

パーソナル・メディアの利用とコミュニケーションの態様

吉光正絵・河又貴洋

Styles and Modes of Personal Communication Media

Masae YOSHIMITSU and Takahiro KAWAMATA

Abstract: In recent years, the use of mobile phones by schoolchildren has become an issue of public concern as mobile phones have become more trendy in Japan. This popularity has been greatly enhanced by the recent incorporation into cellular phones of numerous features and functions. For example, most of allow users to download images and music, and many are equipped with digital cameras. They can also be used to exchange e-mails and access the Internet.

The mobile Internet is a form of Computer-Mediated Communication (CMC) . This non-Face-to-Face (non-FTF) medium facilitates asynchronous communication, so messages can be sent everywhere to anybody at any time. As a consequence, both senders and receivers of messages could potentially experience anxiety vis-à-vis their personal relationships, for due to a lack of accurate, face-to-face feedback among interlocutors, inflated self-images might be built up. By examining the results of a questionnaire distributed amongst high-school students in Nagasaki Prefecture, the authors of this paper explore patterns of mobile phone usage in this population. The results of multiple factor analyses on the responses to the questionnaire suggest that styles and modes of personal communication media varied based on gender differences, personal preferences and experience. Such contrasts appeared to affect the overall media literacy of the participants, as well as the effectiveness with which they employed information technology.

Keywords: mobile communication, Computer-Mediated Communication (CMC) , non-Face-to-Face (non-FTF) , asynchronous communication, information technology and media literacy

I はじめに

急速にすすむコンピュータ・ネットワーク（以下ネット）の発展は、生活世界や社会的ネットワークに大きな変化をもたらしてきた。ネットにつながることで、多様なサービスを簡便に利用できる夢のパーソナル・メディアとして進化してきた携帯電話を、「ケータイ・ネット」と呼ぶ。ケータイ・ネットで行われるコミュニケーションは、音声通話よりもむしろ、Computer-Mediated Communication(以下CMCと記述)と総称される電子メール、携帯メール、電子掲示板、

チャット, SNS, ブログ, プロフが多くを占める。CMCは, コミュニケーションの距離的, 時間的な制約を解き放ち, 既知の人々との関係に変化を与える一方で, 新たな出会いの機会を提供してきた¹⁾。CMCでは, 文字コミュニケーションが主体となるため, Face-to-Face Communication (以下FTFと記述) や音声通話とは必要とされるコミュニケーション・スキルが異なる²⁾。そこでは, FTFや音声通話では不可欠な, 個人の印象形成に必要なしぐさや表情, 声のコントロール, 相手のメッセージに反応するタイミングといったコミュニケーション・スキルが必要ではない。また, 非対面状況における非同期的なコミュニケーションであるため, 自分の伝えたい内容を自分のペースでまとめて表現することができる。そして, 匿名性を生かした社会的ネットワークを形成することで, 対面状況や口頭では言葉にできないことを表現する自己開示などを含めた親密なコミュニケーションを行うことも容易である³⁾。以上のように, CMCはFTFや音声通話による社会的ネットワークへの参入障壁を緩和する効用があることが指摘されてきた。しかし一方で, 非言語的の手がかりが伝達されない, 低精細度で完成度の低い「クール」なコミュニケーションであり, 相手の反応もわかりにくく意味伝達の確実性が低いという負の特徴をもつ。よって, コミュニケーション自体から得られる満足度が低いため, コミュニケーション自体への渴望を生み, さらなる能動的な関わりを誘発する一方で, コミュニケーションや人間関係, ひいては自分に対する不安を生む⁴⁾。また, 即時性を求められないコミュニケーションは, 自分の意思で接続を切ることができるため, 自分の優位性, 主導権を自覚でき⁵⁾, このことが, 自己イメージの肥大化を促すことが指摘されてきた⁶⁾。

従来は主にPCで行われていたCMCを, 非常に簡便化した形で利用できるケータイ・ネットの発達は, 現代人のコミュニケーションや社会的ネットワークの容態を, さらに大きく変える可能性に満ちていると考えられる。とりわけ, 携帯電話で行われる携帯メールは他のメディアに比べて対人緊張が低いことが示唆されている⁷⁾。送信者の利便性にふりまわされることを避けるためや, 送信できる文字数や文字入力に制限があるという理由から, 携帯電話よりもPCをあえて選択する場合も多く見られる。以上のように, 各自が利用できるサービスや機能, 端末の選択の幅が広がり, パーソナル・メディアとしての即自性の度合いもあがっているため, ケータイ・ネットを利用したコミュニケーションのスタイルや形態は多様化していると考えられる。

以上の点をふまえ, 本研究では, 長崎県下の高等学校の協力を得て, 高校生のケータイ・ネットの利用実感と利用状況の現状をつかみ, そこから浮かび上がるケータイ・ネットを利用した新しいコミュニケーションの態様を考察する。

II 研究調査概要

1) 調査方法と調査時期

長崎県の生徒指導部会を通して長崎県内の全ての高校に対して協力を依頼した。倫理的配慮として, 各高校に対して, 研究の目的, 回答は任意であること, 無記名で個人が特定されることはないことを事前に説明した。その結果, 23校から協力が得られ, 2008年7月から8月にかけて, 各高校において質問紙調査(集合法, 無作為抽出)を実施した。回収総数は8,821でそのうち有効回答数は, 2,650(30.04%)であった。

2) 対象者

対象者(年齢の平均と標準偏差)は, 男性1,273人($M=16.36$ 歳, $SD=.94$), 女性1,377人($M=16.33$ 歳, $SD=1.82$)の合計2,650人($M=16.35$ 歳, $SD=.92$), であった。

3) 本稿で分析対象とした質問項目

・ケータイ・ネットの利用実感

高校生が、日々の暮らしの中で携帯電話やパソコンを利用して、メールやネットを利用する際に感じていると考えられる22の項目群で構成されるケータイ・ネット利用実感尺度を新たに作成した（Table1 参照）。尺度作成にあたって、大学生20人を対象に行ったインタビュー調査と、200人を対象に行った質問紙調査による予備調査を行った。予備調査の結果と先行研究の概観から最終的なケータイ・ネット利用実感尺度を作成した。回答は、「違う」（1点）、「少し違う」（2点）、「どちらともいえない」（3点）、「だいたいその通り」（4点）、「その通り」（5点）の5件法で評定するよう求めた。

・ケータイ・ネットの利用歴

電子メールとインターネットの利用について、携帯電話、PCという二つの利用機器別、すなわち「携帯メール」、「携帯ネット」、「PCメール」、「PCネット」の四種類ごとに、利用を開始した年齢の記述を求めた。

・コミュニケーション・サイトの利用形態

若年層の利用が多いコミュニケーション・サイト（ブログ、プロフ）の利用について、「利用しない」、「携帯電話のみ利用」、「PCのみ利用」、「PCと携帯電話を両方利用」の四つのうちからそれぞれ一つを選択するよう求めた。

・フェイス項目

年齢と性別の回答を求めた。

III 結果と考察

1) ケータイ・ネットの利用実感の基礎統計量

まず、ケータイ・ネットの利用実感尺度22項目の平均値、標準偏差を男女別に算出した（Table1）。各項目の評定の男女差を明らかにするため Levene 検定により等分散性を確認後、 t 検定を行った。その結果、22項目のうちの11項目で有意な男女差が認められた。

男性が女性よりも有意に評定平均値が高かった項目として、「4. アルバイト情報が探しやすい」、「8. 好みの異性と知り合える」、「9. 近所に住んでいて今まで会わなかった人と知り合える」、「11. 顔や名前がわからないので言いたいことがいえる」、「16. 親や兄弟姉妹の意外な一面を発見する」があった。一方で、女性の方が男性よりも有意に評定平均値が高かった項目として、「5. 有名人やアイドルが身近に感じられる」、「15. 連絡が切れていた友人や知人との関係が復活する」、「17. 友人の意外な一面を発見する」、「20. 常に手の届くところに携帯電話が置いてある」、「21. 相手からの返信が遅いと反応が気になる」、「22. 相手の本心とメールや書き込みの内容が同じかわからない」があった。

以上から、男性のほうが女性よりも、ケータイ・ネットを使うことによって、未知の人との匿名状況における社交を楽しむ傾向があるといえる。また、女性のほうが男性よりも、ケータイ・ネット利用時における意味伝達の確実性や即時性に配慮する傾向が高いといえる。

Table1 ケータイ・ネットの利用実感の基礎統計量

項目	男性		女性		性差 t 値
	平均	S.D	平均	S.D	
1. 他国の出来事が身近に感じられる	2.72	1.26	2.72	1.19	-.01
2. 社会問題についての関心が増す	3.05	1.26	2.98	1.22	1.51
3. 学校の勉強がはかどる	2.44	1.13	2.47	1.13	-.69
4. アルバイト情報が探しやすい	2.40	1.22	2.29	1.22	2.16 *
5. 有名人やアイドルが身近に感じられる	2.39	1.18	2.67	1.27	-5.88 ***
6. 見たいアニメや番組がいつでもすぐに見られる	3.09	1.37	3.04	1.41	.89
7. 自分の趣味を深められる	3.59	1.30	3.68	1.28	-1.67
8. 好みの異性と知り合える	1.95	1.06	1.59	.92	9.37 ***
9. 近所に住んでいて今まで会わなかった人と知り合える	1.94	1.08	1.84	1.13	2.28 *
10. 人に言えない悩みを相談できる	2.12	1.20	2.04	1.22	1.72
11. 顔や名前がわからないので言いたいことがいえる	2.08	1.17	1.91	1.13	3.93 ***
12. 趣味や考え方の合う人と知りあえる	2.59	1.38	2.59	1.42	.04
13. 家族に直接言えないことが伝えられる	2.12	1.17	2.05	1.22	1.52
14. クラスメイトや友人に直接言えないことが伝えられる	2.16	1.19	2.13	1.24	.66
15. 連絡が切れていた友人や知人との関係が復活する	2.46	1.27	2.57	1.38	-2.15 *
16. 親や兄弟姉妹の意外な一面を発見する	1.99	1.07	1.89	1.11	2.26 *
17. 友人の意外な一面を発見する	2.37	1.25	2.50	1.34	-2.62 **
18. 連絡をとりたくない人から連絡がくる	2.32	1.25	2.31	1.28	.23
19. 自分に対する陰口や悪い噂をみつけてしまう	1.99	1.08	1.96	1.17	.85
20. 常に手の届くところに携帯電話がおいてある	3.27	1.41	3.67	1.40	-7.24 ***
21. 相手からの返信が遅いと反応が気になる	2.79	1.32	2.91	1.33	-2.38 *
22. 相手の本心とメールや書き込みの内容が同じかわからない	2.85	1.26	3.06	1.24	-4.40 ***

*** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

2) ケータイ・ネットの利用実感の構造

次に、ケータイ・ネットの利用実感の構造を明らかにする。ケータイ・ネット利用実感尺度22項目の平均値、標準偏差を算出した。そしてフロア効果の見られた「8. 好みの異性と知り合える」と「9. 近所に住んでいて今まで会わなかった人と知り合える」、「16. 親や兄弟姉妹の意外な一面を発見する」、「19. 自分に対する陰口や悪い噂をみつけてしまう」の4項目を以降の分析から除外した。

次に残りの18項目に対して主因子法 Promax 回転による因子分析を行った。その結果、固有値1以上の4因子を抽出した (Table2)。固有値の変化は、5.28, 3.10, 2.96, 2.93であった。なお、回転前の4因子で20項目の全分散を説明する割合は59.79%であった。

第1因子は8項目で構成されており、「13. 家族に直接言えないことが伝えられる」、「14. クラスメイトや友人に直接言えないことが伝えられる」、「10. 人に言えない悩みを相談できる」、「11. 顔や名前がわからないので言いたいことがいえる」、「12. 趣味や考え方の合う人と知りあえる」、などが高く負荷していた。これらは、対面状況では表現できないことや相手に伝えられないことを、メールやネットを通じて間接的に表現し、旧知の人々との間に新たな関係を形成する効用と、自分の周囲にはいないが興味関心や趣味に接点のある新たな人々と出会える効用を示すと考え、『関係再構築』因子と命名した。

第2因子は3項目で構成されており、「21. 相手からの返信が遅いと反応が気になる」、「22. 相手の本心とメールや書き込みの内容が同じかわからない」、「20. 常に手の届くところに携帯電

Table2 ケータイ・ネットの利用実感の構造
(主因子法・Promax 回転)

項目内容				
13. 家族に直接言えないことが伝えられる	.87	.35	.32	.36
14. クラスメイトや友人に直接言えないことが伝えられる	.85	.39	.32	.31
10. 人に言えない悩みを相談できる	.78	.31	.30	.39
11. 顔や名前がわからないので言いたいことがいえる	.75	.29	.26	.42
12. 趣味や考え方の合う人と知りあえる	.70	.32	.32	.52
15. 連絡が切れていた友人や知人との関係が復活する	.64	.47	.33	.25
17. 友人の意外な一面を発見する	.63	.48	.37	.25
18. 連絡をとりたくない人から連絡がくる	.56	.46	.31	.22
21. 相手からの返信が遅いと反応が気になる	.32	.73	.21	.26
22. 相手の本心とメールや書き込みの内容が同じかわからない	.38	.65	.27	.27
20. 常に手の届くところに携帯電話がおいてある	.27	.63	.18	.30
1. 他国の出来事が身近に感じられる	.30	.24	.80	.38
2. 社会問題についての関心が増す	.27	.21	.79	.38
3. 学校の勉強がはかどる	.28	.21	.47	.39
7. 自分の趣味を深められる	.29	.31	.35	.63
6. 見たいアニメや番組がいつでもすぐに見られる	.31	.25	.33	.64
5. 有名人やアイドルが身近に感じられる	.35	.35	.38	.50
4. アルバイト情報が探しやすい	.42	.32	.39	.44
因子相関行列				
		.49	.42	.46
			.37	.36
				.48

話がおいてある」といった、ケータイ・ネットの利用からもたらされる不安を示す項目が高い負荷量を示していたので、『関係不安』因子と命名した。

第3因子は3項目で構成されており、「2. 社会問題についての関心が増す」、「1. 他国の出来事が身近に感じられる」、「3. 学校の勉強がはかどる」といった、社会の動きや世界情勢、自分の社会的位置の把握に関する情報収集能力が向上したことを示す項目が高い負荷量を示していたので、『情報感度向上(社会接点)』因子と命名した。

第4因子は4項目で構成されており、「7. 自分の趣味を深められる」や「4. アルバイト情報が探しやすい」といった自分の趣味や利益に関する情報収集能力が向上したことを示す項目が高い負荷量を示していたので、『情報感度向上(自己充足)』因子と命名した。

ケータイ・ネット利用実感尺度の因子分析結果において、各因子に高い負荷量を示した項目の平均値を算出し、下位尺度得点とした。それぞれ『関係再構築』得点(平均2.26 SD.98)、『情報感度向上(社会接点)』得点(平均2.65 SD.99)、『関係不安』得点(平均2.97 SD1.12)、『情報感度向上(自己充足)』得点(平均2.8 SD.96)、とした。

内的整合性を検討するために係数を算出したところ、『関係再構築』で $r = .89$ 、『情報感度向上(社会接点)』で $r = .72$ 、『関係不安』で $r = .72$ 、『情報感度向上(自己充足)』で $r = .67$ と十分な値が得られた。各下位尺度間の関連性を検討するために、男女込みで Pearson の相関係数を算出した。その結果、全ての組み合わせで中程度の有意な正の相関が認められた。

男女差を検討するために、ケータイ・ネット利用実感の各下位尺度得点について t 検定を行っ

Table3 ケータイ・ネットの利用実感の下位尺度相関と男女差

	下位尺度間相関		男性		女性		性差 <i>t</i> 値		
	関係再構築	関係不安	情報感度 (社会接点)	情報感度 (自己充足)	平均	SD		平均	SD
関係再構築		.413 **	.348 **	.474 **	2.28	.95	2.26	.96	.44
関係不安			.215 **	.369 **	2.97	1.09	3.21	1.04	-5.89 ***
情報感度(社会接点)				.465 **	2.74	.98	2.72	.94	.37
情報感度(自己充足)					2.87	.92	2.92	.90	-1.51

***p* < 0.01 **p* < 0.05

た (Table3)。その結果、『関係不安』のみ、男性よりも女性の方が有意に高い得点を示していたが、『関係再構築』、『情報感度向上(社会接点)』、『情報感度向上(自己充足)』については男女の得点差は有意ではなかった。

3) ケータイ・ネットの利用実感と利用歴との関連性

ケータイ・ネット利用開始年齢の平均値、標準偏差を男女別に算出した (Table4)。Levene 検定により等分散性を確認後、*t* 検定の結果、携帯メール、携帯ネット、PCメール、PCネットのいずれにおいても、男性よりも女性の方が有意に早い年齢で利用を開始していた。

ケータイ・ネットの利用実感が利用歴によっていかに異なるかを検討するため、携帯メール、携帯ネット、PCメール、PCネットそれぞれの男女別の中央値に基づき短期間群と長期間群に

Table4 ケータイ・ネットの利用歴の相互相関と基礎統計量

	利用開始年齢		男性		女性		性差 <i>t</i> 値		
	携帯メール	PCメール	携帯ネット	PCネット	平均	SD		平均	SD
携帯メール		.357 **	.749 **	.290 **	14.12	1.77	13.52	1.77	8.75 ***
PCメール			.333 **	.633 **	12.54	2.38	12.12	2.24	4.64 ***
携帯ネット				.325 **	14.23	1.84	13.98	1.68	3.72 ***
PCネット					11.63	2.43	11.39	2.22	2.68 **

****p* < .001 ***p* < .01 **p* < .05

Table5 ケータイ・ネットの利用実感と利用歴の関連性 (平均値とF値)

		関係再構築		関係不安		情報感度向上(社会接点)		情報感度向上(自己充足)	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
携帯メール	短期間	2.22	2.20	2.93	3.17	2.72	2.72	2.80	2.90
	長期間	2.36	2.35	3.02	3.27	2.75	2.72	2.95	2.95
	<i>F</i> 値	6.75 **	8.08 ***	2.11	3.30	.38	.00	7.83 **	.95
PCメール	短期間	2.26	2.24	2.96	3.21	2.74	2.71	2.86	2.93
	長期間	2.30	2.30	2.98	3.21	2.73	2.75	2.88	2.89
	<i>F</i> 値	.74	.00	.05	.61	.08	.61	.18	.61
携帯ネット	短期間	2.23	2.21	2.95	3.20	2.74	2.74	2.81	2.90
	長期間	2.35	2.38	3.00	3.24	2.74	2.69	2.95	2.97
	<i>F</i> 値	5.12 *	9.68 **	.57	.40	.00	.96	7.21 **	1.64
PCネット	短期間	2.27	2.24	2.94	3.20	2.69	2.68	2.83	2.91
	長期間	2.30	2.30	3.01	3.23	2.80	2.77	2.91	2.93
	<i>F</i> 値	.30	1.39	1.17	.26	4.02 *	3.16	2.66	.07

****p* < .001 ***p* < .01 **p* < .05

分類した (Table5)。そして、ケータイ・ネットの利用実感因子の各下位尺度得点を従属変数とし、利用歴 (携帯メール, PC メール, 携帯ネット, PC ネット) の長短 2 群を独立変数とする 1 要因の分散分析を男女別にそれぞれおこなった。

その結果、男性の場合には、携帯メールでは、『関係再構築』($F(1,1271) = 6.75, p < .01$), 『情報感度向上 (自己充足)』($F(1,1271) = 6.75, p < .01$) において、携帯ネットでは『関係再構築』($F(1,1271) = 5.12, p < .05$), 『情報感度向上 (自己充足)』($F(1,1271) = 7.21, p < .01$) において、PC ネットでは『情報感度向上 (社会接点)』($F(1,1271) = 4.02, p < .05$) において有意な群間差がみられた。一方で、女性の場合、携帯メールでは、『関係再構築』($F(1,1375) = 8.09, p < .01$), 携帯ネットでは『関係再構築』($F(1,1375) = 9.68, p < .01$) において有意な群間差がみられた。

以上のように、携帯メール、携帯ネットの場合には、男性、女性ともに長期間群は短期群に比べ、『関係再構築』得点が有意に高く、男性の場合に、『情報感度向上 (自己充足)』得点が有意に高かった。PC メールの場合には、いずれの因子でも有意差がみられなかった。PC ネットの場合には、男性のみ長期間群は短期群に比べ、『情報感度向上 (社会接点)』得点が有意に高かった。以上から、男性、女性ともに携帯メール、携帯ネットの利用期間が長いほど、ケータイ・ネットの利用によって、既知の人間同士の間新しい関係性を見出し、全く新しい人間と出会い、新たな社会的ネットワークを形成しているという実感をもつ傾向があると考えられる。また、男性の場合では、携帯メール、携帯ネット、PC ネットの利用期間が長いほど、趣味やアルバイト情報など、自分の興味がある情報や自分の利益になる情報を収集するための情報感度が向上している傾向があると考えられる。女性の方が男性よりも、全てにおいて、利用歴は長い傾向にあったが、男性の方が女性よりも、ケータイ・ネットを利用する年月が長くなればなるほど、新たな社会的ネットワークに参加する、新たなコミュニケーション・スタイルを生み出す、情報感度が向上するといった積極的な効用を感じていると考えられる。

4) ケータイ・ネットの利用実感とコミュニケーション・サイトの利用形態との関連性

インターネット上のコミュニケーション・サイトの利用についてクロス集計と²検定を行った (Table6)。プログ ($\chi^2 = 206.84, df = 3, p < .01$), プロフ ($\chi^2 = 95.67, df = 3, p < .01$) で、有意な人数比率の偏りが見られた。ケータイ・ネットの利用実感因子を従属変数とし、コミュニケーション・サイトの利用における利用メディアの違いによって分けられた 4 群を独立変数とする 1 要因の分散分析をそれぞれおこなった (Table7)。その結果、全てにおいて有意な群間差がみられた。

Table6 コミュニケーション・サイトの利用形態の基礎統計量

		男性		女性	
		N	%	N	%
プログ	利用しない	756	59.39	442	32.10
	携帯電話のみ利用	327	25.69	607	44.08
	PCのみ利用	107	8.41	142	10.31
	PCと携帯電話を両方利用	83	6.52	186	13.51
プロフ	利用しない	879	69.05	701	50.91
	携帯電話のみ利用	300	23.57	497	36.09
	PCのみ利用	46	3.61	63	4.58
	PCと携帯電話を両方利用	48	3.77	116	8.42

N = 2,650

Table7 ケータイ・ネットの利用実感とコミュニケーション・サイトの利用形態の関連性

		関係再構築		関係不安		情報感度向上(社会接点)		情報感度向上(自己充足)	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
ブログ	利用しない	2.13	2.08	2.77	2.97	2.60	2.66	2.72	2.75
	携帯電話のみ利用	2.48	2.33	3.38	3.41	2.84	2.69	2.98	2.93
	PCのみ利用	2.40	2.27	2.96	2.97	3.07	2.87	3.23	3.02
	PCと携帯電話を両方利用	2.68	2.48	3.18	3.34	3.11	2.87	3.28	3.21
	F値	17.24 ***	9.80 ***	26.29 ***	19.52 ***	14.16 ***	3.66 *	19.70 ***	12.84 ***
プロフ	利用しない	2.16	2.06	2.83	2.99	2.68	2.69	2.77	2.80
	携帯電話のみ利用	2.51	2.44	3.35	3.48	2.80	2.70	3.01	3.00
	PCのみ利用	2.76	2.45	3.12	2.99	3.14	2.80	3.48	3.00
	PCと携帯電話を両方利用	2.58	2.63	3.01	3.53	2.88	2.96	3.21	3.25
	F値	16.79 ***	23.39 ***	18.19 ***	27.64 ***	4.14 **	2.99 *	15.26 ***	10.34 ***

*** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

ブログでは、男性の場合、『関係再構築』($F(3, 1269) = 17.24, p < .001$)、『関係不安』($F(3, 1269) = 26.29, p < .001$)、『情報感度向上(社会接点)』($F(3, 1269) = 14.16, p < .001$)、『情報感度向上(自己充足)』($F(3, 1269) = 19.70, p < .001$)であった。一方で、女性の場合は、『関係再構築』($F(3, 1373) = 9.81, p < .001$)、『関係不安』($F(3, 1373) = 19.52, p < .001$)、『情報感度向上(社会接点)』($F(3, 1373) = 3.67, p < .01$)、『情報感度向上(自己充足)』($F(3, 1373) = 12.84, p < .001$)であった。

プロフでは、男性の場合、『関係再構築』($F(3, 1269) = 16.79, p < .001$)、『関係不安』($F(3, 1269) = 18.19, p < .001$)、『情報感度向上(社会接点)』($F(3, 1269) = 4.14, p < .001$)、『情報感度向上(自己充足)』($F(3, 1269) = 15.26, p < .001$)であった。一方で、女性の場合は、『関係再構築』($F(3, 1373) = 23.39, p < .001$)、『関係不安』($F(3, 1373) = 27.64, p < .001$)、『情報感度向上(社会接点)』($F(3, 1373) = 2.99, p < .01$)、『情報感度向上(自己充足)』($F(3, 1373) = 10.34, p < .001$)であった。

ブログの場合を以下に記す。『関係再構築』得点では、男性、女性共に、「PCと携帯電話を両方利用」、「携帯電話のみ利用」、「PCのみ利用」、「利用しない」の順に得点が高かった。『関係不安』得点では、男性は、「携帯電話のみ利用」が最も高く、「PCと携帯電話を両方利用」が次に高く、「PCのみ利用」、「利用しない」の得点が低かった。女性でも「携帯電話のみ利用」が最も高く、「PCと携帯電話を両方利用」が次に高いところは男性と同じだが、「PCのみ利用」、「利用しない」の得点が同じで最も低かった。『情報感度向上(社会接点)』、『情報感度向上(自己充足)』の男性、『情報感度向上(自己充足)』の女性の場合は、「PCと携帯電話を両方利用」が最も高く、「PCのみ利用」が次に高く、「携帯電話のみ利用」、「利用しない」の得点が低かった。『情報感度向上(社会接点)』の女性の場合では、「PCと携帯電話を両方利用」と「PCのみ利用」が同じ得点で高く、次に、「携帯電話のみ利用」、「利用しない」の得点が低かった。

プロフの場合を以下に記す。『関係再構築』得点では、男性では、「PCのみ利用」が最も高く、「PCと携帯電話を両方利用」、「携帯電話のみ利用」、「利用しない」の順に得点が高かったが、女性では、「PCと携帯電話を両方利用」が最も高く、「PCのみ利用」、「携帯電話のみ利用」、「利用しない」の順に得点が高かった。『関係不安』得点では、男性の場合には、「携帯電話のみ利用」が最も高く、次に「PCのみ利用」、「PCと携帯電話を両方利用」、「利用しない」の順に得点が高かったが、女性の場合には、「PCと携帯電話を両方利用」、「携帯電話のみ利用」、「PCのみ利用」、「利用しない」の順に得点が高かった。『情報感度向上(社会接点)』、『情報感度向

上（自己充足）」は共に、男性は、「PCのみ利用」、「PCと携帯電話を両方利用」、「携帯電話のみ利用」、「利用しない」の順に得点が高かった。女性は、『情報感度向上（社会接点）』の場合には、「PCと携帯電話を両方利用」、「PCのみ利用」、「携帯電話のみ利用」、「利用しない」の順に得点が高く、『情報感度向上（自己充足）』の場合には、「PCと携帯電話を両方利用」が最も高く、次に「PCのみ利用」と「携帯電話のみ利用」が同じ得点で、「利用しない」が最も低かった。

以上から、インターネット上のコミュニケーション・サイトを利用することで、社会的ネットワークの再編成が行われている傾向があると考えられる。また、コミュニケーション・サイトの利用に際し、PC・携帯電話の双方のメディアを使用している場合に、情報感度の向上を実感している傾向があると考えられる。そして、コミュニケーション・サイトを利用する際に、携帯電話のみを利用している場合には、携帯電話やネット、メールを利用することによってもたらされる不安やネットやメールへの即時対応を逃すことへの不安を高く感じている傾向があると考えられる。社会の動きや世界情勢、自分の社会的位置の把握や、趣味、アルバイトなど自分の興味や利益に関する情報収集能力の向上の実感は、PCを主に利用している場合に高い傾向があるのではないかと考えられる。この傾向はとりわけ男性のプロフ利用者の場合に顕著だと考えられる。

IV まとめと課題

以上の結果から、男性、女性ともに携帯メール、携帯ネットの利用期間が長いほど、ケータイ・ネットを利用したコミュニケーションによって、既知の人間同士の間新しい関係性を構築し、全く新しい人間と出会い、新たな社会的ネットワークを形成している実感をもつ傾向があることがわかった。また、男性の場合では、携帯メール、携帯ネット、PCネットの利用期間が長いほど、趣味やアルバイト情報など、自分の興味がある情報や自分の利益になる情報を収集するための情報感度が向上している実感をもつ傾向があることがわかった。しかし、今回の研究では、男性、女性ともに、PCネットの利用期間と、ケータイ・ネットの利用実感の間には何の相関も析出されなかった。また、女性の方が男性よりも、全ての利用形態において、利用期間が長いにもかかわらず、社会関係の再構築や、情報感度の向上といったケータイ・ネットの積極的な効用と利用歴との相関は、女性よりも男性の方で強く見出された。

続いて、ケータイ・ネットの利用実感とコミュニケーション・サイトの利用形態の関係について分析した。サイトとしては若年層に特に利用されているブログとプロフをとりあげた。PC・携帯電話の双方でコミュニケーション・サイトを利用することで、社会的ネットワークの再編成や情報感度の向上を実感している傾向があることがわかった。男性の場合には、PCを主に利用している場合に、社会の動きや世界情勢、自分の社会的位置の把握や、趣味、アルバイトなど自分の興味や利益に関する情報収集能力の向上を強く感じる傾向があるのではないかと考えられる。また、携帯電話のみを利用している場合には、ネットやメールの利用によって生じる人間関係への不安を高く感じる傾向があることがわかった。

今回の分析では、ケータイ・ネット利用実感の場合の、好みの異性との出会いや、家族や自分へのネガティブな評価に関する項目、コミュニケーション・サイトの利用の場合の掲示板、SNS、出会い系サイトといった、若年層のケータイ・ネットの利用について問題視されている項目については、分析に利用できる分布が見出せなかったため、分析から除外せざるをえなかった。また、ブログとプロフの利用形態の違いにみられるように、コミュニケーション・サイトの利用にも、利用ツールの選定や利用頻度や耽溺度など、より深い分析をする必要があると考えられる。これ

らの問題状況に関する分析は、更なる調査項目や方法の工夫が必要であり今後の課題として残されたと考える。

謝 辞

本研究を行うにあたり御協力いただいた、長崎県生徒指導部会の先生方、各高校の先生方に末筆ながら深く感謝の意を表わします。

引 用 文 献

- 1) 宮田加久子 1993 『電子メディア社会 新しいコミュニケーション環境の社会心理』誠信書房。
- 2) 五十嵐祐・吉田俊和 2003 「大学新入生の携帯メール利用が入学後の孤独感に与える影響」心理学研究, 74, pp.379-385.
- 3) 五十嵐祐 2002 「CMC の社会的ネットワークを介した社会的スキルと孤独感との関連性」社会心理学研究, 17, pp.97-108.
- 4) 小此木啓吾 2007 『ケータイ・ネット人間の精神分析 - 少年も大人もひきこもりの時代』飛鳥新社。
- 5) 辻大介 2006 「つながりの不安と携帯メール」『関西大学社会学部紀要』37巻2号, pp.43-52.
- 6) 富田英典 1999 「ネットワーク社会の中の親密と疎遠 移動体メディア批判の社会的背景」関西大学経済・政治研究所研究双書第112冊 『組織とネットワークの研究』 pp.171-191.
- 7) 都築俊文・木村浩男 2000 「大学生におけるメディア・コミュニケーションの心理的特性に関する分析 対面, 携帯電話, 携帯メール, 電子メール条件の比較」, 『応用社会学研究』42, pp.15-24.