



野島 久雄 / NTT 基礎研究所

ネットワークの広まりに伴い人と人のコミュニケーションのあり方も広がるとともに多様化するようになった。そこでなされるコミュニケーションや人間関係、情報検索を理解し、支援するためには、人が外界（他者や道具など）とどのようにやりとりしているかを理解することが必要である。

電子メディア社会における人のコミュニケーション、道具利用場面における人の心理過程などに関する知見も蓄積されつつあるので、そうした知見を紹介することによって、人と人のコミュニケーション、人と道具のインタラクションをよりよく理解するための一助としたい。

はじめに

心理学は、そもそも社会の中での人の心の研究をする学問である。今回、とりたてて「電子メディア社会の心理学」というテーマを取り上げるということは、電子メディア社会での人と人のコミュニケーションが一般の社会の人のコミュニケーションとは異なるということを前提にしている。それでは、どのようなところが異なるのだろうか。

本稿では、電子メディア社会のコミュニケーション手段の代表として、電子メールを中心に上げる。電子メールがこれまでの日常的なコミュニケーション手段と大きく異なるのは、コミュニケーションの広がり（会ったことのない遠方にいる人とやりとりをすることができる）とコミュニケーションの容易さ（時や空間を越えて簡単にやりとりをすることができる）である。コミュニケーションが広まるのに伴って、日常場面で出会ったことのない他者とのやりとりが行われるようになり、その中でコミュニケーション上のトラブルも見られるようになった。ここでは、広がりとともに発生した「フレーミング」と呼

ばれる感情的なやりとりの問題を中心として電子メールの問題を取り上げる。

また、「去る者は日々に疎し」といわれるが、電子メールを使うならばそうした遠ざかっていく知人との関係を維持することも容易にできる。この容易さが、人と人の「弱い絆」の維持に一役買っている。この弱い絆が私たちのコミュニティに果たしている役割についても説明を行いたい。

電子メールの心理学

電子メールを用いたコミュニケーションは、対面を基本とするこれまでのコミュニケーションと異なるといわれるが、それは事実だろうか。電子メールが人と人の関係に及ぼす効果に関する最近の研究の動向を紹介する。

■ CMC 研究の経緯と問題の所在

コンピュータを利用したコミュニケーション（Computer Mediated Communication：以下 CMC と略）についての研究は、1980 年代の半ば頃から非常に盛んになってきている。とりわけ興味を持たれたのは、コンピュータを利用したコミュニケーションと一般の対面場面におけるコミュニケーションとの違いに関してである。その理由として、コンピュータを利用して「見知らぬ人と」「顔を見合わせずに」コミュニケーションをするということが目新しく感じられたこと、また、そこで起こるコミュニケーション内容としてフレーミング（flaming）と呼ばれる他者に対して攻撃的なメッセージの存在に興味を持たれたことが挙げられる。

コミュニケーションにおける社会的手がかりの役割

CMC 研究の中で最も重要な位置を占め、影響力も大きかったものが、Kiesler たちカーネギーメロン大学の研究

者による Reduced Social Cue モデルである²⁵⁾。このモデルによれば、CMC（主として、テキスト中心の電子メールが対象とされる）においては、対面場面（face-to-face communication：以下 FTF）と比較して、表情、会話の抑揚、感情、話者の社会的地位、話の文脈などさまざまな情報が欠落する。そのために、対面場面とは異なる CMC 独自の現象（社会的規範に反する行動、意見の極端な方向へのシフト、フレーミング現象の頻発、社会的ステータスを越えた発言の平等化など）が発生すると考えるのである。

Kieslerらは、初対面の人々を対面場面（FTF条件）あるいは、電子的な対話場面（CMC条件）で議論を行わせ、そこでどのような結論が得られるか、その過程でどのような会話がなされるかを詳しく分析した。その結果、CMC条件において、FTF場面ではあまり見られないような「たがのはずれた行動（uninhibited behavior）」が観察されることが分かった⁴⁾。

Reduced Social Cue モデルへの批判

Reduced Social Cue モデルは、コミュニケーション場面における社会的な手がかりを重視するこれまでのメディア行動研究の系譜をつぐものであり、ネットワーク上でしばしば見かけられる逸脱行動をうまく説明するとして、社会的にも（マスコミにも）広く受け入れられてきた。しかし、次のような問題がある。

- (1) 現実社会でのコミュニケーションは一般にある程度以上の期間継続されるのに対し、彼らの知見は実験室場面での一時的な関係をもとにしている。
- (2) たがのはずれた行動の発現頻度を実際よりも高く見積っているのではないか（実証データは非常に少なく、また一貫していない）。

Reduced Social Cue モデルに対し、Leaらが提案したのは、コミュニケーション場面の文脈や発言者の役割に注目したSIDE（Social Identity and DE-individuation）モデルである²⁴⁾。

Leaの考えは以下の通りである。これまでの研究は、CMCは課題遂行に向いているがFTFは社会的な関係の維持に向いているという前提に基づいて進められてきたが、それは適切なのだろうか。テキストで伝えられる電子メールであったとしても、社会的な関係を維持するためにやりとりされるものはあるし、その逆に対面はしているが事務的な作業が行われるという場面もあるだろう。重要なのは、課題遂行か社会的関係指向かではなく、そうした場面で個人のどのような側面が重視され、注目されているかということである。すなわち、その文脈で注目されているのが、個人としての立場か、社会の一員としての立場かということである。

実際、実験室場面でおかつ見知らぬ人が短時間のみコミュニケーションする条件では、CMC条件では個人に関する情報はほとんど伝わらない。しかし、現実場面においては、電子メールのみでやりとりしている人であっても、相手がどのような社会的ステータスであり、どのような仕事をしているか、相手の生活状況などについては分かっていることが多い。たとえば、メールアドレスや署名などだけでもかなり多くの情報が伝わる。したがって、CMCで伝わりにくいもの（声の抑揚、表情など）があるからといって、個人に関する情報がすべて伝わらないというわけではない。

CMCではFTFに比べて伝達可能な情報が少ないとされるが、すでに述べたように、現実のコミュニケーション場面ではCMCでもさまざまな情報が伝達される。重要なのは、その場面でどのような文脈が目立っているかで、人が注目するものが異なり、判断や行動が異なってくる。したがって、CMC場面の特異な特徴と考えられていたものは、別にCMCというメディアの問題ではなく、その場面で何が目立っているかによって生まれたものであり、その点では、本質的には他のメディア利用場面と特に大きな違いは存在しないと考えることもできる。もちろん、電子メール場面では、その場面で注目されるものが明確になりやすいので、その分、特異な特徴として出現しやすいのかもしれない。

■ フレーミングについて

フレーミングとは、「コミュニケーションの中で現れるもののしり、侮辱、強調された表現」などであり、CMCにおいて典型的に現れる「たがのはずれた行動」の代表であるとされる。この現象は人目を引くこともあって、マスコミなどからも高い注目を集めてきた。しかし、本当にフレーミングは頻発しているのだろうか。Leaらは、これまでの報告された実証的なデータを調べた結果、次の点を明らかにした。

- マスコミや論文で言われるほど頻繁に起こっているという事実はないということ
- 1対1のコミュニケーション場面で観察されるよりは、1対多（メーリングリスト、ニュースなど）の場面で見られることが多く、それゆえ1つの事例が繰り返して報告されている可能性があること
- 目立つ事例の出現頻度は多く見積られるという認知的バイアス（availability heuristics）によって実際以上に頻度が高く報告されている可能性があること

同時に、フレーミングが観察される場面が限定される（限定されたニュースグループ、特定のメーリングリスト、頻繁に起こる時期とそうでないときがある）などから、フレーミングもCMCというメディアの特徴によって生じる

のではなく、フレーミングを許すグループ規範が成立している場面において、その文脈にしたがって参加者がフレーミングを起こすのであるとした。これは、現実のネットワーク社会で起こっていること、すなわち、フレーミングが起りやすいコミュニティ（ニューズグループ、メーリングリストなど）とそうでないコミュニティがあることをうまく説明する。

■現状での総括

Kieslerたちの研究の主なもの90年代の前半で終わってしまい、その後明確になってきたLeaたちの批判とはあまり議論が噛み合っていない。また、インターネットの普及、技術の進展などにより、CMCの中心が文字から画像や音声を含んだものに移行しつつあり、テキスト中心のメディアで不足していたさまざまな手がかりを補う方向に向かいつつある。したがって、現時点では、以上のテーマの研究はほぼ一段落した状況になっている。それは、メディアとしてのインターネットで起こっていることが単にメッセージのやりとりだけでなく、多様な文化的な現象であることが理解されてきたためでもある。ちなみに、Kieslerたちは、1997年に「文化としてのインターネット」という本を著わしている²¹⁾。

■日本のコミュニケーション状況から

CMC研究の場としては、日本の電子メディアコミュニティは非常に興味深い側面を持っている。

欧米の研究においてたがのはずれたコミュニケーション行動はなぜ注目されたのだろうか。それは、テキストを中心としたCMCが本来作業遂行を目的とした理性的なものであるはずなのに、その逆に感情的になってしまうことがあるというのが珍しく思えたからである⁴⁾。しかし、日本のコミュニティでは、そもそもCMCは感情的なメディアであるという認識があると考えられる（市川²⁶⁾による実際のコミュニケーション記録、野島の調査²²⁾などから）。

■CMCとFTFの違い

そもそも人はコミュニケーションをどのようなものと考えているのだろうか。

また、それは文化によって異なるのだろうか。これを調べるために、筆者らは、日本とイギリスで電子メールを日常的に使っている人を対象としてインタビューを行い、どのような場合に電子メールでやりとりをするか、直接話をしに行くかを尋ねた²²⁾。その結果電子メールを利用する場面でのコミュニケーション観として以下のような点が日本人に特徴的に見られた。

- 会うことを重要視する。したがって、CMCで閉じたコミュニケーションだけでは「本来のコミュニケーションではない」と認識する傾向がある。

- 感情が伝わるのが「本来のコミュニケーション」である。あるいは、短いテキストの中にも感情が込められていて、読み手はそれを解読しなければならない（したがって、誤読もある）。

非常に単純化して言うと、イギリス人は電子メールを機能的なものとして捉えているのに対し、日本人は電子メールを不十分なコミュニケーション手段であると捉えているようなのである。こうしたメディアに対する考え方の違いが、日本でよく見られる以下のような現象を生み出している可能性があるだろう。

• コミュニケーションの感情的側面

日本人は、コミュニケーション場面で相手がどのような自分のことを受け取っているかにきわめて敏感である傾向がある。話題に応じて相手がどう考えるかを考えながらコミュニケーション手段を選択する²²⁾。

• きわめてしばしば開かれるオフラインミーティング

新しいグループ（フォーラム、メーリングリストなど）が電子メディア上でできたら、早急に顔を合わせておいた方が、後々ケンカを起こさないようにするためにはよいという運営のノウハウがメーリングリストを運営する人の間で広く知られている。

• 海外とは独自に発達したフェイスマーク

1980年代の後半、インターネットコミュニティで広く使われた横型のスマイルマーク（:-)）の系列とはまったく異なった縦型のフェイスマークが発明され、多様な意味を持って使われるようになった（たとえば、笑顔を示す(^)，万歳をしている(^)/などがよく使われている）。必ずしもすべての人が使っているわけではないが（それは、横型も同じ）、日本以外でのフェイスマークの利用が減っているのと比較して、日本においては利用は増えているように見える。そして、日本人の読み手には理解できるが、英語に訳そうとすると説明しがたいもの、たとえば「ひや汗、テレ笑い(^;)」がよく使われている²³⁾。

フレーミング現象をはじめとして、CMC上でのコミュニケーションには興味深いことが多く、それをCMCというメディアとの関係で捉えたい。しかし、FTFでは正常だったコミュニケーション内容が、CMCを経由するだけで組織的にゆがむということは考えにくい。その意味では、CMCとFTFは連続的である。しかし、FTFであいまいな形でほかされてきた（しかし、文化的なコードとして読み取ることは可能な）コミュニケーションの詳細を、CMCではさらに貧しいテキストという情報源から明示的に読み取らなければならない⁴⁾。

また、これまでならばあいまいな形で済んでいたことも

明確にしなければならぬ場面も出てくる*2。

おそらく、日本社会におけるCMCの状況を明らかにすることは、日本におけるコミュニケーションの在り方やコミュニケーション観（人とコミュニケーションをするということはどういうことか）を明らかにすることにつながると考えられる。

電子コミュニティの心理学

さて、こうした電子メディアでのコミュニケーションが重要な役割を果たす社会では、人と人のつながりは変わってきたのだろうか。

人は電子メディアを利用したコミュニケーションに没入することがある。ある場合には、現実の（物理的な）人間関係よりも電子メディア上の他者とのやりとりを好むという傾向さえ見られることがある。こうした傾向は古くから知られていた^{19), 18), 15)}。こうした状況を病的に捉えたものとして、「インターネット中毒」という言い方がなされることもある^{14), 12)}。

対面する相手よりも顔を見ない相手とのつながりを重視するというと病的に感じられるかもしれない。しかし、必ずしもすべての人が対人関係を得意としているわけではない。電子メディアを使うことによって、現実の対人関係がもたらす複雑な側面をバイパスしながらも必要なやりとりをすることはできる。その点では、対人関係を苦手とする人にとってはきわめて適応的なコミュニケーション手段であるといえる¹⁸⁾。

面識のない相手との電子メールのやりとりは、ふつうの人にとっても目新しいことではなくなってきた。身近な親しい人とのやりとりが私たちの社会的な生活にとって重要であることは間違いないが、あまり親しくない人とのやりとりも私たちの生活にとって重要であるということも知られてきている。

ここでは、電子コミュニティで生じているさまざまな現象のうち、電子メールによって支援されるようになった「弱い絆」の果たす役割について解説をする。

■弱い絆の重要性

毎日顔を合わせる家族や友人、会社の同僚などとのつながりはきわめて強いものであるといえる。それに対して、電子メディア上でのやりとりは、顔も見ず、相手の年齢や性別、社会的バックグラウンドなども知らずになされることがある。しかし、そうしたいわば弱い絆（weak tie）が私たちの社会的なインタラクションの中で重要な

役割を果たしていることが知られてきている^{20), 17), 21)}。

相手の状況が分かりにくいということは、Kieslerたちが、電子メディアの否定的な側面として挙げていた点であり、まさに、Leaが反論していたポイントである。しかし、ここでは、相手の状況が分かりにくいような場面でさえも連絡を絶やさずにいられるという電子メールの特徴が役に立ってきているということなのである。

こうした弱い絆が私たちの社会生活の上で機能をしていることは、たとえば、就職先を探す時になってはじめて遠縁の親戚に挨拶しに行ったり、新たな商売をはじめるにあたって十数年前に卒業した高校の同窓生を頼ったりすることがあるということからも分かるだろう。こうした弱い絆は、電子メールがなくても存在していたわけだが、電子メールがあることによって、さらにこの絆を維持したり、新たに発生させたりすることが容易になってきたのである。

筆者たちの調査によっても、電子メールを利用する人は利用しない人に比べて数多くの他者を情報源として利用していることが分かった¹³⁾。とりわけ注目されるのは、たとえば、「高校の同窓会のメーリングリスト」のメンバーとして参加しているが特に活発に参加しているわけではない消極的なユーザのような例である。積極的に参加していなくても、いざ何か困ったことがあれば、やはりそのグループのメンバー（個人的なやりとりがあるわけではない人）に依存する傾向が見られるのである。こうした弱い絆を維持するために、電子メールなどの電子的なメディアはきわめて効果的であると考えられる。

日常場面としての電子メディア社会

コンピュータを利用したコミュニケーションが珍しかった1980年代後半から90年代にかけて、電子メール上でのトラブルが面白おかしく取り上げられることがあった。また、日常とは異なるコミュニケーションの約束ごとが成立していたメーリングリストやネットワークニュースグループが存在していたこともある。電子メールどころか、ワープロで書いた手紙を送ることが失礼にあたるかどうか議論されていたことさえある。現在では、「根暗なオタク」ばかりが電子メールを使うわけではない。電子メディアによるコミュニケーションは、ふつうの人にとってもありふれたものとなってきている。それに伴って、日常場面で起こるような問題は電子メディア社会においても起こるようになってきたと考えることができるかもしれない。社会における弱い絆も、電子メディアの普及以前から変わらず存在していたものであるが、電子メールのように容易に他者の生活に侵入しないコミュニケーション手段が手に入るようになって、情報源としての役割の重要性がますます増えてきたといえることができるだろう。

以上のように、電子メディア社会は日常場面とは異なる

*1 たとえば、「ご苦労様」というごくありふれた言葉でも言い方によっては皮肉な意味を込めることができる。これをテキストから読み取る必要がある。

*2 たとえば、「飲み会」へのお誘いメールの宛先リスト（TO欄やCC欄に誰が連なっているかは明確である。これまでならばぼかされてきた友人関係の範囲はこれによって明確に意識せざるを得ない。

るものと考えよりは、日常場面におけるコミュニケーションの問題が典型的に現れる場として捉えるのが適切であろう。

Suggested Readings

電子メディア社会で起こることは現実の社会で起こっていることの反映と考えることができるが、すでに述べたようにそこには若干の違いが存在するのも確かである。本節では、今後の研究の手がかりとなるような文献を紹介しておくたい。

■現状を把握するために

新しいメディアが登場すると、それに対して危惧の念を持つ人が出てくるのは、ラジオやテレビの時代でもあったことである。ただ、インターネットはこれまでのメディアよりさらにインタラクティブ性が強いので、その影響は軽視できない^{14), 12), 18), 15)}。また、最近、インターネットが孤独感を深めるとする一見常識に反するデータも得られてきている²⁾。

ネットワーク上で起こっているさまざまな人間模様については、経験に基づいてたくさんの本が出版されている^{19), 10)}が、実証的なデータに基づくものは必ずしも多くない。KieslerやLeaらの研究^{1), 24), 21), 25)}や川浦、池田などの研究^{16), 17), 11), 9)}は、そうしたデータの基礎として重要なものである。

■人間関係を理解するために

コンピュータネットワークの普及と計算機の能力の増大に伴って、コンピュータユーザ同士を相互に結び付けるアプリケーションを作ることは可能になった。

実際、80年代後半からのグループウェア、CSCW (Computer Supported Cooperative Work) のブームはそれらを背景としたものである。しかし、そうしたグループウェアの「失敗」⁷⁾は、技術先行で、人の心の動きや社会における組織の働きに対する理解が不足していたことを示すのではないだろうか⁸⁾。電子メールだけでは不十分であるとして、そこにもさまざまな社会的手がかり、非言語的な手がかりをつけたそうとする試みもなされているが、単にコミュニケーションのバンド幅を広げようとするだけでは問題の解決にならない可能性がある^{5, 3)}。

人と人のやりとりについての社会心理学の知見³⁾、集団のなかでの人々の行動についてのグループダイナミクスの研究⁵⁾、コミュニケーション過程についての研究⁶⁾などに目を配りながら、この電子メディア社会の中で生きる人

の心を捉えてほしい。

謝辞 本稿を書くにあたっては、NTT基礎研究所対話理解研究グループメンバーの援助をいただいた。日頃ご指導いただく基礎研究所情報科学研究部石井健一郎部長、本稿を書くきっかけを与えてくれた情報基礎理論研究グループの塚田恭章研究主任に対して、深く感謝したい。

参考文献

- 1) Mantovani, G.: *New Communication Environments: From Everyday to Virtual*, London, UK: Taylor & Francis (1996).
- 2) Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. and Scherlis, W.: *Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?*, *American Psychologist*, Vol.53, pp.1017-1031 (1998).
- 3) Milgram, S.: *The Individual in a Social World: Essays and Experiments*, Reading, MA: Addison-Wesley (1977).
- 4) Kiesler, S., Zubrow, D., Moses, A. M. and Geller, V.: *Affect in Computer-Mediated Communication: An Experiment in Synchronous Terminal-to-Terminal Discussion*, *Human-Computer Interaction*, Vol.1, pp.77-104 (1985).
- 5) 三隅二不二: *リーダーシップの科学*, 講談社 (1986).
- 6) 橋元良明 (編): *コミュニケーション学への招待*, 大修館書店 (1997).
- 7) Grudin, J.: *Why Groupware Applications Fail: Problems in Design and Evaluation*, *Office: Technology and People*, Vol.4, pp.245-264 (1989).
- 8) Grudin, J.: *Groupware and Social Dynamics: Eight Challenges for Developers*, *Communications of the ACM*, Vol.37, No.1, pp.92-105 (1994).
- 9) 宮田加久子: *電子メディア社会: 新しいコミュニケーション環境の社会心理*, 誠信書房 (1993).
- 10) 早川 玄: *サイバー大魔王の襲撃*, 中央公論社 (1993).
- 11) 川浦康至, 黒岩雅彦, 大谷裕子: *電子コミュニティの生活学*, 中央経済社 (1998).
- 12) Young, K.: *インターネット中毒*, 毎日新聞社 (1996).
- 13) 新垣紀子, 野島久雄: *インターネットは世界を広くしたか: Reverse Small World Methodによる知人のつながりの分析*, 情報処理学会, ヒューマンインタフェース研究会発表資料集 (98-HI-81) (1998).
- 14) Herz, J. C.: *インターネット中毒者の告白*, 草思社 (1996).
- 15) 内山喜久雄, 野田正彰 (編): *コンピュータリズム*, 同朋社 (1990).
- 16) 川上善郎, 川浦康至, 池田謙一, 古川良治 (編): *電子ネットワークの社会心理: コンピュータ・コミュニケーションへのパスポート*, 東京大学出版会 (1993).
- 17) 池田謙一 (編): *ネットワーク・コミュニティ*, 東京大学出版会 (1997).
- 18) Shotton, M. A.: *Computer Addiction?: A Study of Computer Dependency*, London, UK: Taylor & Francis (1989).
- 19) 野田正彰: *コンピュータ新人類の研究*, 文藝春秋社 (1987).
- 20) Constant, D., Sproull, L. and Kiesler, S.: *The Kindness of Strangers: On the Usefulness of Electronic Weak Ties for Technical Advice*, Kiesler, S. (ed.), *Culture of the Internet*, Hillsdale, NJ: Erlbaum (1997).
- 21) Kiesler, S. (ed.): *Culture of the Internet*, Hillsdale, NJ: Erlbaum (1997).
- 22) Nojima, H. and Gill, S. P.: *Cultural Difference in Evaluative Communication*, *The Second Conference of The Asian Association of Social Psychology*, p.139 (1997).
- 23) 野島久雄: *ネットワークにおける感情伝達の手段としての :-)* (smiley face), *コンピュータネットワークのヒューマンウェアシンポジウム報告集: 情報処理*, pp.41-48 (1989).
- 24) Lea, M. (ed.): *Contexts of Computer-Mediated Communication*, Harvester Wheatsheaf (1992).
- 25) Sproull, L. and Kiesler, S.: *コネクションズ: 電子ネットワークで変わる社会*, アスキー出版 (1993).
- 26) 市川伸一: *ネットワークのソフィストたち*, 日本評論社 (1993).

(平成10年12月2日受付)

^{5, 3)} 筆者の知人は、電子メールでやりとりをしているときに誤解が生じそうになって、相手との関係が危うくなるとやりとりを日本語から英語に切り替えるという方略をとっていた。日本人同士は英語で険悪な関係にはなれないからである。