

2014 年 3 月 関西大学審査学位論文

現代日本における〈日記メディア〉と〈日記行為〉の文化社会的考察
——自己・関係・社会の「可視化」装置としての日記——

社会学研究科 社会学専攻
博士課程後期課程

山 守 伸 也

論文要旨

現代日本における〈日記メディア〉と〈日記行為〉の文化社会学的考察 ——自己・関係・社会の「可視化」装置としての日記——

第1章 はじめに

ここ十数年ほどで「日記」という言葉の持つ意味が大きく変わった。日記がインターネットで公開されるようになったからである。ブログや Facebook、あるいは Twitter など日々の記録を綴る「メディア」や「行為」は、多様に広がっている。また、日本には、「日記文学」というジャンルが存在し、近代以前から「日記」と名の付く作品が多数生み出されてきた。しかしながら、それらは同じ「日記」という表象で語られながらも、書かれる内容や書くために用いられる手段（媒体）は大きく異なっている。

本論文では、そのようなバリエーションを持つ「日記」を、「シニフィアン」（記号表現）は同じだが、それが指す意味内容に当たる「シニフィエ」は、時代や社会の変化とともに変わってきたものだと考え、その変容過程を探ることを目的とする。考察にあたっては、日記を広義にとらえたうえで、日記を書くために用いるメディアを〈日記メディア〉、日記を書く行為を〈日記行為〉と定義する。くわえて、それらが「自己」のみならず、「関係」や「社会」を可視化するものであると考え、その実践を読み解いていく。第1章では、こうした本論文の問題意識と方法的視点を提示し、研究の目的と論文の構成を確認する。

第2章 日本における〈日記メディア〉の系譜

第2章では、近代以降「日記」と呼ばれるメディアが成立し、普及し、変容してきた過程について取り上げる。

一般に「日記」と呼ばれるものは、「私的」な内容を記述し、他者から「秘匿」するものとして、イメージされる。それは現在もなお広く共有されているものであるが、その「起源」を遡ってみると、一般の市民に日記が書かれるようになったのは、近代に入ってからだと言われる。近代的自我の確立と「黙読」という読書スタイルの浸透に伴って、近代的な——私的で秘匿的な——日記が定着していったと考えられるからである。

日本においては、近代以前から「作品」としての日記が存在したが、それはのちに「日記文学」というジャンルに分類され、いわゆる庶民の日記とは区別されるようになる。今日「日記」と呼ばれるそれは、明治期に、西欧から輸入されるかたちで普及しはじめた。以後、「日記帳」が商品化され、市場に流通していくことに加え、学校教育での日記（日記指導）の導入により、日記は多くの日本人の生活の一部に組み込まれるものとなっていく。

そんな近代日記は、やがて他者と共有するメディアへと変容する。児童・生徒においては「交換日記」が広まり、1990年代になると「ウェブ日記」が生まれ、インターネットを媒介に不特定多数の他者と共有されるものとなる。とりわけ日本においては「日記」がイ

インターネットの主要なコンテンツとなり、2000 年代以降も、ブログや SNS の mixi、Facebook などのツールが用いられるなかで、「日記」として利用可能なメディアはさらに幅広いものとなっていく。

第 3 章 〈日記行為〉をめぐる言説の系譜

一方、〈日記行為〉に対しては様々な意味づけがなされてきた。たとえば、学校教育において日記が取り入れられた際には、その教育的意義が語られ、ブログが普及する過程においては、それを行うことで得られるメリット（効用）などが語られてきた。そういった〈日記行為〉に対する「効果」や「効用」に関わる言説の系譜をみるのが、第 3 章である。

〈日記行為〉には、第一に「自己対話」や「反省」などを通して「自己形成」を促す効果があるとされてきた。とりわけ学校教育においてその効果が語られ、2000 年代を経ても変わらず継続している。一方で、学校空間では「交換日記」が、教育の「外部」の〈日記行為〉として、教育の「内部」にいる児童・生徒の親密性を強化する役割を担ってきた。それが 1990 年代に入ると、教育の「外部」の他者を求める傾向が強まり、ポケベルやケータイなどの電子メディアが他者との媒介機能を担うことになる。

また、他者との媒介という意味では、「日記クラブ」なる同好会組織も作られ、日記愛好者たちが全国規模で集う場が設けられるなど、「日記」を通じた活発な交流も存在した。1965 年に設立した「日記クラブ」は会員の高齢化などを理由に 2007 年に閉会する。奇しくもその数年前に「流行語」になったのが、「ブログ」であった。紙媒体の日記愛好者集団に取って代わるようにして、デジタル媒体のブログが人々を媒介する役割を果たすのである。

くわえて、日記は「読む」対象としても、その効果が語られ、歴史的・社会的な「記録」としての価値も持つようになる。2000 年代に入ると、「記録すること」じたいに価値が見いだされるようになり、日々の「記録行為」を促す言説も現れ始めるのである。

第 4 章 日記の文化社会学

以上の系譜の確認を受けて、第 4 章では、まず〈日記メディア〉および〈日記行為〉をめぐる先行研究を確認し、批判的に検討する。

日記に関する研究は文学研究に多く存在するが、作品研究が中心で、日記のメディアとしての価値や日記を書く行為の意味について論じたものは、ほとんどみられない。歴史研究などにおいても、史料として用いられることはあっても、日記のメディア性については触れられない。社会学においても、日記が一次資料として用いられるばかりで、日記についての議論は、ようやく幾つか現れ始めた程度である。ただ、本論文のように、紙媒体の日記とネット上の日記とを同じ俎上に載せて論じたものは少なく、デジタルメディアに関する議論は、メディア研究の領域に移る。

他方、メディア研究では、メディア技術の新奇性を強調した技術決定論的な研究が目立ち、個別のメディアに関する議論はなされても、メディア横断的な「行為」への着目は十

分には行われていない。また、ネット・メディアに関しては、体系的な方法論が確立されていないこともあり、実証的な研究の蓄積が乏しいのが現状である。

このような先行研究の状況に対し、本論文では、1章でも触れたように、日記をメディアの別ではなく「行為」の連続性に注目してとらえ、それが「自己」を「可視化」するものであると考える。3章でみたように、日記には「自己形成」の意味付与がなされてきた。そこに、ブログ等のようなデジタルメディアの日記を含めて考えると、日記は自己をどのように可視化するものとして機能してきたのか、あるいはそれがいかに変容してきたのか、といった論点が導き出される。また、デジタルメディアの日記を視野に入れることで、日記を通じた他者との「関係」といった視点も見いだせる。あるいは、先述のような社会的な記録という見方もできるだろう。すなわち、「自己」だけでなく、「関係」および「社会」の可視化装置としても、日記をとらえることができるのではないか。

そうした視点に立ち、以下の章では、「自己」・「関係」・「社会」という三つの視点から、それぞれ「可視化」の実践を取り上げて行く。

第5章 自己の可視化装置：日記を媒介とする自己の構築

5章では、自己を可視化するものとして、日記が機能するさまを論じる。自己を可視化する方法は、日記以外にも存在する。たとえば、自画像や写真、ファッション、表情などである。日記がそれらと異なるのは、ことばを用いる点であり、物語的形式を採っていることである。それゆえ、「自己は自分自身について語ることを通して構築される」という自己物語論に親和的であり、言説レベルでも実践においても、自己形成などの効用が論じられてきた。では、ブログ等のネット上の日記においては、どんな自己が、どのように可視化され、構築されていると言えるのだろうか。

「日記」形式を採ったブログに顕著にみられる特徴は、「独り言」というスタイルと「敬体（丁寧体）表現」である。前者は自己に閉じた表現であるが、後者には他者に向けた意識が表れている。日記を「公開」することによって、それらを巧みに使い分け、自己表出を行なっている様子が見えてくる。

デジタルメディア空間では、あらゆるものが「データ」に変換されるが、ネット上の「自己」もデータによって構成される。それは「データ・ダブル」とも言われ、自己に関するデータの断片から構成された、自己の分身の意味を持つ。ブログ等で日記を通して自己を語り続ける人たちは、データによって自己が勝手に生成されてしまうことを、逆手にとって活用し、自己の存在不安を解消する支えにもしているのである。それは、いずれも「客体」の自己であり、「I」（主我）と「me」（客我）で言えば「me」にあたる。ネット上においては、「I」と「me」との相互作用によって自己を生むのではなく、データ化された「me」を増やすことによって、（データ・ダブルの生成を通して）自己を構築していると考えられるのである。

その「自己」を構成する要素となるデータ（自己の断片）は、データベース構造のもと

で集積される。対面的状況では、他者や場の「空気」に応じてその都度「キャラ」が切り替えられるが、ネット空間では、他者に見られることによって、自己の要素が引き出されなければならない。ネット上のデータベースでは、深層に自己の断片が収められ、表層に「キャラ」に相当する切り替え可能な自己が表出されることになる。したがって、自己は他者に発見されることによって、その都度構成されるものとなる。また、そこではすべてが「フラット」（等価）に扱われるため、自己の要素に中心も周縁もない。日常では見せる機会のない自己も、ネット上では（他者／検索次第で）表出する機会を（ある意味では等しく）持っているのである。

こうした自己表出に適合的な自己観が、「多元的自己」と言われるものである。ブログ等のネット上で公開する日記の広がりや、自己の多元化という意識変容とも大きく関わっていることは間違いない。自己が一貫した固体的なものでなくなった時代に、流体的な自己の一部を流し込み、枠づける役割を、ブログ等の日記は担っていると解釈できるわけである。

第6章 関係の可視化装置：日記を媒介とする関係の構築

第6章では、「関係」の可視化をめぐる実践を考察する。前章でみたように、自己の構築においても「他者」の存在は不可欠であった。他者との「関係」が可視化されることで、自己の存在はさらに補強されることになる。デジタルメディア空間には、「関係」を読み取ることのできる情報が多数ある。にもかかわらず、それらに関する十分な分析はなされてこなかった。そこで本章では、ネット上の日記を通した「関係」について、実証的なアプローチを試みる。

第一に、ブログの「コメント」および「読者登録」をもとにした「関係」の分析を行う。対象として50のブログを選び、コメント数や返信数、コメント投稿者数と投稿者別コメント回数などを集計・分析したところ、コメントの多少・読み手の多少によって大きく4つのパターンが見いだせた。どんな他者を欲望し、どんな他者と関係を持つかによって、ブログの持つ意味は異なってくるということである。

第二に、その「他者」についてより詳細に分析するため、ブログの書き手に対する質問紙調査を行なった。この調査では「想定する読み手」と「実際の読み手」（コメント投稿者）について尋ね、面識の有無の違いを元に検証している。結果として、面識のない人を想定するほうが多くの他者からコメントを得ており、実際に面識ある割合も低いのにに対して、面識のある人を想定するほうが、コメントする人数も少なく、その面識率も高くなっている。つまり、書き手の欲望する他者と実際の他者は、面識の有無という点では相関していた。

この結果をさらに見ていくと、若年層が面識のある者との関係に偏っている傾向が見いだされた。つまり、不特定多数に見られる機会を持つネット空間でありながら、彼らは閉じた関係性にとどまる傾向を見せていたのである。この傾向が顕著に示すものとして、ケ

ータイ向けの「リアル」というミニブログがある。それは中高生を中心に用いられ、個々人の行動の実況を、身近な友人間で相互に閲覧し合うものになっている。

ネット空間での他者との関係をめぐっては、これまでポケベル、ケータイ、あるいはブログなどを通して、匿名の見知らぬ他者と出会うことが魅力だと語られてきた。しかし、今日では、とりわけ若い層に、身近な関係に閉じた傾向がみられる。デジタルメディア空間では、「関係」もデータ化され、フラット（等価）に配置されるが、デジタルメディアを頻繁に用いる若者らは、自分たちの親密圏をそのまま持ち込み、自分たちのコンテキストのなかでしか通じないような内容の交換を行うことで、デジタル化特性（関係のデータ化・フラット化）に抗っていたのだった。その際、日記は、そもそも自己に閉じたものとして提示できるものであるため、有効なツールとなるのである。

第7章 社会の可視化装置：日記を媒介とする社会の構築

第7章では、日記が「社会」を可視化するものと考え、その実践を読み解く。3章でもみたように、日記は歴史的・社会的な「記録」としての価値を有していた。つまり、日記からその背景にある社会を読み取ることができる、ということであった。しかし、日記のデジタル化は、その背景に社会を読むのではなく、日記じたいの集積が「社会」を構成する事態を引き起こすようになる。そうした日記による社会の可視化の変容過程を描き出すのが本章である。

まず「社会」を構成する要素として日々生産されるのが、個人の記録である。日記はその代表格であるが、今やデジタル記録も含めて、記録することじたいが目的となり、それが促されてもいる。他方、個人的記録が「収集」の対象にもなり、日記のみならず行動履歴など初めからデータ化されたものが、（マーティング会社などによって）社会的な収集対象になっている。

個人的記録については、自己啓発的な言説が幅をきかせている。日記もその文脈で語られ、自己実現のために日記を書くよう促されている。また、同じ文脈で、データによる記録が推奨されてもいる。「ライフログ」と呼ばれるものが、それである。そこには、デジタルで記録を残すことが自己確認や自己成長につながるといった言説が、しばしば伴ってくる。その量産された個人的記録が、ひいては社会的価値を持つものとして「活用」されるようになるのである。それが、いわゆる「ビッグデータ」である。

デジタルメディア空間においては、日記も、初めからデータとして入力された記録も、等価に扱われることは既述のとおりである。それらがすべて「ビッグデータ」として扱われ、「社会」を可視化するデータとなるのである。今日、最も量産され、リアルタイムに収集できるのが、Twitterの記録であろう。そのデータの集積は、社会的な注目度を測る指標となり、流行や話題性、ときには選挙の行方を占うものとしても活用される。また、行動記録や購入履歴に、位置情報を加えることで、店舗内での即時的な広告配信にも活用されている。

近年、そうした記録に用いるメディアが「ソーシャルメディア」と呼ばれるように、「社会」とつながるメディアとして構想されるようになっていく。メディアによって仮想的に構想される空間は「メディア空間」と呼ばれるが、電子メディア黎明期から長い年月をかけて、既存の関係とは異なる新たな親密性を育む「ポスト親密圏」と呼べるような世界が構想されてきた一方で、「ポスト公共圏」と呼べる現実を代替する公共圏もまた夢想されてきた。しかしながら、実際には、日常の生活世界や社会関係を持ち込む場となり、とりわけ親密圏に至っては、そのまま「移設」される結果にもなっている。

「自己」・「関係」のみならず「社会」もまた、メディア空間を媒介として可視化されるものとなっており、そうした変化のなかで、日記もまたデータへと記録形態を変えながら、「社会」を構成するものになっているのである。

第8章 むすびにかえて

結論となる第8章では、本論文の全体像を振り返ったうえで、〈日記メディア〉と〈日記行為〉の変容が、「現代」を可視化するものとして、考察し直している。

ここでは、現代の特徴を示すものとして、次のような社会意識のありようを取り上げる。すなわち、①データに対する過剰なまでの信奉、②プライバシー保護を叫びながらもサービスの利便性などから積極的に個人情報を提供するプライバシー観、そして③Twitterの記録をはじめとするビッグデータから「社会」を知ろうとする社会観の変容、といったものである。そのような感覚の変容こそが、日記のデータ化をもたらしているというわけである。

データは初めから「客体」として存在するものであるが、これまでの考察から、「自己」・「関係」・「社会」のいずれの次元においても、データに代表される「客体」を通して可視化されようとしている様態が確認された。それは、「I」と「me」の相互作用ではなく、「me」がそのまま「自己」として認識される現代に固有の特徴であると言えよう。すなわち、それは「客体主義」という意味において、新たな「ミーイズム社会」(me(客体)至上主義社会)であると論じることができるのではないだろうか。もちろん、実際には、徹底したデータ化(データによる可視化)に基づく「客体」だけの自己・関係・社会では、生きづらいのも事実であろう。現代人は、近代の呪縛と近代の溶解との狭間で苦悩しながら、生きているということである。

最後には、本研究の意義として、紙媒体からデジタルメディアに至るまでの「日記」を横断的に論じた数少ない研究であることや、体系的な方法論も確立されず実証的研究の蓄積も少ない領域において、可能な限りの経験的データによる実証とその理論化を試みたことなどを挙げた。また、今後の課題として、実証的研究の方法論も含めたさらなる追究、他領域での研究との接合、あるいは諸外国の事情も含めたグローバルな日記論の展開などを挙げ、本論文の結論とした。

目次

第1章	はじめに	1
第1節	問題意識	2
第2節	本論文の目的	5
第3節	本論文の構成	6
第2章	日本における〈日記メディア〉の系譜	9
第1節	日記の起源：近代日記の誕生	10
第2節	日本における日記の広がり	12
2-1	近代日記前史	
2-2	近代日記の普及	
第3節	日記と教育：日記指導・生活綴方運動	16
3-1	日記指導	
3-2	生活綴方運動	
第4節	交換日記、ウェブ日記・ブログ	19
4-1	交換日記	
4-2	ウェブ日記・ブログ	
第3章	〈日記行為〉をめぐる言説の系譜	24
第1節	自己対話・反省・成長	25
第2節	親密圏を代替する日記：教育文化からメディア文化へ	28
2-1	教育内の日記行為	
2-2	教育外の日記行為	
第3節	他者との媒介となる日記：「日記クラブ」からネット上の日記へ	34
第4節	記録価値の再評価：個人的記録の社会的価値	38
4-1	学術研究における価値	
4-2	「読む」記録としての価値	
4-3	「書く」記録としての価値	
第4章	日記の文化社会学	44
第1節	日記をめぐる研究の諸相	45
(1)	文学研究	
(2)	歴史研究	
(3)	社会学的研究	
(4)	日記の実態調査	

第2節	メディア研究の展開	47
(1)	ポケベルからケータイへ	
(2)	パソコン通信からインターネットへ	
(3)	技術決定論とその批判	
(4)	ネットワーキングと公共圏	
(5)	心理学および言語学からのアプローチ	
(6)	メディア論の限界	
第3節	メディア論から行為論へ：日記の文化社会学に向けて	51
第4節	可視化装置としての日記	54
第5章	自己の可視化装置：日記を媒介とする自己の構築	58
第1節	自己の可視化と自己構築	59
1-1	日記による自己の可視化とは	
1-2	自己物語論と社会学的自己論	
第2節	ブログにおける自己表出の形式と方法	63
(1)	独り言	
(2)	敬体表現	
(3)	コメント	
第3節	情報化・データ化する日記と自己の構築	67
3-1	ブログにおける自己の構築	
3-2	キャラクターとしての自己	
3-3	自己のデータベース	
(1)	データベースモデル	
(2)	表層（キャラ）から深層（主体）へ	
第4節	フラット化するメディア空間と多元化する自己	75
4-1	フラット化	
4-2	自己の多元化	
4-3	ブログにおける多元的自己の展開	
第5節	自己の現在	80
第6章	関係の可視化装置：日記を媒介とする関係の構築	83
第1節	関係の可視化と関係構築	84
第2節	関係構築の実際（1）：閲覧とコメント	86
2-1	対象と方法	
2-2	コメント	
(1)	コメント数と返信コメント	

(2) コメント投稿者とその関係	
(3) コメントの内容とその類型	
2-3 読者登録	
(1) 「読者」とコメント投稿者との関係	
(2) 相互登録関係における「読者」の存在	
2-4 ブログの類型化の試み	
第3節 関係構築の実際 (2) : 「他者」の多様性と面識の有無	98
3-1 調査の概要	
3-2 「他者」の概観	
(1) 想定する読み手	
(2) 実際の読み手	
(3) コメント投稿者	
3-3 面識の有無をめぐる「他者」の実像	
(1) 想定する読み手とコメント投稿者の関連	
(2) 想定する読み手のカテゴリー化	
(3) コメント投稿者のカテゴリー化	
(4) グループ間の相違：四つのグループをもとに	
3-4 「他者」をめぐる考察	
(1) 年齢層による差異	
(2) 面識の有無を越えて	
第4節 関係構築の実際 (3) : 現代の親密な関係性	111
4-1 「リアル」とは	
4-2 「リアル」の実際	
第5節 メディア空間における他者との関係構築の変容	116
 第7章 社会の可視化装置：日記を媒介とする社会の構築	 120
第1節 個人の記録と社会の記録：自己目的化する記録と収集	121
1-1 記録の自己目的化	
1-2 収集の自己目的化	
第2節 個人的記録をめぐる言説と実践：自己啓発とライフログ	124
2-1 自己啓発日記の推奨	
2-2 ライフログの推奨	
第3節 社会的記録をめぐる言説と実践：ビッグデータと「ソーシャル」	131
3-1 ビッグデータ	
(1) Twitter のツイート記録	
(2) 店舗内ライフログ	

3-2 「ソーシャル」	
第4節 構想される「社会」：ポスト公共圏とポスト親密圏	139
4-1 「社会」の構想	
(1) ポスト公共圏	
(2) ポスト親密圏	
4-2 構想された「社会」の現実	
(1) ポスト公共圏の現実	
(2) ポスト親密圏の現実	
第5節 日記メディアをつくる社会／日記行為がつくる社会	145
(1) 社会の「不在」と「遍在」	
(2) 流体化する社会	
(3) 終わりのなきデータベースへの集積	
第8章 むすびにかえて	150
第1節 日記が可視化する現代：日記メディアと日記行為の変容	151
(1) データ信奉	
(2) プライバシー観	
(3) 社会観	
第2節 今後の課題	158
参考文献	161
初出一覧	171

第1章 はじめに

第1節 問題意識

「このあいだ日記に書いてたあの話だけど…」。「日記読んだけど、コメント見てくれた？」そんな会話の断片が自然に聞こえ、何の違和感もなく聞き流せるようになった。食事の席では、出てきた料理の写真を撮り、即座に **Twitter** に投稿する。帰りの電車内で、何枚かの写真を加工し、**Facebook** にアップロードする。家に帰れば、その日の出来事を「〇〇日記」と書かれたブログに懸命にまとめる。そんな光景も珍しくなくなった。

これらの話を、たとえば 100 年前の人に聞かせれば、どのように感じるだろうか。50 年前の人でも構わない。実際にその様子を見たなら、どのような行動として映るのだろうか。私たちはいま、そんな少し前の時代の人たちが見れば不可解に思うような行動を、日常的に行なっている。

友人が夏休みに沖縄旅行に行ったことを **Facebook** で知り、先日知り合った友達が昨日ライブに行ったことを **Twitter** で知り、あまり話す機会のない知りあいが今の政治についてこんなことを考えていたのだとブログで知る。本来なら直接会って会話を交わし、そこでようやく知ることになる話題を、私たちは出会うことなく知っている。他人の行動や関心や考えは、ソーシャルメディアと呼ばれるツールを介して、認識することのできるものになっている。

そうやって得られる情報は、そんな些細な日常に関することに限らない。実名登録を原則とする **Facebook** を見れば、初めて会った人であれ、既婚者であるのか、どこの大学出身で、どこに住んでいるのか、誰と友達で、どんな交友関係を持っているのか、そんな個人情報を含んだ社会的属性に関することまで、直接問うことなく分かってしまえる。

それは実名があまり用いられない **Twitter** などでも同じことである。「〇〇大学△△学部××ゼミ 3 年／軽音サークル」。**Twitter** ではしばしばこんなプロフィールを見かける。これだけのヒントがあれば、同じ大学の同じ学部にも所属する人なら、おおよそ見当がつくだろう。名前はオープンにしていなくても、ツイートの内容を見れば、本人の実名がそのまま出ていたりするものである。

2013 年現在、日本には、このようなツールを駆使して、日々を記録する人たちが何百万、何千万人と存在するのである¹。この「日々を記録すること」を、日本人は従来「日記」と呼んできた。2006 年に登録者数が 868 万人に達したとされるブログ²は、しばしば「インターネット上の日記」と説明される。2004 年に誕生した SNS (Social Networking Service) の「mixi」には、「日記」というコンテンツが初めから存在した。その後登場した **Facebook** でも日記感覚で日々を記録している人が少なくなく、ミニブログの **Twitter** も即時的な日記という意味で、日記の亜種ととらえることもできよう。このように日記は、現代に生きる

¹ 2012 年 9 月時点のソーシャルメディア (**Twitter**、**Facebook**、mixi) のユニークユーザーは、2670 万人と言われる。「ソーシャルメディアの利用実態」http://www.soumu.go.jp/main_content/000208354.pdf

² 総務省・報道発表 (2006 年 4 月)。http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/2006/060413_2.html

人たちにとって身近な存在であり、他人に見せることもとくに厭わないものになっている。

しかし、そもそも日記は、そのような利用のされ方をするものではなかったはずである。日記とは他人に見せるものではなく、それゆえに誰にも言えないような個人的な事柄を書くのに適したものとして、用いられてきた。日本人ほど日記好きな国民はいないと言われるように、日記は日本に定着してきたものであり、年末や年度末になると、必ず書店や文具店に「日記帳」が並び、それに類する手帳やノートも多数販売される。また、学校教育においても、誰もが一度は日記を書かされた経験を持っているほど、日記と関わりを持って生活してきた。少なくとも多くの日本人が共有する日記のイメージとは、私的な内容を綴ったもので、他人には見せないもの、というものであるだろう。けれども、ネット上の日記が「日記」として認識され、利用されていることも、間違いのない事実である。「日記」とは一体何なのか。

ある辞書によると、「日々の出来事や感想などを一日ごとに日付を添えて、当日またはそれに近い時点で記した記録」とある³。また別の辞書によると「毎日の出来事や感想などの記録。日誌。日録。ダイアリー」となっている⁴。共通しているのは、「出来事や感想など」を記録するという部分のみで、前者は「日付」を付けることが要件となっており、後者では「日誌」や「日録」と呼ばれるものも含まれている。実に曖昧な定義である。

後者には「ダイアリー」という記述もあるが、英語では、「diary」のほかに「journal」という表現もある。一般に「diary」には「日記」という訳語があてられ、「journal」には「日誌」という語があてられる。ただ、英英辞典⁵によると、「diary」の項には「備忘録」にあたる内容も書かれており、「journal」には「出来事の記録」という日本語の「日記」の意味にも含まれる内容が書かれている。つまり、明確な区別はないのである。

大島一雄（1998）は文学事典の例を引いて、「journal」は「diary」に比べて「念入りなものであり、執筆意識がいつそう鮮明で、そこに文学的価値の生ずる余地がある」という意味で両者は区別されると説明している。ただ、実際に過去の著名人などの日記が出版される際には、英語ではどちらかというと「diary」が多く、フランス語では「journal」が多く用いられるという傾向はあるものの、明確な区別はなく、なかには「Notebook」という語が用いられるものもあるという。

すなわち、「日記」とはあくまでも表象にすぎず、そこにはいろんな内容のものが含まれているということである。インターネット上に公開するものも「日記」と表象するし、無味乾燥な記録であっても「日記帳」につけてあれば「日記」なのである。

そう考えていくと、「日記」とは、次のようにとらえることができるのではないか。すなわち、日記とはあくまでも表象であり、「シニフィアン」（記号表現）である。そして、それが指す意味内容、すなわち「シニフィエ」（記号内容）は、社会や時代の変化、あるいは

³ 『大辞林』第3版（三省堂）。

⁴ 『デジタル大辞泉』（小学館）。

⁵ 『Oxford Advanced Learner's Dictionary』（Oxford University Press）。

メディア環境や人々の社会意識の変化に併せて、変わってきたのだ、と。

今や日記と呼ばれるものには、インターネット上に公開されるものまでが含まれている。数十年前の日記の定義には、当然入るはずのなかったものである。また、それによって、日記の持つ意味や役割も異なってきた。そんな日記に対して無理に特定の定義をすることは、社会とともに変容してきた日記の動態を見過ごしてしまうことにつながる。むしろ同じ「シニフィアン」を持ちながら、異なる意味を持ってきた「シニフィエ」の変化こそ注目すべきであろう。したがって、その変容過程を追うことにこそ、意味があると言えよう。

では、日記の何が変容してきたのだろうか。まず考えられるのが、日記を書く手段である。ネット上の日記とそれ以前の日記とが決定的に異なるのは、日記を書く媒体、すなわち「メディア」の違いである。ネット上の日記も、今日ではさらに細分化できよう。つまり、ブログなのか Facebook なのか mixi なのか、あるいは Twitter を日記として利用しているのか否か。そうした「ツール」の違いも、広い意味での「メディア」の違いであると考え、その幅は実に多様である。ただ、このバリエーションを探究するだけでは、単なる「メディア論」で終わってしまう。いや、メディア論にすらならないかもしれない。

日記の変容を考えるうえで、もう一つ重要になるのが、「行為」への注目である。日記をつけるという「行為」そのものが変容してきたと考える視点である。それは必ずしも「メディア」に左右されるとは限らない。当然インターネットというメディアがなければ、ネット上で日記を記したり、公開したりといったことはできないわけであるが、Twitter を日記のようにして使う人がいるように、同じメディアでも使い方は人によって様々である。逆に言うと、どんなメディアを使おうが、日記をつけるという行為が同じ目的のために実践されているのであれば、それは同じ「行為」であると言える。

「日記」というシニフィアンは同じだが、日記を書く際に用いる「メディア」と、日記を書くという「行為」、この二つに「変容」がみられることで、日記の持つ「シニフィエ」が異なってきたと考えることができるのではないか。つまり、「メディア」と「行為」の両面から、日記の変容過程を辿っていくことが、「日記」なるものを理解するうえでは最適な方法であると考えられるのである。

このように、「日記」を明らかにするためには、日記を書く「メディア」と、日記を書くという「行為」への着目が不可欠である。前者の「メディア」については、上述のとおり、その系譜を追うことが何よりも先に行なわれるべきことだろう。その全体像が不明なままでは、「日記」を把握することはできないからである。

一方、「行為」という視点は、社会学において伝統的に重視されてきたものであり、社会学的に対象にアプローチする際の基本単位であるとされてきた⁶。加藤晴明（2012）は、「メ

⁶ 正村俊之（2012）によると、ルーマンが牽引した「コミュニケーション論的転回」（「社会は諸個人の行為によってではなく、人々のコミュニケーションによって成り立っている」という見方への転換）によって、社会学やコミュニケーション論においても、「行為理論」から「コミュニケーション理論」へ、「个体主義」から「関係主義」へと思想の転換が起こっているという。とはいえ、依然、行為理論や个体主義に「束縛」されているのが現状であり、そこからの「脱却」が必要だと指摘する。自己と他者も、「最

ディア」を研究の対象として論じるにあたって、「メディア行為」という概念を提出している。メディアを介して営まれる行為を総称するために創出した造語である。同じようにして、「日記」を書くという「行為」を独自の表現として定義することが可能であろう。ここでは、加藤に倣い、〈日記行為〉と表現することにしよう。そして、「日記」の定義じたいは曖昧なままであるが、先述の辞書的定義を参照し、「日々何かを記録する行為」を〈日記行為〉と呼ぶことにしたい。

くわえて、これと対応させて、前者の日記行為に際して用いるメディアのことを、〈日記メディア〉と呼ぶことにしよう。ここから、〈日記メディア〉と〈日記行為〉という複眼的アプローチにおいて日記をとらえることではじめて、その変容過程の内実は明らかになるはずである。

上述のように、両者はともに、時代や社会の変化に応じて、その範囲や意味が変化してきている。日記メディアが単独でかたちを変えてきたわけではなく、なかには、元々日記を書くために用いられていなかったメディアが、日記メディアに加えられてきたものも存在する。その意味では、何が日記メディアとして位置づけられてきたのかといった視点に加えて、日記メディアがいかに用いられてきたのかという実態もまた、系譜として追っていく必要があるだろう。また、日記行為については、当然その実態もさることながら、その行為がいかなる意味を持つものとして考えられてきたのかという、社会的な意味づけといったものも、とらえる必要がある。そうすることで、日記メディアや日記行為が、社会の変化とともに変容していたことが、明らかになるのである。

日記が多様な領域に渡り、さらには多様な意味づけがされる現代において、日記を読み解くためには、こうした複眼的な視点から検証されることが求められる。これが、現代の日本において日記が置かれた状況なのである。

第2節 本論文の目的

以上のような問題意識・方法的視点が確認できたところで、ようやく「日記」を研究の俎上に載せることとなる。改めて述べておくと、本論文では、「日記」を研究の対象とする。ここでいう「日記」には、従来から日記帳などを利用して多くの人に書かれている紙媒体の日記をはじめとして、ネット上のブログやSNSにおける日記など、他者に公開する日記も含まれる。それらを〈日記メディア〉と表現し、それらを用いて日記を書く行為を〈日記行為〉と定義して、その実践を読み解くことが、本研究の目的となる。

初から自律的な行為主体として存在するのではなく、その自律的な存在性そのものが社会的コミュニケーションの所産であり、「自己と他者が自律的主体として生成される局面をも分析の射程に入れ、両者の関係を原理的に捉え直さなければならない」と説いている。そのうえで筆者は、メディア論が「コミュニケーション論的転回」の影響を受け、個体主義に依拠しないことで、却ってメディア論の呪縛（技術決定論）を背負うことになったと考え、メディア論的な見方から距離を置く、という意味において、あえて伝統的な「行為」論の立場を採る。

その際、日記を次のようにとらえる。日記は、「(自己を) 可視化する装置である」と。あえて括弧書きで「(自己を)」と表現したことには意味があり、第一義的には「自己を」可視化することになるが、ここでは、それ以外の「可視化」も想定している。

具体的には後述するが、もちろん「可視化」は、日記以外でも可能なものである。写真など他の方法もあるなかで、日記による可視化の特徴とはいかなるものなのか。そうしたことも含めて検討することになる。ここでは、少なくとも「自己」というかたちがなく、自分でもよく分からない存在に対して、日記を書くという作業を継続することで、何となく自己の輪郭のようなものが見えてくるという程度の意味合いで、「可視化」という表現を使っている。

日記なんて小学校以来書いていないと言う人も多いと思うが、逆に言うと、多くの人が学校時代に体験しているということである。学校で行うからには何らかの意図を持って取り入れられているにちがいない。これも詳しくは後述することになるが、日記が自己と向き合う手段になるということが、大きく関わっている。言わば、その効用があるからこそ、自己の可視化ということが達成されるのだと言える。その具体的な言説や実践について、分析・考察することが、本論文の主要な目的となる。

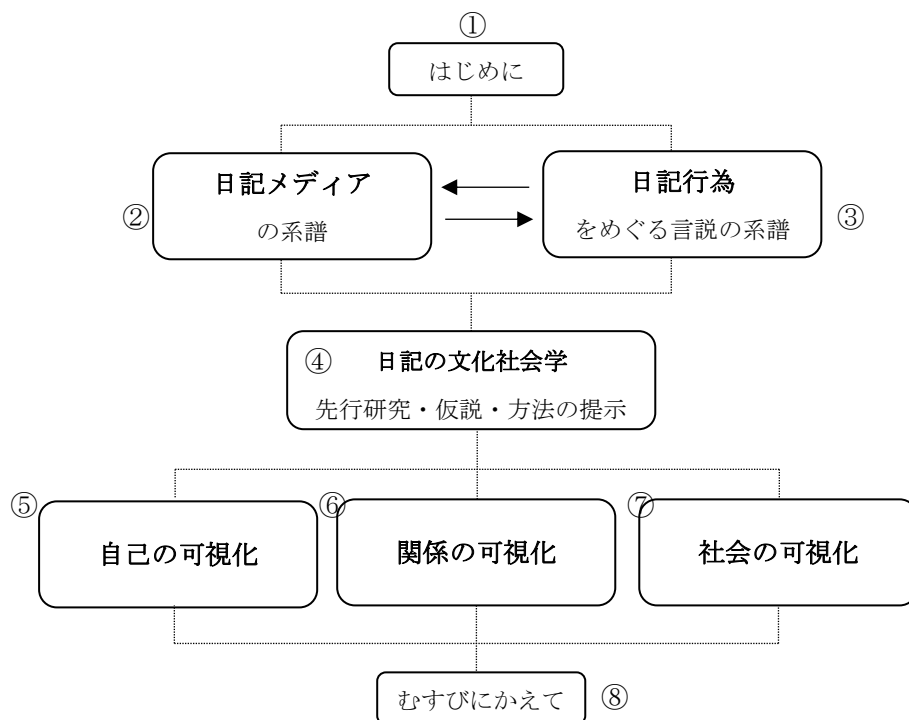
くわえて、日記には「関係」の可視化という効果もある。これは、日記が公開されるという事態を想定すると、自ずと検討せざるを得ない課題として挙がってくるのが分かるだろう。さらには、「社会」の可視化ということも考えられる。社会が関係の総体であるということを考えると、こちらも自ずと浮かび上がってくる主題である。あるいは、歴史研究者が、著名人の昔の日記をもとにその時代の歴史を読み解こうとする営みを見ることによっても、日記が「社会」を可視化することの意味は理解できるはずである。

われわれが検討すべき日記は、紙ベースの日記に限らない。ブログ等のネット上の日記も含んでいる。このことは、「デジタルメディア」という要素に気を配る必要があることを意味している。すなわち、「可視化」というときに、「デジタル化」による（結果としての）可視化というものも含まれてくるのである。事態はそう単純ではないのである。日記と一口に言っても、今や多層的な課題を浮上させる複雑な装置と化しているのであり、それに対しては、通時的かつ多面的で、なおかつメディア横断的なアプローチを必要とする。

そのような課題を踏まえたうえで、〈日記メディア〉のみならず〈日記行為〉の変容の動態を、具体的な日記実践をもとに描き出していくこと。これが本論文の目指すべき目的となる。

第3節 本論文の構成

本論文の構成は、大きく次のようなものとなる。



図表 1-1 論文構成の模式図

全体の構成を模式的に表した図表 1-1 を参照しながら、順に全体の流れをおさえておきたい。

まず、本章（第 1 章）で、本論文の問題設定を行い、研究の目的と方向性を示す。次に、第 2 章と第 3 章で、本研究の主題となる「日記」について、〈日記メディア〉と〈日記行為〉という二つの視点から論じていく。先に、第 2 章において〈日記メディア〉の系譜を追っていく。本研究が射程とする〈日記メディア〉は、先述のように幅広い。その広範囲に渡る〈日記メディア〉について、その起源から Facebook 等のデジタルメディアに展開されるものまでを取り上げる。次に、第 3 章では、〈日記行為〉について、それに向けられた「言説」を対象に論じていく。〈日記行為〉は単に日記を書くということにとどまらず、日記を媒介にした行為に対して様々な意味付けがなされてきた。その過程を確認し、日記の応用可能性を探るのが第 3 章になる。

続く第 4 章では、幅広い領域に渡る〈日記メディア〉および〈日記行為〉に関する先行研究を確認し、メディアそのものではなく、メディアを用いた「行為」に着目するという、本研究の立ち位置を示す。そのうえで、日記が「自己」・「関係」・「社会」を可視化するものであるという仮説および分析指針を示す。

第 5 章以降は、4 章での分析の方向性を受けて、順に「自己」、「関係」、「社会」をいかに可視化し、構築するものとして日記が機能しているか、その実践の内実を描き出すことによって探究していく。この 3 つの章が本研究の主題と直接結びつく箇所となる。「自己」が

5 章、「関係」が 6 章、「社会」が 7 章に割り当てられている。

そして最後の第 8 章では、改めて本論文の全体像を振り返り、〈日記メディア〉と〈日記行為〉が現代という時代をも「可視化」するものとして、その社会的意義と課題を検討し、本論文の結語とする。

第2章 日本における〈日記メディア〉の系譜

第1節 日記の起源

日記とは何か。日記を論じるためには、まずはその定義の確認から始める必要があるだろう。辞書的定義によると、「毎日の出来事や感想などの記録」¹と実にシンプルなものである。そこにはわれわれが一般にイメージするような、私的な内容で、秘匿すべきもの、というような説明は一切記載されていない。逆に言えば、そうした「私的なもの」「秘匿すべきもの」というイメージを持った「日記」は、いつから流通してきたのだろうか。その問いに答えることは容易ではないが、少なくとも一般の市民に日記が書かれるようになったのは、近代以降のことだと考えられる。

プラマーによると、イギリスで海軍大臣を務めたサミュエル・ピープスによって、1660年1月1日からの9年間、「規則正しく」続けられた日記が、「明らかに一つの形式として認められる近代的な日記」として位置づけられる (Plummer 1983=1991: 15)。つまり、それが近代日記の“起源”だというわけだ。それまで「ひとりの人間の内面的な性質について考察した記録はほとんどみられなかった」とのことである。

この頃から17世紀の西欧では、「個人的記録をつける手法」として「日記」が用いられるようになり、急速に広まっていく (Alaszewski 2006=2011: 10)。その最も大きな理由として、日常語で筆記する技能の普及²や暦 (カレンダー) の大量生産といった技術的变化と、西欧キリスト教の分裂、個人主義を重視するプロテスタンティズムの勃興、資本主義の台頭といった社会経済的变化が挙げられる。

紙やペンなどの筆記用具が大量生産されるまでは、筆記することじたい、費用の掛かるものであり、特別なエリートに限定されたものだった。そこに、印刷技術の進歩と読み書き能力の向上が加わる。さらに暦が出版されることで、日記が次第に普及していくことになる。当時、暦 (カレンダー) には「個人的メモの記入欄」が用意され、そこに日記が書けるようになっていたという。言わば、備忘録の延長のようなかたちで、日記が広まっていったのである (Alaszewski 2006=2011: 11-12)。

また、プロテスタント、とりわけ清教徒派と呼ばれる人たちの存在も、日記の普及・発展に大きな役割を果たしている。プロテスタントの禁欲的な態度と精神が、資本主義をもたらすことに繋がったというマックス・ウェーバーの話は、よく知られたものになっているが、その禁欲的な生活を堅持する手段として、「日記」が用いられている。なかでも清教徒は、個人の行動や考えを神への告白として記録することが、自らを省みて、自己監視を促すことに繋がるとして、「日記」の利用を勧めたとされる (Alaszewski 2006=2011: 15-20)。

先のピープスの日記にも、そのような色彩は色濃く表れており、何度も「神よ、許した

¹ 『大辞泉』(小学館) による。

² 中世の西欧では話し言葉と書き言葉が一致しておらず、教会や他国との交渉で用いられる言語はラテン語だった。日常語での布教を重視したプロテスタント主義が浸透することに伴い、聖書や宗教書も日常の言葉で筆記されるようになり、人々の文書への親しみが増すことにより、16世紀の終わりには筆記が身近なものとなった (Alaszewski 2006=2011: 11-12)。

まえ」との記述がみられる。また、ピープスは「信仰日記」のように用いるだけでなく、「会計簿」のようにして、金銭の支出も記述するなど、浪費を戒め、儉約に励む様子がうかがえる（小林 2000: 74-75）。まさに、プロテスタントの倫理と精神が、近代資本主義が台頭する時代の個人の記録のなかからも、見いだすことができるのである。

このような過程を経て、日記が誕生し、普及していったのであるが、日記をつけることが生活習慣として広まるのは 18 世紀末になってからであり（Didier 1976=1987: 41）、本格的に広がるのは 19 世紀に入ってからである。そこには、近代的自我の確立も、大きく関わっている。西欧では 18 世紀末の人権宣言により、自らの考えを自由に表現する権利が得られた。けれども依然不平等な社会のなかで、表現の場を見いだせない「過剰な力」を、日記に打ち明けたということである。日記の普及は「自我」（近代的自我）の発達と軌を一にしたものであり、「キリスト教と個人主義と資本主義、19 世紀初めにこの三つの要因が出会ってこそ、日記の豊饒があった」わけである（Didier 1976=1987: 70-71）。日記とは、成立した時代からも、さらにはその特徴からも、近代社会の到来と不可分のものであることが分かる。

さらにもう一つ、近代と関わる背景がある。それは「黙読」である。「日記が発達したのは、黙読が行われた国と地域に限られる」。そして、「完全な黙読は、日記じたいと同じく、資本主義的産業社会の成立と符合する」（Didier 1976=1987: 181）。逆に言えば、近代以前、あるいは近代化を遂げていない地域においては、「黙読」という読書スタイルが存在しないということである。つまり、すべて「音読」であったわけである。音読とは一人で行うものではなく、「聞き手」となる他者のいる場で、複数人の間で行うものである。読書はあくまでも他者との共同的な営みだったわけである。黙読というスタイルがなければ、個人的な心情を記述した日記も、他者に筒抜けになる。それでは「私的」な日記は成立し得ない。日記はあくまでも「秘密の領分」だからである。他者から「秘匿」されたものである、という今日の日記が抱えるイメージは、黙読を可能とする近代の到来を待ってこそ、成立し得るものなのである。

このように、日記の誕生と普及は、近代社会の到来と不可分の関係にあったわけである。すなわち、今日われわれが行なっている「日記」は、近代社会に固有の「近代日記」なのである。それはまさに「近代」という時代において成立したものであると同時に、「近代的自我」をはじめとする近代社会に固有の性質が反映されたものにもなっている。

このことは、日本においても同様に当てはまる。もちろん日本には、『土佐日記』や『蜻蛉日記』といった古代から伝わる「日記」がある。日本の近代化は明治維新を境にしてとらえられることが多いが、それ以前から存在した「日記」は、明治よりもはるか昔に書かれたものである。つまり、それらは「日記」と題したものではあるが、「近代日記」とは異なる系譜をたどって成立したものと考えられる。言わば、異なる形式を持ったものとして、近代日記が「輸入」されてきたとも言えよう。次節では、そんな日本の日記に固有の事情をみていくこととする。

第2節 日本における日記の広がり

2-1 近代日記前史

日本では、ヨーロッパなどとは異なり、近代以前から日記が存在した。しかしながら、「近代日記」とは異なる特徴を持っている。「近代日記」が日本に取り入れられる系譜をみる前に、その近代以前の日記について、とりわけ「近代日記」とは異なる点を中心に、概観しておこう。

最も大きく異なる点は、「私的」であり「秘匿」すべきものという、近代日記の前提となるイメージが共有できるか否かにある。日本に古代から存在した「日記」は、必ずしも私的なものではなく、秘匿することが原則になっていなかった、と考えるのが通例であろう。小田切進（1984）は、多くが「文学作品として世に広めることをあらかじめ考慮して書かれたもの」であり、「公けになるのを初めから自覚して執筆された日記が多かったのではない」と指摘している。とくに「古典的な日本の日記は、むしろ公の記録」であり、日本の日記そのものが「公けの記録」から始まっているという。逆に、近代以降の日記には、「公表を考えずに書きつづけられた私的日記が多い」として、樋口一葉や石川啄木らの日記を例に挙げている。つまり、日本においてもやはり、「内省」が描かれ「非公表性」を持つ日記は、「歴史的な所産に過ぎない」（大島 1998）のである。

日本文学に精通するドナルド・キーン（1988）もまた、「近代日記」との違いを指摘している。すなわち、日本の近代以前の日記は、ある出来事を記述するとしても、実際に起きた時期よりもずっと後に書かれたものが多いということである。それらは日記というよりも「年代記」に近く、その意味では日記が誕生する前の西欧と、同じような傾向にあると言える³。

西欧の日記との類似点で言えば、「暦」の使用もその一つである。西欧では、「暦」（カレンダー）へのメモの記録が、日記の普及を後押ししたとされるが、日本の平安時代でも「具注暦」と呼ばれるカレンダーに、日々の記録を記していた歴史があり、それが生活を律するものにもなっていたと言われる。ただ、暦を入手できる者が貴族などの一部の階級に限られていたうえ、中世後期になると、暦に日記を書くという行為じたいがなくなっていったとされる（松蘭・後藤 2011: 88）。

あるいは、日記と「会計簿」との類似性も指摘できよう。日本の近世の日記には、「日記」と表題がついたものでも、内実は「大福帳」や「金銭出入帳」であることが多いと言われる（松蘭・後藤 2011: 89）。日々書き続けるもの、という意味において「日記」と名付けら

³ 中世のヨーロッパでは、修道院の修道士によって、出来事を記した年代記（アングロサクソン年代記）が作られている。ただ、日記のような個人的な記録ではなく、出来事と同時に記録されていたかどうか不明である（Alaszewski 2006=2011: 5-9）。その意味においては、近代日記誕生の前に存在した、日記未満の記録として、位置づけることができる。

れた記録は、近世後期には庶民レベルまで広がる。西欧でも、近代日記の初期、あるいはその前の段階において、「会計簿」のようにして用いられた系譜があるが、いずれも近代日記への発展の前段階とも位置づけられる時期である。ただ、結局は近代日記には至らないものであり、日本においても、私性や秘匿性を伴った近代日記が普及するのには、明治を迎えるのを待たなければならなかった。

一方で、古代から伝わる日本の日記には、もう一つ、異なる系譜がある。それが「日記文学」である。日本の国語の教科書では定番の『土佐日記』や『蜻蛉日記』、『紫式部日記』や『更級日記』などが、それに当たる。ただ、「日記文学」という呼称じたいは、それらが記述されたずっと後になって用いられるようになっていく。具体的には諸説あるものの、刊行物での記述としては、1927年（昭和2年）の池田亀鑑の『宮廷女流日記文学』が最初だと言われる（鈴木 2011、小田切 1984）。実に昭和に入ってからのことである。それまでは、当時の宮廷の風俗や習慣を知るための資料として用いられていたにすぎず、昭和の初めになって、ようやく文学的価値のあるものとして認められるようになった。その背景には、明治後期に自然主義文学が盛んになり、「個人の平凡な生活をありのままに叙述するような作品が文学として重んじられるようになった」ことが考えられる（小田切 1984: 14）。

こうして、かつて「日記」と名付けられていた「非・近代日記」は、近代日記が大衆化したのちに、「日記文学」という文学の一ジャンルとして、識別されるようになったわけである。もちろん「日記」という語を用いた以上、近代日記を意識しないはずはないだろう。「日記文学」という表現を初めに使った池田と同時代の国文学者・久松潜一は、日記や随筆が「自照文学」であり、「自己返照の文学」であることから、「自己を反省し、凝視する文学」とであると説いている（小田切 1984: 13-14）。つまり、近代日記に付与される意味——反省や自己省察など——を意識したうえで、文学的価値をも与えているわけである。『土佐日記』などの「非・近代日記」に対して、「近代日記」に与えられている意味を、安易に付与することには慎重であるべきだが、当時の文学観——自然主義文学——を反映したうえでの判断なのだろう。

ドナルド・キーン（1984）は、そもそも日本の文学作品じたい、「私的な性格が強い」と説いている。日本の文学は中国の文学の影響を受けていると言われるが、たとえば日本の詩歌を取り上げても、中国の詩の典型である社会的関心の表明がみられないという。そこには文学観の違いがあるとされる。中国では文学作品の多くが、作者の生存中か死没直後に印刷されるのが通例であった。それに対して、日本では、印刷の技術はあっても、文学はあくまでも墨や紙、筆跡などを含めて美的に鑑賞されるものであり、印刷して多くの人に読まれるものにはなっていなかったという。つまり、日本の文学は、結果として私的なものになり、広い世界に向けて書くというよりも、少数の仲間内だけで共有される傾向が強くなっていた。

そうして考えると、「日記文学」を含めた日本の伝統的な「文学」と、私秘性をもつ「近代日記」との間には、そんなに大きな隔たりはなかったのかもしれない。少なくとも「私

的」な色合いを持ったものとして、双方ともに位置づけることは可能であると言える。ただ、いくら内容が「私的」であるといえども、やはり市民革命を経て近代的自我（自己観）を獲得した西欧とは異なる。日本の平安期以来の「文学」には、近代的自我に対する強い思想性は感じ得ない。また、文字を読み書きするリテラシーを持った者が、特定の階級に限定されていた点は、無視できない。かくして近代日記は、西欧から輸入されるかたちで、日本に定着していくことになるのである。

2-2 近代日記の普及

日本は欧米の後を追うかたちで近代化を遂げた。それゆえ、近代的自我をはじめとする近代的価値も、近代化に伴って取り入れられたものである。近代日記も同様に、ヨーロッパで広く用いられている日記帳の導入が、きっかけとなっている。西川祐子（2009）は、近代の日記を「商品化された日記帳の時代の日記」と定義しているが、まさにその「日記帳」が、近代以降の日本の日記を語るうえで、重要な位置を占めるものになっている。

日本において、初めて印刷・製本された日記帳は、当時の内閣印刷局の局長である得能良介が1879年（明治12年）に作成し、官吏に利用させた『懷中日記』（館員手帳）であると言われている（坪内 1993a、西川 2009）。得能が1878年版のフランスの「日記簿」（日記帳）を目にしてすぐ、その日本版を発行しようと考えたという。ただ、これは紙質がもろく、粗悪なものであったため、一般化しなかった。

その後、日記帳が本格的に商品化されたのは、1895年（明治28年）のことである。大手出版社の博文館が、『懷中日記』を発行した年である。翌年には『当用日記』も発売されている。その博文館の社主、大橋佐平は、1893年に欧米各国を歴訪している。その際、「欧米の人々が常に小さな手帳を持ち、ことあるごとにそれに何か記入し、自分の予定を自分で管理し、あるいは備忘録として役立てている」ことを知る。そして、「日本が近代化していくためには、この小さな手帳の普及が肝心であると考えた」という（坪内 1993a）。そうして生まれたのが博文館の日記帳である。

博文館の発行する日記帳（博文館日記）は、上質な輸入紙が使われており、インクとペンで筆記するのには適していた。また、その割に安価であったことは、売り上げにも大きく貢献することになる（浅井 1994）。『懷中日記』は8万8000部、『当用日記』は1万部という、当時としては驚異的な売れ行きをみせている（坪内 1993a）。二つの日記帳はその後売り上げを伸ばし、種類も増えていくことになる。このように、博文館日記の発売に伴い、日記帳は庶民に一気に広がっていったわけである。

とはいえ、文字をまったく読み書きできなかった人も多いなかで、日記をつけることが、容易に習慣化したとは考えにくい。最低限の読み書き能力と、ある程度の知識・教養がないと、日記帳を得たからと言って、すぐに日記をつけるようにはならないからである。当時の日本において、就学率が9割を超えたのは、明治40年前後である。ちょうど同時期の明治後期に、日記が社会現象として人々の関心を集めているという新聞記事や雑誌記事も

みられる（近藤 2004: 88）。すなわち、リテラシーの獲得と符合するように、あるいは相互作用するようにして、日記が庶民に定着していったと言える。博文館日記は、当時の時代状況にあって、「新しいモダンなスタイル」（小林 2000: 78）として受け入れられていたのではないかと考えられる。

そんな日記が一般に浸透したとされる明治後期には、博文館日記の種類が多岐に渡るようになっていく。たとえば、1907 年（明治 40 年）には『小学生日記』が出版され、翌年には、『ポケット日記』、『家庭日記』、『英文日記』、『紳士用懐中日記』、『農業日記』など、全 14 種類が出版されている（西川 2009: 87）。年齢や職業に応じて、細分化が行われているわけである。あるいは、それだけ日記を使う人の裾野が広がっていることの証だとも言える。この時点でもまだ、日本で最初の日記帳が出版されてから、30 年も経過していない。すなわち、この間でも、日記を書くための「メディア」は実に多様なものとなり、バリエーションが拡大したということである。同じ近代日記でも、すでにこれだけの「メディア」の幅が、確認できるのである。

明治も終わりのほうに近づくと、その“幅”はさらに拡張する。日記を書くための「メディア」が日記帳にとどまらなくなるからだ。と言っても、日記帳を代替するノートや手帳の類いではない。日記を書く先に、「雑誌」が加わるのである。いわゆる「投稿雑誌」で、小説や俳句などとともに「日記」を募り、掲載するというものである。最も早いものが 1900 年（明治 33 年）から募集を開始した『ホトトギス』で、正岡子規や高浜虚子などが関わっている（近藤 2004: 92）。他にも類例がみられ、いずれも文章力の向上とともに、日記を書くことの奨励を主たる目的としていた。添削によって、正しい文章を書くように導くことも大切だが、とりわけ『ホトトギス』は、正岡子規の想いも反映されたものになっていたと言われる。すなわち、都市化が進展するなかで、農村の青年に精神的自立を促そうとする意図があったのではないかと考えられる。いずれにせよ、日記を書く「メディア」は、このときすでに（他者によって）「読まれる」対象へと広がっていたのである。

このように日記の位置づけや目的が広がるなかで、象徴的なものとして挙げられるのが、『主婦日記』および『家計簿』と、戦争時の兵士の日記（従軍日記）である。前者は、それらを記述（記録）することによって、近代家族制度や性別役割分業を身につけさせる意図を込めて⁴、後者は、軍人精神の確認や規律訓練を意図して、使用が促された経緯がある⁵。あるいは、日記帳の普及時には、明治に入って採用された太陽暦や 24 時間制の時刻、日、週、月で区切る時間の秩序など、社会習慣の定着にも、日記は貢献している（西川 2009: 83-84）。その意味では、日記はそれをつける本人の意思とは別に、利用を促す側の意図が埋め込まれやすいメディアなのかもしれない。それゆえ、学校教育にも取り入れられてきた。次節では、その教育における日記についてみていく。

⁴ 主婦日記と家計簿は、「専業主婦」の存在を前提に作られたもので、家庭内の会計を中心とした管理や記録業務を一手に担うことで、「家」を守るという役割の強化を促す結果になった（西川 2009）。

⁵ アメリカでは逆に、軍人に日記をつけることを禁じていた。敵の手に渡ることをおそれたことだという（キーン 1984）。

第3節 日記と教育：日記指導・生活綴方運動

3-1 日記指導

日本における近代以降の日記を捉えるうえで、欠かすことのできない視点が、教育と日記の関わりである。明治期の日記帳の普及は、あくまでも自発的に日記を書こうとした人々によるところが大きい。現在の日本人には、自発的に書くのではなく、「書かされる」ことで、日記と出合った人も多いのではないだろうか。その「書かせる」経験をさせたのが、とりもなおさず「教育」であったわけだ。日本では、学校教育において取り組むべき課題として、日記が位置づけられてきたのである。

学校教育において日記は、主に初等教育（小学校）を中心に、導入されてきた。その始まりは、実に博文館日記の発売よりも早い。博文館が『懷中日記』を最初に出版したのは1895年のことだったが、初等教育において日記が取り入れられたのは、その5年前の1890年（明治23年）のことである。日本における作文教育の歴史を記した『日本作文綴方教育史』（滑川 1977）では、『幼年文範』という書を、「作文書で日記指導を取り上げたのは本書が最初」として取り上げている（大熊 1983: 228）。ただ、内容的にはあくまでも「文章の稽古」に主眼が置かれたものであり、文章力の養成を目的としている。日記はそのための手段という位置づけである。

その意味では、先に挙げた日記の投稿雑誌にも通じるところがある。まずは読み書き能力を持たない者に対して、最低限の読み書きを身につける手段として、比較的書きやすい「日記」が採用されてきたのである。日記にそれ以上の意義——すなわち、一日の生活を振り返ることを通して、自らを省みたり、観察眼を養ったり、事実を客観的に表現する能力を身につけたり、といった、その後の「日記指導」の中心となる意義や目的——を見いだすのは、昭和になってからの話である。初等教育の現場では、日記指導が継続的に実施され、その方法を示した教授書なども出版されるが、少なくとも自然主義文学が隆盛になる大正期を過ぎなければ、日記に文章修行以上の意義は見いだせなかったのかもしれない。

一方、国が定める教科書において、「日記指導」が導入されたのは、1900年（明治33年）⁶の『高等国語読本』に所収の「日記帳簿」であるとされる（大熊 1983: 236）。現在の小学5年生に相当する児童を対象とした教科書である。その後、国定教科書⁷においても、日記指導のための教材は現れるが、第二期国定国語教科書の『尋常小学読本』（1910年）に収録された「太郎の日記」を境に、「純粋な生活日記」⁸を意図したものになり、日記指導の開始

⁶ この年に、小学校令が改正され、「国語科」が設置される。

⁷ 1904年から、国の関与が強くなった「国定教科書」制度に変わっている。それまでは「検定」制度。国定制は、終戦後の1948年まで続く。

⁸ それ以前は、日記を書く情景や女子の心得、送り状・受取状の学習など、別の教材としての意味も持っていた。

時期も「尋常科 3 年」に統一されるようになる。すなわち、これが日記指導教材の一つの指標になるということである。

この間に、先に挙げた『小学生日記』も発売され、学校内での教育のみならず、日常を通して、日記をつける環境（メディア環境）に置かれることになる。このような小学校での日記指導は、軍事教育という意図を含んだ戦中を経て、戦後に至っても、継続されていく。戦後には、「国定教科書」に代わって「学習指導要領」という国の教育の指針が作成されるが、そこにも「日記指導」は盛り込まれていた。

1947 年施行の「指導要領」には、「日記」という文言が小・中学校あわせて 30 件存在する。まだ「試案」という位置づけのため、具体的な指導方法は明示されていないが、次の改訂（1951 年施行）では、日記を書く目的などを含めて、かなり具体的に指導方法が記述されている（図表 2-1）。

図表 2-1 1951 年度施行 小学校 4 年「書くこと（作文）の学習指導」（抜粋）

自分の生活を反省したり、生活について思索したりする日記・作文を書く。しかも、あらゆる生活の場面をとらえて多角的に取材し、まとまりよく、しかも正確な描写をする。両方とも自分の生活態度を表現することにかわりはないが、日記は簡明をねらいとし、作文はじゅうぶんに書き尽すことをねらいとする。実用文の技能を高める一方、こうした作文によって見方・考え方を深めていくことは、はなはだたいせつである。

能力の低い児童に対する日記の指導は、おもしろかった日だけ書かせるとか、手伝いをしたことだけを書かせるとかいった、便宜的な方法によって、取材の指導をする。要は、その児童に、書く必要をわからせ、進んで書こうとする意欲を起させるよう、個別指導をする。

「日記」という文字の出現数も、小学校で 44 件、中学校で 11 件と、その後の改訂を合わせても最も多い。1961 年施行のものになると、小学校では 3 件、中学校では 1 件しか「日記」という文字が現れない。さらに、1971 年の改訂版ではついに「日記」が現れなくなる。その後、2011 年まで約 10 年おきに 4 回改訂が実施されるも、「日記」という記述は登場しないままである。もちろん指導内容の記述が簡略化されたという要因もあるが、文部省（現・文部科学省）が示す公的な文書の中に、「日記」という文言が消えたことは事実である。

しかし、だからといって、教育現場から日記指導がなくなったわけではない。「指導要領」は最低限の指針にすぎず、とりわけ日記指導は、国語教育に限定されない教育的効果がみいだされるため（あるいは、そのように意味づけられるため）、多くの教師が意識的に導入してきた経緯がある。また、日記指導を勧める教授書や実践例を示した書籍など、日記指導に関する書籍や論文類は、戦後、幾度となく著されている⁹。むしろ、「指導要領」に示さ

⁹ たとえば、亀村（1971、1994）、平野（1976）、吉田（1976）、金城（1982）、戸井（1992）、斎藤（1993）、

れなくなった 1971 年以後のほうが、そうした取り組みが活発にさえなっている。

このように、日記は「教育」にとって非常に重要な位置を占めるツールであり、様々な教育的効果をもった有益なメディアとして用いられてきた。ただ、日記を教育に活用しようという取り組みは、突然始まったわけではなく、背景となる動きが存在した。それは「生活綴方運動」というものである。以下、それについて触れておきたい。

3-2 生活綴方運動

生活綴方運動は、戦前、教育勅語を主軸とした画一主義の教育に抗して生まれたとされる。子どもたちが生活の場で体験し、感じて、考えたことを、自分のことばで書くことを通して、自立した主体形成を目指すという教育運動であった。明治末期に芦田恵之助らによって始められ、1930 年代（昭和初期）、国文一太郎ら農村教師によって、全国的に展開された（鶴見 1998: 308）。日本が戦争に向かい、軍国主義的色彩を強めた頃とあって、国家主義的な教育に反するものとして、治安維持法により弾圧も受けている。日記指導と同じように、文章力の養成に主眼が置かれたものではなく、「子どもらしく」、生活の状況や自身の内面を「ありのままに」書き、またそれを読んで反省し、実際の生活の行動へ反映させていくことが求められていた（元森 2008: 46）。

一般に注目されるようになったのは戦後のことである。1951 年に出版された無着成恭の『山びこ学校』がその契機となる。山形県の山村で中学教師をしていた無着成恭が行なった生活綴方指導の実践の記録であり、生徒の作文を集めた文集になっている。当時ベストセラーとなり、映画化や劇化もされるなど、大きな反響を呼んだ（菅原 2008）。無着いわく「いなかに住む生徒は、改めて自分たちの村の生活をふりかえって見てその欠点を除き、新しいいなかの社会をつくりあげるよう努力することがたいせつである」との考えから生活綴方教育を取り入れ、「現実の生活について討議し、考え、行動までも押し進めるための綴方指導」を行なったという（奥平 2008）。

現実と向き合い、生活の貧しさへの気づきを得ることで、脱貧困を目指し、不平等からの解放を求めるという思想性をもった教育運動として、生活綴方は広まっていった。それは「日記」という体裁を取ってはいないが、「自己を対象化し、自己の内部世界を凝視する態度」を身につけ「自己認識の力」を養うものとして期待されるなど（村山 1985）、日記に向けられた教育的期待と共通する部分がある。

このような歴史的・思想的背景をもった生活綴方の実践は、日記指導と同じようにして、学校教育の現場で導入されていった。ただ、日記指導がそうであったように、「学習指導要領」のような公的なカリキュラムには具体的に記載されることなく、教師が自発的に行うものとして、続けられた。

生活綴方や日記を教育実践として継続することは、子どもたち自身にとっての成長を促すという意味もちろんあったが、教師が児童・生徒の生活や行動を知り、子どもたちの

津田（1996）、森川（2011）などが挙げられる。

ことをより深く知ることにも繋がった。生活をありのままに綴るという営みは、一方で生活指導にも用いられ、他方で児童・生徒とのコミュニケーション手段としての役割も果たすようになる。そうして日記は「教育メディア」となっていったわけである¹⁰。

21 世紀に入ってから、生活綴方教育の実践は再評価されており、その意思が受け継がれながら、現代の事情に合わせた取り組みが紹介されるなどしている¹¹。教育の「内部」においては、依然として「日記」が有効な教育ツールとして用いられているということである。

第4節 交換日記、ウェブ日記・ブログ

4-1 交換日記

前節では、教育と関わりを持った、言わば教育の「内部」における日記をみてきたが、他方で、教育と接点を持ちながらも、教育の「外部」において広がった日記も存在する。その代表的なものが、「交換日記」である。

交換日記は、近代の日記の歴史から考えても、特異な存在である。あるいは、特異な存在としての日記の始まりであるとも言えるかもしれない。なぜならそれは、個人がごく私的な内容を、誰に見せるでもなく一人で綴るという、近代の日記の“常識”からは、逸脱するものだからである。まずは、その「交換日記」とは何なのか、といったことから、確認していこう。

交換日記とは、読んで字のごとく、日記を複数人の間で交換して記述していくというものである。この時点で、いわゆる私秘的な近代日記とは、一線を画するものになっている。主として小学校高学年から中学生を中心に行われてきた。起源は不明であるが、少なくとも 1970 年ごろには始められていたと考えられる¹²。実施主体の多くが小中学生であることから、ほとんどが学校内のクラスメートやクラブ活動のメンバーなど、学校での既存の友人関係を土台にして行われていた。とくに専用の日記帳ではなく、普段用いるようなノートを「交換日記用」として使う。それを家に持ち帰って記述し、学校で友人に「交換」するのが一つのパターンであるが、学校や教師は一切関与せず、児童・生徒らが自発的に

¹⁰ 日記と聞けば「小学校のときに学校で書かされた」という思い出を語る同時代人が多いのも、日記が教育メディアとして定着してきたことの証左であろう。

¹¹ たとえば長谷川（2012）など。また、生活綴方教育の普及と併せて、鶴見和子を中心に大人を対象として行われた「生活記録運動」についても、ブログが普及した現在、その実践が再び見直され、現代につながる効用を持つものとして再評価されてもいる（西川・杉本編 2009）。

¹² 教育研究所（1980）によると、1980 年当時、25 歳ぐらいの者は交換日記を当然のように行い、30 歳ぐらいの者は「覚えがない」と言及している記録が示されている。そこから推測すると、当時 25 歳の者が 15 歳のころ、すなわち 1970 年ごろには交換日記が行われていたと考えることができる。同様の事例は、大正から昭和初期の女学生にもみられるが、当時は手紙のやり取りが主（稲垣 2007）で、日記はあくまでも個人的につけるものに留まっていた。

行なっていた点で、先の教育における日記とは大きく異なっている¹³。

1980 年に中学生を対象に実施された調査（教育研究所 1980）によると、当時の交換日記経験者は男子で 17.0%、女子で 88.5%と、大きな男女差がみられるが、女子生徒に限ってみると、ほとんどが交換日記を行なっていたことが分かる。調査時点で行なっていた者でも、男子 6.6%、女子 47.0%とやはり男女差はあるが、女子では決して少なくない人たちが交換日記を行なっていたということである。

女子では「2 人」で行うことが多く（64.7%）、全体の 9 割以上が「4 人以内」であるが、男子では「6 人以上」という者も少なくない。また、女子は同じクラスの仲の良い同性と行うことが多いのに対し、男子の場合は異性、あるいは異性混じりで行うこともあるなど、実施形態にも男女差がみられる。ただ、いずれも学校集団内部での既存の関係に基づいている点は共通している。加えて、仲の良い友人以外には見せないという共通性もある。つまり、あくまでも同属集団内での「秘匿」的な営みなのである。

内容については学校生活に関する話題が多く、「(自己) 省察」がきわめて少ない。また、芸能・ゴシップなどの「ふだん親友と話していることをほぼそのまま」書いているのみである（教育研究所 1980: 12）ことから、日常の学校生活での関係を延長するものとして、用いられているのだと考えられる。

前節では学校教育において活用される日記を取り上げたが、交換日記は学校教育を起点にした関係性をもとに、その関係を持続するメディアとして、活用されていることがうかがえる。これが、さらに学校の「外部」の他者との関係に基づく「日記」の「交換」が行われると、さらに異なる意味を持ったメディアとして位置づけられることになる。次に挙げるウェブ日記・ブログは、ちょうどその「外部」の他者にかかれた日記として、位置づけることができる。

4-2 ウェブ日記・ブログ

交換日記は、1990 年代に入っても小中学生の間で行われ、2000 年代になっても行われてきてはいる¹⁴が、2000 年代になるとそうした紙媒体の日記に加えて、インターネット上での日記が盛んになる。のちに、交換日記と同じような感覚で用いられるようにもなる¹⁵が、ここでは、交換日記とは異なる側面を中心に注目しておきたい。

インターネット上の日記は、インターネットが一般に普及し始めた 1990 年代半ばから存在した。川浦康至（1998）によると、「ウェブ日記」とも呼ばれる、ネットにおける日記の始まりは、個人ホームページの「更新履歴」にあるという。

当時、個人でプロフィールや関心事などを載せたホームページを作ることがネット上の

¹³ 教師が加わるケースもなかったとは言い切れないが、ほとんどが児童・生徒間で完結するものであり、親も関与していない。

¹⁴ 筆者が 2013 年に関西圏の大学 1 年生を対象に行なった調査（n=78）では、女子学生の 83.8%が小学生時に、32.4%が中学生時に、交換日記を経験したことがあると答えている。

¹⁵ 具体的な実践については、第 6 章において改めて取り上げる。

一部で流行していたが、その内容について「更新した」という記録を、日付を伴って記述したものが「日記」になったというのである。その「更新履歴」を残すためには、何らかのかたちで内容の追加や変更を行わなければならない。内容更新が毎日でも可能なものとして、「日記」という手段が取られたというわけだ。つまり、あくまでも更新のための「手段」として日記があり、それがいつの間にか中心的な「内容」となって、ついには日記のみを記述するホームページさえ生まれた。それが「ウェブ日記」として広く定着したというわけである。

ホームページの内容分析を行なった石井健一ら（2000）によると、1998年当時、対象とした日本語のホームページの中で「日記」を掲載していた比率は 23.5%であった。これはアメリカの約 3 倍、中国の約 6 倍だという。つまり、ネット上の日記もまた、日本に固有の文化であるように考えられる。

ただ、当初は、誰もがネット上に日記を公開することができたわけではない。当然、インターネットに接続できる環境が必要なことは言うまでもないが、ホームページを作成するためには、ネット上の言語である HTML などの技術的知識が必要だった。それゆえ、初心者にはハードルの高いものでもあった。ウェブ日記が一般に広がるにつれ、専用のソフトが発売されたり、「レンタル日記サービス」というものが登場したりする。そうした環境が整うことで、やがて文字入力さえできれば簡単にウェブ日記が始められるようになった。ネットの普及率も高まり、ネット・ユーザーが増えるにしたがって、ウェブ日記のユーザーも増加していったのである。

このウェブ日記の最たる特徴は、他者に向けて「公開」することを前提にした日記だという点にある。近代日記の原則は、他者から秘匿すること、すなわち「非公開」であった。その原則からすると、まったく正反対の特徴を持つものとも言える。先に挙げた交換日記も、他者と共同で行うことから、当然他者に見られることを前提に書くものではあるが、そこでの「他者」は、あくまでも素性を知った友人に限られている。ところが、ネット上の日記は、特別な制限を掛けなければ、原則誰でも閲覧することができる。言わば、国や地域を越えた不特定多数の他者によって見られる可能性を持っているということである。2010 年代に入ったいま、もはやこのことが特別なことではなくなっている。つまり、ネット上の日記は、それじたい、何の違和感も抱かれることなく、日常のものとして定着しているということである。改めて考えれば矛盾を抱えた表現とも取れる「公開された日記」は、もはや日記の一つ形態として、確立されているのである。

このようなネット上において公開する日記、すなわち「ウェブ日記」の普及に、拍車を掛けたのが「ブログ」である。ブログとは「ウェブログ (Weblog)」の略称であり、ウェブの記録（ログ）を意味する。その語義から言えば、そこで記述される事柄は、何も「日記」に限られたものではない。むしろ、日記のような私的な事柄ではなく、「ジャーナル(journal)」として、公開され共有される価値のあるものについて記述されるほうが、自然であるかもしれない。実際、ブログの発祥の地、アメリカではそのような認識が一般的であると言わ

れる。

しかしながら、日本では、ブログも「ウェブ日記」の一部、あるいは「ウェブ日記」の延長として位置づけられる。あくまでも「ジャーナル (journal)」ではなく「ダイアリー (diary)」なのである。ダイアリーの語意どおり、きわめて私的な、言わば他者に公開する価値のないようなものまでもが、不特定多数に向けて公開されているということである。

2006 年に、日本のブログユーザーは 868 万人に昇った（総務省情報通信政策研究所 2009a）。世界のブログのうち、日本語のブログは 37%を占めるとも言われる¹⁶。その多くが「日記」という形態を採っており¹⁷、私的な日記 (diary) が、不特定多数の他者に向けて、日々公開され続けているのである。

ネット上ではこうしたブログのような「新しい」ツールが、次から次へと現れる。それぞれ、発信形態や受信・閲覧の仕方が少しずつ異なっているわけであるが、日本においてはいずれも、これまでと同じ「日記」のような感覚で用いられている。たとえば 2004 年に日本で誕生した SNS (Social Networking Service) の「mixi」には、当初から「日記」というコンテンツが中核をなしていた。実際その利用率も高い¹⁸。また、同じ SNS で、アメリカで始まった「Facebook」にも「近況」という名目ではあるが、実質的には「日記」として利用している者が多い。あるいは、140 字以内のミニブログ「Twitter」も、一つずつの投稿は短文であるものの、それらを 1 日複数回記述する「日記」と捉えたり、1 日分をまとめてブログに再掲載することで「日記」として提示したりするケースも少なくない。いずれも、程度の差はあれ、連続性をもったツールだと考えることができる。このように、ネット上では、様々な形式で、「日記」を公開するためのツールが増え続けているのである。

とはいえ、公開の程度、あるいはその意識には、多少の変化もみられる。それはツールごとの違いというよりも、利用者の世代による差だとも考えられる。詳しくは改めて後述するが、端的に言えば、世代を追うごとに、不特定多数の他者に向けて公開しているという意識が低くなっていくということである。ネット上に公開したものでありながら、言わば、交換日記がそうであったように、より身近な他者を対象にして、日記を公開するというような感覚の変化がみられるわけである。

個別にはそれぞれ多様な特徴を挙げることができるが、ここではネット上の日記のバリエーションを示すことにとどめ、近代日記から始まる〈日記メディア〉の多様性を、確認しておくこととする。

なお、本論文で扱う〈日記メディア〉には、以上に挙げたように、紙の日記のみならず、Facebook や Twitter に至るまでのネット上の多様な形式をもった日記が含まれる。すなわち、「日記」じたいを最広義にとらえ、その記録に際して用いる手段や道具となるものは、すべて含まれるという前提で、議論が進められていく。日記とは単なる「表象」であり、

¹⁶ 英語のブログは 36%で、日本語ブログが世界で最も多い。

¹⁷ 総務省情報通信政策研究所 (2009a) のブログユーザーに対する調査では、ブログのテーマが「ある」と答えた人のうち、「日記」と回答した割合は「23.9%」と最も高くなっていた。

¹⁸ 2006 年の調査では、mixi で日記を利用したことのある者は約半数 (51%) となっている (江下 2007)。

その意味内容は、時代や社会の変化に応じて変容してきた、というのが、本論文の採る立場である。ここでそのことを改めて確認したうえで、次章の〈日記行為〉に関する議論に移る。

第 3 章 〈日記行為〉とその言説の系譜

前章では、日本における日記を書くメディア、すなわち〈日記メディア〉について、その多様な展開を追ってきた。本章では、それらの〈日記メディア〉を用いて行う〈日記行為〉に視点を移す。〈日記メディア〉が異なれば、〈日記行為〉も連動して変化すると考えるほうが自然なのかもしれないが、必ずしもそうではない。〈日記メディア〉の違いを超えて継続する〈日記行為〉もある一方で、同じ〈日記メディア〉を用いても、異なる〈日記行為〉をしている場合もあり得る。そうした個別の行為の違いについては、後の章で詳しく論じるが、ここでは、そうした議論に入る前に、〈日記行為〉に対する「言説」を捉えておきたい。

〈日記行為〉には、様々な意味づけがなされてきた。たとえば、日記が学校教育で活用されるときには、何らかの教育的意義が付与されてきたはずである。また、ブログ等のネット上での日記が「流行」する過程においては、それを行うことによる効果が、ときに煽動とも言えるようなかたちで、語られてきたはずである。本章では、そうした「日記」を書くことによる「効果」や「効用」と呼べるような言説を中心に、前章と同様に、その系譜をたどっていくこととする。

第1節 自己対話・反省・成長

第一に、「自己対話」や「反省」、「成長」といった言説が挙げられる。これらは、とりわけ近代日記に特徴的な言説として、把握することができる。ブログ等へとメディアのかたちを変えた日記よりも、紙ベースの原初的な日記を想定したときに、きわめて有効な言説として立ち現れる、ある意味で日記に対する典型的な語りであり、定番の効果・効用であると言える。

日記（近代日記）は、自分以外の誰にも見せないという前提のもとで、私的な事柄が綴られるという、きわめて私秘的な営みであった。それゆえ、日記をつけることで、自己と向き合い、自分というものを客観的に捉え、自らを省みることで、自己の成長につながるといったことが、しばしば語られる。先に挙げた「自己対話」や「反省」、あるいは「成長」という言説群である。このような意味づけが、近代日記の形式的な（メディア上の）特徴からも、容易になされるわけである。

第2章の近代日記の誕生をめぐる系譜のなかでも取り上げたように、日記はもともと神への告白というかたちで、記述されていた。そのため、日記の普及当初から、日記を書くことで自らを律することができるという意味で、（神に代わって）「自己監視」を行うのに適当な手段として、認識されてきたと考えることができる。ディディエ（Didier 1976=1987）は、このような日記の「自己監視」機能を取り上げ、「日記の執筆が一種の倫理的修練となっている」と説明している。

ディディエはまた、日記は自己を統一（統合）する役割を持つと指摘している。日記を書くことで「自分自身の包括的イメージを得る」ことができるというわけである。ディディエ曰く「その日その日に書かれるこのタイプの文章は本来分割的である。けれども日記が毎日つけられることによって生じる連続性は、安心感を与えてくれる」。日記は、「一種の鏡」としての役割を果たしており、「総体として自分を把握」するための方法としても役立つとされる（Didier 1976=1987: 138）。

小林（2000）は、ディディエが指摘したようなことを、表現を変えて、次のように述べている。すなわち、日記を書く主体に着目すると、日記に「書かれる私」と日記を「書く私」、そして日記を「読む私」という、三つの次元の「私」が考えられる。ここに時間性を加えると、すでに書かれた「過去の自己」、いま書いている「現在の自己」、そして書かれたものを読む「未来の自己」という、三つの異なる時間に位置する「自己」の重層性が析出される。それら三つの自己が絶えず再生産される場こそが、近代日記であるというわけである。日記は「現在の自己」が「過去の自己」を「未来の自己」に向かって記述するものであることから、言わば、それら三つの自己を結ぶ「自己のメディア」として、機能していると説いている。

小林の論においても象徴的であるように、もはや「日記の消失は自我の消失」であり、「自我の消失は日記の終わりである」（Didier 1976=1987: 169）と言えるほど、日記と自己（自我）は不可分の関係にあり、自己との対話を可能にしたり、そのことで自省が促されたり、あるいは自己の形成や自己成長をももたらすものとして、日記は語られてきたわけである。このような日記の効果をめぐる言説は、時代を超えて、言わば普遍的にみられるようにさえなっている。同種の言説には以下のようなものがある。

たとえば古寺雅男（1978）は、日記を「日常の生活の場所で、いつもの自分を、自己反省的にする一つの有効な方法」だと説いている。ここでもすでに「反省」というキーワードが表れている。日記は、「書くことによって、自分が自分に語り、確かめ、応える。いままでばくぜんとしていたことがらを、自分のものとして関係づけてとらえる」ことができる。「本来的にあいまいなことがらの数々を、わたしたちは文字に書くことによって選び取って枠付けをする」。「そこに、自己を確認する」のだという。「文字で、文字言語を使うことによって、改めて『わたし』を確認する」。その「確認された『わたし』の積み重ね」が、日記であるということである。古寺はこのように、日記が自己の確認を行うのに有効な手段であると捉えたうえで、日記こそ「自己形成」に役立つものだと主張している。

古寺は教育学者ということもあり、「自己形成」と言う際には、少年期や青年期をある程度念頭に置いていることが考えられる。また、1978年という、ちょうど校内暴力が注目され始めた時期の著書ということもあって、それへの処方箋になり得るとの文脈で読まれたものであることが、推察される。

そのように、日記を青少年期の自己形成の手段と捉える見方は、山田（1978）や坪内（1993b）などによっても、継承されている。山田や坪内は、日記にこそ「自己形成」の片

鱗が垣間見られるという前提のもとで日記を分析し、日記から「自己形成」のありようを読み解こうとしてもいる。とりわけ山田は、古寺の論を引き、自覚的に特定の青年期の日記を取り上げて、自己形成のありようを検証している。日記が「自己」にもたらす効果言説は、それだけ強力なものとして浸透しているのである。

そうした日記の「効果」は、当然、実際の教育現場にも取り入れられるものとなる。「自己形成」や「反省」などは、日記の教育的効果を謳うには最適であるし、「自己成長」などはまさに教育の主眼となるものである。実際にそのような効果がもたらされるかどうかはともかく、日記が教育に取り込まれる過程で、「言説」として頻繁に謳われるようになるわけである。

日記を継続して書くことで、自分自身や自分の生活を客観的に把握することができるようになるとの一般的な言説はもとより、「日記指導によって、登校拒否がなおった」というものや、「万引きをやめた」（金城 1982:173）というもので現れる。自身も小学校教諭で日記指導経験もある金城（1982）は、「しっかりものごとを受け止める子にとって、日記をつづけることは、その人間形成に大きくひびいていく」と述べている。一般に「継続は力なり」と言われるわけであるが、持続力や耐久力を身につけるということや、習慣化といったことも含めて、日記が個人の「成長」を促すものとして、語られていったということである。その語りは、2010年代になってもなお継続されており、雑誌『作文と教育』（2010年5月号）の日記の特集のなかには、日記を「子どもたちの成長の証」と表現する事例がみられるなど、依然として根強く謳われている事実がある。

ただ、注意しておかなければならないのは、確かに教育は日記を導入し、日記による「効果」に関する言説もまた取り入れたが、「教育」と言っても、すべてが個人を尊重するという現代的な教育に限らないことである。すなわち、戦後民主主義のもとでの教育だけを念頭に置くのではなく、第2章においても明治期から振り返ったように、日本の戦前・戦中における教育と日記の関係も、視野に入れておかななくてはならないのである。当時は「個人」としてではなく、「国民」として振る舞うために、日記が用いられていた。日記をつけることを通して、「国民」としての規範を身につけることに主眼が置かれていた。その際、「効果」として謳われたものは、同じ「成長」や「反省」といったものであっても、「国民」として「国家」に資する成長や、「国民」として「国家」に服する反省だったと言ってよかろう。その点で、表面的には同じ言説でも、時代が異なれば大いに文脈が異なる点にも、留意しておく必要がある。

あるいは、第7章で改めて取り上げることになるが、「自己啓発」の文脈で、日記の「反省」や「成長」が語られることについても、触れておかななくてはならない。とくに2000年代に入ってから、「日記」をめぐる言説は、大きくその文脈を異にしている。いわゆる「日記指導」に関する出版物が減る一方で、ビジネス書や自己啓発書のなかで、日記をつけることが推奨され始めるという傾向が表れているのである。そこでもまた、日記をつけることで自分を確認したり、自分を知ることによって人間的な成長につなげようという類いの謳い文

句が、華々しく躍っている。

いずれも同じ「自己対話」や「自己反省」、「自己成長」といった共通する効果言説ではあるものの、時代や社会状況、あるいは対象とする世代や年齢層が異なることで、それぞれ違った意味合いを持つことになる。逆に言えば、そうした時代や社会の変化に合わせながらも、絶えず語られ、引き継がれてきた言説群であるとも言える。これらが、近代日記にきわめて特徴的な、日記の効用をめぐる言説として、取り上げることができるわけである。

第2節 親密圏を代替する日記：教育文化からメディア文化へ

2-1 教育内の日記行為

日記が教育に取り入れられるようになったことで、「自己成長」や「反省」などが日記の効用として語られたわけだが、それらはいずれも児童・生徒の成長・変化に関するものであった。すなわち、日記を書く個人の内面的な変化を、「効用」として拾い上げたものである。ところが、多くの学校で取り組まれた「日記指導」は、その形式の特殊性ゆえ、異なる「効用」も語られることになった。すなわち、日記を書く側ではなく、日記を書かせる側、つまり教師にとっての「効用」である。

学校教育における「日記」は、「指導」の対象であるため、書かれたものは教師が必ず目を通す。それゆえ、児童・生徒らも、教師が読むという意識を少なからず持ちながら、記述することになる。その点で、「秘匿」を前提とした従来の近代日記とは、様相が異なるわけである。日記指導のプロセスとしては、教師が提出された日記を読んで、一人ひとりコメントを書いたり、誤字や表現の間違い等を訂正したりして、児童・生徒のもとに返却される。熱心な教師ほど時間を掛けて読み、丁寧にコメントを加える。児童・生徒はそれを一つの励みにして、さらに日記を記述し、提出する。まさに、児童・生徒と教師の間のコミュニケーションが成立しているわけである。学校教育における日記指導には、こうした意味づけがしばしば見られる。

たとえば、斎藤（1993）は、「日記指導は、第一に子どもを理解し、子どもから学び、子どもと心をかよわせるためにこそある」と論じている。子どもの学びや成長を促すことはもちろんだが、それ以前に、教師が子どもを知るすべとして有益なものであり、そのことを通して、子どもと教師の（心理的）距離を縮めようという意図が垣間見える。亀村（1971）は、日記指導の実践から、まさにそんな「効果」を述べている。

わたしが子どもたちの日記を読んで子どもの思っていることが分かるように、子どもたちも、わたしのあとがきを読んで、わたしを理解してくれる。日記を返したあとで、別に、何も用事がないのに、そばへ来て、「先生！！」と呼びかけてくれる子ども

がある。わたしも、何も言わないけれども、その時、ああわかってくれたのだな。と思う。(亀村 1971: 136)

日記は、教師と児童・生徒の「心をつなぐ役目」(亀村 1993: 4)を果たしているというわけである。このような語りは、前節で取り上げた「自己成長」や「反省」をめぐる言説と同様に、2010年代になってもなお継続されており、日記指導の二大「効果」言説の一つとも言えるだろう。たとえば、ある教師は次のように述べている。

日記を書いてもらっていると、一人ひとりの生活が手に取るようにわかりました。……(学校では)全員の子どもたちに声を掛けられなくても、日記の赤ペンで対話をすることができました。……家庭での変化や悩みなども日記に書いてきてくれますので、リアルタイムで比較的早くに相談に乗ることができました。……忙しいからこそ、子どもたちとコミュニケーションをとるために、日記は手放せない!と思っています。(米田 2010: 20)

前述の亀村(1971)からすると、40年が経過しているが、その隔たりが感じられないほど、同じような経験や感想が述べられている。すなわち、同様の「効果」をめぐる語りが、継続されているということである。

ただ、比重の違いがないわけではない。1980年代までは、自己形成や自己成長、反省などが強く言われていたが、2000年代に入ってから、そうした「効果」は小中学校の現場ではあまり強調されなくなり、そのような言説はどちらかと言えば、大人向けの「自己啓発書」などに移る。その一方で、学校教育では、学級崩壊などが言われ始めたせい、教師の側からみた日記指導の「効用」が語られ、日記を媒介にして児童・生徒の考えや生活の状況を知ることができる、という対人的な効用が強くなっているように、見受けられる。

また、教師らが語る、日記を通して心理的距離が縮まるという効果は、何も教師と児童・生徒の1対1の関係にとどまらない。現場の日記指導の実践では、書かれた日記を「学級通信」や「一枚文集」と呼ばれるものに転載して紹介するということがしばしば行われる。「学級通信」等は、学級内の児童・生徒全員に配布され、保護者の目にも触れる。同じクラスの友人が何を考え、どんな一日を送っているかを、クラス全員が知ることができる。当然、それによってクラス内の関係が深まり、クラス内の雰囲気がよくなる、という「効用」が語られるようになるわけである。先に挙げた教師は、次のように語っている。

子どもたちは、同じ教室で生活していても、お互いのことをあまり知りません。教師が子どもの日記から子どものことを知るように、子どもたちも友だちの日記を読み合うことで、友だちを知るようになり、読み合った内容を共有することができます。子どもらしい率直な表現は、ユーモアがあり、クラスの雰囲気を自由してくれます。

(米田 2010: 21)

まさに典型的な語りである。ほかにも、不登校の児童が「一枚文集」を読んでクラスの雰囲気をつかみ、興味を持つようになって、登校するようになったという「成功事例」を示す語りもある。〈日記行為〉には、単に個人が私的に書くことによる効用だけではなく、日記指導というかたちで教師とコミュニケーションを取ったり、それを学級内で共有することで、学級内の親密な関係性を育んだりするという効果も期待できるわけである。必ずしもすべての学校がそのような「実践」を行なっているわけではないが、少なくとも「言説」として、そのような「効用」が持ち出されているということを、ここでは確認しておきたい。

2-2 教育外の日記行為

同じように、学級内の親密な関係性を育むものとして、「交換日記」が存在することは、第2章でみたとおりである。先述のとおり、交換日記は、同じ学校の親密な友人と一緒に行うことが多い。児童であれば、同じクラス内の友人に限定されがちである。日記指導のような学校教育の中で行う日記では、同じクラスでもあまりよく知らない児童・生徒のことを、学級通信などを通して知る「効果」が得られたわけであるが、交換日記はどちらかといえば、もともとよく知っている仲で行うことが多い。つまり、学級内の雰囲気や結束といった言説が生まれる土壌ではないと言える。むしろ、既存の特定の友人関係を、さらに維持・強化するものとして、描くことができよう。

また、交換日記は、あくまでも学校教育の「外部」に位置するものである。学校側が推奨したものではなく、児童・生徒らが自発的に始めたもので、その存在を知らない教師も少なくなかったと言われる¹。なかには、家族さえその存在を知らず、担任の教師と同様に「絶対に見せない」という児童・生徒もいた。もともと親密な友人間で行われる交換日記であるが、それじたい、きわめて閉鎖的であり、秘密性が強いものとなっているのである。つまり、交換日記が、児童・生徒らの「親密圏」になっているわけである。それは学校の「内部」で形成された親密な関係を契機にして行われるものであるが、学校側が関与しないという意味で、学校の「外部」で育まれていくものなのである。学校教育の「内部」の日記——日記指導における日記——は、学級という「親密圏」を構築するのに貢献したが、交換日記のような学校教育の「外部」の日記は、学級のような形式上の仮装の「親密圏」ではなく、親密な関係性を基礎とした、よりアクチュアルな「親密圏」を構築するのに寄与しているというわけである。

教育研究所（1980）では、交換日記を「ギャング集団の身代わり」とであると意味づけて

¹ 教育研究所（1980）による調査では、中学生女子の80%と男子の65%が「担任は、自分が交換日記をしていることを知らないだろう」と答えている。また、学校に調査依頼をする際にも、「うちの学校では、あまり交換日記をしていないから」と断られたという。

いる。ギャング集団とは、小学校中学年ごろから始まる閉鎖性の強い遊び仲間の集団を指すが、塾に通うことなどで放課後の友人間の接触がなくなり、そうした友人関係が形成されにくくなった。言わば、それを代替するものとして、交換日記が機能しているのではないかという、一つの「言説」である。それは、まさにアクチュアルな「親密圏」にあたる。学校内では育めない固有の親密な関係性が、学校外の交換日記でこそ育まれるという、意味づけである。これは、時を経ても大きく異ならないものだと考えられる。

その16年後に交換日記を論じた本田和子(1996)は、具体的な交換日記を事例に、過度に誇張した表現やふざけた文体、ギャグ、マンガ風の言語などを用いる様を取り上げ、交換日記を児童・生徒らの「プレイランド」とであると評している。そして、交換日記のような「両者の間だけに行き交う情報は、外部に起こった日常的なあれこれを超えて、彼女たちの意識に『普通ではないこと』『皆とは分かち合えぬ特別のことがら』として位置づくものに片寄りがち」とであると指摘している(本田 1996: 13)。言わば、学校や家庭の日常的世界とは隔てられた、固有の親密圏として成立しているということである。関係性の強化をもたらすという点では、学校教育の「内部」の日記にもみられた「効用」であったが、その関係性に質的な相違が存在するという点である。

前章でみたように、1990年代半ばごろになると、〈日記メディア〉の概念は拡大する。インターネット上の日記が現れるからである。ただ、学校教育あるいは教育を受ける児童・生徒との関連で言えば、その普及と前後して用いられた「ポケベル」(ポケベル)について触れておく必要があるだろう。インターネットが普及し始めた当時には、高校生であってもパソコンを使う者は少なく、ネット上で日記を書く者も多くはなかった。逆に、「ポケベル」は高校生を中心に浸透していた。必ずしも〈日記メディア〉や〈日記行為〉には含まれないが、教育と「ニューメディア」との関わりも含めて、ここで取り上げておきたい。

1990年代半ばをすぎると、女子高校生を中心に、「ポケベル」が使われるようになってくる。ポケベルとは、携帯型の無線呼び出し機であるが、当初は音で呼び出す機能しかなかったのが、次第に相手の電話番号が表示されたり、数字が表示されたりするようになっていた²。女子高生の間では、数字を語呂合わせで文字に見立てて、メッセージをやり取りするのが流行り始める³。「0840」を「おはよう」と読むというような暗号の交信である。後に文字情報を受信できるようになるが、やり取りされていたのは、他愛のないメッセージの交換であった。この「ポケベル」が、かつて交換日記を熱心に行っていたであろう高校生たちに、まるで即時的な交換日記のようにして用いられていたわけである。ただ、それまでの交換日記と異なるのは、学校教育の「外部」の他者とのやり取りに開かれていた点である。

² 受信のみであり、「送信」には固定電話を要した。

³ もともとそのようなことを想定して作られたものではなく、ポケベルじたいビジネスマンを中心に用いられていたものだったが、女子高生たちの間での流行によって、ポケベルに文字情報の受信機能が加えられる結果になった。

電話番号をランダムに掛けて、繋がった相手と友だちのようにしてメッセージを送りあったり、見知らぬ者との交流を期待し、雑誌等に「ベル友」を募集するなどして、匿名の他者との親密なつながりを求めたのが、当時の高校生の特徴であった。富田英典（1997）は、そんな見知らぬ者でありながら親密な関係になる他者を、「インティメイト・ストレンジャー」と名付けた。「ベル友」は、メール機能を持つケータイの普及に伴って「メル友」へと移行し、生徒らにとっての親密な関係性が、学校内の文化から脱する契機にもなった。

このような「新しい」コミュニケーション様式の現れは、メディアの可能性を指し示すものとして夢や期待が上乘せられて語られる一方で、学校教育の側からは、批判的にみられたのも事実である⁴。実際、教育に相応しくないものとして、学校内への持ち込みを禁止した学校も少なくない。同じ教育の「外部」で行われ、学校の「内部」に持ち込まれた交換日記は、決して「禁止」とは叫ばれなかったが、「新しいメディア」であるポケベルへの風当たりは厳しかった。このことは、「教育」と「ニューメディア」が抱える永遠の、そして不可分の課題であるとも言えよう。一方では、新しいメディアを取り入れることで教育は変わる、というような「幻想」が提示され、他方では、新しいメディアは教育にとって有害である、という「有害論」や「悪玉論」が展開される（北田・大多和 2007、佐藤 2011 など）。このような対抗的な言説の構図は、学校教育の始まった明治時代からすでにあったと言われる（高橋 1992）⁵。ご多分に漏れず、ポケベルは「有害メディア」の認定を受けることとなったわけである。

その後登場する「新しい」メディアは、次々と有害視され、「脱学校」メディアとしてラベリングされていくことになる。ケータイやゲーム機器の類は、常にその「被害」に曝されてきたわけである。そして、インターネットもまた、教育の「外部」のメディアとして、教育の「内部」に位置する中高生などに、用いられるようになっていく。ただ、学校の「外部」の他者との交流を目的に用いることは、犯罪に巻き込まれる契機になるなど「危険」であると口酸っぱく言ってきた「教育」の成果によるものか、高校生あるいは大学生や中学生を含む若者は、ケータイやネット・メディアを、学校の「外部」の者ではなく、学校の「内部」にいる身近な友人らとの関係を強化するものとして、用いるようになる⁶。

ちょうどそれと併せるようにして、一般にもインターネットが普及し、「外部」の他者とのつながりも目新しくなくなってきた 2000 年代半ばごろになると、揺り戻し効果なのか、「新しいメディア」は既存の友人関係を強化するものとして、意味づけされるようになってくる。その端緒となったのが、日本における SNS の走りである「mixi」の登場である。

⁴ 1996 年の新聞には、「教室に響く「ピーピー」 ポケベル高校生に大流行」という見出しとともに、授業中にポケベルが鳴ることや休み時間に公衆電話に行列ができる様子、あるいは犯罪に巻き込まれる危険性などから、ポケベルを持ち込み禁止にした学校の例が挙げられている。（『朝日新聞』1996.5.13）

⁵ 高橋（1992）によると、明治期には小説も「俗悪メディア」と捉えられていた。有害とされたメディアは、「教育的価値」を付与され、教育に取り入れられることによって、有害性が剥奪され、社会にも組み込まれていく（佐藤 2011、荻上 2009）。

⁶ ケータイの使用が学校で禁止されていたこともあり、学校が終わった後や休日などに、友人らと連絡を取り合う手段として用いられていたことも、一つの要因となっている。

そして、その「mixi」の主要コンテンツとなっていたのが、「日記」であった。すなわち、〈日記メディア〉である。

「mixi」じたい、当初は「招待制」を採っていたこともあり、見知らぬ他者よりも、既知の友人関係をもとにしたつながりを意図して作られていたため、そこでの「日記」は身近な友人に自身の近況などを知らせ、他者の近況を知るための手段となっていた。それゆえ、「mixi」に対する言説も「日記」が互いの親密度を高めるといった、既存の関係の強化を強調したものになりがちであった。

ただ、それは単に閉鎖的な印象を与えるものではなく、関係の広がりも担保したものになっている。先の「ポケベル」をめぐる言説と異なるのは、「インティメイト・ストレンジャー」のような、まったく見ず知らずの他者と親密になるといった、飛躍した関係の構築を目指す言説は抑制されている点にある。あくまでも既存の関係を起点にした「穏やか」で「信頼」のおける世界であることが強調され、ビジネスなどで人脈を拡げていくのに有益だという論調が支配的となる⁷。2010年代になって普及する「Facebook」も、同じ傾向にある。

Facebook はアメリカで生まれたものであり、もともと大学生を対象に始められたものであることから、日本においても利用者は大学生以上が多くなっている。Facebook が誕生する数年前に日本で生まれた mixi も、当初は 18 歳以上に年齢制限を加えていたこともあり、小中学生のような低年齢のユーザーはそんなに多くはない⁸。ポケットベルも、高校生や大学生が中心であった。その点で、同じ〈日記メディア〉・〈日記行為〉に分類可能なものであっても、先の「交換日記」とは、利用者の年齢層が多少異なる。ただ、いずれも、現在の学校あるいは過去の学校時代の人間関係が、幅を利かせているのも確かである⁹。事実、旧友との再会が物語のようにして語られたりもする¹⁰。程度や中身の違いはあるにせよ、「親密圏」を代替するようなものとして描くことは、これらの〈日記行為〉に共通してみられることである。

そして、これらをひとつの系譜として俯瞰的に捉えると、〈日記行為〉が語られるコンテクスト（文脈）が、教育文化からメディア文化へと変化している様子が見えてくる。すなわち、この節のはじめに取り上げた学校教育における日記指導は、教育の「内部」にあり、その「内部」の人間関係を素材にして語られた。他方、ネット上の SNS における〈日記行為〉は、学校時代の人間関係が引き継がれているものであっても、教育の「外部」で行われるもので、どちらかと言えば学校教育が避けたがるものであったりする。それは、あま

⁷ たとえば、山崎・山田（2004）、原田（2007）、山崎（2007）などが代表的なものとして挙げられる。

⁸ 2008 年からは、年齢制限が緩和され、15 歳以上であれば利用できるようになっており、一部の中学生は参加可能になっている。

⁹ とくに Facebook は、出身校がつながりの一つの指標となっていて、それが明示されることから、自ずと学校時代の関係をベースにしたつながりが形成されやすい。

¹⁰ リサーチバンク（2012）による Facebook ユーザーに対する調査では、「何年も会っていない小学校や中学校のときの友達」と再会できたとか、「長年疎遠だった友人や遠くに住む友人や家族と頻繁に連絡できるようになった」というエピソードが目立つ。

り（学校）教育には持ち込まれたくない、「脱学校」的色彩を帯びた「メディア文化」をベースにしたものとして語られる。ただ、そこでもなお、現在の学校あるいは学校時代の人間関係が維持・強化されるという「効用」が語られるのである。この点が一つの要であり、その実態については、第 6 章で改めて触れることになる。

第 3 節 他者との媒介となる日記：「日記クラブ」からネット上の日記へ

前節では、日記を通して他者を知り、親密な関係が育まれるという言説を取り上げたが、その対象は、児童や生徒、あるいは大学生といった子どもや若者であった。あくまでも学校を起点にした議論であり、学校の「内部」か「外部」かといった見方に終始していた。では、そこに含まれない「大人」は、いかなる関係性を育んできたのか。この節では、そんな「大人」たちの〈日記行為〉をめぐる語りに注目して、〈日記行為〉への意味づけを把握していきたい。

前節では「親密圏」という視点で捉えたが、日記を親密な関係を築く契機にしようという動きや言説は、さらに存在する。その代表例が、「日記クラブ」である。正式名称は「日本日記クラブ」であり、のちに会長を務める小谷信子なる人物が、「日記を書き続けて 32 年」という投書を出し、朝日新聞の「ひととき」欄に掲載されたことが、そもそものきっかけになっている。投書の最後には、次のような文が記されていた。

私は時どき夢想する。日記クラブというのがあったならなあ。そして某年某月某日、めいめいその日の日記を一つに寄せてみる。人生の幻妙なマンダラが、そこには織りなされるに違いない。（『朝日新聞』1965 年 4 月 26 日朝刊）

掲載後、読者からの反響があり、その年の 8 月に「日本日記クラブ」が発足されている¹¹。主たる活動は、機関誌『としつき』の発行（隔月）と、月に一度の例会、定期的に行う旅行や催し物などの親睦会となっている。最初の投書に対して、感想文を送るなどして反応を示した人は、107 人いたという（西川 2009: 284）。そこから口コミで参加者が増加し、1970 年代のピーク時には、会員数 400 人を誇る全国規模の組織になっている。日記が好きという共通項のみでつながった、ある種、特殊な組織であるとも言える。

会の活動は活発なものとなり、発足した翌年の 1966 年には、毎日新聞の「記録を残そう運動」というものに協力し、「私の主人は私・生活の記録」と題した 1 年間の連載を、会員らが担当している。さらに、同じ年に「第 1 回日記まつり」も開催し（青木 2013）、1968 年には、日記の楽しさを広めるべく、東京でデモも行なっている（図表 3-1）。1984 年には、NHK のドキュメンタリー番組に、翌年にはその番組をもとにした単行本にも、日記資料を

¹¹ 1965 年 8 月 6 日の『読売新聞』に、創立の総会を開催することについての告知が掲載されている。

「これまで“日記”というと、自分だけのカラの中に閉じこもる傾向が強かったので、もっと視野を広め、社会との関連性を深めよう」¹²との思いで作られた組織であるが、会員は全国各地に及び、年齢も職業も実に様々である。日常ではなかなか交流を持つ機会のない人たちが、「日記が好き」という一点だけでつながり、機関誌や親睦会などを通じて、交流しているということである。

「例会では、会社の重役さんも、おふろ屋の番台さんもみんな同格で、何気ない話の中から得るものがある、心が豊かになりますね」¹³と。まさに「日記」が、そして「日記好きであること」が、他者を媒介するものとなり、年齢や職業、性別等の隔たりを超えた関係を構築する契機となっているのである。



会が長く続くことについて、小谷は「日記をつけている人はマジメ人間が多く、自分と

¹³ 『朝日新聞』1975年12月31日朝刊。

いうものを大事にしたい、一日一日を大切に生きたいという気持ちが共通してある。それは同時に、他人のそういう生き方も尊重することにつながり、日記をつけている人への共感、共鳴となっているのではないか」¹⁴と説明している。隔月で発行している機関誌には、「その日、私は」という特集がある。全国の会員から、ある一日の日記を募集し、一覽で掲載するという試みである。小谷が投書で記した望み——某年某月某日、めいめいその日の日記を一つに寄せてみる——が、そのまま体现された企画である。さらに、1990年には、設立 25 周年の企画として「庶民の日記展」というものも開催されている¹⁵。誌上で行なっている会員の日記の掲載を、展示会に移したものである。日記愛好家の日記が、日記愛好者の仲間内で披露されることから、一般に「公開」される次元へと舞台が移され、「読み手」が広がったというわけである。

日記クラブの発足じたいがそうであったように、日記を書くという行為は、きわめて私的なものであるが、それゆえに、他者とつながりたい、共有したいという思いが現れてくるのかもしれない。小谷は、一般論として「日記は読まれたくない。が、見せたいという心理はある」¹⁶と説いている。ただ、ここで共有されるもの、つながりの接点となるものは、あくまでも同じように日記を書いているということであり、日記が好きだということまでである。どんな日記を書いている人につながりを持ちたいとか、どんな内容について他者と共有したいというような意識はみられない。

だからこそと言ってもいいだろうか、日記クラブは、2007 年に閉会する。理由の一つは、会員数の減少、すなわち日記好きや日記を書く人の減少である。さらに、会長をはじめ役員や会員の高齢化¹⁷も、現実的な問題として理由に挙げられている（西川 2009: 289）。奇しくも、2005 年の新語・流行語大賞には「ブログ」がノミネートされている。すでに日記クラブの会員にも、ブログを開設し、ネット上で日記を書いている人もいた。会の発足から 40 数年という月日が経ち、日記は、ネット上に「公開」するものへと、変貌を遂げていたのである。

ウェブ日記やブログは、その書き手のことや、その日記の存在を知らなければ、直接見る機会は少ない。他からのリンクを通して見るか、検索によって、そのブログ等を「発見」するしか、見る機会が得られないものである。それゆえ、他者の目に触れるには、どんな内容の日記を書いているかが、重要な意味を持つ。逆に言うと、読み手は、内容をきっかけにして、そのブログやウェブ日記を「発見」することになる。つまり、内容をもとにして、その他者と「出会う」わけである。他方、日記クラブはどうであったか。そこでは、どんな内容の日記を書いているかを問わず、日記が好きで、日記を書いているという事実のみが、他者との接点となっていた。また、書き手がどんな人であるかも、さして問題と

¹⁴ 『朝日新聞』1975 年 8 月 8 日朝刊。

¹⁵ 『日本経済新聞』1990 年 6 月 28 日朝刊。

¹⁶ 『朝日新聞』1978 年 10 月 19 日朝刊。

¹⁷ 閉会時、小谷は 82 歳になっている（青木 2013）。

ならない。どんな職業の、何歳の、男性であれ女性であれ、「日記クラブ」の一員になれる。そして、会員と交流の機会を持つことができる。日記人口が多いときには、それでいくらでも会員を増やすことはできた。しかし、時代の趨勢なのか、日記を毎日書くという人は、徐々に少なくなっていく。また、日記好きという共通項でもって、他者と交流したいという人じだいも減っていったのかもしれない。いずれにせよ、結果として、そのような欲求を持つ人も、日記クラブではなく、ネット上のブログやウェブ日記に、「居場所」を求めることになっていったわけである。

紙媒体の日記をつける人が減っていくなかで、ネット上で日記を書く者は、どんどん増えていく。ブログが登場する以前から、日本にはネット上で日記を公開するという文化が存在していたことは、2章で述べたとおりであるが、「日記クラブ」を代替するような「日記コミュニティ」というものも、すでに存在した¹⁸。レンタル日記サービスなどでは、更新された新着日記を一覧で並べたものにすぎないが、ジャンル分けされるなどして、それぞれのジャンルで固有のネットワークが形成されているものもあった¹⁹。ネットの普及とともに、そうしたネットを通した「つながり」が喧伝されるようになるわけである。

次に示すのは、ブログが普及し始めた頃の典型的な語りである。

やがて、活発に情報が行き交うターミナルとして、あなたのウェブログは存分に機能し始めるでしょう。そして、趣味の仲間、気の合う仲間たちとの交流が生まれ、専門分野の知識はさらに深まり、あるいは今まで知らなかった人たちと人脈ができ、ビジネスにおいても大きな利益をもたらすことになるかもしれません。ウェブログは、……新たな人間関係、情報の流れを生み出す優れたコミュニケーション・ツールなのです。(松永 2004: 12)

「今まで知らなかった人たちと人脈」ができ、「新たな人間関係」が生まれるという、ブログによる「つながり」が過度に強調された語り口である。次の語りも同じようなものである。

ブログは、興味関心がある人々とをうまくつなげてくれるすばらしいもの。……何かを公開することで、その価値観を共有する人々とつながっていくのがブログなのだ。(長野・増田 2004: 3)

何を公開するのであれ、誰かとつながることが、ブログの「機能」として組み込まれているかのような語りである。さらには、次のような語りもある。

¹⁸ 代表的なものに「津田日記リンクス」、「日記猿人」(のちの「日記才人」、「ReadMe!」)などがあつた。いずれもブログが人気となる 2000 年代半ばごろには消滅あるいは衰退傾向にあつた。

¹⁹ 育児日記や特定の趣味に関することなど、日記の内容を限定することで、同じ関心を持った人がつながりやすくなる。

普段顔を合わせる付き合いよりも、むしろ、その人となり理解できる。ブログは人と人とのつながりを確実にかえているのだ。(『週刊ダイヤモンド』2006.5.20)

もはや日常的な対面よりも、他者を知ることのできるものとして、描かれている。まさに「新しい人間関係」であると言えよう。同じような語りは、数限りなくある²⁰。そうしたブログによる「つながり」は、さらに社会的インパクトを持つ物語として語られる。

たとえば、小学5年の女儿が行方不明になり、母親がブログを立ち上げて、手がかりを求めたという事例がある²¹。そのブログの内容が次々に転送²²され、母親のブログには激励コメントが殺到する。結果的に、ブログが直接影響したものではないものの、女儿は無事帰宅し、母親は「みなさんのおかげです」とブログでお礼を言ったという話である。ブログによる見知らぬ他者の「つながり」が、人を救う可能性さえ持つという、物語的な言説である。

このように、ブログに代表されるネット上の日記は、見知らぬ者同士であれ、他者との媒介となるものとして、描かれるというわけである。そのきっかけとなる場が、ネット以前は「日記クラブ」のような組織、ネット以後はブログや日記コミュニティのような空間へと、語りの文脈が時代とともに変わっていったのだ。前者は日記を書いていることや、日記が好きであることが共通項となるが、後者は「検索」をきっかけとすることが多いため、日記の内容が先にあり、そこから書き手へとつながりが展開していくという特徴の違いがみられた。後者のネット上の日記を通じた関係構築のあり方については、第6章において改めて取り上げることとする。

第4節 記録価値の再評価：個人的記録の社会的価値

〈日記行為〉をめぐる言説や〈日記行為〉を取り巻く状況を考えたとき、もう一つ取り上げておくべき事柄がある。それは、日記の「記録」に対する意味づけである。ここまでににおいてみてきたように、広く〈日記行為〉に対しては、「自己対話」や「反省」を通して「自己形成」を促す効果があると意味づけられてきたり、交換日記などで親密圏を代替するものとして描かれてきたり、あるいは、見知らぬ他者ともつながりを生み、他者との媒介になる効用などが語られてきた。ここでは、記録することへの価値の高まりといった、〈日

²⁰ たとえば、ブログユーザーに対する調査(NEC総研調査グループ2006)において、ブログを書くことで起きた変化について尋ねた結果、「実際には出会えない遠方の人たちと仲良くなれた」とか「とても素敵な方々と知り合いになれて心の交流ができた」とか「通常のつきあいの範囲からは知り合いになれない方と知り合い、いろいろな意見交換ができたり、励まされたりした」というような、新しい人間関係の構築に関する語りが多く見られる。

²¹ 『朝日新聞』2005年4月15日夕刊。

²² ブログのシステム上では、「トラックバック」という形式が採られる。

記行為〉をめぐる今日的な状況について、検討する。

4-1 学術研究における価値

まずは、生活史研究に代表される質的研究における「日記」について取り上げたい。日記が学術的な研究対象となるときには、日記の「記録」としての側面への着目から、一つの「資料」として用いられることが多い²³。なかでも生活史研究と呼ばれる、個人や集団の生活の歴史を明らかにする際に、日記は手紙や手記、自伝などと並んで有益な生活記録 (life document) として扱われる。

生活史研究の方法として日記分析を取り入れた中野卓編 (1981) では、「研究対象者たる本人が自分で書きとめたものである日記は、本人やその周辺で生きた人々の生活の事実や考えや感情に我々が生々しく接しうる資料である」と、その有用性を説いている。インタビューなどによって得られた記録と異なり、対象者みずからが書いた記録である点が、日記の (生活記録としての) 一つの特徴だということである。

また、他の生活記録と異なり、日記に記された事柄は「折に触れて書きとめられたもの」であり、「絶えず変化する現在を日々記録しようと努められたもの」であるという点も指摘できる。「日記は何にもまして優れた生活の記録」であるというわけである (Plummer 1983=1991: 28)。

ただ、日記に記されたことがすべてだというわけではなく、日記に記されない事実もある。場合によっては、誇張や虚偽、創作などもあり得るかもしれない。日記を長く書き続けることで、書き手は「一つのまとまりをもったもの」として日記をとらえ、「記載する出来事を取捨選択するようになる」と言われる (Plummer 1983=1991: 28)。それゆえ、日記を生活史を探る手段として用いるには、他の資料を参照することによって、事実関係を検証したり、解釈を見直したりする必要も出てくる (水越 2002)。日記の創作性に注意を払うことは、日記分析において重要な課題であるとされている (近藤 2005)。

とはいえ、日記は「自己反省とともに自己確認がなされ、それ自体は一つの修業のごとく続けられていく」ものであり、「逆にアイデンティティが拡散されていく方向も内包されている」。「悩み、不安、懷疑、追憶、思慕、妄想などが自己懷疑や自己否定へと結びついていく傾向も数々みられる」(有末 2012)。その意味で、資料としての限界はありながらも、生活記録として有益なものであることには変わりないのだと言える。

生活記録として日記をとらえたとき、それは生活史研究のみならず、多様な研究の対象・方法として役立つとされる。たとえば、歴史研究の資料や、参与観察のフィールドノートのような役割も果たす²⁴。過去の歴史や異文化を理解する際には、有用なものとして評価されている。あるいは、医療分野の記録などにも用いられたり、質問紙調査に代わる調査手

²³ たとえば、古屋野・青木 (1994)、水越 (2002) など。

²⁴ たとえば、マリノフスキーの日記などは、民族誌的価値を持つ。

法（日記式調査や要請型日記²⁵⁾）にも応用されたりするなど、学術的な調査研究においても、〈日記行為〉の価値が見直されてきている（Alaszewski 2006=2011）。

このような「記録」としての日記への評価や価値の高まりは、学術的な研究だけでなく、社会的な潮流としても捉えることができる。たとえば、先に挙げた「日記クラブ」の会員の声のなかには、そんな「記録」への評価をめぐる語りが顕著にみられた。いくつか挙げてみると、次のようなものがある。

- 「めいめいがばらばらにつけている日記は個人の記録にしかすぎないが、みんなの日記が集まれば社会的な記録になる」（『読売新聞』1972年1月23日朝刊）
- 「日記は、自分の人生の記録であると同時に歴史を生で語る貴重な資料にもなる」（『日本経済新聞』1987年5月26日夕刊）
- 「面白かったことを書けば、一日に二度面白さを味わえる。備忘録になる上、たまっていく記録は自分の生きた軌跡になるんです」（『日本経済新聞』1989年12月31日朝刊）

いずれも、歴史的な価値や社会的な記録としての意義への言及がみられる。こうした意識の高まりが、日記をつけるという行為のみならず、日記を読む・収集するという行為をも促し、〈日記行為〉への意味づけ・言説のあり方を拓けている。

4-2 「読む」記録としての価値

日記の「記録」としての側面に焦点を当てると、日記はおのずと「書く」対象だけでなく、「読む」対象としても捉えられるようになってくる。実際に、近年、日記の公刊・出版が進むにつれ、「読む」対象としての日記が注目されるようになってきている。あるいは、ブログ等のネット上に公開する日記が広まることで、日記を「読み物」として楽しむことが、自然と受け入れられるようになってきているのかもしれない。

2000年前後から日記を読むことを意識した、あるいは、読み手目線で日記を捉えた書籍が、出版されるようになってきている。たとえば、大島（1998）や鴨下（1999）、「This is 読売」編集部編（1999）、島（2002）、青木（2008）などが挙げられよう。また、2006年には雑誌『望星』において、2008年には同じく『野性時代』において、さらに2012年には『こころ』において、それぞれ日記の特集が組まれている²⁶⁾。いずれも具体的な日記（作品）を取り上げ、解説や批評を加えるなどして、紹介するものが多い。あくまでも日記を「読み物」として、あるいは「作品」のようにして取り上げている。これらが出版された

²⁵⁾ 一定期間、日記を書くように依頼されて書く日記。またインタビューと並行して行う「日記一面接法」と呼ばれる手法もある。

²⁶⁾ 『望星』（2006年1月号、東海教育研究所）では、「『他人の日記』で知る自分」という特集が、『野性時代』（2008年4月号、角川書店）では「日記が面白い」という特集が、『こころ』（Vol.6、平凡社）では「日記はこんなにも面白い」という特集が、それぞれ組まれている。

時期は、偶然にもネット上の日記が浸透し始めた頃と時期が重なる。やはり日記が「読む」対象となった時代と言えるのかもしれない。

ただ、そこには、読まれる日記の質的な違いが存在する。ネット上の日記は、誰もが書き、公開できる日記であり、書き手は一般の市井の人たちであるが、雑誌で日記特集が組まれたり、日記に関する書籍において取り上げられたりする際には、その時点で公刊されている日記が中心となる。そこには、いわゆる庶民の日記よりも、作家や著名人に分類される人たちの日記が、圧倒的に多数を占める²⁷。日記の公刊は進んでいるとは言え、まだまだ限られた人たちの日記が中心であり、時期的にも、ほとんどが本人の死後に発見され、公開されるものとなっている。

そんななか、前節で取り上げた「日本日記クラブ」は、早くから日記を「読む」対象として扱い、いわゆる庶民の日記も、その対象に含めてきた。「日記クラブ」は日記の書き手の集団であると同時に、日記の「読み手」の集まりでもあるわけである。既述のとおり、機関誌には会員の日記が掲載され、創立 10 周年時には『人生曼陀羅——庶民の日記集』という著書も発行している。無名の庶民の日記が「読みもの」として収められているわけである。また、機関誌の特集を兼ねて、太平洋戦争の開戦日と終戦の日の日記を収集するという企画も行なっている（西川 2009）。さらに、1990 年には「庶民の日記展」という展示会を行なっているということも、先述したとおりである。日記クラブの活動を通して、庶民の日記は、「読まれる」対象になっているということである。

この「庶民の日記展」は、2006 年にも開催している。日本日記クラブの創立 40 周年を記念したものであるが、このときには、もう一つの団体も共催として加わっている。それが「女性の日記から学ぶ会」という組織である。この会は 1996 年に発足し、文字通り女性の日記を収集し、それを読み解くことを通して、女性の生き方や考え方を学ぼうというものである。日記の収集・保存のみならず、定期的に研究会や講演会などを催し、活動を行なっている。収集し研究した日記をもとに、「学ぶ会」名義でも本を出版しているが、代表の島利栄子も、みずから著書の出版を行なっている（島 2002）。

庶民の日記の収集は、これら二つの組織に加えて、青木正美が個人的に行なっている。青木は古書店業を営む傍ら、古書のなかに埋もれた庶民の日記を収集し、それらを本にまとめて出版するなどしている（青木 2008 ほか）。戦時下の日記などは、歴史的な価値もあり、貴重な史料となっている。

このように、日記は「読む」対象としても流通し、「記録」としての価値が見いだされている。作家の半藤一利（2006）は「日記は貴重な史料になる」とし、「時代を活写してくれることが日記の最大の価値」であると述べている。「その時代のいろんな事実や本質」が日記から読み解くことができ、物の値段などの「風俗的な意味での資料」としての価値もある。

²⁷ もちろん戦時下の日記など、著者が誰であるかよりも、その時代の記録として価値あるものについては、庶民の日記であっても公刊されている。先に挙げた島（2002）や青木（2008）には、いわゆる庶民の日記が含まれている。

と言う。また、歴史研究などに用いるだけでなく、「小説やエッセイ、雑文を読むように軽く、楽しく」読むことができるとも言われる。もともと読み手を意識して書かれたものではないため、「混乱」がつきものであり、その「混乱を読むことこそ、日記を読む楽しみだ」とも語られる（鴨下 1999）。

個人的な記録である日記も、読む対象や収集の対象となることで、単なる「個人」の記録を超えて、社会的な価値ある記録として活かされるわけである。〈日記行為〉は、「読む」ことや収集ということも含めて、意味づけされるものとなっているということである。

4-3 「書く」記録としての価値

他方、「書く」ことに対しても、意味づけや価値づけがなされている。学校教育においては、「日記を書くこと」が「自己確認」や「反省」の手段になるというような意味づけがなされていたが、とりわけ近年（2000年代以降に）みられる日記の奨励は、「記録すること」の奨励の一部をなすものとなっており、目的や効用よりも「記録すること」じたいが促される傾向にある。

2002年に『一日5分 奇跡を起こす4行日記』という書名の本が出版されている（小林 2002）。サブタイトルには「成功者になる！「未来日記」のつくり方 たった4行のポジティブな言葉が、すばらしい未来を拓く」という、長々とした“文章”が続いている。書店で手に取って、日記を書いてみようかと思わせたらし勝ち、と言えるようなコピーが躍っている。中身は一部が書き込み式になっており、「記録する」ための方法に関する解説が中心の構成になっている。とにかくマイペースで気楽にやろう、という軽い“ノリ”で勧められ、それを続ければ「未来」は「成功者」になる、というような威勢の良い文言が目立つ。「4行日記」のように、始める際のハードルはきわめて低く設定され、継続した後には得られるものは、「人生の成功」というようなきわめて大きな設定になっているのが特徴である。

このようなタイプの日記を推奨する本は、その後も多数出版されるが、とにかく「記録すること」を第一に求め、それが「成功」につながるというような表現が並ぶ。それは学校教育における日記指導にみられた「自己成長」のような言説とは異なり、素朴なプロセスを経ることなく一足飛びの「人生の成功」へ、という〈日記行為〉に対する過剰なまでの意味の上乗せがうかがえる。その傾向は、年を追うごとにますます強くなっていく²⁸。

こうした言説においては、日記の固有性はさほど強調されず、日記はあくまでも「記録すること」の一つの方法にすぎない、というような扱いになっている。というのも、先に例示した日記を推奨する書籍は、2010年代に入っても引き続き出版されるが、紙媒体の日記へのこだわりはとくになく、デジタルメディアを用いることを勧める書籍も出始めているのである。「人生の成功」というような語りはおおよそ変わらないが、「記録する」ため

²⁸ たとえば、表（2004）は『日記の魔力——この習慣が人生を劇的に変える』という書名で発売されているが、2008年に文庫版になった際は、内容は同じでも書名だけが『人生に成功をもたらす日記の魔術』というものになっている。この4年の間に「成功」という文言が加わっている点が、その傾向を如実に表していると言えよう。

の手段が、デジタル化されているわけである。

たとえば五藤（2011）は、「ライフログ」というデジタルな記録（ログ）を残すことを勧め、そこに「人生を投げ込む」ことを促している。それによって、非常に細かな「記録」まで残すことができ、後で振り返る際にも、「検索」一つですぐに見つけることができるというメリットを挙げる。日常生活のあらゆる行動の記録を、すべてデジタルメディアを用いて残し、「記録すること」の意味を説くわけである。当然そこでも、自分を（再）発見できたり、自己成長につながったり、人生を楽しむことにもなるという、“定番”の言説によって、意味づけがなされる。「記録すること」の意義は大きく変わることなく、その方法が「日記外」のもの、とりわけデジタルメディアへと、広がっているということである。

逆に言えば、〈日記行為〉の中身は変わっても、あるいは〈日記行為〉の手段は変わっても、「記録すること」に対する意味づけ、価値づけは、大きく変わらないということである。「書く」記録、あるいは「残す」記録というものは、そのときどきの個人の〈生〉（life）にとって価値あるものとして描かれ、「人生」にも影響するものとして語られることが、ここでは確認できた。また、その「記録」じたいが、デジタルメディアを介したものになっても、同じように語られるということでもあったわけである。

「ライフログ」については、改めて第 7 章で取り上げることになるが、この「記録」の価値は、デジタル化された「データ」として扱われることで、「社会的価値」を帯びるものとなる。収集された日記の集積が、過去の歴史を浮かび上がらせるものになったのと同じように、人々の「生活」（ライフ）の「記録」（ログ）は、「データ」として集積されることで、現在の人々の「社会生活」のありようを導き出すことができるわけである。すなわち、過去の日記が歴史的価値を持っていたように、ライフログのデータは現在の社会を知る手がかりになるという意味で、「社会的価値」を持っているのだと言える。

〈日記行為〉という個人的な営みによって得られる「記録」は、「社会的価値」を持つものとして、語り直すことができるというわけである。

第4章 日記の文化社会学

第1節 日記をめぐる研究の諸相

前章までにおいて、〈日記メディア〉の系譜と〈日記行為〉をめぐる言説について概観してきたが、ここでは、それらをめぐる学術的な研究の状況を把握しておきたい。日記に関する研究は大きく文学研究、歴史研究、社会学的研究、そして日記の実態調査といった分類ができ、実に多岐にわたっている。それぞれ順に見ていこう。

(1) 文学研究

まず、最も多くを占めるのが、文学研究である。いわゆる「日記文学」に相当する、「作品」として鑑賞や批評の可能な「日記」を対象に、個別の作品の研究や内容分析といったものが中心となっている。ただ、それらのほとんどは、近代（明治）以前の作品である。あくまでも古典文学研究の一環であり、当然ながら「日記」という存在そのものに対する関心はみられない。

文学研究のなかでも、近代以降の日記に対する研究は、少ないと言われる（キーン 1988）。一因として、「文学作品」の領域に収まらないもの、すなわち「近代日記」が含まれてくることが挙げられる。近代日記はあくまでも（プリミティブな意味での）「日記」であり、文学的ではない。ゆえに、文学研究の対象になりにくいのである。書き手が作家などでなく、一般の庶民となれば、なおさらそうなるだろう。1980年代に、著名な作家や芸術家、あるいは政治家などの日記が公刊されるケースが増えたが、それでもその数および日記の記述量は膨大であり、十分に「研究」されるにはいたっていないのが実状である。

とはいえ、日記研究の全体を見通すと、やはり文学的な研究が多数を占めることには変わりないのであるが、それに比して、「日記の動機、スタイル、書く時刻、まとめ書き、省略、隠蔽、永続の条件、さらには外国人の日記との本質的な相違などという、日記固有の、いわばハードウェア的な問題を考察した『日記論』というべきものが、ほとんど書かれた形跡がない」（紀田 1988: 233-4）。これは、文学研究では解決し得ない課題であると同時に、文学研究に偏重する日記研究が共通して抱えなければならない問題であると言える。

(2) 歴史研究

日本における伝統的な日記が、「日記文学」という文脈において語られるという特性から、必然的に平安時代以来の「日記」（と題された作品群）もまた、日記研究の対象になる。それゆえ、歴史学においても、「日記」が研究の対象になっている。

すでに前章までで示したように、日記は主に歴史的な「記録」や「資料」として扱われている。最近では、国際日本文化研究所が文学研究者と歴史学者の共同研究により、日記を「総合的」に探究しようとする動きもみられる（倉本 2011）。いずれにせよ、日記の「ハードウェア」的側面について考察した研究はみられず、紀田が指摘した同じ課題が共有される。

(3) 社会学的研究

一方、社会学においては、これも前述したように、生活史研究などで「記録」や「資料」として用いられることが多い。通常、社会学における質的研究では、参与観察やインタビューなどによって「データ」を取得するが、それらは観察者（研究者）が記述したデータである。それに対して日記は、研究対象者がみずから記述したものであり、調査者のバイアスが除外される。その点で、「純粹に対象者の主観的側面を分析し解釈することが可能なデータ」であり、「質的研究における分析と解釈の問題を特化して扱うには格好の材料となる」（近藤 2005）。にもかかわらず、十分に活用されてきたとは言いがたい。「資料」や「記録」として用いる研究でさえ、それほど多くの蓄積がみられない。ましてや「ハードウェア」として日記を考察した研究など、決して十分に行われているとは言えず、ほぼ皆無だと言ってもいいぐらいであった。

近年になってようやくそういった視点に立つ研究も、わずかながら現れてきた。近藤康裕（2002）は、これまでの社会学における研究が、日記を「記録」として扱う程度に留まっていたことを指摘し、日記そのものの社会的な分析（「日記の社会学」）の可能性について論じている。また、小林多寿子（2000）は日記を「自己のメディア」としてとらえ、日記論の展開を試みている。

欧米ではディディエ（Didier 1976=1987）が日記の持つ特性や機能の多様性について、文学研究とは異なる視点で論じているが、日本においても、西川祐子（2009）が文化論的観点から、日本独自の歩みを進めてきた日記を多面的に論じようとしている。西川は「日記帳」というメディアに着目し、それが「国民化」を促すものとして機能してきたさまを描き出している。日記が個人で秘密に行うものでありながら、それが社会的な慣習として定着することで、国民国家における個人としての規範を内面化し、やがて「国民」として振る舞うことを促すという仮説が軸になったものである。〈日記行為〉を社会的な営みとして相対化したところに、従来の日記研究にはない視点がみられる。

(4) 日記の実態調査

西川（2009）は、日記を「メディア」という観点だけでなく、「行為」という点も含めながら論じてはいるが、依然として〈日記メディア〉の研究のみならず、〈日記行為〉の研究もまた発展途上にあると言わざるを得ない。そもそも〈日記行為〉の実態さえ、十分に把握されていないからである。日本において〈日記行為〉は、一つの文化と呼んでもおかしくないほど定着しているものであるが、日記人口などを示すデータはなく、日記に関する大規模な調査は一度も行われていない。つまり、〈日記行為〉の（マクロな）実態は、不明なままなのである。

ただ、日記に関する調査が皆無というわけではなく、ごく限られたサンプルによる調査であれば、いくつか参考になり得るものは存在する。最も古いものとして、1969年の雑誌『言

『言語生活』編集部による調査が挙げられる。これは『言語生活』の読者カードの一部を利用したアンケートとなっており、サンプルは偏ったものになるが、当時の〈日記行為〉の実態を知る一つの手がかりにはなるだろう。回答した約 300 人中、約 8 割が日記をつけているという結果が示されている。うち半数以上がほぼ毎日つけており、その割合は年齢層が上がるにつれ高くなっている。また、若年層には客観的な記録よりも「感想」が多いという結果や、毎日日記をつける人は市販の「日記帳」を用いるのに対して、それ未満の人にはいわゆる「大学ノート」が多いという、興味深い結果も示されている。

他に、米山誠（1988）や佐々木真一（1994）の調査もある。米山（1988）は名古屋の中高生および大学生を対象に、1977 年と 81 年、88 年の 3 回に分けてアンケート調査を実施している¹。1977 年では中高生とも 4 割以上が日記を書いていると答えていたが、1988 年には中学生で 17%、大学生でも 34%と、少数派になっている様子が見える。佐々木（1994）は、日記を書いた経験のある大学生に対するインタビュー調査で、日記の意義に関する心理学的な考察を試みている。

ただ、ブログ等のネット上の日記が普及して以降、従来の日記の「実態」が当てはまるのかどうかは分からない。その点で、他の領域の研究と同様に、今後の調査研究の余地は大いにあると言えよう。

もちろん、〈日記メディア〉の変容は、日記に関する研究に大きな影響を与えることは言うまでもない。ここでは、主として紙ベースの日記に焦点を当てて、先行研究の状況を把握しようとしてきたが、ネット上の日記を視野に入れると、決してそこに留まっては入れなくなる。われわれは、紙ベースの日記のみを対象とするのではなく、むしろ今日のネット上の日記へと続くものとして、紙ベースの日記をとらえているからである。ゆえに、ネット上の日記も含めた先行研究の状況を把握しておかなければならない。

しかしながら、紙とネットを架橋した研究は、今のところみられない。あるかにみえても、いずれか一方に偏りがちなのである。ネット上の日記に至っては、メディア研究のなかのインターネットを対象とした研究の一部として埋没してしまっており、「日記」を中心に据えた研究はあまり行われていないのが現状である。そのため、少なくともわれわれがネット上の日記をとらえる際には、まずもってメディア研究に目を向け、その研究の動向を把握しておくことが不可避となる。次節では、そのメディア研究の展開をとらえる。

第2節 メディア研究の展開

ネット上の日記は、ブログのような日記に適合的なツールができる前から、「ウェブ日記」というかたちで、ネット上に多くみられたものであったことは、前章までで触れたとおりである。ここでは、やや遠回りになるが、あえてそれより以前のものまで遡って、メディ

¹ 対象者は名古屋大学とその附属中学・高校の在学者の一部となっている。なお、1977 年は中高生のみ。

ア研究の展開をみておきたい。

(1) ポケベルからケータイへ

まず「メディア」のなかでも、個人的に記録したり、発信したりするメディア、すなわち「パーソナルメディア」の研究について、振り返っておこう。

その端緒は、ポケットベル（ポケベル）の研究にあると考えられる。ポケベルとは、第3章において取り上げたとおり、1990年代半ばごろから、女子高生の間で流行したパーソナルメディアの一つである。その後のケータイ（メール）と併せて、主に社会学者らの研究対象になっている。その最たる特徴が、文字情報を他者に向けて送信する点であろう。前章で「交換日記」の延長として取り上げたのも、文字を媒介とする共通性がみられたからである。すでに指摘したように、「交換日記」と大きく異なるのは、見知らぬ他者である「インティメイト・ストレンジャー」（富田 1997）との関係を希求する点にある。ポケベルを通じた友人関係（ベル友）の形成に象徴されるポケベルをめぐる議論は、そのままケータイ（とりわけメール）にも引き継がれ、同種の議論が展開していくこととなる²。

(2) パソコン通信からインターネットへ

ポケベルからケータイへの流れは、モバイルメディア研究として進展していくが、他方で、1985年以降³、パソコン通信が徐々に広がっていくことにより、ネットワークを利用した電子会議室での文字情報によるやり取り（フォーラム）などが注目される。そんな情報、メディア環境の変化に伴って、1990年代からパソコン通信もメディア研究の対象に加わっていく。ちょうどこの頃から〈電子コミュニティ〉という表現や「匿名性」に関する言及も現れてきている。その後、1990年代後半にはインターネットが普及し始め、情報技術・メディア技術のインパクトが強く語られるようになる。個人による情報発信の可能性や社会関係あるいは生活世界の拡張、さらには情報化によってもたらされる新たな「社会」の構想など、インターネットのインパクトに関わる様々な研究・批評・評論などが発表され、メディア研究は、情報社会論の趨勢などとともに、ネットメディアを対象とした議論が活発になっていく。

インターネットが浸透していく過程においては、パソコン通信を対象にしてなされた匿名性や（オンライン）コミュニティの形成などに関する議論が、インターネットにも当てはまる議論として、同じようにして展開される。とりわけ「匿名性」や「コミュニティ」などといった概念は、社会学がネットの登場以前から扱ってきた概念であるため、メディア研究のなかでも、社会学的なアプローチによる研究が、一つの核をなすようになる。

² ポケベルやケータイ（メール）に関しては、富田ら（1997）のほか、藤本（1997）や、岡田・松田編（2002）、松田ほか編（2006）などによって、継続的に研究がなされている。

³ 1985年は、電電公社がNTTに民営化され、電話回線が一般に開放された年。この年を境に、パソコン通信が広がっていくことになる。

(3) 技術決定論とその批判

これらネットメディアをめぐる議論の一つの潮流として存在するのが、技術決定論的な見方によるものである。情報・メディア技術の発達と浸透が、社会に「情報化」をもたらし、社会関係や日常生活のあり方をも変容させるといった、メディア論での定番の議論である。とりわけインターネットをめぐるのは、現実世界と相対する「仮想世界」や「異空間」、「架空世界」などという表現を伴って捉えられる向きがある⁴。そこで形成される見知らぬ他者との関係性は、人間関係の拡張や新たな親密性のかたちというように「期待」や「夢」が上乗せされて描かれたり、一方で、性犯罪の助長や未成年に対する様々な面での悪影響など、犯罪に親和的なものとして否定的に捉えられたりもする。

そうしたベクトルの違いはあるにせよ、総じて現実とは異なる特殊な世界として、インパクトを持って描かれるのが、この技術決定論的なアプローチである。メディア論においては、程度の差はあれ、主流をなす見方であると言えるが、そんな技術決定論に対して、批判的な立場の言明も存在する。メディア技術が一方的に社会を変革するのではなく、社会がメディア技術を受容し、社会的・文化的に構成しているのであり、その過程こそが「情報化」であるという、社会構成主義やソシオ・メディア論と呼ばれる立場である⁵。そうした技術決定論的な見方に対する批判的・対抗的な主張も含めて、メディア研究の一つの潮流であると言える。

(4) ネットワーキングと公共圏

また、社会運動論などの延長として、インターネットを「ネットワーキング論」の視点から捉える者もいる⁶。すなわち、ネット空間を現実社会の代替空間と考え、個人の自発的な市民参加活動の場として、ボランティアな社会関係の形成を促す可能性を主張するものである。あるいは、同種の議論として、ネット空間を「公共圏」と捉えるものもある⁷。地域や年齢・性別などの社会的制約や隔たりを超えて、誰もが自由に討議できる市民的公共圏を、ネット上にこそ作ることができる、と論じるものである。ネットの道具的な活用という意味で政策論的な論点も含まれ、世論形成機能を見出そうとする研究も存在する⁸。いずれもネット空間を現実と対置しながらも、特殊な「異空間」とはとらえず、ネット世界

⁴ 森岡（[1993] 2002）は「現実世界で困難だったり不可能だったりする様々な欲望が、人工的にかなえられるユートピア」ととらえ、「匿名性」、「断片人格」、「自己演出」といった特徴を持つと論じている。また、「第三の社会」（奥野 2000）や「魅惑のサイバースペース」（成田 1997）と表現されるなど、現実とは隔たりのある「異質な世界」という側面がしばしば強調される。あるいは、タークル（Turkle 1995=1998、2011）もまた、同種のものとして挙げられる。

⁵ 岡田（1998）や水越（2002）などが挙げられる。

⁶ ネットワーキング論じたいは 1980 年代に注目され、日本でも金子郁容（1986）を端緒として、組織論や経営学の分野でも盛んに論じられるようになる（平松ほか 2010）。インターネットとの関連で言えば、金子・藤沢市市民電子会議室運営委員会（2004）などの実践的な研究や、心理学的な観点からネットワークに注目した池田編（1997）などが挙げられる。

⁷ 干川（2001）や吉田（2000）、安川・杉山（1999）などが挙げられる。

⁸ 遠藤（2004）など。

に現実でなし得ない可能性を託し、メディアへの期待を強調するような思考になっている。こうした議論は、インターネットの普及以前から、電子民主主義の可能性として幾度となく論じられ、繰り返される議論となっている。

(5) 心理学および言語学からのアプローチ

以上をみても分かるように、メディア研究には社会的見地からアプローチしたものが多いが、われわれが検討すべき「日記」というものに、ピンポイントで焦点を当てた議論はほとんどなく、ネット上の日記（ウェブ日記）も、他のメディア研究の一部に組み込まれるかたちで処理されるような位置づけになっている。むしろ「日記」に注目した研究は、社会学よりも心理学に多くみられる。日記じたいが青年期の心理状態を読み解くのに適した素材であることなどもあって、日記が心理学に有用な研究対象になっているのかもしれない。少なくともウェブ日記を研究の俎上にいち早く載せたのは、心理学者らによる研究においてであった。

その代表的な研究である川浦ら（Kawaura et al. 1998）は、日記の内容が事実中心か、心情中心か、書き手の意識が自己に向かっているか、他者（読み手）に向いているかという二つの軸を設定し、日記そのものを4つのタイプに分類した。すなわち、自己を意識して書かれる事実の記録（「備忘録」）、他者との関係を意識して書かれる事実記録（「日誌」）、自己を意識する心情の記録（「（狭義の）日記」）、他者を意識した心情記録（「公開日記」）という4類型である。これらを一つの理念型として、実際のウェブ日記の分類を試み、4つのタイプそれぞれが偏りなく存在したことを実証している⁹。また、これらの調査研究と並行して、心理学（社会心理学）では、利用動機や心理的効用に関する議論が、継続して行われている¹⁰。マスコミュニケーション論の伝統的な受容過程に関する研究である〈利用と満足〉研究や効果研究とも関連するものとして、位置づけられる¹¹。

さらに近年では、言語学（社会言語学）でも、ネットやケータイといったメディアやツールが関心の対象となり、テレビのテロップ等の研究と並んで、メールやネット掲示板等に特有の言語表現の研究などが進められている¹²。また、ウェブ日記やブログに関する議論もいくつかみられる¹³。

(6) メディア論の限界

以上に挙げたように、メディア研究は多領域に渡り、多様な方法と対象のもとで、多様な研究が行われている。ただ、それらの多くに共通するのが、メディアやツール——具体

⁹ この研究成果が、ブログに関する議論においても、しばしば参照される。

¹⁰ たとえば、ブログを論じた山下ら（2005）などにもみられる。

¹¹ 竹内ほか編（2005）などのように、マスコミュニケーション論のテキストでは定番の研究例として取り上げられる。

¹² たとえば、三宅（2005）など。

¹³ 岸本（2005）など。

的には、メール、ウェブ日記、ブログ、mixi、Twitter など——が新しく登場するたびに、同じような議論が繰り返され、にもかかわらず、「新しい」ことのようにして扱われているということである。技術決定論的な見方に対して批判的な立場や、それに代わる社会構成主義（ソシオメディア論）的な見方が現れたことで、学術的な「研究」においては、過度に情報・メディア技術のインパクトを主張することは比較的抑制されてはいるが、それでも評論や批評の言説の動きと併せて、メディア技術じたいの「新しさ」が強調されがちなきらいはある。また、近年になってようやく言語学や心理学などのミクロなアプローチや実証的研究を得意とする領域において、緻密にデータを分析した実証的な研究が蓄積されつつあるが、「新しい」メディア（ツール）に対する社会的な注目や関心の高まりを鑑みると、決して十分な研究が進められているとは言えない¹⁴。理論や方法論においても、体系性をもったものが十分に確立されていないのが、メディア研究全体に通底する課題であると言える。

くわえて、われわれが検討しなければならない「日記」という対象を考えたとき、その対象となる範囲は、ネット上のものを含めると、きわめて多様なメディア（ツール）が含まれる。しかしながら、「新しい」メディア（ツール）が現れるたびに、個別に「新しさ」を強調する言説が提出されがちなメディア論的アプローチを採ると、その多様性を十分に包括しきれないという課題が残る。その都度、一から議論が展開され、それ以前からの研究の蓄積が十分に活かされていないという問題は、多様なメディアを対象とするメディア研究にとっても有益であるとは言えない。マクルーハン（McLuhan 1964=1987）以来続くメディア論的なアプローチは、そのメディアじたいが持つ固有性の主張なくして存在意義は見いだされないという、立場上の問題もある¹⁵。それがメディア論的なアプローチに立ったメディア研究が抱える限界であるとも言える。本論文では、そうしたメディア研究の限界を踏まえたうえで、次のような議論へと展開・昇華することを試みたい。

第3節 メディア論から行為論へ：日記の文化社会学に向けて

先に示したように、ネットメディアはこれまで、言説においても研究対象としても、メ

¹⁴ 「新しさ」に乗じて、様々に批評され、語られるが、それらを検証するような実証的な研究は、なかなか進められない。それは、ネットメディアを実証的な調査研究の対象として扱うことが、思いのほか難しいからである。たとえばブログなら、コメントの分析や読み手との関係を緻密に検証していくことが、実証性の面からは求められるが、匿名ゆえに人物の同一性の確認が難しいことなど、対面状況におけるフィールドワークや参与観察等に比べても、多数の障壁が考えられる。

¹⁵ マクルーハンが「メディアはメッセージである」という命題を提唱したように、メディアがメッセージ（内容）を運ぶのではなく、メディアそのものが所与のものとしてメッセージ（意味内容）を持つ、というメディアじたいに価値を置いた思想が、メディア論には少なからず内包されている。ゆえに、メディア論的アプローチを取る限り、他のメディアと同じであることよりも、他のメディアと異なる、そのメディアの独自性——それも技術的特性や新奇性——に言及し、それを強調せざるを得ない。でないと、そのメディアを取り上げる意味が生まれないからである。メディア論的アプローチの限界はここにある、というのが筆者の立場である。

ディア（ツール）ごとに個別に取り上げられがちだった。それはメディア論がメディアの技術的・機能的特徴や新奇性への言及に縛られてきたことが、一因になっていると考えられた。

具体的に検討してみよう。たとえばブログは、日本において普及し始めた当初、「新しい」メディアとして扱われ、「社会を変える」メディアだと語られてきた。しかしながら、先にも触れたように、日本にはブログの登場以前から、ウェブ日記やテキストサイトといったものが、独自の文化として存在していた。ブログにある「コメント」の機能も、すでに一部のレンタル日記サービスには備わっていた。特別「新しく」もないものが「新しい」ものとして喧伝されることに、ウェブ日記（日記サイト）のユーザーは違和感を覚えたほどである¹⁶。

2006年に誕生し、日本でも2009年ごろから普及し始めたTwitterもまた、同じようにメディア技術の新奇性とそのインパクトが語られた。ただ、Twitterのように行動を実況するような記述や、「つぶやき」と呼べるような短文の投稿は、Twitterの普及前からブログにおいてしばしば見られたものである。とくにケータイから投稿するユーザーが増えたことで、その傾向は強くなった。ケータイで食べ物の写真を撮り、その写真に1〜2文添えるというような書き込みは、とくにケータイから更新を行う若い世代のブログにおいては、決して珍しいものではなかった。「新しい」と言われたことは、単なるメディア技術にすぎず、それをを用いてなされる行為は、何ら「新しい」ものではなかったわけである。

なるほどメディア論的視点に立つと、メディア技術の新しさは、メディアの新しさを語る際の、大きなポイントとなる。しかしながら、技術が新しくなったからと言って、それをを用いて行う「行為」までが新しくなるわけでは決してない。ましてや新しい技術が、社会を新しく作り替えることなど、そう容易に起こることではない。日常生活に変化をもたらすとするれば、それはメディア技術のインパクトではなく、それを利用する者の「行為」の変容によるものである。

すなわち、メディアを用いてなす「行為」は、メディアが異なるたびに変わるわけではない。個々のメディアに固有の「行為」があるのではなく、「行為」にはメディアの違いを超えた連続性や共通性が存在するのである。メディアごとの特徴といった近視眼的な見方をしているのは、「行為」の連続性や共通性を見過ごしてしまうわけである。

さらに言えば、同じメディアであっても、人によって用い方が異なる可能性もあり得る。たとえば同じブログでも、上述のような短文による行動の記録を一日何度も行う者もいれば、古典的な日記のように、一日の終わりにじっくりとその日を振り返る長文の日記を記述する人もいる。あるいは、Twitterでの投稿を、一日ごとにブログに貼り付ける人もいる。それぞれ「行為」の意味は異なっている。それでも同じメディアなのである。そうした“メディア内”の違いに目を向けるためにも、やはりメディア（ツール）そのものではなく、

¹⁶ 2002年11月に「日本ウェブログ学会」が設立されたが、その際「日本にはテキストサイトという個人サイト文化があった」とする批判が、ネット上で沸き起こった（長野・増田 2004）。

それを用いる「行為」に着目する必要がある。

そうして見ると、いずれのメディア（ツール）の登場時にも、同じような議論が繰り返されていることに気づく。たとえば、それらの利用を促す言説においても、先行研究においても、人間関係の拡張という議論はずっと繰り返されているものである。しかしながら、その実態を見ると、必ずしも「拡張」ばかりではないことが明らかになっている¹⁷。また、「社会を変える」という語り口も「新しい」メディアをめぐるのは、頻繁にみられるものである。このような情報・メディア技術による「社会変革」を謳う言説は、実に 1970 年ごろから存在したものである¹⁸。その間、ずっと繰り返されてきたのである。あるいは、メディア技術によってアイデンティティが拡散したり、肥大化したり、崩壊したりといったものや、日常のリアリティが喪失するといったふうに、病的に扱う言説など、技術決定論的な語りは繰り返されてきた。

メディア技術をめぐる技術決定論的な語りには、二元論的な見方が前提となっていて、問題の根幹があると考えられる。いわゆる「二世界問題」（森岡 [1993] 2002: 56）である。リアルとバーチャル、現実と仮想というように、メディア技術が「もうひとつの世界」を作り、それとわれわれが日常生活を送る対面的状況との二分法を前提にした考えである。

吉田（2000）は、〈仮想社会〉の匿名性に重きを置き、〈現実社会〉との乖離を強調する見方を「ポストモダン・アプローチ」と名付け、〈現実世界〉を積極的に組み替えることによって、新たな社会関係を形成しようとする志向性——吉田はこれを「ネットワーク性」と呼ぶ——を重視する立場を「モダン・アプローチ」と定義している。先述のとおり、吉田が唱える公共圏論は「モダン・アプローチ」であり、〈仮想世界〉を「理性的・自律的な個人が問題解決的・世論形成的なコミュニケーションを行う」場として構想し、『『未完のプロジェクト』としてのモダニティの延長線上』に位置するものと捉える。他方、「ポストモダン・アプローチ」に分類される加藤晴明（2000）は、「メディアが本来ある種の惑乱装置として作動する側面がある点」こそ「メディア空間の固有性」とであると主張する。吉田がモダン・アプローチと表現する見方を、加藤は「連続論」と表現し、日常空間とメディア空間との連続性を主張する立場として位置づけている。他方、加藤のようなポストモダン・アプローチは「断絶論」と表現され、メディア空間が独立して存在すると唱える立場である。メディア研究においては、このような「二世界問題」に関わる論争がみられたわけである。

ところが、改めて考えてみると、これらはいずれも「二分法」を前提にした議論である。メディア空間が日常の空間と連続したものと捉えるか、断絶したものと捉えるかといった違いはあるにせよ、二分法による二元論であることには変わらない。メディア空間という

¹⁷ 新たな人間関係を結ぶことよりも、既存の友人関係の維持・強化に用いられている部分もあり、とりわけ若い層にその傾向が強いことが明らかになっている（山守 2009）。詳細は 6 章において述べる。

¹⁸ このような情報化社会論の継続については、佐藤（2010）を参照。

仮想世界があるとしても、なぜその対概念が「現実」や「日常」なのか。われわれは「現実」と一括りされた「日常」を生きているわけではない。家庭、学校や職場、都市空間など、大雑把に捉えても意味や機能の異なる空間が容易に挙げられる。それだけ分化された空間を行き来しながら日常生活を送っているのである。メディア空間と呼ばれる空間のなかにも、多様な異なる空間が内在しているにちがいない。たとえ一つの「メディア空間」だと主張したとしても、「現実」や「日常」との「二世界」ではなく、数多ある「現実」や「日常」の空間の中の「一部」として、メディア空間が存在するということに過ぎないわけである。すなわち、多元的・多面的な空間世界の「一部」として、位置づけられるということである。

このように、メディア論的なアプローチに依拠することで、①メディア（ツール）ごとに議論が展開されること、②それにより同じような言説が繰り返されること、③二元論的な見方に捕らわれること、などが問題として浮上してくるわけである。それらの問題を克服する策の一つが「行為」に着目することであった。メディア論では事象を説明する変数が「メディア」になることが、議論の限界であると考えられる。すなわち、メディアによって説明する以外に、メディア論の“固有性”は見いだせないからである。われわれはメディアに固執した立場を採らず、あくまでもメディアを用いる「行為」に着目する。用いるメディアが問題なのではなく、「行為」を問題として事象を捉える、ある意味で伝統的な社会学観に基づく見方であるとも言える。そのうえで、メディアの用い方の違いを捉えようというわけである。

また、③に関しては、多元性・多面性という視点が示された。それは、メディア世界と現実世界という二分法からの脱却を意図するだけでなく、メディアに対する単一的な見方からの解放という意味も含まれている。すなわち、メディアを一義的に捉えるのではなく、多元的・多面的に捉えようとするものである。たとえば、われわれは「日記」を主題としているが、〈日記行為〉にも多面性があるように、〈日記メディア〉にもバリエーションがある。どれが正しいというものではなく、同じ「日記」と名付けられたものであっても、その意味するところや領域は、時代や社会によって異なるということである。つまり、「シニフィアン」（記号表現）は同じでも、「シニフィエ」（記号内容）は多元的なのである。その「シニフィエ」の変容こそがわれわれが主題とすべき論点なのである。このことを明らかにするためには、メディア（ツール）ごとに論じていては何も見えてこないのは当然である。行為の意味や価値を論じる文化社会的なアプローチこそが有効な視座であり、日記の文化社会学を展開することが、われわれの課題であると言えるわけである。

第4節 可視化装置としての日記

メディア横断的に行為の意味や価値を考えたとき、〈日記行為〉という実践は、いかなる

ものとして解釈できるだろうか。これまでの議論——とりわけ第 3 章の言説——をもとに検討してみよう。

まず 3 章でみた〈日記行為〉に関する言説においては、第一に「自己」がキーになっていた。すなわち、日記を書くという行為が、自己を反省的にみることにつながり、自己の成長や自己形成を促すという議論であった。日記とは何よりもまず、「自己」と結びつきのあるものとして、とらえることができるのである。

次に、日記は親密圏を代替するものとして機能し、他者との媒介になることが示された。日記を書くというのは個人的な行為であるものの、それゆえにその人の「人となり」が表れやすくなることなどから、日記が他者に関われる（読まれる）ことで、他者との垣根が取り払われ、互いに打ち解けやすくなるといったことにも繋がりをうる。交換日記やネット上のブログ等は、個人的な日記を他者と共有するものであり、他者との関係を育むものとして機能するわけである。

さらに日記は、個人的な記録でありながらも、社会的な価値を持っていた。何気ない素朴な日記であれ、時を経ると、その時代の生活の状況が示された記録として、歴史的・資料的価値を帯びる。また、一方では「読み物」としても消費され、他方では社会の流動化などを要因として「記録すること」じたいの社会的価値も高まってきている。今日の日記は、「自己」、「関係」のみならず、「社会」とも密接に関わりのあるものとして、とらえることができるわけである。

ところが、「自己」・「関係」・「社会」というものは、いずれも概念であって目に見えないものである。にもかかわらず、われわれはそれが「ある」かのように考え、振る舞う。そうでは「対象」を焦点化できないからである。ここにこそ「日記」の出番があるのだ。つまるところ、「日記」はそれらを「可視化」するものとして、解釈することができるのではないだろうか。

日記は第一に、「自己」を可視化する¹⁹。すなわち、文字として記述することによって、日々の自分の考えや思いが明らかになる。自己の内面が「外部化」されるとも言える。それを継続して行うことによって、自己の輪郭のようなものが見えるようになってくる。少なくともそれが自己確認できる。これが自己の「可視化」である。日記とは自己を可視化するものであり、〈可視化された自己〉を表象するものだとも言える。

見えないものを他人と共有することは難しいが、文字によって「外部化」され、「可視化」された自己は、共有可能である。そう考えると、日記を他者に見せる（見られる）過程は、〈可視化された自己〉を他者に提示するプロセスであると、とらえることができる。それは、会話などの対面的で直接的な相互行為と異なり、あくまでも「日記」を媒介にして、すなわち文字によって〈可視化された自己〉を、間接的に提示しているのである。交換日

¹⁹ 加藤（2012）は、「メディア」を「自己を仮託する装置」とであると表現している。本論文では、「自己」のみならず、「関係」や「社会」をも視野に入れ、「仮託」することにとどまらず、その結果として「可視化」されることまでを見通し、基本命題として掲げている。

記などは、それを相互に行うという意味で、〈可視化された自己〉を相互に提示し合うものだ」と解釈できよう。

ところが、「可視化」は、何も文字や文章だけによって可能になるわけではない。いわゆるメディア——とりわけデジタルメディア——もまた、「可視化」機能を備えている。ただし、紙媒体の日記と異なるのは、「情報化・データ化」と「フラット化」というデジタルメディアに特有の要素が伴うことにある。

デジタルメディアの基本単位は「データ」である。「0」と「1」で表現されるデータの組み合わせが、デジタルメディア（およびそれによって出力されるもの）を構成している。つまり、あらゆるものを「データ」に縮減し、「データ」として処理するのがデジタルの特徴である。データが作り出す自分の分身のことを、「データ・ダブル」と表現することがあるが、個人に関するいくつかの情報（データ）を組み合わせることで、その人の「データ・ダブル」を、容易に作ることができるのである。たかがデータであるが、されどデータである。個人情報と言われる氏名・年齢・性別・居住地などの情報だけでなく、IC 定期券には乗車時間が記録され、クレジットカードには購入履歴が記録されている現代において、健康状態などの身体情報までもが「データ」で管理されている。そこには自分の知らない自分の情報も、含まれているかもしれない。

元来われわれは物語（自己物語）を通して自己を語り、自己の輪郭をとらえてきた——あるいは他者がそのプロセスを行なってきた——が、デジタルメディアの世界においては、そうした個人の外部にある様々な「データ」（データベース）をもとにして、いくらでも「データ・ダブル」を作り出すことができるのである。当然それはプライバシー問題²⁰にもつながるが、現代においてはむしろ積極的に個人の情報を提供し、自己の存在不安を「ダブル」によって解消しようという向きさえあると言われる（阪本 2009）。あらゆるものがデータに置き換わる——それがデジタルメディアの「情報化・データ化」という要素である。これは、「関係」および「社会」の次元にも当てはめることのできる要素である。

一方、「フラット化」とは、デジタル化（データベース化）された後の情報に関する要素である。すなわち、上述の個人情報などが、一度データベースに格納され、「データ」として処理されるようになると、あらゆる情報が等価になり、優先順位や重み付けが無化される、つまり「フラット」になる、ということである。その人を語る際に不可欠な物語（エピソード）も、それを欠いてもさほど問題にならない些末な事柄も、すべて等価に扱われ、「フラット」になるというのが、デジタルメディアの特性である。言わば、多元化や相対

²⁰ 阪本（2009）によると、従来のゴシップ記事等は、他人によって物語的に作られた個人の分身であり、「ファンタジー・ダブル」と呼ぶことができるが、ファンタジー・ダブルでは、「ダブル」の構成そのものの、すなわち勝手に物語が作られることが非難の対象となり、「プライバシー問題」になったが、データ・ダブルでは、それが勝手に作られることよりも、作られた「ダブル」の正確さや管理の適正さが問われる。つまり、個人の「外部」にある情報をもとに「ダブル」が作られることが、「プライバシー問題」となるはずであり、それじたいは物語によって作られるファンタジー・ダブルとは異なった構成になっているのであるが、データ・ダブルでは、もとなる情報が正確なら、さほど「プライバシー」と叫ばれなくなってきてもいるのである。

化が常態となった状況である²¹。

デジタルメディアは、日記と同じように「可視化」をもたらすが、そうした「情報化・データ化」や「フラット化」というものが、常につきまとうという点に留意が必要なのである。日記は、自分自身の「外部」に存在する「文字」によって、「可視化」するプロセスであるが、見方を変えると、もともと「外部」にあった「文字」に、自身（の内面）を当てはめる過程であるとも言える。その意味では、日記とデジタルメディアの違いは、「文字」に依拠するか、「情報・データ」に依拠するかという違いであるとも捉えられるかもしれない。ただ、両者が大きく異なることは、この後の実践に関する考察を経ることで、気づかされることになるだろう。

「日記」は、デジタルメディアを用いて展開されることで、自己・関係・社会を、「情報化・データ化」、「フラット化」という要素を伴いながら、「可視化」する装置として機能する。これが本論文の命題とも呼べる主題である。デジタルメディア時代の大きな潮流として、〈日記メディア〉と〈日記行為〉のデジタル化、すなわち「情報化・データ化」と「フラット化」があると仮定することは、決して見当違いな指摘ではないだろう。ただ、デジタルメディアを用いて〈日記行為〉を実践するすべての人が、それらの要素をそのまま受け入れているわけでは必ずしもない。むしろ、その実践を観察することで、「情報化・データ化」や「フラット化」に抗いながらも、うまく活用しつつ「可視化」を達成しようとする営為を、垣間見ることができる。われわれは、以降の第5章・6章・7章において、〈日記行為〉のアクチュアルな実践を追うことで、〈日記行為〉に真摯に向き合う人々が、いかにして「自己」を構築し、いかにして「関係」を維持・拡張させ、いかにして「社会」を知ろうとするか、あるいはその成員の一部になろうとするかを、見て取ることになるだろう。以下、「自己」、「関係」、「社会」の順に分析・考察していくことになる。

なお、方法として、5章の「自己」の可視化については、自己が構築するに至る過程およびその構造を理論的次元において把握するに主眼を置く。続く第6章では、日記を媒介とする「関係」についての実証的研究が十分になされていないことから、その実態および意識に関して、実証的にアプローチする。7章では、日記が「社会」をとらえる手段となることに関して、その言説と実態を把握し、デジタルメディアを通して構想される「社会」について検討する。

²¹ 紙媒体でも、ページの入れ替えは可能であるし、切り貼りすれば順序も変更できる。一見すると優先順位や重み付けも無化できたように感じるかもしれないが、物理的な有限性には抗えない。「0」と「1」への徹底した縮減は、物質的次元を前提としたアナログよりも、無機質で単調で、「フラット」な状態をもたらす。その点で、大きな隔たりがあると考えられる。

第5章 自己の可視化装置：日記を媒介とする自己の構築

第1節 自己の可視化と自己構築

1-1 日記による自己の可視化とは

まずは、「自己」という視点から「日記」をとらえる。本論文は、日記を「自己を可視化する装置」と考え、その過程を、日記を媒介とする自己の構築の実践によって、描き出すことを狙いとしている。

では、「日記が自己を可視化する」とはどういうことなのか。改めて、その問いから確認しておこう。日記は通常、ことばによって表現され、文字によって記述される。その日の自分の出来事や行動について、あるいは思いや考えといった内面的なことについて、ことば・文字を通して物語るものが日記である。日々記述される日記には、「自己」に関する何らかの素材が散りばめられている。それらが断片的なものではなく、連続し一貫したものとして「自己」を描き出すのは、日記が後述するような「物語」的構造を備えているからである。日記は言語を通して物語的に記述されるがゆえに、あるいは物語的に読み返されるがゆえに、一貫した自己を「可視化」できるのである¹。

もちろん自己を可視化する要素を持つものは、日記に限定されない。日記のような言語行動を伴うものばかりではなく、非言語的な方法も考えられる。たとえば、写真や絵画などが挙げられよう。日記のように自らが個人的に行うものに限っても、セルフポートレートのような写真や、自画像のような絵画が、相当する。言語ではなく、イメージによる可視化である。また、衣服・ファッションというのも考え得る。消費社会化した現代においては、ファッションはより一層、自己を表現するアイテムとして欠かせないものになっている。視覚的に自己を主張するものがファッションであると言えよう。あるいは、表情やしぐさ、話し方なども、自己を表出させるものとして挙げることができる。

ただ、ファッションやしぐさなどは、自分自身が確認するものというよりは、他者が見て感じ取るものである。そこには自分が意図しないものも含まれている。無意識に伝達してしまっているものも多分にある。また、写真や表情などは、一瞬のもので、ある一瞬を切り取って作り上げたにすぎないものである。そこにもまた、自分では確認できないものや、意図しないものが含まれていたりする。それが言語を用いる方法との最も大きな違いであるだろう。

言語は人間が獲得した最も原初的で、最も高等な表現手段の一つである。近代的自我は、デカルトの「我思う、ゆえに我あり」という命題によって「発見」されたと言われるが、そうした西洋的な主体感覚に敏感に反応した近代日本の文学者たちは、この命題どおり、自身の思いや考え（内面）と向き合い、格闘することで、自我の確立を目指した。そこで手段となったのが、「ことば」であり、「物語」であった。昨日の自分と今日の自分、去年

¹ 「ことば」には「文字」も含まれ、「物語（語り）」には口頭で「話す」とことばによって「書く」とが含まれる。すなわち、「ことば」「物語」が上位概念である。「ことばによって語ることを」「文字によって書くこと」に限定したものが、「日記」であると言える。

の自分と今の自分が同一であり、一貫したものであると認識するためには、「物語」が不可欠であった。自己の同一性、すなわちアイデンティティを維持するためには、自己について物語ることが必要だったのである。その一つの方法が「日記」であった。

日記は、物語（物語ること）を「書く」ということによって実行する。後述するように、自己物語論的な観点によると、自分自身について語ることによって自我は確立されるが、日記は、自分自身の行いや考えという物語を「自己物語」として記述することによって、それを達成しようとする営みであると言える。その「効用」を狙って、日記を意識的に行なおうという試みが、教育における日記の導入であったということである。

第3章において示したように、日記は自己形成を促すものとして、学校教育で積極的に取り入れられてきた。自分自身の行動や考えを見直し、記述するのが日記である。それを子どもに課すことで、自らを省みる機会を持たせ、人間的な成長を促そうというのが狙いである。その自己省察の積み重ねが、揺るぎなく健全な自己の形成を促すという教育的効果を期待したものである。今日、その「効果」は、子どもだけでなく大人にも期待され、自己啓発書においても日記の記述が推奨されるなど、「日記」と「自己」は、一層強く結びつけて捉えられるようになってきている。社会の流動性が増し、自己の存在が不安定になることに伴い、自己省察の一助となる日記の効用は、改めて注目されるようになってきているのである。

このような日記の効用に依拠した実践を、どのように捉えることができるだろうか。ブログのようなネット上の日記が広がるなかで、それらも含めた広義の日記実践を「自己」との関わりにおいて検討するためには、何らかの理論的補助線が必要となる。その一つが、自己物語論であると言えよう。

1-2 自己物語論と社会学的自己論

「自己は自分自身について物語ること（自己物語）を通して産み出される」（浅野 2001: 4）。これが自己物語論の核となる命題である。日記はまさに自分自身についての物語を記述したものであり、「自己形成」が効用として語られるのは理に適ってもいる。自分が何者であるのかは、自分自身について物語ることでは説明できないというのが、自己物語論の立場である。人生における数あるエピソードの中からあるものを選び出し、それらを紡ぎ合わせるといった「エピソードの選択と配列」によって、自己は支えられているのである。

浅野（2001）によると、「自己物語」と言う際の「物語」には、次の三つの特徴があるという。それは「視点の二重性」、「出来事の時間的構造化」、「他者への志向」というものである。

第一の点は、物語が、「語り手」の視点とは別に「語られた物語の登場人物」というもう一つの視点を生むということである。自己物語で言うと、「語る自己」と「語られる自己」とに置き換えられる。自己について物語るということは、これら別々の存在である自己を

同一化し、一貫したものとして「連関させる」ことを意味する。

第二の「出来事の時間的構造化」とは、文字通り、「諸々の出来事を時間軸に沿って構造化する語り」のことであり、物語においては、「無数の出来事から意味あるものだけを選び出して相互に関連づけ」がなされるという指摘である。つまり、「出来事をありのままに描く」のではなく、物語の結末（すなわち現在）から逆算されたかたちで、（出来事が）選択・配列されるということである。自己物語に置き換えると、常に現在の視点から都合の良い「物語」（過去のエピソード）が選択され、現在の自己に対して説得的に紡ぎ合わされるということになる。この点は、日記に対しても当てはまるものである。

そして、第三の「他者への志向」とは、物語じたいが本質的に他者に向けられたものであることを指している。このことは第二の点、あるいは第一の点とも関連することであるが、物語は「聞き手」に向けて語られるものであるため、聞き手となる「他者」を納得させるように語る必要があるということである。そのためには、他者と物語の前提となる価値観などを共有する必要がある、他者の視点を予想し、それを取り入れながら語る必要さえ出てくる。自己物語においても同じように、自己を語る際には、他者による承認が必須条件になるということである。詳細は後述するが、「日記」というものを考えたとき、この「他者」という視点は重要な意味を持つことになる。

浅野によると、少なくともこれら三つの特徴を備えたものが「物語」として定義される。自己を語るという際にも、これらの特徴が内在されていることが確認できる。たとえば面接での自己 PR の場面や、自身の過去の経験談を話す場合などを想像すれば、いずれの特徴も含まれていることがよく分かる。人は、このような構造をもった自己物語を語ることを通して、自分というものをひとつのまとまりのあるものと認識し、自己の構築を図っているわけである（浅野 2001: 5-13）²。

このように、自己を「実体」ととらえず、「自分自身についての物語（自己物語）」を通して構築されるものとする見方は、他の論者にも共有されており、同種の議論が展開されている。たとえば、鷺田清一（1996）は、「自己のアイデンティティとは、自分が何者であるかを自分に語って聞かせる説話である」というレインの言葉を引き、「じぶんは在るというよりも、むしろ語りだされるもの」である（鷺田 1996: 70-2）。また、「語り」に際しては、同じ物語を共有する他者の存在が必要であるとも指摘する（鷺田 1996: 96-7）。

片桐雅隆（2000）も同じように、自己は、自己を位置づける語彙や役割、物語などのシンボルを通して構築されるものだと論じる。そのうえで、自己を語る語彙や言説に着目し、それらの歴史的・社会的な変化をとらえている。また、加藤晴明（2001）も片桐の議論を引き合いに出しながら、電話やネット、ラジオにおける自己語りを例に、自己の構築について検討している。いずれも、広い意味で「物語」が「自己」を作るという自己物語論に

² なお、浅野（2001）はそれらに加えて、自己物語には「語り得ないもの」が常に存在し、その「語り得なさ」（＝非一貫性）を隠蔽することによって、物語による自己の一貫性を保持しているという指摘もしている。

依拠した見方であり、そもそも自己は実体として存在するのではなく、言語や物語によって構築されるのだという、自己の構築主義的視点に立っている。

他方、社会学においては、伝統的に社会学的自己論という見方が採用されてきた。いわゆる「関係論的自己論」である。すなわち、「自己」より先にまず「関係」が存在し、その中の「小さな渦」として「自己」が生まれてくるという見方である。G.H.ミード（Mead 1934=1973）をはじめとして、社会学において伝統的に共有されてきた自己観である。それは他者との関係（対他関係）にとどまらず、自己の内部における「主我（I）」と「客我（me）」の相互作用によって自己が生まれるという、対自関係においても適用される見方である³。また、近年、関係や状況に応じて異なる自己を呈示することが求められているとの見方が浮上するに従い、対人関係によって自己が作られるというこの視点は、広く受け入れられるものとなっている⁴。

このように「自己」をめぐるのは大きく、自己物語論的な見方と関係論的なとらえ方の二つの観点が考えられる。前者は「日記」（自己物語の記述）を想定したときにも適用し得る見方であり、後者はより一般的な文脈において社会的自己をとらえるのに適した見方であろう。ところが、それらは必ずしもデジタルメディア時代の「日記」や「自己」を想定したものではない。自己物語論も関係論的自己論も、対面的状況を前提とした議論は存在しても、デジタルメディアという対象を含めた議論は十分になされているとは言えないだろう。われわれが検討する〈日記メディア〉にはデジタルメディアを用いたものも含まれているし、インターネット上にも「日記」が公開される時代にあることを射程に入れるべきである。デジタルメディアを媒介にして「自己」はどのように構築されているのか。そういう観点からも検討できる、対象と方法が必要となる。

そこで、本章では、ブログを例に挙げる。ブログでは、自己の構築を果たすこともでき、一方で他者との関係を構築するのに役立てられている。「自己」のみならず「関係」についても、同時に「可視化」しうる媒体として、有意味である。そうした点から、第5章に加えて、続く第6章においても、デジタル化された〈日記メディア〉の代表として「ブログ」を取り上げる。ブログを通して「自己」および「他者との関係」がどのように「可視化」され、「構築」されるのかを検討していきたい。

それに先立って、まずは「ブログ」について、改めてその機能等も含めた概要について確認しておこう。

³ 他者の観点から自己を内省し、主我が新たなものを生むことを「創発的内省」と呼ぶ（船津 2005）。

⁴ たとえば、平野啓一郎（2012）は、対人関係ごとに様々な自分が存在するという前提のもとに、「分けられない（in+dividual）」という意味をもつ「個人」ではなく「分人（dividual）」という単位を提示している。

第2節 ブログにおける自己表出の形式と方法

ブログは「インターネット上の日記」というふうに説明されることが多く、実際「〇〇の日記」と表題をつけたブログや、「日記」というカテゴリーを設けたブログは、多数存在する。とはいえ、ブログが紙媒体の日記とまったく同じというわけでは決してない。最も大きな違いは、やはりインターネット上に公開されていることから、不特定多数の他者に見られる可能性を持っているということが挙げられる。そういった前提条件の違いは当然あるが、それとは別に、ブログにはブログならではの、形式や作法というものがある。ここでは、「自己」をめぐる議論とは少し離れるが、改めてブログというものの特徴について概観しておきたい。

(1) 独り言

ブログの有する表現形式として、第一に挙げられるのが、「独り言」である。ブログはネット上で公開されたものであるため、不特定多数の他者に見られる可能性を持つということを、従来の日記とは異なる点として、今しがた挙げたばかりである。「独り言」とは、それと相反する表現形式ではないか。

ブログには、先述したように自身の名前を付して「〇〇の日記」と表現したものが多いのだが、それと同様に、「〇〇の独り言」という表現も多く見受けられる。ネット空間が「公開」の場であることを考えると、違和感を覚えないわけにはいかない。ましてやそれで他者と「コミュニケーション」を行おうと言うのだから、尚更に不思議な表現ではある。

しかし、これがブログにおいては何ら違和感なく用いられている。「コミュニケーション」の起点ともなるブログ作成者の発話が、「自分のため」の内向きな「独り言」であっても、「ブログ・コミュニケーション」は成立するのである。

ブログをめぐる言説⁵や、ブログの書き手の語るブログ観においては、「自己を物語る場」⁶と位置づけるものや、「自分のため」に用いるといった、やや「内向き」な態度がしばしば見受けられる。「独り言」という表象は、まさにそういった姿勢の表れとして理解することができる。「独り言」は、文字通り、誰が聞くわけでもない、自分一人が聞こえる程度の小声で発せられる呟きである。そこには他者の視線など一切介在されない。自分さえ分かればよい、自分にしか分からない言葉の断片である。それは、「日記」よりも狭く、閉じたイメージがあるはずだ。他者に向けて伝えるべきものでもなく、伝わるものでもない。そんな心性で「独り言」という表現が用いられ、それが他者に向けて「公開」されているのである。

もちろんそれは、われわれが日常生活で行う独り言とは異なる。あくまでも「独り言」

⁵ 雑誌や書籍等において見られる「ブログ」に対する語り。

⁶ 松岡靖子（2004）が行なったウェブ日記の書き手に対するインタビューでは、「書くという作業」が「自分の見つめ直しを促進する」ことや、それによって「現実よりもはるかに能動的に、かつ明確化され、整理された自己表現」がなされるということが見いだされている。

という設定じたいに意味がある。他者に向けて堂々と演説したり、自分を過剰な演出によってアピールしたりするのではなく、所詮一個人のつまらない呟きである、と設定する。どうせ誰も真剣に聞かない、注目もされていない、そんな状況のもとでなら、軽い気持ちで好きなことが言える。そのことが、十分に理解されなくても構わない。あくまでも「独り言」なのだから——。そんな心性が、この表現には含まれているのである。

そんな「独り言」を「公開」することで、あわよくば伝わり、理解されるようなことがあれば、この上なくありがたいという、「奇跡の物語」がそこに描かれる。それは単に控えめだということではなく、ましてやコミュニケーション下手だということでもない。むしろきわめて巧妙なコミュニケーション戦略であり、自己表出ストラテジーなのである。

この「独り言」に込められた感覚は、ほぼそのまま「日記」という態度選択にも当てはまる。すなわち、ブログにおいて何らかの主張をするのではなく、あくまでも「日記」として公開するという態度を選択するのは、「日記」が近代以降、「私的」で「秘匿」すべきものとして成立していたために、そうした含意がメタメッセージとして、読み手に伝えられるからである。あくまでも個人的（private）なものであるため、それを他者に向けて公開しても「自分さえ分かればいい」という理屈が通る。誰かに向けたものではないため、他者は「覗いている」だけの者である。「伝達」を目的としていないため、理解されなくても落胆することはない。「日記」という選択をするということは、これらの特徴を維持したまま、他者に公開することができるということを意味するのだ。

このことは、ブログにおける自己表出を理解するうえで、きわめて重要な点として提示しておかなければならない。

（2）敬体表現

ブログにおける表現形式には、「独り言」に加え、もう一つ特徴的なものがある。それが、いわゆる『です・ます』調である。もちろんすべてに当てはまるものではないが、「独り言」と同じぐらい、あるいはそれ以上に、ブログに共通してみられる特徴として提示できよう。

日記や独り言の公開には、あわよくば見られれば良いという、わずかな期待が含まれていた。しかし、それは形式としてはわずかな期待であっても、内実はしたたかで野心的な期待であるかもしれないのだ。そのことを象徴するのが、「です・ます」調の採用である。

「です・ます」調は、「だ・である」調の「常体」に対して、「敬体」と呼ばれる⁷。すなわち敬意の対象が存在する敬語表現である。「です・ます」調はいわゆる「丁寧語」に属し、その敬意の対象は「読者」に当たる。つまり、常体ではなく敬体を用いるということは、「読み手」である他者を想定しており、その他者の何らかの反応を、陰に陽に志向していることを意味する。少なくとも読み手は、敬体表現を「メタ・レベル」の情報として読み取り、コメントなどを通した関与のきっかけをはかるわけである。

⁷ 「普通体」と「丁寧体」とも呼ばれる。

「独り言」や「日記」と表象され、「自己」に向けて行なわれるものだということからは大いに矛盾とはいえ、明示的な敬体を用いる時点で、「他者」を想定し、「他者」に向けて行なっていることは明らかなのである。

一つ事例を挙げてみよう。あるブログでは、「日記」や「独り言」という表現が用いられず、内容的にもいわゆる「日記」というよりは、社会時事やニュースの話題を中心に、やや批判的な記事が書かれている。表現形式は敬体ではなく、常体を用いている。いわゆる「だ・である」調である。社会時事を中心にしたブログでは常体が用いられることが多く、一見するだけで堅い印象を抱いてしまいがちである。

このブログでは、どんな話題でも常体が用いられている。例えば、食べ物話題でも、基本は常体である。ときどき「～なんじゃないの？」とか「～じゃん」といった口語が用いられるものの、敬体は一切使われていない。また、このブログに特徴的なことは、コメントを受け付けていないことである。つまり、文章形態においても、機能・環境においても、自分本位の、言わば徹底した「独り言」スタイルが貫かれている。しかし、各記事の文末になると、一様に敬体が用いられ、突如、軽い文章表現に変わる。

「今日も最後まで読んでくれてありがとう♪」とあり、「毎日頑張って更新してるので、クリックの応援ヨロシクお願いしま〜す！」と、「人気ブログランキング」のクリック（投票）を促す。それまで絵文字や記号など一切使わなかった記事でも、最後の「ランキング」への投票を促す文章においては、「♪」のような記号や絵文字を用いるなど、親密感を装い、敬体によって他者への意識を明らかに強めているのである。つまり、一方的に語る記事本文においてはすべて常体を用い、一人よがりの世界にさえ入ってしまうがごときなのだが、「他者」を志向する文末部分の記述においては、一転、敬体を用い、軽い口語になるなど、文体がはっきりと変わるのである。

このような表現形式は「読み手意識表現」と分類することができる。ネット上の日記を対象にテキスト分析を行なった岸本千秋（2005）によると、半数近くが何らかの「読み手意識表現」を用いていたという⁸。そのうち、敬体にあたる「丁寧体」の出現率が最も高く、約 51.6%を占めていた⁹。実際に書き手が「読み手」を意識したかどうかはともかく、「読み手」の視点から見ると、そのことが読み取れる表現が存在し、それが少なくないブログ（ウェブ日記）で用いられているということが重要なのである。

もちろん書き手からすると、それは意識的に行なったものではないかもしれない。しかし、それならなおさら、自然にそうした使い分けがなされているということである。メタ・レベルの情報が少ないとされるネット空間においては、文体そのものが非常に重要な情報源となる。「日記」や「独り言」と掲げた一見独りよがりの文章のように見えるものからも、敬体を用いることで、他者を想定し、他者に読んでもらおうとする姿勢が透けて見えてく

⁸ 対象とした日記は 51 人・113 日分で、センテンスの合計は 2762 文。うち、「読み手意識表現」が認められたのは 1273 文で、約 46.1%を占める。

⁹ 他には「～ね」「～よ」などの終助詞、顔文字（フェイスマーク）、追加説明などが挙げられる。

るのである。読み手はそれを敏感に察知し、その期待に応えようとする。また、それによって読もうとする意識や、コメントなどの反応を返そうとする気持ちが掻きたてられる。そうして、単なる「日記」や「独り言」ではないものとなる。

(3) コメント

三つ目の特徴に挙げられるのが「コメント」である。これは、「自己表出」の形式というよりも、そこからさらに進んだ、他者との関係構築の次元において把握されるものでもある。ここでは、次章で取り上げる「関係の可視化」という観点も踏まえて、取り上げておきたい。

ブログにおいては、紙媒体の日記はもとより、それまでのウェブ日記などとも異なり、「コメント」というものが存在する¹⁰。それは、「読み手」である「他者」との接点となるものである。とはいえ、いきなりコメントが書き込まれるわけではない。他者との接点ということで考えると、ブログにおいては「コメント」に至るまでにはいくつかの論理的段階が踏まれることになる。

第一の段階は、他者に「見られる」ということである。当たり前ではあるが、ブログが見られることなしに、コメントは書き込まれない¹¹。ブログが他者に「見られる」には、いくつかの方法が考えられる。元々知っている場合を除いては、「検索」によって、他のブログやホームページからの「リンク」によって、あるいは、コメントに自身のブログの URL を記載した場合は、そこからのリンクをたどって、といったことが考えられる。ブログは投稿ごとの個別の「記事」(日記)が一つの単位(データ)として処理されるため、投稿(更新)すればするほど、検索にヒットする率は高まる。「見られる」ためには、頻繁な更新を要するわけである。

ブログにアクセスがあったことが分かれば、書き手の「読み手意識」は一気に高まる¹²。ブログは、ネット上に無数のようにあり、常にどこかで誰かが更新しているものであるため、その量は増え続ける。そんな状況のなかで、自身のブログの存在価値を高めるためには、他者に「見られる」ということが、きわめて重要になる。ネット上においては、閲覧されることで初めて、その情報が「引き出され」(川上 1999)、存在が認められることになる。書いた内容について理解や共感が得られたかどうかはともかく、まずは書いたという事実が認知されることじたいに意味がある。

やがてそのブログの定期的な「読者」となる。それが次の段階である。ブックマークに

¹⁰ ブログが普及する以前の一部のレンタル日記サービスには、「コメント」に相当するものがすでにあった。

¹¹ 更新のあったブログをターゲットに機械的にコメントをするものもある。ただ、そういったものの多くは「SPAM コメント」と呼ばれる迷惑コメントである。

¹² 当初は、アクセス解析ツールなどを他のサービスからレンタルするなどして、自前で設置する必要があったが、ブログが普及するにつれ、アクセス解析などが標準的に備わっているものが増えてきた。書き手はそれを見ることで、アクセスのあった日時や検索語などを把握することができる。

入れたり、「RSS リーダー」¹³というものを使ったりして、更新するたびに読まれることになる。それがより積極的なものとなると、第三の段階として、ようやく文字による直接的な「反応」が得られる。かつてはメールなどによって感想や意見などを伝えるという方法が用いられていたが、ブログに「コメント」機能が付けられてからは、読み手からのフィードバックは専ら「コメント」が担うことになった。

コメントは、ブログの記事（日記）単位で書き込めるようになっており、記事に対する感想や意見等が書き込まれる。とくに書かれた内容がニュースや時事的な話題についての問題提起を含むものであったなら、コメントが、ときに議論の場となることもある¹⁴。ともすれば白熱した討議の場にもなり得るが、場合によれば、誹謗中傷の飛び交う罵り合いの場にもなったり、そんなこととは無縁の、共感や励ましのメッセージが連なる癒しの場にもなったりもする¹⁵。メールなどによる個別のフィードバックと異なり、その過程が「公開」されていることが特徴である。

見方を変えれば、「コメント」じたいが、そのブログの評価にもつながる。どんなコメントが、どれだけ数存在するかによって、そのブログの人気度が分かり、ブログに関する情報を補完するものとなる。あるいは、書き手とのやり取りから、書き手の人となりやうかがうことができたりする。その意味では、コメントはブログの構成要素であり、ブログの一部をなすものとして、位置づけることができる。ブログにおける自己の構築を考えるなら、「コメント」もまたそのための「素材」となり、コメントする「他者」も自己の構築に関与する存在となるわけである¹⁶。

ここでは主立ったものしか取り上げていないが、以上のような形式・方法を備えているものが「ブログ」である。以下では、このブログを用いた「自己」の構築について検討していく。

第3節 情報化・データ化する日記と自己の構築

3-1 ブログにおける自己の構築

では、ブログを事例にしたとき、デジタルメディアによって自己が可視化されるプロセ

¹³ 「RSS」とはウェブサイトの情報を要約したフォーマットのことを指すが、それを「RSS リーダー」というRSS情報を取得するツールを使うことで、そのサイトの概要などが取得できる。一般にブログの更新情報を得るために用いられ、複数のブログを登録しておくと、更新情報を一度に集めることができ、閲覧時間も短縮できる。

¹⁴ 議論が沸騰した状態を指して「炎上」と呼ぶことがある。

¹⁵ 無用なコメントを避けるため、コメントの「公開」に書き手の承認を必要とするものや、コメントじたいを拒否するという動きも見られる。

¹⁶ メディア論的に言えば、コメントとは「受け手」が「送り手」に変わる場でもある。同時にブログの書き手は、ブログの「送り手」でありながら、コメントの「受け手」となる。コメントがブログの一部をなすということは、「受け手」であったはずの他者が、「送り手」の後方支援をする、ということになるのか。

スは、どのようなものとしてとらえることができるのだろうか。この節では、デジタルメディアの特性の一つである「情報化・データ化」と、それに伴う日記の意味変容および自己構築の実践について、考察する。

前節ですでに確認したように、ブログはそのブログ全体だけでなく、個別の「日記」も一つの「データ」としてネット上に流通する。ブログに日記（記事）を投稿すれば、RSSと呼ばれるデータに変換されて「データ」として取得されやすくなり、すぐさま「検索」の対象にもなる。「検索」の対象になれば、ブログに書かれた文字列の一つひとつがまた「データ」となって拾われる。そのようにブログの多くはあらかじめデータ化しやすい仕組みになっているため、「データ」（情報）として拡がることで、他者に見られる機会が一気に拡大するというわけである。

前章では、「データ」が作り出す自分の分身のことを「データ・ダブル」と呼ぶことに言及した。一般に個人情報と呼ばれる私たち一人ひとりの属性に関わる情報をもとに、その人の人物像を作り出すというものである。人物像と表現したが、そこにはその人のイメージや人となりといった曖昧なものは含まれず、あくまでも「データ」として処理可能な情報によって機械的に作られるもの、すなわちデータベースに収められるもののみが情報源となる。その点で、従来のような物語的に作られる自己とは異なっている。

このデータ・ダブルの作成をめぐるプライバシーの問題が生じている。この場合、普通に想像されるプライバシー問題とは、個人情報から勝手にデータ・ダブルが作られることへの警戒や、個人情報が収集の対象となっていることと関わる監視社会論絡みの問題のことだろう。しかし、今日問題となっているのは、そうした「ダブル」の構成そのものやその扱いではなく、「ダブル」の正確さ・適正さであると言う（阪本 2009）。むしろ正確な情報であれば「データ・ダブル」の作成じたいは容認する方向にあるのだ、と指摘されもしている。なるほどわれわれはすでに、インターネットショッピングなどの個人情報を提供しなければ利用できないサービスにおいて、享受できるサービスの利便性を優先し、安易に個人情報を提供してしまっている。そこでは、その不備や入力間違いによって、異なる「ダブル」が作られることにこそ、不信感を抱いてしまう、という事態がごく自然に生起しているのである。先述したように、こうした現象に対して阪本（2009）は、自己の存在不安をデータによって解消しているのではないかと指摘しているが、データは自己を「客体」として提示してくれるため、自己という存在を確認するのに最も単純で有効な手立てなのかもしれない。

そのような傾向は、ブログにおいても見て取れる。ブログでは、公開の場で多くの人が私的な情報を数限りなく発信し続けている。その多数のデータから、「ダブル」を作成することは容易に可能である。いや、まさにブログこそが、「データ・ダブル」の作成を最も容易にするシステムを備えているとも言えよう。ブログは、ブログ本体も、記事一つひとつも、個々の単語の文字列に至るまで「データ」であふれている。さらに、ブログには「コメント」機能があり、他者からのコメントを受け付けている。それもまた「データ」とし

て扱える。コメントは他者に見られていることの証であり、その数や内容は、そのブログの書き手の「自己」をかたちづくる構成要素にもなり得る。十分に価値あるデータなわけである。その意味でブログは、「ダブル」すなわち「自己」（の分身）を作り上げる素材（データ）の宝庫であると言ってもよい。

このように、ブログにおいてわれわれは、「情報化・データ化」という要素とそれによる「データ・ダブル」の作成というものを、逆に活かすことで、「自己」を構築しているのだと言えよう。そこでは、個人情報の監視や流用といった問題は、「効用」に転化される。ブログに私的な情報を公開することで、ネット上には自己がデータという「客体」として存在することになる。つまり、「データ・ダブル」として自己が生成されるわけである。そのことによって、自己がなにがしか輪郭を持ったものとして「可視化」され、「構築」されてしまうのである。ともすれば勝手に「自己」が作られるという不安を呼び起こすことになるデータ・ダブルの生成を、逆手にとって利用し、勝手に「自己」が作られるように日々ブログを更新し続ける。それが自己の存在不安を解消することにつながるのだというわけである¹⁷。これが今日のブロガー（ブログの書き手）による自己構築の実践である。

このことは、今日の自己が「キャラクター」として認識されていることと深く関連している。まずは、先の自己物語論を援用しながら、自己の構造というものを再確認し、「キャラクター」としての自己について検討していくこととする。

3-2 キャラクターとしての自己

自己物語論では、第一の特徴として「視点の二重性」というものが挙げられていた。つまり、「語る私」に対して「語られる私」という、もう一つの視点が得られるということであった。日記では、「語る」ことが「書く」ことによって果たされるため、「書く私」に対して「書かれる私」という視点が見いだされる。ただ、第3章においても小林（2000）の論を引いて指摘したように、日記には、さらにもう一つの「私」が想定される。それは、「読む私」というものであった。日記を書くことで、論理的にはこれら三つの「私」が産み出されるということである¹⁸。

このうち、自己物語論における「語られる私」、日記における「書かれる私」はいずれも「客体」としての自己である。先述のミードの分類で言えば、「I」（主我）と「me」（客我）のうち「me」に当たるものである。データによって作られる「データ・ダブル」も、この「me」がデータによって構成されたものということになる。近年、若者を中心に用いられる「キャラクター」や「キャラ」という表現も、この「me」の延長線上にあるものと考え

¹⁷ D.ライオン（Lyon 2007=2011）は、「監視社会」と呼ばれる現代の、様々な次元への「監視」の浸透を説いているが、他方で「見られることの不安」が「見られていないことの不安」へと取って代わられていることもまた、指摘されている（北田 2002）。「見られること」の意味は、ネット空間のみならず、日常生活においても、変容してきていると言える。

¹⁸ 既述のとおり、小林（2000）は、これら「書く私」「書かれる私」「読む私」が、それぞれ「現在の自己」「過去の自己」「未来の自己」を表し、日記がそれらを結ぶ「自己のメディア」の役割を果たしていると論じている。

ることができる。

「キャラクター」とはもともとアニメやゲームなどの登場人物を指して用いられていた表現であるが、近年ではとくに「キャラ」という略語が使われることが多く、それが「人」に対しても用いられるようになっていく¹⁹。たとえば、「いじられキャラ」や「天然キャラ」、「まじめキャラ」などという名称がそれにあたる。ところが、大塚英志（2004）によると、明治期の文学においてすでに『私』というものが初めからキャラクターとして作られていた²⁰。なかでも田山花袋の小説『蒲団』では、口語の「言文一致体」で書かれた「私」と文語の「候文」で書かれた「私」を対比させ、文体によってスイッチ可能な「キャラクター」として提示されていたことが、指摘されている（大塚 2004: 117-8）。その「キャラクターとしての私」という認識が、「キャラクター」という語彙を伴って普遍化してきたのが、現代であるという²¹。

大塚は、この現代における自己の「キャラクター化」という事態を、「情報化」²²という表現によってとらえようとしている。それは、自己が「情報」に還元され、「情報の束」として自己が認識されることを意味する。そのとき、キャラクターは、フィギュアやネット上の「アバター」²³と同じように、「性別、年齢、目の色、髪の色、性格」などのパーツの「順列組み合わせ」として構成されるものとなる（大塚 2004: 130-2）。つまり、特定の物語を背景に持った「キャラクター」ではなく、パーツの組み合わせによっていかようにも作り変えることのできるものである。これこそ、まさに「キャラ」と呼ばれるものである。

伊藤剛（2005）によると、「キャラ」とは「キャラクター」と異なり、背後に「人生」や「生活」を想像させるものではなく、それじたいが「人格・のようなもの」として存在感を感じさせるものであり、どんな物語にも転用可能なものだと言われる。言わば、背後に「大きな物語」が存在せず、「断片的な要素を寄せ集めたもの」（土井 2009: 23）としてイメージされるものが、「キャラ」とであるというわけだ。大塚の言う現代の「キャラクター化」とは、この「キャラ化」を意味している。そして、この「キャラ」という認識が、近年の若者を中心に広がってわけである。

今日の若者の自己観については後述するが、しばしば指摘されるのが、その場の状況や「空気」、対人関係に応じて、自身の「キャラ」を使い分けるというものである。「キャラ」とはあくまでもその場面設定に規定されて成立するものであり、場の「空気」が変われば現出できないものである。それゆえ、状況に応じて切り替えられるものとなる。自ら演出する自己呈示ではなく、他者からの視線を受けて成立するという意味では、「客体」としての自己に相当する。すなわち、その意味で「キャラ」は、「me」の延長線上にあるものだと

¹⁹ 「キャラ」をめぐるのは、相原（2007）や瀬沼（2007）、あるいは土井（2009）などによる議論が存在する。また、鷲田（2002）は比較的早い時期から「キャラ」について論評している。

²⁰ ここでいう「現代」は、およそ 1980 年ごろからの時代が想定されていると考えられる。

²¹ 本論文では「情報化」を「データ化」と並列して用いている。デジタルメディア空間においては、情報化とは「データ化」と同義の状態になるものとみなし、同列に扱って併用している。

²² インターネット上のキャラクター。髪型や服装などをカスタマイズすることで、自分の分身のようにして用いることができる。

言えるのである。

ただ、先述したように、近代的な主体を持った自己は、「I」（主我）と「me」（客我）との相互作用を経て、反省的に形成されるものである。「他者の視線」というのは自己の内面に備わっているものであり、具体的な誰かの物理的な視線ではなく、抽象的で超越的な他者の視線を想定したものである²³。現代の「キャラ化」が「大きな物語」の崩壊と併せて論じられるように、現代の自己は、具体的な他者に「見られる」ことをなくしては、創発しえないものになっているのかもしれない。状況に応じて使い分けられる「キャラ」がそうであるように、自己との相互作用を通して自身を「客体化」するのではなく、あらかじめ用意された「キャラ」という名の「客体」を通して、自己を確認しているのだと言えよう。

このような感覚を持った自己が、ネット上にも展開されているのである。前述のように、ブログ等に公開された日記をはじめとする自己に関する情報は、「データ・ダブル」の構成要素となり、ネット上に「客体」としての自己を生む。ネット空間に漂う「客体」としての自己は、紙媒体の日記でなされるように「書かれた自己」（＝「客体」）が「書く自己」と対話することを通して形成されるのではなく、それじたいが他者に「見られる」ことによって、一つの「自己」として成立する。ただ、その「自己」は、自己の「部分」に過ぎず、「部分的自己」と呼べるようなものでしかない。「物語」を通して一貫性を持ったものとして紡ぎ上げられる自己ではなく、「キャラ」のような自己の「断片」なのである。

本来なら、奥行きがなく、表層的なものとししか認識されない「自己」も、あらゆるものが「情報化・データ化」されるネット上においては、一つの「データ」として成立してしまえる。また、それは他の情報と等価なものとして流通する。それゆえ、部分的な自己であっても、総体としての自己と変わらない、一つの「自己」として認識されることになるのである。

ただ、この「自己」が他者によって「見られる」きっかけは、多くが「検索」に依存している。つまり、同じ興味や関心を持った者が、ブログ内の言葉でたまたま検索し、それが検索システムによって、偶然に検索されることが、最大のきっかけとなるのである。他者によって「見られる」か否かは、検索システムに見つけられ、なおかつ他者に検索されるかどうかという、ある種の偶然性を伴ったものに、依存しているということである。

くわえて、この検索システムが効率的に作動するのは、ネット空間においてデータベースシステムが備わっているからである²⁴。以下では、ブログにおけるデータベース構造を例に、データベースを通して他者に「見られる」仕組みを把握しておきたい。

3-3 自己のデータベース

「データベース」という概念はコンピューターシステムに起因するものであるため、比

²³ 大澤真幸（2008）はそれを「第三者の審級」と呼ぶ。

²⁴ 検索というのは、設定した検索ワードの条件をもとに、データベースから該当するデータを引き出すプロセスである。

較的新しいものである。往々にしてその技術的特性が強調して語られるが、ここでは「まなざし」(自己／他者認識)のモデルとして用いたい。まずはデータベースを通した「消費」のメカニズムについて確認しておこう。

(1) データベースモデル

東浩紀(2001)は、いわゆる「大きな物語」崩壊以後の、ポストモダンと呼ばれる現代の世界像を「データベースモデル」と命名した。データベースモデルは「読み込みモデル」とも称され、「表層」(小さな物語)を規定する「深層」に「大きな物語」がなく、その代替として「データベース」が存在するため、そう名付けられる。

東曰く「インターネット」がその代表例である。そこには中心がなく、すべてのウェブページを規定する大きな物語がない。一方には、符号化された情報の集積があり、他方にはユーザーの読み込みに応じて作られた個々のウェブページがある、という構造を有している²⁵。それは、表層を決定する審級が、読み込むユーザー側にあり、表層が深層だけでは決定されず、読み込み次第でいくらかでも異なった表情を表わすという特徴を持つ(東 2001: 52-3)。

このデータベースモデルを前提にしたポストモダン的な消費の形態が、「データベース消費」である。東はアニメやゲーム等のサブカルチャーを論じるなかで、今日のデータベースモデルにおいては、データベースに登録された「設定」の組み合わせ次第でいくらかでも「キャラクター」を「二次創作」できると説明する。キャラクターとは物語(作品)に規定された存在であるが、その物語さえも「設定」しだいで可変的なものになるのが「データベース消費」の特徴である。その設定は「萌え要素」と呼ばれ、サブカルチャーを愛好するいわゆる「オタク」たちは、その「萌え要素」が登録されたデータベースを欲望(消費)するようになっていると言われる(東 2001: 76-8)。

それは概ね 1990 年代以降のサブカルチャーの状況を指しているが、データベース消費のコンセプトは、大塚英志(1989)によって名付けられた「物語消費」がモチーフになっている。物語消費は、個々の作品にあたる「小さな物語」でなく、その物語を支える「設定」や「世界観」にあたる「大きな物語」を欲望するさまを表す概念であるが、データベース消費は、表層の「小さな物語」を規定する深層に「大きな物語」が想定されなくなった時代——いわゆるポストモダン——に併せて現出したものである。つまり、「データベースモデル」や「データベース消費」と言われるコンセプトは、サブカルチャーをめぐる議論だけでなく、社会状況や社会意識の変化といった主題にも通ずる論点を提示したものだと考えることができる。

たとえば、先の「キャラクター」と「キャラ」に関する議論に接合させるなら、近代の

²⁵ 前者は HTML 言語のような Web ページの設計図にあたるソースコードを指し、後者はウェブで見たページを指す。Web ページは、「ブラウザ」という Web ページを見るためのソフトが、ソースを読み込むことで、ヴィジュアル的に表現されるようになっている。

「物語消費」におけるキャラクターは、物語に規定されたものであるため、先の伊藤剛(2005)が提示した「キャラクター」に相当し、「データベース消費」におけるキャラクターは、データベースに登録された「萌え要素」の組み合わせでしかなく、断片的な要素を組み合わせた「キャラ」と一致する。つまり、現代の自己観にもつながるモチーフなのである。

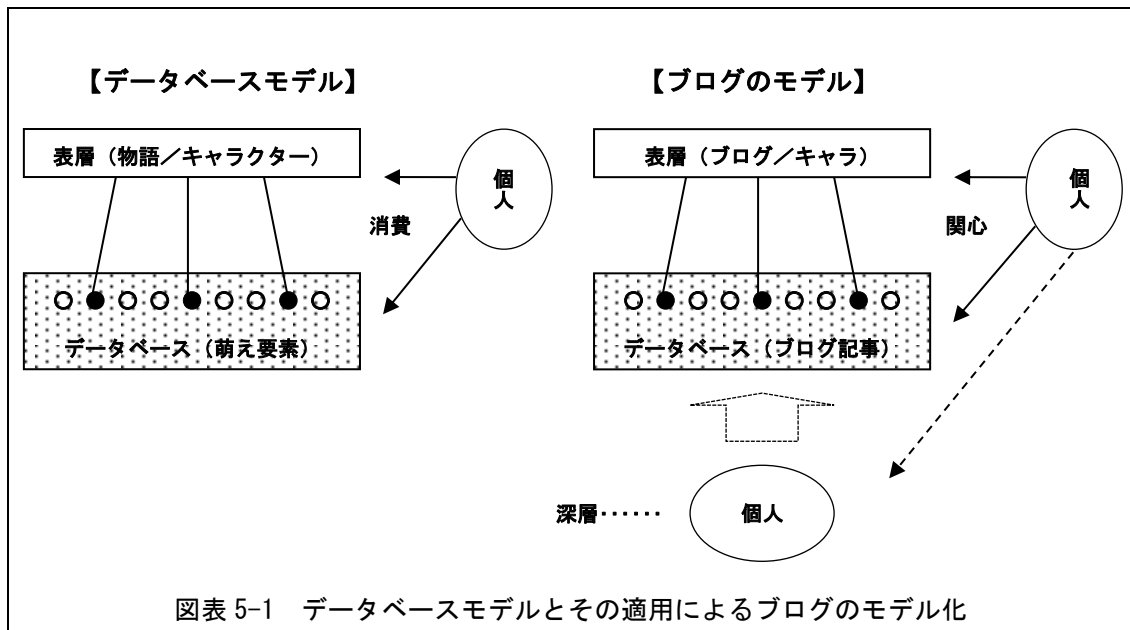
そこで、これを「ブログ」に当てはめて考えてみたい。東はアニメやゲームの世界を前提に論じているが、データベースモデルじたいは、インターネットの構造を表したものであった。ブログもまた、インターネットの主たるコンテンツの一つであり、データベース構造をもったものとしてとらえることができよう。

ブログには、一つのブログのなかに複数の記事(日記)が存在する。つまり、ブログじたいが一つのデータベースであると考えることができる。また、データベースに登録された個別の記事(日記)には様々な要素が含まれ、個人差はあるにせよ、喜怒哀楽の感情もその時々によって多様であり、内容もある程度の幅はみられる。どのブログ記事(日記)を見るかによって、そのブログの印象は大きく異なる。つまり、「萌え要素」の組み合わせのように可変的なものである。確かにブログはデータベースモデルに適合的なものだと言えよう。

(2) 表層(キャラ)から深層(主体)へ

東の提示したモデルにおいては、表層に「小さな物語」や「(架空の)キャラクター」があり、深層に「萌え要素」が登録された「データベース」、そして、それらを消費する「個人」がいる、という構造が示されていた。一方、われわれが検討するブログにおいては、深層に個別の記事(日記)の集積があり、表層にはそこからピックアップされたいくつかの記事(主として最新記事)で構成されたブログがある。読み手は、その表層のブログから、その書き手の「キャラ」をうかがうことができる、という構造になっている。しかし、唯一異なるのは、ブログには「データベース」の背後に、また「個人」が存在することである(図表5-1)。

それによって、ブログを見る「個人」(ブログの読み手)は、表層やデータベースを経由して、さらに「深層」の「個人」(ブログの書き手)を見ることができるのである。また逆に、表層やデータベースは、「深層」の「個人」に規定されたものであるとも言える。



図表 5-1 に示したように、ブログにおいては、「個人」（書き手）が投稿したブログ記事（日記）は、その都度、深層のデータベースに蓄積されていく。深層に集積された過去のブログ記事（日記）も、「個人」（読み手）によって「読み込まれる」ことによって、表層へと表出する。

読み手は、いくつかのブログ記事（日記）を読むことで、書き手の「キャラ」に触れ、関心をもって継続的に読み続けることで、その書き手の人となりのようなものを読み取ることになる。やがてそのブログを通して、書き手と（擬似的に）「出会う」ことになるのである。つまり、東の提示したアニメやゲームの「消費」の仕方と同じように、われわれは表層のブログを通して、その深層にいる「個人」をまなざしているのである。

ブログのデータベースには、「萌え要素」と同じように「自己の要素」（断片）が集積されており、その要素の組み合わせによって構成される「キャラ」が表層に現れる。上述の用語を使うなら、表層の「キャラ」は「データ・ダブル」に相当する。それは読み込むことでいくつもの表情を示すが、一つのブログが一人の個人によって作られたものだという前提条件が崩れない限り、際限なく広がるものではなく、一個人の要素に収斂していく。

また、東のモデルでは、「小さな物語」も「萌え要素」の組み合わせであると説かれていたが、ブログのモデルにおいては、ブログ記事（日記）の組み合わせが「自己物語」を構成する。データベースに収められた記事（日記）は、自己の語りの断片であり、一人の個人が産み出したものである——少なくともその前提にある——以上、一人の個人の物語として（さも一貫性があるようにして）「自己物語」を編み上げることができる。ただし、それを書き手自身が行なわない限り、あくまでも読み手の「他者の視点」によるものであり、他者による「二次創作」であるとも言える²⁶。

²⁶ 岩見和彦（1993）は、自己の「編み手」とその「読み手」がつながっていないのが現代のコミュニケー

くわえて、補足的に述べておくなら、ブログは、読み手による一方的な解釈や、書き手による一方的な自己語りだけで、終始するものではない。互いの認識のズレを埋め合わせるために、さらに踏み込んだ接近・接触が可能になる。それが「コメント」である。コメントにおいて、「表層」だけでは読み取れない部分を、直接的な対話によって追究することができ、それによって自己像がより明らかになる。また、それはその他の読み手にも認識される機会を持つ。コメントでのやり取りは、その参加者だけに閉じられたものではなく、「公開」されたものであるからだ。つまり、そのやり取りさえも、ブログの書き手の自己像を描き出すための、リソースとなるのである。

データベース構造をもったブログでは、そうした過程さえもデータベースに含まれる。読み込み次第で、個人の自己像はさらにはっきりと可視化されるのである。そこに、他者による「二次創作」や（コメントを通した）相互行為などが加わりながら、多面的に構築されるのが、ブログにみられる現代の自己なのである。

第4節 フラット化するメディア空間と多元化する自己

4-1 フラット化

前節では「データベース」について触れたが、データベースはデジタルメディア空間の特徴を体現するものであると言える。その特徴が、「フラット化」である。「フラット化」という事象じたいは、デジタルメディアに限らず多様な文脈ですでに言われてきたことでもある。いわゆる「グローバル化」と同義のようにして用いられ、途上国と先進国の差がなくなり、世界が一つの「フラット」な世界になったという議論がしばしばなされる²⁷。それを促進した一つの要因がインターネットに代表される情報ネットワークの広がりであり、デジタルメディア技術の発達であるということである。また、ネットメディアの台頭により、既存のマスメディアと個人の情報発信との間に差が無くなった状況を指して「フラット革命」（佐々木 2007）などと言われることもある。いずれもメディア技術による社会状況の変化を論じたものであるが、ここでは、デジタルメディア空間そのものの特徴を指して「フラット化」と表現している。

その特徴の最たるものが、中心の不在である。デジタルメディア空間に存在する情報は常に拡散しており、核となる場所がない。情報はデータベースから引き出されるが、そのデータベースじたいが情報をランダムに詰め込んだものにすぎない。そこには優先順位や情報の重み付けはなく、すべてが等価に扱われる。それが「フラット」と表現する所以で

ション様式であり、「勝手に編み、勝手に読む」が前提になっていると述べている。本論における他者による自己の「二次創作」とは、言わば「勝手に（自己が）編み、勝手に（他者に）読まれ、勝手に（他者に）編まれる」ものである。

²⁷ たとえば、Friedman (2006) など。また、遠藤知巳編 (2010) ではさらに大きな文脈で文化様式の「フラット化」を論じている。

ある。

前節では、ブログがデータベース形式を備えており、個々のブログ記事（日記）が「自己」（部分的自己）の要素となってデータベースに格納されていることをみてきた。データベース構造であるため、投稿された「日記」は当然「フラット」に配置されている。自己を構成する要になるような主張やエピソードの詰まった「日記」も、ほんの小さな「つぶやき」も、等価に扱われる。多くが「検索」によって他者に「発見」されるため、いずれにも同じキーワードが含まれていれば、どんなに意味あるブログも無意味な日記も、同じようにヒットする。そこには何の差別もない。偶然にも見つけられ、偶然にも他者の目に触れられることで、そのブログの書き手の「自己」（部分的自己）は表層へと浮上する。繰り返すように、その「自己」の部分が、自身の「中心」から離れた要素を持つものであっても、他者に見られることで「自己」が「表出」する。潜在していたものが「顕在化」されるとも言えるだろう。それが単なる「部分」に過ぎないものであれ、その人の「自己」を代表する要素であり、あたかも「自己」の「全体」であるかのように認識されてしまう。「フラット化」した空間ゆえの現象であろう。

もちろんそんな自己の要素が「フラット」に並べられた空間において、他者本位の「発見」によって「自己」が「可視化」される以上、「誤解」も起こりうる。それはちょっとした一言にすぎず、私の「中心」的な要素ではないという釈明も必要となるかもしれない。そうしたデメリットが多分にありながらも、多くの人は平然とブログを続け、一貫性のない主張も自由に投稿し続ける。言わば、そうした行為の継続によって多様な自己の「部分」を表出させ、全体としての自己アイデンティティを満たしているのかもしれない。少なくとも継続してブログを行なっている人たちには、そのような自己表出や自己呈示の仕方が受容されているということである。

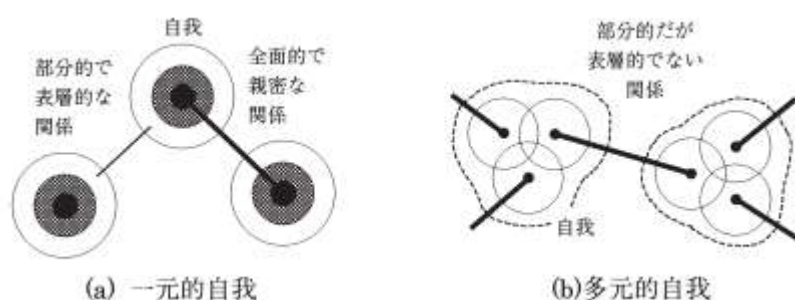
このような、一見すると一貫性のないような断片的・部分的自己の提示や、他者による多様な部分的自己の「発見」（「可視化」）は、ともすれば自己の「分裂」や「解体」をもたらすかもしれない事態であるとも言える。実際、ネット空間における自己表出をめぐっては、そのような自己の解離性やアイデンティティの崩壊の危険性が、まことしやかに語られてきた。ブログを日常的に行う人たちの「自己」もまた、そんな病理性が疑われるものなのだろうか。こうした自己表出が行われる背景には、一体何が考えられるのであろうか。

4-2 自己の多元化

その答えとなるものを「自己」との関わりにおいて考えると、現代の時代性に合致した「自己の多元化」というものが見いだされる。今日の若者を中心に認められる自己のありようである。そんな多元的な自己のありようは、若者論の文脈でしばしば取り上げられてきた。

辻大介（1999）は、現代の若者が、全面的な対人関係よりも、場面に応じてスイッチのオンオフを切り替えるような部分的な対人関係を好むようになってきていることを指摘し、そ

それを「フリッパー志向」と名付けた。部分的であっても、表層的なつきあいではなく、深入りはしないが、それぞれに充実した対人関係を持っているのが特徴である。一般に言われるような、単純な人間関係の希薄化論に与するものではないとされる。そのうえで、辻は、このような対人関係志向の表れが、従来の自我構造を前提にしては説明できないことを指摘する。すなわち、「フリッパー志向」をもった若者は、従来のような中心に核となる自我があり、中心から離れたところで表層的かつ部分的なつきあい方をするという、同心円状の自我構造（図表 5-2 (a)）ではなく、「複数の中心を持ち複数の円が緩やかに束ねられた」自我構造（図表 5-2 (b)）になっていると論じている（辻 1999: 22-4）。前者が一元的な自我を表すのに対し、後者が多元的な自我構造を示している。



図表 5-2 自我構造の 2 つの模式図（辻 2004: 150）

浅野智彦（1999）もまた、現代の若者の自己の特性として、自己の多元性というものを挙げている。浅野は、16 歳から 30 歳の若者を対象とした調査結果から、友人関係に関する 3 つの志向を導きだし、そのなかの「状況志向因子」と呼ばれるものが、現代の若者を特徴付けるものになっていると指摘した。それは、自己の複数性、関係の相互隔離、その都度の没入を、特徴とするものである。そして、その特性と自己の多元性は、密接に関わっているのだと論じる（浅野 1999: 44-6）。すなわち、「本当の自分」と呼べるものは複数あり、場面や状況によって異なる自分が現れるが、そのどれもが「自分らしい」ものであると捉えているのである。辻が指摘したのと同じ「多元的自己」の様相を示すものである。この調査が行われたのが 1992 年であることを考えると、ごく一部の年代に偏ったものではなく、より広い世代の特徴であるとも言えるかもしれない。

辻や浅野が指摘した自己の多元化は、その後の若者を対象とした研究においても同様に指摘され、2000 年以降の若者にも通底する特性として、描き出すことができる²⁸。こうした多元的な自己を前提として考えたとき、「フラット化」という要素をもつデジタルメディア空間は、自己を表出するのに最適な場となるわけである。優先順位なくどれもが等価に処理されるデジタルメディア空間においては、自己の一貫性にこだわる必要はなく、その

²⁸ 岩田ほか編（2006）では、2002 年に行なった同種の調査結果から、自己の「多元化」や「状況化」がより進んでいることを指摘されている。また、場の「空気」に読んで、状況に合わせて自己を使い分けるという指摘も、しばしばなされている（土井 2009、原田 2010 など）。

分的自己)が現れる。各々の部分的自己は独立したものとして知覚されるが、複数の自己はゆるやかに束ねられている。それらの部分的自己の束には、表出の機会をうかがう潜在的な自己も存在する。状況(場面)が不確定ゆえに未だ確固たるイメージが定まっていな流体的な自己でもある。表出した自己の場面を「表層」ととらえるなら、潜在的で流体的な自己の居場所は、「深層」と呼ぶこともできよう。この「深層」にあるものを含めた「自己」は、「日記」という形式によって記述され、ブログに向かって吐露される。

ブログはデータベース構造をもっているため、投稿するたびに「データ」として蓄積されていく。もちろんそれらはフラットなデジタルメディア空間のなかで、優先順位や重み付けもなく、等価に蓄積されていく。つぶやきのような日記も、私小説のような長編の日記も、区別なく処理される。そして、それらが「他者」によって見られることで、一つの(一人の)「自己」として、他者の眼前に現れる。データベースが「深層」であるなら、他者に見られて「浮上」した自己は「表層」に現れ出た(表層化した)とすることができるだろう。

このプロセスにおいて、ブログにおける自己表出のあり方に固有の特徴として指摘できるのが、他者によって見られる自己の多面性であり、それらの多元性である。図表 5-3 の左側に示した自己表出においては、状況(場面)によって表層に現れ出ない潜在的な自己が、残余として存在した。それは機会が訪れなければ、表に出ることのないものである。一方、図の右側に位置するブログの自己表出においては、潜在的な自己もデータベースに含まれている。日常生活において見せる機会のない自己も、ブログには投射されているからである。個人差はあるにせよ、多かれ少なかれ、潜在的な自己が「日記」というかたちを伴って呈示されているはずである。

潜在的な自己は、確固たるイメージを持たない流体的なものであった。それを表出するのに相応しい明確な状況(場面)設定が不確定だからである。しかし、ブログにおいては、そのような「場面」による拘束はない。状況に依存することなく、自己を吐露することができる。ブログがデータベースという形式の定まったフレームを備えているからである。たとえ不完全で流体的な自己であれ、ブログには「流し込む」ことができるわけである。一瞬にして消えてなくなるような小さなつぶやきも、ブログに「流し込む」ことで、固定的に留めることができ、かたちとなって残る。それは状況(場面)に拘束される非メディア空間では、なしえないことである。デジタルメディア空間ゆえの、自己の表出のありようであると言えよう²⁹。

さらに、デジタルメディア空間は「フラット」であるために、「部分」を「全体」として呈示することもできると同時に、「全体」を俯瞰することもできる。すなわち、ブログの「全体」を俯瞰することで、そこに投影された「自己」の全体を見通すこともできるわけである。自己が多面的であればあるほど、「全体」が俯瞰できるという構造は、利点として働く。

²⁹ もちろんメディア空間において「存在証明」をするためには、他者に見られる必要がある。繰り返すが、自己を構築するプロセスには、他者の承認が不可欠となる。

そこには、まだ見ぬ潜在的・流体的な自己も「可視化」されているからである。かつての若者は、まだ見ぬ自分を追い求めて「自分探し」を続けたが、ブログにおいては、そんな潜在的な自己の“種”も、すでに蒔かれている可能性があり得るのだ。多面的かつ多元的な自己を「流し込み」、展開するには、まさに最適な場であると言ってよい。

第5節 自己の現在

以上のように、ブログが現代の多元的自己を展開するのに適した場であることを示すことで、ブログという〈日記メディア〉の特徴とそれを用いた〈日記行為〉の実践については把握することができた。ただ、肝心の行為主体については十分に検討できていない。とりわけ「自己」という視点から考えるうえでは、現代の「自己」について、あるいは「自己」が置かれている社会状況について、確認しておく必要があるだろう。この節では、そういった「自己」の現在の状況について検討してみたい。

本章で取り上げた「多元的自己」という見方は、個人の問題として病理的にとらえるというよりも、社会変容の一つの顕れとして把握することができる。いわゆる社会の「ポストモダン化」という文脈において説明されるものである。固体的な近代が溶解し、流動性の高い社会が訪れることにより、「自己」も一元的なものから多元的なものへ変容してきた、というように、社会状況の変動と結びつけて捉えることができる。

この不確実性が増し流動性の高まった社会を、Z.バウマン (Bauman 2000=2001) は、「リキッド・モダニティ」と呼んだ。近代が液状化（流体化）した状態だというレトリックである。バウマンは様々な視点から社会が流体化した側面を描き出しているが、そのなかで「個人化」というキーワードを重視する。個人化とは、アイデンティティを「与えられるもの」から「獲得するもの」に変え、その獲得の責任、獲得に伴って生じる（付随する）結果の責任を負わせるものであるという (Bauman 2000=2001: 42)。そして、この「個人化ゲームに参加しない自由は許されない」とも言われる (Bauman 2000=2001: 45)。現代は、この「個人化」が徹底した社会にある。すなわち、自前で、自己責任によって、「自己」を構築しなければならない社会なのである。こうした時代的状況が、人々をブログのようなツールに向かわせ、絶え間ない「自己」の発信と構築を続けさせているとも言えよう。

同じように、A.ギデنز (Giddens 1991=2005) は、現代社会を「再帰性」というキーワードによって捉えようとし、自己を「再帰的プロジェクト」として位置づけている。すなわち、自己はもともと備わっているものではなく、自ら作り上げていく必要のあるものであるという前提に立っており、それは絶えず吟味され、修正されていく「達成課題」であるとも言われる (Giddens 1990=1993)。バウマンが指摘する「個人化」が徹底した状況を示すものである。現代においてはやはり、自己は自らが自らの手で構築すべきものとなり、社会変動のなかで、そのことが不可避になっているという認識である。

日本においても、自己をめぐるこのような議論は、若者論を中心になされてきている。ただ、自前で自己を構築するとなったとき、その資源を社会から、あるいは他者との関わりのなかで獲得するのではなく、自己の内面に向かうという問題が指摘されている。たとえば土井隆義（2003）は、自己は他者との比較において確立されるものであり、「個性」は社会的に（「社会化」のプロセスを経て）構築されるものであるが、現代の若者は、他者の存在を前提とせず、本源的に自己に備わったものと考えようになっていると論じる（土井 2003: 106-7）。自己の存在証明を得るには、その素材を「自己の内」に求め、「いま自分が持っているはずの特別さ、そのキャラにすぎるしか術はない」という（土井 2003:150）。言わば、生まれ持った「宿命」のようにしてとらえるのである。土井は、このような感覚を「内閉的個性志向」と呼んでいる。そして、その過程はもはや「自己の構築」ではなく「自己の探索」であるとも述べている。

同じ状況について、片桐（2003）は、自己物語の構築において参照されるリソースが、歴史や集合的記憶ではなく、具体的な他者や自己の内面へと変わったと指摘し、それを「物語の私化」とであると述べている。それは現代の「自己」をめぐる言説に共通してみられるものであり、自己を語る語彙が「自己そのもの」に変容し、「他者の縮小」をもたらしていると解している（片桐 2000）³⁰。

社会との関わりのなかで、つまり「社会化」のプロセスを経て自己を構築しようとしても、現代の「ポピュラー化」（大衆消費社会化）した社会においては、その社会に適応することで（機能集団などに）「不適応」なモラトリウムを生んでしまう。豊泉周治（1998）はかつてのモラトリウムが「生活世界の内的植民地化に対する抵抗」として社会と対峙しシステムの更新を促すなど、社会と自己との発展・発達に寄与するだけの意味を持っていたのに対し、現代のモラトリウムは「両者が相互に結びついて内向きに閉じている」と述べている。「内閉化」は言わば「社会化」の産物であり、社会に従順であればあるほど、この傾向は強まるばかりなのである。

かくして社会は、近代とは異なる時代状況に至り、流動性が高まることで、個別の場面や状況に対する適応が求められるようになった。その結果、もたらされたのが先述の「状況志向」的傾向である。それは、必ずしも「自己」のありようが主体的に変容としたということではなく、状況に応じて臨機応変に異なる自己を呈示することが求められるという、社会の要請によるところが大きい。「キャラ」として切り替え可能な（フリッパーな）自己を呈示するやり方も、状況に適応するための一つの戦略であると言える。

以上のように、「自己の多元化」というものは、社会の大きな変化のダイナミズムのなかにおいて現出した事象であり、流体化した現代社会の産物であるとも言えるわけである。そして、その多元化した自己には、ブログのような「自己」（および「関係」）のツールが、

³⁰ 片桐（2000）は、自分自身（内面、衝動）が自己を語る語彙になるときの「自己」を、ターナーの議論を引いて、「衝動的リアルセルフ」と位置づけている。それは、倫理的な基準（道徳、制度）を枠組みとして自己を位置づける「制度的リアルセルフ」から移行したものととらえられる。

自己を粹づけるための道具としても有用なのであった。

本章第1節においても示したように、自己の構築には、「物語」が必要だった。物語とは、自分自身についての物語、すなわち「自己物語」である。「自己は自己物語を通して構築される」というのが、本章が依拠する自己の構築についての命題であった。ブログの多くは「日記」という形態を採っているために、自ずと自身についての物語が記述される。

紙の日記であれば、記述されることによって可視化された自己（書かれた私）と、記述した自分（書く私）が向き合い、対話し、反省することで、自己が一貫性をもって構築されていくわけであるが、ブログは他者に開かれたものであるため、他者によって「見られる」ことも重要な意味を持っていた。ネット空間においては、あらゆるものが「情報化（データ化）」され、「フラット」（等価）なものとして扱われるため、他者に見られることが存在価値を高めることになるからである。

加えてブログは、データベース性を持つ。構造的に「多元化」を組み込んでいるわけである。そこで放たれる「自己」の物語も、必然的に「多元化」を余儀なくされる。自己にまつわる「小さな物語」が、あるいは「データ」と化した物語の断片が、自己の「部分」（要素）となって、データベースに蓄積されていく。多元的であり、複数存在するものであるため、なおさら他者によって見られ、承認されることを必要とする。それによって、顕在化され、存在性が露わになるからである。

つまり、ブログにおいて、自己の構築をより確実に実現するためには、多元化した自己の「部分」ごとに、すなわちブログの投稿のたびに、他者に「見られる」ことを必要とするわけである。このことを徹底した結果、行き着くところは、「見られること」の目的化である。いかに他者に見られるか。それが第一の目的となる。自己完結であるはずの自己の構築は、それを徹底することで、他者の承認を必要とし、他者の（あるいは他者とのつながりの）希求へと目的が転化する、といった事態が起こるのだ。

そんな他者との関係を求めてブログを用いる実践が、次章の「関係の可視化」をめぐる議論となる。

第 6 章 関係の可視化装置：日記を媒介とする関係の構築

第1節 関係の可視化と関係構築

この章では、前章での「自己の可視化」に続き、「関係の可視化」という主題で議論を進めていく。5章の自己に関する議論においても、「他者」の存在は欠かせないものになっていた。同様に、多様な「日記」を視野に入れたとき、「他者」という視点は不可欠のものとなる。実際、本論文では〈日記行為〉あるいは〈日記メディア〉といったときに、他者に公開して行う日記も含めて検討している。具体的には、ネット上の日記であるウェブ日記やブログが含まれてくるわけである。そのとき、「他者」という存在は、必然的に議論の主題となってくる。2章あるいは3章で触れたように、近代以降、私的なもので、秘匿すべきものとして人々の間に普及してきた日記は、しばしば「他者」の視線を受けてきたわけである。

プリミティブな次元で言うなら、書かれたものを偶然見るとか、盗み見るといったことで、日記に「他者」が関わってくることになるが、そういった素朴な例でなくとも、たとえば学校教育において教師が児童・生徒の日記に目を通したり、生徒間での交換日記において友人同士で見せ合ったりするというケースが考えられる。あるいは、先に示した「日本日記クラブ」のような会員組織における活動のなかで、他者の目に触れるということも考えられよう。死後も含めると、とくに著名人などは「作品」として読まれたり、出版されることで「読み物」として多くの人に読まれるものとなる。様々な次元で、「他者」が関わってくるわけである。

日記が「他者」に開かれるとき、日記はいかなる機能を果たしているのだろうか。繰り返しになるが、改めて確認しておこう。日記は、自分に対して書かれるとき、（自分に対して）自己を「可視化」するものとして機能するが、他人に対して向けられたとき、その〈可視化された自己〉を他者に（間接的に）提示することになる。これが日記を他者に「見られる」次元である。日記は私的な事柄を綴ったものである、という認識ゆえ、読み手となる他者は書き手のプライベートな一面を「覗く」という格好になる。

さらに、その「他者への提示」を相互に行うと、「関係」の次元の話へと移る。互いに日記という〈可視化された自己〉を提示しあい、日記を媒介に相手と「対面」する行為を繰り返すことで、他者との心理的な距離を縮める効果をもたらす。そうした相互作用を通して、他者との「関係」が構築されていくことになるのである。交換日記やブログ等における「他者」とのやり取りは、このようなかたちで示すことができる。

3章まででは、既述の交換日記や学校教育での日記、日記クラブの例など、原則として紙ベースの日記を中心に触れてきた。さらに異なる方法として、ネット上での日記、すなわちウェブ日記やブログ、あるいは Facebook などの SNS での日記や Twitter などが挙げられる。決定的な違いは、用いる〈日記メディア〉が「デジタルメディア」であるという点が最も大きい。加えて、あるいはそれに伴って、「可視化」の様式に変化が現れるという点を指摘しておかなくてはならない。すなわち、先の日記では、一度「自己」の可視化が達

成された後、日記それじたいを提示することによって、「他者」と関係を結ぶ手段となったが、デジタルメディアにおいては、「自己」が（メディアによって）可視化されるだけでなく、他者との「関係」そのものも「可視化」されるのである。その際、重要になるのが、「データ化」と「フラット化」というデジタルメディア特有の要素である。自己の可視化のみならず、関係の可視化も、「データ化」・「フラット化」という要素を伴って、達成されるのである。デジタルメディアを用いる場合、あらゆるものが、無機質で、優先順位のない（フラットな）「データ」として扱われることを、今一度確認しておきたい。

日記をデジタルメディアを用いて記述し、ネットワーク上に公開するものまでを含めて考えると、他者との「関係」というものが、避けられないキーワードとして浮上する。たとえば、ブログが普及し始めたとき、あるいは **Twitter** が注目されたとき、それらをめぐる言説には、「関係」や「つながり」を強調するものが多数現れた。先に触れたように、たとえば、ブログを媒介にして同じ関心を持つ者と出会えるとか、発信することで交友関係が広がるだとか、匿名の他者との新たな関係性が形成されることを、殊更に強調する言説が繰り返される。それらは、日常では出会えなかった人とネットを通して出会うことができた、などというポジティブな言説にも、匿名性を盾に犯罪行為に巻き込まれるなどといったネガティブな言説にも、転用される。いずれにせよ、デジタルメディアを通じた他者との関係の形成というのは、常に目新しいものとして、ときに異質なまなざしを向けて語られてきたわけである。

そんなふうには、メディアの新しさと異質性が強調され、何度も繰り返されるにもかかわらず、その実態に関する詳細な調査や実証的な研究は十分に行われていない。利用者数など概観を示すのに必要な情報は得られても、実際にどのような営みが行われ、どのような関係が結ばれているのか、といった具体的な調査や研究の蓄積は、言説の量に比べてあまりにも乏しい。

そこで本論文では、「他者との関係」に関する具体的な実践のありようを、客観的かつ経験的データをもとにして明らかにすべく、いくつかの調査をもとに実証的な検討を行なっている。具体的には、前章と同じく、主としてブログを対象とし、コメントの分析や読み手意識、さらには年齢（世代）による差異なども含めて、これまで一様に語られてきた他者との関係のあり方について、その多様性を描き出すことに主眼を置く。それらの分析・考察を通して、現代の「日記」を媒介にした関係構築の実践、あるいは関係を「可視化」する装置として機能する〈日記メディア〉の動態を、描き出していくことを目的とする。

第 2 節では、ブログのコメントに注目し、その投稿者の遷移や訪問頻度などから、関係のバラツキについて検討する。第 3 節では、他者の多様性に着目し、ブログの書き手（ブロガー）への質問紙調査の結果をもとに、「想定する読み手」と「実際の読み手」の相違などから、ブロガーの分類などを行なっている。第 4 節では、対象を若年層に絞り、「リアル（リアルタイムブログ）」と呼ばれるブログを用いる中高生たちの例をもとに、その固有性について検討する。

なお、以下で取り上げる「ブログ」について、改めて概観しておく、日本におけるブログ人口（登録者数）は2009年1月時点で2695万人と言われ、2005年から2006年にかけて利用者が倍増するなど、急速な普及を示している¹。とくに携帯電話などのモバイル機器から利用できることで、モバイルユーザーを多く取り込んだことが、普及の一因となっている。『ブログ白書 2007』によると、「ブログに主に書いている内容（複数回答）」では「日々の出来事・日記」が75%を占め、「ネット上の日記」を代表するツールになっていることがうかがえる。以下は、そのブログが〈日記メディア〉として普及・定着した後の〈日記行為〉の実践を示すものである。

第2節 関係構築の実践（1）：閲覧とコメント

まず、日記を媒介とした関係構築の実態を把握するために、ネット上の日記である「ブログ」に焦点を絞り、検討してみたい。ブログにおける他者との関係構築の実態を読み解く際の一つの指標になるのが、「コメント」である。コメントはそのブログの閲覧者であることの証であり、そのブログの内容や書き手に対して、何らかの興味や関心がなければ、書き込まれないものである。コメントの頻度は、そのブログ、あるいはそのブログの書き手に対するコミットの度合いを示すものであり、関係の深まりを示す指標の一つにもなり得る。そこで、ブログのコメントから「他者」との関係の実態について、実証的な検討を行なった。以下は、2007年11月に行なった調査をもとにした結果である。

2-1 対象と方法

今回分析の対象としたブログは、全部で50である。対象となるブログを選定するに当たっては、先にマクロなデータを把握しておくため、『ブログ白書 2007』の調査データを参考にした。まずブログサービス（提供会社）については、提供する付加サービスの違いが出ないよう、すべて同一のものになるようにした。結果として、今回は、「アメーバブログ」（以下、アメブロと表記）を対象として選んだ。アメブロは、『ブログ白書 2007』において3番目に利用者の多いブログサービスとなっており、他と比べても利用者の年齢的偏りが少なく、加えて「メッセージ」機能を有しているため、ブログ作成者に個別に問い合わせをすることが可能である点が、主な選択の理由である²。

そこから50のブログを選び出す際には、次の二つの基準を設けた。一つは、「日記」を

¹ 総務省情報通信政策所（2009a）および同（2009b）による。

² 『ブログ白書 2007』によると、開設しているブログサービスについて最も多いのが「楽天広場」（20.7%）、次いで「FC2 ブログ」（17.2%）という結果になっている。しかし、前者は中高年層（40代以上）に、後者は若年層（10代・20代）に、それぞれ利用者が偏っている。また、「楽天—」では、ブログ開設時に、合わせて「掲示板」が設置されるようになっている（ブログのトップページから「掲示板」へのリンクが張られる）ため、別のコミュニケーション機会が与えられてしまう。このことは、「日記」を分析するに当たり、本意ではないため、今回は対象とすることを避けた。

中心としたブログに限定するため、登録されたジャンルが「日記・blog」であるもの³、もう一つは、開設から半年以上経過し、継続的に更新しているもの、という基準である。加えて、年齢・性別の幅を持たせるため、可能な限り年齢層別、男女別で振り分け、さらに更新頻度を「ほぼ毎日」と「概ね週 1～2 回」とに分類した⁴。手順としては、「日記・blog」の「新着記事一覧」から順に条件に適合するものを選んでいった。なお、できるだけ偏りを少なくするため、日時を変えて数回に分けて行なった。

50 のブログを確定した後、個別のブログごとに、コメントの調査を行なった。コメントについては、調査時点での直近 20 件⁵の記事（日記）に対する、合計コメント数、返信コメント数、コメント投稿者数および各々の投稿者のコメント数を調べた。それにより、ブログの書き手と読み手の発言バランスや、コメント投稿者の固定・流動の状況を読み取ることができる。

さらに、読み手（他者）との関係を探る上で、重要な指標がもう一つある。それはアメブロ特有の機能である「読者登録」というものである⁶。これは、コメントと同じく読み手の側が行うもので、ブログを見た者がそのブログを気に入ると「読者」として登録することができるものである⁷。読者登録数の多いブログはそれだけ多くの人に読まれていると同時に、それだけ多くの他者と「関係」が構築されていることを示す。「読者登録」については、その人数とともに、コメントとの関連も含めて分析していく。以降は、その結果と分析である。

2-2 コメント

図表 6-1 は、対象となる 50 のブログのコメント数や各コメント投稿者の発言数などを一覧にしてまとめたものである。コメント投稿者の名前については、各々ハンドルネームと呼ばれる個別の名前を名乗っているが、今回はすべて、それぞれのブログごとに投稿者名を A～Z の表記に置き換えた。A～Z の後に付した数字は、そのコメント投稿者の（直近 20 件の記事における）累積コメント数を表す。以下、順に見ていこう。

³ アメブロでは、ブログ開設時に「ジャンル」（ブログのテーマ）を登録するようになっている。「日記」というジャンルはないため、「日記・blog」を対象とする。

⁴ 更新頻度の「週 1～2 回」は、『ブログ白書 2007』で最も多い回答（25.5%）だった。なお、他の調査では選択肢が異なるため一概に比較できないが、NEC 総研調査グループ（2006）では「週 2～3 回」（27.9%）、goo リサーチ（2007）では、「ほぼ毎日」（24.9%）や「週 2～3 回」（23.5%）という回答が多い。年齢・性別については、各ブログに記載されたプロフィール（ない場合は記事内の記述）から確認した。

⁵ アメブロでは記事を「一覧」で見ると、最新の 20 件が表示されるように設定されている。ほぼ毎日更新する場合でも、およそ 1 ヶ月分程度の傾向が見られることから、今回は 20 件に限定した。なお、ブログでは、各記事（日記）にコメントが付けられるようになっていて、それらは「公開」されている。

⁶ 2013 年時点では、「FC2」や「Seasaa」、「goo ブログ」などで「読者登録」機能が付加されている。

⁷ ただし、読者登録をするためには、アメブロにてブログを開設している必要がある。なお、本節の分析はブログ全体を一括みするものではなく、あくまでも対象を限定した中での分析であり、読者登録はその範囲内において有益な指標であると判断した。

図表6-1 各ブログのコメント数に関する結果

更新頻度	年齢層	性別		合計コメント数	返信コメント数	他者コメント数	コメント投稿者数(人)	各コメント投稿者の累計コメント数 (便宜上A～Zで表記。(X)はSPAMコメントを表す。なお、Zのみ同一人物であり、それ以外はブログごとに異なる)	読者数
ほぼ毎日	10歳代	男	01	90	31	59	12	<u>A=15, B=11, C=9, D=6</u> , E=5, F=3, G=3, H=2, I=2, J=1, K=1, L=1	9
		男	02	20	0	20	10	A=4, B=3, C=3, D=3, E=2, <u>F=1</u> , G=1, H=1, I=1, J=1	16
		男	03	14	7	7	3	A=4, B=2, C=1	1
		女	04	0	0	0	0	—	1
		女	05	16	2	14	5	A=5, B=2, C=2, D=2, <u>E=1</u>	3
		女	06	2	0	2	2	A=1, B=1	10
		女	07	30	1	29	11	<u>A=10, B=4</u> , C=3, D=2, E=2, F=2, G=2, H=1, I=1, J=1, K=1	6
	20歳代	男	08	6	2	4	1	<u>A=1</u>	1
		男	09	20	10	10	6	A=3, B=3, C=1, D=1, E=1, F=1	—
		男	10	0	0	0	0	—	14
		男	11	1	0	1	1	A=1	0
		女	12	57	27	30	6	<u>A=10</u> , B=9, <u>C=7</u> , D=2, E=1, F=1	8
		女	13	拒否				—	62
		女	14	0	0	0	0	—	0
		女	15	34	15	19	6	A=7, B=6, C=2, D=1, E=1, F=1	—
		女	16	22	9	13	3	A=7, B=5, C=1	0
		女	17	20	9	11	2	<u>A=8, B=3</u>	3
	30歳代	男	18	70	35	35	13	<u>A=10, B=4</u> , C=3, <u>D=3, E=3, F=2, G=2</u> , H=2, I=2, <u>J=1, K=1</u> , Z=1	40
		男	19	0	0	0	0	—	—
		男	20	2	0	2	0	(X)=2	0
		男	21	18	0	18	13	A=4, B=2, C=2, D=1, E=1, F=1, G=1, H=1, I=1, J=1, K=1, L=1	5
		女	22	3	0	3	3	A=1, B=1, C=1	0
		女	23	26	12	14	10	<u>A=3, B=2, C=2, D=1, E=1, F=1</u> , G=1, H=1, I=1, J=1	23
		女	24	0	0	0	0	—	1
	40代	男	25	4	0	4	0	(X)=4	2
		女	26	32	15	17	8	<u>A=7, B=3, C=2</u> , D=2, <u>E=1, F=1, G=1</u> , H=1	20
週1～2回更新	10歳代	男	27	11	4	7	3	A=3, B=3, C=1	—
		男	28	1	0	1	0	(X)=1	0
		女	29	拒否				—	1
		女	30	5	1	4	1	<u>A=1</u>	
	20歳代	男	31	1	0	1	1	A=1	3
		男	32	13	0	13	9	<u>A=5, B=1</u> , C=2, D=1, E=1, F=1, G=1, H=1, I=1	7
		男	33	33	16	17	9	<u>A=5, B=2</u> , C=2, D=2, E=2, <u>F=1, G=1</u> , H=1, I=1	6
		男	34	226	109	117	31	<u>A=13, B=13, C=11, D=11, E=10, F=9, G=8, H=8, I=7, J=7, K=4, L=3, M=3, N=2, O=2</u> , P=1, <u>Q=1, R=1, S=1, T=1, U=1</u>	49
		女	35	2	0	2	2	A=1, Z=1	0
		女	36	58	28	30	11	<u>A=9, B=5, C=4, D=2, E=2, F=2, G=2</u> , H=1, I=1, J=1, K=1	11
		女	37	39	14	25	10	A=5, <u>B=4, C=4, D=3, E=2</u> , F=2, G=2, H=1, I=1, J=1	18
		女	38	0	0	0	0	—	0
		女	39	13	6	7	1	A=7	1
	30歳代	男	40	1	0	1	1	Z=1	—
		男	41	0	0	0	0	—	—
		男	42	91	0	91	12	<u>A=15, B=13, C=13, D=13, E=11</u> , F=10, <u>G=5, H=3, I=3, J=2, K=1, L=1</u>	40
		女	43	39	19	20	4	<u>A=10</u> , B=5, <u>C=4</u> , D=1	10
		女	44	5	0	5	3	<u>A=2</u> , B=1, C=1, (X)=1	4
		女	45	46	23	23	8	<u>A=7, B=6</u> , C=3, <u>D=2, E=2, F=1, G=1, H=1</u>	15
	40歳代	男	46	81	37	44	15	<u>A=17, B=4, C=3, D=2</u> , E=3, F=3, <u>G=2</u> , H=2, I=1, J=1, <u>K=1</u> , L=1, M=1, N=1, O=1	22
		男	47	44	22	22	8	<u>A=11</u> , B=4, C=2, <u>D=1</u> , E=1, F=1, G=1, H=1	3
		女	48	64	21	43	4	<u>A=20, B=11, C=10</u> , D=2	3
		女	49	41	18	23	4	A=17, B=3, C=3, D=1	1
		女	50	50	16	34	5	<u>A=13, B=6</u> , C=4, D=4, <u>E=2</u> , (X)=5	11

(1) コメント数と返信コメント

合計コメント数が最も多いのは、34 番のブログで 226 件である。次いで多いのが 42 番の 91 件、01 番の 90 件と続く。一方、コメントが全くないブログも見受けられ、50 のうち 7 つがそれに該当する。また、コメントそのものを「拒否」設定しているものも 2 つ存在する。ただ、同じ件数のコメントがあったとしても、一概に同一視したり比較したりはできない。それは、コメントには、ブログ作成者自身による「返信コメント」が含まれるからである。

今回調査したブログでは、8 割方がこの「返信コメント」を行なっている。図表 6-1 では「返信コメント数」と返信以外の「他者コメント数」としてそれぞれの内訳を示しているが、両者が同数であるものは、すべての（他者の）コメントに対して「返信」を行なっていることになる。09 番や 18 番、45 番などが典型例である。このように律儀に返信を行うブログとは対照的に、全く返信しないブログも見受けられる。例えば、02 番や 21 番、42 番などが挙げられる。返信をきちんと行うブログは、それだけコメント数が多い傾向にある。このことは、返信率とコメント数の間の相関からも言えることである⁸。ただ、なかには 42 番のブログのように、返信ゼロでも 91 件のコメントが得られている場合もある。

(2) コメント投稿者とその関係

コメント数が多くても、その半数が「返信」で占められるブログがあったように、コメント数だけではそのブログの人気や賑わいを測ることはできない。そこで次に注目したいのが「コメント投稿者数」である。これは、直近 20 件の記事（日記）に対して、コメントを書き込んだ「人」の数を指す。

最もコメント数の多かった 34 番のブログでは、31 人がコメントを書き込んでいて、確かに他よりも多い。ただ、「返信」を除いた他者によるコメントは 117 件である。つまり、31 人で 117 件のコメントを書いていることになる。それに対して、42 番のブログは、投稿者 12 人ながら、他者によるコメントの数は 91 件もある。これらを比較しやすくするため、1 人当たりの平均コメント数を考えると、34 番は 1 人当たり約 3.8 件であるのに対して、42 番は約 7.6 件である。つまり、後者のブログのほうが平均して 1 人当たりのコメントを行う頻度が高いと言える。言い換えると、それだけ固定メンバーが多いということになる。

この一人当たりのコメント数が最も多いのが、48 番のブログである。他者コメント数 43 件に対して、投稿者は 4 人。平均して一人あたり 10 件以上のコメントをしている計算になる。他と比較しても極端に多い。

これを、平均ではなく、個別に示したのが、図表 6-1 の「各コメント投稿者の累計コメント数」である。ここでは、回数の多い者から順に並べてある。48 番を見ると、4 人中 3 人が 10 回以上のコメントを行なっている。また、「A」さんに限っては 20 回のコメントを行

⁸ 返信率（コメント数のうち返信が占める割合）と合計コメント数との相関を調べると、正の相関が認められた（ $r = 0.426$ 、 $p < 0.01$ ）。

なっており、調査対象となった直近 20 件の記事、すべてに対してコメントを行なっている計算になる。つまり、毎回のようにコメントをつける「常連」であると言って良い。

全体を見渡してみると、このような「常連」の投稿者が、決して少なくないことがうかがえる。特に「A」や「B」と表記した、比較的コメント回数の多い投稿者は、その数字から、かなりの頻度でコメントを行なっていることが分かる。つまり、多くのブログには、こうした「常連」の投稿者が存在し、その固定メンバーによってコメントが支えられているのだと言えよう。

逆に言うと、固定メンバー以外の投稿者がいかに存在するかが、そのブログ内での他者との関係のあり方を決定づけることにもなる。つまり、他者に「開いた」ものにするか、他者から「閉じた」ものにするかといった違いを生む可能性を持つのである。このことは、後述するブログの類型にも関係してくる。

(3) コメントの内容とその類型

これまでがコメントの「量」に関する話であるならば、ここからは「質」についての話になる。

ブログにおけるコメントは、あくまでも元の記事（日記）があって初めて投稿（発言）が可能になる。つまり、原則として元の記事の内容からかけ離れたコメントが付けられることはない。とりわけ元記事が「日記」である以上、そんなに突飛なコメントが付くことは考え難い。

そのことを前提にした上で、典型的なコメントのパターンというものを考えると、概ね次のようなものが挙げられる。

- ①挨拶、②同調・賛同、③感心、④応援・励まし、⑤批判、⑥指摘、⑦紹介・宣伝、
⑧質問、⑨自己語り（展開）

順を追って少し説明を加えておこう。①挨拶は、主に初めてそのブログにコメントする場合に用いられるもので、「初めまして」という文言が多い。②同調・賛同は、元記事に対して「そうそう」とか「本当にその通りですね」といった言葉で、元記事の意見や考えに共感するパターンである。これは、③感心、④応援・励ましとともに、多くのブログで頻繁に用いられるものである。とくに、元記事が自分の悩みや苦勞を含んだ内容であった場合、同調を交えて④励ましが入りやすい。ちなみに次のようなコメントはその代表例である。なお、元の記事は、仕事の内容が変わることへの心配を書いたものである。

大変さ、ご苦勞も出てくると思いますがやりがいもあると思いますよ。

大丈夫！！ファイトooooooooo～～

それに対して、元記事を書いた本人は次のような返信を付けている。

××さん、ありがとうおお～

どうなることやらですが、まずはやってみなくっちゃですね。

心強い味方です！

多くでこのようなやり取りがなされている。コメントでは、原則として元記事に対してマイナスになるような、あるいはネガティブな内容が書かれることは少ない。ただ、内容が社会時事を含んだものや議論を歓迎するようなブログでは⑤批判が行なわれることもある。また、批判にまで至らないが、間違いの指摘（⑥）を行なったり、詳しい情報を付け加えたりすること（⑦）もある。あるいは、内容的に分かりにくいことや、本人の意見や感想を聞きたい場合には、コメント投稿者からブログ作成者にむけて⑧質問が行なわれる。

最初の挨拶を除いては、元記事に合わせた内容のコメントになるが、最後の⑨自己語り（展開）と名付けたコメントのパターンでは、必ずしも元記事の内容とは関係のないこと——とりわけ自分についての話——も含まれる。例えば、次のような事例が挙げられる。同調の事例（上二つ）と合わせて取り上げておく。

【元記事】

タイトル：「もうすぐ年の瀬（早いですね）」（10月23日）

内容：10月半ばを過ぎると、クリスマスケーキや年賀状の予約が始まるといった話から、年賀状についての話題に移り、自分の家では数年前から家族写真の年賀状を作っているが、最近は子どもが一緒に撮りたがらないというような話題に。

【コメント】

Aさん

拝読しながら、昔の我が家の年賀状と同じだなあと、つい微笑を。我が家も年賀状は、毎年子供の写真入りでしたよ。でも、中学へ入った途端、息子が嫌がって（以下略）

→②同調・賛同

Cさん

家族揃っての写真は毎年撮りたいわよねー
うちも、ぜんぜん・・・・・・高校生ぐらいまではあったんだけどね。
（以下略）

→②同調・賛同

Bさん

年賀状と言えば文面だけならまだしもあて先も全て印刷。まあそれでも良し。最後に一筆でも一言でも肉筆での挨拶やらを期待しています。
全く無味乾燥の完全印刷、手書き部分無しの年賀状が届いたときは、次の年からは年賀状を送っていません。
だからかあ！年々、年賀状が減っているのは（笑）

→⑨自己語り
（展開）

Bさん

追伸

因みに年内に自分から出す年賀状は非常に少ないです。せいぜい10枚程度。
年明けに届いた年賀状の全てには
お返事を書くようにしています。

→⑨自己語り
(展開)

このように、部分的には共通している話題ではあるものの、結局は自分についての話（自己語り）へと「展開」するようなコメントのパターンもある。もちろんこの「展開」が話の流れ（コメント群）に上手く乗れば元記事以上に話が膨らみ、コメントがより活発になることもある。ただ、コメントはどちらかと言えばそのブログ作成者と各コメント投稿者との1対1のやり取りにとどまりがちである。また、一つひとつのコメントへの「返信」という形式が、そのような構造を作ってしまう嫌いもある。そのため、複数のコメントを通して、極端に話が「展開」していくということはあまり考えられない。むしろいま指摘したようなブログ作成者・コメント投稿者の1対1の関係こそが、われわれが明らかにしようとしている、ブログを通じた関係の構築について考える上で、重要な意味を持っているのだと言える。そのことは、次の「読者（登録者）」との関係について触れる中で、改めて指摘することにする。

2-3 読者登録

(1) 「読者」とコメント投稿者との関係

読者登録とは、先に触れたとおり、読み手が自分の気に入ったブログに対して「読者」として登録するものである。各々のブログには「読者」の一覧が載せられている。「読者」との間には読み手―書き手関係が存在する。その関係を、言わば可視化したものが、読者登録数およびその一覧であるというわけである。

そこで先の図表 6-1 を再び参照し、対象ブログの読者登録の状況について確認しておきたい。まず、最も「読者」の多いブログは13番の62人である。この数字は他と比べてもダントツに多い。しかもこの13番は、きわめて特徴的なブログである。というのは、コメント数に目を移すと、「拒否」となっている。つまり、コメントを受け付けずに設定しているのである。多くの読み手を抱えながら、コメントによる積極的な関与は避けるという特殊性がここには見られる。このブログについては、後ほど改めて取り上げる。

次いで多いのが、34番の49人、42番および18番の40人である。これらはいずれも多くのコメント投稿者が多数のコメントを行なっているブログである。なお、図表 6-1 のコメント投稿者の一覧で下線および斜体で示したものが読者登録している者を指すが、今挙げたものはいずれもそれに該当する割合が高い。すなわち、コメント投稿者の多くが「読者」でもあるということである。ブログの能動的な読み手は、ブログに（コメントというかたちで）積極的に関与する、という関わりのあり方が、これらの例から見て取れる。

一方で、コメント投稿者は多くても「読者」が少ない、あるいは全くいないようなものや、コメント投稿者と「読者」がまったく重複しないケースも存在する。例えば、21 番のブログは、コメント投稿者が 13 人いるが、いずれも「読者」ではない。また、「読者」数自体も、5 人にとどまっている。あるいは、02 番のケースも挙げられる。ここでは、10 人のコメント投稿者がいるが、そのうち「読者」であるのは 1 人のみである。しかも期間中コメントを行なったのは 1 回のみで、少なくとも調査対象期間内においては、目立って発言する存在ではなかった。ただ、全体の「読者」数は 16 人いる。つまり、重複する F さんを除いた 9 人のコメント投稿者とは別に、15 人が何も発言することなく「読者」として登録しているわけである。これらの事例からは、コメント投稿者と「読者」とが全くと言って良いほど乖離している様子がうかがえる。

(2) 相互登録関係における「読者」の存在

では、ブログ作成者にとって、「読者」とはいかなる存在なのか。あるブログでは積極的にコメントも行うメンバーであったりする。またあるブログでは、逆にまったくコメントを行わない沈黙の傍観者であったりする。あるいは、「読者」とは名ばかりで、実は特別こだわっては見ていない、見かけだけの「読者」であるかもしれない。ただ、この「読者登録」という仕組みをもっと深く見ていくと、実は最後の方向性（見かけだけの「読者」）もあながち考えられないものではないことに気づく。

読者登録とは、あくまでも対象としたアメブロに限定されたシステムであり、ブログ作成者同士でなされるものだった。つまり、自分のブログを持っている者が、他者のブログに対して、この読者登録をする。読み手は、それ以前に「書き手」であることが前提なのである。このことに注意して、再び各ブログの読者登録の状況を調べていくと、多くのブログで、その作成者が、「読者」のブログに対して、同じく「読者」登録している実態が明らかになる。つまり、互いに読者登録しあっているのである。言わば、相互登録関係にあるのだ。

このことをコメント投稿者との重複／乖離の状況において見ても、その傾向が顕著に表れてくる。例えば、コメント投稿者のうち P さん以外はすべて「読者」と重複していた 34 番のブログでは、R さんを除く全員が、ブログ作成者によって読者登録されており、相互登録関係にある。なお、34 番に対して読者登録していなかった P さんは、逆に 34 番の作成者によって読者登録されている。つまり、34 番のブログに対してコメントを行う 31 人は、少なくとも読者登録しているか、されているかのどちらかであるわけだ。このように、コメント投稿者の多くが読者登録していたブログでは、相互登録によって「関係」を強化している様子が見出されるわけである。

逆の場合でももちろん同じことが言える。「読者」とコメント投稿者が乖離していた 21 番や 02 番のブログについて、各ブログ作成者の読者登録の状況を見ても、やはり 21 番では重複が見られず、1 人が重複していた 02 番ではその 1 人にも読者登録し返していない。

つまり、これらのブログのコメント投稿者は、読者登録するでも、されるでもない関係にあるということである。

以上のような読者登録をめぐる関係のあり方（相互登録関係の実態）を見て、再びブログ作成者にとっての「読者」の存在について考えると、「読者」とは互いにとって、読み手であることの保証であると言える。換言すると、他者によって自己（の存在）が「見られる」ことの“担保”として、「読者」が存在しているというわけだ。

そのようにして「読者」を捉えると、コメントもまた、必ずしも単なるコミュニケーションとして片付けられないものになる。とりわけコメントの類型において見たように、コメントには、ある種、儀礼的とも言えるような内容のものも少なくない。それらは、コミュニケーションというよりも、むしろ「関係」を志向したものだと言える。つまり、見られる担保としての「読者」との関係を維持するために、コメントという場が存在するのではないか、というわけである。このことについては、最後に改めて触れることにする。

2-4 ブログの類型化の試み

ここまでにおいては、コメントと「読者」という二つの方向から、ブログでの関係やコミュニケーションのあり方を捉えてきた。以下では、そのコメントと「読者」（関係）を軸に、ブログの類型化を試みたい。なお、対象となる 50 すべてのブログについて詳述することは紙幅の都合からも難しいため、幾つかの具体的なケースを例示し、考察していく。

①コメント：多数／関係：多数

まずはコメントも多く、読者登録による関係も多いブログを取り上げる。この最も典型的な事例が、すでに何度か取り上げてきた 34 番のブログである。他者によるコメント数が 119 件、コメント投稿者 31 人というかなりの賑わいを見せているブログである。このブログは、作成者が民間就職を諦め公務員を目指すという宣言から始まっている。そのため、同じ境遇にある者が「読者」やコメント投稿者として集まっている。当初はそのための勉強の過程などが綴られていたが、調査対象となった開設から 8 ヶ月ほど経った時期には、特にそのことに限定した内容ではなくなっている。コメントが増えだしたのは、その内容の限定がなくなってからのことである。また、開設当初から、コメントに対して律儀に「返信」を行なっていることも特徴的である。先述の通り、コメント投稿者のほぼ全員が「読者」として相互登録関係にあり、コメントを通してその関係を維持・強化している様子がうかがえる。

34 番ほどではないが、同様にコメントも「読者」も多いものとして 18 番の事例が挙げられる。コメント投稿者のうち「読者」と重複しているのは半数ほどであるが、ここでも律儀な「返信」が行なわれており、それゆえ固定した「常連」メンバーが多くなっている。内容的にも開設当初は仕事や時事的な話題を硬い文体で書いていたが、途中から文体が変わり、内容的にも話に落ちのある「ネタ」を持ってくるようになっており、ちょうどその

時期以降、コメントが増えてきている。

これらの事例に代表されるブログは、内容の幅を広げることにより、コメントや「読者」登録を通じた他者との関係も広げている。結果的にはそれらが「常連」となり、ある程度固定されたメンバーにもなっているが、絶対数が多いため、広く多数の者が集まり賑わいを見せるブログになっている。

②コメント：多数／関係：少数

次は、コメント数は多いが、読者登録を通じた関係は少ないブログの事例である。一つは、これも先に取り上げた 48 番のブログである。ここでは、主に 3 人のコメント投稿者が中心になってコメントが展開されている。いずれも「読者」として相互登録関係にあり、密で、閉じた関係にもなっている。

開設当初の記事に目を向けると、コメントは全く付けられておらず、更新頻度も少ない。開設から 3 ヶ月でわずか 10 件の記事しか書かれていない。しかし、4 ヶ月目になって初めて C さんからのコメントがあり、それ以降、更新頻度が増している。翌月 A さんがコメントを行い、その文中で C さんとの関係について触れている。A さんと C さんは既に互いのブログでコメントし合う既知の関係であったというわけである。その翌月、さらに B さんが登場する。ただ、B さんは、先の二人と異なり、最初のコメントで「初めまして」という類の挨拶がなかった。また、それに対する作成者の「返信」も特に違和感なく行なわれている。そこで B さんのブログを調べてみると、すでに 48 番の作成者がコメントを行なっていることが明らかになった。つまり、B さんとはすでに互いに既知の関係であったわけである。このブログでは、以上のように関係を持った 3 人を中心にして頻繁にコメントが行なわれている。なお、A さんが加わったあたりから、更新頻度の増加とともに、文体の「丁寧体」（です・ます）への変化が見られる。

同様の事例をもう一つ挙げるなら、17 番のブログが挙げられる。こちらも、48 番ほどのコメント数はないが、密な関係が見られる。主たるコメント投稿者は 2 人で、いずれも「読者」として相互登録関係にある。コメント数自体はあまり多くはないが、コメントがあるときはこの 2 人に偏っている。2 人とも最初のコメントから比較的親近感を持っているようなコメント内容であることから、ブログ開設以前からの既知の友人である可能性が考えられる。その点では、先の 48 番のブログとは関係のあり方が異なるが、いずれも密で、比較的閉じた関係にある点では共通している。

③コメント：少数／関係：少数

一方で、コメントもほとんどなく、「読者」もいないというブログも存在する。ここでは、対象期間中コメントがゼロで、「読者」もいないというブログを取り上げる。対象ブログの中では、4 つがこれに当てはまる。14 番、19 番、38 番、41 番である。いずれも拒否設定

はしていない。結果的にコメントが得られず、読者登録されていないだけである⁹。これらにはいかなる共通点が見出せるのだろうか。それぞれの内容を簡単に確認しておきたい。

まず14番は、「人生再生日記」と銘打っているものの、特に人生を語った内容ではなく、日常の出来事を3～5行程度の短い文章で綴った記事が多い。

19番のブログは、2005年4月にスタートしているが、同年7月に一時中断し、2006年12月に再開している。再開時には「このブログの立ち上げ意図」と題して、「自己管理するために立ち上げた」という宣言めいたものが書かれている。内容的には自問自答したようなものが多い。

38番は、ブログの冒頭部分に「コメント・読者登録、大歓迎」と書いているものの、いずれもゼロという結果になっている。内容的には大学やアルバイトの話が多い。

4つ目の41番のブログは、毎回何らかの写真をつけて、その説明をかねて日常の出来事や写真にまつわるエピソードなどを綴っている。2005年1月からと比較的長く行なっているものの、コメントは皆無に等しい。

これらの事例を見る限りでは、特にこれといった共通点は見出し難い。ただ、傾向としては淡々としたものが多いと言える。また、いわゆる「丁寧体」もあまり見られない。

④コメント：少数／関係：多数

他方で、同じコメント数ゼロでも、「読者」が多数いるというブログが存在する。これに該当するブログはあまり見られないが、調査対象の中では次の二つが挙げられる。

一つはすでに取り上げた13番のブログである。先述の通り、このブログはコメントを拒否している。しかし、「読者」は62人もいる。その数は増加し続けている。内容的には、特に「客寄せ」と思われるような表現や話題はなく、むしろ「独り言」とも呼べるようなものが多い。ただ、「読者」の多くは、作成者によっても読者登録されており、相互登録関係にある。すなわち、自ら読者登録していくことで「関係」を増やして行ったとも考えられる。

なお、このブログの作成者には別の機会に個別に調査を行っており、ネット上で「日記」を書く理由などについて質問をしている¹⁰。その回答を参照すると、「誰かに聞いて欲しいし、共感してほしい」からブログを書くと言明するも、コメントは「必要ない」と言い、その理由を（自分のブログは）「自己満足のためだから」と答えている。

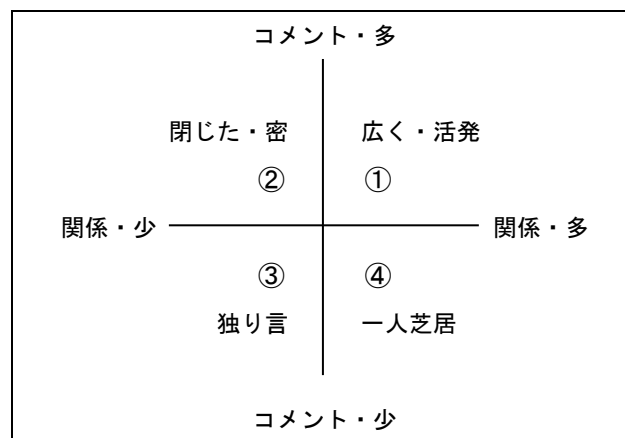
もう一つは10番のブログである。こちらは、拒否設定はしていないが、コメントはゼロ、ただし「読者」は14人存在する。13番のブログもそうだが、1日複数回更新することもあるなど、更新頻度が高い。内容的には、ときどき「名言」と称して作家や詩人の表現を引用したものがある一方で、独り言のようなものや自問自答したものもある。薬剤師を目指

⁹ 19番と41番については、早い時期に開設しているためか、「読者登録」の仕組みが設置されていない。

¹⁰ 2007年7月に「アメールブログ」のユーザーを対象に、「メッセージ」機能を用いて調査依頼を行い、ウェブ上での質問紙調査（半数が記述式）に回答してもらった。

していることについても書かれることが多く、同じ境遇の「読者」も付いている。

以上、コメントおよび「読者」との関係の二つの軸をもとに、ブログを4つに分類して見てきたが、これらの類型を図式化すると、図1のようになる。第1象限に位置する、コメント多数で読者登録による関係も多数存在するブログの類型は、広く・活発であることが特徴的だった。第2象限に位置づけられるコメント多数で読者数は少ないという2つ目の類型は、固定メンバーに閉じた関係であり、コメントを交わす中でより密になっていくものでもあった。一方、コメント数も少なく、読者登録もほとんどないようなブログの類型は、その淡々とした文体からも、言わば「独り言」と呼べるようなものであった。また、同じくコメント数が少なく、あるいはそれを拒否しているものであっても、読者登録は多く、(他者に見られるという)関係の担保された状態にあるブログには、オーディエンスという舞台装置が必要であった。それは、ある種「一人芝居」とであると捉えることができるだろう。



図表 6-2 ブログの4類型

もちろんすべてが綺麗にこの4類型に収まるわけではない。なかには二つ以上に跨って位置するブログもあるはずである。むしろその複雑さや多種混在こそがこの世界の一つの特性であり、魅力でもある。その意味では、この類型化はあくまでも、ブログを媒介とした他者との関係のあり方を見通し、把握しやすくするための手立てに過ぎない¹¹。一様に語

¹¹ 同様の類型として、加藤（2001）の「CMC 言説の認知地図」が挙げられる。加藤は、図表 6-3（次ページ）のように、CMC（ネット・コミュニケーション論）の言説について、現実とメディア世界を連続したものとするか（連続重視）、断絶したものとするか（断絶重視）といった軸と、コミュニティとしてみるか（コミュニティ重視）、自己語りとしてみるか（自己語り重視）という二つの軸から、図のような4類型を示している。もちろん本節の問題意識とも異なり、対象も異なるが、たとえば、本節で検討してきた「関係」のありようが、ブログ以前の既知の関係なのか、ブログ以後の新たな関係なのかということの把握は、大いに意味のあるものとも言える。あえてこの図表 6-3 を図表 6-2 に重ねてみるなら、図表 6-2 について「連続」（既知の関係＝面識あり）と「断絶」（新たな関係＝面識なし）の二つのバージョンの類型化が可能になるだろう。ただ、ここでは議論の拡散を避けるため、その示唆に留めておく。

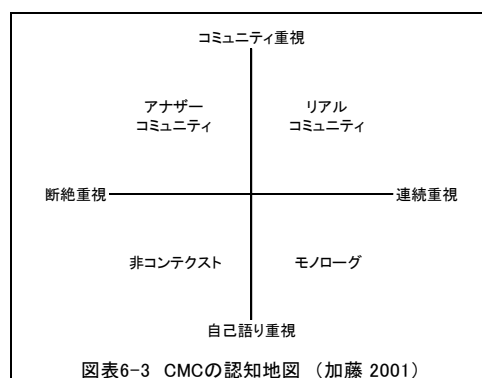
られるブログやネット世界での関係のありようを少しでも解き明かし、その実態を部分的であれ描き出すことができれば、少なくとも本節の目的は達成されたことになる。

なお、ここで重要なことは、単にブログを関係の程度で類型化できることの指摘だけでなく、本節で行なった調査そのものにある。すなわち、ブログの書き手に対するいかなる関与もなしに、個々の関係性に関わるデータが得られてしまうことに意味があり、そこから関係が「可視化」されてしまうことこそが重要なのである。事実、対象としたブログに初めから備わった「コメント」と「読者登録」という記録をもとに、それぞれの客観的な「関係」を辿っていくことで、そのブログ（あるいはブログの書き手）の「関係」に関わる大まかな傾向が読み取れたわけである。ここで扱ったものは、数あるブログのごく一部のデータにすぎないが、公開されているすべてのブログを対象に、これらのデータを集めることができれば、さらに詳細で複雑な人間関係のありようが、見事に「可視化」できてしまうわけである。当事者である書き手にその意図や認識があるかどうかはともかくも、結果として「可視化」されてしまっているのが、この「他者との関係性」なのである。

第3節 関係構築の実際（2）：「他者」の多様性と面識の有無

次に、日記を媒介にした他者との関係構築という主題のうち、「他者」というものにこだわってみていく。他者との関係構築というのは、これまでも繰り返し語られてきたが、その「他者」は同じ「他者」ということばで一括りにされてきた。しかしながら、「他者」と一口に言ってもそれは必ずしも一様ではない。そこには様々な“幅”があるはずだ。同じ「他者」でも、親密な友人と見ず知らずの他人とでは、大きな違いがある。ましてや「日記」である。もともと人に見せることを前提に書かれるものではなかった「日記」を、あえて公開するわけであり、仮に見せることを前提にしたにせよ、誰を読み手と考えるかによって書く内容は異なってくるだろう。あるいはそれに伴って「日記」そのものの持つ意味合いや位置づけも変わってくるはずである。

そこでこの節では、そんな様々な幅を持つ「他者」に注目し、ネット上の「日記」を書



く際に抱く「他者」への意識、あるいは「他者」との関係のあり方について、その実態を明らかにしていく。具体的には、ネット上の「日記」のなかでも、比較的幅の広い「他者」を想定することができる「ブログ」を対象とし、その書き手への調査を通して、彼らの持つ他者意識や他者との関係のあり方の実態について、とりわけ面識の有無を中心に、分析・考察を行う。

3-1 調査の概要

今回行なった調査は、ブログ・ユーザー（以下ブロガーと表記）のなかでも「アメーバ・ブログ」の利用者を対象とした。ユーザー数も多く、属性の偏りも比較的少ないことと、「メッセージ」機能により、ブログ作成者と直接コンタクトをとれること¹²が選択の理由である。

対象を絞り込む際には、新規ユーザーを除くため、開設から 2 カ月以上継続して更新していることを条件とし、特定のテーマに偏ったものを避けるため、登録ジャンルを「日記・blog」としたものに限定した¹³。手順としては「日記・blog」の「新着記事一覧」からランダムに選択し、「メッセージ」によって調査を依頼、別途作成した Web サイトのアンケート・フォームにて回答してもらい、回答結果をメールにて受信する、という方法を採用している¹⁴。

質問では、ブロガーからみた「他者」について、「想定する読み手」、「実際の読み手」、「コメント投稿者」という三つの段階に分け、それぞれについて、その中身（内訳）を尋ねた¹⁵。また、性別・年齢層などの基本属性に加え、ブログ利用歴、更新頻度、コメント数などのブログに関する基本情報、さらには自己意識など個人に関する事柄についても、質問している。すでに公的機関やシンクタンク等によって調査が実施されている項目もあるが、ここでは回答者の特徴を把握するために改めて尋ねている¹⁶。

調査は 2008 年 10 月から数回に分けて 438 人に依頼し、74 件の有効回答を得た。十分なサンプル数ではないため、この結果が必ずしもブロガー全体の傾向を反映したものにはならないかもしれない¹⁷。その点に留意し、回答者の基本属性の偏りを確認しておく。

¹² 個人のブログにはメールアドレスが記載されることはごく稀で、作成者に直接コンタクトをとることは難しい。

¹³ そのうち、商用目的や特定のテーマにのみ言及したブログは対象から除外した。

¹⁴ 厳密な無作為抽出ではなく、またネット上の調査であるため、回答結果に歪みや偏りが生じる可能性は否めない。ただ、方法自体は先行研究においてもよく見られるものである（例えば、Kawaura et al. (1998)、川浦ら (1999)、岸本 (2002)、志村 (2005) など）。なお、回答者には携帯電話からのユーザーも含まれる。

¹⁵ 山守 (2008a) では読者登録数とコメント数という量的な指標によって検討している。今回は主として質的（カテゴリー）変数によって捉えなおしている。各カテゴリーについては、山守 (2008b) をもとにしている。

¹⁶ マクロな調査の事例としては、総務省情報通信政策研究所 (2009a)、NEC 総研調査グループ (2006)、野村総合研究所ブログ調査チーム・シックスアパート (2006) などがある。

¹⁷ 同じような手法を用いてネット上で調査を行なったものでは、次のようなサンプル数・回収率になっている。川浦ら (1999)：377 件・24.7%、岸本 (2002)：69 件・14.6%、志村 (2005)：265 件・7.3%、加藤・川浦 (2005)：112 件（回答誘導による）。

図表6-4 回答者の基本属性

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	計
女性	14.9%	36.2%	42.6%	6.4%	.0%	47
男性	.0%	29.6%	37.0%	22.2%	11.1%	27
全体	9.5%	33.8%	40.5%	12.2%	4.1%	74

性別では女性が多くなっている。これは他の調査と比べてもやや多い。年齢層では20歳代・30歳代が多いのは一般的な傾向であるが、それに比して40歳代以上がやや少なくなっている（図表6-4）。

ブログを始めてからの年数は、「1年未満」が最も多い。他方で3年以上継続している回答者が3割近くいる（図表6-5）。また、更新頻度は「ほぼ毎日」という回答が55.4%と多数を占めている（図表6-6）。これは、更新頻度の高い者ほど選ばれやすくなるという調査手法（抽出方法）の影響も考えられる¹⁸。いずれにせよ、ブログの積極的な利用者が、本調査の回答者には多いと言える。

図表6-5 ブログ利用歴（n=74）

1年未満	1～2年未満	2～3年未満	3～4年未満	4～5年未満	5年以上
39.2%	23.0%	6.8%	16.2%	5.4%	9.5%

図表6-6 更新頻度（n=74）

ほぼ毎日	週4～5回	週2～3回	週1回	月2～3回	無回答
55.4%	21.6%	16.2%	4.1%	1.4%	1.4%

以上のような回答者の属性や特徴を把握したうえで、結果を捉えていく。

3-2 「他者」の概観

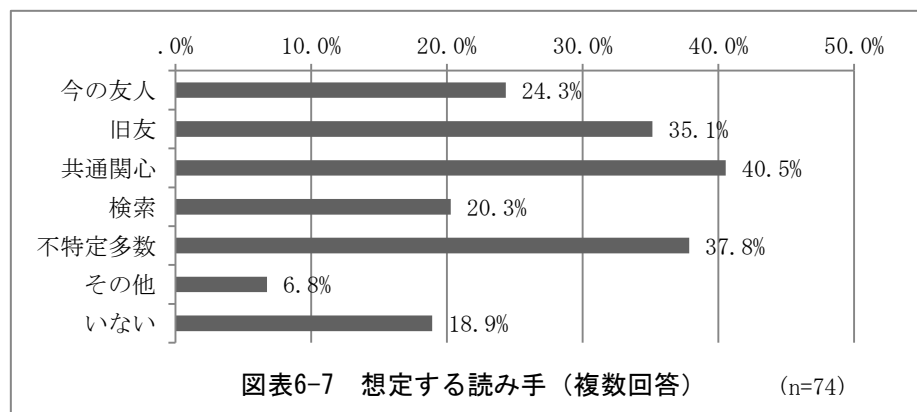
まずはブロガーと関わる「他者」について、「想定する読み手」、「実際の読み手」、「コメント投稿者」の三つの段階に分けて、各々の実態を捉える。

(1) 想定する読み手

ブログは他者に向けて公開されている以上、何らかの読み手が想定されているはずである。原則としては不特定多数に見られる可能性を持っているが、初めから特定の読み手を想定して書かれるブログも少なくない。ここでは、そんな「想定する読み手」について尋ねている。選択肢は、「日常的に顔を合わせる友人・知人（今の友人）」、「日常的には顔を合わさない友人・知人（旧友）」、「ネット上の共通の興味・関心をもつ人（共通関心）」、「検索を通して訪問してくる人（検索）」、「不特定多数の人」、「その他」、「想定する読み手はい

¹⁸ 「新着記事一覧」から対象者を選びだしているため、ランダムに行なっているとは言え、必然的に更新頻度の高い者ほど、選ばれる可能性が高くなる。

ない」というもので、ブログを書く際に想定する読み手について、複数回答で尋ねている。その結果が図表 6-7 である。



最も多いのが「共通関心」(40.5%)で次いで「不特定多数」(37.8%)となっている。「共通関心」や「不特定多数」が多いのは、ネット上に公開されたものだからこその特性であるが、「旧友」も 35.1%と他に比べて少なくない。近況報告としてブログを用いている場合などは、これに当てはまると考えられる。他方で、「想定する読み手がない」という回答も一定数存在する。何らかの他者を想定せず、半ば自己目的に行う、という意味では「日記」の原義（狭義）に近い使い方であると言える。

なお、「今の友人」と「旧友」には正の相関がみられる ($r=.38, p<.01$)。つまり、「今の友人」を想定する場合には「旧友」も想定されやすいということである。複数回答であるため他の読み手も同時に想定している場合もあるが、少なくともこれら二つには、「面識のある人」という共通性がある。つまり、「面識のある人」を想定するブロガーとそうではないブロガーという、「想定する読み手」に関する意識の違いが導き出せるのではないだろうか。

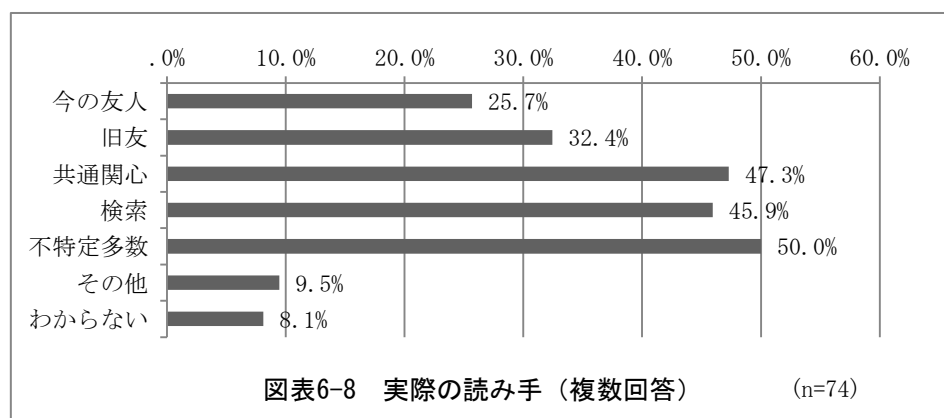
(2) 実際の読み手

次に「実際の読み手」に関する結果である。「想定する読み手」はあくまでもブログを書く前の主観的な想像にすぎないが、「実際の読み手」はブログを公開したあとに、実際に見に来たであろう人物について問うたものである。もちろん、これには推測による回答の可能性も含まれている。ブログにおいては、コメントやメールなどでの反応、あるいはアクセス解析などによる訪問者情報の記録に拠らない限り、「実際の読み手」を把握することは難しいからである。あくまでもブロガーが認識している「実際の読み手」を尋ねたものとして結果をみておきたい。なお、選択肢は「想定する読み手」と対応させてある。

図表 6-8 をみると、「不特定多数」がちょうど 50%を占めている。また「共通関心」も多い (47.3%)。この結果は「想定する読み手」と同じ傾向である。異なるのは、「検索」を挙

げる割合が高くなっていることである（「想定を読み手」が 20.3%であるのに対し「実際の読み手」は 45.9%）。つまり、「想定」以上に、あるいは「想定」に反して、「検索」によって見られることが多いということである。なお、いずれの選択肢をみても、「想定」より値が高く、「実際」には「想定」を上回る訪問者がいる（少なくともそう認識している）ことが分かる。

「実際の読み手」においても、「今の友人」と「旧友」の間に順相関（ $r=.43$ 、 $p<.001$ ）がみられ、これらも「面識のある人」という共通性を持っている。また、「想定する読み手」と「実際の読み手」の間にも相関があり、とくに「今の友人」と「旧友」については、「想定」と「実際」の間に強い正の相関がみられた（ $r=.79$ 、 $r=.71$ 、いずれも $p<.001$ ）。つまり、「想定」と「実際」のズレがきわめて少ないのだと言える。



(3) コメント投稿者

ブログに「コメント」の機能があることは既述のとおりだが、ここでは「他者」にこだわってみるため、コメントした「人」に注目している。質問では過去 3 カ月間にコメントをしてきた人の数を尋ね、一定期間内のコメント投稿者数を明らかにしている¹⁹。

結果、平均では約 10.2 人となっている²⁰。当然、更新頻度やコメント数などによって人数も異なってくるため、この数字だけで大小を判断することはできない²¹。問題はその内部構造である。

「想定する読み手」および「実際の読み手」においては「今の友人」と「旧友」に相関がみられたが、これらは「面識のある人」という共通性を持っていた。ここでもその面識の有無にこだわってみていくと、コメント投稿者のうち「面識のある人」の人数は、平均

¹⁹ ここでは選択肢ではなく、記述式を採っている。質問ではコメント投稿者数に加え、そのうちの面識のある人の数、さらにその内訳（人数）を順に尋ねている。

²⁰ なかには「100 人」とする回答が 2 件あり、逆に「0 人」という回答も 10 件あるなど、回答にはばらつきがみられる（ $SD=17.1$ ）。

²¹ コメント数との相関は見られた（ $r=.40$ 、 $p<.001$ ）が、更新頻度による有意差は見られなかった。つまり、コメント数が多ければ、コメント投稿者の数も多くなるということと言える。

で約 2.1 人となっている（コメント投稿者のいないものは除く）。もちろんコメント投稿者が何人いるかによって、その数字の持つ意味は異なってくるため、コメント投稿者のうち「面識のある人」の割合を算出した結果、平均約 31.3%となった（同）。これは、先の二つの「読み手」における「面識のある人」の割合とも大きく差はない結果だと言えよう。つまり、ブロガーの関わる（読み手としたり、コメントされたりする）「他者」の 3 割前後が「面識のある人」であるというわけだ。

図表 6-9 では、コメント投稿者のうち「面識のある人」を、さらに細かく分類し個別の人数を尋ねた結果を示している。「面識のある人」として考えられる「今の友人」や「旧友」はやはり多くなっている。つまり、もともと面識のある者が多くを占めているというわけである。しかし、ブログにおいては、他のケースも考えられる。もともと面識のなかった人と、ブログを通して知り合い、出会うというケースである。図表 6-9 の「ブログで知り合った」人は、そのケースを指している。全体からみれば少数派かもしれないが、決して無視できる数字ではないだろう。つまり、「面識のある人」のなかにも、いくつかの類型が考えられるわけである。このように分析的に分けて捉えることで、その内部構造が明らかになってくるのである。

図表6-9 コメント投稿者

		0 人	1 ～ 2 人	3 ～ 5 人	6 ～ 1 0 人	1 1 人 以 上	計
コメント投稿者数		10	9	19	21	15	74
上記のうち面識ある人の人数		26	21	15	1	1	64
面 識 あ る 人 の 内 訳	今の友人	21	13	3	0	1	38
	旧友	21	12	4	1	0	38
	家族	35	3	0	0	0	38
	ブログで知り合った	29	7	2	0	0	38
	ブログ以外のネットで知り合った	36	1	1	0	0	38
	その他	31	4	2	1	0	38

※表中の数字は回答数を表す。2行目以下は非該当を除いている。

3-3 面識の有無をめぐる「他者」の実像

以上、三つの指標に沿ってブログにおける「他者」の実態を概観してきた。「想定する読み手」においては、「不特定多数」や「共通関心」が多くを占めた。また「実際の読み手」においては、それらに加え「検索」が多くなっていた。いずれも身近な他者ではないのが特徴である。さらに、いずれの「読み手」においても「今の友人」と「旧友」との間に相関があり、「面識のある人」という共通性が考えられた。面識については、「コメント投稿者」においても平均すると約 3 割程度が何らかの面識を持っており、やはり意味ある視点であると考えられるわけである。これらのことから、以下ではとりわけ「面識の有無」という点にこだわって、捉えていくことにする。なお、三つの指標のうち、「実際の読み手」

については、「想定する読み手」と相関がみられたことと、回答自体が推測を含んだものである可能性が考えられることから、便宜的に「想定する読み手」と「コメント投稿者」に限って分析を行う。双方を関係づけながら、「他者」の実像に迫っていくこととする。

(1) 想定する読み手とコメント投稿者の関連

まず、想定する読み手とコメント投稿者の量的な関係について、面識の有無という点からみていく。その際、想定する読み手を面識の有無によって分類するため、「今の友人」もしくは「旧友」と回答した場合は「面識のある人」を、「不特定多数」もしくは「検索」と回答した場合は「面識のない人」を、それぞれ想定するものとして定義する。これをもとに、コメント投稿者数とその面識の割合をみてみる。

まずコメント投稿者数²²を比較すると、「面識のある人」を想定する場合、コメント投稿者数の平均は約 6.5 人であるのに対し、「面識のない人」を想定する場合は約 10.0 人であった。極端な差ではないものの、面識のない人を想定するほうが、コメント投稿者数が多くなっている。面識の有無によって違いがあるというわけである。

次にコメント投稿者のうち面識のある割合（面識率）を比較すると、「面識のある人」を想定する場合の面識率は 46.0%であるのに対し、「面識のない人」を想定する場合は 23.3%となり、約 2 倍の差が出ている。明らかに面識のある人を想定したほうが、コメント投稿者の面識率は高くなっている。ここでもやはり想定する読み手の面識の有無による違いが顕著に表れている。

(2) 想定する読み手のカテゴリー化

ただ、これらの結果における「想定する読み手」は複数回答のため、重複して選択可能である。なかには「今の友人」と「不特定多数」を同時に選択するというケースもあり、必ずしも面識の有無という点で明確に分類できているとは言えない。そこで以下ではより厳密に捉えるべく、想定する読み手については、「面識ある人のみ」想定する場合と「面識のない人のみ」想定する場合、そして「面識ある人／ない人の両方」を想定する場合の三つのカテゴリーに分けて検討する。また、これらに属さない「共通関心」のみを想定する場合などは、「それ以外」のケースとしてまとめ、さらに読み手を想定しないというケースも含めて、五つのカテゴリーから検討することとする²³。

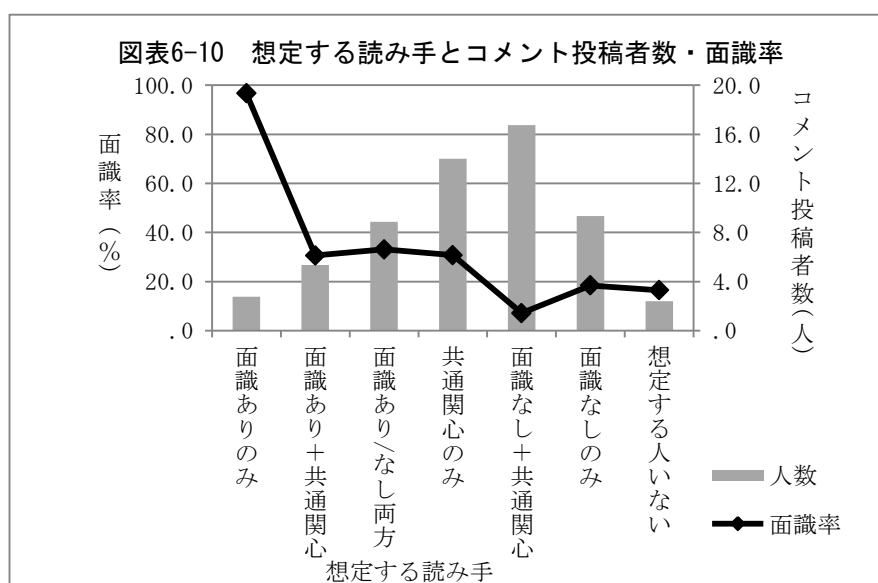
すると、コメント投稿者数については、「それ以外」の読み手を想定する場合に最も多くなり、「想定する読み手がない」場合に最も少なくなった。前者が平均 11.0 人であるのに対し、後者は 2.4 人という有意な差がみられた ($p<.05$)。「それ以外」の読み手には、「共通関心」のみ想定する場合と、「面識のある人と共通関心」、「面識のない人と共通関心」をそ

²² コメント投稿者数を「100 人」と回答したものが 2 件存在したが、分析上は欠損値扱いした。以下も同じである。

²³ 本節では、「共通関心をもつ人」を面識の有無によって分類できないもの（両方の可能性が考えられるもの）として判断を保留している。

れぞれ想定するというケースが存在するが、そのなかでは、「面識のない人と共通関心」というカテゴリーが 16.8 人と最も高くなっている。また、「想定する読み手がない」場合に次いで少ないのは「面識がある人のみ」の場合で、先の結果と同じく、コメント投稿者数は面識を持つ者を想定するほうが少なくなるという傾向がみられる（図表 6-10）。

一方、コメント投稿者の面識率についても、先の結果と同じような傾向がみられる。最も高いのが「面識のある人のみ」を想定した場合で、96.7%と群を抜いて高くなっている。全体（コメントのないものを除く）の平均値が 31.3%であることを考えると、言うまでもなく、コメント投稿者の面識率は、想定する読み手の面識の有無に関係しているわけである。なお、図表 6-10 は想定する読み手の「それ以外」のカテゴリーを細分類したうえで、コメント投稿者数とその面識率の関係を表したものである。



(3) コメント投稿者のカテゴリー化

想定する読み手を面識の有無の違いによって分類したように、「コメント投稿者」についてもカテゴリー化することができる。具体的には、コメント投稿者すべてが面識を持っているという場合（面識率 100%）は「面識のある者のみ」と分類でき、面識をもつ人がいない（面識率 0%）というものを「面識のない者のみ」と置き換えることができる。さらにその間に位置するもの（面識率 1～99%）を「面識あり／なし両方」、またそもそもコメント自体がない、というものを「コメントなし」と定義することで、全体を大きく四つに分類することができる。

これらを「想定する読み手」のカテゴリーと組み合わせてみると、図表 6-11 のようになる。対応物のない「その他」を除いては、概ね対応関係にあると言える。とりわけ「面識のある人のみ」については、その関係が強い。面識のある人のみを想定する者は、8 人中 5

人（62.5%）が面識のある人からのみコメントをもらっている。逆に、面識のない人のみでコメントが占められるケースは皆無である。つまり、面識の有無という点では、「想定」と実際の反応（コメント）との間のズレがきわめて小さく、逆に一致する割合が高いのが特徴的であると言える。

他方で、読み手を想定しない場合においては、コメントそのものがないケースが多くなっている。読み手を想定せず、実際にコメントでの反応もない、というのは、「他者」不在のブログであると言える。コメント投稿者も「読み手」の一部であるが、それが現れないというのは、ある意味で“想定どおり”の反応が得られているのだということもできる。これはこれで、有意義な関連を導き出すことができるというわけである。

このように想定する読み手とコメント投稿者をそれぞれ面識の有無という軸によってカテゴリー化することで、徐々にブログの全体像がみえてくる。つまり、ブログをめぐる「他者」の実像が明らかになってくるわけである。

図表6-11 想定する読み手とコメント投稿者

		コメント投稿者				計（人）
		面識ありのみ	面識なしのみ	両方	コメントなし	
想定する読み手	面識ありのみ	*** 62.5%	* 0%	12.5%	25.0%	8
	面識なしのみ	6.7%	53.3%	40.0%	0.0%	15
	両方	13.3%	33.3%	46.7%	6.7%	15
	想定する読み手なし	0.0%	35.7%	21.4%	*** 42.9%	14
	その他	9.1%	36.4%	50.0%	4.5%	22
全体		13.5%	35.1%	37.8%	13.5%	74

***:p<.001、*:p<.05

(4) グループ間の相違：四つのグループをもとに

では、「想定する読み手」と「コメント投稿者」の関連から見出される、ブログ像あるいは「他者」像とはいかなるものなのか。ここでは、それぞれのカテゴリーを組み合わせることによって、面識の有無をめぐる差異をもとにグループ化を行い、各々の特徴をみていく。

図表 6-11 をもとに想定する読み手とコメント投稿者の各カテゴリーを対応させながら組み合わせると、四つのグループが考えられる。一つは、想定する読み手・コメント投稿者ともに「面識のある人のみ」であるもの、二つめはそれとは逆に双方とも「面識のない人のみ」であるもの、三つめにはともに「(面識あり／なし) 両方」であるもの、そして四つめに、「想定する読み手がなく、コメントもないもの」、という互いに面識の有無に関する性質を同じくする四つのグループである。それぞれ、各カテゴリーのなかで関連（重なり）の強いものをグループ化している。ただ、それゆえ、調査対象のブログ全体を振り分けることのできるものではなく、これらに当てはまらない例外的なケースを多分に含んでいる。あくまでも面識の有無という点で際立ったブログあるいはブロガーのパターンと

して、それぞれのグループの属性の違いや回答傾向をもとに特徴を捉えていくことにする。

①面識ある人のみのグループ

このケースは 5 件ある。面識ある人のみを想定する者の約 6 割がこのグループに属している。「想定」も「コメント」も面識ある者という点では、きわめて“閉じた”世界になっているとも言える。性別の偏りはないが、年齢は 5 人中 4 人が 30 歳未満であり、うち 2 人が「学生・生徒」である。コメント投稿者数は平均 3.4 人とやや少なく、少数の間の内輪的空間になっている。

ブログの内容は、「自分自身」に関することが平均約 54.0%を占め、他と比べても高い傾向にある²⁴。逆に「家庭・家族」については 1.0%ときわめて低い。ブログを始めたことによる変化はとくに見られず、「学生・生徒」であるブロガーに限っては、ブログを「ストレス解消」や「愚痴を吐き出す」ために用いている。自己中心的な内容で、自己充足的な利用を行なっているということである。

ブロガー自身の特性では、このグループに属する全員が「場面や状況によって出てくる自分は違う」と回答している。面識のある他者に対して異なる場面を用意して異なる自分を見せる、そんな場としてブログを用いるがこのグループの特徴と言えようか。

②面識のない人のみのグループ

面識のない人のみを想定する者のうち 5 割強がこのグループに属しており、全体の 10.8%を占める。面識のない者だけの世界であり、いわゆる匿名空間であると言える。年齢は 30 代以上が多く（8 人中 6 人）、未婚者と既婚者がちょうど半数ずつを占めている。属性を見る限りでは、①のグループとは対照的であると言える。コメント投稿者数は平均 8.1 人とこちらも①に比べ、やや多い。

ブログの内容では、「社会時事・ニュース」の占める割合が他に比べて高くなっている（18.8%）。自身のブログを「日記」というジャンルに置きながら、社会時事のような話題が多くなっているというのは、特徴的である。もちろん割合としては「自分自身」が最も高く、約 3 割を占めてはいる。また、面識のない者を想定していながらも、あるいはしているからこそなのか、「仕事・職場（学校）」の割合も他に比べてやや高くなっている。

ブロガーの性質では、『『本当の自分』は一つとは限らない』ということに対して、全員が肯定的回答をしている。面識のある世界とは切り離された（もう一つの、別様の）関係を望む所以を示すものであるとも言える。

③面識ある人／ない人両方のグループ

面識のある人を想定し、なおかつ面識のない人も想定する、そしてコメントにおいても

²⁴ 内容については、「自分自身」、「仕事・職場（学校）」、「家庭・家族」、「社会時事・ニュース」、「趣味」、「その他」の各項目の占める割合を尋ねている。全体平均では、「自分自身」が 36.8%と最も高い。

それら双方からの反応がある、というケースであり、幅広い他者を前提にしたブログであると言える。ゆえに、コメント投稿者数もこれら4グループのなかでは最も多い(13.8人)。女性の割合が高く、年齢は30代に偏っている。

ブログの内容は「自分自身」の占める割合が44.3%と高く、「仕事・職場(学校)」が他に比べて低い傾向にある。ただ、突出して高いものもなく、平均的な分布になっている。

このグループに属するブロガーは、社会的である割合が高く、現実の自分とネット上の自分は「異なっていない」と全員が回答している。面識のある(現実)／なし(ネット)と対応した回答である。また、ブログを始めることで、「人間的成長」などのポジティブな変化や関係の拡大があったというケースが比較的多くなっている。

④想定する読み手なく、コメントもないグループ

四つめは先に挙げた「他者」不在のブログ類型である。どんな読み手も想定せずにブログを書き、それに対する反応もない、という意味では、“独り言”派とも呼べるグループである。①は特定の関係に“閉じた”世界であったが、このグループは“自己に閉じている”とも言える。年齢は20代がやや多いが、30代・40代にも存在する。

内容は、「趣味・関心事」がとくに多くなっている(40.0%)。なかには「100%」とする回答もあり、特徴的である。それに対して、「家庭・家族」(5.8%)、「社会時事・ニュース」(2.5%)がともに少ない。形式上は“独り言”であっても、「自分自身」に関するものが特別多いわけではないようである。ブロガー自身の特徴や、ブログによる変化などはとくにみられない。

以上のように捉えることができる。これらはあくまでも「他者」の実態を掴みやすくするために分析的に設定したものであり、ブログ全体を代表する四つのパターンであるとは言えない。事実、これら四グループに当てはまるケースを合わせても、全体の35.1%(26件)にしか満たない。それ以外の例外的なケースが多数存在するわけである。

ただ、面識の有無という点において、両極に位置するものと、その中間にあるもの、そしてその枠外にいるもの、といった特徴の際立ったものに焦点を当てることで、「想定する読み手」および「コメント投稿者」の面識の有無の違いによる特質が明確に現れたとも言えるだろう。それは「他者」を一括りにしては決して見えてこなかった実像である。

また、すべてをこれら四つに集約しきれないことにこそ、ブログの幅の広さや奥行きが示されているのだとも言える。同じ一つのブログにおいても複数の性質を含んでいる場合だってあり得る。なおさら一括りにはできないわけである。

3-4 「他者」をめぐる補足的考察

ここまで「面識の有無」を一つの物差しとして、ブログにおける他者との関係のあり方の実態を捉えてきた。前節では、コメント投稿者の数や頻度から、ブログを通じた関係の

深さや親密さ、あるいは幅の広さを検討し、考察したが、具体的にブログの書き手（ブロガー）とどのような関係にある他者か、といったことまでは踏み込めていなかった。本節では実際のブロガーに質問紙調査を実施することで、ブロガー自身との関係性が明らかになったというわけである。結果として、その多様性が改めて確認でき、読み手あるいはコメントする他者がどんな関係にある者であるかによって、ブログの性質やブロガーの特徴が異なっていることも見いだされた。なかでも年齢層の相違は、目立った結果となっていた。また、「面識の有無」という分析軸にも、留意すべき点が発見された。以下では、それらの点について、補足的に論じておきたい。

(1) 年齢層による差異

まず、指摘しておくべき点は、年齢層による差異である。すなわち、先のグループごとの特徴においてみられたように、ブログにおける「他者」が、年齢層によって異なっているという点についてである。具体的には、30歳未満、さらに言えば20歳未満に、極端なまでの偏りがみられるという点である。

その偏りは、「想定する読み手」の結果を見るだけでも一目瞭然である。例えば「今の友人」を想定する割合は、全体では24.3%であったが、20歳未満に限ってみると57.1%にまで増大する。逆に「不特定多数」を想定する割合は、全体では37.8%であるのに対し、20歳未満では28.6%と低くなる。つまり、20歳未満の若者は、実に“閉じた”関係のなかでブログを行なっているということである。この傾向はコメント投稿者の面識率においてもうかがうことができ、20歳未満は面識率65.0%と高いが、20歳代は43.0%、30歳代は20.1%と年齢を経るごとに下がっていく。すなわち、年齢が上がるごとに、面識のない他者の割合が増えているということである。若者は面識のある者との間でブログを行なっている割合が高いという、年齢層による明白な差異がみられたのである。

ところが、このようないわゆる若者層の“閉じた”関係性は、何もブロガーに限った話ではない。土井隆義（2009）は、近年の若者が同質的な人間関係に固執し、異質な他者を「圏外」に追いやって認知の対象にすらないという「閉じられた」人間関係にあることを指摘している。また、浅野智彦（2008）も、若者の友人関係（親密性）が濃密化する一方、親密性を土台としないような異質な関係（公共性）が衰退していると述べている。加えて、浅野（2007）が大学生を対象に行なった調査では、ネット上の日記を書いている者のうち74.5%が、「学校の友だち」を読み手として想定していたという結果が出ている²⁵。つまり、内輪に“閉じた”関係性への偏りは、近年の若者層全体に通底する特性であるというわけだ。

このような“閉じた”関係性、さらにはブログというデジタルメディア（ツール）を介してもなお“閉じた”関係にとどまる今日の若者のあり方は、かつての若者と比べても大

²⁵ ただし、ここでのいうネット上の日記には、ブログだけでなく SNS での日記も含まれていると考えられる。

いに異なった特徴であると言える²⁶。とりわけ、1990年代にポケットベルが人気となり、「ベル友」と言われる見知らぬ他者との出会いを欲望していた時代の若者とは、まったくベクトルの異なる関係世界に生きているとも言えるだろう。

富田（1997）は「ベル友」に象徴される面識のない親密な他者を「インティメイト・ストレンジャー」と表現したが、今日の若者にとって、そんな「他者」はもはや「圏外」の存在であるわけだ。むしろ現在（調査時点）の30歳代あるいは40歳代のほうが、インティメイト・ストレンジャーと多くの関係を築いている。それは上述のコメント投稿者の面識率などをみても明らかであるだろう²⁷。詰まるところ、本節で分析してきたブログにおける「他者」の相違——とりわけ面識の有無に関して——は、年齢（世代）こそが大きく影響していたのではないだろうか。理由は明快にできないが、少なくとも年齢が有意味な説明変数の一つであることは間違いないと言える。

（2）面識の有無を越えて

本節を通して「面識の有無」にこだわってブログにおける「他者」を把握してきたが、面識のある者をとらえる際には留意が必要であった。それは、「面識のある人」と言っても、すべてがブログ開設以前から面識のあった人ではなく、ブログを通して面識を持った人もいるからである。

インティメイト・ストレンジャーの場合は、あくまでも見知らぬ者、つまり面識のない他者であった。そこに親密性が生まれることが、特殊性を持っていたわけである。しかし、ブログを通して出会う関係というのは、そこでの関係をさらに飛び越えたものである。言わば、越境的な関係であるわけだ。匿名世界でも成立し得た親密な関係性は、非匿名世界にまで越境したということである。もはや単なる面識の有無という二分法では捉えきれず、インティメイト・ストレンジャーというような議論の枠組も覆されることになる²⁸。

先の図表 6-9 からは、全体の 12.2%のブロガーが、ブログを通して出会った経験を持っていることが分かる。少数のため一般化はできないが、面識ある人／ない人の両方を想定する割合が高く、コメント投稿者の面識率はやや低い傾向にある。つまり、面識のなかった者と面識を持っても、まだ面識のない者（インティメイト・ストレンジャー）との関係

²⁶ 各種調査では、10代・20代のうち「インターネットを通じて見知らぬ人と知り合いになりたくない」とする者が「なりたい」という者よりも多いという結果（内閣府 2007）や、大学生の 60.9%が「面識のない人と携帯電話やパソコンだけで友達になることはできない」とする結果（片桐 2009）が示されている。また、「プロフ」や「リアル」と呼ばれる携帯電話向けのサイトを利用する中高生らは、専ら身近な友人のみを読み手として想定しており、「宣伝も何もしないのにアクセスが急に増えた」ことを理由に「閉鎖」するケースもあるという（CNET Japan 2009）。

²⁷ 見方を変えれば、現在の30代などは「ポケベル世代」であり、インティメイト・ストレンジャーなる関係のあり方を先導した世代でもある。とすれば、これは「年齢」や「時代」の問題ではなく、「世代（コーホート）」の問題だとも言える。ここでは踏み込んだ議論はできないが、一つの示唆として指摘しておきたい。

²⁸ 富田（2009）は、このような「リアル」と「バーチャル」の融合する社会を「複合現実社会」と呼んでいる。

を担保しているわけである。可能性として“越境”の余地が残されているということである。このなかには、もともと面識のある「今の友人」や「旧友」も含んでいるケースも少なくなく、まさに面識の有無を越えた幅広い関係がそこには併存していることになる。ブログにおける「他者」をとらえる際には、単純な「面識の有無」だけでなく、越境的な関係についても認識しておく必要があるというわけである。

以上の点について補足したうえで、次節では先に指摘した、若者層の特殊性について検討してみたい。すなわち、ブログのようなメディア空間を媒介にしてもなお、既存の面識のある関係をもとにした〈日記行為〉の実践が続けられているという点である。

第4節 関係構築の実際(3)：現代の親密な関係性

前節で見いだされた、20歳未満を中心とした若い層に特有の関係性とは、次のようなものであった。すなわち、若者層は、身近な他者を中心とした“閉じた”関係性に偏っているという問題である。

ブログ等のネット上の日記を通しては、見ず知らずの異質な他者との出会いや、日常生活では容易に得がたい「新たなつながり」が得られるというような効果が語られてきた。前節でもみたように、実際にもそのような経験的事例は少なくない。ところが、若年層には、異なる傾向がみられるというわけである。世代的には、ちょうど「デジタル・ネイティブ」と呼ばれる、生まれたときからデジタルメディアに囲まれて育った世代にあたる²⁹。先の土井や浅野の指摘をみても、学校以外に関係の広がりを得にくい中高生ゆえの問題というよりは、この世代（この少し上の年齢層を含めた世代）に特有の傾向として、考えるほうが妥当なのかもしれない。

そうした意味も含めて、この節では、現代の若者に固有の親密な関係性を探るべく、2009年時点で中高生を中心に用いられていた「リアル」というケータイ向けのブログにおける〈日記行為〉を例に、検討してみたい³⁰。

²⁹ 橋元良昭(2011)は、日本のIT系の起業家に1976年生まれが多いことから、日本におけるデジタル・ネイティブを1976年前後以降に生まれた世代と捉えている。そこから10年おきに「76世代」「86世代」「96世代」と分類し、順に「PCデジタルネイティブ」、「ケータイデジタルネイティブ」、「ネオ・デジタルネイティブ」と名付けている。とくに「86世代」以降の若者は、匿名の他者よりも身近な他者を中心にして、デジタルメディアを用いている傾向にある。「デジタルネイティブ」の特徴については、木村(2012)、松下(2012)でも詳しく言及されている。

³⁰ 調査時点では、TwitterやFacebookなどのソーシャルメディアと呼ばれるツールは、中高生らにはあまり利用されていなかった。逆に後述する「プロフ」がよく用いられており、その延長で「リアル」というブログ形式のツールが頻繁に利用されるようになっていく。いずれもケータイから利用することが前提になっている。のちに普及することになるTwitterでも、この世代は「リアル」と同様の利用方法を採用している。その意味で、今日の若者に共通する〈日記行為〉の特性をとらえることのできる事例として、提示しておきたい。なお、本研究を発表した後の2010年11月に、相澤(2010)が高校生のリアル179件を対象に調査を行っており、平日一日あたりの平均更新回数は男子2.55回、女子4.48回と女子の更新頻度が高いという結果が示されている。

4-1 「リアル」とは

まずは「リアル」の概要について触れておこう。「リアル」とは「リアルタイム」の略で、「リアルタイム日記」、「リアルタイムブログ」、あるいは「リアルタイム中継」とも言われるものである。ブログのように、ネット接続可能な携帯電話（以下、ケータイ）などから、文字を入力し投稿することでアップロードされていくもので、容易に利用できる仕組みになっている³¹。専用のサービスもあるが、ケータイ向けのブログや日記サイトを「リアル」と称して使用している場合も多い³²。「リアル」とは、あくまでもそのような簡易ブログを指す総称であると言える。

利用者は中学生・高校生に多く、女子生徒のほうが積極的に利用していると言われる³³。投稿される内容の多くは、短文であり、長くても数十文字程度のものがほとんどである。意見や思いよりも、その都度の行動を“実況”するというものが多い。「リアル」のみ単独で使用する場合もあるが、大抵が「ホームペ」と称されるケータイ向けの個人ホームページに、「プロフ」という自己紹介のページと併せてリンクしている。

以上のような説明を見る限りでは、ブログや「Twitter」などとどう違うのか、という疑問も出てくるかもしれない。そこで、他のメディア・ツールとの違いを捉えることによって、この「リアル」の特徴を明らかにしておきたい。

まず、形式の最も似ているものが、「Twitter」である。Twitter とは、「What are you doing? (いまなにしてる?)」という問いかけ³⁴に対して、140 字以内で“つぶやく”ように書きこんでいくというものであるが、字数制限の違いはあれ、短文でつぶやく、という点では共通している。システム上の大きな違いは、「フォロー」の有無である。Twitter には、他人の“つぶやき”を登録（フォロー）すれば、更新されるたびに自分のページに表示されるという仕組みがある。また、それに対して返信することもできる³⁵が、「リアル」にはそのような仕組みがない。さらに、Twitter は不特定多数に向けて書かれることも多く、Twitter 用の検索エンジンなどを通して閲覧されることも多いのに対して、「リアル」はケータイ向けであるという性質上、検索にヒットすることも少なく、学校の友人など既知の関係にある者を「読み手」の前提に置いて利用されることがほとんどである。そのようなユーザー側の他者意識を含めた利用感覚の違いもみられる。

³¹ なかには、パソコンからは投稿・閲覧ができないものもある。

³² 主なサービスとして「@peps!」、「Chip!!」、「CROOZ リアル」などが存在する。いずれも無料で利用できる。なお、あくまでも 2009 年時点の状況である。

³³ 「Chip!!」ユーザーでは、「8、9 割が女子」であり、「うち 7 割強が 10 代」とであるという (INTERNET Watch 2009)。さらに、ピーネストが行なった調査では、女子中高生の 7 割以上が「リアル」を知っており、2～3 割が一日 10 回以上書き込むことがあるという。なお、「Twitter」を知らないという回答は 8 割を超えている (P-NEST 2009)。

³⁴ 2009 年 11 月から、「What's Happening?」(日本語版では「いまどうしてる?」)に変更されている。

³⁵ 「返信」とはいえ、「Twitter」上の“つぶやき”を通してのものであるため、記録自体は公開されたものになる。その意味では、ブログの「コメント」に近いと言える。「Twitter」の利用事例として、津田大介 (2009) などが挙げられる。

既知の関係をベースにしたものであれば、SNS (Social Networking Service) の「mixi」なども挙げられる。「mixi」は、以前は招待制を採っていたため、既知の関係にある者の紹介をきっかけに始めているケースが多い。ただ、「mixi」には、相手のページに「足あと」（閲覧履歴）が残るということもあり、「コミュニケーション圧力」が潜在していると言われる³⁶。また、「コミュニティ」という既知の友人関係を越えた交流の場の存在や、ユーザー数の増大による規模の大きさも、仲間内に閉じた「リアル」とは異なっている。あるいは「mixi」と同じ SNS の「Facebook」も、既知の関係をもとにしたものであるが、Facebook は実名で使うことが原則となっており、誰と「友達」（として登録された）関係であるかが明示されるのに対し、必ずしも実名によってプロフィールや友人関係が明示されるわけではない「リアル」とはやはり異なっている³⁷。

「リアル」や「Twitter」が「ミニブログ」と説明されることもあるように、ブログとの共通点もあるだろう。たとえば、「日記」と称したブログでも、一日複数回更新するものは少なくない。とくに若年層のブログには、何度も更新するケースが多くみられる。また、そういったブログは、一つの投稿あたりの文字数が少なく、短文であることが多いことから、「リアル」や「Twitter」とも似通ったものとして、とらえることができるだろう。ただ、やはり不特定多数に見られる機会が多いということ、つまり「公開されている」という意識は、ブログのほうが相対的には高いと言えよう³⁸。また、ブログは、閲覧者が「コメント」を付けられるという違いも挙げられる。「リアル」にも、一部のサービスには、コメントが可能な仕様になっているものもあるが、やはり利用の程度が異なる。「リアル」はあくまでも一方的につぶやき、一方的に行動を“実況”するといったものが圧倒的に多いと言える。

これらの特徴の違いから、「リアル」のおおよその輪郭は描けただろう。では、実際にどのような〈日記行為〉が行われているのか、次にその具体的な事例をみながら、独自の親密な世界へと迫っていきたい。

4-2 「リアル」の実際

次の 2 つの図表は、中高生の「リアル」に書き込まれた、ある一日の記述を、時系列に並べて示したものである。投稿頻度、投稿内容、記述形式などの点からも、とくに偏ったものではなく、今日の中高生の「リアル」の典型的な事例として提示できるものである。

³⁶ 具体的には、友人の日記を見ることの「圧力」に始まり、日記を見た以上は「コメントをしなければ」といった「圧力」、自分の日記にコメントがあると、それに「返信しなくては」という「圧力」など、良好な関係を維持するための様々な圧力を感じることから、しばしばその状態を指して「ミクシィ疲れ」と呼ばれる。そこから解放されるべく「Twitter」に移った、という例も少なくないとされる（『AERA』2008.3.10；『朝日新聞』2009.5.16 朝刊）。

³⁷ 「リアル」が最も用いられた 2009 年から 2010 年前後には、Facebook は十分に普及していなかったが、2013 年時点でも、Facebook の登録者に中高生は少なく、大学生でもアクティブユーザーは少ない傾向にある。

³⁸ 逆に、仲間内の関係からの「解放」という側面も、ブログにはあるだろう。

図表 6-12 は中学 2 年生の男子生徒のもの、図表 6-13 は高校 1 年生の女子生徒のものとなっている³⁹。なお、文中に登場する固有名詞は、伏せ字にしてある。

図表6-11 「リアル」の事例(1)：中学2年・男子のケース

時間	記述内容	
7:20	おきた	①
14:51	帰宅□／ばり寒かった□／テスト勉強しよ□	②
16:09	テスト勉強おわり□／今から【人名A】迎えにイッテ□／野球□	③
18:39	今終わった□	④
19:12	今帰宅□	⑤
20:03	今から塾□	⑥
21:40	終わった□	⑦
23:06	【人名B】ありがとう□／がんばるわ□／【人名B】もガンバって□	⑧
23:24	素振り終了□／ねる□	⑨

／は改行を表す。実際には□に絵文字が、【 】内には固有名詞が記述されている。

図表6-12 「リアル」の事例(2)：高校1年・女子のケース

時間	記述内容	
6:18	おはようございます□	①
11:45	※閲覧パスワード付き記事	②
15:02	いってきま□	③
15:36	今【人名C】と／【店名】で宿題処理中□	④
19:40	【人名C】、／【人名D】、【人名E】／とカラオケ□□	⑤
22:03	帰宅っ□／楽しかったぜえ□／また行こなあ□	⑥
1:10	軽く寝てたけど／メールで起きたっ□□	⑦

／は改行を表す。実際には□に絵文字が、【 】内には固有名詞が記述されている。

いずれも中高生の標準的な「リアル」の事例であるが、どちらのケースからも、その都度の行動を逐一記述していることがうかがえる。意見や感想を表す言葉は、図表 6-12 の②「寒かった」や表 6-13 の⑥「楽しかったぜえ」程度のものとなっている。あくまでも行動の“実況”なのである。

また、一方的な“つぶやき”というスタイルながら、特定の他者に向けたメッセージも含まれている（図表 6-12：⑧、図表 6-13：①・⑥）。つまり、単なる自己完結の記録ではないわけである。むしろ、ある特定の人物が見ることを想定して、書いているのである。その人物も、図表 6-13 のケースでは【C】・【D】・【E】の 3 人であることが、⑥「また行こなあ」という記述からうかがえる。それも、ついさっきまで一緒にいたメンバーに対してのメッセージである（⑤から）。おそらく別れ際に交わしたであろう言葉を、直接伝わる電話やメールではなく、わざわざ閲覧しに来る必要のある「リアル」に記述しているわけである。頻繁に見る機会がなければ、書き込んでも意味を持たないことを考えると、互いの「リアル」を確認し合うことはもはや当然のこととなっているのである。彼女たちにとって「リアル」は、欠くことのできない「場」であり、固有の「親密圏」であると言える。

³⁹ 学年・性別については、リンクされていた「プロフ」における記述に基づく。

それは、図表 6-13 の②においても示されていることである。そこには閲覧に際してのパスワードが付けられている。パスワードを教え合っている関係とは、すなわち親密な友人関係であるだろう。通常ごく限られた人物にしか閲覧されない「リアル」であっても、特定の人物にのみ見せるメッセージを使い分けて書き込んでいるわけである⁴⁰。言わば、操作的に自分たちの閉ざされた世界（親密圏）を作っているわけである。逆に言えば、特定の人物以外の者（そこまで親密でない友人など）にも見られることを想定し、場合によっては「見知らぬ人」（ストレンジャー）に見られる可能性も、少なからず意識しているのかもしれない。

加えて、図表 6-13 にはもう一つ注目すべき書き込みがある。それは⑦「メールで起きたっ」である。すなわち、先程はメールで伝えれば良いようなメッセージを「リアル」に書き込んでいたが、今度はあえて「メール」で連絡がなされているのである。そして、そのことを「リアル」に書き込んでいるのである。つまり、ここでも「メール」と「リアル」の間で使い分けがなされているわけである。宛先となる人によって、また送る内容によって、「リアル」で書くべきことか否かの吟味が、意識する／せざるにかかわらず、行われているということである。

メディアの使い分けについて付言するならば、「リアル」がリンクされている「ホムペ」や「プロフ」との関係にも、言及しておく必要があるだろう。これらは「リアル」とともに、重要なツールとなっているのである。

「ホムペ」と呼ばれる個人ホームページには、「個人」ではなく 2～3 人の「共同」で使用しているものもしばしば見受けられる。すなわち、初めから自分たちの共同性を確保するような「場」を設定してあるわけである。そのなかにそれぞれの個別のページを設け、「リアル」や「プロフ」などをリンクしているのである。

「プロフ」は、プロフィールの略称であり、その名のとおり自己紹介が行われている。あらかじめ決められたフォーマットに沿って入力していくような、容易に作成可能なものであり、名刺代わりに用いられている。ただ、これは一度作るとそんなに頻繁に更新するものではない。見る側も頻繁な更新を期待しないものである。そこで「リアル」が意味を持ってくるわけである。「プロフ」が固定された「過去」の自己を呈示するものであるならば、「リアル」は常に新しい自己の「いま」を呈示することができる。内発的な「いま」の自分にこそリアリティを持つ（土井 2004）という彼女らにとって、「リアル」こそがまさに「リアル」な自己、すなわち「本当の自分」であるというわけだ⁴¹。

このように、「リアル」という「場」は、自己を更新しながら呈示するという、私的な領

⁴⁰ 仮にそうでなければ、自分だけが見られるように設定した、自分専用の記録や覚え書きであるかもしれない。

⁴¹ 土井（2004）は、近年の若者が『いま』この瞬間にしかリアリティが持てず、「生の感触」が得られない傾向にあることを指摘している。土井の描くような病理性を伴ったものであるかは留意が必要だが、「内発的な衝動」にこそ「自己の根拠」があるという点は、「リアル」の例にも当てはめることができるかもしれない。

域として機能するものであるが、それ以上に、互いに見せ合い、確認し合い、共有し合うことによって、独自の親密な関係世界を作り上げる装置としての役割も果たしているのである。彼らは実に多様に、そして巧みにメディアを使い分け、適度な距離感を持って、緩やかにかつ濃密な関係を紡ぎあげているわけである。

なお、ここでは「リアル」を取り上げたが、その後、若者層には遅れて普及することになる Twitter においても、「リアル」でみられたような、親密な友人らに“閉じた”関係性を維持・強化するような傾向は継続してみられ、この世代以降の若者の一つの特徴として描き出すことができる⁴²。

上記の事例は 2009 年のものであるが、当時の中高生の一部は、本論文が書かれる 2013 年には大学生になっている。2013 年 1 月に大学 1 年生を対象に実施した調査⁴³でも、「閉じた関係性」は際立ってみられた。ツールによる差は多少あるにせよ、概ね身近な他者、学校ではほぼ毎日のように顔を合わせる友人らを相手に、Twitter などのツールを用いている傾向がうかがえた⁴⁴。すなわち、特定のツールにおいて、あるいは特定の時代の、特定の年齢層に限定的にみられる事象ではなく、現代の「デジタル・ネイティブ」の世代の特徴として、理解することができるのである。

以上のように、「リアル」を含めた「ブログ」における「他者」との関係のあり方は、多様性がみられたなかで、面識の有無という点では、若年層に、面識のある者への偏りがみられた。このことを、われわれは「デジタル・ネイティブ」と呼ばれる世代の特徴に代表される、現代の親密性のあり方を示すものとして捉えた。次節では、このような関係性の「変容」を含めて、検討していく。

第 5 節 メディア空間における他者との関係構築の変容

本章ではブログを主な事例に、他者との関係の構築あるいは関係の維持・強化のありようについてみてきたが、既述のように、それ以前からメディアを媒介とした「新しい」関係の構築に関しては、繰り返し指摘されてきた。それはウェブ日記やブログといった〈日

⁴² 2008 年に中高生を対象に行われた調査（ベネッセ教育開発研究センター 2009）によると、7 割以上の生徒が「携帯電話で知らない人とやり取りするのは怖い」、「知らない人からの電話に出ない」と答え、「知らない人のブログや掲示板に書き込みする」というのは高校生でも 2 割強にとどまる。「インターネットで知り合った人と直接会った経験がある」というものに至っては、中学生で 3.6%、高校生で 10.1%と合わせて少ない。一方、「親しい友だちを遊びに誘う」際にも、とくに高校生は「直接話す」（31.5%）よりも「メールを送る」（57.1%）割合が高くなっているなど、異質な他者と交わらず、かつ親密な友人であってもデジタルメディアを介して意思疎通を行う、彼らの特性が顕著に表れている。

⁴³ 筆者が関西の私立大学で 1 年生 76 人を対象に実施。

⁴⁴ Twitter における「フォロワー」のうち、「同じ大学の友達」が何%含まれるかを尋ねたところ、平均 40.7%という結果になった（標準偏差 25.7、中央値 40）。「高校までの友達」は平均 39.9%であり、合わせると約 8 割を「面識のある人」が占めることになる。ブログや mixi、Facebook では「高校までの友達」が多くなっているが、「面識のない人」の割合はいずれも低い。

記メディア〉にとどまらず、「日記外」のメディアにおいてもみられる、定番の語りでもある。先に取り上げたように、パソコン通信の時代から、電子会議室や電子掲示板、チャットなどにおけるやり取りを事例に、地域や職業・年齢等に捕らわれない「新しい」関係が構築されるという話は散見された。さらに遡れば、デジタルメディアの登場以前から電話や無線などのメディアにおいても語られてきたものである。近年の **Twitter** などでも、関係の拡張言説は繰り返されている。それも、既知の関係をベースにした **Facebook** や **LINE** においても、同じように異質な他者との出会いが、ネガティブにもポジティブにも強調されているのである。こうした一面的な変容論に陥る言説は、「ヴァーチャルの罠」とも呼ばれている（若林 2007）。

しかしながら、これまでみてきたように、とくに近年の若者層においては、そのような言説が描き出す傾向とは裏腹に、きわめて“閉じた”関係世界を生きていることが明らかになっている。また、そんな彼らの態度選択が、本論文を通してキーワードとなっている「データ化」や「フラット化」という要素を取り込んだものになっていることも指摘しておく必要があるだろう。

ブログについては、すでに「コメント」や「読者登録」が、関係を可視化する「データ」となっていることを指摘した。ブログ以降に普及した **SNS** では、それらがさらに明示されるようになっていく。たとえば、**Facebook** では、自身が「友達」として登録した人が一覧表示されるようになっていく。それは **mixi** でも同じである。自身のプロフィールとともに、誰と「友達」であるかという「関係」が、すぐに分かるようになっていく。**SNS** ではないが、**Twitter** にも「フォロー」や「フォロワー」という形式によって、自身がツイートを受信している人（ユーザー）や自身のツイートを受信設定している人物の一覧が表示される⁴⁵。

いずれも「関係」の深さや親密さは問わず、同列に（順序づけなく）表示される。「友達」や「フォロワー」などと呼ばれる、個々の人物（ユーザー）の一覧は、あくまでもその人との「関係」を示すものであり、その人のプロフィール情報を補完するアイテムとして機能する。すなわち、「データ」として処理されるわけである。どんなに親密な人も、一度しか会っていない人も、登録されれば、無機質に、順位付けなく「フラット」なものとして扱われる。あくまでもデータベースに格納されたデータの山から、その人に紐付けされたものをピックアップして見かけ上表示したにすぎない。**Facebook** や **mixi** などのシステムにとって、他者との「関係」は、単なるシステムを構成する要素であり、「データ」にすぎないというわけである。

ただ、**mixi** や **Facebook** のような **SNS** は、「友達」と呼ばれる）「関係」を登録する際に、相互承認制をとっている。すなわち、一方的に「友達」だと思っても、相手がそれを承認しなければ「友達」として登録されない。システム上、登録されなければ、制限を加

⁴⁵ **Facebook** は実名が原則であるが、**mixi** は自身が設定したニックネームの場合も多く、**Twitter** ではアカウント名（ユーザー名）と別に「名前」を載せる仕様になっているが、著名人でない限り、実名よりもニックネームを用いる人が多くなっている。

えた日記などは閲覧できないなど、一部には閉鎖性も持っている。そこでの「関係」は、対称性が確保されたものになっている。

それに対して **Twitter** は、「関係」が非対称である。一方的に「フォロー」することが可能であり、もちろん一方的に誰かから「フォロー」もされる。「ブロック」というかたちでフォローされることを拒否したり、閲覧（受信）に制限を加えたりすることも可能だが、原則として「公開」の場で、誰でもフォローでき、誰からでもフォローされるようになっている。

ところが、ここでも先にみた現代の若者の特徴が発揮される。「デジタル・ネイティブ」の彼らは、当然のように、**Twitter** においても、既存の関係がベースになっている。芸能人などを一方的に「フォロー」することはあっても、友人同士は一方的に「フォロー」したりされたりすることではなく、互いに「フォロー」しあっている。相互フォロー関係になっているわけだ。つまり、「フォロワー」（自身をフォローしている人）をみれば、自分の「友人」が一覧でみられる状態になっているのである。どの「フォロワー」も面識のある人ばかりであるため、実名と異なるニックネームなどがつけられていても、どのアカウント（ユーザー）が友人の中の誰であるかを、認識できる状態になっている。すなわち、彼らにとって、「フォロワー」の一覧は既存の友人関係のリストであり、自身の友人関係を「可視化」するものになっているのである。

もちろんそれらは「データ」を表示したものであり、親密さは問わない「フラット」なものである。みな同じ「友達」という扱いである。そこに関係の濃淡は可視化されないのである。しかし、それが却って好都合にもなっている。「空気」を読むことを常態とする彼らは、友人関係に優劣をつけないことが却って軋轢なく、スムーズに関係を維持することができ、むしろプラスの効果を発揮しているのである。生まれたときからデジタルメディアに囲まれて育った「デジタル・ネイティブ」の彼らは、「データ化」・「フラット化」という要素も、有効に用いているのである。

さらに、“閉じた” 関係性をネット上に持ち込むことで、見ず知らずの他人の視線に晒される可能性をもつネット空間においても、自分たちだけの独自の関係世界を築き、それを強化することに役立てている。それは「データ化」・「フラット化」という要素に、抗う方法である。

ネット空間においては、他者との「関係」のみならず、SNS における「日記」や **Twitter** の「ツイート」もまた、インターネットの膨大なデータベースに格納される、一つの「データ」として処理される。しかし、「データ」として有益に活用できるのは、他者にとっても有益なものに限られる。つまり、「データ」じたいに何の意味もなく、ましてや他人が理解できないようなものであれば、データの価値はほとんどなくなる。他者が共有できてこそ、「データ」の情報価値は得られるのである。

彼らは、ネット空間に自分たちの親密な関係を持ち込むことで、日常の会話もネット上で行うようになった。**Twitter** で、あるいは **Facebook** で、他者に広く「公開」された場で、

自分たちだけの“閉じた”会話を交わす。それらは、お互いの共通認識のもとになりつつある会話である。そこには当然、他人が見れば理解不能なものも多分に含まれている。文脈に関する情報が著しく不足しているからである。文脈情報を共有している彼らにとって、それを殊更に述べる必要性はなく、補足説明がなくとも共有された文脈のなかで伝達・理解が可能なのである。また、自分たち以外の読み手を想定していないため、他の人に伝わらなくても何ら支障はないのである。

そんなことは個人的にメールでしろ、と思うような内容も、開かれたネット空間において交わされる。そのことは、自分たちだけにしか伝わらない、閉じられた、言わば“秘密の”内容の交換であるとも言え、親密な関係性がより強化される可能性ももたらす。逆に言えば、それを理解できない人を排除することができるのである。一般性をもたない情報を交わすことで、「データ化」されることに抗い、それによって自分たちの親密な関係世界を維持・強化することにもつなげている、というわけである⁴⁶。

「データ化」・「フラット化」によって関係を可視化し、関係を維持・強化しつつ、「データ化」に抗うことでまた、関係をさらに維持・強化している。この親密な関係の複雑性が、とりわけデジタルメディアを飼い慣らしてきた「デジタル・ネイティブ」の若者には、うかがえるということである。

本章で論拠とした調査結果は、必ずしも安易に一般化できるようなものばかりではないだろう。ブログ・ユーザー全体に当てはまる特徴ではなかったかもしれない。ただ、その限りにおいて、〈日記メディア〉を媒介とした他者との関係のあり方や構築の実態、あるいは現代の親密性をめぐる状況などについて、何らかの示唆を提示できたことは間違いない。少なくともそうした論点について、客観的なデータをもとに論じた研究の蓄積は未だ不十分な状況にある。そのなかで、関係の可視化装置として〈日記メディア〉および〈日記行為〉を論じることの意義は、一定程度あると自負できる。以上はその問題提起も含めた一つの試みであった。

⁴⁶ もちろん「公開」の場であるため、自分たちの文法や作法による「ノリ」が、他人には不快に思われたり、常軌を逸した迷惑行為であると認識されたりもする。そのことが原因でしばしば「ネット炎上」と呼ばれる過剰な閲覧の殺到や伝播が起こり、場合によってはテレビや新聞等で大きく報道されることもある。

第 7 章 社会の可視化装置：日記を媒介とする社会の構築

続いて、「社会の可視化」に関する論点に移る。3章において取り上げたように、〈日記行為〉をめぐる言説においては、記録すること、あるいは記録されたものに対する、社会的価値の高まりがうかがえた。たとえ個人的な記録であっても、過去の社会状況を知る手がかりになったり、いま現在の社会のありようや、今後の社会の動きを見通す手立てにもなり得る。逆に、社会的な記録として役立てられるよう、個人的な記録を提供する動きもみられる。また、そういった動きに伴う〈日記メディア〉や〈日記行為〉への（社会的な）意味づけから、現代の社会のありようを読み解くこともできるだろう。

5章では、「可視化」をめぐって、「情報化・データ化」および「フラット化」を戦略的に利用しながら、自己の可視化を達成する例をみた。6章では、「情報化・データ化」・「フラット化」に対して抗うことで、他者との関係や距離の取り方を制御しながら、関係の可視化を行う例を取り上げた。続く本章では、とりわけデジタル化された記録と「社会」との関わりについて、社会の構想といった視点も含めながら、検討していく。

第1節 個人の記録と社会の記録：自己目的化する記録と収集

1-1 記録の自己目的化

すでに3章においても触れたように、〈日記行為〉は「記録する行為」でもある。日記にはいわゆる「diary」として私的な感想や思いを綴るものもあれば、「journal」としてその日の出来事などの客観的な事柄を淡々と記録するものもある。もちろん「日記」と呼ばれるものが、それら二つにきれいに分類できるものではなく、むしろそれらが混在したものこそ、日記らしい日記と呼べるのかもしれない。ただ、思いや感想などであっても、その日その瞬間の感情を、言語化するというプロセスを通して、客観的なかたちで「記録」したものであることには変わらない。質的な違いはあれ、日記という方法を使って、日々何かを「記録」しているわけである。

近年、その「記録する行為」が積極的に促されるようになっている。ビジネスの場でメモを取ったり、日報をつけたりとといったことはともかく、日常生活の場面でも「記録すること」が促され始めている。一つは3章においても取り上げたように、いわゆる自己啓発書のような類の本の中で、日記が推奨されるようになっていることが挙げられよう。「人生に成功をもたらす」などといった過剰な煽りとともに、日記を書くことが奨励されている。それらは、専ら「記録すること」に重きが置かれている。日記はあくまでもそのための手段に過ぎない。

同じように、デジタルの記録も促されている。これも先に触れたとおり、「ライフログ」と呼ばれる、生活のあらゆる情報（行動や購買の履歴など）を、デジタル化して記録しようとするものが、典型的な例として挙げられる。いずれも次節で詳しく取り上げるが、も

はや「記録すること」じたいが目的になっているような節もある。

そのような煽りを含んだ言説だけでなく、実質的にもそうした傾向はみられるようになっている。たとえば、ネット上の日記と言われる「ブログ」は、ツールが先にあり、それを利用するために使ってみるという、始め方が多い。「Twitter」や「Facebook」等の SNS も、友だちに紹介されるなどして何となく始め、それを使いこなすために積極的に利用するというパターンが多い。つまり、手段が先に存在し、強い目的意識は持たずに使い始めるわけである。それがブログ等のように「記録すること」につながるツールであれば、結果として「記録すること」が促されることになる。それを行うことで何かを成し遂げるといような目的意識も、それによって何かが得られるという見返りの期待もなく、記録する行為をするために記録する、という自己目的化した記録行為が果たされるようになるわけである。

もともとネット上のツールじたい、そのような利用のされ方が多かった。自己目的なコンサマトリーな利用が、パソコン通信の時代から指摘されている。先に示したとおり、「遊戯的」で「自己目的的なコミュニケーションの場」として描かれてきた。利用のきっかけをめぐる語りにおいても、そのようなものが目につくようになっている。「何となく」だとか「軽いノリで」というきっかけが多く、利用を継続することで、結果としてそれじたいを楽しむという、自己目的なものになってしまうのである。

川浦ら（1999）はウェブ日記を続ける理由として、書き手が自己開示の機能を見いだせることと、読み手に理解されているという満足感を挙げている¹が、それらは継続に至る動機づけに過ぎず、結局は長く続けていると、更新することや継続することじたいが目的になるという側面は大いにあると考えられる²。定期的にコメントが付けられ、読み手の期待を背負うと、もはや記録（更新）させられている状態であるとも言える。

程度の差はあれども、以上のような、何らかの（目的達成のための）手段としての記録から、記録のための記録へ、という記録行為の意味変容は、確実に起こっていると考えられる。ただ、逆に言えば、そういったものこそ個人的な記録の特徴なのであり、何らかの目的を持って記録することは、「俗」なる行為として、むしろ異質な記録行動なのかもしれない。ある意味で、純粋な記録行為という次元に、今の記録行為は置かれていると言えるのかもしれない。

1-2 収集の自己目的化

日記を「記録」という視点から捉えたとき、もう一方で、「読む」あるいは「収集する」

¹ ウェブ日記の書き手に対する質問紙調査による結果をもとに導き出している。

² 川浦らの理屈でいくと、一度自己開示の機能が見いだせたり、読み手に理解されていることの満足感が得られると、更新の継続につながる。ただ、自己開示できているかどうかや、理解されたかどうかの確証は得られず、絶えず問い直される再帰的なものとなる。また、ゴールがなく、容易に達成できない課題でもある。それゆえ、達成と不安の連続により、いずれは継続のための継続、更新のための更新にならざるを得ない部分は大いにあると考えられる。

対象であると考えることができる。3 章で取り上げたように、「読む」対象としての日記の価値は、歴史的な価値が上乘せされることで、さらに高まってきている。

収集の対象となるのは、何も著名人の日記だけに限らない。確かに著名人の没後に発見された日記などは、書き手に対する付加価値があるため、当然価値の高いものとして、収集の対象となるが、それだけでなく、いわゆる庶民の日記も、読み物として読まれ、収集の対象になっている。すでに述べたとおり、日記収集家の青木正美や、「日本日記クラブ」、「女性の日記から学ぶ会」などの団体が、庶民の日記の収集を進めている。

ただ、それらはあくまでも物理的な「モノ」の収集である。中身への関心も当然あるが、それよりもまず「モノ」の存在に対する評価が先行する。古いものであればあるほど、歴史的価値が付与されて、書かれた内容だけでなく、どんな書き方をしているかなど、形式的なことへの関心が加わる。その意味では、青木の本業がそうであるように、有限で稀少な古書を収集するような感覚も、含まれているのかもしれない。

一方、デジタルメディアを用いて記録される日記に目を移すと、ブログ等はまさに「読み物」となる。一部のブログには「読者登録」という機能があるなど、「読む」側の視点が初めから想定されている。そこで「収集」されるのは、物理的な「モノ」ではなく、かたちのない「情報」である。読み手は素朴に他者の日記を「読み物」として楽しんでいる場合もあるが、書き手に関する情報を（意図してかどうかは別にして）結果として「収集」することになる。

多くのブログには「RSS」というものが備わっており、「RSS リーダー」という RSS を読み取るツールを使えば、登録されたブログの更新情報などを自動的に「収集」することができる³。何らかの目的を持って、同じ系統のブログから情報を収集するには、最適なものになっている。

あるいは、Twitter などは、「フォロー」というかたちで登録すれば、その人のツイート（投稿）が、タイムラインと呼ばれる自分専用の閲覧画面に、自動的に流れてくる仕組みになっている。「読み物」として受容することが想定されているだけでなく、「収集」もあらかじめ実装されているわけである。「情報」という次元に移ることで、いよいよ「収集」は加速することになる。

ブログ等の RSS リーダーや、Twitter に、いくつもの「収集」先を登録しておく、一ずつチェックしに行くことなく、一度に多くの情報を「収集」することができる。その反面、収集された情報の処理に追いつかなくなるという弊害も起こり得る。デジタルツールはいくらでも「収集」は続けるが、それを読んで理解する人間の脳が追いつかなくなるのである。複数のデジタルメディアを駆使し、政治や経済、社会時事に関する情報から、友人の近況や現況、関心事まで、様々な情報を収集し、処理するとなると、まさに収集されたものに振り回されることになり、「収集のための収集」になってしまう。そこに、「Facebook」や「mixi」、「LINE」といった個別にアクセスして、自ら収集しなくてはならないツールが

³ 「RSS」および「RSS リーダー」については 5 章 2 節を参照。

加わると、生活が「収集」に取り込まれることにさえなりかねない⁴。

それは何も生活時間が奪われるということへの懸念を意味するだけではない。デジタルメディアを使い続けることで、われわれの日常生活の様々な記録は、「収集」の対象にもなっているのである。もちろん、ブログや Twitter 等に記録（投稿）した情報が、誰かの情報収集に役立っていたり、読み物として楽しまれているといった側面もあるが、たとえば Facebook には、誰と誰が「友だち」であるかといった人間関係に関する情報が膨大にある。誰と誰が、いつどこで一緒にいたか、などという情報（写真を含む）も、公開範囲次第では容易に閲覧可能である。収集する気なら、いくらでも収集可能なのである⁵。

また、「収集」の対象となるのは、ブログ等のように、自らが主体的に記録した情報に限らない。ネットで情報を検索した「記録」（履歴）や、ネットショッピングで何かを購入した「記録」（履歴）も、「収集」の対象になっている。当然、SNS 等を使って誰とどんな情報のやり取りをしたか、ということも「収集」されている⁶。それが一般に公開されていないだけで、それぞれのサービスを提供する会社は、サーバーに蓄積すると同時に、「収集」を目的として保存している。その集められた情報は、たとえばネットの広告表示を、利用者ごとに提供するのに使われたり、関連会社のマーケティングなどにも使われたりしている。

もはや個人の記録は、歴史的価値があるなどという重みのある話ではなく、「データ」として（合法的に）流用され、社会的記録として用いられている。また、個人の記録（データ）の集積から、「社会」の関心や動向を捉えようという動きもある。言わば、日記に端を発する個人の記録は、社会を可視化するものとして、活用されようとしているわけである。その具体的な実践について、次節以降で、取り上げていく。

第2節 個人的記録をめぐる言説と実践：自己啓発とライフログ

日記に代表される記録をめぐる言説は、個人的記録としての意味づけと、社会的記録としての価値づけがある。本節では、前者について検討していく。すでに3章でも取り上げたように、個人的記録としての意味づけを行う際の主たる方法として、「自己啓発」の要素を含んだ言説が挙げられる。その際に持ち出される〈日記メディア〉が、紙媒体の「日記」

⁴ 他者が書いたことを主体的に収集するだけでなく、「mixi」における「足あと」や、「LINE」における「既読」表示など、閲覧したかどうか相手にも伝わる仕組みが、SNS 等には備わっているものがある。すなわち、読み手の行動さえも「収集」の対象となっているのである。発信者側もちゃんと読まれているかどうかという情報を、逐一「収集」しなければならないぐらい、「収集」に取り囲まれた生活を送らざるを得なくなるのである。

⁵ 実際、企業の採用担当者が、面接した学生を Facebook で確認し、「友だち」として登録された人数など、面接ではうかがい知ることのできない情報を、陰で収集しているという話もある。

⁶ 会員制のサイトなどでは、サイト内の閲覧状況を把握するため、マウスの動作やクリックするまでの時間なども記録・収集されている。それらの記録と会員情報を紐付けすることで、マーケティングに有用な情報となる。

と「ライフログ」と呼ばれるデジタルな記録である。

2-1 自己啓発日記の推奨

既述のとおり、2000 年代以降、日記の記述を推奨する書籍が多数出版されている。そこで持ち出されている「日記」は、「記録」とほぼ同義と言って良い。つまり「記録」するための一つの方法として「日記」を取り上げているのである。たとえば、表（2004）は「日記は『日々の記録』である」とし、「日記に『感想』を書く必要はない。自分がその日、取った行動を客観的に記録すればそれだけで充分なのだ」と主張する。

そして、この「日記」は、「人生の成功」や「幸せを呼ぶ」ものとして、特別な価値が与えられるものとなる。日記を奨励する本の書名を並べるだけでも、その特徴は如実に表れる。以下は、2002 年以降に刊行された日記の記述を促す本のタイトルの一覧である。

- 『一日 5 分 奇跡を起こす 4 行日記——成功者になる！「未来日記」のつくり方 たった 4 行のポジティブな言葉が、すばらしい未来を拓く』（小林 2002）
- 『日記の魔力——この習慣が人生を劇的に変える』（表 2004）
- 『「朝」日記の奇跡——朝 3 分 夢をかなえる習慣のつくり方』（佐藤 2005）
- 『3 分間日記——成功と幸せを呼ぶ小さな習慣』（今村 2005）
- 『1 日 3 行「感謝日記」——書くだけで理想を実現！』（柳澤 2007）
- 『幸運を呼びよせる 1 行日記』（中野 2008）
- 『人生に成功をもたらす日記の魔術』（表 2008）
- 『1 分間の日記で夢は必ずかなう！——成功と幸せを引き寄せる！「感性」を刺激する習慣』（今村 2009）
- 『書くだけで人生が変わる！感謝日記』（田中 2010）
- 『「ほめ日記」をつけると幸せになる！——自分で自分をほめるだけ』（手塚 2011）
- 『1 日 5 分で夢が叶う 日記の魔法』（松尾 2012）

「成功」、「幸運」、「夢」、「奇跡」——。実に華々しい文言が並んでいる。書名を見る限り、日記を書くだけでそこまでの変化があるという、「魔法」のような話が挙げられている。本来「人生を変える」ことや「成功」を得るためには、それ相応のハードルがある。十分な努力を果したうえで、その「成功」が得られるのが筋であろうが、むしろきっかけは簡単なものであり、始める際のハードルは低く設定されている。同じ「日記」であっても、ここで挙げられている日記は、「一日 5 分」で書けるものや「4 行日記」といった、容易に始められるものになっている。単なる偶然だろうか、時系列でみると、年を追うごとにハードルが低くなっているのが分かる。たとえば、同一著者のなかでも、今村（2005）は「3 分間日記」で「成功と幸せを呼ぶ」としているが、4 年後の今村（2009）では同じように「成功と幸せを引き寄せる」という効用を謳いながら、「1 分間の日記」と、4 年間で 2 分

の短縮がみられる。また、小林（2002）では「4行日記」であるのが、5年後の柳澤（2007）では「3行日記」、その翌年には「1行日記」と、書く分量まで短縮されているのが、うかがえる。ほんの数年の間の、実に「劇的」な変化であり、それでいて「成功」や「幸せ」がもたらされるという、まるで「夢」のような話である。これが、2000年以降の日記を推奨する書籍に共通する特徴である。

では、本文ではどのように書かれているのか。次に内容について見ていこう。日記をつけることが、いかにして「人生の成功」や「幸せ」をもたらすことになるかと説かれているのか。表（2004）は、〈日記行為〉の持つ機能を次のように語っている。

さまざまな側面をもつ「自分」の全体像を、「日記」を通して客観的に観察するからこそ、今まで気がつかなかった本当の自己に出会えるのだ。

本当の自己を発見し、それを受け入れれば、セルフイメージは修正される。

セルフイメージが修正されれば、自分にとっての本当の優先順位がわかる。

物事の優先順位が明確になれば、行動が変わる。

行動が変われば、そう、人は変わるのだ。（表 2004: 47）

日記を書くことによる「効用」を、順に理屈を積み重ねて挙げていき、最後に「人は変わる」と結んでいる。キーワードとして出てくるのが、「本当の自己」である。学校教育において日記が取り入れられた際にも、「自己形成」や「自己成長」といったものが想定されていた。ここでも同様にして「自己」に対する効用が語られている。〈日記行為〉を専ら自己との対話と考え、それによって「本当の自己」に出会うという理屈である。日常生活では気づかない「本当の自己」があるという前提のもと、日記を書くことでそれが「発見」されるということである。

このように、自分のなかにもともと備わっている（本当の）自己を探し出す手段として、〈日記行為〉を捉えるというものは、しばしば見受けられる。たとえば、佐藤（2005）は次のように語る。

自分の人生を向上させるためにほんとうに必要なのは、メンターでもグルでもありません。これらはきっかけにすぎません。夢を実現するためにはほんとうに必要なものは、すべて自分のなかにあるのです。

日記をつけるという作業は、この自分のなかにある宝物を探し続けるという習慣の土台づくりなのです。（佐藤 2005: 64）

「すべて自分のなかにある」。この表現は、実に典型的なものである。その「自分のなかにある宝物を探し続ける」作業こそ、〈日記行為〉だと意味づけている。このような、自分の内面に（本当の）まだ見ぬ自己が存在し、それを「可視化」するための方法だという理

屈は、「内面の技術対象化」（牧野 2012: 64）と呼べるものである。牧野智和（2012）は、戦後の自己啓発書を分析した結果、1990 年代後半以降の自己啓発書は、「個々人が自分自身を技術的に可視化・変革・コントロール可能なものとみなす感覚を社会に拡散させる機能」を果たしたと捉えている。すなわち、それが「内面の技術対象化」である。牧野は 2000 年代以降もその傾向が続き、さらに強化されていると説く。「なりたい自分」や「やりたいこと」を、自分の内面から発見するということ、それ自体が意味を持つようになった（自己目的化した）という変容が、この時代の自己啓発書の言説にはみられるのだという（牧野 2012: 83）。上に挙げた語り方は、まさにそれを象徴するようなものとして位置づけられよう。つまり、これらの日記を推奨する著作群は、自己啓発書に分類可能なものなのである。日記は、あくまでも自己啓発のための手段になっているのである。

そうした視点でみていくと、日記を限定的あるいは戦略的に用いている様子が見えてくる。たとえば、日記には「反省」という要素が付きものである。一日を振り返り、自らを省みる行為には、「反省」という効果が容易に付与され、実際にも学校教育などでその効用は認められている。しかしながら、ここで挙げた「日記本」には、ネガティブな内容を含む「反省」は効果としてはあまり強く語られず、むしろネガティブな記述はやめて、肯定的なポジティブな面だけを書こうという促しがみられる。表（2004）は次のように言い切る。「日記で一生懸命内省しても、人は変わらない」と。

あれをやっておけばよかったとか、ここが足りなかったとグジグジと書いていても、実生活は何も改まらないという。「内省は書くだけムダ」と言い、「そんなことを書くのではなく、具体的な計画を立てていくほうが効果ははるかに高い」と主張する。「否定的なことを書くのは、一見すると反省しているように見えるが、本当の意味での反省にはならない。マイナス面があったときに、大切なのは『あれをやっておけばよかった』ではなく、『今日からこうしよう』という肯定的な側面を書き、宣言することなのだ」と語る（表 2004: 69）。

小林（2002）もまた、「否定的な言葉、ネガティブな言葉はつかわない」という注意事項を挙げている。それを守って日記を続けることで、「肯定的に見ることができるようになった」とか「人生が前向きになり、生きることをより謳歌するようになった」という、経験者の語りを交えながら、その効果を論じている。

また、それと併せて、過去のことよりも未来のことを考えて書く、というものが多くみられる。佐藤（2005）は、そもそも日記を夜につけるのではなく、朝に行うべきだと主張する。夜に書く日記では、「その日の感情に支配された状態」で書くため、「極端な後悔日記や反省日記」になってしまいがちだと説明する。朝に書くことで、前日の感情を一旦リセットすることができ、「問題の本質を客観的に分析できる問題解決日記になりうる」と述べている。

表（2004）もまた、日記を翌日の朝に書くことを推奨している。「一日の始めに日記を書けば、昨日という日を踏まえたうえで、今日これからの人生をどう生きるかという視点が生まれる。それはやがて、明日をどう生きるか、明後日をどう生きるか、十年後をどう生

きるかと、より大きな未来につながっていく」と説く。「未来を見つめるからこそ、過去のデータが未来をつくるエネルギー源になる」ということである（表 2004: 53-54）。

このように、日記は「自分の将来像を描き出すためのツール」となり、「未来を拓くツール」（小林 2002: 19）になるというように、「未来」に向けて、「ポジティブ」に生きるための手段として、用いられる。これらの言説において、日記はあくまでも「記録する」ための方法にすぎないのである。極論を言えば、記録さえできれば日記である必要もないのである。それゆえ、一部の「日記本」にはネット上で日記をつけることも促されている。「記録すること」を重んじる傾向から、手段はより簡易化され、デジタルメディアを用いて記録することも方法として挙げられるようになっている。注目すべきは、そんな「新しい」メディアが紹介されるなかにあっても、ここで挙げたような言説が引き続いて持ち出されていることにある。

2-2 ライフログの推奨

2010 年代になると、インターネットの技術的インパクトはもはやなくなってしまうぐらい、ネットメディアは一般に浸透するようになる。記録するためのメディアは、多数存在する。そうしたメディア環境も手伝って、デジタルメディアを使った記録行為を促すものも現われるようになる。

そこで鍵となるのが「ライフログ」である。先述のとおり、人生や生活（ライフ）の記録（ログ）という意味であり、広義にはあらゆる日常生活の記録がライフログと呼べるが、狭義にはデジタルメディアを用いたデジタル情報による記録に限定される。主に後者の意味で用いられることが多い。もともとは、アメリカ国防総省が進めていた「ライフログプロジェクト」に由来するもので、メールや通話の履歴から、食べた料理に至るまで、すべての行動をデータベース化し、国家が管理しようというプロジェクトだった。結果的にプライバシーの問題などにより計画は頓挫し、この技術をマーケティング会社などが応用し開発したものが、現在のライフログ・サービスに繋がる。

総務省（2010）は、ライフログの具体例として、ウェブサイトの閲覧履歴やネット通販などの購買履歴、GPS による位置情報やデジタルカメラの写真、ブログの日記、SNS の交友関係の記録、IC 乗車券の乗車履歴などを挙げている。これらはあくまでもデジタル化されたものに限定したうえでのものであり、広義には個人の生活に関して蓄積された情報すべてを指す。

このようなライフログが、先の日記と同じように、「記録する」ための手段として促されている。たとえば美崎（2011）は、日常生活の行動の記録を奨めている⁷。一般的には食事の記録を残すことによって、ダイエットや健康管理につながるといったことが語られるが、

⁷ 広義のライフログは情報の収集者と収集目的によって分類可能であり、美崎はそれを「ライフログ・マトリクス」としてまとめているが、「個人」が「自分のため」に行うライフログを「パーソナル・ライフログ」と呼び、推奨している（美崎 2011: 38-44）

最も卑近な例として、足の爪を切るタイミングが挙げられている。それこそ他の誰のためにもならない情報であるが、記録することで切る間隔が分かり、次にいつ切るべきかが予測できるようになるという。その意味で、「行動履歴」が「未来予測」に繋がると説く。ほかに、日用品（消耗品）の購入や、掃除の頻度などが挙げられている。

デジタルメディアを用いた場合、「入力」という作業を伴うが、一度入力すれば後で検索することもでき、多くがインターネット上の保存領域を用いるため、記録可能な量も紙のノート等と比べると格段に多い。また、ブログなどがそうであるように、大抵は日付や時刻が自動的に記録される。記録する手間が大幅に削減できることが、デジタルのツールを用いるメリットであろう⁸。たとえば、ある家電量販店のサイトでは、会員登録すると、ネットショップだけでなく実店舗で購入した商品も、購入履歴が閲覧できるようになっている。プリンタのインクなどの消耗品は常にその店舗で購入していれば、購入履歴を見ることが、いつごろ無くなり、いつごろ購入すれば良いかが予測できる。自ら記録しなくとも、自動的に記録が残ることにより、「未来予測」さえ可能になるわけである。

このように「記録」もその後の「行動」の指針も、すべてデジタル技術に依拠し、自動化するメリットを説く言説（Bell and Gemmell 2009 =2010、美崎 2011 など）がある一方で、デジタル技術は用いながらも、「記録すること」は極力「手動」で行うことを奨めるものもある⁹。五藤（2011）は後者の立場であり、「ライフログの基本は『手動記録』」だと主張している。「自分自身で、常に何かを発見し、それを記録することでこそ、意識は変化する」という。「全自動で何もかもが記録されていたら、毎日を大切に生きようという意識も、自分の失敗を正直に記録しようとする意思も、自分だけの学びや気づきの記録も、決して成長のエンジンにはならない」と述べている（五藤 2011: 117-118）。

「記録すること」が自己の成長や生き方の変化につながるという議論は、先の自己啓発的な「日記本」にも類似したところがあり、さらには学校教育の日記指導に関する言説にも共通する部分がみられる。ただ、デジタルツールを使えば、記録行為そのものは「手動」であっても、記録したいは「データ」として保存されることになる。それゆえ、容易に検索でき、「データ」として整理し直すことができる¹⁰。デジタルツールのできる部分はそれに任せ、記録したいは自らの意思・行動によって行う。そうすることで、「記録を残すとい

⁸ ライフログを推奨する著書のなかで、最も多く紹介されているデジタルツールが、「Evernote」である。最大の特徴はインターネットが接続できる環境なら、パソコンやスマートフォンなどの端末を問わず使用することができ、データもネット上のストレージ（記憶装置）に個人（ID）ごとに保存されるため、どこからアクセスしても同じデータが閲覧・編集・保存できることである。文字データだけでなく、写真や Web ページ、PDF や Excel ファイル、音声メモなど、デジタルデータはすべて保存可能である。「タグ」を付けることで分類・整理もでき、メモを取る感覚で使用できる。なお、ブログや Twitter、SNS の記録などもライフログに含められるが、その場合、他者への公開という別の要素が加わる。

⁹ 奥野（2010）は、すべてを「手動」の一冊のノートに記録することを奨めている。ライフログの推奨としては例外的なケースである。

¹⁰ たとえば、紙のノートならいくつかのページにまたがって書かれている記録も、デジタルツールを使えば、必要な情報だけ一覧で見られたり、数値データなどは計算した数値を呼び出したりできる（佐々木・富 2012）。

う習慣」ができ、習慣化が自身の成長に結びつくというように、その効果が語られるわけである（佐々木・富 2012、五藤 2011 など）。

先の自己啓発的な要素を含んだ日記においてもそうであったが、ライフログにおいてはさらに「記録すること」が強く要求されている。表現を変えるなら、「記録至上主義」的傾向が強くなっているとでも言えようか。記録することの目的よりも、記録することじたいが目的となっているようなきらいさえ、うかがえる。「後になってみないと何が大事かわからないからこそ、何もかも残しておいたほうがいい」という語りは、実に象徴的である。「すべての記憶のバックアップをとっても、そのうち 99.9%までは何の役にも立たないかもしれません。しかし 0.1%でも役立てば、人生を変えます」と言い切ってしまう。「記録をとって役に立つか？必ず役に立ちます。でもどの記録が役に立つかは分かりません。だからこそ『ライフログが役に立つ』のです」と論じるのである（佐々木・富 2012: 17-18）。

同じように五藤（2011）もまた次のように述べる。「記録が『役に立つことかどうか』というのは、記録した段階ではわからないことがほとんどです。……今どうでもいいと思ったことでも、後々大いに役に立つ記録になるかもしれないのです」。「悩むくらいならどんどん記録を残しておきます」と（五藤 2011: 29-30,70）。つまり、「記録すること」に重きを置いているのは、「記録すること」じたいに意味を見いだすのではなく、その後の振り返りに「効用」を求めているからである。

自信がなくなったときや、元気がなくなったとき、不安になったときに過去のライフログを見てみましょう。どれだけ自分が成長しているのか、よく分かります。……記録さえ続けていれば、いつの間にかそれは「成長の記録」として残っていくからです。（五藤 2011: 35）

仕事の作業やスポーツで頑張ったことがあれば、その時間を記録しておく。何かについて勉強したならその勉強時間を記録しておく。……この記録は、すべて自分の「成果」です。ごまかしのない、本当の自分の姿なのです。……過去の自分と比べた、自分自身の変化こそが成長です。（五藤 2011: 194）

五藤（2011）はこのように、記録を後で読み返す「振り返り」に意義を求める。そして、それはしばしば「成長」と結びつけて語られる。記録による成長などの効果を最大化するためにも、あらゆる情報を記録しておくことが必要だということである。その効用は体験談として次のように語られる。

ライフログは、私にとっては、後からその時の感覚や考えを思い出すためのデータです。断片的であってもログとして残すことで、その時のことが再生することができます。自分の特性を把握したり、誰かへの感謝の気持ちを思い出したりする。これが

ログの良さではないでしょうか。(依田編 2012: 33)

「記録すること」じたいに効用を求めた、先の「日記本」の言説と異なり、ライフログに関しては、デジタルデータであるため検索が容易なこともあり、後で見返すことを前提に「記録」が促される。ただ、いずれも「日記指導」のように深い「自己対話」や「反省」を期待するものではなく、「記録」に重きが置かれ、ポジティブに生きることなどの「自己啓発」的な要素が加わることによって、「記録すること」の価値が高められている、という構図になっている¹¹。

第3節 社会的記録をめぐる言説と実践：ビッグデータと「ソーシャル」

日記に代表される「記録」——。本節では、この記録を「社会的記録」と捉え、いかなる価値付けが行われているのかを把握する。

前節で取り上げた「ライフログ」をめぐる言説は、専ら自分自身のために記録することを促すものであったが、先に挙げたように、他方でそれじたいが「収集」の対象にもなっている。とりわけ記録する際に用いるデジタルメディアを、インターネットに接続して使用する場合は、「収集」の対象となりやすい。「収集」された人々の「記録」は、データとして処理され、「社会」を縮減し「社会」を見通すことのできるデータであるという意味づけから、社会的に価値のある「社会的記録」として、扱われることになる。それはしばしば「ビッグデータ」という名のもとで、活用される。

3-1 ビッグデータ

3章では「記録」としての日記のもつ「社会的価値」について触れたが、日記はそれが書かれた時代の社会状況を知る手段として、有益な資料となる。同じ時代の多数の日記を収集し、並べ読みすることで、その時代の人々の生活のありようや秘められた思いが、ときにありありと読み取ることができる。公開を前提とせず私的に書かれた日記には、公的な出版物や歴史書等には記されない素朴な日常が描かれているからである。日記は言わば、社会的世界の一部を切り取ったものであり、日記の集積は「社会」(の一部)を描き出したものとして捉えることができるわけである。

とはいえ、庶民の日記を一挙に集めることは容易ではない。ましてや過去の日記となる

¹¹ 牧野(2012)によると、「ブログやミクシィ、ツイッター等ネットワーク上のサービスを用いて自分の気持ちを書きつづる(あるいは自らの動画を配信する)」ことは、「自己啓発書を手に取る」と並んで、自己をめぐる問い(自分とは何者か)について考え、表現する方法の一つであるという。ライフログを推奨する本においてみられる「自己啓発」的要素を含む記述も、この文脈で捉えることができ、ライフログを通して自己について考える、すなわち自己物語を紡ぎ、自己の成長につなげることは可能だということである。

と、保存状況などからも「収集」はきわめて難しい。また、現在書いているものであっても、プライバシーの問題などから、簡単に収集することはできない状況にある。一方で、日記が資料として有益であり、記録としての価値を再評価しようという動きがあることは、既述のとおりである。日記は確かに「読む」対象となっているのである。

前節で取り上げた「ライフログ」は、この問題を克服したうえで、「社会的記録」として有益に活用できる可能性を持っている。「日記」の一形態であるブログや Twitter、SNS などの個人に関する記録を含め、行動履歴、購買履歴、位置情報などの広義の「ライフログ」が、「社会」を知る手がかりとして、活用されようとしているのである。このようなライフログが、〈社会〉との関わりのなかで論じられるとき、しばしば語られるキーワードが「ビッグデータ」というものである。

ビッグデータとは、文字通り大量のデータを意味するものであるが、既存の企業等で用いられる売上高や在庫数などといった数値化・構造化されたデータではなく、むしろ「既存の一般的な技術では管理するのが困難な」構造化されていないデータを指す（城田 2012: 21）。2012 年の『情報通信白書』では、このビッグデータを、今後の日本の経済成長を牽引する「戦略的な資源」として位置づけ、積極的に活用していくことを求めている（総務省 2012: 160）。具体的には、ネットショッピング等の購入履歴や、ブログのエントリー（投稿）、Twitter や SNS におけるプロフィール情報や書き込み、あるいは動画や音楽などが、すでにビッグデータの対象となって活用され始めている。さらには、GPS による位置情報や、IC カード乗車券の乗車履歴、各種会員カードのカスタマーデータ等も、活用が期待されるものとして挙げられている（総務省 2012: 153-154）。すなわち、広義の「ライフログ」に相当するデータである。一方でライフログを残すよう促されながら、もう一方で「ビッグデータ」として「収集」の対象になっているということである。

ただ、位置情報や購入履歴などはいわゆる個人情報にあたり、第三者による「収集」の対象になると、当然プライバシーへの懸念も表れてくる。総務省が行なった「ライフログの活用の保護に関するアンケート」によると、ライフログを提供することに最も抵抗があるのが「金融資産情報」で、全体の約 64%が「抵抗がある」と答えている¹²。次いで抵抗があるとされたのが「通信履歴」であるが、比率としては 10%程度で、以下「ウェブサイト利用履歴」（7%）、「医療情報履歴」（6%）と続く（安岡編 2012: 116-117）。つまり、金融資産情報を除いては、そんなに大きく「抵抗がある」とは考えられていないということである。むしろ、提供することによって享受できる利点のほうが大きいのだろう。

たとえば「移動履歴」は GPS を使って位置情報を記録したものであるが、万歩計のようにして 1 日どれぐらいの距離を歩いたかという記録をもとに、消費カロリーなどを算出するサービスがすでにある¹³。あるいは、「商品購買履歴」などは、前述のようにいつ購入し

¹² 「移動履歴」、「商品購買履歴」、「通信履歴」、「健康情報履歴」、「医療情報履歴」、「金融資産情報」、「ウェブサイト利用履歴」、「サービス利用履歴」の 8 つのなかで、提供するのに抵抗のあるもの上位 3 つを回答してもらっているという（安岡編 2012）。

¹³ Twitter で「～なう」という記述とともに地名をツイートすることも、位置情報の提供になっている。

たかをメモしておかなくても、ウェブサイトで確認することができるというメリットや、サイト運営者側が、購入履歴をデータベース化し、情報を蓄積することで、「おすすめ商品」を提示できるというメリットもある¹⁴。多くの履歴が集まれば集まるほど、その商品を購入した人がほかにどんな商品に興味を持っているかというデータが蓄積される。そうした情報は、販売者のみならず消費者にとっても、商品を購入するうえで有用な情報となる。ライフログの集積がビッグデータとして活用されることによって、情報を提供することのリスクより、得られる利点のほうが重視されるようになってきているのである¹⁵。こうして、個人的な記録もビッグデータという社会的な記録に回収されるのである。

そんなビッグデータには、多量性、多種性、リアルタイム性といった特徴があると言われる（総務省 2012: 154）¹⁶。『情報通信白書』では、それらを活かすことで、「交通渋滞、医療の充実や犯罪抑止といった社会的課題の解決や、電力網など業務基盤・社会インフラの効率的運用」といった効果に加え、企業の競争力向上や成長の鍵になるものとして期待されている（総務省 2012: 155）。たとえば、災害・緊急時の本人確認に、身分証明証の代用として、民間事業者が収集・管理するライフログを活用することなどが模索されている（安岡編 2012: 28-30）。クレジットカードや IC 乗車券などから購入履歴や乗車履歴を照合することで本人を特定したり、病院なども電子マネーを導入することで、通院履歴や治療記録、処方されていた薬などを辿ることができ、いざというときに適切に対処しうる社会基盤を構築するためにも、ライフログデータの収集・保存は有用だということである。もちろん民間企業でのマーケティングなどにはすでに活用されており、電子マネーを利用した購入履歴の蓄積をもとに、個々人の好みに応じたクーポンを配信するなどといったことはすでに行われている（城田 2012）。他の業種の店舗と提携し、それらの情報（ライフログ）を共有することで、個人属性や嗜好あるいは生活行動に応じた購買動向を把握することができ、ビッグデータを収集・分析することで、社会全体の関心や行動様式を読み解くことが可能になる。ビッグデータは、言わば〈社会〉の現状を把握し、少し先の〈社会〉の動きを予測する手立てにもなるというわけである。

このビッグデータが〈社会〉を可視化する記録として活用される事例として、次の二つを取り上げておきたい。

ツイートの具体例については、山守（2011）を参照されたい。

¹⁴ たとえば大手インターネットショッピングサイト Amazon では、商品ごとに「この商品を買った人はこんな商品も買っています」という一覧を提示する。

¹⁵ ライフログを提供することで、多数の店舗での商品購入に利用可能なポイントが付与されるという「金銭的インセンティブ」を与えると、抵抗度が低くなるという実験結果もある（安岡編 2012）。ただ、当然のことながら、もともと抵抗度の低い「移動情報」などは金銭的インセンティブも低く、抵抗度の高い「金融資産情報」などは金銭的インセンティブも高くなる。

¹⁶ 別の表現では「3V」とも言われている。すなわち、「Volume（量）」、「Variety（多様性）」、「Velocity（速度）」である。

(1) Twitter のツイート記録

一つは Twitter においてツイートされた記録の集積が挙げられる。Twitter でのツイートはリアルタイムな行動や感想の表出であるため、ツイートされていることば（単語）を分析することで、その時々話題やトレンドを把握することができるのである。たとえばそのデータを 1 週間や 1 ヶ月という期間でツイート数や同時にツイートされる単語などを分析することで、流行りの動向を読み解くことができる。あくまでも実際にツイートされた記録をもとにした客観的なデータであるため、それらの情報を追うことで社会のトレンドを掴んだような感覚さえ持つことになる。逆に言えば、ツイートされないことは差し置いて、ツイートされる情報、ネット上に存在する情報こそが「社会」だという感覚が前提になっていることの証左でもあると言える。少なくとも「ビッグデータ」に対する信頼はそこがベースになっていると言えよう。

その前提は、商業的なマーケティングのみならず、たとえば「選挙」にも適用されるようになってきている。2013 年に行われた参議院議員選挙は、インターネットによる選挙活動が解禁された最初の選挙であった。それまで公的には認められていなかった選挙期間中の候補者の応援や広報活動が、ネット上でも行えるようになり、当然 Twitter でも選挙の話題が広く行われるようになった。Twitter を初めとするネット上のツールは、候補者の PR として使うだけでなく、有権者の関心を測る素材にも用いられたわけである。とりわけリアルタイムで動向が把握できる Twitter は、有益な情報源として活用された。

たとえば、結果的に当該選挙で圧勝となった自民党は、ツイートをビッグデータとして分析の対象とし、自民党の政策に対する関心や否定的な意見を抽出し分析した。その結果、自民党の掲げる経済政策「アベノミクス」という言葉に対して、ネガティブなワードが一緒にツイートされる傾向が見いだされた。それを受けて、自民党は、街頭演説において「アベノミクス」の実績や成果を強調するなど、イメージの払拭を行い、ツイートの「民意」に応じて演説内容を変えていったという。それが直接的な影響をもたらしたかどうかは不明ではあるが、少なくとも選挙の結果、自民党は大勝を果たした。ビッグデータの分析が、「社会」の動きを読み解くものとして用いられた好例であると言えるだろう。

選挙翌日の朝日新聞には、同じように Twitter をもとにしてビッグデータの分析を行なった結果が示された（図表 7-1）¹⁷。もちろんそれが世論のすべてであるとは言いまいまでも、ネット選挙の解禁を受けて、一つの世論の動向として提示された。

¹⁷ 図表 7-1（次ページ）は、選挙期間中にツイートされた単語を示したものである。数字は全体を 100 としたときのツイートの割合を示し、左側の薄い色の円はツイート全体のなかで発信された単語を示し、右側に多い濃い色の円は候補者による発信を示す。このように単語レベルで可視化することで、全体の傾向がひと目で分かるようになる。

である。

それは「コンパス」と名付けられたプロジェクトであり、2013 年に開業した「グランフロント大阪」という大型複合商業施設において導入された、世界初の試みである。そこには、あらゆるライフログを記録する仕組みが埋め込まれており、なおかつ顧客も利用することで相応のメリットが得られるサービスになっている¹⁹。

施設内には、「コンパスタッチ」というタッチパネル式のデジタルサイネージ(電子看板)が複数設置されており、施設内の店舗の案内や広告などが表示されるようになっている。その「コンパスタッチ」に、IC チップの入った施設の会員カード²⁰をかざすことで、利用者ごとにカスタマイズされた広告やおすすめ店舗情報などが表示される。会員カードは、施設内の店舗を利用するたびにポイントが貯まる仕組みになっており、利用者側のメリットは担保されている。それと引き換えに、施設側にとっては訪問履歴や購入履歴といったライフログを取得することができ、会員カードには利用者がいつどの店舗を訪れたかが記録される。その情報をもとに、個別の広告を表示することが可能になっている。

ライフログはそれだけではなく、スマートフォンのアプリ「コンパスアプリ」からも取得されるようになっている。スマートフォンに「アプリ」をインストールすることで、個別にカスタマイズされた広告などが表示されるのは同じであるが、Wi-Fi アクセスポイントを用いて位置情報を把握できる仕組みが備えられており、現在地に応じた店舗の案内などが可能になる。それによって、施設内を移動した行動履歴が取得されるわけである。また、アプリにはユーザーの意見や店の感想などを投稿することもでき、それらが店舗案内などに反映されるようになっている。さらに、Twitter や Facebook と連携させることも可能で、顧客同士のつながりが得られるような仕組みも用意されている。それらもまた、ビッグデータの一部として取り込まれていくわけである。上述の「コンパスタッチ」と「コンパスアプリ」を連携させることも可能で、それらを紐付けすることで、より詳細なライフログが取得されるようになるわけである。

ユーザー側にとってのメリットを用意することで、積極的にライフログが提供される仕組みが、この「コンパス」というシステムには備えられている。そのデータが蓄積されればされるほど、利用者の移動の仕方や店舗への訪問、購入品、あるいは訪問日時や滞在時間などの情報が、多種・大量に取得することができ、顧客の情報をより正確に把握できることになる。これまで経験則や雰囲気で行なっていたものを、すべて客観的なデータに置き換えようという試みである。当該施設は、単なる店舗の集合体ではなく、ひとつの「まち」として位置づけている。すなわち、「まち」を訪れる人々の動向について、データによって把握しようという試みでもある。このプロジェクトの開発担当者は、まちの「ソーシ

¹⁹ 詳細は以下の URL を参照 (いずれも 2013.8.1 時点)。

- ・ グランフロント大阪「コンパス」 <http://www.grandfront-osaka.jp/compath>
- ・ 電通国際情報サービス (プレスリリース) <http://www.isid.co.jp/news/2013/0423.html>
- ・ ペイメントナビ <http://www.paymentnavi.com/paymentnews/31139.html>

²⁰ IC カードであれば、Suica や ICOCA などの交通カード (IC 乗車券) でも利用可能。

「ヤルグラフ」の提供を目指そうとしている。言わば、この「まち」における一つの〈社会〉を可視化しようというものである。社会はデータに縮減しきれものものでは決してないが、データから社会を捉えようという動きと並行して、社会をデータに置き換えようという動きもまた存在するということである。データこそが社会のリアリティを生産するという現代ゆえの傾向であろう。

3-2 「ソーシャル」

無味乾燥なデータの集積から「社会」を捉えようとしたり、実際の「社会」をデータによって置き換えることで可視化しようとする試みを取り上げたが、他方で、そうしたデータ（ライフログ）を記録する手段であるデジタルメディアの一部が、「ソーシャルメディア」と呼ばれるなど、「ソーシャル」という記号表現をまとうことにより、「社会」性を帯びるようにさえてきている。2010年代に入ってから急速に「ソーシャル」と冠した表現が多用され、個人的な行為や方法までも「社会的」（ソーシャル）なものとして捉えられるようになってきている。

「ソーシャル」という表現が用いられるようになったのは、「ソーシャルキャピタル (social capital)」という概念が注目されるようになってからだろう²¹。それと同時期に、「ソーシャルネットワーキング (Social Networking)」という概念が現われ、いわゆる「SNS (Social Networking Service)」が流行したことが、その動きに拍車を掛けることになる²²。

やがて Facebook や Twitter が登場し、一般に普及していく過程で、「ソーシャルメディア」という用語が定着し始める²³。ちょうどその頃と併せて、「ソーシャル」という表現が多用されるようになる。

「ソーシャルデザイン」、「ソーシャルゲーム」、「ソーシャルビジネス」、「ソーシャルコンピューティング」、「ソーシャルファイナンス」、「ソーシャルホスピタリティ」、「ソーシャルパワー」、「ソーシャルイノベーション」、「ソーシャルエコノミー」、「ソーシャルコマース」、「ソーシャルマーケティング」等々。あらゆる単語に「ソーシャル」ということばが、接頭語のようにして付けられる。いずれも、直訳すればほとんどが意味を捉えきれないような造語ばかりである。具体的な意味はさておいて、とりあえず「ソーシャル」を付けることで、時代の最先端で動的な印象を与え、個人的なものではなく“社会的”に意味

²¹ 概念じたいは古くからあるが、とりわけ日本において注目されるようになったのは、ロバート・パットナムの『孤独なボウリング』(Putnam 2000=2006) が著されたあたりからだと考えられる (原著は 2000 年、訳書は 2006 年の出版)。なお、「ソーシャルキャピタル」という語を表題に含んだ著作は、ウェイン・ベーカー (Baker 2000=2001) であり、日本人によるものでは佐藤寛 (2002) である。2000 年代半ばごろから「ソーシャルキャピタル」が一般的に注目されるようになってきている。

²² 日本では 2004 年に「mixi」が登場し、翌年ごろから定着し始める。「ソーシャルネットワーキング」という語を含んだ著書が出版されたのも、2004 年 (山崎・山田 2004) が最初である。

²³ Twitter は 2006 年からサービスを開始し、2008 年から日本語に対応するようになる。Facebook は 2004 年に学生向けで開始し、2006 年に一般に開放。2008 年に日本語版が公開されている。他方、「ソーシャルメディア」という用語は、雑誌記事および論文では 2006 年が初出。書籍では 2007 年が初出。雑誌では 2009 年から、書籍では 2010 年から頻出するようになっている。

あるものという含意が得られる。おそらくそのような効果を狙った安直な発想によるネーミングも、少なくないだろう。

そもそもここでいう「ソーシャル」とは何を意味しているのだろうか。あるいは、そもそも、その流行の発端となった「ソーシャルメディア」とは、何を指しているのか。「ソーシャルネットワーク」といったときには、そのまま直訳した「社会的ネットワーク」、あるいは「社会関係」と意識しても問題ないだろう。われわれの日常の社会生活において形成された“社会的”な人間関係が「ソーシャルネットワーク」であり、そのつながりを拡張あるいは強化していく営みが「ソーシャルネットワーキング」であると、ひとまず理解することができよう。

では、「ソーシャルメディア」とは何なのか。基本的には、その「ソーシャルネットワーク」の形成を助けるツールが、すべて「ソーシャルメディア」であるということもできるのではないだろうか。狭義には、Twitter や Facebook などの SNS を指し、より広く捉えるならブログや既存のホームページ、動画サイトなども、そこに含めることもできる。あるいは、さらに広く捉えるなら、インターネット上のあらゆるツール、もっと言えばインターネットそのものが「ソーシャルメディア」であるということもできるだろう²⁴。メディアには、すでに「マスメディア」や「パーソナルメディア」という呼び名で捉えられるものが存在する。「ソーシャルメディア」には、その中間的な要素を強調しようという意図が見いだせる。すなわち、大衆に向かって一方的に発信するメディアとも、1対1の関係を前提にした個人間のやり取りをベースとしたメディアとも異なる要素として、複数の関係の間の相互作用の側面に焦点を当てた見方である。とりわけ Twitter や Facebook などでは、容易に誰かとつながることができる。個人的な発信であってもすぐに誰かのもとに届き、〈社会〉なるものとつながる感覚が得られる。その特徴を改めて際立たせた表現が「ソーシャルメディア」というものであり、「ソーシャル」を冠する様々な造語は、その容易につながり得る社会的な接続可能性を含意したものになっているのである。

ただ、そこでつながり得る〈社会〉というのは、先に見たように、あくまでもデータによって見いだされる「社会」であり、データに置き換え可能な「社会」にすぎない。その「社会」的なつながりを、「ソーシャル」という語によって表現される様々な営みは、希求しているのであり、日常のごく限られた生活圏において見いだされる血の通った〈社会〉よりも、リアリティのあるものとして認識されているわけである。それは、日常の生活圏を起点とする〈社会〉が、人々の関係の希薄化などを伴った空虚なものであり、〈社会〉じたいが脆弱なものになっていることの証左であるのかもしれない。いわゆる社会的想像力の欠如を補うものとして、あるいはそれを代替するものとして、「ソーシャル」という名で表現される〈社会的なるもの〉が希求されているとも言えようか。

²⁴ ソーシャルメディアを介したデモについて言及する伊藤昌亮（2012）もまた、広義のソーシャルメディアを「CGM（コンシューマー・ジェネレーテッド・メディア）」と定義づけ、電子掲示板（BBS）やメールなども含めたインターネットじたいが、ソーシャルメディアであると捉えることができると論じている。

ネット上でしばしば見られる、「マスゴミ」²⁵は真実を伝えず、偏った報道をしている、ネットこそ正しい、ネットこそ社会の真実だ、というような物言いは、そうした心性を表す好例であるだろう。あるいは、「アラブの春」²⁶を初めとする社会運動や、日本における反原発デモなどが、ソーシャルメディアを巧みに利用し、ソーシャルメディアによる「革命」というような論調で語られるのも、デジタルメディアを媒介とした「ソーシャル」なものに対する、現代の一つのまなざしを示すものとして、捉えることもできよう。すなわち、「ソーシャル」と表現されるものによって可視化される社会こそ、現代を生きるわれわれにとってリアリティのある社会になってきているのだという、社会的リアリティの変容を、ここに見いだすことができるということである。

第4節 構想される「社会」：ポスト公共圏とポスト親密圏

4-1 「社会」の構想

日記に代表される個人的な記録は、ネット上に公開されることで、「データ」として処理され、インターネットという膨大なデータベースにおける「収集」の対象となる。その「収集」されたデータの集積がインターネット空間を構成するものとなり、絶えず更新されることで、維持されているわけである。既述のとおり、ネット空間は様々に表象され、如何様にも語られてきた。先に挙げた「ビッグデータ」や「ソーシャル」という表現をめぐる議論にも表れていたように、ネット空間はよく一つの「社会」であるように捉えられてきた。「情報化社会」や「マルチメディア社会」といった社会の構想が、1960年代ごろから継続して行なわれてきたが、インターネットはまさにそれらを象徴するものとして、格別のまなざしが向けられてきたわけである。次第にインターネットは「空間」として認識されるようになり、人々が集う「場所」となる。やがて活発な相互作用を通して人々が関係を形成していく一つの「社会」として捉えられていくようになったということである。

ネット空間——あるいはそれ以前のメディアを含めた「電子メディア空間」——をめぐるのは、これまで大きく二つの見方が支配的であったと考えられる。一つは、ネット空間を新たな「公共圏」とみなすものであり、もう一つが、それに対して「親密圏」と捉えるものである。以下、順にみていこう。

(1) ポスト公共圏

まずはメディア空間を「公共圏」とみなすものである。先にも示したように、インターネットをめぐる研究においては、一つの核をなす見方であり、パソコン通信の時代から連

²⁵ マスゴミを皮肉ったネット上のスラング。

²⁶ 2010年から2011年にかけてアラブ世界で起きた民主化運動。デモ活動の呼びかけにFacebookやTwitterなどのソーシャルメディアが用いられたことで、注目された。

綿と続くアプローチである。

たとえば、吉田（2000）や安川・杉山（1999）は、1991年の湾岸戦争時のパソコン通信での議論を例に、新聞などのマスメディアでの報道が下火になった後も、オンラインでの議論が活発になるなど、独自の世論形成機能を持っていたと論じる。地域や年齢等を越えて誰もが自由に討議でき、より直接的な民主主義が実現することで、「電子公共圏」が可能になるといった、公共圏の構築に関わる言説は、その後も続いている。

さらに市民的公共圏としてのメディア空間は、現実をも変えていくものとして描かれてきた。たとえば、1995年の阪神・淡路大震災において、パソコン通信による情報提供がボランティアの活動に役立ったというものはじめ、地域の電子ネットワークを通じた行政への市民参加の事例などが挙げられよう。電子メディアを市民の公共的なネットワークングとして活用し、政治や社会に働きかけていこうとする動きもまた、古くから、そして現在に至るまで構想されてきたものである。先に挙げたソーシャルメディアを介したデモや市民運動などに対する言説も、その延長線上にあるものとして位置づけられるだろう。

このような、メディア世界において、現実を代替するものとして構築が模索されてきた新たな公共圏を、既存の公共圏と区別して「ポスト公共圏」と呼んでおきたい。

（2）ポスト親密圏

次に、もう一つの見方である。メディア空間へのもう一つの構想が、ポスト公共圏のように公的な「社会」を構想するものではなく、私的な「関係」を求めるものである。すでに何度も触れているように、インターネットを通じた新たな社会関係の構築が、その典型例である。今更あえて強調する必要もないぐらい、継続して言われてきたことである。

メディア空間は、「これまで見も知らぬ、ゆかりもない人々同士が、世代や居住地を越えて、親しく友情を育む」（池田編 1997: 10）ことのできる場として描かれ、「趣味や関心、楽しみなど何か一つ共有するものがあれば、そこに社会的バリアを越えて人が集まってくる」（池田編 1997: 14）のだと説明される。このような人々のつながりは、「情報縁」と呼ばれたりする。

また、これもすでに触れたとおり、メディア世界を通じた新たな関係をめぐる議論においては、「匿名性」という概念が動員されがちである。匿名性は親密性と相反する概念だとされるが、メディア世界においては、互いの顔も名前（実名）も知らない「匿名」の関係でありながら、まるで旧知の仲であるかのように「親密」になる例がみられるなど、その関係の特殊性が指摘される。いわゆる「インティメイト・ストレンジャー」（富田 1997）との関係である。「ベル友」をはじめ、その後の「メル友」や「出会い系サイト」あるいはそれ以前の「ダイヤル Q2」（電話）を通じた関係などにも、当てはめることができる。こちらも同種の議論が、時代を超えて継続されているのである。

このように、メディア空間を、既存の関係に限定されない新たな親密性を構築する場として捉える見方を、「ポスト公共圏」と対置して、「ポスト親密圏」と名付けておきたい。

既存の親密圏の代表格は家庭であり、学校であるが、それらはもはや機能不全に陥り、崩壊しているというような言説が現れて久しい。あるいは、「スクールカースト」の存在や「空気を読む」ことの圧力などから、既存の親密圏の息苦しさも指摘されている²⁷。そんな既存の親密圏に代わる世界として見つけ出されたのがメディア空間であり、ときに現実からの「逃避先」のようにして位置づけられてきた。

メディア空間は、一方で、新たな公共圏である「ポスト公共圏」として構想され、他方で、親密な関係を構築する新たな親密圏、「ポスト親密圏」として描かれてきた。前者が、ある種の「可能性」を含んだポジティブなものであるのに対し、後者においては、犯罪に親和的なものとして描かれるなど、ややネガティブな言説を伴って語られてきたきらいがある²⁸。ただ、いずれも既存の人間関係とは異なる新たな関係、すなわちメディアに関与することで初めて出会うような他者との関係性が、前提となっている点では共通している。メディア空間は、メディアそのものの「新しさ」と同時に、そこで構成される社会関係もまた、「新しさ」を基盤に構想されてきたわけである。そしてそれは、現実の諸問題を克服した理想の、あるいは夢のような、新しい「社会」を構想するものでもあった。

ところが、5章、6章、あるいは本章でのこれまでの議論を振り返ると、果たして「構想」どおりの「社会」が実際に成立していると言えるだろうか。そもそも「メディア空間」が現実を代替する新しい「社会」になり得たのだろうか。

4-2 構想された「社会」の現実

(1) ポスト公共圏の現実

まずは「ポスト公共圏」から検討してみよう。ポスト公共圏とは、現存する（あるいは未完の）公共圏に代わる、新たな市民的公共圏を、地理的・物理的隔たりのないインターネットを用いて、ネット空間上に——あるいは、現実社会へも——成立させようという考えによるものである。ネット上では誰もが自由に自らの意見を表明することができ、とりわけ社会的マイノリティにとっては、自分たちの存在や主張を不特定多数の人たちに向けて発信することができるなど、より直接的な民主主義が可能になると言われてきた。いわゆる「電子民主主義」の実現であり、平等性・公開性・自律性²⁹をもった「公共圏」の構築を目指すものである。こうした可能性をめぐる議論は幾度となく繰り返されてきたが、現実にはどうだろう。必ずしも「公共圏」と呼べるような公共的な討議の場にはなり得てい

²⁷ たとえば土井隆義（2004）は、今日の若者が相手との関係を優先し、対立を避ける「優しい関係」になっており、親密でありながら「素の自分」の表出は行わず、「装った自分の表現」をするなど、互いに過剰な配慮がみられることを指摘している。また、鈴木翔（2012）は、学校内に「地位」や「格付け」が存在し、生徒間に「スクールカースト」と呼ばれる階層分断が起きていることを実証的に明らかにしている。

²⁸ 前者には、古瀬・廣瀬（1996）や梅田（2006）なども含めることができるだろう。また、後者の例では、下田（2010）なども挙げられる。あるいは、ネガティブではないものの、ネットを通じた関係の特殊性を描いたものとして、渋井（2006）や小川（2011）などがある。

²⁹ ハーバーマスは市民的公共圏の成立基準としてこれら3つを挙げている（吉田 2000: 146）。

ないのではないだろうか。

公共圏論を先導したハーバーマスの議論では、国家による生活世界への介入により公共圏は一時的に奪われたが、1970 年ごろからの「新しい社会運動」などの動きも相俟って、市民相互の合意形成（コミュニケーション的行為）による公共圏の形成は可能であるというものだった。ネットを介した公共圏の構築は、この流れを組むものであると言える。「アラブの春」などの例を引き合いに、そうした議論は再び補強されることになるだろうが、日本のネット空間を見る限り、一部にはいくつかの萌芽はあるとは言え、依然として親密圏の要素が強いという見方が支配的であるだろう。バウマン（Bauman 2000=2001）は、トークショーを例に、現代の「公共空間」は「私的秘密やプライバシーを告白する場」となり、「私的問題」が「公共領域を占拠する」ようになったと指摘する。これは Twitter などネット空間における人々の発話にも、そのまま当てはまることができるだろう。このことは何もネット空間に限った話ではないが、ネット上ではそれらが「可視化」されてしまうため、結果として目立って見えることになる³⁰。

また、メディア空間では、「情報化・データ化」および「フラット化」という要素が加わる。このことはすでに述べたとおりである。すなわち、日記のような文字というメディアを媒介とし、物語的構造をもったものであっても、ひとたびデジタルなメディア空間のもとに晒されると、「0」と「1」の組み合わせで構成されるような無機質で空虚な「情報」あるいは「データ」と呼ばれるものに「変換」される。ポスト公共圏において熟議された、いかなるコミュニケーション過程も、無機質な「データ」に縮減されていく。その「データ」には重み付けがなく、優先順位もない。いかに重要な情報も、いかに些細な情報も、等価に処理され、フラットなデータベースを単調に埋めていくだけである。つまり、いくら公共性の高い情報も、時々刻々と膨大な量が生産される日記のような私的な情報の断片の蓄積に、埋もれてしまうのである。情報化・データ化によって効率的な活動を行うことよりも、私的な情報をリアルタイムに発信し、親密な関係を維持・強化することのほうが、効果をもつ結果になっているのである。

東浩紀（2011）の言うように、ビッグデータのようにしてネット空間のなかで生産されるあらゆる情報が蓄積され、可視化されると、それが集合的無意識のようなかたちで、一つの「世論」（社会の「空気」）のようなものとして扱えるのかもしれないが、それじたいを政治的な意志決定に直接用いることには、まだ克服すべき課題が多い。そもそもビッグデータのような情報収集のあり方に対して、プライバシー問題を含めた国民的コンセンサスが得られていない状況にある。今日のビッグデータの活用をめぐるのは、ジョージ・オ

³⁰ 東浩紀（2011）の言うようにネット上の「空気」（無意識）を可視化することで政治的意志決定をするとしても、ビッグデータには大量の私的言及が存在し、それらはノイズとなって排除されるため、抽出されるものは無関心層の「無意識」を排除した、偏ったものになる可能性もあり得る。また、そもそもネット上にない意見（非ネット・ユーザー）は「存在しないもの」として無視されてしまうことも、「民主主義」を唱える点では、大いに問題となる。

ーウェルが描いたような監視社会³¹の到来とみなすこともできるが、他方でわれわれはソーシャルメディアを積極的に利用し、プライバシーへの抵抗なく個人情報を提供することによって、データによる自身の分身である「データ・ダブル」の生成に自ら貢献してもいる³²。北田暁大（2002）のいうように、誰かに「見られているかもしれない不安」から誰にも「見られていないかもしれない不安」への意識の変容と捉えることもできるのかもしれない。少なくとも「ポスト公共圏」が十分に成立できたとは言いがたい状況にある。

ネット空間のみならず、非ネット空間においても、成熟しない公共圏ゆえ、安易に政治的な発言をすることで「ネット炎上」が起きたりもする。そうした状況にもあって、ネット空間は、ますます親密な他者との「内輪」に閉じた世界に占められていく傾向にある。

（2）ポスト親密圏の現実

かたや親密な関係性を基盤にした「ポスト親密圏」は、いかなる状況にあるのか。脆弱な公共圏より盤石な親密圏が形成されていると言ってしまうと、実に分かりやすい構図であるが、やはり現実には必ずしもそのような状態にはなっていない。先述の「ダイヤル Q2」での出会いやポケベルを通じた「ベル友」のような「インティメイト・ストレンジャー」と呼ばれる見知らぬ他者との関係の希求は、とりわけ若い層には当てはまらなくなっている。そのことは、6章において取り上げたケータイサイト「リアル」を媒介とした中高生の事例からも言えることである。いわゆる「出会い系サイト」を媒介にした出会いによって売買春が行われたり、犯罪に巻き込まれたりするケースが大きく報道されたこともあって、異質な他者と浅く広く関係を広げることは、求められなくなっている。デジタルメディアに囲まれて育った「デジタルネイティブ」と呼ばれる世代は、とくにその傾向が強くなっている。

先に示したケータイサイト「リアル」における中高生らのやり取りを例にとっても明らかであるように、彼らが「居場所」としているネット空間は、既存の関係をベースにしたものであり、「新たな関係」を前提とした「ポスト親密圏」の様相とは異なっている。彼らにとってポスト親密圏は、見知らぬ者・異質な他者を含む「圏外」と呼べるような場所なのである。他方で、既存の学校空間における親密圏は、枠組みの脆弱化とともに、場の「空気」が支配し、内部に「圏外」を持つような構造にさえなっている。メディア空間はそこからの逃避先としても解釈できるが、現在の関係から離脱して全く新しい関係を志向するのではなく、彼らはあくまでも「既知」の関係を持ち込んでいるわけである。言わば、彼らは自分たちの「親密圏」を、当初「圏外」として構想された場所（メディア空間）に「移

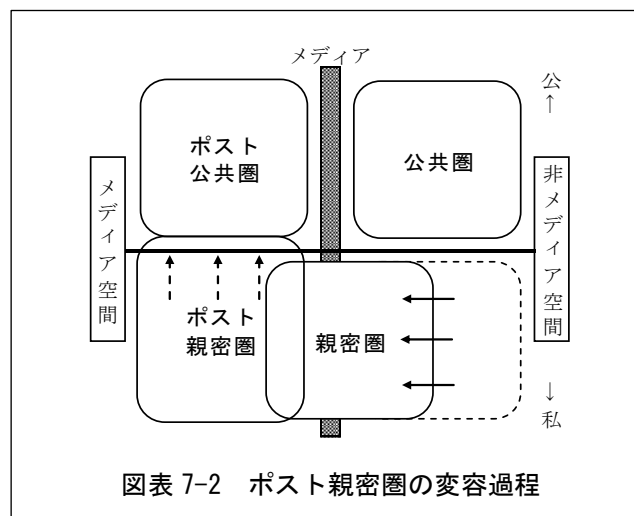
³¹ ジョージ・オーウェルは小説『1984年』の中で、全体主義国家の支配者ビッグブラザーによって、市民生活が監視・統制下に置かれる近未来の恐怖を描いている。監視社会論の文脈で、国家権力による監視の比喩として「ビッグブラザー」が持ち出され、オーウェルの描いた世界が参照枠となることが多い。

³² バウマンとライオン（Bauman&Lyon 2013）は、こうした現代の「監視」のありようを「リキッド・サーベイランス」と呼んでいる。近代（前期近代）の「パノプティコン（一望監視装置）」による一方的な監視に代わる形態として、ソーシャルメディアの問題などを踏まえて概念化されたものである。

設」しているのである。

これまでの枠組みのなかでは、既存の親密圏には既知の関係、新たな親密圏には新たな関係が、それぞれ前提となっていた。ある意味、それぞれが「埋め込まれていた」とも言えるかもしれない。それがいま、そうした枠組みを越え、既知の関係がかつての「圏外」である新たな親密圏（ポスト親密圏）に持ち込まれ、親密圏が「移設」されているということである。それも不特定多数の行き交う場所、一般に開放された場所に、である。公開の場において、自分たちだけの閉じた世界を「持ち込んで」いるところに、この「移設」の特徴があると言える。

このことは、先に挙げたバウマンの表現を借りるなら、公共領域が私的問題によって占拠されている事態だと言えるかもしれない。しかし、ここで起きている「親密圏の圏外移設」という事象は、「公」と「私」のせめぎ合いに収斂するものではない。メディア空間においては、確かに「ポスト公共圏」が肥大化する「ポスト親密圏」によって圧迫を受けている³³。ただ、それだけではなく、現代の親密圏は、メディア空間と非メディア空間とを媒介するメディアの壁を「越境」し、ポスト親密圏にまで「侵攻」しているのである（図表 7-2 参照）。ポスト親密圏は、既存の親密圏によって突き動かされ、場の変容を迫られているわけである。いまわれわれが直面している事態とは、まさにこの「ポスト親密圏」の変容なのである。



ポスト親密圏は（あるいはポスト公共圏も）、弱い紐帯の強さ、すなわち社会的類似度の低い「見知らぬ他者」との関係こそが強い力を発揮する、そんな場であると言われてきたが、先のケータイサイト「リアル」にみられたように、今では「強い紐帯を強化」する場に、取って代われようとしている。ポスト親密圏の変容とは、このような変化を伴って

³³ たとえば、政治の問題であっても、政治家個人のパーソナルな問題に、関心の対象が移っていく。やがて個人のゴシップ等へと変化する。Twitterなどで話題になることで、公的領域が容易に私的問題に埋め尽くされる例は、枚挙にいとまがない。

進行している事態なのである。

以上のように、「ポスト親密圏」においても、「ポスト公共圏」においても、先の「構想」とは大きく異なった結果に至っている。それぞれネット空間を一つの「社会」と捉えることを出発点としているが、ここまでの過程において、構想された「社会」とその現実をみることで、親密圏と公共圏のせめぎ合いの構造を可視化することができたわけである。さらに言えば、メディアを通してみる「社会」の理想と現実、あるいは意識と実態のズレのようなものもまた捉えることができたと言えよう。ある意味で、この「ズレ」こそが、流体的な現代の社会の歪みや揺らぎを象徴するものだと言えるかも知れない。

それらは本論文の原点である〈日記メディア〉と〈日記行為〉を広義に捉えることによってこそ、実現したものでもある。本章ではとりわけ「記録」（記録行為）という点に主軸を置いて捉えてきた。そこから〈社会〉の可視化について検討してきたわけである。

次節では、再び〈日記メディア〉と〈日記行為〉という原点に立ち戻って、これまでの議論を再検討してみたい。

第5節 日記メディアをつくる社会／日記行為がつくる社会

本章では、社会を可視化する日記という主題で〈日記メディア〉と〈日記行為〉をとらえてきた。〈日記メディア〉については最広義でとらえると、実に多種多様な記録媒体が含まれるが、ここではデジタルメディアを中心に検討してきた。また、〈日記行為〉についても、「記録行為」という、より広い視点でとらえてきた。デジタルメディアを用いることで日記のみならず様々な記録を残すことができるが、日記を書くという行為はそんなさまざまな「記録行為」の一部であると考えられる。

繰り返すように、デジタルメディアにおいて記録されたものを、インターネットに公開すると、それらは「データ」として扱われる。日記もまた他の記録と同じように「データ」として処理され、インターネット上の膨大なデータベースのなかに蓄積されていく。その蓄積されたデータが、近年、人々の個人の生活の記録である「ライフログ」として転用されたり、それらを一举に収集することで「ビッグデータ」という社会の記録として活用されたりしている。人々のあらゆる記録をもとに社会（の関心）を読み解こうとする動きが、この記録のデジタル化とその蓄積によって加速しているのである。とりわけ「ビッグデータ」は、複雑な社会を客観的なデータによって縮減し、可視化することを促すものとなる。マーケティングなどでは、現在の社会の動向を把握するだけでなく、今後の未来を予測するものとしても役立てられるものとなっている。個人的記録の集積は、社会的価値を帯びるわけである。

そのような「記録（行為）」と「社会」との関係を受けて、メディアを通した「社会」の

構想というものを検討した。構想される「社会」の二つの方向性として「ポスト公共圏」と「ポスト親密圏」というものを挙げた。しかしながら、実際には「公共圏」と言うにはほど遠く、「親密圏」も既存の親密圏の移設先となるなど、「構想」のとおりには至らず、未来予測を含んだ社会構想と現実とのズレが見いだされた、という議論の流れであった。

〈日記メディア〉については、デジタルメディアという範疇においても、かなり広義にとらえて論じてきたが、その広がりや、デジタルメディアの登場の速度に影響するところが大きい。まさに数年も経たないうちに、次から次へと登場する〈日記メディア〉（記録メディア）であるが、そもそもそんな多様な〈日記メディア〉を必要とする社会とは、一体いかなる社会なのか。さらには、その記録行為じたいがつくる（構成していく）社会とはいかなるものなのか。最後に、そうした根源的な問いについて検討していく。

（1）社会の「不在」と「遍在」

第一に、社会の「不在」と「遍在」が考えられる。ネット上においては、個人的な日記や「独り言」と呼べるようなつぶやきであっても、容易に「誰か」に届く。特定の「誰か」に向けたものでなかったとしても、「検索」を通して発見されたり、他のリンクを辿って見つけられるなど、何らかのかたちで繋がりをもちうる可能性をもつ。その接続可能性が次なる投稿（発信）を促してもいる。他方で、その「誰にでも届く」可能性が十分に認識されていない側面もある。しばしばそのような意識を欠いているために、たとえば未成年者が飲酒している写真を載せてしまったり、違法行為や迷惑行為を堂々とアップロードしてしまうことで、「炎上」と呼ばれる事態に陥り、社会問題になることもある。日記などのような「個人的」と思える営みであっても、ネット上においては、すべて「誰か」と、つまり「社会」と繋がりをもちうる状態にある。Twitterなどが「ソーシャルメディア」と言われる所以はそこにある。「社会」はどこにでもあり、しかし「すぐそこにある」という認識が共有されていない。社会は「遍在」するが、人々の意識のなかでは「不在」状態なのである。

それは、情報の「受け手」側からみても、同じことが言えるだろう。たとえば、ネット・ユーザーの多くは、不明なことをすぐに「検索」によって知ろうとする。今起きている出来事や流行の話題も、「検索」によって、「検索」されていることば³⁴によって、あるいはTwitterのトレンド³⁵やハッシュタグ³⁶によって、ある程度把握することができる。それらを常にチェックしておくことで、「社会」を知ったような錯覚を持つてしまう。ネットに上がってこない話題や社会的事実が多数存在するが、ネットの「外部」には想像力が働かず、遍在する「社会」を社会のすべてと認識してしまうことがある。あるいは、事実と異なる

³⁴ Googleには「急上昇ワード」というものがあり、最も高頻度に検索されている言葉が一覧でみられるようになっている。他の検索エンジンにおいても、同じように検索数の多い単語や一定期間のランキングなどを公開している。

³⁵ 最もツイート頻度の高い単語が表示されるようになっている。

³⁶ 共通の話題を「#」と文字列の組み合わせ（これを「ハッシュタグ」と呼ぶ）によって設定しておくことで、そのハッシュタグで検索をかけることで、その話題に関するツイートをまとめて閲覧することができる。

情報であっても、ネットに流布していることを根拠に、正しいものと誤認してしまうことも少なくない³⁷。ネットメディアが日常的なツールになればなるほどその度合いは高まっていく。単なる「無知」と片付けられるものではなくやはり社会の「不在」であり、「遍在」している現状を示すものなのである。社会とは「ここにはないが、どこにでもある」というような存在に、ネット空間ではなり得てしまうのである。

(2) 流体化する社会

バウマン (Bauman 2000=2001) は、現代を「流体化」という表現でとらえ、「個人化」の進んだ時代であると論じる。政治などの「公的問題」よりも私的な興味や関心が優先される時代であり、それらが「公的空間を占領」するために、「公」が「私」にのっとられた状態にあるということである。公的生活の規範は、個人生活の公開や個人的感情の公表によって「代行」されるようになったと論じている (Bauman 2000=2001: 48)。現代社会では個人同士の私的親密さが貴重とされ、それが「共同体建設」の唯一のよりどころとなる、という。それはあくまでも脆く、儚い共同体であり、安定した停泊地を求めて永遠に漂泊を続けるものであると表現する。いわば「洋服掛け」のようなものであり、個人的不安を同じ洋服掛けにひっかけることによって、一時的に成立するものであるとバウマンはいう (Bauman 2000=2001: 49) ³⁸。まさに現代のネット空間を漂う人々の状況を論じているようである。つかみどころのない「大文字の社会」よりも個人の日記が伝える社会的世界にリアリティを感じる現代人の心性は、「個人化」を象徴するものであり、検索やリンクを通してネット空間を徘徊することも、一時的な停留場所を求めることで安心を得る行為として説明しうる。

こうした議論の行き着く先が「データ化」と言えよう。日記は具体的な個人の物語であるが、それを「データ」として扱うのが、ネット空間である。データとして処理するがゆえに「検索」の対象になる。データは正確であり、客観的である。少なくともそう認識されている。不確実性の高い「社会」を把握するにも、手軽で、容易で、量も豊富であることから代替可能性も高い。データを並べることで、「社会」が見通せるのである。日記を史料としていくつも読んで、その書かれた背景を想像し、社会を描き出していくという作業は、データによって瞬時に代替することができる。「個人化」の時代において、あるいは不確実性の増した流体的近代において、揺るぎのない「データ」は存在論的安心を与えるものとなるのである。

バウマンはまた、現代を「軽い近代」と表現している (Bauman 2000=2001: 152)。規

³⁷ 検索サイトにおける「サジェスト機能」と呼ばれる、自身が入力した検索ワードの後に、それと併せて検索されやすいワードを自動的に表示させるシステムは、そのような誤認を生みやすいものの典型例である。人名のあとに「在日」と表示されたり、地名のあとに「部落」と表示されたりするようなケースでは、事実かどうかにかかわらず、不必要にステレオタイプなイメージを与える結果になる。

³⁸ バウマンはこのような一時的に成立する共同体を「クローク型共同体」とも名付けている (Bauman 2000=2001: 257)。

模や大きさ、永続性に価値を置いた初期近代に相当する「重い近代」³⁹と異なり、「軽い近代」では、身軽さや速さ、瞬間性に価値を置く。あるいは効率性を重視するとも言えよう。軽い近代では「すべての目的において、すべての価値は均等化される」(Bauman 2000=2001: 154)。すなわち、フラット化が徹底されるのである。遠いところも近い場所もない。一瞬にしてすべての場所に「移動」できるのがネット空間であり、「軽い近代」を象徴する空間であるとも言えよう。そこでは、様々な「ノイズ」を含んだ物語形式の日記等よりも、身軽ですぐに引き出せる「データ」が重宝される。あらゆる情報をデータに縮減するメディア技術は、社会の流体化という社会変動とともに、生み出されたものだとも言えるだろう。個人の生活を「データ」に微分していくライフログは、個人化が徹底され、なおかつ個人のアイデンティティの確認と同定を必要とする現代において、必然性をもって生み出されたものであり、積分することで「ビッグデータ」に集積されることも、不確実性の高い流体的な社会においては、不可避のものなのかもしれない⁴⁰。

流体化する現代において、データの集積は「社会」を可視化するものとなる。そんな社会に対するまなざしの変容が、社会の流体化といったことに象徴される〈社会〉じたいの変容とともに、起こっているのだと考えることができる。

(3) 終わりなきデータベースへの集積

〈社会〉という実体に対する想像力が欠如する一方で、「社会」は容易にアクセスできる存在にもなった。それらは、社会秩序の崩壊でも、情報・メディア技術の暴走でもなく、〈社会〉じたいの流体化と呼ばれるものに代表される社会変動のなかの、一つの現象であるにとらえることができる、というのがここまでの議論であった。それらは取りも直さず、〈日記メディア〉と〈日記行為〉の相互作用によって見いだされる社会をとらえるものでもあったわけである。つまり、ライフログやビッグデータに至るまでの〈日記行為〉が結果としてももたらした社会の形態であり、そのための手段である〈日記メディア〉を生み出した社会の背景的要因を、示したのもであったということである。そして、われわれは、〈日記行為〉と〈日記メディア〉の行き着く先が「データ」であるという一つの結論を提示した。すなわち、日記は「データ」に縮減されるということである。

確かに日記はインターネットに展開されることで、「情報化・データ化」、「フラット化」という原則に従い、「データ」に縮減されることは不可避のものとなっている。しかしながら、6章においてもみたように、行為者のレベルでは、データ化へのわずかながらの抵抗も見取れるのである。

日記は「自己」(の内面)を可視化(外部化)するものとして機能するが、その日記を他

³⁹ 「重い近代」を「ハードウェアの時代」、「軽い近代」を「ソフトウェアの時代」とも表現している。

⁴⁰ 現に様々な個人情報やプライバシーに関わる情報が「ライフログ」として提供され、そのことに抵抗がなくなっていることは先に述べたとおりである。重い近代が「パノプティコン」によって監視したのに対し、軽い近代である現代は、監視主体が不明で存在が固定されていない「ポスト・パノプティコンの時代」であるとも表現されている (Bauman & Lyon 2013)。

者に見せることで、自己が（日記を通して間接的に）提示される。ネット空間もまた「可視化」をもたらすが、同時に「データ化」や「フラット化」という要素も付随してくる。そこで採られたデータ化回避の策が、第一に「他者」を限定することであった。すなわち、見せる（想定する）他者をより具体的な他者（身近な友人など）に限定するのである。それによって、ごく私的な、内輪だけで通じる内容を、日記に盛り込むことができる。分からない人に向けた説明はせず、友人らと事前に共有されたコンテキストにおいて、日記を記述する。そのことで、検索によって拾われるワードも減り、データ化される要素も少なくなる。あるいは、共通前提を共有できるという意味では、親密性の確認にもなる。データという無機質なものへの変換を、他者との媒介手段である日記の内容によってコントロールし、自分たちだけの閉じた世界を構築するわけである。これが、先に示したメディア空間に移設される親密圏に当たるものである。

行為者はこのように、ときにメディア空間の原則に抗いながら、デジタルメディアの特性を有効に用いて、〈日記行為〉を続けている。日記は、自己に向き合いながらも、抽象的な他者から具体的な他者へと視線を移し、書き綴られてきた。やがて端末に向けて「入力」するものへと変わり、ついにはデータベースに「収集」されるものとなった。あるときは、自己の情報化に寄与し、ブログという形式をとって部分的で流体的な自己が流し込まれ、あるときは、SNSにおいて社会関係を可視化するものとして機能しながら、データベースを埋めていった。またあるときは、ライフログという初めから「データ」のかたちをもって、ビッグデータへの集積に貢献していった。データベースは収集と出力を繰り返し、行為者は空いた座席を埋めるように、日々データベースを埋め続けていく。それが社会を構成することになるということである。

様々な形態をとる〈日記メディア〉と〈日記行為〉は、以上のような社会の変容をも「可視化」することになったわけである。

第8章 むすびにかえて

第1節 日記が可視化する現代：日記メディアと日記行為の変容

本論文では、日記を〈日記メディア〉と〈日記行為〉という視点からとらえてきた。そして、〈日記メディア〉と〈日記行為〉の相互作用から、「自己」や「関係」、「社会」が可視化される動態を取り上げ、考察してきた。

今一度、全体を振り返っておこう。はじめに〈日記メディア〉と〈日記行為〉について取り上げた。第2章では、「日記」と表象される〈日記メディア〉には、紙媒体の日記のみならず、交換日記、ウェブ日記、ブログ、Facebook など SNS における日記、さらには Twitter のようなもののまでが「日記」という感覚で用いられていることを確認した。次の第3章では、〈日記行為〉に付与された意味づけの系譜をとらえてきた。主に自己形成効果や他者との媒介となる役割、歴史的史料として社会を知る手段となることなどが、見いだされた。日記は、自己を映し出すだけでなく、他者との関係や社会を投影された一種の鏡になっていたわけだ。そこから、日記を自己・関係・社会の可視化装置であるという仮説を導入し、その実態を探っていった。

まず「自己」については、既述のとおり、自己を可視化するものには、日記のみならず、写真や絵画、ファッション、あるいは表情やしぐさなども存在する。ただ、それらの多くは「他者」あるいは「他者」の視点というものを要する。それに対して日記は、自己のみでも完結する。また、文字による記述を原則とするため、視覚的なものに比べて、抽象度の高い「可視化」と言える。

本論文では、自己について語ることによって自己が構築されるという「自己物語論」的な観点から、自己の構築・可視化というものをとらえてきた。「日記」も自己語りの一形態であり、その文脈で把握できるものである。ただ、本論では詳述しなかったが、口頭で「語る」ことと、文字によって「書く」ことは、厳密には異なる。「語る」際にはそれを聞く他者が必要となるが、「書く」ことには、面前の他者は不要である。ゆえに、日記は、自分に向けて「語る」手段であると考えることができた。

また、日記は当然、書く技術を必要とする。いわゆる言語表現能力が求められる。日記が学校教育において推奨されたのも、自己形成などの「効用」に加えて、言語表現能力を磨けるという付加価値の存在が大きい。結果として、日記は紙だけでなく電子メディアを通じて書かれ、公開されるようになり、言語リテラシーだけでなく情報リテラシーやメディアリテラシーといったものが必要とされるようになっていった。

本論からは逸れるが、ここまでの過程をみると、さながらマクルーハン (McLuhan 1964=1987) の示した口述 (音声言語) から文字 (筆記から印刷を経て)、電子メディアへというメディアの発展図式を辿るようである。〈日記メディア〉あるいは〈日記行為〉の歴史的系譜を追うことは、メディア技術の発達と普及の過程といったメディア論的な議論に収斂するものなのだろうか。同じような展開図式を示したメディア論者のオング (Ong 1982=1991) によると、「文字」が使われるようになった時代においても、「声の文化」が

優位であった。文書よりも口頭の証言のほうが信用されるような時代が長く続き、ヨーロッパでは 19 世紀に入ってもなお、知識や知的優秀さは筆記試験ではなく口頭による討論で測られていた (Ong 1982=1991: 237) ¹。「読むことは、まず第一に聞く過程であり、視覚はたんにそのきっかけをつくるにすぎない」ものだった。印刷技術の普及により、ようやく「聴覚の優位は、視覚の優位にとってかわられる」ようになったという (Ong 1982=1991: 249)。

当然、日記も「印刷文化によってかたちづけられた意識の産物」(Ong 1982=1991: 213) であり、日記が一般に普及し始めるのが近代に入ってからだという事実も、このことによって説明可能である。

オングは「声の文化」から「文字の文化」に移る過程に重点を置いて論じているが、マクルーハンやメイロウィッツ (Meyerowitz 1985=2003)、あるいはポスター (Poster 1990=1991) などの著名なメディア論者と同じく、「文字の文化」の時代の後に「印刷文化」の時代を挟み、それらに続く「電子メディアの時代」を、現代あるいは近未来に相当する時代として設定している。オングの理屈に拠るなら、電子メディアの時代が到来した今日、旧来の(紙媒体の)日記は学校教育などにおいて評価されるものとなっているが、同じ「日記」でもブログ等のインターネットを媒介にした日記行為が評価されないのは、「文字」が「印刷の時代」になってようやく価値が認められたように、依然として前の時代のメディアが評価されるにとどまっていると言えるのかもしれない。その意味では、まだ「電子メディア優位」の時代は到来していないのだと言えよう²。

ただ、現代をいかなる時代と定義しようと、事実として、その実践は広がっている。〈日記メディア〉はデジタルメディアのかたちを採り、〈日記行為〉はデジタルメディア空間においてさまざまに展開されている。その実践は、5 章から 7 章にかけて取り上げてきたとおりである。改めて確認しておく、各々、次のように「可視化」をもたらしてきた。

自己については、紙媒体の日記では一貫性をもった自己形成が果たされるという効用が考えられたが、ブログ等のデジタル化された日記では、「情報化・データ化」および「フラット化」という特性によって、多元的自己が「可視化」される結果となった。

日記はさらに他者に関われることで「関係」を媒介するものへと地平を広げた。交換日記や「日記クラブ」のように、日記を他者と共有するケースもあったが、デジタルメディアは、それをさらに加速させた。日記は「自己」が表出されたものであるため、見知らぬ他者との関係構築を促すものとなる。一方で、Facebook のような既存の関係をデータによって可視化するというツールが広まるなか、ごく限られたメンバー間で共有される日記は、

¹ オングは、この慣習がほとんど見られなくなっているなか、「今日でも博士論文の審査にその名残をとどめている」と説明している (Ong 1982=1991: 237)。

² オングを引用した議論からも示唆されるように、メディア技術の誕生によって、がらりと時代や社会が変貌するといったメディア技術決定論的な「物語」が、現実といかに乖離したものであるかということが、メディア決定論的な議論を得意とするメディア論を援用することによっても、明らかになるのである。

データという無機質なものへの変換に抗い、固有の親密圏を作る効果ももたらした。

他方で、日記は他者に開かれることで、新たに「読む」対象にもなった。とりわけ古い日記は史料価値のあるものとして扱われ、その時代の社会を映し出すものとして扱われる。ただ、それらの入手は難しいが、デジタルメディア空間に公開された日記は、不特定多数に向けて開かれているため、結果として「収集」が加速することになる。日記はライフログのようなデータによる記録と同等のものと扱われ、Twitter のツイートなども含めたデータの集積が、社会のいまを可視化するものになった。

これらが日記による自己・関係・社会の「可視化」の実態であった。その過程において、日記メディアと日記行為はかたちを変化させてきた。端的には、日記メディアのデジタルメディア化と、それに伴う日記行為の（範疇の）広がりが増えらる。その変化は、結果として、日記のデータへの縮減を促し、データによる可視化へと収斂することを意味するものとなった³。

日記は、自己・関係・社会の動態を映し出す一種の「鏡」として機能してきたことを考えると、この〈日記メディア〉と〈日記行為〉が辿ってきた変化から、われわれは現代という時代や社会の特性を見いだすことができる。すなわち、日記メディアと日記行為の変容は、現代を「可視化」するという意味を持っているわけである。

日記が誕生した近代初頭とそれが変容した後期近代たる現代とでは、様々な面において、人々の社会意識に変化がみられる。そこには、たとえばバウマンが「リキッド・モダニティ」と表現し、ギデンズが「ハイモダニティ」と表現した「現代」に固有の特徴のいくつかを、見いだすことができるだろう。ここでは、日記メディアおよび日記行為の変容から、その意味や価値を問うという、文化社会学的なアプローチに従って、それらの変容にみられる現代日本の社会の特性について、社会意識の変化を中心に、その主だった特徴を取り上げ、考察してみたい。

(1) データ信奉

〈日記メディア〉と〈日記行為〉の変容に引き寄せてとらえたとき、現代の社会意識のありようを最も端的に示すものが、データ信奉である。5 章から 7 章においてみたように、自己・関係・社会のいずれの次元においても、「データ化」というものがキーになっていた。「データ」は客観的なものであり、正確で即座に答えが導き出せるものである。それゆえ、データに依拠した自己構築やデータによる関係の可視化、あるいはデータから社会を知ろうとする営みが、それぞれの次元で見いだされた。初期段階の日記のような記憶に頼った記録よりも、データ化された記録のほうが客観的であるという意識は、そこから容易に導き出せる。

このデータ信奉が行き着く先は、「ライフログ」が示すような、データに最適化された生き方である。すなわち、データによって記録され続ける人生である。これまでは日記を用

³ 日記のデータ化から、データによる日記（ライフログ）へ、という変化は象徴的な例である。

いて人生の記録をつけてきたが、ライフログのようなデータによる記録は、もはや人生の記録ではなく、記録のための人生である。ただ、そうした感覚や行為は、突然現れたものではなく、すでに兆候が存在する。たとえば女子高生らが行う「プリクラ」などは、「思い出づくり」という名の「未来の先取り」（角田 2004: 163）であるという意味において、「記録」が先行した生き方の先駆的事例であるとも言えよう⁴。あるいは、GPS を用いて自身の居場所を Twitter で記録するという行為（図表 8-1）⁵にも、「記録」に最適化された行動の端緒を見いだすことができる。



図表 8-1 foursquare の例

（上：Twitter での表示／下：リンク先の foursquare）

データこそが記録の客観性を保証する、という感覚が広がることで、このような動きはさらに促進されていくことだろう。

（2）プライバシー観

データ信奉と併せて指摘できるのが、プライバシーに対する意識の変容である。5 章で取り上げた「データ・ダブル」においてみられる個人情報に対する意識は、それを象徴するものである。個人情報の漏洩などが問題になる一方で、人々は簡単に情報を提供してしまっている。7 章においても取り上げたが、提供することで享受できるサービスの利便性に、価値を置くようになってきている。たとえば、大手ネットショッピングサイト Amazon の商品の「おすすめ」⁶などは、個人の購入した履歴とそのデータの蓄積によってプログラム上で生成したものである。本来なら、購入した情報を何年も遡ってずっと記録し残してい

⁴ 角田（2004）は、プリクラなどの行為が「思い出づくり」であるという当事者の語りをもとに、彼女らは「未来を先取りすることによって現在を『過去化』している」と論じる。「現在」は「未来にとってのリソース」であり、「思い出のための現在」になっていると指摘している。

⁵ この「Foursquare」というサービスを用いたものでは、Twitter 上では「I'm at 〜」という文字列に続いて自分のいる位置（近隣）にあるランドマークや店舗などの名前と住所が表示され、その後に記される URL（一部加工）のリンク先には、その場所を示した地図が表示される仕組みになっている。詳しくは、山守（2011）を参照されたい。

⁶ 「この商品を買った人は、こんな商品も買っています」という情報が、各商品ページごとに表示される。

ることのほうが不審に思うはずだが、その購入履歴は客観性・正確性を担保していることから本人にとっては備忘録の意味をなし、おすすめの商品の表示なども客観性・利便性などの点において、利点や利益とさえ感じられる。情報の精度を高めるために、さらに商品を購入し、自らのライフログをより積極的に提供していくことになるわけである。

このことはまた、自己の構築という文脈においても、積極的に支持されるものとなる。現代の流体的で不安定な自己意識を持つ人たちにとっては、自己を確認する手っ取り早い手段となるからである。データは何より客観性を担保するものであるため、自己を「客体」として把握しやすい。「客体」とは、「I」（主我）と「me」（客我）でいう「me」に当たる。「I」と「me」との相互作用ではなく、その都度現れる「me」を「本当の自分」と認識する現代の多面的自己観を持つ人たちにとって、「me」がデータで保証されることは、自己を安定させることにもつながることになる。データにはそんな「活用法」もあるわけだ。

これは「自己」に限ったことではなく、「関係」や「社会」の次元においても言えることである⁷。一方でプライバシー保護を叫びながら、他方で利便性や可視化作用を優先し、「活用」するために、積極的にプライバシー情報を提供しているのである。

(3) 社会観

個人のプライバシーに関する感覚の変化は、「社会」に対する感覚の変化をも生んでいる。個人のプライバシーに関わるような情報を積極的に提供し、「データ」こそ客観的な指標だと感じる心性は、「社会」に対するまなざしにも見いだせるのである。

たとえば、7章で触れたように、Twitterのツイートの集積は「ビッグデータ」として扱われ、今話題になっていることや時事情報を知る情報源にもなっている。言わば、現在の社会を投影したものとして捉えられるわけである。とりわけTwitterのようなリアルタイムの情報は、新聞社やテレビ局などのマスメディアも、報道に利用可能な情報源と考えるようになってきている⁸。ごく個人的な記録が、翌日には新聞紙面を飾る社会的価値を持った情報に一変することも珍しくない。それだけ個人的な記録が「社会」と直結するようになってきているのである。

近代に入って公的領域と私的領域が分離したが、私的領域は公権力による侵入を受けるようになっていくとハーバーマスは論じた。他方で、バウマンは、現代はむしろ公的領域が私的言説で占拠されるようになっていくと論じている。しかし、ここまでのわれわれの議論を振り返ると、「私的言説」がふとしたきっかけで「公的言説」へと転化され、「公的領域」を立ち上げるようになっていく、とは言えないだろうか。すなわち、「ソーシャル」と形容されるデジタルメディアを用いて、私的な記録を公開することにより、本来多くの

⁷ 「社会」については、先の Amazon 等の例などからも分かるとおりだが、「関係」については、facebook での積極的な「友人登録」が典型的な事例として挙げられる。「友達登録」は自身の「関係」に関する情報提供に当たるが、それが「関係」を維持・確保することにもつながる。

⁸ 豪雨や竜巻などの一時的な気象現象や、突発的な事故をとらえた写真は、現地でリアルタイムに遭遇しない限り得られないものであるため、報道機関各社はこぞって写真提供を求めるようになっていく。

人たちに共有されるはずのなかったごく私的な情報が、公的な「社会」を構成し、公的空間を構築しているのではないかということである。

われわれが「社会」を知覚する手立ては、今や **Twitter** などにおいて時々刻々とあぶくのように発せられる個人的な記録（情報）に依存している。日々公的なニュースを伝えるはずの新聞やテレビでさえ、私的なツイートに頼っているのだから。複雑で掴みどころのない「社会」を、マスメディアは「情報」に縮減させて伝えてきたが、より効率的な「データ」が「社会」を縮減し、体現するようになったということである（少なくとも、そう錯覚してしまえるようになっていく）⁹。そうした感覚の広がりや、さらに情報の生産と提供といった行動を促し、「社会」（情報・データ）の消費者を「社会」の生産者に変えて行ってもいいということである¹⁰。このような「情報」や「データ」を経由した「社会」の知覚という社会観こそ、まさに〈日記メディア〉と〈日記行為〉の変容から導き出される現代という時代の特徴であると言えるのではないだろうか。

以上のような感覚の変容が、日記の「データ化」をもたらしているということである。データ化とは、日記をデジタルメディア空間に公開することによって起こる日記のデータへの変換を意味するだけでなく、記録そのもののデータ化、すなわちライフログに代表されるデータによる記録も意味する。既述してきたように、データ化によるメリットは確かに計り知れない。データを提供することによって享受できるサービスも多数ある。何よりもデータは客観的なものであると認識されているため、現代の不確実で不安定な自己、あるいは関係や社会を生きる現代人にとって、安定した客観性を持つてはつきりと可視化することのできるデータは、重宝されるものとなる。データは常に「客体」として現前することが、ポイントなのである。

自己の可視化という点を取り上げても、上述のとおり、データは従来の日記以上に客観性を持つて自己を把握する手段となる。日記のように自分と向き合い、対話する日々を過ごす必要はなく、初めからデータという「客体」の姿をした自己の要素を「入力」し、その結果、「客体」として自分という存在が「出力」されてくるもの。そんなイメージである。自分とは、昨日何を食べて、何歩歩いて、何を購入する傾向にあって、何日に一度何時頃に何をすることが多い人物、というように、至極客観的なデータによって自己が可視化されるのである。

⁹ とりわけ 2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災以降、原発事故の報道などをめぐって、マスメディアの伝える情報に対する不信感が高まり、ネット上こそ真実が伝えられる場だというムードが現れた。また、震災時に固定電話はもとより携帯電話も繋がりにくくなるなか、**Twitter** での情報発信は可能だったということからも、ソーシャルメディアに対する期待が高まり、情報源として評価されるようになった。そこに自分たち（の情報）が「社会」（情報の集積）を構成しているという感覚が加わり、積極的に参与していくことで、よりそのような「社会」に対するまなざしが強化されることになる。

¹⁰ テレビ番組でも生放送で随時 **Twitter** からの情報を受け付け、それを番組中にテロップとして流す番組が増えている。とくに報道番組では「社会」で起きた出来事を伝えるため、そこに参与することで、「社会」の生産に加わるという感覚が得られる。当然「ビッグデータ」という情報に縮減されれば、自分のツイートと照合させることで、なおのことそう感じられるのではないだろうか。

しかし、果たしてこれで満たされるだろうか。自分とはそんな無機質なデータによって表現されるような、奥行きのない人間だろうか。データにできない自分というものもあるだろう。長い年月をかけて、ようやく築き上げることのできる自分というものもある。そんな疑問は自ずと湧いてくるだろう。なぜなら、私たちは「近代的自我」を完全に手放すことができていないからである。

「関係」という次元に視点を移してみても、同じことが言える。たとえば **Facebook** では、自分の持つ「友人」を、登録されたデータをもとに一度に可視化することができるが、**Facebook** を利用していない「友人」は、そこから除外されている。可視化には初めから制限が設けられているのである。それ以前に、そもそも友人とは、データによってフラットに並べられるような無機質なものだろうか。「関係」とは、初めから「客体」として、そこに「ある」ものではない。素朴で人間的な付き合いを経て育まれてくるものも多く、その深さや浅さに差はないとは言えないだろう。「関係」という次元においては、むしろデータによって表現できないもののほうが多数を占めるのではないだろうか¹¹。

「社会」という次元においても同じである。やはりデータ化されないものが圧倒的に多いのが実情である。たとえ「ソーシャル」と冠するメディアであっても、「社会」をすべて媒介することはできない。いずれの次元においても同じように、データ化されないものが多分に含まれる。そこには当然、何らかの意図をもった隠蔽も含まれるが、マイノリティゆえに切り捨てられる情報も圧倒的に多い¹²。結局は、そもそも「データ化」が可能な情報や記録、すなわち初めから「客体」として表現できるものに限られてくるのである。

「客体」は、「自己」の次元において、「I」（主我）に対して「me」（客我）と表現されるものだった。自己が多元化したものとして認識される現代において、その多元化した一つひとつの自己を「可視化」するためには、その都度現れる「me」を量産させることが必要だった。現代の自己は「I」と「me」との相互作用を通してではなく、「me」がそのまま「自己」として顔を出す、そんな状態にあると論じた¹³。「me」こそが自己であるという、「me」至上主義、すなわち「ミーイズム」である。

ミーイズムとは、自分以外のものに関心を持たない私生活主義を基調にした自我信仰を指すことばであり、そのような志向を持つ「私民」が充満する社会は「ミーイズム社会」（岩見 1994: 153）と表現されるが、ここで取り上げた現代における「ミーイズム」は、自己のなかでも「me」という形態をとった「客体」としての自己にのみ関心を持つ志向性である。このことは、「自己」のみならず、「関係」や「社会」の次元においても当てはまるものであった。それゆえ、ここでは「客体主義」と翻訳しておこう。

¹¹ それに対する抗いの策が、6章でみたような自分たちの親密圏を移設し、自分たちの言語や作法を持ち込んで「データ化」を回避することであった。

¹² 社会的排除がデータにおいてもみられるというのであれば、ある意味で、現実を正しく反映したものと言えるのかもしれないが。

¹³ 鈴木謙介（2005）はこのような自己観を、「我思う、故に我在り」という反省的な自己から「我は我なり」という再帰的な自己への変容であると説いている。

現代の「ミーイズム社会」とは、「I」と「me」の関係において、「I」——すなわち「me」をまなざし、統合する「主体」——が不在のまま、「客体」のみで「可視化」しようとする社会を意味し、その「客体」が「データ」に縮減されようとしている点に、特徴があると言えよう¹⁴。

ここまで、日記という継続するのに精神的労力を使う手段から、データといういくらかでも生成可能な方法へと移行していく過程をみてきたが、必ずしもスムーズな移行であるとは言えず、未だせめぎ合いの状態にあると言える。〈日記メディア〉や〈日記行為〉は、近代の申し子である日記を起源とするゆえ、近代の呪縛を容易に解くことができないのである。

われわれは、この〈日記メディア〉と〈日記行為〉の変容の過程のなかに、現代に生きる人間のありようを見いだすことができる。それは、近代的感覚を捨てられず、割り切れず、居直れないジレンマを抱えながら、近代の呪縛と格闘し、苦悩し、それでもしたたかにデータの利便性を効率的に活用しようとする現代人のありようである。その現代人のふるまいに通底する感覚は、「可視化された気分」である。徹底した可視化はできないとしても、何とかして可視化しようとし、その有限性をも見据える姿。それが、現代において「日記」なるものと向き合うわれわれの意識の様態である。

そんなゆっくりと溶解していくのを確かに体感しながらも、手放せないでいる近代とともに、われわれは生きているのである。

第2節 今後の課題

最後に、本研究の意義と今後の課題を、簡潔に提示しておく。

4章において示したように、本論文は、個々のメディアの特徴や違いを論じることに終始するのではなく、それらのメディア（〈日記メディア〉）を用いて行う「行為」（本論文では〈日記行為〉）に着目し、その連続性・共通性を前提に、行為の具体的な実践について分析・考察することを研究の眼目としていた。個々の「新しい」メディアについては、登場するたびにその都度社会的な注目を浴び、その都度さまざまな議論が行なわれる。たいていがその「新しさ」を過度に強調し、今にも「革命」が起こるといような、技術決定論的・メディア決定論的な論調になっている。そして、それが繰り返されるという事実がある。しかし、そうした議論からは「行為」の新しさは見えてこないというのが本論文の立場であった。個別メディアの新奇性に依拠するのではなく、行為の連続性に目を向け、その実

¹⁴ 奇しくも「ミーイズム社会」という表現を提示した岩見（1994）は、「たとえ主体（性）神話がなくなっても、人間が「私」と社会とを架橋する社会学的想像力を失うことは許されない」と提言を示しているが、「私と社会とを架橋する」ものが、「データ」に取って代われようとしているのが、現代であるとも言える。もちろん完全に「データ」に置換されたわけではなく、せめぎ合いの状態にあるというのが、より正確な表現ではある。

態を描き出すとともに、行為の意味や価値について問う文化社会的な視点こそ必要なのだと問題提起した。

文化社会学と一口に言っても論者によって解釈が異なるが、本研究では単に連字符社会学の一部をなすものにとらえるのではなく、文化を通して（その先にある）社会を論じることの重きを置いている¹⁵。実際に、「日記」を対象としていながら、「自己」という視点のみにとどまらず、「関係」や「社会」にまで論点を広げ、複眼的な視点でとらえてきた。また、日記を〈日記メディア〉と〈日記行為〉という分析軸に分け、それらが織りなす多層的な「日記文化」をまなざすことを通して、現代という時代および社会をとらえてきたわけである。前節で、最後まで、現代の社会意識や社会の様態を明らかにすることについて、こだわって論じてきたのは、そのような理由からでもある。

特定のメディアの特定の新しさは、今後も新しいメディアが登場するたびに強調され続けることだろう。メディアを対象として論じるには、そうした新しいメディアの動向にも目を配っておく必要は確かにある。しかし、それは新しいメディア技術の登場に反射的に反応していれば可能なものである。けれども、行為の変化については、メディアの変化に振り回されることなく、事態を冷静に把握し検証しなければ見えてこないものである。それには、メディアそのものについて論じるメディア論的視点だけでなく、メディアを通して（こそ）見える行為、あるいは意識の微細な変化に注目し、その意味を読み解いていく文化社会的な視点の獲得が必要なのだということである。本研究はその一つの試みであった。

このような観点で、「日記」というものを、紙媒体からデジタルメディアに展開されるものまでを含めて、通時的に論じてきたのは、おそらく本研究以外には見られないと思われる。このことは、本研究がその対象を日本に限定して行なってきたことと大いに関連している。日本では「日記」という語が古くから用いられ、近代の早い時期から、庶民レベルにおいて広く日記が普及し、習慣化することによって、発展してきた。おそらく他国の事情を含めると、このような研究は十分に果たせなかつただろう。ウェブ日記やブログ等を含めて、日本独自の文化として日記が発展してきたことが、本研究を成立させたのだと言える。逆に言うと、諸外国の事情も含めたグローバルな視野に立った日記論が展開できなかったことは、今後の課題となる。

くわえて、本研究の限界を挙げるなら、日記が個人的に行なわれるものであるため、その具体的な事例を示すことが困難であるという問題や、デジタルメディアに展開された日記については、属性などの情報が不足しているため、実証的なデータが取得しにくいという対象に固有の課題が存在する。本論文でも、社会的な変数となる社会階層やジェンダー、地域性といったことは、十分考慮に入れられていない。これらもネット・メディアを含めた通時的な日記論を展開することへの障壁になっていると言える。実際、ブログ等を

¹⁵ この考え方は、「文化社会学は文化だけを社会的にとらえるのではなく、むしろ文化を通して社会をとらえる学問なのである」という南田・辻編（2008）の見解に一致する。

対象とした研究は、実証的な研究の蓄積が十分ではなく、行為者に対するアプローチの難しさや、量的調査を実施した際の回収率の低さなどの課題が残存する。それらは本研究にも共通する事項である。また、ネット上のツールの登場と衰退のサイクルは年々早くなっており、対象の継続の程度によっては、一過性の事象を扱った研究になりかねない。その意味で、ミクロな視点からの研究も必ずしも容易ではなく、マクロな視野に立った研究も相応のデータが得られないことで、困難を伴う。そんな研究上の諸問題を抱える対象に対して、本研究では質問紙調査や事例調査などを駆使しながら、可能な限りの経験的データを取得し、実証的研究を行なっている。この点は、課題であると同時に、幾分かは本研究の成果としても提示できるだろう。

もちろん、これらがすべてではない。本研究は、対象の一端を取り上げたにすぎない。対象により接近した研究や、さらに対象を俯瞰した研究も、蓄積されていく余地が十分にある。また、本研究では採用しなかったメディア論的なアプローチによる研究も、可能ではあるが、十分になされているとは言えない。本論文でも取り上げた「ライフログ」などは、技術主導で進んでいるきらいもあるため、今後さらに人文・社会科学的な研究が必要とされてくるに違いない。メディアを対象とした研究で言えば、体系的な方法論の確立も求められてくるだろう。また、日記研究に関して言えば、歴史学的な視点や言語的な研究、あるいは心理学的なアプローチなど、既存の蓄積がありながら、方法論も含めて十分に共有されていない面もあり、多面的な研究との接合も、今後の課題となってくるだろう。

本研究は、このように、関連するさまざまな課題を誘発するだけの可能性に開かれた研究であるとも言える。筆者がそれらすべてを背負うことは無論できないが、今後、関連する研究の一端を担おうとする者としては、本論文の成果を活かし、同領域の研究の発展に可能な限り貢献していきたいと考える次第である。

参考文献

- 相原博之, 2007, 『キャラ化するニッポン』 講談社.
- 相澤崇, 2010, 「高校生のコミュニケーション系サイトに関する調査研究——リアルの利用実態について」『年会論文集』日本教育情報学会, 26: 292-3.
- Alaszewski, Andy, 2006, *Using Diaries for Social Research*, Sage Publications. (=2011, 川浦康至・田中敦訳『日記とは何か——質的研究への招待』誠信書房.)
- 青木正美, 2008, 『自己中心の文学——日記が語る明治・大正・昭和』博文館新社.
- 青木正美, 2013, 「古本屋控え帳 (319) 日本日記クラブ盛衰記」『日本古書通信』1002: 40.
- 有末賢, 2012, 『生活史宣言——ライフヒストリーの社会学』慶應義塾大学出版会.
- 浅井康男, 1994, 「『博文館日記』の100年」『出版ニュース』1683: 8-11.
- 浅野智彦, 1999, 「親密性の新しい形へ」富田英典・藤村正之編『みんなぼっちの世界』恒星社厚生閣, 41-57.
- 浅野智彦, 2001, 『自己への物語論的接近』頸草書房.
- 浅野智彦, 2007, 「オンラインコミュニケーションとアイデンティティの変容」『Mobile Society Review』10: 6-13.
- 浅野智彦, 2008, 「若者のアイデンティティと友人関係」広田照幸編『若者文化をどうみるか?』アドバンテージサーバ, 34-59.
- 東浩紀, 2001, 『動物化するポストモダン』講談社.
- 東浩紀, 2011, 『一般意志 2.0——ルソー、フロイト、グーグル』講談社.
- Baker, Wayne, 2000, *Achieving Success through Social Capital*, Jossey-Bass. (=2001, 中島豊訳『ソーシャル・キャピタル——人と組織の間にある「見えざる資産」を活用する』ダイヤモンド社.)
- Bauman, Zygmunt, 2000, *Liquid Modernity*, Polity Press. (=2001, 森田典正訳『リキッド・モダニティ——液状化する社会』大月書店.)
- Bauman, Zygmunt and Lyon David, 2013, *Liquid Surveillance*, Polity Press. (=2013, 伊藤茂訳『私たちが、すすんで監視し、監視される、この世界について——リキッド・サーベイランスをめぐる7章』青土社.)
- Bell, Gordon and Gemmell, Jim, 2009, *Total Recall: How the E-Memory Revolution Will Change Everything*, Dutton. (=2010, 飯泉恵美子訳『ライフログのすすめ』早川書房.)
- ベネッセ教育開発研究センター, 2009, 『子どものICT利用実態調査』http://benesse.jp/berd/center/open/report/ict_riyou/hon/index.html (2010.9.19).
- CNET Japan, 2009, 「『ホームペ』『プロフ』『リアル』——ケータイ世代が生み出す新コミュニケーション」<http://japan.cnet.com/mobile/world/story/0,3800092051,20389316,00.htm> (2009.7.25).

- Didier, Beatrice, 1976, *Le journal intime*, Presses Universitaires de France (=1987, 西川長夫・後平隆訳, 『日記論』松籟社.)
- 土井隆義, 2003, 『非行少年の消滅——個性神話と少年犯罪』信山社出版.
- 土井隆義, 2004, 『「個性」を煽られる子どもたち——親密圏の変容を考える』岩波書店.
- 土井隆義, 2009, 『キャラ化する／される子どもたち——排除型社会における新たな人間像』岩波書店.
- ドナルド・キーン (金関寿夫訳), 1984, 『百代の過客——日記にみる日本人』朝日新聞社.
- ドナルド・キーン (金関寿夫訳), 1988, 『続・百代の過客——日記にみる日本人』朝日新聞社.
- 遠藤薫編, 2004, 『インターネットと〈世論〉形成』東京電機大学出版局.
- 遠藤知巳編, 2010, 『フラットカルチャー——現代日本の社会学』せりか書房.
- 江下雅之, 2007, 「SNS における日記コミュニケーションの研究——交流の契機としての日記」『目白大学文学・言語学研究』3: 57-70.
- Friedman, L. Thomas, 2006, *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century*, Farrar Straus & Giroux. (=2006, 伏見威蕃訳『フラット化する世界』(上・下巻) 日本経済新聞社.)
- 藤本憲一, 1997, 『ポケベル少女革命——メディア・フォークロア序説』エトレ.
- 船津衛, 2005, 「認識する私」井上俊・船津衛編『自己と他者の社会学』有斐閣, 3-20.
- 古瀬幸広, 廣瀬克哉, 1996, 『インターネットが変える世界』岩波書店.
- Giddens, Anthony, 1990, *The Consequences of Modernity*, Polity Press. (=1993, 松尾靖文・小幡正敏訳『近代とはいかなる時代か?——モダニティの帰結』而立書房.)
- Giddens, Anthony, 1991, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford University Press. (=2005, 秋吉美都・安藤太郎・筒井淳也訳『モダニティと自己アイデンティティ——後期近代における自己と社会』ハーベスト社.)
- goo リサーチ, 2007, 「第 30 回 Blog に関する調査」<http://research.goo.ne.jp/> (2008.1.10).
- 五藤隆介, 2011, 『たった一度の人生を整理しなさい——自分を整理・再発見するライフログ入門』ダイヤモンド社.
- 半藤一利, 2006, 「日記は『歴史解説』のための最大の糧」『望星』439: 11-7.
- 原田和英, 2007, 『巨大人脈 SNS のチカラ』朝日新聞社.
- 原田曜平, 2010, 『近頃の若者はなぜダメなのか——携帯世代と「新村社会」』光文社.
- 長谷川博之, 2012, 『子ども・保護者・教師の心をつなぐ“交換日記&学級通信”——魔法の書き方と書かせ方』明治図書出版.
- 橋元良明, 2011, 『メディアと日本人——変わりゆく日常』岩波書店.
- 平松閣・鶴飼孝造・宮垣元・星敦士, 2010, 『社会ネットワークの研究・メソッド——「つながり」を調査する』ミネルヴァ書房.

- 平野啓一郎, 2012, 『私とは何か——「個人」から「分人」へ』
- 平野彧, 1976, 『新しい日記指導』 明治図書.
- 千川剛史, 2001, 『公共圏の社会学——デジタル・ネットワークキングによる公共圏構築へ向けて』 法律文化社.
- 本田和子, 1996, 『交換日記——少女たちの秘密のプレイランド』 岩波書店.
- 池田謙一編, 1997, 『ネットワークキング・コミュニティ』 東京大学出版会.
- 今村暁, 2005, 『3 分間日記——成功と幸せを呼ぶ小さな習慣』 かんき出版.
- 今村暁, 2009, 『1 分間の日記で夢は必ずかなう！——成功と幸せを引き寄せる！「感性」を刺激する習慣』 フォレスト出版.
- 稲垣恭子, 2007, 『女学校と女学生』 中央公論新社.
- INTERNET Watch, 2009, 「10 代のネット利用を追う」 http://internet.watch.impress.co.jp/docs/column/teens/20090618_294325.html (2010.1.8).
- 石井健一・辻大介・橋元良明・森康俊・三上俊治, 2000, 「内容分析による個人ホームページの国際比較」『東京大学社会情報研究所調査研究紀要』 14: 1-81.
- 伊藤剛, 2005, 『テヅカ・イズ・デッド——ひらかれたマンガ表現論へ』 NTT 出版.
- 伊藤昌亮, 2012, 『デモのメディア論——社会運動社会のゆくえ』 筑摩書房.
- 岩見和彦, 1993, 『青春の変貌——青年社会学のまなざし』 関西大学出版部.
- 岩見和彦, 1994, 「ミーイズム社会」 岩見和彦・岡田至雄・徳岡秀雄編『基礎社会学 増補版』 福村出版, 147-60.
- 岩田考・羽渕一代・菊池裕生・苜米地伸編, 2006, 『若者たちのコミュニケーション・サバイバル——親密さのゆくえ』 恒星社厚生閣.
- 亀村五郎, 1971, 『日記指導』 百合出版.
- 亀村五郎, 1994, 『日記の見方・書かせ方』 百合出版.
- 鴨下信一, 1999, 『面白すぎる日記たち』 文芸春秋.
- 金子郁容, 1986, 『ネットワークキングへの招待』 中央公論新社.
- 金子郁容・藤沢市市民電子会議室運営委員会, 2004, 『e デモクラシーへの挑戦——藤沢市市民電子会議室の歩み』 岩波書店.
- 片桐雅隆, 2000, 『自己と「語り」の社会学』 世界思想社.
- 片桐雅隆, 2003, 『過去と記憶の社会学』 世界思想社.
- 片桐新自, 2009, 『不安定社会の中の若者たち』 世界思想社.
- 加藤晴明, 2000, 「メディア空間と社会情報学の主題」『中京大学社会学部紀要』 15(1): 29-56.
- 加藤晴明, 2001, 『メディア文化の社会学』 福村出版.
- 加藤晴明, 2012, 『自己メディアの社会学』 リベルタ出版.
- 加藤恭子・川浦康至, 2007, 「人はなぜブログを読むのか——知人ブログと他人ブログの閲覧行動」『コミュニケーション科学』 26: 91-103.
- 川上善郎, 1999, 「インターネットと日常生活」 橋元良明編『情報行動と社会心理』 北樹出

版, 66-86.

川浦康至, 1998, 「開く——パーソナルホームページの世界」川浦康至編『現代のエスプリ 370 インターネット社会』至文堂.

Kawaura, Yasuyuki, Kawakami, Yoshiro and Yamashita, Kiyomi, 1998, "Keeping a Diary in Cyberspace," *Japanese Psychological Research*, 40: 234-45.

川浦康至・山下清美・川上善郎, 1999, 「人はなぜウェブ日記を書き続けるのか」『社会心理学研究』14(3): 133-43.

紀田順一郎, 1988, 『日記の虚実』新潮社.

木村忠正, 2012, 『デジタルネイティブの時代』平凡社.

金城勝代, 1982, 『日記指導の実際』溪水社.

岸本千秋, 2002, 「ネット日記作者の言語行動と言語意識」『武庫川女子大学言語文化研究所年報』14: 5-24.

岸本千秋, 2005, 「ネット日記における読み手を意識した表現——公開意識との関連から」三宅和子・佐藤彰・岡本能里子編『メディアとことば 2』ひつじ書房, 204-31.

北田暁大, 2002, 『広告都市・東京——その誕生と死』廣済堂出版.

北田暁大・大多和直樹, 2007, 「子どもとニューメディア 序論」北田暁大・大多和直樹編, 2007, 『リーディングス 日本の教育と社会 10 子どもとニューメディア』日本図書センター, 3-18.

小林恵智, 2002, 『一日 5 分 奇跡を起こす 4 行日記』オーエス出版社.

小林多寿子, 2000, 「自己のメディアとしての日記」川浦康至編『現代のエスプリ 391 日記コミュニケーション』至文堂, 73-83.

近藤泰裕, 2002, 「『社会学のなかの日記』と『日記の社会学』」『市大社会学』(大阪市立大学社会学研究会) 3: 17-26.

近藤泰裕, 2004, 「草創期における近代日本の日記——明治後期の日記論」『市大社会学』(大阪市立大学社会学研究会) 5: 85-99.

近藤敏夫, 2005, 「質的研究における分析と解釈 (I) ——日記のデータベース化とコーディング」『社会学部論集』佛教大学, 41: 89-103.

古寺雅男, 1978, 『日記——自己形成の試み』法律文化社.

古屋野正伍・青木秀男, 1995, 「日記分析における『個人対歴史』の問題——金沢・象嵌細工職人の生活史研究のばあい」『人間科学論究』3: 65-76.

倉本一宏, 2011, 「『日記の総合的研究 "The Synthetic Researches of Japanese Diaries"』に向けて」『日本研究』44: 333-7.

教育研究所, 1980, 『モノグラフ・中学生の世界 6 交換日記・中学生のサブ・カルチャー』福武書店.

Lyon, David, 2007, *Surveillance Studies*, Polity Press. (=2011, 田島泰彦・小笠原みどり『監視スタディーズ——「見ること」「見られること」の社会理論』岩波書店.)

- 牧野智和, 2012, 『自己啓発の時代——「自己」の文化社会学的探究』勁草書房.
- 正村俊之, 2012, 「コミュニケーション論の系譜と課題」正村俊之編『コミュニケーション理論の再構築』勁草書房, 1-28.
- 松田美佐・岡部大介・伊藤瑞子, 2006, 『ケータイのある風景——テクノロジーの日常化を考える』北大路書房.
- 松永英明, 2004, 『ウェブログ超入門!』日本実業出版社.
- 松尾知枝, 2012, 『1日5分で夢が叶う 日記の魔法』中経出版.
- 松岡靖子, 2004, 「ウェブ日記で若者は自分をどう表現しているか?」酒井朗・伊藤茂樹・千葉勝吾編『電子メディアのある「日常」』学事出版, 131-50.
- 松下慶太, 2012, 『デジタル・ネイティブとソーシャルメディア』教育評論社.
- 松藺斉・後藤致人, 2011, 「日本人と日記」『人間文化』(愛知学院大学人間文化研究所) 26: 85-95.
- McLuhan, Marshall, 1964, *Understanding Media*, McGraw-Hill. (=1987, 栗原裕・河本仲聖訳『メディア論——人間の拡張の諸相』みすず書房.
- Mead, George Herbert, 1934, *Mind, Self, and Society*, The University of Chicago Press. (=1973, 稲葉三千男・滝沢正樹・中野収訳『精神・自我・社会』青木書店.)
- Meyrowitz, Joshua, 1985, *No Sence of Place: The Impact of Electric Media on Social Behavior*, Oxford University Press. (=2003, 安川一・高山啓子・上谷香陽訳『場所感の喪失(上)——電子メディアが社会的行動に及ぼす影響』新曜社.)
- 南田勝也・辻泉編, 2008, 『文化社会学の視座』ミネルヴァ書房.
- 美崎薫, 2011, 『ライフログ入門』東洋経済新報社.
- 三宅和子, 2005, 「携帯メールの話しことばと書きことば——電子メディア時代のヴィジュアル・コミュニケーション」三宅和子・佐藤彰・岡本能里子編『メディアとことば 2』ひつじ書房, 234-61.
- 水越紀子, 2002, 「日記分析における『書き手と〈他者〉の関係』——夫の日記に描かれた妻の生活史構成を事例として」『ソシオロジ』47(1): 37-53.
- 水越伸, 2002, 『新版 デジタル・メディア社会』岩波書店.
- 元森絵里子, 2008, 「近代日本における『子ども』の成立と教育の自律化——戦前期綴方教育論の分析から」『教育社会学研究』83: 45-63.
- 森川正樹, 2011, 『クラス全員が喜んで書く日記指導』明治図書.
- 森岡正博, [1993] 2002, 『意識通信』筑摩書房.
- 無着成恭, [1951] 1995, 『山びこ学校』岩波書店.
- 村山士郎, 1985, 『生活綴方実践論』青木書店.
- 長野弘子・増田真樹, 2004, 『1日5分のロコミプロモーションブログ』英治出版.
- 内閣府, 2007, 「第5回情報化社会と青少年に関する意識調査報告書」
<http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/jouhou5/index.html> (2009.7.25)

- 中野裕弓, 2008, 『幸運を呼びよせる 1 行日記』 中経出版.
- 中野卓編, 1981, 『明治 43 年京都——ある商家の若妻の日記』 新曜社.
- 滑川道夫, 1977, 『日本作文綴方教育史 1』 国土社.
- 成田康昭, 1997, 『メディア空間文化論』 有信堂高文社.
- NEC 総研調査グループ, 2006, 『ブログ・SNS 利用者の実像』 NEC 総研.
- 西川祐子, 2009, 『日記をつづるということ——国民教育装置とその逸脱』 吉川弘文館.
- 西川祐子・杉本星子編, 2009, 『共同研究 戦後の生活記録に学ぶ——鶴見和子文庫との対話・未来への通信』 日本図書センター.
- 野村総合研究所ブログ調査チーム・シックスアパート, 2006, 『ブログ白書 2007』 RBB.
- 小田切進, 1984, 『近代日本の日記』 講談社.
- 小川克彦, 2011, 『つながり進化論』 中央公論新社.
- 荻上チキ, 2009, 『社会的な身体』 講談社.
- 大熊徹, 1983, 「日記指導論——国語科教育における意義と課題」『東京学芸大学紀要 2 部門』 34: 227-41.
- 大澤真幸, 2008, 『不可能性の時代』 岩波書店.
- 大島一雄, 1998, 『人はなぜ日記を書くか』 芳賀書店.
- 大塚英志, 1989, 『物語消費論』 新曜社.
- 大塚英志, 2004, 『物語消滅論』 角川書店.
- 岡田朋之, 1998, 「情報文化としての現代文化」井上俊編『新版・現代文化を学ぶ人のために』 世界思想社, 63-81.
- 岡田朋之・松田美佐編, 2002, 『ケータイ学入門』 有斐閣.
- 奥平康熙, 2008, 「戦後生活綴方教育全盛の時代: 1950 年代前半の子どもの生活と戦後教育実践」『和光大学現代人間学部紀要』 1: 7-21.
- 奥野宣之, 2010, 『人生は 1 冊のノートにまとめなさい——体験を自分化する「100 円ノート」ライフログ』 ダイアモンド社.
- 奥野卓司, 2000, 『第三の社会——ビジネス・家族・社会が変わる』 岩波書店.
- 表三郎, 2004, 『日記の魔力』サンマーク出版. (2008, 『人生に成功をもたらす日記の魔術』)
- Ong, Walter J., 1982, *Orality and Literacy: The Technologizing of the World*, Methuen&Co. (=1991, 桜井直文・林正寛・糟谷啓介訳『声の文化と文字の文化』藤原書店.)
- Plummer, Ken, 1983, *Documents of Life*, George Allen & Unwin. (=1991, 原田勝弘・川合隆男・下田平裕身監訳『生活記録の社会学——方法としての生活史研究案内』光生館.)
- P-NEST, 2009, 「女子中高生の『リアル』に関する実態調査」<http://www.p-nest.com/research/rst.php?seq=1568> (2010.1.8).
- Poster, Mark, 1990, *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*

- t, Polity Press. (=1991, 室井尚・吉岡洋訳『情報様式論——ポスト構造主義の社会理論』岩波書店.)
- Putnam, Robert, 2000, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster. (=2006, 柴内康文訳『孤独なボウリング——米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房.)
- リサーチバンク, 2012, 「Facebook (フェイスブック) に関する調査」 http://research.lifemedia.jp/2012/06/120620_facebook.html (2013.6.1 閲覧)
- 斎藤民部, 1993, 『だれにでもできる日記指導』あゆみ出版.
- 阪本俊生, 2009, 『ポスト・プライバシー』青弓社.
- 佐藤伝, 2005, 『「朝」日記の奇跡——朝 3 分 夢をかなえる習慣の作り方』日本能率協会マネジメントセンター.
- 佐藤寛, 2002, 『援助と社会関係資本——ソーシャルキャピタル論の可能性』日本貿易振興会アジア経済研究所.
- 佐藤卓己, 2011, 「教育のニュー・メディア幻想」稲垣恭子編『教育文化を学ぶ人のために』世界思想社, 2-25.
- 佐藤俊樹, 2010, 『社会は情報化の夢を見る——新世紀版 ノイマンの夢・近代の欲望』河出書房新社.
- 佐々木正悟・富さやか, 2012, 『記録するだけでうまくいく——毎日が 10 倍楽しくなるライフログ HACKS!』ディスカバー・トゥエンティワン.
- 佐々木真一, 1994, 「青年が日記を記すことの意義に関するモデル構成的研究」『日本青年心理学会発表論文集』2: 20-1.
- 佐々木俊尚, 2007, 『フラット革命』講談社.
- 瀬沼文彰, 2007, 『キャラ論』STUDIO CELLO.
- 渋井哲也, 2006, 『ウェブ恋愛』筑摩書房.
- 島利栄子, 2002, 『日記拝見!』博文館新社.
- 下田博次, 2010, 『子どものケータイ——危険な解放区』集英社.
- 志村誠, 2005, 「ウェブ日記・ウェブログによるパーソナルネットワークの広がり」池田謙一編『インターネット・コミュニティと日常世界』誠信書房, 87-111.
- 城田真琴, 2012, 『ビッグデータの衝撃——巨大なデータが戦略を決める』東洋経済新報社.
- 総務省, 2010, 「利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会: 第二次提言」 http://www.soumu.go.jp/main_content/000067551.pdf
- 総務省, 2012, 『平成 24 年度版 情報通信白書』 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/pdf/index.html>
- 総務省情報通信政策研究所, 2009a, 「ブログの実態に関する調査研究」 <http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2009/2009-02.pdf> (2009.7.25)

- 総務省情報通信政策研究所, 2009b, 「ブログ・SNS の経済効果の推計」 <http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2009/2009-I-04.pdf> (2009. 7.25)
- 菅原稔, 2008, 「無着成恭編『山びこ学校』の成立とその反響——戦後作文・綴り方教育成立史研究」『岡山大学大学院教育学研究科研究集録』 138: 67-74.
- 鈴木謙介, 2005, 『カーニヴァル化する社会』 講談社.
- 鈴木貞美, 2011, 「『日記』および『日記文学』概念をめぐる覚書」『日本研究』(人間文化研究機構国際日本文化研究センター) 44, 425-43.
- 鈴木翔, 2012, 『教室内カースト』 光文社.
- 高橋一郎, 1992, 「明治期における『小説』イメージの転換——俗悪メディアから教育的メディアへ」『思想』 岩波書店, 812. (再録: 北田暁大・大多和直樹編, 2007, 『リーディングス 日本の教育と社会 10 子どもとニューメディア』 日本図書センター, 160-177.)
- 竹内郁郎・児島和人・橋元良明編, 2005, 『新版 メディア・コミュニケーション論 1』 北樹出版.
- 田中ウルヴェ京, 2010, 『書くだけで人生が変わる! 感謝日記』 実業之日本社.
- 手塚千砂子, 2011, 『「ほめ日記」をつけると幸せになる! ——自分で自分をほめるだけ』 メディアファクトリー.
- 「This is 読売」編集部編, 1999, 『20 世紀日記抄』 博文館新社.
- 東京大学アンビエント社会基盤研究会実世界ログ WG, 2012, 『実世界ログ——総記録技術が社会を変える』 PHP パブリッシング.
- 富田英典, 1997, 「インティメイト・ストレンジャーの時代」 富田英典・藤本憲一・岡田朋之・松田美佐・高広伯彦『ポケベル・ケータイ主義!』 ジャストシステム, 14-30.
- 富田英典・藤本憲一・岡田朋之・松田美佐・高広伯彦, 1997, 『ポケベル・ケータイ主義!』 ジャストシステム, 14-30.
- 富田英典, 2009, 『インティメイト・ストレンジャー——「匿名性」と「親密性」をめぐる文化社会学的研究』 関西大学出版部.
- 戸井和彦, 1992, 『心が通いあう日記指導の技術』 明治図書.
- 豊泉周治, 1998, 『アイデンティティの社会理論』 青木書店.
- 坪内祐三, 1993a, 「メディアとしての日記——博文館日記起源」『月刊 Asahi』 5(1):29.
- 坪内祐三, 1993b, 「青春日記の系譜」『月刊 Asahi』 5(1):103-4.
- 津田大介, 2009, 『Twitter 社会論』 洋泉社.
- 津田八洲男, 1996, 『人間らしく育てたい——実践綴り方教育 日記・詩・散文』 新読書社.
- 辻大介, 1999, 「若者のコミュニケーションの変容と新しいメディア」 橋元良明・船津衛編『子ども・青少年とコミュニケーション』 北樹出版, 11-27.
- 辻大介, 2004, 「若者の親子・友人関係とアイデンティティ——16~17 歳を対象としたア

- ンケート調査の結果から」『関西大学社会学部紀要』35(2): 147-59.
- 角田隆一, 2004, 「思い出をつくる若者たち——現代的自己の記憶論的アプローチ」宮台信司・鈴木弘輝編『21世紀の現実——社会学の挑戦』ミネルヴァ書房, 143-172.
- 鶴見和子, 1998, 『コレクション鶴見和子曼荼羅 II』藤原書店.
- Turkle, Sherry, 1995, *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*, Simon & Schuster. (=1998, 日暮雅通訳『接続された心——インターネット時代のアイデンティティ』早川書房.)
- Turkle, Sherry, 2011, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books.
- 梅田望夫, 2006, 『ウェブ進化論——本当の大変化はこれから始まる』筑摩書房.
- 若林幹夫, 2007, 「テーマ別研究動向 (インターネット)」『社会学評論』57(4): 821-30.
- 鷺田清一, 1996, 『じぶん・この不思議な存在』講談社.
- 鷺田清一, 2002, 「『キャラ』で成り立つ寂しい関係」『中央公論』2002.6, 50-3.
- 山田良一, 1978, 「青年期における自我形成の諸相——一女子青年の日記分析を通して」『山梨大学教育学部研究報告』29: 146-153.
- 山下清美・川浦康至・川上善郎・三浦麻子, 2005, 『ウェブログの心理学』NTT出版.
- 山崎秀夫・山田政弘, 2004, 『早わかり! 図解&実例 よくわかる! ソーシャル・ネットワーキング』ソフトバンクパブリッシング.
- 山崎秀夫, 2007, 『ミクシィ [mixi] で何ができるのか?』青春出版社.
- 柳澤三樹夫, 2007, 『1日3行「感謝日記」——書くだけで理想を実現!』同文館出版.
- 山守伸也, 2008a, 「関係構築ツールとしての『日記』——ブログの実証的研究を通して」『人間科学』68: 19-40.
- 山守伸也, 2008b, 「現代日記論——日記をめぐる社会学的考察の試み」『人間科学』69: 1-19.
- 山守伸也, 2009, 「ブログにおける『他者』の実像——ブロガーへのアンケート調査から」『人間科学』71: 63-82.
- 山守伸也, 2011, 「メディア空間と場所性に関する一考察——Twitter における場所への言及をめぐる」『人間科学』74: 115-123.
- 安川一・杉山あかし, 1999, 「生活世界の情報化」児島和人編『講座社会学 8 社会情報』東京大学出版会.
- 安岡寛道編, 2012, 『ビッグデータ時代のライフログ——ICT 社会の“人の記憶”』東洋経済新報社.
- 依田弘作編, 2012, 『ライフログの技術——自分の仕事と趣味を丸ごと整理・保存する!』洋泉社.
- 米田かおる, 2010, 「揺れ動きながら成長する子どもに寄り添って——日記から見えるもの」『作文と教育』765: 20-7.
- 米山誠, 1988, 「日記・手紙の学習指導——生徒の実態に即して」『名古屋大学教育学部附

属中・高等学校紀要』33: 36-43.

吉田純, 2000, 『インターネット空間の社会学——情報ネットワーク社会と公共圏』世界思想社.

吉田求, 1976, 『学校ぐるみの日記指導』明治図書.

初出一覧

(いずれも執筆に際し、加筆・修正を行なっている。)

第2章 日本における日記メディアの系譜

第1節・第2節

「現代日記論：日記をめぐる社会学的考察の試み」『人間科学：社会学・心理学研究』（関西大学大学院社会学研究科院生協議会）69号 pp.1-19、2008年9月

第3節・第4節 および 第3章 第1節・第2節の一部

「変容過程における日記：『教育』からの逸脱をめぐる」『人間科学：社会学・心理学研究』（関西大学大学院社会学研究科院生協議会）73号 pp.43-59、2010年9月

第4章 日記の文化社会学

第3節の一部 および 第7章 第2節の一部

「ライフログに関する文化社会学的研究の可能性」『KG社会学批評』（関西学院大学大学院社会学研究科）1号 pp.121-129、2012年3月

第5章 自己の可視化装置：日記を媒介とする自己の構築

第1節の一部・第2節・第3節の一部

「インターネット空間における自己の構築：ウェブ日記・ブログにみる自己表出・コミュニケーションについての考察」修士論文、2006年1月

第6章 関係の可視化装置：日記を媒介とする関係の構築

第2節

「関係構築ツールとしての『日記』：ブログの実証的研究を通して」『人間科学：社会学・心理学研究』（関西大学大学院社会学研究科院生協議会）68号 pp.19-40、2008年3月

第3節

「ブログにおける『他者』の実像：ブロガーへのアンケート調査から」『人間科学：社会学・心理学研究』（関西大学大学院社会学研究科院生協議会）71号 pp.63-82、2009年9月

第4節

「親密圏としてのメディア空間：携帯サイト『リアル』にみる中高生の振る舞いをめぐって」『日本教育社会学会大会第62回大会発表要旨集録』pp.414-5 2010年9月

第4節 および 第7章 第4節

「ポスト親密圏の変容：携帯サイト『リアル』を事例に」『人間科学：社会学・心理学研究』（関西大学大学院社会学研究科院生協議会）72号 pp.21-40、2010年3月

第8章 むすびにかえて

第1節の一部

「メディア空間と場所性に関する一考察：Twitter における場所への言及をめぐって」
『人間科学：社会学・心理学研究』（関西大学大学院社会学研究科院生協議会）74号
pp.115-123、2011年3月