LINE コミュニケーションにおける顔文字使用に対人関係が及ぼす影響

○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, personal relationship, computer-mediated communication

目 的

対面では、他者との関係性によって表情表出が異なる(e.g., 山本・鈴木, 2005)。顔文字は CMC における表情ととらえられ、顔文字の使用も相手との関係性によって異なると推察される。

対人関係に応じて顔文字の使用量が異なることの背景には、透明性の期待や公的自意識の変化があると考えられる。親しい友人関係では、相手は自分のことを理解してくれるという透明性の期待が高まることにより、顔文字があまり使用されないのに対して、未知関係では一時的に公的自意識が高まることで、顔文字の使用が促進されることが推測される。

本研究は、二者間で LINE を用いてコミュニケーションを行い、対人関係が顔文字の使用量に及ぼす影響を実験的に検討する。その際、透明性の期待と公的自意識に注目した。

方 法

実験参加者 女子大学生 40 名 (平均年齢 20.45±1.13 歳)。友人群 10 組 20 名、未知群 10 組 20 名。

質問紙 1) 公的自意識: 自意識尺度 (菅原, 1984) の公的自意識の項目を、実験中の状態を問うように改変した 9 項目を使用した。7 件法 ($\alpha=.82$)。2) 透明性の期待: 独自に作成した 8 項目を使用した。7 件法 ($\alpha=.88$)。3) LINE の利用傾向: 普段の LINE の利用傾向について尋ねた。

手続き 未知関係または友人関係の 2 人 1 組で実験を行った。LINE を介して会話してもらう実験であることを説明した後、未知群では LINE のアカウントを交換してもらった。次に、各参加者を個別の実験室に案内した。その後、ペア間で「大学生活」をテーマに LINE による会話を行ってもらった。時間は 20 分であった。終了後、質問紙に回答を行ってもらい、LINE の情報を提供してもらうことへの同意を求めた。

LINE 情報の解析 参加者に提供してもらった LINE のスクリーンショットをもとに、「顔文字」、「絵文字」、「スタンプ」、笑いを示す「w」と「笑」、「吹き出し」、および、「文字」の数をカウントした。

結 果

LINE 情報 LINE のやり取りの総量の差について検討するため、「吹き出し」と「文字」の数について群を要因とする対応のない t 検定を行った。その結果、「吹き出し」($t(25.46)=3.79, p<.01, d=1.23$)と「文字」($t(27.24)=3.01, p<.01, d=0.95$)ともに有意な差が認められ、友人群の方が未知群よりも数が多いことが示された。

図 1 に「顔文字」、「絵文字」、「スタンプ」、「w」、「笑」の個数の条件別平均値を示した。上述したように、文字数に差が認められたことから、その影響を取り除くため、以下の分析においては、各個数を文字数で除した割合を用いた。友人群と未知群における差について検討を行うため、対応のない t 検定を行った。その結果、「顔文字」($t(38)=2.78, p<.05, d=.88$)、および、「w」($t(38)=3.27, p<.01, d=1.04$)において有意な差が認められた。「絵文字」($t(38)=1.30, n.s., d=.41$)、「スタンプ」($t(38)=1.41, n.s., d=.45$)、「笑」($t(38)=1.55, n.s., d=.49$)では有意な差は得られなかった。「顔文字」は未知群の方が多く使用し、「w」は友人群の方が多く使用することが明らかとなった。

図 1 顔文字、絵文字、スタンプ、w、笑の使用数の条件別平均値と SE

質問紙 透明性の期待と公的自意識 (図 2) について、群間の差を検討するため、対応のない t 検定を行った。その結果、透明性の期待では有意傾向 ($t(33.62)=1.81, p<.10, d=.57$)、公的自意識では有意な差 ($t(37)=3.03, p<.01, d=.97$) が認められた。透明性の期待は友人群で高い傾向があり、公的自意識は未知群で高いことが示された。

図 2 透明性の期待と公的自意識の条件別平均値と SE

考 察

未知群の方が友人群よりも顔文字の使用量が多いことが見いだされた。この結果は、親しい関係の方が顔文字や表情表出が多いという報告 (加藤・赤堀, 2005; 加藤ら, 2006; 山本・鈴木, 2005) とは異なるものである。

会話後に測定した透明性の期待は友人群の方が未知群よりも高い傾向があり、公的自意識は未知群の方が高かった。友人群は会話相手に自分の気持ちが十分伝わっていると感じるために、感情伝達を補足するための顔文字の使用量が少ないことが考えられる。一方、未知群では公的自意識が高まっており、相手からの評価を気にして、親しみやすさの自己呈示を行うために、顔文字を多く使用した可能性が考えられる。

笑いを意味する「w」と「笑」に関して、「w」では友人群の方が未知群よりも使用量が多かった。「w」は「笑」に比べてカジュアルであり、嘲笑のニュアンスを含みリスクがある。友人群では透明性の期待が高く、w を誤解されるとは感じないために、使用量が多いことが推察される。

謝 辞

本研究は、今村絵里さんの神戸学院大学 2015 年度卒業論文に基づくものであり、本発表はそれらを再分析・考察したものである。データの提供について、ここで謝意を表す。

(Kyoko YAMAMOTO, Masanori KIMURA)