

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

橋元 良明

ただいまご紹介に預かりました東京大学の橋元です。

私の所属している機関「情報学環」について簡単に説明させていただきます。私は元々東京大学の新聞研究所に助手として採用され、その研究所が1992年に、社会情報研究所という名前に改称されました。一方、2000年に東京大学の学内で情報関係のことを研究している人を集めて、文理融合の学際的な研究をする組織として情報学環ができました。学環の環はネットワークを意識したものです。その際、私は情報学環に籍を移し、研究所は兼務ということになりました。実質的に社会情報研究所のスタッフの多くが既に情報学環を兼務していたこともありまして、2004年に社会情報研究所は合併して大学院情報学環に一本化されました。大学院情報学環は教育組織として大学院学際情報学府という組織を持っています。この組織は3つのコースに分かれており、1つは社会情報学コースです。これは主に旧社会情報研究所のスタッフが教育に関与しています。2つ目は文化人間学コースです。西垣通先生など情報関係で、どちらかというと文系寄りでかつ理系にも通じた大局的な視野をお持ちの方が所属なさっております。3つ目は学際理数学コースです。これは学際的だけれどもどちらかというと理系寄りで、トロンやユビキタスネットワーク研究で有名な坂村健先生らが所属しています。3コース制をとっていて、大学院だけで学生数が修士は70名くらい、博士は30名く



橋元 良明 氏

らいの組織になっております。私の所属するのはそのうち社会情報学コースです。

私自身はもともと心理学科で言語心理学を勉強していきまして、そのあと社会学系の大学院に行って言語哲学的なコミュニケーション論をやっていました。新聞研の助手になってからは、共同研究の一環でいろいろ実証的調査研究に関わることが多くなってきました。例えば日本人の情報行動研究やメディアの影響に関する社会心理学的分析等です。自分の研究の中で次第に実証的調査研究の比率が高くなっていき、今では調査をベースとしたメディア利用行動やコミュニケーション行動の変容に関する研究が中心になっております。ことにここ数年、インターネットや携帯が急速に普及し、文字通り、情報革命が住民レベルで進行しているので、時宜にかなった研究テーマかと思っております。

テレビは1953年に日本で放送開始され、1961年には世帯普及率50%を突破しました。さらに64年で90%を突破するのですが、その間、日本人の生活がどう変わったのか、家の中のコミュニケーションはどう変わったのか、実証的研究データが十分ではありません。NHKなどがいくつか調査していますが、当時テレビに関して、そんなに影響力があるメディアだと思っている研究者が少なく、メディア研究者自体が少なかったため、大学の研究者が主体となって実施した実証的研究データが非常に少ないのです。今から見たら非常にもったいないことだと思います。これほど日本人の生活を一変させ、いろいろ面で大きな影響力をもたらしたテレビというメディアの「ビフォー・アフター調査」、そして普及していくプロセスのなかでの変化の実態が今データとしてあまり残っていないのです。

それに対してインターネットは実質的に1994年あたりから普及し始めたわけですが、そのころから我々は情報行動関係でデータを集めているわけです。携帯電話の商用利用の本格的開始は1987年ですが、実質的な普及は1992年以降です。若い人に携帯が普及しているなかで、コミュニケーションとか、友人との付き合い方とか、あるいはインターネットで生活時間構造がどう変わっていくのか、我々ほとんど毎年のように調査をして、数字として蓄積しています。その意味で良い時代に生まれたと思っていますし、逆に自分の研究面でいうと他のものができるくらいそちらにかかわらざるを得なくなってきました。

今日は、調査データを中心として見た場合に、生活時間構造、ネットワーク、コミュニケーション行動などがどう変わっていきつつあるのかを紹介したいと思っています。

さっそく話の中身に入っていきたいと思います。今日話す予定は次のようなものです。

1つ目は、インターパドックスの検証です。アメリカの心理学者がアメリカでインターネットが普及していく過程で、パネル(追跡)調査によってインターネットを利用すると人の精神生活はどうなるのか、コミュニケーションはどうなるのか、数字で計ろうとしたわけです。インターネットはコミュニケーションツールだからネットワークは広がるだろう、そして情報を提供する非常に強力なメディアでもあるので、人々の精神生活も豊かになるだろう、と仮説を立てて調査を開始しました。ところが結果は、人々のコミュニケーション時間が減り、ネットワークが縮小し、孤独になっていくという、インターネットのメディアとして本来意図とされた目的やメディア性とは逆の結果が数字で出ました。これは非常に評判を呼びまして、それに対する反論や再検証が数多くなされました。このインターネットパドックスについて我々自身もパネル調査で検証しましたので、この結果についてご報告したいと思います。

2つ目は、若い人は特にどういうコミュニケーションメディアを利用しているのか、どういう使い方をしているのかということについてです。人間関係で、深い付き合い、浅い付き合いとか、いろいろな付き合い方があると思います。良く最近の若い人はつきあい方が淡泊であり、コミュニケーションが稀薄化しているといわれます。一部の人は、それを携帯電話が助長していると述べているのですがそれは本当だろうかということについてデータに即して検証してみたいと思います。この携帯電話・携帯メールについては、例えば携帯電話・携帯メールをよく使う人は、世に言われるように内向的でオタク的なのだろうかということなどを具体的なデータに基づいてお話しします。

まず、今回主にデータとして使ったベースとなる調査について概要をご紹介します。2つの調査があります。

1つは調査Aと名づけていますが、2001年に3000サンプルのうち1,878票を回収した全国調査です。この調査で回答した人に対して2年後、追跡調査をしました。協力してくれない人、どこかへ行って行き先がわからない人もいますので、サンプル数は減って1,246になっています。同一人物を追跡するということでインターネットが本当にどういう効果があるのかということを見ようというものです。

2つ目は調査Bと記しているもので、ワールドインターネットプロジェクト(WIP)と称する共同研究の一環の調査です。WIPは、世界20カ国の研究者が参加し、それぞれがインターネットに関する実証的調査を実施しながら情報交換をしています。日本では通信総合研究所(現情報通信研究機構)に資金援助していただいて2000年以来毎年調査を実施しております。調査Bはそのうち2003年に実施されたもので有効回収数が2000強です。

我々の調査による結果を紹介すると、いわゆるインターネット利用率というものが、インターネット利用率というのは実は曖昧な言葉でして、情報通信白書でインターネット利用率が60%を超えたといっても、これはあまり意味をもちません。なぜかと言うと情報通信白書でいうインターネット利用というのは、携帯によるiモードなどの情報サイトの利用とか、アットマーク(@)付きのメール交換も含めています。しかも年齢幅を60歳までで設定しているわけです。インターネットに関しては年齢幅の設定でいくらかでも利用率が変わります。例えば上を上限なしにすると急に利用率が下がるわけです。我々の調査Bは、上限なしの調査で、情報通信白書より全体としては低い数値になっています。

資料の図では、純粋にパソコンをとおしたインターネット利用率、携帯によるインターネット率、さらにそのいずれかの一つでも利用している人の比率を示しています。20代が

圧倒的に利用率が高くて、市場をリードしています。20代では、携帯電話による利用も含めると、インターネット利用率は9割に達しています。携帯に関していうと、20代の約8割が携帯をとおしてアットマーク(@)付きのメール交換や情報サイトを利用しています。

PCインターネット利用率に関しては、アメリカで65%、韓国でも60%を越えています。日本はPCによるインターネット利用に限定した場合、40数%で、20代でも6割程度で、やはり日本はまだインターネット利用に関しては後進国なのです。よく通信白書などで日本は通信費用も安く、6割の利用率があって、もう今やネットワーク後進国ではなく、世界と肩を並べたといいます。ADSL、その他ブロードバンドの利用者も多いのですが、韓国ではPCインターネット経由で、しかも月3回以上使うという限定でも60%を超えているわけですから、それでいうと日本はまだインターネット利用において後進国です。逆に携帯のインターネット利用は盛んで、それが逆に情報ハンドリング能力を押さえてしまっているところがあります。

次の図は、調査Bから年代別に2000年から2003年まで継続的に携帯通しの利用も含むインターネット利用率の変化を見たものです。20代は2000年あたりから、飽和状態になっていることがわかります。大きな伸びを示しているのは10代です。最新のデータでは携帯も含めると10代と20代ほとんど差がなくなってきました。30代、特に30代後半でのインターネット利用率の伸びがここ4年で非常に増えました。やはり50代以降になりますと、ほとんど伸びなくて、日本では年齢によるデジタルデバイドはまだ存在しています。携帯電話の利用に関して言えばかなり縮小していて年代による差はほとんど差がなくなっている状況ですが、日本でいうと年齢と学歴に関して、デジタルデバイドがまだあります。ちなみにアメリカの場合は人種差のデ

デジタルデバイドが残っています。

次に、インターネットパラドックスの話に移りたいと思います。これはアメリカの心理学者のクラウトらが発表したもので、堅実な実証的調査に基づいており、非常に反響を呼びました。カーネギーメロン大学の研究者が中心となって実施し、まず調査の参加者としてピッツバーグの住民93世帯を広告で募りました。今までインターネットを使ったことがない、パソコンを使ったことがない、いわゆるパソコン素人93世帯256名に対してパソコンを無料で配布しまして、自由に使わせました。それでさまざまな変数がどう変わるかをパネル調査したわけです。

彼は心理的尺度についてもいくつか調べました。彼らの大きな関心の1つは、インターネットを使って人は幸せになれるかどうかです。幸せかどうか、豊かかどうか、これは非常に難しく、ある意味ではナンセンスな質問でもあるのですが、それをなんとか数字にしようというので、いくつか定番の心理尺度を使いました。例えば孤独感、日常的なストレス、抑鬱的傾向などです。心理的尺度と同時に、人と人とのコミュニケーション・ネットワークがどう変わるかにも興味をもち、家族とのコミュニケーションの量、地域的に近い範囲での社会的ネットワークの規模、遠方の広い範囲での社会的ネットワークの規模の変化も計測しています。

家族とのコミュニケーションの量をどう計測するのかというと、調査の開始前の時点で家族の名前をリストアップさせて、一日どのくらい話しをしたか記入させます。正確を期すためにカウンターパートである当人以外の家族メンバーについても当該の人とどのくらい話したか聞いて、これを平均するというような形を取っています。地域の社会的ネットワーク規模は、月1回以上会ったり話をしたりする人でピッツバーグに住んでいる人は何人くらいいますかという聞き方で調べていま

す。遠方の社会的ネットワークについては、ピッツバーグ以遠に住んでいる人で年1回以上会ったり話をしたりしたいと思う人の数を聞いています。このような聞き方についてもいろいろ問題はあるのでしょけれども、平均化し、それを時系列で取ると、ある程度は定義のあいまいさの問題は相殺されると彼らは言っています。

その結果、家族とのコミュニケーション量は2年間で減りました。重回帰分析で、たくさんインターネットを使う人ほど家族とのコミュニケーションは減少するという結果が出ました。これは5%水準で有意な値でした。地域の狭い範囲の社会的ネットワークも2年間の間でインターネットを使えば使うほど減る、狭くなる、数が少なくなるという結果が出たのです。これも5%水準で有意でした。遠方の社会的ネットワークに関しても、たくさん使う人ほど減りました。これは10%水準で有意な結果でした。統計的に、インターネットを使えば使うほど、家族とのコミュニケーション量が減ってネットワークが縮小するということが実証されたわけです。

心理的な側面では、使えば使うほど孤独感が増加しました。5%水準で有意でした。ストレスや抑鬱的な傾向も増加しています。本来インターネットの機能から考えると予想とは逆の方向で、コミュニケーション量が減ってネットワーク規模が縮小し、精神的に寂しくなるという結果が出てしまったわけです。

先取りして言いますと、5年後、第2回目の追試研究のときには、このパラドックスは解消してしまったのですが、とにかく第1回ときにはこういう結果が出たわけです。なぜ出たのか。調査は1995年から1997年にかけて実施されたのですが、先程も申し上げたようにいろいろ議論が出ました。調査結果が数字で出ていますので、彼らは主観的解釈を極力さげ、ごく簡単な説明だけにとどめています。

それで何を述べているかという、まず時間の剥奪です。インターネットやパソコンを初めて使うことは、当然その分生活時間が割かれます。物理的に家族同士で話す時間が減るということです。それからネットワークの規模が縮小したことについては、「弱い絆仮説」というのを出しています。メールであれ、掲示板であれ、インターネットで取り結ぶオンライン上のコミュニケーション関係が一時的には増えるだろう。しかし、そういう関係というのは日常的文脈には組み込まれていない浅い関係です。すなわち弱い絆であるというわけです。そうすると一時的に弱い絆で何人もメール交換する人がいたり、あるいは掲示板でいろいろ話す人がいたりしたとしても、結局相手のことをよく知っているわけではないのです。相手とのコミュニケーションは日常的文脈に組み込まれていないので、やがてそのコミュニケーションは稀薄化し、あるいはなくなってしまいます。そのとき、日常的なつながりをもつ強い絆の一部は、すでに弱い絆に置き換えられてしまう。置き換えられてしまって取り戻せない部分があって、強い絆も失ってしまう可能性がある。そうしますと2年間で、その人のコミュニケーションの総体は稀薄化し、いくつかの関係が消滅する。それがネットワークの規模の縮小ということにつながるのだと考えました。心理的なことという、弱い絆で取り結ぶコミュニケーションは、相手をよく理解することはなく表面的な関係に留まる。自分も他者に理解されていないのではないかという不安をもたざるを得ない。信頼性が非常に低い絆であるということで、結果的にむしろ孤独になってしまうのではないかというのが彼らの解釈です。

このパラドックス現象は、クラウドらの後の調査では消えてしまうのですが、私の研究室でも日本の状況に関して一部同じ質問項目を設定して調査をしました。それが先程申し上げた2001年から2003年にかけてのパネル

調査です。心理スケールや社会心理スケールに関しては、孤独感あるいは抑鬱性傾向、それから情動的共感性（これはどれぐらい人に共感できるかということです）、家族的結束性、社会的スキルを測定し、その他、家族とのコミュニケーション、友人数も調べてみました。結果を簡単に紹介しますと、2001年の単発調査の結果は、2003年でも傾向的には同じでした。分析の際、調査対象者をいくつかのカテゴリーに分けました。ここでは携帯電話によるインターネットの利用は除外しています。まず、パソコン・インターネットを職場でも家でも全く利用していない人、第2に職場の仕事では使うけれども自宅では使っていない人、第3に自宅でも使っていて低頻度利用者、第4に自宅で作って中頻度利用者、第5に自宅で作って高頻度利用者の5カテゴリーに分けて分析しました。孤独感、抑鬱性、共感性、家族的結束性、社会的スキルを比べたわけですが、5つのカテゴリー間に何の有意差もない。有意差どころかほとんど差がない。つまり我々の調査に関して言えば、孤独感にしろ、抑鬱性にしろ、共感性にしろ、家族的結束性にしろ、社会的スキルにしろ、インターネットを使っているが使っていないが、たくさん使おうがあまり使わないでいようが、全く関係ないということです。これは別にクラウドの結果を否定するということではなくて、日本の現状ではこうだということです。2003年でも単発では差は出ません。我々の調査では、インターネットは、心理的なものに全く影響を与えていないということです。

もし差が出たときに、差が出たけれども実は他の属性の違いによるのではないかということで、多変量解析というのをします。孤独に関しては差がないのだから、する必要もないのだけれど、一応多変量解析の一つである数量化1類分析を試してみました。簡単に言うと、説明変数として、年齢、性別、職業、イン

ターネット利用・非利用, 学歴, 年取等を投入し, 他の項目がすべて同じだと仮定すると, 例えば純粋に年齢だけが違うとするとどういふ差が出るのかというような分析の仕方です。他の変数を統制変数とし, 結果的にどの項目が特定の変数にもっとも影響力をもつかということ調べる重回帰分析の発展型です。

この調査の結果でいいますと, 10代の子は比較的孤独のようです。50代も孤独だけれども60歳を超えると孤独感はなくなる。男と女でいうと男のほうが孤独なようです。新聞によりますと自殺者3万5千人のうち男は女性の2.5倍で, これは男のほうが孤独だということと関連しているのかもしれませんが, 職種でいうと, パートタイムの人は孤独で, 無職も孤独, 専業主婦は孤独ではない。年取でいうと, 低年取のほうが非常に孤独で高年取は孤独ではない。やはり経済的要因というのは孤独感に大きく影響します。今回, もっとも重要なインターネット利用に関してですが, インターネットを自宅で利用しているか利用していないかで, ほとんど差がない, 影響力はないのです。多変量解析でもインターネット利用は孤独感と全く関係ないということがわかります。

パネル調査で, 同じ人に対する追跡調査をした結果ですが, 2001年時点で既にインターネットを利用して2003年にも利用している継続的利用者, 2001年のときには利用していないけれどもその後利用を始めた新規利用者, 2001年のときも2003年のときも利用していないという非利用者, 2001年のときは利用していたけれども途中でやめたという利用停止者, この4カテゴリーで孤独に関する数値の増減を見ました。するといずれも有意な差が出ているわけではないのですが, クラウトらが言っているような, 孤独感が増すというような方向性とは逆の結果が出ているのです。インターネットは少なくとも孤独感を増しはしない。むしろ方向的には減らす方向

にある。利用停止した人はむしろ孤独感が増えている。もちろんインターネットをやめたから孤独感が増えたとは言えません。他の要因があるのでしょうかけれども, むしろ止めたほうが孤独感が増え, 継続的利用者とか, 新たに始めた人は2年前と比べて孤独感が減っているという傾向があるということがわかります。

2001年のときに使っていないけれども2003年までには新たに使い始めたという新規利用者に限定して, 重回帰分析に基づく一種のパス解析をしました。インターネット利用量に関しては, 本当はパネル調査期間の平均値を出すのが妥当なのですが, 2003年時点におけるインターネット利用量で代用します。ここでは, 偏回帰係数の大小だけに意味があります。プラスマイナスは方向性で, 傾向としてもともと孤独感が強い人ほど使い始めるとインターネットを高頻度で使う傾向があります。偏回帰係数が減っているということは, 使っているうちに孤独感が減るということの意味しています。この分析結果からも, インターネットを使うと孤独感が減る傾向が示されたといえます。インターネット利用は孤独感など心理的な尺度と基本的にはほとんど無関係で, 統計的には有意差はあるとは言えません。しかし, 方向的には孤独感を緩和する作用をもつ傾向があります。抑鬱性も同じ傾向があります。豊かにするとまでは言えないけれども, 少なくとも初期のインターネットパラドックス研究が言うように人間を寂しくすることはないということです。

社会心理係数である生活満足度で見ると, やはりインターネットは我々の精神を豊かにすると思われる側面があるのです。パラドックスとは逆です。生活満足度は世論調査などで使われる尺度ですが, これもパネル調査で調べてみました。まず単発的に見ます。先程の5カテゴリーで, 単純に平均値を比べて見ますと, 自宅で使っている人と使っていない

人で差があって、自宅でインターネットを使っている人の方が生活に満足をしているという傾向が出ています。ただし、インターネットを使っているから生活に満足しているのか、もともと生活に満足している人がインターネットを使うのか、その方向性は分かりません。ここで多変量解析が有効になるわけです。どんな人が生活に満足をしているか見ていきますと、やはり女性の方が満足しているのです。満足感でいうと中高年層が結構満足している。また、専業主婦は職業別では一番満足しているわけです。年収が高いほどやはり満足している。都市規模でいうと、田舎の方が満足していて、東京・政令指定都市は不満足です。地域でいうと、中国地方と北海道の人は満足感が高く、東北地方の人は満足していない。他の条件が同じだとしたら、インターネットの自宅利用者は満足感が高い。インターネットを使う人は高収入で高学歴だから満足しているということではなくて、それらを統制しても、やはりインターネット利用するということが満足というのとは関係しているということ、日本ではインターネット利用と生活満足感とは関連をもっていると言えらると思います。

次に家族とのコミュニケーションについての結果を紹介します。先程と同じカテゴリー別に見て、家族といっしょに過ごす時間の平均値で見ると、PCインターネットを家でも職場でも利用しない人の方が家族と過ごす時間が長いのです。しかしこれは、インターネット利用とは関係なく、全然利用しない人というのは低学歴で高齢者が多いから、家族といっしょに過ごす時間が長いのだろうと推測がつくわけです。もしインターネットの影響があるのだったら自宅での利用時間に関し、高頻度利用者より低頻度利用者の方が家族との会話時間が長いはずなのに、そういった傾向は示されていない。多変量解析をすると、家族といっしょに過ごす時間が長いのは高年

齢者、男性より女性、専業主婦、低年齢であるということは分かるのですが、インターネット利用・非利用ではほとんど差がありません。基本的に家族といっしょに過ごす時間でいうと差は無いのです。

次に会話時間です。これは単発的なものは省いてパネル調査結果だけを紹介します。どう計測したかという、クラウドらに習って調査の前日と前々日、家族の名前を書いてもらい、自分で家族と話したと自覚している時間を書いてもらいました。それからもう一方で日記式調査というのを併用して、実際に1日どのような行動をしたか、例えばテレビを見たとか、家族としゃべりながら見たとか、そういう日記式調査も併用しているのです。先程の、家族といっしょに過ごす時間はアウトな聞き方ですが、もう少し時間的にきっちりした聞き方をしています。これでインターネットを使い始めて時間量が増えたのかどうかをクラウドに習ってパネル調査で出しました。そうすると、割りとクラウドらの調査と似た結果が出たのです。全体平均では時間量の変化はないのですが、継続利用者、新規利用者、非利用者、利用停止者で見ますと、新規利用者は減るのです。統計的な有意差は出ていませんけれども、見た目にはかなりの量の減少かと思えます。でも、インターネットを使うと、時間的な剥奪で本当に話す時間がずっと減ってしまうのかといえば、そうではないのではないのです。なぜかという、継続の利用者ではむしろ会話時間が増えているからです。このへんの関係は直線的なことは言えませんが、おそらくこれは新規性効果で、インターネットを利用し始めた直後はやはりインターネット利用、あるいはパソコン利用で時間をとられて、一時的に会話時間が減るのだということを示している。その後、揺り戻しがあるのだろうということを示しているのです。新規加入者だけに限って行なった重回帰分析によるパスモデル解析で見

ますと、調査開始前の時点での家族との会話時間量と調査終了時点での会話量は大きな相関があります。これは当たり前で、よくしゃべるご家族は2年間経ってもよくしゃべる。しゃべらない家族は2年間経ってもしゃべらないので、高い相関が出るのは当たり前です。それはともかく、もともと会話量が多い家族では、インターネットを使い始めると、比較的長時間インターネットを使用することが示されています。ところが、調査終了時点での家族との会話量との関連で言うと、インターネット利用頻度と会話量の偏回帰係数はほとんどゼロに近いマイナスです。これは、現実にインターネットを利用し始めて家族とのコミュニケーション量が減ったということを示しています。使い始めて2年間以内では、やはり数字としては減ったということです。しかし、この傾向がずっと続くものではなくて、長く使っているうちにまた揺り戻しで増えていくということは先ほど述べた通りです。

今どのくらいの家でパソコンを自分の部屋ないしリビングに置き、ネット接続しているかということですが、日本では全体の平均で、自室で接続している人が多くて13.4%、一方リビング・食堂、家族で共有する場所で接続している人は10%です。この数字は韓国・米国ではもう少し自室の比率が高いのです。日本の住宅事情でリビングに置くことが、どう作用するかです。パネル調査で分かったことは、家族との会話時間は一時的に確かにクラウドらが言うように減少する可能性がある。しかし、長期的に見るとむしろ方向的には増加します。日本では、パソコンのリビングの設置率が比較的高いわけで、この傾向は今後でも減りはしないだろうと考えられます。すると、昔テレビが家族の団らんを取り戻させたのと同様に、おそらくインターネットがテレビ的な機能を果たして、家族内でのコミュニケーションをむしろ活性化する可能性もあります。

今は、インターネットの用途は情報収集、あるいは人とのコミュニケーションが中心です。娯楽的な要素も多いのですが、テレビと比べると、気晴らしのメディアとして機能していません。テレビは、基本的には気晴らしのメディアです。何もしないで、受動的に見るという人が非常に多いわけです。情報収集をするためにテレビを見る人というのは少数です。インターネットにはその気晴らし的効用が少ない。いろいろ娯楽的なサイトもありますが、一生懸命それを自分でサーフィンしていかななくてはいけない。しかし、今後テレビとインターネットの融合がもっと進んで、インターネットをあるサイトにつなぎっぱなしでも、様々なコンテンツが自動的に展開されるような、そういうメディアになっていくだろうと考えられます。インターネットもテレビ化するだろうということは容易に想像できるわけです。そうした場合、インターネットという言葉がふさわしいかどうか分かりませんが、53年にテレビが出てきたのと同じように、インターネットも家族の団らんをもう一度取り戻させるようなメディアになる可能性はあります。家族的なコミュニケーションでいうと、今までされてきた議論と逆の方向の議論ができるということです。

次に、ネットワーク規模の話に入ります。クラウドらの初回調査では、ネットワーク規模は狭まるという話が出ました。我々はネットワーク規模を友人数から測定したのですが、友人数についてはいろいろな聞き方をされていて、1時間以内で会える友人は何人くらいいるか、会うのに1時間以上かかる友人は何人くらいいるか、などといった聞き方をしています。2001年の調査の単発の結果で分かったことは、友人数でいえば、インターネットパラドックス現象は、日本では妥当しません。カテゴリーとして先ほど同様、全然使っていない人、職場では使っているけれども自宅では使っていない人、自宅を使っている人

で利用頻度が低・中・高にわけて見たのですが、これで見ますと近い友人も遠い友人も、最も多いのは高頻度利用者です。クラウドらの言うように、インターネットをたくさん使うほどネットワーク規模は小さいということとは言えません。全然使っていない人のほうがむしろ友人数は少ないわけです。多変量解析の結果では、遠方の友人が多い人とは、若い人、特に20代の人です。女性より男性、学生、高学歴の人、高年取の人です。インターネット利用に関していうと、やはり他の条件を同じにしても利用者の方がたくさん友だちがいるということなのです。

遠方の友人に関してパネル調査の数字を見ますと、全体平均では、理由はわからないのですけれども、2年間のうちに遠方の友人数が減っているのです。一般にこの種の調査をすると高齢になるほど遠方の友人数は減ります。2年という加齢効果なのかもしれません。そのなかでインターネットの新規利用者だけが数が増えているのです。ずっと増え続けるわけでもなくて、やはり継続的利用者が減っていることを考えれば、これも一時的効果であろうと想像がつかます。重回帰分析をベースとしたパス解析をすると、新規利用者に関しては増加効果が見られます。もともと友人数の多い人ほどインターネットを使い始めると高頻度で利用し、調査終了時点でも友人数とインターネット利用頻度は大きな関連をもっていますのでやはり短期効果はあって、インターネットを使い始めると短期的に遠い友人数が増えるというのが確認できます。

まとめますと、一時的にはインターネットは遠方のネットワークを拡大します。長期的効果については未検証ですが、どちらかというところと持続しない可能性が高いと言えるということです。もともとクラウドらのいうインターネットパラドックス現象を日本で再確認するために始めた調査なのですが、孤独感や精神的豊かさでいうとインターネットパラ

ドックスは日本では全く妥当しないで、決してマイナス要因になるものではない。むしろ生活満足度と結びついていて、使っている人は満足感を得ていると言えます。家族との会話時間でいうとパラドックスは若干妥当して一時的に時間を奪うと言えます。しかし、これも長期的に奪うものではなからうと考えられます。社会的ネットワークに関して言えば、一時的にも狭めない。むしろ一時的に拡大すると言えます。長期的効果は分かりませんが、ネットワークは現実には拡大するというのが数字でわかるわけです。

クラウドらの結果との差の理由についてです。先程少し言いましたけれども、クラウドらの第2回調査では実はパラドックス現象は消えていて、インターネットを使っても家族的コミュニケーションは増えるものでも減るものでもない、孤独感も変化しない、ネットワークの規模はむしろ、遠方も近い距離のネットワークも拡大する方向にあるという、逆の結果が出ているのです。なぜそういう違いが出たのか、第1回調査と第2回調査、そして我々日本の調査との差はどこにあるのか。つまりクラウドの初回調査だけがいびつな結果だったわけですが、その理由は何故かということなのです。

これについてはいくつかの理由が挙げられています。一つは、インターネット利用・非利用といっても、そのとき全体的にそのメディアがどの程度普及していたのかという状況に依存するのは言うまでもないわけです。クラウドらの初回調査は、1995年ですが、当時まだ、アメリカでもインターネットの普及率は低くてせいぜい14%程度でした。実際、調査に参加した人はそれまで使ったことのない人で、誰とコミュニケーションしていたかというところ、やはり知らない人とコミュニケーションする率のほうが多かったわけです。即ち彼らが言う弱い絆というのは妥当したわけです。ところが2000年になるとアメリカでは

利用率が50%を突破し、完全にクリティカル・マスを超えているわけです。そうすると、誰とコミュニケーションするかというと、主には既知の知人なわけです。つまり既にある絆を確認するツールになってしまったのです。浅い絆が強い絆に置き換わるという現象はあり得ないわけです。ですから結果が変わるのは当然であるともいえます。

アプリケーションやコンテンツも全然違って、95年当時はアメリカのインターネットのコンテンツも貧弱で、健康関係の情報も少なかったし、宗教関係の情報も少なかった。コミュニケーションツールでいうとメッセージャーはほとんど使われていなかったというように、5年間で全くコンテンツの状況が変わってきました。まさしく初回調査から2・3年経って豊かな情報を提供するようなメディアに変わってきたので、その点からも結果が違ったのであろうといえます。

我々の2001年と2003年の調査のときも、2003年でいうと少なくとも40%前後の人はインターネットを使っていて、実際日本人の場合は知り合いとコミュニケーションする比率が高いので、決して弱い、浅い絆というものを広げて強い絆に置き換えるということをしていないということです。

時間的な剥奪ということについては確かに一時的に言えます。

それとインターネット利用の影響は、利用者のパーソナリティによって変わります。たとえば、その人が社交的性格か内向的な性格かによって、実は全然出なかったはずの社会的心理的な変数でも差が出るのです。パネル調査結果ですが、社交的な人の場合、孤独感はずっとインターネット利用によって減ります。一方、内向的な人はほとんど変わらない。抑鬱性傾向に関して言えば、社交的な人は減るけれども、内向的な人はより抑鬱的になる。家族的結束性に関して内向的な人は弱くなるのです。友人数も、社交的な人は増えるけれども、

内向的な人は減ります。家族内での会話量でも内向的な人は減り方が非常に大きい。睡眠時間も減る。テレビ・ビデオ、活字のメディア利用の時間も減る。多くのメディアから時間を奪うのです。つまり一概にインターネットの影響などとは言えなくて、その人が内向的な場合、心理的に抑鬱的になりやすく友だちも減ってしまう。家族との会話時間が減ってしまって、推測されるように自分1人の世界に閉じこもってインターネットを利用する傾向が見られる。それに比べて、外向的な人は、使っていると友だちは増えるし、他の時間を奪うわけでもないし、家族との会話時間を奪うわけでもなく、抑鬱性傾向はむしろ減る。インターネットパラドックスをめぐる議論では、このようにいろいろ角度から見なければいけないということです。

次に、インターネットに関してコミュニケーションや人との付き合いを、別の角度から見ていきたいと思います。韓国との比較で見えてきた部分を紹介したいと思います。インターネットで現実的にネットワークの規模が拡大するのかどうかを大学生の調査で、日本と韓国との比較で見ます。2002年に、偏差値的に同程度の大学をソウルと東京の首都圏の大学から選択し、学部も揃えて、約500サンプルを集めて調査したものです。

まず韓国と日本ではインターネットの使い方が全然違うのです。利用率も韓国のほうが高く、利用時間も韓国が長く、そしてなによりも大きな違いは、掲示板やインターネットコミュニティの利用状況の違いです。日本では掲示板というと2チャンネルなどが有名で、暗いイメージがあって利用そのものが盛んではありません。そこから新たなコミュニティづくりに広がっていきません。しかし韓国では、例えば何万というコミュニティがあって、現実に大量の人が参加をしていて、若い人に限って言えば、1人平均十数個のインターネットコミュニティに参加していま

す。オフラインミーティングの参加率も高い。新聞社のサイトでも必ず掲示板があって、何万という書き込みが1週間になされ、大統領選挙でも掲示板によって票が動いたという話もあります。使い方が全然違うのです。

オンラインのつながりがどういう広がりをもっていくかを見ていきます。インターネットで初めて知り合って、その後会ったことがある人というのを見てみますと、韓国では多く、日本ではほとんどないのです。韓国では、最初の知り合いは掲示板も含め、オンラインで何かの過程で知り合って、実際に会ってその後付き合いを始めるという、そういう付き合い方は結構多いのです。日本ではほとんどなされていない。学生の場合でもなされていません。これは一般の人ではもっと少ない数字になります。それから、インターネットで知り合って電子メールでよくやりとりをするけれども、まだ1回も会ったことのない人、いわゆるメル友も含むのですが、韓国ではメル友というイメージではなくて、本当にいろいろなことを情報交換する仲間というイメージになるみたいです。これも日本よりも韓国のほうが多いのです。

掲示板サイト、あるいはコミュニティーサイトにアクセスする大学生の比較調査ですが、韓国では70%が日常的に日に数回以上アクセスしているわけです。全くアクセスしないなどというのはほとんどいません。日本の場合、大学生でも全然使っていない人も多いのです。

コミュニティーサイトに参加しているという人に絞って比較をすると、コミュニティーサイトのオフ会に参加しましたかどうかと聞きますと、韓国では7割が参加をしていますが、日本では2割くらいしか参加していません。韓国では、そこから新たな出会いが広がるわけです。日本でももちろん2チャンネルで、「マツリ」と呼ばれるようなオフ会があるのですが、オフ会自体が少ないし、参加する

人も少ないのです。比較的オフ会が盛んなのは、もともと知っている仲間で掲示板サイトを作って、その人たちが会うというパターンが多いようです。オンラインの中で知り合ってそこから人と人との結びつきが広がっていくということはあまり無いようです。

日本では現状のインターネットは、少なくともこの調査から見ると、既知のネットワークの維持手段にとどまって、それ以上の発展するようなものではない。一部の特殊なサイトを除いて、新たな出会いに結びついたものではないのです。オンラインコミュニティというものが未成熟であるということです。

その理由について、調査で分かっているところを紹介します。コミュニティーサイトや掲示板のアクセス頻度、書き込み頻度は、外向性・知的積極性と日韓両方とも関連しています。日韓の大学生で外向性と知的積極性を比べてみると、いずれも韓国のほうが高いのです。国民的メンタリティという議論をしているのか難しいところですが、調査の平均値でいうと、大学生の集合的メンタリティは、やはり韓国のほうが外向的であるようです。いろいろなことに興味があるとか、いろいろなことに積極的であるとかいう内容を含む「知的積極性」も高いようなのです。そういう国民性が表れていて、インターネットコミュニティでも反映されるのではないかと思います。

もう一つ大きいのは、社会への一般的信頼性の問題です。これが非常に違うのではないかと調査でもいろいろ言われています。「人は基本的に善良で親切であるか」ということを聞くと、「そう思う」と「ややそう思う」は、韓国の大学では7割以上で、日本は3分の1なのです。他人を信頼しているという点では、これぐらいの差があるわけです。社会全般に対する信頼性は、日本の大学生は低いのです。他の調査によれば、これは一般人でも低いという結果が出ているのです。

これと連動してネットへの信頼性も全く違って、日本人の場合ネット社会に対する信頼性が非常に低いのです。一つの大きな原因は報道だと思います。日本はともかく新しいメディアを目の敵にする。昔はテレビとテレビゲームだったのが、今ではネットに変わって、ネットをやっていたからこんな事件が起こったと、そういう方向性一色です。犯罪を、出会い系の話とか、ネットワークに結びつける。そういう報道に接していると、当然ながらネット社会というのは暗くてネガティブだと思うのは当然で、現実的にネット社会の信頼というのは非常に低いわけです。

一方韓国では、いろいろ調べてみると韓国でもやはりネット犯罪はあります。クレジットカードの犯罪もあるし、ネットを介して人を殺した事件もあるそうです。しかし、報道はどうかというと、テレビで取り上げられることはほとんどなくて、新聞でも小さくしか取り上げない。ネット上のニュースでも小さくしか取り上げられない。日本のように、ネットがどうのこうのというそういう取り上げられ方をしていません。非常にネットに対する報道がポジティブなのです。ネットに関連した犯罪があっても取り上げ方は小さくて、むしろプラスが多く、ネットに何々が集るとか、ネット世代の声で何々が動くとか、ネットの動きが社会を動かしたというような非常にポジティブな報道の仕方をします。したがってネットに対する信頼性も非常に高いわけです。もともと社会に対する信頼性が高いし、ネット社会に対する信頼性も高いから、結局ネットで友だちを増やすこと自体、韓国ではある意味で当たり前というか歓迎されて然るべきものなのです。でも日本だと、「えー、ネットでお友だち？」とか「そんなのろくなことはないよ」などといわれて、増えていかないわけです。

韓国で今は掲示板やインターネット・コミュニティにプラスして、SNS（ソーシャル

ネットワーキングサービス）も発達しています。もっと韓国で新しいのはサイ・ワールドと言って、それぞれにミニホームページを皆が持って、孫制度と言うか一親等二親等と友だちを登録して行って、友だちはみんなそれぞれミニホームページを作るのです。それで倍々ゲームで100人1000人と、皆お互いの写真を見ていろいろ情報交換をして情報の書き込みをしています。韓国の学生に見せてもらったのですが、信じられないくらい明るく、若い人を中心に新しい友だちの輪の広がりの世界があるのです。日本ではそういうのは爆発的には流行りそうもありません。相当状況が違うという認識があります。

また、「人恋しさ」や人と人との距離に関連することも質問で聞いてみました。そうすると韓国の人は、一人で食事に食堂に入るとするのは恥ずかしい。そのようなことは誰もしない、皆一緒に食堂に行くといえます。大学生に聞いてみても、昼食を一人で取るのは寂しいというのが韓国では多いのです。調査結果にも示されているとおり、旅行中の電車やバスで会った知らない人と話をするのは韓国では多い。日本はそれに比べて少ないのです。韓国の人は社交的・外向的であって、集うし、どんな人でもすぐ知り合いになるというように、人と人との距離が短いのではないかと思います。

日本人で、ネットでもそんなに付き合いが増えていかない。韓国の場合ほとんどネットが増えていく。韓国人は、リアルの世界でも、友達の輪としてネットワークが広がりやすいメンタリティをもっている。日本人の場合、ネットでも増えていかないし、携帯電話でも非常によくメールのやりとりをするのだけれども、こちんまりとした携帯メールの閉じた集合の中で収束してしまうという差があるのです。

その理由の一つに、日本的な付き合いとか心理的コストの負担ということがあると

思うのです。日本人の場合、言語化された部分でいうと、「何々してやる、してやった」という恩義を言語にもかぶせて、車で送るにしても「送ってやったとか、送ってあげた」とか、恩を与えましたよとなります。送ってもらった人は、送ってもらったのだから返さなくてはいけないというように、言語化されている部分で、何かのやり取りで心理的に常にコストのやりとりをしているのです。もちろん韓国にも、「してあげる」みたいな表現はあるようですが、日本ほど「あげる」とかというところに重い意味はなくて、単なる慣用で、それは除いたりしても意味が変わらないそうです。日本は、「弁当を作ってあげた」と、「弁当を作る」とでは全然意味が違います。作ってあげた、作ってもらった。もらった、あげたの意味が大きい。やはり重いのです。

日本は察しの文化とも言われるように、常に相手が何を考えてるか考えながらしゃべらなければ社会人として失格だと言われます。人と人との付き合いの濃度が濃いから、あまり付き合いの範囲が増えると精神的に負担になってしまうのです。日常的に付き合い友だちという範囲をある程度限定をしないと、いっぱい友だちを作ったら疲れてしょうがないのです。いっぱい友だちを作るということは、友だちであるということを放棄してしまうことになります。若い人も含めてそういう人間付き合いの濃さ、心理的なコストの負担というのがあるから、付き合いは増えないし、範囲が限定されているので、うまくやってきた社会ではないかと考えられます。

韓国はそうではないと思うのです。韓国人留学生と話していて、しょっちゅう人間的な付き合いが話題になります。ある韓国人留学生が、日本で「あなた八方美人よね」と言われて喜んでいたらバカだと言われたというのです。韓国でも八方美人という言い方があります。でもこれは非常にポジティブな言い方で、多芸多才であって、いろいろ人と仲良し

になれるという良い性格だということです。日本では八方美人はあまり良い意味ではありません。あっちにも良い顔をし、こっちにも良い顔をしているというような、ネガティブな意味です。結局いろいろ人と付き合う、いろいろコミュニティと出入りをすることは韓国では良いことで、褒められてしかるべきことで、会社員でも会社仲間だけではなく、いろいろグループと付き合い、ネットでも付き合い。会社の中でも、あいつはできるやつだという評価を受けるのです。日本では、最近だと少し傾向は変わってきているけれど、アフターファイブでせよならんと言って他の人とばかり付き合っていたら、あいつはあまり会社に所属意識のないやつだとか言われます。学生でもやはりそうで、あまりあっちのグループこっちのグループと付き合い合ったら、「何あの人、八方美人ね」と言われて、どちらかというとながティブです。女子高校生なんかもっとそうで、他のグループと付き合い合ったらシカトされてしまいます。付き合い方が違うのです。

コミュニケーションに対するスタンス自体が、日本と韓国では違って、それがインターネットの使い方などにも反映するのだらうと考えられます。インターネットを使っているからどうのこうのという議論などはあり得ないことなのです。もともと集会的メンタリティがあり、個人的なマインドがあり、さまざまな個人的な要素、それから社会的な要素があり、それらがインターネット利用と相互作用して、インターネットの使い方にも現れるのです。

日本人は、孤独への耐性があるほうだと思います。先程の1人でご飯に行ってもおかしく思われないうるか、日本人のベースとしては、ある意味で社会的には1人が基本というところがあると思うのです。日本人は集団主義というけれども、いろいろな面で集団主義ではないと思います。韓国の場合、ベース

が集団、いわゆるウリ意識であって、どこに行くにも1人で行くことはほとんどない。ウリ意識というものが背景にあって、コミュニティの発展というものにつながっていくのではないのかと思うのです。

司会(小出)：前半は、社会調査に基づいて、生活時間やネットワーク、コミュニケーション行動の変化を議論いただきました。また、後半では、日本と韓国のインターネットを通してみた国民性へと議論が展開されました。ただ今の講演に関しまして、質問もしくはご意見がございましたらお願いいたします。

千葉：札幌学院大学の千葉です。韓国と日本のインターネットに対する対応の仕方が違うという話がありましたけれども、日本だとインターネットの特性として、匿名というのが強調されるような気がするのですけれども、韓国では匿名性ということに関して違いがあるでしょうか。

橋元：韓国の場合、基本的に多くのサイトで住民登録番号に相当する国民番号みたいなのを入れないといけないのです。政府系のものを見るとか、あるいはテレビの地上波も一部リアルタイムでオンラインで見ることが出来ますが、そのときにはその番号を入力します。それ以外で匿名でも参加できるようなサイトでも、実名で登録してプロフィールをオープンして、辿っていけば実名はすぐにわかる形でコミュニケーションする場合はほとんどです。大学生は、もちろんペンネーム的にハンドルネームを使うことはあるのですが、日本のように実名を出すのは嫌で、プロフィールや実名を出さないようにしようという感覚があまりありません。とにかくプライバシーの感覚が根本的に違うようで、先程「サイ・ワールド」の話しをしましたけれども、女の子も皆

アップで顔写真を出しているだけではなくて、自分の住所・大学名、場合によっては電話番号、結婚している人は小さな子の写真などを全部公開しているのです。「それで恐くないのか」と言っても、なんで恐いのかわからないというのが韓国の感覚のようです。その感覚の違いに私は非常に啞然としているというか、びっくりしています。先程言ったことを繰り返しますが、では向こうはそういうネット犯罪とか、プライバシーを公開して犯罪はないのかといえば、あるけれどもあまり問題にならないのだそうです。

千葉：ネットワーク社会の信頼性を高めるのには、基本的には匿名は排除すべきではないかと、私は考えているのですけれども、その辺についてはいかがでしょうか。

橋元：やはり匿名性というのは誰しも考えるように、一種の責任回避です。現実には2チャンネルなどは匿名だからこそ書ける内容です。匿名で書く内容で全体的に信頼性を低下させているというのは事実だと思います。ただ、ネットの特性から考えると完全に匿名性を排除できるものもないし、たとえば自己主張とか、批判とかは、匿名性を守られてもいい場合もあると思います。

長田：札幌学院大学の長田です。匿名性が良いか悪いかは別にしまして、匿名であることによって社会的な地位とかを意識しない議論ができるという点で、日本の場合それなりに良い場面もあるのではないかと想像します。韓国の場合は、先程の大学生の調査では年代層に関係なく、掲示板とかサイトが開かれるのでしょうか。

橋元：年代層はあまり関係なく、大学生だから使っているのではなくて、利用者に関して言えば60代以降のネットコミュニティの利用率も非常に高いです。それから匿名性に関していうと、これは僕ら

の調査ではないのですが、基本的にどの年代で匿名を使うとかはなくて、原則として匿名を使うという意識がないようなのです。日本の場合、ネットではハンドルネームを使い実名を出さないことが多いのです。

日本では、このような質問は聞いても当たり前だと思いますが、韓国だとその質問をすると、何を聞いているのかなという感じです。普通は出すのが当たり前ではないか、余程の場合だけ匿名にするという感覚らしいのです。

長田：日本だと年代層というものを、かなり意識するような感じがするのですが、韓国の場合はあまり年代とかには関係なく、いろいろ議論がインターネット上でされているというような雰囲気があるのでしょうか。

橋元：もちろん全体的な利用率でいうと、どこの国でもそうですが、20代がピークで高齢になるほど下がるということはあります。その下がり方に関しては、韓国は日本よりは少ないとは言えるのです。使っている人の差でいうと、年代差は日本ほどなくて、たとえば日本はやっていませんけれども、韓国日報や他の新聞社でも掲示板を立ち上げています。するとものすごい量の書き込みがあって、そのデータを分析したところによると40代が一番多いことがわかりました。若い人は書き込むけれども高齢の方は書き込まないということではなくて、むしろ40代くらいが一番盛んというデータがあります。

田中(一)：私はデータを見ると、いつもそのデータに伴う誤差がどのくらいだろうかということに目がいくのですが、いろいろ見せていただいたデータの誤差は一般にどの程度なのでしょう。

橋元：社会調査では誤差という言い方よりも

統計的な有意性で言います。たとえば、統計的に5パーセント水準で有意な差がある、と言っても100回に5回程度の間違いである確率があるということです。ですから値では差が出ていても、統計的には差があるとは断言できないものもあります。議論の中で、有意なものもたくさんあったかと思います。5パーセント水準で有意な差があるというのは、間違いの確率は100回に5回以下だと言えますので、通常「差があった」と言って間違いが少ない。基本的には、社会調査でデータを出している限りは統計的に有意な差があったものをベースにして議論をしているのですが、中にはなかったものも表でお見せして、差があるかなという言い方はしています。5%以下の有意差のないものについては、「傾向的には」という言い方をしているつもりです。

田中：誤差という言い方はどうも物理的で申し訳ないのですが、得られた結果を一般化する場合、地域による差がいろいろあるものから、サンプルの選び方によっては、地域による変動が統計的有意性を超えることも場合によってはあるのではないかなと思うのです。その点はいかがでしょう。

橋元：2000前後のサンプルと言っても、もちろん全人口にしてみれば微々たるものでサンプル誤差は避けられません。これはあらゆる調査で全数調査でもない限りどんな場合でも言えると思うのです。ただ、その辺は長年の調査手法の開発で、ある程度誤差が最小限に抑えられるようなサンプルの抽出をしていますし、たとえば先程お見せした多変量解析なども、たとえば地域差とか、そういうものをある程度調整した形で結果を見るということなのです。たとえば、単にインターネットの利用率などで言えば、地域別、年代

別で違う分布になります。しかしそれは、たとえば大都市で使う人が多いからこうだ、若い人だからよく使うというより、他の属性を引きずっている場合があって、インターネットを使っているか使っていないかの純粋な影響ではない場合が多いのです。いわゆる擬似相関の場合が多いのです。それでどうするかというと、統計学的に分析を重ねて、他の、たとえば地域・都市規模・年収・職業・学歴・年齢・性別など、他の条件が等しいと仮定した場合、純粋にこの影響はどうなんだろうという形でスコアを出して比べているのです。こういうのは地域なり、性なり、年齢なりのサンプル誤差を排除するやり方の一つになるのではないかと思います。それでもサンプル2000くらいなので誤差は大きいかと思います。これ以上の調査は資金の問題といますか、有限の資源で調査しなければいけないので、しょうがないのです。

田中：私はいつも思うことがあるのですけれども、昭和30年代以前には、乗り物に乗ればしばらくするとどの座席でも話し合いがはじまります。見知らぬ人がばったりそこに座っているわけですが、会話が盛んに行われました。あるいは近所の人との会話というのはいふふんあったように思うのですけれども、それが昭和30年代からバツタリ消えてしまったような気がします。飛行機、あるいは列車に乗っても、隣同士で話しがはじまらずにずんずんという例はほとんど見ることがないように思うのです。それはやはり社会的な変化だと思うのです。国民性として韓国との違いですとおっしゃったことを、なるほどと思うところもたくさんあって、大変おもしろく伺いました。いろんな結果から国民性に関する考察をする場合に、同じ日本でも昭和30年代以

前と以後とではかなり人々のコミュニケーションの仕方や程度の違いが生じたのではないかなと思います。もっとも日本人は、昔からあまりいろんな、こんなことはしゃべらないという国民性があったかと思うので、車中の会話の形成の程度が、極端に変わったという印象を受けるのです。そういうのが社会的変動としてあるとすれば、国民性に関する考察の前に、社会的な変化というものがあるという影響をもっているか、どういう結果として表れているのか、というのを考慮してなければならぬと思います。それを考えると議論は微妙かなという気がしました。

橋元：それはおっしゃるとおりで、少なくとも国民性でいうと、何十年も一貫した国民性などというのはあり得ないと思っています。韓国にしても、やはり80年代後半の民主化以前と以後では、人々の言動とかは全く別物と言っていいくらい違うと思うのです。先程40代が、掲示板が盛んだといましたが、彼らは民主化を学生時代に経験した人であるわけです。それ以前の世代はまた全然違います。学生をとっても、10年前の学生のデータと今の学生のデータは、韓国でいいますと、やはり相当違った結果が出るでしょう。国民性の違いと同時に、時代効果というのを当然考えなくてははいけません。年層効果というのでも考えなければいけない。それが合わさった世代効果というのを考えなければいけない。社会調査でいろんな比較をするときに、違った年層を勝手に比較したり、時代を取り違えたり、国民性を取り違えたり、違った位相の比較をしてもしょうがないのです。ただ、いろんな切り口があるなかで、今という時代で年代を等しくして日韓で比べたらという限定付きで言えることを紹介しまし

た。日本だって昭和30年のときは全然違う特性をもっていたかと思います。その辺はおっしゃるとおり、時代性も含めていろんな社会的な角度から考えていく必要があるかと思います。

田中：今お答えをいただいて思ったことなのですが、国民性と呼んだときに、言葉の受け取り方が、少し私の場合と違うかもしれません。国民性というと、時代によって変わらない国民の生活のような受け取り方をつし勝ちになるのですが、むしろ今ここで出ました国民性というのは、それぞれの時代における一般的な国民の傾向というような意味合いに近いのですね。

橋元：そうです。基底を構成するものではなくて、その時点で変わり得る種の態度・意見のようなものをベースとしたものだということです。

井上：札幌学院の井上と申します。インターネットパラドックスの調査について、家族内コミュニケーションという言葉を使っていたのですけれども、その場合にコミュニケーションとはどのようなものをイメージしていらっしゃるのでしょうか。あるいは家族内コミュニケーションの定義をどうされるのでしょうか。

橋元：そういう質問が出ると一番辛いところなのですが、基本的なベースは、前日及び前々日家族をリストアップしていただいて、どのくらい会話を交わしましたかという口頭報告、自己報告の会話量です。クラウドの場合は先程も言いましたように、カウンターパートについても聞いて平均しています。我々の場合はその平均ができなかったので、前日・前々日の足したものです。それで、先程少し日記式ということをお願いしたと思うのですが、併記的に、前日の24時間のメディア利用と、誰々と会話をしたとかというのを

15分単位で線を引かせるかたちで、質問しているのです。日記式と自己報告の両方の結果に、非常に高い相関があったので、自己報告の会話時間を指標として使ったということです。

井上：コミュニケーションということとは少し別の話なのですが、会話量ですね。

橋元：そうです。正確にいうと会話量ということです。本当の意味でコミュニケーションというと、指標づくりは難しいです。たまたまクラウドらはその会話時間をコミュニケーションという言葉で指標として使っていたのに倣っただけで、コミュニケーションではないだろうと言われると、確かにそうではなくて会話量です。

長田：クラウドの論文が出たときに、それなりの批判もあったように記憶しています。先程の先生のお話の中に、再度調査をされたというようなことがありました。それ以外に別なグループが、アメリカでインターネットの利用に関する調査をしたのはございますか。

橋元：それはたくさんあります。

長田：その中で別の結果を出している有力なもの、代表的なものがあれば教えていただきたいのですが。

橋元：今手元にないのですが、インターネットパラドックスに該当する結果を出したのはクラウドだけなのです。だからこそ注目されたわけです。あとのものは、基本的には、インターネット利用はネガティブな効果をもたらさないし、そもそもそんなに影響力は大きくないし、場合によってはネットワーク関係に関しては、むしろポジティブな影響のほうが多いという調査はいくつかあります。

司会(小出)：ご講演では、日本と韓国の比較をだいぶされていました。諸さん、何かご意見とか感想はございませんか。

諸：札幌学院大学の諸です。そうですね、韓

国人のインターネットについては、先生のご指摘の通りだと思います。皆さんご存知の通り、韓国は19世紀に開国を拒んで近代化に失敗した結果、日本に植民地化されたという記憶を持っています。

今のインターネットは、その失敗に続く第2の開国のような気がしてなりません。橋元先生がおっしゃる通り、韓国へ行って見ると、PC房（ピーシーバン）というのがありまして、そこで、中学生を始めとする若い学生などが、いっぱいインターネットを使っていました。しかし、ほとんどがゲームに熱中しているのです。ゲームをしている人たちは、コミュニケーションやっていないというわけではありませんが、インターネットを扱っている若者の中で、ゲームだけ、あるいは娯楽だけというパーセンテージはかなり高いレベルにあるのではないかという気がします。それが疑問に思ったところです。

橋元：いま発言されているのは韓国の先生ですか？ 私が間違ったことを言っていたら申し訳ないです。むしろ、いろいろお聞きしたいと思います。

確かに韓国では一般にゲーム専用機というのはあまり普及しなくて、その前にオンラインゲームにみんな虜になってしまったので、オンラインゲームの利用量は半端なものではないです。やりすぎて死んだ子もいたほどです。オンラインゲームの利用量はもちろん日本と比べて韓国のほうが高いのですが、それでも平均で言うと、たとえば大学生などでは、いわゆるネットでのコミュニケーション活動というのが日本と比べて非常に盛んだということです。ある意味でオンラインゲーム自体がもう広義のコミュニケーションで、オンラインゲームチャットというのも盛んなのです。オンラインゲー

ムしながらチャットをするということですね。ただ、それをコミュニケーションと言えるかどうかいろいろ疑問はあるでしょうけれども、カラオケ・ビデオ・チャットでは、チャットしながら歌っているという、私にも理解を超えたようなコミュニケーションがいろいろされているようで、そういうのも含めて日本とはだいぶ違う状況だと思います。

森岡：北海道大学の森岡です。先生はインターネットのコミュニティーサイトへのアクセスに関して、内向的な人間より、外向的な人間がアクセスが多いという知見を述べられていました。一般的な見解であるとおっしゃられていたのですが、日本の研究でも同じような結果が出ていると考えてよろしいのでしょうか。日本における通俗的見解として「掲示板へ頻繁に書き込む人は内向的な人間なのではないか」と思われています。このような日常的な知識は誤りなのでしょうか。

橋元：大学生調査に関して言えば、日本でも外向的なほうが掲示板へのアクセスや書き込みが多いのです。掲示板に関してだけではなくてネットの行動全般について見ましたが、社交性・外向性の人はすべてに利用が多いほうに作用しています。日本の調査で、2チャンネルの利用度を聞きましたが、驚くべきことに2チャンネルを利用している人ほどやはり外向的です。ご存知のとおり、2チャンネルというと僕もネガティブな部分だけ見るのだけれども、他に多くの内容があります。平均化していうと、一般にコミュニケーション行動にポジティブで、アクティブで、情報欲求の強い人がたくさんやるということです。もちろん非常に内向的でウジウジした子もやるかもしれないけれども、平均でいうとそうではないということです。