

諸外国におけるフェイクニュース及び偽情報への対応

2019年5月24日

目次

I. フェイクニュース及び偽情報の事例	2
II. EUにおける偽情報対策	10
III. フランスにおける「情報操作との戦いに関する法律」	39
IV. ドイツにおけるネットワーク執行法	48
V. 諸外国におけるファクトチェック団体の取組	56

I . フェイクニュース及び偽情報の事例

※ I . 1 . で記載のとおり、欧州では「フェイクニュース（fake news）」ではなく、「偽情報（disinformation）」が用いられることが多いことから本資料でもそれに倣うが、以下便宜的に「フェイクニュース」と表記している箇所がある。

1. フェイクニュースの定義

- 我が国では「フェイクニュース」という言葉が報道等で利用されているが、「フェイクニュース」という言葉の定義に関しては世界的に議論があり、一般的な定義は難しい状況である。
- 現在の潮流として、政策文書ではdisinformation（偽情報）、misinformation（誤情報）という表現が用いられるようになっている。

フェイクニュースの定義

文献		単語	定義
辞書	Cambridge Dictionary	fake news	インターネットやその他のメディア上で拡散される、一見ニュースのようなストーリー。政治的な影響を与えることを目的とするか、あるいはジョークとして作られる。
		disinformation	人々を欺く目的で拡散される誤った情報。
政策文書	EUハイレベル専門家グループ報告書 <i>A multi-dimensional approach to disinformation</i>	disinformation	“フェイクニュース”の意味にとどまらない： <u>あらゆる形態における虚偽の、不正確な、又は誤解を招くような情報で、公共に危害を与えることを意図し又は利益を得るために、設計・表示・宣伝されたもの。</u> all forms of false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit
		disinformation	害を及ぼす目的又は政治的、個人的若しくは金銭的な利益のために、人々を欺き誤解を生じさせることを意図した虚偽の情報及び/又は操作された情報を意図的に作成・共有すること。 the deliberate creation and sharing of false and/or manipulated information that is intended to deceive and mislead audiences, either for the purposes of causing harm, or for political, personal or financial gain.
	英国DCMS下院特別委員会報告書 <i>Disinformation and 'fake news': Final Report</i>	misinformation	意図せずに誤った情報を共有すること。 The inadvertent sharing of false information.

出典：<https://dictionary.cambridge.org/ja/>
https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271
<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcomeds/1791/1791.pdf>（いずれも2019年5月14日閲覧）

2. フェイクニュースの分類

- 前頁のようなフェイクニュースの定義付けだけでなく、フェイクニュースをその目的や、誤りの量・部分によって分類しようとする取組が政府機関や非営利団体において行われている。

フェイクニュースの分類

主体	分類の内容
First Draft (研究機関などと連携してインターネット上の報道の質の向上を目指す非営利団体。設立時はハーバード大学ショレンスタイン・センターのプロジェクトであった。)	自身のウェブサイトにおいて2016年の米大統領選挙の最中に出回ったフェイクニュースを以下の通り7分類している。 <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fabricated content : 100%誤っており、人をだまし、損害を与えることを目的としている。 ➤ Manipulated content : 元情報に対して人をだますための加工がされている。 ➤ Imposter contest : 元情報のソースが別のものに変えられている。 ➤ False context : 元情報が異なるコンテキストと一緒にシェアされている。 ➤ Misleading content : ある事柄や人物に濡れ衣を着せるためにミスリーディングな情報の使われ方がされている。 ➤ False connection : 見出しや画像、キャプションがコンテンツを正しく示すものでない。 ➤ Satire or parody : 損害を与える目的ではないが、だますことを目的としている。
英国DCMS下院特別委員会	中間報告書 <i>Disinformation and 'fake news': Interim Report</i> においてフェイクニュースを以下の通り6分類している。 <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fabricated content : 完全に虚偽である。 ➤ Manipulated content : 本来よりセンセーショナルな見出しをつける等、元情報を歪めている。 ➤ Imposter content : 元情報のソースを別のもの(例えば信頼ある通信社のブランド)に変えている。 ➤ Misleading content : ミスリーディングな情報の利用。(例: コメントを事実のように伝えている) ➤ False context of connection : 本来は正しい情報が間違った文脈で利用されている。(例: 見出しが記事の内容を表していない) ➤ Satire and parody : ユーモアがあるが嘘の物語をあたかも真実のように表現している。(必ずしもフェイクニュースとして分類されるわけではないが、意図せず読者をだましている場合がある)

出典 : <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>
<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/363/363.pdf> (いずれも2019年5月14日閲覧)

3. フェイクニュースの具体的事例 ①英国の例

- 英国では、2016年6月に実施されたEUからの離脱を問う国民投票において、EU離脱を支持する組織等からフェイクニュースが発信・拡散され国民投票の結果に影響を与えた、とされている。

2016年6月23日英国で行われたEUから離脱するか否かを問う国民投票において、EUからの離脱を煽るようなフェイクニュースの事例があった。（以下は一例）

- 離脱派の英国独立党党首ナイジェル・ファラージ氏は「EUへの拠出金が週3億5千万ポンドに達する」と主張し、その情報はSNS上で拡散された。実際は、EUから英国への分配補助金などを差し引くと拠出金は週1億数千万ポンドであった。ファラージは投票後に誤りを事実上認めた。
- Ipsos(仏)によると、英国国民の67%がこの誤った数値（週3億5千万ポンド）を聞いた。また、英国統計局によって「事実と異なる」とされていたにも関わらず、そのうち42%は真実であると信じていた。
- BBCによれば「離脱派が勝った8つの理由」の一つとしてこの誤った金額、3億5千万ポンドが挙げられており、国民投票の結果に大きく影響したとされている。

上記のような国民投票におけるフェイクニュースの影響を踏まえ、英国政府では以下のような対応を行った。

- 2017年1月：下院DCMS特別委員会において、フェイクニュースが選挙や民主主義に与える影響に関する調査が開始された。
- 2017年5月：英国情報コミッショナーズオフィス（ICO）において、政治目的のデータ分析利用の調査が開始された。

3. フェイクニュースの具体的事例 ②米国の例

- 米国では、2016年12月に実施された大統領選挙の際、候補者であったクリントン氏の評価を貶める目的で、トランプ氏を支持する陣営や外国からフェイクニュースが発信・拡散され、選挙の結果に影響があったと考えられている。

2016年12月、米大統領選の際に、ヒラリー・クリントン候補を標的にした以下のような虚偽の情報がSNSを通じてインターネット上で拡散された。

- ① 「クリントン氏が過激派組織「イスラム国」(IS)に武器を売った。」
→The Political InsiderがHP上で公開しFacebookでのシェア数が選挙期間に789,000にも及んだ。これはFacebook上でシェアされたフェイクニュースのうち二番目に多いものである。Facebook上では正確なニュースよりもこのニュースがシェアされており、選挙結果に少なからず影響を与えた。
- ② 「ローマ法王がドナルド・トランプ支持を表明。その声明がバチカン(ローマ法王庁)から発表された。」
→Facebookでのシェア数が選挙期間に960,000にも及んだ。これはFacebook上でシェアされたフェイクニュースのうち最も多く、かつ実際のニュースよりも多くシェア・拡散された。選挙にも多大な影響をもたらしたと言われている。また、2016年10月に行われた記者会見において、ローマ法王はこの記事を否定する事態となった。
- ③ 「アメリカ国内の複数のレストランや民主党の上級関係者が、ワシントンD.C.にあるコメット・ピンポンというピザ店を拠点とした人身売買や児童買春に関わっている。」
→疑惑を信じた男性が実際にピザ店にライフルを持って押し入り発砲するという事態にまで発展した。
- ④ 北マケドニア共和国のヴェレスという町では、この選挙戦時期に140以上の米国政治関連サイトが立ち上げられ、大統領選に関する情報を、真偽問わず発信していた。
→BuzzFeed Newsの調べでは、Facebookのエンゲージメント*が高かった「マケドニア産」の記事の5件中4件がフェイクニュースであった。
*シェア、いいね！などのリアクション、コメントの合計数

上記のようなフェイクニュースが拡散した結果、BuzzFeed Newsの分析によれば、米大統領選の最終3カ月でFacebook上では、主要ニュースサイトの選挙ニュースよりもフェイクニュースの方が、エンゲージメントを獲得していたことが明らかになった。

- 主要ニュースサイトの選挙記事：上位20件で合計736万7000件のエンゲージメント。
- Facebook上の偽の選挙記事：上位20件で合計871万1000件のエンゲージメント。

参考資料：<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>

<https://www.gizmodo.jp/2016/11/fake-news-stories-outperformed-real-ones-on-facebook.html>

https://www.cnn.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html?_source=Facebook, (いずれも2019年5月14日閲覧)

3. フェイクニュースの具体的事例 ③フランス・ドイツの例

- フランスでは、2017年5月に実施された大統領選挙において、立候補者のマクロン氏（現大統領）が租税回避地にペーパーカンパニーや銀行口座を保有しているという文書が偽造・拡散された。
- ドイツでは、2016年に連続で起こった移民によるテロ事件に関して、事件と無関係のイスラム系難民とメルケル首相との写真が利用され、メルケル首相とテロリストに関係があったかのようなフェイクニュースが拡散された。

フランスの例

大統領選前の2017年5月3日に米国の匿名掲示板「4chan」に以下の2種類のPDFファイルが投稿された。文書は米国のウェブサイト「Disobedient Media」やSNS上で拡散された。

- 「大統領選立候補者のマクロン氏が租税回避地であるセントクリストファー・ネイビスにペーパーカンパニーを設立していた」とする文書
- 「同氏が同じく租税回避地であるケイマン諸島に銀行口座を開設していた」とする文書

なお、ファクトチェック団体Cross Checkによるファクトチェックの結果、2種類のPDFファイルは以下の理由から捏造であると判定された。

- マクロン氏のものとするサインが本物と違っていた。
- ファイルに加工の形跡が見つかった。

オックスフォード大学の調査によると、投票(1回目)の数日前時点で、フランス国内のTwitterでシェアされた政治的なリンクの25%を上記のようなフェイクニュースが占めていたと明らかになった。また、上位フェイクニュースサイトの選挙期間におけるエンゲージメント数は数百万にも及んだ。

これらのフェイクニュースの拡散を受け、マクロン大統領は2018年1月にフェイクニュース対策法案（詳細は後掲）の構想を発表し、同年11月には法案が成立した。

ドイツの例

シリアからの難民であるモダマニ氏は、2015年9月、ベルリンの難民収容施設に滞在していた時に、施設を訪れたメルケル首相と写真を撮影した。その様子はメディアを通じて報じられ、ネット上にも掲載された。その後、この写真がメルケル首相を貶める目的で以下のようなフェイクニュースに利用された。

- 2016年3月のベルギー同時テロの発生後、モダマニ氏が実行犯と似ていたことから、「首相と自爆犯の写真」としてSNS上で拡散された。
- 2016年12月のベルリンのトラック突入テロやホームレスへの放火事件等においても、事件と関連付けるようにメルケル氏との写真が加工され、Facebook等のSNSで拡散された。

これらのフェイクニュースは約200万人のFacebookフォロワーがいる国際的ハッカー集団「アノニマス」によってもシェア・拡散された。モダマニ氏はFacebookを相手取り、当該の写真を使った虚偽の投稿について検出し、削除を求める仮処分を申請したが、裁判で敗訴した。

これらのフェイクニュースの影響や、2017年9月にドイツ総選挙を控えていたこともあり、2017年6月ドイツにおいてネットワーク執行法（詳細は後掲）が成立した。

3. フェイクニュースの具体的事例 ④日本の例 (1/2)

- 我が国においても、主に①災害時、②選挙時、③キュレーションサイト等においてフェイクニュースが問題となった事例が存在する。

①災害時の例

- 2011年3月 東日本大震災の直後被災地で「外国人による犯罪が横行している」というデマが流れた。仙台市で700人に対して実施されたアンケートの結果では、「被災地における外国人による犯罪の噂」を聞いた人は51.6%。うち、86.2%の人が噂を信じた。この結果、宮城県警や地元メディアがデマの横行に関して注意喚起を呼びかける事態となった。
- 2016年4月 熊本地震の直後に動物園から「ライオンが放たれた」というデマがSNSで拡散された。発信者は偽計業務妨害で逮捕された。
- 2018年7月 平成30年7月豪雨の際、「レスキュー隊のような服を着た窃盗グループが被災地に入っている」等のデマがSNSで拡散された。この結果、広島県警や地元メディアは「被災地で性犯罪や外国人による略奪行為が多発している」とのデマの横行に関して注意喚起を呼びかける事態となった。

※災害時の誤情報は「デマ・流言飛語」と称され、政治的・個人的・金銭的な利益を目的としていないものがほとんどであることから、p3で示したdisinformationとは性質が異なる。

参考資料：<https://www.sankei.com/region/news/170117/rgn1701170007-n1.html>、https://www.huffingtonpost.jp/2016/07/20/lion-escape_n_11081056.html
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/318287.pdf> (いずれも2019年5月14日閲覧)

②選挙時の例

2018年の沖縄県知事選（9月30日投票）の際には、「沖縄県知事選挙2018.com」というサイトが登場し、立候補者の一人である玉城氏（現知事）を批判する真偽・出所不明の情報や動画が掲載された。9月12日にサイトは削除されたが動画はYouTubeに残り、選挙終了後すべて削除された。ファクトチェック・イニシアティブ（FJ）によるファクトチェック結果によると、他にもこの選挙戦ではSNS上で以下のような偽情報・ミスリーディングな情報が流布された。

流布された情報	FJによるファクトチェックの結果
玉城デニー氏の沖縄振興政策はまやかした。①1993億円の国庫支出金を要らないといいながら、②代替財源として示されている法定外目的税「観光・環境協力税（仮称）」では、数十億円の税収しか見込めない。要は、デニー知事になると、沖縄経済は、即日死亡する。違うというなら、1993億の代替財源を示すべき。	①玉城候補は「国の補助金に頼らない自立型経済を目指す」という趣旨の発言はしているが、「国庫支出金は要らない」という趣旨の発言は見つからなかった。 ②玉城候補の発言は「新たな財源」であり、代替財源とは言っていない。

出典：<http://fj.info/archives/1804> (2019年5月9日閲覧)

3. フェイクニュースの具体的事例 ④日本の例 (2/2)

③キュレーションサイトの例

■内容

- 2016年、株式会社DeNAが運営するキュレーションサイト、「WELQ」（2015年10月末サービス開始）では、「ココロとカラダの教科書」を謳っているが、医学的知見を有した専門家による監修がなされていない記事が公開されていた。
例：当時Google検索で“胃がん”を検索すると「胃がんは、胃にできる悪性腫瘍で日本では肺がんに次いで死亡率の高いがん」と記載されたWELQの記事が第1位に表示されていたが、胃がんは実際には肺がんに比べて遙かに死亡率が低いがんである。
- 当該のキュレーションサイトには単に内容に虚偽があるというだけでなく、著作権法や薬機法、医療法又は健康増進法に違反すると認められる記事も掲載されており、剽窃被害を受けたライターや医療関係者からの指摘が相次いだ。

■原因

- キュレーションをゲームに次ぐ第2の柱として位置づけ、2018年度末のキュレーション事業の時価総額2500億円実現を目標としていた。目標実現のためにKPIとしてSEO DAU（検索エンジンを経由したアクセスにより獲得される、特定のサービスを1日に利用したユニークユーザーの数）が設定され、その達成が至上命題となった。
- KPI達成のため、WELQチームでは記事数が重視され記事を効率的に生産するためのシステムが構築された。他方で、記事の質についてはSEO DAUの観点から、情報の網羅性と、専門性を満たすことが重要視され、それぞれ以下のように考えられていた。
 - ✓ 網羅性：特定のキーワードを検索する際に、上位記事に掲載されている情報が漏れなく盛り込まれていること。
 - ✓ 専門性：特定のキーワードに付随して検索されるキーワードが盛り込まれていること。
- 他方で、記事の質の評価において、専門的知見に裏付けられた正確な内容のものとなっているかという観点や法令に適合した内容のものとなっているかどうかといった観点は軽視されていた。

■結果と影響

- 2016年11月には、上記WELQを含む、株式会社DeNAが運営する9種類のキュレーションサイトの記事が全て非公開となった。
- 2017年2月には、Googleが日本語版の検索アルゴリズムに、医療や健康に関する検索結果の改善を意図した変更を行った。（この際、Googleからキュレーションサイトに関する直接の言及はなかった）
→医療従事者や専門家、医療機関等から提供されるような、より信頼性が高く有益な情報が上位に表示されやすくなった。
- 2017年4月には、総務省の支援の下、我が国のインターネットメディア事業の健全性を向上させ、利用者の信頼を高めることを目的に、関係事業者間で情報共有・意見交換等を行う「インターネットメディア連絡会」が開催された。第1回目には「WELQ」に関する問題等について、第2回目には海外におけるフェイクニュース対策の取組状況等について、それぞれ情報共有や意見交換が行われており、今後も継続的に開催される見込み。

参考資料：<https://ssl4.eir-parts.net/doc/2432/tdnet/1450400/00.pdf>

<https://webmaster-ja.googleblog.com/2017/12/for-more-reliable-health-search.html>

Ⅱ．EUにおける偽情報対策

1. 経緯（これまでの主な取組）

- 欧州委員会は、欧州における偽情報のオンラインでの拡散とその影響への対策に取組み、欧州の価値と民主主義制度を保護することを目的として、すべての利害関係者との連携を図りながら、明確で包括的かつ広範な行動計画を策定してきている。

年	月	取組
2015年	3月	欧州理事会(European Council)により、ロシアによる偽情報キャンペーンへの対応策を検討することを目的として、欧州対外行動庁（EEAS：EUの外交を所管する機関）内に戦略的コミュニケーション・タスクフォース(East StratCom Task Force)を設置
2016年	5月	オンラインプラットフォームに関するコミュニケーション（COM(2016) 288 final）の公表
	6月	ハイブリッド脅威(※偽情報も含まれる)対策の枠組に関するコミュニケーション（JOIN(2016) 18 final）の公表
2017年	11月	フェイクニュースに関するパブリックコンサルテーションの開始及び、政策への助言を求めるハイレベル専門家グループの立ち上げ
	11月	加盟国との対話と連携した、マルチステークホルダーイベント（会議）の実施
2018年	1月	ハイレベル専門家グループの初回会合を開催
	3月	パブリックコンサルテーション及びユーロバロメーターによる世論調査結果を公表
	3月	ハイレベル専門家グループの報告書を公表
	4月	偽情報に関するコミュニケーション（COM(2018) 236 final）を公表
	5月	行動計画（JOIN(2018) 36 final）の公表
	9月	行動規範（Code of Practice）の公表、オンラインプラットフォーム事業者・業界団体による署名
	10月	行動規範の実行に関するロードマップをオンラインプラットフォーム事業者・業界団体がそれぞれ公表
	12月	コミュニケーションの実行状況に関する報告書（COM(2018) 794 final）及びアクションプランを公表
	12月	行動規範の各署名者が、実施状況に関する報告を欧州委員会に提出
2019年	1月～4月	行動規範の署名者による実施状況に関する報告書を公表

2. パブリックコンサルテーション ①概要

- 2017年11月～2018年2月に、市民（2,784件の回答）及び組織・ジャーナリスト（202件の回答）を対象として、フェイクニュース及び偽情報に関するパブリックコンサルテーションが実施された。

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/synopsis-report-public-consultation-fake-news-and-online-disinformation>

目的

- ①市場プレイヤー及び他のステークホルダーにより行われている現在の取組の有効性、②それらの取組の拡大、③異なるタイプの偽情報に対する新たな対策導入の必要性、について評価するために以下の情報を収集。
 1. 偽情報とそのオンラインでの拡散についての定義
 2. プラットフォーム、ニュースメディア企業、市民団体により行われている、偽情報のオンライン拡散への対抗策についての評価
 3. 質の高い情報の強化、偽情報のオンラインでの拡散防止を目的とする取組についての今後のスコープ

主な結果

- 97%超の市民がフェイクニュースにさらされたことがあると主張した：38%が毎日、32%が週に1度以上フェイクニュースにさらされたと回答した。74%の市民は、フェイクニュースに接することが最も多いチャンネルとして、ソーシャルメディアとメッセージングアプリを挙げた。
- フェイクニュースは、特に政治的な事柄・移民・少数者・安全に関して社会を害する可能性が非常に高い、という認識が回答者の間にみられた。
- 独立ニュース機関や市民社会団体によるファクトチェックは、偽情報の拡散に対抗するためのよりよい方策と考えられている。しかし、市民の70%は、ユーザーがファクトチェックを行うことについて、ソーシャルメディア・プラットフォームの支援は十分でないと信じている。
- 今後の取組について、偽情報の拡散を縮小するためにさらなる取組がなされるべき、ということに84%の組織が賛同した。どのような取組かによらず、表現の自由のような基本的権利を尊重し保障することの必要性と、フェイクニュースへの取組が直接的・間接的な検閲を助長しないことを保証することについて、回答者は異議なく同意した。
- 回答者は、マルチステークホルダーによる、多面的な、自主規制アプローチを明確に好んだ。コンテンツ制作者とオンライン・ソーシャル・プラットフォームとの間の公平な競争の場が欠けていると不平をもらし、規制の変更を提案する意見もいくつかあった。フェイクニュース対策に関して提案された原則や取組の多くは、オンライン・ソーシャル・プラットフォームの役割に焦点を当てたものだった。
- フェイクニュースと戦う方法としてファクトチェックに対する支援が行われているが、その有効性は限定的で、他の手段と同時に行われるべきである。回答者は、AIやブロックチェーンを含む、ジャーナリストとエンドユーザーをエンパワーするための可能なツールを提案した。ファクトチェックについては、それぞれのツールの有効性は、誰が使うか、何のために使うか、に大きく依存している。
- 生徒・大人・エンドユーザー・ジャーナリストそれぞれのメディアリテラシー向上と、信頼されたジャーナリズムへのパブリックアクセスと支援の保証が必要なアクションとして押し出された。

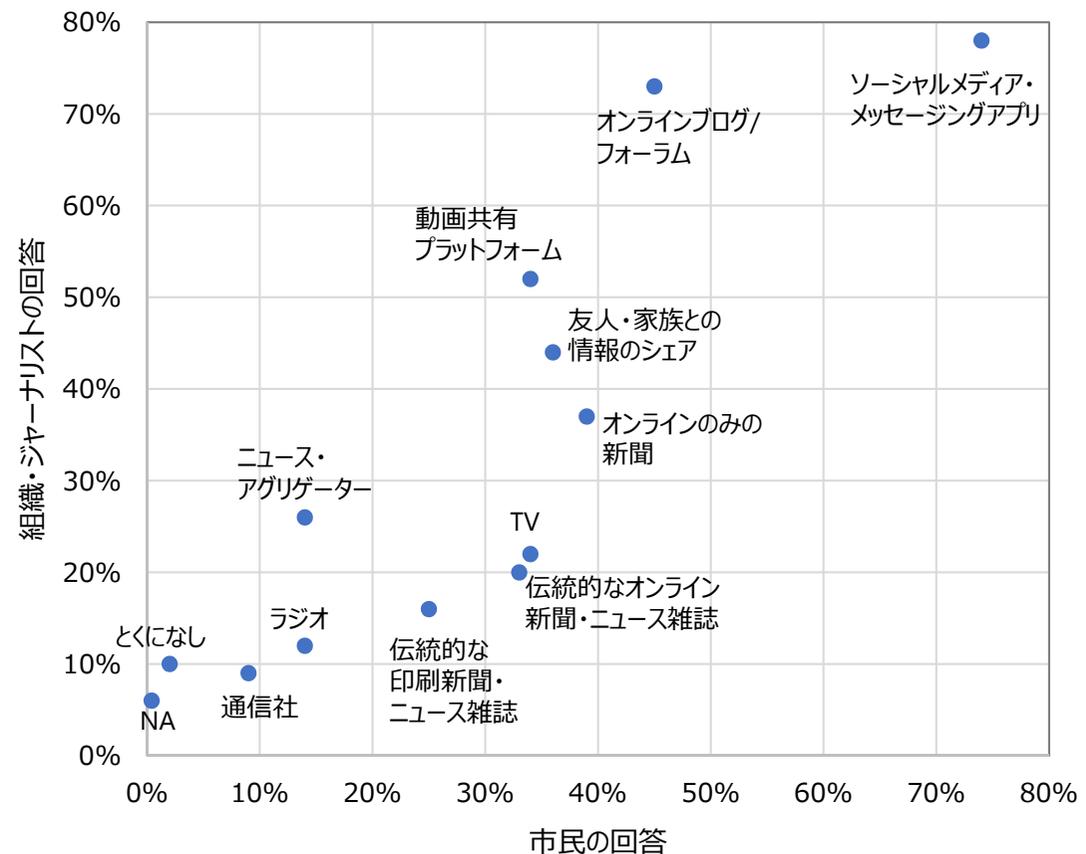
2. パブリックコンサルテーション ②定義、接触することが多いメディア

フェイクニュースを定義する基準

- 幅広い回答がみられたが、以下のような共通認識があった：
フェイクニュースは以下により定義することができる。
 - 1) 意図、フェイクニュースにより遂行される明確な目的
 - 2) ニュースの情報源（ソース）
 - 3) ニュースの実際のコンテンツ
- 読者を欺き、思考と行動に影響を与えることを目的とする。（例：民主的プロセスを蝕む、公衆に対し政治的又は他の種類の影響を及ぼす、オンライン広告（クリック誘導）による利益獲得、組織や個人に損害を及ぼす、等）
- 明確な意図の有無により、単なる誤報（悪意のない誤りやジャーナリズムの基本の軽視によるもの）とフェイクニュースは区別される。
- 情報源の性質と、それに起因する偽情報の量により規定できる。（匿名又は単一の情報源に基づき、対立する情報源を持たない、コンテキストに関する情報が全く又はほとんどないニュース）
- 情報源の性質については異なる見方（例：政府は信頼できる情報源か）
- 感情や、憎悪・排外主義への刺激に基づき、宣伝的な性質を持っていたり、もっぱら人騒がせなデマに焦点を当てるさまざまなコンテンツ（文章、静止画、動画）を取り上げる。（※これらは違法情報に該当する可能性もある）
- 嘘や真実でない若しくは操作された事実又は意図的に間違えた解釈を含み、統計的な裏付けを持たない、あらゆる種類の偽情報について、（そのコンテンツの正体が暴露された後でも）バイラル・ニュースや流行語の形態をとって取り上げる。多くの場合に政治的利益が隠されており、また健康に関するニュースの場合には科学的コンセンサスに反していることが多い。
- より多くの人々を騙すために、しばしば、専門的な外見を伴って現れる。
- 回答者にとって「フェイクニュース」は、EUや加盟国の法律における違法コンテンツを指すものでもなく、表現の自由の観点から保護すべき諷刺やパロディを指すものでもないことは明らか。
- 「フェイクニュース」はミスリーディングでネガティブな暗示的意味を持つので、「偽情報」を用いるべき。

フェイクニュースに接することが最も多いメディア

- 市民及び組織・ジャーナリストともに、回答者の7割以上はソーシャルメディア・メッセンジングアプリを挙げた。
- オンラインブログ/フォーラムがこれに続き、動画共有プラットフォーム、オンラインのみの新聞、友人・家族間の情報シェアがその次に続く。
- 対照的に、ニュース通信社、ラジオは非常に低かった。



3. ハイレベル専門家グループ（HLEG）報告書 ①概要（1/2）

- 欧州委員会は2017年11月にハイレベル専門家グループ(HLEG)を立ち上げ、メディア事業者、ジャーナリスト、オンラインプラットフォーマー、有識者・研究者が参加して議論が行われた。

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

HLEGの ミッション

- 既存メディア及びソーシャルメディアを通じた偽情報の拡散に関する問題及びその対応策について、欧州委員会に助言する：
 - ・ 現状の分析
 - ・ 解決すべき問題の定義
 - ・ 関係者の果たすべき役割の規定
 - ・ 偽情報対策のためにオンラインプラットフォーマーや報道メディア機関により自主的に行われる取組の効果の評価
 - ・ それらの自主的取組の強化の可能性の評価
 - ・ クオリティジャーナリズム（例：データジャーナリズム、調査報道）の強化やメディアリテラシーの向上の方向性の検討
 - ・ EU又は加盟国レベルにおいて取りうる、グッドプラクティスの共有や関連する政策や取組との調整に基づく自主的規制の方向性原則の策定

「偽情報」 の範囲・定義

- 「偽情報（disinformation）」は“フェイクニュース”の意味にとどまらない：

あらゆる形態における虚偽の、不正確な、又は誤解を招くような情報で、公共に危害を与えることを意図し又は利益を得るために、設計・表示・宣伝されたもの。

“all forms of false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit”

- 「フェイクニュース」という用語はあえて用いない：①複雑な現象を適切に表しきれない（「フェイク」でない情報の流通も問題である）、②特定の政治勢力が、適切な情報流通を意図的に妨害するために「フェイクニュース」という単語を用いることがある。
- 以下のものは「偽情報」に含まれない：
 - ・ 違法情報（著しい名誉棄損、ヘイトスピーチ、暴力の煽動）の作成及びオンラインでの拡散：EU又は加盟国の法令で規制されている情報
 - ・ 風刺やパロディなど：故意だが、誤解を招くものではない現実の歪曲

3. ハイレベル専門家グループ（HLEG）報告書 ①概要（2/2）

- HLEGは2018年3月に報告書を取りまとめた。偽情報に対してとるべき対策について、表現の自由を保護することを基本原則とし、5つの柱からなる勧告を行った。

基本原則 と目的

- 偽情報対策の基本原則として以下を示している：
 - EU、加盟国、関係するすべてのステークホルダーは、偽情報によるリスクに対して、欧州連合基本権憲章及び欧州人権条約の枠組（並びに、複合的な脅威に対応するための枠組・指令・規則、DSM(デジタル単一市場)、欧州及び加盟国のメディア規制）の中で対応しなければならない。
 - 憲章の下では、表現の自由に関するいかなる制限も、法に基づく、釣り合った、EUにより認識された一般的な関心のため又は他者の自由を保護するために必要なものでなければならない。
- その上で、市民及び社会の長期的な強靭性を全体として高めること、さまざまな形態の偽情報について先を見越して認識すること、恒常的なモニターや継続的な革新、有効性の評価に基づく最先端の対策であるようにすること、を偽情報対策における全般的な目的として提示した。

報告書の ポイント

- **HLEGの報告書は、委員会に対し、単純すぎる解決策をとらないよう忠告している：公的又は私的な検閲はいかなる形態のものであっても排除されるべきとしている。**
- 勧告は以下の5つの柱*に基づいており、また短期的な対策とより長期の対策とに分けて示している。

短期的な対策	より長期の対策
<ul style="list-style-type: none"> ● オンラインニュースの透明性の強化(透明性、アルゴリズムの説明責任、信頼性強化) ● ユーザー及びジャーナリストをエンパワーするツールの開発 	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報メディアリテラシーの向上 ● 欧州のニュースメディア・エコシステムの多様性と持続可能性の保護
<ul style="list-style-type: none"> ● 偽情報の影響に関する継続的な研究の促進 	

* <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

3. ハイレベル専門家グループ（HLEG）報告書 ②問題意識

- 「偽情報」は多面的な問題であり、単一の根源的理由ではない。したがって単一の解決策では解決しない。

- ✓ 「偽情報」は、欧州における政治的、社会的、市民的な幅広い問題やメディアと関係している問題である。
- ✓ こうした問題の多くは、デジタルメディアへの移行よりも前に遡るもので、以下の4つの側面を持つ。

1. 政治的 主体

- 偽情報の提供者になる可能性がある（例えば、外国政府、国内の政治グループによる活動）。
- また、メディアの自由や独立性の尊重に関して、欧州のすべての政治家や公的機関が同等のレベル・認識にあるわけではない。

2. ニュース メディア

- すべてのニュースメディアがプロフェSSIONナリズムと編集の独立性に関する基準を維持しているわけではない。
- 偽情報の問題に寄与しているニュースメディアもある。
- 偽情報に対する社会的な注意を喚起し、民主的な過程を補強する、職業的かつ独立したメディア及びジャーナリズムを強化することが重要。

3. 市民社会

- 市民社会団体は、多くの分野において、監視役として重要な役割を果たしている（例：非営利ジャーナリズム、ファクトチェック及び認証、消費者保護、メディアリテラシー・トレーニングなど）。
- 一方で、偽情報の問題のいくつかは、虚偽又は誤解を生じさせるコンテンツを市民(個人又は集団)が共有することから生じている。
- また、信頼度が低く、高度に分極化した社会は、イデオロギーにより動機づけられた偽情報の作成・循環の温床となっている。

4. デジタル メディア

- 便利で人気の高い製品・サービス（例：検索、SNS、メッセージング、「いいね」機能）を提供しているデジタルメディア（特に、米国の大規模プラットフォーム事業者）の役割は重要だが、十分には理解されていない。
- 欧州市民が、情報の探索やアクセスを行ったり、公共の事柄と関わりを持つときに、プラットフォーム事業者の製品・サービスをさらに使うようになることで、プラットフォーム事業者は、情報の流通と監視という2つの面でさらに重要な存在となる。
- 情報の自由な流通の実現（と、潜在的には妨害）におけるプラットフォームのパワーの増加によって、その責任も増す。
- プラットフォームが提供するツールによって、多様な情報や従来よりも変化に富んだ情報源に基づく意見について、その発信と受信を行う新たな方法が作り出され、欧州市民はエンパワーされた。
- 他方、偽情報について、従来よりも大規模に、またしばしばあまり理解されていない新たな方法により、作成し流通させるという面でもエンパワーされている。
- デジタルエコシステムに統合され、正当な目的のために利用されている多くのツール（例：行動データの収集、分析、広告への変換、クラスター検出ツール、SNSの傾向追跡、さまざまな形態のAI/機械学習）も、偽情報のいくつかの発信者により利用されている。

3. ハイレベル専門家グループ（HLEG）報告書 ③取組事例

- 「偽情報」の多面的な問題の解決策を検討するために、これまでに取られてきた取組例を整理した。

	透明性及びアカウントビリティ強化	信頼性強化及びアルゴリズム変更	メディア・情報リテラシー
オンラインプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォームにより異なるが、偽情報の配信対策に努力：①違法アカウントの特定と削除、②ランキングアルゴリズムにおける信憑性・信頼性の符号の統合、信頼できるコンテンツを増やすための代替コンテンツ推奨、③営利目的の偽情報作成を非収益化、④独立のソース・ファクトチェッカーとの協力 	<ul style="list-style-type: none"> ニュース発行者や独立のファクトチェッカーとの連携を含む新たなアイデアによる実験的な取組、<u>信頼度指標の開発</u>を行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> メディアリテラシープログラムの主導者ではないが、一定の役割を果たしつつある（<u>独立の（教育）機関に対する、メディア・情報リテラシーのコンテンツ提供</u>）。
報道メディア	<p>ニュース発行者・放送事業者：</p> <ul style="list-style-type: none"> ファクトチェック機能の強化を行っている途上。 ニュース編集室内の調査部門での取組か、またはメディア評価NGO（特に、データドリブン・ジャーナリズムにより偽情報の検出、追跡、根絶を目指す団体）との連携が多い。 	<p>新聞・出版組織、放送事業者：</p> <ul style="list-style-type: none"> 信頼性を高めるための取組について強化しているところ（デジタル環境における、良い公的ソースを示すメディア・キュレーションなど）。 ジャーナリズム・ガイドライン（ニュースの質を保証するための義務的規範・倫理・基準など）を<u>独立ニュースメディア、国際団体、国家団体が発行</u>。 行動規範の作成、第三者に対し「<u>応答権（反論権、訂正権）</u>」を認める。 放送事業者については、所有者の透明性、報道の公平性、少数者保護、広告・プロダクトプレイメントの制限などの義務付け。 <p>→ 他方、情報のランキング・表示にアルゴリズムが与える影響を理解し、アルゴリズム変更を宣言することも求められる。</p>	<p>新聞メディア、放送事業者、公共サービスメディア：</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>学校や教育機関と連携し、とくに若年層を対象としたメディアリテラシープロジェクトを実施</u>。
その他	<p>独立のソース・ファクトチェック団体：</p> <ul style="list-style-type: none"> 欧州のファクトチェック文化は、依然として、主要加盟国の取組により発展。 <p>→ 規模と速度がファクトチェックの重要なポイントだが、現状は、十分な聴衆に届いておらず、偽情報の口コミに迅速に対応できていない。</p> <p>→ 問題は、可視性を高めることでファクトチェックにどのような利点があるか？</p>	<p>独立のソース・ファクトチェック団体：</p> <ul style="list-style-type: none"> ニュースの品質に関する基準（International Fact-Checking Network (IFCN) Code of Principles）がすでに存在し、品質保証のプロセスを規定：世界の主要なファクトチェッカーが署名している。 <p>→ 他方、情報のランキング・表示にアルゴリズムが与える影響を理解し、アルゴリズム変更を宣言することも求められる。</p>	<p>市民団体：</p> <ul style="list-style-type: none"> デジタルメディア社会において、若い世代が意識の高いニュース消費者となることを助ける、<u>メディアリテラシーに関する活動・プロジェクト</u>（他のステークホルダーとの実験的な取組も含む）について非常に活発。 <u>高齢者層のメディアリテラシースキルを改善する活動も多く行われている</u>。 <p>→ ただし、学校や大学での教育、教師の教育に盛り込まれることが必要。</p>

3. ハイレベル専門家グループ（HLEG）報告書 ④対応策

- 基本原則に基づき、関係者が取り組むべき具体的な対策を策定した。

a. 透明性	(i) 資金源の透明性向上	デジタルメディアの所有者の公表；スポンサードコンテンツの明示；インフルエンサーへの支払やロボット使用の公表
	(ii) オンラインニュースのソースと取材・報道プロセスの透明化向上	ソースの透明性指標の開発；質の高い情報による偽情報の希釈；アルゴリズムに直接関係し、アルゴリズムの透明性を高める情報をプラットフォームが提供
	(iii) ファクトチェックの透明性と効率向上	ファクトチェッカー・発信者や情報源の認証機関・報道機関の加盟国内及びEU横断での協力の推進と最新技術による協力方法の改善；プラットフォームと学術機関とのデータ共有の協力関係の拡大；ファクトチェッカー・報道機関・NGO・研究者による国境及び分野を越えた協力を支援するための、関係するステークホルダーによる関与；独立した、学際的かつ実証的な欧州研究センターの設立支援；プライバシーに配慮した上でデータをプラットフォームが提供
b. メディア・情報リテラシー	(i) 教育方針の再評価と調節	EUの「生涯学習における重要能力」へのメディア・情報リテラシーの追加、学校ランキングへの反映；教師へのトレーニング
	(ii) 全年代の市民を対象とするメディア・情報リテラシープログラムの支援	プログラムの効率性を高めるための、ベストプラクティスの共有と活動の評価；地域のニーズに合致した、ネットワーク化されたアプローチでの取組；加盟国及びステークホルダーからの定期的な報告（評価、プラクティスの共有、偽情報のモニターなど）
c. ユーザ・ジャーナリストのエンパワー	(i) ユーザをエンパワーするオンラインツールの開発	品質指標（発信者ラベル、ソースの透明性指標、コンテンツ認証ラベル）の統合ツール；アクセスするデジタル情報をユーザが選定するのに役立つ、ブラウザやスマートフォンへのプラグインツールやアプリ；プラグインやアプリの競争市場創出の促進
	(ii) ジャーナリストのエンパワー	コンテンツの自動認証ツール；ジャーナリストへのトレーニング（偽情報のリスクを下げる報道活動、リテラシー、技術の役割等）；メディア革新プロジェクトへの資金投与
d. ニュースメディア・エコシステムの多様性と持続可能性	(i) 欧州レベルでの取組	報道の自由及び多元性の支援；クオリティジャーナリズムを支援するプロジェクトへの資金投与；オンラインメディアサービスのための技術改良を目的とする研究・イノベーションへの投資
	(ii) 国家レベルでの取組	編集の独立に対する妨害を国家機関が行わない；基本的権利の保護；ニュースメディア産業の多元性を維持するための慎重な公的支援
e. プロセスと評価	(i) 構造的な導入の枠組	最初のステップとしては、マルチステークホルダーの協力による対策が最善
	(ii) 偽情報対抗のための行動規範	マルチステークホルダー・アプローチによる行動規範を策定する際の要件の提示
	(iii) マルチステークホルダー関与プロセス	オンラインプラットフォーム、ニュースメディア、ジャーナリスト、独立コンテンツ制作者、広告産業、ファクトチェッカー、その他による連合体設立の必要性
	(iv) 行動規範を具体化するためのキー原則及びロードマップ	行動規範に盛り込まれるべき10のキー原則（広告ポリシーへの適合、透明性・説明能力の保証、スポンサードコンテンツの区別、ファクトチェッカー・研究者へのデータ提供、サービスのカスタマイズ手段・ファクトチェックへのアクセスツール提供、信頼できるニュースへのアクセス促進、コンテンツ通知・評価システムの誤用・悪用防止等）と、行動規範に関連するタイムフレームを提示
	(v) 独立した恒久的な評価のプロセス	行動規範の実施方法に関する評価を2019年4月までに実施；恒久的なレビューの仕組の構築（プログレスレポート等）
	(vi) 欧州の研究センターとの協調	学際的チームの参加と多様な関係者との協力；欧州委員会による調整とインフラ整備、持続的関与

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 概要①

- 欧州委員会は、HLEG報告書を受け、市民が大規模な偽情報に曝されることは欧州に対する重大な挑戦であるとして、対処すべき問題の規定と政策方針の提示を行う政策文書を作成・公表した。

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/communication-tackling-online-disinformation-european-approach>

「偽情報」の範囲・定義

- 「偽情報 (disinformation)」は、**検証可能な、虚偽又は誤解を招く情報で、経済的利益を得るため又は公共を欺くことを目的として生成、表示、拡散され、それによって公共への損害が生じるもの**として理解されている。
 ※公共への損害は、民主的な政治プロセス及び政策形成プロセスや公益(EU市民の健康、環境、社会の安全など)への脅威。
 ※誤報、諷刺、パロディ、明白に確認されている党派性の強いニュース及び解説は含まれない。

偽情報の背景

- 偽情報の急速な増殖は、経済的、技術的、政治的、イデオロギー的な原因と関係している。
 - ① 社会の急激な変化：経済的不安・過激主義の勃興・社会的緊張・多極化等
 - ② メディア環境の劇的な変化：メディア産業分野におけるプラットフォームの急成長
 - ③ ソーシャルメディア技術による拡散：(I)生成：偽造が容易、(II)増幅：アルゴリズム・広告配信プラットフォーム・技術 (bot) による拡散、(III)ユーザ自身による拡散
- 以下の原則及び目的が、偽情報対策の指針となるべきである。

欧州の解決アプローチ

① 透明性の向上	情報の起源、生成・スポンサー・拡散・ターゲティングの方法についての 透明性 を高め、市民が、自らがアクセスしたコンテンツを評価し、また意見操作の企図を明らかにできるようにすること。
② 情報の多様性促進	情報の 多様性 を促進し、高品質なジャーナリズム、メディアリテラシー、情報の生成者と配信者のバランス再編などの支援を通じて、市民が、クリティカルシンキングを基盤とする、十分な情報を得たうえでの決定を行えるようにすること。
③ 情報の信頼性向上	情報の 信頼性 を高めるために、情報の信頼性の指標の検証（とくに、信頼された判定者の支援に基づく）や、情報のトレーサビリティ及び影響力のある情報発信者の認証についての改善を図ること。
④ 包括的解決策の形成	包括的 な解決策を形成すること。効果的な長期的解決策には、認知度向上、メディアリテラシーの向上、幅広い利害関係者の巻き込み、公的機関・オンラインプラットフォーム・広告主・信頼された判定者・ジャーナリスト及びメディアグループの参加が必要。

行動規範の作成

- プラットフォーム事業者、広告事業者、広告主等を含むステークホルダーが集まり、偽情報への対応のための(プラットフォーム事業者の)行動規範を策定することを求める。
- 行動規範は、広告配信の透明性を確保すること、スポンサードコンテンツ(特に政治広告)の透明性を確保すること、アルゴリズムについて第三者による検証を可能とすること、利用者がコンテンツを評価したり異なるニュースソースにアクセスしやすいようにすること、偽コンテンツの露出を薄めること、botのラベリングの規則・システムを確立すること、偽アカウントを特定し閉鎖すること、ファクトチェッカー等が継続的に偽情報を監視できるようにすること等を目的とする。

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 概要②

- コミュニケーションでは、具体的な対応策として以下を定めた。

実施項目		主な取組項目
1. より高い透明性、信頼性、説明能力を持つオンライン・エコシステム	1.1. オンラインプラットフォームによる、迅速かつ効果的な、偽情報からのユーザーの保護	利害関係者（オンラインプラットフォーム、広告主、広告事業者等）との協力の枠組の策定、行動規範の策定とその実施状況・効果の測定、EU規則の適用可能性の検討 等
	1.2. 偽情報に対するファクトチェック、集合知、モニタリング能力の強化	欧州におけるファクトチェッカーの独立ネットワークの形成支援、ファクトチェッカー及び学術研究者を支援するオンラインプラットフォーム（データの収集・分析ツール等）の提供 等
	1.3. オンラインの説明責任の強化	eIDAS協力ネットワークによるオンラインの認証の推進 等
	1.4. 新技術の活用	新技術利用・各種ツールの開発に対するHorizen2020プログラムの最大限の活用、追加的支援策の検討、等
2. 安全かつ強靱な選挙プロセス		民主主義に関する対話イベントの開催、サイバー攻撃及び偽情報による選挙プロセスへのリスクの管理に関する加盟国との対話、NISとの連携 等
3. 教育とメディアリテラシーの育成		ファクトチェッカーや市民団体による教材提供の支援、EU関係機関やその取組との連携、デジタル人材教育との連携 等
4. 民主的社会の重要な要素としてのクオリティジャーナリズムへの支援		クオリティジャーナリズムに対する各加盟国の援助策の情報整理・データベース化、クオリティジャーナリズム活動の募集、ジャーナリスト育成や商品・サービスのイノベーションに対する支援、技術開発やプラットフォーム整備プロジェクトへの追加的支援、メディア向けツールキットの提供 等
5. 戦略的なコミュニケーションを通じた、内外の偽情報の脅威への対策		欧州対外行動庁（EEAS）との連携、EC及びEEASのもつ知見のEUの他機関への展開、外国政府による偽情報・ハイブリッド妨害に対抗するための対応や仕組を発展させるための選択肢検討、戦略コミュニケーション能力等に関する報告 等

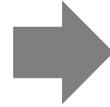
4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 詳細①-1

1. より高い透明性、信頼性、説明能力を持つオンライン・エコシステム

● 偽情報の生成・増幅・拡散は

- プラットフォーム・エコシステムにおける透明性・追跡性の欠如
- アルゴリズム及びオンライン広告モデルの影響

に依存している



● 以下を推進することが重要

- プラットフォームの適切な行動変化
- 情報生態系の説明能力の向上
- ファクトチェック能力及び偽情報に関する集合知の強化
- 情報の生成及びオンライン拡散の方法解明のための新技術の活用

1.1. オンラインプラットフォームによる、迅速かつ効果的な、偽情報からのユーザーの保護

背景及び問題認識

- ✓ プラットフォームは、法的義務を遵守するだけでなく、オンライン環境の安全確保、利用者の偽情報からの保護、利用者に対する異なる政治的意見への接触提供、における中心的な役割を考慮して、適切な責任感に基づいて行動すべき、という期待が高まっている。
- ✓ 全体として、プラットフォームは政治的広告やスポンサードコンテンツについて十分な透明性を提供していない。また、インフルエンサーへの報酬やボットなど戦略的な拡散手法に関しても十分な情報を提供していない。
- ✓ 委員会はプラットフォームに対し、オンライン偽情報への取組を明確に進捗させることを要請する。委員会は、有効な実施と検証のためには、自主規制が有用であると考える。
- ✓ そのために、委員会は、HLEGが提案した原則に基づき、望ましい行動規範の作成を支援し、プラットフォーム及び広告産業に対しその達成を要請する。
- ✓ ただし、表現の自由やその保護手段(批判的、諷刺的、反対論的、ショッキングな言論の検閲の防止など)については厳密に尊重すべき。また、オープンで安全かつ信頼できるインターネットに対する委員会のコミットメントも厳密に尊重されるべき。

欧州委員会としての対応策

- 委員会は、関係するステークホルダー(オンラインプラットフォーム、広告産業、主要広告主、メディア、市民団体の代表を含む)の効果的な協力の枠組を作り、偽情報への取組を調整・拡大することをコミットすることを目的として、マルチステークホルダーフォーラムを招集する。(※オンライン・テロリスト・コンテンツに関するEUインターネットフォーラムとは別)
 - フォーラムの最初の成果は、偽情報に関する行動規範とし、2018年7月までに公表する。
 - またKPIを10月までに作成し、効果測定を行う。評価結果によっては法規制を含むさらなる取組を委員会が提案する可能性もある。
- オンラインのスポンサード広告の特定に関し、EU規則の適用可能性とそのギャップに関する研究を開始する。特定用ツールの有効性についても評価する。

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 詳細①-2

1. より高い透明性、信頼性、説明能力を持つオンライン・エコシステム

1.2. 偽情報に対するファクトチェック、集合知、モニタリング能力の強化

背景及び問題認識

- ✓ ファクトチェッカーの役割・重要性の増大
- ✓ 健全なデジタル・エコシステムにとって、強力かつ独立したファクトチェッカーの密なネットワークは重要な要件である。ファクトチェッカーはIFCN行動原則*のような高い基準に基づいて行動する必要がある。
- ✓ 偽情報の分析はまだ不十分であり、オンラインプラットフォームのデータへのアクセスは限定的である。偽情報の拡散・影響に効果的に対応するには、それに関する確実な事実と証拠が必要である。ファクトチェック団体・研究機関による追加的なデータ収集・分析としては、例えば下記のようなことが行われるべき。
 - 偽情報の規模・手法・正確な性質・潜在的な影響を継続的に監視する。
 - 偽情報がデジタル上で拡大するメカニズムを特定し、マッピングする。
 - 情報源の透明性に関する、公平で客観的で信頼できる指標の開発に貢献する。
 - ニュース媒体・プラットフォーム・公的機関に関する知識を共有し、偽情報についての一般の認知を高める。
- ✓ オンラインプラットフォームのデータへのアクセスを改善し、情報の分析及び交換のための場を提供することが重要である。

欧州委員会としての対応策

- 第1ステップ：委員会は、欧州の独立ファクトチェッカーのネットワーク形成を支援する。
 - このネットワークは、共通の作業手法の確立、ベストプラクティスの交換、EU域内の広範なカバー、共同ファクトチェック及び関連活動への参加を目的とする。
 - このネットワークは、偽情報に関するマルチステークホルダーフォーラム(1.1参照)に招待される。
 - 委員会は、このネットワークが協働するためのオンラインツール(例：安全な共同作業空間)を利用できるようにする。
- 第2ステップ：欧州の独立ファクトチェッカーのネットワーク及び関係する学術研究者を支援するための、偽情報に関する安全なオンラインプラットフォームを立ち上げる。
 - このプラットフォームは、国境を越えたデータ収集・分析ツール、EU大でのオープンデータ(例：信頼できる独立した統計情報へのアクセス)を提供すべき。
 - ファクトチェッカーのネットワークが、信頼できる合図者(偽情報を知らせる者)となることを可能にする。
 - オンライン偽情報のより深い理解と、その拡散を一層防ぐための戦略の根拠に基づく立案を促進する。
 - 委員会は、このプラットフォームを構築するために、既存の枠組及び参照すべき経験の利用可能性について検討する。

* IFCN(International Fact-Checking Network)は、60以上の世界の主要なファクトチェックに携わる団体を支援する団体で、ファクトチェック団体が守るべき行動原則(code of principles)として、①非党派性と公平性、②情報源の透明性、③財源・組織の透明性、④手法の透明性、⑤オープンで誠実な訂正、の5つを定めている。

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 詳細①-3

1. より高い透明性、信頼性、説明能力を持つオンライン・エコシステム

1.3. オンラインの説明責任の強化

背景及び問題認識

- ✓ 偽情報の広がりを追跡し、その情報源を識別することは、説明責任のため、また識別可能な情報供給者への信頼向上、オンラインでのより責任ある行動の促進のために不可欠である。例えば、利用者が、オンラインプラットフォーム上で識別された他の利用者とのみ関係を持つことを選ぶこともできる。
- ✓ 認証された匿名を含む、セキュリティ及びプライバシーに関する最高の基準に基づく情報供給者の安全な認証について、その開発と利用を促進することが期待されている電子本人確認・電子認証・電子信用サービスが、国境を越えてオンラインで利用・承認・実施されるための予測可能な規制環境は、電子認証規則により提供される。
- ✓ 委員会は、オンライン上の悪質な行為の取り調べを容易にするため、ユーザ1人に1つのIPアドレスを割り当てるインターネット・プロトコル・バージョン6(IPv6)の導入の推進を継続する。
- ✓ 委員会はまた、ICANNの取組に沿って、かつデータ保護に関する諸規定に従い、ドメイン名とIP WHOISシステムにおける情報の機能・可用性・正確性の向上に向けた取組を行う。

欧州委員会としての対応策

- 委員会は、eIDAS協力ネットワークが、プラットフォームと協力し、認証された匿名を含む、信頼できる電子的識別・認証手段に基づいて、情報供給者の認証を可能にする任意のオンラインシステムを推進するよう、後押しする。
- これらの取組は、偽情報提供としばしば同時に行われるサイバー攻撃の減少にも資する。

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 詳細①-4

1. より高い透明性、信頼性、説明能力を持つオンライン・エコシステム

1.4. 新技術の活用

背景及び問題認識

- ✓ 新技術は、情報の生成、拡散の方法を一層変えるであろう。しかし、同時に、偽情報を長期間追跡する上で中核的な役割を果たす可能性がある。例えば、
 - 人工知能(AI)は、人間による適切な監視の下、偽情報の検証・識別・タグ付けに際して重要な役割を果たしうる。
 - カスタマイズ可能でインタラクティブなオンライン体験を可能にするメディア技術は、市民がコンテンツを発見し、偽情報を識別するのに役立つ。
 - ブロックチェーンのような革新的な技術により、コンテンツの完全性を保護し、情報や情報源の信頼性を実証し、透明性・追跡可能性を担保しつつ、インターネットに表示されたニュースの信憑性を向上させることが可能である。これは、信用できる電子本人確認・認証・認証された匿名の使用と結びつけることができる。
 - データソースの正確性や質など文脈(context)に関連した情報を取り扱う認知的アルゴリズムは、検索結果の妥当性や信頼性を向上させる。

欧州委員会としての対応策

- 委員会は、左記の技術を利用するために、Horizon2020* ワークプログラムを最大限に活用する。
 - 委員会は、さらに、偽情報の対策ツールの実装、影響力の大きいイノベーションの商品化の加速、研究者とビジネスのパートナーシップの促進のために、追加的な支援の可能性についても検討する。

* 全欧州規模で実施される、研究及び革新的開発を促進するための研究・イノベーション枠組計画 (Framework Programme: FP) で、2014～2020年に渡り約800億ユーロの公的資金が投入される。Research & Innovation Action (RIA)、Innovation Action (IA)、Coordination & Support Action (CSA)、Research & Innovation Staff Exchange (RISE) の4類型がある。参加に際しては条件があるが、条件を満たせば日本企業も参加可能。

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 詳細②

2. 安全かつ強靱な選挙プロセス

背景及び問題認識

- ✓ 選挙プロセスの安全は、民主主義の基礎であり、特別な注意を払うべき。 偽情報は、Webサイトの乗っ取りや改竄、政治家の個人情報へのアクセスや漏洩などのように、選挙プロセスを操作するための広範なツールの一部を形成している。
- ✓ サイバー作戦は、公共の情報の完全性を傷つけ、偽情報のソースの特定を妨害するために用いられる。
- ✓ 選挙運動期間においては、スケジュールが詰まっていることにより偽情報の検出と対策をタイムリーに行うことが制約されるため、これは重大である。
- ✓ 2019年の欧州議会議員選挙について、委員会は、各国当局に対し、投票過程がサイバー攻撃や偽情報に晒されるリスクを特定し、軽減し、管理するための優れた取組を確認するよう促した。
- ✓ NIS指令*により設置された協力グループにおいて、加盟国は、任意ガイダンスを作るため、ネットワークのサイバーセキュリティに向けた欧州の取組や、投票過程に用いられる情報システムのマッピングを始めた。

欧州委員会としての対応策

- 2018年11月26・27日に開催される基本権会議では、「民主主義」をテーマとして、包括的かつ健全な民主主義社会の主要な要素について、以下を含めて議論する予定。
 - 確かな情報に基づく多元的な民主的議論にデジタル化がもたらすチャンスと課題
 - プロパガンダがもたらす悪影響
- 委員会は、民主的な選挙プロセス(とくに、加盟国における選挙及び2019年の欧州議会選挙を想定)に対するサイバー攻撃及び偽情報によるリスクの管理に関する加盟国の支援を目的として、以下を含む、継続的な対話を開始する。
 - 選挙に関するベストプラクティスに関する加盟国との情報交換(2018年4月25・26日)のフォローアップ
 - NIS協力グループが選挙のサイバーセキュリティについて実施している取組に対する、必要なすべての支援(ENISA(欧州ネットワーク・情報セキュリティ機関)と協力して実施)：2018年末までに、NIS協力グループは、選挙のライフサイクルを通じた安全を確保するために加盟国で実装可能な、実用的な提言及び手段をまとめた概論を公表する予定
 - Security Unionタスクフォースの主催により、選挙に対するサイバー脅威に関する加盟国とのハイレベル会合を2018年後半に開催

* 2016年に採択された「ネットワークおよび情報セキュリティ(Network and Information Security)指令」は、2013年に発表されたEUサイバーセキュリティ戦略を具体化するもので、加盟国に対し、国家戦略の策定及び管轄官庁等の指定、重要インフラを保有する基幹サービス運営者（①エネルギー(電力、石油、ガス)、②輸送(航空、鉄道、水上、道路)、③銀行、④金融市場インフラ(証券取引所等)、⑤保健医療、⑥飲料水、⑦デジタルインフラ)・デジタルサービス提供者の義務及びその他の企業等による任意のインシデント届出、を義務付け、また加盟国とEU諸機関の協働のために協力グループ及びCSIRT(コンピュータセキュリティ・インシデント対応チーム)ネットワークを設置すること、罰則などが定められている。

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 詳細③

3. 教育とメディアリテラシーの育成

背景及び問題認識

- ✓ デジタル教育行動計画(2018年1月採択)は、学校及び学校外教育における、偽情報が教育者・学生に与えるリスクと、学習者のデジタルスキル・能力を早急に向上させる必要性を強調している。
- ✓ 委員会が作成した「市民のためのデジタル能力構想」において、情報・データリテラシーからデジタルコンテンツ作成、オンライン上の安全措置(safety)及び幸福(well-being)まで、あらゆる学習者に必要なスキルの組合せを提示している。
- ✓ 偽情報の越境性から、市民の強靱性を高めるため、EUは加盟国への優良事例の普及を支援するという役割を負う。また、委員会は若年者及び成人に対する以下の活動を強化することができる。
 - 委員会は、メディアリテラシー専門家グループを主導し、“Media Literacy for All”などの試験計画を支援している。
 - 視聴覚メディアサービス指令(AVMSD)は、メディアリテラシーの重要性を認識しており、その改訂版において、加盟国当局によるメディアリテラシー関連の取組に対する監督が強化された。
 - 委員会は、市民(とくに若年者)のデジタル環境に対する批判的認識を強化することを目的とした、インターネット安全措置、デジタル幸福やデジタルスキルに関する多くの新たな取組を支援している。
 - 加盟国、社会的パートナー、教育団体がEUのデジタルスキル・能力に関する作業部会を通じ、デジタル教育の経験と優れた取組を共有している。
 - 委員会は、加盟国が、デジタル市民権やメディアリテラシー、オンライン環境下のクリティカル・シンキングの養成、偽情報とオンライン上での増幅手法に関する啓発活動に対して、リソースを割き、教育政策に組み込むよう、後押しをしている。この点について、研修や優れた取組の共有など、教員に対する支援は不可欠である。

欧州委員会としての対応策

- 委員会は、左記に加えて以下を実施する。
 - 独立したファクトチェッカー及び市民団体が、学校及び教育者に対し教材を提供するように促す
 - 「#SaferInternet4EU」キャンペーンに、オンライン偽情報に関する、対象を定めた取組を盛り込む
 - 認知度向上及び関連機関の越境協力の支援を目的として、欧州メディアリテラシー週間を計画・運営する
 - AVMSDの適用の下で、メディアリテラシーに関する報告をまとめる
 - PISA(OECD生徒の学習到達度調査)について、メディアリテラシーを評価基準に加えることができるか、OECDと協働して検討する
 - Digital Skills and Job Coalitionに対し、社会参加を目的とする場合も含めたデジタルスキルの支援を促す
 - デジタル教育行動計画の実装を継続し、また Digital Opportunity Traineeshipなどの取組(特に若年者におけるデジタルスキルの強化と認知向上を目的とする)への支援、共通の価値及び包含の促進を続ける

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 詳細④

4. 民主的社会の重要な要素としての質の高いジャーナリズムへの支援

背景及び問題認識

- ✓ 質の高いニュースメディア(パブリックメディアを含む)及びジャーナリストは、高品質で多様な情報を市民に提供する上で重要な役割を担う。多元的で多様なメディア環境を確保することで、偽情報を暴き、バランスをとり、希釈することができる。
- ✓ デジタル環境を発展させる上では、質の高いジャーナリズムへ投資し、クオリティジャーナリズムが担う社会的・民主主義的役割に対する信頼を強化し、新しいクオリティメディアによる、イノベティブな形でのジャーナリズムの探求を支援する必要がある。
- ✓ さらに、メディアとオンラインプラットフォームの関係の均衡を保つ必要がある。欧州連合著作権改革の迅速な承認はこれを推進する。これにより、発行者の地位が向上し、権利者とプラットフォーム間の収益の分配が公平なものとなれ、ニュース放送局とジャーナリストが作成したコンテンツの収益化を後押しする。
- ✓ ジャーナリストやプロのメディアは、事実の調査や確認の観点から、新しいテクノロジーによるチャンスを活用し、データやソーシャルメディア分析のために必要なデジタルスキルを涵養するべきである。
- ✓ 質の高い情報の提供や公益におけるジャーナリズムの保護のためには、メディアに対する公的サポートと公共メディアが非常に重要である。報道の自由や多元性といった欧州連合の共通の利益の達成を考慮した各加盟国の支援策が公表された。

欧州委員会としての対応策

- 加盟国が、質の高いジャーナリズムの持続可能性を阻害するような市場の失敗への対策として、水平的な援助スキームについて検討するよう促す。また、ジャーナリストとしての訓練、サービスや製品のイノベーションなど特定の取組への支援策についても検討するよう後押しする。
- 委員会は、加盟国による援助の透明性と予見可能性を高めるため、適用可能な援助ルール及び関係する事例について、公的に利用可能なオンライン・リポジトリを作成する。また加盟国が定期的に更新する情報にもアクセスできるようにする。
- 委員会は、EU情勢に関する質の高いニュース・コンテンツの制作・データ活用ニュースメディアを通じた配信について、2018年に募集を開始する。
- 委員会は、メディアの自由及び多元性、質の高いニュースメディア及びジャーナリズムを促進する取組(ジャーナリストのスキル及び訓練、ニュース編集室のための新技術、協調的なデータ活用プラットフォームを含む)を支援するため、既に実施中のプロジェクトに対する出資額増加を検討する。
- 欧州基本権機関はメディアプロフェッショナル向けツールキットを作成し、偽情報を含む倫理的ジレンマの扱い方に関する提言、助言、ツールを基本権の角度からジャーナリストに提供する。

4. フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 詳細⑤

5. 戦略的なコミュニケーションを通じた、内外の偽情報の脅威への対策

背景及び問題認識

- ✓ 公的機関によるコミュニケーション・啓発は、偽情報対策において不可欠な部分である。 検知やデータ分析に加え、戦略的コミュニケーションは、誤った言説に対して適切に手を伸ばす(アウトリーチ)活動を必要とする。
- ✓ 欧州及びEUの政策に関するコミュニケーションが重要なのは、EUがしばしば偽情報キャンペーンの標的となって、その機関・政策・取組・価値観が攻撃されるからである。
- ✓ 偽情報キャンペーンについて、起点は国内又は国外、活動主体は民間又は政府、活動エリアはEU域内又は第三国、のいずれもがありうる。
- ✓ 2015年に、欧州対外行動庁(EEAS)内にEast Stratcom Task Forceが設立され、重要な挑戦の一つとして、ロシアが行っている現在進行中の偽情報キャンペーンに取り組んでいる。
- ✓ 2016年には、EU情報活動・情勢センター内にEU Hybrid Fusion Cellが設立され、外国の主体による、EUやその隣国の政治的決定への介入を狙ったハイブリッド脅威を監視し、対処している。
- ✓ これらの機関は、最近設立されたEuropean Centre of Excellence for Countering Hybrid Threatsと協働して、欧州の対応強化の基礎を形成した。
- ✓ また、これら機関は、ハイブリッド妨害に対する欧州連合の強靱性、調整状況、準備状況を向上させるための、欧州連合とNATOの協力体制における重要な要素である。

欧州委員会としての対応策

- 委員会は、EEASと協力し、偽情報に取り組むことを目的とするコミュニケーション活動の内部調整を増強して、戦略的コミュニケーション能力を強化する。
- 委員会は、EEASと協力し、この協働や、委員会が持つ知識及び活動を、他のEU機関に、また適切な仕組に基づき加盟国に、それぞれ展開する。1.2に記載した、偽情報に関する安全なオンラインネットワークによる収集した情報は、欧州に関する誤った言説及び偽情報に対抗することを目的とする、欧州域内・域外におけるアウトリーチ活動の計画にも用いられる。
- 委員会及びEEASは、強靱性を高め、EU内の市民及び主体に対して外国政府がシステムティックに行う偽情報キャンペーン及びハイブリッド妨害に対抗することを目的として、加盟国と協力し、戦略的コミュニケーションによる対応及びその他仕組を発展させるためのさらなる選択肢について検討する。
- 委員会は、EEASと協力し、ハイブリッド脅威に取り組むために強めている能力(サイバーセキュリティ、戦略的コミュニケーション、対敵情報活動を含む)に関する報告を6月に行う。

5. 行動規範（Code of Practice on Disinformation）①概略

- コミュニケーションを踏まえて作成された「偽情報に関する行動規範」は、6分類21項目(実質的には5分類15項目)からなり、各事業者・団体等がそれぞれに関係する項目を選択して署名する形となっている。
- 2018年9月～10月に、最初の署名者として、Facebook、Google、Twitter、Mozillaの4事業者と、広告関係8団体が署名した。

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

分類	署名者	項目
広告配置の監視	関係する場合	1. 関連する行為に対する広告とマネタイズインセンティブを崩壊させるための方針・プロセスを設ける
	関係する場合	2. すべての広告は、編集されたコンテンツと明確に区別されることができなければならない
政治的広告及び 論点広告		3. 政治的広告に関する開示を可能にする
	関係する場合	4. 論点に関する広告を開示する方法を工夫する
サービスの完全性	関係する場合	5. 自社サービスにおける、自動化されたbotの特定と誤用に対する明確な方針を策定する
	関係する場合	6. 自動化されたシステムの使用が認められない場合における方針を策定し、EUのユーザーがアクセスできるように公表する
消費者のエン パワー	関係する場合	7. 虚偽である可能性のある情報に接したときに、十分な情報に基づいて決定を行うことを支援する製品、技術、プログラムに投資する
	関係する場合	8. 検索、フィード、その他自動的に順位付けされて配信されるチャンネルにおいて、関連性の高い、認証された、信頼すべき情報の優先順位を高める技術的手段に投資する
	関係する場合	9. 公共の利益に関する話題について、多様な視点を得やすくするためのツールや機能に投資する
		10. クリティカルシンキングの強化及びデジタルメディアリテラシーの向上に関する取組を支援するために、市民団体、政府、教育機関、その他の関係者とパートナーを組む
研究コミュニティ のエンパワー		11. 消費者が特定の広告が表示されている理由について理解することを助けるツールを、マーケットが取り込むことを促進する
	関係する場合	12. 偽情報の追跡及びその影響の理解に関する、誠意ある独立した取組を支援する
	関係する場合	13. 自社プラットフォームにおける偽情報及び政治広告に関する誠意ある研究を禁止又は抑制しない
	関係する場合	14. 偽情報及び政治広告に関する研究を促進する
	関係する場合	15. 学術機関、ファクトチェックコミュニティ、関係事業者による議論を促進するイベントを毎年開催する

5. 行動規範 ②プラットフォームのコミット項目

- プラットフォーマー（Facebook、Google、Twitter、Mozillaの4事業者）がコミットした内容は以下のとおり。

分類	項目		Facebook	Google	Mozilla	Twitter	
広告配置の監視	1	a.	ブランド保護・認証ツールの使用を奨励する・取り込む	●	●		●
		b.	認証を行う第三者事業者が関与できるようにする	●	●		
		c.	広告主が媒体購入戦略やオンラインでの評判リスクを評価することを支援/許容	●	●		●
		d.	広告主が、自社広告の出稿先を確認し選択できるようにする	●	●		
政治的広告及び 論点広告	2		広告と編集コンテンツを明確に区別	●	●		●
	3		政治的広告に関する情報開示	●	●		●
	4		論点に関する広告に関する情報開示方法の工夫	●	●	●	●
サービスの完全性	5		自社サービスにおける、botの特定と誤用に関する方針策定	●	●		●
	6		自動化システムの使用が認められない基準の策定と公表	●	●		●
消費者のエンパ ワー	7		虚偽の可能性のある情報に接した場合に、十分な情報に基づいて決定できるようにサポートするための製品、技術、プログラムに投資	●	●	●	
	8		適切な情報の優先順位を高める順位付け技術への投資	●	●		
	9		多様な視点を得やすくするためのツール・機能への投資	●	●	●	●
	10		クリティカルシンキングやメディアリテラシー向上に関する関係者とのパートナーシップ	●	●	●	●
	11		特定の広告が表示されている理由を消費者が理解できるツールの導入を促進	●	●	●	●
研究コミュニティ のエンパワー	12		偽情報の追跡や影響理解に関する取組を支援	●	●	●	●
	13		自社プラットフォームにおける偽情報・政治広告に関する研究を禁止・抑制しない	●	●		●
	14		偽情報や政治広告に関する研究を促進	●	●	●	●
	15		関係者による議論を行うイベントを毎年開催	●	●	●	●

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/roadmaps-implement-code-practice-disinformation> より作成

5. 行動規範 ③プラットフォームが提示したベストプラクティス

	Facebook	Google	Mozilla	Twitter
広告に関する方針	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽ニュースに関するFacebookポリシー(アカウント・コンテンツ削除等) Facebook広告ポリシー(禁止コンテンツの例等) 	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽・詐称に関するGoogleポリシー(虚偽・詐称広告の禁止) 悪い広告に関するGoogle年次報告書 		<ul style="list-style-type: none"> Twitter広告ポリシー(Twitterにおける広告主の責任を明確化) Twitter広告品質ポリシー(広告の透明性と条件を規定)
政治的広告に関する方針	<ul style="list-style-type: none"> 広告・ページ透明性表示サービス(ユーザへのより詳細な情報提示) Facebook政治広告ポリシー(政治広告が認められる条件の提示) 「なぜ私はこの広告を見ているか」サービス(広告表示理由の説明) 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者向けGoogle広告設定機能(表示される広告をユーザが設定する機能の提供) 政治広告に関するGoogleポリシー(消費者のターゲティングの禁止) 		<ul style="list-style-type: none"> Twitter広告透明性センター(広告に関する詳細情報を提供するダッシュボード) 「Twitter広告のしくみ」(特定の広告が表示されるしくみの解説、表示される広告の設定機能) Twitter政治運動ポリシー
サービスの完全性に関する方針	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽・詐称に関するFacebookポリシー(虚偽・詐称の禁止) Facebookスパムポリシー(スパム広告の禁止) Facebook透明性レポート(偽アカウント削除の実績公表) 	<ul style="list-style-type: none"> 正式コンテンツに関するGoogleの取組(検索アルゴリズム改善) ニュースコンテンツに関するGoogleポリシー(ニュースコンテンツに対する透明性・説明性の要求) Webマスター向けガイドライン(詐欺的・情報操作的にならないためのガイドライン) 		<ul style="list-style-type: none"> 自動化及び虚偽・詐称に関するTwitter規則 Twitter詐称ポリシー(詐称アカウントの永久停止等) Twitterスパムポリシー(スパムの定義と禁止)
消費者のエンパワーのための方針・行動	<ul style="list-style-type: none"> ファクトチェックを行う第三者機関とのパートナーシップ情報の周知 消費者に対する、虚偽ニュースの判定方法・拡散防止方法の情報提供 信頼された情報源からの情報を優先する戦略 ニュースフィード透明性サイト・ブログ(ニュースフィードのしくみ・アルゴリズム変更の情報) 虚偽ニュース通報ツール 	<ul style="list-style-type: none"> Googleファクトチェックツール【開発者向け】(Googleの検索結果やニュースに含まれるコンテンツについてのファクトチェックツール) 消費者向けGoogle広告設定機能(表示される広告をユーザが設定する機能)の提供 	<ul style="list-style-type: none"> 情報・信頼性イニシアチブ Firefox 'Facebookコンテナ'拡張(サイト間追跡を困難にするツールの提供) Mozilla's lightweight Firefox Focus(プライバシーにフォーカスしたモバイルデバイス用ブラウザ) The Coral Project(ジャーナリストが偽情報を特定するための多様な方法を提供) Mozilla Fellowship Program Mozilla's Reality Redrawn 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー個人設定及びデータ設定(ユーザーデータ使用の個人設定) Twitter広告のレポート(ユーザーが広告について報告・通知する方法) Twitter透明性レポート(透明性やプライバシーに関する対応状況の隔年レポート) 「Twitter for Good」(メディア・デジタルリテラシー、オンライン安全教育、表現の自由に関する協力状況)
研究コミュニティのエンパワーのための方針・行動	<ul style="list-style-type: none"> Facebook選挙研究協議会の運営 社会科学的研究(民主主義や選挙へのソーシャルメディアの効果)へのデータ提供 	<ul style="list-style-type: none"> Datacommons.orgプロジェクト(ファクトチェックデータの共有) 	<ul style="list-style-type: none"> Mozilla Fellowship Program(技術者と政策担当者が共同で対策を検討する場) Mozilla's Reality Redrawn(偽情報の影響を複合現実感で可視化) 	<ul style="list-style-type: none"> 「Do more With data」イニシアチブ(ユーザーデータの活用事例) Twitter健康測定提案(共同研究提案) Twitter開発者ポリシー(共同研究・開発に関する規定)

https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=54455

5. 行動規範 ④プラットフォームがコミットしたマイルストーン

- プラットフォーマーがコミットした主なマイルストーンは以下のとおり。

	Facebook	Google	Mozilla	Twitter
2018 夏	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告透明性に関するサービス及びページの提供開始(ユーザが閲覧ページ・広告に関する詳細情報を見られる) 			<ul style="list-style-type: none"> ● 「Twitter広告透明性センター」の提供(Twitter上の全広告についての透明性情報をユーザー・非ユーザーに提供するダッシュボード)
2018 秋	<ul style="list-style-type: none"> ● 行動規範への署名【9月26日】 ● 欧州議会でのトレーニング(欧州議会に参加している政治団体に対し、選挙の完全性(選挙が偽情報の影響を受けないこと)と選挙運動におけるFacebookの使い方のトレーニングを提供) ● 選挙の完全性に関する円卓イベント「EU対話」を実施(関係者の議論、選挙の完全性への取組の周知を行う) ● 選挙の完全性に関するオンラインリソースの提供(有権者との関係構築、セキュリティに関する知識、ニュース・リテラシーに関する、Facebookのシビックツールやベストプラクティス) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 行動規範への署名【9月26日】 ● 欧州の政治団体へのトレーニングを開始(2019年5月の欧州議会選挙で運動を行う可能性のある団体が対象) ● 欧州議会選挙において利用可能な、政治広告の透明性に関するツールを発表 ● 欧州の政治団体、選挙管理機関に対し、選挙のためのセキュリティツールを導入・トレーニングを提供 	<ul style="list-style-type: none"> ● 欧州における偽情報対策に関する専任スタッフ増員 ● 行動規範への署名【10月16日】 	<ul style="list-style-type: none"> ● 行動規範への署名【10月10日】 ● フェイクアカウントに対する方針の更新をアナウンス(フェイクアカウントの判定方法や、虚偽の行為の禁止に関するガイドラインの拡張と更新) ● 欧州の政治団体へのトレーニングを開始(2019年5月の欧州議会選挙で運動を行う可能性のある団体が対象)
2019 Q1			<ul style="list-style-type: none"> ● Firefox (Webブラウザ) のデフォルト設定におけるセキュリティ機能強化を公表 ● Mozilla財団フェローシップ・プログラムに新たなグループを設置(技術者、政策専門家による実施可能な解決策の研究) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「Twitter EU選挙センター」の立ち上げ(ユーザー、政治団体、政治家に対し、安全確保や強制措置のツール、最新情報を提供)
2019 春	<ul style="list-style-type: none"> ● 政治広告に関する透明性ツールの立ち上げ(政治広告のラベリング、EU全域における政治広告ライブラリー) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 政治広告の透明性に関するツールを導入 ● 新たなファクトチェックツールの提供開始(ファクトチェックコンテンツのマークアップと探索が容易になる) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Firefox選挙対応版(欧州議会選挙用)の提供開始(政治広告ターゲティング情報確認、Facebookによる追跡のOFF【2019/Q1末・Q2】) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「Twitter広告透明性センター」のアップデート(EUに特化した政治広告に関する透明性機能を追加)【2019/Q2】

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/roadmaps-implement-code-practice-disinformation> より作成

6. 欧州委員会レポートで示された主要プロジェクト（抜粋）①

- 欧州委員会は、コミュニケーションで提示した対策の実施状況に関するレポートを2018年12月に公表した。その中で成果として言及されている主要なプロジェクト・計画・会議体等の概要は以下のとおり。

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/report-implementation-communication-tackling-online-disinformation-european-approach>

（参考）欧州委員会コミュニケーションの実施項目

1. より高い透明性、信頼性、説明能力を持つオンライン・エコシステム

- 1.1. オンラインプラットフォームによる、迅速かつ効果的な、偽情報からのユーザーの保護
- 1.2. 偽情報に対するファクトチェック、集合知、モニタリング能力の強化
- 1.3. オンラインの説明責任の強化
- 1.4. 新技術の活用

2. 安全かつ強靱な選挙プロセス 3. 教育とメディアリテラシーの育成 4. 民主的社会の重要な要素としてのクオリティジャーナリズムへの支援 5. 戦略的なコミュニケーションを通じた、内外の偽情報の脅威への対策

項目	名称	枠組・財源等	概要	URL
1.2	SOMA (Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis)	Horizon2020*1	ファクトチェッカーと学術研究者を含む学際的コミュニティをつくり、さまざまなタイプの偽情報の脅威の検出・分析能力を強化し、理解を深めることを目的として2018年11月にスタート。さまざまなITパイロットインフラを提供予定。	http://www.disinfobservatory.org/
1.2	European Platform on Disinformation	DSI (Digital Service Infrastructure)	2019年から3ヶ年（総予算250万ユーロ）かけて「偽情報に関する欧州プラットフォーム」をデジタル・サービス・インフラ（DSI）として構築し、ファクトチェッカーと学術研究者の協力をスケールアップさせることを2019年2月に提案。 <u>偽情報に関する情報共有や意見交換のためのプラットフォームを構築する計画</u> 。オンライン会議室、偽情報のリポジトリ、自動翻訳ツールなどを提供するポータルを最初に構築。その後、オンラインプラットフォームのデータへのアクセス機能、偽情報キャンペーン・マップ、ファクトチェックのトレーニングなども提供予定。	https://ec.europa.eu/inea/sites/inea/files/cef_telecom_work_programme_2019.pdf
1.3	Co-inform	Horizon2020	<u>クリティカルシンキング及びメディアリテラシーを強化するため、7ヶ国の大学・中小企業が参加して、オンラインでの情報の共有に注目して「フェイクニュース」を照らし出すツール（ブラウザ・プラグインや、ダッシュボード）を開発する</u> 。開発されたツールは市民、ジャーナリスト、政策立案者に対し提供される。2019～2021年の3ヶ年の予定。	https://coinform.eu/

*1 全欧州規模で実施される、研究及び革新的開発を促進するための研究・イノベーション枠組計画（Framework Programme: FP）で、2014～2020年に渡り約800億ユーロの公的資金が投入される。Research & Innovation Action（RIA）、Innovation Action（IA）、Coordination & Support Action（CSA）、Research & Innovation Staff Exchange（RISE）の4類型がある。参加に際しては条件があるが、条件を満たせば日本企業も参加可能。

6. 欧州委員会レポートで示された主要プロジェクト（抜粋）②

項目	名称	枠組・財源等	概要	URL
1.4	Comprop (Computational Propaganda Research Project)	ERC* ²	ソーシャルメディアのボット(bot)などのツールが、政治的コンテンツ、偽情報、ヘイトスピーチ、ジャンクニュースの増幅や抑圧を通じてどのように公衆の意見を操作するかなどについて、組織社会学、ヒューマン・コンピュータ・インタラクション、コミュニケーション論、情報科学、政治学などの観点から研究。	https://comprop.oii.ox.ac.uk/
1.4	Botfind	ERC	Compropの成果をふまえ、ソーシャルメディアのユーザーが、 <u>botと疑われるアカウントを判別</u> することを可能にするツール開発を行う。	https://cordis.europa.eu/project/rcn/211447/factsheet/en
1.4	Debunker	ERC	“misperception”（単なる知識欠如ではなく、誤った知識を持つこと）について研究。①移民、ワクチン、気候変動の3テーマ（政治、健康、科学の領域を代表）についての、欧州市民のmisperceptionのレベル評価、②誤った知識を防ぎ、また正すための効果的な手段、③研究成果の学術研究者や政策立案者へのフィードバック、を目的とする。	https://cordis.europa.eu/project/rcn/204137/factsheet/en
1.4	Invid	Horizon2020	ソーシャルメディアで拡散する、ニュース価値のある動画コンテンツについて、その検出、認証、信頼性・正確性の確認、をサービスとして提供するツール開発し、プラットフォームを構築することを目的とする。ビデオに不正を施し「ディープ・フェイク」を作成する技術がますます簡単に入手・利用可能になっていることを考慮し、視聴覚コンテンツの検証・確認ツールの開発に焦点を当てている。	https://www.invid-project.eu/
1.4	Fandango	Horizon2020	“FAke News discovery and propagation from big Data ANalysis and artificial intelliGence Operation”の略。フェイクニュースを検出し、より効率的に欧州市民に対しコミュニケーションを行うために、異なる形式・タイプのニュースデータ、メディアソース、ソーシャルメディア、オープンデータを集約・分析する。	https://fandango-project.eu/
1.4	Eunomia	Horizon2020	情報ソースや拡散プロセス、信頼性を識別するためのオープンソース・分散型ソリューションについて、ブロックチェーンやAI技術を活用して開発を行う。	https://eunomia.social/
3	#SaferInternet4EU campaign	Digital Education Action Plan* ³ の一部として実施	メディアリテラシーへの認知向上、保護者及び専門家に対するオンラインのリスクと機会の伝達、子ども及び若年層におけるメディアのポジティブな利用の促進、を目的とする「#SaferInternet4EU」キャンペーンの効果を高めるための活動を期待して、加盟国のセーフター・インターネット・センター(SICs)に資金を提供。	https://www.betterinternetforkids.eu/web/portal/saferinternet4eu

*2 European Research Council（欧州研究会議）はEUの研究資金助成機関。助成は最長5年間継続することができ、社会科学、人文科学、学際的研究を含むあらゆる科学分野における先端研究を対象としている。

*3 急速に変化するデジタル時代における生活と仕事に適応するために、市民、教育機関、教育制度を支援することを目的として定められたEUの行動計画で、11項目からなる。https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_en

7. 欧州委員会アクションプラン

- 欧州委員会は、欧州理事会から偽情報への対抗策を提出するよう求められた^{*1}を受け、2018年12月に、アクションプランとして4つの柱・10のアクションを公表^{*2}した。

実施状況の ポイント

- コミュニケーションで提示した取組の実施状況について、すべての項目が2018年内に完了又は着手されているとしている。
- オンラインプラットフォーム事業者及び広告業界は、欧州議会選挙を視野に入れて、行動規範に署名した。行動規範の実施状況については、2018年12月末時点で各署名者が報告を提出し、委員会はそれらをまとめて報告書を公表する。
- ファクトチェッカーのネットワークについては形成中。委員会は必要なインフラを提供する予定。
- 民主主義的プロセスをサイバー脅威から守ることの必要性に関する認知度は、各加盟国において上昇した。
- メディアリテラシーの向上、ユーザー（特に若年層）のエンパワー、クリティカルシンキングの強化、についてはEU及び加盟国レベルにおいて引き続き継続的な取組が行われることが必要。
- クオリティジャーナリズムの支援については、各国の支援制度の一元的整理、必要な研究開発の実施、ビジネス・サービスのイノベーションの支援などの取組を始めている。

アクション プランの柱

- 柱1：偽情報の検知・分析・公表に関するEU機関の能力向上
- 柱2：偽情報に対する連携・協調した取組の強化
- 柱3：偽情報への取組への民間セクターの活用
- 柱4：認知度向上及び社会の強靱さの強化

*1 <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2018/10/18/20181018-european-council-conclusions/>

*2 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/action-plan-against-disinformation>

8. 行動規範の実施状況に関するレビュー（1/2）

- Google、Facebook、Twitterの3社は、2018年12月以降毎月、行動規範に関する実施状況を(1月以降は特に選挙対策を中心に)欧州委員会に報告している。欧州委員会は同様のレポートを5月まで毎月公表する予定。 ※2019年5月下旬には欧州議会選挙が行われる。
- 2019年末には行動規範の包括的な評価を行い、仮に取組が不十分と認める場合には、法律による規制も含めた追加措置を行うことを示唆。

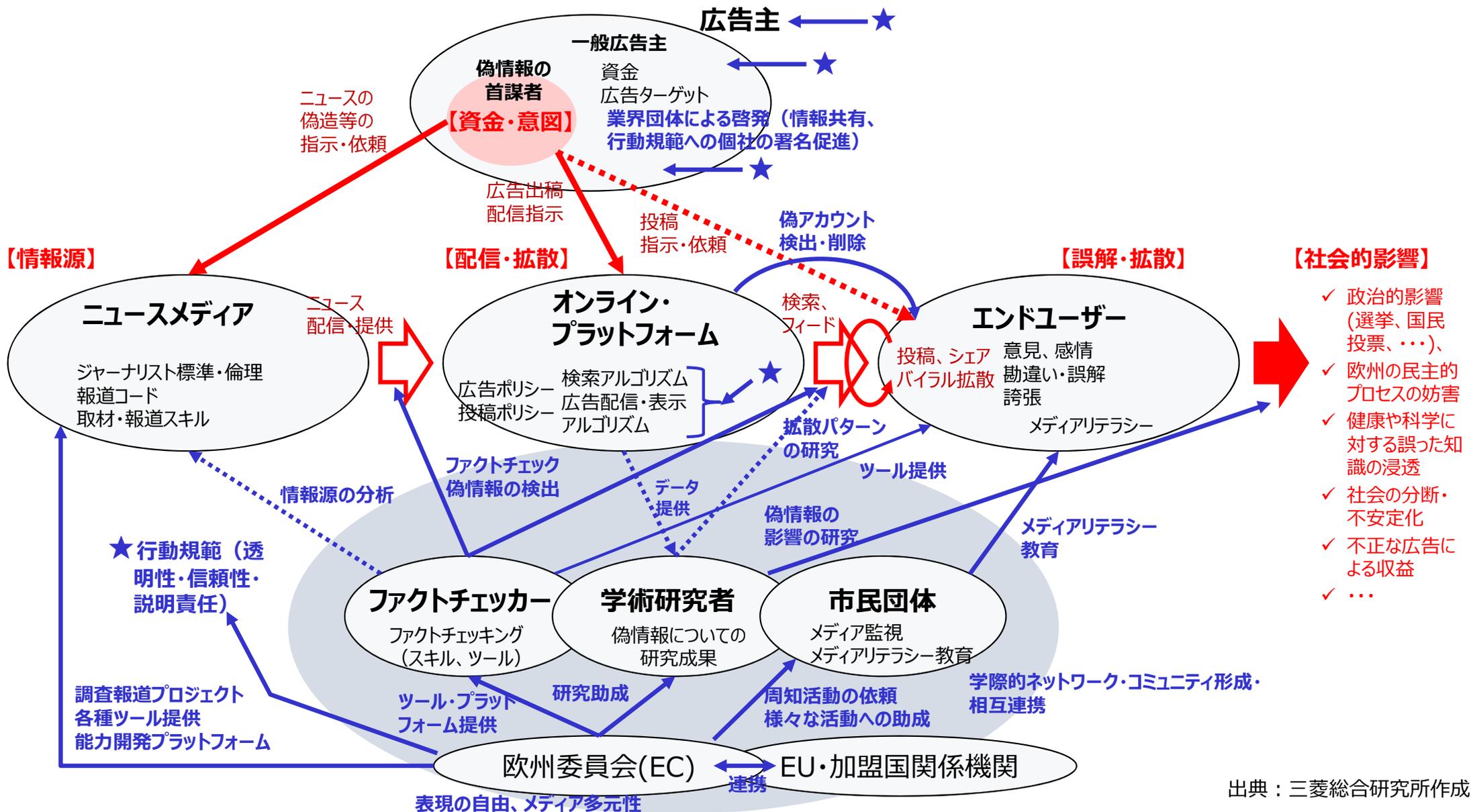
	全体状況（欧州委員会の見解）	Googleの報告（欧州委員会の評価を含む）
2018年12月までの実施状況（1月29日公表）	<ul style="list-style-type: none"> ● よりシステマティックなアプローチによる、定常的な、データに基づくモニタリングと評価が行われることを期待。 ● 業界団体については、認知向上への取組は評価するが、広告主やブランドによる取組がみられない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 誓約したすべての項目、特に広告配信の監視、政治的広告に関する透明性、ユーザに対する情報・ツール・その他支援の提供についての取組を進めている。 → いくつかのツールは限られた加盟国のみで利用可能である。 → 検索エンジンについても、研究活動を支援することを求める。
2019年1月の取組（2月28日公表）	<ul style="list-style-type: none"> ● 3社は選挙の完全性を支えるための施策を実施：広告配信のさらなる精査、政治広告の透明性ツール、各社サービスにおける虚偽・詐称行為の特定とそのブロック手段、等 ● コミット事項の進展が必要。新たな施策とツールが、適切な時期に、EU横断的に不足なく実施されたことが示されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告配信の監視の改善に関するデータを加盟国別に分けて提供。 → 測定基準が明確でなく、偽情報対策としてどの程度実施され効果があったのかが明らかでない。 ● 選挙広告に関する新たな方針を公表し、広告主による選挙広告の出稿が始まり次第、選挙広告についての透明性レポートの作成・公表を行う予定。 → サービスの完全性に関する方針の実施の具体的なエビデンスは提示していない。
2019年2月の取組（3月20日公表）	<ul style="list-style-type: none"> ● 有意義な進展がみられ、政治広告の透明性ツールについては各プラットフォームが5月の欧州議会選挙前に利用可能にする」と報告。他については、プラットフォームにより状況が異なる。 ● 行動規範で定めた目的達成の進捗状況を示すKPIの具体化については、各社ともさらなる努力が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告配信の監視の改善について報告。選挙広告の透明性に関する方針の詳細を提示。EU選挙広告の透明性レポートを4月に導入予定。 ● スпам、詐欺、なりすましなどの違反行為を行ったYouTubeチャンネル約63万件の削除を報告。 → 論点広告の透明性や虐待的なアカウント作成に関する取組の進捗の報告、YouTubeに関するより詳細な報告が求められる。
2019年3月の取組（4月23日公表）	<ul style="list-style-type: none"> ● 3社とも政治広告に対するラベリングを開始。Facebook、Twitterは政治広告ライブラリーを公開。Googleはライブラリーのテストを開始。 ● 偽アカウントに関する手法及びデータセットのファクトチェッカーや専門家への提供、さらなる技術的改善が必要。 ● GoogleとTwitterは論点広告に関して報告がない。Googleとファクトチェッカーの協働を歓迎。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告配信の精査を改善するための取組について、加盟国別内訳も含めて報告。選挙広告ポリシーの更新及び3月21日からの適用開始を報告。EU選挙広告透明性レポートと広告ライブラリーの4月からの立ち上げを宣言。スパム、詐欺、なりすましに関するポリシーに違反したYouTubeチャンネル100万件以上を削除。 → 特定論点に関する広告の定義についての進捗については報告がない。 ● IFCNと共同で“FactCheck EU”を立ち上げ、10ヶ国19機関による11言語のファクトチェック結果の提供を開始。（※現在は13ヶ国）

8. 行動規範の実施状況に関するレビュー (2/2)

	Facebookの報告 (欧州委員会の評価を含む)	Twitterの報告 (欧州委員会の評価を含む)
2018年12月までの実施状況 (1月29日公表)	→ 誓約した全項目について実施済み又は実施中だが、消費者を支援するツールをどのように導入していくか、欧州全域におけるファクトチェッカーや学術機関との協力をどのように強化していくかについて、より明確に示す必要がある。	<ul style="list-style-type: none"> ● 悪意のあるプレイヤーへの対応を優先し、偽又は偽であることが疑わしいアカウントや自動化されたシステム・botの閉鎖を行っている。 → 偽情報をツイートする者がまだ残っており、それらをどのように禁止するかについての情報が必要。
2019年1月の取組 (2月28日公表)	→ 広告配信の精査に関する1月の活動結果について報告していない。 (以前に、政治広告・論点広告についての全欧州のアーカイブが2019年3月に利用可能になると公表していた。) → 加盟国における、第三国からの妨害についてのアップデートが含まれているが、とくにEUを標的として悪意のある行為を行って削除された模造アカウントの件数は含まれていない。	→ 広告配信の監視改善に関する測定結果を示していない。 → 政治広告の透明性については、1月の報告とは反対に、次の具体的取組に関する決定を延期している。 <ul style="list-style-type: none"> ● 第三国の多数のアカウントを含む5つの新たなアカウントセットを、外国による潜在的な操作に関するアーカイブに追加した。このアーカイブは公に利用・検索することが可能。 → 他方、進捗についての測定結果は示していない。
2019年2月の取組 (3月20日公表)	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告配信の監視を改善する活動報告、誤報の検出・防止・除去プログラムに関する新たな方針、EUにおける論点広告に関する方針を記載。 ● 広告及び論点広告を公に検索可能なデータベースからなる広告ライブラリーを3月下旬に提供開始することを認めた。 ● 相互に連携した本物でないふるまい3件をルーマニア、英国、モルドバにおいて捕捉した。 → 自社サービスのコミュニティ基準への違反 (模造や詐称など) に対する対応について、さらなる情報を提供すべき。	<ul style="list-style-type: none"> ● 選挙活動広告に関する方針がEUをカバーするように拡張し、3月11日よりその執行を開始。この方針には認証プロセスが含まれ、当該の広告をTwitterの広告透明性センターのサービスで確認することができる。 → 広告配信の精査、自動化された悪意のあるアカウントやスパム等からのサービス保護については、さらなる進捗を示すことが必要。
2019年3月の取組 (4月23日公表)	<ul style="list-style-type: none"> ● 低品質、破壊的、誤解を招く又は偽のコンテンツを含む、広告ポリシーに反する広告への対策及びその仕組みを回避する広告への対策を報告。 ● Instagramも含め適用される政治的広告ポリシーと対策 (例：政治広告に関する情報を利用者が簡単に確認できる仕組みの提供など) を詳述。 ● 広告ライブラリーのグローバルな公開 (3月29日予定) 及びAPIへのアクセス増加、グローバルで無効化した偽アカウント数 (2019Q1に21億9千万件)、北マケドニア、コソボ、ロシアに起源をもつ、偽のふるまいを行う8つのネットワークの取下げ、を報告。 → EUのユーザへの影響について記載がない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 政治運動広告ポリシーの更新を報告。 ● Twitter広告透明性センターにおける、政治広告の開示の詳細について報告。 → スпам及び偽アカウントの取下げの件数を報告。ただしEUへの影響などの分析は含まれていない。 → 広告配信の精査の改善やそれに関する計測については報告していない。

9. EUの取組の全体像

● EUにおける、偽情報に関する問題の捉え方と取組の全体像を以下のように整理することができる。



出典：三菱総合研究所作成

Ⅲ. フランスにおける「情報操作との戦いに関する法律」

1. フランスにおける「情報操作との戦いに関する法律」

選挙時におけるフェイクニュース対策のための法律が議会で成立した。成立後、上院議員の有志等が憲法評議会に提訴し、一部の規定について限定解釈付きで合憲との判断が示された。

<経緯>

- | | |
|---------------|--|
| ● 2018年1月 | マクロン大統領が法案の構想を発表 |
| ● 2018年7月4日 | 下院にて法案可決 |
| ● 2018年7月26日 | 上院にて否決 |
| ● 2018年11月20日 | 上記を含め上院にて計2回否決されたことにより、両院協議会が開催され、下院の議決により法案成立 |
| ● 2018年11月下旬 | 上院議員約60名及び首相が憲法評議会へ提訴 |
| ● 2018年12月20日 | 憲法評議会が判断を決定 |

<法の対象となる情報（フェイクニュース）の定義>

- 「予定される投票の誠実性を損なうような、不正確若しくは誤解を招く主張又は非難が、オンライン公衆通信サービスを通じて、意図的に、人為的に又は自動的に、大量に伝搬された場合」

<法律の概要>

- 選挙期間内（投票日前3ヶ月）に、上記の情報が拡散されている場合、検察官、候補者等、利害関係者から求めを受けた裁判官は、プラットフォーム事業者に対して送信防止措置を命じることができる。裁判官は申立から48時間以内に停止に関する判断を行わなければならない。
- プラットフォーム事業者は、①アルゴリズムの透明性確保、②スポンサードコンテンツであること及びその資金源・発信主体の情報公開、③虚偽情報を大量に拡散する偽アカウント対策、④拡散メカニズムの情報提供、⑤メディア・情報教育、などの協力義務を負い、これらの実施方法を公表する。
- メディア規制機関であるCSA（視聴覚高等評議会）は、外国政府の支配若しくは影響を受けて放送される（外国が経営権を有する）テレビ又はラジオが意図的に投票の誠実性を損なうような偽情報を放送している場合、放送停止を命じることができる。

<主な反対意見・批判>

- 民主主義を危険にさらし、報道の検閲につながる
- 実務的に、情報内容が虚偽であるか否かを裁判官が48時間以内に判断することは不可能 等

<憲法評議会の判断>

- オンラインプラットフォーム上の送信防止は、「虚偽だと客観的に証明されるもの」のみに適用される。「意見」、「パロディ」、「部分的に不正確なもの」、「単純な誇張」は対象から除外される。送信防止は、その情報の不正確又は誤解を招く性質や投票の誠実性を毀損するリスクが明白である場合にのみ正当化される。
- 放送停止は、放送内容が不正確、誤解を招く性質又は投票の誠実性を棄損するリスクが明白である場合に限り認められる。

2. 「情報操作との戦いに関する法律」の構成

「情報操作との戦いに関する法律」（フェイクニュース対策法）は以下の2つの法から構成されている。

法律名	法律の趣旨
LOI organique n°2018-1201 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information (情報の操作に対する戦いに関する2018年12月22日の基本法)	大統領選挙に関する規定のうち、憲法上の規定に関する部分について、基本法（※憲法も基本法の一つ）の形で制定。第1条及び第2条から成る。 https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2018/12/22/2018-1201/jo/texte
LOI n°2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information (情報の操作に対する戦いに関する2018年12月22日の法律)	実質的な規定を定めたもので、選挙法典、1986年放送法、教育法典を改正する形をとっている。全20条で構成される。 https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2018/12/22/2018-1201/jo/texte

<「情報の操作に対する戦いに関する2018年12月22日の法律」の条文構成>

編	各条の主な規定項目
第Ⅰ編：選挙法典を修正する規定	<ul style="list-style-type: none"> ● 第1条：選挙法典第Ⅰ巻において、L.112条を修正し、L.163-1条、L.163-2条を追加する ● 第2条～第4条：第1条の規定に伴う、参照条文等の修正
第Ⅱ編：1986年放送法*1を修正する規定	<ul style="list-style-type: none"> ● 第5条：1986年放送法33-1条に加筆 ● 第6条：同法に33-1-1条を追加 ● 第7条：同法42-1条（罰則規定）を修正 ● 第8条：同法42-6条（CSA*2による決定・通知・公表）の修正 ● 第9条：同法42-7条における参照条文の修正 ● 第10条：同法42-10条（CSAによる裁判権等）の修正（CSAの処分に従うべき者として、「衛星放送事業者」に加えて「配信事業者」を追加し、また上記条文の規定を盛り込む等）
第Ⅲ編：虚偽の情報の散布に対する戦いにおけるオンラインプラットフォーム事業者の協力義務	<ul style="list-style-type: none"> ● 第11条：オンラインプラットフォーム事業者の義務 ● 第12条：1986年放送法17-1条（CSAの任務）に、本法11条の内容を追加 ● 第13条：オンラインプラットフォーム事業者が代理人（フランス領内における連絡先）を指名する義務 ● 第14条：ランキングアルゴリズム等に関する統計データをオンラインプラットフォーム事業者が公表する義務 ● 第15条：オンラインプラットフォーム事業者・関連事業者との協力協定の締結
第Ⅳ編：メディア・情報教育に関する規定	<ul style="list-style-type: none"> ● 第16条～第18条：教育法典における情報メディア教育に関する規定の修正 ● 第19条：1986年放送法における情報メディア教育に関する規定の修正
第Ⅴ編：海外に関する規定	<ul style="list-style-type: none"> ● 第20条：海外領土への適用に関する規定

*1 「コミュニケーションの自由に関する1986年9月30日の法律」が正式名称

*2 視聴覚高等評議会

3. 「情報操作との戦いに関する法律」の主な規定(1/3)

編	条	規定項目	概要
第 I 編	第1条	選挙法典における罰則に関する規定 (L.112条) の修正	<ul style="list-style-type: none"> • L.163-1条に違反した場合、1年の禁固及び7万5千ユーロの罰金とする。
		選挙法典に、L.163-1条を追加 (オンラインプラットフォーム事業者の情報公開義務)	<ul style="list-style-type: none"> • 総選挙の月の最初の日の3ヶ月前から投票日までの期間、オンラインプラットフォーム事業者 (消費法典L.111-7に該当し、フランス領内からのアクセス数が所定の基準を超えるもの) は、選挙期間内に市民が正しい情報を得、投票が真正なものであるために、以下について、ユーザーに対し、公正で、明確な、透明性のある情報を提供しなければならない： <ul style="list-style-type: none"> ✓ プラットフォームに対してニュースコンテンツのプロモーションの報酬を支払った者の、個人の身元・法人名、登録した事業所、企業の目的など ✓ 情報コンテンツのプロモーションにおける、ユーザーの個人データの利用 ✓ 受け取った報酬額が所定の金額を超える場合は、その金額 • 情報は、オープンな形式で電子的に公開され、上記期間中は定期的に更新される。 • 詳細は政令 (デクレ) で定める。
		選挙法典に、L 163-2条を追加 (裁判所への提訴と決定に関する規定)	<ul style="list-style-type: none"> • 上記期間中、来る投票の真正性に影響を与えるために、不正確な又は誤解させる主張や非難が、故意に、人為的に又は大量かつ自動的に、オンラインの公衆通信サービスを通じて散布された場合、検察官、候補者、政党及び政治団体、利害関係者の申立により、裁判官は、損害賠償とは別に、その散布の中止を命令することができる。 • 暫定的救済のための裁判所の決定は申立から48時間以内に行われなければならない。 • 本条に基づく訴訟は、専ら、政令 (デクレ) で定める大審裁判所及び控訴裁判所でのみ行う。

3. 「情報操作との戦いに関する法律」の主な規定(2/3)

編	条	規定項目	概要
第Ⅱ編	第5条	放送法33-1条に、CSAによる放送権認可に関する協約の締結拒絶に関する規定を追記	<ul style="list-style-type: none"> 外国の支配下又は影響下にある法人が認可を申請するラジオやテレビの放送サービスによって、人間の尊厳、他者の自由及び資産、思想及び意見の表現における多元性、青少年の保護、公的秩序の保護、国防その他国家の基本的な利益における必要性に対し深刻なリスクがもたらされる場合、CSAは協約（放送権を認める協約）の締結を拒絶することができる。 申請内容を評価するために、CSAは、申請者や子会社、管理法人、管理法人の子会社が他のデジタル公衆通信サービスで編集するコンテンツを考慮に入れることができる。 当該放送サービスが、施行されている法令に対する違反を本質的に構成する場合も同様である。
	第6条	放送法に33-1-1条を追加（外国政府の支配下又は影響下にある放送局に対する、CSAによる放送停止命令）	<ul style="list-style-type: none"> 選挙（大統領選挙、代議士の総選挙、上院議員選挙、欧州議会議員選挙、国民投票）の月の最初の日の3ヶ月前から投票日までの期間、外国の支配又は影響の下にある法人による放送サービスが、故意に虚偽の情報を散布し、投票の真正性に影響を及ぼそうとしていることがわかった場合、CSAは、当該不正行為を防ぐ又はやめさせることができる。 この規定の開始を正当化する事実がある場合、CSAは申立の関係者に通知しなければならない。通知を受けた関係者は、48時間以内にコメントを提出することができる。 CSAの決定が出された場合、当該決定は関係する事業者にも通知され、フランスにおいて放送を行う衛星放送事業者や配信事業者も命令に従わなければならない。
	第8条	放送法42-6条（CSAによる決定と通知）に規定を追加	<ul style="list-style-type: none"> 33-1条（本法第5条参照）に基づき、放送権に関する協約締結の拒絶について正式に決定した後、CSAは決定について公表することができる。 外国の支配下又は影響下にある法人が行う放送サービスによる侵害行為について評価するために、CSAは、申請事業者、その子会社、管理法人、管理法人の子会社が他のデジタル公衆通信サービスで編集するコンテンツを考慮に入れることができる。ただし、それらの要素を単独に考慮して決定を行うことはできない。
	第10条	放送法42-10条（CSAによる決定と通知）に規定を追加	<ul style="list-style-type: none"> 衛星放送事業者だけでなく、配信サービス事業者を追加 外国の支配下又は影響下にある法人によりフランスにおいて行われる放送サービスが、虚偽の情報を拡散させることで国家の基本的利益を損なう恐れがある場合、衛星放送事業者やその他の配信サービス事業者に対し、配信停止を要請することができる。 侵害行為について評価するために、裁判官は、サービスの提供者、その子会社、管理法人、管理法人の子会社が他のデジタル公衆通信サービスで編集するコンテンツを考慮に入れることができる。

3. 「情報操作との戦いに関する法律」の主な規定(3/3)

編	条	規定項目	概要
第Ⅲ編	第11条	オンラインプラットフォーム事業者の義務	<ul style="list-style-type: none"> オンラインプラットフォーム事業者（選挙法典L.163-1条に基づく）は、虚偽情報の散布への対応手段を実装しなければならない。 特に、第三者のためにプロモーションされているコンテンツについて、上記目的のために必要な情報にユーザーが簡単にアクセスして、知ることができるデバイスを提供しなければならない。 また、補完的な手段として、以下を含みうる対応策を提供することができる： <ul style="list-style-type: none"> ✓ アルゴリズムの透明性 ✓ 企業、通信社、映像通信サービス事業者によるプロモーション ✓ 虚偽の情報を大量に宣伝するアカウントの削除 ✓ プラットフォームに対してニュースコンテンツのプロモーションの報酬を支払った者の、個人の身元・法人名、登録した事業所、企業の目的など ✓ 情報コンテンツのプロモーションにおける、ユーザーの個人データの利用 ✓ 情報メディア教育 これらの措置及びこれら措置に使用される方法は公表される。各事業者は、CSAに対し、これらの手段の実装状況について毎年報告する。 この条は、海外領土についても適用される。
	第12条	放送法17-1条にCSAの役割を追加	<ul style="list-style-type: none"> CSAは、オンラインプラットフォーム事業者の義務の履行状況について監視し、定期的に報告書を公表する。
	第13条	オンラインプラットフォーム事業者の代理人指名義務	<ul style="list-style-type: none"> 選挙法典L.163-1条（本法第1条参照）におけるオンラインプラットフォーム事業者は、フランス領内における連絡先となる代理人を指名する義務を負う。
	第14条	オンラインプラットフォーム事業者の統計公表義務	<ul style="list-style-type: none"> オンラインプラットフォーム事業者（選挙法典L.163-1条に基づく）は、情報のレコメンデーション、分類、参照に際してアルゴリズムを用いている場合、以下の統計情報を公表しなければならない。 <ul style="list-style-type: none"> ✓ レコメンデーション、分類、参照等を用いずに直接アクセスした部分 ✓ プラットフォーム内部の検索エンジンや、レコメンデーション・分類・参照のアルゴリズムの結果として生じた間接的なアクセスの比率

4. 憲法評議会の判断(1/2)

下院で法案成立後、憲法評議会に提訴された。憲法評議会は以下のとおり、一部の条文については条件を付して合憲との決定を下した。具体的には第1条及び第6条が適用される場合の条件が強化された。

編	条	規定項目	憲法裁判所の決定結果
第Ⅰ編	第1条	選挙法典に、L.163-1条を追加（オンラインプラットフォーム事業者の情報公開義務）	憲法に適合する
		選挙法典に、L.163-2条を追加（裁判所への提訴と決定に関する規定）	条件の下で、憲法に調和する
第Ⅱ編	第5条	放送法33-1条に、CSAによる放送権認可に関する協約の締結拒絶に関する規定を追記	憲法に適合する
	第6条	放送法に33-1-1条を追加（外国政府の支配下又は影響下にある放送局に対する、CSAによる放送停止命令）	条件の下で、憲法に調和する
	第8条	放送法42-6条（CSAによる決定と通知）に規定を追加	憲法に適合する
	第10条	放送法42-10条（CSAによる決定と通知）に規定を追加	憲法に適合する
第Ⅲ編	第11条	オンラインプラットフォーム事業者の義務	憲法に適合する

※ 上記以外の条項については決定を行っていない。（「憲法評議会は、憲法への適合性について自動的に一切の問題を提起するものではなく、したがって、本決定において検討された以外の規定の合憲性については言及しない」と決定に記載されている。）

出典：

<https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2018/2018774DC.htm>

<https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2018/2018773DC.htm>

4. 憲法評議会の判断(2/2)

「条件の下で憲法に適合」とされた2点については、以下のような議論が示されている。

第1条（選挙法典へのL.163-2条の追加）

<決定（抜粋）>

第1条に基づく、選挙法典へのL.163-2条の追加は、パラグラフ23（注：下記下線部）の条件の下で、憲法に調和する。

<議論の概要>

18. 立法者は、投票の真正性を損なうおそれのある虚偽の情報が、オンライン公衆通信サービスを通じて大量に散布されることにより、投票に際して市民が騙されたり操られたりすることを防ぐことを目的としてこの規定を設けている。
19. この規定に基づく手続は、選挙運動期間（選挙の月の最初の日の3か月前から投票日まで）に限定されている。
20. この規定は、オンライン公衆通信サービスを通じて広められたコンテンツのみを対象としている。これらのサービスは、大量かつ調整された形で操作を行うことが容易である。
21. 立法府は、対象となる情報を厳密に定義している。まず、この手続では、来る選挙における投票の真正性に影響を及ぼす恐れのある、不正確な又は誤解させる主張や非難のみが対象となっている。この主張や非難には、意見、パロディ、部分的に不正確なもの、単なる誇張は含まれない。他方、人為的又は自動的な、大量の、故意の、の3条件に合致する主張や非難については、疑いをもたれる可能性がある。
22. 表現の自由は、政治的議論や選挙運動期間においては特に重要なものである。
23. したがって、特定の情報コンテンツの配信を停止することができるというこの重大性を考慮すると、問題となっている主張や非難については、その不正確さや誤解を招く性質、投票の真正性を損なうリスクが明白でない場合には、表現及びコミュニケーションの自由を侵害することなく、そのような手段を正当化できない。
25. 立法者は、裁判官に対し、表現及びコミュニケーションの自由に対する最低限の制約となる決定を行う権限を課している。

第6条（放送法への33-1-1条の追加）

<決定（抜粋）>

第6条に基づく、放送法への33-1-1条の追加は、パラグラフ51（注：下記下線部）の条件の下で、憲法に調和する。

<議論の概要>

49. 立法府は、この規定を採択することで、外国政府の支配下又は影響下にあるラジオ又はテレビサービスを通じて虚偽の情報が放送されることにより、市民が投票する際に騙されたり操られたりするリスクに対抗することを意図している。
50. 放送を停止する権限は、選挙（大統領選挙、代議士の総選挙、上院議員選挙、欧州議会議員選挙、国民投票）の月の最初の日の3か月前から投票日までのみ生じさせることができる。
51. さらに、ラジオ又はテレビサービスが“投票の真正性に影響を与えるために、虚偽の情報を故意に放送した場合”にのみ、放送が停止される。「虚偽の情報」の概念は、パラグラフ21で定義されたように、不正確な又は誤解させる主張や非難、と理解されるべきである。その上、選挙期間中にラジオ又はテレビサービスを停止させるという効果の重大性を考慮すると、問題となっている主張や非難については、その不正確さや誤解を招く性質、投票の真正性を損なうリスクが明白でない場合には、表現及びコミュニケーションの自由を侵害することなく、そのような決定を正当化するべきではない。

5. 「情報操作との戦いに関する法律」におけるCSAの権限

本法の規定では、措置の対象期間や、強制措置・罰則等の有無が異なるものが併存している。

(※下記は主要条文のみを対象としている。)

措置の対象期間	強制措置・罰則等の規定あり	強制措置・罰則等の規定なし
選挙期間 (特別な期間における措置)	<ul style="list-style-type: none"> ● プラットフォーマーによる情報公開義務【第1条】 ● 虚偽情報(*1)の配信停止命令(裁判所命令)【同】 ● 外国の支配又は影響下にある放送事業者が虚偽情報(*1)を放送した場合の放送停止措置(CSAによる措置)【第6条】 	
常時 (恒常的な措置)	<ul style="list-style-type: none"> ● 外国の支配又は影響下にある放送事業者への協約(免許)についての締結拒絶(*2)【第5条】 	<ul style="list-style-type: none"> ● 外国の支配又は影響下にある放送事業者による虚偽情報の放送に関する、衛星放送事業者、配信サービス事業者に対する配信停止要請【第10条】 ● オンラインプラットフォーム事業者が虚偽情報対策を実装する義務及び情報の公表【第11条】 ● CSAによるオンラインプラットフォーム事業者の義務の履行状況監視【第12条】 ● オンラインプラットフォーム事業者が、フランス領土における連絡先となる代理人を設置する義務【第13条】 ● オンラインプラットフォーム事業者が、自社サービスにおける情報のレコメンデーション・分類・参照アルゴリズムに関する統計情報を公表する義務【第14条】 ● オンラインプラットフォーム事業者、通信社、報道会社、オンライン報道サービス会社、放送事業者、広告主、ジャーナリスト代表組織、その他関連する組織が偽情報対策に関する協力契約を締結する義務【第15条】

(*1) 情報の不正確又は誤解を招く性質や投票の誠実性を毀損するリスクが明白である場合にのみ正当化される

(*2) 人間の尊厳、他者の自由及び財産、意見・思想傾向の表現の多様性、青少年の保護、公の秩序、国防の必要性、又は国家制度の通常の運営を含む国家の基本的利益などへの深刻な侵害の危険がある場合

IV. ドイツにおけるネットワーク執行法

1. ドイツにおけるネットワーク執行法 立法の経緯

- ドイツでは難民の増加に伴う難民に対するSNS上のヘイトスピーチ等への対策として2017年にネットワーク執行法が成立した。成立までの議論の過程では、「表現の自由に萎縮効果を生じさせる」という批判があった。
- ドイツではヘイトスピーチを目的とした偽情報が拡散された事例もあり、法案説明資料では、米国大統領選挙において得られた知見を基に偽情報への対応も重視されるとしている。

表. ドイツにおけるネットワーク執行法の立法までの経緯

年	月	出来事
2015年	–	多数のシリア難民がドイツに流入し、難民に対するSNS上のヘイトスピーチが目立ち始めた。
	9月	当時の連邦司法大臣がヘイトスピーチ対策のためのタスクフォースを組織した。 (構成員：Facebook、YouTube、Twitter、Google、インターネット事業者の自主規制機関やNGO等)
	12月	<ul style="list-style-type: none"> ➢ SNS事業者の間で、苦情を受け付けてから24時間以内に苦情対象の投稿の内容が違法か否かを検討し、違法だと判断した場合は削除するという方針についての合意がなされた。 ➢ SNS事業者は問題のある投稿についての苦情に対応するメカニズムを設け、苦情申立を受けた投稿の内容を専門のチームが24時間以内に検討し、それがドイツの法律を基準にして違法であると判断した場合は削除していた。
2016年	7月	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 13日に連邦刑事局がインターネット上の民衆扇動的表現の発信者に対する初めての全国一斉強制捜査を行った。 ➢ 2016年11月の米国大統領選挙でフェイクニュース問題が発生したためSNS対策を講じる必要があると考えられるに至った。
	1月・2月	<ul style="list-style-type: none"> ➢ jugendschutz.net*が行ったモニタリングによれば、違法な内容ではないかとの苦情への対応は十分ではなかった。(違法な内容の削除割合：YouTube：90%、Facebook：39%、Twitter：1%) *インターネット上の子供に有害な表現を取り締まっている。 ➢ 自主規制が十分な効果を上げておらず現行法の執行に重大な問題がある事実を根拠に、インターネット上の違法な内容に効果的かつ迅速に対処することができるよう、過料によって強化されたSNSについての規則を導入する必要があると考えられた。
2017年	3月	ネットワーク執行法の連邦司法省参事官草案が公表された。
	4月	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 連邦司法省での検討を経て連邦政府案が閣議決定されたが、「SNS上の表現の自由に萎縮効果を生じさせる、違憲な立法である」との批判を受けた。他方で連立与党はSNS上の違法な投稿を野放しにできないと考えており、連邦議会が同年6月末に会期を終えるため、速やかな成立を目指して連邦政府案とまったく同じ内容の法案を連立与党案として連邦議会に提出した。 ➢ 連邦議会の審議では批判に応えるための修正が加えられた。その成立をもって連邦政府案は処理済みとされた。
	6月	30日にネットワーク執行法が成立した。

出典：鈴木秀美「ドイツのSNS対策法と表現の自由」(『メディア・コミュニケーション』68号、2018)、神足 祐太郎「ドイツのSNS法」(国立国会図書館調査及び立法考査局 調査と情報—ISSUE BRIEF—第1019号、2018)を参考に三菱総合研究所作成

2. ドイツにおけるネットワーク執行法 法律の内容

対象事業者

- 利用者が任意のコンテンツを他の利用者と共有し、又は一般に公開可能なインターネット上のプラットフォームサービス（ソーシャルネットワーク）を営利目的で運営する事業者。ただし、ドイツ国内の登録利用者数が200万人未満の事業者は、次の報告義務及び対応義務を負わない。

報告義務

- 年間100以上の苦情を受ける対象事業者は、「違法」コンテンツに係る苦情の処理について、半年ごとに当該期間を対象とする報告書を作成し、連邦官報及び自身のウェブサイト上で公表しなければならない。

違法と申告のあったコンテンツへの対応義務

- 対象事業者は、「違法」コンテンツ申告のための手続窓口を設けた上、申告があった場合は、直ちに違法性を審査し、原則として以下の期間内に削除又はアクセスブロックをする義務を負う。
 - ① 明らかに違法なコンテンツ：申告を受けてから24時間以内
 - ② それ以外の違法コンテンツ：申告を受けてから7日以内
- 対象となる違法コンテンツは、ドイツ刑法の特定の犯罪に該当するものに限られる。

認定自主規制機関

- 対象事業者は、複数のソーシャルネットワーク提供事業者等が設立するなど、認定にあたり一定の要件を満たすことを要する自主規制機関に対し、コンテンツが違法か否かの判断を照会することができる。

過料（詳細は後掲）

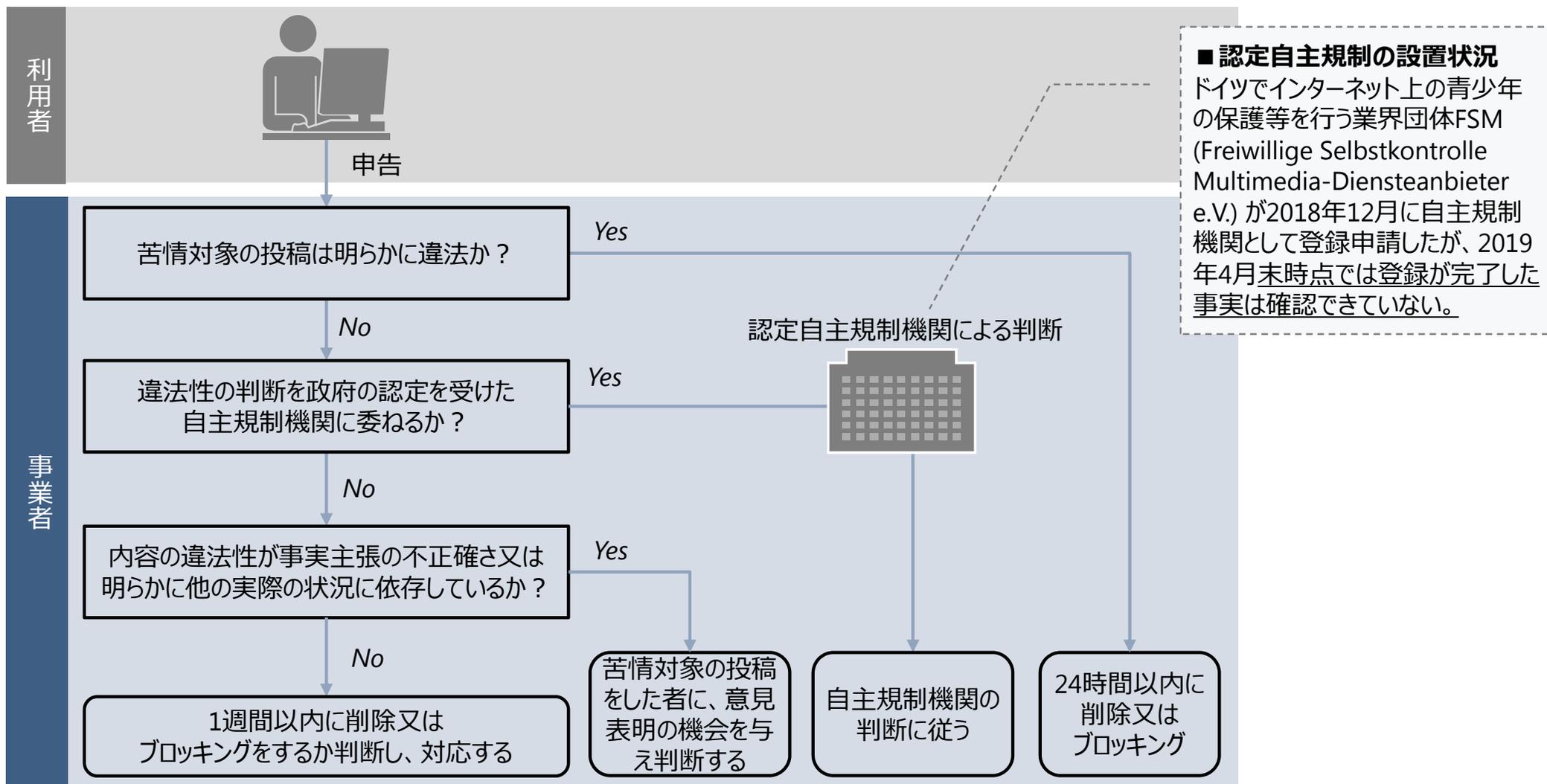
- 最大500万ユーロの過料（法人・団体には最大5,000万ユーロの過料）

施行日

- 2017年10月1日

3. ドイツにおけるネットワーク執行法 申立への対応

- 申告への対応にあたって事業者は認定自主規制機関に判断を委ねることができるが、2019年4月末時点では認定自主規制機関は設置されていない状況である。



出典：三菱総合研究所作成

4. ドイツにおけるネットワーク執行法 法律の内容に関する議論

- ドイツネットワーク執行法に関する最大の論点は、**SNS事業者による過剰な削除やブロック**が起きることによって**表現の自由が阻害されることへの懸念**である。その理由には大きく以下の2点がある。
 - ① 削除・ブロックするのかの判断がSNS事業者にとって困難であること
 - ② 削除・ブロックしないことのリスクがSNS事業者にとって高いこと

図. 過剰な削除が懸念される理由

① 削除・ブロックするのかの判断が困難

- ネットワーク執行法における基準（「明らかに違法」等）が不明確
- コンテンツの法律上の違法性の確定が困難（裁判所でも判断が分かれる事例）
- 判断までの期間が短い

② 削除・ブロックしないことのリスクが高い

- 軽微な違反であっても過料を科される可能性がある
- 設定されている過料の最高額が高額

過剰な削除の懸念

その他の議論

- 本来司法が担うべき法律の解釈をSNS事業者に負わせることに対する批判
- ドイツネットワーク執行法の対象となる事業者が一定規模のSNS事業者のみであることについて、対象範囲の正当性が不明確

出典：鈴木秀美「ドイツの SNS 対策法と表現の自由」（『メディア・コミュニケーション』68号、2018）、神足 祐太郎「ドイツの SNS 法」（国立国会図書館 調査及び立法考査局 調査と情報—ISSUE BRIEF—第1019号、2018）を参考に三菱総合研究所作成

(参考) ドイツにおけるネットワーク執行法 削除・ブロックの対象

- 以下の犯罪に該当するコンテンツが削除・ブロックの対象である。(条文番号は、ドイツ刑法の条文番号)

表. ネットワーク執行法において削除・ブロックの対象となるコンテンツが該当するドイツ刑法上の犯罪

条文番号	条文タイトル	条文番号	条文タイトル
§86	違憲組織の宣伝資料配布	§140	犯罪行為への報酬の支払及び是認
§86a	違憲組織のシンボル使用	§166	信条冒涇
§89a	国家を危険にさらす重大な暴力行為の準備	§184b (ただし、§184dに関する範囲)	児童ポルノの頒布・取得・所持
§91	国家を危険にさらす重大な暴力行為の幫助	§185	侮辱
§100a	国家反逆的偽造	§186	悪評の流布
§111	犯罪行為への公然の扇動	§187	中傷
§126	犯行を行う旨の脅迫により公の平和を乱す罪	§201a	写真撮影によるプライバシー侵害
§129-129b	犯罪組織、テロ組織の形成、外国の犯罪組織やテロ組織に対する没収と剥奪	§241	脅迫
§130	民衆扇動、人種憎悪挑発	§269	証拠として重要なデータの偽造
§131	非人道的暴力賞賛表現		

出典：ドイツ刑法を参考に三菱総合研究所作成

(参考) ドイツにおけるネットワーク執行法 過料の詳細

- SNS事業者が違法なコンテンツを削除しなかった（又は所定の対応時間を超過した）ことによって直ちに過料が課されるわけではない。申告への対応として保証されるべき事項について不備があったり、その運用について体制上の問題がある場合が対象である。
- 2018年3月に過料に関するガイドラインが公開された。過料算定の原則となる考え方として事業者の規模、違反した条項と違反の度合いによる過料の算定基準が示されている。
- 事業者の規模や重大性によって基本額は大きく異なるが、軽微な違反であれば過料は（最大額と比較して）少額となるように設定されている。

図. 過料の算定方法

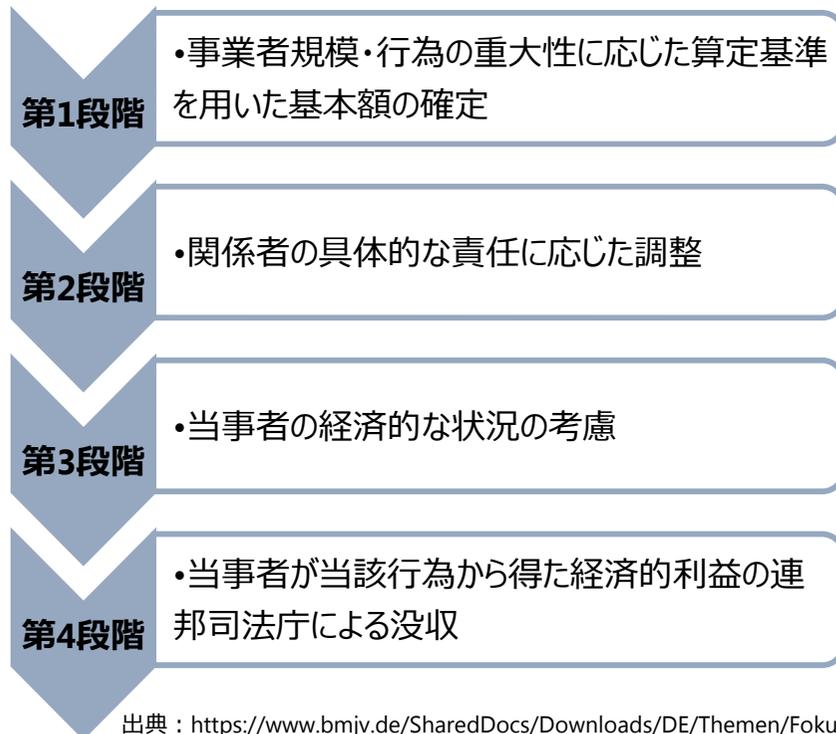


表. 過料の基本額の例（法人：申告への対応義務違反の場合）

罰金額（万€）		事業者の規模（ドイツ国内の利用者）		
		A 2000 万人以上	B 400万～ 2000万人	C 200万人～ 400万人
重大性	極めて重大 (Außerordentlich schwer)	4,000	2,500	1,500
	非常に重大 (Sehr schwer)	2,000	1,500	1,000
	重大 (Schwer)	1,000	850	500
	普通 (Mittel)	500	250	100
	軽微 (Leicht)	100	75	50

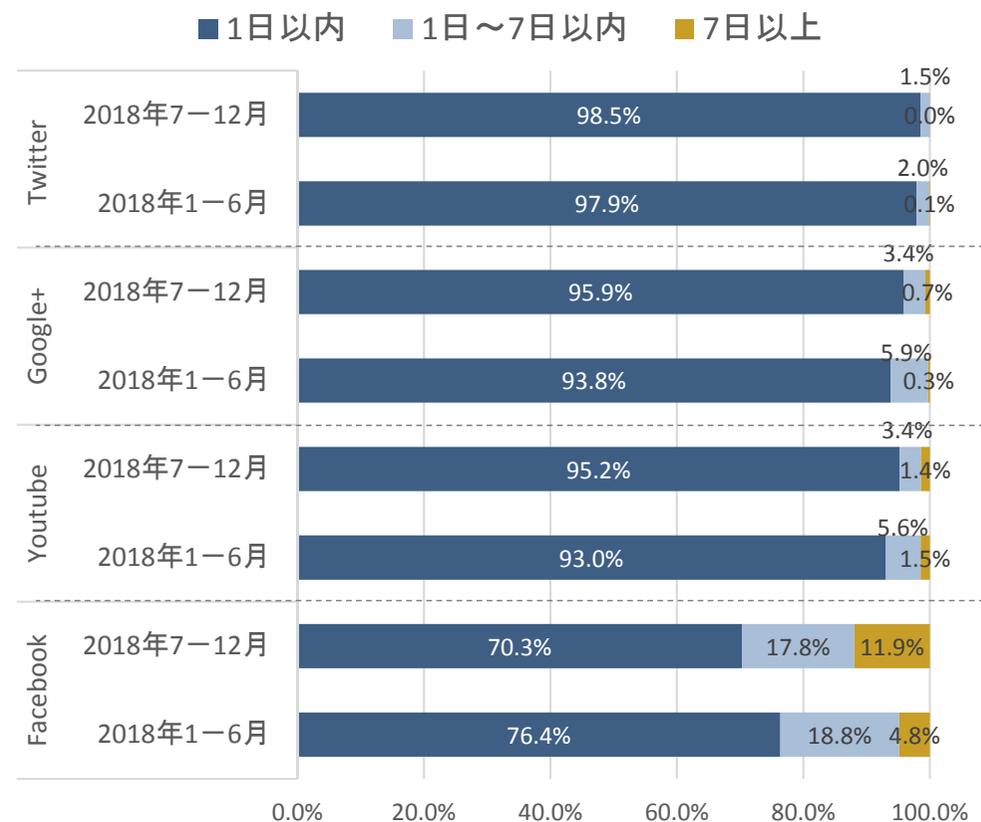
(参考) ドイツにおける事業者の運用状況

- 申告件数に対する削除・ブロックの割合は、Google+のみ50%前後だが、それ以外のサービスでは**30%未満**である。
- 削除・ブロックに至った申告について、全ての事業者において**70%以上が1日（24時間）以内**に対応されている。
- Facebookでは**1週間程度要する割合が他のサービスと比較して高く、7日を超えるケースも1割程度存在する**。それ以外のサービスでは1日を超えるケースは5%程度であり、7日以上かかるケースは1%程度である。

表. 各サービスにおける申告への対応状況

サービス名	報告の対象時期	申告件数 (件)	削除・ブロック割合*
Facebook	2018年7-12月	1,460	26%
	2018年1-6月	2,461	22%
Youtube	2018年7-12月	250,957	22%
	2018年1-6月	214,827	27%
Google+	2018年7-12月	2,835	53%
	2018年1-6月	2,769	46%
Twitter	2018年7-12月	256,461	9%
	2018年1-6月	264,818	9%

図. 申告から削除・ブロックまでに要した時間別の割合*



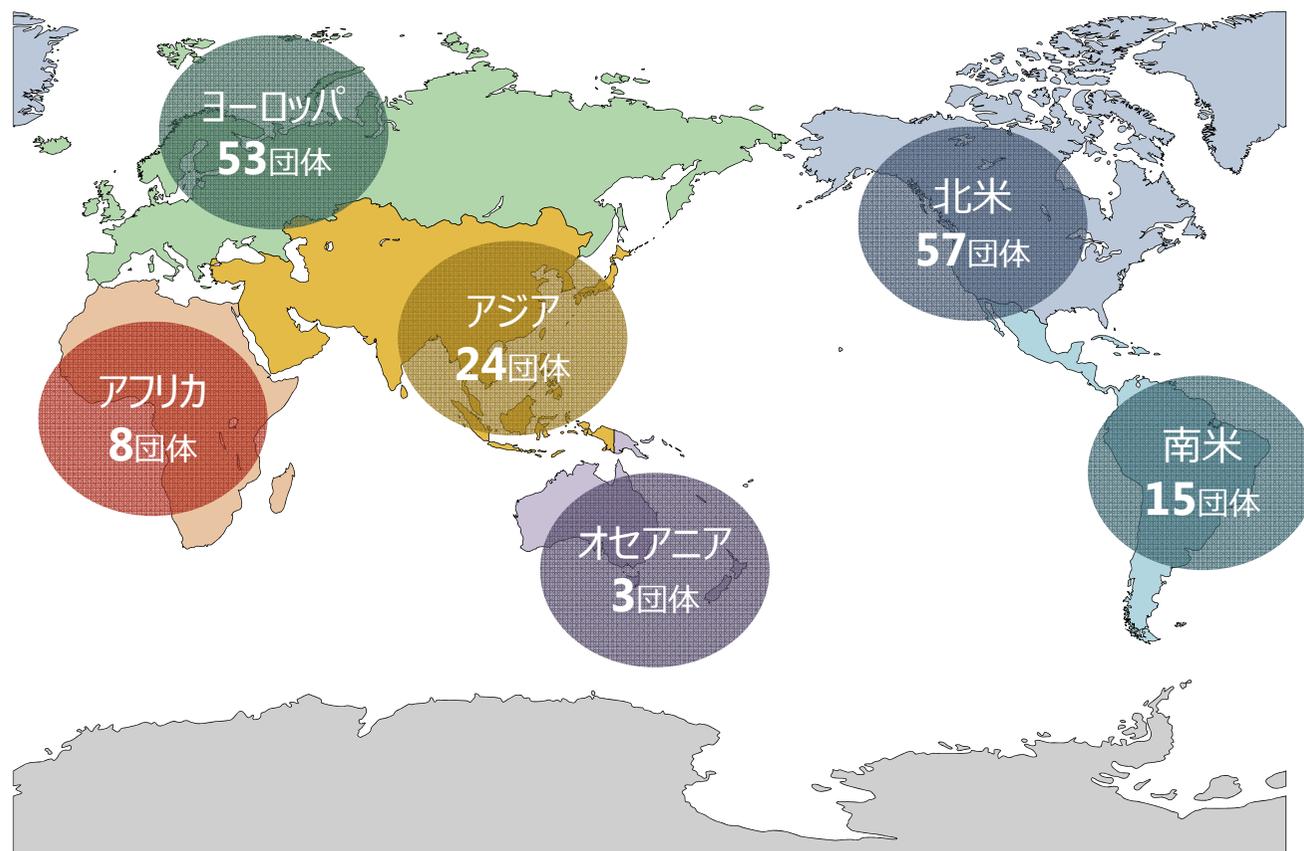
*ドイツネットワーク執行法に違反したと判断されて削除・ブロックされたものだけでなく、サービスの利用規約に違反していると判断された結果、削除・ブロックされたものも含んだ割合。

V. 諸外国におけるファクトチェック団体の取組

1. ファクトチェック団体の活動状況

- 欧米では、非営利の団体が主体となってフェイクニュースへの対策を行っているケースが大半である。米国などではファクトチェックを行う主要な団体を情報源として報道することも多い。
- 米デューク大学のReporters' Labは、特定の条件を満たす世界各国のファクトチェック団体をデータベース化している。同データベースによれば、活動中のファクトチェック団体は全世界で160団体存在している。

図. 地域別のファクトチェック団体の数



米デューク大学のReporters' Labがファクトチェック団体と認める条件

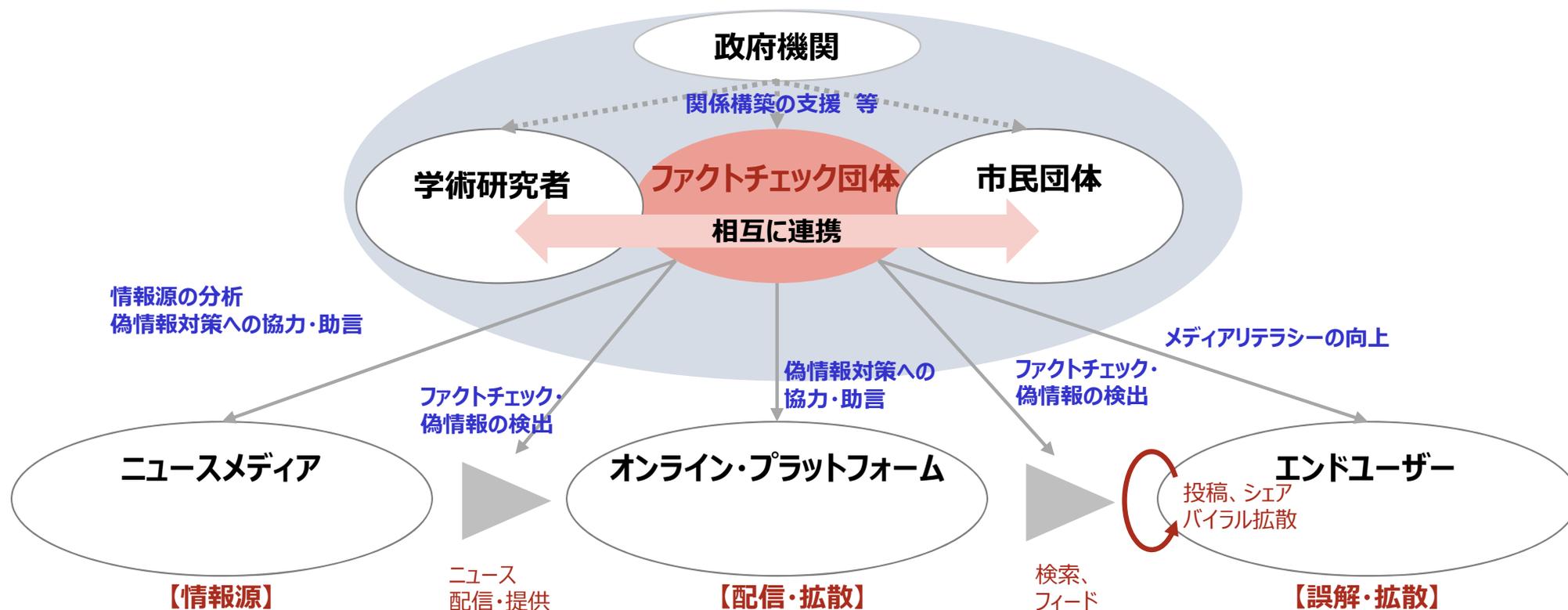
1. すべての関係者と側面について調査する。
2. 個別の主張を調査し、結論に達する。
3. 政治的な約束の履行状況を追跡する。
4. 情報源と手法に透明性がある。
5. 資金提供者や所属を開示している。
6. 主な任務がニュースや情報の提供である。

出典：米デューク大学のReporters' Lab のウェブサイト
<https://reporterslab.org/fact-checking/>、
<https://reporterslab.org/how-we-identify-fact-checkers/>
 (2019年5月9日閲覧) を参考に三菱総合研究所作成

2. ファクトチェック団体の活動

- ファクトチェック団体の活動は、ニュースメディアやオンライン・プラットフォームが配信するニュース・情報のファクトチェック・偽情報の検出が主であるが、一部の団体では以下のような活動も行っている。
 - ① ファクトチェック用のツール・技術の開発
 - ② ニュースメディアやオンライン・プラットフォームの偽情報対策への協力・助言
 - ③ エンドユーザーのメディアリテラシー向上のための活動

図. ファクトチェック団体の活動と他のステークホルダーとの関係



3. 諸外国におけるファクトチェック団体の取組 ① Poynter IFCN (米国)

項目	内容
団体の概要、設立経緯	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 60以上の世界の主要なファクトチェック団体を支援し、それらの成果を研究する団体。フロリダ州の非営利のジャーナリズム研究機関 Poynter Instituteに本部があり、世界中からジャーナリストやメディア関係者が研修に集まる。偽情報対策に取り組む団体の先駆的な存在で、ファクトチェック団体に対する専門的な教育も行っている。
主な財源、支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Arthur M. Blank家財団, the Duke Reporters' Lab, ビル & メリンダ・ゲイツ財団、Google, the National Endowment for Democracy, the Omidyar Network、Open Society Foundations、パーク財団 など
活動内容	<p>ファクトチェック自体はIFCNに参加するファクトチェック団体が行い、Poynter IFCN自体は以下のような活動を行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 世界のファクトチェックの方針決定を行い、定期刊行物を発行する。また、ファクトチェック団体の会議を毎年開催するとともに、ファクトチェック団体に対して対面又はオンラインでトレーニングを実施する。 ➢ ファクトチェック団体の行為規範やファクトチェックの影響を調査するプロジェクトを通じて、ファクトチェック団体を啓蒙する。 ➢ ファクトチェック団体へのフェロシップ制度への出資やイノベーションへの助成、クラウド・ファンディングを斡旋する。 <p>■ ニュースメディアやオンライン・プラットフォームの偽情報対策への協力・助言</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 報道機関のリーダー向けに、リーダーシップに関するセミナーを開催。また、リーダーシップについての著作を執筆するとともに、人や情報との接し方、他人の手法の評価方法を見出すため、性格検査MBTI(R)を実施する。 ➢ 地域の報道機関に、リーダーシップやデジタル・ツールの利用方法について対面集団指導、オンライン・ワークショップ、個人指導を行う。 ➢ 報道機関の倫理的意識決定ガイドラインを作成する。 ➢ 世界各国のジャーナリストに、コアスキル（執筆、レポート、編集など）や最近話題のトピックをオンラインで解説している。 <p>■ エンドユーザーのメディアリテラシー向上のための活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 米国の中高生向けに事実とフィクションの識別方法を指導する教育プログラムMedia Wise projectを立ち上げ、2019年秋にファクトチェックのための教育カリキュラムを作成することで2020年までに100万人の若者に教えることを目的としている。このプロジェクトの推進にあたって、Googleから300万ドルの資金提供を受けた。 ➢ ファクトチェックはファクトチェック団体だけでなくエンドユーザ自身で行う必要もあるという考えのもと、エンドユーザが参加可能なInternational Fact-Checking Dayというイベントを2019年4月に開催した。同イベントのウェブサイトには偽情報を見分けるための方法に関する記事等が掲載されている。
プラットフォームとの連携	<p>Googleがファクトチェックに特化した検索エンジンを開発する際にフィードバックを提供した。この検索エンジンに検索ワードを入力すると、そのワードに関連する、すでにファクトチェックが行われたウェブサイトのURLとファクトチェック結果が表示される。ファクトチェック団体の検証結果がわかるように、各種Google製品（Google Newsなど）で共通の記号を用いる。当該の検索エンジンは一般のユーザへの提供も検討されており、現在、βバージョンが公開されている。</p>

3. 諸外国におけるファクトチェック団体の取組 ② Full Fact (英国)

項目	内容
団体の概要、設立経緯	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ファクトチェックのニーズに対して、中立不偏の立場から応えるために2009年に設立された独立した公認慈善団体である。
主な財源、支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 団体・個人からの寄付が財源である。2018年には合計664,861ポンドの寄付を集めた。主要な寄付者は以下。 ▶ Google's Digital News Initiative grant fund (32%)、the Omidyar Network (17%)、Open Society Foundations (11%)、個人 (11%) <p style="text-align: right;">※カッコ内の数値は寄付総額に対する寄付額の割合</p>
活動内容	<p>主に英国内のニュース等に係るファクトチェックに加え、以下の活動を行っている。</p> <p>■ ニュースメディアやオンライン・プラットフォームの偽情報対策への協力・助言</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ファクトチェックに関するワークショップをジャーナリズムスクールや政府機関・企業に対して行っている。 <p>■ エンドユーザーのメディアリテラシー向上のための活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Full Factのウェブサイト上に偽情報を判別するための10の方法（例：見出しに懐疑的になる等）を掲載している。また、Full Fact Finderというページでは、英国の経済、健康、犯罪、移民及び教育に関する信頼性の高い情報源にアクセスするためのガイダンスを提供している。 ▶ BBC Newsroundと協力して、9～11歳の小学生に偽情報を見つけるための方法について授業を行った。
プラットフォームとの連携	<p>■ ファクトチェック用のツール・技術の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 2017年1月にGoogle Digital News Initiativeからの5万ポンドの資金を活用して、自動検証ツール「LIVE and TRENDS」を開発。テレビ放送の字幕やその他リアルタイムの情報ソースを自動で検出し、ファクトチェック済の情報へ誘導する機能を有する。 ▶ Google's Digital News Initiativeの5万ユーロの資金提供を受け、初の完全自動end-to-end検証システム「FACTS: Factchecking Automation and Claim Tracking System」を開発。 <ul style="list-style-type: none"> • 機械学習と統計的手法を利用している。例えば「英国の貧困は悪化している」というニュースがあった場合、貧困に関する複数の情報・尺度を提示し、正確性を判断する。 <p>■ ニュースメディアやオンライン・プラットフォームのフェイクニュース対策への協力・助言</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 2019年1月より、Facebookとパートナーシップを締結し、同サイトの画像・動画・記事に関するファクトチェックを行う。 ▶ Facebook利用者は、<u>自らがシェアしようとしている投稿がFull Factにより検証されている場合は、通知を受け、その情報源について確認するかを選択することができる。（シェア自体を止められることはない。）</u> <ul style="list-style-type: none"> • 3か月に1回、ソーシャルメディア上の偽情報の特徴と上記取組の効果についてのレポートを作成している。

3. 諸外国におけるファクトチェック団体の取組 ③ PolitiFact (米国)

項目	内容																					
団体の概要、設立経緯	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 政治にまつわる発言・声明（議員、ホワイトハウス、ロビイスト及び関係団体など）の信憑性について検証するウェブサイト「PolitiFact」を運営する団体である。フロリダ州の独立系新聞タンパベイ・タイムズの記者及び編集者がファクトチェックに従事している。 ▶ 米国各地に「PolitiFact Florida」等の地方版が存在する。 																					
主な財源、支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 2018年にフロリダに本拠を置く非営利教育法人The Poynter Institute for Media Studiesの傘下に入り、広告やメディア企業へのコンテンツ販売が主な収入源となっている。売上の5%以上を占める組織としてThe E.W. Scripps Company、Facebookが公表されている。 ▶ 超党派の団体からの助成も事業活動費（Democracy Fund、The Craig Newmark Foundation等）に充てている。 ▶ 2017年からは賛助会員の募集を開始し、一般読者からの寄付も受け付けている（メンバー数：1,628、2018年の寄付金：24万\$）。 																					
活動内容	<p>検証対象となる発言を転記し、独自の評価コメントに加えて、以下の「Truth-O-Meter」と呼ばれる6段階スコアで評価を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> • “True” : 正確な情報であり、特段の問題が見当たらない。 • “Mostly True” : 正確な情報ではあるが、さらなる説明又は追加情報の提示が必要。 • “Half True” : 部分的な情報は正確だが、重要な詳細情報が不足している又は文脈から逸脱して歪曲されている。 • “Mostly False” : 若干の正確な情報を含むが、重大な事実を無視して印象操作している。 • “False” : 不正確な情報である。 • “Pants on Fire” : 不正確だけでなく馬鹿げている。 <p style="text-align: center;">選挙 (Elections) に関するファクトチェック結果の分布</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>件数</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>True</td> <td>163</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Mostly True</td> <td>185</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>Half True</td> <td>154</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Mostly False</td> <td>123</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>False</td> <td>223</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Pants on Fire</td> <td>110</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">出典： https://www.politifact.com/subjects/elections/（2019年5月9日閲覧）</p>	評価	件数	割合	True	163	17%	Mostly True	185	19%	Half True	154	16%	Mostly False	123	13%	False	223	23%	Pants on Fire	110	11%
評価	件数	割合																				
True	163	17%																				
Mostly True	185	19%																				
Half True	154	16%																				
Mostly False	123	13%																				
False	223	23%																				
Pants on Fire	110	11%																				
プラットフォームとの連携	2016年12月にFacebookとパートナーシップを締結し、Facebookから依頼があった場合はファクトチェックを行い、結果をFacebookに提供している。																					

3. 諸外国におけるファクトチェック団体の取組 ④ CrossCheck (フランス)

項目	内容
概要、設立経緯	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 2017年の仏大統領選中のオンライン上の「誤った情報misinformation」に対抗するために、First DraftとGoogle News Labによって設立された。フランス国内外の主な報道機関をはじめジャーナリズムを学ぶ学生など37の団体が参加した仮想的なニュースルームとして活動し、Vanderbilt大学のLisa Fazio博士との共同研究により検証作業等が行われた。100人以上のジャーナリストと、10人の学生が参加した。 ➢ 大統領選のために組織された団体のため、大統領選の終了に伴い現在は活動を終了している。
主な財源、支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Google News Lab、John S. and James L. Knight財団、the Democracy Fund、Rita Allen財団による支援
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 2017年の仏大統領選の2か月半にわたって毎日、大統領選キャンペーンに関連する何百もの記事やソーシャルメディアの投稿をレビューし、英語とフランス語の両方で合計67の検証結果を発表した。 ➢ 参加者は以下のような項目のチェックリストに回答していく形式でファクトチェックを行った。 <ul style="list-style-type: none"> ● コンテンツの出所で著者又は出版物の信憑性を証明できるか？ ● コンテンツは主題に関する最初の投稿であることを保証できるか？ ● コンテンツに記載されていることを裏付ける独立した証拠を提供できるか？ ● コンテンツは信頼できる性質の情報源（引用、報告、データ）を参照しているか？ <p style="text-align: center;">図. CrossCheckによるファクトチェック結果の表示例</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="277 911 564 1257" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>ファクトチェックの結果 (5種類)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● True ● False ● Caution ● Insufficient Evidence ● Attention </div> <div data-bbox="613 890 1525 1374" style="text-align: center;"> </div> <div data-bbox="1576 890 2152 1214" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>結果がFalseやCautionである場合、以下のいずれかに分類される。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 風刺 (Satire) ● 発言者が違う (Misattributed) ● 誤報 (Misreported) ● ミスリーディング (Misleading) ● 加工されている (Manipulated) ● 捏造されている (Manufactured) </div> </div> <p style="text-align: center;">出典：https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/ (2019年5月9日閲覧)</p>
プラットフォームとの連携	First Draft (Google News Initiativeが創業メンバー) とGoogle News Labによって設立された。

3. 諸外国におけるファクトチェック団体の取組 ⑤ Faktisk（ノルウェー）

項目	内容																		
概要、設立経緯	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ノルウェー国内の報道機関であるDagbladet（国内新聞最大手）、VG（国内新聞大手）、NRK（国営放送局）の相互協力によって2017年3月に設立された非営利組織である。 ➤ ノルウェーのジャーナリストKristoffer Egebergを編集長として、ウェブサイトを2017年7月5日に立ち上げている。 ➤ 米国におけるフェイクニュース問題を受け、ノルウェーにおいて同様の潮流を回避することを目的として、国内で競合する大手メディアにより行われている共同作業として注目を集めている。 																		
主な財源、支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 設立に際して、Fritt Ord 財団、Schibsted/ Tinius Trust、Dagbladet、NRKが800万NOK(1NOKは約13円) を拠出した。DagbladetとVGによる共同出資会社として運営し、NRKは編集に係るパートナーという位置づけとなっている。 ➤ メディアを含めパートナーを募集しており、2017年4月には国内のメディアグループTV2 Groupが、2018年6月にはメディア大手のPolaris Media及びAmediaも共同所有者となった。その他、ノルウェー科学技術大学及びIBMも活動へ参加している。 ➤ FY2017の収入（出資増等）は313万NOK。 																		
活動内容	<p>ファクトチェックの依頼があった主張について、以下の5段階で評価している。2019年5月の時点で289件のファクトチェック結果を公開している。</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Helt sant” : 正確な事実と正しい文脈に基づく主張である。 • “Delvis sant” : 正しい事実や文脈に基づく主張だと思われるが、全体像が明らかでない。 • “Ikke sikkert” : 公開された信頼のおける情報源がないか、明確な結論がないため評価ができない。 • “Delvis feil” : 事実や文脈が主張に反する又は不正確に利用されていて、ミスリーディングである。 • “Helt feil” : 事実や文脈とは全く異なる、誤った主張である。 <p style="text-align: center;">ファクトチェック結果の分布</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>評価結果</th> <th>件数</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Helt sant</td> <td>57</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Delvis sant</td> <td>18</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Ikke sikkert</td> <td>36</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Delvis feil</td> <td>37</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Helt feil</td> <td>141</td> <td>49%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">出典： https://www.faktisk.no/statistikk（2019年5月9日閲覧）</p>	評価結果	件数	割合	Helt sant	57	20%	Delvis sant	18	6%	Ikke sikkert	36	12%	Delvis feil	37	13%	Helt feil	141	49%
評価結果	件数	割合																	
Helt sant	57	20%																	
Delvis sant	18	6%																	
Ikke sikkert	36	12%																	
Delvis feil	37	13%																	
Helt feil	141	49%																	
プラットフォームとの連携	Facebookのファクトチェックパートナーであり、Facebookから依頼があった場合はファクトチェックを行い、結果をFacebookに提供している。																		