

国立国会図書館 調査及び立法考査局

Research and Legislative Reference Bureau
National Diet Library

論題 Title	民主主義社会のレジリエンスを維持するために
他言語論題 Title in other language	To Maintain the Resilience of Democratic Societies
著者 / 所属 Author(s)	平 和博 (TAIRA Kazuhiro) / 桜美林大学リベラルアーツ学 群教授、国立国会図書館客員調査員
書名 Title of Book	コロナ時代のソーシャルメディアの動向と課題 科学技術 に関する調査プロジェクト報告書 (Trends and Issues of Social Media in the Era of Coronavirus)
シリーズ Series	調査資料 2020-4 (Research Materials 2020-4)
編集 Editor	国立国会図書館 調査及び立法考査局
発行 Publisher	国立国会図書館
刊行日 Issue Date	2021-03-25
ページ Pages	—
ISBN	978-4-87582-875-4
本文の言語 Language	日本語 (Japanese)
摘要 Abstract	—

* この記事は、調査及び立法考査局内において、国政審議に係る有用性、記述の中立性、客観性及び正確性、論旨の明晰（めいせき）性等の観点からの審査を経たものです。

* 本文中の意見にわたる部分は、筆者の個人的見解です。

解説

民主主義社会のレジリエンスを維持するために

桜美林大学リベラルアーツ学群 教授

国立国会図書館 客員調査員

平 和博

I はじめに—ソーシャルメディアの論点—

メディア空間は、デジタルテクノロジーによって、急速に押し広げられている。次々に生み出される歪みや軋みに、人と社会はどのような折り合いをつけていけるのか。

ソーシャルメディアの諸問題をめぐるパネルディスカッションの議論からは、テクノロジーや制度、そして情報への接し方などをめぐる、取り組むべきテーマの広さと深さ、そして複雑さが浮かび上がってきた。

フェイクニュースの氾濫は、どこまで排除すべきで、実際にどこまで排除できるのか。デマ拡散の背後にある人の感情やバイアスは、どう制御すればいいのか。社会のインフラとなったプラットフォームに、人々はどう接し、どのような規制が必要なのか。

新型コロナウイルス禍によって、社会は真偽の定かでない情報の氾濫、すなわちインフォデミックに直面した。それにより、世界的な危機状況下で、誤った情報が暮らしや健康、命に直結する被害をもたらすことが改めて示された。フェイクニュース問題の発端となった米大統領選では、社会の分断を背景に、さらなる混乱が起きた。これらに共通して問われているのは、民主主義社会のレジリエンス（強靭さ）である。

信頼できる情報の自由な流通と対話、そしてフェイクニュースの抑制とプラットフォームのガバナンス。一見、相反するこれらの取組を考え続け、持続させることが、人と社会のレジリエンスには不可欠といえる。

II インフォデミックをめぐる諸課題

1 ソーシャルメディア時代のパンデミック

プトレマイオス朝エジプトに紀元前3世紀に建立された古代アレキサンドリア図書館は、当時の知の集積を象徴する世界最大規模の施設として知られ、その収蔵資料は50万点前後の規模だったと推定される。情報媒介手段としてのメディアは、15世紀の活版印刷発明を経て加率的に進化し、世界の情報量は指数関数的な膨張を続ける。

新型コロナウイルス（以下「新型コロナ」）が世界的に大流行した2020年5月に、米調査会

* 本稿は、コロナ時代のソーシャルメディアの動向と課題についてのシンポジウムにおける議論を踏まえ、パネルディスカッションのファシリテータである平和博教授に解説を依頼し、執筆されたものである。インターネット情報の最終アクセス日は、令和3（2021）年3月1日である。

社 IDC が発表した推計⁽¹⁾では、世界で流通する総データ量は 59 ゼタバイトを超え⁽²⁾、さらに以後 3 年間で生成されるデータは、過去 30 年間の総データ量を上回るとも見通している。

新型コロナの大流行は、本格的なソーシャルメディア時代を迎えてから初めての、世界規模での危機的事態となった。SARS（重症急性呼吸器症候群）の流行は 2002 年から 2003 年にかけてのことであり、まだ本格的なソーシャルメディアブームは到来していなかった。ソーシャルメディアとしては世界最大の Facebook は 2021 年 2 月現在、世界市場で約 7 割のシェアを持つ⁽³⁾。だが、同社は SARS 流行後の 2004 年に創業しており、YouTube ができたのは翌 2005 年、Twitter は 2006 年に登場した。

2009 年の新型インフルエンザ（A/H1N1）の流行時は、まだソーシャルメディアの勃興期に当たり、Facebook はその前年の 2008 年 8 月によく月間ユーザー数 1 億人を突破した。2021 年 1 月末発表の月間ユーザー数は約 28 億人であり⁽⁴⁾、Instagram、Messenger、WhatsApp といった傘下のサービスを含めると、その数は 33 億人に上る。これは世界人口の 4 割に匹敵する。

そのような環境下で、新型コロナが世界的に広がる。2021 年 1 月末に世界の感染者数は 1 億人を超えた。

新型コロナとともに広まったのが、「感染症流行の中で起きる、真偽入り混じった情報の氾濫」⁽⁵⁾とされるインフォデミックだ。世界保健機関（WHO）事務局長のテドロス・アダノム（Tedros Adhanom）氏は、2 月にジュネーブで行った講演の中で、インフォデミックについてこう述べている。「我々は感染症と闘っているだけではない。インフォデミックとも闘っているのだ」⁽⁶⁾。

2 広範にわたる射程

ソーシャルメディア問題の射程は広範にわたる。例えば、「フェイクニュース」という言葉も様々に定義されている。日本では多くの場合、流言やデマも含めた“事実でない情報”という意味合いで「フェイクニュース」という言葉が使われてきた。

水谷瑛嗣郎氏はまず、「フェイクニュース」という言葉の曖昧さから、欧州連合（EU）の政策文書などでは、発信者に騙す意図がある「ディスインフォメーション（偽情報）」というより限定的な表現を使っていると述べる。その理由として、「フェイクニュース」という言葉が“事実でない情報”との意味に加えて、政治家が自らに批判的なメディアを指して使うこともある両義性を指摘する。ただ一方では、マスメディアなどによる意図的でない「ミスインフォメーション（誤情報）」も流布する現状から、むしろ発信者の意図にはこだわらない幅広い課題の

(1) “IDC’s Global DataSphere Forecast Shows Continued Steady Growth in the Creation and Consumption of Data, 2020,” 2020.5.8. IDC website <<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS46286020>>

(2) ゼタバイトはメガバイトの 1000 兆倍。新書 1 冊のデータ量は単純計算でおおむね 0.2 メガバイト。

(3) Stat Counter, “Social Media Stats Worldwide,” 2021. <<https://gs.statcounter.com/social-media-stats#monthly-201912-202102>>

(4) “Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2020 Results,” 2021.1.27. Facebook website <https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2020/q4/FB-12.31.2020-Exhibit-99.1.pdf>

(5) World Health Organization, “Infodemic Management,” 2021. <<https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management>>

(6) Tedros Adhanom Ghebreyesus, “Munich security conference,” 2020.2.15. WHO website <<https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference>>

検討を提案した。

本稿では、そのような議論を踏まえながら、「ディスインフォメーション」、「ミスインフォメーション」を含む広義の“事実でない情報”として「フェイクニュース」の表現を用いる。この問題を感染症の文脈の中で捉えたのが「インフォデミック」である。

鳥海不二夫氏は、問題把握の難しさという点で、トイレットペーパー不足の騒動をめくり、この情報が“デマ否定”という形で拡散したことを挙げる。多くの人々は騙されたわけではなかったのに、結果としてはトイレットペーパーの過剰購入が起き、品不足の事態を招いた。さらに、この情報をいわば「おもしろ話題」として消費した人々も多かったという。三浦麻子氏も、後から真偽が判明する情報もあり、接した時点でそれを判断するのは難しい、と述べる。フェイクニュースは“フェイクの顔”をして流通するとは限らない。

曾我部真裕氏は、コンテンツ規制を考える場合、従来为国家と個人（企業）の二面関係から、国家・プラットフォーム・個人という三面関係、あるいはより複雑な多面関係を想定するべきではないかと述べ、枠組みの転換が必要だと指摘する。ユーザー数が超大国の人口を凌駕する Facebook のようなプラットフォームが存在する現状を考える上で、重要な課題設定と言える。

板倉陽一郎氏は、プラットフォーム事業者の“遠さ”を指摘する。大半がシリコンバレーを中心とする米国企業であり、被害救済のための訴訟手続に膨大な時間と手間がかかってしまうという難しさが立ちほだかる。被害救済の取組では、曾我部氏が座長を務める総務省の「発信者情報開示の在り方に関する研究会」がシンポジウム当日の2020年11月12日に、誹謗中傷などの権利侵害情報の発信者に関する情報開示手続きのワンストップ化を盛り込んだ最終とりまとめ案を公表した⁽⁷⁾。これを受けて2021年2月26日には、「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（プロバイダー責任制限法）」の改正案が第204回通常国会に提出されている⁽⁸⁾。

久木田水生氏は、広告の表示による無料サービス提供というビジネスモデルについて、イーサン・ザッカーマン（Ethan Zuckerman）マサチューセッツ大学アマースト校准教授の「インターネットの原罪」という言葉を引きながら、そこに付きまとう監視と個人データ収集、人工知能（AI）によるプロファイリングという「監視資本主義」の問題の構造を指摘する。

水谷氏は、民主政治や思想の自由市場という考え方の前提となっていた“合理的で理性的な判断ができる個人”というものの想定が揺らいでいるのではないかとともに述べる。

各氏が指摘するこれらの射程は、ソーシャルメディアをめぐる問題の多層性と、その規模の大きさを示している。

3 インフォデミックの実害

対策を取るべきフェイクニュースを考える上で、水谷氏と曾我部氏は「危害性」をその要件として指摘し、拡散によって人や社会に及ぼす具体的ダメージに着目する。

特にインフォデミックは、感染にまつわる偏見や差別、さらには健康や命に直接関わる実害

(7) 発信者情報開示の在り方に関する研究会「最終とりまとめ（案）第10回発信者情報開示の在り方研究会資料10-1」2020.11. 総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_content/000716730.pdf>

(8) 第204回国会（常会）提出法案「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律の一部を改正する法律案」総務省ウェブサイト, 2021.2.26. <https://www.soumu.go.jp/menu_hourei/k_houan.html>

を伴うことが知られている。ポール・ハンター（Paul R. Hunter）英国立イーストアングリア大学教授らが2020年2月に公表した研究では、ノロウイルス、インフルエンザ、サル痘の流行に関する過去の調査データを基にしたモデルを使い、コンピューター上で、フェイクニュースの拡散と抑制が感染拡大に与える影響をシミュレーションしている⁽⁹⁾。その結果、感染症に関するフェイクニュースの氾濫は、それを信じた人が感染拡大につながる危険な行動をとることで、状況を悪化させる結果となった。その一方、フェイクニュースの拡散や共有を制御することで、感染そのものにも抑制効果がみられた、としている。

筆者の問題提起の中でも紹介したが、アルジャジーラの2020年4月末の報道によれば、イランでは同年2月20日から4月7日までに、工業用のメチルアルコールを摂取して死亡した事例が728件に上ったという⁽¹⁰⁾。前年の同種の死亡例は66件で、アルコールが新型コロナに効果がある、とのデマの影響と見られている。また、CNETニュースの7月の報道によれば、英国では、高速モバイル通信規格5Gが「新型コロナ感染に関わりがある」とする陰謀論の影響で、基地局への放火を含む妨害行為が120件以上あったという⁽¹¹⁾。

インフォデミックの規模を理解する上で、プラットフォームが公表している削除などの実績データが一つの手掛かりとなる。

Facebookの11月の発表によれば、FacebookとInstagramを合わせて3月から10月までの間に、新型コロナに関する誤った防止策や誇張された治療法など、身体に有害な誤情報1200万件以上が削除された⁽¹²⁾。さらに、Facebookだけで1億6700万件に警告を表示している。

4 「大きすぎる」ことへの懸念

久木田氏が指摘したように、プラットフォームによる膨大なユーザーデータの収集と、その分析に基づく広告表示によるビジネスモデルには、長らくプライバシーをめぐる懸念が指摘されてきた。また社会のインフラであり、生活環境の一部でもあるプラットフォームは、アルゴリズムを使った情報の選別によって、ユーザーの社会の見方にも影響を与えかねない。

しかし、プラットフォームが提供するサービスの多くが無料で利用できることは、このビジネスモデルと表裏一体の関係にある。

板倉氏がパネルディスカッションで述べたように、GoogleやFacebookのサービスは、本来であれば多額の利用料が掛かるはずのものを、無料での利用と引き換えに「個人データを皆が材料として貸し出している」とも言える。「情報はフリー（無料・自由）になりたがる」⁽¹³⁾とのデジタル文化の文脈を背景にしている面もある。

(9) J. Brainard et al., "An agent-based model about the effects of fake news on a norovirus outbreak," *Revue d'Épidémiologie et de Santé Publique*, 68(2), 2020.4, pp.99-107.

(10) "Iran: Over 700 dead after drinking alcohol to cure coronavirus," *Al Jazeera*, 2020.4.27. <<https://www.aljazeera.com/news/2020/4/27/iran-over-700-dead-after-drinking-alcohol-to-cure-coronavirus>>

(11) Katie Collins, "Fake 5G coronavirus theories have real-world consequences," *CNET*, 2020.7.2. <<https://www.cnet.com/news/fake-5g-coronavirus-theories-have-real-world-consequences/>>

(12) Facebook, "Community Standards Enforcement Report, Q3 2020," 2020.11.19. <<https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/11/CSER-Q3-2020-Transcript-11.19.20.pdf>>

(13) Stewart Brand, *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*, Cambridge: Viking Penguin, 1987, p.202. (スチュアート・ブランド(室謙二・麻生九美共訳)『メディアラボ「メディアの未来」を創造する超・頭脳集団の挑戦—』ベネッセコーポレーション, 1988)

だが、2018年にFacebookで起きたユーザーデータの大量不正流用「ケンブリッジ・アナリティカ事件」などをきっかけに、GAFAの一面を占めるAppleのCEO、ティム・クック（Tim Cook）氏からも「顧客はプロダクトではない」との批判が出ていた。同年5月に施行されたEUの新たなプライバシー保護法制である一般データ保護規則（GDPR）も、プラットフォーム規制のメルクマールとなった。

そして2020年は、プラットフォーム規制が改めて大きなテーマとして注目を集めた。その中には、フェイクニュース対策に加えて、競争政策、プライバシー保護と様々な論点が含まれる。日本では5月に、オンラインモールやアプリストアを対象とした「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（デジタルプラットフォーム取引透明化法）」が成立し、2021年2月から施行されている。各国の議論に共通するのは、超大国すら超えた巨大プラットフォームの規模と影響力が「大き過ぎる」という点だ。幅広い問題が指摘されながらも、誰が、どのように手綱を握ることができるのかさえ判然としない。そんな懸念が世界を覆う中、米国、そしてEUでの動きが、2020年の年末にかけて相次いで明らかになる。

米国では、反トラスト法（独占禁止法）違反の観点から、プラットフォームに対する提訴が畳み掛けるように続いた。Googleに対しては、検索サービスにおける独占的地位を問題視し、10月の司法省による提訴⁽¹⁴⁾を皮切りに、12月にもテキサスなどの10州⁽¹⁵⁾、さらにコロラドなど38の州・準州・特別区⁽¹⁶⁾がそれぞれ提訴した。またFacebookに対しても12月、連邦取引委員会（FTC）⁽¹⁷⁾と48の州・準州・特別区⁽¹⁸⁾が、傘下のInstagram、WhatsAppの分割を求めて提訴している。

一方でEUは12月、「デジタル時代の民主主義の強靱化」を掲げる政策パッケージ「欧州民主主義行動計画」を発表した⁽¹⁹⁾。これに加えて、インフォデミックを含むフェイクニュース対策としてプラットフォームに更なる取組を要求するデジタルサービス法⁽²⁰⁾、競争促進を要求するデジタル市場法⁽²¹⁾の2つの法案も明らかにしている。

(14) The United States Department of Justice, “Justice Department Sues Monopolist Google For Violating Antitrust Laws,” 2020.10.20. <<https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-sues-monopolist-google-violating-antitrust-laws>>

(15) “AG Paxton Leads Multistate Coalition in Lawsuit Against Google for Anticompetitive Practices and Deceptive Misrepresentations,” 2020.12.16. Attorney General of Texas website <<https://www.texasattorneygeneral.gov/news/releases/ag-paxton-leads-multistate-coalition-lawsuit-against-google-anticompetitive-practices-and-deceptive>>

(16) “Colorado Attorney General Phil Weiser leads multistate lawsuit seeking to end Google’s illegal monopoly in search market,” 2020.12.17. Colorado Attorney General website <<https://coag.gov/press-releases/12-17-20/>>

(17) “FTC Sues Facebook for Illegal Monopolization,” 2020.12.9. Federal Trade Commission website <<https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2020/12/ftc-sues-facebook-illegal-monopolization>>

(18) “Attorney General James Leads Multistate Lawsuit Seeking to End Facebook’s Illegal Monopoly,” 2020.12.9. New York Attorney General website <<https://ag.ny.gov/press-release/2020/attorney-general-james-leads-multistate-lawsuit-seeking-end-facebooks-illegal>>

(19) European Commission, “European Democracy Action Plan: making EU democracies stronger,” 2020.12.3. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2250>

(20) European Commission, “The Digital Services Act: ensuring a safe and accountable online environment,” 2020.12.15. <https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en>

(21) European Commission, “The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets,” 2020.12.15. <https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en>

問われたのは「大き過ぎる」プラットフォームの、「規模に応じた責任」である。さらに、EUも問題視した民主主義へのプラットフォームの影響が、2020年の米大統領選で改めて厳しく問われることになった。

5 コンテンツに対する責任

フェイクニュースに対して、プラットフォームはどこまでの管理を担い、その際の責任はどのような位置付けられるのか。そして、表現の自由の保護をどう考えればいいのか。フェイクニュース問題の起点となった2016年の米大統領選以来、FacebookやGoogle、Twitterなどのプラットフォームは、それらの論点について世界中で繰り返し批判を受け、問われてきた。

米国では2020年大統領選を通じて、プラットフォームのコンテンツに対する免責を定めた通信品位法第230条が議論の焦点となった。ドナルド・トランプ(Donald Trump)政権を中心に、フェイクニュース対策を「保守言論への弾圧」とする共和党勢力と、対策が不十分とする民主党勢力との対立のはざまに立たされたまま、プラットフォームは大統領選終盤に向けて、より積極的にコンテンツ管理のグレーゾーンへと踏み込んでいった。

2016年大統領選では、ロシア政府による情報戦としての側面、いわゆる「ロシア疑惑」がフェイクニュース問題の一つの特徴となった。2020年大統領選における特徴は、現職大統領だったトランプ氏やその支持者による根拠のない主張の拡散である。代表的なのは、新型コロナ対策として広く実施された郵便投票など、大統領選の投開票にまつわる「不正」の主張である。その一つとして、トランプ氏は5月末、郵便投票を「詐欺以外の何物でもない」とTwitterに書き込んでいる。Twitterはこれに対し、大統領の投稿への措置としては初めて、ファクトチェック結果にリンクする警告文を表示した⁽²²⁾。トランプ氏はTwitterの措置を受けて、通信品位法第230条によるプラットフォームへの免責を制限するための大統領令に署名し⁽²³⁾、議論のレベルを引き上げた。

さらに選挙戦最終盤の10月にも議論が再燃する。トランプ支持で知られるニューズ・コーポレーション傘下のタブロイド紙『ニューヨーク・ポスト』が掲載した、大統領選の対立候補ジョー・バイデン(Joe Biden)氏にまつわる「疑惑暴露」記事について、FacebookとTwitterがリンクの表示制限をするという対応を取った。これが政治問題化して、両社のCEOが11月に上院司法委員会の公聴会に呼ばれ⁽²⁴⁾、通信品位法見直しの機運に弾みがついた。

これらコンテンツ管理の取組の中でも、特にTwitterによる拡散の「減速」が注目された。警告ラベルでツイートを隠したり、単なるリツイートではなくコメントを付けた引用ツイートを促したりするなど、共有するための手数を増やすデザイン変更や機能制限を加え、それによって拡散へのハードルを上げた。

トランプ氏は投開票前日の11月2日夜、米最高裁がペンシルベニア州の郵便投票期限延

(22) Donald Trump's Tweet, 2020.5.26. Internet Archive website <<https://web.archive.org/web/20200526121755/https://twitter.com/realdonaldtrump/status/1265255835124539392>>

(23) "Executive Order on Preventing Online Censorship," 2020.5.28. White House website <<https://trumpwhitehouse.archives.gov/presidential-actions/executive-order-preventing-online-censorship/>>

(24) "Breaking the News: Censorship, Suppression, and the 2020 Election," 2020.11.17. US Senate Committee on the Judiciary website <<https://www.judiciary.senate.gov/meetings/breaking-the-news-censorship-suppression-and-the-2020-election>>

長を認めたことについて、「街頭の暴力を誘発する」とツイートしている⁽²⁵⁾。これに対して Twitter は、警告ラベルでツイートを隠し、「表示」リンクをクリックすることで、初めて内容を見ることができるようにした。スタンフォード大学、ワシントン大学などによる選挙のフェイクニュース監視プロジェクト「エレクトション・インテグリティ・パートナーシップ」の調査によると、Twitter による警告ラベル表示前、トランプ氏のツイートは 1 分間に 827 回の拡散があったが、ラベル表示後は 151 回に急減していた⁽²⁶⁾。Twitter のまとめでは、10 月下旬に機能制限を実施して以降、ツイートの拡散数は 20% 減少したという⁽²⁷⁾。ソーシャルメディアは拡散のスピードが注目されるが、そのソーシャルメディアを“遅く”することでも、問題のある投稿の影響を抑制できることになる。

米国では強く認められている表現の自由を保護する一方で、民主主義の土台である選挙を歪める情報氾濫には対処せねばならない。コンテンツ管理をめぐる議論の分かりにくさは、プラットフォームが担うべき責任とその判断基準が曖昧であることも大きい。

この問題をめぐっては、年明けの 2021 年 1 月 6 日に発生したトランプ支持者らによる米連邦議会議事堂乱入事件をきっかけに、さらに大きな議論が沸き起こる。当時、議会ではバイデン氏の大統領当選の承認手続きが行われており、乱入で警備の警官 1 人を含む 5 人が死亡した。この事件を受けて、トランプ氏が行った投稿が「暴力扇動のリスクがある」として、Facebook は無期限⁽²⁸⁾、Twitter は永久に⁽²⁹⁾、同氏のアカウントを停止すると発表した。この措置は、米国大統領の情報発信をも抑え込むことができるというプラットフォームの力を示す結果となり、その規制の在り方が改めて問われた。

シンポジウムの議論では、この問題につながる重要な論点が提示されていた。

曾我部氏はコンテンツ管理について「池の水の濁り度」という表現を使い、「どれくらい濁った場にするかは事業者が決めていい」とする。さらに「泥沼」のようなものもあり得るとしながら、その管理レベルを公表させる説明責任は必要だと指摘した。一方で、「オフラインで違法なものはオンラインでも違法」との考え方からすれば、その延長線上で、ドイツが導入している「ネットワーク執行法」⁽³⁰⁾のように、違法コンテンツの削除を要求することは可能ではないか、とも述べている。

その上で曾我部氏は、「市民の声」の重要性を指摘し、「ヘイトスピーチ対策が不十分なときに、市民が事業者に対して声を上げていくことが大事だ」と指摘した。政府からの圧力だけでなく、ユーザーとしての市民からの圧力も、自主規制のバランスと説明責任を担保していく上で欠かせない要素といえる。

(25) Donald Trump's Tweet, 2020.11.2. Internet Archive website <<https://web.archive.org/web/20210107035107/https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1323430341512622080>>

(26) Kellen Browning, "After Twitter Labels Trump's Tweet About Pennsylvania, Its Spread Slows," *New York Times*, 2020.11.3. <<https://www.nytimes.com/2020/11/03/technology/after-twitter-labels-trumps-tweet-about-pennsylvania-its-spread-slows.html>>

(27) Vijaya Gadde and Kayvon Beykpour, "2020 年米国大統領選への取り組みのアップデート," 2020.11.18. Twitter website <https://blog.twitter.com/ja_jp/topics/company/2020/2020_uselection.html>

(28) Mark Zuckerberg's statement on his Facebook page, 2021.1.7. <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10112681480907401>>

(29) "Permanent suspension of @realDonaldTrump," 2021.1.8. Twitter website <https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension.html>

(30) "Netzwerkdurchsetzungsgesetz." Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz website <https://www.bmjv.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_node.html>

曾我部氏はまた、プラットフォームがコンテンツに対して過剰に規制や「検閲」を行うことも問題点として挙げた。その一例として、Facebookが2016年、ピューリッツアー賞を受賞したベトナム戦争時の報道写真「戦争の恐怖（ナパーム弾の少女）」について少女が裸であることから削除した騒動を紹介した⁽³¹⁾。

これに関連して水谷氏と板倉氏は、コンテンツ削除やアカウント停止を受けたユーザーへの救済措置の必要性を指摘した。「戦争の恐怖」のように、プラットフォームはコンテンツ管理の判断を誤ることがある。これに異議申し立てをする場合、そのための手続が十分に整備されているかどうかに加えて、TwitterやFacebookといった外国企業との交渉が、ユーザーにとって大きな負担になる。板倉氏は、「これを発信者情報開示でやっているのと同じように、相手が外国事業者であっても割と簡易な手続で紛争解決できるようにするということは、手続法としては重要なところではないか」と述べている。

6 マスメディアの役割

フェイクニュースを巡っては、マスメディアが取り組むべき課題も大きい。

ソーシャルメディアで拡散するフェイクニュースは、マスメディアが取り上げることで、より広範な社会的影響を及ぼし、時にマスメディア自身が発信者となる。鳥海氏は、「マスメディアがデマを拡散し、それが社会的混乱を加速させることもあります」と指摘し、三浦氏も、自身の研究が誤解を受けるような形でマスメディアに取り上げられた「炎上」事例を紹介した。情報拡散への慎重な配慮と抑制が、マスメディアにも求められている。

一方で、フェイクニュース拡散の背景の一つとして、メディアに対する不信、さらにはメディアの地盤沈下による影響力低下が指摘される。

この傾向は、特に米国で著しい。ギャラップの調査によると、マスメディアへの信頼度は、ウォーターゲート事件の調査報道でニクソン大統領が辞任した2年後の1976年に72%であったのに対し⁽³²⁾、2020年9月の発表では40%となった⁽³³⁾。2016年9月に記録した最低値32%からは回復したものの、なお低水準にある。また支持党派別では、民主党支持層が73%と極めて高いのに対し、共和党支持層は10%と大きな分断がある。新聞の廃刊や休刊、統合も相次いでおり、ペネロペ・ミューズ・アバーナシー（Penelope Muse Abernathy）ノースカロライナ大学教授の「ニュースの砂漠」調査によると、2004年以来、2,100紙が消え、地元紙がない郡は200に上る⁽³⁴⁾。しかも新型コロナ禍による広告収入の減少は、メディア業界全体の地盤沈下を加速させている⁽³⁵⁾。

(31) Espen Egil Hansen, "Dear Mark. I am writing this to inform you that I shall not comply with your requirement to remove this picture," *Aftenposten*, 2016.9.8. Internet Archive website <<https://web.archive.org/web/20160908211323/http://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/Dear-Mark-I-am-writing-this-to-inform-you-that-I-shall-not-comply-with-your-requirement-to-remove-this-picture-604156b.html>>

(32) Gallup, "Americans' Trust in the Mass Media," 2004.4.20. <<https://news.gallup.com/poll/11428/americans-trust-mass-media.aspx>>

(33) Gallup, "Americans Remain Distrustful of Mass Media," 2020.9.30. <<https://news.gallup.com/poll/321116/americans-remain-distrustful-mass-media.aspx>>

(34) Penelope Muse Abernathy, "The Expanding News Desert." US News Desert website <<https://www.usnewsdeserts.com/>>

(35) Kristen Hare, "Here are the newsroom layoffs, furloughs and closures caused by the coronavirus," *Poynter*, 2020.12.23. <<https://www.poynter.org/business-work/2020/here-are-the-newsroom-layoffs-furloughs-and-closures-caused-by-the-coronavirus/>>

日本も例外ではない。新聞通信調査会の世論調査によると、新聞に対する信頼度（100点満点）は、2008年の72.0点から2020年の69.2点へと緩やかな低下傾向にある⁽³⁶⁾。日本新聞協会の調査では、2020年の国内の新聞発行部数は3500万部、2000年からの20年で1860万部減少（35%減）している⁽³⁷⁾。

このような状況の中で、曾我部氏は「伝統的ジャーナリズムの復権」という論点を提示する。具体的な手立ては、メディアの地盤沈下への経済的な下支えである。

フェイクニュース対策やメディア支援の観点から、プラットフォームに経済的負担を課すべきだとの議論は数年前から続けられてきた。ノーベル経済学賞を受賞したポール・ローマー（Paul Romer）スタンフォード大学教授は、GoogleやFacebookなどのプラットフォームのビジネスモデルが、民主主義の議論の土台となる“コモンズ（共有地）”の価値観を蝕んでいるとし、これに対する規制策としてターゲット広告への課税を提唱している⁽³⁸⁾。さらに、ヴィクター・ピッカード（Victor Pickard）ペンシルベニア大学教授は、同様の課税を「公共メディア税」と名付け、その税収を基にした基金による公共メディア支援に充てることを主張している⁽³⁹⁾。

Googleの親会社であるAlphabetの2020年の売上高は1825億ドル⁽⁴⁰⁾、Facebookの同年の売上高は860億ドル⁽⁴¹⁾となっている。いずれもほとんどが広告収入であり、世界のデジタル広告市場の大半をこの2社で占める。

その収益が、コンテンツ配信元であるメディアに適正に分配されるべきだ、との声は特にEUのメディア業界に根強くあった。それを背景にEUでは2019年に新たな「デジタル単一市場における著作権指令」が成立し、ニュースコンテンツのネット利用について、メディアの報酬に関する権利が明確にされた⁽⁴²⁾。この新たな著作権指令をいち早く国内法に適用したフランスでは、2021年1月21日、メディア283社が加盟する一般報道同盟（APIG）とグーグルフランスが、ニュース使用の報酬支払いに合意したことが発表されている⁽⁴³⁾。また、オーストラリアでも2月25日に、「ニュースメディア・デジタルプラットフォーム契約義務化法」が成立している⁽⁴⁴⁾。

これに先立ちFacebookは2019年から、「Facebook ニュース」という専用タブに提携メデイ

(36) 新聞通信調査会「メディアに関する全国世論調査結果の概要 第13回（2020年）」2021.1.23. <<https://www.chosakai.gr.jp/wp/wp-content/themes/shinbun/asset/pdf/project/notification/yoron2020hodo.pdf>>

(37) 日本新聞協会「新聞の発行部数と世帯数の推移」2020.10. <<https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php>>

(38) Paul Romer, “A Tax That Could Fix Big Tech,” *New York Times*, 2019.5.6. <<https://www.nytimes.com/2019/05/06/opinion/tax-facebook-google.html>>

(39) Victor Pickard, “Break Facebook’s Power and Renew Journalism,” *The Nation*, 2018.4.18. <<https://www.thenation.com/article/archive/break-facebooks-power-and-renew-journalism/>>

(40) Alphabet, “Alphabet Announces Fourth Quarter and Fiscal Year 2020 Results,” 2021.2.2. <https://abc.xyz/investor/static/pdf/2020Q4_alphabet_earnings_release.pdf>

(41) Facebook, *op.cit.*(4).

(42) “Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC,” 2019.4.17. European Union website <<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>>

(43) “L’Alliance et Google France signent un accord relatif à l’utilisation des publications de presse en ligne,” 2021.1.21. L’Alliance de la Presse d’Information Générale website <<https://www.alliancepresse.fr/actualite/lalliance-et-google-france-signent-un-accord-relatif-a-lutilisation-des-publications-de-presse-en-ligne/>>

(44) “Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Bill 2020,” 2021.2.25. Australian Government website <<https://www.legislation.gov.au/Details/C2020B00190>>

アのニュースを配信し、報酬を支払うという取組をまず米国で開始した⁽⁴⁵⁾。2021年1月からは英国でも展開し、フランス、ドイツでの実施も予定している⁽⁴⁶⁾。今後3年間で10億ドルを計上する。また、Googleも10億ドルの予算で同様の「Google ニュース・ショーケース」を2020年10月からドイツ、ブラジル、アルゼンチン、カナダ、フランス、英国、オーストラリアなどを対象に立ち上げている⁽⁴⁷⁾。提携メディアは500社を超すという⁽⁴⁸⁾。

これら取り組みはいずれも、法規制の機運が高まる中で、メディアへの報酬支払いを無制限に強制されないための「防波堤」として打ち出したものと言える。

曾我部氏はこうした動きについて、「広告収入が適正に配分され、コンテンツを生み出す方に一定の資金が流れ込むことになると、フェイクニュース対策なり何なりにつながっていくことが期待されます」と述べている。

またフェイクニュースの背景には、社会の分断が指摘される。その分断をつなぐ対話の土台となるべき役割も、メディアには求められている。注目されるのは公共メディアである。

マシュー・ジェンツコウ (Matthew Gentzkow) スタンフォード大学教授らが2020年1月に発表した調査結果では、過去40年間で社会の分断を示す「感情的分極化」が米国などでは拡大傾向にある一方、オーストラリア、英国、ノルウェー、スウェーデン、ドイツの5か国では縮小傾向にあり、いずれも公共放送への財政支援に積極的な国であるとされている⁽⁴⁹⁾。

社会の分断への対策と公共メディアの役割が国際的な議論の焦点となる中で、日本では公共放送であるNHK(日本放送協会)の事業規模縮小が取り沙汰される。これについて曾我部氏は、「本当にそれでいいのか、もう少し多面的に考えていく必要がある」とも述べている。

また、板倉氏は、メディアの信頼性の低下や地盤沈下を踏まえながら、情報の裏付けなどのルールやノウハウが無くなっていけば、「思想の自由市場も単なる野生みたいになってしまう」と危機感を示す。ソーシャルメディアの普及によって、誰もがマスメディアに匹敵する情報発信力を持つようになったが、情報発信におけるデータ検証などのルールやノウハウの蓄積は、なおマスメディアに偏っている。板倉氏は、確度の高い情報の流通を促進するためにも、マスメディアがそのようなノウハウの共有について積極的に取り組むことに期待を寄せる。

7 リテラシーの行方

ソーシャルメディアの問題を考える上で、ユーザーのリテラシーをどう位置付けるべきか。

久木田氏は「情報メディアがなくても生きていけるのが最強のリテラシーだ」とし、特定のプラットフォームに依存せざるをえないような「社会のデザインは間違っている」と述べる。

ユーザーが特定のサービスから離れたり乗り換えたりすることが困難な状況を「ロックイン(閉じ込め)」と呼ぶ。プラットフォームがユーザーを囲い込んでいく一方で、ユーザー側もし

(45) Campbell Brown, "Introducing Facebook News," 2019.10.25. <<https://about.fb.com/news/2019/10/introducing-facebook-news/>>

(46) Jesper Doub, "A New Destination for News in the UK," 2021.1.25. <<https://about.fb.com/news/2021/01/new-destination-for-news-in-the-uk/>>

(47) Sundar Pichai, "Our \$1 billion investment in partnerships with news publisher," 2020.10.1. <<https://blog.google/outrreach-initiatives/google-news-initiative/google-news-showcase>>

(48) Kate Beddoe, "Answering your top questions about Google News Showcase," 2021.2.22. <<https://blog.google/around-the-globe/google-asia/australia/answering-your-top-questions-about-google-news-showcase/>>

(49) Levi Boxell et al., "Cross-Country Trends in Affective Polarization," *National Bureau of Economic Research*, 2020.1. <<https://www.nber.org/papers/w26669>>

ばしば自ら依存度を強めていく。このようなロックインの状況から、距離を取ることができるか。その自覚的な認識が問われている。

また、三浦氏は、冷静さがリテラシーの鍵になるとし、「それが奪われてしまうのが危機的状況なのだとことを知っておくべき」であるという。その上で、「自分が危機的状況になったとき、自覚的にそこから冷静な方向へ引き戻すような努力を」と述べている。

鳥海氏も、「我々騙されますよね、という前提で生きていくしかない」と指摘し、「騙されて失敗したなと思ったとき、それが致命的になっていない」という社会の在り方を目指すべきではないかと提言する。やはり求められるのは、自覚的な状況認識である。

Ⅲ おわりに—熟議を担保する—

「現代とは、すべてが同時に生起するようなまったく新しい世界である。『時間』は止まり、『空間』は消え去った。われわれはいま、グローバル・ヴィレッジに住んでいる（中略）。われわれは、原初的な情緒、すなわち、数世紀間の識字文化ゆえに疎遠になってしまった部族的な感情を、ふたたび構造化しはじめている」⁽⁵⁰⁾。カナダのメディア研究者、マーシャル・マクルーハン（Marshall McLuhan）はインターネットが登場する2年前の1967年、共著の中でこう述べている。私たちはソーシャルメディア時代に、「原初的な情緒」、「部族的な感情」の広がり、より身近なものとして目の当たりにしている。

ソーシャルメディアは、感情を伝達するメディアである。Facebookの研究者らは2014年、まさにそれを証明するための実験結果を「ソーシャルネットワークを通じた大規模感情伝染の実験的証明」と題した論文として学術誌『米科学アカデミー紀要』（PNAS）に掲載している⁽⁵¹⁾。だが、この実験がユーザーへの明確な説明のないままに行われていたため、大きな批判を浴びることとなった。三浦氏も、鳥海氏らと行ったリツイートの研究成果として、強い感情を伴う情報は拡散性が高いことが分かったと述べている。

久木田氏は報告の中で、「今のソーシャルメディア、ビッグデータ、人工知能の世界では人間のプリミティブな感情やバイアスにつけ込むことができる人間が成功する」と指摘し、こう述べている。「しかし、それは、近代以降、人間社会が築いてきた民主的な価値観と衝突します。民主主義的な価値観は、多くの人間のプリミティブな感情と相容れないところがあります」。原初的な感情を増幅し、拡散するソーシャルメディアと、理性と論理を前提とした民主主義との軋轢、それは新型コロナ蔓延の中で「ソーシャルメディアを飼い慣らし」、「思想の自由市場を歪ませない」形でメディア空間と民主主義社会を発展させるために何が必要かという、本シンポジウムの議論の核心でもある。FacebookやTwitterなどのソーシャルメディアは、熟慮や熟議とは相性が良くない。鳥海氏は、Twitter上の政治的な言説の多くは、左右両派の特定のアカウントによる投稿が大半を占めるとし、多様な議論の流通という意味では、「日本のネット世論なんて無いのでは」とも指摘する。

久木田氏は、ソーシャルメディアの環境下で、「民主主義は、かなり頑張っただけで無理しなけれ

(50) マーシャル・マクルーハン、クエンティン・フィオーレ（門林岳史訳）『メディアはマッサージである 影響の目録』河出書房新社、2015、p.65。（原書名：Marshall McLuhan and Quentin Fiore, *The medium is the massage*, Penguin, 1967.）

(51) Adam D I Kramer et al, "Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks," *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(24), 2014.6, pp.8788-8790.

ば維持していくことができない」状況にあると見立てる。曾我部氏も、これを受けて、「民主主義は常に関心を持って維持しようとしていかないと崩壊してしまうもの」と述べている。

民主主義の維持も、やはり自覚的な取組が必要になる。前述のマクルーハン共著の中で、「なにがおこっているのか熟慮する気があるかぎり不可避なことは絶対はない」とも述べている⁽⁵²⁾。レジリエントな民主主義社会は、熟慮や熟議を通じてそれを維持しようとする市民の意思に依存する。その意思を継続していけるかどうか問われている。

(たいら かずひろ)

(52) マクルーハン、フィオーレ 前掲注(50), p.27.