

携帯メールでのコミュニケーションが感情に与える影響

—— 携帯メール依存と2種類の関係性に注目して ——

Text message communication via mobile phone and interpersonal emotion

—— The focus of self-perception and text-message dependency and a couple of different interpersonal relationship ——

古谷 嘉一郎 ・ 大谷 哲朗

Kaichiro FURUTANI and Tetsuro OTANI

本研究は携帯メールでのコミュニケーション、メール依存（過剰な利用、情動的な反応、脱対人コミュニケーション）、関係性が対人感情に対してどのように影響するのかを検討した。メールでのコミュニケーションは2つの視点から検討した。第1に、メールが遅れたか否かという点である。第2に、予期された文面が来たか否かという点である。分析の結果、親しい友人関係においてメールが遅れた場合、もしくは予期していなかった文面が来た場合に、人は不快感情を示すことが明らかになった。

本研究では携帯メールでのコミュニケーション場面に着目し、自分の意図とは異なる反応をされた際の感情の様態を明らかにする。さらに、携帯メール依存（五十嵐・元吉・高井・吉田, 2005）傾向に着目した検討を行う。

平成20年度版情報通信白書（総務省, 2008）によると、平成19年度末における携帯電話の加入契約数は1億2722万件（対前年度末比6.2%増）である。純増数は601万件となっており、前年度に引き続き増加となっている。このような携帯電話の普及に伴い、携帯電話利用が精神的健康や対人関係に与える影響について、心理学的視点から種々の検討が行われてきた。特に、携帯電話の機能の1つである携帯メールの利用が与える影響については多くの研究が行われてきている。本研究においても、この携帯メールの利用に焦点を当てる。そして、携帯メール利用がコミュニケーション中の感情に対してどのような影響を与えるのかを明らかにする。

携帯メールの特徴とその利用者

携帯メールとは、携帯電話による送受信端末を用い、インターネットを利用して、特定の相手と文字や画像を送受信する機能である。この機能を使ったコミュニケーションでは、電話や対面でのコミュニケーションのようにリアルタイムで直接声を聞くことや顔を見ることは困難である。

その一方で、携帯メールのコミュニケーションには電話や対面でのコミュニケーションにない多くの特徴がある。まず、第1に、携帯メールは携帯電話の通話よりも低コストという特徴である。つまり、金銭的な負担が通話と比較して軽いいため、コミュニケーションを容易に行いやすい。第2に、時間的な制約や空間的な制約に縛られずにコミュニケーションを開始することができる (e. g., 宮田, 1993)。これは、好きなときに、好きな場所からコミュニケーションできることを示す。

上述したような特徴から、携帯メール機能は多くの携帯電話利用者、特に若年層が好んで使うことが指摘

されている。例えば、宮田・ポーズ・ウェルマン・池田 (2003) の調査によると、20代では携帯電話所持者の9割弱の者が携帯メールを利用していることが示されている。このように、携帯メール利用は、目下のところ若年層において利用されることが指摘されている。しかしながら、今後、携帯メール利用は他の世代にも広がっていくことは十分考えられる。

そのため、若年層における携帯メール利用、そしてそのコミュニケーションによって起こる事象がどのようなものであるかを確認することは、メディア利用についての心理的知見の蓄積につながるであろう。さらに、近年の携帯メールでのコミュニケーションで発生するトラブルについて、心理学的な視点からの貢献を行えると考えられる。ゆえに、本研究では、携帯メールの主たる利用者である若年層に着目した携帯メールの影響を探る。

携帯メール利用がもたらすもの

携帯メール利用は私たちの対人関係にどのような影響をもたらしているのだろうか。これらについては、大別して2点が指摘されている。まず、ポジティブな影響である。例えば、携帯メール利用がコミュニケーションを増大させることで、対人関係を維持するための補助的な役割を担う (古谷・坂田, 2006), 対人関係の進展に対して効果をもたらす (古谷・坂田・高口, 2005), ソーシャル・サポートの量が増える (Furutani, Nishimura, & Ura, 2006) などの報告がある。また、小林ら (2007) によると、携帯電話を持つことによって生活にゆとりが生まれ、やりたいことができるようになったため、携帯メールで気持ちを十分に通い合わせることが出来るようになったことが示されている。

しかしながら、ポジティブな影響だけではなく、ネガティブな影響も認められている。例えば、藤ヶ谷・西田・古谷・浦 (2005) は、相手の都合が悪い場合、あるいは送信側とコミュニケーションを希望しない場合、送受信者との間でコミュニケーションが成立しない可能性を指摘している。これと関連して、小林 (2001) は、携帯メールの非言語的手がかりのなさ、返信メールの即時性が原因でお互いの表情が読めず誤解が生じ、対人トラブルになりがちなことを指摘している。また、小林・天野・正高 (2007) は、携帯メー

ルが不安感やストレスとなることを示している。なぜなら、メールが来ないと不安になり、その不安によって携帯の画面を強迫的に確認してしまうためである。そして、メールを介したコミュニケーション過多の状況がストレスを感じる人もいるという (小林ら, 2007)。加えて、Furutani, Kobayashi, & Ura (in-press), 古谷・浦 (2007) は、携帯メールの利用によって、対人関係の束縛感の知覚が促されることや、知人等に代表される弱い紐帯を失うことによる自尊心、自己効力感の低下があることを示している。

このように、携帯メール利用がもたらすものには光の側面と影の側面があることが明らかになっている。しかし、彼らの議論はあくまでもコミュニケーションの量といった点から注目したものであり、コミュニケーションの中身について議論されたものではない。そこで、本研究では携帯メールでのコミュニケーションの内容に注目して検討する。

本研究で注目する点

本研究では、この携帯メール利用の影の側面が発生する状況に注目する。つまり、どのようなコミュニケーションの際に、対人トラブルが起りやすい状況になるのかを検討する。藤ヶ谷ら (2005), 小林 (2001) から、メールの返信が遅れたときや、その返信内容が自分の意図した内容とは異なっていたときに、対人トラブルが起りやすいと考えられる。しかし、具体的な対人トラブルを検討することは困難である。そこで、本研究は、対人トラブルの原因の1つとされるネガティブ感情の生起に注目する。

それでは、どのようなコミュニケーション場面でネガティブ感情は生起しやすいのであろうか。上述したように、メールの返信が遅れたときや、その返信内容が自分の意図した内容とは異なるときであると考えられよう。では、メールの返信が遅れたとき、なぜネガティブ感情が生起するのだろうか。この問いについては、社会的交換理論 (e. g., Foa & Foa, 1980) の枠組みが示唆を与えてくれる。社会的交換理論の枠組みから考えると、メール送信というコストを払ったにも関わらず、それに対応する報酬、つまり返信が返ってこないことは、コストだけがかかってしまうことになる。そのため、返答が遅れることによるネガティ

ブ感情の生起が起こることは十分に考えられる。

それでは、返信内容が自分の意図した内容と異なったときになぜネガティブ感情が生起するのだろうか。これについては、ソーシャル・サポート研究の一分野である、サポートの期待と実行のズレ (e. g., 中村・浦, 2000; 浦, 1992) から説明できる。人は他者からのサポートに対してある程度の期待を持っている。しかし、他者から実行されたサポートが量的、質的どちらか一方、ないしは両者がその期待からずれている場合、不快感情を高めてしまう (e. g., 中村・浦, 2000; 浦, 1992)。

これらの知見に基づくならば、メールの返信が遅れたときや、メールの返信内容が自分の意図した内容とは異なっていたときにネガティブ感情が生起するだろうという予測が成り立つ。しかし、これらの予測は、相手との関係性や個人特性によって調整される可能性が考えられる。そこで、本研究では、個人特性として携帯メール依存傾向 (e. g., 五十嵐・元吉・高井・吉田, 2005; 吉田・高井・元吉・五十嵐, 2005) に着目する。また、相手との関係性として相手との親しさに着目する。

まず、携帯メール依存であるが、先行研究 (e. g., 五十嵐・元吉・高井・吉田, 2005; 吉田・吉田・高井・元吉・五十嵐, 2005) では、携帯メール依存が高い者は時間や場所をわきまえずに携帯メールを利用したり、目の前にいる相手とのコミュニケーションよりも携帯メールを優先したりする可能性が示唆されている。さらに、五十嵐ら (2005) によると、携帯メール依存が高い人は、常に誰かと繋がっていないと不安でたまらなくなるという繋がりへの渴望感や不安感が生じることが示されている。これらの点から、携帯メール依存傾向が低い者よりも高い者のほうが、携帯メールでのコミュニケーションにおいて、返信が遅れたり、自分の意図とは異なるような対応を相手にされた場合、ネガティブな感情を高める可能性を示唆される。

次に相手との関係性であるが、藤ヶ谷ら (2005) は、携帯メールのコミュニケーション規則を見出し、それを親しい友人とこれから親しくなりたい友人で比較した。その結果、親しい友人との間では、自分の意見を的確・端的に伝えようと努める「内容表現の明確性」規則のみ高いことが明らかになった。一方で、メール内容を正確に理解・解釈するように努める「解釈・表現の明確性」、相手の情緒に訴え、自分をアピールし、

以下に相手をひきつけるかを意識する「情緒的志向性」、相手に快くメールを読んでもらう「受信者への配慮」、相手をメール交換に参加させ、コミュニケーションの展開やコミュニケーションを発展させようと努める「メール交換の継続、発展性」の4つの規則は、親しくなりたい友人とのコミュニケーションで重視していることが明らかになった。これらの点から、親しい友人と、親しくなりたい友人の間は重視される規則の特徴が異なることが明らかになった。そのため、携帯メールでのコミュニケーションについて検討する場合、相手との関係性を配慮した検討が必要になるといえよう。

以上の議論から、本研究では以下の予測を検討する。

1. メール返信が遅れたときにネガティブ感情が生起するだろう。
2. メール返信内容が自分の意図した内容とは異なっていたときにネガティブ感情が生起するだろう。
3. 1, 2の予測は、携帯メール依存傾向が低い者よりも高い者のほうが、より顕著になるだろう。

加えて、相手との関係性の影響については探索的な検討とする。

方法

調査時期：2007年11月下旬

調査対象者：大学生男女1～4年生 (男性76名, 女性101名, 不明3名)

調査方法：無記名方式で面接調査と、集団調査を実施した。180部回収した。

調査項目：本調査では本研究とは関連のない項目も測定している。ここでは、本研究に関連する項目のみを記載する。

携帯メール依存：携帯メール依存尺度 (吉田ら, 2005) のうち、15項目を採用した。吉田ら (2005) の依存尺度は、3因子構造で検討されている。まず、第1因子は情動的な反応、(例 相手からなかなかメールの返事が来ないと、不安になる)、第2因子は過剰な利用 (例 何時間も続けてメールのやりとりをすることがある)、第3因子は脱対人コミュニケーション (例 会って話せば良いことをメールで伝えてしまう) である。本研究では吉田ら (2005) の因子分析の結果から、負荷量の高い上位5項目ずつを採用し

あなたは友人にCDを貸しており、それを出来るだけ早く返して欲しくて友人にメールを送りました。すると友人から**すぐに**メールが返って来ました。メールには以下のようなことが書いてあります。

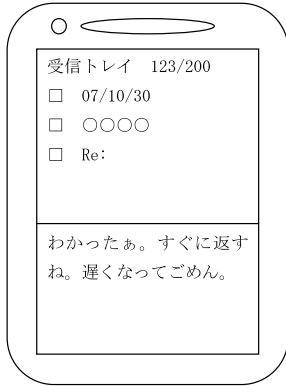


Figure1 調査での教示例1

(返信の早さに対する意図：意図通り—返信の内容についての意図：意図通り)

た。「全くあてはまらない：1」から「当てはまる：5」の5件法で回答してもらった。

携帯メール相手との関係性の想起とその特徴についての質問項目：携帯メールでのコミュニケーション相手の想起をしてもらった。そして、相手との親しさ、信頼度を測定した。それぞれの程度については、「全く親しくない：1」から「非常に親しい：7」などの7件法で回答してもらった。

携帯メールでのコミュニケーションについての操作を行った後、そのメールに対してどのように感じたかを回答してもらった。回答してもらった感情は“怒りを感じた”“嬉しく感じた”“不安を感じた”“楽しく感じた”“不愉快に感じた”であった。それぞれについて「全く感じなかった：1」から「非常に感じた：5」の5件法で尋ねた。最後に性別・学年を尋ねた。
手続き：まず携帯メール依存尺度に回答後、携帯メールでのコミュニケーション相手の想起をもらった。この際に、親友と、親しくなりたい友人の二者を想起してもらった。相手を想起する順番はランダムに配置した。次に、その相手との関係性の特徴について回答してもらい、携帯メールでのコミュニケーションについて教示を行った。具体的には、藤ヶ谷ら(2005)を参考に、返信の早さに対する意図(2：意図通り・意図通りではない)×返信の内容

あなたは友人にCDを貸しており、それを出来るだけ早く返して欲しくて友人にメールを送りました。すると友人から**一日遅れ**でメールが返って来ました。メールには以下のようなことが書いてあります。

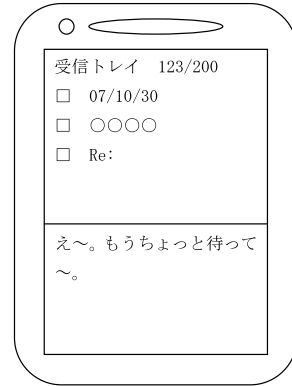


Figure2 調査での教示例2

(返信の早さに対する意図：意図通りではない—返信の内容についての意図：意図通りではない)

についての意図(2：意図通り・意図通りではない)の4通りの教示文を作成した。教示例をFigure1,2に示す。なお、この各調査対象者には、この4通りの教示分のうち、1つがランダムに割り当てられた。

結果

想起チェック

まず、被験者が親友と親しくなりたい友人を想起できているのか検討するために親しさ、信頼度を従属変数とするt検定を行った。その結果、親しさは親友(M=6.13)の方が親しくなりたい友人(M=4.82)よりも有意に高かった($t(187)=11.24, p<.01$)。加えて、信頼度も親友(M=6.06)の方が親しくなりたい友人(M=4.77)よりも有意に高かった($t(187)=9.56, p<.01$)。これらの結果から、親友と親しくなりたい友人の弁別が行われたといえる。

感情得点の算出

感情得点について、因子分析の結果を元に嬉しさ、楽しさ得点の平均値を快感感情得点とした。また、怒り得点、不安得点、不愉快得点の平均値を不快感情得点とした。以降では、ポジティブ感情の変数として快感感情得点を、ネガティブ感情の変数として不快感情得点

を用いるものとする。

依存傾向の算出

メール依存尺度について、因子分析を行い、吉田ら(2005)が示す3因子構造に分類できることを確認した($\alpha_s=.78$)。そして、因子ごと(情動的な反応・過剰な利用・脱対人コミュニケーション)の平均値を算出した後、中央値折半法に基づき、依存高群、低群を設定した。

予測の検討

予測を検討するために、想起他者(親友、親しくなりたい友人)ごとに、独立変数を早さ意図(2:意図通り・意図通りでない)、内容意図(2:意図通り・意図通りでない)、依存(情動的な反応・過剰な利用・脱対人コミュニケーション)の程度(2:高・低)とし、従属変数を親友に対する快感情・不快感情の程度とする3要因の分散分析をそれぞれ行った。なお、依存の程度については、因子それぞれで分析を行っている。

親友を想起他者とした場合の分析

ここでは、親友を想起他者とした分析結果について述べる。まず、快感情に与える影響について検討した結果を述べる。

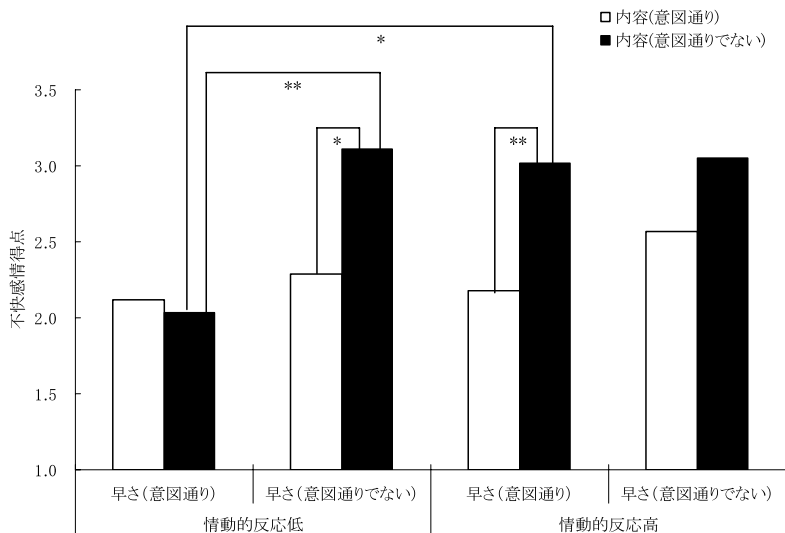
独立変数を早さ意図、内容意図、情動的な反応の程度(2:低・高)とし、従属変数を快感情得点とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容意図の主効果が認められた($F(1, 182)=16.62, p<.01$)。意図通りでない群($M=1.96$)よりも意図通り群($M=2.58$)の方が快感情が高かった。その他の効果は認められなかった。

次に、独立変数を早さ意図、内容意図、過剰な利用の程度(2:低・高)とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容の主効果が認められた($F(1, 182)=15.07, p<.01$)。意図通りでない群($M=1.96$)よりも意図通り群($M=2.57$)の方が、快感情が高かった。なお、他の効果は認められなかった。

そして、独立変数を早さ意図、内容意図、脱対人コミュニケーションの程度(2:低・高)とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容の主効果が認められた($F(1, 182)=18.37, p<.01$)。意図通りでない群($M=1.96$)よりも意図通り群($M=2.58$)の方が、快感情が高かった。

ここからは、不快感情に与える影響についての検討結果について述べる。独立変数を早さ意図、内容意図、情動的な反応の程度とする3要因の分散分析を行なった。

まず早さの主効果が認められた($F(1, 182)=7.29, p<.01$)。返信の早さが意図通り($M=2.36$)よりも意



Note. **: $p<.01$, *: $p<.05$

Figure3 親友との携帯メールを介したコミュニケーションがコミュニケーション後の不快感情に与える影響

図通りでない ($M=2.76$) 方が、不快感情が高かった。次に内容の主効果が認められた ($F(1, 182)=11.16, p<.01$)。返信の内容が意図通り ($M=2.29$) の群よりも意図通りでない ($M=2.86$) 群の方が、不快感情が高かった。最後に情動的反応の効果が認められた ($F(1, 182)=4.18, p<.05$)。情動的な反応低群 ($M=2.42$) よりも高群 ($M=2.70$) の方が、不快感情が高かった。

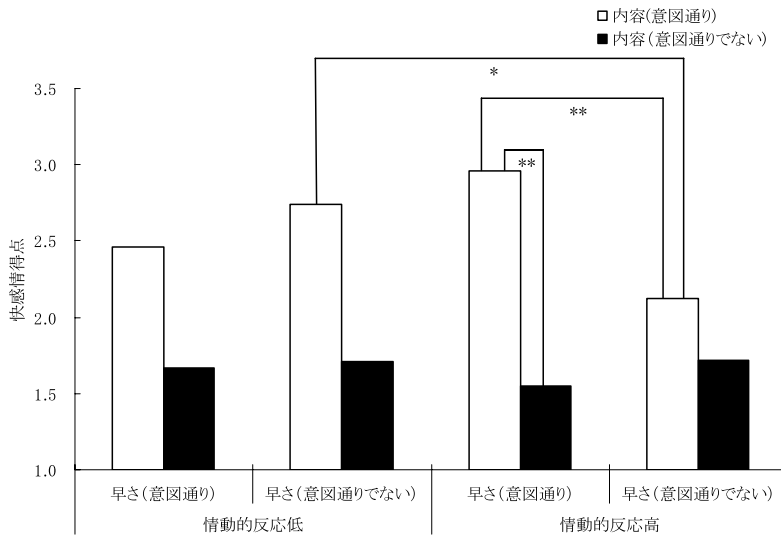
そして、3要因の交互作用が認められた ($F(1, 182)=4.08, p<.05$)。下位検定を行なった結果 (Figure 3) を以下に述べる。情動的反応低群かつ、内容が意図通りでない群において、早さが意図通りの群よりも意図通りでない群の方が不快になる ($p<.01$) ことが明らかになった。次に、情動的反応高群かつ、早さが意図通り群において、内容が意図通り群よりも意図通りでない群のほうが、不快感情得点が高かった ($p<.05$)。一方で、情動的反応低群かつ早さが意図通りでない群で、内容が意図通りの文面を想起した群よりも、意図通りでない文面を想起した群のほうが、不快感情得点が高かった ($p<.05$)。そして、早さが意図通りで、内容が意図通りでない場合、情動的反応低群よりも高群の方が不快である ($p<.01$) ことも示された。なお、2要因の効果については認められなかった。

次に、独立変数を早さ意図、内容意図、過剰な利用の程度とする3要因の分散分析を行なった。その結果、

早さ意図の主効果が認められた ($F(1, 182)=7.15, p<.05$)。意図通り群 ($M=2.36$) よりも意図通りでない群 ($M=2.76$) の方が、不快感情が高かった。次に、内容意図の主効果が認められた ($F(1, 182)=9.66, p<.05$)。意図通り群 ($M=2.29$) よりも意図通りでない群 ($M=2.86$) の方が、不快感情が高かった。

そして、独立変数を早さ、内容、脱対人コミュニケーションの程度とする3要因の分散分析を行なった。その結果、まず早さ意図の主効果が認められた ($F(1, 182)=6.30, p<.05$)。意図通り群 ($M=2.36$) よりも意図通りでない群 ($M=2.76$) の方が、不快感情が高かった。続いて、内容意図の主効果が認められた ($F(1, 182)=11.16, p<.01$)。意図通り群 ($M=2.29$) よりも意図通りでない群 ($M=2.86$) の方が、不快感情が高かった。

以上の結果より、仮説1, 2は支持されたが、予測3については支持されなかった。これらの結果から、親友に対する感情に与える影響は以下のようにまとめることができる。まず、メールの返信が遅れたり、思っていたこととは異なるメッセージが返信される場面を想起した人は、そうでない人よりも快感情を低める一方、不快感情を高めることが明らかになった。次に、メール依存傾向の影響については快感情では認められなかった。その一方で、不快感情においてはメール依



Note. **: $p<.01$, *: $p<.05$

Figure4 親しくなりたい友人との携帯メールを介したコミュニケーションがコミュニケーション後の快感情に与える影響

存傾向の1つである情動的反応のみが影響を与えていることが明らかになった。また、情動的反応を含んだ分析では、3要因の交互作用も認められた。

親しくなりたい友人を想起他者とした場合の分析

ここでは、親しくなりたい友人を想起他者とした分析結果について述べる。まず、快感情に与える影響について検討した結果を述べる。独立変数を早さ意図、内容意図、情動的な反応の程度とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容の主効果が認められた ($F(1, 182) = 42.12, p < .01$)。意図通りでない群 ($M = 2.05$) よりも意図通り群 ($M = 2.14$) の方が、快感情が高かった。そして、3要因の交互作用が認められた ($F(1, 182) = 4.80, p < .05$)。下位検定を行なった結果 (Figure 4) を以下に述べる。情動的反応の高さ高群において、返信の内容が意図通りの場合、早さが意図通りの人の方が意図通りでない人よりも快感情は高かった ($p < .01$)。また、情動的反応の高さ高群において、返信の早さが意図通りの場合、内容が意図通りでないよりも意図通りの人の方が快感情は高かった ($p < .01$)。

次に、独立変数を早さ、内容、過剰な利用の程度とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容の主効果が認められた ($F(1, 182) = 41.68, p < .01$)。意図通りでない群 ($M = 1.65$) よりも意図通り群 ($M = 2.56$) の方が、快感情が高かった。そして、独立変数を早さ、内容、脱対人コミュニケーションの程度とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容の主効果が認められた ($F(1, 182) = 40.07, p < .01$)。意図通りでない群 ($M = 1.65$) よりも意図通り群 ($M = 2.56$) の方が、快感情が高かった。

ここからは、不快感情に与える影響の検討結果について述べる。独立変数を早さ意図、内容意図、情動的な反応の程度とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容の主効果が認められた ($F(1, 182) = 46.88, p < .01$)。意図通り群 ($M = 2.22$) よりも意図通りでない群 ($M = 3.28$) の方が、不快感情が高かった。次に、独立変数を早さ、内容、過剰な利用の程度とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容の主効果が認められた ($F(1, 182) = 51.22, p < .01$)。意図通り群 ($M = 2.22$) よりも意図通りでない群 ($M = 3.28$) の方が、不快感情が高かった。そして、独立変数を早さ、

内容、脱対人コミュニケーションの程度とする3要因の分散分析を行なった。その結果、内容の主効果が認められた ($F(1, 182) = 43.49, p < .01$)。意図通り群 ($M = 2.22$) よりも意図通りでない群 ($M = 3.28$) の方が、不快感情が高かった。

これらの結果から、親しくなりたい友人への感情に対しては、全般的には返信の早さは影響を与えず、その内容が重要な要因となりうるということが明らかになった。これは、内容が自分の意図するものと異なる場合はそうでない場合よりも快感情が低く、不快感情が高いことになる。よって、予測2のみが支持されたといえる。ただし、3要因の交互作用の結果から、情動反応傾向が高い人に限っては、内容が意図通りで、早さも意図通りである場合に快感情が最も高いことが明らかになった。

考 察

本研究では携帯メールでのコミュニケーション場面に注目した上で、自分が意図したときは異なる反応をされた際の感情の様態を検討した。具体的には返信の早さと、返信内容に着目した。そして、近年の問題となっている携帯メール依存傾向 (五十嵐ら, 2005) に着目し、さらにコミュニケーション相手についても考慮した分析を行った。ここでは結果についての考察を2点行い、その後に今後の課題を論じる。

第1に、予測2については親友、親しくなりたい友人の両方で支持されたものの、予測1については親友との間でのみ支持された。それでは、なぜ親しくなりたい友人の場合で予測1が支持されなかったのであろうか。その理由として以下のようなことが推測できる。第1に、“返信のスピードはあまり気にはしていない”といったような構えの存在の可能性である。今後よりよい関係を作りたい他者である以上、多少のメール返信の遅れといったことを問題にするわけにいかないという構えがあったのではなかろうか。第2に、そもそも返信の早さに関する規範といったものがあまり内在化されていない可能性がある。例えば、藤ヶ谷ら (2005) の研究では返信の早さについての規範はない。そのため、規範の存在がないという理由は成り立つように考えられる。しかしながらこの点については、親友の結果を考えると棄却される。親友とのコミュニケ

ーションでは返信の早さについての効果が示されているからである。ゆえに、以下のようなことが推測される。メールの返信の早さについての規範は存在する。しかしながら、その規範の遂行に対して敏感になるのは、親友とのコミュニケーションの場合だけであり、親しくない友人とのコミュニケーションの場合では適用されない、もしくはされにくいと考えられる。今後、この点についての説明が必要となる。

第2に、携帯メール依存は情動的な反応因子についてのみ効果が認められた。携帯メール依存には一方的なコミュニケーションによって相手から嫌われないかどうかを懸念する拒否回避的な欲求(五十嵐, 2004)が強く影響していることが指摘されている(吉田ら, 2005)。特に、情動的な反応因子は項目の内容から他の因子と異なり、メール行動を介した関係性の確認傾向であることが推測される。加えて、他の因子は以下のように考えることができる。まず、過剰な利用因子については、メールを頻繁に打ち続けるといったような、関係性というよりもメールをすることに重きを置いた依存についての因子であることが考えられる。さらに、脱対人コミュニケーション因子は対面でのコミュニケーションよりもメールでのコミュニケーションを好む傾向に重きをおいた依存といえよう。以上より、他の因子と比して、情動的な反応因子は、他の因子と比して最も関係性に対するの敏感さを示すものであると考えられる。ゆえに、この因子のみが、築かれつつある関係の中で、その関係性を否定されるような行動であるメールの返信が遅れる、もしくは内容が予期していたものと異なるといったことに対して影響したと考えられる。

携帯メールは持ち運びが便利で、いつでもどこでも送受信出来るため、特に若者にとっては身近なものである。他者とのコミュニケーション行動を補完するために携帯メールを利用し、他者との親密化に役立っている。しかし、本研究の結果から、携帯メールは依存しすぎると、時に人々の感情を左右させる道具にもなることが示された。加えて、携帯メールに依存している人は、関係性に依存していると考えられる。なぜなら、携帯メールの返信がなかなか返って来ない場合や、返信の内容が意図していない場合“無視された”や、“自分への返事をするよりも他のことを選んだ”など相手への否定的な感情が生起しているからであ

る。依存の中でも情動的な反応の傾向が強い人は、返信の早さや内容が意図していない場合、否定的な感情が強く生起することが明らかとなった。つまり、携帯メールのいつでもどこでもつながってられる魅力は、相手とのコミュニケーションの補助となる一方で、自分勝手な解釈をしたり相手への思いやりが欠けたりすることで、ストレスの原因になりえる。

本研究では、携帯メールでのコミュニケーションが感情反応に及ぼす影響について論じてきた。携帯メールの返信内容や早さから感情反応を検討したが、メール相手が同性か異性か、絵文字の使用があるかないかについての検討は行っていない。今後、これらの点についても検討を行う必要がある。加えて、携帯メールの普及はこれまでのように20代以下の世代にも広がっている。つまり、発達の感情的コントロールが未熟な世代に対しても携帯電話は普及しはじめている。そのため、対象年齢を考慮した検討を行っていくことは、今後のユビキタス社会において重要かつ喫緊の課題であるといえよう。

謝辞

本研究の遂行に当たっては比治山大学共同研究費(代表 大谷哲朗)の補助を受けました。記して感謝いたします。また、本研究は平成18年度比治山大学現代文化学部卒業生 長谷中晴美さん(現広電観光)に御協力いただきました。記して感謝いたします。

本研究の一部は日本心理学会第72回大会にて発表された。

引用文献

- Foa, E. B., & Foa, U. G. (1980). *Resource Theory: Inter-personal Behavior as Social Exchange. Social Exchange: Advances in Theory and Research*, K. J. Gergen, M. S. Greenberg, and R. H. Willis. New York: Plenum Press.
- 藤ヶ谷綾香・西田公昭・古谷嘉一郎・浦光博(2005). 携帯メールのコミュニケーション規則に関する研究—親密性に注目して— 日本心理学会第46回大会発表論文集, 104-105
- Furutani, K., Kobayashi, T., & Ura M. (in press).

- Effects of Internet use on Self-efficacy -Perceived Network-changing possibility as a mediator- *AI & Society*.
- Furutani, K., Nishimura, T., & Ura, M. (2006). The relationship between general trust and interpersonal cognition (2) Mobile phone mail use effects trust and support *Poster presented at the 26th conference of the International Congress of Applied Psychology* (July 2006. Greece).
- 古谷嘉一郎・坂田桐子 (2006). 対面, 携帯電話, 携帯メールでのコミュニケーションが友人との関係維持に及ぼす効果: コミュニケーションのメディアと内容の適合性に注目して *社会心理学研究* 22, 72-84.
- 古谷嘉一郎・坂田桐子・高口 央 (2005). 友人関係における親密度と対面・携帯メールの自己開示との関連 *対人社会心理学研究* 5, 21-31
- 古谷嘉一郎・浦 光博 (2007). 携帯メール利用の落とし穴携帯メール, PCメール利用がネットワークサイズと自己効力感, 自尊心に及ぼす効果 *日本グループダイナミック学会第54回大会発表論文集*, 152-153
- 五十嵐 祐 (2004). 拒否回避欲求と親密度が携帯メールの返信スタイルに与える影響 *日本グループ・ダイナミックス学会第51回大会発表論文集*, 200-201
- 五十嵐 祐・元吉忠寛・高井次郎・吉田俊和 (2005). 携帯メール依存に関する研究 (1) —携帯メール依存尺度の作成— *日本グループ・ダイナミックス学会第52回大会発表論文集*, 126-127.
- 池田謙一 (2002). 携帯電話・PHS利用パターンの社会心理内閣府政策統括官(編) *情報化社会と青少年: 第4回情報化社会と青少年に関する調査報告書*, 287-301
- 小林正幸 (2001). なぜ, メールは人を感情的にするのか *ダイヤモンド社*
- 小林哲生・天野成昭・正高信男 (2007). *モバイル社会の現状と行方—利用実態にもとづく光と影—* NTT出版株式会社
- 宮田加久子 (1993). *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
- 宮田加久子・J. ボーズ・B.ウエルマン・池田謙一 (2006). モバイル化する日本人—パソコンとケータイからのインターネット利用が社会的ネットワークに及ぼす影響—松田美佐・岡部大輔・伊藤端子 *ケータイのある風景北大路書房*, 99-120.
- 中村佳子・浦 光博 (2000). ソーシャル・サポートと信頼との相互関連について—対人関係の継続性の視点から— *社会心理学研究*, 15, 151-163.
- 総務省(編) (2008). *情報通信白書(平成20年度版)* ぎょうせい
- 浦 光博 (1992). *支えあう人と人—ソーシャル・サポートの社会心理学—* サイエンス社
- 吉田俊和・高井次郎・元吉忠寛・五十嵐 祐 (2005). インターネット依存および携帯メール依存のメカニズムの検討—認知—行動モデルの観点から— *電気通信普及財団研究調査報告書* 20, 176-173.
- 〈キーワード〉
携帯メールでのコミュニケーション, メール依存, 友人関係
- 古谷嘉一郎 (現代文化学部社会臨床心理学科)
大谷 哲朗 (現代文化学部社会臨床心理学科)
(2008. 10. 31 受理)