

SNS選挙の影響力

オピニオン&フォーラム

SNSや動画が選挙結果をも左右しかねない時代になった。飛び交うデマやフェイクニュースの影響も深刻化している。特に選挙時の偽情報に、社会としてどう向き合えばよいのか。

収益追いあおる動画量産



1987年生まれ。本名は榎森耕助。沖縄の海を背景に、赤Tシャツ・赤ふんどし姿で社会問題を取り上げ、問題提起している。

せやるがいおじさん
お笑い芸人
YouTuber

政治や社会問題について
の意見をYouTubeで発
信しています。今回の参院
選の間、ネットには「外国
人たたき」や「外国人ヘイ
ト」の動画があふれ、爆発
的に視聴される「バズる」
状況でした。外国人政策が
選挙の争点になり、トレン
ドに合わせた主張をした政
党が議席を伸ばしたことが
大きかったと思います。
こうした動画がバズる流
れは参院選前からありまし
た。そこに目をつけたYou
Tuberが参入し、フ
ォームを増やし、最終的に地
方議会の議員になったとい
う例もあります。
いまYouTubeやTi
kTokなどのプラットフォーム
でバズっている動画
は、人の「心の癖」を利用

なっている。顔出しも訂正もせず、
いざとなればアカウントを
消して終わりというケース
があります。動画が社会に
どんな影響を与えるかとい
うことを念頭に置かず、政
治思想も関係なく、トレン
ドを追いかけて動画を出
す。すると、問題のある主
張をする人がトレンドにな
ったとき、動画がその主張
をただ広げ、見た人がその
主張を内面化させてしまっ
ていくと、一つの発信を
きっかけに多くの人が主張
を知り、物事を変えるとい
う力も秘められています。
問題は、この力をどう使うか
です。まずは動画を見ると
き、「心の癖」があると自
覚する。そして物事には膨
大な背景があることを理解
し、短い動画を見ただけで
知ったつもりにならないこ
とも大切でしょう。

(聞き手・富田浩平)

「思想の自由市場」更新を



1982年生まれ。九州
大学大学院准教授。著
書に「表現の自由と共
一キテクチャ」、共編
著に「人工知能と人間
・社会」など。

成原 慧さん
情報法研究者

SNSは単に政治的メッ
セージを拡散する情報伝達
手段ではなく、それを駆使
した者が、選挙や民主主義
をハックする(乗っ取る)
可能性がある。昨年の
東京都知事選と兵庫県知事
選、今回の参院選が示した
のは、その事実でしょう。
今回、ショート動画など
によって流通した言説や情
報には、デマも少なからず
含まれていました。それは
選挙の公正を害するだけで
なく、民主主義の基盤を揺
るがしめます。人々が正確な
情報に基づき候補者や政党
を判断しているという信念
に疑義が生じれば、選挙で
選ばれた議員によって制定
された法の正統性そのもの
が脅かされかねません。
偽情報対策は従来、反論
や批判によって淘汰される

を獲得し収益を得られる仕
組みを見直したり、対立す
る情報を表示させる機能を
もたせたりすることに取
組むべきです。
伝統的メディアの選挙報
道も問われています。量的
な公平性と中立性を旨とし
た従来の報道は、有権者が
情報飢餓感からネット情報
に頼りがちになる一因でも
ありました。ただ今回の参
院選では、積極的に候補者
の主張をフアクトチェック
したり、争点となった「外
国人問題」を掘り下げたり
と、質的な公平性へと転換
する姿勢が見られました。
評価すべき方向性です。
思想の自由市場論は、競
争で必ず真理が勝利するこ
という楽観論ではありません
ん。誰もが誤り得ることを
前提に、相互批判と検証に
よって真偽を不断に問いつ
す方が、政府に偽情報の判
定と排除を委ねるより望ま
しいという考えです。自由
市場論を拙速に手放すので
はなく、様々な対策を組み
合わせ試行錯誤すること
で、相互検証の仕組みを更
新し続けることこそ必要で
す。(聞き手・石川智也)

だまされやすさ誰にでも



1970年生まれ。中央
大学教授。社会調査、
政治心理学を専門とし
、世論過程を研究。
著書に「重層的な世論
形成過程」など。

安野 智子さん
社会心理学者

同じ情報に繰り返し接触
すると、それが真実である
かのように見えてきてしま
う/自分の考えに沿った情
報を探し、それを信じてし
まいやすい/わかりやすい
情報を信じがちである/自
分や仲間有利な解釈をし
てしまう傾向がある……。

判断のクセだと思えばよい
でしょう。いま、偽情報や
誤情報が選挙中にSNSで
流されたことで、だまされ
やすさへの関心が改めて高
まっているようです。
偽情報や誤情報が広まり
やすくなった原因の一つ
は、言われる通り、ネット
やSNSの登場で情報がチ
ェックされることなく拡散
されやすくなったという、
情報環境の変化でしょう。
他方、拡散をする私たち

の側にも原因があります。
今年5月に総務省が公表し
た「ICTリテラシー実態
調査」によれば、偽・誤情
報を見聞きした人のうち、
それが「正しい情報だと思
う」「おそらく正しい情報
だと思う」と回答した人は
47.7%、何らかの形で拡
散した人は25.5%に達し
ていたそうです。
私自身が今年3月に実施
した2回のウェブ調査で
も、「重要なニュースは複
数の情報源にあたるように
している」人は5割程度に
とどまり、6〜7割の人は
「ネット上の長文は読む気
がしない」と答えています
た。私たちはニュースを目
にした際、その信頼性を確
認するとも、じっくり吟味
するとも限らないのです。
またそもそも政治に対す

(聞き手 編集委員・塩倉裕)

