

匿名ではない「私」を開くことが市民活動の原点だ。

(片桐公彦)

先日「ソーシャルネットワーク」という映画を観た。「エイリアン3」を手がけたデビッド・フィンチャー監督の最新作である。アカデミー賞の8部門でノミネートされており、有力候補として注目されている。内容は映画のタイトルにもなっているソーシャルネットワーク・サービス世界最大手である「フェイスブック」を創設したマーク・ザッカーバーグを主人公とした憎しみと成功が交差する物語である。

「ソーシャルネットワーク」とは、インターネット上で行うコミュニケーションサービスの総称である。インターネットを通じて様々な情報を発信し、同じような関心を持つ者同士が登録し合い、情報交換をしたりコメントを残してコミュニケーションを取る場である。日本では「ミクシィ」が最大手で2000万人を越す会員が登録している。そのサービスの世界最大手がアメリカ企業の「フェイスブック」であり、会員は全世界で5億人という数字だ。日本での会員は200万人程度に過ぎない。「ミクシィ」が圧倒的なシェアを保っている。

何故、世界でスタンダードになっている「フェイスブック」が日本で普及しないのかを探るときに面白い考察がある。「ミクシィ」が匿名での登録を許容しているのに対して「フェイスブック」は原則、実名でのプロフィールの登録を推奨している。「フェイスブック」の会員の半数以上はアメリカ人で占められてる。自分のプロフィールや趣向、関心についてオープンにすることをためらわない文化のせいだろうか。一方、日本人の多くは自らの存在をオープンすることに抵抗があるため、匿名性の強い、よりクローズな空間が保証される「ミクシィ」を選択しているというのだ。これは市民活動を語る上でも重要な指摘である。

大阪ボランティア協会常務理事の早瀬昇氏は「個人を開くことがボランティアのはじまりである」と語っている。自らの関心を自分だけに留めておかず、それを開いたときに「私」の活動は「公」となるというのだ。

日本のように匿名性の高い空間で何かを発信することに喜びを得る文化の中で、果たして「私」を開く市民活動が今後も発展していけるかどうかのキーワードがここに隠されているような気がする。

「私がここにいる、そしてその私はこう考え、行動している」と、一人ひとりの個人が自らのリスクと責任を負って発信する「私」を開いた発信が日本市場で見られることは少ない。展開される会社やその同僚の誹謗中傷の類のほとんどは匿名である。こうした状況でどうして自立した市民が育とうものか。

フェイスブック日本支部は「日本市場で実名登録を変更することはない」と述べている。「何かを発信するのであればきちんと名乗れ」と、世界に5億人の友人がいる若干26才の若者、マーク・ザッカーバーグは未熟な私たちに迫っている。