



FOCUS

大統領選挙後のアメリカ社会

政権が交代しても、分断はなくなるらない。
SNSは野放図にフェイクニュースを流すだけか、
電子投票は民主主義の新しいインフラたるのか、
「カトリック大統領」バイデンは、新たな
宗教分裂のリスクとなりうるか。
ポスト・トランプ社会の今後を見通す。

一月六日、トランプ支持者が米連邦議会
議事堂に乱入する事件を起した。民主
主義の未来はどうなる（AP／アフロ）

SNSとフェイクポピュリズム

——「関心市場」の社会的デザインを探る

刺激的なコンテンツが人間の思考の盲点を突き、
SNS「関心経済」に適合して拡散する。
社会はこうして分断されてきた。
人々の熟慮を促進するアーキテクチャは作れるのか。
法は関心経済の「外部」をデザインできるのか。

慶應義塾大学教授
山本龍彦

やまもと たつひこ 一九七六年生まれ。
慶應義塾大学卒、同大学大学院法学研
究科博士課程単位取得退学。博士法学。
同慶義塾大学を経て慶應義塾大学法学
研究科教授、同大学グローバルリサーチ
インスティテュート副所長。著書に『A
Iと憲法』『プライバシーの権利を考え
る』『憲法学の現在地』（共著）など。

自由は、エリートと人民がともに強くあること、両者がせめぎ合い、一定の均衡を保つことではじめて実現すると考えるリベラル・デモクラシーの立場からは、SNSが加速させるポピュリズムは強い警戒の対象となる。それが成し遂げた言論空間の民主化・平等化は、人民の力を過度に増幅し、かかる均衡を崩すと認識されるからである。この考えの下では、あの異形の大統領を生んだのは、まさにこのポピュリズムだ（一）ということになる。

しかし、ここで冷静に考えねばならないのは、悪いのはポピュリズムそれ自体——エリート批判の政治運動としてのそれ（吉田徹、水島治郎）——なのか、それとも、現在のSNSが生んだ——あえて言えば異形の——「ポピュリズム」なのか、である。本稿は「関心経済（attention economy）」と呼ばれるSNSのビジネスモデルと、それが言論空間に及ぼす影響とを検討し、そこで展開されるポピュリズムの実態を明らかにした上で、その弊害を抑制するための法的枠組みについて検討する。

「関心市場」ではページビューこそが通貨

インターネットの普及により創造された情報過多の世界では、人々が払える関心や消費時間が情報量に対して稀少

となるため、これが交換財として経済的価値を持つ。関心経済とは、この傾向を踏まえ、魅力的なコンテンツを提供して利用者の関心を引きつけ、これを広告主に販売することで収益を得るビジネスモデルをいう。もちろん関心経済自体は民間放送事業者などのビジネスモデルとして以前から存在した。しかし、バイデン政権下で技術・競争政策担当の大統領特別補佐官に就任したティム・ウー教授（コロンビア大）によれば、SNSを含むプラットフォームは、同モデルに「ほぼ排他的に依存している」ため、「関心市場（attention market）」は目下急速に拡大しているという。そのため、今ではわれわれの全ての時間が——かつては非商業的な時間であった友人や家族と過ごす時間さえも——同市場における激しい競争になっているという。

本稿との関係で重要なのは、かかる構造下においては、^{ページビュー}閲覧数やウェブページでの滞在時間が経済的利益に直結するため、利用者が反射的にクリックしそうな刺激的コンテンツが重宝されるという点である。偽情報が拡散するのは、それが真実よりも刺激的で、SNSの収益構造と至極マッチしているからである。

また、閲覧履歴などから利用者の政治的傾向や感情が予測され、それを最も刺激する情報が選択的に提供されるた

め、同様の傾向を持った者同士が強固につながり、思想が極端化して社会の「部族化 (tribalization)」や分断が加速するといわれる (エコーチェンバー現象)。こうみると、デジタル社会下の人民とは、SNSの収益構造のゆえ、常に実験動物のようにセンシングされ、感情的・本能的側面を加速させられた「人民」とはいえないか。実際、二〇一六年の米大統領選でトランプ勝利に大きく貢献したケンブリッジ・アナリティカ社 (英・選挙コンサルタント会社) では、心理学者も動員しつつ、サイコグラフィクスの手法を用いて個々の利用者の心理を微細に分析し、怒りを増幅させて判断能力を低下させる「感情ヒューリスティック」 (認知バイアス) を利用していたという。同社の情報分析担当だったクリストファー・ワイリーは、かかる情報戦略を「心理戦用兵器」と呼んだが、これを誇張表現として直ちには切り捨てられない現実がある (クリストファー・ワイリー著・牧野洋訳『マインドハッキング』)。

また、心理学には、人間の思考モードを直感的で処理速度の速いシステム1と、論理的・内省的で処理速度の遅いシステム2に分ける二重過程理論があるが、情報量に対し認知資源が乏しくなるネット環境下では、前者を刺激して個人の自動的反応 (反射) を引き出すことが特に重視される

という。SNSでは、攻撃性の高い粗暴な言論が多く見られるが、それは、ウーの指摘するように、システム1が絶えず「砲撃」を受け、刺激されているからなのかもしれない。

SNSには、自動プログラムによって作成されたアカウント (ボット) なども存在する。ツイッター上に存在するアカウントの約一五%が、直接人間が関与しないボットだとの調査もある。こうしたボットに、特定の投稿をリツイートさせたり、特定の有名人をフォローさせたりすることで、特定の候補者や思想を現実よりも人気のあるものに見せ、虚偽の社会的合意を作り出せる。また、国家が「フェイク群衆 (fake crowds)」を組織してフェイクな感覚を捏造することも行われている。ゲイリー・キング教授 (ハーバード大) らの調査によれば、中国政府はSNS上で多くのコメントを捏造・投稿し、論争の主題を操作している。情報フラッシング (意図的氾濫) により、人々の目先を変え、政府批判を抑え込んでいるというわけだ。他にもロシア政府が、自らにとって都合な相手を攻撃するため、官民の「混合隊」を結成し、オンライン・トロリーング (対象が児童虐待やDVをしているなどの「荒らし」投稿を組織的に行うこと) を仕掛けていることもよく知られている。ウーは、「聞き手が、所与の問題に捧げられる

時間幅を厳しく制限されているとき、聞き手が深く掘り下げることは減多になく、反対意見が聞かれることもない。そうした環境下では、フラッディングは、伝統的な検閲と同じぐらい効果的だ」と言っている (Tim Wu, "Is the First Amendment Obsolete?" *Michigan Law Review*, 117 (3) (2018) pp.547, 566) 正鵠を射た指摘のように思われる。

「精神ハック」を防御する社会設計は可能か

以上のようにみると、現在のデジタル社会下の人民とは、関心経済の下で感情を常に刺激させられ、瞳孔を開きっぱなしにさせられた——addictedな——「人民」であり、そこでのポピュリズムとは、こうした「人民」と上述のようなボットで構成される「フェイクポピュリズム」であるといえる。無論、フェイクでないポピュリズムは存在するのか、という批判もあり得よう。しかし、歴史上、demosを構成する一人一人がその精神を微細に把握され、「かたまり (mass)」ではなく「個人」単位でその精神がハックされることはあっただろうか。従前のdemosも、確かにその感情的側面が加速される被操作的存在だったが、ネットワークと常に接続していたわけではなく、その非接続的時間の中で、またはフィジカルな人間関係の中で、「我に

返る」瞬間もあったように思われる。他方、SNS上の「人民」は、関心経済の支配するストレスフルな刺激空間に接続し続けることで、*Homo sapiens sapiens* のある一面をアルゴリズムにより極端に肥大化させられた、不自然な人間であるといえよう。

ボットについては、二〇一九年にカリフォルニア州でボット規制法が制定されたこともあり、各SNSが対策を取り始めている。しかし、関心経済の下でボットが完全に消え去ることはないだろう。仮にボットが減少するとしても、既存メディアが、閲覧数獲得のため、SNS上のわずかな盛り上がりをも、「炎上」などとしてセンセーショナルに書き立てることがある (非実在型炎上。鳥海不二夫、山口真一)。SNSでの一部の盛り上がりをも、関心を引きたい既存メディアが我先にと取り上げ、それがさらにSNSで増幅するというフィードバック・ループが、フェイクポピュリズムの最大の要因といっても過言ではない。

かくして、現在のSNSが惹起している問題の本質——異形な大統領を生み出したものの正体——は、ポピュリズムそれ自体というより、フェイクポピュリズムであり、まずもって対処が求められるのは後者であるように思われる。だとすると、われわれはこの現象にどう対処すべきか。

エリート批判というポピュリズムそれ自体のポテンシャルを減じることなく、いかにこの「異形」と対峙すべきか。

第一に、感情のハッキングを法的に禁止することが重要だ。最近、米国では「認知過程の自由 (cognitive liberty)」が注目され始めているが (小久保智淳「認知過程の自由」法学政治学論究一二六号三七五頁)、われわれの憲法は既に内心の自由を保障している (一九条)。SNSを通じて精神への直接的介入を制御し (心理的プロファイリングの規制)、送られてくる情報を利用者本人が主体的・自覚的に選択できることが必要だろう。

第二に、SNS事業者は、利用者の感情を減速させ、「熟慮」を促すための設計を組み込むべきだ。例えばTwitterは、二〇二〇年米大統領選の際に、リツイートの際に利用者に再考させるため、あえて投稿の手順を増やすなどの対策を施した。もともと、熟慮——システム2のスローな意思決定——は関心経済の敵であり、事業者がどこまで本気で取り組むかは疑問である。その場合、法律でこうした対策を義務付けることも必要になろう。EUが二〇年一月に発表した包括的なプラットフォーム規制法 (Digital Service Act, DSA) は、大規模プラットフォームに対し、民主主義や人権へのリスクを査定すること、同

リスクについて抑制策を講じることなどを義務付けたが、上述のような熟慮促進のアーキテクチャを、かかる抑制策の一つとして位置付けることも考えられる。

第三に、関心経済の「外部」を立法によりデザインし、そこから関心経済の行き過ぎを絶えずチェックさせることが重要だ。現在は、プラットフォームがあらゆる言論のゲートキーパーとなったことで、ジャーナリズムも関心経済の内部に取り込まれつつある。それが、上述したフィードバックループを生み、フェイクポピュリズムを増幅させている。そこで、近年各国で試みられているように、ニュース使用の正当な対価を報道機関に支払うことをプラットフォーム事業者に義務付けるなど、ジャーナリズムを関心経済から一定程度自立させ (従前も新聞ジャーナリズムは再販制などにより自由競争から保護されていた)、言論空間に感情と理性の均衡を作出することが考えられる。国家は、プラットフォームに徹底した透明化を求め、報道機関による批判の回路をひらくことで、同機関を、国家権力だけでなく、プラットフォーム権力に対するウォッチドッグとしても機能させることが期待される。問題の根本的解決には、関心経済というSNSの下部構造そのものへの批判的言論を制度的に保障し、活性化させることが重要なのである。●