

高校生(主に女子)とコミュニケーションツール¹

- インターネット利用とアンケート調査 -

0120506 ATR *下川 信祐 SHIMOGAWA Shinsuke

ATR 新上 和正 SHINJO Kazumasa

ATR 井桁 和浩 IGETA Kazuhiro

将来的な女性利用者と想定される若年層女性に着目し、通信ネットワーク、特にインターネットがどのように受け止められ影響を与えているのか、今後どのように浸透し利用されていくのかについての調査結果を報告する。

1. 序論

今日程、通信が及ぼす人とその社会へ影響が取り上げられ、通信技術の持つ可能性に期待が持たれている時代はないように思われる。しかし、これは直ちに通信技術の従来から続いている研究を活発にしている訳ではなく、ネットワークの外側に広がるマルチメディアや通信と放送の合体やnetismなどで語られる、より人間側に近寄ったコミュニケーションの場の構築と携帯電話(やPHSやポケベルの)のような新たな通信サービスの種々の融合と創造への期待からである。

通信とそれを利用する人との関係は、単なる事象の複合体ではなく限りなく複雑に錯綜した相互連関的存在へと移っている。実際、私達が行なったアンケート調査結果から携帯電話やPHSでは「便利な」「操作が簡単な」や又その新サービスの形態に依存して「持ち運びが出来る」など電話の利用感覚に近く、主に操作対象として印象が支配的である。その反面インターネットの電子メールへの利用感覚は「楽しい」「面白い」や「危険」「怖い」といったより人間側に近付いた心理的なものとなる。また、電話では技術として「繋る」ことが主な関心事であり電話を使って人が何を話すか、その内容自身はその人に属することであった。一方、インターネットはその逆で、その上で展開される新種のサービスやコミュニケーションの創造といったことが関心事となる。

通信技術者は過去の技術の延長線上で展望を持つ傾向がある。この報告書に関連した研究の動機は、どちらかと言えばシステム側に身を置いて来た私達が、技術の人間に及ぼす影響と人間とシステムの密接な相互作用に眼差しを向けた配慮(研究テーマ)によって新たな技術のデザイン展望が開けてくるのではないかと考えたからである。

2. アンケートとコミュニケーションツール

人とシステムが相互作用する際に長短の"タイムスケール"がある。(タイムスケールは私達の戦略的用語の1つである。)短いものは端末に向かってキー入力したり電話を掛ける行為などである。キー入力も(制御キーや余白キー入力など)直ぐに意味の生成する行為から(文章入力などの)暫く経て初めて意味生成する記号的行為がある。このタイムスケールではシステムと一人の人が相互作用する意味とそれに関連する「快適だ」「使いよさ」などのシステム評価が生成する。同様に「便利さ」「楽しい」「面白い」などの利用感覚もこのタイムスケールで形成する。一方長期的タイムスケールではシステムと一人の人が相互作用するだけでなく(システムやその人)を通して他の多くの人との相互作用が顕在化する。短期的タイムスケールで形成された評価がここでは判断へと変化し、システムが生き残っているかどうかといった生物学的適応性の定義が適合する。

ここでは、システムの詳細な構造(architecture)に関係する人間とシステムの極く短期的タイムスケール¹⁾から離れ、より長期的タイムスケールでの人とシステム相互作用の結果起こった事・心象を調査し検討して得られた結果を報告する。インターネットに関する事柄は、電子商取引(EC)やGameなど毎日の新聞に必ず載っており、また政府刊行物²⁾や様々な財団法人や研究所の刊行物³⁾⁻⁶⁾がある。またインターネットなどで調べれば非常に多くの資料や関係した本を手にすることが出来る。¹⁶⁾同様にインターネットのアンケート調査⁷⁾⁻¹⁵⁾も行なわれており、色々な職種と年齢と年収と男女別にインターネット普及率&利用状況&利用内容(ファッション、スポーツ、タレント、性に関する事柄、音楽、など)の調査結果を知ることができる。コンピュータ利用やインターネット利用について数多くのアンケート調査が行なわれているというのが私達の印象である。

私達は、特に人がインターネットで代表とする新しい通信サービスとどう関るかを調べる。具体的には、若年層の女性におけるインターネットの利用状況及び今後の利用・普及の可能性、利用度合の把握、検証を目的とした調査、そのためのアンケート調査を行なった。家庭へのインターネットの普及が急速に進み、日本におけるその利用者数は約1000万人と言われている。このうち、家庭からの日常的利用が主である女性利用者の比率は年々上昇傾向にあり、現在では約2割との統計がある。そこで将来的な女性利用者と想定される若年層女性に着目し、主に高校生女子(畿内の2校の女子高校、畿内の高専と東海地方の高専、東京の1校の大学の約600名)を対象としたインターネットなどのコミュニケーションツールのアンケート調査を行なうことにより、通信ネットワーク、特にインターネットが若年層の女性にどのように受け止められ影響を与えているのか、今後どのように浸透し利用されていくのかを調査検討を行なった。私達が行なったアンケート調査の特徴は、(1)主な対象が女子校生であること、(2)質問項目に自由記述に近いものをより多く取り入れたこと、(3)質問項目にインターネット以外のコミュニケーションツールの項目を入れたこと、(4)余暇の過ごし方などの生活項目を入れたこと、(5)単に集計せず検討に相当な時間をさいていることなどである。

¹質問やコメントなどはelectronic address"info@acr.atr.co.jp"へ。

3. アンケート結果の検討結果(一部)

コミュニケーションツール(電子メール, プリントクラブ, 携帯電話, PHS, たまごっち, ポケベル, 放課後クラブ)を継続して使う理由と使わなくなった理由に構造がある。

- 構造に地域差(高校と高専の場所の違い)がない。
- 使わなくなった理由に類似性→ツールがgrouping(位置関係が決定)される。女子: [携帯, PHS] [プリクラ, ポケベル] [たまごっち, 放課後] [Email], 男子: [携帯] [Email] [たまごっち] が三角形を描く形になり, その中にPHS, ポケベル, プリクラが混在する。[1]たまごっち・プリクラタイプ→「楽しい」「あきた」。[2]携帯・PHSタイプ→お金の問題や必要性。「あきた」という人はいない。[3]ポケベルタイプ: [1][2]の中間に位置する。取捨選択の要因は個人の興味により[1]型にも[2]型にもなる。
- 継続利用理由のgrouping。女子: [携帯, PHS, ポケベル] [たまごっち] [Email, プリクラ, 放課後] 男子: [ポケベル, PHS] [携帯] [プリクラ, Email] [たまごっち, 放課後] ⇒男子に比べ, 女子の方が特徴・傾向が顕著に出ておりグルーピングしやすい。⇒女子の方が単純明快な傾向がある。性差が現れるのは, ポケベル。女子は面白いといった電子メールとプリントクラブに似た印象がある。ポケベルについて女子はそれ自体が楽しいと感じ, 男子は情報の伝達手段だと考えている。²
- プリクラは(現実の)自分が主人公で, その生活に多様に開いていて息が長く, たまごっちは一つのゲームに過ぎず単面的なので寿命が短い。携帯電話やPHSは交友関係を作るより, 維持するもの。女子が好きなもの: 小さなもの, 可愛い, 携帯可能なもの。
- $\Delta A(\text{面白さ}) \times \Delta T(\text{時間}) = 1(\text{定数})$ ⇒面白さのインパクトが強ければ強い程, 飽きられる速度が早い。(ツールが世の中に広まる条件に類似した関係式が成り立つ)
- 未経験者にはのみインターネットが「怖い」や「危険」という印象が現れる。プリクラを「記念」「思い出」のタイムスケールが長く心理的印象。「誰かと一緒に撮る」ことが重要。一方, たまごっちはコンテンツ³よりだが, 他者の介入しない自分一人が中心である。
- 使わなくなった人は, どれか1つの拒絶理由があればそれで十分である。拒絶が個人の属す事柄であり, 且つ, 拒絶にはその人個人の抜き差し難い歴史に深く根ざすものがあるのではないかと想像される。また継続して利用している人は, コミュニケーションに対しコミットメントをすることから, ツールへの関わりはより一層複雑になる, などなど。

謝辞

アンケートにご協力頂いた高校の生徒, 高専の学生及び大学の学生, 先生方にお礼申し上げます。また, アンケート調査検討全般にご協力頂いた白谷氏, 集計と分析に御協力頂いた林氏, 議論に参加して頂いた倉持氏にお礼申し上げます。

参考文献

- 1) 下川, L. Ghislane, 新上, 他で発表準備中。
- 2) 郵政省編, “通信白書平成10年版”, (1998)。
- 3) 郵政省郵政研究所, “新しいメディアの利用動向に関する調査研究報告書”, (1997)。
- 4) (財)日本情報処理開発協会編, “情報化白書1998”, (株)コンピュータ・エージ社。
- 5) 日本インターネット協会, “インターネット白書'98”, (1998)。
- 6) (財)全国少年補導員協会, “コンピューターネットワークを利用する少年に関する調査”, (1997)。
- 7) 日経マーケット・アクセス, “インターネット普及率調査1997”。
- 8) サイバースペース・ジャパン(CSJ), “第6回WWW利用者調査”。
- 9) Yahoo! JAPAN, “第4回ウエブ・ユーザー・アンケート調査”。
- 10) エレクトロニック・コマース・ネットワーク(ECN), インターネット・ユーザー調査 “第12回インターネット利用に関する調査結果”。
- 11) サイバースペース・ジャパン, “第7回CSJWWW利用者調査”, (1998)。
- 12) 橋本良明他, “女性のインターネット利用実態”。
- 13) “東京大学社会情報研究所調査研究紀要” 11号(1998)。
- 14) 野村総合研究所, “情報通信利用者動向の調査”, (1998)。
- 15) 伊藤淳子, “女子高生のクチコミのつくりかた”。
- 16) 中村功, “生活状況と通信メディアの利用”; 中村功他, “情報生活とメディア”, (1997)。

²その背景は女子には生活の中で大切なのは人間関係であり, 男子は対象が動くモノ(バイク等)だから(?)

³PHS・携帯電話は機能がはっきりしているが, プリクラ, ポケベルは個々人で意味の取り方が違ってくる。