

デジタル化および情報化社会における民主主義と社会参画の未来

ベルリン日独センターと国際交流基金の共催シンポジウム報告(2018年2月6日、於:ベルリン日独センター)

モーニカ・エールメルト(Monika ERMERT)、ジャーナリスト



フェイクニュースが最難題ではない

インターネットに民主化を推進する力があると考えられていた時代もあったが、「ツイッター革命」が「ツイッター大統領」に取って代わられた後、この考えは時代遅れになったようだ。フェイクニュースや有権者のマニピュレーション(操作)に鑑み何らかの措置を講じることを検討しはじめた立法府もあれば、ジョージ・オーウェルの小説『1984年』に登場するビッグ・ブラザーも顔負けの全国民監視体制の整備に着手しているところもある。ベルリン日独センターと国際交流基金(ケルン日本文化会館)の共催による掲題日独シンポジウムでは研究者、ジャーナリスト、産業界代表が一堂に集い、このような状況の原因と影響、さらには考えられる対応策について討議した。

ドイツの「新しい責任」財団は、世論の熱い議論を引き起こしたフェイクニュース現象に関する信憑性のある統計を提供するための調査を実施した。同調査ではフェイクニュース⁽¹⁾とジャーナリストのミス(*poor journalism*)を区別し、2017年秋実施のドイツの総選挙に向けた選挙運動期間中にフェイクニュースはハードニュースほど普及しなかったことが確認された。たとえば、「(ドイツに流入してきた)難民の59パーセントは学校を卒業していない」という誤報はドイツのオンライン新聞で5万回弱シェア(拡散)されたが、公共テレビ放送における首相候補同士の討論には160万人の人が全面関与(*total engagement*)⁽²⁾した、というのが「新しい責任」財団の調査結果である。



フェイクニュースの蔓延率が低い理由は主に現在のメディアシステムにある、というのが同財団のシュテファン・ホイマン理事(Dr. Stefan HEUMANN)の見解である。ソーシャルメディアの利用率が低く、フェイクニュースやツイッターに対して大いに懐疑的であること——これを、「健全な懐疑心」と呼ぶべきかもしれない——も主要要因として挙げられるが、ドイツ国民が旧態依然として公共テレビ局をはじめとする伝統的なメディアを信頼していることも統計的に事実と確認された。

編訳注

1. 「新しい責任」財団の調査では誤解されたニュース(*misinterpreted news*)、操作されたニュース(*manipulated news*)、創作されたニュース(*fabricated news*)の3種類の誤報(*disinformation*)がフェイクニュースと定義される。
2. 「いいね」をクリックしたり、シェア(拡散)したりすること。

それでも、ホイマンにとってこれは警報解除を意味するものではない。ホイマンの見解では、フェイクニュースに関するヒートアップした議論をつづけるのではなく、より深いところに根ざす原因究明に着手する必要がある。そしてその際、質の高いデジタルメディアの将来的な財源手当に関する議論を優先的に取り上げる必要がある。ホイマンによると、2018年1月1日に発効となったばかりの「ソーシャルメディアへの法執行を強化する法」(ネット執行法)は——ソーシャルメディアプラットフォームの責任を再考する必要があることは認めるものの——間違った解答である。



朝日新聞社の編集委員で著名なコラムニストである大野博人は、日本でもフェイクニュース論議があると強調し、ジャーナリストのミスが編集部によって訂正されることは今にして始まったことではない、と述べた。それでも、「フェイクニュース」という言葉を用いて朝日新聞をバッシングすることは一種の流行現象となり、「なかには、朝日新聞はフェイクニュースしか発信していないと主張する人もいる」と大野は語った。

朝日新聞のジャカルタ、イギリス、フランス支局で特派員ないしは支局長を務めた経験豊富なジャーナリストである大野は、ホイマンが中核的な問題として取り上げたメディアの変遷にも目を向けた。朝日新聞は毎日およそ600万部という驚異的な部数を販売しているが、その販売数は継続的に減少している。そこで大野が問うのは、専門的なジャーナリズム業務の将来的な財政負担の可能性以外にも、「基準メディア」(*journal de référence*)なくして民主主義がどのように機能し得るか、という問題である。というのも、大野によると、政治世論は基準メディアを通じて主要テーマに関する意見を交換しているからである。大野によると、「基準メディアの代わりに、どんどん小規模になってゆく個人的嗜好のメディア (*journal de préférence*) が広まっている」そうであり、「複数のフィルターバブル³⁾を基盤とする民主主義的ディスコースは不可能なのか」と大野は問い、「日本の出版業界も、デジタルメディアの変遷によって生じる課題に対する答えを模索中である」と述べた。

メディアの変遷に対する対応とデジタル監視の力^{パワー}

株式会社ユーザベースより分社化した株式会社ニューズピックスは、メディアの変遷に対するプロフェッショナルな対応策を提供している。ニューズピックスは定期購読者に対して——自社調査のニュースと、国際的な経済メディアからライセンス供与されたトップニュースをベースに——パーソナライズ(一人ひとりの興味や関心に合わせてサービスを最適化)した経済ニュースを提供している。ニューズピックスの佐々木紀彦編集長は、現在ニューズピックスは自分の嗜好でニューズピックスを購読メディアに選択した300万人の定期購読者を抱えており、その数は増えつづけている、と述べた。



2014年まで東洋経済新報社のオンラインポータル³⁾の編集長を務めていた佐々木は、日本のニュース市場は既存の出版社によって支配されており、新参者が参入しても苦勞が多いと強調した。佐々木の観点では、日本のメディアが変遷・発展する際の問題点はメディア市場の多寡が少なすぎることや、プロのジャーナリストがある出版社から別の出版社に移る柔軟性があまりにも少ないことにある。これは、国連「表現の自由」特別報告者デービッド・ケイ(David KAYE)が最近日本を訪問した際に、勧告の意を込めて指摘したことでもある。

3. インターネット検索サイトのアルゴリズムが、ユーザーのデータ(アドレス、クリック履歴、検索履歴、他)に基づいてユーザーが望む情報を推定して結果を出すように設定されているため、ユーザーの嗜好・観点到に合わない情報が排除され、ユーザーは自身の仮想空間(バブル)に留まり、自分の好まない情報が目に入らない状態。

世界的規模で少子高齢化とグローバル化が進むなか、佐々木は社会の重要課題に対する解答を新しいプレーヤーと新デジタル産業・経済全体に、そしてまた生涯学習およびデジタル社会のさまざまなツール(ブロックチェーン技術、電子投票、ロボット工学、他)に見出している。



パデルーン(PADELUUN)は、メディアとデジタル参画の変遷に対して佐々木とは別の解答を市民社会から求めている。登記法人デジタル・クラージュ(デジタル部門での勇氣)の共同設立者で、第17回ドイツ連邦議会のアンケート委員会「デジタル社会」の委員でもあるパデルーンは、ドイツのインターネット活動家の先駆けで、データ保護の観点からも本名ではなくパデルーンという^{アーティスト}芸名で活動している。本

シンポジウムではインターネットを通じた地方分権と民主化の可能性を再考することを要求した。

パデルーンの考えでは、ここ数10年間フェイスブックやグーグルなどの大手企業をはじめとする極端な商業化と集中化がみられ、元来存在していたさまざまな可能性が抑圧されてきた。社会的課題に対する解答して佐々木が挙げたことはまず社会と政治によって遂行され、その後で規格、標準、立法に反映されなければならない、技術者が登場するのはその後である、というのがパデルーンの信念である。現在、欧州法に反映されているデザインによるプライバシー(Privacy by Design)⁽⁴⁾の原則にも同様のスタンスを見てとれるが、その履行状況という未だ不十分である。

S

ビッグ・ブラザーの一例

国民に規律正しい行動を強制するために中央集権国家がすべての情報を利用する社会、ビッグ・ブラザーによる究極の監視社会の例としてドイツ・メルカトル中国研究センター(德国墨卡托中国研究中心)のマライケ・オールベルグ研究員(Dr. Mareike OHLBERG)は、中国政府が促進している社会信用ポイント制度の進捗状況を紹介した。



現在中国で複数の地方自治体の実証試験中の社会信用ポイント制度では、2020年までに官民のデータベースをリンクし、「身分の公開」「人との繋がり」「返済能力」「信用の歴史」「行動」といった五つの要素から国民一人ひとりのスコアを算出する。このようにして、国家に対する批判を事前に防ぐ機能を得られるだけでなく、信用ポイント階級に基づく新しい階層社会を作り出すことにもつながる。この社会信用ポイント制度は完璧な監視社会、いわば純粋なビッグ・ブラザー社会の誕生を意味するのだろうか。オールベルグによると、中国では(未だ)個々のステップに対する抵抗がみられるため、先行きは未だ不透明である。

メディアリテラシーは単なる美辞麗句ではない

インターネット活動家パデルーンは、「ニュースは俊足、真実は鈍足」と強調したが、ドイツおよび日本では、新メディアと(コンピュータからスマホにいたる)機器を国民がきちんと取り扱えるようにすることが政策レベルでの課題である、と長らく強調されてきた。

ドイツにおけるインターネット機器の利用状況の変遷を紹介したのが、D21イニシアチブ・デジタル社会ネットワークのレナ=ソフィ・ミュラー事務局長(Lena-Sophie MÜLLER)である。D21イニシアチブは1999年に、ゲアハルト・シュレーダー独連邦首相と大手IT企業のイニシアチブによって設立された業界ネットワークであり、10年以上にわたり、ドイツの情報社会の分析をつづけてきた。そして、14歳以上のドイツ国民2万500人を対象とするアンケートを通じて、インターネットの使用状況を調査している。

4. 技術開発の段階で既にデータセキュリティ&個人情報の保護を重視する「技術を通じたデータ保護」のこと。

直近の調査結果では特に50歳以上の年齢群においてインターネット利用率が上昇(前年比+5%)したことが確認された。ミュラーによるとこれは使い勝手の良いタブレットやスマホの登場に依るところが少なくない。また、人口の約25パーセントが「デジタル社会のオフサイドに立っている」(前年比-1%)、41パーセントが「平均的なユーザー」(前年比-2%)、34パーセントが「デジタル・パイオニア」(前年比+3%)という調査結果も報告された。



千葉大学教育学部の藤川大祐教授は日本の学生の間でスマホが普及し、それとともに利用時間が急増したと報告した。藤川によると、2012年まではいわゆるガラケー⁽⁵⁾が普及していた日本市場にインターネット利用が可能なスマホが導入されてから、日本ではネットいじめが劇的に増加した。そこで、STOPit(匿名報告アプリ)やライン(コミュニケーションアプリ)の事業者と教育委員会が協力して、ネットいじめ対策に乗り出した。

また、文部科学省「ネット安全安心全国推進会議」の委員でもある藤川をはじめ専門家が集まり、新しい解決策も模索中である。ネットいじめの対策としては、青少年が取り付きやすいマンガやビデオクリップを用いた教材などを作成し、人口知能(AI)を用いて学生の考えをカテゴライズする研究も進めている。



5. ガラパゴス携帯の略で、孤立し独自の生態系を持つガラパゴス諸島の動植物のように、世界標準とは異なる進化をした日本の携帯電話のこと。