

〈 3.「メディア・文化のインターセクション」研究会 〉

## 3-4. ライフログに関する文化社会学的研究の可能性

山守 伸也

### 要約

「ライフログ」という個人の生活や行動を記録する行為が近年注目され、推奨されている。多くがデジタルツールを用いたライフログを前提に、人生のあらゆる情報を記録することで自分を客観視でき、そのことが自己の成長に繋がる、というような効果を謳っている。ただ、そうした個人の生活に関する情報の記録は、ブログ等においてすでに行われている。にもかかわらず、ライフログが「新しい」ことのようにして喧伝されるのは、インターネットに関わるメディアの宿命とも言える。ネット上に現れる新しいツールは、常に技術的な新しさが強調され、その都度バラバラに取り上げられてきた。しかし、そこで語られる内容はほとんどが同じことの繰り返しであり、例えばブログと Twitter だけを見ても、新たな「つながり」の獲得といったことが、繰り返し謳われていることが確認できる。ライフログは多様なツールを用いて行われるものであり、これまでのようにツールごとに取り上げていては、全体像が見えない。ライフログを論じるためには、ツールの別を越えた行為の連続性に着目する必要がある。そうすることで、ツールの特性に回収されない、行為の質的な違いや変化について論じることができるのである。本稿の最後には、そうした視点に立ってライフログの行為類型を検討したうえで、近年のライフログに対する言説と（紙ベースの）日記に対する言説の共通性を見いだすなどの試論を行なった。

### 1 はじめに

近年「ライフログ」という言葉が広がりを見せている。生活や人生（ライフ）の記録（ログ）という意味で、広義には手帳などに記す備忘録や日記なども含まれるが、主としてインターネット上にアップロードされるものを指すことが多い<sup>1</sup>。その日あった出来事や、訪れた場所、食べたものなど、個人の生活や行動について記録（公開）していくというものである。記録方法も文字だけでなく、写真を付したり、GPS（全地球測位システム）による位置情報を加えたりするなど、デジタル技術を用いる

1 総務省（2010）は次のように説明している。「ライフログは、蓄積された個人の生活の履歴を指す。ライフログは広範な概念であり、およそ考え得る蓄積された個人に関する情報の全てが含まれる。デジタル化されたものに限っても、ウェブサイトの閲覧履歴、電子商取引サイトにおける購買・決済履歴、携帯端末の GPS（Global Positioning System 全地球測位システム）により把握された位置情報、携帯端末や自動車に搭載されたセンサー機器により把握された情報、デジタルカメラで撮影された写真、ブログに書き込まれた日記、SNS（Social Networking Service）サイトに書き込まれた交友関係の記録、非接触型 IC を内蔵した乗車券による乗車履歴等から抽出された情報が含まれる」。

ことで、記録のバリエーションは広がり、記録の煩わしさも減っている。携帯電話やスマートフォンなどのモバイル機器の普及によって、外出先や移動中でもインターネットに接続でき、リアルタイムな情報を記録・発信できるようになったことが、そうした営みを容易にし、促進させている面もある。

このような「ライフログ」なるものが、対応するデジタル技術の開発の動きを伴って、推奨され始めている。ここ数年でライフログに関する書籍は多数出版され、「Evernote」などの記録ツール（メディア）の紹介や、記録することの効果を謳い、利用が促されている<sup>2</sup>。メディア技術の発達により人生のあらゆる情報が記録・保存でき、検索によってそれを瞬時に振り返ることができる。その営みが自身の成長にも繋がるというわけである。

ただ、ライフログのような、個人の生活や行動を記録・発信する行為は、とくに目新しいものではない。ブログや Twitter をはじめ、mixi や Facebook、Google+ など、ツールだけを挙げてても多数存在し、いずれにおいても個人の生活や行動が記録され、発信されている。すでに多くのネット・ユーザーが行なっていることなのである。また、それらのツールや営みについて、様々に論じられてもきている。にもかかわらず、ライフログは「新しい」ものとして、取り上げられているのである。

では、何が「新しい」のか。何が「新しい」こととして謳われているのか。それらを明らかにするためには、「ライフログ」が（「新しい」ものとして）取り上げられる以前の、ライフログなる営みに注目しなければならない。つまり、「ライフログ」という言葉が注目される以前から生活や行動を記録するものとして用いられてきたブログや Twitter 等のネット・メディア<sup>3</sup>について検証しなければ、現在の「ライフログ」の「新しさ」は見えてこないというわけである。そもそもネット・メディアをめぐっては、新しいツールが出るたびに、その「新しさ」が喧伝されてきたきらいがある。それについての検証も必要だろう。

そこで以下では、「ライフログ」と謳われる以前から存在したライフログのツールとして、ブログと Twitter を取り上げ、各々が社会的にいかなるインパクトを持つものとして位置づけられ、表象されてきたのかを、具体的な言説をもとに明らかにする<sup>4</sup>。そのうえで、「ライフログ」についての試論を行い、文化社会学的な視点からの研究の可能性を探る。

## 2 ネット・メディアに関する言説

まずは「ライフログ」という概念が注目される以前からライフログを残す手段となってきたネット・メディアとして、ブログと Twitter を取り上げ、それらについて言及する書籍や雑誌記事をもとに、各々の社会的位置づけや表象のありようを明らかにしていく<sup>5</sup>。

2 たとえば、五藤（2011）、美崎（2011）、Bell and Gemmell（2009 = 2010）など。

3 インターネットを媒介とした／用いたメディアを、本稿では「ネット・メディア」と呼称する。

4 これら二つで多様なツールを持つネット・メディアすべてを代表させることはできないが、他のツールに比べて書籍の出版や雑誌での言及が多い。また、ライフログを表題に掲げた書籍は2010年以降に発行されたものがほとんどであるが、ブログは2004年以降、Twitter は2008年以降が主となっており、数年の間隔を開けて時系列での比較が可能である。

5 ブログに関する書籍は概ね480件、Twitter に関する書籍は220件ほど確認できる（国立情報学研究所「Webcat Plus」）。なお、本稿では、いわゆる学術書に相当するものは参照していない。

## 2.1 社会変革

第一に、双方に共通するのが、ブログや Twitter を使うことで「社会」や「世界」が変わるといった、やや誇張した表現が用いられることである。たとえばブログでは「未来社会にインパクトを与える革命的メディア」（伊藤ほか 2006）などと謳われ、Twitter では「140文字が世界を変える」（コグレ・いしたに 2009）、「携帯電話、メールを超えるコミュニケーション革命をもたらす」（『週刊ダイヤモンド』2010.1.23）などと、その技術的先進性による社会的影響の大きさが強調される。

これらはネット・メディアに共通した、ステレオタイプな語り口であるが、いかにして「革命」や「変化」が起こるのか、そのプロセスや理由は明示されないことが多く、主に書籍のタイトルや雑誌の見出しに用いられる。印象論としては Twitter に目立つ。

## 2.2 個人の情報発信

「変革」の一例として挙げられるのが、個人による情報発信の実現である。ブログであれば「あらかじめフォーマットが用意され」、「デザインセンスも、お金も、専用ソフトも必要ない。メールが送られてネットサーフィンが楽しめる人なら絶対にできる」（岡部 2006）というように、利用の際の敷居の低さが謳われる。そして、そのことが社会を変えるというわけである。ブログの登場で「個人や企業は簡単に、しかも時間をかけず低コストで情報を発信することが可能になった。そのことが着実に、かつ急激に変えつつある」（『週刊ダイヤモンド』2006.5.20）という具合に。

Twitter についても同じようなことが言われている。違いは、ブログよりもさらに容易であることと、モバイル機器からの投稿が視野に入れられているという点だろうか。ここで挙げられる言説もまた、Twitter やブログの普及以前から存在するものである。

## 2.3 関係の拡張

ブログや Twitter に関する言説で最も多いのが、「つながり」をキーワードとする人間関係の（疑似的）拡張を謳うものである。たとえば Twitter については次のように語られる。

最初から仕組んであったわけでもなく、誰が参加するのかは事前に分からない。まさに、突発的に局所的に生じる発言の連鎖だ。実は、このつながりが Twitter の魅力なのだ。……リアル世界にはない新しいつながりだ。（小川 2011: 154）

予想だにしない「新しいつながり」が、Twitter を使うことで得られるという。それこそが Twitter の魅力だというわけである。同じように、「つながり」は Twitter の「醍醐味」であるとも語られる。

Twitter の醍醐味は、さまざまなユーザーのつぶやきを介して新鮮な情報を受け取ることだけではない。たったひとつのつぶやきから始めるほかのユーザーとの“ゆるい”つながりが、Twitter をさらに面白くする。（日経 BP 社出版局編 2009: 21）

自由につぶやいて、それがゆるやかにつながっていくことで、狭く具体的だったトピックが広く抽象的な話題へ拡散していく。ツイッターのタイムラインをそれぞれが眺めることで、ユーザー同士が直接コミュニケーションしていなくても意識の一部をどこか「共有」でき、これが結果と

して皆にインスピレーションを与え合っている。このゆるやかなつながりと意識の共有感覚こそが、ツイッターの最大の醍醐味だ。(津田 2009: 187)

いずれの例でも Twitter における自由なつぶやきが、(ゆるやかな)「つながり」をもたらすと語られる。実質的な人間関係に影響を及ぼすかどうかは別にして、少なくとも感覚のうえで、「つながり」が得られるツールだというわけである。そうした言説は、利用する当事者の語りにおいても見てとれる。次の例はその典型である。

このツイッター、始めてみるとおもしろいし、楽しくてしょうがないんです。自分は「いつも誰かとつながっているんだ」という充実感があります。(『週刊ダイヤモンド』2010.1.23)

ここで挙げたものはごく一部にすぎないが、もともと友人の少なかった人が Twitter を始めることで一気に「つながり」が拡大したという類の語りは、多数存在する。他方、Twitter の数年前に普及し始めたブログにおいても、同じように「つながり」が語られる。以下に示すのは、ブログの利用を促す記述の一部である。

さあ、ブログを始めよう。メモ書きでも本の感想でもかまわない、ありのままでいい、何かを公開することで、その価値観を共有する人々とつながっていくのがブログなのだ。(長野・増田 2004: 3)

自分にとっては些細でつまらないことでも、時には誰かの役に立つこともある。……一見つまらないと思えても、誰かが反応してくれる。……それはいずれ出会いにもつながる。(長野・増田 2004: 42)

ここでもやはり「つながり」がキーワードとなっている。ブログを書き公開することで、人とのつながりや出会いの契機になるというわけである。あえて違いを挙げるなら、Twitter には「ゆるく」「ゆるやか」という形容が含まれていた点がある。ただ、いずれにおいても人間関係を築いて行くプロセスは詳述されず、ブログや Twitter をブラックボックスにしたまま、自然と「つながり」が得られる、というような理屈になっている。

紙幅の都合で事例は限られているが、ブログと Twitter の間には多少の違いはあっても、大きくは似通ったものであると言えるだろう。以前語られていたことは、ツールが変わっても同じようにして、しかも、さも「新しい」ことのようにして語られているのである。それはネット・メディアに共通して言えることである。語られる内容も、いまわれわれが目にしてきた、関係の拡張や開放(解放)、現実と乖離したネット(メディア)空間の特殊性といったことであり、程度の差はあれ、随分前から繰り返されていた定番の言説である。

ところが、事後的な調査や検討は十分になされないため、イメージだけが残存し、実態と齟齬が生じる。近年の状況を踏まえるなら、関係の拡張言説はとりわけ若い層にはほとんど当てはまらなくなり、ネット・メディアによって関係(つながり)が広がるというよりも、むしろ「閉じている」のが

特徴である<sup>6</sup>。ネット（メディア）空間も、現実から切り離されたものではなく、現実の関係が持ち込まれる場となっている（山守 2010<sup>7</sup>）。つまり、その後の現実を十分に描けていないどころか、異なる結果に至っているのである。

上述したような言説の状況が続く限り、われわれは新しいメディア（ツール）によって振り回され続けることになる。その一つの打開策として提示できるのが、複数のメディア（ツール）を切り離して捉えるのではなく、連続・共通したものとしてみることである。言い換えると、個々のメディア（ツール）じたいに注目するのではなく、「行為」の連続性に目を向ける必要があるということである。これについては、節を改めて検討する。

### 3 メディア論から行為論へ

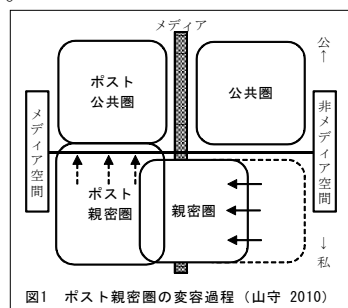
ネット・メディアはこれまで、ツールごとに別々に捉えられがちだった<sup>8</sup>。次から次へと「新しい」メディア（ツール）が登場し、その都度、先の議論は捨象されるかたちで、技術的な新しさばかりが強調されてきたからである。それは、先のブログと Twitter の例を見ても明らかである。

ブログであれ Twitter であれ、形式の違いはあっても、利用の仕方や内容に大きな差はない。ブログにおいても、短文の頻繁な投稿によって行動を実況するような使い方は、しばしば見られた。現在の Twitter で行われているような利用法が、Twitter 普及前のブログにおいても、すでに行われていたのである。つまり、ツールの違いはあっても、「行為」は共通したものであり、連続したものとして捉えることができるわけである。

さらに言えば、同じツールでも用い方に多様性がある。たとえば、同じブログでも、身近な既知の友人にのみ公開し、そうした友人とだけコメントのやり取りをしているものと、不特定多数の他者に向けて、あらゆる人からのコメントを求めているブログとでは、メディア（ツール）の持つ意味が大きく異なる。こうしたメディア内の違いにまで目を向けるためには、やはりツールごとではなく、「行

6 拙稿（山守 2009）での調査によると、若い層ほど身近な友人を想定してブログ等を行なっている割合が高く、実際にも身近な友人としかやり取りしていない傾向にある。ネット・メディアを他者に開かれたものとして使うのではなく、他者から「閉じられた」ものとして用いているのである。

7 メディア空間（ここでは「インターネット空間」を想定）は、既存の親密圏では得られない新たな親密性を築く「ポスト親密圏」として描かれたり、既存の公共圏を代替する「ポスト公共圏」と描かれたりしてきたが、近年の若者層は（既存の親密圏が脆弱なこともあり）親密な関係を持ちこむ場として、従来の「ポスト親密圏」を利用している傾向にある（図1では「ポスト公共圏」を圧迫している点も図示）。ブログや Twitter の利用のあり方を見ても顕著である。



8 それは利用を促す書籍等においてだけでなく、「研究」の領域においても同様である。

為」に着目する必要があるというわけだ。

そこで話は「ライフログ」に繋がる。ライフログとは非常に広範な概念である。ライフログに使えるツールはいくらでもある。先に挙げたブログやTwitter もまたその一部である。それらをツールごとに取り上げていては、ライフログという営みそのものについて検討することはできない。それゆえ、ツールの違いを越えて、連続したものとして捉える必要があるというわけである。しかしながら、そうした視点を欠いているためか、「ライフログ」をテーマとする研究は情報工学等の技術的な研究が大半を占め、人文・社会科学領域においては、個人情報漏洩などの法的問題やマーケティングといった関心による研究がいくつか存在する程度である。いわゆる社会学的・文化論的視点に立った、ライフログなる行為そのものについての検討は、十分に行われていないのが現状である。<sup>9</sup>

ライフログの利用動向などに関する調査研究が十分に行われていない段階では、実態に基づいた議論はできないが、少なくとも社会的にいかなるものとして位置づけられ、あるいは意味づけされているのかといったことについては、本稿において先に検討したように、言説をもとにして論じることはできるだろう。以下は、そうした視点からライフログを読み解いた試論である。

#### 4 ライフログをめぐる試論

既述のように、ライフログは非常に広範な概念であり、ネット・メディアのみならず備忘録や日記も含まれる。この広義のライフログについて、個別のメディア（ツール）ではなく「行為」に着目して捉え直すならひとまず公開／非公開という分析軸によって、分類・把握することができるだろう。すなわち、ライフログと呼ばれる個人の生活や行動の記録を、他者に公開するかたちで行うのか、誰にも公開することなく行うのか、という点において、各々を異なる行為として位置づけることができるというわけである。

そもそもブログなどは一般に「ネット上の日記」とであると説明されるが、従来の紙ベースの日記と（行為の次元で）決定的に異なるのが、他者への公開を前提に行うかどうかということである。インターネット黎明期の個人ホームページやテキストサイトにおいて始まったとされるネット上の日記は、私秘的なものであるとされてきた日記を、不特定多数の他者に向けて公開するものであり、それまでの日記とは一線を画すものであると言える。こうした行為は、以後、ブログから mixi などの SNS（Social Networking Service）での日記、Twitter へとかたちを変えながらも続けられている。ただ、同じ「日記（あるいは私的な記録）を公開する行為」ではあるものの、SNS などにおいては公開範囲の限定も加わってくる。すなわち、見せる他者、見ることのできる他者が異なってくるわけである。

ライフログのような私的な情報の公開を考えたとき、いかなる他者に向けたものであるのかが、大きな意味を持ってくる。先述したように、同じ「公開」でも、面識のない他者に向けて行うのと、身

9 2012年1月1日現在、国立情報学研究所の学術論文データベース「CiNii」において「ライフログ」というキーワードを含む論文は605件確認できる。そのうち「電子情報通信学会」の報告集・論文誌に収録されているものが393件、「情報処理学会」の報告集・論文誌に収録されているものが78件あり、二つを合わせると、全体の77.9%を占める。

10 ライフログについて言及したものとして鈴木謙介（2007）などが挙げられるが、依然十分な研究は行われていない。その現状とは裏腹に、総務省（2009）の「ライフログに関する研究会」では、ライフログの実態把握とともに、「社会的意義」や「社会学的な観点の検討」が必要との指摘がされ、研究の進展が求められているところである。

近な友人などの既知の他者に向けて行うのとは、やはり意味が異なる<sup>11</sup>。面識のない他者を想定していると、見られることの意識が強くなり、いかにして見られるかということが重視されてくる。見てもらえるような内容にしたりと、「見られること」が「記述すること」に先行するようになる。一方、既知の他者を想定している場合、「見る」他者は限られているため、「見られること」があらかじめ担保された状態にあり、誰に見られるか、あるいは見てもらえるか、といったことを意識することなく記述できる。仲間同士の「内輪」の話を記述しても、受け手となる他者が仲間内であれば、意味内容は伝わるわけである<sup>12</sup>。つまり、「他者」が誰であるかによって、記述する際の意識も立ち位置も内容も、大きく異なるわけである。当然、行為も質的に違ったものになってくる。

さらに、ライフログの記録（記述）に際して、公開が当然のものになり、とりたてて意識しなくなってくると、「見られること」よりも「書く（記述すること）」が先行し始める。公開が常態化するとそれが後景化してしまい、いかに書く（つぶやく）かが問題となってくる。書くことじたいが自己目的化し、衝動的記述が始まると言える。非公開のブログや Twitter、あるいは初めから非公開を前提とした Evernote のようなツールにおいて、ライフログをつける行為の顕れも、そうした意識変容の一端であるかもしれない<sup>13</sup>。

一口にライフログと言っても多様であるが、その多様性はツールの違いだけではなく、行為によっても以上のように把握することができ、全体像を捉え直すことができるわけである。ここ数年のライフログを取り上げた書籍等においては、専ら最後の「記述すること」の自己目的化が志向されている。とにかく生活のあらゆる事柄について記録することが促され、その記録（および記録行為）を中心とした生き方が奨励されている。公開／非公開は大きな問題ではなく、記録することに意味があり、記録によって自分を客観視でき、記録から自身を振り返ることで、人間的成長に繋がるというようなメリットが謳われる（五藤 2011 など）。そこには、今日のように取りざたされる以前のライフログ、すなわちブログや Twitter に対して言われていた「つながり」や「社会変革」といった文言が見当たらない。ここが、それまでのライフログ（ブログや Twitter など）と大きく異なる点だと言えよう。

「つながり」ではなく「成長」を掲げる点は、確かに「新しい」ことかもしれない。ネット・メディアに対してはあまり強調されてこなかったことであるだろう。ただ、広義のライフログに目を移すと必ずしもそうとは言えない。ここ数年のライフログをめぐる言説は、非ネット・メディアである「日記」に対するそれと、非常に似通っているのである。

ディディエ（Didier 1976=1987）によれば、日記には「記憶装置」（備忘録）、「倫理的習練」（自己監視・自己啓発）、「相談相手」（はけ口）、「自己の統合」（自己との相互作用）といった機能があると

11 山下（2000）はネット上の日記に関する考察のなかで「日記の指向性」として「自己」に向けられたものか、「他者」に向かうものか、という分析軸を掲げ、日記の類型化を行なっている。そこでは「他者」を一括りにしているが、書き手が想定する「他者」には幅があり、実際の読み手も概ねそれに対応するものとなっている（山守 2008、2009）。

12 とりわけ若い層においてそのような記述が散見される傾向にある（山守 2010）。

13 記述（記録）意識の変容という文脈では、GPS によって位置情報が自動的に記録されたり、購入履歴等が意図せずに保存されていくことが、「便利」だとプラスに評価され始め、逆にそれを備忘録の代替や自己管理として活用しようという動きがあることも、関連づけて指摘できる。言わば、無意識のライフログである。また、公開されていること（他者に見られていること）の意識を欠いたまま Twitter などに自らの不正行為について記述してしまい、後に騒動になることもしばしばあるが、それも衝動的記述の一例であり、ライフログを残すことが意識の外部において行われていることを示唆するものであると言える。

される。ライフログはまさに「備忘録」としてあらゆる情報を記録として残す作業であり、それによって「自己監視・自己啓発」が可能となる。自分のための記録を残すことで、自己との相互作用が促され、自己成長に繋がるというわけである。

つまり、近年「ライフログ」として、「新しい」もののようで紹介されるそれは、近代以降、長く親しまれてきた「日記」と、謳われることにそう大きな違いはないのである。むしろブログの登場以降、あまり評価されてこなかった日記の役割が、「ライフログ」というかたちを伴って、再びクローズアップされてきたとも言えるだろう。

これらを一つの連続したものとして捉えるのであれば、日記は、ネット上に公開されることで「つながり」を目的とする日記へと「脱日記」化されるが、公開することの意識や目的が薄れてくるに従い、記録することじたいが目的となり、役割としては再び日記へと向かうという「再日記」化に至る、というようにも表現できるのではないだろうか。<sup>14</sup>

## 5 まとめにかえて

インターネットに関わるメディアやツールを研究の対象にすると、常に「新奇性」の呪縛と格闘しなければならなくなる。新しいメディア技術は日々開発され、リリースされるサイクルも他のメディアに比べて格段に早い。その都度「社会を変える」「革命だ」と喧伝され、そのたびに以前のものと何が違い、何が「新しい」と言われているのか、検証していかななくてはならない。それが何ら「新しい」ものでなかったとしても。

本稿はそんな「格闘」の一片である。ただ、あくまでも「試論」であり、ライフログなるものを研究の俎上に載せたとき、いかなる可能性・方向性が考えられるのか、その素材を提示したまでである。

既述の通り、ライフログに関する研究は、技術的な関心によるもの（工学的研究）が先行しており、新しいメディア技術の開発が日々進められている。その技術の生産が「新奇性」を喧伝する言説を再生産しているわけである。本稿では、そんなメディアの動向とそれに伴う言説のありようを捉え、そこから導き出される行為の連続性とその質的な変化について、検討してきた。

メディアを対象として論じるには、当然メディアの変化に目を向けておく必要がある。ただ、それ以上に行為の変化に注視しなくてはならない。メディアの動向は、新しいメディア技術に反射的に反応していれば把握することはできる。しかし、行為の変化については、メディアの変化に振り回されることなく、事態を冷静に把握し検証しなければ見えてこない。その意味で、研究する価値のあるものだと言える。メディアそのものについて論じるのがメディア論であるとするならば、本稿が提示し獲得すべき分析視座はそれとは異なり、メディアを通して（こそ）見える行為、あるいは意識の微細な変化に注目し、その意味を読み解いていく文化社会学的な視点だろう。<sup>15</sup> さしあたりライフログをめぐる<sup>15</sup>は、実証的な調査データが不足していることもあり、意識や行為の変化を含めた実態の把握が

14 当然ここでは「言説」をベースに論じているため、「再日記」化というような一連の事象を、事実として扱うことはできない。むしろ、その実態把握こそ今後求められてくるものであり、ここではあくまでも、その可能性を一つの思考実験として提示したに過ぎない。

15 南田・辻編（2008）では、「文化社会学は文化だけを社会学的にとらえるのではなく、むしろ文化を通して社会をとらえる学問」であり、「個別の対象にまわりつく行為の意味や価値の側面、社会意識を研究対象とすること」が「本義」であるとしている。



目下の課題と言えるだろう。

#### 〔参考文献〕

- Bell, Gordon and Gemmell, Jim, 2009, *Total Recall: How the E-Memory Revolution Will Change Everything*, Dutton. (=2010、飯泉恵美子訳『ライフログのすすめ』早川書房。)
- Didier, Beatrice, 1976, *Le journal intime*, Presses Universitaires de France. (=1987、西川長夫・後平隆訳『日記論』松籟社。)
- 五藤隆介、2011、『たった一度の人生を記録しなさい——自分を整理・再発見するライフログ入門』ダイヤモンド社。
- 伊藤穰一・デヴィッド・L・シフリー・デジタルガレージグループ、2006、『革命メディア ブログの正体』インデックス・コミュニケーションズ。
- コグレマサト・いしたにまさき、2009、『ツイッター 140文字が世界を変える』毎日コミュニケーションズ。
- 南田勝也・辻泉編、2008、『文化社会学の視座』ミネルヴァ書房。
- 美崎薫、2011、『ライフログ入門』東洋経済新報社。
- 長野弘子・増田真樹、2004、『1日5分の口コミプロモーションブログ』英治出版。
- 日経 BP 社出版局編、2009、『Twitter の衝撃』日経 BP 社。
- 小川克彦、2011、『つながり進化論』中央公論新社。
- 岡部敬史、2006、『ブログ進化論』講談社。
- 総務省、2009、「利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会・第3回合 議事要旨」、  
([http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000044437.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000044437.pdf)、2012年1月1日取得)。
- 総務省、2010、「利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会・第二次提言」、  
([http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000067551.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000067551.pdf)、2012年1月1日取得)。
- 鈴木謙介、2007、『ウェブ社会の思想』日本放送出版協会。
- 津田大介、2009、『Twitter 社会論』洋泉社。
- 山守伸也、2008、「現代日記論——日記をめぐる社会学的考察の試み」『人間科学』関西大学大学院、69: 1-19。
- 、2009、「ブログにおける「他者」の実像——ブロガーへのアンケート調査から」『人間科学』関西大学大学院、71: 63-82。
- 、2010、「ポスト親密圏の変容——携帯サイト「リアル」を事例に」『人間科学』関西大学大学院、72: 21-40。
- 山下清美、2000、「WEB 日記は、日記であって日記でない」川浦康至編『現代のエスプリ 391 日記コミュニケーション』至文堂、166-80。