

インターネット、携帯電話の普及 とコミュニケーション変容

東京大学
大学院情報学環

橋元良明



概略

- インターネット・パラドックスの検証
インターネットで人は精神的に豊かになるか
- 携帯電話 / メールの利用
- 若者にみるコミュニケーション・メディアの利用パターン
- 友人とのつきあい方とメディア利用

調査の概要

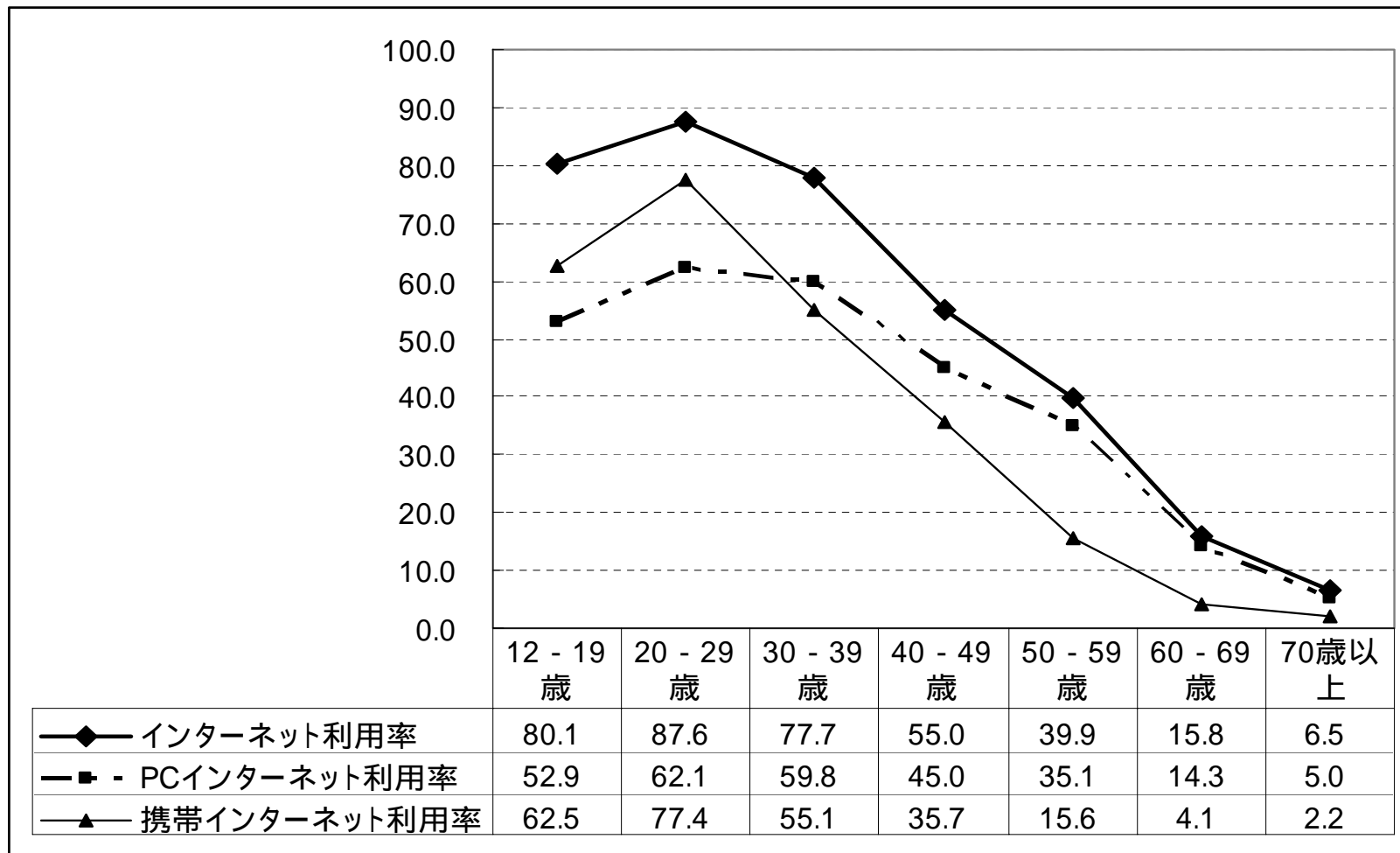
調査A(科学研究費助成研究:橋元研究室) = パネル(追跡)調査

- 調査対象:
 - 母集団 **全国12歳-69歳の男女**
 - 標本数 初期3,000 第2回1,878
 - 有効回収票 第1回(2001)**1,878**(回収率62.6%)
 - 第2回(2003)1,246(回収率66.3%)
- 調査方法:層化二段無作為抽出(地点数200)
- 調査員による個別訪問留置回収法
- 調査実施期日:第1回2001年11月29日-12月16日
- 第2回2003年11月27日-12月14日

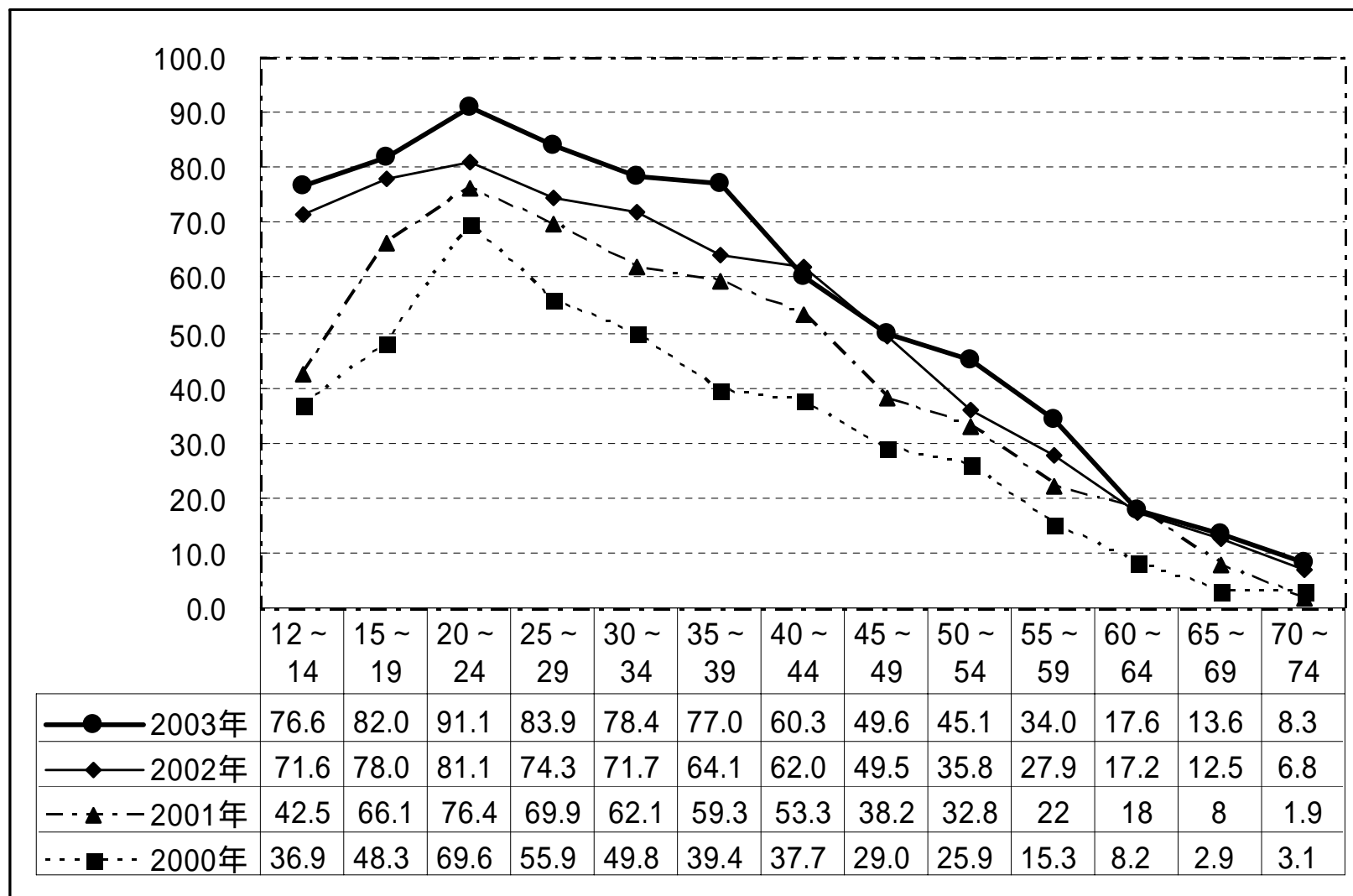
調査B(World Internet Project:東京大学情報学環 / 通信総合研究所)

- 母集団 **全国12歳以上の男女**
- 標本数 3,500
- 有効回収票 **2,333**(回収率66.7%)
- 調査方法:層化二段無作為抽出(地点数150)
- 調査員による個別訪問留置回収法
- 調査実施期日:2003年11月27日-12月17日

(本プロジェクトによる調査は2000年以降、毎年実施、WIP参加国で共同比較研究を実施)



年齢別インターネット利用率(2003, 調査Bによる)



年齢別インターネット利用率の経年変化(調査Bより)

10代、30代が伸びる。20代は飽和。50以降は停滞

インターネット・パラドックス

Kraut,R. et al(1998) Internet Pradox:A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?,
American Psychologist,53,1017-1031.

ピッツバーグ地域の住民93世帯256名に対するパネル調査

(各世帯にパソコンを配布、無料でインターネットを利用させる)

1年後および2年後に利用に伴う変化をパネル調査

インターネットを利用すればするほど

【対人コミュニケーション】

(1)家族とのコミュニケーション(1日に話をする時間) 減少*

(2)地域の社会的ネットワーク(月に1回以上会ったり話をしたりする人の数) 減少*

(3)遠方の社会的ネットワーク(年に1回以上、会ったり話をしたいと思う人の数) 減少+

【心理尺度】

(4)孤独感(「私は仲間づきあいがしたくても、そういう仲間が見
つからない」等3項目) 増加*

(5)ストレス(日常的に経験したストレス) 増加+

(6)抑鬱的傾向(「たとえ家族我や友人が助けてくれても、憂鬱な
気持ちを振り払うことができないと感じる」等15項目) 増加*

【理由】 次のスライド

ただし、Kraut,R.et al(2002) Internet Paradox Revisited in *Journal of Social Issues*, vol.58,No.1,2002,pp.49-74.

ではパラドック現象は確認されなかった。=インターネット環境の変化(利用者の大衆化、コンテンツ充足、メディアへの慣れ)

パラドックス、Why?

- 時間剥奪
 - とくに家族内コミュニケーション
 - 「弱い絆」仮説
 - オンライン上のコミュニケーション関係
 - ～ 日常的文脈に組み込まれていない
 - = 「弱い絆」
- 既存の「強い絆」ネットワークが「弱い絆」ネットワークに代替される
- コミュニケーションの希薄化、関係の消滅
- 自分が他者に理解されていないという不安 /
他者のことも理解できていないという不安

日本での検証(調査A、2001-2003)

< 孤独感スケール (UCLA Loneliness Scale 改訂版から) >

私には、頼りにできる人がだれもない
私の興味や考えは、私の周囲の人たちとは違う
私は自分の周囲の人たちとうまくいっている(R)

< 抑うつ性尺度 (W. ZungのSDSから) >

生活はかなり充実している(R)
夜よく眠れない
気分が沈んで憂うつだ

< 情動的共感性尺度(吉田富二雄編『心理測定尺度集』から) >

私は大勢の中で一人ぼっちでいる人を見ると、かわいそうになる
私は人がうれしくて泣くのをみると、しらけた気持ちになる(R)
私は友人が悩みごとを話し始めると、話をそらしたくなる(R)

< 家族的結束性測定尺度(吉田富二雄編『心理測定尺度集』から) >

私の家族は、みんなで何かをするのが好きである
私の家族では、自由な時間は、家族と一緒に過ごしている
私の家族は、困ったとき、家族の誰かに助けを求める

< 社会的スキル尺度(吉田富二雄編『心理測定尺度集』から) >

他人と話していて、あまり会話がとぎれないほうだ
知らない人とでも、すぐに会話が始められる
他人にやってもらいたいことを、うまく指示することができる

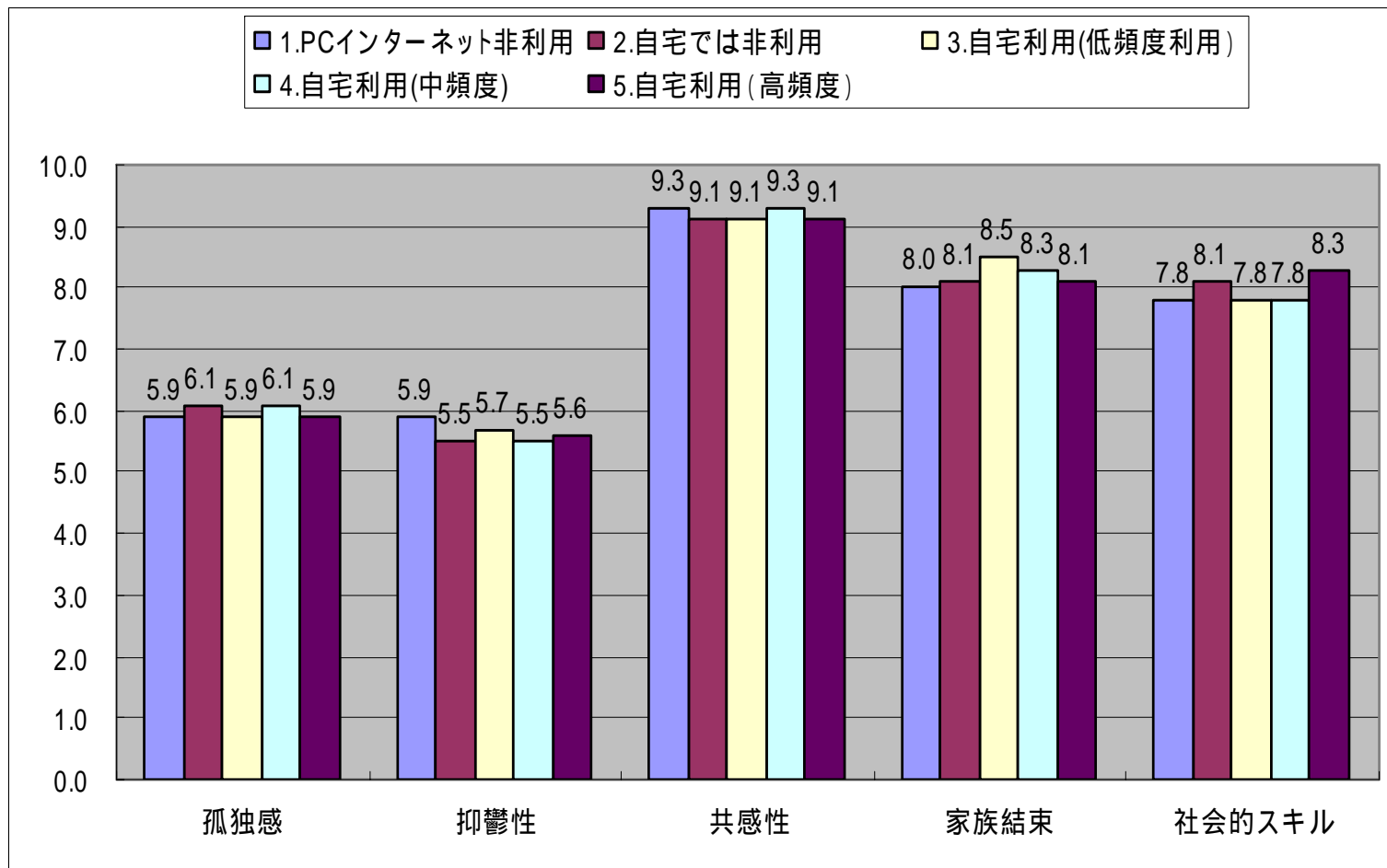


図 社会心理的スケールとインターネットの利用タイプ
(2001)

すべての項目で有意差なし

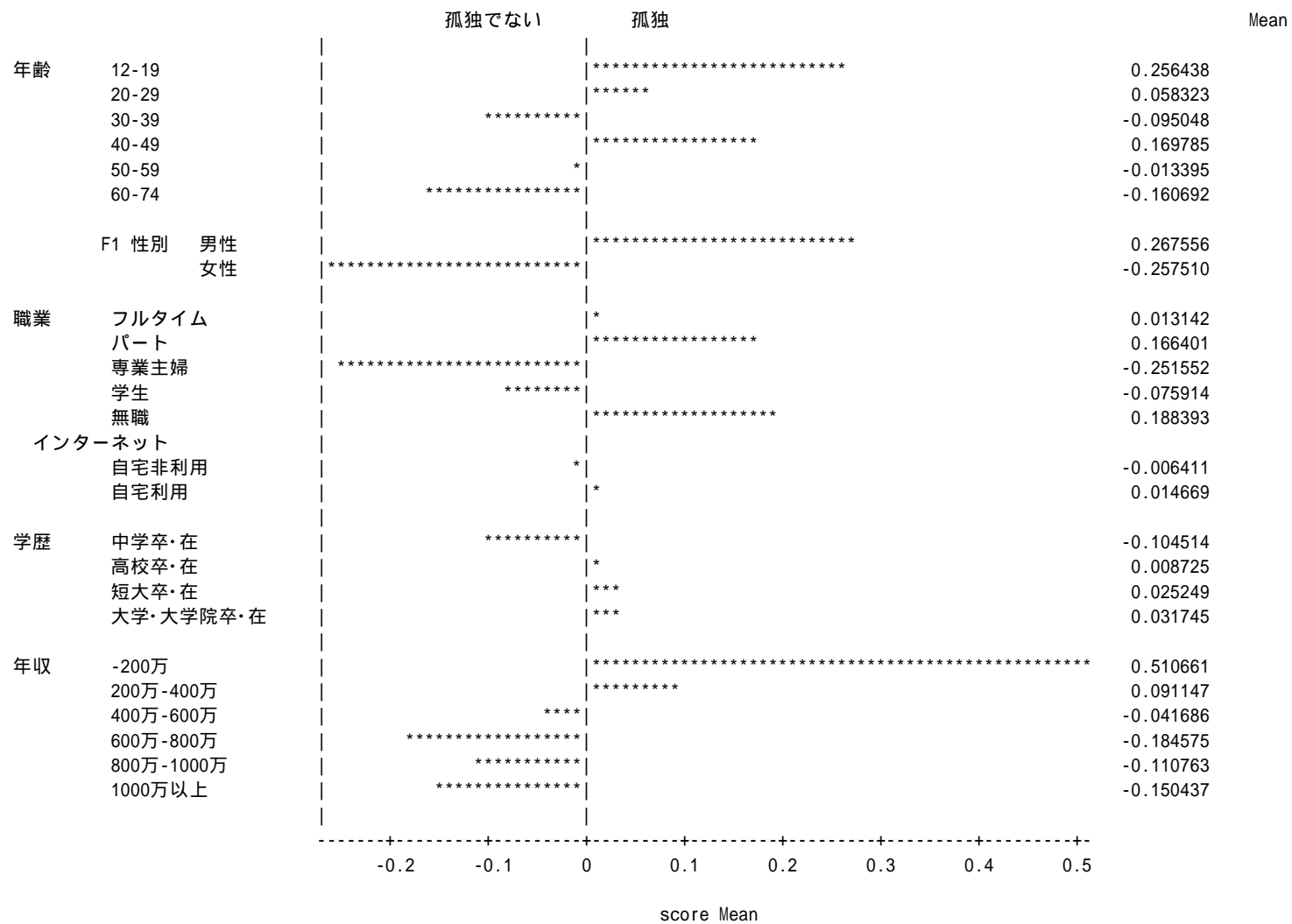
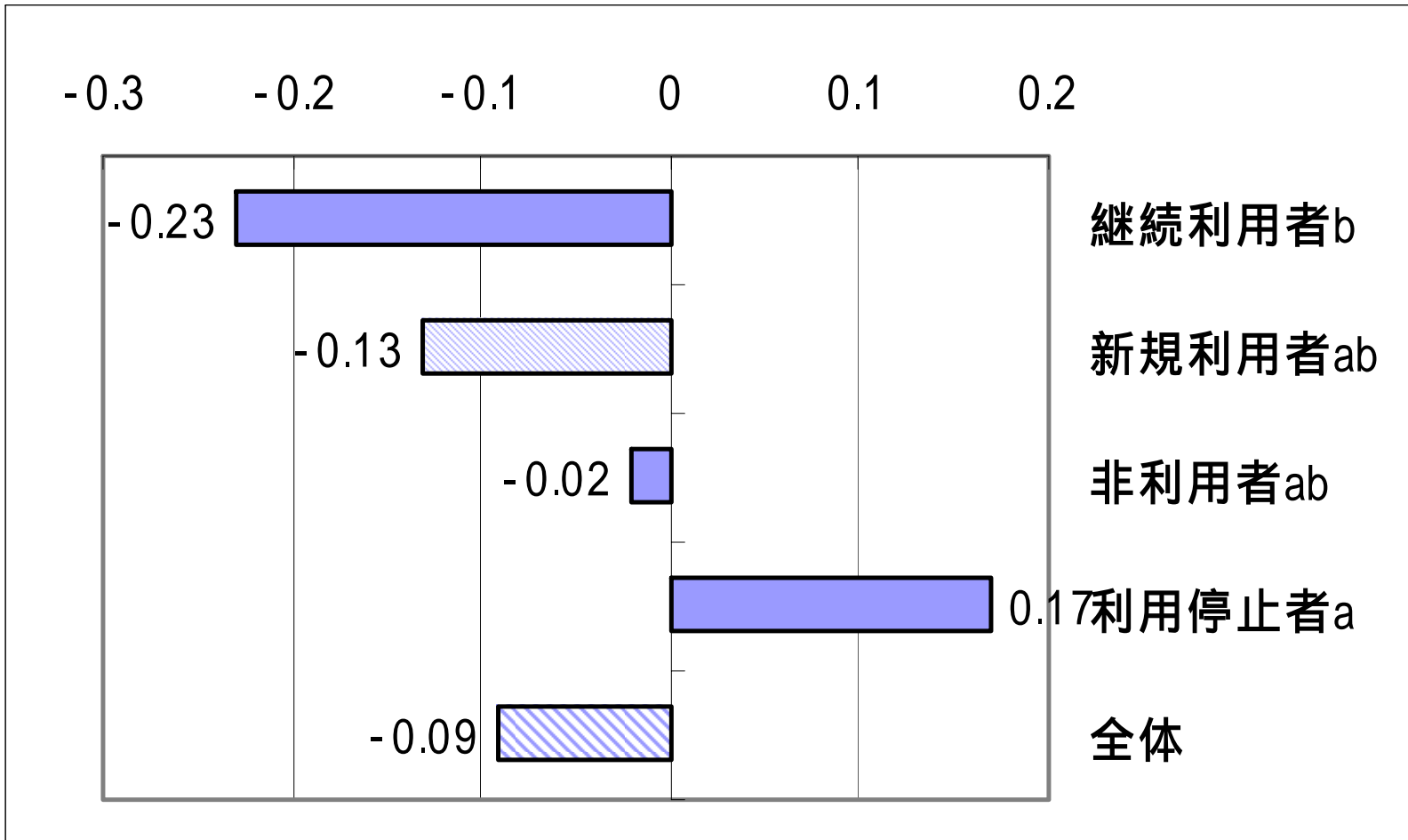


図 孤独に関する数量化1類分析(2001)

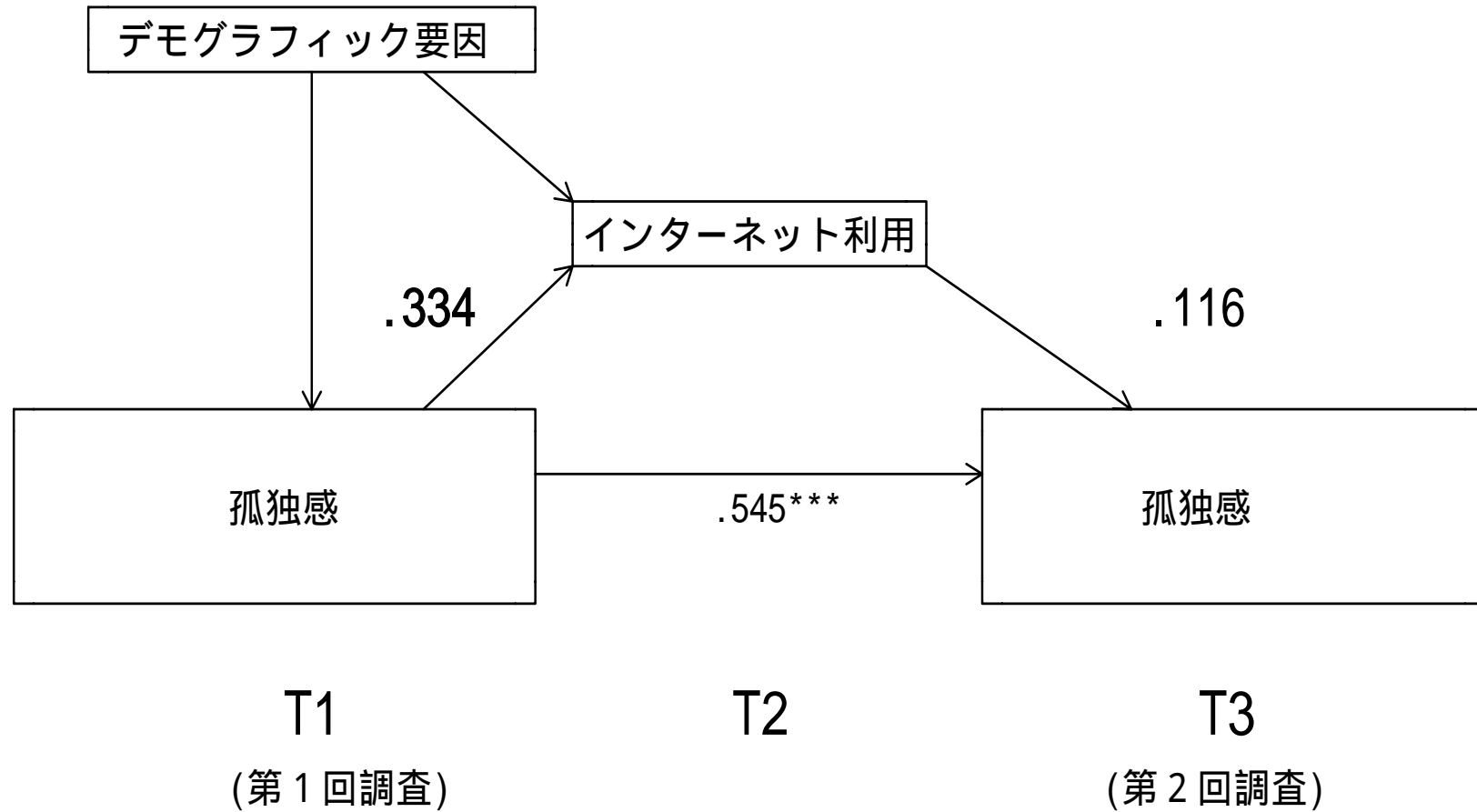
孤独感の増減(2003-2001) パネル調査結果

孤独感減少

孤独感増加



インターネット利用と孤独感 (新規利用開始者の分析)



インターネット利用は

- ・孤独感など社会心理的尺度とほとんど無関係
(方向的には孤独感を緩和する作用をもつ傾向)

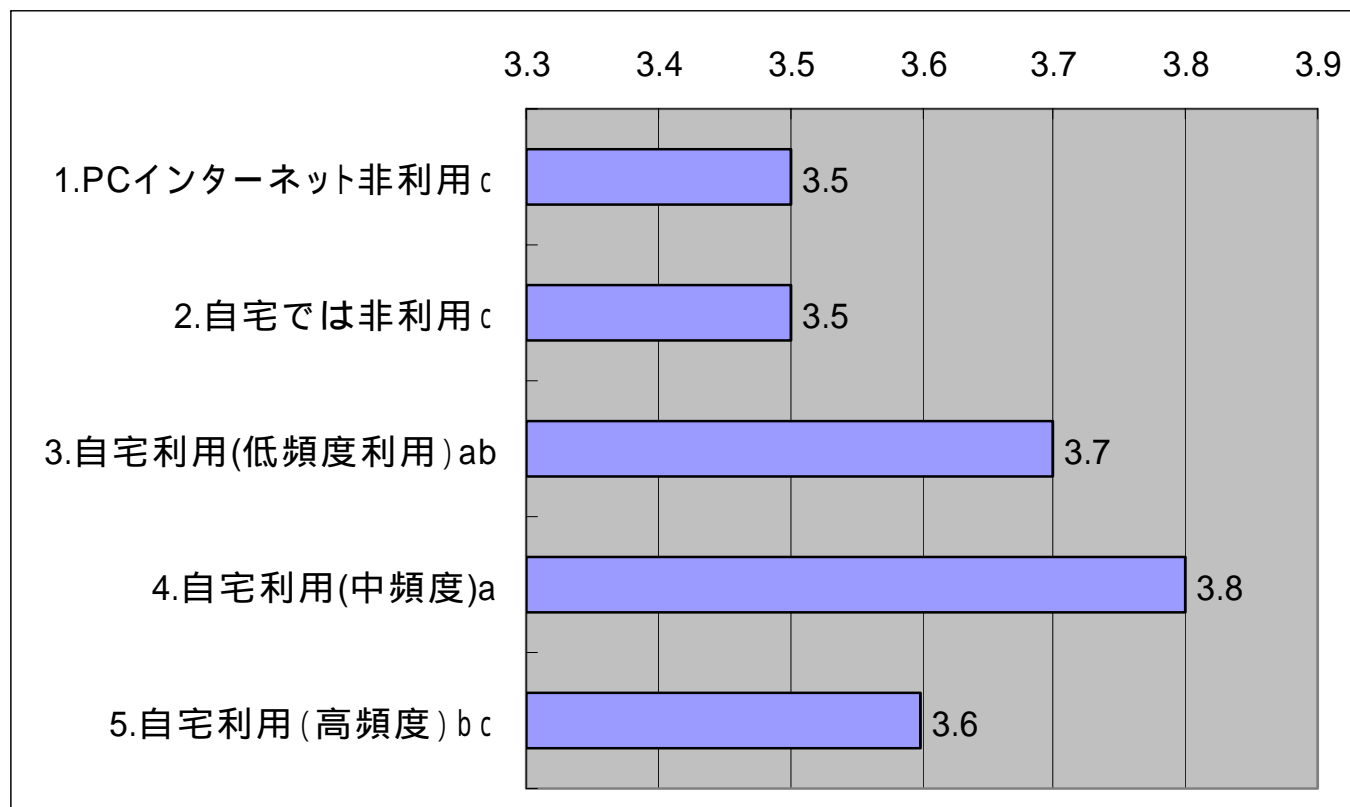


図 インターネット利用パターンと「生活満足度」(2001)
 (インターネット利用は単独でも影響)
 a,b,c..はDuncanの多重範囲検定結果 同記号間では $p < .05$ で
 有意差なし

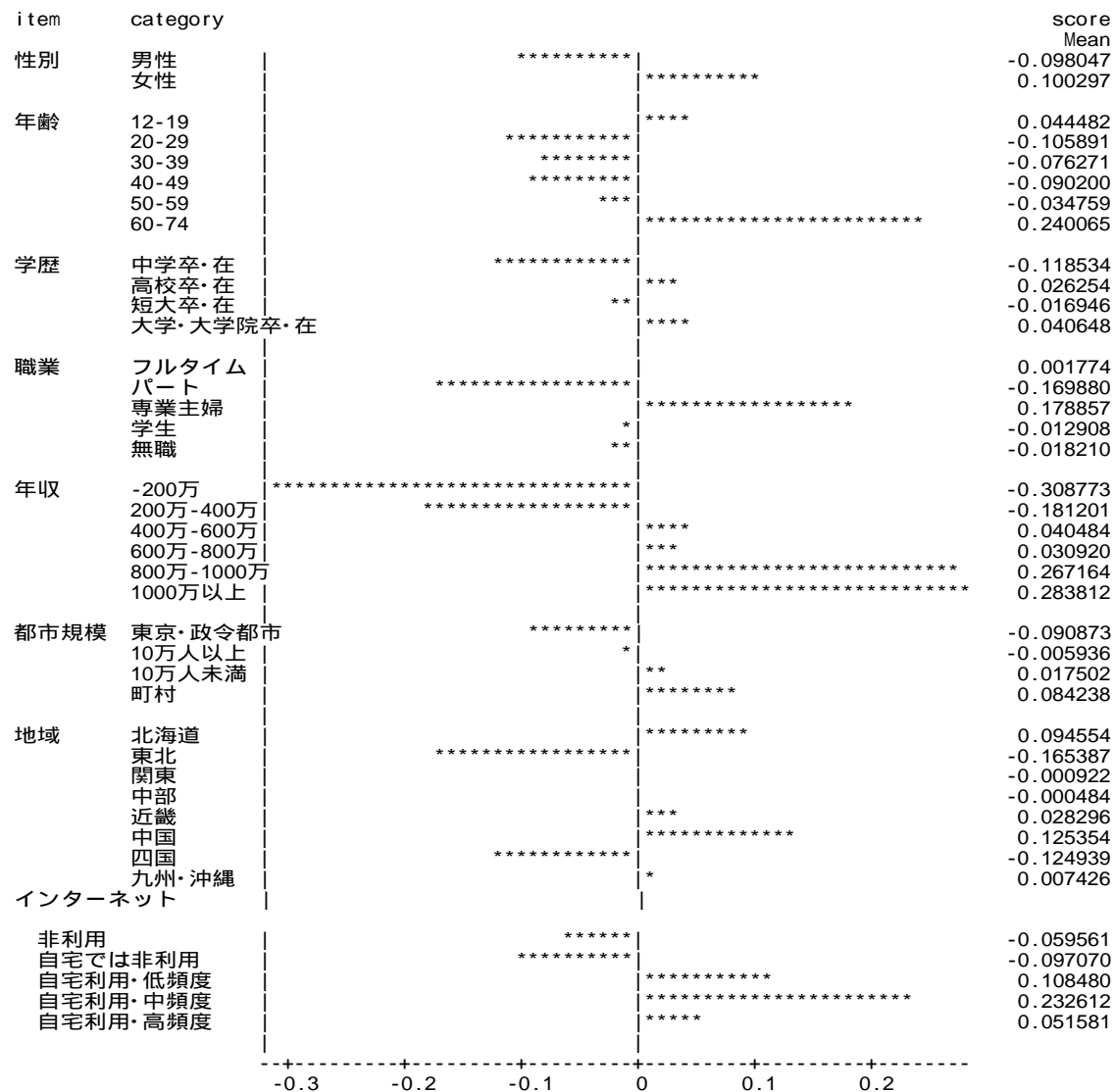


図 「生活満足度」に関する数量化1類分析
「生活に満足している人とは……」

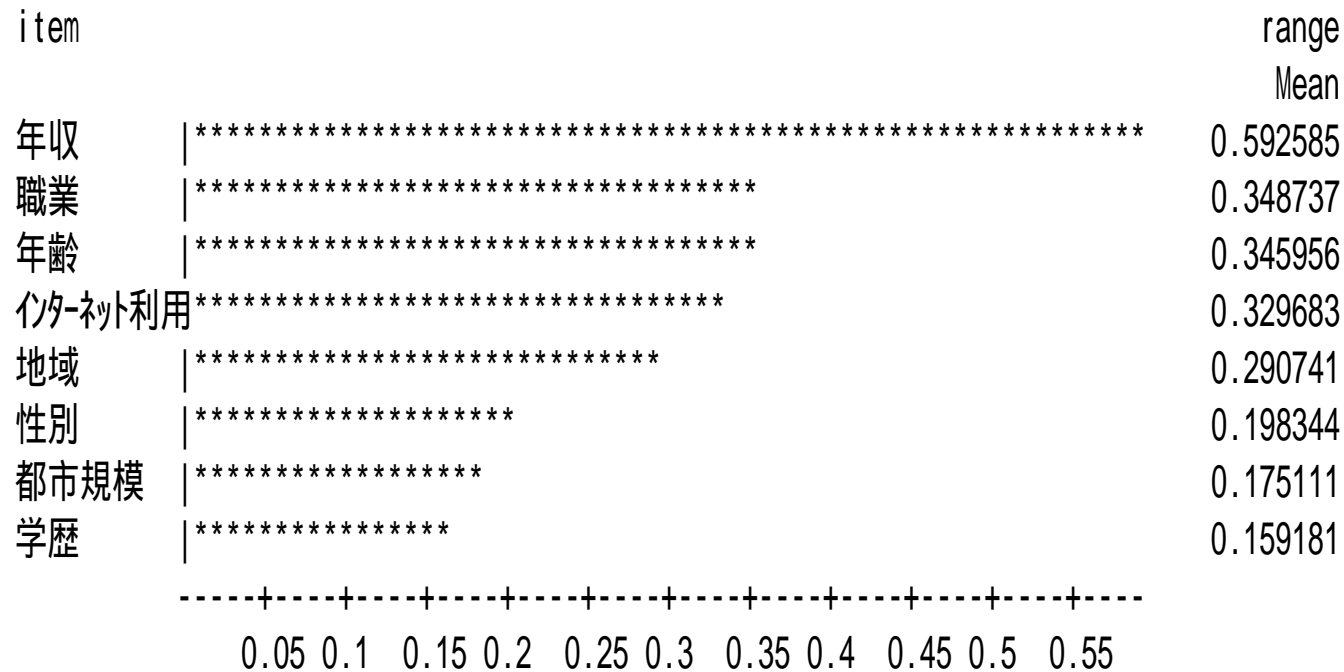


図 「生活満足度」の規定要因とスコア・レンジ
 数量化 類による分析(数値はカテゴリースコア) N=2,333
 生活満足度が高い層がインターネットを利用しているという側面以上に
 インターネット利用が満足度に寄与している可能性を示唆

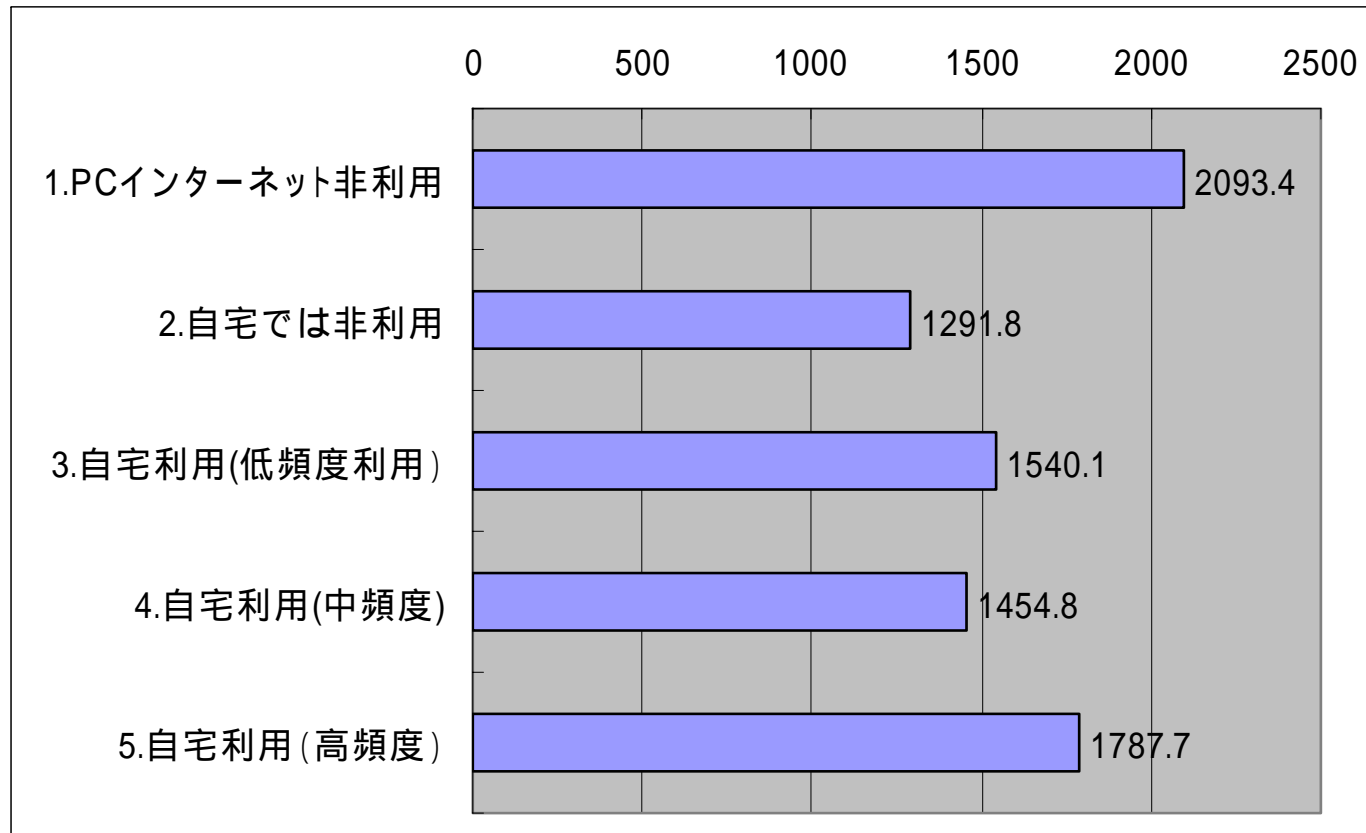


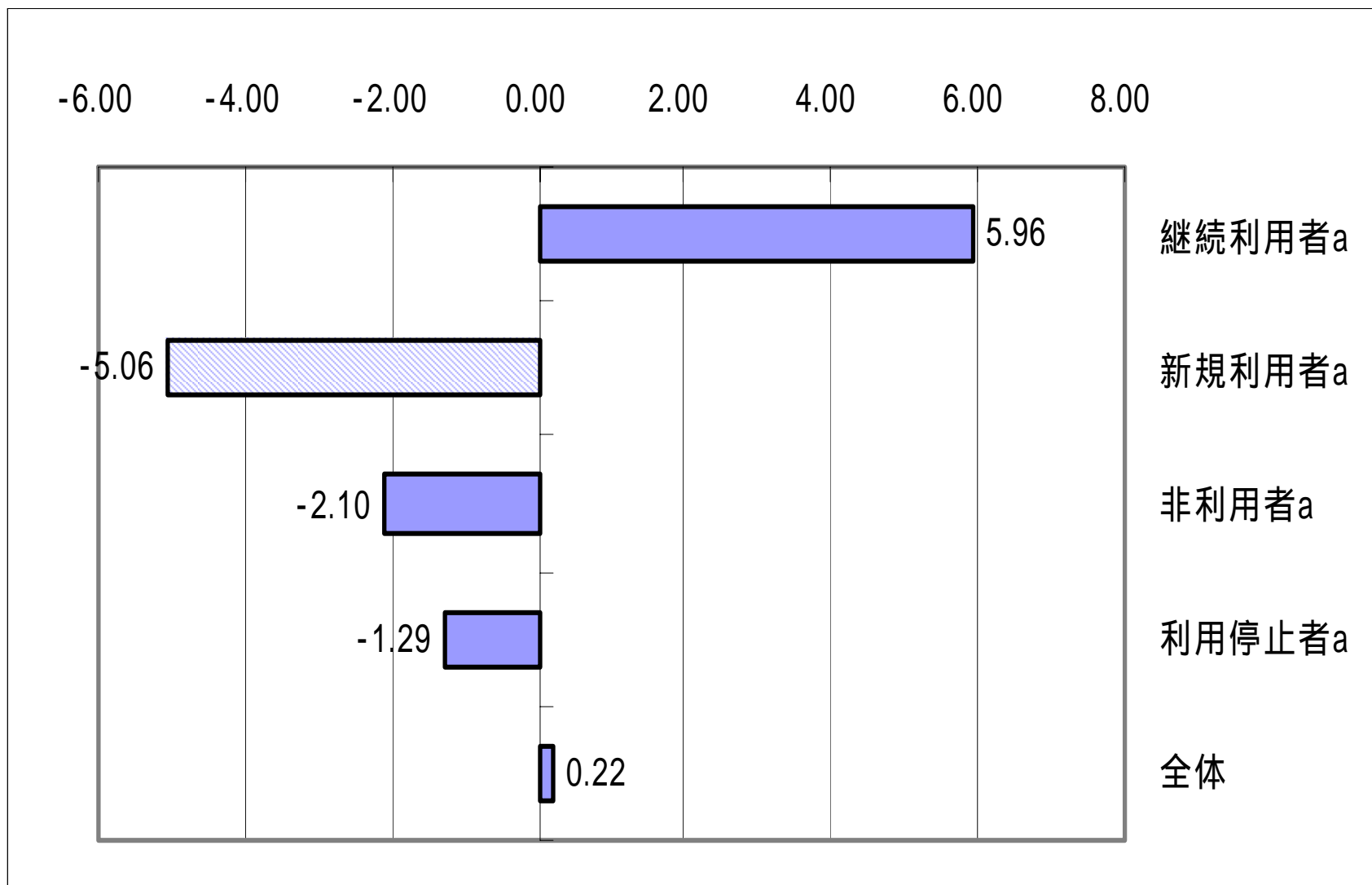
図 インターネット利用タイプ別にみた「家族と一緒に過ごす時間」
分/週

(インターネットの自宅利用 / 非利用はほとんど無関係 次頁
数量化分析参照)

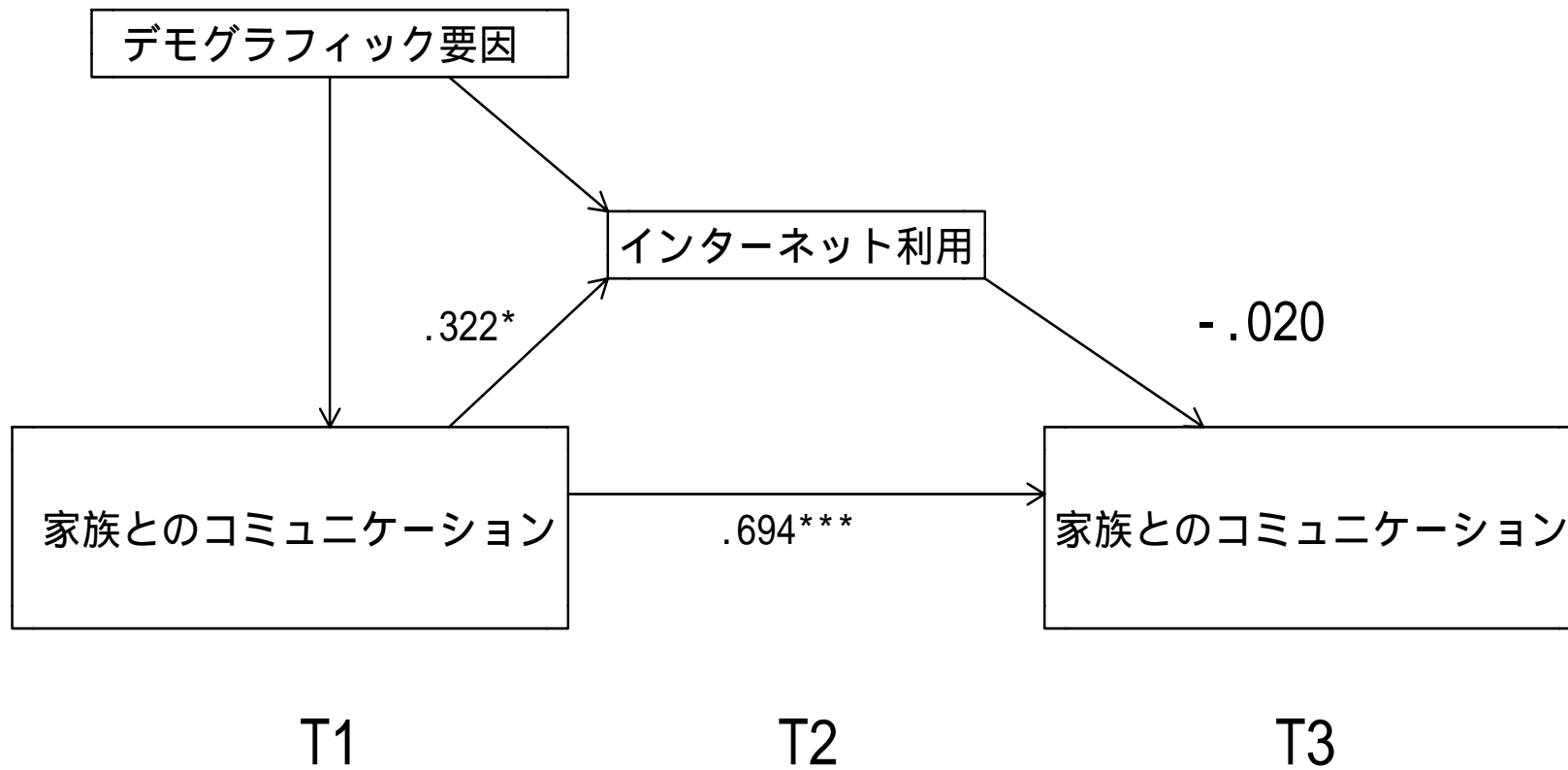
インターネット利用 / 非利用は表面的に関連しているように見えるが。。。

家族との会話時間の増減(2003-2001)

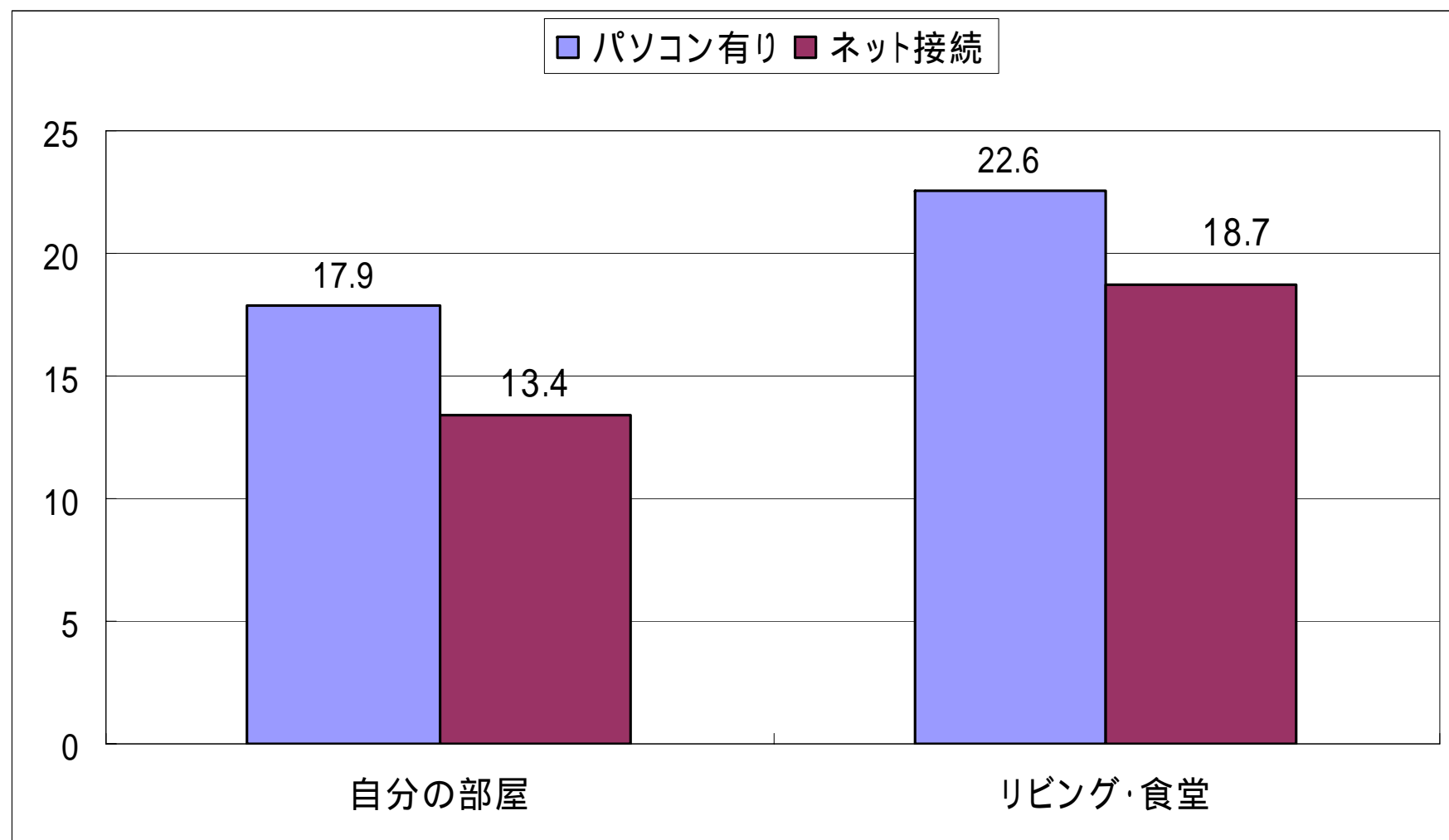
会話時間減少 会話時間増加




インターネット利用と家族とのコミュニケーション



自宅でのパソコン設置・ネット接続状況 (A:2003)



- 
- 日本の現状ではインターネットは家族とのコミュニケーションを一時的に減少させる可能性があるが、長期的効果は不明(方向的には増加)。
 - 今後、テレビと同様に、インターネットの娯楽的利用・気晴らし的利用が増加すれば、むしろ家族内コミュニケーションに話題を提供するツールともなりうる。

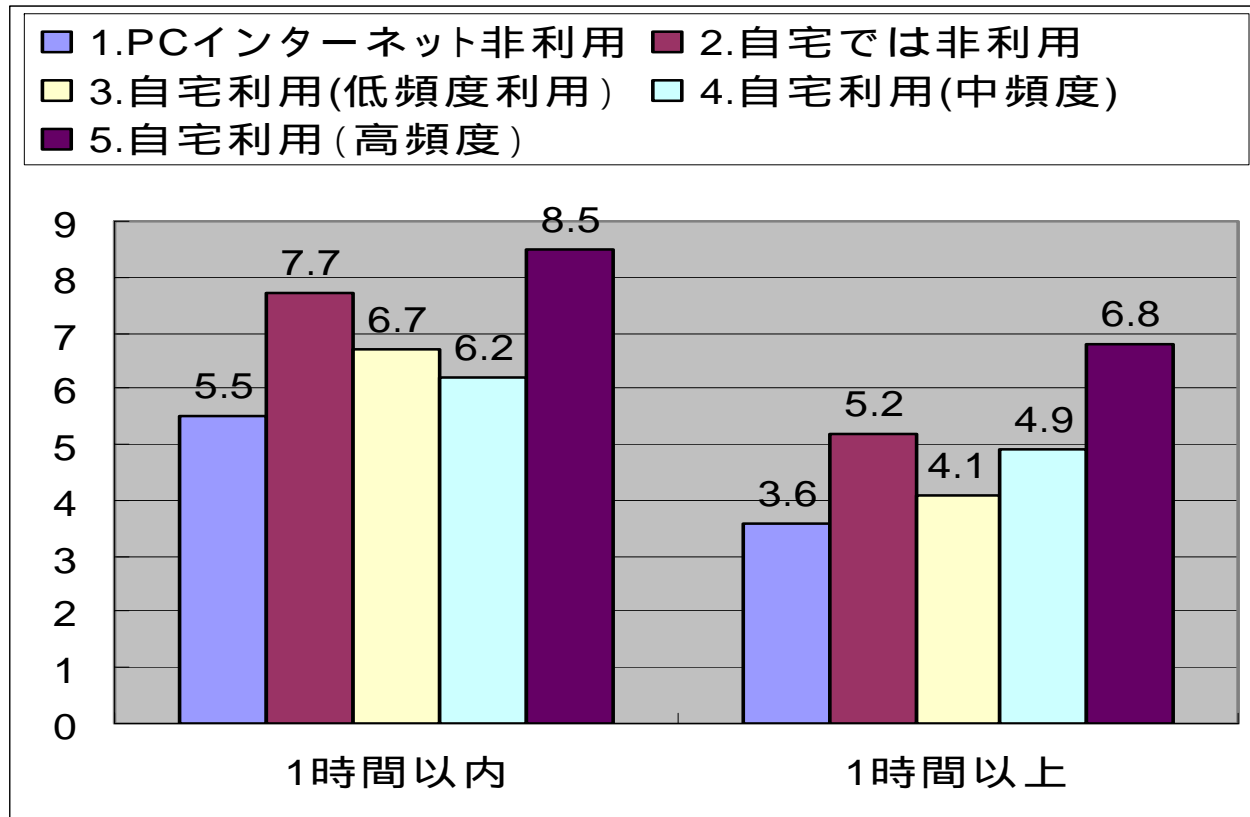


図 インターネット利用タイプと友人数(2001)

1時間以内で会える友人 / 会うのに1時間以上かかる友人
 自宅利用者の中では高頻度利用者に友人数が多い傾向
 (ただし、自宅利用がネットワークを広げているとまでは言い切れない
 (次頁数量化分析参照))

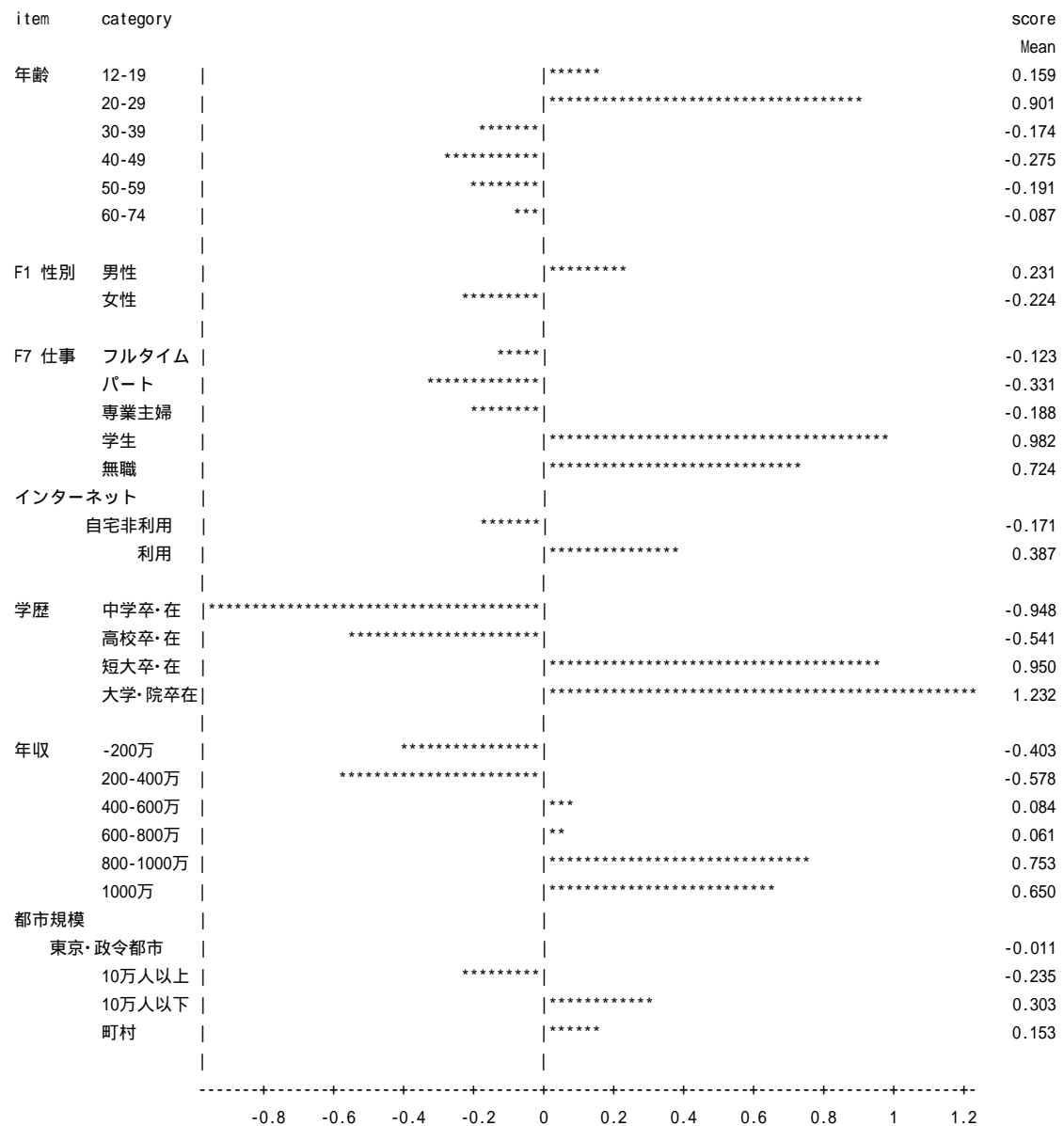
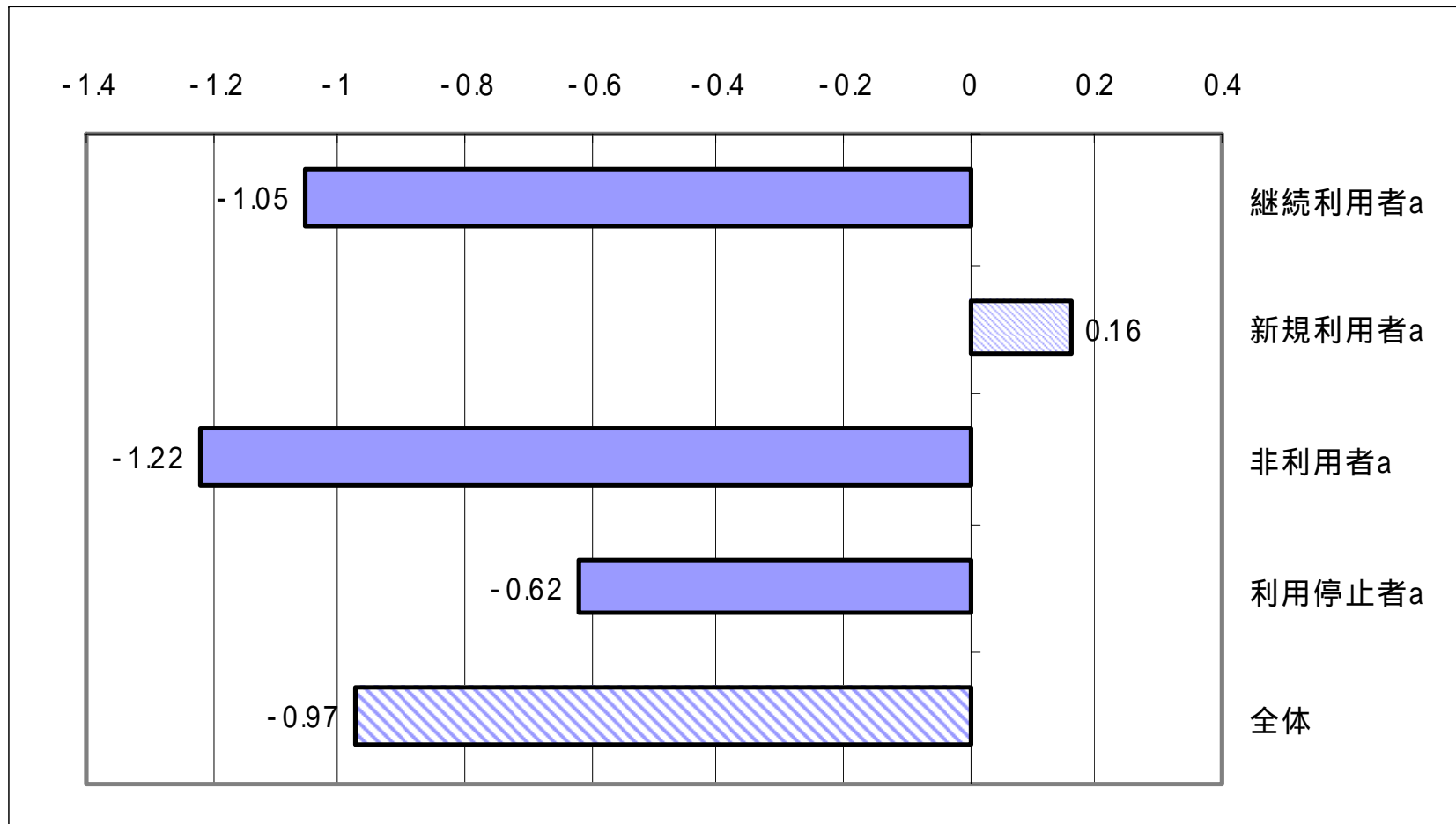


図 会うのに1時間以上かかる友人数の数量化1類分析

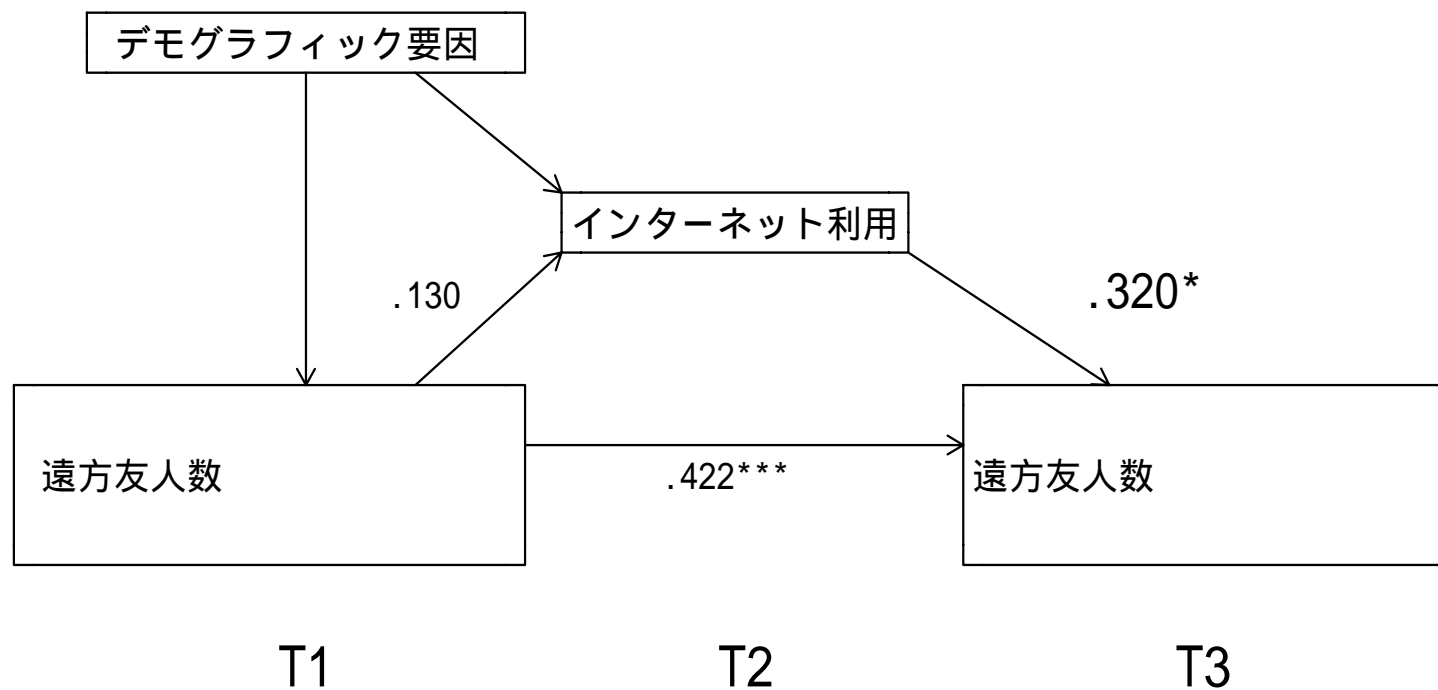
ネットワーク規模の増減(遠方の友人)

友人数減少

友人数増加



インターネット利用と遠方ネットワーク(会うのに1時間以上の友人数)



- ・一時的には遠方のネットワークを拡大する。
ただし、長期的効果については未検証
(どちらかといえば効果は持続しない傾向)

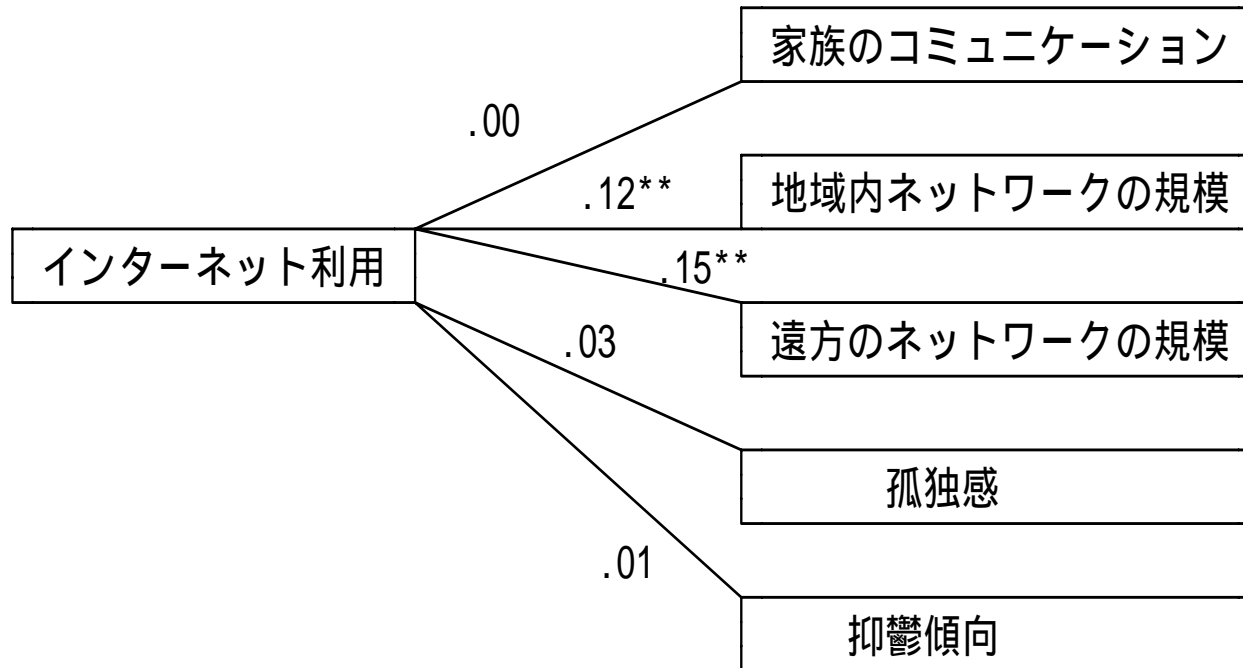
インターネットは「精神的豊かさ」のマイナス要因になるものではない。
家族との会話時間は一時的に奪う
社会的ネットワークを狭めるものではない

クラウド初回調査との差の理由

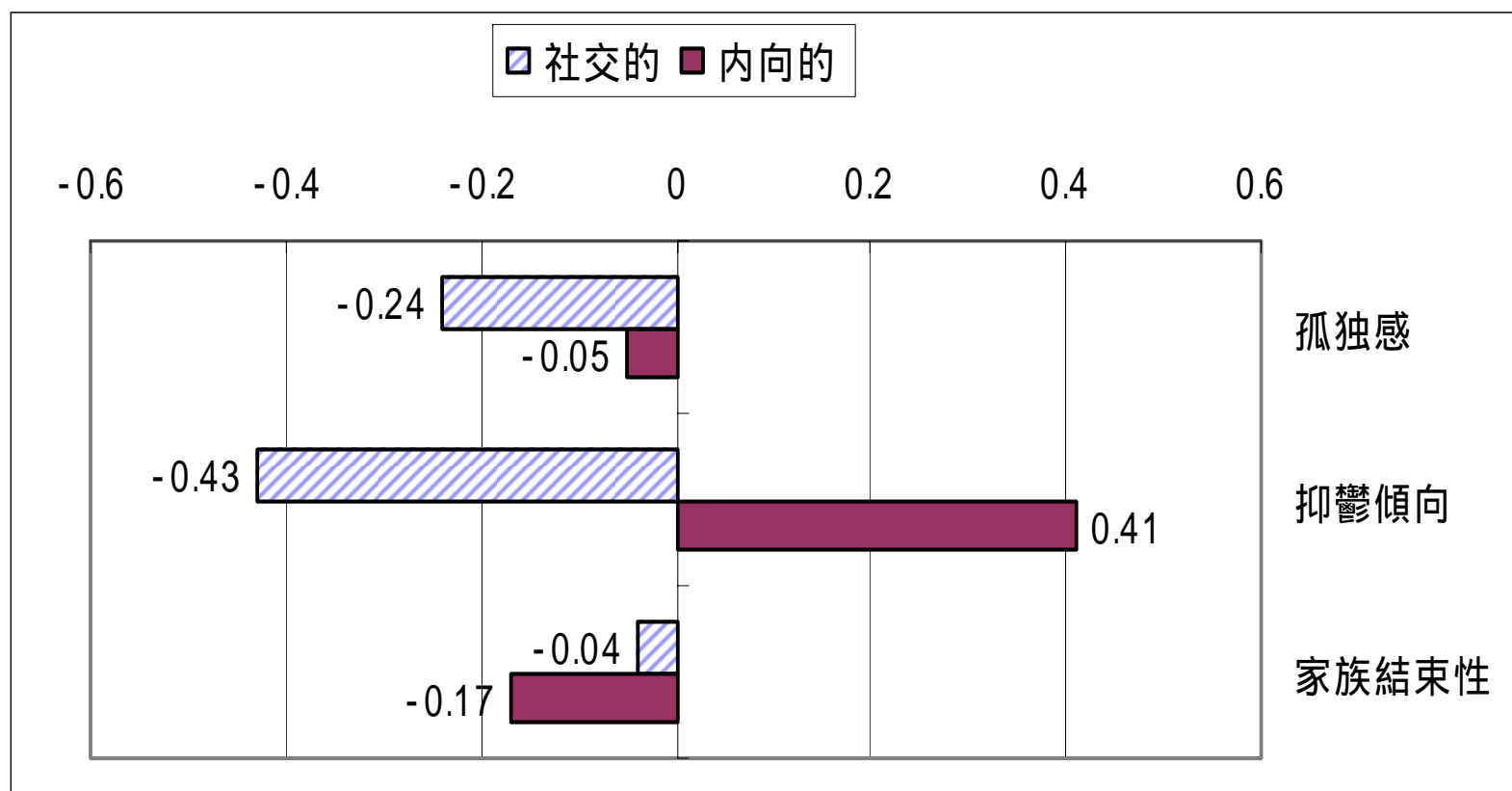
アプリケーション、コンテンツの充実
利用率の拡大(Kraut初回調査時点の米国でのインターネット個人利用率は14%程度)
クリティカル・マスの突破
既知の知人とのコミュニケーションが中心
(利用者においてはインターネットを通じたコミュニケーションが日常生活の一部として定着)
インターネットでのつながりは「浅い絆」ではなくなった

クラウドらの第2回調査でもパラドックスは消失

第2回パネル調査 (研究2, 1998年2月 ~ 1999年2月)

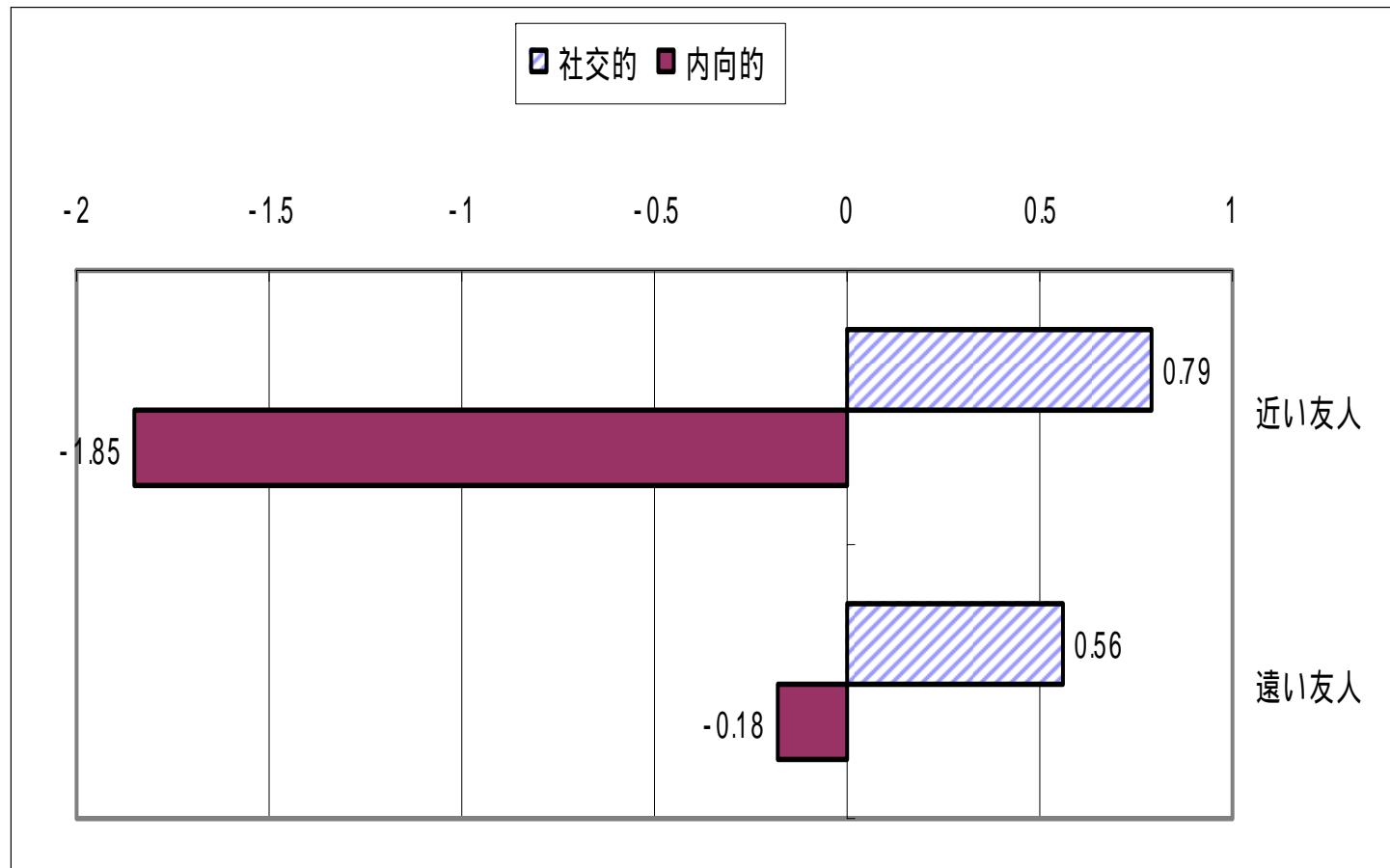


しかし、社交的 / 内向的という性格特性を加味すると。。。

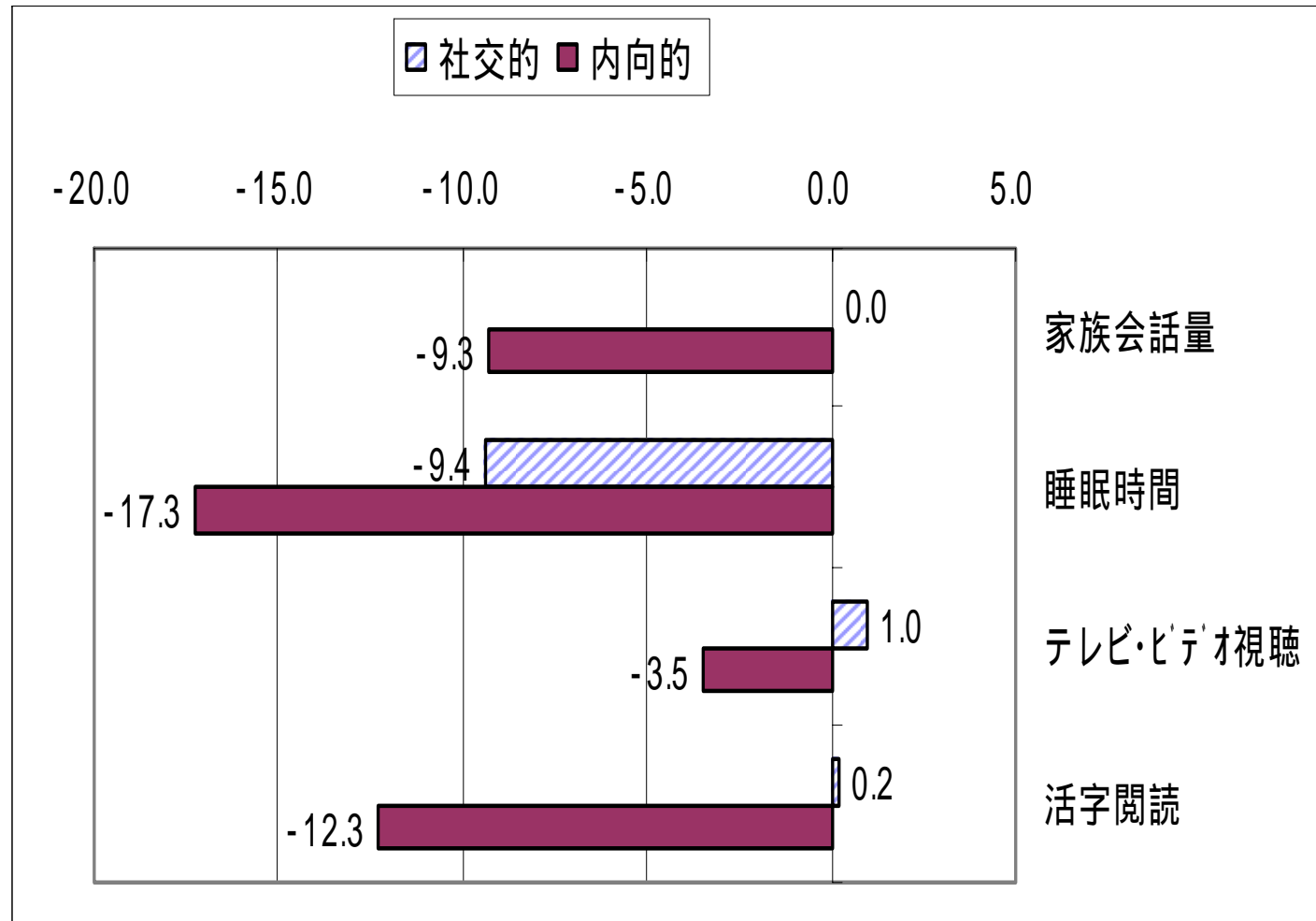


新規利用者限定分析

友人数の変化



各種時間量の変化



別角度から見て

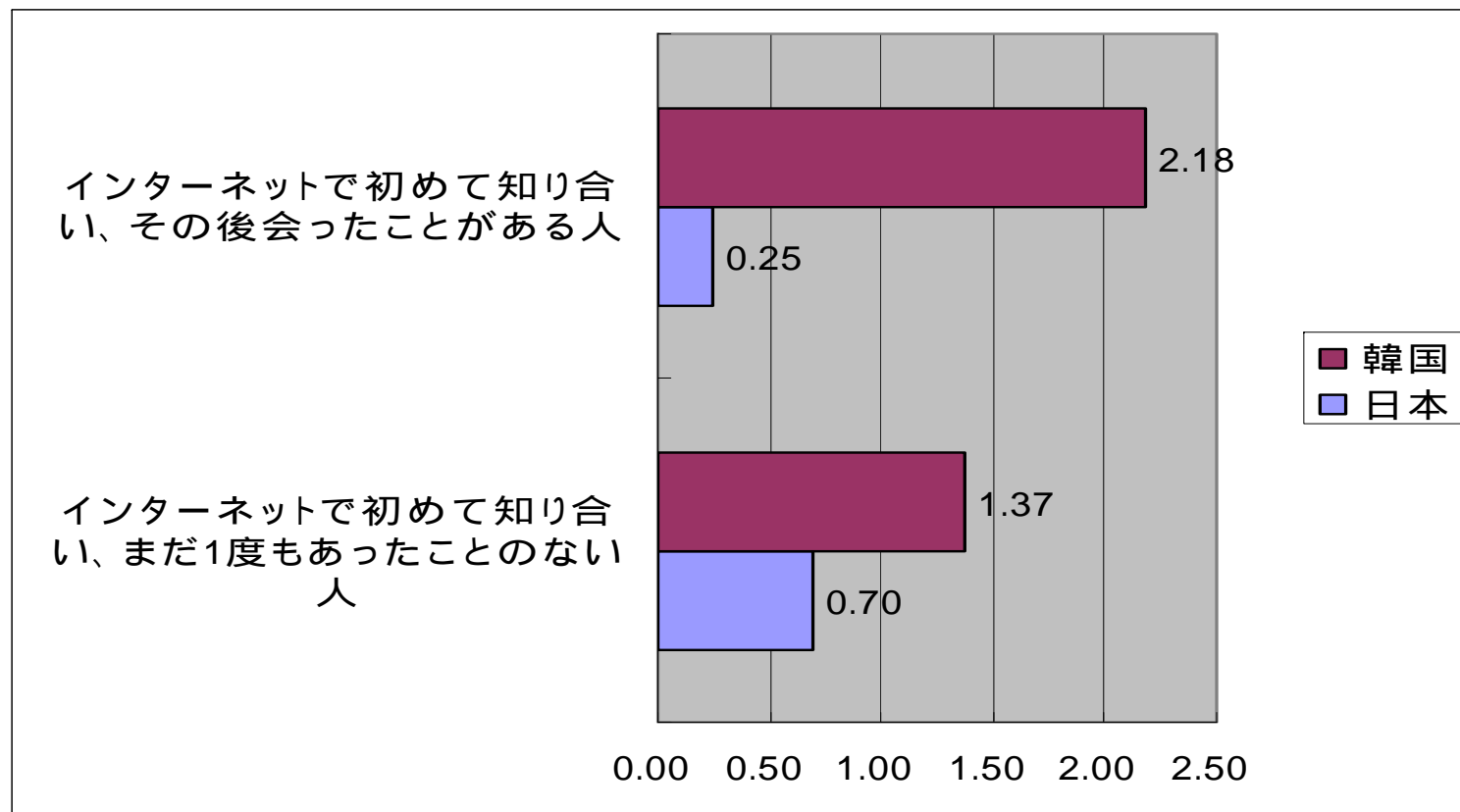
インターネットはネットワーク規模を広げている
と言えるのか？

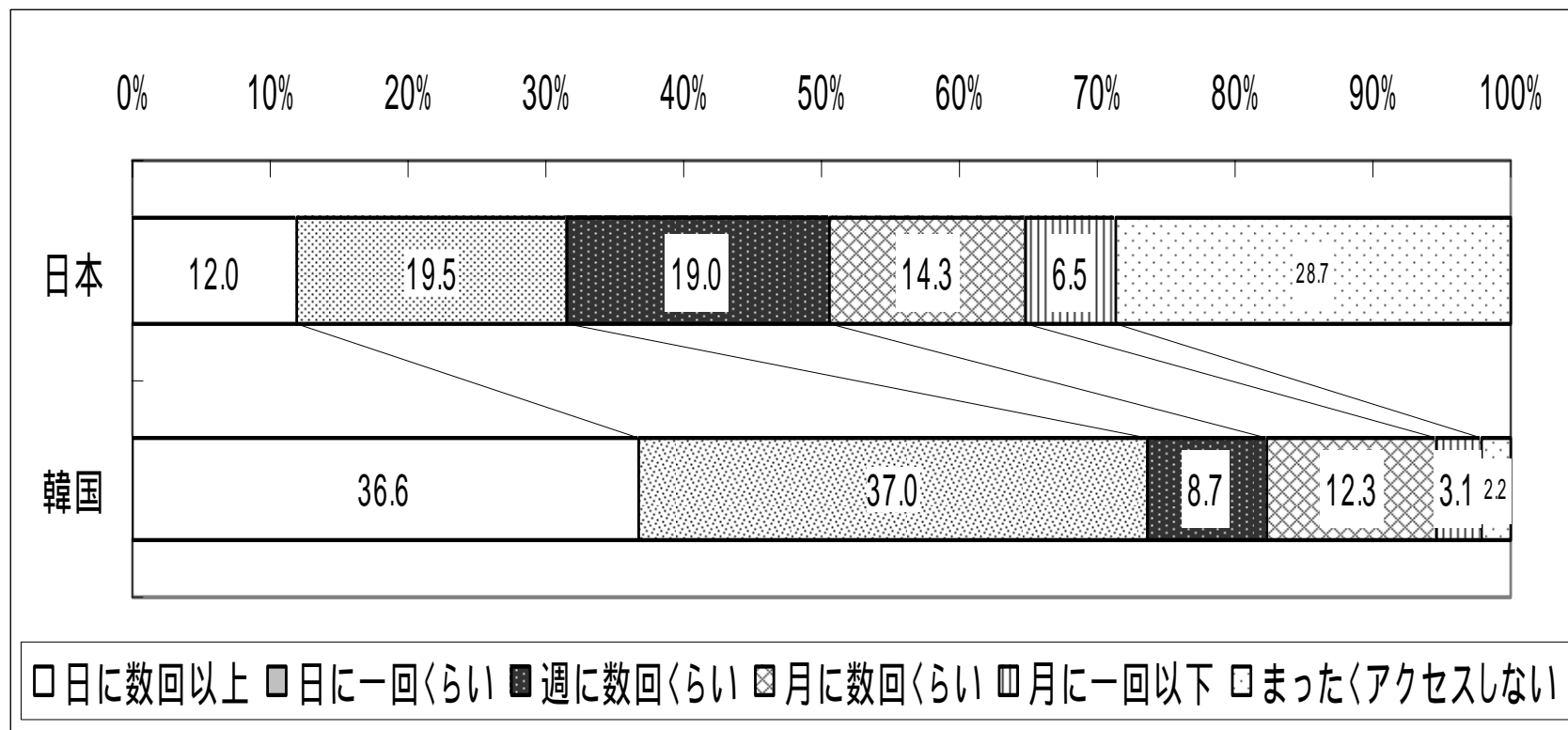
日韓学生比較調査 2002年12月

N:日本487,韓国497

CMCで新たな出会いが少なく、また 現実世界での広がり結び付かない

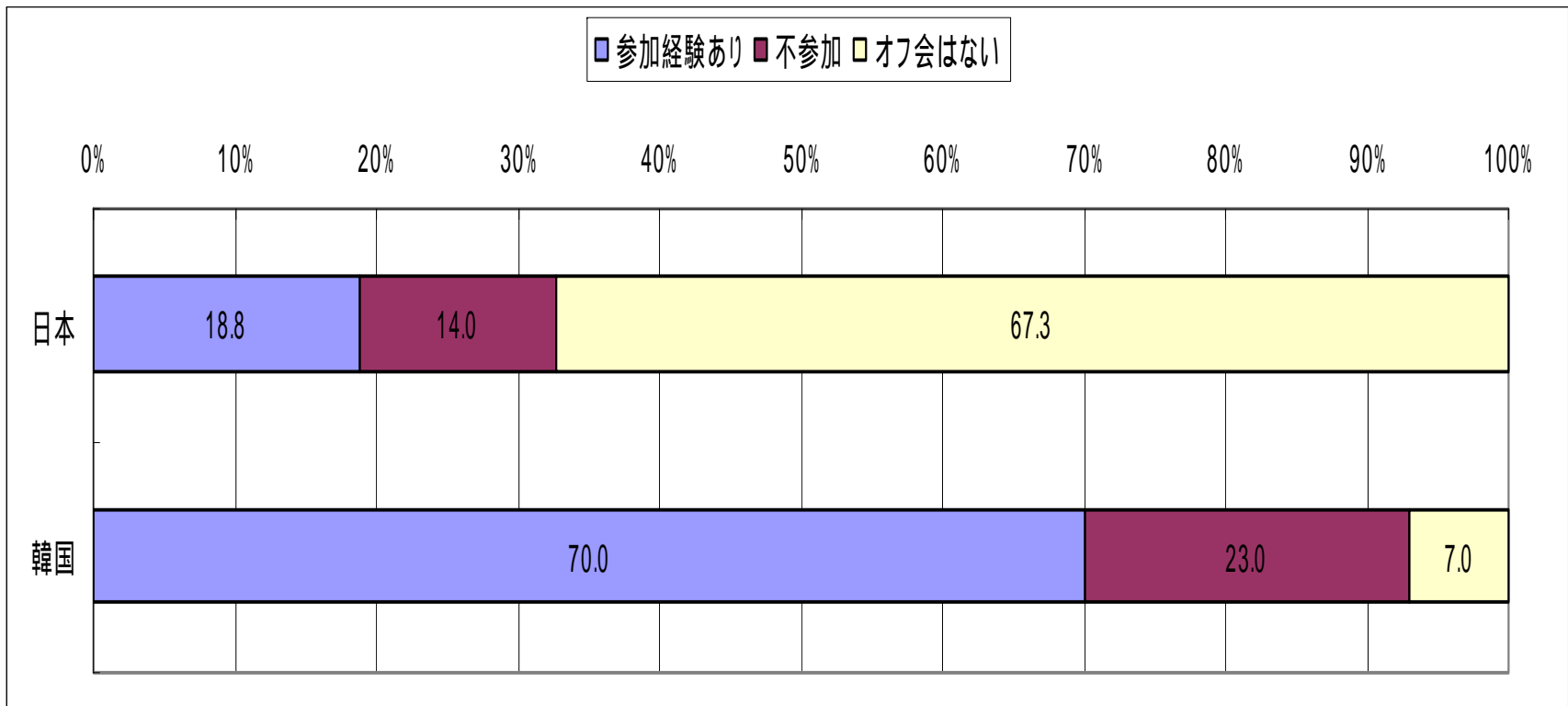
電子メールでよくやりとりする相手の中で (人)





掲示板 / コミュニティ・サイトへのアクセス

日本で大学生ではコミュニティ・サイトへのアクセス率は70%以上だが国民一般では(インターネット利用者中)20.5%にとどまる。

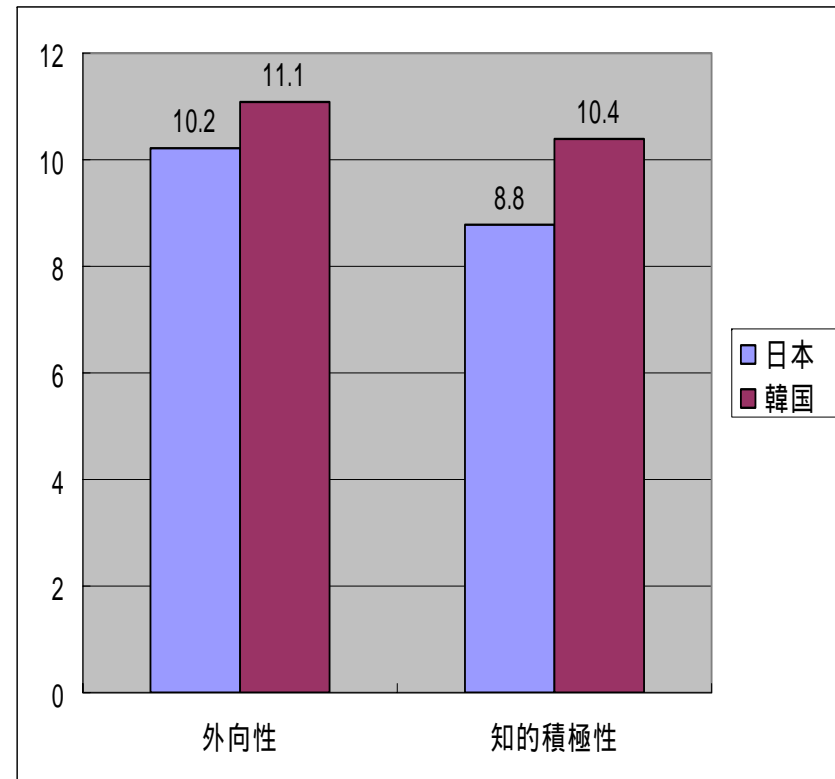


コミュニティ・サイトのオフ会への参加

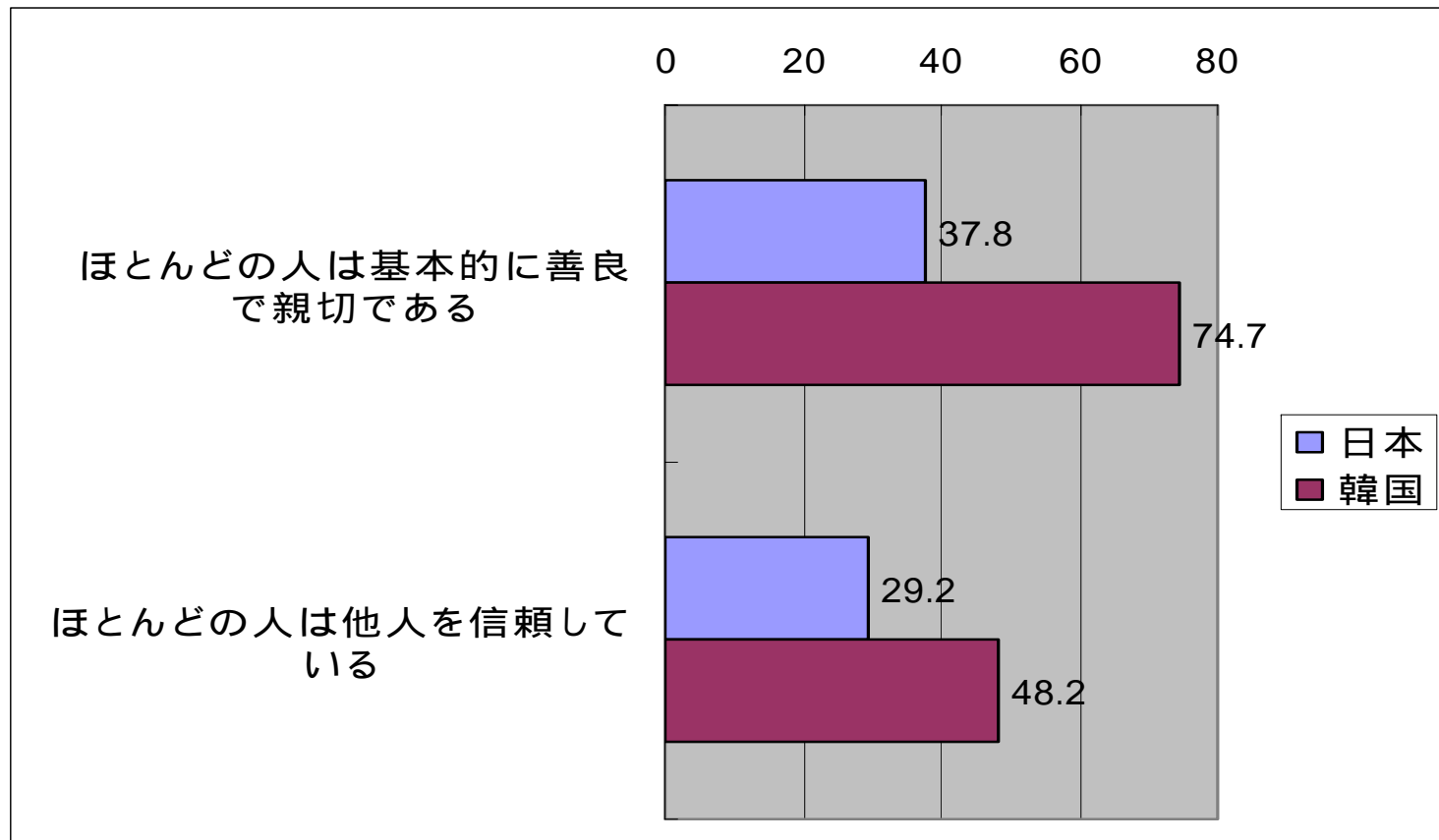
- 日本では、現状のインターネットは既知のネットワークの維持手段にとどまる
 - 一部特殊なサイトを除いて「新たな出会い」に結び付かない
 - オンライン・コミュニティの未成熟

- メンタリティ
コミュニティ・サイトへのアクセス頻度 / 書き込み頻度は
心理尺度でBig5といわれているもののうち
「外向性」「知的積極性」と
相関
いずれも大学生では韓国の方が
日本より高い

Cf.「知的積極性」：
独創的、多才、進歩的



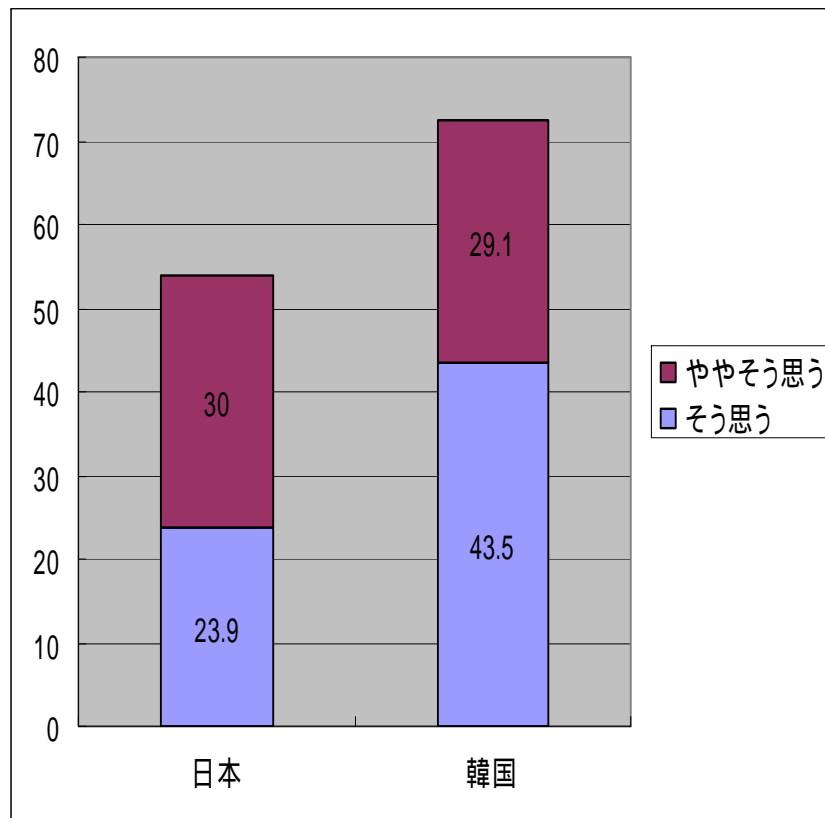
- 社会的信頼性
韓国 > 日本



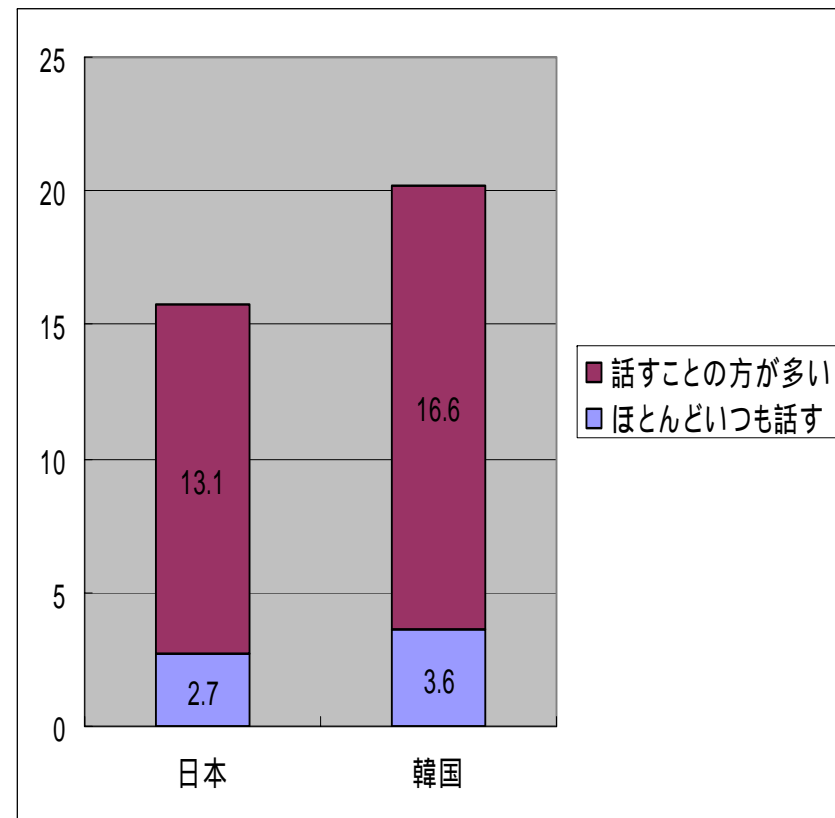
(数値は「そう思う」+「ややそう思う」の比率)

コミュニケーション・スタイル (人恋しさ・人との距離)

「昼食を一人で取るのは寂しい」



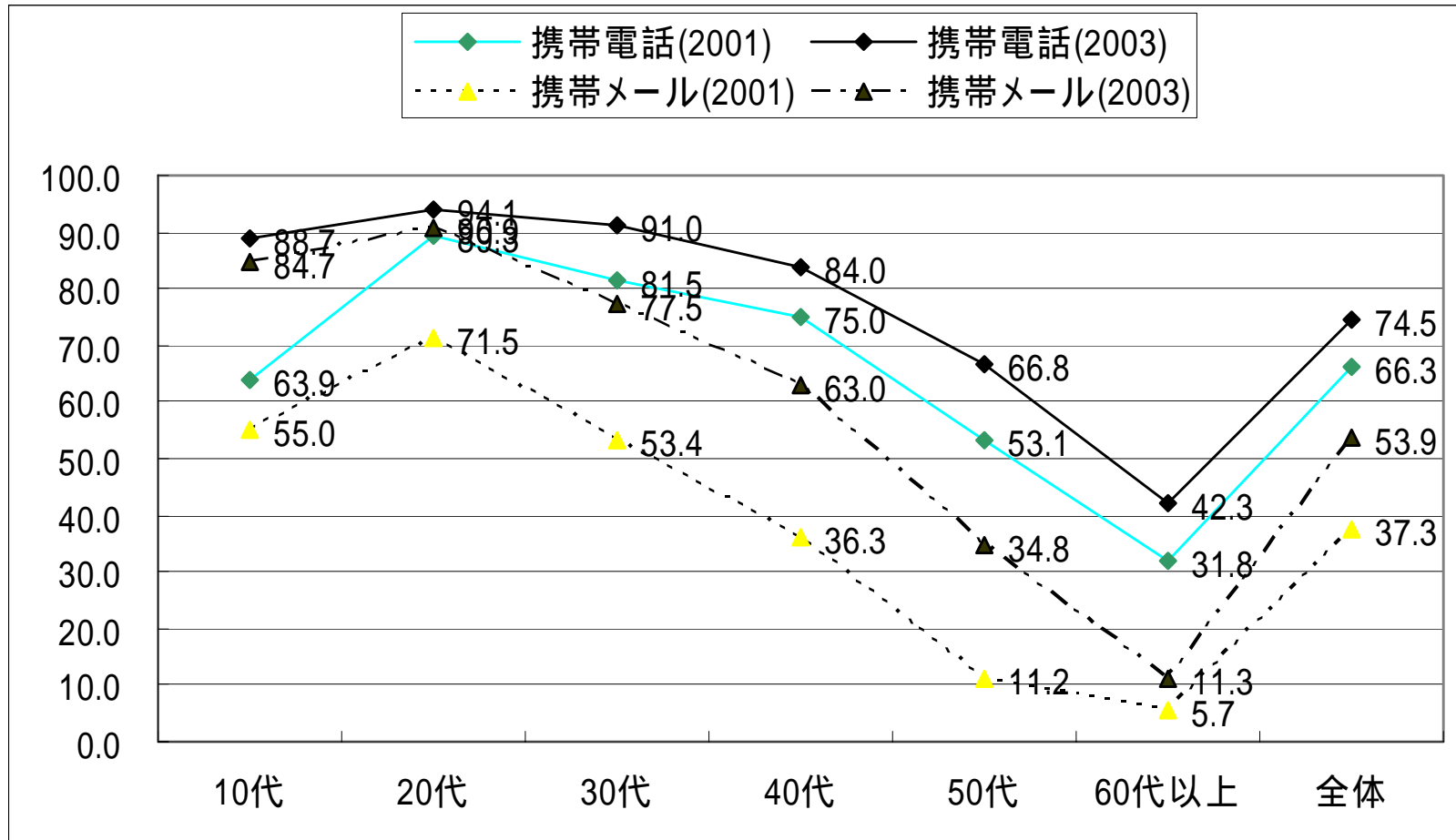
「旅行中に電車やバスで会った知らない人と話をする」



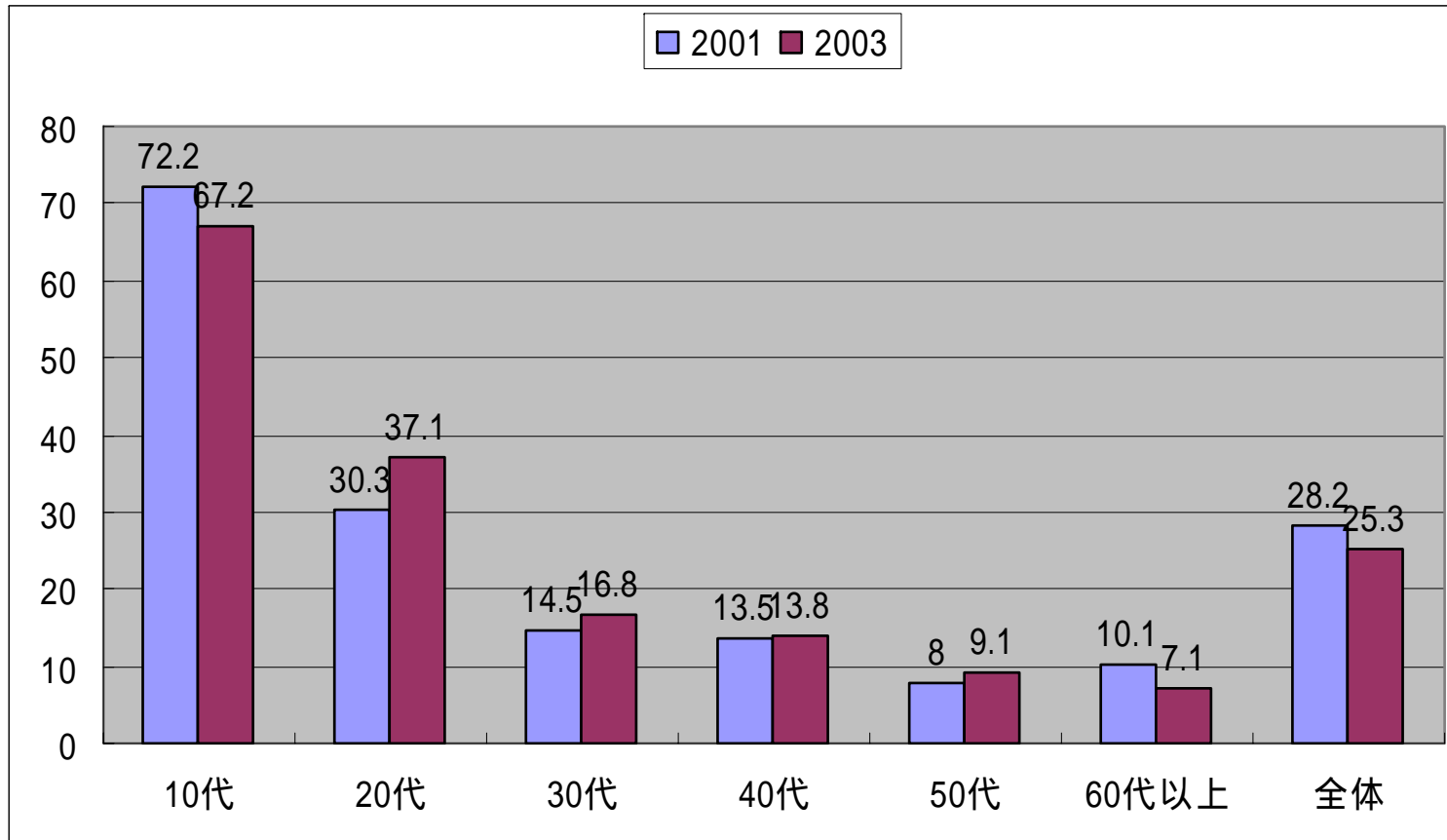
その他

- 「つきあい」における心理的コスト負担の差
日本～精神的な恩義のやりとり、察し
あまりつきあいの範囲が増えると精神的に負担。範囲を限定
- 「八方美人」
日本～ネガティブ
韓国～「多才」。ポジティブ
- 孤独への耐性
日本～ベースは一人。
韓国～ベースが集団。「ウリ」

調査Aによる 携帯電話・携帯メールの利用率



携帯メールの発信数(週あたり利用者平均)



問65 同居しているご家族以外で、あなたにとって親しい人を、親しい順に最大10人まで挙げて、名前(あだ名・イニシャルでも可)を書いてください。10人以下でもかまいません。次に、それぞれの人について(a)~(i)にお答えください。回答が終わったら、名前の部分は消していただいてもけっこうです。
 ※(i)については、あなたのご家族と相手との間にもつきあいがあるときは1に、ないときは2に○をしてください

	あだ名やイニシャルでもけっこうです。回答後は消してもかまいません。	相手の名前									
		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
(a) 性別	男性	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	女性	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
(b) 年齢	(おおよそでかまいません。わからない場合は×を記入してください。)	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	
(c) 相手との間柄 (1つだけ○)	家族(同居以外の)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	親せき	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	恋人	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
	友人	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
	その他	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
(d) 直接会う回数 (1つだけ○)	ほぼ毎日	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	週に数回	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	週に1回くらい	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
	月に数回~1回	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
	それ以下	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
(e) 連絡・やりとりに使うもの (いくつでも○)	固定電話	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	携帯電話・PHS	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	携帯電話のメール	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
	パソコンのメール	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
	チャット	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
	ファックス	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
	手紙	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
(f) 連絡する回数 (1つだけ○)	ほぼ毎日	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	週に数回	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	週に1回くらい	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
	月に数回~1回	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
	それ以下	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
(g) 相手の住まい	(交通機関も含めて、相手の住まいまで行くのにかかる時間を記入してください。)	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	
(h) 相手とは、メールやインターネットで知り合った	はい	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	いいえ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
(i) 交際	家族ぐるみのつきあい	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	個人的なつきあい	2	2	2	2	2	2	2	2	2	

⑦⑧ = 08 ⑦⑧ = 09

⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰

表 知人との連絡に使うメディア

(MA、単位:%)

	固定電話	携帯電話	携帯メール	Eメール	チャット	ファクシミリ	手紙
2001年調査	64.9	40.4	22.3	8.2	0.3	2.8	6.8
2003年調査	58.4	44.1	32.8	7.1	0.5	2.1	5.5

2001年調査は9,032件、2003年調査は6,200件における比率

調査A(2003)

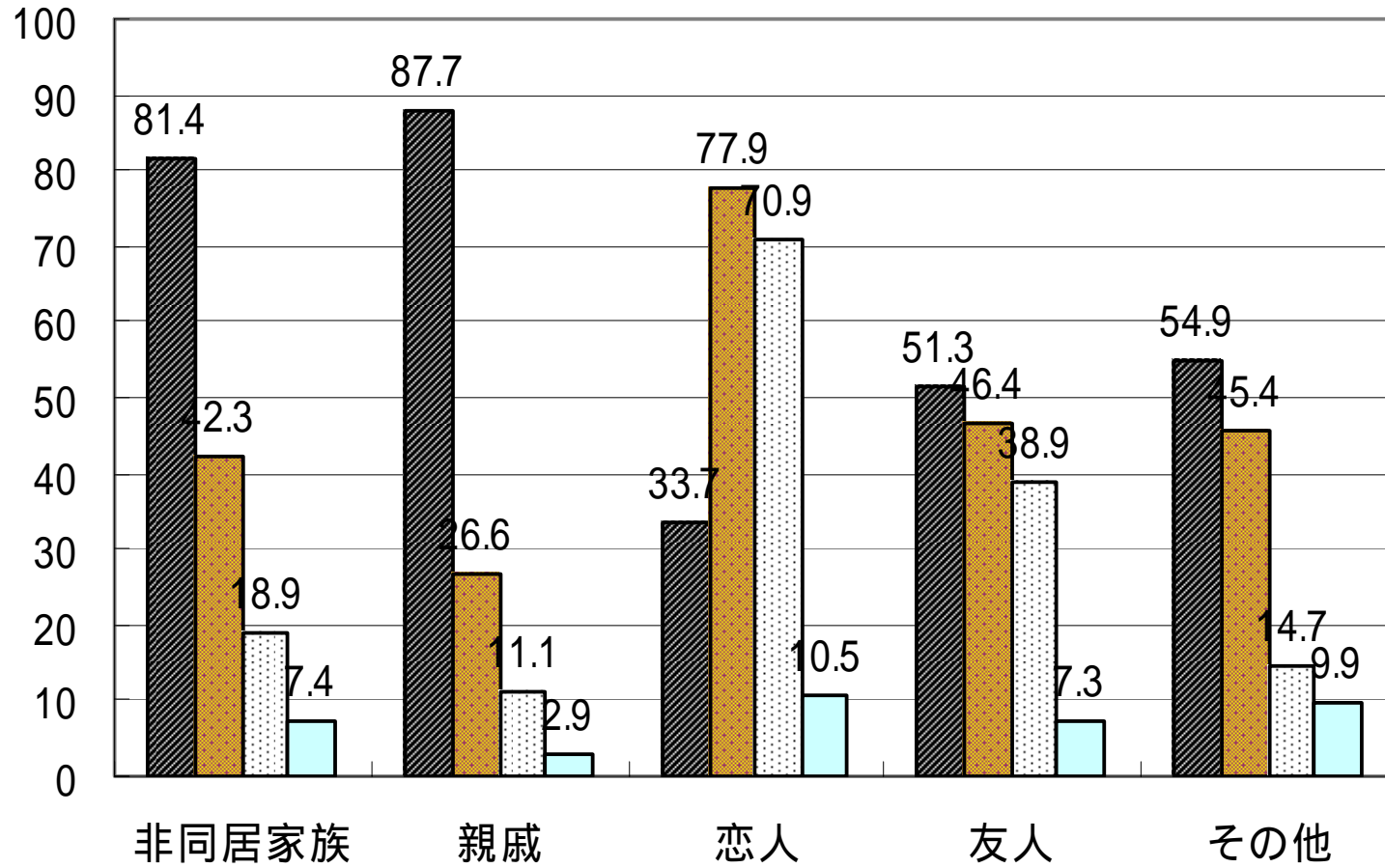
表6.1.2 知人との連絡パターンの分布(全体)

パターン	固定	携帯	携帯メール	Eメール	件数	比率(順)	2001年比率(順)
1					2423	38.7	47.3
2					536	8.6	8.6
3					114	1.8	1.1
4					89	1.4	2.3
5					388	6.2	3.6
6					13	0.2	0.2
7					42	0.7	0.6
8					914	14.6	15.6
9					709	11.3	9.0
10					31	0.5	0.6
11					91	1.5	1.1
12					656	10.5	5.4
13					33	0.5	0.6
14					92	1.5	1.4
15					48	0.8	1.2
0	×	×	×	×	81	1.3	1.4
選択比率	58.4	44.1	32.8	7.1	(対全件数)		

表6.1.3 知人との連絡パターンの分布（20代限定）

パターン	固定	携帯	携帯メール	Eメール	比率	2001年調査比率
1					5.2	12.7
2					1.8	5.3
3					0.2	0.7
4					0.9	2.3
5					7.0	6.3
6					0.1	0.3
7					0.4	0.6
8					14.2	26.4
9					41.7	27.1
10					0.7	1.8
11					4.5	3.6
12					18.5	6.2
13					1.0	1.0
14					2.4	1.8
15					0.7	2.8
0	×	×	×	×	0.5	0.9
選択比率	16.3	71.0	73.9	10.9	（対20代全件数）	

■ 固定電話 ■ 携帯電話 □ 携帯メール □ Eメール



「友人・恋人」との連絡につかうメディア (複数回答, %)

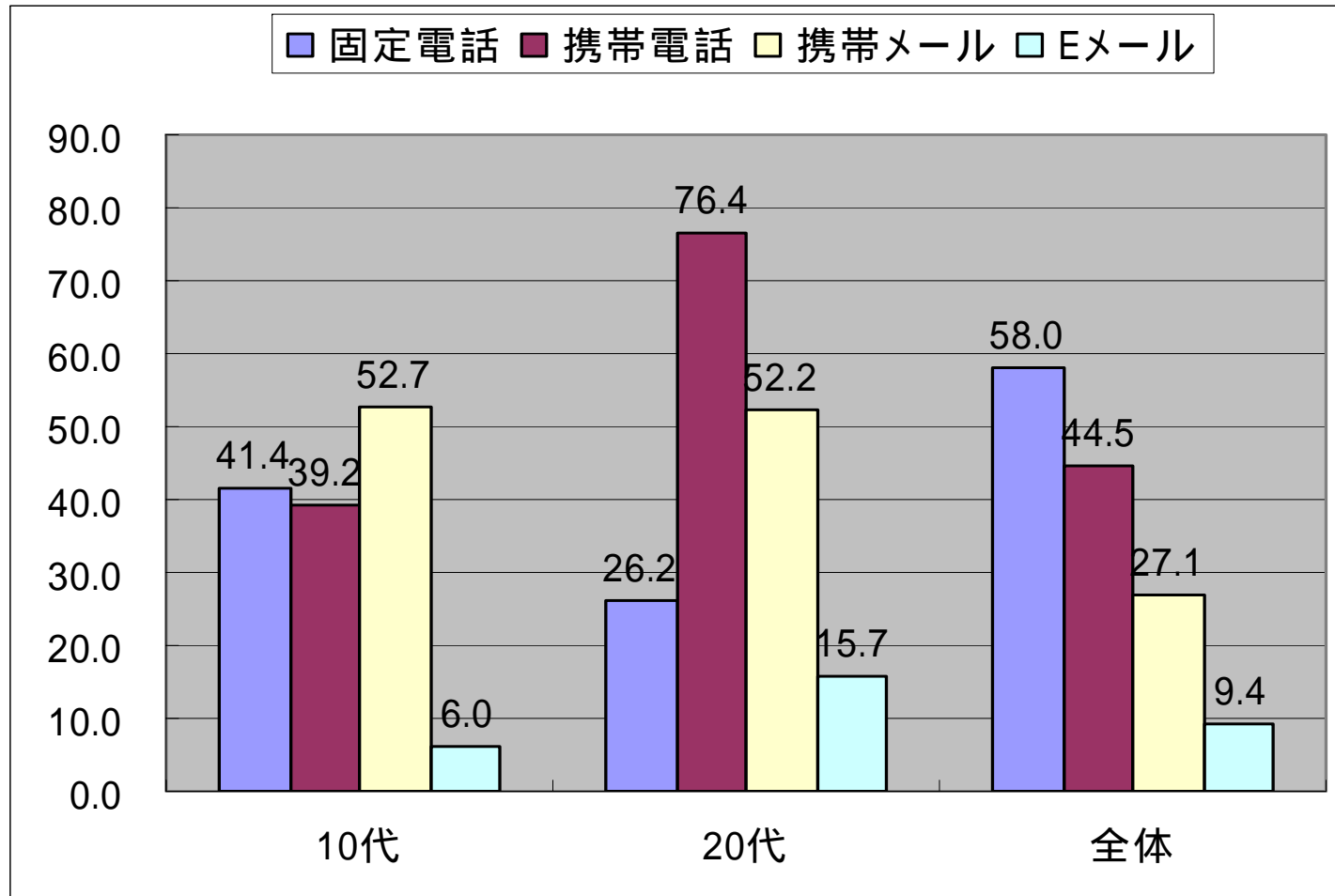


表6.3.1 連絡メディアと相手の性別、年齢差、対面頻度、連絡回数、距離

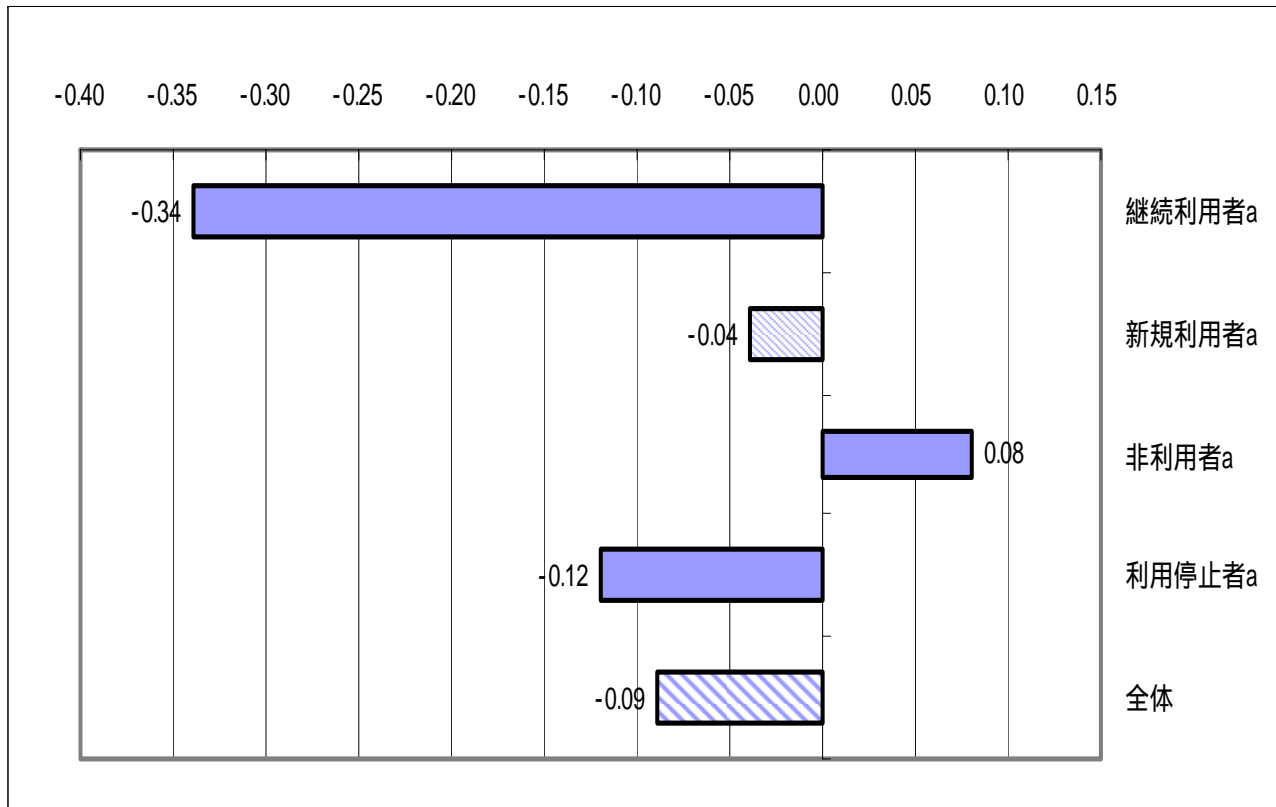
	同性率 (%)	年齢差 (才)	対面頻度 (日/週)	連絡回数 (日/週)	距離 (分)
固定電話	0.83	7.7	1.22	1.57	64.7
携帯電話	0.80	5.5	1.72	2.26	50.4
携帯メール	0.84	3.5	1.98	2.43	58.9
Eメール	0.75	6.1	1.11	1.98	111.6
手紙	0.88	6.1	0.70	1.30	159.2
全体	0.82	6.2	1.58	1.89	60.8

チャット、ファクシミリは表示を省略した

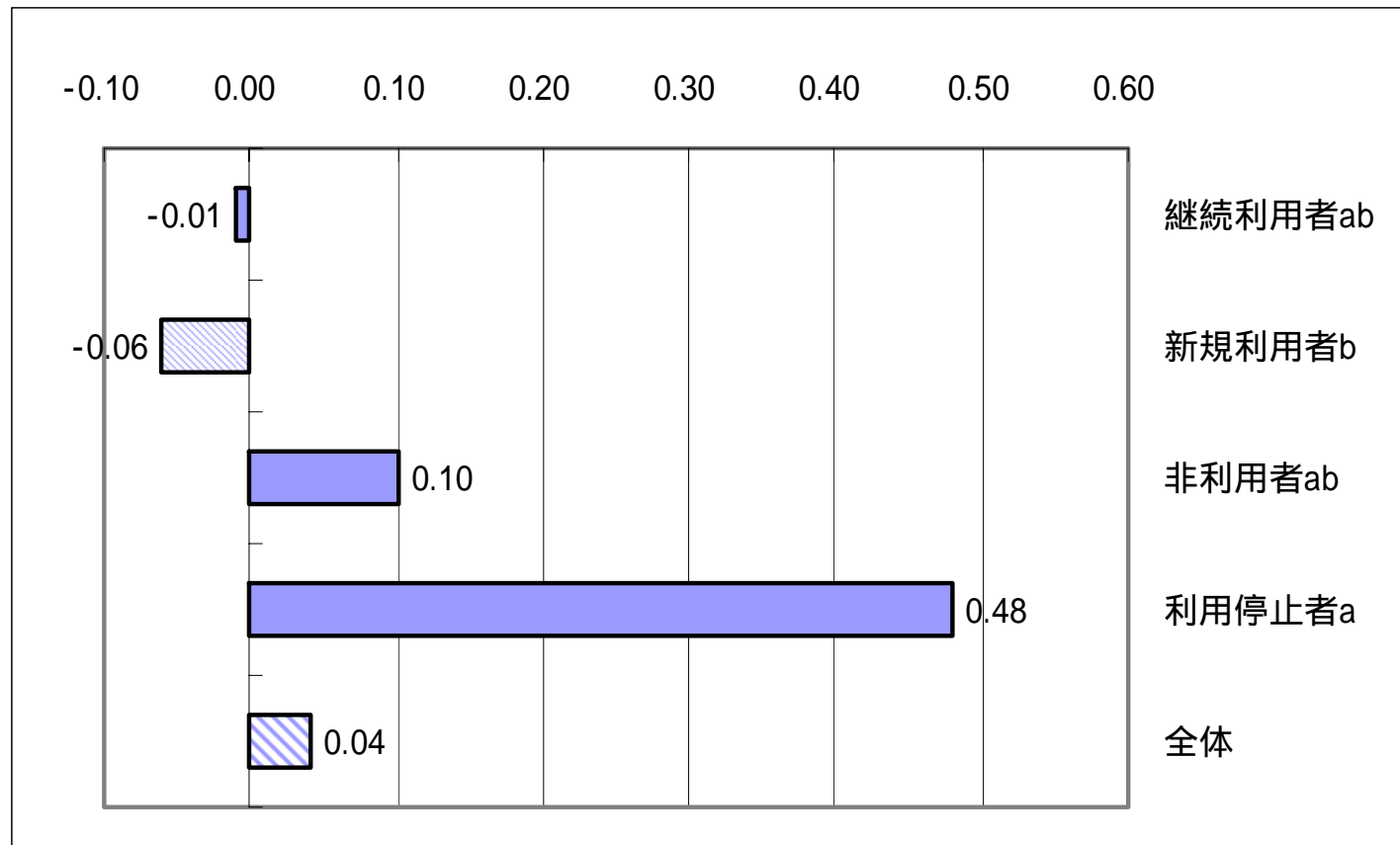
- 表7.5.1 携帯メールの利用状況の変化と分布(パネル・データ)
-
-
-
-
-
-
-
-

	第1回調査(T1)	第2回調査(T2)	N	(%)
1 継続的利用者	利用	利用	403	32.3
2 新規利用開始者	非利用	利用	268	21.5
3 継続的非利用者	非利用	非利用	542	43.5
4 利用停止者	利用	非利用	33	2.7
			1,246	100.0

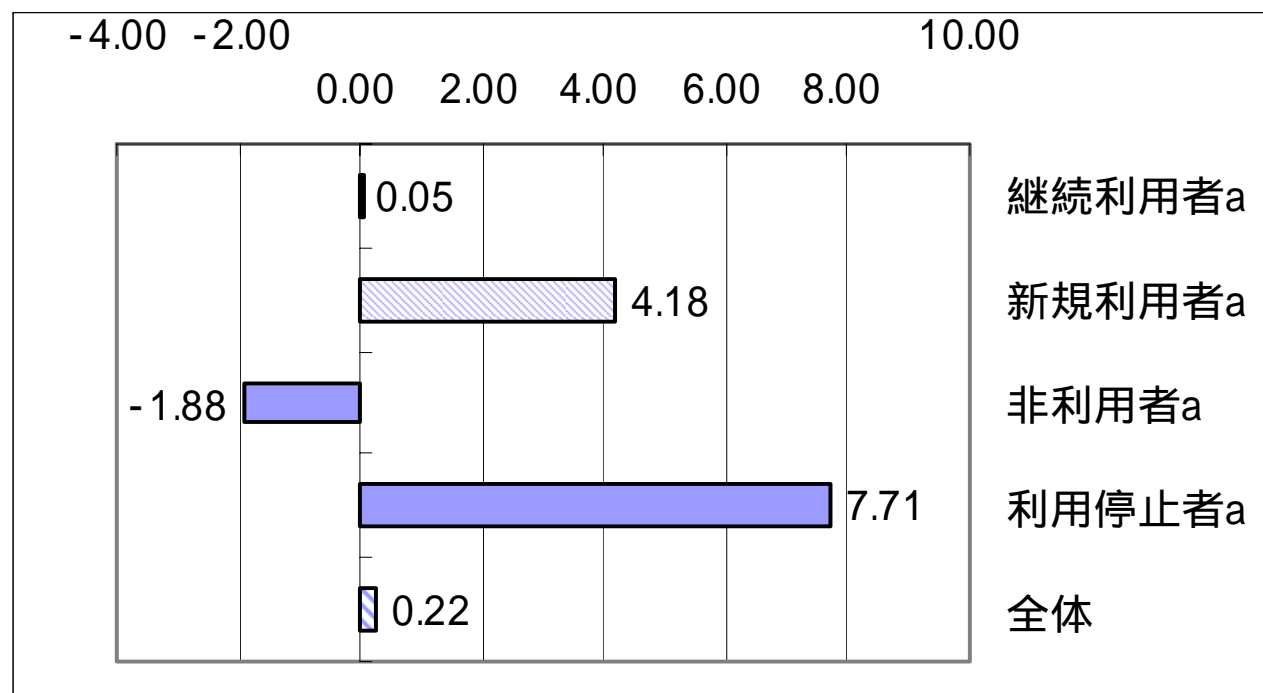
孤独感の変化量 $Pr > F: 0.001$



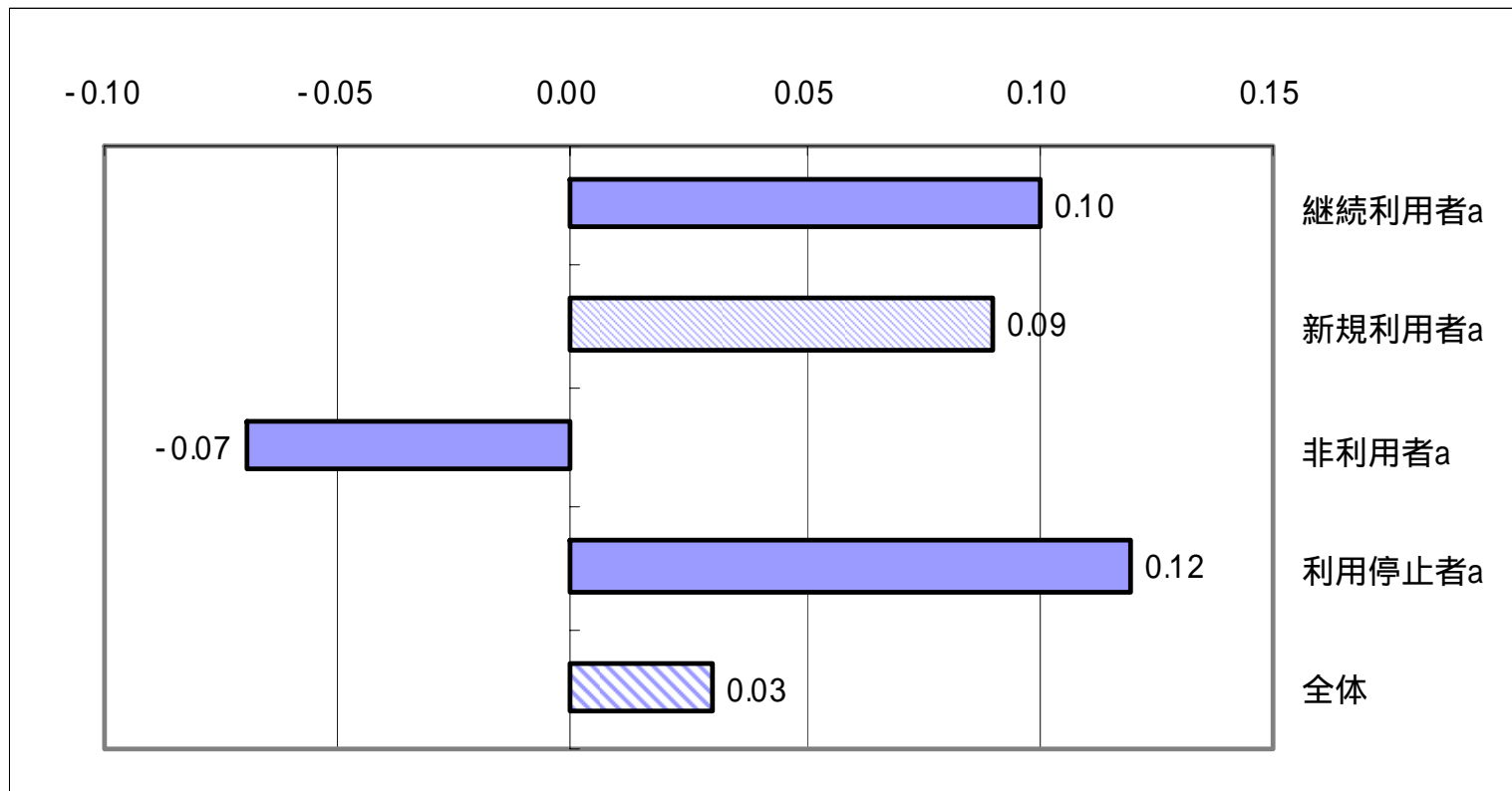
抑鬱傾向の変化量 $Pr > F: 0.27$



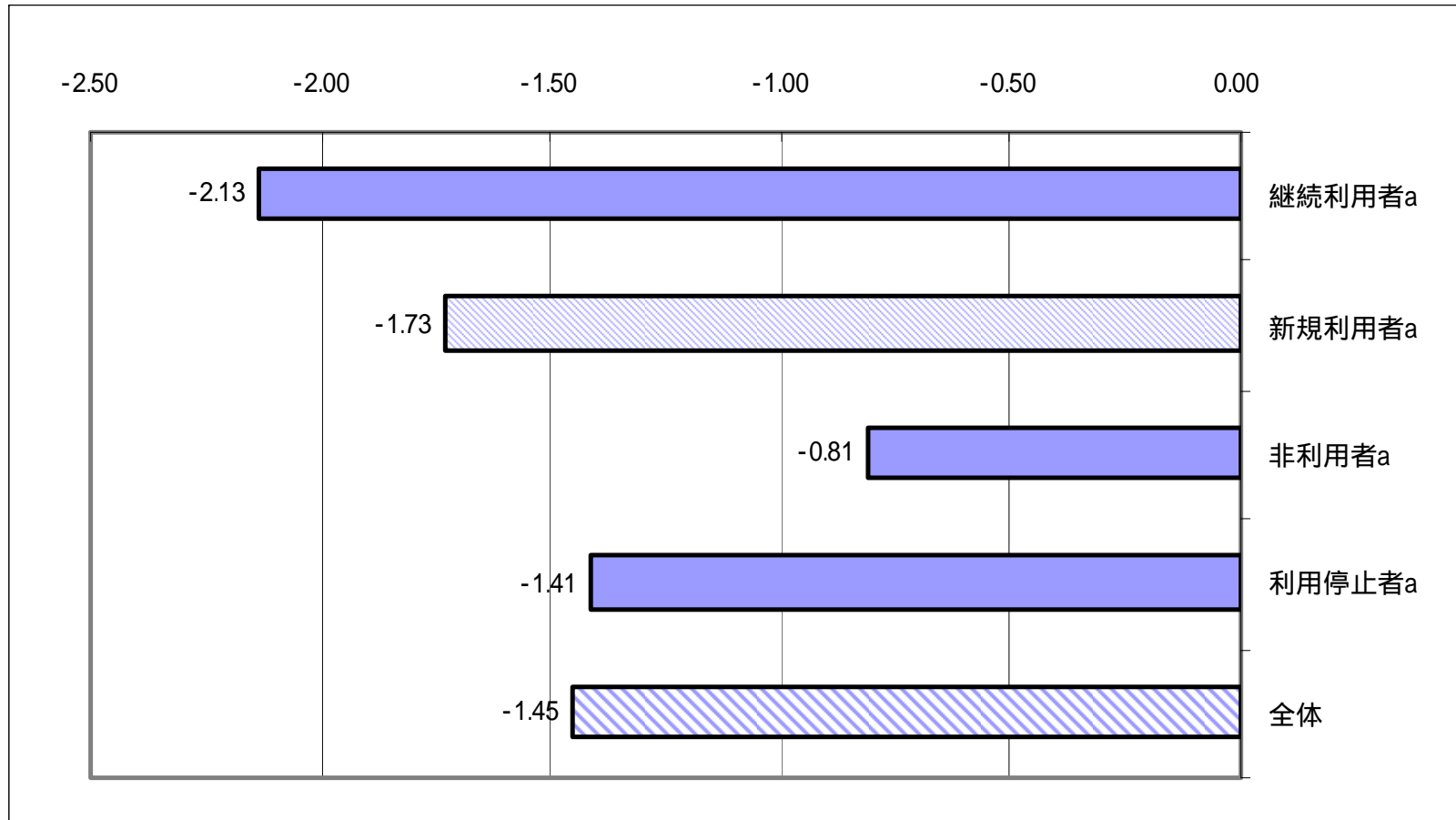
家族との会話時間の変化量(分)



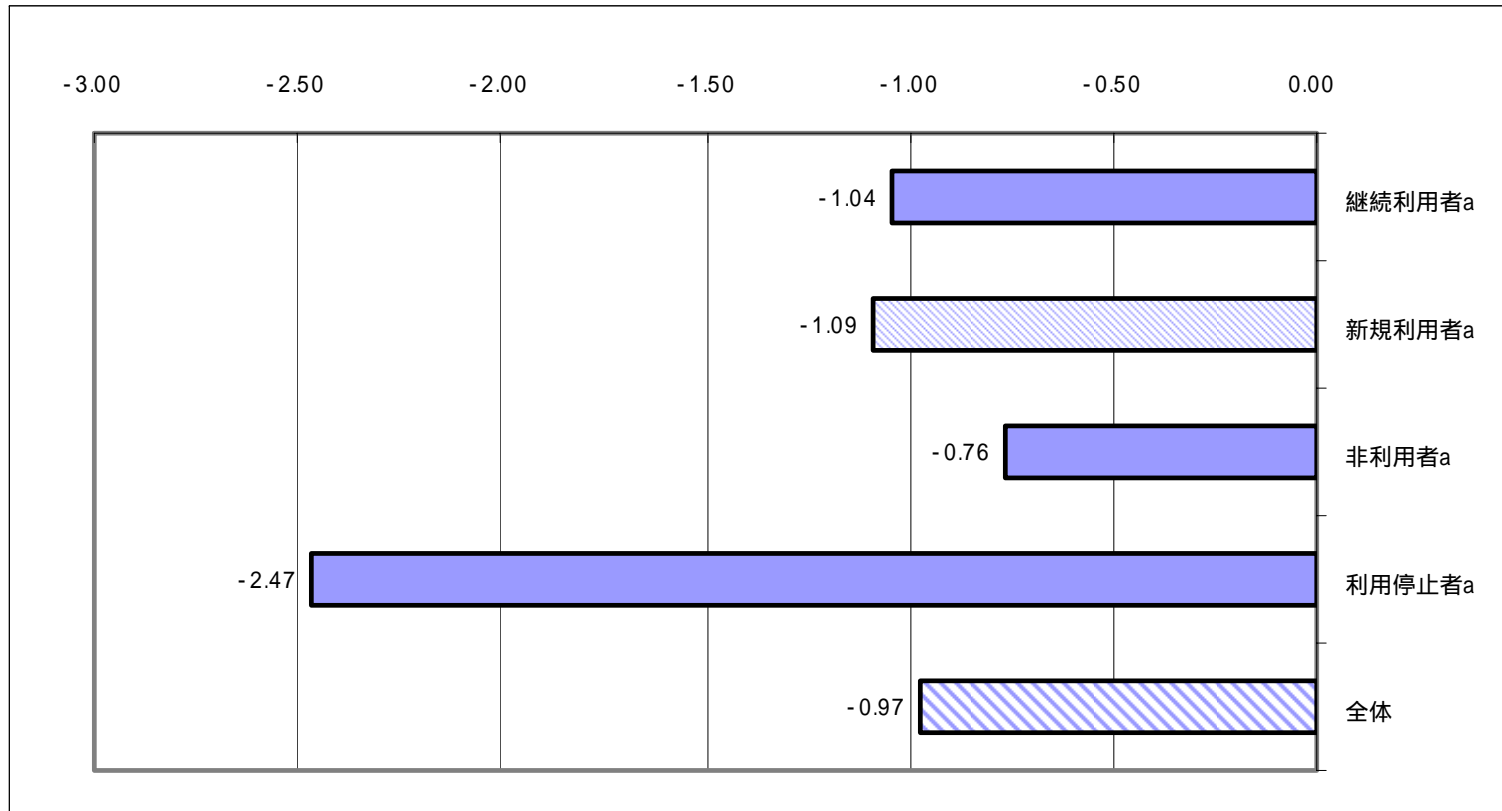
家族の結束性の変化量



友人(1時間以内)数の変化



友人(1時間以遠)数の変化



携帯電話が若者に支持された理由

社会心理的ニーズ

孤立化を促進するメディア普及への反動

ラジオ、CD、ビデオ、ウォークマン

ヴァーチャルなたまり場の提供

学校のサロンの機能喪失

狭い住宅事情、「遊び場」の消失

青少年のパーソナリティ変化にフィット

・刹那的享楽主義: その場・その瞬間が楽しければよい。さきのことは先送り

熟慮を排するゲーム、生活

生活目標の喪失(国民的)

・親しい相手に細かい気配り 人を傷つけない配慮

私生活中心主義

地域的・近隣的コミュニケーションの喪失

・上司・親・先輩からの干渉忌避

・孤独に対する不安神経症

身体生理的

声という身体性 言語情報と絶妙なバランスで相手の心理に関する推理ゲームが楽しめる

耳打ち感覚 性愛的

マルチ・モバイル・ツール化

通信ツールとしてでなく、今や携帯電話は、時計であり、カレンダーであり、メモ帳であり、住所録。手帳+時計の機能。

自分探し～自己アイデンティティを他者との結びつき、他者からの評価で確立する傾向が強い

しかし、日本だけでなく、韓米欧その他アジア諸国のいずれでも、若者の間で急速に携帯電話が支持され、普及した現実をみれば、文化特異的説明、日本的メンタリティに基づく説明はすべてナンセンス

例：自動車

一方で、ケータイメールが日本で爆発的に利用されているのは事実 Why?

(1)コスト

(2)状況的制約

授業中、車中等、音声通話がしにくい状況でのコミュニケーション

(3)気安さ

相手の居場所、状況にかかわらず情報が伝達可能。

相手にあわせて応答を考える必要がない。

コミュニケーションしたい内容は、こちらの心情・動静の伝達であり、相手の心情や情報伝達にはさほど関心がない場合に便利。

相手にあまり知られたくないこちらの余計な感情や状況(誘いや依頼に際しての自信のなさやヒマをもてあましているという実状等)をあからさまにしないでいい

(4)相手の状況への気遣い

いきなり相手の世界に割り込む音声通話の暴力性や通話によって時間を奪うことに対する配慮

(5)精神的自己防衛

おそらく受信可能であるはずにもかかわらず、相手に出てもらえない場合や、出たとしても発信者の不安感を煽るような状況(相手が恋人・異性の友人という、仲間で集まっているのに自分には声がかかっていない、等)が判明することによる精神的ショックの回避。

会食の誘いや言いづらい依頼ごとに対して、音声通話では相手の反応が即時にわかってしまうことへの漠然とした不安感

傷つくことに弱い若者の心理にフィット ~ ? ? ? ?

(6)遊戯性

- これも妥当か？

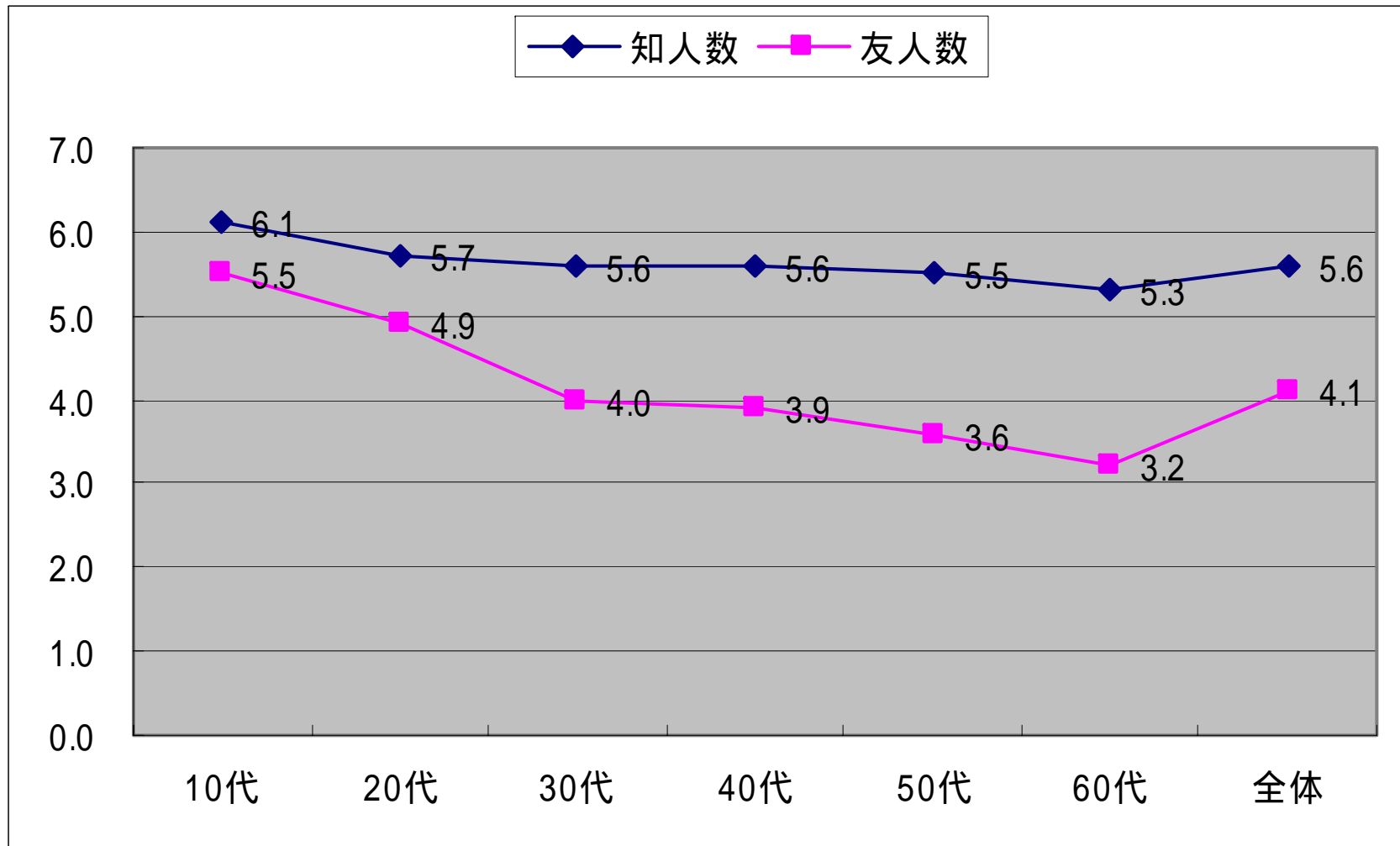
結局、

- コスト、
- 時間的余裕（ひま、通学時間が長い……）、
- 狭い限られた空間で楽しめる数少ないコミュニケーションツールであること、
- ・遊技性
- ・流行追随、同調志向、仲間であることの儀礼等、瑣末的な理由しかないのではないか。

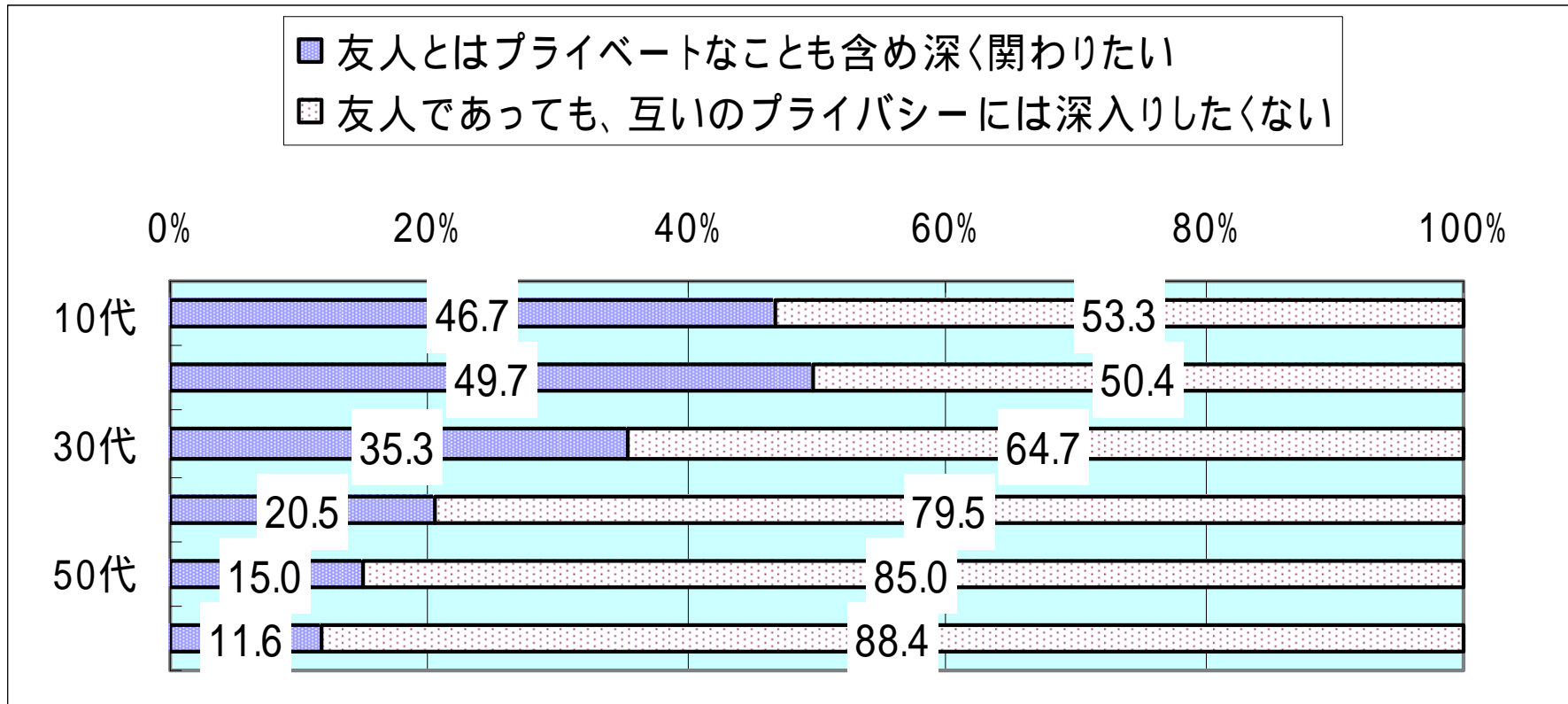
友人とのつきあいとメディア利用



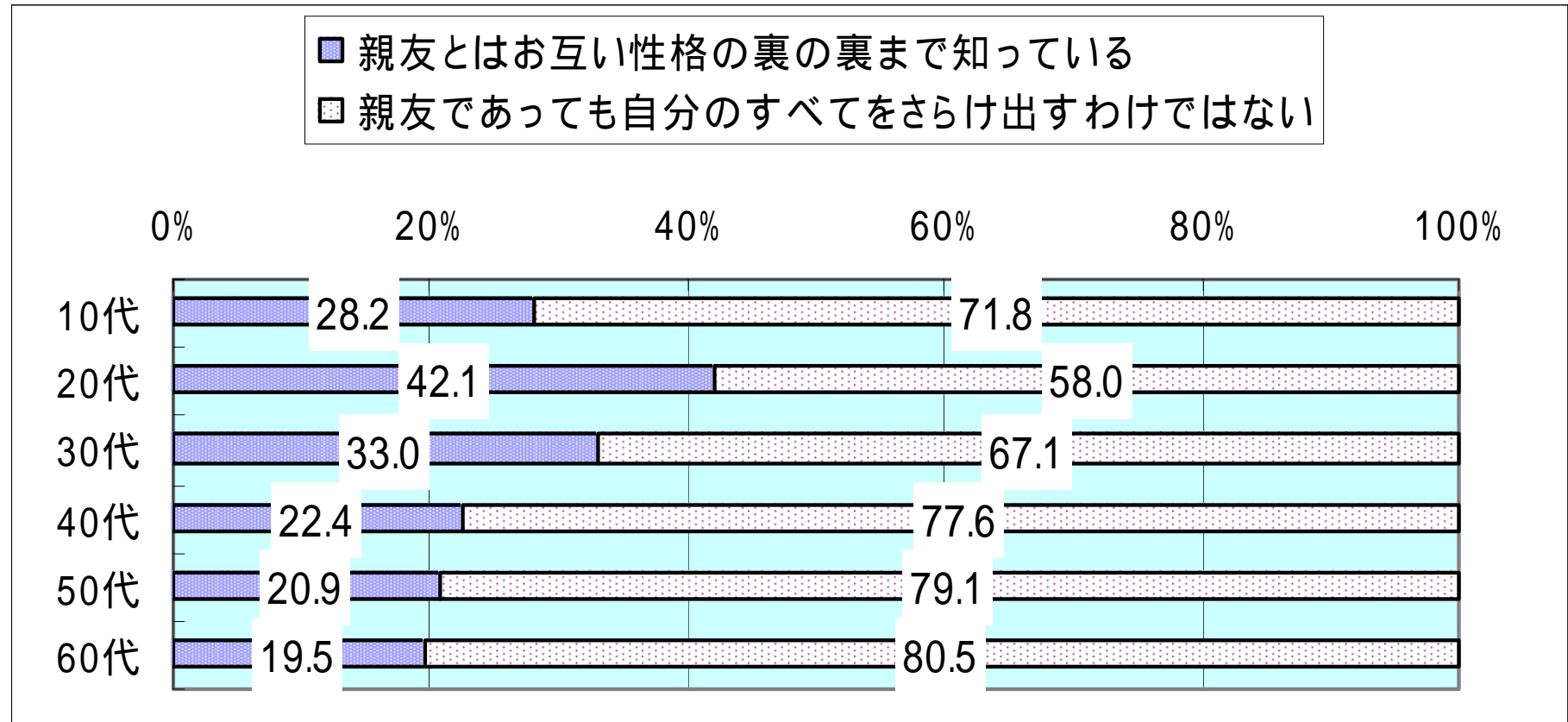
年層別にみた知人、友人数



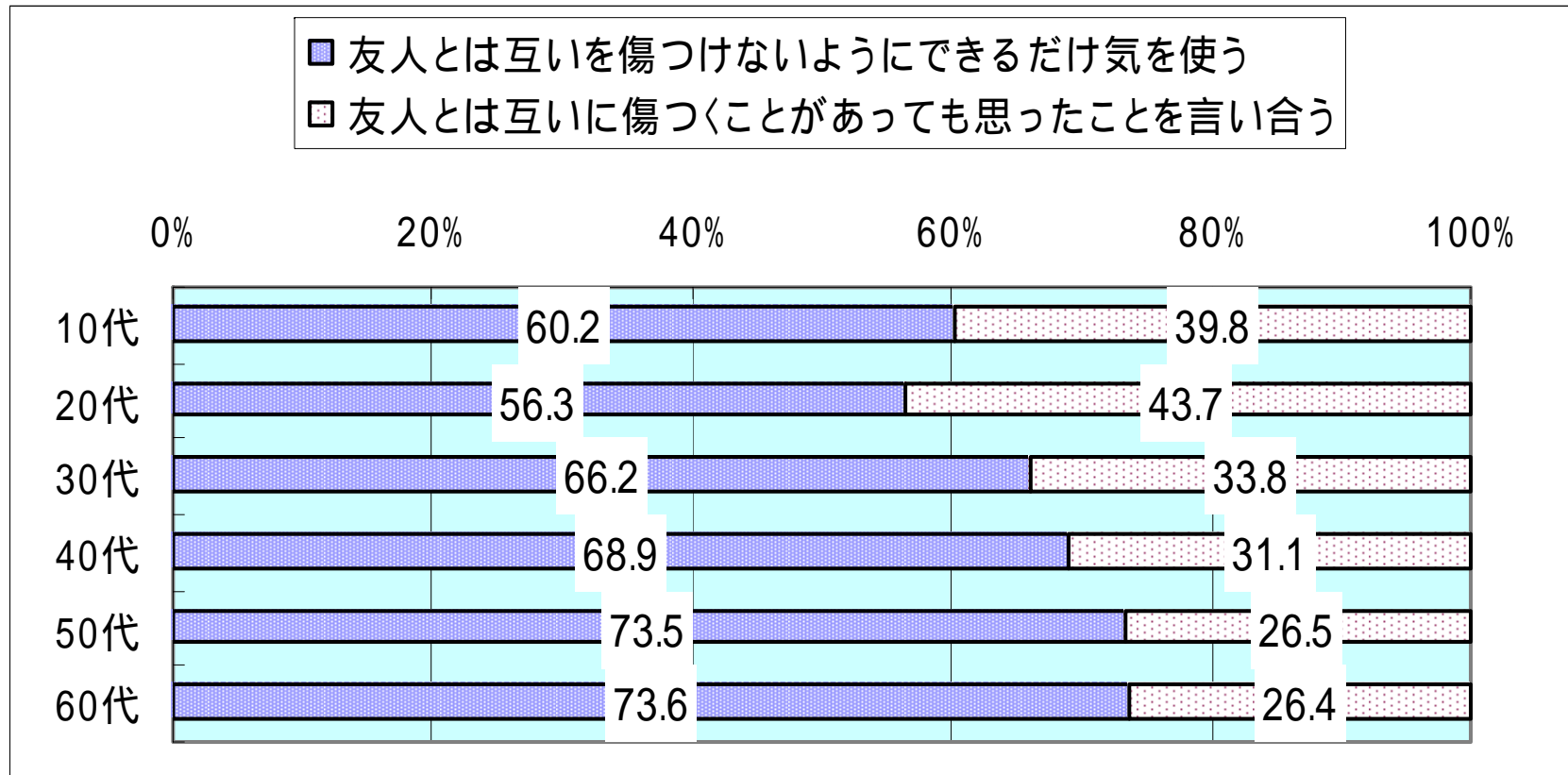
友人とのつきあい方(1)(プライバシーへの立ち入り)



友人とのつきあい方(2)(内面の開示)



友人とのつきあい方(3)(ヤサシサ志向)



友人とのつきあい方4（選択的コミットメント）

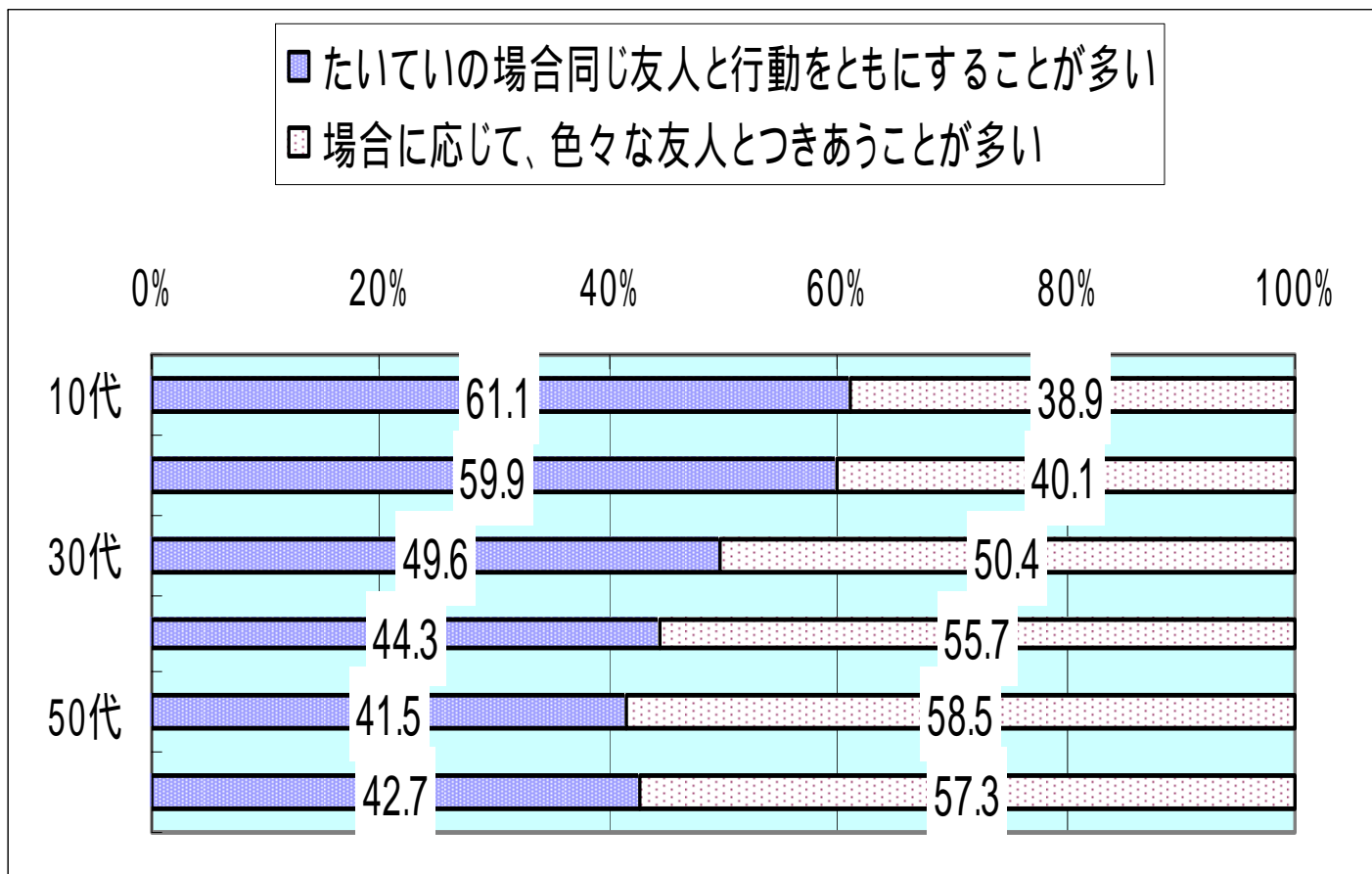


表10 都市規模別選択的接触の比率と友人数

東京都区部	政令指定都市	人口10万以上の市	10万未満の市	町村	Pr>F
40.7	51.4	52.7	50.6	51.8(%)	n.s.
(友人数) 4.3	4.1	4.1	4.0	4.0 (人)	n.s.

上の数値は「場合に応じて、いろいろな友人とつきあうことが多い」
に回答した人の比率

携帯電話、携帯メール、インターネットの利用の有無と友人とのつきあい方

表中のアスタリスクはクロス集計 2検定の結果を示す

***: p<.001, **: p<.01, *: p<.05 n.s. 5%水準で有意差なし。

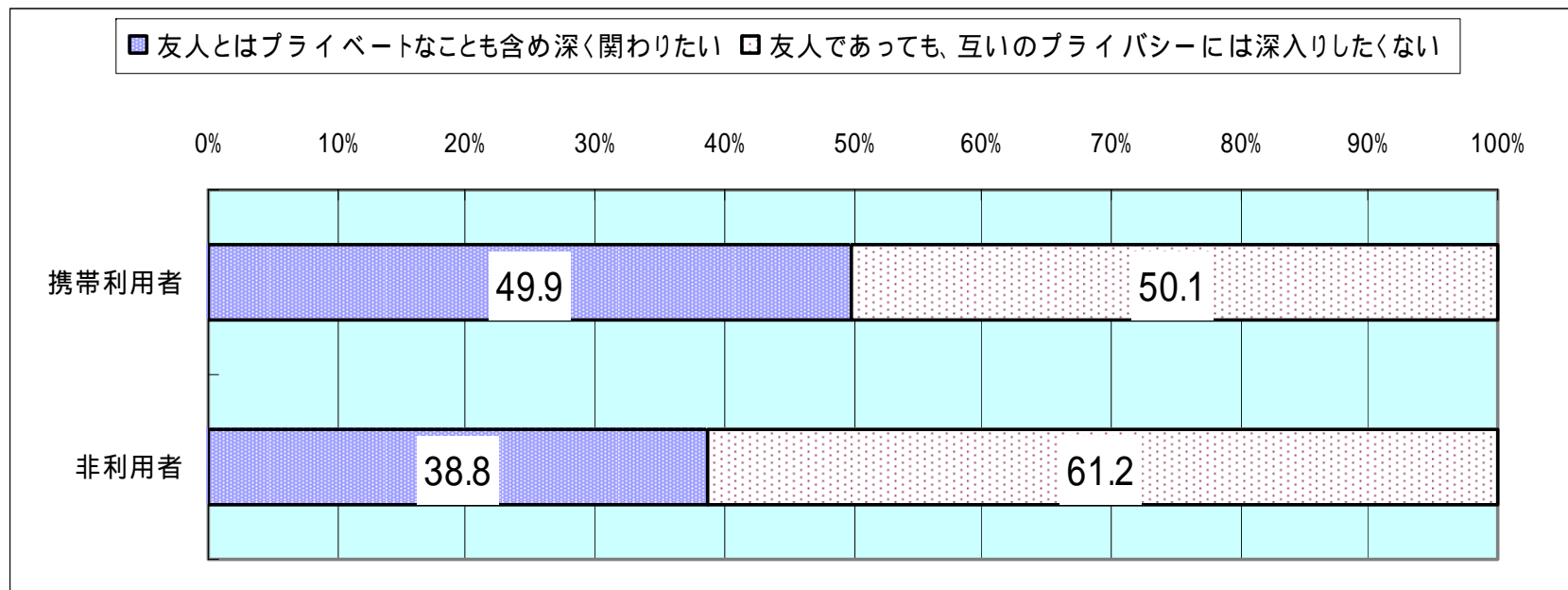
		携帯電話	携帯メール	インターネット (パソコン系)
プライベート領域への立ち入り	10-20代	*	**	n.s.
	全体	***	***	***
いずれも利用者が「プライベート領域も含め深くかかわりたい」				
内面の開示(互いの裏まで知っている)	10-20代	n.s.	*	n.s.
	全体	**	***	n.s.
いずれも利用者が「お互い裏の裏まで知っている」				
ヤサシサ志向	10-20代	*	***	n.s.
	全体	***	***	*

携帯電話、携帯メールの利用者は「傷つくことがあっても思ったことを言い合う」
インターネット利用者は「できるだけ気を使う」

したがって、携帯電話利用要因の「ヤサシサ志向」「精神的自己防衛」に関しては
やや疑問点

利用者限定して、利用頻度との相関をみても傾向は同じ

携帯電話の利用 / 非利用とプライベート領域への立ち入り (10代、20代限定)



携帯電話 携帯メール インターネット

選択的コミットメント	-20代	n.s.	n.s.	n.s.
	全体	n.s.	n.s.	n.s.
相手による性格の可変性	-20代	n.s.	n.s.	n.s.
	全体	*	***	***

利用者が「相手によって性格が変わる」

若者において、深いつきあい、ホンネをぶつけ合うつきあいを好む人ほど、携帯電話や携帯メールで友人と頻繁にコミュニケーションするという傾向が強い。

一方で、そうしたメディアが、友人との選択的接触を促進しているという兆候は見られない。

- 結局、ケータイも、それを使って対人関係の変容がもたらされるというより
単に触媒として働いただけ

たとえば、家族とのやりとり

もともと家族との会話時間が長い子は
ケータイでもよく家族と連絡し、そうでない子
は家族とはやりとりしない

- ケータイによって新しいコミュニティが生まれるとは言い難く、
たとえば女子高校生の「トイレット・フレンド」が「ケータイ・フレンド / 心理的同居人」に姿を変えただけか？