

ネットワークが「つなぐ」のは誰か？

静岡大学 学長

石井 潔

Kiyoshi Ishii
President
Shizuoka University



インターネットを媒介としてあらゆる情報や機器を「つなぐ」ことが持つ社会的インパクトを考える上で、Facebook(以下FB)が現実には果たしている役割を見ることは重要な意味を持っている。

映画『ソーシャル・ネットワーク』が批判的に描写しているように、FBは米国の名門大学の女子学生の画像データを許可なくネットに上げ、投票による美人コンテストを行ったことから始まった。プライバシー侵害といった弊害が当初から伴っていたことも興味深いのが、より注目しているのは「名門大学の学生」という同質的な集団の情報共有というFBの起源である。この仕組みは現在でも「友達」という形で継承されており、より緩い関係ではあるが何らかの同質性を持つ人々を「つなぐ」というFBの基本的な構造を示すものとなっている。

FBがロシアによる意図的な偽情報を含むFake Newsを流通させ、トランプ大統領の当選に貢献したことが話題となっているが、開かれた「公」の空間から切り離された閉じた集団内部の共有情報は、たとえそれが誤ったものであっても外部の批判的な目にさらされにくく、むしろ「内輪受け」を繰り返すことによって増幅される傾向にあることがこのような事態の背景にあったと考えることができる。日本語という閉じた言語空間のなかで、「この国に生まれてよかった」といった「内輪褒め」的言説が流通しやすい国に生きる我々にはこのことがよくわかるはずである。

また商品の広告という点でも、「自分に似た人々」の間で何が「流行」しているのかという情報が購買意欲を刺激する上で最も効果的であり、同質的な集団をターゲットにできるFBに多額の広告料収入が入るのもこのためである。

フランスの思想家ジラルは、我々の欲望が個体としての我々に固有なものではなく、本質的には「他者の欲望の模倣」であり、欲望の「モデル」である他者がやがて同じ欲望を満たす上での「ライバル」となるという基

本的な構造があると主張した。例えばある女を1人の男が愛する場合、その男は必ずそのような女に対する欲望を媒介するもう1人の他者を必要とする。我々は個体としての自分自身の欲望だけでは、その対象が本当に自分の欲するものなのかどうかについて十分な確信を持つことができず、同じ対象に欲望をもつ「モデル」としての他者を求める。しかし同じ欲望の対象を持つこの「モデル」は同時にその女の愛を競い合う「ライバル」に転化する。男女間の三角関係を典型とするこのような「欲望の三角形」は我々の欲望一般に共通するとジラルは言うのである。

我々が商品を購入する時「流行」が重要な要素となるのも、このように我々の欲望が本質的には「他者の欲望の模倣」だからである。そして「モデル」としての他者が獲得した対象と同じ「流行」の商品を手にすることができないということになれば、「ライバル」に対する敗北感同様の怨恨(ルサンチマン)を抱くことになる。そしてこのような「モデル—ライバル」関係の緊張が最大となるのは、まさに同質的な集団内部のメンバー相互の関係においてなのである(例えばまったく身分の異なる他者の欲望はそもそも「モデル」にはなりにくいであろう)。

先ほどあげた映画のなかでもFBに多額の投資を行って事業拡大において決定的な役割を果たす人物として登場するピーター・ティールは、シリコン・バレーで巨額の富を築き上げた億万長者だが、彼はスタンフォード大学で哲学を専攻し、ジラルの理論から大きな影響を受けていた。彼のFBへの投資の動機の一つに同質性の高い人々を「つなぐ」というその基本的構造への深い理解があったことは確かである。我々が直面しているネットワーク社会の一面がこのように多くの同質的な集団への社会の分割という側面を持っていることを忘れてはならない。

(London Review of Books 17 August 2017のJ.LanchesterによるFB関連書の書評を参考にした)