

1999 年度 修士論文

インターネット上の自己表現とエンパワーメント

～「名も無き個人」のつながりと事例分析

政策・メディア研究科 修士課程

折田 明子

ako@sfc.keio.ac.jp

修士論文要旨 1999年度（平成11年度）

インターネット上の自己表現とエンパワーメント

～「名も無き個人」のつながりと事例分析

本研究の目的は、従来は発言の機会を持たなかった「名も無き個人」が、新しいコミュニケーション媒体であるインターネット上で、自己表現の機会と情報発信能力を得られる可能性を明らかにすることである。同時に、インターネット上で個人がどのようにエンパワーされるのかを、電子コミュニケーションの特徴分析や事例調査によって検証する。具体的には、Webサイトを所有する個人が自己表現と情報発信を実現している事例、発信力を持つ場に参加することで自己表現の機会を得ている事例、複数の個人サイトが自律的につながりあい、相互リンクや電子掲示板によってサイト所有の有無に関わらずコミュニティを生成する事例を対象とし、インタビューやアンケートによる定性調査とログデータの定量調査を行った。さらに、個人サイトの実制作により調査結果を検証した。

これらの調査・分析からインターネット上で個人による自己表現や情報発信が可能になるのは「インターネットによるエンパワーメント」と「コミュニティによるエンパワーメント」を得た結果によることを明らかにした。これらエンパワーメントの共通の要素は「つながり」である。インターネット上の個人は、つながりあうことによって、単体では得られなかった強い情報発信能力を持ちうることを示した。

キーワード

1. サイト間コミュニティ
2. 個人
3. 情報発信
4. エンパワーメント
5. インターネット

慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科
折田 明子

Empowerment for self expression on the Internet
~ Case study on "Networking" formed by ordinary individuals

The purpose of this research is to clarify that ordinary individuals have potential for expressing themselves on the Internet, which is new medium for interpersonal communication. It's been difficult for an ordinary individual to express oneself or express opinions as "The person" because the social hierarchy has treated them as number, not as unique characteristics .

This research also explore how an ordinary individual get empowered to perform self expression on the Internet by doing survey on not only Computer-Mediated Communication study but analyzing examples of personal web-sites and visitor's action.

Also the interviews to web-site owners are done.

The selected examples are divided to three types of individual's action; success in expressing oneself by personal Web-site, participation in ready community, and forming network among hyper-linked web-sites and "inter-site" BBS. I also produced a web-site to examine the process of becoming a part of network community.

Through these analysis and survey, it is proved that the Internet and community empower individuals to express themselves and the common element of both is "networking".

Thus, an individual will have power for self-expression by linked to others on the Internet.

Keywords

1. **Inter-site community**
2. **individual**
3. **self-expression**
4. **empowerment**
5. **Internet**

Graduate School of Media and Governance, Keio University
Akiko ORITA

目次

第1章 序論	6
1.1 研究目的と意義	6
1.2 本論文の構成	7
1.3 本研究の関心領域～ネットワークコミュニケーションの可能性	7
1.3.1 名も無き個人	7
1.3.2 本研究の分析対象	8
1.4 本研究の背景～インターネットの普及と利用動向	9
1.4.1 日本の電子ネットワークの発展	9
1.4.2 インターネットユーザの現状と利用動向	9
第2章 電子上のコミュニケーション	12
2.1 電子上の人間行動の特性	12
2.1.1 属性とアイデンティティ	12
2.1.2 階層の再構築	13
2.2 電子コミュニケーションの分類とユーザの参加形態	14
2.2.1 電子コミュニケーション	14
2.2.2 ユーザの参加形態	24
第3章 インターネット上の個人	26
3.1 「ホーム」を所有する個人	26
3.1.1 情報提供と自己表現	26
3.1.2 個人ドメイン/無料サービスの意味	31
3.2 ホームを所有しない個人～コミュニティ自体の発信力	34
3.2.1 532.asahi.com 概要	34
3.2.2 掲示板の分析	36
第4章 個人サイト間ネットワークによるコミュニティの自律的形成～「別姓系」コミュニティの調査と制作	40
4.1 開かれた自律発生コミュニティ	40
4.2 「別姓系」コミュニティ	41
4.3 別姓系主要サイトの概要	44
4.3.1 サイト(1)「ペーパー離再婚のすすめ」	44
4.3.2 サイト(2)「TORI's Garden」	45
4.3.3 サイト(3)「Appendix」	46

4.3.4	サイト(4)「夫婦別姓の法律学」	47
4.3.5	サイト(5)「Mi Piace」	47
4.4	別姓系コミュニティの分析	52
4.4.1	サイト内容比較	52
4.4.2	相互リンク	52
4.4.3	掲示板	53
4.4.4	コミュニティ意識と役割分担	66
4.5	「Penguin's Nest」の制作と別姓系コミュニティへの参入過程	67
4.5.1	制作意図と概要	67
4.5.2	制作の過程	68
4.6	別姓系コミュニティの考察	78
第5章	結論	79
5.1	「インターネット」によるエンパワーメント	79
5.2	「コミュニティ」によるエンパワーメント	79
5.3	今後の展望	80
付録A	取材全容「Megumi's Home Page」	87
付録B	取材全容「TORI's Garden」	89
付録C	取材全容「ペーパー離婚再婚のすすめ」	92
付録D	取材全容「Appendix」	94
付録E	取材全容「夫婦別姓の法律学」	96
付録F	取材全容「Mi Piace」	98

目次

2.1	パソコン通信フォーラム例	17
2.2	電子掲示板の種類	20
2.3	メールマガジンサンプル	22
2.4	メールマガジン発行サイト	23
2.5	WWWの発信者と受信者	25
2.6	WWWを介した個人間のコミュニケーション概念図	25
3.1	Megumi page	30
3.2	Happy Marriage	30
3.3	Itojun.org	33
3.4	532.asahi.com	35
3.5	532.asahi.com 新規話題投稿数推移	37
3.6	532.asahi.com 全話題別投稿数	37
4.1	別姓系コミュニティ概要	43
4.2	ペーパー離婚再婚のすすめ	49
4.3	TORI's Garden	49
4.4	Appendix	50
4.5	夫婦別姓の法律学	50
4.6	Mi Piace	51
4.7	99年1月全投稿記事数の掲示板別割合	54
4.8	投稿記事数の掲示板別割合推移	54
4.9	99年1月掲示板別投稿記事数推移	57
4.10	99年1月掲示板別投稿人数推移	57
4.11	99年1月掲示板別記事数・人数推移	58
4.12	99年1月1人あたりの発言数 M_i 推移	58
4.13	全掲示板人物別投稿数	60
4.14	掲示板 P(離婚再婚) 人物別投稿数	60
4.15	掲示板 A(Appendix) 人物別投稿数	61
4.16	掲示板 E(法律学) 人物別投稿数	61
4.17	属性別参加割合(全投稿者)	62
4.18	属性別参加割合(発言数上位10名)	62
4.19	管理者(属性 · · ·) 投稿分布	64
4.20	サイト非所有者<賛成>(属性 B) 投稿分布	64

4.21 サイト非所有者<反対>(属性 X) 投稿分布	65
4.22 Penguin's Nest	71
4.23 Penguin's Nest アクセス数推移(3ヶ月)	73
4.24 Penguin's Nest サイトアクセス数とメールマガジン発行数推移	73
4.25 Penguin's Nest コンテンツ別アクセス数	75
4.26 Penguin's Nest コーナー別アクセス数割合	75
4.27 Penguin's Nest への主なアクセス元サイト	77
4.28 Penguin's Nest へのアクセス元サイト種別	77

表 目 次

1.1	民主主義実現の方向性のちがい (竹村真一,1998)[11]	8
1.2	日本のインターネットの発達概略 [5]	10
1.3	現在のユーザの利用動向 (1999)	11
1.4	ユーザの利用動向変化	11
2.1	fj ニュースグループの階層例	15
3.1	532 掲示板 投稿数上位カテゴリ	38
3.2	532.asahi.com 投稿数上位の話題	39
4.1	サーチエンジンによる夫婦別姓 / 事実婚 / 旧姓使用ページ (99年9月時点)	41
4.2	別姓系主要各サイト概要	52
4.3	メールマガジン「ふつうに事実婚」(まぐまぐ発行分) 内容	70

第1章 序論

1.1 研究目的と意義

インターネットは「世界中につながっている」としばしば表現される。では、インターネット上なら誰でも世界に向けた情報発信ができるのだろうか。自分が作ったものを、書いたものを、世界中の人が受取ってくれるのだろうか。

インターネット上に作ったファイルは、存在するだけでは誰の目にもふれない可能性が高い。存在を誰かが知ることにより、はじめて他者とのつながりが生じる。多くの他者とつながるほど、存在を知ってくれる人の範囲が広がる。

今までの社会構造は、ヒエラルキー構造を持っていたため、情報発信の機会ヒエラルキーのどこに位置するかにより左右されてきた。しかし、インターネットは階層構造自体を打ち破った [18]。多種多様なネットワークががつながり合うことで構成される自律・分散的なシステムであるインターネットは、ユーザの行動に対して新しい可能性を示しはじめている。ユーザたちは自ら規則を作り、自己編集的な動きによってこのシステムを成長させてきた。多様で広い範囲の人間同士がオープンに情報のやりとりを行ううちに、情報や人間同士がつながってゆく。

本研究は、個人によるインターネット上の非営利なサイト単体、および複数のサイトによる自律的な共同体を研究対象とする。これらは会員制フォーラムや閉じたメーリングリスト等とは異なり、個人が集うことによって自然発生する「自律発生的」コミュニティである。

従来の電子コミュニケーション研究では、インターネット上では発信者と受信者間に一方的なコミュニケーションが存在するのみで、受信者同士の密なコミュニケーションは難しいとされてきた [1]。

また、自分のサイトを所有する者は、自己表現が自由な媒体を持つという意味で、サイトを所有しない者より情報発信力を持つとされてきた。

だが、個人サイトが電子掲示板や相互リンクによりつながり合う結果発生した自律的なコミュニティでは、サイトを所有しない参加者がサイト所有者以上に、コミュニケーションを活発化させ、複数のサイト同士をつなげ合う現象が発生している。これによってコミュニティの一単位であるサイト同士が自律的につながり、より大きなコミュニティが形成されている。

本研究の目的は、新しいコミュニケーション媒体であるインターネット上で、個人が自

己表現の機会ならびに情報発信能力を得る可能性を示すことである。同時に、インターネット上の個人がどのような形でエンパワーされるのか、電子コミュニケーションの特徴分析や事例調査によってその要素を整理する。

1.2 本論文の構成

本論文では、個人が自分の Web サイトによって自己表現を行っている例、自分の Web サイトを所有しない者同士が既存の場を利用してつながり合う例、個人それぞれが自律的に集い、自分の Web サイトを所有する者も所有しない者も同じく情報縁を共有するコミュニティを形成する例の 3 種類を対象とする。

なお、本論文中の人名は敬称略とする。また、図表や画面の掲載には、原則として作者の許諾を得ているが、一部許諾の無いものもある。

本論文の構成を次に示す。

第 1 章：関心領域とインターネット普及の背景

研究の関心領域を特定し、研究の背景となるインターネットの普及と利用の現状についてのべる。

第 2 章：電子上のコミュニケーション

電子上の人間行動の特性をふまえ、電子上のコミュニケーションスペースおよび参加する個人を分類する。

第 3 章：インターネット上の個人

自分の「Web サイト」を所有する者、他のコミュニケーションスペースを利用する者について、事例とともに考察する。

第 4 章：個人同士の自律発生コミュニティ

個人によるサイト同士が、電子掲示板と相互リンクを通してつながり合う参加者によって、自発的にコミュニティを構成する様態と過程を、事例分析と実制作によって検証する。

第 5 章：結論

1.3 本研究の関心領域～ネットワークコミュニケーションの可能性

1.3.1 名も無き個人

既存の社会システムでは、社会的に力を持たない個人は、「名も無き個人」にされてきた。名も無き個人は、多数の中の一部にすぎず、数として数えられるのみで、個人のアイ

デンティティや独自の主張は重要視されなかった。多数決の論理にみられるように、個人は数として扱われ、ヒエラルキーの上位に属する者のみが、個人独自の発言を意味あるものとして表現することができた。その発言の影響力は、発言の受信者の数によって評価できるが、マスメディアを持たない限り発言に影響力を持たせるのは困難であった。

意思表示とコミュニケーションの性質は、従来の社会システム内とインターネット上で大きく異なる。竹村真一 [11] によれば、そのもっとも大きな違いは、「個と全体の関係の可視化」である。自分とともに、ある関心や目的を潜在的に共有している他者の存在が、具体的にリアリティを持って可視化される点において、ネットワークコミュニケーションは従来にない可能性を持っている。こうした場では、個人は平等にオリジナルの意見や情報を発信・表現することができる。

たとえば、従来の「選挙」という意思表示手段は、市民の多様な声を数量に還元し、多数決による一元的な方向に抽象化してしまう。それに対し、電子上の掲示板では、具体的な発言内容によって多様な声のリアリティが明らかになっている。今まで排除されてきた、個別的／具体的部分が顕在化し、他者の発言に他の「個人」が触発されて行動を起こす可能性を持っている(表 1.1)。このように、全体の形を保ちながらも、個人的な側面や多様性を反映し、それらを共有しつつ触発し合えるコミュニケーションの形は、インターネットというメディアが持つ大きな特徴である。

表 1.1: 民主主義実現の方向性のちがい(竹村真一,1998)[11]

インフラ	従来型	ネットワーク型
性質	数量的 / 抽象的 一元的 / バラバラ	質的 / 個別的 可視的 / 共存の
声無き声	ノイズとして排除	有意な多数

一方、インターネットは、過去のメディアに関わるパラダイムを基準に出版や放送と並べて「発信」のためのメディアと特徴づけられる。インターネット上でコンテンツを発信する際、従来の出版や放送のようにリニアな制作過程 [6] を経て、出版／パッケージングの形でオーソライズされることを必要としない。このような、すべての情報が平等に開示される、膨大な情報空間の中では、個人個人の情報の多くは埋もれてしまいがちである。そのため、個人は情報空間の中で自己の一と他者との関係を明確にした上で、つながり合う必要があると考える。

1.3.2 本研究の分析対象

本論文では、これまで「名も無き個人」とされてきた人々が、それぞれに持つ情報や自己表現を、電子ネットワークを用いて発信している例を分析対象とする。本論文では、特に「電子掲示板」と「相互リンク」に着目して、個人の発信能力を示す指標とした。電子掲示板は、一方的だった WWW 上のコミュニケーションを双方向化した。相互リンクは、複数のサイトがコミュニケーションと合意を経てつながり合うもので、何らかのコミュニケーションの結果と判断できる。

具体的には、個人が自分の Web サイトを持つ場合と持たない場合それぞれの例 (「Megumi's Home Page」「Itojun.org」「532.asahi.com」)、持つ者と持たない者が自然発生的につながりあい、開かれたコミュニティを形成する例 (「別姓系」コミュニティ) を対象とする。

対象事例に対しては、アクセスログや発言数等による定量分析、電子掲示板発言内容や、作者に対するインタビュー調査による定性分析、実制作によるコミュニティ参入過程の考察を行う。

なお、取材依頼したサイトは作者により内容、データ、画面それぞれを使用することに関して許諾を得ている。

1.4 本研究の背景～インターネットの普及と利用動向

1.4.1 日本の電子ネットワークの発展

パソコン通信

電子メールや電子会議室などのサービスをもつパソコン通信は、1985年に登場した。ニフティサーブやPC-VANなどこれら大手の商用パソコン通信は、当初数千人規模で86年にかけて次々とサービスが開始された [1]。

インターネット

1984年には学術・研究利用を目的としたJUNETが活動を始めていた。1992年には日本初のインターネットサービスプロバイダであるIIJが設立され、サービスを開始した。アプリケーションでは、1993年頃より、イリノイ大学開発のブラウザ、NCSA Mosaicの公開によってWWW(World Wide Web) サービスが普及をはじめ、インターネットの普及は急激に伸びた。WWWはHTML形式(Hyper Text Markup Language)で情報発信を行うことで、インターネット上で関連する情報同士をが有機的につなげる役割を果たした [1]。

日本では、1995年1月の阪神・淡路大震災時にインターネットが情報提供の大きな役割を果たし、同年にはインターネットプロバイダを利用した個人のインターネット利用も急増し、「インターネット元年」と呼ばれた。この流れから、企業や個人のホームページが急増し、96年10月の総選挙時には政党のホームページについて、公職選挙法と関係する議論が生じるまでになった(表1.2)。

1.4.2 インターネットユーザの現状と利用動向

自宅からの利用者増加

インターネット白書99[22]によれば、1996年には約500万人だったインターネット利用者は、1998年には1000万人を超え、1998年には1500万人がインターネットを利用し

表 1.2: 日本のインターネットの発達概略 [5]

年	内容
1984	JUNET スタート / JUNET E-mail,E-news サービス開始
1985	電子メール / 電子ニュース国際化
1986	JUNET 日本語メール開始 / JP ドメイン
1988	WIDE プロジェクト発足
1991	WWW 開発
1992	Nifty,ASCIIinet,PC-VAN 相互接続 / IIJ 設立
1993	Mosaic 開発 / NTT ページ開設
1994	Netscape 開発 / 首相官邸・郵政省インターネット接続 / asahi.com 開始
1995	<インターネット元年> JAVA 開発 / Windows95 発売 / 坂本龍一コンサート中継 / 阪神大震災で安否確認
1996	災害訓練 / Yahoo Japan 開始 / OCN サービス開始 / 総選挙と政党ホームページ

ている。日本国内のインターネット世帯普及率は 12.89 %と推測され、このうち勤務先や学校でのみ利用している世帯は 7.39 %を占める。だが、伸び率でみた場合、全体のユーザ数増加率が 49.4 %であるのに対し、「自宅からのみ利用」のユーザの伸び率は 151.5 %と高い値を示している。

個人目的の利用増加

インターネット白書 99[22] によれば、インターネットの利用目的は、仕事や研究関連のものが 1997 年には 67.7 %だったものが、1999 年に入ると、47.3 %と減少している。それに対し、趣味・エンターテインメント目的の利用は 77.8 % (1997) から 81.8 % (1999) と増加しており、より個人目的利用の傾向が高まっていることが示されている。

これらから、インターネットの利用が、従来は会社や大学での利用だったものが、個人や家庭にシフトしてきていることが分かる。プロバイダの普及や、電話料金 / 接続料金をの低下や、通信上のさまざまなサービス (テレホーダイ / ISDN / OCN など) の出現により、個人が自宅からインターネットに接続する障壁が低くなったことが理由の一つだといえる。

利用動向

インターネット白書 99[22] によれば、インターネット利用のレベルでは、1998 年 / 1999 年ともに 74.8 %のユーザが情報検索や電子メールの利用をメインとしているが、一方で Web サイトのコンテンツ作成、管理ができるユーザは 5.1 % (1998) から 12.9 % (1999) に

倍増している。また、個人サイトを開設しているユーザも 8.9 % (1998) から 17.8 % (1999) とほぼ倍増している。

ユーザの利用動向に関して、割合順の利用動向 (インターネット白書 99 のデータ [22] による) を表 1.3 に示し、また、利用動向の変化および今後の意向を表 1.4 に示した。

コミュニケーションツールとしての利用法 (太字) に注目した場合、現在もっとも利用割合が高いのは、前年前々年ともに割合がトップだった「電子メール」である。利用動向の変化割合に注目すると、前年からの増加率では「チャット」や「掲示板」の利用が目立ち、さらにこれらは今後の利用意向で 5 番目に高い値を示している。また、ネットワーク上で他のプレイヤーとともにゲームを楽しむネットワークゲームへの参加も今後の利用意向として挙がっており、個人レベルのコミュニケーションツールとしてインターネットを利用する傾向が読み取れる。

表 1.3: 現在のユーザの利用動向 (1999)

順位	利用目的 (ユーザの割合)(1999)
1	電子メール (95.1 %)
2	趣味 (77.8 %)
3	製品 / サービス情報の収集 (64.4 %)
4	フリーソフトダウンロード (63.6 %)
5	ニュース / 天気予報 (51.5 %)

表 1.4: ユーザの利用動向変化

順位	前年からの増加率	今後の利用意向
1	プッシュ型無料配信サービス ¹ (276 %)	ショッピング (33 ~ 49 %) ²
2	チャット / 掲示板 (152 %)	バンキング / トレーディング (31.0 %)
3	ニュース / 天気予報 (126 %)	インターネットラジオ (30.6 %)
4	生活情報の収集 (123 %)	ネットワークゲーム (26.6 %)
5	趣味 (121 %)	チャット / 掲示板 (23.3 %)

第2章 電子上のコミュニケーション

2.1 電子上の人間行動の特性

ここでは、個人が電子コミュニケーションを用いる場合の主だった行動特性について述べる。

2.1.1 属性とアイデンティティ

人間は属性によって、社会的な階層構造に組み込まれるが、これは力無き個人にとって行動や表現の制限となりうる。属性を知ることによる先入観や偏見は、個人の表現や発言内容に対する判断をゆがめる危険性がある。それに対し、電子上では明示すべき属性を選択してコミュニケーションを行うことができる。自分がどのような人間であるかを表現するのは、自分が書くテキストのみであり、同様に他人を知るには書かれたテキストの情報に頼るしかない。そのため、実社会の社会的な機会不平等が、電子上では緩和する可能性がある。

対人心理学を扱った *The Social Animal*[26] によれば、判断に不必要な情報を得ることは、その判断に対して先入観による干渉を生み出す。たとえば、学業成績がほぼ同じ2人の学生に関して、学校生活に関係のない私生活の情報を共に提示して学生の評価を求めた場合、成績の評価は私生活の情報に大きく左右された実験結果がある。また、著者名を隠した論文と明示した論文それぞれを、評価させた実験がある。著者名が分からないものに比較して著者名が分かる論文群では、著者が女性である論文が低い評価を受けるという結果が出ている [26]。このように、属性がな判断に影響を及ぼす可能性があっても、日常生活で属性を隠すことは困難である。実社会のコミュニケーションの多くは Face to Face で行われるため、相手との対面により、年齢、性別、人種などの属性はおおよそ判明してしまう。

一方、Tim Jordan[27] によれば、電子上のアイデンティティは必ずしも実社会の属性によって確定されるものではなく、アイデンティティ自体は電子上でも存在するが、実社会のものとは異なるという。実社会では社会階層から発した「力の構造」が働くために、社会的に力を持たないマイノリティが生じるが、ネット上では異なる基準で階層構造が再構築されると Jordan は主張する。その基準とは、発言の内容や、コミュニティ内での経験の長さなど、属性よりもコミュニケーションの内容に因るものである。電子上の属性は、メールアドレス、ハンドル、自己紹介、文体など電子上に記録されたデータや文章そのものによって規定される。

同期、非同期いずれも、電子上のコミュニケーションは文章を書くことでなされるため、個人は状況によって、自分が公開したい属性と公開したくない属性を選択することができる。たとえば、病気に関連した話題に参加する場合、その場必要とされる属性は参加者が「医療関係者であるか否か」であり、必ずしも必要とではない属性(性別や人種等)公開しないことで偏見を誘発する先入観を避けることができる。別の話題に参加する場合には、公開する属性を改めて選択することになる。

99年1月に、インターネット上で709名の男女に対して行ったアンケート[30]によれば、電子上のコミュニケーションの相手の属性に関して、「コミュニケーションを図るうえで考慮する」という回答は約50%に過ぎなかった。また、同時期に行った電子メールによる追加調査でも、以下のような回答が得られている。「どのような肩書きを持っているかよりも、話の内容がむしろ重要」(男性)「性別を偽ることも簡単だし、女性だということでもめられたくないときには性別を明かさないこともある」(女性)「既婚者と分かるたびに『ご主人の許可を得ていますか』と聞かれる。電子上では結婚していることを明かしていないが、自分自身が主体になれる」(女性)

この調査から、電子上のコミュニケーションでは属性よりも内容重視の傾向があることが示された。

2.1.2 階層の再構築

実社会の属性によって構成される社会階層構造では、階層の下位に位置する個人は表現の機会を制限されてきた。原因は前節に述べた属性に付随する偏見や、経済的バリア、社会的ステータスによるバリア、などが考えられる。

竹村真一[11]によれば、階層構造の下位にいる力を持たない個人は、数としてカウントされるのみで、それぞれの具体的な声はノイズとして排除されてきた。政治を例に挙げると、具体的な意思決定に参加できるのは選ばれた政治家であり、個人は票の一部となってその政治家を選ぶことで間接的な参与にとどまる。現実に政治家となるには経済面その他のコストを必要とするため、機会は誰にでも開かれているわけではない。それに対して、電子上のメッセージは等しくテキストの形表示され、書かれたものを読む限り経済的/社会的に力を持つ者も持たない者も、同様の土俵に立つことが「見かけ上は」可能である。

これら見かけ上の平等は、実際にはリンク集を持つサイトによって格づけられる。情報受信者は、ポータルサイト¹とよばれる各分野へのリンク集や検索エンジンによって入手したい情報への手がかりを得る。そのため、キーワードによる検索によってサイトがヒットするか否かは、情報がどれだけの人に届くかを左右する。また、Yahoo Japan[44]など審査基準を持つ検索/分類サイトは、掲載されること自体が実質上のオーソライズとなる。同じ分野に関するコンテンツを持っていても、掲載の有無によって階層構造が構成される可能性があると言える。

¹portal とは「玄関」の意で、ブラウザ起動時にアクセスするサイトとして便利のように、各分野の情報を提供する体制を整えているサイト。

2.2 電子コミュニケーションの分類とユーザの参加形態

本節では、電子コミュニケーションの種類ならびに、ユーザのコミュニケーション参加形態を分類した。

2.2.1 電子コミュニケーション

草の根 BBS

BBS とは「Bulletin Board System」の略で電子掲示板を表すが、インターネット普及以前には規模の小さいパソコン通信を指していた。日本の BBS は 1982 年ごろ開局し、1985 年に NTT の民営化とともに電気通信事業者法が改正された後にはいくつもの BBS が稼動を始めた [35]。主催者は個人の他に地方自治体や公共団体などの場合もある。個人運営であっても参加会員数が数千人規模の BBS もある。内容は、一般的な話題を扱うものから、特定の分野に絞ったもの、地域密着の地元情報を中心したものなど、非常に多岐に渡り、それぞれの BBS ごとに独自の性格を持っている。情報収集の範囲が広いインターネットに比較して、これらの BBS は限られた、閉じた範囲で個々のユーザー同士がコミュニケーションを行う特色が強く、「仲間内」であるものも多い [35]。

アクセスには、パソコンからモデムを介して電話回線に直接接続するが、インターネット利用者は telnet 経由での接続も可能である。参加者同士の距離は近く、BBS 上のみならずオフ会²を通じて「現実社会」でのコミュニケーションが生じるものが多い。

これら BBS は、以前はスタンドアロン型のネットワーク形態をとっていたが、現在では複数の BBS 同士をリンクさせたり、GUI³を用いた BBS も増加している。

ネットニュース

ネットニュースとは、インターネット上の分散型電子掲示板である一般的なニュースとは異なり、報道機関が情報を配信するのではなく、個人同士が質問や回答、報告やおしゃべりといったやり取りを通じて知識を共有するのが役割である [3]。

ネットニュースの最大の特徴は、地球規模で公開され、誰でも参加できることである。ユーザは、ニュースリーダを用いて news server にアクセスし、記事を読んだり投稿したりするが、ある 1 つの news server から他の news server へはリレー方式で新ニュースが送られるため、記事は世界中へ配信されることになる。このように記事はネットワーク上で大量に複製され、多くのサイトに配送されるため、ネットワーク資源は電子メールに比べて多く消費される。

これらの掲示板のグループの集合がネットニュースであり、グループの配布範囲によっては、社内や学内の利用に限定することも可能である。

ネットニュースには話題に応じて 2 万から 3 万のグループに分かれている。これらは、fj.soc / comp.ai.fuzzy などピリオドで階層化されており、先頭のカテゴリ (comp、fj 等) により、その下に続くの階層全体の記事内容のポリシーが規定される [37]。たとえば、fj.

²Offline Meeting。電子上 (Online) ではなく実生活で顔を会わせる会合。

³グラフィック・ユーザー・インターフェイス

に続くニュースグループは商用利用が禁じられているが、tnn. に続くグループは構わない、などがある。表 2.1 に fj(From Japan) ニュースグループの階層を示す。

ニュースグループには管理人はおらず、参加者によって自律的に管理されている。

表 2.1: fj ニュースグループの階層例

fj(from Japan)	soc(社会)	agriculture(農業) copyright(著作権) culture(文化) economy(経済) environment(環境) history(歴史) human-rights(人権) (etc..)
----------------	---------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

パソコン通信とフォーラム

フォーラムとは、パソコン通信において特定のテーマや興味に基づいて構成されるコミュニケーションの形であり、興味を持ったメンバーは誰でも自由に参加することができるコミュニティである [1]。このフォーラムは、ネットワークによっては SIG (Special Interest Group) と呼ばれることがある。

フォーラムは電子会議室の集合体であり、たとえば「エアラインフォーラム」内に「格安航空券会議室」「空港会議室」などの会議室がある構造になっている (図 2.1)。

大手商用パソコン通信の一つであるニフティ [50] の場合、フォーラムは次の 3 つのサービスによって構成される。

1. 電子会議室

メンバーが自由に書き込み、読み込みができる電子掲示板。大まかなトピック別に分類され、新しい話題をポストすることも可能。フォーラムのコミュニケーションの中心である。

2. チャット (リアルタイム会議室)

文字によるリアルタイムの会話をすることができる。

3. データライブラリ

メンバーが、データ (MIDI データや画像等) やソフトウェア、プログラム等をアップロードあるいはダウンロードできる場。

ニフティの場合、フォーラムは、趣味、コンピュータ、生活関連、政治経済など膨大な分野をカバーしている。フォーラム数は、サービス開始当初は 23 個にすぎなかったが、現在では約 700 個のフォーラムが存在する。

ネットニュースとフォーラムの違いは、ネットニュースにはニュースグループの管理者

無しに自律的に管理されているのに対し、パソコン通信のフォーラムはフォーラムマネージャによって運営されているという点がある。フォーラムマネージャは、電子会議室の発言やコメントをチェックし、データ化する役目を持つ。また、フレーミング⁴などコミュニケーショントラブルが発生した場合には解決を促したり、管理者として介入することがある。

⁴flaming. 参加者同士による喧嘩。



図 2.1 パソコン通信フォーラム例

©Nifty 航空・エアラインフォーラムより転載

1. サイト所有者が、訪問者の感想や意見を入手できる。
電子掲示板は、個人サイトのゲストブックとしてしばしば設置される。サイトを所有している者が、他者からどう評価されているかを知る手がかりとして、一方通行だった WWW 上の情報発信に双方向性が及ぼす影響がある。
2. 見るだけでもしくは読むだけだった受け身のメディアをコミュニケーションの場に変える。
情報受信者が、発信者に対して自分の声である意見や感想を伝えることができるようになる。また、受信者同士が互いの存在を確認できる手がかりとなる。
3. 新たな人間の出会いからコミュニティ形成の可能性を持つ。
「掲示板荒らし」の危険があってもなお、パスワードによる制限を設けない掲示板が存在するのは、参加者を限定しないこと自体がメリットとなるからである。同じ興味や関心を持つ者同士が出会い、コミュニケーションをはかることができる機会を提供することで、コミュニティ形成の可能性が生じる。
4. dynamic な情報空間を作り出す。
何か知りたいことがあった場合、関連するテーマを扱う掲示板を訪問して質問を書き込むことで情報や知識を持つ人のレスポンスが得られ、動的な情報として提供される。

時系列型掲示板



スレッド型掲示板

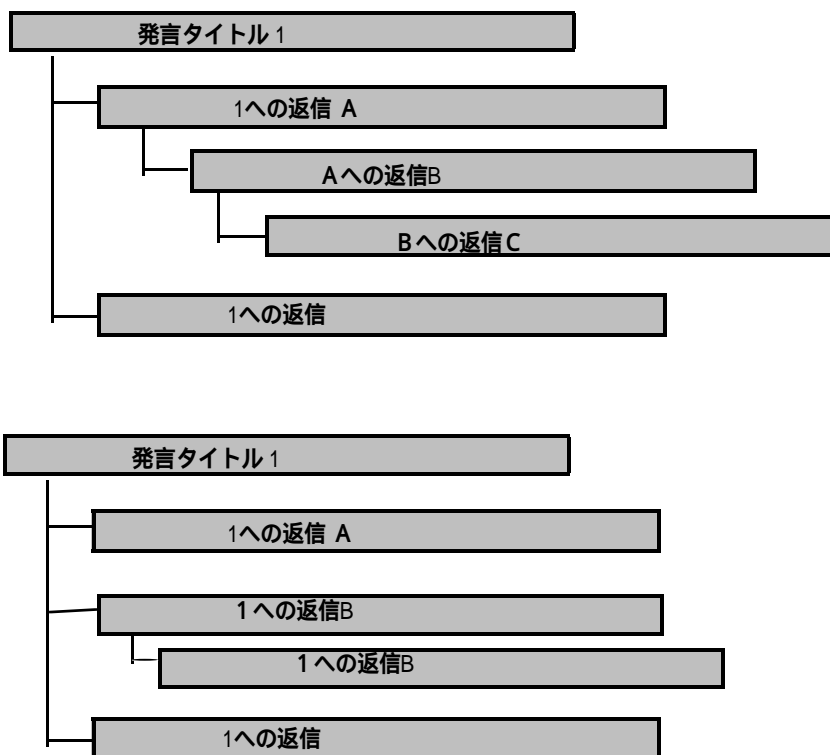


図 2.2 電子掲示板の種類

メールマガジン

メールマガジンとは、電子メールを用いた「出版」であり、さまざまな内容をテキスト形式でメールによって配信する(例:著者によるメールマガジンの例(図2.3))。従来の出版との違いは、発行したい人は誰でも資格を問わずに発行できる点にある。登録したユーザに対してメールが配信されるという点ではメーリングリストと同じだが、メーリングリストの場合参加者が自由にメールを投稿できるのに対し、メールマガジンは登録者は基本的に読むだけで、メールは作者に対してのみ出すことができる。内容は、企業のニュースレターや、個人が趣味で執筆しているものなど、内容やレベルはさまざまである。

Webサイトは訪問することによって情報を得る「プル型」のメディアであるが、メールマガジンは情報がやってくる「プッシュ型」のメディアであるといえる。言い方を帰れば、Webサイトは相手が来てくれるのを待つだけだが、メールマガジンは情報を相手のメールボックスに届けることができる。

従来の出版社に相当するのが、メールマガジン発行サイトである(図2.4)。ここではジャンル別にメールマガジンを分類し、登録・発行を行い、新着マガジンはニュースレターによって、読者に紹介している。メールマガジン発行サイトには、「インターネットの本屋さんまぐまぐ[46]」や「Macky![47]」、「ココデ・メール[48]」、メールマガジン内に広告を貼ることができる「Click Income[49]」などがあり、発行を希望する人は好みのサイトで発行手続きを行う。

「インターネットの本屋さんまぐまぐ[46]」の場合、発行は電子メールとブラウザによって行い、サンプル誌の審査の後発行サイトのニュースレターやサイトによって告知される。審査は、発信者の身元や内容の違法性のチェック程度で、文章のレベルによって格付けされるようなことは無い。発行すると、数十人~数千人、多いものでは数万人の購読者に対して配信されるが、これらはすべて無料のサービスとして提供されている。従来型の出版では、出版にかかるコストや、品質に対しての要求レベルが高かったが、メールマガジンではこうした障壁は存在せず、テキストを書きブラウザが扱えるという条件さえクリアすれば、配信の機会が生じる。

=====
ふつうに事実婚 第27号 1999/12/30発行
by.ako(penguinsnest@geocities.co.jp)
http://www.geocities.co.jp/HeartLand-Suzuran/2421/wedding/
< 掲示板設置中 > < 新コーナー設置! >
=====

****Infomation*****
・「選択制夫婦別姓制度」を柱とする民法改正案、次期国会で審議か？
・プレゼントアンケート 第2弾!
・皆さまからの回答をホームページにまとめました。新コーナー設置。
ぜひご覧ください。

年の瀬になりました。もうすぐ2000年。ミレニアムに浮かれる人あり、
Y2Kで会社に缶詰の人あり、いろいろな年始の迎えかたがありそうですね。

目次-----

- 1)体験談<7> 「招待状」
 - 2) プレゼントアンケート みなさまの声募集 「表札について」
-

1)体験談<7> 「招待状」

結婚式や披露宴にまず必要なのが、招待状です。手作りを最初は目論んでいたのですが、これだけは十分な時間が取れなかったため、式場のものから選びました。

多くの招待状は、両家の父親の名前で「このたび ご夫妻のご媒酌により
長男 と...」と続くものですが、私たちはこの形式に対していくつか疑問を持っていました。
なぜ「父親のみ」なのか。親の名前で招待状を出すのであれば、
今まで等しく育ててくれた母親の名前がないことが不自然に思えました。
また、本人同士が結婚することによって家族親戚の輪が広がってゆくと考えていた
私たちにとって、家と家の結びつきが第一で、その中に結婚が含まれるというのは
まったく逆の位置づけだったのです。
両親の名前を書けるフォーマットはなく、結局は本人の名前で出すことにしました。

差出人は本人名として、宛名の問題があります。
ご夫婦で招待する場合、何と書くか。たとえ、妻の方がより親しかったり、親戚
本人だったとしても、宛名の順は夫 妻になり、時には「令夫人」と名前を省略
されることすらあるのです。
令夫人という書き方が、格式として高いと考える方もおられることは知っていました。
でも、それぞれの名前を大事にするという結婚をしようとする私たちには、
その呼び方は使いたくないものでした。
さらに、私たちは宛名をすべてフルネームで書きました。
男様・ 子様 という書き方も、他人の名前を勝手に省略しているようで
いい気持ちじゃなかったのです。

そんなわけで、私たちの招待状は以下のようなものになりました。

- ・差出人は本人たちの連名
- ・宛先は、ご夫婦の場合もフルネームの連名

2) プレゼントアンケート その2

ついに2000年間近!
ご購入して下さるみなさまに、感謝とお祝いをこめてプレゼントアンケートを
実施します。アンケートは全3回。 当選発表は、1月にメルマガ上で行います。

以下の部分をメールでpenguinsnest@geocities.co.jp までお送り下さい。

-----ここから-----

御名前(ハンドル可):

性別:

既婚・未婚:

別姓・同姓:

回答やコメントをメルマガおよびwebに掲載してよいですか? : OK/NG

質問

QA)貴方の家の表札はどのように書きましたか?

-----ここまで-----

=====
発行者: ako(penguinsnest@geocities.co.jp)
(c) Ako ORITA 1999
登録・解除は「まぐまぐ」(http://www.mag2.com/)
=====

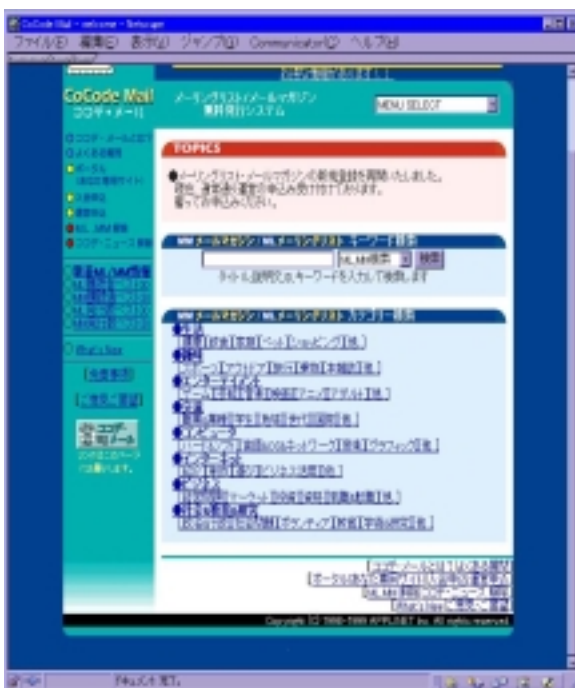
図2.3 メールマガジン『
「ふつうに事実婚」(作者:折田明子,1999)』



インターネットの本屋さん まぐまぐ



Macky!



CoCoDe メール



Click Income

図 2.4 メールマガジン発行サイト

2.2.2 ユーザの参加形態

従来の電子コミュニケーションに関する研究では [1]、フォーラムやメーリングリストといったコミュニティとは異なり、インターネット上の WWW(World Wide Web) を用いたコミュニケーションでは、情報発信者と受信者間の人間関係は静的になる傾向があると言われてきた。WWW は一方向的な提示をするのみで、ページを持つ発信者とそれを読む受信者間のコミュニケーションは不均衡な形で成り立つが、受信者同士では成り立たないと言われていた (図 2.5)。

だが、WWW サイト上で電子掲示板など従来フォーラムで用いられてきたアプリケーションを利用できるようになってからは、サイトの主催者にのみならず訪問者同士のコミュニケーションが生じる現象がみられる。前述の電子掲示板はむしろ dynamic なデータベースの役割すら果たし、公開されたインターネット上で、常にやりとりされる知識や情報の断片がつながり合う場が現状では存在しうる。同時に、発信者同士がハイパーリンクを張り合うことで、つながりあい、電子掲示板等コミュニケーションスペースを持つサイトを含むとき、Web サイトを持つものも持たざるものも参加した共同体が生じると考える。そこで、図 2.6 に表した概念図を元に、形成されるコミュニティ内の個人をこのように分類した。

A 自分の Web サイトを所有する個人 (以下「主催者」)

- A-1 他サイトとのつながり (リンク) の有無
- A-2 他者が参加できるコミュニケーションスペース (掲示板等) 有無

B 自分の Web サイトを所有せず、他のコミュニケーションスペースに参加する個人 (以下「参加者」)

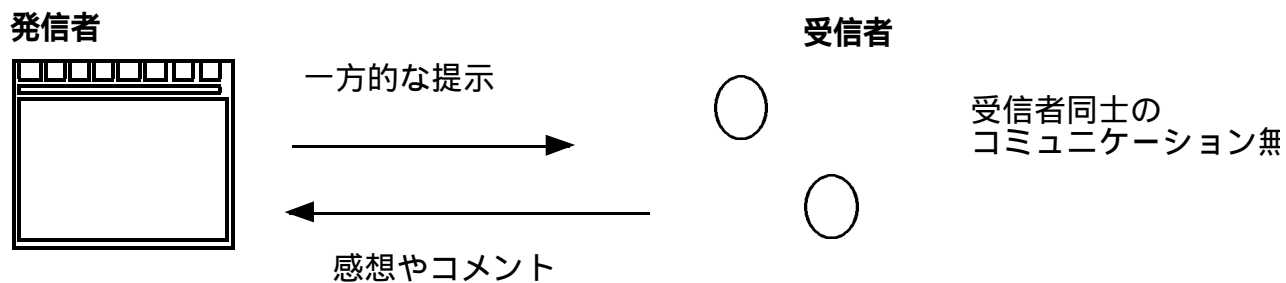


図2.5 WWWの発信者と受信者

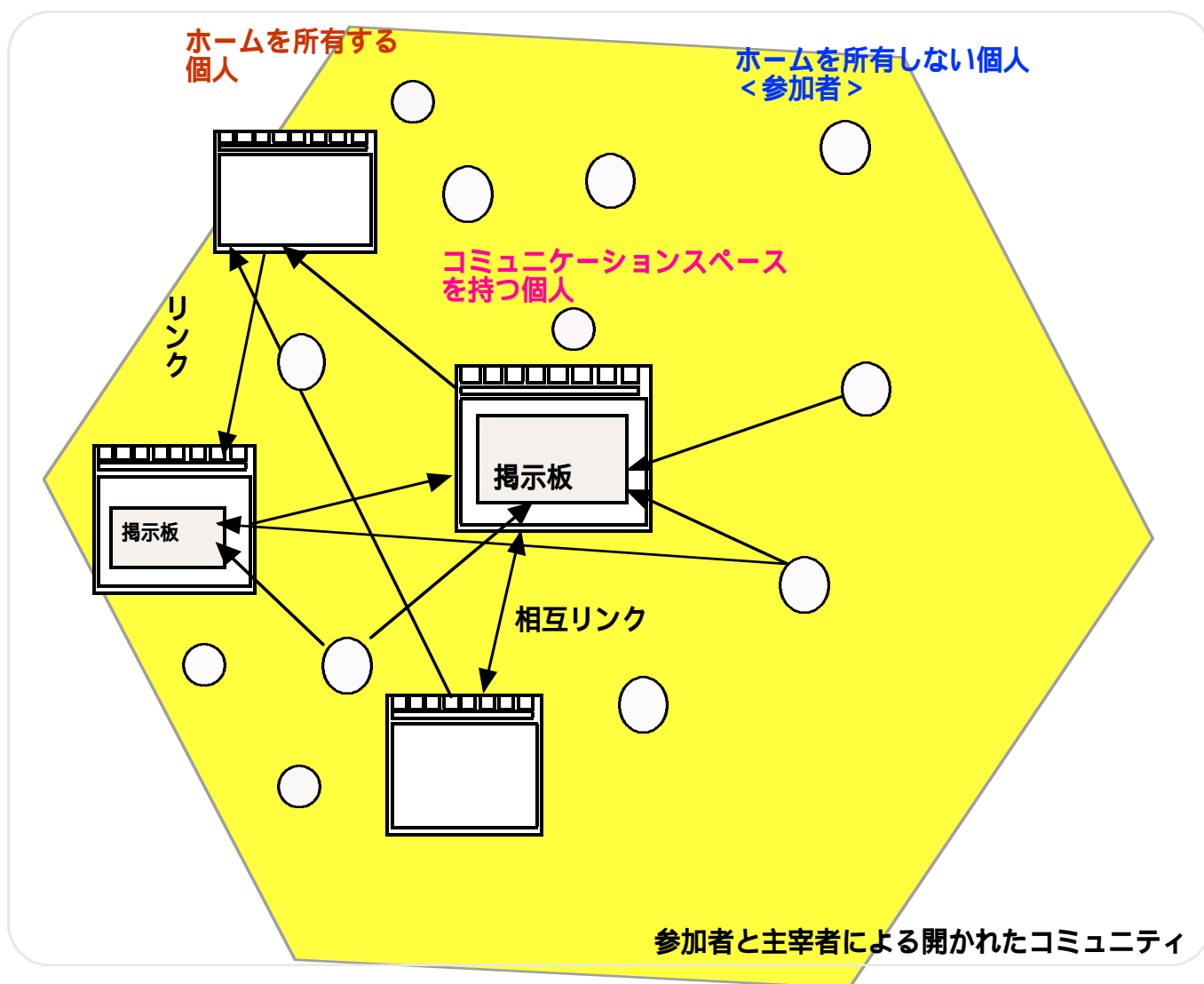


図2.6 WWWを介した個人間のコミュニケーション概念図

第3章 インターネット上の個人

インターネット上では自分のホームを所有する個人と所有しない個人が混在し、コミュニケーションが図られていることは前章で述べた。本章では、それぞれの状況でどのようなコミュニケーションが行われているのかを事例とともに考察する。

3.1 「ホーム」を所有する個人

Web サイトは、「マスメディア的な性格を持つミニメディア」(池田,1998)[1] と評されてきた。発信者が受信者に対し、コンテンツを提供する意味で、マスメディアとしての性格を持つが、発信の機会が誰に対しても開かれているという点においてマスメディアとは区別されている。自己表現や情報発信を行う場としての Web サイト、もしくは Web サイトの一部を所有する個人は、現実の属性にとらわれず、自分で属性の価値を生み出すことができると思う。このような、自己の情報発信を目的とした Web サイト(またはその一部)を、ここでは「ホーム」と呼ぶ。

自分の「ホーム」としての Web サイトを所有する個人は、自分の責任とポリシーで情報を発信する場を持つという意味で情報発信の力を得ている。特に個人的な目的で主催するホームは、ホームの所有者だけが一方的に表現を行い、ホームを訪れる人は受身でいるように見える。

だが、「他人に見てもらおう」ための自己表現は、常に他者を意識したものである以上、他者の反応が反映されることは可能性を持っている。組織に比較して個人は柔軟な運用ポリシーを持つことができるため、個人サイトのコンテンツは他者によって触発されるインタラクティブなものになると考える。以下にサイトの事例を用いながら、ホームを所有する個人と他者の関わりに関して考察する。

3.1.1 情報提供と自己表現

個人が主催する Web サイトは2つの要素を持つ。1つには、訪問者に対して情報を提供するもの、2つには自分自身(作品を含む)を他者に対して表現するものである。この2つは必ずしも別ではなく、コンテンツはどちらか一方もしくは双方を含むものとする。

リンクと自己紹介

自分のホームの制作は、書く内容を決定することから始まる。初心者のサイトは、まず「自己紹介」と「リンク」から制作されることが多い。この2つの項目は、後述する個人サイト「自己表現」と「情報提供」という大きな2つの特徴を簡潔に表している。

制作の初心者为例として、慶応義塾大学湘南藤沢キャンパスの99年春学期入学者の個人別サイトを無作為に抽出したところ(30サイト)、自己紹介とリンクのみのサイトは21サイト、他のコンテンツ(日記やテーマ別特集など)を持つサイトは9サイトという結果が出た。特に、21サイトすべてが大学のオフィシャルホームページへのリンク、17サイトが所属する団体のリンクを持ち、10サイトは興味ある事柄へのリンクを持っていた。それぞれのリンクは、「自分の属するサークル」「役にたつもの」などと分類されているものが数件あり、説明がつけられているものもあった。

リンクは、既存の情報を編者が取捨選択し、自分の意図を持って集めた集合体である。興味や必要性、属性に応じて意図的に選択されたリンク集は、ネットワーク上の作者の属性を表す手段になると考える。自分が属していると認識している団体、自分が興味を持っていると認識している情報の集合リスト自体が、個人の属性の一面を表現するといえよう。同時に、属性をいっさい明かさずリンク集に徹するサイトも存在する。

自己紹介は名前と学年を書くものから、細かい生い立ちまでを写真入りで書いているものなどさまざまである。使用している名前も、本名も本名ではない名前もあり、ネットワーク上の自分を定義し、紹介している。自己紹介は、そこからのリンクによって、さらに詳しく内容を述べているものや日常生活を綴る日記などに発展形を見せている。

日記

本来は他人にみられないように隠すことが多かった個人の日記が、インターネット上では多く公開されている。慶応義塾大学湘南藤沢キャンパス内の日記を集めたSFC Antena[40]には既に100を越える日記が登録されており、毎日の更新頻度も高い。

一女性が書く個人的な日記が発端のサイトで、数多くの取材やYahooのお勧めサイトへの登録、地域のホームページ大賞受賞などの実績を持ったサイトが事例として挙げる。最も人気を集めている日記を含む自己紹介や趣味に関する内容を扱ったページと、それまでの日記を再編集し、訪問者が提供する情報とともにデータベース化することで情報提供を目的としたページという2つの性質を同時に持つサイトについて、作者の原麻めぐみさんに取材を行った。

サイト概要(1)「Megumi's Home Page」(自己表現部分)

サイト名	Megumi's Home Page(図3.1)
URL	http://www.linkclub.or.jp/~megumi/index.html
作者	原麻めぐみ(ネットワーク上の名前。本名非公開)
作成日	1997年01月23日
1日のアクセス数	700(平日) / 300(休日)(1999年10月現在)
コンテンツ	しんつま日記 / 映画 / マンガ紹介 / スマップ / 旅行記 / 写真 / プロフィール / ゲストブック
メディア紹介	『サリダ関東版』(1997) / 『週刊SPA!』(1997) / 『月刊インターネットアスキー』(1997) / 『PCing』(1998) / 『日本経済新聞夕刊』(1999) / 『日系ゼロワン』(1999)

このサイトが人気を集める最大のコンテンツは毎日更新される「日記」である。日記は更新中の「しんつま日記」に加え、過去の日記を「結婚するぞ日記」「新婚旅行日記」「めざせ！アメリカ駐在日記」「ラスベガス・ハリウッド旅行記」「宮古島旅行記」「サンフランシスコ旅行記」とカテゴリーごとに分類してある。日記の内容は、日々の生活を綴りながらエッセイ口調で書いてある。

内容は作者の興味や経験が主体になっている。しかし、「人に見てもらうためには、読みたいと思われるデータである必要がある。自分が書きたいことを書くのもありますが、人が読んで面白い or 役に立つものを発信したい」(原麻めぐみ) というように、受信者がどのように読み取るかを意識した上での自己表現を試みている。具体的な内容に関しては、以下のように述べている。「ごくふつうの日記を書いているとは思っていません。公開を前提とした「エッセイ」だと思っています。」(原麻めぐみ)

また、読者を増やすための努力として、サーチエンジンの登録とともに、毎日の更新と、メールへの返事を欠かさなかったという。特に、「毎日同じ時間に更新するようにして、行けば必ず更新されているという安心感」(原麻めぐみ) を読者に与えることで、リピータの増加を見込んだという。その結果、全コンテンツ中で日記がもっとも多い読者数を示し、毎日の更新によってさらに読者は1日に数百¹を記録するようになった。

毎日更新する日記は、ゲストブック(掲示板)と連動しており、読者は日記の感想やコメントを気軽に書き込むことができ、作者は必ずすべての書き込みに対して1対1で返事のコメートを返している。

サイト概要(2)「Happy Marriage」(情報提供部分)

サイト名	Happy Marriage(図 3.2)
URL	http://www.linkclub.or.jp/~megumi/happy/
作者	原麻めぐみ
作成日	1998年11月09日
コンテンツ	作者の経験談 / 読者の経験談 / 掲示板 / スケジュール帳 / 結婚写真 /

既にかきためた日記から、結婚に関する部分を抽出し、「ハウツーにとどまらない結婚情報サイト」として再編集したサイトである。作者のみならず、読者の意見を掲示板やメールにて募集し、それを作者の経験談とともに分類し、さまざまな人の経験談を情報として蓄積している。インデックスは項目別に整理されており、情報検索用のスクリプトも設置されている。

このページには独自の掲示板が設けられており、そこでは結婚にまつわる話題と情報のやりとりがなされている。有益な情報は作者によってピックアップされ、コンテンツとして再編集される。

¹個人サイトの数百というアクセスは、ウルトラランキング [55] によれば、常に上位3位以内に入るほどの数である。

サイト所有者が参加者が発言できる入口を用意することで、自分のコンテンツに触発された他者のコンテンツをとりいれ、dynamic なコンテンツ制作をしている。サイトを所有する者につながることで、所有しない者も情報発信の機会を得ているといえよう。



図 3.1 Megumi's Home Page (作者：原麻めぐみ)



図 3.2 Happy Marriage (作者：原麻めぐみ)

3.1.2 個人ドメイン / 無料サービスの意味

個人が Web サイトを開設する際には、次のようなサーバを選ぶ選択肢がある。

- 所属する組織のサーバ
- 契約しているプロバイダのサーバ
- 無料サーバサービス
- 個人ドメイン内の個人サーバ

所属する組織は、大学や企業などさまざまだが、その組織に属していることが明確になることを理解した上でのコンテンツ制作が必要となる。

無料サービスは、プロバイダサーバの容量が少ない場合や、異なる内容を持つサイトを制作する際に用いることができる。サービス母体によっては広告が大量に貼りつけられたり、商用利用が禁じられたり、参加資格を制限したりなどの条件が付随する。無料サービスを用いた場合、サイトの発信者の属性は公開しない限り知られることはなく、サイト上の名前 (ハンドル) も実名である必要はない。

個人ドメインは、自分の名前 (実名とは限らない) をつけたドメイン名を持つサーバを利用する方法である。 .to (トンガ) ドメインや .nu (ニウエ) ドメイン [56] に自分の名前をつけて代理者を通して管理を委託する場合と、自らがドメインを取得する場合がある。外国のドメインを使う前者の場合、個人でも比較的安価に取得できるメリットがある。

ここでは、事例として自らの名前でドメインを取得した「Itojun.org」を挙げる。

サイト概要 (3) Itojun.org

サイト名	Itojun.org(図 3.3)
URL	http://www.itojun.org/
作者	萩野”いとぢゅん”純一郎
作成日	1997 年 09 月 08 日
コンテンツ	What's New / 理念 / フリーソフトウェア / シェアウェア / 著述 (論文等リスト) / 業績および履歴 / 趣味 / 写真日記 / はっかーずぱらだيس / 管理者向け情報 / エンゲル係数向上委員会 / デジカメ / 博士への長い道 FAQ / Pantax's webpage / Xena 好き好きページ

作者の萩野純一郎さんは、大学院博士課程在籍中よりこのサイトを制作している。課程修了後に何れの企業に属したとしても、その後属する組織が変わったとしても不変の場所を持つために、個人ドメインを取得したと言う。また、「組織に属しては言いたいことが書けない」(萩野純一郎) ため、著作物の責任を自分に帰する意図もあった。

内容は何でもあり、思いついたことや経験したことを自分のために、また同じような経験をやる人の役に立てるようにと、備忘録の形で記録している。簡単な日記も毎日つけており、他に日記をつけている友人同士リンクを張り合っている。「最近どうしてる? と

メールでやりとりしなくても、僕に関心がある人が見に来て、僕の状況を知ってくれば
いいと思った」(萩野純一郎)と述べるように、メールや電子掲示板という1対1のコミュ
ニケーションではなく、サイトの内容自体で個人同士のコミュニケーションが行われてお
り、サイト間のつながりで「お友だちグループ」(萩野純一郎)が構成されている。



図 3.3 Itojun.org (作者：萩野純一郎)

3.2 ホームを所有しない個人～コミュニティ自体の発信力

提供された場で個人が発言力を持ち、コミュニケーションを図る例として、ニュースサイトから発生した「532.asahi.com」を事例として挙げた。このサイトは、大部分のコンテンツを個人の投稿によっている。ホーム所有の有無に拘らず、このコミュニティに情報を提供する個人は、「asahi.com」という既に発信力のある場を与えられる。本節では、532.asahi.com で最大のアクセスを数える「みなさまのおたより」掲示板を主に取り上げる。

なお、制作コンセプト等については、朝日新聞社電子電波メディア局の福山栄子、山崎木綿子両氏に対面取材を行った(99年9月)。

3.2.1 532.asahi.com 概要

532.asahi.com(以下532)はWeb上で朝日新聞[24]が提供しているコンテンツの一つで、女性が読むことを念頭にして99年2月より制作されたサイトである。「結果的に女性が集まるページ」(山崎木綿子)を目標とし、意図的に女性だけを囲いこもうとはしなかった。

マスコミ、しかもニュースサイトは情報を一方的に提供していくことが役目だったが、532 ははじめから「読者参加型」のコンテンツを設計していた。いくつかのコンテンツはライターに頼んだが、読者の投稿によってコンテンツが成立するコーナーも同じく設置されている。料理、買い物、旅行それぞれの分野に読者の投稿によって構成されるコンテンツがある。

特に不人気なコンテンツはないが、圧倒的に投稿者が多いのは、「みなさまのおたより」という掲示板である。

532.asahi.com サイト概要

サイト名	532.asahi.com3.4
URL	http://ntt.asahi.com/532/
作者	朝日新聞社電子電波メディア局
作成日	1998年02月12日
アクセス数	80万/日(c.f.asahi.com全体では2000万)
コンテンツ	もらえるコスメ/つくれる料理(自然流子育て・何でも和風ワールド・料理メモ・我が家のレシピ紹介)/つかえるパソコン/ /はたらく私/たのしむ時間/自分にごほうび隊(ショッピング・トラベル) /読者の広場(オンライン版ひととき・どうするあなたなら・みなさまからのおたより<掲示板>)



図 3.4 532.asahi.com (出典：朝日新聞社 asahi.com)
 (注：画面の使用については、朝日新聞社の許諾を得ています)

3.2.2 掲示板の分析

概要と参加者

読者の投稿によって新規話題を立ち上げ、コミュニケーションの場を提供するのが532の掲示板「みなさまからのおたより」である。掲示板には、1日あたり20万～30万のアクセスがある(99年9月現在)。話題は通し番号によって管理され、99年11月現在307の話題が投稿されている。

掲示板は話題スレッド別の形態をとっており、編集部の手によって更新される。これは、「誹謗中傷やフレーミングを防ぐため」(福山栄子)であり、連絡先のないもの、短すぎるもの、誹謗中傷が含まれるものを排除する他は、基本的にはすべての投稿を掲載し、掲載された人にはメールを返信している。

「朝日新聞」という母体を意識するせいか、新聞の投書欄の感覚があり、「掲載されることがありがたがれることがある」(山崎木綿子)という。このことは、ニュース媒体としてasahi.comサイト全体が既に持っている発信力が認識されていることの表われと言えよう。

この掲示板はサイト開設当初から設置されていたが、6月から話題への返信が増加している。グラフ(3.5)は、新規話題の投稿数を示した。新規話題の投稿数は6月にいったん増加し、その後10月以降急増している。

グラフ(3.6)には、全話題別返信投稿数を示した。話題番号順(時間推移順)の返信投稿数は、特に大きく新規話題数の影響を受けてはならず、活発な話題と返信の少ない話題の比はほぼ一定である。

投稿者の傾向は、取材によれば「1つのテーマにこだわる人と、いろいろなテーマに顔を出す人に分かれている」(福山栄子)であり、「現在の常連は20人ほど」(山崎木綿子)という。編集部へのメールによれば、「海外からの投稿や、30代女性からの投稿が多い」(山崎木綿子)という。海外からの投稿数は、インターネットが持つ広範囲への情報発信力を示す一要素と言えよう。

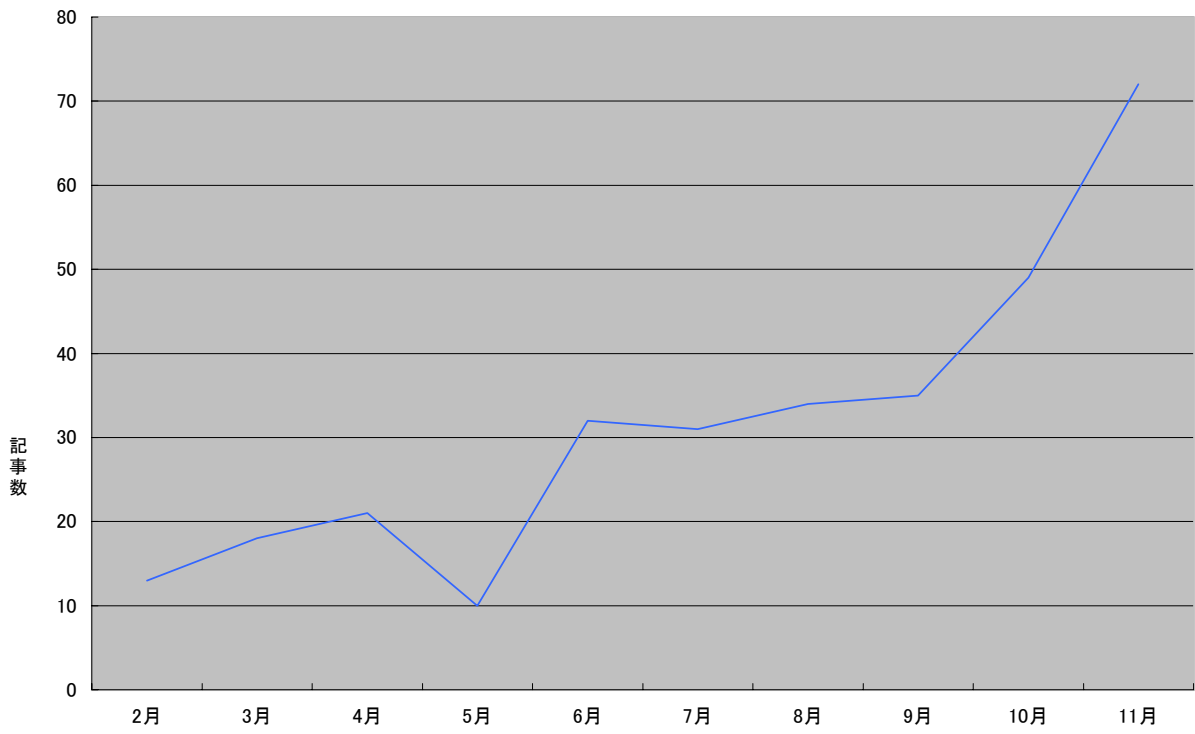


图 3.5 532.asahi.com 新規話題投稿数推移

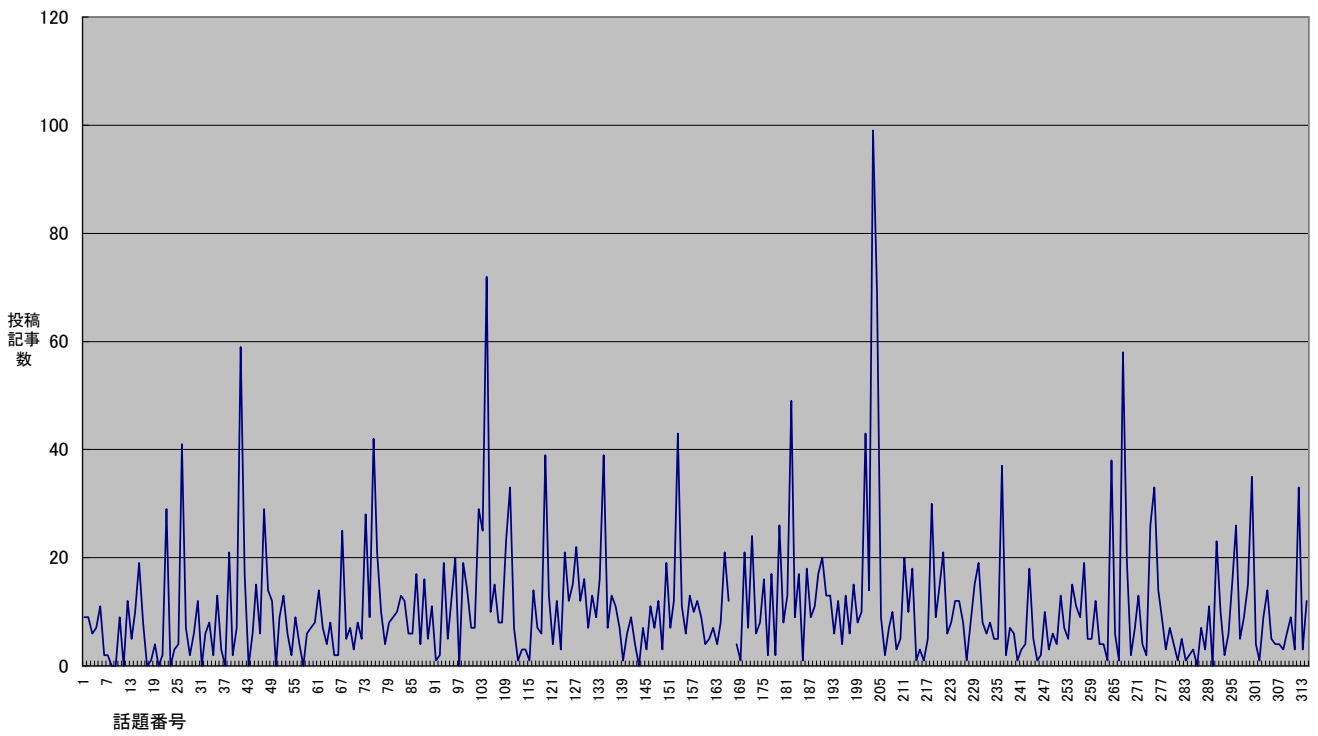


图3.6 532.asahi.com 全話題別投稿数

話題別関心

表 (3.1) には、カテゴリ別の話題数上位のものを示した。女性を対象としたサイトコンセプトのためか、女性が直面する問題に対して関心の高さが示されている。

また、「教えてください」としめくられる情報提供を求める話題も高い割合を示している。このことは、多くのアクセス数がある掲示板が、dynamic な情報空間として、「誰か知っている人がいるかもしれない」という期待を持たれていることを示していると言える。一方、投稿者は任意の名前を用いることができるため、「今回は匿名で」「周囲に相談できないので」という動機から掲示板に情報提供を求める記事もある。このことは、2章に述べた、電子上の属性選択性を示していると言える。

表 (3.2) には、返信投稿数上位 (30 以上のもの) を示した。返信数の多さは、当該話題でなされた議論の活発さを表している。返信の投稿は「最初の1通が他の投稿のきっかけとなっている」(福山栄子) 傾向がある。元の話題から派生したもの、類似した内容の話題を色別に分類した。上位話題群には4つのグループが存在することが分かった。これらのグループは、それぞれ次のような性質を持っていた。

- 類似した話題同士が、相乗効果によって議論を活発化させる。
「できちゃった結婚について」「中絶問題について」
- 議論の方向性が割れたため、編集部が新規話題を派生させる。
「専業主婦という、どんな人をイメージしますか?」「税金のしくみ」
「結婚して苗字が変わるのって、やっぱり複雑です」「海外に住む日本人とエスニックアイデンティティ」
- ほぼ同様の論議が、日をおいてあらためて繰り返された。
「結婚して苗字が変わるのって、やっぱり複雑です」「名字について」
- 新規話題が、類似性を持った他の話題に議論の場を拡張する。
「既婚男性 (または女性) の恋愛について」「友人が既婚の男性と付き合いはじめてしまいました」

表 3.1: 532 掲示板 投稿数上位カテゴリ

話題カテゴリ	話題数	割合
出産・育児・子供	43	14 %
結婚・家族	36	11 %
「教えてください」疑問等	36	11 %
時事	24	7 %
女性と仕事	17	5 %

表3.2 532.asahi.com 投稿数上位話題

No.	記事数	月	タイトル	備考
203	99	10	既婚男性(または女性)の恋愛について	
104	72	7	専業主婦というと、どんな人をイメージしますか？	
204	69	10	結婚して苗字が変わるのって、やっぱり複雑です	
41	59	4	名字について	
267	58	11	どうしても母親を受入れられない	
182	49	9	子連れはどこまで許される？	
153	43	8	レイプの罪について	
201	43	10	原子力は本当に日本で必要ですか？	
75	42	6	結婚したいのに相手がみつからない	
26	41	3	どうして日本の女性は男性を甘やかすのですか	
119	39	7	できちゃった結婚について	
134	39	8	中絶問題について	
264	38	11	彼との学歴の「差」について	
236	37	10	出産後、どうしてみんな仕事を止めちゃうの？	
300	35	11	新生児のチャイルドシートについて	
110	33	7	税金のしくみ	「専業主婦」話題から派生・分割
275	33	11	友人が既婚の男性と付き合いはじめてしまいました	
313	33	11	食生活の違い、どう乗り越える？	
218	30	10	海外に住む日本人とエスニックアイデンティティ	「苗字が変わるのって…」から派生・分割

第4章 個人サイト間ネットワークによるコミュニティの自律的形成～「別姓系」コミュニティの調査と制作

本章では、自分のホームを持つ者、持たない者がコミュニケーションスペースでコミュニケーションを行う結果、1サイト内で完結するコミュニティにとどまらず、サイト同士の自律的なつながりによってサイト間コミュニティが発生する現象を対象とする。夫婦別姓に関連する「別姓系」コミュニティが形成されている様相を分析し、個人がつながっていく過程を実制作によって検証する。

本章では、コミュニティの一単位となる個人サイトのつながりによって、サイト間コミュニティが自律的に形成される過程を調べる。

別姓系コミュニティの調査は次の方法によって行った。

1. サイト内容の調査
2. メールおよび対面による、サイト制作者への調査
3. 掲示板ログによる定量調査
4. 掲示板ログによる定性調査
5. メーリングリストログによる定量調査
6. メーリングリストログによる定性調査
7. メールマガジンによる定量調査
8. メールマガジンによる定性調査
9. 新規サイト参加過程におけるログの調査

なお、本章で用いる事例はすべて、ログ／内容／画面の使用許諾を得ている。

4.1 開かれた自律発生コミュニティ

前章では、個人が自らのコンテンツをインターネット上で表現している例および、既存のコミュニティベースを基に個人が集う例をとりあげた。この章では、上記の例の要素を複合的に含むものとして、ネットワーク上に自発的に生じるコミュニティをとりあげる。事例として、夫婦別姓に関連する個人主催のサイトを対象に選んだ。これらのサイトは、団体によるものよりも個人によるサイトの方が遥かに活発な活動をしており、それら個々のサイトが集まった結果「開かれた」コミュニティが自律的に構成されている。

4.2 「別姓系」コミュニティ

インターネット上には、「夫婦別姓¹」に関連する Web サイトがいくつか存在する。サーチエンジンで「夫婦別姓」「事実婚²」「旧姓使用³」というキーワードで検索する表 4.1 の結果がでる。これらのサイトには、個人が主催のものと、団体が主催するものがあるが、更新頻度、リンク集の数、電子掲示板の活発度では個人サイトが圧倒的である。検索結果および無料ホームページコミュニティでの同様の検索（「ジオシティーズ [52]」「Freeweb[53]」）から、1) 個人による制作のもの 2) 半年以内に更新がされているものを条件に搜したところ、22 個のサイトが存在した（99 年 9 月時点）。

表 4.1: サーチエンジンによる夫婦別姓 / 事実婚 / 旧姓使用ページ (99 年 9 月時点)

サーチエンジン	夫婦別姓	事実婚	旧姓使用
Yahoo	23	(goo に準ずる)	(goo に準ずる)
Goo	2237	527	177
Lycos	3039	1752	3951
Infoseek	1894	1752	3951

個人による夫婦別姓関連サイトは、相互リンクと電子掲示板によってつながり合い、自分達を「別姓系⁴」と自称している。

個人によるサイトは、1997 年に水島広子が制作した「別姓夫婦のためのペーパー離再婚のすすめ」をはじめ、子供と事実婚に関するサイト、コンテンツの一部に夫婦別姓に関する記述を持ったサイト等の出現による。特に「ペーパー離再婚のすすめ」サイトは、その後形成される別姓系コミュニティの先駆的な役割を果たしている。彼女は、自らの体験をサイト上に執筆するだけでなく、当初はゲストブックとして掲示板を設け、掲示板上の議論への参加者の経験談を情報として整形するようになった。このサイトの掲示板に集っていた参加者のうち数人は、やがて自分のサイトをたちあげ、自らの掲示板を設置するようになった。だが、掲示板への参加は自分のところのみならず今までの参加も継続していたため、サイトを持たない参加者も複数の掲示板に同時に参加するようになった。

掲示板だけでなく、これらのサイトは互いにリンクを張り合い、どこから入っても、一通りのサイトを訪問できる構成ができあがっていた。その様子は、新しい参加者が掲示板に書き込む際に「 さんのサイトから来ました」と書く様子からも伺うことができる。

これらのサイトは、それぞれ特徴を持ち、掲示板での議論においても、「では の話題なら、 さんの掲示板に行きましょう」と行った役割分担が自然発生するようになった。この関係はネットワーク上のみならず、オフラインにも出現するようになった。TORI

¹ 夫婦が結婚後もそれぞれの姓を名乗ること。現在日本の民法では、婚姻の際は夫または妻の氏を称するよう（同姓）定められている。現状では 98 % の夫婦が夫の姓を選択している。

² 婚姻届を出さない結婚。準婚として法的には夫婦としての権利と義務がある程度生じる。

³ 婚姻によって改姓した者が、職業上の不利益回避などのために旧姓を通称として使用すること。

⁴ 他ジャンルでも、コミュニティとしての共同意識を自称する際に「 系」という呼称が用いられる。

さんによるサイトでは、民法改正⁵のための署名用紙を送付しており、その数はすでに150通に達している。また、興味のある人は誰でも参加できるというオープンな「オフ会」が数度に渡って開催されているが、これも各掲示板の参加者による自然発生的提案によるものである。

別姓系コミュニティの特徴を次に分類する。

1. 一サイト内のみならず、複数のサイト同士のつながりによって構成されている。
2. 最初から場が用意されていたのではなく、個々のサイトが自発的につながりあった。
3. 主に個人主催のサイトによって構成されている。
4. サイト間コミュニティの管理者はいない。
5. 電子掲示板とリンク集でサイト同士の横のつながりが保たれている。
6. 自発的な役割分担が生じている。

別姓系の概要を図4.1に示す。

⁵選択性夫婦別姓の実現、非嫡出子差別撤廃のための改正案。

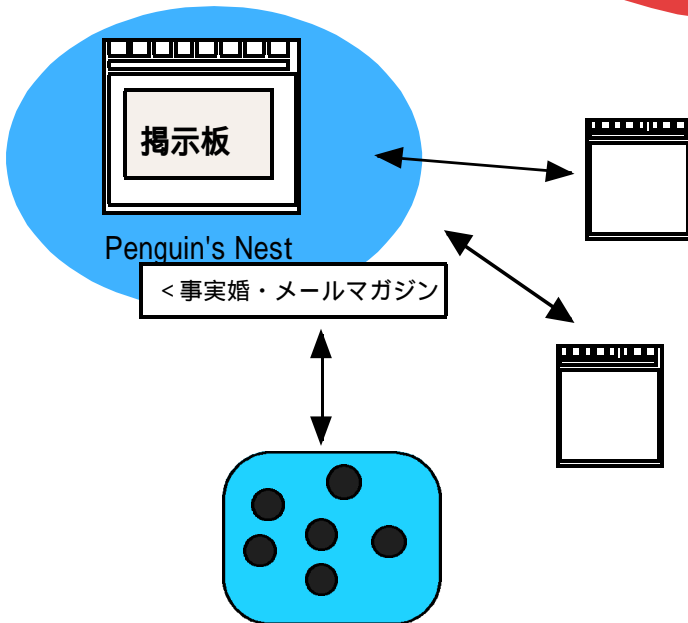
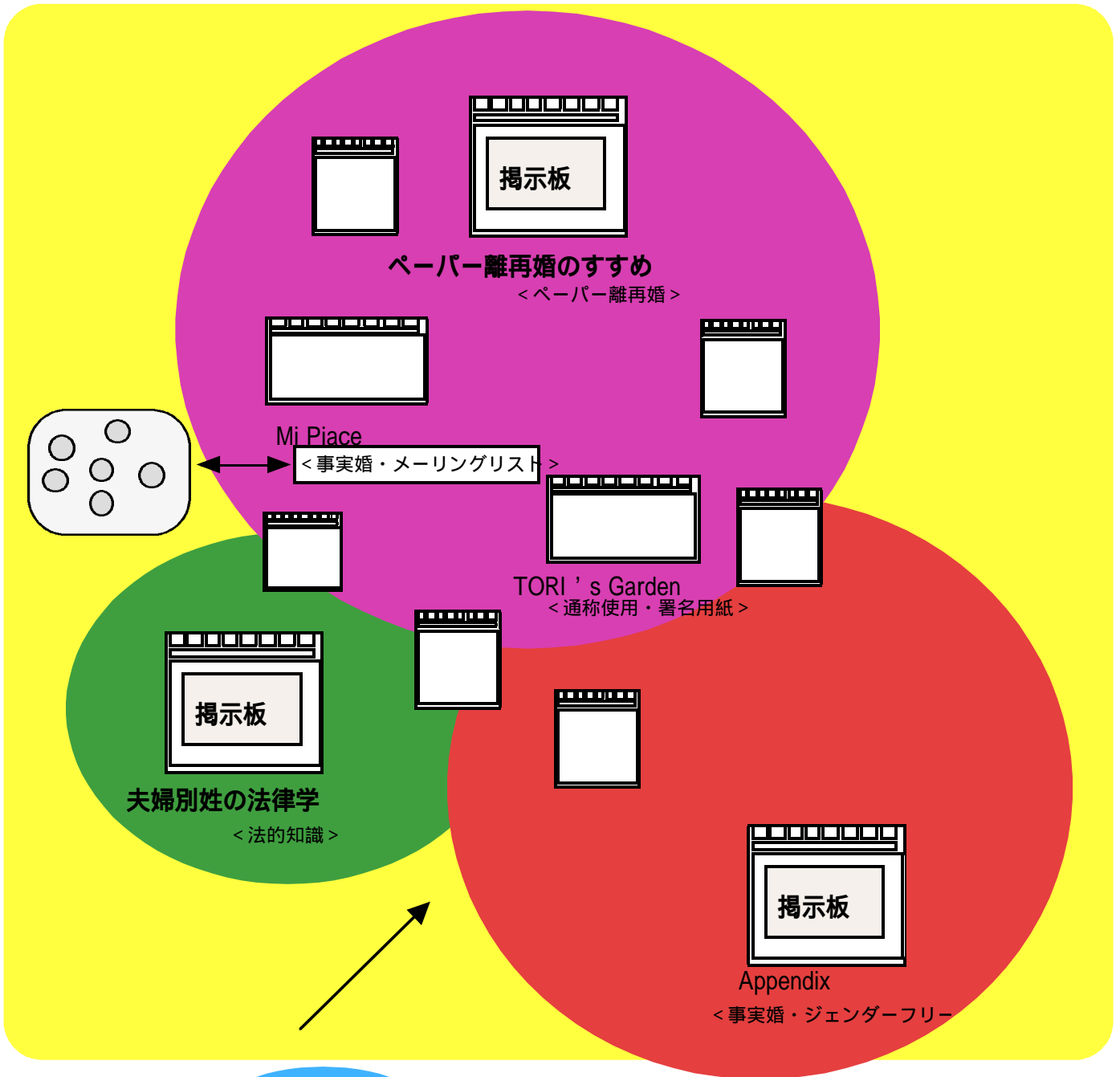


図4.1 別姓系コミュニティ概要

4.3 別姓系主要サイトの概要

別姓系コミュニティを構成する主なサイトの概要を記す。サイトの選定にあたっては、掲示板やメーリングリストにより活発な議論の場を提供している、その他何らかの活動をしているサイトを選んだ。

4.3.1 サイト(1)「ペーパー離婚のすすめ」

概要

サイト名	別姓夫婦のためのペーパー離婚のすすめ ⁶ (図 4.2)
URL	http://www.page.sannet.ne.jp/ayakom/
作者	水島広子
作成日	1997年9月12日
テーマ	夫婦別姓実現のためのペーパー離婚・再婚について
コンテンツ	わが家の夫婦別姓 / なぜ「ペーパー離婚」か / 周囲との関わり方 / 作者紹介 / 子供のこと / 役所との付き合い方 / 離婚の法律 Q & A / 皆様からの情報 / 皆様からの意見や相談 / 別姓問題資料集 / 「ペーパー離婚」掲示板 / 掲示板「過去ログ集」 / 各国の別姓の状況 別姓夫婦と生命保険
アクセス数	本体 50 / 日・掲示板 50-1000 / 日

このサイトは、別姓系コミュニティ内で個人サイトの1つであり、オピニオンリーダー的な役割担っている。当初のコンテンツは作者本人による経験談と掲示板だったが、掲示板に多くの参加者(賛成者、反対者、経験者など)が参加するにつれ、彼らの書き込みを整形してコンテンツ化している(印)。サイト内容はすべて別姓に関連している。

99年11月に電子メールによる取材を、作者の水島広子・長谷川聡夫妻に対して行った。これによれば、制作のきっかけは、自らの生活で実践している夫婦別姓を、従来注目されなかった切口で情報提供し、話題性を高めるような動機によってなされた。当初は、とにかく形にするため、「わが家の夫婦別姓」、「なぜ『ペーパー離婚』か」、「作者紹介」のコーナーを一気に制作し、その他のコーナーは、逐次加えたという。

その他のコーナーは、皆様からの情報という形で、問題意識を持った制作者が掲示板(98年1月より始動)からの情報を編集する形で加えている。また、法律関係のコーナーは掲示板の参加者が監修をしており、彼自身も「夫婦別姓の法律学」サイトを後に立ち上げることになる。

サイトの表紙には、ペーパー離婚という形で民法を改正しようと囲み記事で大きく書いてあり、「ネット界における民法改正勢力の厚みを増すことに貢献」(長谷川聡)したいという意図を明示している。

4.3.2 サイト(2)「TORI's Garden」

概要

サイト名	TORI's Garden(図 4.3)
URL	http://www02.u-page.so-net.ne.jp/cb3/y_tori/garden/home.html
作者	TORI(服部由香里)
作成日	1998年3月18日
テーマ	通称(旧姓)使用について / 民法改正署名用紙配布
コンテンツ	働く女性 / エッセイ / 趣味 / 写真 / 自己紹介 / リンク集 / 署名募集
アクセス数	10 ~ 20 / 日

コンテンツは別姓以外の趣味に関するものも多い。別姓(旧姓使用)に関する話題は「働く女性」内にある。

このサイトは自体は訪問者とのインタラクティブなやりとりができる場を持たないが、コンテンツ自体は他者の経験に基づくものが多い。他者の経験談は、他のサイトの掲示板などで呼び掛け、その内容を整形している。一方、民法改正のための署名用紙の配布をよびかけており、メールで申し込んだ人には郵便で送付する形でコミュニケーションをとっている。

99年11月に電子メールによる取材を、作者のTORI(服部由香里)に対して行った。これによれば、流行していた個人のページをつくってみようかと思いついた際に、自分が集めたデータを利用することを思いついたという。仕事上で、旧姓を通称として使用するための交渉材料として、他企業での状況を公開を前提として友人にアンケート調査を行った。「同様の交渉を行っている人に対してデータ提供したい」ために、自分のサイトで公開することとなった。このデータの公開により、通称使用の交渉で悩む人から「アンケート結果を利用させてほしい」というメールが届くようになったという。

加えて、このサイトの中心的な役割の一つに、民法改正署名用紙の配布がある。団体から入手した署名用紙を、作者自身の判断で99年3月よりサイト上で配布しはじめたもので、いずれの団体にも属さない個人的な活動として開始された。配布方法は、メールによって住所氏名を連絡すれば、送料無料で用紙を送付するものである。配布をはじめてからは、毎週とぎれずに署名用紙を請求する住所氏名を明記したメールが届き99年11月現在では海外も含めて約150名の請求があった。前出の532.asahi.com[59]の掲示板で「夫婦別姓」に関する話題が出たときには、投稿者によってURLが紹介され、その際には請求者の数は突発的に増加したという。このことは、作者自身にとっても「仕事以外の世界を持つことにより自信ができた」(TORI)という効果があり、そのことを彼女は「ネット上で誰かに必要とされること」としてサイト上で述べている。

このサイトには、掲示板は設置されていない。「『夫婦別姓』や『女性と仕事』という内容を扱う限り、掲示板が荒れる可能性はあり、その際に管理するだけの余力がない」(TORI)ことが理由だが、その代りに他の掲示板を設置しているサイトを利用してコミュニケーションを図っている。特に、「他サイトの掲示板で署名用紙の宣伝をしたときに効果があった」(TORI)というように、より広い範囲の告知ができたようだ。

4.3.3 サイト(3)「Appendix」

概要

サイト名	Appendix(図 4.4)
URL	http://www.hi-ho.ne.jp/taka_anzai/
作者	あんざい・宮下夫妻
作成日	1997年9月12日
テーマ	ペーパー離婚/事実婚/ジェンダーフリー
コンテンツ	旅行記/ダイビング/デジタルビデオ/ 夫婦別姓/ジェンダーフリー/政治に参加/くらしの手帳/ リンク集/掲示板/自己紹介/フリーマーケット
アクセス数	140～180/日(平日)・約70/日(休日)

このサイトは、充実したリンク集と活発な掲示板両方を持つサイトである。基本的に自分たちの書いたものしかコンテンツとして用いないポリシーで作成している。内容は別姓以外の趣味のものも含まれるが、ジェンダーフリーやくらしの手帳コーナーでは別姓問題と密接に関わる内容が記されている。

99年10月に電子メールおよび対面による取材を、作者の安齋尊顯、宮下恵美に対して行った。それによれば、制作するきっかけは、「プロバイダで無料ホームページを作れるなら何かつくろう」(安齋尊顯)だった。当初のコンテンツは旅行記、夫婦別姓、ダイビング、クラシックの4つで、ペーパー離婚再婚サイトのような「運動色」の濃いものではなく、「たまたま自分たちが別姓だったので」(宮下恵美) 経験談を書いた。コンテンツには、自らの経験や勉強したことのみを用いている。責任の所在を明らかにするために他人が書いたものは使用せず、実名ですべて執筆している。夫婦別姓の経験談を書くことは、今までで会合に参加するなどのコストを大幅に削減することになった。「インターネットだと関心がある人は場所を越えて出会うことができる」(安齋尊顯)

夫婦別姓のコーナーを作るようになってから、作者に対して個人的な相談をもちかける電子メールが来るようになった。そこで、このような質問がある人は何でも聞けるように掲示板が設置された。「夫婦別姓に関する議論は、他の掲示板(ペーパー離婚再婚)にまかせて、この掲示板はサロンのような場所を意図した」(宮下恵美) と言うように、掲示板には「御意見/御感想など御自由にどうぞ。私達夫婦への御質問などももちろん結構です。」と書かれている。当初の書き込みは少なかったが、「水島広子さん、長谷川聡さん、TORIさんの励ましでページが成り立っていった」(宮下恵美) という。特にTORIさんは、リンクを張り合うなど、このサイトに積極的に関わっていった。

掲示板のやりとりや、サイトの内容を充実させるために、作者は常裏付け資料をインターネット上で検索した。それを自らの備忘録として整備したのが、リンク集である。「いちいち必要な資料を探しに行く手間がもったいないので、ダイレクトに飛べるように作ってある。」(安齋尊顯) 実際に資料の分類は細かく、ひとつひとつの資料に具体的にリンクが張ってある。

4.3.4 サイト(4)「夫婦別姓の法律学」

概要

サイト名	夫婦別姓の法律学(図 4.5)
URL	http://plaza8.mbn.or.jp/~eighsaqu/besseylaw.htm
作者	エイサク
作成日	1999年1月02日
テーマ	夫婦別姓と法律的側面
コンテンツ	夫婦別氏論法律学概論 / Bessey 短信 / リンク集 / 関連書籍 / 掲示板 / 自己紹介 / オフ会について
アクセス数	100 / 日(平日)・50 / 日(休日)

「ペーパー離別再婚」サイトの法律に関する部分を参考執筆していた作者(法学部出身)が、自身の卒業研究をはじめとする法律理論を研究するサイト。通常の掲示板の他に、「インターネットと選挙」という Special Topic 掲示板を設置したり、別姓オフ会についての説明を書くなど、必要に応じて柔軟なコンテンツ制作をしている。夫婦別姓に関係する法律的な問題が他のサイトでもちあがると、このサイトが参考資料として示される。

99年11月に電子メールによる取材を、作者のエイサク(渡辺栄作)に対して行った。それによれば、以前卒業論文として夫婦別姓について研究をしていたが、再びネット上で勉強をしようと考え、「ペーパー離別再婚」の掲示板に参加したことからサイト制作を思い立ったという。既に「ペーパー離別再婚」の法律コーナーを担当することで、知識を提供する側として役立っていたが、それらの知識に加え、卒業論文の「夫婦別氏論」を改訂し公開することでサイト制作が始まった。

自分のサイトを制作してからは、他人の掲示板やコンテンツに参加していた頃に比較して、情報や意見の収集が自分のペースで出来るようになったという。また、自分のサイトに集う人たちという仲間を得たと話している。そのため、サイトの管理に一層の時間がかかるようになり、電子上の人間生活が、実生活でもメインに近い人間関係になったという。

4.3.5 サイト(5)「Mi Piace」

概要

サイト名	Mi Piace(図 4.6)
URL	http://plaza.across.or.jp/~maki-w/
作者	渡辺真紀
作成日	1998年11月28日
コンテンツ	趣味の部屋 / 日記の部屋 / 生き方の部屋 あなたとの部屋 / 掲示板 / 自己紹介 / 別姓メーリングリスト

このサイトは別姓系の中で唯一、メーリングリストを持つサイトである。ここにある掲示板は夫婦別姓に関連するものではなく、むしろ作者と訪問者のコミュニケーションの手段であり、前出の「Megumi's Home Page」のBBSに近い。

99年11月に電子メールによる取材を、作者の渡辺真紀に対して行った。それによれば、制作のきっかけは、友人のサイトに触発されて、自分自身もインターネットを利用して自己表現を試みたいと思ったことに始まる。内容としては、「自分の関心事についておもしろくてためになるサイト」(渡辺真紀)をめざし、バイクや着物など趣味の話から、日常生活を綴った日記、自らのライフスタイルに関する夫婦別姓コーナーなど多岐にわたる。

訪問者とのコミュニケーションをはかるために、作者は感想を送るフォームや掲示板の設置の他、住所を送ってくれた人にはポストカードを送っている。また、内容は空だがメールのみが届くフォームも設置されており、訪問者は自らのメールアドレスと訪問したという事実を作者に簡単に伝えることのできるしくみを備えている。その結果、「思い掛けない、多様な人との出会いと交流ができる」(渡辺真紀)ことになった。



図 4.2 ペーパー離婚再婚のすすめ (作者：水島広子・長谷川聡)



図 4.3 TORI's Garden (作者：TORI(服部由香里))



図 4.5 Appendix (作者：安齋尊顯・宮下恵美)



図 4.5 夫婦別姓の法律学 (作者：エイサク(渡辺栄作))



図 4.6 *Mi piace* (作者：渡辺真紀)

4.4 別姓系コミュニティの分析

コミュニティ形成の指標は、1) 相互リンク 2) 掲示板 によって設定することができると仮定する。

相互リンクは、サイト同士をつなげ合う段階で、それぞれのサイト所有者同士の間には何らかのコミュニケーションがなされて成立する。そのため、情報収集だけが目的なリンクとは異なり、有機的なつながりと判断しコミュニティ形成の指標と捉える。

4.4.1 サイト内容比較

既存の主要サイトおよび実制作したサイトの内容比較を表 4.2 に示す。

表 4.2: 別姓系主要各サイト概要

	TORI	ペーパー離婚再婚	Appendix	法律学	Mi Peace
経験談 (自分)				×	
経験談 (他人)			×	×	×
リンク集 (別姓)	29 件	×	122 件	24 件	19 件
(個人)	17 件	×	12 件	18 件	17 件
掲示板	×				(別姓ではなく)
メーリングリスト	×	×	×	×	
メールマガジン	×	×	×	×	×

別姓関連のリンク集は Appendix が他と大きく差をつけているが、これは議論する際の関連資料を調べた際に、自分用の備忘録としてまとめたことから始まる。そのため関連情報に直接リンクがはってあり、資料の分類が細かい。

4.4.2 相互リンク

相互リンクは、サイトの所有者同士が同様の興味や関心を持っていること等を共通項としてつながり合うことである。関連情報や資料として他のサイトをリンクすることはあるが、双方が同分野にいれば、相互リンクは発生しやすい。

別姓関連個人サイトは、これらのサイトのリンク集のいずれかに掲載されているものは、合計 19 サイトある。Appendix のリンクは比較的少ないが、これらのサイトはほぼ重なる形で相互にリンクを張り合っている。なお、離婚再婚を除くリンク集を持つサイトはすべて、互いにリンクを張り合っている。

リンクのきっかけは、メールや掲示板によるコミュニケーションの結果によるものの他に、「検索サイトで関連情報を調べてリンクをお願いした」(TORI) というように所有者が意図的に相互リンクを張る努力をするものがある。

4.4.3 掲示板

サイト間のコミュニケーション媒体として、訪問者が参加できるコミュニケーションスペースである掲示板について述べる。対象は「ペーパー離婚掲示板 (以下掲示板 P)」、「Appendix 掲示板 (以下掲示板 A)」、「夫婦別姓の法律学掲示板 (以下掲示板 E)」（掲示板開始順）の3つで、99年1月1日から同年1月31日までの記事を対象にした。

発言する人物は以下の属性別に名前と番号をつけた

- / /
掲示板ありサイトの所有者 (:離婚⁷ :Appendix :法律学)
- A
別姓関連サイトの所有者
- B
別姓関連サイトを所有しない参加者 (別姓賛成派)
- X
別姓関連サイトを所有しない参加者 (別姓反対派)

掲示板別投稿者割合

グラフ 4.7 には、99年1月の投稿者人数全体の、それぞれの掲示板における割合を示した。人数比は、掲示板の開設期間が長いものほど高い割合を占めている。

グラフ 4.8 では、1日ごとの投稿数掲示板別割合を示した。

コミュニティ全体の記事数を M_{all} 、掲示板数を N_{board} 、掲示板別の発言数を M_n としたとき、掲示板平均を満たしているかを示す指標 I_b は次の式で表される。

$$I_b = M_n - \frac{M_{all}}{N_{board}}$$

$I_b < 1$ を示した日数は、掲示板 P では11日、掲示板 A では12日であり、その差分は掲示板 P、A の両者間でほぼ解消されている。一方サイト開設1ヶ月目の掲示板 E は $I_b < 1$ を示した日数が、23日にのぼり、他サイトの差分の解消に貢献できたのは、わずか2日である。

これらのグラフから、開設期間が長いものほど参加者全体に占める割合が高いことが示され、コミュニティ貢献度合いと開設期間には相関関係があると言えよう。

⁷管理者はご夫婦のため、それぞれ -1, -2 とした。 の Appendix も同様。

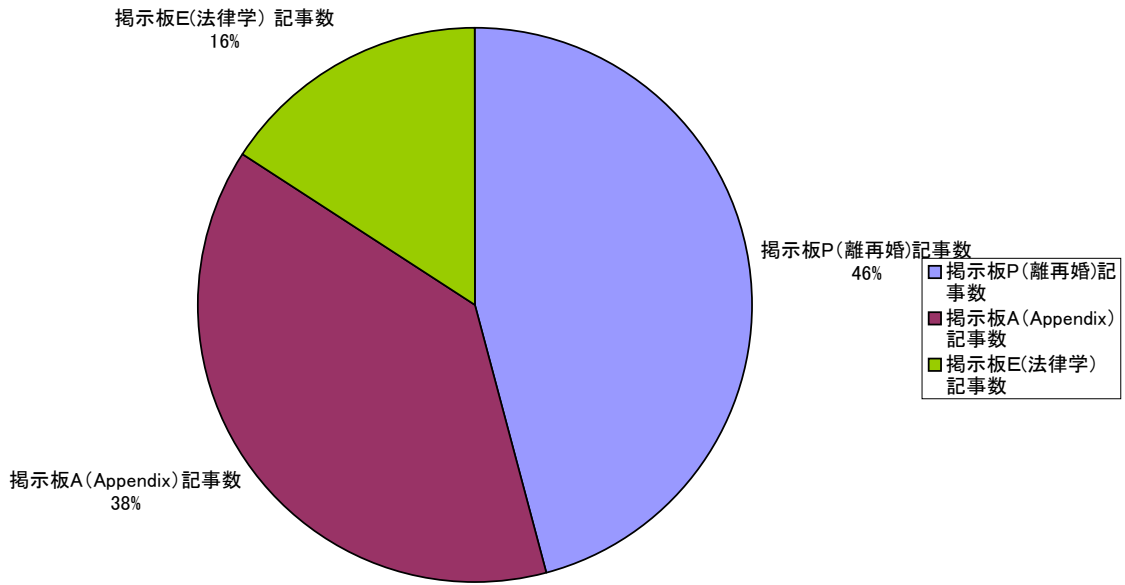


図4.7 99年1月全投稿記事数の掲示板別割合

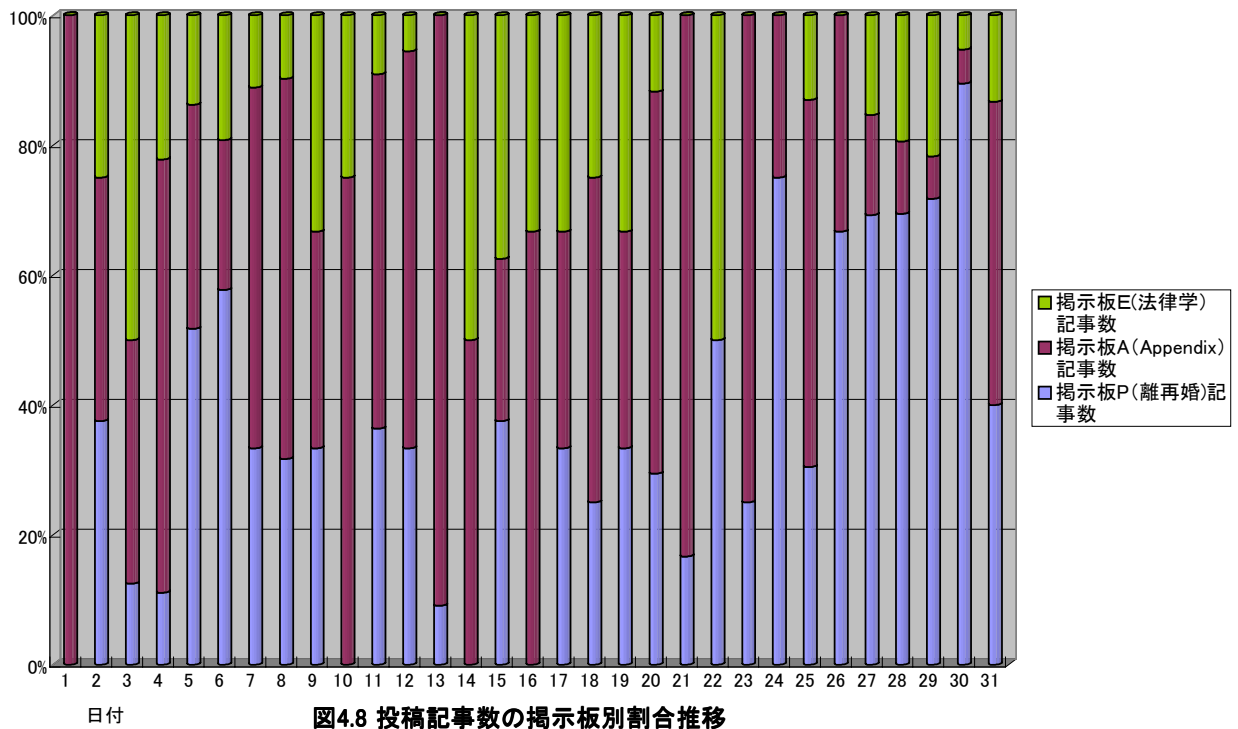


図4.8 投稿記事数の掲示板別割合推移

投稿記事数と人数の推移

グラフ 4.9 には、1ヶ月間の投稿記事の推移を示した。全掲示板合計記事数の推移に注目すると、掲示板 A が 4 日から 26 日まで 22 日間、掲示板 P は 27 日から 31 日にかけて 4 日間記事数推移に近い相関をみせている。一方、掲示板 E に関しては、有意な関連性は発見されない。

一方、グラフ 4.10 には、1ヶ月間の投稿人数の推移を示した。記事数の推移に比較して、掲示板 A では連続的な相関はあまりみられず、6 日から 14 日、19 日から 26 日と分かれた時期で相関が見られた。掲示板 P では、記事数とほぼ同じく相関が見られた。

議論の密度と人数

グラフ 4.11 に記事数および人数の推移を示した。記事数と人数は必ずしも一致しておらず、1人あたりの発言数により差が生じる。

グラフ 4.12 には、コミュニケーションの濃度の指標として、1人あたりの発言数 M_i を以下に定める。

$$M_i = \frac{M_n}{N_{member}}$$

M_i 値が 1.0 を上回れば、コミュニケーションが限られたメンバー間で交され、濃度が上昇していることが読み取れる。

23 日から掲示板 P の M_i 値は連日 1.0 以上を示し、最大 3.0 を示している。この期間のコミュニケーションには、X 属性 (掲示板を持たない反対派) の参加者による記事の投稿が多く、X 属性の密度指標最大で $M_x = 6$ を示す。 M_x が高くなってからは、管理者による介入 M も同様に増加しており、最大で 4 に達している。

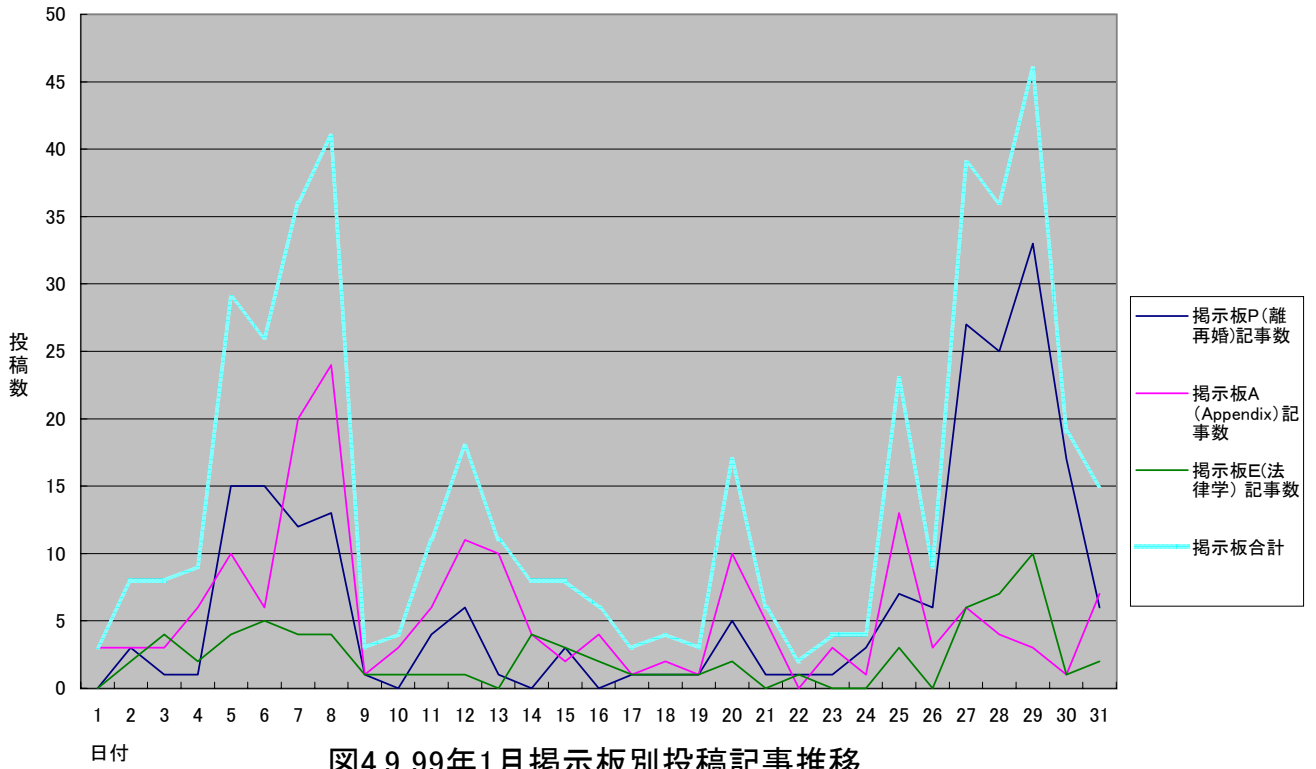
X 属性の参加者によるコミュニケーション密度の増大は、「賛成意見と反対意見の対立が、掲示板の活発化につながる」(Appendix・安齋) と管理者に認識されているが、一方で次のような注意が必要となる。「反対派が参加している時には、非論理的な書き込み (フレーミング) や他者への攻撃が多発するので、チェックが必要」(Appendix・宮下) 「記事の削除や出入り禁止の基準とタイミングが難しい」(離再婚・長谷川)

参加者では、掲示板 P で 2 番目にアクティブな参加者 B-02 の発言が増加している。B-02 は X 属性の投稿者に対して、投稿記事の最初に名指してレスポンスをつけるため、1対1に近いコミュニケーションが生じている。管理者にとっては、この現象は掲示板管理の中で最も難しい問題と捉えている。「仲裁者としてどのような態度を貫くか苦慮する」(離再婚・長谷川) 「参加者同士の喧嘩に、管理者として仲介に入ったはずが巻き込まれてしまった。必要以上の関与は話をこじらせてしまう」(法律学・エイサク) 「ゲスト同士の中傷が起きた場合、管理する力がない」(TORI's Garden・TORI)

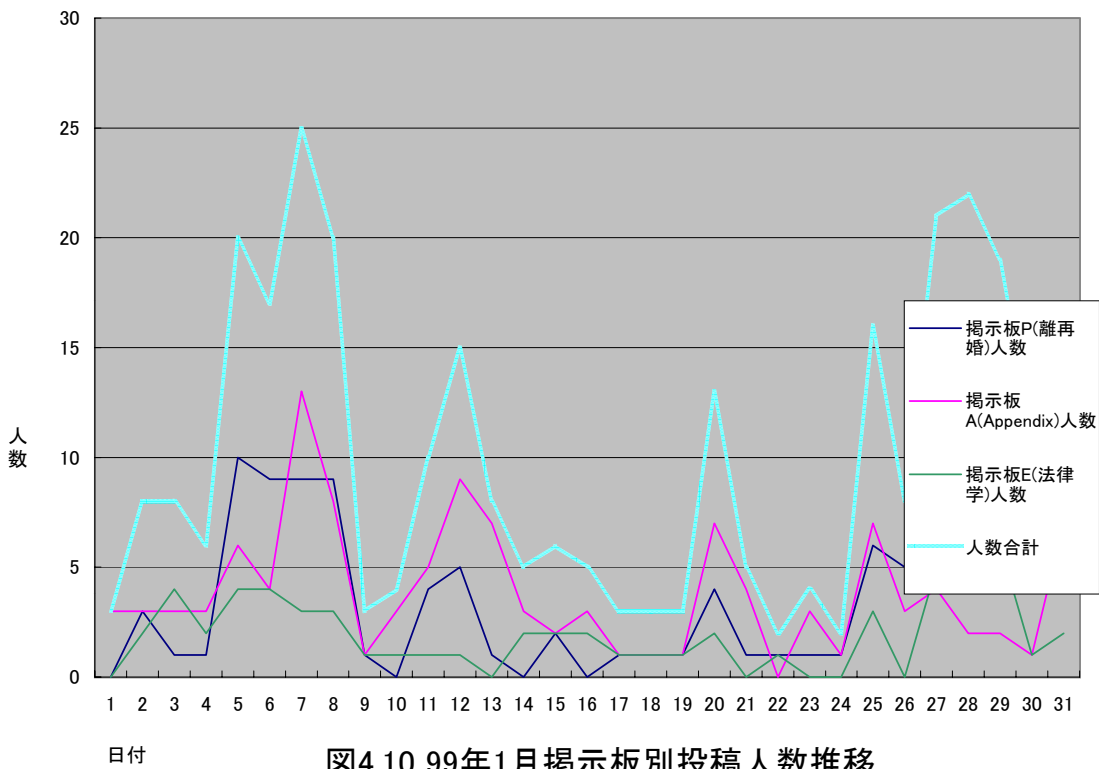
7 日から、2 日ずつほぼ 10 日おきに M_i が 1.0 を上回っている掲示板 A では、コミュニケーション密度の増加は反対者によるものよりむしろ、発言数上位の参加者 B-02 と B-19 によるものである。B-02 はコメントする相手 1 人につき 1 つの記事を投稿するため、記事

数が多くなる傾向がある。一方 B-19 は一度の投稿で複数人あてのコメントを書いている。

掲示板 E では、 M_i を 1.0 以上にしている理由のほとんどは管理者によるものである。開設直後の掲示板のため、議論というよりは挨拶とコメントに対し、管理者が反応を返す形のコミュニケーションが行われている。



57



57

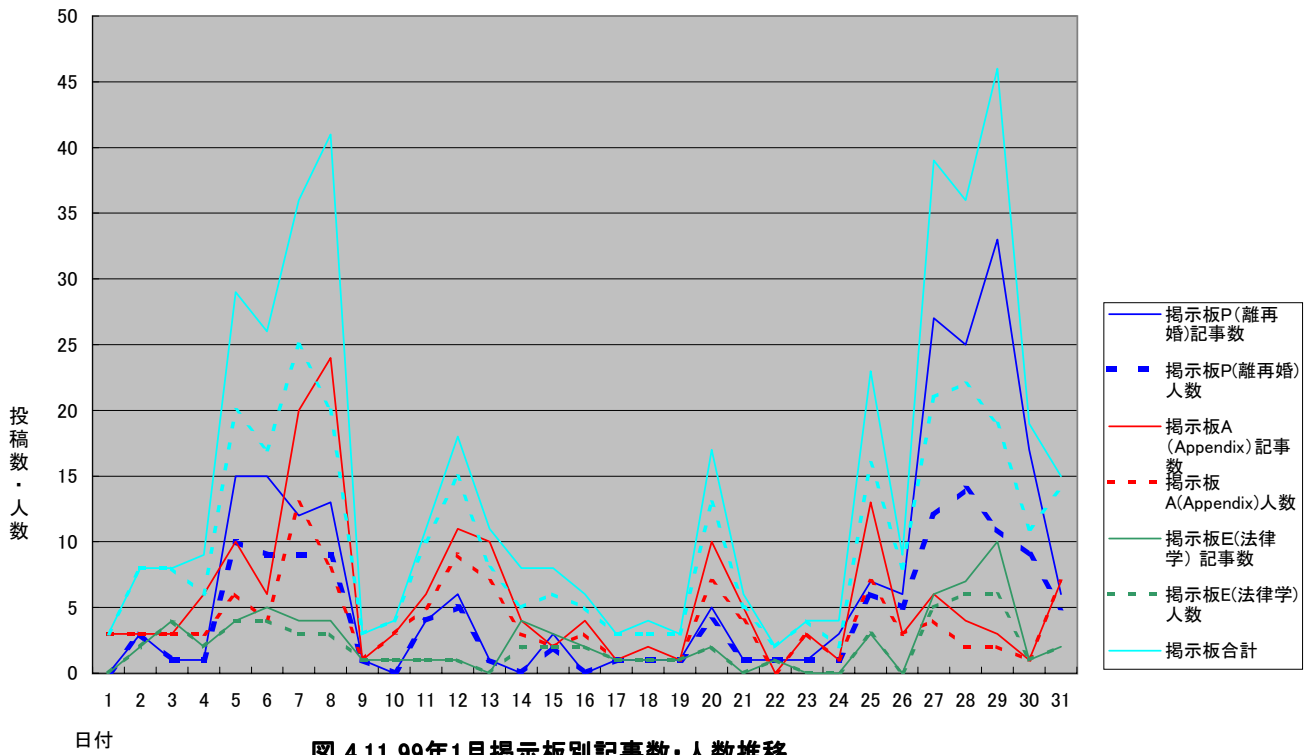


図 4.11 99年1月掲示板別記事数・人数推移

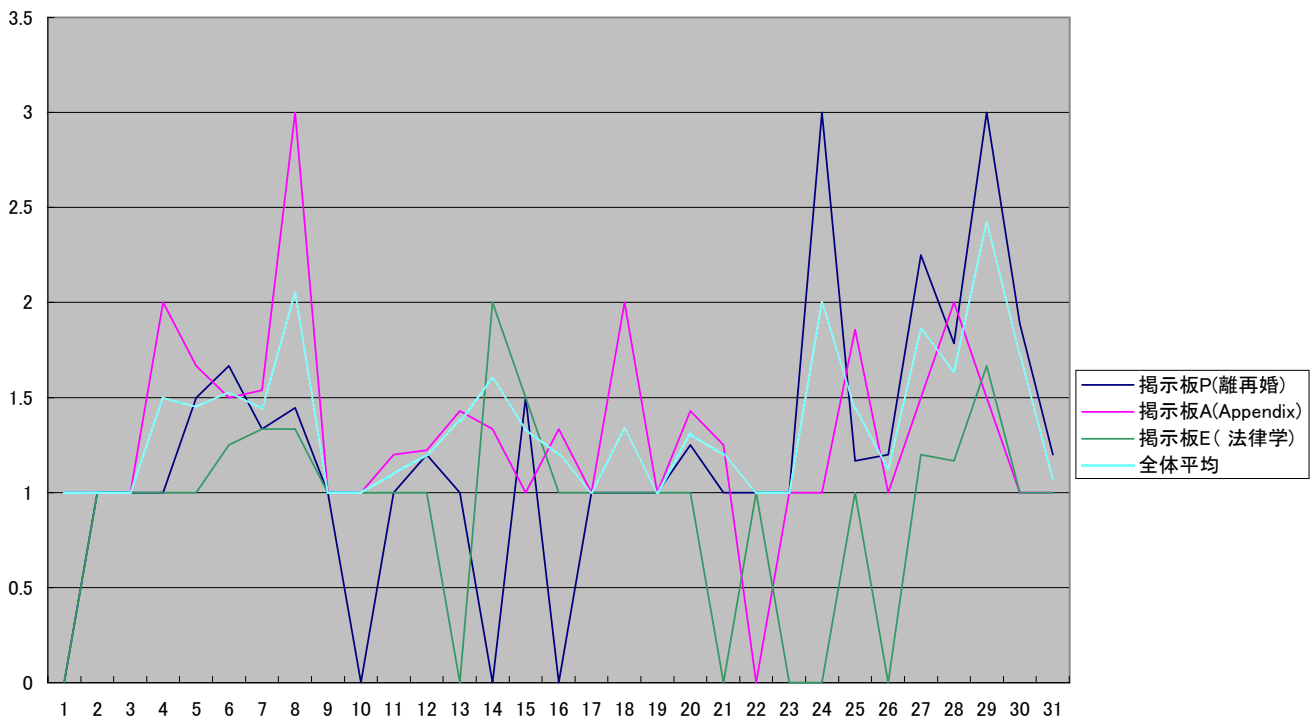


図4.12 99年1月1人あたりの発言数(Mi)推移

発言数

グラフ 4.13 は 3 つの掲示板全体の、グラフ 4.14, グラフ 4.15, グラフ 4.16 は各掲示板の人物別発言数を示した。

発言数上位には、掲示板 E を除いた 2 つの掲示板は、B 属性 (サイトを所有しない賛成派の参加者) が占めている。反対派の参加が唯一見られた掲示板 P では、X 属性 (サイトを所有しない反対派の参加者) が多くの発言を見せている。

一方、掲示板 E では管理者の発言がもっとも多い。これは、掲示板 E が設置直後であり、掲示板訪問者に対して管理が細かく反応を返したこと、設置直後の内容に関するアナウンスが生じた結果であるといえる。

グラフ 4.17 は全投稿者の属性別割合を、グラフ 4.18 は投稿数上位 10 名の属性別割合を表した。いずれの場合ももっとも高い割合を示しているのは属性 B (サイトを所有しない賛成派の参加者) であり、特に発言数上位者でその割合は 7 割にまで上昇する。また、発言上位者の割合では、反対者がより多くの割合を占めている。

このことから、コミュニケーションの主な参加者は、サイト所有者同士ではなく、サイトを所有しない参加者であることが読み取れる。また、上位者割合から、掲示板上のコミュニケーションを活発なものにしているのは、賛成 / 反対に拘らずサイトを所有しない参加者であることと言える。

このことから、コミュニティ内で交されるコミュニケーションは、サイトの所有者同士よりむしろサイトを所有しない参加者によって支えられていることが読み取れる。発言数上位者に着目すると、掲示板上のコミュニケーションを活発にしているのは、全体の 8 割強を占める、サイトを持たない参加者であることがわかる。

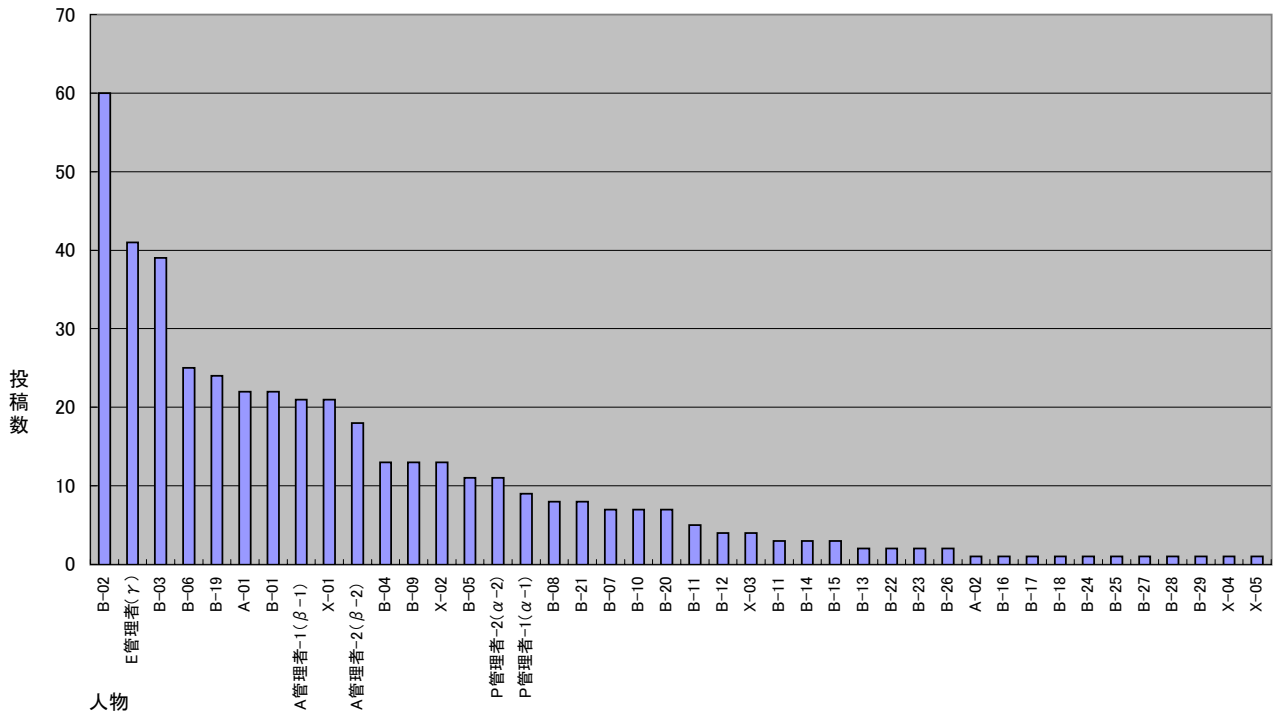


图 4.13 全揭示板人物別投稿数(全42名)

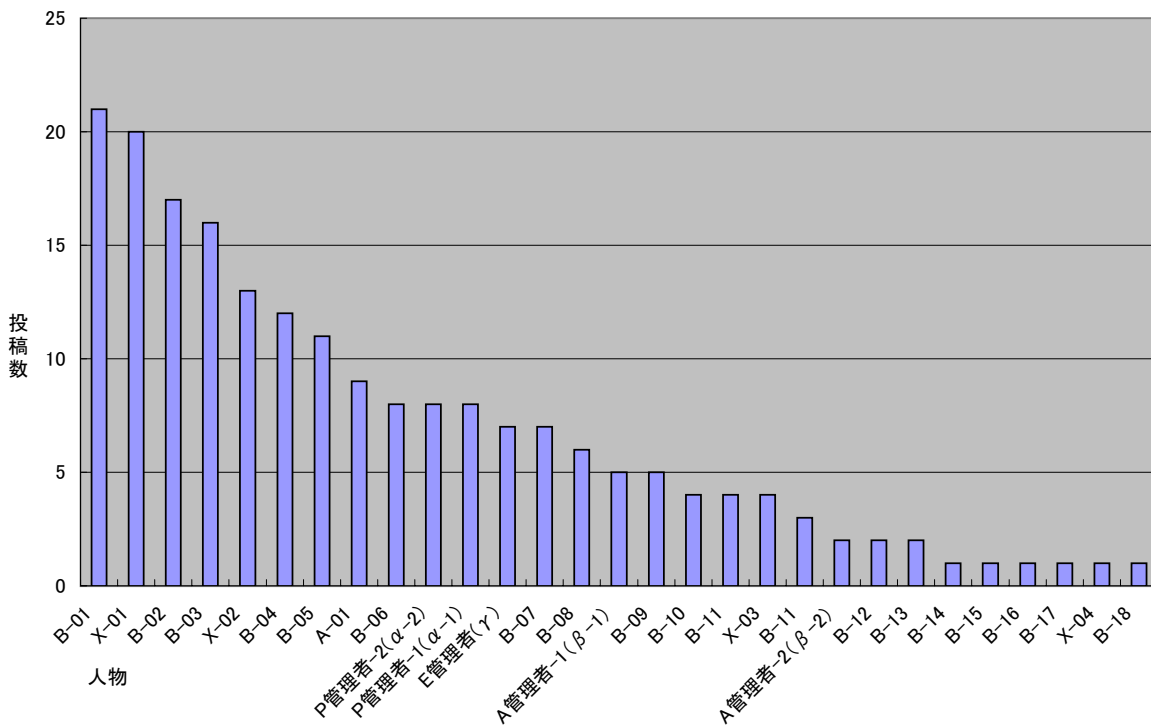


图4.14 揭示板P(離再婚)人物別投稿数

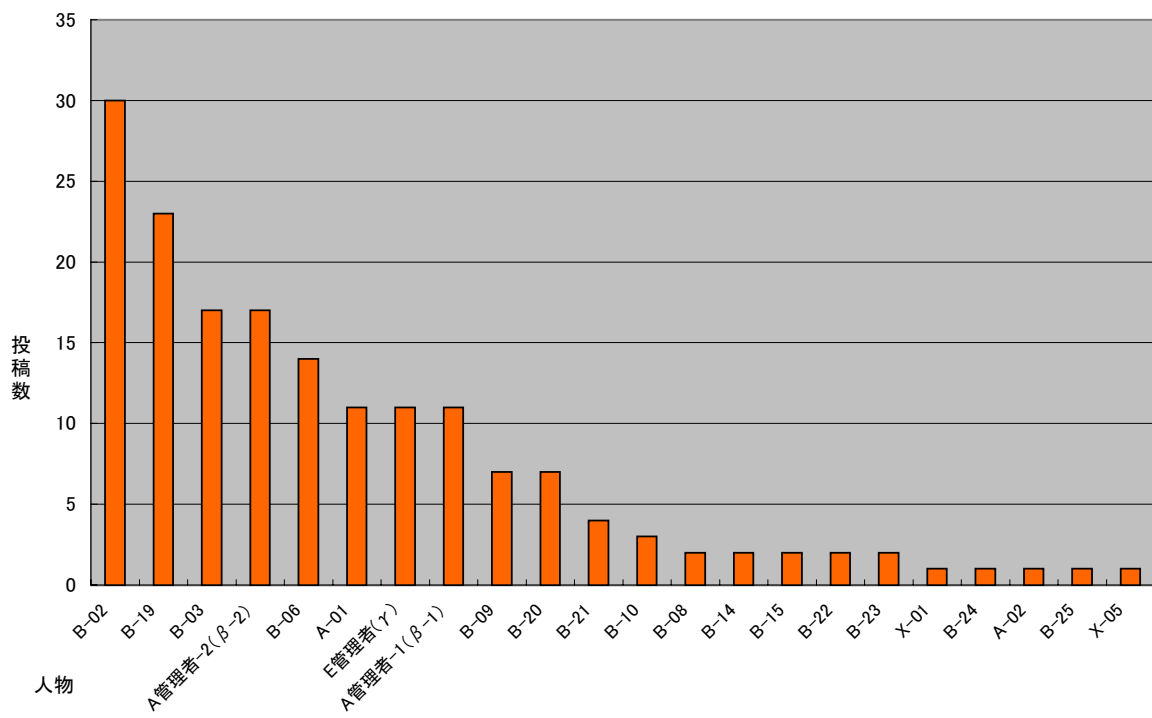


图4.15 揭示板A(Appendix)人物別投稿数

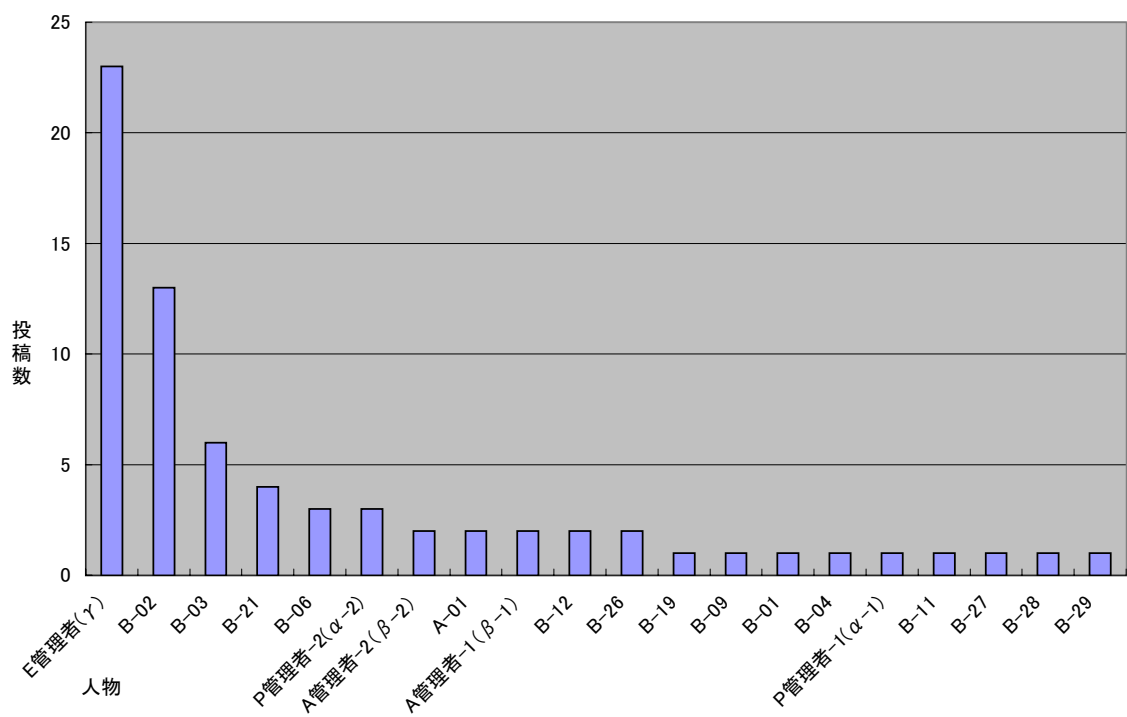


图4.16 揭示板E(法律学)人物別投稿数

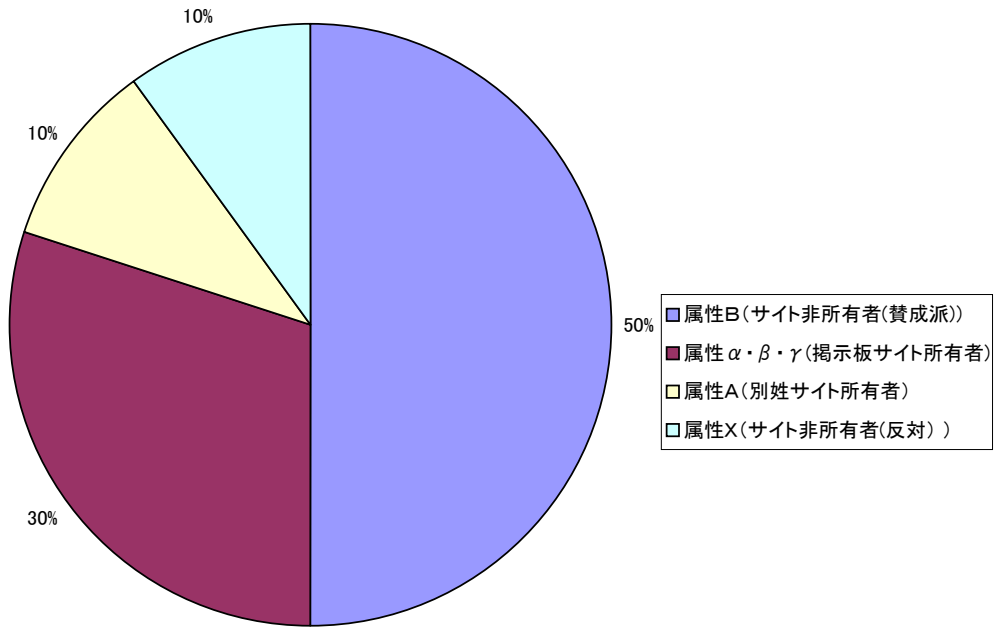


図 4.17 属性別参加割合(全投稿者)

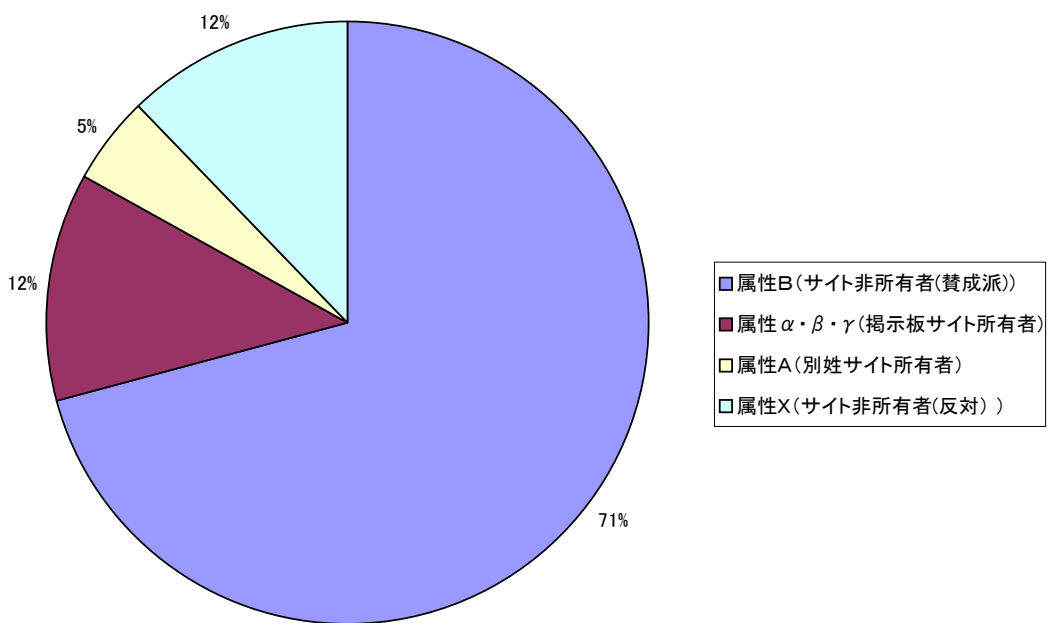


図4.18 属性別参加者割合(発言数上位10名)

参加傾向分布

全掲示板の参加者には、複数の掲示板に投稿している人が多くみられる。複数の掲示板への参加者の存在は、掲示板によってつながるサイト間コミュニティが形成されていることを示している。

グラフ 4.19 は、各掲示板の管理者による投稿分布を示している。管理者は、自分が管理している掲示板での投稿数が多く、他の掲示板への投稿は比較的少ない。唯一掲示板 E 管理者 () が他の 2 サイトに多く投稿している。これは、掲示板 E 開設 1ヶ月めのため、開設前の属性 B に近い行動をとっている、あるいは自分の掲示板のアップルのための投稿が考えられる。他掲示板での E 管理者 () の発言傾向を見ると、自分の掲示板の宣伝としての投稿は各掲示板で 2 つずつにすぎなかった。

グラフ 4.20 は、B 属性 (サイトを所有しない賛成派) による投稿分布を示している。参加傾向は 2 つの種類に分かれている。

1. 全ての掲示板にまんべんなく参加
2. 特定の掲示板に参加

掲示板 A には、1 型の参加者が多く分布しており、2 型に分布しているのは参加者 B-19 のみである。一方、掲示板 P には 2 型の参加者が多くみられており、掲示板 E の参加者は 1 型のみである。このことから、以下のことが読み取れる。

- 掲示板の開始時期が早いほど、独自の参加者を持っている。
- 掲示板の運営期間が短いところは、他の掲示板と共同の参加者によってアクティビティが保たれる。
- 開始時期が早い掲示板への参加者が新規掲示板をつなげていく。

グラフ 4.21 は、X 属性 (サイトを所有しない反対派) による投稿分布を示している。X 属性の参加者は掲示板 P で活発な議論に参加はしていたものの、若干掲示板 A に飛び火した以外は、掲示板間のコミュニケーションに参加した形跡はみられない。

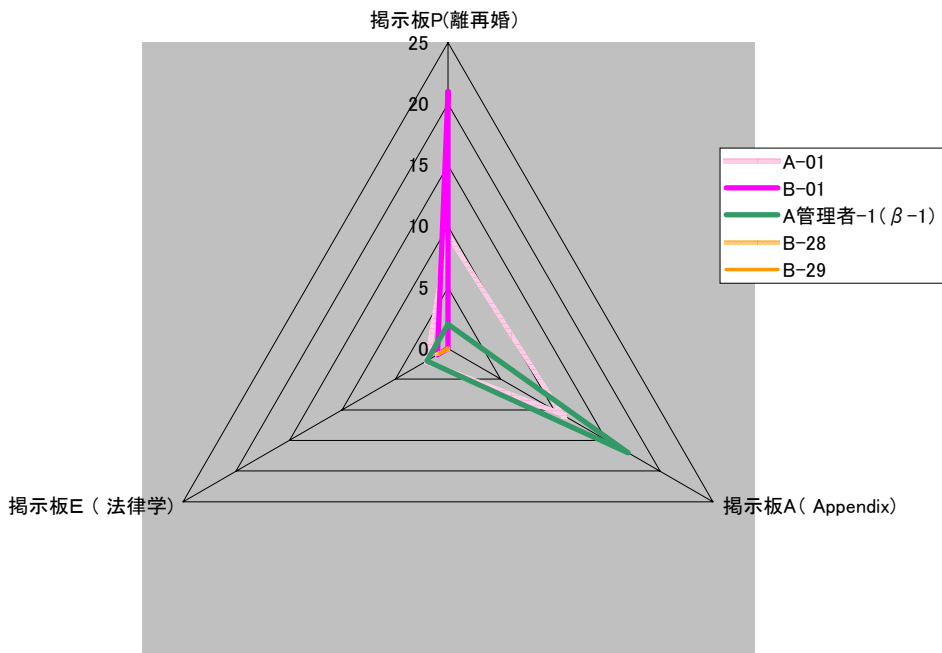


図4.19 管理者(属性 $\alpha \cdot \beta \cdot \gamma$) 投稿分布

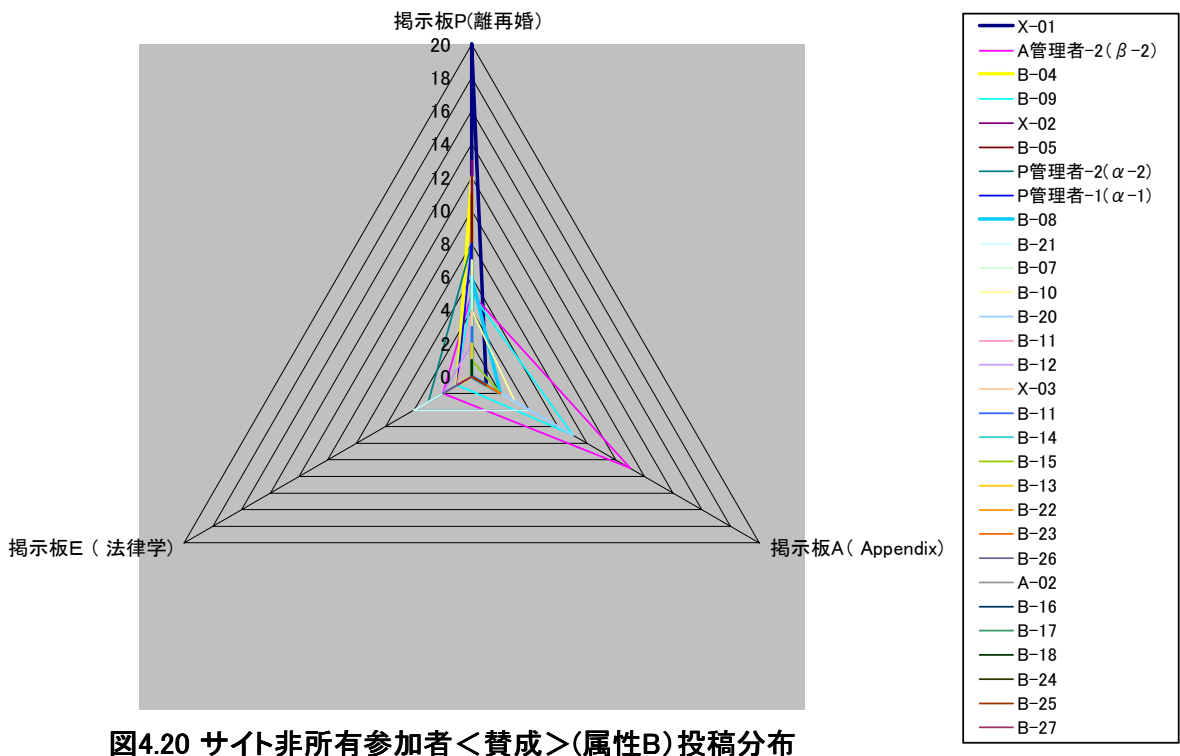


図4.20 サイト非所有参加者<賛成>(属性B) 投稿分布

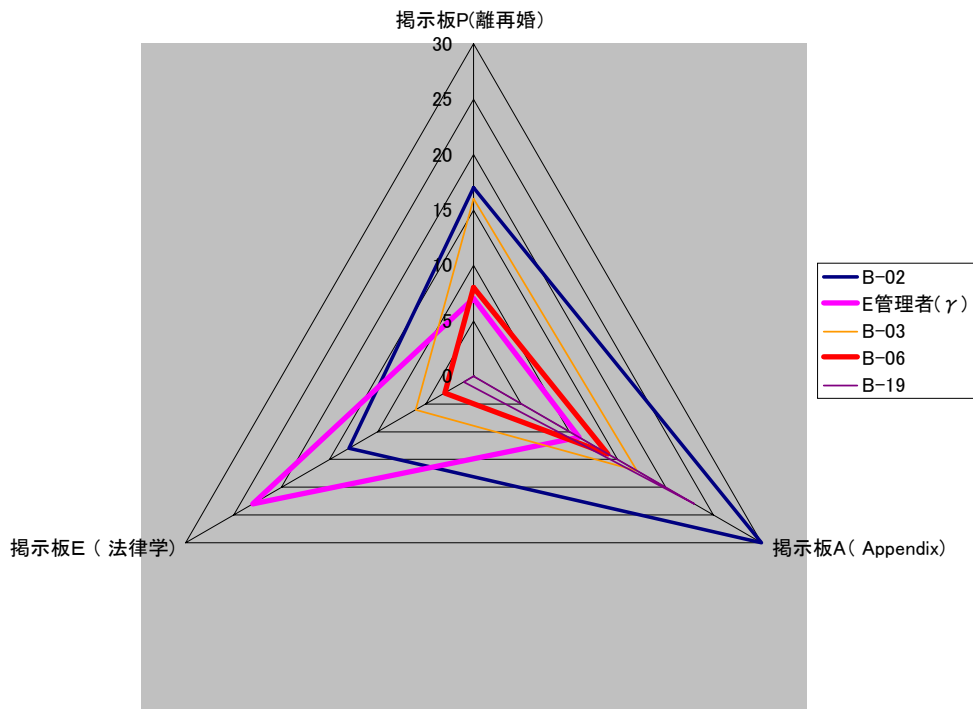


图4.21 サイト非所有参加者<反对>(属性X)投稿分布

4.4.4 コミュニティ意識と役割分担

サイト間ネットワークとコミュニティとしての意識の関係について、サイト所有者へのインタビューと電子メールによるアンケート調査を行った。

サイト所有者は、別姓系コミュニティを「イデオロギーの枠とは関係なく、民法改正の実現をめざすと感じることで自然発生した集まり」(TORI's Garden・TORI)と捉えており、「1人でも多いホームページの開設が民法改正似向けてのネットワークになる」(離再婚・長谷川)と、共通の目的意識を強く持っている。コミュニティ成立の自覚は、次のように語られている。「事実上、掲示板でのやりとりを中心にコミュニティが成り立っている」(法律学・エイサク)

別姓系サイト内では、サイトそれぞれが持つコンセプトにより役割分担が発生している。掲示板Pで法律に関連する話題が生じると、「夫婦別姓の法律学」サイトの所有者がリファレンスとして自サイト内容を示している。また掲示板Aにもちかけられた相談に対し、掲示板の管理者は、よりふさわしい情報源として掲示板Pを紹介している。

サイト所有者は、各自のサイトを次のように認識している。

- 「議論というよりは、サロンのな性格を持つサイトをめざした」(Appendix・宮下)
- 「離再婚・Appendixと共に中心的な役割を担っている自覚がある」(法律学・エイサク)
- 「本音を語り合う場としてメーリングリストという媒体を持つ」(Mi Piace・渡辺)
- 「参加者が自分の媒体をもつきっかけにしたい」(離再婚・長谷川)
- 「通称利用に関する情報を提供すること」(TORI's Garden・TORI)
- 「離再婚や事実婚といった選択肢を紹介すること」(TORI's Garden・TORI)

「別姓系ホームページにはそれぞれに特徴があり、適材適所な分業ができるはず」(法律学・エイサク)「共通の体験はほとんど書かれてしまった。これからは独自の経験や特色が重要」(Appendix・安齋)と言われるように、サイトそれぞれは個人の特色により、異なる性格を持つことが望まれている。

今後のコミュニティと役割分担の可能性については、「情報の共有と分業、どこにいけばどの情報が得られるかが分かるシステムがあれば、初めて参加する人にコミュニティの様子を示すことができる」(法律学・エイサク)「サイト主催者同士の連携も必要」(TORI's Garden・TORI)「それぞれがサイトを持つべき」(離再婚・長谷川)など、新しい参入を想定している。このことから、別姓系のサイト所有者らは、コミュニティが存在していることを自覚した上で、その中での役割分担と協調の必要性を感じていることが分かる。

4.5 「Penguin's Nest」の制作と別姓系コミュニティへの参入過程

前節では、別姓系コミュニティの様態について述べた。本節では以下に個人がコミュニティに参入する過程を述べる。

4.5.1 制作意図と概要

既存のサイト間コミュニティに、新たにサイトを制作した個人が参入していく過程を調査するため、夫婦別姓問題をコンテンツとするサイトを制作した。コンテンツは従来のサイトが持つ要素をカバーした上で、今までに使用されていなかったメールマガジンを取り入れた。これは、コミュニティ参入の過程で媒体の役割を考察するためである。

制作目的は、自分の経験を整理してまとめることで、情報提供をしていくことにあった。一般とは少し異なった形のライフスタイルを選ぶにあたって、指針となる経験の蓄積がほしいと願っていた経験から、参照しやすい形での情報提供を狙った。

なお、訪問者による恣意的行動の影響を避けるため、コミュニティ形成分析の目的は明らかにしなかった。

サイト概要

サイト名	Penguin's Nest / ふつうに事実婚 (図 4.22)
URL	http://www.geocities.co.jp/HeartLand-Suzuran/2421/wedding/index.html
作成日	1999年07月18日
コンテンツ	自己紹介 / ふつうに事実婚 / 料理レシピ / 生活便利帳
別姓関連	いきさつ / 説明 / 体験談 / 各種手続 / リンク集 / 掲示板 / メールマガジン

利用サービス

- サーバ

サイトのコンテンツには無料サーバの「ジオシティーズ [52]」を利用した。大学のサーバで制作する場合、属する団体が明らかになってしまうため、現実社会の属性をできるだけ排除する意味で、無料サービスを選んだ。

広告収入により、無料で Web サーバを提供するサービスはいくつか存在するが、ジオシティーズの場合「市民」となるユーザが、テーマごとに区分されたバーチャル・コミュニティ内に自分のサイトを作るという形をとる。そこで、個人のライフスタイルの紹介という位置づけにより、「自己紹介」コミュニティ内に「Penguin's Nest」サイトを制作した。

コンテンツは FTP によってサーバにアップロードする形がとれるため、HTML 制作支援ソフトウェア (Adobe PageMill3.0J) を用いて自機で制作した。

- 電子掲示板

作者と訪問者、あるいは訪問者同士のコミュニケーションスペースとして電子掲示板を設置した。当初は作者に対して訪問者が一方的にメッセージを書きのこすだけの「ゲストブック」と電子掲示板を同時に設置していたが、内容がほとんど変わらないため、電子掲示板のみに変更した。電子掲示板のスタイルは、設置当初はジオシティーズ標準のスレッド表示型を使用していたが、メッセージを見渡すことができないことと、話題に分かれるほどのアクティビティがみられないことから、サイト開設1ヶ月経過後より、別姓系の掲示板で使われたきた有料サービス「TeaCup[54]」に移行した。

- メールマガジン

メールマガジンは、最大手の無料発行サイト「インターネットの本屋さんまぐまぐ[46]」を利用した。「まぐまぐ」の規定により、サンプル誌と登録フォームを備えたページを用意した。4ヶ月経過後、加えて「ココデ・メール[48]」と「Macky[47]」でも同内容のマガジンを発行した。

- アクセスログ管理

アクセスログの管理には、script を埋め込むことで各ページの訪問者数およびアクセス元を計測してくれるサービスとして、「Ultra Ranking[55]」を利用した。

4.5.2 制作の過程

具体的なサイトの制作過程および、コミュニティへの参入過程を次にしるす。

1. 告知

サイトを開設した日に、既に参加していた夫婦別姓メーリングリスト上にサイト開設の旨を送信した。

活発な掲示板を持つ3つのサイト（「ペーパー離再婚」「Appendix」「夫婦別姓の法律学」）に対しては、相互リンクを依頼するとともに、掲示板の上にURLを明記した書き込みをした。

2. 相互リンク

既存の別姓系サイトおよび、それぞれのサイトからのリンク先に、メールで相互リンクを依頼した。加えて、今までに顕在化していなかったサイトをさがすため、サーチエンジンにて「夫婦別姓」「事実婚」「旧姓使用」が含まれる個人サイトを捜し、半年以内に更新されているサイトを抽出した。同時に、無料サーバを通じてコミュニティサービスを行っているジオシティーズのすべてのコミュニティで同様のキーワードで検索を行った。その結果、23のサイトが条件に当てはまり、うち4サイトは今までどのリンクにもつながっていなかった。リンク依頼は、すべてのサイトから許可をもらうことができた。

3. ゲストブックの設置

訪問者が作者に対してコメントを残せるように、電子ゲストブック（ジオシティーズ

標準)を設置した。これは、インタラクティブな電子掲示板というよりは、訪問の足跡を残す意味合いが強く、ゲストブック内での議論は発生しなかった。並行して、スレッド表示型電子掲示板を設置したが、書き込みの多くはゲストブックへのものであったため、これらを統合し、時系列型電子掲示板に移行した。サービスは、別姓系サイトで多く用いられている TeaCup を利用した。インターフェイスが同じため、利用しやすいと考えた。

4. サーチエンジン登録

ロボット型、カテゴリ型のサーチエンジンにサイトを登録した。登録の際は、一つのフォーマットに必要事項を記入すると既存の検索サイトに巡回登録するサービス「一発太郎 [43]」を利用した。ロボット型検索サイトによるヒットを確実にするため、トップページに META タグでキーワードを埋め込んだ。

5. アクセスログ集計サービス登録

リンクとサーチエンジンへの登録後、アクセスログの集計と解析を行ってくれるサービスへ登録した。このサービスはバナーを表示する Java Script をページごとに張り込むことで、各ページごとのアクセス数、どこからアクセスしているかを集計する。

6. メールマガジン

サイト更新のニュースレター、および読者を増やすことで訪問者が増加する目的でメールマガジンを発行した。サイト設置1ヶ月後から発刊した。内容は、「事実婚」の説明から開始し、作者の経験談、読者の経験談募集、懸賞つきアンケートなどを執筆した(表4.3)。読者からの感想メールは、1度の発行につき平均2~3通届いた。

7. コンテンツ

開設当初のコンテンツは「自己紹介」「各種届と手続き」(経験談)「リンク」「掲示板」「メールマガジン」のみだった。経験談のコーナーは、メールマガジンの内容と連動して更新し、メールマガジンを通して読者から掲載許可を得た記事は、編集してコンテンツとしている。

表 4.3: メールマガジン「ふつうに事実婚」(まぐまぐ発行分) 内容

通巻	発行日	内容	読者数
0	99/08/13	マガジン案内	85
1	99/08/15	事実婚の説明	359
2	99/08/19	事実婚の方法	581
3	99/08/22	事実婚の義務	680
4	99/08/25	事実婚の義務 (2)	726
5	99/08/28	体験談	740
6	99/08/31	体験談	751
7	99/09/03	体験談	755
8	99/09/08	アンケートと体験談募集	756
9	99/09/21	体験談	772
10	99/10/01	読者の体験談 (1) 姓の選択	784
11	99/10/02	読者の体験談 (2) 事実婚について	781
12	99/10/03	読者の体験談 (3) 旧姓使用について	777
13	99/10/05	読者の体験談 (4) 事実婚について	768
14	99/10/06	読者の体験談 (5) 旧姓使用について	762
15	99/10/15	読者の体験談 (6) 事実婚について	744
16	99/10/17	読者の体験談 (7) 旧姓使用について	744
17	99/10/19	読者の体験談 (8) 事実婚について	737
18	99/10/21	読者の体験談 (9) 旧姓使用について	732
19	99/10/26	内容およびサイトの改装について	726
20	99/10/27	体験談 (1) / 各種届について	722
21	99/11/02	体験談 (2) / 雑学	719
22	99/11/12	体験談 (3) 各種届について	714



図 4.22 Penguin's Nest (作者: 折田明子)

アクセス数の傾向

Penguin's Nest 開設後 3ヶ月に渡り、アクセス分析サービス Ultra Ranking[55] を利用してアクセス数を調査した。グラフ 4.23 は 3ヶ月間のアクセス数の推移である。開設後 1ヶ月の間は大きな波はあるもののアクセス最高値を示している。この値を示しているのは、数日に分けて行った別姓系サイトへの相互リンク依頼を行った日と一致しており、相互リンクがアクセス数に影響を及ぼすことがわかる。

グラフ 4.24 を参照すると、メールマガジンとアクセス数の増減には相関関係があることがわかる。アクセス数の減少が続いた後にメールマガジンを発行すると、発行に合わせてアクセス数が増加している。

メールマガジンの発行部数は 700 前後であり、平均アクセス数と比較するとサイトの宣伝媒体としての効果が高いといえる。メールマガジンの内容にはサイト更新情報を掲載しているため、その情報に基づいて訪問がなされている可能性がある。メールマガジンの宣伝は、別姓系コミュニティ内ではなされていないため、夫婦別姓問題に関心をもちながら、別姓系コミュニティに参加していなかった人に参加機会を与える可能性を持っている。

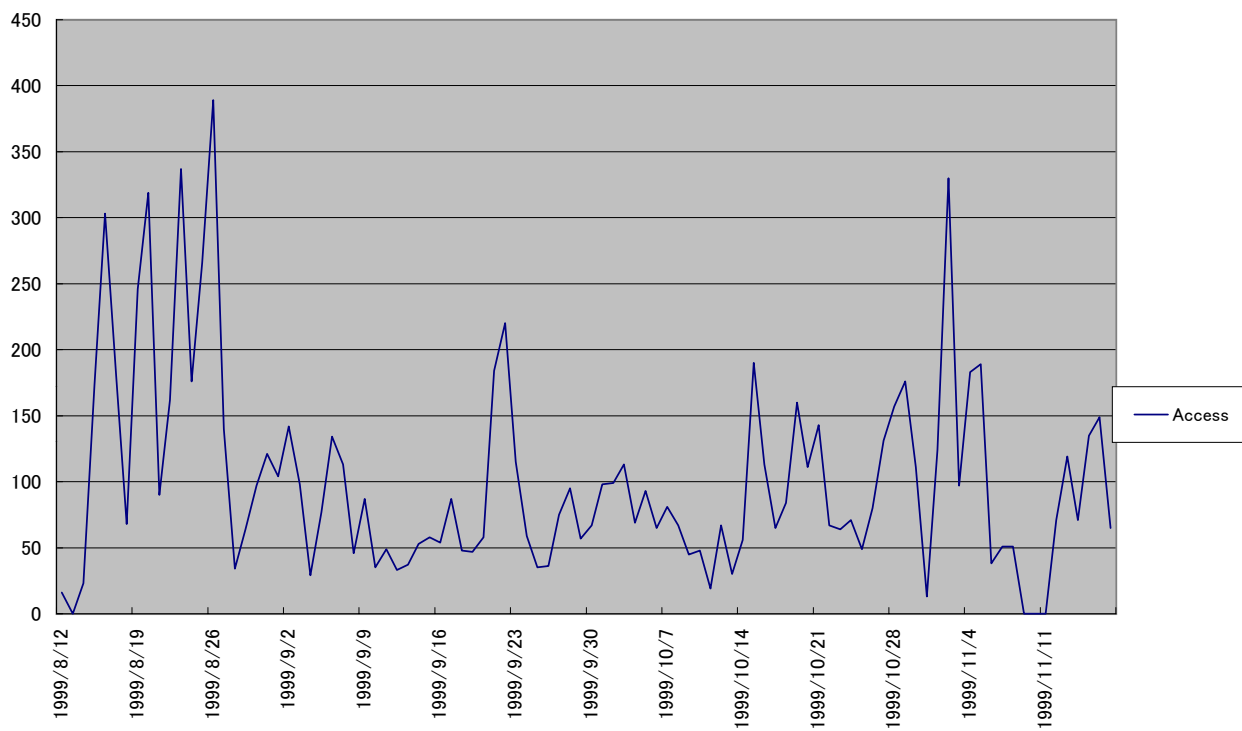


図4.23 Penguin's Nestアクセス数推移(3ヶ月)

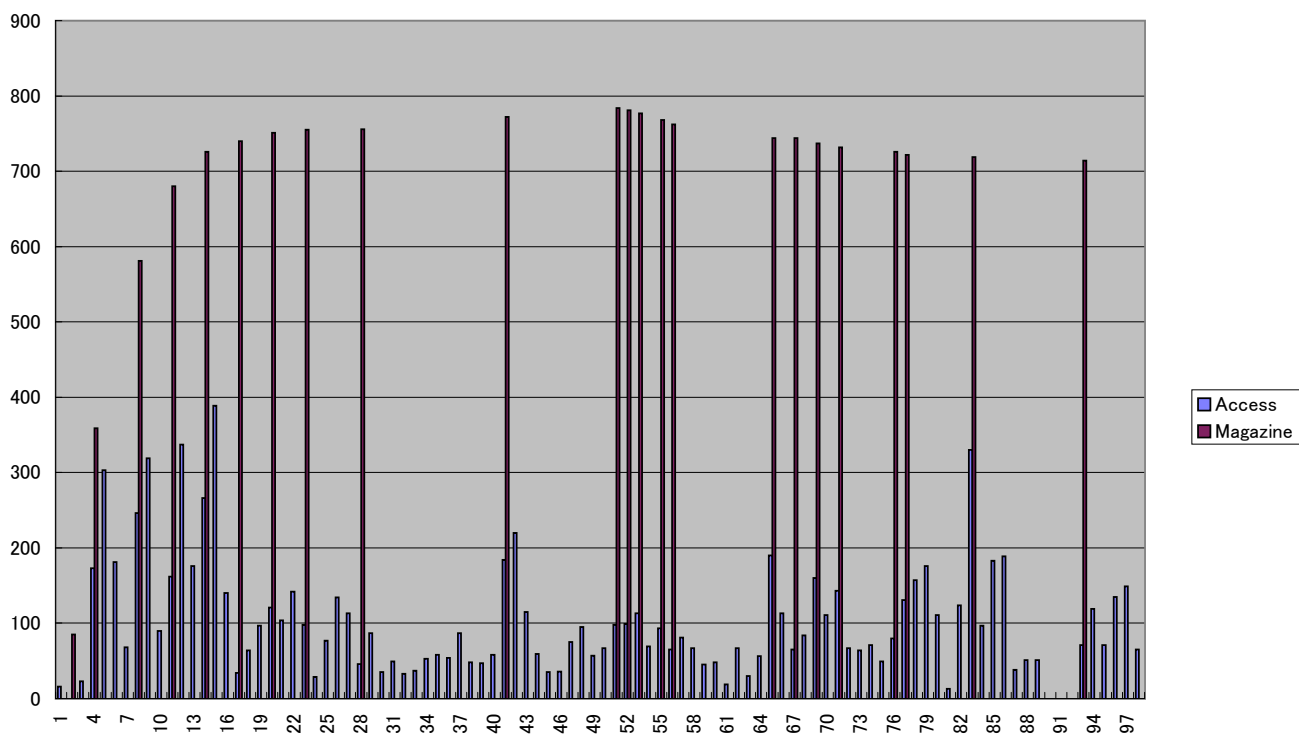


図4.24 Penguin's Nest サイトアクセス数とメールマガジン発行数推移

コンテンツ別アクセス数

グラフ 4.25 には、サイトの内容別アクセス数を示した。個々の内容に関しては、リンク集へのアクセスが最も多く、続いて情報を提供するページ、イントロダクション、経験談と続く。

グラフ 4.26 には、アクセス数をコーナー別の割合で示した。アクセスの割合が最も高いのは、情報を提供する部分であるが、自己表現的要素の強いエッセイや経験談が合計では多くを占めている。

別姓系サイトが既にいくつも存在するため、普遍的要素を持つ情報提供部分は他のサイトの記述と重なる部分が生じてしまう。前述の Appendix 主催者が、「これから別姓系サイトがでてきたら、むしろ個人的な要素が特徴として大事になるのではないか」(安齋尊顯)述べているように、個人としての具体的な経験や発言が、サイト内容の重要な要素となる。このことは、既存の社会システム内では、個人が数の一部として扱われ、具体的な発言が表面化できなかった現象と対照的である。

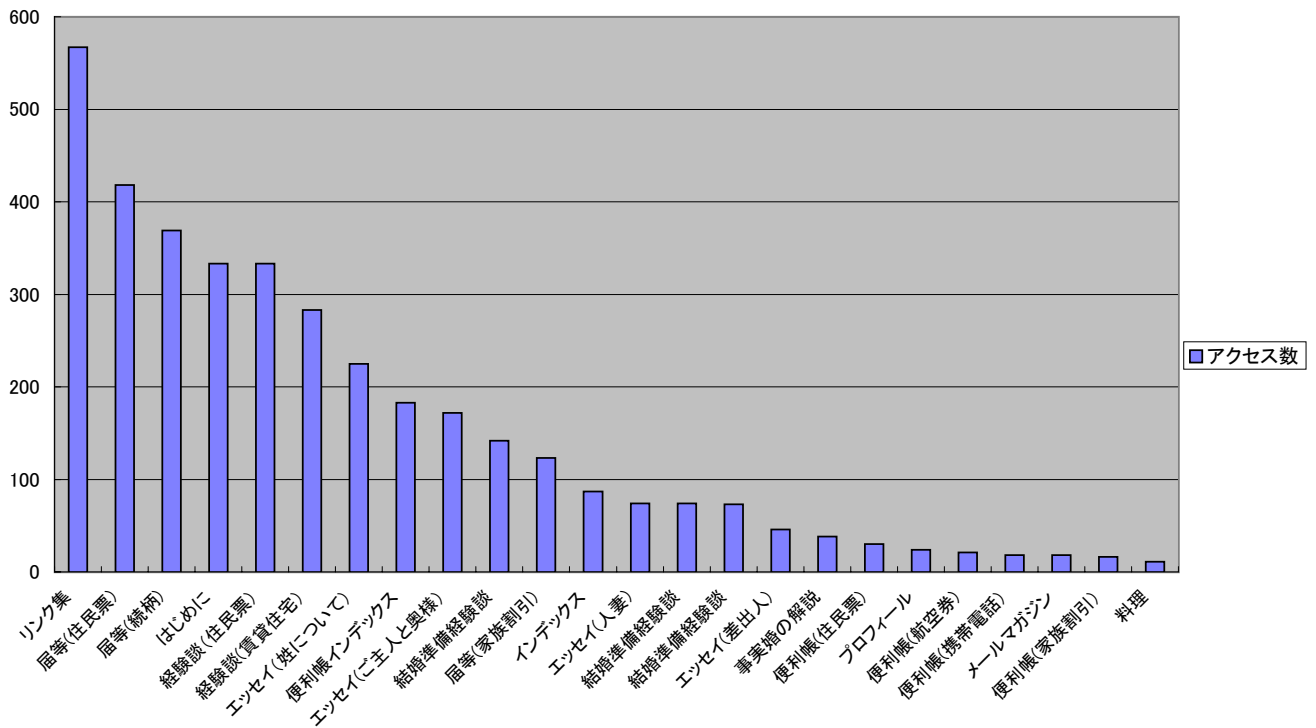


図4. 25 Penguin's Nestコンテンツ別アクセス数(99年8月-11月)

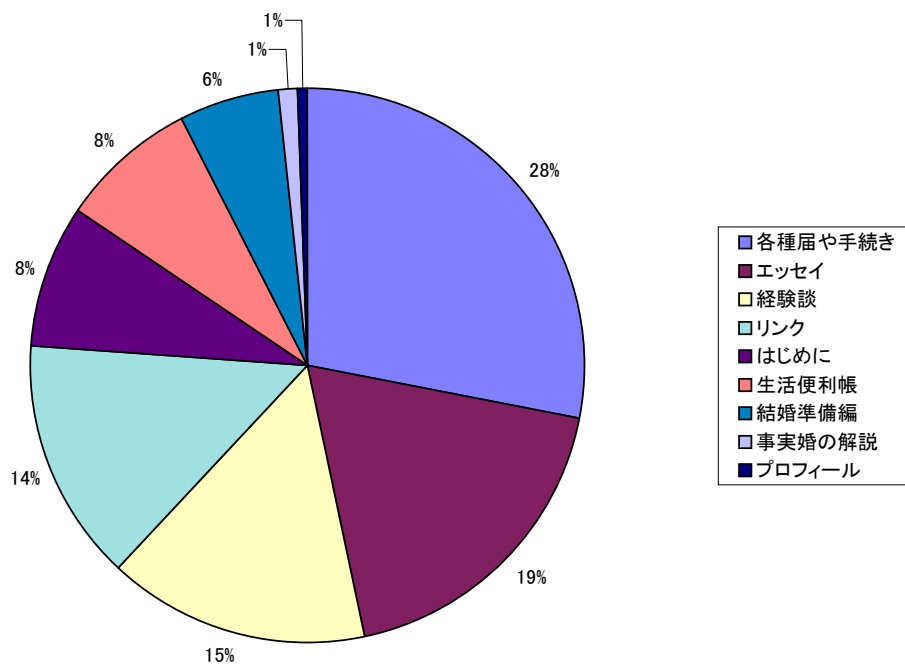


図4. 26 Penguin's Nestコーナー別アクセス数割合(99年8月~11月)

他のサイトとのつながり

グラフ 4.27 は、Penguin's Nest サイトにアクセスする直前に見られていたサイトを集計したものである。これにより、Penguin's Nest 訪問者がどのサイトのリンクを辿ってきたのかが明らかになる。アクセス数上位 3 位は、掲示板を持つ別姓系サイト (掲示板 P,A,E) が占めている。その他には、別の名前で作者が主催しているサイトからのリンクや相互リンクが上位にあがっており、掲示板を持つ別姓系サイトのリンク集は下位にとどまっている。この現象は、掲示板とリンク集を両方持つ場合、掲示板を通じたネットワークの方がより強力であることを示しているといえよう。

グラフ 4.28 には、全アクセス元を種類別に分類した割合を示した。ここでは掲示板からのアクセスが半数以上を占めており、この中には別姓系のみならず反対派掲示板からのアクセスが含まれる。

オーソライズ機関としてとらえていたサーチエンジンからのアクセスはわずか 1 割にすぎず、サイトを集めて評価を加える私的なポータルサイトと合計しても掲示板やリンクのつながりには及ばない。

このことから、夫婦別姓というテーマで設置した個人サイト Penguin's Nest はサーチエンジンによって単独に得るアクセスよりも、他者との相互リンクや掲示板のやりとりによってアクセス数を得ていることが分かる。アクセス数の向上にはサーチエンジンの登録が必須条件とされてきたが [43]、個人がサイト間コミュニティに参入する場合は、むしろ相互リンクがアクセス数の増加に影響力を持っていることが示された。

アクセス数は、作者が表現もしくは発信したい内容がどれだけの影響力を持つかの指標の 1 つであり、この数が大きければ、従来はなし得なかった他者への発信能力が得られたと考えられる。発信能力は、同様の興味関心を共有し、コミュニケーションをはかるつながりによって、より高められることが示されている。

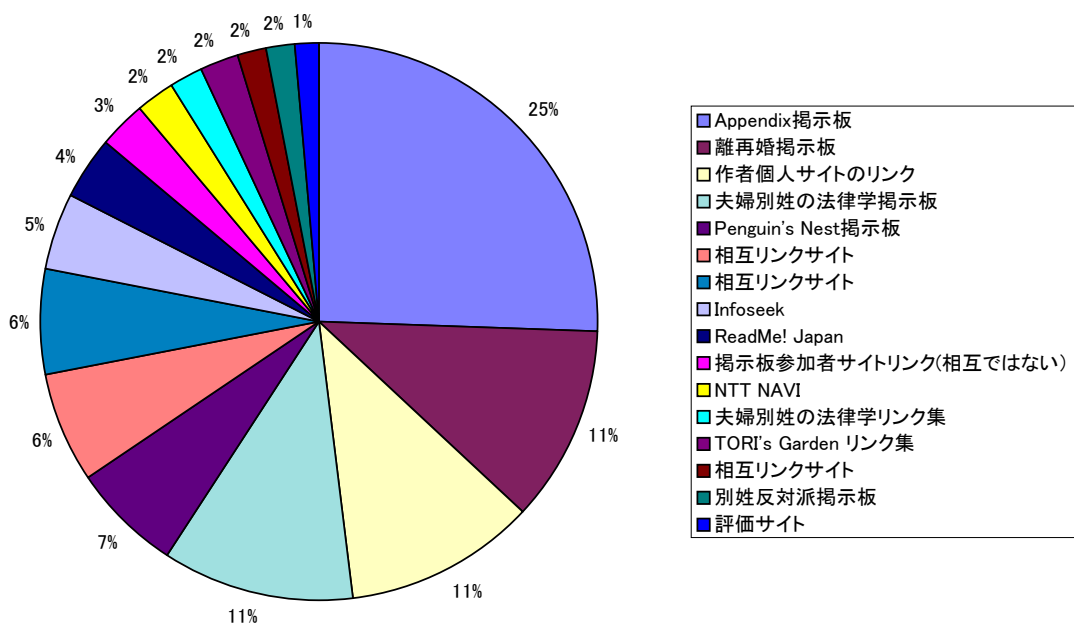


図4.27 Penguin's Nestへの主なアクセス元サイト

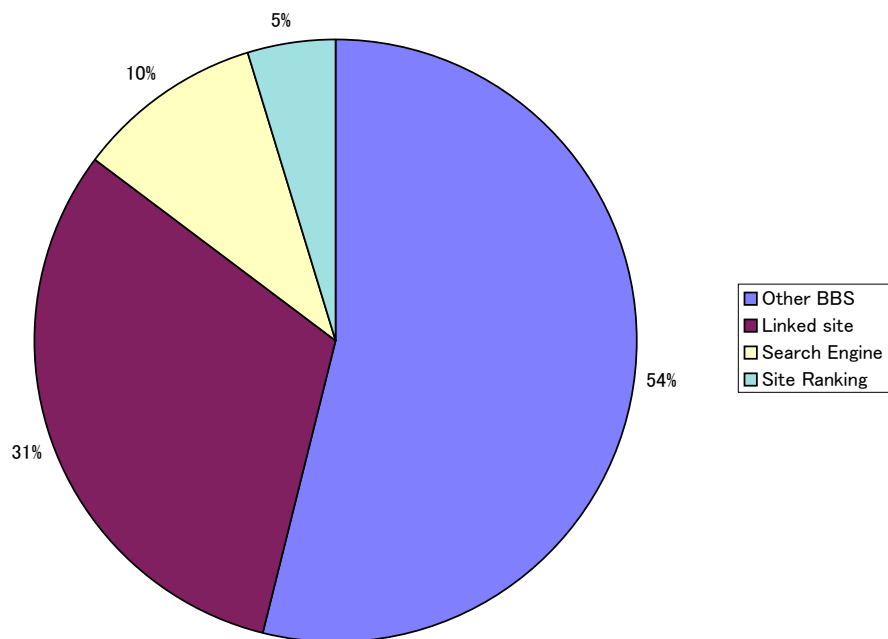


図4.28 Penguin's Nestへのアクセス元サイト種別

4.6 別姓系コミュニティの考察

別姓系コミュニティの分析から、次の事実が示された。

コミュニティ形成と個人

個人の発信能力を高めているのは、相互リンクや複数掲示板同士のコミュニケーションといった、一方通行のマスメディア的性質を持つ検索エンジンではなく、コミュニティ生成のための努力である。

相互リンクは、サイト間の力関係の隔たりを平等化する作用があると考えられる。Penguin's Nest のコンテンツ別アクセス内容では(グラフ 4.25)、同様の情報を持つサイトへのリンク集が高いアクセス割合を示しており、相互リンクしたサイトからのアクセス数は検索エンジンの3倍にのぼる。サイト同士のつながりが保たれる限り、ある特定のサイトのアクセスが向上すれば、リンクしている他のサイトのアクセス数が向上する可能性が生じる。言い換えれば、既にアクセス数を得ているサイトと相互にリンクをつなげ合うことは、自分のサイトの発信力を増すことになる。Penguin's Nest の制作過程のアクセス数データは、このことを裏付けている。

サイトを所有しない参加者の役割

別姓系コミュニティのつながりを最も顕著に表すのは、掲示板上のコミュニケーションである。複数の掲示板への参加者が多いことは、参加者が掲示板を含むサイトの集合をコミュニティととらえていることの表われと考えられる。掲示板のつながりによるアクセス数への影響は相互リンクより強く、Penguin's Nest へのアクセス(グラフ 4.28)がこれを裏付けている。

相互リンクがサイト所有者同士のつながりであるのに対し、複数掲示板上のコミュニケーションは、サイトを所有しない者が中心を担っている。サイトを所有しない参加者は、掲示板管理者に比較して掲示板参加の分散度合いが高い。そのため、サイトを所有しない参加者が、複数のサイトを結び付ける役割を果たしていると言える。

役割分担の発生

サイト単体が、開設当初から所持してきたコンセプトは、コミュニティが形成されるにしたがって、役割分担の発生につながる。重要視されるのは、情報の数ではなく種類であり、具体的な特色を持つほど特別な役割を担う傾向がみられる。

第5章 結論

本論文では、これまで「名も無き個人」とされてきた人々が、インターネットというメディア、インターネット上のコミュニティという「つながり」からパワーを受け、強い情報発信能力をもちうることの可能性を明らかにした。

ここでは結論として、インターネットとコミュニティ双方からのエンパワーメントをサマリーし、今後の展望を述べる。

5.1 「インターネット」によるエンパワーメント

インターネット上の個人は、インターネットの特性により次の形でエンパワーされる。

1. 電子コミュニケーションが持つ特徴は、個人の属性に付随する社会的バリアを排除する(2章)。これにより、社会的地位や偏見による機会不平等を克服することができる。
2. インターネットという媒体は、これまで一部の人に独占されていた「不特定多数への発信」を可能にする媒体を個人に提供した。これにより、一方向コミュニケーションでは排除されていた発信が顕在化し、情報発信の機会が大幅に拡大した。
3. 個人は自分の「ホーム」として WWW という媒体を所有することにより、広範な範囲への自己表現を行うことができる(3章「Megumi's Home Page」「Itojun.org」)。
4. 個人は自分の「ホーム」を所有しなくとも、提供された媒体に参加することで情報発信能力を入手できる(3章「532.asahi.com」)。

5.2 「コミュニティ」によるエンパワーメント

インターネット上の個人は、コミュニティの特性により次の形でエンパワーされる。

1. 関心を共有する個人サイト同士は、相互リンクと掲示板によって自律的にコミュニティを形成できる(4章「別姓系コミュニティ」)。
2. 個人は、上記のコミュニティでは、個人的具体性によって評価される(4章「別姓系コミュニティ」)。
3. 個人は、自分の「ホーム」への訪問者を、サーチエンジンではなく個人同士のつながりによって得る(4章「Penguin's Nest」)。
4. 個人は、自分の「ホーム」を所有しなくとも、開かれた掲示板に参加することで、「ホーム」所有者以上にコミュニティ形成の重要な役割を担うことができる(4章「別姓系コミュニティ」)。

5.3 今後の展望

本研究では、インターネット上に限った個人の行動を対象とした。そのため、個人がインターネットによって得た力が、実社会にどのようにフィードバックされるかについては言及していない。

本論文執筆中に、別姓系コミュニティではインターネット上のつながりが実社会のつながりにそのまま移行する例がみられた。電子コミュニケーションが持つ匿名性のため、実社会とインターネットの間にはギャップがあると考えていたが、実際は、インターネット同様のつながりが実社会で再現される可能性があるのではないだろうか。

今後は、こうした実社会の人間関係とインターネット上のコミュニティ同士関連を踏まえて、個人のつながりおよび個人がエンパワーされる過程を研究する必要があると考える。

謝辞

この論文を執筆するにあたり、多くの方から示唆に富んだ御指導と御協力をいただいた。

慶應義塾大学環境情報学部の有澤誠教授には、主査として本研究への御指導をいただいた。修士1年の秋学期から大幅なテーマ変更を行ったにも拘らず、インフォスケーププロジェクト内で自由な研究の機会を下さった。交通運輸情報プロジェクトに参加していた学部3年から、一貫して私の関心の推移を見守って下さったことに深く感謝したい。

慶應義塾大学環境情報学部の金子満特別招聘教授には、副査を引き受けていただいた。学部時代から映像制作の分野で表現の機会を提供して下さり、御指導をいただいた。修士以降テーマを変更するにあたっては、先生との厳しいディスカッションを重ねた結果強く問題意識を持つことができたと信じている。「過去の経験自体は決して無駄になることはない」という励ましをいただき、躊躇を吹っ切ることができた。

慶應義塾大学環境情報学部の村井純教授には、副査を引き受けていただいた。国際学会発表の際には、研究プロジェクトが異なるにも拘らず面倒を見て下さり、さらに関連分野の研究者の方々への紹介をいただいた。

Stanford University Music Dept. の Prof. Eleanor Selfridge-Field には、留学中論文調査の方法、研究の根本的な部分について御指導をいただいた。最終的には分野が異なってしまったが、研究者として基本的な部分を教えていただいた。

本研究には、事例分析が不可欠だったため、多くの方に取材という形で御協力をいただいた。御協力いただきながら、論文内に記述できなかったものもあるが、記述したのものも含めて研究に大いに役立ったことを記しておきたい。

取材に御協力いただいた、原麻めぐみさん、WIDE プロジェクトの桃井康成さん、萩野純一郎さん、山本和彦さん、西田佳史さん、南政樹さん、木本雅彦さん、朝日新聞社の福山栄子さん、山崎木綿子さん、政策・メディア研究科の高崎航也さんに深く感謝したい。特に、福山栄子さんには朝日新聞の著作権に関して調べていただいた。

本研究の問題意識のきっかけとなった、別姓系コミュニティの皆様には、データの積極的な提供を頂いた。特に水島広子さん・長谷川聡さんご夫妻、宮下恵美さん・安齋尊顯さんご夫妻、服部由香里さん、渡辺栄作さん、渡辺真紀さんにはお忙しい中取材に御協力いただいたことに、心から感謝を表したい。実は、この論文の執筆中に、コミュニティ内に大きな機会が訪れた。衆議院公認候補となられた水島広子さんに対し別姓系コミュニティがそれぞれの役割分担で動き始めている。サイト開設から半年の間に、信頼関係に基づいた役割を担えたことで、改めてネットワークが持つ可能性を感じている。

政策・メディア研究科博士課程宮川祥子さんには、研究内容全般について非常に親身に御指導いただき、また相談に乗っていただいた。

慶應義塾大学 SFC 研究所訪問研究員新美誠さんは、テーマ変更のきっかけを与えてくれ、コンスタントに関連情報のポイントを示してくださった。心よりお礼を申し上げます。加えて、学部時代から共に作品制作をしてきた、政策・メディア研究科修士課程川下和彦さんをはじめとする EEN プロジェクトのみなさん、政策・メディア研究科博士課程石橋啓一郎さんをはじめとする村井研究室 PIE のみなさん、郵政省通信総合研究所の大野浩之博士をはじめとする Sensorium-SFC のみなさんに感謝したい。

最後になったが、同じく修論を抱えながらも心身共に支えてくれた、夫の土井裕介、修士課程への進学というわがママを許してくれた両親をはじめとする家族に心から感謝する。

参考文献 / 資料

- [1] 池田謙一編『ネットワーキング・コミュニティ』東京大学出版会 (1997)
- [2] 大月隆寛「<部落差別>が鬼畜野郎のおもちゃになった日」『おかしなネット社会』別冊宝島 428号 pp38-49 宝島社 (1999)
- [3] 岡本茂 / 大島邦夫 / 堀本勝久『最新パソコン用語事典』技術評論社 (1999)
- [4] 金子郁容「ネットワークが「階層」揺るがす」『ゆらゆらインターネット時代』 pp008-014 春秋社 (1999)
- [5] 河合敬一、牧兼充「日本のインターネットの発達年表」(1999)
- [6] 金子満『メディアコンテンツの制作』CG-ARTS 協会 (1998)
- [7] 黒坂達也「ネットワークコミュニケーションによる組織形成プロセスの研究～インターネット弁護士協議会メーリングリストの事例分析」修士論文 (1998)
- [8] 佐藤卓己『現代メディア史』岩波テキストブック (1998)
- [9] CG-ARTS 協会編『社会論編マルチメディア標準テキストブック』CG-ARTS 協会 (1997)
- [10] スティブン・リービー「e ライフの夜明けが着た」Newsweek vol.14 No.43 pp44-60 (1999)
- [11] 竹村真一「感性のジグソーパズル」『情報文化の学校』 pp164-180 NTT 出版 (1998)
- [12] 「マーケティングサイトを創る」『日経ネットビジネス No.48』日経 BP (1999)
- [13] 「掲示板・チャット・ペーজァーの魅力」『日経ネットナビ No.42』(1999)
- [14] NIFTY ネットワークコミュニティ研究会『電縁交響主義～ネットワークコミュニティの出現』NTT 出版 (1997)
- [15] 橋本岳「地方自治体による『電子地域コミュニティ』づくり～現状把握と先進サイト事例研究」修士論文 (1997)
- [16] 橋元良明、辻 大介、福田 充、森 康俊、柳澤 花芽『女性のインターネット利用実態～第2回 ASAHI ネット加入者アンケート調査結果から～』東京大学社会情報研究所調査研究紀要第11号 (1998)

- [17] 牧野武文 『インターネット社会の幻想』 アルク (1999)
- [18] 松岡正剛 / 金子郁容 / 吉村伸 『インターネットストラテジー』 ダイヤモンド社 (1995)
- [19] 三田真美 「電子コミュニティ上の摩擦に関する一考察～場のプロトコルをわかちあう祝祭」 修士論文 (1997)
- [20] 村井純 『インターネット II』 岩波書店 (1998)
- [21] 安田雪 『ネットワーク分析』 新曜社 (1997)
- [22] 矢野さよみ 「インターネット利用者動向」 日本インターネット協会編 『インターネット白書'99』 pp27-64 インプレス (1999)
- [23] 山形浩生 「淋しい電腦コミュニティ」 『おかしなネット社会』 別冊宝島 428号 pp168-176 宝島社 (1999)
- [24] 山根祐作 「政治の話もネット論壇なら言える」 1999年11月4日付朝日新聞 (1999)
- [25] 『ホームページ繁盛の法則』 別冊宝島 449号 宝島社 (1999)
- [26] Elliot ARONSON, "The Social Animal" W. H. Freeman and Company (1992)
- [27] Tim Roy Jordan
"Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace" Proceedings of INET99 (1999)
- [28] Tim Roy Jordan
"A Sociology of Hackers" Proceedings of INET98 (1998)
- [29] Shoko MIYAGAWA, Ikuyo KANEKO, Jun MURAI
"Making Networked Communities Work" Proceedings of INET98 (1998)
- [30] Akiko ORITA, Shoko MIYAGAWA, Makoto NIIMI, "Network Communication Brings Opportunity for Minority: Identity of Woman at Home" Proceedings of INET99 (1999)
- [31] Akiko ORITA, Makoto NIIMI, Jun MURAI "The three ways the Internet empowers an ordinary individual: How women in Japan advocate and express themselves" INET2000 発表予定 (1999)
- [32] Sherry TURKLE, "Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet" (1995)
- [33] Martin VYSTAVIL
"Virtual Community: Seeking the Real influence" Proceedings of INET98 (1998)
- [34] 第10回 CSJ 利用者調査結果
<http://www.csj.co.jp/www10/>

- [35] 日本のパソコン通信 BBS 情報
<http://member.nifty.ne.jp/yasubee/>
- [36] 市川@富士通研 「私家版 fj の歩き方」
<http://www.phys.s.u-tokyo.ac.jp/local/around-fj/around-fj-j.html>
- [37] 楠 哲士 , 橋本 純一 「ネットニュースを活用しよう」
<http://member.nifty.ne.jp/usr/negi/news.html>
- [38] INTERNET Watch 編集部 「電子メールマガジンの作り方」
http://www.watch.impress.co.jp/internet/www/column/m_mag/mag12.htm
- [39] ヨシユア・アレン 「ウェブで書くということ」 HotWired Japan (1999)
<http://www.hotwired.co.jp/webmonkey/99/31/index0a.html>
- [40] 今井佑 「SFC Antena」
<http://www.sfc.keio.ac.jp/s98106yi/hina/index.cgi>
- [41] Michio.K 「ACCESS 向上に効果のあるサーチエンジン」
<http://www.alpha-net.ne.jp/users2/michiok/access/inbex.html>
- [42] 白象 「検索エンジンベスト 10 を選ぶ」
<http://www2u.biglobe.ne.jp/~hakuzou/Link-X4.htm>
- [43] 一発太郎
<http://ippatsu.net/TARO/>
- [44] Yahoo ! Japan
<http://www.yahoo.co.jp/>
- [45] Goo
<http://goo.ne.jp/>
- [46] インターネットの本屋さん 「まぐまぐ」
<http://rap.tegami.com/mag2/>
- [47] Macky
<http://macky.nifty.ne.jp/>
- [48] ココデ・メール
<http://mail.cocode.ne.jp/>
- [49] Click Income
<http://www.clickincome.net/>
- [50] @ Nifty ホームページ
<http://www.nifty.com/>

- [51] ML News
<http://www.mlnews.com/>
- [52] ジオシティーズジャパン～日本最大のコミュニティサイト
<http://www.geocities.co.jp/>
- [53] Freeweb
<http://www.freeweb.co.jp/>
- [54] Tea Cup Communication
<http://www.tcup.com/>
- [55] Ultra Ranking
<http://www.ultraranking.com/>
- [56] 黒沢バーチャル地所
<http://www.kurosawa.com/>
- [57] 原麻めぐみ 「Megumi's Home Page」
<http://www.linkclub.or.jp/~megumi/index.html>
- [58] 原麻めぐみ 「Happy Marriage」
<http://www.linkclub.or.jp/~megumi/happy/>
- [59] 朝日新聞社 「女性発 532.asahi.com」
<http://ntt.asahi.com/532/>
- [60] 水島広子 / 長谷川聡 「別姓夫婦のためのペーパー離婚のすすめ」
<http://www.page.sannet.ne.jp/ayakom/>
- [61] 安齋尊顯 / 宮下恵美 「Appendix」
http://www.hi-ho.ne.jp/taka_anzai/
- [62] 服部由香里 「TORI's Garden」
http://www02.u-page.so-net.ne.jp/cb3/y_tori/garden/home.html
- [63] 渡辺栄作 「夫婦別姓の法律学」
<http://plaza8.mbn.or.jp/~eighsaqu/besseylaw.htm>
- [64] 渡辺真紀 「Mi Piace」
<http://plaza.across.or.jp/~maki-w/>
- [65] 折田明子 / 土井裕介 「Penguin's Nest」
<http://www.geocities.co.jp/HeartLand-Suzuran/2421/index.html>
- [66] 水島広子 「水島広子のコミュニケーション正常化作戦」
<http://www.mizu.nu/>

付録A 取材全容「Megumi's Home Page」

「Megumi's Home Page」について

以下は、99年10月に行った電子メールによる原麻めぐみさんへの取材の全文である。電子メールは、毎回全文引用の形で行われた。これは原麻さんの希望で、誤解やミスを最小限にとどめる目的である。

Q1) ページを始めたきっかけと動機

ホームページ自体は以前から作りたと思っていました。

しかし実際にじゃあ、どんなページを？と考えると、自分には発信できるようなデータはないなあ、と躊躇していました。そんな折り、96年末に結婚が決まり、情報を求めてWebを検索したところ、私が望んでいたような「体験記」のようなモノは見付かりませんでした。あっても中途半端なものでした。

その時に、自分で書いてみようかと思い立ちました。これならば読みたいと思う人が、私のようにいるかも知れない。そこでリアルタイム報告の結婚準備日記を書くコトにしました。

2) 読者を増やす努力をされましたか？あるいは、いつのまにか読者が増えましたか？

せっかく作ったページなのでアクセスは増やしたいと思いました。なので、あちこちのサーチエンジンに登録をしました。また更新は出来るだけマメに、読者が読んで面白いと思える文章（独りよがりでないもの）を書くようにしました。メールの返事も必ず書きました。（これは嬉しかったから、ですが。）

読者は徐々に増えていったと思います。

a) 何がきっかけで読者が増えたと思いますか？

やはりまめな更新でしょうか。毎日同じ時間に更新するようにしたので、行けば必ず更新されているという安心感があったのではないかと思います。

b) どのコーナーの読者がもっとも多いですか？

毎日更新している日記が圧倒的です。

3) 個人のページですが、読者を意識したページ作りをしていますか？

しています。人が見て面白いと思わないページは、作っても仕方ないと思います。もちろん個人の自由なので、そういうページを作りたい人は、それで良いと思いますが。

4) このページを通じて知り合った友人はいますか？

友人と言えるかは分かりませんが、定期的にメール交換をしている人や、掲示板の常連さん、たま～にオフで会う（でもほとんどありません）人はいます。しかし個人情報を知らない人ばかりなので、ネットがなくなったら、連絡は取れません。

5) 日記を書き続けることは、あなたにとってどういう意味を持ちますか？

Web日記を書くと言うことは、趣味というか遊びです。もともと文章を書くのは好きでした。日記を通して知らない人と交流を持てるのは面白いです。情報交換も出来ますし。

6) 普段の生活において、このページはどういう意味を持ちますか？

うーむ、難しい質問です。なくなったら悲しいけれど、生活には困りませんね。やはり、趣味（遊び）ですから。

7) 自分が書きたいから書く、というよりは、誰かの役に立てるように書いてみたい、ということでしょうか？

そうです。ホームページを作るからには、人に見てもらわないとつまりません。人に見てもらうためには、読みたいと思われるデータでないといけません。そうすると、自分が書きたいことを書くのもありますが、人が読んで面白い or 役に立つものを発信したいと思いました。

8) 最初のころ、および現在の日あたりの読者数はどのくらいでしょうか？

最初の頃は1日に30ほど（その内の10くらいは自分かも）今はコーナーにもよりますが、1日に600~800くらいです。

9) サーチエンジンに登録することで読者は増えましたか？

増えたと思いますが、劇的ではありませんでした。ヤフーから飛んでくる人はそれなりにいるようですが、他のサーチエンジンからはパラパラです。

10) BBS を設置されたことで読者の数は変わりましたか？

BBS設置で増えたと感じたコトはありません。でもリピーターが増えるので、結果的には増えているのかも知れません。

11) 「このときに増えた！」と思った時期は、ページを開設してからいつ頃ですか？

毎日更新をするようになった、開設3ヶ月後頃でしょうか。

12) 日記の読者は固定していますか？新しい読者は増えていますか？

アクセス数がほとんど変わらないので、固定していると思います。新しい人も増えていると思いますが、その分、飽きて来なくなった方も増えている？ので、とんとんという感じでしょうか。

13) 読者を意識する場合、日記の書き方は「ごくふつうの日記」とは違うものになりますか？

一般に想像されるような「ごくふつうの日記」を書いているとは思っていません。公開を前提とした「エッセイ」だと思っています。ネタ的には、毎日書いているので日常の出来事が多くはなりますが、書くコトは選んでいます。

14) ページの読者の方と、ネット以外の場所で会うことは、ほとんどないということでしょうか？

ありません。

あくまでもサイトを通じての交流です。機会があれば会ってみたいとは思いますが、実現まで至りません。

付録B 取材全容「TORI's Garden」

「TORI's Garden」について

以下は電子メールによる服部由香里さんへの取材の全文である。

Q1) サイトを作った理由 / きっかけ

以下の2つの理由による。

(1) 買ってしまったPCを有効活用したかった。

「ディスプレイの性能確認」という目的のためだけにパソコンを購入してしまった。初期の目的を達成した後用途に困り、流行の「個人HP」を作ってみた。

* 当時、液晶材料の開発をしていた私には、新タイプの液晶ディスプレイの性能確認が必要でした。会社のお金で買ってよかったのですが、固定資産となる価格だったので手続きが面倒... それなら、というわけで自分で買いました。

(2) 通称使用状況に関するアンケート結果を、広く知らしめたかった。業務上、通称使用するための交渉材料として、他企業での状況を調べてみた。ところが、まとまったデータが見つからなかったためやむを得ず友人（もしくはその友人）を対象にアンケート調査を行った。その際、データ公開を前提とした。理由は、同様の交渉を行っている人に対してデータ提供したいためであった。

Q2) サイトの一日あたりのアクセス数

通常 10 ~ 20 件。一度だけ 5000 件というときがあった。エッセイに「ワールドカップ」という字句を載せた直後のこと。自動検索で引っかかったためと思われる。

Q3) どのコーナーから制作をはじめましたか？

「通称使用状況アンケート」

Q4) このサイトを作って、

Q4-b) よかったこと

(1) 期待した通り、通称使用交渉で悩む方々の一助となっている。

(時折、交渉にアンケート結果を使いたいというメールをいただく)

(2) 請願書配布を始めたことにより、民法改正の一翼を担っている。海外も含めて約 150 名の方からメールをいただいている。特に街頭での署名活動に参加困難な海外在住の方にとっては、民法改正に参加できる唯一の機会と思われる。

(3) 仕事以外の世界を持つことにより自信ができた。就職後、時間的に会社以外の生活がなかった私だが、時折新しいコンテンツを考えるようになっただけでも視野が広がった。さらに、上記 (1)(2) のような事柄を通して、「所属企業名によらず世間に通用する自分」を発見できた。

Q4-c) 悪かったこと

特になし。敢えて言えば、時折、揚げ足取りとしか思えないメールを受け取ること

Q5) 掲示板をご自分で持たない理由は何ですか？

管理する余力がないため。趣味だけのサイトであれば、ゲスト同士が中傷し合うような事態はないと思われるが、「夫婦別姓」「女性と仕事」といった内容を扱う限り、不定期に掲示板が荒れる事態は避けられない。その際、責任をもって管理するだけの気力、時間がないため。

Q6) 今までに署名用紙は何人ほどにお送りしましたか？

約 150 名

Q6-b) 署名用紙の請求が増えた時期はどのような時ですか？

(1) 他の別姓系サイトの掲示板で宣伝したとき。特に「民法改正ネットワーク」が有効。

(2) ASAHL.com で取り上げていただいたとき

Q7) リンク集はどのように作っていききましたか？

当初半年程度；サーチエンジンで探して気に入ったサイトをラインアップその後；相互リンクの申し込みをいただくようになった

他のサイトとの関わりについて

Q1) 他のサイトの掲示板に参加するきっかけ

当時面識のなかったエイサクさんからのメール。

「ペーパー離婚再婚のページに TORI's Garden を紹介したので見て欲しい」という内容であった

Q2) いくつかの掲示板をどういうふうに参加しわけていますか？

いずれの掲示板でも、「通称使用に関しては何かコメントする」を原則としている
「法律学」「Appendix」「penguin」；上記以外、特に意識していない。

「離婚再婚」；必要以上に発言しない。初めて別姓系の掲示板に参加するという人が多いため、常連のログで埋もれさせないように。

「民法改正ネットワーク」；適宜、署名用紙についての宣伝に利用。

全般

ご自分のサイトを持つことは、実生活に対してどのくらい影響がありますか？

時間的な影響；これまでボーっとしていた休日を充てているので軽微。

精神的な影響；社会に対する好奇心が増大。「これはネタにできないか」という目で世の中を見るようになったため。

つながりについて

Appendix, 離婚再婚、法律学、Hakka's Highland, ふつうに事実婚など他の別姓系サイトのネットワークの中で、「TORI's Garden」のサイトはどのような役割を果たしているとお考えですか？また、これらのつながりはどのように生かしていくべきとお考えですか？

役割；

「通称使用」に関して、できるだけ多く、実例に基づいた情報を提供すること。同時に、「事実婚」「離婚再婚」といった選択肢の存在を紹介すること。

別姓系サイト間ネットワークの今後；

サイト主宰者同士が連携して、実社会での民法改正を既成政党とは独立して推進する

ようにしていくべき。具体的には、水島さんのような政治家を勝手連的に応援することや、各種業界団体や政治家に対して民法改正を訴えることなど。

その際、「自然発生した市民の集まり」という点がポイントだと考える。既存のイデオロギーや各種団体間の利害関係とは関係なく、「民法改正が必要だ」と感じている市民が増えつつあることを、ネットに無縁の人たちにアピールし、理解してもらえない限り、「アカ」「女権拡張論者」といった時代錯誤な誹りを受けることは必至である。

付録C 取材全容「ペーパー離再婚のす すめ」

「ペーパー離再婚」について

以下は電子メールによる水島広子さん、長谷川聡さんへの取材の全文である。

Q1) サイトを作った理由 / きっかけ

ストレートに「別姓問題」を扱うよりも、「ペーパー離再婚」というこれまであまり注目されて来なかった切り口で責めることで、話題性を提供できるのではないかと考え、民法改正のための一助になればと思い、作りました。

Q2) サイトの一日あたりのアクセス数

アクセスカウンターによると平均50くらいようです。

Q2-b) どのコーナーのアクセスが一番多いか (可能なら)

ページごとのログは取っていないので不明です。

Q2-c) 掲示板の一日あたりのアクセス数

これもアクセスカウンターによると平均100くらいですが、加熱具合によって、50～1000とかなりばらつきがあるようです。

Q4) どのコーナーから制作をはじめましたか？

とにかく形にしなければいけない、ということで、「わが家の夫婦別姓」、「なぜ『ペーパー離再婚』か」、「作者紹介」のコーナーを一気に作ってアップしました。その他のコーナーは、逐次加えていきました。

Q5) 掲示板設置のきっかけ / 意図

皆さまの生の声が聞きたかったことと、情報交換をすることで、この問題に対する関心をさらに広められればと考えたからです。

Q6) 掲示板で困ったことは？ / その対処に何を心がけましたか？

特に困ったことというのはありませんが、荒らしまがいの書き込みに対しては、削除・出入り禁止にするタイミングが難しいです。また、賛成派、反対派の論争が高じてケンカに発展した場合、仲裁者として、どのような態度を貫くべきかの判断も苦慮するところです。

Q7) このサイトを作って、、

Q7-b) よかったこと

ネット界における民法改正勢力の厚みを増すことに多少なりとも貢献できたこと。同じ考えを持つ、多くの仲間ができたこと、などです。

Q7-c) 悪かったこと

ありません。

「水島広子のコミュニケーション正常化作戦」について

Q1) サイトを作った理由/きっかけ

選挙に立候補するにあたり、水島広子の考えを皆さま方に伝えるため。コミュニケーションの重要性について世間に訴え、この面から社会を変える一助としたいと考えたため。

Q2) サイトの一日あたりのアクセス数

まだ開設して日が浅いので、統計は取れませんが、20～30程度だと思われます。

全般

ご自分のサイトを持つことは、実生活に対してどのくらい影響がありますか？

小さいながら社会に向けて情報を発信しているという責任感と緊張感が生じます。立候補に関しては、掲示板でAERAの話題がよく出ていたことから購読を始めたのがそもそものきっかけです。また、掲示板で公募の話題が盛んに話し合われたことも応募する大きな後押しとなりました。

つながりについて

他の別姓系サイトのネットワークの中で、「離再婚」のサイトはどのような役割を果たしているとお考えですか？また、これらのつながりはどのように生かしていくべきとお考えですか？

当サイトをご覧になったことがきっかけでご自分のサイトを作られた方もおられるようです。HPは、ほとんど追加投資することなく、誰でも簡単に作れる便利な媒体であり、また影響力も少なくないと思いますので、ぜひ、1人でも多くの方に開設していただき、民法改正に向けての大きな力としていきたいものです。今回の立候補の件に限らず、こうして出来たネットワークはあらゆる場において、活用していくべきだと思います。

付録D 取材全容「Appendix」

「Appendix」について

以下は電子メールによる宮下恵美さん、安齋尊顯さんへの取材の全文である。

Q1) ページをつくったきっかけは？

プロバイダと契約したとき、無料でホームページを作れるとのことだったので、何かしようと思った。最初は旅行記、夫婦別姓、ダイビング、クラシックの4コーナーだけだった。

Q2) 夫婦別姓コーナーをつくった理由は？

「ペーパー離婚」のページのように運動的なものではなく、「たまたま」自分たちが別姓だったので書いてみた。

Q3) 掲示板を作った理由は？

夫婦別姓のコーナーを作るようになってから、個人的な相談メールが来るようになった。そこで、質問がある人は何でも聞けるように掲示板を設置した。議論は他の掲示板(ペーパー離婚)にまかせて、サロンのなものにしたかったが、「困ったさん」が参加してくるとひどいことになる。

メールは個人的な内容で、名前も書くことになるが、掲示板だと匿名で軽いことも書きやすい。やりとりを公開しているため、それに対していろいろ返事がつくが、なんとなく来た人にとっては厳しいかもしれない。自分の意見を否定されるのが怖い人もいるし。

メーリングリストの場合、閉じたコミュニケーションのため、反対派はなかなか入ってこない。また、知ってる人がいないとなかなか入れないし、発言もしづらい。掲示板の場合、反対派など違う意見が入ることによってより活発な議論が展開される。また、オープンなため、発言はしない人も、手軽に情報を仕入れることができる。

賛成意見と反対意見の対立が、活発化につながるのではないか。反対派が書き込んでいるときには、掲示板をこまめにチェックするように注意している。非論理的な書き込みが多発する場合や、他人に攻撃が向いた時は特に注意が必要。

最初のころは、書き込みが少なかった。毎回見に来てくれるひとのおかげで励まされた。忘年会という形でオフ会をしたが、そのあとは気軽に書き込みができるようになった。それまでは覚悟が必要だったのかもしれない。

Q4) 他のサイトの掲示板と自分の掲示板の違いは？

新規の話題は自分の掲示板で必ずとりあげるが、他の掲示板でも興味がある話題がでた場合には、それぞれフォローするようにしている。

Q5) リンク集を作った理由は？

掲示板のやりとりや、ページの内容のための裏付け資料を探していて、それを忘れないように自分のためにリンクを作った。いちいち必要な資料を探しに行く手間がもったいないので、ダイレクトに飛べるように作ってある。ただし、リバイスは大変。データが新しくなったり、新たな資料がでてきたときにチェックしなくてはならない。

関心を持ったことや、掲示板で聞いたこと、他人への説得力を持つものを探した。

Q6) 夫婦別姓ページを書くにあたって注意していることは？

勉強したこと、体験したことをそのまま書いた。忘れないように。基本的には自分の文章しかのせない。責任の所在を明確にするために、他人が書いた記事は使用せず、また実名で書いている。

Q7) 夫婦別姓についてインターネット上で書くことの意味は？

実際に会うことができる人は、行動範囲によって限られてしまう。だが、インターネットだと関心がある人はすぐに集まることができる。以前は情報を得るためのコストや、人に会おうため、会合に参加するためのコストが非常にかかっていたが、インターネットを利用するとそのコストは大幅に軽減される。

Q8) 他の別姓サイトからの影響は？

「ペーパー離婚」(水島)や「TORI'S Garden」(服部)などがあった。ペーパー離婚は、掲示板がメインで TORI は記事がメインなサイト。前者の掲示板は議論が激しく、恐かった。

TORI 氏の影響や励ましによって、ページが成り立っていった。

Q9) どうやって宣伝していったか？

Yahoo に登録してから、1日あたりのアクセス数が2桁になった。また、TORI さんのところからもリンクを張ってもらった。

付録E 取材全容「夫婦別姓の法律学」

「夫婦別姓の法律学」について

以下は電子メールによるエイサクさんへの取材の全文である。

Q1) サイトを作った理由 / きっかけ

元々夫婦別姓が卒論のテーマで、社会に出てしばらく離れていたこの問題を再び勉強するために「離再婚」の掲示板に参加したのがそもそものきっかけです。

その後「離再婚」の法律コーナーを担当し、自分の知識が役に立つことが分かり、かつ、既に卒論の「夫婦別氏論」という資源を持っていたのでそれを改訂して公開することにしました。

Q2) サイトの一日あたりのアクセス数

トップページで平日100ヒット前後、休日50ヒット前後です。

Q2-b) どのコーナーのアクセスが一番多いか (可能なら)

掲示板です。平日150～200ヒット、休日50～80ヒットコンテンツごとにカウンターを置いていないのでそれ以外は分かりません。

Q3) どのコーナーから制作をはじめましたか？

「夫婦別氏論法律学概論」です。

Q4) 掲示板設置のきっかけ / 意図

感想・質問の収集。始めは議論掲示板にするつもりはありませんでした。

Q6) 掲示板で困ったことは？ / その対処に何を心がけましたか？

書き込み者同士のケンカ。更に管理者である僕が仲介に入ったはずが更にケンカに巻き込まれてしまったこと。紛争解決には中立を心がけますが、必要以上に関与するとかえって話しをこじらせる傾向があるので、最近では出来るだけ口は出さずになりゆきに任せるようにしています。

Q7) このサイトを作って、、

Q7-b) よかったこと

情報や意見の収集が自分のペースで出来るようになったこと。仲間が増えたこと。人生変わりました。

Q7-c) 悪かったこと

人生変わってしまいました。(笑)

全般

ご自分のサイトを持つことは、実生活に対してどのくらい影響がありますか？

人生変わっちゃった。(爆)
人から「市民運動家」と言われたこともあります。
管理に時間を取られてネットにかかわる時間が大幅に増えました。
ネットの人間関係が実生活でもメインに近い人間関係になりました。

つながりについて

他の別姓系サイトのネットワークの中で、「法律学」のサイトはどのような役割を果たしているとお考えですか？また、これらのつながりはどのように生かしていくべきとお考えですか？

事実上、掲示板でのやり取りを中心にコミュニティが成り立っていると思うのですが、書き込み数や開設時期、オフ会への関与の度合からして、「離再婚」「Appendix」とともに中心的役割を担っていると思います。

別姓系HPそれぞれに特徴がありますので、情報の共有と分業、つまり、適材適所に情報を融通しあい、かつ、どこに行けばどのタイプの情報があるのかがすぐに分かるようなシステムを作っていければと思います。既に実行されてはいますが、コミュニティにいる人は分かっても、初めての人にとっては、まだまだ分からない状態だと思います。

付録F 取材全容「Mi Piace」

「Mi Piace」について

以下は電子メールによる渡辺真紀さんへの取材の全文である。

Q1) あなたが web サイトを立ち上げたきっかけは何ですか？

友人のサイトを見て、自分もネットを使った自己表現をしたいと思ったことです。

2) どういうサイトにしようと考えていましたか？

自分の関心事について、面白くてためになる、そんなサイトを目指しました。

Q3) 見に来た人とのコミュニケーションの手段として、何をしようと思いましたが？

掲示板、感想を送るフォーム、プレゼント企画などです。

Q4) らいてう ML を作ったきっかけは何ですか？

夫婦別姓、事実婚について情報交換したり本音を語り合うMLを探していたのですが、見つからなかったため自分で作ることにしました。

Q5) らいてう ML をどうやって宣伝しましたか？

自分のWEBサイトと月刊MLのホームページ上で。現在は、リンクしている他の別姓のサイトの宣伝効果が大きいです。

Q6) Web サイトを作っていて「よかった！」と思うことは何ですか？

思い掛けない、多様な人との出会いと交流ができること。

Q7) Web サイトを作っていて「嫌だった」と思うことは何ですか？

掲示板への悪意の書込み位で、他にはありません。