「Dappi」の解明を

写真は東京新聞ウェブ 10 月 13 日から。同日「こちら特報部」は、野党攻撃のツイッター―アカウント、「正体は企業 取引先自民」などと伝える。ここでは毎日 20 日夕刊の特集ワイド、表題の青木理「理の眼」を紹介する。こんなことまで、自民党は情報操作して世論を誘導していたのか。ここでも安倍・菅政治の闇が見えてくる。青木さんが言うように「メディアが腰を据えて真相解明にあたるべき問題」である。

政敵攻撃のためには手段を選ばず、選挙ともなれば誹謗中傷の怪文書が飛び交うのは以前からあった政治の情景。とはいえ、これは影響力も被害の大きさも桁違いですから、まずは実態を解明し、場合によっては何らかの規制が必要でしょう。「Dappi」というツイッターアカウントをめぐる疑惑です。

現時点で本紙は報じていないので、各メディアの報道から経緯を振り返っておけば、疑惑浮上の発端は野党議員による訴訟。16 万人以上のフォロワーを持つ同アカウントが与党を賛美し、野党を罵倒する投稿を繰り返したばかりか、なかには完全なデマや歪曲情報が含まれていたため野党議員が名誉毀損だと訴え、裁判所も発信者情報の開示を命じたのです。すると、投稿に使われたネット回線の契約者は個人でなく、東京都内の IT 関連企業と判明。信用調査会社などによると、その企業の取引先には自民党が含まれ、過去に同党議員の資金管理団体や党支部からサイト制作なども受注していたとか。ここから浮かぶ疑念は詳述の要もないでしょう。

つまり、与党の意を受けた―あるいは発注を受けた企業が、まるで一個人かのように見せかけて与党を持ちあげ、野党を罵るプロパガンダを繰り広げていたのではないか。もちろん、それ自体は直ちに違法でもないし、自民党はネット応援団を組織していたことも知られていました。また元法相夫妻の公職選挙法違反事件をめぐる公判では、夫妻側が業者にネット工作を依頼していた実態も浮かび、対立候補へのネガティブキャンペーンを行っていたことも発覚しています。

加えて今回の一件。表向きは政権や与党と無関係な体を装いつつ、何らかの指示を受けて活動を行っていたなら、控えめに評しても相当に悪質なステルスマーケティング（宣伝であることを隠した宣伝）。そこに金銭が介在していたなら税金が使われた可能性も。しかも今回のアカウントは明らかなデマや歪曲情報も交えて野党を誹謗中傷していたのだから論外の所業でしょう。

ネットが大きな影響力を持つ時代、このようなことを黙過すれば、権力やカネを自在にできる者ほど世論を有利に操作できることになってしまいます。メディアが腰を据えて真相解明にあたるべき問題でしょう。

（2021 年 10 月 25 日）