

情報機器(ケータイ)の普及と身近な生活革命

周星

ZHOU Xin

翻訳：西村 真志葉

はじめに

ドイツ民俗学者ヘルマン・パウジンガーは1961年刊行の『科学技術世界の中の民俗文化』において次のように指摘する。技術が私たちに見せるのは、まさに単純な民衆の普段どおりの、慣れ親しんだ周辺世界なのだ、と。この事実は、民俗学にとって極めて重要である。もしもあらかじめ技術化した形式のすべてを排除できないなら、民俗文化は大きく萎縮し、現代の民俗学もかつての文化人類学のように残存に固執する研究になってしまう、とパウジンガーは注意喚起を促した[鮑辛格 2014:50,61]。河野眞はここからさらに踏み込んで、現代社会の人々と技術的機器のコミュニケーションはもはや日常的であり、手作業や文物、民俗文化などの方がかえって海に浮かぶ孤島のような存在なのだと述べている[河野 2003]。たしかに、科学技術が生活を様変わりさせた、これは19世紀以降、とくに20世紀を生きる人間が共有する体験だろう。しかし、多くの場面において、人類学と民俗学は科学技術と日常生活を切り離して処理してしまう嫌いがある。民俗学がその研究対象を民俗あるいは民俗文化に限定しようとするとき、それらはことさらに現代社会の科学技術とは区別されるべき特異的存在として立ち現れる。たとえば、民俗学者が語る民俗や民俗文化と目の前で実際に繰り広げられる日常生活は一線を画しており、民俗学者の現代的な日常生活をめぐる言説は説得力に欠けている。

もしも現代民俗学がその研究対象を眼下の日常生活だと再設定し、日常的な身の周りから生じる疑問に答え、日常がけっして当たり前でないと周知せんとするならば、まず現代社会における日常生活の科学技術化というこの基本的事実を重要視する必要がある。そこで本稿はケータイを例に、現代の中国人社会の日常生活に見られる科学技術化に初歩的な考察を加えたい。筆者はケータイの急速な普及を現代中国人社会のたえまない現在進行形の生活革命の一環として理解している。そして、現代民俗学が現代社会の日常生活を見つめる学問として自らを位置づける以上、今まさに目の前で生じているこの身近な生活革命の過程について、見て見ぬふりをすることはできないと考える。

1 ケータイの普及—情報技術革命の寵児—

改革開放という局面下にある中国社会は、1990年代に世界の先進国とほぼ同時に情報技術革命の過程に足を踏み入れた。あらゆる革新的な情報技術のうちでも、ケータイはさまざまな先端技術を凝縮した通信機器として、グローバルな情報技術革命において極めて重要かつ独特な役割を

担ってきた。大量生産、大量消費に向けた産業化や大衆化が実現されるよりはるか前から、ケータイは技術進歩の歴史を歩んできたが、ここではその使用者(生活者)の視点から、次の点を指摘するだけに留めたい。この進化の過程には、軍用化から民用化へ、またグループ業務電話や自動車電話、家庭電話の子機から個人ケータイへ、移動電話から小型化・軽量化・多機能化・高速化・智能化へと変遷しており、つまりその利便性は向上し続け、しかも発展の勢いには加速の傾向が認められる。また、同じ過程には、その作りの多様化、装飾の個性化や流行化のような目まぐるしい変化も映し出されている。

第一世代移動通信システム(1G)と第二世代移動通信システム(2G)は音声通話がそのおもな機能だったが、SMS(ショートメッセージ)や電子メールといった機能も備えていた。そして国際電気通信連合(ITU)によれば、第三世代移動通信システム(3G)の飛躍は、20世紀の終わりから21世紀にかけて、「IMT-2000」(International Mobile Telecommunication 2000)規格による国際的なスタンダード化を実現したところにあるのだという。これは国際的に規格を統一されたケータイが世界中いたるところで使用され、ほぼ同じ速度で普及することが可能になったことを意味していた。第三世代以降の移動通信システム、とくに第四世代移動通信システム(4G)は大容量のデータ通信の高速化に成功し、これに関連するサービス項目が急激に拡大された。これにより、ケータイの特性と使用形態には質の変化が生じることになった。それはもはやたんなる通話のツール(携帯型電話端末)ではなく、音声や文字、各種記号、画像、動画などを多種多様な媒体を処理可能な総合的情報機器(モバイルマルチメディア、フィーチャー・フォンやスマートフォン)、つまり通話機能を有した携帯情報端末(PDA)へと、一気にアップデートされたのである[周・沈 2010]。さまざまな媒体を組み合わせてデータ処理するスマートフォンとインターネットが融合することで、利用者は同時にネットユーザーとなり、インターネットもまたモバイルインターネットとなった。スマートフォンは世界中で急速に普及しているが、これはスマートフォンが現代のグローバル化におけるもっとも典型的な一部分であることを示唆しているだろう。

中国におけるケータイの普及は、その速度や規模、そしてそれによりもたらされた変化のいずれをとっても驚嘆に値する。1987年11月、第6回全国運動会が開催されるのに先立ち、まずは広州で中国初となるセル式のモバイル通信システムが立ち上げられた。当初のユーザー数は約700人、その多くが政府関係者だったが、これは米国のモトローラ社が初の商用携帯電話機を発表したわずか4年後のことであったことに注目したい。1989年6月には珠江デルタ地区で自動ローミングが実現し、1993年9月には浙江省嘉興で中国初のモバイルデータ通信ネットワークが整備された。翌1994年4月、中国で正式に国際インターネット接続サービスが始まり、同年7月には初の通信事業者となるチャイナ・ユニコム社(中国聯合通信)^{デロンクウォリエンホアトオンシン}が設立された。そして1995年4月、全国15の省と市でモバイルデータ通信ネットワークが開通すると、またたくまにモバイル通信機器の全国ローミングが実現された。1998年には大陸部でもSMSサービスが始まったが、はじめは漢字入力機能がなく、ピンインによってメッセージを送るというものだった¹。2004年4月にはチャイナ・モバイル社(中国移動通信)^{デロンクウォイデオントオンシン}が、また同年9月にはチャイナ・テレコム社(中国電信)^{デロンクウォデオエンシン}が相次いで設立され、さらにこの年、モトローラ社がついに漢字によるメッセージ機能と電話帳機能を搭載した中国語版ケータイを市場に投入した。2003年にはノキア社の発表した1100型ケータイが中国市場を席卷し、モバイル通信機器の売上史上、2.5億個という記録を達成した。2005年10月、チャイナ・モバイル社とチャイナ・ユニコム社が通信費を大幅に下げると、2007年にふたたびノキア社が通話や音楽、カメラ、ネット、GPSなど多様な機能を持つN95を発表した。だが同年、アップル社がiPhoneを発表したことで、ケータイ市場にかつてない激震が走った。

2010年にはiPhone4が世に問われ、スマートフォン市場におけるその地位を決定的なものにした。そしてそれ以降は、世界中がモバイルインターネット時代へ呑み込まれていった。そして2013年12月、中国政府は自国の三大通信事業者であるチャイナ・モバイル社、チャイナ・テレコム社およびチャイナ・ユニコム社に対してTD-LTE用周波数の割り当てを行ったが、これはまさに中国もまた正式にマルチメディアケータイおよびモバイルインターネットの時代に足を踏み入れたことを意味していた。

以上のような経緯に伴い、中国のケータイ市場は類を見ない規模にまで拡張し、ケータイユーザー数も激増した。中国の一般大衆にとって、1980年代から1990年代にかけてケータイは資産力や社会的身分、地位、そして流行の象徴だった。実際に当時は販売価格が数万円する高級品であり、「大哥大」という言葉まで生まれた²。しかし2016年になると、中国市場におけるアップル社のハイエンドモデルはその売上が急落した。これは中国スマートフォン市場の成長速度自体が緩やかになったことも意味しているだろうが、携帯電話がかなり普及したことで、かつての身分上の象徴的意義が希薄化したのだと指摘する声もある[劉 2016]。

1998年に公布された全国12の都市を対象にした抽出調査によると、当時中国の都市部では約36%の家庭がポケットベルを保有しており、北京や南京、福州、昆明などではその普及率は40%を超え、保有率が最も低い済南市で20%だった。一方、ケータイを保有する家庭は12%であり、保有率トップが福州で20%、次が上海市の15%、北京および南京は12%にすぎず、パソコンに至ってはこれを保有する家庭は都市部においてもわずか8%だった³。また1999年から2000年にかけても、北京大学社会学人類学研究所は米国の関係機関と「現代中国人の生活形式の変遷について」という共同研究を計画し、全国10カ所でアンケート調査を行っているが⁴、そこには一般大衆の「科学技術製品への追求」という項目が設けられている。研究者らは、科学技術製品を保有し、使用することが人々の生活の重要な一部となっており、これが人々のアイデンティティから生じる感情を構成するための大切なモノサシであると同時に、生活を営み仕事に従事する上での一種の必要スキルでもあったのである。この調査データによれば、携帯式の小型電子機器のようなハイテク製品を保有することは、人々が最重要視する社会資本の目印の一つとなりつつある。こうした要求は各年代の人々に共通して見られるが、若者のあいだではより強く表現されている。以上からもあきらかなように、ハイテク製品がもたらす心地よさや安堵感に着目するだけでは、現代的な消費社会の日常経験を完全に理解することはできない。人々の「自慢消費」にも注意しなければならないのだ。ケータイは技術面で多機能に開発され、自慢消費の助長を促した。本来は日常生活に役立つ製品にすぎないものが、しだいに欲望的な、儀式的な製品へと変わっているのである[第亜尼 2005: 65]。^{リカネン}劉能により作成された表1は、ケータイに対する需要を反映したもので、現代生活で移動性が極めて重要視されていることが示されている。同時に、インターネット需要は自由かつ十分な情報流通ルートへの渴望を、テレビ電話への要求は通信機器の分野で最先端のテクノロジーを消費したいという欲望を、それぞれ表している[劉能 2003]。

1990年代以降、中国の通信基礎施設は大きな進展を遂げた。いわゆる十五期間中(2001-2005)、電話の利用者は毎年平均1億人ずつ増え続けて7.4億人に達し、全国97.1%の行政村に電話が開通した。2004年からチャイナ・モバイル社はその名も「村々に電話を」というプロジェクトを実施しており、その結果、2006年9月までに、電話が開通していなかった7万を超える行政村のうち29,773の村で電話の使用が可能になった。2009年末には全国の行政村の電話普及率は99.86%、20世帯以上からなる自然村でも93.4%まで上昇した。また行政村におけるインターネット接続普及率は91.5%、町や郡に相当する鎮では99.3%に上った。2004年頃になると、中国のケータイユー

近未来的な通信機器	1980年～生まれ	1968～1979年生まれ	1956～1967年生まれ	1946～1955年生まれ	～1945年生まれ
電話	14.0	9.9	11.5	4.1	6.5
ポケットベル	16.2	10.1	5.7	4.7	2.2
ケータイ	32.5	38.9	33.0	27.7	18.5
電子メール	15.4	17.3	6.6	1.4	2.2
インターネット	46.5	37.3	26.4	10.8	10.9
FAX	9.2	8.8	7.5	3.4	3.3
無線LAN	1.3	0.0	8.8	0.0	0.0
テレビ電話	14.5	11.0	11.0	16.2	6.5

表1 「来年はどんな通信機器を所有したいですか」という質問に対する回答
(回答は3つまで選ぶことができる。よって各年代の合計はかならずしも100%ではない)

ケータイ数は固定電話のそれをしのぎ、2007年には後者の数に減少が見られるようになった。そして2008年12月になると中国の固定電話利用者数は3.4億人（前年度同期よりも2,483万世帯の減少）、一方ケータイユーザー数は6.4億人（前年度同期よりも9,392万世帯増加）となり、さらに翌年12月には10.6億の電話利用者のうち、固定電話とケータイの利用者数はそれぞれ3.1億人と7.5億人、ケータイユーザーが全体の70.4%を占めるまでになった[何 2011: 52-57]。コミュニケーションアプリやオンライン通話のような低コストのインターネット通信技術が、伝統的な音声通話の構造に大きく影響を及ぼした結果、固定電話の利用者数が減少しているのである。

20世紀から21世紀への移行期よりはじまったケータイの急速な普及は、以下の3種類のケータイにより支持され、実現したものである。一つは安定性と簡易性、利便性を特徴とする通話機能重視のガラケー、次にインターネットと融合した高級で高品質、しかも高価格帯のスマートフォン、そしてこれらをつねに追従する各メーカーのコピー品や密輸入されたジャンクケータイである。いずれのケータイにしろ、普及することで中国のケータイ産業の急速な発展を推し進める力となった。各国のメーカー大手が中国市場に参入し、激しい競争を繰り広げるなかで、ファーウェイやシャオミーのような国産ブランドも誕生し、高品質・低価格へ向けた新たな企業努力がなされた。たしかに規模が大きく多様化する中国の消費者ニーズではあるが、高級なスマートフォン、低価格で通話機能重視のガラケー、そしてコピー品やジャンク品がそれぞれ異なるニーズに応じてきた結果、2014年中国全土の携帯電話ユーザー数は5,698万世帯、普及率は100人当たり94.5台、売上によると12.86億円を記録するまでに成長した。普及率の面からのみ述べるならば、ケータイをめぐる情報技術革命の流れにおいて、中国は決して他国に後れをとっていなかったといえるだろう。

現在、中国はいぜんとしてスマートフォンの売上高世界一の国である。2014年6月末時点のスマートフォンユーザー数は5.56億人、翌年の出荷台数も4億台を超えている。これは約3分の一の中国人が新しいスマートフォンを購入した計算になり、彼らが購入を決めた最大の理由はというと、モバイルインターネットの魅力にあった。2016年、中国農村部においてiPhoneとiPadが比較的好調な売上を記録したが、これは農村部に進出したアップル社の中間価格帯に絞った販売戦略が功を奏しただけでなく、農村人口の収入自体が向上したことも関係している。中国人にとって、ケータイはもはや富裕層のみが所有する贅品ではなく、広く普及する日常的な消耗品へ変化し、すでに一人一台の局面を迎えつつある。2016年に中国インターネット情報センター(CNNIC)が公表した『第37次中国インターネット発展状況統計調査』のデータによれば、2015年

12月の時点で中国のインターネット利用者数は6.88億人、普及率は50.3%であり、これは過半数を超える中国人がインターネット利用経験者、あるいは現在も利用しているということである。このうち、モバイルインターネット利用者数は6.2億人で、インターネット利用者総数の90.1%を占めている(表2を参照)。現在中国ではWi-Fiの利用可能地域が格段に広がり、インターネットユーザーのWi-Fi利用率は91.8%となっている。個人のインターネット接続設備は日を追うごとにケータイ端末に集中し、4億を超える人々がケータイを唯一の、あるいは主要な接続手段としている。

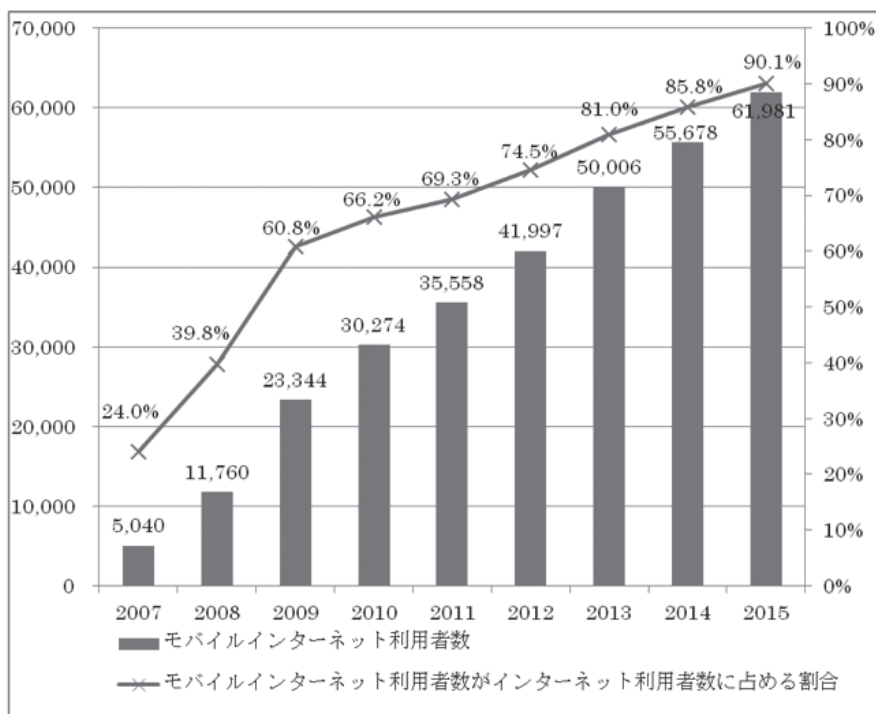


表2 中国のモバイルインターネット利用者の規模およびその比率の変移
※中国互聯網信息中心(CNNIC)『第37次中国互網絡発展統計報告』より

インターネットを利用する中国人の性別比は、男性53.6%に対して女性が46.4%と、比較的均衡がとれている。年齢別にみると10歳から39歳までの若年層が主体となっており、その比率は75.1%、内20代が29.9%を占めている。一方2015年に新たに増えたインターネット利用者はおもに10歳以下の低年齢層と40歳以上の中高年齢者であり、ケータイとモバイルインターネットが継続的に幅広い集団に浸透していることが伺える。現在、中学生の約45%がケータイを所有し、高校生では81%、大学生になるとほぼ一人一台が所有している[孟・劉 2013]。また、2015年には小学校卒業以下の学歴の人々がインターネットユーザー総数に占める割合も上昇しており、これはケータイとモバイルインターネットを主要な媒体とする情報技術革命が、今まさに中国農村部と辺境地区における低学歴層にも浸透していることを意味する。こうした技術や社会環境が完備されるに従い、中国のモバイルインターネットおよび関連サービスをめぐる需要は広く拾い上げられ、スマートフォンによって活用されることで、普通の人々の日常生活に継続的に浸透しているという現実が存在しているのである。

2 更新され続ける日常

固定電話からモバイル端末への変移、一般的な通話限定携帯電話端末からマルチメディア携帯電話端末への進化、そしてケータイという情報通信機器の一人一台に迫る普及によって引き起こされた現代中国人の日常生活の変化は、たいへん重大かつ持続的な身近な革命と呼ぶことができるだろう。伝統的な通話機能限定携帯電話と比較すると、スマートフォンはメールやショートメッセージ、通話などの基本機能を有するだけでなく、いつでもどこでもインターネットにつながるというワイヤレス接続の需要に答えることで、インターネットのほぼ無限といってもよい情報資源を随時獲得可能にした。これは小型のモバイルコンピューターが無数のユーザーに携帯されているのにほぼ等しい。スマートフォンはもはやなくてはならない日常必需品となり、情報やメディア、周辺社会と人間との関係性を徹底的に変容させた。現代を生きる中国人、とくに都市部の若年層は、鍵、財布（各種カード）、そしてケータイを外出時の3種の神器と見なしている。日本人研究者の言葉を借りるならば、ケータイは彼らにとって現代社会の「生活基本施設」あるいは「生命線」の一部なのである[岡田・松田 2012: 5-9, 43-44]。

近年では、都市に暮らす若い中国人（おもに80後や90後、00後と称される1980年代以降に生まれた人々）が日常生活のあらゆる場面でスマートフォンを駆使する様が、欧米メディアの注目を集めるまでになった⁵。2016年5月9日に参考消息網が紹介したドイツメディアの報道によれば、彼らはスマートフォンで「大衆点評」サイトから料理を頼み（デリバリーサービスだけでなく、レストランに行く前に料理を注文することもできる）、「淘宝」や「天猫」サイトで日用品を購入し、専用アプリで公共料金や通信費、家賃などを支払い、日常生活に必要な各種支出を異様に気軽に決済する。さらに切符や航空券、映画のチケット、レストランの座席などを予約し、国内外の旅行の段取りを進める。タクシーを手配して公共機関で手続きを進める。また中国アリババグループのMMF商品「余额宝」で資産を運用し、「安居客」サイトで住居を探す。もちろん付近の友人知人と連絡を取って会うのにも、恋人や結婚相手を探すのにもスマートフォンは用いられる。現在、さまざまな分野でのスマートフォンの応用への取り組みは、まったく下火になる気配を見せていない。身近なスマートフォンを通じて、これを所有する人々の能力は強大化し続けている。またケータイによる消費行為もすでに最先端の流行ではなく普通のことになっており、その消費のかたちそのものがきわめて大きく変化している。デジタルビジネスの成長は「おサイフケータイ」のような電子決済の流行を促し、オンライン決済システム（たとえば「支付宝」、「財付通」、「快钱」）の普及を現実のものとした。オンライン決済サービスは日常生活に根深く浸透し[王 2014]、2013年のチャイナ・モバイル社の支払業務だけでも16.74億回、これは前年度同期に比べ212.86%の増加、9.64万億元に上る取引高は前年度同期比317.56%の増加である。その成長の勢いには驚嘆せざるを得ない。

携帯電話の多様な機能をより幅広く使用しようという試みは、おもに以下の2つの側面から支えられている。

一つは、モバイル通信業者が各種アプリケーションサービスを継続的に開発、ユーザーに提供していることである。たとえばチャイナ・モバイル社が提供するものには、株取引アプリケーション（応用プログラム）、「飛信」や「飛聊」のような総合通信アプリケーション（通話、メール、チャット）、「移動網信」と呼ばれるグループメールアプリケーション、無線LANおよびWi-Fi（モバイルインターネット）、ワイヤレスミュージック、デジタル新聞（情報サービス）、おサイフケータイ（支払業務、個人金融情報サービス）、「手机商界」というデジタル商務情報およびアプリケーション、ゲーム、メール、電子書籍、動画視聴、生活情報提供アプリケーションなどがある。

一方チャイナ・ユニコム社は、モバイルインターネットやテレビ、音楽、電子書籍、ショッピング、メール、インスタントメッセージ、デジタル新聞、テレビ電話、動画投稿、生活情報提供などのアプリケーションを展開しており、チャイナ・テレコム社も「ハオマアバイシトシ號碼百事通」と呼ばれる衣・食・住・交通を網羅する総合情報アプリケーションや、マルチメディアによるウェブ会議システム(遠隔地間で画像や音声、データ等をリアルタイムで共有)、グループ通話アプリケーションなどを提供している。

上記以外にも、ケータイの幅広い分野での活用は、所有者がいろいろな応用アプリケーションを自由に選んでインストールできる、つまりユーザーの個性に応じてケータイの多機能性が個別に使用可能だという点においても、支持されている。ユーザーはさまざまなアプリケーションをインストールし、タッチパネル上で簡単な操作を行うだけで、手軽に鉄道の時刻表を調べたり、レシピを参考にしたり、写真を編集したり、地図を検索したり、辞典を引いたりできるが、その種類はじつに数十万にもものぼるといふ。この種類の多さによって、職業も趣味もライフスタイルも異なる人々の多種多様な要求に対応できるのである。スマートフォンの応用プログラムを販売するアップストア(App Store)は、機能の個性化と拡充についてほぼ無限大の可能性を与えており、ケータイをビジネスフォンとして、あるいはゲーム機として、手続きの手段として、カメラとして、投資ツールとして変容させる。利用者が自ら必要なソフトを選択的にインストールすることで、理論上、ケータイはどんなに個性的な需要にも適応可能な「万能」機器となりうる。よって、かつてのテレビや自動車、ラジオ、ビデオなどと同様に、ケータイを人々を楽しい気分にする「生活機器」と呼んでも何ら間違いではないのである[佐藤 1997: 192-197]。

現在の中国が完全に「何でもスマホで片付ける」社会になりつつあるとすれば、おそらく言い過ぎだろう。だが、ケータイ機能の継続的な開発は人々の常識に変革をもたらし続けており、これにより日常生活のダタリケン当たり前がたえまなく上書き、更新された結果、あらたな日常がツギツギつぎつぎと紡ぎだされているのは事実である。ケータイという総合的マルチメディアとしての情報機器の使い方をよく掌握し、たえずその開発される機能を学ぶことは、程度の差こそあれ、多くの中国人のありふれた日課となっている。現代の中国社会に属するすべての人々にとって、ケータイはデジタル化された個の生存に必要不可欠なものとなっている。とはいえ、学習能力や入手可能な資源というのは一律ではなく、人それぞれである。これにより、ケータイとモバイルインターネットは確実に新たな社会的な階級構造を生み出すことになる。こうした格差により、一人ひとりの新しい日常もまた、画一的なものではなくなっているのである。

デスクトップパソコンに比べ、ケータイはユーザーとより一体化しており、影のように寄り添っている。ユーザーはほとんどいつでも電源を入れてインターネットに接続することができる。もちろん、ケータイの使用形態と頻度は千差万別であり、これにより日常の混乱や差異、そして不適合が避けがたいものとなる。だが、そうであったとしても、ケータイが圧倒的な力ですべての人々の生活に介入していることは、もはや認めざるを得ない事実である。ケータイが提供する基本サービスは今現在急速に普及しており、新たな日常のダタリケン当たり前となりつつある。モーニングコールサービスから始まり、タスク管理やスケジュール管理を行い、ニュースチェックや資料収集、情報検索以外にも、ショッピングや各種支払い、計算、株取引、オフィスモバイル、テレビ電話、ウェブ会議、さらにはジヤク自撮り画像を共有したり、ゲームに興じたり、音楽や映画、動画を鑑賞したり、チャットなどでトウダノ友達の輪を作り、また広げたりしている。しかし、ケータイのもっとも革新的な意義とは、こうした利便性にあるのではない。それはスマートフォンとモバイルインターネットが徹底的に現代中国のメディアの定式を覆し、メディアに接触し、情報を消費するという

習慣を一変させてしまったことにある。新聞や雑誌、書籍、テレビ、ラジオ、オーディオといった伝統的な大衆メディアが、スマートフォンとモバイルインターネットから受けた衝撃は、人々の予想をはるかに上回るものだった。巴莫曲^{バモク}布嫫^{フキョ}が指摘する「読図時代」あるいは「マルチメディア閲読」などは[巴莫曲布嫫 2003: 40-55]、いずれもスマートフォンとモバイルインターネットの融合に依存するものである。

人々はケータイ上でニュースを読み、情報や知識を獲得し、文化を消費するだけではない（たとえばウェブ小説、音楽ダウンロード、ブラウザゲーム、ウェブ動画など）。ケータイを通じてメッセージを送ったり、意見を主張したりして、セルブメディア化した人になる。ケータイによって変わったのは日常的な習慣だけでなく、日常生活において情報を獲得し、意見を主張する方法や道筋もまた変化したのである。この変容過程において、インターネット上の情報を強く求める人々はしだいに増加した。彼らはケータイであらゆる可能な情報を手に入れようとするわけだが、これにより情報商品や創造産業の急激な成長が促されることにつながった。ケータイはたんなる情報の拡散と伝達の場ではなく、情報を創造し、発信し、議論する場でもある。その結果得られるまったく新しいメディア体験は、まったく新しい情報消費の習慣を形作った。またここには、マルチメディアコミュニケーションに参加し、社会生活の民主化を推し進めようという、主観的な能动性もまた表現されている。

現代の中国において、ケータイの普及はいぜんとして現在進行形である。その存在と圧倒的な普及によってもたらされたさまざまな変化は、すべての人に体感されるものになっている。こうした変化は日々発生しているのであり、その変化自体もまた随時変容し、無言で生活を潤していたかと思えば、時にはにぎやかな社会的な話題を生み出すこともある。その普及の歴史において、何代目にあたるかによって程度が異なるものの、ケータイはつねにユーザーの日常生活を変容させてきた。さらに、広く普及し、総合的な情報機器へと質の変化を遂げるにつれ、社会全体への影響も目に見えて増幅した。ケータイが提供する無限の可能性を秘めたサービスにより、人々の日常生活は変革し続けているのであり、ケータイユーザーは液晶をタップし、スワイプし続けているだけでなく、自らの日常生活をも更新し続けているのである。

3 ショートメッセージとチャット：天下をとった後続のコミュニケーションツール

ケータイとその普及が現代の中国人社会に与えた数々の影響のなかで、もっともよく言及されるのが、中国社会の人的コミュニケーションに甚大な変革をもたらし、これを支えているという点である。中国では人間関係の構築と維持が非常に重要視されるため、さまざまなコミュニケーションのかたちが生まれた。現代社会の人間関係が複雑化し、希薄化するにともない、これらの交流のかたちもつねに盛衰や交代、変動のなかに置かれるようになった。新興機種であるスマートフォンが天下を取ると、インターネット接続が可能なケータイのコミュニケーションは無限とあってよい空間を獲得し、多種多様なコミュニケーション手段の誕生が促された。

ケータイが普及する前、とくにそれがまだマルチメディア情報機器ではなくただの通話ツールだった時代、中国社会では一般的に直接顔と顔を合わせたり（個人宅訪問や宴会、デート等）、あるいは手紙、グリーティングカード、電話（公衆電話、仕事場や自宅の固定電話）、ポケットベル等の手段でコミュニケーションがとられていた。1950年代から1980年代にかけては、郵便局で配達される手紙がもっともありふれた情報の交換手段だった。電報もまた遠距離間で情報伝達を交換する手段だが、費用が割高で文字数制限もあることから、当初からあくまで非常時の連絡手段とされていた。のちに家庭用電話やポケットベル、ケータイが普及すると、その影響で急激に

衰退し、現在では作法(祝電、弔電)としてわずかに残されているにすぎない。手紙やメッセージカードも同様で、その重要性を失いつつある。

一般的に社会経済の発展を推し量る重要指標とされる電話普及率だが、1978年まで中国の電話普及率はわずか0.38%にすぎなかった。この普及率は1998年には全国で10%に達し(都市部では30%)、北京、上海、広州、福州、杭州、南京、深圳等の大都市では50%を超えた[季野 1999: 225-250]。家庭用固定電話は基本的に1990年代から普及しはじめた。1990年代、都市部の家庭用固定電話は高い社会的地位のシンボルと見なされており、そもそも電話機そのものが貴重な時代だったため、しばしば高級な布で作られた専用カバーまでかけられて、持主が大切にしている様子が示されていた。当時、家に電話がない人たちは戸外の新聞スタンドや商店、あるいは公共機関の公衆電話を利用することが多かった。

かつて、無線呼出しシステムによるポケットベルが、きわめて重要な役割を担っていた時代があった。ベルが鳴れば公衆電話から折り返し連絡をするという使い方がされ、まさにビジネスマンの必需品だったといってよいだろう。1983年上海市に無線呼出局が開設されてから1995年にいたるまで、呼出し通信は猛烈な勢いで全国に普及した。しかし、1996年以降、呼出し通信はケータイの普及によって当初の勢いを失った。ユーザー数も減る一方で、2005年頃には完全に消失してしまった。ポケットベルがこうもあっけなくケータイに取って代わられたのは、そもそもポケットベルが過渡期の産物だったからだろう。とはいえ、無線でリアルタイムに通信可能な最初的方式として、ポケットベルは通信ツールを随時身につけるという習慣を人々に植えつけ、後のケータイの普及に一定の土台を作ったともいえるだろう。また家庭用の固定電話も、一時無線の子機がもてはやされた時代もあったが、ほどなく移動可能な範囲がより広いケータイによって淘汰されてしまった。21世紀にはいると、家庭用固定電話と戸外の公衆電話は急激にその重要性を喪失することになる。ケータイはポケットベルよりもリアルタイムに近い相互的コミュニケーションを可能にした。またその移動範囲は固定電話や公衆電話よりも広いのである。

ケータイは遠距離の相互的かつリアルタイムな通話を、おどろくほど容易にした。だが、通話(後にWebカメラによるテレビ電話へと発展する)だけがもっともよく利用される機能なのではなく、ケータイには他にもショートメッセージと電子メールといった人気の機能もある。ショートメッセージと電子メールがユーザーに支持された理由は、その簡易性、経済性そして自由度にある。黎明期にGSMネットが提供していたショートメッセージサービスでは一度のやり取りを70文字未満に収めなければならず、ゆえに「ショートメッセージ」と呼ばれた。音声通話と異なり、ケータイによるメッセージやメールでは拘束される時間が少なく、またかならずしもリアルタイムで返信しなくてもよいという長所があった。つまり発信したいときに発信し、返信をしたいときに返信できる、しかも一定期間保存することができる、という点が人気を呼んだのである。1992年にケータイのショートメッセージサービスが英国で誕生すると世界中に広がっていったが、2000年より以前に中国で販売されたケータイには、中国語によるメッセージの送受信機能がほぼなかった。2000年になってようやくチャイナ・モバイル社がショートメッセージサービスを始め、チャイナ・ユニコム社がこれに続いた。その後、サービス利用者数は爆発的に増え、2000年の時点でショートメッセージの発信量は10億回に達したという。2001年にはこれが189億回、2005年には3046億回、2007年には5921億回と増え続けた。ケータイでショートメッセージをやりとりすることはもはや中国人の日常的な連絡手段として定着し、ケータイユーザーのほとんどがこのサービスを利用し、肯定的に評価している。ショートメッセージサービスは固定電話時代の人的交流の実践を大きく変えた。中国におけるその使用頻度はすぐに携帯電話の通話機能をこえるまでに

成長していった。

春節やその他の年中行事の時期になると、ショートメッセージサービスを使った年始の挨拶や祝福メッセージが中国全土を飛び交う。これらはすでに誕生間もない「新しい民俗」と目されており、なかにはケータイのショートメッセージサービスに関連する民俗が未曾有の「情報民俗」であり、メッセージのテキストもまた一種の「民俗テキスト」だとする論点も生まれている [董 2007: 212, 128-129]。2006年の大みそかから1月7日にかけて、わずか8日のあいだに、全国のメッセージ発信量は126億回に達したが、これはケータイユーザー 1人当たり30回メッセージを発信した計算になるという [劉豊 2006: 344-348]。年中行事期間中のショートメッセージは行事の意味と祝福を盛り込んだ内容になっており、行事をめぐる祝祷を伝え、感情をつなぎ、情感を表出するというような、人々が精神的コミュニケーションに寄せる心理的欲求に応えるものである。このことから、ケータイの祝福メッセージが年中行事に古来から存在する「吉祥話」を脈々と受け継いでおり、両者はただ媒体形式が違うだけだと主張する者もいる [龍 2012: 153-162]。現在、伝統的な年中行事期間中に家族や友人、上司、同僚、顧客たちとメッセージサービスを通じて相互的なやり取りを行うことは、人間関係を維持するための中国的手法としてある程度定着している。しかし、電話による新年のあいさつやショートメッセージサービスによる祝福メッセージが一般的になる一方で、実際の家宅訪問やカードの郵送などによる交流は、衰退の一步をたどることになった。とくに一時かなり流行したメッセージカードによる祝福 [高 1997] は、新しいケータイのショートメッセージにほぼ完全に取って代わられている。

その後、ケータイのショートメッセージサービスはイラストと動画を含む情報サービスおよびマルチメディアサービスへと発展していった。モバイル通信業者やショッピングサイト、携帯電話機の販売業者、ソフトウェアの開発業者たちが、ショートメッセージサービスを成長可能な業務空間と見なして開拓を続けた結果、メッセージの斉配信による広告市場が形成された。2010年から2013年にかけて、新しいシステムが生まれたことにより、企業は直接個人のケータイに広告メッセージを送れるようになった。もちろん、個人相手にショートメッセージを斉配信することにより、ユーザーの負担や個人情報流出の危険が増加することも懸念されている。

スマートフォンによりインターネットへの接続が容易になると、中国社会のモバイルインターネットを介した人的交流はより活発になっていった。テンセントQQとWeChatという無料インスタントメッセンジャーアプリケーションが相次いで誕生したことで、人々はいつでもどこでもチャット(グループチャット)を行える状態になり、時と場を選ばない社交活動が展開されることになった。2012年4月19日、新しく友だち機能(グループ機能)を搭載したWeChat4.0バージョンが発表された。この機能がアップル社のアプリストアで販売された記念日ということで、この日は友だち機能が誕生した日とも称される。友だち機能によって、ケータイユーザーは社交上のより大きな利便性を手に入れ、家族や友人と生活の場を共有、享受するようになった。テンセント社の統計データによると、58%のテンセントユーザーが友達の情報に目を通し、また情報を発信しており、活動的なユーザー数は6.97億人に達しているという [默尔索 2016]。そのうち多くの人が、利便性のために、「QQ空間」や「開心網」といったソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)からWeChatに乗り換えた人たちである。2013年から2014年にかけて、WeChatの友だち数は急速に拡大したが、ユーザー自身もしだいに自分がWeChatグループや家族、友達の情報に取り囲まれていることを自覚し始め、友だちの動向を逐一チェックする習慣を形成しはじめた。これにより誕生し、増大しているのが、いわゆるうつむき族(低頭族)である。また、WeChatの友だちコミュニティも複雑化の一途をたどり、家族や親戚、同級生、同僚、上司、部下、顧客、インターネット上の友人といった社会関係に適度な分類と整理を行わなければ、その友だちコミュニティ

が掌握不要になり混乱してしまうまでになった。大多数のユーザーはすべての人間関係をケータイに登録しているので、一旦ケータイが紛失や故障などの不運に見舞われれば、その日常生活はすぐさま危機的状態に直面してしまう。これによりユーザーが陥る喪失感、たんに手持ちの機械を失った比ではない。

WeChatの友だち機能によって構築される人間関係を利用して、新しい職業も誕生した。それがWe商(微商^{ウェイシヤン})であり、これは友だちコミュニティ内で商売を行う人々を指す。友だちを利用した広告や商売のような動向をめぐっては、否定的な意見もよくきかれたが、2014年にWeChatお年玉(微信紅包^{ウェイシヤンホンバオ})が流行しはじめると人々はふたたびこれを拒みきれず、夢中になった。2014年の春節中、WeChatお年玉は一大ブームを巻き起こし、大晦日から元旦にかけて、このお年玉の争奪戦に加わったユーザーは500万人を超え、今後も引き続き増加する見込みだといわれている。ここからも分かるように、新しいサービス業の媒体としてのケータイは、さまざまな消費者サービスを展開するだけでなく、持続的に消費欲をかりたて、それを生み続けるのである。

ケータイのショートメッセージとメール、ミニブログ、チャットなどにおいては、おもに文字あるいは類似の符号によってコミュニケーションが図られる。日本の若い人たちはケータイの通話機能よりもショートメッセージやメール、LINEなどの機能を多用している。注目したいのは、指先で操作されるコミュニケーションが、日常会話同様の話し言葉の文字、つまり書かれる話し言葉を生み出しており、そこに絵文字が組み込まれている点である。これはケータイの非音声的通信様式を通じて、その交流で実践される新たな文化の創造だと考えられている。この点では中国の若者も大差はない。彼らは文字や記号により表現される話し言葉以外にも、ユニークな新しい語彙や感情をあらわす符号を創造している。こうした符号の組み合わせは、現実の身体が介在しない場で語り合う際の無表情状態を補填するものである[劉華芹 2005: 53]。本来、ケータイにしる、固定電話にしる、これらは表情やまなざしを欠いた個のメディアである。ケータイのショートメッセージやメール、インスタントメッセージによるコミュニケーションには、日常生活における顔と顔をつき合わせたコミュニケーションに見られる表情や身体言語、声とその調子、口ぶり等がなく、このことが逆に絵文字と各種符号(視覚的表象)の発明を促すことにつながったのである。中国のショートメッセージでは書き言葉と話し言葉の2つの特徴が融合しており、そこから独特な話し言葉化した書き言葉と交流方式が誕生した。客観的に見ると、ショートメッセージやチャットにおける絵文字(符号)はコミュニケーションの装飾性を高め、社交活動の難易度を下げ一方で、コミュニケーションが本来有する深みや持続性などは減少している。だが、書かれたテキストや電子メールに比べて、絵文字のあるインスタントメッセージによるコミュニケーションには、人間味がより色濃く表現されるのかもしれない[張・喻 2014]。しかもその社交コストはかなり低く抑えられ、経済的である、もちろん相手の顔を見ながら行われるコミュニケーションと同列に語ることはできないが。

通話、ショートメッセージ、テンセントQQ、WeChat……、ケータイによるこうした新しいコミュニケーションのかたちが人間関係に及ぼす影響をめぐっては、大きく分けて、2つの相反する意見が存在する。1つは、ショートメッセージやチャットは当事者が直接面会せず、通話すらしらない間接的なコミュニケーションであり、その利便性ゆえに人間関係の希薄化につながるという意見である。ケータイはコミュニケーションの頻度を増やす一方で、その濃度や深さについてはそれをより淡泊にする。その結果、当事者は人間同士のダイレクトな接触から逃れることが可能になったのである。ある日本人研究者は、ケータイが人間関係を「データ化」といっても、多くの人はそのデータバンクから「連絡が取れる」友人とのみ交流する程度に過ぎないと指摘して

いる[鈴木 2005: 120-126]。

ケータイ特有のコミュニケーションのかたちが人間関係に及ぼす影響に関するもう1つの意見は、ショートメッセージやチャットなどによる交流実践が、通話行為とのあいだに類似的、近似的な感覚をもたらし、さらに書かれる話し言葉と絵文字が当事者たちのあいだに特別な親しい雰囲気と感覚をかもし出すことで、当事者の距離はより近づく、つまりまったく新しい距離感のある親密感が生まれると考える。

以上のような意見は両者ともに筋が通っており、ケータイから始まる変革が人々の交流におよぼす影響はけっして一概に語ることはできないことを説明しているだろう。中国を例にしてみても、ケータイによってもたらされたのが疎遠な人間関係なのか、あるいは逆に親密さなのか、どちらかであると断言するのは難しい。それは、親しい家族や隣近所といった第一次集団と交流する際と、また学校や職場などである種の目的によって結ばれた第二次集団と交流する際には、そもそも人々が用いる戦略自体が違うからである[李 2008]。たしかに、ショートメッセージやメール、チャットといったケータイコミュニケーションは完全に事務的なものでもよいし、きわめて個性的でも、親密なものでもよい。それはあくまで双方の当事者が空気を読んで決めること、あるいは暗黙の了解によるものである。ケータイは社交活動の効率化(たとえば頻度の増加)に寄与するが、これは現代社会で展開される日常生活において、それがけっして人間関係の希薄化のみをもたらすものではないことを示唆している。また、ケータイによってむしろその人間関係に全方位化あるいは高密度化という方向性が与えられ、すべてがユーザーの選択と主体的な判断にゆだねられる場合もあるだろう。

インターネットを介したさまざまな社交の場やサービスを通じて、ユーザーはいつでも匿名で見知らぬ人と交流できる。その社交活動は、趣味の合う相手を選んで行ってもよいし、同一の話題めぐって行うものでもよいし(たとえばトピックごとに分かれた掲示板)、経験や期待に基づくものでもよいし(旅友の募集・交流サイトなど)、もちろん共通の利益を目指したものでもよいし(同一区域の業者専用掲示板や交流サイト内の投資関連の掲示板など)、あるいは膨大な数に及ぶ多種多様なバーチャルコミュニティの掲示板を勝手気ままに訪れてもよい。こうした中で、ユーザーはまったく見ず知らずの特定グループの人々との間に、いくばくかの一体感を感じ取ることもできるだろう。バウジンガーが述べたように、技術によって激しさを増す流動性は人々のコミュニケーションをより幅広いものへと変化させ、交際圏と交流圏において営まれる生活はしばしば昔ながらの近隣住民との関係性に取って代わる。だがその代わり、新たな技術もまた新たな集団生活の形成を促しているのである[鮑辛格 2014: 62]。モバイルインターネットはケータイユーザーに擬似的な空間を見せる。ユーザーはそこで適当に、あるいは凝りに凝ったハンドルネームを名乗り、文字や符号を用いて交流を図る(チャット、掲示板、グループチャット)。時には、現実社会の中では到底体験できないような特別な人間関係を構築することも可能だろう。擬似的なコミュニティサイトで形成される特殊な親密感がインターネット内に収まりきらず、現実世界でリアルな交流を結ぶまでに成長することもあるだろう。ケータイをインターネットにつなげれば、一人の人間が匿名を名乗ることで別人になり、他者になり、超人的な存在になり、もう一人の全知全能の私となることができる。よってそのユーザーは自分の感情や意見、立場などを率直に、簡単に、ひいては粗野な方法で表現できるようになる。かりに嫌な思いをしたり、嫌われてしまったりすれば、インターネットの交流なのでいつでも中断できるし、また中断されるのである。

現在の中国では、スマートフォンとモバイルインターネットを介する新たな交流モデルが、その新たな日常生活の営みの一部となっている。しかし、新しい社交体験が絶え間なく累積されて

ゆくなかで、この新たな社会化プロセスになかなか適応できない人もまた少数ではない。2003年に公開された馮小剛監督の映画『ケータイ(手機)』では、ケータイという新しいメディアがかつての人的交流に抗いがたいまでの利便性をもたらす一方で、いつのまにか人と人の交流をめぐる策略を変化させていることが描かれたが[姜 2011: 368-384]、すべての人が自由自在にケータイを応用できるわけではないのである。

一部の実証研究が証明するところによると、ケータイとモバイルインターネットによる人的交流は、中国社会の血縁や地縁、また職業や母校などに基づいて形成されてきた伝統的な社交圏を大きく変容させる可能性があり、実際すでに相当程度変化をきたしているという。そこから、中国農村部の人的交流が現実世界から擬似空間へとその社交の場を移す過渡期にさしかかっていると見る者もいる[田・唐 2015]。だが、詳細に具体例を考察してみると、この新しいデジタルコミュニケーションは人類学者費孝通によって提示された「差序格局(格差と序列のモデル)」⁶を解体に追い込んでいるわけではないことが分かる。ケータイがかつての人間関係の構造へ及ぼす影響とは、じつはかなり限定的なものなのである。陝西省臨潼市穆寨郷の南坡村を例に挙げよう。この比較的外部に閉ざされた山村で暮らす村人のうち、実に43%の人がスマートフォンを(その多くが29歳以下の、義務教育以上の学歴を持つ若者)、46%の人が通話専用のガラケーを所有している。農村の社会的分業上の性差に基づき、その所有者は女性よりも男性の方が少し多くなっている。村人がケータイを利用する理由としてもっとも多かったのが、とくに目的のない消費的な社交活動で、全体の70%を占めた(たとえば Tencent QQ や WeChat 等)。ケータイの使用時間と使用環境をみても、都市と同様に断続的、断片的だった。たしかに、ケータイの普及にともないいわゆる親戚回りは減少し、何か用事があれば家まで足を運ばず、まずは電話をかけるのが一般的になった。とはいえ、村人たちのケータイに登録された連絡先は、いぜんとして家族、親戚、友人、現地の知り合いと遠方の知り合いという具合に、近くから遠くへ広がる格差と序列を表現している。

同様の状況が都市部でも見られる。市民一人ひとりが「近くから遠くへ薄くなりながら広がる」という格差と序列のかたちでコミュニケーションを図り、これを維持する際、ケータイはある種の自主性を付与した。都市社会の居住形態は親しさに基づく旧社会の格差と序列を解体したように思われるが、人々はやはり自らを中心として、家族圏、友人圏、仕事圏と段階的に淡白化する感覚に基づいて、自分の社交空間を整理しているのであり、ケータイで連絡を取る頻度もこうした格差と序列に吻合する(両親や配偶者へは直接電話をかけて連絡をとり、友人とはメッセージアプリケーションで連絡を取ることが多いように思われる)。とはいえ、ケータイの性能が発揮できるかどうかは、あくまでユーザーの個人的な能動性と姿勢によって決まる[劉偉 2014]。また、ユーザーはインターネット上で提供されるサービスを独自に選択することもできる。つまり、ユーザーは、格差と序列のモデルに照らして遠い人間関係を引き寄せたり、つながりを強めたりするだけでなく、近い人間関係を能動的に遠ざけたり、つながりを弱めることもできる。ケータイによるコミュニケーションでは、ユーザーによってその形式や頻度が決定される。また初めて出会う人に電話番号を教えるかどうかを選択するのもユーザーである。これらの例からもわかるように、その社交活動では自主性が際立つのである。

4 強迫的交流、依存症そして確立が待たれるケータイの作法

まだ固定電話しかなかった時代、電話の呼び鈴には拒否できない「暴力性」や「強制力」、そして「匿名性」といった特徴があるとして、研究者の注目を集めていた[大久保・嶋崎 1998: 73-83、岡田・

松田 2002: 78]。かかってきた電話に出ることはあたかも「責務」であり、しかも受け手は通常呼び鈴を制御したり、電話をかけてきた相手を選択できないことから、受け手にとって「強迫的コミュニケーション」とも呼ぶべき効力を持っていた[姜 2011: 368-384]。固定電話が家庭に普及するということは、ある意味こうした暴力が家庭内に持ち込まれることを意味していた(恐怖心や迷惑をもたらす無言電話、脅迫電話やストーキング、オレオレ詐欺など)。とはいえ、固定電話ならば、他人に代わりに出てもらって不在を装ったり、あるいはナンバーディスプレイや留守番電話などのサービスを利用したりすることで、電話を自分以外に回したり、かけてきた相手によって電話に出るかどうかを決めたり、また電話に出るのを遅らせたりすることができた。ところが普段身につけているケータイの場合、なかなかこうはいかない。誰かに代わりに出てもらい不在を装ったところで、電話をかけてきた相手に、自分がたしかに不在であると信じ込ませるのは難しいだろう。なぜならつねに身につけているケータイは、いかなる場所、いかなる時でも持ち主が電話に出るという責任を要求するからである。ケータイの強迫的コミュニケーションに見られる暴力性は、むしろ強まっているといえるだろう。便利すぎるがゆえに、コミュニケーションをめぐる要求は拡大しており、人々は度を越える頻度で連絡を取り合い、リプライを切実に期待する。相手が電話に出なかったり、電源を切っていたり、電波の届かない位置にいたり、電池がなくなっていたりすれば、程度こそ異なれ、たちまち焦燥感に襲われてしまう[姜 2011: 368-384]。親密な関係性を保つためにケータイの電源を一日中切らないようになると、強迫的コミュニケーションも最高潮に達し、他人が付け入る隙もないほどの親密さだけではなく、互いを24時間監視下に置くことを意味し始めた。ケータイにテレビ電話の機能が搭載されると、ユーザーは身を隠すことがさらに難しくなり、徹底的な監視が行われることになった。これにより、一旦連絡がとれなくなると、互いの関係性をマイナスに判断し、何か予期せぬことや非常事態が生じたのではないかと考えることさえある。

こうしてみると、スマートフォンのように日々便利になる情報通信機器は、それを取り囲む情景や場面の不確定要素により、かえって人と人との不信感や猜疑、無視、ひいては電話に出なかったりメールの返信が遅れた理由としての嘘などを招いている。いつでもどこでも監視し、監視される人間劇、それはさながらまるで映画『ケータイ』のようである。ケータイを2台持ちあるいは複数台持ちすることで、ユーザーは分身という可能性を手に入れ、異なる社会的役割や身分を演じられるようになる。だが実際には、無数の人々が所持するケータイは完璧な監視システムを構成しており、一人ひとりの日々の生活はケータイという名の情報機器に記録され、刻一刻と人知れずインターネット上の装置や人々の下へフィードバックされ、覗き見や監視、分析研究の対象となっている(たとえば新しいサービスや製品の開発過程で潜在的顧客として追跡されるかもしれない)。ケータイが形成しうる相互的な監視状態は、ユーザーが身を潜めること許さない。これはミシェル・フーコーのいうパノプティコン監獄に勝るとも劣らない、と指摘する研究者もいる[岳 2014]。

ケータイの暴力性は、交流を図る双方あるいはより多数の人間を縛るかのように結びつける強迫的コミュニケーションにおいて表現され、しばしばユーザーの日常生活や仕事、学習のリズムを乱す。またこれ以外にも、人々のケータイに対する依存度を高めることにも、その暴力性は示される。中国において、スマートフォンを使いこなす者は現代生活の先端をゆく者であると同時に、重度の依存症を患っていることが多い。ケータイは、彼らの身体あるいは人格の一部となっており、これはまさにメディアが身体を拡張しているというハーバート・マーシャル・マクルーハンの指摘どおりである[馬・靖 2015]。ケータイとインターネットは現代の日常生活にたえま

なく介入し、これを更新し続け、利便性をもたらしているのは上述のとおりだが、これと対照的なのが、ユーザーに対する「束縛」であり、生活の「拘束」あるいは日常生活の「破壊」である。とくにユーザーと他所にいる誰かがケータイを通じて親密な関係を作るという状況が、実際に身近にいる人たち(たとえば家族や恋人、友人など)を無視してしまうことにつながれば、たちまち強い不快感を引き起こすだろう [小此木 2005: 40-41]。さらには現実の人間関係を冷え込ませたり、崩壊させる結果も招きかねない。

現在、中国ではさまざまなレベルでケータイ依存症の兆候をもつ人々が増加している(ディスプレイ奴隷、うつむき族、親指族、携帯人など)。ここで述べるケータイ依存症とは、ユーザーがこの身近なマルチメディア情報機器を通じて各種サービスを獲得する行為に溺れ、日常生活に大きく支障をきたす状態を指す。この依存症はさまざまなかたちで露呈する。たとえば、いつでもどこでもインターネットにつながりたい欲求に駆られる、大学の講堂で呼び出し音が四方から鳴り響く、深夜周囲が寝静まった後でもメールの返信が気になって眠れない、タクシー運転手がケータイ片手に運転する、子供たちがケータイいじりに夢中で家族間の会話に関心を示さない、春節に家族や友人と集まった際もお年玉争奪ゲームに没頭し雰囲気を壊してしまう、恋人とのデート中もケータイ画面から指が離せない、などがそうである。依存者は、ケータイが手元になかったり、自身が通話圏外に出てしまったり、また電池が切れてしまったりと、一旦外部とつながらない状態になるとたちまち不安に駆られ、どうしてよいか分からなくなる。万が一ケータイを紛失してしまえば、プライベートな秘密情報の流出が問題を引き起こす。さらには、うつむき族の両親のもとに生まれた子供が声掛けによる刺激を受けなかったために幼児期言語能力の発育不全に陥った事例まで報道されている [王垚 2016]。

中国の青少年と大学生はケータイで頻繁に社交活動を行っているが、彼らはケータイ依存症にかかりやすいグループに分類されている。杭州市の女子中学生グループについて行った調査によると、ケータイは少女たちの同等意識を強め、中流家庭を背景にしたユニークな少女文化を形作っている。彼女たちは精一杯ケータイをデコレーションして個性を表現するだけでなく、独特なコミュニケーションの方式も構築している。ただしその依存度は総じて高く、1日24時間電源を切らない傾向が強かった [劉丹 2011]。コミュニケーションが断続的であるがゆえに、彼女たちはその断片を積み上げたりつなぎ合わせたり(つまり随時メッセージを送受信)することで、対話を完成させ、継続させていく。これはケータイ依存症を引き起こすコミュニケーションの仕組みを説明しているといえるかもしれない。大学内でのスマートフォン普及率も非常に高く、キャンパス内のうつむき族ももはや見慣れた風景になりつつある。2015年10月、中国社会科学院社会学研究所社会心理研究センターが大学生105名に対し、1週間のケータイ利用時間について詳細な調査を行った結果、対象者が一日にスマートフォンで費やす時間は5時間17分に達し、低学年になるほど利用時間は長くなる傾向が認められた。また、毎日スマートフォンを娯楽に用いる時間は、男子学生で1.92時間、女子学生はこれより42分短かった [王晓芸 2016]。ケータイはおもに Tencent QQやWeChat、友達コミュニティやミニブログの更新などに用いられており、ここから大学生にとってのケータイは手放しがたいデジタル玩具なのだと分かる。6割以上にもものぼる大学生に授業中あるいは自習中にケータイを弄る現象が見られ、多くの教育者がこの事態を憂いている。そこで、教室内でのケータイ使用を禁じるだけでなく、脱ケータイ自習やケータイ忍者⁷といった類の組織的な動きも出現した。北京大学の学生社团青年ネットワーク発展協会が始めた脱ケータイ自習活動では、参加者が図書館の閲覧室利用時にケータイを預けるという試みがなされた。また重慶三峡学院の活動では、参加者がケータイ忍者と書かれたプレスレットをつけ、授業中のケー

タイ使用を3週間我慢すれば挑戦成功と謳われた(図1参照)。しかし結果はというと、参加者400人のうち1週間耐えたのはわずか103名というものだった[周舒曼 2016]。厳格な学生管理に定評がある公安系の学院であっても、授業中よくケータイを使用する学生は40%近くにのぼり、61%がケータイ依存を自覚し、70%に迫る学生がケータイを持たずに外出すると落ち着かないと回答した[潘・龍 2015]。



図1 授業中ケータイの誘惑に耐える大学生

以前、日本のメディアが、いつでも思い立ったときに誰彼かまわずケータイで連絡を取ろうとする若い女性を「ツナガール」と呼んだことがある。ケータイで連絡を取ること自体は彼女たちが人間関係を構築し、社会化を目指す行為に違いないが、そのケータイへの依存度は頗る高く、携帯電話を手にするると誰かと連絡をとりたくなる、あるいは連絡をとるためにケータイを手放さない、という悪循環に陥っている。彼女たちは強迫観念から相手がすぐに返信してくれることを期待したり、深夜でもすぐに返信しなければならないと感じたりするが、こうした不安状態は、ショートメッセージやメールによる社交活動に「できるかぎり返信する」[岡田・松田 2012: 68]というまったく新しい規則と暗黙の了解が形成されていることに起因する。この規則と暗黙の了解は圧力を生み出し、同時にある種の強制力やソフトな暴力的要素を内に孕んでいる。少なからぬツナガールたちにとって、一度メールを送信したら返事を受信するまでケータイの電源を切ることは許されない。返信がきているかどうかつねに確かめなければならない。さもないと焦燥感に駆られてしまうのである。その心の根底にあるのは、おそらく同じコミュニティの友だちに距離を置かれ、冷遇され、忘れられることへの危惧だろう。こうした状況が長引けば、睡眠時間は削られ、徹底的に日常生活のリズムが乱されることになる。この事例では、ケータイコミュニケーション

はすでに情報伝達のためではなく、他者と関係を保ち、接触し、自らが孤立した状態にいないことを確認するためのみに存在している。実際、ツナガールだけでなく、人間関係を構築することに長けていると自負する一部のリーダー気質の男性も、ケータイ依存の傾向が表れやすいという指摘もある[鈴木 2005: 120-126]。

ケータイは人間関係を構築するだけでなく、時と場所を選ばず情報を取得し、社会と関係を持ち、これを保持する窓口としても使用される。よって、紛失や故障により、人はたちまち孤立状態に陥ってしまう。その結果、他者と連絡が取れなくなる以上に重要なのは、ケータイで獲得した各種情報資源と能力を失い、ひいては人格や存在感まで失ってしまう、という点にある。かつてユーザーにできないことはないとまで感じさせたケータイが、失われることで苦痛を倍増させるのである。中国でケータイがまだ社会的地位のシンボルであった時代ですら、ユーザーのシステム更新や機種交換に対する衝動的欲求こそまだ小さかったが、ケータイと所有者の関係性が持続的で安定していたがゆえに、毎日肌身離さず持ち歩くという行為からケータイへの感情移入や投射が頻繁に行われており、それを紛失することはやはり心に大きな風穴を開けたものだった。

1996年、スティーブ・ジョブズは米国『ワイアード』誌のインタビューでインターネットの将来的展望を語ったが、彼が予言した「情報過多」の時代はすでに現実のものとなり、ケータイとモバイルインターネットは人々を情報化社会へと導き、情報にあふれた状態で日々の生活が営まれている⁸。ほとんどすべての情報がケータイに代表されるモバイル端末へと集約されており、情報の細分化と時間の細分化は今まさに現代社会の新しい日常となっているのである。ケータイユーザーは細分化した時間をよりよく利用して情報を取得し、また余暇や娯楽を充実させることに熱中し、学習する。そこでケータイはあらゆる時間帯に進出したわけだが、その結果、人との待ち合わせ時間やタクシー乗り場、空港の待合室、トイレの行列などの待ち時間など、ほとんどすべての断片的な時間はケータイに占領されてしまうこととなった。無数の情報をもたらす苦痛を、ユーザーが感じないわけではない。たしかに断続的に取得される情報は耐えがたいほどに増え、誰でも迷惑情報の干渉を受けかねない状況に随時置かれているのである。だがそれでも、WeChatの約25%のユーザーは毎日30回程度メッセージの受信状況を確認しているという⁹。継続的に閲覧者を刺激し、強い印象を残すために、メッセージの作成者や送信者は次々とタイトル職人に転身してゆく。するとまるで空爆のように投げられる膨大な情報を速読せざるを得ない人々もまた、タイトルなめ読み職人になるより他にない。断続化、細分化してゆく情報は人目に触れることだけを要求するのであり、読み手がこれに注意力を集中させ、深い考えを巡らせることは難しい。ケータイとモバイルインターネットによる社交活動は、実際のところ、断片化した社交活動なのである。人々の生活や仕事、学習のリズムはケータイによって随時乱されるかもしれない。それはケータイが途切れ途切れに情報を取得し、発信するからであり、いつでもどこでも中断し、再開されるかもしれないためである。これでは全身全霊集中力を傾けるわけにはいかない。ある意味人々も断片化した生の状態へ足を踏み入れているのだ、といっても過言ではないだろう。

たしかにケータイは日常生活を便利にした。社交的な連絡や職場の協調性向上にかかるコストは大幅に引き下げられ、一方その効率性、直接性、そして迅速性は大きく向上した。もしもケータイとモバイルインターネットをうまく使えば、新しい日常が絶え間なく刷新されると同時に、日常生活そのものの質の向上が望めるだろう。だが多くの場合において、ケータイの濫用は少なくとも部分的に日常生活の基本的秩序と論理を覆し、深刻なパラドックスを引き起こしている。現代社会は、ケータイとモバイルインターネットを巡って、日常生活の秩序を維持する趣旨の規

則ひいては法律を制定する必要性に迫られている。この方面では、日本社会の動きは中国社会よりも早く、徹底している。たとえば『迷惑メール防止法』の制定や、公共の場(映画館やコンサート、会議など)、とくに公共交通機関(飛行機や新幹線、地下鉄など)で通話を禁じる取り決めなどがそうである[三上 2004: 231-237、岡田・松田 2012: 139-140]。大学の授業中のケータイ利用制限や親が児童のケータイゲームに課す制限などもここに加えてよいだろう。パーソナルメディアとしてのケータイが至る所に偏在するために、公共性との関係が大きな課題となっているのである。これと比較すると、ケータイとモバイルインターネットを巡る中国社会の取り組みは今だに模索段階であり、ケータイの礼儀作法は確立していない。現在中国ではケータイの呼び出し音と通話の音が周囲の迷惑を引き起こしている。これは、ケータイという名の特別な「個人主義」的情報機器を公共の場や公共交通機関で使用する際のルール作りが追いついていないためである。ケータイの使用がプライベートな生活と公共的生活の関係性を曖昧にしているがゆえに、中国社会には公私混同と呼ぶべき現象が存在している。パーソナルスペースと公共スペースを混同視する一般ユーザーが普遍的に存在するのである。また、ケータイが偏在し、ユーザーが各種メールやメッセージをつねに送受信することから、公的機関や職場と家庭の間にあったはずの区分や境界線そのものも曖昧化の一途をたどっている[姜 2011: 368-384]。自宅で行うテレワークや業務のために自宅でもケータイを手放さない状態は、仕事と生活の境界性を曖昧にしているが、これはもはや現代的な日常風景の一コマだろう。

スマートフォンをモバイルインターネットに接続することで構築される人間関係は、リアルな生活の中で対面的に形成する人間関係と根本的に異なるわけではない。人々は人間関係を疑似空間へ拡張し、疑似空間で生まれた人間関係を現実の生活へ移すことにすっかり慣れている。しかし同時に、少なからぬ人がインターネット上で好き勝手に別の人格あるいは複数の人格を名乗って蜜行を繰り返しており、その姿はまるで無人の地でも足を踏み入れたかのようなものである。また一部の人のとって、疑似空間と現実世界の連続性や断裂性が共存する複雑な局面は理解しにくく、適応しづらいものであり、現代社会は往々にしてこうした人々を常軌を逸した紛糾や矛盾に巻き込んでゆく。もちろんケータイの作法とモバイルインターネット上の言論規制や行動規範によってすべての問題を解決できるわけではないが、これらは現代社会にとって必要不可欠だといえるだろう。

5 情報機器の個人化と社会の原子化

もしもテレビやラジオ、新聞、雑誌などが家庭に普及した「大衆メディア」であるなら、電話やFAX、パソコン、そしてケータイは家庭に浸透したパーソナルメディアといえるだろう。前者は基本的に情報を一方通行に伝えるものであり、受け手もチャンネルを変えるなど選択可能な部分はあるものの、情報の発信者になるのは難しい。一方、電話とケータイは誰でも情報を発信することができる個人的なメディアである[新谷 1999: 312-313]。これらの媒体あるいは情報機器が家庭に入ってくると、すぐに家族の日常生活になくはならない耐久消費財となり、日常生活をより便利に、より心地よくする生活機器となった。しかしその結果、家族の日常生活には多方面にわたる影響もたらされた。それらは家族が共有し、きずなを深める装置となる一方、家庭をバラバラにすることもありうる。たとえば1950年代から1960年代の日本では、テレビが家族の団欒を促す手段として存在したが、チャンネル数が増加するにしたがって、テレビ欄が家族の生活リズムに影響を与えた。1970年代以降は家庭内でチャンネル争いが繰り返され、最終的に各部屋ごとにテレビが配置されるに至った。とくに子供専用のテレビが当たり前になると、テレビ

は家族団欒を妨げ、個人的な娯楽手段および情報の取得手段となっていった。こうした現象は情報機器の個人化の初期段階と見ることができるだろう。

かつて固定電話は政府機関や会社、一部の公共事業に従事する人々が連絡を取る手段にすぎなかったが、日本では1960年代以降、また中国では1990年代以降、目を見張る速さで家庭に普及してきた。当初はおもに家族単位で外部と連絡を取り、コミュニケーションを図るツールだったが、普及するにつれ、事前に連絡なしで訪問をすることが「非礼」行為へと変わり、訪問前に電話で連絡をすることが通例となった〔新谷 1999: 312-313〕。固定電話で対話を行う際にも新たな行動規範が生まれ、それらは現在ケータイで通話する際にも継承されている。たとえば通話をする両者は沈黙してはならず、声を発し続けなければならない。電話を切る前には何かのきっかけを作らなければならない。深夜の電話は非礼と見なされ、さらに日本では見えない電話相手にお辞儀をするという独特な行為も存在する。どの家庭も固定電話を所有し、なおかつ通話料も抑えられるようになると、「用事がある」から電話をするのではなく「用事がない」から電話をするようになり、具体的な事柄を欠いた雑談が一つの楽しみとなり〔新谷 1999: 312-313〕、「連絡を取る楽しみ」を追求することが当たり前になった。また、電話が家族の共有スペース(玄関やリビング)から、個人の寝室や子供部屋などへ移行する傾向も生まれた〔岡田・松田 2002: 50〕。その後登場したのが無線の子機であり、1985年に通信自由化が実現すると、1994年までの間に子機の普及率は46%にも達した。ここからも日本人家庭の固定電話は家族共用から個人単位での使用へ変化していった傾向が認められるが、この子機を寝室や個々の部屋へ持ち運んだり、子機そのものを個々の部屋に設置したりするプロセスは、上述のテレビが辿った個人化の道筋とよく似たものである。

中国の状況はというと、家庭用電話が一般家庭に普及し始めた際にケータイが出現し、前者に取って代わる形で普及したため、家庭用固定電話や子機などが大きな発展を遂げることはなかった。ケータイの出現と普及、そしてその重要度が、たちまち固定電話を凌駕したわけである。家庭内にある固定電話と比べると顕著なように、ケータイは典型的なパーソナル情報機器であり、子供を含む家族全員のプライベートな秘密保護の意識を、強めることにつながった。もちろん、固定電話をめぐっては、中国人家庭にも日本と似た状況が存在する。たとえば親戚や近隣住民との対面式会話が減少したり、電話に取って代わられる傾向がみられ、^{チュアンメン}串門と呼ばれる相互の家を行き来する風習においても事前に電話連絡が行われるようになった。たとえ子供同士が遊ぶにしても、電話で都合を聞くことが必要である。また、電話はしだいに事柄を伝達するツールから感情の交流を図る設備となり、本来時間を節約できるはずの電話にかえて時間がかけられ、家族や友人と長電話は世間話の性質を備えるようになった。そしてこうした情景が、ケータイによる通話にも自然なかたちで持ち込まれているのは明白である。

当初、一部の職種でグループ連絡業務に使われていたケータイが一人一台所有されるようになると、個人の通話によるコミュニケーションの幅は大きく広がった。これにより、個人化というケータイ利用の方向性はより顕著に示された。一般的に、家の固定電話を家族の誰かが占領すれば、費用面からも、他の家族の使用を妨げることから、不快感を招きやすい。つまり、固定電話はあくまで家族単位のメディアであり、そこには家族の相互的なかかわり合いを促す機能が多少なりとも存在するのだ。こうした固定電話による通話内容は、他の家族に秘密にするようなものではなく、隠す必要性などほとんどなかった。しかし、ケータイの出現により、家庭内の対外的な連絡は急速に個人化し、家族間のコミュニケーションもよりナイーブなものへと変化していった。家族と交流するにもケータイはたしかに便利だが、それは同時に個の独立性を強くもする。夫婦の間で、親子の間で、プライベートな秘密保持が配慮されるようになったことで、家族

の関係性に微妙な変化が生じるのは当然だろう [岸田 1998: 250-269]。たとえばケータイの普及により電話が家族の連絡ツールから個人の連絡ツールとなれば、各々がケータイに時間をかける分、家族の会話の時間は減ってしまうかもしれない。もちろん、ケータイが家族関係に及ぼす影響はさまざまであり、安易に一般化して論じることはできない。たとえば通信業者が打ち出すファミリーバックやGPSと通話機能を完備したキッズケータイなどが、かえって家族間の連絡の頻度を増加させることも、じゅうぶんに考えることである。

ケータイが公衆電話や家庭内の固定電話のように使用場所を制限されないことも、その個人的なパーソナルメディアとしての性質を特徴づけている。極端に言えば、ケータイは当事者の体の一部となり、現代社会においてデジタル化した「個」の誕生を促した [岡田・松田 2012: 160]。電話番号だけを見ても、ケータイ番号は固定電話のそれと比べて、他者と混同されないあるいは混同されにくい個人のアイデンティティというものをよりよく表現することができる。固定電話とケータイがこれほどまでに普及した現代社会では、電話番号に自宅住所や郵便番号をはるかに凌ぐ重要性が付与される。とくにケータイ番号は一人の人間の代替コードとなることすら可能であり、遠距離や擬似空間では個人が互いを認識し、確認する目印となる。よって、互いに番号を教えあうというのは、今後の交流を予感し、その可能性について相互に確認する行為に等しく、さらにそこから一步進んで、プライベートな関係をより親密にするきっかけとなりうるかもしれない [三上 2004: 242]。いずれにせよ、一人一台ケータイを所持している社会的事実、極度の個人化という方向性を際立たせ、それを強化している。ケータイとは、もはや個人が携帯する資料室であり、博物館であり、公開して他者と共有したい情報から人に知られたくない秘密、さらには本人すら意識していない情報まで、当事者のあらゆる情報を内に秘めている。ケータイはもとより家庭に属したことがなく、一貫して個人のものである。しかも個人化が極められた情報機器である。一家に一台の固定電話から一人一台のケータイに向かう過程のなかで、ケータイはあきらかに家族の個人化のスピードを速めていった。

家族社会学者の目黒依子は、かつて「個人化する家族」という概念を提示した。個人がひとつの家族を構成することができる、つまりは家族の「個人化」を指す言葉である。現代の日本では、家庭生活はすでに人が一生の間に必ず経験するものではなく、一生のある特定の時期においてある特定の関係のある人と共同で創造するひとつの選択肢に過ぎない [目黒 1987: 79-81]。伝統的な家庭生活の基準や人生の軌跡から外れたり、これを超越する人々（たとえば結婚適齢期を過ぎても未婚の男女など）の数は今まさに増加しており、近い将来、個を単位とした社会がやってくるのが予想される [落合 2010: 183-186]。簡潔に述べれば、いわゆる個人化とはあらゆる事柄が個人によって選択可能な、あるいは必ず選択しなければならない対象となる社会状態のことである。日本では一人世帯が全国総世帯の30%に迫る勢いで増加しているが、これは個を単位とする社会の到来が決して根拠を欠くものでないこと示唆している。

中国社会はまだ日本ほどではないが、^{イエンユエンシヤン}閻雲祥が指摘するように、改革開放以降「個体化」の傾向が目覚しく、この個体化には社会的実践における個人の台頭と社会関係構造の変容が招く個人化の過程も含まれている [閻 2012]。現在この変革は、日常生活という領域において中国社会を再創造している。こうした文脈でよく批判される「公共道徳を欠いた個人」だが、この言い回しによって我々が連想するのは、高い割合で流動し、ケータイ片手に公共の場で傍若無人に大声で通話をする人々の姿である。ケータイが集団のコミュニケーションを促したことは疑いようもないが、社会はこれにより深刻な個人化へ足を踏み入れた。今後も家族を社会を構成する分子と見なすなら、一人一台ケータイを手にした個人は、現下の新しい社会状況化を生きる原子と言えるだ

ろう。中国社会はまさにすさまじい速さで個人の原子化^{アトミゼーション}へ向かって進んでいる。そしてこの進行を力強く後押ししているのがケータイなのである。一昔前の中国で腕時計が一人一本まで普及した際にグローバルな時間制度にコントロールされたのと同様に [周星 2005]、一人一台のケータイはすべての原子化した個人をケータイによって構築される関係と情報のネットワークの深みに嵌り込ませ、容易に抜け出せなくしている。

ケータイはユーザーと世界(疑似世界を含む)をつなぐ窓口であり、個人の万能ツールへと成長しうるものである。ケータイのパーソナルコンピューター化により、個人は高度な自己処理が可能となり、社会全体の脱中心化が進んだ [第亜尼 2005: 246]。この個人化した情報機器を使用することで、人々の日常生活は日に日に個人を中心に動き、家庭内の会話や地域生活は減少の兆しを見せている。ただし中国ではケータイを通じて疑似空間で地域やコミュニティを構築したり、これに参加したりする取り組みもなされており、個人の社会参加に対して新たな体験を創出している。ジャック・デリダは、現代のデジタル通信制度は民族国家の衰退と個のアイデンティティ及びプライベートな秘密保持に変革をもたらし、自我や家族、職場、大学、そして民族国家の政治はデジタルの疑似空間によって大きく変化すると考えた。パソコン(そしてケータイ)を使用して世界のネットワークへ入ってくる人は、孤独と新しい交流が奇妙に交錯する状態下に身を置くが、彼らがこの新しい交流技術を採用することは、さまざまな伝統的な組織形態(たとえば家族、国家)の内外の境界を消し去り、あるいは混じり合わせることを意味している [謝・王: 2003]。こうした境界に依存し、これを強化してきたのがかつて印刷文化だった、と米国のジョセフ・ヒリス・ミラーは指摘する。印刷文化がその地位をテレビやインターネットに譲ったとき、こうした境界はすべて曖昧に改造されのだという [謝・王 2003: 126-151]。言い換えると、個人は空前の孤立と自由を獲得したのである。

スマートフォンをモバイルインターネットに接続する無数の個人は、すぐに一つ、また一つと異なる疑似空間に巻き込まれてゆく。その際、彼らは学び、適応し、さらに代償を払わなければならない。現在、出所の不明な迷惑メールもそうだが、詐欺情報や悪意に満ちたウイルスがすべての電話、ケータイ、パソコンのユーザー周辺を徘徊している。詐欺目的のショートメッセージやメール、電話などは、すでに中国で大きな社会問題を引き起こしている。電話とケータイでは呼び出し音が鳴ってから実際に電話口に出るまで確かな判断を下せないことも、犯罪者を事前にブロックすることの難しさを増しており、被害者は後を絶たない。情報過多の時代を前にして、個人が正しく情報を検索し、受信し、選別し、利用する能力には、明らかな格差が生じているように思われる。

貧富差が依然として大きい現代の中国人社会において、ケータイ普及の進行度もまた一とおりではない。中国におけるインターネットとスマートフォンの普及は、中流層の勃興とほぼその歩みを同時にしている。中流層の教育背景は、彼らがより容易に、また上手くケータイとインターネットを使用することにつながった。こうして、社会にはほどなくして「デジタル格差」が生じた。その消化能力の違いから、中国社会のスマートフォンユーザーと通話重視のガラケーユーザーの間にはさまざまな差異が存在している。たとえば、新興の中流層がスマートフォンをモバイルインターネットに接続するのは娯楽のためではなく、より多くの情報を取得するためだとするデータがある。ショートメッセージすらも、彼らにとっては最新のニュースを知る手段^{ディアオスー}となっている [周曉虹 2005: 201-203]。しかし同じデータでは、社会の下層を生きる自称負け組(吊^{ディアオスー}絲)の若者たちの主な利用目的は娯楽にある。中流層がインターネットを通じて行う社交活動は、その多くが現実世界で親しい間柄にある人に限られており、見知らぬ他人との交流を避ける傾向がある [周

曉虹 2005: 175-179]。これは他の階層の人々が無限に社交範囲を広げること熱中する姿とは一線を画している。

農民工にとっては、ケータイはたとえそれが通話機能重視のガラケーであっても、現代的な都市生活の象徴である [周芸 2010]。ケータイがその日常生活に賦与する意味とは、家族や故郷とのつながりの強化であり、伝統的社会関係の維持と発展であり、また同時に資本の象徴なのである。貴州省の西江苗寨では1990年代末頃にケータイが持ち込まれ始め、2005年前後に家庭用固定電話が普及したが、その後出稼ぎのため家を離れることが青年男女の通過儀礼の如く一般化すると、ケータイは出稼ぎ生活を成立させるための必需品となった。2008年以降、現地の観光業が急速に盛り上がるにつれてケータイは徹底的に普及していった。もちろん人々はケータイで家族間、親戚間の社交ネットワークに参加し、これを強化した。たとえば父方の従兄弟のケータイ番号を羅列して家族の連絡簿を編むことなどがそうである [孫・費 2011]。だが、ケータイはあくまで生計手段であり、現地の人々がケータイを消費し、またケータイを通じて消費するのは、おもに盛り上がりを見せる観光業で生計を立てるためである。

こうした都市部と地方を隔てるデジタル格差を解消しようと、中国社会では「すべての村に電話を、すべての郷にインターネットを」をいう基本目標が掲げられ、2010年にはついに目標達成するに至った。だがそれでもなおデジタル格差は存在し、情報の時代を迎えた現代社会に生きる国民のうち半数がネットユーザーになり損ね、そしてその多くが農民工だという現実がある。2014年10月、アリババ社は「千県万村」プロジェクトを中核にした農村デジタルビジネス戦略を展開した。その戦略には「都市部での農産品の販売」と「インターネット通販の農村への拡大」の2つが含まれている [王輝輝 2016]。こうしたデジタルビジネスが上述のデジタル格差を解消できるかは、さらなる考察が必要だろう。現在、辺境に位置する農村でも、しだいに多くのケータイユーザーはスマートフォンでチャットをし、ニュースを調べ、ゲームをし、音楽を聴くようになっており、農村に住む人々のスマートフォンとモバイルインターネットを巡る需要は高まりつつある。今後、中国農村部でスマートフォンとモバイルインターネットが普及するにつれ、かつてスマートフォンとガラケーにそれぞれ代表されていたデジタル格差が解消される日も来るのかもしれない。

6 おわりに

一般的に、人間は新しい科学技術がよりよい社会を作るという理念を信じやすい。しかし重要な科学技術の発明が現実の日常生活に恵みをもたらす過程には、きわめて複雑な情景が存在するのが常である。ケータイが日常生活をより心地よく、便利にする一方で、同じケータイによって現行の日常生活は破壊され、新たな日常と新たな当り前の誕生がたえず促されている。ケータイの最新機能を学び続けるすべてのユーザーは、継続的に自らの日常を更新することができる。だが同時に、ケータイに生活を占領されることで生じる時間の細分化は、日常生活の一貫性を随時途切れさせ、ひいては全体的な生活の意味すらも途切れさせ、意味の継続を難しくしている。

現在、ケータイが引き起こす生活革命に注目し、ケータイとモバイルインターネットを手にした人々が伝統的な形式にこだわらず交流を実践していることと認識している中国人研究者は少なくない。しかし、人間関係の近さ、深さ、濃さなどが目覚ましい変化を遂げたことのみ注目するのではなく、個性的な情報機器としてのケータイが日常生活におけるユーザーの存在感を増したり、生活の意義を構築したりする際にも使用されるという点により多くの注意を払うべきだろう。たとえば、彼らはケータイで日々の生活を記録して他者と共有する(ひけらかす)。自分に装飾を

加え、自ら望む役割を演じる(ナルシズム)。異なる社交ネットワークを悠々と闊歩する。疎遠、孤独、バーチャルの賑わい、そして熱狂の狭間を行き来する。ケータイユーザーの実践に見られるこうした努力のすべては、日常生活の定式化を目指し、それぞれの人生に若干の意味を賦与しようとする試みでもある。その努力の成果として、いわゆるケータイ文化がすでに部分的に構築されている。ある者はケータイ文化を現代の情報技術、コンピューター技術、デジタル技術を技術的基盤に据え、ショートメッセージや着メロ、ケータイ小説、動画、ワンセグ、広告、デジタル新聞などを主な表現のかたちとする文化だと定義づけている。こうした全面的な観点はケータイを純粋なメディアと見なすものであり、ケータイ文化がケータイによる情報の伝達であり、その多種多様な社会的背景で形成されたサブカルチャーだとする考えが前提として存在している。しかし、ケータイが社会文化のあらゆる側面の隅々にまで浸透し、現代社会の日常生活を日々再構築している今日、はたしてケータイをケータイ文化という範疇に制限し、メインカルチャーの外に隔離することなどできるだろうか。情報機器としてのケータイとパソコンの普及が現代社会で引き起こした情報と生活様式の変革について、現代の民俗学はいかにして向き合えばよいのだろうか。

上述のケータイ文化の定義づけによく似た試みとして、民俗学内でなされたインターネット民俗をめぐり定義づけが挙げられる。つまり無数のインターネットユーザーがインターネットを介した文脈に基づいて創造し、伝承し、共有する新しい民俗文化をインターネット民俗として位置づけ、インターネット上で発表される文学作品やネットスラング、オンラインゲーム、ネット上の崇拝行為や宗教活動、祝福メッセージ、お祭り騒ぎなどをその具体的な表現形式とする見方である。こうした記述方式は民俗学の伝統的な枠組みをそのまま継承しており、インターネットユーザーを民、インターネットを媒体に伝達される知識を俗と見なしている。よって、定義されるインターネット民俗は必然的に定式化した民俗生活、つまりインターネットユーザーという集団の生活相となり、同時に現代社会のコンテクスト下における伝統民俗の変容を表象していることになる。たとえば、対面式の遊戯から疑似空間でのゲームへ、日常の連絡手段はチャットやインスタントメッセージなどへとそれぞれ変わり、伝統的な交流モデルはコミュニケーションアプリケーションによって変容し、「友だち」の定義すらかつてと同じではなく、新たな社会関係が構築されている、となるのである[孫 2013]。同様の例として、ある者はポッチ祭り(光棍節)の由来やキャラクター、各種デザイン、諧謔詩などがモバイルインターネットやショートメッセージ、テレビ番組などを介して広められ、その多くがインターネットの疑似空間で実現したものと指摘する[王均霞 2012: 238-251]。しかし科学技術世界の中から民俗文化に属すると考えられている事象を断片的に抜き出して、民俗学の伝統的な枠組みの中でとらえようとしても、その解釈にはおのずと限界があるだろう。

ケータイとモバイルインターネットを利用するユーザーを民俗学の民と見なせば、たしかに彼らがメディアやインターネットから獲得する知識は、伝統的な家族、郷土、村落、地域、その他コミュニティで伝承される知識よりもはるかに多いだろう。しかし彼らが生きるケータイとモバイルインターネットが融合した日常生活のなかで、一体どの部分が俗あるいはインターネット民俗で、どの部分がそうでないかを、一定の基準に従って区別することができるだろうか。現代の中国社会が位置する、日々変動するモバイルインターネット時代にあって、これが民俗だと特別に認定される部分を局部的に研究することに、どれほどの意味があるというのだろうか。

その活用の程度にこそ差はあれ、現代社会の住民はほとんどが個人的な情報機器を積極的に利用している。彼らはすべて情報の受信者、発信者、生産者、創造者であり[何 2011: 125]、同時

に積極的な主張者あるいは消極的な抵抗者かもしれない。その応用の実践については、ユーザーの日常生活の全体像から理解を深めるべきではないだろうか。ユーザーの実践が引き起こす現代の日常生活全般に及ぶ変革に対して、中国民俗学が既成の理念や概念、方法論、分析の枠組みをもって取り組んだところで不十分である感は拭えない。今まさに、バウジンガーの科学技術世界の民俗文化をめぐる説を振り返り、相互的に融合、交錯する技術世界と民俗文化が共に普通の人々の生活世界を構築していることを再認識し、科学技術がすでに人々の「第二の自然」となっている基本的事実[戸 2013]を直視することが求められているといえるだろう。

注

- 1 ビンイン(拼音)とは中国漢字の読みをラテン文字で表記する発音表記法であり、1958年に関連法案が正式に公布された際には、平仮名のように漢字に代わって単独で使い得るようなものではなく、おもに標準語と称される北京語の普及を助ける表記法と想定され、制定されたものである。——訳者注
- 2 大哥大はケータイの旧称。マフィアのボス(大哥)が黎明期の大型携帯電話Moto3200を使っていた香港映画のイメージからきている。
- 3 1997年11月から1998年3月まで、北京、上海、広州、成都、沈陽、天津、西安、済南、南京、武漢、昆明、福州など12の都市部で、国家統計局中国経済景気監測中心と新生代市場調査有限公司主導によるアンケート調査が行われた。また12都市の5000名を超える15歳から59歳の人が参加し、有効回答数は48,804名に達している。その調査結果は1998年5月1日の「経済日報」において「1998中国城市居民消費形態調査結果」として発表された。
- 4 1999年4月から12月にかけて、この研究プロジェクトは北京、上海、重慶、東莞、錦州、萍鄉、馬鞍山などの7都市と、東莞青溪鎮、四川双流県、河北磁県など3つの農村で調査拠点を設け、調査員と被調査者が一対一の問答を通じて調査票を埋めるかたちでアンケート調査を行った。実際に使用されたアンケート用紙は1,078部、回収された用紙のうち有効なものは1,067部だった。
- 5 『参考消息網』は2016年5月9日にスマートフォンを活用して暮らす中国の若者を紹介したドイツメディアの記事を翻訳し、掲載している(「德媒：中国年輕人用智能手機搞定一切日常生活」)。
- 6 差序格局は「水の波紋のように、一つの円ごとに広がり、遠くへ広がれば広がるほど薄くなる」ような人間関係の構造であり、費はこれが伝統的な中国農村社会の基本構造だと考えた。——訳者注
- 7 手機は携帯の意。忍者は本来耐えるという意味の「忍着」が正しいが、ここでは同音の「者」に置換えて日本語の「忍者」とユーモアラスにかけている。——訳者注
- 8 ジョブスの講演内容については、2016年3月20日の『中国時報』が「20年前のジョブスの神予測がすべてまさかの現実に」(「盘点喬布斯20年前神予測 如今竟然全部成真」)と記事にして紹介している。
- 9 2016年4月17日の『金融時報』にも「情報の断片が耐えがたい負担に 中国人が『WeChat疲労』に抗う」(「信息碎片令人不堪重負 中国人抗擊『微信疲労』」)というタイトルの記事が記載された。

参考文献

- 鮑辛格・赫爾曼 2015 『技術世界中的民間文化』広西師範大学出版社
- 巴莫曲布嫻 2003 「口頭伝統、書写文化、電子伝媒—兼談文化多様性討論中的民俗学視界」『民俗学刊』5、澳門出版社
- 第亞尼・馬克 2005 『非物質社会——後工業世界的設計、文化與技術』四川出版集团、四川人民出版社
- 董曉萍 2007 『全球化與民俗保護』高等教育出版社
- 潘振華・劉琬 2015 「智能手機對公安院校大学生日常生活的影響及对策研究——以南京森林警察学院為例」『湖北警官学院学报』11
- 高丙中 1997 「聖誕節與中国的節日框架」『民俗研究』2

- 何威 2011 『網衆傳播：一種關於數字媒體、網絡化用戶和中國社會的新範式』清華大學出版社
- 戶曉輝 2013 「民俗學：從批判的視角到現象學的目光——以『技術世界中的民間文化』為討論中心」『安徽大學學報』3
- 姜申 2011 『手機與後工業文化』林勇、霍華德/麥克諾頓編『21世紀生活中的文化現象』復旦大學出版社
- 季野等編 1999 『1999年中國發展狀況與趨勢』經濟日報出版社
- 岸田宏司 1998 「家庭の情報化と家族關係」石川実・井上忠司編『生活文化を学ぶ人のために』世界思想社
- 小此木啓吾 2005 『ケータイ・ネット人間の精神分析』朝日新聞社
- 河野眞 2003 「民俗學與現代社會」『民俗研究』2
- 劉白雲編譯 2016 「美媒關注蘋果手機在華銷售低迷：不再是身份象徵」網4月29日
- 劉丹 2011 『手機對於青少年同儕關係影響之探討——以杭州市初中女生的手機使用狀況為例』南京大學修士學位論文
- 劉豐 2006 「試論手機短信的社會功能」陶立璠編『重慶亞民俗研究』6、學苑出版社
- 劉華芹 2005 「天涯虛擬社區——互聯網上基於文本的社會互動研究」民族出版社
- 劉能 2003 「當代中國人的生活方式：多緯度的解析」『廣西民族學院學報』4
- 劉偉 2014 「從手機通訊功能使用現狀看現代生活中的人際交往——基於2009年成都市手機調查的實證研究」『浙江傳媒學院學報』2
- 李敬 2008 「手機短信影響下的人際交往——親密還是疏離？」『東南傳播』6
- 龍曉添 2012 「祝福短信的傳播與傳統節日傳承」李松・張士閃編『節日研究』5泰山出版社
- 馬丹晨、靖鳴 2015 「解讀移動互聯網時代的『手機人』」『新聞愛好者』8
- 目黒依子 1987 『個人化する家族』勁草書房
- 孟利艷・劉加星 2013 「青少年手機使用與日常生活方式的變遷」『青年探索』4
- 默爾索 2016 「朋友圈四周年：我們都是毀掉它的罪魁禍首」『新浪專欄・創事記』（4月19日）
- 三上俊治 2004 『メディアコミュニケーション学への招待』学文社
- 大久保孝治・嶋崎尚子 1998 『生活学入門——日常生活の探求』財団法人放送大學教育振興會
- 岡田朋之・松田美佐編 2012 『ケータイ社會論』有斐閣
- 岡田朋之・松田美佐編 2002 『ケータイ学入門—メディア・コミュニケーションから読み解く現代社會』有斐閣
- 落合惠美子 2010 『21世紀的日本家庭、何去何從』山東人民出版社
- 佐藤方彦編著 1997 『生活文化論』井上書院
- 新谷尚紀（編）1999 『民俗學がわかる事典』日本實業出版社
- 孫秋雲・費中正 2011 「消費現代性：手機與西江苗寨的社會變遷」『貴州民族研究』3
- 孫文剛 2013 「網絡民俗：民俗學科的新增長點」『民間文化論壇』5
- 鈴木謙介 2005 『カーニバル化する社會』講談社
- 田龍過・唐寧 2015 「基於智能手機為移動終端的陝西農村交往方式研究——以穆寨鄉南坡村為例」『新聞研究導刊』12
- 王輝輝 2016 「鄉村電商星火燎原」『瞭望東方週刊』3月31日
- 王均霞 2012 「傳媒、漂泊的異鄉人與光棍節的興起」李松、張士閃編『節日研究』5、泰山出版社
- 王垚 2016 「4歲娃還不會叫爸爸——八旬華西兒科教授疾呼：家長、請放下手機」『成都商報』4月20日
- 王曉芸等 2016 「大學校園『低頭族』激增高校出招鼓勵『脫機』、『自習』」『北京青年報』5月17日
- 王玉 2014 「支付革命」『銷售與市場 管理版』5
- 謝少波・王逢振編 2003 「J. 希利斯・米勒」『文化研究訪談錄』中國社會科學出版社
- 張進、喻豐 2014 「智能手機和社交網絡改返什麼？」『清華管理評論』5
- 閻雲祥 2012 『中國社會的個體化(The Individualization of Chinese Society)』上海譯文出版社
- 岳磊 2014 「疏離、監控與異化：智能手機的現代文化反思」『理論月刊』11
- 周舒曼 2016 「400學生試驗21天課堂不玩手機 一週後只有103人挺住」『重慶商報』4月21日
- 周曉虹編 2005 『中國中產階級調查』社會科學文獻出版社
- 周星 2005 「關於『時間』的民俗與文化」『西北民族研究』2
- 周芸 2010 「山寨手機與青年農民工群體的城市身份建構」『蘭州學刊』1
- 周穎・沈艷秋 2010 「手機發展史」『科技信息』33