

## デジタルコミュニケーション論による SNS の情報フロー

高橋光輝†

### 概要

シャノンの情報理論 (Shannon 1949) <sup>1)</sup>, 伝統的な命題論理や述語論理を応用したラムダ計算 (Frege 1997) <sup>2)</sup>, そしてチューリングマシン (Penrose 1995) <sup>3)</sup>などの発達により, デジタル技術は大規模情報処理を可能にさせた. 今日の社会において, デジタル技術はコンピュータ工学から人間コミュニケーションの分野にまで多大な影響を与えている. その代表例が Facebook, YouTube, Blog などをはじめとするソーシャルネットワークサービス (以下: SNS) の台頭である. 情報社会において, SNS は人間コミュニケーションの必要不可欠な意思伝達手段として急速に広まりつつある (ソーシャルメディア白書 2012) <sup>4)</sup>. いわば 21 世紀の近代コミュニケーションに多大な影響を与えているものとして SNS の存在感が増しているといえる.

本論文ではこうした背景を捉えつつ, デジタルコミュニケーション論 (高橋 2011, 2012) を通じてどう SNS が今日のコミュニケーションに貢献しているのかを探る. 第 1 章では, SNS の具体例として Facebook, YouTube, Blog の特徴をそれぞれ取り上げ, どう今日の人間コミュニケーションにおいて活用されているのかを概説する. 第 2 章では, 筆者が 2011 年と 2012 年に独自に調査した, 中国と日本のそれぞれの大学生の SNS 使用状況に関するアンケートをもとに, 実際に SNS がどういった動機により使用されているのかを分析する. その上で, SNS が人間コミュニケーションに与える影響を模索する. 第 3 章では, 中国と日本の SNS 事情より考えられる情報拡散の可能性や問題性を捉え, 広く社会に対する影響を論じる. 第 4 章では, こうした社会問題を解決する際に考えられる事項を情報と意味の観点より考察し, メディアリテラシーの本質を探る.

キーワード: SNS, 情報, コミュニケーション, 社会

## Digital Communication Theory on Information Flow of SNS

Mitsuteru Takahashi†

### Abstract

This essay discusses the use of Social Networking Service (SNS) and its influence to human

communication. Through the essay, the theory of digital communication, which takes both informational and semantic account of communication, is taken into consideration. Chapter one shows how SNS such as Facebook, YouTube, and Blog is used in daily human communication. Chapter two explains how the use of SNS is motivated by certain people. In this chapter, two questionnaires intended for university students conducted in China and Japan (Takahashi 2011, 2012) are discussed. The result of the questionnaires reveals how people regard SNS as an essential communication tool in their daily interaction. Then, the chapter argues on the influence of SNS to their communication. Chapter three discusses the situational difference between the use of SNS in China and the one in Japan, and explains how this difference affects the whole society in terms of information flow. Chapter four focuses on the point of media literacy. It argues how digital communication theory grasps the essential relation between information and meaning by postulating the possibility of human reasoning.

Keywords: SNS, information, communication, society

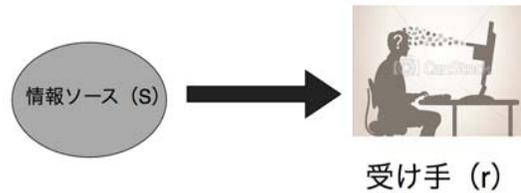
### 1. デジタルコミュニケーションと情報フロー

#### 1.1 SNS と近代コミュニケーション

Social Networking Service (SNS) とはインターネット上にて互いのユーザーが情報交換やコミュニケーションを行うことを目的とした Web サービスである. テレビや新聞などの情報媒体とは異なり Web2.0 という概念が適応されており, ユーザー同士が相互に情報を送ったり受け取ったりすることが可能なインタラクティブメディアである. これにより情報は一部のソース (マスコミや政府広報部など) からの一方向的な流れから, 多数のソースを通して伝達されることが可能になった. 例えば, 従来のコミュニケーションでは S が唯一の情報源であったものが, SNS では多数のソース T, U, V, W...などが同時に情報源になることが可能である. これは, 各ソースが同時に情報を発することもあれば, 各ソースがつながるように情報を伝達していくという 2 パターンが考えられる. (次ページの図参照)

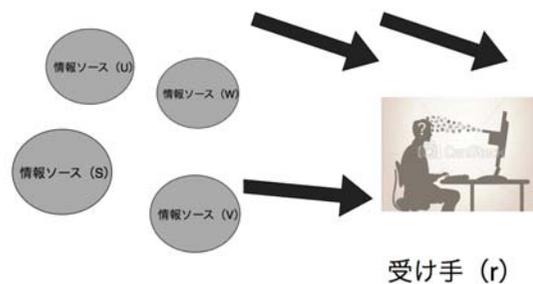
●従来型コミュニケーション

S (情報ソース) → r (受け手)

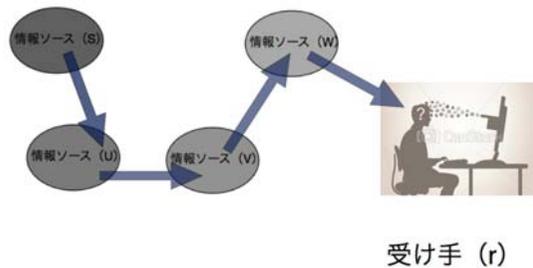


●近代コミュニケーション

1. S, U, V, W → r



2. S → U → V → W → r



William Davidow (2012)<sup>5)</sup>は今日の情報化社会の主モデルとして、上記近代コミュニケーションの第二パターンがあるとしている。Davidow 曰く、情報化社会において情報はそれぞれの情報媒体を幾度となく渡り伝達されるという、情報連鎖の関係にて成り立っているとされる。従来のコミュニケーションではソースと受け手との関係は直接的であり、情報とは常に受け手に取って密接なものであるとされた。しかし連鎖の情報フローの影響により、受け手は従来ありえなかったほどの極めて多様に及ぶ情報を入力することが可能になった。こうした情報フローの広まりは、World Wide Web (WWW) の出現とそれに伴うネットコミュニケーションのもっとも大きなコミュニケーション革命である。受け手はこれまでと性質の違う情報<sup>6)</sup>を入力することが可能になり、受け手自身の思考や認知世界を大きく変革する結果となった。デジタルコミュニケーション論 (高橋 2011, 2012) ではこれを情報結合 (デジタルトランジティビティ) による人間認識による世界拡張であるとし、今日のコミュニケーションは情報と人間が今まで以上に密接に関与するものとした。本論文ではデジタルコミュニケーション論を応用し、ネットコミュニケーションの一大勢力として登場した SNS を例に情報フローとコミュニケーションの関係を探っていく。

1. 2 SNS におけるコミュニケーション

SNS は今日のコミュニケーションにおける情報フローをもっとも顕著にあらわすものとして注目されている。その中でも特に使用率の高い Blog, YouTube, Facebook がどう今日のコミュニケーションの一環として機能しているのかを考えていくとする。ソーシャルメディア白書 (2012)<sup>4)</sup>によると、日本における SNS の使用率は全ネットユーザーの 5 3.7% に及ぶとされる。またその中でも、Blog 使用率はおよそ 4 0% とされ、認知率でみると約 9 0% が認知しているというメジャー SNS である。Blog の最大の特徴として、ネットユーザーは情報をたやすく不特定多数の広範囲の人々に伝えることが可能であるという点である。Blog 上で語られる情報としては、私的な情報が公的な情報を上回るとされており、ネット空間における個人情報の解放に一役かっているとされる。個人情報に関する様々な問題 (ブログの炎上、抽象行為など) は蓄積しているものの、利用者の数は依然として多い。その理由として考えられるのは、個人の意図するメッセージをいとも簡単に不特定多数の人間に送信可能であり、個人のもつ情報欲の発散に貢献しているからであると考えられる。Irvin (2007)<sup>6)</sup>は人間欲の根本として他者との利害関係があるとしている。今日のコミュニケーションにおいて、自身のもつメッセージが数多くの人々 (知人、他人を問わない) に共有されることによって、自身の存在と意義を確認するものとされる。事実、SNS などのコミュニケーション媒体の共通点は、こうした情報を通じた人間同士のつながりに重視がおかれていることがあり、人間欲を正確に繁栄したコミュニケーションが SNS にて垣間みられる。個人情報の公開と同時に、個人が興味をもつ社会の事象や出来事を率直に述べ、かつ自身の個人的な見解を公開することができるのも SNS の特徴である。これは SNS が社会批評ツールとして使われている一例であるとされる。結果として、SNS の役割は従来の個人間コミュニケーションを超えた広く社会へ情報を発信するものとして期待されている。しかし、中国などの情報統制を敷く国家などでは SNS の政治的利用を原則としてシャットアップすることが起きているのも事実である (渡辺浩平 2011)<sup>7)</sup>。Blog の他に Facebook も利用者数が多いものとして存在している。Facebook は Blog の余波を受け、2004 年に誕生したユーザー間のインタラクティブメディア空間である。個人の意見や情報をネット上にて公開する点は Blog と同じであるが、異なる点として、

1. 特定多数との情報共有が盛ん
2. 社会批評よりも文化批評が多い（エンターテインメント性が強い）

があるとされる。まず1の点であるが、ネット上の不特定多数のユーザーを主な情報共有の対象とした Blog と違い、Facebook は主に知人・友人などの関係をもつ相手を対象に情報共有が行われている。これは Facebook が友人登録型のサークル的な情報共有空間であることを示している。Blog と違い、Facebook で公開された情報は第三者に広く伝わるのが少ない。これは、Facebook のもつフィルター機能（情報フローを意図的に調整）によって起こる。結果として Facebook ではより個人的な情報共有が計られることが多い傾向にある。また社会批評などの話題が頻繁に登場する Blog に対して、Facebook 上での話題は大概が文化・娯楽的な要素をもっているとされる。その理由として、情報提供者は情報享受の対象を常に自身の情報サークル内に留めることができ、広く社会の第三者に対して無差別に発信する Blog とは情報の質が本質的に異なるとされるからである。情報連鎖が一定空間内においてのみ起きる、つまり情報のサークル\*2 が Facebook 上に誕生することになるのである。Facebook の特徴とはこうした情報サークル内において情報が送り手、捉え手ともに認識され共有されるということである。事実、Facebook では投稿者の情報に対して意見を述べる機能や、“いいね！”という意思表示をすることで自身の情報に対する応対情報を発信することが可能である。これは Facebook に限らず SNS における相互情報処理（Web 2.0）に該当する。個人に対してより親密な相手との情報共有が計られる Facebook 上では Blog などと異なり、ネガティブなフィードバックや情報共有が少ないのが特徴である。その例として、投稿記事などに対する否定的な見解を示す手段は Facebook 側からは提供されていない。

Blog と Facebook は主に画像や文字などの静的情報ツールが使われるのに対して、YouTube では動画を主体とした情報交流が行われている。YouTube の特徴として、投稿者が個人の作成した動画をアップロードし、不特定多数の人々に公開することができる。また今日では、既に第三者によって作られた動画を YouTube 上にアップロードするという動画の拡散行為がユーザー間にて盛んに行われている。動画拡散の結果、動画の発する情報は人から人へと次々とフローするという情報の連鎖が動機づけられる。これはデジタルコミュニケーション論や Davidow の述べる情報連鎖の具体的事例であると言える。動画は視覚と聴覚を通して情報が伝えられるため、文字コミュニケーションなどに比べ受け手に伝わる情報量は多いとされる。こうした情報が数多く発信されることにより、情報フローは今まで以上に多くかつ迅速にユーザー間へ流れることとなった。YouTube の第2の特徴として、投稿者の動画に対する意見や感想をチャット式に表す投稿欄が各ユーザーに用意されている点がある。この投稿欄により各ユーザーのもつ情報が交互にフローし合うこととなる。動画のもつ情報が各ユーザーに伝わり、ユーザーは自身のもつ情報をさらに発信し合うという情報核の形成（高橋 2012a）<sup>\*)</sup>が達成される。Facebook とは異なり、動画に対して否定的な見解を記述することが YouTube によって提供されており、しばしば投稿欄にてユーザー同士の衝突などがみられる。これは動画を広く第三者にまで提供するという Blog に近い情報拡散の意図が存在するからである。Blog との違いとして、動画投稿者は意図的に投稿欄への書き込みを制限することが可能である。この場合では、動画に対するフィードバックがないことから閉鎖的な情報公開とされる。政治がらみや民族主義などの右翼的思想を醸し出す動画や、イメージが重要になる歌手の公式動画などにフィルター機能が使われるケースが多い。

従来のコミュニケーションでは、動画と文字情報は同時にコミュニケーションによって組み込まれることは無かったが、SNS では動画による動的情報が文字による静的情報と緊密に結びつく

という新コミュニケーション体系が可能になったといえる。以上より、SNS 上のコミュニケーションをまとめると、

1. ユーザー間での情報共有が激しく、情報フローが緊密に発生する。
2. 動的コミュニケーションと静的コミュニケーションが混合した新体系がある。
3. 不特定多数、特定多数などと情報共有の対象をフィルター機能により設定することが可能である。
4. 情報連鎖の結果、情報の本来の出所や情報の質（意味）がより抽象的になる。

上記第4のポイントであるが、情報連鎖が発生することで情報源が不明瞭になることにつながる。例えば YouTube で投稿された動画は上記で述べたように、第三者によって既に投稿されたものが存在しているが、この第三者によって投稿された動画自体もまた別のソースより発生したものであるケースがある。Facebook や Blog の掲載記事やそれに伴う情報も同様であり、情報が過剰につながり合うことで、情報源が受け手にとって分かりにくい状態が発生する。WWW により情報連鎖が広範囲で発生することとなった現在、本来情報のもつ意味が正確に受け手に伝わりにくくなったことが問題として上げられている。Davidow (2012) はまた、発信した情報があつという間に拡散し人間間に大きな情報サークルを形成することを思考汚染と呼び、今日の情報化社会における情報の過剰結合という点で大きな問題があると言われている。第2章ではこうした問題を踏まえつつ、実際に SNS がどのような理由にて利用されているのかを分析する。

---

\*1. 性質の違う情報とは、デジタルコミュニケーション論という電磁性の違いである。デジタルコミュニケーション論（高橋 2012）では、各情報（情報粒子）の性質を決定する為に+、-という電磁性が存在するとした。異なる電磁性により、情報同士が緊密に結びつくことをデジタルトランジティビティー（電磁融合）と呼ぶ。  
\*2. 情報のサークルとは、ある一定の空間において繰り返し情報同士が緊密に結合することをいう。Facebook のような一定の関係をもつもの同士による情報交流空間では、こうした情報サークルが起りやすいといわれる。SNS のもつ開かれた情報拡散機能の中にある情報の袋小路ともいえる興味深い現象である。

## 2. SNS 利用の現在

### 2.1 日本における SNS の利用実態

2012 年の著者によるアンケート調査では、コンピュータ科目を専攻する大学生と、それ以外の一般科目を専攻する大学生それぞれ計 220 名を対象に SNS 利用の現状について質問した。ソーシャルメディア白書 (2012) <sup>4)</sup>によれば、SNS ユーザーの約 7 割以上が 10 代から 20 代の学生であるとされている。その中でも若い女性の SNS 使用率が格段に高く、全体の約 8 割を占めている。今回のアンケート調査では、一般科目を専攻する大学生 58 人のうち 87% の 50 人が何らかの SNS を使用していると答え、コンピュータ科目を履修する学生に限っては全 162 人のアンケート参加者のうち、97% の 155 人（2 名未回答）が SNS を使用していると答えている。SNS を使用していないと答えた 13 人の学生のうち 8 名は普段のコミュニケーションツールとして電話や E メールを使用していると答えた。調査によると、SNS を使用しない人のうちで、人とのコミュニケーションによる疲れから使用しないケースと、SNS 自体に情報取得を期待しないケースな

ど SNS に否定的な見解をもつ者がいた。その他、従来のコミュニケーション手段である電話や E メールで十分であるという意見もあった。顕著な点として、SNS を利用しない学生 13 人のうち、1 人を除き全ての学生が外国人の友人をもっていないと答えた。対照的に SNS を利用する全学生 205 人のうち外国人の友人がいる学生は 161 人と 78% におよんだ。SNS の利用目的として主に

1. 外国人との連絡
2. 同級生との連絡
3. 授業関連の連絡

の 3 つに分けることができる。

アンケートの結果から、学生は外国人との連絡手段として世界で広く使われている Facebook, Twitter, Skype などの国を超えた環境にて SNS を多用していることがわかった。2009 年の 9 月頃まで国内でもっとも利用率の高かった mixi<sup>33</sup>が Facebook や Twitter に利用率で追い抜かれたことを皮切りに、SNS が日本を超えたグローバル規模でのコミュニケーションとして注目されている現状が浮き彫りになったといえる。身近な関係のある人物（知人や友人）の他、学校の連絡事項を伝える伝言板などの教育サポートとして SNS が使われているとされる。例えば、Facebook 上にて教師が授業サークルを作り、授業サークル内において学生間での情報交換を行うという形態が確立しつつある。しかしながら、親族などのより身近な関係のある人物との情報交換は依然として E メールや電話が主体である。その理由として、あくまでも SNS は第三者との情報交流の場であるという認識が学生間に強く残っているからだと考えられる。

第三者に対する情報共有の例として、企業が SNS を効果的に活用するケースがみられる。ソーシャルメディア白書（2012）では、2011 年現在において SNS を上級活用<sup>34</sup>する企業が増えつつあるとしている。その中でも ANA、無印良品、ユニクロなどの企業は既に自身のブランドイメージの拡散普及を目指し、Facebook や Twitter をマーケティング戦略の一環として活用している。SNS を上級活用している企業のうち 80% 以上の企業は Facebook と Twitter を活用しているとされる。その理由として、ロコミなどの商品宣伝を行う場として早くから用いられた Twitter や、文化や娯楽に関する情報サークルが起りやすい Facebook だともっとも効率的に情報拡散を狙えるからである。それに対して YouTube や Blog などでは依然として SNS 利用企業の 5 割未満のみが使用しているとされ、Facebook や Twitter に比べるとビジネスでの活用が少ない。その理由として以前述べた通り、Blog や YouTube では個人の批評や批判的な見解が寄せられるケースが多いことがあり、企業にとってマイナスとなる情報がフローする場合が多いからである。以上のことから、Facebook と Twitter のもつ情報フローは Blog と YouTube のものより批評性が低いが、情報フローが安定的であるといえる。この場合、企業は情報フローを把握しやすくビジネスモデルに活用しやすいという点があげられる。一方で、Blog と YouTube における情報フローは個人間の批評や意見に大きな影響を受けやすく、企業にとっても安定的な情報供給ができない現状があるといえる。

今回のアンケートにおいて、学生の日本メディアに対する意識調査を行った。内容として、今日の日本におけるメディア（SNS を含む）は世界に対して開かれているかという点である。結果は全体 220 人の 42% である 94 人が開かれていると答えた。そのうち、日本の科学技術の進歩度合い（ものづくりにおける創造性、独創性の観点と富裕度）が他の国に比べて進んでいると答えた人は 32% の 31 人とどまった。それに対して、日本のメディアが開かれていないと答えた学生

126 人のうち、61% の 76 人が日本の技術は他国を上回っているとし、38% の 48 人がそうでないとした。【図-1 参照】

日本の大学生へのアンケート  
(計 220 人：内 162 人はコンピュータ科目履修)

質問	はい	いいえ
何らかの SNS を利用している	205/220 (93%)	15/220 (7%)
外国人の友人がいる (SNS を利用しているうち)	161/205 (78%)	44/205 (22%)
外国人の友人がいる (SNS を利用していないうち)	1/13 (7%) (2 名未回答)	12/13 (92%) (2 名未回答)
日本のメディアは開かれているか?	94/220 (42%)	126/220 (57%)
日本は他国に比べて技術面で進んでいるか? (メディアが開かれていると答えたうち)	31/94 (32%)	63/94 (67%)
日本は他国に比べて技術面で進んでいるか? (メディアが開かれていないと答えたうち)	76/126 (61%)	48/126 (38%)

【図-1 日本の学生に対する SNS 意識調査】

この結果より、以下のことが言える。

結論 1：過半数以上の学生が日本のメディアが開かれていないと回答した。

結論 2：開かれていると答えた学生間で日本技術の度合いが低いと回答した割合（67%）は、開かれていないと答えた学生間よりも多い（38%）。

結論 1 が示すこととして、今日の日本の学生がメディアに対する情報処理に不満を口にすることが多いとされる。特にアメリカや中国のように他民族国家でない日本では情報が一本化されやすく、対外情報の入手には特に敏感だといわれる。これは一種の情報連鎖の中に現れる心理現象として考えられ (Davidow 2012) <sup>4)</sup>、情報が増えれば増えるほど情報に対する欲望が増すという情報化社会における人間欲の拡散である (高橋 2012a) <sup>5)</sup>。SNS とはこうした情報欲を解決する為に登場したツールであると考えられ、これからも情報欲が拡散するにつれて、SNS のような情報空間は増えていくことになると思われる。結論 2 によると、日本の文化的強みを SNS によって認識する度合いが多い一方で、他国のもつ技術面との差 (Apple や Samsung の台頭) が存在すると述べた学生が多かった。多くの学生が Facebook を使用し、海外の知人と意思疎通をしているとしたが、この場合でも日本の文化的側面は好印象として情報化されるが、日本の技術面は大きく取り上げないとした。この傾向はコンピュータ科学を専攻する学生間で多くみられた。その理由として考えられるのが、Facebook で取り上げられる情報が主に日本の話題ではなく、対外の情報であることがある。従来の国内メディアと違い海外の情報が多く集まる SNS において、大多数の情報は日本ではなく海外から伝達 (もしくは海外について) されることが多い。SNS 上で取り上げられるトピックとして日本文化よりも世界に関する話題が多いのは事実である。同時に、今日のメディアが大きく海外勢力を取り上げ、日本の抜本的改革に乗り出すべきだというプロパガンダをネット上やテレビで積極的に開示することがあり、今日の人々が海外情報に触れる度合いは増えている。こうした日本国外からの情報フローが増えることによって、日本人はより日本国内の問題 (特に技術や社会制度) に敏感になっていると考えられる。次節では、日本と異なり、海外からの情報を意図的に統制している中国を例に SNS 利用の現状を述べる。

## 2. 2 中国本土における SNS の利用実態

高橋 (2012b) <sup>6)</sup> では中国国内の大学において SNS 利用に関するアンケート調査 (対象大学生 85 人) を行った。このアンケートから導かれた結論は以下の通りである。

結論 1 : 中国国内にて SNS を使用しているユーザーは相対的に外国への渡航経験が少なく、外国の知人がいない。

結論 2 : 人人網 (レンレンワン : 中国本土で広く利用されている Facebook のようなもの) を使用している人ほど外国情報への摂取に敏感である。

日本の SNS 利用に関するアンケートと類似する点として、対外意識の高さが SNS の利用に直接結びついていたことである。これは中国においても、SNS 利用が広く国外へと結びついていることを示している。一方で日本と違う点として、SNS 利用者の大半 (約 9 割) が外国への渡航経験もしくは外国人の知人がいないということがあった。このことより、日本の学生と違い中国の学生は、SNS を外国人との交流や外国文化の理解に使っているのではないということが導きだせる。その原因として、中国の SNS は日本や世界で使われている SNS に比べ情報フローに一定の制限があるとされるからである (渡辺浩平 2011) <sup>7)</sup>。アンケート調査では中国圏で広く利用されている SNS である人人網を中心に質問を行った。回答の結果、全体の学生の約 7 割が当 SNS を使用していた。人人網は主に中国人を対象としたものであり、Facebook などと違い他言語に対応してはいない (2012 年 12 月現在)。その結果、中国人以外の登録者数は極めて少ないのが現状であ

る。こうした情報交流の場では、利用者の求める情報が単一的になりやすいといった問題がある。Facebook の使用ができない中国本土においてメジャーな SNS である人人網は故に、中国人同士の情報サークルとして完成しているのである。第三章では具体的にこうした情報サークルの違いからどういった問題が生じるのかを探る。

\*3. mixi は 2004 年 3 月に開設されてから 2010 年 5 月まで日本国内における利用者数が初めて 6000 万人に上った国内最大の SNS であった。その後、Twitter や Facebook などの台頭により昔ほどの勢いは無い。

\*4. 上級活用とは、経営戦略の一環として大々的に活用されることを指す。

## 3. 情報フローと社会問題

### 3. 1 SNS によるネット勢力の誕生

第一章で述べたように、Facebook にも情報サークルは作られる傾向があるが、人人網のものは国を超えた規模でのサークルではなく一族や人民によって形成されるという民族閉鎖的な情報サークルである。こうした状況下における情報フローは極めて一極的な様相をもつとされる。中国におけるアンケート調査では、人人網の利用者ほど対外情報への摂取に敏感であるという結果がでた。これは情報共有を行うことで同一情報が多く増え、新規情報への心理的欲求が増すというデジタルコミュニケーションの性質によると考えられる (高橋 2012b) <sup>8)</sup>。中国政府の幾度にも渡る情報規制や反日暴動の実質的黙認は、対外情報フローに対する意図的なコントロールであるとされる。Davidow (2012) <sup>4)</sup> は情報連鎖により人間の思考は変動するものであるとし、世界同時金融危機やアラブの春などの一連の出来事は全て情報連鎖によって起きた人間の思考汚染の結果であるとした。特にアラブの春といわれる中東地域の政治改革の動きは、SNS のもたらした情報フローが大きな要因であるとされている。こうしたいわば SNS 革命の前提として、SNS は必ず対外意識を醸し出さなければならない。対外意識の上昇により、いっそう民族意識が触発され民族間における改革への思考汚染が始まるからである。一方で民族閉鎖的な情報サークルを作る中国の SNS では、対外意識を綿密までに計算し思考汚染を防ぎ、国家に対する忠実的な民族意識を増加することを可能にしている。例として、江沢民以来の反日教育がある。初等教育から始まる反日教育の結果、日本に対する対外意識は政府の求めるものとなり、これを民族意識の発展に促している。しかしながら、中国人民の捉える日本像は極めて偏りのある情報で確立されたものである。これは中国共産党指導部の目指す反日思想を明確な国家理念の前提としておくという政治体制のもとより始まる。この関係を拒否することは中国建国自体を拒否するというリスクが存在することから、政府の掲げる情報戦略として日本に対する情報フローは明確に定めていなければならないのである。結果として、十分な思考を持たずに政府による情報フローのコントロールの影響を受けやすい脆弱かつモラルのない言動をする人間が多く生み出されている。

国家規模でこうした情報フローを制御しているものとして他に、韓国、パキスタン、ロシア、東ティモール、パレスチナなどがあるとされる。ネット社会として確立した韓国の例では、ネットに依存した SNS ユーザーらの情報サークルは民族意識を高め、ネチズン (ネット市民) やネトウヨ (ネット右翼) と呼ばれる勢力を作り出した。こうしたネット勢力は若者を中心に社会全体に大きな影響を与え始めている。一般的にネット勢力は以下の傾向があるとされる。

1. 社会批評が繰り返し行われる。
2. 民族、排他的な保守的な発言が多い。

ネチズンやネトウヨは社会の諸事情に主な関心を持ち、ユーザー同士で批評を行うとされている。それ故に意見の衝突が多く、誹謗・中傷が目立つモラルのない発言が多くみられる。また、特定の情報サークルをつくることでユーザー同士が結びつくことが多く、結果としてより保守的な勢力として台頭していることがある。これは SNS における情報フローが広くユーザー間を巡ることで、ユーザー間を容易に結びつけたことの結果である。ユーザー同士は SNS により強固な情報サークルを形成する一方、その情報サークル外の勢力を拒絶する傾向がある。結果としてネット勢力は極端に排他的な集団となりやすい。

### 3. 2 YouTube におけるネット勢力の展開

SNS の中で社会的批評性が強いとされる YouTube を例に日本におけるネット勢力の現状を捉えていく。今回の YouTube における調査により以下の4点をキーワードとして取り上げる。

1. 天皇
2. 民主党
3. 在日朝鮮人
4. マスメディア

日本におけるネット勢力とは主に政治、文化、民族を中心に展開する保守派勢力であるとされる。今回の YouTube の調査では、天皇崇拝に関する見解がネチズンやネトウヨの間で多くみられた。どの意見も天皇擁護の立場を守り、民族的意識をもっている傾向があることが挙げられる。ある天皇に関する動画における Top Comments (評価が高いコメント) として以下が存在した。

- A. 天皇陛下を侮辱するやつは日本人じゃないよな？ (47ユーザーが好評価)  
B. 天皇陛下万歳！！天皇陛下あつての日本！ってかこの凄さを知らない小学生レベルの半島はどここの朝鮮？ (41ユーザーが好評価)

以上からも、天皇と日本の国家意識を誘発する情報が好評価を招いていたことが分かる。同時に、朝鮮という諸外国にも触れ、民族意識と排他性が強くみられている。筆者の調査では、これ以外にも政治、文化、歴史などの分野より、諸外国（特に朝鮮半島、中国）に対する敵対的なコメントが多く評価されている傾向があった。

こうした民族意識のほか、日本の政治に関する強い批判があり、特に民主党と朝鮮を結びつけた批判意見や誹謗・中傷が存在した。これは、日本政治の腐敗を朝鮮民族に起因させるという情報化社会特有の排他性とそれに伴う民族意識によるものである。その結果、在日朝鮮人に対する差別的コメントや動画が多く評価されている。こうした問題はネット上を超え、日本社会における民族差別を助長していることから深刻な問題になりつつある。

今回の YouTube 調査の中で顕著に現れたものとして、マスメディア批判に関する動画が数多く存在し、数多くの好評価やコメントがなされていたことがある。これは、現状のメディアに代わり

自らが情報の担い手になるという自尊心が関係していると考えられる。事実、マスメディア批判の中には、マスメディアの一方的な情報発信に強く反発する意見があった。こうした意見の共通点として、SNS が真の情報伝達手段であるべきだという主張が存在する。保守的な思想も相まって批判は主に朝日や NHK などの大衆メディアに集中し、国家論から民族主義に至るまで広く議論が行われている。YouTube という動画投稿サイトがエンターテインメントを超えた社会批評の媒体となる具体例がここに示されている。ニコニコ動画の公開政治討論などはこうした動きに呼応したものである。SNS が社会批評性を持ち始めることで、ネチズンやネトウヨなどの過激思想をもった意見や見解が広く社会に広がり始めている。Davidow の言葉を借りれば、SNS により広まった過激思想は社会全体にて思考汚染という形で現れ、社会全体に大きな影響を与え兼ねない。特に民族意識は差別と偏見を生み出すことにつながり、早急な解決が必要であるとされる。第4章ではこうした問題を踏まえ、今後 SNS は社会においてどの役割をもっていくべきなのか議論する。

## 4. SNS と情報化社会

### 4. 1 SNS のもたらす情報の対立

SNS によりユーザー間の情報と情報とが広く結びついたことにより、ユーザー同士が緊密に連絡を取り合うことが可能になった一方、ユーザー同士における意見の対立は今まで以上に深刻になりつつある。これはある情報サークルに存在する情報が、本質的に他の情報サークルに存在する情報と結び付くことが無いからである。各情報サークルは一種のコミュニティーとして同一情報を共有することで成り立つ場合が多く（中国の SNS が例）、その場合情報は一極化されやすい。一極化された情報は異なる情報とは本質的に融合し合うことがないから、保守的になる傾向があるのは前章より述べた通りである。一極化された情報同士では必然的に対立が引き起こされる。これは SNS の誕生原理につながるとされている。SNS では規模はどうであれ、数多くの異なる情報が存在する。こうした情報が互いに衝突することにより、新たな情報が創作され、結果的に情報が増加するというデジタルコミュニケーションの原理より SNS の存在理由が明確化される（高橋 2012a）<sup>9)</sup>。しかしながら、情報が増加することで情報同士の衝突は否めない。ネット上における誹謗、中傷そして恐喝行為が数多く発生しており、社会全体のモラルに影響を与え始めている。また他の情報サークルに対する対立行為の結果、部外者に対する情報フローが行われず「情報のアイランド」が誕生する。情報のアイランドとは、対立する情報を閉鎖し一極の情報フローが行われる状態であり、単一の情報が乱立する空間である。本空間は人間の思想や思考に大きな影響を与えるとされる。ナチスドイツ下におけるヒトラー政権や近代中国の共産党政権下にみられる独裁政治はまさに、国家規模における情報アイランドが発生している具体例である。SNS の誕生により現在では国家規模でなくとも、一情報コミュニティーで容易に情報アイランドは発生するようになった。事実、SNS のもたらす容易な情報発信性が社会全体に影響を与えるケースが多く出てきている。SNS を使った犯罪が日増しに増加していることや、SNS 上における誹謗や中傷、恐喝行為が社会問題になっていることが挙げられる。前章で述べたような過度な民族意識による排他的思想の広まりは社会全体における差別思想の広まりにつながると危惧されている。これらの問題は全て、一極化した情報が他の情報を受け入れることを拒絶した結果発生したものである。故に、SNS に存在する情報の対立構造を明確に分析することで解決の糸口を探っていく。

## 4. 2 調和の為の SNS

諸問題を解決する糸口として、SNS における情報の質を明確に捉え過剰な情報フローに警戒することである。SNS を始めとしたネットワークシステムの根源として、論理学を中心とした情報モデルが存在するが、これは人間のもつ伝統的な推論モデルと両立することが難しいとされている（古賀敢人 2012）<sup>10)</sup>。SNS 上での情報は基本的に全て記号にて表現される。YouTube や Facebook などでは文字の他に画像や動画といった複合的な記号を用いたコミュニケーション体系が確認される。伝統的な人間コミュニケーションでは、こうした記号の解析をする際にコンテキスト（状況）を捉えた上で意味の特定をするが（Barwise and Perry 1983<sup>11)</sup>、Devlin 1991<sup>12)</sup>）、コンテキストを無視するネットワークコミュニケーションではコンテキストを意味形成の一員として捉えることができない。こうした状況下において、人間コミュニケーションの最大の武器である推論を効果的に活用することができない。結果として情報の本来持つメッセージが不明瞭になりミスコミュニケーションが起りやすくなる。今日の SNS より始まる過激思想の誕生とはこうした人間の推論力が低下したことの結果である。こうした状況においてユーザーのとるべき行動とは、欠落した推論の代わりに情報フローを明確に捉える状況判断力を持つことである。まず情報ソースを明確に特定し、情報の裏に眠る発信者の意図を汲み取ることから始める。今日の SNS にて情報ソースが曖昧になっている現状を挙げると、情報の連鎖が起きる要因を正確に考えることが出来る思考力がユーザー間にて求められる。日本は中国と異なり情報統制が少ない分「情報に対する情報」を把握することに大きな制約はない。SNS の特徴である情報連鎖を把握し、情報フローによるドミノ倒しに警戒することが必要である。SNS 間では送信者自身の情報が完全に把握できない上、送信者のもつ理念や心情は送信者の送る情報のみによって判断される。今回の YouTube の調査によると、過激思想をもつ送信者 A は別の送信者 B の影響を多く受けているということが分かった。ある情報 a を発信した送信者 A の情報は送信者 B の情報 b と強く結びついているという結果がでた。このことより、送信者 A の思想を理解するには別の送信者 B の存在を意識しなければならない。SNS でのコミュニケーションとはこうした人間と情報のリンクを明確に捉えた上で、包括的な推論を行わなければならないのである。デジタルコミュニケーション論では、情報と情報がデジタルトランジティビティーによって結びつくことにより新たな情報が誕生するとしたが、SNS における情報連鎖はまさにこうした新情報を導く為にもっとも効果的な手段であると考えることが出来る。今回のアンケート結果からも、閉鎖された情報空間である情報アイランドでは同質の情報が多く滞ることが分かった。こうした状況下において、デジタルコミュニケーションの発生が増長され、結果として新情報や新情報空間の確立が起きる。SNS はデジタルコミュニケーションの原理をもっとも分かりやすく示す具体例であると同時に、人間と情報の関係を知るうえで貴重な情報空間である。

デジタルコミュニケーションより、情報と情報が互いに衝突し合うことにより新情報が発生するとしたが、同時に情報の衝突による人間同士の争いが起きつつある。今日の情報化社会において、人間の思考が広く伝わるのと同時に、異なる思考の衝突が多く発生してきている事例があげられる。情報の対立を防ぎ調和を求める方法として、他の情報を常に受け入れることである。一定の情報のみを定期的に吸収すると人間の判断力と思考力は鈍化してしまう（Dretske 1981）<sup>13)</sup>。中国を例にとれば分かるように、強大な情報サークルが成立することにより異端の情報は全て排除の対象になるという自体は避けるべきである。人間の情報に対する貪欲性は常に新情報に対する動機へとつながっている。それ故様々な情報を受け入れ、その上で情報の質を確認するという相対的な意味の形

成を目指していかなければならない。情報が緊密につながり合う SNS において、1つの情報は他の情報との関係によって改めて確認されるという一元論的な認識が行われるべきである（Putnam 1975）<sup>14)</sup>。これは、人間は他者との関係により自らの存在を確認するという存在論の普遍性と類似している（Grice 1989）<sup>15)</sup>。このことより、SNS は伝統的な人間コミュニケーションの体系へと戻るべく、人間の本質の中で誕生したものではないかと考えるに至る。

## 終わりに

デジタルコミュニケーション論は広く情報理論の再分析から始まり社会科学の問題点を多目的な角度からを解析するものである。学際的アプローチを持って、工学を超えた情報研究が盛んになり、今日の情報化社会における人間コミュニケーションの問題や仕組みの解明に一役貢献する次第である。今後とも日本を超えた国際視野を持ち、今日の国際紛争を解決する道筋としてデジタルコミュニケーション論が一役買うことを願う次第である。

## 謝辞

本論文の執筆に当たり、関口先生に多数のご助言を頂いた。深く感謝を申し上げる。また、卒業生である古賀敢人君の協力に感謝の意を評し、論文をしめるとする。

## 参考文献

- 1) Shannon, C E. (1949) *The Mathematical Theory of Communication*: Urbana and Chicago, University of Illinois Press
- 2) Frege, G. (1997) *Frege Reader*: Oxford, Wiley-Blackwell
- 3) Penrose, R. (1995) *Shadows of the Mind*: Oxford, Vintage Books
- 4) 株式会社トライバルメディアハウス、株式会社クロス・マーケティング (2012) *ソーシャルメディア白書 2012*: 翔泳社
- 5) Davidow, W. (2012) *Overconnected*: New York, Business Plus
- 6) Irvine, W. (2007) *On Desire*: Oxford, Oxford University Press
- 7) 渡辺浩平 編集 (2011) *中国ネット最前線*: 北海道、蒼蒼社
- 8) 高橋光輝 (2012a) ‘デジタルコミュニケーションから探る世界拡張の考察: 情報処理学会論文
- 9) 高橋光輝 (2012b) ‘デジタルコミュニケーションによる情報空間の心理構造’: 情報処理学会論文
- 10) 古賀敢人 (2012) ‘Semantics on Human-Computer Interaction’: ALPHA Frontiers Research Paper

- 11) Barwise, J. and Perry, J (1983) *Situations and Attitudes*: Massachusetts, MIT Press
- 12) Devlin, K. (1991) *Logic and Information*: Cambridge, Cambridge University Press
- 13) Dretske, F. (1981) *Knowledge and the Flow of Information*: Massachusetts, MIT Press
- 14) Putnam, H. (1975) *Mind, Language and Reality*: Cambridge, Cambridge University Press
- 15) Grice, P. (1989) *Logic and Conversation*: Massachusetts, Harvard University Press