

Web 2.0 時代における人間行動

——ジャーナリズム, シチズン・セントリック, SNS, サイバー法の視点から¹⁾——

松野良一
大橋正和
高谷邦彦
平野晋

Human Behavior in the Age of Web 2.0: From the Perspective of Journalism, Citizen-Centric, SNS, and Cyber Law

Ryoichi MATSUNO
Masakazu OHASHI
Kunihiko TAKAYA
Susumu HIRANO

Abstract

Digital media has had a profound impact on human behavior. Nevertheless, articles about digital media have focused on the power of the technology rather than the impact it has had on human behavior. This article discusses how digital media has become successful by appealing to people's desires, amplifying them and creating new desires.

This has not only changed individual behavior, but also transformed the relationship between individuals and society. The new media have dismantled the existing "social body" and created a new, different one. This article analyzes this phenomenon from four researchers' points of view: Journalism, Citizen-centric, SNS, and Cyber Law.

Key Words

Journalism, Citizen-Centric, Mixi, Social Networking Service, Cyber Law

目次

1. 問題と目的
2. マスメディアの時代は、終焉を迎えつつあるのか？ (松野論考)
3. シチズン・セントリックな考え方—情報社会における基本理念 (大橋論考)
4. 現実の私・Web上の私—学生たちのコミュニケーション環境 (高谷論考)
5. サイバー法と契約行動 (平野論考)

1. 問題と目的

インターネット, 携帯電話, などの新しいデジタルメディアの登場によって, これまでの人間行動が大きく変化してきている. マスメディアとオーディエンスという一方向的固定的関係が崩壊し, 主導権は消費者, 市民に移りつつある.

地域行政においても, これまで自治体が主導権を握り, 「上から下へ」の流れがほぼ固定化してきた. しかし, それがデジタル時代には, 市民参画, 市民協働, 市民中心主義へと, 発想が大きく変化している.

デジタルメディアに関する論考は、これまでは技術を中心にしたものが多かった。しかし、本論文は、デジタルメディアを使う人間の行動を中心に分析、検討を加えようというのが狙いである。

マクルーハン（1964）は、メディアというものは、身体を拡張させるものであると指摘した。テレビもラジオも、車も電車も、それは生物学的身体の限界を脱却し、さらに身体を拡張させるためのメディア（媒介物）であるとした。

こうした歴史的議論を踏まえて、荻上（2009）は、「メディアは人々の欲望を叶えるため、社会に登場し、定着していく。単に『もともとあった欲望』を満たすためだけでなく、新たな欲望を植え付け、発展させていく。個人の振る舞いを変えると同時に、社会が個人に期待するもの、個人が他者と世界に期待するものも変えていく」という視点を展開している。

つまり、「生物学的身体」は進化しないが、あるいは劇的には変化しないが、メディアは「社会的身体」のあり方を解体・構築していくのだと主張している。

本論文は、Web 2.0時代に、デジタルメディアを使う人間が自らの「社会的身体」をどのように変容させていくのかに注目した。4人の研究者が、各々の視点からアプローチを試みた論考をまとめたものである。

1番目の松野論考は、デジタル時代におけるマスメディアとジャーナリズムの関係性について検討を加えている。デジタルメディアの普及によって、旧来のマスメディアの衰退が少しずつ目立つようになってきた。しかし、マスメディアを、「コンテンツ」を収納する「コンテナ」として考えれば、「コンテナ」は変わっても、ジャーナリズムに裏打ちされた「コンテンツ」は不滅ではないかという視点で考察を進めた。ジャーナリズムがこれまで担ってきた、多様な情報・意見の提供、議題設定機能は、デジタルメディアの時代でも極めて重要な意味を保持していると主張する。

2番目の大橋論考は、実証実験などの事例を取り上げながら、Web技術が可能にしてきた市民中心主義的なサービスについて検討を加える。引越しの際に、電気、ガス、水道、電話、住民票の移転など、全部個別にやらなければならない。これは供給側の発想であって、市民中心主義的な発想ではない。もし、1箇所に連絡すれば、自動的に引越しに必要な手続きがまとめて進む「ワンストップサービス」であれば、どれだけ便利であろう。情報社会のあるべき方向性について設計を試み、提言を行う。

3番目の高谷論考は、現代の高校生や大学生の必需品になっている「ミクシィ」について、検討を加えた。実際に筆者（高谷）が「ミクシィ」に入会し、学生たちとやりとりした経験を通じて、新しいコミュニケーションについて考察した。「ミクシィ」については、オタクっぽいとか閉塞的だという意見もあるが、実際に体験した筆者は、それが表の世界とは違う温かいコミュニケーションを生み出し、若者が救われている面があることを発見し、新しい視点の提供を試みる。

4番目の平野論考は、サイバースペースでの商取引と契約の問題を取り上げる。Web上で様々な物を購入・決済するときに、利用規約などが出てきても、ほとんどの人が読まずに「はい」をクリックしてしまう。危険であるとは思いますが、読みづらかったり、言葉が難しかったりするため、面倒になって最後は躊躇なく「はい」をクリックする。こうした現象について、法と行動科学（認知心理学）の視点から分析を行う。

2. マスメディアの時代は、終焉を迎えつつあるのか？（松野論考）

(1) マスメディアの衰退とジャーナリズム機能への信頼

最近、新聞を購読しない学生が多くなった。自宅通学でない学生で新聞を購読している率は、すでに20%を切っているのではないだろうか。2008年度前期の授業「メディアリテラシー」（総合政策学部開講）で調査した時には、「毎日、新

聞を読む」と回答したのは、受講者約 163 人中 37 人しかいなかった。このままの状態では、いずれ現在の新聞産業モデルは壊滅的な状態になり、新聞を読むのは高齢者だけになってしまうかもしれない。

ジャーナリズムの保守本流的存在である新聞メディアの衰退だけでなく、最近では、テレビを含めてマスメディア全体が、多くの批判を浴びている。興味本位、やらせや演出過多、捏造、加害者や被害者への人権侵害、記者クラブの閉鎖性、マスコミ人の特権階級意識、スタッフの横領・脱税・裏金作り、各新聞紙面の同質性、権力迎合報道、モラルの低下など、数え上げればきりが無い。

難しすぎる漢字一杯の新聞記事、専門家しかわからない解説と社説、政治家の介入による番組改変疑惑やスタッフの不祥事連発で信頼を失った NHK、お笑い興味本位のワイドショーだらけの民放。こういうマスメディアの現状に、大学生だけでなく一般の視聴者はうんざりしている現状がある。

これに対して、インターネットや携帯電話などのデジタルメディアの勢いは加速している。ニュースのアウトラインは Web 上にアップされている無料の記事を読めば大体わかるし、動画についても YouTube などのサイトで見つけることができる。各テレビ局のサイトでは、動画ニュースを視聴することができる。それに何よりも、自分たちの気に入った仲間たちとミクシィなどの SNS (Social Networking Service) で、とりとめの話をしていない方が楽しいのである。

しかし、それでも我々は、マスメディアをまだ信頼している部分がある。地震などの天変地異があれば、テレビのスイッチを入れる。社会問題があれば、学校、会社、図書館で新聞の解説欄や論説を読む。Web しか見ないという人も、何かあれば、テレビ局や新聞社のサイトを訪れ、そこにアップされているニュースや解説に目を通す人は多い。Yahoo などのポータルサイトしか見ないという人も、そのサイトに提供されている新聞社のニュースは必ず見ているはずだ。また、「現代は、

市民メディア、市民ジャーナリズムの時代だ」と言われても、やはり、何かあったら、新聞社やテレビ局の報道に目を向けるのである。こうしたマスメディアへの信頼性は、その広範な取材網やプロとして鍛え上げられた取材力のほか、不偏不党や公正中立などを掲げるジャーナリズム精神に裏打ちされている。

つまり、マスメディア全体への評価は落ちているかもしれないが、まだマスメディア内にあるジャーナリズム機能については、我々は信頼し、期待している部分があるということだろう。

(2) マスメディアが果たす重要な機能

米国の憲法学者、キャス・サステーンは、こうしたマスメディアが果たしている重要な機能について、2つの重要な指摘を行っている。1つ目は、「マスメディアは、興味がある人にも興味がない人にも重要と思われる話題を提供する。民主主義では、人々は不快であっても、時に、自身の選択ではない見解や話題にもさらされるべきだ」ということ。2つ目は、「マスメディアは、市民が社会問題へ手をつけるための共通体験を提供している。その共通体験は、社会の接着剤の役割をしている」というものである。

我々は日常的には意識していないが、マスメディアはいくつかの重要性を保持している。その1つは、多種多様な話題の提供である。新聞は1面から社会面まで、20-30数ページにわたり、国内外の社会問題、話題、解説を網羅的に取り上げている。テレビもまた、「世界の今」を30分や1時間というコンパクトな番組にまとめて、視聴者に提供している。この何気ない、毎日代わり映えないルーチンが、実は民主主義構築のために貢献しているのである。しかし、そのルーチンが重要であると実感している人は少ない。

マスメディアの重要性は、もう1つある。それは、議題設定機能 (agenda setting function) である。これは、提供するニュースに価値付けを行う点である。たとえば、新聞の場合、それぞれの記事には、ニュースバリューを考慮した編集が行われる。

1面なのか社会面なのか、5段抜きなのかベタ記事なのかを、新聞社が判断するのである。またテレビは、取り上げる順番で、そのニュースバリューを判断し編成している。こうしたマスメディアの機能は、「何が重要であるか」「何が議題なのか」「何が争点なのか」をわかりやすくコンパクトに教えてくれる。これが、マスメディアの重要な働きの1つである。

マスメディアへの信頼性、そして、マスメディアが提供する多種多様な話題、そしてわかりやすい議題設定は、我々が民主的な社会を構築する上で、重要な機能を果たしている。特に、選挙における有権者の判断、市民運動、NPOやNGOの発足と活動、ボランティア活動、そして、何より社会問題を解決しようという「政策」決定に大きな影響を及ぼすのである。皆が集まって、1つの社会問題を考え議論しようという動機付けを与え、議論の材料、視点、方法なども提供する。

時には、マスメディアが独自に行った調査報道によって、時の内閣が倒れたり、あるいは国会の議論に発展し法律が制定されたりする。また場合によっては、司法当局による強制捜査に発展することもある。そうした意味では、マスメディアは実に大きな影響力を持ち、民主主義を根底から支えていると言ってもよいかもしれない。

(3) Webメディアによるマスメディア批判

しかし、最近、そのマスメディアが、大きな揺さぶりを受けている。マスメディア批判も、これまで以上に、ボディブローのように効いてきているのではないかと思える。そうした状況を引き起こしているのは、インターネット上に誕生した様々なWebメディアである。Webメディアがなぜ既存のマスメディアへ大きな影響を与えているのだろうか。それには、2つの理由が考えられる。

1つ目は、マスメディアの問題を、人々がインターネットで取り上げ批判し始めたということ。そして、2つ目は、Webメディアによる個人空間構築、パーソナル化が進行していることである。

1つ目は、2チャンネルに代表されるように、

ネット上に芽生えた新しいメディアは、そもそも既存のマスメディアやマスメディアが提供した話題をもとに批判、批評を繰り返しているという点である。だから、インターネットユーザーの多くは、最近、急にマスメディア批判が多くなったという印象を受ける。そして、それらを読むと「マスメディアは腐敗している」という認識を持ちやすくなる。

2005年、約300人の学生を対象にマスメディアへのイメージ調査を行ったが、インターネット利用時間が長い学生ほど、「マスコミ＝腐敗」とするポイントが有意に高いという結果が出ている。この背景について、米国のガブナーの培養理論を応用するならば、マスメディア批判が氾濫するインターネットという環境に滞在すればするほど、「マスコミ＝腐敗」というイメージが培養されたのではないかと解釈することができる。

ライブドアのサイトで誕生した「パブリック・ジャーナリスト (PJ)」が書いている記事も、朝日新聞をはじめとして既存のマスメディアに対し懐疑的なスタンスで書かれているものが目につく。批判や批評、コラムなどが主流で、その内容は、基本的には多くの問題を抱え機能不全に陥っている既存のマスメディアを批判したものが多し。しかし、一次情報に独自に接触して取材し報道しているものは少ないという印象を受ける。

自民党が2005年8月、総選挙の前に、ブログ上で積極的に発言しているブロガーと呼ばれる人々を集め懇談会を開いた。武部幹事長が直接PRを行ったことは、新しいメディア戦略として注目を集めた。ブロガーたちは、さっそく自分の体験についてブログ上に書き込んだわけだが、日ごろは会えない政権党である自民党の幹事長と直接会話できたということが、結果的に好意的な文章につながっていったとされている。

しかし、これだけ批判がWeb上で氾濫している背景には、マスメディアが本来のジャーナリズム機能を果たしていないのではないかと、という国民的な懐疑心が、大前提として存在しているのではないだろうか。それは、マスメディアが、社会

正義、反権力、市民の立場、弱者の視点という基本的なスタンスを忘れ、真実追求のための努力を怠っているからではないだろうか。幼稚なスクープ主義、幼稚な視聴率主義がまかり通り、デジタル化の波の中で、本来の責務を見失ってうろたえているように見える。

AP 通信社のトム・カーリー社長（2004 年当時）が、「問題は、コンテナじゃない。コンテンツだ」と述べた通り、ジャーナリズムはコンテンツであり、精神活動であるという原点を忘れるべきではない。「コンテナ」は、新聞、ラジオ、テレビ、雑誌という 4 媒体に加え、Web メディアが加わった。しかし、それらは「器」であって、それに入れる「コンテンツ」は、人間が作らなければいけないという指摘は、極めて重要である。最近のベンチャービジネスの経営者には、「コンテンツは IT が生み出す」というようなことを言っている人がいたが、それは大間違いで、「コンテンツは人間の精神活動からしか生み出すことはできない」のである。工場のようにボタンを押せば、自動的に完パケ（完全パッケージ）された番組が出てくるというものではない。

(4) Web メディアをめぐるパーソナル化の問題

もう 1 つ、マスメディアを揺さぶっている問題に、パーソナル化がある。これは、大学で学生を見ていると日常的に痛感する問題である。

その不安の 1 つは、ミクシィなどの SNS の拡大である。講義で、「ミクシィに入っている人は？」と聞くと、80% 近い学生が手を上げる。もちろん、メディア関係の講義であるため、そういう結果が出た可能性はある。しかし、筆者の予想では、大学生は全体で、すでに 50% 以上は入っているのではないだろうか。

私も実験のために入っているのだが、このミクシィというのは、良いところと悪いところがある。良いところは、おしゃべり感覚で書き込めて、誰でも気軽にコミュニケーションが取れるということである。ある意味、中学、高校生の夜の長電話

のようなものである。とりとめもない悩みとか感想とか、話題とかが延々と展開されるのである。幼稚なコミュニケーションであるが、ストレス発散になるのは間違いない。いろいろなコミュニティもあり、中にはそこで知らない人と出会い、有意義な議論が展開されることもあるかもしれない。

しかし一方で、問題も多い。最大の問題は、クローズドなコミュニケーションである。つまり、閉じた世界のコミュニケーションである。気に入った友達（マイミク）で閉じた世界を作り、その中でとりとめのない会話を繰り返す。それを、朝までやってしまったという学生もけっこういる。どちらかと言えば、非生産的な世界である。

こうした閉じた世界を作り出すのは、ミクシィだけではない。グーグルニュースでも同じである。自分が好きなもの、見たいものだけを、カスタマイズできるのだ。そうすると、PC のモニターには、スポーツニュースだけがならんだり、音楽関連やファッションのニュースだけがならんだりするのだ。カスタマイズされた世界には、マスメディアが持つ議題設定機能が入り込む余地はない。こういう自分用にカスタマイズされたニュースサイトを、サステイーンは「デーリーミー」(Daily Me) と読んでいる（「The Daily Mirror」という新聞は実際にある）。

現在、こうしたカスタマイズとパーソナル化の動きは加速し、人々は自分の好きなものと好きな仲間に取り込まれる快適な環境を作り上げ、その中に閉じこもるようになったと言われている。ベネディクト・アンダーソンが著書『想像の共同体』で指摘したように、メディアが作り上げた共通のイメージがナショナリズムに発展し、極めて過激な言動が発生してくる可能性もある。

実際に、Web 上の特定のコミュニティ内においては、意見が過激に走ったり、分極化したりするサイバー・カスケードと呼ばれる現象が報告されている。中国の若者の反日運動の盛り上がり、小泉劇場による自民党圧勝、さらには、北朝鮮バッシングなど、Web メディアが影響していると指

摘された現象が増えてきている。

Web メディアは、それが資本主義と市場主義に巻き込まれている以上、カスタマイズとパーソナル化の進行を止めることは、もはや不可能である。では、我々に何ができるのだろうか。

1つは、マスメディアの重要な機能について、関係者は再度認識し、良質の報道に努めることにより、市民と信頼関係を再構築することであろう。そして、もう1つは、新しく登場したWeb メディアについて研究を行い、コンテンツを乗せる器、コンテナとして利活用する方法を見出すことである。新聞メディアにとっては急務であろう。

逆に、市民にとって重要なことは、これまでのマスメディア批判的メディアリテラシーから、マスメディア、Web メディア、市民メディアという3つが混合された新しいメディア空間におけるリテラシーを向上させることだと思う。

マスメディア全盛の時代は終わるかもしれないが、健全なジャーナリズムは必要不可欠なもので、民主主義社会の根幹として機能するべきであると考える。

3. シチズン・セントリックな考え方——情報社会における基本理念（大橋論考）

近年、シチズン・セントリックという概念が重視されている。電子政府そのものが官の電子化というよりは官とシチズン（市民）を結ぶ新たな仕組みであるという考えで、シチズン・セントリック（市民中心主義）と呼ばれている。

この考え方そのものは、ネットワーク社会では、従来より存在したが実際に実現できる技術と社会が必要とするようになったのは、電子政府が各国で構築され利用され始めた2004年ぐらいからである。

これを支える技術は2000年頃から始まったWeb サービス（英語では複数形のWeb Services）である。最近話題になっているWeb 2.0もWeb サービスの技術が基になっている。Web サービスは元々シチズン・セントリックを目指して始まった動きないし技術といえる。本来は、Citizen

Centric e-Government などシチズン・セントリックのあとに名詞が続くのであるが概念をわかりやすく説明するためにシチズン・セントリックという言葉を使っている。

(1) シチズン・セントリックな考え方の例

この概念に関して著者の関係したプロジェクトで説明したい。

・教育への応用（1994-1997）

94年から総合政策学部の情報系の授業の中に取り入れたのがDNA（Digital Network Academy）と呼ばれたプロジェクトで広義の協調学習である。学生のレポートをWeb上に提出させ公開することにより議論を促したり、グループ（4名前後）で自由研究のテーマを決め、まとめるまでのプロジェクトとしてWeb上で研究を実行させたり、自動採点問題や3階層を持つテキストの試作をしたりして学生中心の授業を行った。このプロジェクトは、教育CALS研究会や情報処理技術者試験の模擬試験をネット上で公開するなど外部プロジェクトへ発展していった。

・地域情報化への応用

97年頃から武蔵野市の情報化委員会において行政の情報化の在り方についてディレクターサービスという概念で市民の行いたいオブジェクトを中心とするべきであるという考え方を提案しWeb上での模擬シミュレーションをコムジャパンのCALSブースでゼミの学生と一緒にデモした。

これは、行政の手続きを行う場合市民は、何か行いたい目的（オブジェクト）があり手続きを行うという考え方にに基づきそのオブジェクトを分析したものである。例えば、住民票を取得する人は住民票そのものが目的ではなく、パスポートや免許を取得するための目的を持っている。引越をした時を考えると、引越をするというオブジェクトには、住民票を書き換えるばかりでなく、子供がいれば教育の手続き、免許の変更、また、銀行の口座や電気、水道、ガスなどの手続きが必要である。住所を変えるだけで様々な手続きが必要でありこれらを行政の縦割りの組織毎の手

続きではなく、ディレクトリーサービスを行うべきであるというのがこの考え方の中心である。98年には、神奈川県との協力を得て横浜市のタウンテレビ金沢、東急ケーブルビジョンのCATVを利用したインターネットサービス上でどのくらいのオブジェクトが必要なのかを実験した。この結果、Web上に15から20ぐらいのオブジェクトにまとめることができることを確認した。このことは、同年フランスのボアティエで行われたOECDの地域開発の会議で発表した。

・Web サービス技術の進展

2000年ぐらいからXML Web サービス（通称Web サービス）の技術が提案されPCメーカーのDell等におけるサプライチェーンマネジメントでの成功例が報告されるようになってきた。しかし、メーカーやベンダー各社のこの技術に寄せる期待の大きさから標準化作業に時間がかかり一般への普及を遅らせることとなった。しかし、米国では2004年には、企業の75%が何らかの形でこの技術を利用するところまで来た。この技術が基礎となり最近よく知られるようになったWeb 2.0に発展している。この技術の思想は、利用している本人が中心となってサービスが展開されるという思想で、供給側が中心であった従来の情報システムから利用者側の欲するサービスをネット上で実現するという思想である。すなわち利用者が望むオブジェクトを実現するためにデータをXMLで記述してシステムがWeb上で展開されるためOS等のシステムやPCや携帯といった機器に依存することなく利用可能なことが重要な点である。第2世代のWebサービスの社会システムへの応用を考えて2003年から準備をして産官学で2004年からWebサービスイニシアティブを立ち上げこれらの考え方の普及啓蒙に努めている。

(2) ソーシャル・デザイン・テクノロジーと 実証実験

実証事例：異なるCA間認証ローミングを用いた在学証明書の発行

<背景>

今日、インターネットによる様々なサービスが提供されている。また、これらの多様化するサービスと既存の社会インフラを組み合わせることによって、ユーザーにとってより便利なサービスが生まれるようになってきている。しかし、これらのサービスの連携はサービス提供企業毎の仕様に基づくことが多く、新たに他サービスを連携させる場合、仕様の違いから連携できないことが多い。このように、これまでサービスの提供者を中心に考えられてきたこれらのサービスであるが、認証ローミング技術を用いることによって、利用者中心の社会インフラを安心・安全に連携することができる」と期待されている。

2006年8月末に行われた実証実験では、この認証ローミング技術を用いて、セブンイレブンの店舗に設置されているマルチコピー機を利用し、中央大学の在学証明書を受け取るという実験を行った。これまでであれば、在学証明書など、大学の証明書は事務局の窓口に行かなければ受け取ることができなかったが、この認証ローミング技術によって、大学とコンビニを連携することで自分の好きな場所のコンビニで在学証明書を受け取ることが可能になる（図1）。

<概要>

証明書を発行する手順は大きく分けて「申請」と「印刷」という手順に分けることができる。

申請の手順としては、まず、自宅のPCや携帯電話などから、中央大学にログインを行い、証明書の申請を行い、証明書を受け取りたいコンビニエンスストア（セブンイレブン）を選択する。この時、証明書のデータがセブンイレブンのプリントサーバに送られる。同時に、印刷物を特定するためのプリントIDが返却されるのでFelicaタイプのICカードにデータを書き込むか、もしくはメモをしておく。

次に、印刷の手順の流れであるが、利用者は先に選択したセブンイレブンの店舗へ赴き、セブンイレブンのマルチコピー機を使用して、コンビニ

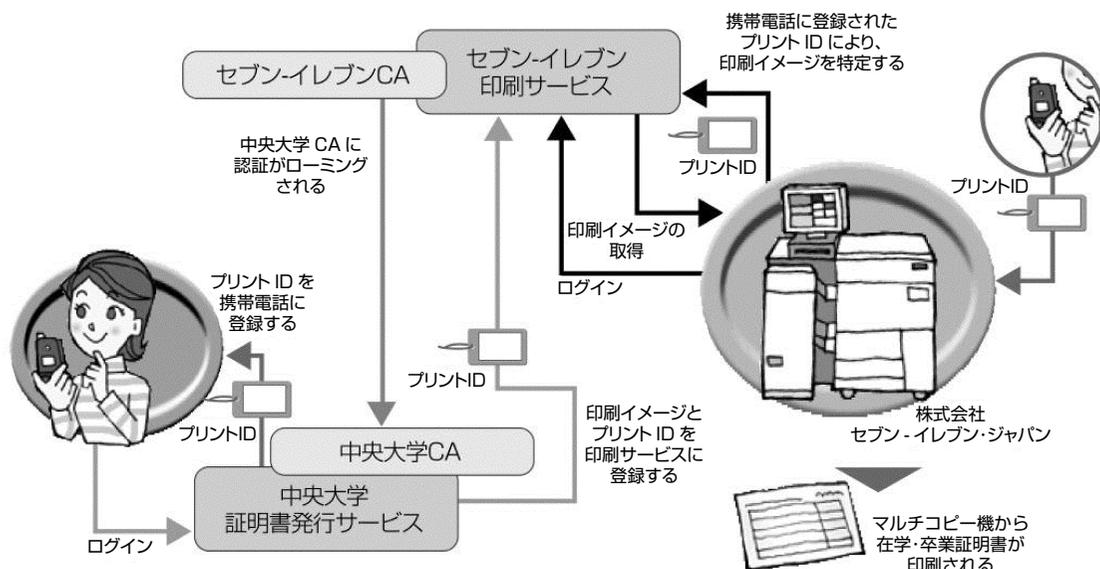


図1 在学証明書の取得の流れ

のコピー機からセブンイレブン経由で中央大学にログインしてセブンイレブンのサービスを利用して、印刷する。この際に、認証ローミング先に中央大学を選択することで、セブンイレブンに利用者のユーザーIDを登録しなくても、中央大学のユーザーIDに基づいた本人認証が行われ、セブンイレブンから認証結果に基づいたサービスを利用者は受けることができる。利用者はプリントサービス画面でFelicaリーダーにおサイフケータイを置くことで、プリントIDが読み込まれ、それに紐付けされた証明書を受け取ることができる。

このような、一連の操作で、場所と時間に制約を受けることなく、証明書の受け取りをすることが可能である。

また、この証明書は、普通紙に地紋印刷という技術を用いることによって、複製が不可能となっているため、原本性を担保することが可能であるといえる。

社会学者の吉田民人先生は、これらICT（情報通信技術）を社会に応用するためには、単なる技術を社会へ応用するだけでは十分でなく、技術を総合化して社会システムを構築する科学が必要で

あると述べられている。産業革命後の工業化社会には、理学を实践するための設計学としての工学の存在が大きかった。21世紀には、社会科学のための設計学が必要であり、SDT（ソーシャルデザインテクノロジー）はまさにこのための仕組みであると考えている。

<アンケート結果>

証明書発行サービスについて、2006年10月26日に行われた次世代WebカンファレンスREMIで、アンケートをとったところ、次のような結果が得られた。まず、ビジネスとして証明書発行サービスをどう思うかについては、約60%の人が、面白い、まあ面白いと答えた。次に、このサービスの利便性・期待性・将来性について質問したところ、利便性が高いと答えた人は約65%、期待できると答えた人は約55%、将来性が高いと答えた人は50%だった。コンビニで出力できるということで、利便性については、高い評価を得ることができた。また、利便性が高いことから、期待度も高くなったと考えられる。しかし、将来性については、23%の人がどちらでもないと答えた。これは、将来、住基ネットのように電子化さ

れたものや、バイオ認証のように、証明書に代わるものによるデジタルでの証明を期待しているのではないかと思われる。最後に、このサービスの今後どのような証明書の発行を希望するかについては、市役所などが発行する証明書が42%と最も多く、次いで、学校、医療機関が発行する証明書、領収書・明細書が7%、給与明細書が3%となった。やはり、多くの人が、公的機関で発行される証明書を、時間や交通費をかけて取りに行かなければならないことを、煩わしいと感じているようだ。しかし、マルチコピー機で公的書類を出力する場合、安全性について不安があるという意見もあった。

しかし、従来のシステムでは、サービスの提供側がサービスの受け手に受け取る場所等を指定していた。書留郵便などはこの典型である。この実証実験では、供給側の論理でなく受け取る側が好きな場所で好きな方法で安全・安心にサービスを受けることができる点が従来と大きく異なる点である。これが、シチズン・セントリックの考え方である。

(3) シチズン・セントリックと公共圏

シチズン・セントリックにとって公共圏の考え方は重要な位置付けにある。公共圏という概念は元々、制度空間（日本で言うと官）と私的領域の間を意味する。人間の生活の中で他人や社会と相互に係わり合いを持つ時間や空間のことを公共圏という。公共と付いているので官と思われるが、官と私的領域の間にあるのが公共圏である。

元々は親密圏すなわち小家族の内部空間から始まり、文芸的公共圏の中身（サロン）の中味が新聞になったなどの形で、進化していった。

残念ながら日本では、近代工業化社会は存在したが、近代市民社会は存在しなかったため国民の意識はあっても市民としての意識はない。

日本では、政府がパブリックセクターで企業もパブリック（公器）の一部と理解されているが、欧米では私的利益を追求するのでプライベート・セクターと呼ばれてその概念が大きく異なる。プ

ライベートは市場原理や利益を追求するというところで、インターネットは公共圏なのか私的領域なのか議論されている。メディアも公共圏に属すると考えられている。この辺りは、ネットワークの普及によりハーバーマスやフランスの哲学者などが提唱した公共圏の概念が少しずつ現実のものとなってきている。Web やインターネットなどの理論的なバックグラウンドになりつつある。

要するに、公共という概念の見直し、官という概念の見直しが言われている。最近では、市場原理万能のように言われている米国でも2001年以降、クリントン政権の経済政策の中心になった人々が、市場原理が成り立つのは経済主体の多様性の確保、供給される財の同質性、情報の完全性、参入・退出の自由等の完全競争の条件が満たされていないことがわかってきている。

ただ、日本の場合は残念ながら公共圏という概念が一般の人に浸透していないので、インターネットが何となく私的領域をでないのは残念である。

これらの考え方がWeb 2.0 や Web サービスを進めていく上で、非常に重要な概念になると考えられる。

(4) Web 2.0 とシチズン・セントリック

ティム・オライリーの“*What's is Web 2.0*”という定義がある。これが今のWeb 2.0の基本概念を構成している。ただ、批判も随分ある。「Web 2.0のデザインパターン」を満たしているのがWeb 2.0だが、1つでも満たしていればWeb 2.0なのではないかとかの議論もある。

よくWeb 1.0との違いに言及されるが、その1つは、Webのネットワーク化や構造化の促進が行われることである。これがWeb 2.0で完結するかというと、そうでなく、Web 3.0があるとしたら、その狙いは、セマンティック Web などの動きも含めて、ネットワーク化と構造化の促進であろう。また、Web サービスの基盤上の発展、ユーザー主導かどうかが非常に重要である。Web 2.0の特徴は以下のことによく表れている。

(5) 価値創造の仕組みの変化

Web サービスをベースにした仕組みの中で価値創造としては Wikipedia の存在が大きい。Wiki という共有のソフトを利用して参加者が皆で記事を書く仕組みである。ブリタニカが 6 万項目であるのに対し、Wikipedia には 160 万項目近くある。虚偽も書いてあるが、主な項目に虚偽を書くると直ちに訂正されるので、それなりの信用度がある。調査や論文を書くとき、これを参照することがある。ただ残念ながら日本語の Wikipedia は信用度が十分でない。

ここで重要なのは、今まで誰が書いたかわからない記事は信用できないということであったが、ある程度の量が集まってくると情報が正しい方向に自然淘汰されることである。実社会では良いこともあれば悪いこともある。悪の部分はある程度確保されていて、普通に生活していくのに支障はない。交通事故も多いかもかもしれないが、めったに起こらないということで生活している。

ところが、人々はインターネットに 100% の安全性を求めるところがある。100% の安全性などあり得ないわけだが、それを補うために新しい仕組みが動くと考えられる。それがシチズン・セントリックという言葉に表れている。電子政府の基本は官の提供する仕組みではなく、シチズンが中心という形である。これが、Web 2.0 や Web サービスの基本を成しており当然自己責任も伴うことも理解しなくてはならない。

4. 現実の私・Web 上の私——学生たちのコミュニケーション環境（高谷論考）

(1) ツイッターよりミクシィ

大学の教員としてゼミを運営するようになってから、ミクシィ (mixi) で日記を書き続けている。

最初 (2006 年後半) は「学生もすなるミクシィといふものを、教員もしてみむとてするなり」という程度の軽い気持ちで始めたのだった。何年も前からプライベートな Web ページとブログを複数更新しており、ゲストブックやコメント欄での

見知らぬ訪問者たちとの交流だけでも、社交性があまりない私としては充分満足していたので、ミクシィが人気を集めるようになっても特に必要性を感じていなかった。

ところが、自分が大学教員となって、教えている学生たちの多くが (何人かの同僚教員も含めて) ミクシィに参加して盛り上がっていることを知った。そして「インターネット・リテラシー」という授業を担当することになって、日本で利用者の多いミクシィを体験せずに SNS などの Web の話をするわけにいかなくなったという事情もある。

そんなわけで遅まきながらミクシィを始めたものの、コミュニティ活動にはあまり興味が湧かないし、書きたいことは別のブログで書いてしまっているし、ミクシィ上であまりやることがない。——2006 年当時のミクシィは、現在ほどサービスやコンテンツの種類が多くなかったのだ。

そこで、今まで Web では書いたことがなかった「日記」というものにチャレンジしてみることにした。大学教員としての日常 (授業やゼミ活動、分掌活動など) を中心とした身辺雑記を毎日書き記し始めたのである。ブログの方では、Web の技術的な話や旅行記など、あくまで匿名の一個人として不特定多数の読者を対象とした文章を書いていたので、ミクシィの日記では私のことを知っている学生たちが読者であることを意識して書くように努めた。教員の日常生活を日記という形で学生たちの目にさらすことで、講義やゼミという枠の中では伝えきれない何かを伝えられるかもしれない、という淡い期待のようなものもあった。

講義の中で宣伝した甲斐もあって、やがて多くの学生たちが私のマイミクに登録されることとなった。学生たちの書いた日記も積極的に読むように心がけ、少しずつではあるが、学生たちの考えていること (悩みや不満など) も理解できるようになってきた。毎日のように顔を合わせている学生たちに関しても、直接の会話では決して知ることのできない内面を垣間見ることができるようになったという点では、ミクシィに参加した意義があった。

特にゼミ運営という点では、学生同士の人間関係を把握したり、その時々状態（恋愛に悩んでいる、アルバイトで忙しい、体調不良で大学に来られない、など）を知るのに、現在ではミクシィが欠かせないコミュニケーション・ツールとなっている。

2010年の時点でもっとも注目と人気を集めているソーシャルメディアはツイッター（Twitter）である。だが、私のまわりでツイッターを活用している学生は驚くほど少ない。私がフォローしているアカウントも各方面で活躍している大人たちばかりである。学生たちに話を聞いてみても、「ミクシィで満足しているのでツイッターに必要性を感じない」とか、「話題になっているのでアカウントを作ったものの、どう使ってよいのかわからない」などという感想が多く、ミクシィほどの広がりは今のところ見られないようである。ツイッターにはツイッターならではの魅力はあるのだが、後述するようにミクシィの濃密なコミュニケーション・システムに慣れ親しんだ学生たちには、「ゆるい繋がり」を特長とするツイッターでは物足りないのだ。

この文章では、大学生のあいだで今もなお圧倒的に利用者の多いミクシィを中心に、学生たちから直接聞いた話と私自身の体験を踏まえて、若者たちをとりまくウェブ・コミュニケーション環境について感じたことを書いてみたいと思う。

(2) グルーミングとしての日記

ミクシィを始めたばかりの頃、私が学生たちの日記とコメント合戦を見ていて感じた第一印象は、なんだかこれは「公開型交換日記」みたいだな、というものであった。自分のための日々の記録や、不特定多数を対象とした普遍的な文章（私自身はそういう日記を書いているつもりであった）ではなく、特定の友人たちに読まれることを前提とした、楽屋オチ的な文章。当然ながら、ツッコミやすい内容、ウケを狙うための文章、芸能人による人気ブログを真似したような文章、つまり「それを読んだ友人がコメントを書きやすい内容」の文

章が多くなる。

たとえば、以下のようなやりとりが典型的である。

日記①

疲れが一気にドット襲ってきました。

体調悪い…

死んでやる…

最近ブルーだ

(コメント一)

そんなあー死なないでください

(コメント二)

大丈夫すか？

とりあえず、休んでください

(コメント三)

〇〇ちゃん気分↓になってるね。お疲れかい？ゆっくり休んで気分↑になってね

日記②（注：深夜2時すぎの書き込みである）

朝おきれない～

(コメント一)

んな時間まで起きてるからだろ…

(コメント二)

わても起きれない～

久しぶりに12時間寝ちゃった

いずれも、わざわざ書きこむ必要が感じられないような内容であり、今なら「ボイス」でつぶやくような内容である（この日記が書かれた2007年にはまだボイス機能もツイッターもなかった）。それに対して何人かのマイミクから同情・共感・励ましといった内容の短いコメントが寄せられている。ミクシィの特徴としてよく挙げられる「儀礼的なコメント」あるいは「義務的なコメント」と呼ばれるものであろう。マイミクとの関係を円満に保つためのリアクションであり、「繋がっていること」を確認／証明するためのコミュニケーション行為と言える。

こうした「繋がっていることだけを確認する行為」について社会学者の濱野智史は、北田暁大の「繋がり社会性」（北田，2005）の分析を踏まえ

て「90年代後半以降に現われた若者のデジタル・コミュニケーションのスタイルは、たとえば一日に何十通と交わされる『毛繕い^{グルーミング}的な』ケータイメールのやりとりや、コピペに満ちあふれた2ちゃんねるのコミュニケーションに顕著なように、もはや『交わされるメッセージについて合意ができるかどうか』という〈内容〉の次元ではなく、『コミュニケーション＝繋がりが成立している』という〈事実〉の次元に、主目的が置かれています。』と書いている（濱野，2008）。

ここでいう「毛繕い（グルーミング）」というのは、猿のノミ取り行為のように、ノミを取ること自体が目的ではなく相手への信頼や親愛の表現手段としてのコミュニケーション行為のことである。つまりグルーミング的コメントの場合は、コメントの内容ではなく、コメントを残したという行為そのものに意味があるのである。「足あと」が残っているだけでも繋がりを確認することはできるはずだが、読んだだけでコメントを残さない「読み逃げ」行為を嫌うユーザーがいるために、コメントを残すことがなかば強制化されている（と多くのユーザーが感じている）。そのため多くのマイミクがいるユーザーの場合は、マイミクたちの日記に目を通して形だけのコメントを残すだけでも大変な時間と労力を要するはずである。それがいわゆる「ミクシィ疲れ」の原因の一端にもなるのであろう。

また最近の傾向として、「鬱日記」と呼ばれる種類の日記を書く学生が増えているという指摘がある。「自分には価値がない」とか「生きていても意味がない」「もう大学をやめたい」「仕事をやめたい」など、単なる愚痴のレベルを超えた、かなり深刻な心情を告白した日記であり、私が知っている範囲でも、学生たちの日記にそうした内容の記述が多く見られるのは事実である。

若者研究をしている原田曜平によると「彼らの間では、誰かが鬱日記を書くと、『大丈夫？』『負けるな～』など、励ましのコメントを書き込むのが、ある種のマナー」（原田，2010）になってい

るので、実はこうした鬱日記も、全部がそうだとはいえないが、マイミクたちにコメントを残してもらうため、つまり他者との繋がりを確認するためのネタの一種と言えるのかもしれない。

実際に私が今まで目にした鬱日記の多くは、鬱の原因や理由が明確には書かれていないものばかりであった。たとえば、鬱日記とはやや異なるかもしれないが、ある女子学生が「ともだち」という意味深なタイトルを付けた日記の中で、「眠れない」「みんないつもありがとう」「みんな大好き」などの思わせぶりな言葉をちりばめながらも、具体的に何が起こったのかを書いていなかったことがあった。すぐにそれを読んだマイミクたちから「どうしたの？」「大丈夫？」「私も〇〇大好き！」というようなコメントが殺到した。私もその日記を読んだときに、何が彼女に起こったのか非常に気になったし、「どうした？」と書き込みたい気持ちをおさえるのに苦労した。ふだんは明るい学生なのでなおさら気になったのだが、その後の彼女には特に大きな変化は起きていないように見えた（もちろん内面まで知ることはできないのだが……）。

そういう点では鬱日記は、愛情や関心を自分に引きつけるためにリストカットなどの自傷行為をする若者の心理と似ていると考えることもできる。ミクシィという「人目に付く場所」で自分の心の傷を晒すことで、マイミクたちの反応をダイレクトに知ることができるからである。

例に挙げた女子学生の日記も、「意味不明な日記で申し訳ない」という文章で締めくくられていることから、明らかに読者のマイミクたちを意識しながらも、あえて詳細を書かなかったことがわかる。友だちであればコメントを残さざるをえないような日記であり、友情や愛情を確認することを目的として書かれたグルーミングの日記と言っているのかもしれない。

もちろん、鬱日記のすべてを「ネタ」として軽視することはできない。鬱日記を書き続けたあげく引きこもり状態になって大学に来なくなった学生も実際に知っているし、鬱日記が増えている背

景には社会の様々な問題が影響している点は否定できないだろう。ただ、頻繁に鬱日記を書きながらも、ふだん会うときにはそんな素振りを微塵も感じさせない、つまり、マイクでなければ普段は絶対に気につけないような学生たちが少なからずいることもまた事実なのである。

以上のように、学生たちにとってミクシィ日記というのは、自己表現や日々の生活の記録などといった「日記」というものが従来持っていたはずの目的よりも、友人たちとの繋がりを確認するための便利な道具になっているケースが多いことがわかってきた。特に大学生の場合、高校までとはちがって友人たちと一日じゅう同じ教室で過ごすわけではないため、希薄になりがちな友人関係を Web 上のコミュニケーションで補っていると考えられることもできるだろう。一見すると無意味な書き込みの応酬であっても、グルーミング的コミュニケーション行動という観点で見ると、今の時代には欠かすことのできない行為になっているのである。

(3) 真夜中は別の顔？

もう1つ、私が強く関心を持っているのは、ミクシィ上でかなりディープな話題をめぐって真剣な議論が交わされているケースが少なくないことである。

切実な恋の悩み、体調のこと、家族のこと、性のこと、自分の過去のことなど、鬱日記とはちがってかなり具体的な内容を赤裸々に告白している日記がある。学生時代にこうしたことで悩むのは別に不思議ではないのだが、それを Web で公開してしまうことの原因が、古い世代の人間としてはなかなか理解できなかった。

匿名性の高いブログや掲示板などでこうした赤裸々な告白がハンドルネームを使って書かれることは珍しくない。だが、たとえ匿名（ミクシィの ID）とはいえ、自分の正体を知っていて、毎日のように顔を合わせる友人たちが読者の大半であることをわかっていながら、なぜここまで正直な心情を告白することができるのか。それがどうし

ても気になったのだった。

以下に、それほど深刻な話題にはなっていないが、真剣なコメントが付いている例を挙げてみる。

日記③

自分に自信がある人が羨ましいなあ。

皮肉で言ってるわけじゃないよ。

自分に自信があったら、周りの評価なんて気にしないで、自分らしくいけるんじゃないか…って思っただけ。

でも、それって少しでも間違ったら自己中とか空気読めない人とかになっちゃうのかな？

うーん、難しいなあ。

てか、こんなぐだぐだした内容なら自分の日記帳にでも書けばいいのにね。笑

誰かに見ってもらって、あわよくば、何か意見欲しいなあ～

とか思ってるのかしら？

…だとしたら、自分、はんかくせ～

(注：「はんかくさい」＝「ダメな奴」の北海道弁)

(コメント一)

じゃあ、あわよくば、に乗ってやろう (笑)
私達の年代で自信は持たなくてもいい。学ぶ上でとても邪魔だから。増長したら元も子もないしね。(昔は自分以外はカスだと思ってましたから。ま、すぐに叩き潰されてよかった。)

だから〇〇さん位でちょうどいいよ。それに反省や後悔は成長するには必要だしね。ただ、後悔のしすぎで潰れるのは良くないからそこそこに。

とりあえず、こんな感じか。若いうちは悩んでるほうがいいよ。

私みたいにはなるなよ～ (笑)。

(コメント二)

自分に自信のある人って、そんなにいない

んじゃないかと思う。まあ仕事に対しては経験とともについていくとは思うけど、私も自分に自信なんてないよ。

みんな最初は、自分に自信なんてないから、がんばるんじゃないかな。最初から自信満々の人がいたらその方が問題。未熟な勘違い。

(以下略)

私は日記を書いた学生もコメントを書いた学生もよく知っているわけだが、ふだんは何も考えずにダラダラしているだけの学生に見えても、意外に真剣でまともな書き込みをしていたり、友人の悩みに対して的確なアドバイスしていたりして、感心させられることも少なくない。

特徴的なのは、こうした本音の日記に対して、茶々を入れたり、からかったりするようなコメントがほとんどないことである。たいていの場合、マイミクたちはかなり真剣に自分自身の体験を交えつつコメントをしている。前述の例のようなくだらない日記に対してはくだらないコメントを書いていた同じ人物が、真剣な日記に対しては（おそらくかなりの時間をかけて）真剣なコメントを書き込んでいたりする。

これもマイミクとの関係を維持するために必要なグルーミングと捉えることも可能なのだと思うが、そのやりとりを観察していると、マイミクだからという理由で義務的／強制的にコメントを書き込んでいるというような態度には思えない。まるで教育テレビの討論会のように、互いに真剣な思いをぶつけあっているケースが多いのである。いやむしろ、台本があったり司会者が仕切ったりするテレビ番組よりもずっとリアルなやりとりだと言っている。そこに私は感動のようなものを覚えて、最近の学生たちと、そしてミクシイというメディアを、少し見直したのだった。

もちろん、昔から大学時代には人生の諸問題についてこういう「アツイ」議論が交わされたものであり、私自身の学生時代にも、友人の下宿で酒を酌み交わしながら、夜遅くまで語り合うことは

よくあった。時代の流れに応じて今ではその議論がオンラインに移行しただけと考えることもできる。むしろ Web によってソーシャル・ネットワークが広がったり男女差や年齢差を気にしないフラットな議論になったぶんだけ、今の若者の方が進んでいるとも言えるかもしれない。

私がこれに関連してもう1つ気になったのは、彼ら／彼女らが、ふだんの付き合いと Web 上の付き合い、言い換えればオンラインとオフラインのコミュニケーションを、どう区別しているのかという点であった。

というのも、多くの学生がミクシイを利用しているにもかかわらず、ふだんの生活の中でミクシイについて語っている場面を見たことがなかったからである。前日の深夜にアツイ議論を交わしていた者どうしが翌日のゼミで顔を合わせても、オンラインの議論の続きが行われることはない。日記の中で真剣に性の悩みを書いていた学生がいても、オフラインの世界でそのことを興味本位でからかったりする者もない。「そういえば昨夜のミクシイに書いてたことなんだけどき——」というように、ミクシイの書き込みがオフラインの話題にのぼることがないのである。まるで意識してミクシイの話題を避けているのではないかと思えるくらいであった。

いったいこれはどういう感覚なのだろうか？

学生の何人かに話を聞いてみても、本人たちには「避けている」といったような明確な意識や自覚はないようである。当然ながら、ミクシイ・ユーザーたちの中でそうしたルールが明文化されているわけでもない。

私はこの疑問について、自分自身の体験を踏まえて考えてみることにした。

真夜中に書いた情熱的なラブレターは、翌朝になって冷静に読み直すと赤面ものであることは多くの人が体験的に知っているだろう。同様に、酒に酔った勢いで語ってしまったアツく青臭い話を、酔いが覚めた後になって持ち出されるのは気恥ずかしいし嫌なものである。話を聞かされた側

でも、たいていの場合「あれは酒の席でのことだから」ということで真に受けなかったり、「なかったこと」として処理しているはずである。

それと似たようなことがミクシィにも当てはまるのではないだろうか。「あれはミクシィでの話だから」ということで、特にそれが真剣な思いで書かれていると感じられる内容の日記であれば、オフラインではあえて知らぬフリをするのが学生たちのあいだで暗黙のマナーになっているのではないか。もし誰かがそのマナーを破って現実世界でマイミクに嫌な思いや気まずい思いをさせてしまうと、誰もオンラインで真剣な思いを書き込もうとはしなくなって、せっかく快適に利用しているコミュニケーションの場が崩壊してしまう。自分たちにとって必要で便利なコミュニケーション・ツールを失うことを、学生たちはある種のタブーとして恐れているのではないだろうか。

こう考えてみたときに、学生たちがオンラインで赤裸々な書き込みができる理由が理解できるような気がした。ただし、これはあくまでまだ仮説の段階に過ぎないので、今後調査を進めなければならないと思っている。

(4) 本音を語るアバターたち

やりとりされるのはデジタルなデータだけで、相手の名前や年齢・性別もわからなければ、相手の顔すら見えないような状態ではコミュニケーションは成り立たないと考える人がまだいるかもしれない。けれども現在、ミクシィやブログそしてツイッターのような Web 上の新しいコミュニケーション・ツールがこれほどまでに人気を集めているのは、単なる「新しいものに対する興味」だけとは言えないだろう。現実世界に欠けている「何か」がそこにあるからであり、その「何か」に対するニーズが確かに存在するからなのである。

私はその「何か」の一端を、ある学生との会話の中で見つけたような気がした。ミクシィの魅力について、ある女子学生に話を聞いた時のことだ。彼女はミクシィがサービスを開始した当初から利

用しているヘビーユーザーで、比較的ディープな内容の日記を書くことが多い学生の一人である。

「現実世界では、どうしても自分を飾ってしまう。作り笑いをしたり、言いたくもないお世辞を言ってしまう。でも、そうしたことを続けているうちに、本音を語りたいというストレスのようなものがだんだん自分の中に溜まってくる。それを吐き出す場がミクシィなんです」と彼女は言う。

つまり、「場の空気を読むこと」が重要視される現実世界ではなかなか口に出せない本心を、飾ることなく誰でも自由に語ることができる場所、それがミクシィであり、ブログであり、ツイッターであり、つまり Web というメディアであるというわけだ。

Web のオンライン空間では、匿名の ID やアバター（自分の分身となるキャラクター）を使って「王様の耳はロバの耳！」と、公衆の前で堂々と叫ぶことができる。自分が抱える心の痛みを、包み隠さず打ち明けることができる。照れも恥ずかしさもなく、青臭いセリフを駆使して、見知らぬ誰かの相談に乗ってあげることができる。一人きりの部屋でパソコンを操作していても、デジタルな文字が表示されるディスプレイの向こう側には、自分の本音に耳を傾けてくれる「誰か」が確実に存在している＝誰かと繋がっているという安心感がある。「冷たい」と言われるデジタルなメディアは、実は「あたたかい」コミュニケーションの場になりうるのだ。

だから学生たちはミクシィ上であんなにも饒舌に語るのではないだろうか。学生たちのあいだでミクシィがブログやツイッターよりも人気を集めている理由は、コメントを書き込んだ人を特定しにくいブログや、自分の発言（つぶやき）を誰が読んだのかを確かめられないツイッターと比べて、ミクシィの方が確実に友達（マイミク）との繋がりが確認できるという点が大きい。

本音を語りにくい世の中になって行き場を失っていた若者たちの思いは、Web という「はけ口」を見つけたのだ。おそらく Web 上のコミュニケー

ションによって救われる心が増えているはずだと私は推測している。

利用し始めた当初はあまり評価していなかったミクシィだが、学生たちがこうした新しいスタイルのコミュニケーション・ツールを活用しているのを見ているうちに、今の時代の若者たちにとっては非常に重要な場として機能していることがわかってきた。「最近の学生は何を考えているかわからない」と嘆く大学教員が増えており、確かに講義中の表情やリアクションだけでは学生たちを理解するのは困難になってきている。けれどもミクシィによって、私は以前よりもはるかに深い部分で学生たちを理解することができるようになった（と信じている）。

現実世界を本音だけで生きていくのは簡単なことではない。Web上に存在する自分のアバターに本音を語らせることによって、私を含めた現代人は心のバランスをとることができるのだろう。そうしたバランスをとるための場として、ブログやツイッターのようなサービスが、これからの時代にますます不可欠なものとなる。

情報化が進むと、人間はますます孤独になってゆくかもしれない。しかしWeb上に誕生した新しいサービスが、今まで存在しなかったタイプのコミュニケーションを作り上げている。私は、そうした新しい技術が生み出すコミュニケーションに、これからも期待をこめて注目していきたいと思っている。

5. サイバー法と契約行動（平野論考）

はじめに—「クリックラップ契約」とは何か？

「産業経済」から「情報経済」へのシフトに伴い、取引の「場」も、「現実世界 real world」から「サイバースペース cyberspace²⁾」へと広がり³⁾、契約も電子的に締結される事例が増えてきた。たとえばパソコン（PC）と繋がったインターネットや、携帯電話端末（ケータイ）を通じたモバイル・インターネットを用いて、Web画面や電子メールの文章を使って商取引をした経験のある読者は多いであろう。書籍のような古典的有体物の

売買も、今ではWeb上の受発注を通じて契約が締結された後に、代金が支払われて商品が引き渡されることも多い。ソフトウェアや音楽ファイルの使用許諾（ライセンス license）も、Web上の契約に応じて代金決済と情報コンテンツのダウンロードが取引される。そのような「電子商取引」（EC：electronic commerce）は、今では日常茶飯事の話である。

しかし、Web上の契約締結を促す文章の後に現れる、「ご利用規約⁴⁾」とか「エンド・ユーザー・ライセンス契約⁵⁾」等の約定（terms and conditions）を、実際に読んだことのある読者はほとんど皆無ではあるまいか。すなわち、画面上や、リンクの先に掲載されている約定を実際に読むことなく、「同意しますか？」と問われた後に現れる「はい」と「いいえ」の2つのボタンのうち、前者を気軽にクリックしてしまう。この何気ないクリック押が、法律上は契約の「承諾 acceptance」という意思表示を形成し、これにより原則として契約が成立して、以降、利用者はその読んだこともない約定に拘束 bind される。このように、「クリック押 click on」で成立する契約形態は、法律学の業界用語（「legalese リーガリーズ」という）上は「クリックラップ契約⁶⁾」（その語源は次項参照）と称されている。

世界の商取引の中心を自負するアメリカでは、既に電子商取引に伴うクリックラップ契約の有効性を争う裁判例も豊富である⁷⁾。学説も、従来の「契約法 contracts」からのアプローチを中心として、最近勃興し始めた「サイバー法 cyber law」からの検討や、学際的な法律学研究である「法と経済学 law and economics」からの分析というように、目覚ましい発展を示しつつある。そこで本論考ではクリックラップ契約の有効性に関する諸論点のうち、「法と行動科学（認知心理学⁸⁾）」という学際的研究を援用した分析の一端を紹介する。

(1) クリックラップ契約の語源

そもそも「クリックラップ契約」という聞き慣れないリーガリーズの語源は、パッケージ・ソフ

トの外箱の回りの、透明なセロファン製の「縮んだ包み」(シュリンクラップ shrinkwrap) に由来する。家電量販店等から購入したパッケージ・ソフトを自宅に持ち帰ってから⁹⁾、手持ちの PC の中にインストールする際には、まずシュリンクラップを破ることが必要である。次に、箱の中からフロッピー・ディスク (FD) の入った紙袋を取り出すと、その封が糊付けされていることに気付く。その封を破って FD を取り出そうとすると、紙袋上にはいかにも読んで欲しくなさそうな小さな文字で、この封を破ると箱に同封されている「ご利用規約」や「エンド・ユーザ・ライセンス契約」(以下、併せて「約定」という) に同意したことになる旨が記載されている。多くの利用者はこの小さな文字を読まず、稀に読んだとしても同封の約定まではほとんど全員が読まないままに、封を破る。この破る行為が使用許諾契約への「承諾」の意思表示を構成し、従って同封の約定に利用者が拘束されることになる。これが「シュリンクラップ・ライセンス契約」と呼ばれる契約形態である¹⁰⁾。

以上の契約形態を EC 上少し進化させ、Web 上の約定に同意する旨を「はい」というボタンへのクリック押によって意思表示させる契約形態が、シュリンクラップ・ライセンス契約に似ているためか、「クリックラップ契約」と呼称されるに至ったのである¹¹⁾。

(2) 「附合契約」の有効性

以上のクリックラップ契約や、その語源であるシュリンクラップ・ライセンス契約は、現実世界において以前から(そして今でも)多く行われている契約慣行である「附合契約¹²⁾」の一種である。

附合契約とは、契約書を起案する当事者 **drafter** 側(通常は売主や使用許諾者 **licensor** 等の事業者)の「標準契約書式」**standard forms of contracts** に対し、利用者側(通常は消費者)は約定内容の変更を交渉する余地が与えられず、「同意するか、または契約しないか」(“**take-it-or-leave-it**”) という選択肢しか付与されない契約形態を

いう。別名「ボイラープレート **boilerplate**」とも呼ばれる¹³⁾。このような附合契約は、一見すると利用者側に不利なようであるけれども、原則としては有効である(例外的に無効な場合はある)と解されている。「取引費用 **mkt t/a costs**」を引き下げて、大量かつ安価・画一的に商品・役務を提供するためには、「効率的 **efficient**」な契約締結が「合理的 **rational**」であるというのが、有効性の主な理由として特に「法と経済学」的な分析から支持されているのである¹⁴⁾。

以上のように附合契約が有効であるという原則に従って、シュリンクラップ・ライセンス契約の有効性を支持する立場も顕著である¹⁵⁾。更にクリックラップ契約についても、特に利用者による支払前に約定を示して承諾の意思をクリック押により明確に表示させる形式は、シュリンクラップ・ライセンス契約よりも利用者にとって有利であると捉えられるので¹⁶⁾、原則としては有効性を支持し得よう。

ところで附合契約も有効であるという現実世界の原則が適用される EC において、一体何が更に問題とされているのだろうか? その答えは、「サイバー法」的分析の視座に見出すことができる。

(3) 「サイバー法」

そもそも「サイバー法」または「サイバースペース法」とは、現実世界とサイバースペースとの相違点に着目し、後者における在るべき法を論じる学問領域である¹⁷⁾。そこではまず、サイバースペースの特異性の抽出とその性格決定が重視され、その特異性と性格ゆえに生じる、現実世界における既存の法規範からの衡平性のずれや、公正さの欠如や、効率性の減退等を問題にする。

たとえば、欲しくもない広告宣伝を電子メールで送り付ける「スパム **spam**」や「迷惑メール」という現象はかつて、法規制されていなかった。規制の是非を論じる際に従来型の論者の中には、現実世界におけるダイレクト・メール (DM) の送信行為が規制されていない点のアナロジーとして、スパムも規制すべきではないという短絡的な

主張も見受けられた。しかしサイバー法の見地からは、現実世界の DM とサイバースペースのスパムとの相違点をこそ重視する。たとえば後者においては ADSL の悪用により送信費用が余りにも低廉化されたことが、大量・無差別な送信行為の「誘因」incentive になっていると分析する¹⁸⁾。そのために、「法と経済学」的な分析において望ましくない現象であるとされている「外部費用 external costs」等が生じていると分析した上で、その「内部化」internalization を法規制で実施する必要性等を論じて、結果的には裁判例でも立法例でも規制を肯定させてきたのである。

サイバー法がサイバースペースにおける行動の特異性に着目する例としては更に、たとえば著作権法の在り方に関する論争が参考になる。従来型の論者たちは、インターネットにおいて著作権侵害が酷くなる点ばかりを専ら重視し、著作権法の極大化を主張しがちである。劣化が少ない複製物の作成と、その転々譲渡の安価・容易な点を悪と看做し、「巨大なコピー機」(giant copying machine) というメタファーでインターネットを表しがちなのである。これに対し多くのサイバー法学者は異を唱えて、複製・譲渡の容易性を肯定的に評価し性格決定する。この属性こそが、インターネットの利便性に不可欠であり、人々の福祉向上の根源だからである。たとえば Web は、他人の Web ページを複製できるからこそ皆の PC 上で観ることができるのである¹⁹⁾。情報交換の「取引費用」が減少したことにより生じた「共有地 commons」は、協力を通じて知的産物をより効率的に生み出して人々の福祉は向上する云々と説くのである²⁰⁾。加えて、デジタルなサイバースペースにおいては、code と附合契約の組み合わせにより、本来は(現実世界においては)利用者が著作権者の許諾なしに自由に使えるはずの情報の利用権も放棄させられて、結果的に「公有」public domain の範囲が現実世界における場合よりも狭められる問題を、代表的サイバー法学者は指摘している²¹⁾。現実世界においてはバランスを保っていた、私有財産権(著作権)の範囲と利

用者側が自由に使える「公有」権の範囲との均衡が、サイバースペースにおいては後者に不利な結果で崩れると指摘するのである。従ってこの代表的論者は、著作権法の極小化こそが望ましいと主張する。

以上のようにサイバー法は、現実世界との相違点の性格決定に着目し、サイバースペースの特性ゆえの異なる法の在り方を探るという視座を重視する。この視座は、現実世界において原則として有効とされてきた「附合契約」が、サイバースペースにおいてはその特性ゆえに問題があるかもしれないという視点から懐疑的に有効性を精査する。すなわち、クリックラップ契約等のいわば「サイバー附合契約」は、現実世界において紙で交わされる附合契約に比べて、何か問題があるかもしれないと疑うのである。

(4) 「法と行動科学(認知心理学)」等を援用した分析

サイバースペース上の人間行動が現実世界とは異なるかもしれない点を、附合契約に対する利用者側の承諾行為(クリック押)に関して比較分析する代表論文としては、2002年に『NYU エヌ・ワイ・ユー(ニューヨーク大学)ロー・レビュー』誌に掲載された「電子時代における標準契約書式による契約締結²²⁾」が非常に参考になる。同論文は、筆者がコーネル・ロースクール留学中に教えを受けて、日本でも紹介されることの多い Hillman 教授²³⁾と、法務博士と認知心理学の学位を有する同ロースクールの Rachlinski 教授による共著論文である²⁴⁾。

同論文^{いわ}曰く、現実世界において利用者(多くの場合は買主、被許諾者 licensee、消費者等)は、主に以下の理由により附合契約を読まない傾向にあるという。1つは「社会的圧力」(social forces)の存在である。たとえば空港でレンタカーを借りるカウンターで、後ろに多くの利用者が列をなして並んでいる際に、署名する前に契約書をじっくり読むようなことは時間的・空間的な周囲の環境・プレッシャーから難しい。2つ目には、

営業担当者との信頼関係を崩したくないという心理の存在である。商談の末に、いざ契約締結の段階に至って契約書をじっくり読む行為は、「対決的」(confrontational)で営業担当者を信頼していないように見えるので読み難い。

これに比べてサイバースペースにおける利用者は通常、自宅の部屋にあるPCでECを行うので、現実世界におけるような社会的圧力に遭遇しない。加えて営業担当者とface-to-faceな商談の末に契約を目の前で読む訳でもないのだから、じっくり吟味することも可能である。他の商品の売主がWeb上で公開する約定と比較して熟考することも可能なのである。ここまでの分析によれば、サイバー附合契約の方が現実世界の場合よりも、理論的には利用者にとって有利な環境にあるようである。

しかし同論文は続けて、サイバースペースの好環境が必ずしも利用者をより留意させる訳でもない、と指摘する。まず画面上で文章を読むことは、紙の上の約款を読むよりも読み難い。しかし多くの利用者は約定をプリントアウトする手間も掛けない。リーガリーズに満ちているために読んでも素人には理解できない約定を、他のサイトの約定と比較することも期待できない。インターネットの利用者の大勢は若い人たちなので、時間を節約するためにこそしばしばインターネットを利用する。若いから法的リスクに鈍感である。しかも彼等は気が短い。求める情報が画面に即座に出て来ることに慣れていて、約定の検討や比較で生じる遅延に我慢できないのである。更には現実世界におけるよりも、約定を読まずに「衝動買い」impulse purchasingに走り易い。そもそも紙の契約書へ署名することにより感じていた法的に拘束されることの「重要性」を、「クリック押」だけでは感じ取れないおそれもある(以上のネット利用者の特徴を同論文は「“click-happy” e-consumers」と表現している)。約定内容を変更したくても売主等の事業者側が所詮は交渉に応じないから、読んでも無駄だと思っている点は、現実世界の附合契約の利用者と変わらない。加えてサイバースペースの事業者は、[現実世界以上に]

約定を利用者に読ませないように仕組みおそれもある。たとえば現実世界の取引では、利用者が宣伝を見てから取引に達するまでには時間差が存在するので「頭を冷す to cool off」機会がある。しかしECでは、宣伝を見てから即座に附合契約を締結するようにWebサイトを事業者が構築することも可能なのである。

認知的に検討すれば、そもそも取引を成立させようという段階にまで至ってから標準契約書式に遭遇することになる利用者は、「自己奉仕推論」(self-serving inference²⁵⁾)や「動機付けられた推認」(motivated reasoning)といった認知心理学的な分析が示すように、取引を成立させたいという結果を肯定する方向で約定と接することになる。従って、約定が規定する、自己に不利な「偶発事象 contingency」の危険については「過剰楽観性」(over-optimism²⁶⁾)ゆえに発生蓋然性を低く見積もりがちである。事業者の評判を評価する利用者自身の能力についても、既に取引を成立させたい利用者は「自信過剰」(over-confident²⁷⁾)になりがちである。このような認知的な諸要素は、利用者内に内在する問題なので、現実世界における取引でもECでも、変わらず両方で存在する。

以上のように社会的・行動科学(認知心理学)的な分析から同論文は、サイバースペースの利用者が約定に対して有利な環境を活用するとは必ずしも言えない、そもそも好環境を活用する気がないからである、と指摘する。もっとも私見では、以上の分析が実証研究によって支持されることになるか否かは、今後の研究発展を待たねば判らないと思料している。しかし同論文がアメリカの法学研究において多く引用されている理由の1つは、サイバースペースにおける人間行動に着目した上でサイバー附合契約の有効性を論じた点にこそ見出されるのではないかと筆者は思っている。この点は、今後の日本における同様な問題解決への示唆となるだろう。

(5) 「ユビキタスネット社会の制度問題検討会」 報告書

筆者も構成員として参加して、サイバースペースにおける法制度の問題を論議した総務省の「ユビキタスネット社会の制度問題検討会」は、平成18年（2006年）9月に「報告書—活力と創造性を生かし、『安心』を提供する枠組みづくりを目指して」を取りまとめた。検討会では、特にスパイウェア²⁸⁾の利用者PCへのダウンロードを利用者の認識しない間に同意させるようなサイバー附合契約の問題点が指摘され、筆者も「法と行動科学（認知心理学）」という学際的な見地からの検討が必要であると主張して、報告書に盛り込まれることとなった。以下、参考までに該当部分を引用掲載し、問題点の読者による理解に資することとしたい。

利用者の同意に関する問題

- (1) 現在、オンライン通販やコンテンツ利用時に限らず、個人情報の提供時を含むネット利用の各場面において利用者の同意が求められることが増加しており、ネット経由で様々なサービスを楽しむ前提として「利用者の同意」が不可欠の要素となりつつある。
- (2) 利用者の同意を得ること自体は電子商取引等の円滑な実施のために必要であり、同意する約款等の内容が利用者にとって不当に不利なものである場合等については個別法等で既に対応されているところである。しかし、利用者の誤認を意図してスパイウェアをインストールさせるなど、利用者の認知能力や処理能力の限界に乗じて利用者の真意に沿わない行為をさせ、不当に情報や利益を得ようとするケースも出現している。
- (3) また、様々なシステムの利用時において、利用者が常にシステム上表示される警告等のメッセージを個別に認識しているとは言いがたならず、システム側の求める処理プロセスが人間の情報処理能力を上回っていく可能性を踏まえて、チェック機能をどのように設計する

かが課題となる。

【検討にあたっての視点】

ネット利用者の情報処理能力の限界を踏まえ、利用者の処理能力や認知レベルといった側面も考慮して、適切な注意喚起を行っていくための検討が必要である。また、「利用者の同意」を得るプロセスの中で、利用者が主体的に選択できるシステム面での対応も検討する必要があり、標準処理システムを検討することも一案である。前掲「報告書」7-8頁（強調付加）。

ネットワーク上の在るべき法を探る際には、既存の実定法解釈学の狭い枠組みに止まることなく、アメリカ法でいうところの「パブリック・ポリシー public policy²⁹⁾」を求めて、学際的に、人間の認知能力やシステムチェックに犯す誤謬等も学ぶことが必要である、と筆者は思うのである。

おわりに—「ブラウズラップ契約」の出現と有効性論議

サイバースペースにおける附合契約形態の発展は止まることを知らず、近年では「ブラウズラップ」という契約形態の有効性が裁判例にも現れるに至っている。それは、Webサイト上からリンクを張った先に約定が記載されていて、利用者がリンクをクリックすれば容易に約定を読めるようになってきている形態の契約で、「I agree.」等のボタンをクリックしなくても、「利用 use」することだけで「承諾」の意思表示であると看做すように意図されている。この点が、クリック押を求めるクリックラップ契約と異なる。更に承諾の意思表示のための作為なしでも利用できてしまえる点が、そのような意思表示なしには先に進めず利用できない「シュリンクラップ・ライセンス契約」とも異なる³⁰⁾。このようなブラウズラップ契約は、主に承諾の意思表示がこれまで以上に曖昧な点においてその有効性が問題になっているのである。今後の裁判例と学説の発展が待たれるところであるが、その際には利用者行動の現実世界

との異同も考慮に入れて検討することが重要であろう。

注

- 1) 本論文の基礎となった研究プロジェクトは、2007年度～2008年度中央大学共同研究費の助成を受けた。本稿は、研究代表者および研究分担者の研究成果の概要をまとめたものである。プロジェクト全体の研究成果は、書籍『デジタル時代の人間行動』（中央大学出版部、2011年3月刊行予定）としてまとめられる。高谷邦彦は、執筆時は稚内北星学園大学情報メディア学部准教授。
- 2) 「cyberspace」とは、ネットワーク上のコミュニケーション世界の意である。平野晋「サイバー法と不法行為(サイバー・トーツ)―概観と主要論点」『総合政策研究(中央大学)』15号96頁、96頁&後注1)(2007年3月)参照。
- 3) 平野晋『電子商取引とサイバー法』2頁&脚注2)(1999年、NTT出版)参照。
- 4) 「terms of use (TOU)」という。See, e.g., Mark A. Lemley, *Terms of Use*, 91 MINN. L. REV. 459, 460 (2006).
- 5) 「end-users license agreement (EULA)」という。See, e.g., RICHARD WARNER ET AL., *E-COMMERCE, THE INTERNET, AND THE LAW: CASES AND MATERIALS* 8 (2007).
- 6) 「click-wrap [license] agreement」という。なお、「click-on contract」とか、「click-through contract」ということもある。See, e.g., *Specht v. Netscape Communications*, 306 F.3d 17, 21-22 & n.4 (2d Cir. 2002); WARNER ET AL., *supra* note 4, at 8. もっともソフトウェア製作事業者側は、「クリック○○○契約」や、後掲「シュリンクラップ・ライセンス契約」のような呼称を嫌っており、両者共に前掲「エンド・ユーザー・ライセンス契約」と呼ぶことを好む。WARNER ET AL., *supra* note 4, at 8.
- 7) たとえば筆者がつい最近日本で紹介したものとしては、平野晋「インターネット法判例紹介第108回 *Campbell v. Gen. Dynamics Gov't Sys. Corp*—雇用の変更契約にはクリック等の意思表示が必要とされた事例」『際商』35巻5号726頁(2007年5月)参照。
- 8) 「法と行動科学(認知心理学)」については、平野晋『アメリカ不法行為法—主要概念と学際法理』348-408頁(2006年、中央大学出版部)参照。
- 9) 本文で示すように、購入後に箱の中から約定が現れるので、シュリンクラップ・ライセンス契約は「支払が今、約定は後」(“pay now, terms later”)な契約形態である。支払後に商品箱の中から現れる約定の有効性の問題は、「箱の中の約定」(“the terms in the box”または“the terms of the inside-the-box license”)とも呼ばれる。
- 10) 平野『電子商取引とサイバー法』前掲後注3), 113-115頁参照。
- 11) 同前115頁参照。
- 12) 「contracts of adhesion」という。
- 13) See, e.g., BLACK'S LAW DICTIONARY 185 (8th ed. 2004).
- 14) See, e.g., Robert A. Hillman & Jeffrey J. Rachlinski, *Standard-Form Contracting in the Electronic Age*, 77 N.Y.U. L. REV. 429, 437-38 (2002).
- 15) その代表判例とリーディング・ケースとしては、法と経済学者でもあるイースターブルック判事が担当した *ProCD v. Zeidenberg*, 86 F.3d 1447 (7th Cir. 1996) (Easterbrook, J.) 事件が有名である。その紹介と学説上の批判については、平野『電子商取引とサイバー法』前掲後注3), 115-128頁参照。
- 16) 前掲後注9)で示したように、シュリンクラップ・ライセンス契約の主な問題は「支払が今、約定は後」という点にあった。
- 17) 平野晋「サイバー法は可能か」『IT2001—なにが問題か』(2000年9月、岩波書店)80-89頁参照。
- 18) 本文中の当該段落の記述については、平野晋「社会問題化した紛争の代替的解決手段—『政策法務』的アプローチの実践例」小島武司編『ADRの実践と理論Ⅱ』68頁、70-95頁(2005年、中央大学出版部)参照。
- 19) デヴィッド・J. ラウンディ著、平野晋訳「著作権」サイバーロー研究会編『サイバースペース法』(2000年、日本評論社)参照。
- 20) Linux 開発のように既存の所有権概念に反してオープンソースまたはフリーなソフトウェア開発に関連して「クリエイティブ・コモンズ」運動も紹介する最近の論文については、see, e.g., Amy Kapczynski et al., *Addressing Global Health Inequities: An Open Licensing Approach for University Innovations*, 20 BERKELEY TECH. L. J. 1031, 1069-70 (2005).
- 21) Lawrence Lessig 教授の説である。邦文による紹介は、平野「サイバー法は可能か」前掲後注17), 82-84頁参照。

- 22) Hillman & Rachlinski, *supra* note 13. なお、やはり引用されることの多い、筆者も正会員である「ABA」エイ・ビー・エイ（全米法曹協会）内の、「電子契約締結実務共同作業部会」（the Joint Working Group on Electronic Contracting Practices）による以下の論稿も、サイバースペースにおける行動の特異性を論じている点等において参考になる。Christina L. Kunz et al., *Browse-Wrap Agreements: Validity of Implied Assent in Electronic Form Agreements*, 59 BUS. LAW. 279, 288-90 (2003).
- 23) ロバート・A. ヒルマン著、笠井修訳『現代アメリカ契約法』（2000年、弘文堂）および樋口範雄著『アメリカ契約法』（1994年、弘文堂）参照。
- 24) もっとも彼等はサイバー法学者ではなく、契約法学者（Hillman）と、「法と認知心理学」者（Rachlinski）である。
- 25) 「人は自らが見たいと望むものを見る」という「自己奉仕推論」については、平野『アメリカ不法行為法』前掲後注8）、405頁参照。
- 26) 「過剰楽観性」についても、同前、375頁脚注97参照。
- 27) 「自信過剰」についても、同前同頁参照。
- 28) 紙面の限界ゆえにスパイウェアとサイバー附合契約の問題等にまでは本論考では言及できないけれども、たとえば以下の論文が参考になろう。Wayne R. Barnes, *Rethinking Spyware: Questioning the Property of Contractual Consent to Online Surveillance*, 39 U.C. DAVIS L. REV. 1545, 1597-1617 (2006). この問題に関し筆者が日本に紹介したリーディング・ケースは以下である。平野晋「インターネット法判例紹介第107回 *Specht v. Netscape Commc'ns*—『ブラウザラップ契約』を無効であるとした第2巡回区の代表事例」『際商』35巻4号576頁（2007年4月）。
- 29) アメリカ法上の「パブリック・ポリシー」については、平野『アメリカ不法行為法』前掲後注8）、

59頁脚注86および92頁参照。

- 30) 本文中の以上の記述については、*see, e.g.*, *Pollstar v. Gigmania Ltd.*, 170 F.Supp.2d 974, 981 (E.D.Cal. 2000); Kunz et al., *supra* note 21, at 279.

参考文献

- Web サービスイニシアティブ編『分散協調ワーク分科会報告書2006』Web サービスイニシアティブ、2007
- 大橋正和監修『次世代 Web サービスとシチズン・セントリックの考え方』紀伊國屋書店、2005
- 荻上チキ『社会的な身体 振る舞い・運動・お笑い・ゲーム』講談社、2009
- 北田暁大『嗤う日本の「ナショナルリズム」』日本放送出版協会、2005
- 根来龍之・早稲田大学 IT 戦略研究所『mixi と第二世代ネット革命 無料モデルの新潮流』東洋経済、2006
- 橋元良明・奥律哉・長尾嘉英・庄野徹『ネオ・デジタルネイティブの誕生—日本独自の進化を遂げるネット世代』ダイヤモンド社、2010
- 濱野智史『アーキテクチャの生態系—情報環境はいかに設計されてきたか』NTT 出版、2008
- 原田曜平『近頃の若者はなぜダメなのか 携帯世代と「新村社会」』光文社、2010
- 松野良一「都内3大学300人の学生のアンケート調査から(1)ジャーナリズムは大丈夫か?」『新・調査情報』東京放送、(53)、20-23、2005
- 山下清美・川浦康至・川上善郎・三浦麻子『ウェブログの心理学』NTT 出版、2005
- Cass R. Sunstein, *Republic.Com*, Princeton Univ Press. 2002 (キャス・R. サンスティーン (訳: 石川 幸憲) 『インターネットは民主主義の敵か』毎日新聞社、2003)

参考Webサイト

<http://www.pjnews.net/> (2011年1月6日現在)