協調的なメール交換過程における顔文字の返報性規範の影響

○山本恭子¹ 木村昌紀²
(神戸学院大学¹ 神戸女学院大学²)

Key words: emoticons, reciprocity, computer-mediated communication

目 的

顔文字に関する従来の研究は、受信メールに付与された顔文字の影響に注目していた (e.g., 荒川, 2007)。しかし、実際のメール交換には、双方向的な一連の過程が存在する。双方向の対面コミュニケーションでは、発話量や表情に返報性が生じる (e.g., Hatfield et al., 1994; Matarazzo et al., 1963)。CMC でも、携帯メールの文字量 (e.g., 村上, 2010) やチャットの内容 (Niederhoffer & Pennebaker, 2002) に返報性が生じ、それが親密な関係の開始や維持を予測する (e.g., Ireland et al., 2010)。また CMC では、相手の自己開示から親密性が強く知覚されやすいため、自己開示の返報性が促進される (Jiang et al., 2013)。

顔文字は CMC の非言語表出ととらえることができる。木村・山本 (2014) は、謝罪受容場面と被拒否場面を用いて、メール交換における顔文字の返報性が、対人感情に及ぼす影響を検討している。その結果、謝罪受容場面では、返報性に違反した顔文字の欠如が対人感情を悪化させた一方、被拒否場面では、顔文字の返報性の影響は見られなかった。このことから、顔文字の使用に返報性規範が影響するかどうかは、メール交換状況により異なることが推測される。

本研究は日常的なメール交換場面における顔文字の返報性規範の影響を検討する。仮説は、「日常的なメール交換では、顔文字の返報性がある場合の方がいない場合よりも、ポジティブ感情が喚起され、ネガティブ感情が喚起されない」である。

方 法

参加者 大学生 75 名 (男性 26 名, 女性 49 名, 平均年齢 20.20±1.42 歳)。

条件 送信メールの顔文字の有無×受信メールの顔文字の有無の実験参加者内計画。呈示順はカウンターバランス。

実験状況 はじめに、友人を一人思い浮かべるよう求めた。次に、その友人と遊びの待ち合わせをしていて、参加者が先に待ち合わせ場所に着き、そのことを友人に知らせるメールを送信したところ、友人から返信メールを受け取った場面を想定してもらった。メールのやり取りは携帯メール画面に似せて質問紙上に印刷した。文章の内容は、送信メールが「おはよう。先に着いて待ってるよ(^)」で、受信メールが「おはよう。もうすぐ着くよ(^)」であった (例は、顔文字あり×あり条件)。

質問項目 (a) 対人感情: メール受信時のポジティブ感情 (好ましさ, 親しみやすさ, 嬉しさ, $\alpha=.91$)、および、ネガティブ感情 (不快感, 怒り, 悲しみ, $\alpha=.88$) を問う 6 項目。5 件法。(b) 想起した友人への親しみ: 5 件法。(c) 顔文字の使用頻度: 自分 (全般・メディア別, 7 項目)、および、想起した友人の使用頻度 (1 項目)。5 件法。

手続き 大学の講義の一部を利用して配布・回収した。

結 果

対人感情 ポジティブ感情を従属変数、送・受信メールの顔文字の有無を独立変数とした 2 要因分散分析を実施した (図 1)。その結果、送・受信メールの交互作用が有意であった ($F(1, 74)=10.48, p<.01, \eta^2=.12$)。単純主効果の検定を実施したところ、送信メールの顔文字の有無にかかわらず、受信メールに顔文字がある方がポジティブ感情を喚起していた。また、送・受信メールともに顔文字がないよりも、送信

メールに顔文字を付与したのに受信メールに顔文字がない方がポジティブ感情は喚起されなかった。

図 1 対人感情の平均値

次に、ネガティブ感情について同様の 2 要因分散分析を行った (図 1)。その結果、送・受信メールの交互作用が有意であった ($F(1, 74)=14.02, p<.01, \eta^2=.16$)。単純主効果の検定を実施したところ、送信メールの顔文字の有無にかかわらず、受信メールに顔文字がある方がネガティブ感情は喚起されなかった。また、送・受信メールともに顔文字がないよりも、送信メールに顔文字を付与したのに受信メールに顔文字がない方がネガティブ感情を喚起していた。

顔文字の使用頻度と感情との相関関係 参加者自身または友人の顔文字の使用頻度と対人感情について、Pearson の積率相関係数を算出した (表 1)。送受信メールともに顔文字がない条件で、自分または友人の顔文字の使用頻度とネガティブ感情の間に正の相関が認められた。また、送信メールに顔文字があるのに受信メールにない条件では、自分の使用頻度とポジティブ感情に負の相関が、友人の使用頻度とネガティブ感情に正の相関が認められた。

表 1 顔文字の使用頻度と感情との条件別相関関係

送信メールの顔文字		受信メールの顔文字			
		無		有	
		無	有	無	有
自分の使用頻度	ポジティブ感情	-.15	.13	-.21 [†]	-.12
	ネガティブ感情	.27 [*]	.02	.16	.15
友人の使用頻度	ポジティブ感情	-.06	.19	-.05	.07
	ネガティブ感情	.22 [†]	-.03	.24 [*]	.03

^{*} $p<.05$, [†] $p<.10$

考 察

友人との待ち合わせ場面のメール交換では、返報性の規範に反する顔文字の欠如が、ポジティブ感情の低減とネガティブ感情の増幅につながっていた。仮説は部分的に支持された。この結果は、木村・山本 (2014) の謝罪受容状況と類似する一方で、被拒否状況とは異なっていた。本研究で使用した待ち合わせ場面や、謝罪受容状況は、協調的なメール交換であったと言える。このような協調的なメール交換過程においては、返報性規範の影響が強くなることが示唆される。

また、普段から顔文字をよく使う人は、友人のメールに顔文字がないと、ネガティブな感情状態になることが見いだされた。自身が顔文字をよく使う場合、友人にも同じように顔文字の使用を期待していることが伺える。

(Kyoko YAMAMOTO, Masanori KIMURA)