

SNSにおける情報拡散意識の探求

Exploring Awareness of Information Dissemination on Social Media

経営学部現代経営学科

沼田 秀穂

NUMATA, Hideho, Ph.D.

Department of Contemporary Business

Faculty of Business Administration

経営学部現代経営学科

池田 佳代

IKEDA, Kayo, Ph.D.

Department of Contemporary Business

Faculty of Business Administration

要旨：SNSの積極的な活用が進んでいる。災害時や事件発生時には、SNSで大量の情報が流れ拡散している。このようなSNS上における情報流通やそのトラストに関する研究が、わが国では進んでいない。ソーシャルメディアは東日本大震災を機に情報伝達・共有ツールとしての社会的ポジションを確立した。情報化社会では、市民が社会の発展と改善に積極的に参加し、責任と役割を担う仕組みの設計が望まれる。本稿では、ソーシャルメディアに流通させる人々の意識調査を行い、「論理的思考」「他者意見尊重」「他者信頼」「自己中心」の4つの潜在的因子を抽出できた。特に「論理的思考」と命名した因子の重要性を示唆した。この因子が果たす役割を注目していくことで、ソーシャルメディアを用いた有効な意志疎通の仕組みを探求していく。

Abstract : The number of active social media users continues to rise. When disasters or other emergencies occur, a large amount of information is disseminated via social media. In Japan, social media established itself as a societal resource for the transmission and sharing of information following the Great East Japan Earthquake in 2011. However, comparatively little research has been conducted in Japan regarding the distribution of information via social media and the trust with which that information is perceived. In an information-oriented society, it is desirable that systems be designed in which citizens can actively participate in the development and improvement of society by taking on certain roles and responsibilities. In this study, (“logical thinking”, “respect others’ opinions”, “trust others”, and “self-centeredness”) were extracted from an attitude survey conducted of people who actively contribute to social media. Of these, a factor called “logical thinking” was suggested as being particularly important. By focusing on the role played by these factors, this study explores effective mechanisms for communicating via social media that enable mutual understanding.

キーワード：SNS, 信頼, 情報拡散, コミュニケーション

Keywords : SNS, Trust, Information Dissemination, Communication

1. はじめに

1.1 情報化社会の進展

2000年代に入って、ICT (Information and Communication Technology) は急速に発展した (総務省 [2005])。その結果、自律協調分散システムの普及とともに、企業の組織構造や競争優位のドメインにも大きな変化が生じた。知識こそ企業にとって最大の価値創造の源泉であり、知識社会の企業組織には知の共有のあり方、プロセスや場の構築が求められることとなった (野

中・紺野 [2003])。知的協働作業を有効に組織し運用することが、組織のパフォーマンスに強い影響を与え得ると言える。知識社会下の組織のパフォーマンス向上には、双方向性や協働性などのコミュニティの要因への配慮が必要なことを示唆するものであるとよい。

このような新たな課題への取り組みを可能にしたのが、やはりICTであった。電子メール、メーリングリスト、電子掲示板、チャット、Blog等を媒介としたコミュニケーション (Computer-Mediated

Communication：以下、CMC）がそれである。

CMCは、双方向性、非同期性や脱大衆性といった特性を持つことから、ネットワーク空間での企業連携や、組織間・組織内でのコラボレーションツールとしても活用されており、知識創造、知識社会化をサポートするツールのひとつであると言える。

CMCは、次々とSNS（Social Networking Service）を生み出していった。

電子掲示板、blogやwikiなどの技術を用いた、SNS（Social Networking Service）と呼ばれるコミュニティ型のWebサイトは、情報受発信から情報共有、そして情報創発へコミュニケーションを拡大させた。知的協働作業は、情報発信・共有等の集合知の活用を積極的に行う。Webサイトでは、制作者が作ったコンテンツを閲覧するだけでなく、多数のユーザーが情報やコンテンツを持ち寄り、制作者の手をも離れて、多様な価値や集合知（Collective Intelligence）の創造が行われている。このような従来のマスコミを中心としたプロが制作する情報とは異なる、個人が生成する情報（以下、UGC：User Generated Contents）が、社会や経済に大きな影響を及ぼすようになってきた。Webコミュニケーション・メディアを用いた知的協働作業においてもUGCを活用し、また情報共有が行われている。

1.2 SNSがもたらした社会への影響

総務省情報通信政策研究所（2015）が1500人（13歳～69歳）を対象に行った調査結果によると、2014年11月現在、全世代の62.3%、10代の68.6%、20代の94.1%がスマホを使用している。また、他の世代に比べて、10代・20代のスマホによるインターネットの使用時間が圧倒的に長いことも明らかになった。

このような状況下でスマホ依存症あるいはネット依存症というような言葉も生まれ、依存傾向が高い生徒は、利用マナーに反する行動やネット上での不適切なコミュニケーション行動をとる割合が高い傾向が示された。また、ネット依存が抑うつや不安、ストレスの原因になることも指摘されている（Akin & Iskender, 2011）。

一方、東日本大震災が我々に多数の教訓や変革を与えたが、その変革のひとつとして、「ソーシャルメディア」が大きな役割を担った点をあげることができる。

従来の危機管理情報は、行政（各自治体、消防、気象庁、警察庁、国交省、総務省等）発表、報道、ライ

フライング情報等を特定の発信者であるマスメディア（新聞社・出版社・放送局）が発信し、それを不特定多数の受信者が受けてきた。

1.3 情報の拡散が与える影響

東日本大震災時、被災地ではマスメディアの通信手段が崩壊した。そこで活躍したのがIP網、さらにソーシャルメディアである。東日本大震災で地震や津波が発生した直後には、地震直後のツイート数は平常時の500%に達した、とされる。マスメディアにより発信される情報は、原発事故などの事態の深刻化に伴い錯綜していった。そのような中、いかにして被災者情報（被災者・避難所からの現地情報やニーズ等）や、災害救援情報（全国の市民からの救援に関する情報）など、個人に対する情報支援に直結するいわゆる「マイクロ」の災害情報を流通させることができた。

「マス」の災害情報はマスメディアから発信され、「マイクロ」の災害情報はボランティアベースのソーシャルメディアにより拡散された。

SNSは誰もが使用でき、情報の発信、拡散が容易に行える。ここから、使い方を間違えれば、人権侵害という視点で誰もが被害者となり、加害者になる可能性がある。生徒間トラブル、間違った犯人捜しなど事件が絶えない。

本稿では、今後の対策を検討していくため、メディアに対する信頼意識と情報転送の状況について明らかにすることを目的とする。

2. 研究方法

2.1 観察対象と質問紙調査

質問紙調査は、株式会社クロス・マーケティング^(注1)の保有するWebアンケート環境とモニタ会員を対象にしたインターネット調査を実施した。Webを用いた社会調査を行った場合、Web調査はWebにアクセスできない層の意見が調査結果に反映されないという点が課題となる。しかし、本調査はインターネット利用における信頼意識を調査するものであり、Webアクセス可能者を前提としているため、当該課題については考慮の必要はないと言える。

調査期間：2018年3月9日～3月12日

総回答数：3588人（表1参照）

- ① 調査エリア：全国
- ② 対象条件：性別は男女。年代は10代から60代以

上。(表1, 表2)

③ 性別×年代別×業種別×県別。

表1 性別回答者数

		回答数	%
全体		3588	100.0
1	男性	1751	48.8
2	女性	1837	51.2

表2 年齢別回答者数

		回答数	%
全体		3588	100.0
1	10歳代(15歳から19歳)	593	16.5
2	20歳代(20歳から29歳)	565	15.7
3	30歳代(30歳から39歳)	589	16.4
4	40歳代(40歳から49歳)	589	16.4
5	50歳代(50歳から59歳)	631	17.6
6	60歳以上	621	17.3

2.2 情報転送の意識

情報転送(拡散者)経験者に対して、意識を確認した(表3)。上位回答の3項目「自分は公正・中立な立場で情報を流している」「SNSに流す情報は根拠に基づいた情報と考える」「個人が発信するインターネットに流れる情報は正確である」で58%を占めている。大前提としてネット情報は正しいという意識が全般に支配していることがわかる。

表3 信頼性を確認せずシェアや情報転送

信頼性を確認せずシェアや情報転送	度数	パーセント
自分は公正・中立な立場で情報を流している	82	26.1%
SNSに流す情報は根拠に基づいた情報と考える	60	19.1%
個人が発信するインターネットに流れる情報は正確である	39	12.4%
情報発信者を信頼している	33	10.5%
情報提供者はモラルが高いと考える	32	10.2%
過去から正確な情報である	32	10.2%
緊急性が高い	21	6.7%
その他	15	4.8%
合計	314	100.0%

3. SNSにおける情報拡散意識

3.1 探索的因子分析^(注2)

信頼性に関わる尺度122項目について得点分布を確認したところ、いくつかの質問項目で得点分布の偏りが見られた。しかしながら、得点分布の偏りが見られた項目を吟味したところ、いずれの質問項目についても信頼性という概念を測定する上で、不可欠なものであると考えられた。そこで、ここでは項目を除外せず、すべての質問項目を以降の分析対象とした。

次に、122項目に対して、主因子による探索的因子分析を行った(SPSS)。固有値の変化は26.492, 9.028, 5.751, 4.596, 3.839…というものであり、4因子構造が妥当であると考えられた。そこで4因子を仮定して主因子法・Promax回転による因子分析を行った。その結果、十分な因子負荷量を示さなかった、36項目を分析から除外し、再度、主因子法・Promax回転による因子分析を行った。Promax回転後の最終的な因子パターンと因子間相関を表4に示す。なお、回転前の4因子で86項目の全分散を説明する割合は39%であった。

第1因子は41項目で構成されており、「複雑な問題について順序立てて考えることが得意」「難しい問題に対しても取り組み続けることができる」「建設的な提案をすることができる」など、検討し、分析し、提案していく意識を保有している内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで「論理的思考」因子と命名した。

第2因子は、17項目で構成されており、「資料は自分で集めずに、友達からもらって済ますことのほうが多い」「自分から進んで調べものをするのは少ない」「人の噂をすぐ信じるほうだ」など、主体性の少ない意識を保有している内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで、「他者意見尊重」因子と命名した。特に調べることがなく広く流れている情報や噂は信頼する因子である。

第3因子は、15項目で構成されており、「新聞記事」「民放のテレビニュース」「NHKのニュース」「公的機関(国, 自治体等)のWeb情報」など、オフィシャルなメディア情報を信頼する内容や「私は人を信頼するほうである」の項目が高い負荷量を示していた。そこで、「他者信頼」因子と命名した。まず、信頼ありきで、特に公的と思われる情報については受け入れる因子である。

第4因子は、13項目で構成されており、「自分の友

人集団のために自分の利益を犠牲にすることはない」「他人のことより、まず自分の身を守ることが大切だ」「集団の仲間の望むよう行動する必要はないと思う」など人よりもまずは自分のことを中心に考えることを優先する項目が高い負荷量を示していた。そこで、「自己中心」因子と命名した（表4、表5）。

3.2 下位尺度間の関連

信頼行動生成メカニズム尺度の4つの下位尺度に相当する項目の平均値を算出し、「論理的思考」の下位尺度得点（ $M=2.43$, $SD=0.49$ ）、「他者意見尊重」の下位尺度得点（ $M=2.75$, $SD=0.47$ ）、「他者信頼」の下位尺度得点（ $M=2.28$, $SD=0.50$ ）、「自己中心」の下位尺度得点（ $M=2.45$, $SD=0.45$ ）とした（表6）。

内的整合性を検討するために各下位尺度の α 係数を算出したところ、「論理的思考」で $\alpha=0.96$ 、「他者意見尊重」で $\alpha=0.89$ 、「他者信頼」で $\alpha=0.89$ 、「自己中心」で $\alpha=0.86$ と十分な値が得られた。

信頼行動生成メカニズム尺度の下位尺度間相関を表7に示す。4つの下位尺度は互いに1%水準で有意な相関を示した。

3.3 男女差の検討

男女差の検討を行うために、信頼行動生成メカニズム尺度の下位尺度得点についてt検定を行った。その結果、「論理的思考」下位尺度（ $t=4.589$, $df=3586$, $p<0.01$ ）と「自己中心」下位尺度は女性の方が有意に高い得点を示していた。「他者信頼」下位尺度（ $t=5.9979$, $df=3586$, $p<0.01$ ）は男性の方が有意に高い得点を示していた。「他者意見尊重」下位尺度（ $t=0.213$, $df=3541$, ns ）は男女間に差はなかった（表8）。

4. 考察

SNS上における情報発信や収集、転送を行っているランダムサンプリングを行ったメンバーからは、4つの潜在的因子を抽出できた。しっかりと論理的に考えることができている「論理的思考因子」と、流れている情報は調べなくても正しいと信じる「他者意見尊重因子」、そもそも、他者そのものを信じているという「他者信頼因子」、まずは自分のことを中心に考える「自己中心因子」である。

「論理的思考因子」と「他者信頼因子」は有意な正の相関（ $P<0.01$ ）であったところはさらなる調査が必

要である。難しい問題に対しても取り組み続け、さらに建設的な提案を行っていく姿勢において、まずは、オフィシャルなメディア情報を信頼し、そもそも「人を信頼」しているところに、安易な情報拡散が潜んでいることが想定される。

また、「論理的思考因子」と「論理的思考因子」も有意な正の相関（ $P<0.01$ ）が見られた。自身が考える正義という姿勢においても、安易な情報拡散が潜んでいることが想定される。

男女差においては、SNS活用状況における「論理的思考因子」が重要キーとして観察した場合は、女性の方が有意に高い得点を示している。

twitter, Line, Facebook等SNSや2ちゃんねるをはじめとしたソーシャルメディアには虚実定かではない情報、デマや噂話が飛び交っている。混沌とした状況下では、人々は誰かが発信した「ネガティブな情報」を信じやすい傾向も統計的に明らかになっている。

2010年1月12日に発生したハイチ地震は世界初の「Twitter災害」事例だと注目されている。例えば、実際には行われていない救援活動などの偽情報があったという間に広がった。ツイートの多くは、現場状況への共感や他サイトへのリンクであり、有用な情報は多くなく、実際とは異なる風聞や誤情報が瞬間的に広まり、関係者は対応に忙殺された。災害発生時には、不安や不信が生まれやすい。

災害コミュニケーションでは情報に対する信頼（トラスト）の構築が重要である。リスクコミュニケーションが、将来の災害の脅威に備えて行う専門家や住民等当事者間の意思疎通であるのに対し、本稿から得られた知見を活用し、必ず発生する災害直後から必要な当事者間の意思疎通を「災害コミュニケーション」と呼び、新たな研究分野確立を目指してさらに研究を深化させていく。

表4 SNSにおける信頼行動生成メカニズム因子 (Promax回転後の因子パターン)

	因子			
	1	2	3	4
	論理的思考	他者意見尊重	他者信頼	自己中心
Q9_1: 複雑な問題について順序立てて考えることが得意だ	0.761	-0.061	-0.165	0.067
Q9_7: 一筋縄ではいかないような難しい問題に対しても取り組み続けることができる	0.752	-0.036	-0.066	0.017
Q9_2: 考えをまとめることが得意だ	0.739	-0.063	-0.176	0.081
Q9_10: 建設的な提案をすることができる	0.736	-0.033	-0.122	0.054
Q14_2: 多くの資料を検討して、結論を導くのは得意である	0.724	-0.024	-0.138	0.016
Q10_3: 新しいものにチャレンジするのが好きである	0.719	0.094	0.015	-0.159
Q9_4: 誰もが納得できるような説明をすることができる	0.718	0.045	-0.175	0.059
Q14_3: 意見がたくさんあっても、うまくまとめることができる	0.716	0.065	-0.167	-0.019
Q10_2: 生涯にわたり新しいことを学びつづけたと思う	0.710	0.025	0.078	-0.140
Q10_9: 自分とは異なる考えの人と議論するのは面白い	0.696	0.131	-0.013	-0.130
Q14_7: 図や表にまとめられた資料から、共通点や一定の法則を見つけ出すことが得意である	0.687	0.085	-0.162	0.010
Q10_1: いろいろな考え方の人と接して多くのことを学びたい	0.686	0.078	0.137	-0.200
Q9_3: 物事を正確に考えることに自信がある	0.683	-0.040	-0.098	0.112
Q9_5: 公平な見方をするので、私は仲間から判断を任せられる	0.682	0.031	-0.073	0.012
Q10_7: どんな話題に対しても、もっと知りたいと思う	0.680	0.105	0.076	-0.147
Q10_8: 役に立つかわからないことでも、できる限り多くのことを学びたい	0.674	0.057	0.090	-0.128
Q10_4: さまざまな文化について学びたいと思う	0.652	0.055	0.100	-0.142
Q14_4: 長い文章でも、その要点はたいてい把握できる	0.650	-0.038	-0.062	0.047
Q10_6: 自分とは違う考えの人に興味を持つ	0.647	0.115	0.056	-0.127
Q9_9: 注意深く物事を調べることができる	0.627	-0.148	0.013	0.140
Q9_8: 道筋を立てて物事を考える	0.623	-0.162	0.014	0.150
Q9_6: 何かの問題に取り組む時は、しっかりと集中することができる	0.599	-0.113	0.089	0.131
Q11_4: 一つ二つの立場だけではなく、できるだけ多くの立場から考えようとする	0.594	-0.076	0.147	0.007
Q7_1: まり考えなくてもよい課題よりも、頭を使う困難な課題のほうが好きだ	0.585	0.086	-0.125	0.050
Q11_6: 自分の意見について話し合うときには、私は中立の立場ではいられる	0.562	0.104	0.052	0.027
Q10_5: 外国人がどのように考えるかを勉強することは、意義のあることだ	0.560	0.032	0.175	-0.086
Q7_2: なり頭を使わなければ達成されないようなことを目標にすることが多い	0.558	0.175	-0.157	0.049
Q12_10: 何でもひととおり知っていたいという気持ちが人一倍つよい	0.556	0.129	-0.005	-0.009
Q11_5: 自分が無意識のうちに偏った見方をしていないかふりかえるようにしている	0.554	-0.018	0.144	0.033
Q13_5: 手に入れた情報が古くなっていないかどうか注意している	0.552	0.082	-0.036	0.042

Q10_10 : わからないことがあると質問したくなる	0.527	-0.041	0.216	0.012
Q7_5 : 一生懸命考え、多くの知的な努力を必要とする重要な課題を成し遂げることに特に満足を感じる	0.523	0.024	0.127	0.038
Q11_1 : いつも偏りのない判断をしようとする	0.522	-0.046	0.172	0.056
Q11_3 : 物事を決めるときには、客観的な態度を心がける	0.516	-0.108	0.198	0.095
Q11_9 : 判断をくだす際は、できるだけ多くの事実や証拠を調べる	0.496	-0.149	0.174	0.162
Q13_4 : テレビで知ったことを後から本などで確認することがある	0.490	0.068	0.042	-0.005
Q12_7 : 話題になっている本や雑誌には目を通すようにしている	0.486	0.318	-0.035	-0.117
Q15_7 : 人に用件を伝えるときは重要な部分に下線を引くなどして、相手が注目するように工夫している	0.485	0.007	0.122	0.009
Q12_4 : わからない事柄があったら、辞書や辞典をひくようにしている	0.478	-0.044	0.058	0.051
Q13_7 : 噂を聞いたときには、それがどのくらい根拠があるかを確認している	0.478	0.001	0.047	0.103
Q11_8 : 結論をくだす場合には、確たる証拠の有無にこだわる	0.468	-0.053	0.097	0.184
Q12_3 : 資料は自分で集めずに、友達からもらって済ますことのほうが多い	0.173	0.671	-0.103	-0.076
Q12_2 : わからないことがあっても、だれかに質問したり、本やインターネットで調べたりすることはほとんどない	0.154	0.654	-0.206	-0.031
Q12_6 : 自分から進んで調べものをするのは少ない	-0.022	0.641	-0.034	0.025
Q13_2 : 人の噂をすぐ信じるほうだ	0.075	0.627	0.179	-0.122
Q15_2 : 人と話すとき、相手が何を知りたがっているか考えないほうである	0.029	0.612	-0.021	0.090
Q13_8 : たくさんの資料から必要な情報を見つけ出すのは苦手である	-0.164	0.598	0.250	0.049
Q13_1 : 人から聞いた話が本当かどうかを、後で確かめることはない	0.016	0.591	0.072	-0.007
Q15_9 : 人前で発表するとき何も考えずに話し出すことが多い	0.168	0.590	-0.091	-0.012
Q14_1 : 問題を解くとき、筋道を立てて考えるよりは、思いつきで結論を出すことが多い	0.057	0.587	0.100	0.011
Q14_6 : 多くの情報から共通点を見つけ出すのは苦手である	-0.186	0.558	0.228	0.091
Q13_3 : 新聞やテレビで言われることを、すぐ信じるほうである	0.040	0.524	0.325	-0.100
Q11_2 : 物事を見るときに自分の立場からしか見ない	0.140	0.520	-0.058	0.109
Q14_5 : 筆者が一番言いたいことを把握するのは苦手である	-0.176	0.512	0.227	0.102
Q14_8 : 品物を選ぶとき、たくさんのカタログを見て比較検討することはない	0.133	0.506	-0.017	0.005
Q15_8 : わかりやすい文章を書くのは苦手である	-0.225	0.474	0.204	0.097
Q15_5 : 場所の説明は、図示せずに言葉だけで済ますことが多い	0.109	0.460	0.054	0.089
Q12_9 : 新聞やテレビのニュースをあまり見ないほうだ	0.075	0.423	-0.175	0.117
Q1_4 : 諸メディアに対する信頼度／新聞記事	-0.097	0.047	0.710	0.027
Q1_2 : 諸メディアに対する信頼度／民放のテレビニュース	-0.137	0.083	0.710	0.053
Q1_1 : 諸メディアに対する信頼度／NHKのニュース	-0.078	0.045	0.668	0.033
Q1_10 : 諸メディアに対する信頼度／公的機関（国、自治体等）のWeb情報	-0.039	-0.009	0.613	0.085
Q1_3 : 諸メディアに対する信頼度／テレビの情報番組・ワイドショー	-0.121	0.195	0.599	0.020

Q1_6：諸メディアに対する信頼度／インターネットのニュースサイト	-0.056	0.102	0.532	0.095
Q8_3：見知らぬ人がハンカチなどを落としたとき、教えてあげる	0.226	-0.152	0.485	0.044
Q8_1：知らない人が落として散らばった荷物を一緒に集めてあげる	0.259	-0.101	0.485	0.010
Q1_5：諸メディアに対する信頼度／雑誌記事	-0.009	0.177	0.478	0.047
Q4_4：一般的に他者との関係性／誰かに助けてもらったら、自分もまた他の誰かを助ける	0.212	-0.056	0.464	0.031
Q8_6：気持ちの悪くなった友人を保健室などに連れて行く	0.278	-0.094	0.454	-0.003
Q8_9：けが人や急病人が出たとき、介抱したり救急車を呼んだりする	0.319	-0.099	0.410	-0.018
Q8_5：転んだ子どもを起こしてやる	0.291	-0.016	0.391	-0.079
Q15_1：小さな子と話すときには、なるべく難しい言葉を使わないように気をつけている	0.274	-0.100	0.387	0.057
Q4_3：一般的に他者との関係性／私は人を信頼するほうである	0.221	0.177	0.363	-0.106
Q6_1：友人の集まりの中での行動／自分の友人集団のために自分の利益を犠牲にすることはない	-0.020	0.109	0.039	0.597
Q6_12：友人の集まりの中での行動／友人集団のために自分の利益を犠牲にしなければならないのならその友人集団を離れたほうがよい	-0.007	-0.010	0.081	0.595
Q5_5：他人のことより、まず自分の身を守ることが大切だ	-0.114	-0.010	0.175	0.593
Q6_2：友人の集まりの中での行動／友人集団の仲間の望むように行動する必要はないと思う	-0.009	0.019	0.113	0.591
Q6_13：友人の集まりの中での行動／友人集団の仲間がどう思おうと、私は自分のやり方でものごとを行う	0.129	0.059	-0.055	0.574
Q5_2：社会全体のことより、自分の幸せを第一に考えるのが大切だ	-0.132	0.138	0.066	0.569
Q6_14：友人の集まりの中での行動／友人集団の仲間と支持されなくても、自分の意見を変えない	0.199	-0.010	-0.055	0.562
Q6_5：友人の集まりの中での行動／多数の人の意見に合わせて、自分の意見を変えることはない	0.164	0.029	-0.055	0.507
Q6_6：友人の集まりの中での行動／自分の友人集団が間違っているときには、その友人集団を支持しない	0.110	-0.144	0.167	0.505
Q5_4：自分の利益を中心に行動することは、非難されることではない	-0.030	0.103	0.056	0.497
Q6_9：友人の集まりの中での行動／友人集団の仲間と非常に意見が違っているときは仲間と反対の意見でも主張する	0.247	-0.087	0.065	0.449
Q5_3：次のような考えについてあなたはどのように思いますか。あてはまるものをひとつお選びください。／世のため、人のために頑張ることは、自分が損をすることだ	-0.049	0.329	-0.191	0.428
Q5_1：他人の権利のことなど考えずに、自分のことだけ考えていればよい	-0.035	0.389	-0.217	0.411

因子抽出法：主因子法

回転法：Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

表5 因子相関行列

因子	1	2	3	4
	論理的思考	他者意見尊重	他者信頼	自己中心
1	1.000	0.016	0.407	0.361
2	0.016	1.000	0.045	0.084
3	0.407	0.045	1.000	0.190
4	0.361	0.084	0.190	1.000

表6 下位尺度の記述統計

記述統計			
	平均	標準偏差	度数
論理的思考	2.4275	0.49092	3588
他者意見尊重	2.7542	0.47063	3588
他者信頼	2.2770	0.49610	3588
自己中心	2.4513	0.45099	3588

表7 下位尺度の相関係数

		論理的思考	他者意見尊重	他者信頼	自己中心
論理的思考	Pearson の相関係数	1	.126**	.520**	.389**
	有意確率 (両側)		0.000	0.000	0.000
他者意見尊重	Pearson の相関係数	.126**	1	.162**	.237**
	有意確率 (両側)	0.000		0.000	0.000
他者信頼	Pearson の相関係数	.520**	.162**	1	.271**
	有意確率 (両側)	0.000	0.000		0.000
自己中心	Pearson の相関係数	.389**	.237**	.271**	1
	有意確率 (両側)	0.000	0.000	0.000	

**：相関係数は1%水準で有意 (両側)

表8 男女差

	男性		女性		t 値
	M	SD	M	SD	
論理的思考	2.39	0.5	2.46	0.47	4.59**
他者意見尊重	2.75	0.48	2.76	0.45	0.21ns
他者信頼	2.32	0.51	2.23	0.48	6.00**
自己中心	2.43	0.47	2.47	0.43	2.15*

**：1%水準で有意 (両側)

*：5%水準で有意 (両側)

注

- (1) 株式会社クロス・マーケティング
(<http://www.cross-m.co.jp/>)：現在約200万人を
超える直近1年以内にアンケートに回答したモ
ニタ会員を保有している。
- (2) 分析ツール：IBM SPSS Statistics バージョン24

参考文献

総務省 (2005) 『平成17年版 情報通信白書』

[https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/
whitepaper/h17.html](https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/h17.html) (参照日：2019.12.21)

野中郁次郎, 紺野登 (2003) 『知識創造の方法論－ナ
レッジワーカーの作法』 東洋経済

Akin, A. & Iskender, M (2011): "Internet addiction
and depression, anxiety and stress", International
Online Journal of Educational Sciences. 3(1),
pp.138-148.