

## 12 章 情報行動規範意識



## 12章 情報行動規範意識

情報機器やメディアを用いた情報行動やコミュニケーション行動を行なう場合に人びとが念頭に置いている、「・・・すべきである」「・・・した方がいい」という規範意識を情報行動規範と定義する(森、1997)。本章では情報行動規範への意識がどのように形成されるかについて考察する。

情報行動規範は固定的なものではなく、新たな情報機器やメディアが社会に浸透するにつれて、ときに既存の規範や社会的状況とのかかわりの中で摩擦を生みつつダイナミックに形成・変容していくものであろう。本調査では1995年、2000年調査から引き続き、数種類の情報行動規範の意識を尋ねている。第1節と第2節では情報行動規範意識の概況とデモグラフィック属性との関係を見る。続いて第3節、第4節では情報行動規範意識を規定する要因について考察を加えることとする。

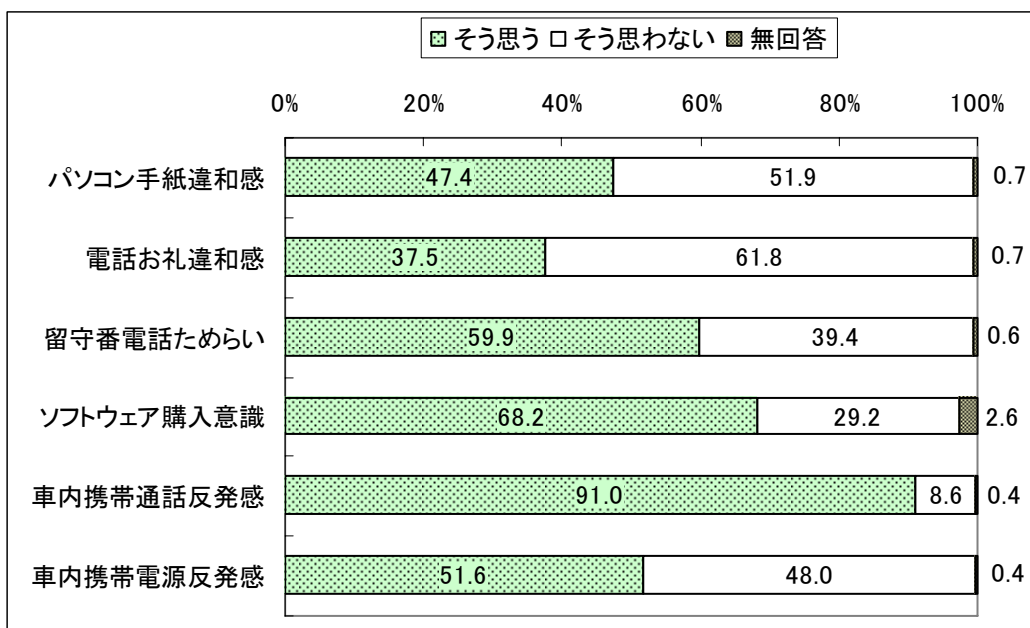
### 12.1 情報行動規範意識の概観

2005年の調査では以下の6つの情報行動規範意識それぞれについて、回答者の態度を「そう思う」「そう思わない」の設問で尋ねた。

- 1) 個人的な手紙をパソコン(ワープロ)で書くのはなるべくやめた方がよい(以後、「パソコン手紙違和感」と略記する)
- 2) 目上の人からの贈り物のお礼を電話で済ませるのはなるべくやめた方がよい(同「電話お礼違和感」)
- 3) 留守番電話に話しを吹き込むのはためらいを感じる(同「留守番電話ためらい」)
- 4) コンピュータのソフトウェアを自分のお金で買うのは当然だ(同「ソフトウェア購入意識」)
- 5) 電車やバスの中では携帯電話やPHSで通話するのはやめるべきだ(同「車内携帯通話反発感」)
- 6) 電車やバスの中では携帯電話やPHSの電源は切るべきだ(同「車内携帯電源反発感」)

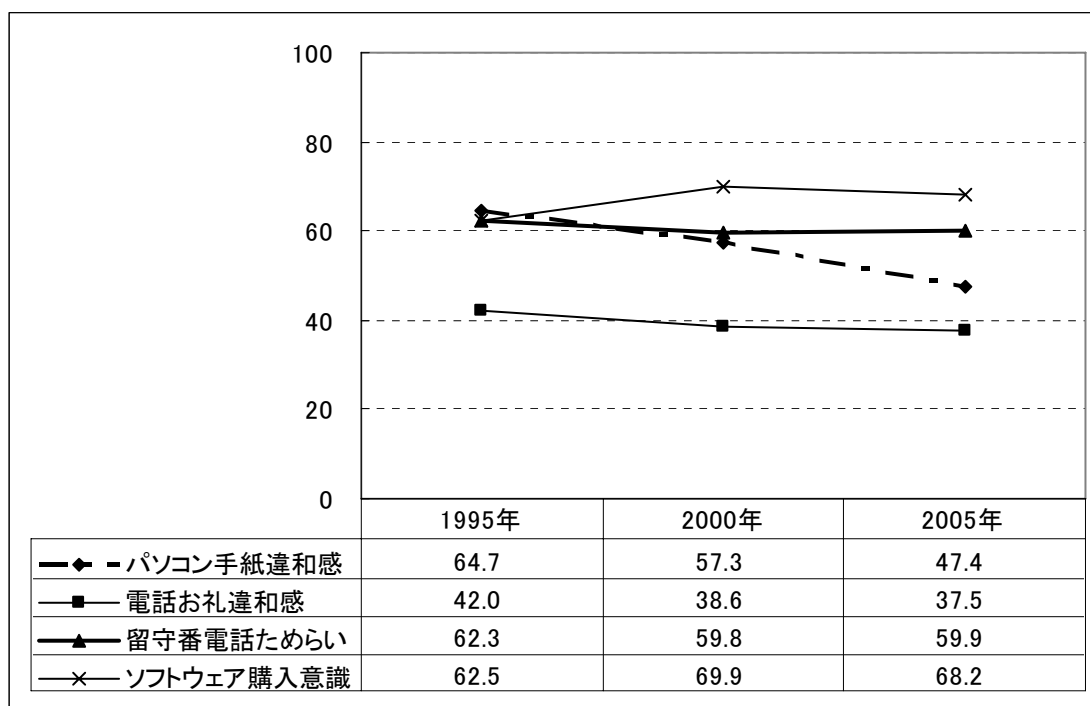
情報行動規範意識の回答結果を図示したものが図12.1.1である。5)の「車内携帯通話反発感」は91.0%、4)の「ソフトウェア購入意識」は68.2%の回答者と大半の回答者が規範意識を有して(「そう思う」と回答)いる。5)「車内携帯通話反発感」とは異なり、6)「車内携帯電源反発感」は「そう思う」「そう思わない」の分布が拮抗していることから、同一の情報機器に関する規範意識であっても、社会での共有度合い(「そう思う」の比率)が異なることがわかる。

図12.1.1 情報行動規範意識 (単位: %)



次に、情報行動規範の共有度合いが経年でどのように変化しているかを見ることとする。上記情報行動規範のうち、1995年調査、2000年調査から継続して尋ねている4つの規範意識の共有度（「そう思う」と回答した比率）を比較したものが図12.1.2である。

図12.1.2 情報行動規範共有度合いの推移（単位：％）



グラフから、情報行動規範共有度合いの変化について3つのパターンが読み取れる。

- ① 共有度合いが減少：パソコン手紙違和感(※)、電話お礼違和感  
※1995年調査および2000年調査では、「ワープロ書きの私信」の是非を尋ねている。
- ② 共有度合いが増加：ソフトウェア購入意識
- ③ 共有度合いの変化なし：留守番電話ためらい

①は情報行動において新たな情報機器・メディアよりも旧来メディアを選択することが妥当とみなす規範意識であり、②は新たな情報機器・メディアの普及に適した行動を正しいと考える規範意識である。①と②は方向こそ違うが、ともに新たな情報機器・メディアが社会に浸透し、新たな情報行動規範が共有されていく過程を反映していると考えられる。「パソコン手紙違和感」や「電話お礼違和感」を共有する人々の比率が減少しているのは、パソコンや電話が上記目的で利用される機会が増え、違和感を覚える度合いが低下しているためであろう。同様に「ソフトウェア購入意識」を共有する人々の比率が増加しているのは、パソコン利用者層の拡大に伴いソフトウェアの違法コピーを行なう利用者が相対的に少数になったことや社会的に違法コピーを問題視する風潮が高まったためであろう。

「電話お礼違和感」の変化に対して、「パソコン手紙違和感」の意識変化が比較的急速であるのは、1995年時点でほとんどの世帯に固定電話が普及し電話利用は既に一般的であったが、パソコンは1995年以降急速に普及しており、パソコンで文書を書く機会もまた激増したためと考えられる（表12.1.1を参照）。

表 12.1.1 情報機器利用率の推移 (単位：%)

	1995 年	2000 年	2005 年
パソコン	10.1	26.9	47.5
ワープロ	26.4	19.5	7.9
携帯電話	4.2	51.1	79.3

ただ、③は①②とやや性格が異なる。携帯電話の普及拡大等により (表 12.1.1 を参照)、人々が留守番電話サービスを利用する機会は増加しているにも関わらず、「留守番電話ためらい」はほとんど変化していないのである。このことから「留守番電話ためらい」設問への回答では、情報機器やメディアの普及に伴い形成・変化する情報規範意識というより、電話で話しかけた相手が留守番電話サービスであった時に、話し手の心中で反動的に生じる違和感を反映していると考えられる。

アフォーダンス論によれば、それぞれのテクノロジーには、ある行為をしやすくし他の行為をしにくくする属性 (アフォーダンス) がある。また、アフォーダンスに反するメディアの使い方をテクノロジーが強いる場合、そのメディアは非人間的なテクノロジーになる (Norman, 1993)。

人と人の会話 (電話による通話を含む) では、話し手がメッセージを一方的かつ一度に聞き手に伝えるのではなく、相手の反応をうかがいながら話の内容や話す順番等を変化させていく。しかし、留守番電話サービスとのやり取りでは、話し手は聞き手からの反応を全く得られないまま、メッセージを全て一度にまとめて話さなければならない。他人と会話をする道具としての電話が有するアフォーダンスに反する利用法であることが、留守番電話サービスの利用機会が増えても「留守番電話ためらい」が一向に軽減されない原因ではないか。さらに言えば、留守番電話サービスに対する違和感の解消のためには規範意識の変化よりも話し手との柔軟な応答を可能にするようなテクノロジーのデザインが必要であるかもしれない。

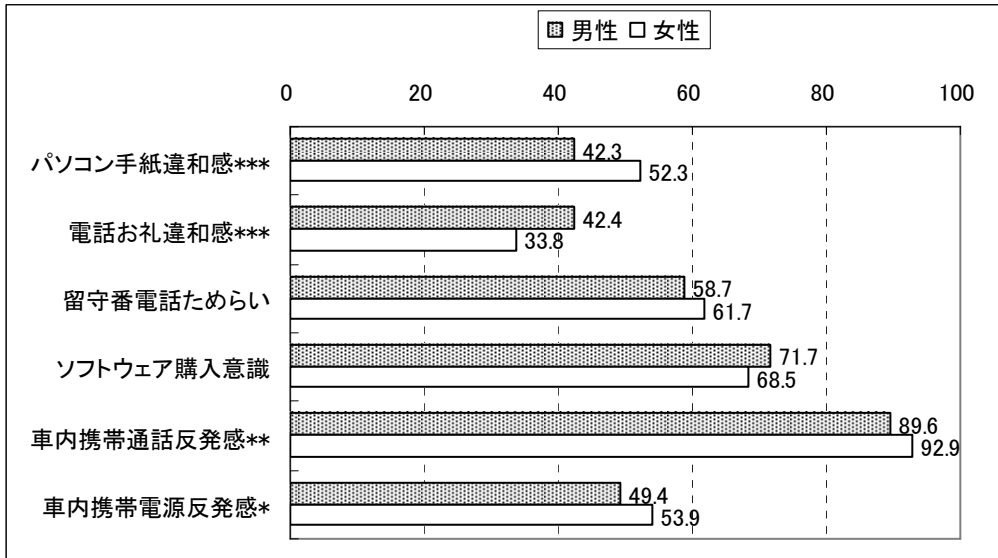
## 12.2 情報行動規範意識とデモグラフィック属性

本節では回答者のデモグラフィック属性と情報行動規範意識との関係を見ることとする。

### 12.2.1 性別と情報行動規範意識

図 12.2.1 は情報規範意識について「そう思う」と回答した比率を性別で比較したものである。性別により情報行動規範意識は異なっているが、差異の内容は規範意識によって区々である。「パソコン手紙違和感」「電話お礼違和感」には比較的大きな差異が見られるが、前者では女性の方が高い違和感を抱いているのに対して、後者では男性の抱く違和感が高い。「車内携帯通話反発感」「車内携帯電源反発感」は女性の違和感がわずかに高い。「留守番電話ためらい」「ソフトウェア購入意識」は性別による統計上有意な差が見られない。

図 12.2.1 性別情報行動規範意識 (単位：%)

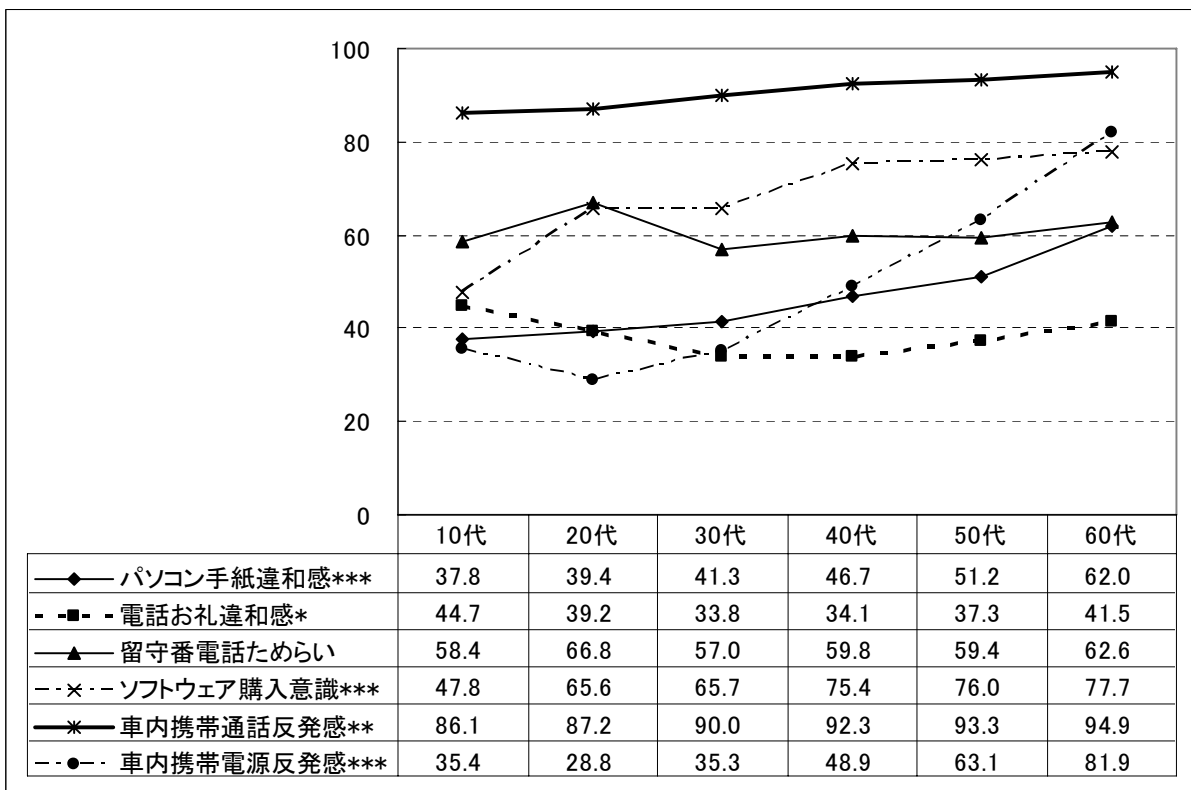


( $\chi^2$ 検定：\*\*\*:p<0.001、\*\*:p<0.01、\*:p<0.05)

### 12.2.2 年齢層と情報行動規範意識

図 12.2.2 は情報行動規範意識の「そう思う」の比率を年齢層別に比較したものである。「留守番電話ためらい」を除き、どの規範意識も年齢層が高くなるほど高くなっている。

図 12.2.2 年齢層別情報行動規範意識 (単位：%)



( $\chi^2$ 検定：\*\*\*:p<0.001、\*\*:p<0.01、\*:p<0.05)

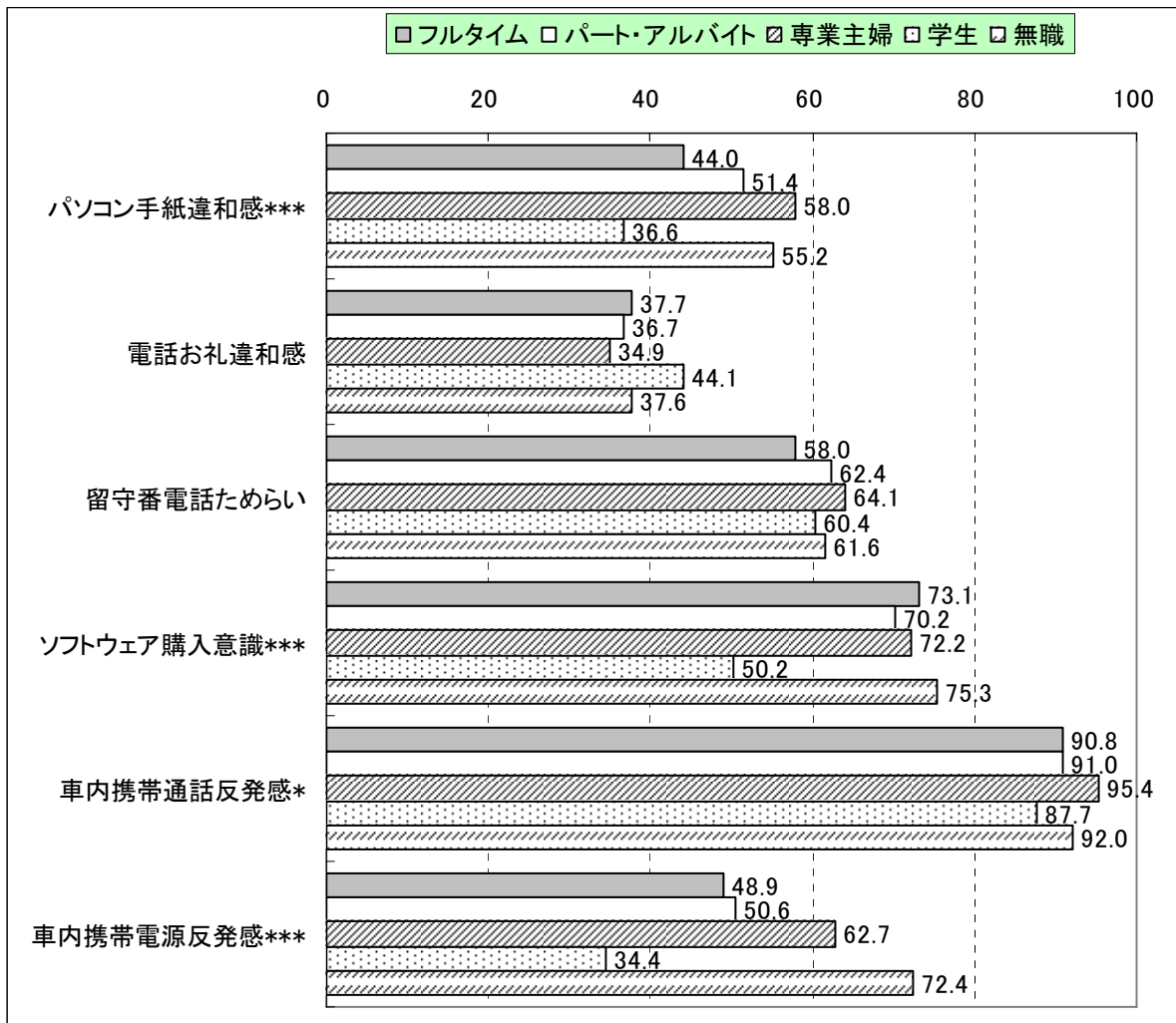
「電話お礼違和感」は10代と60代で高く、30代で最も低くなっている。高年齢層だけでなく低年齢層でも違和感が高いのは、10代、20代では「目上の人からの贈り物の礼をする」機会自体が少なく、設問の状

況へのリアリティをあまり感じていないためかもしれない。「ソフトウェア購入意識」が10代で特に低くなっているのは可処分所得が少ないため自分のお金で買うことが少ないか、自分のお金で買いたくても買えない状況にあるためではないかと考えられる。「車内携帯電源反発感」が20代で特に落ち込んでいるのは、携帯メールなど通話以外の利用を行っている比率が高いためであろう。「留守番電話ためらい」は年齢層による有意差は認められない。

### 12.2.3 職業と情報行動規範意識

図12.2.3では職業別に情報規範意識を「そう思う」比率を比較している。「パソコン手紙違和感」「ソフトウェア購入意識」「車内携帯電源反発感」で学生の意識が他の職業と比較して特に低いことが目立つ。「パソコン手紙違和感」では学生についてフルタイムの違和感が低い。業務上パソコンで文書を作成する機会が多いため違和感が軽減されているのではないか。

図12.2.3 職業別情報行動規範意識

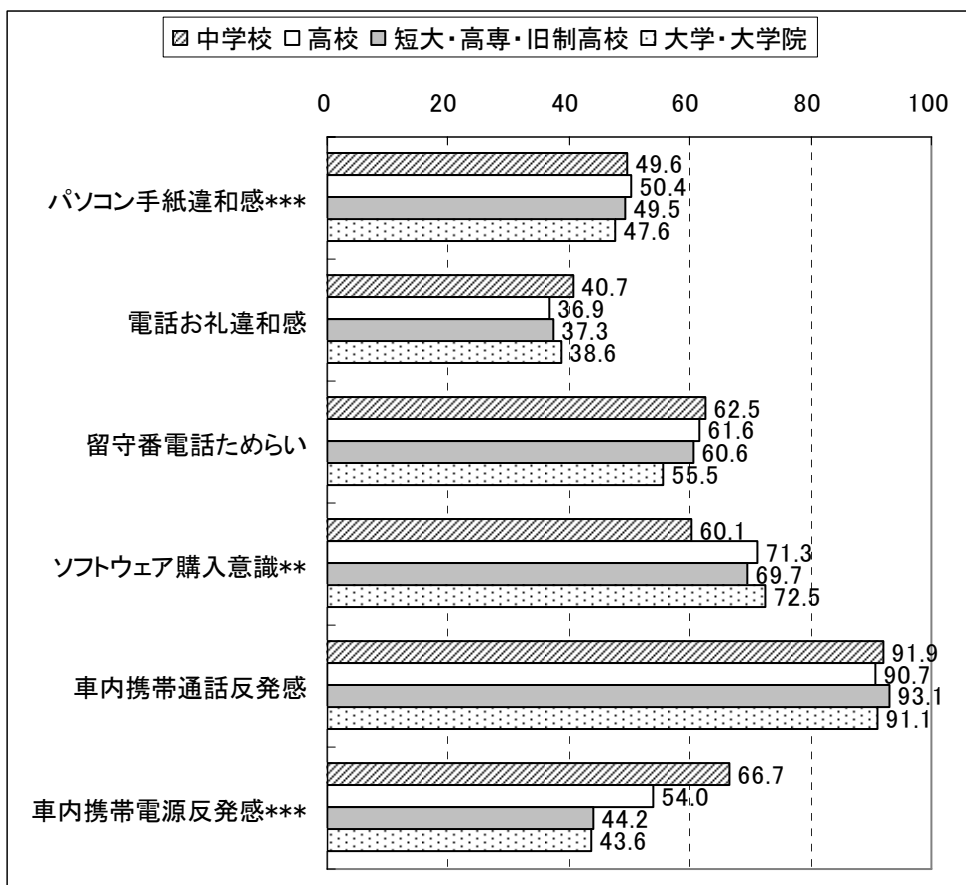


( $\chi^2$ 検定: \*\*\*:p<0.001、\*\*:p<0.01、\*:p<0.05)

### 12.2.4 学歴と情報行動規範意識

図12.2.4では学歴別に情報規範意識を「そう思う」比率を比較している。「パソコン手紙違和感」は大学・大学院卒が最も低い。「ソフトウェア購入意識」は中学校卒で特に低いのは、年齢層と当該規範意識との関係で見られたように可処分所得が影響しているのではないかと考えられる。学歴が高くなるほど「車内携帯電源反発感」が低くなっているのは、携帯電話の利用率の影響であろう（質問表問1の携帯電話の自宅利用率と学歴との順位相関係数は0.278であり、0.01%水準で統計上有意）。

図 12.2.4 学歴別情報行動規範意識 (単位: %)



### 12.3 情報行動規範意識相互の関係

12.1 節では情報行動規範意識の共有度が新たな情報機器・メディアの普及に伴い変化していることを確認した。一方で、当該規範が情報機器・メディアの普及に反するものか適合的であるか、情報機器・メディアの普及が一巡しているか（電話等の場合）普及拡大途上にあるか（パソコン等の場合）によって、情報行動規範意識の変化の方向性やスピードが異なると考えられた。では、情報行動規範意識相互の関係はどのようになっているであろうか。情報行動規範意識相互の Spearman の順位相関係数を示したものが表 12.3.1 である。

表 12.3.1 情報行動規範意識の内部相関

	パソコン手紙違和感	電話お礼違和感	留守番電話ためらい	ソフトウェア購入意識	車中携帯通話反発感	車中携帯電源反発感
パソコン手紙違和感	-	.228***	.047*	.088***	.138***	.204***
電話お礼違和感	.228***	-	.040	.094***	.091***	.100***
留守番電話ためらい	.047*	.040	-	.033	.074**	.061**
ソフトウェア購入意識	.088***	.094***	.033	-	.095***	.110***
車中携帯通話反発感	.138***	.091***	.074**	.095***	-	.284***
車中携帯電源反発感	.204***	.100***	.061**	.110***	.284***	-

\*:p<0.05、\*\*:p<0.01、\*\*\*:p<0.001



「留守番電話ためらい」を除く 5 つの情報行動規範に対する意識は他の 4 つの規範意識全てと統計上有意に、正の方向に相関している。前節でみた時系列変化では「パソコン手紙違和感」「電話お礼違和感」の規範意識は「ソフトウェア購入意識」と反対の方向に変化していたが、調査を行った一時点では互いに正の相関関係にある。「留守番電話ためらい」は 12.1 項で述べたとおり、情報規範意識というより反応的な違和感と考えられるため、他の情報行動規範意識とあまり相関がないことも不思議ではない。

新たな情報機器・サービスを積極的に使用する人びとは他の人々と比較して、それら情報機器・サービスが社会に広がっていく際に生じる摩擦や問題に寛容であり、反面それらの利用に消極的な人々は摩擦や問題に批判的だと考えられる。ただし、この説明では「パソコン手紙違和感」「電話お礼違和感」「車中携帯通話反発感」「車中携帯電源反発感」が正の相関を示すことは説明できても、「ソフトウェア購入意識」と正の相関を示すことはできない。情報機器・サービス利用への積極性だけでなく、より一般的な、社会的に「正しい」とされる行動を遵守すべきという考え方が影響しているようである。

次に、6 つの情報規範意識に関する設問の回答データを因子分析（主因子法、固有値 1.0 以上）にかけたところ、2 つの因子が抽出された（表 12.3.2）

表 12.3.2 情報行動規範意識の因子分析結果（バリマックス回転後）

	第 1 因子	第 2 因子
パソコン手紙違和感	.239	.412
電話お礼違和感	.073	.513
留守番電話ためらい	.121	.055
ソフトウェア購入意識	.166	.143
車中携帯通話反発感	.467	.100
車中携帯電源反発感	.570	.135
寄与率 (%)	10.777	8.083
累積寄与率 (%)	10.777	18.860

第 1 因子は「車中携帯通話反発感」「車中携帯電源反発感」の因子負荷量が高く、携帯電話関係ないし公共の場での情報行動に関する規範意識と考えられる。第 2 因子は「パソコン手紙違和感」「電話お礼違和感」の因子負荷量が高く、コミュニケーションメディアの選択に関する規範意識と考えられる。

因子分析結果をもとに考察すると、本調査で調べた情報行動規範意識は以下の 3 種類に大別できるのではないだろうか。

① 公共の場での情報行動に関する規範意識

本調査では「車中携帯通話反発感」「車中携帯電源反発感」がこれに該当する。公共の場であるメディアを用いた情報行動を行うことが適切であるかどうかという規範意識である。

② コミュニケーションメディア選択に関する規範意識

「パソコン手紙違和感」「電話お礼違和感」が該当する。コミュニケーションの当事者間で、ある目的であるメディアを選択することが適切かどうかという規範意識である。

③ 情報機器やメディアの利用に付随する行動についての規範意識

「ソフトウェア購入意識」が該当する。情報行動に直接関わるものではないが、情報機器やメディアの利用に付随した行動に対して求められる規範意識である。

なお、繰り返しになるが筆者は「留守番電話ためらい」の設問では情報規範意識を尋ねていないという見解である。

本調査では情報規範意識に関する設問数が少ないため、上記分類が妥当であるかどうかについてこれ以上検証を進めることはできないが、今後情報規範意識を検討するうえでの参考になるかもしれない。

## 12.4 情報行動規範意識の要因

これまでの考察から、人々がある情報行動規範に対してどのような意識を抱くかには、情報機器・メディア利用への積極性や当該メディアの利用の有無等、様々な要因が影響していると考えられた。本節では本調査で把握した複数の属性や変数から情報行動規範意識をどの程度説明できるか探ることとする。

本調査で調べた6つの情報行動規範意識をそれぞれ1(そう思う)、0(そう思わない)の2値を取る変数とし、情報行動規範意識を従属変数とするロジスティック回帰分析を行なった結果が表12.4.1である。表では10%未満の水準で情報行動規範意識に統計上有意な影響を及ぼしていると考えられる独立変数を網かけ表示している。各独立変数の説明は以下のとおりである。

- ① デモグラフィック属性から、性別、年齢、学歴を選択した
- ② 職業については、図12.2.3からもっとも影響が大きいと考えられる「学生」について、学生である=1、学生ではない=0とする2値変数を用いた(変数名:「学生」)
- ③ 情報機器の保有の有無が情報行動規範意識に影響すると判断し、パソコンの自宅利用(変数名:「PC利用」)、携帯電話の自宅使用(変数名:「携帯利用」)を独立変数に選択した
- ④ 情報機器の保有だけでなく、情報機器・サービスの利用頻度等が情報行動規範意識に影響すると判断し、PCインターネット利用の有無(変数名:「PCインターネット」)、携帯インターネット利用の有無(変数名:「携帯インターネット利用」)、1週間のインターネットの利用時間(変数名:「インターネット利用時間」)を独立変数に選択した
- ⑤ 刑罰がない社会の規範を守るべきと考えるか否かには、他者に対する一般的な信頼感や外向性の有無が関係すると判断し、山岸(1998)が作成した「一般的信頼感」尺度およびCheekとBuss(1981)の社交性尺度、伊藤(1995)の社会志向性N尺度による「一般的信頼感」「社交性」「ネガティブ社交性」を独立変数に選択した

表12.4.1 情報行動規範意識を従属変数としたロジスティック回帰分析結果

	パソコン手紙違和感	電話お礼違和感	留守番電話ためらい	ソフトウェア購入意識	車内携帯通話反発感	車内携帯電源反発感
性別	.318***	-.237**	-.022	-.157 †	-.001	-.033
年齢	-.032	-.016	.032	.411	.363 †	.553***
学歴	-.132	.022	-.176*	-.078	-.069	-.132
学生	-.071	.079	.015	-.139	.098	.158 †
PC利用	.101	.001	-.074	.024	.120	.023
携帯利用	.170	-.133	.061	-.015	.209	-.522***
PCインターネット	-.261**	-.168 †	-.043	-.025	.003	-.022
携帯インターネット	-.048	-.026	.065	.124	.193	-.164*
インターネット利用時間	-.238*	.000	-.007	.041	-.245**	-.354***
一般的信頼	.170*	.013	.023	.167 †	.187	.087
社交性	.070	.224**	-.177*	-.139	.046	-.026
ネガティブ社交性	-.098	-.029	.350***	.055	.164	-.050
判別の中率(%)	64.2	64.4	59.8	69.8	90.8	68.1

(数値は標準化後のロジスティック回帰係数 †:p<0.1、\*:p<0.05、\*\*:p<0.01、\*\*\*:p<0.001)

分析結果について、情報行動規範意識別の特徴を考察する。

### (1) パソコン手紙違和感

女性であるほど、PCインターネットを利用していないほど、インターネット利用時間が短いほど、一般的信頼が高いほど違和感が高い。最初の3項目は概ねパソコンの利用有無や利用機会の多寡と関連していると考えられる。一般的信頼の影響力が高いのは、手書きで手紙を書く行為が他者への配慮を比較的

要するためであろう。

#### (2) 電話お礼違和感

男性であるほど、PC インターネットを利用していないほど、社交性が高いほど、違和感が高い。男性の違和感が高いのは、男性にとって「目上の人」というのが往々にして「上司」等、仕事関係で重要な人を意味しているからであろう。また、社交性が高い人は人間関係を大切にするため、返礼に礼儀を尽くそうとするため違和感が高いのではないか。

#### (3) 留守番電話ためらい

学歴が低いほど、社交性が低いほど、ネガティブな社交性が高いほど、ためらいを感じている。対人関係に困難を感じていることが最もためらいに影響を与えていること、情報機器・メディア利用の変数が統計上有意な影響を与えていないことは、12.1 節で述べたように本設問が情報規範意識というより反応的な違和感であるためであろう。

#### (4) ソフトウェア購入意識

男性であるほど、一般的信頼が高いほど、購入意識が高い。一般的信頼の高さが影響していること、情報機器・メディア利用の変数が統計上有意な影響を与えていないことは、ソフトウェア購入意識が情報行動そのものに関わる規範意識ではなく、付随する行動への規範意識であるためであろう。

#### (5) 車内携帯通話反発感

年齢が高いほど、インターネット利用時間が短いほど反発感が高い。インターネット利用の有無ではなく利用時間だけが影響を与えていることは、ヘビーなインターネット利用者層の場合に社内で携帯電話を用いて通話することへの反発が小さいと考えられる。他の属性や変数の影響が認められないのは、例えば JR の車内放送で携帯電話の通話の自粛が呼びかけられるように、当該情報行動規範が公的な規範として概ね確立しているからであろう。

#### (6) 車内携帯電源反発感

年齢が高いほど、学生であるほど、携帯電話を利用していないほど、携帯インターネットを利用していないほど、インターネット利用時間が短いほど反発感が高い。JR の車内放送の例では、携帯電話の通話は全面的に自粛が求められるが、電源を切るとは優先席付近でしか求めている。車内で携帯電話の電源を切るとは、公的には比較的許容範囲内と考えられる。さらに携帯電話には携帯メールなど通話以外の用途もよく利用されていることから、携帯電話や携帯インターネット利用者は電源を切ることに寛容であるといえる。

以上、おおまかな傾向としては、ある情報行動に直接関わる規範意識は当該情報行動を行なう機会の多寡に影響されていると言えよう。今回は調査で把握できる変数を用いた分析であったため、情報機器・メディアの利用機会や可処分所得等については可能性を指摘するにとどまった。今後は調査設計段階でそれらの変数を組み込む必要があるだろう。

Buss, A. H. (1986) *Social behavior and personality*. Lawrence Erlbaum Associates. (大淵憲一(監訳)『対人行動とパーソナリティ』、北大路書房)

伊藤美奈子、1995、「個人志向性・社会志向性 PN 尺度の作成とその検討」『心理臨床学研究』13, pp. 39-47

森康俊、1997、「情報規範意識の概況」、東京大学社会情報研究所(編)『日本人の情報行動 1995』、東京大学出版会、pp. 50-51

Norman, D. A. (1993) *THINGS THAT MAKE US SMART: Defending Human Attributes in the Age of the Machine*. Addison-Wesley. (佐伯胖監訳、1996年、『人を賢くする道具—ソフト・テクノロジーの心理学』、新曜社)

山岸俊男、1998、『信頼の構造—こころと社会の進化ゲーム』東京大学出版会

