

5 情報・コミュニケーションに関わる特性

① 情報自体が持つ特性

情報というものは、伝え方や受け取り方によって意図が変わってしまうことがあります。コミュニケーションするときには注意が必要です。

情報はすべて発信者の視点で切り取られたものであり、真実をまるごと伝えることは不可能
→ 情報受信の慎重さが必要



男性だけを切り取った画像
聴衆は全員男性に見えます



男性と女性を切り取った画像
聴衆は女性と男性が半々に見えます



切り取らない画像
聴衆は女性3：男性4に見えますが、画像自体が集団の一部なので、実際の全体の様子はわかりません

伝え聞いた「2次情報」は直接見聞きした「1次情報」より信憑性が低い



イラク戦争のとき、イラクのフセイン大統領の銅像をアメリカ軍が引き倒し、イラク市民がそれを踏みつけて、アメリカ軍とともに喜んでいる様子が放送されました。しかし、これはアメリカ軍とともに戦っていたイラクの民兵に市民のふりをさせた「やらせ」であったことが後にわかりました。

同じとき、他の角度から撮った写真ではイラク市民は遠巻きに見ているだけ

情報は多義的である

(立場・経験等によって受け止め方はさまざまである)



例 20XX年のプロ野球日本シリーズでソフトバンクが巨人に勝ちました
→ソフトバンクファンにとってはうれしいが、巨人ファンには悔しい。

例 ○○町に大型ショッピングセンターがオープンしました
→一般市民はうれしいが、個人商店主は客が減らないか心配。

情報は発信源によって信憑性が異なる



Web ページや SNS などの情報は、国や都道府県・市町村などの公的団体や企業などの公式なものはチェックを受けているので比較的信憑性が高いです。しかし、個人のはチェックを受けないので、信憑性が低いことが多いです。個人のもので、掲載情報の信憑性を確認できるように情報ソースを付記するなど丁寧な情報発信を心がけている例もあります。逆に、マスコミの報道でも不正確なものや根拠不明なものもあります。

テレビ・新聞・Web ページのニュースは、事実・推測・意見に分けて読み解く→
フェイクニュースにも要注意！

ニュースはすべて事実だと思っている人がいますが、ニュースは、「事実」「推測」「意見」の3つの要素からなっています。それらを区別して読み解くことが大切です。事実として伝えられていることも、ときには複数の情報を見比べることが大事です。最近では、ウソのニュース＝「フェイクニュース」もたくさんあります。



例 「富士山が世界遺産に」のニュース

意見	推測	事実
日本がシンボル富士山が世界遺産に登録されたことは大変喜ばしいことです。	今後、富士山を訪問する観光客はさらに増加するものと思われる。	ユネスコは2013年6月26日、日本政府が推薦した「富士山（山梨、静岡両県）を世界文化遺産に登録しました。