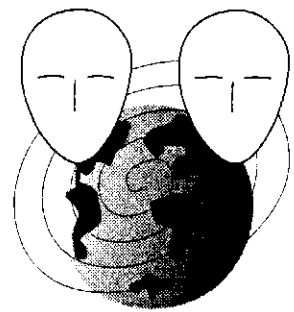


# 対人関係の変化



## 「次の10件」に気付かない学生たち

—メディアの文法とネットワークへの

受動的意識構造—

木村 忠正

### 1 はじめに

今回の特集で、編集部から私に託されたのは「コンピュータネットワークのもたらす新しい対人関係」である。筆者はここ三年ほど、インターネットをはじめとする新しい情報通信技術 (ICT: information and communications technology) の普及と社会的変化 (コミュニケーション様式、対人関係、行動規範、社会的意識などの変化) について研究を進めている。

一九九〇年代におけるいわゆる「情報化」は、「ネオダマモ」と言われることもある (注1)。これは、ネットワーク、オープンシステム、ダウンサイジング、マルチ

メディア、モバイルの頭文字を組み合わせたもので、九〇年代におけるパソコン (ダウンサイジング、マルチメディア機能、ネットワーク対応)、インターネット (オープンシステムのネットワーク、WWWに代表されるマルチメディア)、携帯電話 (モバイル) の爆発的とも言える普及を指す。

確かに、筆者の調査を含め多くの社会調査 (注2) は、無線呼出、PHS、携帯電話、パソコン、インターネットなど新しい情報メディアに対する関心および利用率が急速に高まっていることを示している。ところが、筆者が一九九七年度に実施した調査では、日本の大学生が示す情報化の方向性に潜む幾つかの大きな問題点が明らかとなった。それは、(1) インターネットに対して「インタ

「次の10件」に気付かない学生たち

インターネットホームページ受動的情報収集メディア」という認識が強く、「余裕があればあった方がいいが、なくても困らないもの」一種の「嗜好品」という意識が大半を占めている。(2)コンピュータネットワークへの意識は日本人の英語に対する意識に極めて類似している。(3)大学生の利用行動様式を見ると、パソコン、インターネットへの関心は高まっているが、「就職情報を手に入れるのに必要だから」という理由が主であり、自ら積極的に情報発信しようとする行動や、レポート作成や知的関心からインターネットにより積極的な情報収集を行うという態度、あるいはパソコン・WWW操作能力を上げようとする意識は希薄である。(4)電子メールやWWWの利用のされ方から、日本人にとってバリアとなるのは、キーボード操作やコンピュータ、ネットワーク用語が専門的だという比較的単純な知識・スキルの問題だけではなく、(a)コミュニケーションに対する態度、(b)情報を検索する意識、(c)情報が提示される際の構造への意識、など、複数の相互に独立的な能力と情報に対する心理的態度に大きな障壁が横たわっていることが明らかとなった。

そこで本小論では、「コンピュータネットワークのもたらす新しい対人関係」に至る入り口でどのような問題があるのかを議論することとしたい。特に、インターネ

ットに対する意識と英語に対する意識が同様の構造を持つていること、そしてWWW(ワールドワイドウェブ)ホームページの「メディアの文法」とコンピュータネットワークへの受動的意識構造との関係について検討を試みることにする。

2 調査の概要

この小論は、一九九七年度首都圏にある四大学の大学生を対象にした調査に基づいている(注3)。調査は大きく、質問票を用いたアンケート調査とインタビューを含めたフィールド調査の二種類から成り立っている。まず質問票を用いたアンケート調査により、情報通信機器、情報メディア、英語それぞれに関して、環境・行動・意識を聞いた。このような調査は、成蹊大学法学部で一九九五年度より簡単な調査を始めていたが、一九九七年度は質問票をより詳細にした上で、他の研究者の方々にもご協力をいただいで実施した(表1)。

質問票調査に加え、日記型記録やインタビューを含め、より詳細な行動・意識を聞くフィールド調査を実施した。これは、(1)日記型記録作成…四日間にわたりメディア接触行動を記録してもらう、(2)カテゴリー研究…さま

さまざまな情報機器、コミュニケーション機器をどのようの分類するかを聞く、(3) WWW利用行動観察…実際にWWWをどのように利用するのか、何をどう見るのか、タスクを与えてビデオに行動を記録する、という三種類から成り立つ。調査協力者は成蹊大学法学部に在籍する一人の学生であった。

### 3 コンピュータネットワークへの意識

大学生たちのコンピュータネットワークに対する関心の高まりは、確かにここ数年で飛躍的に増大している。表2は成蹊大学法学部で一九九五年度から実施している調査の一部である。これを見ると、パソコン保有率、保有者の中でのパソコン通信利用者、インターネット利用経験など、調査を追うごとに高まっていることがよく分かる。

一般の人々のインターネットに対する認識も高まっている。これは調査を行った私たちにとって驚くべき結果だったのだが、インターネットということばの認知度は予想以上に極めて高い。NTTデータ(株) システム科学研究所(略称RISS(「リス」と読む))が一九九七年一月から一二月にかけて日本全国五〇〇〇人余りを対象

に実施したアンケート調査(以下、「RISS調査」と表記する)では、インターネット、ISDN、知的財産権、など社会のネットワーキ化、情報化の進展に伴って出現してきた新語の認知度を聞いている(注4)。それによると、PHS(七〇・五%)やマルチメディア(五九・〇%)を押さえて、インターネット(八三・一%)、ホームページ(七六・九%)、電子メール(七二・八%)といったインターネット関連の語が上位三位を独占した。

ところが、これだけことばとして認知されているながら、その普及率は同様に驚くべきほど低い。RISS調査では、現在インターネットを利用している人は七%弱。この結果は他の調査機関が実施している同様の調査とほぼ同じである。つまりインターネット、ホームページ、電子メールは七〇%以上の認知率でありながら、実際に利用している人はその十分の一以下にとどまっている。しかも、「インターネットを利用したことがあるが、今は利用していない」という人が六%弱もいたのである。

図1は人口一〇〇〇人当たりのインターネットに接続されているホストコンピュータ(注5)数である(Network Wizard社調べ、一九九八年一月現在)。これを見る と分かるように、アメリカでは人口一〇〇〇人当たり七八・四台に達した。一台のホストコンピュータに一〇人

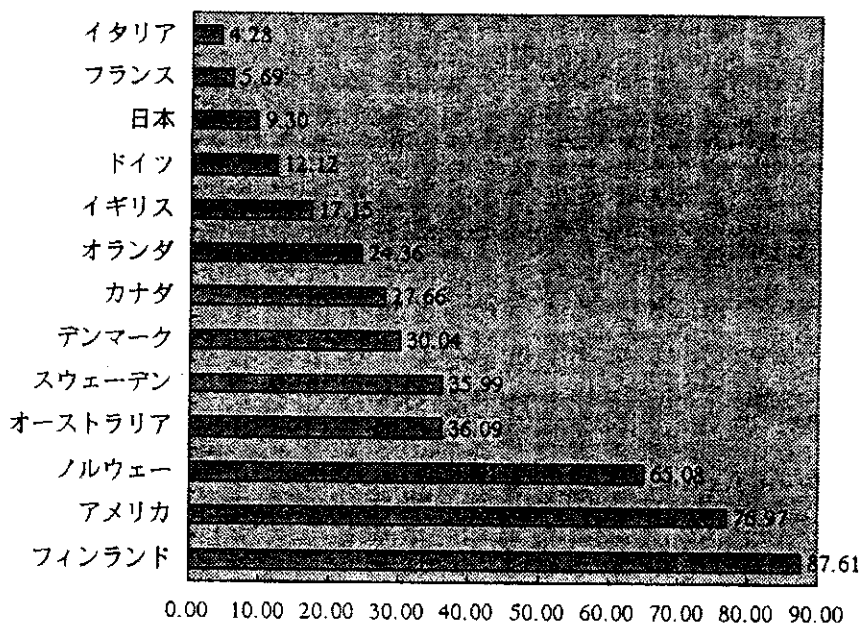
表1 質問紙調査を実施した大学それぞれの回答者数（いずれも質問紙の配布回収による。）

大学	人数	男性	女性	主たる学年
成蹊大学	421	267	154	1・2年
慶応大学	28	14	14	3・4年
城西国際大学	223	169	54	1・2年
工学院	37	28	9	1・2年
合計	709	478	231	

表2 成蹊大学法学部学生を対象にした調査によるパソコン・インターネット関連の経年変化

調査時期	1995/10	1996/10	1997/5
回答数	136	251	371
パソコン	29.4	36.3	39.6
パソコンはないがほしい (非保有者に占める割合)	48.9	69.4	77.0
パソコン通信 (全体における割合)	2.2	2.0	6.5
(パソコン所有者にしめる割合)	7.5	5.4	16.3
パソコン通信に加入したいですか? (パソコン所有者に占める割合)	42.9	70.0	72.7
インターネット利用経験		21.1	27.1
インターネットを利用してみたいですか? (未利用者に占める割合)		89.7	87.7
WWW利用経験 (インターネット利用者に占める割合)		47.1	67.0
電子メールアカウント保有		7.6	12.9

図1 人口1000人あたりのインターネット接続ホストコンピュータ数



の利用者がいると考えれば、アメリカでは実に人口一〇〇人当たり、延べ八〇人弱のインターネット利用者がいることになる。電話回線数が一〇〇人当たり六四・七台、テレビは一〇〇人当たり七七・六台であることを考えると、アメリカにおけるインターネット利用は既に電話やテレビに並びつつあると言うことすらできる。それに対して日本は一〇〇人当たり九・三台にすぎない。絶対的なホスト数に関しては、一九九六年七月の調査から日本はアメリカ次いで世界第二位となっているが、人口比で見ればOECD諸国平均にも満たない。

したがって、大学生たちの場合にも、インターネットがどのようなとらえられているか、そして実際に活用されようとしているかは慎重に吟味する必要がある。例えば、一九九七年度調査において、インターネットの利用経験率の全体平均は四〇・三%あったが、そのうちメールアカウントを実際に所有しているのは経験者の中でわずかに二三%（全体の九・三%）である。しかも利用頻度が日常的とみなせる「二、三日に一回」以上の回答は、そのうちの四四%（全体の四・一%）にすぎない。インターネット利用経験は全体の四割を超えても、特定の個人としてネットワークに参加し、双方向の情報交換が可能な者はまだ少数であることが分かる。

大学生にとっては、就職活動にインターネットが必要だという認識が強い。大学生対象の本調査では、「インターネットの利用ができる」と就職活動に有利だ」という問に対して、「そう思う」四〇・六%、「まあそう思う」三二・二%、「どちらともいえない」一九・九%、「あまりそうは思わない」三・九%、「そう思わない」三・四%であった。したがって、大学生の利用行動様式を見ると、パソコン、インターネットへの関心が、「就職情報を入手するのに必要だから」という理由が主であり、自ら積極的に情報発信しようとする行動や、レポート作成や知的関心からインターネットにより積極的な情報収集を行うという態度、あるいはパソコン・WWW操作能力を上げようとする意識は希薄である。

これは、ネットワーク環境が日常的に利用するには十分整備されていないことも大きな要因だろう。大学のネットワーク環境は急速に改善されてきてはいるものの、コンピュータセンターは管理運営上の制約から、学生が日常生活の一部としてネットワークにアクセスできる環境ではない。また、自宅からインターネットにアクセスする場合、電話によるダイヤルアップアクセスにアクセス保存しており、しかもその料金体系が従量制になっていることも阻害要因として働いている。幾つかの調査にお

いて、インターネット利用に関して、電話料金・接続料金の高さが不満として挙げられており、インターネット利用者に対して費用対効果を聞いた郵政研調査では、「非常に得だと思う」四%、「得だと思う」一三%、「ちよほどバランスしている」二九%、「損だと思う」三五%、「非常に損だと思う」六%、という厳しい結果が出ている。

問題は、こうした環境面の未整備が、コンピュータ（ネットワーク）に対する消極的な意識構造を形成している点にある。野村総合研究所が一九九八年二月に公表した日本、米国、韓国、シンガポールの四か国における情報通信利用者動向調査（注6）によると、日本の消極性が際だっている。パソコン利用率、インターネット利用率ともに日本は最下位となっており、「パソコンを自宅に保有しておらず、今後の保有意向もない」人が日本では、四六・六%にも上る。RIS調査においても、パソコンの利用法で、「パソコンの使い方を覚えるため」が二八・六%と四分の一以上に達し、パソコンをどう生かすか以前に、パソコンの操作そのものがクリアすべきタスクと認識されている現状が浮き彫りとなっている。

こうしたパソコン、インターネットへの消極性は、社会の情報化そのものへの否定的評価へとつながっている。

「次の10件」に「列付かない」学生たち

る。R I S S調査では、東京、シリコンバレー、ストックホルム、ソウル、上海を比較しているが、東京の情報化に対する行動・意識は、シリコンバレー・ストックホルムに比べるとあまりに後ろ向きである。例えば「情報化の進展は人々の生活を豊かにする」に対して、「そう思う」一一・三%、「まあそう思う」一一・〇%にとどまる。また、「生活・社会の情報化によって自分の暮らしは良くなっていくと思う」という問には、「あてはまる」三・一%、「まああてはまる」一八・三%と、肯定的評価は二〇%をわずかに越えたにすぎない。逆に、情報化の進展に伴って、余暇減少・貧富格差の拡大・失業者の増大などを予測する人が多い。

このような日本におけるインターネットやコンピュータのとらえ方は、多くの人々が漠然と社会全体が「情報化」しつつあり、日常生活においても「情報化」に何らかの対応をしなければならぬと感じてはいても、「情報気後れ派」(必要性を認識しつつも、機器が高価であるとか操作方法が複雑であるといったことを理由にして、実際には情報通信機器の利用やネットワークへのアクセスに消極的な人々)と「情報無関心派」(情報化だけでなく、人生観、職業観などすべて消極的)を醸成しているように思われる。

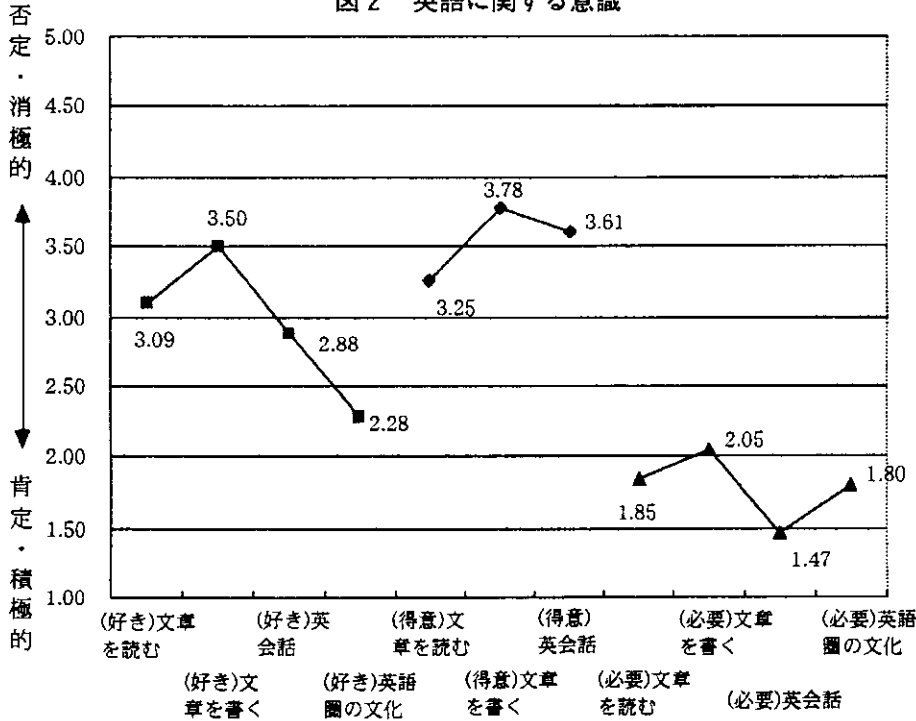
つまり、インターネットやパソコンは、漠然と必要性

を認識し、できるに越したことはないが、実際にはできなくてもさほど不便ではないし、何とかやっていけるという意識が強い。R I S S調査では、パソコン保有者に対して、パソコンの利用法を聞いているが、ホームページを娯楽目的で見る(八・一%)が、友人・知人とのおしゃべり、連絡(四・二%)よりも多い。インターネットが、「WWWネットワークサーフィン」受動的娯楽メディア」という認識でとらえられていることの証左であろう。他方、「パソコンは自分の生活の中で必要なものだ」に対して「そう思う」八・二%、「まあそう思う」一一・七%、「電子メールは自分の生活の中で必要なものだ」に対して、「そう思う」三・七%、「まあそう思う」七・四%にすぎない。

#### 4 英語に対する意識と「コンピュータ(ネットワーク)に対する意識の同型性

興味深いことに、前節のような日本におけるインターネットやコンピュータのとらえ方は、英語に対する意識に似ている。図2は、英語を読む、書く、会話する、文法に触れるという四つの行為類型に分類し、それぞれ「好き・嫌い」「得意・苦手」「必要・不要」の三つの次

図2 英語に関する意識



「次の10件」に気付かない学生たち

元でそれぞれの行為類型への評価を聞いた質問の結果である。これを見ると明らかのように、必要性に対する認識は、読む・書く・会話・文化いずれも極めて高いが、「好き・嫌い」では「文化」が若干肯定的なのを除くと他はほぼ中立的であり、「得意・不得意」では、読む・書く・会話いずれもやや不得意となっている。

さらに、「情報化社会では英語が一層重要になる」に対しては、「そう思う」三〇・四%、「まあそう思う」三七・〇%、「コンピュータを扱うには英語が出来た方がいい」には、「そう思う」三七・六%、「まあそう思う」二九・〇%に達している（逆に「そう思わない」「あまりそう思わない」はそれぞれ、合わせても一〇%以下である）。

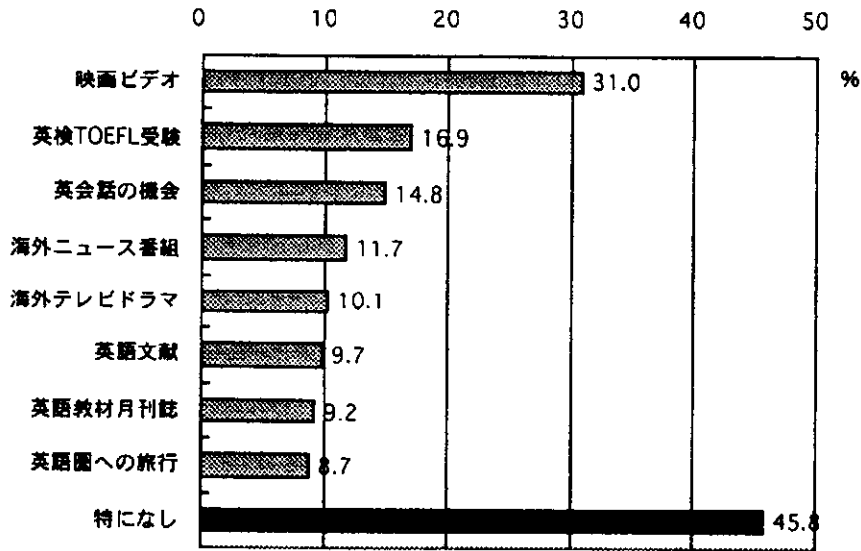
では、必要でありながら、さほど好きではなく、また不得意な英語を克服するためにどのようなことをしているのだろうか？ 図3を見て分かるように、半数近い学生が「特になし」と答えている。

さて、私たちは、英語に関する経験項目（英語検定の受験や教材の購入など）と英語に関して努力している項目について、それぞれ「はい」と回答した項目をそれぞれ一点として加算スコアを算出し、経験項目を「経験スコア」、努力項目を「努力スコア」とした。

経験スコアの平均は一・五九、努力スコアの平均は



図3 英語に関する努力



一・一三で、努力スコアは図3からも明らかのように、スコア「〇」の子が最も多い。スコアを、性別、住居（自宅・下宿）、コンピュータ所有の有無、インターネット経験の有無と比較してみると興味深い結果が得られた。経験スコア、努力スコアとも、性別とインターネット経験について有意差が見られ、男性よりも女性が、インターネット未経験者よりも経験者が英語に関する経験があり、努力も払っている。さらに、インターネット経験者の場合、未経験者に比べると、経験スコアで、TOEIC受験（九・五%対一・〇%）、TOEFL受験（三七・六%対二六・七%）、英会話学校（二二・七%対七・二%）、英字新聞の購読（一六・七%対九・一%）の各項目が有意に高く、努力スコアでは、英会話（一九・五%対一・七%）、海外ニュース番組の視聴（二七・六%対七・五%）、英語文献を読む（一五・四%対六・五%）の各項目で高いスコアを示している。

このような結果から、インターネット経験者はより積極的かつ能動的な手段で英語を身に付けようとする傾向があることが分かる。これは日本の大学生たちにとって、コンピュータとりわけインターネットと英語が心理的に同じような位相にあることを示すものだろう。つまり、多くの学生にとって、コンピュータ（ネットワーク）、英

「次の10件」に気付かない学生たち

表3 日本における「スマイリィ」の例

汗	(^-;)	(^;)	(=^;)	(^^)	(^^ゞ)	(^^)	(^_)
	(-o-)	(-o-;)					
怒り	(^_)	(^◇)	(^メ)	(^o)	(^_)		
笑顔	§^_^§	(。^)	(^_)	(^^)	(^)	(^_)	(^◆)
	(^◇)	(^o^)	(^o)	(^Q)			
泣き顔	(/_)	(;_)	(;_)	(;O)	(;_)	(;_)	(;_)
	(T.T)	(T^T)	(T_T)				
びっくり	(*^*)	(>_<)	(+_+)	(^o^)	(^;)	(?_?)	(^o)
	(^_)	(^.)	(^-)	(◎_◎)	(☆_☆)		
すすすっ	(((((^_^))	(((((_;))					
すねる	"(、、)"						
千昌夫	[^-]						

語いずれも、必要性を感じていながら「余裕があればできることが望ましい」という「嗜好品」として認識され、「なければ困る」という「必需品」の段階には意識として達していないのである。

## 5 WWナビゲーション調査に見る「メディアの文法」

——「次の10件」に気付かない学生たち——

コンピュータネットワークの問題は、単純な知識・スキルの問題だけではない。インターネットの場合、メールで連絡したり、チャットしたり、WWで情報検索したり、ホームページを作つて情報発信したりと、機能が多様であるだけに、それだけ「情報リテラシー」には、単に機械を接続するといったスキルから、情報やコミュニケーションに対する心理的態度まで、幅広い能力が求められる。例えば、拙稿で指摘したように(注7)、電子メールなどでは、表現手段が限られていることからさまざまな「絵文字(アイコン)」が使われているが、日本とアメリカでは大きく異なっている。

表3と4は、それぞれ、日本とアメリカで電子メールにおいてよく用いられる「スマイリィ」一覧である。

表3 アメリカにおける「スマイリィ」の例

笑顔	:-) :-D :-} :-)	:-D
泣き顔	:( 8^	
うれし泣き	:~)	
きついこといったかな	:~) :-> >:->	
不満	:( :-I }:(	
驚き	:~o :-&	
口を固く閉ざす	:-# 左利き	(:-
画面を見すぎ状態	%~)	酔っている :*)
サングラスを掛ける	8~)	サングラスを頭に掛ける B:-)
口ひげ	:-{}	ウォークマン着用 [-:)
口紅	:-{}	立ち毛 ":-0)
パンくずを落としながらムシャムシャ食べる		>:-0
とがった鼻	:>:	ふくらんだ髪 } } } :-)
歯を矯正中	:-#	野球帽をかぶっている d:-D

よく知られているように、アメリカでは、表情を横に倒して表現するのに対して、日本では、倒さずに表情を表現するアイコンが考案されている。このアイコンが興味深いのは、日本のアイコンが、「冷や汗」の多様性に見られるように、他者との関係における自分の精神状態を表現する傾向が強いのに対し、アメリカでは、「サングラスを掛けている」「ウォークマンを聴いている」など、自分の物理的状态を相手に伝えるアイコンが豊富にあるという点である。

日本人の場合、コミュニケーションの仕方は情緒的であり、(立場の違いを前提として)相互理解を促進することを目的とするよりもむしろ、(擬似的)一体感を求める傾向が強い。したがって、(1)質問をしない(相手の言ったことを自分なりに明確に理解しようとしな)、(2)具体的に表現しない、(3)意見やコメントを公にしない、(4)異文化に属する相手に関する知識や相手の立場を推論する想像力に欠けているため、相手とコミュニケーションする情報を提供できない、といったコミュニケーション様式が問題となる可能性もある。

WWによる「情報検索」に関しても同様である。私たちはWWナビゲーション観察調査を行ったが、この調査から「情報検索」がいかに複数の相互に独立的な能

「次の10件」に気付かない学生たち

図4 インフォオーシクのホームページ  
(www.infoseek.co.jp)



力を組み合わせることによって成り立っているか、さらに、情報に対する心理的態度に大きな障壁が横たわっているかが明らかとなった。

WWWナビゲーション観察調査は、大学生10人（成蹊大学法学部在学中）にWWW利用の幾つかのタスクを与え、その行動をビデオで記録するというものである。そのタスクの一つとして、サーチエンジン利用を念頭に置いた課題遂行タスクを三種用意した（1「横浜ガイドのサイト」、2「サンフランシスコグルメサイト」、3「地域情報化に関するレポートを書くための資料」をWWWで収集する）。しかしまず、最初のタスクで、大学生たちが「キーワードサーチ」そのものに不慣れであることが明らかとなった。

キーワードサーチ、ディレクトリーサーチいずれも可能であるために、インフォオーシクを出発点としたのだが、キーワード入力（この場合、「横浜」「yokohama」などと「観光案内」「スポット」などを組み合わせると予測していた）を積極的に試みた学生は10人中2人とどまった。その二人はワープロにある程度慣れている学生でキーボードによる入力に抵抗感が薄かったと考えられるが、それ以外の学生は、キーワードを入力することがまずバリアとなり、ディレクトリーによる検索を行う

とした。

しかし、キーワードが入力できれば検索ができるかというところではない。インフォシークのホームページ初期画面は図4のようになっている。キーワードを入力するなり、画面右側に位置しているディレクトリーをクリックすると、図5にあるようなサイトリストが表示される。

ここで予想しなかったことが起きた。インフォシークの場合、検索結果は一ページ当たり一〇件ずつ表示され、「次の10件」(図5の矢印A)をクリックすることによりさらなる結果が得られる。また、検索に該当する件数も、比較的画面上の方に表示されている(図5の矢印B)。ところが、キーワード検索を行った学生たちも、ディレクトリー検索を行った学生たちも、ともに「該当件数」「次の10件」に気付かず、初めの一〇件だけ見て、あきらめて「バック」ボタンで、元の検索初期画面に戻ってしまうのであった。

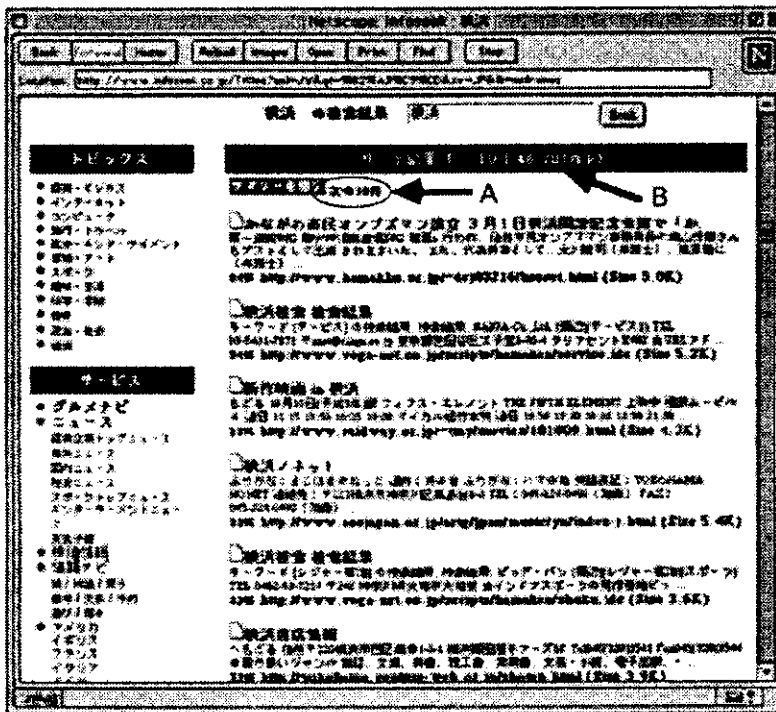
この例に見られるように、学生たちがサーチエンジンの利用に予想以上に苦戦したため、三つ準備していた課題遂行タスクのうち、最後の「レポート作成のための資料収集」は実施を断念せざるを得なかったが、こうした学生たちの行動から、WWWを利用した「情報収集」が、

単なるキーボード操作、キーワード入力、英語の能力の問題ではないことも明らかとなった。最も大きな問題として指摘したいのは次の三つである。

まず第一に、WWW画面に一種「メディアの文法」があり、それが利用経験の少ない学生にとって大きな障壁となっていた。先に指摘した「次の10件」が典型的であるが、HTMLに習熟した者ならよく分かるように、WWWの画面構成には、これまでの試行錯誤からさまざまなHTMLタグによる編集ノウハウが詰め込まれている。もちろん、新聞や雑誌なども画面構成には、文字に關してだけでも、フォント、サイズ、スタイルなど数多くのノウハウが蓄積されているが、私たちは幼少期よりそれらのメディアに慣れ、その「メディアの文法」を無意識に蓄積しているのである。ところが、WWWに関しては、メディアとしてのWWW自体がまだ発展過程であるにもかかわらず、ハイパーテキスト、ハイパーメディアとしての属性、双方向性などの要件から、既に数多くのノウハウや知識の体系が、さまざまな形で画面上に埋め込まれている(例えば、ショックウェーブリアルオーディオなどの「プラグイン」や「ヘルパーアプリケーション」)。したがって、WWWを使いこなす上で必要とされる数多くの絶えず進化する文法が存在しており、ネットワーク

## 「次の10件」に気付かない学生たち

図5 インフォオーシクの検索結果表示画面



への十分なアクセス経験が必要とされるにもかかわらず、十分な機会が与えられていない。

また、WWWの文法の一つではあるのだが、その中で特に指摘しておきたい重要と考えられる点は、「ディレクトリー」概念が学生たちに欠如していることである。本や雑誌をはじめ、物理的なメディアは「厚さ」が直接知覚でき、読者は今自分がどこにいるのか直観的に把握しやすい。他方、テレビやラジオのような媒体も、基本的にはそれぞれの「番組」が基本構成単位となり、「番組表」のような見取り図を描くことが容易であることから、同様に視聴者は自分が今、どの番組のどのあたりにいるかを知覚することができる（例えば、「そろそろ黄門様の印籠が出てくるぞ」）。

ところが、インターネットの場合には、そうしたユーザが自分の位置を確認できる仕掛けがないに等しい。習熟したユーザであれば、URLを見ることにより、自分がどのサーバのどのディレクトリにいて、何のファイルにアクセスしているかを認識することができる。しかし、多くの一般ユーザは、これまでのメディアである書籍、新聞、テレビなどと同じような意味ではWWWにおける位置把握ができない。WWWは、ハイパーテキストであるゆえにバウンダリーが存在しない以上、新たな

「位置把握」のための仕掛け・インターフェイス開発が必要であると同時に、利用者にも、ディレクトリー概念をはじめ、WWWに関する位置把握のためのリテラシーを開発する必要があることを示している。

そして最後に指摘したいのは、学生たちには、明らかに普段「データベース」を利用したり、自ら構築したりする習慣が欠如していることである。アメリカの大学では、インターネットの普及によって、宿題のペーパーにインターネット上の他人の論文を一種盗用することが問題となつてきているようだが、日本ではそうした問題が起きるはるか手前の状態と言えよう。つまり、

- ・自分が知りたい情報は何であるか
- ・どのような情報源が存在するか
- ・どのようにアクセスすることができるか

といった、主体的かつ能動的に情報収集・分析を行うスキル・ノウハウを習得する機会が、日本の学生には欠如していると考えられる。

欧米諸国の場合には、データベースをはじめ、情報を収集、分類し、一か所に集積、保管し、展示ないし必要に応じて供することに對して、適合的な一種文化的価値観が存在するように思われる（「博物館」、「美術館」、「動物園」、「水族館」、などの存在）。WWWの開発目的の一つが、

インターネットを巨大なデータベースに見立てて、高速検索と相互参照を容易にすることであったこともよく知られている。

アメリカの場合には、連邦政府が、教育施設を通じて利用可能な情報源を、地方や遠隔地に對して提供しようとこれまで積極的に試みてきた。高等学校・大学教育機関に對しては、コミュニティーの基盤整備の一つとして、情報開示のための施設・システムへの予算が割り当てられている。一九六〇年代に既に、大学は図書館と政府関連資料のための施設を拡充し、教育機関はコンピュータ・センターを設置し、蔵書索引をオンライン化した。こうした技術の蓄積が、地方・遠隔地にインターネットを導入し、マルチメディア化するのに向けての技術提供の基盤となつていたのである。

もちろん、英語の場合には、アルファベットにより成り立つことから、検索・並べ替えなどがしやすいので、データベースが構築しやすい。各種 Citation Index や MedLine のように、学術研究関係のデータベースも、日本語に比べればはるかに容易であろう。しかし、これまで見てきたように、「インターネットによる情報検索」は、英語をはじめ、コミュニケーションに對する態度、情報開示、データベースへの価値観など、日本という社会文化に深

く内在する問題が複合的に関与している。したがって、今後ネットワーク普及に伴って、コミュニケーションや情報に対する意識がいかに変容していくか、それによって対人関係や社会的規範がどのような方向性を持つのかは、優れて社会的文化的問題であり、インターネットが導入されればフラットでオープンな関係性が成立するということではあり得ない。むしろ本稿で分析したように、日本の学生たちにとって、情報ネットワークを活用し、サイバースペースを新たな社会的活動空間とするには、幾つかの乗り越えるべきハードルが存在しているのではないだろうか。

## 注

1 林紘一郎(一九九八)『ネットワーキングの経済学』(NTT出版)

2 例えば、大石明夫(一九九七)「移動体通信の普及動向と加入需要及び通話支出の分析」(「郵政研究所月報号」一〇七号、四一―五四頁)、CSJ(サイバースペースジャパン)(一九九七)「第6回CSJWWW利用者調査」(<http://www.csj.co.jp/www6/main.html>)、橋元良明他(一九九六)「普及初期段階におけるインターネットのユーザー像と利用実態」(「東京大学社会情報研究所調査研究紀要第1八号、八七―一九七頁)、橋元良明他(一九九七)「大学生の通信行動実態」(「東京大学社会情報研究所調査研究紀要」九号、

五―一五七頁)、水野博介・辻大介(一九九七)「若者の意

識と情報コミュニケーション行動に関する実証研究」(「埼玉大学教養学部紀要」三六―六五頁)など

3 この調査は国際コミュニケーション基金の研究助成を一部受けている。

4 このRISSS調査は「21世紀の社会・生活の情報化に関する研究」として行われているもので、二〇代から六〇代を対象にした五〇〇〇人規模の全国調査を中心とする包括的な意識行動調査である。筆者は一九九七年度から客員研究員として参加している。調査で認知度を聞いた語は、調査結果で認知度の高い順から、インターネット、ホームページ、電子メール、PHS、マルチメディア、ICカード、デジタルテレビ放送、仮想現実感、国民総背番号制、電子マネー、遠隔医療、情報公開法、オンラインバンキング、知的財産権、ISDN、電子商取引、WWW、イントラネット、EDI、SOHO、VICS、公開暗号鍵、サイバースペース。

5 ホストコンピュータとは処理能力の高いコンピュータ。一般的に、インターネットを利用する場合、個々の利用者は、パソコンからホストコンピュータを介してインターネットに接続していく。つまり、一台のホストコンピュータがあれば、それを利用してインターネットにアクセスする利用者が数多くいるということになる。しかし、統計的にインターネットに接続しているパソコン台数を把握することはほとんど不可能である。

6 野村総合研究所「情報通信利用者動向の調査」九八年二月(<http://www.nri.co.jp/nri/news/980212.html>)

7 「電子メールを媒介とした社会的行為空間」(「日本語学」一五巻第一二号、一一―二六頁)

(きむら・ただまさ 東京都立科学技術大学助教授)