

Title	コミュニケーション・ネットワークの構造：地域社会における事例研究
Sub Title	Tentative findings on the structure of communication network s : a case study
Author	青池, 慎一 (Aoike, Shinichi)
Publisher	慶應義塾大学大学院社会学研究科
Publication year	1993
Jtitle	慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要：社会学心理学教育学 (Studies in sociology, psychology and education). No.36 (1993. ) ,p.31- 40
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	30周年記念号
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000036-0031">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000036-0031</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

# コミュニケーション・ネットワークの構造

—地域社会における事例研究—

## Tentative Findings on the Structure of Communication Networks—A Case Study

青 池 慎 一\*

*Shinichi Aoike*

### 序

今日のコミュニケーション研究において、大きな関心が行われている領域の一つは、コミュニケーション・ネットワーク分析であるといえよう。

コミュニケーション・ネットワークとは、情報のパターン化した流れによって結びついている諸個人から構成されているものと定義されているものである。(Rogers and Kincaid 1981, p. 63) ネットワークの基礎にあるものは、インフォーマルな、もしくは第一次的な人間関係であるが、このコミュニケーション・ネットワークは、情報の流れのチャンネルとして機能したり、対人的影響の授受が行なわれるチャンネルとして機能しているのである。

したがって、コミュニケーション・ネットワークの構造分析、すなわち、いかなる要因によって、どのような型のコミュニケーション・ネットワークが形成されているかについての研究関心は、情報の流れ研究や対人的影響研究、もしくはオピニオン・リーダー研究、そしてイノベーション普及研究などとの関連において主として、生じているのである。

しかし、このコミュニケーション・ネットワーク分析ないし構造分析は、その意義についての広範な合意があったにもかかわらず、小集団レベルにおいてははともかくとしても社会レベルにおいては、十分には行なわれてこなかったのである。

それには、いくつかの理由があったのであるが、第一に、ネットワーク分析のデータ-蒐集技法であるソシオメトリの適用がなかなか困難であるということである。

ソシオメトリ技法を適用するためには、標本調査ではなく、全数調査を必要としているが、それは克服できるとしても、ソシオメトリック質問に対する被調査者からの回答を得ることが困難であり、無回答が多いのである。

第二に、ソシオメトリック質問によって得られたデータを処理する分析技法が未発達であったことである。

今日、データ-処理技法が発達し、確立しているが、いままでは小集団におけるソシオメトリ・データを処理することはできても、社会レベルにおけるデータを処理し分析する能力に欠けていたのである。

本稿は、その研究の意義が認識され、そして、ネットワークがコミュニケーション過程においてきわめて重要な機能をはたしているにもかかわらず、必ずしも十分には探究されてこなかった日本の社会におけるネットワークの構造を明らかにするための端緒となるデータを提供したり、ネットワーク形成要因についての仮説の妥当性を検討することを目的とするものである。

### I. 調 査(注1)

#### 1) 調査対象, 方法, 期間

調査対象は、190 世帯からなる都下某住宅団地地域の全世帯の主婦(もしくは、主婦的役割をはたしている人)。有効回収数 101 (回収率 53%)。いうまでもなく、本調査の結果は、この回収されたサンプルに関して限定される。調査は、質問紙法(郵送法)を用い、1987 年 11 月に実施した。

#### 2) ソシオメトリック質問

地域社会において形成されているコミュニケーション・ネットワークを把握するために、8つのトピックスに関して、日頃よく話し合っている相手に関するソシオ

\* 慶應義塾大学文学部教授(社会学)

メトリック質問を行った。8つのトピックスは、以下の通りである。

- ①食品・日用雑貨の買物
- ②ファッション・化粧品・おしゃれ
- ③教育(塾, 学校, 進学, 家庭教師)
- ④インテリア・家具
- ⑤健康問題(健康法, 医者, 病院, 薬)
- ⑥スポーツクラブ・教養のサークル
- ⑦新しい店(デパート, スーパー, レストラン)
- ⑧一般的な話し合い

いうまでもないことであるが、ここで扱われたコミュニケーション・ネットワークは、各世帯の主婦(もしくは主婦的役割をはたしている人)が持っているネットワークである。

### 3) 回収サンプルの特性

すでに述べたように、本研究における結果は、回収されたサンプルに関して限定されるものであるが、回収されたサンプルの特性は以下のとおりである。

対象者である主婦の年齢は、比較的高齢である。60歳以上が16.8%、55歳～59歳が19.8%、50歳～54歳が24.8%、40歳～49歳が13.9%と45歳以上の人が75.3%を占めているのである。50歳以上の人々の占める割合でも61.4%なのである。

主婦の学歴構成は、大学卒13.9%、短大・高専19.8%、高校(旧高女)51.5%、中学(旧小, 旧高小)9.9%、そ

の他1%である。

主婦の職業経験を見てみると、現在、職業を持っている人は、28.7%、現在はないが過去にあった人が53.8%、職業経験のない人が11.9%である。

世帯の特性を見てみると、家族人数は、4人家族が最も多く36.6%、次いで2人が20.8%、3人および5人が17.8%である。ライフサイクル・ステージに関して言えば、第一子が就職独立が45.5%、大学生(予備校生)が11.9%と比較的高い段階にある。現在地における居住年数は、15年以上が64.4%、10年から15年未満が9.9%とかなり長い。また階層帰属意識については、中流意識の人が多い。

## II. 地域社会におけるコミュニケーション・ネットワークの構造

調査地である都下某住宅団地地域において、各世帯の主婦(もしくは主婦的役割をはたしている人)がいかなるネットワークを形成しているかを明らかにするために、すでに述べたように、8つのトピックスについてのソシオメトリック質問を行ったが、回答してくれた調査対象者の数はそれ程多くなかった。この地域において形成されているであろうコミュニケーション・ネットワークの全体は把握することはできなかったのである。したがって、ここで検討していくコミュニケーション・ネットワークは、回答され顕在化したネットワークであり、

表1 人々のコミュニケーション・ネットワーク対

	コミュニケーション 対の総数	地域内の占める割合(%)	地域外との 対の占める割合(%)
一般的な話題	200	39.5	60.5
食品・日用雑貨の買物	114	46.5	53.5
ファッション・ 化粧品・おしゃれ	93	25.8	74.2
教育(塾・学校・ 進学・家庭教師)	66	36.4	63.6
インテリア・家具	49	40.8	59.2
健康問題(健康法・ 医者・病院・薬)	102	39.2	60.8
スポーツクラブ・ 教養のサークル	70	27.1	72.9
新しい店(デパート・スーパー マーケット・レストラン)	61	36.1	63.9

分析結果は、形成されているであろう全てのネットワークではなく、回答され顕在化したネットワークに関するものである。

表1は、ソシオメトリック質問に対する回答によって明らかにされた話題（トピックス）別に見たコミュニケーションの対である。

この地域の主婦は、地域内の人々とコミュニケーション・ネットワークを持っていると共に、地域外の人々とかなり多くのネットワークを持っているのである。話題別に見てみると、ファッション・化粧品・おしゃれ話題やスポーツクラブ・教養サークル話題において、特に外部とのネットワーク形成の割合が高いようである。

このように形成されているコミュニケーション・ネットワークはどのようなものであったり、いかなる要因によって形成されているのであろうか。空間的近さと属性の等質性ないし同類性 (Homophily) という二つの視点から分析していく。

#### 1) コミュニケーション・ネットワークの空間的構造 ——空間的距離要因の検討——

人々のコミュニケーション・ネットワークはどのような形で形成されているのであろうか、もしくは形成にいかなる要因がかかわりあっているのであろうか。Rogers and Kincaid (1981, p. 301) は、ある人とある人がネットワークを形成する上で、最も重要な要因は空間的距離要因であると述べている。また、Worchel and Cooper (1976, p. 222-224) は、対人魅力研究の分野において、結婚相手の選択、寮における友人関係の形成、教室内における友人関係の形成、デパートの事務員における友人関係の形成に、空間的近さが重要な働きをしていることを明らかにしている研究があることを示している。さらに、Rogers and Kincaid (1981, p. 303~305) は、韓国の農村において、コミュニケーション・ネットワーク形成と空間的近さとの間に関連性があることを報告している。このように多くの研究によって、空間的距離の近さとコミュニケーション・ネットワーク形成との間に関連性があることが示されているのである。

では、本研究における調査地域において形成されているコミュニケーション・ネットワークにおいても空間的近さが重要な要因になっているのであろうか。この点を検討するために、調査地域の住宅地図上に8つの話題別に発見されたコミュニケーション・ネットワークを描いた。プライバシーなどの問題から、これらの図は省略するが、結果は以下のとおりである。8つの話題とも、同一ブロック内、もしくは隣りのブロックとの間で形成さ

れているコミュニケーション・ネットワークの割合がきわめて高く、空間的近さ要因が重要であることが示唆される。例数が少ないので確定的なことは言えないが、これらの中にあつて、ファッション・化粧品・おしゃれ、スポーツクラブ・教養サークルといった外部との対の占める割合が高かった話題分野においては、相対的に見て、同一ブロック内や隣りのブロックとの間で形成されているネットワークの割合が他の6話題分野に比べて低かった。

#### 2) コミュニケーション・ネットワークの属性的構造 ——同類性要因の検討——

空間的距離要因と共に、コミュニケーション・ネットワーク形成に大きく関連しているとされる要因は、コミュニケーション・ネットワークを構成する人々の間に見られる属性の等しさ、すなわち同類性であろう。

同類性 (Homophily) とは、相互作用を行っている諸個人が、信念、教育、社会階層などの諸属性において似ている度合と定義されているものである。(Rogers 1983, p. 18)

この同類性に関して、Rogers and Bhowmic (1971, p. 526~528) は、人間コミュニケーションの基本原則の一つは、メッセージの交換は、相互に類似し、等質的な送り手と受け手との間で最もよく行なわれているということであると、さまざまな研究成果を示すことと共に述べているのである。また、Rogers and Kincaid (1981, p. 305~308) も、属性の類似性がネットワーク形成に関連していることを明らかにしている諸研究の存在を示している。このように、同類性がネットワーク形成要因であることを示す経験的事実が存在しているのであるが、それはいかなる理由からなのであろうか。何故、等質的な送り手と受け手との間でのネットワークが形成されているのであろうか。それは、Rogers (1983, p. 274) が述べているように、送り手と受け手が等質的な時、コミュニケーションは、より効果的なものとなり、効果的なコミュニケーションは、そのコミュニケーションに参加している人々にとって快適なものであるからであろう。そして、きわめて異質なコミュニケーションにおいては、「……心理的には不快な状態である認知的不協和を生じさせる。」(Rogers and Bhowmic 1971, p. 529) のである。このように、等質性ないし同類性がネットワーク形成に大きくかかわっていることが示されているが、本研究の調査地域におけるネットワーク形成においても関連性を持っているのであろうか。この点を検討するために、主婦年齢、主婦学歴、主婦の職業経験の有無、世

帯主の学歴、家族人数、子供の数、家族周期、居住年数、8つの話題それぞれに対する関心度の計 16 変数を用い、双対尺度法によって二次元空間を作り、その中に対象者である主婦をその属性に基いて位置づけた。すなわち、属性の等質性は、二次元空間における距離として表わされるのである。いうまでもなく、距離が遠い程、両者はより異質的であり、近ければ近い程、両者は等質的でない

表 2 変数コード

コード	変数	カテゴリー
1	年 齢	20歳~30歳未満
2		30歳~40歳未満
3		40歳~50歳未満
4		50歳以上
5	主婦の学歴	大学・大学院 (旧制高専を含む)
6		短大・高専
7		高校(旧中・高女を含む)
8		中学(旧制小, 高小を含む)
9		その他
10	世帯主の学歴	大学・大学院 (旧制高専を含む)
11		短大・高専
12		高校(旧中・高女を含む)
13		中学(旧制小, 高小を含む)
14		その他
15	主婦の職業経験の有無	現在職業有り
16		現在は無いが過去に職業経験あり
17		今までに職業経験は無し
18	家族の人数 (本人も含む)	1人
19		2人
20		3人
21		4人
22		5人以上
23	子供の数	1人
24		2人
25		3人以上
26		0人
27	第1子はどの段階 にいるか	乳幼児
28		小学生
29		中学生または高校生
30		予備校生または大学生
31		就職・独立
32		その他

表 2 (続き)

コード	変数	カテゴリー
33	居住年数	1年未満
34		1年以上~2年未満
35		2年以上~3年未満
36		3年以上~5年未満
37		5年以上~7年未満
38		7年以上~10年未満
39		10年以上~15年未満
40		15年以上
41		親の代以前から住んでいる
42	食品・日用雑貨の 買物について	関心が強い
43		関心が弱い
44	ファッション・化 粧品・おしゃれに ついて	関心が強い
45		関心が弱い
46	教育について	関心が強い
47		関心が弱い
48	インテリア・家具 について	関心が強い
49		関心が弱い
50	健康問題について	関心が強い
51		関心が弱い
52	スポーツクラブ・ 教養のサークルに ついて	関心が強い
53		関心が弱い
54	新しい店について	関心が強い
55		関心が弱い

し同類的であるということである。そして、その上に、ソシオメトリック質問によって発見された8つの話題をめぐる主婦のコミュニケーション・ネットワークを位置づけたのである。図1は、16の変数に基き双対尺度法によって作製した二次元空間とその空間の性質を明らかにするための16の変数と各変数の各カテゴリーの位置づけである。番号は、各変数のカテゴリーを示すもので、その番号(コード)と変数とカテゴリーとの対応は、表2にあるとおりでである。また、図1に示されている結果から、この空間を形成するにあたって大きく寄与したのは16変数のうち、主婦年齢、家族周期、居住歴、主婦学歴、世帯主学歴、家族人数、主婦職業、子供人数であり、8つの話題についての関心の強さはそれ程大きく寄与してはいないようである。

この空間上に対象者である主婦をその属性に基いて位置づけ、その上で、それらの主婦達の8つの話題別に発

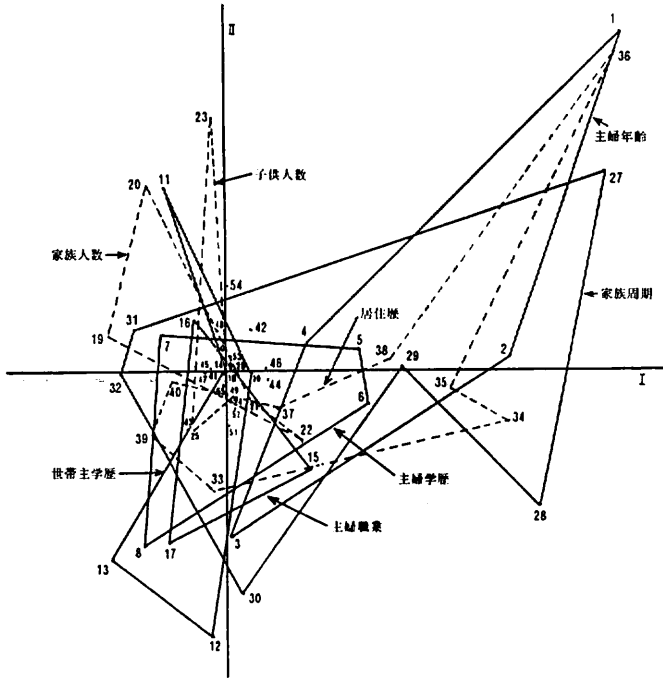


図 1 双対尺度法による変数の空間的位置

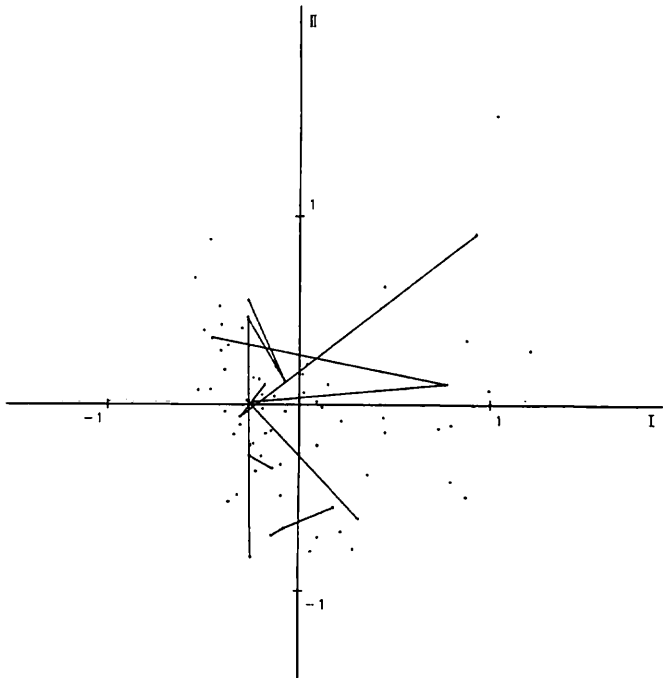


図 2 属性による対象者の位置づけとネットワーク  
(全般的会話)

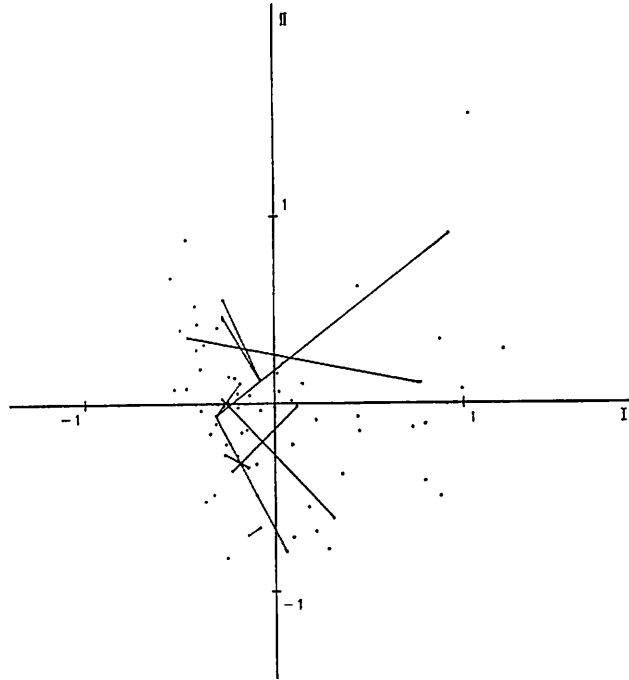


図 3 属性による対象者の位置づけとネットワーク  
(食品・日用雑貨)

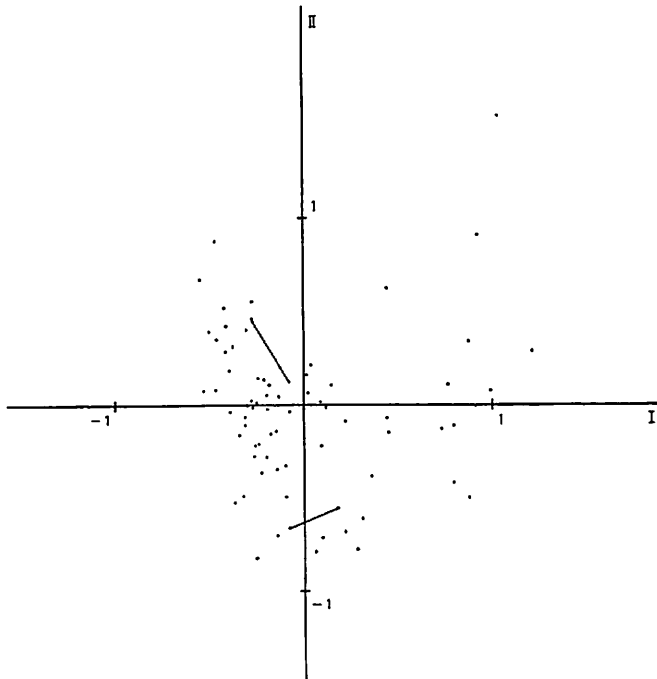


図 4 属性による対象者の位置づけとネットワーク  
(ファッション, 化粧品, おしゃれ)

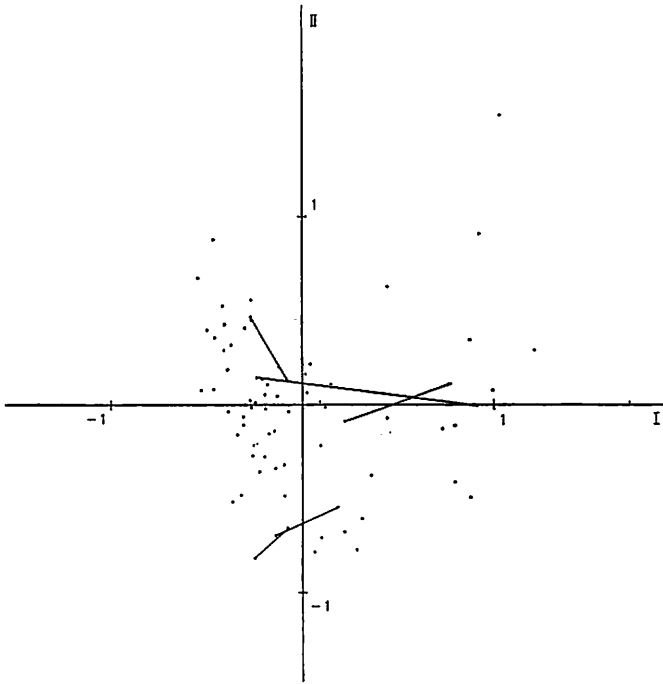


図 5 属性による対象者の位置づけとネットワーク  
(教育)

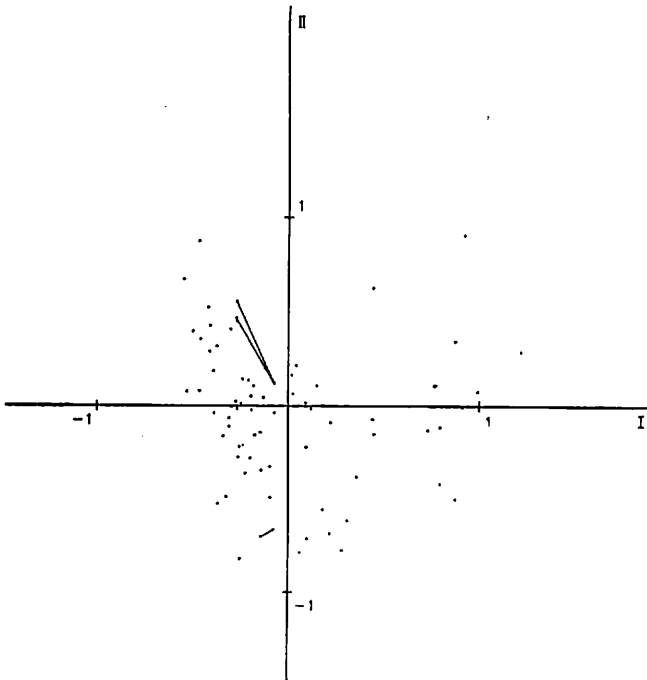


図 6 属性による対象者の位置づけとネットワーク  
(インテリア, 家具)



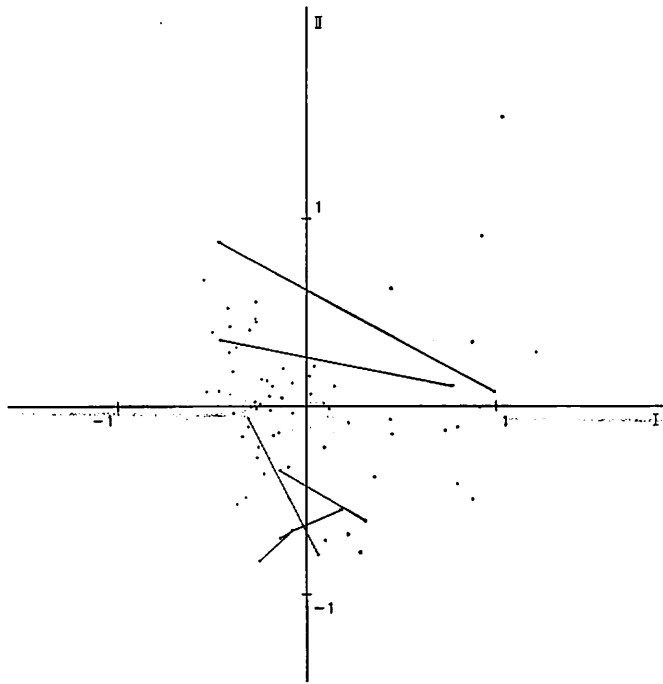


図 7 属性による対象者の位置づけとネットワーク  
(健康問題)

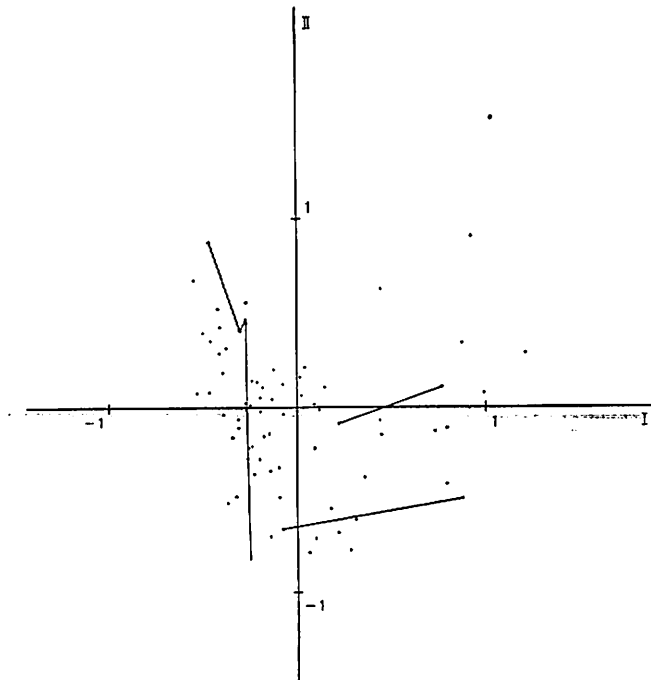


図 8 属性による対象者の位置づけとネットワーク  
(スポーツクラブ、教養サークル)

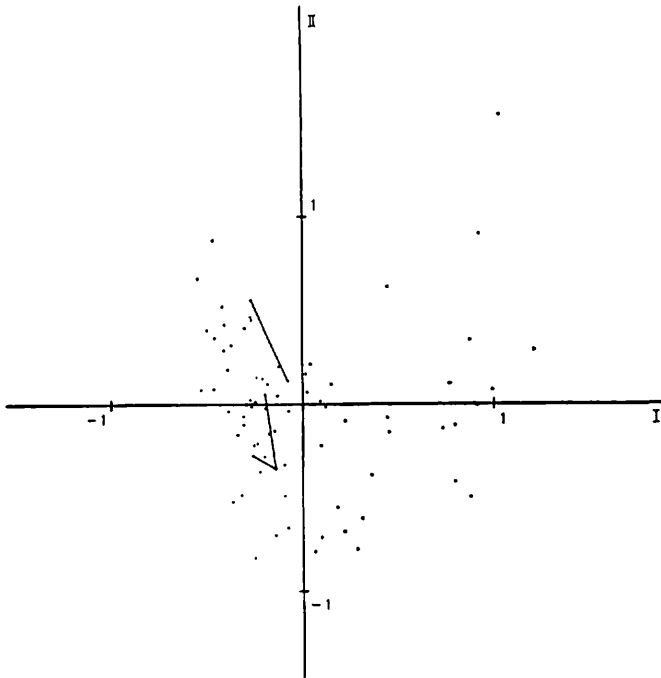


図9 属性による対象者の位置づけとネットワーク  
(新しい店)

見されたコミュニケーション・ネットワークを描き分析を行ったのである。(図2～図9)

ただし、このネットワークには、1)の空間的距離の分析においては用いた家族内成員とのネットワークは含まれていない。また、ソシオメトリック質問において、指名者から指名された被指名者が、調査に対して回答していない場合は、そのネットワークは、この二次元空間上に位置づけることができないのである。したがって、ここで検討されるネットワークの数は、1)の空間的距離分析における場合に比べて、かなり少なくなるのである。結果を見てみると、各話題とも、ネットワークの形成は、かなり異類的な人々の間で行なわれているようである。例数が少ないため確定的には言えないが、その中であって、ファッション・化粧品・おしゃれ、インテリア・家具、新しい店においては、比較的ネットワークを形成している人々の間の異類性<sup>2)</sup>が低いようである。

本研究においては、多くの場合かなり異類性がある人々の間で、コミュニケーション・ネットワークが形成されていることが示されているのである。

### III. 今後の課題

ソシオメトリック質問に対して、無回答が多かった点

なども含めて、本研究は必ずしも十分な研究ではなかったが、今後のコミュニケーション・ネットワーク研究の展開についてのいくつかの示唆が示された。

本研究においては、空間的距離要因、すなわち、空間的近さがネットワーク形成とかわりあっていたが、コミュニケーション・ネットワーク研究がしばしば指摘している属性における同類性、等質性要因が、関連していないことが示されたのである。属性の同類性要因よりも空間的距離要因がコミュニケーション・ネットワークの形成に関連していることが示されたのである。

このように、属性の同類性がネットワーク形成に関連していないこと、すなわち、同類性仮説の妥当性に疑問が生じたのは、どのような理由からであろうか。

まず第一に、そもそもネットワーク形成に同類性要因が関連性を持っていないことが考えられる。しかし、必ずしも十分でない本研究によって、同類性仮説を支持しないデータが示されたからといって、この仮説を直ちに否定することはできないであろう。

第二に、本研究において、同類性仮説の妥当性に疑問を生じさせるデータが得られたのは、地域社会状況における空間的距離要因とのトレードオフがあったからであるとも考えられる。Rogers and Kincaid (1983, p.

312) が述べているように、空間的に距離のある結びつきを維持していくには大変な努力を必要とするのである。また、それと同様に、大きい異類性を持っている結びつきは、そのようなコミュニケーションによって生じがちな困難を克服するために大変な努力を必要とするのである。それ故、人々にとって、空間的近さのあるネットワークも、同類性のあるネットワークも共に望ましいのである。しかし、両要因がトレードオフの状況にある時、すなわち、空間的に近い人々が異類的であったり、同類的な人々が空間的に遠い人々である場合、どちらかを優先せざるを得ないのであるが、この場合、Rogers and Kincaid (1981, p. 311) が、Nathemow and Lawton の研究成果をふまえて述べているように、空間的近さの方が優先されるようである。本研究の場合も、そのようなトレードオフ状況にあって、空間的近さが優先されたのではなからうかということが考えられる。本研究において発見された異類的な人々の間で形成されているコミュニケーション・ネットワークのほとんどが空間的近さを持っているのである。

第三に、同類性要因に関して、人々の間におけるネットワーク形成に対する障害要因としての異類性にはある一定の許容レベルがあるのかもしれないということである。ある一定レベル内に異類性のレベルがある時、それはネットワーク形成の障害にはならないのではなからうかということである。これらは、今後の研究によって検討されるべき課題であろう。また、空間的近さ要因に関しても今後、検討されるべき問題が存在している。本研究において、地域内のネットワーク形成は、空間的近さに関連して行なわれているのであるが、一方で地域外の人々とのネットワークが多く形成されているのである。すなわち、空間的近さがない人々とのネットワークも形成されているのである。これは空間的近さ要因では説明されないのである。

どのような時、空間的近さに依存してネットワークが形成され、そして、どのような時、空間的遠さを克服し

てネットワークが形成されるのであろうか。この点の検討が課題であろう。この際、コミュニケーション・ネットワークの適切な分類が必要であると思われる。それは話題別分類よりも、コミュニケーション・ネットワークを通して行なわれるコミュニケーションの機能に着目した分類であることが必要であると思われる。例えば、コミュニケーションによって有効な情報を得るためのネットワークと、コミュニケーションによって人間関係の維持・発展を行うことを主機能とするネットワーク、すなわち、話題志向型ネットワークと関係志向型ネットワークへの分類である。後者の場合、話題の種類がどうであれ、地域社会内での空間的距離が重要となり、前者の場合は距離よりもより適切な情報源を求めていくことが考えられる。

#### 注

- 1) 本調査研究を行うにあたって、(財)第一住宅建設協会より研究費の助成を受けた。本稿は、(財)第一住宅建設協会への調査研究報告書の一部に加筆したものである。また、調査および集計作業にあたっては、本塾大学大学院社会学研究科院生(当時) 桑原武夫君と本塾大学青池ゼミの学生諸君(当時) に協力してもらった。ここに感謝の意を表わしたい。
- 2) 異類性 (Heterophily) は、同類性の反対概念である。(Rogers 1983, p. 18)

#### 文 献

- E. M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, The Free Press 1983.
- E. M. Rogers and D. K. Bhowmic, Homophily-Heterophily: Relational Concepts For Communication Research, *Public Opinion Quarterly* Vol. 34, No. 4, 1971.
- E. M. Rogers and D. Lawrence Kincaid, *Communication Networks*, The Free Press 1981.
- S. Worchel and J. Cooper, *Understanding Social Psychology*, The Dorsey Press 1976.