

An aerial night view of a city, likely Tokyo, showing a dense urban landscape with numerous skyscrapers and buildings illuminated with lights. A prominent feature is a multi-level highway interchange with bright orange and yellow light trails from traffic, curving through the city. The overall color palette is dominated by blues and oranges from the city lights.

GDI

Global
Disinformation
Index

偽情報のリスク アセスメント： 日本のオンライン ニュース市場

www.disinformationindex.org

報告書執筆者: 永井健太郎、戸村臨、瀬川至朗 (早稲田大学次世代ジャーナリズム・メディア研究所所長)

リサーチャー: 西岡智央、大久保拓哉、泉美紗季

デザイン: www.designbythink.co.za

Global Disinformation Index は、中立性、独立性、透明性の3つの原則に基づいて運営されている非営利団体です。私たちのビジョンは、偽情報とその害のない世界です。私たちの使命は、企業と政府が偽情報を排除するように働きかけることです。私たちは、世界のニュースメディアサイトについて、偽情報のリスク評価を提供しています。

詳細については、www.disinformationindex.org をご覧ください。

次世代ジャーナリズム・メディア研究所 (INGJM) は、早稲田大学総合研究機構のプロジェクト研究所の一つです。INGJMは、デジタル社会において市民から信頼される次世代ジャーナリズムのモデル構築に関する研究に取り組んでいます。ジャーナリズムが信頼性を得るための要件を検証しており、それらの要件としては、「根拠に基づいていること (evidence based)」、「公開性 (open)」、「双方向性 (interactive)」などが考えられます。信頼されるジャーナリズムの試みとしては、ファクトチェック、データ・ジャーナリズム、オープン・ジャーナリズム、エンゲージド・ジャーナリズム、建設的ジャーナリズム、ソリューション・ジャーナリズムなどが、今日、世界中で実践されています。

INGJMでは、現在、偽情報・誤情報対策の大きな柱の一つであるファクトチェック・システムの研究に取り組んでいます。また、次世代ジャーナリズム、特にエンゲージド・ジャーナリズムに取り組む実践者や研究者を講師として招き、その問題意識や実践の実績についてお話しいただきながら、事例の収集・体系化に努めています。

GDI Global
Disinformation
Index



早稲田大学
総合研究機構



2023年2月。クリエイティブコモンズライセンス (CC BY-NC-SA 4.0) の下で公開されています。

目次

エグゼクティブ・サマリー	4
主な調査結果:日本	5
日本のメディア市場:主な特徴と展望	6
偽情報リスク評価	8
オンラインニュース市場の概要	8
ピラー別の概要	11
コンテンツ・ピラー	
運営ピラー	
結論	15
付録:評価手法	16
サイト選定	16
データ収集	17
データ分析・指標構造	17
リスク評価	19
【日本語版向けの注記】	19
文末脚注	20

エグゼクティブ・サマリー

ニュースビジネスがネットの世界に拡大して以来、ニュースの制作と配信の変容により、ニュース業界は新たな偽情報リスクにさらされている。

ニュースサイトには、オンラインのトラフィックを増大させ、最終的には広告収入を増やすために、偽情報を広めるという金銭的誘因がはたらく。一方、これまでも偽情報の流布は大きな問題を引き起こし、多大なる影響を及ぼしてきた。コロナ禍をめぐる偽情報に類するナラティブは、最近の（そして生死に関わる）事例である。このようなナラティブは、社会が共有する事実認識を混乱させることで、公衆衛生や安全、政府の対応を弱体化させる。

広告費のために流布される偽情報に対抗するため、グローバル・ディスインフォメーション・インデックス (GDI) は、ニュースドメインが読者に偽情報を流すリスクを評価 (レーティング) するための枠組みを用意している。これらの独立した信頼できる中立的な評価は、広告主、アドテック企業、オンラインプラットフォームが、自社のブランドセーフティおよび偽情報リスク軽減戦略に沿って、オンライン広告費の配分を再検討するために利用されている。

GDIは偽情報を「現実世界に害をもたらす敵対的なナラティブ」と定義しており、GDIリスク評価は、あるニュースサイトがこうした敵対的なナラティブを広めることで読者に偽情報を与えるリスクに関連する各種指標についての情報を提供するものである。これらの指標は、サイトのコンテンツの品質と信頼性、運営と編集の誠実性をそれぞれ測定する **コンテンツ・ピラー** と **運営ピラー** に分類される。¹あるサイトの総合リスク評価は、すべての指標の得点の集計をベースにしており、0 (最大リスクレベル) から100 (最小リスクレベル) までの範囲になる。

GDIのリスク評価の手法は、偽情報サイトや信頼できるニュースサイトを特定し、分類しようとするものではない。むしろ、GDIのアプローチは、各指標の組み合わせにより、あるサイトが偽情報を掲載する全体的なリスクを反映できるという考えに基づいている。その評価は、日本のメディア市場、このメディア市場の全体的な偽情報のリスクレベル、そして、偽情報リスクを軽減するための取り組みにおける各メディアの強みと課題を理解するための手がかりを提供するものと考えべきである。

以下の報告書は、33のニュースドメインの調査から得られた、日本のメディア市場における偽情報リスクに関する所見を紹介している。本所見は、2022年6月から9月にかけて、GDIが中心となり、早稲田大学次世代ジャーナリズム・メディア研究所の研究者とともに実施した研究の成果である。最小リスクと評価されたサイトは、報告書の中で名前などが紹介されている。報告書に含まれるすべてのサイトには、個々の得点とリスク評価が通知され、エンゲージメントとフィードバックができるようにした。

偽情報のリスクについての信頼できる独立した評価に対するニーズは極めて高い。日本のサイトに関するリスク評価の枠組みは、政策立案者、ニュースサイト、市民社会に極めて重要な情報を提供することで、主要な意思決定者が、偽情報を助長し維持する資金の流れを止めることを可能にするものである。さらに、今回の研究結果は、アドテック業界の関係者や偽情報を撲滅するために行動するその他の関係者との共有が予定されており、偽情報のビジネスモデルを打破するというGDIのミッションに資するものである。

主な調査結果:日本

日本のメディア状況に関するGDIの評価は以下のとおりである。

本調査のサンプルサイトの約40%は、偽情報リスクが最小から低レベルである

- 偽情報のリスクが最小と評価されたのは5サイトである。最小リスクサイトは、運営方針の透明性を高くすることで差別化されている。この5つの最小リスクサイトについては、本報告書にサイト名を記載している。
- 偽情報のリスクが低いと評価されたのは8サイトである。これらのサイトも、中立的でセンセーショナルではないコンテンツを掲載している点では全体的に高い評価を得ているが、ニュース編集室の偽情報リスク管理に極めて重要とされる運営方針の一部について、その情報開示のレベルがかなり低い傾向にある。

日本のサイトのうち、偽情報リスクが高い、あるいは最大レベルにあるものは限定的である

- 偽情報のリスクが高いサイトは2つ、リスクが最大のサイトは1つだけであった。残りの17サイトは、中リスクの評価となった。
- 最大リスクと評価されたサイトでは、ネガティブ・ターゲットングを伴う偏ったコンテンツを掲載し、敵対的なナラティブを構築してユーザーを操作する機会を作り出している。

今回評価された日本のメディアサイトのほとんどは、偽情報リスクの軽減に役立つ運営方針について透明性を欠いている

- 最小リスクのメディアを含む、すべてのサイトにおいて、**コンテンツ・ピラー**よりも**運営ピラー**の方のパフォーマンスが低いという結果が見られた。約75%のサイト(25サイト)の**運営ピラー**のスコアは50点未満となっている。
- ほとんどのサイトは、帰属表示に関する方針や、掲載記事の正確性をどのように確保するかについて、ほとんど、あるいは全く情報を提供していない。
- 多くのサイトは、編集ガイドライン、資金調達の仕組み、ユーザーからのコメント欄の規制方法などについても情報を開示していない。

日本のメディア市場： 主な特徴と展望

日本は、かつて、読売新聞の発行部数が1000万部を超えるなど、新聞大国として知られていた。2021年でも読売新聞は700万部、朝日新聞は460万部と、世界でもトップクラスの発行部数を誇っていた。²

しかしながら、日本の新聞の発行部数は、世界的な傾向と同様に、急速に減少している。³諸外国における取り組みに比べれば遅れているが、日本の伝統的メディアもデジタルシフトへの意識が急速に高まり、新聞のニュースサイト化に力を入れているところが増えている。

総務省が2021年に行った調査によると、日本における時事ニュースの主な情報源は、テレビ(79%)、新聞(33%)、オンラインニュースサイト(61%)、ソーシャルメディア(29%)である。⁴2015年以来、伝統的メディア(テレビ、新聞)の利用率は24ポイント減少し、オンラインメディア(ニュースサイト、ソーシャルメディア)の利用率は31ポイント増加した。⁵オンラインメディアの中では、伝統的メディアを中心に多様なオンラインニュースを掲載するニュースアグリゲーター、Yahoo! ニュースが日本で最も人気のあるニュースサイトである。日本におけるニュースの消費は、伝統的メディアからオンラインメディアへと移行する過渡期にある。

しかしながら、伝統的メディアが、オンラインメディア、特にソーシャルメディアよりも信頼されていることには変わりはない。コロナ禍の際に実施された総務省の調査⁶によると、回答者の61%が新聞を信頼しており、20歳以上の全世代において、男女を問わず最も高い水準にあることが判明した。回答者の中で、テレビを信頼しているのは54%、ニュースサイト(ソーシャルメディアによるニュース配信を含む)は42%であるが、ソーシャルメディアを信頼している回答者は15%に過ぎない。「ニュースに対する信頼度」を測る調査を毎年行っているロイ

ター研究所によると、日本における2022年の信頼度は44%となっている。⁷2015年の46%から、7ポイント上昇したこの2年間を除き、徐々に減少している。これは、コロナ禍によってメディアの重要性が回復した結果だと思われる。コロナ禍が落ち着くと、メディアに対する信頼度が以前の状態に戻る可能性もあるので、この傾向を長期的に観察することが注目される。

興味深いことに、日本におけるインターネット広告費は、2021年に初めて伝統的メディア広告費(新聞、雑誌、ラジオ、テレビ)を上回った。電通によると、2021年のインターネット広告費は2兆7,052億円で、2020年比21.4%増となった。2020年の広告市場は、コロナウイルス感染症蔓延の影響を受けたものの、翌年は、東京オリンピック・パラリンピックが開催されたことによりプラスの影響を受けた。インターネット広告費は、2005年の3,777億円から2021年の2兆7,052億円まで長期的に成長を続け、伝統的メディアの広告費総額(2兆4,538億円)を上回っている。2021年のインターネット広告費は、日本の総広告費(6兆7,998億円)の約40%を占めている。⁸

報道の自由は日本国憲法で保障されているが、それが制限されるのではないかという懸念も存在する。「国境なき記者団」が発表した2022年の報道の自由度指数では、日本は180カ国中71位となり、最高順位だった2010年の11位から大きく後退した。⁹報道の自由を制約する要因として、2014年に施行された特定秘密保護法が政府のルールを尊重せずに入手した情報の公開を禁止していること、放送法第4条で放送は政治的中立性を保つことが定められていること、および政府によるメディアに対する圧力が挙げられている。¹⁰政治的中立性については、日本の総務大臣が「放送局が政治的な公平性を欠く放送を繰り返した場合電波を停止させることができる」旨の発言をしたことがある。¹¹結果的に、このような法的・政治的な枠組みが、ジャーナリストの自己検閲を助長することになりかねない。

さらにいえば、伝統的な「記者クラブ」制度のもとでは、政府発表の分析やファクトチェックは十分ではなく、これらの発表がそのまま発信されやすい。¹²伝統的に、多くの記者クラブは、日本の主要な新聞社、テレビ局、通信社の記者を会員として構成されており、それらの会員は首相官邸をはじめとする政府機関に独占的かつ容易にアクセスできる。官邸取材担当の記者は自主規制をしていると言われており、政権に批判的な記事を書かない傾向がある。¹³

日本では、東日本大震災のような自然災害の際にしばしば偽情報が問題となる。色々な例の中でも、2016年の熊本地震の直後、「地震の影響で動物園からライオンが放たれた」という偽情報がツイッターで拡散され、発信者が警察に逮捕されたという事例がある。¹⁴最近では、2022年9月、台風15号による集中豪雨で静岡県が被災した際、広範囲において浸水した家屋の衝撃的な映像が「ドローンが捉えた静岡県の水害の映像」としてツイッターで公開された。この映像は、画像生成AI技術で捏造されたフェイク画像であったことが判明した。¹⁵

選挙中の偽情報が大きな問題になることは稀であるが、2018年の沖縄県知事選挙では、ある候補者を攻撃する偽情報や偽サイトが蔓延した。¹⁶医療健康分野では、2016年に大手IT企業DeNAが運営する人気医療情報サイト「WELQ」が、根拠に乏しい不正確な情報を掲載していることが発覚し、閉鎖された。¹⁷

日本では、ソーシャルメディアにおける、女性やマイノリティ、特定の国籍の人々に対するヘイトスピーチや誹謗中傷、差別的発言などの敵対的要素も大きな問題として認識されている。

偽情報に対するファクトチェックの取り組みは、2010年代後半から徐々に増えてきているが、近隣諸国や欧米と比較するとまだまだ不十分と言わざるを得ない。政府(総務省¹⁸)主催の研究会では、「まずはプラットフォーム事業者を始めとする民間部門における関係者による自主的な取組を基本とした偽情報対策を進めていくことが適当である」とされている。¹⁹現段階では、日本では偽情報を法律で直接規制しようという動きはない。

その一方で、伝統的メディアやその他の組織は、偽情報に対抗するための取り組みを行ってきた。現在、東京の伝統的メディアでファクトチェックを行っているのは、毎日新聞、日本テレビ、朝日新聞の3社である。BuzzFeed JapanやInfactなどのオンラインメディアもファクトチェックを行っている。2022年には、ファクトチェックの専門組織として、リトマスと日本ファクトチェックセンター(JFC)が設立された。Zホールディングス(傘下にYahoo! JAPANやLINE)などを正会員として擁するセーファーインターネット協会(SIA)が、偽情報対策の一環としてJFCを設立した。JFCはGoogle.orgとYahoo! JAPANから資金提供を得ている。

2017年にはNPO法人ファクトチェック・イニシアティブ(FIJ)が設立された。FIJ自身はファクトチェックを行っていないが、ファクトチェッカーやファクトチェックに取り組むメディア・団体を支援している。FIJは、機械学習と人間の分析者を組み合わせたClaimMonitor(クレイムモニター)システムで、主にツイッター上の疑義言説を検知し、ファクトチェックに取り組むメディア・団体の担当者にその情報を提供している。

偽情報リスク評価

この研究では、特に33の日本語ニュースサイトをサンプルとして取り上げている。

オンラインニュース市場の概要

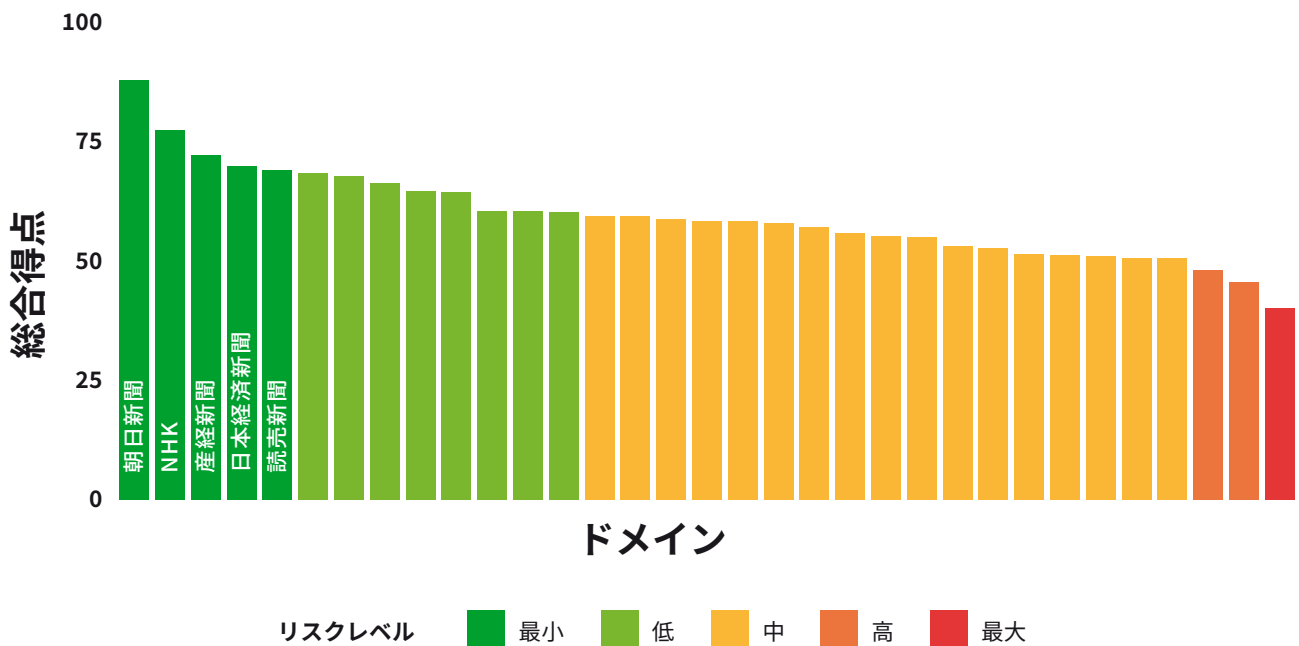
サンプルは、サイトのリーチ（各サイトのAlexaランキング、Facebookフォロワー、Twitterフォロワーを使用）、妥当性、およびサイトの完全なデータを収集する能力に基づいて抽出された。

表1. 評価対象メディアサイト(アルファベット順)

サイト名	ドメイン	サイト名	ドメイン
ABEMA TIMES	times.abema.tv	日刊ゲンダイDIGITAL	www.nikkan-gendai.com
AERA dot.	dot.asahi.com	日刊SPA!	nikkan-spa.jp
朝日新聞	www.asahi.com	日本経済新聞	www.nikkei.com
文春オンライン	bunshun.jp	日経ビジネス電子版	business.nikkei.com
中日新聞	www.chunichi.co.jp	日テレNEWS	news.ntv.co.jp
デイリー新潮	www.dailyshincho.jp	西日本新聞	www.nishinippon.co.jp
ダイヤモンド・オンライン	diamond.jp	プレジデントオンライン	president.jp
FNNプライムオンライン	www.fnn.jp	産経新聞	www.sankei.com
現代ビジネス	gendai.ismedia.jp	聖教新聞	www.seikyoonline.com
北海道新聞	www.hokkaido-np.co.jp	しんぶん赤旗	www.jcp.or.jp/akahata
ハフポスト日本版	www.huffingtonpost.jp	SmartFLASH	smart-flash.jp
J-CASTニュース	www.j-cast.com	TBS NEWS DIG	newsdig.tbs.co.jp
時事ドットコム	www.jiji.com	東洋経済オンライン	toyokeizai.net
リテラ	lite-ra.com	Wedge ONLINE	wedge.ismedia.jp
毎日新聞	mainichi.jp	読売新聞	www.yomiuri.co.jp
NEWSポストセブン	www.news-postseven.com	zakzak	www.zakzak.co.jp
NHK	www3.nhk.or.jp/news		

出典: グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

図1. サイトごとの偽情報リスク評価

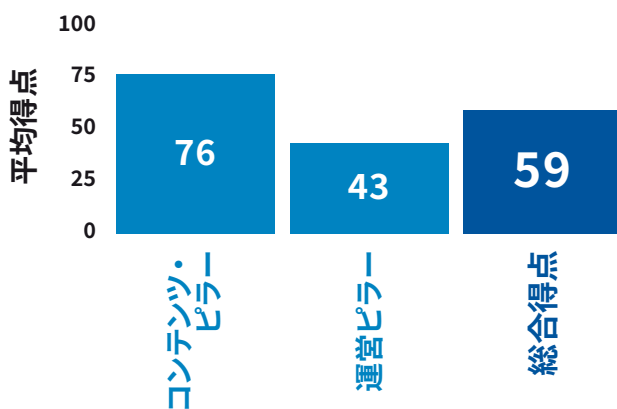


出典: グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

日本のニュースサイトについての調査結果は、日本における偽情報のリスクはかなり限定的であることを示している(図1、2参照)。約5分の2のサイトでは、偽情報のリスクは最小から低レベルにとどまっている。これらのサイトのほとんどは、伝統的な新聞社やテレビ局が運営している。33サイト中、高リスクまたは最大リスクレベルを取得したのは3サイトのみであった。総合得点は100点満点中59点であるが、これは**コンテンツ・プレイヤー**の得点が76点と比較的高く、**運営プレイヤー**の得点が43点と低いことの結果である。

低・中リスクのサイトでも、**運営プレイヤー**の得点は概して低いが、このことはリスク評価を改善するための端的な機会であるとも言える。**運営プレイヤー**については、最小リスクグループとその他のグループとの間のギャップが大きい。このことは、日本のメディアが、往々にして、ニュース編集室におけるジャーナリズムおよび編集上の観点からのチェックアンドバランスを、透明性をもって開示することの重要性を認識していないことを示している(図3参照)。

図2.市場全体のピラー別得点



出典：グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

日本では、5サイトが最小リスクの評価を受けた。これらのサイトは、ほぼすべての**コンテンツ**指標で高いパフォーマンスを示している。**コンテンツ・ピラー**の平均点は、100点満点中86点であった。評価された記事のほとんどは、中立的で偏りのない記事であり、明確な署名欄や、記事の内容に合った見出しが使用されている。また、グループや個人をネガティブなターゲットとすることもない。これらのサイトでは、主要な運営方針の多くが定められていてそれに関する情報をウェブサイト上で公開している。この中には、資金調達や所有構造、並びに編集の独立性に関する表明なども含まれている。しかしながら、これらのサイトの中には、帰属表示に関する方針や、誤りを訂正するための明確なプロセスについての詳細が示されていないものもある。

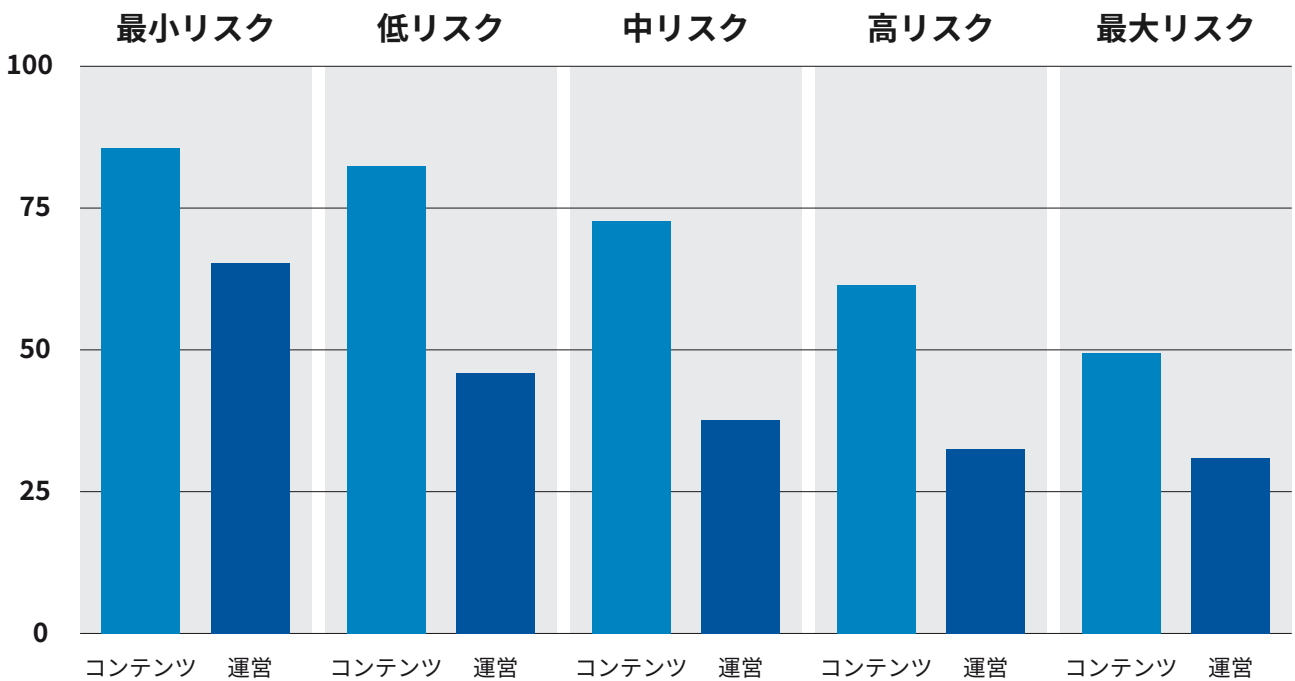
日本では8サイトが低リスクサイトと評価された。これらのサイトは、特に中立的でセンセーショナルではないコンテンツを有し、特定の個人やグループに対するネガテ

ィブ・ターゲティングを避けているという点で、**コンテンツ・ピラー**の指標で比較的高いパフォーマンスを示す傾向があった。また、この8サイトの中で、**コンテンツ・ピラー**で最高得点を獲得したサイトの点数は91点であった。しかしながら、低リスクのサイトは、**運営ピラー**で相対的に低い得点を獲得している。これらのサイトは、帰属表示や正確性の方針、編集ガイドラインについての透明性、並びに資金源に関する情報など運用面での透明性を欠く傾向がある。

17サイトが中リスクと評価された。**コンテンツ・ピラー**の平均点は73点であったが、**運営ピラー**の平均点は38点であった。これらのサイトは、信頼できる偏りのないコンテンツを提供するという点では概して優れているが、GDIの手法によれば、「リードの存在」「報道内容の共通性」「報道内容の最新性」といった指標では非常に優れているというわけではない。これらのニュースサイトの中には、地方の新聞社や雑誌社が運営しているものもあり、それらは、独自性のあるコンテンツや、必ずしも最新の情報ではないものを掲載する傾向がある。**運営ピラー**については、強力な普遍的ジャーナリズム基準に関連した主要な運営方針が欠如している。一般に、このグループでは、帰属表示方針、編集ガイドライン、正確性を確保するための方針に関する透明性を向上させることができるはずである。

高リスクまたは最大リスクの評価を受けたのは3サイトであった。そのうちの1つは、非常にセンセーショナルで極端に偏った記事からなる党派的な政治的コンテンツをもちばら掲載しているサイトである。このサイトが掲載する記事の多くは、個人や団体に対してネガティブなターゲットを設定している。これらのカテゴリーのニュースサイトは、ストーリーを紹介するために明確な署名欄やリードを使用することがほとんどないため、**コンテンツ・ピラー**の点数が低い傾向がある。また、**運営ピラー**の指標の得点も、「コメントについての方針」を除き、すべて非常に低い。

図3. サイトリスク評価レベルごとのピラー別平均得点



出典：グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

ピラー別の概要

コンテンツ・ピラー

コンテンツ・ピラーは、サイトで提供されるコンテンツの信頼性に焦点を当てている。このピラーの分析は、ドメインごとに匿名化された20本の記事进行评估することで行っている。これらの記事は、データ収集期間中に最も頻繁にシェアされたコンテンツと、政治や健康など偽情報リスクがあるトピックに関連するコンテンツのサンプルとして抽出されたものである。すべての記事の得点は、0(最低)から100(最高)までの尺度で採点されている。

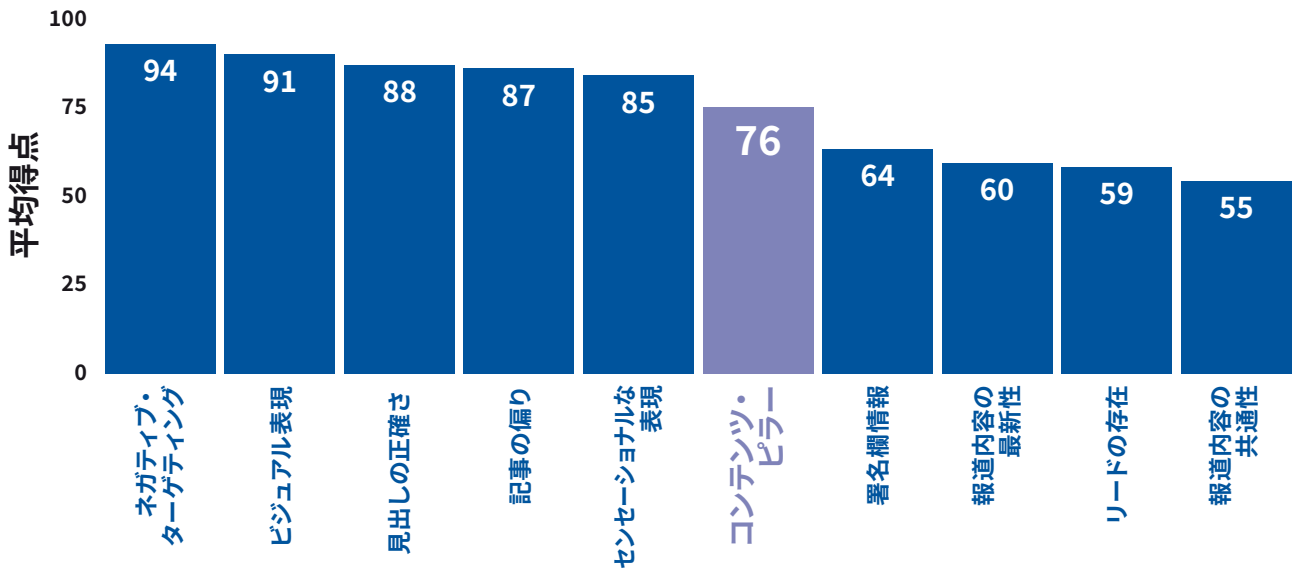
全体として、日本のメディア市場は、コンテンツとの関連で偽情報のリスクが低く、サンプルサイトの報道の質の高さを証明している。レビューした記事は、比較的偏りのない、中立的で、敵対的ではない報道を特徴としている。このピラーでは、市場平均得点は100点満点中76点であった。

コンテンツ・ピラーで平均点が高いのは、ネガティブ・ターゲットがないこと(100点満点中94点)、記事の

ビジュアル表現が中立的なこと(100点満点中91点)、見出しの正確さ(100点満点中88点)がほとんどの記事で見られたことが一因と思われる。さらに、全体的に中立的な内容であることから、センセーショナルな表現の使用も限定的であった(100点満点中85点)。全サンプルの「記事の偏り」の平均得点は100点満点中87点であった。

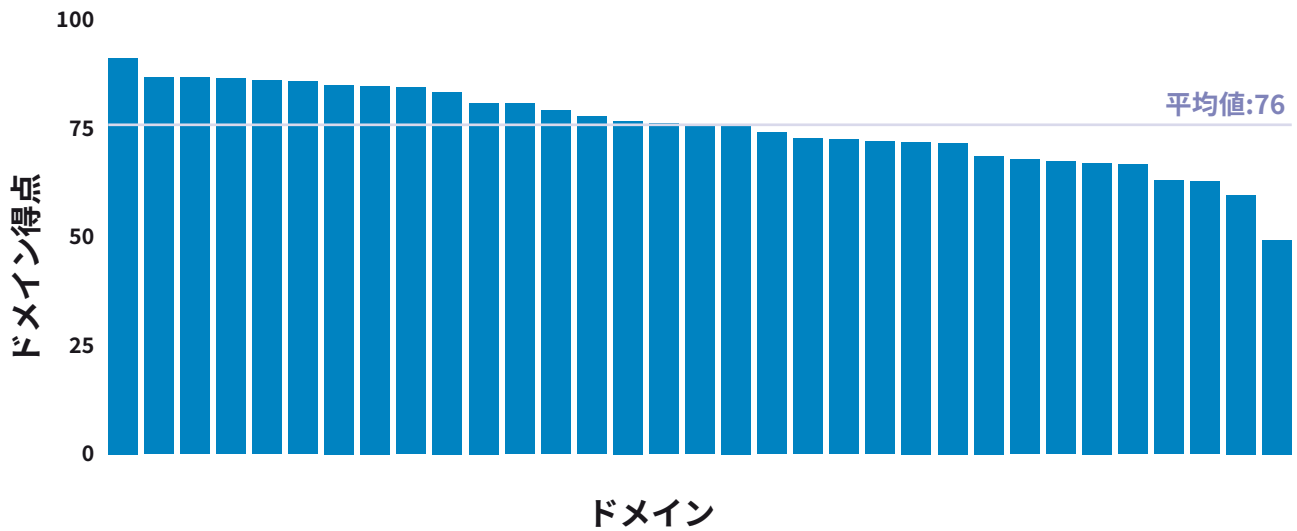
コンテンツ・ピラーでは、日本のニュースサイトは、「リードの存在」という指標で、ピラーの平均を下回る得点(100点満点中59点)を獲得した。つまり、日本のサイトでは、ストーリーの事実関係を要約する導入文が一貫して使われているわけではないのである。サンプルでは、「署名欄情報」の指標の低い得点(100点満点中64点)に反映されているように、明確な署名欄の使用にも一貫性がなかった。「報道内容の共通性」と「報道内容の最新性」の得点はそれぞれ55点と60点であったが、この得点は、必ずしも最近の出来事ではないものを取り上げた記事があったこと、そのニュースが他の信頼できる媒体で取り上げられる可能性が低かったことを示唆している。

図4.コンテンツ・ピラーの指標別平均得点



出典：グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

図5.サイトごとのコンテンツ・ピラーの得点



出典：グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

運営ピラー

運営ピラーは、ニュースサイトの運営と編集の誠実性を評価するものである。すべての得点は、サイト上またはオンラインの他の場所で入手可能な情報に従って、その国のレビュアーが採点したもので、0（最低）から100（最高）までの尺度で採点されている。**運営ピラー**の指標は、ドメインが即座に設定・公開できる方針を示すものであるため、偽情報リスク評価を下げるために最も手っ取り早い手段である。

サンプルのドメインのほとんどは、運営の透明性と説明責任を測る指標で比較的低い得点を獲得している。**運営ピラー**の平均得点は100点満点中43点であった。実際のところ、サンプル33サイトのうち25サイトが50点以下であった。最も高い点数を獲得した朝日新聞とNHKは、運営体制および編集の原則と実践に関する幅広い情報を公開しているため、それぞれ89点と69点を獲得した。

帰属表示に関する方針の透明性、すなわち事実とコンテンツが正確さおよび透明性をもって獲得されており帰属させられ得るかということを確認するための手法の透明性を測定する指標では、大半の報道機関が低い結果を示した。ほとんどのサイト（33サイト中28サイト）が、この指標が20点未満であった。これは、日本のサイトの多くが、正しく透明性のある帰属を確認するためにすでに実施しているであろう方針をサイト上で公表することにより、得点を向上させることができる可能性を示している。

サンプル全体の「正確性の確保」の指標の平均得点は100点満点中14点であった。この指標は、正確な情報のみを報道し、必要な場合は速やかに訂正を行い、読者に伝えるという各サイトの方針に基づいている。この指標が低いということは、市場全体として、掲載前のファクトチェックや掲載後の訂正方針についての透明性が非常に低いということを意味し、懸念されると

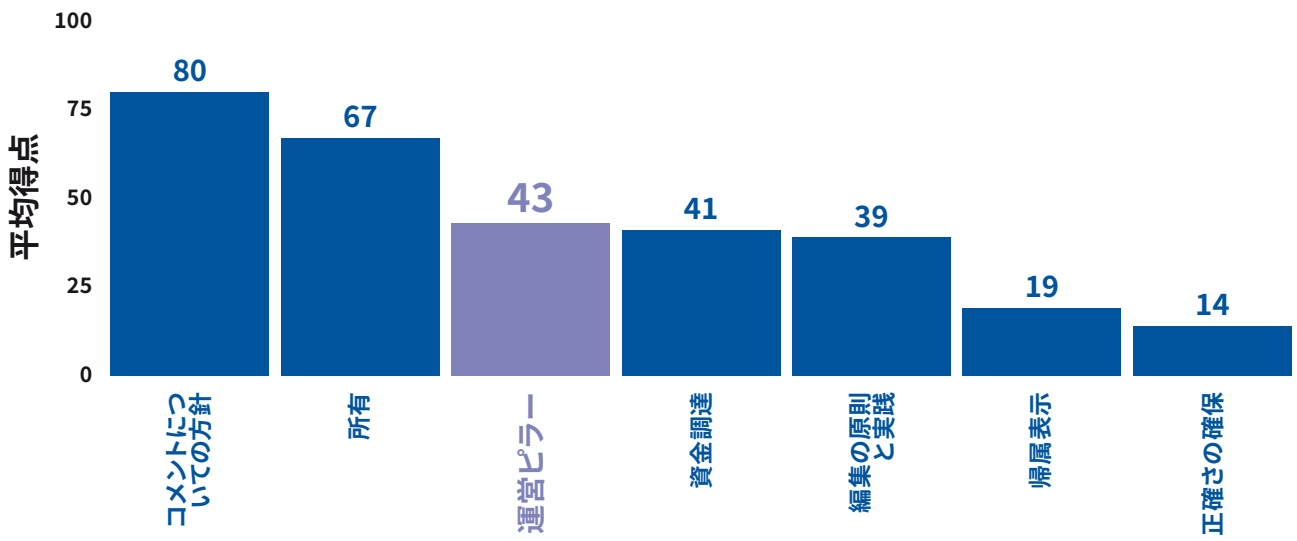
ころである。これは、コンテンツの正確性に対する説明責任が欠如している可能性があり、不正確な情報や根拠のない情報がオンラインで公開・流通する可能性が高くなり得ることを示している。

日本のサイトは、「編集の原則と実践」（100点満点中39点）と「資金調達」（100点満点中41点）の両指標で比較的低い得点となっている。これは、日本のサイトが、編集の独立性と誠実性を維持するためのガイドラインを公表し、資金源の透明性を向上させるという点で改善の余地があることを示唆している。

メディアは、「所有」（100点満点中67点）と「コメントについての方針」（100点満点中80点）の両指標で概してより良い結果を示した。各サイトは、その所有構造や、ユーザーからのコメントにおける偽情報や有害なコンテンツを軽減するための方針について、かなり透明性の高い情報を提供していた。日本のサイトでは、ユーザーからのコメント欄を設けているサイトはほとんどないが、こうした欄を設けているサイトは、この特定の発信源による偽情報リスクを軽減するために一層大きな努力を行う必要がある。というのは、多くのサイトがこうした方針がどのように実施されているのか明らかにしていないからである。一方、「コメントについての方針」の指標では、33メディア中25メディアが満点を獲得している。なお、コメント欄がないサイトは、このリスク源がサイトに存在しないということを根拠に、この指標について100点を獲得していることに留意されたい。

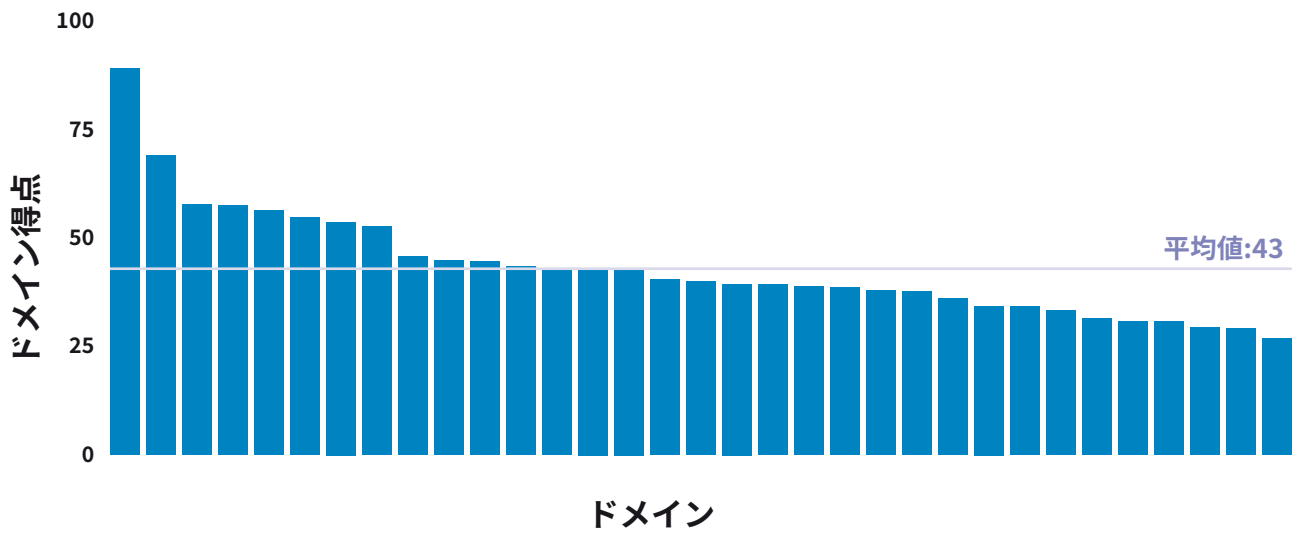
運営ピラーの指標は、ジャーナリズム・トラスト・イニシアチブ（JTI）の取り組みの一環としてジャーナリストたちが設定した基準に基づいている。²⁰JTIが指摘するように、これらの基準を採用することは、国民の目から見た信頼性を高め、伝統的メディアに対してはデジタル時代における自分たちのやり方を見直すことを余儀なくさせ、新しいメディアに対しては自分たちのビジネスモデルについてより透明であることを奨励することになる。

図6. 運営ピラーの指標別平均得点



出典：グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

図7. サイトごとの運営ピラーの得点



出典：グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

結論

日本のニュースサイトは、GDIの手法に基づき、コンテンツ・ピラーと運営ピラーについてレビューを行った結果、全体として偽情報のリスクが低いことがわかった。

特に、**コンテンツ・ピラー**の得点はかなり高いが、それに比べて**運営ピラー**の指標は得点が低い。**運営ピラー**の各指標を改善することは、偽情報のリスクを低減し、信頼性を高めることにつながる。

ニュースサイトに対しては、以下のような対策が推奨される。

- 編集の独立性の表明および利益相反を回避するためのガイドラインを含む、明確かつ具体的な運営・編集方針を明記すること。編集方針とジャーナリズムの実践方法を、ユーザーが容易にアクセスできるサイト内のページで公開すること。
- 事前ファクトチェックのプロセスの透明性を高めること。記事掲載前に展開されるファクトチェック作業に関する情報を含めて、その過程をウェブサイトで明確に説明すること。
- 記事中の誤りをウェブサイトで伝達する方法を改善し、誤りの訂正方法の詳細を掲載すること。ニュースサイト上の訂正は、はっきりと目に見える形で、理解できるものであることが重要である。
- 正確で透明性のある帰属を確保するための方針をサイト上で適切に公開すること。
- 記事冒頭の、事実に基づくリードの記載を増やし、読者が、記者の解釈や分析の前に、ストーリーの基本的な事実についての情報を得られるようにすること。
- コメント投稿のルールやユーザーからのコメント欄の規制方法を明確に公開し、偽情報リスクを可能な限り低減すること。

付録:評価手法

グローバル・ディスインフォメーション・インデックスは、各国のオンラインメディア市場の偽情報リスクのレベルを評価する。その国のオンラインメディア市場は、Alexa ランキング、ソーシャルメディアのフォロワー数、現地研究者の専門知識などを基準に選ばれた30～35のニュースドメインのサンプルで代表されている。その結果、オンライン・エンゲージメントの度合いが高い主要な国内ニュースサイト、その国の地域的・言語的・文化的構成を反映するニュースサイト、並びに地域の意思決定者・グループ・アクターの考え方に影響を与えるニュースサイトがサンプルとして選ばれている。

この指標は、**コンテンツ・ピラー**と**運営ピラー**で構成されている。こうしたピラーは、さらにいくつかの指標で構成されている。**コンテンツ・ピラー**には、各ドメインのコンテンツの要素や特徴を評価し、信頼性、センセーショナルリズム、公平性のレベルを把握するための指標がある。**運営ピラー**の指標は、特定のドメインが、公開されるニュースの信頼性と品質を確保するために確立した方針やルールを評価するものである。これらの方針は、例えば、利益相反、正確な報道、説明責任などに関するものである。

GDIによるメディア市場のリスク評価は、メディアと偽情報についての専門家からなる現地チームと協力して行われる。これらの専門家たちは市場サンプルのためのメディアリストの作成、**コンテンツ・ピラー**のレビューに含まれるコンテンツのサンプリングの枠組み作成への貢献、**コンテンツ・ピラー**と**運営ピラー**に係るデータ収集、指標について結果の吟味と解釈、市場に関する報告の起案を担当する。

サイト選定

調査の市場サンプルは、定量的基準と定性的基準の組み合わせに基づいて作成されている。GDIは、まず、メディア市場で最もトラフィックが多い50のニュースウェブサイトのリストを作成する。このリストは、妥当性とリーチの評価のため、各サイトのFacebookやTwitterのフォロワー数のデータとともに、その国の調査チームに提供される。現地の調査チームは、市場の主要なメディアの言説を捉えるために、地理的・言語的・政治的に適切なサンプルが得られるよう、リストを35サイトに絞り込む。国際的な報道機関は、そのリスク評価が本国市場で評価されているため、一般的に除外されている。²¹また、ニュースアグリゲーターも除外しているため、含まれるサイトはすべてオリジナルのコンテンツで評価される。最終的なメディア市場のサンプルは、レビュープロセスを通じて完全なデータを収集できた30から35サイトで全体を反映している。

データ収集

コンテンツの指標は、各ドメインが発表した20本の記事をサンプルとして行われたレビューに基づいている。これらの記事のうち、10本は、ドメインのFacebookで2週間以内に最も多くシェアされた記事をランダムに選んだものである。残りの10本は、ドメインの記事群の中から、偽情報のナラティブを伴う可能性の高いトピックに関する記事をランダムに選んだものである。そうしたトピックとそれを特定するために使う関連キーワードは、GDIと各国の調査チームが共同で作成する。GDIのデータサイエンスチームとインテリジェンスチームがグローバルなトピック分類リストを開発しており、各国のチームは、ナラティブのトピックと現地メディアの言説の中でそれらを特定するキーワードを、GDIのトピック分類リストに提供している。また、各国のチームは、トピックリスト全体を各調査に使用する言語に機械翻訳したものを手作業で検証している。

サンプリングされた記事は、その掲載メディアや筆者を分析者が特定できるような情報を取り除き、匿名化されている。匿名化されたコンテンツは、GDIコードブックのトレーニングを受けた各国チームの分析者2名によってレビューされる。匿名化された各記事について、各国の分析者は、記事およびその見出しの要素や特徴を、偏り、センセーショナルリズム、ネガティブ・ターゲティングの観点から評価することを目的とする13個の質問に回答する。その後、分析者は、その記事がドメイン上でどのように表示されているか、また、ドメインが執筆者の署名欄とタイムラインに関する情報をどの程度提供しているかをレビューする。分析者は、**コンテンツ・ピラー**についてレビューを行う際に、徹底した説明と、その判断の根拠となる証拠を収集することが求められる。

運営ピラーは、各国チームの分析者が行う各ドメインのマニュアル評価の際に収集した情報に基づいている。各国の分析者は、各ドメインの所有、マネジメント、資金調達の仕組み、編集の独立性、原則とガイドライン、帰属表示の方針、誤りの訂正と事実確認の方針、コメント欄に関するルールと方針——の評価を目的とする98個の質問に回答する。分析者は、それぞれの**運営ピラー**のレビューを行う際に、評価の裏付けとなる証拠を収集する。

データ分析・指標構造

各国の分析者が**コンテンツ・ピラー**について収集したデータは、9つの指標を算出するのに用いられる。最終的なリスク評価に含まれる**コンテンツ・ピラー**の指標は以下の通りである。見出しの正確さ、署名欄情報、リードの存在、報道内容の共通性、報道内容の最新性、ネガティブ・ターゲティング、記事の偏り、センセーショナルな表現、ビジュアル表現。各指標の値は、0から100の尺度で正規化されている。このピラーの各指標のドメインレベルの得点は、10本の記事で得られた平均値である。ドメインごとのピラーの得点は、当該ピラーの全指標の得点の平均で、0から100の範囲で設定されている。

運営ピラーでは、各国の分析者の回答は、サブ指標のセットに変換される。これらのサブ指標の得点をそれぞれ平均することで、6つの指標が算出される。その結果、**運営ピラー**の指標は以下ようになる。帰属表示、コメントについての方針、編集の原則と実践、正確性の確保、資金調達、所有。各指標の値は、0から100の尺度で正規化されている。**運営ピラー**のドメイン得点は、各指標の平均得点である。

表2.グローバル・ディスインフォメーション・インデックスのピラーと指標

ピラー	指標	サブ指標	分析単位	定義	根拠
コンテンツ	見出しの正確さ	無し	記事	ストーリーの見出しが、ストーリーの内容をどれだけ正確に表現しているかについての評価	クリックベイトの指標を示す
	署名欄情報			記事の署名欄での情報提供の度合いに対する評価	ストーリーの帰属は、その真実性に対する説明責任を生み出す
	リードの存在			事実に基づいたリードで記事が始まっているかどうかの評価	事実に基づいた報道と高いジャーナリズムの水準を示す
	報道内容の共通性			同じ出来事が、少なくとも1つの信頼できる他のローカルメディアによって報道されているかどうかの評価	真実かつ重要な事象を示す
	報道内容の最新性			記事掲載日前30日以内に発生したニュースになる出来事や展開を取り上げているかどうかの評価	文脈から切り取られたものではなく、ニュースになるような出来事であることを示す
	ネガティブ・ターゲット			特定の個人・団体をネガティブなターゲットとして設定したストーリーになっているかどうかの評価	ヘイトスピーチ、偏見、または敵対的なナラティブを示す
	記事の偏り			記事の偏りの程度に対する評価	事実に基づく中立的な報道、または充実した分析がなされていることを示す
	センセーショナルな表現			記事のセンセーショナルさの程度に対する評価	事実に基づく中立的な報道、または充実した分析がなされていることを示す
	ビジュアル表現			記事のビジュアル表現におけるセンセーショナルさの程度についての評価	事実に基づく中立的な報道、または充実した分析がなされていることを示す
運営	帰属表示	無し	ドメイン	サイトで確認された方針の数と実践の数に対する評価	ストーリー、事実、メディアの帰属に関する方針（公開と匿名どちらも）を評価する。これは、正確な事実、信頼できるメディア、ストーリーに対する説明責任を確保する方針を示すものである。
	コメントについての方針	方針		サイトで確認された方針の数に対する評価	ユーザー作成コンテンツにおける偽情報を減らすための方針を評価する
		管理		サイトで確認されたコメントについての方針を実施するための仕組みに対する評価	ユーザー作成コンテンツにおける偽情報を減らすための方針を実施するための仕組みを評価する
	編集の原則と実践	編集の独立性		サイトで確認された方針の数に対する評価	編集の独立性の程度と利益相反を緩和するための方針を評価する
		ナラティブの遵守(Adherence to narrative)		公表されている編集方針に基づいて、そのサイトがどの程度イデオロギー的な所属に固執する可能性があるかを評価したもの	政治的またはイデオロギー的な編集の意思決定を示す
		コンテンツ・ガイドライン		サイトで確認された方針の数に対する評価	事実に基づく情報を偏りなく報道するための方針を評価する
		ニュース対オピニオン		サイトで確認された方針の数と実践の数に対する評価	読者がニュースとオピニオンコンテンツを区別できるようにするための方針を評価する
	正確さの確保	掲載前のファクトチェック		サイトで確認された方針の数と実践の数に対する評価	正確な情報のみが報道されるようにするための方針を評価する
		掲載後の訂正		サイトで確認された方針の数と実践の数に対する評価	必要な修正事項が適切に、かつ透明性をもって周知されるようにするための方針を評価する
	資金調達	多様なインセンティブ構造		サイトで確認された収入源の数に対する評価	1つまたはいくつかの収入源に過度に依存することによって生じる利益相反の可能性を示す
		読者への説明責任		読者の購読費や寄付が収入源として確認されているかどうかに基づく評価	広告収入につながるコンテンツよりも、質の高い情報に対する説明責任を果たしていることを示す
		透明性の高い資金調達		サイトの資金源についてサイトが提供する透明性の程度に基づく評価	不透明な収入源から生じ得る誘因や利益相反を監視するために必要な透明性を示す
所有	オーナー・オペレーター分業	財務と編集について別個に意思決定を行うエグゼクティブまたはボードレベルの担当者に関して、サイトに掲載されている人数に基づく評価	利益相反を避けるため、財務と編集の意思決定を分離していることを示す		
	透明性のある所有	サイトの所有構造についてサイトが提供する透明性の程度に基づく評価	不透明な所有構造から生じ得る誘因や利益相反を監視するために必要な透明性を示す		

出典:グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

リスク評価

各ドメインの総合指標得点は、ピラーの得点の平均値である。そして、総合指標得点に基づいて5段階のリスク分類を行い、ドメインを分類している。リスクカテゴリーは、2020年9月に6つのメディア市場における180サイトのリスク評価分布に基づいて定義された。この国別のデータセットは、平均0、標準偏差1の正規分布に合うように標準化された。

標準化された得点とその平均値とのギャップから、各リスクレベルのバンドを決定し、表3に示すようにした。これらのバンドは、その後の各メディア市場分析において、サイトのリスクレベルを分類するために使用されている。

表3.偽情報のリスクレベル

リスクレベル	下限値	上限値	平均値からの標準偏差
最小リスク	69.12	100	1.5超
低リスク	59.81	69.11	0.5超1.5以下
中リスク	50.50	59.80	-0.5超0.5以下
高リスク	41.20	50.49	-1.5超-0.5以下
最大リスク	0	41.19	-1.5以下

出典:グローバル・ディスインフォメーション・インデックス

【日本語版向けの注記】

- pillarは英語版で部門の意味に使われている。日本語版では、そのままピラーと表記した。
- narrativeは語りや物語を意味する。日本語版では、そのままナラティブと表記した。
- articleとstoryはどちらも記事と訳することができるが、英語版ではarticleは一つの記事、storyは記事の内容を指す場合が多い。日本語版ではarticleの記事と訳し、storyはそのままストーリーと表記した。
- 帰属表示に関する方針など各指標の説明は付録の表を参照していただきたい。

文末脚注

- 1 GDI評価の枠組みは、本報告書の付属文書に概説されている。
- 2 読売新聞(2022年).メディアデータ 2022-2023 (日本語). <https://adv.yomiuri.co.jp/mediadata/files/mediadata2022-23.pdf>.
- 3 日本新聞協会(NSK)(2022年).新聞の発行部数と世帯数の推移(朝夕刊セットを1部として計算). <https://www.pressnet.or.jp/english/data/circulation/circulation01.php>.
- 4 これらの数字は、回答者1,500人が過去1ヶ月間に最新のニュースを得るために利用したメディアの種類別の割合を示している。本調査は留置調査方式で実施した。総務省(2022年).令和3年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書(日本語). https://www.soumu.go.jp/main_content/000831290.pdf.
- 5 総務省(2016年).平成27年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書(日本語). https://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2016/02_160825mediariyou_houkokusho.pdf.
- 6 本調査は、オンライン方式で実施した。総務省(2021年).ウィズコロナにおけるデジタル活用の実態と利用者意識の変化に関する調査研究(日本語). https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r03_01_houkoku.pdf.
- 7 澤康臣、税所玲子(2022年).「日本」. Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy K., Kleis Nielsen, R.。ロイター研究所デジタルニュース報告書2022に掲載。ロイター・ジャーナリズム研究所. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/japan>.
- 8 株式会社電通(2022年).「2021年日本の広告費」. <https://www.dentsu.co.jp/en/news/item-cms/2022003-0224en.pdf>.
- 9 国境なき記者団(2022年).報道の自由度指数. <https://rsf.org/en/country/japan>.
- 10 フリーダム・ハウス.(2022).フリーダム・イン・ザ・ワールド 2022. <https://freedomhouse.org/country/japan/freedom-world/2022>.
- 11 Fifield, A. (2016年5月24日).ワシントン・ポスト「オバマとG-7が日本に到着する時、日本のメディアは共同歩調を取るであろう」. https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/as-obama-and-g7-arrive-in-japan-tokyo-press-will-be-falling-in-line/2016/05/24/8c5ebcf2-2120-11e6-b944-52f7b1793dae_story.html.
- 12 ソロモン, R. (2020年6月10日).ビーコン・レポート「メディアの協力者が日本の報道の自由を脅かす」. <https://beaconreports.net/en/media-collaborators-threaten-press-freedom-in-japan>.
- 13 12. に同じ。
- 14 総務省(2020年).プラットフォームサービスに関する研究会最終報告書(日本語). https://www.soumu.go.jp/main_content/000668595.pdf.
- 15 根来諭(2022年9月28日).株式会社Specteeのレポート「静岡災害デマ、画像生成AIの急速な進化がもたらす新しい時代」(日本語). https://spectee.co.jp/report/202209shizuoka_typhoon15_fake.
- 16 14. に同じ。
- 17 小竹朝子「DeNA情報サイトの膨大な数の数の記事、盗作・著作権問題発覚」.(2017年3月13日) ジャパンタイムズ. <https://www.japantimes.co.jp/news/2017/03/13/national/huge-number-articles-dena-info-websites-found-plagiarism-copyright-issues/>.
- 18 総務省.
- 19 14. に同じ。
- 20 JTIの詳細については、<https://www.journalismtrustinitiative.org/> を参照。
- 21 国内市場が小さく、サイトの妥当性が極めて高いと考えられ、サイトのコンテンツが評価対象市場に特有であり、GDIがそのサイトのリスク評価を他で行っていない特定の場合は、海外の報道機関を調査に含めることもある。



www.disinformationindex.org