

メッセージングアプリの機能がコミュニケーションにおいて 果たす役割に関する一考察

A Study of Roles played by Functions of Instant Messaging Clients in Electronic Communication

森本祥一

Shoichi MORIMOTO

専修大学 経営学部

School of Business Administration, Senshu University

要旨:

スマートフォンの普及に伴い、従来電子メール（ケータイ・メール）によって行われていたモバイル端末でのコミュニケーションが、メッセージングアプリに置き換わりつつある。メッセージングアプリでは、実際の会話に近い感覚でテンポの良いコミュニケーションが可能である。また、複数人でのメッセージ交換や開封の即時確認、スタンプによる多彩な感情表現等、コミュニケーションを促進する機能を多く持つ。一方で、メッセージングアプリにまつわる事件やトラブルも増加している。よって本研究では、メッセージングアプリが持つ特徴や機能が、利用者間のコミュニケーションに与える影響について考察する。

Abstract:

With the spread of smartphones, instant messaging client apps have replaced e-mail in electronic communication. The apps have various features and functions which enable and promote smooth communication substantially close to the real conversation. However, the apps sometimes cause crimes, troubles, and cyber bullying. Therefore, this paper clarifies the influence of the features and the functions on communications ability and interpersonal relationships.

1. はじめに

携帯電話は、いまや現代のコミュニケーションに欠かせないツールとなっている。携帯電話が登場して以降、その機能や通信環境等、モバイル技術の進化・発展は目を見張るものがある。特に、ここ数年はスマートフォンが急速に普及しており、全世界の64.7%で保有されている[1]。

スマートフォンの普及によって、人々のコミュニケーション手段も変化してきた。総務省の『社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究（平成27年）』によると、身近な友人や知人とのコミュニケーション手段として、依然『対面での会話』が最も多く利用されているが、『電子メール』、『メッセージングアプリ』、『SNS』を合計した電子的なテキストのやりとりを最も利用すると回答した人も約3割と、高い割合を占めている。これを更に年代別に見ると、20代以下の場合、「抗議する」場面以外では『メッセージングアプリ』が最も利用される手段となっており、特に「日常のおしゃべりをする」場面では52.0%と、他のどの場面よりも高くなっている[1]。他の年代は『電子メール』の割合が高いのに対し、20代以下の若年層は『メッセージングアプリ』を頻繁に利用していることが分かる。従来は携帯電話キャリアによる電子メール、いわゆる『ケータイ・メール』によって行われていたコミュニケーションが、『メッセージングアプリ』に置き換わりつつある。

メッセージングアプリは、モバイル端末向けのインスタントメッセージングの総称である。1対1、または複数人でリアルタイムのテキスト送受信を行うことができる。更に、音声通話や『スタンプ』と呼ばれるイラスト画像によるコミュニケーションも可能である。一覧性の高いインタフェースによってリアルタイムでテンポの良いメッセージ交換ができ

る。スタンプによる感情表現の多彩さ、複数人でのチャット機能等の特徴が若年層を中心に受け入れられ、スマートフォンの普及も相まって急速に広まった。

一方で、こうしたメッセージングアプリにまつわる事件[2]やトラブル[3]も多く報告されている。インターネットや携帯電話が普及してきた過程で、その影響に関する研究は行われてきたが、当該分野の技術革新や普及のスピードが速く、その影響が明らかになる前に広まり、のちに社会問題となってしまうことも多い。現在急速に普及しているメッセージングアプリも、同様の問題が危惧される。

よって本稿では、メッセージングアプリがコミュニケーションに与える影響、および利用者のコミュニケーション能力の変化について理論的な側面から考察する。

2. コミュニケーション手段の変化

2.1. 電子コミュニケーション

ICTの普及は、我々のライフスタイル、特にコミュニケーションに大きな影響を与えた。パソコンとインターネットの普及により、固定電話による音声通話やFAXから電子メールへとコミュニケーション手段が変化した。また、携帯電話の普及に伴い、固定電話やパソコン等の世帯共有端末ではなく、個人の端末によるコミュニケーションが増加した。これがきっかけとなり、電子メールが更に広まり、『音声』から『文字』へとコミュニケーション手段が変化していった。本稿では、このような電子機器によって行われるコミュニケーション全般を『電子コミュニケーション』と呼ぶ。

文化庁が行った『平成23年度 国語に関する世論調査』によると、「口頭で言えば済むことでも、メールを使うようになった」という人の割合が29.5%と、平成13年度と比較し

て12.3%増加している。また「直接人と会って話すことが面倒くさく感じるようになった」という人の割合は18.6%と、平成13年度から7.3%増加している。このデータから、電子コミュニケーションへの依存が進行していると言える。

2.2. ケータイ・メール

ケータイ・メールとは、携帯電話で送受信される電子メールのことである。従来、電子メールはパソコンで送受信されていたが、携帯電話の普及に伴い、1996年頃からケータイ・メールが利用されるようになった。これにより、場所・時間に制約を受けることなくコミュニケーションが可能となった[4]。スマートフォンが主流となった現在も、老若男女問わず、日常会話やビジネスシーン等広く利用されている。

ケータイ・メールにより、日常のコミュニケーションは単純化・短縮化・合理化された。一方、ケータイ・メールはテキストベース・コミュニケーションであるため、相手に感情や表情、声のトーン等の非言語情報を伝えることができない。これが時として対人関係のトラブルを招くこともある。非言語的の手掛かりのなさにより、お互いの表情が読めず、誤解が生じ、対人トラブルにつながりやすい[5]。先行研究では、メールの文章は語法・文法・表現力が未発達であるとされている[6]。これらの問題や非言語情報の欠落等から、相手の感情を読むことができず、攻撃的な文章と誤解してしまいがちである[7]。更に、ケータイ・メールにより若者の対人関係が希薄化している、と結論づける研究もある[8]。前述のような特徴や一部メディアの情報等から、「ケータイ・メールの影響で若者のコミュニケーション能力が低下した」という世間一般の認識が広まっていった。

『コミュニケーション能力』の捉え方は様々であるが、本稿では「いろいろな価値観や背景をもつ人々による集団において、相互関係を深め、共感しながら、人間関係やチームワークを形成し、正解のない課題や経験したことのない問題について、対話をして情報を共有し、自ら深く考え、相互に考えを伝え、深め合いつつ、合意形成・課題解決する能力」という文部科学省コミュニケーション教育推進会議の定義を用いて考察する。

まず、前半部分の「共感しながら人間関係やチームワークを形成する」ことは、対面コミュニケーションよりは劣るが、テキストのみでも可能であり、また情報を共有することもできる。しかし、先行研究の結果等から、後半部分の「相互理解や相互に考えを伝えること、深め合いつつ、合意形成すること」は、非言語情報なしでは困難であると言える。つまり、ケータイ・メールの普及は、少なくともコミュニケーション能力に何らかの影響を与えていることは確かである。

2.3. メッセージングアプリ

メッセージングアプリは、メッセンジャーアプリとも呼ばれ、モバイル端末で利用できるインスタントメッセンジャー(IM)の総称である。IMは、インターネットやLAN等のネットワークにつながった複数の端末間で、リアルタイムにメッセージのやり取りができるアプリケーションソフトウェアである。IMの草分け的存在と言われるICQが1996年にMirabilis社によって開発され、以降、様々なサービスが登場しては消えていった[9, 10]。

図1に、IMの利用率と、フィーチャーフォンとスマートフォンの合計契約者数に占めるスマートフォン契約者数の割合の推移を示す。このデータにおけるIMは、パソコンで利用するものに限る。

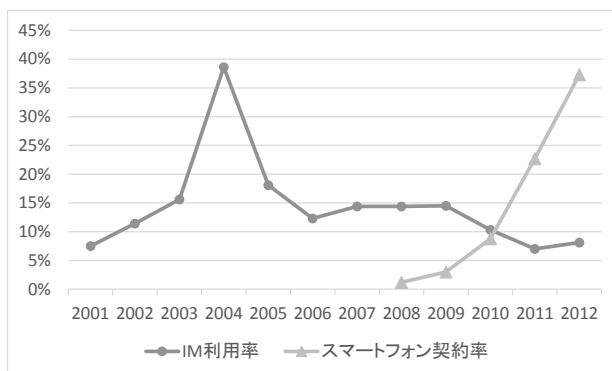


図1 日本のIMの利用率とスマートフォン契約率の推移 (インターネット白書, およびMM総研『スマートフォン市場規模の推移・予測』のデータより著者作成)

このグラフから、スマートフォンが普及するにつれ、パソコンでのIMの利用が減少していったと言える(2012年以降IM利用率のデータは収集されていない)。つまり、スマートフォン所持者数がフィーチャーフォン所持者数を上回った2013年前後から、IMの利用はメッセージングアプリが主流になったと考えられる。

現在、多くのメッセージングアプリが存在する。図2に、日本におけるメッセージングアプリの利用率を示す。他のアプリと比較し、LINEの利用率が圧倒的に高いことが窺える。ソーシャルメディア全体で見ても、利用率1位のYouTube(65.1%)に次いでLINEは2位(55.1%)であり、他のコミュニケーション系メディアであるFacebook(28.1%)やTwitter(21.9%)と比べて約2倍と、大きく差をつけている[11]。

表1に、現在日本で利用されているメッセージングアプリの特徴を比較した結果を示す。メッセージングアプリが持つ共通の特徴として、吹き出しによるメッセージ表示、メッセージ開封の即時確認、『スタンプ』と呼ばれるイラスト画像によるコミュニケーションが挙げられる。

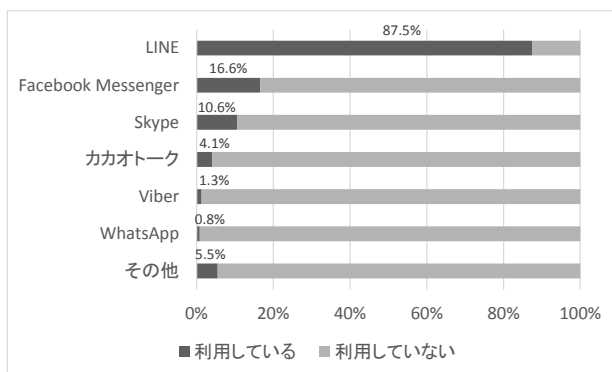


図2 日本におけるメッセージングアプリの利用率 (MMD研究所『スマートフォンアプリに関する調査(2015年4月)』のデータより著者作成)

表1 メッセージングアプリの比較

アプリ名	グループチャット	通話	スタンプ	既読表示
LINE	○	○	○	○
Skype	○	○	×	×
Viber	○	○	○	△
カカオトーク	○	○	○	△
FB Messenger	○	○	○	○

○：機能あり，△：一部制限あり，×：機能なし

3. 各機能が果たすコミュニケーション上の役割

本稿では、メッセージングアプリに共通する特徴である①メッセージを吹き出し型のアイコンを使って表示する『吹き出し表示』、②受信者がメッセージを読んだかどうかを送信者が確認できる『既読表示』、③感情表現やニュアンス伝達のために、単体またはテキストと併用して使われる『スタンプ』が、それぞれコミュニケーションにどのような影響を与えているのかを考察する。

3.1. 吹き出し表示の役割

吹き出し表示は、漫画でよく使われる表現技法である。吹き出しを使うことにより、2次元でその人が発言しているように表現することができる。

吹き出し表示の原型は、コミック・ストリップにあると考えられる。コミック・ストリップとは、アメリカで誕生した『コマ漫画』である。アメリカの新聞媒体が販売競争に明け暮れた1900年前後に、英語を読めない外国からの移住者をも新聞購読層に組み入れるべく採用した『絵で見る新聞記事』である[12]。これにより、文字が理解できなくとも、絵だけで内容が理解可能となり、新聞購読者が増加した。

コミック・ストリップは、コマを繋げることによって連続性を有する話を形作り、セリフを『バルーン』と呼ばれる風船型の枠に書き込み、ナレーション等の補足文を絵の隙間に書き加えた形式がとられている。このコミック・ストリップを原点に、現在の漫画へと発展していると言われている。コミック・ストリップで発言をバルーン(現在の吹き出し表示)の枠内に書き込む形式がとられて以降、イラスト上で会話や発言を表現する時、吹き出し表示を使うことが習慣付いた。つまり、『吹き出し表示』=『会話・発言』という理解が定着した[12]。

従来、パソコンで利用されていた一部チャットソフトやIM等で吹き出し表示が採用されていたが、日本のフィーチャーフォンでは、ケータイ・メールは文字のみで表示されていた。しかし、2008年に日本で発売されたApple社のiPhoneで吹き出し表示による対話形式が採用されて以降、多くのメールアプリやメッセージングアプリが同様のインタフェースを採用するようになった。吹き出し表示を行うことによって利用者に会話を連想させ、実際に自分、もしくは相手が発話している、相手と対話しているイメージを持ちやすくなる。

3.2. 既読表示の役割

既読表示とは、送信したメッセージを受信者が閲覧すると送信者側のメッセージ欄に『既読』という文字が表示されるもので、多くのメッセージングアプリで採用されている。

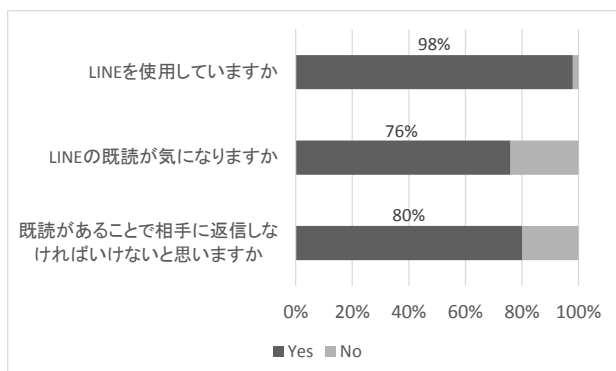


図3 既読表示に関するアンケート結果
(産経ニュース2013年8月31日の記事より)

既読表示の役割として、対面コミュニケーションにおける『頷き(相槌)』の代替効果が考えられる。頷きは、聞き手が話し手に対して反応・判断する調整動作に分類される[13]。頷きは、2人以上の会話において、その会話参加者による首を縦に振る非言語行動のことであり、言葉と同時に進行されることもあれば、言葉を伴わず単独でも使われ、また言葉以外の音声と同時に進行されることもある。更に微笑みや視線、身振り等、他の非言語行動を伴う時もある[14]。

メッセージングアプリにおいて、受信者が既読を付けることは、送信者に対してメッセージを受け取ったというフィードバックを行っていることになり、これにより相手への関心を示すことができる。

一方で、既読表示に起因する問題も多く起こっている。当初、既読表示は災害時や高齢者の方の安否確認の役割を期待して実装された。しかし「既読が付いたのに返信が来ない」、「既読を付けてしまったからすぐに返信しないと」という、いわゆる『既読スルー』による不安やストレスが発端となり、痛ましい事件も起きている[2]。関西大学の谷本奈穂ゼミナール有志学生が大学生100人に行った調査(図3)によると、「LINEの既読が気になりますか」という質問に対し、76%の学生が「気になる」と回答している。更に、「既読があることで相手に返信しなければいけないと思いますか」という質問に対し、80%の学生が「思う」と回答している。「既読が気になる」という回答よりも「返信しなければならないと思う」という回答の方が上回っている。この結果から、既読表示により返信が義務化してしまっていることが分かる。

これは『返報性の法則』で説明できる。返報性の法則とは、人は他人から何らかの施しを受けた場合に、お返しをしなければならないという感情を抱く原理である[15]。受信者はメッセージをもらったから返さなければという義務感を持ち、送信者は返信が来ることを期待してしまう。更に返信が来ないと「なんで返ってこないのだろう」と疑念を感じてしまう。また、土井は『つながり依存』を指摘している[16]。これは、常に誰かとつながりたい、連絡を取ってほしいというものであり、メッセージングアプリの利用率が高い若年層に多く見られるとされている。メッセージングアプリでは、既読表示により相手がメッセージを受け取ったかどうかをすぐに確認できるため、従来の電子コミュニケーションに比べて『つながり』に『依存』しやすく、これが前述のような問題につながっていると考えられる。

従来の電子メールは、送ったメールがいつ相手に読まれるか、いつ相手から返信が来るかは分からない非同期型コミュニケーションであった。しかしメッセージングアプリの既読表示は、相槌・頷きの役割を果たし、よりリアルに近い同期型コミュニケーションを実現している。その一方で、対人関係において新たな問題を生み出している。

3.3. スタンプの役割

スタンプとは、メッセージングアプリにおいて送受信できるイラスト画像である。従来の電子コミュニケーションでは、基本的にはテキストでしかメッセージを送受信することができなかった。しかしメッセージングアプリでは、スタンプによって喜怒哀楽をはじめとして多彩な感情表現が可能となった。メッセージングアプリの画面では、テキストメッセージよりもスタンプ画像の方が大きく表示され、更にスタンプのみによる会話も行われている。スタンプは、従来の絵文字や顔文字より、瞬時にカジュアルかつフランクに意思を伝

えてコミュニケーションを誘発するツールである。以下では、非言語コミュニケーションの観点から、スタンプの役割について考察する。

3.3.1. 表情としての役割

従来のケータイ・メールによるコミュニケーションでは、テキストに加え、表情や身振り等の非言語コミュニケーションを補完する手段として、感情表現やニュアンスの伝達のために顔文字や絵文字を補足的に利用していたが、それが『スタンプ』として進化を遂げた。スタンプは、言葉にするのが難しい生の感情を、あいまいな『印象』として表現・伝達することを可能にし、更にテキストによる無機質さを緩和して人間味のあるコミュニケーションへと変えた。最近では、静止画のみでなく、アニメーション付きのスタンプや、音声付きスタンプ等も利用できるようになった。スタンプの特徴として、ひと目で理解できるよう、意図的に過剰なまでの感情表現が施されているものが多い。

メッセージの伝達においては、文字等の言語に依存する部分は7%、声等の音声は38%、表情・しぐさ等が55%を占めるというメラビアン法則[17]から、非言語情報が重要であることが分かる。また、感情には、発汗や心拍数の変化のような『生理的反応』、表情や身体動作、音声表出等を含む『表出行動』、自覚的に感情を体験する『主観的経験』という3つの側面があるとされる[18]。中でも表情は、感情の伝達や共有をする時に重要な役割を果たしている。これは電子コミュニケーションにおいても同様である。

電子コミュニケーションで表情の代替となっているのが顔文字である。顔文字ができる以前の電子コミュニケーションはテキストベースであったため、表情や声のトーン等、様々な非言語情報が欠けていた。しかし、顔文字が使用されるようになり、感情を相手に伝えやすくなって感情的な誤解が減少したと考えられている[19]。顔文字とは、\(^o^)/や(*^_^*)のように、記号や文字を組み合わせることで表情やしぐさを表現したもので、主に文末に付与することで、その文に意味や感情について情報を加える目的で用いられる[20]。

三宅の研究によると、89.9%の大学生が電子メールに顔文字を使用していることが分かった[21]。また、井上らは電子メールの文章に現れる文字・記号情報に着目し、電子メールに含まれる話者の感情を抽出するシステムを構築するにあたり、顔文字(Emoticon)は話者の状態を表しているとしており、感情抽出のための1つの情報とみなしている[22]。顔文字の進化形であるスタンプも、感情を表現する表情の役割を果たしていると言える。

またKendonは、視線は自身の態度や情動を他者に伝える働きをしている、と述べている[23]。スタンプはイラスト画像を用いるため、従来の顔文字では不可能であった視線を表現することも可能であり、よりリアルに感情を伝達できる。

3.3.2. ジェスチャーとしての役割

ジェスチャーとは、非言語コミュニケーションの1つで、何かを伝えようという意思のもとに起こる行為の一環としてある身体の動きが発現し、伝えるべき内容に関連のある情報を表す身体の動きを指す[24]。Ekman & Friesenは、このジェスチャーを表出方法により5つに分類した[25]。『表象動作』は言葉に置き換え可能で、それ自体でなんらかの事柄を表す。『例示動作』は発話とともに用いられ、何かを指し示したり、物事を強調したりしたい時に用いられる。『情動表出動作』は文字通り情動を表現するもので、例えば怒った時

に拳を作ったり、困った時に頭を抱えたりすることが例として挙げられる。『調整動作』は発話を調整する動作で、『適応動作』は一種の防衛反応を表している。ジェスチャー、特に表象動作と例示動作については、言語と同じく、成長と共に取得していく能力である[24]。これらは、コミュニケーションにおける相互理解のために必要な要素である。またSarbin & Hardyckは、人物の姿勢や身体動作には多くのコミュニケーション的情報が含まれることを示唆している[26]。スタンプを用いることで、この表象動作と例示動作も可能である。

前述の通り、表象動作は特定の語やフレーズの代理をする動作のことである。例えば、ある提案に対し賛成しない場合、直接反対であると伝えるのではなく、「首を横に振る」行為や、野球で捕手が投手にサインを送ること等をいう[13]。表象動作は、言葉がなくても相手に伝えることができる(図4)。



図4 スタンプによる表象動作の会話例

一方、例示動作は特定の動作を通じて話す内容を例証することである。例えば「このポイントは3つあります」と言う時に指を3本立てる、鳥の話をする時に両手をバタバタさせ飛んでいる真似をする等のことを言う[13]。これも、スタンプによって日常的に行われている(図5)。



図5 スタンプによる例示動作の会話例

つまりスタンプは、表象動作のようにジェスチャーや表情のみで相手に自身の考えを伝達することも可能であり、かつ例示動作のように言語の補助的な役割も果たしている。このことから、スタンプは、現実の会話における非言語コミュニケーションの代替効果があると言える。

4. 考察

メッセージングアプリの特徴に類似したものとして、アバターがある。アバターとは、チャットやSNS等で参加者を特定できる視覚表現として活用されているアイコンであり、電子コミュニケーションにおいてユーザー体験を向上させ、ユーザー相互のインタラクションを円滑にすると言われていた[27]。実験の結果、アバターを用いていない場合と比較

表2 メディアごとのメディアリッチネスの特性
(文献[29]を参考に著者作成)

メディアリッチネス	メディアの種類	フィードバック	情報経路	情報源	言語
高↑	対面	その場	視覚聴覚	人的	身体自然
	電話	迅速	聴覚	人的	自然
	手紙	遅い	視覚	人的	自然
↓低	文書(書類)	遅い	視覚	非人的	自然
	数値記録	遅い	視覚	非人的	数字

し、アバターを用いたコミュニケーションの方が、メッセージの理解度が高いことが分かっている。スタンプによる会話も、同様の効果が望めると考えられる。日本で最も利用されているメッセージングアプリのLINEでは、LINE Play というアバターベース・コミュニケーションも可能である。

また、メッセージングアプリは、メディアリッチネスが高いと考えられる。メディアリッチネスとは、「潜在的な情報伝達力である」[28]とも言われ、多様なコンテキストの共有とそれを可能にするメディアによって多義性を排除する性質のことである[29]。対面コミュニケーションでは、直接かつ言語・非言語を使うことができ、タイムリーに相互理解を図ることができる。更に、その場で迅速なフィードバックも行うことが可能であるため、メディアリッチネスが最も高い(表2)。メッセージングアプリは、言語・非言語双方によるコミュニケーションが行われていること、タイムリーな相互理解が可能なこと、その場でフィードバックを行うことができること等から、メディアリッチネスが高く、対面に非常に近いコミュニケーションツールであると言える。

ここで、メッセージングアプリがコミュニケーション能力に与える影響について考察する。従来の電子コミュニケーションでは、テキストによるコミュニケーションが基本となっていたが、ケータイ・メールではそこに顔文字が加わった。更にメッセージングアプリでは、新たにスタンプが主要な非言語コミュニケーションツールとなっている。それどころか、メッセージングアプリでは、テキストを一切使わず、スタンプのみでの会話もしばしば行われる(図6)。このような『スタンプ会話』は、前述のスタンプが表現する表情や視線、ジェスチャー等の非言語コミュニケーションに加え、関連性理論による『推論』から会話が成り立っていると考えられる。関連性理論は、発話がどのように解釈されているかということに関連する理論であり、聞き手がどのようにして話し手の伝えようとした内容を理解するのか、そのメカニズムを解明するものである[30]。

関連性理論では、発話解釈を『コードモデル』と『推論モデル』によって説明している[31]。コードモデルとは、話し手が何かを伝達した時、字義通りに解釈するものである。例えば「ご飯食べに行こう」という発言は、実際には「一緒に食事に行こう」という意味であるが、「お米だけを食べて、おかずは食べない」と解釈するのがコードモデルである。このように、発話した言葉そのものの背後には、発話者が聞き手に伝えたいと思っている意図が隠されている。日常会話では、これを『推論』により解釈している。これが推論モデルである。会話の解釈において、推論は重要な役割を果たす[30]。

スタンプ会話においても、推論による解釈が不可欠である。スタンプ会話は、従来の電子メールでは不可能であり、メッセージングアプリにおける新しいコミュニケーションの



図6 スタンプのみによる会話の例

スタイルである。つまり、メッセージングアプリを使ったコミュニケーションでは、相手の心情を察し、理解する『推論する力』が要求される。

前述の文部科学省が定義するコミュニケーション能力に当てはめると、メッセージングアプリでは、テキストとスタンプを利用し、相互理解や相互に自己表現すること、他者理解、合意形成がなされていると言える。更に、スタンプのみでの会話も可能であり、相手が伝えたいと思っているメッセージを推論により汲み取り、スタンプによって自己表現をする、といった合意形成がなされている。

ケータイ・メールの先行研究で問題とされていた「若者の対人関係の希薄化」、「非言語コミュニケーションが欠けているため誤解が生じ、対人トラブルに繋がる」、「対面コミュニケーションで培われるはずの、他者の様子や行動の持つ意味を読み取って自分の行動様式に反映させていく社会的スキルの獲得への影響」については、スタンプによって表情、ジェスチャー、視線といった非言語コミュニケーションの補完が可能であり、非言語コミュニケーションの不足による対人トラブルを回避することができる。また、3章で述べた特徴によりコミュニケーションを活性化しているため、ケータイ・メールと比べて対人関係が希薄になりにくいと言える。更に、他者の様子や行動の持つ意味を読み取り、自身に反映させる社会的スキルについては、前述のようなスタンプ会話によって獲得が可能であると言える。実際に、アンケート調査をもとに、対人コミュニケーション・スキルが向上すると分析した報告もある[32]。

以上のことから、メッセージングアプリは、ケータイ・メールと比較し、コミュニケーション能力の低下に影響しにくいと考えられる。

5. おわりに

本稿では、ケータイ・メールがコミュニケーション能力の低下に影響していると問題視されている中、ケータイ・メールに代わるコミュニケーションツールとなりつつあるメッセージングアプリが与える影響について考察した。

メッセージングアプリに共通する特徴であるスタンプは

非言語コミュニケーションの役割を、既読表示は相槌・頷きの役割を果たしており、また、吹き出し表示にすることで視覚的に会話を連想させる工夫がなされていることから、対面に近いコミュニケーションが可能である。但し、既読表示については対人関係に悪影響も及ぼしている可能性がある。

更に、ケータイ・メールの先行研究により指摘されていた非言語コミュニケーションの欠落や自己表現、他者理解の不足は、メッセージングアプリではある程度解決されていることが分かった。しかし、スタンプは画面タッチひとつで簡単に感情を表現できてしまうため、現実世界での感情表出に問題が出る可能性がある。これはスマートフォンの利用自体の影響とも考えられるため、切り分けて考える必要がある。

本稿では、メッセージングアプリがコミュニケーションに与える影響の理論的な分析を試みた。今後は、実証的な研究が必要である。コミュニケーション能力や対人関係に与える影響を精確に調べるには、長期にわたって同一の被験者のデータを取り、その変化を追跡する必要があるが、これは現実的には難しい。既にメッセージングアプリがここまで普及している現状に対応するため、既読の受け止め方等の安全・安心な利用方法や、初等・中等教育における教育方法、家庭や社会等の利用環境に関する研究を優先すべきかもしれない。

謝辞

本研究にご協力頂いた専修大学経営学部 森本ゼミナール 4 期生 (平成 27 年卒) の平川聡美さんに感謝致します。本研究の一部は JSPS 科研費 26870589 の助成を受けたものです。

参考文献

- [1] 総務省, 平成 27 年度版 情報通信白書, 2015.
- [2] 藤川大祐, “LINE、スマホ 子どもの安全をトータルで考え、ネットの問題もいじめ防止対策の枠組みの中で取り組むべき”, 総合教育技術, Vol.70, No.3, pp.44-49, 2015.
- [3] 安川雅史, “LINE いじめ、LINE トラブルに巻き込まれている”, 児童心理, Vol.69, No.3, pp.78-81, 2015.
- [4] 船津衛, コミュニケーション入門, 有斐閣アルマ, 2010.
- [5] 小林正幸, なぜ、メールは人を感情的にするのか—Eメールの心理学, ダイアモンド社, 2001.
- [6] 大谷尚, “電子メールが利用者の情意的・認知的な態度におよぼす影響の検討”, 日本科学教育学会年会論文集, Vol.22, pp.61-62, 1998.
- [7] 加藤由樹, 加藤尚吾, 杉村和枝, 赤堀侃司, “テキストコミュニケーションにおける受信者の感情面に及ぼす感情特性の影響”, 日本教育工学会論文誌, Vol.31, No.4, pp.403-414, 2008.
- [8] 大平健, やさしさの精神病理, 岩波書店, 1995.
- [9] Instant Messenger Network, <http://www.im-net.org/>
- [10] 天笠邦一, Instant Messenger (IM) に関する研究, 慶應義塾大学 総合政策学部 卒業論文, 2004.
- [11] 総務省情報通信政策研究所, 平成 26 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書, 2015.
- [12] 徐園, “日本の漫画史における西洋のコミック・ストリップの影響: 明治・大正期における新聞連載漫画を中心に”, 同志社大学大学院メディア学研究会 メディア学: 文化とコミュニケーション, No.26, pp.1-14, 2011.
- [13] 高木幸子, “コミュニケーションにおける表情および身

体動作の役割”, 早稲田大学大学院文学研究科紀要 第 1 分冊, Vol.51, pp.25-36, 2005.

- [14] 近藤富英, “非言語行動である「うなずき」の機能とその役割への一考察”, 人文科学論集 文化コミュニケーション学科編, Vol.39, pp.55-63, 2005.
- [15] 松村清, “ホスピタリティの重要性和返報性の法則”, ファーマネクスト, No.7, pp.52-55, 2004.
- [16] 土井隆義, “ネットつながりの潜在力—異質な自分と向き合うために”, 児童心理, Vol.65, No.2, pp.146-151, 2011.
- [17] Mehrabian, A., “Communication without Words,” *Psychology Today*, Vol.2, No.9, pp.53-55, 1968.
- [18] 中村真, “コミュニケーションにおける表情と感情判断”, 敬和学園大学 人文社会科学研究所年報, No.5, pp.85-91, 2007.
- [19] 川上正浩, “顔文字が表す感情と強調に関するデータベース”, 大阪樟蔭女子大学人間科学研究紀要, Vol.7, pp.67-82, 2008.
- [20] 江村優花, 関洋平, “テキストに現れる感情, コミュニケーション, 動作タイプに基づく顔文字の推薦”, 情報処理学会研究報告 情報基礎とアクセス技術, Vol.2012-IFAT-106, No.1, pp.1-7, 2012.
- [21] 三宅喜美代, “ケータイメールを利用する若者の対人関係—本学学生のアンケート調査の分析”, 大垣女子短期大学研究紀要, Vol.43, pp.49-59, 2002.
- [22] 井上みづほ, 藤巻美菜子, 石崎俊, “電子メール文における感情表現の解析システムについて: 感情表現の収集・分類・解析”, 電子情報通信学会技術研究報告. TL, 思考と言語, Vol.96, No.608, pp.1-8, 1997.
- [23] Kendon, A., “Some Functions of Gaze-Direction in Social Interaction,” *Acta Psychologica*, Vol.26, pp.22-63, 1967.
- [24] 喜多壮太郎, “ひとはなぜジェスチャーをするのか”, 認知科学, Vol.7, No.1, pp. 9-21, 2000.
- [25] Ekman, P. and Friesen, W.V., “Constants Across Cultures in the Face and Emotion,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.17, No.2, pp.124-129, 1971.
- [26] Sarbin, T.R. and Hardyck, C.D., “Conformance in Role Perception as a Personality Variable,” *Journal of Consulting Psychology*, Vol.19, pp.109-111, 1955.
- [27] 神田智子, “異文化コラボレーションにおける感情サポートキャラクターの効用”, 情報処理学会研究報告, Vol.2004, No.105, pp.41-48, 2004.
- [28] Lengel, R.H. and Daft, R.L., “The Selection of Communication Media as an Executive Skill,” *The Academy of Management Executive*, Vol.2, No.3, pp.225-232, 1989.
- [29] 岸真理子, 佐藤和, 陳妙玲, “ニューメディアの属性空間とメディア・リッチネス”, グノーシス: 法政大学産業情報センター紀要, Vol.4, pp.15-26, 1995.
- [30] 國分俊宏, “字義の意味と推論: 関連性理論をめぐって”, 文化情報学: 駿河台大学文化情報学部紀要, Vol.14, pp.1-18, 2007.
- [31] 大津真一, “新しいコミュニケーションモデル「推論モデル」の紹介”, プロジェクトマネジメント学会誌, Vol.16, No.1, pp.13-17, 2014.
- [32] 成田真也, 中井周作, 菊池輝, “インスタント・メッセージへの依存と社会的スキルの関係に関する考察”, 平成 26 年度土木学会東北支部技術研究発表会, 2015.