第6章 ボランティア

インターネットとボランタリーなコミュニティ◆失われたコミュニティと新しく生まれるコミュニティ

ボランタリーなコミュニティの形成

インターネットとボランティアが関連付けられて一般に語られるようになったのは、阪神淡路大震災の時からであろう。

震災の時、現地に乗り込んで目覚ましい活躍をした大手のNGO/NPOは、当時、ネットワーク利用には消極的だった。情報ボランティアといわれた人々の多くは、ボランティアがネットワークを使ったのではなく、ネットワークを使ってなにかの役に立ちたいと思った人たちがボランティアになったのである。2年経った1997年になってみれば、ボランティアであろうとなかろうと活動の効率化を図ってインターネットを利用することは当り前になった。

その一方で、インターネットによって媒介される関係性がボランタリーなコミュニティを誕生させている。日本各地で、禁煙をしたい人たちの、障害をもつ人たちの、喘息で苦しむ人たちの、就職情報を共有したい人たちの、子育ての情報を交換し、使いやすい保育所に関する情報を教え合う人たちのボランタリーなコミュニティがインターネット上に次々に誕生している。そのようすは、新しいなにかの予兆を感じさせるに十分だ。

インターネット上にコミュニティがどんどん出現しているのは、インターネット自身のコミュニティ性が急速に低下していることの裏返しである。インターネットは、その昔、互いに助け合うことが当り前の、1つのボランタリーなコミュニティであった。それが、WWWの急速な発展に伴なって、ひと儲けしようという人、コストがかからないからといってダイレクトメールをむやみに送り付ける人、人に迷惑をかけて喜んでいる人たちが大量にインターネットの世界に参入してきた。かくして

図1 阪神淡路大震災で「ボランティア元年」といわれてから3年。ボランティアにおけるインターネットの役割が注目された。現在も活発な活動が続く (これは震災発生当時から今までの写真を掲載しているホームページ)

最近のインターネットは、なんでもありの経済市場のようになってきた。とはいえ、政府の統制がそうやすやすとは効かないという点ではインターネットらしさを残している。

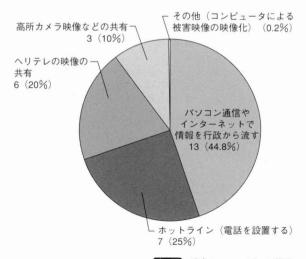
インターネット全体での信頼性とか自発性を期待できにくくなり、居心地が悪くなれば、必然的に限定された範囲の人たちでコミュニティを作り、その中で密接な関係性をエンジョイしようという方向性が出てきてもおかしくない。大手商用パソコン通信においても、何万人という互いに知らない人たちが議論する電子会議室より、小規模で知り合いだけが参加するパティオなどの私的な情報交換の場がより好まれるという傾向が出始めたのが1997年だ。

1997年はこのように、インターネットの普及が進む中で、ボランタリーなコミュニティを志向する傾向が目立ち始めた年であった。それとともに、そのような新しいニーズに対して、これまでのインターネット技術が必ずしも十分に対応できていないことがわかり始めた年でもあった。

ボランタリーなコミュニティの特徴は、メンバーが自発的に参加しているので、ほかから言われなくともみなが進んで協力し、相互作用が働き、財力や権力という決まりきった尺度だけでない多様な価値が通用しているので、みなが共存できるということだ。もちろん、これはうまくいっているコミュニティの話である。コミュニティの中には、相互不信が蔓延し、フリーライダーがまかりとおり、派閥争いに明け暮れるために、なにをやってもうまくいかないものもある。社会学では、その差はコミュニティのソーシャル・キャピタルが豊富かどうかということに起因するという説明がなされる。

ソーシャル・キャピタルとは、コミュニティのメンバーが情

図2 災害時に行政との連携に必要なしくみ (企業とマスコミ44社に質問、23社が回答)



出 所 兵庫ニューメディア推進 協議会資料を元に作成

図3 重油事故では、インターネットで多くの情報が発信された。

「Save the Coast!」より



報を共有し、共通の問題を助け合いながら乗り越えてきた経験が共同資産として蓄積されたものである。日本の伝統社会に無数に存在したと言われる結や講は、顔の見える範囲の小集団の中で物事をうまく進めるためのコミュニティの知恵、つまり、ソーシャル・キャピタルを作るノウハウであった。明治のはじめまであった寺子屋や吉田松蔭の松下村塾のような私塾は、自発性と相互性に基づくコミュニティのソーシャル・キャピタルに支えられていたフリースクールの成功事例である。そのような文化遺伝子をもつ日本人が、戦後の高度成長期からバブル期に経済一辺倒に走った。そして、阪神淡路大震災のころからコミュニティを思い出し始めた。それがインターネットの一般社会への浸透と並行し相互作用しながら進んできた。こんなストーリーが成り立つかもしれない。

電子メールとWWWというインターネットの2大アプリケーションは、いずれも、明らかにコミュニティ志向のツールとは言えない。メーリングリストはコミュニティを定義するには便利だが、それ以上のめぼしいコミュニティ機能はない。つまり、既存のインターネットツールは、おおむね、コミュニティのソーシャル・キャピタルの蓄積を促進する、ないしは、コミュニティのソーシャル・キャピタルを活用して、結果としての効率を生み出すことを意識して作られたものではないということだ。

ボランタリーなコミュニティに最も重要な「信用」 ――相互認証システムの必要性

コミュニティのソーシャル・キャピタルのうち最も重要なものは信用である。これまでの社会では、情報の信用を担保とするやり方としては、政府が権威によって行うか、企業が経済原理に基づいて保証するかしかなかった。しかし、それには相応のコスト(たとえば、膨大な官僚機構や保険料、契約にかかる費用)が支払われているのである。しかも、金融の信用担保の総本山であるはずの大蔵省や日銀が汚職で朽ちかけているという今日このごろである。もし、ボランタリーなコミュニティが、その本来の特徴によって、余計なコストをかけることなく信用を担保できるとしたら、ボランタリーなコミュニティは、単に居心地がよいだけでなく、社会を変える起爆剤になるかもしれない。

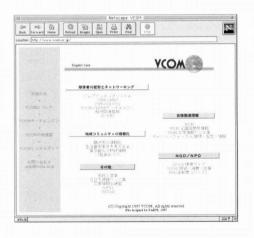
ボランタリーなコミュニティの信用担保を実現するには、しかし、「コミュニティ認証」とでも呼んでおこうか、これまで考えられてきた認証アプローチとはかなり異なる方法論が必要になる。ボランタリーなコミュニティの認証に関する難しさは、メンバーの認証と組織の認証の両面から発生する。

まず、メンバーの認証である。これまでのインターネットに利用者認証の対象になってきたのは、企業の人事ファイルとか大学の学生リストなどという管理者のリストによってオーソライズされた個人の認証であった。ボランタリーなコミュニティはこれまでとは逆で、参加者の自発性によってオーソライズされた認証システムを作らねばならない。次に、企業や官庁がそれ自体が権威ある存在であることに比べると、NPOなどのボランタリーなコミュニティ自体の認証は厄介な問題を含む。インターネットのORドメインの認定に関してJPNICが一時かなり困窮していたようであるが、従来の考え方にとらわれるとコミュニティの認証は非常に難しいというよい例であろう。コミュニティの認証には、なんらかの形での相互認証システムが必要である。しかし、そのための方法論もシステムも確立していない。

人類社会が、地域共同体が機能していた中世やそれ以前の時代から、コミュニティが崩壊した近代を経て、いままたコミュニティが注目されてきた。それと同じように、かつては1つのコミュニティであったインターネットが、WWWの洗礼を受けてオリジナルなコミュニティ性を失いつつある中で、新しい意味でのボランタリーなコミュニティをどのように創造していけるか。それが、1998年のインターネットの1つの大きな課題である。

(金子郁容·VCOM 慶應義塾大学教授)

図4 インターネットを媒介とする情報コミュニティ作りの 実証研究プロジェクト、VCOMのホームページ http://www.vcom.or.jp/





「インターネット白書ARCHIVES」ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年~2012年までに発行したインターネット の年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以 下のウェブサイトで公開しているものです。

http://IWParchives.jp/

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- ●記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- ●収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の 著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- ●著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- ●このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくま で個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- ●収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名お よび年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記くだ さい。
- ●オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D (初期は株式会社インプレス)と 著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全 に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的 な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D | 🖂 iwp-info@impress.co.jp

©1996-2012 Impress R&D, All rights reserved.