

『千人別』

「最後の晩餐」といえば、レオナルド・ダ・ヴィンチの作品が有名だが、数えきれないほどの画家が、この場面を描いている。

手法も作風も皆、千差万別。

インターネットの世界では、情報の価値は「千人別」。

PSPED BITS

「最後の晩餐」 マールテン・ド・フォス



佐谷宣昭 Nobuaki Satani

1972年生まれ。九州大学工学部建築学科卒業。2000年九州大学大学院人間環境学専攻博士課程修了、博士(人間環境学)。翌月起業。㈱パイブドビット社長CEO。明日の豊かな情報生活に貢献したいとの想いから、「情報資産の銀行」の必要性を説く。官公庁や都市銀行、小売業など10,096の事業者に情報資産プラットフォーム「スパイラル(R)」を提供中。

株式会社パイブドビット
東京都港区赤坂2丁目9番11号
03-5575-6601(代表) <http://www.pi-pe.co.jp/>

ブックで多くのポジティブな意見や「いいね！」を目にした人は、徐々にこの政策に好意を持つようになるかもしれない。仲の良い友達や感情が束になって襲ってきたらどうだろう。よく考えずに伝染してしまうかもしれない。

ソーシャルメディアが感情を伝染させやすい媒体だとしたら。そして、私が目にする友達の投稿が何者かによって好意的なものばかりにフィルタリングされていたら。アドルフ・ヒトラーは、プロパガンダは知性よりも感情に訴えよと説いた。自分の専門外の事柄について、周囲の感情に流されることなく抵抗するのは難しい。

そういえば、先日米国を訪れたときに、現地でお会った日系アメリカ人が口にした話を思い出した。「日本は韓国と仲良くしない方がいいよ。集団的自衛権はやった方がいいよ」随分詳しいようです。と尋ねると、「みんなネットでそう言うてるよ」。この御仁、インターネットで日本の情報を集めるのが趣味なのだとか。

『ソーシャルメディアとプロパガンダ』

7月2日、英国で個人情報保護を管轄するICO(情報コミッショナー事務局)が、フェイスブック社による心理実験の問題を調査しているとの報道を目にした。フェイスブック社は、2012年に約70万人のユーザーに事前説明なく心理実験を実施していたとのことだ。

ソーシャルメディアがユーザーの感情に与える影響について、1週間の実験の結果、ポジティブな投稿を多く見たユーザーは、ポジティブな投稿をする確率が上がり、ネガティブな投稿をする確率が上がる。ネガティブな投稿をする確率が上がることが判ったのだとか。

今回の報道では、意図的に人間の感情をコントロールしていると考えた人たちの怒りが噴出したようだが、今のところ、フェイスブック社が実際に誰かの感情を制御したことは確認されていないとのこと。

ポジティブな態度の人と接しているとハツラツとした気分になり、ネガティブな態度の人と接していると気が滅入る、といったことは経験的によく解るので、最初は大きな問題ではないと思っただが、徐々に別の問題を考えるようになった。

ソーシャルメディアはマスメディアよりもプロパガンダに有効なのだろうか。例えば、アベノミクスの評価について。テレビ番組の解説者がネガティブに評価したとしても、フェイス