

電子耕<巻頭言> うわさは智者でとまる——風評被害を考える

『『電子耕』No.349-2013.04.04号 —環境・農業・食べ物など情報の交流誌—  
2013.04.04(木)発行 山崎農業研究所&編集同人』より転載

山崎農業研究所

益永八尋

WEB利用者の増大に伴い、さまざまな情報が氾濫している。仕事に役立つ情報や仕事に関係しない話題、さらには他人や団体・組織を誹謗・中傷する情報など、実に多様だ。“〇〇の風評被害”でGoogle検索すれば、100万件以上がヒットする。Yahooで検索しても同様の結果がでる。

東日本大地震と福島第1原発事故に伴う風評被害はどのような産業分野が多いか調べてみた。食の安心と安全に関わる産業(農業・食品)が一番多い。それに続くのが観光、不動産業だ。これら以外の産業や企業でもさまざまな風評被害がある。

検索された件数についての解釈や捉え方は読者によってそれぞれ違うものになるだろうが、いずれにしても、“風評被害”に多くの人が関心を持っていることはたしかだ。

現代の風評被害にはWEBやマスコミによる被害の発生や被害の拡大が大きく関与している。WEB利用者やマスコミ関係者は、自らが風評被害の発生者になることや、風評被害を拡散するようなことが無いよう、細心の注意を払わなくてはならない。

自然災害と同じように、風評被害にあうことは避けられないだけでなく、無くなることもない。だが、風評被害を軽減することは可能である。まずは、風評被害は身近にあること、誰でも風評被害の被害者になったり加害者や拡散者になったりする可能性があることを自覚する必要があるだろう。

「うわさは智者でとまる」という言葉がある。風評被害を拡散させないためには、皆が智者になり、うわさを縮小させるように行動することだ。そうすれば、「ひとの噂も70日」が「ひとの噂も5日」とか「ひとの噂も1週間」というように変わるのではないか。

なお、“風評被害”の実例や風評被害対策は書籍やWEBで紹介されているので詳細な内容を紹介するのは差し控えるが、文献としては、関谷直也著『風評被害—そのメカニズムを考える』(光文社新書、2011年)、永峰栄太郎・河岸宏和 共著『日本農業は“風評被害”に負けない』(アスキー新書、2011年)がある。一読をすすめたい。

益永八尋

山崎農業研究所会員

[yamazaki@yamazaki-i.org](mailto:yamazaki@yamazaki-i.org)