

# 若者のパーソナル・

## コミュニケーションの変容

—— NTT「ダイヤルQ<sup>2</sup>」をてがかりに ——

富 田 英 典

はじめに

電話は、若者たちにとって身近なメディアの一つである。自分の部屋に専用の電話を置いている若者、コードレス・テレフォン、ポケットベル、小型の携帯用電話を持っている若者までいる。また、テレフォン・カードの登場は、公衆電話からの長電話を容易にし、街頭の電話ボックスを臨時のプライベート・ルームに変えた<sup>(1)</sup>。今や電話は、彼らのパーソナル・コミュニケーションにとってなくてはならないものとなっている。

その一方で、現代の高度消費社会は、C. ラッシュやR. セネットが指摘しているようにナルシズム文化を生み出している。現代人は、消費社会のなかで「自己イメージ」と全能感を肥大させつつ、ナルシスティックになっている。

そのような状況のなかで、大きな社会問題が発生した。NTTの「ダイヤルQ<sup>2</sup>」がその原因であった。マスコミは、盛んに「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に関連する事件を報道している。

誰でも情報提供者になれ、また誰でも手軽に電話で情報を入手できるという意味では、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」は、情報化社会の進展の中で生まれた電話の新しい利用形態として注目される。しかし、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」が引き起こした社会問題の多くは、それが消費社会とそれによって助長されるナルシズムの強い影響を避けることが出来ないことを示している。

本稿は、「消費社会とナルシズム文化」の観点から、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」を使った若者たちの「電話コミュニケーション」の実態を探り、それを通じて今日の若者たちの「パーソナル・コミュニケーション」の変容について考察するものである。

そこで、まずはじめに「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の発展経過、システム概要、社会問題の内容を整理する。次に、「電話コミュニケーション」そのものの特性を先行研究にしたがって検討し、その上で「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の中で特に若者たちに人気のある「パーティーライン」と「ツーショット」に焦点を合わせて「ダイヤルQ<sup>2</sup>」コミュニケーションの特性を明らかにしたい。そして、最後に、現代社会において「ダイヤルQ<sup>2</sup>」コミュニケーションが若者たちの関心をあつめた原因を探るとともに、今日の若者たちのパーソナル・コミュニケーションがどのように変容しているかを考察したい。

## 第1章 「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の概要

今、若者たちの間で流行している新しい電話有料情報サービス「ダイヤルQ<sup>2</sup>」は、何かと世間を騒がせたが、その実態を知る人は意外と少ない。マスコミは、高額の情報料金や野放し状態のアダルト番組、未成年者への悪影響などに焦点を合わせたり、「パーティーライン」や「ツーショット」番組が、青少年の性犯罪につながる危険性を取り上げた。

本章では、このような様々な問題点を含んだ「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の全体像をまとめることにする。そこで、まず「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の歴史について簡単に触れておきたい。

### 第1節 「ダイヤルQ<sup>2</sup>」小史

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」とは、NTT（日本電信電話株式会社）が1989年7月より開始した情報料回収代行サービスである。実は、NTTの「ダイヤルQ<sup>2</sup>」サービスにあたるものが、アメリカにも存在する。アメリカのAT&T（米国最大の長距離電話会社）の「900番サービス」がそれである。このサービスを開始するきっかけになったのが、1980年夏の全米ネットワークのCBSテレビ「大統領候補テレビ対談」という番組だった。

あなたはロナルド・レーガン候補とジミー・カーター候補のどちらを支持しますか？ レーガン支持の人は 900-\*\*\*-\*\*\*, カーター支持の人は 900-\*\*\*-\*\*\* にダイヤルをしてください。1回のコールには50セントかかります<sup>(2)</sup>。

CBSテレビのこの試みがアメリカの「900番サービス」の第1号であると言われる。当初、各企業が提供する情報を電話会社を買取り提供していたが、FCC（米国連邦通信委員会）が、電話会社が直接情報提供者になることを禁止する決定を下した1983年を境に、料金回収代行サービスが一般に解放され、番組数も爆発的に増加した。新聞等の報道によると、「900番サービス」を利用した電話相談は急成長し、1991年までに業者は17,000に達し、年間10億ドルの大市場にまで拡大している。業種は法律、医学、税金、コンピューター操作、身の上相談など様々ある。しかし、同時に「アダルトコールライン」と呼ばれるポルノ番組や「デートライン」<sup>(3)</sup>が登場、また料金トラブルも多発し、1990年だけでも3,000件を超す苦情がFCCに届いている<sup>(4)</sup>。

1989年に、米国議会は猥褻度の高いポルノ電話を18歳未満の年少者に提供することを禁止する法改正を行った。FCCも、料金体系を利用者に知らせること、年少者によるポルノ電話利用を停止するためのブロック機能の提供などの方策を効じてきている。

米国の「900番サービス」が急速に拡大し、同時にトラブルとその解消の努力がなされているちょうどその時、NTTは、同種の電話サービス「ダイヤルQ<sup>2</sup>」を開始した。1989年7月に東京地区で開始された「ダイヤルQ<sup>2</sup>」サービスは、翌年には、ほぼ全国へと利用地域を拡大した。サービス

開始当初、番組数4、回線数53であったものが、一年後の1990年7月には600番組、4,500回線、1991年7月には1万1,000番組、7万回線と急成長した。91年3月には1ヶ月の利用数が5,070万回に達し、同年10月には、1ヶ月の情報料が130億円を記録している。(表1参照)

しかし、同時にアメリカの「900番サービス」と同様のトラブルが多発し、社会問題化した。NTTは、1990年10月より「利用規制」を開始し、希望すれば特定の電話から「ダイヤルQ<sup>2</sup>」につながらなくなった。また、1991年2月には、情報提供サービス業界が、番組内容の自主審査機関「日本電話倫理協会」を設立している。さらに、NTTは91年6月に同月20日以降「ツーショット」の新規申込の受け付けを中止し、10月1日以降は既存の番組についても契約更新を中止、また、「パーティーライン」に関しては、1992年4月から情報料の上限を現行の五分の一に下げることを発表した。これによって、「ツーショット」は完全に廃止されることになった。ただし、実質的に全廃になったのは、92年7月であった。

しかし、実際には、92年8月の段階でもツーショット番組は、一般回線を使った低料金の「ツーショット」として存続している。一般回線を利用した「ツーショット」番組は、92年の2月頃からすでに出現していた。例えば、5分間から10分間「ダイヤルQ<sup>2</sup>」で音楽やタウン情報などを聴きながら料金を蓄積した後、一般回線で「ツーショット」を30分間から1時間利用できるシステムである。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の料金は500円から1,000円程度で、従来の「ツーショット」の6分の1の料金ですむという。「ツーショット」番組の打ち切りは、現在、このように規制の抜け道を探そうとする業者とNTTとのイタチごっこの様相を呈している。また、他方で「テレクラ」が息を吹き返し始めたり、テレビ電話を使った「ツーショット」が登場するなど「ツーショット」をめぐる状況は新たな段階へと進みつつある。

このように様々な問題を抱えながらも急速に成長した「ダイヤルQ<sup>2</sup>」ではあるが、新しい電話の利用形態としてまだまだ大きな可能性を秘めている事も事実である。そこで、次に、電話発展史の中で「ダイヤルQ<sup>2</sup>」はどのように位置づけられるのかを検討しておきたい。

## 第2節 電話発展史の中の「ダイヤルQ<sup>2</sup>」

電話メディアの発展史については、吉見俊哉・水越伸・若林幹夫による共同研究<sup>(5)</sup>の中で詳しく記されている。それによると、電話というメディアは、当初から「声の双方向通信」を目的としていたのではない。ベルをはじめとする発明家たちは、「音楽の伝達装置」を生み出すことをめざしていた。実際、電話のラジオ放送の様態が事業として定着したケースもある。他方で、ラジオも「無線電話」と呼ばれ、音声の双方向通信テクノロジーという性格を有していたが、ラジオはあえて双方向性を捨て、一方で電話は有線スピーカー・システムとはならず、パーソナルな双方向性を採用することになる。

ところが、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」では、電話の有線スピーカー・システム「電話放送局」が登場している。その内容は、残念ながらポルノ・ドラマがほとんどである。「ラジオ・ドラマ」ならぬ「電

話ドラマ」が登場する一方で、ラジオの「ディスクジョッキー」に似た番組も登場している。そのひとつが「みなこダイヤル」である。提供者は、「オールナイトフジ」というテレビ番組に出演していた「もりのみなこ」という女性である。この番組は、ラジオの深夜放送のように女性DJ(番組内では、「パーソナリティー」と呼んでいる)のおしゃべりを聴いたあと、本人と直接話が出来るという内容である。女性DJは、「みなこ」本人であり、電話で流れる彼女のおしゃべりは、テープに録音されたものであり、その内容は毎日変わる。ラジオの深夜放送は、テレビが青少年の自室にまで侵入するようになった今日でも、その人気を維持している。そして、青少年の間にラジオについて急速に普及しているのがパーソナル電話である。いつでも好きな時間に電話すれば番組が聴ける。しかも、DJと話もできる。「みなこダイヤル」は、有線スピーカー・システムとしての電話放送局の性格を復活させつつ、同時にパーソナルな双方向性も有している。

本人と直接話ができるという電話放送局「みなこダイヤル」の魅力は、後述する「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「パーティーライン」の女性「オペレーター」にも共通している。彼女たちは、メンバーたちの会話をうまくリードしてくれる。そんな「オペレーター」との会話を目当てに電話しているケースも多いのである。

では、電話の新しい利用形態として登場した「ダイヤルQ<sup>2</sup>」とは、どのようなシステムなのであろうか。次に、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」のシステムを実状に即して概観したい。

### 第3節 NTT「ダイヤルQ<sup>2</sup>」システムの概要

現在、多くのテレフォン・サービス(時報、天気予報、企業PRなど)があるが、それらは通話料以外の料金は必要ない。情報提供者は、無料で情報を提供している。それに対して、情報を有料で提供するのが「ダイヤルQ<sup>2</sup>」である。情報料には12ランクあり、情報提供者(IP:Information Provider)が自由に決定できる。利用者は、通話料の他に情報料を支払う。実際に利用してみると、番組が始まる前に情報料についてのガイダンスが流れる(例えば、「このサービスは、情報料と通話料あわせて6秒ごとに10円の料金がかかります。」)。情報料回収代行サービスと呼ばれる理由は、NTTが情報料を通話料と一緒に回収し、その後、情報料だけを各IPに支払うというシステムであるためである。IPは、NTTに対して、月々の回線使用料(1,150円~2,350円)と回収代行手数料(固定、1万7,000円)を支払う。その他に、情報料金額の9%の手数料をNTTに支払わなければならないが、この料金は、NTTから受け取る情報料から前もって引かれている。

次に、具体的にどのようなシステムになっているのかをまとめてみよう。システムは、大きく分けて「留守番電話型」「ミニ交換機型」「コンピューター型」「コンピューター型(ロールプレイングゲーム式)」「FAX型」「パーティーライン型」「ツーショット型」の7つに分かれる<sup>(6)</sup>。提供する情報によって、採用されるシステムも異なってくる。

本稿で注目するのは、「パーティーライン型」と「ツーショット型」である。「パーティーライン」は、3人以上の男女が電話回線上で結合され、自由に会話する「声だけのパーティー」である。

「ツーショット」は、男女が一对一で会話する「声だけのデート」である。なお、「ツーショット型」には3タイプがあるが、その違いについては、後の章で説明することにした。

番組の内容であるが、実に多様な情報が提供されている。例えば、「就職情報」「リゾート物件情報」「旅行情報」「株式・財テク情報」「報道・ニュース」「各種コンサートのチケット情報」「医療・健康サービス」「英会話レッスン」「教育情報」「大学の休講情報」「プロ野球リアルタイム情報」「占い」「カラオケレッスン」「競馬情報」「伝言サービス」「伝言FAX」「バラエティ」「アイドル情報」「アダルト情報」「パーティーライン」「ツーショット(デートライン)」などがある<sup>(7)</sup>。

「伝言サービス」「伝言FAX」「パーティーライン」「ツーショット」の場合、IPは情報を提供しているわけではない。「パーティーライン」は、複数の利用者の電話を回線内でつないでいるにすぎない。また、「ツーショット」も「ダイヤルQ<sup>2</sup>」で電話してくる男性とフリーダイヤルで電話してくる女性をつないでいるだけである。このように、「パーティーライン」と「ツーショット」は、コミュニケーションの場所、男女の出会いの場所を提供しているものであり、「スペース提供型ダイヤルQ<sup>2</sup>」と呼べるだろう。

〔表1〕ダイヤルQ2全国データ(NTTより)

92. 7. 31

月度	情報料	通話料	利用数	回線数	1回線単価	番組数
90 1月	7千万	1.5千万	80万	870	@ 7.2万	130
2月	1.0億	2.0	110	1060	@ 9.4	150
3月	1.3	4.0	140	1230	@ 10.5	170
4月	1.7	5.0	200	1250	@ 13.6	180
5月	2.2	7.0	250	1250	@ 17.6	180
6月	4.0	8.0	300	2000	@ 20.0	250
7月	12億	4億	730	4500	@ 26.6	600
8月	24	9	1350	6500	@ 36.9	900
9月	33	12	1780	8200	@ 40.2	1200
10月	46	16	2260	14000	@ 32.8	2100
11月	66	26	3000	20000	@ 33.0	3000
12月	82	31	3600	34000	@ 24.1	5500
91 1月	99	36	3950	40000	@ 24.75	6000
2月	102	36	3800	45000	@ 22.66	7200
3月	126	45	5070	52600	@ 28.00	8200
4月	121	34	4100	59000	@ 21.35	9300
5月	111	28	3500	65000	@ 17.07	10000
6月	111	27	3300	68000	@ 16.34	10700
7月	122	28	3500	70000	@ 17.42	11000
8月	126	30	3600	70000	@ 18.00	11200
9月	125	27	3400	68000	@ 18.38	11400
10月	130	28	3500	65000	@ 20.00	11200
11月	122	26	3200	61000	@ 20.00	10700
12月	116	25	3100	61000	@ 19.34	10100
92 1月	115	25	3100	57000	@ 20.17	9300
2月	100	22	2500	63000	@ 18.86	8700
3月	99	23	2500	50000	@ 19.80	8500
4月	93	21	2400	49000	@ 18.98	8600
5月	100	22	2500	48000	@ 20.83	8400

(日本電話倫理協会会報, 1992年8月10日)

では、実際に、このような電話有料情報サービスによって、IPは利益を上げているのであろうか。アメリカの場合を見ると、全米で最初に「900番サービス」による電話法律相談を開設したカリフォルニアのミッチェル・ケーン氏の会社には、1989年から2年間で1万件もの相談があったという<sup>(8)</sup>。

香港でも、電話を使った情報サービスが人気を集めている。ある若手の経済評論家が経営しているテレフォンサービスの会社は、その日の経済問題についての分析や自分の意見を録音したテープを流している。料金は、1分6香港ドル(約100円)で、1回5分以上流れる。彼は、それだけで月に2,000万円以上の収入を得ているという<sup>(9)</sup>。

わが国の「ダイヤルQ<sup>2</sup>」場合をみると、NTTが回収した情報料は全体で1990年が274億円、1991年には1,413億円

に達する。最もコール数の多かった1991年3月の情報料126億円をその月の番組数8,200で割った1番組の1ヶ月平均情報料収入は約154万円となる。そこから手数料などを引くと約128万円の収益を上げていることになる。ただ、すべての番組が均等に成功しているわけではない。個々のIPの経営状態は明かではないが、新聞報道や一般雑誌などが伝えるところでは、アメリカや香港の場合と同様に、成功した場合は「現代のサクセス・ストーリー」と呼べるほどの桁違いの大成功なるに傾向が見られ、「パーティーライン」や「ツーショット」の番組は、ヒットすれば1回線1ヶ月で1,000万円も儲かると言われている。

情報料の増加は、当然NTTの回収手数料の増加につながり、NTTの「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に伴う売上は、表1から計算すると、1990年度では約313億8,000万円（「ダイヤルQ<sup>2</sup>」による通話料収入約217億円、回収手数料〔情報料の9%〕約54億円、代行料〔固定〕約39億円、回線使用料〔中央値の1750円とした場合〕約4億円）、1991年度の売上はさらに伸び約589億円に達している。

このようなIPとNTTの大幅な増収の陰では、悲惨な社会問題が発生している。そこで次に、社会問題としての「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の側面を取り上げてみよう。

#### 第4節 社会問題化した「ダイヤルQ<sup>2</sup>」

周知の通り、このNTTの「ダイヤルQ<sup>2</sup>」は、様々な社会問題を引き起こした。朝日・毎日・読売の各新聞が「ダイヤルQ<sup>2</sup>」を取り上げた回数を見ると、1989年7月から1992年8月までの3年間で547回に登る。また、最も多かった1991年6月には一か月だけで49回を数えている。ただ、サービス開始当初から不評だったわけではない。今日では、生活に密着したメディアである電話の全く新しい世界が、この「ダイヤルQ<sup>2</sup>」によって開かれたのも事実である。有料で情報を提供する電話サービスは、多くの可能性を秘めている。

しかし、一般雑誌の記事からも分かるように、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」が人々の関心を集めたのは、風俗としての側面と高額の情報料であった（表2）。特に、高額の情報料は、電話料金とともにNTTが代行して回収するため、利用者にとっては電話料金の高額化として感じられる。実際、情報料と通話料を合わせた料金を支払えない場合は、電話の受発信をストップされる。しかし、多くの場合、支払えないのは高額の情報料であり、通話料ではない。最近では、NTTも情報料を除いた通話料の支払いがあった場合は、加入契約の解除等の処置を行わないようにしている。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」を利用し始めると、情報料の高さがこれまでの通話料の感覚では理解し難いほど高額であるため、気が付くと料金が普段の月の10倍から20倍になっているケースもある。このような高額な料金が原因となった事件が発生した。例えば、1991年3月に中学2年生の男の子が、深夜、近所の会社事務所に侵入して無断で「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に電話し逮捕される事件が発生している<sup>(10)</sup>。料金が高すぎて自宅からは「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に電話できない少年は、会社に忍び込んで電話をかけていたのである。また、7月には、高額な料金が支払えないため57歳の男性が服毒自殺<sup>(11)</sup>、1992年の7月には「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に夢中になった息子（18歳）を父親が紐で締め殺すという悲惨

[表2] 「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に関する誌記事一覧

雑誌名	発行日	記事タイトル
FLASH	1990.2.6	新ベンチャー会社の女社長は才色兼備の現役東大生
プレイボーイ	1990.3.6	電話回線の中のHな住人たち
週刊現代	1990.5.12	今週の情報LooK
オリコン	1990.6.4	ダイヤルQ <sup>2</sup> はテレホン・ニューメディアか
週刊テームス	1990.6.20	「ダイヤルQ <sup>2</sup> 」を知っているか
SPA	1990.7.4	Qティーズ NTTの新商売「ダイヤルQ <sup>2</sup> 」でボクらの電話料金はかさむばかり
週刊新潮	1990.7.26	TEMPO タウン 「想像力」を刺激するNTT「エッチ」テレホンの蔓延
プレジデント	1990.8	情報ファイラー大手商社が食指を動かす「パーティーライン」とは
週刊読売	1990.8.5	ふらっしゅ FLASH フラッシュ:野球の結果は?株式は?円相場は? モテモテのテレホン新聞
週刊朝日	1990.8.10	株価急降下NTTが考えたピンハネ商法0990
PLAYBOY	1990.9	PLAYBOYCOLUMN:顔も知らない男と女がいまじゃ電話の中でパーティー やっつてるぞ「パーティーライン」
FLASH	1990.9.11	超過激!!ダイヤルQ <sup>2</sup> のエッチ生録現場へ大潜入。夏樹聖子くんが「サム・ テレホンサービス」の録音
SPA	1990.9.19	ブッシュホンメディア活用戦略マニュアルダイヤルQ <sup>2</sup> #ダイヤル
週刊テームス	1990.9.19	新テレホンサービスは風俗産業か “TECH TALK” “ダイヤルQ <sup>2</sup> ”
SPA	1990.9.26	犯人も女子高生も業者もみんなビョーキのダイヤルQ <sup>2</sup> 症候群
週刊テームス	1990.10.3	求人情報は電話でビッポッパ! 画期的サービス “ビッポ” が出て来たわけ
週刊ポスト	1990.10.5	Search THE KEY・MANターゲットはオタク族, “欲望電話商法” の新登場
週刊テームス	1990.10.10	「私たちがお相手しまーす」テレホンアイドル “Qティーズ”
FRIDAY	1990.10.12	「電話一本」「自宅」で楽しめる「新フーズク」「声でHする」ダイヤルQ <sup>2</sup> マド ンナの「素顔」
週刊時事	1990.10.20	急拡大するNTTのテレホンサービス 「ダイヤルQ <sup>2</sup> 」 アダルト番組や「パー ティーラインで」
CREA	1990.11	NEWSY CREA いま、ひそかに大流行, ダイヤルQ <sup>2</sup> のドキドキワクワク
週刊ポスト	1990.11.2	「1カ月の料金請求100万円」も!? -親が仰天するダイヤルQ <sup>2</sup> の電話公害-
DIME	1990.11.15	流行りもの解体新書 - 「下半身ニューメディア」ダイヤルQ <sup>2</sup> の魔カ-
FLASH	1990.12.11	ダイヤルQ <sup>2</sup> のすべて
週刊明星	1990.12.13	ザ・テレビスペシャル ダイヤルQ <sup>2</sup> の落とし穴-内田忠男もブッたまげた 110万円の電話料金
パンクキン	1990.12.25	NEWS FORUM-月に数十万円の電話料, メディアに振り回されてしまっ てはいないか-
FRIDAY	1990.12.28	受話器の向こうの「恋人」とごタイムン ダイヤルQ <sup>2</sup> から飛び出したAV 女優&女子大生
アビタン	1991.1	くらしデザイン-ダイヤルQ <sup>2</sup> が急成長生活情報からアダルト情報まで-
婦人公論	1991.1	電話回線上の深夜パーティー
SPA	1991.1.2・9	'91年のライバル50組どっちが勝つか! -ダイヤルQ <sup>2</sup> VS伝言ダイヤル究極の ハイテクナンパはどっち?
FLASH	1991.1.8・15	ポスト “ねるとん”!? ダイヤルQ <sup>2</sup> 仲間が顔見せパーティー
DIME	1991.1.7	大特集・91年の話題商品を取っ取り! ⑦高付加価値ダイヤルQ <sup>2</sup> への変身で 「Q <sup>2</sup> 」は新時代に突入する
女性セブン	1991.1.31	男たちを惑わすダイヤルQ <sup>2</sup> を試聴してみました!
AERA	1991.2.5	摘発ダイヤルQ <sup>2</sup> 露骨
週刊テームス	1991.2.6	追跡現代の性② ついにワイセツ物陳列罪で摘発された大阪「過激アダルトQ <sup>2</sup> 」 のすご〜い中身
週刊テームス	1991.3.6	フツの女の子が好奇心で女子中・高生が群がったツァーショットQ <sup>2</sup> の中身
微笑	1991.3.30	見よ! 平成のバカ男かけまくる “性春” 【ダイヤルQ <sup>2</sup> 】Hドクで月300万円も!
FRIDAY	1991.6.7	ダイヤルQ <sup>2</sup> が産んだ現代のサクセス物語ソフト開発「4人組」の月収は締め て8千万円

(大宅壮一文庫より作成)

な事件まで発生している<sup>(12)</sup>。これらの料金にかかわるトラブルは、氷山の一角でしかない。

その他にも、1990年9月には、予備校生が、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「パーティーライン」で知り合った女子高生とその娘（小学生）に乱暴した事件<sup>(13)</sup>、1991年4月には、やはり「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「パーティーライン」で知り合った中学生、高校生、無職の少女あわせて9人（14歳が4人、15歳が3人、16歳が1人、17歳が1人）が、示し合わせて一度に家出する事件まで発生している<sup>(14)</sup>。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」が売春に利用されているケースもある<sup>(15)</sup>。1991年2月には1,200人もの子中高生たちを雇ってデートクラブ兼テレホンクラブを営業していた「ダイヤルQ<sup>2</sup>」業者が労働基準法（年少者使用、深夜労働）違反容疑で逮捕されている<sup>(16)</sup>。しかし、東京家裁は、同年7月3日「業務内容は労基法が適用される接客業に当たらない」として無罪を言い渡している<sup>(17)</sup>。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」による社会問題は、「性に関する問題」「未成年者への影響」「電話料金」の3つに大別される。

「性に関する問題」には、アダルト・テープ、テレフォン・セックスといった電話による性風俗産業の無制限の拡大と、電話してくる男性を相手にした売春行為が含まれる。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」を利用した新しい性風俗産業は、地域に限定されることなく、電話回線を通じて各家庭にまで一気に侵入することが可能となった。また、売春も、地域を限定された「ソープランド」や客からの連絡を待つ「ホテル」といった形態から、後述するいわゆる「逆テレクラ」という形態によってIPが組織的に売春まがいの行為を行うケースも出現した。ただ、女性側がツーショットを利用して単独で売春の客探しに利用している場合も存在する。

「未成年者への影響」には、「ツーショット」でIPが未成年の女子をアルバイトで使用するケース、電話で知り合った未成年男女が非行や性犯罪に走るケース、アダルト番組が未成年者に与える影響などが含まれる。「ツーショット」に女性はフリーダイヤルでかけてくるが、IPはフリーダイヤルで電話してくる女性の数の不足を補うため、未成年者の女子をアルバイトで大量に使用している場合がある。「ツーショット」は、夜間に利用する者が多いため、夜にいかがわしい電話の相手を未成年の女子にさせるという事態が発生することになる。前述したテレホンクラブの事件もその一つである。アルバイト料は、1時間1,500円前後だと言われ、電話で話をするだけで未成年者にとってはかなりの大金を手軽に手にすることができる。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」で知り合った男女間で起きた事件については前述したが、未成年者の女性が小遣い欲しさに電話で最初から男性に金銭を要求するケースまである。

最後の電話料金の問題は、これまでの常識をはるかに越えた情報料のため、利用者が通常の電話利用感覚で「ダイヤルQ<sup>2</sup>」を利用してしまった時、その後まとめて莫大な情報料を請求されるケースである。電話をかけると、初めに「情報料と通話料あわせて〇秒ごとに10円の料金がかかります」というメッセージがながれるものの、利用後にかかった料金を知らせてくれない（例えば、「ただ今の料金は、情報料と通話料あわせて〇〇円でした」というメッセージは流れない）。もし、このような課金情報サービスが、利用直後にメッセージで流されていたなら、悲惨な事件も少しは



[表3] 新聞で「ダイヤルQ<sup>2</sup>」が取り上げられた回数

	(朝日)	(毎日)	(読売)	合計
1989年 7月	1			1
8月			1	1
9月			1	1
10月				
11月				
12月			1	1
1990年 1月			1	1
2月				
3月	1			1
4月	1			1
5月				
6月				
7月	9			9
8月				
9月	4	2	3	9
10月	2	1	1	4
11月	3	1	2	6
12月	7	1	2	10
1991年 1月	10	3	3	16
2月	14	7	11	32
3月	14	2	15	31
4月	14	5	24	43
5月	26	3	14	43
6月	18	13	18	49
7月	18	3	14	35
8月	7	4	8	19
9月	12	5	6	23
10月	19	6	11	36
11月	8	5	8	21
12月	9	12	8	29
1992年 1月	14	3	10	27
2月	7	6	5	18
3月	5	5	5	15
4月	2	1	4	7
5月	3	9	2	14
6月	6	4	4	14
7月	9	3	9	21
8月	4	4	1	9
	247	108	192	547

減っていたかもしれない。しかし、それ以上に、今日あまりに身近な存在になってしまった電話というメディアに対する現代人、特に若者たちの日常的な利用感覚が、料金問題を大きな社会問題へと拡大することに拍車をかけたと言えるだろう。

ただ、今日では電話が生活の必需品として料金をあまり気にせず日常的に利用されていること、そのために通話料の他に破格の情報料が課金されているとしてもそれが利用者に実感として理解されずらい可能性があることに、NTTは気付いていたはずである。しかも、アメリカの「900番サービス」の前例を知りつつ、それを反省材料とせず同種の問題を引き起こしたNTTの姿勢は、やはり厳しく問われる必要があるだろう(18)。

現在、「アダルト番組」に関しては、番組の冒頭で「18歳未満の人のご利用はお断りします。」というメッセージが流れる程度の対策しかとられておらず、料金問題も、結果的に未成年への影響などを考慮し「ツーショット」番組を廃止し、「パーティーライン」の料金を最高6秒10円から30秒10円に下げただけである。ところが、「ツーショット」番組は、一般回線を利用したシステムへと姿を変えて存続しており(19)、その場合の料金は、36秒10円(30分500円)程度かかる。

「パーティーライン」と「ツーショット」に関しては、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に先行して登場したパソコン通信の場合と比較してみるとまだ高額であることが分かる。例えば、大手のパソコン通信ネットワークである「ニフティサーブ」(20)の場合を見ると、基本料金は1分10円である。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の半分の料金で済む。本当に情報を提供している「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の番組は問題ないが、会話するだけの「ツーショット」と「パーティーライン」の料金が、パソコン通信の基本料金の2倍かかるのは理解に苦しむ。ましてや、改善されるまでの6秒10円(「パーティーライン」と「ツーショット」の情報料と通話料の合計は、ほとんどの番組が最高の6秒10円であった)は、パソコン通信

の約10倍であったことになるのである。常識をはるかに越えた料金であったことがよく分かる。

パソコン通信は、パーソナル・コンピュータを電話回線でつないでコンピュータ間で通信を行うものであった。しかし、それを利用するには、ワープロやパーソナル・コンピュータ、モデムなどを所有していなければならないという制限がある。それに対して、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」という電話有料情報サービスは、電話さえあれば誰でも利用できるという利点を持っていた。すでに、先行している「PC-VAN」や「ニフティサーブ」のような「パソコン通信」のネットワークをモデルにした「音声通信ネットワーク」を構想し、その中に「ダイヤルQ<sup>2</sup>」という情報料回収代行サービスを位置づけていれば、今日のような社会問題にはならなかったであろう。

以上、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の歴史と現状、及びそれが引き起こした社会問題について概観してきたが、ここで明らかになったことは、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」には多様な利用形態が存在するにもかかわらず、当初から「アダルト番組」「ツーショット」「パーティーライン」が、料金問題とともにトラブル発生の要因として存在していたことと、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の歴史は、電話というメディアが今日の消費社会の中に新たなマーケットを出現させる過程でもあったということである。

本稿は、「メディアとしての電話」そのものを研究するものではない。むしろ、電話によって生まれた新しいマーケットで、人々は何を消費しているのか、そして、なぜ若者たちが「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に夢中になったのかに注目する。それを明らかにするためには、まず電話というメディアによって形成される世界に注目する必要がある。そこで次に、「対面的コミュニケーション」と比較しながら「電話コミュニケーション」の特性について考察したい。

[表4] 情報料ランク

料金種別	情報料	単位時間
①	10円	3分あたり
②	20円	
③	30円	
④	60円	
⑤	90円	
⑥	120円	
⑦	150円	
⑧	180円	
⑨	210円	
⑩	240円	
⑪	270円	
⑫	300円	

注) NTTが利用者から代理回収し、IPにお支払いする支払情報料は、上記情報料額のトータルに消費税率と同率を乗じた金額を加えた金額となります。(1円未満は合計金額を単位に切捨てさせていただきます。)

●実際の情報料の計算は以下のようになります。  
 ① IPの指定された情報料ランクに基づいて、通話料を10円回収する秒数を短縮して、情報料を通話料と合わせて回収するための「合成秒数」を作ります。  
 ② NTTは、利用者から情報料・通話料の合計金額を、合成秒数ごとに10円ずつ回収します。  
 ③ NTTはIPに、合成秒数によって回収した金額から通話料分を差し引き、残額を情報料としてIPにお支払いします。  
 (例)IPが3分30円の情報料を指定された番組を、同一市内から利用する場合  
 通話料を10円回収する秒数=180秒  
 合成秒数 = 45秒  
 通話料額が3分の場合の料金  
 NTTの回収額(合成秒数による3分間の料金)  
 = 40円  
 通話料 = 10円  
 情報料 = 30円  
 (40円-30円)

注) 通話開始からの秒数は、NTTの設備で測定する秒数であり、実際の秒数とは±0.5秒程度の誤差が生じる場合があります。

(『ダイヤルQ<sup>2</sup> 公式マニュアル』 学習研究社, 1991年より)

## 第2章 「対面的コミュニケーション」と「電話コミュニケーション」

メディアを介さない「対面的コミュニケーション」と「電話コミュニケーション」とはどこが異なるのだろうか。「電話コミュニケーション」については、優れた先行研究がある。ここでは、これらの先行研究に即して、「電話コミュニケーション」の特性を概観してみよう。

若林幹夫<sup>(21)</sup>は、「対面的コミュニケーション」の特徴として「声」「表情」「身ぶり」「空間」の共有をあげている。しかし、「声」の存在が意識化され主題化されることはない。そこでは、「声」の存在は忘却されている。何故なら、「声」の存在があまりに当然すぎるごとと、表情やその場の状況といった声以外の要素が大きな部分を占めているためであるという。

それに対して、「電話コミュニケーション」は、前後のコンテキストから切り離されている。相手の表情や身ぶり、共有する場所も存在せず、ただ「声」だけが存在し、二つの身体の間を往復するのである。また、若者の長電話では、「声」とそれによって成立する関係そのものが「即自的」に主題化されていると若林は指摘している。

渡辺潤<sup>(22)</sup>も「電話コミュニケーション」について鋭い分析を行っている。以下、渡辺に従って、「電話コミュニケーション」についてまとめてみよう。

電話のベルが鳴る。そして、受話器を取り（相手が電話に出て）出会いが成立する。電話は「ベルが鳴った瞬間に、何はともあれ、いちはやく応答することを強要するメディア」<sup>(23)</sup>「他人の（自分の）家の中に、その人となり进行を明かすことなく、また了解もなしに、しかも合法的にあまりこめる（あまりこまれる）メディア」<sup>(24)</sup>であると、渡辺は指摘している。しかし、電話によって自覚され実現された私的空間は、今日ではその電話によって絶えず侵犯される運命にある。「目的や用件、あるいはたがいに知っている者同士であることがはっきりしてはじめて成立する電話によるコミュニケーションは、同時に、目的や用件ももたず、自己の『アイデンティティ』を明かさないうり方でのコミュニケーションへの道を開いた」<sup>(25)</sup>のである。

また、電話には固有の儀礼がある。

「もしもし、～さんのお宅ですか？」

「はいそうです。どちらさまですか？」

「～と申します。」

まず初めに、お互いに自分が誰であるのかを相手に伝え、認知し合う。電話番号を間違えている可能性があるため、本当に相手につながったのかどうかを確認する必要がある。

「夜分に失礼します。」

ちゃんと相手につながっていることを確認できると、挨拶をしなければならない。時間帯によって挨拶も変わる。

「はい」「うん」「へえ、そう」「ほんと！」

会話が始まる。しかし、相手が見えない。「二人が同時に黙ってしまえば、つながっているかどうかということさえ、たちどころに不確かになってしまう」<sup>(26)</sup>。「自分が話を聞いていた、それなりに理解していることを言葉で表現しなければならない」<sup>(27)</sup>。電話は、ほんの一瞬たりとも沈黙を許さないメディアなのである。

電話を切る時にも儀礼がある。電話をかけた者が「切る」権利を持っているのである。だからといって、いつでも電話を切れるかというそうはいかない。「相手の気持ちや状況を察して、適当なところで話を終わらせなければならない義務」<sup>(28)</sup>を伴っている。渡辺は、電話というメディアについてこのようにまとめている。

また、G・ガンパートは、「電話と距離の関係がもつ二律背反が、距離を克服したいという衝動と、しかし実際には距離は現存するという認識との矛盾を浮き彫りにする。遠く離れている愛する者の声が聞けるのは感激だが、同時にまたその人がそばにいないという現実失望させられる」<sup>(29)</sup>と述べる。前述の吉見らや渡辺もこの「電話のパラドクス」を指摘している。

「電話コミュニケーション」の特性は、次のように整理することが可能であろう。(1) 応答の強要(ベルが鳴った瞬間に応答することを強要する)、(2) 匿名性(他人の[自分の]家の中に、その人となりを明かすことなく、また了解もなしに、しかも合法的にありがこめる[ありがこまれる]メディア)、(3) 視覚・空間の非共有(<表情> <身ぶり> <空間>を共有しない)、(4) 固有の電話儀礼の存在、(5) 会話の強要(沈黙を許さない)、(6) 距離のパラドクス(電話は、会話している二人の間の距離をなくしてしまうと同時に、二人が遠く離れているのを確認させる)。

では、このような「電話コミュニケーション」の一つでもある「ダイヤルQ<sup>2</sup>」でのコミュニケーションとはどのような特性をもっているのだろうか。そこで、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」コミュニケーションの中身について検討したい。

### 第3章 若者文化と「ダイヤルQ<sup>2</sup>コミュニケーション」

一般的な「電話コミュニケーション」と「ダイヤルQ<sup>2</sup>コミュニケーション」とは、どこが異なるのかを明らかにするために、まず「ダイヤルQ<sup>2</sup>」のコミュニケーションの実態について触れておきたい。ここでは、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の中でも、新しい電話利用形態として最も興味深い「パーティーライン」と「ツーショット」に焦点を当てる。

以下は、予備調査として1991年3～4月にかけて実施した参与観察と1992年2月に実施した「ツーショット調査」にもとづくものである。

#### 第1節 「パーティーライン」

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「パーティーライン」は、数人の男女が電話を使って会話するテレフォン・

パーティーである。

実は、NTTには、電話会議というシステムがある。それを利用すれば同じ様なテレフォン・パーティーができる。しかし、若者たちが、この電話会議をよく利用しているという話は聞いたことがない。電話会議と「パーティーライン」との違いは、参加するメンバーにある。電話会議の場合は、あらかじめ参加する時間とメンバーを設定して開催される。それに対して、「パーティーライン」は、誰でもいつでも自由に参加できる。

しかし、声だけの電話パーティーである「パーティーライン」では、今話しているメンバーを声だけで特定しなければならない。分かりにくい時は、「今の、〇〇君？」と確かめる必要がある。また、メンバーの内の一人に話しかける時は、まず初めに相手に呼びかけてから話さなければならない。顔が見えないので、特定の相手に向かって話しかける時は、誰が誰に話しているのかを言葉にしなければ、会話が混乱してしまうのである。それは、パソコン通信での「チャット」に似ている。以前話題になったNTTの伝言ダイヤルは、パソコン通信の掲示板の流れをくんだものであると言えるが、それに対して、ポスト伝言ダイヤルとして若者たちの心を捉えた「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「パーティーライン」は、会話の内容・スタイルから見て、パソコン通信の「チャット」の流れをくんだものだと言えるのである。

伝言ダイヤル、パソコン通信にそれぞれ特有の儀礼とタームがあるように、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「パーティーライン」にも固有の儀礼とタームがある。(表5)

[表5] 「パーティーライン」用語一覧

<b>いらっしゃい</b> すでに話をしている人がピンポンというチャイムとともにパーティーラインに加わってくる人によびかける言葉	
<b>だあ〜れ? (どなたあ〜)</b> 後から参加した人が何もしゃべらない場合に元からいた人が呼びかける言葉。しゃべるタイミングを失った時にこの言葉に救われることが多い。	
<b>お初う〜</b> 「初めまして」の意味で、初めてパーティー参加した時に使う。「いらっしゃい」「だあ〜れ」の後にタイミングよく答えること。	
<b>落ちます。</b> 会話から抜ける時に使う。「きょうなら」の意味。話している相手からひんしゅくをかって反対に「落ちて」と言われないように。	
<b>ビツビ</b> 自分の声は出さずにビボバというDTMF音で会話に参加する行為。それをする人を「ビツビ君」という。「踊るボンポコリン」などの演奏を得意技とする。	
	<b>モニター</b> 会話に参加せずに、人の会話を聞いているだけのこと。呼び名は「モニター」さん。
	<b>おりてきなよ!</b> 会話している人たちがモニターさんに対して話に参加するように誘う言葉。参加した時は「おりてきました」と言おう。
	<b>ガチャ切り</b> 「落ちます」などのあいさつをせずにいきなり電話を切ってしまう失礼な行為。これはマナー違反で、ひんしゅくをかってしまう。
	<b>カエルコール</b> 一回の会話に制限時間があるパーティーラインで、終了時間に入る合図のこと。
	<b>こげつく</b> トラブルを起こしてそこの番号に二度と出られなくなった状態。

(【ダイヤルQ<sup>2</sup>倶楽部】Vol.1ダイヤルマガジン社 1991年より)

パーティーに参加すると、「いらっしゃい、お名前どうぞ」と迎えられる。多くの「パーティーライン」では、新たに電話がかかってきた時に、「ピンポン」とかいう音がして、すでに参加しているメンバーに知らせてくれる。会話を仕切っている者が、「いらっしゃ」と迎える。メンバーに女性がいる場合は、その女性が迎えに出ることが多い。初対面の相手には「初めまして」という代わりに「おハツです」とか「おハツ〜」。パーティーから自分だけ抜ける時には、「さよなら、またネ」という代わりに「落ちます」。この「落ちる」という表現は、パソコン通信の「チャット」とまったく同じである。挨拶をせずいきなり電話を切ることを「ガチャ切り」。その他、いろいろある。これらの用語法は、どこかにマニュアルがあるわけではない。自然に生まれたものであるが、どこの「パーティーライン」でもだいたい共通している。

特に興味深いのは、「モニター君」と「ピッピ君」の存在である。「パーティーライン」にも無言電話してくる人がいる。それを「モニター君」あるいは「無言クシ」などと呼んでいる。彼らは、会話に参加しない。みんなの会話をただ聞いているだけなのである。それは、観客とも言えるし盗聴とも言える。観客ならまだいいが、盗み聴きしている人間の存在は不気味である。しかし、電話では、相手の姿が見えない。会話している人たちは、いつしか「モニター君」の存在を忘れて会話に熱中してしまうのである。ただ、同時に会話できる人数は、番組ごとに決まっているため、「モニター君」が増えすぎると実際に会話しようとする人が、入れなくなってしまふ。

それに対して、「ピッピ君」は、声ではなくて「ピポパポ」というブッシュフォンで会話する。例えば、「はい」は「ピッ」、「いいえ」は「ピッピッ」という具合である。不思議とこの「ピッピ語」もだいたい全国共通なのである。

なかには、「パーティーライン」に電話してきて名前も言わず突然「はあ〜、はあ〜」とやりだす男性もいる。そんな男性に対しては、「あなた、番号間違えてるんじゃない」「ここはそんなところじゃない!」「帰れ〜」「落ちろ!」「ヘンタイ!」「出て行け!」と全員から攻撃される。それでも出て行かない時は、ピッピ攻撃が始まる。全員が、ブッシュフォンを押して、「ピッピッピッピ……」と音を回線内に充満させて、「はあ〜、はあ〜」という声を遮断する。そして、相手が自分から出て行くのを待つ。メンバーは、彼の回線を切断することが出来ない。だから、相手が自ら電話を切るのを待つしかないのである。

「パーティーライン」での話題は、千差万別である。ただ、そこでの話題は、当たり障りのない軽いものが多い。彼らは、会話そのものを楽しんでいる。「パーティーライン」での会話が楽しいものになるかどうかは、その時のメンバーによる。「パーティーライン」の常連たちは、自分のアクセスする回線を2〜3回線決めてる。番組によっては、会話の進行を勤める女性をアルバイトで雇っているケースもある。そんな進行役の女性を「オペレーター」（番組によって違う呼び方をすることも）と呼んでいる。オペレーターの女性は、会話に参加出来ない人がでないように、注意深く会話をうまく回していく。あまり話していない人に声をかけたり、話題を振り向けたりしてくれるのである。そんな女性オペレーターが気に入って、彼女と話がしたくて電話をしってくる場

合も多い。

前述したように、「パーティーライン」には、パソコン通信の「チャット」と共通点が認められる。しかし、同じように電話回線を利用した会話ではあるが、＜声だけの会話＞と＜文字だけの会話＞である両者には、相違点も当然存在する。例えば、「チャット」の場合は、メンバー内の会話が同時に複数成立する。次のようなことが起こるのである。

[パソコン通信「チャット」の会話例]

(もも)	そういやいまTVでプロレスやってたなあ	
(RIN)	うむ 良い試合だったのだ	
(もも)	みてたんですかあ？	
(ぼっぼ)	私も見てました。さっきまで。	
(ヨッシー)	どこからですか？>テンちゃん	-----A
(もも)	仕事中に??>RIN	
(RIN)	うむ TVはあるのだ 会社にも	
(テンちゃん)	大阪からです>ヨッシー	-----A
(ぼっぼ)	でも仕事中に・・・	
(RIN)	かまわないのだ	
(テンちゃん)	どこからですか？>ヨッシー	-----A
(ヨッシー)	東京の某会社だよ>テンちゃん	-----A
(もも)	楽な仕事ですね>RIN	

Aの会話は、他のメンバーによる主流の会話の間に、個人的な会話が挿入されるかたちで同時に進行している。（(注)「ニフティー・サーブ」の「チャット」では、個人的な会話をする時のために、その場から離れて「プライベート・ルーム」に入ることが出来る。）「チャット」の場合は、メッセージを書き込んでから送信するまでに少し時間がかかるため、会話にズレが生じてしまう。「チャット」では、自分のメッセージが、他のメンバーのメッセージとだぶってしまうのをある程度覚悟して送信してしまう必要がある。同じように姿が見えないコミュニケーションであるが、「パーティーライン」ではこのようなことは有り得ない。一度に複数のメンバーが会話することは出来ない。会話に参加するタイミングが微妙で慣れるまで少し難しい。対面的なコミュニケーションでは、ボディ・ランゲージによって次は自分が話したいというメッセージを送ることもできるが、電話ではそれが出来ない。

第2節 「ツーショット」

「ツーショット」について、これまでその実態は明かではなかった。男性側からのアクセスが圧倒的に多く、女性からのアクセスはそれに比べてはるかに少ない。当然、男性が女性と会話できるチャンスは多くない。男性たちは、女性からの電話がかかるまで、気長に待ち続けなければならない。女性たちは、街頭で配布されている宣伝用のティッシュペーパーに記載されている電話番号、

[「パーティーライン」の会話例]

ピンポンピンポン！

♀「いらっしゃい！ お名前どうぞ」／♂「マイケル」

♀「マイケル君ね。おはつかかな？」／♂「2回目」

♀「今ね、私、エッチちゃんと、静岡のタカちゃんと」

♀「オハツで～す」／♂「オハツです」

♀「群馬のスーちゃんとお、横浜のひろみちゃんがいま～す。」

♀「オハツ～」／♂「オハツです」

♀「マイケル～、久しぶり～」／♂「誰？」

♀「ひろみ」／♂「どうも、どうも」

♀「え～と、マイケル君は、どこから？」／♂「神戸」

♀「あっ、私神戸に住んでたことあるよ」 ♀「スーちゃん？」（エッチちゃんの声）

♀「そう、小学校の2年まで西宮にいたの」

♂「オレ、御影」 ♀「知ってる、おばさん住んでるの」

♂「またまたローカルな話題！」（タカちゃんの声）

♀「マイケル、いくつ？」 ♀「21」

♂「エッチちゃん」 ♀「なに？」

♂「こないだオレ、電話してたら、うっかりタバコの火、ズボンに落としちゃってさ」 ♀「タカちゃん？」

♂「そう、もう足まで火傷しちゃって大変」

♀「あたし、もうオチル」 ♀「ヒロミちゃん？」

♀「そう」 ♀「もうオチちゃうの？」

♀「うん、それじゃまたね」

プ～プ～プ……………

♂「ねえねえ、マイケルさん」 ♀「なに？」

♂「マイケルさん、なにしてるの」 ♀「サラリーマン」

♂「タカちゃんも、オチま～す」

♀「タカちゃんもオチちゃうの？」

♂「明日早いし。エッチちゃん、明日朝、直電 [注] 入れるから」

♀「わかった」

♂「それじゃ、オチま～す」

プ～プ～プ……………

♀「今いるのは、誰だっけ」 ♀「えーとネ…」

ピンポンピンポン！

♀「いらっしゃい！ お名前どうぞ」 ♀「……………」

♀「よかったら、お名前どうぞ」 ♀「……………」

♂「モニター君みたいだネ」

ピンポンピンポン！

♀「いらっしゃい！ お名前どうぞ」 ♀「……………」

♀「よかったら、お名前どうぞ」 ?「…ピ…」

♀「ピッピ君ね。ピッピ君は、女ですか？」 ?「…ピピ…」

♀「男ですか？」 ?「…ピ…」

♀「男ネ」 ♀「女のピッピ君なんているわけないだろう」

♀「そうかなあ？ でも、話に参加すればいいのにネ」

♂「いま、何人聞いているのかな？」 ♀「3人じゃない」

……………

( [注] 直電=直接、相手の家に電話すること)



女性週刊誌やレディースコミックに掲載されている電話番号に電話してくる。パーティーラインの場合は、男女を問わず「0990-\*\*\*-\*\*\*」の「ダイヤルQ<sup>2</sup>」でアクセスするが、「ツーショット」の場合、女性は「0120-\*\*\*-\*\*\*」のフリーダイヤルでアクセスする。女性は何分しゃべってもタダなのである。

要するに、「ツーショット」は、自宅でできる「テレクラ」である。実際に、「テレクラ」業者が、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」のIPになっているケースも多いと言われている。ただ、「テレクラ」と異なるのは、男性側も電話をかけている点である。「テレクラ」の場合は、1時間いくらかの料金を支払って個室に入り、女性からかかってきた電話を受け取るというものだが、「ツーショット」の場合は、男性側も電話をかけて、女性からかかった電話とをドッキングさせてもらうのである。

IPにとって、「0990-\*\*\*-\*\*\*」で電話してくる男性が多くなれば儲からない。男性が「お客」なのである。しかし、そのためにはフリーダイヤルで電話してくる女性が必要になる。女性からいかに多くの電話がかかるかが、そのラインの成否を決定する。男性が「お客」なのであるが、女性はそれ以上の「上客」という構図がそこにはある。そこで、IPは、アルバイトの女性を使い、フリーダイヤルで電話をしてきた一般女性のふりをさせることとなる。男性の側は、相手の女性が本当にフリーダイヤルで電話してきた一般の女性かアルバイトかを探りながら会話することになる。ただ、慣れてくると少し会話をするとアルバイトかどうかの判断がある程度できるようになる。しかし、最後まで判断に苦しむこともあるし、自分の判断の正確さを確かめる手段はない。

「ツーショット」に登場する女性たちは、(1)フリーダイヤルで電話してくる一般の女性、(2)IPが雇った女性アルバイトの二つのタイプに分かれる。

(2)は、さらに4つのタイプに分かれる。(A)女性が事務所に待機していて、男性からかかってきた電話をとる(いわゆる「逆テレクラ」)、(B)女性が事務所から電話をする、(C)女性が自宅から電話する、(D)女性の自宅に男性からの電話を転送する。「ツーショット」に電話してくる女性は、このように5つのタイプに分かれるが、特にアルバイト女性を使った4タイプの場合は、最初から自分がアルバイトであることを明らかにする場合と、一般の女性であるふりをする場合に分けられる。その基準でさらに(2)のタイプをそれぞれ二つに分けると、全部で9タイプになる。男性たちは、相手の女性がどのタイプなのかを聞き分ける。「逆テレクラ」であることを明言している番組の場合、女性を指名する男性もある。気に入った女性を見つけてその女性と自宅から気楽に電話で話ができるというのは、「逆テレクラ」の楽しみのひとつであったようだ。それは、仕事で落ち込んでいる時、都会での暮らしに疲れた時、夜の街に繰り出してスナックやバーの女性を相手に酒を飲む中年男性たちの姿と似ている。いや、それ以上に結構まともな話をしている。

また、フリーダイヤルによる一般女性からの電話が途切れがちになる深夜に、相手がアルバイトの女性であろうと自宅から気軽に電話で会話できる「ツーショット」は、別の積極的な役割を果たしていた。人が一番孤独になる深夜、電話できる友人たちは皆眠っている。そんな時、話し相手を提供してくれる「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット」で、優しく「どうしたの?」と語りかけてくれ

る女性は、「深夜のカウンセラー」としての役割も果たしていたのである。また、一人暮らしの老人が寂しさを紛らすために「ツーショット」に電話をかけるケースまである(30)。

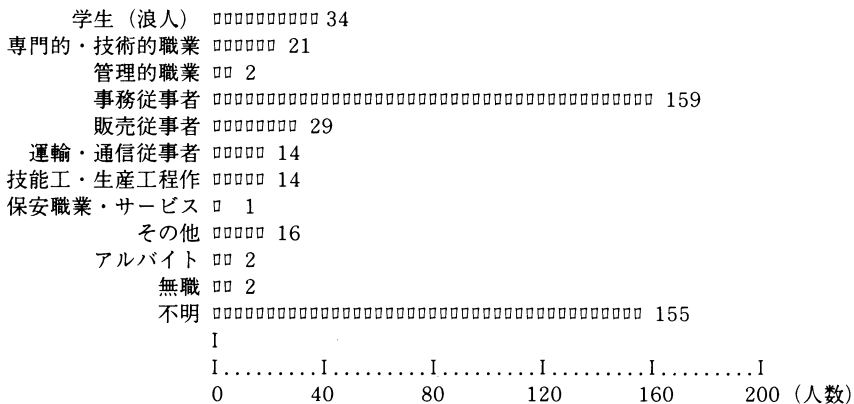
[「ツーショット」の会話例]

♂「もしもし」／♀「もしもし」
♂「どこから」／♀「枚方、どこから？」
♂「吹田、いくつ？」／♀「20」
♂「学生？」／♀「そう、いくつ？」
♂「25」／♀「何してるんですか？」
♂「会社員」／♀「ふ～ん」
♂「今、何してたん？」／♀「別に、ほ～とした。」
.....
.....

女性の場合に、アルバイトと一般のフリーダイヤルが混在しているのに対して、男性は、すべて「ダイヤルQ<sup>2</sup>」を利用した一般の男性たちである。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット」に電話してくる男性とは、どのような男性たちなのだろうか。その実態を探るため、約1年間の予備調査の後、本調査を実施した。本

調査は、平成4年2月4日(火)から10日(月)までの1週間、調査時間は、22時から深夜1時までの3時間であり、調査方法は、11名の調査協力者(女性)が1日6名ずつフリーダイヤルで「ツーショット」に電話をする方法と採用した。調査協力者の年齢は、23歳から28歳(調査時点)の女性であるが、女性の年齢にあわせて男性の会話内容が変わるため、各協力者に19歳から24歳までの年齢を割り振り、また職業・住居環境(一人暮らし・家族と同居)もこちらで設定した。本章は、予備調査と今回の調査結果の一部に基づくものである。

[図1] 利用者(男性)の職業



今回調査した番組は、神戸・大阪地域の利用者が多い「ツーショット」である。調査結果を見ると、利用している男性の年齢は、14歳から42歳までである。時間帯にもよるが、調査するまでは、一般的に大学生の利用者が多いのではないかと考えていたが、学生の利用者は予想以上に少ない。20歳代の利用者が多く、平均すると24.5歳となる。また、一人暮らしの男性の利用者が多い傾向が見られる。

今回の調査で明らかになったことの一つは、お互いに年齢が会話の重要なポイントになっている

ことである。彼らは、まず「どこから?」「いくつ?」と相手の場所と年齢を確認する。場所を確かめるのは、電話の後、2人が会える距離にいるのかどうかを知るためである。ナンパを目的としている場合は特に重要であるが、ただ会話することだけを目的にしている場合でも必ず確認される。年齢を確認するのは、年齢から相手をイメージするためである。声以外の情報を遮断された未知の相手との会話である「ツーショット」では、まず相手のイメージが声と年齢によって自分の中に作り上げられるのである。その後、「何してるの?」と職業が確認される。会話の内容で、相手のイメージをより明確なものにするのだが、基本的には、「声」「年齢」「職業」によって、相手のイメージが固定される。

調査協力者の多くは、声の感じや話し方、話題でだいたいどんな人かが分かると言う。知人との電話では、わざわざ相手の姿をイメージする努力など必要ない。しかし、未知の相手との「電話コミュニケーション」である「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット」では、相手の姿をイメージすることが重要なポイントになる。そのイメージが気に入らない時は、いくら話をしても楽しくない。男性は、そのあと相手の女性の身長や髪型、服装などを確認しようとする。

ただ、ナンパだけを目的に公衆電話から電話している男性は、すぐ「会えないか?」ときり出す。彼らは、ナンパされたい女性を求めている。会えないと分かるとすぐに電話をきってしまう。「ツーショット」は、高額のコストがかかるため（今回調査した番組は、情報料と通話料合わせて6秒10円）、会えそうにない女性と会話をする時間はもったいないのである。調査協力者の女性たちは、「すぐに会おうと言われて、行く女の子なんていないわけない」と断言するが、実際には、女性の側から「会えない?」ときり出す場合も存在し、彼らの方法があながち不適切であるとは言いきれない。このような即席の電話ナンパだけを目的にしている場合は、以前話題になった「伝言ダイヤル」による「伝言ナンパ」の対話型としての性格を有している。

このような「ツーショット」という「電話デート」に、若者たちはどの程度のリアリティーを感じているのだろうか。そこで、次に「ツーショット」の世界の特性を考察したい。

### 第3節 「ツーショット」のリアリティー

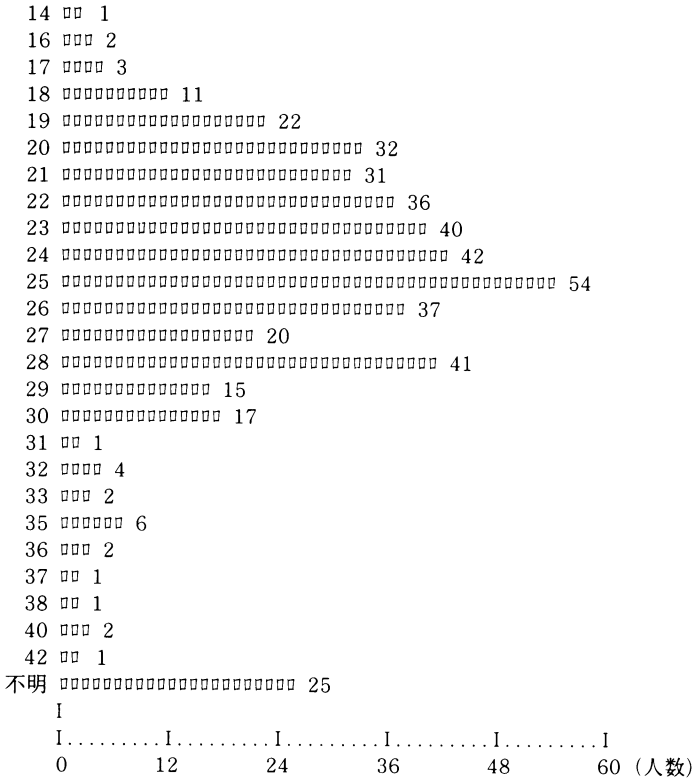
ここでは、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット」という電話の世界の特性を「未知なる異性との自足的 (consumatory) コミュニケーション」「出会い」「偽りの自己呈示」「年齢の標識としての声」「声のフェティシズム」「声のシミュラクル」「生の声のリアリティー」に分けて整理し、その内容を検討したい。

#### (1) 「未知なる異性」との「自足的 (consumatory) コミュニケーション」

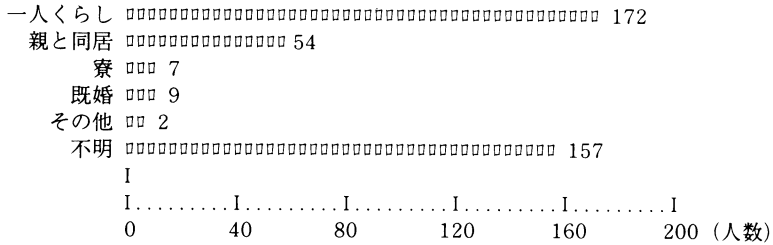
一般的な「電話コミュニケーション」と「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット・コミュニケーション」とは、どこが異なるのだろうか。

一般的な「電話コミュニケーション」の特徴の中で、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット・コミュ

【図2】 利用者（男性）の年齢



【図3】 利用者（男性）の生活状況



「コミュニケーション」において変容しているものが幾つかある。それは、(1) 応答の強要（ベルが鳴った瞬間に応答することを強要する）、(2) 匿名性（他人の [自分の] 家の中に、その人となりを明かすことなく、また了解もなしに、しかも合法的にさがりこめる [さがりこまれる] メディア）、(4) 固有の電話儀礼の存在の部分である。

「ツーショット」では、ベルは鳴らない。お互いに電話をかけているのである。一方が他方に電話するという従来の電話コミュニケーションとは、基本的に異なる点である。しかも、誰かと回線がつながったからといって、すぐに話し出すわけではない。「もしもし」という相手の声を耳を澄

まして聴いた上で、その声がいやだったらすぐに相手をチェンジしてしまうことだってある。また、それは、お互いに了解したうえで会話が始まることでもある。お互いに電話をかけている状態では、電話儀礼にも変化が生まれる。「もしもし、～さんのお宅ですか?」「はいそうです。どちらさまですか?」「～と申します。」という一般的な電話儀礼は、ツーショットでは、「もしもし」「もしもし」「今晚は」「今晚は」「どこから?」……「どこから?」……のように挨拶や質問の繰り返しが起こる。

さらに、「ツーショット」には、一般的な「電話コミュニケーション」と大きく異なる特徴がある。それは、「ツーショット」での会話が、原則として「未知なる異性」との一回限りの会話だという点である。

「対面的コミュニケーション」であろうと「電話コミュニケーション」であろうと、相手が知人であるのか初対面であるのかによって、コミュニケーションの内容もスタイルも変わる。特に、声以外の情報が遮断されている「電話コミュニケーション」の場合は、その差が大きい。

知人との「電話コミュニケーション」は、たとえ相手の姿が見えなくても、私たちはその姿を頭に描くことが出来るし、話している相手の表情までかなり正確にイメージすることさえ出来る。それに対して、初対面の相手との「電話コミュニケーション」では、そのようなことは不可能である。しかし、私たちは、いつのまにか相手の姿や表情をイメージしている。ただ、そのイメージは、相手の本当の姿や表情とはまったく違っているケースがほとんどである。

若林幹夫は、「電話コミュニケーション」を「機能的・手段的 (insutritional) コミュニケーション」と「自足的 (consumatory) コミュニケーション」に分け、電話の会話が前者から後者への広がりを見せていると指摘している<sup>(31)</sup>。従来、初対面の相手との電話コミュニケーションは、「機能的・手段的 (insutritional) コミュニケーション」である場合がほとんどであった。ホテルのフロントへの宿泊の予約であったり、電話訪問販売だったり、要するに用件を伝える手段として電話が利用されているのであり、その場合お互いに相手がどんな容姿であろうと関係ない。

それに対して、「ツーショット」での話し相手は、全て「未知の異性」である。最終的にナンパを目的にしている場合が多いとはいえ、そこでの会話は、単に会う場所と時間を確認するだけの会話ではない。お互いに相手のことを探りながらも会話自体を楽しむ電話による「声だけのデート」が行われる。会話だけを楽しむ「ツーショット」の場合はより明確である。「ツーショット」は、「自足的 (consumatory) コミュニケーション」のスタイルをとる。「未知なる異性」との「自足的 (consumatory) コミュニケーション」が、「ツーショット」の特徴なのである。

## (2) 「出会い」というキーワード

今回の調査で明らかになった若者像を構成するアイテムのひとつは「出会い」だった。彼らは、必死になって「出会い」を求めている。あるいは、楽しい会話が持てる時間を求めている。しかし、それはあくまでも電話を介した疑似的な「出会い」である。

ただ、若者たちが求める「ツーショット」での「出会い」を疑似的なものして簡単に切り捨てることができるだろうか。現代社会は、若者たちの「出会いの場」を提供してきただろうか。学生時代ならキャンパスに同世代の男女が溢れていた。しかし、いったん社会に出た若者たちに、学生時代のような「出会いの場」は少ない。また、高校を卒業しそのまま社会に出ていく多くの若者たちにとって、大学のキャンパスは全く無縁の存在である。今回の調査でも大学生の利用者は少なかった。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」など利用しなくても、キャンパスには電話できる友達が溢れているし、男女の「出会いの場」は、少なからずある。社会人の利用者が多いのは、長電話できる友達、仕事を越えた友達、異性との出会いの場の不在がその背景にあると考えられる。彼らは、友を求めている。異性の友達を求めている。「出会いの場」を求めている。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」での「出会い」は、束の間の出来事であるかもしれない。しかし、未知の異性との「出会い」は、刺激的であり、それがたとえすれ違いに終わったとしても、「今度こそ」という気持ちを強化しさえするのである。また、一回限りの「出会い」であるからこそ、刹那的な現代社会にふさわしい異性関係なのかもしれない。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット」は、異性との「出会いの場」であるが、それも誰かに紹介されたわけでもない全く未知の異性との「出会い」である点が若者たちを強く刺激する。「今度は、どんな人とつながるのだろうか」。年齢、職業、住んでいる場所、性格、雰囲気など全く予測できない。「ツーショット」に登場する男性たちは、必死になって異性を求めている。そこには、とにかく誰でもいいから異性とつき合いたいという男性の悲壮感すら漂っている。

### (3) 「偽りの自己呈示」

「ツーショット」の3番目の特徴として上げられるのは、「偽りの自己呈示」である。

一般的な「電話コミュニケーション」の傾向として、前掲の渡辺が指摘した点で特に興味深いのは、電話による「偽りの自己呈示」である<sup>(32)</sup>。沈黙を許さない電話は、われわれに話すことを強要し、その結果、面と向かっては話せなかった相手と話が出来たり、言い出せなかった言葉が言えたりする好結果を生むこともある。しかし、他方で、「偽りの自己呈示」も容易になるのである。

「未知の異性」との電話での会話は、「偽りの自己呈示」だけで構成されているとも言える。「ツーショット」で知り合った相手と初めて会う場合には、大きな不安が伴う。それは、「偽りの自己呈示」がばれてしまうためである。また、電話での「偽りの自己」を「対面的コミュニケーション」においても演じる自信があったとしても、もしかしたら、電話で呈示した「偽りの自己」とは、異なるイメージを相手が抱いているかもしれない。電話での「偽りの自己呈示」に対して相手がどのようなイメージを重ね合わせているかが、分からないのである。「ツーショット」で知り合った人と初めて会った時、「電話とイメージが違う！」というのは、当然と言えば当然の結果である。電話で自分が呈示したイメージと相手が自分に対して抱いたイメージは、一致していないのが普通である。お互いにそうなのである。

電話での会話を楽しんでいるだけで十分満足しているなら、会う必要はない。直接会うことの無い二人の呈示した「偽りの自己イメージ」は、はたしてそれを「偽り」と言うことができるだろうか。直接会った時に抱くイメージと電話でのイメージが異なっているだけである。「電話の中の自己」と「電話の外の自己」、どちらが「真実の自己」でどちらが「偽りの自己」なのか。「ホントとウソ」の区別が曖昧になっていく。しかし、若者たちにとって、それは多元的な世界を構成するリアリティーの輪が一つ増えただけなのかもしれない。だとするなら、「ツーショット」での会話だけを「偽りの現実」「偽りの自己」と断定することは出来ない。未知の相手との会話、相手がどんな人なのかお互いに探りながら、相手のイメージを作り上げていくのが「ツーショット」での会話なのである。「ツーショット」では、一般的な「電話コミュニケーション」以上に「偽りの自己呈示」が可能になる。いや、「ツーショット」の中で呈示される自己とは、大半が「偽りの自己」であると言ってもいい。

#### (4) 「年齢の標識」としての声

4つ目の特徴は、「声の年齢」である。若者たちは、会話の中で必ず相手の年齢を確認する。しかし、それが本当の年齢であるかどうかは、疑わしい。今回の調査でも、調査協力者は、男性が明らかに年齢を偽っているケースを報告している。会話を始めるに当たって、お互いの年齢が重要な要素となっている。

また、「ツーショット」で女性アルバイトを使用している場合、女性の年齢は不思議と19歳が多い。なぜ、19歳の女性が多いのか。それは、おそらく19歳という年齢が男性の＜性的欲望＞を刺激する年齢だということなのだろう。年齢が重要な要素であるのは、電話では声以外の情報が遮断されているため、相手の容姿などをイメージする手がかりが少ないためであろう。しかし、その一方で、電話では、容易に年齢を偽ることも可能である。「幾つ?」と尋ねられた男性(女性)は、相手の年齢に合わせて自分の年齢を設定しているケースが多い。多いと言うより、これはツーショットの常識である。したがって、今回の調査結果にあらわれた年齢とは、実際の年齢ではない可能性がある。それは、「電話での年齢」なのである。

ただ、それ以上に興味深いのは、「声」の年齢である。その人の年齢とは別に「声」にも年齢がある。＜子供の声＞＜青年の声＞＜中年の声＞＜老人の声＞と、それぞれの年齢にあった声を私たちは聞き分けている。しかも、「声の年齢」は、本人の年齢とは関係なく存在している。

「私、19歳」と言う女性の声が、どう聞いても20代後半にしか聞こえない場合と、「私、27歳なの」と言う女性の声が、どう聞いても20歳前後にしか聞こえない場合では、男性たちは、どちらの女性との会話を選ぶだろうか。おそらく、後者の女性との会話を選ぶであろう。私たちは、言葉よりも＜声＞のリアリティーを選ぶのである。「声の年齢」を選ぶのである。本当の年齢以上に若い声の人もあるだろうし、逆の場合もあるだろう。本当の年齢が分からない以上、それは取り合えずどちらでもいいことなのである。

電話での年齢は、このように会話を進める上で自在に設定されてる。しかし、他方で、彼らは、「声の年齢」を聞き分けている。「ツーショット」では、声は「年齢の標識」として機能しているのである。

(5) 「声のフェティシズム」

「ツーショット」の5番目の特徴として、「声のフェティシズム」をあげることができる。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」についての論評ではないが、鈴木和成は「電話コミュニケーション」について論ずる中で、電話の声はフェティシシュであると指摘している<sup>(33)</sup>。また、前述の渡辺も、電話が疑似的な性的関係も成立させる点を指摘している。恋人同士の会話、性的ないたずら電話などを考えてみればよく分かる。電話は、「ベルが鳴る前と、受話器を置いた後との時間的・空間的コンテキストと断絶した、特殊な場が作り出す特別な関係」<sup>(34)</sup>を生み出す。渡辺は、それを「電話に特有のフェティシズム」だと言った。それは「声（口）だけが耳元に達するということ、つまり身体から切り離された声や口への執着によってもたらされた感覚」<sup>(35)</sup>なのである。

このような「声のフェティシズム」は、電話の中でひと時のアヴァンチュールを楽しむ「ツーショット」の中においては、特に顕著に見うけられる。「ツーショット」内でのテレフォン・セックスは、それをよく表している。

さらに、「ツーショット」には、「女声の男」まで登場している。彼らは、「0120-\*\*\*-\*\*\*」の女性用のフリーダイヤルで電話し、女性のふりをする。彼らは、女性の声を出す。また、ボイスチェンジャーが「ダイヤルQ<sup>2</sup>」業者によって購入されているという。実際に「ツーショット」の女性の声をよく聴いてみると、明らかにボイスチェンジャーによって転換された「男性の声」だと分かるケースもある。多くの場合、途中で男であることがばれて、電話を切られる。かれらの目的の多くは、不足するフリーダイヤルからの女性を補うことであったり、同性の男性をだまして、ある程度会話が進んだところで突然「男の声」で「バカヤロー」などと叫んで相手を侮辱することであったりする。後者は、姿が見えないことを利用した「いたずら」であるが、「電話に特有のフェティシズム」が相手に激しい嫌悪感を与えずにはおかない。しかし、このような「いたずら電話」が多くなり過ぎると利用者が減ってしまう危険性もある。彼らは、他人のコミュニケーションを妨害する「遊び」という点で、「伝言ダイヤル」の「つぶし屋」<sup>(36)</sup>に似ている。メディアによって他者のコミュニケーションを妨害する「遊び」には、若者たちの貧困で歪んだコミュニケーション世界が見え隠れする。

ただ、僅かではあるが、最後まで女を演じ続ける「女声の男」も存在する。彼（彼女ら）は、下着や口紅のようなものに対するフェティッシュな欲望がエスカレートして生まれる「女装マニア」と重なる部分が多い。電話の中だけで女を演じているのかどうかは定かでない。しかし、電話の中だけ女になる男、「女声マニア」の存在は、「ゲイ」「ホモ」「女装マニア」などが存在することから考えて十分予想できる。それは、「声」がフェティッシュであることを示している。



「ツーショット」の世界とは、「声のフェティシズム」の世界なのである。本人ではなく、「声」に対する性欲が「ダイヤルQ<sup>2</sup>」には溢れている。特に、「アダルト番組」やテレフォンSEXを目的とする「ツーショット」には、異常とも言えるほどの「声のフェティシズム」が充満している。

#### (6) 「声のシミュラークル」

6つ目の特徴は、「声のシミュラークル」である。電話の声は、肉体からも場所からも切り離されている<sup>(37)</sup>。前述の鈴木は、電話の声は「声のシミュラークル」であるとも指摘しているが<sup>(38)</sup>、この傾向は、会話だけを目的にした「ツーショット」や「パーティーライン」の場合によく当てはまる。本人であることを示す「声」が、本人から切り離され、「電話の声」の微妙な差異を重視する。電話の向こう側にいる本人は単なる「アリバイ」でしかない。電話の相手を理解しようとするのではなく、「電話の声」と戯れる。

ただし、「声のシミュラークル」は電話のこちら側と向こう側で別々に出現する。二人の恋人が、直接会って会話している場合と、電話で会話している場合を比較してみるとよく分かる。

「対面的コミュニケーション」では、二人はお互いに自分の言葉が相手に届いていることを目で確認しつつ話すことができる。耳元でささやくように話すときは、自分の口が相手の耳元にあることを実感しながら話すことになる。そこでは、お互いに〈自分の口が相手の耳元に／自分の耳元に相手の口がある感覚〉を共有することができる。

電話で会話する恋人同士の場合にも、彼（彼女）は、彼女（彼）の口元が自分の耳のすぐそばまで接近しているように感じることができる。対面的な会話以上に接近しているような感覚にさえなる。前述の吉見らも「耳元に押しつける受話器と口元に押しつける送話器によって声を送り伝える現在の電話は、通話する二人をあたかもお互いの耳元でささやき合うかのような関係に置いている。」<sup>(39)</sup>と指摘している。しかし、「対面的コミュニケーション」の場合とは異なり、彼女（彼）には自分の口が彼（彼女）の耳元にある感覚はない。自分の口元にあるのは冷たい送話器でしかない。電話とは、相手の口が自分の耳元にあるかのような錯覚を与えるが、自分の口が相手の耳元にある事を実感させることはない。

「対面的コミュニケーション」の場合に共有される〈自分の口が相手の耳元に／自分の耳元に相手の口がある感覚〉という感覚は、「電話コミュニケーション」の場合には、すれ違ったまま共有されることはない。特に、お互いに「偽りの自己呈示」をしつつ、また、相手の姿を自分の中で都合よくイメージしている「ツーショット」では、互いに相手のイメージを一方向的に吸収しているだけでしかない。それを共有すること難しい。

その結果、「私の声」はいつまでも電話のこちら側に留まったままである。そして、電話の向こうでは、〈声〉だけになったもう一人の人物が生まれている。それは、私ではない。私は、電話の向こう側に生まれた〈声〉だけになったもう一人の自分の姿を知ることは出来ない。相手がどんな相手と話しているのかを知ることはできないのである。

「ツーショット」では、お互いに、相手の話し方、声のトーン、笑い方、話すリズムなど、「電話の声」の微妙な差異を聞き分け、相手をイメージする。「電話の声」は、本人の声がリアルタイムで再生・伝達されたものである。しかし、未知の異性との声だけのデートである「ツーショット」では、「電話の声」は電話の向こう側にいる本人から切り離され、「声のシミュラクル」として浮遊している。

#### (7) 「生の声」のリアリティー

「生の声」を求める若者たち。しかし、それは「電話の声」である。「録音された声」ではなく、電話の向こう側にいる本人が直接話しかけてくる声、それがここで言う「生の声」である。「ツーショット」の特徴の7つ目として、この「生の声」に対するリアリティーをあげることができる。

電話というメディアによって伝達された「声」を「生の声」と感じることができるのは、情報伝達技術の進歩によりもたらされたものである。しかし、現代の若者たちが求めている「生の声」とは、それだけではない。アイドルの「生写真」というものと共通した要素を含んでいる。それは、「加工されていない」「修正されていない」といった要素を持っている。プロマイド写真や商業映像のようなリアリティーではない。

素人写真、投稿写真、隠し撮り写真といったものは、「造られたリアリティー」ではない「生々しいリアリティー」を与えてくれる。同じように、電話の「生の声」も「生々しいリアリティー」を堪能させてくれる。

ただ、視覚と聴覚には大きな違いがある。W・J・オングが、視覚が切り離す感覚であるのに対して、音は統合する感覚であると指摘したように、視覚は自分を対象から切り離してしまう。それに対して、聴覚は自分と対象を一体化させるのである<sup>(40)</sup>。〈声〉は、身体から発せられた音であり、体の内部から出てくる。「声の内部性」(オング)は、「電話の声」に「生写真」とは異質な「生々しいリアリティー」を与えてくれる。そのために「電話の声」は、電話回線を通じた電気的な声にもかかわらず、加工されいない生々しい「肉体の声」を感じさせる。さらに、録音された声ではなくその本人と直接会話する「ツーショット」では、「電話の声」は自分だけに向けられた「生の声」としてそのリアリティーを倍増させる。

電話の「生の声」が作り出すリアリティーは、「物理的距離」を消滅させ、「電気的な距離」を出現させる。G・ガンパートは、人間の話し方は対人的な距離と関係があると指摘した。相手が至近距離にいる場合には、その話し声は当然「ささやく」になり、恋人同士のような親密な空間内では、声は優しくなる<sup>(41)</sup>。「対面的コミュニケーション」の場合は、個人的な空間とか対人的な距離を目測できる。それが出来ない電話では、新たな距離感覚が生まれている。普通、私たちは電話で「声が小さい」ことを「声が遠い」と言う。小さくなる彼女(彼)の声は、彼女(彼)が自分から遠い存在になっていくのを実感させてしまう。逆に、受話器に口を近づけて「ささやく」彼女(彼)の声は、現実にはありえない程に彼女(彼)が近くにいるように感じさせてくれる。口と受

話器との距離と声の大小が、二人の新たな距離感覚を生み出している。

E・T・ホール<sup>(42)</sup>は、ふだん人間が意識している空間的な領域区分を「密接距離」「个体距離」「社会距離」「公衆距離」に分類しているが、電話での距離は、それを声の大小や、話し方によって代替する。声の感じを変えることによって、二人の距離を自在に変化させることができる。したがって、電話は、相手の口が自分の耳元にあるように感じさせもするし、また逆に遠くで話しているように感じさせもする<sup>(43)</sup>。「ツーショット」では、空間的な距離を飛び越えて、未知の異性と「密接距離」へと接近することによって、相手の口が自分の耳元にあるような距離感覚を生む。

そのような感覚に支えられながら、「電話の声」は、電気的な音声にもかかわらず、視覚とは異なる生々しい「肉体の声」として、「生の声」のリアリティを獲得する。

#### 第4節 成立しない「電話ナンパ・テクニク」のネットワーク

今回の調査で明らかになった事の一つに、「電話ナンパ・テクニク」の存在がある。女性の不安や不信感を取り除き、電話外デートに成功するためのテクニクを身につけている男性たちがいる。彼らは、会話をけっして急がない。ゆっくりと軽くユーモアあふれた会話の流れに身を任せる。彼らは、相手の女性を口説こうとはしない。自分から一方的に話すのではなく、相手の女性に合わせて話題を選び、さりげない普通の会話に徹する。ラジオのDJ風のテンポのいい話し方をするわけでもない。会話は1時間近く続く。話が弾めば、お互いに心が通じたような気になってくる。そこで「会いたいネ」と切り出す。普通の自然な会話を未知の相手とあたかも昔からの親しい友達であるかのように話すテクニクこそ、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」でのナンパ・テクニクである。以前、話題になった「伝言ダイヤル」を分析した浅羽通明は、「伝言ダイヤル」を使ったナンパを「伝言ナンパ」と呼び、そこに「過剰に演技的な、独特の抑揚の話法」の存在を指摘した。しかし、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」での「電話ナンパ」では、まったく逆に「演技性をできるだけ抑制した自然な話法」が見られるのである。

対面的なナンパ・テクニクと「電話ナンパ・テクニク」には違いがある。電話では、共通の話題を見つけられるなくても、自分が話している間、相手は聞く以外にないし、相手が話せるように、「会話分析」でいう「構造化された質問」を用いることによって相手に声を出させることもできる<sup>(44)</sup>。初めに、「どこから?」「いくつ?」「今、なにしてたの?」「彼氏は?」という男性の女性に対する質問は、相手の女性に話させるテクニク、会話のきっかけを作るテクニクの一つでもある。さらに、聞こえてきた彼女の声は、彼女をイメージする手がかりでもある。そして、これらの冒頭の質問は、調査結果にかなり共通して見られる質問である。

未知の相手であり、しかも声以外の情報を遮断された状態では、注意深く相手の話を聞き、声と会話内容から相手をイメージする以外に相手を知る手段はない。そこで、お互いに注意深く言葉を選び、また声を選び、コミュニケーションをする。相手に気に入られるような自己を呈示しようとする。このようなことは、電話の一般的な会話では起こらない。未知の異性との「電話コミュニケー

ション」であるからこそ生まれる。

「ツーショット」では、このような「電話ナンパ・テクニック」が存在するが、同時に、そのテクニックを身につけていない男性も多い。その多さには、驚きさえ感じる。すぐ「会おう」「自宅の電話番号を教えて!」「電話番号、教えるからかけなおして」と言う男性があまりにも多い。中には、うまく女性と会話できない男性も存在する。仮に、普段、直接女性に声をかけられない男性が電話でナンパを試みているとするなら、電話でうまく彼女を口説けないのも当然かもしれない。しかし、また「電話ナンパ・テクニック」を身につけていない男性の多さは、そのテクニックが若者たちの間でネットワーク化されていないことを意味する。それは、「ツーショット」があまりに短期間に普及したせいもあるが、それ以上にそれが密室のテクニックであるため、ネットワーク化することが難しいのであろう。

電話で彼女を見つけられる便利な社会。しかし、そこには、電話でしか彼女を見つけられないにもかかわらず、その電話でうまく話せない、電話に頼れば頼るほど逆にコミュニケーションする能力が衰えてしまうというアンビヴァレントが存在しているように思える。電話をコミュニケーションの手段として活用できない男性も、やはり情報化社会の落とし子である。

90年代に入り、突然出現した「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット・コミュニケーション」は、当然社会的な背景を持っているはずである。そこで、次に、現代社会と「ダイヤルQ<sup>2</sup>コミュニケーション」の関係について検討したい。

#### 第4章 ナルシズム社会の「コミュニケーション」：消費される「声」

パソコン通信の「チャット」の流れをくんだ「パーティーライン」、テレクラの流れをくんだ「ツーショット」、電話放送局「みなこダイヤル」、手軽に商売として成立するようになった「テレフォンSEX」、これらは90年代に出現した新しい「電話コミュニケーション」である。

高度情報化社会に突入したわが国では、新しい情報が次々を生み出され、メディア網を通して伝達されている。その様な状況の中で、電話というメディアの新しい利用形態は、商品としての情報の提供と入手を容易にした。情報を提供し、その料金をNTTが代行して回収してくれる「ダイヤルQ<sup>2</sup>」は、誰でも簡単に情報提供者になれる、利用者にもなれる。

しかし、高度情報化社会における「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の生産的側面とサービスの側面は、「ツーショット」「パーティーライン」「アダルト番組」といった「享乐的消費」の対象としての部分に呑み込まれてしまった。換言すれば、生産とサービスの領域としての情報化社会を消費社会が侵食しているのである。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「パーティーライン」と「ツーショット」が、従来の「電話コミュニケーション」と決定的に異なるのは、「声」が商品となっている点である。若者たちは、高額の料金を支払い、お互いに相手の「声」を消費している。「声」から生まれる相手のイメージを消費している。私たちは、電話というメディアを使って「商品としての声」を消費しているのである<sup>(47)</sup>。

「声の消費」という観点から、もう一度「未知なる異性との自足的 (consumatory) コミュニケーション」「疑似的な出会い」「偽りの自己呈示」「年齢の標識としての声」「声のフェティシズム」「声のシミュラクル」「生の声のリアリティー」といった「ツーショット」の特性を考えると、そこに見えてくるのは、人々の好奇心や欲望を吸収しながら「偽りの自己」を呈示する電話ゲームの世界、声だけならお互いに傷つくこともない安全な世界、「他者」のいない「ナルシズムの世界」である。

しかし、ナルシズムの世界は「ツーショット」の中だけではない。R・セネット<sup>(45)</sup>は、リースマンの「内部指向」型社会から「他人指向」型社会へという図式を逆転し、コフートの理論を下敷きに、現代のアメリカ社会をナルシズムを根幹とする「内部指向」社会であると主張している。また、C・ラッシュやA・ローウェンらも現代社会に潜むナルシズムを指摘している<sup>(46)</sup>。程度の差はあれ、現代の若者たちは、現代のナルシズム社会に適応・同調していかざるをえない。

ナルシズムに彩られた現代の高度消費社会では、「電話の中の世界」が「電話の外の世界」と異なったリアリティを有していると簡単に済ますことさえ困難になりつつある。何故なら、「電話の外の世界」こそ、オリジナルな意味を欠き、シニフェを欠き、単なる差異の戯れに満ちた「シミュラクルの世界」と化しているからである。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット」は、「電話の声」が消費の対象となることを示したが、それは、「電話の外の世界」である「消費社会」を「電話の中の世界」に持ち込んだのだと言い替えることもできる。

今回の調査で一番強く感じたことは、「ツーショット」や「パーティーライン」といった「電話の中の世界」が「電話の外」の若者たちの世界と大きな違いがないという点である。「電話の中の世界」のリアリティと「電話の外の世界」のリアリティは、本来は根本的に異なっているはずである。しかし、その境目がはっきりしない。それは、現代の若者たちが、すでに「電話の外の世界」を「電話の中の世界」のように生きているからなのであろう。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット・コミュニケーション」は、極めて今日的なコミュニケーションの形態であると同時に、現代社会に一番フィットしたコミュニケーション・スタイルでもある。これらは、「歪んだコミュニケーション」の一形態と言うより、むしろ時代を象徴する「今日的コミュニケーション」の形態のひとつであると考えられる。

ガンパートは、「電話と距離の関係がもつ二律背反が、距離を克服したいという衝動と、しかし実際には距離は現存するという認識との矛盾を浮き彫りにする。遠く離れている愛する者の声が聞けるのは感激だが、同時にまたその人がそばにいないという現実で失望させられるのだ。」<sup>(48)</sup>と「電話と距離のパラドクス」を指摘した。しかし、前述したように聴覚は対象との一体化を生み出す。電話によって、人々は融合するのであり、そこでは肉体も消滅している。同時に、「声の内部性」は、「生々しいリアリティー」を与えてくれる。ナルシズム社会には、「電話と距離のパラドクス」は存在しない。それは、「生々しいリアリティー」と、いつでもそこから脱出できる

「安全装置」を併せ持った心地よいアヴァンチュールに変容している。そこでは、「偽りの自己呈示」ゲームをしながら、同時に責任を回避できる。「未知なる異性」と融合しつつ、いつでもキャンセルできる。電話は、相手と距離を取りつつ、同時に一体化を可能にしてくれるメディアなのである。常に、自分を安全な場所に置きつつ、欲望を満足させることができるメディアなのである。このような電話の特性は、もはやパラドクスではない。それは、むしろ現代社会を生き抜くために有効かつ必要なツールの特性である。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」は、大きな社会問題として取り上げられた。しかし、そこで問われていないことは、「現実」そのものが「ダイヤルQ<sup>2</sup>」的コミュニケーションを助長する規範によって支配されている時、何が起きるかということである。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」のハード・ユーザーの存在を認めることに加えて、社会がこれらを助長していないかどうかを問わないのは驚きですらある。

「パーティーライン」や「ツーショット」では、電話回線を通して知り合った異性と気軽に話すことそれ自体に楽しみを見いだしている。しかし、それを若者たちの「自分本位」「軽薄」「甘え」などという言葉で簡単に片付けることはできないように思える。セネットは、「現代の社会生活では、大人が社会の規範に従って行動するにはナルシシト的な行動をしなければならないのだ」<sup>(49)</sup>と述べたが、それは、アメリカと同様に、高度情報化社会、高度消費社会へ突入しているわが国においても当てはまる。ナルシシト的行動を促す現代の社会生活で、社会の規範に従って行動するためには、コミュニケーションは「ダイヤルQ<sup>2</sup>」的要素を持ったコミュニケーションへと移行していかなざるをえないのではないだろうか。

おわりに

……友人の君が私に電話かけた時、即座に私だとわかる、この声の抑揚・高さ・響きといったものを君が識別できるためには、「もしもし。」「ーああ、君か……」という状況で、君が私に対して言うこの『君』という語が、はね返って、私自身を示す「私」という語を差し向ける。

(今村仁司監修『声』リプロポート、1988年、24頁)

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット」では、相手を識別できない。未知の異性との電話コミュニケーションが「ツーショット」である。「ーああ、君か……」という状況が存在しない「ツーショット」では、君が私に対して言う「君」という語が、はね返ってこない。私自身を示す「私」という語を差し向けられることはない。

従来、対面的な会話が一次的・直接的で、電話での会話は二次的・間接的なものと考えられてきた。しかし、若者たちの間ではこの関係は全く別のものに変容している。電話は、若者たちをつなぐ重要なインターフェイスとなっている。しかも、若者たちは電話での会話の方に強いリアリティを感じている。誰にも聞かれず二人だけの会話を楽しめる電話、声以外の情報を遮断して会話ができる電話、遠く離れた空間をつなぐ電話は、一定の距離を保つコミュニケーションを好み、イメー

ジの世界に棲む今日の若者たちの人間関係を象徴するメディアである。

本稿は、近年注目を集めたNTTの「ダイヤルQ<sup>2</sup>」サービス、その中でも「パーティーライン」と「ツーショット」に見られる「電話コミュニケーション」に焦点を合わせ、若者たちのパーソナル・コミュニケーションの姿を探ってきた。これまで、「ダイヤルQ<sup>2</sup>」は、社会問題としてクローズアップされることが多かった。その主要なものは、性に関するもの、未成年者への影響、高額な情報料に関するものであった。しかし、実際にそこでの若者たちの会話を分析する中で、浮き彫りになったのは、未知の異性との「出会い」を必死に求める若者の姿、注意深く自分をカモフラージュしながらも他者とのコミュニケーションを求める若者たちの姿であった。

そんな若者たちの電話を通じた会話は、従来の「電話コミュニケーション」とは異質のコミュニケーションであった。お互いに「偽りの自己呈示」をしつつ、相手の姿を自分の中で都合良くイメージしている。そこでは、「声」は「肉体」から切り離されている。「声」だけになった「身体」は、電話回線を通して自分の部屋まで侵入してくる。彼らは、高額の料金を支払い、お互いに相手の「声」を消費している。「声」から生まれる相手のイメージを消費している。

調査協力者の一人が興味深いメッセージを残している。「相手の男性が、全部同じ人の声に聞こえてきて怖い」。彼女は、そう感じた直後、調査をリタイヤした。彼女が聞いた声とは、どんな声なのだろうか。「未知の相手」との「電話コミュニケーション」は、1980年代に開花した高度消費社会の論理を見事に反映している。みんな耳を澄まして電話から聞こえてくる音声の微妙な差異を聞き分けようとしている。しかし、今日の消費社会を動かしているのは「最小限界差異」、ほんの僅かな差異でしかない。その僅かな差異がどうしてもよくなった時、彼女には、電話から聞こえてくる「声」が全部同じ声に聞こえ始めた。全部「同じ人の声」に聞こえてきたのである。彼女が恐怖を感じた「電話の声」とは、現代の高度化した消費社会と情報化社会に魂を売り渡してしまった私たち自身の「声」だったのである。

「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「パーティーライン」と「ツーショット」でのコミュニケーションを語ることは、<声を語ること>なのであった。そして、「声を消費する」現代の消費社会を語ることであり、「声」から生まれるイメージとなった若者たちの姿を語ることであった。メディアに囲まれ、それを自由自在に操る現代の若者たちも、他方で高度化した消費社会の論理に操られている。「ダイヤルQ<sup>2</sup>」に現れた若者たちのパーソナル・コミュニケーションは、お互いに相手のイメージを消費するコミュニケーションへ、重たい「私」という語が差し向けられることのないコミュニケーションへと変容しつつある。

M.マクルーハン<sup>(50)</sup>は「メディアはメッセージである」と指摘したが、<小説><コミック><アニメ><写真><ビデオ><電話>と、メディアの違いによって生まれる消費される「イメージの多様性」に関する世代間の相違についての分析は、今後に残された興味深い問題の一つであろう。また、サクスらの「会話分析」を用いた「ダイヤルQ<sup>2</sup>」固有の会話の分析も有効であると考えられるが、これらの点については今後の課題としたい。

【註】

- (1) 吉見俊哉・水越伸・若林幹夫「電話コミュニケーションの研究」94頁，『東京大学新聞研究所紀要』NO. 43, 1991年，参照。
- (2) 『ダイヤルQ<sup>2</sup>公式マニュアル』学習研究社，1991年，28頁。
- (3) NTT「ダイヤルQ<sup>2</sup>」の「ツーショット」に当たる番組。
- (4) 共同通信，1991年9月28日。
- (5) 吉見俊哉・水越伸・若林幹夫，前掲論文，第3章「電話メディアの近代的生成」，1991年，参照。
- (6) 『ダイヤルQ<sup>2</sup>倶楽部』Vol.1，ダイヤル・マガジン社，1991年5月25日，参照。文末の「システム概要」も同書を参照。
- (7) 『ダイヤルQ<sup>2</sup>公式マニュアル』学習研究社，1991年；『ダイヤルQ<sup>2</sup>倶楽部』Vol.1，ダイヤル・マガジン社，1991年5月25日；『0990MAGAZINE』Vol.2，双葉社，1991年5月30日；津田大愚『ダイヤルQ<sup>2</sup>ビジネスで儲ける本』フットワーク出版，1991年，等を参照。
- (8) AP=共同，1992年1月21日，参照。
- (9) 日本経済新聞，1991年2月23日，朝刊，参照。
- (10) 産経新聞，1991年4月10日，4月11日，4月12日，各夕刊，「追跡：ダイヤルQ<sup>2</sup>の功罪」(1)(2)(3)，参照。
- (11) 毎日新聞，1991年8月8日，夕刊，参照。
- (12) 読売新聞，1992年7月13日，夕刊，参照。
- (13) 毎日新聞，1990年9月12日，夕刊，参照。
- (14) 産経新聞，1991年4月18日，夕刊，「追跡：ダイヤルQ<sup>2</sup>の功罪」(8)，参照。
- (15) 毎日新聞，1991年10月31日，「女子高生を売春あっせん・神戸JC会員ら逮捕——兵庫県警」，大阪夕刊，参照。
- (16) 朝日新聞，1991年2月21日，夕刊，参照。
- (17) 毎日新聞，1991年7月4日，参照。  
ダイヤルQ<sup>2</sup>に関する法律上の問題については，渥美東洋「最近の青少年健全発達に有害な環境の改善—少年少女向けのポルノ漫画とダイヤルQ<sup>2</sup>利用のポルノ電話について—」（警察学論集第44巻第7号）に詳しい。
- (18) 現在，情報料に関わる訴訟も起こっている。日本弁護士連合会からは，NTT及び郵政省に対して「ダイヤルQ<sup>2</sup>サービスの改善に関する意見書」（1992年3月13日）が提出されている。また，消費者保護の立場から「全国ダイヤルQ<sup>2</sup>問題連絡会」が1992年7月22日に結成されている。
- (19) 読売新聞，1992年7月31日，夕刊，参照。
- (20) ニフティ株式会社パソコン通信サービス。
- (21) 吉見俊哉・水越伸・若林幹夫，前掲論文，76頁，参照。
- (22) 渡辺潤『メディアのミクロ社会学』筑摩書房，1989年。
- (23) 同上書，33頁。
- (24) 同上書，33-34頁。
- (25) 同上書，36頁。
- (26) 同上書，41頁。
- (27) 同上書，41頁。
- (28) 同上書，40頁。
- (29) Gary Gumpert, *Talking Tombstones and Other Tales of the Media Age*, Oxford University Press, N.Y., 石丸正訳『メディアの時代』新潮社，1990年，188頁。
- (30) 読売新聞，1992年7月1日，「『Q<sup>2</sup>禍』お年寄りにまで」，参照。
- (31) 吉見俊哉・水越伸・若林幹夫，前掲論文，94頁，参照。
- (32) 渡辺潤，前掲書，48頁。Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York, Doubleday, 1959. 石黒毅訳『行為と演技——日常生活における自己呈示』誠信書房，1974年，参照。
- (33) 鈴木和成『テレフォン』洋泉社，1987年，30頁，参照。
- (34) 渡辺潤，前掲書，51頁。



- (35) 渡辺潤, 前掲書, 51頁.
- (36) 「伝言ダイヤル」の「つぶし屋」とは, 「伝言サークル」の利用している連絡番号に「無言伝言」や「音楽」などを次々と録音して, 他人の伝言を消してしまう人たちをさす。「伝言ダイヤル」は, ひとつの番号に10本の伝言しか登録できないので, いっぱいになると, 新しい伝言が録音される度に古い伝言から順番に自動的に消去される. このシステムを悪用したのが「つぶし屋」である. 榎村政則編著『「伝言ダイヤル」の魔力——電話狂時代をレポートする!』JICC出版, 1989年, 17頁, 参照.
- (37) 「電話の声が, 肉体からも場所からも切り離されている」という点については, 前述の吉見・水越・若林, 渡辺, そして大澤真幸も同様の指摘をしている. (大澤真幸「メディアの変容<1><2><3>」【季刊 Inter Communication】No.0-2, NTT出版, 1992年。)
- (38) 鈴木和成, 前掲書, 176頁, Jean Baudrillard, *Simuracres et simulation*, Editions Galilee, 1981, 竹原あき子訳『シミュレーションとシミュラクル』法政大学出版局, 1984年, 参照.
- (39) 吉見俊哉・若林幹夫・水越伸『メディアとしての電話』弘文堂, 1992年, 113-114頁.
- (40) Walter J. Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, Methuen & Co., 桜井直文・林正寛・漕谷啓介訳『声の文化と文字の文化』藤原書店, 1991年, 153頁, 参照.
- (41) Gary Gumpert, op. cit. 前掲書, 123頁.
- (42) Edward T. Hall, *The HIDDEN Dimension*, Doubleday & Company, 1966. 日高敏隆・佐藤信行訳『かくれた次元』みすず書房, 1970年, 参照.
- (43) 前述の吉見らも, 同様の指摘をしている. 吉見・若林・水越, 前掲書, 1992年, 116-117頁, 参照.
- (44) 山田富秋・好井裕明『排除と差別のエスノメソドロジー』新曜社, 1991年; George Psathas/Harold Garfinkel/Harvey Sacks/Emmanuel A. Schglloff, *Ethnomethodology*, 北澤裕・西坂仰訳『日常性の解剖学』マルジュ社, 1989年, 参照.
- (45) Richard Sennett, *The Fall of Public Man*, Alfred A. Knoph, 1976, 北山克彦・高階悟訳『公共性の喪失』晶文社, 1991年, 参照.
- (46) Christopher Lasch, *The Culture of Narcissism*, W.W.Norton & Company, 1979, 石川弘義訳『ナルシズムの時代』メツメ社, 1984年. Alexander Lowen, *Narcissism: Denial of the true self*, Macmillan Publishing Company/New York, 1985, 森下新也訳『ナルシズムという病い』新曜社, 1990年. 拙稿「消費社会と社会的性格の変容」ソシオロジ第34巻第3号, 1990年.
- (47) 吉見らもコモンキャリアとしての電話の変化をめぐる問題点の一つとして「声の商品化」について触れている. 前掲書, 1992年, 265-267頁, 参照.
- (48) Gary Gumpert, op. cit. 前掲書, 188頁.
- (49) Richard Sennett, op. cit. 前掲書, 452-453頁.
- (50) Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, 1964, 後藤和彦・高儀進訳『人間拡張の原理: メディアの理解』竹内書店新社, 1967年, 参照.

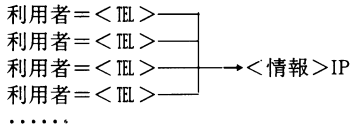
若者のパーソナル・コミュニケーションの変容

(「ダイヤルQ<sup>2</sup>」システム概要)

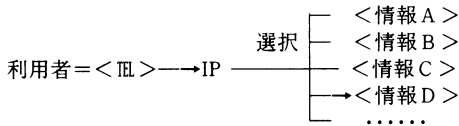
「留守番電話型」



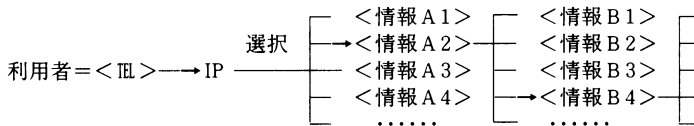
「ミニ交換機型」



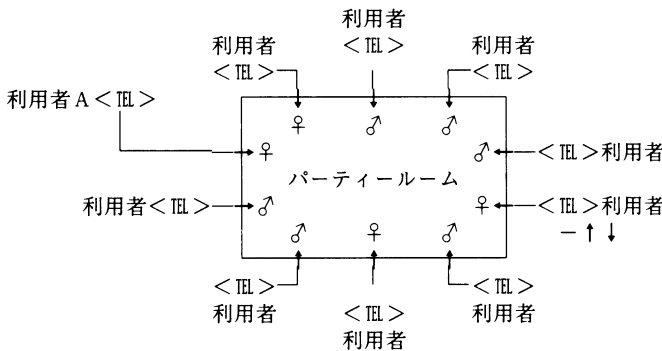
「コンピューター型」



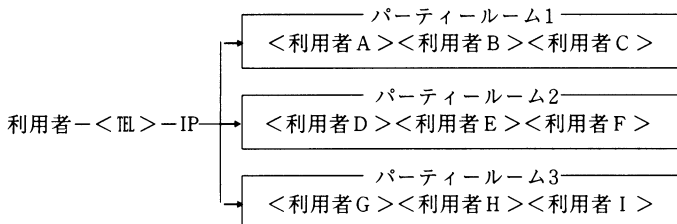
「コンピューター型 (ロールプレイングゲーム式)」



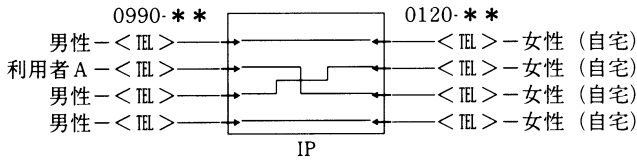
「パーティーライン型」 (その1)



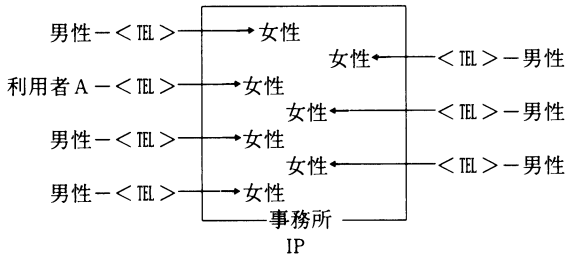
「パーティーライン型」 (その2)



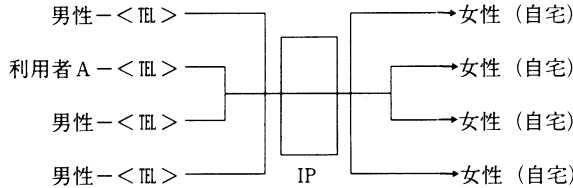
「ツーショット型」 (女性：フリーダイヤル)



「ツーショット型」 (逆テレクラ)



「ツーショット型」 (自宅転送式)



## (ダイヤルQ<sup>2</sup>とは)

ダイヤルQ<sup>2</sup>は情報提供者が番組を提供し、NTTが情報料の回収を代行する有料情報サービスです。  
ダイヤルQ<sup>2</sup>は0990から始まる10ケタの電話番号です。  
(一部に#から始まる4ケタの短縮電話番号でかけられるダイヤルQ<sup>2</sup>もございます。)  
ダイヤルQ<sup>2</sup>の料金は、通常の「通話料」と、情報提供者の指定によって決まる「情報料(3分10円~300円)」の合計からなっており、一定秒数ごとに10円という方法で計算しております。