

# グローバルインターネット ネットが抱える 「メディア」としての 諸問題

ジャーナリスト / メディア・アクティビスト  
津田大介 (@tsuda)

2017.12.1

@Internet Week 2017



# この6年で大きく変わった 情報環境



## ▶ 東日本大震災発生時（2011年3月11日時点）

### ➤ 国内スマートフォン契約数

• **955万**      日本人13人に1人

### ➤ 国内Twitterアクティブユーザー数

• **670万**      日本人19人に1人

## ▶ 2017年

### ➤ 国内スマートフォン契約数（3月末）

• **8100万**      日本人1.5人に1人

### ➤ 国内ツイッターアクティブユーザー数（10月時点）

• **4500万**      日本人3人に1人

Photo by Magharebia (CC BY 2.0)



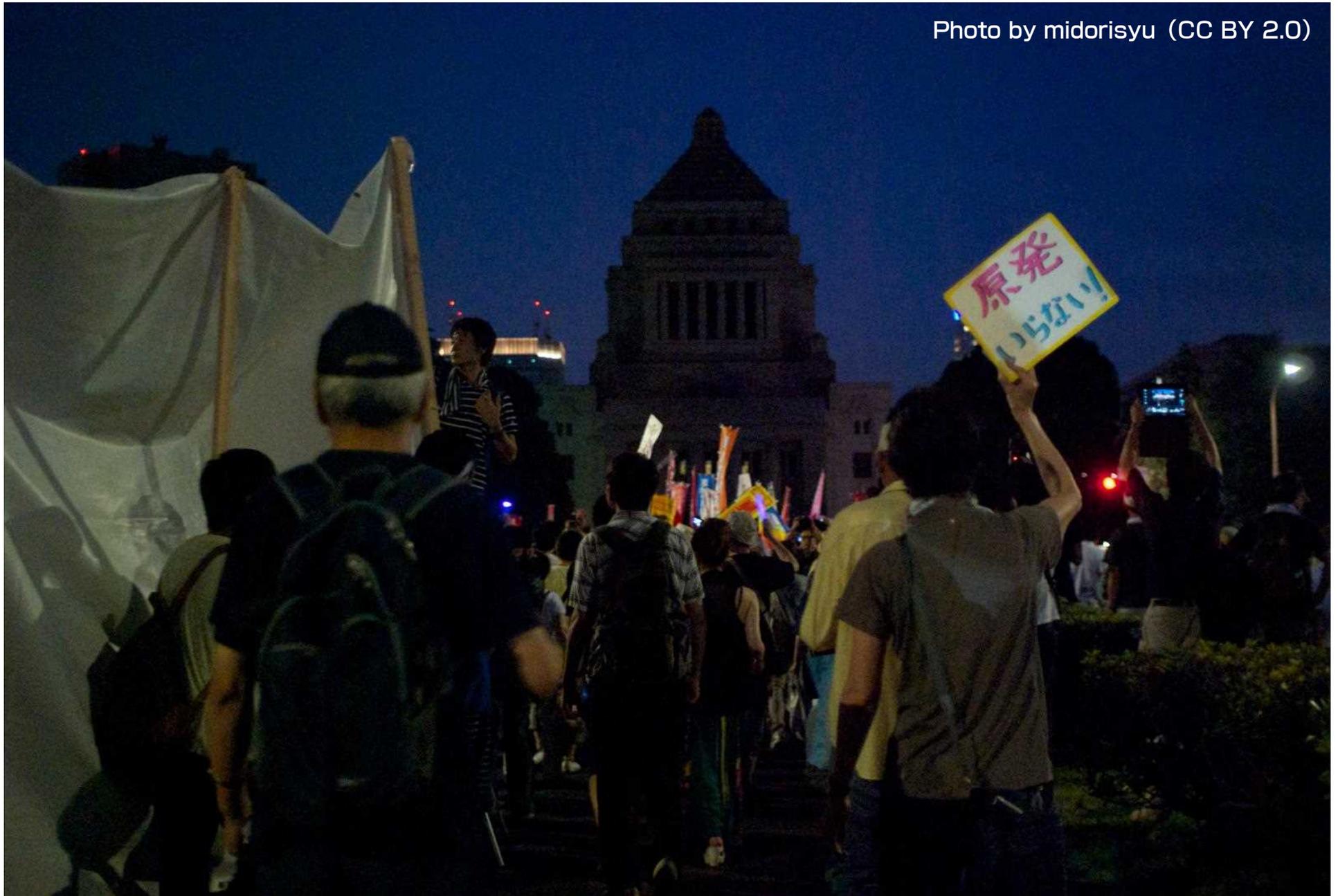
# アラブの春 (2011)

Photo by David Shankbone (CC BY 2.0)



**Occupy Wall Street (2011)**

Photo by midorisyu (CC BY 2.0)



**首相官邸前デモ (2012)**

Photo by Studio Incendo (CC BY 2.0)



# 雨傘革命 (2014)



## 安保法案反対運動（2015）

# ソーシャルメディアは 何を変えたのか



ソーシャルメ  
ディア革命とは  
「**動員の革命**」  
である

→従来はつながらなかった人たちがソーシャルメディア上では（時には国を越えて）自然につながり、その結果としてムーブメントが起きる



Oxford Dictionaries

**WORD  
OF THE YEAR**

**post-truth**

# オックスフォード英語辞書が 選んだ「今年の言葉」(2016)



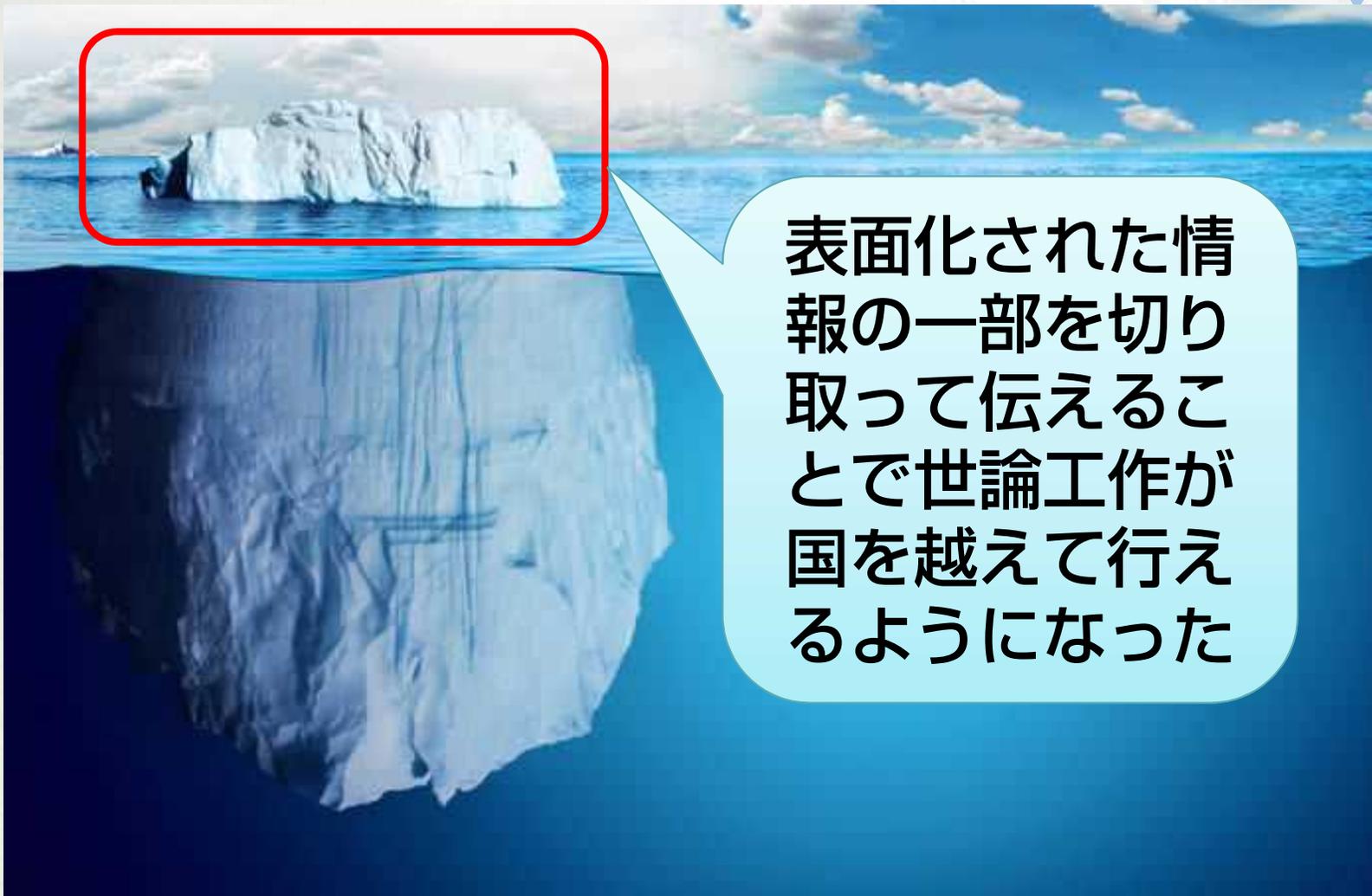
## ▶ post-truth (ポスト真実)

- 客観的事実よりも感情的な訴えかけの方が世論形成に大きく影響する状況を示す形容詞
- 2016年6月の英国EU離脱国民投票と11月の米大統領選を反映して選ばれた

## ▶ post-truth社会を構成する4要素

- |                |             |          |
|----------------|-------------|----------|
| ① ソーシャルメディアの影響 | 炎上の増加       |          |
| ② 事実の軽視        | フェイクニュースの増加 | 政治家の開き直り |
| ③ 感情の優越        | 弱者の軽視       | 私刑の増加    |
| ④ 分断の感覚        | 差別の顕在化      | 移民の排斥    |

# イメージとしては……



表面化された情報の一部を切り取って伝えることで世論工作が国を越えて行えるようになった

Photo by Joe Raedle/Getty Images



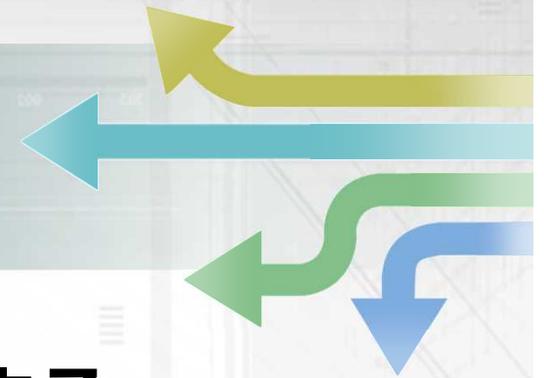
Photo by Joe Raedle/Getty Images



この現象が日常的に起きている



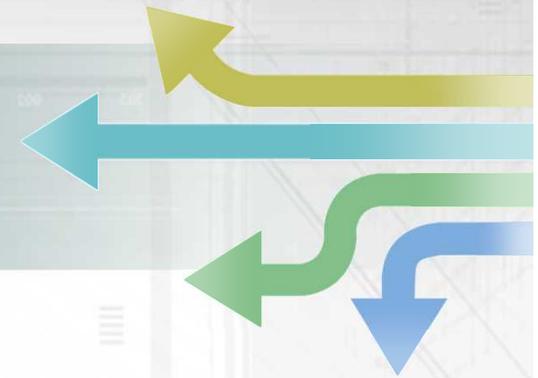
# メディアが直面している フェイクニュースの問題



## ▶ フェイクニュースが世論を形成する

- EU離脱問題や米大統領選で、離脱支持派やトランプ支持派が、さまざまなネットメディアやSNSを利用して、対立陣営を攻撃した
- マケドニアの10代の少年たちが扇情的な情報まとめたデマニュースを広告料目当てで作成
- デマニュースが厄介なのは、プライバシーなども含む「本当」の情報も散りばめられるところ。Half-Fakeな情報をもっとも広まる
- 多く的人是記事の中身を確認せずシェアする
- グーグルやFacebookがようやく対応を開始

# なぜネットで炎上が なくならないのか



## ▶ 義憤に燃えた人の存在

- 自分が敵だと思った人間に社会的制裁を与えないと気が済まない

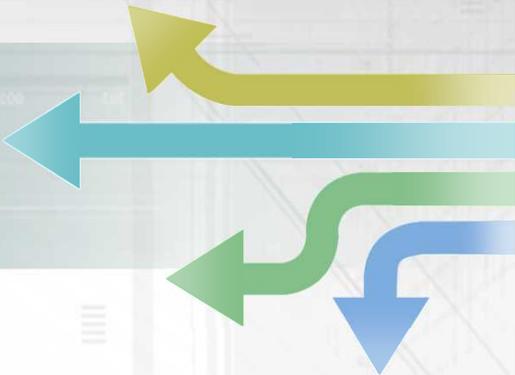
## ▶ 中間層・愉快犯の存在

- 情報を鵜呑みにしやすい“発信志向”の強い人
- 「他人の不幸は蜜の味」の人

## ▶ ビジネスとして煽るメディアの存在

- 情報を歪めて流すことでアクセスを稼ぐ
- ツイッターでリンク元のニュース記事へジャンプして内容を確認する人は全体の41%
- 上位サイトの稼ぎは**月700万円** (クローズアップ現代+ 2017.11.13)

# ヘイトスピーチ対策法成立



## ▶ 「フェイスブック法」 6月30日に成立

- ソーシャルメディアにヘイトスピーチやフェイクニュースなどが投稿された場合、通報から24時間以内に削除する
  - 苦情の常時受付窓口を開設する
  - 半期（6カ月）に一度、対応件数や対応状況について報告書を公表する
- これらの施策を事業者に義務づける
- 違反した場合罰金5000万€（60億円）

# 米国のIT事業者の ヘイトスピーチ対策状況

## ▶ シャーロットツビル事件とIT業界の変化

- 殺害された女性を中傷する記事をアップしていたネオナチ系サイトのドメイン運用業者がサイトのドメインの利用を停止
- AppleやKickstarter、IndieGoGoが人種差別的なメッセージを含む商品に対して決済・資金調達サービスの提供を停止
- Facebookやツイッターがネオナチ系アカウントを軒並み凍結
- Facebookが9月に不適切なコンテンツによる収益化を禁止

# ネット業者が世論を コントロールする時代



## ▶ “The Fake News Machine” (trendmicro, 2017)

- ソーシャルメディアに特定の投稿を行ったりシェアしたりいいね！を押したりする専門業者の存在とメニューをレポート
  - 800語の虚偽ニュース記事執筆→30ドル
  - YouTubeに2分の動画を投稿→621ドル
  - 動画に100個サクラの書込→2.6ドル
  - 2500人にリンクをリツイート→25ドル
  - 特定の人物の評判を落とす→5万5千ドル
  - 大規模な選挙キャンペーン→40万ドル

# AIが記事を書けるなら、AIはヘイトスピーチ記事やフェイクニュース記事を量産したり、特定の人間を攻撃し続けることが可能である

「Voice」については、旧経営陣の営業権取得時の見込みが甘く、当初想定していた売上予算値と実績とのかい離が著しく、およそ回復できる目処の立つレベルでなく、単なる高値掴みであったことが明白であることから、営業権取得時ののれんについて減損処理を行うことになった。カラオケルーム運営事業における競争環境は年々激化しているにもかかわらず、ここ数年、旧経営陣が、新規事業開発へ経営資源を集中する余り、店舗ごとの課題点、問題点に対し把握はしていたものの、恒常的に必要なカラオケ店舗への設備投資をしてこなかったことに加え、店舗スタッフの採用や教育といった人材育成投資もほぼしてきておらず、「退職率の増加」、「売上高の低下」、「営業利益率の悪化」の恒常化に繋がり、12店舗もの多数の店舗で店舗固定資産の減損が必要となったこと、資産除去債務の計上基準に従って既存9店舗で資産除去債務を計上、および資産除去債務計上済み36店舗について昨今の工事費用の高騰を受け見積金額を修正したことから特別損失を計上するに至った。

# 具体的な「ポスト真実」対策は？



## 1. 「技術」で解決する

- ファクトチェッカーのスマート化
- フェイクニュース検出システムの普及
- デマ撲滅用データベース構築（ル・モンド）

## 2. 「経済制裁」で解決する

- フェイクニュース作成者に広告配信を停止する

## 3. 発信者情報開示請求の改善で解決する

- 炎上やフェイクニュースを作成したり拡散させているユーザーが好き放題できないようにする

## 4. 「報道」で解決する

- こんな時代だからこそ報道の力が試されている

ご静聴ありがとうございました！

@tsuda

