

連載 自称基礎情報学伝道師の心的オートポイエティック・システムからの眺め 第7回 バイトテロ vs 基礎情報学的モラル教育

埼玉県立浦和東高等学校・情報科教諭 中島 聡

今年の2月に、鮎屋のアルバイト店員による悪ふざけ動画が SNS に投稿されて問題となりました。その後も、コンビニエンスストアや自動車部品関連店などでも同様な動画が見つかり、店側は対応に追われました。これらの不適切な動画を配信した従業員に対して、営業妨害として多額の損害賠償が請求される一方、従業員教育を徹底するなどという対応がなされているようです。思い起こせば2013年ごろにコンビニエンスストアの店員が業務用の冷蔵庫に入るなどした悪ふざけ写真がインターネットに投稿され問題になりました。そして不適切コンテンツを投稿する者をバカッターと称し始めたのもその頃のようなようです。調べてみると2007年あたりから同様な投稿があったそうです。今までに繰り返し問題として捉えられていますので、その度に何かしらの対応が行われたことなのでしょう。にも関わらず再発は防止できていません。今回は少し授業から離れ、ちょっと背伸びをしてバイトテロやバカッターなどの社会的な問題の防止を教育という側面から勝手に考えてみようと思います。

本題に入る前に、基礎情報学にあまり馴染みのない方向けに少しだけ解説させてください。基礎情報学では、インターネットによるコミュニケーションにおける SNS などの多数間双方向コミュニケーション(1対1の電子メールは除かれています)は、マス・コミュニケーションと並んで「超・社会システム」とされています。なぜ“超”が付くのかと言うと、ニクラス・ルーマンの機能的分化社会における成果メディアを超えてコミュニケーションを持続することが可能だからです。ニクラス・ルーマンの社会システム理論では、コミュニケーションの成立には「貨幣」、「真理」、「愛」、「権力」、「法」などにカテゴライズされる成果メディアが必要とされています。通常メディアという用語は情報を物理的に媒介する機能を表すことが多いのですが、それだけではコミュニケーションは成立しません。なぜならそこで注目されているのは物理的な側面としての情報、つまり機械情報なので意味が考慮されていないからです。コミュニケーションの成立を考えるには、意味を含んだ社会情報に注目する必要があります。例えば、議論はコミュニケーションの一つのタイプですが、単に機械情報の交換だけでは説明が付きません。もし機械情報の交換だけで議論が成立するのならば、無意味な記号だけが行きかうだけの収集のつかないものも可能になってしまいます。議論で交換される社会情報には、それが何についてなのか、つまりテーマに則しているかどうか重要です。この議論のテーマが成果メディアと捉えることができます(※この定義は便宜上のもので厳密ではありません)。経済におけるコミュニケーションの最終的なテーマは貨幣であり、学問におけるコミュニケーションの最終的なテーマは真理である、などと言うわけです。それにしても成果メディアとは妙な名前ですね。これは英語の success や result を意味するドイツ語の Erfolg から翻訳された言葉だそうです。「それがあるために成功する」、「それがあるために結果が生じる」ということでしょうか。ちなみに機械情報を媒介する機能は伝播メディアと呼ばれています。マス・コミュニケーションからの情報、例えばニュース番組などは、実に様々な成果メディアに関係する内容が次々に取り上げられています。ニュースの項目が、次回の国政選挙、今日の株価変動、様々なプロスポーツの結果、学術的な新発見ならば、放送中に権力、貨幣、愛、真理と成果メディアが変化していることとなります。このようにマス・コミュニケーションは、自身で成果メディアを設定することができるだけでなく、その成果メディアによるコミュニケーションの継続時間さえも決定できるのです。成果メディアを自在にコントロールできる、つま

り通常の社会システムである機能的分化社会さえもコントロールできるという意味で「超-社会システム」と呼ばれているのです。SNS などのインターネットによるコミュニケーションの場合もマス・コミュニケーションと同じに、発信者が自由に成果メディアを設定することも、またそのコミュニケーションの継続時間を決めることも可能です。このことから、こちらも「超-社会システム」であることとなります。

「超-社会システム」が自身で成果メディアや継続時間を設定することが可能なことは確かですが、それで有効なコミュニケーションに成るかどうかは全くの別問題です。いくら自身で設定した成果メディアでコンテンツを送り出しても、それを見たり、読んだり、聞いたり、さらには参加してもらえなければ何にもなりません。私の Web サイトなどかれこれ 13 年以上同じ成果メディアによるコンテンツを掲載し続けていますが、読まれている雰囲気さえありません(笑)。「超-社会システム」は成果メディアによる制限はありませんが、有効なコミュニケーションとなるようにコンテンツの選別が行われています。ご存知の通りマス・コミュニケーションでは、視聴率や販売部数にコンテンツが左右されています。公共放送ではない限り、営利を完全に排除するわけにはいきませんので至極当然のことです。よって、より視聴率を得られるもの、より多く売れるものにコンテンツが偏らざるを得ません。受け手側のコンテンツに対する人気は極めて重要な要素になっているのです。そこで基礎情報学では、人気はマス・コミュニケーションにおけるコンテンツ選別のためのバロメータであると捉えています。一方、SNS などのインターネットによるコミュニケーションでは、膨大な機械情報の中からピックアップされる必要があります。そこで、他のコンテンツより出来るだけ目立つ内容に偏ることになります。このことから基礎情報学では、刺激は SNS などのインターネットによるコミュニケーションにおけるコンテンツ選別のためのバロメータであると捉えています。そして、どちらにもポジティブフィードバックが掛かっていることを重視しています。マス・コミュニケーションでは、少し人気が出ると、そのことにより取り上げられる回数が増え、更に人気が上がってしまいます。SNS などのインターネットによるコミュニケーションでは、サーチエンジンのページランクのアルゴリズムによりアクセスカウンタが増える度に検索結果の表示が上位となり、さらにアクセスされ易い状況を作り出しています。人気は人気を呼び、アクセスが次のアクセスを呼んでいるのです。

基礎情報学における「超-社会システム」についての概要説明が終わりましたので、本題に入ることにしましょう。バイトテロやバカッターの問題を突き詰めると「SNS などのインターネットによるコミュニケーションにおいて不適切コンテンツが拡散したことである」と考えられます。単に掲載されただけで拡散がなければ問題が公になることはなかったでしょう(私の Web サイトのコンテンツのように)。そしてこの拡散は基礎情報学より、刺激によりコンテンツ選別が行われ、サーチエンジンのページランクによりポジティブフィードバックが発生していることを考慮すると、次の三人の役者を想定することができます。

まずは発信者(投稿者)です。彼らは基礎情報学に則り、意図的かどうかはともかくとして、投稿するコンテンツ選別に刺激を利用しています。しかし、事件後の報道を見る限り、投稿したコンテンツの拡散範囲までは考えていなかったようです。つまり、結果まで見越した悪意ある投稿であったとは考えにくいです。この点は、3月にニュージーランドで起きた銃を利用したテロ実行犯の投稿とは大きく異なるでしょう。

次は、不適切コンテンツを意図的に拡散する人々です。彼らを一次拡散者と呼ぶことにしましょう。サーチエンジンのページランクによるポジティブフィードバックを生じさせるまでに、ある程度のページランクによらないアクセスが必要になります。ポジティブフィードバックが発生以前、又はポジティブフィードバックと関係がないとすれば、拡散させる行為はかなり意

図的だと判断できます。彼らは、普通の人が見落としてしまうような状況下で、拡散しそうなコンテンツを探し出し、虎視眈々とポジティブフィードバックへ導いていると考えられます。しかも、コンテンツそのものが彼らに利益をもたらすとは考え難いですから、狙いは拡散そのものなのでしょう。しかもサーチエンジンのページランクによるポジティブフィードバックを十分に承知している、という実に質の悪い連中だと思われれます。

最後は、ポジティブフィードバックが生じた後に、拡散に手を貸してしまう人々です。この人々を二次拡散者と呼ぶことにしましょう。彼らは、上位に表示されたコンテンツにほぼ無意識にアクセスしてしまうことで、ポジティブフィードバックを進め、さらに拡散を加速させています。二次拡散者の中にも一次拡散者と同じように意図的に行う者もいるとは思いますが、既にポジティブフィードバックが生じてしまっている以上、その効果はそれほど大きくないでしょう。悪意の少ない通りすがりのアクセスが、火に油をそそいでいると思われれます。

不適切コンテンツの拡散による問題を起こすのはほぼ若者です。それも2007年から繰り返し発生しています。この間、投稿者に対してどのような情報モラル教育が行われたのでしょうか。連載の第3回でご報告した通り、文部科学省により情報モラルの定義は拡大され、現在ではセキュリティまで含んでいます。それでも昔からあるネチケツなどの教育が全く無くなっているわけではありません。インターネットを介したいじめや詐欺、個人情報の取り扱いなどに関しては変わっていません。学問性が希薄である教育は、深みがないこともあって、身近で対処的な内容になる傾向があります。情報モラル教育もこの例に漏れず、現場つまり学校に関する問題が優先されています。具体的には、まず学校としての最重要懸案であるネットいじめが、次が自校生徒を焦点とした個人情報の管理、時間があれば一般消費者対象のネット詐欺などになっています。これらの事案は、加害者と被害者が比較的是っきりしていて、しかもダイレクトに関わるケースなので指導し易いという面もあります。一方バイトテロはどうでしょう。まず、アルバイトを大々的に奨励している学校はほとんど見当たりませんので、個々の生徒が勤務先で起こすトラブルなどには比較的無関心です。またバカッターがバイトテロとなるには、1 不適切コンテンツを掲載し、2 拡散され、3 その拡散されたコンテンツの閲覧者から被害者へのクレームとして発生するなど、という複数の過程が絡んでいて端的な説明で指導することが難しいという面もあります。結果的に「インターネットは不特定多数が参加している」、「アップされた情報は瞬時に拡散して消去するのは難しい」などの紋切り型のフレーズとともに「投稿前に受信者の気持ちを想像しましょう」などの指導で終わることになります。ですが生徒に限らず自分の投稿が瞬時に拡散するような体験にそうそう遇えるものではありません。このため、このような指導では実感が伴い難く、他人事のままで終わってしまいます。またトラブルに至るのは「受信者の気持ちを想像することが出来なかった」結果ですから、出来ない者に「想像しろ」という指導では何の役にも立ちません。このように具体性に欠いている情報モラル教育では、バイトテロのような投稿を抑える機能として有効とは言えないでしょう。

基礎情報学を踏まえて指導するとしたらどうなるのでしょうか。SNSなどのインターネットによるコミュニケーションにおけるコンテンツの選別は刺激でした。とすれば刺激的なコンテンツだけを注視すれば良いこととなります。ここでは刺激性だけが問題となりますので、受信者の気持ちを想像する必要はありません。では刺激性とはなんなのでしょうか。バイトテロでは面白さが、ニュージーランドの銃乱射では悲惨さや恐怖が刺激になっています。このことを考えると刺激性とは何らかの情動を産むものと捉えられそうです。つまり、色々な意味で心を揺さぶるようなコンテンツは刺激性が強いため拡散の可能性が高く、十分注意して投稿しなくてはならないこととなります。次に、情動を産むようなコンテンツの投稿の是非をどう判断すべきでしょうか。ここでは、アンガーマネジメントの手法が役に立つように思います。アンガ-

マネージメントでは怒りを感じたら6秒ほど我慢して、その後怒りの原因を冷静に考え、感情をポジティブな方向へと誘うことを勧めています。同様なことを怒り以外の情動にも利用するのです。面白いコンテンツを直ちに投稿するのではなく、少し我慢して面白いと感じる原因を考えるのです。鮎屋のバイトテロの情動の原因を考えると、食品を不当に扱うという愚か(馬鹿)な反社会的な行為ということになるでしょう。情動の原因が反社会的な行為ならば投稿してはなりません。このように情動の原因を考えさせ、原因に問題がある場合は投稿を控える、と指導すれば良いことになります。端的に「自分が面白いと思うコンテンツほど危ない」と指導するのです。これは具体的で有効な指導と思います。

一次拡散者と二次拡散者に対してはどんな指導が考えられるでしょうか。意図的な拡散を目指す一次拡散者には確信犯的な要素も含まれ、効果的な指導をするのは極めて難しいでしょう。二次拡散者に対してはどうでしょう。既に拡散が進んでいる状態に陥っているので、こちらも劇的な対処を望むのは無理でしょう。ですが、基礎情報学を使ってポジティブフィードバックを認識させておくことで、自身の行為の意味を問い直し、無意識な拡散から逃れることが出来るかも知れません。そして、この拡散から遠ざかることが、僅かかもしれませんが多少のブレーキとして機能する可能性もあると思います。

如何でしたでしょうか。連載の第5回年間計画において、18「超・社会システムとプロパゲーション」で2014年作成のDVD『基礎情報学に基づく高校教科「情報」の指導法』を反転学習用として利用したと報告いたしました。このDVDの中でも悪ふざけ投稿が取り上げられており、当時の資料などを使って説明も加えています。ちょうどこのセクションの実施が、鮎屋のバイトテロの直前の1月で、タイミング良かったことから今回のテーマといたしました。ですので、提案のような形で報告いたしましたが、授業実践としての側面も多分に含まれています。背伸びをしたつもりでも、本業からはなかなか逃れられないようです(笑)。アンガーマネージメントからヒントを得た「情動の原因を考える」は、セクションに関係なくメディアリテラシに関わるような様々なタイミングで利用しています。このスローガンは無意識を意識化する方法の一つとして効果があると思っています。

さて、次回は何をテーマにしましょうか。大きな連休もないので、悩む時間さえもなさそうです。良いネタが見つからない時には、いつものように生徒を出しにした手で…いや、出来るだけ逃げずに考えてみましょう。

皆様からのご意見・ご感想などをお待ちしております。