

## 次世代型SNSの環境設計に関するノート

－場所性と匿名性－

### A Note for Environmental Structure of Nearby Networking :Place and Anonymity

棚橋 豪

Takeshi Tanahashi

キーワード： SNS 匿名性 近接無線通信

#### 1 イントロダクション

本研究ノートは、既存SNSの問題点や軽視されている利点などを再検討しながら、次世代型SNSの在り方を考察する。本論が構想する次世代型SNSとは「近くの他人たちと地図ベースでやりとりするSNS」のことを指す。

この概要の前にまず「環境設計」の意味について触れておこう。この語彙は、クリストファー・アレグザンダーが所属したセンター名“Environmental Structure”を意識して用いている。彼の著書『パタン・ランゲージ』の原著には出てこないが、邦訳書には「環境設計の手引き」というサブタイトルが付与されている。この書物は、単なる構造計算などの定量的な体系ではなく、建築や都市計画に際して無視することのできない質的側面について、時代や国を超えた普遍的「パタン」として網羅した。本論は、その対象こそ全く異なるがSNSというコミュニケーション環境にも、そのような「パタン」が存在すると考える。

そのパタンは「場所性」と「匿名性」の問題に深く関連している。2章「場所性について」では、これまで物理空間を抹消する形で発展してきたメディアが、今後は再び「ココ」へと舞い戻ってくるであろうことを説明しよう。ここで空間に定位するメディアとは、いわゆる拡張現実のような地図ベースのアプリケーションを指すだけでなく、ニアバイ・ネットワークングといった目前の他者とつながっていく近接無線通信の意味合いをも含んでいる。

次に3章「匿名性について」では、実名／匿名といった二分法では、ウェブ上のアイデンティティを捉え損なうことを議論する。もはや「実名性」によるコミュニケーションのみが健全であるという思い込みは棄却されるべきで、匿名的コミュニケーションも環境設計次第では有効であることが主張される。

以上から、近隣の他者たちが街のクチコミを地図上にアップして、これをリアルタイムに皆で共有していくようなSNSが、実用性と娯楽性を兼ねた新しい社会環境を生み出すだろう。これを実現するための技術的課題や具体的な使用シーンに関しては4章「次世代型SNSは社会関係をどう変えるのか」において略解したい。

#### 2 場所性について

次世代型SNSにとって空間とは何か。本論が考案するその方向性を2.1で示す。それはコミュニケーションや関

係性の定義自体を変革するものである。このことは2.2の既存の社会理論の批判からも浮き彫りとなるだろう。最後に、より実践的な問題として、実際のコーディングに関するノウハウについて2.3にて扱う。

## 2.1 メディアと空間

これまでのメディアやメディア「論」は空間を抹消する形で展開されてきた。まずはそのことを確認した上で、今後のモバイル・コミュニケーションがどのような形で空間に回帰するのかを明らかにしよう。

### 2.1.1 メディアと二つの「近さ」

マーシャル・マクルーハンは『メディア論』にて、テレビや電話だけでなく自動車もまたメディアの一種だと考えた。このことは、メディアというものを物理空間と対応させて考えるとき、重要な手がかりとなる。

ここで自動車をメディアと呼ぶ理由は、次の極めて単純な理由による。かつての自動車が存在しなかった時代を想像しよう。人々のコミュニケーションはある物理空間に限定されている。自動車がない時代のAとBの人間関係を考えると、AとBの距離が長くなればなるほど、二人のコミュニケーションの頻度が少なくなり、結果的にその関係性は希薄なものとなる。

さらに物理的な隔たりが大きくなれば、互いにとって意識にすらのぼらない存在となるだろう。このように、かつての人間関係の親密さ／疎遠さの程度は物理空間の距離と相関していたのである。このとき、関係性と物理空間の二つの「近さ（遠さ）」は、図1のように正の相関関係にあると言える。

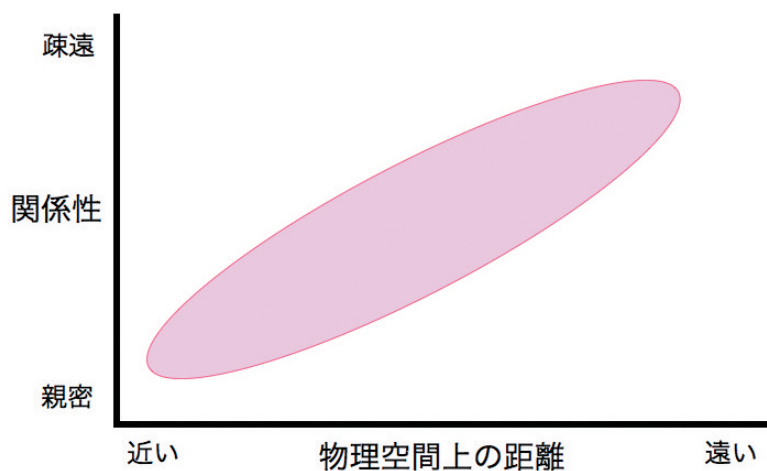


図1 関係性と空間の「近さ」の相関性について

20世紀、自動車が普及していくにつれて、この正の相関関係は崩れていく。Aが遠く離れた場所においてもBは自動車で簡単にアクセスできるようになるからだ。もっとも、過去の歴史を紐解けば、このようことはそれ以前の馬車や海上交通の進展によっても引き起こされた。また、電話やインターネットといった電子メディアも、自動車とはその構造や形状は異なれど「人々が物理的距離とは無関係にコミュニケーションできる」という意味で同じカテゴリーに属している（図2）。

このように既存メディアはすべからく、人々の関係性を物理空間制約から解放してきた。このテーゼはあまりにも自明すぎて、メディア論やコミュニケーション論の主題にはならなかった。現存するSNSにおいても、何の疑いもなく、遠隔地の知人・友人とのコミュニケーションに力点が置かれている。また、SNS上で知り合った他者は、

なるべく親しくなることが推奨される。そしてこれと連動して、ITはこれら多数のユーザを一元管理するための巨大サーバ構築へと向かうのだった。

このような持続的イノベーションは否定されるものではない。ただし、ネットワークの未来にはもう一つの方向性があり得るのではないだろうか。それは、図3に示すような物理空間上の「近傍」に関するものである。

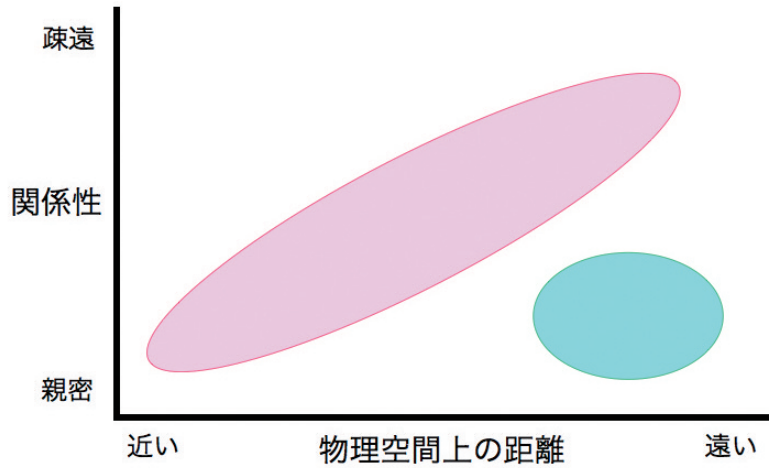


図2 メディア介在による相関関係の崩壊

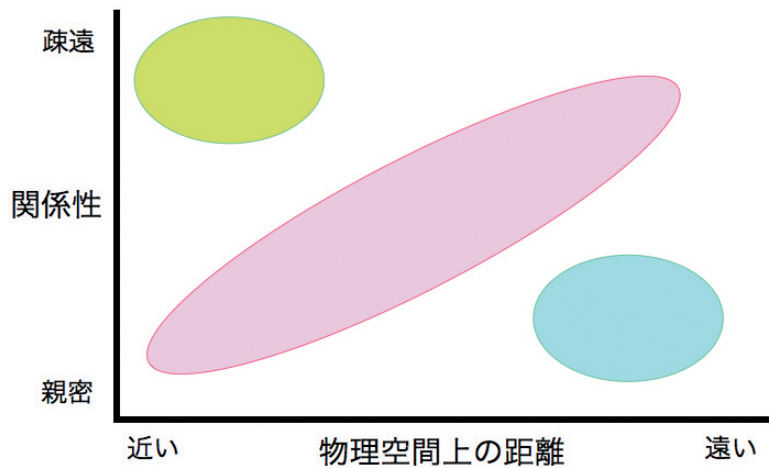


図3 もう一つのメディアの方向性

### 2. 1. 2 ニアバイ・ネットワーキング

かつてのデスクトップPC並の処理能力を備えたスマートフォンが社会的に普及した現在、地図アプリに象徴されるように、スマホの演算対象は眼前の空間、すなわち「イマココ」に関するものが中心となった<sup>1</sup>。このことは、地図を介して、検索者にとって周辺空間がよりコミットできる対象になったことを意味している。

筆者の知人が運営する奈良の地域情報ブログ「ならねこ。」では、「大阪／待ち合わせスポット」の記事が安定したアクセス数を誇っている。モバイルユーザが求める空間情報は、意外にも「人と落ち合うための場所」だったのである。目的地など事前に決まっているか、有名店に関する情報は巷にあふれている。他方、人と待ち合わせる場

所のガイドブックは存在しない。そのため、マイナーな存在でしかなかったブログにアクセスが殺到したと思われる。

また、現在のスマホの地図機能は、客観的な位置情報や最短経路を示すだけだが、今後は「そのうどん屋がどこにあるのか」だけでなく「そのうどん屋は美味しいのか」というクチコミ情報、「そのうどん屋は、現在満席かどうか」といった刻々と変化する状況が地図上に付加されいっくだろう。

このようなシステムは、地図ベースのSNSという形で実現される。私たちは都市部では「物理空間は近く・関係性は疎遠である」ような社会関係に埋め込まれている。目の前を通り過ぎていく他者たちは単なる街の背景でしかない。街中で他人同士が唐突に語り出すことはありえない。このような「関係性すらない関係」に意識は向けられなかった。だが、スマートフォンを介して、眼前に展開する市街のさまざまな情報を他者とやり取りすることは、理屈の上では何も不自然なことではない。

具体的には、地図と連動した空間型のTwitterやFacebookのようなものを想像すれば良い。ここで鍵となるのは、空間情報と連動したSNSは、ユーザのプライバシーや匿名性をどのように保護するのかというルール設計である。原則的に実名が推奨されるTwitterやFacebook (Place Tips) は、その辺りの匿名性についての制度設計が行き届いていないので、地図と連動したSNSは技術的に可能であってもユーザの誘因は高くならない。これに関しては次章で改めて触れよう。

日本ではそれほど普及していないが、Yelpがこれの代表的存在であるが、リアルタイムにつながっていくSNSとしての性格は弱い。Foursquareは店舗データベースからSNS機能を別アプリSwarmへと切り離してしまい、街を介して他者とつながるというコンセプト、地域情報をユーザ自身が構築しながらシェアしていくという根本思想が失われてしまった。

また、日本発のアプリEyelandのように匿名性や空間上に配慮した地図ベースのSNSも存在するが、近場にいる匿名の他者とコミュニケーションすることの意義が不明確である。その結果として、このSNSはナンパアプリとして紹介されることもある。近隣の他人同士が性的に親密になる、いわゆる「出会い系」ではなく、他人が他人のまま空間情報をシェアしながら、弱くつながっていくようなSNSの方向性は未だ模索段階にある。

「近傍」に関するネットワークは、通信技術面でも新たな変革が期待される。例えば、先に挙げたEyeland、Yelp、Foursquareはクライアント・サーバ方式の従来型ネットワークで運営されている。ユーザのメッセージやプロフィールなどの情報は、まず中央サーバーにアップロードされた後に、そこからダウンロードされる形でそれぞれのユーザに情報がシェアされる。

これまでのSNSは、クライアント・サーバ型以外のネットワークは考えられなかったが、2014年に登場したFireChatでは、スマートフォンのWiFiとBluetoothを使用して、周りのスマートフォンと直接データをやりとりする<sup>2</sup>。これは、インターネットが利用できない状況でもWiFiが届く範囲（半径100m）でコミュニケーションが可能であることを意味している。このニアバイ・ネットワーキングは、クライアント・サーバ方式のような重厚長大なネットワークではなく、より小回りの利いたネットワークとして利用価値がある。

もし、あなたが奈良へ観光に訪れた際、わざわざ東京にいる知人に奈良公園のことを尋ねることはナンセンスに

<sup>1</sup> 日本のガラパゴス携帯がアップルとグーグルに駆逐されたように、近い将来カーナビが同じ道を辿る可能性がある。その時、次世代のカーナビは上述のような空間情報が表示されだろう。もはやそのようなナビを搭載した自動車は、単に目的地に効率よくナビするだけでなく、ちょっと寄り道したくなる、さらには運転しながら目的地を考えるようなメディアとなるだろう。

<sup>2</sup> もともと、WiFiやBluetoothを用いたモバイルデバイス間の近接通信は、ゲームアプリでの対戦・協力プレイでの利用が想定されていた。近年のアップルは、かつてのGameKitと呼ばれる近接通信フレームワークをMultipeerConnectivity (iOS 7以降対応) に改変し、簡潔なコードでより応用が利くようなものにした。FireChatもこれを利用しているが、本来なら不可能なはずのiPhone-Android間の通信が可能なところにこのアプリの独自性がある。

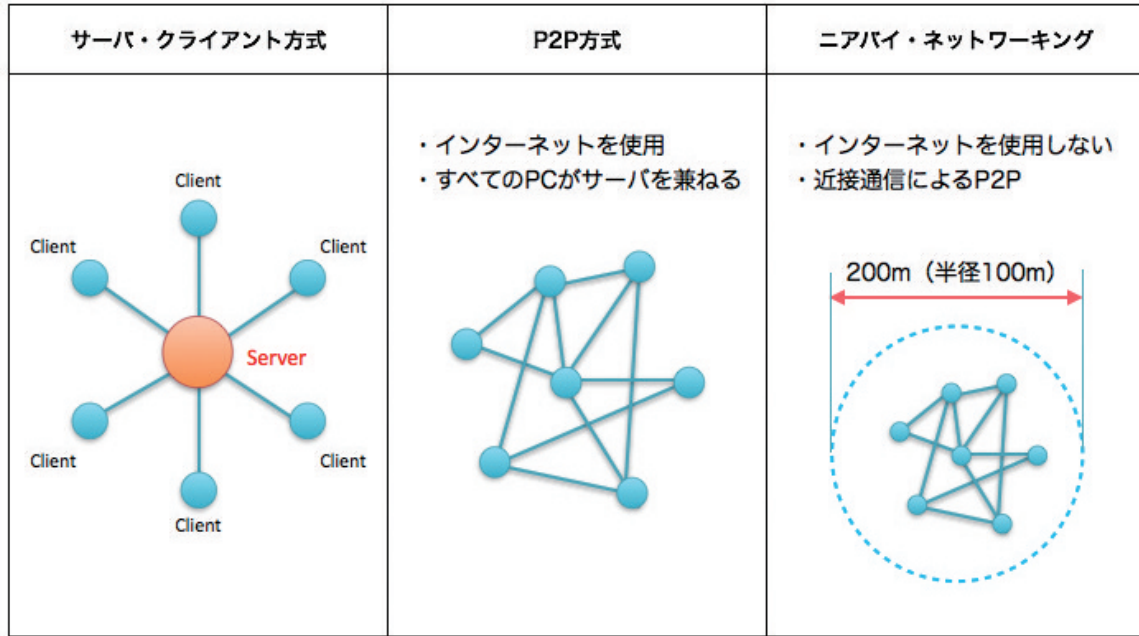


図4 従来型のネットワーク方式とニアバイ・ネットワーキング

感じるだろう。これと同様に、奈良の観光情報を他府県のサーバから取得することも理にかなっていない。例えば先の「ならねこ。」は石川県のレンタルサーバに存在している。奈良公園にいる観光客が「ならねこ。」にアクセスして近場の店舗情報を取得しようとするとき、情報流としてはわざわざ石川県にまで足を運んでいることになる。

扱うデータが匿名的なクチコミ程度のものなら、大規模サーバによる高度なセキュリティや安定性などは過剰な仕様だと言える。しかも、サーバに蓄積された情報の鮮度は不可避免的に古いものとなる。仮にある店舗情報が前日のものだとしても「現在、その店が満席なのかどうか」というニーズには応えることができない。確かにTwitterは「イマ」という速報性に長けるが、先の理由により「ココ」と連動することができない。

イマココに関する情報は、そこの住民や目の前の人間に聞く方が合理的である。スマホが普及した現在、近隣のスマホ間のニアバイ・ネットワーキングによる地図ベースSNSは、もはやSFの話ではなく、どちらかと言えば古典的なトランシーバのような使い方となるだろう。ただし、そこでやり取りされる情報は音声だけではない。これまでサイバースペースに遊離していた電子メディアは、ふたたび地上の空間へ回帰しようとしている。

## 2. 2 理論の空間喪失

事象面と並行して、人々の関係性を扱う理論面においても「空間」は蔑ろにされてきた。この傾向は「コミュニケーションの行為論」や「社会ネットワーク理論」に顕著である。理論枠組みに空間が失われた背景にも触れておこう。このことへの配慮は、SNSの環境設計における根本哲学を見失わないためにも有益である。

### 2. 2. 1 コミュニケーション的行為とコミュニケーション

ユルゲン・ハーバーマスは『公共性の構造転換』において、市民的公共性の源流を17世紀のフランスのサロン、イギリスのコーヒーハウスに見出した。サロンやコーヒーハウスは、単なる社交場や飲食店ではなく、人々が社会階級を超えて交流する場所でもあった。20世紀になると、このような文化を牽引した社交場はマスメディアに取って代わり、あらゆる文化は大衆消費財へと貶められる。かくして、かつての市民的公共性は喪失され、市民がマー

ケテイングに隷属する新手の封建社会を帰結したのである。

そこでハーバーマスは、これを克服するために『コミュニケーション的行為の理論』を著す。市民的公共性の復権は、コミュニケーション的行為が鍵となる。だが、ハーバーマスのコミュニケーション的行為は、私たちが一般的に使用する「いわゆるコミュニケーション」とはいささか異なっている。コミュニケーション的行為は、相互の理性的な「了解志向」に根ざしている。だが、お互いの妥協点を見極めようとする一連のやり取りは、コミュニケーションというよりも、むしろ形式的で格式張ったトランザクションやバーゲニングに近い<sup>3</sup>。

これに対して、普段のいわゆるコミュニケーションは、カフェでの雑談や匿名掲示板でのチャットがそうであるように、非人称的で無責任な噂話や、相互の了解をはぐらかして宙づりにしていくような非理性的な冗談で満たされている<sup>4</sup>。ハーバーマスのコミュニケーション的行為には、理性的な主体が真剣に向かい合う息苦しさがつきまとう。そして、それ以外のコミュニケーション様式は脇に追いやられてしまうのである。このことは、SNSのコミュニケーション・デザインにおいても重要な意義を持っている。なぜなら既存SNSもまた「理性的に対峙する」という哲学を暗に強いてきたからである。その反省から、近年では「友達申請」よりも他者を受動的・間接的に「フォロー」する関係が好まれる傾向がある<sup>5</sup>。

## 2. 2. 2 公共性と公共圏

また、コミュニケーション的行為論は素朴な会話分析である発話行為論に依拠して展開されており、発話行為の前提にある施設などの空間へ関心は向けられることはなかった。日本では「公共性」と訳されているこの概念は、英訳ではpublic sphere（公的領域、公共圏）であり、空間を伴ったものであることが分かる。先にも触れたように、市民的公共性が崩壊した要因は、17世紀のサロンやコーヒーハウスといった場所としての公共圏が失われたことによる。だが、ハーバーマスの議論には空間や場所の問題は登場せず、読者は些末な抽象概念の袋小路へと迷い込んでしまうのだった。

かくしてコミュニケーション的行為論は、ハーバーマスの本来の意図とは裏腹に、公共圏再生の本質に迫ることができていない。むしろ『公共性の構造転換』の続編は、本論の文脈で言えばエドワード・レルフの『場所の現象学』やレイ・オルデンバーグの『サード・プレイス』が該当する。公共圏の崩壊は、都市レベルでは、無機質で個性のない街の没場所性を帰結する。生活レベルでは、人々の活動範囲は「職場と家庭のみ」に限定され、他者とともにくつろげるような場所＝第三空間の喪失として顕現する。

彼らの議論は現代社会の問題を浮き彫りにする批判理論に留まるが、先述の次世代型SNSの関係設計をめぐる考察が、そのまま彼らの問題提起に対する建設的なアプローチとなるだろう。

## 2.2.3 社会ネットワーク理論と空間

社会ネットワーク理論は、その呼び名からして、人間関係の分析に有効であると思われる。しかし実際には、

<sup>3</sup> ジョセフ・ヒースは、ハーバーマスのコミュニケーション的行為論を合理的意思決定論と関連付けたが、うがった見方をすればこのような論考が存在すること自体が、コミュニケーション的行為はゲーム理論の素朴な変奏でしかないことを示唆している。

<sup>4</sup> マルティン・ハイデガーは、そのようなコミュニケーションの在り方を『存在と時間』において「空話」(idle talk)と呼んだ。しかし、そこではどちらかと言えば否定的なものとして扱われている。だが、このような非理性的なコミュニケーションは、ドゥルーズ＝ガタリの文脈では肯定的に扱われるだろう。社会階級や既存概念を脱領土化して新たな価値観を生成していく17世紀のサロンやコーヒーハウスは、ハーバーマスが言うような理性的コミュニケーションの場というよりも、超理性的な分裂症的・遊牧的コミュニケーションの場だったのではないだろうか。

<sup>5</sup> readwrite.jp「2014年のソーシャルメディアの流れを作った5つのトレンド」を参照。<http://readwrite.jp/archives/19007>

人間関係の機微を捉えることに失敗している。人間関係の機微とは、例えば遠距離恋愛を挙げることができるだろう。そこには不安やロマンスなどが潜在している。遠距離恋愛というものの不安定さは、本論の文脈に準えて言えば「物理空間は遠く・関係性は親密である」という、二種類の「距離」が一致しないことによる。

だが、点（ノード）と線（リンク）だけから構成される社会ネットワーク理論は「関係性」しか扱うことができないので、「空間的に隔たる」関係を扱うことができない。その背景には、社会ネットワーク理論が依拠するグラフ理論の考え方自体が、「ケーニヒスベルグの橋」問題に象徴されるように、位置情報や空間そのものを抹消して考察することにその理論的意義があるからである<sup>6</sup>。

## 2. 3 空間の実装

空間ベースのSNSアプリを開発するとき、地図をどのように扱うのかという問題がある。ここではコーディングにおける実践的な問題について触れておこう。

### 2. 3. 1 地図を制御できるプログラミング言語

プログラミング言語は様々なものが存在するが、世界地図からある地域詳細地図を無料で扱うことができる言語という観点から見ると、三つに絞り込まれる。一つはGoogle Mapsを扱うJavaScript、残りの二つはApple Mapsを扱うObjective-CとSwiftである。前者は建前上はハードに依存しないアプリ作成が期待できる。後者は事実上アップル社の製品に限定される。

Google Mapsを扱う場合、地図表示などの基本機能に限定すれば代表的なブラウザ間の互換性が問題になること



図5 Google MapsのInfoWindow内の表示と各ブラウザ間のズレ

<sup>6</sup>もちろん、社会ネットワーク論が全く空間を扱えないわけではない。確かに、物理空間の距離はリンクに「ウエイト」を課すことによって擬似的に表現することはできる。しかしこの場合、ノードが移動しないことが条件となる。もしそれぞれのノードが空間上を動き回る場合、点と点の距離を表すウエイトはリアルタイムに変化することになる。その場合、視覚的にこれを表現することは不可能となる。より簡単な解決策として、ノードの属性に二次元座標系を組み込めば、ノードの位置情報を簡単に視覚化することができる。だが、そのような手法は国際的にも未だに定着していない。

は少ない。ただし、あまり想定されていない使い方をしようとすると問題が表面化してくる。

例えば、Google Maps自体を地図ウィンドウシステムに見立てようとするとき、ピンから出る吹き出しinfolowの制御が欠かせない。吹き出しの中身はHTMLでボタンなどを追加できるが、フォントやボタンの位置などは、ブラウザ間でズレが生じてしまう。

また、ボタンを押したときのビープ音がでないものもある。さらにブラウザのバージョンアップで動いていたものが動かなくなったりと、コーディングは、最新ブラウザとの整合性を図るイタチごっことなる。業務用や研究用ならば、低速回線の場合での地図描画の速さやGoogle Maps APIとの適合性からChrome専用と割り切ってアプリ開発を行う方が良い。

このようにJavaScriptによる実際のコーディングは、公式リファレンスに存在しない暗黙知の探求となる。これを回避しようと思うなら、ハードをiPhone専用に限定して開発すれば良い。Objective-CやSwiftで地図を制御する場合、ユーザは限定されてしまうが、他のフレームワークとの連携（例えばカメラで撮った写真を地図上に表示するなど）が比較的容易になる。

### 2. 3. 2 地図データと近接通信

ニアバイ・ネットワーキングの利点は、あるユーザがインターネットに接続できなくても近くの他者のデバイスにアクセスできるという点だった。このとき、インターネットにアクセスできないユーザは、文字や写真だけでなくGoogle Mapsの地図データを他のユーザから取得することはできるのだろうか？これは法的な問題領域にあり、契約上、Google MapsやApple Mapsの地図データをやり取りすることは許容されていない。

したがって、近接通信で地図データは扱えないことになる。これへの技術的解決策としては、オリジナルの地図を用意してアプリ内に組み込む（この場合、通信の必要すらなくなる）、または地図データを自由に利用できるOpenStreetMapを活用するという方法がある。後者の場合、iOS 7以降で使用できるMKTileOverlayを使い、Apple Mapsの代わりにOpenStreetMapのタイルに差し替えることができる<sup>7</sup>。

## 3 匿名性について

様々なSNSが出揃ったのは現代、改めて匿名性とは何かを考察すべき時期にきている。3. 1では実名／匿名という粗削りな二分法的理解を批判しよう。また3. 2では匿名性がどのような問題と隣り合わせなのかを明らかにするために、その具体例に触れる。

### 3. 1 実名／匿名二元論の神話

匿名的コミュニケーションは何も否定的なものではない。まずは、そのことを過去の物語作品を引用しながら確認しよう。さらに、今後のSNSの在り方を考えるとき、「実名／匿名」という単純な二元論的理解から、ユーザのアイデンティティを規定するとき、そのSNS内でのコミュニケーションは柔軟性を失ってしまうのである。

#### 3. 1. 1 物語のなかの匿名的コミュニケーション

匿名的コミュニケーションは古くて新しいテーマである。過去の映画作品や小説を振り返れば、匿名的コミュニ

<sup>7</sup>詳細はNSHipster, Mattt Thompson “MKTileOverlay, MKMapSnapshotter & MKDirections” を参照。

<http://nshipster.com/mktileroverlay-mkmapsnapshotter-mkdirections/> また、これが実際にMultiPeerConnectivityでやりとりできるのかは未検証。地図を活用する近接通信アプリ開発においては、この確認は重要課題である。



ケーションは様々な形で物語の題材となってきた。

例えば、古くは1940年代のエルンスト・ルビッチの『街角－桃色の店』（原題、The Shop Around the Corner）が挙げられる。これは匿名で文通をする男女をめぐるラブコメディであり、当時の文通ブームに着想を得たものだった。

スタンリー・キューブリックの『アイズ・ワイド・シャット』（1999年公開）の、仮面をつけた男女が乱交するシーンがその本質を暗喩しているように、匿名的コミュニケーションはミステリアスかつセクシャルな要素を孕んでいる。もっとも、このシーンは、アルトゥル・シュニツラーが1920年代に著した小説『夢奇譚』の場面を忠実に映像化したものだった。匿名的コミュニケーションへの欲望は電子メディアが初めて生み出したものではなく、常に人間社会の影の欲望として存在してきたのである。

尚、先に挙げた『街角』は、1998年に『ユー・ガット・メール』としてリメイクされている。『街角』が「匿名的他人に夢を見るのではなく『すぐ近くの』（around the corner）の人間関係を見落とすな」という教訓がこめられていたのに対して、『ユー・ガット・メール』は匿名的他人同士が親しくなり、結果的に恋愛関係へと発展するという牧歌的なロマンスとなった。

このようにリメイクであるにもかかわらず、両者は決定的に内容を違えている。それはメディアが手紙ではなく電子メールに変更されたことが大きく影響している。『街角』の文通は、実は文豪の言葉を剽窃した軽薄な内容だったが、『ユー・ガット・メール』での電子メールのやりとりは「リアル」なコミュニケーションだった。手紙をしたためて私書箱に入れ、それを相手が受け取りその返信を私書箱に…という行程に比べれば、電子メールはコミュニケーション頻度が高い。主人公たちの電子メールでのコミュニケーションは、なかばチャットのような<sup>8</sup>。冗談や仕事上のアドバイスなどを交えた準リアルタイムな会話は、例え相手が匿名的他人であっても一定の現実味を帯びるのだった。

日本の作品にも言及しておこう。インターネットが台頭する以前の80後半から90年代半ばにかけて「伝言ダイヤル」や「ポケベル」が社会現象となった。本来、これはビジネス用途で使用されるものだったが、次第に匿名メディアとして活用されていく。さらに都市部ではユーザに子供達が含まれていたことが、世界的にも他に類を見ない社会現象だった。同時に、これは「援助交際」という言葉とともに、新たな社会の暗部を生み出すことになる<sup>9</sup>。これを題材にして村上龍は小説『ラブ&ポップ』（1996年）を著した。さらに同作品は1998年に庵野秀明が映画化している。

しかし、映画が公開された1998年時点は、PHSや携帯電話の普及期にあり、物語内容と当時のメディア環境にギャップが生じている。具体的には、映画の登場人物のセリフの中に「ポケベル」や「PHS」が登場するが、実際にそれが使用されるシーンは存在しない。渋谷の女子高生たちのメディア生態学として伝言ダイヤルのみを強調するのは無理があるだろう。当時の援助交際の実態は、すでに女子高生にとって伝言ダイヤルで取引することはリスクであり、彼女たちは一定の評判が確立している相手をポケベルでキープして関係性を維持していたのである。

<sup>8</sup>物語設定では、二人は「30代の部屋」というチャットルームで知り合い、お互いの気心が知れたので二人だけで電子メールをやり取りするようになった。そのような背景を持つので、二人の電子メールがチャット化するのは自然の成り行きだったと言える。

<sup>9</sup>1996年に黒沼克史が著した『援助交際』がそのルーツである。榎村政則編の『「伝言ダイヤル」の魔力』、宮台真司の『世紀末の作法』などから当時の状況をうかがい知ることが出来る。

<sup>10</sup>デスクトップ・パソコンを介した匿名的コミュニケーションとしては、森田芳光の『(ハル)』（1996年公開）、岩井俊二の『リリー・シュシュのすべて』（2001年公開）が挙げられる。いずれも現実の人間関係とPCを介した匿名的コミュニケーションとの併存と交錯が物語の核となっている。

ここで注目すべき点は、ポケベルは他者と疎遠な距離を保ったまま関係を維持するためのメディアだったという点である。また、女子高生がPHSを所持している時代であるにもかかわらず、街中で見知らぬ男から携帯電話を持たされるといふプロットも奇妙である<sup>10</sup>。

以上のように、常に私たちはどこかで匿名的コミュニケーションを求めてきた。だが、同じ「匿名」と言っても様々なタイプが存在することにも配慮しなくてはならない。『街角』の文通相手は、結局自分の理想像を見ていただけなのでモノログに近い。『ユー・ガット・メール』のように、匿名的他者でも継続的で意味のあるコミュニケーションを経て、他者に親しみを覚えていくこともあり得る。さらには、他者との後腐れの無い刹那的な交わりもあれば、援助交際のポケベルのように匿名性を維持しながら継続的關係を保つものも存在した。少なくとも匿名性は、単なる実名性の対極ではないのである。

### 3. 1. 2 SNSにおける匿名性の濃度

かつて、ゼロ年代にmixiが台頭してきたとき、匿名掲示板である2ちゃんねる（以下2ch）は終わると言われていた。かつて筆者はそのような予測に対して、mixiのような実名的コミュニケーションと2chのような匿名的コミュニケーションは排他的なものではなく並存しうることを説いた<sup>11</sup>。

そして現在、やはり2chは現存し、mixiは当時の勢いは失せつつも伏在している。一般的にmixiの存在意義は無いと思われているが、現在では皮肉にも匿名的SNSとして活用されている<sup>12</sup>。例えば、あなたがAKB48のファンだったとする。そのときビジネスや公的な色彩の強いFacebookでAKB48の話題を扱うことができるだろうか。ファンは、mixi内のAKB48関連コミュニティにおいて、コンサート情報やグッズなどの取引などを活発に行っている<sup>13</sup>。

ここでのコミュニケーションは匿名とはいえ、プロフィールやこれまでの行動履歴から相手が信用に足るかどうかを判断できる。逆にほぼ白紙に近いプロフィールや行動履歴は信用に値しないことになる。別言すれば、ユーザのアイデンティティを実名から切り離しつつも、行動履歴によって匿名的コミュニケーションのリスクを低減させている。このとき、SNS上の行動履歴が「匿名性の濃度」のインデックスとなる。

これとは別の文脈で、SNS上の行動履歴が意図せざる結果として「匿名性の濃度」に影響を与える場合がある。例えば著名人などを除く一般ユーザにとって、TwitterはFacebookなどと比べれば比較的匿名的なSNSだと思われるが、実際はそうではない。あるユーザの発言が波紋を呼び、結果的にそのユーザの実名などが特定されてしまうケースが後を絶たない。

その理由の一つとして、過去に自分自身も忘れてしまったようなコメントが、本人特定の手がかりを与える場合がある。また、フォロワー達のプロフィールから、所属などを予測することもできる。このように建前上はTwitterは匿名的だが、実際にこれを活用すればするほど実名的SNSへと近似していくのである。

それゆえこれを見越したユーザは、本来Twitterが推奨していない重複アカウントの取得へと向かう。例えば、

<sup>11</sup>石井淳三・水越浩介編（2006）『仮想経験のデザイン』2章を参照。mixi黎明期では現在のFacebookのようにユーザは実名で登録していた。

<sup>12</sup>もうひとつのmixiに滞留するユーザ層として、30代後半の母親たちが挙げられる。ゼロ年代mixiが主流だった時期に結婚して母親となった彼女達にとって、mixiは単なるSNSではなく子供の成長を記録したフォトアルバムを兼ねている。それゆえmixiを退会することは自身の家族の思い出を否定することを意味し、同時にそのようなママ友同士がマイミクとなっている。

<sup>13</sup>すでにFacebookは匿名SNSアプリ「Rooms」を米国で公開している。これの特徴は、まさにmixiのコミュニティに相当している。

<sup>14</sup>スマホの場合、Twitterアプリを何種類かダウンロードして、それぞれのアカウントを紐付けておけば、多重アカウント管理で失敗することは比較的少ない。

あるアカウントは自分自身のリアルを反映したアバター用、もう一つのアカウントは先のmixiのAKB48コミュニティのような特定の趣味用、さらには単にネガティブなグチの吐露用などである。一つのSNS内で様々な「私」を使い分けようとするのだ<sup>14</sup>。

このような議論を経て初めて、なぜ2chがなぜ生き残ったのかを私たちは理解することができる。2chは匿名掲示板だから自由を感じることができるのではない。2chは「匿名濃度選択掲示板」である点に自由があるのだ。2chはサイト構成自体は原始的だが、ユーザはその匿名性の濃度を適宜使い分けることができる点で他のSNSよりも優れている。例えば、匿名掲示板という名前とは裏腹に、2chはハンドルネーム（ニックネーム）を持つことができる。

2ch史上、最も有名なユーザは「電車男」だろう。ハンドルネームは後続のトリップと呼ばれる暗号により、同一性を保つと同時に他のユーザによる偽装を防ぐことができる。この固定されたハンドルネームを持つユーザは「コテハン」と呼ばれ、実名では無いが過去の発言に一貫性や責任が発生することになる。

名前欄が「名無しさん」でもIDが強制的に付与されるスレッドならば、それは事実上「時間制限付きのコテハン」であることを意味している。ユーザに強制的に付与されたIDは日付が変わるまで変化しない。この目的は自分のコメントに他人ふりをして応答する「ジサクジエン」を防ぐためのものである。2chのスレッドの大方はこの「強制ID」制が敷かれており、特に報道や製品・サービスに関わるスレッドはこの傾向が強い。

これとは対照的に「ほのほの-馴れ合い」板などでは、強制IDが適用されない代わりに、むしろコテハンによる日付をまたいだ継続的匿名性によるコミュニケーションが暗黙的に推奨されている。さらに稀少だが、IDそもものが不在であるスレッドとしては「ネタ雑談-噂話」などが挙げられる。最初から真実味が疑われるような噂話をする場合にはIDによるユーザ管理は不要であり、噂というあやふやものを検証するのではなく、あいまいなまま活性化させようという意図が反映されている。

他には「任意ID」というものも存在しており、「PC等-PCサロン」板の「超初心者への質問に答えるスレ」スレッドのように、PCのトラブルに遭遇した質問者がIDを開示して、それに対して不特定多数がアドバイスをするというローカル・ルールが敷かれている。この制度は、短時間に質疑が繰り返されるなかで、ある質問者の同一性のみを強調することによって、似たような質問者の混同を避けるための配慮が設けられている。

また「ニュース-ニュース速報」、「ニュース-緊急自然災害」、「生活-放射能」板などのように名前欄に県名が表示されるものもある。上記の板が扱うトピックは、どこの場所からそれを書き込んでいるのかで、同じメッセージでもその意味合いが変化する場合がある。

以上のように、一言で匿名掲示板2chと言っても、その匿名性の程度や度合い=濃度は、2ch内の各板によって異なっている。ユーザはその目的に応じ適宜これを選択している。仮にコテハンを使用しなくても、機会があればいつでも使用できる環境のなかで、ユーザは「名無しさん」をさしあたり選択しているのである。

また、かなり細分化されたスレッドの存在自体が明確なテーマやコンテキストの形成に寄与しており、匿名でも比較的安定したコミュニケーションを可能にしている。このように、2chは単なる「便所の落書き」以上の自由を提供しているのである。

### 3. 2 匿名性の副作用

ここでは匿名性がもたらす負の側面とポジティブな今後の可能性について考察する。

### 3. 2. 1 ジサクジエンについて

先に見たように、2chの匿名性管理はかなり秀逸で、ユーザの自我同一性の在り方においてFacebookやTwitterよりも自由度が高い環境設計となっている。ただし、制度設計の虚を突くことは容易い。その具体的な方法や弊害について触れておこう。

まず重複アカウント問題は、SNS側の環境設計の失敗と捉えるべきなのだが、運営側はそれほど重複アカウント問題解決に力を入れない傾向がある。なぜならば、SNSの名目上のユーザ登録数が増えれば、広告料金などの契約が有利に働くからである。しかし、それは中長期的にコミュニティ自体の歪みとなって現れるだろう。すでにTwitterが、2chのような炎上をたびたび起こすのは、「捨てアカ」の存在によるところが大きい。

2chでは大半のスレッドが「強制ID」によって単一ユーザのジサクジエンを回避しているが、スマホが社会的に行き渡った現在、「機内モード」のオン・オフによりIPアドレスを変えて、2chのIDをリセットすることができる。この程度の偽装ならば、いたずらの範囲内として済まされるかもしれないが、例えばiPhoneを数百台以上レンタルして、特定の主義やイデオロギーをプロパガンダを代行する業者が現れると話は変わってくる。

2chやニコニコ動画は、運営側の書き込みや閲覧規制を有料IDを購入することで回避できる。これは裏を返せば、単一主体がその気になれば優先的発言権を「何人分」「何百人分」も取得できることを意味している。当然、IDを管理する運営側はそれを察知できるが、はたして運営側は、大量の有料IDを購入してくれる「スポンサー」に異議を申し立てることができるのだろうか。

### 3. 2. 2 目の前の群衆に問いかけるということ

先に筆者は、2chを「匿名濃度選択掲示板」と述べたが、運営側から見ればユーザのIPアドレスは掌握されており、その気になれば住所を特定することができる。その意味では、クライアント・サーバ方式のSNSにおいて、純粋な匿名性など存在しない。ゼロ年代、金子勇はWinny 2においてファイル交換システムのアイデアを応用し、サーバを介さないBBSを構想していたが、それは政治的な理由により日の目を見ることは無かった。現在、サーバを介さないメッシュ状のネットワークが、少し形を変えて再び注目されている。

2014年の香港デモで参加者たちが活用したSNSが、アメリカのベンチャー企業が開発したFireChatだった<sup>15</sup>。このiPhone・AndroidアプリはWiFiやBluetoothで「直接」チャットできる機能を持っている。仮に中国政府がデモを阻止するためにサーバを遮断しても、これに関係なく使用できる。また、サーバにIDなどを登録する必要がないので、匿名性は従来のチャットアプリよりも高い<sup>16</sup>。中心のない、文字通りのメッシュ・ネットワーキング＝リゾームが実現したのだった。

ただし、ユーザがFireChatを使用する動機は、あくまでもネガティブなものである。「政府の監視を逃れるため」や「デモをする」という消極的理由でなく、近くの他人と交流することの建設的な意味合いを前面に押し出す必要があった。結局、文字チャット・アプリではしりとりや「昨日の大雨すごかった」程度の会話しか生まれず、実用性が存在しない。

これを考えた場合、やはり近接通信では、近場の空間＝「ココ」に関する情報をやり取りすることが理にかなっている。すなわち、地図ベースのSNSにおいて、ココにいる街の情報を、近くにいる他人同士が、リアルタイムに

<sup>15</sup>日本のアプリにもAir TALKという類似のものがある。

<sup>16</sup>GIZMO, Kate knibbs “Protesters Are Using FireChat’s Mesh NetWorks To Organize in Hong Kong” の記事を参照。  
<http://gizmodo.com/protesters-are-using-firechat-to-organize-in-hong-kong-1640271776>

シェアしていくようなSNSが有望だと思われる。

#### 4. 次世代型SNSは社会関係をどう変えるのか

ノートの結びに変えて、本論が見定める次世代型SNSの構想をまとめておこう。また、それが実現された場合どのようなシーンでそれが活用できるのか、その展望を概括する。まず、その基本設計として次の三点が挙げられる。

- ・地図をベースにして文字や写真など情報がウィンドウ表示されること
- ・これらの情報が近接通信でリアルタイムにシェアされること
- ・匿名的コミュニケーションを上手く活性化する仕組みがあること

現時点で明らかになっている課題として、すでに脚注7に指摘したように、地図データを近接通信でどうやり取りするのかという問題が残されている。またiPhone間で同時接続できるのは現状で8台までだが、これを近接通信でどう拡張するのも課題である。

地図データの扱いと同時接続数を無視するならば（つまり地図だけインターネット経由でダウンロードし、8人以下のグループでコミュニケーションする場合）、このアプリはすでに「フィールドワーク支援ツール」としても機能する。例えば、複数人のグループで、ある商店街の業態や地理的分布を調査するとき、森林に生息するキノコの生態を調べるときなどのジオ・インフォマティクスを作成する場合に活用できるだろう。

先の課題がクリアできたとして、より社会的にどのような活用方法があるのだろうか。その一つとして挙げられるのは、奈良のような地方観光都市に特化した「ご当地観光アプリ」である。その街にいる観光客、商店主、地元民に特化したSNSである。ユーザ数は限定的で巨大なサーバを構築する必要がそもそもない。その場所の情報はそこにいる者に聞くのが合理的である。観光地のように空間範囲を限定してしまうことにより、地図もGoogle Maps以上の詳細地図をプリセットで用意することもできる。

もう一つはスタジアムや劇場といった、観衆が集う場所での使用シーンがある。観衆たちは互いに他人だが、同じ試合や作品をコミュニケーションのための文脈としてリアルタイムに共有している。したがって、潜在的に彼らは下手な知人以上に仲が良い。これまで、物理的に会話ができるのはせいぜい両隣の者だけだったが、もし近接通信で目の前の試合などについて会話を交わすことができれば、イベントやエンターテインメントの在り方自体が変わる可能性がある。

最後に、もしこのようなSNSを東京や大阪などの大都市に使用したらどうなるのだろうか。恐らく、街ゆく沈黙の群衆は、そのSNSのなかではおしゃべりになるだろう。それゆえに、溢れすぎた情報を抑制するための何らかのフィルタリングも必要になる。また、サーバがダウンするほどの災害に見舞われたとき、大都市では重要なコミュニケーション手段になることが期待される。

現在、街中で「スマフォ歩き」をする者はどのアプリを開いているのだろうか。一つは既存SNSかゲームである。だが本来、目の前に繰り広げる街の声のほうが実用的で、それを手がかりに街中を探検することは下手なゲームよりもゲーム性があるだろう。もう一つは地図そのものである。土地勘のない彼は目的地を探し、地図上に表示された最短経路に集中している。しかし、もしその画面にイマココに関するクチコミが表示されるなら、彼は道順から逸れて路地裏へと寄り道をするかもしれない。

その時、彼は路地裏の野良猫を見つける。夕日に照らされた横顔があまりにも美しいので、彼は思わず写真を撮る。そして、彼が発見したささやかなローカル・ニュースは、再び近くの誰かにシェアされていく…。以上、次世代型SNSについて環境設計について、そのラフスケッチを提示した。遅かれ早かれ、このようなアプリケーションの必然的に登場すると思われる。なぜなら、人は他者と噂話に常に飢えている生き物だからである。

#### 【参考文献】

石井淳三・水越康介編（2006）『仮想経験のデザイン』有斐閣。

棚橋豪（2010）「二つのクラウドと取引費用」『日本情報経営学会誌』 Vol.30, No.4.

棚橋豪（2014）「賑わいの質とそのビジュアライゼーション：簡易GISによる商業構造の可視化について」『奈良学園大学紀要』 Vol.1, No.1.

#### 【Acknowledgement】

本研究は奈良産業大学・経済経営学会「特別研究助成」を受けたものです。