

絵文字の秩序 😊

小宮山功一朗
慶應義塾大学SFC研究所 上席所員
komiyama@gmail.com

2023/5/13 14:30- グローバル・ガバナンス学会第16回研究大会

配布資料のファイルはwww.sparky.jp/gg.pdfからも閲覧可

本報告の目次

- 背景
 - 絵文字利用の広がり
 - 絵文字と戦略コミュニケーション
- 問題の所在、先行研究、分析の枠組み
- 絵文字の秩序
 - 絵文字、顔文字、スタンプおよびステッカー
 - 絵文字とユニコード
 - 新しい絵文字の提案
 - 新しい絵文字の審査
 - 新しい絵文字の実装
 - 資源配分、社会的不均衡に起因する問題
- 考察
- 結論と課題
- 参考文献

背景: 絵文字利用の広がり

- 絵文字は現代における重要なコミュニケーションの手段である (Sergeant 2019:2-4)。
- 単一の言語としては最大の話者をもつ言語
 - 毎日70億個の絵文字がやり取りされる (Broni 2021)。
 - Twitterでは21%以上のツイートで絵文字が、Instagramでは投稿の半分以上が絵文字のみからなる (VRPO 2019)。
 - 72%の若年層は、絵文字の方が意図を伝えやすいと考える。
- 絵文字を使うユーザの数
 - 🇸🇮 46.5%、🇵🇭 34.6%、🇮🇪 37.6%がトップ3。🇦🇪🇸🇦🇩🇪🇲🇦🇮🇮🇵が続く。
 - 🇪🇺では🇩🇪🇪🇸に多い。🇯🇵では7%。日本の絵文字利用者の数は世界で163位と低い (Ljubešić and Fišer 2016)。
- 用途は「空間と時間の節約」 (Lebduska 2014)、曖昧な文脈における意図の明確化、感情の表現、コミュニケーションの効率化 (Bai et al. 2019) である。ただし共通の文化背景を要する (Zabrodskaia 2020)。

背景: 絵文字と戦略コミュニケーション



- かつての日本のポップカルチャーは、外交や政治の道具としても用いられる。
- 戦略コミュニケーション(青井 2022:23)の手段でもある
 - 『自らの政策目標達成の助力となるように、言葉、行動(あるいは非行動)、イメージやシンボルを用い、相手の行動や態度を変更させることを目的とした外交・安全保障政策の実施を指す。』
- 十字軍、ハーケンクロイツ、ロシア軍の「Z」、などのシンボルが、特定の主張への支持を集めるために使われてきた。
- の絵文字を活用するEUの政治家、行政機関(Kariryaa et al. 2022)



図: EU Tradeは必ず絵文字を用いる

問題の所在、先行研究、分析の枠組み

- 問題の所在

- 文字というコミュニケーションの土台が、とりわけ絵文字が、どのようなガバナンスの下にあるのかが明らかにされてこなかった。それは、通信プロトコル、資源(IPアドレス、ドメイン名)などのガバナンスとどう異なるのか。

- 先行研究

- 西岡(2007,2015:122)はインターネットを含む国際電気通信のグローバル・ガバナンスについて目的の異なる4つのフェーズを見出した。
 - 誕生期: 相互接続を目的とした、非政府組織による、オープンな議論
 - 成長期: 資源の適切な配分を目的とした、米政府と契約した非政府組織での議論
 - 安定期: デジタルデバイド解消などの不均衡是正を目的とした、国連含めた政府間組織による議論
 - 停滞期: ガバナンスやセキュリティの改善を目的とした、複数の議論

- 分析の枠組み

- Unicode絵文字小委員会での各種絵文字の制定プロセスの着目し、絵文字が生まれるまでのプロセスとアクターを整理する。
- とりわけ、これまでの国際電気通信のグローバル・ガバナンスやインターネット技術の標準化との対比し、その特徴を抽出する。

絵文字の秩序

絵文字、顔文字、スタンプおよびステッカー

オンラインでの意図の明確化、感情の表現に用いられるのは絵文字に限らない。顔文字、スタンプといった類似の手段がある。

- 顔文字(スマイリー)

- 1960年代に誕生。特定の文字の組み合わせで顔などを表現するもの。長い時間を経て、社会に共通の理解が形成された。

- スタンプおよびステッカー

- 各アプリやサービスの提供者が用意する。各企業のアプリ内でのみ表示される。

- 絵文字

- 1999年にNTTドコモが自社ユーザ向けに使える記号176種を開発し、メールで使用可能に。後に日本の携帯電話会社間で標準化が進んだ。
 - 2009年にユニコード(後述)に追加され、世界中で利用が広がった(Ljubešić and Fišer 2016)。

絵文字は顔文字、ステッカーとは違い、標準化を要する。そのプロセスはグローバルな利害の調整を必要とする。

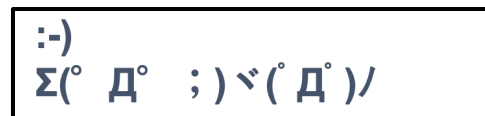


図: 顔文字の例

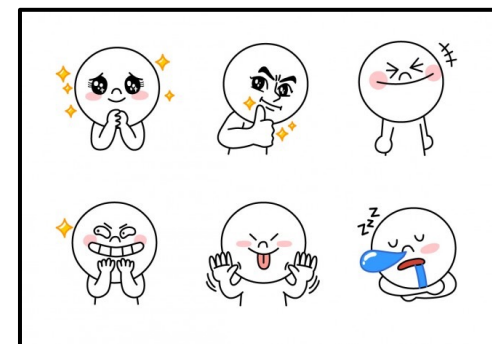


図: スタンプの例(LINE社の公式スタンプ)



図: 最初の絵文字(画像はmoma.orgより)

絵文字とユニコード

- 絵文字はユニコード(Unicode)の一部
 - ユニコード: 全ての文字を収録し、一意に識別できる体系。コンピュータが表示できる文字の総覧。(小林 2011)
 - 原則として毎年更新される。
 - 最新の[Unicode 15](#)では16の近現代の文字、記号を149,186種を収録。この内[3664種](#)が絵文字。
 - コードとグリフ、絵文字の場合図案、そしてCLDR
- 一度加えた絵文字は消えない、コードの変更を行わない(VRPO 2019)

Ethiopic												1200	12BF	
	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	12A	12B		
0	ሀ 1200	ሐ 1210	ሠ 1220	ሰ 1230	ቀ 1240	ቐ 1250	በ 1260	ተ 1270	ኀ 1280	ነ 1290	አ 12A0	ኰ 12B0		
1	ሁ 1201	ሐ 1211	ሠ 1221	ሰ 1231	ቀ 1241	ቐ 1251	በ 1261	ተ 1271	ኀ 1281	ነ 1291	አ 12A1			
2	ሂ 1202	ሐ 1212	ሠ 1222	ሰ 1232	ቀ 1242	ቐ 1252	በ 1262	ተ 1272	ኀ 1282	ነ 1292	አ 12A2	ኰ 12B2		
3	ሃ 1203	ሐ 1213	ሠ 1223	ሰ 1233	ቀ 1243	ቐ 1253	በ 1263	ተ 1273	ኀ 1283	ነ 1293	አ 12A3	ኰ 12B3		

図: ユニコード一覧の例







No	Code	Browser	Appl	Goog	FB	CLDR Short Name
194	U+1F44D					thumbs up
195	U+1F44E					thumbs down

図: ユニコード一覧の絵文字 👍 部分

新しい絵文字の提案

- 提案のプロセス
 - 文字の画像一式、カテゴリ、その絵文字が広く使われるという論拠
- 誰でも提案可能
 - 市民団体が提案した餃子/ 🥟
 - タコベルが提案したタコス/ 🌮
 - Baiduが提案した赤い封筒/ 📧
 - ワイン生産者組合が提案した白ワイン

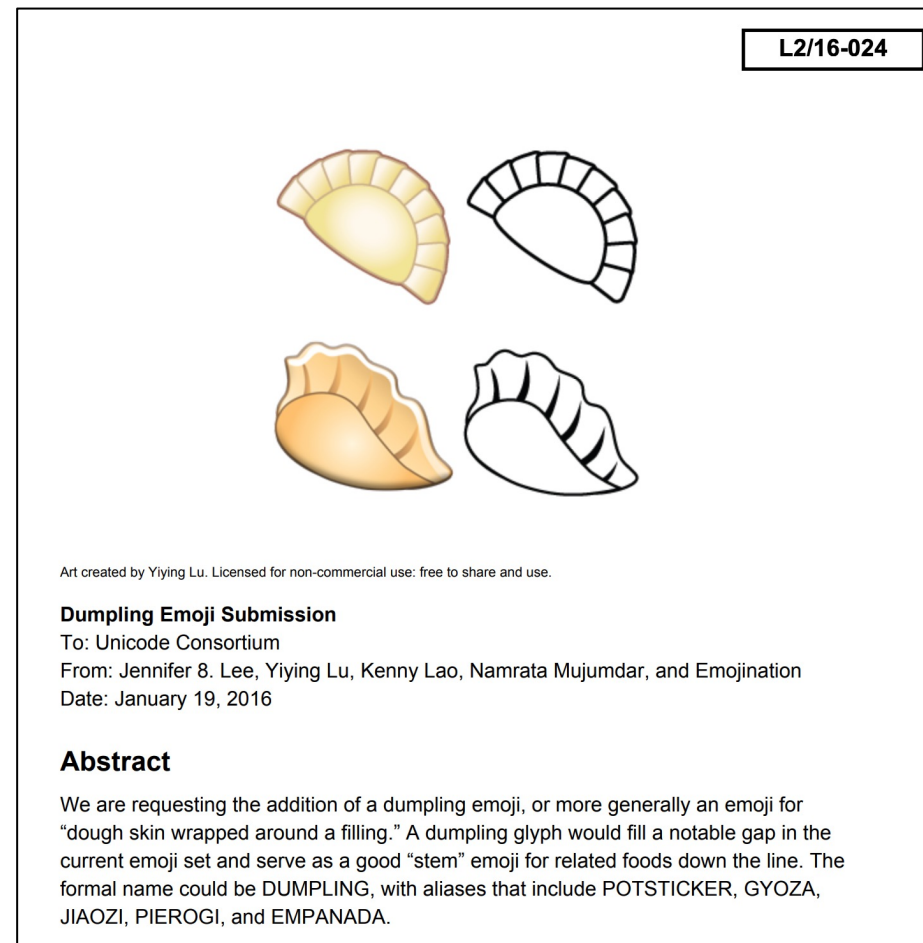








図: 餃子 🥟 実際の提案

新しい絵文字の審査



- ユニコードコンソーシアムでの[議決権を持つ会員](#)
 - 正会員 は11組織、年会費5万ドルを支払い、各1票を持つ。
 - アドビ、アマゾン、アップル、グーグル、メタ(フェイスブック)、マイクロソフト、Netflix、セールスフォース他
 - サポート会員は4組織、年会費2万ドルを支払い、各0.5票を持つ。バングラデシュ政府、オマーン政府、タミル語普及活動団体、UCバークレー校が該当する
- 審査基準
 - 互換性: 他の絵文字と合わせて使えること。
 - 使用レベル: 使用頻度が高いこと、複数の意味で使用可能、連続して使用されること、新しいもの・異なるものを表現すること。
 - 画像識別性: 絵を見て、その意味がわかること。
 - 完全性: 提案が既存の文字セットのギャップを埋めていること
- 採用されないと明言されているもの(Berard 2018)
 - 過度に具体的、抽象的なもの。
 - 既にあるもの。ロゴ、ブランド、看板、特定の人物、建物、神などを模したもの、旗。
 - 東京タワー  は現在の基準では採用されない
- 以上の審査の結果、毎年30個から50個の絵文字が新規にユニコードに加わる。

新しい絵文字の実装

- ユニコードに新しい絵文字が収録されると、それに基づいて各プラットフォームが図案を作成し、自社のプラットフォームで表示されるように修正する
 - OS、アプリの修正プログラムとして配布する (例: 翎平戢踰)
- プラットフォーマーはユニコードを参照するが、遵守する義務はない (Berard 2018)
 - アップルは独自の判断で、①拳銃の絵を水鉄砲  に変更、②ウィンタースポーツの一部としてライフルが採用される予定だったが反対
 - 職業絵文字に女性が少ないことをグーグルが指摘し、改善の作業をリード  
 - サムソンはいくつかの絵文字を実装していない  

資源配分、社会的不均衡に起因する問題

- 国旗の扱い

-  パレスチナ/
- 一度収録された文字は削除されることない

- 白人至上主義という批判(Sweeney and Whaley 2013)

- 絵文字において人種の多様性を反映するにはどうすればよいのか。
- 肌の色を何パターン用意して、それぞれどの程度の「白さ」「黒さ」「黄色さ」に設定すればいいのか。

- ジェンダー問題

- ジェンダーレス絵文字



図: チベット国旗採用を求める運動

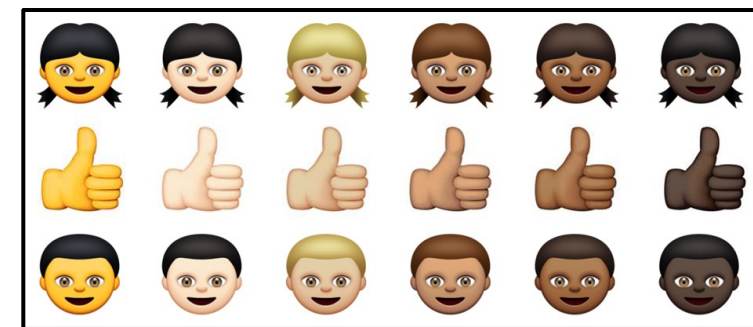



図: 採用された肌の色のスケール

考察

- 現在の絵文字のガバナンスは、西岡の4つのフェーズでいうところの誕生期であり、相互接続を目的としたプロセスである。一部に成長期に見られる資源配分の問題が生じつつある。
- これまでのインターネットや電気通信ガバナンスとの違い
 - 不可逆性: 一度採用した文字の削除ができない
 - プラットフォーマーによる支配力
- クランツベルクの第一法則「技術は善でも悪でもなく、また、中立でもない」(Kranzberg 1986)は絵文字の世界にも当てはまる。
 - 絵文字は、現時点でアメリカの西海岸のリベラルな価値観が色濃い 
 - 絵文字は、日本の戦略的コミュニケーションの強化に資する。
 - 現在の基準では決して採用されない日本固有の絵文字が多数存在する。



結論と課題

• 結論

- かつては日本のポップカルチャーであった絵文字は、今や国境を超えて人々の思考に直接働きかける手段となった。
- 絵文字のグローバル・ガバナンスは2通りの解釈ができる。
 - NGOによる標準化を経て、プラットフォームが実装する。
 - プラットフォーマーによる2重の支配の下にある。(絵文字を使ったコミュニケーションはプラットフォームによる二度のスクリーニングを受けている。)

• 本研究の課題

- 代わりとなりうる秩序を提示できない。絵文字や文字の標準化は単純に経済的なメリットだけを追求した活動ではない。
- 文字を規定する作業は、ルイ14世 が「ローマン・デュ・ロワ(Roman Du Roi)」書体の制定を通じて、アルファベットを標準化したのに似ている(Lebduska 2014)。

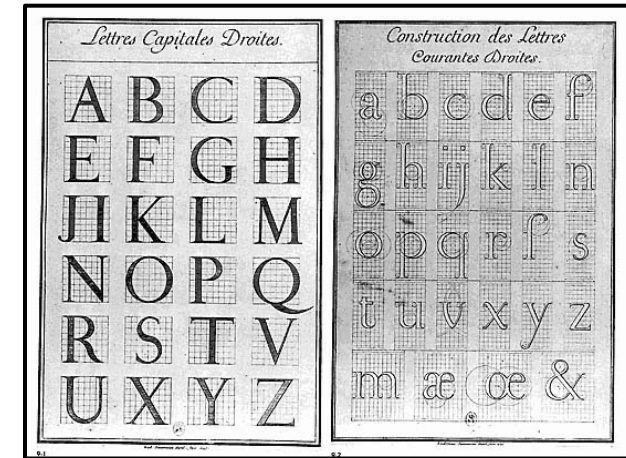


図: ルイ14世の号令のもと、当時のフランス政府が作成した活字デザイン(画像は <http://luc.devroye.org/fonts-89919.html> より)

参考文献

1. Bai, Qiyu, Qi Dan, Zhe Mu, and Maokun Yang. 2019. "A Systematic Review of Emoji: Current Research and Future Perspectives." *Frontiers in Psychology* 10 (October).
2. Berard, Bethany. 2018. "I Second That Emoji: The Standards, Structures, and Social Production of Emoji." *First Monday* 23 (9).
3. Broni, Keith. 2021. "Top Emoji Trends of 2021." *Emojipedia*. Retrieved April 15, 2023 (<https://blog.emojipedia.org/top-emoji-trends-of-2021/>).
4. Kariryaa, Ankit, Simon Rundé, Hendrik Heuer, Andreas Jungherr, and Johannes Schöning. 2022. "The Role of Flag Emoji in Online Political Communication." *Social Science Computer Review* 40 (2): 367–87.
5. Kranzberg, Melvin. 1986. "Technology and History: 'Kranzberg's Laws.'" *Technology and Culture* 27 (3).
6. Lebduska, Lisa. 2014. "Emoji, Emoji, What for Art Thou?" *Harlot: A Revealing Look at the Arts of Persuasion*.
7. Ljubešić, Nikola and Darja Fišer. 2016. "A Global Analysis of Emoji Usage." 82–89.
8. Seargeant, Philip. 2019. *The Emoji Revolution: How Technology Is Shaping the Future of Communication*. Cambridge University Press.
9. Sweeney, Miriam E. and Kelsea Whaley. 2019. "Technically White: Emoji Skin-Tone Modifiers as American Technoculture." *First Monday*.
10. VRPO. 2019. "Beyond the Emoji." *Youtube*. Retrieved (https://www.youtube.com/watch?v=T5y5Sfh__-s).
11. Zabrodskaja, Anastassia. 2020. "The Emoji Revolution: How Technology Is Shaping the Future of Communication Philip Seargeant (2019)." *Sociolinguistic Studies* 14 (3): 405–10.
12. 青井千由紀. 2022. 戦略的コミュニケーションと国際政治. 日本経済新聞出版.
13. 小林龍生. 2011. ユニコード戦記 一文字符号の国際標準化バトル. 東京電機大学出版局.
14. 西岡洋子. 2007. 国際電気通信市場における制度形成と変化—腕木通信からインターネット・ガバナンスまで. 慶應義塾大学出版会.
15. 西岡洋子. 2015. "インターネット・ガバナンスの歴史と展開 一制度論的一考察—." 慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (65): 121–34.
16. 西谷真規子. 2021. "序章 現代グローバル・ガバナンスの特徴 一他主体性、多争点性、多層性、他中心性." Pp. 1–18 in 新時代のグローバル・ガバナンス論 一制度・過程・行為主体一, 西谷真規子, 山田高敬. ミネルヴァ書房.
17. 山田高敬. 2021. "第6章 国際レジーム論の系譜." Pp. 89–104 in 新時代のグローバル・ガバナンス論 一制度・過程・行為主体一, 西谷真規子, 山田高敬. ミネルヴァ書房.