

# 世代に共通する課題と異なる対策

総務省ICTリテラシー向上検討会

メディアコラボ 古田大輔

Email: [daisuke@media-collab.com](mailto:daisuke@media-collab.com)

Twitter: [@masurakusuo](https://twitter.com/masurakusuo)

# 新聞記者→ネット編集長→ビッグテック→ファクトチェック編集長



古田大輔

ジャーナリスト/メディアコラボ代表  
日本ファクトチェックセンター編集長  
デジタル・ジャーナリスト育成機構理事

福岡出身、早稲田大学政経学部卒業。

**朝日新聞記者**:2002年に入社。京都総局、豊岡支局、社会部、アジア総局(バンコク)、シンガポール支局長を経て、2013年からデジタル編集部。

**BuzzFeed Japan創刊編集長**:2015年10月に就任し、翌年1月に日本版ローンチ。ニュース&エンターテイメントを記事、動画、ソーシャルで展開。3年で日本有数のデジタルメディアに。

**株式会社メディアコラボ代表取締役**:2019年6月に独立。組織を超えたメディアの協力と発展を支援する会社を設立し、ジャーナリスト/メディアコンサルタントとして活動。

**Google News Labティーチングフェロー**:2020年9月-2022年8月で記者や編集者、学生ら延べ2万人超にデジタル報道トレーニングを実施。

**日本ファクトチェックセンター(JFC)編集長**:2022年9月に就任。がんばります。

その他に、**デジタル・ジャーナリスト育成機構(D-JEDI)理事**、**ファクトチェック・イニシアティブ理事**、早稲田大・近畿大非常勤講師など。著書に「子どもを育てられるなんて思わなかった」(編著、山川出版)、「フェイクと憎悪」(共著、大月書店)、「ジャーナリズムは歴史の第一稿である」(共著、成文堂)、「YOUTH QUAKE」(共著、よはく舎)。

US Japan Leadership Program Japan delegate 2022-2023

ニューヨーク市立大院 “News Innovation and Leadership” 2021修了

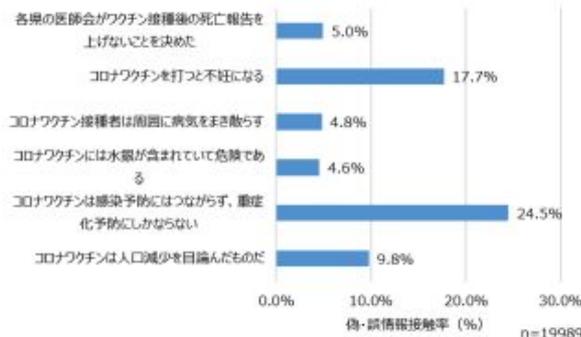
米務省 International Visitor Leadership Program “Integrity of Journalism” 2018修了

# 世代に共通する課題と異なる対策

- 偽情報・誤情報の世代別の状況
  - GLOCOM「Innovation Nippon」
  - 接触状況、影響、頼る媒体などの類似性
- SNSやウェブサイトの世代別の違い
  - Z世代のニュース消費
  - YouTubeを活用したリテラシー向上策
- 海外事例

## 情報収集媒体と偽・誤情報への接触状況

### ◆ 偽・誤情報への接触状況



図表6 コロナワクチン関連の偽・誤情報への接触率



図表7 政治関連の偽・誤情報への接触率

- 全てのコロナワクチン関連の偽・誤情報の接触率が、政治関連の偽・誤情報の接触率を上回っている。特に、副反応関連である「コロナワクチンを打つと不妊になる」(17.7%)、効果関連である「コロナワクチンは感染予防にはつながらず、重症化予防にしかない」(24.5%)、陰謀論関連である「コロナワクチンは人口減少を目論んだものだ」(9.8%)の接触率が高い(図表6、図表7)。
- 1つ以上に接触している人は全年代で40.4%。特にコロナワクチン関連は多く、1つ以上接触している人が37.1%(政治関連は11.5%)。また、コロナワクチン関連は若い人ほど接触している傾向にあったが、政治はどの年代でも接触率が変わらなかった(図表8)。



図表8 偽・誤情報に1つ以上接触している人の割合(年代別)

## 情報収集媒体と偽・誤情報への接触状況

### ◆ 偽・誤情報への接触経路

- どの分野の偽・誤情報でも、全年代において「SNS」「ネットニュース」「テレビ・新聞などのマスメディア」の3つが接触媒体として多い（図表9、図表10）。
- 順位は年代によって大きく変わる。例えば若い人ほどSNSで接触している割合が高く、コロナワクチンでも政治でも、20代と30代で最も多いのがSNSとなっている。他方、年齢が高い人ほどマスメディアで接触している傾向にあり、60代ではマスメディアとネットニュースが同程度である。40代、50代ではネットニュースが最も多い（図表9、図表10）。
- ただしこれらは、偽・誤情報を真実として伝えていたか誤っていると伝えていたかを考慮していない割合であることに留意する必要がある。

図表9 コロナワクチン関連の偽・誤情報に1つ以上接触している人の割合（年代別）\*

偽・誤情報に接触した媒体	20代	30代	40代	50代	60代	全年代
SNS	60.2%	45.3%	35.9%	33.8%	21.3%	39.5%
ネットニュース	33.5%	42.7%	44.9%	41.3%	36.0%	40.2%
メッセージアプリ	4.9%	4.1%	2.6%	3.1%	2.7%	3.4%
動画共有サービス	13.6%	13.5%	11.4%	13.4%	11.6%	12.7%
官公庁のウェブサイト	1.7%	2.3%	2.0%	2.3%	3.3%	2.3%
上記以外のウェブサイト・ブログ	5.6%	11.7%	12.7%	13.8%	11.6%	11.3%
家族・友人・知人との直接の会話	16.5%	15.4%	16.7%	18.0%	19.1%	17.0%
医師との直接の会話	1.5%	1.6%	1.7%	1.5%	2.3%	1.7%
テレビ・新聞などのマスメディア	20.8%	21.7%	25.9%	29.2%	37.4%	26.7%
書籍	2.0%	1.9%	1.3%	3.3%	3.6%	2.3%
その他	4.9%	5.5%	7.3%	9.5%	11.4%	7.6%

n=8177

\* これらの分母は各偽・誤情報に接触した人（かつ本調査で回答した人）となっている。つまり、例えばある1人が2つの偽・誤情報に接触していた場合、それはサンプルサイズ2としてカウントされる。以降、サンプルサイズが8,177と2,920のものは同様の分析をしている。

図表10 政治関連の偽・誤情報に1つ以上接触している人の割合（年代別）

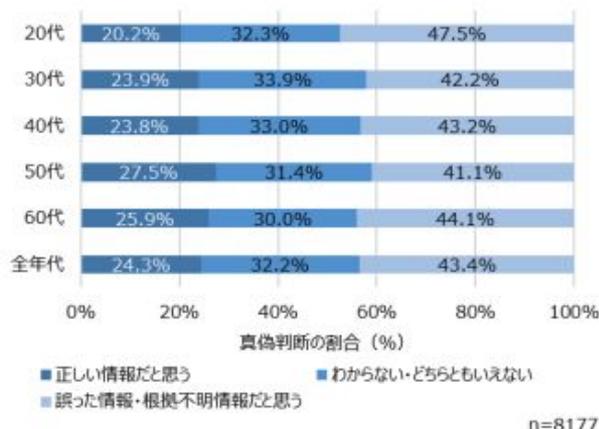
偽・誤情報に接触した媒体	20代	30代	40代	50代	60代	全年代
SNS	51.0%	43.5%	37.5%	32.9%	16.6%	34.6%
ネットニュース	39.9%	39.0%	48.5%	44.3%	43.8%	43.7%
メッセージアプリ	5.8%	9.9%	5.2%	3.3%	2.0%	4.9%
動画共有サービス	14.1%	13.1%	10.5%	12.6%	10.3%	11.9%
上記以外のウェブサイト・ブログ	10.9%	15.2%	12.5%	9.6%	10.5%	11.6%
家族・友人・知人との直接の会話	6.8%	12.5%	8.3%	10.3%	10.5%	9.8%
テレビ・新聞などのマスメディア	19.7%	22.6%	21.1%	32.3%	41.7%	28.4%
その他	7.3%	9.2%	8.0%	10.0%	10.9%	9.2%

n=2920

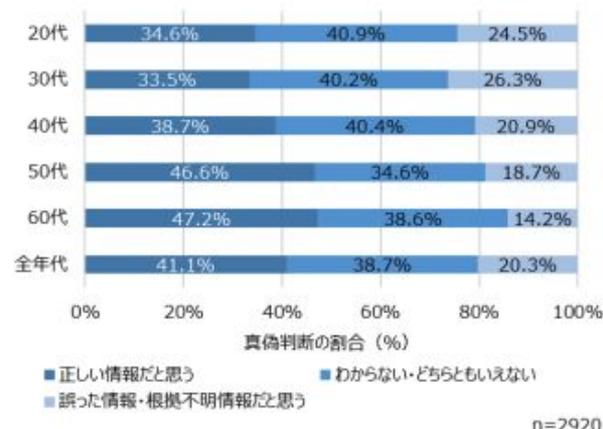
## 偽・誤情報の真偽判断の実態

### ◆ 偽・誤情報の真偽判定・年代別の傾向

- コロナワクチン関連の偽・誤情報については、全年代で43.4%の人が「誤った情報・根拠不明情報だと思う」と回答している（図表13）が、政治関連については20.3%にとどまる（図表14）。
- 偽・誤情報を「正しい情報だと思う」人の割合は、年齢が上がるほど高くなり、特にそれは政治関連で顕著であった。このことは、偽・誤情報は若い人だけの問題ではなく、年齢問わず対策が求められていることを示唆している（図表13、図表14）。



図表13 コロナワクチン関連の偽・誤情報の真偽判断結果（年代別）



図表14 政治関連の偽・誤情報の真偽判断結果（年代別）

## 偽・誤情報の真偽判断の実態

## ◆ 偽・誤情報を誤っていると気づく経緯

- いずれの偽・誤情報でも「SNSで誤っていると言っている人がいたから」「ネットニュースで誤っていると報じられていたから」「テレビ・新聞などのマスメディアで誤っていると報じられていたから」の3つで誤っていると気づいている人が多い。ただし、SNSは低年齢ほど多くなり、マスメディアは高年齢ほど多くなる。また、コロナワクチン関連では「官公庁のウェブサイトで誤っていると書いてあったから」も多く、政治関連の偽・誤情報では「動画共有サービスで誤っていると知っている人がいたから」も少なくなかった（図表15、図表16）。
- コロナワクチン関連では「メッセージアプリで家族・友人・知人から誤っていると聞いたから」も「家族・友人・知人との直接の会話で誤っていると聞いたから」も非常に少ない（図表15）。
- どの年代においても「論理的にあり得ないように思ったから」が最多であり、「なんとなく違うと思ったから」も多い（図表15、図表16）。

図表15 コロナワクチン関連の偽・誤情報について誤情報と気づいた経緯（年代別）

誤情報と気づいた経緯	20代	30代	40代	50代	60代	全年代
SNSで誤っていると知っている人がいたから	23.4%	18.8%	15.4%	11.1%	3.7%	14.9%
ネットニュースで誤っていると報じられていたから	18.8%	16.7%	17.5%	14.4%	13.3%	16.3%
メッセージアプリで家族・友人・知人から誤っていると聞いたから	2.1%	2.4%	1.4%	0.4%	0.9%	1.5%
動画共有サービスで誤っていると知っている人がいたから	3.7%	2.8%	4.2%	2.3%	0.9%	2.9%
官公庁のウェブサイトで誤っていると書いてあったから	11.4%	12.1%	11.5%	10.6%	14.7%	11.9%
1～5以外のウェブサイト・ブログで誤っていると読んだから	5.0%	6.0%	6.1%	3.8%	4.1%	5.0%
家族・友人・知人との直接の会話で誤っていると聞いたから	4.4%	5.3%	4.2%	6.1%	3.2%	4.7%
医師との直接の会話で誤っていると聞いたから	4.4%	6.4%	4.3%	5.8%	4.8%	5.1%
テレビ・新聞などのマスメディアで誤っていると報じられていたから	20.8%	21.9%	25.9%	31.2%	42.0%	27.8%
書籍で誤っていると読んだから	1.1%	0.9%	0.8%	0.8%	1.4%	1.0%
1～9以外の方法で誤っていると聞いたり見たりしたから	3.9%	6.0%	5.8%	6.8%	5.3%	5.6%
論理的にあり得ないように思ったから	40.2%	40.5%	47.0%	45.7%	45.4%	43.8%
なんとなく違うと思ったから	20.8%	20.9%	18.8%	11.8%	12.4%	17.1%
その他	3.1%	2.4%	4.4%	8.1%	5.7%	4.7%

n=3549

図表16 政治関連の偽・誤情報について誤情報と気づいた経緯（年代別）

誤情報と気づいた経緯	20代	30代	40代	50代	60代	全年代
SNSで誤っていると知っている人がいたから	17.5%	14.1%	11.1%	16.8%	4.3%	13.0%
ネットニュースで誤っていると報じられていたから	10.3%	17.2%	16.0%	15.3%	18.5%	15.5%
メッセージアプリで家族・友人・知人から誤っていると聞いたから	13.4%	10.9%	4.9%	2.3%	0.0%	6.3%
動画共有サービスで誤っていると知っている人がいたから	10.3%	5.5%	8.3%	6.9%	5.4%	7.3%
1～5以外のウェブサイト・ブログで誤っていると読んだから	12.4%	5.5%	6.9%	3.8%	3.3%	6.3%
家族・友人・知人との直接の会話で誤っていると聞いたから	9.3%	7.0%	6.9%	9.2%	2.2%	7.1%
テレビ・新聞などのマスメディアで誤っていると報じられていたから	14.4%	9.4%	8.3%	13.0%	17.4%	12.0%
1～9以外の方法で誤っていると聞いたり見たりしたから	10.3%	10.2%	4.9%	10.7%	0.0%	7.4%
論理的にあり得ないように思ったから	30.9%	32.8%	38.9%	43.5%	50.0%	39.0%
なんとなく違うと思ったから	27.8%	27.3%	18.1%	17.6%	22.8%	22.3%
その他	5.2%	6.3%	11.1%	11.5%	5.4%	8.3%

n=592

## 偽・誤情報の真偽判断の実態

### ◆ 情報の真偽を確かめられると便利な媒体

- 人々が情報の真偽を確かめられると便利と考えている媒体は、最も多いのが「テレビ・新聞などのマスメディアでの報道」で、次が「官公庁・自治体のウェブサイト」、3位が「SNSとメッセージアプリから読めるもの以外のネットニュース」。これは分野によって変わらない。ただし、20代と30代については、「SNSから読めるネットニュース」がTOP3に入ってくる（図表17、図表18）。
- マスメディアやネットニュースといったメディアに対して、ファクトチェック情報配信の大きな期待がある。また若い世代は、SNSから真偽を確かめられることの重要性も意識されているといえる。
- 官公庁・自治体のウェブサイトは、高いニーズがあるものの、コロナワクチン関連でも主要な情報収集媒体としては11.9%と4位であった（図表15）。より見やすいウェブサイトにし、ファクトチェック結果を積極的に掲載することで、国民が偽・誤情報の真偽を確かめるのがより容易になると予想される。

図表17 コロナワクチン関連の情報の真偽を確かめられると便利な媒体（年代別）

真偽を確かめられると便利な媒体	20代	30代	40代	50代	60代	全年代
SNSでのインフルエンサーの投稿	9.0%	5.8%	4.4%	2.5%	1.9%	4.4%
SNSから読めるネットニュース	22.4%	20.3%	13.1%	9.2%	6.7%	13.6%
メッセージアプリのお知らせ・通知	8.4%	6.5%	4.5%	5.3%	4.2%	5.6%
メッセージアプリから読めるネットニュース	9.9%	8.3%	7.9%	7.4%	7.0%	8.0%
SNSとメッセージアプリから読めるもの以外のネットニュース	12.1%	11.8%	15.4%	16.6%	13.8%	14.2%
動画共有サービスでのインフルエンサーの投稿	6.6%	5.3%	3.0%	1.9%	3.0%	3.7%
官公庁・自治体のウェブサイト	27.3%	27.4%	33.6%	33.2%	39.0%	32.6%
官公庁・自治体のSNSアカウント・メッセージアプリアカウント	15.4%	12.5%	12.9%	11.7%	13.3%	13.0%
テレビ・新聞などのマスメディアでの報道	34.5%	30.8%	37.4%	48.9%	56.0%	42.3%
書籍	5.5%	4.6%	6.3%	4.4%	6.5%	5.5%
その他	2.8%	3.2%	4.0%	3.9%	4.4%	3.7%
特に何かで確かめたいと思わない	32.4%	36.9%	33.6%	28.7%	21.0%	30.2%

n=5569

図表18 政治関連の情報の真偽を確かめられると便利な媒体（年代別）

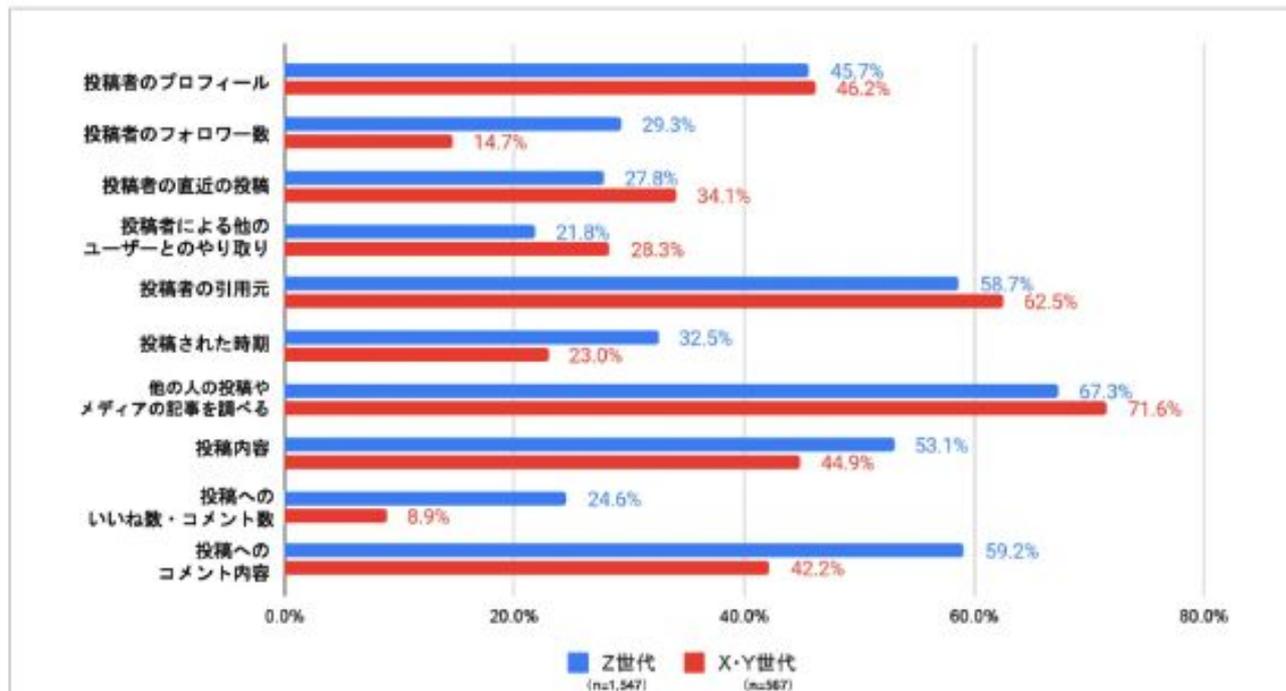
真偽を確かめられると便利な媒体	20代	30代	40代	50代	60代	全年代
SNSでのインフルエンサーの投稿	7.8%	4.7%	4.4%	2.2%	2.2%	4.0%
SNSから読めるネットニュース	20.7%	17.9%	12.0%	8.8%	5.8%	12.3%
メッセージアプリのお知らせ・通知	5.7%	5.5%	3.6%	4.0%	2.2%	4.1%
メッセージアプリから読めるネットニュース	8.9%	7.8%	7.2%	7.5%	6.6%	7.5%
SNSとメッセージアプリから読めるもの以外のネットニュース	11.2%	12.5%	15.1%	16.1%	14.4%	14.1%
動画共有サービスでのインフルエンサーの投稿	6.2%	4.3%	3.1%	2.5%	2.7%	3.6%
官公庁・自治体のウェブサイト	24.7%	24.8%	27.4%	25.9%	27.9%	26.3%
官公庁・自治体のSNSアカウント・メッセージアプリアカウント	14.0%	10.3%	11.2%	10.3%	11.2%	11.3%
テレビ・新聞などのマスメディアでの報道	32.6%	29.9%	37.8%	47.0%	56.9%	41.7%
書籍	6.1%	4.7%	6.8%	5.0%	5.9%	5.7%
その他	2.6%	3.1%	4.1%	3.5%	4.3%	3.6%
特に何かで確かめたいと思わない	35.3%	38.6%	35.1%	31.0%	22.7%	32.2%

n=5569

## Q. SNSで情報に触れるとき、フェイクニュースやデマかどうかを、何を見て判断していますか？（複数回答可）

2022年9月16日～2022年9月22日「SNSの世代別利用傾向調査」（n=3,084 ※フェイクニュースやデマを気にする回答者）

- ・「他の人の投稿やメディアの記事を調べる」「投稿者の引用元」といったファクトチェックが両世代で高い回答。
- ・「投稿へのコメント内容」「投稿者のフォロワー数」「投稿へのいいね数・コメント数」はZ世代で高い傾向。



## Q. SNSで情報に触れるとき、フェイクニュースやデマかどうかを、何を見て判断していますか？（複数回答可）

2022年9月16日～2022年9月22日「SNSの世代別利用傾向調査」（n=3,084 ※フェイクニュースやデマを気にする回答者）

- ・「Z世代」における「高校生」「大学生・社会人等」「ミレニアル世代」は類似の傾向。
- ・「ロスジェネ世代」「バブル世代以上」では、「投稿者のプロフィール」を重視する傾向あり。

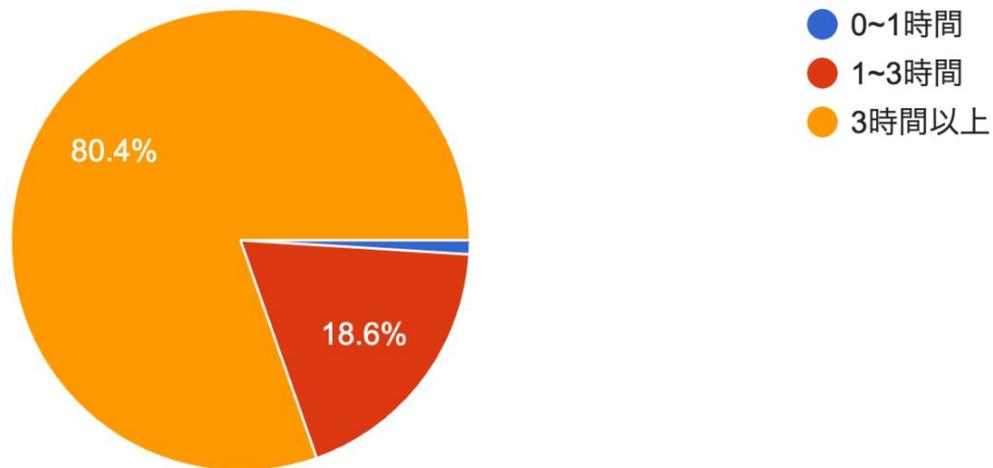
	全体 n=3,084		Z世代（中学生） n=675		Z世代（高校生） n=1,212		Z世代 （大学生・社会人等） n=522		ミレニアル世代 n=233		ロスジェネ世代 n=202		Z世代の親世代 n=173		バブル世代以上 n=67	
他の人の投稿 やメディアの 記事を読む	68.2%	1位	66.4%	1位	65.8%	1位	71.8%	1位	73.4%	1位	74.3%	1位	69.9%	1位	61.2%	1位
投稿者の 引用元	59.5%	2位	53.2%	4位	58.5%	2位	66.3%	2位	67.4%	2位	65.8%	2位	58.4%	2位	46.3%	3位
投稿への コメント内容	55.4%	3位	61.8%	2位	57.6%	3位	59.4%	3位	54.5%	3位	39.1%	5位	34.1%	5位	29.9%	5位
投稿内容	51.3%	4位	55.3%	3位	52.1%	4位	52.5%	4位	47.6%	5位	43.6%	4位	41.6%	3位	47.8%	2位
投稿者の プロフィール	45.8%	5位	43.3%	5位	44.6%	5位	51.3%	5位	50.2%	4位	46.0%	3位	41.0%	4位	46.3%	3位
投稿時期	30.4%	6位	35.4%	6位	31.4%	6位	31.4%	7位	29.2%	8位	22.8%	8位	19.7%	8位	10.4%	8位
投稿者の 直近の投稿	29.2%	7位	26.2%	9位	25.6%	8位	34.9%	6位	41.6%	6位	32.2%	6位	28.9%	6位	26.9%	6位
投稿者の フォロワー数	26.1%	8位	29.3%	8位	29.4%	7位	28.9%	9位	18.0%	9位	14.9%	9位	11.6%	9位	10.4%	8位
投稿者の 直近の投稿	23.2%	9位	21.5%	10位	18.8%	10位	29.1%	8位	32.6%	7位	30.7%	7位	21.4%	7位	23.9%	7位
投稿への いいね数・ コメント数	21.1%	10位	30.5%	7位	23.1%	9位	20.3%	10位	11.2%	10位	8.9%	10位	6.4%	10位	7.5%	10位

# 世代別の調査結果をまとめると

- 接種経路はSNS、ネットが各世代ともに高い
- 各世代とも20-30%誤情報を信じ、30-40%は真偽判断がつかない
- 誤りに気づくのは、SNS、ネット、新聞・テレビなどの情報から
- 真偽判断で頼りたいのは、官公庁・自治体のサイトやマスメディア

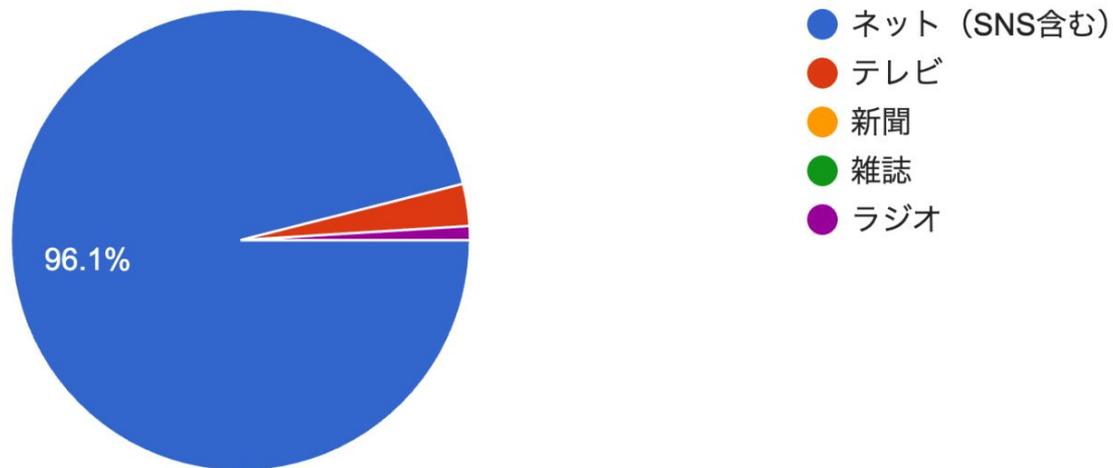
SNSやウェブサイト利用の世代別の違い

あなたは1日にどれだけメディアに接触しています...むネット、テレビ、紙媒体、映画などすべて含む)  
102 件の回答



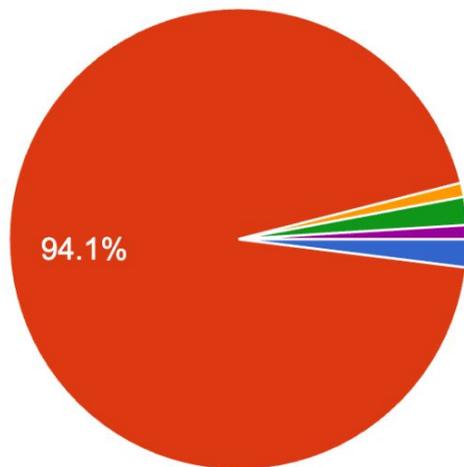
あなたが最も接触しているメディアはどれですか

102 件の回答



# ネットの中では何を最も見ていますか

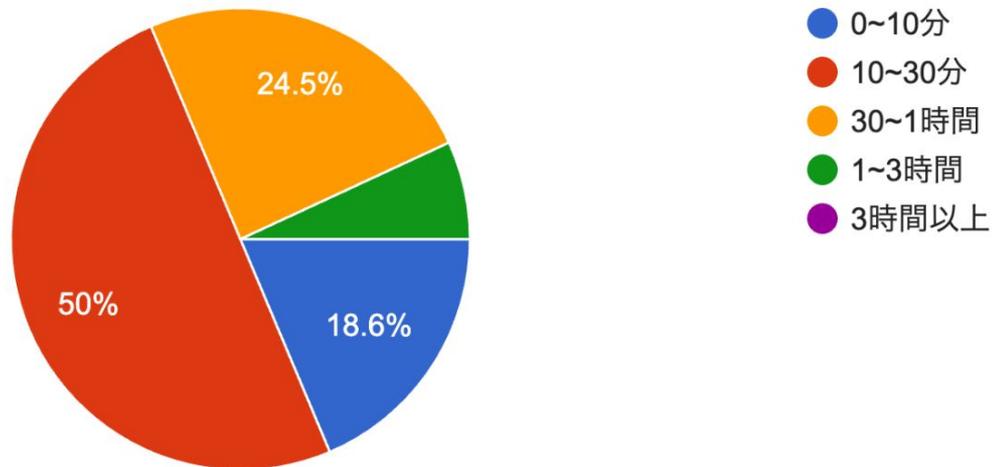
102 件の回答



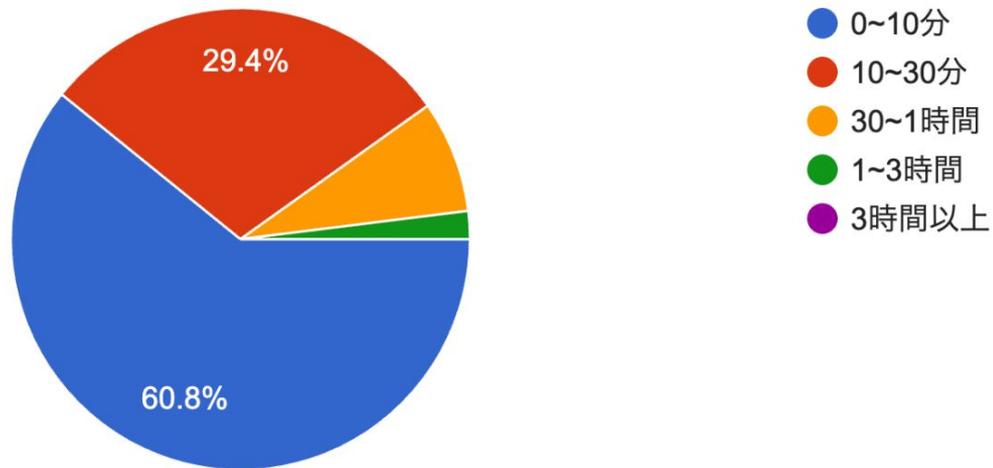
- ネットメディア
- SNSやYouTubeなどソーシャルメディア
- 新聞や雑誌などのウェブサイト
- YahooやスマートニュースやLINEニュースなどのニュースポータル
- アマゾンプライムなどのサブスクリプション

# メディアの中でニュースと呼べるものはどれだけ見えていますか

102 件の回答



ニュースの中で芸能ニュースやスポーツニュースな...る「ハードニュース」はどれだけ読んでますか？  
102件の回答



## はじめしゃちょー&マリマリマリーによるメディア・リテラシー動画



# 世代別の情報消費にあわせた施策

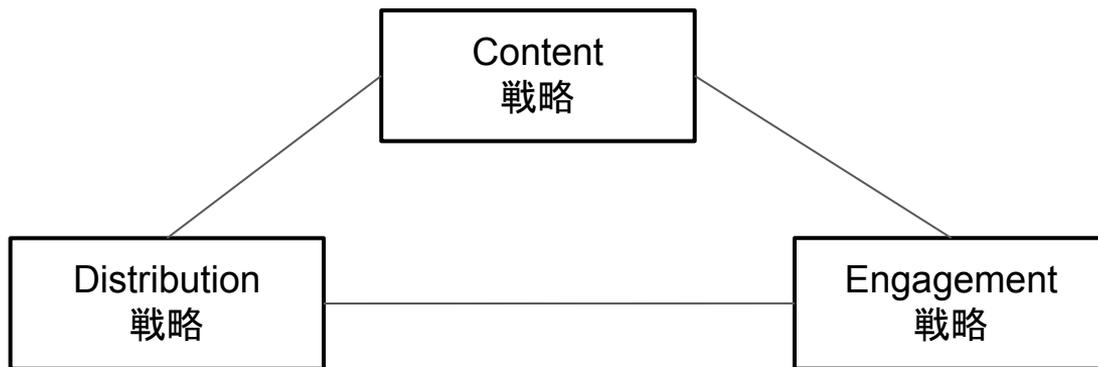
- そのプラットフォームはターゲット世代に利用されているか
- そのフォーマットはターゲット世代に親しまれているか
- その発信者はターゲット世代に愛されているか

# デジタル時代の編集部に必要な3戦略

Content=何をどう作るか=**作る戦略**

Distribution=誰にどう届けるか=**届ける戦略**

Engagement=ユーザーとどう関係性を繋ぐか=**繋ぐ戦略**



# 海外事例



# Your media literacy solution.

Learn *how* to think about news and information – not *what* to think.

Register now





### InfoZones

**LEVEL**  
 Categorize information into one of six "zones": news, opinion, entertainment, advertising, propaganda or raw information.

[Start](#)



### Misinformation

**LEVEL**  
 Learn to understand different types of misinformation and the ways that misinformation can damage democracy.

[Start](#)



### Democracy's Watchdog

**LEVEL**  
 Learn about the history, working role that a few dogs have played in the United States by reviewing a collection of investigative reports spanning more than a century.

[Start](#)



### Practicing Quality Journalism

**LEVEL**  
 Learn the standards of quality journalism by playing the role of reporter in a game that's a simulation of a breaking news event.

[Start](#)



### Understanding Bias: Part One

**LEVEL**  
 Develop a nuanced understanding of news media bias by learning about five types of bias.

[Resume](#)



### Understanding Bias: Part Two

**LEVEL**  
 Learn about the ways news media bias can mislead, hurt, as well as methods for recognizing it.

[Start](#)



### Conspiratorial Thinking: Part One

**LEVEL**  
 Discover why people are drawn to conspiracy theories and how our cognitive biases can trick us into believing them.

[Start](#)



### Conspiratorial Thinking: Part Two

**LEVEL**  
 Discover why people are drawn to conspiracy theories and how our cognitive biases can trick us into believing them.

[Start](#)



### Making Sense of Data

**LEVEL**  
 Explore how our minds are tricked and mis-influenced by data and aspects of our lives—and learn how to evaluate the accuracy of data-based claims and visualizations.

[Start](#)



### Be Health Informed

**LEVEL**  
 Discover how to make sense of the health and medical information going for our attention and how to avoid being misled.

[Start](#)



### Evaluating Science-Based Claims

**LEVEL**  
 Learn how to keep the science-based claims and products that credit for all of the "miraculous" health products that you see. Consider why people trust the things they see, and learn how to make science journalism.

[Start](#)

### PRACTICE YOUR SKILLS

<p><b>LEVEL</b>            InfoZones: COVID-19</p> <p>Sort 17 real pieces of information about COVID-19.</p> <p><a href="#">PRACTICE</a></p>	<p><b>LEVEL</b>            MisinfoQuest: Weather</p> <p>Order three sets of categories of meteorological events from most to least severe.</p> <p><a href="#">PRACTICE</a></p>	<p><b>LEVEL</b>            InfoZones: Immigration</p> <p>Zone 17: sort pieces of information about immigration.</p> <p><a href="#">PRACTICE</a></p>
<p><b>LEVEL</b>            MisinfoQuest: Investigation</p> <p>Discover an FBI history of misinformation with 10 of the most important FBI hits.</p> <p><a href="#">PRACTICE</a></p>	<p><b>LEVEL</b>            InfoZones: Ferguson, Missouri</p> <p>Zone 14: real examples of information about the shooting of Michael Brown in Ferguson, Missouri.</p> <p><a href="#">PRACTICE</a></p>	<p><b>LEVEL</b>            Practice: Daily News</p> <p>How Newsrooms Work</p> <p>Build your skills by learning in the "Thinking Quick to Journalist" Mission.</p> <p><a href="#">PRACTICE</a></p>
<p><b>LEVEL</b>            Bias Types and Forces: Level 1</p> <p><a href="#">PRACTICE</a></p>		



MediaWise

# Digital media literacy for all





## On Campus

MediaWise's Campus Correspondents are a diverse group of college students trained by our organization to deliver fact-checking sessions virtually and in person to college classrooms across the country.

The goal of the program is to empower students to learn how to tell fact from fiction online, and in turn, teach others to do the same.

During the 2021-2022 school year, our third cohort of Campus Correspondents focused on helping their classmates learn to spot online falsehoods on social media and beyond. Previous cohorts were central to the success of the MediaWise Voter Project, a nonprofit and nonpartisan program of The Poynter Institute that taught digital literacy skills to more than 1 million first-time voters in 2020.



# Seniors

Older Americans are increasingly engaged online, with more than 40% of people over the age of 65 actively using social media platforms like Facebook. But as seniors spend more time online, they're exposed to more conspiracies, scams, hoaxes and false news stories. In the shadow of the coronavirus pandemic and consequential elections, spotting misinformation online can be a matter of life, death and democracy. That's where MediaWise for Seniors comes in.



10-15

Hi! We're MediaWise. Our goal is to help you sort fact from fiction...

mediawise ✓

17.6K



Why you should reverse image search the photos you see in...

mediawise ✓

25.6K



2-9

Hey @Doctor Dana - DPM We #factchecked another account...

mediawise ✓

49.6K



1日前

Found this old video of me as a baby... Follow us for fact checks...

mediawise ✓

1770



2020-8-28

Are you following the #RNC ? Here's another #factcheck from...

mediawise ✓

37.6K



2020-10-27

watch this vid to learn how to br cute as hell (aka vote)...

ciararileywil...

31.5K

# About FactCheckNet

---



## What is FactCheckNet?

FactCheckNet is a crowd-sourced, open digital platform for fact-checking. Lay persons and professionals alike can participate, both as individuals and in partnership, in the entire fact-checking process, from the identification and selection of topics to be verified to verification and final decision-making.

ホーム / ブログ

SUCCESS STORIES

## Facebook Third-Party Fact-Checking Partner: Mafindo

2019年6月12日



# GLOBAL FACT 9

**facts  
MATTER**



# Can civil society use fact-checks to raise awareness of media manipulation campaigns?

As of 03/11/22 | 10:53 AM

## #FactsFirstPH

- "AVENGERS, ASSEMBLE!"
- #BattleForFacts

JANUARY

- Onboarding
- Call to Action

FEBRUARY

MARCH

APRIL

MAY

JUNE

JULY

Simultaneous operations of all layers

### ACCOUNTABILITY

4

- Legal & rights groups
- Monitor/document attacks

1. Ateneo Human Rights Center
2. Free Legal Assistance Group
3. Integrated Bar of the Philippines
4. Movement Against Disinformation
5. National Union of Journalists of the Philippines

6. Philippine Bar Association
7. Recoletos Law Center of San Sebastian College of Law

### RESEARCH

3

- Research groups
- Produce analysis reports

1. ACCEs@AIM: Analytics, Computing, and Complex Systems Lab of Asian Institute of Management
2. De La Salle University - La Salle Institute of Governance
3. DLSU Andrew L. Tan Data Science Institute
4. Far Eastern University - Public Policy Center

5. Philippine Media Monitoring Laboratory, UP Department of Communication Research
6. Philippine Studies Association
7. Rappler Data and Research team

### MESH

2

- Civil society organizations, business groups, religious groups
- Collaborate on campaigns, share fact check content, and research reports
- Produce translations; organize campaigns; produce new formats

- |   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 1. #Kasaysayan Coalition (K) organizations                    | 27. Colabna   | 54. Xian na para sa Katarungan, Kalayaan at Kapantay (XK)               | 73. ShamPHL   |
| 2. #PHVoice Coalition (H) organizations                       | 28. College Editors Guild of the Philippines  | 55. Xian na para sa Katarungan, Kalayaan at Kapantay (XK)               | 74. Steering Bank of Asia   |
| 3. 2020 Youth Voice in the Philippines                        | 29. Concerned Artists of the Philippines  | 56. Xian na para sa Katarungan, Kalayaan at Kapantay (XK)               | 75. Student Council Alliance of the Philippines                           |
| 4. ACPSP: PEACE T.A.Y.O.                                      | 30. Council for Health and Development  | 57. LEAK  | 76. Supreme Student Government of Adamson University - Senior High School |
| 5. AGAHM - Advocates of Science and Technology for the People | 31. Dalala  | 58. HIGAD Business Club for Integrative and Development Studies (IGIDS) | 77. Tandang Bato  |
| 6. Alyansa ng Kabatangang Mindanao para sa Katarungan (AKM)   | 32. Education Research Program (ERP) of UP Center for Integrative and Development Studies (IGIDS) | 59. Management Association of the Philippines                           | 78. Tatak Bantata   |
| 7. Amatear Media Association of Philippine Scouts             | 33. Fact Check Philippines  | 60. MowA One coalition  | 79. Tatak Bantata   |
| 8. American Chamber of Commerce                               | 34. FEU Central Student Organization  | 61. National Alliance of Youth Leaders Inc.                             | 80. Tatak Bantata   |
| 9. Arhans Network   | 35. Filipino American Human Rights Alliance   | 62. National Council of Churches in the Philippines                     | 81. Tatak Bantata   |
| 10. Ateneo Voters Registration                                | 36. Financial Executives Institute of the Philippines   | 63. Northern Disunity   | 82. Tery SA Inc.  |
| 11. Bantay Balansa  | 37. For the Future PH   | 64. Now You Know  | 83. The Amaranth  |
| 12. BantayKasip   | 38. Forum Communications  | 65. Out of the Box  | 84. The Manila Collegian  |
| 13. Bayan Mo Patulid Mo                                       | 39. Foundation for Media Alternatives   | 66. Parish Pastoral Council for Responsible Voting (PPCRV)              | 85. The Square Publication  |
| 14. Bible Pilipinas   | 40. Free the Artist Movement  | 67. Philippine Center for Investigative Journalism                      | 86. TorasawaWala  |
| 15. Break the Fake  | 41. FYI   | 68. Pinikla Education   | 87. UE - Manila CASSC   |
| 16. Brotherhood of Christian Businessmen & Professionals      | 42. High School Philippine History Movement   | 69. Pinikla Education   | 88. University of San Agustin - Political Science Society                 |
| 17. Buklod CSDP   | 43. Holy Angel University   | 70. POKIAS  | 89. University of the Philippines - Los Baños                             |
| 18. BUJI Advertising Guild                                    | 44. Human Rights Watch  | 71. Polytechnic University of the Philippines College of Communication  | 90. UP Radio Circle   |
| 19. Cakapan Young Leaders Initiative                          | 45. Ibon Foundation   | 72. Practice of Administrative Leadership and Service - ICMAC           | 91. UPM Development Studies Society                                       |
| 20. Carlin Philippines  | 46. InagapLaw   | 73. Bus Up for Life and for Rights Land (Eunice Philippines)            | 92. Visayas State University  |
| 21. Catholic Bishop's Conference of the Philippines           | 47. Institute for Occupational Health and Safety Development (IOHACS)                             | 74. Sank Pual Seminary  | 93. Vibal Spina - College of Medicine Manila                              |
| 22. Catholic State University Journalism Guild                | 48. Juan Health PH  |   |   |
| 23. Center for Inland Advocacy Philippines                    | 49. Judicial Reform Initiative  |   |   |
| 24. Center for Trade Union and Human Rights                   | 50. Ka-Hanga  |   |   |
| 25. City Savings Bank, Inc.                                   | 51. Kalusugan UPD   |   |   |
| 26. Coalition for People's Right to Health                    | 52. Kalkasan  |   |   |
|   | 53. Katarungan  |   |   |

### FACT-CHECKING

1

- Newsrooms, fact-checking groups
- Monitor social media for dubious claims
- Produce fact-checks
- Produce new formats, translations

- |                           |                       |                      |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|
| 1. ABKD Network           | 6. Daily Guardian     | 11. PressONEPH       |
| 2. ABS-CBN                | 7. InterAksyon        | 12. Probe Production |
| 3. Altermidya             | 8. Mindanao Gold Star | 13. Radyo Veritas    |
| 4. Baguio Chronicle       | 9. News5 Digital      | 14. Rappler          |
| 5. Catholic Media Network | 10. OneNews.PH        | 15. SunStar Cebu     |
|                           |                       | 16. SunStar Davao    |

