

ネットに求めるつながりの強さ 韓国ネット・ユーザーの意識調査から

横浜国立大学大学院環境情報研究院

教授 竹田 陽子

Do they expect weak ties or
strong ties on networks?
A survey on Korean net users

Yoko TAKEDA
Professor, Graduate School of
Environment and Information
Sciences, Yokohama National
University

要約

本研究では、ネット上のコミュニケーションが活発になされている韓国の20代と30代に対して質問紙調査をおこない、ネット上での弱いつながりと強いつながりに関するポジティブ、ネガティブ両面の認識がネット上で求めるつながりの強さにいかに影響するかを検証した。ネットへの弱いつながり志向は、弱いつながりに対する情報収集、影響力強化、自己表現のメリット、不確実性のリスクの認識がなされているほど、また、強いつながりに対する情報収集メリットの認識がなされていないほど高かった。一方、ネットへの強いつながり志向は、強いつながりから得られる影響力強化のメリットが認識されているほど、また、弱いつながりに対する情報収集メリットと不確実性リスクが認識されているほど高かった。つながりの志向性を問わずネットで活発にコミュニケーションする人は情報や資源が幅広く得られるというメリットを感じ、同時に、よく知らない人とやりとりすることのリスクも感じているということが言える。また、ネットに弱いつながりを求める人と強いつながりを求める人の違いには、影響力の源泉に対する認識が関わっていることが明らかになった。

SUMMARY

This research identified how positive and negative cognition towards weak and strong ties influences strength of expected ties on networks through questionnaire survey on Korean people in their 20's and 30's. The weak-tie orientation increased when the merits of weak ties regarding information gathering, influence strengthening and self-expression, and the anxiety risk with weak ties were cognized. The strong-tie orientation increased when the merits of strong ties regarding influence strengthening as well as information-gathering with weak ties and the anxiety risk with weak ties were cognized. It could be said that, regardless of strength of ties, those who communicate with other people actively felt merits of getting wide range of information and resources, and at the same time they felt anxiety of communicating unknown people. In addition, we found that the difference between those who expect weak ties and those who expect strong ties on networks is related to their cognition about source of influence.

1. 本稿の目的

1990年代半ばから本格化したインターネットと携帯電話の普及により、ネット（本稿ではインターネットをはじめとするコンピュータ・ネットワークと携帯電話によるデータ通信ネットワークを併せてネットと呼ぶ）上には、メール、チャット、掲示板、ソーシャル・ネットワーキング・サービス、ブログ、プロフ、動画共有、ネットゲームといった多様な形態のコミュニケーションの場が提供され、幅広い年代に利用されている。ネットが普及する初期においては、バーチャル・コミュニティといった言葉から連想されるように、ネット上では対面接触を中心とした日常のつきあいからは隔絶されたコミュニケーションが展開されているというイメージが強かった。川上他（1993）は、インターネットの爆発的な普及前のパソコン通信上で展開されるコミュニケーションを観察し、既存の帰属を超えた新しい縁が生まれていく現象を情報縁と呼んだ。

情報縁で想定されている人間関係は、Granovetter（1973）の言う弱いつながり（weak ties）である。Granovetter（1973）は、接触時間、情緒的な強さ、親密さ、助け合

いの程度の組み合わせとして定義される ties（人と人とのつながり）がむしろ弱いことが新しい情報やイノベーションの獲得の可能性を広げ、また、全員が互いのことを知らなくてもコミュニティが維持されるしくみとして有効に機能することを指摘した。この弱いつながりがネット普及前の世界にはなかった多様な形で生み出されることを情報縁として期待されたのである。

しかし、その一方で、ネット上では既存の緊密な人間関係、強いつながり（strong ties）をさらに強化する形でも盛んにコミュニケーションが行われていることが知られている。例えば携帯メールは強いつながりとのコミュニケーションに使われる傾向にある。携帯メールのみの利用者は、PCメールの利用者よりも人付き合いが狭く、知人友人の職業のパラエティが少ない（宮田、2005）。携帯メールは音声通話よりも家族や既存の友人関係強化に使われる（小林・池田、2005a）。これらは、アプリケーションやサービス等の技術特性が利用者の行動に影響する例である。

また、青木（2006）は、ソーシャル・ネットワーキング・サービスにおいて知り合いの知り合い（弱いつ

ながり)を信頼するグループは直接の知り合い(強いつながり)への信頼も高いことを見出した。これは、同じ技術を使う場合であっても、ネット上の弱いつながりと強いつながりに対する個人の認識のあり方がつながりに対する態度や行動に影響していると見ることができる。人々はネット上の弱いつながりと強いつながりに対してポジティブなイメージやネガティブなイメージを持っており、どのような認識を抱いているかは個人によってばらつきがあり、これがネット上のコミュニケーションのあり方の多様性をもたらしていると考えられるのである。

本研究では、ネット上で多彩なコミュニケーション・サービスが提供され、若者層を中心にネット上のコミュニケーションが活発になされている韓国において、20代、30代を対象に調査をおこない、ネット上での弱いつながりと強いつながりに関するポジティブ、ネガティブ両面の認識がネット上で求めるつながりの強さに与える影響を検証した。

2. 弱いつながりと強いつながりに対するポジティブ／ネガティブな認識

ネット上の弱いつながりに対するポジティブな認識として考えられるものは第1に、日常密接に接触している範囲を超えて知り合いの知り合いなどの薄い縁にアクセスすることによって必要な情報や資源が得られるチャンスを拡大できることがある。Granovetter (1973)は、新しい職に関する情報は家族や親しい友人といった強いつながりよりもむしろ知り合いの知り合いといった弱いつながりが得られることが多いことを見出した。この弱いつながりから得られる情報収集のメリットはさまざまな分野で実証されている。企業の研究開発では、ゲートキーパー(Allen, 1977; Tushman, 1977; Tushman & Katz, 1980)と呼ばれる、外部への接触を頻繁に行い、かつ外部から得られた情報を咀嚼して内部に広げる役割を担う人々がイノベーションの創出に重要な役割を果たしていることが知られている。ゲートキーパーは、企業や研究機関など異なるコミュニティを架橋する弱いつながりの結節点となり、イノベーションを呼び込む役割を果たしていると考えられる。

第2に、多くの弱いつながりを持つということは、単に有益な情報を集めるだけでなく、弱いつながりを持っている人自身の影響力を増大させることがある。Burt (1995)は、人々が相互に密接に結びついているクラスターが複数存在し、クラスター同士のつながりは相対的に少ないような構造(構造的な空隙)にある場

合、構造的な空隙に立ち、クラスターとクラスターを結びつけることのできる者の利得や影響力は増大することを指摘した。構造的な空隙にある者は、クラスター間に流れる情報を統制し、複数のクラスターを競争させたり、クラスター間の緊張を緩和させなど、当事者ではなく第三者として自己に有利な状況をつくり出すことができるからである。クラスター間の架橋は強いつながりであることもあり得るが、クラスター内部のつながりに比べてその多くは弱いつながりである。管理職の昇進に関する実証研究では、構造的な空隙に立っている人ほど昇進が速いことが明らかになっている。

第3は、日常生活では得られない広い範囲の相手に向かって自己表現をする場を得ることである。これらのメリットの認識はネットへの弱いつながり志向を増加させると考えられる。ネット上の日記であるブログが世界的に普及したことはネット上の開かれた自己表現ニーズが広く存在していることを示している。山下他(2005)の調査でも、ネット上で日記を書く動機の一は「自分のことを表現するのによい方法だと思ったから」といった自己表現動機であった。コンピュータを前にすると人は人と直接対面するよりもむしろ自己を開示しやすくなり(Wallace, 1999)、またそのような自己表現はネット上における関係性構築には欠かせないという側面もある(McKenna et al., 2002)ことが指摘されている。

しかしながら、弱いつながりは同時に、相手がどんな人柄であるかわからない不安感や実際にトラブルに巻き込まれるリスクをもたらす可能性があり、このような不確実性を認識するほど弱いつながり志向は減少すると考えられる。平成21年度情報通信白書によると、情報技術の取り扱い能力が高い人ほど情報セキュリティ上のトラブルや違法行為への不安感は低下するが、ネット上のコミュニケーションにおけるマナーや人間関係の悪化に対する不安感は低下せず、人間関係面の不確実性認識は根強いものであることが伺える。

一方、強いつながりを持つことにもメリットがあると考えられる。第1に、いつもつきあっている人からこそ得られる密度の濃い情報や資源がある可能性がある。特に日常的な接触の頻度や親密さは、親族ではない人同士の間でも生活上の助け合いの可能性を高める(Wellman, 1979)。

第2に、Burt (1995)の構造的な空隙の理論とは反対に、決まった範囲の人とのコミュニケーションを緊密にすることによって影響力を増すことができるという考え方もあり得る。Coleman (1988)は、効果的な規範が発生するには、社会構造に閉鎖性が存在する必要

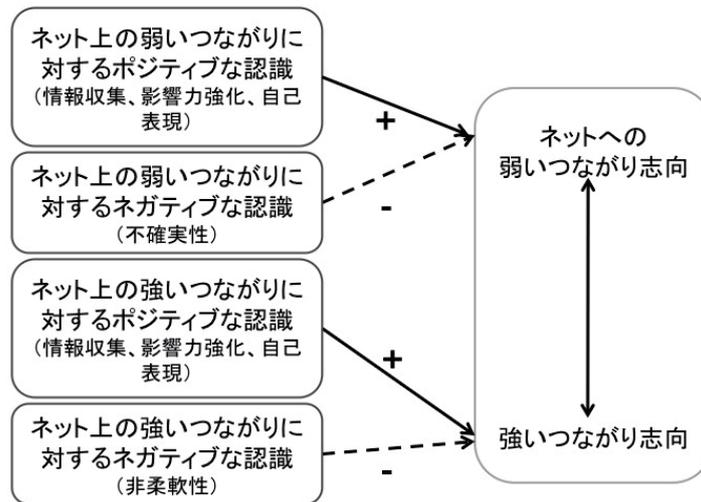


図1：仮説

があるとしている。例えば、学校教育において生徒同士だけでなく、その親同士も互に見知っている状態では、親同士の関係性がない場合に比べて、行動基準や制裁に関して共通認識をつくりやすく、学校内の規範が維持されやすい。個人のレベルでも、強いつながりの中に深く組み込まれることで、コミュニティ内の社会構造の閉鎖性をもたらす社会関係資本を利用して他者への影響力を強めることができる可能性がある。

自己表現に関しても、親しい人にだけ見せたいというニーズは確実にあると考えられる。自己開示情報を開示する相手を一定の基準で制限できるソーシャル・ネットワークキング・サービスの加入者が各国で急速に増加したのは、プライベートな日記や映像などを近い人々だけに見せるといった、それまで提供されてきたオープン型のコミュニティにはない自己表現手段としての価値が認識されているからである。

その一方で、強いつながりには非柔軟性のリスク (Burt, 2001) がある。弱いつながりの情報収集のメリットの裏返しで実質的な機会損失が生じる場合もあれば、決まった相手にばかりコミュニケーションすることに対する息苦しさや不自由感といった心理的にネガティブな反応を生じさせる場合もあるであろう。

図1に示す通り、これらのネット上の弱いつながりに対するポジティブな認識はネットへの弱いつながり志向にプラス、ネガティブな認識はマイナスに働き、ネット上の強いつながりに対するポジティブな認識はネットへの強いつながり志向にプラス、ネガティブな認識はマイナスに働くと考えられる。弱いつながりに対するポジティブな認識は、上述の通り、弱いつながりから得られる情報収集のメリット、弱いつながりを広げることによって影響力を強化するメリット、弱いつながりに対して自己表現をするメリットの認識で

あり、ネガティブな認識は、見知らぬ相手とつきあうことの不確実性のリスクの認識である。また、強いつながりに対するポジティブな認識についても、強いつながりから得られる情報収集のメリット、強いつながりとの関係を強化することによって影響力を強化するメリット、強いつながりに対して自己表現をするメリットの認識があり、ネガティブな認識としては強いつながりだけとつきあうことの非柔軟性のリスクの認識がある。

3. 研究の方法

2007年6月から2008年2月にかけて韓国ソウル市近郊の20-30歳代に対してネットに対する認識と利用実態について調査票調査を実施した。調査地に選んだ韓国は、2008年9月のNIDA (National Internet Development Agency of Korea) のインターネット利用調査によると、6歳以上のインターネット普及率は78% (3536万人) と世界有数のネット普及国であり (日本の6歳以上のインターネット普及率は69%、8811万人：平成20年度情報通信白書)、中でも20代の普及率は99.7%、30代は98.6%とほとんどすべての人がネットを使っている。ネットの上でのコミュニケーション活動やコミュニティ活動も極めて活発で、上記ネット・ユーザーのうち最近1年以内に電子メールを使った人は82.5%、ブログ58.1%、コミュニティサイト50.2%に達している。最も普及しているコミュニティサイトであるサイワールドは、会員2200万人、売上約70億円 (2007年9月にサイワールド幹部社員にインタビュー時の数字) で、日本の最大コミュニティサイトであるmixiの会員1630万人、売上30億円 (mixi平成20年度IR資料) に比較しても巨大である。

表 1：指標の記述統計 (N=126)

	概念	指標	平均値	標準偏差
従属変数	ネットへの弱いつながり志向	ネットを使って、新しい知り合いをどんどん増やしていきたいと思う	4.33	1.518
	ネットへの強いつながり志向	ネットを使って、親しい知り合いとの関係をさらに親密にしたいと思う	5.37	1.224
独立変数	ネット上での弱いつながりに対するポジティブな認識：			
	情報収集	ネットを通じて知り合いが広がると、よい情報が得られたり、よい機会（よい人に会える等）に恵まることが増えると思う	5.00	1.302
	影響力強化	ネットを通じて知り合いが広がると自分の影響力が強まる	4.25	1.237
	自己表現	ネットを通じて、知り合い以外の人にも自分のことをいろいろ表現したいと思う	3.75	1.590
	ネット上での弱いつながりに対するネガティブな認識：			
	不確実性	よく知らない人とネット上でコミュニケーションするのには不安感がある	3.90	1.559
	ネット上での強いつながりに対するポジティブな認識：			
	情報収集	ネットを通じて親しい人とさらに親しくなると、よい情報が得られたり、よい機会（よい人に会える等）に恵まることが増えると思う	5.19	1.155
	影響力強化	ネットを通じて知り合いとの関係が深まると、自分の影響力が強まる	4.33	1.290
	自己表現	ネットを通じて、知り合い以外の人にも自分のことをいろいろ表現したいと思う	4.35	1.454
	ネット上での強いつながりに対するネガティブな認識：			
	非柔軟性	ネットで決まった相手とばかりつきあっていると息苦しく感じることもある	3.34	1.421
統制変数	ネット上の一般互酬性	ネット上で人から親切にしてもらった場合、自分もネット上で他の人に親切にしようという気持ちになる	5.23	1.242
	ネット上の一般信頼	ネット上で会おう人たちのほとんどは信頼できる	3.27	1.046
	年齢	(年齢)	27.43	4.062
	コンピュータ・ネットワーク使用歴	(開始年)	1997.66	1.905
	ネットワーク利用時間	(分/日)	267.41	227.614

*年齢、コンピュータ・ネットワーク使用歴、ネットワーク利用時間を除く全変数は「非常にあてはまる」から「まったくあてはまらない」までの7点の間隔尺度で測定した。

調査の手順は、2名の調査補助者が男女はおおよそ半数ずつ、学生、20代の有職社会人、30代の有職社会人がおおよそ3分の1ずつになるように所属の多様性に配慮して調査協力を求め、承諾者に調査票を配布しほぼ全員から合計126票回収した(注1)。回収サンプルは女性56%、男性44%、年齢は20-24歳21%、25-29歳48%、30-39歳30%、職業は学生30%、有職者68%、その他(失業中等)2%であった。調査票回答者の内40人に対しては、調査者が文化的背景等を深く理解するために調査票回収後、フォローアップのインタビューを通訳付きでおこなった。

図1の仮説を検証するため、ネットへの弱いつながり志向と強いつながり志向を従属変数として重回帰分析を行った。表1に示すとおり、従属変数のネットへの弱いつながり志向は「ネットを使って、新しい知り

合いをどんどん増やしていきたいと思う」、ネットへの強いつながり志向は「ネットを使って、親しい知り合いとの関係をさらに親密にしたいと思う」について「非常にあてはまる」から「まったくあてはまらない」までの7点の尺度で測定した。

独立変数は、図1の仮説の通り、ネット上での弱いつながりに対するポジティブな認識としての情報収集のメリットを「ネットを通じて知り合いが広がると、よい情報が得られたり、よい機会に恵まることが増えると思う」、同じく影響力が強化されるメリットを「ネットを通じて知り合いが広がると自分の影響力が強まる」、同じく自己表現のメリットを「ネットを通じて、知り合い以外の人にも自分のことをいろいろ表現したいと思う」、ネット上での弱いつながりに対するネガティブな認識としての不確実性のリスクを

表2：ネットへの弱いつながり志向と強いつながり志向の関係
(表中の数字は度数。N=126, r=0.485 p<0.001)

		ネットへの弱いつながり志向*						
		まったくあてはまらない 1	2	3	4	5	6	非常にあてはまる 7
ネットへの強いつながり志向**	1	1	0	0	0	0	0	0
	2	1	2	0	0	0	0	0
	3	1	0	2	1	1	0	0
	4	2	1	2	5	3	0	0
	5	1	2	6	14	18	3	1
	6	0	3	3	11	11	8	0
	7	2	0	1	4	2	6	8

*「ネットを使って、新しい知り合いをどんどん増やしていきたいと思う」、

**「ネットを使って、親しい知り合いとの関係をさらに親密にしたいと思う」

「よく知らない人とネット上でコミュニケーションするのは不安感がある」、ネット上での強いつながりのポジティブな認識に含まれる情報収集のメリットを「ネットを通じて親しい人とさらに親しくなると、よい情報が得られたり、よい機会に恵まれることが増えると思う」、同じく影響力強化のメリットを「ネットを通じて知り合いとの関係が深まると、自分の影響力が強まる」、同じく自己表現のメリットを「ネットを通じて、知り合いに自分のことをもっとよく知って欲しいと思う」、ネット上での強いつながりに対するネガティブな認識としての非柔軟性のリスクを「ネットで決まった相手とばかりつきあっていると息苦しく感じることもある」について、従属変数と同じ7点尺度で測定した。

統制変数としては、年齢による影響をコントロールするため実年齢、経験効果をコントロールするためネット使用歴（年数）、ネット利用度をコントロールするため一日当たりの平均ネット使用時間（分）をモデルに投入した。また、小林・池田（2005b）は、不特定の相手との相互援助の感覚である一般互酬性と一般的に他人をどの程度信頼するかどうかという一般信頼感（Putnam, 2000）がネットコミュニティへの参加を促進することを見出している。このことから、ネット上の一般互酬性と一般信頼感もつながりの志向性に影響することが考えられるため、小林・池田（2005b）の使用した尺度に倣って、ネット上の一般互酬性は「ネット上で人から親切にしてもらった場合、自分もネット上で他の人に親切にしようという気持ちになる」、ネット上の一般信頼感は「ネット上で出会う人たちのほとんどは信頼できる」について7点尺度で測

定した。

各変数の記述統計を表1に示す。

4. 結果

当初、図1で示した通りネットへの弱いつながり志向と強いつながり志向には逆方向の相関があることを予想していたが、実際には0.485（p<0.001）で正の相関があった。しかも、表2に示した通りその分布には偏りがあり、表2の左下部分にはある程度分布がある一方で右上の部分にほとんど分布していない。つまり、ネットへの弱いつながり志向が高いほど強いつながり志向は高くなるが、必ずしも強いつながり志向が高いほど弱いつながり志向が高くなるわけではないことがわかった。両志向は同一軸上にある概念ではなく異なる性質を持っていると考えられる。

そこで、両志向を一つの軸とせず、弱いつながり志向、強いつながり志向それぞれについて表3のように重回帰分析をおこなった。調整済み決定係数は0.354と0.302と、心理尺度を中心とする質問紙調査の分析結果としてはまずまず良好であった。

ネットへの弱いつながり志向は、弱いつながりに対する情報収集、影響力強化、自己表現のメリット、不確実性のリスクの認識がなされているほど、また、強いつながりに対する情報収集メリットの認識がなされていないほど高かった。一方、ネットへの強いつながり志向は、強いつながりから得られる影響力強化のメリットが認識されているほど、また、弱いつながりに対する情報収集メリットと不確実性リスクが認識されているほど高くなっている。両志向ともに有意に働

表 3：重回帰分析の結果 (N=126)

		ネットへの 弱いつながり志向		ネットへの強い つながり志向	
		標準化係数	VIF	標準化係数	VIF
ネット上の弱いつながりに対するポジティブな認識：	情報収集	0.336***	2.036	0.279***	2.036
	影響力強化	0.305***	2.246	0.005	2.246
	自己表現	0.261**	2.040	0.078	2.040
ネット上の弱いつながりに対するネガティブな認識：	不確実性	0.160**	1.203	0.281***	1.203
ネット上の強いつながりに対するポジティブな認識：	情報収集	-0.336***	1.944	-0.015	1.944
	影響力強化	0.031	2.475	0.269**	2.475
	自己表現	0.040	1.819	-0.070	1.819
ネット上の強いつながりに対するネガティブな認識：	非柔軟性	-0.051	1.301	-0.108	1.301
ネット上の一般互酬性		-0.006	1.201	0.074	1.201
ネット上の一般信頼感		0.003	1.293	-0.120	1.293
年齢		-0.162*	1.689	-0.131	1.689
コンピュータ・ネットワーク使用歴（年）		-0.073	1.619	-0.179*	1.619
ネットワーク利用時間（分/日）		0.183**	1.292	0.304***	1.292
adjusted R ²		0.354		0.302	

* 各変数の詳細は表 1 参照。

ていない独立変数は、強いつながりへの自己表現メリットの認識、強いつながりに対する非柔軟性のリスクの認識であった。

統制変数に関しては、年齢が低いほど弱いつながり志向が高かった。これは、若い世代ほど新しいつながりを求める傾向が強いという既存研究と整合的である(宮田, 2005)。また、コンピュータ使用歴が短いほど強いつながり志向が高い傾向が見られた。また、両志向とも、ネットワーク利用時間が長いほど高まる傾向が見られた。一般互酬性、一般信頼感は両志向ともに有意に働いていなかった。小林・池田(2005b)で一般互酬性と一般信頼感が有意に働いているのはネットコミュニティへの参加の有無であるが、韓国でのネットコミュニティの普及率は前述の通り極めて高く、実態を反映して本調査では一日の内にネットコミュニティに多少とも時間を費やす回答者の割合は91%という高水準にある。一般互酬性、一般信頼感は、ネットコミュニティにすでに参加している人がネットコミュニティの中でどのようなつながりを求めるかというレベルでは大きな影響を及ぼさないと考えられる。(注2)

弱いつながりから得られる情報収集のメリットの認識と弱いつながりがもたらす不確実性の認識、およびネットワーク利用時間は、両志向に共通して正に働く要因であり、これらの要因は、弱いつながり、強いつながりを問わずネット上で人とつながろうとする人の共通傾向であると見ることができる。ネットを多く利用し、ネットを通じて積極的に情報や機会を求めるといことは、同時によく知らない人とコミュニケーション

ションする機会を増やすということであり、幅広い情報収集は不安感と裏表に相互強化する関係にある。しかし、不安感が人とつながろうとする志向にマイナスに働いていないということは、人とコミュニケーションする行動を大きく阻害するには至っていないと見ることができる。

弱いつながり志向のみに効いているのは、年齢が若いこと、弱いつながりによる影響力の強化、自己表現のメリット、強いつながりに対する情報収集のメリット(マイナス)の認識である。20代、30代の中でも若い層を中心に、知り合いを広げることによる影響力の増大を評価し、親しい知り合い以外の人にも自己表現をしたいという欲求があり、親しい人から得られる情報の評価が低いほど、弱いつながり志向が強くなる。

一方、強いつながり志向のみに効いているのは、コンピュータ・ネットワーク使用歴が短いことと、強いつながりから得られる影響力の認識である。ネットに関して比較的レイトアダプターで、人間関係を広げることから得られる影響力よりも従来の人間関係を大切にすることから得られる影響力を評価する人は強いつながり志向が高い傾向にある。

5. 考察

本調査から見いだされたことは、まず、つながりの志向性を問わずネットで活発にコミュニケーションする人は情報や資源が幅広く得られるというメリットを感じ、同時に、よく知らない人とやりとりすることの

リスクも感じていることである。弱いつながりの情報収集メリットと不確性の認識は裏表であるが、リスク認識は少なくともネット上のつながりの志向性の阻害要因にはなっていない。一方、ネットに弱いつながりを求める人と強いつながりを求める人の特徴の差は、不特定多数への自己表現欲求と強いつながりから得られる情報の有用性、影響力の源泉に対する認識、年齢、コンピュータ・ネットワーク使用歴であった。

特筆すべきは、自らの影響力の源泉に関しては2つの見方があり、つながりの志向性に対称的に作用していることである。自己の影響力が知り合いを広げることにより得られると見ている人は弱いつながり志向を持ち、影響力が親しい人との関係の強化から得られると見ている人は強いつながり志向を持つ。

Burt (2001) は、閉鎖性のある社会構造 (Coleman, 1988) が社会関係資本を生み出すという論理に疑問を投げかけ、構造的空隙 (Burt, 1995) に存在する価値を得ることこそが重要であると主張している。Lin (2001) は、状況依存的な見方をしており、新しい資源の獲得が必要な状況では弱いつながりを求め (道具的行為)、資源の維持が必要な状況では強いつながりを求める (表出的行為) が適していると述べている。(注3)

本研究の個人の影響力に関する認識の仕方によってつながりの志向性が異なるという発見はこれらの議論にも貢献するものと考えられる。Lin (2001) の状況依存的な行為の選択は客観的な状況から自動的に導き出されるものではなく、少なくとも個人の認識に強く影響されている。客観的な状況は個人の認識に影響を与えるが常にイコールではなく、同じ状況下にある人の間でも認識のばらつきがあり、場合によっては、客観的な状況と個人の認識の集積的な分布にかなりのずれが生じる場合もあるかもしれない。山岸 (1998) が指摘するように、広く機会を求めた方が利益が得られる状況下でも、長年社会構造の閉鎖性が効果を持ってきた歴史的な経緯により、国や地域、あるいは組織の単位で合理的ではない反応が生まれてしまう可能性もあるのである。

本研究の今後の発展可能性としては、ネット上のつながりに対するメリットやリスクの認識がネットに求めるつながりの強さに影響を与えているとすれば、国や地域、セグメントによる認識の分布の違いが適切なサービス設計の多様性を生む可能性があることから、国際比較、セグメント間比較をおこない、その場に合ったビジネス設計へのヒントとする研究が考えられる。例えば、韓国において高いシェアを持つソ-

シャル・ネットワーキング・サービスのサイワールドは、日本をはじめ他国ではほとんど成功していない。ファースト・ムーバー・アドバンテージなどの経路依存性がビジネスの成功を左右していることもあるが、ネット上のつながりに対する認識の分布が国によって異なり、ある国で成功したサービスが他の国では受け入れられないというケースもあり得る。

第二に、本研究はネット・ユーザーのある時点における認識と行動という静的な分析であったが、ネット上で出会い、次第に対面で会うようになり密接につきあうようになる現象など、時間経過を加味した分析が必要である。筆者の観察では、韓国では、ネット上で出会った人々が対面で会うオフラインミーティングを稲妻 (번개) と言うぐらいネット上の関係性が対面の関係に移行する速度が速い。また、日本はネット上で非常に親しくなってもネット上だけの関係が続くことも少なくないが、韓国ではソウル周辺に人口が集中していることもあり、対面に移行する割合も高い印象がある。

その一方で、最初は弱いつながりを積極的に広げようとするが次第に固定化してしまう現象も広く見られる。2007年9月の筆者のサイワールド幹部に対するインタビューでは、近年、サイワールドのユーザーが決まった知り合いだけとコミュニケーションする傾向が強まっている。サイワールドはユーザーに関係性を広げることを促す新しいサービスを打ち出しているが、なかなか効果がないとの証言を得た。また、ネット・ユーザーへのインタビュー調査では、大学進学等、新しい関係性が生まれる時期には熱心にネットを使い、さらに知り合いを広げようとしたが、その後次第に決まった相手のみとコミュニケーションするようになったというコメントが複数見られた。個人のライフサイクルとネットへのつながり志向が密接に関係していることを伺える。このような個人レベルのライフサイクルとビジネスのライフサイクルとの兼ね合いについても、一般性のある理論構築と実証をおこなう価値があると考えられる。

注釈

- 1) 学生、20代有職者、30代有職者に分けたのは、セグメント別の比較をおこなうためであったが、本稿の分析に関しては、セグメントによる大きな差は見られなかったため、全サンプルで分析している。
- 2) なお、一般信頼性が7点尺度平均3.27と低レベルであるのに対し、一般互酬性が5.23と高い値を示しているのは、小林・池田 (2005b) のネット上で

はオフラインの生活の場に比べ一般信頼感は低いが一般互酬性はむしろ高くなるという調査結果と一致している。

- 3) 西口 (2007) は、閉鎖性のある社会構造から付加価値が生み出されるメカニズムとしてのフラクタル連鎖 (組織や企業間関係において階層構造の異なるレベルに入れ子状に同じ構造が存在し、部分最適が全体最適につながっている) と、構造的空隙が価値を生み出すスモールワールド (つながりの薄いもの、離れたもの同士が結びつくことによってシステム全体の創造力や強靭さをもたらす) が相補的に働くことを指摘している。

参考文献

- Allen, T. (1977) "Managing the Flow of Technology," MIT Press.
- 青木孝次 (2006) 「mixi におけるネットワーク行動」, 早稲田大学 IT 戦略研究所編『mixi と第二世代ネット革命』東洋経済新報社, pp.39-103.
- Burt, R.S. (1995) "Structural Holes," Harvard University Press.
- Burt, R.S. (2001) "Structural Holes versus Network Closure as Social Capital," in N. Lin et al. (eds.) "Social Capital: Theory and Research," Aldine de Gruyter, pp.31-56.
- Coleman, J.S. (1988) "Social Capital in the Creation of Human Capital," American Journal of Sociology, Vol. 94, pp. 95-120.
- Granovetter, M.S. (1973) "Strength of Weak Ties," American Journal of Sociology, 78, 1360-1380.
- 小林哲郎・池田謙一 (2005a) 「携帯コミュニケーションがつなぐもの・引き離すもの」, 池田謙一 編『インターネット・コミュニティと日常世界』誠信書房, pp.67-84.
- 小林哲郎・池田謙一 (2005b) 「オンラインコミュニティの社会関係資本」, 池田謙一 編『インターネット・コミュニティと日常世界』誠信書房, pp.148-184.
- 川上善郎・川浦康至・池田謙一・古川良治 (1993) 『電子ネットワークの社会心理』誠信書房.
- McKenna, K.Y.A, A.S. Green and M. E. J. Gleason (2002) "Relationship Formation on the Internet: What's the big attraction?" Journal of Social Issues, Vol. 58, No.1, pp.9-31.
- 宮田加久子 (2005) 『きずなをつなぐメディア』NTT 出版.
- 西口敏宏 (2007) 『遠距離交際と近所づきあい』NTT 出版.
- Putnam, R.D. (2000) "Bowling alone: The collapse and revival of American community," Simon & Schuster, 2000.
- Tushman, M.L. (1977) "Special Boundary Roles in the Innovation Process," Administrative Science Quarterly, Vol. 22, pp. 587-605.
- Tushman, M.L. and R. Katz (1980) "External Communication and Project Performance: An Investigation into the Role of Gatekeepers," Management Science, Vol. 26, No. 11, pp. 1071-1085
- Wallace, P. (1999) "The Psychology of the Internet," Cambridge.
- Wellman, B. (1979) "The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers," American Journal of Sociology, Vol. 84, pp.1201-1231.
- 山岸俊男 (1998) 『信頼の構造』東京大学出版会.
- 山下清美・川浦康至・川上善郎・三浦麻子 (2005) 『ウェブログの心理学』NTT 出版.

付録：質問票（一部抜粋）

- ・ 性別
- ・ 年齢
- ・ 職業
- ・ 最終学歴（在学中を含む）
- ・ インターネットを始めた年
- ・ あなたは一日にどのぐらいの時間をネット（インターネット、メール、携帯のネットサービス）に費やしていますか。

満		才
西暦		年
分単位で		分

問 ネット（インターネットやメール、携帯のネットサービス）を使っての人付き合いに関する次の各項目について、あなたにあてはまる程度を、非常にあてはまる（7点）からまったくあてはまらない（1点）の7点尺度で評価してください。

		非常にあてはまる					まったくあてはまらない	
1		7	6	5	4	3	2	1
1	ネットを使って、親しい知り合いとの関係をさらに親密にしたいと思う	7	6	5	4	3	2	1
2	ネットを使って、新しい知り合いをどんどん増やしていきたいと思う	7	6	5	4	3	2	1
3	ネット上で気の合う人と出会ったら、ネットでのやりとりをさらに頻繁にして、その人との関係を親密にしたいと思う	7	6	5	4	3	2	1
4	ネット上で気の合う人と出会ったら、実際に会ったり電話で連絡して、その人との関係を親密にしたいと思う	7	6	5	4	3	2	1
5	ネットを通じて、知り合いに自分のことをもっとよく知って欲しいと思う	7	6	5	4	3	2	1
6	ネットを通じて、知り合い以外の人にも自分のことをいろいろ表現したいと思う	7	6	5	4	3	2	1
7	ネット上では、日常の自分とは違う、もう一人の自分のイメージを表現したいと思う。	7	6	5	4	3	2	1
8	ネット上の自分と日常の自分の間にイメージのずれがあると、知り合いに対してきまり悪く感じる	7	6	5	4	3	2	1
9	ネットを通じて、よく知らない人に自分のことを知られると気持ち悪く感じる	7	6	5	4	3	2	1
10	ネットを通じて知り合いが広がると、よい情報が得られたり、よい機会（よい人に出会える等）に恵まることが増えると思う	7	6	5	4	3	2	1
11	よく知らない人とネット上でコミュニケーションするには不安感がある	7	6	5	4	3	2	1
12	ネットを通じて親しい人とさらに親しくなると、よい情報が得られたり、よい機会（よい人に出会える等）に恵まることが増えると思う	7	6	5	4	3	2	1
13	ネットを通じて知り合いが広がると自分の影響力が強まる	7	6	5	4	3	2	1
14	ネット上の知らない人の情報でも役に立つことがしばしばある	7	6	5	4	3	2	1
15	ネットを通じて知り合いとの関係が深まると、自分の影響力が強まる	7	6	5	4	3	2	1
16	ネットで決まった相手とばかりつきあっていると息苦しく感じることもある	7	6	5	4	3	2	1

問 次の各項目について、あなたにあてはまる程度を、非常にあてはまる（7点）からまったくあてはまらない（1点）の7点尺度で評価してください。

		非常に あてはまる						まったくあて はまらない
1	他の人に、自分以外の方が管理しているコミュニティサイト、掲示板、blogを見に行ったり参加することをすすめることがよくある	7	6	5	4	3	2	1
2	パドタギなどで、知り合いの知り合いのサイトによく行くことがある	7	6	5	4	3	2	1
3	いろいろなコミュニティ、掲示板、blogに参加しているといろいろな情報や機会（人に出会う等）がもたらされると思う	7	6	5	4	3	2	1
4	決まった少数のコミュニティ、掲示板、blogに熱心に参加しているといろいろな情報や機会（人に出会う等）がもたらされると思う	7	6	5	4	3	2	1
5	自分のサイトの更新を負担に感じることもある	7	6	5	4	3	2	1
6	ネット上で人から親切にしてもらった場合、自分もネット上で他の人に親切にしようという気持ちになる	7	6	5	4	3	2	1
7	ネット上で出会う人たちのほとんどは信頼できる	7	6	5	4	3	2	1
8	おもしろいネットコミュニティ、掲示板、blogがないか、常に探している	7	6	5	4	3	2	1
9	他の人へのプレゼントにネット上だけで使えるもの（ドトリ、アバターやミニホームビ用のデジタルアイテム、音楽など）をあげることがよくある	7	6	5	4	3	2	1
10	決まった少数のコミュニティ、掲示板、blogでばかり活動していると息苦しく感じることもある	7	6	5	4	3	2	1
11	企業のホームページやミニホームビによく訪れる	7	6	5	4	3	2	1
12	コンピュータのことは詳しくないので、何かトラブルがあるたびに人に聞く	7	6	5	4	3	2	1
13	よく知らないコミュニティ、掲示板、blogで活動すると不安感がある	7	6	5	4	3	2	1
14	ネット上で自分のことを知った知らない人や企業から迷惑なこと（嫌なことを言われる、望まないのに個人的に連絡してくる、広告を送られる等）をされた経験がある	7	6	5	4	3	2	1
15	知り合いにコミュニティを紹介することによって、自分のネットワークも広がり、よい情報が得られたり、よい機会（よい人に出会う等）に恵まることが増えると思う	7	6	5	4	3	2	1
16	いろいろなコミュニティ、掲示板、blogに参加していると、自分の影響力が強まる	7	6	5	4	3	2	1
17	決まった少数のコミュニティ、掲示板、blogに熱心に参加していると、自分の影響力が強まる	7	6	5	4	3	2	1
18	自分のサイトや自分のよく行くサイトに企業の広告（アフィリエイトも含む）が入るのには抵抗感がある	7	6	5	4	3	2	1
19	ネット上のさまざまなコミュニティについてよく知っているほうである	7	6	5	4	3	2	1
20	気に入った商品やサービスがあれば、自分のサイトで、企業サイトへのリンク・スクラップ、オンライン広告、アフィリエイトのかたちで積極的に紹介したい	7	6	5	4	3	2	1