

【資料 1】

インターネット・コミュニケーションの 優位性と課題について : 心理学からの提言

第3回ITコミュニケーション活用促進戦略会議
2014. 2. 12

上智大学経済学部経営学科
准教授
杉谷 陽子



プレゼンテーションの流れ

心理学から見た
インターネットコミュニケーションの特徴



研究成果のご紹介



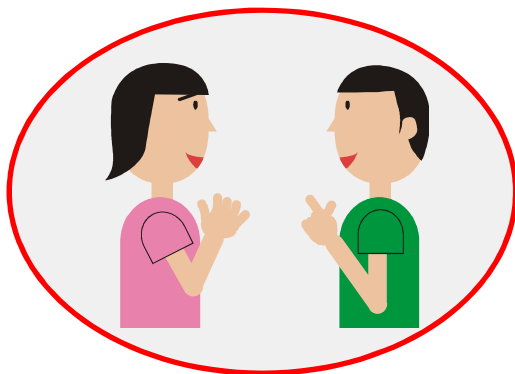
まとめと提言

出発点

- 我々の**生活**、特に**コミュニケーション**において、**インターネット(IT)**はどのような役割を持ち得るのか？

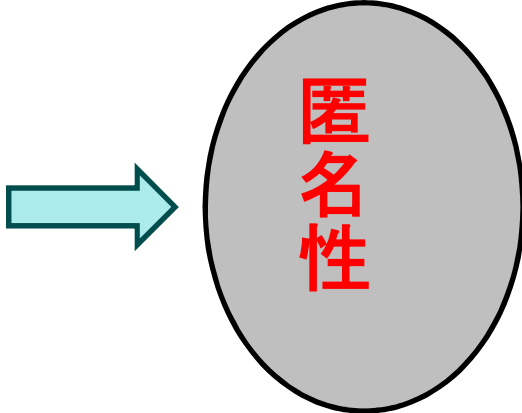


- インターネットコミュニケーションと、従来のコミュニケーション(対面や電話)を対比



インターネット・コミュニケーションの特徴

非言語的手がかり				
	視覚	聴覚	触覚	嗅覚
対面	○	○	○	○
電話	×	○	×	×
メール	×	×	×	×
テレビ電話	○	○	×	×
SNS	○	×	×	×



どっちが匿名性が高い？

- A. 実名、会社のアドレスでメールをする
- B. ハチ公前で知らない人と立ち話する

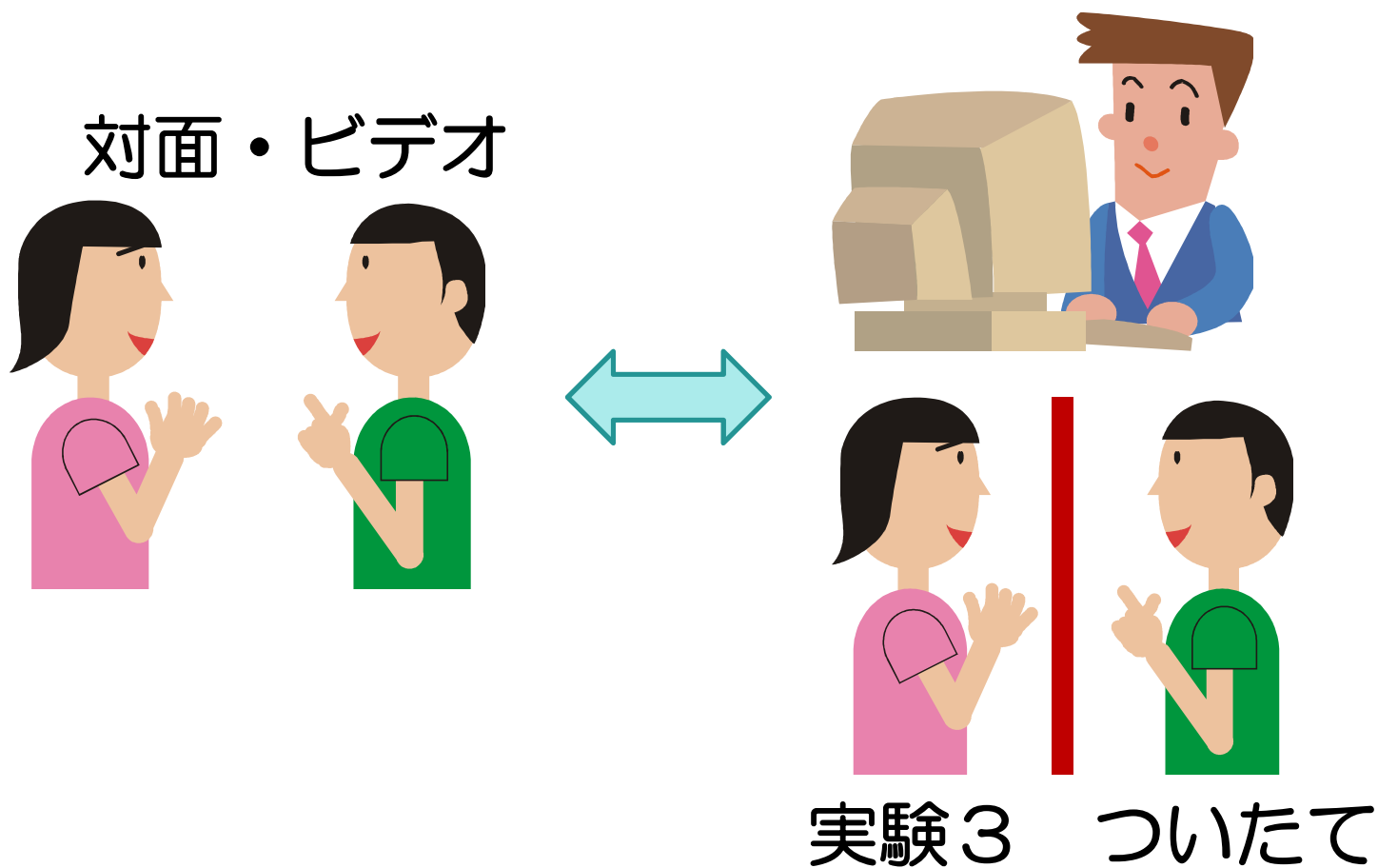


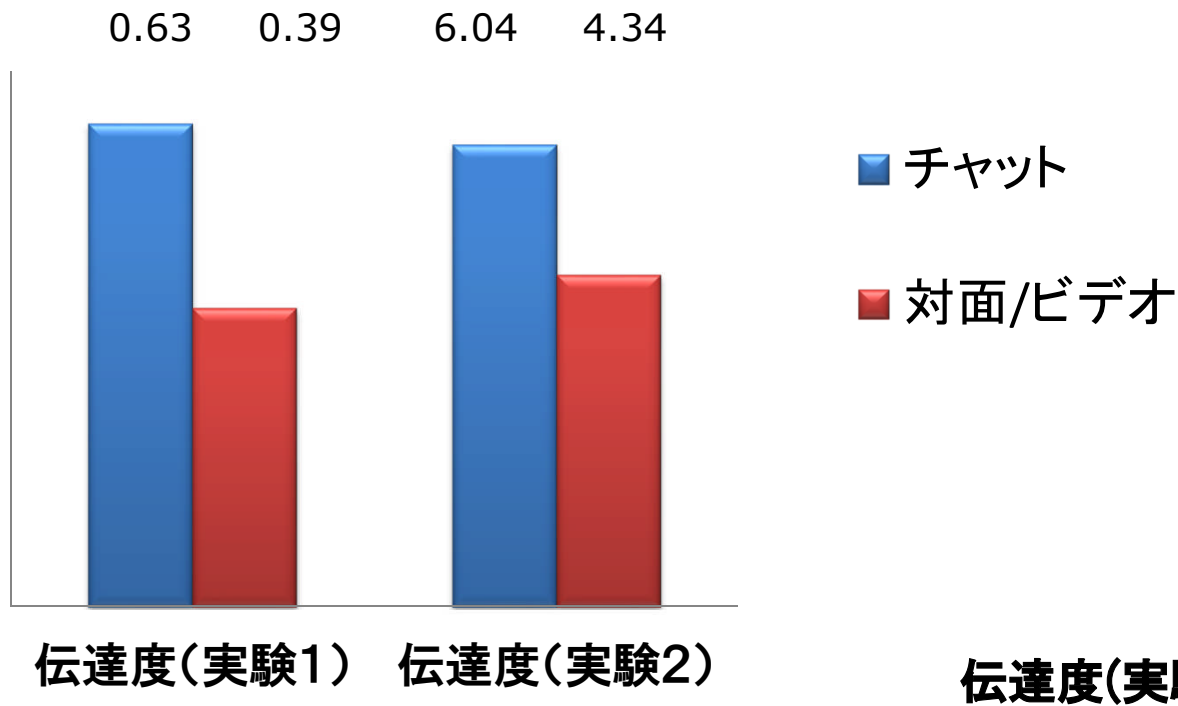
インターネットは本当に 「貧しい」コミュニケーションなのか？

- **1990年代まで**: 米国を中心とした研究
⇒ インターネットは、「非人間的」「非効率的」
「抑うつ状態を生じる」「flaming(炎上)」
- **1990年半ば以降**
 - (1) 社会志向的コミュニケーションも可能
 - (2) ネットをする状況が問題なだけという主張

「情報の伝わりやすさ」の実験

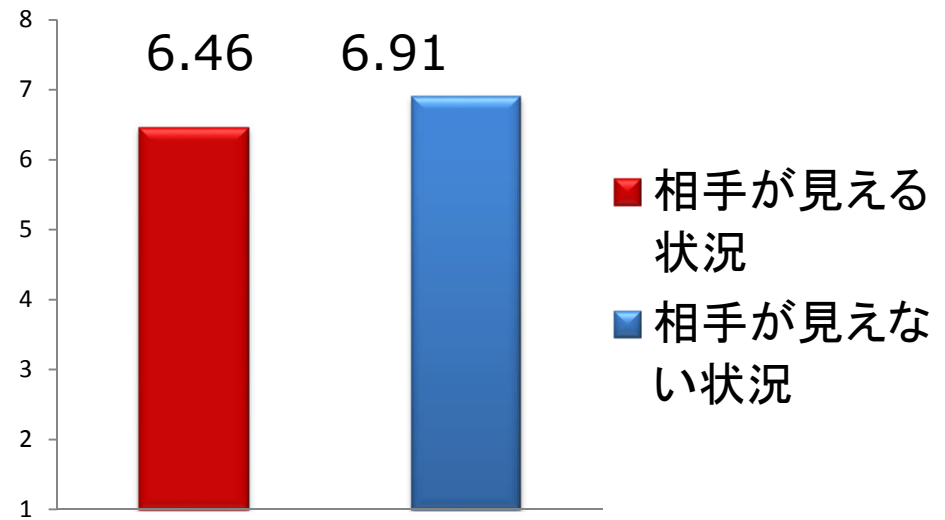
実験1 & 2 チャット





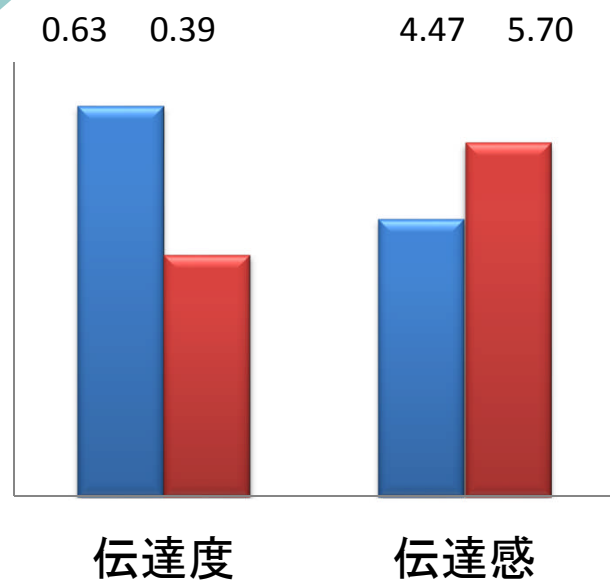
実験データ

インターネットの方が、相手に「**正確**」かつ「**十分に**」、情報が伝わっていることが示された。

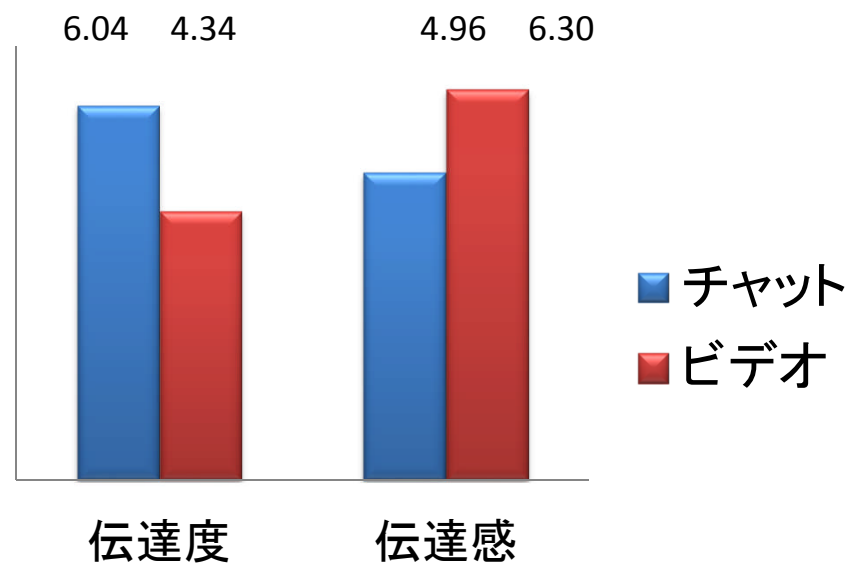


しかし実際はそう感じない

「相手に言いたいことが十分伝わったと思いますか？」
という質問に対する答え(伝達感)



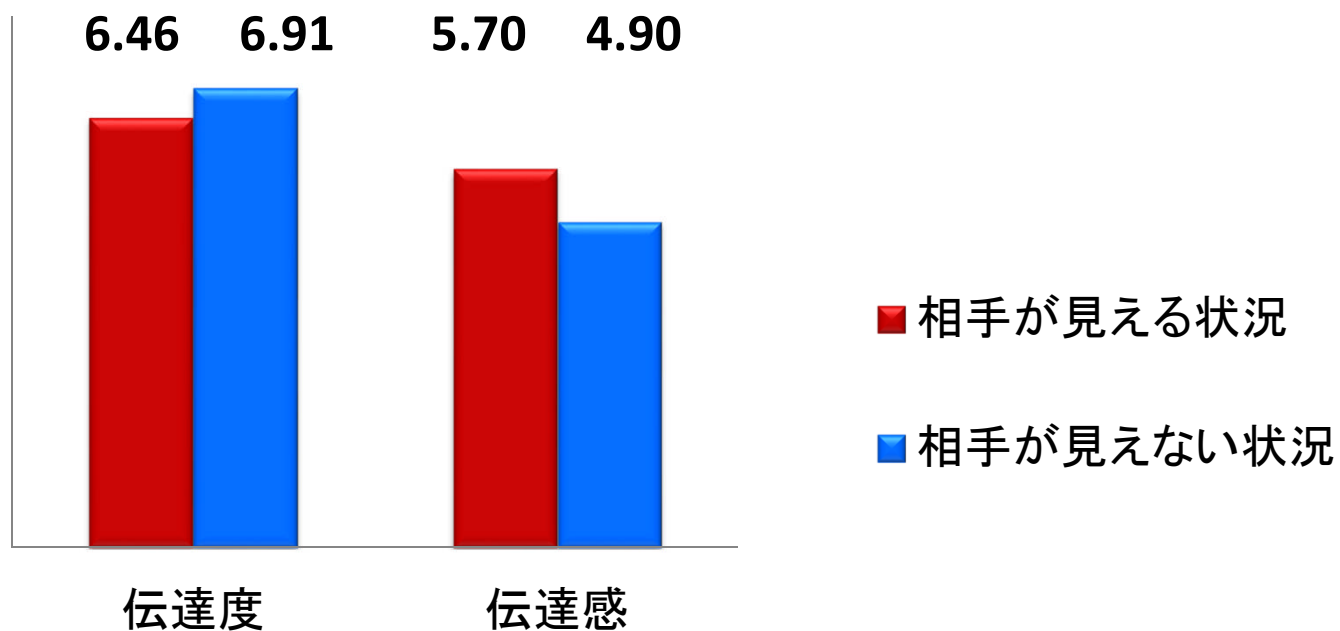
実験1



実験2

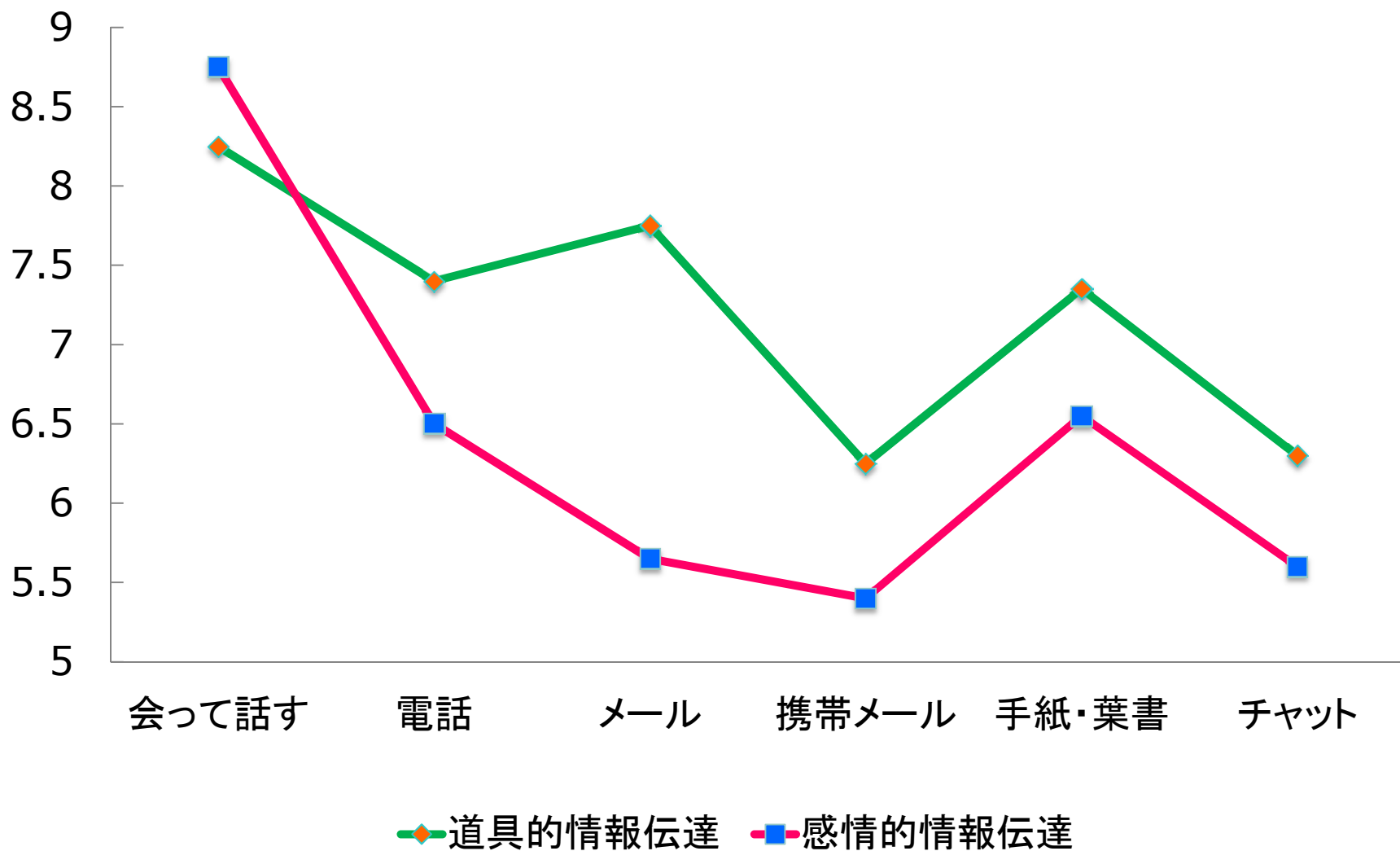
しかし実際はそうは感じない

「相手に言いたいことが十分伝わったと思いますか？」
という質問に対する答え(伝達感)



実験3

メディアごとの主観的「伝わりやすさ」





まとめと提言



研究知見のまとめ

- **インターネットコミュニケーション**の方が、対面コミュニケーションよりも、**客観的には、相手に情報が「正確」かつ「十分に」伝わっていた。**
- しかしながら、実験参加者の**主観的評定**では、インターネットコミュニケーションよりも**対面コミュニケーション**の方が、相手に情報が「正確」かつ「十分に」伝わっていると**感じられていた。**



なぜネットは「伝わりやすい」のか？

- **多重情報処理モデル**
(Multiple Resource Theory)

人は一定の制限のある認知容量を振り分けて外界を認知する。

⇒例えばテレビのように、視覚刺激と言語情報が同時に提示されると、言語に向けられるべき認知容量が奪われる。

⇒文字ベースのインターネットは、**伝えたい情報**だけに注意が向きやすいため、**伝わりやすい**。



それなのに、なぜそう感じないのか？

- 我々の主観(実感)は、**生まれ育った環境**や**文化**に依存する。
「価値観」や**「信念」**とも呼ぶべきもの。

例:「お電話で失礼いたします」
「略儀ながら書中をもって」

ということは、インターネット普及後に生まれ育った世代では、この価値観は変化しているかも？



大学生とIT

- 若年層でも「伝達度」と「伝達感」の差は見られる。
- 「デジタル・ネガティブーネット化に取り残される若者たち」(杉谷ゼミ2013年度卒業論文)



提言

- インターネット・コミュニケーションへの見方を変える啓蒙活動
 - ① 直接体験を促進
→ ポジティブな体験は偏見を減らす
 - ② IT教育の充実
→ 人は曖昧なものには否定的態度を持つ
 - ③ 法律や規制のグレーゾーンの明確化
→ 決まっていないから感情論になる
例: ネット上のプライバシー問題



ご清聴ありがとうございました。

上智大学経済学部
杉谷陽子
yoko.s@sophia.ac.jp