

流言・風評

うわさの流布

うわさの種類・・・連鎖的コミュニケーション

情報の真か偽かは不明であることにも関わらず、情報の受け手が真実であると考えて他者へ伝える情報である。

この情報が結果的に、真実か偽りかは関係がない。

① 流言

- a. 時事的で一過性の話題
- b. 非意図的
- c. 社会の広範囲に広がり、社会的な悪影響をもたらす。

② デマ (Demagogie)・・・悪意ある、捏造された情報

風評被害 消費者心理とマスコミ

ある社会問題（事件・事故・環境汚染・災害）が、大々的に報道されることによって、本来「安全」とされるもの（食品・商品・土地・企業）を人々が、危険視し、消費、観光、取引をやめることによって引き起こされる経済的被害をいう。
報道のセンセーショナリズムと報道量の結果である（負の広告効果）
うわさによって引き起こされることはほとんど無い

うわさ・風評被害への対処

- ① 信頼できる情報源による的確なメッセージの発言
- ② 情報システムの整備
- ③ 情報公開の促進

次の災害に備えて

- ① 日本人の災害観念を見直そう
 - ・ 災害の悲惨さを正しく伝える（脱劇場化）
昨今の民放は劇場化現象が甚だしい
 - ・ マスコミの防災報道の改善
報道態度の修正・専門的知識教育
 - ・ 災害大国日本での生き方を考え直す

② 再起力の確認