

# 宗教法人(仏教教団・寺院)の CMC 活用に関する考察

- 電子メールによるアンケート調査より -

## A study of CMC for the religious bodies

-- Results of the Questionnaires by the Use of e-mails

亀野哲也\* 坂井滋和\*\*

Tetsuya Kamenô\* Shigekazu Sakai\*\*

\*早稲田大学大学院 国際情報通信研究科 \*\*国際情報通信研究センター

\* Graduate School of Global Information and Telecommunication Studies, Waseda University

\*\* Graduate School of Global Information and Telecommunication Institute, Waseda University

This paper examines CMC (Computer Mediated communication) for traditional Buddhist orders and specific temples respectively. Historically, religious organizations have been quick to make use of technological advances in the media. Regarding the use of the internet, though religion seems to carry with it the nature of virtual reality, two distinct groups have emerged in terms of whether the internet is an appropriate form of communication for religion. This paper will reveal the possibility of the religious activities in the Internet.

キーワード: 仏教寺院 宗教 CMC(Computer Mediated Communication) インターネット 情報受発信

## 1. 概要

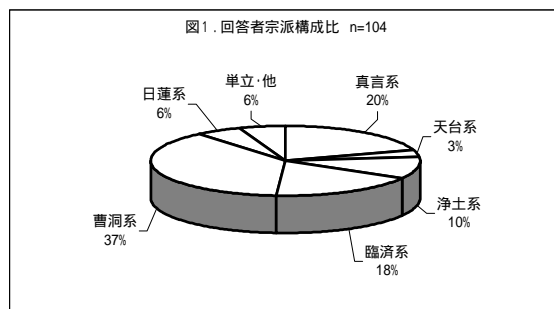
歴史を紐解いてみると、原始的コミュニケーションから文字の発生、情報記録のための石・粘土板・板・紙の発明、印刷技術の発明など、いつの時代も宗教界がその時代の最新メディアをリードしてきた。また、宗教はもともと仮想現実の側面を持つものである。布教＝メディアによる情報伝達という構図から、インターネット自体が宗教性を帯びやすいという性質を持つことがいえる。しかしながら、宗教教団の CMC(コンピュータを媒介としたコミュニケーション)は、積極的に活用している事例と、そうでない事例の二極化が進んでいる状況である。情報技術の発達・情報環境の拡大と、それに伴う社会構造やメンタリティの変化が、現代日本の宗教にどのような変容をもたらしているのであろうか。本研究においては、Web site をもつ宗教法人(伝統仏教教団・寺院)を対象にアンケート調査を実施して、利用状況を分析し、情報発信者の立場からの意見を分析することを目的とする。その結果を基に、インターネットにおける宗教活動の可能性と問題点を浮き彫りにしていきたい。

## 2. 調査方法

調査対象は国内の伝統仏教教団・寺院(宗教法人)とした。Yahoo!Japan など一般的な検索サイトに登録されているサイトのうち、メールアドレスを公開している 338 件を対象に、2001 年 9 月 24 日、全数調査の形で行った。調査の性格から判断してアンケートの送付及び回答受信は電子メールを使うこととした。(アンケートの内容は文末に掲載)

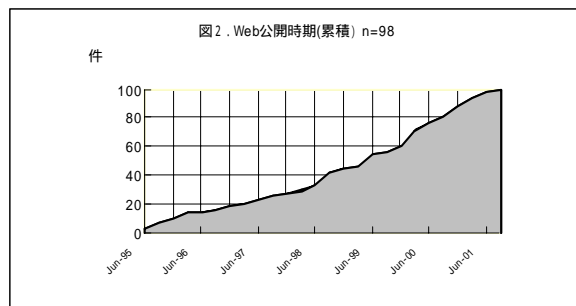
## 3. 調査結果

送信数 338 件のうち、有効回答として得られたのは 104 件(31%)であり、その宗派別内訳は図1の通りである。



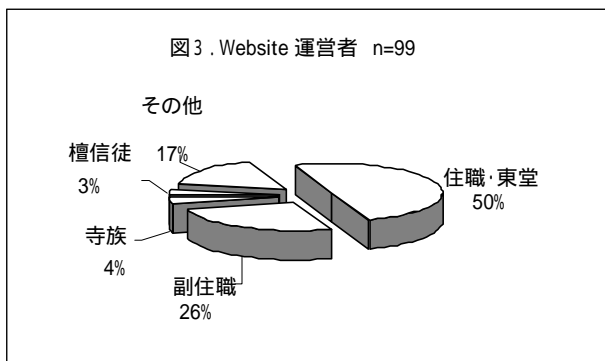
### 'Web site の公開時期'(図2)

回答中、最初に公開された Web site は 1995 年 5 月であった。インターネットの普及とともに、サイト数も増加していることがわかる。



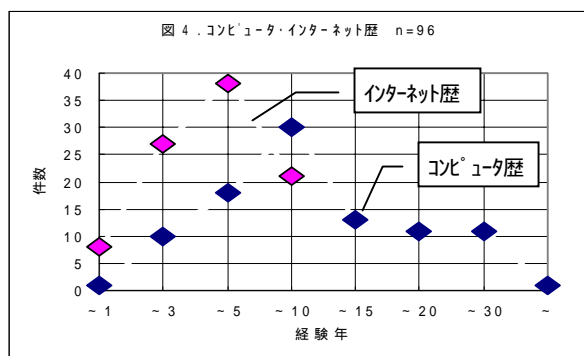
### 「Web siteの運営者」(図3)

これは、情報の発信源がどこであるかを調査したものである。Web siteは、必ずしも表向きに使われている代表者が作成、運営しているとは限らない。これは宗教法人に限らずどの分野でも言えることである。結果は、住職(代表者)・副住職・寺族が四分の三以上を占めた。Web siteの運営と発信者がほぼ一致しているということは、特に宗教においては重要で、信頼性の確保やCMC(Computer-Mediated Communication)の根幹にかかわる、Web site閲覧者からのフィードバックを直接誰が受けるかという問題となる。



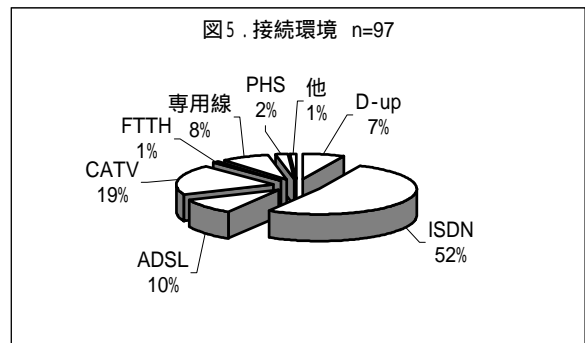
### 「運営者のコンピュータ・インターネット歴」(図4)

結果を見ると、コンピュータ歴は10年をピークとした山形を描いた。寺院の運営上、インターネット以外にも過去帳や会計などにコンピュータを活用している事例はかなり多いものと思われる。インターネット歴は5年にピークがある。これは日本でプロバイダが個人向け接続サービスを開始(1994年)し、Windows95が発売(1995年)された直後の時期である。また、の結果と併せてみると、Web siteの公開は、インターネットを初めてから比較的早い時期に行う傾向があることがわかる。



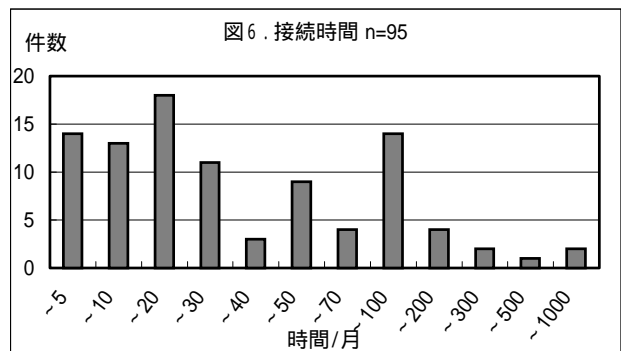
### 「インターネットへの接続環境(図5)」

インターネット白書 2001(インプレス社)によると、日本での通信環境調査(2001年2月調査)ではアナログモデムによるダイヤルアップが49%という結果であったが、本調査ではISDNが半数を占め、ADSLやCATV、FTTHなどのブロードバンド環境も約3割となっている。これは、本調査ではWeb siteによって積極的に情報発信している調査対象であること、ブロードバンド環境が急速に普及したという理由によるものだろう。



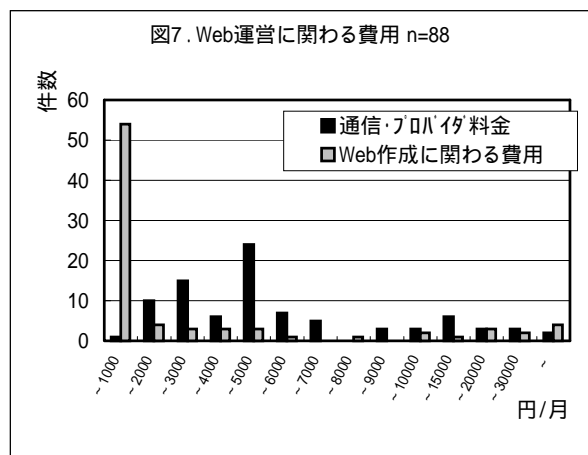
### 「接続時間」(図6)

これは、月30時間(1日1時間)までのグループと、100時間(1日3時間)を山とするグループに分かれる結果となった。接続時間には、他のサイトの閲覧、電子メールの送受信、サイトの更新、ネットニュース、電子会議など様々な要素が含まれるため一概に言えないが、常時接続環境の普及により、利用時間が増大という傾向が見えてくる。



### 「運営に関わる費用(図7)」

製作に関わる費用はほとんどかからないという回答がほとんどであった。しかし、費用はかからないが手作業のため、負担になっているという意見が多い。通信・プロバイダ料金については、常時接続月額に設定されている5,000円や3,000円が結果に反映されている。



### 「効果についての評価(図8)」

諸宗教のインターネット利用を参考にして、独自項目を付

け加え、14 項目について効果の有無を 5 段階評価にて回答を得た。結果を単極尺度値の数値が大きい順に並べ替えたものが図8である。

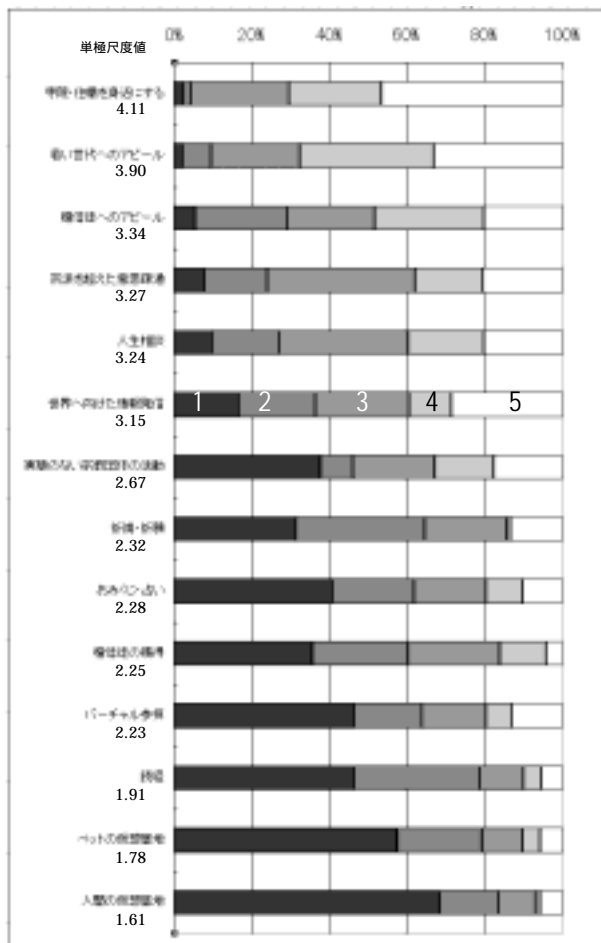


図8 効果についての評価

図8で上に位置する項目ほど効果的・受け入れられるとの評価と考えると良いだろう。「お寺・住職を身近にする」「若い世代へのアピール」の上位 2 項目については、効果的・やや効果的との回答が約 7 割に達した。インターネットの利用者が 20-30 代を中心とした層であることから、閲覧者からのレスポンスもこの世代が多い。「檀信徒へのアピール」についても、効果的との回答が多く得られた。インターネットの普及が進んだことにより、効果がより大きく見えてきた例と言える。「宗派を超えた意思疎通」は、インターネットならではの利点として特に挙げる回答が目立った。「人生相談」については匿名性による気軽・手軽な相談も指摘されるが、逆に深刻な相談が多く寄せられるという事例もある。こまめに回答する努力を行なっているという回答が目立った。「世界へ向けた情報発信」については、回答が二極化した。世界を結ぶインターネットの特徴を生かして、海外からの訪問者を集めているサイトがある一方、言語の壁によって生かされていないサイトも多い。「実体の無い宗教団体による布教」については、効果を疑問視する回答が目立った。実態と密接にリンクさせなければ、意味をもたないとい

う理由からである。「祈願・祈祷」「おみくじ・占い」「檀信徒の獲得」「バーチャル参拝」については、アミューズメント的要素として、効果に疑問を投げかける回答も多い。サイト訪問のきっかけになってくれれば程度の意識である。このあたりは、ブロードバンド環境の普及により、よりリアリティを持たせることが可能になることにより、効果も変わる可能性はある。「読経」「ペットの仮想墓地」「人間の仮想墓地」は、効果的と見る回答が極端に少なかった。リアルとバーチャルの使い分けをはっきりさせることが必要であろう。

## インターネットの利点・欠点・工夫点についての回答

### インターネットの利点

#### 時間、空間的距離に制約されない(計 29 件)

・日本中や世界中に意見を表明できる可能性がインターネットによってやっと可能になった。他 28 件

#### 効果が見える(計 26 件)

・誤解や勘違いを軽減させて本来の意見や考えを述べられその感想も聞く事が出来る。他

#### 情報伝達の速さ、双方向性(計 18 件)

・情報の早さと、双方向性に関しては、他の媒体よりも優れている。他

#### 費用が安い、気軽に自由に情報発信できる(計 15 件)

・常時設続が当然になれば、テレビ布教的感覚で展開できる。費用的に大変安価に済むので、その点が良いのではないかと。他

#### 内在する可能性の大きさ(計 15 件)

・宗教法人としてインターネットの利用には無限の可能性を感じる。他

#### 情報の検索性、情報の共有(計 13 件)

・遠方や海外の地図やパンフレットに載らない寺院などの詳細(歴史・由来等)を知ることができる。他

#### その他(計 20 件)

・開かれた寺院の形態をもう一度作れるように思う。現在の寺院は閉鎖的。都会の寺からの檀家離れが加速する中、今後の寺の健全運営にインターネットは欠かせないと考える。他

### インターネットの欠点

#### 文字でのやり取りでは意思疎通が難しい(計 17 件)

・実際違わないこと、文字と写真での交友というのはどうしても意志の疎通にずれが出て、誤解が生じる。他

#### 匿名性ゆえの欠点(計 16 件)

・便利性や簡便性の裏に潜む、情報の(思いもよらない)流失や、コミュニケーションの希薄化や、匿名による無責任化の拡大。他

#### 不確かな情報が氾濫(計 10 件)

・多くの情報の中で不信感を与えない情報発信の方法を

考えないとかえってマイナスに作用すると思う。他  
気軽に相談される（計7件）

・人生相談等は、遊びに等しい者もあり、改めて電話で  
相談に応じますと言うとその後何も言って来ない。他  
ウイルス、ハッキング（計7件）

・寺院のサイトを運営していると、心ない書きこみやウ  
イルスの添付ファイルで攻撃されるのも辛い。他  
デジタルデバイスに対する危惧（計6件）

・みんなだれでも自由に使えないこと。情報の伝達度、  
共有するときに使える人使えない人で、差が出来てし  
まう。他

その他（計37件）

・歴史・由来など自分で努力して（お寺を訪問して）  
話を聞く機会がなくなる。自宅等で情報が手に入るの  
は私も便利に感じているが、自分の足で調べる努力、  
自分の解釈での歴史観、宗教観が乏しくなる。他

#### 工夫していること

見やすく、親しみやすく（計44件）

・お寺=敷居が高い、という認識が一般的なので、でき  
るだけ"敷居"を感じさせないように。他

更新を頻繁に（計15件）

・ニーズに答える内容のHPをつくる。他

目的をはっきりさせる（計12件）

・宗派を越えた地域仏教会のホームページづくりを始め  
てる。宗派を越えた活動がこれから重要と考える。他  
軽く、汎用的に（計4件）

・なるべく軽く、必要最低限の装飾で古いブラウザでも  
対応できるようにしている。他

その他 計37件

・21世紀に対応するためにも、人間が生み出し、ある  
意味では人間を苦しめることになった科学技術を今度は  
人間が大いに使いこなすことが大事。他

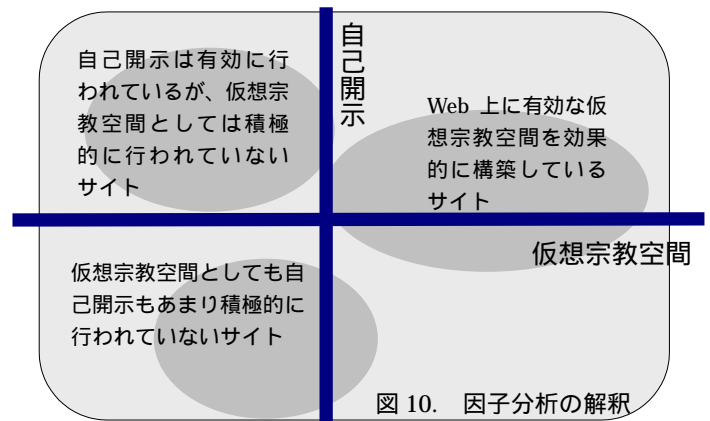
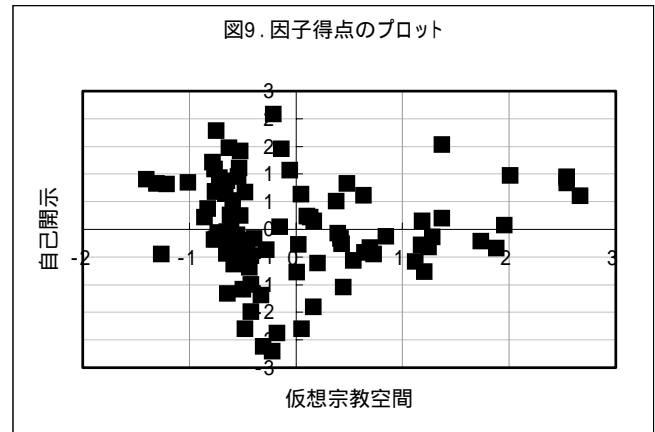
## 4. SPSS による因子分析

3- で得られた調査結果を基に、インターネットを使  
った布教活動に係わる因子を抽出し、どのような共通し、  
かつ変動を支配する成分があるのかを検討する。バリマッ  
クス回転を選択し、回転前の因子負荷量行列の出力を抑制  
している。

KMO 値 0.847、Bartlett の球面性検定の有意水準は、  
0.00 であった。結果、固有値が1以上の因子が3つ析出  
された。

第1因子に対しては、ペットの仮想墓地(0.871)、人間の  
仮想墓地(0.837)、バーチャル参拝(0.664)が強い負荷を  
示したため、第1因子を仮想宗教空間と解釈することにし

た。第2因子に対しては、お寺・住職を身近にする(0.680)、  
世界へむけた情報発信(0.614)、宗派を超えた意志疎通  
(0.606)と続き、第2因子を自己開示と解釈することにし  
た。第3因子に対しては、祈祷、祈願(0.710)、読経(0.535)  
が強い負荷を示したため、第3因子をバーチャル儀礼と解  
釈することにした。



全体的にインターネットを使った宗教活動は未成熟  
な段階であり、有効に運用しているサイトがある一方、  
思いのほか効果が得られない事例もみられ、二極化がみ  
られる。宗教とCMCとの関係性を模索している状態に  
あるといえるのではないだろうか。

## 5. まとめ

### 5-1 宗教種別による積極性の差異

宗教のインターネット、CMC 利用については、温度  
差があり、宗教種別によるサイト数の偏りにその一端を  
見ることができる。文化庁宗教年鑑に登録されている宗  
教法人数の割合と、Yahoo JAPAN に登録されているサ  
イト数では、表1の通り大きなギャップがある。

このような現象は日本だけのものではない。例えば、キ  
リスト教世界では、カトリックにおいて教会の権威と聖職  
者の位階制が支配的なため、双方向的で水平的なコミュニ

ケーションをもたらすインターネットの利用へと向かいにくい。このことがカトリックとプロテスタントのサイト数の格差に影響を与えている (Jeff Zaleski, The Soul of Cyberspace, 1997)。

また、既存の秩序の枠組にとらわれないカルト集団やサイバー宗教にとっては大変居心地のよい環境を提供しており、早い時期から積極的利用が進んでいる。

表1. 日本の宗派別サイト数と宗教法人登録数の割合

	Yahoo 登録件数 2002年7月現在	文化庁登録法人数 2000年12月現在
仏教	740件 (38.5%)	77,681 (42.5%)
神道	233件 (12.1%)	85,343 (46.7%)
キリスト教	796件 (41.4%)	4,177 (2.3%)
その他	155件 (8.0%)	15,458 (8.5%)
計	1924件 (100.0%)	182,659 (100.0%)

土佐は著書「インターネットと宗教」の中で、インターネットの特徴として、高速性・雑居性・匿名性・イメージ中心・流動性・マイノリティ・関係性という7つのキーワードを提出した (土佐昌樹 1998)。

伝統的宗教法人を対象とした今回調査において、3- で得られた個別の回答の集計結果をみると、このキーワードが明確に確認できた。

同じ宗派内であってもインターネット、CMC を積極的かつ効果的に取り入れている群と、そうでない群とに、明確に分類された。伝統的宗教法人のインターネットを使った宗教活動はまだ未成熟であり、それぞれの立場で様々な活動を模索している段階にあるといえる。

## 5 - 2 宗教的利用の特性と段階

黒崎は、神道関連の宗教ウェブサイトの分析にあたって、「自己開示」「世論へのアピール」「バーチャル儀礼」「集会・相談」の4つのグループ化を提案した (黒崎浩行 1999 「日本宗教のインターネット利用の比較分析に向けて: 神社ウェブサイトの場合」報告)。このうち「自己開示」「世論へのアピール」については一方向的利用、「バーチャル儀礼」「集会・相談」は双方向的利用といえよう。

黒崎は、宗教のインターネット利用において、最も重視されているのは「自己開示」であるとした。これは、インターネットという不特定多数に開放されたメディア空間で、自己決定しつつ情報発信することによる一つの帰結であるといえるかも知れない。今日、寺院は檀家制度の枠の中で活動することが基本となっているが、これからは「自己開示」によって、この枠に囚われない、新しい枠組みからの流入者に対する情報提供を行う必要性が高まっていくだろう。

さらに、安川・杉山は「双方向性」を(1)インタラクティブレベル (= 利用者の能動性が要求されるものの、システムの供給

者と活動形態が非対称にとどまるレベル)、(2)ミューチュアルレベル (= 参加者がコミュニケーションの議題設定も含む内容を発信し得るレベル)、(3)コミュニカティブレベル (= 文化・価値・規範意識等の社会的な意味合いを創出しようとする会話空間として機能するレベル) という3つの段階に区分することを提唱した。

宗教のインターネット利用においては、「コミュニカティブレベル」に達することによって、成熟段階を迎えるのではないだろうか。しかし、その段階に位置するサイトは、まだ数少ないのが現状である。

今回調査により、インターネットを使った布教活動に係わる因子として、仮想宗教空間、自己開示、バーチャル儀礼という3つのキーワードが得られた。

## 5 - 3 宗教的利用の可能性

「バーチャル参拝」やインターネット上の「墓参」に関しては、効果に対する疑問が多く見られたが、その理由として、人々のインターネットに対する関わりかたが、真剣なものというよりはむしろ遊戯性の要素を持っているというのが主なものであった。おみくじや占いを遊戯的に設置している企業や個人のサイトも目立つ。宗教サイトとの棲み分けについて考えていく必要があるだろう。

しかし、今回調査の中で、インターネットの利点として、実際にインターネットが実際の訪問のきっかけとなったとの報告が多数みられた。また、図9のように仮想宗教空間を有効的に構築しているサイトも存在するという結果も得られた。

田村は、宗教関連ウェブ・サイト主催者へのアンケート調査結果報告の中で、宗教行為の可能性として(1)言葉による宗教性、(2)聖地へのアクセス可能性、(3)オンラインカウンセリングの3つを挙げている。(田村貴紀 1997)

(1)については、テキストの儀礼化、テキストによる儀礼という観点のアプローチと、言葉自体に重要性があるというアプローチがある。(2)については、場所を重視する宗教の場合、教団のサイトにアクセスすること自体に宗教的な意味がありうるということである。教会や道場などの場所そのものの持つ霊性とは、同じものではないにしても、その霊性へのアクセスの可能性として宗教的な意味を持つというものである。(3)については、カウンセリングや相談は、どちらかといえば宗教家の社会奉仕であり、宗教的一面をもつものであるといえよう。

ここで、今回の調査結果とあわせて鑑みるに、インターネットを通じて結ばれた先の世界が、実在するものであるということが重要であることが分かる。すなわち、(1)の言葉は宗祖や聖職者からの言葉でなければならないし、(2)の聖地はリアルタイムにみえる実際の聖地でなければならない。(3)についても、聖職者や同じ信仰をもつもの対話しているという感覚がなければ成り立たないのであ

る。逆にいえば、聖なるものと結ばれていることが確立できるのであれば、たとえ貧弱な環境であるとしても信仰を形成する上での支障とはならないであろう。

#### 5 - 4 これからに向けて

成田は、「メディアがリアリティを構築する」と指摘する(成田康昭 1997)。インターネット上のリアリティは作られた、仮想のものであると思ってしまうが、実際には我々はメディアの構築する「リアリティ」に信を置いて行動している。このことを前提とすることによって、特定の場、自分の周囲の実際に触れ、見ることのできる範囲の世界から、より広い世界に属することが可能になったといえよう。ここに、インターネットを宗教利用する際の成否の鍵があるのではないだろうか。

また、Parks は、1980 年代において電腦空間は、エキゾチックなパラレルワールドというイメージでとらえられていた。しかし、いまは、きわめて日常的なもう一つの出会いの場所となっており、人々は、電腦空間と日常との間に厳密な線を引かなくなっていると述べ、電腦空間に対してエキゾチックなイメージを持つことをもうやめようではないかと提言している。(Parks 1996)。

今の時期は、宗教のインターネット、CMC 利用に関しては試行錯誤の段階であると推測される。しかし、これが定着して、日常化することによって、現在ではやや違和感をもたれるようなインターネット上の宗教行為は、当然のこととして受容されていくのではないだろうか。

紙も、印刷技術も、製本技術も、宗教の形態や信仰の伝播において革命的な変化をもたらした。これらと同様に、インターネット、CMC はより深く宗教に働きかけ、変容を迫るであろう。

#### 6 . 今後の課題

今回の調査において、宗教のインターネット、CMC 利用に関する特徴と可能性が少なからず見えてきた。今後は(1)日本・伝統仏教に限らず、世界各国の各宗教の事例を調査対象とする。(2)宗教の Web site の評価方法を確立し、個別に評価を行う。(3)同様の調査を継続的に行っていく。などを予定している。

#### 参考文献

- ・池上良正・中牧弘允 1996『情報時代は宗教を変えるか』弘文堂
- ・川上善郎他 1993『電子ネットワークの社会心理:コンピュータコミュニケーションへのパスポート』誠信書房。
- ・Parks, Malcolm R. 1996, "Making Friends in Cyberspace" in JCMC vol1 issue4,
- ・清水国治 1997「インターネット布教の可能性」『あらくとらう』187号
- ・田村貴紀 1997「<研究ノート>インターネットの宗教情報 - その可能性と危険性 - 」『宗教と社会』第3号
- ・成田康昭 1997『メディア空間文化論 いくつもの私との遭遇』有信堂
- ・生駒孝彰 1999『インターネットの中の神々: 21世紀の宗教空間』
- ・土佐昌樹 1998『インターネットと宗教: カルト・原理主義・サイバー宗教の現在』
- ・田村貴紀 1997「宗教関連ホームページ(ウェブ・サイト)主催者へのアンケート調査結果」
- ・黒崎浩行 1999「日本宗教のインターネット利用の比較分析に向けて: 神社ウェブサイトの場合」報告
- ・インターネット協会 2001「インターネット白書 2001」インプレス社
- ・Yahoo Japan <http://www.yahoo.co.jp>

#### アンケート設問

ホームページを公開したのはいつですか  
ホームページの作成者はどなたでしょうか (該当に )  
( ) 住職 ( ) 副住職 ( ) 家族 ( ) 檀信徒 ( ) その他  
コンピュータ歴はどれ位でしょうか ( ) 年  
インターネットをはじめてから何年になりますか ( ) 年  
インターネットを月何時間程度利用しますか ( ) 時間  
インターネット接続の環境を教えてください(該当に )  
( )ダイヤルアップ ( )ISDN ( )ADSL ( )CATV ( )  
光ファイバー  
( )専用線 ( )PHS ( )その他 ( )  
インターネットに関わる費用は幾らですか  
ホームページ作成・運営に関わる費用( )円/月  
プロバイダ料・通信料金の合計 ( )円/月  
今までインターネットを閲覧・運営してみて、以下の事が受け入れられると思うかを( )内に数字でお答えください。  
(1:全く不可能・無効果～5:充分可能・効果的の5段階評価)  
( )お寺、住職を身近にする ( )世界へむけた情報発信  
( )若い世代へのアピール ( )檀信徒へのアピール  
( )宗派を超えた意志疎通 ( )祈禱、祈願  
( )人生相談 ( )読経 ( )おみくじなどの占い  
( )檀信徒の獲得 ( )バーチャル参拝  
( )ペットの仮想墓地 ( )人間の仮想墓地  
( )実体の無い宗教団体による宗教活動  
インターネットの利点について感じる事をお書き下さい  
(ご自由に、何文字でも)  
インターネットの欠点について感じる事をお書き下さい  
(ご自由に、何文字でも)  
ホームページで工夫していることを教えてください  
(ご自由に、何文字でも)