

森 健著

『グーグル・アマゾン化する社会』

評者：野村 一夫

■ウェブ2.0ブームの中で

インターネット業界において2005年から急速にブームになっていることが「ウェブ2.0」である。これをキーワードにしてインターネットの革新が語られている。いわゆるパソコン書や実用書では枚挙にいとまがないが、新書においても出版ラッシュが続いている。注目すべきものとして、ベストセラーになった梅田望夫『ウェブ進化論』、ジャーナリスト佐々木俊尚の連作『ウェブ2.0は夢か現実か?』『グーグルGoogle』『ネットvs.リアルの衝突』『次世代ウェブ』、神田敏晶の『YouTube革命』がある。この分野はネット上での言説がいちはやく流通するが、研究が追いつかない現状があるために、このような新書が現状を評価するためには役に立つ。最近の新書は短期間に最新のデータを盛り込んで書かれるからである。そのような新書の中でとくに視野の広いと思われる一冊を紹介したい。森健『グーグル・アマゾン化する社会』がそれである。

タイトルは、社会学者ジョージ・リッツァーの『マクドナルド化する社会』を思い起こさせる。おそらくそれが編集部のヒントになったのだろう。ただし新書のタイトルは著者ではなく出版社のタイトル会議で決められることが多い

ので、必ずしも著者の意に添うものとは限らない。リッツァーの本のように、社会の合理化の究極の形を描いてみせるといった社会理論が展開されているわけでないことから、本書の場合、あまりタイトルにこだわる必要はないだろう。とはいうものの、情報世界において変化が生じているのは事実であるし、それが経済などのリアルな現実社会に影響力を発揮しているのはたしかなのである。

■問題は何か

著者の問題関心は「フラット化する社会」においては一極集中現象が伴うのではないかということである。それをウェブ2.0と呼ばれる事例を通して考えていくというのが本書の骨子である。

著者によるとウェブ2.0は二つの要素からなる。第一に「ユーザー参加型」であること、第二にユーザーが提供したデータに基づく「膨大なデータベース」によって構成されるサービスであるということである。たとえば動画配信サイトのユーチューブはコンテンツのほとんどをユーザー投稿が占める。百科事典プロジェクトのウィキペディアも完全なユーザー参加型である。そもそもブログやオープンソースがユーザー参加型の産物だったわけで、最新の現象ではないのであるが、技術的環境の変化がそれを質的に変えたと見る。とくにデータベースのAPI（技術仕様）を公開して、広くユーザーに参加してもらおう仕組みづくりが、ウェブ2.0らしさになっている。それが本書のキーワードになっている「参加のアーキテクチャー」である。そして、それを最大限に活用しているのがアマゾンとグーグルなのである。

■アマゾンとグーグルのアーキテクチャー

世代的にはウェブ初期から存在するアマゾン

だが、あまたある他のサイトから群を抜く存在になったのは、たんに先行者だったからだけではない。著者は、それを「あらゆる面において、ユーザーを巻き込んでいくシステムづくり」に見いだす。外部的にはアフィリエイト・システムの導入、内部的にはカスタマー・レビューが日本版でもよく知られているが、アメリカ版ではディスカッションのコーナーもある。カスタマーを評価するのもユーザーであるし、リコメンドされるリストの基礎データを提供するのもユーザーの購入履歴である。こうした徹底したユーザー参加のアーキテクチャーを技術的に実現したところにアマゾンの先駆性がある。

グーグルはさらに徹底していると著者は見る。グーグルの約50種のサービスに特徴的なのは、第一に無料であること、第二にすべてのサービスがウェブ内で完結していることだという。アドワーズとアドセンスによる広告収入で99パーセントをまかない、そのかわりにメールでさえも広告素材となる。基本が検索であるから、ウェブ上で人びとが何をしようが、それらはグーグルのデータベースに取り込まれ、グーグルに利益をもたらす仕組みになっている。

ここで著者は元の問題に戻る。一極集中の問題である。これをネットワーク理論から解説する。ネットワーク理論によると、スケールフリー・ネットワークには、ネットワーク自体に成長があり、古い結節点に優先的選択が起きてハブができていく。これが「先行者利益」を生むのだが、さらに第三の要素として適応度というものがある。魅力的な適応度を持てば後発でもハブになりうる。ウェブはスケールフリー・ネットワークだから、その成長の流れに乗ってアマゾンもグーグルも巨大なハブになり得たということになる。

それに加えて「金持ちはますます金持ちになる」といった収穫逓増の原理が輪をかけている。

ウェブ2.0で合い言葉のようにになっているロングテールも、結局はアマゾンやグーグルのような一極集中的なところでのみ成立するのではないかという。

■情報の多様化と民主主義は可能か

このように見ていくと、インターネットの拡大が必ずしも情報の多様化と健全な民主主義をもたらすとは限らないのではないかという見方ができる。この点に関して私が興味を持ったのは、著者がパーソナライゼーションの動きに注意を喚起している点である。ユーザーが自分の関心本位でウェブを使えるようなサービスが増えている。アマゾンもグーグルもそういうサービスを始めているし、同好のブログがリンクし合っているプロゴスフィアや、友人関係を軸として情報空間を形成するミクシィのようなSNSも、パーソナライゼーションの動きである。これらは、ユーザーが自分中心のメディアを構築できる点に魅力があり、人気を博している。しかし、ここには異質なものと出会えない。好きなものや仲良しグループの情報のみが消費される。

それでよいという考え方もあり得る。リアルな世界ではなかなかそうはいかない。それだけにウェブが魅力的であるということである。しかし、著者はそこに落とし穴があると見ている。「考えが異なる別の集団の意見を排除し、同じ集団内で考えが極端に偏るという傾向」(212ページ)がそれである。これを集団分極化という。これでは「みんなの意見は案外正しい」ということにはならない。インターネットの普及によって多様な意見がせめぎあい民主主義が成熟するといったような理想像からは遠い。

■アーキテクチャーの制約

以上が、本書のあらましを私なりに要約した

ものである。本書では細かなディテールもバランスよく書き込まれており、ウェブ2.0の現状を批評的に考えたい人に向いている。

私自身も2003年の『インフォアーツ論』という新書でネットの言説世界の問題を指摘したことがあるが、そこで問題にしていた2001-2002年当時の状況から較べれば、ずいぶん変化したものである。結論的にはそれほどでもないが、途中の議論がまるで変わった。途中の議論というのは主としてアーキテクチャーに関する事柄である。

著者は言う。「アーキテクチャーの仕様によって、技術的にできることが決まり、それによってウェブの動向も規定される。その設計仕様の構築が巧みなほど、人=情報が集まり、かつ、富までもが集中的に集まる」さらに「アーキテクチャーの仕様は、人の振る舞いや思考までも規定することがある」(220ページ)と述べる。これが本書の基本思想である。それゆえアーキテクチャーのディテールが重要なのである。

メディア文化を論じるさいには、これは当然のことで異論はない。むしろ私自身がこれまでアーキテクチャーのディテールを軽く見てきたことを反省するほどである。ウェブ2.0と呼ばれる一連のサイトはまさにそこで勝負してきたわけである。

けれども気になるのは、それでおおよそのことが規定されてしまうのかということである。

たしかにアーキテクチャーの枠組みにはめこまれてしまうということはある。その埒内でしか思考が及ばないということもある。それは写真やテレビの切り取られた画像の外側を想像しにくいと同型である。と同時に、人間にはその枠組みからはみ出したり、ずらして使ってみたりする側面もある。メディアには誤用も悪用もつきものである。あるいは理想や理念によって強引に使いこなすこともある。それはP2Pの劇的な歴史からも想像できる。そういうユーザー側の主体的作用というものの可能性を考えることはできないものだろうか。

とはいうものの、このようなメディア・リテラシー系の議論は分が悪い。人びとがメディアを「正しく」使いこなすには相当な眼識が必要であるし、そもそも何が「正しい」使い方なのかは勝手に決められないことだからである。しかも、ウェブ2.0の特徴は、まさにユーザー側の主体的作用をあらかじめアーキテクチャーに組み込んでしまうところにあり、「群衆の知恵」をウェブ上に体现しようとするものになっている。もはや従来のメディア・リテラシー系の議論は有効性をもたなくなっているのかもしれない。それだけにメディア論の新しいパラダイムがほしいところである。

(森健著『グーグル・アマゾン化する社会』光文社、2006年9月刊、253頁、定価700円+税)

(のむら・かずお 國學院大學経済学部教授)