

2007年度 看護情報学

THE INTERNET AND HEALTH  
COMMUNICATION

Experiences and Expectations

Ronald E. Rice & James E. Katz

11.Experiencing Empathy Online

Jennifer J.Preece and Kambiz Ghozati

P233-260

聖路加看護大学大学院 博士前期課程

笠松由佳 2007年6月7日

# 1. 研究の背景・動機

- 共感の研究は数多くなされているが、オンライン上の団体 (community) における共感について研究されたものは少ない。
- 膝の靭帯を損傷した人の掲示板に関する研究では500メッセージのうち約半数は共感的であった。しかし、この傾向が、オンライン上において一般的であるのかサンプル数を多くして調査する必要がある。
- 共感がオンライン上で広くいきわたっていると言われていることが本当ならば、もっと詳しくそのことについて理解し、共感をサポートするようなソフトウェアやオンライン上の社会的規範 (social policies) を開発する必要がある。

## 2. 研究目的

- オンラインで、共感的なコミュニケーションが行なわれているかについて調査し、更なる知見を得ることである。

# 問い

1. オンラインでは、どの程度共感的なコミュニケーションがとられているのだろうか？
2. 団体の関心を示しているトピックスによって、共感に影響をうけるのだろうか？ 支援団体の共感、他の団体と比べてどうだろうか？
3. 団体における性差のバランスは、共感に影響を与えているだろうか？
4. 管理者 (moderator) がいることは、共感に影響を与えているだろうか。

# 3.対象

- Usenet Newsgroupsと掲示板グループに登録している団体のうち、5分の1に相当する100団体
- 一つの団体からは、5分の1のメッセージに相当する20のメッセージを抽出
- 合計2000のメッセージ

## 4. データ分析

### 1. コミュニケーションタイプ

- ①共感的(emphatic) ②敵意がある(hostile) ③どちらでもない

### 2. 性差

- ①男性 ②女性 ③どちらか不明

### 3. 管理者がおり節度が保たれているか

- ①管理者がいる(moderated) ②管理者がいない(not moderated) ③分類が不可能

## 5. 分析方法

- 内容分析を用いた。一つ一つのメッセージごとに分析した。分類のカテゴリーは、メッセージに敵意があるか、ないかを調べ、メッセージ全体の内容と意味にしたがってカテゴリーに分類した。二人の研究者が、まったく同じ方法で分析をした。

## 6. 定義

### ■ 共感的メッセージ

メッセージの中に、強い共感の内容を含む。相手に対して、知ろう、感じようとし、同情心をもって応答していること(knowing, feeling, and responding compassionately)を特徴としている。メッセージ全体には、お互いの経験を共有することでお互いをさらに理解したり、ケアリングが深まっている感じがある。



## 6. 定義

### ■ 共感的メッセージの例

It's been two weeks and five days now. I read other postings where others painted over feeling alone. Well, I'm having my bout with the depression. it's a battle to entertain my mind, reading, computer, talk, radio and rarely TV. I do my exercise...  
Thanks for listening.

## 6. 定義

### ■ 敵意のあるメッセージ

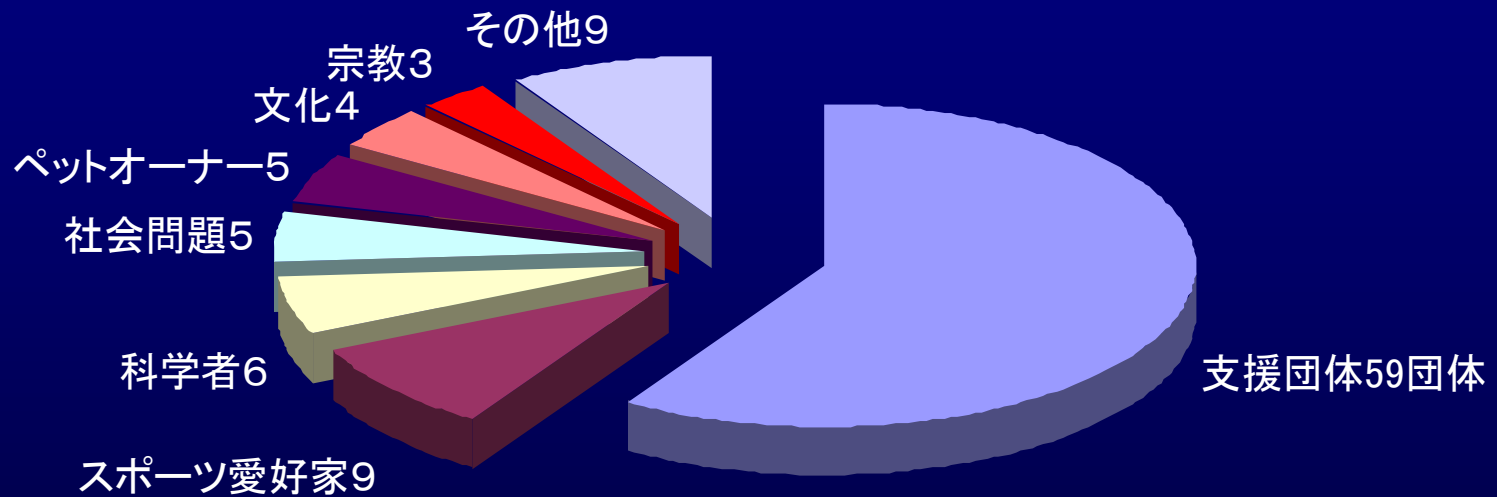
共感的でないことから、敵意にいたるまでであるが、この研究では、友好的でなかったり、怒ったり、悪意があったり、傷つけたり、同情がかけていたり、不親切であることを敵意と定義する。

## 6. 定義

### ■ 敵意あるメッセージの例

Nooooo Nooooo! Nooooo!!!! The pages you have read are all written by antiapartame kooks! This has been discussed over and over ad nauseam here for “years”!

# 7. 結果-団体の分類



n=100

## 7.結果 —メッセージの特徴

およそ半分が掲示板で、もう半分がUsenet Newsgroupsだった。(n=2000)

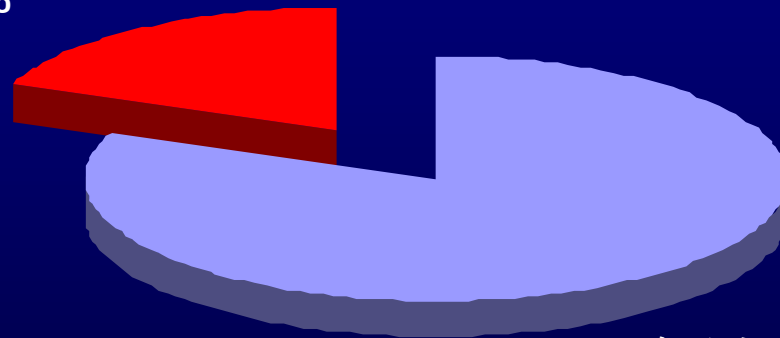
## 7. 結果一問1

- オンラインでは、どの程度共感的なコミュニケーションがとられているのだろうか？

# 7.結果一問1①

## 共感的コミュニケーションの割合

まったく含まない  
19%

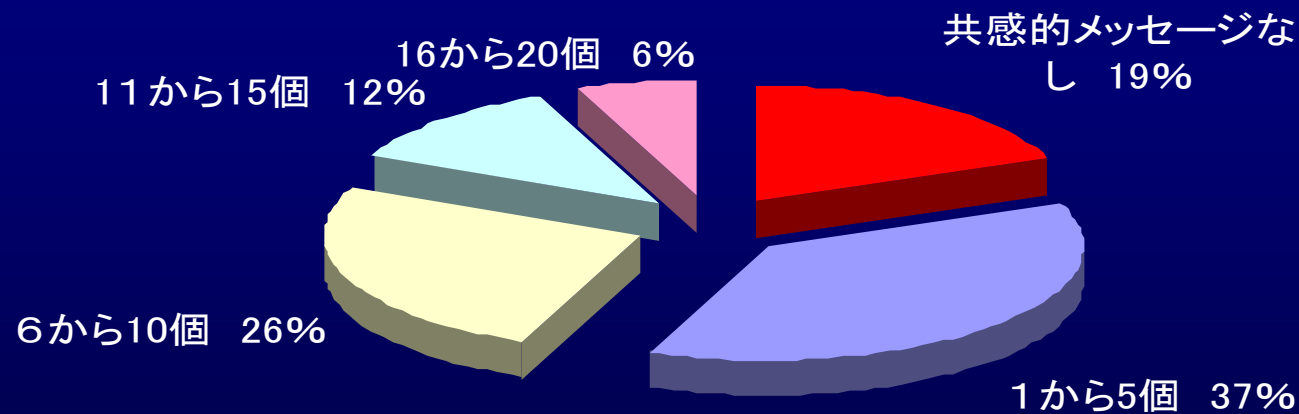


なんらかの共感的  
メッセージを含む  
81%

n=100

# 7. 結果一問1②

## 共感的コミュニケーションの数

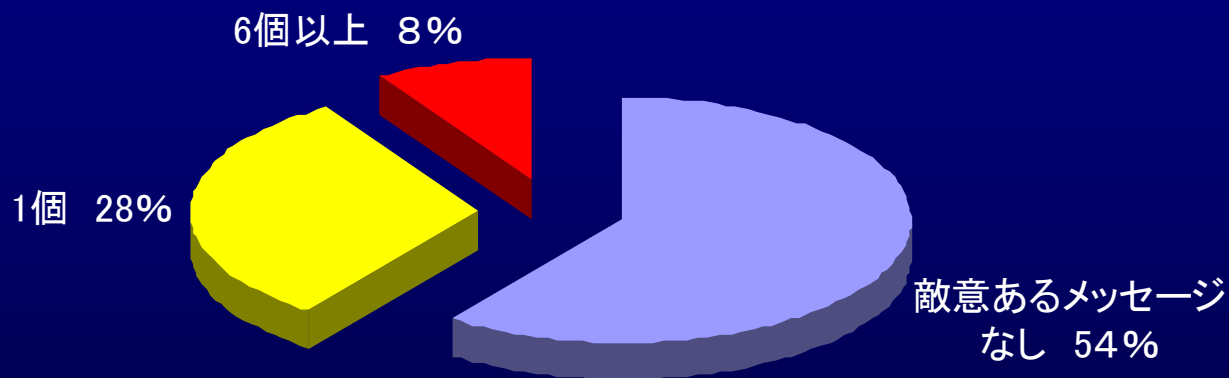


n=100



# 7. 結果一問1③

## 敵意あるメッセージの割合と数



n=100

# 7.結果一問1

- オンラインでは、どの程度共感的なコミュニケーションがとられているのだろうか？

結果：共感はインターネットコミュニケーションにおいて広くいきわたっている。そして、敵意あるメッセージもかなり一般的であり、オンラインコミュニケーションの3分の1に生じている。

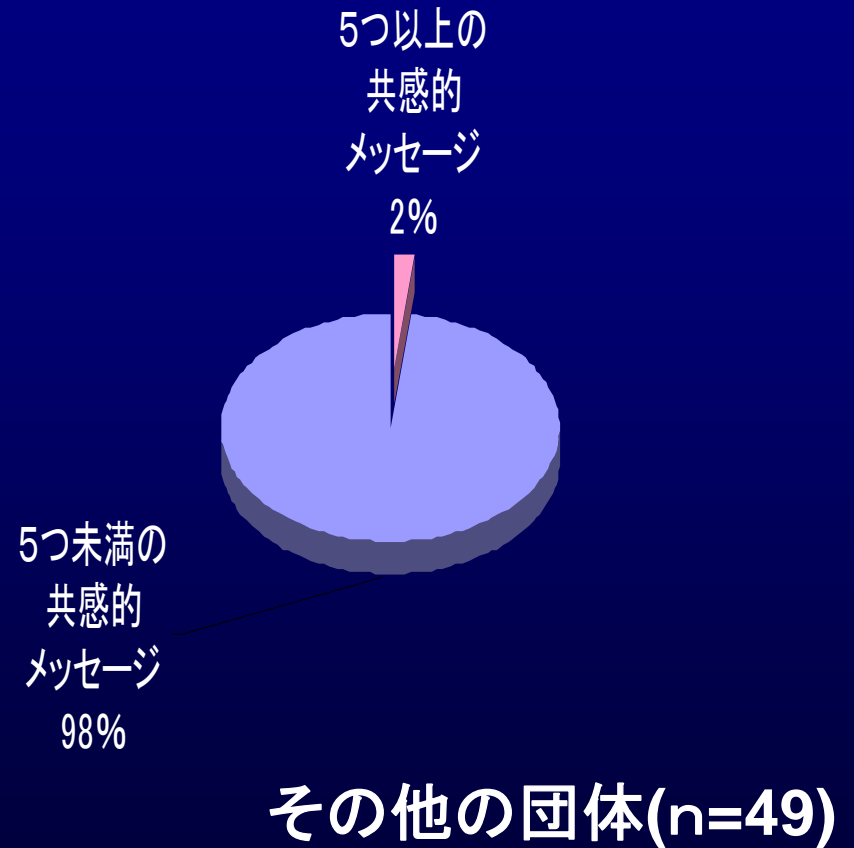
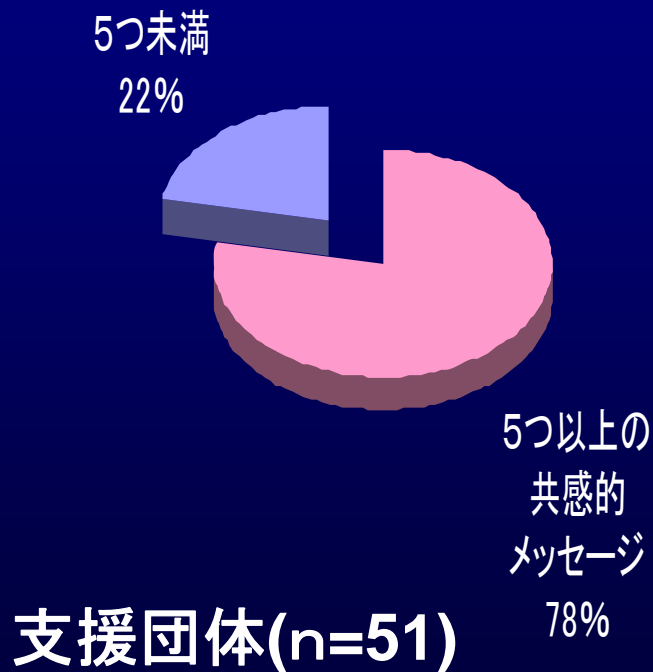
## 7.結果一問2

- 団体の関心を示しているトピックスによって、共感に影響をうけるのだろうか？
- 支援団体 (support community) の共感は、他の団体と比べてどうだろうか？

団体	団体数	メッセージ数	管理者の有無	共感の%	敵意の%
患者サポート	15	300	あり	45	0.7
患者サポート	3	60	なし	43.3	5
文化	4	80	なし	3.8	12.5
雑種	4	40	あり	12.3	0
雑種	7	140	なし	5.7	13.6
科学	3	20	あり	30	0
科学	4	80	なし	6.3	16.3
社会	4	80	なし	6.3	27.5
スポーツ	2	40	あり	10	15
スポーツ	7	140	なし	2.9	7.9
情緒サポート	3	60	あり	48.3	0
情緒サポート	5	100	なし	69	9
宗教	3	60	なし	0	21.7
ペット	4	80	なし	13.8	3.8
全体	合計68	平均20	平均38.5	平均4.24	平均1.9

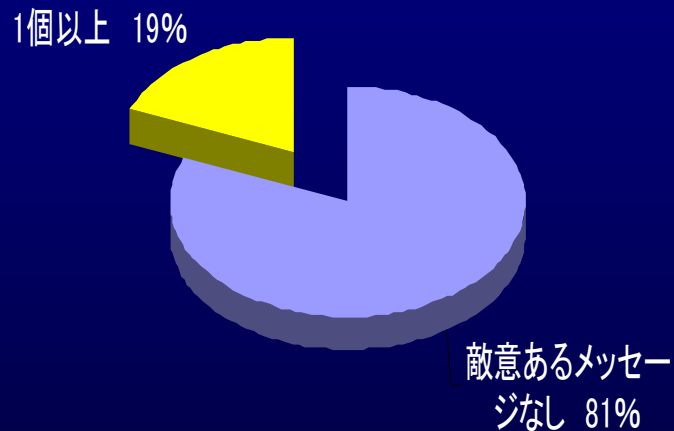
# 7. 結果一問2①

## 支援団体とその他の団体(において5つ以上の共感的メッセージを含む割合の比較

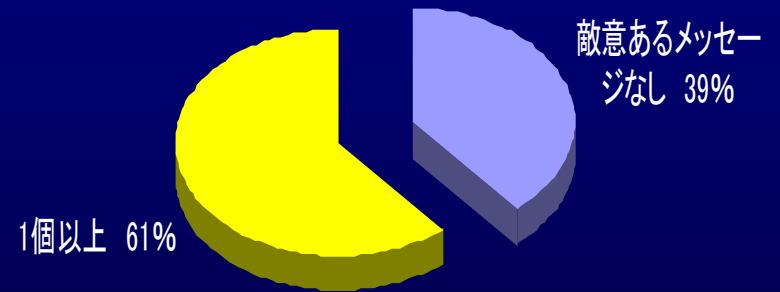


## 7. 結果一問2②

支援団体とその他の団体において敵意あるメッセージ  
がまったくない割合の比較



支援団体 (n=51)



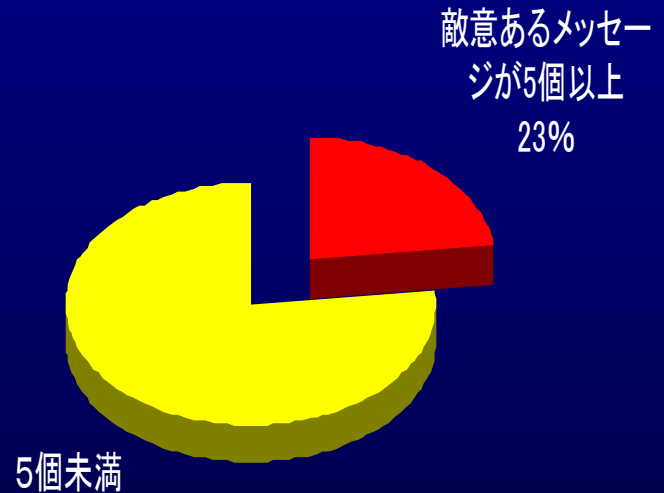
その他の団体 (n=49)

# 7. 結果一問2③

## 敵意あるメッセージが5個以上ある割合



支援団体(n=51)



その他の団体(n=49)

## 7.結果一問2

- 団体の関心を示しているトピックスによって、共感に影響をうけるのだろうか？
- 支援団体 (support community) の共感は、他の団体と比べてどうだろうか？

支援団体とその他の団体において5つ以上の共感的メッセージを含む割合の比較

結果：支援団体においては、その他の団体と比較してコミュニケーションにおいて「共感的で敵意が少ない」ということが有意に明らかになった。(  $p < .001$  )



## 7. 結果一問3

- 団体における性差のバランスは、共感に影響を与えているだろうか？

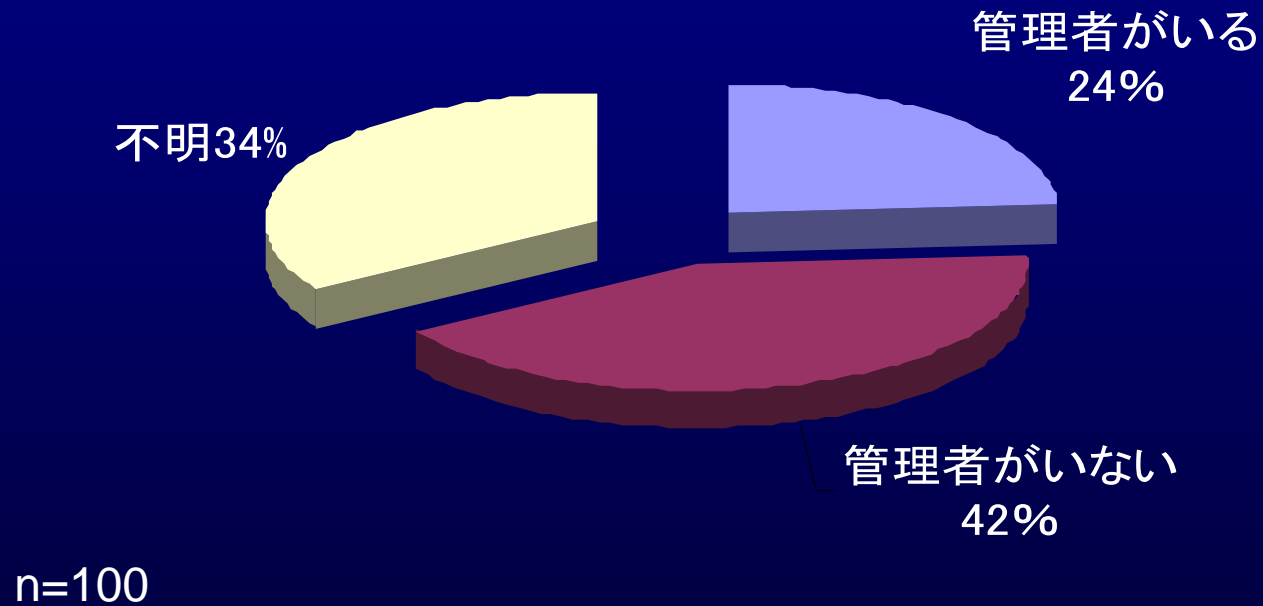
結果：オンラインの団体において共感的なメッセージの高い比率は女性の存在と関連している。 $(p < .001)$

# 結果一問4

- 管理者 (moderator) がいることは、共感に影響を与えているだろうか。

# 結果一問4①

## 管理者のいる割合



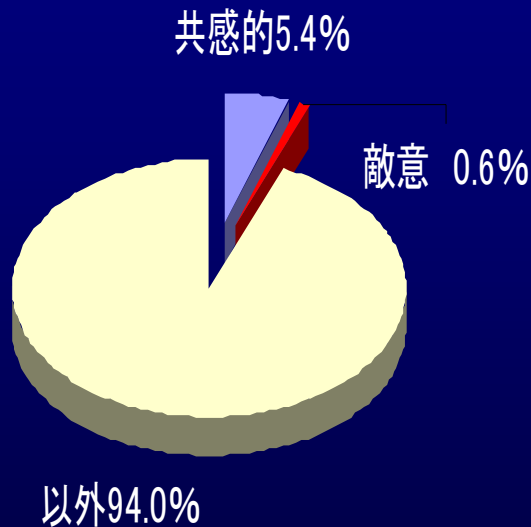
# 結果一問4①

## 管理者のいる割合

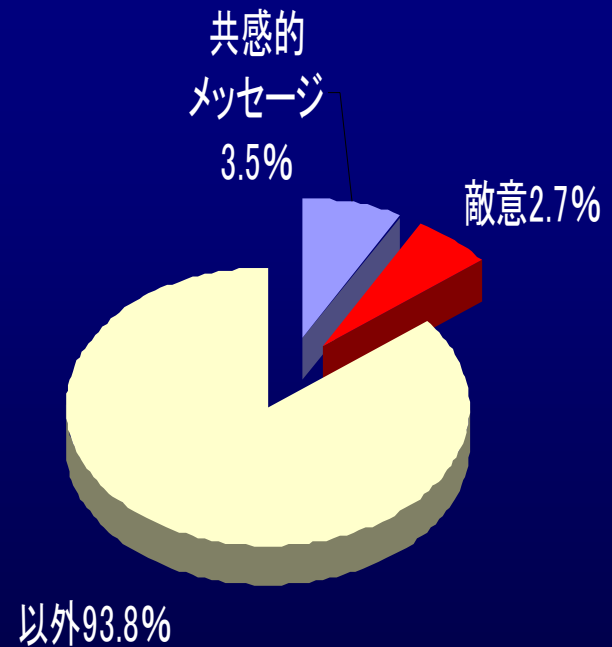
- 管理者のいる割合は、団体をサポートするソフトウェアのタイプと非常に関連が深かった。Usenet Newsgroupsの団体の多くは、管理者がいなかった。一方、掲示板の中には、管理者がいる団体、そうでない団体とがあった。

# 結果一問4②

## 管理者の有無による共感的メッセージの割合の比較



管理者あり



管理者なし

## 7. 結果一問4

- 管理者 (moderator) がいることは、共感に影響を与えているだろうか。

結果：コミュニケーションは、管理者の存在よりも団体の文化によってより影響を受けるのかもしれない。支援団体は、管理者の有無にかかわらず共感的であり、スポーツ団体は、たとえ管理者を有していたとしても敵意に満ちている傾向にあった。

## 9. 感想-対象について

- いつの研究で、その当時はオンラインにいくつの団体があり、どのように5分の1に相当する100団体を抽出したのか抽出方法が不明である。
- 同様に、ひとつの団体からの5分の1に相当する20のメッセージの抽出方法が不明である。
- Usenet Newsgroupsと、掲示板グループは、まったく異なったものだけれども、その点は考慮されていない。

## 9. 感想-定義について

- 団体をどう定義したのか記載がないので、オンライン上からどのように団体を抽出したのか不明である。
- 管理者 (moderated) に関しては記載があり、「ある人が、メッセージをチェックし、敵意があるか、あるいはその他にもふさわしくない内容かどうかメッセージをチェックしている」とある。