

弁護士と学ぶみんなのSNSトラブル回避術

— 炎上、フェイクニュース、誹謗中傷、個人情報、著作権 —

はじめに

ある朝、起きてスマホを見ると大量の通知が止まらない。友達からLINEに「お前の個人情報ネットに晒されているぞ」との連絡が。何が起きたのか分からず頭が真っ白になっていると自宅のインターフォンが鳴り、ドアののぞき窓を見るとスマホのカメラを構えた見知らぬ人が立っている。恐怖を感じ居留守をしようとして押し黙る。心配が消えてほっとするのも束の間、今度は実家から電話が。「あんたどうなってるの!？」母からの罵声に茫然自失。

ネット炎上の一番面です。SNSが普及し、誰もが社会に対して発信できるようになりました。

- ・無名なアーティストが、業界のしきたり、人脈などに囚われることなく作品のクオリティだけで勝負する。
- ・広告宣伝費をかけられない飲食店が、絶品料理の写真を投稿し行列のできるお店になる。
- ・若者の貧困対策に取り組むNPOがクラウドファンディングで活動資金を集める。
- ・普通の高校生が工夫を凝らした動画を投稿して有名人になる。

こうしたことはSNSが普及したからこそ可能になりました。インターネット、そしてSNSが広がるまで、表現や言論は一部のマスコミや著名人に独占されているという考えもありました。しかし、今は普通の人々がスマホ一つで世界に発信できる時代です。災害や戦争の様子も、マスコミが報道する前に現地の人々の発信で見ることができるようになりました。これは画期的なことですが、一方で、誰でも発信できるからこそ誰でも過ちを犯してしまいかねない時代ともいえます。「指先一つでダウン」ではなく「指先一つで逮捕」の可能性があるので。冒頭の事例のように、SNSでの発信が実生活に被害をもたらす可能性もあります。

SNSでのトラブルが実生活に及ぼす悪影響はいくつかのタイプに分かれます。まず極めて重大なのが刑事事件です。SNS上で人に誹謗中傷を行うと名誉毀損罪などの疑いで逮捕され有罪判決を受ける可能性があります。また、誹謗中傷に対して民事訴訟を提起され損害賠償義務を負う可能性があります。さらに、刑事事件や民事事件とは別に行政から不利な取扱いを受ける場合もあります。たとえば、自治体の中には、酷いヘイトスピーチを行った者の氏名を公表する条例を制定しているところもあります。加えて、マスコミによって報道されてしま

ったり、会社で懲戒処分されてしまったりという社会的制裁を受けることもあります。離婚や婚約破棄など身近な人との関係が破綻する場合もあるでしょう。冒頭の事例のように、個人宅が特定されY o u T u b e rからの突撃訪問を受けることもあり得ます。たかがネット世界の話と甘く見ることができないのがSNSトラブルなのです。

SNS上でのトラブルは毎日のように発生しています。少し古いデータですが、平成27年の総務省「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究」によれば、20代以下の26%が何らかのSNS上のトラブルを経験したと答えています。トラブルの内容としては以下のようなものが上位にきています。

- ・自分の発言が自分の意図とは異なる意味で他人に受け取られてしまった（誤解）
- ・自分は軽い冗談のつもりで書き込んだが、他人を傷つけてしまった
- ・ネット上で他人と言い合いになったことがある（けんか）
- ・自分の意思とは関係なく、自分について（個人情報、写真など）他人に公開されてしまった（暴露）
- ・自分は匿名のつもりで投稿したが、他人から自分の名前などを公開されてしまった（特定）

SNSトラブルに遭うのは若者だけではありません。2023年版『消費者白書』によれば、2022年のSNSをきっかけとした消費生活相談で最も多かった世代は50代です。ちなみにSNS関連の消費生活相談件数は、2018年18,882件、2019年25,119件、2020年40,494件、2021年50,899件、2022年60,552件と何と5年で3倍以上に増えています。また、誹謗中傷の加害経験があるのは中高年男性が多い傾向にあるとの調査結果もあります。

私は今40代ですが、我々の世代はSNSトラブルに関する教育を受けていません。芸能人に対するSNS上の誹謗中傷も、逮捕されたら加害者はいい年の大人だったということがよくあります。中にはしっかりした企業で役職に就いていた人も少なくありません。最近は学校でSNSトラブルについて取り上げる機会も増えてきましたが、まだ社会に行き渡っているとはいえません。

これはよく考えると怖いことです。私達は自動車を運転しようとするときには教習所に通って運転の仕方、交通ルールを学びます。新入社員として会社に入ったら研修があります。ゲームもチュートリアルがあります。ですがSNSについては、いつの間にか私達の日常になくてはならないものになっているのに、自

分から積極的に動かなければそのルールを学ぶ機会はなかなかありません。急にインターネットの大海に放り出されて泳いでいる状況なのです。SNSは楽しい場であると共に、危険を伴う場でもあります。楽しむためには危険を回避する術を学ぶ必要があります。

私は、弁護士として日々多くの法律相談を受けていますが、近年はSNSトラブルに関するものも少なくありません。無料法律相談を行うと、10代からシニア世代まで様々な年齢の方が相談にいらっしゃいます。また私は、弁護士であると同時に地方議員でもあるため、法律相談以外のSNSトラブルについても相談を受けることがあります。さらに、所属している政党では学生局長という役職に就いており、政党を支持してくれている学生達の組織である学生部を担当しています。学生部に所属しているのは思春期真っ只中の若者達ですから様々な相談が寄せられますが、ここ数年、やはりSNSトラブルに関する相談が増えています。新型コロナ禍により、学生達は通っている高校や大学での部活・サークル活動が制限されていたため、SNSで交流を行う機会が増えました。SNSは、日本全国、さらには全世界とつながることができ、気の合う友人を見つけることができる大切なツールです。一方で、対面より文字やスタンプを使うコミュニケーションが増えたことによって誤解が生じたり、発信が多数の目に晒されることによってトラブルに陥ったりしやすい状況に置かれているともいえます。本書では、弁護士、議員、そして学生から相談を受けてきた経験を踏まえたSNSトラブル回避術について考えていきたいと思います。

第1章では、SNSトラブルの発生原因について考えます。対面のコミュニケーションとSNSのコミュニケーションでは違いがあります。それを踏まえないければ思わぬトラブルに巻き込まれかねません。各論に入る前にSNSの特徴を踏まえたトラブル発生原因について考えていきます。

第2章では、SNS炎上を取り上げます。炎上に巻き込まれるのは企業や有名人だけではありません。フォロワー数が少ない個人でも炎上することがあります。どういう発信が炎上するかは、政治家の炎上が事例も豊富で参考になります。私は、所属している政党の中で炎上対策の勉強会講師や実際に炎上した政治家のフォローを行うことがあります。そうした経験を踏まえたトラブル回避術を、炎上事案を見ながら考えていきます。

第3章では、デマ、フェイクニュースについて取り上げます。デマやフェイクニュースは、マスコミや一部のYouTuberが問題になるように思えますが、普通の個人が巻き込まれ、刑事事件に発展することもあります。

第4章では、誹謗中傷について取り上げます。インターネット上の誹謗中傷が問題視されたこともあり2022年に侮辱罪の法定刑が引き上げられました。個人が、加害者にも被害者にもなってしまう可能性がある誹謗中傷。その線引き

を理解しておくことは身を守る上で大切です。

第5章では、個人情報流出について取り上げます。こちらも個人が、加害者にも被害者にもなってしまう可能性がある問題です。何気ない発信に、個人を特定する内容が含まれている場合があります。SNS上に個人情報が流出するとデジタルタトゥーとしてずっと残ってしまいます。近年は、企業が就職希望者の裏アカウント調査を行うケースもあり、匿名アカウントも注意が必要です。

第6章では、著作権を取り上げます。SNS上では著作権法違反をよく見かけますが、問題になるケースは必ずしも多くありません。そのため、どこから著作権法違反になるのか分かりづらいのですが、たまたま見逃されている場合も少なくなく、SNSを運用する上で一定の知識は備えていた方が安全です。

本書のタイトルは「みんなのSNSトラブル回避術」と読者層を広く想定しています。先程も述べたとおり、SNSトラブルは若者に限定された話ではありません。むしろ、SNSについて教育を受けていない世代の方が巻き込まれてしまう可能性があります。学び直し、リスキニングという言葉がありますが、コミュニケーション方法も時代によって変わります。より広い世代にSNSトラブルの回避術をお届けしたいという思いから「みんなの」とタイトルに掲げさせていただきました。

一方で、本書は読者として個人を想定しており、企業や団体のSNSトラブルに関しては必要な範囲でしか言及していません。企業においては、従業員の不適切な発信がSNSで拡散すると企業利益を損なう可能性があるため、ガイドライン策定などが重要になってきます。トラブル時の謝罪についても、記者会見や再発防止策の公表など検討すべき事項が多岐に渡ります。企業向けのSNSトラブルについてご興味がある方は、別途危機管理広報に関する書籍をご参照いただければと思います。

「情動的健康（インフォメーション・ヘルス）」という言葉があります。鳥海不二夫東京大学大学院工学系研究科教授や山本龍彦慶應義塾大学法務研究科教授が2022年に発表した「健全な言論プラットフォームに向けて—デジタル・ダイエット宣言ver. 1.0」で提唱している概念で、「言論空間における情報の流通が大きく変容した現在、多様な情報にバランスよく触れることで、フェイクニュース等に対して一定の『免疫』（批判的能力）を獲得している状態を実現すること」とされています。SNSを楽しむために重要な概念です。「情動的健康」を得るためにはSNS上のトラブルに免疫を付ける必要がありますが、本書はトラブルの発生原因やその内容、回避術について考えることでSNSの大海に出る前のワクチン、予防接種を目指そうとするものです。本書が、より多くの皆様の充実したSNSライフの一助となれば幸甚です。

なお、本書ではSNSを、スマホやパソコンを用いて登録された利用者同士が

交流できるWebサービス全般と広く定義し、主なサービスとしてX（旧Twitter）、Facebook、Line、Instagram、YouTube、TikTokなどを想定して話を進めていきたいと思ひます。

目次

一 炎上、フェイクニュース、誹謗中傷、個人情報、著作権 一はじめに

第1章 SNSトラブルの発生原因

人は見た目が9割？

円すい、上から見るか？横から見るか？

「まじめだね」は褒め言葉？

世代間ギャップに苦しむ

SNSは全世界から見られている

アテンション・エコノミーの時代

フィルターバブルとエコーチェンバー、SNSの罠

第2章 SNS炎上

炎上に至る流れ

政治家のSNS炎上原因

法律違反型

デマ拡散・誤解型

不適切・不謹慎型

暴言・レスバ型

差別・偏見型

誤爆型

謝罪失敗型

炎上したらどうするか？

誹謗中傷にどう対応するか？

【参考】議員の炎上回避術

第3章 デマ、フェイクニュース

デマで会社が危機的状況に

デマ拡散で逮捕

デマ拡散はどんな罪に？

無意識にデマの拡散を行うことも

Facebook上のデマ拡散で議員辞職

誰がデマを拡散するのか？

有識者や公共機関がデマを拡散することも

デマが起きやすい状況は？

マスコミもデマを広げる

どうすればデマ拡散を防げるのか？

第4章 誹謗中傷、ハラスメント、ネットいじめ

止まらないSNS誹謗中傷

SNS誹謗中傷の特徴は？

批判と誹謗中傷の境界は？

名誉毀損罪

侮辱罪

その他SNS誹謗中傷で問題となる犯罪

SNS投稿が原因で自殺してしまったら？

SNSハラスメント

SNSいじめ

SNS誹謗中傷への対応策

第5章 個人情報流出

個人情報とは？

まさかそんな情報から…デジタルストーリーの恐怖

モザイクアプローチ

裏アカだから安心？

自分が個人情報流出の加害者になることも

増加する自撮り被害

その他SNSから犯罪に巻き込まれるパターン

一生を棒に振りかねない闇バイト

肖像権には注意が必要

プライバシー権侵害

なりすまし

第6章 著作権

SNSに歌詞や漫画のセリフを書く

簡単ではない「引用」

SNSのアイコンにアニメや漫画のキャラクターを使う

手紙やDMの「さらし」行為は著作権侵害？

ファスト映画で損害賠償額が億越えに

「歌ってみた」「演奏してみた」「踊ってみた」「やってみた」は大丈夫？

ではなぜSNSに著作権侵害があふれているのか？

おわりに

第1章 SNSトラブルの発生原因

この章では、SNSトラブルの発生原因について考えていきたいと思います。トラブルはリアル世界でも起きますが、SNSトラブルにはインターネット固有の特徴があります。少し抽象的な話も多いですが、なぜSNSでトラブルが起きるのか知っておくことはトラブル回避に有効ですので飛ばさずにお読みいただければ幸いです。

人は見た目が9割？

少し前に「人は見た目が9割」という言葉が流行りました。見た目に自信のない私としては暗くなる表現ですが、元ネタは竹内一郎宝塚大学教授の著作名。そして、その中で解説されたメラビアンの法則が「人は見た目が9割」の根拠ということになるのでしょう。

メラビアンの法則というのは、コミュニケーションにおいて、言語情報が7%、聴覚情報が38%、視覚情報が55%の割合で影響を与えているというものです。実際には、矛盾したメッセージが発せられたときの人の受け止め方に関する実験が元になっているので、単純に人は見た目（聴覚情報と視覚情報）が9割とはいえないのですが、私達がコミュニケーションを図る際、いかに非言語情報を重視しているかを示す好例ではあると思います。確かに私達は、相手の表情や話し方を見て相手の意図を把握することがあります。海外旅行で、なかなか英語の文章は出てこないけど単語とジェスチャーで何とか言ったという経験をお持ちの方もいらっしゃると思います。

コミュニケーションにおいて非言語情報が重要ということだと、主に言語情報、すなわち文章でコミュニケーションを取るX（旧Twitter）やFacebook、LINEなどは、私達が思っている以上に正しく意図を伝えるのが難しいツールということになります。確かに、X上だと刺々しい言葉が多くて攻撃的な人が、実際に会うと気さくな人だったりします。LINEでやり取りしていると機嫌悪そうに感じられても、電話で話すと上機嫌だったりします。私自身も、Xを始めた当初、ある政治 이슈についてレスバ（レスバトル：SNS上などでの議論）をすることがよくあったのですが、フォロワーと初めてお会いした時に「もっと怖い人だと思っていました」と言われたことがあります。これはマズいと思い、言葉遣いに気を付けるだけではなく、自撮り写真や動画なども投稿するようにして怖い印象を抑えるよう試行錯誤しました。

若い方だにご存じないかもしれませんが、実はSNSが普及する前、電子メールで私的なコミュニケーションを取っていた時代も、意図がうまく伝わらない

と悩んでいる人は少なくありませんでした。試しにAmazonで「メール 伝わる」などで検索するとたくさんの書籍が出てきます。さらにさかのぼれば、手紙の書き方で頭を悩ませる時代もありました。

円すい、上から見るか？横から見るか？

そもそも、なぜ言語情報だけだと意図が正しく伝わらないことがあるのでしょうか？

コミュニケーションには、発信する側と受信する側が必要です。同じ情報であっても、両者に解釈や感覚の齟齬があると誤解が生じます。たとえば、円すいは上から見ると円形ですが正面から見ると三角形です。同じ対象であっても見方、感覚によってどう見えるかは異なります。「すぐに対応します」とLINEで返信した場合、「すぐ」がどの程度の時間の長さを指すのかは人によって違います。数分以内と考える人もいれば、数時間と考える人もいます。発信する側と受信する側の解釈、感覚の違いで誤解が生じることになります。

また、人間には経験や先入観に基づいて、それらに沿った情報ばかりを無意識に集めてしまう確証バイアスという傾向があります。コミュニケーションにおいても、自分の経験や先入観に都合のよいように解釈する傾向があるのです。都合がよい、というのは必ずしも自分にプラスに解釈するということばかりではありません。たとえば、自分は嫌われていると思い込んでいると、他人の悪意のない発言も悪口を言っているように聞こえてしまうのです。

さらに、育ってきた環境や文化が異なれば受け止め方も変わります。日本ではもったいない文化があり、提供された食事を残すのは失礼にあたるという感覚があります。しかし、中国では大皿料理を少し残すことがマナーとされています。完食すると「足りない」という意味になるそうです。

「まじめだね」は褒め言葉？

そうはいつでも同じ日本人同士なら誤解は生じないのでは？とも思えますが、そうとは限りません。たとえば、私の友人には世代的に中間管理職になっている人も多いのですが、一緒に飲みに行くと部下とのコミュニケーションの悩みを聞くことがよくあります。先日、部下を褒めたつもりが嫌がられたという話を聞きました。ああ、外見やジェンダーバイアス系の褒め言葉で不快に思われたパターンかなと思ったのですが、そうではない模様。

ちなみに、外見を褒めて不快に思われるというのは、たとえば「今日もキレイだね」「スタイルよいね」などですが、仕事と無関係な外見について相手の気持

ちを無視して触れるとセクハラにあたる可能性があります。また、ジェンダーバイアスとは、男女の役割に固定的な偏見を持つことを意味し、気配りができる女性に「女子力高いね」と言ったり「男なら泣くな」と言ったりする場合は該当します。

さて、先日聞いた例はこれらとは少し違います。まじめに仕事に取り組んでいる部下に「君はいつもまじめだな！」と声をかけたら嫌がられたというのです。「ああ〜」と思わず言ってしまいました。実はこれは私もあまり言われたくない褒め言葉の一つだからです。「まじめ」という言葉は「つまらない」「頭が固い」と受け止められる可能性があります。似たような言葉として「いい人」があります。こうした感覚は伝わらない場合もあるのでもう少し掘り下げると、モテない男性は、異性に紹介されるときに「まじめな人」とか「すごくいい人」とか言われることがあるのです。他に褒めるところがないときに使われる常套句で、本人的にはあまりうれしくない言葉だったりします。ですから、抽象的に「まじめ」と言って褒めるよりも、「今回は期日に間に合うか危うい案件だったけど、君がきっちり仕上げてくれたから助かったよ、ありがとう」のように具体的な行動を褒めた方が伝わりやすいといえます。

世代間ギャップに苦しむ

SNSトラブルから離れてしまいましたが、世代間ギャップによる感覚の違いがSNS上のコミュニケーションで誤解を生じさせることもあります。特に、学生時代からLINEでコミュニケーションをとっていた世代と、電子メール文化からLINEでのコミュニケーションに移行した世代のギャップは誤解を生みやすいです。「はじめに」でも書いたとおり、私は所属している政党の学生部を担当していて、学生達と連絡をとることがよくあります。ある時、学生と飲んでいて「松本さんのLINEって冷たいですね」と言われて驚いたことがあります。また、別の機会に学生とLINEでやり取りしていて「松本さん怒ってます？」と聞かれて驚いたことがあります。馴れ馴れしくなるとはいけない、横柄にならなるとはいけないと思い、LINEで丁寧語を使っていたのですが、それが他人行儀に思えたり、不機嫌なように思えたりしたということのようです。

私に限らず、上の世代からのLINEというのは、冷たい印象を与えることが少なくないようです。「了解」「OK」など用件だけ返信されると、送り手の感情が分からず不安になるという声を聞くことがあります。「今日の仕事は難しかったです」と連絡が来てどういふところが難しかったのか聞きたくて「どこが？」と送ったら、「その程度もできないの？」というニュアンスに受け取られることもあります。一言感想を添えて返信する、感嘆詞や絵文字、顔文字、スタンプな

どをあえて使うのも大切なのだと思います。あまりやり過ぎると「おじさん構文」と言われかねないのですが、誤解されるよりはましではないかと考えています。ただし、LINEは長文の送信には向かないツールなのでその点は気を付けたいところです。

一方、若年層から中高年へのLINEは、「砕けすぎている」「失礼だ」と思われる可能性があるので注意が必要です。中高年の中には、LINEは家族とのやり取りなどで必要だから渋々やっているけど、あまり使ったことがないという層は存在しますし、部下からのスタンプは不適切だと感じる人もいます。謝罪をスタンプでしたり、叱られているのにスタンプで返したりするはトラブルの元です。謝罪自体LINEですべきでないと考えている人も一定数います。また、LINEを送る時間にも注意が必要です。読みたくなければ読まなければよいと考えて夜中に送る人もいますが、通知で目を覚ます人もいます。相手がどう感じるか想像することが大切です。

世代間ギャップによる誤解は感覚的なものですが、言葉自体が多義的で誤解を招く場合もあります。たとえばLINEで「あの人おかしくない」と来たら、おもしろいという意味なのか、間違っているという意味なのか、この文だけからは判別できません。ミスをして謝罪LINEを送ったときに「私達、友達じゃない」と返ってきたらヒヤリとします。グループLINEでどこかに遊びに行く話題が出ていたので「私も行きたい」と書いたら友人から「何で来るの」と返信が来たら来るなという意味なのか交通手段を聞かれているのか分かりません。こうした多義的な言葉によるSNS上の誤解は、子ども達のトラブル、場合によってはいじめにつながりかねないことから、最近では小中学校で注意喚起が行われることもあります。

このように、SNSというのは誤解が生じやすい媒体なのですが、仮に誤解が生じた際に大切なことは、すぐに誤解の解消に努めることです。SNSを使うよりも直接話をした方が誤解の解消につながりやすいといえます。非言語情報を用いることができるからです。

SNSは全世界から見られている

一対一のやり取りでも誤解が生じやすいSNS上のコミュニケーションですが、XやFacebookなどの一対多のコミュニケーションだとますます誤解が生じやすくなります。公開範囲を限定していないSNSでの発信は、全世界に発信していることとなります。フォロワーが少なくても何かのきっかけで多くの人の目に晒されることがあります。次章の炎上とも関係しますが、内輪ネタの投稿に無関係な人から「不快だ」「失礼だ」というコメントが付くこともあり

ます。友人とコメントし合いながら会話をしていたら全く関係のない第三者が割りこんできたり、引用されて批判されたりすることがあります。感覚的には電車の中で友達と世間話をしていたら、急に近くの人が「その考えはおかしい！」と言ってきたり、「ここにこんな悪い人がいま〜す」と騒がれたりするようなものなのですが、SNSではそうしたことがよく起こります。ここまで、文化、世代、多義的な言葉などによる誤解の話をしてきましたが、投稿の受け手として想定していなかった第三者との間にそうした誤解が生まれかねないのが公開型のSNSコミュニケーションなのです。

アテンション・エコノミーの時代

SNSトラブルが発生する原因は個人の誤解だけではありません。SNSの設計（アーキテクチャ）自体がトラブルの原因になることがあります。

アテンション・エコノミーという概念があります。人々のアテンション（関心）が通貨のような価値を持つという考え方です。インターネット登場前から、広告業界はどのように人々の関心を集めるか研究してきました。しかし、実際にどのくらいの人々が広告を見てくれたかを正確に把握することは困難でした。インターネットが登場しこの状況が一変。あるインターネット広告をどのくらいの人々が閲覧したか、広告閲覧時間はどのくらいか、そして閲覧者の内何人が広告商品を購入したかを把握することが容易になりました。こうなってくると、人々の関心・注目を集めるコンテンツが価値を持つようになります。人々がインターネット上で使える時間には上限があるのに対し、広告や情報は無限に生み出すことができるからです。そして、関心・注目を集めることが価値を持つのですから、コンテンツが正確かどうかは二の次ということになりかねません。たとえ嘘でも多くの人々の注目を集めれば儲けにつながるのです。2016年の米国大統領選挙では「ローマ法王がトランプ支持を表明」「クリントン陣営の関係者が人身売買に関わっている」など多くのフェイクニュースが流れました。そうしたフェイクニュースの中には、広告収入目的で作られたものもあったのです。マケドニアの学生達が米国大統領選挙で大量のフェイクニュースを作って大儲けしていたことが明らかになっています。

しかも厄介なことに、近年の研究でフェイクニュースの方が真実より拡散スピードが速く、拡散範囲が広いということも分かっています。このような特徴はポスト・トゥルースと呼ばれ、民主主義を阻害するとして政治学の世界などで危惧されています。このような背景から、SNS上ではフェイクニュースが広まりやすいという特徴があります。そして、アテンション・エコノミーに基づく企業の行動が、人間のバイアスを助長することにもなります。

フィルターバブルとエコーチェンバー、SNSの罠

先述のとおり、インターネットの登場により、人々の関心・注目が大きな価値を持つようになりました。より効率的に関心・注目を集めるためには、インターネットを閲覧している人の特性に合わせて広告を表示するのが効果的です。休日にどこに旅行に行くか考えるために観光スポットを検索している人には、旅行代理店や宿泊サイトの広告を表示すれば閲覧してもらえる確率が上がります。結婚できなくて異性との話し方について検索している人には、美容エステやお見合いサイトの広告を表示すれば閲覧してもらえる確率が上がります。こうした、各個人の属性や特徴に合わせて検索サイトの結果を最適化していく、広告を表示させていくということは現代社会において一般化しています。同じようにSNSにおいても、タイムラインに表示される情報はアルゴリズムにより個人に最適化されています。これはとても便利な機能なのですが、情報が偏るという点で大きな問題を抱えています。タイムライン上に、自分と思想や主張が似た人ばかり表示されるようになっていくのです。そうすると自分とは異なる他者の考えは入ってきにくくなります。こうしたSNSのアルゴリズムが引き起こす現象はフィルターバブルと呼ばれています。

そして、情報の偏りは、SNSのアルゴリズムに加えて人間のバイアスによっても加速します。本章の最初の方で、人間には経験や先入観に基づいてそれに沿った情報ばかりを無意識に集めてしまう確認バイアスがあると述べました。このバイアスはSNSにおいても発揮されます。人は自分と似た興味関心を持つ人をフォローしがちです。そうすると、何か意見を言うと自分と似た意見が返ってくるという、閉じた部屋の中で音が反響するかのような現象が発生します。このような現象はエコーチェンバーと呼ばれています。

フィルターバブルとエコーチェンバーにより視野が狭くなってしまい、自分とは異なる意見はあたかも非常識な意見であるかのような錯覚に陥ってしまいます。そして、異なる意見を批判すれば、自分と似たユーザーから肯定してもらえらるため承認欲求も満たされ、さらなる承認を得るために過激な発信をしなくなってしまいます。これがSNSでトラブルが起こる原因の一つになっています。本書ではこうした現象を「SNSの罠」と呼びたいと思います。

SNSの罠は皮肉なものだと思います。インターネット上には様々な情報が存在し、知らなかったことを知れるというのがインターネットのメリットであったはずですが、しかし、SNSのアルゴリズムと人間のバイアスにより、自分が知りたくない情報は入ってこない、自分にとって心地のよい空間が作り出されてしまう。インターネットというのは、様々な情報が漂っているはずなのに、極

めて閉鎖的な空間に閉じ込められてしまう。これがSNS上で起きていることなのです。実は、こうした現象は、SNS上だけではなくリアルな世界でも起きています。たとえば各新聞社にも思想上の傾向はあり、特定の新聞を選べば一定の主張に沿う形に加工された情報をインプットすることになります。また、新聞記事も、全てに目を通す時間がなければ自分の気になる記事を選択することになります。このように情報の偏りはリアル世界でも起きているのですが、リアル世界には偶然の出会いもありますし、見たいものだけ見て過ごすということも困難です。たとえば会社の同僚は選べず、飲み会で時事ネタが話題になれば異なる意見に触れる機会があります。マスコミについても、両論併記により異なる主張に触れる機会があります。SNSは、こうした偶然の出会いがリアル世界よりも少ない場所なのです。

このようなSNSの罨に対して、私達はどのように対処すればよいのでしょうか？フィルターバブルやエコーチェンバーが引き起こすトラブルとしては、次章以降で取り上げる炎上、誹謗中傷、フェイクニュース拡散などがあり、各論はそちらで触れていきたいと思います。ここでは総論として、まず人間は偏るものだということが、SNSでは偏りが生じやすいということを認識することの重要性を指摘しておきたいと思います。どんなに中立的であろうと努力しても偏りは生まれてしまいます。そんなの当たり前じゃないかと思われるかもしれませんが、しかし、SNSを見渡すと、世間で有識者と呼ばれている人達でさえSNSの罨にかかっている場面をよく見ます。たとえば、自民党嫌いの学者が「なぜ自民党が支持されているのか分からない」と発信するのを見かけることがあります。それに対して、その学者を支持する人達から「先生の言うとおり」「自民党はおかしい」と肯定的なコメントが相次ぎます。そのような自分の主張が肯定される空間にいと、当該学者はなぜ自民党が支持されているのかますます分からなくなってしまいます。実際には否定的なコメントも書き込まれるのですが、確証バイアスが邪魔をするのです。勿論、これは自民党嫌いの人達だけに発生する現象ではありません。

テレビでは高尚な話をする大学教授が、SNS上で偏見にまみれた痴態を晒すというのは、化けの皮を剥がすという意味でSNSの成果といえるのかもしれませんが、ただ、大学教授など普段から知的作業を行っている人達ですらSNSの罨から自由になることはできないのです。これはもう人間というのは偏っているものだという前提に行動するのが安全です。

SNSの罨から抜け出すことは難しいのですが、多少悪影響を緩和する方法があります。大学時代、自分自身にバイアスが生じることを自覚した私は、自分と主義主張が異なる人とできるだけ話をするようにしていました。その際、議論をするのではなく、どうしてその人がそう考えるのかを聞くように心がけまし

た。なるほど、そういう考え方、見え方があるのかと勉強になりました。SNSにおいて同じことをするのは簡単です。自分と考え方が異なるアカウントをあえてフォローしておくのです。私もこれは実践していますが、同じ現象、報道を見たときの、自分と似た傾向がある人と異なる傾向の人の反応の違いは、おもしろいくらいにコントラストをなしていて自分自身の偏りを顕在化してくれます。フォローするのは抵抗があるという方は、非公開のリストを作成しておくというのも手です。是非読者の皆様も実践していただければと思います。

第2章 SNS炎上

ネット炎上という言葉が世に広まってかなり経ちました。炎上とは、ウェブ上の特定のアカウントなどに対して批判が殺到し、收拾がつかなくなる状態を指しますが、2005年頃から普及した言葉といわれています。

2019年版『情報通信白書』によると、「日本国内での炎上発生件数はモバイルとSNSが普及し始めた2011年を境に急激に増加」とされています。シエンプレデジタル・クライシス総合研究所によると、2022年の国内ネット炎上発生件数は1,570件とのこと。毎日4件以上の炎上が発生していることとなります。10年前は400件弱でしたので、4倍程度増えていることとなります。特に2020年に大幅に増加しており、新型コロナ禍で在宅勤務が増え、SNS滞在時間が伸びたことも無関係ではないでしょう。在宅勤務が増えたことでご近所トラブルが増えたのと似ています。

炎上は、著名人、一般人、企業、団体問わず発生します。アルバイトの従業員が、職場での不適切な行為を撮影した写真をSNSにアップロードし（いわゆるバイトテロ）、インターネット上で拡散されると共に個人情報まで特定されるケース。企業のSNS広告が、差別的な内容だとして公式SNSアカウント、窓口に批判が殺到、不買運動や株価下落にまで発展するケース。芸能人が、子どもと一緒に過ごしている様子を投稿したら不適切な子育て方法だとの指摘が相次ぐケース。事案は様々です。ただ、意外なことに炎上事例の中で最も多いのが一般人の炎上といわれています。そして、フォロワー数が少なくても炎上することがあります。世界的な炎上として有名な2013年のエイズ差別投稿事件では、当事者であるジャスティン・サッコ氏のフォロワー数は200人にも満たしていませんでした。この事件では、イギリスから南アフリカに向かうサッコ氏が、これから飛行機でアフリカに向かうが自分は白人だからエイズに罹らないといった趣旨のSNS投稿を行いました。これが差別的な投稿として批判と共に拡散。彼女が南アフリカに到着する頃には「#hasjustinlandedyet（ジャスティンはもう着陸したか）」が全世界でトレンド入りする事態になったのです。勤めていた会社は直ちに解雇。しばらくの間つきまといを受けるなど私生活でも大きな損害を被りました。こうした炎上のリスクの大きさから、最近では「炎上保険」なるものも生み出されているようです。なお、炎上は、SNSに投稿した内容だけが問題になるわけではなく、テレビなどで放送された内容が問題になる場合もありますが、本書は個人を対象としたSNSトラブル回避術を扱う書籍ですので、SNSに投稿した内容の炎上に限定して取り上げます。

炎上に至る流れ

一般的に、SNS炎上は以下のような流れを辿るといわれています。

- ①問題となる投稿
↓
- ②SNS上で拡散
↓
- ③SNSインフルエンサーが批判と共に引用拡散
↓
- ④5ちゃんねるなどインターネット掲示板で話題、SNS上でさらに拡散
↓
- ⑤まとめサイト掲載、SNS上でさらに拡散
↓
- ⑥インターネットニュースサイト掲載、SNS上でさらに拡散
↓
- ⑦マスコミ報道、SNS上でさらに拡散

各種メディアに取り上げられることで、より多くの方が炎上元の投稿を見ることになり、さらに炎上が盛り上がるという構造になっています。私も政治家のSNS投稿が炎上していく様子を何度か目撃していますが、フォロワー数が10万を超えるSNSインフルエンサーに拡散されると一気に止まらなくなる印象を受けます。また、個人の場合には個人情報特定されてそれがさらなる燃料になったり、企業の場合には謝罪コメントが出されたものの「反省が見られない」などの理由で再炎上したりすることもあります。

なぜ個人アカウントが炎上するのかは、炎上の火種によって異なります。しかし、多くの炎上で共通しているのが、投稿主もそれほど炎上するとは思っていなかったという点です。第1章で述べたとおり、SNSは誰が見ているか分かりません。自分の感覚が世間ズレしていることもあれば、意図と違う解釈をされてしまうこともあります。身内向けに発した悪ふざけが拡散されてしまうこともあります。鍵アカウント（相互フォロワー以外は閲覧できないアカウント）で数人だけに公開した投稿であっても、友人・知人を介して外部に拡散するリスクがあります。少なくないバイトテロ事件はまさに鍵アカウントや少数を対象にした投稿が火種になっています。こうした友人・知人を介した炎上は、悪意で外部に拡散されるパターンだけではありません。友達が投稿していたおもしろい動画を人に紹介したらそこから拡散してしまうという場合もあります。これだけマ

スコミで炎上事件が報じられても、どこか自分とは関係ない話に思えて、これまでも大丈夫だったしこれからは自分は大丈夫だろうという「正常性バイアス」が働き、日々火種が撒かれている状況です。そして、匿名性やSNSの罨などのSNSの特性が炎上を増幅させていくのです。

マスコミが個人のSNS投稿を安易におもしろおかしく取り上げることも無関係ではありません。「SNSで話題になっている」という形で報じられ、炎上加速した事案は数多くあります。昔からマスコミは「疑問視する声もあがっている」「議論を呼びそうだ」「批判を招く可能性もある」など世論を誘導するかのよう表現をすることがありました。SNSが普及した結果、SNSではこんな声があがっていると、ごく少数の意見を報じる手法が見られるようになったのです。マスコミが意図的に話題を作り上げることさえあります。新型コロナウイルス感染症の感染拡大が懸念されていた2020年4月7日、朝日新聞が「ツイッターで『東京脱出』というハッシュタグが拡散されている」と報じました。ところが、その時点で「東京脱出」というハッシュタグをつけた投稿はたった数十件だったというのです。一方、記事配信後の投稿は1万ポストを超えました。

こうした様々な要因が絡まり合って発生する炎上に巻き込まれないためには、どういう投稿が炎上するかを知っておくことが大切です。炎上事例をまとめた書籍は世の中にたくさんあります。バイトテロに対する注意喚起などは今更といった感があるでしょう。そこで、本書では政治家の炎上事例、中でも炎上に発展しやすいXでの投稿に絞って取り上げてみました。政治家は模範的な人格であることが求められます。そうした政治家の炎上事例を知ることは、普通の個人にとっても炎上を回避する上で有益です。

たとえば、先程の炎上の流れを政治家の炎上事例で見てください。

「派遣された自衛隊員のご尽力に敬意を表します。しかし、なぜわずか1人なのですか。退避を希望する日本人やアフガン人のスタッフなど500人程度の想定だったのではないですか。ロシアも韓国もEUも数百人規模で退避しています。」(福山哲郎議員X投稿、2021年8月27日)

これは立憲民主党の福山哲郎幹事長(当時)の2021年8月27日午後10時52分の投稿です。8月15日、イスラム原理主義勢力タリバンが、アフガニスタンの首都カブールを制圧。日本政府は、8月23日に、邦人らの国外退避のために自衛隊機の派遣を決定。退避の対象は邦人や日本大使館などで勤務していたアフガニスタン人職員とその家族約500人と想定されていました。そして、NHKが「日本人1人が自衛隊機でアフガニスタンからパキスタンに退避」と27日に報じたことから、福山議員が先程の投稿をしたのです(実際は邦人1

人の他、米国に依頼されたアフガニスタン人14人も26日に移送)。福山議員の投稿に対し、人命がかかった場面で「わずか」1人という表現は不適切ではないかという批判がX上で巻き起こりました。これに加え、立憲民主党が在外邦人などの保護措置を含む平和安全法制に反対していたことを指摘するコメントが続きました。

この炎上騒動については、福山議員の投稿から約40分後に私も批判的な引用リポストをしており、その後の炎上の流れを見ていました。投稿直後から批判は行われていましたが、フォロワー数が数千から数万のXアカウントが引用して批判を行い拡散スピードが加速。投稿から2時間も経っていない28日午前0時8分には5ちゃんねるニュース速報+にスレッドが立ちました。夜中から翌朝にかけて保守系バイラルメディア（インターネット上の話題性のあるコンテンツを集めるサイト）、まとめサイトが取り上げ、X上でもさらに拡散。さらに28日午前から午後にかけて保守系著名人のアカウントが相次いで批判リポストを展開。投稿から24時間後にはリプライ5000超、リポスト6000超という状態になりました。もっとも、福山議員の投稿については、大手のネットニュースサイトやスポーツ新聞系サイトが取り上げなかったため一旦炎上が落ち着きました。しかし、29日午前9時36分に立憲民主党の泉健太議員が以下の投稿を行い、そちらに飛び火する形でしばらく延焼することになりました。

「幹事長の指摘は重要な示唆を含んでいます。現地情勢が急変する場合に、いかに『相手国の同意』を得て、待避の環境を迅速に整えるのか。現地大使館や自衛隊の役割はやはり重要であり、他の主要国のように在留者を安全かつ早期に待避させられるよう、立憲民主党も検討いたします。」(泉健太議員X投稿、2021年8月29日)

擁護するつもりが、沈静化しそうだった炎上に薪をくべる形になってしまったのです。こうした味方、仲間による擁護で再炎上というのは、政治家や芸能人の炎上ではよく見かけます。私自身が炎上対応にあたった案件でも、炎上した政治家が謝罪し沈静化を図っている最中に仲間の議員が不用意に「あの人はとても誠実な人だ」と擁護。再び燃え上がりそうになり急ぎ電話をして投稿削除を依頼したことがあります。

政治家のSNS炎上原因

政治家の炎上と一言でいっても様々な種類があります。ここで政治家のSNS炎上を分類していきましょう。

- ・法律違反型
- ・デマ拡散・誤解型
- ・不適切・不謹慎型
- ・暴言・レスバ型
- ・偏見・差別型
- ・誤爆型
- ・謝罪失敗型

以上が本書で扱う政治家のSNS炎上の種類です。この他にも政治家のSNS炎上には、ブーメラン型、マリー・アントワネット型、反党行為型、歴史認識型、過去ツイ発掘型、無知型、炎上上等型、不可抗力型などがあります。政治家など一部の立場に特有の炎上パターンなので本書では取り上げませんが、政治家になる前の過去の投稿が発掘されて炎上する過去ツイ発掘型などは、公認が取り消される事例もあり影響大です。選挙という有権者からの審判を受ける政治家にとって炎上は致命傷になり得ます。SNSに限った話ではありませんが、2019年の参院選前に自民党が『失言』や『誤解』を防ぐには」という失言防止マニュアルを党内で配布し話題となりました。

本書で取り上げる政治家のSNS炎上はごく一部ですが、他の事例も含めて分析すると同じ議員が何度も炎上を繰り返していることが分かります。感覚のズレなのか、危機管理能力の欠如なのか、はたまたワザとやっているのかは不明ですが、一度でも炎上しかけたことがある人は、また同じことをやってしまうかもと自覚することが大切です。

なお本章で、実名で取り上げるのは、投稿当時国会議員だった政治家の投稿に限定しています。地方議員も含めるとサンプルがあまりに膨大になるからです。また、私自身が日本維新の会に所属している地方議員ということもあり、所属政党の政治家の炎上については取り上げていません。もっとも、残念ながら所属政党の政治家も度々炎上していることは付記させていただきます。さらに、私自身もSNSアカウントが炎上することがあります。自分自身の経験も踏まえ、本章を執筆しています。

法律違反型

政治家の炎上のパターンとして極めて多いのがうっかり法律違反をしてしまう投稿です。特に公職選挙法違反の投稿は選挙のたびに発生します。公職選挙法に違反している場面や道路交通法に違反している場面の動画・写真を投稿して

炎上する事例が後を絶ちませんが、再頻出といっても過言ではないのが、投票日当日の投票依頼です。公職選挙法上、選挙運動は投票日「前日」までと定められています。したがって、投票日当日に「●●候補に一票をお願いします」と投稿をすると公職選挙法違反になるのです。ところが、居ても立っても居られなくなる政治家が後を絶ちません。事例は枚挙に暇がありませんが、自民党の野田聖子議員の2021年4月25日午前2時12分の投稿は大きな話題となりました。

「#参議院再選挙広島選挙区#西田ひでのり候補の応援で、#衆議院議員小林史明議員と福山市に参りました。たくさんの方にお集まりいただき、本当にありがとうございました。皆さんの貴重な1票をぜひ西田ひでのりさんに託してください！ #野田聖子」（野田聖子議員X投稿、2021年4月25日）

4月25日は参議院の広島選挙区再選挙の投票当日。選挙運動は禁止されているのに候補者への投票を呼び掛けたのです。当該投稿は25日朝には削除されましたが、投稿内容のスクリーンショット（パソコンやスマホに表示されている画面を撮影して画像ファイルとして保存する機能）画像がXで拡散。野田議員は公職選挙法を所管している総務省の大臣経験者ということもあり、投票日の投票依頼が禁止されていることは重々承知だったはずと批判が相次ぎ、マスコミ各社が報じる事態に発展しました。しかも、当該投稿について、野田議員側は、秘書が誤って投稿したと政治家お決まりのコメントを発表。「秘書のせいにするのか」「夜中の2時に秘書が投稿しないといけない程ブラック事務所なのか」など再炎上することとなりました。

この投票日当日の投票依頼については、多くの政治家がうっかり投稿し、周囲から指摘されて謝罪、削除というのが王道スタイルなのですが、2020年7月5日の東京都知事選挙では異質な投稿が物議を醸しました。

「#宇都宮 #みんな で育った私は、18才で #宇都宮 を離れてから仙台でも東京でも餃子専門店を探したが見つからず
ラーメンや炒飯、野菜炒めがメニューにあるのは中国料理店
ビールもライスもないのが餃子の店
今もそう思うので全国チェーン「餃子の〇将」の名前には違和感 味は好きだけど」（枝野幸男議員X投稿、2020年7月5日）

これは、立憲民主党の枝野幸男代表（当時）による東京都知事選投票日である2020年7月5日の投稿です。餃子の王将などの店舗に失礼ではないかという批判も上がりましたが、公職選挙法の問題もありました。この都知事選では、

元日弁連会長の宇都宮健児氏が立候補しており、立憲民主党は宇都宮氏を支援していました。候補者の名字を連想させ、しかもハッシュタグ付きという投稿に、公職選挙法で禁止されている投票日当日の投票依頼にあたるのではないかと、あるいは、それを回避するための脱法行為、姑息な投稿ではないかという批判が殺到。さらに、枝野議員に留まらず複数の立憲民主党議員がこの宇都宮ハッシュタグを使ったSNS投稿をしたため各所で炎上する結果となりました。そして同日夜には、宇都宮餃子会のXアカウントが「エゴサしてびっくり」（エゴサ：エゴサーチの略で、自分の名前などをインターネットで検索すること）「そして少し悲しくなった」「宇都宮餃子を嫌いにならないでください」と投稿する事態に。この投稿後、枝野議員らに対し地域に迷惑をかけるなどといった批判が再びあがりました。宇都宮投稿について、枝野議員は6日「誤解と心配をかけていること、恐縮に思っているが、他意はない」と述べましたが、弁護士でもある枝野議員が選挙を全く意識せずにハッシュタグ付き投稿したというのは無理があり、その後も批判されることとなりました。

政治家の法律違反型投稿は公職選挙法関係に留まりません。次は著作権関係についても取り上げてみたいと思います。

「ブルーインパルス、素晴らしい！」（片山さつき議員X投稿、2021年7月23日）

これは自民党の片山さつき議員の2021年7月23日の投稿です。これだけ読むと、片山議員がブルーインパルスを見て感動したのかなと思えます。この日、東京オリンピックの開会式に向けて、航空自衛隊のブルーインパルスが東京都心上空にカラースモークでオリンピックのシンボルマークを描きました。片山さつき議員の投稿にも、東京上空にシンボルマークが描かれた写真が添付されました。しかし、この写真に写っていたのは雲一つない快晴。一方、23日の東京には雲が流れていました。確かに23日の画像とは書かれていないものの、捏造ではとの批判があがりました。さらに、問題はこの画像が映画『ALWAYS 三丁目の夕日'64』のワンシーンのものではないかとの疑惑が湧いたのです。無断転載の問題です。この問題について、片山議員は以下のように弁明しました。

「私、この3日ずっと九州で活動していて、今もホテルのテレビで開会式見てます。ブルーインパルスが無事飛べた、と新宿の都庁にいる仲間からSNSが来て、まさかドタキャンは無いとは思ってましたが、本当にホッとしてそのままTwitterに上げました。航空写真は通常、後から発表ですから。」（片山さつき

議員X投稿、2021年7月23日)

実際の写真ではないことは認めつつ、無断転載の問題については触れていません。その後も延焼が続き、週刊誌などが取り上げました。著作権の問題は第6章で改めて取り上げます。

新聞やテレビでは報じられなかったものの、本人が謝罪動画を投稿することになったものとして次の投稿があります。

「#小川淳也千本ノック 132本目

どんな大学生生活を送っていましたか？」(小川淳也議員X投稿、2021年7月6日)

動画と共に立憲民主党の小川淳也議員が2021年7月6日に投稿した内容です。動画では、小川議員が直近の活動などを約1分半、街宣車を止めて路上で話している様子が写っているのですが、動画の上の方に「駐車禁止」の標識が。違反ではないかと批判が起き、小川議員は別の動画で「遵法精神を尊ばねばならない立場でありながら不適切だった」と謝罪しました。

こうした、写真や動画から違法行為が発覚し炎上する事例は枚挙に暇がありません。自分自身が投稿した写真や動画で炎上するパターンに限らず、第三者によって投稿されるパターンもあります。選挙カーがコインパーキングのロック板ギリギリに停められ無賃駐車を行っている写真が投稿されたこともありました。

さて、うっかり投稿して違法行為の疑いをかけられた事例の元祖ともいえるべきは蓮舫議員の以下の投稿でしょう。

「DS『イナズマイレブン2』の改造コードの入れ方をどなたかご存知ですか？私にはさっぱり…」(蓮舫議員X投稿、2009年2月29日)

2009年12月29日の投稿です。当時蓮舫議員の所属していた民主党は、同年に政権交代を果たしノリに乗っている時期でした。ご子息のゲーム機について分からないことがあり質問したと思われるこの投稿。しかし、改造コードとは、違法な海賊版ソフトをプレイできるようにする装置「マジコン」に入れるコードを指すのではないかと批判が上がり、蓮舫議員は「意味をようやく理解。完璧にダメですね。今、息子に説教中」と投稿しました。その後、蓮舫議員はマジコンを使用したわけではないと受け取れる投稿を行いました但未だにマジコン騒動として語り継がれています。

デマ拡散・誤解型

次に、デマ拡散・誤解型です。デマ、フェイクニュースについては第3章で詳しく扱いますが、ここでは政治家がうっかりデマを拡散した事例を見ていきましょう。

「長野の某町村長と話。22年の民主政権事業仕分けで常時監視の対象から御嶽山はずれ、政権奪還後漸く予算共々少し戻せたが、この状態では『予知困難』と気象庁も連絡会も言うだろう。観測体制強化とそれによって得られ得る新データをベースに前広に警戒レベル2『火口周辺規制』を出すべきとの意見」（片山さつき議員X投稿、2014年9月28日）

2014年9月28日の自民党の片山さつき議員の投稿です。御嶽山は2014年に噴火しました。これは、被害拡大は民主党政権で行われた事業仕分けで御嶽山が常時監視の対象から外れたからだとして批判する投稿ですが、実際には民主党政権下では常時監視対象から外されていなかったことが発覚。民主党から事実無根と抗議を受けることになりました。その後、片山議員はXで謝罪。さらに委員長を務める外交防衛委員会の理事懇談会でも謝罪することになりました。きちんと情報を確認してから発信することの重要性が分かる事例です。

第3章でも触れますが、デマは災害などで不安が高まっている状況で発生しやすくなります。政治家の場合はそれに加えて対立政党・議員に対して批判したいという思惑があるため、確証バイアスに陥りやすい傾向にあります。東京電力福島第1原発処理水の海洋放出について「汚染水」と繰り返し述べている阿部知子議員の以下の投稿も、確証バイアスがデマ拡散につながったのではないかと思います。

「刻々と寄せられる地震、津波情報によれば茨城県東海第二原発にも福島東電第二原発にも1メートルの津波、さらに福島第二原発3号炉では使用済み燃料プールの冷却ポンプがつまり、水温はこのままでは一週間程で65度になると。実は原発施設が稼働如何にかかわらず、最も危険なのは使用済み燃料プール。」（阿部知子議員X投稿、2016年11月22日）

これは2016年11月22日に起きた福島県沖地震の影響で福島第2原子力発電所3号機の使用済み核燃料プールの冷却装置が停止したことに関する阿部議員の投稿です。実際はセンサーが働いて正常に停止したのですが、阿部議員

は「冷却ポンプがつまり」と事実と異なる投稿を行っています。その後阿部議員は、「東電福島第二原発3号炉の使用済み燃料プール冷却ポンプの停止について、『つまり』と表現したことへの誤りのご指摘を頂き、訂正する。今一つの系統から冷却再開されて何よりだが、予想されたより水温上昇幅が大きいことは気にかかる。いずれにしろ原因究明を進めてほしい。」と訂正投稿を行うのですが、「予想されたより水温上昇幅が大きい」という追加部分についても、想定内の変化であったためますます不信を持たれる結果となりました。最初の投稿で誤情報を流してしまったわけで、自分自身に確証バイアスが働いていることを自覚できるチャンスはあったはずなのですが、残念な対応となりました。

こうした事実と異なる内容の投稿は、うっかり勘違いしてしまった場合は不注意で次からは気を付けましょうというレベルですむことが多いのですが、中には陰謀論にハマってしまったと思える投稿を行う政治家もいます。あるいは、対立する政党、政治家を陥れるために事実を捻じ曲げたり、都合よく解釈したりする政治家も。そうした投稿は炎上の元なのですが、エコーチェンバーに囚われて修正不能になっている政治家もいます。こうしたデマや陰謀論の回避術は第3章で取り上げます。

不適切・不謹慎型

「今夜は恒例の自民亭。衆議院宿舎の会議室で、月一回食べ物やお酒を持ち寄り、党幹部と若手議員のざっくばらんに話す懇親会。選挙区の悩みを相談したり、地元の名産PR。今日は、安倍総理、岸田政調会長、竹下総務会長が勢揃い。和気あいあいの中、若手議員も気さくな写真を取り放題！正に自由民主党党。」(西村やすとし議員X投稿、2018年7月5日)

これは2018年7月5日の西村やすとし内閣官房副長官(当時)の投稿です。投稿には参加議員の集合写真などが添付されていました。自民党の仲のよさを表現する和やかな投稿に思えます。しかし、これが大炎上。というのも、この懇親会があった日は、午後2時の時点で気象庁が緊急会見を開き記録的な大雨になるおそれがあると警鐘を鳴らしていたのです。さらに、翌日にはオウム心理教信者7人の死刑が執行されたのですが、懇親会の写真には上川陽子法務大臣(当時)も写っていました。投稿はその後削除されましたが、安倍晋三首相(当時)が参議院内閣委員会「そうした発信等については注意して、慎重に対応するように申し上げた」と答弁することになりました。

災害が発生した後も炎上が起きやすくなります。

「大好きな全国各地のママたちと。カラフルで、パワーがあって、幸せオーラと優しさに満ちていてハッピー！全国各地で会ったママと一同に会えて、ハッピー！」（福島みずほ議員X投稿、2016年4月14日）

これは社民党の福島みずほ議員による2016年4月14日の投稿です。投稿が行われる2時間前に九州で観測史上最大級の震度7を記録した熊本地震が発生しました。震災直後に「ハッピー」を連発する投稿に批判が殺到しました。

直前に災害が発生した場合のみならず、過去の事件・災害が起きた日の投稿も注意が必要です。終戦記念日に戦死者を冒瀆する投稿をすれば普段以上に炎上しますし、過去大震災のあった日に地震の揺れが楽しみであるかのような投稿をすれば炎上します。災害、戦争、テロなどの事件に関連する日は要注意です。事件・災害などについては、関連する日に限らず普段から茶化すような投稿は炎上の元です。歴史認識についても炎上しやすいテーマだといえ、自民党の失言防止マニュアルでも、歴史認識、政治信条に関する個人的見解は、「謝罪もできず長期化の傾向」と注意が促されています。SNSの投稿管理を行うシステムを販売している会社の中には、こうした炎上しやすい事件・災害のあった日をオンラインカレンダーに反映するサービスを提供するところもあります。

災害や事件に関する不謹慎投稿は、炎上しやすいとはいえ政治家程に注目されない個人には無関係だろうと考える方もいると思います。個人アカウントで注意が必要なのは、投稿のタイミングで友人知人に不幸が発生している場合です。たとえば、楽しそうな旅行の写真を鍵アカウントで投稿したとします。その直前に、相互フォローになっていてフォロワーがほぼ同じ友人が身内の不幸を報告する投稿をしていたらどうでしょう。あなたが直接何かをしたわけではありません。しかし、こうした場面で仲間内から冷ややかな目で見られるということは現実にはよくあります。

不謹慎、不適切な投稿は災害や事件に関するものだけではありません。

「総理といえども『働く人』。健康を理由とした辞職は当然の権利。回復をお祈り致します。

が、『大事な時に体を壊す癖がある危機管理能力のない人物』を総理総裁に担ぎ続けてきた自民党の『選任責任』は厳しく問われるべきです。その責任を問い政治空白を生じさせないためにも早期の国会開会を求めます」（石垣のりこ議員X投稿、2020年8月28日）

立憲民主党の石垣のりこ議員の2020年8月28日の投稿です。この日、安倍晋三首相（当時）が、健康上の理由で首相を辞任する意向と報じられました。

それに対し、石垣議員がこのような投稿を行いました。石垣議員は、安倍元首相が第一次安倍政権においても体調不良で辞任したことと合わせて「癖」と表現したのですが、疾病を「癖」と表現したことに対し、「病気と闘っている人への侮辱だ」などの批判が殺到。3万件近いコメントが付き、リポストは6万件を超えました。立憲民主党内からも批判が起こり、枝野幸男立憲民主党代表（当時）がX上で謝罪、大手新聞各社も報じる事態に発展しました。

次は、本書執筆時点においても批判が止んでいない投稿です。

「大阪の仲間と」（松川るい議員X投稿、2023年7月27日）

これだけだと何のことだか分からないのですが、2023年7月27日の自民党の松川るい議員のこの投稿には、他の女性地方議員とパリのエッフェル塔の前で腕を上げて頭上で三角形の形を作るエッフェル塔ポーズをとっている写真が添付されていました。これに対して、「税金の無駄遣いだ」「国民が物価高騰で苦しんでいる時に観光とは」などの批判が殺到。なぜパリに行っていたかという自民党女性局の視察だったからなのですが、その後、視察のスケジュールがスカスカでショッピングなどを楽しめるような旅程であったことなどが報道され延焼が続きました。その結果、松川議員は女性局長を解任、「エッフェル姉さん」という不名誉なあだ名で呼ばれることになりました。

不適切、不謹慎型の投稿は、目立ちたかったり、自慢したかったりするときに起こりがちです。バイトテロ、迷惑行為が行われるのと似た心理といえます。後述しますが、投稿前に一呼吸置くなど予防措置を講ずるのが大切です。

暴言・レスバ型

昔から政治家の暴言はよく問題になります。1953年、当時の吉田茂首相が衆議院予算委員会で「バカヤロー」と発言したことをきっかけに衆議院が解散された「バカヤロー解散」は有名です。時代は変わっても政治家の暴言は変わらず、SNS炎上の典型例となっています。

「安倍総理の国連総会演説『（日本援助の）母子健康手帳が書き留めた身長や体重を見て、わが子の成長に目を細める母のうち一体誰が、その同じ子が、成長したのち、恐怖の使徒となるのを望むでしょう』
自衛隊員の母親の望みも虚しく、自衛隊員は他国の子供を殺傷する恐怖の使徒になるのである。」（小西ひろゆき議員X投稿、2015年9月30日）

衆議院憲法審査会を巡り「毎週開催するのはサルがやることだ」と発言するなど2023年も舌禍が絶えない立憲民主党の小西ひろゆき議員ですが、こちらは2015年9月30日に投稿されたものです。自衛隊員に対して極めて酷い投稿ですが、当然炎上。その後小西議員は投稿を削除の上、前半部分を残した次のような投稿を行いました。

「安倍総理国連演説『わが子の成長に目を細める母のうち一体誰が、その同じ子が成長したのち、恐怖の使徒となるのを望むでしょう』
安倍総理の安保法制により、自衛隊の集団的自衛権行使を受ける国の子供達は自衛隊員を『恐怖の使徒』と思うだろう。違憲立法から自衛隊員を救わなければならない。」(小西ひろゆき議員X投稿、2015年10月1日)

この投稿のリプライ欄には、削除された投稿のスクリーンショット画像が並びました。

政治家も人ですから日々罵倒され続ければ対立する人達に悪口の一つも言いたくなります。もっとも、日頃の自分自身の発信が批判を招くものである可能性もよくあるので、謙虚になることが大切です。ですが、ついつい次のような投稿が行われることがあります。

「まだ『ゴキブリ ホイホイ』ってあるのかな。そう思ってコンビニに行ったら、あった。まだまだ必要なんですね。ネットでわき寄ってくるゴキブリもどきは放し飼いを基本としている。時間ができたので久しぶりに『ホイホイ』を覗いたら、相変わらず断片言葉で精神の核がない。たまには駆除するかな。」(有田芳生議員(当時) X投稿、2014年7月12日)

こちらは2014年7月12日の有田芳生議員(当時)の投稿です。対立する側とはいえ、有権者のことを「ゴキブリもどき」と揶揄すれば当然炎上します。

暴言による炎上は、普段の発信に気を付けていれば早々起こるものではありません。一方で、個人が暴言を発して炎上してしまう場面としてはレスバトルをしていて途中で感情的になるというパターンがあります。これは当然政治家でもよくあります。

「雑魚は黙ってろ。
お前に何の生産性も感じないわ。。。」

ずっと我慢してきたが、名前も晒さず、隠れたところから楽な立場で、毎回毎回

人をディスって何が楽しい？

恥ずかしくないか？お前。」（たがや亮議員X投稿、2023年7月2日）

2023年7月2日の投稿。かなり強い語気です。投稿主はたがや亮議員。この投稿の前、たがや議員は、消費税や法人税に関する議論を複数の匿名アカウントとしていたのですが「バカ」「クソ」などと書かれていました。そうしたコメントに対して、「あなたは言葉が汚い。もう少し丁寧に言葉は発しましょう。」と諫めていたところ、たがや議員が所属するれいわ新選組に批判的と思われるアカウントから、それは同党所属の大石あきこ議員に言うべきだといった趣旨の引用リポストをされたことに対し激高。文面からすると、当該アカウントからそれまでも色々言われてきたのでしょう。突然の荒々しい言葉に、れいわ新選組支持者からも削除を勧められたものの、たがや議員は削除を拒み、当該投稿は現在まで残っています。

差別・偏見型

政治家の差別・偏見に基づく発言はよく報道されます。少し前だと森喜朗元首相が、日本オリンピック委員会の評議員会で「女性がたくさん入っている理事会は時間がかかる」などと発言し、炎上しました。

時代が変化すれば昔は許されていた表現がヒンシュクを買うことがあります。一般の企業に勤めていると、ハラスメント研修などで価値観をバージョンアップする機会がありますが、政治家にはなかなかそういう機会はなく、感覚が古いままだったりします。これは政治家に限ったことではなく、個人事業主、経営者なども注意が必要です。政治家の差別や偏見を伴う発言は、パーティーや会合など親しい人達の前で行われるのが王道です。気が緩んでしまったり、ウケを狙ったりするのでしょう。その他記者会見やテレビ番組などでうっかり地が出るということもありますが、投稿するまで一呼吸置けるSNSだと流石に国会議員レベルは気を付けることが多いですし、失言王みたいな人達は、SNS運用を最低限にしていたりします。一方で、本章では紙幅の関係で国会議員の投稿だけを取り上げていますが、差別や偏見を伴うSNS投稿は、地方議員レベルで相次いでいます。国会議員以上に、研修などで知見を得る機会が少ないのでしょう。炎上後の対応も酷いものが多いです。最終的に議員辞職に追い込まれる事例もあります。では、国会議員が差別・偏見型で炎上しないかということと必ずしもそうとは限りません。

「オーバーシュートをロックダウンでアウフーベンしましたの。オホホ。東京アラートはレインボーブリッジをレッドにするだけだったから、排除いたします。これからはウィズコロナで自衛お願いね。ゆりこと一緒にベストミックスなワイズ・スペンディングでグレーター東京つくりましょ。てか。」(小池晃議員X投稿、2020年6月26日)

2020年6月26日の共産党の小池晃書記局長の投稿です。小池百合子東京都知事の新型コロナウイルス感染症対策を批判するものですが、「オホホ」の部分が「役割語は女性蔑視」として批判され、投稿は削除されました。

政治家の場合、他党の議員を批判するときには地が出る人が多いといえます。次の投稿も他党批判の場面です。

「セクハラはあってはなりません。こちらの方々は少なくとも私にとって、セクハラとは縁遠い方々です。私はみなさんに、絶対セクハラは致しませんことを、宣言致します！」(長尾敬議員(当時)X投稿、2020年4月20日)

自民党の長尾敬議員(当時)の2020年4月20日の投稿です。野党の女性議員らがセクハラ撲滅を訴えてプラカードを掲げている写真を添付した上で投稿しました。この投稿自体がセクハラだという批判が殺到したのですが、それに対して長尾議員は「この方々へは、セクハラをしませんと宣言することが、セクハラになる時代なのでしょうか?」「しないということがセクハラ?まったく理解できません。しません、致しません。」と応じ、さらに燃料を投下する形に。しかし、最終的にブログで謝罪することになりました。

さて、女性や性的マイノリティに対する差別的な投稿が炎上するのはよくある話ですが、平等という観点からは当然男性差別も炎上の火種になります。かつて蓮舫議員が、民進党の代表選の候補者討論会で涙を流した玉木雄一郎議員に対し「男なら泣くな」と発言し問題になりました。男女共同参画大臣を務めた人物がこうしたジェンダーバイアスに基づく発言をするのですから男女平等への道は多難です。

「東京、神奈川、愛知の選挙区から出る予定の人は3人のうち2人が女性です。女性の割合は7割を超えました。女性が未来を開く。おっさん政治をやめさせよう！」(福島みずほ議員X投稿、2019年6月30日)

福島みずほ議員による2019年6月30日の投稿です。現状、女性議員が少ないのは事実ですが、既存政治を「おっさん政治」と揶揄する投稿に批判が相次

ぎました。

誤爆型

「誤爆」という言葉があります。LINEやDMの送信先を間違えたり、複数のSNSアカウントを所持していて投稿するアカウントを間違えたりすることを指すネットスラングです。裏アカウントが発覚する理由の一つでもある誤爆ですが、政治家が誤爆することもあります。かつて橋下徹大阪市長（当時）のXアカウントで突如「スマイルプリキュア」と投稿されどよめきが起こりました。これは幼いご息女が橋下氏のスマホを操作して投稿したものであったのですが、これも誤爆の例といえるでしょう（炎上例ではありませんが）。

「ワシントンDCからサンフランシスコ行きの便に乗り込んだ。政府専用機より一足先に到着する予定。空港で総理を出迎える。昨夜はほとんど寝ていない。機内で爆睡する。」（安倍晋三議員（当時）X投稿、2015年4月30日）

2015年4月30日の安倍晋三首相（当時）の投稿です。お疲れなのだろうなと思える投稿ですが、違和感も。「政府専用機より一足先」と書かれていますが、首相が政府専用機より先に到着するのは不思議な話です。「総理を出迎える」との表現も、確かに他国にもそういう役職がある国はありますが違和感を覚えます。そして、この投稿の最もおかしい点は添付されていた画像。山本一太議員（当時）だけが写った写真が載っていたのです。安倍晋三元首相のアカウントなのに。さらに、山本議員のXアカウントにも全く同じ内容の投稿が。こうしたことから山本議員が安倍首相のXアカウントの「中の人」だという憶測が広がりました。これに対して山本議員は「総理のパーソナルアカウントのツイートは『総理自身の言葉』だ。本人がツイートする時間がなかなか取れないので、総理の要請でネット戦略アドバイザーの自分が代わりに総理の言葉を投稿している。総理にも直接、お詫びしたが、誤操作で混乱を招いたことを重ねてお詫びします。以後十分に気をつけます。」と弁明しました。

こうした誤爆は、複数のアカウントを使い分けている場合によく起きます。政治家も裏アカウントを持っていることがよくあります。裏アカウントで他の政治家に誹謗中傷したり、支持者を装って自分の表アカウントに賛同の投稿をしたり、バレたら恥ずかしい行動がたくさんあります。表アカウントで誤爆すれば裏アカウントの汚い言葉遣いが問題になりますし、裏アカウントで誤爆すれば過去の投稿をチェックされて炎上します。事務所スタッフが政治家のアカウントで代理投稿をしている場合は、スタッフがプライベートアカウントと間違っ

て誤爆することもしばしば。第4章でも扱いますが、裏アカウントは危険がいっぱいです。また、非公開だと思っていたXのリストの名前に悪口を書いて嫌いな政治家を追加したら実際には公開設定で当該リストに追加された旨の通知が相手に届いていたという事例もあります。私のところにも、政治家アカウントではないアカウントからですが「クズ」「ゴミ」「ウジ虫」などの単語が使われているリストに追加された旨の通知が来ることがあります。

謝罪失敗型

さて、どんなに気を付けていても、やはりうっかり不注意な投稿をしてしまうことはあるものです。そうした場面では、どう謝罪するかが極めて重要になります。ここを誤ったがために再炎上するという現象がよく起きます。典型的なのは、無言削除です。特に蓮舫議員がかつて「削除。無かったことにはなりません。」と投稿したことから、立憲民主党議員の無言削除に対しては、この投稿のスクリーンショット画像が貼られることが多いです。

「菅総理の施政方針演説、原稿です。今日午後、衆参両院で菅総理が原稿を読み上げられますが、どれだけの思いを込めた話し方をされるのか。一貫して求めてきたものが『国民の皆さんの「安心」と「希望』』という言葉から始まる原稿ですが、果たして届いているのでしょうか。届くでしょうか」（蓮舫議員X投稿、2021年1月18日）

その蓮舫議員の2021年1月18日の投稿です。施政方針演説の原稿の一部を、実際に施政方針演説が行われるよりも前に投稿したことで炎上しました。演説原稿は、あくまでも国会での審議に資するために配布されているもので、公開されることを想定したものではなかったからです。自民党からの批判を受け、立憲民主党は参院議院運営委員会理事会で不適切だったと陳謝することになりました。しかし、蓮舫議員は自身の投稿を釈明無しで無言削除。自身の「削除。無かったことにはなりません。」投稿のスクリーンショット画像が各所で貼られることになりました。ネット界隈では消せば増える法則というものがあり、炎上している投稿を無言で削除するとスクリーンショット画像が出回り拡散するという現象が起きます。これは日本だけの現象ではなく、海外でもストライサンド効果という名前が付けられています。

普通の個人の場合、炎上したらアカウントに鍵をかけるという対策が功を奏することがあります。しかし政治家は公人。鍵をかけるのは悪手なのですが、そうした対応をとって火に油を注ぐ政治家もいます。また、謝罪の中で「皆様のご

意見に真摯に耳を傾け……」などと言いながらSNSのコメント欄を閉鎖すると「全く耳を傾げるつもりがないじゃないか」と突っ込まれます。私が炎上当事者から相談を受けたときは、自分でコメント欄を確認すると精神的ダメージが大きいので、友人知人に確認してもらい必要なものに対しては対応するという手段を勧めています。「悪口は見たくない」と思い炎上中にブロックを連発すると、ブロックされた側がブロック画面のスクリーンショット画像を拡散するのでこれも悪手といえます。さらに、謝罪文を画像化して投稿すると検索エンジン逃れとの批判を受けることになるので注意が必要です。

謝罪文言も再炎上の元です。ビジネスの世界でも「誤解を招いてしまい申し訳ありません」は謝罪文としてNGといわれていますが、政治家はプライドのせいか多用しがちです。「誤解」というのは、自分の真意が伝わっていないことを意味し、自己弁護が含まれている、さらには受け手に責任転嫁する表現です。類似表現に「不快な気持ちにさせてしまったのなら申し訳ありません」があります。これも、一部の人にとっては不快だったかもしれないが、という自己弁護が入り込んでいます。「結果として」も、受け手に責任を転嫁しているイメージを与えやすい表現です。

「不適切な投稿をしてしまい」という表現も注意が必要です。不適切なのはあくまでも投稿行為であって、投稿の元となった行為については反省していないという印象を与えます。これは、たとえば未成年者と飲酒や喫煙をしている画像を投稿した場合などに問題になります。画像投稿が問題になっているわけではなく、画像に写っている行為が問題なのです。何が原因で炎上しているのか、しっかり分析して謝罪する必要があります。

また、謝罪に「言い訳」が入ると炎上します。発言に至った理由を長々と述べて最後に少し「反省しています」では信用を失います。さらに、謝罪しつつ誹謗中傷には法的措置を講じますといった威嚇をすればますます炎上することになります。プライドが高いせいか政治家の謝罪は再炎上しがちです。各政党には危機管理広報の専門家を置いた方がよいと思うのですが、不適切な謝罪を度々目撃します。

一方で、感嘆するような炎上対応を目撃したことがあります。立憲民主党の山岸一生議員の対応です。

「急募

【100日で国会を変える新人（仮）】という1日1枚の漫画を、今度の土曜日から描いて下さる方を探しています。

私の活動や政策、思いを【〇日目】と描いてもらい、このTwitter等で紹介します。

基本ボランティアですが、万が一プロの方からでしたら応相談です。写真は自作のイメージです。」(山岸一生議員X投稿、2021年7月7日)

こちらが当初炎上した2021年7月7日の山岸議員の投稿です。「漫画という創作行為にタダ働きさせるのは酷い」「自分でやれ」という批判が殺到しました。これに対して山岸議員は、「自分では、自分のイラストはド下手だと思っていたのですが、私自身が描くことを勧めるご意見を多くいただいたので、しばらくやってみたいと思います。」と投稿し、なんと実際に自作の漫画を投稿し始めたのです。第一作目となる漫画には「心からのご意見本当にありがとうございます」と記載されていました。人間、批判されるとどうしても拒否反応を示すものです。特に炎上の場合は、誹謗中傷も受けることになります。そうした中で、批判を真摯に受け止めて意見を活かした行動をとるとするのは簡単にできることではありません。

炎上したらどうするか？

ここまで政治家のSNS炎上事例を見てきました。実名で運用しており、炎上が致命傷になりかねない政治家、それも国会議員でも炎上は避けにくいものです。SNSを運用している限り、どれだけ気を付けていても炎上リスクをゼロにすることはできません。そうすると炎上後にどのように対応するかが極めて重要です。

普通の個人の場合、炎上はまだ大きくなっていないのであれば「不適切な内容の投稿でした」と謝罪して即削除するのも一案です。個人が特定されていないのであれば鍵アカウントにしたりアカウント自体削除したりするのも対応策としては考えられます。ただ、後々個人情報や特定されたりスクリーンショット画像を拡散されたりすると、アカウントを削除してしまっていたら弁明の場がなくなってしまうかもしれません。また、投稿を削除するならその投稿のスクリーンショット画像を撮っておきましょう。改変されたものが出回る可能性がありますし、謝罪することになった場合使用する可能性があるからです。

先述のとおり、炎上投稿を無言削除すると消せば増えるの法則によりスクリーンショット画像が拡散する可能性があります。したがって、そうした可能性があるのであれば、真摯に謝罪するというのが炎上被害を最小限に抑えるコツになります。謝罪は、表面上のものだとさらなる批判を招きます。安易に「お騒がせして申し訳ありません」と書くと、「本当に反省しているのか」「誰に謝っているんだ」などと批判されかねません。なぜ炎上しているのか分析することが大切です。企業不祥事案件だと炎上原因がすぐには特定できないことも少なくあり

ません。その場合、どの時点で謝罪会見を開くかというのは一つの検討項目になります。早めに会見を開き、まず謝罪し、原因特定に至っていない理由を説明した上で現在調査中と述べる場合もあれば、プレスリリースで原因調査中と発信し、一定の原因究明ができた段階で謝罪会見を開く場合もあります。しかし、個人の炎上の場合は、自分自身の投稿が原因になっているわけですから、原因究明はそれほど時間がかかりません。できるだけ早い対応が必要になります。

もともと、炎上というのは投稿主に対する嫌がらせや誹謗中傷も発生するため向き合うのが極めてハードです。

「こんなに叩かなくていいじゃないか」

「私にも言い分はあるのに」

「みんなだってやってるじゃん」

こうした感情が沸々と沸いてきます。そうすると自分に都合よく炎上を解釈してしまい原因分析がうまくいかなくなります。謝罪文も真摯なものにならなくなってしまうので、そこで、自分一人で考えるのではなく信頼できる友人知人に相談するのが大切です。普通は友人知人も炎上の専門家ではないわけですから、完璧な対応策を求めるのはよくありません。相談するポイントは、なぜ炎上しているのか、何が悪かったのかを第三者目線で教えてもらうことです。これは謝罪文についても同様で、第三者から見て謝罪文に再炎上リスクがありそうか確認してもらうのです。

なぜ炎上してしまったのか原因分析ができれば謝罪文の検討です。「どういう行為について」「だれに」「なぜ謝罪するのか」「今後どうするのか」をそれぞれ考える必要があります。「だれに」というのは意外に落としがちなポイントです。たとえば、うっかり迷惑行為をしてしまった場合、SNS上だけで謝るのではなく、まずは迷惑行為を行ってしまった店舗や人に謝罪に行き、許しを得た上でその報告をSNS上で行うことが重要です。「なぜ謝罪するのか」は言い訳がましいものになると批判を受けます。ある政治家の事例では、謝罪文の8割程度が自分の体験について綴られており、「そんなことは関係ない」と再炎上し、再度謝罪することになりました。どうしても釈明を入れたい場合は短く「と考えていましたが」と書き、続けて「極めて稚拙な考えであり」などの形で打ち消して謝罪することが大切です。そして「今後どうするのか」まで考えましょう。再発防止策です。事案によっては「今後はこのようなことがないように十分に注意いたします」程度ですむ場合もありますが、具体的な行動や対策を挙げることができれば真摯な謝罪文になります。また、指摘、意見をもらったことへの感謝を添えるのもよいといえます。

誹謗中傷にどう対応するか？

通常、謝罪文を投稿してもすぐに炎上は止まりません。謝罪文に対する批判的なコメントを読んでいると精神的なダメージを受けることになります。先述のとおり、そうしたコメントは自分で読むのではなく友人知人に確認してもらい、どうしても必要な場合に対応するというのが良策です。また、誹謗中傷に対しては、実生活に被害が生じていないのであれば無視するのがよい場合が大半です。こちらに非がある炎上で反論すると「逆ギレした」「開き直った」「盗人猛々しい」などの再炎上を招くことになりかねません。反応すると加害者を刺激してさらなる誹謗中傷につながりかねません。ブロック機能も、相手にブロックしていることが分かってしまうため、ミュート機能を使う方がよいでしょう。炎上している人の反応を見て楽しむ人もいるのです。誹謗中傷はいずれ無くなります。もっとも、殺害予告や個人情報の暴露など実生活に被害が生じ得るなら、法的対応など毅然とした対応をとるべき場合もあります。そもそも自分に全く非のない炎上もあります。この点は第4章で改めて取り上げたいと思います。

ただ、法的対応をとるとしても、こちらに非がある炎上の場合は、それを宣言しないことが大切です。ここは、第4章で取り上げる対応と逆になります。一方的に誹謗中傷被害を受けているときは、法的対応をとると宣言することで牽制になる場合があります。しかし、自分の投稿に原因がある炎上の場合、元々悪いのはこちらなので、法的対応をとるという宣言は反省していない、攻撃的な印象を与えてしまい再炎上の火種になりかねないのです。粛々と削除請求や発信者情報開示請求を行いましょう。

【参考】議員の炎上回避術

本章の最後に、過去私が議員向けに行った炎上回避術の勉強会で使用した炎上予防と対応策のポイントの修正版を掲載します。いくつかの項目については次章以降でも取り上げますが、参考にしていただければ幸いです。

■ 予防策

- 1 過去の炎上事例を把握する
- 2 飲酒後の書き込みは慎重に（特に他者批判は控える）
- 3 ウケを狙ったとき、目立ちたいと思ったときは特に慎重に
- 4 取り上げようとしている問題・課題について、自分と思想信条が異なる人は

- どう取り上げているか調べ、自己の見解に対するあり得る批判を想定する
- 5 書き込む前に冷静に読み直す（誤字脱字チェックを含め3回は読み直す。投稿前にしばらく時間を置いてからもう一度読み直す。議会で同じ発言ができるか、街頭で同じ発言ができるか、政敵から揚げ足をとられないか。以下チェックリスト）
 - ・ 法的に間違っていないか、違反した内容ではないか
 - ・ 話題選択は適切か（性別、人種、民族、宗教、歴史認識、家族モデル、病気、災害、原発、犯罪に関するものは要注意）
 - ・ 引用元の情報は正確か（海外記事引用の場合は恣意的な翻訳がされている場合もある）
 - ・ 個人情報、プライバシーを侵害していないか（写真投稿の場合は、第三者の写り込みなど注意。人の投稿のリポストも要注意）
 - ・ 投稿タイミングは適切か（大災害、大きな事故事件発生時など）
 - ・ 言葉遣いは適切か（感情的になっていないか。誰かを批判するときは特に注意）
 - ・ 一部を切り取られる可能性はないか、多義的・あいまいになっていないか、恣意的な解釈をされないか
 - ・ 仮に論争になったときに自分の能力・知識で対応できるか、第三者はどう見るか
 - ・ これまでの主張と整合性がとれているか
 - 6 編集できない生配信は、内容修正できないため慎重に行う
 - 7 投稿前に内容を家族や友人に見てもらう
 - 8 リプライへの返信は慎重に行う（ヒートアップしやすい）
 - 9 ネガティブな内容より提案などポジティブな内容を心がける

■ 炎上時の対応（消すと増えるを前提に）

- 1 早期発見（エゴサ）
- 2 炎上理由の把握（把握せずに焦って投稿してさらなる炎上も）
- 3 謝罪（謝罪文はしばらく固定投稿に）
 - ・ 謝罪文には、「どういう行為について」「だれに」「なぜ謝罪するのか」「今後どうするのか」を盛り込む
 - ・ 意見・指摘への感謝の言葉も盛り込む
 - ・ 「誤解を招いた」「結果として」「不快な気持ちにさせてしまったなら」などの表現は避ける
 - ・ 謝罪文は人に見てもらう（できれば甘い人ではなく厳しい人、弁護士など）
 - ・ 釈明を入れる場合は短く「と考えていましたが」程度

- ・ 謝罪後、安易にコメントに反応しない
 - ・ コメント欄は、家族や友人に確認してもらう
 - ・ ブロック機能は相手の批判を招くのでミュート機能を使う
 - ・ 鍵アカウント化、アカウント削除、コメント欄閉鎖はさらなる批判を招きがち
- 4 鎮火した後に愚痴を言わない（発見されて再炎上）
 - 5 精神的に辛いときは、一時的にSNSから離れる

第3章 デマ、フェイクニュース

この章では、デマ、フェイクニュースを取り上げます。フェイクニュースの定義は研究者によって様々で、陰謀論やプロパガンダまで含める場合もあります。本書では簡単に、インターネット上の虚偽のニュース程度の意味で使用します。

現代社会はデマ、フェイクニュースにあふれています。Xでは怪しげな情報が拡散され、YouTubeではチャンネル登録者数、閲覧数を上げて広告収入を得ようとするYouTuberが根拠のない陰謀論を振り撒いています。新型コロナ禍においても、「お湯を飲むと予防に効果がある」「トイレトペーパーは中国産が多いため、新型コロナ禍で不足する」「漂白剤を飲めば治る」といった情報が広がりました。

デマ、フェイクニュースは、自然発生的なものに限らず、意図的に拡散される場合もあります。嫌がらせ、ライバル会社攻撃などは昔からありますが、さらには国家レベルのフェイクニュースも。特に、インターネット、SNSが普及した現代社会においては、敵対する国の世論を誘導するための偽情報、フェイクニュースを簡単に拡散できるようになりました。こうした世論誘導を試みるいわゆる認知戦は、安全保障分野などで盛んに研究されています。2022年に始まったウクライナ戦争においても、軍事行動のみならず、認知戦やサイバー攻撃を用いるハイブリッド戦が展開されています。たとえば、ブランド品に身を包んだゼレンスキー大統領夫人の写真が捏造され出回りました。ゼレンスキー大統領がロシアへの降伏を発表しているように見せかけた偽動画も広がりました。AIを悪用し、画像や動画、音声などを結合させてデータを作成する手法はディープフェイクといわれています。ディープフェイクは今後ますます進化すると懸念されています。ウクライナでは、2014年のロシアによるクリミア半島侵攻時に偽情報に苦しめられた経験を踏まえ、「偽情報対策センター」を設置するなど対策をとっています。他国も同様に認知戦含めた情報戦を陸、海、空、宇宙、サイバーに次ぐ「第6の戦場」と考え対策をとっています。デマ、フェイクニュースにどのような対策をとるかは国家安全保障上の重要な課題となっているのです。

仮に将来台湾有事が起これば、こうした認知戦、情報戦に日本も巻き込まれることが懸念されています。たとえば米軍への悪感情を抱かせるような世論誘導がなされることが懸念されています。これまで、日本に対する認知戦は、日本語という言語的ハードルにより容易ではないと思われてきました。しかし、生成AI、AI翻訳技術の進化により状況は変化しつつあります。読者の中にも、取引先の金融機関やカード会社を装った他国からのフィッシング詐欺メールを受信したことがある方がいらっしゃると思います。数年前までは、使われている日本

語が明らかにおかしかったり、フォントが日本では使われていないものだったりしてすぐに詐欺メールだと気づけましたが、最近は巧妙になっています。生成 AI、AI 翻訳技術の進化によりフィッシング詐欺メールもさらに真偽の判断が付きづらくなると予想されます。そして、認知戦、情報戦に対する日本の対策は後手に回っていることが指摘されています。防衛省が、偽情報の流布などの宣伝工作について分析する「グローバル戦略情報官」を新設したのはようやく 2022 年。2024 年には内閣官房に新組織が創設されるとの報道もありますが、対策は急務です。もっとも、情報戦対策を国家が積極的に進めると、運用次第で国家にとって都合の悪い情報を取り締まる言論統制にもつながりかねず、各国バランスに苦慮しているようです。たとえば、中国は、2023 年 8 月に日本政府が東京電力福島第 1 原発処理水の海洋放出を始めたことを受け、日本の水産物輸入を停止しましたが、中国国内の「処理水は安全上問題ない」といった SNS の発信を削除しました。典型的な言論統制で、表現の自由を害する行為です。

こうしたデマ、フェイクニュースに関する話題は、一見個人からは遠い世界の話のように思えるのですが、個人が巻き込まれると犯罪者として検挙されかねません。本章では、デマ、フェイクニュースの危険と予防策について考えていきます。

デマで会社が危機的状況に

フェイクニュースという言葉がマスコミや政府文書で使われ始めたのはここ 10 年程ですが、デマは昔からあります。そして、SNS が普及する前からデマによって企業が大きな損害を受けるということはありません。有名なのが豊川信用金庫事件です。1973 年、愛知県で「豊川信用金庫が倒産する」というデマが広がり、短期間に同金庫から約 20 億円の預貯金が引き出される取付騒動が発生しました。このデマの発生源は何と女子高生 3 人の会話。しかも豊川信用金庫に損害を与えようといった悪意があったわけではなく、豊川信用金庫に就職が決まった女子高生に対して、友人らが「信用金庫は危ない」と言ったことをきっかけに尾ひれがついて「倒産する」というデマが拡散してしまったのです。また、2003 年には、「佐賀銀行がつぶれる」というメールが拡散され、約 500 億円の預貯金が引き出される取付騒動が発生。この騒動ではデマ発生から 1 日で取付騒動にまで至っており、インターネットのデマ拡散スピードが世に知られることになりました。

デマ拡散で逮捕

こうしたデマ、フェイクニュースは、SNSの普及によって急速に拡散スピードを上げることになりました。Xのリポストに代表される拡散機能は、クリックでの、指先での情報拡散を容易にしたのです。そして、SNS普及前であれば仲間内の冗談ですんだ話が、刑事事件にまで発展するケースが増えてしまいました。

2016年、熊本地震の直後にXで「動物園からライオンが脱走した」という趣旨のポストが、街中を歩くライオンの画像とともに広がりました。全くのデマで、ライオンの画像も無関係な海外のものでした。この事件では会社員が、動物園の業務を妨害したとして偽計業務妨害罪の疑いで逮捕されました。会社員は神奈川県在住で、熊本県とは無関係。「悪ふざけでやった」とのことです。新型コロナ禍でもデマによる刑事事件が起きています。2022年には、コンビニの店長が新型コロナウイルス感染症に感染したというデマをSNSに投稿したとして名誉毀損と偽計業務妨害の罪に問われた女性が有罪判決を言い渡されています。犯行予告も刑事事件に発展しやすい類型です。企業の爆破予告、アイドルの殺人予告など逮捕者は枚挙に暇がありません。

デマ、フェイクニュースは刑事事件のみならず民事事件にもなります。2023年、松井一郎前大阪市長が、タレントの水道橋博士氏に対し、過去に犯罪行為をしたかのようなX投稿をされたとして損害賠償を求めた訴訟で、大阪地方裁判所は110万円の支払いを水道橋博士氏に命じました。この訴訟は著名人同士の訴訟ですが、著名人でなくてもSNSのデマで損害賠償を命じられることがあります。2016年、大阪地方裁判所は、大学教授が「阪神タイガースが優勝すれば無条件で単位を与える」と講義で発言したというデマをXに投稿した大学生に対して、30万円の支払いを命じる判決を出しました。

従業員によるデマ拡散で企業などが謝罪に追い込まれることもあります。新型コロナ禍の2020年、鳥取県米子市の米子医療生活協同組合の職員が、新型コロナウイルス感染症の影響で「トイレトペーパーが品薄になる」とSNSに投稿をしていたことが判明。組合は公式サイトで謝罪しました。組合は職員の処分を検討すると報じられています。

デマ拡散はどんな罪に？

デマ拡散は、刑事、民事どちらでも問題になるのですが、刑事事件ではどのような罪になるのでしょうか。主な犯罪を挙げていきたいと思います。

実は日本には「デマ罪」というものはありません。しかし、デマによって他人の名誉を毀損すれば名誉毀損罪が問題になります。たとえば浮気していない芸能人に対して「●●は浮気をしている」と投稿したり、犯罪と無関係の芸能人に

対して「●●はあの殺人事件に関係している」と投稿したりするような場合です。また、「あの会社は近々債務超過で倒産する」などの経済的信用を低下させるような風説を流布すれば信用毀損罪、「●●駅にサリンをまく」のように嘘で鉄道会社の業務を妨害すると偽計または威力業務妨害罪が問題になります。さらに、特定の個人に対する殺害予告は脅迫罪、「殺されなくなかったら謝罪しろ」といった脅迫によって何らかの行動をとらせようとする行為は強要罪が問題になります。単なるデマをSNSで流しても直ちに犯罪にはならないものの、誰かの名誉や信用を傷つけたり、業務を妨害したりすると犯罪になるのです。この辺りは誹謗中傷でも問題になるので、第4章で改めて取り上げます。

民事についても、名誉毀損で精神的な損害が発生したり、デマで会社の売上に損害が発生したりした場合は損害賠償責任を負うことになります。名誉毀損の場合は、数十万円程度の賠償額に収まることもありますが、企業を倒産に追い込むようなデマであった場合には億単位の賠償額が認められる可能性もあります。

ちなみに、「噂では～らしい」と断言せず濁して書いたから大丈夫ですよ、という法律相談を受けることがあるのですが、断定していなくても責任が生じる場合があります。かなり古い判決ですが、昭和31年6月20日東京高等裁判所判決は、名誉毀損罪について「行為者がみずからある事実の存在を断定して表示する場合にかぎらず、ある事実に関する風聞を記載した他人の投書を新聞に掲載する場合であっても、その記事が当該事実の存在を暗示するものである以上、これをも包含する。」といった趣旨の判断をしています。元々の事案を読まないと分かりにくい判決ですが、「噂では～らしい」という読者の投書をそのまま載せた新聞社に対して、断定していなからといって名誉毀損罪を回避できるわけではないと判断したのです。

無意識にデマの拡散を行うことも

このように、デマ、フェイクニュースは、刑事、民事双方で問題になるのですが、そうはいつでも自分はデマやフェイクニュースを流さないと思われる方が大半だと思います。確かに、わざわざ犯罪や訴訟リスクをとりにいく人は少ないでしょう。SNS上で起こりやすいのは、デマやフェイクニュースの発生源になるよりも、デマやフェイクニュースを無自覚に拡散してしまうことなのです。そして、たとえ無自覚で拡散してしまったとしても、デマの発生源同様、刑事、民事双方が問題になり得るのです。

たとえばXで、あるデマ投稿が自分のタイムラインに表示されて、それを信用して同趣旨の投稿をすると、自分自身もデマを拡散したことになります。これは元のポストを引用して投稿する場合も同様です。さらに、裁判例の中にはリポス

トなどの拡散機能を使った場合も名誉毀損にあたるものと認定したものが 있습니다。

元大阪府知事の橋下徹氏が、ジャーナリストの岩上安身氏を名誉毀損で訴えた訴訟では、岩上氏が「府知事時代の橋下氏が幹部職員を自殺に追い込んだ」などの他人のポストをリポスト。大阪地方裁判所は、リポストについて「内容に賛同する表現行為で責任を負う」と判断し、岩上氏の損害賠償責任を認めました。岩上氏は控訴しましたが、大阪高等裁判所も原判決を維持し損害賠償責任を認めました。この事案では、岩上氏はリポストを後で取り消しているのですが、裁判所の判断は変わりませんでした。一度リポストするとデマ拡散に加担したことになり、法的責任を負う可能性があるのです。

さらに、2022年、衝撃的な判決が出ました。国会議員の杉田水脈議員が、ジャーナリストの伊藤詩織氏に対する誹謗中傷ポストに繰り返し「いいね」を押したことが、名誉感情の侵害にあたるとして東京高等裁判所が杉田議員に55万円の損害賠償を命じたのです。この訴訟は、一審では杉田議員が勝訴しており、東京地方裁判所は「いいね」について以下のように判断していました。

「『いいね』は、好意的・肯定的な感情を示すものとして用いられることが多く、これを目にする者もそのようなものとして受け止めることが多いものではあるが、そもそもブックマークや備忘といった好意的・肯定的な感情を示す以外の目的で用いられることもある上、仮にそのような感情を示すものとして用いられたとしても、それ自体からは感情の対象や程度を特定することができず、非常に抽象的、多義的な表現行為にとどまるものである。」「そうすると、『いいね』を押す行為は、原則として、社会通念上許される限度を超える違法な行為と評価することはできないというべきであって、これが違法と評価される余地が生ずるのは、これによって示される好意的・肯定的な感情の対象及び程度を特定することができ、当該行為それ自体が特定の者に対する侮辱行為と評価することができるか、当該行為が特定の者に対する加害の意図をもって執拗に繰り返されるといった特段の事情がある場合に限られるというべきである。」

これに対して東京高等裁判所は、それまでの杉田議員の行動、経緯から杉田議員の「いいね」に元投稿への賛同の意図があることを読み解き、名誉感情の侵害を肯定しました。従前の経緯を踏まえた特殊な判断で、ただ「いいね」を押すだけで訴訟になることは稀といえますが、「いいね」であっても法的トラブルになる可能性があることは知っておいた方がよいでしょう。

F a c e b o o k上のデマ拡散で議員辞職

デマ拡散が法的トラブルに発展するのはXに限った話ではありません。2020年には、デマをF a c e b o o kで拡散したことが名誉毀損にあたるとして元市議会議員に33万円の賠償命令が出されました。この件は、元々、茨城県の常磐自動車道で起きたあおり運転殴打事件が発端としてあります。その事件の被害者のドライブレコーダーに、加害者の自動車に同乗していた女性が携帯電話（ガラケー）で事件の様子を撮影する映像が残っており、「ガラケー女」としてSNS上に広がっていたという前提がありました。そして全くこの事件と関係ない女性が、あたかも「ガラケー女」であるかのようなデマがSNS上に広がっていたのです。元市議はF a c e b o o kでデマ投稿を引用して「早く逮捕されるよう拡散お願いします」と書き込みました。この書き込みにより、元市議は損害賠償のみならず、議員辞職することにもなりました。この「ガラケー女」デマについては、I n s t a g r a mでも拡散されており、無関係な女性に対して誹謗中傷が殺到、女性は酷いものに対しては発信者情報開示請求含めた法的措置を講じると発表しました。

誰がデマを拡散するのか？

デマはどのような人が拡散しやすいのでしょうか？デマの発信源ということだと、広告収入目的の経済的動機や敵対する勢力を貶めたいという政治的動機、人気者になりたいという自己承認欲求などが関わってきますが、ここでは騙されて拡散するという現象について考えていきたいと思います。

総務省によると、2020年の調査で、SNSやブログなどでフェイクニュースを見かけた頻度が「週1回以上」と回答した人は全体の約3割とされています。若い年代ほどフェイクニュースへの接触度は高くなっています。さらに、年代が若いほど「フェイクニュースの拡散経験がある」と回答する人の割合が高くなっています。2020年の調査では最も高い10代は27.0%、最も低い70代以上は4.0%が拡散経験ありと回答しているのです。ただ、これは非常に注意が必要なデータで、フェイクニュースを拡散した経験があると「自覚」している人がYESと回答していることしか意味しないのです。無自覚に拡散した人は、自分がデマ、フェイクニュースに騙されているという自覚がないのですからNOと回答します。

私は議員でもありますので、普段から街頭で演説をしたりチラシを配ったりしています。「がんばってね!」「応援しているよ!」という声をいただくこともあります。所属政党についてネガティブなご意見をいただくこともあります。

勿論そうしたご意見も貴重で真摯に受け止めるべきなのですが、中には明らかに陰謀論めいた話をする方がいます。どうしてそう思われたのか、情報源はどういうところなのか尋ねると、「YouTubeで●●さんが言っていた」だったりします。それ以外には特に根拠はないということもよくあります。当然そうした方々は陰謀論やデマに騙されているという自覚はないのです。そして、残念なことに比較的高齢でデマに騙されている方も少なくありません。シニア層にとっては、まだまだテレビの影響力が大きいのですが、新型コロナ禍で様々な不安、政府不信が広がり、YouTubeに真実があるはずだと思われる方もいるでしょう。閲覧者数目当てでそういう人達を「カモ」にするYouTuberもたくさん存在します。シニア層の騙される傾向についてはデータ上も示されています。2020年、国際大学グローバル・コミュニケーション・センターのグループによる興味深い調査結果が公表されました。過去に実際に拡散されたフェイクニュースに対する10代から60代までの6000人の反応を調査した結果、フェイクニュースを見て嘘だと気が付かなかった人を世代別でみると、いずれも平均で60代が最も多く84.4%、次いで50代が80.1%になったというのです。こうした背景として、調査を行った山口真一准教授はNHKの2020年3月28日の「“フェイクニュース”若い世代より中高年が『信じやすい』」という記事の中で「中高年世代は、自分の考えに自信があることで誤った情報を信じてしまいがちになっている可能性がある」と述べています。

このように考えていくと、フェイクニュースに騙されたこともデマを拡散したこともないと回答する人、自分の能力に自信を持っている人の方が無自覚にデマを拡散している可能性があるといえます。

有識者や公共機関がデマを拡散することも

この点について、先日驚くべき場面を目撃しました。インターネット上に「虚報タイムス」というサイトがあります。嘘や架空の記事ばかり発信するサイトで、インターネット利用歴が長い方はご存じかもしれません。この虚報タイムスの「ひらがな『ぬ』を廃止へ 使用率低下で決断」という2016年の嘘記事画像を、Xの匿名アカウントが添付してポストしました。これに対して、記者出身の政治評論家が記事の内容を信じたとしか思えない引用リポストを行いました。元投稿の記事画像には、虚報タイムスであること、さらには小さな文字ではあるものの記事の最下部に「この記事は全てウソです」と明記されていました。それにもかかわらず、どうやら引っかかってしまったのです。しかもかなり感情的な投稿を行っていました。その結果、引用リポストやリプライには、虚報タイムスの記事を信じる元記者のリテラシーを心配したり、騙されたことを嘲笑したり

するコメントが並びました。

デマに騙されるのは私人ばかりではありません。新型コロナ禍では、何と愛知県警が誤情報をポストするという事態が発生しました。2020年4月、愛知県警察広報課アカウントが「新型コロナウイルスの感染に関し、愛知県独自の緊急事態宣言が出されました。県民の方々の中にも罹患について心配されている方が多いと思います。医療関係者の方の話として、深く息を吸って10秒我慢し、咳が出たり息切れするなどの不快な症状が出なければ、感染の可能性は低いようです。(広報課長)」とXで投稿したのです。投稿から3時間半後には謝罪文が掲載されたものの、元投稿は多くのユーザーからリポストされ拡散されていました。このように、誰でもデマやフェイクニュースに騙されて拡散してしまう危険があるのです。

デマが起きやすい状況は？

うっかりSNSでデマ、フェイクニュースを拡散してしまい法的トラブルに巻き込まれたらたまったものではありません。どうすればデマ、フェイクニュースの拡散を防げるのでしょうか。

まず、デマが拡散しやすい状況や発生原因を考える必要があります。デマが拡散しやすい状況として挙げられるのが災害発生時です。なぜ災害時にはデマが拡散しやすいのでしょうか？デマが広がる条件としては、昔から情報の重要性、内容のあいまいさ、不安の広がり、情報の信頼性などが挙げられています。災害で身近に危険が迫り不安になると安心できる情報に飛びつきたくなります。それがマイナスの情報であったとしても自分を納得させる理由を求めてしまいます。自分の生活に直結するような重要な情報ならばなおのことです。SNS上で複数の人が発信している情報は信憑性があるように思えます。そして、テレビなどで報道されていない情報を周りに広めたいという自然な正義感や親切心も作用します。このような背景で災害発生時にはデマが広がりやすいのです。新型コロナ禍では、政府にとっても未知な状況ではっきりしたことが言えない場面が多々ありました。感染症に関する情報は死に直結しかねない重要なものです。そうすると国民の不安は大きくなっていきます。デマが発生しやすい状況が生まれ、多くのデマが拡散されることになったのです。

さらに、SNSの特性がデマ拡散を促してしまいます。第1章で、フィルターバブル、確証バイアス、エコーチェンバーというSNSの罠について説明しましたが、SNSの罠によりデマやフェイクニュースを信じやすくなってしまいます。フィルターバブルにより、自分の考えとは合わない情報は入りにくくなります。そして入ってきた情報に対して確証性バイアスが働き、自分に都合よく解

積してしまいます。その情報を自分の主張を交えて拡散すれば、自分と同じような意見の人達から賛同の反響が返ってくるので、ますます自信を持って拡散するようになるのです。しかも、SNSは匿名アカウントで運用している人も少なくありません。自分の発信に責任が問われ得るとの思考が働きにくくなります。そのため、拡散しようとする情報が本当なのかチェックすることなく気軽に拡散してしまいがちなのです。

SNSの罨が作用していると思われる事例は最近もありました。2023年8月18日、毎日新聞が「『デジタルで見られるなら処分も』地下駐車場美術品で大阪府特別顧問」という見出しのネット記事を出しました。大阪府所蔵の約100点の美術作品が府庁舎の地下駐車場に眠っていたのですが、これらをどうするかが問題となり専門家らによる検討会合が開催されました。その場で、検討委員を務める上山信一慶応義塾大学名誉教授が美術品の処分について発言したと毎日新聞は報じたのです。この記事を受けて、SNS上では、「美術品を廃棄するとは許し難い」「維新の顧問を務める上山氏らしい暴言だ」といった投稿が相次ぎました。これに対し、当の上山名誉教授がXなどで反論。会合で述べたのは、作家自身が同意している場合などの条件を付けた上で売却なども検討する必要があるのではないかという意見だったというのです。確かに、売却も処分的一种です。しかし、「処分」と書かれると廃棄処分をイメージする人は少なくないはず。

実は毎日新聞では「処分」が強調された見出しでしたが、同日のNHKの見出しは「大阪府 地下駐車場保管の美術品 活用方法など専門家交え検討」で、記事の中でも「大型で展示歴がない作品は作家も同意している場合、デジタル資料を残して売却などを検討してもいいのではないかと」いった意見も出されていました」と「処分」という単語を使っていません。このように見ると、毎日新聞の見出しは印象操作的だと思えますし、他の記事を見れば「処分」は必ずしも廃棄処分を意味しないのではないかと思えそうなのですが、上山名誉教授は大阪維新の会が与党である大阪府市の特別顧問を務める人物。維新の政治に不満のある人達にとっては絶好の批判対象といえます。維新に批判的な人達を中心に、批判と共に毎日新聞の記事が拡散されることになりました。そして、上山名誉教授本人がXなどで毎日新聞の見出しはデマであると発信したにもかかわらず拡散は止まりませんでした。本件は、毎日新聞の見出し自体にも問題があると思われませんが、SNSの罨が作用した事案ではないかと思えます。こうしたことは、維新に限らず、自民党であれ立憲民主党であれ共産党であれ発生する現象です。

マスコミもデマを広げる

毎日新聞の見出しのように、マスコミが印象操作を行うことは、残念ながら少なくありません。私が区議会議員を務める品川区でも、新型コロナ禍に酷い印象操作によるデマ被害が発生しました。

新型コロナウイルス感染症の感染が広がり、2020年4月には緊急事態宣言が発出されました。政府は、国民に外出自粛を要請。皆様もあの時の様子は覚えていらっしゃると思います。そうした中で、テレビをはじめとしたマスコミが品川区の商店街に取材に押し寄せ、買い物客で賑わっているかのように報じたのです。報道では商店街の様子を撮影した写真や動画が使われましたが、それを見ると確かに賑わっているかのような印象を受けます。しかし、そこにはトリックがありました。望遠レンズを使って直線に長い商店街を撮影すると、圧縮効果であたかも密であるかのような写真や動画の撮影をすることができるのです。そして、品川区には全長約800mの東京で最も長いアーケード商店街「武蔵小山商店街パルム」や東西全長1.3kmの都内最長の商店街「戸越銀座商店街」があります。マスコミからすれば視聴者、読者の「関心」を集めるにはもってこいの場所なのです。第1章で述べたアテンション・エコノミーです。実際には緊急事態宣言で、どちらの商店街も普段からは考えられないほど買い物客がいまませんでした。それにもかかわらず、マスコミによってあたかも賑わっているかのように報じられ、商店街には批判の電話が殺到しました。中には「殺人商店街」という酷い罵詈雑言もあったそうです。

こうした商店街批判が発生した後も、土日になるとマスコミが商店街に押し寄せ続けました。私は、地元区議会議員として取材に来ているマスコミに対して「報道の自由があるので、報じていただくのは自由ですが、圧縮効果による印象操作にならないよう留意していただきたいです」と伝えて回ったのですが、事態は変わりません。そこで私は一計を案じ、脚立を立てて望遠レンズを使って商店街の端から端まで撮影しようとしているカメラマンと記者を後ろから撮影しました。そしてXに、印象操作をしようとしているマスコミとして「晒した」のです。そのポストは閲覧件数が200万を超え、多くの方から励ましやマスコミの不当を非難する声をいただきました。どこまで抑止力になったか分かりませんが、個人であっても多くの人に情報を届けられるというSNSのプラスの面を体感できた事案でした。

ちなみに、マスコミが報じている内容なら信じて投稿しても大丈夫だと普通は考えると思うのですが、最近注意が必要な判決が出ました。立憲民主党の森ゆうこ参院議員がフェイスブックに、国家戦略特区ワーキンググループ座長代理だった原英史氏に関する毎日新聞の報道記事などを投稿したところ、原氏が虚偽により名誉を毀損されたとして損害賠償を求めた事案で、東京高等裁判所は森議員に34万円の損害賠償を命じたのです。毎日新聞のような大手マスコミ

の記事を根拠にする場合でも名誉毀損が認められ得るとするのは、国民の発信を萎縮させる可能性があり批判もあります。この事案は国会議員によるものであり、普通の個人が大手マスコミを根拠に発信して訴えられるというケースはあまり考えられないのですが、実際にこのような判決が出たためご紹介しました。

どうすればデマ拡散を防げるのか？

ここまで、デマ、フェイクニュースにまつわる話を縷々してきました。想像以上にデマ、フェイクニュースの拡散防止が難しいことをご理解いただけたのではないかと思います。しかし、自分自身がデマを拡散してしまえば法的トラブルに巻き込まれる可能性が出てきます。全く非がない個人や企業に多大なる損害を与えてしまう可能性があります。ではどうすれば、私達は自らがデマ拡散の加害者になることを防げるのでしょうか？

総務省が「インターネットとの向き合い方～ニセ・誤情報に騙されないために～」という啓発教材を公表しています。この教材では、騙されないために気を付けることとして、基本項目四つと応用項目四つを挙げています。極めてよくできた教材ですので、ご紹介したいと思います。

まず、「情報源はある？」です。ある情報が、どこから発信されたものか、信用できるか、根拠は現在も存在してるかなどを確認するよう指摘しています。中でも情報源が海外のニュースや論文の場合に注意を促しているのですが、これは本当にそのとおりで、先日も海外の情報として、『『コロナによる死亡』とされた99%は、コロナウイルスが原因ではないことが米CDC（アメリカ疾病予防管理センター）のデータで明らかになった」という情報がSNS上に拡散されていました。しかし、実際は、直近1週間の全米の「全死因」のうち新型コロナウイルス感染症による死亡者数が1%だったという全く違う情報だったのです。少し考えればコロナによる死亡の99%が別の原因だったというのはおかしいと分かりそうなものですが、残念ながら政治家の中にもこのデマを一緒になって拡散している者がいました。しっかり元情報を確認すればこうしたデマに流される確率が下がります。

二つ目として「その分野の専門家？」です。専門知識や必要な資格を持った人が、責任を持って発信しているものか確認するよう促しています。さらに、発信者が過去に「ニセ・誤情報」を発信していないか、その情報に関連する商品などを売っていないか、発信に責任を取れる人なのか見極める必要があると指摘しています。最近だと広告収入目当てのY o u T u b e r の情報は要注意です。大学教授のような一見専門知識がありそうな人でも、専門外の話題については頓

珍漠なことを発信していたりします。

三つ目として「他ではどう言われている？」です。その情報について他の人や他のマスコミがどう述べているか、反論している人はいないか、別の内容で報じているマスコミや誤りであることを指摘しているマスコミはないか確認するよう促しています。先程取り上げた毎日新聞の上山名誉教授に関する記事などは、NHKなど他のマスコミの記事を確認することで印象操作の可能性を察知できる事案でした。この点については、情報を見つけたときにすぐ反応しないというのも大切なことです。少し時間を置くと、コメント欄などに間違いを指摘するコメントが付いたりします。最近Xで導入されたコミュニティノート（ポストに対して匿名で「誤解を招く」と指摘できる機能）は課題もあるとはいえ誤情報を防ぐ取り組みといえます。

四つ目は「その画像は本物？」です。本章でご説明したように、ディープフェイクなど虚偽の画像、動画を生成する技術の進歩は目覚ましいものがあります。また、熊本地震でのデマのように全く関係ない画像が根拠として貼られることがあります。最近も災害現場の様子として、関係ない過去の災害の画像が拡散されるということがありました。総務省の啓発教材では、インターネット画像検索サービスの活用を勧めています。Xなどで出回っている画像をブラウザ上で右クリックすると「画像を検索する」という選択肢が出てきます。クリックすると類似画像が検索結果として表示されます。これによって過去の全く異なるニュースの写真であることが判明する場合があります。

次に応用項目です。まず「『知り合いだから』という理由だけで信じているのでは？」です。これはSNSに限った話ではありませんが、人間は、全く知らない第三者の情報より親しい人からの情報を信じやすいものです。ですが、親しい人からの情報が正しいとは限りません。その情報の出所はどこなのか、根拠は何なのか確認する必要があります。

応用項目二つ目は「表やグラフも疑ってみた？」です。表やグラフを示されるとその情報には信憑性があるように感じます。しかし、統計学の書籍ではマーク・トウェインの名言として「数字は嘘をつかないが嘘つきは数字を使う」という言葉が紹介されることがよくあります（実際にマーク・トウェインがこの発言したかは不明なようです）。また、英国の元首相ベンジャミン・ディズレーリは「嘘には3種類ある。嘘、大嘘、そして統計」という名言を残しました。このようにデータは昔から印象操作によく使われるのです。そして、残念ながら我が国のマスコミは表やグラフを使った印象操作を頻繁に行っており、日々統計学やデータサイエンスの先生方に講義で使うダメなデータの使用例を提供しているのです。データの嘘、印象操作の見抜き方は、それだけで一冊の書籍になる内容なので本書では詳しく言及できませんが、たとえばよくあるのがグラフの縦軸

がゼロから始まっていない、あるいは途中が省略されているというものです。実際はそれ程変化していないのに、この手法を使えば数字が大幅に変化したかのような印象を与えることができます。歪んだ円グラフもよく見る印象操作例です。立体的な円グラフを使い、手前に表示された項目の割合を大きく見せるのです。このような表やグラフを使った印象操作は、マスコミと違ってSNSの世界では強い忌避感を持たれていますので、表やグラフが出てきた場合は、しばらく時間を置いてみると印象操作を指摘するコメントがたくさん付く場合があります。

応用項目三つ目は、「その情報に動機はある？」です。その情報で得をする人はいないか、損をする人はいないか、思いを巡らせてみることを勧めています。経済的動機、政治的動機、目立つ動機などなど。意図的なデマやフェイクニュースには動機があります。少し俯瞰的に考えてみましょう。

応用項目四つ目は、「ファクトチェック結果は？」です。「ファクトチェック」とは、報道や情報が「事実に基づいているか」を調査、検証して公表する活動のことです。国内にもファクトチェックを行う団体が存在していますので、こうした団体のサイトを確認するのも大切なことです。なお、ファクトチェックを行うメディアが加盟する国際ファクトチェックネットワークに国内で登録している団体は、認定NPO法人InFact、日本ファクトチェックセンター、一般社団法人リトマスの3団体です（2023年8月31日現在）。

以上が、総務省の啓発教材で示された騙されないために気を付けるべき8つの項目です。この教材では、8つの項目に気を付けたとしても人は騙されるのだと強調しています。そして、以下の呼びかけを行っています。

- ・分からなければ拡散しない
- ・誰かを傷つけるなら拡散しない
- ・医療・健康情報は安易に拡散しない
- ・リポスト前にひと呼吸
- ・手を止めて「間違いでは??」
- ・異なる情報は出ていないかチェック

第4章 誹謗中傷、ハラスメント、ネットいじめ

第2章で炎上を取り上げましたが、炎上が発生した際に起こりがちなのがSNS誹謗中傷です。炎上の章では自分自身の行動が炎上しないための回避術を検討しましたが、ここでは、自分自身が加害者にならないための回避術を考えていきましょう。

止まらないSNS誹謗中傷

2020年5月、リアリティー番組「テラハウス」に出演していたプロレスラーの木村花さんが、番組内での行動についてネット上で大量の誹謗中傷を受け、その後自ら命を絶ちました。木村花さんのSNSには「死ね」「キモい」「消えろ」「ゴリラ」といった罵詈雑言が数百件並びました。問題となった番組がNetflixで配信されたのが2020年3月31日。木村花さんは、4月初旬の時点で自傷行為を行っており問題は顕在化していたはずですが、その後も番組側は配信を止めませんでした。それどころか4月18日には問題となった番組が地上波で放送されより多くの視聴者が番組内での木村花さんの行動を知ることになりました。さらに、木村花さんの死後も「死んでくれてまじ感謝します」「自業自得」などの誹謗中傷が続きました。

木村花さんの死後、遺族が、誹謗中傷を行ったアカウントの情報開示請求を行い一部のアカウントに対して損害賠償請求訴訟を提起、129万円の賠償命令が出た事案もあります。一方刑事事件はというと、一部のアカウントが特定され立件されたものの侮辱罪で9,000円の科料を科す略式命令が出された程度で、被害に対して量刑が低すぎると指摘されていました。そこで2022年、侮辱罪を厳罰化する刑法改正が行われました。具体的には「拘留（30日未満）又は科料（1万円未満）」だった法定刑が「1年以下の懲役若しくは禁錮若しくは30万円以下の罰金又は拘留若しくは科料」になったのです。

もともと、こうした法改正後もSNS上での誹謗中傷は度々発生しています。2023年7月に自ら命を絶ったタレントのryuchellさんは、2022年に離婚した後、インターネット上で誹謗中傷に晒されていたことが知られています。誹謗中傷の相談を受け付けている総務省の「違法・有害情報相談センター」の相談件数は年々増加傾向で、2021年度は6,000件を超え、2010年度の約5倍に膨れ上がりました。総務省の「インターネット上の違法・有害情報に関する流通実態アンケート調査」によると、過去1年間にSNSなどを利用した人の1割弱が「他人を傷つけるような投稿（誹謗中傷）」の被害に遭っているという結果になっています。被害経験を年代別にみると20代（12.

5%)と30代(12.2%)で若い人が多くなっています。

SNS誹謗中傷の特徴は？

誹謗中傷自体はインターネット普及以前からある問題ですし、インターネット社会になった後も、たとえば2ちゃんねる(現5ちゃんねる)のような匿名掲示板サイトでは頻繁に行われてきました。2ちゃんねるの書き込みに対する訴訟も多く提起されてきました。

SNSが誕生した後の誹謗中傷の特徴は、被害者も加害者もどちらもSNSアカウントを持ち、誹謗中傷が直接本人のSNSアカウントに対して行われる機会が増えたということでしょう。2ちゃんねるで誹謗中傷が行われていた時代は、エゴサしなければ本人は誹謗中傷の存在を知らないということも可能でしたが、SNSが普及してからは、自分自身のSNSアカウントに誹謗中傷が無い込むことになり、大きな精神的負荷がかかるようになりました。アンダーグラウンドだったものが表に出てきて回避困難な問題になったのです。

またSNS誹謗中傷の特徴としては、加害者が自分自身の行為を犯罪だと認識していない場合が少なくない点が挙げられます。木村花さんのケースでも、ryuchellさんのケースでも、亡くなった後に誹謗中傷投稿やアカウントの削除が相次いだと報道されています。投稿した時点では犯罪性を認識していなかったり、自己の投稿の加害性を軽視していたりしたと考えられるでしょう。また、誹謗中傷が問題化した後も「デマを信じて出来心でつぶやいてしまいました、ごめんさい」といった極めて軽い謝罪で終わらせようとする人もいます。謝罪に顔文字や絵文字を使う人も。中には「疑われるようなことをしたお前が悪い」と逆ギレする場合さえあります。ちなみに「法の不知はこれを許さず」という言葉どおり、法律を知らなかった、犯罪とは思わなかったという言い訳は通りません。

こうした安易な誹謗中傷は、匿名性によってさらに加速します。スタンフォード監獄実験で有名な心理学者のフィリップ・ジンバルドは、匿名性がある、責任が分散されていると感じられる空間では、人は自分の行動をコントロールする意識が低下すると指摘しています。これは「没個性化」と呼ばれ、没個性化が生じると衝動的な行動が現われやすくなるといわれています。没個性化はSNSに限った話ではありません。デモなどが暴徒化する場合があるのも、群衆の一員として没個性化してしまうことが一因といわれています。実は他国に比べて日本人は匿名でSNSを運用する傾向があることが知られています。2014年版『情報通信白書』でも、国際ウェブアンケートの結果、アメリカ、イギリス、韓国、フランス、シンガポールと比較して日本では匿名可能なXについて匿名登

録の割合が高いと述べられています。

また、SNS誹謗中傷を行う人の中には、正義感で行っている人が多いとされています。前出の山口真一准教授の2021年の「わが国における誹謗中傷・フェイクニュースの実態と社会的対処」という資料によると、炎上起きた際に書き込む動機の60～70%は正義感によるものとされています。ただし、この正義感は客観的な基準による正義ではなく、主観的な正義、すなわち「お気持ち」なのです。

勿論、日頃の鬱憤を晴らすために行われる誹謗中傷もあります。私も議員としてSNSを運用していますが、投稿に対して、批判を超えた罵詈雑言を受けます。罵詈雑言自体は街頭活動でも受けることがあり、最早感覚がマヒしていて気にならないのですが、ここまで強い言葉を使うのはどういう人なのだろうと興味を持ち当該アカウントの普段の投稿を見に行くことがあります。そうしたアカウントの中には、仕事や家庭がうまくいってない、例えば上司から叱責されたとか妻から離婚を切り出されたとか嘆いている投稿をしているものもよくあります。そうしたアカウントを見ると、政治家に暴言を吐くことで多少気晴らしになるなら仕方ないかという気になります。

さらに、第1章でフィルターバブル、確証バイアス、エコーチェンバーというSNSの罠について説明しましたが、これらもSNS誹謗中傷と密接に関係します。ある芸能人の話題に興味を持つとフィルターバブルによりその話題に関する情報が増えます。確証バイアスで都合のよい解釈を行ってしまいます。批判的な投稿をすると、エコーチェンバーで「いいね」をたくさんもらえるので投稿の過激化が進みます。このように、気づかないうちに、しかも誰もが犯してしまいがちなのがSNS誹謗中傷なのです。

批判と誹謗中傷の境界は？

ところで、批判と誹謗中傷の境界はどこにあるのでしょうか？法律相談を受けていると、「自分は正当な批判をただけで誹謗中傷のつもりはありませんでした」という話をよく伺います。実はこれは難しい問題です。というのも、誹謗中傷というのは法律用語ではないからです。誹謗中傷は、裁判では名誉毀損、侮辱などという形で表れてきます。抽象的にいうなら、人格攻撃、虚偽事実の拡散、侮辱的な表現、真実であっても嫌がらせ目的で相手の社会的評価を下げる投稿をするなどは批判の域を超えて誹謗中傷になるといえます。とはいえ、抽象的ですので、SNSトラブル回避術としては、問題となる犯罪や不法行為を理解しておくことが必要となります。

名誉毀損罪

名誉毀損罪については前章でも少し触れましたが、デマやフェイクニュースではなく投稿内容が真実であっても問題になります。まず刑法の条文を見てみましょう。

刑法230条

- 1項 公然と事実を摘示し、人の名誉を毀損した者は、その事実の有無にかかわらず、三年以下の懲役若しくは禁錮又は五十万円以下の罰金に処する。
- 2項 死者の名誉を毀損した者は、虚偽の事実を摘示することによってした場合でなければ、罰しない。

刑法230条の2

- 1項 前条第一項の行為が公共の利害に関する事実に係り、かつ、その目的が専ら公益を図ることにあつたと認める場合には、事実の真否を判断し、真実であることの証明があつたときは、これを罰しない。
- 2項 前項の規定の適用については、公訴が提起されるに至っていない人の犯行行為に関する事實は、公共の利害に関する事実とみなす。
- 3項 前条第一項の行為が公務員又は公選による公務員の候補者に関する事実に係る場合には、事実の真否を判断し、真実であることの証明があつたときは、これを罰しない。

名誉毀損罪では、相手の外部的名誉を傷つける行為が問題になります。外部的名誉とは、人柄、名声、信用、能力などの社会的な客観的評価、社会や他人からの評価を意味し、その人自身が自分に抱いている自尊心やプライド、すなわち名誉感情とは切り分けて考えられています。たとえば、犯罪歴、不倫の事実、借入れ状況、反社会的勢力との関係などが社会的評価です。

そして、名誉毀損罪では、事実を摘示する投稿が問題となります。「あの店は国産牛を使っていると宣伝しているが実は外国産の牛肉を使っている」「あの人は秘書と不倫している」というのは事実を摘示しているといえます。一方「あの店は日本一酷い詐欺店舗」「あの人は性的な倫理観に欠けている」というのは、あくまで感想、評価なので名誉毀損罪の対象にはなりません。後で出てくる侮辱罪が問題になります。なお、名誉毀損罪では、社会的な評価を現実に低下させることまでは必要なく、低下を招く危険性を生じさせていれば足りるとされています。したがって明らかにデマと分かるようなもので普通は人が信じないようなものでも対象となります。

名誉毀損罪は、個人に対してのみならず、企業含めた組織・団体についても成立します。政党も同様です。「脱糞民主党」などとX上に書き込んだアカウントに対して、立憲民主党が名誉毀損罪で刑事告訴した事例もあります。

次に、名誉毀損罪が認められるためには公然性、すなわち不特定または多数の人が認識できる状態で毀損行為が行われることが必要です。周りに相手以外に人がいないところでどれだけ大声で「あなたは秘書と不倫していますね！」と叫んでも名誉毀損罪に問えません。不特定「または」多数なので、不特定少数の人、たとえば公道で数人の歩行者がいる前で「あなたは秘書と不倫していますね！」と言えれば公然性要件を満たすことになります。

一方、「多数」という要件があるので、特定の友人数人に言っただけでは多数といえず公然性の要件を満たさないように思えます。しかし、判例上「伝搬性の理論」というものが用いられています。たとえ友達数人に話しても、そこからさらに不特定または多数に広がる可能性があれば、公然性が認められるというのが判例の立場なのです。こうしたことから、たとえばSNSの鍵アカウントでフォロワーが少人数という場合でも公然性が肯定される可能性があります。裁判例には、悪口を伝えられたのが3～4人程度でも公然性要件を満たしていると判断したものもあります。会社の会議など守秘義務が課されている場合だと、伝えられた人数が10人を超えていても公然性が満たされていないと判断されることもあるのですが、SNSについては守秘義務が課されている場合は通常想定できず、3～4人程度でも危険と考えておきましょう。

なお、「公然」という言葉からすると、人が集まっているところで同時に伝えないとこの要件を満たさないように思えるかもしれませんが、電話で複数の人に別々に話したり、メールを別々に送ったりしたケースでも名誉毀損罪に問われていますので、SNSの場合もLINEやDMなどで個別に複数人に送ったら公然性要件を満たす可能性があります。

また、SNS上でよく見かけるのが、「Aさん」など本名を書かずに仮名や伏せ字で表現しているから名誉毀損罪には当たらないはずだという主張です。これは同定可能性の問題といわれています。確かに、誰のことか特定できなければ、その人の名誉（社会的評価）が毀損されることはありません。しかし、たとえば「武蔵小山で法律事務所を開業している品川区議の弁護士」と記載すると、世界で私しかいません。こうした場合も本名を書いていないから名誉毀損罪は成立しないとすると、私の名誉は毀損され放題になってしまいます。したがって、一般の第三者から見て特定可能といえれば、同定可能性は満たされ、名誉毀損罪が成立し得ると解釈されています。

SNSで本名ではなくハンドルネームを使っていて、そのハンドルネームアカウントに対して誹謗中傷された場合はどうでしょうか？匿名アカウントでX

を運用している人は少なくありません。ハンドルネームを誹謗中傷されたとしても、通常は本人を特定することは困難で、現実社会の本人の社会的評価が下がるわけではありません。したがって名誉毀損は認められない可能性があります。が、当該SNSアカウントを現実社会の友人知人がたくさんフォローしていて、本人が特定できるような場合だと同定可能性を満たす可能性が出てきます。

では、「あの店は国産牛を使っていると宣伝しているが実は外国産の牛肉を使っている」「あの人は秘書と不倫している」という発言の内容が本当であった場合はどうでしょうか？産地偽装や不倫をしているという指摘自体、人の社会的評価を下げる行為です。刑法230条には「事実の有無にかかわらず」と書かれています。そうすると、本当に産地偽装や不倫をしていた場合も名誉毀損罪に問われることとなりますが、それだと企業の不祥事などの報道もできなくなってしまいます。もっといえば、誰かが何らかの不正を行っていたとしても、不正なことを行っていると報道することはその人の社会的評価を下げる行為なので報道できなくなってしまいます。これでは困ります。

そこで定められているのが刑法230条の2です。公共の利害に関する事実で、公益目的で、真実であると証明された場合は罰しないと定められています。これは、民事の名誉毀損でも損害賠償請求を認めない要件として裁判所に運用されています。企業不祥事の報道などは、公共の利害に関する事柄といえ、報道は通常公益目的ですから、真実と証明できれば名誉毀損罪で処罰されなくなります。

公共の利害や公益目的ということであれば、芸能人のゴシップ記事はあてはまらなそうです。しかし、実際は巷には芸能人のゴシップ記事があふれています。これは、名誉毀損罪は、親告罪という被害者などが犯罪事実を申告して犯人の処罰を求める意思表示を行わないと警察が動かない犯罪類型（後述の侮辱罪も親告罪）だからです。芸能人側も訴訟沙汰にたくなくて動いていないという現状があるようです。また、公益目的ではない場合とは、誹謗中傷目的だったり、金儲け目的だったりする場合です。次に、真実であることの証明があった場合という要件ですが、完全な真実性の証明を求めると、報道機関は疑惑段階の報道ができなくなります。そこで、判例により要件が緩和されています。真実でなくても、真実と信じるについて相当な理由があったと立証できた場合は罪に問われなくなるのです。ただ、この要件には確実な資料、根拠が求められているため、報道機関ではない一般人が満たすのはかなり困難です。

侮辱罪

次に、侮辱罪を見ていきましょう。

刑法231条

事実を摘示しなくても、公然と人を侮辱した者は、一年以下の懲役若しくは禁錮若しくは三十万円以下の罰金又は拘留若しくは科料に処する。

侮辱罪でも、問題となるのは名誉毀損罪同様、人の社会的評価を低下させる投稿などです。名誉毀損罪との違いは、「事実の摘示」がいない点です。「クズ」「ゴミ」などは、事実ではなく感想、評価です。また、「ブラック企業」「詐欺師」などは、どのようにブラックや詐欺なのか不明なので事実ではなく感想、評価です。これらが、たった一度の投稿で実際に逮捕されるかは別として、事実を適示せず社会的評価を低下させる言葉になります。

社会的評価を低下させるといわれても、いまいちピンときません。そこで、具体的にどういう言葉が侮辱罪にあたりと判断されているのかを知っておくことがトラブル回避につながります。この点について2021年に法制審議会刑事法部会が公表した「侮辱罪の事例集」が参考になります。以下、引用します。かなり口汚い言葉が並びますがそのまま引用しますのでご容赦ください。

「SNSに『この子〇〇（地名）一番安い子！！お客様すぐホテル行ける！！最低！！』などと投稿するとともに、当該SNSにおける被害者のプロフィール画面を撮影した画像を掲載したもの」

「SNSに『この〇〇（被害者名）を有名ブスオナペにしたいので皆さん拡散お願いします！』、『#オナペ』、『#ブスオナペ』、『#肉便器』などと掲載したもの」

「SNSの投稿欄に『人間性を疑います。1人のスタッフを仲間外れにし、みんなでいじめる。1人のスタッフの愚痴を他院のスタッフに愚痴を言いまくる社長 1人のスタッフの話も聞けない社長』などと記載した文章を送信して掲載したもの」

「SNSの投稿欄にアルバイト先前で撮影した画像を掲載するとともに、『〇〇（アルバイト先名）でうまくやっていくコツは、向上心を持たないことと、諦めることと、店長が言うことは聞き流してればいいということだった気がする。うちの〇〇（店長である被害者名）がご迷惑おかけしましたはパワーワードすぎ』などと掲載したもの」

「SNSの被害者に関する配信動画で『BM、ブタ』などと放言したもの」

「SNSの配信動画で『何処ですかあ、豚さん何処ですかあ家』、『ブスう、死ね』、『お金はない、体形は豚、顔はブス、体は臭そうってやばいなお前』などと放言したもの」

「被害者が出演しているインターネット上の動画のコメント欄に『この女、自分が加害者だからこういうこと言うのでしょうか。』などと投稿して掲載し、また、SNSで、被害者の顔写真と共に『18：30ー本日の陰謀オカルトコーナーには〇〇（被害者名）さんが登場！お楽しみに！』などと投稿されたことに対し、返信欄に『この女、SM嬢ですよ。』と投稿して掲載したもの」

また、SNS上での侮辱ではありませんが、法制審議会刑事法部会の資料には他の侮辱事例も掲載されていますので、ご参考までに他の事例もいくつか引用します。

「インターネット上の掲示板に『〇〇（被害者名）って金も無いし女も居ないし友達もいない童貞だろ？ 裏で悪口言われまくりなの知らないのは本人だけだワキガと口臭どうにかして接客しような？』などと掲載したもの」

「インターネット上の掲示板に『〇〇（被害者名） いじめ大好き 援交大好き DQNの肉便器 特技は股開くこと』などと掲載したもの」

「インターネット上の掲示板の『〇〇（被害者経営店舗名）って？』と題するスレッドに、『〇〇（被害者名）は自己中でワガママキチガイ』『いや違う〇〇（被害者名）は変質者じゃけ！』などと掲載したもの」

「インターネットサイトの被害法人に関する口コミ掲示板に、『詐欺不動産』、『対応が最悪の不動産屋。頭の悪い詐欺師みたいな人。』などと掲載したもの」

「集合住宅において、計3名に対し、被害者について、『今、ほら、ちまたで流行りの発達障害。だから人とのコミュニケーションがちょっと出来ない。』などと言ったもの」

「駅の柱等に『ご注意〇〇（被害者名） 悪質リフォーム工事業者です』などと記載した紙片5枚を貼付したもの」

「路上において、被害者に対し、大声で『くそばばあが。死ね。』などと言ったもの」

「商業施設において、他の買い物客等がいる前で、視覚障害者である被害者に対し、『おめえ、周りが見えんのんやったら、うろうろするな。』などと大声で言ったもの」

いかがでしょうか？確かに酷い内容ですが「ブタ」「ブス」「死ね」「詐欺師」「変質者」「童貞」などの言葉はSNSにあふれています。これらの単語を1回使ったからといって侮辱罪で即逮捕されるということは多くないかもしれませんが、侮辱罪に該当し得るということは頭に入れておく必要があります。ところで、「死ね」について、「氏ね」「タヒね」「〇ね」など直接「死ね」を使わずに表現されることがありますが、こうしたネットスラングも他の言葉との関係や文脈で侮辱に該当します。

なお、名誉毀損も侮辱も刑事と民事で要件が若干異なります。名誉毀損罪は「事実の摘示」であることが必要ですが、民事の名誉毀損は「事実の摘示」ではない意見や評論も対象になります。この場合、違法性阻却事由の公共の利害や公益目的については事実の摘示の場合と変わらないのですが、真実性については意見や評論である以上、真実か否か判断不能です。そこで、意見や評論の前提となる事実が真実であるとの証明があること（または真実と信ずるについて相当の理由があること）が要件になり、加えて、当該意見や評論が人身攻撃に及ぶなど意見や論評としての域を逸脱したものでないことが要件とされています。一方、名誉毀損罪や侮辱罪では「公然と」行われることが必要と定められています。LINEやDMで直接相手に社会的な評価を下げる言葉を言っても名誉毀損罪や侮辱罪で告訴できないのです。しかし、民事の侮辱の場合は、公然と行うことが要件とされていません。したがってLINEやDMも損害賠償の対象になり得ます。また、社会的評価を下げることも要件とされておらず、名誉感情が問題となるため、「社会通念上許される限度を超える侮辱行為」といえるかなどで損害賠償請求の可否が判断されます。先程、ハンドルネームに名誉毀損罪が成立するかという話の際、友人知人がフォローしているかどうかの一つの分岐点である旨述べましたが、民事の侮辱については、社会的評価の低下と関係ない名誉感情が問題となるので、リアルな友人知人からフォローされていない匿名アカウントでも民事の侮辱として損害賠償請求できる場合があります。

SNSで発生しやすい名誉毀損や侮辱は、炎上している人に対する便乗投稿ですが、他にも注意が必要なパターンとして飲食店などに対する口コミ投稿が挙げられます。飲食店についての口コミは、消費者サイドからすれば有益な情報

である一方、店舗側からすれば、死活問題にもなり得ます。そのため、書き込みによっては名誉毀損などが問題になります。口コミの内容が「料理がまずい」「店が汚い」などのように事実の摘示ではなく評価や感想の場合は、前述のとおり、公共の利害、公益目的、前提となる事実が真実かに加え人身攻撃に及ぶなど意見や論評としての域を逸脱したものでないかで判断されます。口コミに関する事案としては、市議会議員が投稿サイトに「ゴキブリ入りの料理がまずい」「消費期限切れを提供している」などと投稿し名誉毀損で罰金刑を言い渡されたというものがあります。たとえ飲食店などで酷い対応をされても、口コミ投稿は、言葉を選ぶべきです。

その他SNS誹謗中傷で問題となる犯罪

名誉毀損罪や侮辱罪の他にも誹謗中傷で問題になる犯罪があります。たとえば脅迫罪や強要罪です。

刑法第222条

生命、身体、自由、名誉又は財産に対し害を加える旨を告知して人を脅迫した者は、二年以下の懲役又は三十万円以下の罰金に処する。

刑法第223条

生命、身体、自由、名誉若しくは財産に対し害を加える旨を告知して脅迫し、又は暴行を用いて、人に義務のないことを行わせ、又は権利の行使を妨害した者は、三年以下の懲役に処する。

SNS上で「殺す」「ボコボコにする」「クビにしてやる」「破産させてやる」などと書けば害を加える脅迫として脅迫罪に該当する可能性があります。また、「SNS上で謝罪しなければ殺す」「SNS上で裸の写真をアップしなければボコボコにする」などは、害を加える脅迫をして人に義務のないことを行わせる行為として強要罪に該当する可能性があります。SNSは関係ありませんが、モンスタークレーマーが学校の教員や飲食店の店員に土下座を強いるのも強要罪です。

ストーカー規制法違反もSNSでよく見られます。元交際相手にLINEなどでしつこく復縁を迫ったり、アイドルに対してSNSで好意を寄せる内容のコメントを繰り返したりする行為が「つきまとい等」に該当する可能性があります。ストーカー規制法では、「特定の者に対する恋愛感情その他の好意の感情又はそれが満たされなかったことに対する怨恨の感情を充足する目的」すなわち

恋愛感情などの好意を持って繰り返し「つきまとい等」を行うと、ストーカー行為として一年以下の懲役又は百万円以下の罰金に処されます。「つきまとい等」とは、以下の行為です。

- ・つきまとい、待ち伏せ、押しかけ、うろつき
- ・監視していると告げる
- ・面会、交際などの要求
- ・著しく粗野または乱暴な言動
- ・無言電話、連続した電話・メール・SNSのメッセージ
- ・汚物などの送付
- ・名誉を傷つける行為
- ・性的羞恥心の侵害

「監視していると告げる」というのは、SNSとの関係では「いつも見てるよ、今日●●スーパーにいたよね」とコメントすることなどです。性的羞恥心の侵害というものは、SNSとの関係ではわいせつな写真などをDMで送りつけるような行為です。

前述のとおりストーカー規制法は、好意の感情などが必要なので恋愛とは無関係な恨みによるつきまといの場合には使えません。そのような場合は各自治体の迷惑防止条例で対応できることがあります。たとえば東京都の迷惑防止条例だと、妬み、恨みその他の悪意の感情を充足する目的で、相手が拒否しているのに何度もSNSでDMを送ったり、性的に恥ずかしいと思われるような文章を投稿したりすると条例違反になる可能性があります（東京都の罰則は一年以下の懲役又は百万円以下の罰金）。

SNS投稿が原因で自殺してしまったら？

刑法第202条

人を教唆し若しくは幫助して自殺させ、又は人をその囑託を受け若しくはその承諾を得て殺した者は、六月以上七年以下の懲役又は禁錮に処する。

「死ね」や「自殺しろ」と伝えて相手が本当に自殺したらどうなるのでしょうか？刑法には、自殺を手助けした場合の自殺ほう助罪や自殺を唆して自殺に追い込んだ場合の自殺教唆罪が定められています。たとえば、自分の母親に包丁を見せ「はよ、死ねや」などと言って実際に母親が首つり自殺をした事件では自殺教唆罪で有罪判決が下されています。

では、SNS上にあふれている「死ね」「自殺しろ」という言葉によって自殺してしまった場合は、投稿者に自殺教唆などの罪を問えるのでしょうか。木村花さんやryuchellさんの自殺について、自殺教唆で逮捕されたという報道はありません。度重なる罵倒、何ども「死ね」と投稿されたのですからその言葉で自殺してしまったようにも思えます。自殺教唆などの罪に問うためには、投稿と自殺の間の因果関係が必要です。直接ナイフで傷つけるような場合と異なり、自死の理由は複雑です。自死の直前に「死ね」などの投稿はあったものの、仕事や人間関係で悩みを抱えていたという場合もあるでしょう。こうした理由から、「死ね」や「自殺しろ」の投稿だけで自殺教唆などの罪に問われることは少ないと思います。

しかし、繰り返し投稿するなどしていた場合は自死との関係が強まる可能性があります。実際に、LINEで交際相手に「お願いだから死んでくれ」「手首切るより飛び降りれば死ぬるじゃん」など計7回送信した大学生が自殺教唆の疑いで逮捕されています。また、SNSに「死にたい」と書き込んでいた女子中学生を自宅アパートに連れ込んだ後、山中の橋に連れて行き、自殺を尻込みする女子中学生に対し「早く決めて。飛ぶの、飛ばないの」などと迫って飛び降り自殺するのを手助けした男性に自殺ほう助罪で有罪判決が下っています。ちなみに、自殺教唆罪は未遂犯も処罰されます。教唆された人が自傷行為をし、一命を取り留めた場合も処罰される可能性があります。

余談ですが、私は「死ねばいいのに」という言葉が大嫌いです。この言葉は、私が高校生くらいの頃にお笑い芸人がテレビで頻繁に使い、視聴者も使うようになりました。「死ね」と明確な害意を示さずマイルドな言葉にすることで、表現主体に罪悪感を抱かせずに相手を傷つける極めて非道な言葉だと思います。この言葉によって本気で自殺を考えた人もいるでしょうし、人によっては一生の恨みが生じる場合もあります。「死ねばいいのに」という言葉について表現主体に法的責任を問うことはほぼ無理だと思いますが、トラブルの元ですので軽い気持ちで使わないようご注意くださいと思います。

SNSハラスメント

誹謗中傷関係のトラブルは、見ず知らずの第三者だけが問題になるわけではなく、身近な人との関係でも問題になります。近年は様々なハラスメント概念が生み出されていますが、SNSなどのソーシャルメディアで行われるハラスメントを「ソーハラ」といいます。愛知工業大学が2015年に作成した「教職員向けガイドブック—STOP!ハラスメント—改訂版」に具体的な事例が載っているので引用します。

- ・友達申請の強要
- ・面識の無い「友人の知人」に友達申請をする
- ・「いいね」の連発
- ・「いいね」やコメントの強要
- ・ソーシャルメディア上の内容を公の場で話す
- ・投稿された写真をダウンロードしている
- ・「友達」「グループ」外し

こうしたこともハラスメントとなり得、特に上司がコメントを強要する場合などは損害賠償の対象となる可能性がありますので、気を付けましょう。

SNSいじめ

学校でのいじめは、昔から問題視されているにもかかわらずなくなりません。新型コロナ禍で休校が増えたため、2020年のいじめ認知件数は減ったものの、2021年には約61万件と過去最高を記録しました。小・中学校の不登校児童生徒数も2021年に過去最多の約25万人となっています。SNSの普及により、写真をアプリで加工、いじめの様子を動画投稿、なりすまし、LINEグループでの仲間外れなどこれまでとは異なる形のいじめが発生しています。SNSいじめの特徴としては以下のようなものがあります。

- ・匿名性により加害者を特定しづらい
- ・教師が気づかない場所で進行しやすい
- ・送信取消し機能などにより証拠が残りにくい
- ・やり取りのスピードが速い
- ・SNS上だと被害者の顔が直接見えず加害者の罪悪感が薄い
- ・24時間、場所も関係なく、大量に行われる
- ・被害者が転校しても継続する可能性がある

SNSの普及により、いじめの発見はこれまでより困難になったという声もあります。しかし、度重なるいじめ事件や教育委員会の隠蔽体質への批判から、関係機関の対応も変化する兆しがあります。いじめは、多くの場合犯罪に該当します。これまでは加害者の将来を考えていじめが警察沙汰にされることは多くありませんでしたが、2023年、文部科学省は警察に相談または通報すべきいじめとして19事例を挙げて全国の教育委員会に通知しました。文科省が挙げ

た事例は以下のとおりです。

- ・ゲームや悪ふざけと称して、繰り返し同級生を殴ったり、蹴ったりする（暴行罪）。
- ・無理やりズボンを脱がす（暴行罪）。
- ・感情を抑えきれずに、ハサミやカッターなどの刃物で同級生を切りつけてけがをさせる（傷害罪）。
- ・断れば危害を加えると脅し、性器や胸・お尻を触る（強制わいせつ罪）。
- ・断れば危害を加えると脅し、現金を巻き上げる（恐喝罪）。
- ・断れば危害を加えると脅し、オンラインゲームのアイテムを購入させる（恐喝罪）。
- ・靴や体操服、教科書などの所持品を盗む（窃盗罪）。
- ・財布から現金を盗む（窃盗罪）。
- ・自転車を壊す（器物損壊罪）。
- ・制服をカッターで切り裂く（器物損壊罪）。
- ・度胸試しやゲームと称して、無理やり危険な行為や苦痛に感じる行為をさせる（強要罪）。
- ・本人の裸などが写った写真・動画をインターネット上で拡散すると脅す（脅迫罪）。
- ・特定の人物を誹謗中傷するため、インターネット上に実名をあげて、身体的特徴を指摘し、気持ち悪い、不細工などと悪口を書く（名誉毀損、侮辱罪）。
- ・同級生に対して「死ね」と言ってそそのかし、その同級生が自殺を決意して自殺した（自殺関与罪）。
- ・同級生に対して、スマートフォンで自身の性器や下着姿などの写真・動画を撮影して送るよう指示し、自己のスマートフォンに送らせる（児童買春、児童ポルノ禁止法違反罪）。
- ・同級生の裸の写真・動画を友達1人に送信して提供する（児童買春、児童ポルノ禁止法違反罪）。
- ・同級生の裸の写真・動画をSNS上のグループに送信して多数の者に提供する（児童買春、児童ポルノ禁止法違反罪）。
- ・友達から送られてきた児童ポルノの写真・動画を、性的好奇心を満たす目的でスマートフォンなどに保存している（児童買春、児童ポルノ禁止法違反罪）。
- ・元交際相手と別れた腹いせに性的な写真・動画をインターネット上に公表する（リベンジポルノ防止法違反罪）。

「オンラインゲーム」「インターネット」「スマートフォン」「SNS」と時代

を反映した言葉が並びます。このような文科省の動きに加え、これまでのような教育委員会任せではいじめ問題は解決しないという発想も自治体に生まれてきています。大阪府寝屋川市が、教育委員会ではなく市長部局危機管理部に「監察課」を設置したのです。いじめ対策の条例も制定し、市長に、学校長に対して加害者の別室指導や出席停止、クラス替えなどを勧告・助言できる権限を付与しています。こうした教育委員会任せから脱却する動きは他の自治体でも見られています。フランスではいじめの厳罰化が進んでおり、日本でもいじめに毅然とした対応をしてこなかった傾向に変化が生まれそうです。

いじめは、加害者側からは悪ふざけ、「いじり」のつもりだったという弁解がなされがちですが、被害者の人生に大きな傷を残します。これはSNS上でも変わりません。新型コロナ禍もあり、学校や部活以外のオンラインコミュニティが形成される機会が増えましたが、そうしたコミュニティでもいじめは頻繁に発生しています。会ったことがない相手であっても、画面の先にいるのは生身の人間です。傷つけないよう細心の注意を払っていただきたいと思います。

SNS 誹謗中傷への対応策

SNS上の誹謗中傷、ハラスメント、いじめについて見てきました。これらについて、「そうはいつでも逮捕されたり訴えられたりするはごく一部で運が悪かっただけだろう」と思う方もいるかもしれませんが、確かにそうした側面は否定しきれないのですが、自殺者も出ており、政治も行政も無視できない問題になっています。

SNS誹謗中傷などが放置されてきた理由の一つは、加害者特定の困難性ですが、2022年から加害者特定のための発信者情報開示請求手続きが簡易化されました。これまでは、SNSなどの運営事業者から加害者のIPアドレスの開示を受け、さらにプロバイダから加害者の氏名や住所の開示を受けるという2回の裁判手続きが必要でしたが、1回ですむようになりました。また、海外SNS事業者の日本での法人登記も進んでおり、これまで煩雑だった加害者特定の手続きが徐々に迅速化しています。さらに、加害者の特定、損害賠償請求などには多額の費用がかかりますが、近時弁護士費用などを補助する制度を創設する自治体が出てきています。警察も、少しずつ重い腰を上げつつあります。名誉毀損、侮辱などの慰謝料は、数万円から100万円程度といわれていますが、徐々に高額化傾向にあります。SNSの拡散性を考えれば当然の流れでしょう。昨日までは大丈夫だったからといって今日も大丈夫とは限らないのです。そして、一度自分が逮捕されたりすると、自分自身が誹謗中傷、炎上に晒されることになります。

ここで、SNS誹謗中傷に対する被害者の対応方法を見ておきましょう。まず、選択肢としては誹謗中傷を無視するというものが挙げられます。名誉毀損や侮辱を放置するのは腹立たしいですが、中には損害賠償義務を認める判決が下されても資力がなく賠償金を回収できないような人や捕まってもよいと考えている人もいます。そうした人に労力をかけるのは時間の無駄ともいえます。また、被害者の反応を見て楽しんでいる加害者もあり、反応することでさらなる誹謗中傷が行われることもあります。ミュートやブロック機能を使ったりアカウントに鍵をかけたりすることも考えられます。

次に、SNS事業者に対して、規約やガイドライン違反を理由として誹謗中傷投稿を削除するよう依頼することが考えられます。各事業者独自の規約を定めていますので、誹謗中傷投稿がその禁止事項に該当することをきちんとあてはめることが大切になります。また、一般社団法人セーフアーインターネット協会が運営する誹謗中傷ホットラインは、ネット上の誹謗中傷について連絡を受け付け、一定の基準に該当すると判断したものについては、国内外のプロバイダに各社の利用規約などに沿った対応を促す連絡を行ってくれます（ウェブサイト：<https://www.saferinternet.or.jp/bullying>）。

SNS誹謗中傷が続く場合は、「現在私に対して『死ぬ』『極悪詐欺師』などの侮辱や社会的評価を著しく低下させる名誉毀損が続いていますが、悪質なものについては法的措置を検討いたします。」と宣言するのも一案です。加害者側に、法的措置を講じられ得る投稿を行っていると感じてもらえるのです。ここで注意が必要なのが、「知り合いの弁護士に相談したら、絶対に勝てると言われました」などと投稿しないことです。弁護士は、弁護士職務基本規程で「弁護士は、事件について、依頼者に有利な結果となることを請け合い、又は保証してはならない」と定められていますので、「絶対に勝てる」などということは通常ありません。このような投稿をすると、SNS上の弁護士アカウント群（通称「法クラ」）にも目を付けられ批判されることになりかねません。そうした批判を見た相談先の弁護士から受任を断られる事態にもなりかねません。精々「弁護士に相談し、今後の対応について協議してきました」くらいの記載に留めるべきです。

また、法的措置を匂わせる以上、実際に名誉毀損や侮辱に該当するような投稿が行われているかチェックするのも大切です。意見、評論の範囲なのに、法的措置を匂わせれば逆効果になることがあります。自分で判断できない場合は、無料法律相談などで弁護士に確認するようにしましょう。

法的措置として考えられるのが一つには刑事告訴です。誹謗中傷を行っているアカウントに対して名誉毀損罪、侮辱罪などによる刑事罰を求める場合は、警察に告訴することになります。警察が、加害者が分からないと対応できないなどという不誠実な態度をとる場合は、弁護士に依頼して再度告訴状を提出するこ

とも考えられますが、先に裁判所に対して発信者情報開示請求を行い、被害者側で加害者を特定することも考えられます。加害者を特定したら刑事告訴と並行して損害賠償請求などを行うことが考えられます。

こうした手続きを行うためには、誹謗中傷の投稿内容、URL、投稿日時、アカウント名などを保存したりスクリーンショットを撮ったりしておくことが必要になります。スマホからのスクリーンショットでは、URLが表示されないことが多いので、パソコンで操作する方がよいでしょう。逆に、被害者が加害投稿などを保存しておけば、加害者が投稿を消したとしても加害行為がなかったことになるわけではありませんし、証拠隠滅完了ともなりません。匿名アカウントの場合、逮捕や損害賠償請求訴訟を起こされる前に、インターネットプロバイダからの「発信者情報開示に係る意見照会書」が届くのが通常ですが、書面が届いてから開示決定まではしばらくかかります。この間、逮捕の恐怖に苛まれることになります。反省しているのであれば、加害者側から示談交渉に動くのも一つの手段です。

本書の「おわりに」の項目で、誹謗中傷などのトラブルに巻き込まれた場合の相談先を載せておきましたので、ご参照ください。

第5章 個人情報流出

第2章では炎上について取り上げましたが、炎上しているアカウント名が本名ではなく、誰のアカウントか特定できないならば炎上はSNS上で収束します。しかし、元々実名で運用していたり、個人情報を特定されてしまういわゆる「身バレ」したりすると、炎上の火の粉は実生活にまで及んでしまいかねません。学校や会社にクレームの電話が入ったり、個人宅に迷惑系Y o u T u b e r が押し寄せてきたりという事態が生じ得るのです。また、インターネット上に個人情報が晒され続けることにも。このように、SNSを運用する上で重要なのが個人情報です。

デジタルタトゥーという言葉が広く知られるようになりました。一旦インターネット上で広がった悪評、個人情報などはタトゥーのように消せないというものです。近年は「忘れられる権利」という概念も生まれていますが、まだ確立したものとは言い難く、また、仮に忘れられる権利が確立したとしても、スクリーンショット画像、コピペ（コピー&ペースト）によって無限に拡散し得るデジタルタトゥーを消しきることは簡単ではありません。

デジタルタトゥーが問題となるケースとしては、バイトテロ、バカッターなどのネット炎上、リベンジポルノ、自撮り被害、いじめの加害歴、未成年の飲酒・喫煙、逮捕歴、社会的にマイナス評価を受ける団体への所属、さらには恋愛ネタなど多岐に渡ります。デジタルタトゥーが残っていると意識し続けることでメンタルに不調をきたすおそれがあります。また、こうしたデジタルタトゥーは、本人が忘れていてもインターネット上に残っており、就職活動でのマイナス評価や破談・離婚などを招くことがあります。特に就職活動においては、近時企業側は就職希望者のSNS情報を調べるが増えています。できるだけ問題ある社員を抱えたくないという企業側の発想からすれば自然ですが、「裏アカ」まで調査する会社も出てきており、匿名アカウントだからといって安心できません。

デジタルタトゥーによる被害を防ぐためには、個人情報を流出させないことが大切です。そして、個人情報流出は自分が被害者になる場合だけが問題になるわけではありません。意図せず他人の個人情報を流してしまい自分が加害者になる場合もあり得ます。本章では、自分が被害者になるパターン、加害者になるパターン、それぞれの個人情報流出ケースを見ることでトラブル回避術を学んでいきます。

個人情報とは？

そもそも、個人情報とは何でしょうか？個人情報の定義は個人情報保護法に定められています。それによると個人情報とは、氏名、生年月日、住所、顔写真などにより特定の個人を識別できる情報を指します。また、顔認証データ、指紋認

証データ、虹彩、声紋、歩行の態様、手指の静脈、掌紋などの身体の一部の特徴を電子処理のために変換したデータやパスポート番号、基礎年金番号、運転免許証番号、住民票コード、マイナンバー、保険者番号などを含む情報も個人情報に含まれます。

さらに、個人情報の中には、他人に公開されることで本人が不当な差別や偏見などの不利益を被らないように特に注意すべき情報があります。これを要配慮個人情報といい、人種、信条、社会的身分、病歴、犯罪の経歴、犯罪により被害を被った事実のほか、身体障害・知的障害・精神障害などの障害があること、医師などにより行われた健康診断その他の検査の結果、保健指導、診療・調剤情報、本人を被疑者又は被告人として逮捕などの刑事事件に関する手続が行われたこと、非行・保護処分などの少年の保護事件に関する手続が行われたことの記述などが含まれる個人情報が該当します。

かなり広範な情報が個人情報に含まれることがお分かりいただけたのではないかと思います。こうした個人情報が第三者に知られた場合、その情報が拡散したり、なりすましされたり、誹謗中傷に使われたり、犯罪に利用されたりする可能性があります。SNSでは、プロフィール欄などに自分の情報を書くことが多いですが、氏名や住所に限らず個人情報をインターネット上に公開するのは危険を伴うということを理解する必要があります。

まさかそんな情報から…デジタルストーカーの恐怖

そうはいつても、Facebookなどの実名登録型のSNSでは、どうしても個人情報を入力せざるを得ません。そこで、職歴や学歴などの基本データの共有範囲の限定、投稿の公開範囲の限定、位置情報の非公開、自分のアカウントを検索対象外にするなどの設定が重要になります。この辺りの具体的な設定方法は、各SNSの解説サイトがインターネット上にたくさん存在しますので、ご自身が使われているSNSに関するサイトを検索していただければと思います。

個人情報をSNS上に公開しないようにしましょうということは学校はじめ様々なところで注意喚起されています。したがって、私のような政治家や自身の発信がビジネスにつながるような経営者、著名人を除き匿名登録可能なSNSでは匿名でアカウント運用している方が多いのではないかと思います。プロフィール欄も、年齢や大学名、職種、どの辺りに住んでいるかは書いていても、それ単体で直接個人が特定されるような情報は書いていない方が大半でしょう。ところが、SNSの日々の投稿から個人情報が特定されることがあるのです。

2019年、衝撃的な事件が発生しました。アイドル活動をしていた女性のマンションに侵入し、帰宅した女性が自宅玄関ドアを開けようとしたところで女性を玄関内に押し込みわいせつな行為をしたとして、男性ファンが逮捕されました。この男性が被害女性の自宅を特定した手口は驚愕のもので、「瞳に映った景色で住

所特定」と大きく取り上げられBBCにまで報じられました。詳しく見ていきましょう。加害者は、女性がXに投稿した、自宅近くの駅で撮影した自撮り写真を拡大。写真の女性の瞳に反射していた駅周辺の景色情報を入手。女性の過去の投稿から女性が普段利用する路線を把握していた加害者は、Googleのストリートビューを駆使して駅を特定。駅で待ち伏せし、女性を尾行してマンションを特定しました。そして、女性が自宅から配信していた動画に写ったカーテンの位置や色からマンションの階数を把握。最後は動画生配信中にその階の全ての部屋のインターフォンを鳴らし女性の反応を見て部屋を特定したのということです。

この事件は極めて特殊なように感じられるかもしれませんが、しかし、昔から写真の中の情報からアイドルの交際が発覚するという事はよくありました。サングラスやテレビ、ガラスに反射して映り込んだ人影やアイドルの交際相手が芸能人だったりすると、その交際相手が公開した写真に写った家具の木目、食器などがアイドルの使っているものと同じだったというのが疑惑のきっかけになるのです。

モザイクアプローチ

SNSに投稿された文章や画像などから少しずつ情報を集めて個人を特定することをモザイクアプローチといいます。たとえば、以下のような何気ない発信を統合していくのです。

「今日は大学の入学式、がんばるぞ！」

「最悪…電車止まった」

「部活の仲間と（店名）で飲み会！酔った～」

「近所の小学校で運動会やってる、みんなかわいい！」

「窓の外を見たら花火が！」（花火の写真付き）

「今日はスーパーでめちゃくちゃポイント貯まった」（レシート写真付き）

こうした情報を統合すると、通っている学校や居住エリアが絞り込まれていきます。天候、工事、交通事情、店名など個人情報特定のためのヒントはたくさんあります。特に写真は要注意です。電柱の街区表示板が写りこんでいる写真はよく見かけます。マンホールに書かれた識別番号で、どこのエリアか絞り込むことも可能です。東京の特別区は、区ごとにオリジナルのガードレールを区道に設置しています。自宅で撮った写真に、公共料金の請求書の住所部分や学校名の記載された卒業アルバムが写り込むことがあります。政治ネタですが、東京に住んでいると自称していたYouTuberが、生配信中に政治家の選挙カーが通ったために東京以外の選挙区に住んでいることが判明したといった笑い話もあります。少し話は変わりますが、住所が特定している一人暮らしの人が「これから

海外旅行に行ってきます」と投稿すれば、今家はがら空きですと空き巣に教えることになります。私も、視察や出張に関する発信は、自宅に戻ってから時間差ですることがあります。

さらに、SNSの場合、フォロワーの行動から個人情報が流出することもあります。たとえば、大学の学園祭に参加した旨の投稿をしたら、同級生フォロワーが「〇〇ちゃん楽しかったね」と悪意なく本名を書き込んでしまうようなパターンです。投稿に「いいね」を押している人のプロフィール欄を辿って個人情報が絞り込まれることもあります。通っている高校名を明かしていない現役高校生の匿名アカウントがあったとして、そのフォロワーには同級生が含まれている場合も少なくないでしょう。投稿に「いいね」を押している人やフォロワーを辿って、複数のアカウントから同じ制服を着ている画像が出てきたらその学校の生徒かなと推測できてしまいます。こうした些細な情報から個人情報を特定していくのがモザイクアプローチですが、インターネット上にはこうした手法で個人を特定することで報酬を得る「特定厨」も存在します。

裏アカだから安心？

表のアカウント（本アカウント）とは別に裏アカウント（裏アカ）を持っていて、そちらはフォロワーも少ないから羽目を外しても大丈夫と考えている人もいるかもしれません。現代社会は若者の多くがSNSで複数のアカウントを持っている時代といわれています。複数の裏アカを作り、アカウントごとに発信する内容や対象を変えるとといった運用を行っている若者も少なくありません。ただ、裏アカは、第4章で述べたように匿名故に誹謗中傷を行ってしまいがちという問題がありますし、個人情報が特定されると現実社会での影響が大きくなります。

そして、裏アカがバレてしまうことはよくあります。たとえば政治の世界でも、「片腕落として障害者雇用」「年金暮らしジジイを舐め過ぎ」などと投稿していたアカウントが市議会議員の裏アカと判明、謝罪することになったという事例があります。発覚したのは、過去にこの市議が裏アカで本名を名乗っていたことが原因とのことです。この市議は、議員辞職はしなかったものの次の選挙で落選しました。また、2021年の衆院選に公明党の比例東京ブロックから出馬し落選した男性が、匿名のアカウントで自身のわいせつ動画を公開していたことが週刊文春に特定され、公明党の比例名簿から削除されたという事例もあります。裏アカがバレたら致命傷になりかねない政治家でさえ、裏アカを運用してバレてしまうケースがあるのです。

裏アカがバレてしまう理由ですが、以下のようなものがあります。

- ・アカウント名に本名の一部や誕生日、あだ名が入っている
- ・本アカのフォロワー数を増やすために裏アカで本アカをフォローしたりリポス

トしたりしている

- ・本アカと同じ写真を使い回している
- ・本アカの文体、投稿内容との類似
- ・前出の市議のように過去にうっかり本名を記載
- ・フォロワーから漏洩（友人のリプライなど）
- ・モザイクアプローチ
- ・本アカと裏アカを間違えて投稿

本アカと裏アカを間違えて投稿というのは、いわゆる誤爆です。そんなの大丈夫でしょ、と思うかもしれませんが、人は適度な緊張感をもって作業をしても1,000回に3回ミスをするをよくいいます。お酒が入って酔っていたときなどはミスの確率が格段に上がります。実際私もSNS上で誤爆を見かけることがありますし、裏アカバレとは無関係ですがLINEで「これを私に送ったらだめでしょ」みたいな誤爆メッセージをもらうことがあります。中には、友人に第三者の悪口を送ったつもりがその第三者本人に送ってしまったという話もあります。

本章の冒頭でも書きましたが、最近は、企業が就職希望者のSNS情報を調べることが増えていて、裏アカ調査会社もあります。裏アカ調査会社の株式会社企業調査センターのウェブサイトには「インスタで裏垢を特定するためのコツ」というページがあります。記載されているコツは以下の4点です。

- 1 メールアドレスやツイッター（Twitter）のIDで検索する。
- 2 裏垢をやっている人の趣味嗜好から考える。
- 3 本人名・誕生日・あだ名に繋がりそうな名前を全て検索にかける。
- 4 本人の“表アカ”のフォロワーを調べる。

同社のホームページには特定率89%と記載されています。アカウント特定と投稿内容の懸念チェック代金は1人16,500円とそこまで高額ではありません。同社は、企業からの依頼のみならず、交際相手などの裏アカを特定するサービスも提供しています。

では、アカウントをフォロワー以外からは見えなくする、鍵アカ（鍵アカウント）にすれば大丈夫かという、これも万全とはいえません。そもそも、鍵アカのフォロワーがどういう人かあなたは全員把握できているのでしょうか。ダンバー数という仮説があります。人がスムーズに、安定的に関係を維持することができる人数で、上限は150人程度だろうといわれています。当初はフォロワーをきちんと把握していたとしても、フォロワーが増えたり、長期運用していたりするとあいまいになってしまうことがあります。私も、担当している政党学生部の部員の鍵アカとつながることがあるのですが、際どい情報が書かれていて、本人に

確認するとフォローされていることを忘れていたということがあります。また、当初は鍵アカにしていなかったアカウントを途中から鍵アカにした場合は、思わぬフォロワーが含まれている可能性もあります。さらに、親しいと思って相互フォローになっていた相手が、実は自分のことをよく思っておらず、鍵アカでのポストをスクリーンショットで撮って他人に「密告」することもあります。これは、当初は仲がよかったが、途中で関係が悪くなったというケースもあります。就職活動の内容を誹謗中傷交じりに鍵アカで投稿したら、恨まれているフォロワーに密告されたという事例は、あまりオープンにはなりません。現実には存在します。また、仲のよいフォロワーが、鍵アカの投稿をスクリーンショットで撮って他の友人に見せたらその友人が拡散してしまうということもあります。鍵アカで投稿したバイトテロが炎上するのでもこうしたパターンが少なくありません。6次の隔たりという言葉があります。友達の友達の友達を辿っていくと6ステップで世界中の人々とつながってしまうという仮説です。公開範囲を限定していても、SNS上ではどこまでも広がる可能性があることを認識しましょう。

自分が個人情報流出の加害者になることも

匿名でSNSを運用している友人の投稿に、うっかり本名を入れてコメントしてしまう例のように、自分が相手の個人情報を晒してしまうこともSNSではよく起きます。たとえば各政党は、一般の方向けに政治塾を開催することがよくありますが、中には参加していることを家族や勤務先に秘密にしておきたいという方もいらっしゃると思います。ですから、集合写真を撮るときは顔出しして大丈夫な方に限って撮影するなど通常は気を付けていると思います。ところが、中にはメディアリテラシーの低い議員もおり、「今日は政治塾がありました」とSNSで投稿した写真に、撮影許可を得ていない参加者の顔が写り込んでいることがあるのです。こうした投稿を行うのが国会議員だと、フォロワー数が万単位の場合もあり、衆目の下に晒されることになってしまいます。この場合、現役官僚で将来立候補したいと思って参加しているような方だとすぐに職場にバレてしまいます。というのも、官僚の中には国会質疑の情報把握のために匿名アカウントで国会議員のSNSをフォローしている方が少なくないからです。他にも、塾の様子を後ろから撮影して個人の顔は特定できないだろうと思っていたら机に置かれたネームプレートが写りこんでいたというパターンがあります。また、新型コロナ禍以降オンライン会議を行うことが増えましたが、オンライン会議の写真を、参加者の顔の部分にモザイク処理を施し、これで大丈夫だろうと投稿したら名前の表示が消されずに残っていたということもあります。さらに、情報漏洩の話になりますが、講演中の様子を撮影したら、スクリーンに投影された内部資料の保管先オンラインストレージのURLが写り込んでいたということも考えられます。喫煙禁止を訴えている政治家の懇親会の写真の中に、煙草でいっぱいになった灰皿が写って

いたというケースもあります。SNSに投稿した写真で、未成年者の飲酒が発覚して炎上することもあります。

弁護士をやっているよく耳にするのが、SNSで飲み会やイベントについて投稿する際、友人もタグ付けして投稿したらその友人はその日別のところにいることになっていて嘘がばれたというパターンです。これが不倫相手の投稿だと配偶者に不貞行為が発覚するきっかけになったりします。タグ付けに限らず、不倫相手と一緒に写っている写真を不倫相手がSNSに投稿し、それが共通の友人経由で配偶者に伝わるパターンもあります。中には不倫相手が、離婚に誘導するためにあえて配偶者に伝わるように投稿したと思える事例もあります。自慢したい欲求を抑えられない「匂わせ投稿」というものもあるようです。不倫相手は写ってないし大丈夫だろうとSNSに風景写真を投稿したら、配偶者が第3章で触れた画像検索を行い、不倫相手も似た写真を投稿して発覚するということもあります。単純なところでは、裏アカだし配偶者はフォローしていないから大丈夫だろうと不倫相手とコメント欄でやり取りしていたら配偶者も裏アカでフォローして発覚するという事例もあります。

増加する自撮り被害

不貞行為が発覚する場合は自業自得といえるのですが、最近問題になっているのが自撮り被害です。特に、未成年者がSNSでだまされたり脅されたりして自分の裸や下着姿の画像を撮影して送信してしまう自撮り被害が増えています。送ってしまった写真は児童ポルノとして売買され、さらに一度インターネット上に流出すると永久に残ってしまうおそれがあります。警察庁によると、ここ数年未成年の自撮り被害者は毎年500人以上になっています。内訳は、令和4年で高校生212人、中学生295人、小学生63人です。中学生と小学生の被害件数は、過去最高を更新しました。

なぜ自分の裸や下着姿の画像を他人に送ってしまうのでしょうか？若年者をわいせつ目的で懐柔する行為は「性的グルーミング」と呼ばれ、ジャニーズ事務所の性加害問題で話題になりました。SNSやスマホゲームで子ども達に近づき、褒めたり相談にのったりしながら親しくなって自撮り画像を送付させる卑劣な大人たちがいるのです。さらに、用意周到な加害者は同世代の同性を装って近づきます。最初は趣味の話などで盛り上がりながらゆっくりと信頼を得ていきます。学校や家庭での悩みの相談に丁寧に対応します。そして、少しずつ「お願い」をするようになり未成年者が断りづらい状況を作っていくのです。送付させる画像も、最初は学校の写真だったり、近所の写真だったり。自撮り画像もいきなり裸や下着姿ではなくまずは顔が写っていない制服を着ている姿など。

心理学を用いた交渉手法にフット・イン・ザ・ドア・テクニックというのがあります。依頼や交渉をするときに、いきなり本命の要求をするのではなく、まず

相手が受け入れやすい簡単な要求からスタートし、徐々に要求レベルを引き上げていく手法です。人間には一貫性があるため、本命の要求も断りにくくなってしまふのです。心理学的な話でいうと、自撮り被害は承認欲求を利用することもあります。子ども達に対して、「かわいい」「魅力的」と褒めて、子ども達のもっと肯定してほしいという気持ちを利用するのです。学校や家庭でうまくいっていない子どもであればあるほど利用されてしまいます。これは、子どもに限った話ではありません。女性Y o u T u b e rがリスナーからの要望に応じて生配信中に肌を露出したり、Xで露出の多い写真を投稿したりすることがあります。これも、現実社会でうまくいっていない人ほど陥りがちな現象で、「SNSは私を肯定してくれる」と感覚が鈍磨してしまうのです。

また、加害者が他で入手した児童の裸の画像をあたかも自分の写真であるかのように送って、相手にも送るよう求めるという手口もあります。被害者は、仲良くなった相手との信頼関係を崩したくなくて送ってしまうのです。人は、相手に何か借りをつくるとお返しをしなければならないと感じる返報性という特性を持ちます。加害者は、こうした手口をSNSで接触した子ども達に同時並行で進めていくのです。また、一度自撮り画像を送ってしまうと、「この写真を公開されたくなかったら言うことを聞け」と脅しをかけられ、性的暴行を受けるケースもあります。性的暴行を受けている様子も撮影され、さらに隷従せざるを得なくなってしまうケースも。

こうした犯罪を防ぐために、子どもが自分のスマホで裸や下着姿の自撮りを行うと、AIが検知して画像の削除を促したり保護者に通知したりする機能を持つアプリも開発されています。また、2023年には刑法が改正され16歳未満の子どもに、断れないようにした上で性的目的で会おうとしたり、性的画像を送信させようとしたりすれば処罰されることになりました。刑法改正は前進ではあるものの、効果は限定的と思われ自主的な対策が必要です。小中学生の子どもをお持ちの方は、SNSで起こり得る犯罪について、ご家庭で話し合っていたいただきたいと思います。

自撮り被害は、新たに知り合った第三者以外にも、身近な人から生じることもあります。元交際相手や元配偶者などがフラれたり離婚されたりした復讐で、親密な時に撮影した性的な写真や動画をインターネットに公開するいわゆるリベンジポルノの問題です。2019年に、韓国の女性グループ「KARA」の元メンバー、ク・ハラさんが自殺しました。理由は特定されていませんが、リベンジポルノ被害が引き金になったという見方もあります。イタリアでも、リベンジポルノの被害者が自殺する事件が発生しています。性行為中の動画をインターネット上に投稿され、100万回もシェアされたというのです。国内のリベンジポルノの相談件数はここ数年毎年増加していて、警察庁の発表によると2022年は1,728件でした。男性被害者も200人以上です。リベンジポルノは、復讐が動機ですが、交際相手のスマホから意図せず流出することもあります。泥酔してう

っかり知人にシェアして出回ってしまうパターンもあります。流出したら恥ずかしい写真や動画を撮影しないことが肝要です。交際相手などがそうした写真や動画の撮影を望んでも断るべきです。

その他SNSから犯罪に巻き込まれるパターン

自撮り被害以外にもSNS経由で性犯罪に巻き込まれるパターンとして「神待ち」があります。これは家出の子ども達が、泊めてくれたり食べ物をおごってくれたりする相手をSNSで探す行為を指します。こうした神待ちから誘拐や性犯罪に発展するケースは少なくありません。

また、SNSで若者を騙そうとする者は性的な目的以外にも存在します。独立行政法人情報処理推進機構が2022年に行った調査によると、SNSなどで知り合った人と1対1で会ったことがある10代は26.5%。20代だと40%を超えています。SNSで知り合ってからリアル世界で会うというのは今や普通のことになっています。しかし、そうした若者を食べ物にしようとする大人は少なくありません。詐欺師や新興宗教などからすれば若者は恰好の餌食といえます。

私は、政党の学生部を担当しているので、その関係で部員達のSNSが目に入ることもよくあります。部員達は、政党の学生部に所属するくらいですから政治に興味関心があります。時折彼らに、政治に詳しい、政策に詳しい雰囲気を出して近づいてくるアカウントがあります。学生の悩みや愚痴の投稿に優しい言葉をかけて信頼を得ようとしています。アプローチ方法が自撮り被害の場合と似ています。機会があるたびに注意喚起をしていますが、学生達に話を聞くとそうしたアカウントと実際に会ったことがあるという部員もいます。こうしたアカウントの狙いは、自分がやっているネットワークビジネスに巻き込むことだったり、政党の内部情報を入手することだったりする可能性があります。犯罪に巻き込まれる可能性もあると繰り返し注意を喚起しています。自分は大丈夫と思っていても、新興宗教のマインドコントロールや犯罪者の手口は巧妙です。次の闇バイトの話で、知らない第三者に連絡すること、会うことの危険性を理解していただければと思います。

一生を棒に振りかねない闇バイト

近年話題の闇バイトも、SNSで個人情報を渡してしまったために抜けられなくなり犯罪に手を染めるというパターンが少なくありません。闇バイトは、地元の先輩や友人などからの紹介で巻き込まれることもありますが、SNSで「高収入」「即日現金」「副業」などと書かれたバイト投稿に応募して巻き込まれることもあります。闇バイトについてこれだけ報じられているので、自分は引っかけられないと思われるかもしれませんが、未成年だけではなく中高年が巻き込まれるケ

ースも出ています。闇バイトの裏側にいる者達も、あからさまに怪しい広告を出せば騙される人が少なくなることは分かっています。ですから、「荷物を運ぶだけの簡単な仕事」「現場系作業スタッフ」などの抽象的な文言で人を集めます。驚くべきことに、大手求人サイトに募集を出していた事例も確認されています。また、SNSのインフルエンサーが闇バイトの募集をすることもあります。インフルエンサー自体が詐欺集団の一員というわけではなく、お金をもらって依頼されて募集を代行しているというパターンです。

とりあえず働いてみて怪しそうだったら抜ければよいと考えるのは危険です。闇バイトでは最初の応募の段階で、「身元確認」という理由で、SNS経由で免許証の画像など個人情報を送付させることが多いのです。その後、特殊詐欺の受け子などを指示されるのですが、最初は人から荷物を受け取ってロッカーに入れるだけといった一見犯罪と関係なさそうな役割が与えられることが少なくありません。それだけで高い報酬をもらえるのだからまたやりたくなくなってしまいます。そして、徐々に役割が特殊詐欺の実行犯に近づいていくのですが、途中で「騙された」「これは犯罪だ」と気づいても、「今更やめるといっても既に共犯者だ」「どうせ警察に行っても捕まるだけなのだから続けるしか選択肢はない」などと脅され後戻りできなくなってしまいます。家族に危害を加えることを仄めかす事例もあるようです。そして、特殊詐欺の受け子や出し子のみならず、「叩き」と呼ばれる強盗の実行犯に仕立て上げられてしまうことも。特殊詐欺の受け子などは、お金を運ぶ一見単純な役割であるため軽く考えられがちですが、社会的に問題になっていることもあり裁判所の量刑も甘くはなく、初犯で執行猶予が付かず実刑が出る場合が多いです。闇バイトで数万の報酬を得るために前科を背負っていくのは全く割に合いません。募集元の企業情報が不明だったり、SNS経由で身分証明書の送付を求められたり、Telegram（テレグラム）などの匿名性の高い連絡アプリをダウンロードするよう指示されたりするようなバイトには近づかないのが大切です。

肖像権には注意が必要

写真をSNSに投稿する場合、問題となるのは自分の写真だけではありません。他人の写真を投稿すると、肖像権などが問題になります。肖像権というのは、法律に明文化されている権利ではなく、判例で認められている権利で、「みだりに自己の容ぼう等を撮影されないということについて法律上保護されるべき人格的利益」と定義されています。単純化すると承諾なく自分の写真を撮影されたり公開されたりしない権利なのですが、たまたま写り込んでしまった場合も承諾がないと絶対だめとなると、新聞やテレビの現場報道ができなくなってしまいます。そこで、最高裁は、「ある者の容ぼう等をその承諾なく撮影することが不法行為法上違法となるかどうかは、被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、

撮影の場所、撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性等を総合考慮して、被撮影者の上記人格的利益の侵害が社会生活上受忍の限度を超えるものといえるかどうかを判断して決すべき」と述べています。色々なケースがあるから総合考慮だよと考えているわけです。

このように肖像権侵害か否かの判断は、「総合考慮」なのですが、総合考慮とわかれても普通の人には困ってしまいます。私のような弁護士も悩んでしまいます。そこで参考となるのがデジタルアーカイブ学会が策定している肖像権ガイドラインです。あくまでデジタルアーカイブ機関が、所蔵している写真を公開するか検討する指針なので、これに従ったからといって法的トラブルに巻き込まれないというものではないのですが、私達がSNS上に写真を投稿するときには、こういう項目に気を付けた方がよいという点で参考になります。

肖像権ガイドラインでは以下の1～3ステップを挙げています。

ステップ1（被写体の判別）

知人が見れば誰なのか判別できるか？ →NOなら公開に適する
（デジタル拡大すれば判別できる場合も含む）

↓ YES

ステップ2（被写体の同意）

その公開について写っている人の同意はあるか？ →YESなら公開に適する
（撮影の同意だけでは足りない）

↓ NO

ステップ3（ポイント計算）

公開によって一般に予想される本人への精神的な影響をポイント計算すると何点か？

ステップ3のポイント計算リストは以下のとおりです。

ポイント計算リスト

1 被撮影者の社会的地位（以下、複数該当の場合は合算する。不明な場合は0点）

- ・ 公人（例：政治家）（プラス20点）
- ・ 著名人（例：俳優、芸術家、スポーツ選手）（プラス10点）
- ・ 16歳未満の一般人（マイナス20点）

※ただし保護者の撮影に対する同意が推定できる場合は減点しない

- ・ 有罪確定者（プラス5点）
- ・ 元被疑者で逮捕・摘発の報道から10年経過（マイナス10点）
- ・ 被疑者・刑事被告人の家族（マイナス10点）
- ・ 事件の被害者とその家族（マイナス5点）

2 被撮影者の活動内容

2・1 活動の種類

- ・公務、公的行事（プラス10点）
- ・歴史的事件、歴史的行事（例：オリンピック、万博）（プラス20点）
- ・社会性のある事件（歴史的とまではいえないもの）（プラス10点）
- ・公開イベント（例：お祭り、運動会、ライブ、セミナー）（プラス5点）
- ・公共へのアピール行為（例：街頭デモ、記者会見）（プラス10点）
- ・センシティブなイベント（例：宗教、同和、LGBTQ）（マイナス5点）

2・2 被撮影者の立場

- ・業務・当事者としての参加（例：出演者、コンパニオン等のイベントスタッフ）（プラス5点）
- ・私生活・業務外（マイナス10点）
- ・社会的偏見につながり得る情報（例：風俗業・産廃業への従事、ハンセン病関連）（マイナス15点）

3 撮影の場所

- ・公共の場（例：道路、公園）（プラス15点）
- ・撮影を予定している場所（例：相撲の升席）（プラス5点）
- ・管理者により撮影が禁止されている場所（例：コンサート会場、寺社）（マイナス5点）
- ・自宅内、ホテル個室、避難所内（マイナス10点）

※ただし立入りを承諾していると推定できる場合は減点しない

- ・病院、葬儀場（マイナス15点）

4 撮影の態様

4・1 写り方

- ・多人数（プラス10点）
- ・特定の人物に焦点を当てず（プラス10点）
- ・大写し（マイナス10点）
- ・画質が悪く容ぼう・姿態を判別しづらい（プラス10点）

4・2 撮影状況

- ・撮影承諾の意思を推定可能（例：カメラにピースサイン、笑顔）（プラス5点）

※プロカメラマンによる取材のように、撮影者と被写体の関係性から承諾を推定できる場合も含む

- ・撮られた認識なし（マイナス10点）
- ・撮影拒絶の意思表示（例：手でカメラを遮ろうとする）（マイナス20点）
- ・公開を前提としないプライベート撮影（例：家族、友人同士等による撮影）（マ

マイナス10点)

4・3 被写体の状況

- ・遺体、重傷（マイナス20点）
- ・水着など肌の露出大（マイナス10点）
- ・性器、乳房（マイナス20点）
- ・身体拘束（例：手錠・腰縄）（マイナス10点）
- ・一般的に羞恥心をおぼえる状況（例：泥酔、喧嘩、悲嘆、事故の最中）（マイナス5点）

5 写真の出典

- ・刊行物（例：新聞、書籍、公的文献）等で公表された写真（プラス10点）
- ・作品として展示・公表された写真（プラス5点）
- ・被写体本人または遺族から提供されたもの（プラス15点）
- ・遺族が存在しない故人に関する写真（プラス30点）
- ・代替性のない写真（プラス10点）

6 撮影の時期

- ・撮影後50年以上経過（プラス40点）
- ・撮影後40年経過（プラス30点）
- ・撮影後30年経過（プラス20点）
- ・撮影後20年経過（プラス10点）

※撮影後50年を超える場合は、ガイドライン利用者の判断でさらに加点を設けることを妨げない（例：撮影後70年以上でプラス60点など）

以上のポイント計算リストを合計した結果次第で以下のような対策をとることが示されています。

- ・0点以上なら公開に適する。
- ・マイナス1点～マイナス15点なら公開範囲を限定したり（例：館内、部数限定の研究誌など）、マスキングしたりすれば公開に適する。
- ・マイナス16点～マイナス30点なら厳重なアクセス管理したり（例：事前申込の研究者のみ閲覧）、マスキングしたりすれば公開に適する。
- ・マイナス31点以下ならマスキングすれば公開に適する。

かなり項目が多いので、毎回全項目をチェックすることは困難ですが、参考にいただければと思います。個人が投稿する場合は、公道や公園などオープンな場でたまたま人の顔が小さく写り込んだ場合は問題になるパターンは少ないと思います。もっとも、顔が写り込んでいるならモザイク化したりトリミングしたり

して写り込まないようにする方がトラブル回避としては安全でしょう。肖像権の話ではありませんが、ライブ会場などは、そもそも規約上撮影が禁止されている場合も増えており、注意が必要です。

プライバシー権侵害

また、公道であっても、不倫現場を撮影して公開するとプライバシー権侵害が問題になります。プライバシー権は、肖像権同様法律に明記されているわけではありませんが、憲法13条を根拠にした「私生活をみだりに公開されない権利」と考えられています。私生活に関する情報なので、写真に限りません。判例は、以下の三つの要件を満たすとプライバシー権侵害が成立すると述べています。

- 1 私生活上の事実または事実らしく受けとられるおそれのある事柄で、
- 2 一般人の感受性を基準にして当該私人の立場に立った場合、公開を欲しないであろうと認められるもので、
- 3 一般の人々に未だ知られていない事柄であること

離婚、失恋、性的志向、病歴、趣味・嗜好、整形手術歴、大学入試や就職試験の当落などは注意が必要です。他人の卒業アルバムの写真を投稿したり、他人の自宅写真を投稿したりするのもプライバシー権侵害が問題になります。SNSで最近問題になっているのが「私刑」「さらし」投稿です。電車内で迷惑行為をしている人の写真や動画をモザイクなしで投稿しているのをよく見かけますが、肖像権侵害やプライバシー権侵害にあたる可能性があります。

これは、痴漢や万引きなどの犯罪の場合も同様です。犯罪行為の処罰は国家の権限で、私刑が認められているわけではないのです。「でも、芸能人や議員に対する晒し投稿などは、よく週刊誌で行われているじゃないか」と思われる方もいると思います。芸能人や議員については、職業柄プライバシーの要保護性が一般私人よりも下がるという考え方もあります。したがって、芸能人や議員に許されているからといって、一般私人に許されるとは限らないのです。こうした肖像権、プライバシー権侵害は、投稿の削除請求を受ける可能性や損害賠償請求を受ける可能性があります。訴訟にまで発展しなくても、リテラシーがない人という印象を持たれてしまいますので気を付ける必要があります。

なりすまし

肖像権と関係するところでは、他人に嫌がらせをする目的で行う「なりすまし」があります。アカウントのアイコン画像に他人の写真を使えば肖像権侵害になりますが、写真を使わなければよいとうわけではありません。そもそも多くのSN

Sではなりすまし行為を利用規約で禁止しています。現在、なりすまし自体を禁止する法律はありませんが、なりすましたアカウントで本人の社会的評価を下げる投稿を行えば名誉毀損になります。

たとえば「私には逮捕歴がある」と投稿したり、第三者に誹謗中傷したりする場合です。実際に起こった事件としては、実在する女子高校生になりすましたSNSアカウントで、性的行為に誘うような投稿をした自衛官が、名誉毀損の疑いで逮捕されています。また、私生活上の秘密を暴露すればプライバシー権侵害も問題になります。

このなりすまし問題に関連して要注意なのが、なりすましアカウントが暴言を投稿しているスクリーンショット画像が出回り、本人アカウントだと騙されて本人アカウントに誹謗中傷を行ったり、当該スクリーンショット画像を拡散したりすると、自分自身が加害者として訴えられかねないという点です。

なりすましではなくても、投稿内容が偽造されたスクリーンショット画像も要注意です。第4章で取り上げた木村花さんの件で、遺族がSNSで誹謗中傷投稿を行ったと思われるアカウントに損害賠償請求をしたところ、その誹謗中傷投稿が第三者の捏造であることが判明。逆に遺族側が損害賠償請求を受けるということが起こっています。なりすましアカウントを見分ける方法としては、以下が挙げられます。

- ・ユーザー名が本物のアカウントと微妙に違う（「y a h o o o」「g o o g l l e」のようにoやlが多いなど）
- ・フォロワー数が少ない
- ・アイドルグループなどの場合、グループメンバーなどのフォローすべき人をフォローしていない
- ・SNSの利用開始日が最近
- ・過去の投稿内容をさかのぼっていくと違和感がある

また、画像が偽造されているか否かは、Googleで画像検索をすると、偽造についての情報が出てくる可能性があります。こうした対策をとっても万全とはいえ、スクリーンショット画像を見かけた際は、自分自身で元投稿を確認していない限り言及しないのが安全でしょう。

こうしたなりすましに加えて、近時問題になっているのが、著名人の名前、写真の無断使用です。ZOZO創業者の前澤友作氏が、2023年9月2日、自分の名前や写真を使った詐欺広告がSNS上に大量に存在しているとXで投稿しました。しかも、こうした状況についてSNS事業者に改善を求めたが適切な対応がなされなかったというのです。前澤氏に限らず、多くの著名人の名前や写真が詐欺広告に使われています。こうした詐欺広告も、肖像権やパブリシティ権（著名人の氏名や肖像が持つ顧客誘引力に基づく権利）などを侵害しているのですが、

第5章 個人情報流出

雨後の筍のごとく発生するため対応が容易ではありません。消費者としては、著名人の名前や写真が使われているからといって、安易に広告を信じないようにすることが肝要です。

第6章 著作権

本章では著作権を扱います。著作権は、ざっくりといえば自分の作品を承諾なく勝手にコピーされたり改変されたりするのを防ぐための権利、やめさせる権利です。

漫画、小説、音楽など社会にはたくさんの創作物が存在しています。これらの創作物を生み出した創作者は、創作物をお店で売ったり、インターネットで配信したりすることで利益を得ます。創作物が無断でコピーされて販売されれば、創作者に利益が入ってこなくなります。創作物を生み出しても利益が得られないということだと、新たな創作物が生み出されにくくなってしまいます。これは文化の衰退を意味します。そこで、創作物、すなわち著作物に法的保護を与えその創作者である著作者を守ろうというのが著作権です。

著作権が侵害されたら、著作者は、刑事告訴したり、損害賠償請求したり、差止め請求したり、謝罪広告を出すよう請求したりすることができます。よく間違われますが、著作権侵害は営利目的か否かはほぼ関係ありません。家族に見せるような私的なコピーならば著作権侵害には当たりませんが、それを超えて友達に映画のDVDをコピーして渡したりすれば、無料だったとしても著作権侵害になります。日本では、著作権は、どこかに登録したり申請したりしなくても、創作された時点で発生します。これを無方式主義といいます。海外には法的な保護を受けるために登録が必要な国もあります。著作権が保護されるのは、原則著作物が創作されてから著作者の死後70年間です。

著作物は、「思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」と定義されています。具体的には、以下のようなものが含まれます。

- ・言語の著作物：講演、論文、小説、脚本、詩歌、俳句など
- ・音楽の著作物：楽曲、楽曲を伴う歌詞など
- ・舞踊、無言劇の著作物：日本舞踊、バレエ、ダンスなど
- ・美術の著作物：絵画、彫刻、漫画、舞台装置、茶碗など
- ・建築の著作物：芸術的な建築物
- ・地図、図形の著作物：地図、設計図、立体模型、地球儀など
- ・映画の著作物：映画、アニメ、ゲームソフトの映像など
- ・写真の著作物：肖像写真、風景写真、記録写真など
- ・プログラムの著作物：コンピュータ・プログラム

データや事実、アイデアそのものは保護されません（アイデアは別途特許

権などで保護される場合があります)。新聞や雑誌の見出しに著作物性が認められる可能性は低いですが、記事には通常著作物性が認められます。ただし、記者の創作性が入り込む余地のない天気予報、死亡記事、火事、交通事故、人事異動など「事実を伝達したに過ぎない雑報、時事の報道」は、著作物とはいえません。広義の著作権は、様々な権利の複合体で、その内容は複雑です。以下が広義の著作権に含まれる権利です。

- ・複製権
- ・上演権、演奏権
- ・上映権
- ・公衆送信権
- ・公の伝達権
- ・口述権
- ・展示権
- ・譲渡権
- ・貸与権
- ・頒布権
- ・二次的著作物の創作権
- ・二次的著作物の利用権
- ・公表権
- ・氏名表示権
- ・同一性保持権
- ・著作隣接権
- ・実演家人格権

このように、広義の著作権には多くの権利が含まれています。一つ一つ解説すると、相当な紙幅が必要になりますし、本書はトラブルを避けることに主眼を置いている書籍です。したがって、法律の解説ではなく、具体的な事例を示しながらトラブル回避術を考えていきたいと思えます。

SNSに歌詞や漫画のセリフを書く

自分の好きな歌の歌詞や漫画のセリフをフォロワーに知ってほしいというのは自然な発想です。しかし、SNSで歌詞全部を書けば著作権侵害にあたります。一方で、著作権侵害に該当するためには、その歌詞などが「創作性的」であることが必要になります。法的保護を与えるためにはオリジナリティが必要になる

のです。たとえば歌詞のワンフレーズ程度であれば著作者の個性が表れたものとまではいえず著作物と評価されない場合が多いと思います。ありふれた表現の組合せでは著作物とはいえないのです。

漫画のセリフも同様で、短いセリフであれば著作物に該当しない場合が多いといえます。「じゃあ何文字までならよいの？」とよく聞かれるのですが、ここは明確な答えはなく、たとえば20文字程度の交通安全スローガンに創作性を認めた判決があります。短歌や俳句なども文字数は少ないですが、これらに著作物性を認めないとパクリ放題になってしまいます。歌詞や漫画のセリフの場合は、ワンフレーズ、1コマ分のセリフ（1コマのセリフが明らかに長文の場合を除く）程度であれば著作権侵害にはならないだろうという感覚になるかと思えます。

では、漫画の1コマを画像化したものをSNSに投稿するのはどうでしょうか？こちらは、1コマ自体に著作物性があると考えられるので、セリフの長さからするとワンフレーズ程度であっても、著作権侵害になります。漫画の1コマと同様に、新聞紙面の画像やテレビ番組の画像がSNSに投稿されているのをよく見かけますが、これも著作権侵害になり得るといえます。

簡単ではない「引用」

著作権侵害を回避する手段として「引用」という手段が認められています。論文や記事を書くたびに著作権者に承諾を得なければ引用できないというのでは執筆活動は萎縮してしまいます。著作権法上の引用に該当するためには、引用するのが既に公表されている著作物であって、引用部分が自分の書いた部分と明確に区別できることが必要です。「」を使用するなど引用部分がはっきり分かるようにしなければなりません。また、引用部分が主ではなく、自分が書いた部分が主であることが必要です。歌詞を全文引用して、「この歌詞いいでしょ？」だけでは著作権法で認められている引用にはならないのです。そして、引用元を明記することが必要です。その他、感想を書くのに必要のない部分まで引用していないかなどが考慮されます。Xなど、文字数が制限されているSNSの場合、引用しようとしている部分の方が「主」になってしまうことが多く、引用の要件を満たすのはなかなか困難です。

なお、最近は出版社と権利調整して、登録すれば人気漫画のコマを利用できる「マンガコマ埋め込みサービス」もあります。こうしたサービスを使えば、SNSに漫画のコマを利用できる場合があります。また、スタジオジブリが極めて興味深い取組みを行っています。1,000件以上のジブリ映画の画像を無償提供しているのです。常識の範囲内であれば使用可能とされていて、商業利用などを

除けばSNSで使用することができます。

SNSのアイコンにアニメや漫画のキャラクターを使う

では、写真はどうか？インターネット上にアップロードされている写真を無断転載した投稿を見かけることがよくありますが、これも許諾を得ていたり引用の要件を満たしていたりするなど例外的な場合を除けば著作権侵害になります。よく間違われるのが、著作権はプロのカメラマンが撮影した写真に限らず、素人が撮影した写真にも発生する点です。ですから、他人がSNS上にアップロードした写真を勝手に使用してはいけません。

また、SNSアカウントのアイコンにアニメや漫画のキャラクターを使っているのをよく見かけます。これも本来は著作権侵害になり得ます。推しアイドルの写真をアイコンにするのも同様です。芸能人の写真の場合は別途肖像権侵害やパブリシティ権侵害の問題も出てきます。

この写真との関係で問題になるのがスクリーンショット画像です。SNSで他のアカウントと議論をする際など、元の投稿を削除されたり修正されたりしたら議論ができなくなってしまうため、元投稿のスクリーンショット画像を添付して自分の意見を投稿することがよくあります。しかし、SNSでの投稿も、著作物と認められることがあるため、スクリーンショット画像の添付が著作権法上の引用に該当するかが問題となるのです。この点について、2021年に東京地方裁判所が、他人のポストのスクリーンショットした画像を投稿するのは、Xの規約に違反するもので公正な慣行に合致するものではないとして著作権法上の引用にあたらぬと判断し、SNS界限は混乱しました。スクリーンショット画像の引用ができないということになると、たとえば極めて不適切な投稿を行った政治家アカウントが元投稿を消してしまえば、引用リポスト不能になり批判することのハードルが上がってしまいます。これは民主主義の観点からも好ましい事態ではありません。そこで、2023年知的財産高等裁判所はこの地裁判決を覆しました。ただし、「引用にあたる可能性がある」と判断したに留まり、スクリーンショット画像であれば何でも引用にあたるわけではなく、前出の引用の要件を満たす必要がある点には注意が必要です。

前述のとおり、SNSでの投稿自体が著作物にあたる可能性があるのですが、そうするとパクツイ（他人のSNS投稿の内容を真似して投稿すること）はどうかのでしょうか？短い文書やありふれた言葉の場合は著作物性が否定される可能性はありますが、パクツイも著作権侵害になる可能性があります。仮に著作権侵害にあたらぬとしても、パクツイは炎上の元ですので注意しましょう。

手紙やDMの「さらし」行為は著作権侵害？

SNSでの投稿のみならず、手紙やSNSのDMにも著作物性が認められる場合があります。そうすると、たとえば相手から失礼なDMが送られてきたときにそれをスクリーンショットで撮影して晒す行為や弁護士から送られてきた内容証明郵便をSNSに公開する行為は大丈夫か問題になります。短い文章だと著作物性が認められない可能性が高いですが、一定の分量がある文章だと創作性が認められて著作物だと判断される可能性があります。そして、広義の著作権の中には、公表権といって著作物を公表するか決めることができる権利も含まれています。したがって、無断で晒す行為は、公表権などを侵害していると判断される可能性があります。実際、法廷が開かれる前に、送られてきた訴状をインターネットに公開した行為が、著作権侵害と判断された事例があります。訴状は、公開の法廷で陳述されると、著作権法40条1項により公開しても問題なくなるのですが、陳述される前に公開するのはダメということなのです。この裁判例からすると、手紙やDMの晒し行為は危険ということになります。なお、手紙やDMの公開は、著作権侵害以外にもプライバシー権侵害や各SNS規約違反などの問題も生じます。

ファスト映画で損害賠償額が億越えに

「ファスト映画」という言葉をご存じでしょうか？映画の映像を無断で使用し、字幕やナレーションをつけて10分程度にまとめてネタバレする動画のことを指します。現代社会はコスパではなくタイパ（タイムパフォーマンス）の時代だといわれますが、このように映画を編集した動画をYouTubeなどにアップロードする行為は著作権侵害になります。映画会社からすれば、映画館の興行収入や配信などで利益をあげているのに、10分のネタバレ動画を流されたらたまったものではありません。このファスト映画をアップロードしたYouTuberが2021年に逮捕されています。さらに、民事訴訟も提起されました。大手映画会社など13社がファスト映画をアップロードした男女に損害賠償を求めた裁判で、東京地方裁判所は総額5億円の賠償責任を認めたのです。こうした、作品を短く編集して投稿する行為は、映画を対象としたものに限らずアニメやドラマも著作権侵害になります。実際、アニメのファスト動画を作成したとして2023年に逮捕者が出ています。

ファスト動画ではありませんが、動画関連で最近多いのが「切り抜き動画」です。元動画のおもしろいところだけ切り抜いて編集する動画です。私のような政

政治家だと、演説全体の動画からよいところを切り抜いて編集してもらえると、とてもありがたかったりします(ちなみに政治家の演説の様子は、著作権法40条1項により自由に撮影してアップロードしても問題ありません)。しかし、この切り抜き動画も、原則著作権侵害に該当します。実際は、元動画の著作権者が明示または黙示の許諾を与えている場合も少なくありませんが、要注意です。

では、ネタバレ自体は違法になるのでしょうか？漫画や映画の結末を感想交じりに書く行為は普通に行われていますし、アイデア自体は著作物ではありませんので、通常は著作権侵害にはなりません。しかし、漫画の一話分のセリフを全て書き起こすようなネタバレや物語の詳細を記載したのになると、ファスト動画と同様の損害が発生しかねません。短い感想などを添えて「あくまで引用なのだ」と言われても被害が甚大です。こうした背景もあり、漫画『ケンガンオメガ』の2話分ほぼ全てのセリフや、ストーリーを説明した文章をインターネットで公開した男性に著作権法違反で罰金50万円の略式命令が出されました。

ちなみに、セリフの書き起こしや動画の編集をせずコンテンツそのものをアップロードする、いわゆる海賊版サイトは当然著作権侵害です。そして、海賊版と知りながらダウンロードすると、それ自体が著作権侵害になります。ただし、動画サイトにアップロードされている海賊版をダウンロードせずにブラウザ上で視聴するだけならば、コンテンツを少しずつ保存しながら再生、消去を繰り返しコンテンツ全てが保存されるわけではないストリーミングと呼ばれる方式に該当するため現行法上は違法とはいえません。なお、YouTubeの場合は、海賊版か否かに限らず、Premiumサービスに加入しているなどの場合を除き、利用規約で動画のダウンロード自体が原則禁止されています。こうした利用規約による禁止は、SNS以外でも注意が必要です。たとえば、ライブや音楽フェスの動画を無断でアップロードする行為は著作権侵害の問題が生じますが、それに加えてライブ中の写真撮影が、イベントの規約で禁止されている場合があります。第2章で炎上を扱いましたが、有田芳生議員(当時)が2019年6月1日にサザンオールスターズのライブの様子を写真撮影してXに投稿したところ炎上しました。

「歌ってみた」「演奏してみた」「踊ってみた」「やってみた」は大丈夫？

YouTubeには「歌ってみた」「演奏してみた」系の動画がたくさん公開されています。これだけ堂々とやられているのだから何も問題ないだろうと思いがちですが、注意点があります。JASRACという名称を聞いたことがある方は多いと思います。JASRACの正式名称は一般社団法人日本音楽著作権協会です。アーティスト個人が自分で著作権を管理するとなると大変です。そこ

で、アーティストからの委託を受けて著作権の管理を行っているのが JASRAC です。YouTube や Instagram、TikTok、ニコニコ動画などはこの JASRAC と包括契約を結んでいます。したがって、JASRAC が管理している楽曲については、これらの媒体でユーザーが「歌ってみた」「演奏してみた」動画をアップロードしても問題ありません。ただ、これは自分で作成した音源を使って歌ったり演奏したりする場合の話で、CD音源やカラオケ音源を使うと別途著作権隣接権（演奏家やレコード会社、放送事業者を守るための権利）侵害という問題が発生します。また、世の中に流通している全ての楽曲を JASRAC が管理しているわけではありません。インディーズやボーカロイドの楽曲などは注意が必要です。

ところで、先程挙げた JASRAC と包括契約を結んでいる SNS の中に、X がありませんでした。そうなのです、X は JASRAC と包括契約を結んでいないのです（2023年9月30日現在）。したがって、X で直接「歌ってみた」「演奏してみた」動画をアップロードすると著作権違反の問題が発生します。YouTube などにアップロードした動画のリンクを貼り付けるのはセーフです。ここは見落としがちなので要注意です。なお、歌詞を変える行為は著作権侵害にあたりますので、替え歌には注意が必要です。

次に、「踊ってみた」動画はどうでしょうか？踊りの振り付けも、「舞踊」として著作権法で保護される場合があります。2016年、ドラマ『逃げるは恥だが役に立つ』の ED に流れた星野源氏の『恋』に合わせて踊る「恋ダンス」が大流行し、著名人含め様々な人が踊った動画がインターネット上にアップロードされました。星野源氏が所属するレーベル、ビクターエンタテインメントは、番組放送終了後一定期間は著作権法に基づく動画削除手続きは行わないものの、2017年8月末までに「恋ダンス」動画の削除を行うようにと発表しました。このように、踊りの振り付けも著作権法で保護される場合があります。

では、ゲームの実況動画をアップロードするのはどうでしょうか？ゲームの無断アップロードも原則著作権侵害に該当します。しかし、ゲーム実況はゲームの広告にもなるため、任天堂や CAPCOM などはガイドラインを策定して、そのガイドラインに沿った実況動画であれば投稿を認めているのです。スクウェア・エニックスのように、特定のソフトについて実況を認めている会社もあります。ガイドラインに沿ってさえいれば動画の収益化も認めている会社もあります。「歌ってみた」の場合は、X が JASRAC と包括契約を結んでいないため NG でしたが、任天堂などは X での公開も認めています。ゲーム実況をやろうかなと考えたときは、各ゲーム会社のガイドラインを確認しましょう。中にはゲーム実況を認めていない会社やエンディングのネタバレは NG という会社もあります。2023年5月、YouTube を通じてアドベンチャーゲーム『STE

INS ; GATE 『比翼恋理のだーりん』のプレイ動画を公開した男性が著作権法違反の疑いで逮捕されました。このゲームの権利者はエンディングやエンディング近辺の画像の使用をガイドラインで禁止していました。

ではなぜSNSに著作権侵害があふれているのか？

本章では著作権について取り上げてきましたが、想像以上に違法になるハードルは低いと思われたのではないかと思います。しかし、実際はSNS上で、本章で取り上げた行為をよく見かけるのではないかと思います。一体どういうことなのでしょう？

これは、著作権侵害が一部を除き親告罪であることが大きく関係しています。仮に著作権侵害行為があったとしても、勝手に警察が逮捕することはできません。あくまで権利者が告訴してはじめて警察も動けるのです。損害賠償請求などの民事事件についても、SNS上の一つ一つの侵害行為に対して訴訟を起こしていたら大変な手間になってしまいます。また、漫画の二次創作などは、元の漫画の売上に貢献する場合もあり放任されている側面もあります。

もっとも、他の人が逮捕されていないから、昨日まで訴えられなかったからという経験則で安心してしていると危険です。権利侵害された被害者が思い立って刑事告訴したり損害賠償請求したりすることを決断し、その相手がたまたまあなたであるということもあり得るのです。

おわりに

本書は、筆者が所属する政党の学生部員や議員向けに行ったSNSトラブル回避術講義を編集し、まとめた書籍です。学生のSNSトラブルは日々起こっています。弁護士という立場でトラブル回避術の講義をすることになったのですが、資料を作っているうちに膨大な量に。だったら書籍化してみようと思ってできたのが本書です。こうした経緯があるため、本書には政治ネタが多く含まれています。また、所属政党の批判は避けていますので、その意味では本書自体にも政治的なバイアスが含まれています。そして、こうした書籍を書きながら、私自身もSNS運用で過ちを犯すことがあります。本書の執筆は、自分自身のSNS運用を振り返る機会にもなりました。反省も多いですが、それでもやはりできるだけ多くの方にSNSトラブルの回避術を知っていただきたいと考えています。

私がインターネットにハマったのは、アメリカの同時多発テロの時に巨大掲示板2ちゃんねる（現5ちゃんねる）を見たのがきっかけでした。テレビや新聞では知ることができない現地情報を知ることができました。勿論、そこで得られる情報にはデマも少なくありませんでした。また、誹謗中傷が渦巻く掲示板でした。しかし、インターネットは活用方法次第で有益だということを知ることができました。SNSも同様です。色々なところでSNSの危険性が論じられていますが、簡単に自分と同じ趣味の人に出会えたり、マスコミでは報じられていない海外の出来事の現地動画を視聴できたり、使い方次第で世界が広がります。是非、SNSの大海でのトラブル回避術を身に付けていただき、楽しいSNSライフをおくっていただければと思います。勿論、ずっとSNSに潜っているとリアル世界に戻ってこれなくなってしまうので、たまにはSNSから離れるSNSデトックスも必要だと思います。

最後に、どんなに気を付けていてもSNSトラブルに遭遇することはあります。そこで、実際にトラブルにあったときの相談先をいくつか掲載しておきます。

・みんなの人権110番

差別や虐待、ハラスメントなど、様々な人権問題についての相談を受け付ける相談電話。電話は、最寄りの法務局につながります。相談は、法務局職員または人権擁護委員が受けます。どこに相談したらよいか分からない場合の駆け込み先です。インターネット経由の相談も可能です。

電話番号：0570・003・110

受付時間：平日8時30分から17時15分まで

ウェブサイト：<https://www.moj.go.jp/JINKEN/jinken20.html>

おわりに

・子どもの人権110番

いじめや部活の暴力、親からの虐待など子どもの人権問題に関する専用電話です。子どもに関する悩みを持つ大人も利用可能です。電話は、最寄りの法務局につながります。相談は、法務局職員または人権擁護委員が受けます。LINEでの相談も受け付けています。

電話番号：0120・007・110

受付時間：平日8時30分から17時15分まで

ウェブサイト：<https://www.moj.go.jp/JINKEN/jinken112.html>

・法テラス

問合せ内容に応じて解決に役立つ法制度や相談窓口に関する情報を案内してくれます。経済的に余裕のない人を対象とした無料の法律相談や弁護士費用の立て替え制度もあります。

電話番号：0570・078374

受付時間：平日9時から21時、土曜日9時から17時（日曜日・祝日は除く）

ウェブサイト：<https://www.houterasu.or.jp>

・誹謗中傷ホットライン

インターネット上の誹謗中傷について連絡を受け付け、一定の基準に該当すると判断したものについては、国内外のプロバイダに各社の利用規約などに沿った対応を促す連絡を行います。インターネット企業有志によって運営される一般社団法人セーフアーインターネット協会（SIA）が運営しています。

ウェブサイト：<https://www.saferinternet.or.jp/bullying>

・有害情報・違法相談センター（総務省）

相談者自身で行う削除依頼の方法などを迅速にアドバイスします。インターネットに関する技術や制度などの専門知識や経験を有する相談員が、人権侵害に限らず様々な事案に対して幅広くアドバイスします。

ウェブサイト：<https://ihaho.jp>

・インターネット・ホットラインセンター（警察庁）

インターネット上の違法情報および重要犯罪密接関連情報、自殺誘引など情報の通報を受け付け、ガイドラインに基づいて該当性の判断を行い、警察への情報提供とサイトへの削除依頼をする窓口です。あくまで通報用で、相談窓口ではありません。

ウェブサイト：<https://www.Internethotline.jp>

- ・警察またはサイバー犯罪相談窓口

インターネット上の誹謗中傷などに対して、処罰を求める場合などは最寄りの警察署または各都道府県のサイバー犯罪相談窓口にご相談しましょう。

ウェブサイト：<https://www.npa.go.jp/bureau/cyber/soudan.html>

おわりに

【著者略歴】

松本ときひろ

弁護士（東京弁護士会所属）。品川区議会議員。日本維新の会学生局長。山口県宇部市出身。一橋大学社会学部卒業後、民間企業に就職したものの体調を崩し1年足らずで退職。一念発起し弁護士を目指すべく早稲田大学大学院法務研究科に進学し、2010年に新司法試験合格。法律事務所勤務、国会議員事務所勤務（政策担当秘書）を経て2014年に武蔵小山法律事務所を開業。2019年に品川区議会議員選挙初当選、現在2期目。著書に『“地域密着型”モデルで勝ち抜く実践！ 律事務所経営マニュアル』（ぎょうせい）がある。

弁護士と学ぶみんなのSNSトラブル回避術
— 炎上、デマ、誹謗中傷、個人情報、著作権 —
初版発行：2023年10月2日
著者・発行：松本ときひろ
連絡先：info@matsumototokihiro.com
X（旧 Twitter）：@matsumoto_toki

本作品の全部または一部を無断で転載、複製、改竄、改変、翻訳、翻案、インターネット上に掲載すること、および有償・無償にかかわらず本データを第三者に譲渡することは法律により禁じられています。