

## 意外に他人事ではないかも?

### 『インターネット 中毒者の告白』

インターネット中毒者となった著者が、インターネットの濃い世界を語った本。WWWでホームページを読みあさったり、電子メールやネットニュースを読み書きしたりするのがインターネットではない。インターネットでは、多くのアプリケーションが使われており、その中でもマニアックなのがIRC（インターリレーチャット）とMUD（マルチユーザーダンジョン）だ。市内通

話が定額制で安いアメリカでは、日に数時間もインターネットの世界にのめり込んでいるユーザーも多いと聞く。著者も、そのIRCとMUDにはまってしまふ。そこでは、国際フレーム戦やデジタルナンパにハマって、アブナイ者どものイカした世界が繰り広げられる。パソコン通信のドロドロした実情は、ときどきマスコミに取り上げられるが、インターネットにもその世界が潜在するのだ。彼女は、インターネットはサロンではなく酒場に近

いと言っている。確かに日本でも女性のホームページにはナンパメールが多いらしい。酒場で男たちにかかわれながらもハマっていく、インターネットがアダルトページ以外は明るく健全なものだと思っている人は、こんな通信もあることを知っておいてほしい。



J・C・ハーツ著  
大森望、柳下毅一郎訳  
草思社発行

301頁  
1957円  
ISBN : 4-7942-0728-X



# インターネットの憂鬱

菊地宏明 Hiroaki Kikutchi

## 都市空間の情報化

### インターネットの死角を突く!

#### 『インターネットの裏庭で』



橋本典明著  
工業調査会発行  
221頁  
1792円  
ISBN : 4-7693-5106-2

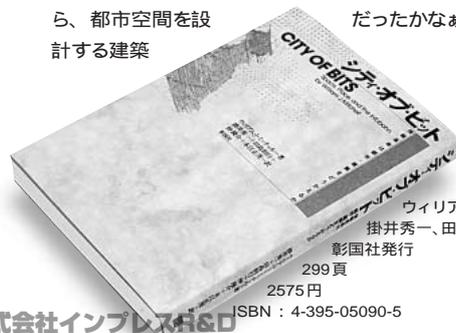
週刊SPA! 連載の「ハイテクラスプーチン」がまとめられた。著者は『リアル・ハッカーズ』の橋本氏で、『リアル・ハッカーズ』で語られなかったスパイに間違えられたエピソードなどが書かれている。通信衛星を使ったメディアのハッキング、ハッカーとハッカー狩り、インターネットなどのメディアについて、豊富な話題と鋭い視点で読ませられる。「国際電話を1/5にする新システム」とかのコピーで

最近新聞の折り込み広告でも目にするコールバックシステム（アメリカから自動的に安い国際電話料金でかけ直してくれるシステム）を胡散臭いと思っていたのだが、実は合法的だとこの本の5章を読んでわかった。まさにメディアブアーな日本人そのもの私がいる。その他、携帯電話にしろ、GPSにしろ、インターネットのエレクトロニックコマースにしろ、嫌になってしまうくらいの海外とのギャップが明らかにされている。おもしろなのがBEKKOAME /INTERNETの仮想都市B-CITY（電子モール）の出店説明会で、一等地を買い占めたいという企業があったという話。インフラ整備は遅れていても、バーチャル土地転がしを考えている人がいるとは、我ながらすごい国であると思った。

#### 『シティ・オブ・ビット』

東京の副都心新宿の超高層ビルの高層階にあるオフィスへ行った。ここでは実際でも携帯電話が安定して受信できない。副都心の百数十メートル上空に点在するオフィスでは軒並みこんな現象が出ているらしい。わけを聞いてみると、携帯電話の複数の基地局からの電波を捕らえてしまうために起こるのだそうだ。これも、高層ビルにアンテナを設置すれば、問題は解決するようだが、公共の場ではないので設置できないとキャリアは言うらしい。情報化社会の空白域はまさにハイテクビルにあったのだ。こんな体験をしてから、都市空間を設計する建築

家は情報が進む将来に向けてどのような環境を設計するのかに興味があった。本書では、MITの建築・計画学部長が具体的な建築の話ではなく「これからのデジタルな環境はどのようなものであるべきか」を記している。そこにはデジタル化された都市の生活が描かれているが、『インターネット中毒者の告白』にあるようなドロドロした生身の人間像は見えてこない。同じデジタル社会を描いたニコラス・ネグロポンテの『ビーイング・デジタル』ほどエキサイティングでもなく、まるで、マンションの完成予想図を見ているようでつまらない。もしかしてネグロポンテって偉大な建築家だったかなあ。



ウィリアム・J・ミッチェル著  
掛井秀一、田島則行、仲隆介、本江正茂訳  
彰国社発行

299頁  
2575円  
ISBN : 4-395-05090-5

## 家電が変わる、家電がつながる

### 『新「情報家電」と500ドルパソコン』

冬のボーナスシーズンを迎へ、家電製品の購入意欲をあおるようなテレビCMがあふれた頃、しきりにインターネットという言葉が飛び交い、数社がインターネットワイドテレビを販売し、新型の携帯情報端末が発表され、デジタル通信衛星放送の視聴契約キャンペーンやDVDの新製品とパソコン・家電店は大賑わいだった。このように急激に変化する情報家電関連を解説したビジネス本が本書である。1項目を1頁で解説する構成で、OCN、NC、Java、ブラウザ、デジタルスチルカメラ、DVD、インターネットTV / 情報家電などを章立てて説明する。イ

ンターネット/Javaの稼働環境に対応した情報家電を本書では新情報家電とよび、ネットワークコンピュータとともに二本柱にしているにもかかわらず、わずかに最終章で取り上げているだけにすぎない。そこでもインターネットに接続されJavaが利用できる家電などまだない今、新情報家電製品が紹介されていない。ちょっと先走った感はあるものの、いろんなキーワードが散りばめられており、あとからそのキーワードを調べるだけで勉強になる。通勤電車で、トレンドだけつかむには良い本で、これですべてを知ろうと思っ



伊藤友八郎著  
PHP研究所発行  
204頁  
1400円  
ISBN : 4-569-55414-8

## デジタル広告がわかる

### 『インターネット広告』

ゲーセンで流行ったプリクラ（プリントクラブ：シール作成機）に続く注目は、WWWページを作成するマシン「放課後倶楽部」だそう。これは、ビデオカメラで撮影した映像と音声をWWWのページ（<http://houkago.lee.or.jp/>）にのせ、あとでホームページに寄せられたコメントを確認できるという情報端末だ。女子高生が数百円で自分を売り込むホームページを作っている御時世だが、お父さんたちは今一つインターネットと広告の関係がわからない。そもそも何？ どんなメリット

があるの？ どうすれば会社の広告が出せるの？ こんな疑問に答えてくれるのが本書だ。これまでに出たエレクトロニックコマース全般を扱う本では、決済、電子マネーやセキュリティなど難しい項目の説明に多くのページが割かれ、広告媒体としてインターネットを活用する方法が不明瞭でわかりづらかったが、本書は、広告とは、そのメリット、作成するにはどうしたらよいかに十分なページを使っている。基本的な内容から、広告作成の方法、広告を広める工夫などをていねいに書いているが、インターネットでのマナーやタブーなど、知っておかなければいけない情報が欠落しており、別の本で内容を補充しておくことをおすすめする。



戸田覚著  
ダイヤモンド社発行  
200頁  
1600円  
ISBN : 4-478-55010-7

## 定番ロングセラー本の日本語版

### 『インターネットユーザーズガイド Windows 95版』

NUTSHELL HANDBOOKシリーズのインターネットユーザーズガイドがWindows 95に合わせた内容に書き直された。今までUNIXマシンのアプリケーションを中心に解説されていた部分が、Windows 95で動作するアプリケーションになっている。大まかな構成は今ままで変わらないが、多くのページを占めるアプリケーションの操作方法が、Windows 95向け

になっていて読みやすい。電子メールでMicrosoft Exchange日本語版とEudora Lite、WWWブラウザでMicrosoft Internet Explorer 3.0日本語版とNetscape Navigator 2.02日本語版、ニュースリーダーでTrumpetとNetscape Navigator英語版というようにWindows 95で親しまれているソフトで紹介される。ここで「？」と思った人もいるだろう。同じソフトでも取り上げる章によって、英語版だったり、日本語版だったりして統一性がない。さらに、初

心者がまず初めに行わなければならないインターネットの接続方法を解説するページがWindows 95英語版をベースに書かれている。これでは、初心者が戸惑うように書かれていると思われる。また、アメリカでのロングセラーをそのまま訳してしまったため、日本の通信事情と異なる記述もあって残念だ。

Ed Krol, Paula Ferguson 著  
萩原正義監訳  
エディックス訳  
オライリー・ジャパン発行  
692頁  
6077円  
ISBN : 4-900900-06-0



## 話題の本の著者インタビュー

『Surfing on the Internet a netheads' adventure』

(邦題:インターネット中毒者の告白)の著者

## J.C.ハーツ



人間がネットワークの世界に入ったとき、  
どんな感情をいだき、どう行動をするのか  
これは面白いテーマだと思っただけです。

インターネットカルチャーのディープな世界を描いた書として話題となった『Surfing on the Internet - a netheads' adventure』の著者、J.C.ハーツさんが10月に来日した。日本語版『インターネット中毒者の告白』(大森望・柳下毅一郎訳、草思社刊)のあらすじには「ハーバード大学の女子学生が、不思議の国のアリスさながらにインターネットの世界へ突入! ニュースグループやIRC、MUDなど広大なその世界を紹介し、そのすべてをみずみずしい批評眼でリアルに描き出した、最高のインターネットノンフィクション」と紹介されているが、日本でも話題作となることは必至だ。ニュース番組や週刊誌の取材を受けながら、しかも執筆中の次回作『Joystick Nation』の取材も兼ねての来日という多忙なスケジュールの合間ををぬって、本誌はインタビューの機会を得た。

## J.C.Hertz

1972年生まれ。ハーバード大時代にインターネットにハマリ、卒業後マイアミ・ヘラルド紙に勤務するが、リトル・ブラウン社と『Surfing on the Internet』の出版契約が決まって退社。現在はニューヨークを拠点に『GQ』『Playboy』『Rolling Stone』などで活躍中。

インタビュー・構成 / 喜多充成

**K** : 日本語版には『インターネット中毒者の告白』という刺激的なタイトルが付きましたが、抵抗はありませんでしたか?

**J.C.Hertz (以下、JC)** : いえ、センセーショナルに扱われたということであれば、アメリカのメディアのほうが強烈でした。それこそみな私にインターネット中毒者だったと告白させてがっているようで、同じ質問をしてくる。「私は精神科医なのだが、ここの部分の記述には。」と聞いてくる人もいれば、「中毒にかかっている人は自分が中毒者であることがわからないんだ!」と断言する人までいた。そうまでして私を「心を病んでしまったインターネットの犠牲者」に仕立て上げたいのかしらと、困ってしまいました。

**K** : インターネットに触れている人ならだいたい見当の付く話でも、それを知らない人たちが初めて目にしたら、たとえば「気が付いたらマシンの前で6時間経っていた」とか「ネットおかまの存在」などのエピソードは刺激的でもあるし、誤解も生まれやすいのではないかと思います。

**JC** : 決して映画の「トロン」みたいに、入り込んだら抜けられない世界じゃなく、ただ電源を切れればいいだけなのに。メディアを通して伝えられる「インターネット中毒者の姿」はあまりに誇張されすぎているということを、これまでに取材を受けたなかであらためて実感しました。

**K** : しかし、電源を切れればサヨナラできる世界なのに、なぜこんなにのめり込んでしまうのでしょうか。ネットで得られる体験は、ひょっとして人間の根元的な欲求に根ざしているのではないかと思ってしまうのですが?

**JC** : 同感ですね。実世界で違う土地に行くには時間もお金もかかる。人と会うにも「この人は何を考えているのか」と探ったり、「この人によく思われたい」とエネルギーを使う。でもネットの世界なら、モスク

ワでもニュージーランドでも好きな世界にすぐ飛べるし、疲れもしない。飽きればByeとタイプしてさようなら。しかも椅子にもたれてただ見ているだけのテレビと違って、自分の好奇心で、新しい情報を引き出していくことができる。これを好むのは、人間の本性だと思えます。

**K**：たとえば「空を飛ぶ」ということも長らく人類の願望だった。それがようやく実現し始めた今世紀のはじめには、墜落して死んだヒコキ野郎もたくさんいたわけですよ。その後長く選ばれた人のための特殊な乗り物だったものが、今では我々の当たり前の交通手段となった..。

**JC**：それは興味深いたとえです。新しいメディアや技術が生まれるたび「これで人類は理想郷に近づける」と期待し続けてきた。電話もラジオもテレビもみなそういう夢を人々に与えました。ただ体験していないことに対する不安は大きいものだから、革新のスピードが速すぎたり、ギャップが大きすぎたりすると、新しいものを懸念する人もより多く現れることになる。

**K**：昔からさまざまな「未来のイメージ」が描かれてきましたが、ヘンにゆがんだ未来ってありますよね。プラスチックスーツを着て錠剤を食べて生活するとか。

**JC**：問題はそれが実用性があるかないか、楽しいかどうか、人間の本性に根ざした欲求であるかどうかだけで、技術的なハードルの高さや莫大な開発コストは、長い目で見れば障害にはならないんですね。たとえば、あなたが持っているこれ(とQV-10を指さす)、どんなふうに使ってます？

**K**：えー、生後3か月の息子の写真を、田舎の両親に電子メールやファクスで送っています。

**JC**：残したい、人に見せたいというのはやはり人間の本質的な欲求の1つでしょう。

最先端の技術をそういうふうにするのは「正しい使い道」だと思いますよ。

**K**：恐縮です。

**JC**：そんな未来を夢見た人たちが、この世界を切り拓いてきたわけでしょう。ところが現代における「未来像」は、メーカーや通信事業者から売り付けられるものになってしまった。

**K**：どういうことでしょうか？

**JC**：たとえば、AT&Tがいまアメリカでやっている広告コピーは「You Will.」というんですが、3000マイルの距離から母親が子供を叱ったり、南の島のビーチから仕事場に出勤したり...。これが人間の本性に沿ったことなのかどうか、私にはわかりません。

**K**：日本でもインターネットは電機メーカーや通信事業者、それにマスメディアがブームを煽ってきた面があります。インターネットはニュアンスとしては非常に技術寄りの言葉として一般に受けとめられています。ですが、あなたの本の中にはコンピュータ技術の話はほとんどといっていいほど出てこない。

**JC**：ソフトウェアの設定方法を書いても、すぐ古くなってしまふ。しかし変わらないのは人間の営みです。人間がネットワークの世界に入ったとき、どんな感情を抱き、何に戸惑い、何に興味を覚え、どう行動するのか、これは面白いテーマだと思ったんです。

**K**：では「このテーマは一冊の本になる」と思ったのはいつのことですか？

**JC**：21歳のときに「書こう。きっとできる」と思いました。大学を出て地方紙で記事を書いていましたが、インターネットのことを書く先輩ライターは多くても、インターネットの文化的側面にまで踏み込んでその世界を捉えようとする人はいないのではないかと思いました。傲慢に聞こえるかもしれませんが、何でもできないことはな

いと思う年代ですからね。

**K**：最後に、あなたはネットワークの未来を楽観していますが、悲観していますか？

**JC**：人間はどんな場所でも無意識に自分をとりまく環境を探りながら、自分の位置を確かめようとしています。ネットの世界ではまだそれがなかなか難しいことだから、暗く大きな空間に放り出されたような不安を感じる人も多いのだと思います。飛行機がポピュラーなものになり始めたときに利用した人々には、それなりの覚悟があったように、まだしばらくは、インターネットの世界に飛び込もうという人々には「必要な何か」があるのではないのでしょうか。しかし、この写真のあなたの息子さんのような次の世代か、次の次の世代になれば、ネットワークの中で戸惑うことのない人々が増えてくるでしょう。コミュニケーションをしたいというのは人間の本質的な欲求です。だから楽観しています。

**K**：いずれあなたの本も「昔はこんな混乱があったんだって」という笑い話として受けとめられるか、社会心理学のテキストとして読まれるようになるかもしれませんね。

**JC**：未来の宿題のテキストにでもなれば、出版社も喜ぶと思いますよ(笑)。

インタビューを終わって

1つの質問に答えがいくつも返ってくる反応の速さ。タイプも速そうで、IRCで数人と同時に会話するのも苦にならなかったに違いない。「こう見えてもウエイトリフティングをやっているんですよ」と、腕相撲を挑まれたが、指相撲で勸弁してもらい、しかもあっさり敗れた。

著書では最後に「サイバー自殺を遂げた」と書いているが、電子メールは現在でも仕事に不可欠の手段となっており、取材お礼のメールを送ると「こちらこそ。指相撲で北米を制覇し、環太平洋リーグにも勝利できたことを誇らしく思っています」と返事が届いた。なかなかお茶目な美人作家でした。



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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の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。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)