

メディアコミュニケーションにおけるメディア意識と 対人意識に関する分析

——携帯電話, 携帯メール, 電子メール条件の比較——¹

立教大学社会学部 都築誉史 木村泰之 立教大学大学院社会学研究科 松井博史

Analyses of the psychological aspects of mediated communication and interpersonal relatedness

Takashi Tsuzuki, Yasuyuki Kimura (College of Social Relations, Rikkyo University), and Hiroshi Matsui (Graduate School of Social Relations, Rikkyo University)

The present study examined psychological aspects of mediated communication using telecommunication devices, including CMC (computer mediated communication), and interpersonal relatedness in 372 undergraduate students. We performed a questionnaire survey about the situations in which participants might communicate with their friends talking on a mobile phone, using email on a mobile phone, or using email on a computer. As a result of exploratory factor analyses, SEM (structural equation modeling), multiple regression analyses and ANOVA, the following results were found. (a) The frequency in use of mobile phones is negatively affected by the anthropophobic score, and is positively affected by the informative-function score. (b) The frequency in use of email on a mobile phone is positively affected by the key-person score and the affinity score. Such communication is highly evaluated from the point of view of ease of communication and expressing affinity. (c) The frequency in use of email on a computer is positively affected by the key-person score and the informative-function score. Although, such communication is positively evaluated in terms of informative-function score, scores low in ease of communication and expressing affinity.

Key words : mediated communication, telecommunication media, CMC, interpersonal relatedness

特に1990年代後半から、携帯電話や電子メールといった電子メディアの普及がめざましい。対面対話が必ずしも常に最善のコミュニケーション形態ではなく、メディアコミュニケーションには短所と同時に、対面対話にはない長所もあると考えられる。こうした、メディアコミュニケーションの特性を心理学的に検討することは、情報化が急速に進む現代社会で生きる我々の精神活動と行動にアプローチする上で、重要な課題である。

最近、国内外でインターネットにおける行動と

心理を扱った専門書が幾つか刊行されている(例えば, Joinson, 2002; 坂元, 2000; Wallace, 1999)。

しかし、我が国では若者を中心に、携帯メールが非常に広範に使われているため、メディアコミュニケーションとして、携帯電話、携帯メール、電子メールを包括して扱う必要があると考えられる。

都築・木村(2000)による先行研究では、調査データに基づく共分散構造分析の結果、大学生のメディアコミュニケーションにおいては、親和感情因子に対人緊張因子と情報伝達因子が影響を及ぼすというモデルが検証され、以下の諸点が見いだされた。

(a) 対面条件と携帯電話条件では、対人緊張因子

¹ 本研究の一部は、日本心理学会第66回大会(2002年)にて発表した。

と情報伝達因子が共に親和感情因子に影響を与えている。これに対して、携帯メール条件と電子メール条件では親和感情因子に及ぼす情報伝達因子の影響が大きく、対人緊張因子の影響は小さい。

- (b) 利用頻度を目的変数とした重回帰分析の結果、3つのメディアすべてにおいて、対人緊張変数がネガティブな効果を及ぼしていた。さらに、携帯メール条件では親和感情変数が利用頻度を強く規定するのに対し、電子メール条件では情報伝達変数の方が相対的に強く利用頻度を規定することが示された。
- (c) 3種類の下位尺度値をコミュニケーション条件ごとに比較した分散分析の結果、以下の特徴が見いだされた。①対面条件は、対人緊張得点、親和感情得点、情報伝達得点のすべてで高く、②携帯電話条件は、情報伝達得点が高い。③携帯メール条件は、対人緊張得点が特に低い。④電子メール条件は、親和感情得点と情報伝達得点が高い。対人緊張得点において、携帯メール条件と電子メール条件の方が、対面条件や携帯電話条件よりも値が低いことは興味深い知見である。

Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Tridas, & Scherlis, (1998) は、インターネット環境を地域に導入する前後を比較した大規模な調査を行った。その結果、インターネットを多用することは、社会的関与を減少させ、孤独感や抑うつを増大させると報告している。彼らの調査結果は、インターネットが主にコミュニケーションに用いられていたにもかかわらず、人間関係の希薄化を招くという矛盾を示しており、“インターネットパラドックス”と呼ばれる。この研究に対しては、様々な批判・検討がなされてきているが (Joinson, 2002), メディアコミュニケーションの問題は、対人関係の質的内容や、利用者の心理的側面も含めて検討しなければならないことは明らかであろう。

本研究では、最近の大学生に広く普及した通信メディアである、携帯電話、携帯メール、(パソコンによる) 電子メール、チャットという4種類

のメディアを用いたコミュニケーション場面について、先行研究(都築・木村, 2000)と同様に、メディア意識に関する質問紙調査を行った。先行研究では、コミュニケーションの相手を限定しなかったが、本研究では対象者を友人に限定した。先行研究をふまえて、メディアコミュニケーションにおいては、対人緊張、情報収集、親和感情といった3種類のメディア意識が作用していると仮定できる。これらの3要因と、対人意識(対人恐怖、依存欲求、特定のキーパーソンの存在など)や、メディアの使用頻度との相互関係に検討を加え、異なるメディアの心理学的な特徴を明らかにすることを本研究の目的とした。

方 法

被験者 立教大学社会学部の2, 3, 4年生男女、計372名が調査に参加した(集合回収調査、有為抽出; 男子198名, 女子174名)。

調査時期 2001年7月。

質問紙の構成 まず、メディア意識に関しては、コミュニケーションの目的性、情緒性、対人圧力といった3つの心理的要因をふまえて、原田(1993)、竹村(1996)、木村・都築(1998)、Perse & Courtight (1993)、都築・岡太(1995)、小口(1989)が用いた評定項目を参考に、都築・木村(2000)が作成した16項目の質問項目を用いた。被験者は、各質問項目に対して、それぞれ、5件法(1:全く当てはまらない, 2:ややあてはまらない, 3:どちらともいえない, 4:ややあてはまる, 5:非常にあてはまる)で評定するよう求められた。

対人意識に関しては、久保(2000)の対人恐怖心性尺度と、石谷(2001)の依存性質問項目から選び出した25項目を用いた(すべて回答は5件法)。

手続き 被験者は、まず、対人意識に関する質問項目群に回答した。次に、携帯電話、電子メール、携帯メール、チャット各々に対し、使用頻度を答えたあと、各条件でコミュニケーションを行う場合を想定し、16個の質問項目に回答した。今回の調査では、友人との一対一の場面(友人と一対一

で話すか、友人にメール等を送信する場面)に限定して回答するように教示した。メディア意識項目の順序は、メディアごとに準ランダム化した。

結果と考察

使用頻度

各メディアを使用していると答えた被験者の割合は、携帯電話：97.85%，携帯メール：94.62%，電子メール：50.81%，チャット：9.95%であった。1999年の調査(都築・木村，2000)では、各メディアを使用していると答えた被験者の割合は、携帯電話，携帯メール，電子メールの順に，98.02%，74.81%，73.09%であった。本データと3年前の調査結果を比較すると，携帯メール使用が19.81%増加したのに対し，電子メール使用が22.28%減少している。これは，大学生の間で携帯メールが急速に普及し，その分，パソコンによる電子メール利用が減ったためであると解釈できる。

利用者の1日当たりの送信回数の平均値(標準偏差)は，携帯電話：2.40 (2.40)，携帯メール：7.88 (7.27)，電子メール：0.48 (1.15)，チャット：0.30 (0.60) 回であった。チャットについては，利用者が10%未満と少数であったため，以降の分析からは除外した。

因子分析

(1) 対人意識

まず，対人意識に関しては，探索的因子分析の結果，(Ⅰ)“対人恐怖”，(Ⅱ)“依存欲求”，(Ⅲ)“依存拒否”，(Ⅳ)“キーパーソン(統合された依存)”と命名した4因子が抽出された(主因子法[共通性は初期値をSMCとする反復推定]，規準化エカマックス回転：回転前の固有値は，順に，5.38，2.99，1.56，1.21)。Table 1に，対人意識に関する因子分析結果を示す。4因子による説明率は，44.53%であった($n=372$)。

4因子各々について，因子負荷が.399以上で複数の因子負荷が大きい項目を抜き出し，下位尺度を構成した。第Ⅰ，第Ⅱ，第Ⅲ，第Ⅳ因子の

順に，該当する項目の数は，7，7，5，4個であった。下位尺度得点としては，因子ごとの項目群の平均値を用いた。

下位尺度得点の平均値(標準偏差)は，対人恐怖尺度：2.51 (.83)，依存欲求尺度：3.48 (.69)，依存拒否尺度：2.77 (.73)，キーパーソン尺度：3.58 (.80)であった。ネガティブな内容を持つ対人恐怖得点も依存拒否得点も中間値(3.00)以下である。したがって，被験者全体の平均値としては，対人意識は4つの下位尺度すべてにおいて，ポジティブな方向を向いていることがわかる。

(2) メディア意識

メディア意識に関しては，3メディア各々に対する回答に基づいて，それぞれ独立に探索的因子分析を行った。携帯電話に関する因子分析結果は先行研究(都築・木村，2000)とほぼ一致しており，以下の分析においては，携帯電話に関する因子分析結果を基準とした。

携帯電話に関する分析の結果，“親和感情”，“メディアコミュニケーションの困難さ(MC困難)”，“情報収集・伝達(情報)”と命名した3因子が抽出された(主因子法[共通性は初期値をSMCとする反復推定]，規準化エカマックス回転：Table 2参照： $n=351$)²。これら3因子は，先行研究(都築・木村，2000)の“親和感情”，“対人緊張”，“情報伝達”にそれぞれ対応している。

(3) 対人意識とメディア意識の関係

メディア意識の因子分析で基準とした携帯電話条件について，対人意識に関する4尺度とメディア意識に関する3尺度の間の相関係数をTable 3

² メディア意識に関しては先行研究(都築・木村，2000)によるモデルがあるため，必ずしも探索的因子分析は必要ではない。後述のように共分散構造分析では，潜在変数間の相関を仮定しているため，探索的因子分析で直交回転を行うことは望ましくない。Table 2と同一のデータに主因子法と斜交回転(プロマックス回転)を適用したところ，同様の3因子が抽出され，説明率は46.20%であった。斜交回転の結果と直交回転の結果は大きく異ならなかったため，本稿では参考までに後者をTable 2に示した。

Table 1 対人意識に関する因子分析結果

項 目	因子Ⅰ	因子Ⅱ	因子Ⅲ	因子Ⅳ	共通性
人との交際が苦手である	.851	-.063	.081	.029	.011
人との接触がうまくゆかない	.846	.037	.141	-.001	.021
対人関係がぎこちない	.828	.002	.192	.110	.049
人と自然につきあえない	.802	.010	.087	.130	.024
集団の中に溶け込めない	.787	-.073	.097	.054	.018
人とのようにつきあったらよいのかわからない	.718	.190	.064	.059	.044
すぐ自分だけが取り残されるような気持ちになる	.462	.428	-.022	.078	.190
人前にでるとオドオドしてしまう	.399	.228	.064	.043	.058
他人が自分をどのように思っているのか、とても不安になる	.204	.701	.275	.072	.572
自分が人にどう見られているのかクヨクヨ考えてしまう	.222	.675	.160	.066	.485
何かにつけて、誰かに味方になってもらいたい	.049	.663	-.131	-.017	.457
困っているとき悲しいときには、誰かに気持ちをわかってもらいたい	-.117	.559	-.155	-.303	.428
病気のときやゆううつなときには、誰かに同情してもらいたい	-.054	.540	.033	-.149	.315
何かをするときには、誰かに気を配って励ましてもらいたい	.008	.534	-.099	-.006	.295
難しい仕事をするときには、できたら誰かと一緒にしたい	.053	.424	-.234	-.074	.240
人の世話になるのは恥ずかしいと思う	.140	-.056	.586	.104	.357
安心して人の世話にはなれない方だ	.173	-.025	.586	.087	.351
自分のために人に何かやってもらうのは苦手だ	.139	-.062	.581	.104	.352
友達には絶対に借りをつくりたくない	.063	-.009	.564	.010	.319
恩返しできないなら、人に援助を求めるのはためらわれる	.072	-.017	.498	-.004	.249
思い出だけで心が安らぐような人があるので、落ち着いていられる	-.073	.064	-.029	-.692	.484
心の支えになってくれる人がいる	-.190	.034	-.058	-.666	.448
誰かのことを思い浮かべて、元気を出すことがある	-.027	.231	-.113	-.559	.379
自分の信頼できる人がいるので安心だ	-.324	-.046	-.217	-.459	.260
あの人になら少々無理をいっていい、と思う人がいる	-.184	.023	-.185	-.227	.086
2 乗和	4.649	2.807	1.986	1.700	11.143
寄与率	.186	.112	.079	.068	.446

Ⅰ：対人恐怖因子、Ⅱ：依存欲求因子、Ⅲ：依存拒否因子、Ⅳ：キーパーソン因子

Table 2 メディア意識に関する因子分析結果（携帯電話）

項目	因子Ⅰ	因子Ⅱ	因子Ⅲ	共通性
孤独を和らげる	.640	-.055	.095	.421
相手を身近に感じる	.618	.033	-.015	.383
楽しい	.575	.231	.088	.392
気楽に心を開く	.561	.390	-.018	.467
自分の意思を伝えやすい	.559	.048	-.031	.316
思いやりを表現できる	.542	-.117	.038	.309
個人的な話ができる	.419	.053	.056	.182
緊張する	-.060	-.608	-.028	.374
苦手である	-.310	-.607	-.041	.466
かたぐるしい	-.207	-.512	-.115	.319
疲れる	.001	-.501	.095	.260
情報収集に効果的である	.239	.046	.525	.335
意思伝達が素早い	.316	.112	.518	.381
気軽である	.314	.357	.470	.447
目的がある	-.115	-.109	.254	.090
集中できる	.305	.215	-.008	.139
2 乗和	2.724	1.681	.878	5.282
寄与率	.170	.105	.055	.330

Ⅰ：親和感情因子、Ⅱ：メディアコミュニケーションの困難さ因子、Ⅲ：情報収集・伝達因子

に示す。携帯メールに関する分析結果は本稿では示さないが、携帯電話の結果とよく類似している。

対人意識尺度とメディア意識尺度の関係に限定すると、比較的高い相関関係は、対人恐怖得点 - MC困難得点間 (.303)、依存欲求得点 - 親和感情得点間 (.296)、依存拒否得点 - MC困難得点間 (.197) に示されている。こうした7尺度すべてを用いて共分散構造分析を行うことは、興味深い課題である。しかし、複雑なモデルは適合度が悪くなるため、本研究では先行研究と同様に、メディア意識に限定して共分散構造分析を行った。

共分散構造分析

MC困難因子と情報因子には負の相関

Table 3 対人意識尺度とメディア意識尺度間の相関係数（携帯電話）

		対人意識				メディア意識	
		対人恐怖	依存欲求	依存拒否	キーパーソン	MC困難	情報
対人意識	対人恐怖						
	依存欲求	.141 **					
	依存拒否	.245 ***	-.036				
メディア意識	キーパーソン	-.263 ***	.137 **	-.229 ***			
	MC困難	.303 ***	.104	.197 ***	-.101		
	情報	-.172 **	.041	-.021	.074	-.218 ***	
	親和感情	-.138 **	.296 ***	-.102	.171 **	-.358 ***	.494 ***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

関係があり、MC困難因子が親和感情因子にネガティブな影響を与え、情報因子が親和感情因子にポジティブな影響を与えるという先行研究（都築・木村，2000）と同一のモデルを設定した。そして、個々の因子に関して、因子負荷量の大きい質問項目（MC困難因子、情報因子、親和感情因子の順に、4、3、2項目）を用い、3条件ごとに独立に共分散構造分析を行った。携帯電話、携帯メール、電子メール条件の分析結果を順に、Figure 1, 2, 3に示す。

電子メール条件の誤差間の共分散以外で、パスや相関・共分散の係数は、すべての条件において5%水準以下で有意であった。また、3条件すべてにおいてGFIは.90以上（携帯電話、携帯メール、電子メール条件の順に、.958, .943, .937）で、RMSEAは.10未満（順に、.077, .097, .097）であり、モデルの適合度指標は一応の規準を満たしている（Table 4参照）。

潜在変数間のパス係数は、3条件ではほぼ同一の傾向を示している（Table 5参照）。まず、MC困難因子から親和感情因子へのパス係数は、3条件ともすべて有意なマイナスの値である。これに対して、情報因子から親和感情因子へのパス係数は、3条件すべてにおいて有意なプラスの値を示している。また、MC困難因子と情報因子の相関係数は、3条件すべてで有意なマイナスの値となっている（電子メール、携帯メール、携帯電話条件の順に、-.42, -.37, -.31）。

MC困難因子から親和感情因子へのパス係数は、絶対値が大きい順に、携帯電話、電子メール、携帯メール条件となっており（順に、-.53, -.32,

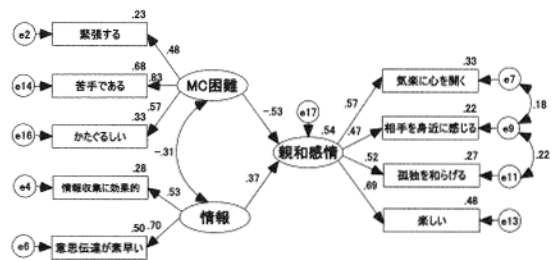
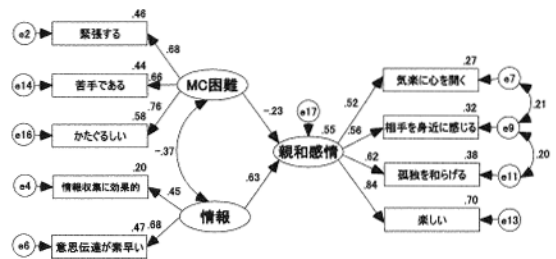
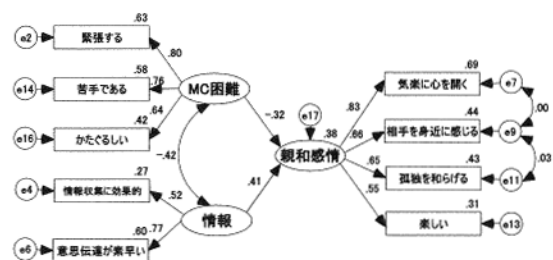
Figure 1 メディアコミュニケーションに関するモデルの共分散構造分析結果（標準化解）
—携帯電話—Figure 2 メディアコミュニケーションに関するモデルの共分散構造分析結果（標準化解）
—携帯メール—Figure 3 メディアコミュニケーションに関するモデルの共分散構造分析結果（標準化解）
—電子メール—

Table 4 コミュニケーション条件ごとの主な適合度指標（共分散構造分析結果）

条件	n	χ^2 検定			GFI	AGFI	RMSEA	AIC
		χ^2	df	p				
携帯電話	351	67.24	22	.000	.958	.915	.077	113.24
携帯メール	352	94.10	22	.000	.943	.884	.097	140.10
電子メール	172	57.44	22	.000	.937	.872	.097	103.44

Table 5 コミュニケーション条件ごとの共分散構造分析結果の要約（パス係数，相関係数）

因 子	コミュニケーション条件		
	携帯電話	携帯メール	電子メール
パス係数：MC困難→親和感情	-.595 ***	-.219 **	-.324 **
パス係数： 情報→親和感情	.412 ***	.769 ***	.617 **
相関係数：MC困難—情報	-.306 **	-.375 ***	-.421 **

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

-.23), 特に携帯メール条件で絶対値が小さい。これに対して, 情報因子から親和感情因子へのパス係数は, 大きい順に, 携帯メール, 電子メール, 携帯電話条件となる(順に, .63, .41, .37)。

以上の分析結果は, 次のようにまとめることができる。

- (a) 携帯電話条件では, 親和感情因子に対して, MC困難因子と情報因子の両者が影響を及ぼすが, 相対的に前者の影響が大きい。
- (b) 携帯メール条件では, 親和感情因子に対して情報因子が強い影響を及ぼすが, MC困難因子の影響は比較的小さい。
- (c) 電子メール条件においては, 親和感情因子に対するMC困難因子と情報因子からのパス係数は, それぞれ携帯電話条件と携帯メール条件の中間の値をとる。

使用頻度を目的変数とする重回帰分析

メディアの利用頻度を目的変数とし, 4種類の対人意識得点を説明変数とした重回帰分析と, 3種類のメディア意識得点を説明変数とした重回帰分析を, 3つのメディアに関して独立に実行した(Table 6, 7参照)。

(1) 対人意識

まず, 対人意識に関しては, 携帯電話では, 対人恐怖変数(-0.22, $p < .001$)と, 依存拒否変数(-.12, $p < .05$)の β 係数が有意であった。携帯メールでは, キーパーソン変数(.15)の β 係数

が有意で($p < .01$), 対人恐怖変数(-.10)の β 係数の絶対値が大きい傾向が示された($.05 < p < .10$)。電子メールでは, キーパーソン変数(0.18)の β 係数のみが有意であった($p < .05$)。

(2) メディア意識

メディア意識に関しては, 携帯電話では, MC困難変数(-.24, $p < .01$)と, 情報変数(.12, $p < .05$)の β 係数が有意であった。携帯メールでは, MC困難変数(-.14)と, 親和感情変数(0.13)の β 係数が有意であった(ともに, $p < .05$)。電子メールでは, MC困難変数(-.21)と, 情報変数(.21)の β 係数が有意であり(ともに, $p < .05$), 親和感情変数(-.16)の β 係数の絶対値が大きい傾向が示された($p < .10$)。

メディア意識に関する分散分析

コミュニケーション条件(携帯電話, 携帯メール, 電子メール)を第1要因とし, 共分散構造分析で用いた3種類(MC困難, 情報, 親和感情)の下位尺度を第2要因とし, 3メディアすべてを用いていると答えた被験者から欠損値をケースワイズで除外した163名に関して分散分析(2要因とも被験者内変数)を行った。コミュニケーション条件ごとの下位尺度の平均値と標準偏差を, Table 8に示す。Table 8のデータを把握しやすくするために, グラフ化したFigure 4も示した。

分散分析の結果, コミュニケーション要因と尺度要因の主効果はともに有意であり(順に, F

Table 6 使用頻度を目的変数とした重回帰分析結果（対人意識）

	説明変数	メディア		
		携帯電話	携帯メール	電子メール
β 係数	対人恐怖	-.219 ***	-.095 *	-.046
	依存欲求	.029	.079	-.106
	依存拒否	-.116 *	-.060	-.032
	キーパーソン	-.007	.150 **	.175 *
モデル適合度	F値	6.984 ***	5.161 ***	1.998 *
	df	4,359	4,347	4,184

* $p < .1$, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 7 使用頻度を目的変数とした重回帰分析結果（メディア意識）

	説明変数	メディア		
		携帯電話	携帯メール	電子メール
β 係数	MC困難	-.237 **	-.138 *	-.207 *
	情報	.122 *	.097	.206 *
	親和感情	-.076	.132 *	-.155 +
	F値	8.633 ***	7.299 ***	5.461 **
モデル適合度	df	3,358	3,343	3,183

+ $p < .1$, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 8 コミュニケーション条件ごとのメディア意識尺度の平均値（SD）

下位尺度	コミュニケーション条件			全 体
	携帯電話	携帯メール	電子メール	
MC困難	2.12 (0.73)	1.58 (0.61)	2.30 (0.83)	2.00 (0.79)
情報	4.13 (0.70)	4.08 (0.80)	3.20 (0.92)	3.80 (0.92)
親和感情	3.52 (0.70)	3.88 (0.71)	3.02 (0.74)	3.47 (0.80)

(2,324)=75.12, $p < .01$; $F(2,324)=492.07$, $p < .01$), 2 要因の交互作用も有意であった ($F(4,648)=76.86$, $p < .01$). 交互作用の下位検定として, 3 尺度ごとにコミュニケーション要因に関する単純主効果の検定を行った. 以下, 3 尺度ごとに, 分析結果と考察を述べる.

(1) メディアコミュニケーションの困難さ

まず, MC困難尺度において, コミュニケーション要因の単純主効果は有意であった ($F(2,972)=36.52$, $p < .01$). MC困難得点は, 高い順に, 電子メール条件, 携帯電話条件, 携帯メール条件となっている. TukeyのWSD法による多重比較の結果, 電子メール-携帯電話条件間以外のすべての水準間で有意差が認められた (すべて, $p < .01$).

MC困難尺度は, 評価がポジティブかネガティ

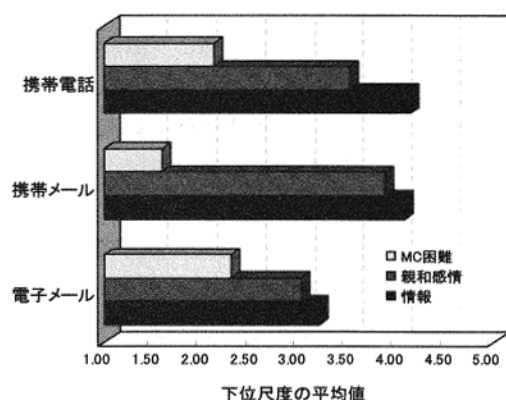


Figure 4 コミュニケーション条件ごとのメディア意識尺度の平均値

ブかという観点からすると, 他の2つの尺度と比較した場合, 逆転していることに留意しなければならない. つまり, 高いMC困難得点は, 普段のコミュニケーションにおいて, ネガティブな評価

を意味している。

MC困難得点において、電子メール条件や携帯電話条件よりも、携帯メール条件で値が特に低く、携帯メールが緊張せずに使用できることを示している。

(2) 親和感情

親和感情尺度においても、コミュニケーション要因の単純主効果は有意であった ($F(2,972) = 48.46, p < .01$)。親和感情得点は、高い順に、携帯メール条件、携帯電話条件、電子メール条件となっている。TukeyのWSD法による多重比較の結果、すべての水準間に有意差が認められた (すべて、 $p < .01$)。

3つのコミュニケーション条件において、親和感情得点は、MC困難尺度と逆転した関係を示している。電子メール条件で親和感情得点が特に低いことが特徴的であり、同じ友人とのコミュニケーションにおいても、携帯メールは電子メールに比べ、親密なコミュニケーションに用いられる傾向が示唆されている。

(3) 情報収集・伝達

情報尺度においても、コミュニケーション要因の単純主効果は有意であった ($F(2,972) = 71.81, p < .01$)。情報得点は、高い順に、携帯電話条件、携帯メール条件、電子メール条件となっている。TukeyのWSD法による多重比較の結果、携帯電話・携帯メール条件間以外のすべての水準間に有意差が認められた (すべて、 $p < .01$)。

情報伝達得点において、上位の携帯電話・携帯メール条件間のみで有意差が見られないことは、両者が類似した機能を持つことを示している。つまり、情報収集・伝達を目的とするメディアの機能は、身につけて移動でき、アクセス性が高い携帯電話・携帯メールに適しており、パソコンを使用する電子メールでは不利であることを示していると解釈できる。

結論と要約

以上の分析結果は、以下のようにまとめることができる。

- (a) 携帯電話、携帯メール、電子メールのすべての使用頻度に対して、“メディアコミュニケーションの困難さ”要因がネガティブな影響を及ぼす。
 - (b) 携帯電話の使用頻度には、対人恐怖、依存拒否といった、対面コミュニケーションでよくみられるような対人意識要因が、ネガティブな影響を及ぼす。
 - (c) 携帯メールと電子メールの使用頻度には、特定の親しいキーパーソンが存在がポジティブな影響を及ぼす。
 - (d) 携帯電話と電子メールの使用頻度に対して、“情報収集・伝達”要因がポジティブな影響を及ぼす。
 - (e) 携帯メールの使用頻度には、親和感情要因がポジティブな影響を及ぼす点の特徴的である。こうした傾向は、電子メールでもみられる。
 - (f) “メディアコミュニケーションの困難さ”得点は、携帯メールで特に低く、電子メールで高い。
 - (g) 親和感情得点は、携帯メールで高く、電子メールで低い。
 - (h) 情報関連得点は、電子メールで特に低い。
- 3つのメディアごとに本研究で得られた分析結果を大まかに要約すると、以下ようになる。
- (i) 携帯電話の使用頻度は、対人恐怖、依存拒否得点からネガティブな影響を受け、情報関係要因からポジティブな影響を受ける。
 - (ii) 携帯メールの使用頻度は、キーパーソン要因と親和感情要因からポジティブな影響を受ける。携帯メールは、コミュニケーションが容易で、親和感情を表現しやすいと評価されている。
 - (iii) 電子メールの使用頻度は、キーパーソン要因と情報関係要因からポジティブな影響を受ける。電子メールは、情報関係要因の評価は高いが、使いにくく、親和感情を表現しにくいと見なされている。

今後の展望

今回の調査結果は、大学生が友人とコミュニケー

トする場面をとらえたものであり、世代の違い、対象者の違い、コミュニケーション場面の違いなどについても、今後、検討する必要がある。

また、携帯メールは利用料金が携帯電話よりも安く、機動性があり、電子メールのように記録（ログ）が残らないといった長所を備えており、こうした点も携帯メールに対する高い評価につながった可能性がある。

Wallace (1999) は、インターネットの否定的な側面に初期の研究者は注目しすぎており、インターネットを通して、公の場所には出てこない、きわめて深い親愛関係が培われていることを強調している。彼女は、人と人との関係を維持し、育むことがインターネットの最も価値のある特徴だと述べ、特に取り上げられることもなく、人々は“ネットの薔薇（親愛感情のサイン）”を送りあっている点に注意をうながしている。

Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helgeson, & Crawford (2002) は、インターネットパラドックスを再検討した論文において、“富めるものはさらに富む”仮説を提唱している。これは、インターネットが社会参加や精神的健康に与える影響は、先に人々が有している差異を増幅させるというものである。彼らは、外向的な人の場合は、インターネット利用の増加が、孤独感の減少や社会参加の増加と関連するが、内向的な人の場合は、全く逆に、孤独感の増大や社会参加の減少と関連することを見いだした。著者らも、社会的スキルの個人差に着目した調査を開始しており、メディアコミュニケーションの心理的特性に関する研究は、上述のように多様な観点から検討を進めることが必要である。

引用文献

- 原田悦子 1993 パソコン通信の心理学—認知的人工物としてのネットワーク— 日本語学, 12, 75-83.
(Harada, E. 1993 The psychology of personal computer communication. *Japanese Study*, 12, 75-83.)

- 石谷真一 1994 男子大学生における同一性形成と対人的関係性 教育心理学研究, 42, 118-128.

(Ishitani, S. 1994 The relationship between identity formation and interpersonal relatedness in male university students. *The Japanese Journal of Educational Psychology*, 42, 118-128.)

- ジョインソン A. N. 三浦麻子・畦地真太郎・田中敦 (訳) 2004 インターネットにおける行動と心理—バーチャルと現実のはざま— 北大路書房

(Joinson A. N. 2002 *Understanding the psychology of internet behaviour: Virtual worlds, real lives*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.)

- 木村泰之・都築誉史 1998 集団意思決定とコミュニケーション・モード—コンピュータ・コミュニケーション条件と対面コミュニケーション条件の差異に関する実験社会心理学的検討— 実験社会心理学研究, 38, 183-192.

(Kimura, Y., & Tsuzuki, T. 1998 Group decision making and communication mode: An experimental social psychological examination of the differences between the computer-mediated communication and the face-to-face communication. *Japanese Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 183-192.)

- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. 2002 Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49-74.

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Tridas, M., & Scherlis, W. 1998 Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017-1031.

- 久保恵 2000 対人恐怖心性と認知的・投影的親子関係像—内的ワーキングモデルの観点からの検討— 教育心理学研究, 48, 182-191.

(Kubo, M. 2000 Anthropophobic tendencies and cognitive-projective images of parent-child relations. *The Japanese Journal of Educational Psychology*, 48, 182-191.)

- 小口孝司 1989 自己開示の受け手に関する研究—
 オープナー・スケール, R-JSDQとSMIを用い
 て— 応用社会学研究 (立教大学社会学部紀要),
 31, 82-91.
 (Oguchi, T. 1989 A study on the recipients of
 self-disclosure: With the use of opener scale (R-
 JSDQ) and SMI. *The Journal of Applied Sociology*,
 31, 82-91.)
- Perse, E.M. & Courtright, J.A. 1993 Normative
 images of communication media: Mass and inter-
 personal channels in the new media environment.
Human Communication Research, 19, 485-503.
- 坂元章編 2000 インターネットの心理学—教育・
 臨床・組織における利用のために— 学文社
 (Sakamoto, A.)
- 竹村和久 1996 意思決定の心理 福村出版
 (Takemura, K.)
- 都築誉史・木村泰之 2000 大学生におけるメディ
 ア・コミュニケーションの心理的特性に関する
 分析—対面, 携帯電話, 携帯メール, 電子メー
 ル条件の比較— 応用社会学研究 (立教大学社
 会学部紀要), 42, 15-24.
 (Tsuzuki, T., & Kimura, Y. 2001 Analyses of
 psychological factors of mediated communication
 in undergraduate students: Comparison of face-to-
 face, cell phone, email via cell phone, email via
 personal computer conditions. *Journal of Applied
 Sociology*, 42, 15-24.)
- 都築誉史・木村泰之 2002 メディア・コミュニ
 ケーションの心理的特性に関する分析(2)—携
 帯電話, 携帯メール, 電子メール条件における
 メディア意識と対人意識— 日本心理学会第66
 回大会発表論文集, 172.
 (Tsuzuki, T., & Kimura, Y.)
- 都築誉史・岡太彬訓 1995 コンピュータ利用に
 おける心理的要因の分析—情報リテラシー教育
 における学習者の意識— 応用社会学研究 (立
 教大学社会学部紀要), 37, 1-10.
 (Tsuzuki, T., & Okada, A. 1995 Semantic
 differential analyses of psychological factors in-
 volved in the use of personal computers. *Journal of
 Applied Sociology*, 37, 1-10.)
- ウォレス P. 川浦康至・貝塚泉(訳) 2001 イン
 ターネットの心理学 NTT出版
 (Wallace, P. 1999 *The psychology of the inter-
 net*. Cambridge: Cambridge University Press.)