

中国におけるソーシャルメディアによる コミュニケーションについての考察

—「コミュニケーション的行為」の理論に基づく事例分析—

YAN Jianfeng

中国において、急速なインターネット技術の発展、特にソーシャルメディアの高い普及率は、近年商業システムや学会からも注目されている。たとえば、「ビッグデータ」の使用は企業や学術的研究のスポットになった。そして、ソーシャルメディアの普及に伴い、我々は確実に生活の方式が変わったと感じられる。昔からの対面式コミュニケーション、あるいは手紙や携帯でのコミュニケーションと比べて、ソーシャルメディアは明らかに主流のコミュニケーション方式になってきた。しかし、このようなコミュニケーション方式は人々に多くの利便性をもたらし、その道具性の一面を実現したが、近代におけるコミュニケーションの苦境を克服したわけではなさそうである。我々がインターネットにおける公共圏の実現に希望を寄せることは現実世界で理想的公共圏が抑圧されたということを示している。そして、ソーシャルメディアの発達は<仮想世界>と<現実世界>の相互浸透が強まることである。現実世界のそれらの公共圏を制御する要素も必然的にインターネット空間に侵入する。同じように、現実世界におけるそれらのコミュニケーションを妨害する要素もインターネット空間に作用する。中国において、政治・経済システムの改革によって、様々な従来の規範が破壊され、新たな規範がまだ成立していない。この状況で、ソーシャルメディアで新たなコミュニケーションの合理化を実現することができるかどうかは社会の統合や秩序の再構築を考える上で重大な意義があると考えられる。

ユルゲン・ハーバーマスの「コミュニケーション的行為」の理論は新たな理性に関する論理に基づいて社会を解釈するの方式である。この理論では人間社会において公・私的領域について斬新な試みを行って、近代性に関する問題を新たな次元にシフトした。インターネット空間におけるコミュニケーション方式はヴェーバーやデュルケームの理論といった古典的社会理論にチャ

レンジをしている。それに対して、ハーバーマスのコミュニケーション的行為の理論は不可欠な重要性があると思われる。

本論文では、主にハーバーマスのコミュニケーション的行為の理論に基づいて特定の事例におけるソーシャルメディアによるコミュニケーション及び社会行動を検討し、インターネットにおける公共性の構造を明らかにすることを目的とする。

序章では、コミュニケーション的行為の理論及びこのインターネットの時代の生活背景を説明し、本論文の研究目的と意義を明らかにした。第1章では、ハーバーマスの思想全体を踏まえて、コミュニケーション的行為の理論を説明した。特に、概念間の不明点を確認し、適当に重要なカテゴリーを抽出して近代における「コミュニケーション」に対する分析方法・規則を明確にした。また、第2章では、ソーシャルメディアを通してコミュニケーションを考察し、インターネット空間やソーシャルメディアに関する先行研究を踏まえて、前章のコミュニケーション的行為の理論に基づいての分析方法・規則で、ソーシャルメディアにおけるコミュニケーションの様式とその問題点を明らかにすることを試みた。さらに、第3章では、中国のインターネット発展及び中国社会との関係を説明した上で、一つのソーシャルメディアにおけるコミュニケーションの事例を分析した。ここでは収集したデータに基づいて、コミュニケーション的行為の理論の視点から、改めて事例の中身を構成した。この章は、ハーバーマスの理論・ソーシャルメディア(インターネット空間)・中国社会(政治・経済システムと道徳文化・規範)の融合された産物と考えられる。最後に、我々は事例を分析した上で、中国のソーシャルメディア(ウェイボー)におけるコミュニケーション合理性及び公共性の実現がまだ困難だと考えて、コミュニケーション的理性の実現に対する障害をまとめた。

ソーシャルメディアは我々の生活に大きな影響を与えている。同時に、我々の行動もソーシャルメディアの発展に影響を及ぼしている。今後、両者の関係をより明らかにするには新たな視点・思考方式からの考察が必要であろう。