LINE メッセージにおける返報性の規範についての検討

○新井直人・実吉綾子

キーワード: SNS・対人コミュニケーション・絵文字

Norm of reciprocity in SNS communication

Naoto ARAI, Ayako SANEYOSHI

Key Words: SNS, Interpersonal communication, emoji

目的

現在, 携帯電話やスマートフォンなどが急速に普及してきた。そのためこれらのツールを用いたコミュニケーションにおける装飾の印象が対人関係を築く初期に重要だと考えられる。これまでにもメールの文章に顔文字や絵文字などの装飾をすることで, その文章が相手に与える印象がどのように変化するかという研究が多くなされてきた(伊藤, 2014; 北村・佐藤, 2009)。しかし, 多くの研究では, 対象相手から送信されたメッセージ内容についての印象の検討しかなされていないため, 自分から送ったメッセージに対する返信メッセージの印象形成は検討されていない。また, 現在の大学生において最も主流の通信手段である LINE を対象とした研究も少ない。そこで本研究では, 参加者自身が LINE でメッセージを送信し, その返信に対する印象評価を行うことで, 送ったメッセージと返信メッセージの装飾のバランスがメッセージの印象を変えるかについての検討を行った。

方法

実験参加者 平均年齢 22 歳 ($SD=3.14$) の大学生 27 人 (男性 16 人, 女性 11 人) を実験参加者として, 調査を実施した。

実験デザイン 本調査では, 返信メッセージの装飾の種類と量 (装飾なし・顔文字 1 個使用・顔文字 2 個使用・顔文字 4 個使用・絵文字 1 個使用・絵文字 2 個使用・絵文字 4 個使用・スタンプ 1 個使用・スタンプ 2 個使用・スタンプ 3 個使用) と参加者が送信において用いた装飾量 (少ない・中程度・多い) を独立変数とした。また, 返信に対する印象の評価を従属変数とした。

刺激 参加者が装飾して送信する文章と対になる返信を用意した。対になる文章は 10 種類の装飾を施されたものであった。

図 1. 返信メッセージの刺激画像の例 (右: 絵文字 2 個使用, 左: スタンプ 2 個使用)

手続き 対象相手が同性の同級生で, 出会って間もなく, 初めて LINE でのやり取りを行うこと, できるだけ好印象を与えるということを教示し, ディスプレイに提示した文章を用いて参加者に装飾を行わせて, LINE において送信させ, それに対する返信画像を提示し, 印象評価を 6 件法で行われた。

結果と考察

返信メッセージの装飾の種類と量×参加者の送信の装飾量の分散分析を行ったところ, 装飾量と装飾の種類における評価において交互作用が有意であった ($F(18, 216)=4.32, p<.01$)。そこで, 返信の装飾量で単純主効果の検定を行ったところ, 装飾なし, 絵文字 2 個, 絵文字 4 個, 顔文字 4 個, スタンプ 2 個の条件において 5%水準で有意な返信の装飾量の単純主効果が認められた ($p<.05$)。多重比較を行ったところ, 装飾なし条件では, 参加者の装飾量の少ない群において, 他の群よりも有意に返信への評価が高かった。例えば, 絵文字 2 個条件では装飾量の多い群は少ない群よりも有意に返信への評価が高かった ($p<.05$)。なお, それぞれの群の返信の装飾に対する評価の平均値を表 1 に記した。装飾のない返信には, 装飾をあまり行わない人のほうが行う人よりも有意に返信に対する評価が高かった。また, 装飾の量が 2 個以上になると装飾を中程度や多く行う人のほうが少ない人よりも有意に評価が高くなるという傾向が明らかとなった。

表 1. 返信メッセージに対する評価

返信の装飾	装飾量が少ない群	装飾量が中程度群	装飾量が多い群
	平均値(標準偏差)	平均値(標準偏差)	平均値(標準偏差)
装飾なし	4.50(0.93)*	3.40(0.84)	3.11(0.60)
絵文字 1 個	4.50(0.53)	4.90(0.99)	4.89(0.78)
絵文字 2 個	4.12(0.64)	4.60(0.84)	5.22(0.44)*
絵文字 4 個	3.62(0.64)	4.80(0.79)*	5.33(0.50)*
顔文字 1 個	4.37(1.19)	4.40(0.52)	4.56(0.53)
顔文字 2 個	4.00(0.93)	5.00(0.82)*	4.67(0.71)
顔文字 4 個	3.12(1.36)	4.90(0.74)*	5.44(0.88)*
スタンプ 1 個	4.62(0.74)	5.10(0.57)	4.78(0.67)
スタンプ 2 個	3.50(1.60)	4.40(0.84)	5.11(0.78)*
スタンプ 3 個	2.75(1.75)	3.40(1.43)	3.78(1.20)

本研究では初期関係を想定した場合, どの装飾の種類を使用しているかに限らず装飾の使用量が相手と類似しているほど相手に対していい印象を与える可能性が示唆された。これは, 返報性の規範が LINE でも認められることを示していると考えられる。

引用文献

- 伊藤昌子 (2014). 初期関係構築における顔文字使用とフェス欲求
日本認知科学会大会発表論文集, 31, 249-254.
北村英哉・佐藤重隆 (2009). 携帯メールへの絵文字付与が女大学生の
印象形成に与える効果 感情心理学研究, 17 (2), 148-156.