



ソーシャルメディアをめぐ る法律問題

—大学に関連する具体的リスクを概観する—

5

結城大輔 (のぞみ総合法律事務所)

ソーシャルメディアとは

❖ソーシャルメディアの定義

Facebook や Twitter, LINE 等, ソーシャルメディアの利用が活発となっている。大学との関連でも, 学生, 教員, 職員による個人的利用や大学自体の公式ページ・アカウント等, さまざまな形で利用がなされている。

そもそもソーシャルメディアとは何か。多くの定義が存在しているが, 筆者なりにその特徴をまとめると, ①誰もが発信できる (マスメディアとの対比), ②インターネットを利用した (大前提となっている), ③利用者同士の交流や情報交換が可能なサービス (シェアや友達関係等), と述べる事ができよう。

具体例として, 人気のあるソーシャルメディアをいくつかのカテゴリに分類してみると, 図-1のとおりとなる。

❖ソーシャルメディアの特徴

このようなソーシャルメディアの特徴を指摘すると, 次のとおりとなる。

まず, ①誰もが容易に情報を発信ができる「発信」容易性を挙げることができる。そして, その情報はインターネット上のデジタル情報であるため ②「複製」が容易であり, ③「伝播」力が非常に強い。また, その④「速度」もきわめて早い。そして, たとえば Twitter のように, ⑤「匿名」での情報発信も可能である (後述するとおり, どこまで本当に匿名性が保たれ得るのかについては, 注意も必要であるが)。さらに, ひとたびインターネット上に掲載されると, その後削除しようとしても, 「魚拓」サービス^{☆1}等により情報が⑥「残存」し, 削除が困難であることも指摘できる。そして, ⑦「集合知による特定」と言われる, 多くのネット閲覧者の知識や推測の集合により匿名発信者の氏名, 顔, 勤務先等が特定される事態や, いわゆる「炎上」等により⑧「統制不能」となり得ること, などがソ

SNS Facebook Google+ mixi LinkedIn	ブログ/ 掲示板 Twitter アメブロ 2ちゃんねる	動画 YouTube ニコニコ動画 Ustream	写真共有 Picasa Flickr Instagram	口コミ 食べログ Yelp! Amazon
集合知 Wikipedia Yahoo!掲示板 教えてgoo!	位置情報 Foursquare	ゲーム モバゲータウン GREE Zynga	コミュニケーション LINE Kakao Talk WeChat Messenger	ニュース Digg 楽天ソーシャル ニュース

図-1 ソーシャルメディアの具体例・分類

☆1 Web サイト上の表示をスナップショットのように (魚の場合の「魚拓」のように) 保存・記録するサービスの総称。

ルメディアの特徴として指摘される。

ソーシャルメディアの活用と法律問題

❖大学におけるソーシャルメディアの活用

一般企業・大学とソーシャルメディア

日本の一般企業でも、筆者の感覚では米国に数年遅れながらも、徐々にビジネスにソーシャルメディアを活用する例が増えている。Facebook や Twitter 上に公式ページやアカウントを開設したり、自社 Web サイト上にこれらの公式ページ・アカウントへのリンク (f や t のボタン) を貼ったりしつつ、商品キャンペーン等についての情報発信や採用活動に活用したりしている。大学についてもこれらはそのままではあまり、公式ページ・アカウントの運用により、各種情報発信等が幅広くなされている。

他方で、大学の場合、一般企業とは異なる活用の可能性もある。たとえば、授業と連動させたソーシャルメディア (Twitter 等) の活用^{☆2}や、大学の授業を動画配信する iTunes U 等を活用したグローバルな情報発信^{☆3}等、今後ますますさまざまな形態での活用が生み出されていくものと思われる。

しかしながら、ソーシャルメディアに関しては、法的に見て、問題となり得る事態がさまざま想定されるのもまた事実である。以下では、大学にとって典型的に想定され得る法的リスクを、①学生、②教職員、③その他学校関係という3つの場面に分けて (図-2)、具体的な想定事例に沿って概観する (それぞれのリスクや問題点に対する対応や注意点については、後述「大学がとるべき対応とは」にて概説する)。

①学生に関する事例

事例1: 学生 A が、Twitter で、「カンニングで試験のりきった!」とつぶやいて、炎上状態となった。

学生とソーシャルメディアの関係で最も話題になることが多いのが、いわゆる「炎上」の事例である。

学生	①不正、悪ふざけ等の書込み ②著作権等の侵害 ③意見表明による炎上 ④いじめ
教職員	①労働環境等についての不平書込み ②内部告発 ③ハラスメント
その他 大学関連	①危機管理・対応

図-2 想定される典型的リスク事案

その典型例が、事例1のように、カンニングや飲酒運転、万引きのような不正・違法行為をつぶやいて炎上する例である。あるいは、コンビニエンスストアでショーケースに入ったり、アミューズメントパークでの不法ないたづらを自慢したりといった、一線を越えた悪ふざけ・悪のりの書込みで炎上する例も数多い。

学生は、気の置けない友人と会話をしている感覚で、このような行為をソーシャルメディア上に発信してしまうことがある。特に、たとえば Twitter でフォロワーが友人等にとどまる少人数のみの場合など、軽い気持ちで書き込んでしまう例が後を絶たない。しかし、この書込みを見たフォロワーが面白半分でリツイート (RT: 書込みを引用した転送) したり、フォローしていない者がこのような問題のある書込みを発見して RT したりして、書込み内容が一気に拡散し、大きな騒ぎとなるのである。大学としては、本人に確認し、カンニング等の行為が認められる場合には、相応の処分を行うことになるであろう。

事例2: 学生 B は、自らのブログに、授業の指定図書の内容をすべて書き写し、また YouTube にお気に入りのテレビ番組の動画をアップロードしている。

これは、ソーシャルメディア上に、他者の著作権を侵害する内容の書込みをしてしまう事例である。デジタルの世界における複製容易性が、このような著作権侵害を容易に引き起こさせる理由となって

☆2 京都外国語大学マルチメディア教育研究センター村上正行准教授の取り組みについて、教育学術新聞 (2011年11月第2463号および12月第2464号) が紹介している (日本私立大学協会 Web サイトにて閲覧可能)。

☆3 たとえば、明治大学が積極的に取り組んでいる (<https://www.meiji.ac.jp/ubiq/itunesu/>)。

いる。同様の権利侵害としては、他者の写真等を掲載する肖像権侵害、芸能人等の写真等を掲載するパブリシティ権侵害、場合によっては他者の商標権を侵害する書き込み^{☆4}等も想定され得る。

事例 3: 学生 C は、Twitter (匿名アカウント) に、「例の性犯罪事件、被害者にだって落ち度があるだろう」と書き込み、賛否両論入り乱れ炎上した。

実際に同様の事例が発生したことがあるが、ポイントは、「書き込みの内容が違法でなくても炎上することはある」という点である。特に、(性)犯罪関係や、賛否両論があり得る論点については、比較的炎上しやすい傾向が存在すると思われる。かかる炎上状況においては、複数の攻撃者が当該書き込み者の過去の書き込みや別のソーシャルメディアのアカウントを分析し合うことで、書き込み者の個人情報特定し(前述の「集合知」)、場合によっては、「大学はどのような教育をしているのか」などという非難にまで展開することもある。

事例 4: 学生 D から、クラスメートたちが Facebook で作っているグループに私だけが参加させてもらえない、との相談が寄せられた。

ソーシャルメディア上でも、オフラインの現実世界と同様に、人間関係にまつわる問題が発生することがある。学生との関係では、いじめの問題を避けて通ることはできない。

また、学生間で、相手を誹謗中傷・侮辱したり名誉を毀損したりする書き込みや、悪質な例では相手方になりすまして淫乱な書き込みや個人情報を開示する書き込みをしたりするケースも想定される。

②教職員に関する事例

事例 5: 職員 E は、Facebook で、大学の就労環境の劣悪さについて強い不満を書き込んだ。

労働者の立場にある教員が、ソーシャルメディア上に、使用者である大学の労務問題、たとえば就労

環境上の不満等を書き込む事例がある。こういった書き込みは、場合によっては、執拗に大学側の特定の個人に対する攻撃を伴ったり、事実と反する内容を含んだりすることによって、大学にとっては名誉毀損や業務妨害として看過し難い内容であることもある。他方で、教職員の立場からすると、労働条件について自己の意見を表明したり、使用者を批判したりすることについては当然自由に行うことができるべきだ、という考え方をとることがあり得る。

米国では、労働者同士が労働条件について協議する権利は、ソーシャルメディア上においても保障されているという見解を当局(全国労働関係局)がとっており、ソーシャルメディア上への書き込みを理由として解雇等の不利益処分を行った使用者について、当該処分は同権利の侵害により違法・無効であるとして法的手続がとられる例が頻発している。

事例 6: 2ちゃんねるに、教授 F が研究論文の作成に際しデータを捏造している旨の匿名告発スレッドが立ち上げられた。

ソーシャルメディアは、内部告発の手段として用いられることもある。事例 6 の場合も、内部事情に通じた告発である可能性が想定され得る。

内部告発の可能性が疑われる事案で、大学等の組織が犯しがちな失敗は、「告発者探し」を始め、告発者に対し、告発を理由とした何らかの不利益な取扱い(書き込みを理由とする懲戒や左遷、あるいは口を利かない等の事実上の嫌がらせも含め)をしてしまうという事態である。正当な告発や公益目的に出た書き込みの場合、これらの不利益取扱いは違法行為となり得るし、組織に対する不信任・失望感を強め、多くの批判を呼んだり、やる気・士気を失わせたりする可能性もある。

事例 7: 男性教員 G が、Facebook で特定の女子学生に対してのみ友達申請やコメントを送っており、LINE でも執拗に食事に誘っていることが分かった。

^{☆4} たとえば、違法模造品や違法複製 DVD 等をオークションサイトや自己のブログ等を通じて販売する場合、権利者の商標権侵害を伴うことが多い。

ソーシャルメディア上でのセクシャルハラスメントもしばしば問題になる事例である。大学の場合、性的嫌がらせ以外でも、アカデミックハラスメント（アカハラ）と呼ばれる、学生や下位の教員に対する権力濫用による嫌がらせがソーシャルメディアを通じて行われることがある。

また、ハラスメントとまでは認められなくても、教員と特定の生徒がソーシャルメディアを通じて私的なやりとりをすることがどこまで許されるのかという、時には線引きが難しい問題も存在する。

③大学に関するその他の事例

事例 8：医学部が特定業者から医療機器を不当に高額で購入し、大学の担当職員がキックバックを得ていたことを糾弾する記事が週刊誌に掲載され、ソーシャルメディア上でも炎上状態となった。

大学に関する不祥事や事故が発生した際、大学としての危機管理・対応が問われるが、近時は、このような危機状況下において、ソーシャルメディア上でどのように対応すべきか、という視点が重要となっている。

大学がとるべき対応とは

❖大学におけるソーシャルメディアポリシー（ガイドライン）

ポリシーの重要性

企業において、役職員によるソーシャルメディアの利用に関する社内ルールとして、いわゆる「ソーシャルメディアポリシー（ガイドライン）」を策定する動きがここ数年でかなり広まっているが、これとまったく同様に、大学においても同様のポリシーを定める動きが起きている^{☆5}。

かかるポリシー制定には、次のような意味があると考えられる（図-3）。

- ①意識・リテラシー向上（うっかりを減らす）
- ②具体的場面を踏まえたルールや考え方の明確化
- ③既存のルール（例：就業規則）との関係を整理
- ④問題発生時の懲戒等による秩序維持
- ⑤より多くの人間が積極的にソーシャルメディアを活用するためのサポート

図-3 ソーシャルメディアポリシーの意義

特に、学生による前述事例1ないし3のような炎上等の問題を防ぐために最も重要なのは、②具体的場面を踏まえた分かりやすいポリシーを作成することにより、①学生のソーシャルメディアに関する意識やリテラシーを向上させるサポートを行う点である。友人同士の気軽な会話のつもりで書込みをすることが、いかに大きなリスクをはらむ重大な行為かという点や、著作権等の専門的事項について、分かりやすい言葉で具体例に基づく解説を行うことは、大きな意味を有する。

大学におけるポリシーの特殊性

なお、大学におけるポリシーについては、企業におけるそれとは異なる留意点がある。学生と従業員の地位の違いである。

使用者である企業に対し雇用契約上の労働者としての地位に立つ従業員と異なり、学生は特別な場合^{☆6}を除き、大学と雇用関係にはない。企業は、使用者として従業員に対し、企業秩序維持や業務の円滑遂行のための指揮命令権を有しているため、ソーシャルメディアの利用についても、従業員に対し、ある程度の命令・コントロールが可能である^{☆7}。これに対し、学生は、大学にとって授業料を払って通学してくれる“顧客”的な性格を有しつつも、大学の施設を利用したり授業を受けたりする点で大学としては一定の管理を及ぼす必要もある（未成年であるなど未熟な側面があったりする場合にはなおさらである）。このような学生としての特殊な地位に鑑みると、大学としては、企業のソーシャルメディアポリシーが通常、一定の違反には就業規則に基づく懲

☆5 Web上で「ソーシャルメディアポリシー 大学」というキーワードにより検索を行えば、公表されている多くの学校のポリシーを確認することができる。

☆6 産学連携プロジェクト等で大学が学生を雇用する場合などがあり得る。

☆7 とはいえ、ソーシャルメディアへの書込みは、企業や業務とは無関係の完全に私的なものでも炎上して企業に影響が及ぶこともあるため、企業の指揮命令権が及ぶ具体的範囲については判断が難しく、私的人格の強い部分についての強制力を持った策定には問題があるのが現実である。

戒処分もあり得るといふ体系的整理を行うのとは異なり、学生による利用を正に「ガイド」するためのルールを示すという基本的スタンスの方がより自然であると思われる。

また、学生は一般的には法的知識も持ち合わせておらず、社会的常識も十分とは言い難い場合があり得る。したがって、ポリシーはできる限り分かりやすく、かつシンプルなものとし、かつ、図表や具体例をふんだんに取り込む等の工夫が必要である。

一方、大学に特有なルールとしてあり得るのは、教員と学生との間のソーシャルメディア上での交流に関するガイドライン策定である。たとえば、米国ニューヨーク市は2012年、FacebookやTwitter等のソーシャルメディアを通じた教師と学生との不適切なやりとりについての申告の増加を踏まえ、教師はソーシャルメディアのアカウントを業務用と私用とで峻別すべきこと、生徒と私用アカウントでコミュニケーションすることは禁止されること、教師と生徒の間の業務用アカウントでのやりとりはすべてモニタリングされ、プライバシーの合理的期待は発生しないこと等をガイドラインで定めており、示唆に富む内容となっている^{☆8}。

❖ ポリシー制定後の取り組み

次にこのようなソーシャルメディアポリシーを制定した後に大学として何を行うべきか、という論点がある。この点は、企業の場合もまったく同様であり、立派なルールを策定したところで満足してしまうという対応となりがちな点に注意する必要がある。すなわち、学生や教職員にポリシーを十分に理解してこれを実践してもらうためには、継続的・定期的な研修等の取り組みを続けていくことがきわめて重要である。

ポリシーを策定するのみでその後このような取り組みを行わなければ、学生や教職員はポリシーを読んでもその本当の意味（炎上の危険性等）を十分に理

解できないかもしれない。そもそもポリシー自体を読みすらしない者も多数生じるであろう。結果として、事例として挙げたような問題が発生するリスクは高まり、大学自体が取り組みの不十分さを非難される、という事態も想定される。

また、ソーシャルメディアは日々新たなサービスやバージョンが生まれ、炎上等の事例も時々刻々と発生する。新たな情報に基づき、タイムリーでアップデートな内容の情報提供・研修を行うことによって、初めてポリシーが実際にその機能を発揮することとなる。

研修を行う場合も、クイズ・ゲーム形式や討論方式を取り入れたり、外部講師を招いたりするなど、遊び心や新鮮味を考慮した形を検討することが重要である。

❖ 内部告発への対応

事例6のような内部告発のケースにおいては、次のようなポイントに留意する必要がある。

まず、基本的発想として、「内部告発を組織に対する裏切りと、ネガティブに捉えるべきではない」という点が重要である。これまでさまざまな組織において、内部告発はその不正を糾すという公益、正義にかなう意義を発揮してきた。

もちろん、事実に反する内容をソーシャルメディア上に告発したり、個人を人格攻撃するなどの不当な目的による告発であつたりする場合には、大学として、このような書込みの削除のために法的手続をとるなどのしかるべき対応が必要となることもある。

しかし、まずは、内部告発は組織の不正を糾す情報の「宝の山」である、という意識を持ち、告発が真実であれば重大な事態となり得る内容の場合、たとえば第三者委員会を組織するなどの方法によって事実関係を徹底的に調査する等、真摯に対応することが重要である。

同時に、大学としては、「内部通報ホットライン」

☆8 ニューヨーク市の Web サイトで閲覧可能である
(<http://schools.nyc.gov/NR/rdonlyres/BCF47CED-604B-4FDD-B752-DC2D81504478/0/DOESocialMediaGuidelines20120430.pdf>).

や「ハラスメント相談窓口」等、学生や教職員等の大学内部からの通報や相談を自ら受け付けることのできる仕組みの構築が重要である。いきなりソーシャルメディア上に重大な事実関係が告発されて、大混乱の中で対応が後手に回ると、これらの情報提供ルートを設け、この利用を活性化することで、大学としてリスク情報に接するチャンネルを増やし、自ら早期に対応することで自浄作用を示し、適切な処分・対応や再発防止策をとるのとは、組織としてのダメージの差ははかりしれない。

実際、多くの大学がすでにこれらの通報・相談窓口を設置していると思われるが、かかる現状において重要なのは、実際にどの程度活用されているのか、仮に活発な利用がなされていないのであればその原因や問題点の有無・対策を客観的・専門的に分析することである^{☆9}。

❖危機管理の変容

事例8のようなソーシャルメディア時代の危機管理・対応においては、「圧倒的なスピード感」と「シェアの力」を理解することが重要である。従来型危機管理の王道は、情報を十分確認しながら、記者発表や会見といったタイミングをうまく設定して事態をコントロールするところにあったが、現在、従前と同じ時間的感覚で対応すると、会社からの対応や情報発信が遅すぎて、その間にTwitter等をはじめとして瞬く間に情報が拡散し、大混乱による損害すら発生しかねない。むしろ基本的には「即時に」ソーシャルメディアを通じて情報を発信していく、重要と考えられるソーシャルメディア上での問合せや批判等に対しては、1つずつ丁寧かつ誠実に対応していく、ということを経験とすべきである。

また、従来は苦情の電話に対する対応は当該電話主との1対1のやりとりでしかなかったのと異なり、ソーシャルメディア上でのやりとりは、他の多くのフォロワー等がこれを注視しており、またそれがRT等でシェアされて、より多くの人の目に触れ

る、という特徴がある。したがって、真摯かつ誠実に対応していれば、シェア等によりこれを目にした人々が、そのような組織の対応を評価し、むしろ組織を攻撃しようとする書込み側を非難する側にまわって、事態が沈静化することが少なくないのである。

現在大学が危機管理対応マニュアル等の対応ルール・手順を備えているのであれば、それがソーシャルメディア時代に対応したものとなっているかについて確認しておくことが重要である。

結語～リスクを踏まえた活用へ

以上のおり大学をめぐるソーシャルメディアのリスク想定事例とそれに関する対策や注意点を概括してきたが、何よりも強調されるべきは、これらのリスクを過度におそれてソーシャルメディアの活用を敬遠したり、教職員や学生による利用を制限したりする方向に進んではならない、という点である。教師・生徒間のソーシャルメディア上での私的なやりとりを禁ずる前述のニューヨーク市のソーシャルメディアガイドラインも、冒頭で、ソーシャルメディアは教育において強力なツールとなり得るものであることを明確にうたっている。本稿が、具体的なリスクの把握と対応策の一助となり、これらを踏まえた上での大学におけるソーシャルメディアの積極的・先進的活用につながっていくことが筆者の希望である。

(2013年11月15日受付)

● 結城大輔 yuki@nozomisogo.gr.jp

1996年東京大学法学部卒業、1998年弁護士登録、2010年南カリフォルニア大学ロースクール(LLM)卒業、2012年ニューヨーク州弁護士登録。のぞみ総合法律事務所パートナー。

☆9 特に、匿名での通報・相談ができる体制が整っているか否かは重要確認事項である。