

インターネットにおけるコミュニケーションは、 そこに集まる人々にとってどのような意味を持つのか

山下清美・三浦麻子・杉本卓・野村一夫
(専修大学)(大阪大学)(東京大学)(法政大学)

コンピュータネットワークによるコミュニケーションは、わたしたちの社会生活におけるコミュニケーションの一部に確実になりつつある。特に最近のインターネットの普及は、ネットワーク上での人々の出会いの機会を格段に広げ、また WWW という新しい情報発信の方法により新たな自己表現の手段を人々に与えた。こうした新しいネットワーク・コミュニケーションが、個人や社会に与えた(またこれから与えるであろう)影響を、主として心理学、認知科学、社会学の立場から考察する。

Why do people want to have communication on the Internet?: Sociological and psychological analyses on impacts of Internet communications

Kiyomi Yamashita · Asako Miura · Taku Sugimoto · Kazuo Nomura
(Senshu University)(Osaka University)(University of Tokyo)(Hosei University)

Computer Mediated Communication (CMC) has been more and more widely used in our social life. Especially, the widespread use of the Internet in these years gives us a new way of meeting and communicating with others. Also a new form of "publishing" information via the World Wide Web provides us with a new way of expressing ourselves. This paper examines, from psychological, cognitive and sociological perspectives, how this new kind of CMC has affected (and will affect) the individuals and the society.

個人と社会からインターネットを語る視点—ミニ・シンポジウム企画の意図—
山下清美 (専修大学経営学部, yamasita@psy.senshu-u.ac.jp)

以前はアカデミックなネットワークであったインターネットに民間が参入して以来、ここ数年日本でも急激にインターネット環境が変化している。パソコン通信とインターネットの電子メールの相互乗り入れに始まり、一般の人々がプロバイダーを通じて自宅のパソコンからインターネットに接続できるようになった。遠隔地にいる人と連絡をとったり、一度も会ったことのない人と情報を交換することは、(特に理系の)研究者にとってはすでにずっと以前から当たり前のことであったが、そうしたコミュニケーションが、いまや一般の人々の間にも確実に入り込もうとしている。さらには、企業が、地域が、お店が、そして個人が、インターネットのWWWにホームページを開くようになった。こうしたインターネット・ブームはしかし、コンピュータ業界、通信業界、流通業界、ひいてはマスコミも含めた過剰な宣伝によるものと言えなくもない。インターネットがもてはやされる一方で、それを冷ややかに見つめ批判的に語る人々も増えてきている。本来、インターネットを業界やマスコミの視点だけでとらえていてよいはずはない。もともと人々が生きている生活や社会の中に、インターネットがさまざまなコミュニケーション手段のひとつとして加わってきたのであり、人々が自分たちの暮らし方を変え、価値観

1 4名の順序は執筆順による。

を見直し、社会が変わっていく、その流れの中にインターネットの影響が表れてくるのだ、という視点
が、インターネットをめぐるさまざまな議論の中で、ともすると欠けているように思う。

インターネットが何かを変えたり、これまでになかった新しいものを持ち込むのではなく、人々の生活や社会が変わりつつある中でインターネットがさまざまな影響力を及ぼしているのである。こうした視点は、従来のCMC (Computer Mediated Communication) 研究の流れの中でもあまり強調されず、CMCは従来のコミュニケーションと何が違うのか、何が新しいのかが問われてきたように思う。CMCは対面によるコミュニケーションとどう違うのか、バーチャルな世界はリアルな世界とどう違うのか、といった具合に。しかしバーチャルとリアルの境界とはいったい何なのだろうか。確かにMUD (Multiple User Dungeon、バーチャル・ゲーム) で架空の自分を演出すること、現実の人間関係のしがらみの中で自分を保つこととの間には大きな違いがあるだろうが、その中間にはバーチャルともリアルとも区別しがたい数々の人間関係が日々営まれているはずだ。忙しくてなかなか会えない肉親の声を電話で聞いたり、会ったことはないがたびたび情報を交換している人にメールで悩みを打ち明けたり、社内の他の部署のほとんど名前しか知らない同僚からワープロで作成された文書が回されてくること、どれがバーチャルでどれがリアルなのか、いったい明確に区別できるだろうか。そもそも区別することが必要だろうか。

わたしたちを取りまく社会は、経済的にも政治的にも、また文化の面でも常に大きなうねりの中にある。社会は常に変わろうとしている（あるいは変わりうる可能性を持っている）のであり、その中でインターネットを語る必要がある。かつて、ファミコンが子ども達の心をとらえた時、おとなはこぞって、ファミコンが子ども達の外遊びを減らした、ファミコンが友人関係を駄目にした、と騒ぎ立てた。しかし、子ども達を外遊びから疎外したのは、昔のようなあいまいな空間としての空き地がなくなったためであり、塾やおけいごとが子ども達の自由な遊び時間を寸断したからに他ならない。つまり、子ども達を取りまく環境が時代の流れとともに変わり、その隙間にファミコンが入り込んだのである。ストール (1997) は、インターネットを通しての活動が生体験には到底及ばないことを語っている。同感である。しかしそもそも生の体験を奪ったのはインターネットだろうか、それともわたしたちを取りまく社会の流れがそうした危険な方向に向かっているのだろうか。その一方で、本来わたしたちが確信してきたことがいかに危ういものであるかも新しいコミュニケーションは教えてくれる。CMCはわたしたちのアイデンティティを希薄にし、あいまいにしたという。しかしそもそもわたしたちのアイデンティティとは、確固たるものとしてとらえられるのだろうか (山下、1997)。

わたしたちの生活を取りまく世界は、すでにたくさんのコミュニケーション手段を持ち、そこにインターネットが新たに加わってきた。インターネットがわたしたちの生活に入り込んできた時、コミュニケーションに対する人々の考え方はどのように変化していくのだろうか、人々の価値観は、自己のとらえ方はどのように変化していくのだろうか、社会や文化はどう変わっていくのだろうか。このミニ・シンポジウムではそういうことについて考えてみたい。話題提供の3氏には、それぞれの経験や問題意識のもとに、インターネットと個人・社会の関係について自由に語っていただくことにした。三浦麻子氏 (社会心理学) には、インターネットでのコミュニケーションの特徴を調査結果や経験を交えて語っていただく。杉本卓氏 (認知科学) の議論では、インターネットのコミュニケーション・メディアとしての複合的な性格が浮き彫りにされる。野村一夫氏 (社会学) からは、個人と所属集団と社会という異なるレベルを貫くインターネットの特性の分析が提起される。以下に3氏の話題提供の要旨を掲載する。なお当日は、横浜市立大学の川浦康至氏と立教大学の安田雪氏に指定討論者として議論を深めていただくことになっている。川浦氏は、川上・川浦他 (1993)、川浦他 (1996) など、社会心理学の領域でC

MC研究に数多くの業績を挙げている。また安田氏は、近著(1997)で知られているように、社会ネットワーク分析を専門とする社会学者である。

<引用文献>

川浦康至他 メディア・サイコロジー 富士通ブックス

川上善郎・川浦康至・池田謙一・古川良治 電子ネットワークの社会心理 誠信書房

クリフォード・ストール 1997 インターネットはからっぽの洞窟 草思社

安田雪 1997 ネットワーク分析 新曜社

山下清美 1997 CMC空間におけるアイデンティティ *Computer Today*, No.78, 52-59.

「インターネット社会」の心理学—人々は、その中で何を思い、どう行動しているのか—
三浦 麻子 (大阪大学人間科学部, asarin@hus.osaka-u.ac.jp)

研究者や技術者など、限られた層によってのみ利用されるメディアであった「インターネット」が技術の進歩と共にその利用者層を拡大し、ごく普通に目にする言葉となって数年が経過した。話題提供者は、国境や地理的隔たりをたやすく飛び越え、「サイバースペース」という「ヴァーチャル共同体」を作り上げつつあるこのインターネットの中で生じるコミュニケーション形態について、WWW上で実施した質問紙調査を通じて実証的に明らかにすることを試みている。本ワークショップでは、インターネット上でユーザーのコミュニケーション行動に関わる諸問題について、これまでの調査結果による知見に実際例を織り交ぜつつ社会心理学的見地から検討したい(本稿では紙幅の関係上、ワークショップの席上でどのようなトピックを採り上げるのかを紹介することに主眼を置く)。

・インターネットに見る人間関係の構図…「匿名性」を手がかりとして

インターネットにおけるコミュニケーションの特性はどのようなものなのだろうか。ここ20年のCMC研究の流れを振り返ってみると、方法論が各自バラバラであったり、CMC自体の技術的發展に追いつけない現状があったりするために、未だにまとまった見解が示されていないのが現状である(December,1997)。三浦・篠原(1996a)のWWW上で質問紙調査の結果によれば、インターネット上で面識のない人にメールを送った経験がある割合が80.1%、メールでしか交流がない(会ったことがない)友人を持つ割合が79.9%といずれも調査対象者の4/5程度を占めており、インターネットの流行と共にCMCを経験する人も飛躍的に増大していることがうかがえる。ではこの「会ったことがないが親しい」という人間関係は、どのような特性を持っているのだろうか。三浦・篠原(1996b)によれば、インターネットユーザーによって「インターネットにおける人間関係と通常の人間関係と異なる点」の中心的特性だと考えられていたのは「相手のことがよくわからない」という「匿名性」であり、ユーザーのコミュニケーションへの参加の姿勢により、ポジティブな意味合いもネガティブな意味合いも持ちうるものであることが示唆されている。この「匿名性」を手がかりとして、インターネット・コミュニケーションにおける人間関係の構図を探ることができるのではないだろうか。

・ホームページという受動的なメディア…相手の見えない「自己開示」

WWWを利用した「ホームページ」は、これまでのいわゆる「パソコン通信」では実現できなかった画像や音声を含むメディアツールであり、ここまで大規模な「インターネット・ブーム」を巻き起こす原動力となったといつてよい。ごく普通の「インターネットワーカー」にとって、「インターネットする」ことは「ホームページを見る」ことであり、「ネットサーフィンする」というのは世界各国のさまざまなホームページを渡り歩いて見ることを指しているのである。特にここでは数多あるホームページのジャンルの中でも「個人ホームページ」を作るという行動について考えてみたい。「ホームページを作る」こ

とは、インターネットの持つ「双方向性」メディアである利点を最大に生かした、きわめて積極的な自己表出行動であるかのように喧伝されている。しかし、ユーザーが実際に行くことは、あるサーバにhtmlファイルを置くという行動に過ぎない。手紙や電話のように相手の手元にまで情報を届けることはできず、いわばただ自分の家を持ち、取りあえずドアを開けて「みなさま、どうぞ中へ」というプレートをかけただけの状態なのだ。「WWW=World Wide Web」という言葉が象徴するように、インターネットユーザーたちはこぞって「ホームページ」というクモの巣を張り巡らし、そこに獲物（他のインターネットユーザー）が引っかかってくれるのをじっと待っているようなものなのである。その意味で、実はホームページというメディアは非常に受動的な性格を持つものである。誰が見るとも分からない、裏返せば誰も見ないかもしれないWeb上で滔々と自分の趣味を語り、日々の行動を逐一記した日記を書き綴る。このように自分のプライベートな事柄について他者に伝達する行動、すなわち「自己開示(self-disclosure) 行動」とインターネットユーザーたちを動機づけるものは何であろうか。彼らは何を求めてホームページ上で相手の見えない自己開示を続けるのであろうか。

・インターネットに「はまった」のはなぜ?…あるヘヴィーユーザーの独白

大学ではサーバにつながったマシンの前で一日中座りっぱなし。家ではISDN回線&テレホーダイでメールの読み書き・ネットサーフィン。出張先でさえもノートパソコンと携帯電話か公衆電話で普段と同じネットワーク環境を維持。挙げ句の果ては海外出張先からホームページの更新。朝目覚めたら一番にパソコンの電源をオンにすることに驚かれたこともあったっけ…。このような典型的「インターネット・ヘヴィーユーザー」はなぜ生まれるのか。「インターネット社会」は決して理想郷ではない。むしろ現実社会よりも秩序の確立していない「無法地帯」に近いところだ。そんなことはとくに経験済みなのに、それでもまだインターネットとのつながりを必死で追い求め、少しでも隔離されると例えようもないくらいいららするのはどうしてなのか。ユーザーがインターネットをどう評価し、自分にとってどのような存在だと考えているのかを調査することを通じて、インターネットに「はまる」要因を探るきっかけを掴めるのではないだろうか。

<引用文献>

December, J. 1997 Units of Analysis for Internet Communication.. [OnLine] Available:

<http://www.use.edu/dept/annenberg/roll/issue4/december.html>

三浦麻子・篠原一光 1996a WWWを利用した質問紙調査の可能性(1) 日本心理学会代60回大会発表論文集

三浦麻子・篠原一光 1996b インターネット・コミュニケーションの特性—WWWを利用した質問紙調査の可能性(2)— 日本社会心理学会第37回大会発表論文集

インターネットにおけるグローバル化とパーソナル化

杉本 卓 (東京大学教育学部, taku@p.u-tokyo.ac.jp)

インターネットを利用したコミュニケーションの面白さの一つは、世界中の人と手軽にメッセージのやりとりを行うことができる、世界中から新鮮な情報を得ることができる、世界に向けて情報発信することができる、という「グローバル」なコミュニケーションの可能性であろう。しかしそれと同時に、多くの人がインターネットを利用して楽しんでいるのは、非常に特定化された個人的興味に基づく小さな共同体の形成であるとか、極めて個人的な情報の公開であるとか、個人対個人の密接なコミュニケーションといったような、非常に「パーソナル」なコミュニケーションである。インターネットにおけるコミュニケーションの中で、「グローバル化」と「パーソナル化」という一見相対立する方向性が、どの

ように絡み合い、融合しているのか、またどのような問題をはらんでいるのか。

教育の場を例にとると、教室にインターネットが導入されると、まずはとにかく離れたところ（特に外国）の子どもと電子メールのやりとり（文通）を試みるのが通例である。教室外の、しかも文化的背景が異なる人々とのメールの交換は、子ども達にとって魅力的であり、最初は簡単な返事が来るだけでも熱狂する。しかし、このようなペンパル活動は、まず長続きしない（Riel & Levin, 1989）。何を話したらいいのかがわからない、相手がどんな人間なのかが見えづらい、などが主原因である。それに対して、ある明確な話題・関心が共有されているコミュニティでは、生産的なメッセージのやりとりが持続する。また、特定の人との濃密な交流が持続することもよくある。このように、パーソナルな関心や必要性や関係性への志向・動機が存在する場合には、うまくコミュニケーションが成立する。

WWWを利用して、世界中の情報、しかも新しい生き生きとした情報にアクセスできるというのも、インターネットのグローバルな側面の魅力である。しかし、WWW上で情報を見る場合には、文脈情報の欠如や捨りによって、誤解や理解不能などの可能性が大いに出てくる（Sugimoto, 1997）。WWW上の情報にアクセスするには主に、他のページからリンクをたどっていく、検索を利用する、URLを直接打ち込む、という3つの方法がある。第一の場合には、リンク元の情報によって文脈づけられる。第二の場合には、文脈情報が切り離される。第三の場合には、どこからURLを得たかによって文脈づけられる。このような文脈づけを考えると、同じ情報が同じ意味をもたなくなってくる。個々の読み手、個々のアクセスによって、意味が異なってくる。このような意味で、情報のグローバルな網の目であるWWWにおいては、情報の意味がパーソナル化される。

「世界に向けて情報発信」というグローバルな情報発信についても、非常にパーソナルな独話的情報、内輪の人間にしか関心をもたなかったり理解できなかったりする情報、が多く見られる。グローバルな聴衆を目の前に、自己の内側へと向かって「コミュニケーション」をはかる。読み手が、想定される「読み手」としてではなく、観衆となり背景となる。

以上のように、インターネットを利用したコミュニケーションにおいては、グローバルな側面とパーソナルな側面が分かちがたく結びついている。そのバランスが崩れた時に、ネットワーク上のコミュニケーションは齟齬をきたし、問題が生じる。多くの場合、インターネットの利用者は、この両側面を意識することがなく、どちらかに注意が向きがちである。どのような情報構造やインターフェイスによって、両側面の望ましいバランスを保っていくことができるか、というのも興味深い問題である。

<引用文献>

Riel, M., & Levin, J. A. (1990). Building electronic communities: Success and failure in computer networking. *Instructional Science*, 19, 145-169.

Sugimoto, T. (1997). Comprehension difficulties due to lack or shortage of contextualization information in reading information through WWW. Paper presented at the Annual Meeting of American Educational Research Association, Chicago, IL.

自省のメディア——自己言及の快樂とシティズンシップの可能性

野村一夫（法政大学、bv6k-nmr@asahi-net.or.jp）

インターネットがインタラクティブなメディアであることは広く知られている。しかし、インタラクティブであるということのコミュニケーション論的な意味が見逃されてはいないだろうか。私はそれを自己言及（Self Reference）という概念を軸に語りたいと思う。

インタラクティブであるということ、それは自省的なコミュニケーションになるということである。

相互に反照し合って、自分自身の身ぶりが他者の反応によって絶えず検証されるプロセス。インタラクティブなメディアであるインターネットが誘発するのはこのようなコミュニケーション過程である。そこに参加する個人は何らかの形で内省的であることをしいられる、その点でインターネットは「自省のメディア」なのである。

自省作用はまず個人に生じる。とくに個人ウェブは、語る人を語ってしまう自己言及型メディアの性格が強い。そこには「自己言及の快楽」がある。日記的記述が肥大化した自己言及ウェブ（あるいは自己主題化ウェブと呼ぶべきか）も多い。「自己言及の快楽」現象は、たんなる自己満足と見るより、むしろ発信者が自分に向けたイントラ・コミュニケーションと見ると理解しやすい。オーディエンスの存在（承認する他者）を意識した役割演技ではあるが、たぶんに自己確認であり自己の構築なのである。この「ネットワーク内自己の発見」は境界意識の強い人ほど一種の覚醒に近いものなる。

他方、メーリングリストなどにおける「フレームの泥沼」状態のように、ネガティブなリアクションに対して多くの人々がとまどいを覚え、その結果、異質な他者との共生の作法を意識せざるをえず、ひとつの落としどころとして「ネットワークによる市民化効果」が生じることもある。さらに、相互リンクやメールの交換による経験知の相互反照による自省過程を加えると、インターネットはある種の参加者にシティズンシップを誘発させやすい。

こうした個人が所属集団の自省作用を担う可能性がある。インターネット上ではその文化もあって、企業などの既成組織の階層的コミュニケーションから自由に応答する人たちもでている。誠意ある対応も内部告発も、組織の論理に対してコミュニケーションの論理が勝る瞬間という点で紙一重である。運動組織のケースでも、組織のオーウェル的変態に対して、こうした人たちが抵抗することがある。さらに専門家集団においても多面的自己を提示することで相互学習過程に入り、シティズンシップを発揮する人たちも多い。この人たちの果たす科学ジャーナリズム機能も重要だ。

こうした個人の動きが「社会の自省」につながるかという問題がある。ポイントになるのは境界意識をもった人たちの動きである。「メディア・リテラシーは高いが、社会的ステイタスや社会的影響力のそう強くない人たちで、ある種のマイノリティ意識をもっている人たち」が主役である。メディア・リテラシーが高いからこそ境界意識が強いともいえる。必ずしも従来の意味でのマイノリティではない。むしろ「ネットワーク中間層」と呼ぶべきではないかと思う。というのは、インターネットのコストの低さがかれらをアクティブにしているからである。資源動員論のいうように、問題や不満はいつでもあるもので、それに対して異議申し立てをするかどうかはコストしたいなのである。インターネットはお手軽で低リスクの「シビック・メディア」としてネットワーク中間層によって利用されることで、社会問題化（社会問題の構築）のプロセスを変容させる可能性がある。そろそろ日本でもインターネット文化を媒介させた「反省する社会」のヴィジョンを構想してみてもいい時期だろう。こういうヴィジョンなしのやみくもな情報リテラシー教育は「予期せぬ結果」を導きかねない。もっとも、ヴィジョンがなければ「予期」もないわけで、危険な状態といわざるをえない。規範的な社会理論が必要だと思う。

<関連文献>

野村一夫『リフレクション——社会的な感受性へ』文化書房博文社 1994年。

野村一夫『インターネット市民スタイル【知的作法編】』論創社 1997年。

野村一夫「個人ホームページの力、電子メールの力」『日本語学』1996年11月号。

野村一夫「インターネットと大学教育のクロスロードで」『IDE—現代の高等教育』1997年8月号。

野村一夫「SOCIUS」<http://www.asahi-net.or.jp/~bv6k-nmr/>

野村一夫「SOCIUS pro」<http://members.honya.co.jp/creative/knomura/>