

日本のフェイクニュース対策と民主主義

JILIS 上席研究員

山本 一郎

2020年（令和3年）版情報通信白書では、国民が信頼するメディア・情報経路についてのアンケート結果が示され、ここで「信頼できる」と積極的に回答したのはテレビ約53.9%、新聞61.2%などとなっている¹⁾。

ひときわ目を惹くのはソーシャルネットワーキングサービス（SNS）が15.3%と低迷しているのに対し、これと別ジャンルに切り離されているニュース系キュレーションメディアが29.7%、検索エンジンが43.1%と、SNSの利用者がタイムラインで投稿された内容を見た先のサイトの信頼度が割と高くなっている、という現実である。調査結果を素直に読めば、SNSはあくまで情報の経由地であり、実際にはそこで示されたURLを辿ってネットで配信されたニュースサイトの記事を読み、情報を摂取し判断の根拠とし、具体的な行動が促されていると見て間違いないであろう。

全年齢において依然信頼のおけるメディアとして新聞、テレビ、ラジオ、雑誌とレガシーメディアが高い支持を受ける一方、経年的に見れば、実際にメディア接触が減り始めたラジオ、雑誌を中心にゆるやかに信頼度は下降傾向にあるうえ、新聞も雑誌も記事は趣旨を短文にまとめたエッセンスやヘッドラインがネット上に溢れ、テレビもストレートニュースは動画サイトに掲載されることが当たり前となっている。このことから考えても、いままでラジオ、テレビのような電波か、新聞雑誌のような紙に印刷されるかという媒体はいずれも、コンテンツはネットに統合されていくことで、これらの情報流通はオンラインで完結する方向に進んでいくことは確実である。

すべての媒体はネットに吸収されて行き、業界としても情報流通としてもその主戦場がネットでの閲覧・配信へと集約される前提で考えると、社会的にも政策・制度的にも、放送と通信とで分かれていた分野も長い目で見て発展的な着地点を目指して議論を加

速させなければならない状況となっている。

このようになると、ネットで流通しているニュース記事、解説を含むコンテンツに対するキュレーション、ファクトチェックは安全なネット環境を構築するうえで大事な機能の一翼を担うこととなる。ネット内での情報の質を高めることは、その情報を元に行動する個人の期待通りの結果を実現できる確率を引き上げることをも意味し、結果的に、個人個人の満足する行動が積み重なることで社会全体の利益、幸福へとつながるからである。

また、ここで当事者となるプラットフォーム事業者は、民間の私企業という属性だけでなく、扱われるユーザーのすべてを原則として平等に扱わなければならない公共事業者としての側面も持つ。例えば、問題のあるユーザーをBANするにしても、明確な理由なくこれを行うことは法的な問題を孕むことになるだけでなく、そのサービスを利用できなくなることで起きる不具合は通常の民間企業のサービスの比ではない。いわば、電力や水道、ガスなどと同じくライフラインを提供する重要インフラに準じる立場となることはコンセンサスとなっていくであろう。

他方で、ネット上での情報流通においてフェイクニュースやデマ、ガセネタ、侮辱、誹謗中傷など望ましくない品質を下げる情報の流通が社会問題となり、英語圏を中心に非営利団体やジャーナリスト経験のある個人によるファクトチェックが盛んにおこなわれるようになった。フェイクニュースとは、世界的には統一された定義はないが、本稿では意図的か、自然発生的かを問わず事実を伴わないか裏付けが取れない情報を指し、この中には、他国や特定の党派性を伴う意図的に発信されるディスインフォメーションも含まれるものとしている。英語圏を中心にこれらのフェイクニュースへの対策の重要性が叫ばれるようになったのは、イギリスのEU離脱の是非を問う国民投票におけるBrexit、および、アメリカにおい

1) 令和3年版情報通信白書
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/html/nd125220.html>

て共和党・トランプ政権が成立するに至ったプロセスが明らかになったことが背景にある^{2) 3)}。とりわけ、心理学モデルとして確立したBig-5 (Ocean Models) を用いたケンブリッジアナリティカ社の問題は、インターネット上に流通する情報が、性格的に日々の生活において不安を感じ、また不満を持つ人たちにいかなる行動を促したかという重要な事実を示した⁴⁾。すなわち、特定の性格を持つであろう個人に関する情報を、FacebookなどSNSを通じて蒐集し、そのような人たちに事実とは異なるフェイクニュース (Post-Truth) を投げ込むことによって、そのうちの何%か、あるいはそれ以上の有権者に、大統領選挙において直接、共和党トランプへの投票を促すことができたことを指し示す。利用者が望む情報の摂取は、それを理由とした行動を促すものであるから、その情報が間違っていたり、偏っていた場合には必然的に本人にとって望まない結果をもたらすか、または、本人の信じ込みによって一般的で良心的とされる社会活動を妨げ、社会生活から遊離していくことになりかねない。

また、SNSに限らずほとんどすべてのネットサービスは、ユーザーの属性を確認し、その趣味嗜好に見合った望まれる情報をアルゴリズムやタグ付けなどによって選別し、優先的、選考的に配信し摂取させるといったフィルターバブルを個人個人に構築してしまうという弊害もまた指摘される。これにより、SNSなどソーシャルグラフでは特に、特定の話題に対して強く敏感に反応するクラスターがジャンル、党派ごとに形成され、ここに収入や学歴、家族構成といった個人の属性が強く紐づくことでエコーチェンバーが発生するだけでなく、フェイクニュースにおいても、その属性や価値観ゆえにクラスター全体が思い込みの相互作用の果てにカルト化したも同然のソーシャルグラフを構築することもまたあり得る。

これらのトリガーとなり、また燃料にもなるフェイクニュースこそが、投票という民主主義のインフラを破壊しかねない強烈な地形であり武器となって世論操作のツールとなることへの危機感には特に高まっていたが、しかし、それ以上に英語圏で衝撃をもって迎えられたのが現役の大統領であるトランプ自らが、既存の報道は「フェイクニュースだ」と決めつけ、

大統領自らのTwitterアカウントを使い事実とは明らかに異なるツイートを連発するようになった事例である。民主的に選ばれた政治リーダーが、それもアメリカ大統領のように比類ない立場にある者が、アメリカ国民にも、世界的にも事実関係のあやしい情報を自らの手により民間事業者のアカウントから積極的に発信し、その真意や解釈を巡って全米的な騒動となったのは歴史的にも初めての大事件であったと言える。

遡ると、トランプ大統領は20年5月に「プラットフォーム事業者によるオンラインの検閲の防止に係る大統領令」に署名し、それを受けて、米司法省は各プラットフォーム事業者に対する違法コンテンツへの適切な対応の推進を求めて(旧)通信品位法第230条の「善意 (good faith)」の定義を明確化するように求めている。さらに、米FCCは20年10月、トランプ政権が要請していた(旧)通信品位法第230条による免責の限定性について、再検討する規則制定を調査する手順に入っている。

これらの根拠は、特に米司法省により言論の自由とは民主主義の根幹であり、同様にインターネット上の言論も保護される規制方針が明確に示され、また、プラットフォーム事業者に対してインターネット上に流通する情報が明確な根拠や通知なく言論を恣意的に選抜することへの透明性と説明責任を求める一方、言論投稿などに対する削除についての免責規定を改める考えを示している。

通信品位法第230条にまつわる議論はもっぱらインターネット上の言論の自由の保証と、そうであるがゆえにフェイクニュースやディスインフォメーションの流通が盛んに行われ民情が大きく左右される問題に対処するためのするためのEARN IT法案の検討と、その後本法案が成立しなかったところで競争法上の課題や、プラットフォーム事業者に対する各種規制に対する国家の関与がいかなるものであるべきかというコンセンサスにまではいたらなかった背景もまた整理しなければならない⁵⁾。EARN IT法案は法律として下院で成立することなく廃案となったが、ここではフェイクニュースや、他国勢力からの偽情報介入の文脈でのディスインフォメーションのみならず、児童ポルノ、犯罪動画のような違法コンテンツや、殺

2) In the era of Brexit and fake news, scientists need to embrace social media
<http://eprints.lse.ac.uk/91281/>

3) Brexit, Trump, and Post-Truth Politics

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10999922.2017.1285540?cookieSet=1>

4) Facebook may stop the data leaks, but it's too late: Cambridge Analytica's models live on

<https://www.technologyreview.com/2018/04/09/104516/facebook-may-stop-the-data-leaks-but-its-too-late-cambridge-analyticas-models-live-on/>

5) 米通信品位法230条の動向とプロバイダ責任のあり方への示唆 ―第116議会及びEARN IT法案の分析を中心に― (橘雄介 2022)

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsicr/39/4/39_119/_pdf/-char/ja

人依頼、ドラッグ売買情報などの違法行為に関する直接のコミュニケーションなど、解決すべき問題の対象が多岐に渡る。ここでは、単なるフェイクニュースとは異なり、仮に事実であってもそれによってマイノリティなど差別に繋がる他者権利の侵害に当たる表現もまた、アメリカ社会全体の分断を促す可能性のある言説であるとして考慮の対象とする議論もあった。この場合、民主主義の原理原則に関する問題と違法な情報流通の切り分けを十全に行うべきである一方で、国民による情報流通を政府の規制と監視という直接の関与で妨げること自体が、国民の固有の権利として持つ表現の自由を正面から委縮させ抑圧する行為であることから、特にプラットフォーム事業者という民間企業の行為を法によって制御し、彼らに対していかなる免責事項で閲覧のお薦めや記事削除などのコンテンツポリシーにそった運営を可能にせしめるかという難題を残すことになる。我が国においても、憲法で認める個人の尊重の観点から、プラットフォーム事業者により著しく個人の尊厳が損なわれたり、公平な取り扱いが行われない場合に、憲法で認められた社会秩序が守られていないことを国が放置することは是非が強く問われるようになり、国民の持つ諸権利の保全に対して国が積極的に私人間効力を担保するよう政策出動するにあたり、競争法の観点からプラットフォーム事業者への介入の検討を始めたのは記憶に新しい。すなわち、フェイクニュースがネットで拡散されることが個人の権利を侵害しかねず、フェイクニュースに対する国家による介入もまた一定の論拠を持って議論されるようになったのは特筆されよう。

一方、GoogleやFacebookなどプラットフォーム事業者における表現の自由の問題とは別に、民間企業による情報流通の検閲にあたる行為は国際的な決済業務においてもまた別の難題として表出することとなった。とりわけ、世界的なアダルトサイト・ポルノハブ（PornHub）とその広告関連会社であり実質的な運営者であるMindGeek社へ支払う広告掲載料決済に対し、資金決済で支配的な地位にあるVISA、Mastercard両社が支払いを拒否し、事実上の決済BANを行った経緯は一連の表現の自由と検閲に関する法規制に関する議論に大きな影響を与えた⁶⁾。これらは、VISA、Mastercard両社が自発的にポルノハブで流通しているコンテンツの内容を見て不適切だと主体的に判断したうえで、会社の方針として彼らへ

の支払いを行う決済を止めたものではない。ここにいたった事態の経緯はより複雑であって、ポルノハブに掲載された児童ポルノの被害者がポルノハブを訴えるにあたり、これらの問題あるコンテンツを掲載したポルノハブとの共同被告として、ポルノハブの事業活動を支える決済を行うVISAおよびMastercard両社を名指して訴え、巻き込まれた形となった両社の抗弁があつたにもかかわらず、それをカリフォルニア州裁判所が認める裁定を下したことで、VISA、Mastercard両社がかかるコンテンツの流通を担うポルノハブを不適切な業務を行う事業者と認定したうえで決済BANを行った形になっている。

同様の事態は、日本国内アダルトサイト最大手「FANZA」を運営するDMMグループにおいても発生しているが、DMMグループに対してMastercardが一部の決済BANを行った事情はポルノハブとは異なる⁷⁾。ポルノハブは望まない児童ポルノを掲載された個人がカリフォルニア州でポルノハブと一緒にカード決済会社を訴えたためカード決済会社がコンテンツの中身を具体的に精査したり理由を明示したりすることなくポルノハブを決済BANしたのに対し、DMMグループに対してはMastercard側が具体的に何らかのコンテンツを審査し、その結果として決済機能を提供する商行為として不適切と判断したため、問題となったコンテンツ名を明示するなどの理由なしにDMMグループ全体に対して違法な性風俗産業と判断したうえで決済BANを実施したとみられる。しかも、MasterCardは本件の取引によるBANに対し、どのコンテンツが理由となったのかをDMMグループに対して明示していない。流通するアダルトコンテンツの決済是非の判断を主体的に行ったのはMastercardであり、規制に至った理由はDMMグループがネットで販売しているアダルトビデオなど性的コンテンツという表現に対して直接問題視したという点で、状況はより重い。これらの措置は、国際的な金融決済においては公的部門からの情報提供を元にAML/CFT対策の最終局面で業者や商流が名指して問題視されるケースで最終的に行われる決済BANとほぼ同様の手法でページされており、アダルトサイトでの決済で不適切なコンテンツがあるからといって業者全体が名指して決済BANされるというのはカード決済会社の対策として適切であったのか疑問は残る。

さらに、現状では主に同人誌や一部の商業誌の流

6) Mastercard, Visa suspend ties with ad arm of Pornhub owner MindGeek (ロイター報道 2022)
<https://www.reuters.com/business/finance/mastercard-visa-suspend-ties-with-ad-arm-pornhub-owner-mindgeek-2022-08-04/>

7) DMMの「Mastercard取引停止」で考える“カード決済の裏”クレカの扱いがなくなる複数の理由
<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2208/03/news116.html>

通において、過度に性的などの理由と見られるクレジットカード決済からの商品ごとのBANや、場合によっては店舗、販売店、出版社そのものが名指しで決済BANされて弾かれるケースが増加している。しかも、知られる限りにおいてクレジットカード決済会社がこれらの事業者に対し何が問題となって決済が行われなかったのかという理由の明示は為されない。クレジットカード決済会社からすれば、どの取引が問題であるかの線引きを理由として提示した場合、悪意ある事業者がこれに対し線引きギリギリの商取引を挑戦する危険性を考えて、理由の通達は控えているものとみられる。前述のような、インターネット事業におけるプラットフォーム事業者が、手がけるSNSなどのサービス上で問題視するフェイクニュース対策を行うことへの是非が民間事業者による検閲だとされる一方で、プラットフォーム事業者ではないカード決済会社が何らかの判断で理由を示すことなく決済BANを行うことの是非は、表現の自由を考えるうえでもより深刻な事態とも言える。

性的な表現を伴うコンテンツの流通もインターネット上でユーザーが自由に発信するコメントやエントリーも、金銭が伴うかどうかに関わらず表現の自由と商業側が裁判所の決定に寄らず行う自主検閲的な行為であるという意味ではまったく同義であり、PVの量で規定される広告料なのか、サイト利用の月額課金なのかというマネタイズの手法の違いはあれども独占禁止法のような競争法の観点からも適切な取り扱いを促す規制をどのように策定していくかは重要な観点であると言える。

つまり、クレジットカード決済会社が適切でないと判定するアダルトコンテンツも、インターネット上で情報配信される報道機関の記事も、ネットにおいて流通するコンテンツという観点で言うならば表現の自由の枠内であり、マネタイズの手法やコンテンツが社会に対して与える機能・影響の差はあれども民間のプラットフォーム事業者やクレジットカード決済会社からの私的検閲を受ける立場であることには何ら変わりはない。政府の規制によらず、自己の表現がネット上で流通させてもらえるか、それによる対価が得られ、反復継続的に業として成立し得るのかが重要である。

このような環境下で、ネットでのフェイクニュース対策を行うことの重要性は論を俟たないが、今回、総務省のプラットフォームサービスに関する研

究会での議論経緯⁸⁾や、ヤフー株式会社などが主体となっている業界団体セーフターインターネット協会のDisinformation対策フォーラム報告書⁹⁾の内容に基づいて、編集長に元朝日新聞でBuzzfeed JAPAN編集長を歴任した古田大輔氏を招聘し日本ファクトチェックセンターを設立するにいたった。それに先だって、NPOとしてファクトチェック・イニシアティブなど機能を支える各団体も稼働している。日本におけるファクトチェックの仕組みそのものは、かかる欧米での文脈や、表現の自由と民間による情報検閲の相克という際どい論点よりも、大手新聞社やテレビ局などでの報道と、ネットでの情報流通との間でのある種の対立構造もあって、ネットでの自発的な流言飛語対策に類するやや牧歌的なアプローチに終始しているようにも見受けられる。

セーフターインターネット協会は、報告書においてディスインフォメーションの定義と議論の範囲を明示しているが、一連の流れからすればこれらのディスインフォメーションはセーフターインターネット協会に参画しているネット関連企業各社、特にZホールディングス社とその傘下にあたるヤフー株式会社（当時）のようなサービス群が手がけるプラットフォーム上で起きていることであって、基本的には第三者然として参画する団体が客観的に報告する内容とは別に、本来であればヤフー社が社運をかけてフェイクニュース対策を自社業務として取り組むべきものである。

例えば、有害情報としてのフェイクニュースや誹謗中傷、侮辱など問題表現が多数並ぶサービスとしてかねて問題となってきたヤフーコメント（ヤフコメ）が時事問題や論説記事などの配信ページの下に並び、多くの人たちが議論に参画し、万単位のボタンが押されることもざらにある。報道記事などに対するこれらの意見や評論が如何にヤフー社のサイトのユーザーに支持されたとしても、これはあくまでネット内の空気に過ぎず、専門家でもなく問題について熟考したわけでもないユーザーが自身の価値観や常識に照らして納得できる意見が反発する内容かについて意思表示している程度の機能である。しかしながら、これらのヤフーコメントに千件を超えるコメントがつくこと自体がひとつの配信ニュースで多くのPVを生み出し、その結果、PVごとに表示される企業広告の閲覧をユーザーに行うことによってニュース配信事業の広告収益を実現する仕組みにもなっている。

8) 総務省「プラットフォームサービスに関する研究会 最終報告書」
https://www.soumu.go.jp/main_content/000668595.pdf

9) Disinformation 対策フォーラム報告書（セーフターインターネット協会 2022）
https://www.saferinternet.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/Disinformation_report.pdf

つまり、ニュース配信によって感情を湧き立たせ意見を述べたいユーザーに対して、自由に投稿でき他者に閲覧せしめるヤフコメという機能を提供し、そこに善良な意見も中傷もさんざん書かせることによって広告収益を上げる仕組みである以上、本当にヤフー社がフェイクニュースや誹謗中傷を無くしたい、それが事業者としての社会使命だとするならば、とりあえずここでの収益を断念してヤフコメを閉じてしまえばまずは問題解決の一助となるどころ、ヤフコメの機能を停止する気配はない。

フェイクニュース対策を行うために、ヤフーニュースでは独自で認めた有識者をオーサーという立場に置き、配信されたニュースに対して一般の人たちのコメントに上位表示させる形で解説コメントを掲載するという屋上屋を重ねる仕組みを導入している。これは、問題に必ずしも詳しくないヤフー社のユーザーが感情に任せて不確かな内容や感想を書き連ねる前に一考させる目的で実施した機能とも考えられるが、芸能・スポーツ系の記事や政治系の報道で有識者が解説のコメントを書きようがないニュースの場合はヤフコメ自体が制御不能の無法地帯にも似た誹謗中傷や侮辱の坩堝となることも起き得る。これと併せて問題となるフェイクニュースがまことしやかに流されることも少なくなく、さらに他SNSへ議論を放流させられるボタンもついているため、深刻な事態となり得る。

現在ヤフコメにおいては、ヤフー株式会社の判断で問題発言をしていると見られる個人のIDによる発信は、そのニュースのヤフコメを閲覧しているほかのユーザーには表示しない独り相撲モードを稼働しているとみられるが、他方で、この対策が仮に有効であるにしても自己の情報を発信するにあたり明確な理由が示されることなく他者に対して自分のコメントが非表示にされるのは米司法省が問題視する通り憲法が認める表現の自由を侵害し、民間企業による私的検閲が行われていると指摘されても仕方がない状況にもなっている。いわば、表現の自由と個人の尊重における相克は、既存のフェイクニュースの問題を超えてネット上での情報流通ビジネス全体を脅かしかねない問題にまで発展しているのであって、その偽情報の発信元や性質の如何に関わらず、既存法で可能な限りの対応を政府が採るべき時期にまで差し掛かっているものと言えよう。

さらに深刻なのは、Googleがサービスを手掛けるYouTubeや、海外資本によって展開しているTwitch、TikTok、Instagram、Twitterなど、日本国内の陰謀論を含むフェイクニュースの温床とされる各種サービスに対しては、どれも本社が海外にありサービス運用のサーバーも日本にない場合も多く、一連のフェイクニュース対策自体が法的にも運用的にもリーチしようもないところで問題が発生している点にある。しかも、フェイクニュースを主体とする陰謀論サイトは、関心を持って情報を取りに来たクラスター個人のIDを呼び出して、SignalやTelegramやLINEなど個別のコミュニケーションツールの非公開グループに潜り、ヤフコメやTwitter、Instagramなどでのフェイクニュースの拡散の段取りや手法を準備するケースも少なくない。フェイクニュースがSNS上に出てきて流通をしてしまった後で、あれはフェイクニュースでしたと判定できたとしてもフェイクニュースを積極的に流すグループからするとすでにその情報の役割は終えていることになる¹⁰⁾。

また、これらのフェイクニュースの元となる発言は単なるインターネットユーザーの中でも一握りのインフルエンサーだけでなく、大手全国紙や出版社、テレビ局など既存の報道機関が流してしまった誤報との輻輳（オルタナティブ）も含まれ、ファクトチェックの観点からすると単にネットで流れている情報の事実関係の確認だけでは機能として十分性を欠く¹¹⁾。これらの問題を解決するためにヤフー株式会社とGoogleが資金を拠出し、セーフティーインターネット協会の下部団体として日本ファクトチェックセンターを設立したとしても、実際には彼ら自身のサービスにおいてフェイクニュースが生成され流通してしまっていることを踏まえれば、業界団体がフェイクニュース対策をやっていますというある種のアリバイのために効果が薄くても実施しているだけだと厳しい批判が出るとしても致し方のないことと言えよう。

裏を返せば、日本ファクトチェックセンターが能力をフルに発揮し、多くのフェイクニュースの真偽判定を行って、これらの活動を通じ高い信頼性を得ることは重要なことだが、これらの活動によって防げるのは災害時にライオンが逃げたとデマを流して摘発に至った事例の延長線上の騒擾を除去する機能までであって、抜本的なフェイクニュース対策を実施

10) (虚偽の) 口コミ投稿行動と人々の属性・動機との関係の実証分析 (山口真一、彌永浩太郎、坂口洋英 2019)
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsicr/37/1/37_37/article-char/ja/

11) Ye, Q., Law, R., Gu, B., & Chen, W. (2011). The influence of user-generated content on traveler behavior: An empirical investigation on the effects of e-word-of-mouth to hotel online bookings. *Computers in Human behavior*, 27 (2), 634-639.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563210000907>

するためには異なる政策や取り決めが補完的に必要であることも示唆される。

さらには、ヤフー株式会社は韓国系のLINEと経営統合を発表し、その後、2023年2月にZホールディングス社と同完全子会社のLINE、ヤフーの3社は、2023年度中の合併に向けて合意した。Zホールディングス社とその支配的大株主に当たるAホールディングス社はソフトバンク社が50%、LINEを創設した韓国NAVER社系企業が50%を保有するれっきとした外資系企業である。

Googleも親会社アルファベット社を持ち株会社とする多国籍企業であるため、一連のファクトチェック機能は政府・総務省の目的や思惑がいかなるところにあるかに関わらず、完全に外資系企業によって設立された業界団体によるファクトチェック団体にも委ねられることになる。これらの企業や団体で働くキーマン一人ひとりの善意は疑いようもないが、しかし根本的なところで日本政府・総務省と担う企業側の利益相反がある以上は、一考されるべき事案である。

インターネットでのフェイクニュース対策は国民の行動を左右する情報の流通の品質を担う重要な機能であると銘打ちながら、その解決に資する活動の実態が外資系資本に握られている状況は面妖である。冒頭に述べた通り、既存のテレビや新聞などの報道が電波や紙への印刷という媒体に変わりネットへと流通経路が移り媒体シフトが発生し始めて20年が経過しているにもかかわらず、国民の財産である電波は公共物として適正利用を目的とした放送分野における外資規制違反が敷かれる一方¹²⁾、同じく国民のインフラを使うインターネット、モバイル通信は通信事業者だけが規制されてその情報流通を担うプラットフォーム事業者が網の外にいるというのは議論が分かれるところであろう。むしろ、国の事業として適切な規制の下にプラットフォーム事業者が日本国内の情報流通の責任を持ち、また、そこで利用する国民の利益を追求できる適切な枠組みが必要となる。

そして、フェイクニュース対策は日本もその政体の根幹としている民主主義を引き続き護持し、発展的に日本社会を稼働させていくうえでも、Brexitやトランプ大統領当選のような海外勢力による政治介入がディスインフォメーションを武器として行われなくするための抵抗力をいかにして滋養するかはすぐにも取り組むべき次なる重要な論点となり得る。

本来、総務省のプラットフォーム研究会で議論さ

れた内容というのは、その議論の誘導においてテレビ番組での演出が理由でネットに殺到した誹謗中傷を苦にして自殺した女子プロレスラーの事例を引いて、このような誹謗中傷を含む有害情報がネットで流通することを防ぐにはどうするのかというテーマも主要なひとつであった。また、これらの対策を総務省が座会を作って研究を行いその結果を制作に反映させようとしたところで、日本法に縛られる日系企業ばかりが規制の足枷を嵌められ、ここで情報流通のガイドラインや法的規制ができたところで日本国内での拠点を設ける予定のないSignalやTelegram、Discordなど主要なコミュニケーションツールや、TikTok、TwitterなどのSNSにどのような実効性のある対策を打たせるかは課題となる。事件が起きてから除法提供を求めるのも限度があるだけでなく、現状どのようなソーシャルグラフが日本人によって作られているのか、いかなる情報流通が日々起きているのかという現状の調査や報告ですら実施されない虞が強い。

結果的に、これらのディスインフォメーションを含むフェイクニュースについては、これらの情報を流す層を主体的にトレースし突き止めていき、本人を認知し動機を探るプロセスと、これらの情報に親和的で、エコーチェンバーの中で増幅させ積極的に受領・発信・拡散していく役割を担うクラスターの特定を行うプロセスとが併存して行われなければならない。

しかしながら、極めて残念なことに現在これらの対策を打つべき総務省も、事後的に解決を担う警察庁・警視庁も、具体的で有効な政策を実行に移す能力を持たない。一義的には、公権力が表現の自由の最たるものであるネットでの発言やコメントに対して事件化しておらず被害者もない状況でこれらに対して裁判所の同意・令状なく発信者個人やクラスターにいる個人のIDを把握しようとする行為が望ましいのかどうかである。

そんな中、23年1月25日、岸田文雄政権の松野博一官房長官は、安全保障上の問題を念頭に置いたうえで、フェイクニュースなど偽情報の拡散に対処する新たな組織を政府内に設けると発表した。

一方で、これらの問題について発信を行ったりクラスターにいる個人を把握できるのは、プラットフォーム事業者には他ならない。ディスインフォメーションを含むフェイクニュースの諸問題については、日本政府や霞ヶ関・桜田門で活躍する官僚や警察官よりも、当事者としてサービスを提供しているプラット

12) 放送分野における外資規制違反の事例（情報通信分野における外資規制の在り方に関する検討会事務局 2021）
https://www.soumu.go.jp/main_content/000754981.pdf

フォーム事業者のほうが、格段にこの問題の当事者の情報は持っていることになる。それどころか、政府よりもプラットフォーム事業者のほうが、国民の個人に関する情報、年齢性別住所や家族構成年齢に留まらず、日々何を決済し、何を検索し、その人がいまいる位置までもが把握できている。にもかかわらず、官民の間での情報格差がここまで存在しながら適法にプラットフォーム事業者から国民の情報を政府や監督官庁、警察当局が得ることもできない現状に対して、どのような将来目標を持ち、適切な規制を行って協力関係を築いていくべきなのかという青写真や全体像が示されていないようにも感じられる。

また、広告分野やクラスター研究においては、特定の政治信条や主張、社会問題に対する言及を行う発言者は繰り返し出現し、基本的にクラスターを超えて移動することはほとんどないこともまた知られている¹³⁾。つまり、ネットで頻出するディスインフォメーションの表出や流通に関してそれを担うクラスターを一度把握して定点観測していれば、同じようなディスインフォメーションが流れてもほぼ同じ人物が情報の発信・拡散を担っている可能性は高いと言える。

これらの問題について、国内のいかなる人物、勢力がその政治信条や価値観、あるいは利害関係によって繰り返しディスインフォメーションの流通に与しているのか把握・確認ができる座組みこそ主たる政策実現の重要な部分であると同時に、恣意的な阿吽の呼吸での官民協調ではなく適法とは言えない情報流通を担わされているプラットフォーム事業者が司法の判断を経ず不適切に発信内容を削除したり、検索アルゴリズムでの上位表示から外すなどして民間による検閲状態を防ぐ必要がある。民主主義である限り、国民に認められた表現の自由を守るだけでなく、プラットフォーム事業者が本来担うべき重要インフラとしての機能を果たすにあたって、どのような情報提供体制が官民の間で敷かれるのが望ましいのかというネット全盛・データ資本主義時代の規制の

在り方が根本的に問われているものと言えよう。

したがって、規制の手法においては、官民協力を促す共同規制の手法を早期に模索するだけでなく、民間が主体となってどのようなクラスターがいかなる問題でどのような情報を流通させているのかのモニタリングを行えるような枠組みは、フェイクニュース対策を担う組織と相互補完的に重要性が上がっているようにも見受けられる。話題に対する異常の検知は、単にその話題がフェイクニュースであるかどうかという断片で捉えられるべきではなく、それを流通せしめる人とその価値観・動機に着目し¹⁴⁾、計量的に捕捉し追跡できる仕組みを適法な手法で計算科学的に実現する必要がある。

これは、単にネットで流れるフェイクニュースに対するネガティブチェックを重ねるものだけでなく、本来知られるべき社会常識や一般的な政策において、テーマごとにどこまで国民が理解をし、特定の政策において賛同するのかといった未来予測にも役に立つだけでなく、海外からのサイバー攻撃的なミーム戦を担うディスインフォメーション対策にも資することは疑いようのない事実である。ただし、これらの政策を借りに日本が単独で立案しようにも、実際には中国にサーバーの置かれているTikTokや、韓国、イスラエル、ロシアなど日本の法の支配が及ばない地域にある場合はお手上げとも言える¹⁵⁾。

日本の民主主義を堅守するためにも、官民協力の下で学術研究として国民と政策、情報のクラスター分析を定常的に、定点観測的に進めていくことの重要さはフェイクニュース対策をより実効性として高めていくためにも必要であると同時に、適切な共同規制の枠組みを達成する一助になり得る。今般のネット社会において、実効性あるプラットフォーム事業者との付き合い方については、消費者分野も含めた情報通信政策全体のデザインと密接に関係を持つことなどから、憲法、民法、刑法も含め適切に検討を重ねていかなければならない。

13) A Process of the Spread of Discourse about “Netto uyoku”: (Yuya NAKATANI 2020)

https://www.jstage.jst.go.jp/article/shabvo/35/0/35_31/article-char/en

14) パースト現象における拡散の定量分析— ツイッターデモはどう広がったか — (鳥海不二夫 2021)

https://www.jstage.jst.go.jp/article/marketing/40/4/40_2021.016/article-char/ja/

15) 政策提言：外国からのディスインフォメーションに備えを (笹川平和財団 安全保障研究グループ 2022)

https://www.spforg/global-data/user172/cyber_security_2021_web1.pdf

情報法制研究所上席研究員 事務局次長
一般社団法人次世代基盤政策研究所（NFI）研究主監

山本 一郎（やまもと・いちろう）

1973年、東京都生まれ。96年慶應義塾大学法学部政治学科卒業、新潟大学法学部大学院在籍。社会調査を専門とし、東京大学政策ビジョン研究センター（現・未来ビジョン研究センター）客員研究員を経て、一般財団法人 情報法制研究所（JILIS）上席研究員、一般社団法人 次世代基盤政策研究所（NFI）研究主監。著書に『読書で賢く生きる。』（ベスト新書、共著）、『ニッポンの個人情報』（翔泳社、共著）などがある。ブロガーとしても著名。