

# デジタル・ゲリマンダーの法規制の可能性

湯浅 壘道<sup>†1</sup>

**概要:** 近年、SNS による世論操作を通じた投票行動への影響力行使が問題とされるようになってきているが、このような影響力行使は「デジタル・ゲリマンダー(digital gerrymandering)」と呼ばれるようになってきている。SNS は、その分析を通じてある特定の政治的傾向を持つユーザーの集団を特定し、その集団の投票行動に影響を与えることも可能である。しかし、これらの SNS 事業者やサーチエンジンによる世論操作や投票行動への影響力行使を法的に規制することは、アメリカでも困難であるとされており、その問題点について検討する。

**キーワード:** デジタル・ゲリマンダー、選挙運動、SNS、投票、ビッグデータ

## Exploring the Possibility of Regulation on Digital Gerrymander

Harumichi Yuasa<sup>†1</sup>

**Abstract:** This article address the legal issues about digital gerrymandering. Te influence to voting behavior through the public opinion operation by SNS comes to be considered as a serious problem. Such influence use is called "digital gerrymander (digital gerrymandering)". I identify the group of users with a particular political tendency through the analysis, and SNS can affect the voting behavior of the group. However, it is said that it is difficult to regulate the influence use to public opinion operation and voting behavior by these SNS companies and search engine legally in the United States and examines the problems.

**Keywords:** digital gerrymandering, election campaign, SNS, voting, big data

### 1. はじめに

本稿は、「デジタル・ゲリマンダー(digital gerrymandering)」に関するアメリカの動向を紹介し、さまざまなデジタル・ゲリマンダーに対する法的規制の可能性と限界について検討することを目的とする。

ゲリマンダーとは、選挙区割りを恣意的に画定して特定の候補者や政党の有利・不利を図ることであり、アメリカでは 200 年以上の歴史がある<sup>1</sup>。ゲリマンダーの語源は、1811 年、マサチューセッツ州知事エルブリッジ・ゲーリーが州議会の選挙に際しエセックス・カウンティ(Essex County) の選挙区を自派の民主党に有利になるように恣意的に画定したことにある。その選挙区の概観がサラマンダー<sup>2</sup>に似ていたので、画家が翼と爪を加えてイラストを描き、それが 1812 年に新聞に風刺漫画として掲載されたので、一躍有名となったという。

ゲリマンダーは今日のアメリカでも深刻な問題であるが、それには 2 つの理由がある。1 つにはアメリカの選挙では選挙区間人口の平等が極端に厳しく要求され、地理的な区画や行政区画を無視して選挙区割りを行わざるを得ないことである。特にアメリカの連邦下院議員選挙では、選挙区間人口の差が数パーセント以内となるように区割を行わなければならない。このため、選挙区間人口を平等にすることを口実とした恣意的な選挙区割りも横行している。

もう 1 つの理由は、1980 年代以降、マイノリティの代表が選出されやすいように意図的なゲリマンダーを行ってマイノリティの政治的権利を保障しようとするマイノリティ＝マジョリティ選挙区割りが、連邦投票権法第 2 条の規定を利用して行われてきたことである。その是非は連邦最高裁においても争われ、憲法上の大きな問題となってきたが<sup>3</sup>、最終的には最高裁によって否定された<sup>4</sup>。

デジタル・ゲリマンダーの概念を提唱したのはハーバード・ロースクールのジョナサン・ジットレイン教授であり、SNS による世論操作を通じた投票行動への影響力行使を批判した<sup>5</sup>。しかし、SNS だけではなくインターネット上のさまざまな手段を用いた世論操作や投票行動への影響力行使が用いられていることが明らかにされつつあり、問題は SNS による世論操作にとどまらないようにも思われる。

そこで本稿では、ジットレイン教授が指摘する SNS に限らず、広くインターネット上のさまざまな手段を用いた世論操作や投票行動への影響力行使を検討の対象とし、その手法を概観すると共に、それに対する法的規制は可能かどうかについての検討を試みることにしたい。

### 2. デジタル・ゲリマンダーの諸相

#### 2.1 ビッグデータ分析と世論操作

ビッグデータの分析を通じて経済的価値を創出するだけではなく、それを世論操作に活用しようとする動きは、か

<sup>†1</sup> 情報セキュリティ大学院大学情報セキュリティ研究科教授

なり以前から始まっている。またビッグデータの選挙運動への利用の例としては、2012年のアメリカ大統領選挙においてオバマ陣営が活用し、オバマ大統領の再選の一因となったことが挙げられる7。

マスメディア等の既存のメディアを通じて世論操作を試みる場合とビッグデータを用いる場合との相違点は、ノースカロライナ大学の社会学者で SNS やサーチエンジンの政治への影響を研究しているジーナツプ・トゥフェックチー准教授によれば、次のように6点あるという8。

第1は、きわめて膨大な量のデータの収集が可能となったこと。第2は、コンピューターによるプロファイリング技術や分析技術の進歩により、政治的なターゲットをある特性を持つ集団から個人に特定することが可能になったこと。第3は、個人に対して直接アンケート調査等を実施して回答を得ることなく、特定の個人の思想や政治的蛍光を知ることが可能となったこと。第4は、行動科学の深化によって人間の行動を「合理的人間」モデルをこえて予測することが可能となったこと。第5は、デジタルネットワークによってこれらの理論に基づく実験をリアルタイムで容易に実施できること。第6は、これらには大量のデータが必須であるが、データを操作するアルゴリズムは企業の営業秘密の壁の中にあり不透明であること、である。

もとよりテレビ等の既存マスメディアも世論操作を試みることがあり、さまざまな実例がある。しかしビッグデータを有するプラットフォームがあるバイアスの下に政治的な意図を持って世論操作を行おうとする場合、別の問題が生じる。それは、上記で指摘されているように個人をターゲットとできること、ターゲットにされた個人は自分のような操作対象となっていることを知らないままに誘導され、秘密裡の世論操作が行われる恐れがあることである。さらに、そのような世論操作が、コンピューター上でのアルゴリズムによって行われるために、当該アルゴリズム自体は特許や営業秘密によって守られ、ブラックボックスと化すことである。これらは知的財産権や所有権に関する実定法レベルでは許容されるが、政治的公開性・透明性という民主主義の前提とは衝突することになる。

さらに、一定の自律性や倫理性が要求される新聞や内容規制を受けている放送とは異なり、これらのプラットフォームによる世論操作には、法的規制がほとんど及んでいない点も問題となる。

## 2.2 Facebook による感情伝染実験

Facebook は、感情伝染実験の一環として有権者に対して特別なメッセージを表示することで投票行動に影響を与えることができるかどうかを実験していた。その手法や結果は『ネイチャー』誌上で公開されている9。

Facebook は、カリフォルニア大学サンディエゴ校の研究者と協力して、18歳以上のユーザー約6,100万人を抽出した。そして2010年の中間選挙の投票日である11月2日、

当該ユーザーのニュースフィードの一番上に「今日は投票日です」というメッセージを表示させるという実験を行った。このメッセージには、各地の投票所へのリンク、「投票した」ボタン、投票を終えたユーザー数のカウンター及び投票を終えた友達のプロフィール写真（最大6名）が掲載される。一方、全体の1%のユーザーを無作為に抽出し、当該ユーザーには投票済みの友達のプロフィール写真がないメッセージを表示した。さらに別の1%のユーザーには「今日は投票日です」というメッセージを表示させなかった。そしてこれらの3グループのユーザーにつき、「投票した」ボタンを押したユーザーの数と、実際の投票率とを照合することによって、このメッセージを表示させることによって投票者が実際に増え、投票率を押し上げる効果があったことを検証したというものである。

なお Facebook は、2016年参議院議員選挙の際に日本の有権者に対しても、選挙当日、ニュースフィードの上部に「今日は投票日です」というメッセージと「私は投票します」と書かれたボタンを表示させた。ボタンをクリックすると、自分のタイムラインに「私は『2016年参議院選挙』に投票します」とコメントが自動的に投稿される。

これらについて、Facebook は「選挙前に有権者登録をするためのリマインダーや、投票日当日のリマインダー」であるとしており、「すべての方が快適に投票に参加できるようにこのようリマインダーを送信してい」とする10。しかし実際には、感情伝染実験の場合も一定のユーザーを抽出しており、すべてのユーザーに対して「今日は投票日です」というメッセージを表示させているのかどうかは不明である。2016年参議院議員選挙の場合、改正公職選挙法により初めて選挙権を得た18~19歳と、20歳以上にユーザーを区分し、それぞれ別のメッセージを表示させたという。

このような実験やリマインダーについて、Facebook 側は投票率の向上を目的としたものとしているが、問題は、SNS は膨大な個人の行動に関する記録データを収集することが可能であり、その分析を通じて、政治的傾向や思想・信条についても精度で予測した上で、対象者を意図的に抽出することができる点である。実際に、個人別に行動を予測してカスタマイズされた広告を表示することは、SNS 上では広く行われている。したがって SNS は、収集した情報の分析を通じてある特定の政治的傾向を持つユーザーの集団を特定し、その集団に属するユーザーだけにメッセージを表示することによって、投票行動に影響を与えることも可能であるということになる。全体の投票率を上昇させるのではなく、特定のユーザーを抽出してその投票率を上げるのであれば、それは選挙結果に影響を与えうる。これは、投票率向上のための啓発をこえるものであり、投票行動への影響力行使という批判の対象となる。

### 2.3 サーチエンジンによる検索結果操作

Google のような巨大なサーチエンジンがある意図を持って世論を操作しようとした場合、検索結果を操作することによって操作することは可能であり、実際にそれを行っている恐れがあるという指摘もなされている。

ある特定のサイトに対するサーチエンジンからの訪問者を増やすマーケティング手法の総称を「Search Engine Marketing (検索エンジンマーケティング)」というが、その手法としてサーチエンジンにおいてある特定のサイトの検索結果をなるべく上位に表示させる「Search Engine Optimization (検索エンジン最適化)」が用いられる。さまざまな SEO が用いられていたため、サーチエンジン側でも反 SEO 対策を講じている。たとえば Google はガイドラインを公表し、悪質な SEO 対策サイトについてはスパムとして検索結果に表示されないようにしている<sup>11</sup>。

同時に指摘されているのは、サーチエンジン側は SEO 対策としてアルゴリズムを操作して、あるサイトを検索しようとしても検索結果にヒットしないようにすることもできるという点である。このような技術は検索結果操作効果 (SEME) とも呼ばれるが、現時点では Google の SEME は主として商品やサービスの広告に関するものが問題となっている。しかしこの技術を世論操作に用いようとするれば、一定の個人、党派性や政治性を持つサイトが検索結果にヒットしないようにすればよいし、候補者に関する情報を操作することも可能である。Google が実際にサーチエンジンが検索結果を操作し、選挙結果に影響を与えることは可能であるとする研究もある<sup>12</sup>。

実際に、Google は 2014 年インド総選挙に際してサーチエンジンの独占的地位を濫用したとして、インドにおける公正取引委員会に相当する機関であるインド競争委員会から、2015 年 9 月に 1 億ルピーの課徴金納付を命じられたと報じられている<sup>13</sup>。本件は主として EU における問題と同様に広告に関するものではあり、インドにおいても Google の優越的地位と検索結果における広告表示の問題が EU と同様に競争法上の問題となっている。Google が 2014 年インド総選挙において Google Score を提供し候補者に関する検索回数のランキングを毎日表示した件についても、そのランキングにバイアスがあったとして独占的地位の濫用が認められたものとみられる。研究者からは、このようなバイアスによって Google は投票先をまだ決定していない有権者に対する影響力を行使したと主張されている<sup>14</sup>。

なお Google 側はインド競争委員会の規制権限について裁判を提起して争っているが、2015 年 4 月 27 日デリー高等裁判所は Google の主張を棄却する判決を下している<sup>15</sup>。

### 2.4 サイバー攻撃を通じた選挙への介入

2016 年アメリカ大統領選挙で問題となったのは、候補者や政党関係者へのサイバー攻撃を通じた選挙への介入である。

今回の大統領選では、初期の段階から政党や候補者のサイト、州の選挙管理機関などがサイバー攻撃の対象になっており、5 月 18 日には、米国家情報長官室のクラッパー長官が、大統領選挙がハッカーの攻撃対象となっていると声明を発表した。7 月にはウィキリークスが民主党の内部メール約 2 万通を公開した。その際に公表されたメールの中には、民主党全国委員会のデビー・ワッサーマン・シュルツ委員長が民主党の大統領候補を争ったバーニー・サンダース上院議員を否定的に述べたものが含まれており、シュルツ委員長は民主党全国大会開幕前日の 7 月 24 日に委員長を辞任した。さらに、「Guccifer 2.0」と名乗る人物のサイトでは、民主党が共和党のトランプ候補の身辺調査を行っていたファイルが暴露され、9 月には DC リークス上で、湾岸戦争の際に米軍統合参謀本部議長を務めたコリン・パウエル元・国務長官が「トランプ氏は国の恥」、「クリントン氏は欲深い」等と評したコメントしたメールが暴露されている。

このため 10 月 7 日、アメリカ国家安全保障省と国家情報長官室が、共同で「アメリカの情報機関のコミュニティは、政治団体を含むアメリカの市民や組織からの電子メールの近時の漏洩は、ロシア政府の指示によるものと確信する」と声明した<sup>16</sup>。その共同声明のわずか数時間後、クリントン候補の選挙対策委員長であるジョン・ボDESTA元・大統領主席補佐官の Gmail からハッキングしたとみられる個人の電子メールが 2000 通ウィキリークス上で暴露された。その中には、クリントン候補がウォール・ストリートの金融業界を擁護するようにスピーチした原稿も含まれており、中産階級の味方であることを選挙戦で訴えているクリントン候補には痛手になった。

このようなサイバー攻撃について、アメリカ国家安全保障省と国家情報長官室の声明では、サイバー攻撃によって実際の大統領選の投票が技術的に操作されることはないとしている。特に電子投票機については、投票所に設置されている電子投票機はインターネットには接続されていないので、インターネットを通じて投票所に設置されている電子投票機に不正侵入するという事は物理的に不可能なはずである。ただし、電子投票機の無線 LAN(Wi-Fi)接続機能に起因する脆弱性は指摘されている<sup>17</sup>。

しかし、これらのサイバー攻撃が大統領選の結果に影響を与えた可能性は否定できない。2016 年 12 月 9 日、オバマ大統領は情報機関に対してロシアからの大統領選に対するサイバー攻撃について詳細に調査するように指示した。さらに 12 月 29 日、ロシアに対する制裁として、アメリカに駐在するロシアの外交官 35 名を国外追放する措置を講ずると発表した。2017 年 1 月 6 日には、オバマ大統領の指示により中央情報局 (CIA)、連邦捜査局 (FBI)、国家安全保障局 (NSA) の情報機関 3 者が調査を行った結果が、「近時の米国選挙におけるロシアの活動と狙いに関する評価」

18と題して公表された。それによれば、サイバー攻撃が大統領選挙に影響を与えたかどうかについては調査の対象外としつつも、「ロシア政府は、プーチン大統領の指示によるアメリカ大統領選挙への情報戦から得られた知見を、今後、世界規模での影響力行使のために利用していくであろうと評価している。その中にはアメリカの同盟国、及びその選挙日程も含まれる。」という。

また、大統領選に対するインターネットを利用した介入の中には、偽ニュースの意図的配布による世論操作も含まれる19。選挙関係者の電子メールや関係ファイル類をサイバー攻撃で窃取し暴露するだけでなく、偽ニュースを利用してその効果を増幅された点も、今回の大統領選挙へのサイバー攻撃の特徴になっている。偽ニュースは、真実でない内容を意図的にニュースらしく仕立てて発信し、それが SNS 上で大量に流通する結果、まとめサイトやニュース・ブログ等にも掲載されるようになり、それがまた SNS で流通していくうちに、いかにも真実のニュースであるかのように取り扱われるようになっていくという現象である。

今回の大統領選挙に関する偽ニュースの中には、民主党関係者がサイバー攻撃を受けたのは民主党関係者のセキュリティ対策が甘かったためという件がある。ジョン・ポデスタ元・大統領首席補佐官のメールがサイバー攻撃によって流出した際、パスワードとしてセキュリティ対策では禁忌とされている「password」を設定していたためというニュースが流れた。しかし、流出したメールは Google が提供している Gmail であり、Gmail では、「password」はパスワードとしては指定できない仕様になっているという。

## 2.5 地理的ゲリマンダーの高度化

本稿で述べてきたように、デジタル・ゲリマンダーは、一般にジットレイン教授が提唱したように SNS 等による世論操作を通じた投票行動への影響力行使を指すが、別の文脈で用いられることもある。

アメリカでは様々な選挙区割ソフトウェアが利用されており、国勢調査の結果も、選挙区割用に「国勢調査選挙区割データプログラム」20として提供されている。それは、前述したようにアメリカの選挙（特に連邦下院議員選挙）では選挙区間人口の平等が極端に厳しく要求され、地理的な区画や行政区画を無視して選挙区割りを行わざるを得ないので、コンピューターを活用して選挙区割りが行われるためである。

その際にさまざまなデータを活用して選挙区間人口は平等にしつつも、党派的に有利なように線引きするアルゴリズムが活用されている21。他方で、このような線引きにおける党派性を検知するソフトウェアも開発されている。

## 3. 法規制の可能性

### 3.1 アメリカにおける法規制の可能性

これらのデジタル・ゲリマンダーについては、その危険

性が警告されるようになった段階であり、法規制については、その必要性・是非も含めて今後の検討課題となっているのが実情である。今後さらにビッグデータ技術が加速すると同時に、IoT 時代の到来により各種の個人の行動や先有傾向に関するデータが SNS その他のインターネット事業者にますます蓄積されるようになることにかんがみると、デジタル・ゲリマンダーは放置することができない課題となっている。

結論から先にいえば、これらのデジタル・ゲリマンダーに対する法的規制は、アメリカでは一般的に困難であるとされる。というのも、表現の自由を重視するアメリカの選挙運動規制は日本のそれに比べるとはるかにゆるやかであり、主として候補者本人や政党等に対する政治資金・選挙資金の用途規制を通じた規制を行うにとどまるので、SNS 等の第三者が行う行為について規制することは難しいからである22。また候補者や政党、陣営の関係者が SNS を選挙運動に活用していることから、SNS 規制は、候補者や政党の選挙運動規制につながる。ただし、選挙運動を目的とした「広告」として SNS を利用することは、州選挙法等で一定の範囲で規制可能である。

他方で、デジタル・ゲリマンダーに利用されるデータが個人データである場合には、プライバシー保護という枠組みを活用して世論操作を目的とするデータの利用に一定の制約を加えることができる可能性はある23。

### 3.2 日本における法規制の可能性

他方で、公職選挙法によって選挙運動に対する詳細かつ厳格な規制を加えている日本においても、規制は困難と思われる。SNS やサーチエンジンの多くが海外事業者であり日本法を適用することが実効的に困難であるという大きな問題は措くとしても、公職選挙法の選挙運動規制をデジタル・ゲリマンダーに適用することは難しいであろう。というのは、デジタル・ゲリマンダーの手法のほとんどは、人気投票の禁止等の公職選挙法で禁じられている行為にはあたらないと考えられるからである。

ただし偽ニュースについては、「虚偽の事項を記載し又は事実を歪曲して記載する等表現の自由を濫用して選挙の公正を害してはならない」という 148 条の規定を適用する可能性があると考えられる。148 条は「新聞紙（これに類する通信類を含む。以下同じ。）又は雑誌」を対象としているので、いわゆるネットニュースの類は「これに類する通信類」に包含される余地がある。しかし、まとめサイトや通常のブログ、SNS における書き込みが 148 条の対象となると解するのは難しいのではない。

また SNS を運営する事業者は、マスメディアとしての扱いを受けていない。このため、電気通信事業法という電気通信事業者や、プロバイダ責任制限法（特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律）にいうプロバイダ（特定電気通信役務提供者）に

とどまり、マスメディアのように政治的中立や内容の公正性に関する倫理的義務や法的義務の対象とはなっていない。マスメディアは「第4の権力」といわれることもあり、社会的・倫理的要請に基づく一定の自律性が維持されてきた。しかし、これらの SNS 事業者はメディアとしての公的な性質と責務を必ずしも自覚していないか、むしろそれに否定的なの実情であろう。

このように考えると、日本においてもデジタル・ゲリマンダーに対する公職選挙法による規制は困難というのが現状であろう。

なお、SNS やサーチエンジンの多くが海外事業者であり日本法を適用することが困難であるという問題は、2013年にインターネット選挙運動を解禁する際にも問題となっていた。インターネット選挙運動等に関する各党協議会「改正公職選挙法（インターネット選挙運動解禁）ガイドライン」24は、このような海外事業者の問題について、「海外のウェブサイトによる情報発信等、取締りに限界があることは事実であるが、これは現行の公職選挙法でも同様である。」としている。

しかし、従来は選挙に海外の事業者が介入するという点について、海外から介入するための手段が限られていたため、問題が表面化していなかったと考えられる。したがって、「これは現行の公職選挙法でも同様である」とすることもやむを得なかったと思われるが、Facebook が実験を行

ったように、現実にはアメリカでは SNS による世論操作が行われており、それは日本の選挙を対象として行われる場合もありうる。さらに、今回のアメリカ大統領選挙において明らかになったように、外国政府が選挙に関する偽ニュースを意図的に流布し、それが SNS で伝播するという可能性もある。

放送や電気通信事業等の領域においては、海外からの介入の危険性を理由として、外資規制が行われている。現実には海外の SNS 事業者によって選挙に介入される危険性が生じている以上、規制の可能性を再考してみる必要があると思われる。

## 謝辞

本研究は、科学研究費「行政におけるデータの取扱いに関する法的規制の比較研究（研究課題番号：26380153）」、「ソーシャルメディアにおける死者のデータとプライバシーの再検討」（研究課題番号：16K00468）、及び「適応的セキュリティ制御とプライバシー保護支援を可能とするビッグデータ流通基盤」（研究課題番号：15H02696）の研究成果の一部である。

## 注

- 1 ゲリマンダーの歴史については、ANTHONY MCGANN, CHARLES SMITH, MICHAEL LATNER & ALEX KEENA, GERRYMANDERING IN AMERICA, 2016.
- 2 salamander. 火とかげ。伝説上の怪獣で火の中に住むという。
- 3 東川浩二「政治的ゲリマンダーの法的規制—州憲法の復権と競争理論」『選挙研究』24巻1号（2008年）95頁以下参照。
- 4 Shelby County v. Holder, 570 U.S. \_\_ (2013).
- 5 Jonathan Zittrain, *Facebook Could Decide an Election Without Anyone Ever Finding Out*, NEW REPUBLIC, <https://newrepublic.com/article/117878/information-fiduciary-solution-facebook-digital-gerrymandering>.
- 6 DAN BALZ AND JEFFREY KAUFER, COLLISION 2012: OBAMA VS. ROMNEY AND THE FUTURE OF ELECTIONS IN AMERICA (2013), Ming-Hsiang Tsou, Daniel Lusher, Jiue-An Yang, Dipak Gupta, Jean Mark Gawron, Brian Spitzberg, Li An, & Sarah Wandersee, *Mapping Social Activities and Concepts with Social Media (Twitter) and Web Search Engines (Yahoo and Bing): A Case Study in 2012 U.S. Presidential Election*, in SARAH BATTERSBY ED., AUTOCARTO INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON AUTOMATED CARTOGRAPHY PROCEEDINGS (2012).
- 7 EITAN HERSH, HACKING THE ELECTORATE: HOW CAMPAIGNS PERCEIVE VOTERS 12 (2015).
- 8 Zeynep Tufekci, *Engineering the Public: Big Data, Surveillance and Computational Politics*, 19 FIRST MONDAY 1 (2014).
- 9 Robert M. Bond, Christopher J. Fariss, Jason J. Jones, Adam D. I. Kramer, Cameron Marlow, Jaime E. Settle & James H. Fowler, *A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization*, 489 NATURE 295 (2012).
- 10 Facebook, 「Facebook では、選挙や投票に関してどのようなことを行っていますか」、<https://www.facebook.com/help/1519550028302405>.
- 11 <https://support.google.com/webmasters/answer/35769>
- 12 Robert Epstein & Ronald Robertson, *The search engine*

- manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of election*, 112(33) PROCEEDINGS OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES USA, E4512-E4521 (2015).
- 13 <http://economictimes.indiatimes.com/tech/internet/cci-charges-google-with-rigging-search-results-flipkart-facebook-corroborate-complaints/articleshow/48736706.cms>
- 14 Robert Epstein, *Subtle New Forms of Internet Influence are Putting Democracy at Risk World Wide*, in N. LEE ED., GOOGLE IT (2016), 253, 256-257.
- 15 Google Inc. v. Competition Commission of India, LAWS(DLH)-2015-4-189.
- 16 <https://www.dhs.gov/news/2016/10/07/joint-statement-department-homeland-security-and-office-director-national>
- 17 湯淺塾道「2016年アメリカ大統領選挙と電子投票・インターネット選挙運動（上）」『選挙』2017年1月号（2017年）9頁以下参照。
- 18 BACKGROUND TO “ASSESSING RUSSIAN ACTIVITIES AND INTENTIONS IN RECENT US ELECTIONS”: THE ANALYTIC PROCESS AND CYBER INCIDENT ATTRIBUTION (2017), available at [https://www.dni.gov/files/documents/ICA\\_2017\\_01.pdf](https://www.dni.gov/files/documents/ICA_2017_01.pdf).
- 19 偽ニュースについては、藤代裕之『ネットメディア覇権戦争：偽ニュースはなぜ生まれたか』（光文社新書、2017年）を参照。
- 20 <http://www.census.gov/rdo/>
- 21 Hal Berghel, *Chasing Elbridge's Ghost: The Digital Gerrymander*, 49-11 COMPUTER 91, 92-94 (2016).
- 22 湯浅塾道「アメリカにおけるインターネット選挙運動の規制」『九州国際大学法学論集』17巻1号（2010年）71頁以下参照。
- 23 Lisa Marshall Manheim, *The Nudging Ballot?* 89 N.Y.U. L. REV. ONLINE 65, 68 (2014).
- 24 [http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000222706.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000222706.pdf)