

特別講演

- (1) テーマ:「ソーシャルメディアの現在と未来」
(=社会を変えるインフラにーソーシャルメディアの未来(注))
- (2) 講師:津田大介(ジャーナリスト/メディア・アクティビスト)
- (3) 講演時間 4:20~15:05
- (4) 講演要旨(注)

東日本大震災によって IT 事業者を見る目が変わったと思う。5 年前、10 年前には虚業と
思われていたのが「社会を変えるツールになる」と認識されるようになった。きっかけは、
3・11 だ。クラウドコンピューティングなどのネット情報技術が次々に現れたのが、2007 年
前後である。さらに政権交代で情報公開が進んだこともあり、これらが組み合わさって社
会に大きな影響を与えるようになった。ソーシャルメディアが情報を発信することで、いろ
いろなことが動き出すようになったということだ。ネットだけで社会は変えられないが、現
実を動かしているリアルな力と結びつくことで大きな相乗効果が表われたといえる。

ソーシャルメディアの特徴は何か。これまでだれかとつながって行動する場合、大体は組
織や地域にしばられていた。学校に入ればクラスや部活動で一緒だった友人、会社に入
れば同じ部署になった人、後は飲み会や合コンなどで知り合った人など、要するに地域や
組織にしばられたつながりである。

ソーシャルメディアはそうではない。何かについてネットで調べていたら面白い情報があっ
たのでフォローした。そのうちに発信者と会ってみようとなり、会ったら気が合って親友に
なった、といったことが起きる。これまではなら絶対に出会わなかった人たちがだ。

話題になっている首相官邸前の反原発デモに集まっている人たちに対して行った調査が
ある。「何がきっかけでデモに来る気になったか」。この問いに対する答えの 1 位は、ツイ
ッターだった。友達に直接誘われた「ロコミ」や、フェイスブックなど 4 位までを合わせると
80%になる。この中にマスメディアの影響は入っていない。これは 6 月末の調査だったが、
その 1 週間前には民放の報道番組でも官邸前の反原発デモについては放映されており、
一部の新聞も記事にしていた。調査結果から分かることは、デモに参加した人たちのほと
んどが新聞やテレビで報道されても心は動かない。しかし、自分に近い人から「行こう」と
誘われたので「じゃあ行こう」という気になった、ということだ。既存のメディアではなく、ソ
ーシャルメディアによって大きな動きが生まれた象徴的な出来事ではないだろうか。

とはいっても、まだまだマスメディアの力は圧倒的に大きい。テレビで視聴率を 10%取ると
1,000 万人が見たことになるが、1,000 万人の人が同時にネットに殺到したら、ダウンしてし
まう。だから時間を分散して情報を送る方法をとっているわけだが、それでもまだテレビの
視聴率に比べると同じ情報にアクセスする人の数は非常に少ない。新聞も経営は厳しい
と言われるものの、いまだに大きな部数を持ち、影響力も大きい。話題になった 11 月 29
日の党首討論をネットで見ただけの人数は 140 万人だった。しかし、視聴率に当てはめると
1.4%でしかない。もしテレビで放映したなら 10%くらいは行くだろうから、まだまだ差は大き

いことが分かる。

ただ、新聞社にソーシャルメディアのようなことはできない。新聞社のウェブサイトは 1 日 10 万人くらいが見ているようだが、これは無料だからだ。有料にするとアクセスは 1~3%くらいに激減するということなので、もし 10 万人が見ているウェブサイトも有料にしたら途端に 3,000 人くらいになってしまうということだろう。

一方、インターネットメディアの中でツイッターは、速報メディアと言ってよい。実際、米国ではツイッターはニュースネットワークとみなされている。米大統領選のテレビ討論で視聴者の感想をリアルタイムで受けたところ、1,030 万のツイートがあった。オバマ陣営選挙対策本部は、これらを分析して次の討論のやり方を改善したという。ツイッターの良い所は、新聞や放送のようにお金もかからないし、放送局のように国の認可も必要ないことだ。

橋下徹・大阪市長のツイートには 90 万人、孫正義・ソフトバンク社長のツイートには 170 万人のフォロワーがいる。重要なことは、有名人でもなくフォロワーの数が限られている人でも、他人の情報力を借りて多くの人に情報を伝えられる可能性があることだ。実際に 30 人しかフォロワーがいない人のツイートを孫氏が引用したため、一挙に 170 万人にその人の発信が届いたということが起きている。140 字の速報に限っていることで、個人の発信が世界中、数千万もの人に届けられる可能性が出てきている。

では、ソーシャルメディアはマスメディアと対立する関係にあるのだろうか。逆だ。連携する関係にある。情報の検証はプロである記者や弁護士、会計士といった専門知識のある人しかできない。ソーシャルメディアは、マスメディアの伝えるニュースに対して議論し、多様な視点を提供することができる。埋もれているニュースをマスメディアに提供する情報源にもなり、これを受けてプロのジャーナリストが取材するということが可能だ。3・11 では、なかなかマスメディアが伝えないことを、ソーシャルメディアが頑張っただけで、それをマスメディアが伝える、ということが数多くあった。

ソーシャルメディアの特徴は「共感」「リアルタイム」「新規性」にある。メディアでありつつ、コミュニケーションのツールである携帯電話や多機能携帯端末がより幅広くなったものと考えると理解しやすいのではないか。

注：本講演要旨は、科学技術振興機構 サイエンスポータル編集委員小岩井忠道氏執筆のサイエンスポータル紹介記事（社会変えるインフラに - ソーシャルメディアの未来 ジャーナリスト・メディアアクティビスト 津田大介氏（掲載日：2013 年 1 月 31 日）
<http://scienceportal.jp/highlight/2013/130131.html>）を、執筆者の了解を得て転載。