

# 第3・4回

## 情報通信技術とコミュニティ

- ・ 文化 culture

- ・ 社会を構成する人々によって習得・共有・伝達される行動様式ないし生活様式
- ・ 言語・習俗・道徳・宗教・制度など
- ・ 個別文化は独自の価値を持つ
- ・ 情報技術による、文化の基盤となるコミュニティ（共同体、地域共同体）の変化

# コミュニティ

- **社会** society
  - 複数の人びとが持続的に一つの共同空間に集まっている状態, またはその結びつきを社会という
- **共同体** community
  - 生活の共同性がいちじるしい社会集団
  - 原始共同体, 村落共同体というように歴史学的概念として使われることが最も多い
- **アソシエーションと対置する概念** 【R.M.マッキーバー, 1917】
  - アソシエーション association (機能社会)
  - いろいろな関心にもとづいて成立する利害関係的集団

【松原治郎, 世界大百科事典2版】
- **地域コミュニティ(地域社会)**
  - 1960年以降地域社会の様相が変化
  - 地域社会再形成 → コミュニティづくり
- **インターネット上の社会にはコミュニティが使用**
  - 持続的に一つの共同空間に集まっているわけではない

# 地域コミュニティ 対 インターネットコミュニティ

- 地域コミュニティ
  - 特定の地理的な地域コミュニティ
  - societyも使用される
- インターネットコミュニティ
  - 情報通信技術が実現したコミュニティ
    - バーチャルコミュニティ
    - 電子コミュニティ
    - Webコミュニティ

# 地域コミュニティ

- 地域共同体としてのコミュニティー
  - 地理的な枠組みが基本となる社会的共同体
  - 自然的契機 (血縁, 地縁など) にもとづいて成立する集団
    - (1) 地域社会, 村落共同体
    - (2) 市民としての自主性と主体性と責任の自覚
    - (3) 地域への帰属意識
    - (4) 共通の行動を行おうとする態度
    - (5) 人々が一致して地域集団活動を展開させるときに発現  
【松原治郎, 世界大百科事典2版】
  - 同じ場所に住んでいる個人や家族が生活を通じて幅広いコミュニケーションを行なっている
    - 生産、消費、労働、教育、医療、祭りなど生活に必要な機能を含む
    - 相互扶助の意味が含まれる

# 地域コミュニティの特徴

- 言語による対面のコミュニケーションが基本
  - 個－個のコミュニケーション
  - 家族－家族のコミュニケーション
- 非言語表現が含まれる
  - 表情、身振り、挨拶
  - 言語によるトラブルが生じてても人間関係が保持される
- 相手が特定できる
  - 個人・家族の情報
- 継続性がある

# コミュニティと国家

- 国民国家
  - コミュニケーションの統一された場所
  - 地域コミュニティの延長は民族国家
  - 多くは複合的な民族構成
- 国民の概念
  - 同じ文字を読む体験をとおして結びついた想像の共同体
- 言語文化の意識的な均質化
  - 印刷技術、出版物が大きな貢献
  - 国家間の言語文化の壁が高い

# コミュニティの変化

- 社会機能が分化
  - 生産、消費、教育などの機能が分化
- 地域から機能に特化したコミュニティの出現
  - 実態を伴った機能別コミュニティ
  - 企業のような組織共同体の成立
  - 機能的コミュニティ・関係的コミュニティ
  - 多様なコミュニティへの参加
- 地縁・血縁の機能の弱体化
  - 人と人とのコミュニケーションの減少
  - 人間関係の希薄化
  - 家族の孤立化、相互扶助・隣組の絆意識の希薄化

# メディアの進歩と コミュニケーションの変化

- 話し言葉による対面コミュニケーション
  - 地域共同体
  - 個人:個人(非言語的情報を含む)
  - パーソナルメディア(言葉)
- 印刷技術による言語文化圏確立
  - 15世紀の印刷技術の発明
  - 国民国家の成立に寄与
  - 最初のマスメディア(文章の複製)

- マスメディアによるコミュニケーション
  - 遠隔の不特定多数の人に同一の情報を伝達
  - 非対面**一方向**コミュニケーションの成立
  - マスメディア(ラジオ・テレビ)
- 情報技術による新コミュニケーション
  - 非対面**双方向**コミュニケーションの成立
  - 電子メディア(インターネット)
  - 時空間の制限からの開放
  - 対面から非対面へ
  - 個-個から個-多から多-多へ

# 新らしいコミュニケーションと コミュニティ

- 情報技術による新形態のコミュニティ
  - 実態を伴わないバーチャルコミュニティ
  - 双方向のコミュニケーション
  - テーマ毎のコミュニティ
  - 文字によるコミュニティ
- 具体例
  - メーリングリスト
  - 掲示板: 2channel
  - SNS: Mixi, MySpace
  - e-learning
  - Second Life

# goo コミュニティ

- 2008 5項目
  - メール
  - **教えて! goo**
    - 質問者と回答者を結びつける知識のマッチングサイト。
  - ブログ
    - ブログで情報発信思いのまま！ブログの検索もできます。
  - e-カード
    - 無料で送れるBGM付きのグリーティングカードです。
  - 掲示板
    - 趣味の話題で仲間と盛り上がろう。簡単に参加、投稿できます。
- 2009年
  - メール
  - **教えて! Goo**
  - ブログ
- 互酬性によるコミュニティ

# 2ちゃんねる

<http://www2.2ch.net/2ch.html>

- 掲示板
  - 「ハッキング」から「夜のおかず」までを手広くカバーする**巨大掲示板群**です。。。
  - 気兼ねなく、会社、学校、座敷牢からアクセスできるように、**発信元は一切分かりません**。お気楽ご気楽に書き込んで下さい。
- 使い方 & 注意, 2ちゃんねるは本当に匿名なの？
  - 全てのIPアドレスまたはホスト情報を記録
  - 基本的に接続情報などが知られることはないため、匿名と考えても差し支えない。
  - 警察や裁判所からの要請など以外に、取得した接続情報等を流用することはない。
  - <http://www2.2ch.net/2ch.html>
- 匿名のコミュニティ

# Mixi

- SNS(Mixi, MySpace)
- **マイミクシ**
  - 友人を mixi に招待する
- 日記・コメント
  - .ちょっとした意見の食い違いで、日記やコメントで言い争いが起こってしまうケースがあります。(略)2008
- コミュニティ
  - コミュニティは mixi 内の公の場です。さまざまな人が同じ趣味や志向で集まっています。(略)インターネット上でのマナーやルールを理解した上で、他の人の迷惑となる行為は慎みましょう。2008
  - 発言や投稿等は、ご自身の責任においておこなっていただくようお願いします。人によっては悪意がない発言でも、第三者にとっては不愉快に感じられ、トラブルに発展してしまうケースもあります。(略)相手に反対する意見等を書き込む際は、もう一度書いた文章を読み返し、無用なトラブルは回避するよう努めましょう。2009
- コミュニティの同質性
  - 選択的なコミュニケーション手段ともいえる

# Second life <http://secondlife.com/world/jp/>

- **Account Summary**
  - ベーシックアカウントは利用料金がかからず、無料でゲームを始められます
  - プレミアムアカウントはメインランドに土地を持つことができます
- バーチャルなアイデンティティによるコミュニケーション手段
- **Land Holdings**により場の提供を可能にしている

# インターネットコミュニティの特徴

- ①コミュニケーション共同体 ← 地域共同体
  - 機能に特化したコミュニティ
    - 話題・興味に特化
    - コミュニティ毎に特定のテーマ・トピックを共有
  - 地域から遊離したコミュニティ ← 地域コミュニティ
    - 地縁・血縁を切断したコミュニケーション
    - 地域共同体のような社会全体の結びつきは無い
    - 全体のバランスが崩れやすい
  - 価値判断はコミュニティ毎の規範
    - 全体的なバランスで解決が図られることはない
  - 地域コミュニティの分散
  - 現実世界との弱い連携
  - グローバル化

- ②匿名のコミュニティ
  - 相手が特定できない
  - 匿名をたもちつつ親密さ、信頼性を高める工夫
  - プロファイル
    - 横側からみたときの顔の輪郭
    - 普通とは違った角度から見た人物評
    - 新しいプロフィールを持つ
    - バーチャルなアイデンティティ

- ③ 制約からの解放
  - 時間的制約からの開放
    - ライブでなくてもコミュニケーション可能
    - いつでも利用できる
  - 空間的・地理的制約からの解放
    - 遠く離れていても参加可能
    - 使用場所を問わない
    - どこからでも利用できる
  - 利用者制約からの解放
    - 誰でも・誰とでも利用できる
    - 多－多のコミュニケーション

- ④ゆるやかな人間関係
  - 緩やかな組織体・緩やかな人間関係
  - 緩やかに知っていることが重要
- ⑤場の提供
  - コミュニケーションの場
  - サイバースペース
  - ここに来る、明日も来ます
  - 場:各部分が相互につながりをもった全体構造として人間に作用し、行動の仕方や様式などを規定している力として考えられた状況(スーパー大辞林)
  - 場所(H.ラインゴールド)
    - ①住んでいる場所
    - ②働く場所
    - ③陽気に楽しむために集まる場所

- ⑥文字によるコミュニケーション
  - 非言語表現(表情、身振り)が含まれない
  - 特定の話題に関する意図のある情報
- ⑦トラブルが生じやすい
  - 文字だけで非言語表現がないので機能に特化し人間関係が保持されない
    - 保持されないことが許される
  - ささいなことで対立しやすい(荒れる)
  - 運営に一定の規範が必要
    - コミュニティの成長に必要
- ⑧コミュニティの同質性
  - ミュニティへの継続的参加のため不快な出会い、異質な他者との出会いを避ける・排除する
  - 異質な他者への寛容性の低下・排他性の増加
  - SNS

# インターネットコミュニティの将来

- 1. インターネットコミュニティと地域コミュニティの相互浸透
  - オフ会
  - 地域の機能別コミュニティによるネットワーク
  - ビジネスと結びついた地域コミュニティの誕生
- 2. 実社会へのフィードバック
  - 1) 求人
    - 2ちゃんねる掲示板での求人ダウン(朝日2007/4/30)
    - Second Life mixi
  - 2) マーケティング
    - Second Life: toyata

- 3. インターネットコミュニティの実社会化
  - バーチャルコミュニティ資産の取引
- 4. 互酬性によるインターネットコミュニティの社会資本の整備
  - 社会的信頼を強化するため最も重要な規範
  - 相互的な互酬性による信頼性の形成
  - 集合的問題の解決に有用
  - 個人ないし集団間で、受けた贈り物などに対して、義務として非等価の贈与を行うこと
- 5. 地域文化の反映
  - 生活様式や行動様式がインターネットコミュニティに反映する
  - Yahoo!オークション(日本)と、eBay(アメリカ)の比較

# 地域文化がインターネットコミュニティに与える影響 Yahoo!オークション(日本)と、eBay(アメリカ)

- ・ BtoB

- クローズド
- ソーイング機能+取引機能
- 価格中心、
- 非標準化製品は対象外

- ・ BtoC

- オープン
- 販売機能+マーケティング機能
- Kakaku.com, 直販サイト, 楽天

- ・ CtoC

- オークション

# 日米の取引習慣(文化)の違いが オークションサイトに反映

- 情報技術によりインターネットオークションが誕生
- 従来の地域のオークション方式がベース
  - 地域の経済活動文化を反映
  - 商習慣

## • Yahoo!オークション

- 日本の標準
- 日本市場対象
- 取引は業者優先

## • ebay

- アメリカがベース
- 世界市場対象
- 過去に日本から撤退

# 主な表示(個別表示)

- **Yahoo!オークション**
- 出品者の情報
- 支払い方法
- 発送方法
- エスクローサービス
- 出品者のその他のオークション
- 出品者の評価
- 出品者への質問

- [Ebay](#)
- Current bid: US \$132.19
  - End time:
  - Shipping costs:
  - Ships to: Worldwide
  - Item location:
  - History: 29 bids
  - High bidder:
- Meet the seller
  - Feedback: 100% Positive
  - Member: since --
  - Read feedback comments
  - Ask seller a question
  - View seller's other items
- Buy safely
- Questions from other members
- Shipping and handling
  - Ships to Worldwide
  - Domestic handling time
  - Shipping insurance
- [Return policy](#)
  - Item must be returned within: 3 Days
  - Refund will be given as:
  - Return policy details:
- Payment details

# 大きな相違点

- 会員制
  - Yahoo: 有料会員制
  - eBay : 無料会員制
- 売主
  - Yahoo: 業者主体
  - eBay : 個人主体
- オークション終了時間
  - Yahoo: 終了時間延長がプログラムされている
    - 事業者の利益優先
    - 消費者軽視
  - eBay: 終了時間厳守
    - 消費者の利益優先
    - 契約概念の浸透
- 4. 支払い・送金手数料
  - Yahoo: 手数料必用
  - eBay : paypal によるメール無料送金
- 5. 返品
  - Yahoo: ノークレーム・ノーリターン
  - eBay : 返品可能为原则 Return policy
  - 消費者保護(通常の販売でも同じ)

# 社会様式の反映

- オークションの歴史の違い
  - 日本の消費者になじみの無い制度
  - 業者間セリの商習慣
- 社会の様式がインターネットコミュニティの規範となる
  - 文化がインターネットコミュニティにそのまま反映した
  - 文化:「社会を構成する人々によって習得・共有・伝達される行動様式ないし生活様式」
  - 消費者の権利意識
  - 契約社会
  - 中古品に対するイメージ(e-bayの撤退)

# 情報技術とグローバル化

- 情報技術はビジネスや政治の枠組みを変化させた
  - 特定のテーマ・トピックを共有するコミュニケーション共同体としてのインターネットコミュニティの成長がグローバル化を促進した
- ビジネス
  - グローバルな競争
  - 地域資源の活用が1つの戦略
- 政治
  - ローカル化とグローバル化の対立
- 文化
  - グローバル化が地域コミュニティに変化をもたらす
  - 地域コミュニティの変化が文化に大きな影響を与える

# 問題

- 地域コミュニティの特徴をあげてください
- インターネットコミュニティの特徴をあげてください
- インターネットコミュニティにおける規範とはどのようなものか説明しなさい

- ・ 遊橋裕泰：ハイブリッド・コミュニティ、日本経済評論社、2007
- ・ 池田謙一、インターネット・コミュニティと日常生活、誠信書房、2005
- ・ 植村勝彦、コミュニティ心理学、ナカニシヤ出版、2007