The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	電話コミュニケーションの展開と日常空間
Author(s)	岡田, 朋之
Citation	年報人間科学. 1992, 13, p. 35-54
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/4731
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

電話コミュニケーションの展開と日常空間

岡田　朋之

1　はじめに――電話の再発見――

近年、電話というメディアはさまざまな意味でクローズアップされている。電話機ひとつを例にとっても、携帯電話や、コードレス電話をはじめとする多機能電話等の普及に見られるとおり、大きな変貌を遂げている。他方、電話のサービス自体も、多様化・高度化の傾向を示しており、情報端末機器としての利用が大きく拡大しつつある。加えて、データ通信やパソコンのネットワーキングといった新しいメディアのあり方も、津々浦々に張りめぐらされた既存の電話網を基礎に、それらを高度化する形で想定されている。

しかし、電話はこれまで、ともすれば「オールドメディア」として軽視されかねない存在であった。それが、まずメディアの技術的な機能の面から「再発見」[1]されたということができる。また、日本の電話が創業百年を数えた一昨年（一九九〇年）以来、関連したイヴェントやキャンペーンをきっかけとして、今日の社会と電話が分かち難い関係にあることを再認識する動きも強まっている。

常識的には、電話は遠くの人々を結ぶことに意義を見出されてきた。では、それが実現した社会はいかなる様相を呈しているのであろうか。

振り返ってみると、電話を主題としたメディア論や社会学の研究は、最近まできわめて乏しかったことは否定できない。G・フィールディングとP・ハートレーが述べているように、電話は「無視されたメディア」[2]だったのであり、日常生活のコンテクストから検討したものはとりわけ少ない。今から十年余り前、おそらく日本で初めてそうした観点から電話について触れた藤竹暁も、その際にはい

くつかの「イメージ」を示したにすぎなかった。[3]

しかし、ダイヤルQ[2]をめぐる論議の例を指摘するまでもなく、電話に関する社会的な認識の不十分さは、今後さまざまな問題を生む可能性を孕んでいる。本稿は電話のコミュニケーションに関し、こうした点についての現状を踏まえ、一つの展望を試みるものである。それにあたって、以下ではこれまでの社会学的な考察を整理することから、議論の出発点を明確にすることとしよう。

2　電話コミュニケーションへの社会学的アプローチ

そもそも電話が社会学的研究の中で触れられたのは、電話がコミュニティや家族に与える影響について述べたリンド夫妻の『ミドルタウン』まで遡るとされる。[4] しかし、電話そのものを主題として扱ったケースとなると、一九七〇年前後にD・W・ボールやS・H・アランソンのおこなった議論が最も古いことになる。これ以降、今日に至る流れを整理する上では、社会学の伝統的な二分法と同様、パースペクティヴのとり方によって、二つの次元を便宜的に設定することが可能である。その場合、一方は電話を媒介とした社会的関係や組織化の成り立ちに主眼をおくマクロな枠組みとして、他方は会話などの相互作用の過程を起点としたミクロな枠組みとして、それぞれ位置づけることができる。

2－(1)　社会的空間と電話――マクロ・アプローチ――

右の区分からすると、アランソンの考察はマクロな視点によるものに相当する。彼は、社会の近代化の指標として電話の普及率がしばしば取り上げられるが、その根拠は必ずしも明確になっていないとし、コミュニティや社会関係といった領域に注目して、これを明らかにしようとした。そこでは、広大な土地に分散して居住する農村部や、都市部では近隣関係が希薄になり、一次集団が衰退するという議論に対し、電話が普及した社会では物理的な身近さとは別に、地域的な距離を超越した新しい一次集団が可能であるとして、「物理的近隣関係（physical neighborhood）」に対する「心情的近隣関係（psychological neighborhood）」という概念が提示されている。[5] 遠く離れた二点間を結ぶ機能は、電話の効用として通俗的にしばしば語られてきたことである。しかしアランソンの議論は社会学的観点から、物理的な場という限定を超えた社会関係がこれらの機能に基づいてとり結ばれうる、と強調した点で大きな意義をもっている。

こうしたマクロな観点からの議論は、「電話コミュニティ」研究の必要性を説いたS・ケラーがおこなっている。彼女によると、都市化の進んだ地域における空間的・地理的な限定を超えた対人ネットワークは、電話をはじめとしたメディアによって維持されているため、「電話コミュニティ」としての性格を持つという。[6] これは、電話を個人間の結合を強めつつ空間的な分散を許容するものとして捉える点で、アランソンと同じ流れをくむものといえる。

2―(2) 電話コミュニケーションの過程
――ミクロ・アプローチ――

他方、ボールの場合は、社会学ではしばしば社会的関係の基礎として会話が取り上げられるにもかかわらず、電話での会話がまったく扱われなかった点を指摘し、電話を通じた相互作用の過程を中心に議論を展開した。その意味で、彼の議論を右の二つの流れから整理すると、ミクロ分析寄りということになろう。[7]

こうした電話コミュニケーションのミクロな相互作用過程を扱う際、主に焦点があてられるのは、直接対面している場合とどのように異なり、電話というメディアの諸特性がその違いにどう影響しているかという問題である。これを西脇裕之は、①メディアを媒介としたコミュニケーションに共通の特徴である「(物理的)空間の非共有」、②「音声以外の他の情報が一切伝達されない」ことによる「情報伝達手段の限定」、③通話者間に第三者が介入する余地のない閉鎖的な「電話空間」が形成されるという「閉鎖性」、④リアルタイムの会話が可能であるという意味での「同時性」という四つの関連した特徴に整理した。[8]

ここで、項目①と④の特徴は、ミクロな過程よりもむしろマクロ・アプローチで取り上げられたような、社会関係や社会空間の構成のあり方への影響に関わっていると考えられる。したがって、重要なのは項目②と③である。

②の「情報伝達手段の限定」という性格からの分析では、実際の電話における会話データにもとづくE・シェグロフの研究が有名である。[9] また、この分野では実験社会心理学において数多くの研究がなされていることも触れておく必要があろう。その代表として、音声のみのコミュニケーションには視線や身振りといった社会的手掛かり(social cue)が欠如している点に注目した、D・R・ルターがおり、対面状況との比較実験をおこなっている。[10] また③の「閉鎖性」についてみると、西脇は、電話の通話者の間には、それらを取り巻く外界の物理的空間からは相対的に境界づけられた、独自の空間が形成されるとしている。そうして生じた特別な場が「電話空間」なのである。[11]

これらのアプローチとは若干異なり、相互作用過程としての通話を、メディアによる「フレイム」として検討することも試みられている。ゴッフマンのおこなった対面的相互作用の枠組分析をメディア論に適用した渡辺潤は、この「フレイム」がさまざまな儀礼的事項によって支えられる微妙な側面をもつことを指摘する。実際、相手の確認、間違い電話をかけた際のフォローや聞き手側が絶えず相づちを打たなければならないこと、さらに電話を切る場合のタイミング、かける時間帯について(たとえば深夜を避ける)等々、そこには守られるべき暗黙の約束事が数多く存在している。[12]

2―(3) 統合的な実証研究の試み

以上に示したような議論は、その各々が興味深いものであるが、ミクロあるいはマクロという次元のいずれかに限定されることで、自ずと限界を持っていた点は否定できない。これらの二つの流れを

統合し、相互の関連性を述べた重要な試みとして注目されるのが、吉見俊哉と水越伸、若林幹夫による共同研究である。

その中で、まず若林は電話の機能的・手段的な利用と即自的な利用との差異に注目し、電話の普及につれて用件伝達が中心のインストゥルメンタルな利用から、電話で会話すること自体が目的となるコンサマトリーな利用へと拡がりをみせているとする。彼はその背景として、電話が本来もっている次のような特性を示す。

身振りや表情といった伝達手段をもつ対面的なコミュニケーションとは異なり、電話での会話においては音声以外の情報は捨象されている。それゆえ、対面状況では視覚的情報の背景に退いている「声」の存在が、電話では参与者相互をとり結ぶ存在として主題化されるはずである。ただ、事務的な連絡といった手段的コミュニケーションのために利用される場合は、伝達される内容が主題化されるために「声」そのものがさほど意識されないのである。[13] フィールディングとハートレーは電話が「無視された」理由に、メディアとして意識されないという「透明性」をあげているが、[14] 若林の指摘する点はおそらく、こうした性質の要因のひとつに数えられよう。

さらに、電話コミュニケーションでは物理的な距離の隔たりが無化されると同時に、参与者相互の声以外の要素が介入しない状況が形成することによって、そこに「ここだけ」の場としての「〈声〉に純化されたコミュニケーションの経験」が共有される。[15] あるいはこれを西脇のように、閉鎖的な「電話空間」の形成、と読み替えることも可能である。他人が電話する様子を見ていると、電話におじぎをするところや、声のトーン、あるいは口調など、異様に感じられることがしばしばある。また、和やかな談笑の最中に電話が入って、その場にいくぶん気まずい雰囲気が生じた経験も少なくなかろう。これらの例は、通話者とそれ以外の人々との間には、たとえ物理的な空間を共有していても、見えない境界が形成されることを物語っている。つまり電話のコミュニケーションは、会話者が互いの声に意識を集中させつつ「ここだけ」の経験を共有する、という性質を本来もっている。電話が親しい友人同士のプライベートな会話の場となりうるのはこのためである。

この若林の議論をふまえて、吉見は電話コミュニケーションの特性を、「日常的なコミュニケーションを住居や地域といった物理的空間の制約から遊離させ、その回線網の内部にきわめて閉鎖的で親密なコミュニケーションの場を形成させてしまうところにある」と捉える。その上で彼は以下の点を指摘する。家庭への電話の普及につれて、家族の成員個々人は電話を通して直接、外部の社会に接続し、〈家族=共同体〉は電話によって分節化されてゆく。[16] 同時に、遠く隔てられた家族が電話で結ばれることにより、「住居という空間的限定を超えて〈家族=共同体〉のネットワーク」を維持する方向にも作用する。電話はこうして、物理的な距離関係に依存しない広域的なコミュニケーションのネットワークを構成してゆくのである。[17]

吉見らの研究は、個々のミクロな相互作用過程が、アランソン以来論じられてきたマクロな社会的関係へと結びついているさまを、一貫したパースペクティヴのもとで明らかにした。この点で、それ

までの研究とは一線を画しており、またそれだけ示唆に富むものでもある。したがって、日常生活の局面における電話の問題を取り扱う際には、今のところこの図式が一つの有効な指針となろう。

3　電話の社会的浸透と展開

以上の整理を踏まえて、本稿では主に日常生活のインフォーマルな領域から、電話に対して、また電話を介して、人々がどのように関わり合っているかについて考察を加えたい。吉見らの議論は、右に述べた理由からここではその土台として位置づけられることになる。

その際の前提は次の二つの点である。第一には電話が社会の隅々にほぼあまねく普及していること。第二は若年層を中心とした電話の私的な利用の拡大である。だが、日常的な電話コミュニケーションの現在を問題とする上で、見落としてはならない点がもう一つ存在する。それは冒頭でもふれたように、現在の電話系メディアがその技術面の発達を通じ、ネットワークメディアとしての新たな機能を見出されるかたちで展開している点である。はじめの二つについてはすでに吉見らの考察でも論じられているが、三番目の点は各種のメディアの急速かつ広範な発展の下で、電話の位置づけを把握するためにきわめて重要であることをここで強調しておきたい。

かりに、これら三つの要因が今日の電話をめぐるメディア環境を形成しているとするならば、現状分析と同時に、そこに至るまでの過程を捉えておく必要があろう。そのために以下の各節では、まず社会のありようと電話の普及過程における政策的展開との関わりにふれるとともに、近年の急速なメディア発展の中で、電話の機能が高度化・多様化する中で生じた位置づけの変化を順にたどる。その上で、いくつかの調査資料をもとに今日の電話の日常的な利用と接触の状況を検討し、以上を踏まえて最後に、今後の電話をめぐるコミュニケーションについて、その可能性と検討すべき課題について触れることにしよう。

3－(1)　電話の普及と社会状況

ここでは、電話が今日のように普及し展開するまでの、政策的な側面や社会状況といった外的要因との関わりからたどってみる。

一八九〇年の創業以来、第二次大戦まで日本の電話事業は殖産興業の政策のもとで拡充が図られてきたため、電話の社会的機能もほとんど効率性の基準の下で語られた。最初の加入者募集のPRも、電話が様々な事業を営む上でいかに役立つかを強調したものである。また電話の導入に批判的な論者との間で開業当初繰りひろげられた「電話をつけるか小僧を雇うか」という論争も、どちらがコストパフォーマンスが高いかを争点としている[18]。こうした産業優先の効率主義的政策は戦後も続いた。

その一例として、電話積滞への対応を挙げることができる。開業後しばらくして急速に需要を伸ばした電話回線は、申込みに対して架設が追いつかない状況が、第二次大戦をへて最近まで実に九十年近くにわたって続いた。これは旧日本電信電話公社が解消へ向け全

力を挙げて取り組んできた問題であったが、戦後しばらくの間、一般の加入者電話の架設にあたっては、事業所等に置かれる「事務用」電話に優先順位が与えられ、「住宅用」電話はそれに次ぐという対応がなされた。[19] また、加入数の比率も事務用が大半を占める時代が続いた。現在のように住宅用の加入数が事務用を上回るのは、積滞が解消に向かう一九七〇年代に入ってからのことである。[20]

しかし、加入数の全体が大きな伸びを示すにつれて、比率としては少数であっても住宅用の電話はその分着実に増加する。また公衆電話も、一九五二年の赤電話の登場以降、急ピッチで拡充がはかられた。このように日常生活の局面まで浸透することで、電話利用の機会はより拡大することになる。同時にこのことが当時の社会の状況と重なり、さまざまな現象として表面化してゆく。

その一つの例が、一九六〇年代以降に都市部で生じた夜間市外通話の大幅な増加であろう。当初、それは都心の盛り場やターミナルを中心としており、「アフターファイブ」のレジャーの拡大に伴う通話増とみられていた。それが六〇年代後半の東京圏では、周辺の住宅地域からの発信が約半数を占めるようになる。[21] これは日本で都市化による人口流動や、核家族化が進んだ時期にちょうど重なっている。しかしこうした利用の変化は、これらの点が単純に原因となったのではなく、むしろ社会的な変動を背景としつつ、電話が日常レベルまで普及するにつれ、従来の事務的な利用に加え、プライベートな利用の割合が増大したと考えられる。

こうして電話は新たな利用パターンへ広がりを見せるとともに、その需要も増える。だが、この頃でも電話の需要に対する供給はまだ不足していた。それゆえ、希少財としての性格を帯びていた電話に、その配分をめぐってコンフリクトが発生しても不思議ではない。一九六〇年代に起こった、若い世代を中心とする「長話し」の対策に公衆電話の三分打ち切り制を導入するか否かについての論争は、それが表面化したものとして捉えることができる。三分で最小限の用が足せることや、一回あたりの平均通話時間を根拠にこの制度は検討され、結局は導入されたが、[22] これはかねてからの効率優先の思想が貫かれた結果にほかならない。すなわち、急を要する用件や事務的な連絡のためには、コンサマトリーなおしゃべりは制限されねばならなかったのである。

三分制そのものは度数制の実施でのちに廃止されたが、メディアの担い手側によるこうした需要への抑制的なはたらきかけは、電話積滞が解消し即時通話化が完了した七〇年代末まで続いた。旧電電公社あるいは日本電信電話（ＮＴＴ）が電話のおしゃべり的利用を促進するキャンペーンをはじめたのは八〇年代以降のことである。この段階に至ってようやく、政策面からも電話はあらゆる利用目的に対して開かれたメディアになったといえよう。以上示したような紆余曲折を経て、電話は現在われわれが接しているかたちでの、手軽で日常的な会話メディアとなったのである。

3－(2)　メディア変容と新サービスの展開

このように会話のメディアとして、電話が手軽に利用されるとい

う現状は、その普及なくして語ることができない。だが同時に、電話は社会の中に巨大かつ緻密なネットワークを築くことで、新たな可能性をもつようにもなった。この点は現在の電話の在り方に大きな影響を及ぼしており、また、今後さらにその傾向を強めることが予想される。それは以下のような背景のもとに生じたものである。

今日ほとんどのコミュニケーション・メディアは、急速な発展を遂げるテクノロジー環境の下で、大きな変容の波にさらされている。その最も顕著かつ包括的な局面は、I・デ=ソラ=プールが「モードの融合」とよんだ状況である。「モードの融合」とは「メディアとその利用法との間にかつて存在していた一対一の対応が崩れつつある」ことを指している。

以前はそれぞれのメディアの間で、ある種の棲み分けがなされていた。電話は会話に、映画は娯楽の対象に、放送は映像と音声で娯楽とニュースに用いられ、印刷メディアは、文字情報を流布させた。ところが今では、こうした分業によるカテゴリーの境界は半ば意味を失いつつある。電話の端末に接続されたファクシミリやパソコンによって、文書やメッセージをやりとりできるし、テレビで文字放送の受信も可能である。さらに技術的な先端領域では、放送メディアから発展した双方向CATVと、通信メディアに基盤を持つ「スーパーキャプテン」との間に、機能的なキャパシティの差異はほとんどない。当然、そこでは従来のマスメディアとしての放送とパーソナルメディアとしての通信という二分法も無効になろう。

プールによると、これらの変容には「エレクトロニクス革命」という背景が作用している。つまり、「すべてのメディアにおいて、コンピュータによる記号の操作と、それを電気的に伝送することの両者が、情報の生産と流通の過程の重要な段階で利用されている」ことで「モードの融合」が生じ、種々のコミュニケーション・メディアが全体として大きく変容しつつあるというのである。[23]

電話もそうした例に漏れず、メディアをとり巻く環境の変化のなかで、少なからず様相を変えつつある。ここで背景となるテクノロジーの発展は、二つの面から進んでいる。その一方を構成するのは、ネットワークの端末、すなわちわれわれが普段接している電話機の革新である。この領域の高度化・多機能化は、すでに周知のとおりである。

しかし、それ以上に重要なのは、ネットワークをささえるシステム自体の近代化である。とりわけ一九六九年以降の電子交換機の導入は、処理を高速化・多重化することで、電話が従来の枠組みを超えた多様なサービス提供の可能なメディアへと転じるきっかけとなった。[24] こうして、でんわばん（不在案内サービス、七七年）、金融・証券の音声照会通知システム（八一年）、転送電話（八二年）、電話会議（八四年）、フリーダイヤル（八五年）、トリオホン（同）、伝言ダイヤル（八六年）、オフトーク通信（八八年）、そしてダイヤルQ^2（八九年）といった、新サービスが次々と生まれたわけである。現在、高度電話サービスと総称されているこれらの中には既になじみとなったものも少なくないが、その多くは八〇年代以降、すなわち先に述べた、NTTが需要拡大の政策に転じた頃より後に開

始されたことがわかる。

電話利用のあり方を変えつつある要因としては、これに並行するかたちで徐々に拡大してきたテレホンサービスもきわめて重要である。その草分けにあたる、一九五四年に開始された天気予報は、今やわれわれの間にすっかり定着している。また民間のものを含めて、サービスの数も大幅に増加した。内容も当初は録音テープを流すだけにすぎなかったが、最近では、オーディオテックスのシステムを用いた情報検索型のサービスが登場し、クイズ、ゲーム、占いなどますます多彩な内容が提供されている。

これらの例にみられるように、電話は電子的な情報の処理を経ることで、もはや単なる会話の道具であった時代に終わりを告げ、身近な情報機器としての性格を強く帯びるようになった。したがって、電話コミュニケーションの現状を分析する上では、電話の情報ネットワークの端末機器としての側面を考慮に入れなければならないということができる。

4　今日の利用動向とメディア接触におけるイメージ
――若年層を中心に――

4－(1)　親密さのネットワーク

前節では日常的な電話利用がいかなる環境の下で展開を遂げているかという点をたどった。では、こうした中で今日における電話の日常のインフォーマルな利用は、2節で論じたような電話コミュニケーションの特性を反映しているのであろうか。

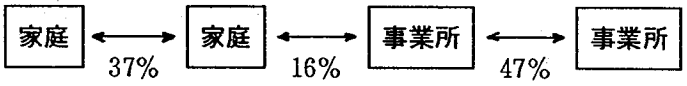
電話の総通話回数は一九八九年度、七三二億回に達した[25]。このうち、NTTのもの（七一八億回）に絞って、住宅用電話と事務用電話の区分をもとにその内訳をみると、家庭間相互が推定で三七％を占める[26]（図1）。ここで、事業所間の通話の多くが電話のフォーマルな利用とすれば、家庭間の通話はさしずめインフォーマルな利用に重なるはずである。

この領域における利用状況の調査としては、総理府による「暮らしと情報通信に関する世論調査」（一九八七年）の「仕事以外でかけた電話に関する諸項目を挙げることができる。図2はその中で電話をかけた目的をたずねた結果である。これによると、「通知・連絡」あるいは「近況報告」「あいさつ・儀礼」とならんで、多くの回答者が「おしゃべり」を挙げている。この四つを年齢層別に詳しく分けたものが図3で、ここでは三十代以上のすべてにおいて「通知・連絡」がトップとなのに対し、「おしゃべり」を挙げたものが二十代で圧倒的に多く、他の年齢層では上の世代ほどその数が減少する傾向にある[27]。

これはある意味で、次の状況と表裏の関係にある。NTTは一九九〇年度におこなった調査で、電話に対する規範意識や態度に関する質問項目をもとに、表1のような七つのクラスターを析出した。その中で、「〝おしゃべり〟電話志向」をもつという「新感覚型」のクラスターは、ほとんどが大学生や独身のOL・サラリーマンからなる。もちろん、それが二十代の層にほぼ重なることはいうまでも

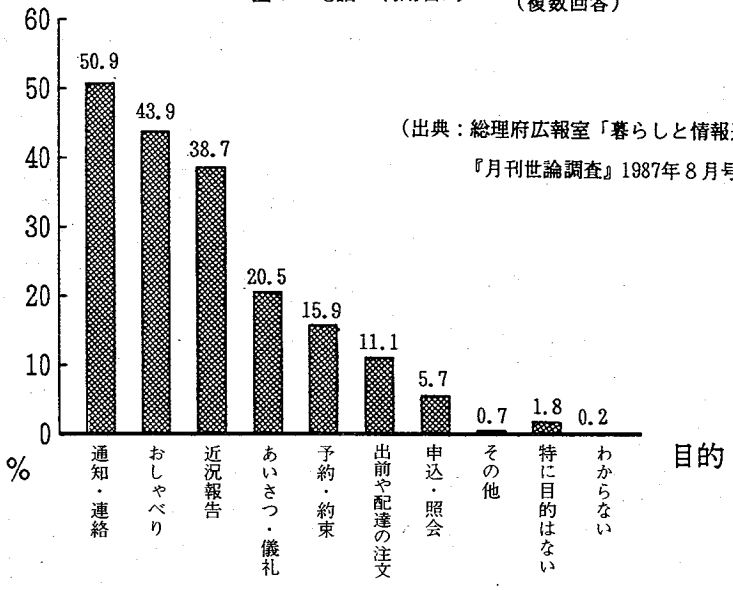
図1　通話交流状況

（年間通話料の推定比率）



（出典：大賀公子「新しい電話コミュニケーション」『情報通信学会誌』第9巻2号、1991年）

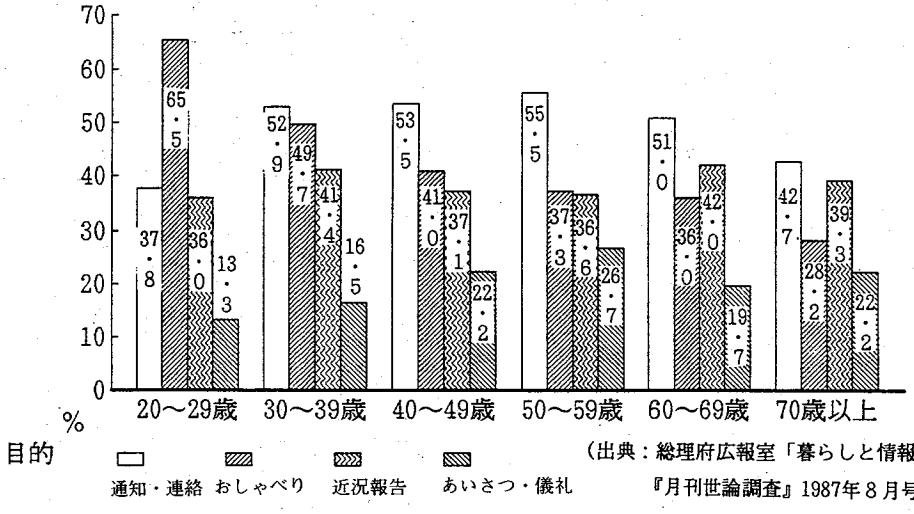
図2　電話の利用目的　（複数回答）



（出典：総理府広報室「暮らしと情報通信」『月刊世論調査』1987年8月号）

図3　電話の利用目的（年代別）

（複数回答）



（出典：総理府広報室「暮らしと情報通信」『月刊世論調査』1987年8月号）

表１　「電話に対する規範意識・態度」によるクラスターの構成比と特徴

クラスター名(構成比)		属性の特徴	規範意識の特徴	通信利用の特徴
クラスター1 無頓着型	15.21%	・男性が多く、特に10代が多い ・小～高校生とサラリーマン	・電話に関して無関心であり、特に電話マナーに無頓着	・電話利用量は最少 ・電話利用機会が少ない？
クラスター2 保守型	7.48%	・中高年男性が多い ・会社員、自営業、農林漁業者	・電話は必要な時だけと考え、“おしゃべり”電話には抵抗がある	・一回当たり平均発信通話時間4.88 ・電話利用量も少
クラスター3 伝統型	9.69%	・既婚サラリーマンが多い ・高収入層が多い	・電話は必要なときだけと考えているが、電話料金には寛容	・一回当たり平均発信通話時間4.35 ・電話利用量も少
クラスター4 抑制型	11.68%	・女性が多く、特に10代が多い ・小～高校生と主婦	・電話は嫌いではないが、プライバシーが気になり抑制してしまう	・専用☎保有率が最低 ・専用電話確保により高利用へ？
クラスター5 発散型	14.04%	・ほとんど女性である	・プライバシーに敏感で、高利用なので電話料金も気になる	・平均発信回数は最高 ・専用電話機保有率も高
クラスター6 現実型	32.11%	・比較的高齢者が多い	・電話のパーソナル化は望まず、電話マナーにはちょっとうるさい	・発信回数は平均以上だが、通話時間が短く、利用量は平均以下
クラスター7 新感覚型	9.79%	・ほとんどが男女大学生、独身ＯＬ、独身サラリーマン	・深夜の電話や、“ながら”電話が好きな、“おしゃべり”電話志向	・利用量最高 ・深夜の電話が多い

（出典：家庭・個人セクター通信利用実態調査〔平成２年度〕；
大賀公子「新しい電話コミュニケーション」『情報通信学会誌』第９巻２号による）

ない。またクラスターとしての構成比は九・七九％とけっして多くはないものの、電話の利用量は最高であるという。[28]

これらの結果を見るかぎり、電話のコンサマトリーな利用への拡大の中核的役割は二十代が担っていると結論できる。現在の二十代はちょうど一九六〇年代以降に生まれた世代にあたる。３節で述べたように、これは電話が日常生活の末端まで普及しつつあった時期である。彼あるいは彼女らが物心ついて電話に触れるのはそれ以後のことであるから、現在の二十代は電話が与件となった最初の世代ということになる。加えて、それはインフォーマルな領域の利用が大きく拡大した時期でもある。したがって、かつての用件中心的な電話観が必ずしも支配的でなくなる中で、これ以降の世代は、今日に近い気軽な開かれたメディアとして当初から電話に接するようになったと考えられる。つまり、そうしたメディア環境の下で社会化されたのがこの世代なのである。それゆえ彼あるいは彼女らは、電話に対する意識や、コミュニケーションのあり方について、最も今日的な部分を担っているといえそうである。

このことから二十代以下の年齢層の電話の利用状況は、現在の、そして今後の電話コミュニケーションの動向を探る上で注目すべき対象としてとらえられる。そこで、若年層の電話利用についてさらに詳しく検討してみよう。

ＮＴＴ広報部はこれまでに小学生、中・高校生、大学生のそれぞれに対して調査をおこなっている。そのうち、かける相手に関する複数回答の結果が**表２**である。[29] いずれの場合も九〇％以上が「同性

表2　電話をかける相手

（複数回答）

小学生		中・高校生（自宅から）		大学生	
同性の友だち	(98%)	同性の友達	(99%)	同性の友人・知人	(95%)
おじいさん、おばあさん	(22%)	異性の友達	(15%)	異性の友人・知人	(76%)
仕事先のお父さん、お母さん	(15%)	テレホンサービス	(11%)	家族	(55%)
親戚	(9%)	先輩	(7%)	親戚	(14%)
		親戚	(7%)		
		祖父母	(6%)		
		学校の先生	(2%)		

・以下の資料より作成

『ＮＴＴレポート№10号』（1986年）、同№15号（1987年）、同№19号（1988年）

表3　電話コミュニケーションの状況

質問項目	小学生	中・高校生	大学生
電話をかける回数*	4.0回／週	5.4回／週	10.4回／週
電話を受ける回数	3.6回／週	4.1回／週	7.9回／週
１回あたりの通話時間	3.7分	13.9分	28.0分
最も長い電話	——	44.7分	166.0分
電話をよくかける友達	4.1人	4.7人	4.6人

・値はすべて平均値。

*中・高校生ならびに大学生の数値は自宅からの通話と公衆電話によるものの合計。

・以下の資料より作成

『ＮＴＴレポート№10号』（1986年）、同№15号（1987年）、同№19号（1988年）

表4　電話での話題

（複数回答）

小学生		中・高校生		大学生	
遊びのこと	(74%)	遊びのこと	(61%)	近況報告	(71%)
宿題・勉強のこと	(65%)	友達のこと	(46%)	友人・知人のこと	(68%)
友だちのこと	(23%)	勉強・試験のこと	(38%)	サークル・クラブ活動のこと	(59%)
学校の出来事	(21%)	学校の出来事	(38%)	将来のことなど、悩み事の相談	(19%)
ファミコンのこと	(16%)	部活動のこと	(37%)	恋愛のこと	(15%)
		異性のこと	(16%)		
		ＴＶ・ラジオ番組のこと	(15%)		

・以下の資料より作成

『ＮＴＴレポート№10号』（1986年）、同№15号（1987年）、同№19号（1988年）

表5　深夜に会う相手、電話をかける相手

（複数回答）

深夜に会う相手		深夜に電話をかける相手	
同性の友人	(87.3%)	同性の友人	(84.1%)
異性の友人	(34.7%)	異性の友人	(50.6%)
恋人	(24.2%)	恋人	(29.5%)
先輩や上司	(24.2%)	先輩や上司	(10.3%)
オフィスの同僚	(19.2%)	オフィスの同僚	(7.5%)
後輩や部下	(10.5%)	同居していない家族や親戚	(6.9%)
同居していない家族や親戚	(2.4%)	後輩や部下	(5.6%)
その他	(1.4%)	その他	(1.4%)

・『ＮＴＴレポート№31号』(1990年) より作成。

表6　深夜のコミュニケーションにおける話題

（複数回答）

深夜に人と会う際		深夜に電話をかける際	
学校やオフィスの出来事	(60.6%)	友人や知人のこと	(62.6%)
友人や知人のこと	(58.6%)	学校やオフィスの出来事	(57.5%)
遊びのこと	(50.6%)	遊びのこと	(49.6%)
恋人や異性のこと	(46.7%)	恋人や異性のこと	(47.5%)
勉強や仕事のこと	(33.3%)	勉強や仕事のこと	(35.2%)
音楽のこと	(23.9%)	クラブやサークルのこと	(24.4%)
クラブやサークルのこと	(23.8%)	旅行のこと	(17.3%)
旅行のこと	(23.3%)	音楽のこと	(16.2%)
オートバイや車のこと	(18.5%)	映画や演劇のこと	(12.8%)
テレビ・ラジオ番組のこと	(17.6%)	親など家族のこと	(12.4%)
映画や演劇のこと	(16.1%)	オートバイや車のこと	(10.0%)
ファッションのこと	(13.6%)	テレビ・ラジオ番組のこと	(9.3%)
はやりの街や店のこと	(13.3%)	ファッションのこと	(9.1%)
政治・社会の事件のこと	(10.3%)	はやりの街や店のこと	(9.0%)
親など家族のこと	(10.2%)	政治・社会の事件のこと	(5.5%)
タレントや歌手のこと	(6.7%)	タレントや歌手のこと	(3.9%)
その他	(1.5%)	その他	(4.0%)

・『ＮＴＴレポート№31号』(1990年) より作成。

の友人」を挙げており、電話が主に友人とのコミュニケーションのチャンネルであることがわかる。また大学生の場合、親元を離れるケースが少なくないためか、「家族」が上位に入っている。

つぎに利用状況をまとめた**表3**をみると、小学生と中・高校生の間で、利用回数や相手となる友達の人数は若干増にとどまるが、一回あたりの通話時間が大幅に伸びている。また、大学生になるとかける相手の人数は変わらないものの、回数と時間が倍以上に増大する。これらは成長とともに、電話を用いてコミュニケーションがより緊密化していく様子を示すものとみられる。

この点は電話での話題をたずねた**表4**をみれば、一層明らかである。遊び、勉強、友人など日常的な話題が主である点は小学生から大学生まで共通しているが、中・高校生や大学生では、「異性のこと」「悩み事の相談」「恋愛のこと」といった人前でなかなか話せないような込み入った話題も登場するようになる。これらは2節で論じたように、電話が閉鎖的な場を一時的に作り出し、「ここだけ」の経験を共有できるメディアとして機能することに由来しているといえる。

では、同じく吉見らの議論で示されたような、物理的制約を超えた広域的なネットワークは、いかなる形で実現しているのであろうか。ここでは一つの例として、右と同じくNTT広報部がおこなった、若者（大学生および社会人）の深夜におけるコミュニケーションに関する調査をみておこう。[30]

次に掲げたのは深夜に人と会う場合と電話をかける場合それぞれの相手（**表5**）とそこでの話題（**表6**）である。これによると話題に関しては双方でさほど違いはみられない。しかしそれぞれの相手についてみると、電話の相手に「先輩や上司」や「オフィスの同僚」「後輩や部下」を挙げる者が、会う相手と比較すると目立って減少し、代わって「異性の友人」や「恋人」、あるいは「同居していない家族や親戚」が増加している。このことから、電話を用いるケースは実際に会うのに比べ、よりプライベートな性格が強いといえる。さらに、勤め先などで日頃から顔を会わせる相手に会う場合と、離れて住む家族など物理的に隔てられて対面接触の難しい相手に会う場合では、心理的な距離に大きな違いがあるのに対して、電話を介することで、その差が縮小するのではないかと考えられる。

ただしこの場合は逆に、上司などに対して深夜にかけることは失礼にあたるため避けられているといえるかもしれない。しかし、先の表1に再び戻ると「新感覚派」は「深夜の電話が多い」とあるように、若年層にとって帰宅後、深夜にかける電話が重要な地位を占めているのは事実である。いずれにせよ、深夜の電話コミュニケーションについていえば、広域的なネットワークはプライベートな領域で結ばれている可能性が指摘されよう。

4－(2) 「楽しい」電話というイメージ

さて、若年層の電話接触について検討すべき点はこれだけにとどまらない。3－(2)でふれたサービスの高度化・多様化も、少なからず影響を与えているはずである。そこで次に情報メディアとしての

表7　電話およびその他のメディアのイメージ

（複数回答）　（%）

	身近な	楽しい	むだな	多様な	うるさい	先進的な	実利的な	高価な	便利な	低俗な	親しみ易い	面白い	頼りになる	簡単な	明るい
電話	86.0	37.7	3.5	29.8	14.0	8.8	55.3	7.0	89.5	1.8	26.3	14.0	29.8	59.6	5.3
テレビ	81.6	76.3	16.7	43.0	17.5	21.1	19.3	7.0	40.4	16.7	56.1	75.4	18.4	29.8	32.5
ビデオ	28.1	52.6	1.8	33.3	0.9	36.8	33.3	41.2	69.3	1.8	22.8	45.6	28.9	17.5	14.0
ラジオ	52.6	33.3	7.9	14.9	16.7	2.6	16.7	0.9	26.3	7.0	32.5	21.1	19.3	30.7	3.5
新聞	62.3	9.6	5.3	36.0	1.8	7.9	51.8	0.0	26.3	2.6	16.7	16.7	53.5	12.3	0.9
CATV	1.8	11.4	8.8	28.1	1.8	68.4	20.2	49.1	19.3	0.9	3.5	14.0	6.1	2.6	2.6
パソコン通信	3.5	7.9	9.6	36.0	0.9	77.2	31.6	53.5	31.6	0.9	3.5	14.9	14.9	1.8	2.6

（出典：古川良治「大学生の電話コミュニケーション」
『日本社会心理学会第29回大会発表論文集』）

図4　小学生の電話に対する好感度

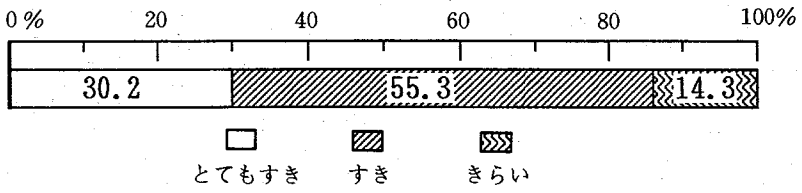
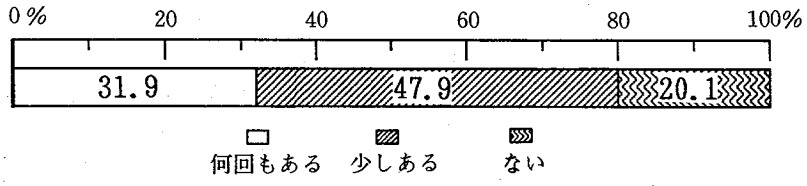


図5　小学生のテレホンサービス利用経験



（図4、図5ともに石田光・西端美和子・植田克巳『小学生の電話生活』1990年の調査資料より作成）

電話が占める位置をみておこう。**表7**は、古川良治が大学生を対象におこなったアンケートでえられた、電話をはじめとするメディアのイメージである。[31] これによると、電話は「便利な」「身近な」「簡単な」「実利的な」メディアであると同時に、テレビには及ばないものの、ビデオやラジオとならんで「楽しい」というイメージでとらえる者も少なくない。

電話を「楽しい」とする理由は、会話の楽しさにあると考えるのがまず常識的であろう。ただし、さらに下の年齢層に目を向けると、かならずしもそれだけとはいえない。小学五、六年生を対象としたアンケート[32]によれば、そのほとんどが「電話をするのはすき」（八五・七％、**図4**参照）と答えている。しかし、この場合表3にもあらわれているように、平均でわずか三分少々の会話における内容を子どもたちが面白く感じているとは考え難い。

むしろここで注目されるのは、彼または彼女らのテレホンサービスへの接触が意外に多いことである（**図5**）。右の調査ではテレホンサービスの利用経験者がほぼ八割を占め、そのうち、何度もあると答えた者も三一・九％に達している。また、テレホンサービスについて、自由記述法でたずねた結果によると、小学生は実に多くの番組を知っており、そこではアイドルやテレビ・アニメーションのキャラクターのおしゃべりなど、さまざまなサービスを聴いている様子が現われている。

この傾向は何も小学生だけに限らない。表2にも示されていた通り、中・高校生もまた、電話の主な相手先の一つにテレホンサービスを挙げていた。こうした状況は、ファミコンやビデオの普及により、テレビが単なる放送の受像機ではなくなったこととパラレルに位置づければ理解が容易となる。つまり十代以下の低年齢層にいたるまで、電話を会話の道具としてしか捉えないような先入観は弱まっており、彼あるいは彼女たちは電話をもはや「お話」の道具にとどまらない、ヴァラエティに富んだ情報メディアとして接しているのである。これは次節で触れるような、電話コミュニケーションの展開に伴った諸々の問題を扱う上でも、重要なコンテクストとして考慮する必要がある。

以上、本節では今日の日常における電話コミュニケーションの特徴を若年層の利用状況から探ってみた。もちろん、一部の年齢層からこうした判断を下すことは早計であるかもしれない。その意味で高齢者など他の層も含めた検討が必要なのは確かだが、今後の展開の方向性は、これまでにみた限りでいえば、電話を媒介としたプライベートな領域で親密なつながりの形成と、多様な機能をもった情報メディアとしての電話への接触ということで要約されよう。

5　ネットの中の隣人
――「テレコミュニティ」の可能性――

前節の議論では、電話コミュニケーションが物理的制約を超えたネットワークの成立する契機となりうることを検討した。しかし、

それがどのように存続しているかという詳細な点について、明確に結論づけるまでには至らなかった。

ただし、そうした点を示唆する端的な例として、伝言ダイヤルやダイヤルQ^2の「パーティライン」を引くことは可能である。これらは各々メディアとしての機能や性格の点では若干異なるものの、3－(2)でふれたテクノロジー環境の変容の下で派生したことでは共通している。

伝言ダイヤルは、NTTにより連絡用の声の伝言板としてサービス提供されたにもかかわらず、不特定の相手を対象としたメッセージ交換の場となった経緯をもっている。詳しい点については別稿[33]を参照されたいが、その中でとりわけ注目されるのは、伝言ダイヤルを利用して見ず知らずの相手と会話のやりとりを行う「リレーダイヤル」とよばれるサークルである。電話回線という場は本来、抽象的で無根拠なものであり、そこでの匿名的な接触はかなりのリスクや不安を伴っている。これについてそれらのサークルでは、参加者たちが、さまざまな空間的メタファーや発話ルールを用いた秩序づけをおこなうことによって、会話のネットワークを形成していた。

また、見知らぬ者同士が複数で会話の可能な回線に電話をかける「パーティライン」の場合も、比較的常連のメンバーを中心に、独特のジャーゴンを共有し合いながら会話が進む点で、伝言ダイヤルと共通の側面をもっている。

一般に、これらのメディアを通じて生じた対人関係はネガティヴな感覚で捉えられがちである。実際「パーティライン」をはじめとするダイヤルQ^2に関しては、非行や犯罪との結びつきが問題とされ、一時は世論を席巻した。しかし、こうしたメディアによるつながりを、従来の電話コミュニケーションなどにおける社会的関係と比較すると、かなり共通する部分も多いといえるのではなかろうか。

筆者がフィールドワークを行った際、インフォーマントの一人が「極端な話、三日声を出さなければ忘れられてしまう世界だ」（五十代前半、男）と述べたように、伝言ダイヤルも「パーティライン」も、メディアにアクセスすることだけで成立したつながりであるため、やりとりが継続していなければ互いの心理的距離は遠ざかってしまう。他方、われわれの日常生活をみると、地理的に隔てられている友人や知人に対して電話や手紙を交わさない状態が続けば、次第に疎遠になっていくことが少なくない。

ここで両者の違いを挙げるとすれば、前者がメディアのネットワークそれ自身に依拠しているのに対し、後者が既存の社会的関係を発端としている点である。しかしこのことを別にすれば、物理的な距離の制約を超えたつながりが、メディアによって維持されるという点で、それらは互いに類似していることに気づかされる。

こうした、電話を媒介とした関係の広がりを一種のコミュニティとして捉えたのが、S・ケラーであることは2節でふれた。また同様の発想から、古川良治はパソコン通信という電子的な絆によって成立したコミュニティを「電子コミュニティ」とよんでいる[34]。ここではこれらに倣って、電話を含めたテレコミュニケーションにより維持・成立する社会的関係の広がりを総称し、《テレコミュニティ

(telecommunity)》とよぶことにしよう。

右に述べた、メディアによって自足的に形成される関係と、既存の社会的関係から展開してメディアでつながる関係の違いは、この観点から明らかになる。すなわち、家族のように血縁的なつながりを本来もつ場合は、比較的メディアのなかに成立するコミュニティとしての意識は希薄なのに対し、伝言ダイヤル等の場合、つながりをもつ理由がメディアそのものに限定されている点で、きわめて端的な《テレコミュニティ》なのである。そして双方の間には、日常の社会的関係から相対的に独立している程度の異なった、多様な《テレコミュニティ》が存在しうる。

電話ネットワークを媒介としたプライベートな関係に馴染みのない年齢の高い世代は、こうした概念に抵抗を感じるかもしれない。しかし、前節で触れたテレビのアナロジーを考えれば、ファミコンのロールプレイングゲームの中に構築された擬似的世界に没入する若者や子どもたちは、電話のコミュニティに対して上の世代よりもずっと近寄り易い存在なのである。

ただし、家族や友人などの間に展開される《テレコミュニティ》は、そうした既存の対人関係の上に重層的に形成されるという点で日常の空間と連続性をもっている。これに対して「パーティーライン」や伝言ダイヤルにおけるような、完結した自足的な《テレコミュニティ》とそれ以外の日常的な世界の間には断層が横たわる。この点をはっきりと認識できていない場合、時として問題が噴出するのである。「パーティライン」で知り合った遠くの相手を訪ねて少年が家出するという、以前まったく見られなかった非行の増加[35]などはその一例といえる。

また《テレコミュニティ》の発展にともなう問題もある。《テレコミュニティ》の成立は、社会的関係に対する物理的な位置づけの影響力を減少させ、参加者に距離の遠近で左右されないアクセスの対等な機会を保障する。これはJ・メイロウィッツが、メディアの介在が社会的状況を変化させると論じた点[36]に一致するが、彼はまた、メディアによっていったん均質化した社会的状況が、ニューメディアの登場で再び細分化に向かうことも指摘していた[37]。《テレコミュニティ》では、ネットワークの密度が増大し多様な情報が交錯するにつれて内部に生じる情報の流れの谷間が、社会的関係を隔てる壁として作用するようになる。これが場合によっては成員間の心理的距離が増大するかたちで現われるのである。以前、拙稿で伝言ダイヤルの参加者に相互不信が生じることがあると指摘したが[38]、その背景にはこうしたメカニズムが働いている。

筆者の伝言ダイヤルに関するフィールドワークで接触した「リレーダイヤル」のメンバーたちは、以上に示したようなトラブルへの予防措置としてさまざまな対応をしていた。その例を次に示す。

「人間不信に陥るメディアだと思う。だから人格を二重にして、キャラクターをつくらないとやっていけない。一度トラブルがあってからは自宅の電話はほとんど教えないし、実際に会って気の許せそうな人間にしか本名は教えない。」(四十代前半、男)

「伝言界にはプライベートなこみ入った話は持ち込まないほうがよい。だから身の上相談などはなるべく受けたくないし、かかわりたくない。」（五十代前半、男）

「相手の日常生活にかかわりたくないし、わずらわせたくないし、そうされたくもない。伝言を交わしたり、電話をかけて話をしたりする間だけ、自分のことを思ってくれて、楽しく話せるだけでいいと思う。」（二十代半ば、女）

このように、日常的な世界との間に一線を画すという態度は、先に触れた「リレーダイヤル」をめぐる特有のルールが生まれた根拠にもなっていると考えられる。この論点を拡張すれば、二節で紹介した渡辺潤の指摘する、電話での儀礼的な約束事も、これと同じ文脈で論ずることができよう。それは、こうした事象のそれぞれを《テレコミュニティ》における一定の秩序を維持するために形成された「文化」の一つとしてとらえることにつながる。

かつて井上俊は、現代における地域文化をある地域の住民に限定して考えることはもはや不可能であり、「さまざまな形でその地域に関与する人々をふくめて広くとらえることが必要だ。」という観点を示した。そこから彼は、都市で匿名のストレンジャーどうしが接触する際の行動パターンが、ひとつの都市文化を形成し、都市の秩序を維持していることを指摘している。[39] この考え方に立てば、電話を含めたテレコミュニケーションによって人々の接触する場としての《テレコミュニティ》における、人々の一般的な態度や志向、行動のパターンなどを、文化としてとらえることに疑問の余地はない。

さらに現代社会でテレコミュニケーションのネットワークが果たしている役割を考慮すれば、こうしたパースペクティヴからの議論が社会の一つの側面を解明する上できわめて有意義であることは明らかである。本稿では電話のコミュニケーションから検討を試みたが、今後はこれを含めてテレコミュニケーションを媒介としたさまざまなネットワークを《テレコミュニティ》という一貫した観点の下に検討してゆくことが必要となろう。だが、そのために論拠とすべき材料はまだ不十分であるため、新たな実証的見地からの分析は今後の課題としておきたい。

註

（1）林紘一郎・小森稔彦「電話再発見」『情報通信学会誌』第四巻一号、一九八六年。

（2）Fielding, Guy and Hartley, Peter, "The Telephone: a neglected medium," in Cashdan, Asher and Jordan, Martin, *Studies in Communication*, Basil Blockwell, 1987.

（3）藤竹暁編（対談集）『電話コミュニケーションの世界』ダイヤル社、一九八〇年。

（4）Ball, W. Donald, "Toward a Sociology of telephones and Telephoners," in Truzzi, Marcello ed., *Sociology and Everyday Life*, Prentice-Hall, Inc., 1968. pp.62-63, p.67.

(5) Aronson, Sidney H., "The Sociology of the Telephone," *International Journal of Comparative Sociology*, 12, 1971. p.162.
(6) Keller, Suzanne, "The Telephone in New (and Old) Communities." in Pool, Ithiel de Sola ed., *The Social Impact of The Telephone*, MIT Press, 1977, p.281-298.
(7) Ball, W.D., *op.cit.*, p.59-75. もちろん、ボールの議論はミクロな領域にとどまるものではなく、社会組織や社会的空間との関わりの問題についても論じている（*ibid.*, pp.67-68.）。
(8) 西脇裕之「電話空間における自己」山岸健編著『日常性の舞台と光景――［社会学］の視点』聖文社、一九九〇年、二五五～二五九頁。
(9) Schegloff, Emmanuel A., "Sequencing in Conversational Openings," in *American Anthropologist*, vol.70, no.6, 1969, pp.1075-1095. 他。
(10) Rutter, D. Derek, *Communicating by Telephone*, Pergamon Press, 1987, p.72.
(11) 西脇、上掲論文、二五七頁。
(12) 渡辺潤「電話のコミュニケーション」『メディアのミクロ社会学』筑摩書房、一九八九年、三六～四三頁。
(13) 吉見俊哉・水越伸・若林幹夫「電話コミュニケーションの研究」『東京大学新聞研究所紀要』№42、一九九一年、七四～七六頁。
(14) Fielding and Hartley, *op.cit.*, p.110.
(15) 吉見他、上掲論文、七六頁、七九～八〇頁。
(16) 同論文、八八～八九頁。
(17) 同論文、九二～九三頁。
(18) 日本電信電話株式会社広報部『電話一〇〇年小史――The Story of Telephone』一九九〇年、四頁。
(19) 日本電信電話公社東京電気通信局『東京の電信電話――続・東京の電話』上、電気通信協会、一九七二年、一五二頁。
(20) 同書、下、八七六～八七七頁。
(21) 一九六八年十月『電話業務研究要約』（同書、五八一～五八二頁による）。
(22) 金光昭『赤電話・青電話』中央公論社、一九六五年、七一～九〇頁。および日本電信電話公社東京電気通信局、上掲書、下、五五七頁。
(23) Pool, Ithiel de Sola, *Technologies of Freedom*, Harvard Univ. Press, 1983, 堀部政男監訳『自由のためのテクノロジー――ニューメディアと表現の自由』東京大学出版会、一九八八年、三二～三三頁。
(24) ただし、多様な可能性は何も最近に始まったというものではなく、音楽・演劇の送信や、ブダペストで開設された「電話新聞」など、電話の発明当初からさまざまな試行錯誤がおこなわれていた（Aronson, *op.cit.*, p.160.）。
(25) 郵政省編『平成三年版　通信白書』大蔵省印刷局、一九九一年、九頁。
(26) 大賀公子「新しい電話コミュニケーション」『情報通信学会誌』第九巻二号、一九九一年、九六頁。
(27) 総理府広報室「暮らしと情報通信」『月刊世論調査』一九八七年八月号、四一～四二頁。
(28) 日本電信電話株式会社「家庭・個人セクター通信利用実態調査（平成二年度）」（大賀、上掲論文、九九頁による）。
(29) 『ＮＴＴレポート№10号、一〇代ヤングのテレコミュニケーション――中・高校生の電話利用実態調査』一九八六年七月臨時号。『ＮＴＴレポート№15号、子どものテレコミュニケーション――小学生の電話利用実態調査』一九八七年八月臨時号。ならびに『ＮＴＴレポート№19号、大学生のテレコミュニケーション――電話利用実態調査』一九八八年二月臨時号。ただしこれらは別個の調査となっているため、単純な比較には問題もあろうが、そのままのデータを掲げておく。
(30) 『ＮＴＴレポート№31号、若者のミッドナイトコミュニケーション』一九九〇年十一月号。
(31) 古川良治「大学生の電話コミュニケーション」『日本社会心理学会

第二十九回大会発表論文集』一九八八年、一一七頁。

(32) 石田光・西端美和子・植田克巳『小学生の電話生活』大阪幼少年教育研究所、一九九〇年。なお集計結果まで含めた資料をご紹介いただいた大阪幼少年教育研究所の石田光氏にはこの場を借りて感謝の意を申し上げる次第である。

(33) 岡田朋之「匿名的双方向メディアとしての伝言ダイヤル」『情報通信学会誌』第九巻二号、一九九一年。

(34) 古川良治「電子コミュニティの研究」『情報通信学会誌』第八巻第二号、一九九〇年、一四四頁。

(35) 警視庁の調べによる。(『日本経済新聞』一九九一年五月一六日付夕刊。)

(36) Meyrowitz, Joshua, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford Univ. Press, 1985, pp.35-36. 他。

(37) *ibid.*, p.88.

(38) 岡田、上掲論文、一五一頁。

(39) 井上俊「地域の文化」同編『地域文化の社会学』世界思想社、一九八四年、二〜一八頁。