

拡張現実の時代におけるコミュニケーションと ツーリズムの新たな可能性

北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院
山田 義裕

1 ゼロ年代以降の観光現象

1.1 はじめに ポスト虚構の時代の新たな観光現象

- (1) 大澤 (1996、2008) の戦後日本の時代区分
 - a. 理想の時代 (1945-1970)
 - b. 虚構の時代 (1971-1995)
 - c. ポスト虚構の時代 (1995-)*¹
- (2) 世紀の変わり目に現われた新たな観光現象
 - a. アニメ聖地巡礼 (山村 2011、岡本 2012)*²
 - b. ロック・フェス (山崎 2010)*³
 - c. ボランティア・ツーリズム (依田 2011)*⁴
 - d. コスプレ・イベント (鎗水 2013)*⁵
- (3) 新たな観光現象の特徴
 - * ネットで出会い、リアルで集う

2 コミュニケーション様式の変容 「マス」から「パーソナル」へ

- (4) 近代 (18世紀末～) の特徴 「マス」(mass) の誕生と拡大
 - 大衆 (mass) (市民革命 プルジョワジーの誕生)
 - 大量生産 (mass production) (産業革命)
 - 団体旅行 (mass tourism; Thomas Cook) (第1次観光革命)*⁶
 - マスメディア (mass media) (第2次情報革命)*⁷

*¹ ポスト虚構の時代は、大澤 (2008) は「不可能性の時代」、東 (2001) では「動物の時代」、宇野 (2011) では「拡張現実の時代」と呼ばれている。見田 (2012) は「ヴァーチャルの時代」と名づけている。

*² 「アニメ聖地巡礼の誕生期については、行為のはじまり、および、聖地巡礼という呼称がいつから使われ始めたのか、について考察をおこない、どちらについても1990年代前半ころであることが明らかになった。(岡本 2011:82)」

*³ 「90年代後半から、ポピュラー音楽の「音楽フェスティバル」(以下フェス)が増加の傾向を示している。ぴあ総研「ロック・フェスティバルの動員数と市場規模の推移」(表7-1参照)によると、2000年の市場規模34億円、動員数36万人に対し、2008年には150億円、147万人と規模は拡大傾向にある。(山崎 2010:77)」

*⁴ 「ボランティアツーリズムの参加者数を正確に把握することは難しいが、米国、ヨーロッパ、オセアニアを中心に1990年代後半から増加し、英国と米国発の国際ボランティア活動への参加者だけでも少なくとも12万人いると推定されている(Tourism Research and Marketing, 2008)」(依田 2011:2)

*⁵ 2000年代になって、ようやく現在の「コスプレ」文化が確立するといえる。(鎗水 2013: 39)

*⁶ 石森 (2008) を参照のこと。

*⁷ 見田 (2006:164) を参照のこと

(5) 情報革命(コミュニケーション革命)と産業革命(見田 2006:164)

表1 産業革命と情報革命

	人間/自然関係 産業革命	人間/人間関係 情報革命 (コミュニケーション革命)	
0次革命	道具化	言語	⇒ 人間社会
1次革命	農耕化	文字	⇒ 文明社会
2次革命	工業化	マス・メディア	⇒ 近代社会
3次革命	消費化	「情報化」	⇒ 現代社会
4次革命	x	x	X

(6) コミュニケーション様式の変容

- a. 前近代社会：対面コミュニケーション（一対一）
- b. 近代社会：マスコミュニケーション（一対多）
- c. 現代社会：n 対 n の双方向パーソナルコミュニケーション（多対多；疑似同期、選択同期）

(7) コミュニケーション様式の変容（マス パーソナル）と連動した社会変化

- a. 情報通信技術の進化（モバイル化、アノニマス化）
- b. 世界の認識方法 まなざしの変化（超越的視点の凋落：「大きな物語」^{*8}、「第三者の審級」の失効）

2.1 「マス」から「パーソナル」へ 電話から見た戦後日本の情報化の進展

(8) 「マス」から「パーソナル」へ

- a. 「テレビ的なもの」(マスメディア)と「電話的なもの」(パーソナルメディア)
- b. 日本におけるテレビの普及：1959年の皇太子皇太子明仁親王成婚パレードの中継をきっかけに爆発的に普及
- c. 日本における電話の普及：1970年代に利用者が急増

2.2 電話的コミュニケーションの進化：パーソナル化の二つの流れ

- (9)
 - a. モバイル・コミュニケーション：コードレス化から移動体通信（ポケベル、PHS、ケータイ）
 - b. アノニマス・コミュニケーション：パソコン通信 から匿名ソーシャルメディア（2ちゃんねる、ニコニコ動画、ツイッター）

2.2.1 モバイル・コミュニケーションのツールとしての進化

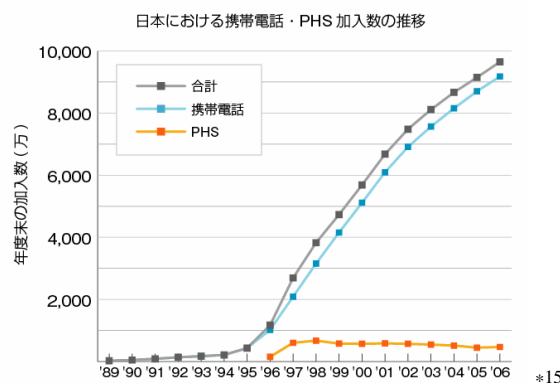
- (10) 固定電話（公衆電話）から携帯電話へ：移動体通信への移行
 - a. ポケベルサービス開始（1968年）^{*9}

^{*8} 近代において、どの成員にもリアリティのあった共同幻想。（科学技術、政治イデオロギー、国民国家などの規範的概念装置）

^{*9} 「ポケット・ベルとは、セールスマンなど会社で働いている人たちが会社を呼び出す際、使われる装置で、会社が呼出器のダイヤルを回すと外出している人の携帯ブザーが鳴り、連絡がつく。」（朝日新聞全国版、1996年10月19日朝刊）高弘（1997:34）を参照のこと。

- b. ディスプレイ型ポケベルサービス開始 (1987 年)^{*10*11}
- c. PHS (家の外のコードレス電話、1995 年サービス開始、女子高生のポケベルからの移行)
- d. ケータイ (1995 年頃から普及)^{*12}
- e. ケータイでのインターネット利用 (1990 年代後半から、NTT docomo の i-mode)
- f. 第 3 世代移动通信システム (3G) (2001 年頃から)^{*13}
- g. スマートフォンの流行^{*14}

(11) PHS・携帯電話加入者の推移



2.2.2 アノニマス・コミュニケーションのツールとしての進化

(12) パソコン通信から匿名ソーシャルメディアへ

- a. パソコン通信：1985 年アスキー・ネット、1986 年に PC-VAN、1987 年に Nifty-Serve^{*16}；
- b. 2ちゃんねる：1999 年にサービスを開始した匿名掲示板。ひろゆき (西村博之) が開発。^{*17}
- c. ニコニコ動画：2007 年から サービス (濱野 2008; 濱野・佐々木 2011)^{*18}
- d. ツイッター：2008 年に日本語版利用可能 (濱野 2008; 濱野・佐々木 2011)

*10 1980 年代後半から「ベル友」ブーム、1996 年にピーク。(1,078 万人)(例：0840 = オハヨオ(おはよう)、3470 = サヨナラ、14106 = アイシテル(愛してる)など)

*11 ポケベル・コミュニケーションの一例

「深夜零時過ぎ、原稿を書いている私のそばにいた 18 歳の娘のポケベルが鳴った。ディスプレイをちらと見た娘は、いきなり電話をとると猛然とプッシュボタンを押して電話を切った。と、またポケベルが鳴る。ちらと見て、再び猛然と電話をプッシュ。またポケベルが鳴る。こんなことを五、六回繰り返している。「いったい何してるんだ?」「あ、Y ちゃんに『起きてるかーい』って聞いたら、『まどろんでる』と答えたから、『おやすみ』って言ったら、『それだけかー』と聞いてきた。それで、『うん、ごめん』『明日も早いのだー』って答えたら、『頑張っとけー』って。Y ちゃんと娘とは同い年の親友で、二人はポケベルで文字対話をやっていたのである。」(山根一真、日本経済新聞、1999 年 9 月 10 日)高弘 (1997::54) を参照。

*12 1987 年、NTT からハンディ型携帯電話 (TZ-802) が発売。

*13 これにより、高速なデータ通信、テレビ電話などのマルチメディアサービスの利用が可能となる。

*14 「スマートフォンの利用率は昨年の 14.8 % から 29.9 % に倍増し、購入を検討している層も 27.7 % と依然として高い比率です。」
<http://www.impressrd.jp/news/120612/iwp2012>

*15 出典：http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:Cellphone_subscriber.png

*16 サーバに設置された電子掲示板ごしに加入者同士でコミュニケーションを行うシステム。コミュニケーションの相手は、素性の分からない他者である。パソコン通信では、加入者同士が実名ではなく「固定ハンドルネーム」(略してコテハン)とよばれる自分で考えた愛称を用いるのが普通。

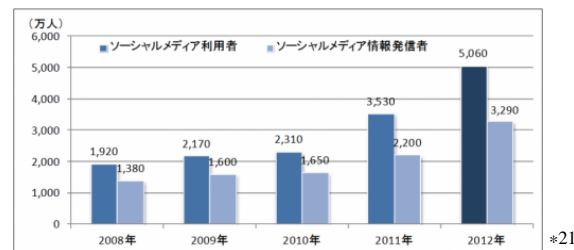
*17 「名無し」「匿名希望」の完全匿名のコミュニケーションが普通。

*18 ユーザーがコメントを投稿し表示できるコメント機能をもつ動画サイト。ドワンゴ代表取締役会長の川上量生 (のぶお) が開発。

2.2.3 モバイルとアノニマスとの融合

- (13) a. モバイル・コミュニケーション：「時と場」からの解放（いつでも、どこでも）
 b. アノニマス・コミュニケーション：「時と関係」からの解放（いつでも、だれとでも）^{*19}
 c. 二つを融合するメディア環境：携帯電話のインターネット利用（スマートフォンの普及）
 「時と場と関係」から自由なパーソナルコミュニケーション空間の拡大
 「繋がりの社会性」（北田 2005:192ff）の肥大^{*20}

(14) ソーシャルメディア利用者の推移



2.2.4 コミュニケーションの同期性 時間の共有の新たな形

(15) コミュニケーションの同期性

- a. 同期的メディア：テレビ、電話、チャット用プログラム^{*22}
 b. 非同期的メディア：手紙・本・雑誌・電子メール^{*23}

(16) 新しいタイプの同期

- a. 真性同期：コミュニケーションの参加者が現在（時間の流れ）を共有（チャット）
 b. 選択同期：ツイッター^{*24}
 c. 疑似同期：ニコニコ動画^{*25}

(17) ソーシャルメディアの現代的意義

ソーシャルメディアとそれを支えるアーキテクチャーは、私たちが「場所」や「関係」の束縛から解放し、新たな時間共有の形を通して、コミュニケーション自体を享受する方向へと導いた。これが、北田（1996）の意味での「繋がりの社会性」をさらに後押し、コンサマトリー・コミュニケーションの肥大へとつながっている。

*19 アノニマス・コミュニケーションには二つの源流がある。一つは上で見たパソコン通信からの文字メディアの流れであり、もう一つは、伝言ダイヤルやダイヤルQ²のような匿名の他者との電話コミュニケーションである。後者については、富田（2009）を参照のこと。

*20 情報の共有ではなく、繋がりの継続そのものを志向する社会的傾向（コンサマトリー・コミュニケーション）

*21 出典：<http://www.impressrd.jp/news/120612/iwp2012>

*22 「そのメディアを通じてコミュニケーションを行っている人々が、（たとえ空間＝場所は互いに離れていたとしても）同じ時間＝現在を共有している」（濱野 2008:197）

*23 「コミュニケーションの発信と受信の間に「時間差」が存在」（濱野 2008:198）

*24 「「非同期的」に行われている発信行為（「独り言」）を、各ユーザーの自発的な「選択」（の連鎖）に応じて、「同期的」なコミュニケーションへと一時的／局所的に変換するアーキテクチャー」（濱野 2008:206）濱野・佐々木（2011：45ff）も参照。

*25 「実際には「非同期的」になされている動画に対するコメントをアーキテクチャ的に「同期」させることで、「視覚体験の共有」を疑似的に実現するサービス」（濱野 2008:213）濱野・佐々木（2011：49ff）も参照。

3 コミュニケーションの過剰とコミュニケーションの拡散

3.1 コミュニケーションの過剰

- (18) メディアの若者言説 人間関係の希薄化
- (19) 浅野(2011)の若者の人間関係の濃密化の議論
 - a. 友人関係の重要性の上昇
 - b. 友人関係の充実度の上昇
 - c. 友人関係の常時接続(モバイル化の帰結)^{*26}
- (20) フルタイム・インティメット・コミュニティの負の側面
 - a. 「優しい関係」(土井 2008)
 - b. ケータイ依存
 - c. mixi 疲れ
 - d. ランチメイト症候群(便所飯)

3.2 コミュニケーションの拡散

- (21) 匿名の他者とのコミュニケーション
 - a. 「いつでも、だれとでも」のアノニマス・コミュニケーション
 - b. パソコン通信のフォーラム、ダイヤル Q²(ツーショットダイヤル、パーティーライン)
- (22) 情報の入手先
「マス」(テレビ・新聞)から「アノニマス」(匿名サイト)へ
 - a. 匿名掲示板(2ちゃんねる、ふたばちゃんねる、4chan等)
 - b. ナレッジコミュニティ(教えて!goo、Yahoo 知恵袋、OKWave等)
 - c. ソーシャルブックマーク(はてなブックマーク等)
- (23) 匿名で親密な他者関係 富田(2009)の他者関係のタイプ
 - a. 匿名性
 - b. 親密性
インティメット・ストレンジャー(intimate stranger)
- (24) 匿名でかつ親密な関係から生まれる社会現象
 - a. 「出会い系」ブーム
 - テレクラ等の「電話風俗」^{*27}(1985~)
 - 出会い系サイト(1995~)
 - 出会い喫茶(2000)

^{*26} 「いつでも、どこでも」のフルタイム・インティメット・コミュニティ

^{*27} 宮台(1994)のブルセラ研究や富田(2009)のダイヤル Q² 研究を参照のこと。

b. 自殺系サイト ネット心中

- ドクター・キリコ事件(1988)(自殺系サイト「安楽死狂会」)^{*28}
- ネット心中事件が続発(2003)
- 桐野夏生(2007)『メタボラ』朝日新聞

ネット空間の匿名の関係が、現実空間の「性」と「生」という生々しい人間の営みに激しく食い込んでいる

4 ネット空間と現実空間の重ね合わせ 拡張現実的リアリティ

(25) アノニマス・コミュニケーションが生み出す新たな社会現象

a. 社会活動・政治運動

- ジャスミン革命(チュニジア)からアラブの春へ
- オキュパイ・ウォール・ストリート
- ハッカー集団アノニマスの活動
- WikiLeaksの活動

b. フラッシュモブ現象^{*29}

- パブリック・フリーズ
- 2ちゃんねるオフ会(吉野家オフ)

(26) まなざしの変化(超越的視点の失効)とリアリティの変容

- a. 理想の時代(「大きな物語がリアル」)
- b. 虚構の時代(捏造された「大きな物語」としての虚構; 虚構は<外部>=もう一つの現実)
- c. ポスト虚構の時代(「大きな物語」の失効; 虚構は現実の<内部>を多重化するためのもの)
拡張現実(augmented reality)の時代(宇野 2011)

(27) 拡張現実の時代の観光現象

- a. アニメ聖地巡礼
- b. ロック・フェス
- c. ボランティア・ツーリズム(依田 2011)
- d. コスプレ・イベント(鎗水 2013)

(28) a. ソーシャル・メディア(Web 2.0)の活発な利用

- b. ネット空間のコミュニケーションを現実空間に重ね合わせる(拡張現実)
ネットで出会い、リアルで集う

^{*28} 渋井(2004)、富田(2009:283ff)を参照

^{*29} インターネットや携帯電話を通じて呼びかけられた見ず知らずの人々が、公共の場に集まり、わけのわからないことをしてかしてからずばにまた散り散りになること。(伊藤 2011:12)

参考文献

- 浅野智彦(2006)『検証・若者の変貌 失われた十年の後に』勁草書房
- 浅野智彦(2011)『趣味縁から始まる社会参加』岩波書店
- 東 浩紀(2001)『動物化するポストモダン オタクから見た日本社会』講談社現代新書
- 土井隆義(2008)『友だち地獄 「空気を読む」世代のサバイバル』ちくま新書
- 石森秀三(2008)「観光立国時代における観光創造」石森秀三編『大交流時代における観光創造』(北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院研究叢書70)
- 伊藤昌亮(2011)『フラッシュモブズ 儀礼と運動の交わる場所』エヌティティ出版
- 北田暁大(1996)『嗚う日本の「ナショナリズム」』NHK ブックス
- 見田宗介(1995)『現代日本の感覚と思想』講談社学術文庫
- 見田宗介(2006)『社会学入門 人間と社会の未来』岩波新書
- 宮台真司(1994)『制服少女たちの選択』講談社
- 永井純一(2008)『なぜロックフェスティバルに集うのか 音楽を媒介としたコミュニケーション』南田勝也・辻泉編著『文化社会学の視座 のめりこむメディア文化とそこにある日常の文化』ミネルヴァ書房
- 岡本 健(2012)「情報社会における旅行者の特徴に関する観光社会学的研究」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士学位論文
- 大澤真幸(1996)『虚構の時代の果て オウムと世界最終戦争』ちくま新書
- 大澤真幸(2008)『不可能性の時代』岩波新書
- 渋井哲也(2004)『ネット心中』生活人新書
- 高広伯彦(1997)『ぼくたちのマルチメディア、ポケベル 束縛のメディアから解放のメディアへ』富田英典他編著『ポケベル・ケータイ主義!』ジャストシステム
- 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
- 宇野常寛(2011)『リトル・ピープルの時代』幻冬舎
- 宇野常寛・濱野智史(2012)『希望論 2010年代の文化と社会』NHK ブックス
- 山村高淑(2011)『アニメ・マンガで地域振興』東京法令出版
- 山崎翔(2010)『場所の経験としてのツーリズムに関する研究 若い世代の音楽フェスティバルでの体験を事例として』国際広報メディア・観光学院観光創造専攻修士論文
- 鎗水孝太(2013)『「コスプレ」の社会文化史的研究』国際広報メディア・観光学院観光創造専攻修士論文
- 吉見俊哉・若林幹夫・水越伸(1992)『メディアとしての電話』弘文堂
- 依田真美(2011)「創造的協働プロセスとしての観光の可能性 ボランティアツーリズムを事例として」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士学位論文趣意書