

ネット・コミュニケーションと「ことば」

2002年1月19日(土) 午後2時～4時
立川市女性総合センター1階・アイムホール

パネリスト：三宅和子(東洋大学助教授)・池田理恵子・
加藤安彦・杉本明子(国立国語研究所員)
司会：植木正裕(国立国語研究所員)
企画・構成：山崎誠・熊谷智子(国立国語研究所員)

「ネット・コミュニケーション」とは、インターネットを利用した新しい形での情報のやりとりのことです。パソコンや携帯電話による電子メールがその代表的な例です。近年のインターネットと携帯電話の普及にともない、わたしたちの社会は、急速にネット・コミュニケーションの時代をむかえようとしています。わたしたちは、この変化をどのようにとらえ、どのように対応してゆけば、便利で豊かな情報化社会を実現できるでしょうか。みなさんといっしょに考えていきたいと思います。

第1部 (2:00～2:50)

- 2:00 開催者あいさつ 甲斐睦朗(国立国語研究所長)
共催者あいさつ 青木久(立川市長)
内容説明 山崎誠(国立国語研究所員)
- 2:10 「新聞記事からみたメディアの変化と意識の変化」
池田理恵子(国立国語研究所員)
「若者のケータイ・メール利用」 三宅和子(東洋大学助教授)
「インターネットを利用したグループ・コミュニケーション」
杉本明子(国立国語研究所員)
「若者はEメールでどのように気をつかうか」 加藤安彦(国立国語研究所員)

休憩 (2:50～3:05)

第2部 (3:05～3:55)

- 3:05 パネリストによる討論
3:35 会場からのQ&A
3:50 まとめ

閉会・事務連絡 (3:55～4:00)

新聞記事からみたメディアの変化と意識の変化

池田理恵子 (国立国語研究所)

■毛筆から年賀メールまで一年賀状作成に利用する筆記具・機器の変化―

- 新聞に掲載された「パイロット (筆記具メーカー) の年賀状調査」
- キャノン販売株式会社の調査 (<http://www.watch.impress.co.jp/pc/docs/2002/0109/canon.htm>)
- (http://www.canon-sales.co.jp/pressrelease/2001-1/pr_nenga.html)
- (http://www.canon-sales.co.jp/pressrelease/2000-01/pr_enquete.html)

○年賀状作成に利用する筆記具・機器の変化

- 1980 年年賀状 (以下同じ) 1.万年筆 35% 2.筆ペン 3.サインペン 毛筆 7%…日ごろ毛筆を使う 0.8%
- 1994 年 1.サインペン 27% 2.筆ペン 23% 3.万年筆 20% 4.ボールペン 19% 5.パソコン・ワープロ 7% 6.毛筆 4%
- 1999 年 1.サインペン 31% 2.ボールペン 24% 3.パソコン・ワープロ 20% 4.筆ペン 13%

○ワープロ・パソコンを利用したいか

- 「あっても利用したいと思わない」 1989 年 51% 1990 年 60% 1991 年 62%
- 「あれば利用したいと思う」 1997 年 はじめて過半数を超える
- 「手作り」のうちデジタル派 1999 年 59% 2000 年 72%

- ・1978 年 ワープロ 1 号機, 東芝 JW10 発売, 630 万円
- ・1985 年 個人向け機種登場, 10 万円前後. 1989 年 をピークに出荷台数減少

○ワープロ・パソコン等の機器を利用する理由

- 1997 年 「オリジナルのデザインが作れる」 42% 「手書きはきたない」 20%
- 2001 年 「好きな画像を使用した年賀状を作りたい」 34%

○機器利用と手書きについての意識

- ・「下手でも心を込めて」「ひとことでも肉筆を添えて」「もらってうれしい手書き」「ワープロ年賀状, 冷たい」「ワープロ年賀状, 便利で楽しい」等 (投書より)
- ・「あて名書き シルバー人材センターに殺到 年賀状, お年寄りの達筆頼み 「字が下手」「本文も…」 企業も家庭も」 (1985.12.20 日経・夕刊 p.13)
- ・宛名を手書き 2001 年 62% 2002 年 51%
- 「せめて宛名くらいは手書きで」「手書きにしないと失礼だと思う」「心がこもっている」等

○年賀メールの利用状況・意向

- ・1996 年 電子メール送信機能を持った年賀状作成ソフト登場
博報堂電脳体「お年玉くじ付き電子年賀状」ホームページ開設
(1997 年の利用 150 万通)
- ・「もらってうれしい」 1999 年 0.6% 2001 年 19% 2002 年 27%
- ・「使用経験あり」 1999 年 12% 2000 年 24% 2001 年 43%
- ・「今後使いたい」 1999 年 37% 2001 年 44%
- ・「「元日メール」控えめに、ドコモが通話規制 「新年おめでとう」発信殺到に備える」
(2001.12.30 朝日・朝刊 p.26)
- ・「面倒だけれどいいな年賀状 毎日メールにはお世話になっているが、正月くらいは古風でいこうかな」
(2002.1.8 朝日・朝刊 p.14 「声」欄 16 歳・高校生)

→毛筆から万年筆, 筆ペン, サインペンへ. ワープロ年賀状が増えてももらってうれしいのは手書き. 近年は電子メールの「年賀状」も. 通信機器の普及, 利用範囲の広がり, メディアの使い分け.

1890年 電話開通, 契約数 197
 1959年 契約数 300 万突破
 1968年 契約数 1,000 万突破.
 ボケットベルサービ
 1969年 押しボタン電話機. 公
 衆電話の市内通話, 3分打切り制

1973年 キャッチホン. 電話
 ファックスサービ
 1975年: 契約数 3,000 万突破
 1979年: 自動車電話サービ

1980年 コードレスホン
 1985年 ショルダーホンサービ
 1987年 携帯電話サービ
 1989年 契約数 5,000 万突破

1991年 携帯電話料金大幅値下げ
 1994年 携帯電話売切り制
 かな表示ボケベル
 1995年 ボケベル売切り制
 PHSサービ
 1996年 ボケベル高校生ブーム
 携帯電話: 文字メッセージ
 1998年 携帯電話の世帯保有率
 50%を超える. ボケベル苦戦

■ 投書にみる意識の変化—電話から携帯電話/ケータイ・メールまで

年	月日	新聞名	朝	夕	欄名	見出し
1964	8/14	産経朝	朝		電話のかけ方を義務教育に	
1964	9/8	産経朝	朝		電話と正字	
1970	6/3	西日本朝	朝		こだま特集	
1973	3/13	毎日朝	朝		読者の広場	長電話 子供に眼度教えず
1976	10/5	読売朝	朝		はぎコーナー	時代遅れ「電話で失礼」
1976	11/14	毎日朝	朝		読者の広場	切られて当然? 手紙ツチホン
1977	10/23	読売朝	朝	5	今週のテーマ	電話の功罪 ストレス解消に活用
1977	10/23	読売朝	朝	5	今週のテーマ	電話の功罪 料金高で手紙に転換
1979	10/3	朝日朝	朝		声	用件は電話心は書信で
1980	9/28	読売朝	朝		氣流	日曜の広場 手紙派? 電話派? 文字に親しむ
1980	9/28	読売朝	朝		氣流	日曜の広場 手紙派? 電話派? 毎週、母の声
1983	10/3	サンデー	朝	5	私の意見	電話より心をこめた便りを
1985	11/4	北海道朝	朝	5	読者の声	「キャッチホン」不快な割り込み
1986	2/8	朝日朝	朝	5	声	いまや手紙は「時代錯誤」か 手紙より電話の時代
1992	4/24	毎日朝	朝	4	みんなの広場	長電話やめて手紙を書こう
1992	10/27	朝日朝	朝	15	声	携帯電話の書これ以上迷惑
1993	3/13	朝日朝	朝	17	声	留守電話に話さぬ人多い
1995	9/14	朝日朝	朝	5	声	町にあふれる電話の無礼さ 携帯電話について
1996	2/19	毎日朝	朝	22	私ほこう思う	子供のボケベル 長電話よりは...
1996	4/12	毎日朝	朝	22	私ほこう思う	子供のボケベル 手紙復権を
1996	5/27	朝日朝	朝	9	きょうのくわん	携帯電話は小聲で使用場所選べ
1996	6/30	朝日朝	朝	6	私もひとこ	全話が面倒? 理解できない ボケットベル人気に対して
1996	6/30	読売朝	朝	21	氣流	日曜の広 手紙 伝える思い不変 電子メールへの媒体の変化
1996	10/1	読売朝	朝	17	氣流	観劇中に「はい、もしもし」 携帯電話使用のマナー
1997	1/22	読売朝	朝	23	家庭とくらし	筆無精の夫も電子メールは別
1997	4/13	毎日朝	朝	27	東京	私はこう 携帯電話などのマナー (上) 場所を十分考えて
1997	6/27	読売朝	朝	23	氣流	お礼は電話より手紙出して
1997	9/27	毎日朝	朝	5	みんなの広場	どうなっている若者の携帯電話 目の前の相手とは会話
1997	12/16	朝日朝	朝	19	家庭	ひととき 夫からの電子メール
1998	1/18	毎日朝	朝	5	みんなの広場	専用電話持ちたいお年寄り増加
1998	4/05	朝日朝	朝	5	声	車内携帯電話私には必要だ 視覚障害者
1998	4/09	朝日朝	朝	5	声	気付けぬ形式は状況に応じて 手紙とEメールの使い分け
1998	7/28	読売朝	朝	14	氣流	手紙の形に 学ぶ姿勢
1998	11/19	朝日朝	朝	5	声	授業中に携帯 学ぶ姿勢

一家に一台
 マナー意識「長電話はよくない」
 「電話はムダななく要領よく」
 「電話で失礼……」
 電報/電話/手紙

電話回線/電話機の個室への普及
 電話利用のマナー
 通話自体が目的の電話利用も
 中・高校生の通話時間・内容
 「老人福祉電話」「いのちの電話」
 電話/手紙

通話自体が目的の電話利用
 小学生の通話時間・内容
 「新電話人類」
 手紙/電話

留守番電話利用
 個人利用
 携帯電話利用のマナー
 使用場面, 声の大きさ, 等々
 携帯電話利用者の拡大
 手紙/電話/ボケベル/携帯電
 話/電子メール(ケータイ・メ
 ール), (公衆電話)
 夫婦・親子間でもメール

年	月	日	新聞名	朝	夕	欄名	見出し
1999	5	05	毎日	朝	4	みんなの広場	Eメール時代 手紙の味も大切に
1999	10	11	朝日	朝	29	家庭	ネット社会の孤独感 目の前の相手との会話なし
1999	11	28	読売	朝	12	気流	電車の中 携帯電話切って
1999	12	01	朝日	朝	5	声	メールが結ぶ息子の会話
2000	1	20	読売	朝	21	私もひとこと	高齢者向け携帯電話 メール機能がついた携帯電話、も っと大きな文字を
2000	2	05	朝日	朝	5	声	友達とつながる携帯電話も 手紙
2000	3	05	毎日	朝	27	輪っ SAY	子供たちの携帯電話 年齢制限を設けるべきだ
2000	5	13	朝日	朝	14	声	相手考えずに書けるメール 直接向かい合って話しをする こと比べ、メールは相手のことを考える必要がない
2000	5	27	朝日	朝	16	声	メールと別にゆっくり手紙
2000	6	14	毎日	朝	4	みんなの広場	危険な歩きながらの携帯電話使用
2000	8	05	毎日	朝	15		子どもが危うい 第3部お金 読者から (下 「携帯」 に揺れる反応 「高校生のは無駄遣い」
2000	8	05	毎日	朝	15		子どもが危うい 第3部お金 読者から (下 「携帯」 に揺れる反応 教材と思いい対処を
2000	9	02	毎日	朝	21		つながってる？ 2000年夏ケータイ事情 読者の反響 單身社任、家族と交信
2000	9	02	毎日	朝	21		つながってる？ 2000年夏ケータイ事情 読者の反響 持たれてるよって 持たぬ
2000	10	05	毎日	朝	4	みんなの広場	「携帯電話禁止」には理由も添えて 病院内での携帯電 話使用禁止
2000	10	28	毎日	朝	5	みんなの広場	メールなら 担任生徒の本音期待
2000	11	28	毎日	朝	5	みんなの広場	固定電話の方が心伝わる気がする
2000	11	28	読売	夕	15		DO!コンボ No. 830 ホンネ掲示板 ケータイ と私 関係希薄に
2000	11	28	読売	夕	15		DO!コンボ No. 830 ホンネ掲示板 ケータイ と私 離せない メールで素直に
2000	12	05	読売	夕	11		DO!コンボ No. 831 携帯 振り回され過ぎ 目の前の相手をよそに携帯電話の相手と話すのは失礼
2000	12	09	読売	朝	25	気流	お礼のメールに心が温まる思い
2001	1	16	読売	夕	11		DO!コンボ No. 835 携帯電話 授業中はやめ て
2001	1	27	毎日	朝	4	みんなの広場	携帯電話対策は禁煙車参考に
2001	1	30	読売	夕	8		DO!コンボ No. 837 ケータイ メールは正確 回答では間違いの元
2001	2	02	毎日	朝	4	みんなの広場	電子メールで人の輪広かった
2001	2	05	毎日	朝	5	みんなの広場	メールだとまだ本音が言える
2001	3	30	読売	朝	13	気流	豊かな時間生む手紙のやり取り 電子メールや携帯電話 の普及で失ったもの
2001	5	22	読売	朝	14	気流	携帯電話の危険じつかり自覚を メールの上に表示 するものだけで何とも知り合っていると思つのは軽率
2001	5	22	読売	朝	14	気流	公衆電話が減り不便感じる日々
2001	7	04	読売	朝	12	気流	携帯電話持たずゆとり生まれ
2001	11	07	毎日	朝	4	みんなの広場	携帯電話か運転、どちらか選べ

携帯電話利用のマナー
携帯電話利用と人間関係
携帯電話の非利用
手紙／電話／携帯電話／メール

1999年 走行中の携帯電話使用禁止
2000年 携帯・PHSの加入数：
固定電話を抜く。総人口の50%
を超える

若者のケータイ・メール利用

三宅 和子 (東洋大学文学部)

1. はじめに

ここでは、次のようなことを話題とし、ともに考えたいと思います。

- ☆若者の携帯電話のメール利用の実体
- ☆若者のコミュニケーションの特徴と変化
- ☆これからの携帯電話の活用法

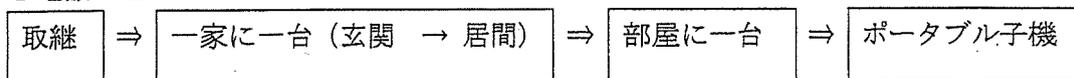
携帯電話はいまや、私たちの生活の一部といっても過言ではありません。NRI 野村総合研究所「野村総合研究所情報通信利用者の動向調査」(2001)の調査によると、生活者の4人に3人が、若者では9割が携帯電話をもっています。

*若者の利用の話なので、彼らにならって、「携帯電話」を「ケータイ」と呼びます

2. 電話→携帯電話→ケータイ

従来の電話の普及過程を考えてみると、携帯電話の特徴がよく分かります。

○電話の進化



電話の普及と進化は、電話機を携帯可能な個人使用の方向へと進化させていった過程です。携帯電話の登場はまさに、この進化の延長線上に位置するといえるでしょう。

○「携帯電話」の特徴

モバイル(移動できる)

話し手の行動範囲の制限を開放し、「いつでもどこでも」コミュニケーションできる

パーソナル(個人的)でプライベート(私的)

一人一台が基本なので、目的の人物に即座につながり、その人物だけとコミュニケーションできる

コンパクト(小型)

ポケットやバックに入るほど小型で軽いので、常に持ち歩く「身体密着型」あるいは身体の一部化

○「ケータイ」の機能

ケータイは、携帯電話機の機能のほか、メール機能を含むマルチメディア的機能が加わり、若者はこのような機能のほうへ傾斜する傾向を強くもっています。

マルチメディア

電話機能：「話す、聞く」

メール機能：「読む、書く」

辞書機能：漢字、読み、意味など

情報機能：時間・商店・音楽・地図・天気予報など

サービス機能：銀行振込・ショッピングなど

(以上、三宅(2000)「ケータイと言語行動・非言語行動」参照)

3. 若者のケータイ・メールの使い方

どんな時に、どんな相手に、どんなことを伝えるために、若者はケータイ・メールを使っているのでしょうか。図1.～図3.を見ながら考えます(資料. 図1～3. 参照)。

相手：友人・旧友 家族

時：連絡・用件があるとき 暇なとき

内容：連絡・用件 現在進行形の事態や心境を気軽に実況

4. 若者はなぜケータイ・メールをよく使うか

安い 無料、メール料が組みこまれている

時間や場所を問わない 自分も相手も都合のいい時と場所で

私的・個人的 周りには見られず、聞こえず

自分のペース 書き直しがきく、ことばが選べる

一方的 相手の反応がすぐにはない

間接的 顔も見えず声も聞こえない

→頻繁だが「濃い」関係ではないコミュニケーション:

気配りの負担が少なく、気後れせず、相手にも負担をかけない「やさしい、ゆるやかな」関係

5. おわりに

このような特徴からはとかく、若者がケータイを使い始めたためにそのコミュニケーションが変化してきている、と捉えられがちです。しかし、そのように考えるよりも、若者が変化の著しい現代社会に育つなかで、潜在的に身につけてきた人間関係やコミュニケー

ションの傾向が、ケータイの特徴と相互作用しながら顕在化している、ということではないかと思います。

若者はメール利用に留まらず、ケータイのマルチメディア的機能をうまく使っています。ほかの世代もこのような若者の利用法や能力から学ぶとともに、ケータイを私たちの生活を真に豊かで便利にするものとして、自律的に活用できるようになりたいものです。

【引用文献】

三宅和子(2000)「ケータイと言語行動・非言語行動」『日本語学』(特集 ケータイ・コミュニケーション)10月号 明治書院

三宅和子(2001)「ポケベルからケータイへ—歴史の変遷とその必然性—」『日本語学』(特集 ケータイ・メール)9月号 明治書院

NRI 野村総合研究所(2001)『野村総合研究所情報通信利用者動向の調査 第10回調査結果の概要』(2001年11月 <http://www.nri.co.jp/news/2001/001121/index.html>)

資料. 若者のケータイ利用の実態(三宅(2001)「ポケベルからケータイへ」より)

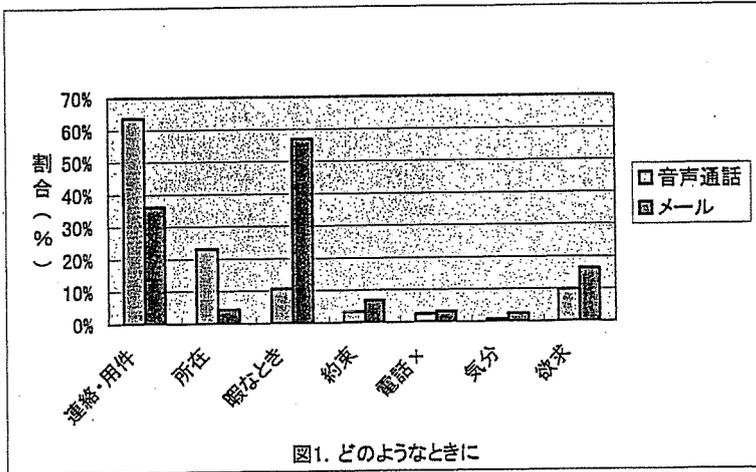


図1. どのようなときに

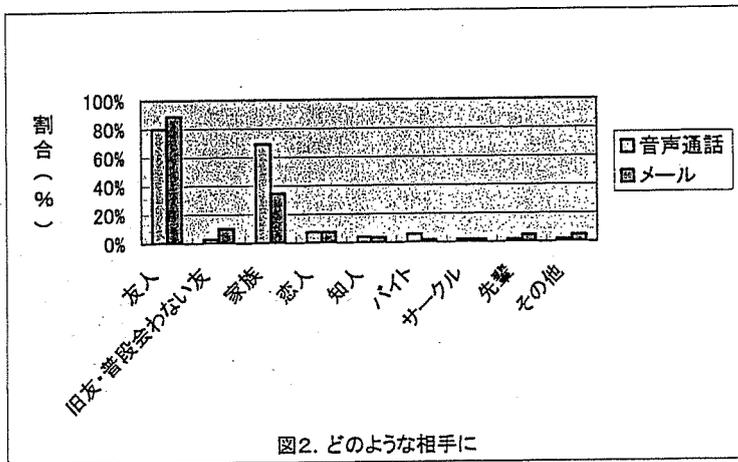


図2. どのような相手に

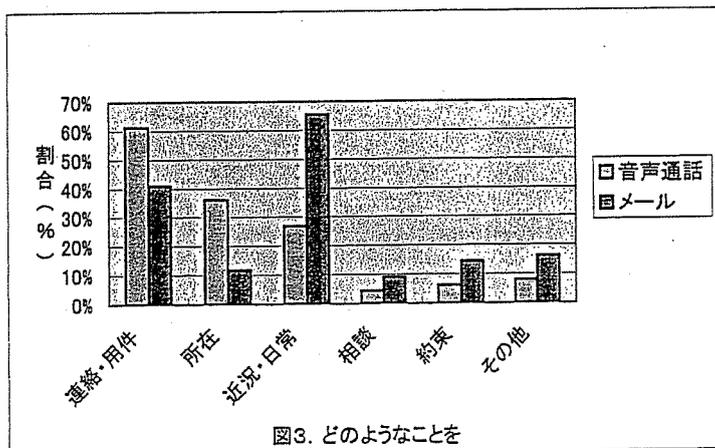


図3. どのようなことを

インターネットを利用したグループ・コミュニケーション

杉本 明子 (国立国語研究所)

1. はじめに

『インターネット白書 2001』によると、日本国内におけるインターネット利用人口は総計 3263 万 6 千人 (2001 年 2 月) であり、今後も利用者が増加すると推定されている。インターネットの利用内容は、現時点では電子メールやウェブでの情報収集が中心であるが、私信メール以外のコミュニケーションサービスを利用したいと希望しているユーザーが増えており、2000 年 5 月から 2001 年 2 月までの間に無料の電子掲示板サービスの利用者は 10 万人から 59 万人へと約 6 倍に伸びている。このことより、インターネットを利用して多くの人々と集団 (グループ) でコミュニケーションすることを望んでいる人が多数いることがうかがえる。

ここでは、次のことを話題にし、考えていきたい。

- インターネットのグループ・コミュニケーションは、対人関係やコミュニケーション環境などの点において、従来のコミュニケーションとどのように異なっているのだろうか。
- インターネットを利用したグループ・コミュニケーションの形態にはどのようなものがあるのだろうか。
- インターネットによるグループ・コミュニケーションには、どのような特徴・利点・問題点があるのだろうか。

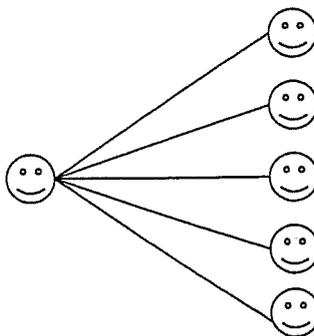
2. インターネットのグループ・コミュニケーションと従来のコミュニケーションの比較

- 時間・場所の制約からの解放
→自分もコミュニケーションする相手も、都合のいい時に、都合のいい場所でコミュニケーションできる。対人関係の距離を縮める要因。
- 情報伝達の即時性
→情報を短時間に地球全体で自由に直接交換することが可能となった。コミュニケーションのサイクルが短い。
- 多数の人との双方向的コミュニケーション。
→個人が日常的に接触する他者とのコミュニケーションと、マスメディアが行う情報伝達との中間に位置する。誰でも発信可能であり、相互に意見交換できる。

1対1のコミュニケーション



マルチキャスト (ブロードキャスト)



インターネットのグループ・コミュニケーションと従来のコミュニケーションの比較

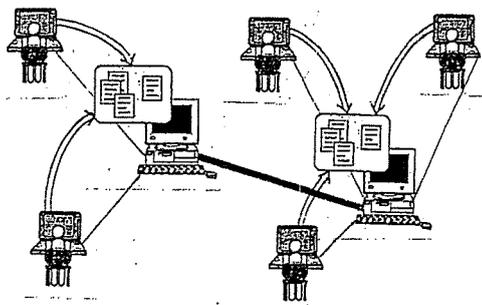
	時間	場所	即時性	1対1 単・双方向	マルチキャスト 単方向	マルチキャスト 双方向
対面	制約あり	制約あり	あり	○	○	○
電話	制約あり	制約なし	あり	○	×	×
新聞・テレビなどのマスメディア	△	制約なし	△	×	○	×
手紙	制約なし	制約なし	なし	○	○	△
電子メール (私信)	制約なし	制約なし	あり	○	○	△
インターネットのグループ・コミュニケーション	制約なし	制約なし	あり	△	○	○

(注) 制約あり：同じ時間に（または、同じ場所で）コミュニケーションをする必要がある、制約なし：基本的に制約がない、○：基本的に可能、×：基本的に不可能、△：どちらともいえない、または、容易ではない

3. インターネットのグループ・コミュニケーション形態

● ネット・ニュース (NetNews: 電子掲示板) <行くメディア>

インターネット上で共通の興味・関心を持った人同士でコミュニケーションできるシステム。話題別に掲示板があり、1人のユーザーが書き込んだ情報が掲示板に表示され、これを参照した他のユーザーが書き込まれた情報に対する意見を書き込むということが繰り返される。不特定多数のユーザー間で様々な意見・情報を交換することができる点に特徴がある。



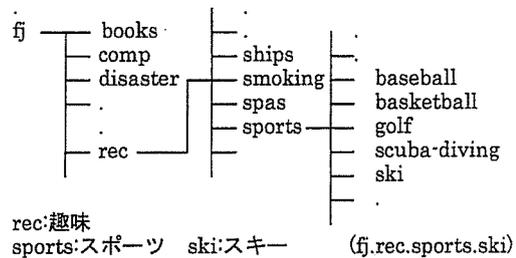
ネット・ニュースシステムは、ニュースをニュースサーバーといわれるコンピュータに蓄積することで実現されている。このニュースサーバーはインターネット上に散在しており、1台のニュースサーバーに書き込みが行われると、他の多くのサーバーに次々と配送されていく仕組みになっている。→世界中のユーザーの書き込みを参照できる。

話題別に分けられたグループのことを「ニュースグループ」という。日本で見ることができるニュースグループは 5000 を超える。ほとんどのニュースグループが USENET という世界規模の電子掲示板システムの一部である。

ニュースグループの例

分類	内容	使用言語
comp	計算機関連	英語
rec	音楽、スポーツ、趣味	英語
sci	自然科学	英語
soc	社会科学、宗教、政治など	英語
biz	ビジネス	英語
fj	日本の非営利団体	日本語
tnn	IIJ 主催ニュースグループ	日本語
kanto	関東地域関連	日本語
clari	有料のニュースグループ	日本語

comp

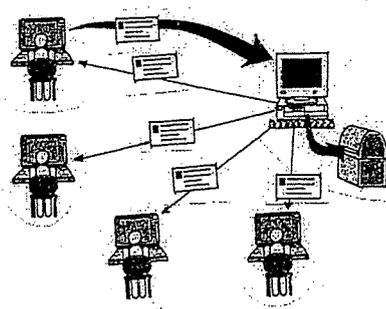


ニュースグループの階層構造

●メーリング・リスト (Mailing List) <来るメディア>

電子メールを応用したアプリケーションで、同じ興味・関心を持った人達のネット・コミュニティを作ることができる。メールサーバーに「メンバー・リスト」を作成し、1つの電子メールをメーリング・リスト指定のアドレスに送ると、自動的にメンバー全員に配送される。基本的には 1 対 1 の通信手段である電子メールが、グループ・コミュニケーションの道具になる。ネット・ニュースは、掲示板なので誰でも読み書きできるが、メーリング・リストは登録したメンバーだけが参加できる。

ネット・ニュースの fj.mail や fj.archives.answers にメーリング・リストの紹介が掲載されている。メーリング・リストに入会するだけでなく、自分で開設することもできる。



4. インターネットのグループ・コミュニケーションの特徴 (利点と問題点)

従来は、居住地域、職場、学校、サークルなど、日常生活で接触する範囲内の人々とのコミュニケーションが中心であったが、インターネットを利用したグループ・コミュニケ

ーションの場合、めったに会わない人や全く会ったことのない人とコミュニケーションする機会が増える。年齢、性別、職業、地位などの社会的属性に関わらず、同じ興味・関心によって人々が集うネット・コミュニティが形成される。

<利点>

- 様々な地域に住む、様々な社会的属性を持つ人々とコミュニケーションでき、多様な情報・意見に触れることができる。
- 実社会での年齢、性別、風貌、職業、学歴、地位に関する情報が得にくく、誰のメッセージも同じような形式でやりとりされるため、より平等で水平方向のコミュニケーションが可能 (Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984; Sproull & Kiesler, 1986)。
- ユーザーによる情報の選択・価値判断が可能。コミュニケーションの目的や情報の重要性にこだわらずに、興味・関心があることや感情・経験・意見を多くの人と共有でき、コミュニケーションすること自体を楽しめる。
- 集団のアイデンティティを築いていく情報が蓄積され、固有の文化が発展する (語彙、表現、顔文字、アスキーアート・キャラクター、知識、慣習、価値、信念など)。

<問題点>

- リアリティの喪失：(池田, 1997, 2000)
 - (1) 社会的レベル：社会的信用に必要な制度レベルの情報の欠如。
→一般に、マスメディアや教育機関など、制度的に信憑性がある情報源からの情報は信頼されるが、インターネット上の情報は制度的な裏付けがない「うわさ」程度のものも多いため、信頼できるかどうか分からない。
 - (2) 対人レベル：表情・身振りなど社会的な存在感、対人的な感覚の欠如。
→コミュニケーション相手との個人的な絆や信頼感がないため、ネットの友人をどの程度信頼してよいかという不安がある。対人的配慮に欠けるメッセージや極端な意見が生じやすくなる。
 - (3) 信念レベル：異質なネッター同士の常識の相違。
→コミュニケーションの前提の食い違いが大きいために、相互理解が困難であったり、トラブルが生ずる。
- 情報のオーバーロード。「意見や情報の量が多すぎる」「必要な情報を見つけるのに苦労する」「参加者が多すぎる」などの問題が生じる。情報を読みこなすこと自体が困難になり、新たな書き込みを抑制する。

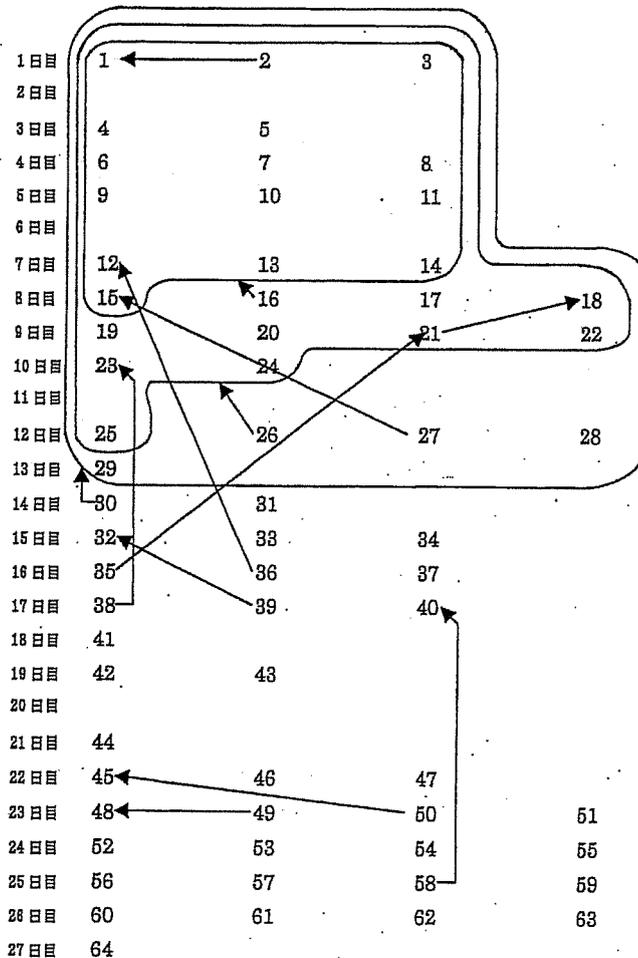
5. おわりに

インターネットを利用することにより、簡単に世界中の様々な人々とコミュニケーションすることができるようになったが、どのように利用していくべきか、利用者間でどのようなルールを作っていくべきかについて、今後考えていくことが重要だろう。

参考文献

- 池田謙一 (編) 1997 『ネットワーキング・コミュニティ』, 東京大学出版会.
 池田謙一 2000 『コミュニケーション』, 東京大学出版会.
 インターネット協会 2001 『インターネット白書 2001』, インプレス.
 杉本明子・柏崎秀子・李漢燮 2001 「電子メールによるグループ・ディスカッションの特徴—日本・韓国・米国の日本語学習者の意見交換過程の分析—」 社会言語科学会 第8回研究大会発表予稿集, 168-173.
 Kiesler, S., Siegel, J., & McGuire, T. 1984 Social psychological aspects of computer-mediated communications. *American Psychologist*, 39, 1123-1134.
 Sproull, L., & Kiesler, S. 1986 Reduced social contexts cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32, 1492-1512.

資料



メーリング・リストによるメール交換の流れ (杉本・柏崎・李 2001)

若者はEメールでどのように気をつかうか

国立国語研究所

加藤 安彦

今、いたるところで携帯電話を手にして、親指をすばやく動かしている若者を見かけます。また、朝、職場で第一にすることは、パソコンを立ち上げ、Eメールをチェックすることだという人が増えてきました。

こうしたEメールのやり取りは、用件中心の率直な表現によるものだと考えられます。「拝啓・敬具」、「前略・草々」といった種類のあいさつことばが使われる、手紙やはがきとずいぶんおもむきがちがいます。しかし、率直な表現を使いながらも、やはりコミュニケーション手段のひとつですから、そこにはなんらかの相手に対する配慮が働くのではないかと考えられます。「拝啓」や「前略」ということばは使われていなくとも、それに代わる相手への気づかいがありそうです。ここでは、実際の若者同士でのEメールのやり取りを資料として、どのように相手に気をつけているかをみてみることにします。

※ここで扱うデータは加藤の個人的な収集データによるものです。

グラフの中の「親密度」は、

親密度1：親友と呼べるくらいに大変親しい友達

親密度2：親しい友達

親密度3：親密度1、2以外の友達

○絵文字・顔文字の使われ方

○文末に表れることばの使い方

例：「駅に着いたよ (^_^) どこにいる～？」

「そしたらすぐに教えてね☆」

「そろそろ誕生日だね♪」

「楽しかったよー！」

