

# FA FA FAKE

---

フェフェフェイク～見る者すべてが騙された～

栩野愛加、 平田愛美、 丸山 はるか

2017年度ゼミプロジェクト | 広島市立大学国際学部国際学科井上ゼミ

## 目次

はじめに .....	2
第1章「フェイクニュース」とは何か .....	3
第2章「フェイクニュース」の実例と分析.....	5
2-1「フェイクニュース」の種類.....	5
2-2「ニュース」になった7つの「フェイクニュース」 .....	7
2-3「フェイクニュース」分析.....	10
第3章 フェイクニュースはなぜ生まれ流行するのか .....	18
3-1-1 フェイクニュースの広がる背景 .....	18
3-1-2 ネット環境の変化 .....	18
3-1-3「フェイク」を信じる人々 .....	19
3-2 ソーシャルメディアの拡散力 .....	19
3-3-1 フェイクニュースを作る動機(マケドニアの例) .....	20
3-3-2 フランス大統領選挙の例.....	20
3-4 フェイクに惑わされないために .....	21
第4章 フェイクニュース対策.....	22
4-1 マスメディアによるフェイクニュース対策 .....	22
4-2 プラットフォームによるフェイクニュース対策 .....	22
4-3 ファクトチェック団体によるフェイクニュース対策.....	23
4-4 私たち個人によるフェイクニュース対策.....	23
第5章 ポストトゥルース時代のこれから .....	25
5-1 フェイクニュースは無くなるのか .....	25
5-2 マスメディアに対する不信感はどう変化するのか .....	25
5-3 ポストトゥルース「信じたいものを信じる」傾向は続くのか.....	26
おわりに.....	28

## はじめに

1995年のWindows 95の発売を引き金に、インターネットは今や私たちの生活に欠かせない社会インフラとなった。誰もがネットに簡単に接続できる現代では、「情報」の広がり方もネット普及以前とは変質してきている。というのも、インターネットを利用したメディア・SNSが普及した結果、一個人は、テレビ・新聞等の既存メディアが発信する情報を受け取るだけでなく、気軽に情報を発信・拡散することができるようになったからだ。情報発信と受信双方が手軽になった今日の世界では、私たちは知らず知らずのうちに大量の「情報」に囲まれるようになった。しかし、日々大量に誕生し「ニュース」として私たちに届く「情報」のすべてが「真実」だと言えるのだろうか。それら「ニュース」に「嘘」「飾り」はないのだろうか。

そこで、2017年度井上ゼミプロジェクトでは、「ニュース」と「真実」に焦点を当て、2016年アメリカ大統領選で一躍注目を浴び、その影響力が強く認識された「フェイクニュース」(fake news)と、客観的事実よりも各人の感情に即したニュースが影響力を強く持つ「ポストトゥルース」(post truth)時代がなぜ生まれたのかを研究していくことにした。

また、本研究では「フェイクニュース」がどのようなものを指し、その誕生背景や影響の程度を分析することで、今後の「ニュース」への適切な対処法を模索していきたい。

第1章では、「フェイクニュース」がなぜ現在注目されるようになっていったのかを述べた後、本研究での「フェイクニュース」の言葉の定義を行う。

第2章では、実際に広く拡散された「フェイクニュース」の事例を挙げ、そのカテゴリー分けと共に、その「フェイクニュース」がどの程度、人々を「だます」という目的をもって作られたものなのかを詳細に分析し整理していく。

第3章では、「フェイクニュース」がなぜ生まれ、社会に蔓延し、信じたいものだけを信じるという現在の状況＝「ポストトゥルース」時代に至ったのかという流れを検証する。検証の際には、インターネット環境や携帯端末の普及した現在どのように情報や「ニュース」がやり取りされているのか、そして、人の持つ生来の行動心理がどのような影響を与えているのか、という視点から考察を行った。

第4章では、「フェイクニュース」に惑わされないために実際行われている既存マスメディア等の取り組みや個人レベルで実行できる対策について紹介したうえで、その有用性について検証した。それに加え、今後「フェイクニュース」がどのように変容していくのか推考を行う。

第5章では、SNSの発達やマスメディア不信によって形成された、「ポストトゥルース時代」と言われる今日の世界が今後どのように変容していくのか、「フェイクニュース」の終焉はあるのか我々の現代の生活を基に考察を行い、「情報」との付き合い方について考察した。

# 第1章「フェイクニュース」とは何か

丸山 はるか

「フェイクニュース」という言葉は2016年世界的に大きな関心を集めた。言語学や心理学の分野で世界的に高い評価を受けるオーストラリアのマッコーリー大学から生まれた、『マッコーリー辞典』は「フェイクニュース」という言葉を2016年の言葉として選出し「政治的目的やウェブサイトへのアクセスを増やすために、サイトから配信される偽情報やソーシャルメディアによって拡散される間違った情報を指す言葉として定義した。この背景には、2016年アメリカ大統領選中に出回った数多くの「ニュース」が大きく関係している。

2016年アメリカ大統領選中、おそらくこれまでの選挙を凌ぐであろう大量の候補者を誹謗中傷するような偽情報がインターネットから発信され、ソーシャルメディア上で拡散された。例えば、『ローマ法王トランプ氏への支持を表明』、『クリントン氏は小児性愛支持者』といったものである。拡散されたこれらの「ニュース」は全く根拠のない「デマ」、つまり「フェイクニュース」であったが、後者はその「ニュース」内容を信じた市民による発砲事件（『ピザゲート事件』）にまで発展してしまった。また、大統領選後の調査では、テレビなど既存のメディアで扱われたニュースよりも Facebook や Twitter といったソーシャルメディア上で出回った「フェイクニュース」への反応が多かったことが明らかになった。

このことから「フェイクニュース」が選挙結果に影響を及ぼしたという論説も多く見受けられ、「フェイクニュース」は一躍脚光を浴びるようになったのである。2016年アメリカ大統領選によって、インターネット上で生まれ拡散されていく「フェイクニュース」というものがいかに現実世界への脅威となりうるのかということが世界中に明確に示された。

2017年現在も「フェイクニュース」という言葉は日本を含む世界中のトレンドとなっている。日本では恒例になったユーキャンによる「新語・流行語大賞」と国語辞典シェア1位の「三省堂」主催のその年を代表する言葉を選ぶ「今年の新語2017」では、「フェイクニュース」がいずれの選考でもトップテンに入った<sup>1</sup>。そんな中、「フェイクニュース」の意味は少しずつ変容してきていると言わざるを得ない。

2016年4月に熊本で大きな地震災害が起きた際、日本でもユーザーが多いソーシャルメディアの Twitter 上には、ある個人のアカウントから「熊本市の動物園からライオンが逃げ出した」という内容の情報が、ライオンが市街地にいるように見える写真を添えて投稿された。この投稿は Twitter 上で多く拡散され、熊本市の動物園や役所には、投稿を見た人からの問い合わせが殺到した。しかし、この投稿内容は全くの虚偽であった。後に、投稿者は動物園に対する偽計業務妨害で逮捕され、犯行動機を「ジョークのつもりだった」と述べた。政治色が薄い事件ではあるが、2017年2月7日に放送されたフェイクニュースを扱った NHK の番組内で、この事件は「フェイクニュース」だとして扱われた。

また、2017年ノーベル文学賞を受賞したカズオ・イシグロ氏は受賞の知らせを聞いた時信じられず「フェイクニュースだと思った」とインタビューに答えている。

先に挙げたマッコーリー辞典に加えてイギリスのケンブリッジ辞書でも「フェイクニュース」は「主に政治的な話題に関するインターネット上で拡散される情報」と記されているが、実生活レベルの使用では、「フェイクニュース」は当初の定義通りに言葉が使われておらず、嘘や誤った情報であれば「フェイクニュース」と呼ばれるようになったことがわかる。このように現在「フェイクニュース」という言葉は、政治的意図やサイトへのアクセス増つまりは広告収入を狙って作成される「嘘の情報」だけではなく、

ある人にとって信じがたい「情報」つまり、「嘘に思える情報」を指す言葉になったと言える。そこで、本研究では「フェイクニュース」の意味をその情報の政治性などを問わない、「偽情報」の意として取り扱うことにする。

<参考文献>

- 平和博(2017)『信じてはいけない 民主主義を壊すフェイクニュースの正体』朝日新聞出版。  
オーストラリア留学センター「マッコーリー大学」<https://au-ryugaku.com/macquarie-university/>(アクセス日 2017年12月12日)
- キャッチ！世界のトップニュース(2017年1月17日)「“フェイクニュース”の脅」『NHK BS1』  
<http://www.nhk.or.jp/kokusaihoudou/catch/archive/2017/01/0130.html>(アクセス日 2017年12月8日)
- 毎日新聞(2017、12月3日)「今年の新語 『忖度』が2冠達成 「忖」を巡って議論も」  
<https://mainichi.jp/articles/20171204/k00/00m/040/020000c>(アクセス日 2017年12月8日)
- 産経ニュース(2017、10月6日)『祝福してくれた日本のファンに「心から感謝したい」 ノーベル文学賞受賞のカズオ・イシグロ氏 あらためて喜びの会見』  
<http://www.sankei.com/life/news/171006/lif1710060024-n1.html>(アクセス日 12月8日)
- Cambridge Dictionary 『Fake news』<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>  
(アクセス日 12月8日)

## 第2章「フェイクニュース」の実例と分析

丸山 はるか

第二章では、実際に広く拡散された「フェイクニュース」の事例を挙げ、そのカテゴリー分けと共に、その「ニュース」がどの程度、人々を「だます」という目的をもって作られたものなのかを詳細に分析し整理していく。分類の際には、フェイクニュース対策に取り組む NPO 団体『ファースト・ドラフト・ニュース』によって作成された、誤情報・虚偽情報について「だまそうとする意図」の度合いによって分類した7つの類型(2-1 参照)を参考にした。

### 2-1「フェイクニュース」の種類

第一章で説明したように「フェイクニュース」は「偽の情報」のことであるので、どんなジャンルにも様々な形で存在しうる。中には言葉だけで示される内容(コンテンツ)だけでなく、それに関連付ける画像によって読者に誤った印象を与える「フェイクニュース」も存在する。

日常に溢れる「フェイクニュース」について、『グーグル(Google)』や『ニューヨーク・タイムズ(New York Times)』などが支援し、インターネット上の誤った情報の排除と、ソーシャルネットワークで配信されるニュースの質の向上を目指す団体『ファースト・ドラフト・ニュース(First Draft News)』の Claire Wardle 氏はまだ実験段階ながら読み手を「だまそうとする意図の強さ」によって「フェイクニュース」を以下の7つの類型にわけた。この類型は、①風刺・パロディから⑦捏造コンテンツの順に「だまそうとする意図」は強くなっていく。

#### 【だまそうとする意図による「フェイクニュース」の分類】

- ① 風刺・パロディ:被害を与える意図はないがだまされる可能性はあるもの。
- ② 誤った関連付け:見出し、画像、キャプションがコンテンツ本体と関連していないもの。
- ③ 誤解させるコンテンツ:ある問題や個人について誤解を与えるような情報の使い方をしているもの。
- ④ 誤ったコンテキスト:正しいコンテンツが誤ったコンテキストの情報と共に共有されるもの。
- ⑤ なりすましコンテンツ:正しい情報源がなりすましに使われてるもの。
- ⑥ 操作されたコンテンツ;正しい情報や画像をだます目的で操作されたもの。
- ⑦ 捏造コンテンツ:100%虚偽のコンテンツを読者をだましたり、自身や対象に損益を与える目的であらたにつくり出されたもの。

また、「フェイクニュース」を拡散させる動機を以下の8つの類型にまとめている。

#### 【拡散の8つの動機】

- ① 低いジャーナリズム
- ② パロディ(風刺、滑稽にまねる)

- ③ 騒ぎを起こす、いたづら
- ④ 情熱
- ⑤ 党派心
- ⑥ 利益
- ⑦ 政治的影響
- ⑧ プロパガンダ

『ファースト・ドラフト・ニュース』では、以上の 7 つの「フェイクニュース」の類型と 8 つの拡散動機に関する類型を組み合わせることで「フェイクニュース」マトリックス(図 1)を作成した。

	SATIRE OR PARODY	FALSE CONNECTION	MISLEADING CONTENT	FALSE CONTEXT	IMPOSTER CONTENT	MANIPULATED CONTENT	FABRICATED CONTENT
POOR JOURNALISM		✓	✓	✓			
TO PARODY	✓				✓		✓
TO PROVOKE OR TO 'PUNK'					✓	✓	✓
PASSION				✓			
PARTISANSHIP			✓	✓			
PROFIT		✓			✓		✓
POLITICAL INFLUENCE			✓	✓		✓	✓
PROPAGANDA			✓	✓	✓	✓	✓

図 1 引用元 Claire Wardle (2017 年 2 月 16 日)『Fake news. It's complicated.』「FIRST DRAFT NEWS」  
<https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>(アクセス日 2017 年 12 月 8 日)

図 1 から、取材不足による誤報から、広告収入のためのビジネス、政治情勢に影響をあたえることを狙った情報操作まで「フェイクニュース」の生態系は複雑であることが読み取れる。

しかし、この分類分けは真に妥当なのだろうか。図 1 からは、8 つの動機すべてに該当する「フェイクニュース」は存在しないとされていること、また、①風刺・パロディと分類される「フェイクニュース」を拡散する動機が「パロディのため」のひとつしかないこととみなされていることがわかる。ここで、イギリスで起きた「フェイクニュース」を見てみたい。

2016 年イギリスで行われた EU 離脱是非を問う国民投票では、離脱決定後、離脱派の主要人物が訴えてきた公約が「フェイク」だったことをあっさり認めるといふ「事件」が起きた。英国が EU 加盟国として支払っている拠出金の額を実際よりも多く見積もり、これを根拠に離脱キャンペーンを行っていたのだ。公約を信じて投票した有権者の間からは、投票のやり直しを求める声も上がっている。

この「拠出金の額の改ざん」といふ「フェイクニュース」は、明らかに、党派心・利益・政治的影響・プロパガンダという拡散の動機が含まれるものである。しかし『ファースト・ドラフト・ニュース』の分類ではこれがカバーされていない。また、疑問点として、『ファースト・ドラフト・ニュース』の分類では、拡散する動機のひとつに挙げられている「情熱」が具体的にいったい何を指すのか示されていない点がある。おそらく「フェイクニュース」にはそれを作り出す側、受信して拡散する側の人々の様々な心理的な要素が複雑に絡んでいるため、分類には議論の余地がまだ十分にあると言える。

## 2-2「ニュース」になった7つの「フェイクニュース」

日本国内外で近年話題になった「フェイクニュース」についてみてみよう。以下の見出しは、サイトに掲載または、SNS上に実際に投稿されたものと近似させている(一部は都合上画像で補った)。見出しはどれもインパクトが強いものとなっており、内容はジョークで済まされる問題から、でっちあげた「ニュース」によって対象を攻撃するものまで多岐にわたる。

### 【「フェイクニュース」事例】

#### ① トランプ氏就任式、参加者史上最大を記録

[内容] 米ホワイトハウストランプ大統領就任式の参加者が史上最大を記録したと発表した。国内メディアから「8年前のオバマ前大統領就任式の半分程度」と相次いで指摘されたが「事実誤認による不正確な報道」と一蹴した。具体的な説明を求められると「人がまばらに見えるエリアに『全米迷彩服協会』の会員100万人が、当時息を殺して身を潜めていた」と解説した。  
[解説] このニュースの前半部分は実際にあったニュースである。しかし後半部の『全米迷彩服協会』という団体に関する記述が「フェイク」である。この記事が掲載されているサイト『虚構新聞』はこのような記事を多く扱っており、プロパガンダ性が薄くパロディ・ジョーク色の強い「フェイクニュース」であるといえる。

#### ② 新種のハチに「ルシウス・マルフォイ」と命名。



図 2 引用元 ライブドアニュース公式 twitter アカウント(@livedoor)(2017年10月10日)

<https://twitter.com/livedoornews/status/917955674717466627> (アクセス日 2017年12月8日)

[内容] 新種の蜂の名前として、世界的大ヒット小説・映画シリーズ『ハリーポッター』のキャラクター名が使われたことを伝えるニュース(図2)

[解説] 記事の内容に嘘はないが、サムネイル画像は今回名前が採用されたキャラクターを指すものではなく誤解を与えるものとなった。

#### ③ 1000人の暴徒がドイツの教会放火



[内容] 多数のイスラム教徒が暴徒化し、教会に火を放ったことを伝えるニュース。ニュースとともに、夜の街に火が放たれ騒然としているように見える画像も同時に使用されていた。(詳細は 2-3 参照)

[解説] 「イスラム教徒による放火」という表現と画像を関連づけた「フェイクニュース」である。(詳細は 2-3 参照)

④ M4 以上の大地震が暖水渦消滅で発生

[内容] ある Twitter アカウントによって、海水温の変化が確認されたため近日中に大地震が発生する可能性が示唆された。

[解説] 実際には証明されていない「海水温の変化と地震発生には関連性がある」という説だが、投稿とともに海上保安庁が提供している海上水温図のデータ画像を使うことで拡散された。(詳細は 2-3 参照)

⑤ 「ホワイトハウスで爆発事件発生」

[内容] ホワイトハウスで2回爆発が発生。大統領が負傷したことを伝える AP 通信の Twitter の公式アカウントから投稿された速報(図 3)。

[解説] この速報は全くの「フェイクニュース」である。公式アカウントが何者かによって乗っ取られこの「ニュース」が投稿された。この投稿が誤報だと判明するまで、一時的に米株式市場ではダウ工業株 30 種平均が数分間で 140 ドル超急落した。



図 3 引用元 David Jackson (2013 年 4 月 23 日) 『AP Twitter feed hacked; no attack at White House』「USA TODAY」  
<https://www.usatoday.com/story/theoval/2013/04/23/obama-carney-associated-press-hack-white-house/2106757/>

⑥ 「ドイツ首相とテロリストとセルフイー」

[内容] ベルリンのクリスマスマーケットへのテロ事件後、「メルケル首相とテロリスト」の写真としてシリア系の男性と首相が仲良く映る写真が掲載された。

[解説] 実際はシリア人難民と首相が、難民支援政策のアピールのためにとられた写真であった。しかし、ベルリンでイスラム系によるテロが発生したことを受け、首相が中東出身の青年とにこやかに写る写真は悪用され拡散された。



図 4 David Charter, Berlin (2017 年 8 月 10 日) 『Die Fake News and der Brexit win place in German dictionary』「THE TIMES」  
<https://www.thetimes.co.uk/article/der-fake-news-and-der-brexit-win-place-in-german-dictionary-68wwwpmhb>

⑦ 「ローマ法王、トランプ氏を支持」

[内容] ローマ法王がトランプ米大統領候補(当時)を支持することを表明したことを伝えたニュース。(詳細は2-3参照)

[解説] 実際には全く根拠もないニュースであった。しかし、SNSを通して世界中で拡散された。(詳細は2-3参照)

<参考文献>

平和博(2017)『信じてはいけない 民主主義を壊すフェイクニュースの正体』朝日新聞出版。

(2017年1月23日)『トランプ氏就任式、参加者史上最大を記録』『虚構新聞』

<http://kyoko-np.net/2017012301.html>(アクセス日 2017年12月8日)

クローズアップ現代+ (2017年2月6日)「フェイクニュース特集 “トランプの時代” 真実はどこへ」

『NHK』<http://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3929/1.html>(アクセス日 12月8日)

クローズアップ現代+ (2017年2月7日)「フェイクニュース特集 あなたは被害者?加害者?」『NHK』

<http://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3930/1.html>(アクセス日 2017年12月2日)

小川義也(2013年4月13日)「AP通信のツイッター乗っ取り 偽情報で株乱高下」『日本経済新聞』

[https://www.nikkei.com/article/DGXNASGM2402U\\_U3A420C1EB1000/](https://www.nikkei.com/article/DGXNASGM2402U_U3A420C1EB1000/) (アクセス日 2017年12月8日)

平和博(2017年4月17日)「メルケル首相との自撮りがフェイクニュースになり、テロリストにされる」

『HUFF POST』[http://www.huffingtonpost.jp/kazuhiro-taira/merkel-fakenews-terrorist\\_b\\_16053642.html](http://www.huffingtonpost.jp/kazuhiro-taira/merkel-fakenews-terrorist_b_16053642.html) (アクセス日 2017年12月8日)

Dan Evon(2016年7月24日)「Nope Francis」『Snopes』

<https://www.snopes.com/pope-francis-donald-trump-endorsement/>(アクセス日 2017年12月8日)

Claire Wardle(2017年2月16日)「Fake news. It's complicated.」『FIRST DRAFT NEWS』

<https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>(アクセス日 2017年12月8日)

## 2-3「フェイクニュース」分析

以下では、プロジェクトメンバー3名がそれぞれ2-2で取り上げた「フェイクニュース」について1例ずつピックアップしその「フェイクニュース」の拡散理由や実社会へ与えた影響について詳しく考察した。

### 1000人の暴徒がドイツの教会放火

栩野 愛加

[類型]

③誤解されるコンテンツ

[発生時期]

2016年12月31日の大晦日

[事例概要]

ドイツの地方新聞のベテラン記者であるペーター・バンダーマン氏は、地元の人々に混ざって年越しを祝う移民の様子を取材し、記事にした。祭り会場がある広場には、1000人ほどが集まり、中には中東から来た人も年越しを楽しんでいた。

別の場所では、工事中の教会のネットに花火の火が引火するというボヤ騒ぎが起きた。しかし、花火を上げて大騒ぎをするのは毎年のことで、火は10分ほどで消えた。また、教会そのものに影響はなかった。バンダーマン氏は、インターネットのニュースサイトに年越しの様子の記事と動画を掲載し、ボヤ騒ぎはあったものの、例年とかわらない光景であった事を伝えた。

しかし数時間後、バンダーマン氏の記事が異なる形でオーストリアのニュースサイトに引用されていた。<sup>1</sup>記事にはシリア人がアッラーは偉大なりと叫び、教会に火が付いたと、無関係な事柄を組み合わせ、まるで彼らが教会に放火したかのように記述されていた。これが移民への憎悪を煽るフェイクニュースに書き換えられ、世界中に拡散された。

---

<sup>1</sup>「クローズアップ現代」『NHK 2017年2月7日放送』

<http://www.nhk.or.jp/gendai/articles/.3930/1.html> アクセス日 2017年12月4日

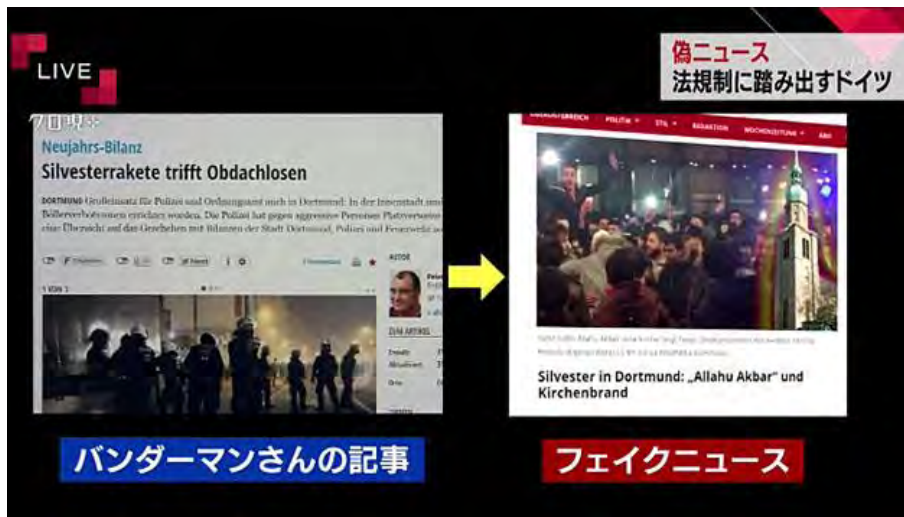


図1 悪用された記事

[発生場所]

ドイツ・ドルトムント(新年を迎えるための祭り会場)

[拡散舞台]

ネットニュース

(オーストリアのニュースサイト、プライベートのロンドン支局のニュースサイト)

[誕生理由]

移民排斥のプロパガンダ

[蔓延理由]

今回の事例では、騒動が起きた当初は、よくある移民排斥のプロパガンダと認識して早急に対策を取らなかった為、蔓延してしまったと考えられる。

また、悪用された記事を読んだ人々の移民への憎しみや暴力を辞さない態度が人々の間に広がってしまい、その出来事が事実かどうかは関係なく、フェイクニュースが大規模に拡散していった。

[影響]

オーストリアで報道された2日後、移民やイスラム教徒に排他的とされるプライベートのロンドン支局も、引用記事を掲載した。記事の中には、「1000人の暴徒が警察を襲撃。ドイツ最古の教会に放火」というタイトルの元、移民たちがイスラミックステートなどの過激派組織と関連しているかの描写があった。

このフェイクニュースをきっかけに、バンダマン氏が取材した事実とは異なる二つの記事は、世界中に拡散された。分析ソフトを使って検証をすると、オーストリアの記事は、ヨーロッパを中心に SNS で2万5000件ものシェアなどがあった。また、各国に読者を持つプライベートでも2万件以上の反応があり、少なくとも世界28ヶ国に広がっていたとされる。

瞬く間にフェイクが拡散されて行く中で、バンダマン氏の元には、誤った記事を信じた人達から千

通を超える非難のメッセージが届いた。中には、『なぜ移民の放火事件を隠していたのか！』というメッセージや、絞首台の画像まで送りつけられたという。

この事態を受けバンダーマン氏は、反論記事を書き、誤った情報を正すことで、事態は収まると考えた。反論記事には、移民が集まっていた広場とボヤ騒ぎが起きた教会は別の場所であることや、「アッラーは偉大なり」という言葉は、イスラム教徒が日常的に使う言葉であることなど、詳細に説明する記事を掲載した。

しかし、この反論記事に対する書き込みやシェアなどは、国内を中心に僅か 500 件あまりであり、世界に拡散された誤った情報を打ち消すことはできなかった。つまり、事実をねじ曲げた記事は今も様々な形で引用され続けているのだ。

バンダーマン氏はこうした経験から、フェイクニュースの被害者を守るためであれば、より厳しい法規制が必要だと考え、民衆を煽るような発言や、フェイクニュースを拡散する場を提供している企業だけでなく、これを発信している個人も処罰の対象にするべきであると考えている。しかし、そのニュースが単なる批判なのか、あるいは人種差別を煽る犯罪なのかという点では、我々個人が厳密に判断し区別しなければならないだろう。

#### <参考文献>

「クローズアップ現代」『NHK 2017 年 2 月 7 日放送』<http://www.nhk.or.jp/gendai/articles/.3930/1.html> アクセス日 2017 年 12 月 4 日

## M7以上の大地震が暖水渦消滅で発生

平田 愛美

### [類型]

④誤ったコンテキスト

### [発生時期]

2016年12月26日

### [事例概要]

Twitterの『地震予測』というアカウントから「暖水渦の消滅により巨大地震が発生する」という虚偽情報が発信された。そのツイートの本文は、以下の通りである。

#### ◆大型地震関連情報◆

12/25 南海域の暖水渦が消滅、スタンバイしました。これにより、12/27～1/10までにM7～の地震発生の可能性があります。南海トラフが発生した場合の、ハザードマップなどをしっかりよんでください。

このツイート内で述べられている「暖水渦」とは、海の中にある直径が数十km～数百kmのうち、周囲より暖かい渦のことである。また、使用されていた図(図1)は、海上保安庁の海洋情報部のホームページで提供されている表面水温図である。表面水温図は、船舶の観測値と衛星データによって制作されているもので、毎日更新される公式なデータである。現在、暖水渦や海水温と地震の関係性は証明されておらず、この情報は虚偽であると指摘されている。

問題となったこのツイートは、現在削除されている。しかし、アカウントは未だ残っており、15130人のフォロワーを有している。現在の主なツイート内容は、地震速報と地震予測だ。アカウントのトップページにあるリンク先『地震予測・地震速報』というウェブサイトでは、地震予測や防災、3.11に関する情報を発信している。現在は、地磁気以上による地震予測を行っているようだ。(2017年12月2日現在)

### [発生場所]

<sup>2</sup> 注：Twitterアカウント「地震予測」<https://twitter.com/jishinkenkyu>  
(アクセス日2017年12月2日)

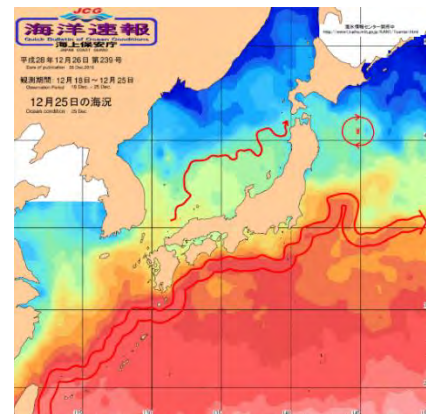


図1 12月25日の表面水温図

出典：「海洋速報&海流推測図」

『海上保安庁海洋情報部』

<http://www1.kaiho.mlit.go.jp/KANKYO/KAIYO/qboc/>

(アクセス日2017年12月2日)

日本

[拡散舞台]

Twitter

[誕生理由]

「地震予測は可能である」という思想のプロパガンダ

[蔓延理由]

ツイートが削除されてしまっているため、このツイートに対する直接的な反応(リプライ)は確認できなかった。そのため、この虚偽情報への注意勧告をしたアカウント『NHK 生活・防災』のツイートに対する反応から、情報を錯綜させ多くの人が信じてしまった要因を推測した。考えられる要因は、翌々日に茨城県で発生した地震(図2)である。

このツイートが投稿された翌々日の2016年12月28日、茨城県北部で震度6弱の地震が発生した。これにより、NHK 生活・防災のツイートには、地震予測は間違いではないという内容の指摘が寄せられていた。したがって、この地震が誤情報への信用度を高め、拡散される要因になっていたと考える。

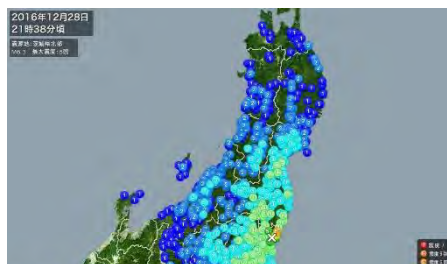


図2 茨城県で発生した地震データ

出典：「地震情報」『Tenki.jp』  
<http://www.tenki.jp/bousai/earthquake/detail-20161228213851.html> (アクセス日 2017年12月2日)

[影響]

このツイートはリツイート数 1204 を記録した。また、2016年12月26日のリツイートの勢いランキングでは22位となり、多くの人々の目に留まるようになっていたことが読み取れる。しかし、前項で述べたように、このツイートに対する直接的な反応は確認できない。

また、この動きに対して、『NHK 生活・防災』という公式 Twitter アカウントは、暖水渦と地震の発生に関する誤情報への注意勧告<sup>3</sup>を行った。リツイート数は2149にのぼった。ツイートの内容は以下の通りである。

「年末年始に大地震が発生する可能性があるのは本当ですか？」という質問が寄せられています。「暖水渦」という現象は昔からありますが、地震との関係は証明されていません。日本列島と周辺では年に3回程度はM7以上の大地震が起きています。あいまいな情報に惑わされず、地震への備えを進めて下さい。

<sup>3</sup> 注：Twitter アカウント「NHK 生活・防災」

[https://twitter.com/nhk\\_seikatsu/status/813618667309019136](https://twitter.com/nhk_seikatsu/status/813618667309019136) (アクセス日 2017年12月2日)

さらに、2017年2月7日放送のNHKのクローズアップ現代+は、『フェイクニュース特集 あなたは被害者？加害者？』と題し、フェイクニュースをテーマに様々な事例やその背景事情が伝えられた。その日の番組内で、この暖水渦と地震の関係に関するツイートがフェイクニュースの一例として用いられた。

<参考文献>

「暖水渦・冷水渦とは」『国土交通省気象庁』[http://www.data.jma.go.jp/kaiyou/data/db/hako/date/knowledge/warm\\_and\\_cold\\_eddies.html](http://www.data.jma.go.jp/kaiyou/data/db/hako/date/knowledge/warm_and_cold_eddies.html)(アクセス日 2017年12月2日)

「フェイクニュース特集 あなたは被害者？加害者？」『NHK クローズアップ現代+』  
<http://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3930/1.html>(アクセス日 2017年12月2日)



## ローマ法王 世界に衝撃 ドナルド・トランプ氏を次期大統領として支持

丸山 はるか

### 【類型】

⑦Fabricated content

100%でっち上げられた政治的意図を含むニュース

### 【発生時期】

2016年アメリカ大統領選中(2016年7月ごろ)

### 【事例概要】

ローマ法王がこれまでの慣例を破り、共和党のトランプ大統領候補を支持したことを報じた記事内には、教皇の言葉として「これまで、どちらのアメリカ大統領候補に対しても明確な支持姿勢を見せることはためらわれてきました。しかし、今、私の懸念を声に出さないことはローマ教皇としての私の義務の怠慢ではないかとおもわれるのです」記載されていた。この記事は大統領選当事国のアメリカだけでなく、Facebookなどで共有・拡散され世界中で話題になった。のちにニュース検証サイトによって紛れもない「フェイクニュース」であることが明らかにされ、記事は削除、発信サイト『WTOE 5 NEWS』も閉鎖された。

### 【発生場所】

不明

### 【拡散舞台】

Facebook等SNS上

### 【誕生理由】

広告収入を得るため。

### 【蔓延理由】

アメリカは世界で大きな影響力を持つ超大国であり、アメリカの政治に関するニュースは常に世界中が関心を寄せている。大国アメリカの大統領候補者に関するニュースなら殊更である。候補者の一人であったトランプ氏は、大統領選中終始過激な発言で話題を呼んできた人物であり、既存体制への強硬な態度によって知名度を上げてきた。一方で、ローマ法王は歴史を遡れば政治に参加することもあったが、現在ではおおっぴらに関与することはない。対極にいるような2人の人物に関する今回の記事は、誰もが目を引かれるセンセーショナルな見出しであり、それに加え記事のサムネイル



図 1 洪由姫 (2016年11月28日) 『Vol.03 大統領選で「いいね!」をかき集めた「フェイクニュース」で本当に得したのは誰か?』  
「COURRIERE JAPON」  
<https://courrier.jp/columns/68892/>(アクセス日  
2017年12月8日)

画像も記事の拡散に大きな影響を与えたのではないだろうか。過激発言で注目を浴びている人物と世界的な平和のシンボルが共に大きく微笑み、両者の関係が良好のような印象を受け手に与える。記事が SNS 上で共有されたとき、この画像によって見出しの内容が裏付けされたように捉えたユーザーもいたのではないだろうか。また、発信元になったサイトは『WTOE 5 News』という名前であり、実際に存在するラジオ局『WTOE』と関連があるように思われたことも理由の一つとしてあげることができる。

### 【影響】

もともと過激な候補者として話題になっていたトランプ氏だったが、この「フェイクニュース」の拡散によってトランプ氏の知名度についてはアメリカ国内だけでなく、世界中でさらに上昇した。過激な発言が多く、出馬当初は泡沫候補扱いされていたトランプ大統領候補に対して、世界的に権威が認められている人物による支持表明は、彼の支援者にとっても大きな後ろ盾となったと予測できる。既存のメディアがこの「ニュース」を報じず、インターネット上で話題になったという経緯は、「メインストリーム・メディアは偏向している」という色眼鏡を持つトランプ支持者たちの考えをさらに強めるようになった可能性もある。さらには選挙にあまり関心がなかった人々の注意を引いた可能性も否定できない。

### <参考文献>

- 清水憲司(2017年9月2日)「偽ニュースが起こした米国「ピザゲート事件」の“狂気”」『毎日新聞』  
<https://mainichi.jp/premier/business/articles/20170901/biz/00m/010/027000c> (アクセス日 2017年12月8日)
- 小林恭子(2016年12月5日)「ネットに広がる『フェイク・ニュース』— 嘘と真実の見分け方とは」『ニューズウィーク日本版』  
<http://www.newsweekjapan.jp/stories/world/2016/12/post-6474.php> (アクセス日 2017年12月8日)
- Dan Evon(2016年7月24日)「Nope Francis」『Snopes』  
<https://www.snopes.com/pope-francis-donald-trump-endorsement/> (アクセス日 2017年12月8日)

## 第3章 フェイクニュースはなぜ生まれ流行するのか

栩野 愛加

### 3-1-1. フェイクニュースの広がる背景

去年の英語圏の流行語として選ばれた「Post-truth」という言葉をご存知だろうか。オックスフォード英語辞典を出版するオックスフォード大学出版局は、2016年の「Word of the year」選考の際に、「信じたいものだけを信じるという時代」を意味する「ポスト真実(Post-truth)」を2016年の言葉に選んだ(BBCニュース)。SNSが世界的に普及している今日において、流れてくるニュースの見出しだけを見て、内容は読みもしないで拡散する人が増加している。人々は、何が正しいのかという真実は気にせず、感情的に心が揺さぶられればそれでいいと、つまり、真実は二の次になっているのである。そこで本章では、フェイクニュースがなぜ生まれ、社会に蔓延し、ポストトゥルース時代に至ったのかという流れを検証する。

### 3-1-2. ネット環境の変化

第一に、フェイクニュースが広がる背景には、インターネットの普及とメディア環境の激変が関係していると考えられる。2000年以降、2000年から2015年の間に、新聞発行部数は7,100万部台から5,500万部(1日)となり、1,000人当たり570部から436部、そして一世帯あたりの新聞部数は1部をきり0.8部まで落ち込んだ(日本新聞協会)。

またテレビの視聴時間は減少傾向にあり、出版産業も厳しい状況にあるなかでこうした環境の激変は、「活字離れ」「新聞離れ」「ニュース離れ」「テレビ離れ」とも言われる。その背景に、世界的なインターネット社会の創出が存在していることに疑問を挟む余地はないだろう。実際、家庭や会社で利用するコンピュータやインターネット、SNSへのアクセスは右肩上がり急増している。利用者にとっては、マス・メディア以上に、いつでも、どこでも情報にアクセスできるという利点が享受できるインターネットは、受動的な情報受容者に陥りやすかったマス・メディアとは異なり、手軽に発信できる手段として瞬く間に広まった。

また、かつては新聞やテレビが情報発信の大部分を担い、情報の流れは受け手への「一方通行」であったが、インターネットやSNSでは「双方向」の発信となり、ネットに配信された記事に読者がコメントをするなど、受け手の役割が大きく変化した事で急速に普及した。インターネットやSNSでは、大人でも、子供でも端末機器を使いこなせれば、時・場所を選ばず、相手が特定・不特定であろうと自分のメッセージを世界に向けて発信でき、さらに、また容易に欲する情報にアクセスできるという双方向性コミュニケーションの利便性がそこにはある。言い換えれば、個人が一方的な情報の受け手ではなく、限り無く自ら情報の発信が可能になるのである。それだけに、自らが情報の送り手にもなれるインターネットを利用する一人ひとりのマナーが問われている。

しかしながら、それに伴い新たな問題も生じていることに目を背けてはならない。その一つがフェイクニュースである。

### 3-1-3. 「フェイク」を信じる人々

では、なぜ人々は偽の情報を信じてしまうのだろうか。かつては、マス・メディアが「真実を語る」というのが一般的で権威があった。当時、人々はマス・メディアが語る情報を自分たちが信じるうえでの裏付けにしていた。

しかし、インターネットが普及すると、人々のなかに「マスコミは必ずしも信用できない」という認識が共有されて権威性が薄れていったことで、状況は変わった。元々、ラジオやテレビ、新聞などのマス・メディア自体が必ずしも「事実」を伝えていたわけではないのだが、そういった権威の衰退が信じるべきものよりも「信じたいもの」を信じる、という流れを引き込んでいった。フェイクニュースのように、その情報が仮に正しい情報でなくとも、人々は信じてしまうのである。まさに前述した「Post-truth」の時代が到来している。当たり前のことであるが、多くの人にとって「何が真実か」を見極めるのは簡単ではないため、人々は社会的立場が高い一定層が設けたルールを「真実」として受け入れていた。しかし、あらゆる情報が流通するようになり、あやふやだった「真実」が明るみになってくるにつれて、マスコミを含めそれまで「真実」を規定していた層への反発も加わり、今や自分たちの信じたいものを尊重する時代になっているのである。

### 3-2-1. ソーシャルメディアの拡散力

では、偽の情報で、しかも限定的なアクセスにも関わらず、フェイクニュースに大きな拡散力があるのはなぜなのだろうか。その理由として挙げられるのは、フェイクニュースが広がった主な舞台がソーシャルメディアだからである。リアルな社会では、デマの広がりには口から口が主であり、ある程度その範囲が限定される。ところが、ソーシャルメディアで火がつけば、あっという間に、何万回、何十万回といった規模で拡散してしまうことがある。

ソーシャルメディアでは、誰でも情報を発信したり、共有したりすることが可能である。タイムラインに流れてきたフェイクニュースを、タップ一つで共有できてしまう、という手軽さも大きいだろう。今日のフェイスブックの月間利用者は19億人、ツイッターは3億人とされている。それらを通じて、これまでに無かったような規模とスピードで、フェイクニュースが広がってしまうのだ。

もう一つ、フェイクニュースが広がる背景には、SNSを通して自分が興味のある情報だけを受け取ろうとする人たちの増加がある。ソーシャルメディアは、アルゴリズムにより、ユーザーの興味関心に近い内容を選びすぐって表示する性質がある。すると、自分の持っている視点以外の考え方は排除され、思考がタコツボ化してしまう。同じような考え方のユーザー同士、どんどん自分たちが正しいのだ、という確信を強め、先鋭化していってしまう傾向があるのだ。このタコツボ化は「フィルターバブル」とも呼ばれている。

ある女性は、SNSを通して様々な知人とやりとりをしていたが、「自分の考えと異なる意見」や「見たくないニュース」に煩わしさを感じるようになり、SNSの設定を変更して、それらの情報が入らないようにした。そして「自分の好む情報だけ」を受取るようにしているのだ。先述したように、現代では新聞、テレビなどのマス・メディア離れが深刻化しており、SNSの情報しか見ない人々が、特に若い世代をはじめとして多くなっている。そのような環境だと、自分と異なる意見を知る機会はほとんど無いに等しいのだ。このようにインターネット上では、さまざまな情報で繋がっているようでも、実は利用者は見えないうバブル(泡)に覆われおり、偏った情報に囲まれていて真実が見えなくなる状態にある。

インターネットは誰とでも繋がる事ができるのがメリットだが、その反面、分断を促進してしまう側面を持っている。このようなソーシャルメディアの特徴も、フェイクニュースの拡散の背景にあるだろう。

### 3-3-1. フェイクニュースを作る動機(マケドニアの例)

では一体何のためにフェイクニュースが作られるのだろうか。目立ったものを挙げるとすれば、昨年の米国大統領選挙でマケドニアの青年たちが作ったサイトだ。米国内のドメインから、トランプ氏支持を強く打ち出した「政治ニュース」を数多く発信した。

しかし、中身はといえば「オバマ(前大統領)がケニアで生まれた証拠が判明」「(俳優の)ロバート・デニーロ氏がトランプ候補に乗り換え ハリウッドに衝撃」などのフェイクニュースだ。米メディアの取材によると、彼らはトランプ氏を支持していたわけではなく、「マケドニアには仕事がない。クリックで広告収入を稼ごうと思った」という動機による行動だった。少し考えれば嘘と分かるようなニュースが、ソーシャルメディアでは数多く共有され世界中に拡散していった。

保守系を含めほとんどの既存メディアが対抗馬のクリントン氏支持を打ち出す中、トランプ氏支持者にとっては自らの気持ちを代弁するメディアが必要とされていたのだろう。ニュースが事実かどうかは関係なく、感情を満足させる消費財に過ぎなかったのである。

### 3-3-2. フランス大統領選挙の例

また、他の例では、2017年5月に行われたフランス大統領選が挙げられる。本選挙では、移民の受け入れが大きな争点となった。第1回投票では、移民に寛容な姿勢を示すマクロン前経済相が、移民の受け入れに否定的な極右政党・国民戦線のルペン候補をわずかに抑えた。しかし選挙中、ソーシャルメディア上では候補者を中傷するものだけでなく「イスラム教徒の高校生の多くが過激派」「フランスの国境に難民が押し寄せている」など、移民に対する不安をあおるフェイクニュースが次々と現れた。

このフェイクニュースは、一体何のために作られたのだろうか。フェイクニュースとされた記事を発信したマイク・ボロスキ氏は大学を卒業後、6年前から独自のニュースサイトを立ち上げ、自ら記事を書いていた(「フェイクニュース」を阻止せよ～真実をめぐる攻防戦～)、BS1、2017年6月24日放送)。時には、事実とは異なる記事を意図的に書くこともあるという。ボロスキ氏は、「今のフランスには偏った情報源しかない。さまざまな角度からの情報を提供することが大事」と話し、既存のメディアは人々が直面する現実を伝えていないと主張する。

さらにそうしたフェイクニュースが広がる背景にあるのは、社会の格差の広がりだ。都市と地方、学歴、階層などの形で、収入格差が広がっているのだ。大統領選での投票数も、西部ではマクロン候補が支持され、東部ではルペン候補が支持されている。東側では失業率が高く「移民ばかり優遇して自分たちのことは振り返らない」と思う人が多い。そして、主要メディアは自分たちのことをあまり取り上げてくれないといった不満を抱えている。そういう「不満」をもった人たちの心に、フェイクニュースは突き刺さっていく。

法政大学准教授の藤代裕之氏は、「自分たちの声がマス・メディアによって伝えられていないと考えている人たちにとっては、フェイクであっても、まさに見たかったニュースを見ることができる。フェイクニュースは、私たちの代弁者なのだ、という側面で拡散していく」と話す(「ネットメディア覇権戦争

「偽ニュースはなぜ生まれたか」、藤代裕之、光文社新書、2017年1月17日)。フェイクニュースは、漫然とウェブ上を流れているのではなく、SNS 上のアルゴリズムの作用で、個人の好みに的確に合わせた形で打たれている。自分の主体的な意見に基づいて判断しているような気になっていても、実はかなりの影響を受けたうえで、見たいものを見て、信じたいものを信じる中で判断している可能性があるのだ。

#### 3-4-1. フェイクに惑わされないために

では、我々利用者はどうすればいいのだろうか。それは、ソーシャルメディアで共有したり、正しい情報だと受け止めたりする前に、一度立ち止まって情報に根拠があるのかどうか考える、それに尽きるだろう。情報源は何か、ひょっとしたら嘘かもしれないと考えることを習慣づける必要がある。そうしないと、ただ単に間違っただけのことを共有してしまうだけにとどまらず、詐欺などの犯罪に巻き込まれる可能性もある。情報で溢れている現代を生きる上では、流れてくる情報の裏にどういう危険があるのか認識し、一人一人がフェイクから身を守る術を持つ事が何よりも大切だと考える。

#### <参考文献>

「フェイクニュースはなぜ蔓延するのか」『SYNODOS』<https://synodos.jp/society/19214/2> アクセス日 2017年12月4日

「ポストトゥルース時代とコミュニケーション」『PR 総研コラム』<https://kyodo-pr.co.jp/pr-souken/column/2017/02/08/118/> アクセス日 2017年12月4日

「事実よりも共感で繋がる世界のリスク」『DIGI×CAREER』[https://digi-career.jp/release/sns\\_global/](https://digi-career.jp/release/sns_global/) アクセス日 2017年12月4日

「POST TRUTH 「ポスト真実」時代のネットニュースの読み方」松林薫 株式会社晶文社 2017年3月20日初版

「ゼミナール 日本のマス・メディア」春原昭彦・武市英雄 株式会社日本評論社 1998年12月20日第一版発行

「ネットメディア覇権戦争—偽ニュースはなぜ生まれたか」、藤代裕之、株式会社光文社、2017年1月17日初版

「フェイクニュースを阻止せよ～真実をめぐる攻防戦～」『BS1』視聴日 2017年6月24日

## 第4章 フェイクニュース対策

平田 愛美

### 4-1 マスメディアによるフェイクニュース対策

近年、既存メディアは、ウェブサイトやアプリから発信される情報のスピードに対応できていないと指摘されている。しかし、この弱点をカバーするためにスピード重視になったことが、フェイクニュースの拡散に加担したと考えられているのだ。また、報道番組やワイドショー番組などでは、ネット上で注目されている話題を番組で取り上げることが当たり前となった。以前は経験豊かなデスクの判断に委ねていたトピックの選別が、現在では幅広い層の人々の関心の最頻値を重視するようになってきている。そのため、マスメディアがネットに振り回され、フェイクニュースに騙されるという構造が出来上がってしまった。本来であれば、ミドルメディアと呼ばれるマスメディアとソーシャルメディアの中間に位置するメディア(まとめサイトやニュースサイト)などを監視すべき存在のマスメディアが、スピードや話題性を重視することで自身のジャーナリズムの質を下げているのだ。

そこで、「スローニュース」という考え方が注目されるようになった。スローニュースとは、アリゾナ州立大学ジャーナリズムスクール教授のダン・ギルモア氏が2009年から提唱している考え方である。彼は、ニュースのスピードと量が桁違いになったこの環境で犠牲になっているのは、事実確認と深い掘り下げであると指摘した。そこで、最初の情報の受け手として、マスメディアは第一にその真偽をチェックする必要があるという考えを示したのである。

実際にこのスローニュースを実践した例として、CNNとBBCが行った取組みを挙げる。まず、CNNは2016年のアメリカ大統領選挙の際、テレビ討論のライブ中継を行わず、候補者の発言をチェックした。事実と虚偽の選別を行った後、正確な報道をすることを重視したのである。そして、BBCはフェイクニュース対策として、2016年秋から「スローニュース」をスローガンに掲げ、その実践に取り組んでいる。BBCの報道担当役員ジェームス・ハーディング氏は、2016年6月のイギリスのEU離脱の国民投票で試みた「リアリティチェック」というファクトチェックプロジェクトを、継続的に展開していくことを明らかにした。彼は、「BBCは“何”を報じることには極めてたけているが、“なぜ”の報道についても、より腕を磨く必要がある」と話している<sup>4</sup>。

このように、マスメディアの弱点をカバーするという方針から、ジャーナリストとしてのスキルを存分に発揮することで弱点を強みに変え、フェイクニュースに対応しているのである。

### 4-2 プラットフォームによるフェイクニュース対策

GoogleやFacebookなどのプラットフォームも、今や力を持ったメディアのひとつである。しかし、2016年8月、FacebookのCEOマーク・ザッカーバーグ氏は、「Facebookはテクノロジー企業、メディア企業ではない」と主張した<sup>5</sup>。Facebookが社会に及ぼす影響力の実態と、自社に対する認識に大きな差異が生じていた。

<sup>4</sup> この部分のジェームス・ハーディング氏の発言は、平(2017)に掲載されている。

<sup>5</sup> この部分のマーク・ザッカーバーグ氏の発言は、平(2017)に掲載されている。

しかし、アメリカ大統領選挙など、政治にも大きな影響を及ぼすプラットフォームに対して度重なる批判が寄せられるようになり、Facebook や Google といった大手が対策に乗り出すようになった。2016 年 11 月、Google と Facebook はフェイクニュースサイトの収入源である広告配信を遮断することを決定した。

さらに Google は、ファクトチェックラベルという機能を作成した。これは、ファクトチェック済みの Google ニュースに、そのファクトチェックの結果を表示するというものである。政治だけでなく、都市伝説、健康、メディアに関する情報も対象にしている。また、Facebook も利用者による通報システムを構築した。利用者が画面上のボタンを押すと、Facebook に通報が届く。通報が一定数を超えた投稿は、アメリカのニュース番組制作会社である ABC ニュースなどの大手メディアが事実かどうか検証する。検証によってフェイクと見なされた投稿には、虚偽が疑われているという警告が表示されるのである。

メディアとしての責任を否定していたザッカーバーグ氏は、その後、「Facebook は新しい種類のプラットフォームであり、それがどのように使われるのか、ということに責任を感じている」というコメントを残している<sup>6</sup>。プラットフォームもマスメディア同様、情報に対する責任を持つような体制に変化しているのである。

#### 4-3 ファクトチェック団体によるフェイクニュース対策

グーグルニュースラボの支援で設立した「ファースト・ドラフト・ニュース」というファクトチェック団体がある。

この団体は、真偽確認のトレーニング情報などを、サイトで紹介する取り組みを始めた。サイトには、ソーシャルメディアを取材などで利用する際のガイドラインやビデオ教材、偽ニュースを発見する方法、提示されたニュースが事実なのか虚偽なのかを、クリックで確認できるクイズなどがある。私たち利用者自身が、フェイクニュースにどう対処していけばいいのかを学ぶことができる場を提供しているのだ。

#### 4-4 私たち個人によるフェイクニュース対策

フェイクニュースの拡散に加担しないためには、私たち利用者一人ひとりの意識改革も重要である。第3章後半でも述べたように、個人ができるフェイクニュース対策は数多く存在する。今回は、その中から3つの対策方法を取り上げる。

まず、ウェブサイトのドメイン名をチェックするという方法である。フェイクニュースサイトの中には、大手マスメディアの企業名に酷似していたり、全く同じ名前を使用していたりするものが多く存在する。そのような場合に、ニュースの内容による判断だけでなく、そのサイトのドメイン名をチェックすることは、視覚的に信憑性を判断することを可能にするという。例えば、偽「ABC ニュース」と本物の「ABC ニュース」はドメインの末尾が異なる。本物が「abcnews.go.com」であるのに対し、偽物は「absnews.com.co」となっている。偽物の末尾の「.co」はコロンビアの国別ドメインだ。ドメイン名が少しでもおかしいと感じたら、ドメイン名から登録年月日や登録者、連絡先などを確かめることのできるデータベースなどを用いて、情報を調べてみることを推奨する。また、メディアの体制を取っているサイ

---

<sup>6</sup> この部分のマーク・ザッカーバーグ氏の発言は、平（2017）に掲載されている。



トであれば、ページの上部か下部にある「サイト説明」のリンクを確認することも、ドメイン名同様、フェイクニュースサイトかどうか容易に判断することができる。そこに運営主体やスタッフ等のサイトの概要が記載されており、信頼できる情報であるかどうかの確認のポイントとなる。

次に「メディアの手法を学ぶ」という方法を挙げる。これは、デジタルメディアがどのように機能するのかを知るということである。従来一方通行であった情報の流れは複雑さを増し、誰もが気軽に情報発信者になることができるようになった。そのニュース情報源が何なのかを常に意識しておくことが重要である。

そして、3つ目はCNNメディアライター・キャスターのブライアン・ステルター氏が提唱する「トリプルチェック」という方法である。フェイクニュースは、拡散しやすいようにインパクトの強い見出しを付けることが多い。ニュースを共有する前に再々確認を行うことを心がけることで、自分自身がフェイクニュースに惑わされることを防ぐだけでなく、自分の知人に誤情報が届くことを防ぐことにも繋がる。

個人で行う対策において重要なことは、質の良いメディアリテラシーを持つということであると考えられる。日々目にする様々な情報を常に冷静に受け止めることのできる姿勢が、私たちメディア利用者には求められている。

#### <参考文献>

平和博(2017)『信じてはいけないー民主主義を壊すフェイクニュースの正体』朝日新聞出版

藤代裕之(2017)『ネットメディア覇権戦争ー偽ニュースはなぜ生まれたか』光文社新書

「フェイクニュース特集 あなたは被害者？加害者？」『NHK クローズアップ現代+』

<http://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3930/1.html>(アクセス日 2017年12月2日)

## 第5章 ポストウールズ時代のこれから

平田 愛美

### 5-1 フェイクニュースは無くなるのか

ネット上に蔓延り、社会や政治にまで大きな影響を及ぼすようになったフェイクニュース。前章で述べたように、マスメディアやプラットフォームが対策に乗り出すようになったが、「フェイクニュース」が消滅する日は来るのだろうか。

私たちは、今後フェイクニュースが無くなることはないと考えた。現在のメディア社会では、SNSが普及し、誰もがインターネット上で自分の感情や意見を表現できるようになった。フェイクニュースが作成される理由は、単なるいたずらである場合もあるが、自らの思想のプロパガンダのためという場合もある。思想のプロパガンダが目的であったケースと考えると、その行為は「信じていることを発信しているだけ」と捉えることができってしまうのである。このように、その思想が事実と異なっているとしても、個人の思想や表現の自由を奪うことはできないと考えた。

また、フェイクニュースを拡散する大きな要因のひとつとされている広告収入を完全になくしたとしても、思想のプロパガンダのために「フェイクニュース」を発信している人には効果がないと推測する。彼らの目的は利益を得ることではないため、広告収入の有無に着目することはないだろう。したがって、マスメディアやプラットフォームによる対策も、全てのフェイクニュースを網羅することはできないため、今後もフェイクニュースは誕生し発信され続けると考える。

### 5-2 マスメディアに対する不信感はどう変化するのか

SNSの普及によって目立つようになったのが、マスメディア批判である。「マスゴミ」という皮肉を込めた表現もされるようになった。一部の人々が、従来の新聞やテレビのニュースからインターネットやアプリのニュースへと移行したのは、手軽さや利便性の他にマスメディアに対する不信感が要因だという意見もある。このような不信感が、マスメディアが発信する情報に対する信憑性を低下させ、メディア利用者を虚偽情報や謀略論に踊らせていると指摘されている。今後、フェイクニュースにも影響を及ぼしている「マスメディアに対する不信感」はどのように変化していくのだろうか。

そもそも、なぜマスメディア批判が台頭したのかというと、インターネットの普及により「マスメディアが報じない事実」に注目が集まるようになったためと考えられている。従来、マスメディアは第4の権力とされ、立法・行政・司法の三権を監視する立場にあるとされてきた。しかし、新聞やテレビが企業として成長し巨大な権力を持つようになると、利益を最優先し、視聴者からの評価に対して敏感になった。また、他のマスコミを批判したり、政権に対して批判的な意見を持つキャスターを降板させたり、自分たちにとって不利益な情報は報道しなかったり、マスコミの姿勢は本来のジャーナリズムの意義を否定するかのようなものへと変化した。このようにして、人々の間でマスメディア批判の声が高まっていたという。マスメディアは立法・行政・司法と並ぶ巨大権力というイメージに移行し、バッシングの標的へと変わっていったのである。

そしてこの問題も前項と同様、SNSがポイントとなる。先に述べたように信頼を置けないと認識され

たマスメディアに対する批判は、SNS 上で多く見られる。そのマスメディア批判もひとつの個人的な意見であり、表現の自由が保障されている以上はこのような意見が消えることはないだろう。よって、マスメディア批判はこれからも続き、全ての人々のマスメディアへの不信感を取り除くことは困難であると考えられる。

しかし、現在最も影響力があるとされるメディア、テレビに関するデータを見ると、テレビへの信頼度が以前高いことが分かった。データは、2014年1月に行われたマクロミル社によるインターネット調査を用いる。この調査は、ウェブ調査登録モニターである全国の20～79歳619サンプルが対象となった。テレビの信頼度を「とても信頼できる」「ある程度信頼できる」「あまり信頼できない」「まったく信頼できない」の4段階で尋ねたところ、全体として「とても信頼できる」2%と「ある程度信頼できる」79%を合わせて8割を超える人が一定程度の信頼を寄せていることが明らかとなった。また、スマートフォン使用程度とテレビへの信頼度の関係性を見ると、スマートフォンをよく使う層ほどテレビの情報への信頼度が落ちることも明らかとなった。このことから、やはりテレビなどのマスメディアに対する信頼度は、スマートフォンの普及によってインターネットやSNSがより身近なものになったことで低下したということが読み取れる。さらに、マスメディアへの一定程度の信頼があるならば、不信感を低下させることなら可能ではないかと考えた。

私たちの考えるマスメディアへの不信感を払拭する方法は、ジャーナリズム性を高めることである。実際に現地に足を運びその実態を伝えることに関するスキルの高さは、マスメディアが長年培ってきた財産だ。この作業ができることがマスメディアの強みであり、本来の任務であろう。「マスメディア＝情報の信憑性を証明するもの」という立場を確固たるものにすることで、不信感を払拭し既存のメディアと新たなメディアが両立することができるだろう。

### 5-3 ポストトゥルース「信じたいものを信じる」傾向は続くのか

最後に、ポストトゥルース時代の象徴である「信じたいものを信じる」という姿勢が今後も続いていくのかどうか考える。

この「信じたいものを信じる」という心理行動だが、最近誕生したものではない。メディアと接触することで、人間には何らかの影響・効果が現れる。その中に、自分の意見に合致する情報だけを見聞きしようとする「選択視聴」や、自分の意見と食い違う情報に対して心理的な不快状態を招く「認知的不協和」という効果がある。これらの効果はまさに「信じたいものを信じる」という人間の本能的態度そのものである。したがって、ポストトゥルース時代に問題視されたこの心理行動は、人間にとって本能的なものであり今後も無くなることはないだろう。

しかし、メディアリテラシーを身につけることで、このような感情を自分自身でコントロールできると推測する。メディアとの接触によって発生する影響などの知識を持つことで、自分自身の感情の変化を客観的に捉えることができるようになる。そして、このようなスキルを実用的なものにするためには、子どもの頃からの訓練が必要だと考える。例えば、小学校から継続的にメディアリテラシーに関する授業を行えば、自然とスキルを身につけることができるだろう。最近では、小学校に入学する前の小さな子どもたちがスマートフォンを難なく使用している姿をよく目にする。大学でマスメディアに関して学び、そこからメディアリテラシーを身につけるのでは遅すぎる。義務教育のスタートと同時に身近なメディアの様々な側面を知ること、全ての子どもたちに実用的なメディアリテラシーを習得させることができ

るようになると考える。

「信じたいものを信じる」傾向を無くすことを目標にした取り組みではなく、自分自身で抑制することを目標にした取り組みを行う方が現実的であろう。

<参考文献>

津田正太郎(2016)『メディアは社会を変えるのかーメディア社会論入門』世界思想社

森達也・青木理(2016)『森達也・青木理の反メディア論』現代書館

日本民間放送連盟・研究所編(2016)『ソーシャル化と放送メディア』学文社

日本民間放送連盟・研究所編(2014)『スマート化する放送ーICTの革新と放送の変容』三省堂

井上泰浩(2004)『メディア・リテラシーー媒体と情報の構造学』日本評論社

## おわりに

本研究では、情報が溢れる現代の「ニュース」と「真実」について考えるため「フェイクニュース」を取り上げた。執筆を通して、「フェイクニュース」の誕生・流行背景と対策について考えることで、現在の情報の生態系の複雑さを再確認した。「フェイクニュース」や「ポストトゥルース時代」は正に現在進行中の大きな課題である。「ニュース」の発信が仕事となるメディアや媒介となるプラットフォームには、確かな「ニュース」を伝えられこと、そして、SNSなどで蔓延る「フェイクニュース」監視者・是正者としての役割が今後求められる。「ニュース」や「情報」のあふれる現代社会ではあるが、我々は「ニュース」に接するとき感情や目新しさなどの即自的な衝動に従うのではなく、腰を落ち着けて、その「ニュース」や「情報」が確かなものなのかを確認をすることで正しい選択ができるようになるだろう。

---