定係数が最も小さく、説明力が比較的低いテーマであることが明らかになりました。この結果は同テーマがメディア利用傾向以外のパラメータの影響を強く受けていることを示唆しています。

また、特徴的な結果として、YouTube の利用傾向が高いほど、外国人テーマの偽情報・

ナラティブを信じやすいことが明らかになりました。我が国の在留外国人は約 395 万人（2025 年 6 月末時点）に達し、過去最高を更新したことを背景に、YouTube には外国人政策や移民人に関するコンテンツが多数投稿されています。YouTube を介した世論形成に関する知見は限定的ですが、移民問題をはじめとする分極化を招くテーマであるほど、YouTube の視聴者エンゲージメント（コメント対視聴回数比率）が高くなることが指摘されています<sup>13</sup>。さらに、YouTube に搭載されている動画推奨アルゴリズムによってフィルターバブルが発生し、誤信念を助長することも報告されています<sup>14</sup>。これらの結果は外国人・移民受け入れのような賛否が分かれるテーマにおいて、YouTube が誤った（偏った）信念の形成を促し、偽情報・ナラティブに対する脆弱性を高めるリスクをはらんでいることを示唆しています。

### 【災害】

“災害”についてはモデル決定係数が大きく、他テーマと比べてメディア利用傾向によって偽情報・ナラティブの信じやすさが変化しやすいことが明らかになりました。特に TikTok や BeReal<sup>15</sup>の影響が大きく、これらのメディアの利用傾向が高いほど、災害関連の偽情報・ナラティブを信じやすいことを示しています。2023 年に Z 世代を中心に普及した BeReal は、現在アクティブユーザーの減少局面にあります。同サービス利用と偽情報・ナラティブの信じやすさとの関連については、研究報告が殆どありませんが、災害関連の偽情報は不安や恐怖等のネガティブな感情反応を誘発し、偽情報の影響を受けやすくすること知られており<sup>16</sup>、等身大の共感を特に重視した同サービスのユーザ層に特異的な影響を及ぼした可能性があります。

### 【金融詐欺】

“金融詐欺”ではニコニコ動画の利用傾向が有意な正の影響を示しました。この結果はニコニコ動画の利用傾向が高いほど偽情報・ナラティブに騙されやすいことを示しています。ニコニコ動画も BeReal と同様にユーザ数が減少局面にあるサービスであり、若年層のネットユーザに根強く支持されてきた歴史を持ちます。同サービス利用と偽情報・ナラティブの信じやすさとの関連については、前述の現状維持バイアスに加え、特有のインターフェース設計が強く寄与していると考えられます。ニコニコ動画の最大の特徴は、視聴とコメント投稿・閲覧を不可分に行う同期的な視聴体験であり、他者の反応（コメントの雰囲気）に影響されやすいプロセスが強化される可能性が指摘されています<sup>17</sup>。この他者意見の同調を促すアーキテクチャが結果として偽情報・ナラティブの信じやすさに影響を及ぼしていると推察されます。

また、特徴的な結果として、情報源としてテレビを重要視するほど、金融詐欺を信じやすいことが明らかになりました。年齢が高いほど、テレビを情報源として重要視する傾向にあることから<sup>18</sup>、年齢が寄与している可能性が疑われます。しかし、年齢が高いほど信じにくいという結果が同時に得られていることから、年齢とは独立した要因が影響している可能性が示唆されています。具体的には、マスメディアが持つ公的・権威的なイメージによる影響や、情報を受け身で処理する受動型メディアによる影響などが推察され、今後のさ

らなる実証的研究が待たれます。

表 2 モデル 1(目的変数:信じやすさ)

テーマ 説明変数	外交・安全保障	原発	外国人(移民)	災害	金融詐欺
普段使用しているアプリ					
LINE	-0.0365	-0.0613	-0.0765*	-0.1026**	-0.0896**
X(旧 Twitter)	-0.1116**	-0.0952*	-0.0465	-0.097*	-0.0406
Facebook	-0.0172	-0.0771	-0.0508	0.0073	0.0193
YouTube	0.0605	0.0305	0.0766*	0.0439	0.0369
ニコニコ動画	0.0142	0.069	0.0346	0.0395	0.0971**
TikTok	0.0531	0.09	0.0321	0.0887	0.0546
Instagram	0.0235	0.0029	-0.0286	-0.0403	-0.0285
Threads	-0.0192	-0.0279	0.0034	0.0047	-0.0259
BeReal	0.0862*	0.0893**	0.0608	0.0906*	0.0719
Pinterest	0.0186	0.0212	0.0181	-0.0084	-0.0446
Snapchat	0.0438	0.0038	0.0126	0.0013	0.0024
note	-0.0751*	-0.1042**	-0.0922*	-0.0576	-0.0541
WhatsApp	-0.0077	0.0296	0.0155	0.0213	0.0257
重要視している情報源					
テレビ	0.0314	0.0217	-0.0684	0.0206	0.0803*
新聞	-0.0351	0.0337	-0.054	0.0236	-0.0068
雑誌	0.1058*	0.1412**	0.1444**	0.1529***	0.1012*
インターネット	0.0533	-0.0076	0.0647	0.0047	0.0568
決定係数	0.107	0.14	0.088	0.172	0.173

・ \*\*\* p<0.001, \*\*p<0.01, \*p<0.05

・ 数字は標準化回帰係数(Coefficient)β

普段使用しているアプリについて、使用者数が 10 名未満であった Clubhouse、その他、特になしは除外

④ 偽情報・ナラティブの共有しやすさに影響するメディアは、信じやすさに影響するメディアと総じて同様である

前述の偽情報・ナラティブの信じやすさと総じて同様のパラメータが有意に影響しており、偽情報・ナラティブの信じやすさと共有しやすさは同様のメディア利用傾向によって説明できることが示されました(表 3)。

表 3. モデル 1(目的変数:共有しやすさ)

説明変数 \ テーマ	外交・安全保障	原発	外国人(移民)	災害	金融詐欺
普段使用しているアプリ					
LINE	-0.0477	-0.0482	-0.0365	<b>-0.1106**</b>	<b>-0.084**</b>
X(旧 Twitter)	<b>-0.0874*</b>	<b>-0.1084**</b>	<b>-0.1116**</b>	<b>-0.1008**</b>	-0.0627
Facebook	-0.0202	-0.0419	-0.0172	0.0028	-0.0024
YouTube	0.0525	0.0212	0.0605	0.0256	0.0115
ニコニコ動画	0.0427	0.0572	0.0142	0.0485	<b>0.1202***</b>
TikTok	0.055	<b>0.0826*</b>	0.0531	<b>0.0686*</b>	<b>0.0751</b>
Instagram	-0.0078	-0.0036	0.0235	-0.0407	-0.0363
Threads	-0.0236	-0.029	-0.0192	-0.0004	-0.0464
BeReal	<b>0.0927*</b>	<b>0.0828*</b>	<b>0.0862*</b>	<b>0.0996*</b>	0.0671
Pinterest	0.0334	0.0188	0.0186	0.0072	0.0054
Snapchat	-0.0015	-0.0238	0.0438	-0.0286	0.0017
note	<b>-0.0777*</b>	<b>-0.102**</b>	-0.0751	-0.0772	<b>-0.0872*</b>
WhatsApp	0.0092	0.0566	-0.0077	0.0305	0.0481
重要視している情報源					
テレビ	-0.0192	0.0026	0.0314	0.0093	0.0632
新聞	0.039	0.0728	-0.0351	0.0704	-0.0189
雑誌	<b>0.1293**</b>	<b>0.1556***</b>	<b>0.1058**</b>	<b>0.1371**</b>	<b>0.1958***</b>
インターネット	0.0482	0.0208	0.0533	0.0233	0.0148
決定係数	<b>0.115</b>	<b>0.139</b>	<b>0.093</b>	<b>0.164</b>	<b>0.198</b>

- ・ \*\*\* p<0.001, \*\*p<0.01, \*p<0.05
- ・ 数字は標準化回帰係数(Coefficient)β
- ・ 普段使用しているアプリについて、使用者数が 10 名未満であった Clubhouse、その他、特になしは除外

⑤ 認知特性は、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに中程度の影響を及ぼす。認知特性と、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさとの関連性を示すモデル 2 の結果の概要は以下の通りです(表 4、表 5)。

決定係数は 0.27~0.42 程度であり、認知特性は偽情報・ナラティブの信じやすさを 27~42%程度説明できることが明らかになりました。この結果は、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに認知特性が大きく寄与していることを示しています。

表 4. モデル 2(目的変数:信じやすさ)

説明変数	テーマ 外交・安全保障	原発	外国人(移民)	災害	金融詐欺
認知的熟慮性	-0.0658**	-0.0719***	-0.0783***	-0.055**	-0.0522**
同調志向傾向	0.0153	0.0246	0.028	0.0393	0.0485
陰謀論への信奉傾向	0.1613***	0.1048***	0.207***	0.1311***	0.0367
メタ認知	-0.0625*	-0.0339	-0.0365	-0.053*	-0.013
リアリティ・モニタリング・エラー	0.0577*	0.0855***	-0.0008	0.0732**	0.0939***
各カテゴリに関する不満	0.0894***	0.0599**	0.1521***	0.0648**	0.0281
絶対的リスク回避度 利得局面	0.0452*	0.0205	0.0511*	0.0374*	0.0011
ハーディング効果	0.0769***	0.076***	0.0688**	0.0782***	0.0567**
注意力_v002	-0.0204	-0.0294	-0.0372	-0.0214	0.004
BigFive_TIPI_J_外向性	-0.0111	-0.015	-0.0346	-0.0095	0.0036
BigFive_TIPI_J_協調性	-0.0307	-0.0346	-0.0187	-0.006	-0.0153
BigFive_TIPI_J_勤勉性	-0.0515	-0.04	-0.0162	-0.0163	-0.0184
BigFive_TIPI_J_情緒不安定性	0.0145	-0.0265	-0.011	-0.0041	0.0084
BigFive_TIPI_J_経験への開放性	0.0623*	0.0506*	0.0462	0.0568*	0.0297
セルフコントロール_v002	0.0551	0.0506	0.0737*	0.0708*	-0.0015
ストレス	0.0625*	0.0478	0.0395	0.0567*	0.0381
人生満足度	0.0475	0.0282	0.054	0.0332	-0.0133
記憶違い誘導ゲーム	0.0352*	0.0379*	0.0241	0.0398*	0.0089
ISOQ_独立的ポジティブ感情	0.0544	0.0631	0.0452	0.0389	0.0205
ISOQ_独立的ネガティブ感情	-0.0588*	-0.0599*	-0.0866*	-0.0285	-0.0172
ISOQ_依存的ポジティブ感情	0.0689*	0.0744**	0.0986	0.0606*	0.0581*
ISOQ_依存的ネガティブ感情	-0.0074	-0.0382	0.0032	-0.0088	-0.0337
ISOQ_一般的ポジティブ感情	-0.0119	-0.002	-0.0379	-0.0011	-0.0133
ISOQ_甘えに関する感情	0.0394	0.0474	0.0488	0.0243	0.0318
ハロー効果	0.0264	0.0144	0.028	0.0188	0.0437*
アンカリング傾向	0.0327	0.0468**	0.0276	0.0248	0.0204
回答不注意傾向	0.2162***	0.2273***	0.1266**	0.2861***	0.2875***
決定係数	0.323	0.332	0.273	0.422	0.354

・ \*\*\* p<0.001, \*\*p<0.01, \*p<0.05

数字は標準化回帰係数(Coefficient)β

テーマ共通的な傾向(※抜粋)

認知的熟慮性が高いほど、偽情報・ナラティブを信じにくい・共有しにくい

全てのテーマにおいて、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに対して、認知的

熟慮性は有意な負の影響を及ぼすことが認められました(表 4、表 5)。この結果は、認知的熟慮性が高いほど偽情報を信じにくく、共有しにくくなることを示しており、過去の研究報告とも一致します<sup>19</sup>。

#### 陰謀論への信奉傾向が高いほど、偽情報・ナラティブを信じやすい・共有しやすい

全てのテーマにおいて、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに対して、陰謀論への信奉傾向は有意な正の影響を及ぼすことが認められました(表 4、表 5)。この結果は、陰謀論への信奉傾向が高いほど偽情報を信じやすく、共有しやすくなることを示しています。特に、偽情報・ナラティブの共有しやすさと比べて、信じやすさは標準化回帰係数 $\beta$ が大きく、同傾向が特に信じやすさに影響を大きく及ぼしていることを示しています。

#### リアリティ・モニタリング・エラーが高いほど、偽情報・ナラティブを信じやすい・共有しやすい

外国人を除くテーマにおいて、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに対して、リアリティ・モニタリング・エラーは有意な正の影響を及ぼすことが認められました(表 4、表 5)。この結果は、リアリティ・モニタリング・エラーが高いほど偽情報を信じやすく、共有しやすくなることを示しています。リアリティ・モニタリング・エラーとは、記憶の「現実らしさ(リアリティ)」を判断する機能がうまくいかず、実際に経験したこと(現実)と想像したこと(空想)、あるいは他者から聞いたことと自分が経験したことなどを混同してしまう認知エラーを指します。近年の神経科学研究において、記憶が偽情報判別や誤信念形成に関与することを示す研究が報告されており<sup>2021</sup>、本結果は記憶エラーが偽情報判別メカニズムに関与していることを実証的に支持しています。

#### 各カテゴリに関する不満が大きいほど、偽情報・ナラティブを信じやすい・共有しやすい

金融詐欺を除くテーマにおいて、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに対して、各カテゴリに関する不満は有意な正の影響を及ぼすことが認められました(表 4、表 5)。この結果は、各カテゴリに関する不満(政治、経済情勢、社会、報道の在り方、自身の社会的地位、経済状況、労働環境、家庭環境)が大きいほど偽情報を信じやすく、共有しやすくなることを示しています。2025年のリトアニアのヴィリニウス大学の研究グループの報告では社会経済的地位が低いほど偽情報に対する抵抗性が低いことが明らかになっています<sup>22</sup>。これは社会的不満を抱きやすい層ほど、偽情報・ナラティブの受容・拡散リスクが高いことを示唆しています。つまり、偽情報の受容・拡散は個人的な特性にとどまらず、社会構造的に起因する問題としての側面も強く有していると考えられます。

#### ハーディング効果が高いほど、偽情報・ナラティブを信じやすい・共有しやすい

全てのテーマにおいて、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに対して、ハーディング効果は有意な正の影響を及ぼすことが認められました(表 4、表 5)。この結果は、ハーディング効果が高いほど偽情報を信じやすく、共有しやすくなることを示しています。

ハーディング効果とは周りと同じ行動をとることに安心して、周りに合わせてしまう志向性です。他人に合わせるという点で同調志向傾向と似ていますが、合わせる動機や状況で差異があります。ハーディング効果は主に行動経済学で使われる概念で、自分で意思決定を行うのが困難な状況において、他者の行動をヒントとして扱い、結果として他者と同様の行動をとることを指します。具体的には、投資における他者判断の追従(他の人が買っている株式を同様に購入する)が挙げられます。一方、同調志向傾向は、主に社会心理学の概念であり、集団における孤立を回避し、集団の期待に応えるために自分の意見や行動を他者に合わせることを指します。

本結果では、ハーディング効果のみが共通して有意な正の影響を示しており、情報の真偽判断の際に他者意見を参照する傾向が強いほど、偽情報・ナラティブの受容・拡散リスクが高いことを示しています。この結果は、前述の認知的熟慮性が高いほど同リスクが低減する結果を補完するものであり、主体的かつ熟慮的な判断能力の重要性を改めて裏付けています。

#### 経験への開放性が高いほど、偽情報・ナラティブを信じやすい

外国人と金融詐欺を除くテーマにおいて、偽情報・ナラティブの信じやすさに対して、BigFive\_TIPI\_J 経験への開放性は有意な正の影響を及ぼすことが認められました(表4)。この結果は、BigFive\_TIPI\_J 経験への開放性が高いほど偽情報を信じやすくなることを示しています。経験への開放性とは、知的好奇心や新しいものへの興味関心の強さを示しております。

「BigFive(TIPI\_J)」とは、人間が持つ様々な性格を5つの要素の組み合わせで構成されると定義した理論です。経験への開放性は構成要素の一つであり、知的好奇心や新しいものへの興味関心の強さを示す志向性です。複数の研究によって、経験への開放性は物事を多角的かつ柔軟に捉えることを可能にし、偽情報の受容・拡散リスクを低減することを示唆しています<sup>2324</sup>。

本結果はこれらの知見と相反していますが、仮説として、「欠乏的好奇心(Deprivation curiosity)」の関与が疑われます。好奇心はポジティブな気持ちに動機づけられた探求を特徴とする「興味好奇心(Interest curiosity)」と、不確実性の低減に動機づけられた「欠乏的好奇心(Deprivation curiosity)」に分類されます。興味好奇心は、より広い知識の獲得、新たな情報に対する反応性の向上、真偽判断能力の向上、知的謙虚さの向上と関連する一方で、欠乏的好奇心に動機づけられた人は情報獲得を優先するあまり、真偽判断能力の低下や知的謙虚さが欠如することが知られています。実際に、欠乏的好奇心が高い人はでたらめな情報に意味を見出し、偽情報を信じる傾向にあることが指摘されています<sup>25</sup>。本仮説を検証するためには更なる実証的研究が不可欠ですが、好奇心の動機付けの差異によって偽情報・ナラティブの受容リスクが異なる可能性を示唆する知見として注目に値します。

#### ISOQ 依存的ポジティブ感情が高いほど、偽情報・ナラティブを信じにくい

全てのテーマにおいて、偽情報・ナラティブの信じやすさに対して、ISOQ 依存的ポジテ

イブ感情は有意な正の影響を及ぼすことが認められました(表 4)依存的ポジティブ感情が高い人は、周囲との関わりでポジティブな感情が生じやすく、親しみや尊敬などを感じる傾向があります。この結果を裏付ける直接的な研究は無いものの、依存的ポジティブ感情が高い人は高い個人は他者への信頼感や親和的動機が高く、結果として他者の発信する情報に対する受容性が亢進している可能性が推察されます。

#### 回答不注意である人ほど、偽情報・ナラティブを信じやすい・共有しやすい

本実験では、真偽判定・共有意向調査において、実験参加者の注意力を測るダミー設問を設定していました(例:全て“とてもよくあてはまる”と回答)。

全てのテーマにおいて、偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさに対して、回答不注意傾向は有意な正の影響を及ぼすことが認められました(表 4、表 5)。この結果は、回答不注意である人ほど偽情報を信じやすく、共有しやすくなることを示しています。レジャイナ大学のペニークック准教授(現コーネル大学准教授)ら(2021)の報告によると、偽情報の共有の約半分がユーザの注意散漫に起因していたことが示唆されており<sup>26</sup>、この結果と整合します。

#### 性別、居住地域、年収、最終学歴は偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさには影響しない

統制変数(年齢、性別、居住地域、年収、最終学歴)と偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさについて、以下の有意な影響が認められましたが、それ以外のパラメータでは認められませんでした。

- ・年齢が高いほど、災害・金融詐欺の偽情報・ナラティブを信じにくい(災害: $\beta = -0.0559$   $p < .01$ 、金融詐欺: $\beta = -0.1157$   $p < .001$ )
- ・年齢が高いほど、金融詐欺の偽情報・ナラティブを共有しにくい( $\beta = -0.0935$ )

この結果は、性別、居住地域、年収、最終学歴などの社会人口統計学的な背景よりも、個人の認知特性が強く影響を及ぼしている可能性を示唆しています。

#### テーマごとの傾向(※抜粋)

##### **【外交・安全保障】**

上記のテーマ共通的な傾向に加え、ストレス( $\beta = 0.0623$ )、ISOQ\_ 独立的ポジティブ感情( $\beta = 0.0544$ )が高いほど、外交・安全保障テーマの偽情報・ナラティブを信じやすい傾向にあることが示されました(表 4)。独立的ポジティブ感情が高い人は、誇りを持ち、有頂天になりやすい傾向にあります。独立的ポジティブ感情と偽情報の信じやすさの関連性を示す直接的な研究知見は無いものの、自信過剰の関与が疑われます。自信過剰とは自身の知識や能力を過大評価する認知特性の一つであり、自信過剰傾向が高いほど、偽情報に騙されやすくなることが知られています<sup>27</sup>。そのため、独立的ポジティブ感情は間接的に偽情報の信じやすさに影響を及ぼしている可能性があります。今後、独立的ポジティブ感情が自信過剰を介して偽情報の受容に与える媒介効果について、詳細な実証が待たれます。また、ストレスについても同様に高リスク要因となり得ますが、これは単純

な線形相関ではなく、ストレスの質や程度に依存する複雑な影響関係にあると考えられます<sup>28</sup>。

一方で、メタ認知( $\beta = -0.0625$ )、ISOQ 独立的ネガティブ感情( $\beta = -0.0588$ )が高いほど、外交・安全保障テーマの偽情報・ナラティブを信じにくい傾向にあることが示され、これらの特性が偽情報・ナラティブの受容に対する抑止力として機能していることが明らかとなりました。独立的ネガティブ感情が高い人は、怒り、嫉妬、妬みなどの感情を抱く傾向があります。先行知見によれば、怒りや不安といったネガティブ感情は偽情報の受容・拡散リスクを高めとされていますが、本結果はこれに反するものです。しかし、怒りの感情が真偽識別能力の向上に寄与する研究も報告されており、その影響は文脈や状況等の依存する可能性が指摘されています<sup>29</sup>。したがって、本結果においても独立的ネガティブ感情が真偽判別能力向上に寄与した可能性や、嫉妬・妬みに伴う疑り深さや不信感が媒介変数となり、情報の信ぴょう性に対する批判的姿勢を強めた可能性等が推察されます。

### 【原発】

上記のテーマ共通的な傾向に加え、ISOQ 独立的ポジティブ感情( $\beta = 0.0631$ )、アンカリング傾向( $\beta = 0.0468$ )が高いほど、原発テーマの偽情報・ナラティブを信じやすい傾向にあることが示されました(表 4)。アンカリング傾向はたとえ最初に提示された情報が間違っていることがわかっても、個人がその情報に固執するようにすることで、偽情報に対する脆弱性を大幅に高めることが指摘されています。オーストリアのウィーン大学のシュトゥーベンフォル博士(現クラゲンフルト大学上級研究員)(2021)の市民を対象とした実験では、誤ったデータを含む誤情報を市民に提示した後、当該データの修正・撤回を行い、撤回効果の検証を行いました。その結果、アンカリング傾向が強い市民ほど、元の情報が誤情報であることを認識していながらも、元の誤データに固執する傾向にあることが示されました<sup>30</sup>。この結果はアンカリング傾向が強いほど誤情報の撤回が機能しにくいことを示しており、原発に関する偽情報・ナラティブではその傾向がより顕著である可能性を示唆しています。

一方で、ISOQ 独立的ネガティブ感情( $\beta = -0.0599$ )が高いほど、原発テーマの偽情報・ナラティブを信じにくい傾向にあることが示され、これらの特性が偽情報・ナラティブの受容に対する抑止力として機能していることが明らかとなりました。

### 【外国人(移民)】

外国人モデルは、陰謀論への信奉傾向( $\beta = 0.207$ )、各カテゴリに対する不満( $\beta = 0.1521$ )の標準化回帰係数 $\beta$ が他のテーマよりも高く、これらの特性を有している層ほど、外国人に関する偽情報・ナラティブを信じやすいこと示しています(表 4)。

また、特徴的なパラメータとして、セルフコントロール\_v002( $\beta = 0.0737$ )が高いほど、外国人テーマの偽情報・ナラティブを信じやすい傾向にあることが示されました。一般的に、セルフコントロールが高いほど、偽情報の受容・拡散リスクが低減すると考えられています<sup>31</sup>。しかしながら、本結果はこれら研究報告とは相反する様相を呈しています。この要因として、セルフコントロールの高さが付随的にもたらす自信過剰や意思決定バイアス

の増加等の弊害が挙げられます。セルフコントロールと過剰主張傾向の間に正の相関関係が認められており、セルフコントロールが高いほど自己の知識や考えに固執する傾向にあることが明らかになっています<sup>32</sup>。本結果は、外国人(移民)のような感情を大きく揺さぶるテーマの場合、本来リスクを低減するはずのセルフコントロールが逆の影響を生じさせる“セルフコントロール・パラドックス”と呼ぶべき現象の存在を示唆しています。

一方で、ISOQ\_独立的ネガティブ感情( $\beta = -0.0866$ )が高いほど、原発テーマの偽情報・ナラティブを信じにくい傾向にあることが示され、これらの特性が偽情報・ナラティブの受容に対する抑止力として機能していることが明らかとなりました。

### 【災害】

災害モデルは決定係数が最も高く(0.422)、他のテーマと比べて認知特性が偽情報の信じやすさに大きな影響を及ぼしていることを示しています(表4)。

また、特徴的なパラメータとして、セルフコントロール( $\beta = 0.0708$ )、ストレス( $\beta = 0.0567$ )が高いほど、災害テーマの偽情報・ナラティブを信じやすい傾向にあることが示されました。外国人(移民)テーマと同様にセルフコントロール・パラドックスの存在が示唆されています。これは、災害が人命に直接的に関与する重大なテーマであることが影響していると考えられます。

### 【金融詐欺】

金融詐欺モデルでは、他のテーマでは有意な影響があった陰謀論への信奉傾向、各カテゴリに対する不満などの有意性が認められなかったことから、他のテーマとは異なる認知特性が大きく影響していると考えられます(表4)。

特徴的なパラメータとして、同調志向傾向( $\beta = 0.0485$ )、ハロー効果( $\beta = 0.0437$ )が高いほど、金融詐欺テーマの偽情報・ナラティブを信じやすい傾向にあることが示されました。金融詐欺は同調志向傾向とハーディング効果の両パラメータで正の影響が認められており、他者の意見や周囲の目を気にする傾向にある層であるほど金融詐欺のリスクが高いことを示唆しています。

ハロー効果とは、外見や身分など目立ちやすい特徴に引きずられて他の特徴の評価が歪んでしまう現象で、ルックスの良い人間を優れた人間と誤解する現象が代表例として挙げられます。金融詐欺では著名人の肖像の悪用が常態化しており、近年のディープフェイク技術の進展に伴い、まるで本人が出演しているような詐欺動画が急増しています。本分析の結果は、こうした最新技術による欺瞞が、ターゲットの認知的脆弱性を精密に標的化(ターゲティング)している実態を強く裏付けるものです。

表 5. モデル 2(目的変数:共有しやすさ)

説明変数	テーマ				
	外交・安全保障	原発	外国人(移民)	災害	金融詐欺
認知的熟慮性	-0.0907***	-0.0891***	-0.1018***	-0.0737***	-0.0578***
同調志向傾向	0.0166	0.03	0.0484*	0.047*	0.0303
陰謀論への信奉傾向	0.1346***	0.0998***	0.1703***	0.1248***	0.0494***
メタ認知	-0.0647*	-0.0225	-0.0617*	-0.0528*	-0.0326
リアリティ・モニタリング・エラー	0.0907***	0.0958***	0.0376	0.0934***	0.1029***
各カテゴリに関する不満	0.0889***	0.0752***	0.1438***	0.0563**	0.0341
絶対的リスク回避度_利得局面	0.0349	0.0149	0.0413*	0.0285	0.0168
ハーディング効果	0.062**4	0.0516**	0.0541**	0.0578**	0.05**
注意力_v002	-0.0389*	-0.0537**	-0.0518**	-0.0379*	-0.0226
BigFive_TIPIJ_外向性	-0.0001	-0.0067	-0.0312	0.0105	0.0087
BigFive_TIPIJ_協調性	-0.0132	-0.0201	-0.0114	0.0038	0.0066
BigFive_TIPIJ_勤勉性	-0.032	-0.0166	-0.01	-0.0079	-0.0046
BigFive_TIPIJ_情緒不安定性	0.0043	-0.0146	-0.0156	-0.0183	0.0235
BigFive_TIPIJ_経験への開放性	0.0335	0.0386	0.0345	0.0263	0.0168
セルフコントロール_v002	0.0496	0.0576*	0.0679*	0.071**	0.0249
ストレス	0.081**	0.0733**	0.0646*	0.0789**	0.0394
人生満足度	0.0194	0.0019	0.055*	0.0301	0.0175
記憶違い誘導ゲーム	0.0434*	0.0401*	0.0386*	0.0577***	0.0199
ISOQ_独立的ポジティブ感情	0.0168	0.0397	0.0339	0.0097	0.0095
ISOQ_独立的ネガティブ感情	-0.0391	-0.0353	-0.0597*	-0.0292	-0.0099
ISOQ_依存的ポジティブ感情	0.0547*	0.0657*	0.0689*	0.0452	0.0362
ISOQ_依存的ネガティブ感情	-0.0217	-0.0472	-0.0049	-0.0131	-0.0368
ISOQ_一般的ポジティブ感情	-0.0123	-0.0027	-0.0225	-0.0117	0.0001
ISOQ_甘えに関する感情	0.057*	0.0589*	0.0411	0.0585*	0.0588*
ハロー効果	0.0162	0.0237	0.0488**	0.0236	0.0458**
アンカリング傾向	0.027	0.0439*	0.0284	0.0248	0.037*
回答不注意傾向	0.2124***	0.216***	0.1282***	0.258***	0.2898***
決定係数	0.352	0.363	0.311	0.415	0.426

・ \*\*\* p<0.001, \*\*p<0.01, \*p<0.05  
 ・ 数字は標準化回帰係数(Coefficient)β

### 今後の取り組みと展望

本結果を踏まえた今後の取組・展望は以下の通りです。脳科学と情報科学の融合研究を推進することで、より効率的・効果的な偽情報・ナラティブ対策の実現が期待されます。

#### ① 更なる実証研究の推進

本実験により偽情報・ナラティブの信じやすさ・共有しやすさと関連する認知特性とその影響度に関する示唆に富む先駆的な知見を獲得することができました。その一方で、得られた結果の汎用性や、新たなに生じた仮説の妥当性を検証するためには、継続的な実証研究が不可欠です。当社は引き続き実証研究を推進し、知見の蓄積を進めてまいります。

## ② 人間の認知特性に着目した偽情報・ナラティブ影響評価・予測モデルの開発

大量に生成・拡散される偽情報・ナラティブの全てを人間が確認・対応するのは物理的に困難です。そこで、当社は偽情報・ナラティブの影響度を評価・予測する AI モデルの開発を提案します。偽情報・ナラティブを受容・拡散リスクに基づいて分類し、優先順位付けすることで危険性の高い偽情報・ナラティブに焦点を当てた効率的な対応が実現可能になると考えられます。近年、LLM を用いた偽情報・ナラティブ影響評価シミュレーション技術が提案され始めています。2024 年の研究では、年齢、性別、教育レベル等をもとにプロファイリングした LLM エージェント(ペルソナ)を作成し、同エージェントに対して情報の正確性を問うテストを実施した結果、同様のプロファイルを有する人間と同様の結果が再現できたと報告されています<sup>33</sup>。特に興味深いのは、エージェントのプロファイリングの際に政治的傾向や科学・政府・ジャーナリズムへの信頼等の価値観や認知特性に関するパラメータを組み込んでいる点です。この結果は AI に人間の認知特性を組み込むことで偽情報・ナラティブに対する人間の応答行動(信じやすさ・共有しやすさ)をより高い精度で再現できる可能性を示唆しています。当社では人間情報データベース<sup>®</sup>において、性格特性・心理状態・認知バイアスなど、人の内面に關わるデータを多数保有しています。今後、これらのデータを活用した偽情報・ナラティブ影響評価・予測モデルを開発することで、次世代の偽情報・ナラティブ対策ソリューションの実現を目指します。

## ③ 人間の認知特性に着目した偽情報・ナラティブ対策(対応・介入プログラム)の開発

主な偽情報・ナラティブ対策としては、事後的に偽情報・ナラティブの影響を低減するデバンキング(Debunking)と、事前に偽情報・ナラティブに対する抵抗力を高めるプレバンキング(Prebunking)が挙げられます。

デバンキングは偽情報・ナラティブに基づく誤った認識が広まった後に訂正情報を広めることで対処するアプローチで、ファクトチェックやサイエンスコミュニケーションが代表例として挙げられます。デバンキングは最も一般的なアプローチですが、その有効性については一貫した証拠が報告されていません。2023 年に報告されたデバンキングの効果に関するメタ分析では、科学関連の偽情報に対して一貫した効果が認められませんでした<sup>34</sup>。この要因の一つとして、デバンキング対象者(訂正情報を受け取る者)の知識や価値観等の特性が寄与すると考えられています<sup>35</sup>。

プレバンキングは、既存能力の拡充や新たなスキル習得を通じ、個人の自律的な判断能力・意思決定能力を向上させる介入手法です。その中でも、心理的予防接種(psychological inoculation)は、偽情報・ナラティブによく用いられる心理操作手法をまとめたショートムービーを“情報ワクチン”として事前に視聴させることで視聴者に“認知の免疫”を獲得させる画期的な手法です<sup>36,37</sup>。心理的予防接種は高い有効性が示されて

いる一方で、プレバンキングの一種であるクリティカルシンキングやメディアリテラシー等の介入については文化差・個人差が存在することが示唆されています<sup>35</sup>。

以上を踏まえ、デバンキング、プレバンキングいずれにおいても、個々の認知特性を考慮した最適化が不可欠と言えます。当社は保有する人間情報データベース<sup>®</sup>を活用することで、認知特性に応じた最適な偽情報・ナラティブ対策(対応・介入プログラム)の開発を目指します。

#### ④ 神経科学メカニズムの解明

なぜ人々は偽情報・ナラティブを信じてしまうのか、誤った信念に固執し続けてしまうのか、偽情報・ナラティブを信じやすい人とそうでない人は何が違うのか—これらのメカニズムは殆ど明らかになっていません。近年の脳計測研究によれば、記憶の想起に関連する脳内ネットワークが、偽情報の感受性に関与していることが示唆されています<sup>38</sup>。しかし、本領域の知見は依然として断片的であり、更なる研究が不可欠です。こうした脳内メカニズムの理解は、神経科学エビデンスに裏付けられた「脳の防衛策」を構築する上で極めて重要です。当社は国内の脳科学研究者や一般社団法人応用脳科学コンソーシアムなどと連携し、偽情報・ナラティブの神経科学メカニズム解明に向けた事業を推進してまいります。

#### 【お問い合わせ先】

当件についての問い合わせ先	内容についての問い合わせ先
株式会社 NTT データ経営研究所 経営企画本部 コンサルティングサポート 部 ブランド推進担当 米倉 智子 TEL:03-5213-4016 Email: webmaster@nttdata-strategy.com	株式会社 NTT データ経営研究所 ニューロ・コグニティブ・イノベーションユニ ット ディレクター 山崎 和行 Email: contact_NCI@nttdata-strategy.com

※人間情報データベース<sup>®</sup>は弊社が保有する、『人間に聞き、人間を知り、人間を満足させる』ための世界でオンリーワンのプラットフォームです。約5万人に対して年齢、性別、職業などの属性情報や趣味などの基礎情報の他に「ディープデータ」として、性格特性・心理状態・認知バイアスなど、人の内面に関わるデータを多数保有しています。心理データおよび認知バイアスの取得にあたっては第一線の研究者と連携し、科学的に信頼性の高い方法論(尺度)に基づいて、代表性と独自性の高いデータ群を取得しています。

詳細はこちら：<https://www.nttdata-strategy.com/dcs/about/index.html>

<sup>1</sup> Toplak, M. E., West, R. F., & Stanovich, K. E. (2013). Assessing miserly information processing: An expansion of the Cognitive Reflection Test. *Thinking & Reasoning*, 20(2), 147-168.

<sup>2</sup> Mehrabian, A., & Steffl, C. A. (1995). BASIC TEMPERAMENT COMPONENTS OF LONELINESS, SHYNESS, AND CONFORMITY. *Social Behavior and Personality*, 23(3), 253-263

<sup>3</sup> Bruder, M., Haffke, P., Neave, N., Nouripanah, N., & Imhoff, R. (2013). Measuring individual differences in generic beliefs in conspiracy theories across cultures: conspiracy mentality questionnaire. *Frontiers in psychology*, 4, 225.

- 
- <sup>4</sup> Wells, A., & Cartwright-Hatton, S. (2004). A short form of the metacognitions questionnaire: properties of the MCQ-30. *Behaviour research and therapy*, 42(4), 385–396.
- <sup>5</sup> 中田 英利子・森田 泰介. (2014). リアリティ・モニタリング・エラー経験質問紙の開発と信頼性・妥当性の検討. *心理学研究*, 85(2), 168–177.
- <sup>6</sup> 独自作成
- <sup>7</sup> 人間情報DB項目
- <sup>8</sup> 重回帰分析とは複数の説明変数を用いて一つの目的変数を予測する分析手法。各説明変数が目的変数に与える影響の大きさは、算出される回帰係数によって示される。
- <sup>9</sup> モデルが目的変数の変動を何%説明できるかを示す。
- <sup>10</sup> Sultan, M., Tump, A. N., Ehmann, N., Lorenz-Spreen, P., Hertwig, R., Gollwitzer, A., & Kurvers, R. H. J. M. (2024). Susceptibility to online misinformation: A systematic meta-analysis of demographic and psychological factors. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 121(47). <https://doi.org/10.1073/pnas.2409329121>
- <sup>11</sup> Ahmmad, M., Shahzad, K., Iqbal, A., & Latif, M. (2025). Trap of Social Media Algorithms: A Systematic Review of Research on Filter Bubbles, Echo Chambers, and Their Impact on Youth. *Societies*, 15(11), 301.
- <sup>12</sup> Baumel, N. M., Spatharakis, J. K., Karitsiotis, S. T., & Sellas, E. I. (2021). Dissemination of Mask Effectiveness Misinformation Using TikTok as a Medium. *Journal of Adolescent Health*, 68(5), 1021–1022.
- <sup>13</sup> Vera Sosnovik, Caroline Violot, Mathias Humbert. (2025). In Times of Crisis: An Exploratory Study of Media and Political Discourse on YouTube During the 2024 French Elections. *arXiv*.
- <sup>14</sup> Hussein, E., Juneja, P., & Mitra, T. (2020). Measuring Misinformation in Video Search Platforms: An Audit Study on YouTube. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW1), 1–27.
- <sup>15</sup> 「盛らない」「映えない」をコンセプトとしたSNS。1日1回、ランダムな通知から2分以内に内・外カメラで同時撮影する仕組みで、フィルターや編集機能がなく、ありのままの自分を友達に見せ合うことで等身大の共感を生むこと重視している。Z世代を中心に人気を集めた。
- <sup>16</sup> Hilberts, S., Govers, M., Petelos, E., & Evers, S. (2024). The Impact of Misinformation on Social Media in the Context of Natural Disasters: A Narrative Review (Preprint). *JMIR Infodemiology*.
- <sup>17</sup> 小西, 敦郎. (2021). ユーザの興味とコメント分布によるニコニコ動画の分析. 法政大学大学院紀要 情報科学研究科編, 16, 1–6.
- <sup>18</sup> 総務省情報通信政策研究所.(2025). 令和6年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書
- <sup>19</sup> Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39–50.
- <sup>20</sup> Ratzan, A., Siegel, M., Karanian, J. M., Thomas, A. K., & Race, E. (2024). Intrinsic functional connectivity in medial temporal lobe networks is associated with susceptibility to misinformation. *Memory*, 1–13.
- <sup>21</sup> Wang, Y., Wang, X., Du, Y., Liu, W., & Sun, H. (2023). The hippocampal mechanisms underlying false memories during life event reconstruction. *Nature Communications*, 14(1), Article 38046.
- <sup>22</sup> Skučienė, D., Brazienė, R., & Vencius, T. (2025). Resilience of Socially Vulnerable Populations to Disinformation in Lithuania: The Role of the Welfare State. *Social Inclusion*, 13.
- <sup>23</sup> Matz, S. C. (2021). Personal echo chambers: Openness-to-experience is linked to higher levels of psychological interest diversity in large-scale behavioral data. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- <sup>24</sup> Li, T., de Girolamo, G., Zamparini, M., Malvezzi, M., Candini, V., Calamandrei, G., Starace, F., Zarbo, C., & Götz, F. M. (2023). Openness buffers the impact of Belief in Conspiracy Theories on COVID-19 vaccine hesitancy: Evidence from a large, representative Italian sample. *Personality and Individual Differences*, 112189.
- <sup>25</sup> Zedelius, C. M., Gross, M. E., & Schooler, J. W. (2022). Inquisitive but not discerning: Deprivation curiosity is associated with excessive openness to inaccurate information. *Journal of Research in Personality*, 98, 104227.
- <sup>26</sup> Pennycook, G., Epstein, Z., Mosleh, M., Arechar, A. A., Eckles, D., & Rand, D. G. (2021). Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. *Nature*, 592(7855), 590–595.
- <sup>27</sup> Lyons, B. A., Montgomery, J. M., Guess, A. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2021). Overconfidence in news judgments is associated with false news susceptibility. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(23), Article e2019527118.
- <sup>28</sup> Sharma, P. R., Wade, K. A., & Jobson, L. (2022). A systematic review of the relationship between emotion and susceptibility to misinformation. *Memory*, 1–21
- <sup>29</sup> Bence Bago, Leah R Rosenzweig, Adam J Berinsky, David G Rand. (2022). Emotion may predict susceptibility to fake news but emotion regulation does not seem to help. *Cognition and Emotion*, 36(6)

- 
- <sup>30</sup> Stubenvoll, M., & Matthes, J. (2021). Why Retractions of Numerical Misinformation Fail: The Anchoring Effect of Inaccurate Numbers in the News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 107769902110218.
- <sup>31</sup> Mead, N. L., Baumeister, R. F., Gino, F., Schweitzer, M. E., & Ariely, D. (2009). Too tired to tell the truth: Self-control resource depletion and dishonesty. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(3), 594–597.
- <sup>32</sup> Astle, M. C., Dubravac, M., & Schmeichel, B. J. (2024). Self-control and self-enhancement: Evidence that trait self-control relates to overclaiming. *Personality and Individual Differences*, 218, 112494.
- <sup>33</sup> Ma, W., Deng, C., Moossavi, A., Wang, L., Vosoughi, S., & Yang, D. (2024). Simulated Misinformation Susceptibility (SMISTS): Enhancing Misinformation Research with Large Language Model Simulations. In Findings of the Association for Computational Linguistics ACL 2024 (pp. 2774–2788). Association for Computational Linguistics.
- <sup>34</sup> Chan, M.-p. S., & Albarracín, D. (2023). A meta-analysis of correction effects in science-relevant misinformation. *Nature Human Behaviour*.
- <sup>35</sup> Roozenbeek, J., Culloty, E., & Suiter, J. (2023). Countering Misinformation. *European Psychologist*, 28(3), 189–205.
- <sup>36</sup> Roozenbeek, J., van der Linden, S., Goldberg, B., Rathje, S., & Lewandowsky, S. (2022). Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. *Science Advances*, 8(34).
- <sup>37</sup> サンダー・ヴァン・ダー・リンデン(著). 笹原和俊(監訳). (2026). フェイクニュースの免疫学 信じなくなる心理と虚偽の構造. みすず書房
- <sup>38</sup> Ratzan, A., Siegel, M., Karanian, J. M., Thomas, A. K., & Race, E. (2024). Intrinsic functional connectivity in medial temporal lobe networks is associated with susceptibility to misinformation. *Memory*, 1–13.