

ソーシャルメディアと情報モラル



ソーシャルメディアにおける適切な情報発信のあり方

田代 光輝 Tashiro Mitsuteru 慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科 特任准教授
ネットを介した人と人のつながりのメカニズム、およびネットトラブル(炎上やネットいじめ)の予防方法について研究している。



情報媒体とは

1. 情報媒体(メディア)とは

ここ数年、特に情報媒体として、ソーシャルメディアが注目されるようになってきました。

情報媒体、カタカナ語でいえば「メディア」ですが、私たちが従来触れていたものは、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの広く多くの人に情報を伝える「マスメディア」です。その他にも、回覧板・タウンニュース・学校の壁新聞・校内放送など、狭く少ない人に情報を伝える「ミニコミ」と呼ばれるものもあります。

近代社会において媒体として長らく利用されてきた「電波」と「紙」の世界に、新しく入ってきた媒体がインターネット上のサービスである「World Wide Web(ワールドワイドウェブ、以下、ウェブ)」です。

ウェブは欧州の原子力研究機関によって、自分の論文を公開したり、他人の論文を取得したりする手段として開発されました。これが発展して、今はさまざまな情報を公開、取得することができます。

2. ソーシャルメディアとは

ソーシャルメディアとは、主にウェブを通じて、社会に広く事実を公表したり、自分の意見

等を^{てんぱ}伝播させたりすることを目的とした情報媒体です。

時折、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)と混同されることもあります。SNSは「人のつながりをネット上で再現、もしくは新しく構築する」ことを目的とするサービスです。ウェブ上では、情報は人のつながりを通して伝播することが多いため、SNSをソーシャルメディアとして利用する場合も多くあります。「同じサービスを利用した目的の違うもの」であるために混同されやすいと思われます。

ソーシャルメディアの種類と利用率

1. ストックとフローという概念

ソーシャルメディアにはいくつかの種類があります。分類を理解するためには情報学におけるストックとフローの概念を理解すると容易になります。ストックとフローという言葉は、元々は経済学の用語で、お金の流れ(支出や収入)であるフローと、たまったお金(貯蓄や資本)であるストックを元にしています。

ウェブには大量の情報が^{あふ}溢れています。日々、まさに秒単位で新しい情報が追加され、その大部分はウェブ上に蓄積されていきます。情報の

多さ・網羅性を重要視、つまり「ストック」させるのか、情報の新しさを重要視、つまり「フロー」させるのかで、ソーシャルメディアを分類してみましょう。

2. 情報をストックさせるための ソーシャルメディア

情報の蓄積である「ストック」を重要視するメディアとして有名なものがWikipediaを代表とする辞書・百科事典サービスです。日々多くの情報が更新・追加(もしくは削除)されています。しかし「どの情報が更新されたか」はあまり重要ではありません。調べたい知りたいと思った情報は、検索エンジン経由で閲覧され、参照されます。

同様に、法人のいわゆる「ホームページ」なども「ストック」を重要視するメディアの1つです。商品の案内や会社案内、理念、アクセス地図、問い合わせなどを蓄積し、公開します。情報の新規性は問われません。YouTubeなどの動画共有サイトも動画をストックし、それを共有することを目的としています。

ストック型のメディアは階層構造になっています。新しい情報は階層の中で「新しいページ」として追加されていきます(図1)。

3. 情報のフローを重視した「ウェブログ」

1990年代まではこの「ストック」がウェブ上の情報のあり方でした。ここに新しくフローの概念を追加したものが「ウェブログ(weblog)」、略して「ブログ(blog)」です。

ブログは、元々はアメリカの政治運動の中で広まった表現方法です。状況の変化に伴い、さま

ざまな意見や情報を広める手段として、新しい情報を別ページではなくて「ページの中の一番上に追加する」という手法が確立しました(図2)。これにより、1つのページを見ていれば最新情報が分かるというメリットと、1つのページをスクロールすることで過去の情報も参照でき、より議論が深まっていくメリットがあります。2001年に発生したアメリカ同時多発テロでは、マスコミの情報が混乱するなか、市井の人がブログで情報を発信し、マスコミをしのぐほどの情報媒体として成長していきました。

その後、文章を書くのは大変ということで、文字数を制限したブログがはまりました。ミニブログと呼ばれるサービスで、Twitterが代表的なサービスです。中国版のTwitterは「微博」といい、名前のとおり「微」=「ミニ」「博」=「ブログ」です。

この「新しい情報をページが一番上に追加する」という手法は、その後のさまざまなソーシャルメディアに利用されています。

4. 人と人の「つながり」を利用したSNS

人と人のつながり(社会的ネットワーク)を促進するためのサービスがSNSです。SNSの多くは見せ方の手法としてブログの概念を利用しています。

SNSでは、お互い承認し合うこと、もしくは一方的に選択した複数のアカウントの到着情報を1つのページに「ブログ的」に表示してくれます。そのページを見ていれば、友人が関心を示した事柄や友人が感動したこと、友人が疑問に思った社会時事ニュースなど、友人達の最新

図1 ストック型の概念

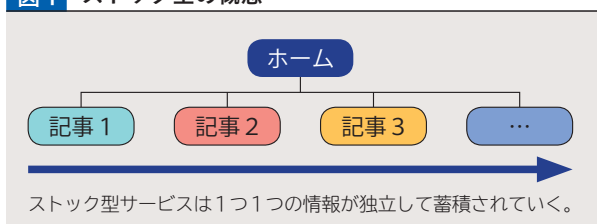


図2 フロー型の概念



情報を得ることができます。SNSとしてはFacebookやmixiなどが有名です。

Twitterはミニブログに分類されますが、フォローする情報を「人(アカウント単位)」にすることでSNS的な使い方も可能になりました。

その他、人と人のつながりを通してメッセージをやり取りするLINEなどのメッセージングアプリや、食べログなどの商品やお店の評価を共有する情報共有サイト、はてなブックマークのようにブックマークを共有するサービスなどもソーシャルメディアだとされています(表)。

5. ソーシャルメディアの利用率

総務省による『平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』では、日本のソーシャルメディアの利用率は、双方向性のあるものはLINEが55.1%で1位、Facebook、Twitterが28.1%、21.9%と続きます。双方向性があるものの、基本的には関

覧が主である動画サービスは、YouTubeが65.1%で圧倒的なシェアを占めています(図3)。

どのようなトラブルが多いか

1. 金銭的なトラブル

ソーシャルメディアの利用に当たって、最も気をつけなければならないのが金銭的なトラブルです。ソーシャルメディアの拡散力を使って詐欺行為が横行しています。

直接的な詐欺行為もありますが、典型例はソーシャルメディアを通じて連絡を取り、巧妙に詐欺に誘導する行為です。詐欺グループはSNSに偽のアカウントを作り、セクシーな女性やカッコイイ男性の写真をプロフィールに載せ、多数の人に友達申請をします。申請を許可してくれた人に対して、SNSのメッセージ機能を使って会話を始めます。ある程度会話が進んだところで「このメッセージを見て恋人が怒っている」など、状況が変わったことを伝えます。そして「別SNSなら見つかることはないから、登録してほしい」と、特定のSNSに誘導します。

しかし、そのSNSはメッセージを1回送るために10～100円が必要になります。友達申請を受けた人は仲良くなった女性・男性と会話したいという衝動から、1日何通もメッセージをやり取りしてしまい、毎月数万円も請求されるという被害にあいます。2013年に摘発された詐欺集団は、芸能人をかたり、あたかも芸能人本人とメッセージをやり取りしているような詐欺を行っており、被害総額は100億円を超えるという大規模なものでした。

2. 技術的トラブル

また、ソーシャルメディアの拡散力を利用して、スマートフォンやパソコンにウイルスを送信・感染させ、金銭をだまし取る詐欺も横行しています。

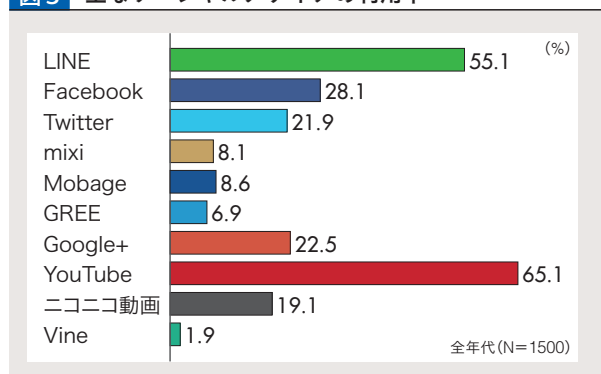
詐欺グループは、ソーシャルメディア上で「ここだけしか得られない裏情報」「あの芸能人のう

表 ソーシャルメディアの種類

種類	サービス例
ブログ	アメーバブログ、ココログ、Seesaa ブログ、ライブドアブログ
SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)	Facebook、Twitter、mixi、Instagram、LinkedIn
動画共有サイト	YouTube、ニコニコ動画、ツイキャス、Vine
メッセージングアプリ	LINE、WhatsApp、Viber、WeChat
情報共有サイト	価格コム、食べログ、クックパッド
ソーシャルブックマーク	はてなブックマーク

『平成27年版 情報通信白書』(総務省)より

図3 主なソーシャルメディアの利用率



『平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』(総務省情報通信政策研究所)より

わさの真相」などの偽記事を載せ、それを見るためには特定の操作が必要であると誘導をします。その操作の中にウイルスに感染させる操作を紛れ込ませます。ウイルスの役割は2つあり、その人から金銭を搾取することと、その人の個人情報^{さくしゆ}を抜き取ることです。

金銭の搾取については「あなたは有料情報を利用しました。情報の利用料を振り込んでください」というメッセージを表示し、直接金銭を搾取します。

個人情報は主にSNSに登録された名前、連絡先、所属、出身校や趣味嗜好^{しこう}、友人関係などです。多くの人の個人情報を抜き取り、その情報を販売することで利益を得るほか、連絡先や友人関係の情報をもとに、新たな詐欺を仕掛けるなどに利用し被害を広げています。

3. コミュニケーションのトラブル

金銭的なトラブル以外にも、ソーシャルメディアの拡散力が引き起こすトラブルがいわゆる「炎上」です。炎上はさまざまな定義がありますが、不特定多数からネット上で非難されたり嫌がらせをされたりするトラブルです。

例えば、友達と楽しく遊び、写真をソーシャルメディアに載せます。それが本来入ってはいけない場所、いけない時間だとしたら、どうなるでしょうか。ソーシャルメディアはその拡散力で1人、2人と伝わっていく間に、多くの人の目に触れることになります。これは違法である、これは道徳的におかしいとなれば、その行為への非難が殺到し、揚げ句の果てには当人への嫌がらせが始まります。

未成年者による飲酒や喫煙、キセル乗車や万引きなどの違法行為だけではなく、食べ物を粗末にする、弱者を差別する言動、広域災害における不謹慎な言動など、炎上の理由はさまざまです。特に後者の「モラル」に起因するトラブルは「違法」ではない分、白黒がはっきりしないため、正しいか正しくないかの議論を呼び起こし

やすくなります。そのため炎上トラブルが長期化する傾向があり、被害が広がります。



トラブルが繰り返される理由

1. インフルエンザのような拡散力

なぜそのようなトラブルが繰り返されるのでしょうか。

1つ目はソーシャルメディアの拡散力によります。詐欺グループはソーシャルメディアの拡散力を利用して、まるでインフルエンザのように、被害を広げていきます。その被害は国境をまたぎます。2010年に摘発された電子メールを利用した詐欺グループはロシアが本拠地でしたし、2017年に問題になった無料漫画サイトはウクライナ等にサーバーがありました。どこでも誰でも、そして、どこからでも被害者・加害者になるということはまさにソーシャルメディアの拡散力によるもの、といえます。

2. ストックとフローを意識しない利用

2つ目は、ストックとフローを意識しない使い方をしていることです。特に炎上トラブルはこの典型例といえます。多くの炎上被害者は、ソーシャルメディアを「フロー」として利用しています。その時々感情に合わせて、美しいと思った景色、おいしいと思った料理、楽しいと思った行為、面白いと思ったハプニングなどを、都度公開しています。しかしそれはサービス上に「ログ」としてストックされていきます。さらにデジタルデータは複製や配布が容易です。何げなくアップした写真が、誰かに保存されて、悪意をもって複製され、配布されてしまうリスクがあります。



トラブルにならないための注意

1. リスクをいかに抑えるかを考える

このようなトラブルに関して、リスクをゼロにすることはできません。スマートフォンを利用し、ソーシャルメディアを利用している以上、

何らかのリスクは残ります。安全工学では、ゼロリスク(100%の安全)は存在しないとされています。

リスクは、いかに抑えるかということが重要であり、「リスクが受容されるレベルまで抑えられている状態」を「安全」といいます。

2. 公開範囲を限定する

最も基本的な対策として、個人が情報発信するならば、公開範囲を「友達まで」の限定公開にすることです。ソーシャルメディアの拡散力を友達の範囲でとどめることで、不要なトラブルに巻き込まれるリスクを抑えます。TwitterやFacebookなどの主なツールには公開範囲を限定する機能が付いています。自身が政治家や芸能人、学者であるなど、広く意見や事実を伝える必然性があるなら別ですが、いわゆる普通の生活をしている人であれば、すぐに自身のソーシャルメディアの公開範囲を限定しましょう。

またその場合、見知らぬ人から友達申請をされても、安易に承認しないようにしましょう。見知らぬセクシーな女性やイケメンの男性には要注意です。

3. フローとして使いたいなら「揮発性」に

あえてソーシャルメディアを公開範囲を限定せず使う場合、フローのメディアは揮発性になるとリスクが下がります。揮発性とは、一定期間が過ぎるとログが消える機能です。数秒から数分で消えてしまうように自動設定されているサービスもありますし、Twitterなどは外部連携アプリを使うことで、過去のつぶやきをすべて消すことも可能です。

1週間に1回や1カ月に1回、過去の記事を消す、もしくは公開から非公開に設定を変えるだけで、過去の記事が炎上してしまったり、過去の記事をきっかけに詐欺グループからアプローチを受けたりするリスクを下げることができます。

4. その情報発信は本当に必要かを考える

そして、そもそもの問題として、その情報発信は本当に必要かを考えてみましょう。もっと言うならば、その情報を発信したことで「あなたの人生が豊かになるか」を考えてみましょう。

楽しい、おいしい、うれしい、面白い、という感情に流されて、見知らぬ誰かを傷つけていないか。自分では正しいつもりでも、違う価値観を持った人がいるのではないか。ソーシャルメディアは拡散力があります。自分が思ってもいなかった人にその情報が届いてしまうこともあります。

特に、時事問題、中でも政治に関する話題は、そもそも賛否両論あるため、政治課題になり、議会での議論を通じて政策として反映されることもあります。議論そのものは民主主義社会において重要な過程ですが、政治的話題は論争に発展し、思わぬ反発を招きます(だから普通に暮らしている人は、投票の秘密が守られ、選挙を通じて自分の意見を社会に反映します)。

正しいから、社会を直したいから、という意志は重要ですが、しっかりした準備と、ほんの少しだけ違う意見の人への配慮をすることで、反発だけではなく、有益な議論に導くことが可能です。

トラブルになってしまった場合の対応

トラブルに巻き込まれてしまった場合はどうしたらいいでしょうか。金銭を搾取されてしまったら、直ちに警察に相談してください。搾取に至らずとも、トラブルになりかけたら消費生活センター等に相談することも有効です。

また炎上などのコミュニケーション上のトラブルであれば、弁護士などの専門家に相談して対応しましょう。特に炎上から発展した名誉毀損^{きん}やプライバシー侵害の被害などが多くなっています。これらは弁護士を通じて対応してもらうのがベストです。