慶應義塾大学学術情報リポジトリ

Keio Associated Repository of Academic resouces

| 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, 愼一(Aoike, Shinichi) |
| Publisher | 慶應義塾大学大学院社会学研究科 |
| Publication year | 1993 |
| Jtitle | 慶応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 | https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000036- |
| | 0031 |

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、大きな関心がはら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ー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。

* 慶應義塾大学文学部教授(社会学)

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ーを処理する分析技法が未発達であったことである。

今日, データー処理技法が発達し, 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・データーを処理することはできても, 社会レベルにおけるデーターを 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 查(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

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、ここで把えら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、

| 丰 1 | しゅのっこ | ュニケーション・ | オットワークサ |
|-------|--------------|--------------------------------------|-----------------|
| 777 1 | ハタりょう | , - 7 - 7 - 7 . | スットソーク が |

| | 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。

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 な型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, ある人とある人と 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、これらの中にあって、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理の 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 異質的 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、距離が違い程,両者は より異質的であり,近ければ近い程,両者は等質的ない

表 2 変数コード

| - | ۴ | 変数 | カテゴリー |
|---------------------------------|-------------|------------------|---|
| 1 2 3 | | 年 齢 | 20歳~30歳未満 30歳~40歳未満 40歳~50歳未満 |
| 4 | | | 50歳以上 |
| 5 | Ì | 主婦の学歴 | 大学・大学院 (旧制高専を含む) 短大・髙専 |
| 7 | - 1 | | 高校(旧中・高女を含む) |
| 8 | | | 中学(旧制小, 高小を含む) |
| 9 | | i | 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 | | | 髙校(旧中・髙女を含む) 中学(旧制小,高小を含む) |
| 14 | | | 中子(旧前小、高小を含む) |
| | | | |
| 15 16 | | 主婦の職業経験の 有無 | 現在職業有り 現在は無いが過去に職業経 験あり |
| 17 | 7 | | 今までに職業経験は無し |
| 18 19 20 21 22 |)) 1 | 家族の人数 (本人も含む) | 1人 2人 3人 4人 5人以上 |
| 23 24 25 20 | 4 5 | 子供の数 | 1人 2人 3人以上 0人 |
| 2' 2' 2' 3' 3' 3 | 8 9 0 | 第1子はどの段階 にいるか | 乳幼児 小学生 中学生または高校生 予備校生または大学生 就職・独立 その他 |

表 2 (続き)

| | - X - | |
|-------|-------------------|--------------|
| 2 – F | 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 | 関心が強い |
| 43 | 買物について | 関心が弱い |
| 44 | ファッション・化 | 関心が強い |
| 45 | 粧品・おしゃれに ついて | 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 | 関心が強い |
| 49 | について | 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・ | 関心が強い |
| 53 | 教養のサークルに ついて | 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 |
| ١ | J | |

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

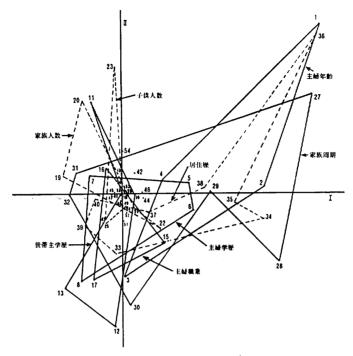


図 1 双対尺度法による変数の空間的位置

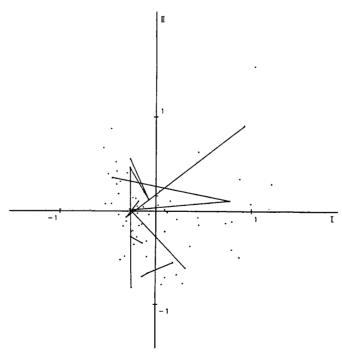


図 2 属性による対象者の位置づけとネットワーク (全般的会話)

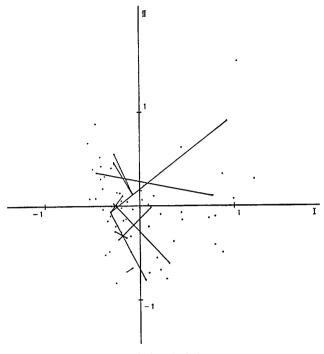
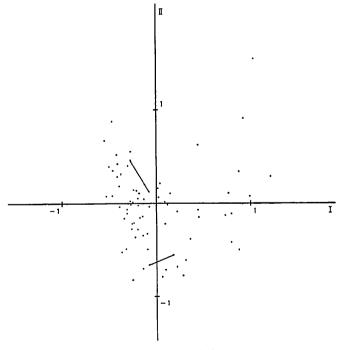


図3 属性による対象者の位置づけとネットワーク (食品・日用雑貨)



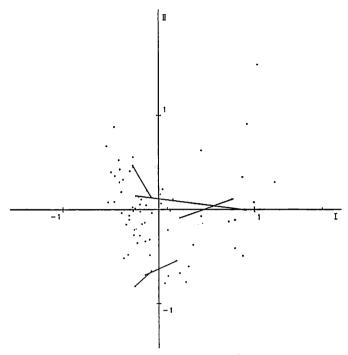


図 5 属性による対象者の位置づけとネットワーク (教 育)

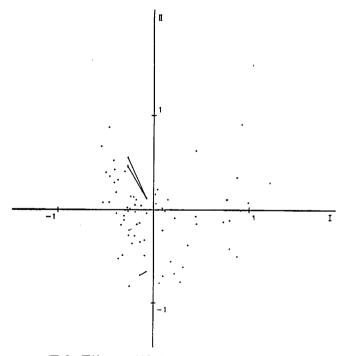


図 6 属性による対象者の位置づけとネットワーク (インテリア, 家具)

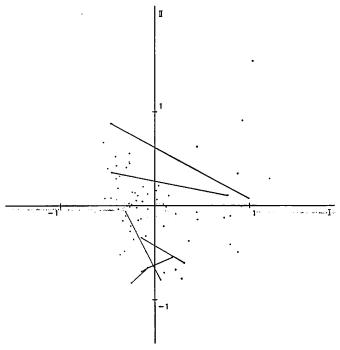


図 7 属性による対象者の位置づけとネットワーク (健康問題)

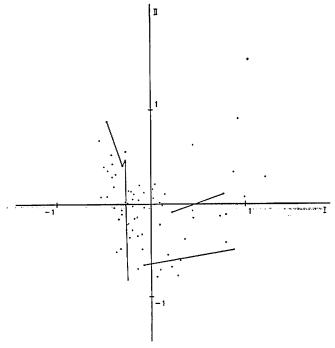


図 8 属性による対象者の位置づけとネットワーク (スポーツクラブ, 教養サークル)

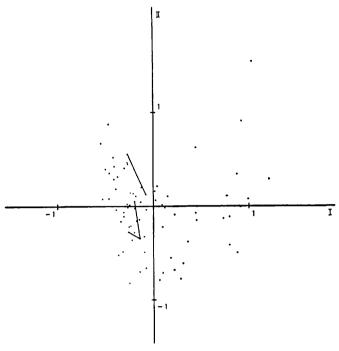


図 9 属性による対象者の位置づけとネットワーク (新しい店)

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、その中にあって、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²⁾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が、今後のコミュニケーション・ネットワーク研究の展た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ー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ーが得られたのは、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 のではなかろ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阻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ろ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。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

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。
- 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 Prss 1983.
- E. M. Rogers and D. K. Bhowmic, Homophily-Heterophily: Relational Concepts For Communi cation 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.