

第27回 JDA 秋季ディベート大会決勝戦

2024年11月3日

論題：日本は一定の年齢に達しない者の SNS の利用を大幅に制限すべきである

肯定側：多摩動物公園（まじっくきゃっと¹・小林宏輔・水谷翼）

否定側：二人で海を見に行くぞ！（榎原陽介・石崎英治）

結果：4-1 で否定側勝利²

ベストディベーター：石崎英治（二人で海を見に行くぞ！）

■肯定側第一立論：まじっくきゃっと（多摩動物公園）

観察

SNS 事業者は広告配信で収益を確保しており、その収入はユーザー数と視聴時間に依拠します。そのため事業者はユーザーを長時間 SNS に貼り付かせるという強い動機を有しており、その為に多くの閲覧数を稼ぐ投稿者に対して報酬を与える仕組みを整備しています。

NRI、24

「広告を販売することで収益を得ているソーシャルメディア企業は、利用者が長時間プラットフォームへ滞在し、閲覧・いいね・共有等のアクションを起こすことを重視している。そのため、利用者がより長くサービスを利用するように設計されたアルゴリズムを積極的に利用し、コンテンツを頻繁に共有し多くの注目を集めるコンテンツの作成者へ報酬を与えている。刺激的な情報や感情を掻き立てられる情報はより多くの反応を引き起こす傾向にあるので、アルゴリズムによって多くの人の目に留まり、その情報の発信者には報酬が与えられる。」³ 終わり。

実際に Twitter や TikTok では閲覧数に応じてユーザーに収入が入る収益化機能が整備されています。その上で、

内因性

1. SNS 上には青少年に対する有害な情報が溢れています。

A 不適切な広告

観察の通り広告収入が生命線である事業者側は、不適切な広告に対する自主規制の倫理が働かず、結果的に子供向けに飲酒や薬物などの広告が表示される環境を生み出しています。

WIRED、21

「非営利団体「Campaign for Accountability」が進めているプロジェクト「Tech Transparency Project（TTP、テクノロジーの透明性に関するプロジェクト）」において、このほど6件のテスト広告を作成した。これらの対象ユーザーを13～17歳と設定してフェイスブックに提出したところ、同社はすべての広告を数時間以内に承認した。なかにはドラッグパーティーの宣伝が含まれていたが、これは提出からわずか43分で承認されたという。[中略] フェイスブックは広告主に対して「推定リーチ」の数も示している。これは広告を出した際に目にする可能性のあるユーザーの数で、アルコール飲料の広告については90万人、出会い系サイトの広告については500万人ものユーザーが目にと想定されていた。」⁴ 終わり。

1 本人希望により本名非公開

2 この試合の審判は、鈴木健、竹久真也、天白達也、中島有希大、松元誉志の5名

3 こども家庭庁生育局『ノムラ・リサーチ・インスティテュート・コンサルティング・アンド・ソリューションズ・インディア・プライベート・リミテッド アメリカ合衆国各州における青少年のインターネット環境整備に係る取組等の調査 調査報告書』令和6（2024）年3月 p.112

URL: https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/945a38c6-ad96-4893-98a9-074b46c3154e/952130a8/20240509_councils_internet-kaigi_945a38c6_17.pdf

[編者注]

本資料はNRI（野村総合研究所）主体のものではなく、正しくはこども家庭庁による野村総合研究所の海外関連会社への委託調査である。

4 WIRED『Facebook を利用する10代が「不適切な広告」に狙われる：消費者団体の実験で明らかに』2021年5月7日 URL: <https://wired.jp/2021/05/07/activists-facebook-allows-drug-ads-target-teens/>
中略部分は以下の通り

こうした広告が多く未成年のもとに届いています。

B インプレッション稼ぎの苛烈な投稿

陰謀論や差別等の過激な発言は注目を集めるため、そうした投稿はアルゴリズムを通じて多くのユーザーに届き、事業者や投稿者にとっての収入源になります。以下はコロナワクチンに関する誤情報を拡散していると非難されている医師のロバート氏などを含む、悪質なインフルエンサー10人の投稿を分析した結果です。なお資料中のインプレッションとは閲覧数の事を指します。

Gigazine、23

「その結果、これらの10アカウントは1日に合計5400万インプレッションを稼いでおり、365日で約200億インプレッションに達することが分かりました。[中略]これらの情報を総合して、Twitterが10人の悪質なインフルエンサーから得る収益を推測した結果、合計で最大1900万ドルとの結果が算出されました。Twitterは、主要広告主の半分が広告出稿を停止し広告収入が大きく減少していることが報じられており、収益減にあえぐ同社にとって悪質なインフルエンサーが拡散するツイートは貴重な収入源であることが示唆されます。」⁵終わり。

「これは簡単に修正できることで、フェイスブックはずっと前に対応しておくべきでした」と、TTPのディレクターであるケイティ・ポールは言う。「単に見過ぎていたのか、利益のためにあえて放置していたのかは問題ではありません。いずれにせよ、まったく許容できないことです」

ティーンエイジャーにも不適切なラベル付け

わたしたちがFacebookを含むウェブを閲覧しているとき、その行動はフェイスブックのアルゴリズムによって追跡されている。そしてユーザーは、政治的な傾向や好きな音楽、関心・趣味など、追跡結果に応じてカテゴリ化される。特定のグループに合わせて作成した広告を表示したいという広告主を、こうして引きつけるのだ。多くのユーザーは気づいていないが、人種から性的指向、さらに交際状況まで、フェイスブックはユーザーのどんな情報であってもオンラインの行動から推測できる。さらに、ユーザーの分類に使われるカテゴリーには未成年にふさわしくないものも含まれている。

TTPの報告によると、フェイスブックはネット上での行動に基づいて、ティーンエイジャーを「アルコール飲料」「極端な減量」「たばこ」といった関心カテゴリーに振り分けている。独身だった場合には出会い系サイトの広告の対象になる場合もあるという。

基本的にはFacebookのすべてのユーザーが興味・関心のカテゴリーに振り分けられているが、18歳未満は成人向けの特定のカテゴリーには分類されないことになっている。ところがフェイスブックは遅くとも2014年から、子どもたちに不適切な広告を表示しているとして非難に晒されてきた。それが19年になっても依然として子どもたちに「たばこ」や「アルコール飲料」といった関心ラベルが付与されていることが、『ガーディアン』紙の調査で明らかになっている。

フェイスブックのアルゴリズムによるカテゴリー作成については、これまでも別の問題が浮上している。17年には職業欄に「ユダヤ人ハンター」と書き込んでいるユーザーを対象とした広告を許可していたことが、ProPublicaの報告で明らかになった。またフェイスブックは18年、ロシア在住の何千人ものユーザーを「国家反逆に関心がある」とラベリングしていた件で謝罪している。

19年には、広告主が求人や住宅の広告を掲載する際に特定のグループを差別できるようにしている、との訴えが市民権団体からあった。この件ではフェイスブックとの間で和解が成立している。

フェイスブックは不適切な広告が未成年ユーザーの目に触れないよう制限を設けてはいる。だがTTPのディレクターは、今回のテスト広告が「数時間程度」で承認されたと語っている。「100万人近い10代のユーザーを『アルコール飲料などのカテゴリーに関心ありの可能性』などとラベル付けしなければならない理由は、どこにもありません」と、ポールは指摘する。

アルコール飲料の広告が90万人に

この記事が最初に公開されるまでに、フェイスブックからのコメントはなかった。同社の広報担当者からは、記事を最初に公開したあとに次のようなコメントがあった。

「こうした不適切な広告の一部がなぜ検出されなかったのか、わたしたちは調査を進めています。わたしたちはアルコールや減量関連の製品などの広告を18歳未満のユーザーに表示することを禁じており、企業がコンテンツの表示先をよりよく管理できるよう年齢制限ツールも整備しています。また、広告の配信開始後に再審査する場合があります」

TTPが作成した6件のテスト広告は、いずれも18歳未満が目にするはずのないトピックのものだった。なかには「anaのアドヴァイス」（「ana」は拒食症(anorexia)の略称として知られる）という広告もあり、TTPによると「極端な減量」や「ダイエット食品」に関心があると分類されたユーザーがターゲットになっていた。

電子たばこのテスト広告は、「電子たばこ」や「たばこ」に関心があると分類されたユーザーに向けられていた。出会い系サイトの広告で18歳未満のユーザーを対象とすることは認められていないが、TTPのテスト広告はわずか2時間で承認されたという。

こうしたカテゴリーの作成に加え、」

[編者注]

中略部分が非常に長文で、複数の節にまたがるものであり、文脈が失われている可能性がある。中略後の文章が文の途中から始まっており、引用として好ましくない。

- 5 GIGAZINE『Twitterはたった10人の「有害なインフルエンサー」で年間25億円も稼ぐとの試算結果』2023年2月13日 URL: <https://gigazine.net/news/20230213-twitter-banned-accounts-revenue/>

中略部分は以下の通り

「調査対象となった10人のTwitterユーザーの中には、環境活動家のグレッタ・トゥーンベリ氏に嫌がらせのツイートを送った直後に別件の人身売買容疑で逮捕されたアンドリュウ・テイト容疑者や、新型コロナウイルスワクチン

C 身内や有名人の普通の投稿

学校の先輩や有名人など、成人による合法的かつありふれた飲酒や喫煙シーンの投稿ですら、SNS 上では頻繁に青少年の目に届くことで、青少年の薬物使用や飲酒喫煙への価値観を変えます。

依存症センターホームページ、和訳

「インスタグラムやフェイスブック、スナップチャットといったサイトは、有名人や一般人が薬物やアルコールに関わる危険な行動をとっているのを、子供たちが目にする環境を提供している。ジャスティン・ビーバー、ドレイク、カーディ・B といった有名人は、さまざまなプラットフォームで常に飲酒やハイになっている写真を投稿しており、それを見ている若者たちに影響を与え始めている。さらに、こうした行為を行っている友人や家族の同様の様子を見る事にもなる。このようなコンテンツは、違法薬物や処方箋薬物の使用、暴飲暴食といった行動を常態化し、美化するものである。」⁶ 終わり。

2. こうした有害なコンテンツに対してユーザーが一度興味関心を持つと、アルゴリズムより関連動画が何回も表示されるようになり、刷り込みが強化されます。

IT ジャーナリスト、高橋、24

「デジタルヘイト対策センターは、アメリカ・イギリス・カナダ・オーストラリアの4カ国で13歳の少女が新しいTikTokアカウントを作成し、自傷行為や摂食障害に関する動画に「いいね」し続けるとどうなるのかという体験を調査しました。すると、39秒ごとにモデルの写真や理想的なスタイルの動画が表示され、2.6分ごとに自殺や自傷行為に関する動画、8分ごとに摂食障害に関する動画が表示されたのです。」⁷ 終わり。

3. このように未成年ユーザーが有害な情報に繰り返し接触することで、飲酒喫煙や薬物、摂食障害などの健康被害リスクが有意に上昇します。126件のメタ分析から。

グラスゴー大・プルバラ、23 和訳

「頻繁な（対：稀）ソーシャルメディア利用は、飲酒（オッズ比 1.48）、薬物使用（1.28）、喫煙（1.85）、性的リスク行動（1.77）、反社会的行動（1.73）、複数のリスク行動（1.75）、およびギャンブル（2.84）と関連を示した。健康リスク行動を示すコンテンツへのソーシャルメディア上の接触（対：非接触）は、電子タバコの使用（1.73）、不健康な食行動（2.48）、およびアルコール摂取（2.43）のオッズを増加させることと関連を示した。」⁸ 終わり。

日本においても、例えば未成年の大麻での検挙数が増加しています。神奈川県の記事。

に関する誤情報を拡散していると非難されている医師のロバート・マローン氏などが含まれています。さらに、CCDH はアカウントを3つ作成して復活したアカウントをフォローし、1039 件のツイートを表示させました。これにより、平均して 6.7 ツイートに 1 回の割合で広告が表示されることが判明しました。また、ソーシャルメディア分析会社・Brandwatch の調べによると、1000 インプレッションあたりの広告費は平均 6.46 ドル(約 850 円)とのこと。」

6 Addiction Center, “The Influence Of Social Media On Teen Drug Use” 最終更新日 2024 年 7 月 29 日

URL: <https://www.addictioncenter.com/community/social-media-teen-drug-use/>

[原文]

“Sites like Instagram, Facebook, and Snapchat provide an environment where kids are exposed to famous and normal people alike engaging in risky behaviors involving drugs and alcohol. Celebrities such as Justin Bieber, Drake, and Cardi B consistently post pictures of themselves drinking and getting high on a variety of platforms, and that’s starting to influence the young people that are viewing it. Additionally, adolescents are not only exposed to celebrities and “influencers” engaging in this behavior, but also their friends and families. This kind of content normalizes and glamorizes behavior such as illicit and prescription drug use as well as binge drinking, making teens wrongly believe it’s appropriate to do the same.”

7 高橋暁子「視点・論点 10代のSNS過剰利用 どう規制するか」NHK、初回放送日 2024年5月27日

URL: <https://www.nhk.jp/ts/Y5P47Z7YVW/episode/te/8QZW5ZL69W/>

8 Amrit Kaur Purba, Rachel M Thomson, Paul M Henery, Anna Pearce, Marion Henderson, S Vittal Katikireddi (University of Glasgow, Glasgow, UK), “Social media use and health risk behaviours in young people: systematic review and meta-analysis”, URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38030217/#full-view-affiliation-1>

[原文]

“Frequent (v infrequent) social media use was associated with increased alcohol consumption (odds ratio 1.48 (95% confidence interval 1.35 to 1.62); n=383 068), drug use (1.28 (1.05 to 1.56); n=117 646), tobacco use (1.85, 1.49 to 2.30; n=424 326), sexual risk behaviours (1.77 (1.48 to 2.12); n=47 280), anti-social behaviour (1.73 (1.44 to 2.06); n=54 993), multiple risk behaviours (1.75 (1.30 to 2.35); n=43 571), and gambling (2.84 (2.04 to 3.97); n=26 537). Exposure to content showcasing health risk behaviours on social media (v no exposure) was associated with increased odds of use of electronic nicotine delivery systems (1.73 (1.34 to 2.23); n=721 322), unhealthy dietary behaviours (2.48 (2.08 to 2.97); n=9892), and alcohol consumption (2.43 (1.25 to 4.71); n=14 731).”

タウンニュース、23

「大麻を所持するなどで検挙される未成年者が全国的に増加している。神奈川県内でも昨年の検挙数は117人で、6年前に比べて約10倍。〔中略〕増加の背景に挙げられるのが、誤情報のまん延だ。ネット上には「大麻は害が少ない」「リラックス効果がある」との誤った書き込みがあふれており、鵜呑みにする未成年者が多いという。県警が20年に県内で検挙された98人のうち80人の供述をまとめたところ、危険性・有害性の認識について約半数の43人が「ない」と答えていた。」⁹終わり。

インパクト

1. 未成年の健康保護の観点から、アルコールやタバコの規制と同様に、未成年者の利用を規制すべきです。

エディンバラ大・スリダー、23 和訳

「法案を提案した上院議員の一人、ブライアン・シャッツは「ソーシャルメディアがより多くの子供たちのメンタルヘルスに大打撃を被らせている。子供たちの苦しみにも関わらず、ソーシャルメディア企業が利益を上げるのを、止める必要がある」と述べている。このことが、正に公的規制の目的である。タバコ、アルコール、ギャンブルへの規制と同様に、民間企業が健康に負の影響を及ぼし得る製品を販売する際には、一定のガイドラインに従い、脆弱なユーザーが無防備に曝露しないように保護することができる。」¹⁰終わり。

観察の通り、事業者側には収入確保の都合上ユーザーをSNS中毒にさせるモチベーションがあり、プラン後も変わりません。これは国家が規制する必要がある。

2. 未成年の喫煙防止や飲酒乱用、それから摂食障害などの健康リスク行動は、本人の長期的な健康への影響や、心身・人格形成などに深刻な影響を与えます。

財団法人 日本学校保健会、10

「未成年者の喫煙や飲酒は、法律で禁止されているだけでなく、心身の健康への影響が成人より格段に大きい。また、覚せい剤などの薬物乱用は、年齢にかかわらず法律で禁止されている。この理由は、薬物乱用が心身の健康のみならず人格の形成にも重大な影響を与え、加えて社会に及ぼす影響が大きいことによるものである。」¹¹終わり。

自立した判断能力が認められていない未成年の健康や生活に悪影響を与えるSNSの利用は禁止すべきです。

そこでプラン。

SNS事業者に対し、身分証での年齢確認と未成年者へのサービス提供を禁止します。違反した事業者は国内でのアプリ配信、サービス提供を禁止します。

解決性

9 タウンニュース（神奈川県全域・東京多摩地域の地域情報紙）『神奈川県内 未成年の大麻 6年で10倍 背景にSNSや誤情報』2024年4月21日、URL: <https://www.townnews.co.jp/0102/2022/04/21/621772.html>
中略部分は以下の通り

「県警の担当者は、インターネットで入手しやすくなったことや「大麻はたばこより害がない」という誤った情報のまん延が背景にあると指摘する。大麻所持などで検挙された県内未成年者は2017年までは15件前後で推移していたが、18年に47件と急増。覚せい剤やその他薬物は横ばいだが、大麻だけが増え続けている。」

10 Devi Sridhar (chair of global public health at the University of Edinburgh) “Social media could be as harmful to children as smoking or gambling – why is this allowed?” July 4, 2023,
URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/jul/04/smoking-gambling-children-social-media-apps-snapchat-health-regulation>

[原文]

“As one of the senators proposing the US legislation, Brian Schatz, said: “The growing evidence is clear: social media is making more kids more depressed and wreaking havoc on their mental health. While kids are suffering, social media companies are profiting. This needs to stop.

This is exactly what public regulation is for. Like policies for tobacco, alcohol or gambling, it can ensure that when private companies sell a product with potential negative health impacts, they do so in a way that follows certain guidelines and protects vulnerable users from being completely exposed.”

11 財団法人 日本学校保健会『喫煙、飲酒、薬物乱用防止に関する指導参考資料 小学校編』平成22（2010）年4月、p.9、URL: https://www.gakkohoken.jp/book/ebook/ebook_H210060/H210060.pdf

内因性1で示した広告や投稿に接触しなくなる事で、未成年の健康が保護されます。例えば飲酒においてはSNSでのコンテンツ暴露が飲酒規範に強い影響を与えるという因果関係が明らかになっています。

ノースカロライナ大、ジャククリーンら、17和訳

「第一に、仲間のアルコール関連SNSコンテンツへの暴露は、青少年の1年後の飲酒開始を予測した。この結果は、飲酒開始に関する既知の発達リスク因子をコントロールしても有意であり、このようなSNSコンテンツへの曝露が青少年の飲酒行動に重要な影響を及ぼす可能性を示唆している。[中略]2つ目の重要な発見は、アルコール関連の友人のSNSコンテンツへの露出が飲酒行動の開始につながるメカニズムの1つとして、「仲間が飲酒を容認しているのだ」という青少年の価値観が影響を与えている可能性があることが挙げられる。[中略] SNS環境はオフライン環境よりも実体のない環境であり、青少年が仲間のアルコールに関する信念を認識する際に利用できる対人的手がかりが少ないことから、青少年は飲酒を推奨する社会規範を誤認しやすい、過大評価しやすい可能性がある。」¹²終わり。

当然、内因性3で指摘した、飲酒や喫煙や薬物などに対しても、同じロジックを敷衍して考えると、SNSからの有害情報の摂取が減る分、健康保護につながります。

終わります。

■否定側質疑：榊原→まじっくきやっと

Q：よろしくお願ひします。まずプランの確認をさせてください。あなたたちは例えば、いわゆるその、よく見る、SNSの時間を制限するとかじゃなくて、全面的に、対象に関しては禁止する、という理解で合っていますか。

A：はい。未成年へのサービス提供を禁止しています。

Q：未成年…未成年ですね。あなたたちは、例えば、LINEで親子でやり取りするとか、友だちとLINEでやり取りするとか、そういうものも規制対象ですか。

A：いや、我々は、メッセージングとSNSに関しては明確に区分があると思っており、内因性で述べたように、SNSに関しては規制する、というような想定です。

Q：すいません、LINEとかは規制するかしらないか教えていただけますか。

12 Jacqueline Nesi, William A Rothenberg, Andrea M Hussong (Department of Psychology and Neuroscience, University of North Carolina at Chapel Hill), Kristian M Jackson (Department of Behavioral and Social Sciences, Center for Alcohol and Addiction Studies, Brown University School of Public Health), "Friends' Alcohol-Related Social Networking Site Activity Predicts Escalations in Adolescent Drinking: Mediation by Peer Norms", *J Adolesc Health*. 2017 June
URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6402495/>
[原文]

"First, exposure to peers' alcohol-related SNS content predicted adolescent's initiation of drinking one year later. Findings remained significant controlling for known developmental risk factors for initiation of alcohol use, suggesting that exposure to such SNS content may have an important impact on drinking behaviors among youth. SNS, where adolescents can access an immense volume of mediated content in the virtual presence of peers, may combine elements of traditional mass media and offline peer environments. As such, it may represent a synthesis of peer and media influences, both of which have critical implications for adolescents' alcohol consumption [4,30].

Social cognitive theory suggests that adolescents' behaviors are shaped by observation and cognitive interpretations of the behaviors of peer and media models [11]. Two mechanisms that may account for this effect are described by the Message Interpretation Process (MIP) model and Deviancy Training model. The MIP model of media influence [31] suggests that adolescents' decision-making around alcohol is influenced by positive affect induced by a media message's perceived desirability and similarity to adolescents' own experiences [13]. Within SNS, where adolescents encounter alcohol references displayed by their own close friends and peers, these messages are likely seen as highly personally relevant, desirable, and realistic. Deviancy training models, drawn from the peer influence literature, suggest that adolescents reinforce one another's delinquency through positive communication about antisocial behaviors [32]. Large, public SNS audiences may amplify this positive reinforcement, and associated social learning, gained by alcohol-related posting. These mechanisms represent two areas for future research to examine the interface of peer interaction and media-based influences on adolescent risk behaviors.

A second key finding is that adolescents' beliefs that peers approve of alcohol use may act as one mechanism by which exposure to friends' alcohol-related SNS content leads to initiation of drinking behaviors. The theory of planned behavior [12] suggests that subjective norms have a tangible impact on behavior, and the specific role of injunctive norms in increasing the likelihood of adolescents' alcohol use is well-documented [33]. SNS represents a particularly potent context for the development of such norms. Existing models suggest that social norms are developed through observation of behavior and peer communication [34]. On SNS, adolescents can observe the behaviors and communications of a wide range of their peers, by viewing posted photos, text, and links. However, some adolescents purposefully post positive portrayals of alcohol use, approval, and enjoyment on SNS [7,9] in order to present a desired identity and gain social acceptance [35]. Given that the SNS environment is more "disembodied" than offline environments [36], with fewer interpersonal cues available to inform adolescents' perceptions of their peers' beliefs about alcohol, they may be more likely to misperceive (and overestimate) pro-drinking social norms [18]."

A：チャット部分の領域に関しては規制はしなくて、例えばオープンチャットだったりとか、不特定多数の、簡易登録で交流するもの、の部分に関しては、パート別で規制する、というふうな想定です。

Q：なるほど、じゃ、例えば、親子が1対1で、クローズドな場で、LINEで事務連絡とかしたりとか、していると思うんですけど、そういうものは、プラン後も全く変わらず使えるってことで良かったですか。

A：はい、その想定です。

Q：わかりました。友だちともできますね。

A：友だち…あの、見ず知らずの…友だちにもいろいろあると思うんですけど…

A：まあまあまあ、わかりました。じゃあ次行きます。続いて解決性の最後なんですけど、教えて欲しいんですけども、あなたたちの主張している解決性っていうのは、今、未成年がSNSで有害情報に接している、と。で、接することが、SNSさえ遮断すれば、有害情報を見ることが無くなるから、だから、プラン前後の変化があるんだ、という、そういう建て付けで合ってますか。

A：ま、そうですね。完全にゼロになるというふうにも思っていますし、今回述べているように、アルゴリズムの部分規制されるとか、そういうアクションで、触れる頻度が有意に上がることから、影響があるという風に、我々は考えています。

Q：わかりました。じゃ、その次の…ごめんなさい、あなたたちって、危惧しているのは、健康リスクが上がる、っていう、そういう話で合ってます？

A：そうですね。具体的には、飲酒、薬物、それからまあ、喫煙、摂食障害などといったところをインパクトで挙げています。ギャンブルとかもですね。

Q：えっと、じゃあ、肉体的なものと、精神的なものと、ごちゃ混ぜに、いろいろ悪いだろう、という話ですかね。

A：ま、そうですね。どちらもある、というふうに思っています。

Q：わかりました。その次なんですけど、戻って、内因性1について確認させてください。ここで言っているのは、アルゴリズムによってリーチしている数の話があったと思うんですけども、例えば今、SNSで見られているのって、アルコールの宣伝とか、出会い系の宣伝とか、そういうものが見られちゃっている…不適切に広告されている、っていう話で合っていますか。

A：広告の話は別にアルゴリズムとは関係なくて、単純に、Facebookに出したときに、出稿を承認したよ、と。これが、13から17歳対象だと、アルコール90万人、出会い系は500万人が、想定リーチだったよ、っていう話ですね。

Q：リーチされているもの、っていうのは、アルコールの広告とか出会い系の広告ですね。

A：ここで言っているのは、6件のテスト広告の中身がそれだったので。あと、ドラッグパーティーとかも入っていて…そうだった、という話です。

Q：なるほど、わかりました。テストがそれだった、という話ですね。次に、オッズが上がるっていう、内因性3点目の資料に聞いていきたいんですけども、このオッズの上がる資料って、どういう人同士を比較して、こういう算出ってしたんですか。

A：まず、前半の方は、頻繁なソーシャルメディア利用と、稀なソーシャルメディア利用の頻度比較をされていて、後半は…

Q：それは…

A：後半は、健康リスク行動を示すコンテンツに接触・非接触の比較をしています。これは126件のメタ分析なんで、各分析…個別の分析のマクロで見てそう比較しているっていう話です。

Q：わかりました。メタ分析ですね。わかりました。終わります。

A：時間です。ありがとうございました。

■否定側第一立論：石崎英治（二人で海を見に行くぞ！）

論点1：SNSが果たしている役割

自分について発信できることおよびそれをコミュニケーションを通じて進化させることを、自分が選んだ手段で行えることは重要です。

国連・子どもの権利委員会一般的意見 25号、2021

「表現の自由に対する子どもの権利には、自ら選択するすべての媒体を使って、あらゆる種類の情報および考えを求め、受けかつ伝える自由が含まれる。子どもたちが報告するところによれば、デジタル環境は、子どもたちの考え、意見および政治的見解を表明する相当の機会を提供するものである。不利な立場または脆弱な状況に置かれた子どもたちにとっては、自分の経験をシェアしてくれる他の子どもたちとの、テクノロジーによって容易になる相互交流は、自分自身を表現する一助となり得る。」¹³ 終わり。

13 国連・子どもの権利委員会『デジタル環境との関連における子どもの権利（一般的意見25号）』2021年3月2日、日本語訳：平野裕二、URL: https://www.nichibenren.or.jp/library/pdf/activity/international/library/human_rights/child_general_25.pdf

論点2：SNSの使い方の事例

A 狭い範囲での受発信。SNSは若者にとって現実では発信しにくい事柄でも発信できる場所です。

沖縄国際大、髭白、2023

「SNS上では、その匿名性や表現方法の多様さから、自身のアイデンティティについて気軽に発信しやすい土壌が形成されており、それは同時に他者のアイデンティティや表現の受け入れやすさにもつながっていると考えられる。つまり、心理的安全性を確保しながら、自分の本音が語れるSNSという場所は、Z世代にとってのデジタル・サードプレイスと捉えることができる。」¹⁴ 終わり。

例えば、LGBTQの人は、SNSを自身のアイデンティティについて相談し、進化させる場として活用しています。トランスジェンダーの人の事例を引用。

クーリエジャポン、2021

「『ママ、パパ、僕はトランスだよ』と言ったんです。すると彼らは怒り、『そんなのダメだ、間違っている。そんなこと考えるな』と言いました」 [中略] 5年前、彼はタンブラーやツイッターなどのSNSで出会った見知らぬ人たちに、自分の感情を告白し始めた。 [中略] 彼はふだん自分のアイデンティティを隠していたが、オンラインではオープンでいられた。「少なくとも、家に帰ってコンピュータの電源を入れれば友人に会える、とわかっているわけです。友人たちは私を名前で呼び、どのように今の状況に対処すべきかのコツを教えてください。とても助かっています」¹⁵ 終わり。

日本においても、こうしたことが、SNSの台頭によりポピュラーになっています。

信州大大学院、飯田ら、2021

「対処行動は、ネット検索及びSNSコミュニティへの参加が著しく多かった。一人で悩むという回答をした者も、最初は一人で考えたものの結論が出ず、SNS等のコミュニティを利用して徐々に知識をつけ、自分とはどういった人間なのかを理解していくという過程があった。杉山は、情報アクセスの困難さを指摘していたが、この点はこの15年の間に大きく変化してきていると言える。」¹⁶ 終わり。

プラン後はこういったことが不法になり、デメリットです。他の事例については2NC以降で説明します。

では、ケースサイドへ行ってください。

まず、プランに対して、トピカルティを打ちます。

質疑で確認した通り、LINE、というか、DMのところに関しては、規制対象外だというふうに本人たちは…肯定側はお話していました。しかし、我々は、それは論題の充たさないうふうに考えています。今回の論題っていうのは、日本は一定の年齢に達しない者のSNSの利用を大幅に制限すべきである、です。しかし、プランというものは、「大幅」の部分を満たしていないというふうに考えています。説明します。

14 髭白晃宜（沖縄国際大学産業情報学部企業システム学科教授）「SNSコンテンツ利用にみるZ世代の消費行動のありかた」『産業総合研究』Vol.32（2023）Dec. URL: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://okiu1972.repo.nii.ac.jp/record/2000113/files/13405497_32_teruki_higeshiro.pdf&ved=2ahUKewi18Oq2pluJAxZzb_UHWWIeD4kQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw1P_fyEWEG_wecLrI14

15 クーリエ・ジャポン『「オンラインではオープンでいられます」同性愛がまだ違法の国で…インターネットが支えるLGBTコミュニティ』2021年4月5日、URL: <https://courrier.jp/news/archives/240026/>

中略部分は以下の通り。
（一箇所目）

「エマニュエルはまだ両親と一緒に暮らしている。大学では、2018年にミスユニバース・スペイン代表になったトランスジェンダー女性の話を持ちかけることで、新しい友人たちを「下調べする」。「その反応次第で、仲良くなれるのか、なれないのか判断します」。自分の話をしたのは、友人のおよそ5人に1人だという。だが、オンラインでは話は別だ。」

（二箇所目）

「十数名のトランスジェンダーの人々にメッセージを送り、7人とは定期的にチャットをした。その大部分がアメリカとイギリス在住者だった。「一種のサポートグループでした」と彼は言う。」

16 飯田桃子（信州大学大学院総合人文社会科学部研究科）、茅野理恵（信州大学学術研究院教育学系）「セクシュアル・マイノリティの性的自己決定についての予備的検討」『信州大学教育学部附属次世代型学び研究開発センター紀要『教育実践研究』』No.20、2021年、URL: <https://core.ac.uk/download/551376905.pdf>

まず、プラン対象者が SNS をどう使っているかを示します。

日経 BP、2022

「中高生は現在、どの SNS をよく利用しているのでしょうか。「よく利用する」の1位は「LINE」(82%)です。LINEは普及率が高いため、家族や親しい友人との連絡だけでなく、部活やバイト先との連絡にも必須です。[中略]3位は「Instagram」(52%)です。数年前から Instagram の人気は急上昇しています。ストーリーズで近況を報告し、DMで連絡を取り合うなど、フィード投稿ではない機能がよく使われているようです。」¹⁷終わり。

中略していますが、2位は YouTube なので、今回の試合では対象外で良いと思います。

で、2点目。今述べたように、中高生の SNS 利用では、LINE が 82% と圧倒的で、LINE は知人とのダイレクトメッセージのやり取りがほとんどであるということは、十分イメージできると思います。プランは、圧倒的に一番利用されている SNS がほとんど制限されないというようなプランです。で、さらに、3位の Instagram も、中高生にとっては、ダイレクトメッセージの機能を用いて、身近な人とやり取りするためのツールであって、不特定多数のフィードとかを共有するためのものではありません。つまり、中高生にとっては、ダイレクトメッセージ機能がこそが、SNS の本丸です。しかし、プランというのは、ダイレクトメッセージを実質的に制限しないという話なので、明らかに「大幅」な制限になっていません。このところが通れば、彼らのプランというのは、論題を満たさない、ということとところで、否定側の勝ち、です。

じゃあ次。論題…メリットの中身に戻っていきませんが、まず内因性の1のAのところ、有害な広告がある、という話がありました。2点反駁します。

1点目、解決性がありません。SNSに限らず、有害広告というのはネット全体に存在するので、SNSを規制してもしょうがないです。

毎日新聞、2024

「9月10日、こども家庭庁が X に投稿したあるポストに対し、切実な声があふれかえった。「エロ広告を規制してください。子どもが見るようなサイトにまでレイプシーンが普通に出てくるとかありえない」「とんでもない広告が出てくるので、子どもと一緒にネット検索できません」[中略]決してアダルトサイトではない、料理のレシピやゲームの攻略法が掲載されたウェブサイトなど、一般的なサイトにも「エロ広告」はしばしば現れる。」¹⁸終わり。

エロ広告以外にも、怪しい情報商材、暴力コンテンツ等の広告を、普通のサイトで見たことだって、皆さんあると思います。出会い系もそうですよね。で、プラン後、SNS が規制された子どもというのは、似たようなコンテンツをネットで探すでしょうし、そうでなくてもネットなんか使用するので、その過程で有害な広告に触れてしまうので、解決性がありません。

2点目、肯定側の言うほど、SNS 事業者が本当に銭ゲバなんだとしたら、プラン後事業者が素直に広告をあきらめるというふうには…広告費獲得をあきらめるというふうには考えにくいと思います。例えば、SNS 以外の自主サイトに有害広告を出すとか、プラン後業者が新たなサービスを作って、そこに有害広告を出す、といったことをするはず。だって、なんてったって儲かるからですね。で、また、広告を出している業者っていうのも、プラン後未成年に広告を見てもらえないっていうんだとしたら、他のサイトとかで広告を出すようにするだけだというふうに思うんで、やっぱり解決性がない。

で、次。解決性へ行ってください。喫煙とか飲酒が減るんだ、みたいな話がありましたが、ここに対して3点反駁します。

1点目、プランで SNS に接しなくなっても、テレビ、雑誌、動画サイトにも有害コンテンツっていうのはあり、SNS が禁止されたら、空いた時間でそれをたしなむようになるだけで、解決性がありません。

17 日経 BP『教育と ICT Online 第 105 回 日米で異なる若者に人気の SNS』2022 年 12 月 12 日

URL: <https://project.nikkeibp.co.jp/pc/atcl/19/08/28/00031/121200118/>

中略部分は以下の通り。

「2位は「YouTube」(74.9%)です。好きなユーチューバーの動画を見たり、音楽ビデオの視聴、ゲーム実況など、日常的に視聴しています。」

18 毎日新聞『「エロ広告」をどうにかして＝町野幸(経済部)』2024 年 9 月 22 日

URL: <https://mainichi.jp/articles/20240921/k00/00m/040/123000c>

中略部分は以下の通り。

「大人でも、全く関係のないエロ広告に不快感を感じています」これらの声は、インターネット上に性的な広告があふれていることへの批判や、国への規制を求めるものだ。以下、本記事でも合わせて、性的広告のことを「エロ広告」と表記する。私(記者)もほとんど困っている。」

ん。実際に、2019年から段階的に未成年のオンラインゲームプレイの総時間や時間帯で制限を課す中国だと、代わりに動画の視聴が増えています。

アジア成長研究所、2023

「しかし、オンラインゲームへの制限によって、他のオンライン活動への移行する可能性が高い。例えば、CNNICの2021年の報告書によると、2018年以降、ショート動画の閲覧率が7.1%増加した。さらに、未成年のインターネット利用者のうち9.8%が平日に2時間以上、12.4%が休日に3時間以上、ショート動画を視聴していることが分かった。」¹⁹終わり。

SNSから有害コンテンツに接するが、他のメディアからは接しない、という人はまずいないでしょうから、解決性はありません。これは、有害コンテンツ全般に当てはまる反論として取ってください。

2点目、SNS以外のメディアに接したり、あるいは、家族と話すだけでも、人はSNSに接した場合と同じような悪影響を受けます。摂食障害につながるやせ圧力の例。

南洋理工大、チュア、2023、和訳

「ソーシャル・メディアと伝統的メディアは、外見圧力の独立した社会文化的源であるという最初の証拠がある。これらの影響源を通じて外見の理想に接するだけで、美容整形手術を受ける可能性や無秩序な体重管理行動をとる可能性を高めるのに十分であるようだ。[中略]いくつかの研究では、学部生の男女が友人、家族、伝統的メディア、ソーシャルメディアから、より細く見えるように、外見を変えるように、体脂肪率を下げるようにという圧力を経験していることがわかった。」²⁰終わり。

ということなので、別に、こういうようなところの、そういったことはやった方がいい、とか、っていうようなものっていうのは、別にSNSだけに固有な話ではないのだから、他のところで残っているのだったら、やっぱり解決性というのは切れている。

で、3点目、もし、SNSや他のツールも、飲酒や喫煙を本当に促進させるのだとすると、SNSの登場後に未成年の飲酒とか喫煙というのは増えているはずだが、実際にはそうなっていません。むしろ減っています。

厚労省の未成年飲酒についての調査²¹によると、折れ線グラフなので厳密には読み取れないんですけども、中学生3年生の男子の飲酒率はSNSがなかった2000年には約33%、SNSが普及途上だった2010年で10%、SNSがかなり普及した2021年は1.7%です。女子についても多少数値は違いますが同じように減ってきているので、SNSの影響が、他のコンテンツに比べて強いならばそういうふうにはならない。少なくとも、マクロで見たときに、そういった、SNSが、飲酒とか喫煙とかを助長してい

19 公益財団法人 アジア成長研究所『ゲーム依存症を抱える子ども・若者の自立支援—東アジアの取り組み—』委託調査報告書2022-13、令和5（2023）年3月、URL: <https://www.agi.or.jp/media/publications/report/report2022-13.pdf>

20 Sook Ning Chua (School of Biological Sciences, Nanyang Technological University, Singapore), Nadia Cradock (Center for Appearance Research, University of the West of England, Bristol, UK), Wepada Rodtanaporn (Department of Social and Behavioral Sciences, Harvard T.H. Chan School of Public Health, Boston, United States), Flora Or (Department of Social and Behavioral Sciences, Harvard T.H. Chan School of Public Health, Boston, United States), S.Bryn Austin (Department of Social and Behavioral Sciences, Harvard T.H. Chan School of Public Health Division of Adolescent and Young Adult Medicine, Boston, United States), "Social media, traditional media, and other body image influences and disordered eating and cosmetic procedures in Malaysia, Singapore, Thailand, and Hong Kong", *Body Image* Volume 45, June 2023, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144523000426>

[編者注]

実際にはChua単著ではなく、他4名との共著

[原文]

"There is initial evidence that social media and traditional media are independent sociocultural sources of appearance pressures (Roberts et al., 2022). Mere exposure to appearance ideals through these sources of influences appear to be sufficient to increase the likelihood of having cosmetic surgery (Swami et al., 2008) and disordered weight control behaviors (Tang, Rifas-Shiman, Field, Austin, & Haines, 2022). For instance, viewership of reality cosmetic makeover shows was associated with a positive attitude towards cosmetic surgery, body dissatisfaction and disordered weight control behaviors compared to viewership of other shows among undergraduate women (Sperry, Thompson, Sarwer, & Cash, 2009).

Recent studies have found support for the Tripartite Influence Model in Asia as well (Shagar, Donovan, Loxton, Boddy, & Harris, 2019). Some studies found that undergraduate men and women experience pressure from friends, family, traditional media, and social media to look thinner, change their appearance, and decrease their body fat percentage (Wen, Chia, & Xiaoming, 2017; Yamamiya et al., 2019; You & Shin, 2020)."

21 こども家庭庁『成長過程にある者等の状況について』令和6（2024）年3月14日

URL: https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/497b84be-6457-4f41-80ad-28560f363219/ca7ca69b/20240314_council_sshingikai_seiku_iryoyu_YN462waJ_06.pdf

[編者注]

こども家庭庁の資料内で厚労省のデータを引用している

る、っていうふうには取れないので、ここについては、いずれにせよ解決性はない、というふうに取ってください。

終わります。

■肯定側質疑（水谷→石崎）

Q：始めます。まず否定側フローから…

A：よろしくお願いします。

Q：お願いします。まず、否定側フローの論点1から。要するに、SNSを守ることは、自ら選択する全ての媒体を、子どもたちに守らないといけないから、という話でしたね。

A：SNSに限らないんですけど、この資料っていうのは…

Q：だからその…

A：自ら選択できる全ての媒体を使ってやる。で、デジタル環境っていうのは、その中でも不利な立場とか脆弱な状況に置かれている人にとって、すごくいいんだっていう話をしていますね。

Q：で、その中で、自らの経験をシェアしてくれるような友だちがいることが大事なんだ、という話をしていた…

A：まあそう…そういうのも含めて、自分の意見を出す、っていう機会にもなるし、他の、自分の経験を出してくれる、っていう人もいるし、その相互作用みたいなところも含めて、それが表現につながるんだ、っていう話です。

Q：なるほど。ところで、プランへのアタックでは、若者のSNSの利用の多くは、身内の友だちとつながるために使っているんだ、っていう話をしていると思うんですけど、この、論点1の話では、主に知らない人とかが気軽に経験をシェアできることが…

A：あーなるほど、トピカルティのところに関しては、あくまで「大幅」かどうかっていうところに対応する話で…

Q：わかりました。ありがとうございます。次、論点2のAへ行きましょう。まず、こういうSNS空間というのは、他者の発言を受け入れやすい土壌がある。で、だからトランスジェンダーの人たちも、SNSでは、差別とかを受けずに発言を受け入れられていて、こういうコミュニティになっているんだ、という話をしていましたね。

A：まあ、そこ…細かく…言葉の捉え違いがあるかもしれないですが、少なくともクーリエジャポンとかで言っているのは、実際の家族に受け入れられなかった人っていうのが、インターネットには場所があるっていうところで、それにある種助けられているっていうところの話をしていますね。

Q：だからその、現実ではそういうふうな、親とかの理解の無さとかがあるから、SNSはそういうところを受け入れてくれるような土壌ができていて、ということですか。

A：まあ、そうですね。Z世代にとってのデジタルサードスペースだ、というふうに考えているというのはあります。

Q：わかりました。ありがとうございます。じゃあ次。肯定側へのアタック。プラン後…2枚目のInstagramは、肯定側…否定側の理解だと、一般にDMとかばかり使っている、ということなんですかね。

A：これは、どこまでいっても、規制対象とするような対象年齢の人たちが、実際にどういう使い方をしているのかということに着目するのが超重要だと思っていて、一般的にどういうふうにサービスが捉えられているか、ではなくて、彼らの…対象年齢のところに絞ると、相当ダイレクトメッセージというのが使われているんだ、という分析をしています。

Q：相当ダイレクトメッセージ…なるほど、わかりました。ありがとうございます。

A：LINEが82%で…とかですね。

Q：で、その後…解決性への反駁で、まず、一番最後に話していた、喫煙とか、最近では1.7%しか…っていう話…

A：そうですね、はい。

Q：これって、ちなみにどうやって調査したんですかね。

A：たぶん、普通にそういうのは、いろんな調査が、たぶんあるんだと思います。何か…アンケートを取るとか…

Q：未成年の人たちに、たばことか、飲酒とか、こっそり…

A：学校で…実は吸ってます、とか、無限にあると思います。

Q：なるほど。だから、実はこっそり吸ってるんじゃないですか、みたいなことをアンケートで取った結果、1.7%だったということですか。

A：例えばそうかもしれないです。基本的には同じ質問をしているはず…

Q：時間なので終わります。

■肯定側第二立論：小林宏輔（多摩動物公園）

ブロックから行きます。まずトピカルティを見てください。

1点目、彼らはDM利用が軸だ、と言っていました、DM「も」使っているだけで、その他の機能も十分使っています。InstagramのZ世代、10代から20代前半の利用法の分析をします。

日経Xトレンド、22

「女性の7割が新ブランド・商品の認知のきっかけとしているInstagramは、自分の好きなものが詰まっているSNSと認識されています。主にストーリーズ、フィード投稿、おすすめ欄で受動的に情報に触れることがスタンダードとなっていますが、ここにはあくまでも自分の好きなテイストのアイテムが集まる環境であることが特徴です。そして、さらに知りたい情報がある場合にはハッシュタグ検索を活用し、能動的な情報収集に切り替えています。Z世代へのインタビューでも「この商品はどんな人が使っているものなのかを確認する」「ハッシュタグ検索をした際の投稿数でどのくらい人気がある商品なのかを確認する」という声が聞かれます。」²²終わり。

2点目、この論点は、リーズナブルで取るべきです。大幅な規制の「大幅」という定義は定量的に測れるものではなくて、例えば、DMも規制したらこれは大幅なのか、とか、そういったことは否定側も立証できていない。彼らが読んだ資料は、DMが中心とは言っていました、フィード機能などがDMと比較してどれくらい使われていないのか、とか、フィード機能の規制自体が「大幅」じゃないのか、とか、そこまで立証しているわけではない。

少なくとも主要な機能であるストーリーやフィード、また、彼らが反駁しなかった、内因性2のレコメンドアルゴリズムなんかは、まさにSNSの特性であって、これらの使用機会を制限している段階で、規制は「大幅」であって、彼らの分析の方を優位に取るべき定量的な分析もないのだから、ベターではなくリーズナブルで取って、トピカルティは棄却するべきです。

次、内因性の論点に関して。彼らは、広告がネットでもあるんだ、みたいな話をしていたが、そもそも1Cとか1Bのような…1Cのストーリー…有名人とか、身近な人のストーリーとか、1Bのインフルエンサーの苛烈な投稿っていうのは、少なくとも固有である、というところを伸ばしてほしい。

で、1Aの、レコメンドとかリーチ規模っていうのは、少なくとも彼らが定量的な分析を全くしていないのに対して、アルコールが若者の90万人に届いていたり、出会い系の広告が500万人に届いていたりするっていう規模において、リーチ規模とかレコメンドにおいて、内因性はある、と取るべき。

その上で解決性のところに行きます。2点。

1点目、1Bのようなインプレッション稼ぎの投稿も、SNS固有のものであって、一般人が誰でも過激な投稿をすることでインプレッション収入を稼げるSNS空間と、電波法などで免許が厳しく制限されているテレビ等のオールドメディアでの報道を同一に語るのはいけません。

で、2点目、1Cのような日常的投稿もSNS固有であって、特にこういう人たちの日常的投稿っていうのは、24時間いつでも繰り返し接することができるっていうところで、規範が歪んでいくんだ、と解決性で立証しているのだから、こういう話は、他のメディアに完全に当てはめる、みたいなことはできないのだから、固有性がある、と取るべきです。

アタックに行きます。論点Aに3点行きます。

1点目、プラン後はSNS以外の媒体で表現行為が可能。例えば、SNSの普及前には、ネット掲示板が活発でした。

22 長田麻衣 (SHIBUYA109 エンタテイメント SHIBUYA109 lab 所長) 「Z世代の“消費行動ジャーニー”を公開 SNS 使い分けの実態は？」『日経クロストrend』2022年5月11日

URL: <https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/casestudy/00012/00897/>

[編者注]

正確な原文は以下の通り (引用は、文の途中からのスタートになっている)

「前回の記事で紹介したように、女性の7割が新ブランド・商品の認知のきっかけとしているInstagramは、自分の好きなものが詰まっているSNSと認識されています。主にストーリーズ、フィード投稿、おすすめ欄で受動的に情報に触れることがスタンダードとなっていますが、ここにはあくまでも自分の好きなテイストのアイテムが集まる環境であることが特徴です。そして、さらに知りたい情報がある場合にはハッシュタグ検索を活用し、能動的な情報収集に切り替えています。Z世代へのインタビューでも「この商品はどんな人が使っているものなのかを確認する」「ハッシュタグ検索をした際の投稿数でどのくらい人気がある商品なのかを確認する」という声が聞かれます。」

IT ジャーナリスト、鈴木、22

「SNS が登場または普及する前に私たちはどうしていたのか、振り返ってみましょう。[中略] おおよそ 2000 年ごろは、「2ちゃんねる」のような誰でも書き込める掲示板を使って投稿していました。もちろん現在でもネット掲示板はあり、匿名で何かを書きたいときに使われています。」²³ 終わり。

プラン後においても、SNS 以外の媒体で、例えば、note とかブログでの表現行為であったり、掲示板やコメント欄での交流ができるため、問題は発生しない。

2 点目、まさに現状でも掲示板等では、自らの悩みを告白するコミュニティが形成されています。次の資料は、岡山県が実施したシンポジウムの参加者の体験談です。

岡山県、16

「幼少期から違和感がありました。しかし、それを言葉にするための知識を持ち合わせていなかったため、モヤモヤした時期を過ごしていました。確信したきっかけは、インターネットで「性同一性障害掲示板」を見つけた時でした。同じような悩みを抱えている人が書き込んでいる内容を見て、確信しました。その時の心情は、“ホッとした。一人じゃなかったんだ”という感じでしたね。」²⁴ 終わり。

これは性的少数者の例ですが、他の人々についても掲示板や Web 上でつながることが可能だと考えられます。

その上で 3 点目、このように、他の媒体で表現が可能である以上、否定側は今回規制する対象の固有性である、会員登録ができることによって得られる部分のインパクトを立証する責任がある。

彼らは、アカウントを作れるとか言っていたけれども、結局それが、論点 1 で言っているようなことにつながる、みたいな立証をしていないのだから、インパクトへのリンクは評価できない。で、2NC までにこのインパクトを立証できないかぎり、DA は棄却するべきです。

固有性の LGBT の論点に対して打っていきます。

1 点目として、彼らは、ある時ある人が救われた、という SNS の肯定的な一例を抜き出しているだけである、という点。

2 点目、ターン。むしろ SNS は、一般的にはマイノリティの若者に触れさせるべきではない、悪い空間であること、プランを導入すべきであることを証明します。

まず、ケースの内因性 1B で示したような、苛烈な投稿を参照してください。こうした投稿は、同質性の高いコミュニティの中で反響して、結果として SNS 全体で差別的な言動へのハードルが下がっています。

解放新聞、23

「インターネット上の差別事件が爆発的に増加している。その傾向とネット上の悪質な事件の分析からは、差別行為者がもつ差別意識とその意識を実際の差別行為に走らせるまでのハードルがきわめて低くなっているといえる。[中略] 同質性にもとづく閉鎖的なシステムのなか、差別情報等が反復的

23 鈴木朋子 (IT ジャーナリスト・スマホ安全アドバイザー) 『若い女性の疑問「SNS 以前はどうやって気持ちを共有してたの?」』プラスデジタル、2022 年 10 月 29 日 URL: <https://news.mynavi.jp/article/womansns-83/>

中略部分は以下の通り

「懐かしく思う人も多いと想います。

■交換日記や手紙、電話

楽しかった思い出や自分の気持ちは、交換日記や手紙にしたためて友人に渡していました。交換日記は複数の人で回すこともあり、LINE グループのチャットに近いかもしれません。また、長電話をして料金がかさんで、親に怒られたり生活費が苦しくなったりした覚えがある人もいるのではないのでしょうか。

■パソコン通信

ニフティが 1987 年に開始したワープロ・パソコン通信「ニフティサーブ」には、「フォーラム」というコミュニティ機能がありました。ハンドルネーム (ニックネーム) でログインし、電子会議室でユーザー同士が交流していました。黒いパソコン画面に白い文字だけのやりとりです。

やがてインターネットへとユーザーが移り、フォーラムはサービスを終了しました。フォーラムは、今でいえば Facebook グループに近い交流でしょう。

■インターネットネット掲示板

24 岡山市男女共同参画推進週間 (さんかくウイーク) 中のイベント「LGBT 啓発シンポジウム『虹の橋をかけよう』」参加者からパネリストへ寄せられた質問への回答、2016 年 6 月 5 日

URL: <https://www.city.okayama.jp/kurashi/cmsfiles/contents/0000005/5864/000265762.pdf>

にコミュニケーションがおこなわれ、強化、増幅、拡大される。[中略] こうした SNS がもつ作用で、差別事件の内容がより過激になった。これまでは差別事件を起こすような人物ではなかった人々までもが容易に差別行為者になり、今日の差別事件をより深刻なものにしている。」²⁵ 終わり。

こうした行動が、アルゴリズム等で繰り返し届いている、っていう内因性2の議論も参照してください。これらの言論は、結果として7割越えのマイノリティの耳に入って、特に小中学生は精神的ダメージを受けています。

東京新聞、23

「LGBTQ 性的少数者約1万人を対象にした昨年12月～今年4月の意識調査で、7割超が「1年以内に交流サイトなどでLGBTQについての差別的な発言を見聞きした」との結果を、宝塚大の日高教授が21日、公表した。[中略] 日高教授は「自分が当事者だと気付く小中学生らへのダメージが特に大きい。自尊感情を傷つけ、不安にさせる」と懸念した。」²⁶ 終わり。

インパクト。これらの差別的言論は、うつ病、自殺感情などの様々な弊害を引き起こしています。

レスター大、キースリー、21 和訳

「クーパーとブルーメンフェルドは、250人の参加者を対象に、LGBTQ+のオンラインヘイトに関する小規模な研究を米国で行った。参加者の56%がうつ病を経験し、参加者の35%が、LGBTQ+へのオンラインヘイトの経験の結果として、自殺念慮を抱いていた。」²⁷ 終わり。

プランを取ることで、こうした差別的言論に小中学生が接触しなくなって、小中学生のマイノリティ保護のためにプランを導入すべき。で、やっぱり広範な研究というのが、これを支持しています。

シドニー大、バーガー、22 より和訳

「ソーシャルメディアは差別や偏見を制限できるものの、LGBTQの若者は依然としてウェブベースの被害を受けるリスクが高く、ウェブベースのLGBTQネットワーク内を含め、ソーシャルメディアが差

25 解放新聞「インターネット上の部落差別情報・差別煽動を許さず、闘いをすすめよう」2023年8月5日

URL: <http://www.bll.gr.jp/info/news2023/news20230805.html>

中略部分は以下の通り

(一箇所目)

「書き込まれている多くの差別的内容は、差別記述への多くの人々の抵抗感を弱め、それらを差別だと認識できないデジタル市民を増加させている。

こうした傾向がネット社会の進化とともにより顕著になっている。それは近年のネット社会の特徴と密接に関わっている。SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）が普及し、コミュニケーションのあり方も変化している。一般のコミュニティとは異なるソーシャルネットワークのなかで、差別意識や思想が過剰になり、増幅されている。

インターネットが生み出したプラットフォーム（場）でコミュニケーションのあり方が大きく変化している。キーワードは「ホモフィリー」（同類性）と「エコーチェンバー」（反響室）だ。ホモフィリーとは、人は同じような属性をもつ人々と群れるという考えをベースに、個人を同類の他者と結びつけることを重視するソーシャルネットワークの基盤的な考えだ。エコーチェンバーとは、考え方や価値観の似た者同士で交流し、共感し合い、特定の意見や思想、価値観が、拡大・増幅・強化されて影響力をもつ現象だ。差別思想がより攻撃的、扇動的になる。インターネット交流サイトを運営する最大手の米メタ（フェイスブック）は、同類のグループにネット上の枠組みを提供する。そうした「コミュニティ」が構築されれば、受け取った情報や、メンバーが形成する態度、経験の相互作用が、参加者に大きな影響を与える。」

(二箇所目)

「響き合うように増幅される。

増幅されたコミュニケーションやメッセージは同類の人々の心理や意識に大きな影響を与える。差別情報の内容がフェイク（虚偽）であっても、真実として受け止められるような意識を生み出す。いまやそのフェイク情報を人工知能（AI）が自動で容易に瞬時に広められる。さらに特定の差別キーワードにもとづいて多くの投稿をコピーし自動で拡散することも可能だ。これらの情報がネットリテラシーのない多くの人々に影響を与え、差別や偏見を助長している。」

26 東京新聞『1万人のLGBTQが明かした「学校生活で困ったこと」「いじめられた経験」そして「認めてほしいこと」』2023年11月21日 URL: <https://www.tokyo-np.co.jp/article/291435>

中略部分は以下の通り

「2月の首相秘書官（当時）の差別発言や、その後のLGBTQへの理解増進法を巡る議論に伴い、差別的な発言が増えた可能性がある。（奥野斐）

調査は、日高教授がライフネット生命保険の委託を受けてインターネットで実施。ゲイやレズビアン、出生時の性別と性自認が異なるトランスジェンダーら10～90代の性的少数者1万449人が回答した。同規模の調査は2016年、19年に続き3回目。「1年以内にSNSで差別的な発言を見聞きした」は全体で71.5%、10代では85.5%に上った。」

27 Rachel Keighley (School of Criminology, University of Leicester, Leicester, UK), "Hate Hurts: Exploring the Impact of Online Hate on LGBTQ+ Young People" *Women & Criminal Justice*, Volume 32, 2022, Published online: 17 Oct. 2021,

URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08974454.2021.1988034#d1e159>

[原文]

“Cooper and Blumenfeld (Citation2012) carried out a small US study on LGBTQ+ online hate with 250 participants. 56% of participants had experienced depression and 35% had suicidal thoughts as a result of their experiences of LGBTQ+ online hate.”

別の原因となる可能性があることを指摘する研究もある。〔中略〕広範な文献の多くは、LGBTQの若者に対するソーシャルメディアの影響は一般的に否定的であると特定している。〕²⁸終わり。

で、また、SNSでの差別的言論は、LGBTQの人に否定的に取られたり、自らの性別意識を抑圧することにもつながります。

ルーマニア国立政治行政大学、ステファニータら、21、和訳

「LGBTはストレートの人よりも憎悪に満ちたメッセージを受け取りやすく、その結果、LGBTコミュニティに対する否定的な態度を内面化する。〔中略〕こうした態度の内面化は、性自認や性的指向を隠すといった防衛メカニズムの発達に繋がる。LGBTコミュニティにおけるオンラインでのヘイトスピーチの蔓延により、被害者は自己検閲メカニズムを発達させ、社会的に受け入れられるために性自認や性的指向を抑圧するようになる。〕²⁹終わり。

まさに、こういうふうに、性的指向とかを抑圧するのだから、少なくとも彼らが言っているような、性的指向を口外することでコミュニティに溶け込んでいく、みたいなことってというのは、一般的にはできない、とすべきです。

終わります。

■否定側質疑：石崎→小林

Q：はい、よろしく申し上げます。

A：お願いします。

Q：まず、ケースサイドのブロックの議論ですかね…まず…内因性1のAのところ、定量分析をしているのは我々だけ、みたいな話をしていたんですけど、90万とか500万ってインプレッションって、別に若者向けに、このぐらいのものがある、っていうわけではないので…

A：13から17歳に対して…テスト広告を打ったところ、13歳から17歳で…

Q：なるほど、わかりました。ごめんなさい、もう一個なんですけど、これは、あくまで見られた回数であって、見られた人数と同義ではないですね。

A：その…90万人…アルコールが90万人で、出会い系が500万人に到達している…

Q：わかりました。ちなみに、これは…すいません、一応ラウンドコンセンサスとして取りたいんですけど、この人たち、SNSがなくなったら、検索活動は普通にインターネットでやる、ということでは

28 Matthew N Berger, Melody Taba, Jennifer L Marino (University of Sydney), Megan S C Lim (University of Melbourne), S Rachel Skinner (University of Sydney), “Social Media Use and Health and Well-being of Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer Youth: Systematic Review”, *Journal of Medical Internet Research*, Sep. 21, 2022,
URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9536523/>

〔原文〕

“Although social media could limit discrimination and stigma, LGBTQ youths are still at higher risk of web-based victimization [66], and other research has noted that social media can be a source of discrimination, including within web-based LGBTQ networks [26]. Mental health and well-being were negatively affected by social media structures and policies that did not accommodate changed identities [49]. A study found that chosen identity recognition may be associated with reduced mental illness symptoms [67]. Much of the wider literature identifies the effects of social media among LGBTQ youths as generally negative [52]. However, this review identifies both the positive and negative aspects of social media use among LGBTQ youths. Some platforms (eg, Grindr, Tinder, and Twitter) offer users nonbinary options, but displaying this information could also lead to safety issues [47,68]. Being “outed” on social media can target LGBTQ youths for physical harm and discriminatory comments, with the potential to affect their mental health and well-being [55]. Although a study exploring the use of hashtags only found positive and negative outcomes of identity exploration [50], another study found that hashtags can be used for other purposes, such as connecting peers that use drugs (eg, #highlife) [69].”

〔編者注〕

実際にはBerger単著ではなく、他4名との共著

29 Oana Ștefăniță (National University of Political Studies and Public Administration, Romania), Diana-Maria Buf (National University of Political Studies and Public Administration, Romania), “Hate Speech in Social Media and Its Effects on the LGBT Community: A Review of the Current Research”, *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, April 1, 2021,
URL: <https://journalofcommunication.ro/index.php/journalofcommunication/article/view/322/307>

〔原文〕

“Because LGBT individuals are more prone to receiving hateful messages constantly than straight individuals, they end up internalizing negative attitudes toward the LGBT community (Ghafoori et al., 2019). The perpetual stigmatization of the LGBT community can lead to an internalized homophobia. Depression and PTSD are severe outcomes of internalized homophobia (Wotten, 2018). The internalization of these attitudes leads to the development of defense mechanisms such as hiding the gender identity or sexual orientation (Global Perspectives on the Trauma of Hate-Based Violence, 2020). The prevalence of online hate speech about the LGBT community influences victims to develop self-censorship mechanisms and to suppress their gender identity or sexual orientation to be socially accepted (Berez & Devinat, 2017).”

いですよね。他にやること…やれる場所はないですよね。

A：別に…やる人もいるでしょうが、やらない人もいるんじゃないですかね。

Q：そうなんです。わかりました。はい、じゃ次。トピカルティのところなんですけど、まず、なんだけ…インスタグラムの話…ストーリーズっていうような話とか、女性が使っているとかっていう話なんですけど、これ、基本的にZ世代というふうには言っているが、一般論ですね。

A：10代から20代前半の利用法を分析しているので、ある程度今回のプランの対象には被っているんだらうと思います。

Q：わかりました。で、この…まあいいや…ごめんなさい、リーズナブルのところに関しては、ストーリーとかフィードとか、他のところの機能の話は、インスタの方ではした方がいいってことですよね。

A：すいません、もう一回お願いします。

Q：インスタの話ですよね、この、ストーリーもフィードも。

A：まあ、ストーリーとかフィードは、インスタだけじゃないと思いますけど…

Q：OKです。確認したかったのが、肯定側さんのブロックっていうのは、インスタグラムの話しかしていないですよね。

A：別にインスタじゃなくても、いいところあるんじゃないですかね。それこそフェイスブックとかもあると思いますし。

Q：いやだって…え、LINEは？…まあいいや。じゃあ次。有害コンテンツのところ、電波法の話があったかなと思うんですけど、これはいわゆるテレビ等のオールドメディアに関しては、そこで規制できるんじゃないか、というブロックですね。

A：少なくとも、オールドメディアとかに関しては、そうだと思います。

Q：わかりました。ちょっと質問なんですけど、Webメディアって、掲載するのに免許とか要るんですか。

A：わかんないです。

Q：わかんないんですね。ふーん、わかりました。じゃ確認ですけど、電波法とかによってオールドメディアは規制ができていないから、大丈夫なのではないか、というのが、肯定側のブロック…

A：それは、1点目としては…

Q：いやいや、それしか言ってないですよね。

A：いえ、2点目として、SNSとか…

Q：規範が歪むんだ、って…だから、SNSのそれっぽい特徴を…

A：日常的に繰り返して接している、みたいな話っていうのも、固有性としてあると思います。

Q：はい、わかりました。ありがとうございます。じゃ次、DAフローなんですけど、ネット掲示板のところに関しては、何ですかね…いわゆる会員登録するかどうかの差だ、とかっていうようなことを、言えないと良くないから…ま、これは2NCで言ってください、と…そういうような話でしたかね。

A：だから、会員登録できる部分で、どういう差分が生まれてるのか、というところをインパクトとの関連で示していないよね、という話をしていますよね。

Q：はい、わかりました。じゃ、これで終わりにします。ありがとうございます。

A：ありがとうございます。

■否定側第二立論：榊原陽介（二人で海を見に行くぞ！）

ケースに反論していきます。

内因性Bを見てください。現在、悪質な動画っていうのが、すごいインプレを稼いでいるんだっていう話がありましたけど、

1点目、SNS事業者もこういう投稿はすぐ削除して対処しています。

CNN、2022、和訳

「TikTokは、自殺や自傷行為につながる可能性のある活動を描写、促進、正常化、または美化するコンテンツは許可していないと述べた。同社によると、今年4月から6月にかけて自殺や自傷行為に関するポリシーに違反したとして削除された動画のうち、93.4%は視聴回数ゼロで削除され、91.5%は投稿後24時間以内に削除され、97.1%は報告される前に削除されたという」³⁰終わり。

30 Samantha Murphy Kelly (CNN Business), "TikTok may push potentially harmful content to teens within minutes, study finds", December 15, 2022, URL: <https://edition.cnn.com/2022/12/15/tech/tiktok-teens-study-trnd/index.html>

[原文]

"TikTok said it does not allow content depicting, promoting, normalizing, or glorifying activities that could lead to suicide or self-harm. Of the videos removed for violating its policies on suicide and self-harm content from April to June of this year, 93.4% were removed at zero views, 91.5% were removed within 24 hours of being posted and 97.1% were removed before any reports, according to the company."

だから、いくら彼らが銭ゲバだと言っても、やっぱり違法動画っていうのがすごいほびこっていたら、本人だってイメージも悪くなるわけで、こういう削除っていうのは、やっぱりしています。

2点目として、彼らみたいなの、ひどい動画が放置されたら…インプレを稼いだっていう話はレアケースです。実際にはSNS上では有害コンテンツのうち、それを奨励しているものっていうのはごくわずかで、むしろ苦しんでいる人をサポートするために使われています。例えば、自傷行為のタグが付いた画像をツイッター、インスタグラム、タンブラーから各200枚ずつサンプリングした調査で分かっています。

リーズ大、シャナハンら、2018、和訳

「我々の調査結果は、ソーシャルメディア上で自傷行為について投稿されている内容を、臨床医は過度に心配しなくてよいことを示唆している。自傷行為が魅力的であると示唆する投稿はごくわずかで、自傷行為を積極的に奨励していると思われる投稿はなかった。むしろ、これらのサイトは、文書や立ち直りに関するメッセージの共有という形で他の人にインスピレーションを与え、さまざまな独創的な方法で難しい感情を表現するために使用されていた。自傷行為の代替案を提供したり、他の人にアドバイスを提供するために画像が共有されている例もあった。」³¹終わり。

ということで、例えばSNSで投稿されているような、有害コンテンツから、自分が立ち直る方法とかがあっていうのも、共有されている例の方が多いわけです。こういうサポートを無くしてしまうのは良くないと思います。

次行きます。内因性Cのところ、身近な人による投稿にも悪影響を受けちゃう、という話がありましたけれども、これ、解決性ないと思います。だって、別にSNSがなかった時代でも身近な悪い先輩とかに、タバコとか飲酒とか進められたりとかするじゃないですか。そういうのと、どういう、量的・質的差分があるのか、っていうことを全く示していないから、これは取れないと思います。

次、内因性2点目のところ、一度フィード…広告…悪い動画を見ちゃうと、何度も表示されんだ、っていう話がありましたけれども、これも解決性がない。どうしてかっていうと、プランで、パートナーが言ったように、結局SNSをやめても、動画とか、他のネット検索とか、しちゃうんですよ。で、たくさんネット検索とかだって、ターゲティング広告とかで、一度なにか、この人はこいつに興味があるんだな、っていうふうに判断されたら、何度も同じような広告がつくじゃないですか。何度も出てくる中で、エロ広告とかも出てきちゃうわけですよ。これ、結局プランを導入した差分がどれぐらいあるのか、ということを書いていないと思います。

次、内因性3点目のところ。内因性3点目のところで、オッズの話があったと思うんですけども、これはSNSを、今、業者が未成年に対して配信できるような世界の話しかしていないと思っていて、プラン後は私たちも言っているように、銭ゲバだから、広告出したりとかするじゃないですか。そういうところを踏まえたりとか、あるいは、今SNSをやっている人が、プランでSNSをやめた後に、他の動画サイトとかに行ってしまうような話っていうのを、今の世界だとSNSって使えるから、考慮できていないと思うんですね。だから、この内因性3をもってして、SNSさえやめればなんとでもなるんだ、っていうような取り方はできないのかな、というふうに思っています。

それから、その次の、大麻の使用がどんどん増えている、っていう話についても、これはSNSが原因であるということは一言も言っていないので、これも取れません。

じゃあ次、ネガ行きます。

ネガのブロックをしていきます。まず、掲示板を使って、LGBTの方は、いいんじゃないか、っていう話がありましたけれども、1点目として、アファの掲示板で出した話というのは一例です。自分のきわめて内面的な事柄を、掲示板のような、だれが見るかもわからないところで発信するのは、嫌だとか

31 Nicola Shanahan (University of Leeds, Leeds Institute of Medical Education), Cathy Brennan (University of Leeds), Allan House (University of Leeds), "Self-harm and social media: Thematic analysis of images posted on three social media sites", *BMJ Open*, December 2018, URL: https://www.researchgate.net/publication/330466847_Self-harm_and_social_media_Thematic_analysis_of_images_posted_on_three_social_media_sites
[原文]

"Our findings suggest that clinicians should not be overly anxious about what is being posted about self-harm on social media. Although we found a very few posts suggesting self-injury was attractive, there were no posts that could be viewed as actively encouraging others to self-harm. Rather, the sites were being used to express difficult emotions in a variety of creative ways, offering inspiration to others through the form of texts or shared messages about recovery. There were also examples of images being shared to offer advice to others. This should allay some of the fears of those who are concerned about social contagion and the use of social media to persuade others to self-harm."

怖いとか、そういう場合も当然あると思います。また、皆が使っている SNS と違って、掲示板にはなじみがない人も多いはずで、プラン対象の年齢の人にはなおさらです。選択肢は多い方がいい。

2 点目、SNS はほかのツールと違って、自身のアカウントの管理を通じて友人の選択やブロックができるので、自分の情報の公開範囲を限定するとか、見られたくない人はブロックするとか、自身に合った使い方ができます。実際に LGBTQ の人はこれらの SNS の特有の機能を駆使しています。

デポール大博士課程、マクコーネルら、2017、和訳

「この文脈でカミングアウトを管理するために、LGBTQ の若者は、プライバシー制御、選択的な友人の追加、複数のアカウントの作成、自己表現の制限、投稿の削除またはタグ付け解除、選択的な情報の表示、LGBTQ 関連のコンテンツをより匿名性の高いオンラインフォーラムに制限するなどのアイデンティティ管理戦略を使用していると報告しました。」³² 終わり。

これは SNS じゃなきゃできない。実際に SNS がなければ、当事者同士でつながることは困難である旨が、15 人を対象にした調査で、当事者たちが回答しています。

テネシー大博士課程、カーリー、2014、和訳

「参加者は、オンラインソーシャルネットワークキングサイトがない場合、他のゲイの人々との接触は限られており、ほとんどの場合、存在しないと述べている。これには、アクセスのしやすさなど、さまざまな要因が寄与している。一部の参加者は地方に住んでいた。ただし、より都市部で育ったと回答した参加者でさえ、SNS を使用しない場合、他のゲイの人々との接触は限られており、事実上存在しないと回答したことは重要だ。」³³ 終わり。

これは 2014 年の資料で、掲示板などは当時から…ずっと前からあったはずなんですけれども、それでも SNS がなければ他の人との接点は持てなかったということを行っています。ですからやはり、SNS の方が固有にコミュニティを作りやすく、支援にアクセスしやすい、ということは間違いのないと思っています。

それからですね、その次のところで、SNS では差別的表現が蔓延しているという話がありましたけれども、1 点目として、これは現実でもオンラインでも、そういう表現に接する頻度は同じです。

ライフネット生命保険株式会社が 2022 年から 2023 年にかけて LGBTQ 当事者 10,449 人を対象に実施した調査³⁴では、「職場や学校で差別的な発言を見聞きした経験がある」と回答した人が 69.9%、SNS 等で「1 年以内に LGBTQ に関して差別的な発言を見聞きしたことがある」と答えた人が 71.5%でした。

32 Elizabeth A. McConnel (Department of Psychology, DePaul University, USA), Antonia Clifford (Department of Medical Social Sciences, Feinberg School of Medicine, Northwestern University, USA), Aaron K. Korpak (Department of Psychology, DePaul University, USA), Gregory Phillips II (Department of Medical Social Sciences, Feinberg School of Medicine, Northwestern University, USA), Michelle Birkett (Department of Medical Social Sciences, Feinberg School of Medicine, Northwestern University, USA), "Identity, victimization, and support: Facebook experiences and mental health among LGBTQ youth", *Computers in Human Behavior*, November 2017,

URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074756321730448X>

[原文]

"To manage outness in this context, LGBTQ youth reported using identity management strategies such as privacy controls, selectively adding friends, creating multiple accounts, restricting self-expression, deleting or untagging posts, selectively displaying information, and restricting LGBTQ-related content to more anonymous online forums (Cooper and Dzara, 2010, Duguay, 2016)."

33 Richard Tazz Curry (University of Tennessee), "Online Social Networking Sites: Meaning of SNS's to Gay Men From Non-Accepting Families", (Doctoral Dissertations) 5-2014,

URL: https://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4011&context=utk_graddiss

[原文]

"Participants indicated that without online social networking sites, the contact they had with other gay individuals was limited, and in most cases, non-existent. Various factors contributed to that, including accessibility, as some were in rural areas. It is important to note however, that even participants who indicated being raised in more metropolitan areas, indicated without the usage of SNS, their contact with other gay individuals was limited and virtually non-existent."

34 ライフネット生命保険株式会社「第3回 LGBTQ 当事者の意識調査～いじめ被害やカミングアウト、同性婚等に関する声～宝塚大学看護学科日高教授への委託調査」2021年11月21日、URL:

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000074.000069919.html>

根拠となっているのは、以下の二文と思われる。

「当事者の 69.9%が、「職場や学校で差別的な発言を見聞きした経験がある」と回答（2016年調査 71.7%、2019年調査 79.6%）」

「当事者のうち 71.5%が SNS 等で「1 年以内に LGBTQ に関して差別的な発言を見聞きしたことがある」と回答し、10 代の当事者では 85.5%にのぼった（初調査）」

61.9と71.5で、ほぼ同じです。要は、差別的な言説に接する頻度っていうのは、別に現実とSNSで特に変わらないよね、っていう話です。

続いて、論点2のBのところにも事例を追加していきます。SNSを広く使うことによって得られる固有の価値というのがあります。これは、フローを変えてください。

[聞き取り不能のため中断・再開]

INCの論点2のSNSの使い方の事例にBを追加します。広い範囲での受発信です。これは、ツイッターとかインスタグラムみたいに、何十億人にも発信できるようなツールに現れます。例えば、自分の演奏とかコンプレックスを投稿するのは本人のアイデンティティにとって重要な発信活動ができます。一例として漫画。

NHK、2023。資料中のAkariさんは、ウクライナの16歳の方です。

「軍事侵攻が始まった直後、Akariさんは初めて、4コマ漫画をSNSに投稿しました。それぞれ「避難シェルターに行く日」「金曜の朝」と題された漫画で、戦時下の10代の女の子の“日常”が描かれています。[中略]「つらいことがたくさんある中で、常につらいことだけを考える必要はないと思っています。幸い、私は学校に行ったり、絵を描いたりすることができています。私たちがどんな生活をしているのか、少しでも伝わればいいなと思っています」」³⁵終わり。

こういうことが、プランでできなくなってしまう。要は、論点1で言ったように、言いたいことが言いたい場所でできなくなってしまうことは深刻だと思います。

終わります。

■肯定側質疑：まじっくきやっ→榊原

Q：はい、お願いします。メリットへのアタックの方から見ていきたいと思うんですけども、内因性Bに打たれた、最初の資料っていうのは、これは削除していたっていう話だったと思うんですけど、行為主体っていうのが、事業者側で…事業者側が「削除しますよ」っていうふうに言った資料、っていう内容で間違いはないですか。

A：この資料はそういう資料ですね。

Q：で、あなた方は、削除している、っていう事例で読んだのはこれだけですよ。だから、あなた方の立証っていうのは、いわゆるプラットフォーム側が「僕たちはやっています」っていうエビデンスを読んだ、っていう状況である、と。

A：はいそうです。ただ別に、一例だけじゃなくて、90何パーセントについてやっていますって言えますから、別に一例じゃないです。

Q：その…各社がやってる、っていうことですよ。各社が、っていうか…事業者…

A：SNSの事業者が、っていう話をしています。

Q：はい、了解です。ありがとうございます。次に、2枚目のアタックの方で、SNSでは自傷行為とか奨励しているわけではなくて、むしろサポートするものが多かったんだ、みたいな資料があったと思うんですけども、この資料で言っているのは、自傷行為の画像みたいなものをランダムにピックアップしてみたら、奨励というよりサポートに回っているものの方が多かった、という話ですよ。

A：そうです。積極的に奨励しているものが一個もない、と言っています。で、ほとんどがサポートをしています。

35 小島明（NHK国際部記者）「『ウクライナのあかりちゃん』16歳の漫画家が描く“日常”」NHK国際ニュースナビ 2023年1月1日、

URL: https://www3.nhk.or.jp/news/special/international_news_navi/articles/cor/2023/01/01/27642.html

中略部分は以下の通り。

「地下シェルターに向かう時、持って行くものが選べきれなくて、母親に怒られたこと。朝、軍事侵攻のニュースが流れる中、母親に起きよう言われるも、毛布をシェルターに見立てて「この中の方が安全だから」と言って二度寝をしたこと。Akariさんは、危険と隣り合わせでも変わらない日常があることを、読んでいる人に知ってほしいという思いを、クスッと笑えるようなユーモアも交えて漫画に込めました。

等身大の女子高生の日々

現在、ウクライナのことを話題になるのは、当然、軍事侵攻に関すること。ただ、Akariさんは、どこにでもいるような1人の女子高生。これまで通り続く“日常”があることも伝えたいと、あえてそんな4コマ漫画も描いています。この作品は、髪型を変えたいあかりちゃんのストーリーです。なかなかしっくりくる髪型にならず、悶絶。その上、母親にも怒られてしまいます。このほかにも、インターネットで買った服が、あまりにサイズが小さすぎて着られなかったことや、母親の誕生日をお祝いし、お菓子を食べたこと。軍事侵攻があっても、どこにでもありそうな日常を大切にしたい。そんなAkariさんの思いが伝わってくる内容です。Akariさんは、こうした日常を描き続ける理由について、次のように話しました。」

Q：あなた方の資料で読んでいたのは、これは、自傷行為の話だけであって、例えば我々は内因性で、大麻が害が少ないって書かれていて、みたいな話とか、いろいろ読んでいると思うんですけど、そういった話に関しては述べていないですよね。

A：ただ、自傷行為だけはこれが当てはまって、他のことはまったく当てはまらないという事は言えないんじゃないかな、とっています。

Q：それはなぜですか、ちなみに。

A：なぜですかって…自傷行為だけはサポートがめちゃくちゃ豊富で、他のことに関しては皆無関心、っていう事は別にないんじゃないですか。

Q：ああなるほど、そうなんですか。まあわかりました。ありがとうございます。次の反駁…内因性1に対する反駁っていうのは、あなた方の想定で言うと、いわゆる…わからないですけど…ヤンキーだとか、地元のワルな先輩、みたいなのがいて、こういう非行行為を推奨する、っていうことは、いわゆるSNSがない時代からあっただろう、という話をしている、ということで合ってますか。

A：まあ、してますし、今後もそうなるであろう、ということです。要は…

Q：そうですね。そういう人がやる分の部分の解決性はないだろう、という話、という認識でいいですね。そういう、我々の…

A：まあまあ、解決性というのは、だから変わらなくていい？という話ですね。

Q：そうですね、悪い人がやる分には、そうかもしれない。はい、ありがとうございます。次、DAフローの方へ行ってほしいんですけども、まずアタックの1点目としてあった…ブロックの1点目としてあったのが、掲示板の話があったと思うんですけども、ここで、嫌だと思っている人もいないか、みたいな話があったと思うんですけども、あなた方はどういう媒体での説明だったらいい、っていう感じなんですか。要は、あなた方は、たぶんSNS上での説明はOKなんだけれども、掲示板での説明は嫌だ、という人がいるっていう事を想定している、という認識で合っていますか。

A：まあ、そういう人もいると思いますし…いると思います。

Q：それはどういう違いがあるんですか。SNSと掲示板に、あなた方の理論では。

A：えーと、まず掲示板って、私さっき言ったと思うんですけども、どこの誰かもわからない人に、全世界に自分の公開が見られるわけですよね、自分の非常に内面的なことに関して。

Q：それって、SNSだと見られないんですか。

A：見られないような制御もできるとしています。実際に、LGBTの方はそういうブロック…SNSの機能を駆使して…

Q：それは…はい、わかりました。そこの論点になった部分っていうのは、SNS上で、そういったコンテンツに接するとき、ブロックとか、そういうことで峻別ができるから、っていう理由付けで合っていますか。

A：いや、別にブロックだけじゃなくて、自分でどういう…どこの人まで…自分の性的指向について開示するとかしないとか、そういういろんな使い方をしていて、と言っています。

Q：なるほど、じゃあ、それも、例えば掲示板とかで、出す場所の内容を選んだりとか、鍵付きの…

A：掲示板は公開されているじゃないですか。

Q：ああ、なるほど。じゃあ、一般公開されるから、そこに差がある、という認識、ということですか。

A：はい。

Q：はい、わかりました。ありがとうございます。

■否定側第一反駁：石崎英治（二人で海を見に行くぞ！）

はい、ケースサイド見てください。ここに関して、ブロックをおさらいしていきたくと思います。

まずトピカリティの議論に関して。ここに関しては、これ以上肯定側は議論を積みませんので、その前提で話すんですけど、我々のトピカリティのところを大きく否定できていないというふうに思っています。要するに何を言っているかという点、SNSというのを、今の中高生とか未成年がどうやって使っているんだ、っていうところの議論をしています、我々は。で、それはダイレクトメッセージじゃないか、っていう話をしました。それに対して彼らっていうのは、インスタグラムをこういうふうに使っているんだよ、っていう話をしていたんですけど、別に我々はそもそもそんなことを主張していないんですよ。要するに、ソーシャルメディアとかSNSって、今中高生はどうやって使っているの、っていうったら、ダイレクトメッセージを本丸として使っていますっていうふうに言っているんだから、少なくともこここの部分に関して、LINEが82パーセント使っている、といったところも返っていないわけだから、少なくともここに関しては、これ以上ここで何を言ってもレイトなんで、この全体として、ダイレクトメッセージ機能を使っている、というのが、中高生のやり方だから、ここに対してメスを入れないんだって「大幅」じゃないよね、っていうふうにするんだって、この時点で否定側です。

で、そのうえで、何か、リーズナブルとか、っていうふうには言っていたんですけど、結局彼らっていうのは、フィード投稿をどのくらい使っているか、とか、LINEをどういうふうにするか…どんなふうに使っ

ているか、みたいなどの分析もないままに、リーズナブルで取れ、とかいうふうに言っているんですけど、我々って結局、いろんなツールでこのぐらいDM使っているんだよ、っていう話をしてるわけじゃないですか。だから少なくとも、それが「大幅」な規制になっていない、というふうに証明しているのは我々なわけだから、その部分は普通に取ってもらっていいというふうに思います。なので、この部分は、否定側に有利に取ってください。

で、次、解決性のところ。ここに関して、何かブロックがあったんですが、全然返っていないとっていて、そもそもWebメディアとか、そういうものは全然防げないから、有害コンテンツにさらされる危険性っていうのはあるし、SNS以外にもそういう圧力にさらされると、結局痩せなくちゃいけないんだ、というふうに思っちゃうわけだから、やっぱり問題がない…解決性がない。さらに、マクロで言うと、こういった飲酒とか喫煙とかって減っているわけだから、SNSに何の意義があったんですか、っていうところがやっぱりわからないわけだから、色々と…内因性とかで、何か、SNSの特徴とか述べているんですけど、結局問題は解決しないし、あまり現状と変わらない、という話なんですよ。というふうに取ってください。

最後、内因性のところに戻りますけれども、ここに関して、毎日新聞のところに、定量分析しているのは我々だ、とかって言っているんですけど、そうじゃなくて、ユーザーから見たときに、結局インターネット…普通の広告検査をしても、いろんな広告で分かっているじゃないですか、と。だから、結局それって、ユーザーから見たら、結局そういうような情報に触れ続ける、というところは、SNSだろうがインターネットだろうが変わらないのだから、この部分に解決性はないし、結局SNSがすごく汚い、みたいなことを言っていたんですけど、インターネットのところに出て行ったって、そんなに状況は変わらない、っていう話なんだから、やっぱり解決性が、マクロで言うと肯定側ってない、というふうに取ってください。

じゃ、否定側フロー。

否定側のフローのところに対して、反論に対して…その…LGBTQの方に関して、すごく良くないんだ、みたいな話があったんですが、ここに関して反論をしていきたいというふうに思います。3点反駁します。

1点目、メンタルヘルスという主張で、私たちの議論を否定する、というのは誤っていると思います。LGBTQの人の場合、SNS利用でのメンタルヘルスの悪化は仲間と交流する中で、同じ境遇にいる者の、大変な被害や差別を見聞きした結果として、という場合が多いと考えられています。

デポール大博士課程、マクコーネルら、2017、和訳。これっていうのは、肯定側が読んだ、バーガーの2022年のLGBTQのSNS利用の影響は一般的に否定的、という資料が原典の該当箇所になっています。引用します。LGBTQ 175人の分析資料。

「オンライン支援をより多く提供していると報告する青少年には、より頻繁または深刻な被害や差別を経験する仲間がいる可能性があり、おそらくこのような身をもって体験することが苦痛の増大につながるであろう。また、自分自身がより高い心理的苦痛を経験している青少年は、他者のオンラインサポートを求める行動に敏感であり、共感的な反応をしやすいという可能性もある。」³⁶終わり。

で、この場合、メンタルヘルスという観点だけで言うと、悪化しているかもしれませんが、しかし本人たちにとっては重要なインプットが得られていて、INCで言っているように、助かっているわけですから、こういう行為を禁止するのはおかしい。

2点目、仮にメンタルヘルスで、という主張で見るのが妥当だとしても、LGBTQに関しては、彼らの読んだ、バーガーさん自身が孤独感が和らぎ、メンタルヘルスを改善する、とも言っています。

36 Elizabeth A. McConnel (Department of Psychology, DePaul University, USA), Antonia Clifford (Department of Medical Social Sciences, Feinberg School of Medicine, Northwestern University, USA), Aaron K. Korpak (Department of Psychology, DePaul University, USA), Gregory Phillips II (Department of Medical Social Sciences, Feinberg School of Medicine, Northwestern University, USA), Michelle Birkett (Department of Medical Social Sciences, Feinberg School of Medicine, Northwestern University, USA), "Identity, victimization, and support: Facebook experiences and mental health among LGBTQ youth", *Computers in Human Behavior*, November 2017, URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5719498/>

[原文]

"Youth who report higher offering online support may have peers who experience more frequent or severe victimization and discrimination; perhaps this vicarious exposure leads to increased distress (Fox & Ralston, 2016). It is also possible that youth who experience higher psychological distress themselves are more sensitive to others' online support seeking behavior and are more likely to respond empathically (e.g., by providing support)."

[編者注]

注32の資料とURLが異なるが、注32のページはIntroductionまで、こちらのページは全文掲載となっている。引用に影響はないので特に統一はしなかった。

彼らが引用した、同資料。

「我々は、ソーシャルメディアがLGBTQの若者の精神的健康と幸福にプラスの影響を与える複数の方法を特定した。研究では、不安、抑うつ、パラノイアを含む精神疾患症状の軽減が示された。参加者の語りから、ソーシャルメディアに関わることで孤独感が減少し、幸福感が増すことが確認された。ソーシャルメディアはLGBTQの若者にとって重要な社会的支援の源であった。」³⁷終わり。

3点目、こういった、心無い言説に接してメンタルを悪化させたのだとすると、それはそういう言説を発する側の問題であって、そちらに対処すべきです。当人たちのSNS利用を制限して対処しようというのは、車の販売を禁止すれば、煽り運転の被害者がいなくなる、というふうに言っているのだから、対処法として不適當。なので、こういうようなところがあるわけだから、かつ、バーガーさんの資料というのも、おおむね否定されているというか、色々とみると、問題ない、というふうになるわけだから、ここは残っていると思います。

終わります。

■肯定側第一反駁：水谷翼（多摩動物公園）

始めます。じゃまずトピカリティ…肯定側フローから。トピカリティを見ていきましょう。

これ、完全に返っていると思います。だって、多くの若者は、別にLINEだけを使っているわけでもなければ、インスタのDMだけを使っているわけではないのだから、結局どこまでやれば「大幅」な規制なのわからなくて、中心的な機能を制限すれば充当していると取るべきなんです。

で、LINEがどうこうとか言っていたが、インスタ単体でも、仮に規制されるのだったら大幅な規制はできていると取るべき。実際に否定側が主に対象にしている若者のSNS利用だって、全く現実の関係性の強化とかそういう話はしていないですからね。

じゃあ次、内因性に行ってください。2NCで打たれた、SNSは自主規制するとか、インプ稼ぎはレアケースなんだ、っていう話に対して、

1、観察の通り、事業者側は広告収入を軸とした営利企業なのだから、少なくとも1Aのような広告や1Bのような過激な投稿について、自主規制するモチベーションはないです。実際、1Bの資料の分析は、2022年にイーロン・マスクがツイッターでこうした凍結済みのユーザーを復活させたことに対する調査資料です。

Gigazine、23より

「Twitterのイーロン・マスクCEOは、同社の買収直後の2022年11月に、ドナルド・トランプ元大統領を含む凍結中のアカウントを大量に復活させるべきかどうかのアンケートを実施し、賛成多数の結果を受けて「全面的な恩赦」を行うことを発表しました。これに対しては、差別や嫌がらせでアカウントが凍結されていた悪質なユーザーが戻ってくることを懸念する声が上がっていました。」³⁸終わり。

で、この凍結解除されたユーザーの中から、特に悪質な10人を選ぶと彼らのインプレッションでTwitter社が1,900万ドルの収益をあげている、という話なので、やっぱり、こういう収益性を優先して、こういう差別的な発言をする人を通すだろう。

2点目として、仮に規制を作ったとしても、有名無実化します。現に事業者側は、未成年のコンテンツ配信に対して、自主規制を設けながらも、自ら骨抜きにしました。

日経新聞、24より

37 Matthew N Berger, Melody Taba, Jennifer L Marino (University of Sydney), Megan S C Lim (University of Melbourne), S Rachel Skinner (University of Sydney), “Social Media Use and Health and Well-being of Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer Youth: Systematic Review”, Sep. 21, 2022, URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9536523/>
[原文]

“We identified multiple ways in which social media has a positive impact on the mental health and well-being of LGBTQ youths. The studies showed a reduction in mental illness symptoms, including anxiety, depression, and paranoia [34,44,45,55,60]. Participant narratives identified decreased feelings of isolation and increased well-being when engaging in social media [33,54,56,60]. Social media was a significant source of social support for LGBTQ youths [28,33,54,56].”

38 GIGAZINE『Twitterはたった10人の「有害なインフルエンサー」で年間25億円も稼ぐとの試算結果』2023年2月13日、URL: <https://gigazine.net/news/20230213-twitter-banned-accounts-revenue/>

「英紙フィナンシャル・タイムズ (FT) は8日、米グーグルとメタが10代をターゲットにした追跡広告を配信していたと報じた。未成年を対象にすることを禁じる自主規制を設けているが、自ら規制にかからない手法を講じ配信していたという。[中略] グーグルは18歳未満の利用者に対し広告のパーソナライズを禁止している。問題となった広告は、広告を表示するためのシステム上で属性が「不明」に分類されている利用者が18歳未満に偏っていることに注目し、同カテゴリーの利用者に広告を配信した。事実上、未成年をターゲットにできる「抜け穴」で自主的な規制を回避していたという。」³⁹終わり。

これは24年の8月の資料で、超直近ですらこうした姿勢で営利追求を行っているのだから、SNS事業者は、彼らの言っているような誠実な姿勢ではないと判断すべき。

次、1Cの話、悪い大人が勧めることがあるから、現実でも一緒なんだ、というのは、そういう話ではないです。ここで言っているのは、成人の普通の飲酒とかの様子とかを刷り込まれることで「別に飲酒って別に悪いことじゃないんだな」というふうに、価値観が歪む話であって、解決性の言っているメリットはあります。

こういうふうに、1Bとか1Cで言っているような、行為主体側のモチベーションが、収益確保に軸足を置いているのだから、少なくとも、悪質投稿とかをSNSで防ぐだけでは、単体でケースは残ると思っています。

次、解決性に行ってください。

未成年飲酒に関する、最近1.7%とか言っていたけれども、そもそも未成年に聞いた資料をどのくらい信頼できるか不明だし、2点目として、結局大麻が10倍、神奈川県で増えた、とかも残っているし、これはSNSのせいじゃない、って言っていたけれど、大麻は害が少ないとか、リラックス効果があるとか、誤った書き込みがあふれている、という話があるのだからやっぱり残っているだろう。

そのうえで、DAフローへ行ってください。

まず、LGBTQの話ですね。彼らは、結局現実の差別を受けている、と言っていたが、まさにおっしゃる通りで、否定側はあたかもSNSは現実の空間と違って肯定的な空間と言っていたが、結局SNSも危険な空間なんです。

で、2ACで、オンラインヘイトの結果として、自殺35パーセントとか、うつだとかがドロップされている。で、LGBTQは、より頻繁な被害を受ける仲間がいて、共感で心理的苦痛を受けていると言っていました。これも結局、SNSで差別を受けて、自殺願望とか、そういう話が残っている以上は、全く関係ないです。

で、バーガーの資料で、メンタルヘルスに肯定的、っていうふうに最終的に結論づけていた、と言っていたが、この資料をよく見たら、26件中分析していたのはたったの5件で、まさに本人は直後に…バーガーは「これは少なすぎて制限的な結果しか得られていない」って言っているのだから、我々が引用している部分の、広範な文献で否定的な結論、って言っている部分を、絶対取るべきでしょう。

で、最後に、結局だから、見せられる空間を選択できるっていう話をしていたが、結局我々は、その過程でターンで読んだ、苛烈な投稿にさらされて、そこが問題だと考えているのだから、やっぱりSNSがひどい、という話は絶対残っている。例えばその、ブロックする、っていうのが、苛烈な投稿を一度は目にした上でブロックしているわけで、十分被害はあるし、鍵アカだって、フォローリクエストを通すかどうか、考えなくちゃいけない。本人のプロフィールに差別的な主張が書かれているとか、そういう話があって、それは、ヘイトスピーチが流れてくるとか、全然あるのだから、ゾーニングアクションも結局事後的な対処にすぎないと取るべきです。

論点Bの拡張のウクライナの話は、なぜSNSに固有なのか不明だし、他のLGBTQ以外の話は、全部インパクトが不明なので、評価しないでください。

終わります。

39 日本経済新聞『Googleとメタが10代に追跡広告 自主規制、自ら骨抜き』2024年8月9日、URL:

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGN08EEI0Y4A800C2000000/>

中略部分は以下の通り

「SNSや動画配信サービスの運営会社に対し、未成年者の保護を求める声が強まっており、2社の取り組みに批判が集まる可能性がある。FTによると、グーグルが展開する動画共有サービス「ユーチューブ」上で、13～17歳の利用者に照準を合わせ、メタが提供する画像共有アプリ「インスタグラム」を宣伝する広告を配信したという。」

■否定側第二反駁：榊原陽介（二人で海を見に行くぞ！）

始めます。ケースから見てください。

まず、内因性1の不適切投稿については、エロ広告やいろんなサイトが跋扈している、という話が、全く返ってなくて、これは結局プラン前後で変わらないと思います。要は、SNSをやめたら、すぐに何もなくなるんじゃないかと、ネットとかで似たコンテンツを探すじゃないですか。そういう中で、エロ広告とかに、簡単に料理サイトとかでも接してしまうのだから、これは全く変わらない。

続いて、内因性Bのインフルエンサーの話のところについてですけども、これもさっき言った通りで、結局ネットを使い続ける限りは、悪質な動画とか見ちゃうわけですよね。だから、そういうところで、子どもの…受け手の視点から何が変わるのかっていうことはわからないと思います。

身近な人の話についても、私が2NCで言ったとおり、身近な人から飲酒を勧められたりするの、何がかわるか、ということが不明です。

それにですね、何より、解決性の方を見てほしいんですけども、解決性のところで言っている、1NCでパートナーが打った話です。要は、中国でオンラインゲームみたいなものを規制したら、直ちにやめたんじゃないかと、他の動画視聴とかに移っちゃったんだ、ということ言っているわけですね。だから、そういうところで、変な動画に接してしまったら終わりであるし…終わりである、という事が結論です。で、終わりであるし、例えば、やせ願望とかって、別にいろんな情報にたくさん接しなくても、オールドメディアとか、家族と会話しただけでも同じくらい悪影響を受けちゃう、っていう話が残っています。だから、これこそまさにプラン前後で解決しないところで、プラン後もダメだと思いますし、その次の飲酒とか喫煙という話は、SNSがもしすぐ悪影響を子どもに与えるんだとしたら、こういうのってどんどん増えているはずなんですけど、実際には減り続けているから、関係…統計的には全然誤差レベルでしか影響ないよね、っていう話が残っていると思います。

それから、トピカルティの話。トピカルティの話については、少なくとも私たちはですね、1NCのところで、フィード機能よりも、友だちとか家族とやり取りするところの機能の方が、中高生はよく使っているんだ、と言っているわけですから、一番本丸の機能を規制していない時点で[ノン]トピカルだ、というところが残っていると思います。

じゃあ次、ネガ。

ネガの話についてです。まず掲示板ではだめ、っていう話は認められていると思います。要は、LGBTQの当事者の方っていうのは、非常にSNSの機能を駆使していて、しかもそれが無かったら出会うこともできなかった、っていうふうに当事者も言っているわけだから、これはやっぱり掲示板ではダメっていう話は認められると思います。

そのうえで、メンタルが悪化しちゃうから良くない、という話があったと思うんですけども、これはまず1点目として、メンタルが悪化したとしても、コミュニティを作って助かって…それぞれ助け合うことができる、それ自体は価値がありますよね。だから、メンタルが悪くなることと、助け合うことって、別に矛盾じゃなくて、そもそも我々のDAに対して、彼らは否定できていないと思います。

で、メンタルっていう面に関してでもですよ、私が2NCで打ったように、現実で会うひどい言説と、オンラインで会うひどい言説の頻度って、別に変らないんですよ。71パーセントと69パーセントですから、同じじゃないですか。だから別に現実の…オンラインの方が固有にひどいとは、少なくとも言えていない。で、ここに関して、オンラインがうつの原因とかになってしまいう話があったけれども、これは現実ではそうならないなんて言っていないですからね。

じゃあ実際に、この…バーガーさん…2ACの方が引用している資料でどう言っているかっていうと、この同じ資料の…同じ人が結局オンラインサポートを、LGBTQの方はSNSで得られて助かっている、とも言っていて、かつ、このバーガーさんが、一般的に、LGBTの方がSNSとかの影響に否定的である、という話についても、原典先では、悪い影響を受けている理由は、仲間を助け合う過程で共感したりとか、そういうことをしているから傷ついているだけなんだ、というふうに言っているわけですね。で、傷ついているかもしれないけれど、別に悪いことじゃないじゃないですか。要は、仲間を助けるために、仲間と共感して傷ついているのだから、この価値は認めるべきです。何より、1NCの論点2のところの、実際のトランスジェンダーの方の例で、実際にコミュニケーションができて、すごく助かっているんだ、っていう話ですね。だからこの部分についても残っていて、結局のところ、LGBTQの方って、メンタルにおいて傷つくことはあるかもしれ

れないが、それは仲間に共感した結果でもあるし、現実ではヘイトに傷つくだけで、しかも助け合うこともできないってところですからね。だから、その分は SNS の固有の価値として、残っているんじゃないかな、というふうに思っています。

あとは、2NC のウクライナの Akari さんの話についても、私が 1NC の論点 1 で言っているように、場所を選ばず自分の表現をできることが大事なんだ、と言っているわけですから、こういうことが…要は、自分の…自分は戦争に巻き込まれているけれども、非常に楽しく生きていますよ、っていうことを発信できること、そのもの自体が重要だ、という話は残っていると思います。

えーとじゃあ、ケースのところですね。ケースのところ…ごめんなさい、あまりないんですけど…ケースのところについては、結局のところ 1NC で言った、他のところに移行しちゃう、っていう話とか、他のメディアからの影響を同じように受けちゃうから関係ない、という話とかが残っているし、飲酒とか喫煙についても、全然、統計的に SNS の影響を受けていないことが明らかであるから、ポートできないと思います。

終わります。

■肯定側第二反駁：小林宏輔（多摩動物公園）

まず否定側フローから行ってください。

まず、B の論点は、絶対に投票理由にはなりません。結局この、ウクライナの話がなんで SNS でなければならなかったのか、という話は、全く立証がないし、少なくとも、掲示板で代替できるのだから、まあその…ちょっと、あった方がいいよね、みたいな話であったとしても、少なくとも、この論点 1 で言っているようなインパクトとの関連で、ここを大きくポーターとして評価することはできないと思います。

で、論点 A へ行きます。

A の話で、まず第一に、彼らが言っていた、コミュニティとしてつながれる、みたいな差分に関しては、少なくとも、鍵アカウントで見れるものを制限する、みたいな部分のみに固有性が絞られたと思います。で、それに対して我々は否定的側面を結構いろいろ提示していました。まず、エコーチェンバーによって、差別的言論というのは、質的にひどいものになっているんだ、という話をしていました。これは、1 枚目のエビデンスを伸ばしてください。彼らは、頻度がリアルと同じなんだ、みたいなことを言っていたけれども、少なくとも頻度が同じだとしても、やっぱり質的にエコーチェンバーによって、先鋭化された差別的言論がはびこっているんだ、っていう話をしているのだから、ここはオンラインの方がひどいんだ、っていう話ができている、と。

で、アウトリーチに関して、彼らはブロックとかできる、鍵アカで防げる、みたいなことを言っていたけれども、やっぱりこれは、一度は見ていて、結局何が大事かという、7 割越えの人間っていうのが、やっぱり LGBT っていうのを、こう、差別的なのを見聞きした結果として、精神的にダメージを負っている、って言っているんだから、やっぱりこういうものって、ある程度ワークしていない、と取るべきです。やっぱり 7 割は見ています。

で、結果として、うつとか自殺に陥っている、という、この、56 パーセントとか 35 パーセントのエビデンスを伸ばしてほしくて、彼らは、仲間を見た結果としてそういうものになっているんだ、って言っていたけれども、じゃあ、仲間を見た結果として、うつとか…抑うつとか自殺に陥っているっていうことが、なんで悪くないのか、みたいなことを彼らは全く立証していないわけです。やっぱりこういう、抑うつとかを防ぐという意味でも、こういうことをしていくべきで、彼らは最後までバーガーさんのエビデンスを伸ばして、プラスの影響もある、みたいなことを言っていたけれども、これ、結局このバーガーさんも、このエビデンスの中で、この話っていうのは、文献が少なく、結局エビデンスとしても…エビデンスベースが弱くて、結局、広範な研究を見たらやっぱり否定的なんだから、マクロで見たら否定的なんだ、って取るべき。

少なくとも、ここに関して、LGBTQ にとって、肯定的側面も否定的側面も一定ある中で、どっちを優位に取るべきかという、結局我々っていうのは、ある程度うつとか自殺っていうふうになってしまうのを防げる、っていう話をしていて、性自認も隠す方向に進んでしまうっていうものに対して、彼らは結局、鍵で、表現ができなかったところで、じゃあ何が起こるの、みたいなところに関して、インパクトに行く…2AC でも言っているとおり、インパクトへのリンクっていうのは薄いと思います。

結局、こういう表現ができないことで何が起こるのか、みたいなインパクトに関しては、我々の方が

インパクトで上回っているのに、この論点は肯定側優位に取ることができる。少なくとも否定側の側面だけを取ることにはできない。

肯定側フローへ行ってください。

まずトピカルティティから見ます。少なくとも、インスタのフィードとかも中核的な使い方をされていて、十分大幅な規制に該当している。で、彼らの分析を優位に取る理由はなくて、彼らはSNSとかLINEを使って…82パーが使っている、という立証はしていたけれども、じゃあフィードとかと比較してどうなのか、みたいな立証もなければ、少なくとも大幅っていうのを、定量的に定義することはできないのだから、少なくとも、インスタのリールが止まったり、フィードが止まって、レコメンドアルゴリズムみたいな、SNSの中核的な部分が止まるだけで、少なくとも大幅と取るべきだし、ここっていうのは、ある程度リーズナブルに取ることができると思います。

じゃ、内因性の問題はあるんでしょうか、っていう話。まず1Bの話の伸ばしてください。少なくともインフルエンサーが収益を稼ぐのに、日々投稿を発信する話は否定されていなくて、彼らは何か、すぐ削除している、みたいな、TicTok側の話を引用していたけれども、結局10人で1,900万ドルの収益を出すような話っていうのはやっぱり、SNSの事業者側も、深刻…収益を稼がないといけないから、やっちゃうんだ、っていう話が全然残っている。

で、1Cの話も、彼らは内因性の2をドロップしていて、結局他の変な動画…行く先のゲームで、こんなレコメンド機能あるんですか、という話をしていないのだから、悪質なインフルエンサーが収益を稼ぐためにやっているっていう話に内因性がある。

で、1Cの話も、解決性が普通にあって、友だちのインスタのストーリーとかを見て飲酒規範が歪む話って、完全に残っていて、地元の友だちの、みたいな話っていうのも現状あるかもしれないけど、少なくとも、SNS固有に差分があって、やっぱりこれは3点目のプルパのエビデンスをちゃんと伸ばすべきで、SNS固有に、飲酒とかドラッグとかタバコ、性的リスク、反社会的行動リスクとかを、有意に上昇させてしまっているのだから、ここっていうのは解決するよね、という話が残っている。

で、解決性に関して、彼らは、ほかのメディアとかに行くんだ、って言っていたかもしれないけれど、結局オールドメディアとかは、絶対に…少なくとも、問題があるし、我々の観察A、Bをちゃんと伸ばしてほしくて、結局のところ、収益に固執してしまっているような、SNSみたいな腐った業界が他にある、みたいなことは全く立証していなければ、少なくとも、アルゴリズム…レコメンドアルゴリズムで、こういう深刻な刷り込みを起こす、みたいなところを、他の業界で立証していないのだから、ある程度、移行したとしても質的に差分があると取って、プルパの、若年へのエビデンスを取って、やっぱり、若者の健康的リスクを防いでいくためにSNSは規制するべきです。

終わります。