

## 偽情報と感情の政治

三谷 文栄

### 1 はじめに

政治コミュニケーション研究において、二〇一六年の米国のトランプ現象や英国のEU離脱を契機に、感情が重要な概念として注目されるようになった。それはこれらの出来事が、「怒り」という感情がメディアを通じて集合的になり、影響力を持つことを示したためである。注目すべきは、これらの出来事においてソーシャルメディアを中心に偽情報が生産・拡散・共有されていたところにある。偽情報で「怒り」を喚起した人々によって、米国ではピザゲート事件や、連邦議会議事堂襲撃事件が引き起こされた。こうした事例のみならず、偽情報によって感情が喚起された例は少なくない。感情が偽情報によって喚起される一方で、感情によって偽情報の生産・拡散・共有が活性化する。

そして、偽情報で感情を喚起された人が、新たにその偽情報を拡散する。このように、偽情報と感情はメディアを介して相互作用をしているのである。本論では、日本における新型コロナウイルス感染症のワクチン事例に、偽情報の生産・拡散・共有を感情の政治という観点から検討する。

### 2 偽情報と感情のレジーム

現代社会において感情がメディアを介して社会的に広がり共有される背景の一つに、偽情報の生産・拡散・共有という一連の過程がある。偽情報の一つである「流言」に関する古典的な研究において、流言とはひとつの集合的相互行為であり、流言の内容や拡散には情動的雰囲気——すなわち社会的に共有されている

感情が関係すると指摘されている（シブタニ一九六六  
 〓一九八五・一七二、一七八）。これは、偽情報の生産  
 や拡散、共有の背景に感情があることを示唆している。  
 それでは、ここにおける「感情」とはいかなるものな  
 のだろうか。

社会的に広がり共有される感情は個人の身体の内  
 部で生じるものを意味しない。感情と類似した概念に情  
 動があり、メディア研究の観点からは情動が注目され  
 ている。情動は、「感情に先行し、感情が感じられる  
 強さを駆動する。感情は情動の意識として理解され、  
 『心の言語で進行中の生活状態』を翻訳する手段を提  
 示する」とされる（Papacharissi 2015: 15）。情動は  
 個々人の身体の内的な動きであり、無意識な身体の働  
 きである。情動の強度が強いと、情動の結果として引  
 き起こされる身体の動きやそれによって表現される感  
 情は、より明確に強いものとなる。こうした情動と感  
 情は区別される。

他方、感情は「個々人の身体で経験される情動をめ  
 ぐり、諸関係の中で行われる解釈」である（ウォール  
 〓ヨルゲンセン 二〇一九〓二〇二〇: 二二二）。この「諸  
 関係の中で行われる解釈」とあるように、身体の内的

な動きである情動とは異なり、感情は社会的に意味づ  
 けられ、解釈されるものを指す。例えば、ソーシャル  
 メディア上では、「怒り」や「不満」といった言葉が  
 常に表現されているとは限らず、拡散するという反応  
 が見られるだけの場合もある。ソーシャルメディア上  
 で広がっていくこれらの反応を、社会的に我々が「怒  
 り」や「悲しみ」「不安」「喜び」が広がっていると解  
 釈するのである。

このような感情の社会性の観点から、偽情報の生  
 産・拡散・共有という一連の過程と感情との間には相  
 互作用的な関係が見られると考えられる。こうした感  
 情の解釈や意味付与において重要な役割を果たすのが  
 「感情のレジーム」である。感情のレジームとは、「規  
 範的な感情と、それを表現し人々に植え付ける公的な  
 儀礼や実践、感情表現（enivies）のまとまり。政治  
 レジームの安定に必要な基盤」であり、社会問題に対  
 する人々の反応やそうした社会的な出来事に対する意  
 味づけの際に機能する（Reddy 2001: 129）。現代社会  
 で散見される偽情報のすべてが広く拡散されるわけ  
 ではない。拡散された偽情報の多くは、その社会におい  
 てレジームを形成している感情を反映したものと考

られる。例えば、米国では現行の感情のレジームが「怒り」であったため、「怒り」の感情がソーシャルメディア上で広がり、それがうねりとなって「怒り」のポピュリズムが見られたと説明されている（ウォール・ヨルゲンセン 二〇一九―二〇二〇）。加えて、ソーシャルメディア上では「怒り」の感情が拡散されやすいことも指摘されている（Fan, Zhao, Chen, and Xu 2014）。これらは、「怒り」の感情のレジームが優位であることを示唆している。

しかし、現実社会には、感情表現のパターンや規範的な感情は複数存在している。「怒り」や「不安」「悲しみ」「喜び」「好意」など、それぞれの感情が競合しあうことによって、特定の感情のレジームが優位となる。いかなる感情のレジームが優位になるのかは、政治的・社会的状況による。つまり、異なる国家、社会であれば、競合の結果、当然のことながら異なる感情のレジームが見られることになる。本論は日本の事例を取り上げるが、「怒り」の感情を分析に適応するのではなく、「不安」の感情が日本において優勢であり、分析の際に重要な視点を提供することを指摘する。

以下では、特定の感情のレジームの競合に影響を与

える要因を考察する。そのうえで、日本の新型コロナウイルスをめぐる偽情報が「不安」という感情を通じて拡散されたこと示す。

### 3 感情のレジームの競合とその要因

我々が政治に対していかなる感情を持つのかという点は、政治を滞りなく運営する際の重要な要素である。これまでの歴史において感情のレジームは、統治機構によって感情表現が決められ、それに即した表現をしない場合には罰則がある強固なものから、個人々の自由な感情表現を認めるより柔軟なものまで多様に存在した（Reddy 2001）。民主主義国家では表現の自由が重視されることから、柔軟な感情のレジームが形成される。そこにおいて政治エリートたちは、怒りを表現して展開する社会運動に対し、怒りを緩和するため、あるいは選挙期間の街頭演説で支持を獲得するためなど、様々な状況に対し求められる感情を表現している。民主主義において政治エリートは世論からの支持を獲得するためには社会的に広く共有される感情に対して反応し、求められる感情を表現することが必要となる。こうした社会で求められる感情を形成するのが感情

のレジームである。その時代や社会で当然と認識される感情が政治・社会秩序に影響を及ぼす。柔軟なレジームにおいては感情が競合することを通じて、いかなる感情のレジームが優位になるのが決定される。レジームを形成する感情は、表現されることによって社会的に解釈され、意味づけられることから、感情表現は言説と見なすことができる。すなわち、言説分析の視座からみると、言説である感情表現の生産・消費は、社会文化的実践によって可能となるのである (Fairclough 1995)。社会文化的実践は、文化的状況や政治的状况、経済的状况から構成されており、こうした広範な社会状況が感情の競合に影響を及ぼすのである。

感情のレジームの競合に影響を及ぼす文化的状況に関して、本論の問題関心に照らし合わせると、ソーシャルメディア上の実践のみならず、現在のメディア環境全体を検討する必要があると考える。ソーシャルメディアで広く表現される感情だからと言って、その競合に最も影響を及ぼすとは限らない。ハイブリッド・メディアシステムにおいて、ソーシャルメディアで表現される感情がマスメディアを通じて拡散し、それが

またソーシャルメディアに影響を及ぼすといった、相互作用を通じて感情の競合に影響が及ぶと考えられるからである (Chadwick 2017)。

ハイブリッド・メディアシステムによって情報源が明らかではない情報がより流通しやすい環境が生まれた。日本において、ソーシャルメディアの情報がまとめサイトやYahoo!ニュースなどのミドルメディアを通じてマスメディアで取り上げられるのは珍しいことではなくなった。そこでは、ミドルメディアが掲載した不確実な情報をマスメディアが報道することによる、偽情報の拡散も見られている (藤代 二〇二一・一〇九)。社会にいかなる情報を流通させるのかといったゲートを管理していたジャーナリズム組織のその機能が低下し、ソーシャルメディア上での共感をベースとした「ゲートの開閉」が行われているとも指摘されている (Papacharissi 2015)。ニュースそのものに対する関心も低下しており (Newman, Fletcher, Eddy, Robertson, and Nielsen 2023)、既存のジャーナリズム組織が発信したニュースに接して何らかの感情が喚起されるといふよりは、ニュースに対する反応 (ツイートやTikTokの解説動画など) を通じて喚起される。

それは、偽情報を確認する参照点として報道が利用されていらないことを示唆している。

こうした偽情報の生産・拡散を可能にするハイブリッド・メディアシステムにおいて、感情も同様に広がり、共有されることが可能となる。それは偽情報を通じた感情の喚起が可能であること、そして特定の感情が共有されることによって、その感情に沿うような偽情報の生産・拡散が可能であることを意味する。共感をベースとした情報の流通に加えて、ソーシャルメディア上では共感によって出来事に対してフレーミングされ、物語が語られる (Papacharissi, 2015)。このように、従来のジャーナリズム組織が有していたゲートキパー機能が低下し、偽情報を含め、共感や感情をベースとした情報が流通することが可能となったのである。

感情のレジームの競合に影響を及ぼす政治的環境として、政治に対する信頼の低下が挙げられる。政治コミュニケーション研究において偽情報の研究が活性化したのは、二〇一六年米大統領選が契機であり、二〇一七年以降、積極的に進められている (Freedom and Wells 2020)。偽情報として研究される以前は、誤報が

研究されていた。米国の政治学者のマレー・エーデルマンは二〇〇一年に出版した著書『誤報の政治学 (Politics of Misinformation)』において、「ほとんどの変化が表面的なものであるにもかかわらず、国民が政治の進歩や革新に信頼を寄せているのはなぜか？」という問いを冒頭で投げかけている。このことは、誤報が研究されていた当時、偽情報研究が進められる現在ほどには、米国において政治への信頼が問われる状況ではなかったことを示唆している。

政治に対する信頼は、事実よりも個人の信念や関心を重視するポスト真実の時代においてより一層低下した。都合の悪い事実を否定し、自身に都合のよいオルタナティブファクトを提示する状況が見られるようになり、事実を基礎とした政治の展開が困難な状況になった。政治の討論や選挙も、見世物として消費され、有権者は大衆として与えられた刺激に対してのみ反応する。経済的な格差が拡大し、一般市民は富の配分を政治に期待せず、政治に対しての諦念が広がっている (クラウチ 二〇〇三 = 二〇〇七 : 一一)。こうしたポスト・デモクラシーの状況において、政治に対する不信や不満が高まり、事実や理性よりも感情が重視される。

ニュースに接しない一般市民は、偽情報を偽情報として認識しないまま反応する。その反応が特定の感情として解釈され、感情が広がっていくことになる。

こうした状況に加えて、ポピュリズム政治の台頭も同様に特定の感情を喚起させ、共有させることに寄与している。ポピュリズムとは、「社会が究極的に『汚れなき人民』対『腐敗したエリート』という敵対する二つの同質的な陣営に分かれると考え、政治とは人民の一般意志の表現であるべきだと論じる、中心の薄弱なイデオロギー」と定義されている（ミュデ+カルトワッセル二〇一七〥二〇一八・一四）。こうしたポピュリズムの政治において、反エリートを掲げるポピュリストは、ソーシャルメディアを利用し、マスメディアを介さず多くの人々に自身の言葉を伝えることで、「腐敗したエリート」に対する怒りや悲しみを喚起する。そこでは、自身こそが腐敗したエリートに心から怒り、立ち向かっているというメッセージが提示され、もっともらしさを競う「真正性の政治」が展開されることになる。これらの政治の変化は、理性よりも感情を重視する傾向を後押しすることになる。

一連の政治の変化に加えて、政治コミュニケーション

ンの変化も感情を重視し、広く社会で共有される傾向に参与している。政治をめぐる報道が劣化したという指摘もある（クラウチ二〇〇三〥二〇〇七・四三）が、これと関連して政治のパーソナル化や政治コミュニケーションの会話化の進展（ヤールヴァード二〇一三〥二〇二三・一二三）が感情を土台としたコミュニケーションの広がりを促したのである。

このように、政治に対する不信が高まり、ソーシャルメディアにおいて展開される感情的なコミュニケーションが感情の競合に影響を及ぼす。政治に対する不信は、政治に関する偽情報の生産・拡散・共有を促し、それを通じて「怒り」「嫌悪」「好き」といった感情が拡散されるのである。こうしたソーシャルメディアの状況がマスメディアにも報道されることでその感情は社会で広まることになる。

感情のレジームの競合に影響を及ぼす経済的環境として、経済的目的の情報発信がより容易になり、活性化した状況が挙げられる。偽情報の生産やそれに対する反応は、欧米においては政治的目的や経済的目的から行われることが指摘されている（Bennet and Livingston 2018）。日本においても同様に、政治的目

的のみならず、経済的目的から感情を拡散する、あるいは感情を利用したコミュニケーションを行うことが想定される。その例としては、広告料を目的としたクリックベイトの記事タイトルや、インプレッション稼ぎを目的としたソーシャルメディア上での偽情報の生産や拡散が挙げられる。こうしたアテンションエコノミーを通じたコミュニケーションを介して感情もつくられ、共有されていくのである。

加えて、データフィケーションという観点も重要である。メディアを通じて表現される感情はデータ化され、そのデータが売買され、共有される。いかなるタッピングで、どういった感情を抱くのかをデータ管理し、感情を利用して商品の購入を促すといったことや、あるいは企業内での社員の感情管理という観点からも感情のデータフィケーションは進められ、管理されている。すなわち、これらの経済活動を可能にするプラットフォームの論理にも着目する必要がある。

このように、感情のレジームの競合の結果は、メディア環境や政治的、経済的環境によって左右される。既存研究では、現在のソーシャルメディア環境において、「怒り」の感情が最も速く、遠くに拡散されるこ

とが指摘されている (Fan, Zhao, Chen, and Xu 2014)。こうした点を念頭に置いた議論が「怒り」のポピュリズムである。トランプ現象以降、怒りが重要な集合的政治的感情として広く認識されるようになった。アテンションエコノミーを可能にするツイッターのアフオードダンスが「怒り」を促し、言説の風土をより極端に、分断的に、分極化されたものへと変化させたのである (ウォール＝ヨルゲンセン 二〇一九＝二〇二〇)。

重要なのは、ここでも「分断」「分極」と表現されているように、同じ出来事に対して同じ感情をすべての人が抱くわけではないところにある。アテンションエコノミーを可能にするソーシャルメディアを中心としたメディア環境において、オーデイエンスはマスメディア以上に感情の影響を受けやすくなっている。既存研究によると、米国ではソーシャルメディアで「怒り」が拡散され、「怒り」のポピュリズムが引き起こされた。これは、感情のレジームという観点からみると、「怒り」という感情のレジームが優位であるため、オーデイエンスの多様な反応が「怒り」と解釈され、それがより広がっていったのである。こうした「怒り」という観点から、偽情報の生産・拡散・共有も見

ることができる。

偽情報やフェイクニュースの生産・拡散・共有と感情に関する既存研究によると、一般的に感情への依存が高まると、特定の感情にかかわらずフェイクニュースをより信用するようになり、本物のニュースとフェイクニュースの識別能力が低下するとされる (Martel, Pennycook, and Rand 2020: 15)。そして、政治に関するフェイクニュースに接した場合、「怒り」の感情を持った人は、まず党派的に情報を処理し、その結果既存の政治的信念を強化する。その一方で「不安」を感じた人は、初期の段階で政治的信念を縮減させ、結果としてフェイクニュースに含まれる政治的信念と一致させるとも指摘されている (Weeks 2015: 712)。これは、「怒り」の感情を抱いた人は、フェイクニュースを信じない一方で、「不安」を感じた人が、信じるようになることを示している。これは、「怒り」よりも「不安」の感情によって偽情報が広がることを示唆している。その一方で、日本を事例にした研究では、「怒り」の感情を通じてフェイクニュースは拡散されているとの指摘もある (国際大学グローバル・コミュニケーション・センター 二〇二〇・五六)。これらの研究

は、感情が人々の情報処理、それを通じた政治的態度、そして偽情報の拡散に影響を及ぼすことを示している。本事例に最も関心の近いインフルエンザワクチン事例に行われたワクチンに関する偽情報と感情に関する研究では、反ワクチンの態度を有している人が「不安」を感じた場合、ワクチンに関する偽情報を信じる可能性が高く、拡散に関与する動機となると指摘されている。また、ワクチンに対して中立的な態度を有する人が「怒り」を感じた場合、ワクチンに関する偽情報を信じる可能性が高く、拡散に関与する動機となるとする (Ali, Li, Zain-ul-Abdin, and Muqadder 2022: 12)。反ワクチンの態度を有していない人のほうが現実社会において多数派であることを考えると、ワクチンに関する偽情報の拡散に関しては「怒り」の感情が重要だと言える。

これらの研究でも示されているように、偽情報の生産・拡散・共有と感情に関する研究において、「怒り」の感情が最も注目されているものの、「不安」の感情も関心を持って研究が進められている。では、新型コロナウイルス感染症の偽情報に関して、いかなる感情が見られるのであろうか。新型コロナウイルスの流行

を対象にした研究では、感染への不安感が高い人ほど多くの流言を信じる傾向を持っており、また、感染への不安感の高さが伝達と若干関連していたと指摘されている(石橋・関谷二〇二二:二二八)。このことから、新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する偽情報の生産・拡散・共有も同様に「不安」の感情から説明されうると考えられる。

以下では既存の調査結果を用いて、新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する偽情報を事例に、日本において「不安」の感情のレジームが優勢であったことを示す。新型コロナウイルス感染症を事例に取り上げるのは、ソーシャルメディア上で誤った情報が拡散され、それがマスメディアでも広く報道されたためである。また、こうした偽情報によってワクチンを忌避する態度が生じるという公衆衛生上の問題が生じたとも指摘されており(福長二〇二二)、偽情報が人々に影響を及ぼすことを示した事例だと言えるからである。このことから、新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する偽情報の生産・拡散・共有にいかなる感情が関係するのかを検討することは必要だと考えられる。本論では、「不安」の感情のレジームが、新型コロナウイルス

ウイルス感染症の拡大前から形成されており、日本における新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する偽情報がそうした「不安」の感情を背景に生産・拡散・共有したことを示す。

#### 4 ワクチンに関する「偽情報」と「不安」の感情の

##### レジーム

(1) ワクチンに関する「偽情報」とメディア流言  
 ワクチンに関する偽情報とは何を指すのであろうか。新型コロナウイルス感染症が拡大した当時、感染症に関して真偽性の不確かな情報がインターネットを中心に広く拡散されていた。本事例で取り上げるワクチンについても同様に、曖昧な情報が広く拡散されていた。そうした情報は「フェイクニュース」や「偽情報」と認識されたが、感染症やワクチンといった医療情報は一般の人々にとって、真偽性を明確に判断できるものではない。当然だと思われる医療技術が、科学技術の発達により誤りだったと明らかになったことも少なくない。その一方で、同じ時期に明らかに偽の情報だと判断できるようなもの(例えば「ワクチンを接種すると5Gを受信するようになる」など)も広く拡散・共

有されていた。

本論でそうした曖昧なものを含めた情報を取り上げるのは、真偽性が明確ではない情報であったとしても、それが広く拡散し、共有されることによって、ワクチンの接種に影響を及ぼすと考えられるためである。本事例で取り上げる真偽性の曖昧な、すなわちその時点では判断のつかない情報のすべてが、偽情報の定義として現在広く用いられている「……意図的に公に害を与えるため、あるいは利益を得るために設計され、提示され、宣伝される、あらゆる形態の虚偽、不正確、あるいは誤解を招く情報」における意図性を含んでいるとは言えない (EU 2018: 3)。また、ワクチンを忌避する態度は、明確な偽情報よりも、主流メディアで提示されるワクチンに対する懐疑的な内容によって引き起こされたとも指摘されている (Allen, Watts, and Rand 2024: 6)。そのため、本論では偽情報を「メディア流言」とみなし、インターネットを中心に広がるメディア流言がいかなる感情を拡散したのかを指摘する。メディア流言とは、「新聞・雑誌・ラジオ・テレビ・インターネットなど広告媒体 (メディア) で伝達される『あいまい情報』である (佐藤二〇一九・一

三)。その「あいまい情報」には有害性の度合いが高い順にデマや陰謀論、流言、ゴシップ、都市伝説なども含まれる。メディア流言では、情報の生産や伝達に「公に害を与える」「経済的目的」という意図性、そして拡散する人たちの真偽性の判断が問われていない。そのため、このメディア流言は本論で取り上げる偽情報の範囲とほぼ一致していると考ええる。

ワクチンに関する偽情報としては具体的には、「ワクチンを接種すると不妊になる」など、ソーシャルメディア上で話題となったものなどを取り上げる。その中でも、その情報の真偽性について、マスメディアや政府によってファクトチェックされ、「偽」と判定されたメディア流言を本論におけるワクチンに関する「偽情報」と位置づける。なお、当時、それがファクトチェックされて「偽」と判断されたことが明らかになっていることを知らないまま拡散に関与した人もいれば、「偽」と知っていながらも拡散に関与した人もいると考えられる。そうした点からも、偽情報を「あいまい情報」である「メディア流言」として捉えることは妥当だと言える。

以下では、ワクチンに関する「偽情報」の既存研究

や調査結果を用いて、そこにいかなる感情が見られたのかを示す。

## (2) ワクチンに関する「偽情報」と感情

本論で取り上げるワクチンに関する「偽情報」のうち、どの「偽情報」が最も広く共有されたのか。「偽情報」を見聞きした二〇代から四〇代の男女四〇〇〇人にインターネット調査を行った福長 (二〇二二: 五) によると、見聞きしたワクチンに関する「偽情報」のなかで、最も見聞きされたものは「接種すると不妊になる」というもので、全体の五六%が見聞きしていた。こうした「偽情報」に多くの人は主にツイッターを通じて接触した (福長二〇二二: 六)。「偽情報」を発信したアカウントは、コロナ禍以前から反ワクチンの態度を示すアカウントもあれば、コロナ禍以降に反ワクチンの態度になったものもあった (Toriumi, Sakai, Kobayashi, and Yoshida 2024: 410)。コロナ禍以降に反ワクチンの態度を形成したアカウントは、陰謀論やスピリチュアリティ、自然派食品や代替医療への関心が高く、これらのツイートを発信するアカウントを通じて「偽情報」に接触したと考えられる (ibid.: 417)。こ

れらのアカウントは政治的・経済的目的から「偽情報」を発信していたのである。

重要なのは、こうした「偽情報」を積極的に発信したアカウントは全体的に見ると少数だという点である。例えば、最も広く流通した「不妊になる」という「偽情報」は、七つのアカウントが全体のおよそ半数を発信していた (毎日新聞 二〇二二年一月五日)。すなわち、ソーシャルメディア上のワクチンに関する「偽情報」は、反ワクチンの態度を形成していない人たちによって拡散されたと言える。

福長 (二〇二二: 八) の調査によると、「偽情報」を信じた人は全体的に見ると五%だが、「半信半疑だった」四二%も重要である。なぜなら、「偽情報」の拡散に関与したのは、「信じた」人の六二%、「半信半疑だった」人の二八%であり、全体の二割が拡散に関与していた<sup>1)</sup>。拡散に関与した理由 (複数回答可) としては、「デマがどうかに関係なく、話題として伝えた」(三四%)、「不安な気持ちを家族や他人と共有したかった」(三二%)、「ひよっとして大事な情報かもしれないので知らせようと思った」(三二%) が上位三つの理由である。このことは、偽情報に接して不安にな

った人たちが偽情報を拡散し、それがまた偽情報の生産へつながったと言える。

こうした拡散に関与した理由を調査した別の研究でも同様に、「不安」の感情が指摘されている。国際大学グローバル・コミュニケーション・センターの調査(二〇二二・七一)によると、「偽情報」を「正しい情報だと思う」人たちの四割近くが「伝えることが人・組織・社会のためになると思ったから」を拡散に関与した理由として選択している。その一方で、「偽情報」の真偽性が「わからない・どちらともいえない」と判断した人たちの半数近くが、「不安を感じ誰かに伝えなかったから」拡散したと答えている。「偽情報」を信じた人は全体的に少ないことから、「不安」の感情が「偽情報」の生産・拡散・共有に関与したといえる。このように、ワクチンに関する「偽情報」の生産・拡散・共有の背景には、「不安」の感情があった。すなわち、当時の日本社会において「不安」の感情のレジームが見られたと言える。

## 5 日本における「不安」の感情のレジーム

新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する「偽

情報」を事例に、日本において「不安」の感情のレジームが見られたことを示したが、この「不安」の感情のレジームは、日本特有のもののだろうか。未知の感染症である以上、人々が不安に陥るのは当然のことである。重要なのは、日本における「不安」の感情が他国に比べて高いか否かということにある。

コロナ禍における人々の感染することへの「恐怖(terror)」を数値化した YouGov 調査によると、二〇二〇年七月の段階で、世界的に見ても日本の死者数や感染者数が少ないのに対し、日本がこのウイルスに対して抱く恐怖は、国際的に高かった。新型コロナウイルス感染症が広まった二〇二〇年三月、米国ニューヨークはロックダウンされ、そこでの医療危機が日本では報道されていた。そうした状況があったにもかかわらず、三月半ばの段階での「恐怖」は米国では四一%の人々が感じている一方で、日本では六六%の人々が感じていた。日本における「恐怖」の YouGov による調査は、二〇二一年三月を最後になされていなが、一貫して感染者数の多い米国よりも高く、国際的に高い数値を維持していた。「恐怖」の感情は心理学において「不安」と厳密に区別されない場合もあることを

念頭に置くと、この調査で見えてくることは、日本は「不安」の感情が極めて高いということである。

国際的に見ても「不安」の感情が広く表出されていることは、日本において「不安」の感情のレジームが優位であったことを示唆する。いくつかの調査で、日本において「不安」の感情が広く共有されていることは指摘されている。例えば、池田(二〇一九)の二〇一〇年の世界価値観調査第六波日本調査を基にした研究では、日本において統治に対する「不安」の感情が高いと指摘している。統治の不安とは、政治の現在や過去の在り方によって生じる政治不信とは異なり、政府が対応しきれない危機が生じる可能性<sup>(3)</sup>に対する不安感を指す(同：二二三)。そうした不安感が、客観的には他国と比較して不安と感じる状態ではないにもかかわらず、日本人は全体的に高い傾向が示されたのである。こうした不安の感情は統治に関してのみではない。日本のツイッターでは「怒り」よりも「不安」の感情が広く表現されていることも指摘されている(北村・河井・佐々木二〇一七：二二二)。また、「怒り」を促すような出来事が生じていたとしても、「不安」の感情のほうがソーシャルメディア上では広く表現されてい

る(三浦・島海・小森・村松・平石二〇一六：六)。すなわち、日本における「不安」の感情のレジームは新型コロナウイルス感染症によって形成されたのではなく、それ以前に「不安」の感情のレジームはほかの感情に比べると優位にあり、この感染症によって一層明示されたと言える。

## 6 おわりに

以上のことから、本論では感情の政治という観点から、偽情報に関して以下の四つの論点を提示したい。

第一に、日本において「不安」の感情のレジームが広く共有されており、新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する「偽情報」も「不安」の感情を通じて、その生産・拡散・共有という一連の過程が活性化したのではないかと、という点である。前述したように、「偽情報」を伝える背景には、「不安」の感情があったことが調査で示されている。この事例において、「不安」の感情が「偽情報」の生産・拡散・共有の一連の過程に影響を及ぼしたと考えられる。

第二に、本事例に限らず、日本における偽情報の生産・拡散・共有は「不安」の感情のレジームの観点か

ら説明されうる、という点である。先行研究では日本において偽情報の生産・拡散・共有を促進する感情として「怒り」が挙げられていたが、「不安」の感情のレジームが優位にあるのであれば、「不安」の感情を通じて偽情報を拡散し、またその偽情報によって不安の感情がより一層喚起されうるといった相互作用が生じると考えられる。他の政治的争点に関する偽情報に関しても「不安」の感情のレジームが優位になるのかを検討することで、「不安」の感情のレジームが継続的に日本社会で優位であることを示せると考える。

第三に、本事例では、ツイッターなどソーシャルメディアを中心に分析を行ったものを取り上げたが、本事例のワクチンに関する「偽情報」を拡散した人々が用いたメディアは、ツイッターなどソーシャルメディアではなく、知人や親族、友人などへの口頭であったことも指摘されている（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター二〇二二・六六）。これは、現実社会においてはソーシャルメディア上の広がり以上に「偽情報」が拡散していた可能性を示唆している。また、偽情報の拡散にマスメディアが関与することは周知の事実である（藤代二〇二二）。偽情報の生産・拡

散・共有の過程を「不安」の感情のレジームの観点から取り上げる際に、ソーシャルメディアのみならず、マスメディアや口頭でのコミュニケーションも視野に含めることで、その動態的かつ相互的な過程を検討できると考えている。

最後に、偽情報研究において国際的な比較分析をする際に、感情が重要な概念として挙げられうるのではないか、という点である。今回は他国と比較して日本は「不安」の感情が高いことは示したものの、新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する「偽情報」の生産・拡散・共有の国際比較を行わなかった。この「偽情報」の内容は各国で異なるものの、多くの国で拡散されていたと考えられる。その場合、いかなる感情が背景にあるのかを考察することで、その社会の文脈、特性などを反映した研究となると考えている。

\*本論は二〇二四年六月二九日開催の慶應法学会パネルでの問題提起に加筆・修正し、編集したものである。

(1) 別の調査でも、偽情報の拡散に関与した人は二割程度である（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター二〇二二・六九）。

(2) 心理学辞典によると、「不安とは「自己存在を脅かす可能性のある破局や危険を漠然と予想することに伴う不快な気分のこと。漠然とした不安が何かに焦点化され、対象が明確になったものを恐怖 (fear)」というが、行動理論では両者を明確に区別することはない。」と定義されている。

(3) 具体的には、戦争やテロが生じる可能性、盗聴や検閲が行われる可能性、失業の可能性、子どもへの教育機会が奪われる可能性である。失業率のデータや報道の自由度ランキング、世界平和度指数といったデータを関連づける、日本の主観とデータという客観にずれが生じており、不安が高いことが指摘されている(池田二〇一九:二一五—二一八)。

参考文献

Ali, K. Li, C., Zain-ul-abdin, K., and Muqtadir, S. A. (2022) “The Effects of Emotions, Individual Attitudes towards Vaccination, and Social Endorsements on Perceived Fake News Credibility and Sharing Motivations,” *Computers in Human Behavior*, 134, pp. 1-17.

Allen, J., Watts, D. J., and Rand, D. G. (2024) “Qualifying the Impact of Misinformation and Vaccine-Skeptical Content on Facebook,” *Science*, 384, pp. 1-8.

Bennett, W. L. and Livingston, S. (2018) “Disinformation

Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions,” *European Journal of Communication*, 33(2), pp. 122-139.

Chadwick, A. (2017) *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford University Press.

クラウチ、C. (二〇〇三=二〇〇七) 『ポスト・デモクラシー——格差拡大の制作を生む政治構造』青灯社。

Edelman, M. (2001) *The Politics of Misinformation*, Cambridge University Press.

EU (2018) “A Multi-Dimensional Approach to Disinformation—Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation,” 最終アクセス日:二〇二四年九月二九日` <https://www.ecsite.eu/sites/default/files/amultidimensionalapproachtodisinformation-reportoftheindependenthighlevelgrouponfake newsandonlineinformation.pdf>

Fairclough, N. (1995) *Media Discourse*, Edward Arnold.

Fan, R., Zhao, J., Chen, Y., and Xu, K. (2014) “Anger Is More Influential than Joy: Sentiment Correlation in Weibo” *PLOS ONE*, 9(10), pp. 1-8.

Freelon, D. and Wells, C. (2020) “Disinformation as Political Communication,” *Political Communication*, 37(2), pp. 145-156.

藤代裕之編(二〇二二)『フェイクニュースの生態系』青弓社。

福長秀彦(二〇二二)「新型コロナウイルスと流言・デマの拡散・接種への影響を探る」『放送研究と調査』一月号、二―二三頁。

池田謙一(二〇一九)『統治の不安と日本政治のリアリティ——政権交代前後の底流と国際比較文脈』木鐸社。

石橋真帆・関谷直也(二〇二二)「新型コロナウイルス感染症に関する流言流布の実態と心理的要因」『リスク学研究』三一(二)、一三三―一三三頁。

北村智・河井大介・佐々木裕一(二〇一七)「ソーシャルメディアにおける感情語使用と投稿動機、ネットワーク構造の関係——ツイッターでのポジティブ感情語・ネガティブ感情語に着目して——」『社会言語科学』二〇(二)、一六―二八頁。

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター(二〇二〇)『Innovation Nippon 日本におけるフェイクニュースの実態と対処策』最終アクセス日：二〇二四年九月二十九日。 [http://www.innovation-nippon.jp/reports/2019IN\\_report\\_full.pdf](http://www.innovation-nippon.jp/reports/2019IN_report_full.pdf)

——(二〇二二)『Innovation Nippon わが国における偽・誤情報の実態の把握と社会的対処の検討——政府、コロナワクチン等の偽・誤情報の実証分析——』最終アクセス

ス日：二〇二四年九月二十九日。 [http://www.innovation-nippon.jp/reports/2022IN\\_report\\_full.pdf](http://www.innovation-nippon.jp/reports/2022IN_report_full.pdf)

毎日新聞(二〇二二年一月五日)「オシント新時代・荒れる情報の海：／五 デマ拡散、SNS応酬(その二) ワクチン接種で不妊になる 少数の発信、大きな影響力」

Martel, C., Pennycook, G., and Rand, D. G. (2020) "Reliance on Emotion Promotes Belief in Fake News." *Cognitive Research: Principles and Implications*, 47(5), pp. 1-20.

三浦麻子・鳥海不二夫・小森政嗣・松村真宏・平石界(二〇一六)「ソーシャルメディアにおける災害情報の伝播と感情：東日本大震災に際する事例」『人工知能学会論文誌』三一(二)、一―九頁。

ミュデ、C. + カルトワッセル、C. R. (二〇一七) 二〇一八)『ポピュリズム——デモクラシーの友と敵』永井大輔・高山裕二訳、白水社。

中島義明ほか編(一九九九)『心理学辞典』有斐閣。  
Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., and Nielsen, R. K. (2023) *Reuters Institute Digital News Report 2023*. 最終アクセス日二〇二四年九月二十九日。 [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital\\_News\\_Report\\_2023.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf)

Papacharissi, Z. (2015) *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.

- Reddy, W. (2001) *The Navigation of Feeling: A Framework for the History of Emotions*. Cambridge University Press.
- 佐藤卓己 (二〇一九) 『流言のメディア史』岩波新書。
- シブタニ, T. (一九六六—一九八五) 『流言と社会』広井脩・橋元良明・後藤将之訳、東京創元社。
- Toriumi, F., Sasaki, T., Kobayashi, T., and Yoshida, M. (2024) "Anti-vaccine Rabbit Hole Leads to Political Representation: the Case of Twitter in Japan." *Journal of Computational Social Science*, 7, pp. 405-423.
- ヤウワード, S. (二〇一三—二〇一三) 『メディア化理論入門——政治から遊びまで』津田正太郎訳、勁草書房。
- YouGov (n.d.) "YouGov COVID-19 Tracker: Fear of Catching." 最終アクセス日: 二〇二四年九月二七日。 <https://yougov.co.uk/international/articles/29428-fear-catching-covid-19>
- ウォール＝ヨルゲンセン, K. (二〇一九—二〇二〇) 『メディアと感情の政治学』三谷文栄・山腰修三訳、勁草書房。
- Weeks, B. E. (2015) "Emotions, Partisanship, and Misperceptions: How Anger and Anxiety Moderate the Effect of Partisan Bias on Susceptibility to Political Misinformation." *Journal of Communication*, 65, pp. 699-719.