

デジタルメディア利用に関する ライフヒストリー分析の試み

土 橋 臣 吾¹
浅 野 智 彦²
岩 田 考³
辻 泉⁴
羽 渕 一 代⁵

1. 問 題 関 心

デジタルメディア研究は、これまで常に目の前の新たな変化を捉えることに力を注いできた。一方向的なマスメディアから双方向のインターネットへ、Web1.0 から Web2.0 へ、固定的なデバイスから移動的なデバイスへ、デジタルネイティブからネオ・デジタルネイティブへ。デジタルメディア研究はこうした変化に、都度キャッチアップすることをその中心的な課題としてきたのである。これはこの分野にとってある種の宿命といって良いだろう。新たなデバイス、サービスの登場ひとつで大きく状況が変わるデジタルメディアの世界は、絶えず「バージョン・アップ」を繰り返す世界であり⁶、新たな情報行動、新たなコミュニケーション、新たなコンテンツの形が次々に現れる。デジタルメディア研究は、まずはその新しさの記述に注力せざるを得ないのである。

こうした研究にはもちろん意義もニーズもある。というより、新しい技術やそれを使いこなす若い世代の動向は、意義やニーズを持ち出すまでもなく、この分野のもっとも基本的な関心だろう。だがそこには一定の限界もある。ごく単純に言えば、それはその「賞味期限」の短さだ。新しいものはすぐ古くなり、忙しくまた別の新しさの記述へ向かう。必要な作業ではあるが、新しいものの登場がむしろ常態化している今日、新しいものを取り上げること自体にもはや新しさはない。ゆえに都度対象は変わるもののその語り口にはどこか既視感がつきまとうことになるし、短いスパンでのその繰り返しは、一連の研究はつまるところ新しさの後追いを延々続けるだけではないか、という疑いも呼び起こしてしまう。今日のデジタルメディア研究には、たとえばこうした難しさがあるように思われる。

では、そこから脱する道筋はどこにあるのだろうか。言い換えるなら、デジタルメディアを「新しいもの」として（のみ）捉える視点からいかに抜け出せるのだろうか。このように考えるとき、私たちの社会がこの間、それなりの長い期間に渡って各種のデジタルメディアとつきあってきたという単純な事実が、あらためて重要な意味を持つように思われる。普段意識することもないが、デジタルメディアの普及開始を、たとえばインターネットの商用利用解禁、携帯電話の端末買い切り制度開始、Windows95 の発売といった出来事が立て続けに起きた 90 年代半ばに見るなら、私たちのデジタルメディア利用には、すでに

¹ 法政大学社会学部 准教授

² 東京学芸大学教育学部 教授

³ 桃山学院大学社会学部 教授

⁴ 中央大学文学部 教授

⁵ 弘前大学人文社会科学部

⁶ そしてこの「バージョン・アップ」はソフトウェアへの「絶えざる関与」を生み出すという点で、研究者だけでなく、一般のユーザーにも日常的にキャッチアップを求めるものになっている（加島 2013: 141）。

四半世紀以上の歴史があることになる。その意味ではデジタルメディアはすでに相当程度「古いもの」であり、その新しさにではなく古さに目を向けることもできるはずなのである⁷。

実際、そうした「古さ」を意識しつつ周囲を見渡すと、そこかしこに自分自身の利用史の痕跡を見つけることができるだろう。それはたとえば、かつて使っていた二つ折りの携帯かもしれないし、部屋の隅に放置された旧式のパソコンかもしれないし、スマートフォン（以下スマホ）のホーム画面に表示されている最近あまり使わなくなったアプリのアイコンかもしれない。これはもちろんとりあえずの描写に過ぎないが、私たちのメディア利用は、いずれにせよこうした何らかの歴史的な積み重ねのなかにある。だとすれば、日々更新されるデジタルメディアの「新しさ」も、実際の生活のなかではたんなる「新しさ」としてではなく、そうした個人の利用史に積み重なる何かとして経験されてきたはずである。そしてもし、そうした積み重ねのなかで私たちのメディア利用を把握できれば、「新しいもの」の「新しさ」を追う研究とはまた別の領域が開けるのではないだろうか。

以上のような問題意識から、以下本稿では、試行的に行われた「デジタルメディア利用をめぐるライフヒストリー調査」の結果を紹介しながら、その有効性について検討してみたい。人々はその利用開始期から今日に至るまで、デジタルメディアとどう付き合い、何を感じてきたのか。そしてその延長線上で現在デジタルメディアをどう使い、どう意味づけているのか。これらのことを詳細に聞き取る調査である。上述の通り、現状ではまだ試行的段階だが、限られた調査結果からだけでも、調査協力者のデジタルメディア利用が、単線的な「新しさ」の更新プロセスとしては捉えることのできない、入り組んだ経路を辿ってきたことが見て取れる。以下ではまず、その具体的様相をいくつか紹介し、その上で、こうした研究手法にどのような意義を認められるかを検討していきたい。

2. デジタルメディア利用のライフヒストリー分析

2-1 調査概要

調査結果の紹介に入る前に、ここではまず今回の調査概要について確認しておきたい。本稿で検討するのは、2021年7月～12月にかけて行われた調査の結果の一部である。著者全員が分担して複数の調査協力者にインタビューをおこなっている。それぞれのインタビューは、事前に記入してもらった「メディア利用個人史年表」⁸（年齢を縦軸に、利用機器、交友関係、趣味の活動、主に使っていたサービスや好きだったコンテンツなどを横軸に取った独自のシート）を確認しながら、その時々のメディア利用の記憶や具体的なエピソードを中心に語ってもらう形で進めた。主要な調査項目として、それぞれのライフステージでの各種機器の利用状況、交友関係の広がり、趣味の活動の状況などを設定していたが、調査対象期間が長期に渡り、話題も多岐に広がるため、基本的には調査協力者の語りの展開に任せ、できるだけ具体的なエピソードや心情を語ってもらえるように努めた。

調査協力者は、20代後半から30代後半の7人の男女であり、世代的にはいわゆるデジタルネイティブ世代からネオ・デジタルネイティブ世代にあたる⁹。したがって、家庭環境の違いなどによる利用開始時期の差はあるものの、基本的には、思春期あるいはそれ以前から何らかのデジタルメディアに触れながら育った世代だといえる。調査協力者はすべて筆者らの知人であり、その点でかなりの偏りがある。たとえば、調査協力者は全員が大卒である。また仕事としても典型雇用であり、経済的には余裕のある階層といえる。これに伴いメディアリテラシーが相対的に高いことも推測できる。したがって、本稿では学歴とメ

⁷ 本稿とは異なる領域においてはああるが、技術史の分野で同様の問題意識を展開した著作として、飯田豊らの論集がある。編者の飯田は、その冒頭で「新しいメディアの『新しさ』を深く追求しようと思えば、結局のところ、古いメディアとの比較を避けて通ることはできない」（飯田 2013: 3）と指摘した上で、「デジタル社会の系譜と行方」を考える上でメディア技術史を展開している。

⁸ 何人かの調査協力者については「メディア利用個人史年表」の作成を調査者がインタビューを進めつつ、同時に作成している。

⁹ デジタルネイティブという概念に統一的な定義があるわけではないが、橋元良明らは、デジタルネイティブにあたる世代を、1976年前後に生まれた世代（76世代）、1986年前後に生まれた世代（86世代）に分けて把握し、1996年前後に生まれた世代（96世代）をネオ・デジタルネイティブと位置付けて分析している（橋元他 2010）。

ディアリテラシーを一定程度もつ、比較的裕福な若者たちのライフストーリーを分析している。

表1 調査協力者のプロフィール

仮名	年齢	性別	婚姻	職業	居住地	出身地
小城太郎	38 歳	男性	独身	教員	千葉県	沖縄県
吉田英典	37 歳	男性	既婚	会社員	東京都	東京都
野上涼子	32 歳	女性	独身	公務員	神奈川県	神奈川県
西山希恵	29 歳	女性	独身	団体職員	宮城県	青森県
永井紀子	27 歳	女性	独身	会社員	大阪府	大阪府
前田明子	30 歳	女性	既婚	団体職員	奈良県	奈良県
川村絵里	25 歳	女性	独身	会社員	兵庫県	千葉県

本研究は、調査協力者の私的な経験を重要視した調査研究である。つまり、調査者との信頼関係が成立している調査協力者からでなければ得られないデータを収集することが本調査の目的であり、これに比してサンプルの代表性を追求することはそれほど重要ではない。そのため、調査者との信頼関係がすでに成立している知人に協力を依頼した。分析にとりあげる調査協力者の簡単なプロフィールは表1の通りである。学歴や経済階層以外の傾向としては、女性の比率が高く、首都圏、関西圏在住の比率が高い。名前は仮名を記し、本稿で取り扱うエピソード順に並べてある。

本稿はパイロット的な調査データを分析した中間的な報告であり、今後さらなる調査を予定している。最終的には、性別、既婚・未婚、学歴、職業、居住地域についてなるべく多様なケースを収集する予定である。

以下では、このような調査で得られたデジタルメディア利用をめぐる語りを、それぞれに異なるいくつかのパターンに分けて見ていくこととしたい。あらかじめ確認しておくなら、初期のインターネットや携帯端末を知る人たち（2-2）、趣味の活動との関連でのインターネット利用を中心とする人たち（2-3）、ネットの世界とリアルの世界が初めから連動していた人たち（2-4）、である。詳しく見ていく通り、それぞれのデジタルメディア利用はかなり異なる形で展開していくが、現時点で見れば、いずれの人も、現在主流のソーシャルメディアを積極的に使いこなし、今日の情報環境に高度に適応しているユーザーということになる。逆に言えば、彼ら彼女らの利用史の展開は、直近の状況だけをスナップショット的に見ればかなり似通った利用者層に見える人たちの背後に、そこに至るまでのそれぞれに異なるプロセスがあったことを示している。

2-2 インターネット・携帯電話黎明期に思春期を迎えた人々

本節では二人の30代男性（小城太郎さん、吉田英典さん）を取り上げる。ともに30代後半であり、初期のインターネットや携帯端末を経験している。

小城太郎さんは1983年に沖縄県那覇市に生まれ、2007年に大学院進学のため東京に出てくるまで同市で暮らしてきた。インターネットに初めて触れたのは高校1年生のとき（1999年）、同じ年にポケベルを使い始めている。携帯電話を初めて持ったのは大学1年生のとき（2002年）であった。現在は教員として首都圏で働いている。

吉田英典さんは1984年に首都圏に生まれ、その後、保護者の仕事の事情で小学校低学年までオーストラリアのシドニーで暮らした。9歳で日本に戻ってきてからは現在に至るまで首都圏で生活している。初めてインターネットに触れたのは中学校3年生のとき（1999年）、携帯電話を初めて持ったのは高校1年生のとき（2000年）であった。現在は首都圏で出版社に勤務している。

二人ともインターネットや携帯端末の普及初期に思春期を迎え、それらを用いながら自己形成した最初の世代である。その点でネット・携帯第一世代といってもよいかもしれない。

二人の語りを参照しながら以下では3つの主題について触れることにする。第一がメディア経験の歴史性、第二が初期ユーザー（アーリー・アダプター）の経験、第三が結婚の効果である。

2-2-1 メディア経験の地層

はじめに注目したいのは、二人とも中学・高校時代に（ある程度まで現在でも）熱心なラジオのリスナーであったという点だ。小城太郎さんは放送委員であったため、素材探しのため音楽番組（NHK-FMの「ミュージックスクエア」など）を聞くとともに、大学入学以降は声優やアニメ関連（林原めぐみなど）のラジオ番組を熱心に聞いていた。吉田英典さんも同じく声優（丹下桜など）の深夜番組を中学校に入った頃から聞き始めている。また吉田英典さんは、録音した番組をカセットテープ・ウォークマンで通学時間に聞くという習慣も持っていた。

すでに触れたように彼らはネット・携帯第一世代であり、ともすればそれらの新しい技術との関係に注意が向けられがちである。だが彼らが新しい技術を経験する際に、より古いメディア（ラジオやカセットテープ）の利用が背景として、あるいは並立して経験されているという点にも注意を向ける必要がある。実は吉田英典さんも放送委員を経験しており、「放送」に象徴される経験や想像力を前提に彼らはネット・携帯に触れ始めている。新しいメディアは、それが新しいからこそ、つねに古いメディアとともに経験される。新旧メディアの経験は、地層のようなものとして、すなわち積層、褶曲、断層、露出をとまなう経験として捉える必要がある。

同時に注目すべきは吉田英典さんが使っていたカセットテープ・ウォークマンがこの時点ですでにひとつ前の技術と一般にはみなされていたということだ（この時点での主流メディアはMD）。吉田英典さんがこれを使っていた理由は「たまたま家にあったから」というものであった。これが意味するのは、メディア利用の歴史性が同時に個々人の環境に依存する偶発性に常にさらされているということだ。このような偶発性により、メディア経験の地層は様に積み重なっていくのではなく、ときに時間順を逆転させるかのような折れ曲がりを見せる。

2-2-2 初期ユーザーという経験

次に注目したいのは、小城太郎さんが「初期ユーザー（アーリー・アダプター）である」という事態を繰り返し経験してきているという点だ。彼がネットを使い始めたのはちょうど2ちゃんねるが立ち上がった頃であり、2ちゃん以前のアングラ掲示板の雰囲気もそれとなく知りながらネットの世界へ入っていった。高校時代に使っていたのはサービス開始初期のYahoo! チャットや美少女ゲーム製作会社の公式掲示板などで、特に後者では美少女ゲームについて同好の者たちと語り合っていた。その後の掲示板文化、mixi¹⁰、Twitter等々、小城太郎さんは様々なサービスを開始後の比較的早い時期に使い始めている。そしてそのたびに彼は初期の（アーリーアダプターたちの）独特の熱気から、ユーザー拡大期の盛り上がり、そして「〇〇疲れ」にいたる経過を経験してきた。

メディアについて語るとき、人は暗黙のうちに新しい技術の登場が古いそれを陳腐化する、という構図をとりがちである。だがネットの到来とともに思春期を迎えたこの世代の人々は、積極的なネットユーザーであるほど「新しい技術の陳腐化」というこの過程を繰り返し経験し、それによってこの構図そのものの陳腐化をこそ経験してきたように思われる。そこにおいて「新しさ」と「陳腐さ」とは対立していない。むしろ「新しさ」こそ「陳腐さ」なのである（「メタバース」の話を聞いて「セカンドライフ」を思い出してしまうように）。

ところで「新しさこそが陳腐である」という感覚は、「どうせこれもまたすぐに」といったシニシズムをもたらし、「新しい」技術への関心を低下させそうなものだが、小城太郎さんの場合はそのようになっ

¹⁰ 日本のソーシャルメディア。招待制のソーシャルネットワーキングサイト（SNS）であり、2004年にサービスを開始し2000年代に急拡大した。

ていない。その一つの理由は、小城太郎さんが技術それ自体よりも、それによって可能になる趣味活動に一貫して動機づけられているということだ。長年にわたって小城太郎さんは、テーブルトークロールプレイングゲームのプレイヤーであり、GLAYのファンであり、声優のユニットを「推し」てきた（小城太郎さんは多趣味であり、しかもそのいずれもキャリアが比較的長い）。この点で、小城太郎さんは、他の節で紹介されているポケモン愛好者の女性と通じるところがありそうである（ダナ・ボイドであれば関心ドライブ型のメディア利用と呼ぶであろう（boyd 2014=2014））。新しさこそが陳腐さであるというシニシズムは、小城太郎さんの場合、趣味への愛によって軽々と乗り越えられているように見える。

吉見俊哉のアメリカ論にならっていえば、インターネットはある時期に（日本にとってのアメリカがそうであったように）シンボルからシステムに変わったのであろう（吉見 1997）。インターネットの普及期にすでに成人年齢に達していた人々にとってそれは自分たちの外側にあるシンボルである。それにユートピアを見出すものもディストピアを読むこむものともに（ネットに先立って存在している）自分の感覚を投影している。だが同じ時期を思春期として経験した人々にとって、ネットは自己形成の土台として機能する。ネットはもはや自分の外側にあって惹きつけられたり反発したりするような対象ではない。それは端的に（所与の前提として）ある。いわばそれはほとんど意識されない環境なのである。

もちろんいつの時代にもメディア技術の成熟はそれを環境として定着させてきた。インターネットや携帯端末がそれらと異なるのは、上で見たような偶発性（例えば趣味の有無や内容）を増幅して組み込みながら、環境をいっそう個人化させていくという点であろう。

2-2-3 他人の経路への依存

最後に注目するのは、吉田英典さんが結婚によって経験した変化である。結婚は大きなライフイベントであり、趣味やメディアの利用の仕方もしばしばそれによって変化を余儀なくされる。吉田英典さんはあるアイドルの熱心なファンであったが、結婚を機にファンとしての活動は休止状態にあるという。パートナーに何か言われたわけではないのだが、例えばアイドルのグッズなどを「見られるのはちょっと…」と感じてしまうという。

メディアの利用についても様々な変化が生じている。例えば、毎日連絡を取る相手としてパートナーの比重が顕著に大きくなったことなどがそうだ。モノの水準でいうと、吉田英典さんは結婚後、パートナーが持っていたPlayStation（以下PS）4をよく利用するようになり、逆に自分がそれまで使ってきたNintendo 3DS（以下3DS）をあまり使わなくなっていくという。また、コロナ禍の時期にパートナーのリクエストでNintendo Switch（以下Switch）を購入している。

ライフイベントと趣味やメディア利用との関係に着目する研究は、多くの場合、ある時点でそのイベントをすでに経験した者としていない者にとわけて、両者の間にどのような違いがあるかという論じ方をする（計量系の研究であれば、結婚経験ダミー変数を多変量解析に投入するなど）。例えば、既婚グループにはアイドルファンが有意に少ないという結果が出たなら、結婚というライフイベントがアイドルファン活動を抑止しているのだらうと推測することになる。さらに、同一の回答者に対して一定期間をおいて繰り返し調査するパネル調査であれば、因果関係の向きをより確実に特定することもできるかもしれない。しかし、そのような調査によっても、3DSからPS4への移行をライフイベントの効果として見出すことはほとんど不可能であらう。表面上それは、ゲームプラットフォームの単なる乗り換えや、機器としての世代交代のようにしかみえないだろうからだ。今回のインタビューが示しているのは、それが実は結婚というライフイベントを機に生じた二人のメディアヒストリーのすり合わせの結果であるということだ。

結婚生活とは、二人のメディアヒストリーの間に生じる相互交渉である。それぞれのメディアヒストリーの経路がお互いに干渉しあい、経路を変えていく。先に見たようにメディア利用は常に経路依存的であるが、ここにみられるのは他人の経路への依存とでもいうべき事態である。二人は互いの偶発性を取り込むことによって自分のメディア環境を変化させていく。

2-3 平成初期生まれファンのデジタルメディア・ライフヒストリー

次に、1989年生まれの野上涼子さん、1992年生まれの西山希恵さんという、平成の初めに生まれた女性たちのデジタルメディア・ライフヒストリーについて紹介したい。前者は地方公務員、後者は公共放送勤務と、いわゆる「手堅く真面目な」職業に就いていることと同時に、日常生活の多くの部分をファンであることが占めている点が共通している（前者はジャニーズ系男性アイドルの、後者はポケモンのファン）。

モバイルメディアの普及とともに、いわゆる「オン/オフ」や「日常/非日常」を切り替えたり、それらを連続的に過ごしたりすることは容易になってきた。それゆえ、こうした真面目な職業に就いた30歳代の女性であっても、それと同時にファンであることが当人のアイデンティティにおいてきわめて大きな要素をしめることはもはや珍しくない。では、いかなる経路をたどって、デジタルメディアとその利用が、彼女たちの日常生活に「深く埋め込まれる」こととなっていったのか、当人たちのライフヒストリーから追ってみよう。

2-3-1 ライフヒストリー≡メディア普及史

野上涼子さんは1989年生まれ（2021年段階で32歳）で、生まれも育ちも神奈川県の手私鉄沿線郊外住宅地である。地元の公立小・中から県立高校に進み、4年生の文系私立大学を卒業後は、地元の自治体で地方公務員をしている。現在は、頭金を父親が、ローンを自分名義で組んで購入した一戸建てに、両親と妹と一緒に暮らしており、こうした表向きの経歴からも伺えるように、いわゆる真面目な優等生タイプである。

まず彼女のライフヒストリーを追って見えてくるのは、メディアの普及と個人のライフイベントの重なり合いであろう。小2の時に母親にお下がりでもらった携帯用ゲーム機や中1から家族と共用で使い始めたパソコン以外で言えば、中2からプリペイド式の携帯電話、高1からは携帯電話と、通塾や高校への通学といった、移動時間・距離の増大とともに、モバイルメディアを使い始めたことが伺える。さらに大学3年生からは、就職活動に備え外出先でもeメールが確認できるように、スマホを使い始めていた。

そしてそれ以降は、新規に開始されるメディアやサービスの利用と当人のライフイベントがリンクしていく。彼女がサービス開始1～2年以内に利用してきたものを列挙すれば、高校時代の友人やファン仲間との交流、さらには大学入学時の友人形成に役立ったのは高1から始めていたmixiであり、K-POPも好きになってハングルでアカウントを作って情報収集に役立ったのは高2から始めたTwitterであった。東日本大震災直後から連絡用にはLINE（大学4年生から利用）がメインとなるが、社会人4年目から始めたInstagramでは、好きなアイドルをカップリングした二次創作（社会人になってから始めた刺繍作品）を投稿して楽しんでおり、一方で30歳になる直前には、マッチングアプリのomiaいを使って交際相手を探していて、mixi以外のサービスはその後も使い続けているという。

このように、平成初期生まれのコHORTである彼女の場合、今日ではポピュラーとなった各種のデジタルメディアやサービスの利用が、調査対象者自身のライフイベントの展開に伴って、あたかも「地層」が積み重なるように、定着してきた様子がうかがえる。

2-3-2 「観察者のリアリティ」のファン文化

そのように多様化したデジタルメディアの利用経験は、ファンとしてのありようとも関連しているようだ。例えば、かつてのマスメディア中心の時代ならば、「僕たちは一生サユリストです」というように、疑似恋愛の「当事者」として、ほかの何よりも強く想いを寄せるような体験を、同世代内の多くが持ち合わせていることが一般的だった。だが、多種多様なサービスや楽しみがある今日では、むしろ一歩引いた視点から、その成長を見守ったり、時にはあたかもファンの側に主導権があるかの如く、そのプロデュース感覚を楽しんだりするような感覚が、それぞれのファンごとにあり、それゆえSNS上などでこうした経験をわざわざ持ち寄って「共有（シェア）」する必要があるようだ。これは「（ファンの）観察者化」と

もいえよう（辻 2012, 辻・南田・土橋 2018）。

野上涼子さんの事例で言えば、彼女がジャニーズ系男性アイドルを好きになったのは、幼稚園の頃にテレビでSMAPの香取慎吾を見かけてからであり、平成初期生まれのコhortにおいては、こうしたマスメディア中心の時代の経験も幼少期にはあるようだ。

だがファン活動が本格化するのは、中1のころに嵐の松本潤を好きになってからであり、それ以降、大学生時代にK-POPにハマる時期を経つつも、基本的には嵐ファンとして活動してきた。そして社会人になってからは、自分よりも年下のアイドルに関心を寄せたり、特定個人だけでなく、グループ全体やジャニーズ事務所全体を応援したりすること（「箱推し」「事務所推し」ともいう）が多くなってきたという。

彼女の場合、「観察者化」したファン行動は、最近の傾向ではなく、小5のころに、いわゆる同人誌と出会って、その世界にハマってしまったことも大きく影響しており、中1のころに共用のパソコンを使い始めたことで、インターネット上での様々な腐女子¹¹たちの活動を知ることとなり、嵐の松本潤についても、すでに当時から櫻井翔とのカップリングについての二次創作を始めていたのだという。そして今日では、社会人になってから始めた刺繍による作品をInstagramに投稿して楽しんでいるという。

2-3-3 「ポケモン発売」という年号～「日常」に浸透したファン文化

続いて、ポケモンファンの西山希恵さんの事例を取り上げるが、彼女もまた世間的な経歴でいえば、国立大学を卒業した後、典型雇用で働いていて、かなり記憶力もよく、学生時代も優秀であった独身女性である。そして同時にプライベートな生活においては、ゲームなどのメディアコンテンツ、そしてデバイスやキャリアの種類にもこだわりがあり、そうしたファンとしての行動が日常化しているタイプといえる。

それゆえに、メディアの利用歴を尋ねた際も、いわゆる年号や西暦年での記憶があいまいだったのが印象的であった。このような調査において、メディア利用についてどのような利用の変遷をしてきたのか、確かな記憶を持っている人のほうが少ないのかもしれない。西山希恵さんも、現在使用しているスマホの利用開始時期を思い出そうとしても年月では答えられなかった。しかし、すぐに「iPhone SE 2の発売と同時」と教えてくれた。iPhone SEの後継機器が発売されるのを待って購入したのだという。

これは、ゲーム機のSwitchの購入時期についても同様であった。「任天堂が好きだから」という理由でSwitchを使用しているが、購入時期について尋ねると「ポケットモンスター ソード・シールドが発売された時」という。そしてゲーム機の変遷を尋ねようとする「ゲームは……あ、ゲームはずっと、ポケモンシリーズが出るたびに……」という。そして「ポケモン」だけではなく、さまざまなゲームが発売された時期とセットでメディア機器の購入を語ってくれた。ファミコンは「マリオカート」が発売された際、64は「ドンキーコング」が発売された際、「戦国無双」はPS2、「スーパーマリオランド2-6つの金貨-」ではゲームボーイ、「波乗りピカチュウ」はゲームボーイカラーといった具合であった。

発売と同時に入手したものばかりではないようだが、ゲームボーイアドバンス、DS、そして3DSもすべて購入しており、それは主にポケモンをしたいがためであって、大学生になってからも親に資金援助を交渉してでも購入してきたのだという。このようにサービスやモノの種類に強いこだわりを持ってメディア利用経験を重ねていくタイプは、ゲームのみならずファン文化に見られる特徴と言ってよいのではないだろうか。

2-3-4 デジタルメディア利用の意識—対趣味と対人間

実査中に印象的だったことは2つあった。1つは、インタビュー終了時に「こうやってみると、たくさんやっている（＝ゲームソフトやゲーム機を買っている）んですね」と彼女が感想を述べていたことであ

¹¹ 腐女子とは、主として2000年代中盤以降に用いられてきた女性オタクのある属性を意味する言葉で、男性同性愛的な表象を描いた小説やマンガを愛好する人々のことをいう。腐女子と同じ発音だが、そうした性的指向を揶揄したり自虐的に自己紹介したりする意味合いから「腐」という漢字を用いている。

る。この言葉からは、ファンとしての活動があまりに日常化しているがゆえに、こうしたメディア利用の積み重ねに対して意識的ではなかった様子がうかがえた。メディア利用が日常生活に深く埋め込まれ、多種多様なデジタルメディア利用の経歴が地層をなしているにもかかわらず、利用者本人はその歴史を意識することがない。これもまた、デジタルメディア普及後の典型的なファン文化のありようと言えるだろう。

2つ目は、携帯電話のキャリアについて尋ねた際のことである。彼女の家族は、彼女が使用しているのとは異なるキャリアを利用している。家族で利用すれば割引など特典があるにも関わらず、彼女だけソフトバンクを利用している。理由をきくと「社会人になって家族離れ、自立しようと思ってケータイ会社を（家族とは異なるものに）変えました」という。趣味に関わるメディア利用については、特段の意識することがないようであるが、家族や人間関係に関わるケータイについては、親密な人間関係に対する彼女なりの態度を表象させている。

「メディア社会」という用語が定着して久しいが、まさにコンテンツやデバイスは環境に深く埋め込まれ、それと同時に、意識することなくなめらかに利用されている。その一方で、メディア選択による人間関係への態度表明という利用もある。メディア環境の地層は踏み固められて安定しており、足元を意識することなくメディア利用者は日常生活を送っている。もちろん、意識を向けさえすれば、メディア環境は可視化される。彼女にとって家族は意識されるものであり、そこからの自立の表明がケータイのキャリアを別にすることというのは興味深いことではないだろうか。

iPhone SE 2が「発売されるまで待つ」ことであったり、ポケモンの新しいソフトが出れば同時に対応するゲーム機を購入したりといった行動について、西山希恵さんは全く違和感をおぼえていない。そして、多くのメディア利用者にとっても違和感のない行動であるだろう。しかし調査者の側からみれば、興味深いエピソードである。つまり、ソフトやデバイスの後継機器が実際に発売されるかどうかは未確定であるのだから、デバイスの買い替えを検討した時期に売られているものを購入すればよいだろうし、すでに所有しているゲーム機で遊べるソフトを購入すればゲーム機を何度も購入する必要もないようにも思われる。西山希恵さんのようなファンは単にゲームで遊びたいわけではなく、さらに人とのコミュニケーションのためのデバイスやキャリアであれば何でもいいからデジタルメディアを利用したいというわけでもないのである。日常的に使用するデバイスの好み、ゲームの好みによって、利用が方向づけられるのである。こうしたファン文化をたしなまない人間からすれば、ファンの行動は「非合理的な消費」に見えなくもないが、これこそが「メディア社会」におけるファンの文化的行動の典型ともいえるのではないだろうか。

2-4 デジタルメディア利用が日常化した世界で生きる人々

最後に、27歳の永井紀子さんを中心に3名の女性のデジタルメディア利用をみていく。永井紀子さんは、1994年に大阪府南部で生まれ、小学校2年生の時から高知市の中心部で育った。大学進学のため大阪に転居し、卒業後に電気メーカーに就職して3年間の東京勤務を経験する。現在は、大阪市の中心部に住み、本社で商品企画の仕事をしている。今回の調査対象者の中では比較的若く、橋元良明ら（2010）が「ネオ・デジタルネイティブ」と呼ぶ世代にあたる。

なお、永井紀子さんと利用の特質に共通点の多い、関西在住の25歳の独身女性（川村絵里さん）¹²と30歳の既婚女性（前田明子さん）¹³のケースについても補足的に取り上げる。

¹² 川村絵里さんは、1996年に千葉県で生まれ、3歳の時に転居してから現在に至るまで兵庫県西宮市に住んでいる。進学した大阪の大学には自宅から通学し、卒業後に金融機関に就職した。しかし、仕事があわず大阪市の中心部にある不動産管理会社に転職し、現在は事務の仕事をしている。

¹³ 前田明子さんは、1991年に奈良県中部の郡部で生まれた。大阪にある大学にも自宅から通学し、小売業に就職してからも、店舗勤務をしていた4年間は自宅から通勤していた。本社で人事の仕事をする事になり、実家を離れ大阪市内で2年間生活をする。2020年に結婚を契機として奈良県に転居し、団体職員に転職して窓口業務を行っている。本節で取り上げる3名の中で、前田明子さんのみ既婚者である。しかし、結婚してすぐに配偶者が単身赴任（居住地と同一県内）しており、独身時代と生活スタイルは大きく変わっていない。ただし、結婚する少し前から、現在の配偶者のSwitchを借りてゲームをするようになるなど、2-2で指摘したような配偶者の影響もみられる。

ダナ・ボイド (boyd 2014=2014:16-19) は、インターネットの初期ユーザーが共通する興味や関心に基づいて形成したオンラインコミュニティが、SNSなどのソーシャルメディアの登場によって友だち同士でつながるためのプラットフォームに変質したことを指摘している。永井紀子さんらのデジタルメディア利用は一見すると、ダナ・ボイドが指摘するところの「関係」に動機づけられたものに見える。しかしより正確に言えば、彼女たちのデジタルメディア利用は、「関心」と「関係」という二分法が失効するような「日常」の中でなされている。それは、呼吸するのと同じように「自然」なものであり、普段は取り立てて意識されるようなものではない。永井紀子さんの言葉を借りれば、彼女たちのデジタルメディア利用の最大の特質は、「リアルと連動」していることにある。

2-4-1 インフラとしてのメディア

永井紀子さんがケータイを使い始めたのは中学校1年生の時であり、初めは母親のケータイを借りるという利用の仕方であった。自分のケータイを購入したのは中学2年生の時である。「クラスの半分以上、持ってたので」「欲しくてたまらなくて」、親にねだって買ってもらったと言う。また、高校3年生の時にスマホを利用し始めたのは、「仲いいグループの子のほとんどが、もうスマホを持って、みんながLINEでやりとり」するようになったからである。川村絵里さんや前田明子さんのケータイやスマホ利用のきっかけも、永井紀子さんと非常によく似ている。

彼女たちがケータイやスマホを利用するようになったのは、友だちとコミュニケーションをとる上で必要だったからであり、「関係」に動機づけられた利用と見なすこともできる。しかし、「関係」に「動機づけられた」というよりは、日常的にコミュニケーションを行う中で「自然」にケータイやスマホを利用するようになったと言うほうが実態に近い。永井紀子さんより少し年上の前田明子さんは、中学生の頃、友だちと「手紙」(独特の折り方をした紙の手紙)をやりとりしたり、紙の「プロフィールブック」¹⁴を交換したりしていたが、ケータイのメールやプロフ¹⁵に徐々に置き換わっていったと言う。つまり、既にあったコミュニケーションの延長上にケータイの利用がなされたのである。

永井紀子さんのデジタルメディア利用の特質は、ケータイやスマホに限ったものではない。そのような特質は、小さい頃からのデジタルメディアの利用にもあてはまる。永井紀子さんが初めて使用したデジタルメディアは、友だちの家にあったニンテンドーゲームキューブや両親が所有していたPSである。それぞれのゲーム機で遊んだソフトで憶えているものはあるものの、ゲームをすること自体に関心があったというよりは、友だちと遊ぶ中で「自然」とそれらのゲーム機を利用するようになっている。

また、LINEだけでなく他のSNSも同様に友だちとの日常的な関係の中で利用されている。永井紀子さんがTwitterを利用し始めたのは、大学に入学する直前である。「大学入学前に、多分、スマホデビューしてから入れて、初めは同じ大学の子をフォローしたりフォローされたりみたいな」「リアルと連動している形で」使用していたと言う。

他で取り上げた年長世代とは異なり、永井紀子さんたちは使用してきたケータイやスマホの機種を明確には覚えていなかった。インタビューする中で永井紀子さんが初めて購入したケータイがW61SAという機種であることが判明した。しかしそれは、友だちと撮ったプリクラにたまたま機種名が書き込まれていたからである。彼女たちにとってケータイやスマホは日々の生活を支えるインフラのようなものであり、その利用は記憶されるような特別なものではないのだ。

¹⁴ 一般には「プロフィール帳(プロフ帳)」「サイン帳」と呼ばれ、名前、誕生日、血液型などのプロフィールや好きなものなどを記入する欄がある。80年代にもみられたが、バインダー式など少しずつ形態を変え、90年代から2000年代に小学生や中学生の特に女子の間で流行した。

¹⁵ プロフサイトとも呼ばれ、プロフィールサイトの略称である。モバイルサイト上に自己紹介ページを作成できるサービスであり、代表的なものとして「前略プロフィール」がある。2000年代、携帯電話のバケット定額制の普及もあり、中高生の間で流行した。

2-4-2 「趣味」の日常化とデジタルメディア利用

これまで見てきたように、永井紀子さんたちのデジタルメディア利用の多くは「日常的な関係」を基盤としている。しかし、「関心」に動機づけられたと見なしうる利用も少なくない。永井紀子さんは、小学校5年生の頃から Hey! Say! JUMP の山田涼介のファンであり、Twitter を使いライブなどの情報を得ていた。永井紀子さんと同様に「ジャニオタ」であった川村絵里さんも、ジャニーズ WEST に関する情報を交換するために Twitter を積極的に活用してきた。

ただし、彼女たちはライブのために全国に遠征する程度には「シリアス」であるが、二次創作などを自ら発信するほどには趣味の世界に没入しているわけではない。他で取り上げた「シリアス」なファンからすれば、永井紀子さんたちの趣味とのかかわりは「カジュアル」なものとも言えるかもしれない。

高橋幸・永田夏来 (2021) は、1980 年代から 90 年代にかけてのいわゆるバブル期の恋愛観では、多様であるはずの親密な関係性のなかで、恋愛が特権的なものと見なされていることを指摘している。同じように、1980 年代や 90 年代に「文化」の「オタク」な享受の仕方を経験した人々は、オタク的な文化との関わり方を特権的なものと見なす傾向があるように思われる。

しかし、先述したようにインターネットがシンボルからシステムに変わったと見なしうるのと同様、オタク（あるいはオタク的な文化とのかかわり方）もシンボルから意識されない環境としてのシステムに変わったと言えるのではないか。大倉韻 (2021) によれば、オタクを自認する若者は東京 (杉並) でも地方 (松山) でも半数を超え、一般化している。濱野智史 (2012) が「ライトオタク」と呼ぶような、共有することを前提としてコンテンツを消費する人々にとって、「関係」と「関心」という区分はあまり意味をなさないであろう。

永井紀子さんは、ジャニーズだけではなくモーニング娘。などハロプロ (ハロー！プロジェクト) などのアイドルのファンでもあるのだが、一番の趣味は「マンガ」だと言う。「マンガ Mee」「マンガ Park」「ジャンププラス」「ヤンジャン!」「サイコミ」など多くのアプリを使って、「マンガもめっちゃ見」ている。このアプリの利用はマンガというコンテンツへの「関心」に動機づけられたものとも言えるが、友だちとの「関係」に動機づけられた利用とも見なせる。というのも、「リアル友達で趣味がかぶってるので、アイドルも好きでマンガもアニメも好きみたいな子が多く」「話題の一部としてしゃべる」ことも少なくないからである。永井紀子さんたちが生きる日常は、「関係」と「関心」という二分法が失効したような世界と考えるほうが適切なのではないだろうか。

2-4-3 記憶されないメディア経験

先に見たように、インターネットの初期ユーザーにとって、ネットは「ここではないどこか」というある種の憧れの対象であった。それに対して、現在 20 代後半の永井紀子さんたちにとって、ネットは「今ここ」というリアルそのものと言えよう。

彼女たちの PC 利用は、このことを逆照射している。彼女たちは、プライベートで PC を利用することはほとんどない。ただし、彼女たちの PC のスキルが必ずしも低いわけではない。例えば永井紀子さんは、コロナ禍においてリモートワークを苦もなくこなし、社内ネットワークの使い方がわからない 30 代や 40 代の上司に教えたりもしている。彼女たちが学業や仕事以外で PC をほとんど利用することがないのは、日常とシームレスにつながるスマホの利用とは異なり、PC を立ち上げるという行為が日常を途切れさせてしまうものだからなのかもしれない。

これまでのメディア経験は、彼女たちのデジタルメディア利用に影響を与えてはいるだろう。しかし、機種名が記憶されていないことに象徴されるように、そうした経験が彼女たちの記憶に深く刻まれることはない。彼女たちが生きる日常は、デジタルメディアがまさに環境となった世界である。彼女たちのメディア経験は固形物として堆積するというよりは、すぐに気化し、彼女たちをとりまく「空気」のように意識されることなくメディア利用の仕方に影響を及ぼしているように思われる。

3. 考 察 ・ 結 論

以上、調査協力者のメディア利用の展開を3つのパターンに分けて概観してきた。確認した通り、それぞれのメディア利用の展開プロセスは、メディアの「新しさ」が単線的に順次経験されるプロセスとして描けるようなものではない。そうではなく、それはたとえば、デジタルメディア以前のオールドメディアの利用経験、初期採用者に特有の感覚、結婚による配偶者の影響（以上2-2）、特定のコンテンツとの関係（2-3）、その時々友人関係（2-4）といった様々な外部要因に規定される経路依存的なプロセスであり、彼ら彼女らはこうしたほとんど雑多ともいえる要因を介しながらメディアと関わり、その展開のなかでメディアに独自の位置を与えていくのである。では、私たちはこうした多様な経路の存在からどのような含意を引き出せるだろうか。最終節となる本節では、この点について考えつつ、メディア利用のライフヒストリー分析の意義について検討しておきたい。

まずはもっとも基本的な確認から始めよう。本調査の結果からまずいえるのは、こうした多様な経路が確認できる以上、この間の情報環境の変化は、それによって人々の情報行動や生活様式が一樣に変化するプロセスでは決してなかった、という単純な事実である。見てきた通り、彼ら彼女らのメディア利用の展開は、それぞれに異なる興味関心、人間関係、生活文脈のなかに各種のメディアが組み込まれていくプロセスであり、それぞれのメディア利用の経路はそこで一樣に収斂するのではなく、多様に分岐していたのだった。生活のあらゆる局面に遍在するデジタルメディアは確かに社会全体を一樣に包み込む環境になったかのように見えるが、比喩的にいうなら、その一樣に見える環境のなかには、多種多様ないわば「ニッチ（niche）」が形成されてきたのであり、彼ら彼女らは、デジタル情報環境一般というより、そうしたそれぞれに固有のニッチを生きてきたのである。

したがって、前節で具体的に見たように、ある程度近い世代であっても、たとえば「初期ユーザー」としての経験がある人とそうでない人、「リアルとの連動」があらかじめ前提になっている人とそうでない人では、デジタルメディアはかなり異なる形で受容されるし、その違いはおそらく互いによく見通せない状態にある。しばしば指摘される通り、メディア利用の個人化¹⁶が進むデジタル情報環境においては、誰もが同じようなデバイスやサービスを使いながら、他人の使い方についてはほとんど何も知らないという状況が生まれるが、それはたんに目の前の他人がスマホで何をしているか分からないからではない。それはむしろ、それぞれが辿る経路、それぞれが獲得するニッチの見えなさであり、だとすれば、デジタルメディアの四半世紀とは、ひとつには、人々のメディア利用の深化に伴って、互いの相互不可視性が充進する、そうしたプロセスだったといえるだろう。

もちろん、そこにはポジティブな面も多くある。自分に適したそれぞれのニッチでは、個人の興味関心をどこまでも深く探ることができ、多様な生き方や関係のあり方を試すことができ、自分の世界を豊かに保つことができる。繰り返し議論されるフィルターバブル（Paliser 2011=2016）などの問題はあるにせよ、それは基本的には個人の自由の拡大として評価されるべきだろう。だが、社会生活における他者理解という局面では、それはネガティブにも作用しうる。それぞれの個人がそれぞれに最適化された世界を生きるということは、メディアが共通体験や相互理解のベースとして機能しにくくなるということでもあるからだ。それが即座に何らかの社会的分断を帰結するわけではないが、互いの見えにくさが通奏低音となる社会は、そうではない社会とは別の難しさを抱えることになるように思われる。

だが、本稿で試みたようなメディア利用のライフヒストリー分析が何かしらの役割を果たすことができるとすれば、それもまたこうした状況のなかにおいてだろう。それはひとつには、他者の辿ってきた経路を知ること、自分とは違う他者がなぜ、いかにして今そうあるようなメディア利用のスタイルに至ったのか、その背後にある事情、すなわち岸政彦の言う「他者の合理性」の理解に近づけるからである（岸政

¹⁶ デジタルメディア利用の個人化については、辻（2018）の議論を参照。

彦 2016：29)。もちろん完全な理解など期待すべくもないし、どれだけ調査を重ねても触れることができるのはごく一部に過ぎない。だが、他者が辿った経路を垣間見ることは、それぞれのニッチが無限に多様に分立するなかでの他者理解の方法として適切なものに思われるし、それは、高度に個人化したデジタルメディア社会を、そのメリットを維持しつつ営むためのひとつの出発点になるはずである。

そしてさらにいうなら、こうした他者の経路の理解＝他者の合理性の理解は、冒頭で触れた「新しさ」に照準するデジタルメディア研究と有効な補完関係を作ることにもできるように思われる。若年層のメディア利用への関心などを想起すれば分かるように、「新しさ」の報告が価値を持つのは、一言でいえば、そこに既知の現状の外部を感じさせる何かがあるからであり、それゆえ「新しさ」に注目する視点はときに、その対象を外部から到来した他者として見てしまう危険をはらんでいる。だが、当然ながら、新しいメディアを使いこなす新しい世代は、社会の外部から突如やってきたわけではなく、この社会のなかでそれぞれの経路を辿ってきたはずである。だとすれば、メディア利用のライフヒストリー分析は、そこでも何かしらの役割を果たせるだろう。

付記

本研究は、モバイル・コミュニケーション研究会がおこなった調査データを使用している。調査協力者の方々の善意によって、メディア利用や人間関係、趣味活動などをかなり努力していただき、細かく思い出してもらった。著者一同、調査協力者のみなさまに心よりお礼を申し上げる。また科学研究費「モバイル化社会の実態解明と将来構想に関する社会学的実証研究」（課題番号：20H01580）、令和3年度地域未来創生教育・研究プロジェクト「地方から公共性を問い直すローカルメディアを基点として」の成果であることも記して感謝申し上げる。

参考文献

- boyd, danah. 2014, *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, Yale University Press. (= 野中モモ訳, 2014『つながりっぱなしの日常を生きる：ソーシャルメディアが若者にもたらしたもの』草思社。)
- 濱野智史, 2012, 「デジタルネイティブ世代の情報行動・コミュニケーション」, 小谷敏・土井隆義・芳賀学・浅野智彦編『若者の現在 文化』日本図書センター, 63-106.
- 橋元良明他, 2010『ネオ・デジタルネイティブの誕生—日本独自の進化を遂げるネット世代』ダイヤモンド社。
- 飯田豊, 2013「はじめに」, 飯田豊編『メディア技術史—デジタル社会の系譜と行方』北樹出版, 3-4。
- 加島卓, 2013『『つながり』で社会を動かす』, 土橋臣吾・南田勝也・辻泉編『デジタルメディアの社会学—問題を発見し、可能性を探る(改訂版)』, 北樹出版, 130-144.
- 岸政彦, 2016「生活史」, 岸政彦・石岡丈昇・丸山里美『質的社会調査の方法—他者の合理性の理解社会学』有斐閣, 155-240.
- 宮入恭平・杉山昂平, 2021, 『「趣味に生きる」の文化論—シリアスレジャーから考える』ナカニシヤ出版。
- 大倉韻, 2021, 「オタク文化は、現在でも都市のものなのか」, 木村絵里子・轡田竜蔵・牧野智和編『場所から問う若者文化—ポストアーバン化時代の若者論』晃洋書房, 24-44.
- Pariser, Eli. 2011, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press. (= 井口耕二訳, 2016『フィルターバブル—インターネットが隠していること』早川書房)
- 高橋幸・永田夏来, 2021「討議 これからの恋愛の社会学のために」『現代思想』49(10): 8-30.
- 辻泉, 2012「『観察者化』するファン—流動化社会への適応形態として」『アド・スタディーズ』公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団, 40号: 28-33.
- , 2016「携帯電話の利用実態に関する質的調査法の探求—メモリー(アドレス帳)機能の内容分析とライフ・ヒストリー分析の可能性」『中央大学社会科学研究所年報』中央大学社会科学研究所 20号: 43-81.
- , 2018「メディア社会論のために」, 辻泉・南田勝也・土橋臣吾編, 2018, 『メディア社会論』有斐閣, 3-15.

辻泉・南田勝也・土橋臣吾編，2018『メディア社会論』有斐閣．

吉見俊哉，1997「アメリカナイズーションと文化の社会学」，見田宗介他『岩波講座 現代社会学 1 現代社会の社会学』
岩波書店．157-231．