

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 9 月 24 日現在

機関番号：32689

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2013～2014

課題番号：25730187

研究課題名(和文) SNS利用者自身の発話・行為に対するリスク認知と自己開示に関する研究

研究課題名(英文) Research on privacy risk awareness and self information expression

研究代表者

菅沼 睦 (Suganuma, Mutsumi)

早稲田大学・理工学術院・客員主任研究員

研究者番号：50399507

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,400,000円

研究成果の概要(和文)：インターネットを介したコミュニケーションツールにたいして、利用者がどのようなプライバシー意識・リスク意識を持っているのか、また、その意識の違いにより、インターネット上でのコミュニケーションのあり方に違いが見られるかを検討した。プライバシー・リスク意識の違いによるユーザの分類が可能で、その違いによって情報嗜好性にも違いが見られた。ユーザのSNS・インターネットに対するとらえ方の違いを反映している可能性が考えられ、プライバシー・リスク意識がユーザの分類に有用な尺度となる可能性を示唆する。

研究成果の概要(英文)：The aim of the research is to explore the users' privacy risk awareness on Internet mediated communication tools, such as SNS, and the difference of usage of those tools based on their privacy risk awareness. It was able to classify SNS users by privacy risk awareness, and there was a difference of information preference between low, middle, high privacy risk aware group. It was suggested that the difference was caused by the difference of the users' different attitude of SNS (and the internet), and also suggest that privacy risk awareness may be a sufficient indicator for user categorization.

研究分野：心理学

キーワード：SNS リスク意識 プライバシー意識 情報嗜好性

1. 研究開始当初の背景

インターネットを介したコミュニケーションツール、たとえば Twitter や Facebook をはじめとするソーシャルネットワーキングサービス(以下 SNS)で交わされるコミュニケーションは世代を問わず普及している。SNS の登場と普及はこれまでになかった形式でのコミュニケーションを可能とした。と同時に、時として社会的な問題を生じてきた。反社会的な発言や行為の暴露の投稿などがそれにあたる。インターネットや SNS 上で「炎上」と呼ばれるこのような問題発言や行為は頻繁に繰り返され、時として企業や組織の信用低下にもつながっている。

利用者がこのような発言・行為を SNS やインターネット上に投稿してしまう背景には様々な理由が考えられる。

その中の一つとして、SNS(あるいはインターネット一般)に対するユーザの認識が、SNS の実際の機能と整合していないことが考えられる。特に、SNS、インターネットを介して他者に見られる可能性についての認識が不足していると考えられる。

このような状況に対し、本研究では SNS、インターネット利用者自身が SNS やインターネットの利用にたいしてどの程度リスク意識を持っているのかについて着目した。特に、SNS、インターネットを介してのプライバシー流出に対するリスク意識に注目する。この結果に基づき、SNS やインターネットの利用形態に違いが見られるかを検証することとした。

2. 研究の目的

上記の背景に基づき、本研究は SNS に対して、ユーザがどのようなプライバシー意識・リスク意識を持っているのかを調べ、また、ユーザ個々が SNS に対して認識しているプライバシー・リスク意識の違いによって、SNS 上でのコミュニケーションや SNS の利用の仕方に違いが見られるかを検討することを目的とした。

検討内容としては、ユーザのプライバシー・リスク意識の違いによるユーザの分類が可能であるか、プライバシー・リスク意識の違いによる SNS 利用の違いが見られるかという点が挙げられる。

本研究では、SNS の利用の仕方を、SNS 利用者の情報嗜好性という観点から検証することを目的とした。これは、SNS やインターネットに対する情報嗜好性が、その利用者の SNS、インターネットに対する態度を反映しうると考えるからである。

3. 研究の方法

主たる方法として WEB 上で実施するアンケートを採用した。性別・年齢層に関する回答項目など一部を除き、いずれのアンケートも 5 段階評価による回答を要求した(五件法)。

プライバシー・リスク意識の調査とユーザの分類について：

佐藤・大幡(2013)によるインターネット版プライバシー次元尺度を参考とした。本研究では、比較的結果のばらつきが少なく、かつ、結果の予想がしやすいという理由から佐藤・大幡における「暗証情報」に関する質問を除いた。これに置き換える形で、ネット・SNS 上での行動あるいは行為に関する質問項目を追加したアンケートを作成し、これを利用した。これは、インターネット一般ではなく、SNS に焦点を絞るために、SNS の機能に直接関わる質問項目の追加を意図したものである。

具体的には、ネット・SNS 上での他者との会話や交友関係についての質問、ネット上での行動(リツイートや、いいね!等)に関する質問、投稿内容に含まれる話者の感情に関する質問などを追加した。なお、先行研究では「どちらともいえない」を除いた 4 件法で参加者に回答させていたが、本研究ではどちらともいえないを含む 5 件法とした。

情報嗜好性について：

インターネット・SNS 上に見られる情報提供サービスを調査し、これらに対する嗜好性(どの程度興味があるか)を質問した。上記のプライバシー・リスク意識に関するアンケートとあわせて、これらのうち、どのような情報にどれだけ興味を持つかを質問した。

具体的には、ゲーム、コミック、ネットショッピング、ニュース、経済・ファイナンスなどと言った項目に対して、それぞれどの程度興味があるかを 5 件法で問うた。

上記の質問内容に加え、回答者自身のフェイスシート項目、SNS の利用状況に関する質問などをあわせたものを一つのアンケートとした。SNS の利用状況に関しては、SNS 上でのつながりの数(Follower 数、もしくは Friend の数)、ならびに、過去にプライバシーに関わる問題を経験したか(自分、あるいは、友人など)もあわせて問うた。回答数は 83 であった。

4. 研究成果

本研究で新たに追加した質問項目に関しては、以下のような傾向が見られた。

SNS 上での会話については、これが他者に見られることがプライバシーに関わると半数以上の回答者が回答した。

これにたいして、ネット上での行動(リツイートやいいね! ボタンの押下など)に関しては、半数弱がプライバシーに関わると回答し、残りはプライバシーに関わらない、あるいはどちらともいえないと回答した。また、追加した他の項目もこれらと概ね同様の傾向となった。これらの結果から、本研究において追加した質問項目が SNS 上でのプライバシー意識をある程度反映しうるものであると

判断した。

本研究で使用した質問紙に対する回答の結果から、質問項目の分類を行った結果、本研究における質問項目の変更に伴う箇所を除いて先行研究と概ね一致する結果となった。ネット・SNS上での行動・行為に関する質問が独立した因子として抽出された。結果として、自伝的情報・属性情報・識別情報・ネット行動情報の4因子を抽出した。

上記の4因子に対する各回答者の因子得点を算出し、SNSの利用状況に基づいた回答者の属性と、因子得点の関係を見たところ、以下のことが分かった。

SNS上でのつながりの数(未回答、および、SNS利用頻度が極端に低い回答者を除く)により、プライバシー・リスク意識に違いが見られた。つながりの数が大きい群(500以上、7サンプル)と中程度の群[100~500、16サンプル]の間($p<.05$)、および、大きい群と少数の群[100未満、53サンプル]の間($p<.01$)では自伝的情報に対する因子得点に有意な差が見られた(図1)。つながりの数に基づく分類に関して、他の因子においては有意な差は見られなかった。つながりの数が多い群では自伝的情報にたいしてプライバシー・リスクを強く感じていることが示唆されるが、これは、自己の発する情報がより多くの人目に触れる可能性を体感していることに影響されている可能性が考えられる。その一方で、SNS上でのつながりの数にかかわらず、ネット上での行動に対してはそれほど意識が成されていない点は興味深い。

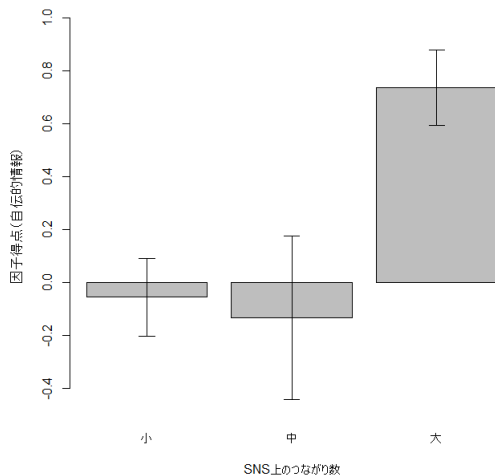


図1 SNS上でのつながりの数による、平均自伝的情報因子得点。誤差線は標準誤差を示す。

回答者を、過去に自身や知り合いにおけるプライバシーに関わる問題を体験したことがある群[15サンプル]と、そうでない群[61サンプル]とに分けた場合、経験がある群ではネット行動因子に対する因子得点が高く、そうでない群ではネット行動因子が低くなった($p<.01$, 図2)。本研究で想定した、ネッ

ト行動情報はプライバシー問題を体験したものにとっては意識されるが、未経験の場合には意識しづらいものである可能性が示唆された。

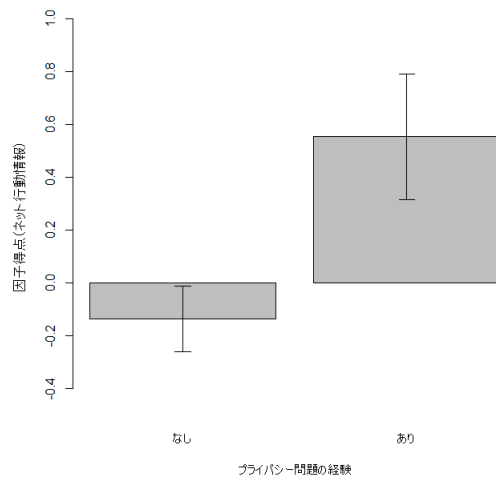


図2 SNS上プライバシー問題の経験の有無による、平均ネット行動因子得点。誤差線は標準誤差を示す。

情報嗜好性に関する質問の結果から、ネット上での情報種類に関して5グループ(社会情報・ライフスタイル情報・生活情報・自己啓発情報・エンターテインメント情報)を分類した。

SNSでのプライバシー・リスク意識に関する各因子に対し、因子得点に基づいて、回答者をそれぞれのプライバシー・リスク意識が低い群、中程度の群、高い群の3群に分類した上で、それぞれの群が嗜好する情報を比較した。

結果、プライバシー・リスク意識の高低に依存して、インターネットでの情報嗜好性に違いが見られた(表1)。表1では、示す数値が高いほど、その項目における情報嗜好性が高いことを示す。

総じて、プライバシー・リスク意識が高い群は各種の情報にたいして嗜好性が高い傾向が見られた。これは、プライバシー・リスク意識が高い群は、情報を取得する媒体としてインターネットやSNSを捉えている場合が多いことに起因する可能性が考えられる。

一方、プライバシー・リスク意識が低い群ではその逆となっており、コミュニケーション媒体としてインターネット・SNSを捉えがちである可能性が考えられる。しかし、その直接的な関係性を見いだすに至っていないため、この点については今後より深く検討する必要がある。

上記の傾向と同時に、どの因子にたいしてプライバシー・リスク意識を強く持つかに依存して、嗜好する情報やその嗜好性に顕著な違いが見られる場合もあった。

属性情報に対するプライバシー・リスク意識と情報嗜好性の関係は、先に述べた一般的

傾向と異なり、プライバシー・リスク意識が低い群ほどライフスタイル情報は自己啓発情報に対する嗜好性が高くなった。

情報提供の観点から言えば、プライバシー・リスク意識の違いに基づいた新たなユーザセグメント（顧客の分類）の可能性が考えられる。

表 1
プライバシー意識の違いによる情報嗜好性の変動

	プライバシー・リスク意識	社会	ライフスタイル	生活	自己啓発	エンタメ
自伝的	低	3.10	2.78	2.89	2.42	2.46
	中	3.10	3.38	3.56	3.09	2.85
	高	3.23	3.77	3.94	3.29	2.51
属性	低	3.29	3.58	3.28	3.21	2.46
	中	3.11	3.36	3.58	3.02	2.77
	高	2.98	3.06	3.45	2.81	2.87
ネット行動	低	3.37	3.03	3.42	2.98	2.49
	中	3.02	3.41	3.58	3.02	2.90
	高	3.31	3.18	3.35	3.04	2.26
識別	低	3.12	2.87	3.31	2.75	2.64
	中	3.14	3.46	3.51	3.05	2.63
	高	3.06	3.26	3.72	3.13	3.31

5 . 主な発表論文等

〔学会発表〕(計2件)

田淵大祐・菅沼睦・坂井滋和, “SNS 利用者のプライバシー意識の違いによる情報嗜好性の比較に関する研究,” 電子情報通信学会 2014 年総合大会, March, 2014, 新潟大学.

Lin, Z., Suganuma M., and Sakai, S. “Research about popularize of senior’s ICT device and design of senior’s portal application,” International Conference for Asia Digital Art and Design, Nov. 2014, Digital Hollywood University, Tokyo, Japan.

6 . 研究組織

(1)研究代表者

菅沼 睦 (SUGANUMA, Mutsumi)

早稲田大学・理工学術院・客員主任研究員

研究者番号：50399507