

情報の倫理



2018/01/11

Kazuma Sekiguchi

class@cieds.jp

リア充と非リア充

- リア充 = 現実の生活が充実していそうな人のこと
 - 恋人がいる、高年収、高学歴、友人関係が豊富など
- 非リア充 = リア充ではない人のこと
 - リア充爆発しろ、などの言葉
- リア充は自分をリア充として意識している可能性は低い
- 非リア充はリア充を目の敵にしている構成
 - ネットに古くから存在する層 = 自らが非リア充という意識が浸透

ネット原住民

- リアルの世界でつまはじきにされたため、ネットへと活動を移動していった層＝ネット原住民
 - 現実の世界で人間関係の構築が苦手またはその傾向が強い
- 初期のネット文化を構成
- 「敵に回すと恐ろしいが、味方にすると頼りない」
- 世の中という存在に対して負の感情を有する
 - 自分たちを排除した現実世界の象徴に強い怒りをぶつける

炎上行動とネット原住民

- ネットは自分たちのものであるという意思
 - ネットという場にリア充が移住してきて、場を失われつつあることに対する憤り
- ネット原住民とリア充との文化的衝突が炎上（川上量生）

「きんもーっ☆事件」

- 夏のコミケ会場でホットドッグを販売していた女子大生が会場の客を撮影し、Blogに「きんもーっ☆」と投稿
- 2ちゃんねるにスレッドが即時立ち、本人特定が可能な個人情報晒される典型的な炎上事件に発展
- 飲食業の人がお客のことについて書くことは社会通念上許せない、という社会正義が原動力に見える
 - 実際には自分たちの居場所に侵入してきた縄張り意識と自分たちが軽蔑される対象となっている被害者意識
 - もともと軽蔑されている自覚が少なからず存在

「きんもーっ☆事件」

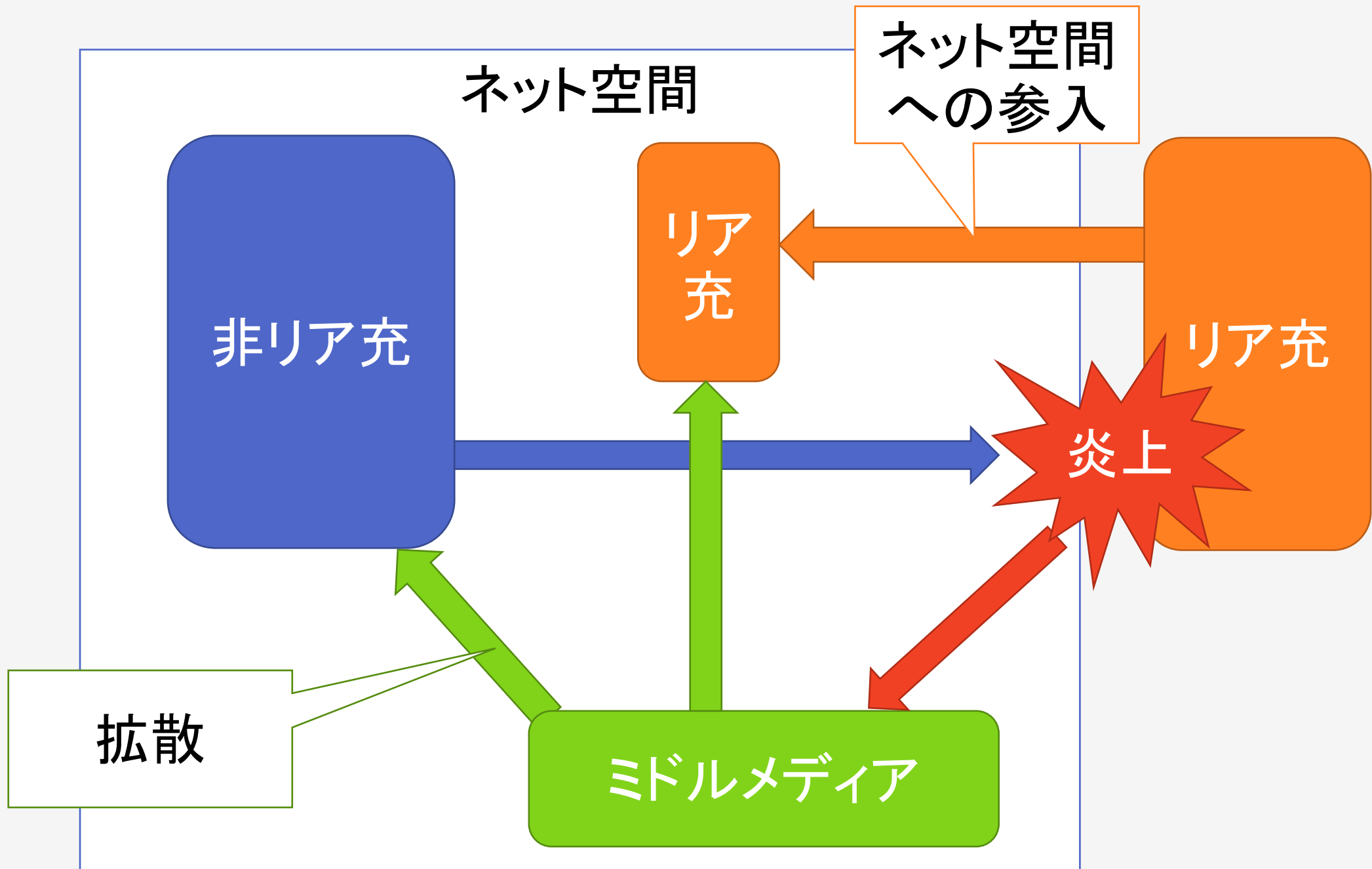
- 女子大生を糾弾する理屈として社会正義を掲げる
 - 「きんもーっ☆」はATOK（漢字変換ソフト）で変換できるくらい有名
- 炎上は基本的にはネット原住民の仕業
 - Twitterなどを周回し、社会的に問題のある行動をアップしている人をピックアップしていく
 - 見つけた対象を社会正義として、晒して集団的に活動することで、問題を大きくする
 - ミドルメディアが炎上を取り上げることで更に問題が炎上、普及、発展していく

ミドルメディア

- マスメディアと、インターネットの掲示板やブログ・口コミといったパーソナルメディアの間にあるメディアのこと（藤代裕之）
- 2ちゃんねるなどの情報を元にしてミドルメディアが炎上を取り上げることで、ネット原住民以外にも情報が拡散
- J-CASTニュースは、ネット上の炎上事件を積極的に取り上げることから「炎上メディア」と呼ばれる
- 探偵ファイル・ガジェット通信・Narinari.com・テレビアンニュースなどのニュースサイトや各種まとめサイト

ミドルメディアによる拡散

- ミドルメディアの大半は広告収入
 - アクセス数の増加に伴い広告収入が増える
- 炎上の度合いが増せば増すほど、注目度も増え、関連の記事へのアクセス数が増える
 - ミドルメディアが炎上を取り上げる理由
- ネット原住民は話題になる炎上を見つけ出す
 - ほかの人々が怒りそうなネタ、直ぐに収束しないようなものが盛んに取り上げられる
 - 自警団的意識が働いている可能性



炎上現象

- ネットが普及するまではあまり見られなかった行動でネット上で個人が意見を発表して問題点を共有するネットデモクラシーの動きの象徴（伊地知晋一）
 - 不買運動などの動きや企業バッシングなどは旧来から存在した
 - 雪印乳業、フジテレビデモ
- メディアが絡むことが無く、企業が謝罪を行うようになったのは、ネットの集合による力によるところが大きい
- 個人への攻撃などは、面白半分と奇妙な正義感
 - 「バカか暇人」中川淳一郎

広と私

- 芸能人を道で見かけた、ということTwitterなどにアップ
 - 通常問題にならない＝公としての行動
- 芸能人を道で見かけて写真を撮ってTwitterなどにアップ
 - 肖像権の侵害となる可能性が高い
 - 政治家などには肖像権が発生しないとされる
- バイトしていたお店に有名人が来たことをアップ
 - 店のモラル（お客の属性を明らかにすることの問題）が疑われるため、通常アウト

ケースによりけり

- ほとんどのケースで正解は無い
 - 但し、職務上などで知り得た情報を流すのは問題が発生する
 - アルバイトであっても同じ
- 社会的にモラルに反することを掲載
 - バカ騒ぎしている写真や個人名が載った写真などを掲載
 - 実名を出して誹謗中傷をするなど
- 法的に問題が無い場合もあるが、社会通念上問題として感じられる人が多かったら炎上に繋がる

いたずらで消防を呼ぶ

- 高校生がいたずらで消防を呼ぶ
- 消防車が来ている状況を写真に撮りTwitterに掲載
 - 結果として大量にリツイートされる
- これまでのツイートなどから本名、地域、学校名などが直ぐに明らかにされる
 - 顔写真も公開される
 - ブログから喫煙の事実も判明
 - ブログに掲載されていた写真から住居も特定される
- 大半の情報が集まってネット上に拡散するまで数時間程度

有名人のカルテを見た

- 学生が研修先の病院で、プロサッカー選手のカルテを見て、住所とか電話番号を知った、という旨の書き込みをTwitterに投稿
 - プロサッカー選手が病院に掛かっていることを明確化している
 - 患者の名前を出したことが守秘義務違反に該当
 - 医療に携わっているのにも関わらず、カルテの情報を把握したことを書き込むことが問題視
- 結果として、医療法人と学校がお詫びを出す

個人レベルでの炎上

- 法令無視をTwitterなどに掲載
 - 飲酒運転
 - 未成年の飲酒
 - 窃盗など
 - 店舗での迷惑行為
 - カンニング
 - 他者への誹謗、中傷

個人レベルでの炎上

- Twitterなどに掲載したことから拡散
 - TwitterやSNSなどは公開メディアであることを認識すべき
 - 玄関に貼って世間に紹介しているのと同じ
 - 個人の特定が始まる場合が多い
 - 社会的に追い込まれて再起不能になる可能性大
- プライベート（鍵付き）にしても拡散したこともある
 - スクリーンショットが流出、炎上

個人の特定

- 断片的な情報から集積して個人を突き止めていくことが多い
 - Twitterのプロフィール
 - これまでのTwitterへの投稿内容やURL
 - 住んでいるところなどの解析、通学経路など
 - Facebook、mixiなどのプロフィール
 - Facebookでは実名
 - 投稿された写真などの解析
 - 投稿された写真から特定された例もある
 - 写真画像一枚から推測された例も
 - ストリートビューで一致されるなど

個人の特定

- 友人などから個人情報が漏れることもある
- 拡散した場合、かなりのスピードで個人情報は割れることが多い
- 拡散した時点で、情報を削除しても残っている

拡散過程

- 初期段階では2chなどのネット掲示板が中心に拡散していく
- 中間的にネットメディアやニュースサイトなどがある程度拡散した段階で報じるため、さらに加熱するケースも多い（ミドルメディア）
 - その段階で初めて知った人がTwitterなどで情報を拡散する
- 拡散すると当事者の所属する団体や会社等へアプローチを行うことが多い
 - メール、電話（「電凸」と称する）、直接訪問、抗議活動

炎上回避

- Twitterなどは公開メディアであるため、誰が見ているかわからないことを自覚するべき
 - そもそも法的、社会的に問題ある行動はしない
 - 他者について触れる場合は、第三者から読んでどう取られるかを考えるべき
 - LINEは非公開ではあるが、スクリーンショットが漏れて炎上した例は多数ある
 - 必ずしもグループ全員が味方になるとは限らない
- 炎上した結果社会的な生活が一切送れなくなった例が多い
 - 検索すれば直ぐに過去の炎上した経歴なども判明する

社員、学生向け炎上防止サービス

- 「炎上を未然に防ぐ」という名目で、「在校生や従業員のツイッターアカウントを割り出して、『見守る』」というサービス
- 学校や企業向けに、学生・生徒、従業員のツイッターアカウントを調査し、リスクのある投稿を人による目視で発見、対応を支援
 - 学校、企業に所属するユーザーの調査を行ってユーザをリストアップ
 - 炎上を起こしそうなユーザーを追跡調査し、アカウントの利用実態と合わせてレポート
 - マズそうなツイートをしたら、学校などが修正を指示する

情報の保存

- 不用意な発言がきっかけで炎上になる可能性は高い
 - 炎上した当事者にはあまり意識が無い
 - 公開した情報が手元を離れたらどのような活用がされるか分からない
 - スピードも高速なため、拡散するスピードも速い
- 一度拡散した情報を全て削除することは不可能
 - 投稿した情報自体、削除してもインターネット上のどこかには残る可能性が高いことを自覚する
 - Googleのキャッシュ、魚拓、インターネットアーカイブ、個人の保存など

炎上係数

- もともと炎上しやすいトピックやキーワードなど
 - 国際的に問題、関心を浴びている事柄
 - 宗教的な問題、政治問題
 - 企業では、B2B系企業では無く、B2C系企業の方が炎上に巻き込まれやすい
 - 特に飲食業は炎上係数が高い
- 統計的な指針や数字としての明確な係数があるわけでは無い
 - 経験則やこれまでの傾向から出てきているキーワードなどから推測される

大学生全体のモラル

- 「大学生のツイッターモラルが低下しているとは考えられず、むしろ以前より高まってきたと思います。今の大学生は中高生の頃からツイッターを使っており、炎上事例もよく見ていますから、そのリスクをわかっているのだでしょう。」

ダイヤモンド・オンライン(http://zasshi.news.yahoo.co.jp/article?a=20161216-00111564-diamond-bus_all&p=3,12月16日)

- 炎上事件の発生と共に理解されるリスクの影響
 - 直接的な若者が中心となる炎上の低下
- 複数アカウントによる使い分けの結果

個人情報

- 炎上事件が発生すると個人情報が漏れることが多い
 - 個人情報保護法
 - 5,000件以上の個人情報を扱う企業や団体では個人情報保護法に従い適切に個人情報を扱う義務が生じる
 - 第三者への開示の禁止
 - 利用目的を明らかにせずに個人情報の収集することを禁止
 - 目的外利用の禁止

個人情報

- こういうのが個人情報
 - 名前
 - 電話番号
 - 誕生日
 - 学籍番号
 - 住所
 - メールアドレス
 - 学校名
 - Twitterなどのアカウント名など
- かなり広範囲なものが個人情報に該当する

企業の炎上事件

- 個人情報情報を漏らしているケースが度々ある
 - 炎上を招くだけでなく、個人情報保護法に抵触する恐れ
 - 企業として抵触するため、企業に所属する個人が漏らした場合でも抵触する
 - 企業などは情報リテラシーを高める必要がある