

ソーシャルメディアの時代

— ネット炎上・ネット世論の構造 —

木村 忠正

【略歴・所属】

ニューヨーク州立大学バッファロー校大学院人類学Ph.D.、プログラム修了
Ph.D. (文化人類学)

現在、立教大学社会学部メディア社会学科教授

【専門】

CMC (Computer-Mediated Communications) 研究、情報社会／ネットワーク
社会論、ハイブリッド・エスノグラフィー、文化と認知・認知人類学

【主著】

『デジタルデバイドとは何か』(岩波書店、2001、日本社会情報学会優秀文献賞、
電気通信普及財団テレコム社会科学賞)

『ネットワーク・リアリティ』(岩波書店、2004年)

『デジタルネイティブの時代』(平凡社、2012年)

『ハイブリッド・エスノグラフィー— NC (ネットワークコミュニケーション)
研究の質的方法と実践』(新曜社、2018、社会情報学会優秀文献賞)

他多数

1. ソーシャルメディアの時代へのアプローチ

皆さん、こんにちは。今、ご紹介いただいた木村と申します。私は、もともと文化人類学を専門として、学術的訓練を受けました。通常、皆さんは人類学に対して、アマゾンだとか、あるいは東南アジアだとかをフィールドワークする、というイメージがあるかもしれませんが、私の場合には、もともと「認知人類学」といって、ヒトがモノを認識したり、言葉を使って概念や意味を操作することが、文化とどのように関係しているかに関心がありました。そこで、アメリカに留学していた博士課程時代には、

小児科で、医師と患者である乳幼児と母親がどのようにコミュニケーションし、「病気になる」という社会文化的出来事を構成しているかといった研究をしていたのです。

転機は1993年ごろ。皆さんの生まれるずっと前ですが、そのころインターネットと出遭いました。サイバースペースが、人類にとって新しい社会文化的活動空間であり、サイバースペースをフィールドとして調査研究することは、人類学にとって新たな挑戦だと思いました。そこで、それ以来、文化人類学、社会学を基盤として、インターネット研究に取り組んできたのです。

人類学はヒトの社会文化を多面的に研究する領域なので、私のインターネット研究も、政治、行政、政策、制度、経済、社会、心理、文化と多元的ですが、主としては、次の3領域に分けることができると思います。まず、社会的富の産出、流通、分配がインターネットの発展とどのように関係しているか、「デジタルデバイド」を鍵概念とした産業社会の歴史的展開という観点からの「ネットワーク社会／情報社会」研究です。第二に、ミクロの観点から、メディアを媒介とするパーソナルコミュニケーションに関する研究（とくに、CMC (Computer-Mediated Communications) 研究と呼ばれる分野)で、とくに、「デジタルネイティブ」(およそ1980年生まれ以降、高校・大学時代からデジタルネットワークに親しみ、積極的に利用する世代)に関して、実証的な調査研究を積み重ねています。最後に、「ネット世論」形成研究で、ここ数年は最も積極的に取り組んでいる領域です。大量のネット投稿データの分析とアンケート調査を組合せるとともに、認知人類学の関心を活かして「道徳心理学」に関する議論を参照し、「ネット世論」を「公正さ」「正義」を巡る争いという観点から解明しようとしています。

今日の講義タイトルは、「ソーシャルメディアの時代」としました。私が所属しているのはメディア社会学科というところですが、メディア社会学科というものの自体、恐らく5年ぐらい前までの学生さんにとっては、いわゆるマスメディアを対象とするものだったと思います。ちなみに、皆さんはメディアと聞いて、インターネットのソーシャルメディアよりも、テレビとか新聞のマスメディアを先に思い浮かべますか。(学生に挙手を促す) やっぱりソーシャルメディアのほうが若干多いですね。

皆さんは、中高生からスマホを使い、SNS、動画サイト、ブログ、掲示

板などを駆使するソーシャルメディアネイティブだと思います。そこで、「デジタルネイティブ」の観点から、まずは、「ソーシャルメディアの時代」がどのように形成されてきたのかを概観します。それを踏まえ、「ネット世論」研究の観点から、ネット社会の在り方を分析し、紹介したいと思います。そして、皆さん自身にも直接関係するかもしれない「炎上」現象が、「ヘイトスピーチ」や「ネット世論」と、「正義」や「公正」を巡る争いという点で、類似していることを理解してもらい、人びとのネットでの言動の背後にある情動について認識し、皆さん一人一人が、インターネット、ソーシャルメディアとうまく付き合う参考にもしてもらえたらと思っています。

2. 日本における情報ネットワークの発展

まず初めに、世界全体で情報ネットワークがどのように変化してきたのかをみてみましょう。皆さんにぜひ覚えておいてほしいのは、皆さんが生まれる前は、通信手段といえばほとんど家の固定電話しかありませんでした。携帯電話なんかもないし、インターネットなんていうものもない。私は人類学が専門なので、つい人類という単位でものを考えてしまうわけですが、私たちの現生人類であるホモ・サピエンス・サピエンスは、10万年中の9万9950年、すなわち大半をインターネットも携帯電話もなしで生活してきた人たちなわけです。もともとそういう生物なんです。

それが皆さんが生まれ落ちる2000年前後から、2014年には世界全体で移動体通信の加入契約者数が70億になった。あくまでも契約数なので1人で複数台持っているような人もいますが、世界中で1人1台以上移動体通信を持つようになったのです。インターネットの契約も、恐らく30億から40億になり、急速に変化を遂げています。

では、日本の場合を考えてみましょう。1995年に阪神淡路大震災がありましたが、この震災を機に、人びとは固定電話より携帯電話のほうがつながりやすいと思うようになり（実際には加入者が増えれば携帯でもつながらなくなるわけですが）、携帯電話の契約者がずっと伸びていきます。そして、2000年代になると、有線でのブロードバンド（高速ネット接続）と、ガラケーでインターネットに接続できる技術革新の波がやってきます。さらに、2010年代になるとiPhoneに始まるスマホ、無線ブロードバンドの波がきます。皆さんが生まれるころから、一気にネット系の技術が社会に

普及して、なおかつ5年ぐらいでどんどん変わっていきます。

インターネットが普及し始めたころは、画像や動画なんて簡単に利用できませんでした。テキストベースで私たちは生活していたんですね。例えば、2ちゃんねるで「アスキーアート」といわれる、文字を使って図画的に表現する技術がありますが、皆さんいろいろ工夫していたわけです。

そして、2010年代に、皆さんが中学生、高校生、大学生になる過程で普及してくるのがスマートフォンです。皆さんがまだ小学生のころは、インターネットに接続するときにパソコンかガラケーを使ったと思うのですが、ガラケーでのインターネット利用率が急速に落ちて、スマホになってくるわけです。皆さんは恐らくスマホネイティブというか、スマートフォンを中学生ぐらいから使っていると思います。

皆さんの世代は、ある意味で非常に大きなテクノロジーの変化の中で生まれてきた人たちだと思います。今、70代から80代の人の場合、恐らくスマホを知らずに亡くなっていく方も大勢いるわけですね。そういうものすごい変化のただ中で皆さんは生まれてきて、育ってきているということ、一つ念頭に置いてもらえるといいと思います。人はみな自分たちが使っているものは当たり前だと思うわけですが、当たり前じゃない部分があるということです。

さらに、2000年代半ばぐらいから、ここ15年ぐらいずっと普及してきているのがソーシャルメディアといわれるものです。ブログとかソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）とか知識共有サイトとかYahoo!知恵袋などですね。YouTubeやソーシャルブックマークもそうです。

立教大学の社会学部が、今年から自由選抜入試として「自考力入試」というのを始めたんですね。そうしたら、Yahoo!知恵袋に質問が載っていて、「立教の自考力入試を受けたいと思うんだけど、何を志願書に書いたらいいかわからないからアドバイスをください」というのがあって、それに対して、返事というかコメントが付いたりしているんです。また、少し前に京都大学で、試験中に入試問題をYahoo!知恵袋に載せて、回答を求めるといような不正が発覚したことがありましたが、そういうのが起きるのは皆さんの世代ぐらいからの現象です。

利用者がテキストや写真などを作って発信して共有すると、これがリアリティーになります。例えば、皆さんにとっては、ここ1カ月ぐらいでTwitterやインスタなどでバズるものがたくさん出てきて、そのバズるも

のが皆さんにとっての現実なわけです。でも、恐らく皆さんの中で話題になったことの大半は、私はほとんど知らないと思うんですね。

逆に「血液クレンジング」というのが最近話題になっているのを知っていますか。一部の芸能人が宣伝塔になって、採った血液をオゾンで少しきれいにしたあとに戻すということをやっている。ただ、それは全然効果がないにもかかわらず、美容整形外科が儲けのためにやっているという話です。私のタイムラインの一部ではバズっているんですが、それは私が見ている世界でしかない。

恐らく、マスメディアに乗らなければ、大半の人が知らずに過ぎていく。だけど、一部の人たちにとっては、ものすごいリアリティーを持って語られていくということが起きるようになっていきます。特に、ソーシャルメディアであるLINE、Twitter、Instagram、FacebookなどのSNS、2ちゃんねるとかWikipedia、アメーバブログ、YouTube、ニコニコ動画などですね。

例えば、YouTubeは2005年に始まったもので、まだ15年もたっていないサービスです。しかし、すでに世界で何億人という人が利用していて、場合によっては、「独裁政権を倒す」といった主張のときにも大きな役割を果たすようになっていきます。また、Facebookも、一般公開は2006年ですが、すでに10億人以上のアカウントがあります。iPhoneも2007年からなので、まだ12年しか経っていません。

人類の社会というのは、テレビなんかもそうですが、いったん普及するようになると、もう数年で社会に普及してしまうわけです。飛行機もそうですね。ライト兄弟の初飛行（1903年）から、第一次大戦で実際に軍用機が活躍するまで、技術革新が驚くべき速さで進展します。

しかし、皆さんが生活の中で使うTwitterやインスタは、40代以上の人はほとんど使っていないんです。総務省の統計では、40代以上になると利用率は10%にも満たない。それが20代後半とか10代後半になると、7割ぐらいが利用している。つまり、世代によって使っているものも、見ている世界も異なってきているのが、今の社会の在り方ではないかなと思います。

3. 社会的アジェンダとなった「ネット炎上」

ソーシャルメディアが普及していく中で、一つ大きな社会的問題になってきたのが「炎上」、あるいは「祭り」と呼ばれる現象です。2ちゃんね

るの掲示板やブログのコメント欄に批判的な書き込みがあったり、メールが殺到したりする現象のことです。

もっとも初期の例として、2ちゃんねるのアスキーアートであった「ギコ猫」を、タカラ（現在はタカラトミー）が商標登録しようとして出願した件があります。これを2ちゃんねらーがものすごく怒って、抗議のFlash動画を作成したり、抗議メールや反対署名が起きて、タカラは商標登録の申請を取り消すという事態になりました。

それから、2006年にホリエモン（堀江貴文氏）がlivedoorという会社でフジテレビを買収しようとして、結局失敗するとともに、証券取引法違反で逮捕される事件が起きます。また、楽天の三木谷氏はTBSと横浜ベイスターズを買おうとして、彼もやっぱり敗れました。

この当時はまだ、ネットメディアに対して、テレビメディアが強いというところがやっぱりあったわけですね。ホリエモンさんのブログに対して、批判コメントが1万件以上殺到して、ここからブログが「炎上する」という言葉が使われるようになります。また、乙武洋匡さんが秋篠宮家の男児出産に関して、やや不用意な発言をブログでしてしまって、コメントが殺到するという事態も2006年に起きてくるわけです。こういうのも皆さんはあまり知らないと思いますが、ググってもらえばすぐに出てきます。

ここで、広告費の推移についてみておきましょう。広告費の推移を見ると、実はメディアの力関係の変化がとてもよく分かります。日本における広告費は、2007年には全体で7兆円を超えていました。7兆円のうち、テレビが2兆円、新聞が1兆円です。テレビと新聞は、民間企業にとって自分の商品・サービスを皆さんに知らせるための大きな媒体であり、マスメディアはやはり社会をコントロールしてきました。私たちの現実をつくり上げるといふ力を如実に持っていたわけです。一方で、この当時のインターネットは、6,000億円。これでもすでに破竹の勢いで伸びていたんですが、この段階では、インターネットが新聞を超えるのはまだ先だろうと私自身は思っていました。

ところが、この翌年にリーマンショックが起きます。この国際金融危機で、一気に新聞に対して企業はお金を出さなくなります。テレビも大きな傷を負うというか、1割以上売り上げが落ちます。15%ぐらい落ちちゃうわけですね。それによってテレビの制作費はどんどん削られました。

その後、インターネットの広告費は、2010年に新聞の広告費を超えま

す。また、2018年に、グローバル市場ではインターネットの広告費がテレビの広告費を超えました。日本でもほぼ同じで、今年は明らかにインターネットのほうがテレビよりも広告費が多くなることは間違いありません。

ただ、テレビや新聞は絶対にこのことを報じないわけです。マスメディアにとってソーシャルメディアは都合が悪いわけですから、このことを一切報じることはない。なおかつ、インターネットを利用しない、60代や70代の人たちは、そういうことを知らないままに生きていきます。そのため、相変わらずテレビから情報を得て生きていくという話になります。

では、なぜ新聞はこのように急激に落ちたのでしょうか。全国紙の一面広告といたら、ものすごいインパクトがあって、広告の媒体としてとても価値がありそうに思いませんか。これまで、読売新聞や朝日新聞は、数百万から1,000万部ほどの売り上げがあったわけです。それが、リーマンショック以後、2018年には半分以下になってしまいました。

これは、インターネットでは、誰が何をみて購買に至るか、ということがよく分かるからです。新聞は、新聞に広告を打ったところで、その新聞の広告を見て本当に買うのかどうかということが一切分からない。誰が、いつ、何をみて、どうしたかということが、新聞では絶対分からないわけです。その意味で、新聞とインターネットでは、広告媒体としての価値が圧倒的に違うわけです。

さらに、「ヒートマップ」という技術も知っておいてもらうとよいと思います。皆さんがスマホでどこをサーチしたか、どうスワイプしたか、何をクリックで押したか、ということがデータ化される技術です。加えて、カメラの技術が進むというのは、皆さんの視線を追いかける技術が進むことを意味します。

Amazonは、Kindleでどこが読まれたかということを識別しています。このとき、多少の誤差はありますが、実際に読まれたものを計算して、その推計に応じて著作権者に著作権料を分配するという仕組みをとっています。ダウンロード数ではないんです。こうしたことは、テレビや新聞では全くできない話なので、世界全体でインターネットが広告媒体として従来のマスメディアを超えてしまったわけですし、日本の場合でも恐らくそうなるだろうと思います。

皆さん自身はすでにスマホネイティブの人たちなので、従来型のマスメディアとは異なる世界を生きているという点がプラスの面ではあります。

ただし、日本の場合は、私を含めて、私ぐらいの年齢から上の世代は、デジタルネイティブではなくて、デジタル移民です。そのあたりの世代間ギャップが潜在的にかなり大きいのではないかと考えています。

ネット炎上の話に戻りましょう。2010年代は、ネット対マスメディアの対立がずっと起きてきました。その一つの象徴的な出来事に、「毎日新聞英文サイト変態記事事件」があります。また、2007年あたりから「炎上」がタイトルに付いた本が出版されるようになりますが、2016年には『ネット炎上の研究』という、ネット炎上に関して体系的にまとめた本が出ています。ただ、これまで出版された本は、どちらかという与企业向けであり、炎上に対して企業がどのようにリスク管理したらよいか、といった視点から書かれているものが多いといえます。

ところで、2007年あたりから、ネットの「炎上」や「祭り」というものが問題になり、社会的な議論を呼ぶようになったのは、やはりSNS拡大の時代と一致しているところがあります。2010年代は、特にLINE、Twitter、FacebookなどSNSが拡大しています。Facebookの創始者であるザッカーバーグがうまかったのは、実名登録をさせることで、さまざまな個人情報を取得することに成功したという点です。それによって広告を出しやすくなります。ターゲットがどの地域に住んでいて、どんな学歴を持っている、どういう交遊関係があるのか、ということ、細かく分析することができ、それこそがFacebookの強みなのです。

Googleトレンドでは、検索注目度というものを検索することができますが、このGoogleトレンドで見ると、ネット炎上という用語の検索は、2006年ぐらいから徐々に行われていきます。その中で、他にもどのようなものが検索されているのか調べてみたところ、「バカッター」という言葉の検索度合いが圧倒的に高いことにとっても驚きました。「ネット炎上」というのは、それなりに検索されていますが、すでに「バカッター」という用語がかなり検索されていて、なおかつ、バカッターが上がるころには、「バイトテロ」という用語と呼応するところがあります。

例えば、Twitterで炎上が拡散する、という現象が2000年代半ばから起きてくるわけですが、今から4年前の2015年は、検索注目度の1位が「異物混入」でした。「異物混入」とは、マクドナルドなどの食べ物に、ビニールひもが入っていたり、入れ歯の歯のようなものが入っていたりした事件です。また、当時は安保法案関連で、SEALDsも注目されています。

さらに、東京オリンピックのロゴの問題で、デザイナーの人が大炎上してしまった、という事態もありました。

このような状況を見ていて、私はつくづく思いますが、やはりスマホというのは、とにかくニュースのサイクル自体を、365日、24時間に変えてしまったということです。それまでは、結局アナログの時代で、朝のニュースと夜のニュース、朝刊と夕刊といった形でサイクルができていました。それが、今では目まぐるしく変わっています。かつては、4年前というのは、まだ新しいという感じがありました。しかし、社会全体のサイクルが圧倒的に速くなり、私たちをどんどん忘れさせる。少し前の出来事も、遠い昔の出来事になってしまうという事態が起きるようになってくるわけです。

Twitterの普及とともに、炎上が活発化してくるという流れがありますが、もちろん炎上はTwitterだけに特有のものではなく、2007年あたりのニコニコ動画でも、すでに同じような事態は起きています。また、mixiの日記に投稿された内容が、2ちゃんねるで話題になることで、炎上につながるケースもあります。

そして、2013年にバカッターとバイトテロが大きく出てくることになります。その一つに、大学生が巨大遊園地でいろいろなアトラクションの運行妨害をしたということがありました。例えば、Twitterで虚偽のレントゲン写真をあげて、あるアトラクションに乗ったときにぶつかって骨折した、とツイートしたりしました。また、ジュラシックパークのボートの上に乗っている写真をあげたりして、営業妨害とも取れるような写真を堂々と出してしまいました。

Twitter上でこういったツイートが行われると、今度はそれらを懲らしめようとする動きが出てきます。「ネット自警団」と言われる人たちです。今年、関西で小学校の教員が別の教員からいじめにあっていたというニュースがありましたが、そのときに加害者側のプライバシーを徹底的に暴いてやろう、という人たちが出てくるわけです。

インターネットの怖いところは、昔のことを今検索しても、検索すれば出てきてしまうということです。いったんネット上にあがると、なかなかその全部を消し去ることができなくなります。それを「デジタルタトゥー」という言い方をすることがあります。

2013年の6月、高知市内のローソンで従業員が冷凍ケースの中に寝そべ

るという写真がFacebook上に載りました。それが7月にTwitterで拡散します。そうすると、似たようなことをやる人たちが出てくるわけですね。外食産業で、アルバイトの人が冷蔵庫の中に入る。なぜかアルバイトの人は冷蔵庫に入りたがるみたいですね。そして、その写真を撮っては、Twitterにあげるわけです。彼らにとっては、自分の身の回りの何となく悪ふざけでやったネタなわけですが、インターネットというのは「公衆の面前」なわけですね。桜上水の駅前なわけです。皆さんも、SNSに投稿する際には、「(投稿する行為と同じ行為を) 桜上水駅前で行えますか」と自問してもらえるといいと思います。

同じく2015年の8月には、宅配ピザ店でピザの生地を顔に貼り付けるという写真があがってくるなど、さきほどのバイトテロやバカッターというものが急速に出てくるようになりました。ほかにも、2015年には、都市銀行に勤務しているお母さんから、俳優やタレントが来店したという情報を聞いた娘さんが、Twitterでそれを報告してしまったということもあります。

その後、2018年から2019年は、インスタに舞台が移っていきます。2013年から15年は基本的にTwitterでバカッターという言葉が普及したわけですが、2018年から今年にかけて、Instagramでいろいろな事件が起きています。Instagramのストーリーなどを使って、さまざまな動画があがるようになり、Instagramをもじれば、「バカスタグラマー」といった不祥事が出てきました。大学生の皆さんは、こういう事態にどうしても巻き込まれる可能性があるので、注意してほしいところです。

4. インターネットとレイシズム

社会的に見て懸念すべきもう一つの問題は、嫌韓・嫌中活動の問題です。在特会と呼ばれる「在日特権を許さない市民の会」という団体が、2007年に活動を開始して、ヘイトスピーチを行うようになり、その様子がインターネットの動画サイトに頻繁に載るようになりました。すでに「動画は削除されました」あるいは「アカウントが凍結されました」となっていて、今は見ることができなくなっていますが、2～3年前までは普通に閲覧できる状況が続いていました。

国際人権規約では、戦争のための宣伝はいかなるものでも禁止する、と規定されています。また、差別、敵意、暴力の扇動となる国民的、人種

的、宗教的憎悪の唱道を禁止しています。つまり、国によって差別してはいけないということです。国や人種で差別してはいけない。また、宗教によって差別してはいけない。

とはいっても、嫌悪は嫌悪を生んでしまうところがあります。例えば、「最近の韓国はひどいじゃないか」と思う人たちも当然いるわけですね。そのことについては、後半で私なりの説明を行いたいと思います。

ここで、ヘイトスピーチと関連した抗議デモについてみておきましょう。2011年に、フジテレビでは韓流ドラマを放送し過ぎではないか、という意見が出るようになり、8月に「お散歩」という形でお台場でデモが行われました。主催者発表では参加者は2,500人、『週刊新潮』によると600人でした。

安保関連法案が問題になったときも、国会議事堂前に集まった人は大勢いましたが、日本社会では、通常、政治的な示威行動は稀です。ところが、普段はそうした示威行為は行わないだろうと思われる人たちが、数百人、数千人とお台場に集まったという事態が、私にとっては結構ショックで、またとても興味深いわけです。何が彼らをここまで駆り立てるのか、と。彼らを「ヘイトだ、止めろ」と責めても仕方がないところもあります。そのことについても、また後で説明します。

2015年に高史明さんが『レイシズムを解剖する』という本を出しました。この本は、Twitterのコリアンに関係するツイートを体系的に10万以上収集し、分析を行っています。彼の研究では、これらのツイートをを行った4万3千の投稿者IDのうち、8割近くは1ツイートだけです。一方で、100回以上ツイートしているのは全体の1%でした。コリアンに関係したツイートが全体で11万ほどあるうち、上位50IDで8分の1を占めています。

インターネット上には過激な言葉がたくさんあり、「あおり」や「釣り」といった激しい言説が渦巻いているように見えますが、それはごく一部の人たちが繰り返し行うことで、強い印象を残していきます。実際には大半の人はそこまで過激ではないということを十分に認識しておく必要があるでしょう。

同じようなことが、田中辰雄・山口真一の『ネット炎上の研究』の中でも議論されています。2014年のネットモニターを対象とした調査では、1度だけ書き込みをしたことがあるという人は0.5%で、2度以上が1%で

す。合計でも1.5%なわけですね。

この調査はインターネット調査であり、ネットヘビーユーザーによる回答が多いため、若干補正すると、日本人全体の1%ぐらいがそういう書き込みをするのではないかと推計できます。さらに、田中と山口は、過去1年間に炎上に参加している人を「現役炎上参加者」と定義して、その参加者の割合を見てみると、実際には200人に1人ぐらいしか炎上には参加していません。つまり、199人は炎上には参加していないということです。

日々、何かの炎上が起きて、バカッターが大衆の面前にさらされ、袋叩きにあっているような感覚になりますが、大半は特に関係がない、ということになります。日本人のインターネット利用人口は9,000万ほどですが、そのうちの20万ぐらいは、それなりに炎上活動をしている一方で、残りの9,000万ほどの人は、特に関係がないわけです。『ネット炎上の研究』の中で言われているのは、炎上の参加者の9割以上は一言感想を述べる程度であって、複数回書き込む人は1件当たり数十人というレベルであるということです。著者たちは経済学者なので、経済学的観点からの企業のリスク管理という視点が入っており、その観点からみると、企業が炎上したとしても、直接攻撃する人たちはわずかであり、冷静に対処すべきと考えることができます。

とはいえ、一度炎上してしまい、自分が当事者になると、世界全体が自分を責めているような気がしてしまいます。「エゴサーチ」をしてしまうと、大きな心理的ダメージを受けることになります。実際には、そんなにたくさんの人があなたを責めているわけではないにもかかわらずです。しかも大半がぼやというレベルのもので、私のイメージでは、何か真っ暗な中でマッチが擦られて、一瞬で消えていくというイメージです。

先ほどお話した、血液クレンジングの話は、皆さんはほとんど知らないわけですね。ただ、私のタイムラインだとそれなりに反応している人がいます。恐らく、自分のタイムラインで話題になっていることは、他の大勢の人は知らないかもしれないわけです。つまり、自分の狭い世界で、小さなぼやがたくさん起きているというのが、現代社会のイメージではないでしょうか。世界がすべて敵に回っているわけではないため、もし皆さんが巻き込まれてしまうようなことがあったら、信頼できる人に打ち明けて相談して、SNSから離れることが絶対大切だと思います。

また、先ほどの田中・山口の研究で面白いのは、従来の「炎上参加者」

イメージが覆される面があることです。これまでは、20代、30代の独身の人で、仕事も不安定な引きこもりがちの人たちが、根暗で書き込んでいるといったイメージがありました。たしかに、年齢が若ければ若いほど、また、男性のほうが参加しやすいというのは、既存のイメージに合っていると思います。ところが、彼らの研究では、実は子どもを持っている人のほうが、若干炎上に参加しやすく、また世帯年収も高いほうが参加しやすいということがわかっています。

また、さらに興味深いことは、嫌な思いをした人が、掲示板を見たり、書き込みをしたりしているということです。私は、嫌な思いをしたのであれば、やめればいいじゃないかと思うわけですが、ネットですと、匿名で非難し合ってもいい、と思う人たちがやるわけです。非難し合ってもいいと思う人が、嫌な思いをしたからこそやる、というような構造です。そのため、独身で世帯年収が低い人たちの話ではない。私の解釈だと、それは正義感なんだと思います。正義感が強く働いて、書き込みをする人たちが多くいるように思います。この点は、さらにこの後、詳しくお話しします。

ネットの議論というのはどうしても匿名のほうが活発で、匿名だと脱個人化が起きます。「deindividuation」です。「individuation」というのは、「あいつだ」と分かるということです。[deindividuation]というのは、そうではない状態です。誰が言っているのか特定されない状態のことです。それだから非抑制的になってしまう。

人間は悲しいことに、脱個人化すると抑制が利かなくなります。匿名の場合、脱個人化して非抑制的になるため、炎上や荒らし、釣り、拡散、なりすまし、自作自演が、あるいは「ネットリンチ（私刑）」のようなことが起きてしまいます。そこで、真面目な話をしようとする場合、匿名は止めて、登録制や実名制を導入することになりますが、そうすると参加者が減ってしまう。

ネットというのは、自分の信念に共鳴的な情報に接触しやすいと思います。ネットはやっぱり聞き上手だし話し上手で、これは研究者もそうだと思います。そのため、研究者にとっても都合がいいことは探せば手に入る。そこは気を付ける必要があります。

ちなみに、Twitterにおける日本語のツイートは、1日にどのくらいあると思いますか。全世界でおおよそ1日5億ツイートぐらいあるといわれていますが、鍵付きのアカウントまで含めて、日本語のツイートは1億ぐら

いあります。つまり、ツイートの2割は日本語で行われています。そのうちの大半は、たわいのないことです。「ヘイト」といわれるものは全体の0.1%といった水準です。ただ、そういうものを探そうと思えばいくらでも探せますし、ネットは話し上手で聞き上手なため、自分の信念に共鳴しやすいものに接触しやすい。それを「エコー・チェンバー・エフェクト(共鳴室効果)」と呼んでいます。

人間は集団になると、よりリスクが高い方向に意思決定が流れやすいという傾向も持っていて、そういうのは「リスクシフト」と呼ばれるわけですが、好きなもの、すなわち「Like」を押し合う関係でエコーチェンバーになるか、とにかく相手が嫌だ、祭りだ、中傷だ、炎上だ、という形で、炎上合戦になるか、というどちらかになってしまうわけです。心を開いて、お互いに熟議したり、議論を重ねたりする、ということがネットは非常に苦手なわけです。それを、「valley of open-mindedness (開かれた心の谷)」と表現する人もいます。

5. ネット世論とは何か

では、ここからネット世論の話に入っていきます。現代は、ニュースの流通の仕方や、社会で流通する消費のされ方が変わってきています。ニュースというのは、社会的関心を集める、あるいは社会的に重要な事柄に関する情報である、とここでは定義します。世論というのは、こういうニュースに対する意見・態度の社会的分布です。そして、ネット世論というのは、このニュースに対するソーシャルメディア上の意見・態度の社会的分布であると定義します。

インターネット以前というのは、基本的には世論というのは、マスメディア発信のニュースに対する社会的態度でした。社会的に大きな影響力を持つと思われるものが選定されて、新聞、放送を通じて、情報として世間に提供されるのが通例で、それを捉えてニュースと称するというわけです。これはトートロジーといえばトートロジーなんですね。結局、新聞や放送を通じて報じられることが社会的に影響を持つものであるということです。そのため、社会的に影響を持つということと、その新聞や放送を通じて報じられるということはイコールであって、それがニュースであったわけです。

それが、ネットの時代になって変化してきました。例えば、マスメディ

アが配信したニュースに対して、発信者としてコメントができるようになったわけです。それが、先ほどの「バカッター」のような話になる。一般者が、情報源、発信源になって、これがソーシャルメディア上に投じられることで、さまざまな活動が起こるわけです。

こうしてネット世論というものが形成され、そこに「ネットメディア」が登場します。Buzzfeed JapanやJ-CASTニュース、ロケットニュースなどです。あるいは、「まとめサイト」と呼ばれるサイトができ、ソーシャルメディア上の話題を拾い上げていたり、今度はマスメディアがそれらを面白いと思って報じていく場合があります。このようなネット世論が形成される回路が、ここ10年ほどでできました。

私は、ネット世論を一部の過激な発言を繰り返す人たちだけで成り立っていると考えるのは、狭い見方ではないかと思っています。一つ一つのコメントの集積や、リツイート、「いいね」など、言説と感情と行動の複合体としてネット世論を捉える必要があるのではないかと考えます。

あわせて重要な視点が、世代間の格差についてです。先ほども一度「デジタルネイティブ」という概念を出しましたが、1980年生まれ以降をデジタルネイティブと呼んでいます。このデジタルネイティブが総人口のどのぐらいの割合を占めているかということ、2000年では世界全体で3分の1しかいませんでした。それが、2020年になると、6割になるのです。ただ、日本においては子どもが少なくなる一方で、長命化が進み、デジタルネイティブの社会的なインパクトが非常に遅れています。

ここで頭に入れておく必要があると私が考えるのは、人口中央値についてです。日本の人口1億2,000万人を一番年齢の高い人から生まれたての人までを並べて、ちょうど真ん中にあたる6,000万番目の人のことです。世界全体で見ると、この人口中央値は30歳ほどになりました。アメリカや中国では、36～37歳程度です。

ところが今の日本の人口中央値は、48歳なんです。つまり、48歳でもまだ下積みなんですね。48歳を超えてようやく上積みという世界なわけです。これはもう、重苦しいったら仕方がない世界で、世界全体で見れば、私などもそれなりにベテランだと思われるキャリアでも、日本社会だと若手に位置づくのです。

このことが、ネット世論でも世論形成において大きな意味を持っています。ネットをよく使用するのが15歳からだと考えたら、日本では15歳か

ら1980年生まれが人口の約4分の1です。65歳以上になるとネットの利用率は日本でも下がります。このような状況であるため、テレビだけを見て世論を把握する層と、ソーシャルメディアだけを見て世論がこういうものだと思う層の間に、大きなギャップが生じているのが現状だと思います。

私はかつてYahoo!ニュースの分析を行いました。Yahoo!というのは、日本社会で唯一、年代を問わず接触しているニュースサイトです。25歳以上の人たちの4分の3ほどはこのYahoo!ニュースは見ていて、コメント欄も4割以上が見ています。さらに、1割ぐらいの方がコメント欄に書き込んでいます。

今日は2015年のデータの分析をみてみましょう。政治、社会、国際、産業、経済の記事に対するコメントについてです。文化や生活、エンタメやスポーツなどは除きます。記事については1週間分を対象とします。1日に3,000ぐらいの記事が配信されますが、新聞は数十ページの紙面のうち、せいぜい記事の数は100~200ぐらいです。1日に3,000という記事が毎日流通するというのは、ネット時代だからこそ生み出された現象です。

ハードニュースに限ると、その記事の数は1週間で1万ぐらいです。この1万ぐらいの記事に対してコメントが50万付いています。すなわち、1記事当たり大体13ぐらいのコメントが付くということです。ヤフコメの場合も、先ほど紹介したようなコメントをたくさんする人は上位1割です。上位1割の500IDというのが10万、つまり1%で2割のコメントを生み出しています。ただ、さっきも述べたように1週間で20コメントをするということは、1日3コメントもしないということになります。1日2~3コメント、まあ2コメントぐらいという人たちが9割いるわけです。さらに、1日に10コメントもしない、9コメント程度である人たちを合わせると、97%の人たちでコメントの7割を占める形になります。

さらに、50万コメントについて形態素解析を行いました。これは、コメントにどのような言葉が使われているかを区別して、どのような単語がどれだけ使われているか、またどのような記事に対してどういうコメントがよく付くのかを分析したものです。その結果、ネット世論というのは、確かに過激な人たちもいることは確かですが、自分の感じたことを毎日吐露するような人たちがたくさんいて、その97%の人がコメントの6~7割ぐらいを占めているわけです。

驚くべきことに、コメントで一番よく使われる単語は「日本」なんで

す。「日本」という単語が2割以上のコメントに入っているんですね。なぜ、わざわざ日本というのか、というのはとても不思議です。やっぱり、外集団、内集団を分けて、自分たちは日本だと考えているのでしょうか。オリンピックもそうかもしれませんが、アイデンティティーを求めて強化したいというベクトルが働いているとも考えられます。

6. 非マイノリティポリティクスを考える

ネット世論の分析結果から私が行き着いた概念が、「非マイノリティポリティクス」というものです。「非マイノリティ」というのは、要は「マジョリティ」のことですが、マイノリティに対して、「マジョリティに従え」と声高に主張するわけではない。マジョリティとして自分たちは満たされていないと感じていますが、マジョリティの権利を主張すべきだとか、マイノリティを排除しようということはそこまで強調して言いません。ただし、どちらかといえば保守的な男性中心主義、あるいは権威伝統主義的な人たちであって、社会民主的な考え方や左翼的な考え方に反感を持つ人たちです。

例えば、社会的少数者弱者のアイデンティティポリティクスに対して、非常にいら立っているのが特徴だと考えられます。それは、マジョリティポリティクスというよりも、マイノリティポリティクスへのアンチテーゼであり、自分たちが非マイノリティであるということに不満を感じている。非マイノリティポリティクスとは、「満たされていないさ」を感じているということに付けた名称です。

非マイノリティポリティクスと関連して、2005年ぐらいから「弱者利権」という言葉が出てきました。障害者自立支援法が成立したあたりから使われるようになった言葉です。生活保護やベビーカー、少年法、LGBT、沖縄といった少数派への批判的な視点から使われます。従来のリベラルなマイノリティポリティクスに対して、非常に批判的であり、その人たちなりの公正さを求めているということになります。

これは、モラルや道徳といった、従来哲学、思想の領域で扱われてきたテーマと大きく関連します。90年代の終わりごろから21世紀にかけて、道徳に対する科学的なアプローチが進展し、次のようなことが明らかになってきました。それは、道徳的判断はこれまで理性的判断と考えられていましたが、実は情動に深く根ざしている、というものです。

例えば、電車の中のマナーを例にすると、I (アイ) 対 We (ウィー) の衝突というものが顕在化します。I としては自分の好きに振る舞いたいのですが、電車内で乗客は互いに我慢し「We」として協調することで、満員電車でも何とか耐えることができます。そこで、混んでる電車で、音量を大きくして音楽を聴いたり、携帯電話で話したり、飲食したりするヒト (I) がいると、そのヒトだけ、We のただ中で個人的空間 (I の空間) を作ってしまうことに、私たちは We として苛立ち、怒りを感じるわけです。

道徳というのは、I のエゴと、それを We という形で共存しようという二つの軸の中で起きるコンフリクトと裏表です。自分の利害に対して、「私たち」をつくり上げることで人間は進化してきましたが、それを促進するための情動の働き方が、道徳の基盤にあるのではないかと考えることができます。さらに We (ウィー) 対 They (ゼイ) という問題があります。人間は、他の集団と競争します。仲間を裏切って相手側に寝返ったりしようとするものを見つけようとするわけですね。このような We と They の利害対立というのは、身内を固めようという考えや、裏切り者に処罰を与えようとする感覚が、道徳の基盤にあるのではないかと、ということになります。

ここで、「トロッコ問題」、すなわちスイッチ問題や橋問題を考えるとよいと思います。スイッチ問題とは、スイッチを切り替えることでトロッコの行き先が変わり、1 人は犠牲になるけれども 5 人は助かることができる、というものです。これに賛成する人はかなり多くいます。その一方で、自分が橋の上で 1 人を突き落として 5 人を助けるという「橋問題」のときには、それはやるべきではない、という人が多くなります。

どちらも 1 人を犠牲にして 5 人を助けるという話ですが、後者のほうは嫌だと思える人が多くいるわけです。そして、前者なら道徳的に許されると考える人が多くいます。神経哲学者のジョシュア・グリーンたちは、このときの脳の部位の働き方が違うということを特定しました。スイッチ問題では、論理をつかさどる部分が活発化するのに対して、橋問題では情動がつかさどられるところが活発化するということです。

このような流れを受けたのが道徳基盤理論です。関心のある方は、アメリカの社会心理学者であるジョナサン・ハイトの文献を読むとよいと思います。彼の議論では、道徳的な感情を生み出す基盤は 6 つあるといます。それは例えば〈ケア〉で、困った人を助けようと思うとき、それは理

屈ではなく、「助けたい」という気持ちがまずは起きてしまう、というものです。

また、〈公正さ〉と欺瞞(ぎまん)というのは、平等を求めることと関連します。「あいつだけが優遇されるのは嫌だ」といったような考え方ですね。リベラルな人たちは法の下での平等や人権を大切にしますが、保守系の人たちは頑張った人が報われるべきだというような因果応報的公正さを追求する傾向があります。そして、〈内集団と外集団〉を分けて背信行為に怒りを覚える。また、〈権威〉を尊重します。さらに、キリスト教の場合には、〈聖、不浄〉というものも大きく関わります。そして、抑圧されているものに対して、〈自由〉を求めるという気持ちが自然に起こるということになります。

保守系というのは、こうした道徳基盤がすべて強いということなんです。進化論的に考えると、内集団や権威に従うといった、集団主義的な気持ちが起きることが普通で、日本の場合にはやはり保守パターンが多くなります。そして、その人たちが、ネットで書き込みを行っているということが私の研究では明らかになっています。それらと比較すると、リベラルの人たちは弱者を助けるということや、法の下での平等は尊ぶのですが、「国のために死ぬ」といったことや、内と外を分けて裏切り者を罰するといったような考え方は強くありません。そのため、そういうリベラルな人たちがネットに書き込みを行わないことで、ネットでは情動の強い保守派が強く働いて、リベラルの声が弱くなるという結果になります。

以上で、今日のお話を終わりにしたいと思います。少しでも皆さんの役に立つことがあればと思います。どうもお疲れさまでした。

付 記

本稿は、2019年10月24日に行われた日本大学社会学会特別講演会「ソーシャルメディアの時代——ネット炎上・ネット世論の構造——」の内容をまとめたものである。そのため、文中の表現は2019年10月時点のものとなっている点、ご注意ください。

