

MUD使用がシャイネス傾向者の社会性に及ぼす効果 —ハビタットIIを用いた実験—

○ 坂元 章
お茶の水女子大学

磯貝 奈津子
お茶の水女子大学

木村 文香
お茶の水女子大学

近年では、MUD (Multi User Dungeon) と呼ばれる電子コミュニティが拡大している。これは、コンピュータ・ネットの中に擬似的な生活空間が設けられており、複数のユーザーがネットを通じてそこに入り込み、擬似生活をしながら、相互交流を行なうものである。

以前から、MUD 使用が人々の社会的適応に悪影響を及ぼすことが懸念されてきた。最近ではそれを支持するデータも見られている (Kraut ら, 1998)。確かに、MUD 使用によって、現実世界での人間関係に適応しなくなる人はいるのかもしれない。

しかし、もともと現実の人間関係に適応していない人、例えば、シャイネス傾向者にとっては、MUD はむしろ、その社会性を促すものとして活用できるのではないかと我々は考えている (坂元, 1999)。第1に、MUD は、シャイネス傾向者にとっては、希薄なものとはいえ、それでも人間関係を保つことができる貴重な場である。そこで相互作用を通して社会性を高められるかもしれない。少なくとも、いきなり現実世界の中で訓練するよりも無理がないように見える。第2に、心理劇の手法を援用して、シャイネス傾向者を社交的にふるまわせ、対人場面でうまく活動する自信やコツなどを得させることによって、その社会性を高めることができると見える。しかし、シャイネス傾向者にとって、人前で演技をすることは耐えがたいことである。MUD では匿名性が保証されており、現実の自分自身について相手に知られる心配はないので、恥ずかしさを感じることは少なく、そうした人にとっても、効果が期待できるかもしれない。

こうした観点から、我々は、シャイネス傾向者が MUD の中で社交的行動することによって、現実場面での社会性が高まるかどうかを検討した。

方法

被験者 シャイネス尺度 (今井・押見 1987) によって、シャイネス傾向が強いと判定された 39 名のお茶の水女子大学学生。使用群 (20 名) と統制群 (19 名) にランダムに分けた。

MUD 富士通が提供している Habitat II を使用した。日本では、もっとも規模の大きいものである。

手続き 1) **MUD の使用** 使用群の被験者は、MUD の中で「社交的な人物を演じる」ように教示され、30 分間、マンションの一室で 2 名のサクラを相手に、3 人のグループで会話をした。一方、統制群の被験者は、30 分間、中立的な映像として、映画 (「赤毛のアン」) ある

いは「スノーマン」) の一部を視聴した。どちらの群も、メディア接触による生理的変化に関する研究に協力していると信じさせられた。／ 2) **社会性の測定** 待合室テクニック (Fazio ら, 1981; 坂元ら, 1995) を使った。被験者は、別の研究に協力してほしいと言われ、その準備の間、待合室で待っていてほしいと教示された。そこで待合室に行くと、知らない人物 (サクラ) が座っており、3 分 30 秒の間、被験者はその人物と 2 人きりにされた。そのときに、被験者が、その人物に話しかけたか、長く話したか、頻繁にアイコンタクトをとったか、近い位置に着席したか、サクラおよび評定者は被験者にどのような印象を感じたか (「外向的-内向的」次元について 5 段階で評定する) などを調べ、社会性の指標とした。**結果と考察**

それぞれの社会性の指標について、使用群と統制群の違いを t 検定で検討した (表 1)。このように、使用群のほうが、統制群よりも、待合室での社会性は高く、これは、MUD 使用は、シャイネス傾向者の社会性を高める効果があることを示すものである。なお、統制群は、2 つの映像のいずれかを視聴したが、その違いによる差はほとんどなかった。今後は、MUD の効果の安定性や持続性を検討し、MUD 使用の実践的な有効性を明らかにする必要がある。

表 1 使用群と統制群の社会性

	使用群	統制群	t 値	有意性
話しかけ (0-1)	.50	.21	1.92	p < .1
発話時間 (s)	43.86	12.86	2.09	p < .05
アイコンタクト時間 (s)	62.83	19.10	2.15	p < .05
着席距離 (cm)	73.65	76.26	.29	ns
サクラの印象 (1-5)	2.45	2.11	1.32	ns
評定者の印象 (1-5)	2.41	1.47	2.32	p < .05

注: 「話しかけ」は、あった場合「1」、なかった場合「0」。印象は、数字が高いほど外向的。t 検定の自由度は 37。

引用文献 Fazio, R. H., Effrein, E. A., & Falender, V. J. (1981) Self-perceptions following social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 232-242.／今井 明雄・押見 輝男 (1987) シャイネス尺度の検討 日本社会心理学会第28回大会発表論文集, 66.／Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998) Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017-1031.／坂元 章 (1999) マルチメディアによる心の教育 放送教育, 53(11), 32-35.／坂元 章・三浦 志野・坂元 桂・森 津太子 (1995) 通俗的心理テストの結果のフィードバックによる自己成就現象 —女子大学生に対する実験と調査— 実験社会心理学研究, 35, 87-101.