

フェイクニュースに震撼する民主主義
—— 日米韓の国際比較研究 ——

目次

序 章 フェイクニュースに震撼する ポスト・トゥルース時代の民主主義

……………清原 聖子…………… 1

はじめに 1

1. フェイクニュースの定義 2
2. 欧米諸国におけるフェイクニュースの拡散と深まる社会の分断 5
 - (1) アメリカの諸相 5
 - (2) ヨーロッパ諸国における諸相 7
3. 本書の狙いと特徴 9
4. 本書の目的と構成 11

第1章 アメリカ政治における

「フェイクニュース」の進化と影響

……………ダイアナ・オーエン、(訳) 松本 明日香…………… 16

はじめに 16

1. 「フェイクニュース」とは何か? 19
 2. 「フェイクニュース」についての一般の認識 23
 3. フェイクニュースとメディアの偏りについての一般の関心 25
 4. フェイクニュースの問題 26
 5. ニュースに見られる偏り 27
 6. ソーシャルメディアと「フェイクニュース」の新時代 29
 7. 選挙におけるソーシャルメディアとフェイクニュース 30
 8. 民主主義への脅威 32
 9. 民主主義への脅威としてのフェイクニュースについての一般の認識 33
- おわりに 34

第2章 アメリカにおけるフェイクニュース現象の 構造とその対策の現状

.....清原 聖子..... 40

はじめに 40

1. メディア環境の変化 42
 - (1) メディアの分極化 42
 - (2) メディアの信頼度の低下 45
 - (3) ソーシャルメディアが主要な政治情報源に 46
2. オンライン政治広告に焦点を当てたフェイクニュース対策 49
 - (1) 連邦選挙委員会での検討 49
 - (2) 連邦議会での検討 51
 - (3) プラットフォーム事業者の自主的な規制の導入 53
3. ファクトチェッカーへの期待 54
 - (1) FactCheck.org 55
 - (2) ポリティファクト 57
 - (3) フェイスブック・イニシアティブへの協力 58

おわりに 60

第3章 2017年韓国大統領選挙におけるフェイクニュースの 生産・拡散ネットワークと政治的影響力の分析

.....高 選圭..... 67

はじめに 67

1. フェイクニュースの定義と範囲 69
2. メディア環境の変化と投票政党の分極化 71
3. 韓国におけるフェイクニュースの作成や拡散ネットワーク 75
4. 2017年の大統領選挙でのフェイクニュース事例 82
5. フェイクニュースの流通ネットワークと影響 85

おわりに 89

第4章 韓国におけるフェイクニュースの規制の動き

……………李 洪千…………… 95

- はじめに 95
- 1. 韓国のフェイクニュースの概念 97
- 2. 規制論の登場背景 99
- 3. フェイクニュース対策特別委員会の設置案 101
- 4. 政府の法的規制の計画 103
- 5. 規制法案 106
- 6. 法的定義 107
- 7. プラットフォームに対する責任と義務 111
- 8. メディアに対する責任を強化 112
- 9. ガチャニュースに関連する政府の対策 113
- 10. メディアリテラシー教育 114
- おわりに 115

第5章 日本の有権者はいかにニュースをフェイクと認識したか

— 2017年衆院選における「フェイクニュース」の認知 —

……………小笠原 盛浩…………… 122

- 1. 海外および日本のフェイクニュース概況 122
- 2. 先行研究レビュー 124
 - (1) 「フェイクニュース」の分類 124
 - (2) フェイクニュース研究の操作的定義 125
 - (3) フェイクニュース研究の操作的定義の問題点 126
 - (4) リサーチクエスションと仮説 130
 - (5) 2017年衆院選の概況 132
- 3. 方法 133
 - (1) 調査概要 133
 - (2) 尺度 133

4. 結果 136
- (1) ニュースのフェイク認知概況 136
- (2) ニュースのフェイク認知と情報源 137
- (3) ニュースのフェイク認知と内閣・政党支持、政治関心 139
- (4) フェイク認知されたニュースの内容 141
5. 考察 143

第6章 ウェブメディア運営者の視点から考察する 日本におけるフェイクニュース拡散の仕組み

……………奥山 晶二郎…………… 151

はじめに 151

1. メディアが目指したデジタル上のパッケージ 154
2. ニュースプラットフォームの存在感 157
3. ウェブメディア編集者が気にするヤフーニュース 158
4. ニュースプラットフォームが成長した理由 160
5. デジタル空間における流通の難しさ 163
6. SNSの「ねじれ」現象 165
7. 政治家の発言だけがフェイクニュースか 166
8. ファクトチェックをフェイクニュースにしないために 168

第7章 鼎談

米韓との比較から見る2019年参院選におけるフェイクニュース

……………清原 聖子・小笠原 盛浩・李 洪千…………… 173

あとがき …………… 192

索引 …………… 195

執筆者紹介…………… 198

序 章

フェイクニュースに震撼する ポスト・トゥルース時代の民主主義

清原 聖子

はじめに

フェイクニュースという言葉を読者の皆さんが初めて聞いたのはいつだったろうか。学生とのディスカッションを通じて、年々フェイクニュースという言葉が大学生の間で周知されてきたと筆者は実感している。

この言葉が世界的に広まったきっかけは、2016年アメリカ大統領選挙であった。身近なところでは、2018年10月20日、27日には、『フェイクニュース』というタイトルのNHK土曜ドラマが放送された。ドキュメンタリーではなく、「ドラマ」というところで興味を持ちやすかったのか、筆者の授業を履修している学生の中にも同ドラマを見て、フェイクニュースの社会的な影響に関心を持ったと話す者が何人かいた。

また、大学3年生を対象とする筆者のゼミナールでは2017年9月～2018年1月の秋学期、フェイクニュースを見分ける目を養うことを目的に、ジャーナリストとフェイクニュースの調査を行うプロジェクトを実施した。数か月の調査を経て、ゼミ生たちは、オンライン上の情報にだまされないように、自分自身で情報の信憑性しんぴょうせいを確かめることや怪しい情報をうかつにシェアしないことが重要である、という心構えができた。そうした影響もあってなのか、翌年の彼らの卒業論文は7本中3本がフェイクニュースの対策を論じるものであった。筆者のゼミナールでは卒業論文のテーマは学生が決めるので、同じテーマを複数人が選ぶというのは珍しい。

ただ、どこかでフェイクニュースという言葉聞いたことがあるという学生は筆者の周りで増えていると感じるものの、「フェイクニュースとは何か」という問いに答えるのはそれほど簡単ではないようである。辞書的な意味では、オーストラリアのマッカーリー辞典が2016年の言葉として選んだ定義に、フェイクニュースは「政治目的やウェブサイトへのアクセスを増やすために、ウェブサイトから配信される偽情報やデマ。ソーシャルメディアによって拡散される間違った情報」とある。しかし、それでフェイクニュースの定義が定まっているとは言い難い。

1. フェイクニュースの定義

アメリカの非営利調査機関であるピュー・リサーチ・センターの調査(2016)によれば、2016年アメリカ大統領選挙キャンペーン中に、「フェイクニュースが基本的な事実や時事問題について大いに混乱をもたらしている」と答える人が回答者の64%に上った。また、イギリスのブロードバンド・ジェニーとワン・ポール社による世論調査(2017)では、EU離脱を巡る2016年の国民投票でフェイクニュースが何らかの影響を与えたと回答する人が全体の42%に上った。欧米の民主主義国家では、フェイクニュースの拡散が民主主義を脅かすのではないかと懸念が広がっている。

フェイクニュース発祥国のアメリカでは、フェイクニュースはもともとパロディニュース番組を指した。それが2016年大統領選期間中に、広告収入を得たクリエイターによって作られた情報で、有権者のイデオロギー的バイアスに入り込んだ政治的フィクションを指すようになった(Owen, 2017: 176)。また、2016年の大統領選挙における有権者の投票行動にフェイクニュースが及ぼした影響を分析したアルコットとゲンツコウ(2017)は、フェイクニュースとは故意に捏造された^{ねつぞう}ニュース記事を含め、読者を欺くその記事と定義した。

日本国内でも、これまでも選挙や災害時の情報の中には、デマや事実と違ったうわさ・誤情報がたびたび問題になってきた。それと同じではないか、と思われるかもしれない。確かに共通点もあるが、昨今使われるフェイク

ニュースという言葉には、不注意で共有された誤情報（misinformation）と切り分けて、人々を欺くために作られて共有された偽情報（disinformation）という考え方がある（Wardle, 2017）。それは、2017年2月に「ファースト・ドラフト」のリサーチディレクター、クレア・ワードル（Claire Wardle）が発表した、誤情報と偽情報についての類型化である。

「ファースト・ドラフト」は、設立当初はグーグル・ニュース・ラボに支援を受けた組織だったが、2017年10月からはハーバード大学ケネディ行政大学院のメディア・政治・公共政策に関するショーレンスタインセンターの中で、オンライン上の偽情報に関する調査を行うプロジェクトになっている。

ワードルの分類では、フェイクニュースは、だまそうとする意図の程度によって、以下のように7つのパターンに分けて考えられる。

- ①「だます意図がない」風刺・パロディ
- ②見出しや画像、キャプションがコンテンツと関係のない「誤った関連付け」をされた情報
- ③ある物事や人物について「誤解させるコンテンツ」
- ④正しいコンテンツが間違った情報とともに提供される「誤ったコンテキスト」
- ⑤「なりすましコンテンツ」
- ⑥「操作されたコンテンツ」
- ⑦だますことや損害を与える目的で100%虚偽のコンテンツを作り出した「捏造コンテンツ」

しかし、フェイクニュースの概念はほかにもある。アメリカのドナルド・トランプ（Donald Trump）大統領が自分に敵対的な報道を行うメディアに対して「フェイクニュース・メディア」とレッテルを貼って攻撃するように、内容の真偽はともあれ、自分の好まない情報をフェイクニュースと決めつけるような使われ方もされている。

そこで、イギリス下院のデジタル・メディア・文化・スポーツ委員会は「偽情報（disinformation）とフェイクニュース：最終報告（2019）」において、フェイクニュースの代わりに、偽情報という言葉を用い、偽情報とは「危害を与え

る目的、あるいは政治的、個人的、金銭的な利益のために、オーディエンスを欺き誤解を招くことを目的として、誤った、もしくは、操作された情報の意図的な作成および共有」であると定義した（House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019: 7）。

このようにフェイクニュースの概念は、国によっても少しずつ異なるし、一国の中でも次第に変化している。フェイクニュースの対策を法律による規制で行おうとすれば、法的制裁は表現の自由を萎縮させることにつながる恐れがあり、定義や対象を明確にすることが重要である。それには慎重な議論が必要である。

また、これまでのデマとの違いとして、偽情報の生成・拡散経路と、シェアされるスピードの速さが挙げられる。ソーシャルメディアが普及したことで、従来と違ってデマや事実と違ったうわさは特定のコミュニティの枠内での交換にとどまらなくなった。フェイクニュースは、フェイスブック（Facebook）などの「友達」ネットワークに乗り、ボーダーレスに拡散される。ヴォスーギら（2018）の研究では、2006年から2017年までのツイッター（Twitter）分析を行い、偽情報は正しい情報よりも速く、遠くへ拡散されやすいという結果が示された。

今や我々の主要な情報源は従来のマスメディアからソーシャルメディアへと変わりつつある。これはアメリカ、韓国、日本で共通している。詳しくは各章の説明に委ねるが、とりわけ若者の間でその傾向が強い。筆者の教える大学1年生に聞くと、LINEニュース（LINE NEWS）やスマートニュース（Smart News）でニュースを見ると答える者が増える一方で、新聞離れが進んでいる。

総務省情報通信政策研究所の「平成28年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」によると、ソーシャルメディアによるニュース配信の利用率が全年代では前回調査の14.2%から32.5%に大幅に増加し、テキスト系ニュースサービスにおいて、ソーシャルメディアによるニュース配信の存在感が高くなった。20代では、ソーシャルメディアによるニュース配信を最もよく利用すると答えた割合が59%であるのに対して、紙の新聞と答えた割合は28.6%となっている（総務省情報通信政策研究所、2017: 76）。

ニュース情報源としてのソーシャルメディアの存在が重要になっている今日の情報社会は「フィルターバブル」と言われたり、あるいは、我々は「エコーチェンバー」の中にいるとも言われる。フェイスブックのニュースフィードやツイッターのタイムラインには、ソーシャルメディアのアルゴリズムによって、ユーザーの個々の嗜好（好きな話題や信条）に合わせて変化するフィルターを通した情報が届く。一見すると膨大な情報の中から我々が何を望んでいるのかに合わせて、必要な情報だけを取捨選択して届けてくれることは便利なようでもある。政府が情報を検閲したりコントロールしたりしているわけではないのだから良いではないか、と思うかもしれない。

しかし、サンステーン（2017）は、「エコーチェンバーは人に偽情報を信じさせる可能性があり、それを訂正するのは困難もしくは不可能かもしれない」と指摘した（Sunstein, 2017: 11）。さらに、「インターネットによって、同じ考えを持つ者同士が言葉を交わすことが容易になり、究極的には過激で暴力的な立場へと彼らに向かわせるかもしれない」と述べ、「インターネットは集団分極化の大きなリスクを生む」と警鐘を鳴らした（Sunstein, 2017: 259）。

2. 欧米諸国におけるフェイクニュースの拡散と深まる社会の分断

2016年アメリカ大統領選挙を皮切りに、欧米諸国ではフェイクニュースの拡散によって、社会に混乱が生じ、選挙に影響が出るという懸念が強まっている。ここではアメリカ、ドイツ、フランス、イギリスのフェイクニュース問題を巡る諸相をまとめておきたい。

(1) アメリカの諸相

2008年の大統領選挙で、上院議員を1期しか経験していない民主党のバラク・オバマ（Barack Obama）候補が「チェンジ」を掲げて、ソーシャルメディアを駆使した画期的な選挙キャンペーンを展開して以来、アメリカでは多くの候補者が積極的にソーシャルメディアを選挙キャンペーンに活用してきた。インターネットやソーシャルメディアを使った選挙運動は、新たな「公共圏」を