

まえがき 「その先の未来予想図へ」

● 到達してしまった「未来」

「日本人はデジタルアン」。これは2006年7月11日の『朝日新聞』に掲載された記事のタイトルである。国際電気通信連合（ITU）がまとめた『世界情報社会報告書2006年版』によると、日本は「デジタル利用機会指数」で世界第2位であり、インターネットやケータイ（利用の実態に即して、携帯電話・PHSを総称してケータイと記す。以降も同様）の普及率でやや韓国に劣るものの、ブロードバンド料金の安さなどは世界第1位であるという。

たしかにこれらのメディアは、この10年ほどで瞬く間に普及した。メディアの急速な普及は、ラジオやテレビの歴史を紐解けばわかるように、この社会が幾度か経験してきた変化である。しかし昨今の変化には、これまでとは大きな違いがある。それは、記事のタイトルが示すように、これらのメディアがデジタル化されているということである。

デジタル化とは、すべての情報が「0か1」の信号の組み合わせに置き換えられることである。その大きな特徴・メリットは、情報の加工・保存・流通が自由自在になることである。

たとえば、新聞と比べてみよう。新聞は、紙に印刷され、配達員によって届けられ、そしてときに切り抜いて保存されてきた。しかし、同じ情報をインターネットを介してPC（パーソナル・コンピュータ）で受け取るとしたらどうだろう。印刷した紙を届けてもらわなくても、インターネットに接続できる環境にさえあれば、世界中のどこにいても読むことができる。さらに、気に入った記事なら、その文章や画像をPCに保存したり、CD-Rで持ち運んだりできるし、Eメールで誰かに送ることも可能だ。

こうした状況は、この社会に住む多くの人々が夢見てきた「未来」そのものといっても過言ではない。いわば、子どもの頃に読んだ『ドラえもん』に登場する秘密の道具のいくつものを、すでに手にしているようなものだ。だが問題は、これまでの「未来」の、さらにその先を考えなければならない点にある。

● 混沌とした「未来の未来」

かつてない自由さは、逆に私たちが戸惑わせもする。はたして、この次に何をどうしたらよいのか、何からどう手をつけたらよいのか。ケータイやインターネットは、明日明後日といった直近の日常生活を便利にはしてくれるけれども、何年何十年先に、いったいどのような「未来」をもたらしてくれるのかについては、よくわかっていないのが現状であろう。

この社会の「未来」は、非常に混沌としていて、誰にもはっきりとした見通しが描けない。デジタルメディアについていえば、その技術の進歩や普及はきわめて急速であったけれども、その使い方の検討は遅れてきた。

しかし、すでに起こってしまった変化を元に戻すのはむずかしい。そこで私たちは、日々これらのデジタルメディアを使いながら、その使いこなし方を身につけつつ、自分なりの「未来予想図」を描いていかなければならない。

いわば私たちは、しばらくデジタルメディアとの試行錯誤の格闘を続けなければならない。だが、それには準備が必要である。本書はそのためのトレーニング課程として書かれたものである。ケータイやインターネットを使いながら、デジタル音楽を聴きながら、あるいはビデオゲームの合間に、本書を片手で読む。そんなトレーニングを積んでいってほしい。

編者一同

*辻 泉 (つじ いずみ) [第1章, 第2章, 第10章]

現職 松山大学人文学部准教授

専攻 メディア論, 文化社会学

主要著作 『21世紀の現実——社会学の挑戦』(共著) ミネルヴァ書房, 2004年。『若者たちのコミュニケーション・サバイバル——親密さのゆくえ』(共著) 恒星社厚生閣, 2006年。

羽野 昌広 (こうの まさひろ) [第3章]

現職 関東学院大学経済学部非常勤講師

専攻 社会学

主要著作 「個人ホームページにおける自己呈示——ハンドルネームの使用と匿名性」『社会学年誌』44号, 2003年。「現代の四国遍路におけるスピリチュアリティ」『アジア遊学』84号, 勉誠出版, 2006年。

羽濑 一代 (はぶち いちよ) [第4章, 第7章]

現職 弘前大学人文学部准教授

専攻 情緒社会学, コミュニケーション論

主要著作 『若者たちのコミュニケーション・サバイバル——親密さのゆくえ』(共編著) 恒星社厚生閣, 2006年。『ケータイ学入門——メディア・コミュニケーションから読み解く現代社会』(共著) 有斐閣, 2002年。

*南田 勝也 (みなみだ かつや) [第5章, 第11章]

現職 神戸山手大学人文学部准教授

専攻 文化社会学

主要著作 『ロックミュージックの社会学』青弓社, 2001年。「検証・若者の変貌——失われた10年の後に」(共著) 勁草書房, 2006年。

木島 由晶 (きじま よしまさ) [第6章, 第9章]

現職 関西大学社会学部非常勤講師

専攻 文化社会学

主要著作 「路上演奏者の公共感覚」『ポピュラー音楽研究』10号, 日

本ポピュラー音楽学会, 2007年。「MLMをめぐる社会言説の構図」『年報 人間科学』23号, 2002年。

土橋 臣吾 (とばし しんご) [第8章]

現職 武蔵工業大学環境情報学部専任講師

専攻 メディア論

主要著作 『科学技術実践のフィールドワーク——ハイブリッドのデザイン』(共編著) せりか書房, 2006年。*Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, (共著) MIT Press, 2006.

*** 富田 英典** (とみた ひでのり) [第12章]

現職 関西大学社会学部教授

専攻 メディア文化論

主要著作 『声のオデッセイ——ダイヤルQ²の世界・電話文化の社会学』恒星社厚生閣, 1994年。『ポケベル・ケータイ主義!』(共著) ジャストシステム, 1997年。

まえがき ● 「その先の未来予想図へ」

第1章 デジタルメディア・トレーニング I

メディアだらけの社会を生きるために

◎辻 泉◎

- 1 メディアは敵か味方か 2
 メディアは敵か味方か / 「ブラックボックス化」する社会 / 考えることから始めよう——映画「マトリックス」から / 徹底して「複眼的思考」をせよ
- 2 メディアとは何か 7
 コミュニケーションとは何か / メディアとは何か / マスメディア / パーソナルメディア
- 3 メディアと社会変動 9
 メディアはいつ生まれたか / パーソナルからマスへ / マスからマルチへ
- 4 本書の構成——デジタルメディアの現在・過去・未来 13
 デジタルメディア・トレーニング / 本書の読み進め方 / 現在編——いま、私たちが使っているメディアは敵か味方か / 過去編——いま、私たちが使っているメディアは、いつ頃誕生したのか / 未来編——いま、私たちが使っているメディアを、今後どのように使ったらよいのか / メディアを考えるための資料探索 / 分析結果に関する注意

第I部 現在編

第2章 ケータイの現在 23

アドレス帳としてのケータイ

◎辻 泉◎

1	ケータイとは何か	24
	ケータイは、敵か味方か／ケータイと人間関係	
2	味方としてのケータイ	26
	アドレス帳としてのケータイ／友人関係の形成過程とアドレス帳機能／かつての友人関係の形成過程／たくさんの友人を覚えてくれるケータイ／友人を増やすケータイ	
3	敵としてのケータイ	34
	どんな友人が増えるのか——友人概念拡大の可能性／友人との別れ方の変化／引き算の関係／友人関係の同質化問題	
4	ケータイの2つの顔	41
	「2つの二面性」——ケータイの敵／味方、オモテ／ウラ	

第3章 「ホームページ」の現在 47

双方向性の功罪

◎ 河野昌弘 ◎

1	「ホームページ」とは何か	48
	どんな場面で使っているか／双方向メディア	
2	味方としての「ホームページ」	50
	情報受信としての「ホームページ」／手軽な情報収集のツール／ニッチな情報／自己表現（情報発信）の場／セルフヘルプの個人ホームページ／匿名性のもつ力／インタラクション（交流）の場、不特定多数のみえない力／情報ボランティア／個人の力の結集、ロングテール	
3	敵としての「ホームページ」	56
	情報受信の負の側面／ゲートキーパーの不在／迷惑メール、ウィルス、個人情報の侵害／自己表現（情報発信）の負の側面／不特定多数のみえないプレッシャー／匿名性の暴力／つながりの圧力／デジタルディバイド	
4	「ホームページ」の2つの顔（両面性）	64
	「ホームページ」は敵か味方か／バックミラー効果／双方向性を使いこなそう／コミュニタス／ネットと離れて、ネットとともに	

関係性のゆくえ

◎ 羽濑一代 ◎

- 1 ネットコミュニケーションとは何か 70
- 2 敵としてのネットコミュニケーション 71
ネットコミュニケーションのいかわしきは匿名性に由来？/スクールカウンセラーの悩み/匿名でなければ問題は起こらないのか/匿名性を減じたネットコミュニケーションの不自由さ
- 3 味方としてのネットコミュニケーション 79
中間集団としてのネットコミュニティ/出会い系メディアに支えられる恋愛/ジェンダー化された若者文化/男女交際文化/物理的距離を保てる安心感？
- 4 メディアリテラシーのゆくえ 86

デジタル化する音楽作品とその価値

◎ 南田勝也 ◎

- 1 文化作品のデジタル化とは何か 92
レコード産業売上げの低迷/ダウンロードビジネスの隆盛/リスナーの意識
- 2 味方としての文化作品のデジタル化 97
新たな制度を/水のような音楽/メディア論者のメッセージ
- 3 敵としての文化作品のデジタル化 102
手触りの感覚/モノへのこだわり/情報への一元化
- 4 文化作品の価値とは 105
ベンヤミンのアウラ論/アドルノの商品化批判/複製化時代とデジタル化時代の比較/文化作品の価値

ゲームがもたらす遊びの功罪

◎ 木島由晶 ◎

1	ビデオゲームとは何か	114
	遊びのいまを考える／ビデオゲームの遍在性／ビデオゲームの多 様性／ゲームの何を問題にすべきか	
2	敵視されるビデオゲーム	117
	ゲームを考える際の注意点／ゲーム悪玉論の拡がり／ゲーム悪玉 論の構図／敵を見定めることから始めよう	
3	ビデオゲームというメディア	122
	なぜビデオゲームに熱中するのか／作品とメディアを区別する／ ビデオゲームのメディア特性／遊び相手になるメディア	
4	ビデオゲームの遊び	127
	遊びの中身を考える／ビデオゲームの遊びの特徴／遊びと文明／ 遊びの混乱	

第 II 部 過去編

第 7 章 ケータイの誕生 137

その発展史からみえるもの

◎ 羽瀨一代 ◎

1	ケータイ誕生	138
	草創期／マルチメディア化・パーソナル化・プライベート化／共 有されていたケータイ	
2	ケータイ前史	140
	固定電話の社会的イメージ／ポケベルというステップ	
3	ケータイのプライベート利用の深化	145
	パーソナル・メディアのプライベート利用／ケータイのプライベ ート利用が果たす機能／ケータイの利用目的の変化／マルチメデ ィア化	
4	環境の情報化	152
	前段階——都市化とその理論／都市化と異なる情報化／情報化の 歴史から人間存在を考える	

インターネット/ユーザーの長い誕生日

◎ 土橋臣吾 ◎

- 1 インターネットの起源とその忘却 160
インターネットの「起源」/利用者の歴史という視点/起源と歴史の忘れ方/インターネットは「怪物」だった
- 2 インターネットを飼い馴らす 165
インターネットのマスメディア化/背景にあった「不安」/インターネットはどこで飼い馴らされたか/ラジオの歴史とインターネット
- 3 ネットの変容, ユーザーの変容 171
ネットの別の可能性/ Web 2.0 /新たなユーザーのイメージ/放電コミュニケーション
- 4 「長い誕生日」へ向けて 177
メディアとユーザーの生まれ方

遊び方の再発見

◎ 木島由晶 ◎

- 1 ゲームの歴史を考えるために 182
遊び方をふり返る/研究室から街へ/街から自宅へ/通過点としてのファミコン
- 2 遊びの継承 186
アーケードの遊び/ PC の遊び/ファミコンの遊び/遊びの基本軸
- 3 遊び方の変質 191
「うまさ」から「強さ」へ/「攻略」から「しぼり」へ/「裏技」から「物語」へ/遊び心の喪失
- 4 遊びをクリエイトするために 196
技術と社会の相互作用/ゲーム体験の日常化/日常化がもたらしたもの/遊び心の復権

第 III 部 未来編

第 10 章 メディアコミュニケーションの未来 205

ケータイを味方にするために

◎辻 泉◎

- 1 メディアコミュニケーションの現在——ケータイを中心に 206
デジタルメディアを敵にするのか味方にするのか／ケータイを味方にするために／21世紀型メディア対策の必要性／未来像を検討しよう
- 2 パーソナルコミュニケーションの悲観的展望 …………… 210
「衰退説」と「促進説」／ケータイコミュニケーションへの「引きこもり」／「メル友を持ったニホンザル」／なぜ悲観的展望が目立つのか／「自由市場化」時代の到来
- 3 欠乏するパーソナルコミュニケーション対策 …………… 214
パーソナルコミュニケーション対策の問題点／技術革新と経済効果に偏る『情報通信白書』／民間・個人レベルの過剰に悲観的な防衛策
- 4 メディアコミュニケーションの現実的展望 …………… 220
——ケータイを味方に
パーソナルコミュニケーションの未来へ／「中範囲・トライアンドエラー型」の対策へ／「ケータイあるある共同体」／あくまで道具としてのケータイ（デジタルメディア）

第 11 章 メディア文化の未来 227

身体へ波及するデジタルなモード

◎南田勝也◎

- 1 iPod と音楽消費 …………… 228
指針の喪失／音楽の個人化／あなたのお好みを
- 2 データベース消費と動物化 …………… 232
物語消費／データベース消費／萌え要素と動物化
- 3 ロックフェスの聴衆 …………… 238

座席のない空間／複数の出演者／同時進行するステージ／音を体感すること／物語からの解放、断片の快楽へ

4 エゴキャスティング・スタイル	245
快適さは個々人のもとに／データベース消費の時代に	

第12章 メディア社会の未来 251

あなたはメディアを味方にできるか

富田英典

1 デジタルメディア社会	252
デジタルの社会的意味／デジタル感覚	
2 リアルとバーチャルが融合する「複合現実社会」	255
バーチャルリアリティから複合現実感へ／リアルに重なるバーチャル／2つのバーチャルリアリティ／光学迷彩／社会的迷彩	
3 リアルタイム社会	263
「死の予告電話」(空間軸のゆがみ)／「このメールが届くまで8年と7ヵ月」(時間軸のゆがみ)／リアルタイム社会	
4 「暗殺実行中」	267

あとがき	271
引用・参照文献一覧	273
事項索引	283
人名索引	288

第2章

ケータイの現在

アドレス帳としてのケータイ

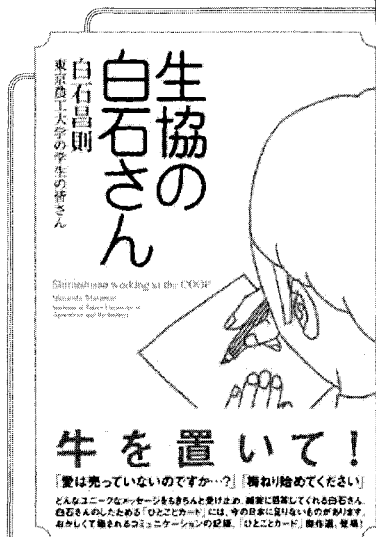
〈生協の白石さんと会話力〉

『生協の白石さん』（講談社）というベストセラーがある。白石さんは大学生協職員。「ひとことカード」には、何とも多様な要望や感想が寄せられる。この本の魅力は、それらに対するユーモアたっぷりな回答だ。

たとえば「Q. 単位をおとしまくってます。助けて下さい」という質問には「A. 心中お察し申し上げます。しかしながら、当生協にそのような落し物の届け出はないようです。」といった具合だ（白石、2005）。

その絶妙の会話力は、自身の就職活動でも役立ったというが、寮生活をともにした友人関係によっておもに培われたものだという。「大学の寮には色々な人がいて、自分が第一印象で苦手と思った人でも避けられない仕組みになっています。生活をともにすることで第一印象だけでは見えなかったよさが見えるようになりました。その結果、視野が広がりました」（『AERA』2006年2月27日号より）。

彼が学生生活を送ったのは1990年代の前半、ケータイが本格的に普及する前だ。いまや寮やサークルといった組織や団体に所属する学生も少なくなったといわれるが、若者たちの友人関係には、白石さんの頃とどのような違いがあるだろうか。そしてケータイはどのように関係しているだろうか。



Ⅱ ケータイとは何か

● ケータイは、敵か味方か

ケータイは、私たちにとって敵だろうか、それとも味方だろうか。あえて考えてみてほしい。このメディアは、私たちを幸せにするものだろうか、それとも不幸にするものだろうか。

日本全国の12歳以上の男女を対象に、2005年におこなわれた『ワールド・インターネット・プロジェクト』調査によれば、世帯あたりのケータイ保有率は全体で87.7%にも達している（通信総合研究所、2005）。これほど急速に、それも多く世代に普及したメディアも少ないが、とくに割合が高いのは20代以下の若者である。

2002年に青少年研究会が、東京都杉並区と兵庫県神戸市灘区・東灘区の16～29歳の若者を対象におこなった調査においても、87.8%の若者が保有していた。ほぼ同じ地域・対象者でおこなわれた1992年の調査では、自分専用の電話を使用していたものは35.3%であったから、その変化の大きさ、速さには驚かされる。

急速に普及したこのメディアは、代表的なマルチメディアでもある。電話、メール、カメラ、メモ帳、辞書……その小さな筐体きょうたいの中には、たくさんの機能が詰まっている。よって、それがもたらす変化は、なかなか予測しにくい。しかも、変化が大きいだけでなく多岐にわたるため、論ずべきことが多い。

そこで本章では、身近で重要な論点に絞る。それは人間関係というパーソナルコミュニケーションであり、その中でも友人関係に注目する。若者の友人関係にとって、ケータイは、はたして敵／味方のどちらだろうか。

📱 ケータイと人間関係

ケータイがパーソナルコミュニケーションにもたらす影響について、2つの対立する主張がよくなされる。1つは、メディアの普及によって直接的・対面的な接触が苦手になり、人間関係が衰退するとする「衰退説」と、もう1つは、むしろ新しいメディアによって既存の人間関係におけるコミュニケーションが促進されるとする「促進説」だ。

昨今は、「若者バッシング」（浅野編, 2006）という風潮もあって、「衰退説」が目立つ。たとえば、次のような主張はその典型である。

ケータイもネットも現実の人間とのコミュニケーション手段ではあっても、電子機器が媒体だ。対人関係のコミュニケーションをそればかりに頼っていると、結局仮想現実の世界の感覚が優位になってしまう。
(柳田, 2005: 18)

こうした意見を聞くと、ケータイは敵でしかないように思われてくる。しかし、実際にケータイを利用する若者たちが感じていることは、やや異なるようだ。2001年のモバイルコミュニケーション研究会調査（日本全国の12歳以上の男女が対象）によると、20代以下の若者の過半数は、ケータイを使うことで「親しい人との関係がより深まった」（57.5%）と感じている。さらに、「ふだんあまり会えない友人とも簡単に連絡を取れるようになった」（71.1%）と感じる人はもっと多かった。これはケータイというメディアが「いつでも連絡できるという安心感」（79.5%）をもたらしてくれるからだろう。こうした彼らの実感からすると、ケータイは若者の味方であり、「促進説」が支持されるようにも思えてくる。

だが彼らも手放しで喜んでいるばかりではないようだ。人間関係の「衰退」とはやや違った形の、敵になりかねない心配や不安

も、調査結果から読みとれる。たとえば、ケータイはもはや「忘れて外出すると不安で仕方がない」(63.8%)ほど手放せないメディアであり、少なからぬ人が「束縛されるようになった」(35.2%)と感じている。これは、むしろ人間関係が「促進」されるがゆえに生じる問題点といえよう。

さて、ここで必要なのは、さらに徹底した実態の掘り下げだろう。紹介した調査結果は興味深い、あくまで本人が「主観的に感じたことである。よって、さらにその「客観的」な実態を把握する必要があるだろう。

2 味方としてのケータイ

アドレス帳としてのケータイ

では、味方になりそうな側面から検討しよう。2002年の青少年研究会調査によれば、若者たちのパーソナルコミュニケーションにおいては、ケータイのさまざまな機能が使われていた。興味深いのは、通話機能以上にメール機能が使われているということである。ケータイをもつ若者における利用率は、通話機能は88.3%だがメール機能は91.5%であった。メールがよく使われる理由としては、利用料金が安いことや、相手の状態に気兼ねせずに送りやすいことなどが挙げられよう(橋元, 2003)。

しかし本章で注目したいのは、さらにもう1つの機能である。それは、アドレス帳機能である。利用率は94.7%にも達し、ケータイをもつ若者のほとんどが使っている機能である。

かつて、紙でできた本来のアドレス帳をもっていたのは、ビジネスマンなど一部の人であった。しかしケータイの普及は、ほぼすべての若者にアドレス帳を携帯する時代を到来させたのである。

このことは若者のパーソナルコミュニケーションに、少なからぬ変化を招いたようだ。とくに、「出会い」と「別れ」の場面に關係しているようなのだが、まず「出会い」の変化について検討しよう。

●友人関係の形成過程とアドレス帳機能

2002年青少年研究会調査では、友人関係の形成に役立ったメディアが何かを尋ねているが、一番多かったのはケータイであった(50.2%)。では、ケータイが友人関係の形成に役立つとは、どのようなことだろうか。

じつはここでなくてはならないのが、アドレス帳機能である。それが重要なのは、新たに友だちをつくる時のプロセスに關係しているからである。

ケータイ登場以前と現在とでは、友だちをつくる過程が異なっている。端的に言って、かつては親しくなってから連絡先を交換していたのが、いまでは逆に、親しくなるために連絡先の交換をするのだ。

交換する連絡先も、以前とは変化している。かつて連絡先といえば、固定電話の番号もしくは住所といったプライバシーの度合いの高い情報であった。しかしいま、連絡先といえばケータイの

★アドレス帳

本章では、ケータイのアドレス帳から友人関係を分析するが、こうした調査には前史がある。古くは、葬式の香典帳をもとに村落の内部構造を分析した調査があるというが、近年では、中高年を対象に年賀状をもとにしておこなわれた調査もある(森岡編, 2000)。

都市化、情報化という社会の変化にともない、友人関係を分析するためのメディアも変化してきた。次は、どんなメディアに注目することになるのだろうか。

メールアドレスや電話番号のことであり、これらは会社員にとっての名刺のように、初対面でも交換しやすい情報となっている。

だが、ケータイの番号は11桁もあるし、さらにメールアドレスは複雑で、なかなか覚えきれものではない。そこでアドレス帳機能である。一度登録してさえおけば、ボタンを押すだけで、いつでもどこにいても連絡をとることができるようになる。また数百件以上の、自分では把握しきれないほど多くの件数を登録することもできるし、登録しきれなくなったら、SDカードなどの記憶媒体に保存することもできる。

大学構内でも、とくに新年度のはじまりなどは連絡先を交換する学生たちで賑わう。必死なのは新入生たちだ。地方からでてきて1人暮らし、まだ友人が1人もいない場合など、一所懸命に友人を探し回る。とくに新入生歓迎イベントや必修科目の授業などでは、連絡先を交換する光景がよく見られる。

「同じ学部学科？　じゃあメルアド交換しない？」「同じ授業とってる？　じゃあメルアド交換しようよ」といった具合だ。まだ顔と名前が一致しなくても、とりあえず登録しておく。そしてその中から、新しい友人をみつけだすのである。

かつての友人関係の形成過程

たしかにこれは、かつてとずいぶん違った光景である。冒頭で紹介した「生協の白石さん」が大学生だった頃、ケータイはまだ広く普及していなかった。筆者が大学に入学した頃（1995年頃）もそうだったが、当時の一般的なエピソードは、次のようなものだ。

まず多くの大学生はサークルに加入した。筆者も2、3のサークルをかけもちしていた。その中で親しい友人ができてくると、「今度一緒に遊びにいこう」といった話になる。そこでようやく、

「じゃあ何かのときに連絡する必要があるから、電話番号を教えてください」といって固定電話の番号を交換した。

人数は、せいぜい十数人、多くて20～30人程度だった。この段階で、紙でできたアドレス帳に記入したのだが、といていちいち開くのも面倒くさい。そこで、とくに親しい十数人程度の友人については番号を暗記した。これは筆者だけでなく、親しい友人とも一緒に、語呂あわせを作った。たとえば下4桁が「3620」なら「サブロー・ハタチ」といった具合だ。いくつかの傑作はいまでも印象に残っている。だが、卒業して引っ越すとき、アドレス帳を紛失してしまい、当時の友人たちの多くとは連絡がとれなくなってしまった。

● たくさんの友人を覚えてくれるケータイ

現在、若者の多くは親しい友人であっても、ケータイ番号を暗記していないようだ。というのも、覚え切れないほどに登録件数が多いからであろう。2005年に松山大学社会調査室が、東京都杉並区と愛媛県松山市の20歳の若者を対象におこなった調査でも、友人のケータイ番号を暗記しているかどうかについて、「あてはまる+まああてはまる」と答えた若者は、わずか7.7%であった（松山大学社会調査室、2005）。

さらに、筆者が2004年に愛媛県松山市の若者を対象におこなった事例調査から、興味深いエピソードを紹介しよう。表2-1は、アドレス帳機能の登録件数がとくに多かった高校2年生の事例である。この事例調査では、アドレス帳機能に登録された連絡先をすべて書き出してもらい、その件数や、相手との関係について分析した。表の見方から説明すると、左端に「グループ」とあるのは、それぞれの連絡先をグループ分けした際の名称である。「2

グループ	1. 性別		2. 年齢		3. 程度		4. 申し込み			5. 届いた場所(住所)					
	男	女	上	下	多	中	少	A	B	C	クラブ	学校	中学	小学	その他
合計	263	243	70	390	87	125	290	236	164	98	16	100	358	22	18
(グループ名なし)	3	1	2	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
バスケット部	26	13	0	26	0	5	7	14	25	0	1	0	0	26	0
サッカー部	8	0	0	8	0	6	1	1	6	1	1	0	0	8	0
中学女	17	0	0	17	0	3	4	10	6	11	0	0	2	17	9
中学男	23	23	0	23	0	7	12	4	12	9	2	0	0	21	11
バスケット先輩	43	18	43	0	0	0	0	43	32	6	5	0	0	43	0
バスケット後輩	37	16	21	0	0	37	0	0	29	6	2	0	0	37	0
先生	15	10	1	11	0	0	0	15	7	2	2	0	0	0	0
2-1男	18	18	0	18	0	11	3	4	15	1	2	0	0	18	0
2-3女	16	0	16	0	16	0	6	5	11	3	2	0	0	16	0
2-3男	13	13	0	13	0	5	5	3	7	4	2	0	0	8	1
2組	28	12	7	28	0	3	2	23	5	8	15	0	0	28	0
3組	13	6	7	0	13	0	1	4	8	1	7	5	0	13	0
4組	17	6	11	0	17	0	1	7	9	3	9	5	0	17	0
5組	20	9	11	0	20	0	3	7	10	6	7	7	0	20	0
6組	21	8	13	0	21	0	3	4	14	4	4	13	0	21	0
7組	18	7	11	0	18	0	2	10	6	5	7	6	0	18	0
8組	20	5	15	0	20	0	1	11	8	7	7	6	0	20	0
9組	17	5	12	0	17	0	6	9	2	5	12	0	0	17	0
ハイレ	18	0	18	4	14	0	4	9	5	8	6	4	0	18	0
1-6	32	15	17	0	32	0	8	9	15	20	10	2	0	32	0
(※高学年)男	23	23	0	6	16	1	1	21	4	6	12	0	23	0	0
(※高学年)女	9	0	9	1	8	0	0	1	8	1	7	1	0	9	0
一般①	25	12	13	2	23	0	7	7	11	8	14	3	0	10	1
一般②	7	7	0	1	6	0	1	2	4	2	5	0	0	7	0
2-3	16	3	12	0	16	0	3	5	7	4	12	0	16	16	0
合計	503	246	243	70	390	39	87	125	290	236	164	98	16	100	358

表 2-1 アドレス帳の登録内容例 (高校2年生・女性・運動部加入・恋人あり)

(注) 各項目ごとの件数、和が「合計」に満たない場合は、登録された連絡先によって「わからない・不明」であることがあるため。

組]や「2-3」とあるのは、それぞれ高校や中学のクラスである。そして、それぞれのグループごとに、登録件数や、「1. 性別」「2. 年齢」「3. (コミュニケーションの) 頻度」「4. 親しさ」「5. 一緒だった場所 (複数回答)」といった項目の内訳を示してある。

ここで目を引くのは、その件数の多さだろう。全体の合計で503件にも達している。2002年青少年研究会の調査でも、平均登録件数は93.8件であったから、いかに多いかがわかる。だが、ケータイの機能としては1000件程度の登録が可能なものもあり、もっと多い若者がいても不思議ではないかもしれない。

さらに関心を引くのは、はたしてどこまでが友人なのか、ということだろう。しかし調査中に、「この登録件数は多すぎませんか」とこの高校生に尋ねたところ、返ってきたのは次のような回答だった。「えっ、でもみーんな友だちですよ」と。結果を読み解いていくと、どうやら友人概念が拡大している可能性があるようだ。

この点について、表中の「4. 親しさ」をみよう。3段階の分類で、「A = とても親しい友人 (親友)」236人、「B = 仲のよい友人」164人、「C = 知り合い程度」98人となっている。「A」や「B」の多さも目を引くが、ここで重要なのは、彼女が「C」まで含めて「友だち」と思っているということだ。つまり、連絡先を交換した相手は「知り合い程度」も友人に含むようなのである。

もっと驚くべきは、この登録件数が、じつは大幅に整理・消去されたうえでのものだという事だ。この高校生がケータイをもちはじめたのは小学5年生のとき、バスケットボールの練習で遅くなるため、親との連絡用を買ってもらったものだという。当初はアドレス帳もほとんど使っていなかったが、中学2年頃から徐々に連絡先の交換がはじまった。中学3年の7月に現在の居住

地に転居するが、この頃からさかんにアドレス帳機能を使いはじめた。小学校時代に転校を多く経験していることもあって、友人の連絡先をきちんと把握しておく傾向があり、自分のクラスや部活だけでなく、同学年のほとんどの相手の連絡先を登録していった。だが、たちまちに登録件数が増えたため、やがてグループに分けはじめた。「2組」や「3組」「バスケ部」といったグループはこの頃のものだという。

しかし、高校に進学すると、中には疎遠になる相手もいるため、ある機会に整理・消去し現在の件数に至った。したがって、件数はこれでも少なくなったほうであり、整理する前は、さらに100件～200件は多かったが、正確にはよく覚えていないという。

●友人を増やすケータイ

このように、友人関係のはじまり、形成過程は大きく変化した。それも、日ごろあまり意識されていないようなアドレス帳機能が大きな意味をもっているらしい。また友人概念の拡大も示唆された。さらに表2-1を読み解くと、友人が増加する可能性も示唆される。

「3. (コミュニケーションの) 頻度」に注目しよう。この場合、直接の会話もケータイを介したものもすべて含むが、「多=1週間に3~4回以上」が87人、「中=1週間に1回以上」が125人、「少=1週間に1回未満」が290人と、じつに多くの友人と頻繁にコミュニケーションしていることがわかる。

さらに、これをグループごとにみると興味深い。「1-6」や「2-3」といった同じ高校の友人たちに「頻度」が高いものがあるのは当然かもしれないが、しかし「2-1男」「9組」をはじめとして、中学時代の友人でも「頻度」の高いものが多くなっている。

とくに「2-1男」は、転校前の中学のクラスであり、以前なら疎遠になるはずのところ、ケータイによってコミュニケーションがしやすくなったという。これは、アドレス帳機能の保存性によるところも大きいであろう。

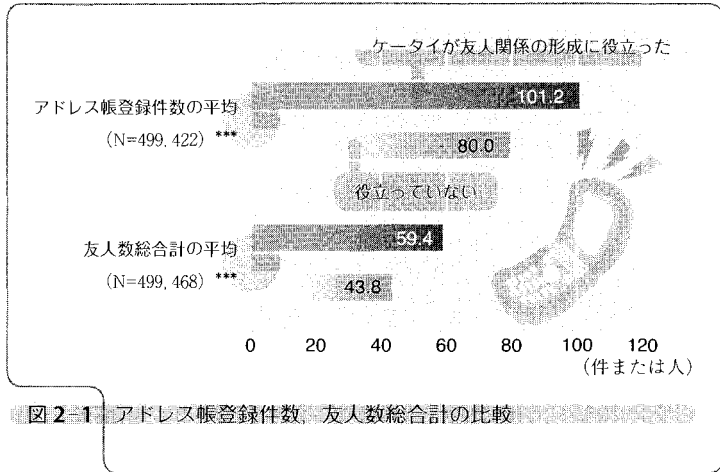
このように、いまの友人も昔の友人も、同時につきあいやすくなったことは、友人が増加する（より正確に言えば、減少しにくい）可能性を示唆しよう。もちろん、いま述べたことは事例からの解釈にすぎない。しかし質問紙調査からも、さらに興味深いエピソードや結果が得られている。

たとえば青少年研究会では、先に紹介した2002年の調査をおこなう前、2000年に首都圏の大学生を対象とした予備調査をおこなっている。そこでは、「友人の人数」について自由に回答してもらった項目において、興味深い傾向がみられた。すなわち、かつてであれば「13人」や「25人」といった具体的な数字が記入されやすかったのが、「50人」「100人」といったキリのよい、それも大きな数字が多々記入されていたのである（青少年研究会、2001）。おそらくこれは、ケータイのアドレス帳の登録件数をもとにして、回答したのではないだろうか。

そこで2002年調査では、先に記したようにケータイが友人関係の形成にどれだけ役立っているのかを調べたうえで、役立った若者とそうでない若者とで、友人の人数やアドレス帳の登録件数に差があるのかを調べた。図2-1はその結果である。

図2-1からわかるのは、ケータイが友人関係の形成に役立った若者のほうが、アドレス帳の登録件数が多いということだ。平均で約100件に対して80件と、20件近い差がある。それを反映してか、同様に、友人の人数でも役立った若者のほうが多い。約60人に対して約40人とこれまた差が開いている（なお、アドレ





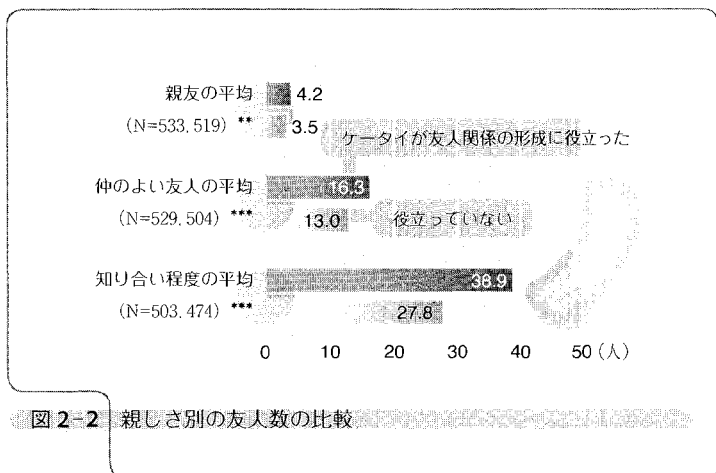
ス帳の登録件数のほうが友人の人数よりも多いのは、おそらく自宅の番号や店舗の番号など、その他の連絡先が登録されているためであろう。

たしかに、この調査結果や先のエピソードは、あくまで1時点のものであり、変化を「断定」することまではできない。だが、ケータイを友人関係の形成に役立てることで、その人数が増える「可能性」が示唆されているのではないだろうか。

3 敵としてのケータイ

● どんな友人が増えるのか——友人概念拡大の可能性

さて人数が増えるとしたら、それはどんな種類の友人だろうか。先の表 2-1 では「親友（とても親しい友人）、仲のよい友人、知り合い程度」の3段階に分けた。そこで、2002年の青少年研究会調査でも、この3段階のそれぞれの人数について、ケータイが友



人関係の形成に役立った若者とそうでないものとで比較した。その結果が次の図 2-2 である。

図 2-2 からは、どの段階の友人についても、ケータイが役立った若者のほうが多いことがわかる。しかしとくに差が開いているのは「知り合い程度」の人数である。たとえば、「親友」については、いずれも約 4 人と差が目立たないが、「知り合い程度」については、約 40 人に対して 30 人弱と、10 人以上の差が開いている。

この結果は、先に紹介した友人関係の形成過程と、一致しているのではないだろうか。すなわち、「知り合い程度」の相手とできるだけ多く連絡先を交換し、その中から「仲のよい友人」や「親友」を探しだすという過程である。よって、ケータイが役立つということは、それだけさかんに連絡先を交換していることが想定され、当然、「知り合い程度」の人数も多くなるのだと考えられよう。

●友人との別れ方の変化

次に、ケータイが敵となる可能性を掘り下げよう。これは、友人関係の別れ方の変化として現れる。登録した連絡先は、比較的ささいとも思えるようなきっかけで、次々に消去されていくのである。

若者たちは、「切る」もしくは「消す」といった言葉でいい表すが、すなわちこれは、その相手と別れること、いわば絶交を意味する。たとえば、先の表2-1では、「知り合い程度」の人数が「とても親しい友人（親友）」と比べてその半分以下となっていた。すでに記したように、これは100~200人といった相手を「切」った結果なのである。現在の大学生なら2~3年生の頃から、少しずつ「切り」はじめるようだ。

具体的には、メールアドレスを変更した場合などに「切る」ことが多いという。たとえば、ケータイの機種変更である。会社を切り替えると、メールアドレスが変わってしまう。あるいは迷惑メール対策としてわざとメールアドレスを変える場合もある。

これらの場合、登録された相手にメールアドレスの変更を知らせることになるのだが、この段階で「送る必要もないほど疎遠になった相手」がいることに気づく。さらに、相手がすでにメールアドレスを変更していても、教えてもらっていなかったために、メールが戻ってきてしまう場合もある（いわば、相手に先に「切」られていた場合だ）。いずれにせよ、こうした場合に「切る」わけである。さながら、「メールアドレスの切れ目が縁の切れ目」といった感じだが、ときには「切る」こと自体を目的にメールアドレスを変えることすらあるという。

このように、ケータイは友人との「出会い」だけでなく「別れ」にも役立つ。これを社会学者の辻大介は「オン-オフの容易な関

係」とよぶが(辻,1999),いわば友人との「出会い」と「別れ」が、「(連絡先の)交換・登録」と「切る・消す」になったのだ。

かつてならば、「別れる」以上は、何らかの手段でそれを伝える必要があった。かといって、直接伝えるのは気がひけるし、それとなく気づいてもらうにしても相手が鈍感では伝わらない。それらと比べて、「切る」ことは、確実な方法といえよう。自分のケータイから消去されるだけでなく、直接言わずとも、いずれは相手に伝わるからである(先のように、メールアドレスの変更時には発覚する)。何よりも最大の特徴は、簡単なことであり、せいぜい2、3回ボタンを押すだけですむのである。

このように簡単に「切る」ことができるのは、先に示唆した、友人概念拡大の裏返しとして理解できるだろう。「知り合い程度」をも含むようになった友人関係は、そうでない人間関係との「敷居」が下がり、それを始めるのも終わるのも簡単になったのである。

さて、こうした変化は手放して喜んでいいことだろうか。たしかに、どうしても気の合わない相手はいるだろう。それが簡単に「切」れるなら、ケータイは何とも心強い味方かもしれない。しかし、勢いあまって「切」り過ぎるようなことはないだろうか。はたして、それでもケータイは味方だと言い切れるだろうか。

●引き算の関係

こうした特徴をふまえ、筆者は現在の若者の友人関係を「引き算の関係」とよんでいる。比べれば、かつては逆であった。寮やサークルや部活といった組織や集団に所属する中で友人を形成したわけであり、徐々に増えていく関係だから、むしろ「足し算の関係」であった。

「足し算の関係」から「引き算の関係」への移行で起こるのは、いったいどのような変化だろうか。この点についても、分析結果を示しておきたい。結論からいえば「引き算の関係」は、人数の増加だけでなく、同質化を招く可能性がある。つまり友人が似たもの同士ばかりになってしまいかねないということだ。別な言い方をすれば、友人の数は増えるが、種類が減るということである。そうだとしたら、若者たちの社会化過程が変化する可能性もある。

では友人の種類とは何か。社会心理学者の松井豊は、若者が友人に対して感じる意味内容を、大きく3種類に整理している。すなわち①好感・親密感、②尊敬・肯定的評価、③競争意識・劣等感である(松井、1990、1996)。いわば、①気の合う仲よしタイプと、②尊敬できる「スゴイ」タイプと、③実力の伯仲したライバルタイプ、といった分類である。たしかに人によっては、これらが複数重なる場合もある。しかし、「引き算の関係」によって同質化が進むと、これが①好感・親密感に偏る可能性がある。

それは、どのような相手を「切る」のかを尋ねるとわかる。多くは「気の合わない人」、はっきりといえば「嫌いな人」である。先の3タイプでいえば、③ときには②が該当しよう。

ここでふたたび青少年研調査の結果を紹介しよう。図2-3は、「親友」に対して感じる意味内容について、先の3タイプそれぞれを表す2項目、合計6項目を、ケータイが形成に役立ったもの

★社会化

個々人がさまざまな他者との関係をとoshi、自己という存在に気づきながら、その社会のルールを身につけること。人間は、肉体の成長・変化だけでなく、つねに社会的な存在でなければならないが、このことは死ぬまで変わらない。社会化過程において他者との関係はきわめて大きな意味をもつが、それは若者だけではない。人間は一生、他者との関係の中で社会化されつつ生きる存在なのだ。

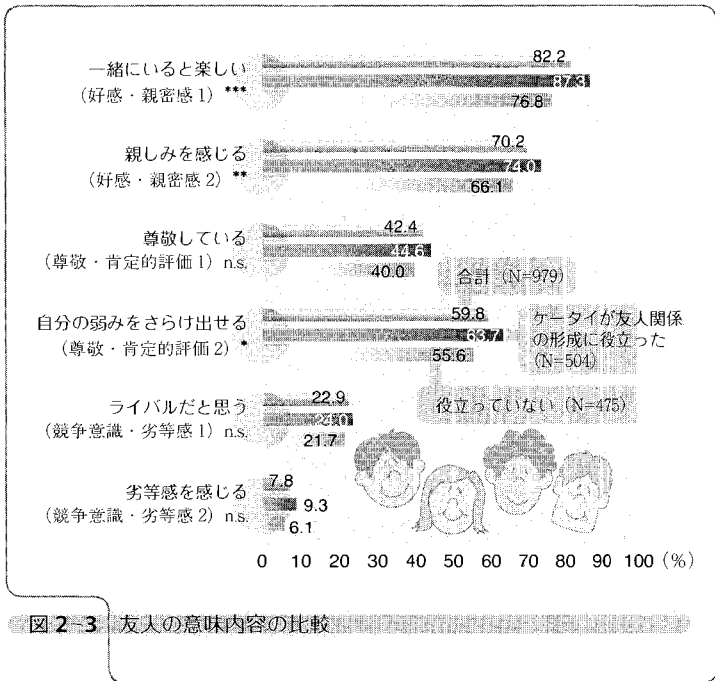


図 2-3 友人の意味内容の比較

とそうでないものとの比較である。

全体の傾向からみると、①好感・親密感に関する項目（「一緒にいると楽しい」「親しみを感じる」）がとくに高いが、さらにこれらの項目は、ケータイが役立った若者のほうが高い。すなわち「一緒にいると楽しい」では87.3%に対して76.8%、「親しみを感じる」では74.0%に対して66.1%となっている。このほか、②尊敬・肯定的評価にあたる「自分の弱みをさらけ出せる」でもケータイが役立った若者のほうが割合が高いが、他の項目では有意な差がみられなかった。

さらに別の調査結果を紹介しよう。2005年松山大学社会調査

室の調査によれば、アドレス帳機能に登録された友人の連絡先について、整理を「よくする+たまにする」と答えた若者は58.5%と半数以上に達した(松山大学社会調査室, 2005)。さらにケータイが形成に役立ったものとそうでないものとを比べると、61.9%に対して51.9%と、10%ほど役立ったもののほうが高かった(ただし、10%水準で有意)。ここでいう整理とは、基本的には「消す」「切る」ということであることが事例調査からもわかっており、多くの若者の友人関係が「引き算の関係」となっている様子がうかがえよう。

よって、全体的な傾向としては、このままケータイの利用が定着して「引き算の関係」が進めば、友人関係が(①好感・親密感に)同質化する可能性があるのではないだろうか。

● 友人関係の同質化問題

さて、友人関係が同質化するとしたら何が問題なのだろうか。先の調査結果をもとにすれば、現状の友人関係は「一緒にいると楽しい」友人と「親しみを感じ」ながら「自分の弱みをさらけ出せる」ような関係である。そのこと自体には何の問題もないように思える。しかし、友人関係がそれだけに特化していくとしたらどうだろう。具体的には「劣等感を感じ」たり「ライバルだと思う」ような友人が「切」られていくのだとしたらどうだろうか。

ここでふたたび、冒頭の「生協の白石さん」の例に戻ろう。彼が学生時代に経験した友人関係は、じつに異質性が高く、そこからおおいに視野が広げられたのだという。それと比べると同質化した「引き算の関係」は、たしかに居心地はよいかもしれない。人数も増えるとしたらなおさらだろう。だが、その一方で、はたして視野は広がるだろうか。むしろ似たものばかりの中で、「純

粹培養」になってしまわないだろうか。

こうした変化が起こりうるとしたら、ケータイが敵になる点だとはいえないだろうか。

4 ケータイの2つの顔

● 「2つの二面性」——ケータイの敵／味方、オモテ／ウラ

最後に、バランスよく考えを深めるための方法を記しておきたい。その方法とは、物事の二面性を理解することである。「敵か味方か」をあえて考えてみるというのもその例である。しかし、物事にはもう1つの二面性がある。それは「オモテとウラ」だ。これら2つの二面性に、本章の内容をあてはめたのが、図2-4である。

本章の最初に、ケータイを利用する若者たちが感じていることを紹介した。パーソナルコミュニケーションは衰退するどころか、むしろ「いつでもどこでもつながる（常時接続性）」ことで、促進されているように思われた。しかしそのことは同時に「いつでもどこでもつかまる（常時拘束性）」ことももたらしていた（加藤，2001）。こうした点は、利用者自身も気づいているので、それぞれ「オモテ」の「味方」と「敵」の点であったといえよう（図の上半分）。

一方で、あまり気づかれないうちに、起こりうる変化もあった（じつはそれは、背景となる社会全体の変化をケータイが増幅させているような変化なのだが、さらなる詳細は第10章を読んでほしい）。

事例調査のエピソードなどから解釈したが、友人関係の形成にはケータイが役立っていた。とくに、そのはじまりが簡単になり、具体的には、初対面でもメールアドレスや番号を交換することか

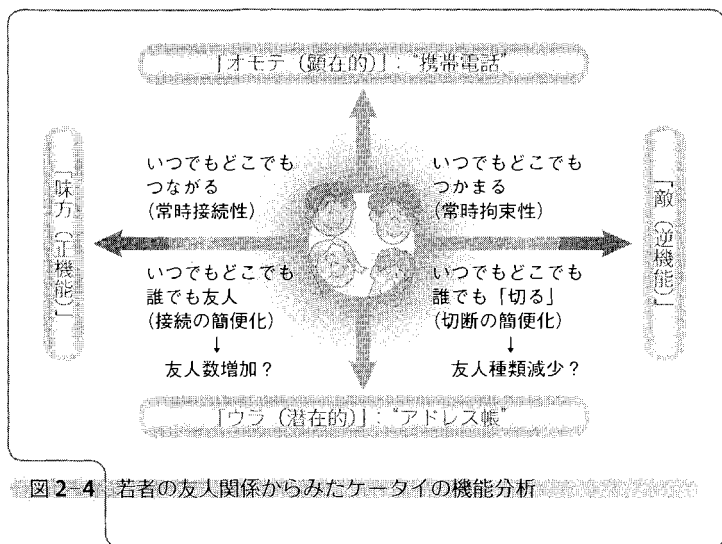


図2-4 若者の友人関係からみたケータイの機能分析

ら友人関係が形成されていた。

さらにアドレス帳機能の保存性によってもたらされる変化もあり、友人概念の拡大（「知り合い程度」も友人）が示唆された。いわば「いつでもどこでも誰でも友人（接続の簡便化）」とでもよびうる変化があった。そのことをとおして、友人の人数が（しばしば正確に覚えきれないほどに）増加する可能性も示唆された。これ

★ソーシャル・キャピタル（社会関係資本）

近年、人間関係が財産（＝資本）であるという考え方が急速に広まりつつある。金銭的な資本に対し「社会関係資本（social capital）」とよばれ、どのような人間関係が役立つかという点について、実証的な検討が重ねられつつある。もはや古典だが、代表的な研究としてM. S. グラノヴェッターの『転戦』（Granovetter, 1995＝1998）があり、さまざまな種類の「知り合い程度」の友人が多いほうが、情報が広く集まり仕事探しには有利であることが検証された。

らは、味方の点に思えよう。

しかし友人関係は、はじまりだけでなく、終わりまで簡単になっていた。すなわち直接相手にその意思を伝えずとも、アドレス帳から消去（「切る」）するだけでよくなった。このように終わり方が簡単になることは、友人関係のあり方が「足し算」から「引き算」になることであった。そして「引き算」の関係は、むしろ友人関係の同質化を招き、結果として多様な友人関係や視野を広げるチャンスを少なくする可能性が示唆された。これらはむしろ、敵の点に思えてくる。

このように、友人関係のはじまりや終わりに関する変化は、なかなか気づかれにくいので、「ウラ」の「味方」と「敵」となる点であったといえよう（図2-4の下半分）。

こうしてケータイというメディアについて、2つの二面性を掛け合わせ、合計で4種類の特徴を把握することができた。じつはこのように整理する方法は、社会学では古くから用いられてきたオーソドックスな分析方法である。その名も「機能分析」(Merton, 1949=1961 など) とよばれるが、他のものに対しても応用が可能なので、ぜひ身につけてほしい方法だ。

注意してほしいのは、ここでいう「機能」とは、アドレス帳“機能”の“機能”とは違うということだ。後者は機械のしくみであるが、前者は、いわば物事の他の物事に対するはたらきや影響を捉えようとする概念なのである。

正式には、「敵／味方」については「逆機能／正機能」, 「オモテ／ウラ」については「顕在的機能／潜在的機能」とよぶ。たとえば、友人関係が同質化する可能性は、ケータイの「潜在的逆機能」によるものである。

とくに「機能分析」が効果を発揮するのは、こうした「潜在的

機能」を把握するときである。すなわちそれは、「変化のブラックボックス化」に逆らおうとすること、みえにくくなりつつある物事のはたらきや影響を、明るみに出そうとすることである。

なお「機能分析」をするときのコツも2つある。記して本章を終えよう。

まず第1に、何を何のために分析するのかをしっかり決めておくこと。本章においては、“ケータイ”というメディアの、“若者のパーソナルコミュニケーション”に対する「機能」を分析した。何に対する「機能」を分析するのか、はつきりさせておかないと、「逆機能／正機能」は把握しにくく、まったく違った結果にもなりうる。たとえば、若者にとっては「味方」でも、大人にとっては「敵」となる「機能」もありえる。「敵／味方」という考え方はあくまで相対的なものなのだ。

第2に、だからこそ大事なのは、それぞれの「機能」を徹底的に掘り下げることである。中途半端ではいけない。バランスよく考えるということは、徹底して複数の可能性を追求することなのである。このことを忘れないでほしい。

セミナー

1. あなた自身のケータイのアドレス帳機能をもとに、表2-1のような表を作成し、その特徴をまとめてみよう。さらに、なるべく自分とは違うタイプの人を選び出し、同様の調査をしてみよう。そのうえで、自分とどこが同じ／違うか、まとめてみよう（詳しいやり方が知りたい場合は、辻〔2003〕を参照のこと）。
2. 「引き算の関係」について、本章ではやや否定的にとりあげたが、あなた自身の考えは肯定／否定のどちらだろうか。いずれかを選ん

だうえで3つ以上、その理由を挙げてみよう。さらに他の人の意見も聞いてみよう。

参考文献

岡田朋之・松田美佐編『ケータイ学入門——メディア・コミュニケーションから読み解く現代社会』有斐閣、2002。

日本初の本格的ケータイ研究書。社会学的に幅広い角度から検討している。ケータイを考えるために必読の1冊。

J. E. カッツ = M. A. オークス編『絶え間なき交信の時代——ケータイ文化の誕生』富田英典監訳、NTT出版、2003。

世界各国のケータイ事情をまとめている。同じケータイでも、国ごとにこれほど利用実態が異なるのかと驚きをもって読み進められる1冊。

富田英典ほか『ポケベル・ケータイ主義!』ジャストシステム、1997。

もはや懐かしささえ感じるが、ポケベルが若者に人気だった時期があった。「ケータイ普及前夜」を考えるための1冊。

吉見俊哉・若林幹夫・水越伸『メディアとしての電話』弘文堂、1992。

電話というメディアは、そもそもいつ誕生し、個人的な連絡手段となったのか。いまでも新鮮な驚きをもたらす日本初の電話メディア論。

—— 辻 泉

