

研究種目：若手研究(B)
 研究期間：2006～2008
 課題番号：18730383
 研究課題名（和文）オンライン・コミュニティにおける社会的影響過程に及ぼす
 識別性と匿名性の効果
 研究課題名（英文）Effects of anonymity and identification on social influence
 processes in online communities
 研究代表者
 森尾 博昭 (MORIO HIROAKI)
 札幌大学・経営学部・准教授
 研究者番号：80361559

研究成果の概要：コンピュータによるコミュニケーションに対して、ダイナミック社会的インパクト理論のモデルがどこまで適合しうるのかを検討した。この理論は、社会的影響過程における一般的な法則、すなわちある状況におかれた個人が他者から受ける影響の大きさを定める法則はなにかを求めようとするものである。匿名性の元で、対人魅力の規定因としての接触頻度を社会的距離として理解することの必要性を論じた。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2006年度	1,400,000	0	1,400,000
2007年度	1,200,000	0	1,200,000
2008年度	900,000	270,000	1,170,000
年度			
年度			
総計	3,500,000	270,000	3,770,000

研究分野：社会心理学

科研費の分科・細目：心理学・社会心理学

キーワード：社会的影響過程、社会的認知、匿名性、識別性、社会的アイデンティティ、対人認知、コミュニケーション、CMC

1. 研究開始当初の背景

日常生活において、われわれは他者との接触を通じて相手に対する印象を形成し、魅力を感じ、そして態度や行動など多岐にわたって影響を与えあう。インターネットにおける電子メールやチャット、電子掲示板における他者との接触も、やはりそのような対人過程を引き起こす。本研究では、さまざまな対人過程、特に対人認知や対人魅力といった社会心理学では古典的なテーマにおいて、コンピュータ・ネットワークを通じたコミュニケーション(CMC)の普及と普遍化がどのような変化を個人内プロセスにもたらしたのかを論じていく。

2. 研究の目的

この変化を理解するためには、まず直接対面であって話す従来のコミュニケーションと、CMCにどのような違いがあるのかを考える必要がある。ここでは、インターネットにおけるコミュニケーションやコミュニティを論じる際にキーワードとして用いられることの多い「匿名性」をまず取り上げ、その性質について整理する。次に、この匿名性の概念を軸に、手がかり濾過アプローチとSIDEモデルという2つの理論的枠組みを紹介する。そして、対人魅力と社会的影響過程の2つの領域において、これらの理論に基づいたどのような実証的研究が行われているかを概観する。

3. 研究の方法

関連する研究をレビューおよび先行研究のデータの再分析を行い、匿名性の概念についての検討を行った。

4. 研究成果

「匿名性」という単語がインターネットにおける人間の行動を説明する際に使われる時、日常用語としても、心理学の学術的用語としても、その定義が統一されていないため注意する必要がある (Joinson, 2003)。森尾とバコルズ (Morio & Buchholz, in press) は畦地 (Azechi, 2005) の議論に基づいてさまざまな理論的枠組みで用いられる匿名性の概念を整理し、階層的に理解するアプローチを提唱している (図 1)。

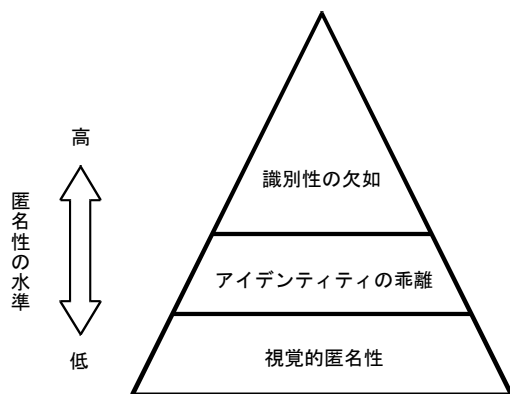


図 1 匿名性の水準の階層的構造

最も基本的な匿名性である視覚的匿名性とは、コミュニケーションの相手を見ることができないことを指す。ビデオチャットやテレビ会議のような例外を除いて、インターネットにおけるコミュニケーションでは、メッセージのやりとりの際に相手の映像が伴わないことが普通であるため、視覚的匿名性が存在する。たとえコミュニケーションの相手が知人であっても、そして実名でコミュニケーションを行っていても、メッセージのやりとりの際に直接相手の姿を見ることがないのであれば、視覚的匿名性のあるコミュニケーションであることになる。このような視覚的匿名性はより上位の匿名性の必要条件となる。情報通信技術の発達により、現代では CMC は必ずしも視覚的特性を伴うとは限らないが、インターネット上の主要なアプリケーションである電子メールや電子掲示板、チャットなどでは視覚的匿名性の影響を強く受ける。

匿名性のより高次の水準であるアイデンティティの乖離は、CMC におけるアイデンテ

ィティが実名などの現実世界でのアイデンティティとは切り離されている状態を可能にするような環境を意味している。オンライン・コミュニティにおいて、ログネームやハンドルネームといった、実名以外の別名を用いて他者とコミュニケーションを行うような環境、もしくはコミュニケーションそのものにはこのアイデンティティの乖離が伴っている。オンラインゲームやバーチャルリアリティ技術によって実現された 3 次元の仮想世界、さらにはテキストによるコミュニケーションを主体とした電子掲示板やブログにおいて、実名ではなく別名を用いて新たなアイデンティティを構築する個人の例は枚挙にいとまがない (たとえば、Turkle, 1995 など)。

識別性の欠如は匿名性が高くなる状態であり、コミュニケーションにおいて、メッセージの送り手がだれであるのか識別することが不可能な環境、もしくはそのようなコミュニケーションの特徴のことをさす。本や手紙の執筆者が「匿名」である、というとき、それはその著者が誰であるかわからない、ということであるから、日常用語としての本来の「匿名」はこのようなコミュニケーションの説明に用いられてきたともいえる。インターネット上のアプリケーションの例では、「2ちゃんねる」 (<http://www.2ch.net/>) に代表される匿名掲示板や、動画にスクロールするコメントをつけることによってコミュニケーションを行う「ニコニコ動画」 (<http://www.nicovideo.jp/>) のコミュニティなどがこれに該当する。また、電子掲示板への記事の投稿やブログのコメントにハンドルネームなどのアイデンティティの記載を義務づける場合でも、投稿時に自由に別名を作り上げることができるような場合、そのコミュニティでは別名は個々を区別する役割を果たすことができないため、結果として識別性の欠如が生じることがある。電子メールのような固有の情報と個人を結びつけた認証システムがないコミュニティにおいて観察されうる。

このモデルに従えば、匿名性には異なる水準があり、それぞれがもつ効果も異なると予測することが妥当であるがしかし、社会心理学的研究においては、特に視覚的匿名性とその他の匿名性について厳密に区別されていないのが現状である。視覚的匿名性の操作には、スピアーズら (Spears, Lea, Corneliussen, Postmes, & Ter Haar, 2002, 研究 1) によるコミュニケーション時にパーティションなどで視界を遮る方法や、後述するビデオ画像を用いる方法などがある。だが、視覚的匿名性の操作と同時に、コミュニケーションが別名で行われていたり (アイデンティティの乖離)、もしくはメッセージの送り

手がまったく識別できない場合（識別性の欠如）には、厳密な意味での視覚的匿名性を操作しているとは言えないだろう。

リーらは、テキストを主体とした3名集団によるチャットにおいて、実験的に視覚的匿名性を操作し、集団やその成員に対する評価への影響を検討している(Lea, Spears, & deGroot, 2001)。ここで、視覚的匿名性の操作は、カメラによるライブ映像の有無によって行われ、視覚的匿名性が存在する条件（テキストのみ）と存在しない条件（テキストに加えビデオ映像あり）がある。視覚的匿名性がない条件では、参加者は記号によるのみその発言が弁別されるため、アイデンティティの乖離も同時に成立していることになる。この実験では、参加者と2名のサクラからなる3名が与えられたテーマについて30分間チャットを行い、その後、集団とその成員に対するさまざまな評価を行った。その結果、視覚的匿名性の存在する条件、すなわちコミュニケーション中に相手を見ることができない条件では、存在しない条件に比べ、集団と自己の同一視(group self-categorization)が高まることが明らかとなった。また、視覚的匿名性のもとでは評価懸念が高まったが、これはコミュニケーション相手の表情などによる直接のフィードバックが得られないためかもしれないと考えることができる。さらに、視覚的匿名性の存在は、参加者に対人関係よりも課題そのものへと集中させる効果をもっていた。これも同様に、非言語的な手がかりが得られなくなることにより、短期間での人間関係の構築が困難であるため、参加者の注意が課題へと向いたと解釈できる。

インターネットに代表されるCMCは、個人と個人の間を繋いで情報や影響をやりとりする手段として考えた場合、同じ物理的空間を共有して会話を行うのと比べ、人々の心理や行動にどのような違いがあるだろうか。コンピュータの処理能力やネットワークの帯域幅などの技術的な制約からCMCがキーボードから打ち込まれた文章のみに主に依存していた時代、インターネットは無機質であるという表現がなされていた。コミュニケーションの際に相手を見ることができず、またメッセージは一度平板な文字コードへと変換されるため、その過程で、対面で会っているなら伝わるはずの表情やニュアンス、姿勢などの非言語的な手がかりが「濾されて」しまうためである。これは、CMCの発達以前に普及していた郵便や電話といったコミュニケーション・メディアとも多少なりとも共通する性質であるが、手紙とは異なり物理的な「モノ」が介在せず、また電話とは異なり音声の非言語的な手がかりも伝わらないため、特にCMCに強く特徴的である。このように手が

かりが濾過されてしまうことがCMCにおける人々の心理と行動にどのような影響を与えるかを検討するのが手がかり濾過アプローチである。非言語的コミュニケーション、特に表情や身振り手振りなどの伝達が妨げられると、相手がそこにいる、という感覚、すなわち社会的存在感(Social presence)が乏しくなってしまう。視覚的匿名性によって希薄化された社会的存在感は、通常の世界生活では存在する抑制を解き放ち、フレーミングといった他者への言語的攻撃行動やその他の反社会的行動を引き起こしてしまう(Sproull and Kiesler, 1991)。キースラーらは、このような状態を「社会的匿名」とよび、社会心理学において、主に群衆行動の領域で議論されてきた脱個人化作用の議論と結びつけて論じている(Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984)。暴動などの群衆行動では、個人単独では決して行わないような無責任な行動や攻撃行動が頻繁に観察される。このような群衆行動は、個人が集団に埋もれることにより個々人の行動の責任のありかがわからなくなってしまう匿名化によって引き起こされる、と考えるのが脱個人化作用による現象の説明である。匿名化により、自分という個のアイデンティティが失われた結果、自らの社会的な役割に対する意識が薄れ、その結果、社会的規範の抑止力が働かなくなってしまうと考えるのである。このようなメカニズムがCMCにおいても生じる結果、反社会的行動が観察される、と説明できる。

社会的影響過程とは、個人間、集団間、または個人と集団の間で、片方がもう一方に影響を与えた結果、行動や態度、感情、信念などを変化させる過程を全般に指す。ここでは、CMCにおける社会的影響過程の研究として、規範を扱ったものと態度変容を扱ったものの2種類をとりあげる。規範とは集団や社会において個人が従うことを期待されているような行動や判断の基準を指し、CMCにおける規範の研究は主として、前述した手がかり濾過アプローチによるものとSIDEモデルによるものとに分けられる。

手がかり濾過アプローチの考え方では、CMCにおいては、対面であれば大きな影響力を持つような、相手の性別や年齢、社会的地位といった社会的文脈に注意を払うことが少なくなると考えられる(Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984)。その結果、日常生活において大きな影響力を持つような、他人を傷つけてはいけないとか、他者とは協調しなくてはならないといった社会的規範が働かなくなってしまう、と考えるのが手がかり濾過アプローチである。一方SIDEモデルでは、視覚的匿名性などのCMCの特性は、単純に社会的規範からの逸脱を促すのではなく、それら

が引き起こすアイデンティティの変化を考慮しなければいけないと考える。IDEモデルでは、個人と集団のどちらのアイデンティティの利用が促進されるかが、遵守される規範を決定することになる。CMCに存在する視覚的匿名性が個人差を埋没させ、より目立つ手がかりとして、性別や民族、社会的階層などの社会的カテゴリーの利用を促進するとすれば、その社会的カテゴリーは社会的アイデンティティとして人々の行動と心理を規定し、その場において従うべき「規範」も、文脈と状況に依存したその集団の規範となる。フレーミングは、必ずしも社会的規範に外れた行為ではなく、むしろ逆に、コミュニティにおいて基準となるような行動様式として機能してしまったと考えることができる。たとえば、匿名掲示板において民族間の確執や衝突が話題となっているとき、そこで参加者にとってもっとも利用しやすい社会的カテゴリーとは「民族」になる。個人の意見の相違や多様性は軽視され、自民族としての一体感とアイデンティティが強調される。このような文脈においては、当然、自民族中心主義が守るべき規範となり、極端な他民族排斥行為が観察されることになる。松村・三浦・柴内・大澤・石塚 (2004)は、識別性の欠如した電子掲示板「2ちゃんねる」への投稿記事を分析し、「既出」を「がいしゅつ」と記述するような、他では用いられないことのない独特な表現を定型的に用いることがその特徴であり、またその定型的な表現技法の利用頻度は、掲示板における議論の深さや発散傾向といった文脈にダイナミックに影響を受けることを示している。この定型的な表現技法は、2ちゃんねるという文脈では、その場において従うべき規範として作用していると考えられる。また、上記の研究の流れとは独立に、CMCにおける態度変容を実証的に研究する一連の研究に、ラタネらによるダイナミック社会的インパクト理論に基づくものがある(Latané, 1996; Latané & Morio, 2000; Latané, Nowak, & Liu, 1994)。ある時点における対人間の社会的影響力の大きさの予測を行う社会的インパクト理論(Latané, 1981)を拡張したものがダイナミック社会的インパクト理論であり、そのような影響力が個人の間で継続的かつ双方向的に及ぼされると、集団として見た場合にどのような現象が生じるのかを扱う理論である。ダイナミック社会的インパクト理論の骨子は、人々が2者間の距離に応じてお互いに影響を及ぼしあい、自分の属性や行動を変化させるといったマイクロな社会的影響過程の積み重ねが、集団レベルでのマクロな自己組織化現象をもたらすと予測する点にある。ダイナミック社会的インパクト理論はCMCに限らず、対面も含めた社会における

幅広いメディアを通じたコミュニケーションを取り扱うが、実験のパラダイムにCMCを用いることにより、より統制された状況下でのコミュニケーションの結果として生じる社会的影響過程を検討することに成功している。典型的な実験室実験では、コミュニケーションはその場限りのものであり、いわば文脈から独立した状態であるといえる。一方、ダイナミック社会的インパクト理論の実験パラダイムでは、ダイナミックなモデルであるがゆえに継続的なコミュニケーションの観察が不可欠であるため、参加者間の関係性が持続した状態でのコミュニケーションを複数回行うことになる。このような関係性を前提にした将来の接触の予期は、対人魅力の項でも述べたように対人行動の重要な要因のひとつであり、文脈から切り離れた実験室場面を用いた単発的な実験とは異なる知見が得られることがある。たとえば、実証編で紹介する森尾ら(2004)の研究では、反復的にCMCを行った結果として最終的に形成される対人印象は、必ずしも個別のコミュニケーションの結果として生じる印象の累積であるとは限らないことが示されている。相手から受け取る自己開示の量は、その場の印象にはまったく影響を与えなかったが、数週間のコミュニケーションを通じてその効果を測定すると、非常に大きな正の効果をもっていた。また、森尾(2007)においても同様に、単独のコミュニケーションの結果生じる同調の大きさが小さかったとしても、その累積により最終的に集団に生じる変化は、個人に生じる変化よりとは釣り合わないほど大きい場合があることが示されている。

手がかり濾過モデルやSIDEモデルとは異なり、ダイナミック社会的インパクト理論の焦点は個人の属性や行動を変化といったマイクロな社会的影響過程にあるのではなく、マクロな集団自体の変容にあるが、物理的な距離が存在することがこの理論の前提となる。インターネットには物理的な距離が存在せず、その代わりに接触頻度のばらつきをもたらす社会的距離が存在することは示唆されているが、だとすればそのような社会的距離の規定因は何だろうか。また、それはインターネットがあまねく普及した現代社会のコミュニティや組織、社会をどのように変容させていくのだろうか。個人内の過程を扱う手がかり濾過モデルやSIDEモデルと、個人間の社会的影響過程のモデルであるダイナミック社会的インパクト理論の垣根を越えた理論の出現が待たれる。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕 (計 1 件)

- ① Morio, H., & Buchholz, C. (2009). How anonymous are you online? Examining online social behaviors from a cross-cultural perspective. *AI & Society*, 23, 297-307. (査読有)

〔学会発表〕 (計 3 件)

- ① 森尾博昭 (2007 年 8 月 26 日). ギャンブル行動に関連したメッセージの認知 (1) : パーソナリティ要因の検討, 日本パーソナリティ心理学会第 16 回大会発表論文集, 152-153. 帯広
- ② 森尾博昭 (2007 年 9 月 24 日). ギャンブル行動に関連したメッセージの認知 (2) : 日常生活における CMC の利用頻度が社会的属性の推測に与える影響, 日本社会心理学会第 48 回大会発表論文集, 828-829. 東京
- ③ Morio, H. (July, 29, 2008). Construction of moral orientation scale: Comparison of moral orientations of North Americans and Japanese. Presented at the 19th International Congress of the International Association for Cross-Cultural Psychology, Bremen, Germany.

〔図書〕 (計 1 件)

- ① 三浦麻子・森尾博昭・川浦康至 (編著) (2009). インターネット心理学のフロンティア 誠信書房

6. 研究組織

(1) 研究代表者

森尾 博昭 (MORIO HIROAKI)

札幌大学・経営学部・准教授

研究者番号 : 80361559

(2) 研究分担者

()

研究者番号 :

(3) 連携研究者

()

研究者番号 :