

# 情報プラットフォームのこれから

コミュニケーションの構造転換とプラットフォームガバナンスの必要性

慶應義塾大学環境情報学部 4年

上山信一研究会所属

奥田真嘉

## 目次

### はじめに

#### 第一章 情報プラットフォームの構造特性

- ・ プラットフォームとは何か
- ・ インターネットのオープンプラットフォーム的側面
- ・ インターネットを超える商業プラットフォーム

#### 第二章 コミュニケーションの構造転換

- ・ 情報プラットフォームとコミュニケーションの構造転換
- ・ マスコミュニケーションとコミュニケーションの並列化
- ・ コミュニティの変容

#### 第三章 プラットフォームの統治必要性

- ・ 利便性による情報の抜き出し
- ・ プラットフォーマーによる一方的な情報利用と危険性
- ・ ブラックボックスな統治機構
- ・ 国家と情報プラットフォームの接続
- ・ プラットフォームガバナンスの方向性

### おわりに

## 【はじめに】

世界はインターネットを介して繋がっている。正確には、インターネットの接続経路を通じて、検索エンジンや SNS などの情報プラットフォームが実際に情報をやりとりさせることによって繋げている。この情報プラットフォームは、人々のコミュニケーションの構造を根本的に変え、マスメディアによる一方向の情報配信に終焉をもたらそうとしている。時間と場所に制約されない、リアルタイム性の高い非同期コミュニケーションは人々のコミュニケーション量を爆発的に増加させ、コミュニティの量と質をも変えてしまう可能性がある。しかし、情報プラットフォームは必ずしも良い影響ばかりを世界にもたらすのではなく、影の部分がある。それは、情報プラットフォームに無尽蔵に蓄積される個人情報を用いた不正行為の可能性と、国家による情報プラットフォームの懐柔可能性である。情報プラットフォームは、サービスと収益率の改善の為に情報を蓄積する。国家も、犯罪抑止や政府の主義主張を達成する為に情報プラットフォームを操作しようとする。これらの目的は一見公正に見えるが、実際にどのようにプラットフォームが作動しているのかは不透明であり、不正の可能性もある。企業の不正競争や、国家による過剰な国民監視も可能性として存在するのである。そこで、本書では情報プラットフォームのガバナンスの方向性を提案する。

インターネットのガバナンスや、サイバー空間全体の規制に関して言及している論文や本は存在するが、情報プラットフォームがコミュニケーションを変えることによってコミュニティを変容させることを論じるものはもちろん、情報プラットフォームのガバナンス必要性について論じるものは存在しない。よって本書は新規性があると考えられる。

## 第一章 情報プラットフォームの特性

本章では、情報プラットフォームの特性について考察をする。特にインターネットと、インターネット上で構築される情報プラットフォームはそれぞれの様な性質を持ち、世界をつないでいるのかを確認したい。

### 【プラットフォームとは何か】

プラットフォームと呼ばれた時に、OSを思い浮かべる人、駅のホームを思い浮かべる人など様々であろう。本書では、主にインターネットに関するテーマに絞り、プラットフォームを論じたい。世の中に溢れるWEBサービスや、その根本となっているインターネットを理解する時に、プラットフォームという枠組みはどういった理解をもたらすのだろうか。

まず初めに本書では、プラットフォームを「多様な主体の活動や協働を補助する、情報流通及び情報生成の仕組み」と定義したい。検索エンジンからソーシャルネットワークサービス、インターネットまでを全てプラットフォームと見立てて本書の議論を進めたい。そこで重要になってくるのが、プラットフォームはターゲットの活動や協働を補助する手段だということである。また、その手段は情報流通の仕組みや情報生成の仕組みによって達成されるものである。例えば、検索エンジンは検索マッチ度という情報を生み出し、インターネット上の情報を整理しエンドユーザーに届け情報を流通させている。

上記の様に定義したプラットフォームであるがその特徴として、階層構造を築く事が可能である。プラットフォームの上に別のプラットフォームを築く事も、複数のプラットフォームを包括する様なプラットフォームを構築することも可能である。その際には相互接続規定やプロトコルの整理が必要であるが、インターネットを好例としてその様な例は多数存在する。

また、多様な主体の活動や協働に応じて、複数のプラットフォームによる補助も可能である。ある主体の活動や協働は複数のプラットフォームを合わせて達成されるということがある。プラットフォームは特定の目的に最適化したものではなく、その目的の一部を補助する形で提供される。プラットフォームは原初から他のプラットフォームとの協働可能性を秘めており、それが縦に階層化するか、横に並列して使用されるのかといった違いがあるだけである。

他にも特徴として、プラットフォームは独占や寡占を生み出し易い。特に、協働促進としての色合いが強いプラットフォームの場合、プラットフォームはネットワーク外部

性を有する。このネットワーク外部性とは、ネットワークへの参加者が増えれば増えるほど、1参加者あたりの便益が増える現象のことを指す。このネットワーク外部性が高ければ高い程、プラットフォームは他のプラットフォームの介在余地を無くしデファクトスタンダードとなりやすい。

以上の様に、プラットフォームを「多様な主体の協働を促進する、情報流通及び情報生成の仕組み」と定義した。そして、プラットフォームは設計方法によっては何層にも積み重ねることができ、協働の目的に応じて複数のプラットフォームが介在することを述べた。また、プラットフォームの標準化は、デファクトスタンダードになるか、標準化会議で行われる。ネットワーク外部性という特徴を持っているので、標準化における明暗をハッキリするのもその特徴である。

#### 【インターネットのオープンプラットフォーム的側面】

インターネット自体もプラットフォームと呼ぶことができる。インターネットの上に、更に WWW や SNS などといったプラットフォームが乗っている。SNS 上でも更にアプリケーションが乗るなど、プラットフォームは更にその上にプラットフォームを構築する事ができる。そしてその上に構築される上位プラットフォームは、下位プラットフォームから構造的な制約と同時に誘因の影響を受ける。

インターネット、全世界規模の通信ネットワークはプロトコル開発の競争と協調を繰り返し発展してきた。その前身は 1969 年にアメリカ国防総省高等研究計画局主導のもとに ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) である。その後、プロトコル開発の場、及び管理は数々の国際機関に移管、新設された。1988 年には、アメリカで商用インターネットが本格的に開始され、各国でも広がっていった。

インターネットは構造及び、開発自体もプラットフォームの様相を呈している。インターネットは先述の競争と協調の開発史を受けて、多様な主体が効率よく開発できるように垂直分業とも言える仕様をしている。その仕様として国際標準化機構 (ISO) が提唱する OSI 参照モデルと、ARPANET から派生した TCP/IP 参照モデルがある。図の様に各層での仕事が定義されており、各層の開発者はそれ以外の層での仕事を思案せずに開発に取り組む事ができる。つまり、インターネットの開発環境自体がプラットフォーム (多様な主体の協働を促進する情報流通の仕組み) になっており、更にインターネットを構成する各層の構造自体もプラットフォームと呼ぶことができる。

インターネットの設計や通信仕様は、OSI 参照モデルにおける垂直分業以外にも、エンドツーエンドの通信、耐故障性のある大規模ネットワークの二つに大きな特徴がある。エンドツーエンドの通信の最小限の実装は、匿名性とノード間の均一性を提供する。現

在のインターネット環境は、インターネット接続業者 ISP によって、IP アドレスと契約者情報や地域情報が紐付けられているが、純粋なインターネット通信においてこのような情報はやり取りされない。また、1994 年にアメリカの TIME 紙で、核攻撃にも耐えるネットワーク構築を目的としてインターネットは開発されたと記事が掲載されている。これは後に ARPANET 関係者によって否定されているが、理論上どこからの地域でのインターネット網が消失しても、全体のインターネットが同時に接続不能へなることはない。これは、2011 年のエジプト政府によるインターネット遮断が、全体のインターネット接続に何ら影響を及ぼさなかったことによって実証されている。つまりインターネットは、上記のエンドツーエンドの通信、耐故障性のある大規模ネットワークによって、全世界へと均一なアクセスを提供している。

インターネットはオープンなプラットフォームである。仕様の標準化というインターネットそのものの開発及び、公開と閲覧を含むネットワークへの参加が誰にでも広く開かれている。インターネット標準は、IETF (Internet Engineering Task Force) という国際的な組織によってメーリングリスト上並びに国際会議で査読、承認がなされる。標準化への手順も公開されており、誰でも応募することができる。他方、ネットワークへの参加のオープン性については、インターネット接続業者と契約するか、街中のインターネット喫茶店に入るだけで誰でも使うことができることから誰でも参加できるということが分かる。

以上の様にインターネットは、OSI 参照モデルに見られる様に階層的に開発がなされ、エンドツーエンドの通信、及び耐故障性大規模ネットワークという特徴がある。そして、インターネットは開発および接続がオープンであるが故に、世界に爆発的に普及した。本章の後半で述べるが、これらの特徴はインターネットというプラットフォームを利用する主体に影響を与える。

#### 【インターネットを超える商業プラットフォーム】

多くの商業プラットフォームはインターネット上に構築される。インターネットを商業的に見ると、初期投資の必要がほとんど無い魅力的なプラットフォームである。その上で構築される商業プラットフォームは、インターネットの構造から制約や誘因の影響を受け一方で、インターネット以上の質のネットワークを持つものも存在する。

商業的に見た時に特筆すべき特徴はその初期コストの安さと、ゼロに近い限界コストであろう。また、インターネットやコンピューター登場以前のビジネスとの大きな違いは、顧客情報集積コストが圧倒的に安いことと質が高いことである。これらの特徴の源泉は、情報というものの性質にある。情報は一度生産してしまえば、物体と違い、複製

する事は非常に容易い。また、生産された情報の物流はインターネットを通じて行えば、月々支払う接続料金のみで限界コストは0である。例えば、Google はユーザーの検索履歴やアカウントサービスで提供されるメールを集積し、ユーザーに適した広告を打つ事で巨額の利益をあげている。この様なモデルはインターネット無しにはできなかったことである。

インターネットは万人に開かれたオープンで、グローバルな接続可能性を人々に提供している。また、エンドツーエンドの通信からもたらされるノード間の均一性や匿名性は、インターネット上に構築される商業プラットフォームにも影響をもたらしている。商業プラットフォームの多くは特別に開発をしない限り、ユーザー毎に差別をするなどはしない。もちろん課金ユーザーと無料ユーザーの垣根や、行動履歴のあるユーザーと行動履歴の無いユーザーの扱いの違いはある。しかし、広く全世界に向けてユーザーの参加を呼びかけているのはインターネット上で展開するからこそその特性であろう。Google を例にだせば、全世界の情報を無差別に集め仕分けしているし、全世界のユーザーの利用を促進している。特定の人からのアクセスブロックはインターネットの特性上やりにくい。個人の特定制とその排除は登録制のサイトでも偽名登録の可能性があり非常に難しくなっている。インターネットが、オープン、グローバルを志向するのと同様に、その上で構築される情報プラットフォームもオープン、グローバルを志向するのである。

インターネットは全世界に広く接続可能性をもたらしたが、商業プラットフォームは見方を変えればより強く世界を繋いでいる。インターネット自体も確かに世界をつないでいるのだが、その上に流れる情報は集積されはせず可視化もされない、ただの通信情報と細切れの PACKET である。しかし、インターネットの上に構築される、上位プラットフォームでは情報は集積され、可視化され、意味を持っている。また、インターネットには無いエンド情報の豊富さ、エンド間を繋ぐ経路情報の豊富さがある。例を出せば、WWW (World Wide Web) はインターネットにおける代表的な上位プラットフォームである。WWW は、普段私たちが見ている WEB サイトを構成する HTML を中心としたハイパーテキストシステムのことを指し、コンピューターのノード間ではなく、HTML 文書間や、ドメイン間で独自のネットワーキングを行っている。

また、ここではインターネットに匹敵するネットワークの例として Google と Facebook を例にあげたい。Google は検索エンジンであるが、前述の WWW を網羅して検索の為にインデックスを行っている。各 HTML ファイルのノード情報を全て蓄積し、その HTML ファイル間のつながりに重み付けや経路情報を付与して蓄積しているのである。実際に、インターネットで全世界をつなげているのは、インターネットとい

う経路自体ではなく、Google やその他プラットフォームのネットワーキング力だとみることができる。

次に、Facebook は実名で登録する SNS であるが、2012 年 10 月には全世界で 10 億ユーザーを突破したと報じた。全世界の 10 億人の実名ノード情報とその人々間の友人知人という繋がりや、よくコミュニケーションをする仲かどうかといった経路情報を有している。インターネットは均質でシンプルなノード情報でしか世界をつないでいないが、Facebook はユーザーの嗜好やキャリア情報まで含めて全世界の友人知人ネットワークを蓄積している。一つの調査に、全世界の Facebook ユーザー同士は平均して 4 人を經由すればつながるという結果がある。1967 年に心理学者のスタンレー・ミルグラムが発表した「六次の隔たり」というアイデアを Facebook 上でミラノ大学と Facebook が 2011 年に共同で行ったものである<sup>1</sup>。このようにインターネットの上の商業プラットフォームには、インターネット以上のノード情報の豊富さ、経路情報の豊富さを持ったプラットフォームが構築されているのである。

これらの商業プラットフォームは「多様な主体の活動や協働を補助する、情報流通及び情報生成の仕組み」として種々の機能をユーザーに提供している。インターネット上にプラットフォームを築けた様に、自由度の高い商業プラットフォームは更に上にプラットフォームを構築する事ができるようになっている。

以上の様に、インターネット上に構築される商業プラットフォームは、グローバルな接続可能性、エンドツーエンドの通信使用から導き出されるノード間の均一性の制約と誘因の影響を受ける。また、商業からインターネットを見ると、限界コストがゼロに近く、ユーザー情報の蓄積にコストがかからないことが特徴である。この特徴によってインターネット上で構築される商業プラットフォームは、ノード、すなわちユーザーについて豊富な情報と、ユーザー間の豊富なネットワーク情報を持つことができるのである。

## 【第一章まとめ】

本章では、プラットフォームの特性を述べた。それは主に、複数プラットフォームの協働可能性と、独占や寡占を生み出し易いネットワーク外部性である。また具体的に、インターネットのプラットフォーム的側面と特性を述べ、その上に重なる形で商業プラットフォームが形成されていること。そして更に、商業プラットフォームはインターネット以上にノード、ユーザーについて豊富な情報を持ち、豊富なネットワーク情報を持

---

<sup>1</sup> Wired 誌 2011 年 11 月 11 日「Facebook Study: It's a Small(er) World After All」2013 年 1 月 15 日閲覧  
<http://www.wired.com/business/2011/11/facebook-social-graph-study/>

つものがあることを述べた。

## 第二章 コミュニケーションの構造転換

情報プラットフォームの一種であるソーシャルメディアはコミュニケーション構造を転換させた。いや、転換させる真っ只中である。デジタルデバイスを自由自在に操る若年層に留まっているが、今後若年層が社会の中核を担う様になるにつれて、社会全体の構造をも転換させる影響力を情報プラットフォームは持っているだろう。なぜなら、社会を実体となって動かす組織や、国家もコミュニケーションによって成り立っているからだ。情報プラットフォームがコミュニケーション構造をどう転換させたかを見る事により、これらからの社会構造の変化が見えてくるだろう。

### 【情報プラットフォームとコミュニケーションの構造転換】

対面コミュニケーションが最も重要なのは現代も変わらない。しかし、テクノロジーの進化はコミュニケーションの種類を増やし、全く新しいものを生み出し、コミュニケーションの概念そのものも変え始めている。手紙、モバイル端末、ソーシャルメディアはそれぞれ非同期コミュニケーションを劇的に進化させてきた。ここでは、これらテクノロジーの進化と情報プラットフォームがコミュニケーションの構造に与えた影響について考察したい。

大昔のコミュニケーションは、対面コミュニケーションしかなかった。村落共同体を形成して生活をしてきた先祖達は声によるコミュニケーションでコミュニティを形成していた。それが文字の発達によって文章や手紙などの非同期コミュニケーションが誕生し、電話や拡声器の発明によって同期コミュニケーションが拡充した。しかし、これらのテクノロジーは対面を基本とした人間のコミュニケーション構造を変えた訳でなかった。これらの新たな同期コミュニケーションメディアを使うのに非常に手間や金銭的成本がかかったこと、また、手紙は非同期でコミュニケーションができるのはいいが非常に時間がかかったことがその背景としてある。

しかし、ポケベル、携帯電話の誕生と普及は人々のコミュニケーション構造を変え始めた。これらの誕生以前でも、電話を自由に使える軍隊や企業などはコミュニケーション構造の変化を受けて高度な組織化に成功したが、一般人の生活を変えるほどの普及はしていなかった。それが、モバイル端末の普及によって一変した。時間や場所に囚われずに友人知人とコミュニケーションをすることができるようになったのである。しかし、手紙同様に、対面コミュニケーションの延長線である1対1関係のコミュニケーション構造のままであった。時代は前後するが、FAX、初期のインターネットも同様の効果があったが人々の生活に対してはモバイル端末ほどのインパクトは無かった。

ソーシャルメディアなどの新しいデジタルコミュニケーションメディアの誕生と普及は、モバイル端末登場以上にコミュニケーション構造を変化させるものである。また、このソーシャルメディアなどの商業プラットフォームは、ブロードバンドの定額通信とモバイル端末の普及によってもたらされたものである。モバイル端末の登場でも縛られていた対面コミュニケーションの延長線にある1対1関係のコミュニケーション的制約を解き放ち、1対多関係のコミュニケーションへ発展させた。具体例として、TwitterのようなタイムラインやFacebookのようなウォールがある。これらは、非同期コミュニケーションにリアルタイム性を持たせ、かつ一度にまとめて見られる閲覧性を持たせた出版物に似た性質も持っている。両者とも設定によって、一般大衆に向けてのブロードキャストと、友人限定に公開するといったマルチキャストをそれぞれ選択出来、またその両方を混在させることができる。これまでの対面コミュニケーションや、1対1関係コミュニケーションメディアでは、誰かに聞かれて返答が無ければ意味がないとされてきたが、これらのソーシャルメディアではただつぶやくだけで意味がある。なぜなら、たまに返ってくる反応を見て、ユーザーはつぶやきに無反応であっても、見られていることを実感できるからだ。

ソーシャルメディアやデジタルコミュニケーションメディアの普及率は、モバイル端末の普及率程ではないが、更なる伸びが見込まれる。ひとつに、こうしたソーシャルメディアの普及は若年人口にだけに見られているが、将来を担うのは今の若年人口である以上、自然増が見込まれる。また、こうしたソーシャルメディアに見られる様な、リアルタイム性、ブロードキャスト性やマルチキャスト性を持った設計は、チャットワークなどのビジネスツールにも採用されはじめている。またタイ警察がLINEを正式採用するという動きが見られており、これまで使われてこなかった、ビジネスや行政にまでこのような新しいコミュニケーションメディアが導入されようとしているのである。

新しいメディアの登場が人間の行動習慣を変えるのは以前から指摘されていることではあるが、情報プラットフォームは情報プラットフォーム毎に独自のサイバー空間を構築しており、それぞれが人間の行動習慣を変える可能性を持っている。情報プラットフォームは、活版印刷やテレビの様に単純なメディアではなく、各々の情報プラットフォームがそれぞれ独立したメディアであると捉える必要がある。特にソーシャルメディアは人間関係のあり方という規範意識をも変えるものである。TwitterやFacebookなどのソーシャルメディアはどれだけの友達やフォロワーがいるかであったり、どれだけ共感を集められたかといった、いいね！ボタンやRTという機能が付いている。これらの機能は、ユーザーに共感を得られるコンテンツばかりを投稿させたいような影響を与える、集まった共感の多さを見てユーザーはより共感を得られる様な投稿を考え、

投稿するようになるというスパイラルにはまっていく。また、フォロワー数の多さや友達数の多さに対して、競争心を持つ様になり、投稿内容に影響が出てくる。というのは、ソーシャルメディアは共感を得る様な投稿内容は広く拡散されるように設計されているからだ。この様に情報プラットフォームは、テレビや活版印刷が人々の行動習慣を変えたのと同様に影響力を持つ。それも、それぞれの情報プラットフォームに影響された特有の行動習慣を持つ様になる。情報プラットフォーム間の競争や技術の進歩を鑑みると、これから先、人々のコミュニケーションの構造や行動習慣はこれまでより一層、早く、変わり続けることが予想される。

コミュニケーションにおいて重要なのは同期コミュニケーションである対面コミュニケーションであるのは今も変わりはない。しかし、モバイル端末の発展およびソーシャルメディアの発展は、限りなく同期コミュニケーションに近いリアルタイム性の高い非同期コミュニケーションを生み出した。また、出版とコミュニケーションの中間体であるタイムラインやウォールと言った新しいタイプのコミュニケーションを生み出した。ソーシャルメディアはその形態によってコミュニケーションの傾向や構造そのものを変える力があり、その普及率をみるとコミュニケーションの構造が若い世代から大きく変わりはじめていることが分かる。

#### 【マスコミュニケーションとコミュニケーションの並列化】

情報を発信する主体としての情報メディアの爆発的増加が、これまでの絶対的なマスメディアの地位を相対的に落とし、マスメディアや権力に対する一般人の反論を圧倒的に容易化させた。そして、情報プラットフォームは、一般人にもマスコミュニケーションの機会を与えている。情報プラットフォームは、マスコミュニケーションとコミュニケーションを並列化したのである。

インターネット、情報プラットフォームの登場以前、人々は受動的にマスメディアの情報を受け取るのみであった。受動的な情報受信のなかにも、どのマスメディアを選択して受信するのか、その中でどの情報を見て、どの情報を信じるのか信じないのかといったことは主体的であった。しかし、世論を形成するような情報や、ニュースは全て均一にマスメディアが生産し、それを一般の大衆がただ消費するという一方通行の情報流通しかなされていなかったのである。無論、マスメディアの報じた情報に対して反論することは容易ではなかった。

情報プラットフォームは情報発信の容易化と人々の情報生産習慣の醸成によって、情報メディアを爆発的に増加させた。これは、これまで人々がマスメディアから発せされる情報を主に受信してきたのに対して、情報受信の際の選択肢を大量に提供するもので

ある。マスメディアの情報を受信しなくても、これまでマスメディアが扱ってきた様な、公的、社会的な情報を、ブログや SNS を通じて得られる可能性が出てきた。また、同時にこれまで日常の情報メディアとして機能していなかった様な、友人知人の写真や活動履歴、考えや主張もブログや、twitter のタイムライン、facebook のウォールとして情報メディア化されている。

更に、気軽なコミュニケーションメディアとしての情報プラットフォームは、個人の情報発信習慣を醸成するとともに、個人が意見や公共性の高いニュースを発信する抵抗感を軽減させ、情報の発信を促進した。具体的には Twitter の例があげられる。Twitter は仲間内や気になる人同士をつなげるプラットフォームであると同時に、広く公に開かれた情報メディアである。仲間内のコミュニケーションをパブリックな場ですするという習慣をユーザーに根付かせた。また、一般人でもコンテンツが面白ければ、どんどん人気を集められる仕組みを Twitter は有しており、多くの読者、フォロワーを持つ人々が誕生した。これはブログにも、その他の SNS にも言えることである。

そもそも、マスメディアも、友人知人から専門家まで含めた一般個人のパーソナルメディアも、情報の受け手からすると同じ情報である。マスメディアの情報はいわゆるパブリックなものを扱うわけであるが、個人の意見の発信もパブリックなものを含んでいるものが多く存在する。以前は、編集や出版に大規模な設備やシステムが必要であったが、単なる意見の表明であれば PC 一台とインターネット接続があれば、誰でも出版と同等の行為ができるのである。それが、ソーシャルメディアとなれば、友人や知人という常に一定の読者がいるなかで出版ができる。その出版内容が共感を呼べば、同一プラットフォーム内で容易く拡がる仕組みとなっており、時にマスメディアと同じ様な多数の人の注目を集められる様なブロードキャストができる。そして今や、インターネット経由でマスメディアの発するニュースをインターネットブラウザ経由で見る事が出来る時代であり、また、SNS 内でもマスメディアの情報を見る事ができる様になっている。個人の体験や経験という観点では、マスメディアの情報も、個人の発信しているパーソナルメディアの情報も、同じ興味関心のある情報として大きな変わりはない。前述のようにソーシャルメディアを通して、マスメディアの情報や、マスメディアに類する様なパブリックな情報を発信する個人も多数おり、その境目が無くなっているのが現状である。この様にマスメディアもパーソナルメディアも同じ土俵にのって戦っているのが今の情報受信の環境なのである。その中で、興味のあるものはより一層ユーザーに見られ、興味のないものは全く見られなくなっていくという、興味関心による淘汰が激しくなっているのである。

また近年、大企業や政治家がインターネットメディア上での非難の集中、炎上を受け

て謝罪をするケースが増えている。以前のマスメディアしか主要な情報源として無かった時代であれば、この様な一般消費者、一般有権者が声をあげて非難をする場も無く、ひとたび公に対して声を上げようものなら、その労力は甚大なものであった。背景として、マスメディアは広告主として大企業から広告料を受け取り運営している以上、利害関係があり取り上げ難いものも多い。そして一昔前までは、このマスメディアが取り上げなければ、世の中に存在しないのも同義であった。それに対し、ソーシャルメディアなどの情報プラットフォームによって、個人が権力者と同じ目線で物を言い合える場を獲得した。マスメディアが取り上げなかったものに対し、炎上現象が起こり、後発的にマスメディアが取り上げるというケースさえ存在する。こうした炎上の内容は時に中身の無い誹謗中傷の嵐となるが、マスコミュニケーションとコミュニケーションの社会における並列化の象徴として捉えることができるだろう。

以上の様に、情報プラットフォームは、マスコミュニケーションとコミュニケーションを同じ情報だとして並列に扱い、情報流通の構造を変えた。インターネットの基本的な特徴であるノード、ユーザー間の均一性といった特徴、並びに無差別でオープンを志向するという傾向がここにも現れている。これまで、人々はマスメディアに対して情報をただ受信するだけであったが、情報プラットフォームは、個人の習慣的な情報発信を誘発することによって多数のパーソナルメディアを登場させ、情報受信の選択肢を爆発的に増大させ提供している。また、ブログメディア、SNS などの情報プラットフォームを通じて公に容易に反論できるようになった。いわば、マスコミュニケーションとコミュニケーションが並列化したのである。

#### 【コミュニティの変容】

このコミュニティの変容は、これまで論じてきた様に、情報プラットフォームの登場によるコミュニケーション構造の変化によるものである。コミュニケーション構造のコミュニティ的意味と、コミュニケーション構造の変化による人々のコミュニティに関する意識の変化の二つの視点が重要である。コミュニティの定義と要素を抽出した後に、これらの二つの視点からコミュニティの変容を考察したい。

コミュニティの定義は、数々存在する。社会学者ヒラリー（1995）の調べによると 94 にもものぼったという<sup>2</sup>。ここでは、暫定的にコミュニティを「ある共通のテーマに参加する人々の集団」と定義してみたい。この参加という概念の中には、当事者意識とコ

---

<sup>2</sup> G.A.Hillery (1955). Definition of community: Areas of agreement *Rural Sociology*, Vol.20, No.2, 111-123

コミュニケーションの二つの要素が含まれている。また、参加である以上、既存のコミュニティの成員からの一定の承認が必要である。この承認は、積極的に資格を付与するなどする積極的承認と、排斥しなければ承認していることとなる消極的承認の二つが考えられる。当事者意識を持って積極的にコミュニケーションをするという参加と、コミュニティ成員からの承認が合致して初めてコミュニティの一員となれ、コミュニティは成立するのである。ここで重要なのは、コミュニティを構成する要素は、コミュニケーションを中心としてそれに付随する形で、共通テーマ、当事者意識、承認が存在するということである。これらの要素に影響を与える様な社会変化は、人々のコミュニティ意識やコミュニティそのものを変容させるということである。そして、その中心たるコミュニケーションを情報プラットフォームは大きく変えたのである。

インターネット登場以前は、コミュニケーションの中心は対面であり、それと同時にコミュニティ活動の中心も対面であった。お互い近くにいるといった空間近接性が、コミュニティの発足及び存続には必要不可欠なものであり、手紙や電話が登場した後もこれは変わらなかった。例えば、小中学校高校のコミュニティは、在学時はもちろん頻繁に会うので活発であるが、卒業後は対面でのコミュニケーションが取れなくなり、時代が経つにつれて雲散霧消するのが常であった。

しかし、インターネット及びソーシャルメディアをはじめとする情報プラットフォームの登場によってコミュニティは変容を始める。今まで見てきた様に情報プラットフォームによってコミュニケーション構造は、リアルタイム性の高い非同期コミュニケーションの登場と、出版とコミュニケーションの中間体であるようなタイムライン、ウォールの登場によって変化した。また、それらは商業によって提供される情報プラットフォームであり、主にユーザーに広告を見せる代わりに無料で提供されるものである。これら、コミュニケーションの構造変化のコミュニティ的意味としては、一つに一人の人間が所属出来るコミュニティ数の拡大としての量的な拡大、そしてもう一つにネットコミュニティといったコミュニティの新しいバリエーションの出現といったような質的な変化がある。この質的な変化には、コミュニケーション構造の変化に伴って変わった人々のコミュニティ意識も含まれる。

先に、コミュニティの量的な拡大は、コミュニケーションにおける空間近接性の必要からの解放と、コミュニティの外部保存によってもたらされた。まず、空間近接性からの解放であるが、インターネットのグローバルな接続可能性によってもたらされたものである。こうした空間近接性が必要とされていた他の理由に、コミュニケーションの主要バリエーションに対面という同期コミュニケーションしかなかったことがある。ここでも、インターネットは、メールなどの容易で高速な非同期コミュニケーションが可能

なチャンネルを提供し、更にソーシャルメディアは限りなくリアルタイムに近い非同期コミュニケーションを提供した。これらによって、コミュニティは、空間的制約、時間的制約をほぼ解消し、1コミュニティ当たりの収容可能人数も、ブロードキャストとマルチキャストの性質を備えたソーシャルメディアによって増加したと言える。

次にコミュニティの量的拡大を支えたコミュニティの外部保存、外部記憶化であるが、これはコミュニティの成員を覚えなければいけないという人間の記憶的制約を大幅に改善した。これらは、昔からあるアドレス帳と同じ機能だと思われがちであるが、ソーシャルメディアはアドレス帳でありながら、関係性をその場で更新、維持できるところに違いがある。しかもその維持のコストは非常に低い。Facebookにおけるコミュニケーションの最小コストは、その対象となる人物の投稿したものに対する共感を、いいね！ボタンをワンクリックするだけで済むのである。Facebookはコミュニティをグループとして登録出来、メンバーを忘れ去る心配などない。ソーシャルメディアなどの情報プラットフォームはコミュニティを動的に外部保存することによって、個人の参加できるコミュニティを増やしたと共に、1コミュニティ当たりの収容可能人数を増加させたと言える。

一方、コミュニティの質的な変化は、サイバー空間という特性によってもたらされた。その変化とは、主に二つある。一つに、インターネット上で完結する宙に浮いたコミュニティの出現がある。そしてもう一つに、人々が集団をコミュニティと感じる閾値の低下をあげることができる。インターネットやソーシャルメディアなどの情報プラットフォームが登場する前は、人々は常に対面で出会いを経験していた。しかし、情報プラットフォームが出来てから、人々は対面を通じて出会わなくても、情報プラットフォームの用意するサイバー空間で出会うことが可能になった。例えばオンラインゲーム上で人々は、共通の敵を倒す為に徒党を組み協働する。そしてチャットをするうちに、その他のソーシャルメディア上でもつながり始め、関係を構築していく。中にはゲーム毎のコミュニティなどがある。そして、時にオフ会と称した、インターネットコミュニティがリアルで会いパーティーを催すことすらある。人々は、対面という地に足の着いた出会いだけでなく、インターネット上での宙に浮いた出会いも同じ出会いとして経験するようになったのである。これは、完全にインターネット上で完結するコミュニティの誕生を意味している。次に、人々が集団をコミュニティと感じる閾値の低下は、特に情報プラットフォームのコミュニティに係る人々の意識を記号化し変化させるという特徴によってもたらされた。コミュニティにおける人々の当事者意識は情報プラットフォーム内での当該コミュニティにおける活動量という形で可視化され、コミュニティの持つ共通のテーマに基づく名付けを求められ容易に輪郭が与えられる。輪郭が与えられると

人々のコミュニティに対する当事者意識がそこまで醸成されていなくても、醸成する方向へ向かう活動を始めるように仕向ける。また、コミュニティの新規成員の承認という点で見ても、非常に簡単である。既にあるコミュニティのリストに新規参入者を加えて、自己紹介を促すだけである。情報プラットフォームの中でも、ソーシャルメディアはコミュニティを形成し易く設計されており、人々のコミュニティ意識を変えるものと言える。

以上の様に、情報プラットフォームはコミュニケーション構造を変えた様に、コミュニティをも変容させた。コミュニティは量的変化として一人当たりの関われるコミュニティ数を増加させることによって、社会のコミュニティ総量を増加させたと言える。また、質的变化として情報プラットフォームはコミュニティに係る人々の意識を記号や構造によって操作している。それらは、より一層コミュニティ活動を行うように設計されているものが多く、人々の情報プラットフォームの外でのコミュニティに対する意識も変わりつつある。

## 【第二章まとめ】

情報プラットフォームは人々の生活、コミュニケーションから欠かせないものとなっている。特に、ソーシャルメディアは、いつでも、どこでも、だれとでも、コミュニケーションできる機能を無料で人々に提供している。人々は、これまで無かった様なリアルタイム性のある非同期コミュニケーションと、出版とコミュニケーションの中間体であるタイムラインやウォールといった一度に多数の人々とコミュニケーションできるツールを手に入れたのだ。インターネットのプラットフォーム的制約や誘因は、インターネット上で築かれるソーシャルメディアにも影響を与えている。その一つにソーシャルメディアの傾向として、発信者を厭わずどれも並列に扱うというものがある。これはこれまで一方向的であったマスコミュニケーションとコミュニケーションを同じ情報として並列に扱い、社会の情報流通構造を変えたと言える。今や、マスメディアの情報もパーソナルメディアの情報も同じソーシャルメディアで扱われるのである。これらコミュニケーション構造の変化は、コミュニティを変容させる。量的な変化として、コミュニティの数を増やすとともに、質的な変化としてコミュニティに係る人々の意識を変えた。ソーシャルメディアはより一層のコミュニケーションとより一層のコミュニティ活動へ人々を仕向けるものである。なぜなら、ソーシャルメディアは無料で提供はされるが、商業プラットフォームであるからである。多くの場合、人々の行動情報を得て、適した広告を提供する事で成り立っている。つまり、滞在時間を伸ばし、一人当たりの広告露出時間を増やそうとするのは利潤を得なければならない企業である以上、自然な

ことである。

### 第三章 プラットフォームの統治必要性

情報プラットフォームは世界の公共財と呼べるまでに人々の生活に密着し、単なる企業の所有物というより公共財的色彩が強まってきている。しかし、その運営はブラックボックスの様にベールに包まれ、単一企業によって運営され、本社の位置する単一国家による規制の影響を受けている。情報プラットフォームの公共財的価値を保存する為にも、発展的競争を促す為にも情報プラットフォームの統治、プラットフォームガバナンスが必要である。本章ではその必要性と方向性を考えてみたい。

#### 【利便性による情報の抜き出し】

インターネットはグローバルな接続可能性をもたらした。しかし、その上に流れる情報は、情報プラットフォームによってユーザーから引き出され、整理されて、流通していると言って過言ではない。このような情報流通がなぜ情報プラットフォームによって可能になったのかを考察したい。

情報プラットフォームは、ユーザーに利便性を提供すると同時に、サービスの改善の為にユーザーの精緻な行動履歴を取る。多くの場合は、アカウント情報の登録を求め個人の特定が可能な情報を求める。サービスの内容がメールプログラムやメモ書きである場合、容易に個人の特定が可能な情報をプラットフォームは手にすることになる。サービスの利用情報、サービスへの登録情報、これら2つの分類がある中でプラットフォームは必ず利用者の情報を取得している。これらのユーザー情報は、サービス改善の為や、商業利用を見据えて蓄積される。

特に、商業プラットフォームは企業という構造上、ユーザー情報を一般的な情報プラットフォーム以上に希求する。なぜなら、商業プラットフォームは、ほとんどを広告または特定の機能に対する課金によって生計を立てており、ユーザーの属性情報や、行動情報によって、より高い広告単価とより高い課金率を得ることができるからだ。いくらユーザーデータが価値を生むといっても、ユーザーデータは加工して何らかの意味のある情報を抽出しなければ持つていても価値を発しない。だが、近年の情報取得技術の向上と、情報蓄積コストの低下によって、ユーザーデータは利用価値が見出されなくても盲目的に蓄積される傾向にある。多くの場合、ユーザーの行動はほとんど全て記録されていると言っても過言ではない。

そもそもユーザーが何故これら情報プラットフォームを利用するかというと利便性または必要性に迫られるからである。そして、これらを使う時に、行動情報が取られても多少は問題ないと考えているユーザーが多い。なぜなら、サービスが無料で提供され

る以上は多くの場合広告を伴って提供され、その広告が自身の行動情報に関連付けられていることを経験しているからだ。それでも尚、情報プラットフォームを利用することは、行動情報が取られているという事実を認識しても、許容して使っているということである。また、商業プラットフォームは、行動情報を利用する必要性がある以上、膨大なプライバシーポリシーを作成公開している。しかもこれらは、ユーザーが普段目にする様なところに明示されているわけではなく、使用説明と共に並べられているだけである。ユーザー登録をする必要の無いサービスは、いきなりすぐに使える様になっており、プライバシーポリシーは目につかない。ユーザー登録をするサービスであっても、非常に小さな文字で書かれた利用許諾書へのリンクが貼ってあるだけで見なくても許諾ボタンを押してすぐに使い始められる様になっている。ほとんどのユーザーはこれらのもので読まず、すぐに、しかも無料で利用を始めることができる。例えば検索エンジンでは、サービスが無料で提供されている以上、自分の利用情報に合わせた広告が出てきても仕方がないと考えているユーザーが大半であろう。

この様な情報を抜き出す情報プラットフォームが、真に世界を繋いできた。ただインターネットだけが純粹に存在する状態だけでは、流れる情報は通信に効果的な経路情報や、ノード情報だけである。そこに顧客情報などの現実空間で価値のある情報は流れない。見方を変えれば、インターネットが世界をつないだというのは、グローバルな接続可能性という限定的なものだけである。インターネットという接続経路はそれを能動的に使う主体がいて初めて世界を繋いだと言える状態になる。このインターネットという接続経路に情報を流し込んだのは各エンドユーザーであり、それを動機付けたのは情報プラットフォーム達である。この情報プラットフォームには Google はもちろん WWW やブログ、SNS も含んでいる。これら情報プラットフォームが普及すると次の新たな情報プラットフォームを普及させる呼び水になり、インターネット自体も増える通信量と共に普及していった。インターネットと限定的なアプリケーションのみではここまでインターネットも普及しなかったであろうし、ここまで世界を繋ぐ様な情報プラットフォームも出てこなかったであろう。インターネットの持つオープン性と、情報プラットフォームの持つユーザーの動機付け力とネットワーク外部性が、インターネットと情報プラットフォーム自身を発達させた世界を繋いだのである。

以上の様に、情報プラットフォームは、ユーザーに利便性を提供すると同時に、ユーザーデータを子細に記録する。また、情報プラットフォームはユーザーにデータを提供する動機付けを提供し、よりサービスを使わせインターネットへの滞留時間を延長する傾向を持つ。特に商業プラットフォームでは、儲けを得る為に時に盲目的にユーザーデータを蓄積する傾向にある。これらサービスの大半が無料を基本としている以上、ユー

ザーはユーザーデータの蓄積及び利用に異議を唱えずに利用している現状がある。このような世界を飛び交う情報の流通や生成はインターネットだけでは成し得なかった。種々の情報プラットフォームの持つ、ユーザーの動機付け力とネットワーク外部性、商業的誘因があって今日あるような数々の全世界ネットワークが誕生したのである。

#### 【プラットフォームによる一方的な情報利用と危険性】

情報プラットフォームでの個人情報の取り扱いに関する問題や情報流出について報道されることが増えてきている。情報プラットフォームはユーザーに利便性をもたらす代わりに情報を抜き出す。情報プラットフォームは圧倒的な質と量の個人情報を保持すると同時に、危険性を有している。

情報プラットフォームはこれまでに無い精緻な個人の情報を蓄積する。紙の時代であれば、個人の情報は名前、年齢、住所、電話番号、容姿の特徴など保存容量に紙面的制限があり限られていた。一般的な販売店の持つ顧客情報は、営業担当の頭の中に子細に記憶がされているが、広く二次利用可能な形で保存されることはなかった。それが情報プラットフォームでは、全ての情報が二次利用可能な形でデータベースに記録されるようになったのはもちろん、ユーザーが情報プラットフォーム上で起こした行動全てを記録するようになった。また、これに加えてアカウント登録をする情報プラットフォームでは、名前、住所、生年月日、電話番号、プロフィール写真などの情報も蓄積される。高度に発達した情報プラットフォームの中には、ユーザーの位置情報を無線 LAN や GPS を用いて特定し、自動的に記録するものがある。情報プラットフォームは紙の時代に無かったような質を持つ個人情報を保存することができるのである。

そうした精緻な個人情報を無制限に膨大に記録できるのが情報プラットフォームのもう一つの特徴である。蓄積する個人情報の種類や質は、情報プラットフォームによりそれぞれ異なるが、その量はどの情報プラットフォームにおいても膨大である。それは、記憶ドライブの低コスト化と、ユーザーの行動履歴をトラッキングする技術の発展によるものである。特に、Facebook では、10 億人以上のユーザー情報を保有しており、Google においても 2011 年段階でユニークユーザー数が 10 億人を突破したと言われている。IMF 発表の 2011 年の世界の人口国別ランキングにおいて、1 位中国 13.4 億人、2 位インド 12.0 億人、3 位アメリカ 3.1 億人であることを見ても、Facebook、Google の抱えるユーザー数とそれに付随する個人情報が膨大である事が分かる。国家よりも、多くの個人情報を持った情報プラットフォームが登場してきているのだ。

ユーザーの個人情報は、多くの場合、個人を特定しない形で二次利用されるが、個人を特定せずに利用しているかの証明や検証は為されていない。プライバシーポリシーな

どにおいて個人情報の取り扱いに関する方針は明記されており誰でも確認が可能ではある。しかし、実際の二次利用における情報利用の方法は不透明であり、情報プラットフォームを運営する企業内での情報管理の方法も同じく不透明である。対外的に、情報は安全に適切に取り扱われているとされるだけで、実際どの様に扱われているのかを知る術は無く、法律もそれを必要としていない。情報プラットフォームにおける情報の取り扱いが不透明である以上、不正利用の可能性は否定出来ない。

例えば、特定企業に勤める人の情報プラットフォーム上におけるアカウント情報や行動情報を自由に閲覧出来るとしたら、簡単にインサイダー情報を入手できてしまう。アカウント情報が登録されていなくても、アクセス元の IP アドレスから発信元が分かり、ブラウザに蓄積されるクッキー情報からより個人や属性が特定される可能性がある。情報プラットフォームの管理者がやろうと思えば、一ユーザーの個人の特定は容易である。他にも例を出せば、株価に有利な情報を不正に入手出来る可能性がある。多くの情報プラットフォームの言う個人を特定しない状態で使う個人情報だけでも十分に株価に影響するような情報を抽出が可能であろう。ある企業に勤めていることが想定されるユーザー群から特定のキーワード、例えば赤字、不渡り、などの文字が使われる回数を記録するだけで、特定企業に異常が起きたことが容易に分かる。どこからどこまでが個人を特定する情報なのかどうかを明確に定義していないプライバシーポリシーではこの様に簡単に不正につながる情報抽出ができる可能性がある。

これまでプラットフォームによる主体的な不正可能性を述べてきたが、他にも危険性は存在する。それは、情報流出である。2011年にソニーはプレイステーションネットワークの7700万人分もの、住所、氏名、電話番号を含む個人情報が、何者かによる攻撃を受け流出したことを発表している。年を追う毎に、こうした情報流出の件数は増えている。ハッカーの攻撃による情報流出以外にも、ユーザーの意図しない情報の流出は存在する。一時期問題になったのが、Amazon.co.jpの「ほしいものリスト」と言われる欲しいものをメモとして登録できるサービスが、ユーザーが変更を加えない限りデフォルトで公開設定となっており、芸能人の私的なほしいものリストがインターネットにオープンに公開されており問題となった。プラットフォームの情報に対する感覚と、ユーザーの感覚との違いによりこれからもこの様な問題が起きる事が予想される。

以上の様に、情報プラットフォームの保有する個人情報は質と量ともに国家を凌駕するものがある。そして、それらの個人情報は、プラットフォームの内部機構はクロズドに管理、運用されるがゆえに不正利用の危険性と、不慮の情報流出の危険性を抱えている。

### 【ブラックボックスな統治機構】

ユーザーの振る舞いは、サイバー空間上で完全にコントロールされる。これは、国家が暴力を裏付けとして人々を統治するのと同様に強力なものである。情報プラットフォームの持つこうした統治機構的側面を考察したい。

情報プラットフォームの統治機構は法律とクローズドコードに守られたブラックボックスである。上場企業や有名企業の運営する商業プラットフォームは、株主からの監視や、メディアからの監視があるものの、情報プラットフォームの内部構造については誰も知ることができない。情報プラットフォームを守る根拠となる法律は、著作権法と知的財産権法、そして国によってはその他の法律で、情報プラットフォームを動かすプログラムを守っている。著作権法や知的財産権法では、プログラムの無断複製、無断利用を禁じている。そこで、利用の為にユーザーは利用許諾書をアカウント登録時などに受諾することが求められ利用する形となっている。その利用許諾書にはプログラムのソースコードを見る行為、逆コンパイル、逆アセンブルが禁止されており、実質、著作権法と知的財産権法がプログラムコードの秘匿性を守っている。また情報プラットフォームにおいても、プログラムコードはユーザーからは通常見ることができない。WEBプログラミングには大きく二つに分けて、サーバーサイドプログラムとクライアントサイドプログラムがあるが、情報プラットフォームの主要部分はサーバーサイドプログラムとして実行され、その実行結果がユーザーの手元に来る。具体的にどの様なコードになっているかは、プラットフォームの運営者のみにしか分からない仕掛けとなっている。この様に、情報プラットフォームは法律と実際上のWEBプログラムの仕組みそのものによってブラックボックス化されているのである。

実空間上には無い様な絶対的な制御力を、サイバー空間において情報プラットフォームは保有している。ユーザーの振る舞いは全て、情報プラットフォームのプログラミングコードにより完全に制御される。制御されない場合もあるが、それはハッキングやクラッキングと呼ばれる不正行為をしなければ成し得ない。例えば、実空間に模した空間を持つオンラインゲームを考えてみると、話す、飛ぶ、攻撃する、回復するという全ての行動がプログラムの示す選択肢の上でしか成り立たない。メールサービスやSNSにおいても同じことで、情報プラットフォームの方針が絶対的にユーザーの振る舞いを制御する。情報プラットフォームは、一般的なソフトウェアとは違い、ユーザーの振る舞いに自由度を持たせて協働を加速させるものが多いが、それでも絶対的な振る舞いの制御力を有している。

この様なサイバー空間上での絶対的な制御力は、間接的に実空間上にも広がる。例えば検索エンジンのランキングは、広告と同じく人々の行動を左右するものである。何で

もまず検索エンジンで探す人々が増えつつある世界において、検索エンジンに載らないことは、この世界に存在しないに等しいことを意味する。他にも世論操作の可能性が存在する。プラットフォームが意図的に人々に見せる情報を変えることによって、世論を操作することさえ可能である。意図的に情報操作をされているとは知らないユーザーは、容易に信じ込む危険性があり、その情報が全てだと思込む危険性がある。具体例として国家と情報プラットフォームが結託した例であるが、中国から天安門事件を検索すると他国から検索するのと全く違うものが標示されるなど一部では事例がでてきている。情報プラットフォームが人々の生活に密着し、インフラと化してきている現代においては、情報プラットフォームの些細な仕様の変更でさえも、人々の行動を変える可能性を秘めているのである。

統治を考える際に考えなければならないのは、その統治の裏付けが何かということである。例えば、国家の場合は、暴力という裏付けが存在する。情報プラットフォームの場合は、利便性がその裏付けとなる。情報プラットフォームの中には、利便性というより中毒性をその裏付けとしているものがある。特に、コミュニケーションに係るものであったり、ゲーム性の高いものであったりがユーザーの利用に中毒性を引き込んでいる。プラットフォームの統治機構的側面にフォーカスして話をすれば、プラットフォームは利益率拡大とシェアの低下を天秤にかけ、ユーザーへの影響力を強化させる。反対に、ユーザーは利便性もしくは中毒性と危険性を天秤にかけ、サービスを継続的に使用するか決定する。特にオンラインゲームでは、ユーザーが中毒的にサービスを使ってしまい、ゲーム内の課金によって十数万の請求をされるという例がある。他にも、圧倒的なシェアを獲得してユーザーが定着した後に、プライバシーポリシーを、より個人情報抜き出す形に改訂するものがある。暴力の様な絶対的なものに裏付けがなくても、利便性や中毒性を裏付けとしてプラットフォームは統治機構となっているのである。

以上の様に、情報プラットフォームは法律と WEB プログラムという構造に秘匿されたブラックボックス様の統治機構をしており、利便性と中毒性によってサイバー空間上のユーザーの振る舞いを完全に統治している。その統治力はサイバー空間に留まらず、ユーザーの情報インプットを変えることによって実空間にも影響を及ぼしている。

#### 【国家と情報プラットフォームの接続】

国家も情報プラットフォームを通じて、ユーザー、国民を統治し得る。情報プラットフォームと国家は、商業に係る法律を通じて容易に接続、統治が可能であり、情報プラットフォームの本拠を国内に持つ国家は非常な影響力を持つこととなる。情報プラットフォームと国家の関係性とそこから生まれる危険性について考察したい。

情報プラットフォームは、商業という性質上、政府からの規制から逃れられない。インターネットは ISP など、商業を通じて構築されているのは周知の通りであるが、情報プラットフォームは更に商業に密着している。情報プラットフォームのほとんどは、単一の企業によって開発から運用までを手がけられており、どこかの国にサーバーと本社を構えている。商業として運用している以上、政府からの法規制の対象となり、罰則行為を犯すことは会社の損失に繋がるので通常なしえない。本社やサーバーの置いてある国以外でもサービス提供先の国が接続遮断という罰則を盾にサービス改変を情報プラットフォームに求めれば、情報プラットフォームは応じざるをえない。情報プラットフォームは国家の影響から逃れられない。

情報プラットフォームを介して、一国の影響力は際限なく広がる。犯罪捜査の名目上であれば、個人を特定する情報を情報プラットフォームから抜き出しての調査が出来る。これは、殺人などの重犯罪だけでなく、著作権の保護を目的とした保護の為に適用されつつある。実際の運用までにはまだ至っていないが、アメリカでは 2012 年に **Cyber Intelligence Sharing and Protection Act** と呼ばれる、著作権保護を目的とした情報プラットフォームの政府による検閲を、裁判所の令状無しに認める法案が下院で可決された。一方、中国では、金盾と呼ばれるファイアウォールを中国全体のインターネットに施行している。中国からは、Facebook や Twitter などの情報にアクセスできず、天安門事件などの情報がフィルタリングされた安全な情報プラットフォームしか使えない様に設定されているのである。更に、2012 年 12 月に中国はインターネットユーザーの実名登録制度を義務化することを発表した。中国にある情報プラットフォームで全世界的に使われているものは無いが、国家の持つインターネット及び情報プラットフォームへの影響力の大きさを示すものである。

一国の影響力が、情報プラットフォームによって国内によって非常に高まるのはもちろん、国外においても影響を及そうとしている。一国の議会で決まる、内政の為の決定事項が世界に簡単に影響を及ぶのが情報プラットフォームに係る政治の特徴である。中国は思想犯の監視を名目とし、アメリカは著作権保護を名目に情報プラットフォームを監視しようとしている。一方、アメリカはインターネットへの接続の自由を積極的に確保することを謳っている。2010 年にヒラリー・クリントン国務次官はリンカーンの提唱した 4 つの自由（表現の自由、礼拝の自由、欠乏からの自由、恐怖からの自由）に接続の自由を加え演説を行った。主要な情報プラットフォームがアメリカに集結する以上、インターネットが世界により広がれば、アメリカの影響力が増す算段である。

具体的には、2010 年から 2011 年にかけて起きた Facebook などの情報プラットフォームを用いた中東での民主化運において、エジプト政府はエジプトでのインターネット

そのものへの接続を遮断した。インターネットそのものを遮断しなければ VPN などの規制回避手法を完全に押さえ込むことができなかつたからだ。しかし、Facebook などの情報プラットフォームの本社やデータサーバーが中東各国の政府の影響下であれば、インターネットそのものを遮断するという強硬手段に出なくても、デモが頻発する事態は容易に阻止されていたはずである。なぜなら、情報プラットフォーム自体のインターネット接続を解除するだけで良いからである。一方、もしアメリカで国家体制を揺るがす事態が Facebook などの情報プラットフォームなどで起きようとするなら、アメリカ政府は Facebook そのものをシャットダウンすることができるであろう。つまり、世界で使われる情報プラットフォームを手中にする単一の国家が世界に影響力を行使する可能性を持っている。

インターネットと同様に情報プラットフォームは、社会において非常に公的な機能を果たすが、単一国家による影響を受ける可能性を持った単一企業が運営をしている。インターネットは世界における公共財という認識のもと、国際会議による仕様の策定、運用方針の決定をし、実際の末端の運用は商業、企業群に任せることによって成り立っている。しかし、情報プラットフォームは単一企業によって運営がなされ、運営の不透明性が非常に高い。更に単一国家の思惑による介入がなされる可能性が存在し、公共財としての価値を毀損する危険性が大いに存在する。現状の情報プラットフォームを取り巻く環境は、独裁に近く、不正可能性も高く、単一企業及び単一国家の良心に委ねられただけの危うい状況なのである。

以上の様に、情報プラットフォームと国家は商業とそれに係る法律によって接続され、ユーザーや国民を統治し得る。国家は法規制を通じて、国内に影響力を行使できるのはもちろん、グローバルにシェアを持つ情報プラットフォームを運営する企業の本社やデータサーバーがある国家では、国外にもその影響力を行使できる。しかし、情報プラットフォームもインターネットの様に世界の公共財として機能している中、単一企業、単一国家による運営で果たして良いのだろうか。インターネットにガバナンスがあるように、情報プラットフォームにもガバナンスを導入する必要がある。

#### 【プラットフォームガバナンスの方向性】

インターネットのガバナンスは、共同で仕様と運用方針を策定することで成り立っている。一方、インターネットという通信経路を用い、実際に情報で世界を結ぶ情報プラットフォームのガバナンスはどうであろうか。それぞれの情報プラットフォームは単一企業により運営され、単一国家の規制によってその情報流通と情報生成までもが、不正や監視検閲される危険性を孕んでいる。ここではプラットフォームガバナンスにおける

方向性について今までの議論を踏まえて考えてみたい。

情報によって世界を実際に結んでいるのは情報プラットフォームである。インターネットはその情報経路の基礎として重要であることに違いないが、実際に流れる情報に影響を与えるのは情報プラットフォームそのものである。その情報の流通を、単一企業や、単一国家に任せてしまつては危険である。一段落したインターネットのガバナンスよりも実際に求められているのはプラットフォームのガバナンスである。インターネットのガバナンスは国際的に協調が計られているが、これと同様にオープンで情報プラットフォームの良さを失わせない様なガバナンスが必要とされている。

情報プラットフォームの良き部分は、それぞれのプラットフォーム毎に提供サービスが違つるので一概には言えないが、ユーザーの自由な活動と、情報プラットフォームそのものの政府に依らない商業による供給である。ユーザーの個人情報、嗜好最適化広告など情報プラットフォームの収益化の為に使われるのは致し方がない。しかしそうした個人情報を、個人に何か社会的な不利益を被らせたり、不正な競争に利用したりするのは、情報プラットフォーム群の正常な発展を阻むものであり、可能性も含め全て排除すべきである。ユーザーの便益と、プラットフォームの発展的な競争を妨げない形でのガバナンスが必要である。

プラットフォームガバナンスにおける目的を整理すると、まず一番目に情報プラットフォームによる情報の不正使用などの暴走の抑止、二番目に単一国家による情報プラットフォームの操作の抑止、三番目に情報プラットフォームを通じた犯罪の抑止を掲げたい。現在この三つを全て満たしている国は無い。一番目と二番目はこれまでにみてきた通りである。三番目の犯罪の防止であるが、これは対象となる情報プラットフォームの本社並びにデータサーバーが、犯罪の起きようとしている国に無ければ現状法的な拘束力は全くなく野放し状態に近い。この問題も含めて、上記3点を改善する施策が必要である。

最後に提案として、いくつかの案を述べたい。まず情報プラットフォームにおいては、ユーザーの不正利用を防ぐ為に、ユーザーデータ取扱の国際標準化を進めるべきである。そして可能であれば、ユーザーデータ取扱に対して監査をする組織を立ち上げ相互監視を推進すべきである。

次に情報プラットフォームへの国家からの干渉の抑止であるが、IT 企業の本社とデータサーバーの場所を変えることで抑止することができる。国際空港の様に国家主権からある程度中立性を確保した場所に IT 企業の本社を置くか、干渉を全くしてこないような国家に本社を置くべきである。データサーバーについても同じことが言える。データサーバーについてはデータを暗号化し、対象市場の近くにおきつつ、暗号化を解除す

るキーとなるデータを国家の干渉から免れる場所に格納すればよい。もしくは、全て国連や国際会議が主導となって、共同管理のデータ領域を持つことも可能性として模索できる。全て条約で過干渉を防ぐことによっても解決は可能であるが、アメリカや中国が既に情報プラットフォームに対して何らかの影響力を行使してしまっている以上難しい。

共同管理をすると難しくなるのが、最後の犯罪防止であるが、各国に共通のデータ検閲に対する規定を作り、各国の裁判所や数カ国共通で作る裁判所に申し立ての上、検閲の許可を取れば良いと思われる。その規定に外れた案件は、国際的な裁判所機関などへ申し立てをして検閲の許可を受ければ良いだろう。

以上の様に、情報プラットフォームは、インターネット以上に世界をつなげるインフラそのものであり、世界の公共財と化している。それを一国政府の思惑や、情報プラットフォームの不正行為によって毀損をしてはならない。その為に、情報プラットフォーム自体の暴走の抑止、単一国家による操作の抑止、犯罪の抑止の三つを主眼においてプラットフォームのガバナンスを構築すべきである。その方法の一つとして、インターネットと同様に国際会議による標準化をユーザーデータ管理方法において推進し、国際的な共有地に IT 企業の本社ならびにデータサーバーを据えるのが良いと思われる。

### 【第三章まとめ】

情報プラットフォームは、利便性を通じてユーザーを獲得し、そのユーザーの振る舞いを統治する統治機構としての側面がある。この統治機構は単一企業によって運営がなされ、その仕組みや仕様は法律と WEB プログラムという仕組みそのものに隠されたブラックボックスとなっている。また、この統治機構は、サイバー空間上では完全な統治の力を持つと同時に、情報流通と情報生成を変えることによって現実空間に影響をもたらす非常に影響力な力を持つものである。そして、これらは全て商業を通じて単一企業によって構成される以上、その本社やデータサーバーの所在する国家の法律や規制を直接に受けることとなる。国家がグローバルにシェアを持つ情報プラットフォームを操作するとき、経済的な緊張はもとより軍事的な緊張を引き起こす危険性もあり、何より人々の自由を脅かすものである。国家は情報プラットフォームの統治機構を通じて容易に全世界へ影響力を及ぼすことができるのである。そこで、前章で述べた情報プラットフォームのコミュニケーションに関わる良き点、ユーザーの利便性と情報プラットフォーム間の発展的競争を損なわない形で、情報プラットフォームの不正可能性の抑止、単一国家による干渉の抑止、犯罪の抑止の三つを満たすプラットフォームのガバナンスが必要である。本章では、その一つの方向性として、国際会議によるユーザーデータ管理の

標準化と、IT 企業の本社及びデータサーバー所在の脱単一国家化について述べた。

## 【おわりに】

情報プラットフォームが登場し始めてまだ間もない。Google は 1998 年にサービスを開始し、Facebook は 2006 年に一般へと公開され共に 10 億人を超えるユーザーがいる。2011 年に公開されたばかりのメッセージングアプリ LINE は、2013 年 1 月に 1 億人を超えるユーザーを獲得したという。これらの情報プラットフォームは、まずは時間のある若年層や、学生から流行はじめる。一方、社会を中心となって動かす働き盛りの世代はあまり新しいコミュニケーションツールや情報プラットフォームを使わない。しかし、これから今の情報プラットフォームや新しいコミュニケーションツールに慣れた世代が社会に飛び立つに連れ、社会は確実に変わっていくのではないだろうか。

マクルーハンの言う様に、人々はメディアを作り、その後メディアが人々を形づくる。活版印刷やテレビがそうだったように、インターネットや情報プラットフォームも間違い無く社会を変える。それも、情報プラットフォームはコミュニケーションの構造を抜本的に変えてしまうのだ。これまでのメディアによる人間の行動変容や社会変容以上に、情報プラットフォームは社会変容のうねりとなって押し押せるだろう。世代交代と共に。

バーナードは組織には公式的側面と非公式的側面があるといい、アンダーソンは、国家は想像の共同体だと言った。企業もコミュニティを装い、国家もコミュニティを装う。コミュニティを装うことで人間のコミットメントを引き出し、組織の目的へと人を駆り立てるのだ。そのコミュニティの構造が、情報プラットフォームの登場によって大きく変わった。コミュニティの変容が、逆に企業や、国家の形態を変える可能性を秘めていたりはないだろうか。

こうした変化も全て、情報プラットフォームの良き統治によってもたらされるだろう。現状の情報プラットフォームは全て、運営者の良心によって支えられている。一度、不正が行われれば、ユーザーの情報プラットフォームに対する意識は変わり使われなくなっていくだろう。国家や企業による不正可能性を限りなく取り除いた、プラットフォームのガバナンスが求められているのである。

**【謝辞】**

本書は、上山信一教授の時に厳しく、時に優しいご指導により執筆することができました。また、SFC の学習環境は、私にとってかけがえのない数々の経験を与えてくれました。一年次には情報系、二年次にはデザイン系、三年次には経営系の研究会に所属し、最終的に上山信一研究会で卒業プロジェクトをさせて頂くことができました。これらの研究会で学んだことは、生涯に渡って私を支えてくれることと思っております。それぞれの研究会の先生、先輩、同輩や後輩達に、SFC で出会った全ての人達に、感謝しています。

ありがとうございます。

2013 年 1 月

フィリピン、セブ島にて

奥田真嘉

【参考文献】

- W.リチャード スティーヴンス，(2000)『詳解 TCP/IP 〈Vol.1〉 プロトコル』(橘康雄  
+井上尚司訳，ピアソンエデュケーション)
- W.リップマン，(1987)『世論』(掛川トミ子訳，岩波文庫)
- クリス・アンダーソン，(2009)『フリー』(小林弘人+高橋則明訳，NTT 出版)
- 國領二郎，(2011)『創発経営のプラットフォーム』(日本経済新聞出版社)
- ローレンス・レッシング，(2007)『CODE VERSION 2.0』(山形浩生訳，翔泳社)
- 萱野稔人，(2005)『国家とはなにか』(以文社)
- ジェラード・デランティ，(2006)『コミュニティ』(山之内靖+伊藤茂訳，NTT 出版)
- 広井良典，(2009)『コミュニティを問いなおす』(筑摩書房)
- C.I.バーナード，(1968)『経営者の役割』(山本安次郎訳，ダイヤモンド社)
- ベネディクト・アンダーソン，(2007)『想像の共同体』(白石隆+白石さや訳，書籍工  
房早山)