

## 対人心理学II

2006.9.29

### 主題と目標

- 現代社会を席卷しているさまざまなネットワーク・コミュニケーションの特徴が利用者の心理にもたらす変化とその意味について考える
- 何が変わり、何が変化していないのかに留意しながら、変化の様子、その原因とプロセスについて、実証的データ分析にもとづいて考察する

### テキスト

- 池田謙一(編著)  
小林哲郎・志村誠・呉國怡(著)  
「インターネット・コミュニティと日常世界」  
誠信書房
- 前期よりもテキスト依存度が高い講義なので、必ず購入すること

### 授業の進め方

- 9:00ちょっと過ぎ～  
– 講義(60～70分程度)
- 10:10頃～  
– Brief question & Answer  
– 授業内容に関する簡単な質問に対して、大福帳の所定記入欄に自由記述で回答  
– 「知識確認」ではなく「考えてもらう」ためのもの

### 成績評価

- 大福帳提出状況 20%
- 大福帳提出内容 20%
- 定期試験 60%

### 定期試験

- 前回同様、論文を読んで設問に選択/自由記述で答える形式
- 今回は試験に先立って出題文献を配布することも検討中

## インターネットの世界

- 1969年
  - 「インターネット」構想の出現
- 1995年
  - Windows95/WWWによる「インターネット」の世俗化
- 2006年
  - Web2.0時代の到来
- Internet year: 当初は「4年」だった
  - dog -> cheetah -> mouse -> rabbit
  - 7年      12年      18年      20年

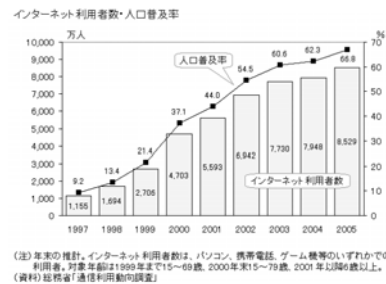
## コミュニケーション・メディアの進歩

- 5000年以上前: 文字の発明
- 550年前: 印刷術の発明
- 90年前: ラジオ放送開始
- 80年前: テレビ放送開始
- 35年前: インターネット接続開始

## インターネットの威力

- 地球全体を1つの「地球村」にしてしまうくらいの情報伝播力
- 情報を共有可能なコミュニティの概念そのものが変化(150人から60数億へ)
- インターネット = 相互に結びついた無数のネットワークにより、地球村内の距離感覚は激変(時と場所の制約からの解放)
- こうしたインターネットがわれわれの社会に何をもたらしているのかを、ユーザの行動・心理に着目することで読み解いてみよう

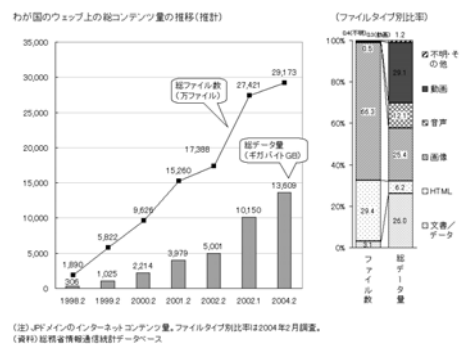
## 目に見える変化: 利用者数



## 目に見える変化: 回線速度

- 1969年 最初の「インターネット」 50Kbps
  - 1秒間に50000ビット...日本語なら3000文字程度
- 2006年 光通信(FTTH) 60~70Mbps(実効)
  - 1Mbps = 1000kbps
  - 1秒間に400万文字程度

## 目に見える変化: コンテンツ量



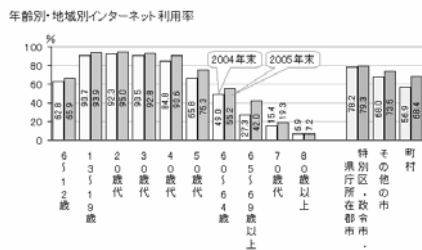
## 変わらないもの

- 電子ネットワーキングの基本的な様相
- インターネットの役割
  - 人々が情報を通じて関心や興味を共有し、つながりをもつ場...情報縁 (cf. 地縁, 血縁, 会社縁)
  - 関心や興味を共有した人々が集まる場...電子コミュニティ (cf. 地域コミュニティ)
- BBS, メーリングリスト, ブログ, SNS...
  - いつの時代のコミュニケーション・ツールも情報縁とコミュニティをサポートする機能を実装

## 変わったもの1

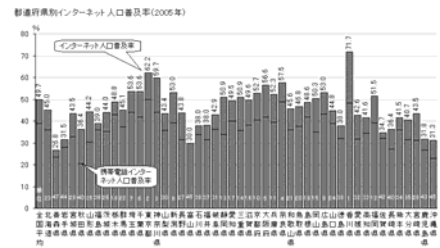
- 社会全体や社会生活全体に対する影響
  - 日常との相互浸透
    - 日常世界とネット世界の境目が明確ではなくなる
    - 日常コミュニケーション, 経済活動, マスメディアへの接触の一部がインターネット上に移行
  - デジタルデバインド問題の発生

## デジタルデバインド1



(資料)総務省「通信利用動向調査」

## デジタルデバインド2



(注)Net-Parade社(資料)平成17年1月～3月の調査結果による算出  
 全国を対象とした1000以上の電話調査。インターネット利用希望者割合で算出した。対象  
 インターネット利用者の定義:以下の条件を満たす個人(18歳以上)  
 ①家庭の中で利用して1年以上にインターネットにアクセス  
 ②インターネットに接続する専用電話機を持っていて、ウェブアクセス、メール/ネットメール/検索/IC利用  
 ③PC。携帯以外のデバイスでインターネットアクセスした人  
 ※総務省発表。インターネット利用希望者割合で算出。ウェブアクセス、メール/ネットメール/検索/IC利用  
 ※ネット利用希望者以外の割合は、ウェブアクセス、メール/ネットメール/検索/IC利用  
 ※ネット利用希望者以外の割合は、ウェブアクセス、メール/ネットメール/検索/IC利用  
 ※ネット利用希望者以外の割合は、ウェブアクセス、メール/ネットメール/検索/IC利用

## 変わったもの2

- 規模のもたらす質的变化 (cf. 地球村)
  - 情報縁でつながり得る人々の世界レベルへの拡大
    - 以前は同じ興味・関心だが意見の異なる人々のぶつかりあい(フレーミング)が至るところで見られた
    - 今では同質性の高い集団に分化していく傾向
  - 拡大が同質性を生むというパラドクス
  - 巨大な情報データベースの構築 (Google, Wikipedia...)

## Utopia? Dystopia?

- インターネットに対する期待と不安

- コミュニケーションが促進され、未知の人々が互いに理解を深め、社会が活性化するバラ色の社会?

- 人々が同質な仲間としつつつながり得ず、24時間仕事漬けになり、情報の海におぼれ、険悪なメッセージとウィルスの飛び交う極悪社会?

## 対人心理学II

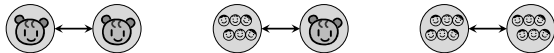
2006.10.6

### インターネットのもたらした「変化」

- インターネットは、ユーザのコミュニケーションにどのような変化をもたらしたのか？
  - カスタマイズ可能性の多方面での実現
  - コミュニケーションの能動性の開花
  - 情報の爆発的増大への適応力
  - 情報共有の断片化の可能性
  - ネットワークの身体化

### カスタマイズ可能性の多方面での実現

- コミュニケーションの単位(集団や社会)をどんな形にする(カスタマイズする)こともできる



- 匿名OK or 実名開示を要求
- 一方的なコミュニケーション(マスメディア) or 双方向コミュニケーション(誰でも自由に発言OK or コーディネーターによる調整あり)

### 「インターネット的」特徴

- こうした多様さは、従来メディアでも部分的には実現していた
- 「インターネット的」特徴は、これらすべてを「同じインフラ(下部構造)内」で実現してしまうこと
- ユーザは単にインターネットを利用することで、こうした多様さのすべてを享受することができる
- 状況に応じてそれらを使い分けることもできる

### コミュニケーションの能動性の開花1

#### • 情報取得の能動性

- 「求めよ、さらば与えられん」
  - 情報を求める積極的なアクションを起こせば、情報が手に入る(積極的にアクションを起こさないと、情報は手に入らない)
  - マスメディアからは「受動的に」情報を受け取るだけだったユーザが、インターネットでは自ら能動的に情報を求めるようになった
- しかし、的確な情報を得るためには、センスのいいアクションを起こす必要がある

### 情報を求める積極的アクション



- いいキーワードが思い浮かばない!!
- 検索してもどれが正しいのかよく分からない!!

## 「外注」ウェブサイトの隆盛



- 何でも自分で探すのは大変なので、「物知りな他のユーザ」に頼るための駆け込み寺的サイト
- とはいえ、必ずしも駆け込み寺に頼らなくても、自力でインターネットで情報を探すと結構面白いモノに行き当たる 能動性をさらに加速させる

## コミュニケーションの能動性の開花2

- 情報の送り手の特権層の崩壊
  - かつて「情報を送る」ことは特権的なことだった
    - 太古の昔は、文字を読み書きできるものすら少数だった
    - マスメディアでも「発信者」は限られていた
    - 情報の価値を決めるのは、マスメディアの特権だった
      - cf. 議題設定効果

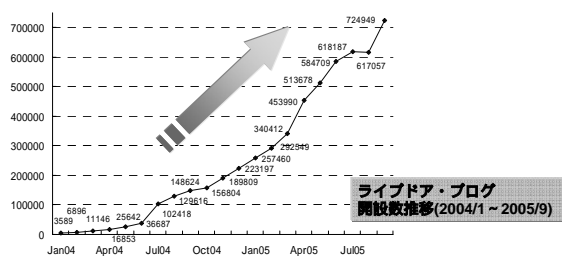
## 議題設定効果

- Agenda setting effect
- マスメディアで、ある争点やトピックが強調されればされるほど、その争点やトピックに対する人々の重要性の認知も高まる

## 能動的なコミュニケーションとは

- インターネットは誰でも情報の送り手となることができる
  - コストはほとんどかからないし、資格も必要ない
  - 発信できるだけのスキルと能動性さえあればよい

## ウェブログの隆盛



- 能動的な情報の送り手のための格好の受け皿



## 2chの「祭り」 マスコミ報道

### ・ 難病女児の募金に批判 ネット掲示板

重い心臓病におかされた女児の救済募金が、インターネット上の巨大掲示板「2ちゃんねる」などで激しい批判の対象になっている。女児の両親と有志が手術に必要な1億3600万円を目標に募金活動を始めたが、ネット上では父親がNHKに勤務していることなどを理由に募金が必要なのかなど疑問を投げかける声が続出している。

募金の事務局は「募金は親としての最大限の努力をした上、足らなければ助けてもらう大前提で行っている。ポスターやホームページは説明が足らなかった、両親が集めた負担額を計算し、近日中にサイトを書き換える。募金収支などの情報公開は全部ガラス張りになりたい」と話している。

救済募金は東京都三鷹市の上田さくらちゃん(4)のための募金。難病の「特異性拘束型心筋症」で、米国での心臓移植しかない状況といい、21日には「さくらちゃんを救う会」が都庁で会見し、手術費や渡航費などをまかなう募金への協力を訴えた。

(産経新聞) - 9月28日8時0分更新

## 議題構築力の移行

- ・ 「世間の話題」を牛耳る「特権」の一部をマスメディアが失いつつある
- ・ インターネットでは、メディアの取材者(新聞やテレビ記者)も一般ユーザも情報へのアクセスのスタート時点は同じ

## 情報の爆発的増大への適応力

### ・ 情報が溢れる社会で「適応的」に生きるには?

- どの情報が有用なのか
  - どの情報が適切なのか
  - どの情報がクズでガセなのか
  - どれだけ情報を知れば十分なのか
- といった「負荷の高い情報処理」を適切におこなって初めて「情報処理の負荷」が軽減できる

That's a paradox!!



## 適応のためのヒューリスティクス

### ・ ヒューリスティクス

- 必ずしも満足のいく答えは見つからないかもしれないが、そこそこ満足できる解法(多くの場合経験則から導かれる)
- ここでは、適応的になるためのコストダウン手段
- どうやって信憑性を確認しよう?
- どうやって探そう?

## 信憑性判断と情報探索のコスト低減

- ・ 情報の信憑性判断のためのヒューリスティクス
  - メールやウェブサイトのアドレス
  - 他サイトからのリンク数
  - 作者情報の公開の程度
- ・ 情報探索のためのヒューリスティクス
  - 寄らば大樹路線
    - ・ 従来のマスメディア利用に近い
  - おきまり路線
  - 雛鳥の黄色い口路線
    - ・ カスタマイズ可能性の広がりやを体現したヒューリスティクス
    - ・ 自分自身の興味や関心に引きずられる

## 情報の爆発がもたらす断片化

- 情報共有の可能性



溢れんばかりの情報を  
すべて入手可能

- 情報共有の現実

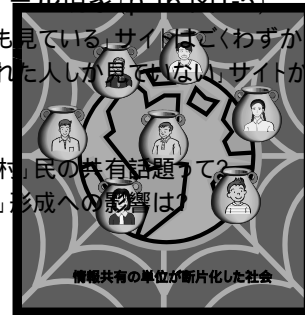


情報の高度の選択性により  
自分の関心事にタコソボ化

## 情報共有の断片化の可能性

- ロングテール現象 (p.16 図1.5)

- 「誰でも見ている」サイトはごくわずか
- 「限られた人しか見てもいない」サイトが膨大にある
- 「地球村」民の共有話題って?
- 「世論」形成への影響は?



情報共有の単位が断片化した社会

## ネットワークの身体化

- ウェアラブル/ユビキタス
  - 具体的にはモバイルPCや携帯電話
- コミュニケーションに「場」が不必要に
  - 電車の中でそこにいない友人と会話できる
  - 家に帰っても仕事のメールが来る
- コミュニケーションモードの選択性増大
  - 「場に応じた」モードというものが存在しない
  - 「何を選択するか」が「誰とコミュニケーションするか」「どのようなコミュニケーション行動をするか」を決めてしまう可能性
    - 例えば「携帯デバイド」

## Brief question

- あなた自身の実践している、ネット社会適応のためのヒューリスティクスを教えてください

## 対人心理学II

2006.10.13

## インターネットで変わったもの

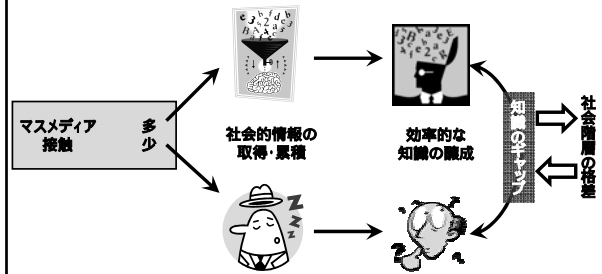
- 社会全体や社会生活全体に対する影響
  - 日常との相互浸透
    - 日常世界とネット世界の境目が明確ではなくなる
    - 日常コミュニケーション、経済活動、マスメディアへの接触の一部がインターネット上に移行
  - デジタルデバイド問題の発生

## メディアの受容とデジタルデバインド

- デジタルデバインド(情報/通信格差)
  - コンピュータで扱うデジタル化された情報を入手したり発信したりする手段を持つ者と持たない者との間の格差, および, 通信手段に関する格差
  - 一般的な知見
    - 年齢が高いほど, また学歴が低いほど, コンピュータで扱うデジタル化された情報を使わない傾向がある
  - 実際のメディア利用行動から日本のデジタルデバインドの現状を読み解くことはできないか?

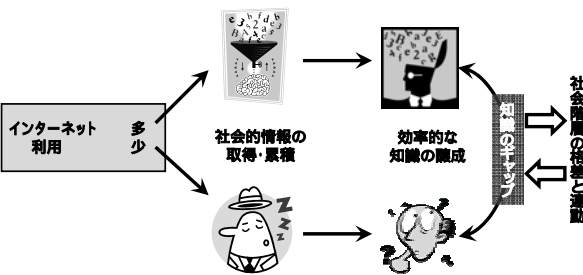
## 「インターネット以前」のデジタルデバインド

- マスメディア利用における「知識ギャップ仮説」



## インターネット利用によるデジタルデバインド

- インターネット利用における「知識ギャップ仮説」



## デジタルデバインドの国家間比較

- ノリス(2000)
  - デジタルデバインドの指標を「普及率」として, デジタルデバインドと他のさまざまな変数の関係について国家間比較をおこなう
  - インターネット普及率が低い 利用していない人が多い デジタルデバインド「されている」
  - デジタルデバインド(普及率)と経済発展の相関0.77
  - 国家レベルで見ると, 先進国 - 途上国間にデジタルデバインドが生じていることがわかる
  - では先進国・日本にデジタルデバインドはないのか?

## 問題意識

- 日本にはデジタルデバインドは存在するのか, しないのか?
- 存在するとしたら, それはどのようなものなのか?
- デジタルデバインドが存在することは, 私たちの社会にどのような影響を及ぼしているのか?

## 普及率?

- 普及率だけで見ると日本は世界的に見ても非常に高い水準にある
- だからデジタルデバインドなどない, と決めつけてしまうのは性急
- つまり, 普及率を指標にしてデジタルデバインドを考えていたら, 話は先に進まない
- というわけで, 日本国内のデジタルデバインド問題を考えるときは, 「利用している」「していない」だけではなく「どのように利用しているか」を細かく検討する必要があるだろう



## インターネットの利用形態

1. コミュニケーションの方向性
  - 双方向性強: メール利用
  - 一方方向性強: ホームページ閲覧
2. 利用端末
  - PC
  - 携帯電話

## 利用端末によるコンテンツ差

- PCによるインターネット利用
  - 「娯楽的な内容のウェブサイトを見る」「旅行の情報収集や予約をする」などを筆頭に、一方方向的なものが多いが、20種類の利用目的のうち11種類が20%以上の人に利用されていた
- 携帯電話によるインターネット利用
  - 20%以上の人利用していたのは「音楽やメロディをダウンロードする」「娯楽的な内容のウェブサイトを見る」の2種類のみ



- 携帯電話によるインターネット利用は、PCによるそれよりもバリエーションが少なく、広がりが少ない

## 調査データ

- 政治意識・投票行動調査JES
- 2003年実施
- 全国規模のランダムサンプリングによるパネル調査
  - cf: パネル調査: 同じ参加者を対象に、同じ調査を何回も繰り返して、変化を見る調査。例えばJESでは、2001~2005年に9回の調査がおこなわれている

## 利用端末ごとのパターン

- 表2-1: メール利用パターン
  - 半数以上的人是まったくメールを利用していない
  - 次に多いのはPC&携帯両方利用している場合
  - 携帯で利用 > PCで利用
- 表2-2: ホームページ閲覧パターン
  - 6割以上的人是まったくホームページを見ていない
  - PCで利用 > 携帯で利用

## トータル利用パターン

- 表2-3
  - 全体の半数弱(約48%)が何らかの形でインターネットを利用している
  - もっとも多いのは携帯とPC両方でメール利用もホームページ閲覧もしている人(15%, もっとも「インターネット利用」を活発にしている層といえる)
  - 1/3強(35.5%)はインターネットを「まったく利用してない」
- このような利用パターンの違いは何によって生じているのか?

## 回帰分析

- ある従属変数(結果)がどんな独立変数(原因)によって生じているのかを検討する分析
- 原因となる独立変数を複数想定する場合を特に「重回帰分析」という
- この回帰分析の仲間では、
  - 従属変数が複数あり、なおかつ名義尺度(カテゴリカルデータ)の場合の分析を「多項ロジットモデル」という

### メール利用パターンの 規定要因に関する分析:方法

- 多項ロジットモデル
  - 従属変数:利用パターン
    - PCと携帯の両方利用
    - PCメールのみ利用
    - 携帯メールのみ利用
  - 独立変数
    - テクノロジー親和性(技術に対して持つ親しみの程度)
    - 性別
    - 年齢
    - 現在の家への居住年数
    - 学歴
    - 職業(管理職/専門職)

社会的属性

### メール利用パターンの 規定要因に関する分析:結果

- 表2-4
  - 数値に印が付いた変数が影響あり
  - 特に「テクノロジー親和性」「年齢」「学歴」がメール利用率に大きく影響している
  - 例1:テクノロジー親和性が高いほど、メールの利用率は高くなる。特に、PCと携帯両方を利用する確率が高くなる
- 図2-1
  - 表2-4の結果から、印がたくさんついている3変数をピックアップして、わかりやすくグラフで表現したもの
  - テクノロジー親和性:例1の傾向が読み取れる
  - 年齢:
    - 年齢が高いほどメールの利用率は低下する
    - 20代では、携帯メールのみ利用の確率が他より非常に高い
  - 学歴:
    - 学歴が高い方が、携帯メールのみ利用の確率が低く、PCメールの利用確率が高い

### ホームページ閲覧パターンの 規定要因に関する分析:結果

- 表2-5
  - 数値に印が付いた変数が影響あり
  - 特に「テクノロジー親和性」「年齢」「学歴」がホームページ閲覧の有無に大きく影響している
  - 例1:テクノロジー親和性が高いほど、ホームページの閲覧率は高くなる。特に、PCと携帯両方、PCのみを利用する確率が高くなる
- 図2-2
  - 表2-5の結果から、印がたくさんついている3変数をピックアップして、わかりやすくグラフで表現したもの
  - テクノロジー親和性:例1の傾向が読み取れる
  - 年齢:
    - 若年層ほどホームページの閲覧率が高い
  - 学歴:
    - 学歴が高い方が、ホームページ閲覧の確率が高く、特にPCメールの利用確率が高い

### 結果のまとめ

- 「テクノロジー的親和性」「年齢」「学歴」が、個人のインターネット利用の有無 デジタルデバイドを決める重要な要因
  - ということは、これからは小学校くらいの早期からほとんどインターネットを利用させていけば、デジタルデバイドは解消する...のか?
- 若年層(20代)で利用端末が携帯電話に偏重する傾向
  - 早期からインターネットを利用しだした層は、インターネット・コンテンツの幅広いパリエーションを実質的には享受できていない?

### 「ネットワークの身体化」の予期せぬ効果

- 携帯電話からのインターネットアクセスは「いつでもどこでも手軽にインターネットの豊富な資源にアクセスできるように」開発されたメディア
- しかし、それを進んで取り入れつつある若年層で、かえって豊富な資源へのアクセス可能性が狭められるという、社会的に望ましくない効果を生んでいる可能性

⇒ 新しい情報格差,すなわち「携帯デバイド」の発生?

### Brief question

- あなた自身は、どんなときにインターネットにおける「デジタルデバイド」を感じますか? 自分自身が格差の上下どちらにいるかは問いません。具体的な事例を聞かせてください。

## 対人心理学II

2006.10.20

### 前回講義のまとめ1

- 日本人のインターネット利用行動を
  - コミュニケーションの方向性
    - 双方向(メール送信)と一方向(ホームページ閲覧)
  - 利用端末
    - PCと携帯電話の2つの観点から分類し、利用行動の傾向を特徴づける変数について検討した

### 前回講義のまとめ2

- 日本人のネットワーク利用行動は、
  - 双方向:PC
  - 一方向:携帯
- 双方向、一方向ともに、その利用の積極性を決めるのは、
  - テクノロジー親和性
  - 年齢
  - 学歴

### 前回講義のまとめ3

- 特に若年層で利用端末が携帯電話に偏重する傾向
- 携帯電話によるインターネット利用は、バリエーションが狭い傾向
- インターネットの豊富な資源や、展開可能な広範なコミュニケーションは、携帯電話による利用では十分に活用できない可能性

### 本日の講義の要旨

- 「もう一つのデバイド」= 携帯デバイドに関する現状の把握
- 携帯デバイドが社会に及ぼしうる影響に関する考察
- 特に「市民」としての公的な社会参加との関係から検討する  
(次回は私生活との関係を検討する)

### 今日のBrief question

- 若者のインターネット利用のスタイルが現状のままで推移する(あるいはその傾向が強くなる)としたら、社会参加における「デバイド」を防ぐためにはどのような対処が考えられるだろうか。あなたのアイデアを述べよ
- もちろん「PCでネットを利用するように仕向ける」ことはできないのが前提である

## インターネット利用と社会参加

- インターネットの特質
  - 双方向性
    - マスメディアとは異なり、利用者に発信力あり
  - 情報開示の平等性
    - すべての利用者に対して等しく情報が開示できる
- 社会における重要な争点に国民が個人レベルで積極的に関与できる環境として、インターネット利用の可能性は大きいはず

## 社会参加のためのインターネット

- eデモクラシー構想
  - インターネットを介した社会参加・政治参加
  - 市民が政治により積極的に参加する民主主義の実践を目指す
- インターネットが普及すれば、より幅広い市民が情報に容易にアクセスできるようになり、市民のコミュニケーションと情報伝播が促進されるので、民主主義政治が円滑に進む

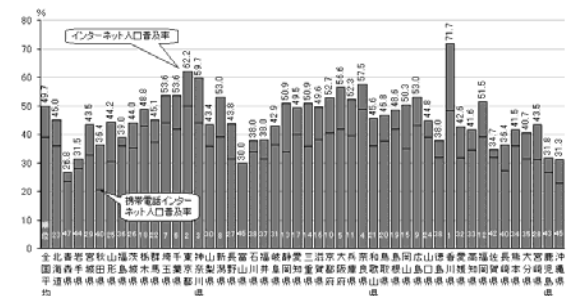
## 市民の関心の現状

- 図3-1(p.48)
  - ネット討論会への参加意識は高くなく、能動的発言への意欲はかなり低い
- eデモクラシーは技術的には可能で、参加者も0ではないだろうが、規模としては拡大可能性は低い 民主主義の意味??

ネットによる社会参加、政治参加に対する関心そのものが元来あまり高くない

## インターネット普及の「裏」

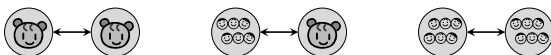
都道府県別インターネット人口普及率(2005年)



インターネット「普及」の原動力となっているのは、携帯電話による利用

## PCと携帯の違い

- カスタマイズ性
  - PC: 多種多様なコミュニケーション様態を実現
  - 携帯: 1対1の対人関係を集中的に強化



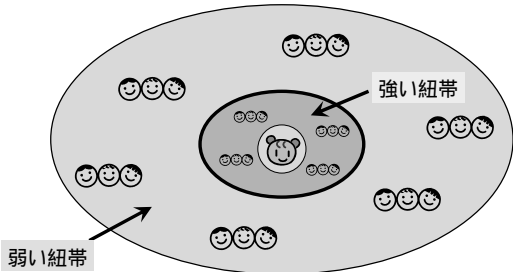
- PC: 20種類の利用目的のうち11種類が20%以上の人に利用されていた
- 携帯: 20%以上の人々が利用していたのは「音楽やメロディをダウンロードする」「娯楽的な内容のウェブサイトを見る」の2種類のみ

## 携帯電話によるインターネット利用

- 貧弱なインタフェース
  - 一度に取得できる情報量の限界、質の制約
  - 操作性の悪さ
- 継続して利用できる時間の制約
- 少なくない利用課金
- PCによるインターネット利用と携帯によるインターネット利用は、社会的文脈が相違しているだろう

### 携帯/PCによる身近なコミュニケーションの特徴

- 図3-3(p.54)
  - 携帯:強い紐帯, PC:弱い紐帯



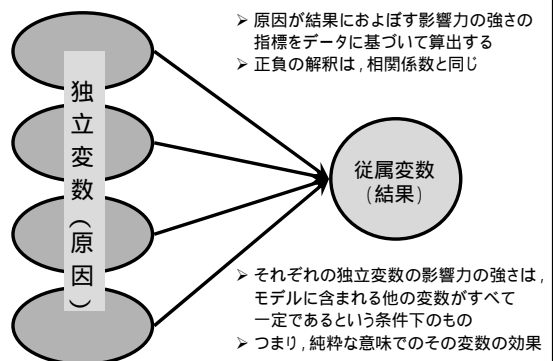
### 利用したデータ

- 実施時期:2002年11月
- 対象者:20~65歳の山梨県民
- サンプルング方法
  - 二段階確率比例抽出法によるランダムサンプリング
  - 山梨県内の40地点を市区町村(町丁目)の人口ウェイトを用いて無作為に抽出し、それぞれの地点から20-65歳の33人ずつを選挙人名簿から無作為に抽出した
- 分析対象となった有効回答数:646名

### 携帯・PCメールの利用と社会参加

- 重回帰分析による検討
- 従属変数:社会参加の指標
  - 団体やグループへの加入度
  - 社会における重要な争点参加への参加度
  - 異質性への非寛容性の程度
- 独立変数
  - 携帯・PCメール利用の有無
  - テクノロジー親和性
  - 弱い紐帯の規模
  - 強い紐帯の規模
  - 性別,年齢,現住まいへの居住年数,学歴,職種

### 重回帰分析:考え方



### 重回帰分析:結果の見方

- 原因が及ぼす影響力の強さの指標
  - 偏回帰係数(B)
    - 原因の値が1単位変化したときに結果の値がどの程度変化するか(つまり、その原因の絶対的な影響力)を示す指標
    - 単位の影響を受ける(0か1しかない vs 1~100まである ならば、当然「1単位」の意味は異なる)
  - 標準偏回帰係数(β)
    - 原因が複数ある場合に、それぞれの影響力を比較可能な(つまり、相対的な影響力の強さを示す)指標
    - 単位の影響を受けない(0か1しかない vs 1~100まである)でも、値の大小が影響力の大小を示す)
    - -1~+1の値を取る

### 従属変数:団体・グループへの加入

- フォーマルな団体・組織への加入
  - 自治体,PTA,労働組合,ボランティア団体,政治家後援会など10種類の団体への加入の有無
  - より公的な社会参加(政治参加に近い)
- インフォーマルなグループへの加入
  - 仕事を離れたつきあいのある職場仲間のグループ,習い事や学習のグループ,趣味や遊び仲間のグループへの加入の有無
  - より私的な社会参加
- それぞれの加入の有無を測定し,参加の積極度によって重みづけしたものを指標とする

### 従属変数:争点参加

- 社会的に重要な争点への参加
  - 「地域の問題」「教育の問題」「福祉の問題」「消費者問題」「環境問題」
  - これらの争点に関する活動や話し合いに過去5年間に参加した程度
    - 何度かある/1~2回ある/1度もない
  - 争点参加の程度が高い = 能動的な政治参加の程度が高い

### 従属変数:異質性への非寛容性

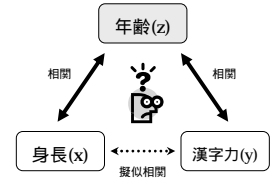
- 政治や社会のあり方についての考え方が家族や上司、先輩、親しい同僚などの中で食い違うことがどの程度気まずいかを測定
- 民主主義が健全に機能するためには、政治的・社会的な意見の異なる多様な人々を排除するのではなく存在を受け入れ、共存することが必要(Putnam, 1993)
- インターネットを利用することを通じて多様な人々のコミュニケーションを経験していれば、非寛容性は低くなる(寛容になる)はず

### 独立変数

- 主たる関心のある変数
  - 携帯メール利用の有無
  - PCメール利用の有無
- 第3変数
  - テクノロジー親和性
  - 弱い紐帯の規模
    - 年賀状の枚数
  - 強い紐帯の規模
    - 日頃よく話をする人の数
  - 性別, 年齢, 現住まいへの居住年数, 学歴, 職種

### 第3変数とは?

- 従属変数, 主たる関心のある独立変数のどちらにも関連を持つことが予想される変数
- ここでは, 携帯/PCメール利用が持つ「正味の」効果を析出するために, 考え得る第3変数を独立変数に含めている



### 重回帰分析の結果1

- ここでは偏回帰係数(B)が報告されている
- 表3-1(p.57)
  - 携帯メール利用の効果
    - 私的な社会参加にプラス
    - 非寛容性にプラスの方向(ただし非有意)
  - PCメール利用の効果
    - 公的な社会参加にプラス, 争点参加にプラス, 非寛容性にマイナス
  - 携帯メールによるコミュニケーションは強い紐帯を介したものに偏っており、「内輪」で固まることで異質な他者への寛容性を減少させている?

### 重回帰分析の結果2

- 表3-1(p.57)
  - 弱い紐帯の数が多いほど社会参加に積極的
  - 女性は男性より私的な社会参加が多く, 非寛容性が高い
  - 年齢が高いほど公的な社会参加, 争点参加に積極的である
  - 居住年数が増えるほど, 一般的に社会参加に対して積極性が増す

### 結果がもつ含意

- PCメール利用は、公的社会参加、争点参加を促進するが、携帯メールは促進しない
- 若年層は公的社会参加、争点参加にあまり積極的ではない
- 若年層のインターネット利用は、携帯端末からのものに偏重する傾向がある

「携帯デバイド」問題は  
若年層でより深刻

### Brief question

- 若者のインターネット利用のスタイルが現状のままで推移する(あるいはその傾向が強くなる)としたら、社会参加における「デバイド」を防ぐためにはどのような対処が考えられるだろうか。あなたのアイデアを述べよ
- もちろん「PCでネットを利用するように仕向ける」ことはできないのが前提である

### 対人心理学II

2006.10.27

### 質問紙調査協力依頼

- 今日(10/27)は授業終了後(10:10過ぎ?)に土居ゼミの卒論生が調査依頼に来ます

### 前回講義のまとめ1

- インターネット上では、コミュニケーションの
  - 双方向性
  - 情報開示の平等性が確保されており、理想的には市民の社会参加促進にプラスに働くはず
- しかし、携帯からの利用ではそれらの資源を十分に活かすことは難しく、むしろ「強い紐帯」=内輪の関係の強化する方向に作用しているのではないだろうか

### 前回講義のまとめ2

- インターネット利用(メール送信)形態を
  - PC
  - 携帯電話の2つに分類し、それぞれの利用程度が社会参加の程度に及ぼす影響を、山梨県の成人データを用いて、重回帰分析で検討した

### 前回講義のまとめ3

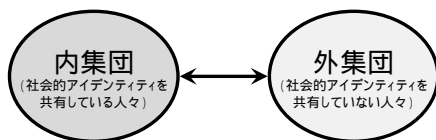
- 携帯によるインターネット利用は、私的な社会参加を促し、異質な他者への寛容性を減少させていた
- PCによるインターネット利用は、公的な社会参加を促し、異質な他者への寛容性を高めていた
- 若年層はそもそも公的社会参加、争点参加にあまり積極的ではない
- 若年層のインターネット利用は、携帯端末からのものに偏重する傾向がある
- これらのことから、若年層の社会参加は、携帯によるデバインド傾向が進むことが懸念される

### 若者と携帯コミュニケーション

- 携帯コミュニケーションにより、個人のパーソナルネットワークが同質な人々に囲まれ、異質な他者との相互作用の機会が減少する
- 同質な社会的アイデンティティが強化され、異質な他者との相互作用を回避したいがゆえに、社会的領域におけるフォーマルな参加が阻害される可能性がある

### 社会的アイデンティティ

- 自己が所属する社会集団ないし社会的カテゴリーの成員性に基いた自己概念の側面で、感情や評価を伴うもの(Tajfel & Turner,1986)
- 自己と社会的アイデンティティを共有する人々(内集団)を好意的に評価し(内集団ひいき)、そうでない人々(外集団)を低く評価する(外集団差別)



### 本日の講義の要旨

- 「もう一つのデバインド」= 携帯デバインドに関する現状の把握
- 携帯デバインドが社会に及ぼしうる影響に関する考察
- 特に「親しい他者とのつながり」の強化と携帯コミュニケーションの関係を検討する
- 10代を含んだデータを用いて分析する

### 若者の携帯電話利用

- 2004年・朝日新聞社調査
  - 20代ではほとんどすべての人が携帯電話を利用している
  - 3割は「ない生活は考えられない」
  - 利用目的は主に「友達つきあい」
  - 電話よりメールの利用頻度が高い
- 表4-1(p. 70)
  - 両親とのコミュニケーションに占める携帯電話の役割は携帯コミュニケーションは通話が主でメールはあまり利用されていない

### 携帯メールを通じたネットワーク

- 携帯メールをやりとりする相手: 親しい友人の比率が高い(前回講義, p.54 図3-3)
- 携帯メールを通じたネットワークはあまり広がりがなく、(PCと比べても)「内輪的」なものである可能性が高い
- 携帯コミュニケーションが親しい対人関係を強化する仕組みは?
- 全体的な仮説:
  - 携帯メール利用が「強い紐帯」を強化する



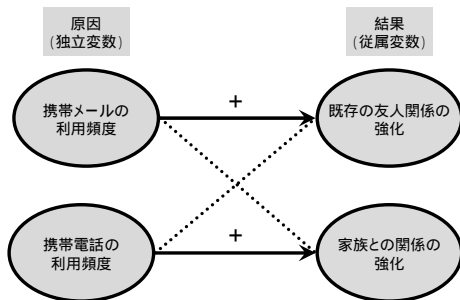
### 利用したデータ

- 調査主体: 内閣府「第4回情報化社会と青少年に関する調査」
- 実施時期: 2001年11月
- 対象者: 12~29歳の青少年
- サンプルング方法
  - 層化二段階無作為抽出法によるランダムサンプリング
  - 全国から400地点を無作為に抽出し、それぞれの地点から15名ずつを無作為に抽出した
- 分析対象となった有効回答数: 3486名

### 仮説

- 仮説1: 携帯利用と若者の友人関係との関わりについての一般的な仮説
  - 仮説1a: 携帯メールの利用頻度が高いほど、既存の友人関係が強化されるだろう
  - 仮説1b: 携帯電話の利用頻度は、既存の友人関係を強化する効果をもたないだろう
  - 仮説1c: 携帯電話の利用頻度が高いほど、家族との関係が強化されるだろう
  - 仮説1d: 携帯メールの利用頻度は、家族との関係を強化する効果をもたないだろう

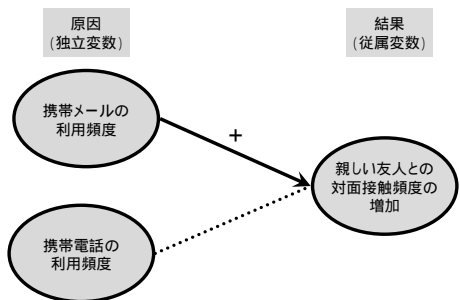
### モデル化すると



### 仮説

- 仮説2: 携帯利用と若者の個別の2者関係の関わりについての具体的な仮説
  - 仮説2a: 携帯メールの利用頻度が高いほど、親しい友人との対面接触頻度が増えるだろう
  - 仮説2b: 携帯電話の利用頻度は、親しい友人との対面接触頻度を増やす効果を持たないだろう
  - 親しい友人を2名想定してもらい、それらの友人との個別のコミュニケーションのようすについて尋ねたデータを用いる

### モデル化すると



### 仮説1の検証

- 従属変数
  - 携帯電話利用の効用に関する質問
  - 既存友人関係の強化
    - 今までの友達関係をより強くするのに役立っている
    - 友達を身近に感じることができる
    - どちらも0/1の回答、合算して分析に利用(0~2)
  - 家族との関係強化
    - 家族が安心するようになった
    - 0/1の回答

### 仮説1の検証

- 独立変数
  - 携帯メール利用頻度
  - 携帯通話利用頻度
- 第3変数
  - 性別
  - 年齢
  - 親友数

### 結果:既存の友人関係強化

- 順序ロジットモデルによる分析
- 表4-2(p.74) 左側
  - 携帯メールの利用頻度が高い人ほど,
  - 男性より女性の方が
  - 年齢が若い方が
  - 親友数が多い方が  
携帯利用は友人関係強化にプラスだと考えている
- 携帯電話利用頻度は有意な効果をもたない

仮説1a,1b支持

### 結果:家族との関係強化

- ロジスティック回帰分析による分析
- 表4-2(p.74) 右側
  - 携帯通話利用頻度が高い人ほど
  - 男性より女性の方が  
携帯利用は家族関係強化にプラスだと考えている
- 携帯メール利用頻度はマイナス方向に有意に近い効果をもっている

仮説1c,(ほぼ)1d支持

### 効果のシミュレーション

- 図4-1(p.75)
  - 前2つの分析結果にもとづいて,特に携帯利用が従属変数に及ぼす効果についてシミュレーションしたもの
- 左:携帯メール利用頻度 友人関係強化
- 右:携帯通話利用頻度 家族の安心

### 仮説2の検証

- 従属変数
  - 親しい友達(最大2人)と会う頻度
    - 1「月に1度以下」~5「毎日」
- 独立変数
  - 仮説1で投入された変数(除:親友数)
  - 親しい友達との携帯電話での通話の有無
  - 親しい友達との携帯メールでの会話の有無
  - 親しい友達との関係性(古くからの友達だと現在は離れて住んでいる可能性が高く,対面接触頻度がどうしても下がるはず)
  - 職業の有無(有職者は対面接触頻度がどうしても下がるはず 統制の必要あり)

### 結果:モデル1

- 表4-3(p.76) 左側
- 重回帰分析による結果(偏回帰係数)
  - 女性の方が
  - 年齢が高い方が
  - 職を持っている方が
  - 親しい友達が古くからの友達である方が  
親しい友達との対面接触頻度は下がる

各第3変数が効果をもつ  
(職業,関係性の効果は想定通り)

### 結果:モデル1

- 表4-3(p.76) 左側
- 重回帰分析による結果(偏回帰係数)
  - (一般的な)携帯通話利用頻度
  - (一般的な)携帯メール利用頻度
  - 親しい友達との対面接触頻度にプラスの効果

仮説2a支持, 2b不支持

### 結果:モデル1

- 表4-3(p.76) 左側
- 重回帰分析による結果(偏回帰係数)
  - (親しい友達との)携帯通話利用頻度
  - (親しい友達との)携帯メール利用頻度
  - 親しい友達との対面接触頻度にマイナスの効果
- 親しい友達との個別コミュニケーションでは対面接触と携帯通話・メールが相互補完的に機能
- 全体としては携帯コミュニケーションが親しい他者との関係を強化する方向で作用

### まとめ

- 携帯メール利用は親しい友達との絆を強化する
- 携帯通話利用は家族との絆を強くする
- 携帯電話をよく利用する人は、親しい友達との対面接触頻度も高い
- 携帯コミュニケーションは若年層における「強い紐帯」の強化・活性化に寄与している

若者心理への影響は?

### Brief question

- 今日の講義で紹介した研究では,
  - 順序ロジットモデル
  - ロジスティック回帰分析
  - 重回帰分析の3種類の分析が用いられていたが、これらはいずれも「回帰分析」の仲間である。何がどう異なるので別の分析方法を用いるのか。「何」が「どう異なる」のかを簡潔かつ(この研究の内容に沿って)具体的に説明せよ

### 対人心理学II

2006.11.10

### 前回講義のまとめ

- 携帯コミュニケーションが親しい対人関係を強化する仕組みを具体的に解明した
- 全体的な仮説:
  - 携帯メール利用が「強い紐帯」を強化する
- 10~20代の青年を対象とした全国調査データにもとづいて分析
- 携帯コミュニケーションは若年層における「強い紐帯」の強化・活性化に寄与していることがわかった

### 本日の講義のあらまし

- 携帯コミュニケーションが対人環境を収縮させる効果があることが、利用者の心理にどのような影響を与えるか
- 前々回: 社会参加志向に対する影響
- 今回: 私生活志向に対する影響

### Not brief questions

- 携帯に関わる全3回の講義のまとめとして、特に分析結果の解釈を中心として、どの程度内容を理解していたかを確認します

### 「強い紐帯」強化の社会的帰結

- 携帯利用によるコミュニケーション
  - 比較的短いメッセージが頻繁にやりとりされる
  - 話されない前提が共有されていないと通じない
  - 「通じる」= コミュニケーション可能なこと的前提は、同質的で多くの経験を共有していること



- 「私性」の高いコミュニケーション

### 「豊かな社会」での人間行動

- 脱物質主義的な価値観の浸透
  - 下位の欠乏性欲求が満たされているため、高次の欲求としての自己実現への志向性が高い
- 自己実現: 自分らしさや生きがいの追求



- 「私生活志向」の高まり



Maslowの欲求階層説

### 私生活志向と携帯コミュニケーション

- これまでのデータ分析から見ると...
  - 携帯コミュニケーションは、人々の対人環境をより私的な領域での親密な他者とのコミュニケーションに収縮させる方向の効果をもっている
  - 携帯コミュニケーションに耽溺することで、より楽しく快適な私生活が守られやすい
- 仮説3
  - 携帯コミュニケーションの頻度が高いほど、私生活志向が高い

### 利用したデータ

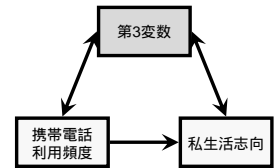
- 調査主体: 内閣府「第4回情報化社会と青少年に関する調査」
- 実施時期: 2001年11月
- 対象者: 12~29歳の青少年
- サンプルング方法
  - 層化二段階無作為抽出法によるランダムサンプルング
  - 全国から400地点を無作為に抽出し、それぞれの地点から15名ずつを無作為に抽出した
- 分析対象となった有効回答数: 3486名

### 従属変数

- 私生活志向
  - 「他人に迷惑をかけなければ、何をしようと個人の自由だ」
  - 1「そう思わない」～4「そう思う」

### 独立変数

- 携帯メール利用頻度
- 携帯通話利用頻度
- 第3変数
  - 性別
  - 年齢
  - ニュース番組視聴時間
  - 新聞購読頻度



社会的関心や政治的関心の強さの指標

### 結果: 第3変数の効果

- 表4-4(p. 79)
- 重回帰分析による分析(偏回帰係数)
  - 男性より女性の方が
  - 年齢が高いほど
  - ニュース番組視聴時間が長いほど
  - 新聞購読時間が長いほど私生活志向が低い

### 結果: 仮説3の検証

- 表4-4(p. 79)
- 重回帰分析による分析(偏回帰係数)
  - 携帯メール利用頻度が高いほど私生活志向が高い
  - 携帯通話利用頻度は私生活志向に有意な効果をもたない

仮説3部分的に支持

### 効果のシミュレーション

- 図4-4(p.80)
  - 重回帰分析結果にもとづいて、特に携帯通話/メール利用が私生活志向に及ぼす効果についてシミュレーションしたもの
  - 携帯コミュニケーションの利用頻度が高いほど、私生活志向が高くなる
  - その効果は通話利用よりもメール利用の方が大きい

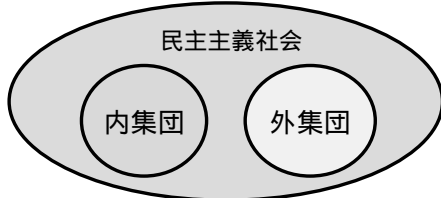
### 結果のもつ意味

- 山梨県調査の分析
  - PCメール利用は、公的社會参加、争点参加を促進するが、携帯メールは促進しない
- 内閣府調査の分析
  - 携帯メールの利用がパーソナルネットワークをプライベートな領域へ収縮させ、それが私生活志向を強めている

社会的領域からの退避

### まとめ

- 携帯電話は、友人や家族など親しい他者とのつながりを維持するのに有効
- それと引き替えに異質性の高い他者とのコミュニケーションを減少させる



### まとめ

- 円滑な社会生活の進行のためには、集団間の利害の調整や集合的な問題解決への関わりが必要
- しかし、異質な他者への寛容性は減少する傾向にある...

携帯利用のもたらす  
予期せぬマイナスの帰結?

### Not brief questions

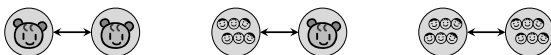
- 全3回の講義のまとめとして、特に分析結果の解釈を中心として、どの程度内容を理解していたかを確認します

## 対人心理学II

2006.11.17

### インターネット・コミュニケーション

- コミュニケーションの単位(集団や社会)をどんな形にする(カスタマイズする)こともできる



- これまでは主に1対1コミュニケーション・メディア(PCメール, 携帯通話・メール)に主眼
- 次は1対多, 多対多のコミュニケーション・メディアに着目し, インターネットの社会性・集団性を探る
  - ウェブ日記/ウェブログ, SNS, オンラインゲーム

### ウェブログとは

#### • ウェブログ(weblog); ブログ

- 広義「ウェブで見つけた情報を記録しておく(logging)こと」
- 初登場は1997年頃のアメリカ
- 2001年秋に日本に「輸入」される
- 元来は、個人よりもマスメディア主導の色が濃かったアメリカのウェブ文化において、圧倒的な量で提供される情報群を整理・分類(フィルタリング)する試みとして誕生

14 **metr** TECH WEDNESDAY, AUGUST 20, 2008

## Web logs spark a revolution

Blog book required reading

Online publishing medium is the start of something big, experts say

It didn't get blogs the first time I saw them," Jeff Jarvis says, smiling, earlier in a "Throne" talk. "I said, 'Is what?' It's a blog page!"

More people agree a blog where the link log is a media site with chronologically ordered entries — the most recent at the top of the page.

Advocate Jarvi aims to build "superblog" websites that enable residents to make their own news.

"Blogs are about communication," says Jarvis, a prominent blog evangelist. "It's not a peripheral or traditional journalism. Anyone can see anything and report on it."

For example, the editor's picture of being being torn down by U.S. troops at Abu Ghayib prison, spread without media world headlines.

The site that ordinary people could make news using computers or the technology and a transition with the death of things news and computer porting.

One of the world's most prominent media figures, Barbara MacKinnon, has started her own blog after 12 years that included stints as Times and Reuters news editor.

She is a fellow at Harvard University. MacKinnon, 54, started her NZZone blog in 2004. It's a public space of North Korea — "a closed society," she says.

Relying on reports from human sources and news, NZZone has become a leading source of news and tips for professional journalists covering North Korea.

"People should care about blogs if they care about being discerning consumers of information," she says. "They put a human face on news. They have indications you can't get anywhere else."

Jarvis and MacKinnon point to Howard Dean's blog as an example of blogging's future.

In two years, the Boston-based service has created a key source of news about the country, left Jarvis the right eye.

Advocate Jarvi, which uses blogs to publish news, Jarvis' own popular blog can be found online at [blogs.msn.com](http://blogs.msn.com).

### North Korea zone

A look for Americans and others interested about North Korea



PERIPHERALLY SALEM KHAN  
SEE THE MEDIA  
DARK GILMORE  
CITIZEN'S RESOURCES  
\$36.95 (HARDCOVER)

Now technology journalists can claim the following that Dan Slav Marbury News columnist Dan Gilmore books. His insightful commentary on his blog at [www.danilg.com](http://www.danilg.com) they are required reading for both industry professionals and journalists worldwide.

"The Media blog Gilmore's insight and ability as a guide to the technology to long-form journalism, clarifying the importance of the blog, its impact on news media and society as large, its future and related social issues."

Written in a highly accessible style, Gilmore brings the blog to the printed page in a way bound to engage experts and novice alike, and join The Media at the top of reading lists.

getting started

Get an account at Blogger.com, Typepad.com or others.

Follow Jeff Jarvis' tips. Keep entries short, use links to include background, read other blogs often, and link to as many as possible to continue the conversation.

## 統計情報

- 2006年3月末時点の日本国内でのウェブログ登録者数は延べ約868万人
- 利用者は2005～2006年にかけて2倍以上に増加
- 2006年7月頃までは、全世界で1秒に1つのペースで新しいウェブログが立ち上げられていた

## ウェブログの基本形

- ウェブ上で発見した情報を、その情報へのリンクとともに掲載する
- 作者は掲載した情報内容に対するコメントをつける
- 情報やそれに関する作者のコメントに対して読者がコメントしたり、自らのブログで紹介したことを知らせるトラックバック機能がある
- 標準化されたツールを使って作成される
- サイト内情報の見出しや要約などのメタデータを構造化するRSS(RDF Site Summary)により、更新情報を自動的に作成・公開することができる

## ウェブにおける個人コンテンツ

- 自分語り**
  - ウェブは「舞台」
  - プロフィール、仕事、趣味、特技に関する情報
  - 自分自身の手で作成・更新をおこなう
- 他者との交流**
  - 掲示板(BBS)、ゲストブック、チャットルーム
  - ウェブサイト作成者はコンテンツの「一参加者」
  - 1対1～巨大コミュニティまでさまざまな形態

## 個人コンテンツとしてのウェブログ

- ウェブ日記
  - 「ホームページ」流行初期から個人ウェブサイトの中心的なコンテンツ(酒井, 1995)
  - 「自分語り」と「他者との交流」の融合点
    - コンテンツ作成者がウェブサイト作成者本人であると同時に、他者の参加を積極的に許容し、そこに明示的にパーソナル・コミュニケーションが成り立っている
- 日記で自分語りをしながら他者とも交流できるシステムがウェブログ
- 従前「日記」の「秘するもの」的イメージとのズレ

## ウェブログのメリット

- データベース化の容易さ
  - 情報の時系列整理(日付による管理)だけではなく、トピック(カテゴリー)ごとの管理が可能
  - 自分史、アイディアプロセッサの両面の機能を果たす
- 他者とのコミュニケーションの容易さ
  - 公開された記事に対して読者がコメント・トラックバックすることができる機能がある

## 日記であって日記ではない?

- 従前の日記 自己を意識
  - 自分だけの閉じた空間で「秘する」コンテンツ
  - 公開される(た)のは「歴史」「文学」的価値のある限られたものだけ
- ウェブ日記 自己 + 読者を意識
  - 内容が不特定多数の目に触れる/作者自身が触れてもらいたいと考えている

従来の「日記」枠組みではとらえきれない  
個人に対する機能・社会的な機能

## 問題意識

- ウェブログを書くことによって、どのような効用が得られるのか?
- ウェブログを書くことで得られる効用は、書き手の心理にどのような影響を及ぼすのか?

## 分析データ

## 日記から得られる効用

- 図5-5(p.98)
- 日記執筆満足度
  - 書くことで自分自身が癒される
  - カタルシス効果(cf: Pennebaker & Beall, 1986)
  - 従来の日記でも同じ効果が期待できる
- 既知コミュニケーション満足度
  - 既存のパーソナルネットワークとのコミュニケーションに対する満足度
  - 携帯電話やメールなどでも同じ効果が期待できる
- 未知コミュニケーション満足度
  - 新たに創出されたネットワークに対する満足度
  - ウェブログならではの効果?

## 表・本文の修正

- 別途配布資料参照
- もっとも「あてはまる」回答が多いのは日記執筆満足度に関わる項目
- ただし、どの満足度についてもさほど大きな違いはない

## 効用が心理に及ぼす影響1

- ウェブログを書くことは孤独感を低減させる?
- 表5-3(p.99)
  - 重回帰分析
  - 従属変数: 孤独感
  - 独立変数:
    - ウェブログを書くことの効用
    - 第3変数: 社会的スキル, 匿名ストレス, 自由時間, 性別, 年齢



## 分析結果の解釈

- 標準偏回帰係数
  - それぞれの変数の影響力の大きさを比較可能
  - 従属変数の孤独感は得点が高い方がより「孤独に感じている」傾向が強いことを示すので、マイナスの係数を持つ場合に「孤独感を低減している」と解釈
- 既知コミュニケーション満足度が高いと孤独感は低減される
- 未知コミュニケーション満足度が高いことは孤独感を低減させない

## ウェブログの役割

- 日記・電話・メールとの共通点
  - 自らについて「語る」ことによるカタルシス効果を得られる
- 従来の日記と異なる点
  - 他者とのコミュニケーション欲求を同時に満足させられる
- 電話やメールと異なる点
  - 特に、新たな他者とのコミュニケーション欲求を満足させることができる

## ウェブログ SNS

- ソーシャル・ネットワーキング・サービス
- 従来ウェブログとの違い
  - 招待制
  - 「読む相手」のコントロールが可能
- 既存のパーソナルネットワークへの特化
- 既存のパーソナルネットワークにもとづいた新たなパーソナルネットワークの構築

## Brief question

- 質問紙調査
  - 一部を次週以降の講義素材として利用します
  - 一部を2年次「社会心理学研究法」の分析用サンプルデータとして利用します
  - 全体を関西大学・辻大介先生の研究プロジェクトで利用します
- 現在の自分自身のコミュニケーション行動についてお答えください

## 対人心理学II

2006.11.24

## 前回講義のまとめ

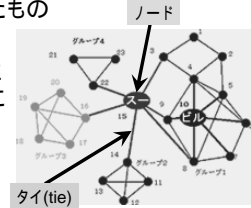
- ウェブログを書くことの効用
  - 自己表現が思う存分できる(従来日記と同じ)
  - 既知コミュニケーションが深まる(携帯やメールと同じ)
  - 未知コミュニケーションが展開する(ウェブログにユニーク)
- 特に孤独感を低減させていたのは「既知コミュニケーションが深まる」ことによる満足度
- さらにそれに特化したコミュニティ: SNS

## ウェブログ SNS

- ソーシャル・ネットワーキング・サービス
- 従来ウェブログとの違い
  - 招待制
  - 「読む相手」のコントロールが可能
- 既存のパーソナルネットワークへの特化
- 既存のパーソナルネットワークにもとづいた新たなパーソナルネットワークの構築

## SNSとは

- Social Networking Service
  - 社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービス
  - 社会的ネットワーク: 紐帯の強弱によらず、さまざまな社会的文脈(隣接性)によってつながる個人間の関係をマッピングしたもの



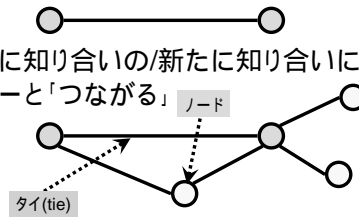
- 多くの場合、招待制(既にメンバーになっている人に招待されないと登録することができない)

## SNSの歴史

- 2002年 in USA
  - Friendster by スタンフォード大学の卒業生
  - Orkut by Google
- 2004年 in Japan
  - mixi, Greeなど多数のサービスがほぼ同時期にスタート(ただし半数以上は既に閉鎖)
- 2006.3現在の利用者数 in Japan(総務省)
  - のべ716万人(前年度比6.5倍)

## SNSの基本的な仕組み

- 既メンバーに招待されて加入
- 既知り合いの/新たに知り合いになったメンバーと「つながる」
- 社会的ネットワークの拡張



## mixi

- 日本で最初期に開設され、現在もっとも多くの利用者が存在するSNS
- 11/17 17:40現在の登録総数
  - 7,695,244件
  - 有効利用者(退会者を除く)は上記 - 100万程度
  - 自分のページ末尾の数字が登録順を示している

## 急速な拡大

- 1万ID 2004年5月
  - 5万ID 2004年7月21日
  - 10万ID 2004年9月15日
  - 25万ID 2004年12月16日 (2年前)
  - 50万ID 2005年3月21日
  - 75万ID 2005年5月28日
  - 100万ID 2005年7月15日
  - 200万ID 2005年11月17日 (1年前)
  - 300万ID 2006年2月7日
  - 400万ID 2006年4月16日
  - 500万ID 2006年6月14日
  - 600万ID 2006年8月18日
  - 700万ID 2006年10月9日
- ← 三浦はこの頃に加入

## mixiの機能

- トップ
- 登録
- 登録
- 友
- マ
- 登



## mixiの機能

- メッセージ
  - メールと同じ機能
- 日記
  - 簡略版ブログ
    - コメント機能あり,トラックバック機能なし
    - 閲覧制限あり(マイミクのみ,マイミクのマイミクまで,すべての参加者)
- コミュニティ
  - 識別性のある(匿名性は人それぞれ)掲示板群
    - 11/17時点で155万件以上作成されている
- 足あと
  - アクセス者と時間を特定可能なアクセスログ(記録)

## mixiの機能

- 関心の共有を介した交流
  - コミュニティ
  - ミュージック
    - ユーザがPCで聴いている音楽情報を自動的に収集してランキングを作成する
  - おすすめレビュー
    - 書籍・CD・DVD・映画などのレビュー(感想やコメント)を登録する

## 総合: mixiの機能

- 既存のパーソナルネットワークをインターネット上に再現し,維持・強化することができる
- 「知人の知人」タイ(tie)を辿ったり,関心の共有(コミュニティ)を手がかりにすることで,未知のパーソナルネットワークを開拓することができる
- メール,掲示板,ブログといった,これまでのインターネット・コミュニケーションで多くの人に利用されてきた機能を要領よく取り込み, mixiでそれらすべてを代替できるような機能を備えている

## mixiと人間行動・社会現象

- mixi疲れ
  - 多くのコミュニティやマイミクを登録しているヘビーユーザが, mixiにおける社会的ネットワークを維持することに負担を感じ, mixi利用を突然やめてしまう現象
  - マイミクへのコメント, マイミクからのコメントへの返答の「義務化」「オーバーフロー」「断絶」
- mixi八分
  - 特定の人物を意図的に招待しない
  - ユーザ同士で申し合わせて特定のユーザからのアクセスをブロックする
- SNSであればどこでも起こりうる(過去に起こったことがある)現象

## 「可視化」がもたらすもの

- 社会的ネットワークが「インターネット上に持ち込まれる」ことの意味: 可視化
  - SNS上のすべての社会的ネットワークが(本人・他人の)目に見える
  - 自分に対する他者からのアクセス記録がすべて目に見える
- これまでは「すべて」は見えなかったり, 整理できなかったものが「すべて見えてしまう」ことの意味は何だろう?

### 個人特性や利用環境とmixi利用状況

- 調査対象者: 関西の私立大学生375名
  - 関西大学 256名
  - 神戸学院大学 119名
  - 男性 174名・女性 201名
  - 平均年齢 20.4歳
- 調査方法:
  - 授業中配布・回答による質問紙調査

### 利用状況に関する基本情報

- 利用率

性別とmixi利用の加算表

度数		mixi利用			合計
		利用	利用意向あり	利用意向なし	
性別	男	66	13	94	173
	女	107	21	72	200
合計		173	34	166	373

- 利用率は全体の46.4%
- 性差あり(女性の方が利用率が高い)

### 利用状況に関する基本情報

- マイミク数
  - Min 2 ~ Max230 (平均45.1 中央値35)
- 既知マイミク率

マイミクのうち以前から友だちだった人の割合

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	1.0	.6	.6	.6
	2.0	1.2	1.2	1.7
	3.0	1	.6	2.3
	4.0	1	.6	2.9
	5.0	2	1.2	4.1
	6.0	3	1.7	5.8
	7.0	8	4.6	10.5
	8.0	12	6.9	17.4
	9.0	57	32.9	50.6
	9.5	3	1.7	52.3
	9.9	1	.6	52.9
	10.0	81	46.8	100.0
合計		172	99.4	100.0
欠損値	システム欠損値	1	.6	
合計		173	100.0	

### 利用状況に関する基本情報

- アクセス頻度

mixiアクセス頻度

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	日7回以上	8	4.6	4.7
	日5-6回	22	12.7	17.6
	日3-4回	30	17.3	35.3
	日1-2回	59	34.1	70.0
	週数回	22	12.7	82.9
	週1回	13	7.5	90.6
	それ以下	16	9.2	100.0
	合計	170	98.3	
欠損値	システム欠損値	3	1.7	
合計		173	100.0	

- 携帯通話や携帯メール頻度とは相関がない

### 日記執筆@mixi

- mixi上で日記を書いている
  - mixi利用者の81.5%(全体の37.6%)
- 公開範囲
  - 全体56.9%, 友人の友人16.8%, 友人26.3%
- 読者意識度
  - (やや含む)意識している 70.2%
- コメントがつかないときの寂しさや不安
  - (まあ含む)感じる 75.9%

### 日記執筆@ブログ

- ブログを書いている
  - 全体の15.6%
- 公開範囲
  - 制限なし93.1%, 許可者のみ・非公開3.4%
- 読者意識度
  - (やや含む)意識している 63.8%
- コメントがつかないときの寂しさや不安
  - (まあ含む)感じる 22.4%

### 日記的コンテンツの位置づけ

- mixi日記の方が,
  - 特定の既知パーソナルネットワークに向けて書かれている
  - その分、読者をより強く意識しているし、読者から反応がないと不安になる
  - コミュニケーションツールとしての特徴がより強い

### mixi中毒?

- mixiアクセス頻度と他変数の関わり合いの強さを検討
- アクセス頻度が高い人は、mixiでどのように振る舞っているか、どのように感じているか
- スピアマンの順位相関係数( )
  - 順序尺度の関連の強さを検討する相関係数
  - cf: 心理統計法で教えたのは、間隔尺度の関連の強さを検討する「ピアソンの積率」相関係数

### mixi利用頻度が高いと...

- 他の人のmixi日記を読む =.580
- 他の人のmixi日記にコメントする =.284
- コミュニティの発言を読む =.158
- 足あとをチェックする =.347
  
- マイミクとのコミュニケーションに主眼
- 自分へのアクセスを気にかける傾向も

### mixi利用頻度が高いと...

- 自分のページを誰が見ているか気になる =.265
- 自分のページがどのくらい見られているか気になる =.230
- 足あとが少ないと寂しさや不安を感じる =.345
- 仲良しグループ的な息苦しさを感ずることがある =-.101 (n.s.)
  
- 息苦しさと関連は見られないが、寂しさや不安との関連は強い

### 「可視化」がもたらすもの

- ウェブログによる自己表現よりも対象者を想定しやすいため、継続しやすく、コミュニケーションも成立しやすい
- ほぼ限られた範囲でのコミュニケーションの「ある」「なし」を明確に顕現化させるため、極端なケースでは疲れや不安を喚起させることにもつながる

### Brief question

- mixi利用頻度と携帯電話・メール利用頻度には有意な相関が見られなかった。この理由は何だろうか。様々な可能性を考えてみよう。

## オンライン対人ネットワーク

- ウェブログ, SNS
  - 参加する(書く)ことを通じてオンラインで他者とのコミュニケーションが展開される
  - 対人ネットワークが拡大する可能性
- オンライン上で新たに形成された対人ネットワークは、個人にどのような帰結をもたらすのか?
  - オンラインゲームを対象とした検討

## 対人心理学II

2006.12.1

## 前回までの講義のまとめ

- ウェブログ, SNS
  - 参加する(書く)ことを通じてオンラインで他者とのコミュニケーションが展開される場
  - 対人ネットワークが拡大する可能性
- オンライン上で新たに形成された対人ネットワークは、個人にどのような帰結をもたらすのか?
  - オンラインゲームを対象とした検討

## インターネットが個人にもたらす影響

- これまでの論調
  - ビジネス的な観点
    - ポジティブな面に着目
    - 例:業務効率の改善,新しい消費の可能性
  - 文化・社会的な観点
    - ネガティブな面に着目(特にマスメディア発)
    - 例:出会い系犯罪,オークション詐欺
  - 一般的な社会通念
    - (反/非)社会的活動という認識が根強い
    - ヘビーユーザー = オタク = 社会的スキルが低い

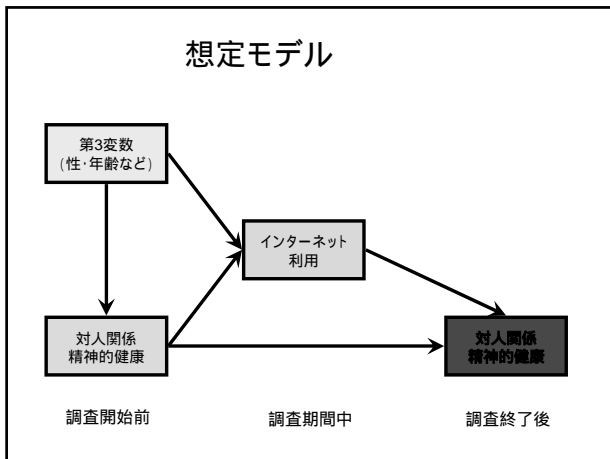
## インターネットが個人にもたらす影響

- 実証的な先行研究
  - クラウトら(Kraut, et al.)の一連の研究@USA
  - インターネットを初めて利用する人々にPCとソフトを無償で配布し,その後2年間の利用が個人に及ぼした影響を検討
  - インターネットの利用頻度の高さは精神的健康に悪影響
    - 家族とのコミュニケーション減少
    - 孤独感増大
    - 抑うつ程度増大
  - インターネット・パラドクス

## クラウトらの研究

- 調査協力者:
  - ピッツバーグ在住の93世帯256名(最終的な分析対象は73世帯169名)
  - 無料のPCとソフト配布により初めてインターネットを利用する(アクセス料金も無料)
- 調査期間
  - 1995年3月 ~ 1997年3月
  - 期間中のインターネット利用量は自動的に記録
  - 開始前と終了後に対人関係や精神的健康に関わる質問紙を実施

## 想定モデル



## 測定された変数

- 対人関係
  - 家族とのコミュニケーション
    - 家族のメンバーそれぞれと1日何分くらい話しますが
  - 身の回りの社会的ネットワークの大きさ
    - 月1回以上会ったり話したりする人がピッツバーグ内に何人いますか
  - 遠方の社会的ネットワークの大きさ
    - 年1回以上、会ったり話したりしたいと思う人がピッツバーグ以外の場所に何人いますか
  - 社会的サポート
    - 「仕事を変えたり新しい仕事を探すことになったときにアドバイスを求めることができる人がいる」など16項目(5件法)

## 精神的健康

- 孤独感
  - 「私は仲間づきあいがしたくてもそういう相手が見つからない」など3項目(5件法)
- ストレス
  - 日常起こりうるストレス(「車の故障」「家族の病気」など)チェックリスト(49項目、前月に経験したものを選択)
- 抑うつ
  - 「たとえ家族や友人が助けてくれても、憂鬱な気持ちを振り払うことはできないと感じた」など15項目(3件法)

## モデル分析結果

- 対人関係
  - インターネット利用時間が多いと
    - 家族とのコミュニケーション時間が有意に減少
    - 身の回りの社会的ネットワークが有意に減少
    - 遠方の社会的ネットワークの減少(の傾向)
- 精神的健康への影響
  - インターネット利用時間が多いと
    - 孤独感が有意に高まる
    - 抑うつ程度が有意に高まる
    - ストレスが多くなる(傾向)

## インターネット・パラドクス

- コミュニケーション・ツールとしての利用が多いインターネットを利用すればするほど、(現実場面の)対人関係が阻害され、精神的健康が悪化する
- 解釈:
  - オンライン・コミュニケーションは質が低く、絆が弱い? そうしたコミュニケーションに時間を取られることで、質が高く、絆が強いコミュニケーションが阻害されてしまう?
- 本来であればコミュニケーションが活性化することはポジティブな影響があることが期待されるのに、まったく逆の結果が示された

逆説(パラドクス)的結果

## 研究の問題点

- その後の追試では、必ずしも一貫してこの知見を支持する結果が得られているわけではない
- インターネットがもたらすマイナスの影響に着目するものが多すぎる

## マイナスの影響への偏重

- これまでのメディア研究でも同様の傾向
  - 1960年代: テレビの悪影響
  - 1980年代: テレビゲームの悪影響
    - 既に両者とも実証的研究で否定されているにも関わらず、根強く主張され続けている
  - 2000年代: ゲーム脳
    - 科学的根拠にきわめて乏しいが...
- むやみにマイナス面だけに注目することの愚
- 技術革新等、時代変化に対する考慮が必要

## 対人ネットワークと孤独感

- 対面の対人ネットワークにおけるコミュニケーションが孤独感を低減させることはさまざまな実証的研究によって明らか
- オンラインの対人ネットワークの場合はどうか?
- プラスの効果を与えうるのか、もし与えるならどの程度の効果なのか?
- オンラインゲーム「リネージュ」における対人ネットワークを対象とした国際比較研究

## リネージュ(Lineage)とは



## 日韓比較

- 韓国
  - リネージュプレイ人口200万人以上(日本は30万人程度)
  - インターネット普及率が調査時点で日本より高い
- 日韓で同様の結果が出れば...
  - 得られた結果は、プレイ人口やネット普及率に依存しない頑健なもの
- 日韓で異なる結果が出れば...
  - ネット事情や文化差によってその違いを説明できるなら興味深い

## 調査概要

- 日本
  - 調査期間: 2003年5月~6月
  - 調査協力者: 1362名
- 韓国
  - 調査期間: 2002年(月不明)
  - 調査協力者: 4786名

## 分析

- 対人ネットワークが孤独感に及ぼす影響
- 従属変数
  - 孤独感
- 独立変数
  - 対人ネットワークサイズ(オフライン/リネージュ)
  - 対人ネットワーク満足度(オフライン/リネージュ)
  - リネージュ歴/平均プレイ時間
    - インターネット・パラドクスの検討
  - 第3変数
    - 年齢・性別
    - 社会的スキル



### 結果(リネージュ対人ネットワーク)

- 重回帰分析(p.127, 表6-12)
- リネージュ対人ネットワークサイズ
  - いずれも負だが, 日本は非有意, 韓国は有意
  - 韓国では, リネージュ対人ネットワークサイズが大きいほど孤独感が低い
- リネージュ対人ネットワーク満足度
  - いずれも負で, 有意
  - 両国とも, リネージュ対人ネットワーク満足度が大きいほど孤独感が低い

### 結果(オフライン対人ネットワーク)

- 重回帰分析(p.127, 表6-12)
- オフライン対人ネットワークサイズ
- オフライン対人ネットワーク満足度
  - いずれも負で, 有意
  - 両国とも, オンライン退陣ネットワークサイズが大きいほど, あるいはオフライン対人ネットワーク満足度が高いほど, 孤独感が低い
- 先行研究と同様の知見

### 結果(利用時間, 第3変数)

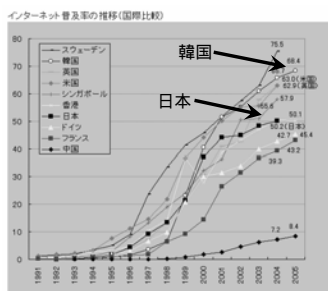
- 利用歴・平均プレイ時間
  - 日韓とも有意な効果なし
- 第3変数
  - 社会的スキル
    - 社会的スキルが高いほど孤独感が低い
  - 年齢
    - 有意な効果なし
  - 性別
    - 男性の方が女性よりも孤独感が高い

### 結果(まとめ)

- オンライン対人ネットワークに関する変数の影響力に日韓の差異が見られ, 韓国の方が強い効果が見られた
  - 満足度については日韓が同様の傾向(韓国の方が偏回帰係数が大きい)
  - サイズについては韓国のみで影響あり
  - モデル全体の決定係数(これらの変数で孤独感全体の分散が説明できる比率)が韓国 > 日本
- インターネット・パラドクス現象は見られなかった

### 日韓の差異の考察

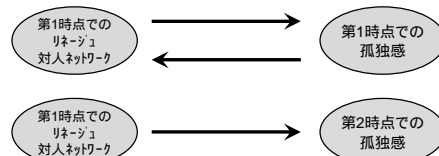
- 韓国の高いインターネット普及率と生活への浸透
- オンラインコミュニケーションの頻度も高く, 日本よりも「慣れ」や対面コミュニケーションとの同化が進んでいるのではないか



ブロードバンド普及率も韓国が世界でトップ(日本は10位くらい)

### パネル調査による検討

- ここまでの分析で, リネージュ対人ネットワークと孤独感の負の関連は示された
- しかし1時点のみのデータ分析からは「リネージュ対人ネットワークが孤独感を低めている」という因果関係を特定することはできない



## パネルデータの分析

- 日本のデータのみによる検討
- 従属変数
  - 孤独感(第2時点)
- 独立変数
  - 対人ネットワークサイズ(オフライン/リネージュ)(第1時点)
  - 対人ネットワーク満足度(オフライン/リネージュ)(第1時点)
  - リネージュ歴/平均プレイ時間
  - 孤独感(第1時点)
- 第3変数
  - 年齢・性別・社会的スキル
  - インターネット歴・可処分時間

## 結果

- 重回帰分析(p.129, 表6-13)
- 第1時点の孤独感を統制しても,リネージュ対人ネットワーク満足度(第1時点)が孤独感(第2時点)に影響をもつ(ただし,ごく弱い)

## まとめ

- オフラインの対人ネットワークほど明瞭ではないが,リネージュ(=オンライン)の対人ネットワークは孤独感を軽減させる効果をもつ
- 一般的なインターネット悪影響論とはまったく逆の影響
- インターネットはマイナスの影響力だけでなく,間違いなくプラスの影響力を持っている
- どのようにしてマイナスの影響力を回避しながらプラスの影響を増加させていくかという議論をすべき

## 次の問題意識

- オンラインコミュニケーションの現場では,何が生み出されているのか
- 社会関係資本からの検討

## Brief Question

- テレビにせよ,テレビゲームにせよ,インターネットにせよ,なぜ新しく登場したメディアが個人や社会に及ぼす影響は特にネガティブな側面に注目が寄せられるのだろうか? その理由を心理学的な観点から考えてみよ.

## 対人心理学II

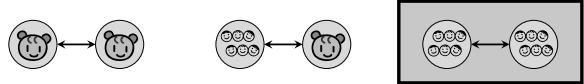
2006.12.8

### 前回講義のまとめ

- オンラインでの対人ネットワークは、個人に対してポジティブな帰結(前回紹介した例では、孤独感の低減)をもたらすこともある
- インターネットにおけるコミュニケーション量が増えることが現実生活に対してネガティブな影響をもたらす、というインターネット・パラドクスが常に生じるわけではない

### インターネットの集会的利用

- 高いカスタマイズ性
  - 多種多様なコミュニケーション様態を実現



- オンラインゲーム, メーリングリスト, BBS(掲示板)など
- こうした場面では、個人レベルの帰結に加えて、多人数の成員をもつコミュニティ全体としての所産を考える必要がある

### 社会・集団レベルでの帰結

- 社会関係資本の醸成
  - 社会の中で人々が活動する際に「1+1>2」となるような成果を得ることを可能にさせる「原資」
  - 集団や組織における個人間の協力や協同が、集団レベル・個人レベル双方の活動のアウトプットを高めることができるような促進要因
- 社会的ネットワーク
  - 互酬性規範
  - 他者への信頼

### 社会関係資本が育まれる場

- 水平的で活発な自発的な社会関係
  - 例えば...
    - インフォーマルな仲間集団, 同好会
    - マンションの自治会, 町内会
    - 同業組合, NGO, NPO
  - こうした社会的ネットワークに所属する成員が相互に協力することで、集団が共通して抱える集会的問題(例:自治会における町内のゴミ処理問題)の解決能力が高まり、集団としての問題が解決すると共に、結果として成員がより多くの経済的・心理的利益を互いに享受できる
  - インターネット・コミュニティの多くが持つ特徴でもある(ただし、積極的に参加した場合に限られる)

### 一般的信頼感

- 個人が他者に出会った際、その人がどの程度信頼できるかについて平均的に抱く期待
  - ほとんどの人は基本的に正直である
  - 私は人を信頼する方である
  - ほとんどの人は他人を信頼している ...などで測定
- 人とつきあいを始める際に前提として持っている(初期値として適用する)「一般的な他者」に対する信頼感

### 一般的信頼感の社会的メリット

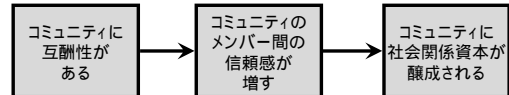
- 協力的行動の増加
    - 例: 囚人のジレンマゲーム
- |             | 囚人B 黙秘(協力) | 囚人B 自白(裏切り) |
|-------------|------------|-------------|
| 囚人A 黙秘(協力)  | (2年, 2年)   | (15年, 1年)   |
| 囚人A 自白(裏切り) | (1年, 15年)  | (10年, 10年)  |
- 裏切りや非協力的行動に対する制度的監視や抑止の必要性低下
    - 社会的コストの低減(例: 犯罪が少ないコミュニティでは警官の数が少なくても治安維持が可能)

### 一般的互酬性

- 「AがBを援助したら、Aはコミュニティまたは社会の他の人から(Bに限らず)援助されるだろう」という規範的認知
- ことわざ「情けは人のためならず」
  - 人に情けをかけるのはその人のためではなく、自分のためである
  - 人助けをすると、巡り巡っていつか自分に返ってくるものである
- コミュニティ内の成員が助け合う(相互に社会的交換をおこなう)ことでお互いにメリットを得て、コミュニティ自体も成長する

### 一般的互酬性の社会的メリット

- 直接的/即時の見返りが見込めない状況でも自発的な援助や協力的行動が発生する
  - 各人が各人なりに合理的に行動した場合よりも良い結果をもたらす
- 一般的信頼感の基礎となり、社会関係資本の根幹をなす



### コミュニケーションと社会関係資本

- ここまでの議論をまとめると...
  - 人間が、何らかのコミュニティにおいて集合的なコミュニケーションをおこなうことによって、コミュニティ内の利害の調整や資源の社会的交換が生じ、それらが互酬性の感覚や一般的信頼感を醸成する
- インターネット利用はこのような集合的コミュニケーションを促進し、社会関係資本が生まれ、社会・集団レベルでポジティブな帰結をもたらすのだろうか?
- オンラインにおける社会関係資本は、オフラインに「あふれ出す」(汎化)効果をもつのだろうか?

### 仮説

- オンラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感は、
  - インターネットの集合的利用によって醸成されるオンラインにおける社会参加・政治参加を促進する
  - オフラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感の効果を差し引いてもなお、オフラインの社会参加・政治参加に対してプラスの効果をもつ

### 利用したデータ(10/20資料再掲)

- 実施時期:2002年11月
- 対象者:20~65歳の山梨県民
- サンプルング方法
  - 二段階確率比例抽出法によるランダムサンプリング
  - 山梨県内の40地点を市区町村(町丁目)の人口ウェイトを用いて無作為に抽出し、それぞれの地点から20~65歳の33人ずつを選挙人名簿から無作為に抽出した

### 質問項目(p.161 図8-1, 図8-2)

- オンラインの一般的信頼感(2項目・4件法)
  - インターネット上で出会う人たちのほとんどは信頼できる
  - インターネット上で出会う人たちについて、信頼できる人とできない人を見分ける自信がある
- オンラインの一般的互酬性(2項目・4件法)
  - インターネットの上でも、困ったときにはお互いに助け合うというルールが守られている
  - インターネット上で人から親切にしてもらった場合、自分のインターネット上で他の人に親切にしようという気持ちになる
- 同・オフライン(各2項目・4件法)
  - p.161 図8-1, 図8-2の項目のうち「(オフライン)」が文頭にあるものを用いた
- それぞれを単純加算して、間隔尺度として扱う

## 分析

- p.161 図8-1と図8-2
  - 基本統計量のオンライン・オフライン間比較
  - 一般的信頼感: オフライン>>オンライン
  - 一般的互酬性: オフライン オンライン
  - 信頼できる他者に会う確率は高くないが, 互酬的な関係を構築可能なきっかけがあれば自分もそれに返報する

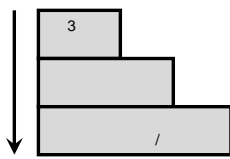
## 分析

- 階層的な重回帰分析
- 従属変数
  - オンライン上の一般的信頼感
  - オンライン上の一般的互酬性
- 社会的ネットワークへの影響については既に分析済みのためここでは略(p.57 表3-1参照)

## 分析

- 独立変数
  - 第3変数
    - 属性, その他
  - オフラインでの一般的信頼感/一般的互酬性
  - インターネット利用のタイプ
    - 携帯メール
    - PCメール利用の有無
    - オンラインコミュニティへの参加の有無
    - オフラインの組織やグループでの利用
    - サポート(PCやインターネット利用について教えてくれたり相談に乗ってくれる)他者の数

## 階層的な分析

- モデル1
    - 独立変数として, 第3変数のみを投入
  - モデル2
    - モデル1に加えて, インターネット利用タイプに関する変数群を投入
  - モデル3
    - モデル2に加えて, オフラインでの一般的信頼感/互酬性を投入
- 
- 独立変数を増やすにつれて, 最初から投入されていた独立変数のもつ偏回帰係数が減少していけば, その変数の影響力は「他の変数の影響を加味すると, 薄れてしまう, つまりあまり大きくないものであることが示唆される

## オンラインの一般的信頼感

- 表8-1(p.162)
  - 男性の方がオンラインの一般的信頼感を高く見積もる
  - オンラインコミュニティへの参加とサポート他者の存在はオンラインの一般的信頼感を高める
  - これらの傾向は, モデル1~3を通してほとんど変わらない
  - オフラインの一般的信頼感が高いとオンラインの一般的信頼感も高い

## オンラインの一般的互酬性

- 表8-2(p.163)
  - 女性/テクノロジー親和性の高い人の方がオンラインの一般的互酬性を高く見積もる
  - オンラインコミュニティへの参加, オフライングループにおけるインターネット利用, サポート他者の存在はオンラインの一般的互酬性を高める
  - これらの傾向は, モデル1~3を通してほとんど変わらない
  - オフラインの一般的互酬性が高いとオンラインの一般的互酬性も高い

## 仮説 の検証

- 仮説
  - 一般的信頼感と一般的互酬性はインターネットの集会的利用によって醸成される
- インターネット利用は、オンラインの一般的信頼感/互酬性に対して、有意な正の偏回帰係数をもっており、なおかつその傾向はオフラインの一般的信頼感/互酬性を統制したモデル3でも示された
- つまり、仮説 は支持されたといえる

## Brief Question

- オンラインの一般的信頼感/互酬性のいずれの場合も、モデル3で「オフラインの一般的信頼感/互酬性」が正の有意な効果をもっていた、という分析結果が示す意味を分かりやすく説明せよ

## 対人心理学II

2006.12.15

## 前回講義のまとめ

- インターネット利用の社会・集団レベルでの帰結の実証的検討
- インターネットの集会的利用が、社会関係資本を醸成するかどうかを検証
- 社会関係資本の要素である一般的信頼感と一般的互酬性は、インターネットの集会的利用によって醸成されることが示された 仮説 支持
- 資料一部差し替え(今日配布したものと入れ替えてください)

## 用語の確認

- 社会関係資本
  - われわれが他者と相互作用する「社会」における活動で、単なる人数の総和以上のもの(=社会の活性化)がもたらされるための原資となるもの
  - 社会的ネットワーク、一般的信頼感、一般的互酬性
- オフラインとオンラインコミュニティ
  - それぞれ「対面を含む」と「ネットワーク上」コミュニティに対応
- ここでのもっとも大きなテーマは以下の2点
  - 「ネットワーク上の=オンラインコミュニティでも社会関係資本は創り出されるのか？」
  - 「その資本は対面を含む=オフラインコミュニティでも役立つものなのか？」

## Brief Question & Answer

- オンラインの一般的信頼感/互酬性のいずれの場合も、モデル3で「オフラインの一般的信頼感/互酬性」が正の有意な効果をもっていた、という分析結果が示す意味を分かりやすく説明せよ
- オフラインの一般的信頼感/互酬性は、社会的属性や人的資本に関する第3変数や、インターネット利用に関する変数の影響を統制した場合でも、オンラインの一般的信頼感/互酬性に正の影響をもたらしていた
- つまり対面場面でもっている一般的信頼感/互酬性の程度は、オンライン(非対面)でのそれに一定の影響力を持っている(=オンラインでの一般的信頼感/互酬性の程度は、ある程度の部分、対面場面でのどの程度それらを感じているかによって決まる)

## 仮説

- オンラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感は、  
インターネットの集会的利用によって醸成される

オンラインにおける社会参加・政治参加を促進する  
オフラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感の効果を差し引いてもなお、オフラインの社会参加・政治参加に対してプラスの効果をもつ

## 仮説 に関連する質問項目

- オンラインにおける社会参加・政治参加
  - 社会参加
    - オンラインコミュニティへの参加の有無(0/1の2値)
  - 政治参加
    - 図3-1(p. 48)参照
    - 市民ネット討論会への参加意向
      - 「積極的に参加して発言してみたい」:「発言したいとは思わないが、討論の内容を見てみたい」:1
      - 「発言してみたいとも、内容を見てみたいとも思わない」と無回答:0
    - つまり、間隔尺度でも順序尺度でもなく、0/1の2値変数として扱っている 分布に偏りがありすぎるため

## 分析

- 階層的なロジスティック重回帰分析
- 従属変数
  - オンラインにおける社会参加・政治参加
- 独立変数
  - 第3変数
  - ネットワーク変数
    - 弱い紐帯数(年賀状の枚数)
    - 強い紐帯数(日頃よく話をする人の数)
    - ネットワーク他者の社会的・政治的知識量(強い紐帯をもつ他者のものを推定)
  - オンラインの社会関係資本(一般的信頼感/互酬性)
  - オフラインの社会関係資本(一般的信頼感/互酬性, 公的組織や私的グループへの参加)



## オンラインにおける社会参加

- 表8-3 (p.166)
  - 年齢が低いほど、学歴/テクノロジー親和性が高いほどオンラインコミュニティに参加する
  - オンラインでの一般的信頼感/互酬性が高いほどオンラインコミュニティに参加する
  - オフラインで公的組織や私的グループに参加している人ほどオンラインコミュニティに参加する

## オンラインにおける政治参加

- 表8-4 (p.167)
  - 年齢/テクノロジー親和性が高いほど市民ネット討論会への参加意向が高い
  - ネットワーク他者の社会的・政治的知識量が多いほど市民ネット討論会への参加意向が高い
  - オンラインでの一般的互酬性が高いほど市民ネット討論会への参加意向が高い
  - オフラインで私的グループに参加している人ほど市民ネット討論会への参加意向が高い(配布資料訂正)
- 年齢の影響が社会参加の場合と逆であることに注意
- オンラインコミュニティの参加者が若年層に偏っていることを示唆

## 仮説 の検証

- 仮説
  - オンラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感は、オンラインにおける社会参加・政治参加を促進する
- オンラインの一般的互酬性は、オンラインにおける社会参加・政治参加に対して、有意な正の偏回帰係数をもっており、なおかつその傾向はオフラインの一般的信頼性/互酬性を統制したモデル4でも示された
- オンラインの一般的信頼感は、オンラインにおける社会参加に対しては上記の傾向を示したが、政治参加については有意な効果をもたなかった
- つまり、仮説 は「ほぼ」支持されたといえる

## 仮説

- オンラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感は、

インターネットの集合的利用によって醸成されるオンラインにおける社会参加・政治参加を促進する

オフラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感の効果を差し引いてもなお、オフラインでの社会参加・政治参加に対してプラスの効果をもつ

## 仮説 に関連する質問項目

- オフラインにおける社会参加・政治参加
  - 組織参加
  - グループ参加
  - 争点参加
- p.54 ~ 55を参照(次2スライドは、ほぼ再掲)

## 組織参加・グループ参加

- 組織参加: 公的(フォーマル)な団体・組織への加入
  - 自治体, PTA, 労働組合, ボランティア団体, 政治家後援会など10種類の団体への加入の有無
  - より公的な社会参加(政治参加に近い)
- グループ参加: 私的(インフォーマル)なグループへの加入
  - 仕事を離れたつきあいのある職場仲間のグループ, 習い事や学習のグループ, 趣味や遊び仲間のグループへの加入の有無
  - より私的な社会参加
- それぞれの加入の有無を測定し, 参加の積極度によって重みづけしたものを指標とする
- 間隔尺度とみなす

## 争点参加

- 社会的に重要な争点への参加
  - 「地域の問題」「教育の問題」「福祉の問題」「消費者問題」「環境問題」
  - これらの争点に関する活動や話し合いに過去5年間に参加した程度
    - 何度かある/1~2回ある/1度もない
  - 争点参加の程度が高い = 能動的な政治参加の程度が高い
- 間隔尺度とみなす

## 分析

- 重回帰分析
- 従属変数
  - オフラインにおける組織参加/グループ参加/争点参加
- 独立変数
  - 第3変数
  - ネットワーク変数
  - オンラインの社会関係資本(一般的信頼感/互酬性)
  - オフラインの社会関係資本(一般的信頼感/互酬性)
- オフラインにおける社会関係資本の効果を差し引いてもなお、オンラインの社会関係資本は従属変数に有意な効果をもつだろうか?

## 結果(中心的な変数のみ)

- 表8-5(p.170)「オンライン上の社会関係資本」の行
  - 組織参加
    - オンライン上の一般的互酬性は組織参加を高める(ただし弱い効果)
    - オンライン上の一般的信頼感は効果なし(有意ではないがマイナスの係数)
  - グループ参加
    - オンライン上の一般的互酬性は組織参加を高める
    - オンライン上の一般的信頼感は効果なし(有意ではないがマイナスの係数)
  - 争点参加
    - オンライン上の一般的信頼感/互酬性ともに効果なし(一般的信頼感は有意ではないがマイナスの係数)



## 仮説 の検証

- 仮説
  - オンラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感は、オフラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感の効果を差し引いてもなお、オフラインでの社会参加・政治参加に対してプラスの効果をもつ
- オンラインの一般的互酬性は、オフラインにおける社会参加・政治参加(特に組織参加とグループ参加)に対して、オフラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感の効果を差し引いてもなお有意な正の偏回帰係数をもっていた
- オンラインの一般的信頼感は、オフラインにおける社会参加・政治参加に対して有意な効果をもたなかった。またその係数はむしろ負の値であった
- つまり、仮説 は、オンラインの一般的互酬性についての部分的に支持されたといえる

## まとめ

- 結果からいえること
  - オンラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感は、  
インターネットの集会的利用によって醸成される  
オンラインにおける社会参加・政治参加を促進する  
オフラインにおける一般的互酬性と一般的信頼感の効果を差し引いてもなお、オフラインの社会参加・政治参加に対してプラスの効果をもつ

## 考察:仮説 関連

- 表8-1,8-2 (p.162-163)
- インターネットの集会的利用(オンラインコミュニティへの参加)によって、オンライン上の社会関係資本が醸成される
- オフラインで参加しているグループでのネット利用によっても社会関係資本が醸成される
- オンライン上の社会関係資本はオンライン上の行動のみから醸成されるのではなく、オフラインとの強固なつながりを持つことによって、日常世界の文脈に埋め込まれている

## 考察:仮説 関連

- 表8-3, 8-4 (p.166-167)
- オンラインでの社会関係資本は、オンラインにおける社会参加・政治参加を促進する傾向があり、特に一般的互酬性においてその傾向は顕著
- eデモクラシーに代表されるインターネットを利用した社会参加・政治参加を促進させるためには「いかにオンラインでの社会関係資本を醸成するか」という視点を持つことが必要

## 考察:仮説 関連

- 表8-5 (p.170)
- オンラインでの一般的互酬性はオフラインへの汎化効果があり、オフラインにおける社会参加を促進する効果を示した
- オンラインコミュニケーションが社会的にマイナスの効果をもたらすというインターネット・パラドクスを否定し、むしろプラスの効果をもたらす可能性を示唆
- オンラインでの一般的信頼感は、オフラインへの汎化効果をもたない
- 一般的信頼感を判断する材料が少ないことが影響?
  - 一般的互酬性は、掲示板でのサポートの授受などを通じて可視化されやすい

## 次の疑問

- オンラインコミュニティに積極的に参加し、オンラインでの一般的互酬性についてポジティブな考えを持つ人は、オンラインでもオフラインでも積極的に社会に参加する傾向がある
- とすれば、オンラインコミュニティの「何」が互酬性を養うのか?

### Brief Question

- 携帯電話利用に関するアンケートにご協力をお願いします(次世代携帯メディアに関するKDDIとの共同研究の予備調査)

### 対人心理学II

2006.12.22

### 次回予告(1/12)

- 講義最終回
- これまでのまとめと、定期試験に関する予告をおこないます
- 試験に関する資料配布&説明をおこなうので、出席を強く推奨します

### 前回までの講義のまとめ

- オンラインコミュニティにおいて、社会関係資本は醸成される
- オンラインコミュニティに積極的に参加し、オンラインでの一般的互酬性についてポジティブな考えを持つ人は、オンラインでもオフラインでも積極的に社会に参加する傾向がある(一般的信頼感については、必ずしもそうとは言えない)

### 検証されずに残されている点

- 仮説 で検証されたのはオンラインコミュニティへの参加の有無がオンラインでの社会関係資本の醸成に効果をもつこと
- オンラインコミュニティの内部における「何」が社会関係資本の醸成に効果を持っているかは明らかにはなっていない
- オンラインゲーム「リネージュ」参加者のデータにもとづき、オンラインでの一般的互酬性の醸成に限った検討をおこなう

### 社会関係資本醸成に効果を持つ コミュニティ特性

- Ikeda & Richey(2005)
- コミュニケーションの頻度
- コミュニティのサイズ
- 成員の同質性
- コミュニティの構造的垂直性
- コミュニティの開放性
- オンラインゲームの文脈でこれらに相当する変数を探索し、それらがオンラインでの一般的互酬性に及ぼす効果を検討する

## 分析データ

- 調査対象者
  - オンラインゲーム「リネージュ」の利用者838名
  - 2003年調査に参加した利用者だけに依頼
- 調査方法
  - ウェブ上での質問紙調査
- 調査期間
  - 2004年2～3月

## リネージュ(Lineage)とは(再掲)



## コミュニティ特性に対応する変数

- オンラインゲーム内のコミュニティ: クラン
  - ゲーム内でモンスターを倒したり城を攻めたりする集合行動をおこなうための基礎単位
  - 1人のプレイヤーが参加できるクランは1つだけ
- コミュニケーションの頻度
  - オンラインクラン行事参加頻度
  - オフラインクラン行事参加頻度
  - クラン同時プレイ頻度(多いほどコミュニケーション量多)
- コミュニティのサイズ
  - クランサイズ(クランに所属するプレイヤー数)

## コミュニティ特性に対応する変数

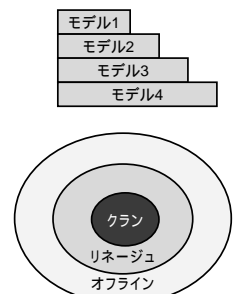
- 成員の同質性
  - あなたはクランのメンバーと、ものの考え方や行動の仕方が似ていると思いますか(4件法)
- コミュニティの構造的垂直性
  - そのクランではメンバー間の上下関係がはっきりしていますか(4件法)
  - cf: 垂直でない= 上下関係が明確でない= 水平性
- コミュニティの開放性
  - そのクランは他のクランと協力的だと思いますか(4件法)
- これに加えて、調査協力者がリーダーであるか否か(0/1の2値)も独立変数に含めた

## 互酬性に関する質問項目

- 狭
- クラン内互酬性(2項目・4件法・単純加算)
    - クラン内では、困ったときにはお互いに助け合っていると思いますか
    - クラン内でクラン員から親切にもらった場合、自分も他のクラン員に親切にしようという気持ちになると思いますか
  - リネージュ内互酬性(2項目・4件法・単純加算)
    - 上記「クラン」を「リネージュ」に置換
  - オフライン互酬性(2項目・4件法・単純加算)
    - 人を助ければ、いずれその人から助けられる
    - 人を助ければ、今度は自分が困っているときに誰かが助けてくれるように世の中はできている
- オンライン
- 広

## 分析

- 階層的な重回帰分析
- 従属変数
  - クラン内互酬性
- 独立変数
  1. 第3変数
  2. クラン特性
  3. リネージュ内互酬性
  4. オフライン互酬性



## 結果

- 表8-6 (p.176)
- 属性に関する効果はまったくなし
  - クランは日常世界の属性に依存しない水平的コミュニティであることの傍証
- クラン特性の効果
  - リーダーであること、クラン同質性、クラン開放性はクラン内互酬性に有意な正の効果をもつ
  - クラン垂直性はクラン内互酬性に有意な負の効果をもつ
  - これらの効果はリネージュ内/オフライン互酬性を加味しても消失しない
  - コミュニケーション頻度やコミュニティサイズはクラン内互酬性に有意な効果なし
- リネージュ内互酬性はクラン内互酬性に有意な正の効果をもつ
- オフライン互酬性はクラン内互酬性に有意な効果なし

## 結果のまとめ

- オンライン上のコミュニティ内での互酬性を高めるコミュニティ特性は,
  - コミュニティが構造的に水平であること
  - コミュニティに属する成員が互いによく似ていること
  - コミュニティ外部(他のコミュニティ)に対して開放的なコミュニティであること

## 根本的な問題意識に立ち返って...

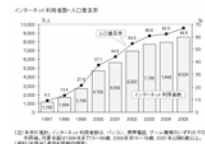
- インターネット利用のもたらす社会・集団レベルの帰結
  - インターネット利用は集合的コミュニケーションを促進し、社会関係資本が育まれ、社会・集団レベルでポジティブな帰結をもたらすのだろうか?
  - オンラインにおける社会関係資本は、オフラインに「あふれ出す」(汎化)効果をもつのだろうか?



おおむねYes!!

## これからの日常世界と インターネット・コミュニティ

- 人口普及率の拡大に伴い、インターネット・コミュニケーションが個人に与える影響だけではなく、集団・社会に与える影響についても考える必要性は高まっている
- ネガティブな側面だけに注目するのではなく「うまく使う」ことによってよりよい社会を創り出すための手がかりを探すことも重要である



## 次回予告(1/12)

- 講義最終回
- これまでのまとめと、定期試験に関する予告をおこないます
- 試験に関する資料配布&説明をおこなうので、出席を強く推奨します
- 9:30 ~ (30分程度)

## Brief Question

- われわれの未来の日常世界をよりよいものとしていくためには、インターネット・コミュニケーションのもつどのような側面を活かし、また伸ばしていけばよいだろうか。これまでの講義を聞いて考えた、あなたの意見を述べよ。
- 授業評価アンケートにご協力ください

## 対人心理学II

2007.1.12

### 主題と目標

- 現代社会を席卷しているさまざまなネットワーク・コミュニケーションの特徴が利用者の心理にもたらす変化とその意味について考える
- 何が変わり、何が変化していないのかに留意しながら、変化の様子、その原因とプロセスについて、実証的データ分析にもとづいて考察する

### テキスト

- 池田謙一(編著)  
小林哲郎・志村誠・呉國怡(著)  
「インターネット・コミュニティと日常世界」  
誠信書房

### 成績評価

- 大福帳提出状況 20%  
- 全出席回数 ÷ 11 × 20点
- 大福帳提出内容 20%  
- 0点, 5点, 10点, 15点, 20点の5段階評定  
- 途中で実施したNot brief questionsの成績を加味して評価する  
- 絶対評価
- 定期試験 60%

### 定期試験

- 前回同様、論文を読んで設問に答える形式
- 今回は試験に先立って出題文献を配布する
- 30点満点
  
- 授業内容に関する設問に答える形式
- テキスト・資料・ノート等持ち込みあり(ノートはコピー不可)
- 30点満点
  
- いずれも記述式のみ

### 出題文献

- 杉谷陽子・小林哲郎・池田謙一(2006)
- CMCにおける対人関係と意思伝達 - オンラインゲーム「リネージュ」のユーザー調査
- 第23回情報通信学会大会発表論文集より
  
- 試験当日必ず持参すること

### 過去の配布資料

- <http://www.team1mile.com/asarin/> から資料全ページPDFファイルをダウンロードできるようにしておく(明日以降)ので,必要な場合は適宜入手すること.印刷したものの再配布希望には応じられない.

### 研究協力依頼

- 次世代携帯電話端末の利用に関する実験の予備研究として,日常生活における携帯電話利用(特に画像送信)に関する調査をおこないます
- 2月に1週間程度継続して,ご自身の携帯電話を使って参加していただくものです
- 関心のある人は,これまでの意思表示の有無によらず,授業終了後に集まってください