

KGRI Working Papers

No.2

共同提言「健全な言論プラットフォームに向けて ーデジタル・ダイエット宣言 ver.1.0」

Version1.0

2022 年 01 月

鳥海不二夫

東京大学大学院工学系研究科 教授

山本龍彦

慶應義塾大学大学院法務研究科 教授

同グローバルリサーチインスティテュート 副所長

Keio University Global Research Institute

© Copyright 2022

Fujio Toriumi, Professor, The Graduate School of Engineering, The University of Tokyo and Tatsuhiko Yamamoto, Professor, Law School & Deputy Director of Global Research Institute, Keio University

共同提言

「健全な言論プラットフォームに向けて——デジタル・ダイエツ宣言 version 1.0」

鳥海不二夫

(東京大学大学院工学系研究科 教授)

山本龍彦

(慶應義塾大学大学院法務研究科 教授、同グローバルリサーチインスティテュート 副所長)

要旨

私たちは、フェイクニュース(偽情報)やインフォデミック(感染症を巡る情報氾濫)を、人々の命も脅かす深刻な社会的病理と考える。背景にあるのは、インターネットの発展がもたらした情報の「飽食」「偏食」であり、個人としても、社会としても、情報の適度なバランスを意識する「情報的健康(インフォメーション・ヘルス)」が非常に重要になるとの共通認識に至った。本共同宣言は、デジタル・プラットフォーム事業者を含む様々なステークホルダーが、情報的健康を実現するためにどのような取り組みを進めるべきかを学際的・分野横断的に検討してきた成果をまとめたものである。

本提言は、あくまでも暫定版(version 1.0)であり、今後、様々な分野の研究者やステークホルダーから意見を募りつつ、その内容を更新していきたい。

目次

前文.....	2
I. 現在の課題.....	3
II. 共同提言の方向性.....	7
III. ユーザーの基本原則.....	10
IV. 事業者の基本原則.....	11
V. 政府の基本原則.....	18
VI. 今後の展望.....	19
賛同者、協力者(リサーチ・アシスタント)	21

前 文

新型コロナ禍によって、フェイクニュース、インフォデミックは情報空間の混乱をもたらす¹だけでなく、感染症対策の妨げとなり、人々の生命を危険にさらす切実な問題であることが明らかになった²。一方で、その主な舞台であるデジタル・プラットフォーム（DPF）は、日々の買い物から友人とのコミュニケーション、ニュース記事の閲覧まで、我々の日常生活を支えるインフラ的存在となっており、その利便性を劇的に向上させてきた。この二つの側面は密接につながっている。我々が受け取る情報が爆発的に増え、それが我々のアテンション（関心）を得るために構築された特定のアルゴリズムによって選択的に送られるようになったことで、情報摂取のバランスが崩れ、フェイクニュースの影響力が増大したり、フィルターバブルやエコーチェンバーが発生したりするなど、数々の問題が生じているように思われるからだ。

いかなる情報を摂取するかという選択は、もとより個人の自由に委ねられており、情報を偏食する自由もまた尊重されるべきである。だが、新型コロナ禍で見られたように、フェイクニュースやインフォデミックの拡散が感染対策の障害となり、社会に混乱をもたらすようであれば、それは社会全体の問題となる。これは新型コロナ禍のみならず、米大統領選の混乱で見られたように、民主主義そのものについてもいえるだろう。

特に問題にすべきなのは、「アテンション・エコノミー（関心経済）」と呼ばれるビジネスモデルの下で、我々の多くが情報偏食の状態に＜させられている＞こと、事業者の経済的利益を最大化するアルゴリズムのために特定のコンテンツを他律的に摂取＜させられている＞こと、こうした情報環境に置かれていることを多くの者が十分に＜知らされていない＞ことである³。かくして最も重要なのは、我々がいま置かれている情報環境とはどのようなもので、日々どのような情報を「食べているか」が明瞭に認識されること⁴、そして、情報の偏食を改善したいと考える人々に対して、多様な情報をバランスよく摂取できるような機能が提供されることである。

情報通信技術がもたらす便益を享受しつつ、フェイクニュースが及ぼす危害を避け、憲法の基本原理と調和する健全な言論環境を実現する。そのために、いま我々に求められているの

¹ 参照、総務省「令和2年 情報通信白書」第1部第2章第3節（1）誤情報やフェイクニュースの流布
<<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r02/html/nd123110.html>>

² インペリアル・カレッジ・ロンドンなどの研究チームが2020年9月、英国と米国で計8,001人を対象に実施した調査によれば、新型コロナワクチンに関する「ワクチン接種がDNAを変える」などの誤った情報を見たことで、英国で6.2ポイント、米国で6.4ポイント、ワクチン接種の意図の低下が見られた、という。See, L., Sahil, et al., "Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA," Nature Human Behaviour volume 5, pages337–348, 2021. <<https://www.nature.com/articles/s41562-021-01056-1>>

³ Twitterは2021年10月、同社のアルゴリズムが、右派の政治家やメディアの投稿を左派よりもより多く表示し、国によってはその差が4倍にも上がることが、日本と欧米の7カ国調査でわかった、と発表している。調査結果は「米国科学アカデミー紀要（PNAS）」に掲載された。See, Huszár, F., et al., "Algorithmic amplification of politics on Twitter," PNAS January 4, 2022 119 (1) e2025334119. <<https://www.pnas.org/content/119/1/e2025334119>>

⁴ PR会社のエデルマン・ジャパンはグローバルな信頼度調査「2021 エデルマン・トラストバロメーター」において、「ニュースを積極的に収集しているか」「エコーチェンバー現象を避け、自分とは異なる考え方を取り入れているか」「情報の真偽を確かめているか」「不確かな情報を拡散していないか」の4つの基準からなる「情報衛生」を調査。このうち3つ以上を実施している「良い」の評価となった割合は、調査対象27カ国の平均が26%だったのに対して、日本は19%。逆に、4つの基準のうち実施しているのは1つ以下の「悪い」の評価では、27カ国平均が39%だったのに対して、日本は56%となっている。
<<https://www.slideshare.net/EdelmanJapan/2021-246556173/24>>

は、多様な情報摂取のバランスをとることを通じて、フェイクニュース等に対して一定の「免疫」（批判的能力）を獲得している状態、すなわち「情報的健康（インフォメーション・ヘルス）」を実現することである。そのためには、ユーザー、DPF 事業者、既存のマスメディアが変わること、さらに、政府が「情報的健康」の実現に向けてさまざまな側面的支援を行うことが必要である。

これらの課題は、個人の尊重や民主主義など、憲法の基本原理をも脅かす国民的な課題でもある。もっとも、だからといって、政府が、DPF 事業者に一律に厳格な法的規制を課するのは性にすぎる。ハード・ローによるアプローチは、デジタル技術の発展の源泉であるイノベーションを阻害しうるだけでなく、国家による「検閲」や思想誘導につながるおそれもあり、現段階で最も適切な考え方であるとはいえない。

本共同宣言は、言論空間上で「情報的健康」を望むあらゆる者が、それを享受できるように、ユーザー・事業者・政府といった各アクターが取り組むべき内容を提言するものである。

I. 現在の課題

(1) 言論空間のビッグバン

社会がデジタル化される以前、言論空間は、比較的閉じられた、特権的サークルとでも言うべきものであった。電波や紙面は物理的に有限で、情報伝達は一方向・低速・少量であった。また、情報の送り手は、いわゆるマスメディア、それに属する「プロ」の記者、マスメディアが注目する一部の知識人などに、基本的に限定されていた。

インターネットの普及により、言論空間は「ビッグバン」のごとく爆発的に膨張し、情報が双方向・リアルタイム・無制限に交錯する、これまでにない、まったく新しい次元へと突入した。ネット黎明期においては、「ビッグバン」で民主的で開かれた世界が実現することが期待されたが、現在においては、多様な一般ユーザーが実名・匿名で投稿する玉石混交のコンテンツ（UGC; User Generated Contents）が溢れ、出所不明の偽情報が、取材に裏付けられたジャーナリズムと隣り合わせになりながら存在し、ボットのような実在しないフェイク群衆の手も借りて拡散・増幅されるような世界となっている。

多くの DPF では、現状、マスメディアやプロの書き手・送り手によるコンテンツ（PGC; Professional Generated Contents）と、専門的な訓練を受けていない、あるいは倫理的な行動規範を組織的に共有していない書き手・送り手によるコンテンツとが混じり合いながら、特定のアルゴリズムにより順位付けされ、表示されている。それにより、新聞や雑誌といった既存のマスメディアも、「読者・ユーザーへの瞬間的なインパクト」が閲覧数を左右するアテンション・エコノミーの論理（I.(2)参照）の下で激しい競争をせざるを得ない状況に置かれている。

AI（人工知能）等を用いてパーソナライズ化された情報を提供する推薦アルゴリズムには、ユーザー自身が潜在的に興味を持っているであろう記事やコンテンツを確実に受け取ることができるという利点がある。その一方で、プラットフォームの推薦アルゴリズムによって「おすすめ」

されたコンテンツだけを消費するようになり、その結果、まるで「泡」のなかに包まれているかのように、自分が見たい（とアルゴリズムによって評価される）情報しか見えなくなってしまう「フィルターバブル」が生じているなどと指摘される（「情報の繭＝インフォメーション・コクーン」とも呼ばれる）。これは、各ユーザーにおいて、「情報偏食」が進むことを意味する。

（2）アテンション・エコノミー

インターネットとソーシャルメディアにより、我々は絶えず情報を浴びせられると同時に、情報を発信する存在ともなった。そこでは、情報の消費と共有とが果てしなく繰り返され、情報に飢えることは、ない。

こうした情報過多の社会においては、供給される情報量に比して、我々が支払えるアテンションないし消費時間が希少となるため、それらが経済的価値を持って市場（アテンション・マーケット）で流通するようになる。こうした経済モデルは、一般に「アテンション・エコノミー」と呼ばれる⁵。スマートフォンなどのモバイルデバイスが日々の生活に深く浸透したことで、我々の「身体」はますますアテンション・エコノミーに支配されるようになっている。

心理学では、人間の思考のモードには①直観的で自動的な「システム 1」というモードと、②システム 1 を補完し、熟慮を特徴とする「システム 2」というモードがあるとされている（二重過程理論）⁶。アテンション・エコノミーの世界では、前者、すなわち「システム 1」を刺激することが重要だと言われる。「刺激」を与えることで得られた利用者の脊髓的反射的な反応⁷が経済的な価値を有するからである（こうした「反射」は、PV〔閲覧数〕や、ウェブページへの滞在時間や粘着性などにより評価され、経済的価値に換算される）。

この新たな経済モデルは、放任しておく対話や熟議のもととなる「システム 2」の思考を減退させ、システム 2 を前提とする民主主義を危険にさらす危険性がある。

（3）マインド・ハッキング

AI 技術等を用いたプロファイリングによって、ユーザーの政治的信条はもとより、感情や心理的側面などを非常に高い精度で分析・予測することが可能になった。2016 年の米国大統領選挙などで、英国の選挙コンサルタント会社であるケンブリッジ・アナリティカが行っていたのは、サイコグラフィックスを用いたこのような「心理的プロファイリング」であったとされる。こうした技術を用いた政治的マイクロ・ターゲティングにより、個人の感情や思考が容易に「ハック」され、操作されるようになりつつある（マインド・ハッキング）⁸。これは、人々が意識しない／

⁵ See generally, Wu, Tim. “The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads.” Vintage, 2017.

⁶ 参照, ダニエル・カーネマン, 村井章子 (訳) 『ファスト&スロー あなたの意志はどのように決まるか?』 (ハヤカワ・ノンフィクション文庫, 2014)

⁷ 参照, 西田亮介 『情報武装する政治』 (KADOKAWA, 2018)

⁸ 参照, クリストファー・ライリー, 牧野洋 (訳) 『マインドハッキング: あなたの感情を支配し行動を操るソーシャルメディア』 (新潮社, 2020)

できない状況での他者による心理的介入・操作を可能にし、個人の自己決定、自律、さらにはそうした能力を前提とする民主主義を掘り崩す。

また、DPF 事業者等が、自らの経済的利益のために、ユーザーの意思決定を不当に誘導しようとする UI や UX、いわゆる「ダークパターン」が様々な場面で用いられるようになっている⁹。

(4) フィルターバブル、エコーチェンバー

ビックデータを使ったプロファイリングとターゲティングにより、我々は情報の海のなかから、自身に「有益」とくされる＜情報を絞り込まれ、「自分用」にカスタマイズされた情報を閲覧できるようにになった。

しかし、それは良いことばかりではない。人間には、同じような考えを持つ者だけが集まって議論すると、その考え方がより過激化する傾向があると指摘されている（集団分極化）¹⁰。こうした人間の傾向とインターネットの特性の相互作用による現象と言われているものとして、「エコーチェンバー」と「フィルターバブル」がある。

アルゴリズムはユーザーの好み（preferences）を分析し、それに基づいた情報を優先的に表示する。ユーザーにとって有益な情報ばかりが優先的に表示される結果、まるで自分色の泡のなかに閉じ込められているかのように自分が見たい＜とされる＞情報しか見えなくなってしまう（「フィルターバブル」）。そしてこのバブルの内側では、自身と似た考え・意見が多く集まり、反対のものは排除（フィルタリング）されるため、その存在そのものに気付きづらい。

SNS 上でも同様のことが起こる。自分と同様の興味関心を持つユーザーばかりをフォローした結果、特定の意見を発信するとそれと似たような意見ばかりが反響してくる（「エコーチェンバー」）。この反響により何度も同じような意見を聞くことで、それが正しく、間違いのないものであると、より強く信じ込んでしまう（「陰謀論」を想起してほしい）。

フィルターバブルやエコーチェンバーなどにより、集団分極化は加速すると指摘される¹¹。傾向を極端化させた人々は考えが異なる他者を受け入れられず、話し合うことを拒否する。この2つの現象は、社会の分断を誘引し、民主主義を危険にさらす可能性がある。

(5) フェイクニュース

現在のデジタル空間においては、広告収入を得ることや、著名人・政治団体・企業等の信用を失墜させることなどを目的として作成されたフェイクニュース（偽情報＝disinformation）が多く

⁹ See, KGRI『『ダークパターン』について考える—— 特別講演『『ダークパターン』の技術と倫理的課題』（2021.6.17開催）

¹⁰ キヤス・サンスティンの一連の業績を参照（例えば、伊達尚美〔訳〕『#REPUBLIC』（勁草書房、2018））。

¹¹ ただし、今後慎重な実証的な研究が必要である。参照、田中辰雄＝浜屋敏『ネットは社会を分断しない』（KADOKAWA, 2019）。最近の重要な実証研究として、辻大介編『ネット社会と民主主義』（有斐閣、2021）

出回り、ボットなどの手も借りて拡散・増幅されている。フェイクニュースの生成・拡散は、ソーシャルポルノ仮説（「特定のコミュニティに属するユーザーが、脊髓反射的に拡散・共有したくなるような情報」）やスラックティビズム（手軽な社会運動）といった、人間の本性と密接に関連した「自然的」現象であるともいえる。また、アテンション・エコノミーは、「刺激＝反射」を重視するため、フェイクニュースの拡散を助長させる構造を有している。例えば、デジタル広告のアルゴリズムは、どれだけユーザーの関心を惹きつけたかという基準（インプレッション）によって対価算定を行うことも多く、広告収入目当てでフェイクニュースが次々と生成・拡散されるという現象も生んでいる。

また、他国による「影響工作」の一環としてフェイクニュースが生成・拡散されることもあると指摘されている¹²。これらの工作は、国家の安全保障や国家主権そのものをも脅かす可能性がある。

（6）誹謗中傷・炎上

誹謗中傷も、現在のデジタル言論空間における大きな課題である。近年、SNS やネット掲示板等では過激な発言や暴言が多く出回り、社会問題化している。これも、脊髓反射的な「刺激」を重視するアテンション・エコノミーの構造と関連している。炎上が原因での自殺等も発生しており、SNS 等での「言葉」は人を死に至らせる武器や凶器ともなっている。いまや誹謗中傷は、有名人にかぎらず、一般市民にとっても身近なものであるとともに、誰もが被害者・加害者になりうる状況にある。

（7）「特効薬」の不在

ここまで見てきたように、現在のデジタル言論空間上では様々な問題が噴出している。しかしながら、その発生メカニズムは複雑であり、また構造的である。したがって、現況を一変させるような「特効薬」も存在しない。

またフェイクニュースなどによる情報環境の混乱にさらされ続けることで、我々はフェイクニュースなどに脆弱な体質になる危険性もある。フェイクニュースの拡散に加担してしまう、荒唐無稽な陰謀論にはまり込んでしまう、という問題にとどまらない。社会の分断を増幅し、他者に対する寛容さを失い、他者との共生やコミュニティの維持も難しくなるかもしれない。それは、民主主義と自由にとって危機である。

「特効薬」がないなかで我々がいまできることは、まずは情報摂取のバランスを可視化し、意識することで、「情報的健康」、すなわちフェイクニュースなどへの「免疫」獲得を目指すことではないかと思われる。

¹² Bradshaw ら（2021）によれば、フェイクニュースなどの「コンピュータによるプロパガンダ（Computational Propaganda）」を展開している国は世界 81 カ国で、前年から 11 カ国増加している。See generally, Bradshaw, S., Bailey, H. & Howard, P. N., "Industrialized Disinformation 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation," University of Oxford, 2021.

<<https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/01/CyberTroop-Report-2020-v.2.pdf>>

II. 共同提言の方向性

(1) 情報的健康(インフォメーション・ヘルス)の実現

言論空間における情報の流通が大きく変容した現在、多様な情報にバランスよく触れることで、フェイクニュース等に対して一定の「免疫」(批判的能力)を獲得している状態を実現すること、すなわち「情報的健康」¹³の実現が不可欠であるといえる。

ところで、我々は身体的健康のために、「システム 2」の思考モードによって自分自身に必要な栄養素を見極めたり、「システム 1」によって無意識的に危険な食べ物を避けたりできるように訓練されている。

他方、情報過多の時代になって間もない現在では、我々は「情報的健康」のために、膨大な情報の中から、必要な情報をバランスよく摂取できるようには訓練されてはいない。こうした非対称的状况を利用して、人々にできるだけ多くの(経済的利益と関連した)情報を「消費」させようとするところに「アテンション・エコノミー」の問題がある。

ユーザー自身の意識改革・教育、企業側の努力、さらには政府の適切な(しかし直接的ではない)支援によって、ユーザーが自ら摂取する情報を自律的・主体的に選択できるようにすること、また、民主主義社会を維持するうえで基本的な情報については誰もが摂取できるような環境を整えることが必要であろう。

このような考え方は、憲法上の「知る自由」の解釈とも親和的である。最高裁は、

「各人が自由にさまざまな意見、知識、情報に接し、これを摂取する機会をもつことは、その者が個人として自己の思想及び人格を形成、発展させ、社会生活の中にこれを反映させていく上において欠くことのできないものであり、民主主義社会における思想及び情報の自由な伝達、交流の確保という基本的原理を真に実効あるものたらしめるためにも必要であって、このような情報等に接し、これを摂取する自由は、……〔憲法 21 条 1 項〕の趣旨、目的から、いわばその派生原理として当然に導かれる」¹⁴と述べている。自らの意思で、自らの私的利益のために、特定の情報のみを摂取する自由(「偏食の自由」)も憲法 13 条の幸福追求権から保障されるように思われるが、憲法 21 条 1 項の派生原理として保障されるところの「知る自由」¹⁵は、判例上、自己の人格発展と民主主義社会の維持と関連して「さまざまな意見」等を摂取する自由として位置づけら

¹³ ここでの「情報的健康」の定義は、あくまでも暫定的なものである。今後、学際的・領域横断的な議論を通じて、さらに適切に定義づけていくことが期待される。

¹⁴ レペタ事件判決(最大判平成元年 3 月 8 日民集 43 卷 2 号 89 頁)。

¹⁵ よど号ハイジャック記事抹消事件判決(最大判昭和 58 年 6 月 22 日民集 37 卷 5 号 793 頁)。この判決では、さまざまな意見等の伝達の媒体である「新聞紙、図書等の閲読の自由」が、思想・良心の自由を保障する憲法 19 条、表現の自由を保障する 21 条の「派生原理」として導出され、個人の尊重を定める憲法 13 条の趣旨とも合致すると説かれている。

れている。このような意味における「知る自由」は、さまざまな情報をバランスよく摂取することで、フェイクニュース等に対して一定の「免疫」（批判的能力）を獲得している状態としての「情報的健康」と密接に関連しているように思われる。

（2）コンテンツ・カテゴリーの公表（カロリー表示）

「情報的健康」の実現には、ユーザーが DPF 上でコンテンツや情報を摂取する際に、主体的・自律的な選択の機会を持つことが重要となる。

そこで、コンテンツ・情報自体の「要素」・「成分」、また DPF が種々のコンテンツ等をどのようなバランスにおいて表示・配信しているのかがユーザーに明らかにされ、ユーザーが自らの「情報的健康」のため、どのコンテンツ・情報を摂取するか、どの DPF を選択するかを主体的・自律的に判断するための指標が提供されるべきである。

これは、食品表示法により食品に義務付けられているカロリーや栄養成分の量の表示にも似ている。我々は、こうしたカロリー表示等を、当該食品を摂取するか否かを判断する際の一材料と考えてきた。デジタル社会においては、コンテンツや情報についても、その性質や内容を可視化し、それがどのような情報カテゴリーに含まれるかをユーザーに伝えることが重要であろう。

なお、テレビ放送においては、放送法上の番組調和原則によって、コンテンツの編成に偏りが出ないよう一定の規律が行われている¹⁶。番組調和原則による規律は、電波が有限であることや、放送メディアが強い社会的影響力を有することなどを理由に正当化されている。現代においては、少数の（選択肢が限られているという意味では、事実上「有限」である）DPF が主要な情報流通チャンネルとして、非常に強い社会的影響力を獲得するに至った。

そこで、一部の DPF¹⁷については、ユーザーの興味関心を狙った特定の情報を「おすすめ」するだけではなく、幅広いジャンルのコンテンツにユーザーがバランスよく触れられる機能を提供できるようにアルゴリズム等を設計することが望まれる。具体的には、一部の DPF は、番組調和原則などを参考にしつつ、提供するコンテンツの割合（例えば、トップ画面上で、政治関連ニュース、経済関連ニュース、芸能関連ニュース、スポーツ関連ニュースなどをどのようなバランスで表示するのか）を自主的に決定し、それをわかりやすく公表すべきであろう。それにより、ユーザーは、自らに提供されるコンテンツや情報の偏りを把握することが容易になる。

¹⁶ 放送法 106 条 1 項は、「特別な事業計画によるものを除くほか、教養番組又は教育番組並びに報道番組および娯楽番組を設け、放送番組の相互の間の調和を保つ」ことを基幹放送事業者に求める。総務省は、2008 年の地上テレビの放送局再免許の際、電波法関係審査基準によって、NHK の総合放送と民間放送に一週間の放送番組中に、教育番組 10%以上、教養番組 20%以上を確保し、放送番組の相互の調和を図るという条件を付した。2010 年の改正により新設された番組種別の公表義務では、毎年 4 月から 6 か月の期間ごとに、当該機関における隔月の第三週の期間に放送した放送番組を「教養番組」「教育番組」「報道番組」「娯楽番組」「その他の放送番組」の区分に分類し、当該各 6 か月の期間が経過した後、速やかにその内訳を公表する義務が課される。

¹⁷ ここでいう DPF は、あらゆる DPF を意味するわけではない。「バランス」が特に期待される DPF は、DPF の中でも大規模で、公共性の高いものを意味しよう。その定義は、今後の議論に委ねられる。

(3)「情報ドック」の提供

ユーザーが自らの「情報健康」の状態を確認できるように、人間ドックならぬ「情報ドック」の機会が定期的に提供されるべきである。個人が自らの意思で、このような「情報ドック」を受けることで、自らがどのような情報に触れてきたかが可視化され、情報摂取行動の変容への動機づけとなることが期待される。

「情報ドック」では、摂取している情報源の多様性（偏りが生じていないか）や、その情報源の信頼度などを検査し、その結果を客観的なデータとして提示することが考えられる。また、フィルターバブルやエコーチャンバーに「罹患」している状況や度合いを計算するソフトも、「情報ドック」の一種として実装することが考えられる。

このような「情報ドック」は、アテンション・エコノミーが一般化している状況において、情報摂取の偏りに不安を感じる人々や、情報のバランスを希望する人々が受けることが推奨される。しかし、決して強制されてはならない（政治が実施者になることも認められない）。また、「情報ドック」を実施するために行われる個人データの収集・管理等については、ユーザーのプライバシーに十分配慮する必要がある、そのデータの安全管理は徹底されなければならない。

(4)デジタル・ダイエットの提供

ユーザーが自らの「情報健康」に問題があると感じた場合、DPF 上でのパーソナライズ化の程度を自身で調整できる機能が備わっていることが望ましい。「情報ドック」によって自身の情報摂取行動に問題があると感じ、その情報摂取行動を変容させることを自ら望んだ場合、それに応じた情報提供を行う機能を用意することが必要である。また、重度の問題を抱えていると考えられる場合は、医療における食事管理のように、専門家¹⁸に相談し、自らの意思で、摂取する情報を管理してもらうことも考える。

もちろん、現実のダイエットのように、不適切なデジタル・ダイエットも存在する。「自分で考えよう」「あなたの思想は偏っている」などの言葉を用い、人々をさらに「不健康」な状態に導こうとする欺まんの言説には特に注意する必要がある。また、デジタル・ダイエットの名を借りた「思想矯正」や「洗脳」には十分に警戒しなければならない（政府が実施者になることは当然許されない）。

なお、デジタル・ダイエットは、多様な情報をバランスよく摂取してフェイクニュース等への「免疫」（批判的能力）を獲得することを目的とするものであり、情報摂取から自身を切り離す、いわゆる「デジタル・デトックス」とは概念を異にするものである点に注意する必要がある。

(5)アテンション・エコノミーに代わる経済構造の模索・探究

現在では、言論空間はアテンション・エコノミーと呼ばれる経済モデルにほぼ一元的に支配され、DPF 事業者だけでなく、ユーザー、既存のマスメディア、広告主までもがその渦に飲み込まれているように思われる。これまで挙げてきた種々の問題は、その必然的な結果とも言うえる。

¹⁸ ここでいう専門家は、「情報健康学」に通じている者であるべきである（VI.参照）。それらをどのように養成し、認証していくかは、「専門家」による思想誘導等の危険があるだけに、今後の重要な課題となる。

そこで我々は、現在のアテンション・エコノミーに代替するような経済構造をラディカルに模索すべきである。もちろん、これは理論上も実務上も相当な困難を伴うが、かかる経済構造に問題の根本的な原因が認められる以上、こうしたラディカルな検討から逃れるべきではないだろう。

アテンション・エコノミーに代替する新しい経済構造については、現時点では明らかではなく、経済学的な視点を含む、今後の領域横断的な議論に委ねられるが、まずは、アテンション・エコノミーの枠組みを基本的に維持した上で、PV 数といった単純な指標ではなく、その質などによってコンテンツを評価し、かかる評価に応じて対価が支払われるようなサブシステムの構築を検討すべきであろう。また、現在各分野で流行している「サブスクリプション」をベースに置いた、ユーザーの定額課金を前提とするサブシステムの構築も考えられる。

Ⅲ. ユーザーの基本原則

(1) 現在の情報環境を理解する

ユーザーは、「アテンション・エコノミー」という経済モデルを理解し、我々がその中に組み込まれているという事実を認識すべきである。それが問題解決に向けた第一歩である。

(2) 「情報的健康」を意識する

ユーザーは、身体的な健康と同じように、自らの「情報的健康」を意識することが望まれる。それには、以下のようなさまざまなメリットがあると考えられる。

① フェイクニュースに騙されない

情報偏食の状態になると、フェイクニュース等に対する免疫が低下し、脆弱性が増す。情報的健康を意識することで、対立する意見を含め、多様な情報をバランスよく摂取することが可能となり、フェイクニュース等に対する免疫が獲得できる。

② 「情報弱者」にならない

情報の入手や利用について一定の困難を抱える人々を「情報弱者」を呼ぶことがある。情報のパーソナライズ化を自ら抑制または調整して、フィルターバブルにおいては排除されていたようなさまざまな情報に触れることで、本来摂取すべき基本的な情報にもアクセス可能となり、「情報弱者」に転化することを予防できる。また、それにより、情報格差が与える経済的・社会的損失を防ぎ、生活の質の向上にもつながる。

③ メンタル・ヘルスの向上

特定の情報を摂取し続けることで、自分の考えが凝り固まり、他の考えを受け入れられなくなる可能性が高まる。また、いわゆる「フェイスブック文書」では、誇張された体型等を見せ続けられることで、自己否定の感情が高まり、若年層がメンタル・ヘルスを悪化させる可能性も指摘

されている¹⁹。「情報的健康」が意識されることで、このようなメンタル・ヘルスの悪化を防ぐ効果が期待できる。

また、特定の人物等に対する誹謗中傷も、断片的な情報提供を含む情報の偏食によって引き起こされる問題の一つであると考えられる。こうした誹謗中傷は、被害者のメンタル・ヘルスに大きな影響を与えるのはもちろん、加害者のメンタル・ヘルスや、その人生にも否定的な影響を与えうる。人々の「情報的健康」が実現されることで、自らが誹謗中傷の加害者・被害者になる事態を防止することも期待できる。

④ 民主主義の健全化

私たちの民主主義は、「システム 2」の思考モード（熟慮）に基づいて主権者が「対話」を行い、主体的・自律的に政治参加を果たすことを前提としている。そのためには、多種多様な言説や意見に触れ、情報摂取に偏りがいない状態を実現することが必要である。アメリカの憲法学者であるキャス・サンステインも、民主主義が維持される前提条件として、①他者による異なる見解にさらされること、②共同体のメンバーが共有体験をもつことを挙げている²⁰。

民主主義の崩壊が進行すれば、権力に対する統制が機能しなくなり、私たちの基本的人権が脅かされるなど、享受できる自由のレベルが著しく低下する危険性がある。「情報的健康」を実現し、民主主義の健全化を図ることは、私たちの「自由」を中長期的に維持する上でもきわめて重要である。

以上のように、「情報的健康」を意識することは、自由で民主的な社会の維持という観点からも大きなメリットがある。

IV. 事業者の基本原則

1. DPF 事業者の基本原則

(1) DPF 事業者の自主的取組の状況

これまでも、既に各プラットフォームは、「情報的健康」の実現に資するような取り組みを自主的に進めている。国内では、Yahoo!ニュースがコメント欄に導入した、「建設的コメント順位付けモデル」²¹などが、多様な言論プラットフォームの実現に関連して注目されている。また、セ

¹⁹ Facebook 社がこのようなメンタルヘルスへの影響を認識していたにも関わらず、対策を怠っていたことがフランス・ホーゲン氏の内部告発で明らかになった。< <https://www.wsj.com/articles/the-facebook-files-11631713039> >

²⁰ 前掲注 (10) 参照。

²¹ ヤフー株式会社プレスリリース「Yahoo!ニュース、不適切コメントへの対策として導入している深層学習を用いた自然言語処理モデル (AI) の API を無償提供開始」, 2020 年 9 月 18 日

ーファインターネット協会（SIA）といった業界団体も、DPF をめぐる問題解決に積極的に取り組んでいる。

以下、DPF 事業者がさらなる取り組みを進めるうえで必要な基本原則を示すこととする。

（2）「認知過程の自由」への配慮

DPF 事業者はユーザーの「認知過程の自由（cognitive liberty）」に十分配慮し、ユーザーの利益に反する目的で、AI 等を用いて個人の思考を「ハック」してはならない（マインド・ハッキングの禁止）。

「認知過程の自由」はもともと神経法学（neurolaw）の領域で唱えられたもので、脳を中心とする身体内部の中枢神経系のインテグリティ（不可侵性）を保護するアイディアであった。そのため、MRI や脳波による神経活動の測定や神経系に対する電磁気的な介入が議論の対象であった。しかし、「認知過程」という概念を拡張的に捉えれば、情報空間やアーキテクチャなどの外部環境が個人の認知に与える問題もまた「認知過程の自由」の射程に入るものと見ることができるだろう。この点「脳の可塑性」という観点からは、マインド・ハッキングにさらされ続けることにより生じる、神経系の変容も問題となりうる。DPF 事業者は、ユーザーの「認知過程の自由」を侵害するかたちで、発展著しい認知神経科学等の知見を利用してはならない。

なお、EU は「人々の行動を著しく操作することを目的として、無意識に訴えかけるサブリミナル技術を使用する AI システム」について、その使用や市場への投入を全面的に禁止することを表明している²²。

（3）フィルターバブル対策

事業者は、ユーザーが多様な情報にバランスよく接することができるように、コンテンツの提供方法等に工夫をこらすべきである。

パーソナライズ化された情報の提供は、膨大な情報の中から欲しい情報のみを手に入れたユーザーと、クリック率等を上げ、エンゲージメントを高めたい事業者双方にとってメリットがある²³。他方で、事業者によってパーソナライズ化された情報のみに接することで、当該ユーザーが「欲していない」と評価される情報からユーザーが遮断され、多様な情報の摂取や基本的情報の摂取を妨げてしまう可能性がある。

<<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2020/09/18a/>>

²² 欧州委員会「人工知能に関する調和のとれた原則を定め特定の EU 法を改正する、欧州議会および欧州委員会の規制案」第 5 条(a) <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=75788>

²³ フェイスブックが 2013 年に明らかにしたデータによると、ユーザーが友達やフォロー先から受け取る投稿の総数は 1 日当たり平均で 1,500 件だが、アルゴリズムがそれを平均 300 件に絞り込んで表示をしている。つまり、表示されているのは投稿全体の 20%ということになる。See, Backstrom, L., "News Feed FYI: A Window Into News Feed," Facebook, 2013. <<https://www.facebook.com/business/news/News-Feed-FYI-A-Window-Into-News-Feed>>

そこで、ユーザーがフィルターバブルの中に他律的に閉じ込められることがないように、パーソナライズ化されていない情報をランダムに、または意図的に提供するなどして、ユーザーに多様な情報を提供する機能を構築すべきである。

(4) フェイクニュース対策

事業者は、実効的なフェイクニュース対策を講じるべきである。対策にあたっては、以下の点に特に留意する必要がある。

① フェイクニュースの定義とファクトチェック団体

フェイクニュース対策をめぐる第1の課題は、「フェイクニュース」をどのように定義し、同定するか、である。例えば、何が「フェイク」であるかは、情報の発信時点では不明なことがある。また、認知バイアスから、人々が受け入れたくない不都合な事実と、フェイクニュースとがオーバーラップして理解される傾向があることにも注意が必要である。

第2の課題は、「誰がフェイクニュースを判定するのか」である。現在、フェイクニュースの判定者としてファクトチェック団体が存在するが、ファクトチェック団体それ自体の信用性も問題となりうる。ファクトチェック団体に対する監督を通じて、ファクトチェック自体に十分な公平性、透明性を担保することが不可欠である。

なお、国際ファクトチェックングネットワーク（International Fact-Checking Network, IFCN）はファクトチェック綱領で以下のような5つの原則を示している²⁴。

1. 非党派性と公正性
2. 情報源の透明性
3. 財源・組織の透明性
4. 方法論の透明性
5. 明確で誠実な訂正

② ファクトチェック記事の効果的表示

ファクトチェック記事は、フェイクニュースを実際に目にした者に提示することが最も効果的である。DPF事業者は、フェイクニュースを目にした者に対して、当該ニュースに関するファクトチェック記事を優先的に表示させるようなアルゴリズムを構築すべきである。この場合、ファクトチェック記事は無料のコンテンツとして提供される必要がある。

もっとも、フェイクニュースは現実世界での会話によって拡散される側面もある。そこで、フェイクニュースが世間一般に広く拡散された場合には、その読者以外に対しても、関連するファクトチェック記事を広く表示させることを検討する必要がある。

²⁴ See, International Fact-Checking Network, "The commitments of the code of principles."
<<https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>>

③ メディアの信頼性の表示

運営主体の明示や編集体制の整備など、その信頼度が評価される一定のメディアについては、そのことを人々に周知する仕組みを設けることが考えられる。ただし、その評価は中立的な第三者機関に委ね、判断基準は一般に公開されたものであるべきで、決して DPF 事業者による恣意的な選別であってはならない²⁵。

④ アーキテクチャによる対策

安易な情報の拡散に自制を促し、「システム 2」による慎重な思考モードを駆動するようなアーキテクチャ（「ナッジ」）の導入も検討する必要がある。例として、Twitter のリツイート時に記事のリンクを表示して利用者にサイトの閲覧を促す仕様²⁶や、侮辱的な投稿をしようとした時にアラートを出して投稿の修正や削除を促す機能など（TikTok や Twitter 英語版で既に導入）が挙げられる。

⑤ 排除のルール

誹謗中傷や重大な偽情報が表示されている場合や、同一のアカウント（ボットを含む）が同一の情報を多数にわたって連続投稿している場合には、その情報を削除したり、アカウントに制限を設けたりするなどの排除措置をとる必要がある。

ただし、これらの排除的措置は、アーキテクチャによる対策（④参照）やユーザーへの直接の警告など、より制限的でない手段を講じてもお問題が解決されない場合に限って行われるべきである。

（5）アルゴリズムを選択する自由の確保

DPF 事業者は、（6）で述べる例外的な期間（選挙期間等）を除いては、表示アルゴリズムにおけるパーソナライズ化の程度を、ユーザーが自由に選択できるようにするべきである。このようなアルゴリズムを選択する自由は、ユーザーが自らの「情報の健康」を主体的に維持・管理するために非常に重要である。なお、DPF 事業者は、アルゴリズムを切替える機能について、ユーザーフレンドリーな UI や UX をデザインしなければならない。

また、その選択の前提として、DPF 事業者は、現在の表示アルゴリズムにおけるパーソナライズ化の程度を、ユーザーがいつでも閲覧し、理解できる状態にしておく必要がある。

²⁵ 「国境なき記者団（Reporters Sans Frontières：RSF）」が中心となって健全な情報空間実現を目指すプロジェクト「ジャーナリズム・トラスト・イニシアチブ（Journalism Trust Initiative：JTI）」は、メディアの信頼性を、①取締役会のメンバーや収入源なども含めた運営主体の情報②編集ガイドラインの整備やそれを担保する編集体制と説明責任のプロセス、などの自己評価による開示と認証機関による外部監査の手続きを経て公開する仕組みを構築し、運用を始めている。これら信頼性の評価項目は 2019 年に、欧州標準化委員会（European Committee for Standardization: CEN）の拘束力を持たないワークショップ合意（CEN Workshop Agreement: CWA）として公開された。See, CWA NO. 17493 <<https://www.jti-app.com/footer/cwa>>

²⁶ Twitter Japan, 2020 年 9 月 25 日 <<https://twitter.com/TwitterJP/status/1309289971690348545>>

(6) アルゴリズムの切替え義務

以下のような例外的な状況が認められる場合には、DPF 事業者は、表示アルゴリズムの切替え義務を負う（以下は、例示にすぎない）。

① 選挙モード

公職選挙や憲法改正国民投票などの民主主義の維持に極めて重要なイベントが実施される期間においては、ユーザーの「情報的健康」がとくに求められる。DPF 事業者は、各党や各候補者の政策、選挙時等の主要な争点など、適切な投票行動にとって必要な情報について、一定のスペースを確保し、優先して表示する必要がある。

既に公職選挙法は、選挙カーの利用制限や、戸別訪問の禁止など、選挙運動について種々の規制を設けている。このような特別の表現規制は、選挙活動が、「あらゆる言論が必要最少限度の制約のもとに自由に競いあう場ではなく、各候補者が選挙の公正を確保するために定められたルールに従って運動するもの」²⁷であると理解されてきたことにもよろう。また、有権者が政党や候補者の情報を自由かつ均等に取得できるようにするため、一定の放送事業者には政見放送が義務付けられている。

DPF 事業者等も、選挙や憲法改正国民投票が実施される一定期間においては、アテンション・エコノミーの論理から距離をとり、選挙等の公正を重視した「選挙モード」のアルゴリズムや UI・UX などを実装すべきであろう。具体的には、政見放送のように、政党や候補者の情報が広範かつ公平に行き渡るように配慮すること、信頼性の高いメディアからの情報を優先的に表示すること、安易な情報拡散を抑制するようなアーキテクチャ（リツイートのような共有機能の制限など）を実装すること、政治的目的をもったマイクロ・ターゲティング広告等を規制すること、「選挙モード」の具体的ガイドラインを定め、その遵守状況をモニタリングすることなどが求められる。

② 災害モード

災害発生には、表示アルゴリズムを切替え、正確な情報や適切な避難行動の促進に資する情報の速報に努めなければならない。具体的には、政府や地方公共団体、報道機関などによる信頼性の高い情報を速報するとともに、避難指示・命令の発出や避難場所の情報など、避難のために必要な情報を広く周知しなければならない。また、混乱に便乗した悪質な偽情報や、人々のパニックを招き、適切な避難行動を困難にするような情報については、その急速な拡散を抑止する必要がある。

③ パンデミック・モード

感染症の拡大など、公衆衛生上の重大な問題が発生した場合にも、表示アルゴリズムを切替え、正確な情報の速報と適切な行動の促進に努める必要がある。災害モードと同様に、偽情報や科学的に裏付けの取れていない情報の拡散を抑制する必要がある。一方、ワクチン接種など個人の意思決定が重視される場面においては、選挙モードと同様に、個人の意思決定に必要な情報を適切に配信しなければならない。

²⁷ 戸別訪問禁止規定判決・伊藤正己補足意見（最三判昭和 56 年 7 月 21 日刑集 35 巻 5 号 568 頁）。

④ 未成年者保護のためのモード

未成年者については、自らの情報摂取行動に対して、十分な判断能力を持たず、さまざまなリスクにさらされる可能性が高い。そこで未成年者に対しては、その「情報的健康」に配慮したパターナリスティックなアルゴリズムの適用が検討されるべきである。特に、未成年者の判断能力を踏まえたうえで、性的コンテンツや、射幸性の高いコンテンツの表示に留意する必要がある。

一方で、未成年者の「知る権利」にも配慮する必要がある。DPF 事業者は、未成年者自身またはその保護者が設定した年齢や属性に応じて、多様なアルゴリズムを順次切り替えられるようにすることが望ましい。たとえば、高校生と中学生では、使用されるアルゴリズムを変更すべきである。

(7) アルゴリズムの透明性

DPF 事業者には、コンテンツ等の表示方法（ニュース記事やユーザーのコメントを表示する順位等）を決定するアルゴリズムを適切な方法で透明化しなければならない。これにより、「情報的健康」に対する各 DPF 業者の考え方やスタンスを明らかにすることができ、「情報的健康」をめぐる市場競争を喚起できる（例えば、ユーザーを中毒に陥れる「悪質」なアルゴリズムを用いていることが判明した DPF は、市場において淘汰されるかもしれない）。また、メディアやジャーナリストが、どの DPF に自らの記事を提供するかを主体的に決定することも可能となる。

さらに、DPF 事業者は、コンテンツの表示方法や広告管理に関する透明性を確保するために、その規律や運用状態に関するレポートを定期的に作成し、一般に公開すべきである。このレポートは、民間団体によって規格化・標準化された枠組みに則って行われることが望ましい（V.(5)参照）。

(8) 責任体制・ガバナンス

① 経営と編成の分離

DPF 事業者におけるコンテンツ等の提供・配信は、アルゴリズムを開発・構築する部門、記事や広告を選定する部門や UI をデザインする部門など様々な部門の協働によって行われているため、その責任の所在が不明確となりやすい。そこで、DPF 事業者は、経営責任者から独立した「編成担当責任者」を設け、責任の所在を明確にすべきである。

これによって、経営側と編成側との間に一種のファイアウォールが設けられ、コンテンツ等の提供・配信について、経営側や社外のステークホルダーによる不当な干渉を防止することができる。

② 倫理委員会の設置

DPF 事業者は、個人データの収集や分析、UI や UX 等による「ナッジ」等について、人間の尊厳または個人の尊厳を侵害する不適切なものがないかをチェックする、社外の有識者等からなる倫理委員会を設置すべきである。また、倫理委員会は、心理学や認知神経学等が倫理的に適切に用いられているかどうかについてもチェックすべきである。

③ 「コンテンツ委員会」の設置

DPF 事業者は、社外の有識者等からなる「コンテンツ委員会」を社内を設置すべきである。「コンテンツ委員会」は、DPF 内の記事やコンテンツの表示・非表示、コンテンツ配信元の審査（いわゆる媒体審査）の妥当性、広告審査部門における広告審査の妥当性や、PR 表示の適切性についても管理・監督を行う。

さらに、配信停止などの個別の処分や媒体審査の結果について、配信元事業者等が不服を申立てる場合、「コンテンツ委員会」は、これを裁定する一定の権限を有するべきである。

④ 実態把握の義務

DPF 事業者は、自社のプラットフォーム上に関連して生じている問題の実態を適切に把握しなければならない。また、実態把握のために行った調査の結果は、営業秘密に抵触しない限りにおいて、定期的に公表すべきである。また、調査結果の詳細（生データを含む）については、可能な限り、報道機関や研究者と共有するべきである。

また、内部通報制度の整備などによって、DPF 業者が抱えるリスクの早期発見・早期対応に努めるべきである。

2. マスメディアの基本原則

（1）マスメディアの原則

① マスメディアの信頼性確保

最近では、マスメディアの社会的信頼の低下が問題となっている。しかし、「報道機関の報道は、民主主義社会において、国民が国政に関与するにつき、重要な判断の資料を提供」するものである²⁸から、健全な民主主義を実現するために、報道の担い手であるマスメディアは国民から信頼される存在であり続ける必要がある。マスメディアは、信頼を獲得・回復するために、事実裏付けられた取材や編集作業を通じた品質の担保（ピア・レビュー）といった、「報道の本質」を見失わないことが必要である。

② アテンション・エコノミーとの距離の確保

アテンション・エコノミーの論理の中では、マスメディアも「PV」獲得のために、人々の注目をひくエンターテインメント性の高い記事や、「システム 1」を反応する刺激性の強い記事を重視する傾向が見受けられる。その結果として、掲載される記事の「質」の低下を招き、マスメディアの信頼性を低下させるという悪循環に陥っている。マスメディアは、自らの公共性に鑑み、公共性の高い分野に関する報道においては、アテンション・エコノミーの論理から距離をとるよう努めなければならない。

²⁸ 博多駅事件決定（最大決昭和 44 年 11 月 26 日刑集 23 卷 11 号 1490 頁）

③ フィードバックループの防止

従来、フェイクニュース等の拡散は SNS を中心に行われていると考えられてきた。しかし、現在では、SNS 上のフェイクニュース等をマスメディアが報道することで、相乗効果が生じ、フェイクニュース等の拡散をさらに加速させていると指摘されている（フィードバックループ）²⁹。マスメディアは、自らの社会的影響力の大きさを自覚し、このようなフェイクニュース等のフィードバックループの防止に努めなければならない。

(2) ジャーナリストの責務

個々のジャーナリストは、取材の主体であり、報道をする上で不可欠の存在である。その職務は、組織としてのマスメディアと同様に公共性を有する。ジャーナリストは、情報の作り手・送り手として、アテンション・エコノミーという経済モデルを冷静に見つめ、公共性をもったひとりの自律した専門家としてその職務を遂行すべきである。

V. 政府の基本原則

(1) 「情報的健康」に向けた取り組みを「側面」支援する憲法上の責務

政府には、メディアの多元性を維持し、多様な情報を流通させることで、国民の「健康で文化的な最低限度の生活」（憲法 25 条）を実現し、国民の「知る権利」（憲法 21 条）を保障する責務がある。これらのことから、政府には、国民の「情報的健康」の維持や向上のため、メディアの多元性を維持するために競争環境を整備したり、DPF 事業者等の様々な取り組みを「側面」支援したりする憲法上の責務があると考えられる。

民主主義の根幹をなす公職選挙や憲法改正国民投票などが行われる特別の期間においては、国民が多様な情報・意見にバランスよく触れ、フェイクニュース等に対して「免疫」（批判的能力）をもつことが特に求められる。政府は、こうした特別の期間においては、他の一般的な期間とは異なり、DPF 事業者等がユーザーの「情報的健康」に特に配慮することを促すなど、健全かつ熟慮的な言論空間の維持に努めることが求められる。

(2) 政府の直接介入・過剰介入の禁止

政府は、国民の「情報的健康」に直接介入し、「健康」を強制すべきではない。また、「何が健康か」を政府が定義してはならない。このような直接的介入は「情報健康ファシズム」を招く

²⁹ 米 NPO「ファースト・ドラフト」のクレア・ウォードル氏は、フェイクニュース拡散の過程を示す「増幅のトランペット」の中で、その最終段階に「プロフェッショナル・メディア」を位置付けている。See, Wardle, C., "5 Lessons for Reporting in an Age of Disinformation," First Draft, 2018. <<https://firstdraftnews.org/articles/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation/>>

おそれがあり、かえって民主主義をゆがめる。この点は、何度強調しても強調しすぎだということはない。

また、DPF 事業者に対する過度な介入も許されない。DPF 事業者自身も、表現の自由（憲法 21 条）や営業の自由（憲法 22 条）を享有する民間事業者である。政府が DPF 事業者に過剰に介入することによって政府が DPF 事業者を飼い慣らせば、実質的な「検閲」につながるおそれもある。

(3)DPF 事業者の透明性・説明責任の担保

既に、DPF 事業者は、その事業の透明性を確保し、国民に対する説明責任を果たさなければならないと述べた（IV. 1. (7)参照）。政府は、DPF 事業者がこのような義務を果たすことを実効的に担保するための制度設計を行うべきである。基本的には DPF 事業者の自律性を尊重すべきだが、特に必要があると認められる場合には、例外的に法的な関与も検討されなければならない。

(4)公正・公平な取引環境の整備

言論空間が「アテンション・エコノミー」一辺倒となり、脊髓反射的反応を得るための刺激的コンテンツが跋扈しないようにするためには、新聞社等の既存メディアから提供される、信頼のおけるコンテンツが DPF 上において実質的に流通し、ユーザーによって摂取可能な状態におかれなければならない。そのためには、既存メディアが DPF 事業者に対して一定の交渉力をもつことが重要である。現実として既存メディアがかかる交渉力を保持していないと認められる場合には、政府が、DPF 事業者とメディア間での公正・公平な取引環境を整備しなければならない。

(5)情報リテラシー教育・啓発活動の実施

上述（III.(2)）の通り、「情報的健康」の実現には、ユーザーが情報リテラシーを身につけることが必要不可欠である。そこで政府は、初等・中等教育の現場において、情報リテラシー教育に積極的に取り組まなければならない。

また、政府は成人に対しても、情報リテラシーの向上に向けた取組みを推進すべきである。

VI. 今後の展望

「情報的健康」を実現するアルゴリズムの構築を行うには、その専門家であるコンピューター・サイエンティストの関与が不可欠である。コンピューター・サイエンティストは、アテンション・エコノミーの強化に繋がるようなシステムではなく、「情報ドック」や「デジタル・ダイエット」など、「情報的健康」の実現に資するようなシステムの構築にも注力すべきである。

また、その他の分野の専門家（法学、経済学、社会心理学、精神医学など）も参画して、学際的・領域横断的に「情報的健康」の適切な実現に向けた議論を行う必要もあるだろう。

今後は、こうした専門家間での協働を通じて、個人の自律と民主主義にとって健全な情報環境を整備することを目的とした「情報健康学」を確立することも考えられる。「情報健康学」における学問的課題としては、さしあたり以下のものが挙げられる。

- ① 「情報的健康」、「情報的不健康」の定義を洗練させていくこと
- ② 情報の「栄養素」を明らかにすること
- ③ 「栄養素」等の表示項目や表示方法を規格化・標準化すること
- ④ 「情報的不健康」によって生じる具体的な害悪、「情報的健康」によってもたらされる具体的なメリットを同定すること
- ⑤ 「情報的健康」のための適切な情報提供の方法を明らかにすること
- ⑥ 「情報ドック」の具体的方法を開発すること
- ⑦ 「情報的不健康」を改善するための具体的方法を検討すること
- ⑧ 「情報的健康」と調和する広告制度を構築すること
- ⑨ 多種多様な「DPF 事業者」を整理・分類し、その中から「情報的健康」に特に責任をもつべき DPF 事業者とはどのような者かを検討すること
- ⑩ アテンション・エコノミーに代替する経済モデルを検討すること

■賛同者(2022 年 01 月 06 日現在)

河嶋春菜（慶應義塾大学グローバルリサーチインスティテュート 特任准教授）

徐東輝（スマートニュース研究所、弁護士）

高口鉄平（静岡大学学術院情報学領域 教授）

平和博（桜美林大学リベラルアーツ学群 教授）

長倉克枝（日経 BP 記者）

成田悠輔（イエール大学経済学部 助教授）

藤代裕之（法政大学社会学部 教授）

三浦麻子（大阪大学大学院人間科学研究科 教授）

水谷瑛嗣郎（関西大学社会学部 准教授）

山口真一（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター〔GLOCOM〕准教授）

■協力者(リサーチ・アシスタント)

小久保智淳（慶應義塾大学大学院法学研究科後期博士課程、同グローバルリサーチインスティテュート所員）

門谷春輝、陣内望、相馬諒太郎（いずれも慶應義塾大学法学部法律学科 4 年）