

(デジタルドキュメントシンポジウム2001)

ブロードバンドコンテンツ からリレーションシップビ ジネスへ

幕張メッセ・国際会議室

新メディアで増殖する Intimate Stranger (親密な見知らぬ他人)

佛教大学社会学部
富田英典

Intimate Stranger

- 匿名性を前提としたメディア上の親密な他者

Intimate Stranger現象

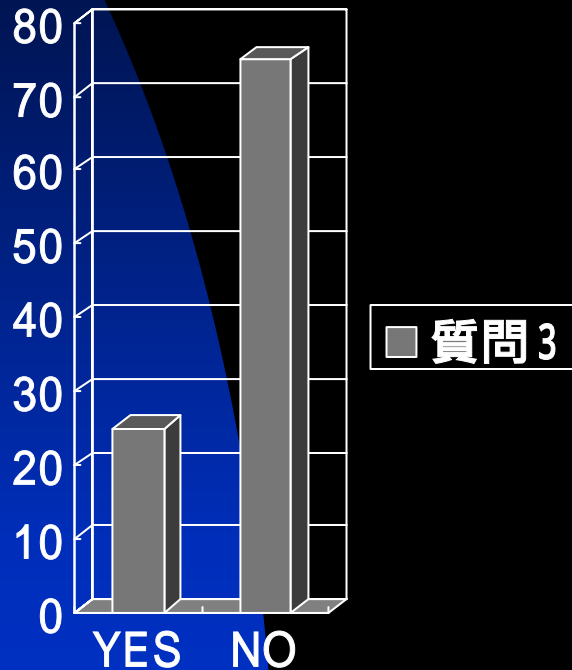
- パソコン通信
- 「伝言ダイヤル」
- 900番サービス(米国)
- ダイヤルQ²(日本)
- パーティーライン・ツーショット
- 「ベル友」
- 「メル友」

映画「ユー・ガット・メール」

- ## ■ 匿名性と親密性が交差する世界

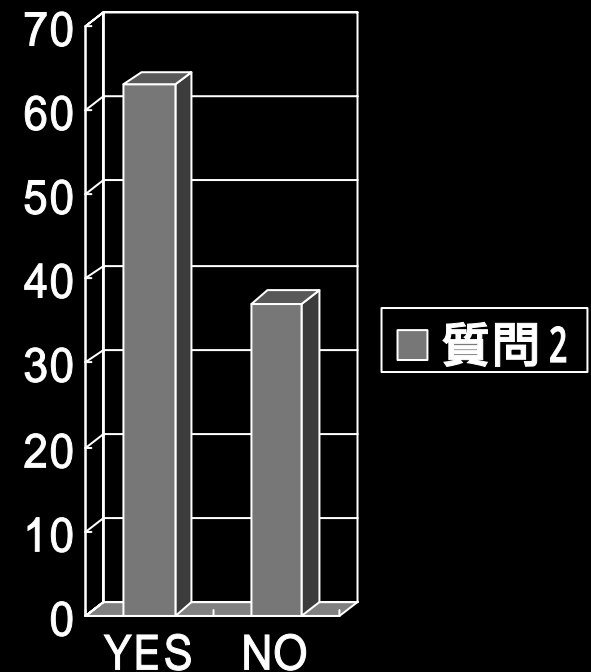


WITH LOVE de フジテレビ女子社員100 人に緊急アンケート

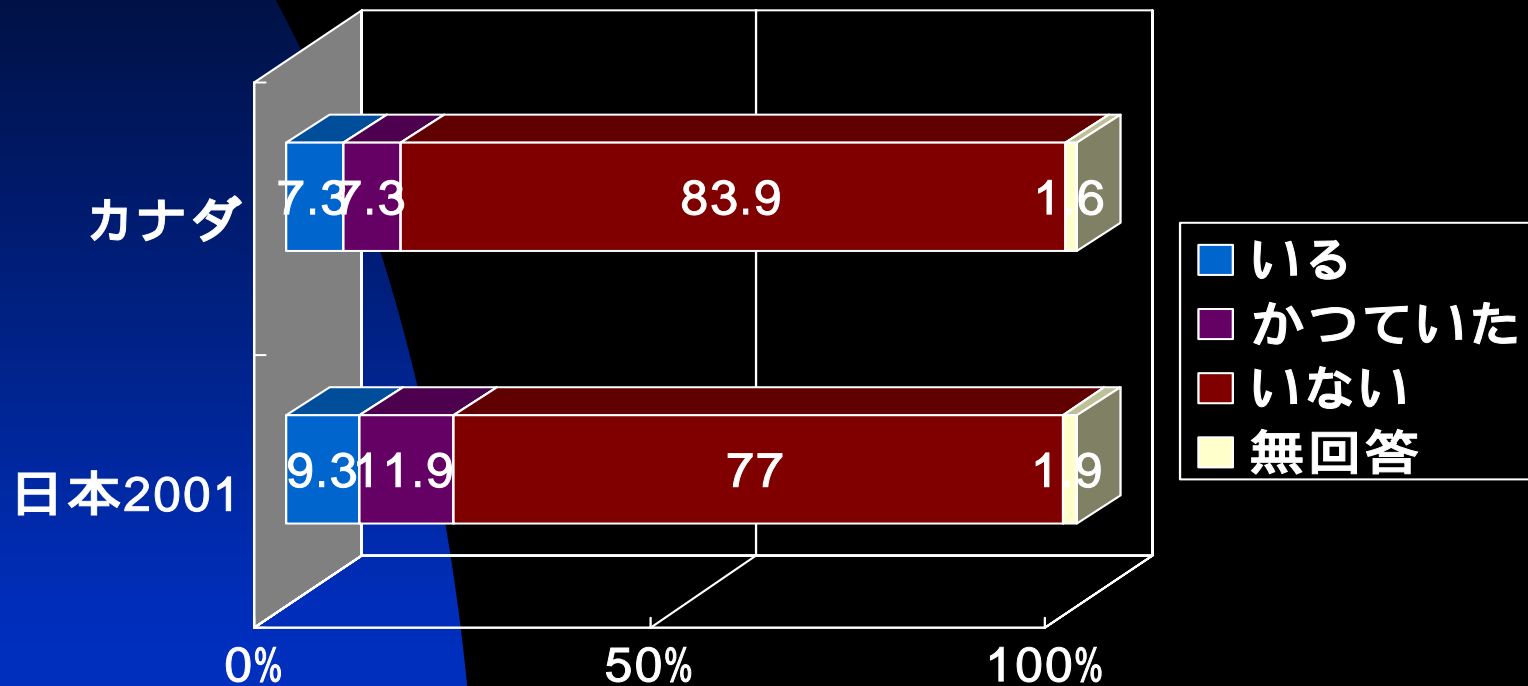


- 質問3 「WITH LOVE」
のような電子メールでの
出会い、恋愛を体験して
みたいですか？
- yes・・・25パーセント
NO・・・75パーセント

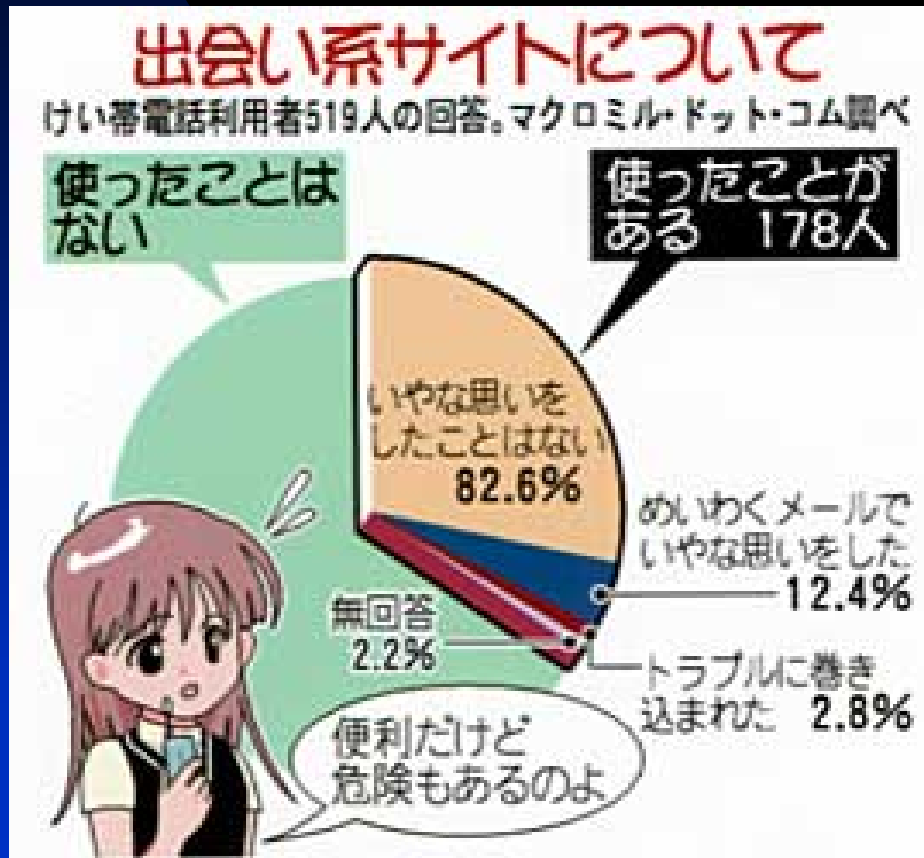
- 質問2 電子メールでの異性との出会いは今後増えると思いますか？
- yes・・・63パーセント
NO・・・37パーセント



5人に1人が「メル友」有り



出会い系サイト

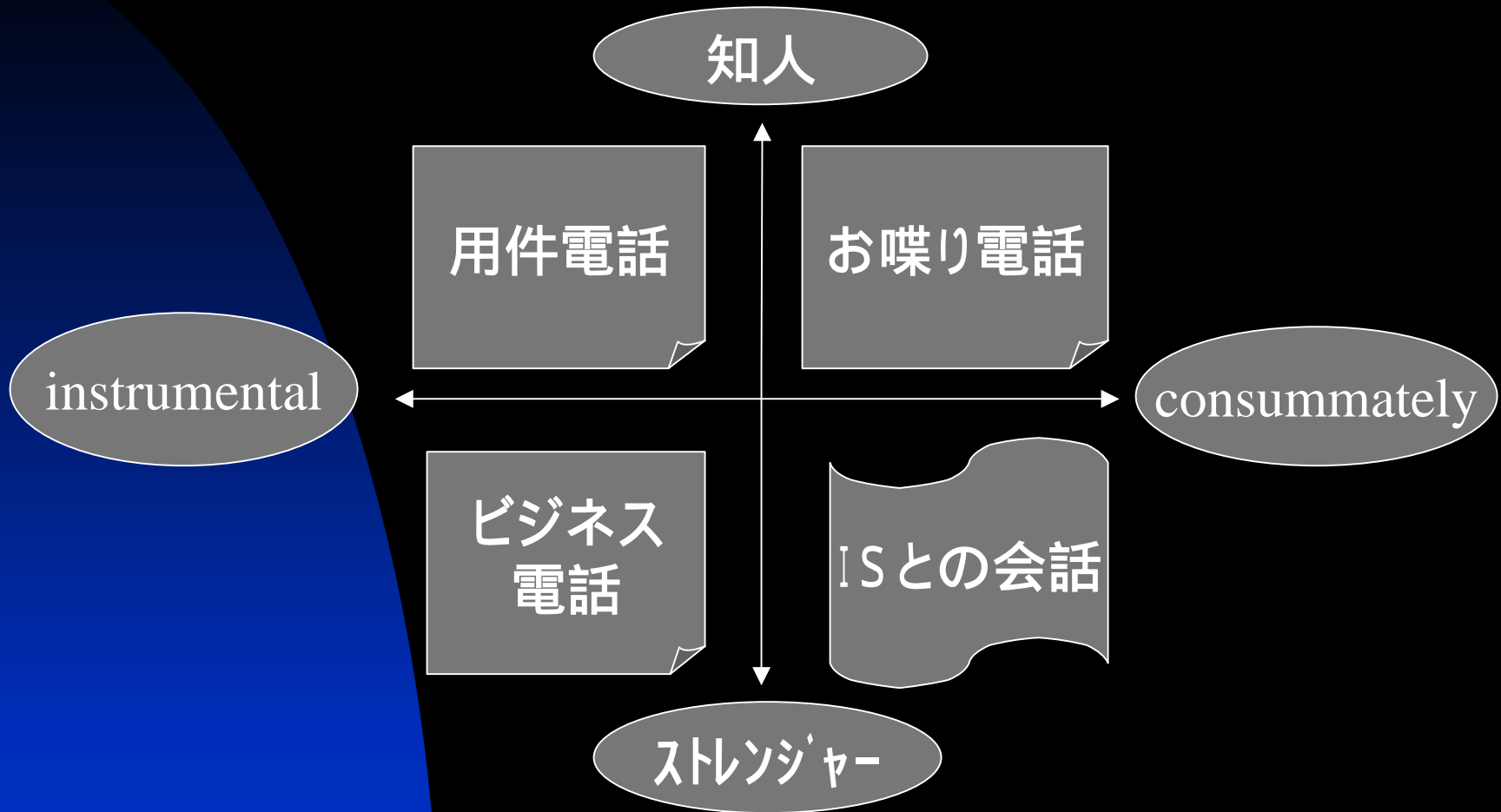


- 「出会い系サイト」
実態調査：マイクロ
ミル・ドット・コム
(2001.5.22)
- 出典：熊本日日新
聞「くまにちこども
ネット」
[http://www.kuman
ichi.co.jp/kodomo/
naze-f.html](http://www.kumanichi.co.jp/kodomo/naze-f.html)

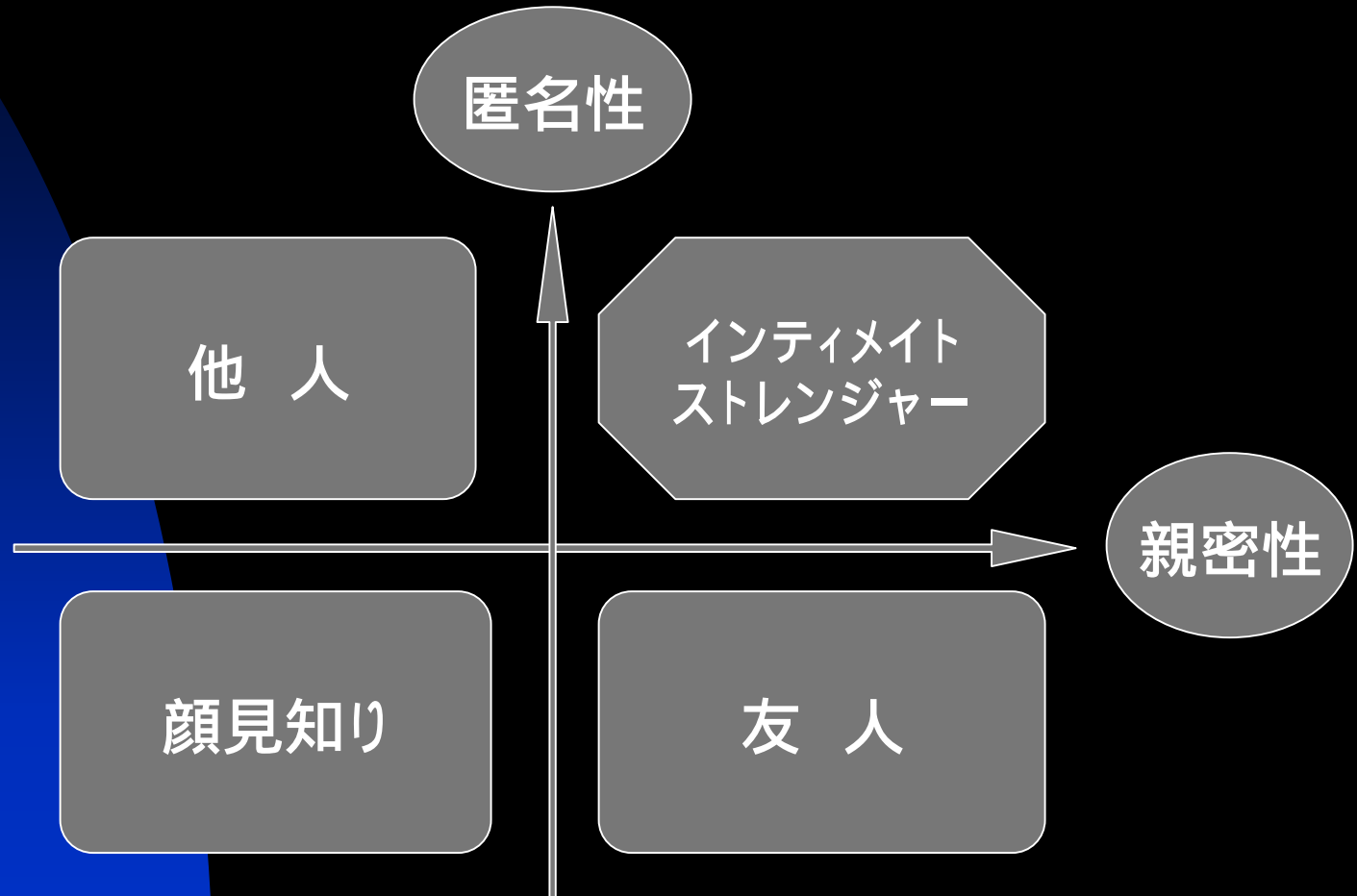
メディアコミュニケーション の変化

- インストゥルメンタルからコンサマトリーへ
- 親密と疎遠

instrumental vs consummately



インティメイト・ストレンジャー



インスタント・メッセージ



- 登録した相手がオンラインになるとわかる。
- メッセージの送信・チャット・ボイスチャット
- プロフィールの公開
- 相性のいい相手を検索
- 携帯電話への対応
- 異なるメッセンジャー同士の通信へ

不協和を引き起こす ふたりの「私」

- バーチャル・ペルソナ (S. タークル)
- 地図にないコミュニティ (G. ガンパート)
- サイコロジカル・ネイバーフッド (S. D. アロンソン)
- 「社会的な場」と「物理的な場」の分離 (J. メロウィッツ)
- 「オリジナルの私」によって否定される「ほんとうの私」

誰かが私に恋してる

- 個人が情報を発信できる時代
-
- 誰かに認めて欲しい症候群
- 誰かが私に恋してる = 存在証明
- 誰も気づいてくれない = 存在していない

一番魅力的なコンテンツは「人」

- パーティー・ライン(電話)
- ツーショット・ライン(電話)
- 「ベル友」(ポケベル)
- 「メル友」(PC)
- 緊急通報サービス

アウラの消滅

- アウラ(ベンヤミン)
- 写真や映画などに対して絵画や演劇などのような「いま」「ここに」しかない特有の一回性の現象
- 複製技術の登場により現代社会ではアウラが消滅しつつあると指摘

呪われたビデオテープ

- 鈴木光司の小説『リング』『らせん』
- 一度見てしまったら、一週間後の同時刻に死んでしまう。
- 死を免れる方法がひとつだけある。それは一週間以内にビデオテープをダビングして誰かに見せること

アウラの復活

- 自分の行動をリセットすることはできない
- 消そうとしても消えない「私」というアウラ
- メディアの中にアウラは復活するか？

忘れられた「声のリアリティ」

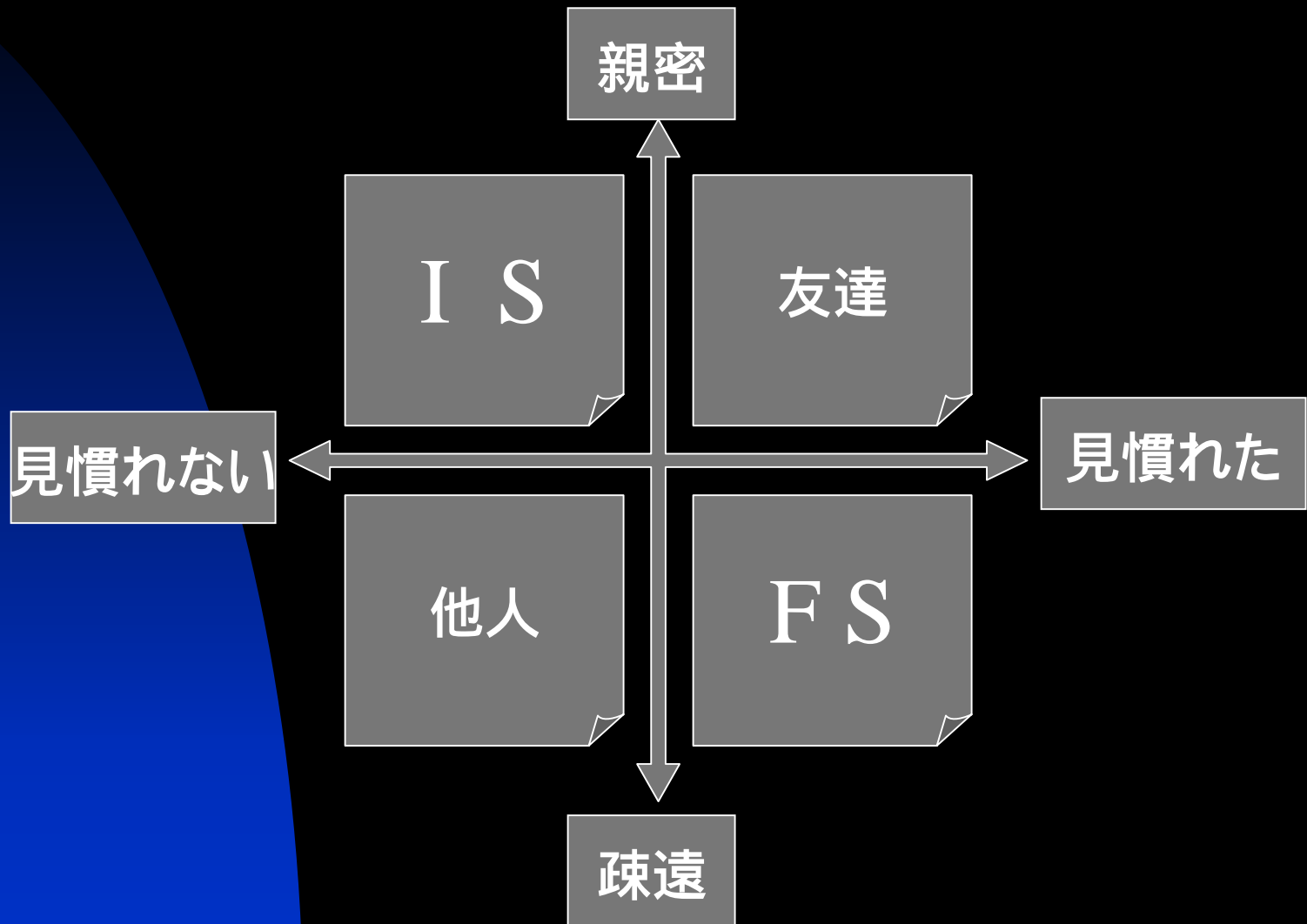
- パソコン通信(文字・同期 & 非同期)
- 伝言ダイヤル(音声・非同期)
- ダイヤルQ² (音声・同期)
- ポケベル(文字・非同期)

- インターネット(文字・同期 & 非同期)
- ブロードバンド化(文字・音声・動画)
- 声の持つリアリティ(肉声・生々しさ・ライブ)

Familiar Stranger

- 通勤電車などでよく見かける乗客で、顔は良く知っているが言葉を交わしたことはない他人
(S . ミルグラム (1977))

IS vs FS



新メディアで増殖する Intimate Stranger

- アウラを恐れる現代人の姿
- メディアの中にの他者にアウラを求める
- メディアを介した「生」の相手の声
- 現実空間 = アウラのない世界
- 都市空間を仮想空間と見る目

リアリティ
ハッカー

現代人が求める
メディア・コンテンツ