

筑波大学社会・国際学群国際総合学類

卒業論文

SNS 時代の戦争と大衆心理

2025 年 1 月

氏名：相原加奈

学籍番号：202011891

指導教員：関根久雄（松島みどり）

# 目次

第 1 章	序論	3
	1. 問題意識・問題設定	3
	2. 研究方法	5
第 2 章	従来 of 戦争中における大衆心理	7
	1. マスメディアと大衆心理	7
	2. 太平洋戦争中の日本	8
	(1) 報道と読者が織りなすプロパガンダ	8
	(2) プロパガンダが浸透する社会心理学的側面	10
	3. ベトナム反戦運動	12
	(1) ベトナム戦争を報道したマスメディア	12
	(2) マスメディアが反戦運動に与えた影響	15
	(3) メディアとしてのテレビ	16
第 3 章	マスメディアと SNS の構造比較	19
	1. コンテンツの規制	19
	(1) マスメディアの倫理基準	19
	(2) SNS におけるガイドライン	23
	2. 確証バイアスとフィルターバブル	26
	(1) 限定効果論と選択的接触	26
	(2) SNS におけるフィルターバブル	27
	3. マスメディアと SNS の共振作用	28
第 4 章	SNS による戦争の大衆化	33
	1. ジャスミン革命	33
	2. IS	36
	3. イスラエル・パレスチナ紛争	41
第 5 章	結論	44
	1. 本論文の結論	44
	2. 問題点と今後の課題	46

注	-----	49
参考文献	-----	55
英文要約	-----	62
謝辭	-----	63

# 第1章 序論

## 1. 問題意識・問題設定

2022年2月24日、ロシアによるウクライナへの軍事侵攻（以下、ウクライナ戦争）が開始された。2023年10月7日にはパレスチナのスンナ派イスラム原理主義・民族主義的政治・軍事組織ハマスがガザ地区からイスラエル人に対する奇襲攻撃を行い、イスラエルとパレスチナ間の戦闘（以下、イスラエル・パレスチナ紛争）が再燃した。これらの戦争では、これまでになくソーシャルネットワーキングサービス（以下、SNS）が大衆心理に対する影響力を発揮している。そのことに関連して作家の高村薫は、「日本人にとって21世紀のヨーロッパで起きている戦争（ウクライナ戦争＝筆者注）に現実味があるはずもない一方で、それを伝えるメディアやSNSのおかげで奇妙に頭でっかちになっているような実感もある」[高村薫 2022:2]と語っている。

さまざまなメディアを通じて、戦地に直接関わりのない、戦争の影響を受けていない人々にもリアルタイムで情報が伝わるようになり、グローバルな共感や支援が集められていることは、遠く離れた日本にいても感じることである。たとえば、インスタグラムなどのSNSでは、ウクライナ国旗の絵文字や、パレスチナの連帯と抵抗の象徴であるスイカの絵文字を使って自己の思想を表現したり、他者の投稿をリポストしたりすることで、戦争に関するメッセージが広範に共有されている。また、イスラエル・パレスチナ紛争では「All Eyes On Rafah（ラファから目を逸らすな）」という画像がインスタグラム上で4,700万回以上（2024年9月27日現在）リポストされ、世界的に注目を浴びた<sup>(1)</sup>。このように、これらの戦争はSNSを通じて情報が瞬時に広がり、過去の戦争とは異なる形で大衆心理に影響を与えている。

現代の人々はテレビやラジオ、新聞といった従来のマスメディアよりも、インターネットを通じて情報を得ることが増えている。総務省の情報通信政策研究所による調査によると、全年代の60.1%が「いち早く世の中のできごとや動きを知る」ために使うメディアとしてインターネットがもっともよく利用するメディアであると答えたという<sup>(2)</sup>。2013年にはそれが29.5%であった<sup>(3)</sup>ことからみても、情報収集においてインターネットの重要性が高まってきていることは明らかである。したがって、かつては

新聞やテレビなどのマスメディアを中心に形成されていた大衆心理が、現代ではインターネットによって大きく影響されるようになったと言える。

一方で、「世の中のできごとや動きについて信頼できる情報を得る」ためにもっともよく使うメディアとしてインターネットを選択した人々の割合は全体の 30.8%にとどまり、もっとも回答数の多かったテレビは 53.1%であった<sup>(4)</sup>。2013 年にはインターネットは 14.5%であり<sup>(5)</sup>、信頼度は高まっているが、30.8%は依然として低い数字である。多くの人々はインターネット上の情報に注意を払い「簡単には信じない」というが、実際のところ人々はインターネット上の情報を正しく見極めることができるのだろうか。国際大学などが行った調査では、「SNS などで拡散された偽情報や誤った情報を見聞きした人のうち、おおむね半数の人が『正しいと思う』と答えた」<sup>(6)</sup>という結果になった。つまり、多くの人々がインターネット上の情報の誤りに気付いていないのである。

テレビや新聞などの報道機関から得られる内容は、マスメディアによって取捨選択されたものに限定されている。我が国では、日本国憲法で報道の自由や言論の自由を含む表現の自由が保障されており、あらゆる報道機関は各自で報道倫理に関するガイドラインを設け、報道（表現）している。たとえば、テレビ東京は、自社の社員やスタッフが質の高い報道活動を行うための指針として策定した報道倫理ガイドラインにおいて、「人権を尊重し、品位と節度をもって、正確・公正・客観的な報道にあたる」ことを基本姿勢としている<sup>(7)</sup>。報道内容に関しては、事実に基づき、偏りなく公正であること、情報の信頼性を確保するために、情報源の確認と裏付けを徹底することなどを行動指針として挙げている<sup>(8)</sup>。このようなマスメディアによる努力が、全てに対して必ずしも徹底されているとは限らないが、報道機関として信頼に足る情報を発信しようとしていることは理解できる。しかし、インターネットの普及により、報道倫理とは関わりのないところで誰でも自由に情報を発信し、見知らぬ他者に影響を与え、同時に他者の発信によっても容易に影響を受けることが往々にして起こりうるようになった。

SNS ではフェイクニュースを含む偽情報など質の悪い情報が流れてくるだけでなく、アルゴリズムによって個々のユーザーに最適化され、特定の興味関心に基づいた情報が送られてくる構造になっている。このアルゴリズムは、ユーザーの興味や行動履歴を分析し、最適なコンテンツを提示する仕組みであり、ユーザーの滞在時間やエ

ンゲージメントを最大化することを目的としている。この仕組みにより、インターネット上には多様な情報がアクセス可能な状態で存在しているにもかかわらず、人々は等しく情報に接するのではなく、自分に興味のあるコンテンツばかりがタイムラインに流れ込み、接触することになるが、逆に興味のないコンテンツにはタイムラインにすら流れてこない状況が起こりうる。そして、信頼できる情報かどうかはわからないままアルゴリズムによってタイムラインが形成され、偏った情報しか目に入らなくなったり、同質性の高いコミュニティの中で不確実な情報を真実と信じてしまったり、さらには社会的分断を生みかねない状況が作り出されたりしてしまうのである[鈴木貴久 2019:139-140]。

このようにインターネットが市民社会に浸透し、インターネット上の情報が従来のマスメディアとは異なる影響を大衆心理に与えることによって、市民と戦争との関わり方を変化させてきた。インターネットが登場する前の時代では、市民は新聞やラジオといったマスメディアを通じてしか戦争に関する情報を手に入れることはできなかった。しかしインターネットの普及によって、一般市民は情報発信、情報収集ができるようになった。世界中の人々がテレビや新聞以外の多様なメディアから最新ニュースに触れることができるようになったはじめての戦争であるイラク戦争[松尾和洋 2003:552]や、主に Facebook を通じて抗議の呼びかけが行われ、SNS が情報発信の中心となったアラブ世界の民主化運動「ジャスミン革命」<sup>(9)</sup>などがその好例である。2023 年 10 月に始まったイスラエル・パレスチナ紛争をみても、市民と戦争との関わりは SNS によって全く新しいものとなっている。たとえば、SNS 上では国境や人種を超えてパレスチナのために連帯する人々がいる。このように今や戦争・紛争とインターネットを介した大衆心理の動向は切り離せないものとなっていることは明らかである。

そこで本研究では、戦時中に SNS がどのようにして大衆心理に影響を与えるのかを従来のマスメディアとの比較を行いながら考察し、SNS の登場による一般市民と戦争の関係性の変化を明らかにすることを目的とする。

## 2. 研究方法

本研究は主に先行研究やメディア情報の渉猟を通じて研究を進める。続く第 2 章ではインターネットが登場する前の戦争において、マスメディアによって大衆心理がどのように動かされてきたかを調査する。ここではマスメディアが情報拡散に大きく関

与した太平洋戦争、ベトナム戦争について調査すると同時に、マスメディアの報道がもたらした社会心理学的側面、さらに当時主流であったメディアの特徴や社会的背景に関する文献を用いて研究する。第3章では、コンテンツ規制という点からみたSNSとマスメディアを比較、SNSに特異な構造とそれに伴う大衆心理への影響に関する文献を調査する。さらに、SNSとマスメディアの共振作用についても検討する。第4章では、ジャスミン革命、IS、イスラエル・パレスチナ紛争においてSNSがどのように使われ、それがどのような影響を与えているかを調査する。イスラエル・パレスチナ紛争については直近の事柄であるため、報道機関によるニュースなども用いて情報を収集する。第6章で結論と考察を述べる。

## 第2章 従来の戦争における大衆心理

### 1. マスメディアと大衆心理

大衆社会とは、「産業の発達による大量生産・大量消費、教育制度とマスメディアの発達による情報の普及などのために、政治、経済、社会、文化などのあらゆる領域において、大衆が重要な役割を果たすようになった社会」<sup>(10)</sup>のことを指す。大衆社会論において、マスコミ<sup>(11)</sup>は「大衆の説得・操作という点で大きな役割を担い、大衆社会を生み出し、維持する（あるいは加速・変容させる）のに大きな役割を果たす」[大石裕 2020:20]と考えられている。アメリカにおける大衆社会論の中心的存在であったライト・ミルズは、「大衆を構成する多数の人々は、たんなる意見の受け手にすぎない」[ミルズ 1956=1958:506]と述べている。つまり、マスコミにおいては、情報の発信者と受信者の役割が明確で、常に発信者から受信者（大衆）に向かって一方的に情報は流れていく。

さらに、張と宇賀は、マスコミは「大衆社会において孤独な大衆的人間＝『孤独なる群衆』の間に張り巡らされた大衆支配の網の目だとよく言われている」[張・宇賀 1962:73]と述べる。ここでいう「孤独なる群衆」とは、リースマンの著書、『孤独な群衆』のなかで論じられている、「他人指向型」の人間のことである。

リースマンは『孤独な群衆』で、人間の社会的性格を「伝統指向型」「内部指向型」「他人指向型」の3つに分類した。伝統指向型は、家族や地域社会などの伝統的な価値観に従って行動する性格で、主に農耕社会に見られる。内部指向型は、自らの内面にある価値観や信念を基準に行動する性格で、近代的な工業社会に多い。そして他人指向型は、他人の評価や周囲の意見に敏感で、それに合わせて行動する性格で、情報化社会や消費社会において顕著である[リースマン 1960:7]。

他人指向型人間は、他者の評価や周囲の意見に敏感であり、これに基づいて自分の行動や価値観を調整する傾向があるが、それはマスメディアとの相互作用を通じて強化される。マスメディアは、大衆に共通の話題や価値観を提供することで、他人指向型人間にとっての「周囲の意見」を具体化し、彼らの行動指針や判断基準を形成するという重要な役割を果たす。その中で、人々は「群衆」の一部として同質化させられ、自分と他者の違いが見いだせなくなり[リースマン 1960:258]、群衆の中にいるにもか



かわらず「孤独」を感じるようになる傾向がある。つまり、「孤独なる群衆」とは多くの個人が集まっているものの、それぞれが独立していて、相互に深い結びつきがない状態を指している。

「大衆支配の網の目」とは、マスメディアや社会制度によって張り巡らされた支配の構造を指している。大衆社会では、マスメディアが情報を一方的に流し、それを受け取る大衆は受動的な存在になるため、メディアやプロパガンダによって、個人の考え方や行動が支配され、操作されやすい状態が作り出される。このような状況では、個々の人間は孤立しているため、自主的な判断や行動がしにくく、メディアの流す情報に従いやすくなるという[張・宇賀 1962:77]。つまり、個々の人々は一見独立しているように見えるものの、実際にはマスメディアや情報の流れによってコントロールされ、意見形成や行動が影響を受けやすくなるということである。

大衆社会論においては、大衆社会の諸問題について、政治、とくに民主主義の文脈で語られることが多いが、戦争に関する情報も同じように捉えることができると考える。なぜなら、社会の上層部にいる限られた人々の間で決定され、一般市民が簡単に知ることのできないという点で、政治と戦争の情報の性質は類似しているからだ。インターネットが普及する前には、新聞、ラジオ、テレビといったマスメディアが情報発信を大きく担っていた。戦争や政治など、国の上層部で起こっていることや遠く離れた場所で起こったことに関して、一般市民が自主的に情報を収集することは不可能に近く、大衆はメディアが提示する情報からしか戦争について知ることができなかった。

情報が良くも悪くも簡単に大衆心理や世論を左右するための大きな権力（力）を持っていた時代に、マスメディアによって大衆心理はどう動かされてきたのか。ここでは、日本において太平洋戦争中の新聞によるプロパガンダの蔓延と、ベトナム戦争に関する反戦運動の興隆の2つの例をあげて、戦争と大衆心理について具体的に見ていく。

## 2. 太平洋戦争中の日本

### (1) 報道と読者が織りなすプロパガンダ

太平洋戦争が始まるころには、新聞は日本において重要なマスメディアとなっていた。中村と山川によると、大阪毎日新聞および大阪朝日新聞は、日清・日露戦争期に

販売シェアを伸ばし、さらに関東大震災を経て読者層を拡大させたという [中村・山川 2010:193]。大正以降は識字率の向上や都市部の人口集中がその要因となり、一部の知識人だけでなく、サラリーマンや農民、女性などさまざまな読者層を取り込み、大衆化した [中村・山川 2010:193]。1940 年時点における 3 大紙の発行部数は、朝日が 315 万部、毎日が 274 万部、読売 131 万部であった [津金沢・山本・有山・吉田 1979:598]。当時の世帯数はおよそ 1,434 万世帯<sup>(12)</sup>であり、1 世帯に 1 部購読していたとすると、半数以上の世帯が 3 大紙のいずれかを購読していたことになる。

太平洋戦争中の報道では冷静で客観的な報道姿勢や、科学的、合理的な見方や考え方、また多角的な視点が欠如していただけでなく、それとは逆の「一方的でヒステリックな記事にあふれて」 [前坂 2005:17] いた。当時は政府や軍の思惑によって新聞社の報道活動が左右されていたが、それによって新聞社が完全に国の支配下にいたわけではなかった。新聞記事では、ワーディングを用いて結果的に戦争への好意的な世論形成を効果的に獲得してきた。ワーディングとは、対象を恣意的に名付け、特定の価値観を創出することによって一定のイメージを喚起する、プロパガンダの一つの手法である。田中は、「敵国を『鬼畜米英』と称して敵対心を煽り、戦争末期には『聖戦完遂』『一億玉砕』といったスローガンによって、たとえ戦況が不利になっても国民全員で戦い抜くという価値観を創出した」 [田中 2023:76] と述べた。こうしたマスメディアによるワーディングが国民の意識を同じ方向へ向かわせ、戦争を盛り上げることに寄与した。

しかし、常にマスメディアに一方的な非があったというわけではない。そこには、読者である大衆の熱狂とそれに応えようとした新聞の相互作用があったと考えられる。真珠湾攻撃での日本人の戦死者が「軍神」と崇められたのをきっかけに、太平洋戦争末期になると特攻隊を中心に軍神と呼ばれる者が多く誕生した。保坂はこのことにも上記と同様の相互作用が見られると述べている [保坂 2009:60]。「軍神」という言葉は、武運を守る神、および「すぐれた武勲をたて、勇敢な戦死を遂げた軍人のうち、軍人の亀鑑として仰がれる人」 [大原 1982:269] の敬称であるが、太平洋北部アリューシャン列島のアッツ島で全滅した日本陸軍の山崎大佐および配下の将兵について、朝日新聞は「軍神山崎保代中将」、「盛り上る軍神敬仰の熱意」、毎日新聞は「軍神山崎部隊」、「仰げ永劫に偉勲の軍神部隊」、読売新聞は「薫れ軍神部隊」などと表現した [保坂 2009:77]。

また軍神となった山崎について、大日本婦人会東京支部長の徳川彰子は以下のように語ったという。

お國のために戦死された方はすべてが軍神とも仰ぐべき方なので、この方は軍神で、あの方は軍神でないなどと区別をつけられるものではないのでせうが、山崎部隊長の場合などは国民のひとりびとりが腹の底から軍神とお呼びしたい念が湧き上って参ります。戦ひ抜く私どもの決意を捧げて、勝利の日を祈願する一番の軍神として仰ぎたい念に駆られるのを覚えます<sup>(13)</sup>。

保坂はこの発言から、「軍神山崎」という表象は、一般世論が山崎を軍神と崇めたことから生じたものであり、そこに軍部やマスコミが後から続いたと指摘する[保坂 2009:78]。マスメディアである新聞から得た情報に世論が湧き、世論がさらにそういった情報を求め、新聞がそれに応え、言説が増幅していったのである。

## (2) プロパガンダが浸透する社会心理学的側面

つぎに、大衆がいかにプロパガンダに染まり、プロパガンダのさらなる展開を生んだのか、読者である大衆の心理的な側面に着目する。

フランスの思想家エリュールは、プロパガンダが展開される前提として「必要性」を挙げ、国家の必要性和個人の必要性の2つに分けて論じている[エリュール 1965:91-92]。前者はマスコミとの関連が薄いため、本論では後者のみに触れることとする。「個人の必要性」とは、各人が自分自身の抱く幻想や欲望に対して、ある程度の充足感を得ることを指している。市民の多くは情報の取捨選択によってアイデンティティの強化を図り、プロパガンダへの同調によって自己確認や行為の正当化につなげる。人々はプロパガンダによる心理的満足や、指導者と目的や目標を共有することで自らの世界を再発見できるという。エリュールは以下のように述べている。「自己正当化を望む人は、自らの不安の源泉を除去してくれそうなプロパガンダの方向へ自らの身を投げ出すことになる」[エリュール 1965:118]。人々が自らの欲求を満たし、不安から脱却するとき、したいと思うときにプロパガンダに染まり易く、洗脳されて社会と自らが完全に同調している、と思ひ込むことがわかる。

エリユールはさらに、プロパガンダが求められる背景には社会的状況による圧迫があると指摘している。たとえば私たちは長時間労働や過剰な義務、多額の納税の責任などを負っているが、それをやらされている「奴隷」とは思いたくない。だから自由と尊厳を保って労働をするために意義を必要とする。戦争においても同様で、家族や祖国の防衛だけでは兵士を鼓舞するには不十分であり、広報は新たな目的や必要性を提示することで、大きな犠牲を伴う行動を正当化する[鈴木 2018:6]。

またプロパガンダの成立には、優れた広報実務家の創造性とともに、「社会の集団的欲求」が不可欠である。人々は、自らの生活の中で不安や困難に直面した際、それを緩和し安心感を得るために広報を求めるのである。たとえば、匿名性がもたらすストレスや社会的な孤立感などの問題に対して、広報は心理的な支えを提供し、社会と自分自身をつなぎ直す役割を果たす。このように、広報は単なる情報伝達手段ではなく、社会的欲求を利用しつつ、個人と集団を心理的に統合する装置として機能しているのである[鈴木 2018:7]。

エリユールが指摘する「個人の必要性」としてのプロパガンダは、太平洋戦争中の日本における社会心理において顕著に見られると考えられる。戦時下の日本においては、国民が戦争の正当性を感じ、自己の犠牲を肯定するための手段としてプロパガンダが重要な役割を果たしたと考えられる。たとえば、「軍神」という概念は、単に政府や軍部によって一方的に押し付けられたものではなく、むしろ国民の心理的必要性に応える形で生まれたと解釈できる。戦況が悪化する中で、家族や友人を失う悲しみや、戦争そのものへの不安が広がる中、人々は自分たちの犠牲が意味あるものであることを信じたいと願った。このような心理的必要性が「軍神」という表象を求め、それに応える形で新聞が「軍神山崎」や「軍神部隊」の物語を作り上げたと考えられる。

さらに、エリユールが述べるように、社会的状況による圧迫もプロパガンダの必要性を高めたと考えられる。戦時下では、多くの市民が長時間の労働や過酷な生活環境に苦しんでいたが、それを「奴隷状態」として受け入れるのではなく、戦争に貢献するという意義付けを求めた（社会の集団的欲求）。このとき、マスメディアによるプロパガンダは、個々の犠牲を「家族や祖国の防衛」という大義に結び付け、さらには「聖戦完遂」や「一億玉砕」といったスローガンによって国民全体を心理的に統合する役割を果たしたと考えられる。つまり、太平洋戦争中の日本では、マスメディアが単に

情報を一方的に操作するだけでなく、国民の心理的必要性に応え、社会と個人をつなぐ装置として機能していたと考えられる。

このように、エリユールの議論を太平洋戦争中のプロパガンダに当てはめることで、戦争と大衆心理の相互作用をより深く理解することができると考える。プロパガンダは単なる操作の手段ではなく、個々の人々の不安や欲求に根ざした社会的現象であり、その影響力の大きさが浮き彫りとなった。

### 3. ベトナム反戦運動

#### (1) ベトナム戦争を報道したマスメディア

マスメディアが戦地から離れた場所の市民に影響を与え、それが反戦運動につながった例として、ベトナム戦争が挙げられる。マスメディア、とくにテレビが伝えたベトナム戦争の実態や悲惨な映像が一般市民に影響を及ぼしたことは大きい。アメリカや日本などの市民による反戦運動について、山口は「既成の心情やイデオロギーの枠の中にある、反戦・平和という意識から一步踏み出した、『市民社会の次元』、つまり人類的立場からの戦争批判というものが、非常に高まりつつあるように考えられ、道徳的、感情的な性格がきわめて強い」[山口 1965:20]と述べた。戦争報道には、戦況報道と戦場報道の2種類があり、ミサイルが標的を目がけて飛び交っている様子は戦況報道に、人々がもがき苦しみ死んでいくシーンは戦場報道に分類される[門奈 2004:39]。

ベトナム戦争において日本のメディアは戦場報道に焦点を当てて報道を行っていた。永井は「日本のメディアの主たる関心は、戦場取材だけではなく、あるいはそれ以上に戦火にほんろうされるベトナムの人びとの姿にあった」[永井 2016:10]と述べている。そんな日本におけるベトナム戦争の報道の先駆けは、毎日新聞が行った現地ルポ、「泥と炎のインドシナ」の連載である<sup>(14)</sup>。

米軍の北爆が激しさを増す中、その連載は1965年1月4日に始まり、朝刊第一面の4分の3を使って記事が掲載された。南ベトナム軍部隊への従軍記からはじまった連載は計38回におよび、戦争の実態と戦時下の民衆の生活に焦点をあてたルポルタージュを掲載した。取材陣は、取材現場や取材の時期を自由に選択することができ、国内における社会部記者とおなじように現場取材を中心に行った[藤田 2004:121]。一般的に従軍取材においては、記者は軍部から一方的に従軍部隊を指定されるため、戦争のごく一部しか目にすることができず、自分の従軍部隊に同情的な見方をしてしま

うことが懸念される。しかし、ベトナム戦争では記者は従軍取材以外の方法でも自由に取材を行うことができた。そして「記者たちは生々しい泥の臭いや戦場の炎や人びとの息づかいを伝え、それを読んだ読者はそこに私たちと等身大のベトナム人を発見でき、日本からは遠いと思われていた東南アジアのちいさな国の戦火が他人事ではないことに気づくようになった」[永井 2016:10]のである。「泥と炎のインドシナ」は同年の日本新聞協会賞を受賞しただけでなく、「ベトナム戦争の実態をリアルに伝えたこの連載は大きな反響を巻き起こし」<sup>(15)</sup>、これをきっかけにベトナム戦争に関する報道は熱を帯びていった。戦場報道に焦点をあてるという報道姿勢は、「泥と炎のインドシナ」だけでなく多くの日本人ジャーナリストに共通していた。

この毎日新聞の報道攻勢に対抗して朝日新聞は、1965年3月20日夕刊の第1面に日本人記者としてはじめて「ベトコン解放村に入る」というルポルタージュを掲載した。またこのころ、ベトナム戦争の特集をくむ定期刊行雑誌も出てくるようになり、同年2月初旬には毎週どこかの週刊誌がベトナム戦争に関連する記事を掲載した。

書籍では、報道写真家の岡村昭彦による『南ヴェトナム戦争従軍記』（岩波書店刊）が1965年のベストセラー第8位となり、続編も合わせると販売部数は100万部に達したという[市橋 2014:150]。市橋は、この「岡村の危険と冒険に富むルポルタージュは、若い読者を中心に大きな反響を呼び起こし、ベトナム戦争が「醜い戦争」であることを広く日本人に知らしめる役割を果たすこととなったと指摘している[市橋 2014:150]。

さらに、ベトナム戦争に関しては、書籍だけでなくヴィジュアルに特化した写真集も刊行されるようになった。その中でも1965年3月に刊行された『岡村昭彦写真集これがベトナム戦争だ』（毎日新聞社刊）は、当時もっとも取り上げられた写真集のひとつであった[市橋 2014:150]。市橋は、「南ベトナム政府軍に従軍した岡村の写真は、双方の側の死傷した兵士、残酷な拷問を受けるベトコン兵、戦争に翻弄される山岳民族の民を写し出している」[市橋 2014:150]と述べる。また、『週刊朝日』に連載された「南ベトナム報告」を書き直して出版された開高健の『ベトナム戦記』は、朝日新聞出版局写真部の秋元啓一と共同で制作され、写真が重要な位置を占めていたルポルタージュであった。伝達力の強い写真の力によって、それを見た人の心には文章よりもリアルに情景が伝わりやすく、そこから感情を生み出しやすかったのであろう[市橋 2014:151]。

また、ラジオでもベトナム戦争関連の番組がいくつも放送されていた。NHK テレビは『インドシナの底流』のラジオ版を放送し、文化放送は岡村昭彦の写真集『これがベトナム戦争だ』の朗読と、現地の音で構成されたラジオ番組を放送した[市橋 2014:152-153]。

新聞、雑誌、書籍、ラジオでベトナム戦争に関する報道は数多くみられたが、ベトナム戦争を日本人に知らしめるにあたってもっとも大きな役割を果たしたのは、おそらくテレビだっただろう。朝日新聞元記者の岩垂は、「ベトナム戦争は、テレビが本格的に報道に参画した初めての戦争だったといわれる」[岩垂 2006]と述べている。岩垂はもっとも印象に残ったテレビ番組として、1965 年 5 月 9 日に日本テレビで放映された『ベトナム海兵大隊戦記』を挙げている。この番組には、解放戦線側の 17 歳の少年が南ベトナム兵に銃殺され首をはねられる場面や、その少年の首が大地に投げ捨てられるシーンなども含まれていた。これに対する視聴者からの電話や、日本テレビが実施したアンケートでは番組内容を支持する意見が圧倒的に多かったという[市橋 2014:151]。また、NHK はドキュメンタリー番組『インドシナの底流』、NHK 特派員が入った解放村や、「サッソウたるベトコンの隊長たち」を映した『時の動き—ベトコン地帯に行く』を、テレビ東京の前身である東京 12 チャンネルは、戦争に動員される山岳民族などを取材した『「この奇妙な戦い」—ベトナム戦線に行く』を放映した。TBS は、北ベトナム入りを果たした取材班によるドキュメンタリー番組『北爆下の北ベトナム』や、戦争の残酷さと非情さを記録した特別番組『南ベトナム戦記』を放送している[市橋 2014:152]。

以上のように 1965 年 2 月に開始された米軍による北爆以来、ベトナム戦争はマスメディアにこぞって取り上げられるようになった。これについて市橋は、「ベトナム戦争を取材したルポルタージュや映像によるドキュメンタリーは、戦争の悲惨をみずから体験してきた戦前・戦中世代にも、また戦争を知らない若い戦後世代にも、ベトナム戦争によってもたらされる悲惨と残忍を強く印象付けることになったことだろう」[市橋 2014:153]と述べていた。マスメディアによる報道に呼応して、ベトナム戦争に対する日本世論の関心も高まり、そのことは朝日新聞への投書数にも顕著にあらわれた。ベトナム戦争に関連する投書数は 1965 年 2 月に 201 通、3 月に 459 通、4 月に 874 通送られてきており、月を追うごとに急増した[荒瀬・稲葉 1966:69]。

以上のように、ベトナム戦争の激化にともない、日本におけるベトナム戦争に関連する報道は増加し、それに呼応するように日本市民らの戦争に対する関心も高まっていたことが分かる。

## (2) マスメディアが反戦運動に与えた影響

さらに、各種マスメディアでベトナム戦争関連の報道が増大したことに伴い、日本各地で、既成組織によらない、自発的なベトナム反戦の行動が登場するようになっていた。これについて市橋は以下のように述べている。

65 年前半、日本でベトナム戦争への強い関心が喚起された背景には、戦争による無残な死や恐怖、悲惨と残虐、拷問や公開銃殺処刑などの非人道的行為、多くの貧しい女性たちを含む仏教徒たちのデモや坐り込み等々を、劇的な映像とともに伝えたマス・メディアの強い影響があったといえるだろう。実際の戦争状況を直接に知らなくても、また冷戦下インドシナにおける複雑な国際政治の力学を学ばなくとも、あるいは、〈強力で残忍な化学兵器を持つ米軍によるベトナム侵略〉対〈貧しくも祖国の解放を求めて懸命に戦うベトナム人民衆〉といった加害－被害のシンプルな図式にしばしば収斂しながらも、多くの日本人の想像力と倫理観は、米軍と南ベトナム政府軍による暴力に対して徒手空拳で街頭に出て抗議する仏僧、女性、学生、子どもたちに、そして命を賭して戦う「ベトコン」に、マス・メディアを介して強く共振したのである[市橋 2014:153]。

1965 年 4 月には、作家の小田実、開高健、哲学者の鶴見俊輔らによる市民組織「ベトナムに平和を!市民連合（以下、ベ平連）」が初の反戦デモを行った。同年 8 月 22 日の朝日新聞の世論調査では、「北爆反対 75%、賛成 4%」[永井 2016:10]であったことを見ても、日本全体での反戦ムードはかなり高まっていただろうと考えられる。ベトナム反戦運動について市橋は、「ベトナム反戦市民運動、とりわけベ平連の運動の独自性あるいは新しさとして市民の自発性ないしは個人の自発性ということがこれまでたびたび指摘されてきた」[市橋 2014:156]と述べる。ベ平連を結成したメンバーの一人である小田と鶴見は、2007 年に過去を振り返り、以下のように記述している。



よく「ベ平連」は自発的な運動だと言われました。その通りです。市民が自発的に動き、大きな組織がその動きの中に入っていく。それまでの運動は、たいてい大きな労働組合や学生運動などの大きな運動が動いて、それを補完する形で市民が動く、というのが多かったようです。しかし、「ベ平連」の運動は違った。(中略)市民が自発的に動いた。(中略)「ベ平連」の運動では、まさに逆に市民運動が主役、市民の自発的な動きが主役になってことが動き出した。そう言っていいかと思います[鶴見・小田 2011:141]。

既存の政党や労働組合の組織運動、安保闘争など、労働組合や学生運動といった既存の組織による運動が先に発生し、それを補完する形で市民が参加するという、それまでの主流であった運動形態、その拡大の仕方とは異なり、ベトナム反戦運動には市民、個人の自発性の強さが特徴的であった。マスメディアが動画や写真を用いて戦争による非人道的行為などを日本人に迫真をもって伝えた。それによって、日本国内でも、遠く離れた地で起こっている暴力に抗議し、命を懸けて戦うベトナム市民に共鳴する者が多く現れたのである。市橋は、「だからこそ、政治運動や労働運動に熱心に取り組んでいた活動家のなかからも、組織的な活動の枠組みに飽き足らず、一市民として自分自身で戦争反対の抗議の意思表示をする者が少なからず出てきた」[市橋 2014:161-162]と述べる。以上を踏まえると、戦場の悲惨さや非人道的行為を伝えるマスメディアの発信は、市民の倫理観や想像力を強く刺激し、日本の市民が遠く離れた地で起きている戦争にも共振する重要な契機となった。それにより、日本におけるベトナム反戦運動は、従来の労働組合や学生運動など既成組織主導の運動とは異なり、市民や個人の自発的な行動が顕著に見られる運動へと発展した。このような市民の自発性とメディアの役割が相互に作用した点こそが、日本におけるベトナム反戦運動の特徴である。

### (3) メディアとしてのテレビ

先述の通り、テレビはベトナム戦争の現実を市井の日本人に伝える媒体としてもっとも大きな役割を果たした。映像による報道と、文章や画像との違い、およびそれぞれの特徴について、伊藤は以下のように述べている。

言語による情報伝達は、静的であり、時間や場所を超えて情報を残す手段として古くから使われてきた。しかし、文章には限界があり、「筆舌に尽くしがたい」という表現が示すように、感覚的な情報や複雑なイメージを完全に伝えることは困難である。画像は視覚に直接訴えるメディアであり、文章で表現しきれないものを一瞬で伝えることができるという特徴を持っている[伊藤 2008:5]。たとえば、「赤いバラ」の写真を見れば、読者は一目でその情報を理解でき、文章よりも情報量が多いとされている。映像はさらに多くの情報を伝達するメディアであり、視覚と聴覚の両方に訴えるため、リアルな体験に近い情報伝達が可能である。動画は一秒間に多くのフレームが表示されるため、情報量は画像よりも圧倒的に多く、視聴者に臨場感を与えることができる[伊藤 2008:8]。

言うまでもなく、我々は視覚によって世界を映像、つまり連続的な感覚で捉えているため、文章よりも、画像よりも、リアルな世界を見せてくれる映像は人の心を動かす、説得することにおいて強い力を持っていると言えるだろう。

テレビの性質だけでなく、社会の中でどのように位置づけられていたかについても触れておきたい。1950年代の北米では、テレビが社会に急速に浸透していった。それまで家庭の中心にあった暖炉やピアノの場所にテレビが置かれるようになり、それを中心とした家庭生活へと変化していったのである。とくに暖炉は、「形態的な類似や、その前に家族が集うという機能的な一致のため、しばしばテレビが既存の家庭の記号的意味連関のうちに導入される際に比喩的に参照された」[門林 2005:100]。暖炉はかつて、家族が集まり共に時間を過ごす象徴であり、温かさを提供するだけでなく、家族や友人が自然と集まり会話や交流を楽しむ場でもあった。その役割をテレビが引き継ぐことになったのである。テレビは家庭内で家族が集まり共に視聴することで、交流や共感を生み出す存在となった。

さらに門林は、「典型的に都市の経験であった先行する映画メディアとは異なり、テレビは家庭のただ中に導入され、その空間的な分節の中心を置き換えるということである」[門林 2005:101]と述べている。これにより、テレビは当時の北米社会において、新しい日常生活の中心的存在として位置付けられるようになったことがわかる。

以上のように、ベトナム戦争が報道されていたころは、同時にテレビが各家庭に普及したことで、基本的に1人で読むものである書籍、新聞とは異なり、家族間で同時に視聴し、交流や共感を生み出すことが可能となった。そこで文章や静止画よりもリ

アルに情報を発信することのできる動画という手段によって、それまでとは違う方法で情報を受信していたことがわかる。

## 第3章 マスメディアとSNSの構造比較

### 1. コンテンツの規制

#### (1) マスメディアの倫理基準

マスメディアとSNSの違いとして、コンテンツ発信者側が情報を規制しているか否かという点がある。今日の日本では、「報道の自由、言論の自由を含む表現の自由は、民主主義の基本原則の一つであり、近代憲法の中では共通の権利として保障されている」<sup>(16)</sup>。太平洋戦争が終結するまでは掲載記事の内容を制限する新聞紙法、普通出版物を取り締まる出版法は存在していたが、敗戦後、「連合国最高司令官(SCAP)のGHQ覚書、『新聞及び言論の陰由への追加措置に関する覚書』(中略)に基づき、その効力を停止され」[木野 1994:143]、1949年5月24日、「出版法及び新聞紙法を廃止する法律」が公布・施行され、これら2つの法律は廃止された。しかし、1950年にはテレビ上の放送内容に関する基本的なプログラム基準を設けている「放送法」が施行された。新聞紙法、出版法が廃止となった翌年に放送法が設けられ、現行で使われて、一定の規律を設けている理由について荒井は以下のように述べている。

我が国では、特定された者の間の「通信」と、公衆による直接受信を目的とする通信である「放送」とは区別して制度化されており、「通信」は、憲法第21条の規定による「表現の自由」、「通信の秘密」が確保されるが、不特定多数に向けて発信される「放送」は、「通信の秘密」にはなじまない上、社会的影響力も強いいため、公共の福祉に適合するように放送法等により一定の規律を受けている。[荒井 2010:3]

また、放送法の目的は言論の制限ではなく、「表現の自由」の保護であるとされている。放送法の第1章第1条ではその「目的」について、以下のように定められている。

- 1 放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること。

2 放送の不偏不党、真実及び自律を保障することによつて、放送による表現の自由を確保すること。

3 放送に携わる者の職責を明らかにすることによつて、放送が健全な民主主義の発達に資するようにすること。<sup>(17)</sup>

また、第4条の「国内放送等の放送番組の編集等」に関しては以下のようにされている。

放送事業者は、国内放送及び内外放送（以下「国内放送等」という。）の放送番組の編集に当たっては、次の各号の定めるところによらなければならない。

- (1) 公安及び善良な風俗を害しないこと。
- (2) 政治的に公平であること。
- (3) 報道は事実をまげないですること。
- (4) 意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること

1条2章の「不偏不党」、「政治的に公平であること」という文言に関して、文章中の発言の主体が明確でないため、これらの解釈方法についてさまざまな議論がされてきた。二者は同義と見なすのか、「不偏不党」を保障するのは政府なのか、放送事業者に「不偏不党」が要求されているのか、はたまた政府と放送事業者の両者に「不偏不党」は求められているのか[村上 2016:103]。これについて総務省は、以下のように回答している。

・放送法第4条第1項第2号の規定により、放送事業者は、その番組の編集にあたり、「政治的に公平であること」が求められている。

・ここでいう「政治的に公平であること」とは、政治的な問題を取り扱う放送番組の編集に当たっては、「不偏不党の立場から特定の政治的見解に偏ることなく、放送番組全体としてバランスのとれたものであること」である。

・その判断にあたっては、一つの番組ではなく、放送事業者の番組全体を見て判断することとなる<sup>(18)</sup>

以上から、現時点で総務省は放送事業者側に「不偏不党」の立場を要求していることがわかるが、いずれにせよ放送前に政府によって放送事業者が制作したコンテンツの確認が行われるわけでもない。放送法は処罰目的というよりかは、「努力目標」としての性格が強いと解釈されていることがわかる<sup>(19)</sup>。

この法律上の決まり以外にも、テレビや新聞といったマスメディアは、とくに報道に関して独自の倫理基準（報道倫理に関するガイドライン）を設けている。これらの基準は、国などの介入を受けることなく、メディア自身が自主的に定めたものである<sup>(20)</sup>。こうした自主的な取り組みは、ジャーナリズムにおける重要な理念に基づき、報道に携わる者が自らの責任で管理するべきだと考えられている。以下では、テレビ、新聞、出版における具体的な倫理基準を検討する。たとえば、テレビ東京の報道倫理ガイドライン第1章には、基本姿勢について次のように記されている。

報道の使命は、真実を広く伝え、市民の知る権利に奉仕し、人権を尊重する自由で平和な社会の実現に貢献することである。

報道の自由は、この使命のために市民からわれわれに委ねられたものであり、あらゆる権力、あらゆる圧力から独立した自主的・自立的なものである。

報道に携わる者は、放送ジャーナリストとしての誇りと責務を自覚するとともに、人権を尊重し、品位と節度をもって、正確・公正・客観的な報道にあたる。

常に積極的な取材・報道を行うとともに、厳しい批判精神と市民としての良識を持ち、取材される側の痛み・悩みに心を配ることも忘れない。<sup>(21)</sup>

全国の新聞社、通信社、放送局が倫理の向上を目指す自主的な組織である、一般社団法人の日本新聞協会は以下のような新聞倫理綱領で自由と責任、正確と公正、独立と寛容、人権の尊重、品格と節度を守るべきだとしている。

・国民の「知る権利」は民主主義社会をささえる普遍の原理である。この権利は、言論・表現の自由のもと、高い倫理意識を備え、あらゆる権力から独立したメディアが存在して初めて保障される。新聞はそれにもっともふさわしい担い手であり続けたい。

・おびただしい量の情報が飛びかう社会では、なにが真実か、どれを選ぶべきか、的確で迅速な判断が強く求められている。新聞の責務は、正確で公正な記事と責任ある論評によってこうした要望にこたえ、公共的、文化的使命を果たすことである。

・編集、制作、広告、販売などすべての新聞人は、その責務をまっとうするため、また読者との信頼関係をゆるぎないものにするため、言論・表現の自由を守り抜くと同時に、自らを厳しく律し、品格を重んじなければならない。

(22)

一般社団法人日本書籍出版協会も同様に出版倫理綱領を設けており、以下のことが記されている。

1. 出版物は、学術の進歩、文芸の興隆、教育の普及、人心の高揚に資するものでなければならない。
2. 出版物は、知性と情操に基づいて、民衆の生活を正しく形成し、豊富ならしめるとともに、清新な創意を発揮せしめるに役立つものでなければならない。
3. 文化と社会の健全な発展のためには、あくまで言論出版の自由が確保されなければならない。
4. のっとり、また評論は、真理を守るに忠実にして節度あるものでなければならない。
5. 出版物の普及には、秩序と公正が保たれなければならない。<sup>(23)</sup>

テレビ、新聞、出版とそれぞれ媒体は違うが、自らが憲法上の「報道・表現・言論の自由」を行使する主体であることを明記している点で共通している。また、テレビ、新聞では、正確、公正といったワードが使われており、ジャーナリズム精神に則った

活動をしていくことを明記している。テレビ・新聞と出版とでは全体的に違いが見られるが、テレビ・新聞は日常的にニュースを出しており報道色が強い媒体であることがその理由だと考える。一方出版物で報道をする場合、「新聞やテレビと同じ報道をするには時差があり、独自の目線をつけて伝えなければならない」<sup>(24)</sup>ため、報道をするにしてもその手法が異なるだろうと考えられる。

また、マスメディアにおいてはコンテンツ制作の過程で複数の人が関わることが多い。新聞であれば、取材に行き原稿を書いた人、その原稿を編集した人がおり、さらにその編集された原稿は最後に校閲を通すため、複数人の目で確認が行われる。校閲では、誤字脱字や表記ゆれの修正などだけでなく、ファクトチェックも行われる場合があり、校閲を経て世に出された情報はクオリティが担保されているものが多いと考えられる<sup>(25)</sup>。

以上のように、テレビにおいては放送法によって放送内容に関する規定は設けられているが、新聞、出版ともに倫理綱領が設けられているだけでなく、報道機関それぞれが自身の報道に関するガイドラインを持っており、マスメディア自身で倫理観を持った情報発信を行おうという努力や仕組みがあることがわかる。

## (2) SNS におけるガイドライン

一方 SNS では、法律や条例によって発信内容の規制はされていないだけでなく、マスメディアが自主的に行っているような情報発信側による情報の管理や規制は行われておらず、個々が自分で自由にどんな発信も行うことができる。特定の思想に関する主張、他者を侮辱する発言、嘘の情報でさえも、何にも縛られることなく世界中へ発信することが可能である。発信された内容などが他者の権利を侵害し、侵害された側によって起訴された場合、名誉毀損罪、侮辱罪、肖像権侵害などの罪に問われることはあるものの、情報発信をすること自体はどこまでも自由である。ここでは、SNS における報道やファクトに関する倫理的な姿勢について見ていく。SNS にもガイドラインは策定されており、利用者はそれを遵守することが求められている。

たとえば X では独自の「X ルール」<sup>(26)</sup>を設けている。安全性の観点からは「暴力的な発言」、「攻撃的な行為/嫌がらせ」、「ヘイト行為」、「児童の性的搾取」、「センシティブなメディア」といった行動を、信頼性の観点からは「プラットフォームの操作およびスパム」、「誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティ(なりすまし)」、



「合成または操作されたメディア」、「著作権および商標（の知的財産権の侵害）」などを禁止しており、コンテンツ発信や X の利用に関して一定の制限を課している。しかし、X が全ての投稿やアカウントをチェックしこれらのガイドラインに抵触していないか確認しているわけではない。違反コンテンツは制限の対象にはなるが、実際に制限されるには、専用の報告手続きを踏んで被害に遭った人や、違反コンテンツを発見した人などにより X に報告が行われることが必要である。そのステップの後に、問題があると報告があったコンテンツに対して自動的にアカウント凍結などの措置を実施したり、世界各地の X（旧 Twitter）の「人間」のメンバーにより構成されているサポートチームが報告への対応を行ったりしている<sup>(27)</sup>。

Facebook、Instagram、Threads、Messenger を運営する Meta のコミュニティガイドライン<sup>(28)</sup>では、これらのサービスで認められることと認められないことをまとめたコミュニティ規定を設けている。具体的には、「暴力や過激な描写を含むコンテンツ」、「危害を加えるための計画および犯罪の助長」、「暴力や過激な描写を含むコンテンツ」、「ヘイトスピーチ」、「プライバシーの侵害」、「偽情報」などについて制限を行うことが記載されている。そこでは認められるものと認められないものの線引きが明確に説明されている。こちらも X の「X ルール」同様、ユーザーからの報告がある場合と、自動検知システムによって発見されたものがガイドラインに基づいて制限がかけられるという仕組みになっている。

しかし、これらのガイドラインと違反したコンテンツに対する措置にはいくつか問題点がある。まずは、ユーザーからの報告自体が虚偽や嫌がらせの可能性がある点である。実際に、2024 年 11 月の兵庫県知事選で敗退した稲村氏の X のアカウントは、「選挙活動を妨害するため、複数の氏名不詳者が X のルールに違反しているという虚偽の通報をし、凍結させ」られたとし、稲村氏の後援会は偽計業務妨害容疑で兵庫県警に告訴状を提出したという事例がある<sup>(29)</sup>。

また、2019 年からは、ユーザーから報告される前に問題のある投稿を自動的に検知する技術<sup>(30)</sup>を導入するようになった。しかし 2019 年の時点では、自動検知によって発見された違反コンテンツは全体の 38%にとどまっているだけでなく、必ずしも問題のあるコンテンツだけを正しく検知できるわけではないため、違反していないコンテンツまで規制されることも起こっており、ガイドラインを遵守しているユーザーが不利益を被る場合もある。

X の違反コンテンツへの対応は依然として不十分ではあるが、X は 2021 年より、「コミュニティノート（旧 Birdwatch）」という機能を導入している。コミュニティノートでは誤解を招く可能性があるツイートに対し、X のユーザーが背景情報を提供したり、誤っている情報を正確なものに訂正したりすることができる。一方で、「このコミュニティノートに情報提供するための参入障壁の低さから、不適切な評価が追加される可能性がある」[安本・浅谷・坂田 2024:1]。具体的にコミュニティノートに参加するためには、2024 年 12 月 2 日現在で以下の条件を満たす必要がある。

- ・ 2023 年 1 月 1 日以降、X ルールへの違反がない
- ・ X に登録してから 6 ヶ月以上経過している
- ・ 電話番号を認証している
- ・ 信頼できる携帯電話会社
- ・ 他のコミュニティノートアカウントとの関係がない

さらに、「理解を深めることに貢献する」、「誠意をもって行動する」、「意見が合わない場合でも協力的に行動する」の 3 つの項目にチェックを入れ、X ルール、利用規約、プライバシーポリシーに同意することでコミュニティノート参加が可能になる。そして、条件を満たした「協力者」と呼ばれる人々が投稿に対してコメントを残し、その他の協力者から「役に立った」と評価されると、そのコメントが実際に投稿に表示され、協力者以外の人々に公開されることになる。以上のことから、コミュニティノートは多数の協力者の目で判断されているが、構造上簡単に参加することができることがわかる。Kangur、Chakraborty、Sharma による、コミュニティノートの信頼度に関する研究では、多くの情報源が左寄り（左中間）であり高い事実性を持つ傾向があること、中立的または高い事実性を持つ情報源はより高い合意を得る傾向があることがわかった。一方で右寄りや低い事実性の情報源は誤情報を支持するために使われやすいこと、ツイートを支持するノートは、事実に基づかないソースに依存することが多かった[Kangur・Chakraborty・Sharma 2024:11]。以上のことから、コミュニティノートは、ユーザーが投稿内容を補足・訂正する仕組みとして一定の機能を果たしているが、その信頼性や公平性については課題がある。とくに、情報源の偏向や事実性のばらつきが評価に影響を与える点は無視できず、現状の構造が情報の正確性を完全に担保するものではないことが示唆される。

## 2. 確証バイアスとフィルターバブル

我々は確証バイアスという認知の偏りを持っている。「自分に有利な情報を優先し、自分に不利な情報を軽視して判断に用いてしまう」[高橋・松原 2021:100]という心理的な傾向である。本章では、マスメディアと SNS では確証バイアスがそれぞれどのように作用するかについて検討する。

### (1) 限定効果論と選択的接触

マスメディアでは、「選択的接触」という言葉で確証バイアスと同様の概念は説明されており、メディアの効果が限定的であるという限定効果論を説明する要因として知られていた。限定効果論は、「人びとはマスメディアが伝える情報を受動的に鵜呑みにするのではなく、自分がもともと持っている意見に基づいて能動的に選び取っているという立場」<sup>(31)</sup>をとる。

1940 年の米国大統領選挙時に行われた調査では、「共和党支持者は民主党支持者よりもより多くウィルキー（共和党大統領候補＝筆者注）の演説に耳をかたむけ、民主党支持者は共和党支持者よりもより多くルーズベルト（民主党大統領候補＝筆者注）に耳をかたむける」ことが明らかにされた[Klapper 1966:38]。さらに、「ある党を支持する態度が強力であればあるほど、（中略）反対派の見解に接触しなくなる傾向が大であ」[Klapper 1966:38]ったという。その結果、人々は既存の態度や考え方を補強する方向の情報ばかりに接触し、それによって自分の決定の妥当性を再確認していること、つまり選択的メカニズムが作用していることがわかる。この限定効果論における選択的メカニズムには、自己の既存の態度と合致するようなメッセージにはすすんで接触し、態度と相容れないメッセージは回避しようとする（選択的接触）と、メッセージを解釈する際に、自己の既存の態度に引き寄せて都合よく解釈する傾向（選択的知覚）、自己の既存の態度と合致する内容だけをよく覚えていたりする傾向（選択的記憶）があるという[竹下 1998:11]。簡潔に言えば「人は見たいものだけを見る」ということだ。

以上のことより、人々はマスに向けて発せられる情報を全て受け取っているのではなく、自分の趣味や思想、知識などに基づいて情報を取捨選択し、結果的に自分の思想や考えを強化していることがわかる。

## (2) SNS におけるフィルターバブル

SNS では、その構造上、確証バイアスが強化されやすくなっている。マスメディアとは違い、情報が自動的にパーソナライズされた状態で手元に届く。その構造は「フィルターバブル」と呼ばれ、従来のマスメディアにはなかったものである。フィルターバブルは以下のように定義される。

アルゴリズムがネット利用者個人の検索履歴やクリック履歴を分析し学習することで、個々のユーザーにとっては望むと望まざるとにかかわらず見たい情報が優先的に表示され、利用者の観点に合わない情報からは隔離され、自身の考え方や価値観の「バブル（泡）」の中に孤立するという情報環境を指す。<sup>(32)</sup>

つまりこのフィルターバブルという構造の中では、個々の行動履歴や興味関心に基づき、最適化 SNS のユーザーが摂取する情報が「個人化」される。パリサーは、フィルターバブルの登場により、それ以前には見られなかった新たな 3 種類の問題が生じてきていると指摘する[パリサー2012:19]。

一つ目は、孤立を生む点である。たとえば、テレビの専門チャンネルで特定の狭い分野を扱う番組を視聴する場合でも、自分と同じような価値観や意見を共有する他の視聴者がいることを感じられる。一方で、インターネットのフィルターバブル内では、あたかも自分一人だけがその情報世界に存在しているかのように閉じた状態に陥ってしまう。これにより、「情報の共有が体験の共有を生む時代において、フィルターバブルは我々を引き裂く遠心力となる」[パリサー2012:19]としている。

二つ目は、フィルターバブルは目に見えない点である。テレビで視聴する番組を選ぶ際、その選択理由を自身で理解できている。しかし、パーソナライズされた検索エンジンが提示する結果については、なぜその情報が表示されたのか、その根拠が明確に示されることはない。フィルターバブル内にいると、提示された情報がどれほど偏っているのか、または偏りのない客観的な真実であるのかを判断することが難しくなるのである[パリサー2012:19-20]。

三つ目は、フィルターバブルの内側にいることをユーザー自身が選んだわけではないという点である。テレビを視聴したり、新聞や雑誌を読んだりするとき、どのよう

なフィルターを通して世界をみるのかをユーザーは能動的に選択している。また、そういった媒体の編集者がどのような意図でそれを制作したのかを創造することもできる。しかしパーソナライズされたフィルターの場合、フィルターを使用することを自らを選択していないだけでなく、それを避けようにも避けにくい状態になっているのだ[パリサー2012:20]。

以上のように、フィルターバブルの中ではユーザーが能動的に選択しないうちに、接触する情報に明確な偏りが生まれる状態になっている。アルゴリズムが情報の流通を支配するため、意図しない情報接触の機会が極端に減少する。この結果、ユーザーは自分が好む情報ばかりを消費する傾向が強まり、情報環境がますます偏向するのであるのである。

さらに、フィルターバブルの中ではエコーチェンバーという現象が起こる。エコーチェンバーは以下のように定義される。

ソーシャルメディアを利用する際、自分と似た興味関心をもつユーザーをフォローする結果、意見を SNS で発信すると自分と似た意見が返ってくるという状況を、閉じた小部屋で音が反響する物理現象にたとえたもの。<sup>(33)</sup>

笹原は「エコーチェンバーの中にいると、自分とは違う考え方や価値観の違う人たちと交流する機会を失ってしまうので、自分とは異なる視点からの意見やデマを訂正するような情報も入ってこなくなってしまう。エコーチェンバーは、偽ニュースの温床になるだけでなく、意見の対立や社会の分断を生む環境でもある。」[笹原 2020:310]と、そのリスクに言及している。

従来のマスメディアでは、新聞やテレビなどを通じて多様な情報が一方的に配信されており、情報を取得するか否かにかかわらず自分の嗜好や思想の範囲外の情報への接触が一定程度可能だった。それと比べると SNS のフィルターバブルの中では、人間が元から備えている確証バイアスという認知の癖が発揮されると情報が選択的に強化され、異なる視点や意見に触れる機会が著しく減少する。その結果、社会全体で意見の多様性が失われ、分断が加速することが懸念される。

### 3. マスメディアと SNS の共振作用

前の 2 節でマスメディアと SNS の構造比較をしてきたが、SNS とマスメディアは互いに対極にあるわけではない。双方の関係性について飯田は「重層的な関係にある」と主張する。たとえば、今では多くの政治家や企業家などが SNS 上で発信をし、それを後追いでテレビや新聞などが報じるようになっていく。また、SNS 上で人気を集めている店にテレビが取材に行くことも多く見られる。しかし、この「重層的な関係」によって社会に新たな問題も浮上するようになった。たとえばフェイクニュースである。藤代は、フェイクニュースは、テレビなどのマスメディアが生成を助長しており、マスメディアとソーシャルメディアの相互作用が広がっていると指摘する[藤代 2021:17,68-71]。

ここでは、飯田が使う SNS とマスメディアの「共振作用」について考察する。「共振」とは相互作用とほぼ同じ意味ではあるが、「まるで音響機器のハウリングのように、意図せざる結果として不安感や不快感が正帰還（positive feed-back）するような影響関係に焦点を当てている」[飯田 2020:276]ことを示すために「共振」という言葉を用いる。

たとえば、ネット炎上はマスメディアに報道されることでさらなる深刻化をもたらす。2019 年の 2 月から 3 月ごろには、外食チェーンやコンビニの従業員などによる「不適切動画」の拡散が話題になった。回転寿司チェーンのアルバイトが、一度ゴミ箱に捨てた魚を再び調理するような動画を Instagram にアップして炎上した<sup>(34)</sup>が、そういった不祥事は、多くの視聴者が関心を寄せるため、テレビで取り上げられやすい[飯田 2020:279]。ネットで始まった炎上はマスメディアに取り上げられることで、社会問題として広く認知されるようになる。そして、マスメディアで報道されたという事実が、さらにその問題の議論を再燃させる。飯田はこれを「火に油を注ぐというたとえが最適だろう」[飯田 2020:279]と述べている。

こうしたマスメディアと SNS の共振作用を考える上で重要な視点の一つに、「流言」をめぐる研究が挙げられる。流言という言葉について渡辺は以下のように定義している。

不特定多数の人びとの間に広がる事実の裏付けのない情報。のちに事実と確認される情報も含まれ得るという点は、誤情報・偽情報と異なるが、事実の裏付けがないまま広がるという点では共通している[渡辺 2023:16]。

G.W.オルポートらが提唱した流言理論は、このような情報の拡散が社会心理に根ざしていることを指摘している。オルポートらの理論によれば、流言が拡散される量は、「集団成員の生活でその事柄が持つ重要さとあいまいさに比例して、その集団のなかでひろがっていく」[Allport・Postman1947:61-62]とし、これは「 $R$ （流布量）= $i$ （重要さ） $\times a$ （あいまいさ）」という式で表されていると言う[Allport・Postman1947:61-62]。すなわち、情報がいかに重要であるか（importance= $i$ ）と、いかにあいまいであるか（ambiguity= $a$ ）のどちらかがゼロなら拡散量もゼロでとなり、流言が広がることはないが、どちらか一方、あるいは双方が高くなるほど、流言は大規模に広がっていくことを示している[ロスノウ・ファイン 1982:87-88]。この仮説は、流言が広がる際の動力学を理解する上での重要な基盤となっている。たとえば、社会に共有されている不安や恐怖、怒り、同情、嫌悪、偏見といった感情が、流言の拡散を加速する要因として作用する。この理論を現代の情報環境に当てはめると、SNS 上での誤情報や偽情報の拡散を説明する枠組みとして有効であると言える。

さらに、マスメディアと SNS の共振作用の中で、流言の拡散がどのように進展するかを考えると、「マスメディアがよかれと思ってやったことが、ネガティブな影響につながり、さらにソーシャルメディアにより極端な意見に変換されてしまう」[渡辺 2023:18]ケースがある。この現象は、流言理論における「重要さ」と「あいまいさ」のいずれか、または両方が高い場合に該当する。

具体例として、2019 年に山梨県道志村で発生した女児行方不明事件が挙げられる。このケースについて、当時取材を行った記者の所感として「根拠がなさ過ぎて、事故なのか、事件なのか判断に困るという雰囲気だった」[渡辺 2023:18]と記されている。また、大規模な捜索が行われたものの手がかりが見つからず、捜索が打ち切られる一方で、母親が行った情報提供の呼びかけや募金活動への取材が過熱していったことも詳細に述べられて[藤原 2022:48-51]おり、事件の謎が深まるような状況であったことが想像できる。

この事件では、事故か事件か見当がつかない状況の中で、メディアによる連日の報道が受け手にとっての「重要さ」を高める一方で、「あいまいさ」も増していった。この「重要さ」と「あいまいさ」が掛け合わさる状況により、ネット上では誤情報や偽情報が拡散される事態が発生した。その結果、誹謗中傷が SNS 上で多発し、被害者の

家族に対してさらなる心理的負担を与える結果となった。とくに注目すべきは、マスメディアがこの事件をどのように取り扱ったかである。当時、NHK では検索が始まった 9 月 22 日から検索が打ち切られた 10 月 7 日までの 16 日間にわたり連日ニュースで報じており、首都圏のローカルニュースでは多くがトップニュース、またはそれに準ずる扱いだった。ほかのマスメディアも同様に、このニュースを大きく取り上げる傾向が長期間続いていた[渡辺 2023:18]。これに対し、山口はつぎのように指摘している。

2 週間にわたってずっとトップ級のニュースなのかというと、おそらくそういう話ではない。報道の負の側面が次第に大きくなって、テレビのニュースを見ている側は、何回も見ているうちに『これって実は……』などと疑い始める人が増えてくる。その影響力は、マスメディアに関わる 1 人 1 人が考えるべきで、過去の事例をふまえながら、みずからの影響力を認識すべきところがあると思う[渡辺 2023:18]。

このように、マスメディアによる報道は、情報の「重要性」を視聴者に植え付ける一方で、過剰な報道が「あいまいさ」を助長し、誤解や憶測を生む温床となる可能性がある。そして、こうした情報が SNS 上で再構成され、誤情報として拡散されることで、さらに社会的不安が増幅されるという悪循環を生む。オルポートらの流言理論を適用するならば、このケースでは「重要性」と「あいまいさ」が双方ともに高まる状況が、マスメディアと SNS の共振作用を通じて大規模な流布を引き起こしたと言える。この事例は、マスメディアが持つ情報の伝達力と SNS が持つ情報拡散のスピードが相乗的に作用し、流言や誤情報が社会全体にどのような影響を与えるかを示している。

また、マスメディアで発信された情報が SNS で拡散されるだけでなく、SNS 上での炎上がマスメディアに取り上げられるという逆方向の影響もある。社会学者の吉野ヒロ子の調査によると、ネット炎上を認知している人の確認経路は、「テレビのバラエティ番組」が 58.8% ともっとも多く、次いで「ネットニュース」と「テレビのニュース番組」が 36.5% と 33.2% で拮抗しており、「Twitter (現 X)」の 23.2%、「2 ちゃんねる」の 21.3% を大きく上回っていることがわかる。以上のことから飯田は、「たとえ火



種はネットであっても、炎上現象の総体に目を向ければ、マスメディアが極めて大きな役割を果たしていることが裏付けられている。SNS での動画投稿が隆盛している近年、テレビとネットの共振作用はますます大きくなっている」と述べる[飯田 2020:279]。

SNS が普及しているにも関わらず、なぜ依然としてそこにマスメディアの影響力が強く働いているのか。一つの要因として挙げられるのは、むしろ SNS でニュースを摂取する時代だからこそ、人々が「まとまりの感覚」を与えてくれる場を必要としていることである[土橋 2015:33]。土橋は、「『個人の関心』が突出するウェブのニュース接触においては、選ばれるトピックという意味でも、その継続性という意味でも、私たちのニュース経験は益々他と切り離された個人的なものになっていく可能性が高い」[土橋 2015:32]と述べる。土橋が行った、デジタルネイティブを対象にしたニュース経験に関する調査では、SNS 経由でのニュース接触が多く、Twitter（現 X）などに流れてきたリンクを辿ってニュースを見るという動線がもっとも多いことと、マスメディアでのニュース接触は全体の 28.7%であるのに対し、ネットでのそれは 69.0%であることが分かった。

こうしたニュース経験は、ニュースそのものをひとまとまりの経験として粹付ける「番組」や「紙面」といった形式を欠いている[土橋 2015:21]。一方で、ネット上では個々が読みたいニュースに、自由な方法で接触している。このように、個々のニュースが細切れのコンテンツと化していく傾向のことをニュースの「マイクロ・コンテンツ化」と呼び、ニュースの記事や動画などが独立して消費されることを示している。つまりニュースは「作り手側が想定した文脈などは無視して、好き勝手にユーザーから『つまみ食い』されるものへと変化」[田端 2012:157-158]してきているのである。すなわち、ニュース経験の 7 割をマイクロ・コンテンツ化したウェブの世界におけるものでやっているデジタルネイティブ、今やネットを日常的に使う前世代の人々にとって、「断片化したニュース経験」が定着しているのである。だからこそ「まとまりの感覚」を与えてくれる場として、マスメディアが利用されていると飯田は考えている。

以上のようにマスメディアと SNS の共振作用は、情報の拡散力を相互に強化し、現代の情報環境を形作っている。この作用は、情報の伝達速度や範囲を拡大する一方で、誤情報や流言の拡散を助長し、不安や対立を生む要因ともなる。また、SNS の「マイクロ・コンテンツ化」による情報の断片化が進む中で、全体的な視点や文脈を提供するマスメディアの役割は、依然として重要性を持っていることがわかった。

## 第4章 SNSによる戦争の大衆化

### 1. ジャスミン革命

2010年から2011年にかけてチュニジアで起こった民主化運動のことを「ジャスミン革命」という。この革命は国内でとどまることなく、エジプトなどの権威主義体制のもとにあったアラブ諸国にも民主化運動が拡大することとなった。いわゆる「アラブの春」の始まりである。この革命の最大の特徴は、民衆をつなぐ役割を果たしていたのがソーシャルメディアだった点である。そのためこの革命は「Facebook革命」とも呼ばれる。人々がバーチャル世界で容易につながることでできるSNSの力が強権政治を崩壊させる武器になることを改めて証明した事例である[藤山 2012:302]。本節ではSNSによってジャスミン革命がどのように展開し、アラブの春へとつながったのかを検討する。

きっかけは2010年12月、チュニジアの内陸都市Sidi Bousidで、野菜の露天売りで生計を立てていた青年がその商売を警察に止められ、失業したことへの抗議のために焼身自殺を図ったことだった。「その凄惨な光景は携帯電話で撮影され、Facebookなどのソーシャルメディアを通じてあっという間にチュニジア全土に、さらにはアラブ諸国全域に広まった」[金 2020:2]。当時、「チュニジアの人口の過半数が20代以下で、失業率は14.7%（2009年）。大学や高専への進学率が高いが、大学卒業生の失業率は20%を超」[藤山 2012:296]えていた。失業問題に怒りを募らせていた若者たちは、先述の失業した青年の自殺未遂をきっかけにインターネットを活用して、ベンアリ大統領の退陣を求めるデモの輪を広げていった。

抗議デモが広がる中、その様子を記録した動画や画像が携帯電話やビデオカメラを通じて撮影され、事件発生当日から次々とFacebookやYouTubeに投稿された。Facebookでは、政府に対抗する複数のグループに1週間で1万人以上が参加し、YouTubeでは「Sidibousid」<sup>(35)</sup>とタグ付けされた動画が3万件を超える規模で共有された。同じタグを用いた投稿はTwitterにも広がり、反政府運動に関連するツイートが急増して、情報の拡散を加速させた。さらに、海外に在住していたチュニジア人が、政府による弾圧を受ける心配がない状況を活かして情報の拠点となり、近隣諸国を含む海外へも情報が迅速に広がった。たとえば、2011年1月14日から16日の間、ジ

ジャスミン革命関連のツイートのうち 18%がチュニジア国内から、8%が近隣諸国から、そして 32%が海外から発信されていた。ベンアリ前大統領が亡命した日には、ハッシュタグ「Sidibousid」を含むツイートが合計 13,262 件に達した。「また、当日のチュニジア国内のブログの約 25%は、旧アリ政権に関する評価について記されたものであり(前月は 5%)、「革命」が主要トピックとして続いた」<sup>(36)</sup>。

さらに、ジャスミン革命はエジプトに飛び火した。藤山はエジプトでもチュニジア同様に、「フェイスブックやツイッター、携帯電話でつながった「ネット力」が強権政治を突き崩す武器になることを改めて証明した」と述べる[藤山 2012:302]。エジプトにおいても Facebook や YouTube、Twitpic<sup>(37)</sup>といったプラットフォームを通じ、画像や動画などの情報がインターネット上で広く拡散された。反政府活動において中心的な役割を果たしたのが、2010 年ごろから登録者数が急増した Facebook ページ「We Are All Khaled Said」である。このページは、デモ参加者の情報共有の場として活発に利用され、2011 年 1 月 25 日に大規模デモを計画していることを宣言し、9 万人以上のユーザーが参加を表明したとされる。

こうした反政府デモの広がりを受けて、エジプト政府は混乱を鎮圧するための手段として、Twitter への接続をブロックし、さらに 1 月 28 日から 5 日間にわたり広範囲でインターネット接続を遮断する措置を取った。しかし、このインターネット遮断の反動で、ネット接続が回復した後は、エジプト国内の Facebook ユーザー数が爆発的に増加した。政権崩壊直前の 2 週間で、Facebook 上には 32,000 のグループと 14,000 の新たなページが作成され、エジプトに関連する Twitter 上のツイート数も 10 倍に増加した。具体的には、エジプトの政治に関するツイートは、通常 1 日あたり約 2,300 件だったものが、革命中には 23 万件に急増し、多くのツイートやブログ投稿が海外、とくに周辺国から発信された。さらに、ネット上に投稿された動画は約 550 万人に視聴され、情報の拡散が大きな影響を及ぼした。とくに、ハッシュタグ「#egypt」や、2011 年 1 月 25 日のデモを示唆する「#jan25」は 2011 年第 1 四半期のアラブ地域でもっとも多く使用されたハッシュタグであり、期間中に「#egypt」は約 140 万件、「#jan25」は約 120 万件のメンションを記録した<sup>(38)</sup>。

このように SNS が政治運動に及ぼした影響について、保坂は以下のように述べる。

ネットを媒介にしたものは、個人が自由に参加できる。エジプトは警察国家で治安を厳しく維持してきた。だが、怖いのは管理できない力だ。組織なら弾圧もできるが、個々人のネット活動すべてを監視することもできない。フェイスブックやツイッターなどネット交流サイト（SNS）が国民の不満のはけ口になっている。チュニジアの政変が「自分たちにもできる」と勇気づけた。今回のできごととはとりわけ、SNS に政治を動かす力があることを見せつけた。

(39)

しかし、「政治を動かす力」というのは、少々抽象的な言葉である。これについて津田は、「革命をソーシャルメディアが起こしたというのは、半分正しく、半分間違っている」[津田 2012:40]と主張する。なぜなら、実際に政治的な圧力となったのは、たとえば広場に何百万もの人々が集まるとった民衆によるデモであり、SNS は政治を動かすための「動員」を促すツールとして働いていたからである。

アラブの春では、SNS 上で『この政治体制はおかしい』という共感が広まり、『変えよう』という具体的行動につながっていった」[津田 2012:41]と津田は述べる。つまり、SNS は、行動したいと思っている人の「背中を押してくれるメディアとして機能している」[津田 2012:42]のである。

SNS 普及以前は、運動を進めるために人々を動員することが困難であり、コミュニティを作り上げること自体が孤独な作業だった。とくに、主体的に行動する人々、いわゆる「出る杭」は周囲から突出し、1,000 人に 1 人、あるいは 1 万人に 1 人という希少な存在であり、行動を起こしても他者の支持を得られず孤立することが多かった。しかし、オープンな SNS の登場により「出る杭」として飛び出した人物に対し、呼応する人々がリアルタイムで現れるようになった。津田はこの現象を「ソーシャルメディア=納豆論」と表現している。「納豆を一粒つまむと、粘りが次の豆につながるよう」[津田 2012:44]に、誰かが行動を起こすと、それに賛同する人々が次々と追随していく様子を指している。誰かが興味深い行動を起こせば、それを真似する動きが広がり、注目を集めた人には応援のコメントや情報拡散が行われる。また、リツイートや「いいね」といったシンプルな行動でも、行動する人々にとってはモチベーションの維持に繋がる。そして結果的に、「従来のように組織に頼ることなく、また明確なリーダー

が不在」[山本 2017:95]であったとしても、「誰かの思いつきによる行動がソーシャルメディアを通すことで大きなムーブメントに成長」していったのである[津田 2012:45]。

このように、ソーシャルメディアには「最初のフォロワー」を生み出しやすい仕組みが内包されており、それがムーブメントのきっかけを作る要因となっている。それがジャスミン革命を生み、アラブの春へとつながっていったのである。

## 2. IS

SNS が「動員」を促すツールであることは先述の通りだが、本節では一般市民が SNS を通じて過激派組織に加入せずとも個人で過激化していくことについて、イスラム過激派組織 IS<sup>(40)</sup>を例に挙げて考察する。

IS の特徴は、「SNS や動画投稿サイトを戦闘員のリクルートやプロパガンダに最大限に利用していることで、2013 年発足の組織の急速な成長の要因の一つとなっている」<sup>(41)</sup>ことである。本節では、元毎日新聞記者の大治朋子が分析した、「人が過激化するプロセス」を用いて検討を進める。このプロセスは個人がテロのような過激的な行動を起こすプロセスに着目している。大治は、人の過激化プロセスを考える上で「ローンウルフ」がキーワードになるという[大治 2020:116]。「ローンウルフ」とは、いわゆる一匹オオカミであり、過激派組織に入らずに一人で過激な方向に進み、過激な行動に走る一般市民のことである。ローンウルフという言葉に世界規模で共有される定義はないが、スパイジは「いかなる組織やネットワークにも属さず、行動はいかなる指導者や組織にも直接的な影響を受けず、その戦術や方策が個人によるもので、直接的な外部の指示や指令を受けていないもの」[Hamm・Spaaij 2017:16]と定義した。大治はローンウルフが SNS などで形成される、バーチャルコミュニティの影響を受けて過激的になっていくことを指摘している。

大治は、近年のローンウルフは「フェイスブックなどソーシャルメディアのバーチャルコミュニティに所属意識を抱いていることが少なくない」[大治 2020:142]と述べる。たとえば、パレスチナ社会の若者にとっては、互いの連帯感を確かめ合うことのできる唯一の空間がバーチャルコミュニティである。国家としてのパレスチナが誕生する未来が見えず、土地そのものも分断するようにユダヤ人が入植を続けている中、インターネットを介して繋がることのできる空間でしかコミュニティを形成することができない。

バーチャルコミュニティでは現実社会における複雑な人間関係から解放されつつ、承認や連帯感を得られやすい[大治 2020:144]。ローンウルフと呼ばれる個人は自己評価が低く、対人関係の構築が不得意である一方、強い承認欲求を抱えている。彼らの矛盾した状況を解消する場として、バーチャルコミュニティが機能する。オンライン上では、「人間関係において物理的には距離を置きつつ、承認を得られるし連帯感や帰属意識を持つこともできる」[大治 2020:143]からだ。また、バーチャルコミュニティは、個人が自身の信念を強化し、過激化へと進むための場を提供している。大治は、こうしたオンライン限定のつながりが深化すると、現実社会からの乖離が進み、結果として過激化のリスクが高まるという[大治 2020:144]。

さらに、SNS や動画プラットフォームのアルゴリズムも過激化を助長する要因となっている。それらは AI を用いて、消費者のこれまでの消費行動の傾向をもとに、消費者それぞれに好みのコンテンツを予測して推薦する。YouTube では、視聴者がプラットフォームに長く滞在するよう「粘着性」の高い動画、すなわちセンセーショナルで過激な内容の動画を優先的に推薦する仕組みになっているという<sup>(42)</sup>。これにより、視聴者はさらに過激な動画を次々と視聴し、過激思想に接触する機会が増えるのである。

結果として、バーチャルコミュニティは心理的な居場所や連帯感を提供しつつも、現実社会からの乖離や過激化を促進する場として機能している。そして、アルゴリズムによる推薦システムがその過程をさらに加速させている現状が指摘されている。このような環境の中で過激化が進む際には、心理的プロセスが重要な役割を果たす。とくに、過激化を促す心理的背景として、大治が分析した「過激化プロセス」の 5 つのステップは、その理解において有用である。5 つのステップは以下の通りである。

- ・第 1 ステップ：「なぜ」
- ・第 2 ステップ：ナラティブ（物語）作り
- ・第 3 ステップ：過激化トンネル
- ・第 4 ステップ：「宣伝グセ」としての犯行予告
- ・第 5 ステップ：トリガー（きっかけ）

このステップの前提として過激化と密接な関係があるのが、「トラウマ(心的外傷)」である。トラウマを経験した人が過激化の入り口に立つことは少なくない。その傷による痛みが一定レベルに達すると、人は防衛機制に入る。フロイトによると、防衛機制とは不安や抑うつなどの不快な感情に対し、原始的な反応をすることで弱めたり回

避したりしようとする心の作用で、基本的に無意識下で起きる。防衛機制によって起こる一つの現象として、分裂というメカニズムがある。分裂とは、全か無か（all or nothing）思想ともいわれ、ここにおいては善悪二元論的な発想に至る状況である[大治 2020:156]。

この単純な二項対立的な世界観が生まれると、意識の中で外集団を人間と見なさない「非人間化（dehumanization）」の思考が現れる。これは、イスラム系の過激派などが、対立する外集団に対し「豚」や「ねずみ」といった侮蔑的な表現を用いる行為に見られる。このような表現は、相手を、心を持たない存在として認識する心理的傾向を示しており、心理学ではこれを「非人間化」と呼ぶ[大治 2020:158]。いったん相手を人間として認識しなくなると、通常の対話や交渉では影響力を及ぼすことが不可能であると考え、暴力や虐待といった手段が正当化されるようになる。さらに、相手をモノとしてみることで、その破壊行為までもが許容されると思い込む。この現象は、イスラエル・パレスチナ紛争にも顕著に表れている。占領という長期的な負荷を受けたパレスチナ武装勢力がユダヤ人市民を標的に自爆テロを実行し、その結果としてユダヤ人がパレスチナ人を非人間的に扱うようになる構図が挙げられる。調査によれば、ユダヤ人の中には、令状なしでの拘束や家屋破壊といった「集団懲罰」への支持に、非人間化の意識が強く反映されていることが確認されている[Maoz・McCauley 2008:113]。このように、互いに相手を人間ではないと位置づけることで、残虐行為の連鎖が繰り返されるのである。

以下では実際にどのようにして人が心理的に過激化していくのかを具体例とともに検討する。しかし、第4と第5のステップは、SNSによって心理的な影響が出る話ではなく、実際に過激な行動にでることを説明しているため、ここではステップ3までを検討する。

#### ・第1ステップ：「なぜ」

ここは、私的な苦悩、政治・社会的不正義への疑問や怒りを持ち、それに対して自分が満足する答え探しをする段階である。まず自分たちがストレスに満ちた、不遇な状況に置かれていることの原因を理解したいという動機を持ち、その答えを探す。自分たちを苦しめる邪悪な敵を特定し、そこに自らの苦しみの原因を帰結させる。ここでは客観的な情報を収集するのではなく、「見たい情報」を収集し、「なぜ」へのわか

りやすい答えを探そうとする。つまり、「なぜ」という疑問から答えを探し始める段階において、人は既に心の中にある漠然とした考えや期待に基づき、その答えをインターネット上の情報から「確証」し、さらにその考えを強化している可能性が高い。さらに先述の通り、SNS に自動的に流れ込んでくる情報は、それぞれの趣味嗜好にあったものばかりのため、視聴者の思い込みが強化されやすいデジタル環境もある。

つまり認知バイアスと現代のテクノロジーは、相乗作用を起こす形で過激化を促す大きな牽引力になっているのだ[大治 2020:183]。

#### ・第2ステップ：ナラティブ（物語）作り

「なぜ」に対する「答え」を見つけるとつぎは、ナラティブと呼ばれる物語の創作の段階に入る。このナラティブも客観的で論理的なものとは限らず、自分の思考に合致し、共感できるものである。

過激化のプロセスにある人々は2つのルートでナラティブに出会う。一つ目は、アルカイダのアウラキが行ったように、過激派組織がインターネットを通じて情報や動画を発信し、そのナラティブを多くの人々に拡散させるパターンである。この方法では、ナラティブが人々の間で「感染」するように広がり、過激化が進行する。二つ目のルートは、悩みを抱える個人が自ら共感や共鳴を覚える「ヒーロー」的な存在をインターネット上で見つけ、そのナラティブを積極的に受け入れるパターンである。この場合、個人はそのカリスマ的な人物の後を追うようになり、ナラティブの影響をより強く受ける。このルートは、パレスチナにおけるローンウルフ・インティファードなどで顕著に見られるものであり、ナラティブの中心となる先駆者の魅力が非常に強い場合には、爆発的な影響が広がることもある[大治 2020:186]。

#### ・第3ステップ：過激化トンネル

ここでは、過激思考が強化されていく過程である。大治は、視野が非常に狭くなっていく段階という意味で過激化トンネルと名付けた。被害者意識の形成と敵を人間以下、または非人間化する認知の形成が行われる[大治 2020:189]。この段階で思い込みの強化を促すメカニズムの1つとして、我々自身の認知バイアスがある。我々は確証バイアスという強い思考のクセがあり、過激な思考を持つとそれに合致する情報ばかりを自分で集め、自己過激化が始まる。それは敵に対する思い込み、すなわちステレ



オタイプを抱いているからであるが、それは戦争下などの心理的に負荷がかかるとより強化される。結果的に、そのバイアスが強化されるほど、こうした認知が個人や社会レベルで思考や判断のベースになっていく。

過激化トンネルにおいても、思考をさらに強化する要因として現代社会特有のテクノロジーの影響が挙げられる。米ネバダ大学のハワード准教授らの研究によれば、映画や YouTube などの動画は視覚的な刺激を通じて人間の「模倣ネットワーク (imitation network)」を活性化させる。この模倣ネットワークはミラー・ニューロン・システム (mirror-neuron system) と呼ばれる仕組みで、自分が行動しているような感覚を他者の行動を観察するだけで引き起こす。この仕組みは単に動作にとどまらず、感情レベルでも共感を喚起し、いわば「感情の疑似体験」を生み出す[大治 2020:189]。

たとえば、イスラム国のプロパガンダ動画に影響を受けた青年は、戦闘員が車に乗り込み戦場に向かうシーンや、アサド政権による子どもたちへの残虐行為を描いた映像を視聴する中で、高揚感や怒り、憎悪が増幅し、自らが戦闘員となって「正義」を実行する姿を思い描いていた。彼がとくに惹かれたのは、イスラム国のハリウッド風 PR 動画とそれに流れるアラビア語の合唱形式の BGM だった。アラビア語を理解しない彼にとって、その言語の響きは神秘的で感動的に感じられ、戦闘へのモチベーションが高まったという[大治 2020:88]。

また、パレスチナのローンウルフ・インティファダ現象においても、イスラエル当局に射殺された若者たちの映像や写真が SNS 上で大量に拡散され、同世代の若者たちのミラー・ニューロン・システムが絶え間なく刺激を受けていた。かつては大手メディアが断片的に報じる程度だったこうした映像が、デジタル環境により瞬時に多くの人々へと広がり、その影響力を飛躍的に高めていると言える[大治 2020:196]。

とくに、感情を揺さぶる表現を含んだナラティブ、それを語るカリスマ的リーダー、そして共感を呼び起こす映像の 3 つが揃うと、個人の過激化は加速する。イスラム過激派組織の PR ビデオはこれらを巧みに組み合わせており、世界中のローンウルフ予備軍のミラー・ニューロンを刺激し、過激化トンネルへと誘導している。このように、デジタル環境は共感を広げる速度と過激化の伝播力を劇的に高め、個人および社会の過激化を加速させているのである[大治 2020:196]。

本節では、SNS が過激派組織のプロパガンダやリクルートに利用されるだけでなく、一般市民を個人レベルで過激化させるプロセスにおいても重要な役割を果たしている

ことを、イスラム過激派組織 IS を例に分析した。以上のことから、個人の心理的性質と SNS の構造が相乗的に作用し、過激化を促進しているという点が浮き彫りになった。従来のマスメディアのように客観性や多様性が担保されにくく、偏った情報や感情的な投稿が容易に拡散される土壌が形成されている SNS からの情報接触が主流となることで、個々人が過激化に走りやすい環境が形成されていると言えるだろう。

### 3. イスラエル・パレスチナ紛争

2023 年 10 月 7 日に、ハマスの奇襲によって始まったとされるパレスチナ・イスラエル間の紛争では、SNS はナラティブ形成における中心的な役割を果たしている。とくに感情的な共感を引き起こすために、子どもたちを被害者として描くナラティブが戦略的に利用されている点が注目される。テロリストと指摘されているハマスは、弱者である子どもの写真などを題材にして『慈悲深いというイメージ』を、自らに有利なナラティブとして世界に向けて発信している<sup>(43)</sup>。一方、イスラエルも同様に子どもを利用した SNS 戦略を繰り広げている。イスラエル政府は連日、子どもたちの様子を SNS に投稿しており、それに対して人々も敏感に反応していた。NHK の調査によると、「表示回数が飛躍的に伸びたものは『子ども』のイメージが前面に押し出されたものだった」<sup>(44)</sup>。これは identifiable victims effect (IVE)、すなわち「特定可能な犠牲者効果」を利用したものであると考える。

IVE とは、「社会は、統計上の被害者を救うよりも、特定可能な被害者を救うために遥かに多くの費用を惜しみなく使おうとする」[Jenni and Loewenstein 1997:236]心理的傾向を指す。つまり、顔も名前も知らない誰かよりも、それらを知っている、目に見えている人の危機に対してより強く反応するということである。とくにこの効果が発揮されるのは、特定された被害者が子供である場合である。このため、かわいそうな子どもの姿を見せることで、視覚的・感情的に強いインパクトを与え、視聴者に対して直感的な理解を促しているのであろう。

さらに SNS は、パレスチナ人の苦境を世界中に伝え、国際社会の同情を集める手段としても機能している。たとえば、2021 年の紛争時には、#SaveSheikhJarrah や #FreePalestine などのハッシュタグがトレンド入りし、国際的な議論や抗議活動の結束を促進した。これらのハッシュタグは単なる情報共有の手段に留まらず、紛争当事

者間の意見形成や国際的な支持を結びつける役割を果たしている[M. N. Huda et al. 2021:910]。

また、SNS のリポスト機能も情報共有の手段となり、拡散のしやすさに貢献していると考えられる。2024 年 5 月 27 日、「All Eyes On Rafah（ラファから目を逸らすな）」というメッセージの画像がInstagram に投稿された。その画像は 4 日間で 4,600 万回以上リポストされ、世界中の SNS にあふれかえることになった<sup>(45)</sup>。この画像は、Instagram の「Add Yours（お題に参加）」機能を使って拡散されている。この機能を使えば、数秒で自分のアカウントにリポストすることができる。それによって、「セレブやインフルエンサーなど、これまでイスラエル・ハマス紛争についてあまり語ってこなかった人たちも含めて、簡単に意思を表明する手段となった」<sup>(46)</sup>。このように、他人の投稿をリポストするシステムは、わずかな時間で自身の思想や立場を表明する手段として機能し、情報の拡散をさらに加速させる仕組みとなっている。これが紛争の現状を世界中に広め、議論を巻き起こす原動力となっていると言えるだろう。

さらにハッシュタグだけでなく、言語の壁を越えたコミュニケーション手段としての絵文字も注目される。たとえば、旗を禁じられたパレスチナの人々が、代わりにシンボルとしてスイカの絵文字を用い始めた。スイカはカットすると、パレスチナの旗と同じ、赤、緑、黒、白の 4 色が見えることがその理由だ<sup>(47)</sup>。日本でも、スイカマークをつけてパレスチナ支援を示している SNS の投稿やアカウントをしばしば見ることがある。言語の壁を越えたコミュニケーションを取ることのできる絵文字は、パレスチナ支援というメッセージを簡単に伝えることのできるマークとして、連帯を促す手段になり得るだろう。

しかし SNS は情報の迅速な拡散を可能にする一方で、誤情報やヘイトスピーチが蔓延するリスクを抱えるという二面性を持つ。SNS のプラットフォームでは、誰でも情報を発信できるため、紛争地の現状を迅速に国際社会へ伝える手段として機能する一方、偏った情報や感情的な投稿が容易に拡散される土壌を提供している[Awuor 2023:184]。イスラエル・パレスチナ紛争において、SNS 上でヘイトスピーチや暴力的なハッシュタグが急増したことが報告されている。#HitlerWasRight（ヒトラーは正しかった）や#DeathtoMuslims（イスラム教徒に死を）といった投稿が数万件に上り、反ユダヤ主義やイスラム嫌悪の感情を煽る役割を果たしている。これらの投稿は、プラットフォームのガイドラインに明らかに反しているにもかかわらず、完全に削除され

ずに拡散が続いている。このことは、SNS プラットフォームのガイドラインが十分に機能していない現状を浮き彫りにしている<sup>(48)</sup>。

また、SNS はイスラエル・パレスチナ紛争において、心理作戦やプロパガンダを展開するための強力なツールとしても活用されている。イスラエル側、パレスチナ側のいずれも、SNS を利用して自らの正当性を訴え、国際的な支持を集める一方で、相手側を非難する戦略をとっている。先述の、子どもたちを被害者として描くナラティブの使用がその一例である。このように、SNS を戦略的に使用することで、戦争の現場だけでなく、国際世論の形成や外交的な圧力にも影響を与える重要な要素となっている[Awuor 2023:185]。

以上のように、SNS は、情報を瞬時に世界中へ拡散できる特性を持つことで、紛争地の現状を伝えるだけでなく、国際社会全体の認識形成に大きな影響を与える存在となっている。イスラエル・パレスチナ紛争において、SNS はナラティブ形成、国際的な連帯の促進、さらに心理作戦やプロパガンダの手段として活用されてきた。その結果、オンライン上でどのような情報が共有され、拡散されるかが、国際社会の議論や行動に直結する現状が明らかになった。とくに政府が SNS を活用して行う情報発信は、単なる宣伝活動に留まらず、「デジタル外交」として機能する可能性を持つなど、SNS が日常的に使われる前の戦争とは違う、新しい形での戦法が見られた。

## 第 5 章 結論

### 1. 本論文の結論

本論文は、戦争と大衆心理に関する考察を通じて、マスメディアと SNS がそれぞれどのように情報発信や社会的影響を与えてきたか、そして SNS の登場による一般市民と戦争の関係性の変化を明らかにすることを目的とするものであった。とくに、本論ではマスメディアと SNS の構造比較を通じて、それぞれが情報発信や大衆心理に及ぼす影響を明らかにした。さらに、SNS が戦争や政治運動を「大衆化」する過程を解明するため、心理学的視点やナラティブ形成の観点を取り入れることでデジタル時代特有の課題やメディア間の共振作用がもたらす新たな問題に迫った。

以下に、各章の議論をまとめ、本論文の結論を示す。

まず第 2 章では、従来の戦争におけるマスメディアの役割を中心に考察した。マスメディアは情報の一方的な伝達装置として機能し、大衆心理を統合する装置としての性質を持っていた。太平洋戦争期の日本では、新聞がプロパガンダの主役となり、戦争の正当化や国民の犠牲を意義づける物語を作り出した。またベトナム戦争では、映像、画像とともに戦地の過酷な現実が報道されたことで、人々は遠く離れた地で起きている暴力に抗議し、市民や個人の自発的な行動が顕著に見られる運動へと繋がった。これにより、マスメディアは単なる情報の操作手段ではなく、大衆心理との相互作用によって社会全体を動員する役割を果たしたことが示された。

つぎに第 3 章では、マスメディアと SNS の構造比較を通じて、それぞれの情報発信の特性や相互作用について分析した。マスメディアは規律や倫理規定によって情報の正確性を維持する一方で、SNS にはガイドラインは設けられているものの、人々が発信する情報を完全に規制することはできていない現状がわかった。また、SNS に特有のフィルターバブルという構造、エコーチェンバー現象が人々の孤立、分断を生み、従来のマスメディアとは違う新しい問題を生んでいることがわかった。さらに、マスメディアと SNS の「共振作用」が情報伝達を加速させる一方で、誤情報や流言の拡大を助長する構造が存在する。このような環境において、情報発信の透明性や多様性を確保する取り組みが求められることが示された。

第4章では、SNSが現代の戦争においてどのように機能しているかを具体例とともに考察した。ジャスミン革命やイスラム過激派組織IS、さらにはイスラエル・パレスチナ紛争といった事例を通じて、SNSが単なるコミュニケーションツールを超え、ナラティブ形成や社会運動の動員、さらには過激化を促進するプラットフォームとしての役割を担っていることが明らかになった。一方で、SNSの構造が誤情報や偏見を助長するリスクを内包しており、戦争における情報戦やプロパガンダの新たな戦略として利用されている現状も指摘された。

以上のことから、SNSの登場は情報の受発信の在り方を根本的に変化させたことがわかる。第3章および第4章で示した通り、SNSは双方向性を持つプラットフォームとして、一般市民が情報の受け手にとどまらず発信者としての役割を担うことを可能にした。この構造的変化は、情報の流通速度を飛躍的に高め、多様な視点やナラティブを瞬時に共有する場を提供している。しかしその一方で、アルゴリズムによるフィルターバブルやエコーチェンバー現象が引き起こされ、個々のユーザーが偏った情報環境に閉じ込められるリスクが増している。また、SNS上でのフェイクニュースや誤情報の拡散は、情報の正確性に疑問を投げかける問題を生み出している。たとえば、イスラエル・パレスチナ紛争において、SNSを介して広がった誤情報やヘイトスピーチが紛争当事者間の対立を深める一因となった。さらにSNSの特性として顕著な、「動員」を促進する力が、一人の行動が他者を巻き込む形で拡大し、結果として大規模なムーブメントに発展することがわかった。この動員力は、SNSが情報の拡散だけでなく、社会的行動の形成や加速にも寄与していることを示している。

以上を踏まえて、SNSは一般市民の戦争に対する関与の在り方を根本的に変えてきたと言えるだろう。つまり、SNSの時代において、戦争に対する一般市民の関与は、より主体的かつ個別的なものへと変容してきているということだ。SNSの双方向性やアルゴリズムによる情報のパーソナライズ化が、個々人の意見や思想を強化する環境を生み出している。これにより、従来の広範な枠組みを超え、趣味嗜好や思想といった個別の価値観に基づいたバーチャルな世界が形成され、戦争に関する情報や議論が個人レベルで深く浸透するようになった。

従来のマスメディアでは、情報の流れは一方向的であり、電波や新聞、出版物を通じて限られた発信者から情報を受け取る形が主流であった。しかし、マスメディアと

世論は相互作用し、その結果、戦争や社会運動が盛り上がることもあった。戦争報道が大衆の感情を刺激し、反戦運動や社会的議論が活発化する例がその典型である。

一方で、SNS の登場により、情報は個々人に最適化される形で提供されるようになり、戦争を含む社会問題に対する意見や態度が個別化された。アルゴリズムがユーザーの行動履歴を分析して選別した情報が流れ込むことで、それぞれが自分専用の情報空間を形成し、戦争に対する認識や態度が自らの価値観に基づいて強化されやすい環境が作られている。

このような情報環境の変化によって、SNS は戦争や社会問題に対する認識を個人化すると同時に、それが集団や社会全体に波及する新たなメカニズムを生み出している。これにより、情報の受け手としての市民は意見の送り手にもなり、戦争に関する議論や運動をより動的かつ多様な形で展開させる役割を果たすようになったのである。

## 2. 問題点と今後の課題

本論文を通じて、SNS が大衆心理に与える問題点が浮き彫りとなった。戦争に対する認識や態度が感情的かつ断片的になりやすく、情報の偏りが強まるリスクや、社会の分断を促進し、集団的な感情を操作する要因となり得ることが考えられる。これらに対処するためには、社会全体で多角的なアプローチが必要だろう。

まず、SNS の構造的な問題に対する理解を深めるための教育が不可欠であると考えられる。学校教育の場において、SNS やデジタルプラットフォームがどのように情報を取り扱い、アルゴリズムがどのように働いているのかを教えることは、未来を担う世代にとって重要である。この教育は単なる知識の提供にとどまらず、ユーザーが自身の情報行動を振り返り、偏った認知に気づく力を養うことを目的とすべきである。たとえば、異なる視点を意識的に取り入れる訓練や、ファクトチェックのスキルを身につけるワークショップを実施することで、ユーザーが情報に対して批判的かつ主体的な態度を取れるようになるだろう。また、社会人に対しても職場研修や地域コミュニティ活動の中でこうした教育を提供することで、あらゆる世代に情報リテラシーを広げることが求められる。

次に、SNS プラットフォーム自体の改革も欠かせない。現在、多くのプラットフォームでは誤情報やヘイトスピーチに対する一定の対策が取られているが、その対応は十分ではない。特に、アルゴリズムがどのように情報を選別しているのかについての

透明性を高めるべきだと考える。具体的には、ユーザーが自身のフィードに表示される情報がどのように選ばれたかを理解できる仕組みを提供し、アルゴリズムの推薦基準を明示することなどである。また、誤情報を減らすためのファクトチェック機能の強化や、違反コンテンツの報告が迅速かつ公平に処理される仕組みの改善も重要である。さらに、AI による自動検出システムだけでなく、人間の判断を補完的に活用することで、ガイドラインに基づいた適切な情報管理を実現すべきである。

情報環境を改善するためには、市民側の意識改革も欠かせない。特に、SNS における情報接触が主流となった現代において、プロフェッショナルなジャーナリズムや専門家の知識を積極的に求める姿勢を社会全体で育むことが必要である。信頼性が明確でないインフルエンサーやセンセーショナルな投稿に依存するのではなく、質の高い情報を選択する文化を形成することが求められる。たとえば、ニュースを消費する際には、プロフェッショナルな報道機関や専門家の分析に基づいた情報を優先的に参照することが重要である。これにより、市民が持つ情報への信頼感を高め、誤情報や偏った意見が広がりにくい社会を築くことができるだろう。

このような文化を実現するためには、市民とジャーナリズムの間に双方向的な信頼関係を築くことも重要である。報道機関は、市民のニーズに応える形で、わかりやすくかつ信頼できる情報を提供し、専門的な知識を基にした解説を行うべきである。そして健全なジャーナリズムを存続させるためには、「情報には対価が伴う」という意識を社会全体で再構築する必要がある。現状、SNS やデジタルメディアの普及により、無料で得られる情報が溢れ、人々はそれに慣れてしまっている。しかし、質の高い情報を得るためには、それに見合ったコストがかかることを理解し、プロフェッショナルの報道や調査に対して正当な対価を支払う文化を醸成すべきである。たとえば、有料購読サービスを利用することで、信頼できるニュースソースを支えるだけでなく、記者たちが十分なリソースを持って調査活動を行える環境を整えることができる。こうした文化が広がれば、質の高いジャーナリズムが社会全体に対してより大きな貢献を果たすことが可能となるだろう。

以上のように、SNS がもたらす利便性と課題を正しく認識し、そのリスクを軽減するためには、教育、プラットフォーム改革、市民意識の向上という三つの側面からの取り組みが必要である。個々のユーザーが情報を主体的に選び取り、プラットフォームが責任ある運営を行い、市民全体が質の高い情報を求める文化を育むことで、情報



社会の未来をより健全なものにすることができるだろう。この展望を実現するためには、多様なステークホルダーが連携し、それぞれの役割を果たすことが不可欠である。SNS が情報の伝達や社会のつながりにおいて不可欠な存在であるからこそ、その利用に伴う責任を共有し、より良い情報環境を作り上げていくべきである。

## 注

(1) BBC

2024 「All Eyes on Rafah: The post that's been shared by more than 47m people.」 <https://www.bbc.com/news/articles/cjkkj5jejleo> (2024/9/28 参照)。

(2) 総務省 情報通信政策研究所

2023 「令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書<概要>」。

(3) 総務省 情報通信政策研究所

2013 「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査<概要>」。

(4) 前掲(2)より。

(5) 前掲(3)より。

(6) NHK

2024 「SNS など拡散された偽情報・誤情報「正しいと思う」に半数の人」 <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20240416/k10014423881000.html> (2024/1/9 参照)。

(7) テレビ東京報道局

2014 「報道倫理」 <https://www.tv-tokyo.co.jp/main/yoriyoi/rinri.html> (2024/11/6 参照)。

(8) 前掲(7)より。

(9) 総務省

2012 「「アラブの春」とソーシャルメディア」  
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc1212c0.html> (2024/12/10 参照)。

(10) 精選版 日本国語大辞典より。

(11) 本文中では、「マスコミ」と「マスメディア」の両方を使用するが、前者はマスに対するコミュニケーションそのものを指し、後者はそのコミュニケーションを形成する報道機関のことを指していることに留意する。

(12)e-Stat 政府統計の総合窓口

2022 国勢調査 時系列データ <https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0003410421> (2024/12/10 参照)。

(13)朝日新聞東京版 1943/8/30 掲載。

(14)1965 年 1 月 4 日から 38 回にわたって掲載された。

(15)岩垂弘

2006 「第 94 回 大きかったメディアの影響」『もの書きを目指す人びとへ——わが体験的マスコミ論』 <https://www.econfn.com/iwadare/page202.html> (2024/11/12 参照)。

(16)PR Wire 報道倫理について

<https://kyodonewsprwire.jp/corp/glossary/6965/> (2024/12/18 参照)。

(17)e-GOV 法令検索 <https://laws.e-gov.go.jp/law/325AC0000000132/> (2024/12/18 参照)。

(18)前掲(3)より。

(19)朝日新聞

2023 「【そもそも解説】放送法の政治的公平とは 処罰目的より「努力目標」」 <https://www.asahi.com/articles/ASR37533FR36UCVL046.html> (2024/12/18 参照)。

(20)前掲(16)より。

(21)前掲(7)より。

(22)一般社団法人日本新聞協会

2000 「新聞倫理綱領」『Pressnet 一般社団法人日本新聞協会』 <https://www.pressnet.or.jp/outline/ethics/> (2024/12/1 参照)。

(23)一般社団法人日本書籍出版協会

1957 「出版倫理綱領」 <https://www.jbpa.or.jp/ethic.html> (2024/12/1 参照)。

(24)大野伸

2023 「新聞、テレビ、雑誌、ネットの情報は何が違うのか メディアの癖を知るだけで情報の見え方が変わる」『東洋経済オンライン』 <https://toyokeizai.net/articles/-/658740?page=3> (2024/12/2 参照)。

(25)担当記者に聞く、「ちょい読み」

<https://info.asahi.com/choiyomi/reporter/kouetsu/> (2024/12/20 参照)。

(26)X ルール <https://help.x.com/ja/rules-and-policies/twitter-rules>

(2024/12/21 参照)。

(27)日本版 X の公式アカウントによる投稿 (2020/6/15)

<https://x.com/XcorpJP/status/1272363244414308352> (2024/12/1 参照)。

(28)Meta コミュニティ規約 <https://transparency.meta.com/ja->

[jp/policies/community-standards/](https://transparency.meta.com/ja-jp/policies/community-standards/) (2024/12/1 参照)。

(29)JIJI.COM

2024 「X アカウント凍結で刑事告訴 稲村氏側「虚偽通報あった」一兵庫県知事選」 <https://www.jiji.com/jc/article?k=2024112201200&g=soc>

(2024/12/20 参照)。

(30)CNET Japan

2019 「Twitter、違反コンテンツの 38%を自動的に検出」

<https://japan.cnet.com/article/35135876/> (2024/12/1 参照)。

(31)津田正太郎

2024 「2. メディアの「実力」を考える」

<https://www.toibito.com/toibito/articles/%E3%83%A1%E3%83%87%E3%82%A3%E3%82%A2%E3%81%AE%E5%AE%9F%E5%8A%9B%E3%82%92%E8%80%83%E3%81%88%E3%82%8B> (2024/12/23 参照)。

(32)総務省

2019 「デジタル経済の中でのコミュニケーションとメディア」

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/html/nd114210.html> (2024/12/23 参照)。

(33)前掲(32)より。

(34)東スポ WEB

2019 「くら寿司バカッター店員の末路 結局は家族が高額賠償金を負担か」 [https://www.tokyo-sports.co.jp/articles/-/121692#google\\_vignette](https://www.tokyo-sports.co.jp/articles/-/121692#google_vignette)

(2024/12/23 参照)。

- (35)革命のきっかけになった青年が焼身自殺を図った街、Sidi Bousid を指している。
- (36)前掲(9)より。
- (37)Twitter (現 X) に写真や画像を投稿することのできるサービス。
- (38)前掲(9)より。
- (39)朝日新聞 2011/1/31 掲載。
- (40)ISIS、ISIL とも呼ばれるが、文献内では「IS」と呼ばれているためそちらを用いる。
- (41)AASJ  
2016 「6月19日：イスラム国活動をネットから分析する（6月17日号 Science 掲載論文」 <https://aasj.jp/news/watch/5404> (2024/12/26 参照)。
- (42)THE WALL STREET JOURNAL  
2018 「How YouTube Drives People to the Internet's Darkest Corners」  
<https://www.wsj.com/articles/how-youtube-drives-viewers-to-the-internets-darkest-corners-1518020478> (2024/12/26 参照)。
- (43)NHK  
2023 「世界を分断する SNS 発”赤ちゃん”の物語（ナラティブ）」  
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20231027/k10014237551000.html>  
(2024/12/26 参照)。
- (44)前掲(43)より。
- (45)COURRIER JAPON  
2024 「SNS を埋め尽くす「All Eyes On Rafah」はどう生まれ、ここまで広がったのか」 <https://courrier.jp/news/archives/366142/> (2024/12/26 参照)。
- (46)前掲(45)より。
- (47)HUFFPOST  
2023 「「スイカ」がパレスチナへの連帯で使われる理由。愛される食べ物が抵抗のシンボルになるまで」 [https://www.huffingtonpost.jp/entry/palestine-watermelon\\_jp\\_654af827e4b0069a04376921](https://www.huffingtonpost.jp/entry/palestine-watermelon_jp_654af827e4b0069a04376921) (2024/12/27 参照)。

(48)朝日新聞 GLOBE+

2023 「イスラエルとハマスの衝突で SNS のヘイト投稿が激増 見るに堪えないハッシュタグも」 <https://globe.asahi.com/article/15068766>  
(2024/12/27 参照)。

## 参考文献

Allport, G. ・ Postman, L.

1947 The Psychology of Rumor, New York, Holt, Rinehart and Winston.

荒井透雅

2010 「通信と放送の法体系の見直し ～放送法等の一部を改正する法律案～」『立法と調査』(304):3-16。

荒瀬豊、稲葉三千男

1966 「ヴェトナム戦争と日本のマスコミ——質と量にみるその変化の過程」『世界』69。

Awuor Kokeyo E

2023 「Exploring The Dynamics of Social Media In Shaping Narratives and Perceptions In The Israeli-Palestinian Conflict: Preliminary Reflections」『African Journal of Emerging Issues』5(17)181-194.

張光夫・宇賀博

1962 「マスメディアの効果と「大衆社会」論（一）」『関西学院大学社会学部紀要』(5):73-87。

デイヴィット・リースマン

1972 『孤独な群衆』加藤秀俊訳、みすず書房。(David Riesman, 1960, The Lonely Crowd, Yale University Press, New Heaven.)

イーライ・パリサー

2012 『閉じこもるインターネット』井口耕二訳、早川書房。(Eli Pariser, 2012, THE FILTER BUBBLE What the Internet Is Hiding from You.)

藤代祐之編著

2021 『フェイクニュースの生態系』 青弓社。

藤田博司

2004 「戦争報道とメディアの役割 -ジャーナリズム論の視点から」『国際安全保障』  
32(3):121-122。

藤原祐紀

2022 「山梨 女児不明事件報道を振り返る—2 年半越しの死亡断定も死因分からず」『新聞研究』(847): 48-51。

藤山清郷

2012 『圧政と失業そしてネットの情報力—何が「アラブの春」を生んだのか—』  
「国際文化学部論集」12(4)295-313。

Hamm, M.・Spaaij, R.

2017 『The Age of Lone Wolf Terrorism』 Columbia Univ Press.

保坂廣志

2009 「戦争とジャーナリズム —新聞にみる軍神誕生と民衆の戦争動員に関する  
—考察—」『琉球大学学術リポジトリ』59-81。

市橋秀夫

2014 「日本におけるベトナム反戦運動史の一研究 —福岡・十の日デモの時代  
(1)—」『日本アジア研究』(11):131-163。

飯田豊

2020 「SNS をめぐるメディア論的思考」『通信ソサイエティマガジン』276-281。

伊藤博文



2008 「文字から画像、そして動画へ」『愛知大学情報メディアセンター紀要』  
18(33): 1-11。

ジャック・エリュール

1965 『プロパガンダ』鈴木幹久訳。(Jacques Ellul, 1965, Propaganda: The  
Formation of Men's Attitudes. Vintage books, New York.)

Jenni, K.・Loewenstein, G.

1997 『Explaining the identifiable victim effect』『Journal of Risk and Uncertainty』  
(14)235-257.

J.T.クラッパ

1966 『マス・コミュニケーションの効果』NHK 放送学研究室訳。(Joseph T. Klapper,  
1960, The Effects of Mass Communication, The Free Press of Glencoe, Illinois.)

門林岳史

2005 「メディアの幼年期 マクルーハンのテレビ論を読む」『映像学』(74):91-153。

金信遇

2020 『第10回 イノベーションの春は到来するのか(チュニジア)』『アジア経済  
研究所『IDE スクエア』』1-8。

木野主計

1994 「明治期出版関係法令の成立とその問題点」『研究ノート』25:143-156。

前坂俊之

2005 「太平洋戦争下の新聞メディア」『マス・コミュニケーション研究』66:5-19。

Maoz, I.・McCauley, C.

2008 「Threat, dehumanization, and support for retaliatory aggressive policies in asymmetric conflict.」『Journal of Conflict Resolution』 52(1) 93-116.

松尾和洋

2003 「アメリカ IT まわりの話題：イラク戦争と IT」『情報処理』 44(5):552-553。

ミルズ, C・W.

1958 『パワー・エリート』 鶴飼信成・綿貫譲治訳、東京大学出版会。(C. Wright Mills, 1956, The Power Elite, Oxford University Press, United States.)

門奈直樹

2004 『現代の戦争報道』 岩波書店。

Muhammad Nurul Huda・Achmad Nurmandi・Zuly Qodir・Arissy Jorgi Sutan・Misran・Nur Utaminingsih・Suswanta

2021 『Social Media Role to Support Palestinian on Palestine—Israel Conflict』  
「Proceedings of the International Conference on Sustainable Innovation on Humanities, Education, and Social Sciences」 901-913.

村上聖一

2016 「放送法第 1 条の制作過程とその後の解釈 ～放送の「不偏不党」を保障するのは誰か～」『放送研究と調査』 90-105。

永井浩

2016 「戦争報道にみる「反戦・平和」の輝きと陰り（特集 戦後 70 年：過去から未来へのメッセージ）」『Global communication studies = グローバル・コミュニケーション研究』 (3):10。

中村克明・山川恭子

2010 「戦前の社会における週刊誌メディアの位置 ―『週刊朝日』と『サンデー毎日』の目録データの分析より ―」『関東学院大学文学部 紀要』(120,121):175-177。

大賀哲

2023 「ハイブリッド戦争の「古さ」と「新しさ」 ―国際協力・メディア・専門知の役割」『メディア研究』(103):3-20。

大原康男

1982 『帝国陸海軍の光と影』日本教文社。

大石裕

2020 「大衆の「救済」とマス・コミュニケーション」『特集 マス概念再考』97:17-34。

R.L.ロスノウ・G.A.ファイン

1982 『うわさの心理学―流言からゴシップまで』南博訳、岩波書店。(R.L. Rosnow, G.A. Fine, 1976, RUMOR AND GOSSIP The Psychology of Rumor and Gossip, Elsevier Scientific Publishing Company, New York.)

笹原和俊

2020 「ウェブの功罪と情報の科学と技術」70(6):309-314。

佐藤雅俊、上田篤盛

2023 『情報戦、心理戦、そして認知戦 サイバーセキュリティを強化する』並木書房。

鈴木幹久

2018 「本来の広報のかたちを考える―ジャック・エリュールの広報論を起点にして」6-7。

鈴木貴久

2019 「ソーシャルメディアにおける分断化と情報選択の自動化」『人工知能』  
34(2):139-145。

田端信太郎

2012 『MEDIA MAKERS—社会が動く「影響力」の正体』宣伝会議。

高橋翔太・松原仁

2021 「認知バイアスを用いた「ミスをする」AI の設計」『ゲームプログラミングワークショップ 2021 論文集』98-100。

高村薫

2022 「ウクライナ報道で学んだ幾つかのこと SNS 時代と戦争ジャーナリズム」  
『メディア展望』(732):2。

竹下俊郎

1998 『メディアの議題設定機能—マスコミ効果研究における理論と実証—』学文社。

田中敦

2023 「プロパガンダにおける「ワーディング」の効果について」『新潟国際情報大学 国際学部 紀要』8:71-85。

土橋臣吾

2015 「断片化するニュース経験—ウェブ/モバイル的なニュースの存在様式とその受容」伊藤守・岡井崇之編『ニュース空間の社会学 不安と危機をめぐる現代メディア論』pp.18-33、世界思想社。

津田大介

2012 『動員の革命 ソーシャルメディアは何を変えたのか』中央公論新社。

津金沢聡広・山本武利・有山輝雄・吉田曠二

1979 『近代日本の新聞広告と経営－朝日新聞を中心に』朝日新聞社。

鶴見俊輔・小田実

2011 『オリジンから考える』岩波書店。

上野征洋

2023 「「プロパガンダ論」再考 ―世論と合意形成の原点を探る―」『広報研究』(27):18。

Uku Kangur・Roshni Chakraborty・Rajesh Sharma

2024 「Who Checks the Checkers? Exploring Source Credibility in Twitter's Community Notes」『Computers and Society (cs.CY)』1-13.

山口光朔

1966 「ベトナム戦争と日米の反戦運動 -アメリカより帰って-」『国際関係研究』(通号 8・9): 20。

山本達也

2017 「ソーシャルメディアがカウンターデモクラシーに与える影響 ―情報通信技術と民主主義をめぐる一考察―」『清泉女子大学紀要』(64)91-104。

安本英雄・浅谷公威・坂田一郎

2024 「日本における Twitter コミュニティノートの利用状況」『2024 年度人工知能学会全国大会（第 38 回）』1-3。

吉野ヒロ子

2016 「国内における「炎上」の現象と展開と現状―意識調査結果を中心に」『広報研究』(29): 68-83。

渡辺健策

2023 「デジタル情報空間の汚染にどう向き合うか ～深刻化する誹謗中傷の被害と匿名表現の自由を考える～」『放送研究と調査 = The NHK monthly report on broadcast research / NHK 放送文化研究所 編』73(4): 2-24。

## 英文要約

### War and the Mass Psychology in the Age of Social Media

The aim of this thesis is to examine how mass media and social media influence public psychology during wars and explores how social media has transformed the relationship between ordinary citizens and war. By comparing traditional mass media and social media, it highlights their respective roles in shaping narratives, mobilizing public sentiment, and addressing emerging challenges in the digital age.

Historically, mass media operated as a unidirectional platform, disseminating information and propaganda to unify public psychology. For instance, during the Pacific War, Japanese newspapers fostered nationalistic narratives, while Vietnam War reporting brought the brutal realities of conflict to a global audience, sparking widespread anti-war movements. Mass media's regulated frameworks ensured accuracy and fairness but often curated content to align with broader societal or governmental agendas.

In contrast, social media offers interactivity, speed, and decentralized information flow, empowering individuals as both consumers and creators of content. While this democratizes communication, social media also exacerbates issues such as filter bubbles, echo chambers, and the spread of misinformation. For example, during the Israel-Palestine conflict, both sides used social media to shape narratives, often amplifying biases and emotional reactions. This personalization of war-related content has fundamentally changed public engagement, enabled greater individual involvement but also heightened risks of manipulation.

This thesis emphasizes the importance of media literacy education to help users recognize biases and evaluate information critically. It also calls for platform reforms to enhance transparency and curb misinformation, alongside fostering societal recognition of the value of professional journalism. This study concludes that social media has revolutionized how wars are perceived and discussed but requires a balanced approach to ensure a healthier, more equitable information environment.

## 謝辞

本論文の執筆にあたり、多くの方々のご指導とご支援を賜りましたことに深く感謝申し上げます。まず初めに、ゼミの場において多くの学びを得る機会を与えてくださり、また本論文に関する多大な助言と温かいご指導を賜りました関根久雄先生に心より感謝申し上げます。先生の丁寧なご指導と的確なアドバイスがなければ、本論文を完成させることはできませんでした。また、研究の進行にあたり貴重な意見やアドバイスをくださった「開発と文化」論ゼミの仲間や友人の皆さまにも感謝の意を表します。皆さんとの議論やフィードバックが、本研究の質を高める原動力となりました。本研究を進める中でお世話になったすべての方々に、改めて深く感謝申し上げます。