

左記の文章は、前田安正著『AIに書けない文章を書く』という本の一部分です。この文章を読み、注意事項に従って次の二つの設問に答えなさい。

設問一 この文章の内容を四〇〇字以内で要約しなさい。

設問二 情報発信者として気をつけなければならないことは何か、あなた自身の考えを四〇〇字以内で述べなさい。

チャットことばとコミュニケーション

SNSを中心に、自分の考えを発信することがごく当たり前の時代になってきました。

しかし、LINEやフェイスブック、X(旧ツイッター)などを、メディアだと思って使っている人は、そう多くはないはずです。

LINEのトーク機能は、お互いが知り合いであったり一つのコミュニティを形成している仲間と運用されています。フェイスブックは、「友達」と「公開」などを選択する機能が付いています。Xは、非公開にしない限り、基本的に誰もが読むことのできるオープンなメディアです。そのため、炎上騒ぎが起こるのは主にXにおいてです。多くの場合、それを巨大なメディアだと意識していないことに原因があるからです。

LINEやフェイスブックの一部が、知り合いや仲間同士の「閉じられたコミュニティ」であるのに対し、Xは基本的にまったく面識のない人ともやり取りのできる「開かれたコミュニティ」を形成していると言えます。こうしたプラットフォームでのやり取りは基本的に、「チャット」という文字を通してのおしゃべりです。おしゃべりや会話は、もともと閉じられたコミュニケーション手段です。

オープンなコミュニケーションの中で、おしゃべりという閉じられたコミュニケーション手段を使うことに、そもそも矛盾があるのです。しかも、チャットは独特の文化を生んでいます。

たとえば、「ばねえ」は、「半端ではない」の省略形「はんばない」がさらにつづまった形で、程度を強調する意味合いがあります。「とても面白い」という意味で使われますが、「まったく受けていない」という逆の意味になったりもします。「それな」は「まさに」「そうだね」という、あいづちにも似た表現です。

「草」は、「笑」のローマ字表記「wari」から「笑」を「w」と表記し、さ

らにそれを重ねた「ww」がネット上で使われるようになりました。その形が「草」に見えるからという何とも遠回りした表現です。こんな具合に、ことばを解説することが恥ずかしくなるくらい感覚的な表現です。

これらが、すべてSNSの中から生まれた表現だとは言えないにしても、若者を中心とした仲間うちで使われることばの省略は、それまでの話しことばとも異なる「チャットことば」として、形づくられたことは確かです。

こうした仲間うちで使われる「チャットことば」は、はなから第三者を意識していません。それがXなどで使われるのは自然な流れかもしれませんが、オープンな巨大メディアで使われることによる矛盾もはらんでいます。「チャットことば」は概して直感的・感覚的です。そのため、読み手の情動に大きく影響を与え、思考の助けになるといふより、好き・嫌いという二者択一の感覚で受け止めがちです。それが、過激なことばとなって増幅する作用があります。

大学の講座で学生に文章を書いてもらうと、直感的・感覚的なことばを使うことに慣れているためか、第三者に伝えるべきことばが、チャットことばに近い感覚になつていく場合が増えていきます。

新聞や雑誌などが、チャットことばや話しことばではなく、書きことばを基本としてしているのは、客観的に第三者に伝えることを前提としているからです。もちろん、ラジオやテレビでもバラエティーを除いた番組、特にニュースでは、書きことばを基本とした話しことばを使っています。

第三者に伝わるようにするには、単に書きことばを使えばいいのではなく、それによって、「閉じられたコミュニケーション」から「開かれたコミュニケーション」手段として、過不足のない文や文章にすることが重要なのです。

文や文章の基になるのが「ことば」です。ここでいう「ことば」は、単語・語彙のことではありません。感情や思想が、音声または文字によって表現されたものを言います。それは、その社会に共通した認識のもとで意味を持つものでなくてはなりません。そのためには、ことばを情報に変えていくべきなのです。それはなぜなのかを説明するまえに、「情報」について、考えていきます。

ヒト・モノ・コトを変化させる記号としての「情報」

僕たちは「情報」ということばを、頻繁に使っていますが、それがどういふものなのかをあまり意識していません。改めて情報について、整理していきたいと思えます。

情報は、「ヒト・モノ・コトを変化させる記号、またはその集合体」として捉える

とわかりやすいと思います。

「ヒト」は文字通りわれわれ人間です。情報は、人の意識・判断・行動に影響を与え、変化を促します。生体系の情報⇨遺伝子もここに含まれると考えていいと思います。たとえば、気象予報で台風の強さ、今後の進路などが伝えられると、飲料・食料の備蓄をはじめたり、早めに避難したりするなど行動を変化させます。人の判断・行動を変化させる根拠となります。

「モノ」は社会に存在する多様な道具で、システムや構造、それを構成する要素を指します。1995年のWindows 95の発売をきっかけに、社会の構造は大きく変わりました。コンピューターが身近になりました。僕がワープロからパソコンに切り替えたのは、1998年です。勤めていた新聞社でも紙と鉛筆の時代から、パソコンで原稿を書くようになり、校閲部門では手書きの原稿と印刷されたゲラの照合作業はなくなりました。その代わり、書籍資料やネット上の情報などを使って原稿の整合性を確認するファクトチェックに重きが置かれるようになりました。

また、2020年からの「新型コロナウイルス」の広がりによって、オンラインのプラットフォームがあつという間に普及し、システムに変化が起きました。在宅勤務が増え、地方への移住も進むなど、私たちの生活様式にも動きが出ました。システムの変化が社会の変化をもたらし、また社会の変化によってシステムも変化するのです。「コト」は、人間の生活様式から生まれた伝統や文化、教育の類いです。教育を例にとれば、第二次大戦後、それまでの天皇を中心とした専制主義の教育から民主主義教育へと、百八十度変わりました。そしていまは、お金や英語を重視したプログラムも取り入れられるようになりました。時代を反映した教育は、子どものみならず大人の意識も変化させてきました。

伝統芸能の歌舞伎も、時代によって演目の解釈も変わってきていますし、新作歌舞伎も取り入れられています。伝統の型を踏襲しつつ時代に向き合った舞台をつくっています。

人間は情報を求める生き物だ

こうした情報は、生まれたばかりの赤ちゃんも利用しています。お腹が空いたときや、おむつを取り替えてほしいときに、赤ちゃんは泣いて知らせます。それを聞いた親はノンバーバル（非言語）である泣き声を、ことばに変換して理解しようとしています。つまり、赤ちゃんは泣き声で情報を伝えているのです。

ノンバーバルな情報は、スポーツなどでもアイコンタクトなどといった形で使われます。選手同士が、プレーのなかで何をするのか、それに対してどう動くのか、

を瞬時に理解するサインです。これが成立するのは、それまでの練習や経験が、選手同士の肉体に直接働きかけることばとして理解されているからです。手話も一つの言語表現としてのことばを持っています。

僕たちは、情報を積極的に求める種類の生き物だと言えます。

ネットがまだ社会に出現していなかった頃は、本が大きな情報源でした。僕自身も、青春時代に抱えた得も言われぬ憤りの解決策を求めて、ひたすら本を読みました。それが直接、答えを提示してくれたわけではないにしても、意識や判断、行動への小さな変化の芽を育んでくれたことは確かです。

ネット社会になって、僕たちはほぼ強制的に流れてくる情報から逃れることは不可能になりました。それほど、情報というものに包まれて生活しているのです。ただ、それが意識・判断・行動に変化を与え得るものなのかどうかは、はなはだ疑問に思うのです。

情報を発信する手段としてのメディア

情報はメディアを通して伝えられます。先にメディアについて少し触れましたが、ここでもう少し、メディアについて考えていきます。

メディアというと、少し前までは新聞・ラジオ・テレビなどが代表的な存在でした。それはマスコミと呼ばれ、メディアと発信者が同一の組織にいるという特徴があります。しかも、基本的にメディア側から受信者側へ一方に情報が流れる仕組みです。

いまは、フェイスブックやX、ユーチューブ、インスタグラムなどのSNSでは、テキストだけでなく映像・音楽もこうしたプラットフォームを使って、自由に発信できる時代です。それぞれ、個人で発信できるという特徴があります。そして、発信者と受信者は双方向で情報のやり取りができます。

さらに言うと、多くの人はSNSがメディアであるという意識を持たないまま、ノートにペンでメモするような手軽さで利用しています。ましてや、これらが巨大メディアであるという意識を持ちません。ここに、炎上などの問題が含まれているのです。

しかし、こうした時代の流れに逆らうことはできません。むしろ僕は、これからの時代は「自らがメディアになるべきだ」と思っています。そのために、メディアをどう位置づけ、情報をどう扱うかは、とても大きな課題になります。

メディアを担う媒体の変化

メディア(media)は、「中間の」「中位の」という意味の英語「medium」の複数形です。メディアは、発信側と受信側の間にあるもの、つまり媒体・手段・方法という意味です。

メディアには、

- ①情報をあつめること
- ②情報を発信すること
- ③情報を保存・蓄積すること

という主に三つの役割があります。メディアによって、同時多数に同じ内容の情報を均一に届けることができるようになったのです。これまでは特に新聞・ラジオ・テレビなどがその役割を担っていました。

新聞は印刷、ラジオは音声、テレビは動画と音声を通して情報を伝えたのです。広告や商品そのものがメディアとなるケースも出てきました。いずれにせよそれは、情報を発信する側(A)から受け取る側(B)に向けての流れでした。つまり、メディアは一方方向の情報を載せる記号の乗り物として機能してきました。ラジオは、はがきを通して一部、双方向としての役割も担いましたが、電波とはがきという別媒体を通してのやり取りです。

ところが、インターネットが社会インフラとなるまでに普及すると、SNSがメディアとしての働きを担うようになりました。それまで情報を発信する機能は、メディアを運営する企業が独占していたのに対して、SNS上では、そのプラットフォームを個人が自由に利用して発信することができるようになりました。それによって、情報がAからBへの流れとともに、フィードバックという形でBからAへの、双方向の流れが生まれたのです。これによって、発信者が反論を含めた意見の直接的な受信者ともなったのです。

個人がメディアとなるときに求められるもの

メディアの在り方が大きく変わったいま、それをうまく利用して個人の発信力を高めることがとても重要になってきます。僕は「自らがメディアになって、自らをプレゼンすること」は、これからの社会にとって、とても重要なテーマになると考えています。世界はネットで瞬時につながる時代です。真のポータル社会を実現するためにも、発信力を高めることは重要です。そのためには、自らが発信する「ことば」について、しっかりと責任を取る必要があると思っています。

そして、その「ことば」が人の意識・行動・判断を変化させる「情報」となっていくてはなりません。そのためには、情報の正確さや客観性、人権への配慮などを確認・検証する力が今まで以上に重要になります。

個人がメディアとなるときに、何を根拠にそれが正しい情報と言えるのかという客観的な検証をどう担保するのかということが、大きな課題となっているのです。暴力的なことばによって、人の命を奪うこともあります。

これは個人だけではなく、一般の企業においてもXでの発言が元で、企画を終わらせなくてはならなかったり、そのアカウントを閉じたりする問題にも発展しています。それが、企業イメージも大きく損ねることにもつながる時代です。発信することが自由に、かつ身近になったメリットを得た代わりに、それを受信する側の心情や立場などに、今まで以上の配慮が必要になっています。

これまでは、企業という組織のなかに「個」が埋もれていました。しかし、自らが発信する力を養えれば、粒立った「個」の集まりが組織をつくる方向にシフトしていくはずです。組織も生き残り戦略としてセレンディビティ(新しいものを発見する能力)を求める時代にきています。パラレルワーク(副業)も進むでしょう。そのときに、自らの意見・考えをしっかりと伝えて周りを巻き込んでいくことは有効な手段となります。

前田安正著 『AIに書けない文章を書く』(ちくまプリマー新書)

注意事項

- 一 各設問の解答の字数が少ない場合は、大幅に減点する。
- 二 解答は縦書きとする。横書きにしたものは無効とする。

