

## 情報倫理研究の最前線 (2)

### ソーシャルメディアの進展とビッグデータ時代を迎えてのプライバシー

折戸洋子 (おりと ようこ)

愛媛大学法文学部

村田 潔 (むらた きよし)

明治大学商学部・ビジネス情報倫理研究所

#### 1. 遙かなるプライバシー

「プライバシー」という言葉がもたらす印象は、概して曖昧である。人によっては、それを秘密や他人に干渉されたくない私生活を想起させるものとして捉え、時には個人情報の保護を意味するものとして、あるいは何か都合の悪いことを隠すための言い訳というイメージを抱かせることもある。多くの場合、この言葉の意味を厳密かつ適切に説明することは容易ではなく、また、日常生活の中で改めてその言葉の意味を考え直す機会も多くはない。さらにいえば、どのような状況がプライバシーの侵害であると考えられるかは個人の価値観や個人を取り囲む社会環境、その時々状況によっても異なるため、プライバシーが保護あるいは侵害されている状態を一概に規定することもできない。「万人にとって完全に共通のプライバシー感覚が存在する」とはいきれないのである。

他方、このプライバシーと呼ばれる「曖昧模糊としたもの」が不必要であると言う人も、また少ない。多くの人にはオーウェルが描いたビッグブラザーが見守る世界での生活を望むわけでもなく、自己に関するあらゆる情報が見境もなく他人に開示されることを避けたいと考えるであろう。また他人からの過剰な干渉を受け続けることによって発生する疲れや嫌悪感についても経験的に理解されるであろう。

それにもかかわらず、プライバシーの保護がなぜ重要なのかについては、個人情報漏洩したことによる経済的あるいは精神的な損害の発生という現実社会での被害状況説明にとどまることが多く、その背後にある価値については、ほとんどの人々には理解されていない。つまり、プライバシーとは、その重要性に対しては一定の合意や共感があるのに対し

て、それが意味するところやその価値についての明確な理解や共通認識は乏しく、個人情報保護を意味するものみに矮小化されがちであるという、不可思議な性質を持つ概念である。

同時に、このプライバシーというものは、ほかの価値との対立や比較を常に余儀なくされてきた。例えばそれは報道機関や市民の「知る権利」や、監視カメラの設置目的としての「安全性の確保」である。そのたびに、ほかの価値との「バランス」をとることの重要性が述べられながらも、それがどのような形で具体化されるのか、されるべきなのかを議論する際には、やはり前述の「捉えどころのなさ」が障害となって立ちはだかるのである。

研究者にとっても、このプライバシーという概念を考察対象とする際には、その概念定義の困難さや解釈の揺らぎに伴う課題が認識され、多くの「曖昧な結論」が述べられてきた。しかしながら、このある意味で「あるのにないような」あるいは「あるのに、どこまであるのかわからないような」概念としてのプライバシーは、永久に完成しえないパズルにも似た特異な魅力を放って多くの研究者を刺激し続けている。実際、法学や社会学、倫理学、情報学といったさまざまな関連分野で、このプライバシーという正体不明な概念を、何らかの形で炙り出そうとする試みが現在まで積み重ねられてきたのである。

そして現在では、FacebookやTwitterといったソーシャルメディアの利用が活発となり、個人自らが自己に関する情報を発信することで個人情報がこれまで以上に広く公開・共有されうる状況が存在している。同時に、企業や組織がビッグデータと呼ばれる膨大な量のデータの収集、蓄積、利用、分析等を高度に実現し、個人情報も当然のようにその対象となっている。プライバシー保護や個人情報保護に関

する新たな社会環境やそれに伴う倫理的課題が生みだされつつある中で、従来の意味でのプライバシー概念の理論枠組みにとらわれることなく、現在の情報環境や個人情報の利用状況を適切に認識および分析するためのアプローチが必要とされている。そこで本稿では、ソーシャルメディアおよび企業や組織による個人情報の収集・利用状況をふまえ、プライバシー概念再考の必要性について検討する。

## 2. あなたが好きでやっていること

FacebookやTwitter、LINEなど、現在では多くのソーシャルメディアが登場し、若者世代を中心にその利用が広がっていることは周知の事実である。ここでは、個人自らが日常の出来事や趣味、関心、人間関係などの個人に関する情報をテキストや写真、動画といったさまざまな形で主体的に発信している。

ソーシャルメディア上で発信され、それによって蓄積されていく個人情報の保護やユーザのプライバシー保護のあり方については、ソーシャルメディアの利用規約ならびに個人情報保護方針への同意に基づき、ソーシャルメディアプラットフォームが提供するプライバシー設定や個人情報公開範囲の設定機能を利用することで、個人が自主的な防衛策を行えばよいという「インフォームドコンセントに基づく自己責任論」で済まされがちである。こうした場合、従来の「自己情報のコントロール権」[8]をベースとした発想では、自らが情報を発信し、自らが個人情報の公開範囲を設定できるために「プライバシー侵害は存在しない」とみなされるかもしれない。

しかしながら、ソーシャルメディア上に蓄積され、たとえ部分的にであれ公開される個人情報や、特定のユーザ名に紐づけられた情報は、ネット上での個人像、すなわち「デジタルアイデンティティ」[10]を形成し、その個人の社会生活や人間関係にも影響を与えうる。しかも、自身に関する情報を他者から発信されることもあり、ネット上に公開された個人情報に基づいて形成されるデジタルアイデンティティは、当該個人のみならず、何らかの形で自分との関係を持つ他者の手によっても作りあげられることとなる。ここでは、リアルなアイデンティティそのものが、アンコントロールラブルな状態で生み出されるデジタルアイデンティティの歪みによって浸食

され、揺らぎ続けることも考えられる。

また、ソーシャルメディアという舞台において、ユーザ個人間での相互監視空間が生じているとみなすこともできる。ソーシャルメディアを利用することで、自らを誰かに見られる環境に置くのと同時に、自らもまた他者を見ており、さらには見ているつもりが見られているという事態も起こっている。例えば、ソーシャルメディアの利用状況はソーシャルメディア運営会社によって、完全自動化された形で監視されている。ここでは、ネット上に発信する自らの情報やデジタルアイデンティティを、自らがコントロール可能であるという感覚は薄れ、しかも複雑に絡みあった相互監視空間に身をさらしていればいるほど、そこからの退出は実質的に困難になる。

現在のネット環境において、一度発信された情報を取り戻すことは不可能に近いにもかかわらず、こうしたソーシャルメディアの利用を通じた個人情報の蓄積や蓄積された情報が利用されることによって生じる社会的な、あるいは人間の心理に対する影響は、ソーシャルメディアユーザに明確に認識されているわけではない。しかも、あくまで本人が「好きでやっていること」とされてしまうのであれば、「プライバシーの侵害」状況として認識されるわけでもない。しかしそこには、参加型監視 [9] 状況下で生成される自己像やデジタルアイデンティティの歪みをもたらす影響 [4] といった、自己情報コントロール権という概念では捉えきれない新たなリスク局面が生み出されているのである。

## 3. すべてはあなたのために

現在の先進国社会においては、ビッグデータとしての個人情報の収集、蓄積、利用が継続的に行われている。例えば、スマートフォンやICカードに代表されるユビキタスデバイスや各種センサーの利用によって、個人の検索履歴や購買履歴、電車やバスなどの公共交通機関の利用履歴、さらには自家用車での移動履歴など、個人の意思決定や日常の行動に関わる情報がほぼリアルタイムに把握されるシステムがすでに存在している。またスマートグリッドを世帯に導入すれば、各世帯の生活パターンがある程度まで捕捉されることになる。

このような個人情報の収集によるデータ主体に対

する監視は「データベイランス」(dataveillance) [1] と呼ばれ、現在では多くの企業をはじめとする組織が、それをを行うための情報システム、すなわち「データベイランスシステム」を構築、運用している。ビッグデータとしての個人情報もまた、随時収集され、その組織の目的に応じて活用されている。

他方、個人情報の収集を行う組織は、個人情報保護関連の法令や規制に基づいて、個人情報の利用規約や個人情報保護方針、あるいはプライバシーポリシーを掲示している。したがって、ソーシャルメディアサービスやユビキタスデバイスの提供組織は、データ主体に対する説明責任を果たし、ユーザもまたそれを納得したうえでサービスを利用しているという体裁が整えられることになる。個人ユーザが、特に無料の情報サービスを利用するためには、実質的にデータベイランスシステムによる情報収集を受入れなければならない。ユーザは利用規約に同意するか、しないかという形式で、all or nothingの選択を迫られ、個人情報の継続的提供と引き換えに情報サービスを利用することになる。

サービスを利用するユーザ個人は利用規約や個人情報保護方針をほとんど読んでいないのが実態である一方 [6]、形式的に得られるユーザの同意が存在し、さらには匿名化や集計化によって個人識別性を個人情報から排除するのであれば、ビッグデータの活用によるプライバシー侵害は生じていないとみなすことができるのかもしれない。

さらに、個人情報を収集、蓄積、利用する情報システムの運用は、限りなく人間の介在を排除した、オートマチックなプロセスとして行われるために、データ主体にプライバシーの侵害への懸念をほとんど感じさせることがない。ビッグデータの活用によるパーソナライズドサービスやターゲティング広告の提供によって、個人の「知的自由」への制約が進行するとしても [5]、そのことを個人が認識することは極めて困難である。個人の利便性を向上させるために、「すべてはあなたのため」と謳いつつ、収集された個人情報が完全に自動的に情報システム内部で処理されるとき、データ主体にとって、プライバシーを侵害する悪意の加害者は存在しないと認識されうるのである。

#### 4. プライバシーは幻か？

これまで述べてきたように、個人情報の自動収集を通じて行われる監視は実感されにくいものであり、個人への監視という状況は、その対象となる個人にはほとんど認識すらされていないのが実情である [3]。さまざまなメディアやデバイスを通じた個人情報の収集や利用による「監視」はごく当たり前のものとなり、もはやこれは「監視ではない」とすら思われているかもしれない。

しかしながら、表面的には被害者も加害者も存在していないように見えるということによって、「プライバシー侵害はない」と結論づけられるのであろうか。むしろ、現代的な情報環境の中で、日本では「おなじみ」の自己情報コントロール権などといった従来のプライバシー概念や、それに基づくプライバシー保護のあり方を前提として議論を行うことは、もはや有効ではないことが明確に認識される必要がある。すでに個人情報のデータ主体である個人にとって、自らの情報がどのように収集、利用され、さらにはどのような形で活用や結合、再編成が行われているのかについて正確に把握することは不可能である。それによってデータ主体が「プライバシー侵害」を認識することはできなくなっていることは、従来の意味でのプライバシー概念に基づいて、現代的なプライバシー侵害の状況について議論することがすでに不適切であることを意味している。

データ主体が個人情報の利用状況やそれに伴うリスクを認識しづらい状況であるからこそ、そこにおいてもこれまで一定の共感を持って認識されてきたプライバシー保護の重要性やその価値が十分に尊重されうるのかどうか慎重に検討されなければならない。実際の個人情報の利用状況に照らしてもなお尊重されるべき本来的なプライバシーの価値を見直し、それを踏まえたとえでの新たなプライバシー概念、あるいは「プライバシーと呼ばれるもの」が再考されなければならないのである。

#### 5. プライバシーの新生に向けて

プライバシー保護の重要性については、多くの研究者が検討を重ねており、個人の自由や自律、社会的関係の構築 [2] [7] といった自由社会の存在を

支える重要な意義があることが論じられてきている。「プライバシーという言葉の意味するもの」が時代を経てどのように表現されるか否かに関わらず、プライバシーの価値や重要性は軽視されるべきものでなく、現代的な情報環境の中にあっても、個人の自律性や自由が尊重されうるようなプライバシー概念の再検討が急務である。個人がプライバシー侵害を明確に認識できない状況があるならば、それを踏まえながら、新たなプライバシー概念やプライバシー権のあり方が問われなければならない。

実際、欧米の先進諸国では、現実の個人情報利用状況とプライバシー保護の重要性に鑑みて、すでにより実質的な権利の保護を実現するための議論が行われている。EUでは、ある期間を超えて保持されている個人情報に対して情報主体が消去を求めることができるとする「忘れられる権利」(the right to be forgotten) や「データ可搬権」(the right to data portability) が提案されている。また、米国では、2012年2月に「消費者プライバシー権利章典」(Consumer Privacy Bill of Rights; <http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/privacy-final.pdf>) が公開されており、この中で消費者が事業者によるネット上でのトラッキングをコントロールできる“Do Not Track”メカニズムの導入の必要性が述べられている。

しかし、このような欧米先進諸国における議論に基づいても、これまで述べてきたような「被害者も加害者もない」かのような状況におけるプライバシー保護を十分有効に実現できるとは言いきれない。現実の複雑でかつ包括的な個人情報の利用状況が個人や社会にもたらす影響やリスクに対する慎重な分析が必要であり、それらを踏まえたより実質的に有効なプライバシー概念が検討されなければならない。ソーシャルメディアやビッグデータの活用が進む現在の情報環境の中において、とらえどころのない性質をもつプライバシーという概念が、個人の尊厳・自立と社会の繁栄の確保のために真に有効性を帯びた新たな姿へと生まれ変わることが今まさに求められているのである。

## 参考文献

[1] Clarke, R. A., “Information Technology and Data-

veillance,” *Communications of the ACM*, Vol. 31, No. 5, 1988, pp. 498–512.

- [2] Introna, L. D., “Privacy and the Computer: Why We Need Privacy in the Information Society,” *Metaphilosophy*, Vol. 28, No. 3, 1997, pp. 259–275.
- [3] Lyon, D., *Surveillance Studies: An Overview*, Polity, Cambridge, UK, 2007.
- [4] Murata, K. & Orito, Y., The Schizophrenic Society: The Potential Risk of Individual Identity Crises in the Participatory Surveillance Environment, in Palm, E. (ed.), *ICT-ethics: Sweden and Japan, Studies in Applied Ethics*, 15, LiU Tryck, Linköping University, 2013, pp. 10–23.
- [5] Orito, Y., “The Counter-Control Revolution: ‘Silent Control’ of Individuals through Dataveillance Systems,” *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, Vol. 9, No. 1, 2011, pp. 5–19.
- [6] Orito, Y., Murata, K. and Fukuta, Y., “Do Online Privacy Policies and Seals Affect Corporate Trustworthiness and Reputation?,” *International Review of Information Ethics*, Vol. 19, 2013, pp. 52–65.
- [7] Rachels, J., “Why Privacy is Important?,” *Philosophy & Public Affairs*, Vol. 4, No. 4, 1975, pp. 323–333.
- [8] Westin, A. F., *Privacy and Freedom*, Athneum New York, 1967.
- [9] Whitaker, R., *The End of Privacy: How Total Surveillance is Becoming a Reality*, New York: The New Press, 1999.
- [10] 村田 潔, 「汝のデジタルアイデンティティを知れ」, 日本情報経営学会第63回全国大会予稿集, 2011年, 88–91頁.

## 略歴

### 折戸 洋子 (おりと ようこ)

2007年明治大学大学院商学研究科博士後期課程修了。商学博士。同年4月、愛媛大学法文学部総合政策学科講師。2011年より同准教授。個人情報の利用や保護に関する研究に従事。経営情報学会会員。

### 村田 潔 (むらた きよし)

1957年生。1987年筑波大学大学院社会科学研究科博士課程退学。1997年明治大学商学部教授。情報倫理、経営情報システム論に関する研究に従事。経営情報学会理事、日本情報経営学会副会長。