

## 監視を支える基盤としての「信頼」

後藤 晶<sup>†</sup>明治大学<sup>†</sup>

### 1. 概要

本研究においては、情報技術の進展に伴う情報社会の発展に付随して生じる「情報社会における監視」に着目して、その監視の許容の程度について信頼ゲームをもとにした想定状況におけるオンライン実験を行った。その結果、監視主体と監視媒体および監視情報の間に相互作用が認められた。この結果は、監視主体と監視対象および監視情報の組み合わせによって監視の許容の程度が異なることを示唆している。さらに、特徴的な結果としては社会信用システムに対する許容の程度が高い、私人による検索履歴の監視に対する許容度が低いといった結果が得られた。

### 2. 問題

現代の情報社会では、我々の行動のほぼ全ての行動は監視対象となる<sup>[1]</sup>。特に、インターネットに関連する監視はその傾向が顕著である。ライアンは統治・管理のプロセスにおいて情報通信技術に依存する社会は監視社会であると述べて、監視社会は高度情報社会の必然的な帰結であると指摘し、情報社会における監視には①監視対象、②監視媒体、③監視主体の三者関係の重要性が示唆されている。後藤らはこの三者関係の中でも監視対象および監視主体に着目して、監視カメラを例として否定的な人を対象とした調査により、監視主体と監視対象の組み合わせに応じて監視の許容度が異なることを指摘した<sup>[2]</sup>。

ある第三者による監視を許容することは、ある第三者に対して信頼を示していることになる。ここでいう信頼とは、社会的不確実性が存在する状況下で、相手が利己的に振舞い、自身が不利益を被ることはないだろう、と期待することと定義する<sup>[3]</sup>。この観点から言えば、監視主体および監視媒体に情報を提供して、監視を許容するということは、両者が自身に対して意図に関わらず不利益を与えることはない信頼していることになる。

さらに、どのような情報であれば監視媒体・監視主体に提供を認めるかも論点となる。提供

を許容する情報もあれば、許容できない情報もあると考えられる。したがって、監視情報・監視媒体・監視主体の組み合わせによって、監視の許容傾向が異なることが想定される。

これらの観点を踏まえて、本研究においては、監視対象がどのような①監視情報をどのような②監視媒体を通じて③どのような監視主体に提供することを許容するのか、すなわちどのような監視媒体・主体を信頼するのか検討する。

### 3. 方法

本研究においては、「Yahoo!クラウドソーシング (<http://crowdsourcing.yahoo.co.jp/>)」を用いた。調査は2019年11月15日から11月19日までの4日間にかけて実施した。調査参加者は1,748名(年齢M=43.57, SD=10.44)、内訳は男性が1,061名、女性が687名であった。

本研究においては、監視情報3条件(行動情報(BehavInfo)・購入情報(PurchInfo)・検索情報(SearchInfo))×監視媒体3条件(SNS(SNS)・ECサイト(EC)・検索サイト(Search))×監視主体3条件(公的機関(Official)・民間人(People)・社会信用システム(SocialTrust))の27条件の実験を実施した。

具体的な実験手続きは以下の通りである。各条件において、実験参加者は監視対象として10ポイントの価値のある監視情報を、以下の状況下で提供するかどうかを尋ねられた。その情報は監視媒体によって2倍にされることがわかっている。その監視情報を監視主体に提供しなかった場合に監視情報は2倍の価値のあるものとして提供されるために20ポイントになって監視主体である実験参加者の手元に戻ってくる。しかし、監視情報を提供した場合には監視主体がその提供された監視情報をさらに0倍から2倍の間で変化させて監視主体である実験参加者の手元に戻ってくることになる。したがって、実験参加者にとっては、ポイントが0ポイントから40ポイントの間のいずれかのポイントを獲得できることになる。

“Trust” as a foundation for supporting the monitoring

<sup>†</sup>Akira GOTO, Meiji University

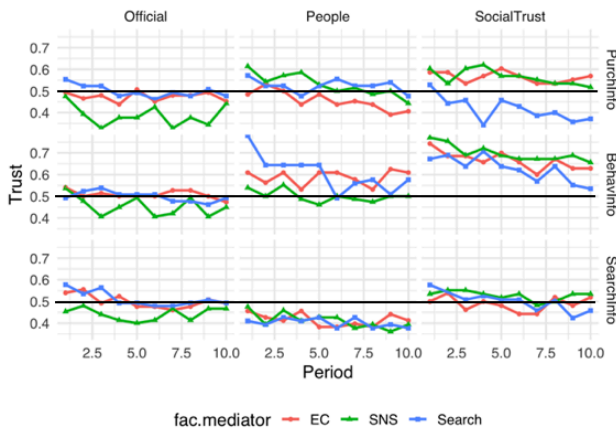


図1. 10期の平均信頼率

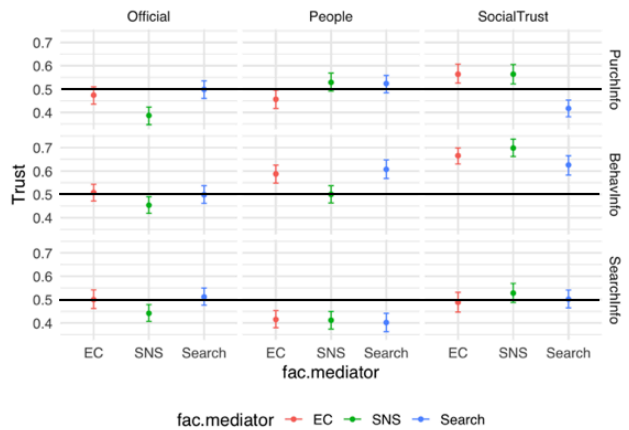


図2. 10期をまとめた各条件における平均信頼率

つまり、監視情報の非提供はリスクを背負わず確実なポイント獲得を目指すことであり、監視主体への非信頼を反映している。一方、監視情報の提供はリスクのある状況下でのポイント獲得を目指すことであり、監視主体への信頼を反映しているといえる。

4. 結果とまとめ

図1には10期に渡る平均信頼率を、図2には10期をまとめた各条件における平均信頼率を示している。

表1. 1サンプルt検定の結果

estimate	t-value	p-value	df	CI(Low)	CI(High)	監視情報	監視媒体	監視主体
0.474	-0.490	0.626	72	0.368	0.580	購入情報	ECサイト	公的機関
0.508	0.158	0.875	73	0.406	0.610	行動情報	ECサイト	公的機関
0.500	0.000	1.000	62	0.387	0.613	検索情報	ECサイト	公的機関
0.456	-0.794	0.430	63	0.346	0.566	購入情報	ECサイト	民間人
0.588	1.670	0.100	63	0.483	0.692	行動情報	ECサイト	民間人
0.415	-1.593	0.116	67	0.308	0.522	検索情報	ECサイト	民間人
0.564	1.133	0.262	57	0.451	0.677	購入情報	ECサイト	社会信用システム
<b>0.666</b>	<b>3.498</b>	<b>0.001</b>	<b>69</b>	<b>0.571</b>	<b>0.760</b>	行動情報	ECサイト	社会信用システム
0.488	-0.190	0.850	51	0.366	0.611	検索情報	ECサイト	社会信用システム
<b>0.387</b>	<b>-2.074</b>	<b>0.042</b>	<b>60</b>	<b>0.278</b>	<b>0.496</b>	購入情報	SNS	公的機関
0.454	-0.879	0.382	68	0.348	0.559	行動情報	SNS	公的機関
0.441	-1.247	0.216	74	0.348	0.535	検索情報	SNS	公的機関
0.529	0.592	0.556	69	0.432	0.625	購入情報	SNS	民間人
0.500	0.000	1.000	75	0.399	0.601	行動情報	SNS	民間人
0.411	-1.680	0.098	60	0.306	0.517	検索情報	SNS	民間人
0.564	1.166	0.248	57	0.454	0.673	購入情報	SNS	社会信用システム
<b>0.698</b>	<b>3.916</b>	<b>0.000</b>	<b>60</b>	<b>0.597</b>	<b>0.800</b>	行動情報	SNS	社会信用システム
0.528	0.472	0.639	57	0.411	0.645	検索情報	SNS	社会信用システム
0.498	-0.029	0.977	64	0.391	0.606	購入情報	検索サイト	公的機関
0.498	-0.027	0.978	64	0.386	0.611	行動情報	検索サイト	公的機関
0.511	0.219	0.827	70	0.409	0.614	検索情報	検索サイト	公的機関
0.524	0.444	0.659	62	0.417	0.631	購入情報	検索サイト	民間人
<b>0.607</b>	<b>2.108</b>	<b>0.039</b>	<b>58</b>	<b>0.505</b>	<b>0.708</b>	行動情報	検索サイト	民間人
0.402	-1.879	0.065	60	0.297	0.506	検索情報	検索サイト	民間人
0.417	-1.635	0.107	69	0.316	0.518	購入情報	検索サイト	社会信用システム
<b>0.626</b>	<b>2.372</b>	<b>0.021</b>	<b>57</b>	<b>0.520</b>	<b>0.732</b>	行動情報	検索サイト	社会信用システム
0.502	0.030	0.976	58	0.390	0.613	検索情報	検索サイト	社会信用システム

\*\*\*: <.001, \*\*: <.01, \*: <.05, .: <.10

全般的な傾向としては、特に個人による検索履歴に対する監視はどのようなサイトを通じても情報提供を望まない傾向が示されている。また、社会信用システムによる監視は購入情報および行動情報に対しては、社会信用システムに

よる検索サイトを通じた監視に対する購入情報の提供を除いて、監視情報の提供に積極的な傾向が示されている。

これらの結果について、10期における平均信頼率（情報提供回数/10期）を応答変数として、チャンスタイムである0.5と比較した1サンプルt検定を27条件について実施した。

表1には1サンプルt検定の結果を示している。監視情報の提供率がチャンスレベルである50%を上回っているのは行動情報に関連する項目および社会信用システムに関連する項目が中心であった。しかし、一律に許容されているのではなく、監視情報・監視主体・監視媒体の組み合わせによって許容されるものもあれば、許容されないものも存在している。すなわち、監視主体・監視媒体は単純に信頼される・されないという二項対立的な次元で完結するのではなく、交互作用によって信頼の程度に差異が生じると考えられる。

謝辞

本研究は公益財団法人電気通信普及財団、ならびにJSPS 科研費19K20634の助成により実施しました。ここに記して感謝申し上げます。

参考文献

[1] Lyon, D.: Surveillance Society: Monitoring Everyday Life, p.189, Open University Press, Berkshire, (2001).  
 [2] 後藤晶, 本田正美, ”監視カメラの社会的許容度に関する一考察”, 社会情報学, Vol.6, No.3, pp.63-78, (2018).  
 [3] 山岸俊男: 「信頼の構造: 心と社会の進化ゲーム」, p.224, 東京大学出版会, (1998)