

インターネット上の有害情報と マス・メディアの影響

Harmful Information on the Internet and
the Influence of Mass Media

土 井 正

Tadashi Doi

Abstract *In recent years, the rapid development and penetration of the Internet have brought about convenience to users on one hand, while on the other hand, so-called “black websites” are becoming a social issue. Consequently, there is an increasing number of incidences where minors can get access to harmful material and consequently become involved in crime. To tackle such illegal and harmful information, the police have set up cyber patrols and are cracking down on those who post illegal information. Also, measures are being carried out by providers and e-bulletin board administrators to prevent the sending of illegal or harmful information, and the filtering of information is performed by the receivers of information. But an enormous amount of new information is circulated daily on the Internet, and in addition, there is also data that is stored on servers installed abroad. It is very difficult to shield children from harmful web sites.*

The Japan Newspaper Publishers and Editors Association, which is the representative of the mass media, opposes any move that would appear to foster government intervention, because it must refrain from making any moves that would restrict the constitutionally-guaranteed freedom of expression. However, they find it unacceptable to help with the circulation of such harmful information. The mass media enterprises in the Internet age should change their business structures and strategies.

The study described in this paper examines the influences of the mass media and harmful information on the Internet.

キーワード：インターネット、社会問題、メディアの影響力、法規制、情報の
起点と検索

はじめに

近年、インターネットを取り巻く議論が喧しい。ケータイを含め、インターネットは、今や生活に欠かせない重要な社会インフラの1つとなっている。その反面インターネットには、ダークな負のイメージが植え付けられている。匿名掲示板による中傷や犯行予告、自殺の方法やネット心中への誘い、爆弾の作り方、大麻草の栽培方法や入手方法などなど、違法な情報や有害な情報があふれている。ネットが急激に普及する過程において、違法・有害情報に触れる機会や可能性が高まり、実際に青少年が有害サイトにアクセスして犯罪に巻き込まれるという問題も数多く発生している¹⁾。

実際にはそういった情報に触れた経験がなくとも、われわれは、新聞やテレビ、雑誌といった既存のマス・メディアによるネット批判の形でその存在をよく見聞きする。マス・メディアは、ネットがらみの犯罪や事件を、あたかもインターネットが出現する前は起こりえなかった未曾有の出来事のように語る。では、社会問題化している「出会い系サイト」や「学校裏サイト」、そして「闇の職業安定所（掲示板）」といったものを、本当に知っているといえるのだろうか。よく知らないのに、「何か得体の知れない、おそろしいもの」といったイメージを、いつの間にか形作っているのではないだろうか。マス・メディアの論調は、すべての元凶はネットであるといった、いわば「ネット悪人説」に固まっているからある。相手をよく知ることなしに恐れるというのは、極論すれば、鎖国時代にまだ見ぬ異国人を南蛮人として、先の大戦中、敵兵を鬼畜米英として恐れたのと、リテラシーレベルにおいて大差ない。

テレビ局や新聞社といったマス・メディアは、世論の形成に大きな力を持つ。インターネットや情報技術の進展によって、産業や企業としての衰退が言われていても、マス・メディアの持つ影響力は依然として巨大である。メディアの報道は、安易な気持ちで真似しようとする、いわゆる「模倣犯」の出現を助長しているのではないか。結果的にマス・メディアは、ネットの闇の部分をかえって広めてしまっているのではないかと思われる。

本稿では、現実社会に欠かせない存在となったインターネット上の、有害情報とその対策に関する動きに焦点をあて、既存のマス・メディアが及ぼす影響について考察する。

1. メディアの影響と効果

警察庁によると、2007年1年間の自殺者数は前年比938人増の33,093人で、過去2番目の多さとなった。また、2008年の硫化水素による自殺者は、9月までに

1) 毎日コミュニケーションズが運営する『マイコミジャーナル「ネット事件簿」』(<http://journal.mycom.co.jp/net/nettrouble/index.html>)を見ると、サーバーへの不正アクセスやワンクリック詐欺といった、情報技術の進展による、ネットの仕組み自体を悪用した事件のみならず、「ブログで中傷され自殺」「ネットで殺人予告」といった、ネットが温床となった社会的な出来事が頻繁に起きていることがわかる。

876人に達し、2007年1年間(29人)の約30倍にもなっている。内閣府は、自殺の予告や方法の紹介などに関するインターネットの有害情報への対処を柱に、「自殺対策加速化プラン」をまとめた(『毎日新聞』夕刊、2008年10月31日付)。政府も、自殺が増えた主要因を、インターネットに求めている。

メディアが及ぼす影響や効果に関する理論研究は、1920年代から継続して行われている。それは、「強力効果説」にはじまり、「限定効果説」(1940年代～)、「新・強力効果説」(1960、70年代～)という3期の変遷をたどってきた。

「強力効果説」とは、「弾丸理論」や「皮下注射効果モデル」とも呼ばれ、メディアの影響を直接的で強力なものとする考え方である。メディアには絶大な影響力があり、「ネットの有害な情報を見て影響され自殺する」、あるいは「暴力的なメディアの影響で子供が暴力的になる」と考える。この説は、80年以上もの間、実証的な研究が進められてきているが、いまだに因果関係を立証できていない。代わって、1940年代以降に主流となったのが、メディアの影響は限定的にしか働かないという「限定効果説」である。人々はメディアに対し、選択的に接触する。たとえすべてのマス・メディアが「右向け、右」を連呼したとしても、受け手にながしかの「右を向きたい」という気持ち(これを「先有傾向」という)がなければ受け手は右を向かない。暴力シーンを見て暴力行為に走るのは、はじめから暴力的傾向を持っていた子供であるというのである。

たしかに、ネット上に「自殺の方法」が載ってなかったら、その方法では自殺しなかったかもしれない。しかし、自殺志向を持っている者は、遅かれ早かれ、何らかの方法で死を選ぶ可能性が高い。根源にある問題が解決しない以上、メディアが引き金にならなくとも、いずれ誰かが引き金を引くことを助けることになる。それは、家族・友人・学校・会社、そして格差社会といった、自殺を止められない(思いとどまらせることができなかつた)閉塞的な社会のフレームワークの問題であって、決してインターネットだけが悪者になれば解決するような問題ではない。ネットに対する規制をどれほど強化しようとも、明確な効果が期待できるとは思えない。

1960年代、70年代以降、「新・強力効果説²⁾」といわれる一連の理論によって「限定効果説」も否定されはじめた。しかし、いまだに、メディア、とくにマス・メディアの効果について、結論を得るまでには至っていない。

どのような理論的立場に立とうとも、インターネットは、直接的あるいは間接的に、情報の受け手に対し、何らかの影響を及ぼしていることは間違いない。インターネットが殺した、とは言えないまでも、少なくとも、「引き金を引くのを手伝った」ことにはなるだろう。「それだって悪いことじゃないか」という批判ももっと

2) 「新・強力効果説」は、マス・メディアが争点＝議題を設定することについては強力な影響力を持つという「議題設定効果」や、マス・メディアが特定の意見を多数派・優勢意見として提示することによって、反対意見は表明されにくくなり(沈黙)、そのため反対意見はますます少数派として認知されることになるという「沈黙の螺旋」、マス・メディアは長期的かつ累積的かつ非意図的に人々に行動の基準や価値観を「培養」する「培養効果」といったいくつかの理論の総称である(吉見[2004]、佐々木[2007])。

もである。しかし、本当にネットだけが問題なのだろうか。たとえば、硫化水素問題については、マス・メディアの過剰報道にも一因があるとは考えられないだろうか。朝日新聞の記事データベースで、「硫化水素 AND 自殺」というキーワードで検索すると、169件ヒットする（2008年10月31日現在）。初出は、2007年3月7日付で、以後、2008年2月18日、29日、3月27日（各1件）と続き、4月には72件、5月57件、6月14件と集中的に報道されていることがわかる。『週刊朝日』（2008年5月9日号）、『AERA』（同5月12日号）でも、「製法がインターネットにある」と報じている。同時期においては、テレビもニュースやワイドショーなどで連日これでもかというほど集中的に報道していたと思われる。マス・メディアで知って、ネットで検索、実行、また報道、というスパイラル構造で硫化水素による自殺は増えていった。「4月5月の自殺者はそれぞれ約200人にのぼった」（『朝日新聞』夕刊、2008年6月19日付）という。

メディアの影響力は、一方的なものではなく、受容者の態度や置かれている環境によって変わってくる。硫化水素やアンホ爆薬³⁾、ダガーナイフといった言葉は、テレビや新聞が報道しなければ、通常の場合、青少年が知るよしもない言葉だろう。本来は知らなくともよい子供たちまでが、偶然に言葉を目や耳にし、興味・関心を持つことになった。マス・メディアの報道がトリガーとなって、メディアによるシナジー（この場合は負の効果だが）が働いたことは容易に想像できる。本来、ネットの限られた場所の「知る人ぞ知る」限定的な情報であったはずのものが、テレビや新聞で連日報道されることで、より多くの人の注意・関心を引き起こしたに違いない。まさに、マス・メディアが「寝た子を起こしてしまった」のである。

2. ネット上の「有害情報」と規制の動き

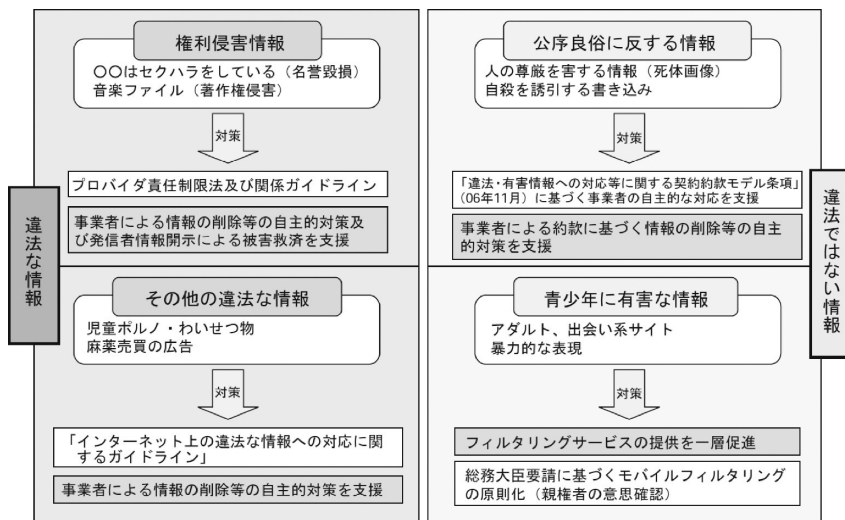
ネットにはびこる（とされている）有害な情報は、正確には、「違法な情報」と「違法ではないが有害な情報」とに分けられる（[図1]）。違法情報は、法令や条例によって取り締まることができるが、違法でない情報の取り扱いが難しい。そもそも誰にとって有害なのかという問題、そして違法でないものをどのように規制・排除するのかという問題である。

2008年6月に成立した「青少年ネット規制法」（有害サイト規制法：「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」）によれば、「青少年有害情報」とは、インターネットを利用して公衆の閲覧（視聴を含む）に供されている情報であって青少年の健全な成長を著しく阻害するものをいうとし、次の3つを例示している（法第2条3項4項）。

- (1) 犯罪若しくは刑罰法令に触れる行為を直接的かつ明示的に請け負い、仲介

3) 米・オクラホマシティーの連邦政府ビル爆破事件（95年4月19日）など、国際テロで使われる爆薬。肥料として市販されている硝安（硝酸アンモニウム）から作ることができる。2008年9月には、元自衛官がインターネット通販で材料を購入し、爆弾を作成、皇居の堀に投げ込んだとして逮捕された。

図1 インターネットの違法・有害情報



出所) 総務省 [2008] 20 頁。

- し、若しくは誘引し、又は自殺を直接的かつ明示的に誘引する情報
- (2) 人の性行為又は性器等のわいせつな描写その他の著しく性欲を興奮させ又は刺激する情報
 - (3) 殺人、処刑、虐待等の場面の陰惨な描写その他の著しく残虐な内容の情報

より具体的な例を示すと、日本インターネット協会 [2008] では、次のようなサイトを子供に有害なものとして例示している。

アダルトサイト (ポルノ画像や風俗情報)、出会い系サイト、暴力などの残虐な画像を集めたサイト、他人の悪口や誹謗中傷を載せたサイト、犯罪を助長するようなサイト、毒物や麻薬情報を載せたサイト、個人情報を書き込ませるサイト、オンライン詐欺サイト、自殺や家出に誘うような情報を載せたサイト

青少年ネット規制法で義務づけられたのが、フィルタリング⁴⁾である。NTT ドコモ、au、ソフトバンクの携帯 3 キャリアは、2008 年 2 月から、未成年者に対してフィルタリングサービスの原則適用化に踏み切った。つまり、親権者が解除手続きをしない限り、初期設定でフィルタリング機能が自動的に On になる。

同法に対しては、言論・表現の自由の面から、反対論も根強い。ヤフーやマイクロソフト、日本新聞協会、日本民間放送連盟などは、「言論・表現の自由を侵害する可能性がある」と懸念や反対を表明している。中国などでは、国家による言論統

4) 利用者の意思によって、有害なウェブ情報へのアクセスを自動的に遮断することができる技術的手段で、有害サイトブロック、ウェブフィルタリングなどとも呼ばれる (日本インターネット協会、<http://www.iajapan.org/filtering/leaflet2008.html>)。

制が行われている。そしてその技術的な支援を Google 社や Microsoft 社が行い、国家の統制に全面的に協力しているという。わが国では、国や公権力による検閲はとうてい容認できないだろう。法にも定められたとおり、民間の第三者機関が自主規制によるしかない。モバイルコンテンツ審査・運用監視機構 (EMA=<http://www.ema.or.jp/>) やインターネット・コンテンツ審査監視機構 (i-roi=<http://www.i-roi.jp/>) といった、いくつかの民間団体が設立されているが、実効性は未知数である。

サイトの運営者による自主的な規制も行われている。中高生に人気のケータイサイト「モバゲータウン」を運営するディー・エヌ・エーでは、420 人態勢 24 時間の監視を続け、監視費用は年間約 8 億円に上るという (『毎日新聞』朝刊、2008 年 10 月 8 日付)。

3. 規制の実効性と課題

警察庁は 2008 年 4 月末、硫化水素の発生方法を詳しく掲載したうえで製造や利用を誘う内容のネット上の書き込みを新たに「有害情報」に指定。全国の警察がネット接続業者 (プロバイダー) に削除を要請し、6 月 3 日までに 108 件が削除された (『朝日新聞』夕刊、2008 年 6 月 19 日)。

ところが、ネット上の情報はいまだに消えていない。Google (<http://www.google.co.jp/>) で「硫化水素」と検索する (ググる) と、6,590 万件もヒットする。そして、その 2 番目に「硫化水素による自殺、その方法」なるサイトが登場する ([図 2])。このサイトは、むろん誉めてはいけませんが、実によくできている。「薬品の入手方法」や「部屋の面積に合わせた必要薬品量の自動計算」、そして「近隣に迷惑をかけないための張り紙」が pdf ファイルでダウンロードできるなど、まさに至れり尽くせりである ([図 3])。繰り返すが、このサイトが、Google 検索で 2 番目に出てくるのである。マス・メディアの報道だけに触れていると、薬品作りは、自殺志望者がアングラ (underground) なサイトや闇の掲示板などを探しに探しまくったあげくにやっと見つけた、あるいは裏情報に長けた人から密かに「闇ルート」で聞き出したといった、特別で、かつ深い暗黒の世界の出来事のように感じることが多いが、実際は、ググれば誰でも簡単に情報を入手できるのである。

この明らかに有害な「Google 2 番目」のサイト情報は、政府や警察、そしてプロバイダーなどが、いかに規制を強化しようとも、なかなか削除できない。問題のサイトは、海外のサーバーに置かれているからである。海外に蔵置された情報へのプロバイダー等の技術的対応と可能性の限界については、「インターネット上の違法・有害情報への対応に関する研究会」が、次のように報告している (総務省 [2006])。

プロバイダー等は、海外に設置されたサーバーに対する管理可能性を有さない
ので、当該サーバーに蔵置された情報に対するアクセスを遮断する以外の対応を

図2 Googleで検索



出所) <http://www.google.co.jp/> (2008年10月30日)

図3 有害サイトの例

The screenshot shows a website titled '硫化水素による自殺, その方法' (Self-harm by hydrogen sulfide, its method). The page contains a calculator for determining the amount of calcium polysulfide needed for a self-harm attempt based on room size and concentration.

と石灰硫黄合剤の必要量を調べる

空間を2000ppmの硫化水素で満たすのに必要な... と石灰硫黄合剤の量を計算する。... や石灰硫黄合剤が必要量は少ないと、十分な硫化水素の濃度が得られない事になるので注意。次の入力欄に自殺を実行する空間の幅、高さ、奥行きを入力すると、必要量の簡易計算ができる。

	幅 (cm)	高さ (cm)	奥行き (cm)	必要量の簡易計算
部屋	3000	1500	1500	1500
	2500	1325	1325	1325
	2000	1060	1060	1060
	1500	795	795	795
	1000	530	530	530
約1時間で致命的中毒	600	318	318	318
約1時間で急性中毒	200	106	106	106
興奮状態	100	53	53	53
気道刺激	50	27	27	27

確実に自殺するために必要な... の量... 1060 ミリリットル
石灰硫黄合剤の量... 1060 ミリリットル

張り紙

毒ガス発生源を隠さない

ガムテープ

目張りを使う。張り紙の張り付けにも利用できる。

混合用の容器

濃、錆やワゴンなどの大まめの容器を利用する。この容器に石灰硫黄合剤を注いだ後、... を流し...

出所) web サイト「硫化水素による自殺、その方法」(2008年10月30日)。URL および薬品名等は、あえて伏せた。

とすることはできない。さらに、アクセスの遮断については、当該サーバーに割り振られた IP アドレスへのアクセスを遮断する形で行われるものの、サーバーに割り振られた IP アドレスの変更は容易であり、プロバイダー等によるアクセスの遮断を発信者は容易に回避できる。また、日本から海外へのアクセスについては別のサーバーを経由して違法・有害情報が掲載されたサーバーにアクセスすることによっても、アクセス遮断を回避することが可能である。

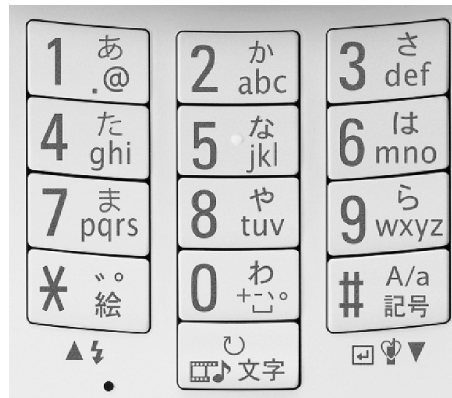
これらの技術的限界が存在するため、我が国のプロバイダーが、海外に設置されたサーバーに蔵置された情報に対して直接有効な対応を行うことは困難である。

わが国でも、Google 社に協力を依頼し、検索してもくだんのサイトが表示できないようにしてもらえば良いと考えるのが普通かもしれない。しかし、言論の自由を脅かす行為として、社会的コンセンサスを得られないだろう。Google 社が応じるとも思えない。また、硫化水素に限らず、わいせつ画像や麻薬・薬物販売サイトなど、違法・有害サイトは、数え切れないほど存在し、かつ新しいサイトが毎日のように次々と出現している。そのどれを規制するのか、そして、そのすべてを規制することが可能だとはとうてい思えない。

ネットの法規制派を勢いづけた、いわゆる「学校裏サイト」は、3万件とも5万件ともいわれている。正直なところ、よくわかっていない。大人たちには、学校裏サイトを発見できないからである。マス・メディアによく名前のある匿名掲示板「2ちゃんねる」(<http://www.2ch.net/>) や中高生・大学受験の掲示板「ミルクカフェ」(<http://www.milkcafe.net/>) のようなよく知られた（知られてしまった）サイトは「裏サイト」ではない。「学校裏サイトチェッカー」(<http://schecker.jp/>) に登録されているサイト数は、4,519 件（2008 年 10 月 31 日現在）。文字通り、氷山の一角にすぎないばかりか、ここでチェックされているサイトは、もはや「裏サイト」ではないのである。本当の裏サイトは、普通の検索サイトでは見つけられない。逆に、すぐみつかるような、地下に潜ってないサイトは、対策を講じやすいので問題が少ないといえる。

このように、有害情報については、言論・表現の自由、検閲につながることの忌避感情、海外蔵置情報には手が出せないといった問題が立ちはだかっており、発信側の対策（発信させないこと）は極めて困難である。自然、受信者側での対策が必須であり、また対策の柱となる。そこで、フィルタリングを強化して、ということになるのだが、その効果は限定的である。青少年の携帯電話やパソコン、学校のコンピュータ等にフィルタリングをかけても、自宅やネットカフェからはアクセスができる。また、青少年とは 18 歳未満（「ネット規制法」）あるいは未成年を想定しているのだが、成人なら規制不要といえるだろうか。大学生や社会に出た若者が中心の大麻問題や集団自殺といった問題は、年齢の点で規制からはずれてしまう。さらに、規制逃れの方法は、まさにいたちごっこである。禁止されている言葉（「NG ワード」）の間にスペースや記号を入れる、発音の近い別の文字をあてる、

図4 携帯電話のキーボード



隠語化するなど、規制を強化すればするほど、フィルタリング逃れは巧妙かつ複雑になってくる。たとえば、「死ね」を「氏ね」と言い換えるのは序の口で、「レンコンと豆のセット」(＝拳銃と銃弾：リボルバー式銃の形状から)といった言葉の置き換えが行われている。では、「わらわかなさわやまなな」というのは解読できるだろうか。これは、「09025308755」という電話番号を伝えようとするものである。携帯電話のキーボードを見てもらえば、謎は解けよう ([図4])。

フィルタリングの強化は、恣意的な情報操作がなされなくとも、他方で必要な情報のカットという問題をも引き起こす。たとえば、現在の携帯電話各社の迷惑メール対策は、どんどん強化されているが、迷惑メールは一向になくならない。そのおりで、パソコンから送ったメールや URL 付きのメール、メールリングリストのメールなどは、しばしば届かないことがある。

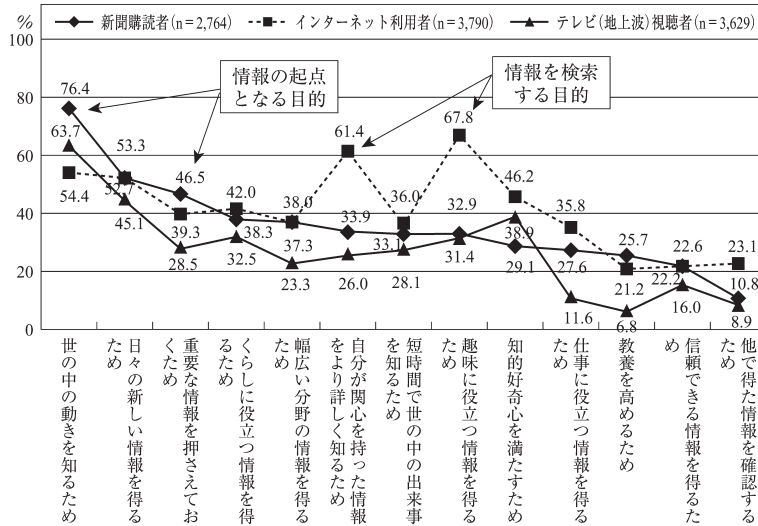
4. メディア・ミックスの時代

4-1. AIDMA から AISAS へ

新聞・民放テレビなど、マス・メディア企業の収入の柱は、広告である。マス・メディアは、顧客である広告主向けには、媒体価値を売りこむため、自らの影響力の高さをアピールしている。日本新聞協会広告委員会 [2007] は、「インターネットによる『情報検索』だけでは、消費者の『購買行動』に結びつく割合は低いままで、企業・商品・ブランドに対する消費者の『認知・関心』を高めることによって、『情報検索』から『購買行動』につながる効果を高めることができる。『認知・関心』を高めるのは新聞、テレビといったマス・メディアの力であり、次の『情報検索』の段階では、インターネットが効果的にはたらく」としている。マス・メディア自ら、情報の「起点」としてのマス・メディア、情報の「検索」のためのインターネットという役割分担を認めているのである ([図5])。

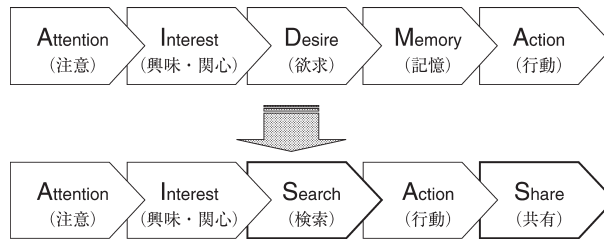
広告宣伝と消費者行動の分野において、1920年代から言われてきた伝統的な

図5 新聞とテレビ、インターネットの利用目的比較



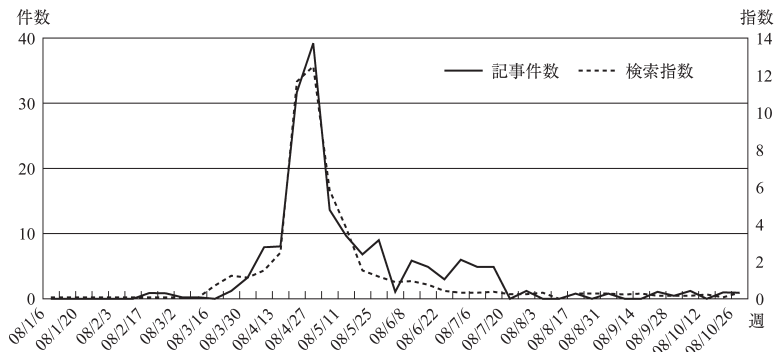
出所) 日本新聞協会広告委員会 [2007]

図6 AIDMAからAISASへ



出所) 秋山・杉山 [2004] をもとに作成。

図7 記事数と検索の相関関係



出所) 朝日新聞記事データベースおよび Google トレンドから作成。

「AIDMA」(Attention=注意、Interest=興味・関心、Desire=欲求、Memory 記憶、Action=行動)に代わって、近年、ネットでの購買行動のプロセスモデルとして、広告代理店最大手の電通が提唱した「AISAS」(Attention=注意、Interest=興味・関心、Search=検索、Action=行動、Share=共有)が言われるようになってきた([図6])。ネット時代の消費者行動は、Search(検索)とShare(共有、商品評価をネット上で共有しよう)が柱となる。新聞やテレビをきっかけとして、企業・商品・サービスに対する認知や関心を高め、情報を調べる動機を喚起してインターネットを使った検索につなげるコミュニケーションデザインが、購買行動につながるといふ(秋山・杉山[2004])。

[図7]は、朝日新聞記事データベースをもとに、2008年1月～10月までの間、『朝日新聞』に掲載された記事の件数と「Googleトレンド」(<http://www.google.co.jp/trends>)による検索の傾向を指数化した数値を週毎に重ねたものである。実際のデータを見ると、新聞記事掲載件数と検索件数(指数)には、完全な相関関係が認められる([図7])。限定的な例ではあるが、マス・メディアが情報の起点となり、ネットで検索するという行動パターンが実際に行われていることがわかる。

4-2. マス・メディアの影響力

韓国では、ネットでの中傷を苦にした女優の自殺が相次ぐなど、ネットの影響力は、既存のマス・メディアをしのぐほどになっている。しかし、わが国では、社会に対する影響力という点でも、既存のマス・メディアは、インターネットを凌駕している。

日本新聞協会[2008]の調査によれば、「社会に対する影響力がある」のは、インターネットの32.0%に対し、新聞60.7%、テレビ(民放)55.1%、テレビ(NHK)52.8%となっている。また、インターネットに対しては、19.9%が、「イメージがわからない・評価できない」と答えている⁵⁾。インターネットについての「無回答」8.1%を合わせると、そもそも、インターネットは、7、8割程度の認知・利用度しかないといえる。

インターネットは、情報自体に対する信頼性も低い。インターネットコム/gooリサーチ調べ⁶⁾によると、テレビ、新聞、インターネットそれぞれに対する信頼度では、新聞を信頼しているユーザーが多く、「とても信頼している」が29.20%(304人)で、「少し信頼している」の60.13%(626人)と合わせ89.33%(930人)、テレビは、「とても信頼している」15.08%(157人)、「少し信頼している」59.75%(622人)が合わせて74.83%(779人)、インターネットは、「とても信頼している」3.17%(33人)、「少し信頼している」60.93%(634人)が合わせて

5) 「イメージがわからない・評価できない」という回答は、新聞2.7%、テレビ(民放)4.0%、テレビ(NHK)7.2%。ラジオ26.1%、雑誌19.9%。「無回答」は、新聞1.6%、テレビ(民放)2.1%、テレビ(NHK)2.8%。ラジオ8.1%、雑誌7.5%。

6) インターネットコム/gooリサーチ調べ「インターネットにおける情報の信頼性」に関する調査、2007年5月8日、http://japan.internet.com/research/member/syousai.cgi?art_id=1349。調査対象は、全国10代～50代のインターネットユーザー1,041人。男女比は男性51.78%、女性48.22%、年齢別は10代18.92%、20代22.77%、30代19.88%、40代19.40%、50代19.02%。

64.07% (667人) となった。インターネットで情報の間違いを経験したことがあるユーザーは全体 (1,041人) の 47.36% (493人)、ネット上の情報を見極める必要性について「必要ある」と答えたユーザーは 98.37% にのぼっている。

情報に対し信頼感を持つかどうかという問題と、情報に真実性や歪みがあるか否かという問題は、次元の異なるものである。佐々木 [2007] は、Lippmann [1922] を引いた上で、「新聞報道に特定の立場だけを多く取り上げるという偏りがあり、不公正さを修正する責任部局もなく、読者もその偏りを冷静に判断する主体的パーソナリティや知識を欠いていると、報道は人々のなかに形成された疑似環境⁷⁾と『ステレオタイプ (固定観念)』を通して『世論』を操作する装置となりうる」と指摘する。現在のマス・メディアは、ネットに対する意識に偏りが無いといえるだろうか。また、読者はネット社会を正確に理解するだけのリテラシーを身につけているだろうか。

ネットのコミュニティにおいては、「テレビ報道は、結論先にありきの決めつけがすぎる」、「取材したものの一部を、自らの都合の良いようにカットして使う」、「大所高所からの物言いがひどい、何様のつもりだ」などと、既存のマス・メディアに対しては、なにかと批判が多い。権力に対するレジスタンス的意味合いも含め、マス・メディアを「マス『ゴミ』」と呼ぶなど、冷静さを欠いたものも確かにあるが、批判のすべてが的外れであるとは思えない。

マス・メディアは、自らを賞賛することはあっても、批判することをしない。たとえば新聞社では、内輪の互選で選んだ「日本新聞協会賞」なるものをありがたがるばかりか、自社の紙面で受賞を大きく報じる。テレビ界やインターネットを批判することはあっても、自社の不祥事の扱いは小さい。誤報の訂正記事は、限りなく小さい。

関西テレビ「あるある大辞典II」の捏造番組のあおりを受けた納豆業界 (2007年) や、O-157の犯人とされたカイワレ大根 (1996年)、日本初の狂牛病 (BSE: 2001年)、事故米問題のあおりを受けた焼酎 (2008年) など、思いつくまま挙げただけでも風評被害は後を絶たない。これらすべてがマス・メディア発とは言わないうが、テレビのワイドショーやニュース番組、新聞や週刊誌が騒ぎ立てることで、かえって被害を増やしていることは事実と言わざるを得ないだろう。メディアの効果・影響について、どのような理論的立場に立つとしても、マス・メディアには、せめて、責任の一端を負っているという自覚を持った上での報道に努めてもらいたい。「よくわからない」インターネットのみを一方的に悪者にしたところで、なんら問題は解決しないのである。

インターネット時代を迎え、メディアも変わらなければならない。閉鎖的な既得権にしがみついていることはできなくなっていることを認識すべきである。マス・メディアは、いつまでもメディアの王様ではない。王様でいたいのであれば、なお

7) Lippmann [1922] は、新聞というマス・メディアが作り上げた「現実のようなもの」が、そのまま読者の頭の中では、正確な客観的現実として印象づけられる。この人々の頭の中の映像を「疑似環境」と呼び、「世論」がマス・メディアの手によって特定の方向に誘導される危険性を指摘した。

さら変わらなければならないのである。「読者のため」「視聴者のため」「みなさまの〇〇」といった謳い文句をお題目に終わらせることなく、開かれた、インタラクティブなメディアへと脱皮・成長する 때가 やって きた。それが、企業・産業としてのマス・メディアの生き残り戦略にもつながるものと考ええる。

おわりに

子供からお年寄りまで、1人1台みな携帯電話を持ち、どの家庭にもブロードバンドが普及している。いまやインターネットは、現実の社会の一部を構成している。ヴァーチャル（仮想的）で特殊な存在ではないのである。実際、インターネットの世界に限らず、リアルな世界でも、有害情報は社会に氾濫している。新聞広告や中吊り広告、風俗店の看板、テレビ、有害図書、アダルトビデオ/DVDなどを子供は容易に目にすることができる環境にあるし、書店でも、『完全自殺マニュアル』をはじめ、ゲームソフトやDVDの不正コピー方法を紹介した雑誌などが普通に買えてしまう。何か問題が起こる（事件が発生する）度に、インターネットだから、特別な世界だから、といった風潮や考え方をすること、そしてそれを煽るかのようなマス・メディアの報道姿勢には強い危惧を感じる。

ネットの情報内容（コンテンツ）を規制しても、社会的な問題は解決しないことは既に述べた。ただ、見たくない、見せたくない情報を、目に触れさせないようにする配慮は必要であると考ええる。レンタルビデオ店のアダルト・ビデオコーナーのような、ゾーニング規制⁸⁾の導入である。リアルな社会とネット社会の大きな違いは、物理的な到達ゾーン（圏）の範囲である。リアルな社会なら、危ない場所、たとえば、新宿・歌舞伎町のような繁華街に、小学生の女の子が夜中に出歩くことはないし、万一、出歩いていたら、すぐに補導されるだろう。その点、ネットのゾーンの広がりは無敵大である。危険なゾーンがあったとしても目が行き届かないし、まず地理的に区分されていないことが一番の問題であろう。イラクで殺害された香田証生さんのいわゆる首切り動画が、別のタイトルで流布していた。見るつもりはないのにもかかわらず、こういった残酷な動画を不意に見せられるのは、大人だってゴメン被りたいし、子供と一緒にネットで調べ物をしていて、突然アダルトサイトに誘引されるようなことだけは強く避けたいと思う。「不意打ちを受けない」権利は、ぜひとも確保して欲しい。ネット規制の賛成派も反対派も、フィルタリング等の仕組みを考える際には、「コンテンツ（内容）規制」と「ゾーニング規制」とを区別して論じていただきたい。

また、インターネットが媒介となった問題や事件に、現行の法律はまったくついていけない。著作権の問題、そして海外蔵置情報しかりである。インターネットの問題は対策が難しいと考えがちだが、むしろ、技術的対策が取りやすい。社会

8) いわゆる「ゾーニング」規制（特定の行為等に対して一定のゾーン（範囲や利用方法）に限り規制することを許容する規律手法）を導入することにより、広汎な内容規制の適用を回避しつつコンテンツ流通の健全性を確保することが可能となるため、その導入の適否を検討する必要がある（総務省[2007]）。

的なコンセンサスづくりが最優先課題であるが、そのためにも影響力の大きなマス・メディアの果たすべき役割は大きい。

本稿で述べた論点の他、ネット社会の問題は、子供にケータイを持たせるべきか、法はどこまで規制すべきか、匿名か実名か、著作権をどう守るか、といった一朝一夕には解決できそうにない課題ばかりである。それらは、稿を改めて考察することとしたい。

参考文献 (あいうえお順)

- 秋山隆平・杉山恒太郎『ホリスティック・コミュニケーション』宣伝会議、2004年。
朝日新聞社「記事データベース『聞蔵IIビジュアル for Libraries』」(<http://database.asahi.com/library2/>)
佐々木孝夫「政治的コミュニケーション」、堀江湛編『政治学・行政学の基礎知識 第2版』第14章、一藝社、2007年。
総務省『インターネット上の違法・有害情報への対応に関する研究会報告書』2006年。
総務省『通信・放送の総合的な法体系に関する研究会報告書』2007年。
総務省編『平成20年版 情報通信白書』ぎょうせい、2008年。
日本インターネット協会、リーフレット『フィルタリングを知っていますか?』(第2版) 2008年。
日本新聞協会広告委員会『インターネットとの関係からみる新聞の機能～メディアと消費行動に関するインターネット調査～』2007年。
日本新聞協会『クロスメディア時代の新聞広告II 購買満足と新聞エンゲージメント—「2007年全国メディア接触・評価調査」報告書—』2008年。
宮台真司「携帯電話の社会的機能分析—コミュニケーション変容の社会的意味—第1回」『Mobile Society Review 未来心理』Vol. 1、46-49頁、2005年。
吉見俊哉『メディア文化論』有斐閣、2004年。
Lippmann, *Public Opinion*, Harcourt, 1922. (掛川トミ子訳『世論(上)(下)』岩波文庫、1987年)

*土井 正 麗澤大学経済学部准教授。筑波大学大学院博士課程ビジネス科学研究科単位取得。「デジタル情報時代の新聞経営」『マス・コミュニケーション研究』Vol. 58など。