

【出版企画 :スポンタの未来予想図】

The Era of Post Google

グーグルの次の時代

スポンタ中村 有限会社まいらいふ

sponta0325@gmail.com

【はじめに...】

今後のウェブとリアルな世界を考えるためには、現在ウェブに君臨しているグーグルの存在を考えないわけにはいきません。最近まで、2ちゃんねる、ブログ、SNS、海外発信エロサイト、YouTube、ニコニコ動画、Twitter などさまざまなサービスが登場していますが、すべてはグーグルによって、ユーザーがサービスに到達するところから始まります。何故なら、それらのサービスが人気を確実にしたのは、グーグルがグーグルランキングで重要度を決め、ユーザーを誘導したからです。

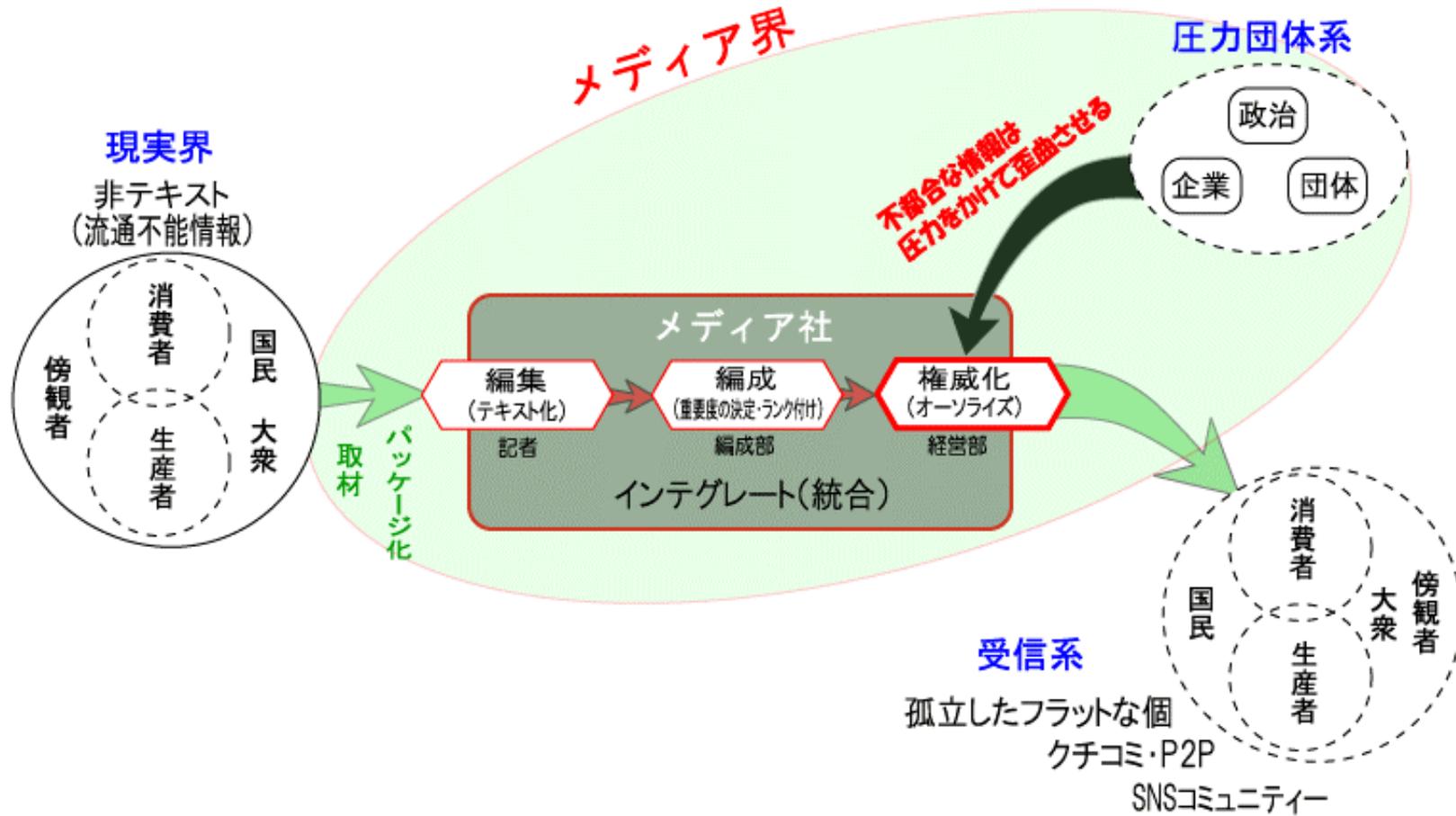
昨今のウェブ社会とリアル社会の摩擦が決定的です。結果、リアル社会は、ウェブ社会への批判・反発を増やしています。そんなリアルとウェブの対立が今後どうなっていくか...

巷間には、「ウェブ vs リアルの二項択一的な考察」が多いようですが、私の未来予想図は「二項両立」です。

楽観主義かもしれませんが、フランスの哲学者アランの言葉「楽観主義こそ未来を拓いていく」と同様に、私の未来予想図が現実になっていくことを念じてやみません。

【メディアの構造】

マスディストリビューションの実際



【メディアの基本的な構造は...】

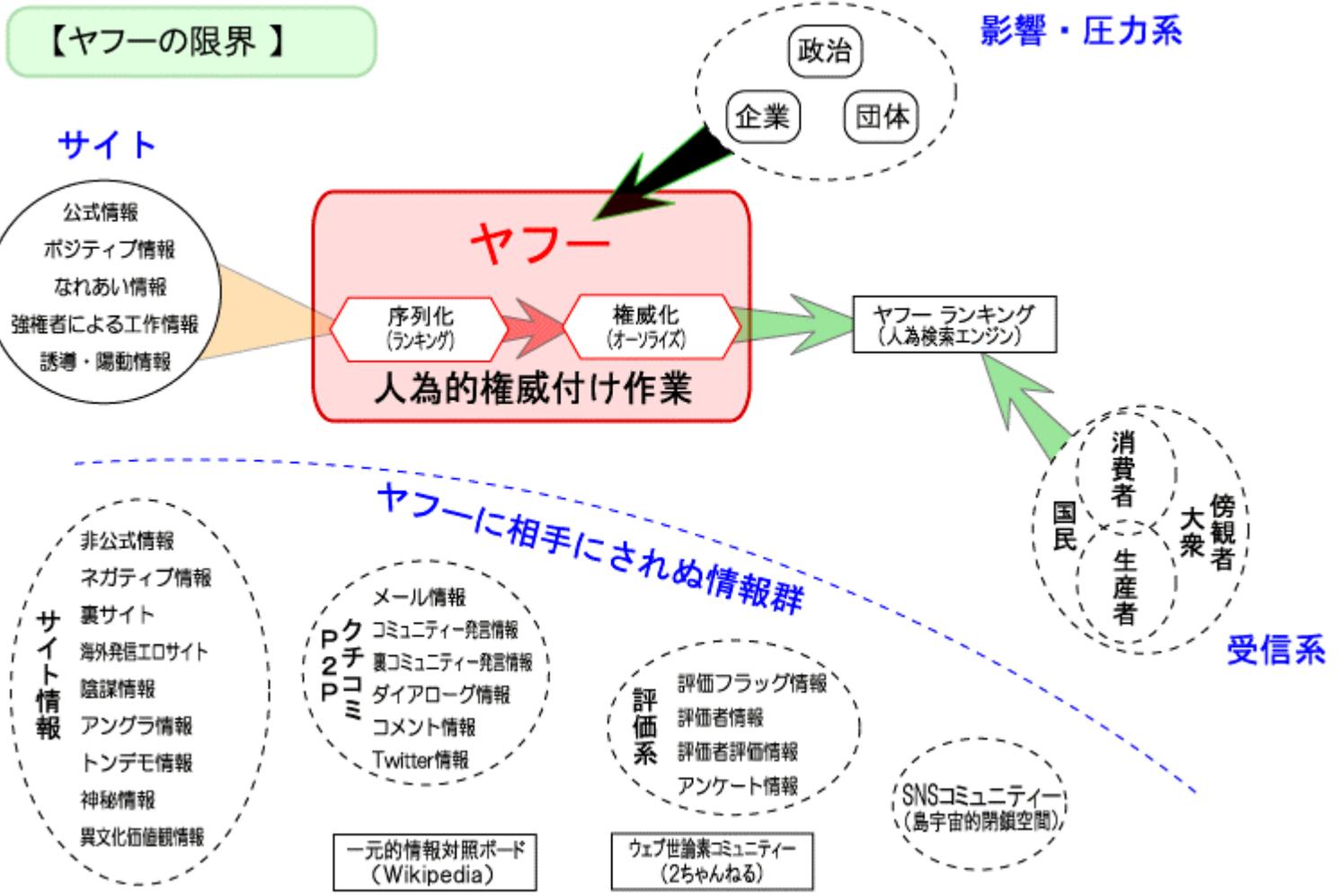
既存メディアの機能は、「生情報のテキスト化・パッケージ化」と「情報の権威化」です。

ウェブが登場する以前は、民意の抽出に多大な経費がかかるため、ジャーナリストが世論を作り、それを大衆が容認するかたちで世の中が動いていました。

しかし、ウェブがある今、ジャーナリストたちは大衆を騙ることで「自説でしかないもの」を世論に嵩上げして発信していることが明らかになりました。また、「理想を掲げるジャーナリスト」といっても「生活者」でしかなく、外部から圧力をかけられた場合、言論は簡単に歪められてしまいます。

既存ジャーナリストは、中立・独立・客観・公正などの理想を掲げますが、「発せられた言論」が「発信母体と関連づけてられている」限り達成されません。さらにいえば、容量に限界のないウェブは「無限の空間」なので、「情報の権威化」は必ずしも必要ありません。

スポンタ中村 sponta0325@email.com 2009.09.25

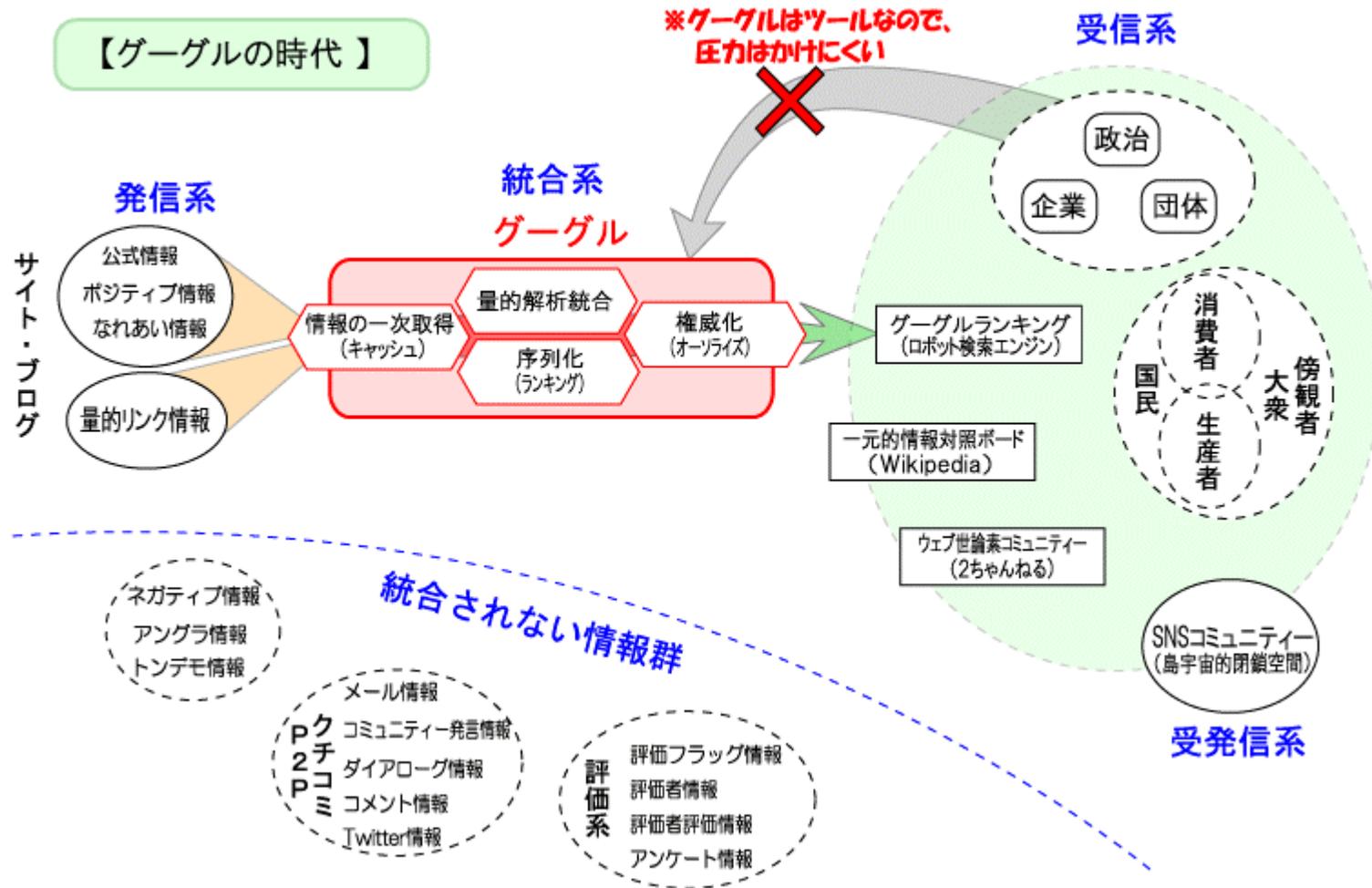


【ヤフーは、マスコミと同様に「情報の重要度の決定権」を寡占してきました。】

グーグルの前の時代の主役はポータルサイトのヤフーです。現在ではヤフーもグーグルとの連携を強めていますので、一概にはいえませんが、ヤフーの根本思想について考えてみます。

ヤフーがディレクトリー化するサイトは公式サイトの類なので、発信者に好都合な情報ばかりです。また、公式情報を独占的に情報の重要度を決定し「権威化・オーソライズ」していますが、民間企業でしかないヤフーにそのような権限が与えられる妥当性は低いでしょう。

実は、「情報の重要度を寡占的に決定する」のはマスコミも同じです。新聞社批判で問題にするのは真実性ですが、実は、それ以上に問題なのは、「情報の価値を勝手に決めていること」です。同様な性向を持つヤフーは既存メディアとの親和性は強く、それがヤフーがネットメディアの代表格に仕上げています。しかし、ヤフーは、ネットならではの「リアルタイムな情報流通」「多様なユーザーに対応した情報マッチング」を実現していません。



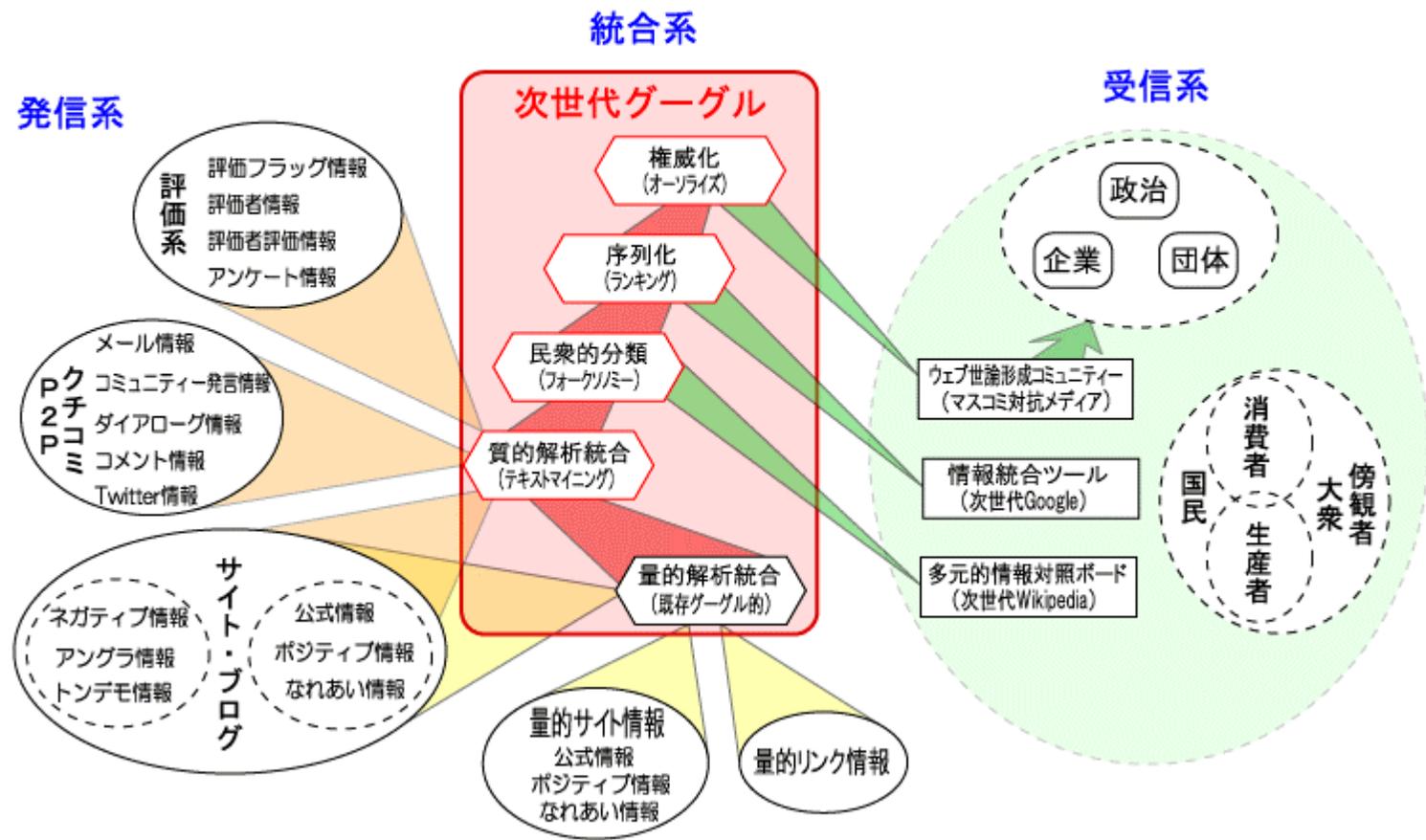
【グーグルの欠点を越えた次世代グーグルが登場するだろう...】

グーグルはランキングの根拠 (アルゴリズム) を秘密にしたままランキングをつくっているため、その妥当性に疑問があります。とはいえ、グーグルはメディアではなく検索ツールなため、基本的に外部からの圧力を受けにくいという利点があります。

最近ではグーグルもセマンティックウェブ的な改善をしているようですが、基本構造は、「サイト・ブログとそのリンク」を量的に勘案した「ランキングの作成」です。しかし、それは「議論・対話を尽くしてから評決をとる」という民主主義の基本からはかけ離れた、「一切の議論をせずに評決をとる」ということと、何ら変わりありません。また、データの対象として、「当事者発信情報」の重要度が高くならざるを得ないのですが、それらは「自己肯定・自己弁護擁護・なれあい・摩擦回避の言論が多く」、問題も多く孕んでいます。

それらの欠点を払拭した「次世代グーグル」が今後の5年間に登場するのではないかと...。スポンタはそんな未来予想図を描いています。

【次世代グーグル概要】



【次世代グーグルが持つべき特徴を予想する...。】

透明性を確保した複数のアルゴリズムを持つ検索エンジン。

情報の質的勘案 :「セマンテックウェブ」を行います。(従来通りの量的勘案も行なう)

「クチコミ (P 2P)」を分析対象とする。

「評価者」による情報統合 (対話・討論の成立)。

マスコミ世論に匹敵凌駕するウェブ世論を形成する。

透明性を確保した複数のアルゴリズムを持つ検索エンジンが登場するだろう...

アルゴリズム公開により、アルゴリズムのバージョンアップが行なわれます。複数のアルゴリズムにより、多様なユーザーニーズを満たす情報マッチングが可能になるでしょう。

情報の質的勘案 :「セマンティックウェブ」がすすんでいく...

従来の量的分析に加えて、テキスト分析では、スクリプト技術を経由して、最新のデータマイニング技術を活用します。テキストマイニング技術では、データベース技術で主流となっているオブジェクト化指向により、コンテンツと発信者の分離、コンテンツと評価フラッグの等価な扱いがなされるでしょう。

「クチコミ (P 2P)」を統合分析対象になっていく...

メディア的・パッケージ的な領域に加えて、最近では、クチコミに関連する領域が注目されています。クチコミ分野もテキストマイニングの対象になることで、バイラル (情報汚染・工作) の影響も減らすことができるかもしれません。

無名の「評価者」による情報統合が始まる。

「ウェブの時代は発信者の時代」と言われますが、間違いです。何故なら、「キッチンや食材が揃っていれば、全員が料理をつくるとは限らない」から...。しかし、誰もが料理を注文したり、料理に文句をいうこと」はできます。

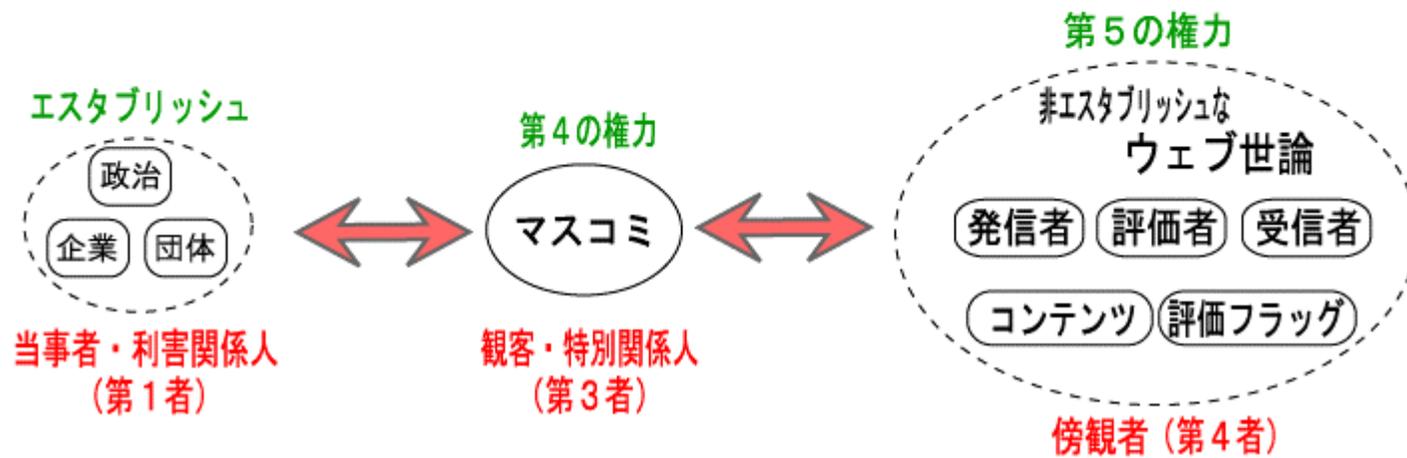
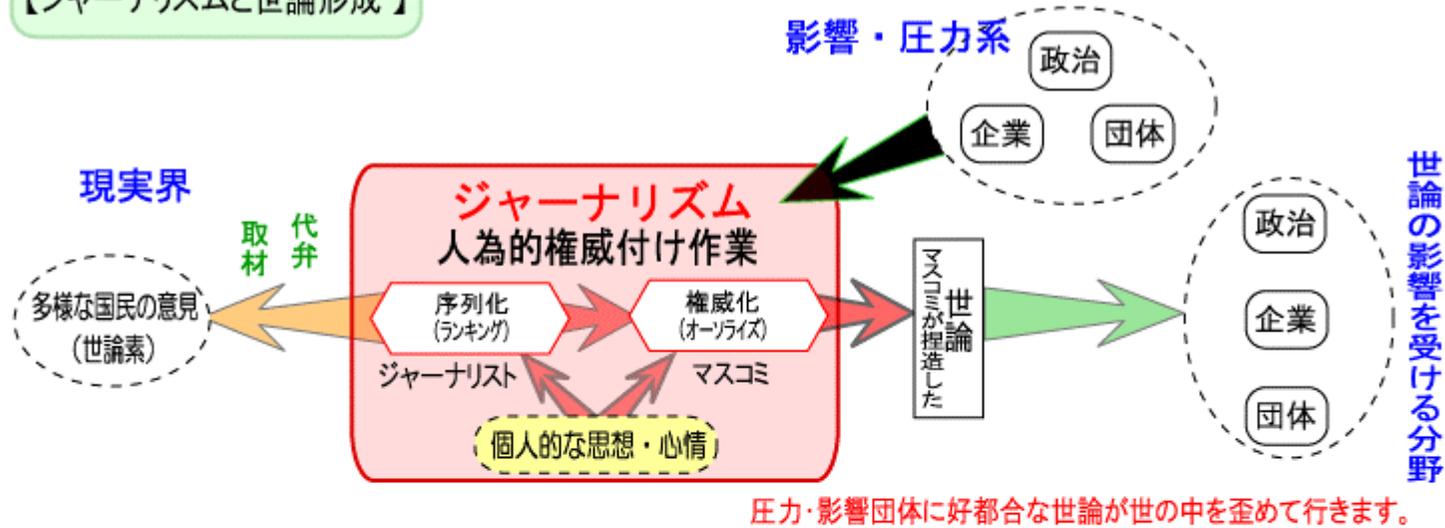
スポンタの未来予想図では、料理に文句を言う人。それが、「評価者」であり、その発言が「評価フラッグ」です。

「評価者」と「評価フラッグ」が相互に評価される統合システムにより、「民間が情報を吟味する文化」を誕生します。

マスコミ世論に匹敵凌駕するウェブ世論が誕生...

無数の評価者(有名・匿名・固定ハンドルネーム)によってなされた情報統合の結果は、「情報統合ボード」として提示され、それに付随してコミュニティが形成されることにより、ウェブ世論を誕生し、社会的な発言権が行使されます。「情報統合ボード」は結論を出すというよりも、すべての項目を洗い出して、その重要度を提示する形です(フォークソノミー)。また、統合結果が提出されるので、アウトプットにエンドユーザーが直接触れないので、Wikipediaのような混乱は少ないでしょう。

【ジャーナリズムと世論形成】



【次世代グーグルが登場したらどうなる...】

- ・ マスコミの墮落・腐敗による誤った情報発信を示唆・告発する「マスコミに匹敵・凌駕する世論形成」が実現するでしょう。
- ・ ツールなため、権威者の圧力を受けにくい利点があるので、人々が「より真実に近い情報」を知ることが可能になります。また、発信者の事情を知ること、真実でない情報を許容する習慣」もできるでしょう。

Cf: 月刊誌「マルコポーロ」とグーグルの「アンネの日記・ボールペン」。誰もロス疑惑氏の無実を信じない。

- ・ テキストマイニング技術が進めば、「発信者と情報を分離して扱うことが可能」。これにより工作者の存在を排除し、受信者は、「発信者のステークホルダー（利害）とレサンチマン（怨念）」から逃れることができます。

発信母体の胡散臭さにより情報の価値が低下しません。

- テキストマイニング技術が革新すれば、「事実検証性の不確実な正邪・正誤」に捉われず、生データの「争点の把握」や「重要度の決定」が容易となります。これにより「まず、何が大切か」を考える文化ができるはずです。

既存マスコミは、「視聴者の興味を真偽性に誘導すること」により、「情報の重要度の吟味を寡占」していました。しかし、「起きてしまったことを誰かのせいにする」ために「事実の真偽の吟味」は必要ですが、「再発防止、有効な対策を練る」ためには、「重要項目の選定」の方の重要度の方が高いのです。

Cf. デミング博士（システム原因が90%）、トシちゃん同衾報道を巡る2つの所属事務所対立の話。

- ウェブにおける情報マッチングはCRM（顧客管理マネジメント）的要素が強く、企業にとって新鮮で刺激的な情報を得ることが困難でした。次世代グーグルの時代には、P2P領域も生データとして扱われるはず。その結果、広告代理店が扱えないネガティブ情報・アンダーグラウンド情報も抽出できます。

CF: 鯉を釣るなら山崎パン...

- ・ 現状の企業ブログは「宣伝部・広報部」の手に負えない「経営企画」に関わる「消費者・ユーザー」からのコミュニケーションがあり、広告代理店は扱うことができませんでした。新しい時代では、先進企業は、経営とマーケティングの一体化をすすめていくでしょう。その結果、企業とウェブの関係もいままで以上に強くなっていくはずで
- ・ 評価者たちがつくる「民衆的分類（フォークソノミー）」と、それにリンクされた「ランキング」は、Wikipedia に替わる新しいリファレンス・ポートを誕生させるはずで
- ・ 評価者相互のランキング・統合は、「情報の吟味に関わるコミュニティー・アクシス（枢軸）」を創生させるでしょう。このとき、評価者はオールアバウトのガイドのような実名、固定ハンドルネーム・匿名など、さまざまなタイプが想定できます。また、統合結果を統合するような上位アспектも発生するでしょう。

極論すれば、いままで発信者と受信者とコンテンツしか存在しませんでした。

しかし、新時代では新たに「評価者」・「評価フラッグ」が加わり普及していきます。今後、ウェブには、「コンテンツ (パッケージ・非パッケージ)」「評価フラッグ」「発信者」「受信者」「評価者」「二次発信者」が存在し、それらがオブジェクト的 (等価) に扱われていくでしょう。

- ・ グーグルのアメリカ的思想体系による、ウェブの一極集中的情報支配が終焉していくでしょう。

社会活動家で有名なラルフ・ネーダーは、「情報は民主主義の貨幣である」と説きました。ならば、「グーグルは貨幣の価値を決める特権を持つことで、世界の民主主義に君臨してきた」と考えることもできます。こうした状況が日本人にとって不都合でないといえるのでしょうか…。新しい時代は、日本・日本人にとって希望に溢れています。

- ・ ウェブ 2.0、セマンテックウェブ、オブジェクト指向、複雑系、フォークソノミー (民衆的分類) などの IT 技術のキーワードが、新しい時代を豊かにして行くでしょう。

これにより、無名なウェブの受信者が、「フラットなまま、孤独を味わうこと」は少なくなる。と考えています。

【次の時代に進むには...】

2009 年...。ウェブの普及によってパラダイムシフト(価値観の大転換)がやってきていることは誰もが感じていますが、その実体を語る人はわずかです。また、少数のパラダイムシフトを語る人も「既存の価値観が破壊する」とセンセーショナルに大衆の恐怖を煽っているだけです(マスコミ終末論)。これではウェブがパラダイムシフトを可能にしても、大衆の価値観が大きく変化することが難しいのではないのでしょうか。

スポンタが考える「ウェブが可能にしたパラダイムシフト」の実相は、いままで、「単一の利害・思想・信念でしか発信できなかった」ものが、「複数の利害・思想・信念で発信できる」ことです。

ウェブにより「個は微分される」とともに、「発信された言論」は「発信者たる個」を離れ、自由闊達に伝達・統合されることが可能になりました。しかし、統合システムは現在のウェブには存在しない。それが悲しいのです。

ウェブは本質的には情報マッチングツール (プルメディア)。つまり、マスディストリビューション (プッシュメディア) に最適なツールではないので、マスコミにとって代わるものではありません。マスコミとウェブの両立。それこそが「放送と通信の融合」のはず。ならば、私が描いている未来予想図は否定されるべきではなく、その絵に向かって世の中が動いていくことを願ってやみません。

【ポストグーグルの時代は...。】

ウェブ時代の情報空間を活性化 (アクティブ) させるためには、発信者と受信者しかいなかった言論空間に、新たな存在として「評価者」が登場すること...

(評価者により、フラットの弊害であるポピュリズムが解消されます)

「評価者 評価フラッグを統合するシステム」の構築が豊かな情報社会の条件です。マスコミが世論を形成しないので、民意を選挙でしか反映しない代議制民主主義は、新時代にウェブによる直接民主主義に変化するでしょう。

(ウェブによる直接民主主義の誕生)

新しい時代、セマンテックウェブ指向による「評価者の相互評価の統合」と、オブジェクト指向による「パッケージテキスト・非パッケージテキストの統合」により、「マスコミに匹敵・凌駕する新たなウェブ世論」が誕生するでしょう。

(2大世論の時代)

あとがき

未来予想図の発想の原点は「コンテンツパッケージの崩壊」と「コンテンツと発信者の分離」です。

それらは、夏目漱石の座右の銘「則天去私」であり、批評の神様・小林秀雄が目指した「無私の精神」と同じもの。

時代は変わっても、人間がめざす理想は変わらない。

そんなことを考えています…。

スポンタ中村 (中村厚一郎)

sponta0325@gmail.com