

電子メディアを媒介した対人コミュニケーション に関する研究：その理論と動向

岡本 香

(2002年9月30日受理)

Theories and development of computer-mediated communication research: A review

Kaori Okamoto

Social psychological research on computer-mediated communication show that experimental and field studies show inconsistent results. This paper reviews these studies and suggest areas that future CMC research should focus on. The paper begins with a discussion of the three theories of CMC: 1) cues filtered perspective, 2) social identity and de-individuation model, 2) and the social information processing theory. It points out that studies on CMC were designed within the context of the systems view from the field of engineering. Finally, this paper suggests the need for CMC research to shift from systems perspective to personal view of communication.

Key words: CMC (computer-mediated communication), interpersonal communication, personal view

キーワード：CMC, 対人コミュニケーション, パーソナル・ビュー

ITの進歩によるパソコンや携帯電話などの電子メディアの普及とともに、電子メールや携帯メールなどの非対面型の対人コミュニケーションが、他者との相互作用において重要な役割を果たすようになりつつある。こうした各種の電子メディアを媒介としたコミュニケーションはCMC (computer-mediated communication) と呼ばれ、いまや、CMCは、全体的にコミュニケーションの最も一般的な形式の一つであることが報告されている (Kraut, Mukhopadhyay, Szczypula, Kiesler, & Scherlis, 1999)。

CMCは、コミュニケーションする際、主に文章(テキスト)によって情報交換が行われるため、対面コミュニケーションの際に交換される非言語的な情報(表情、身振り、声など)による符号化、および

解読化が難しいという特性を持つといわれている (Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984)。

そして、コンピュータを媒介したコミュニケーションにおける行動と社会的過程の研究の重要性が示唆されており (Kiesler et al., 1984)、今後、このような電子ネットワーキングが、対人関係の構造や可能性そのものまでも変えていくことも予想されている (池田・柴内, 1997) ことから、近年、社会心理学、特に対人コミュニケーション領域において様々な研究が行われるようになった。

社会心理学的な研究、特に、対人コミュニケーション領域におけるCMC研究は、主に実験室による実験研究によって進められている。また、現在提唱されている理論としては、①メディア特性論、②社会的文脈の認知、③社会情報処理理論という3つのアプローチに大別される。

しかし、①メディア特性論、および②社会的文脈の認知、という2つのアプローチによる研究の結果が、実際のネットワーク利用者へのインタビューなどの

本論文は、過程博士候補論文を構成する論文の一部として、以下の審査委員により審査を受けた。

審査委員：高橋 超 (主任指導教官)、深田博巳、
森 敏昭、神山貴弥

フィールド研究によって得られた結果と異なることが指摘されており (Walther, 1992; Markus, 1994), 新たなアプローチが模索されている。

そこで, 本稿では, これまでに対人コミュニケーション領域で行われてきた CMC の先行研究における理論と動向についてレビューし, 新しいアプローチを求めて, 模索的に CMC 研究を展望することを目的とする。

なお, CMC について, 本稿では宮田 (1993) に従い, 「電子メディアを媒介して, 場や時を共有しない人間同士の間で行われる双方向のコミュニケーション」と定義して, 論を進めることとする。

1. CMC 研究の原点

1.1. テレ・コミュニケーション研究

CMC の主な特性として, 対面コミュニケーションで重要な役割を果たしている非言語的コミュニケーションが存在しないことがあげられる (Kiesler et al., 1984) が, このような, CMC がチャンネルの限定されたコミュニケーションであるという, メディア特性に着目する視点は, 1970年代後半に行われたテレ・コミュニケーション (tele-communication) 研究に端を発する。

社会的存在感モデル

テレ・コミュニケーション研究においては, 2つの理論が得られている。そのうちの 하나가, Short, Williams, & Christie (1976) によって提唱された「社会的存在感モデル (social presence model)」である。

社会的存在感モデルとは, 電話を含む電子コミュニケーションで, コミュニケーション当事者の感じる「社会的存在感 (social presence)」の強弱が, 課題志向的コミュニケーションの生起に影響するとした理論モデルである。「社会的存在感 (social presence)」とは, コミュニケーション・メディアに対する, コミュニケーション行為者の, コミュニケーションを行う相手とどの程度親密な関係を築けるかという認知であると定義されている (Short et al., 1976)。

Short et al. (1976) は, 電話を含む電子コミュニケーションは, 表情, 視線, 姿勢, 身につけているもの, および, 非言語的な声の手がかりの情報を伝達する容量が対面とは異なることを指摘し, 情報を伝達する容量が少ないほど社会的存在感が低くなると述べた。そして, 社会的存在感が低いメディアを利用してコミュニケーションを行う状況では, コミュニケーションが課題志向的になると説明している。

キューレスネス・モデル

テレ・コミュニケーション研究で得られているもう一つの理論は, 社会的存在感モデルを批判する形で

Rutter, Stephenson, & Dewey (1981) によって提唱された「キューレスネスモデル (手がかり欠如モデル: cuelessness model) である。

キューレスネス・モデルとは, コミュニケーションの際に利用される手がかり量の増減が, コミュニケーション相手との心理的距離の遠近に影響し, その結果, コミュニケーションの性質が変化するという理論である (Rutter et al., 1981)。Rutter et al. (1981) は, 社会的存在感という概念の主観性を批判し, 客観的な物理的要因である手がかり量に着目することを提唱した。そして, 手がかりの量が少なくなるほど, 心理的距離が遠くなり, その結果, コミュニケーションは課題志向的かつ公式的になると説明した。

1.2. CMC 研究の台頭

テレ・コミュニケーションにおけるこれらの理論が提唱されて間もなく1980年代に入ると, CMC が新たなコミュニケーションとして注目されるようになり, テレ・コミュニケーション自体の研究は衰退した。

しかし, テレ・コミュニケーション研究において提唱された理論は, その後の CMC 研究に引き継がれることとなった。

2. メディア特性論による CMC 研究

2.1. テレ・コミュニケーションの発展的アプローチ

テレ・コミュニケーションの発展的アプローチには, テレ・コミュニケーション研究と同様に2種類のアプローチが存在する。一つは, Short et al. (1976) による社会的存在感モデルのアプローチを受け継いだ研究であり, もう一つは Rutter et al. (1981) によるキューレスネス・モデルのアプローチを受け継いだ, Sproull & Kiesler (1986) の「社会的手がかり減少アプローチ (reduced social cues approach)」研究である。

社会的存在感モデル

社会的存在感モデルは, 社会心理学的な CMC の先駆的研究であり, CMC 初心者と熟練者の比較を行った Hiltz & Turoff (1978) における結果の説明理論として採用された。さらに Rice (1993) は, 社会的存在感モデルへの批判を考慮しつつも, 社会的存在感と関連するメディアの刺激伝達力, 双方向性, 私的または公的な程度を重要視し, 社会的存在感モデルの有効性を示した。その他にも, Williams & Rice (1983) や, Hiltz, Johnson, & Turoff (1986), Hiltz, Turoff, & Johnson (1989) においてその妥当性を支持する結果が報告されている。

社会的手がかり減少アプローチ

社会的手がかり減少アプローチは、現在のCMC研究のきっかけとなったKiesler et al. (1984) や、Siegel, Dubrovsky, Kiesler, & McGuire (1986) で得られた結果を、テレ・コミュニケーション研究においてRutter et al. (1981) が提唱したキューレスネス・モデルの概念を利用してモデル化した説明理論である。

社会的手がかり減少アプローチとは、CMCにおける、立場の平等化、匿名化、コミュニケーションの困難さ、課題志向性、フレーミング、集団極性化といった現象を説明するための理論であり、キューレスネス・モデル同様、手がかりの量に着目している。そして、CMCは、視覚的、聴覚的手がかりが減少するため、コミュニケーション行為者の社会的属性を失わせ、社会的圧力を低くすると指摘した。その結果として、CMCでは、対面コミュニケーションと異なる現象が生起すると説明している(Sproull & Kiesler, 1986)。

Kiesler et al. (1984) は、CMCのグループ・コミュニケーションに焦点化し、コミュニケーションへの参加、および集団意志決定に、CMCがどのような影響を及ぼすかを実験室実験によって検討した。その結果、CMCによるグループ・コミュニケーションは、チャンネルが限定されていることから、コミュニケーションに利用される手がかりが濾過(filtered-out)され、それにより、参加者が脱個人化させられ、集団極性化やフレーミングといった現象が生起すると報告した。また、Siegel et al. (1986) においても、CMCでは、コミュニケーション行為者が元々持っていた意見をより極端な方向に変えるという、意見の極化や、敵意的な言語行動であるフレーミングの増加、さらにコミュニケーションの場にいる参加者の対等な発言行動が認められた。

これらの結果を説明する理論として、Sproull & Kiesler (1986) は、社会的手がかり減少アプローチを提唱したのである。

社会的手がかり減少アプローチは、McGuire, Kiesler & Siegel (1987) や、Kiesler & Sproull (1992) においてもその妥当性を認める報告がなされ、その後のCMC研究に大きな影響をもたらした。

手がかり濾過パースペクティブ

上記のように、社会的存在感モデルと社会的手がかり減少アプローチは、共にCMCで手がかりが濾過(filtered-out)される点を問題にしていることから、Culnan & Markus (1987) によって、「手がかり濾過(cues-filtered-out)パースペクティブ」という一つのアプローチに集約された。

Culnan & Markus (1987) は、手がかり濾過パー

スペクティブとして、CMCを含む電子コミュニケーションについて、次の3点を指摘している。①テクノロジーによるコミュニケーション・メディアは、対面での相互作用において発見されるコミュニケーションの手がかりを濾過する。②メディアの違いによって、それぞれ異なる手がかりが濾過されたり伝達されたりする。③対面コミュニケーションの代替としてのテクノロジーを媒介したコミュニケーションは、その結果にネガティブな影響をもたらす。

そして、この手がかり濾過パースペクティブの論調は、CMCによる相互作用が、手がかり量が少ないために、社会的でなく、脱個人的である、というネガティブな効果に傾斜しているといわれている(Walther, Anderson, & Park, 1994)。

2.2. メディア・リッチネス理論

メディア特性論のもう一つのアプローチとして、Daft & Lengel (1986) が提唱した「メディア・リッチネス理論(media richness theory)」があげられる。

メディア・リッチネス理論は、利用者のメディア選択という要素が強く(Markus, 1994)、コミュニケーション・メディアの違いによって、手がかりの伝達量のみならず、フィードバックの直接性など、情報伝達の容量(capacity)の豊富さが異なることを指摘した。その上で、豊かな(rich)メディアは、論争の和解などといった、思考の猶予があり、コミュニケーション当事者間の駆け引きが激しい課題に適合しており、貧弱な(poor)メディアは、不確実性が高くても思考の猶予のない課題に効率的であると説明した(Daft & Lengel, 1986)。

この理論の妥当性は、Trevino, Lengel, & Daft (1987), Fulk, Steinfield, Schmitz, & Power (1987) においても支持されている。

3. 社会的文脈の観点によるCMC研究

3.1. 社会的文脈の観点

1990年代になり、CMC研究の結果が蓄積されてくると、メディア特性論研究における結果が常に得られるわけではないことが次第に明らかになっていった。従って、メディア特性論の妥当性が疑問視されるようになり、異論が唱えられるようになった。その結果、メディア特性論に代わる新たなアプローチを求めて研究が進められた。

その一つが、コミュニケーション行為者が置かれている社会的文脈に着目したSpears, Lea, & Lee (1990) である。

Spears et al. (1990) は、Sproull & Kiesler (1986) で提唱された社会的手がかり減少アプローチについて、社会的手がかりの中に、対人コミュニケーション上の手がかりと社会的文脈手がかりが混同されていること、個人の自由な発言をもたらすはずの脱個人化が集団極性を引き起こすという論理は整合的でないことを指摘した。そして、Spears & Lea (1992) において、新たな理論モデルを提唱するに至る。

3.2. SIDE モデル

Spears & Lea (1992) は、CMC の新たな理論モデルとして、「社会的アイデンティティと脱個人化モデル (Social identity and de-individuation model: SIDE model)」を提唱した。

SIDE モデルは、社会的アイデンティティ理論 (social identity theory) と、自己カテゴリー化理論 (self categorization theory) の二つの理論を背景にしている。SIDE モデルの特徴は、従来の手がかり濾過パースペクティブと異なり、手がかり量だけではなく、社会的文脈にも注目した点である (Spears & Lea, 1992)。つまり、物理的な、視覚的、聴覚的な手がかり量に加えて、コミュニケーション行為者が置かれている社会的文脈の認知、すなわち社会的アイデンティティ、あるいは個人的アイデンティティの活性化、そして、脱個人化、あるいは個人化による影響にも着目したのである。

Spears & Lea (1992) は、集団討議において、2つの説明要因による条件設定を行い、実験した。アイデンティティ条件については、一緒に討議しているメンバーが何らかの同じ属性を持つ仲間 (内集団: ingroup) かそうでない仲間 (外集団: outgroup) かという事前の知識を与えることによって、社会的アイデンティティもしくは個人的アイデンティティを活性化させるという2条件を設定した。脱個人化、個人化条件については、参加者が互いに視覚的に見えない脱個人化条件と、同じ部屋で個人を個人として判別できる個人化条件という2条件を設定した。その結果、脱個人化条件のみにおいて、アイデンティティ条件の違いによる影響が認められた。個人的アイデンティティを活性化させた条件では、Sproull & Kiesler (1986) の結果と同様に、課題志向性が高くなるという結果が得られたことを報告している。しかし、社会的アイデンティティを活性化させた条件では、課題志向性の現象は生起せず、集団極性化現象が生起したことが報告された。また、どちらの場合も、フレーミングはほとんど認められなかったと報告されている。

その後も SIDE モデルは、Lea, O'Shea, Fung, &

Spears (1992) や、Lea & Spears (1992), Spears & Lea (1994), Postmes, Spears, & Lea (1998), Postmes, Spears, & Lea (2000), Lea, Spears, & Groot (2001), Postmes, Spears, Sakhel, & Groot (2001) において妥当性が支持されている。

この SIDE モデルについて、特に注目すべき点は、それまで主張されてきた、メディア特性の認知のみが CMC に影響するという説明に対して、メディア特性だけではなく、社会的文脈も、CMC の効果と、その生起メカニズムに影響するということを明示した点であるといえる。しかし、実際のコミュニケーション事態における社会的文脈は、内集団か外集団かという文脈以外の文脈も存在することが考えられる (例えば、将来的な対人関係展望 (Walther, 1992, 1994) など)。

4. 社会情報処理理論による CMC 研究

4.1. 社会情報処理理論の観点

メディア特性論に代わる新たなアプローチの一つとして、Spears & Lea (1992) の SIDE モデルが提唱されたことは前述したが、SIDE モデルと同様に、メディア特性論に代わる新たなもう一つのアプローチが存在する。それは、Walther & Burgoon (1992) によって提唱された「社会情報処理理論 (social information processing theory: SIPT)」である。

4.2. 社会情報処理理論アプローチ

SIPT とは、コミュニケーションの際の情報処理過程に着目した、主に、CMC における時間の効果についての説明理論である。

Walther & Burgoon (1992) は、Kiesler et al. (1984) を始めとするメディア特性論研究や SIDE モデルを提唱した Spears & Lea (1992) を始めとする社会的文脈研究を含むそれまでの CMC 研究が、短時間かつ一定の相互作用のみを扱っている問題点を指摘した。そして、5週間半という期間にわたる相互作用について、対面コミュニケーションと CMC とを比較する実験を行っている。その結果、対面コミュニケーションと CMC の間に見られたさまざまな初期の差が、時間の経過とともに減少することを明らかにした。

Walther & Burgoon (1992) は、その理由について、次のように説明している。コミュニケーションの初期では、情報交換の速度 (rate) が対面コミュニケーションと CMC では異なることによって、さまざまな差異が生じる。しかし、時間の経過と共に、情報交換の速度よりも、交換される情報処理過程の重要度が高くなる。その結果として、対面コミュニケーションと

CMC の間に見られたさまざまな初期の差が減少するのである。

Walther & Burgoon (1992) における結果から、CMC 研究を検討する際に時間要因が重要であることを明らかにするため、Walther et al. (1994) は、従来の CMC 研究についてのメタ分析を行った。一定の制限された時間内で行われる相互作用が検討されていた先行研究においては、課題志向性や集団極性化といった、メディア特性論で明らかにされた CMC 固有の現象が生起するが、長時間の相互作用を検討した先行研究においては、対面コミュニケーションと CMC の差異は認められないであろう、という仮説をたて、メタ分析を行った。その結果、一定の制限された時間内で行われる相互作用が検討されていた先行研究において、課題志向性や集団極性化が認められていたことが明らかにされ、仮説は支持されたのである。

以後、SIPT は、Walther (1992, 1994, 1995, 1997), Walther & Tidwell (1995), Utz (2000), Walther & D'Addario (2001), Walther, Slovacek, & Tidwell (2001), Ramirez, Walther, Burgoon, & Sunnafrank (2002) においてもその妥当性が支持されている。

この SIPT が、従来の CMC 研究と異なる点は、2 つ存在する。一つは、従来のメディア特性論研究においてなされてきた、CMC を情報伝達の容量の少ないメディア・コミュニケーションであるとする考え方を批判し、CMC は情報交換の速度が遅いメディア・コミュニケーションであるとする考え方を提唱した点である。そして、もう一つは、情報処理過程も、CMC の効果とその生起メカニズムに影響を与えることを明らかにし、メディア特性のみが、CMC の効果とその生起メカニズムに影響するという説明に対して批判した点である。SIPT が提唱されたことにより、SIDE モデルによって得られた社会的文脈（内集団か外集団か）の認知のみならず、相互作用を行う時間の長さ、および情報処理過程も影響することが明らかにされた。

5. 先行研究における問題点

5.1. 先行研究における問題点

ここまで、従来の CMC 研究には、メディア特性論アプローチ、SIDE モデル、社会情報処理理論という 3 つのアプローチが存在することを述べてきた。

しかし、Walther (1992) は、メディア特性論と SIDE モデルによる実験研究の結果が、フィールド研究によって得られた成果によって支持されなかったことを指摘している。同様の指摘は、Rice & Love

(1987), Smolensky, Carmody, & Halcomb (1990), Saunders, Robey, & Vaverek (1994) によってもなされており、メディア特性論および SIDE モデルに対する方法論的、理論的批判がなされるようになった。

このようなフィールド研究の成果によって指摘された批判を集約した上で、Markus (1994) は、メディア特性論の一つであるメディア・リッチネス理論の妥当性を検討するために、企業における電子メールの利用に関するフィールド調査を行っている。その結果、部分的にメディア・リッチネス理論の妥当性が認められたものの、社会的文脈も重要な要因であることが明らかとなった。従来のメディア・リッチネス理論では、メディア特性が単独で CMC の効果に影響すると説明されてきたが、Markus (1994) は、メディア特性が単独で影響しているのではなく、同時に CMC 利用を選択させるような社会的文脈も CMC の利用行動に影響している可能性を示唆した。

この Markus (1994) の示唆から、方法論的問題として、2 つのアプローチによる結果が、実際の利用現場における社会的文脈をとらえきれていない点が指摘できる。なぜなら、2 つのアプローチの結果が、主に実際の利用場面とは異なる実験室実験によって得られていたからである。

では、実際の利用場面における社会的文脈をとらえた実験研究は考えられないのであろうか。

Walther (1992) はメディア特性論および SIDE モデルがフィールド研究によって得られた結果から支持されないことに注目して実験を行い、SIPT を提唱した。そして、実際の CMC を考慮して、CMC による対人関係の効果を再概念化することを目的としたハイパーパーソナルな相互作用 (hyperpersonal interaction) パースペクティブを提唱している (Walther, 1996)。

また、原田 (1993, 1997) は CMC による対人コミュニケーション研究の新たな視点として、認知工学の視点を取り入れることを提案している。従来の社会心理学的アプローチの視点による実験研究である、メディア特性論および SIDE モデルについて、原田 (1993) は、CMC を「人+ネットワーク+人」という一つのシステムから得られる結果としてとらえている理論であると指摘した。換言すれば、メディア特性論も SIDE モデルも、CMC 利用者の視点が欠落している理論であると述べたのである。そして、その説明として、どちらの理論もシステムの物理的属性に原因を帰属している点をあげた。その上で、原田 (1993, 1997) は、認知的人工物 (Norman, 1991) における「パーソナル・ビュー (personal view)」という視点による対人

コミュニケーション研究の必要性を示唆したのである。

5.2. パーソナル・ビューという視点

そもそもパーソナル・ビューという視点は、認知工学者であるNorman (1991) が提唱した、認知的人工物 (artifacts) のとらえ方の視点の一つである。ここでの認知的人工物とは、表現機能を目的とし、情報の保持、表示、および操作を可能にすることを目的としてデザインされた人工の道具のことをさす (Norman, 1991)。そのような主に情報を扱う道具である認知的人工物をとらえる視点として、システム・ビューという視点と、パーソナル・ビューという視点の2つをあげた (Norman, 1991)。

システム・ビューとは、人と人工物をまとめて一つの課題解決のシステムとしてとらえ、その全体を俯瞰する視点であり、パーソナル・ビューとは、課題解決の過程を人の視点からとらえる視点である (原田, 1993)。

そして、原田 (1993) は、CMC の従来の社会心理学領域で行われてきた実験研究が、システム・ビューから検討されていたこと指摘した。この指摘から、従来の社会心理学的実験研究で得られた結果が、フィールド研究で得られた結果によって支持されなかった可能性が考察されたのである。

6. パーソナル・ビューという視点による CMC 研究

6.1. パーソナル・ビューという視点の有効性

上述したパーソナル・ビューという視点から、原田 (1993) は、CMC を検討することを試みている。

原田 (1993) は、メディアを介した対話が、コミュニケーション行為者にどのように受けとめられているか、というパーソナルビューの視点による質問項目を評定させる実験を行った。実験では、情報量の異なる、テレビ電話、電話、ネットワーク (CMC) という3種類のコミュニケーション・メディアを用いて、その場で参加者同士が対話を行うオンライン対話と時間的制約のない非同期の対話参加を行うオフライン対話とを比較した。また、初対面ではない、同性の日常よく話をする友人同士のペアを被験者にし、時間を制限しなかった。このことにより、Walther (1992) の批判点である、従来の社会心理学的アプローチによる実験研究が、初対面の相手とごくわずかな限られた一定時間内の相互作用を行う機会のみを検討したため、偏った結果を得た、という問題を解決している (原田, 1993)。

その結果、話しやすさの感情的評価に関する第一因子と、道具としての使いやすさの評価に関する第二因子を抽出した。また、ネットワーク (CMC) に対する話しやすさの感情的評価は、最も評価が高く、同期か非同期かというモードによる差が最も小さかった。この結果について、池田 (1990) は、パソコン通信ネットワークの利用動機と利用行動のパターンについてフィールド調査を行い、ニューメディアの機能として、プロセスを重視するコンサマトリー性と、プロダクトを重視する道具性を見いだしている。この2機能は、原田 (1993) において抽出された2因子と同様であると考えられる。また、既知の友人同士の対話においては、コミュニケーション・メディアが許容する伝達情報量は、話しやすさの感情的評価とは関連がないことが示されたといえる (原田, 1993)。つまり、メディアを介した対話行動は、メディア特性に強く影響されるのではなく、メディアを介した対話をコミュニケーション行為者がどのように受けとめているかに大きく依存しているということが示されたのである。この結果は、コミュニケーション行為者の社会的文脈も CMC に影響することを示したフィールド研究である Markus (1994) の結果とも矛盾しない。

この原田 (1993) で得られた結果は、CMC 研究における、パーソナル・ビューという新たな視点によるアプローチの有効性を示したものであるといえよう。

6.2. パーソナルビューによる CMC 研究

原田 (1993) で得られた結果を参考に、木村・都築 (1998) は、CMC における手がかり濾過が CMC で集団意思決定をする際のコミュニケーション行為者に及ぼす心理的影響を検討した。実験では、原田 (1993) が使用した質問項目を用いて、対面コミュニケーションと CMC とのそれぞれにおける対人圧力を測定し、比較を行った。

その結果、CMC における手がかり濾過によって、コミュニケーションの際の対人圧力が低下することが示された。そして、メディア特性論で CMC の効果とされた立場の平等化や集団極性化は、対人圧力の低下によって生じる現象であると考察された。このことから、CMC では対人圧力という心理的特性が重要な要因であることが示唆された。

また、都築・木村 (2000) は、原田 (1993) で抽出された2因子と、木村・都築 (1998) で重要な要因とされた対人圧力を、それぞれ、情緒性、目的性、対人圧力という心理的特性であるとした。その上で、3つの心理的要因がメディア・コミュニケーションにおいて作用していると仮定して、CMC の心理的特性を検

討する実験を行った。

その結果、メディア・コミュニケーションの心理的特性として、情緒性、目的性、対人圧力のそれぞれに対応した、親和感情、情報伝達、対人緊張の3つが認められた。また、対面を含むコミュニケーション・メディアの違いによって、異なる心理的特性を持つことも明らかにされた。特に、CMCは、対面コミュニケーションと比較して、親和感情、情報伝達、および対人緊張という全てが低いという心理的特性を持つことが示唆されたのである。

上記の2つの研究は、原田(1993)が使用した、メディアを介した対話をコミュニケーション行為者がどのように受けとめているかについての質問項目や、その結果を用いていることから、パーソナル・ビューの視点によるCMC研究であると考えられる。

7. 今後のCMC研究の課題と展望

CMCの効果とその生起メカニズムに影響する要因として、従来は、メディア特性や社会的文脈、時間の長さ、情報処理過程が指摘されてきた。しかし、コミュニケーション行為者が有するメディア・コミュニケーションの認知も、CMCの効果に影響することが明らかにされ、パーソナル・ビューによる研究の必要性が示唆された。今後は、これらの要因を複合的に考慮して研究を進めることが必要であると考えられる。

例えば、コミュニケーション相手との関係性の問題があげられる。池田(1990)やLea et al.(1992)、Markus(1994)において、CMCにおけるコミュニケーション相手との関係性が、CMCの利用行動に影響することが示唆されており、今後の検討が必要と考えられる。また、都築・木村(2000)において明らかにされたCMCの心理的特性が、CMCの目的および意図、行動に対していかなる影響を及ぼすかについては検討されていない。Markus(1994)が、送り手がコミュニケーションの目的や意図によって、CMCを利用するか否かを選択していたことを示唆しており、CMCの心理的特性も、その目的や意図、行動に影響することが推測され、今後の検討が必要であろう。

【引用文献】

- Culnan, M. J., & Markus, M. L. 1987 Information technologies. In F. M. Jabin, L. L. Purnam, K. H. Roberts, & L. W. Porter (Eds.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective*, Pp.420-443. Newbury Park, CA: Sage.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. 1986 Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, **32**, 554-571.
- Fulk, J., Steinfield, C. W., Schmitz, J., & Power, J. G. 1987 A social information processing model of media use in organizations. *Communication Research*, **14**, 529-552.
- 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**, Pp.75-83.
- 原田悦子 1997 認知科学モノグラフ7：人の視点から見た人工物研究 共立出版
- Hiltz, S. R. & Turoff, M. 1978 Social and psychological processes in computerized conferencing. In S. R. Hiltz & M. Turoff (Eds.), *The Network Nation: Human communication via computer Reading*. Pp.76-127. MA: Addison-Wesley.
- Hiltz, S. R., Johnson, K., & Turoff, M. 1986 Experiments in group decision making: Communication process and outcome in face-to-face versus computerized conferences. *Human Communication Research*, **13**, 225-252.
- Hiltz, S. R., Turoff, M., & Johnson, K. 1989 Experiments in group decision making.III: Disinhibition, deindividuation, and group process in pen-name and realname computer conferences. *Decision Support Systems*, **5**, 217-232.
- 池田謙一 1990 ニューメディアの利用と満足 竹内郁郎・児玉和人・川本勝(編) ニューメディアと社会生活 東京大学出版会 Pp.141-165.
- 池田謙一・柴内康文 1997 電子ネットワークと集団形成の論理 池田謙一(編) ネットワーキング・コミュニティ 東京大学出版会 Pp.2-25.
- Kiesler, S. R., Sigel, J., & McGuire, T. W. 1984 Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, **39**, 1123-1134.
- Kiesler, S. R., & Sproull, S. 1992 Group decision making and communication technology. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, **52**, 96-123.
- 木村泰之・都築誉史 1998 集団意志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.
- Kraut, R., Mukhopadhyay, T., Szczypula, J., Kiesler, S., & Scherlis, B. 1999 Information and commu-

- nication: Alternative uses of the internet in households. *Information Systems Research*, **10**, 287-303.
- Lea, M., O'Shea, T., Fung, P., & Spears, R. 1992 "Flaming" in computer-mediated communication: Observations, explanations, implication. In M. Lea (Ed.), *Contexts of computer-mediated communication*. Pp.30-65. London: Harvester.
- Lea, M., & Spears, R. 1992 Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing*, **2**, 321-341.
- Lea, M., Spears, R., & Groot, D. 2001 Knowing me, knowing you: Anonymity effects on social identity processes within groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **27**, 526-537.
- Markus, M. L. 1994 Electronic mail as the medium of managerial choice. *Organization Science*, **5**, 502-527.
- McGuire, T. W., Kiesler, S., & Siegel, J. 1987 Group and computer-mediated discussion effects in risk decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, **52**, 917-930.
- 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
- Norman, D. A. 1991 Cognitive artifacts. In J. M. Carroll (Ed.), *Designing Interaction: Psychology at the Human-Computer Interface*. Pp.17-38. New York: Cambridge University Press. (野島久雄 (訳) 1992 認知的な人工物 安西祐一郎・石崎俊・大津由起雄・波多野諄余夫・溝口文雄 (編) 認知科学ハンドブック 共立出版 Pp.52-64.)
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. 1998 Breaching or building social boundaries? SIDE-effects of computer-mediated communication. *Communication Research*, **25**, 689-715.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. 2000 The formation of group norms in computer-mediated communication. *Human Communication Research*, **26**, 341-371.
- Postmes, T., Spears, R., Sakhel, K., & Groot, D. 2001 Social influence in computer-mediated communication: The effects of anonymity on group behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **27**, 1243-1254.
- Ramirez, A., Walther, J. B., Burgoon, J. K., & Sunnafrank, M. 2002 Information-seeking strategies, uncertainty, and computer-mediated communication: Toward a conceptual model. *Human Communication Research*, **28**, 213-228.
- Rice, R. E. 1993 Media appropriateness: Using social presence theory to compare traditional and new organizational media. *Human Communication Research*, **19**, 451-484.
- Rice, R. E., & Love, G. 1987 Electronic emotion: Socioemotional content in a computer-mediated network. *Communication Research*, **14**, 85-108.
- Rutter, D. R., Stephenson, G. M., & Dewey, M. E. 1981 Visual communication and the content and style of conversation. *British Journal of Social Psychology*, **20**, 41-52.
- Saunders, C. S., Rovey, D., & Vaverek, K. A. 1994 The persistence of status differentials in computer conferencing. *Human Communication Research*, **20**, 443-472.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. 1976 *The social psychology of telecommunications*. London: John Wiley.
- Siegel, J., Dubrovsky, V., Kiesler, S. R., & McGuire, T. W. 1986 Group processes in computer-mediated communication. *Organizational Behavior and Human Decision*, **37**, 157-187.
- Smolensky, M. W., Carmody, M. A., & Halcomb, C. G. 1990 The influence of task type, group structure and extraversion on uninhibited speech in computer-mediated communication. *Computers in Human Behavior*, **6**, 261-272.
- Spears, R., Lea, M., & Lee, S. 1990 De-individualization and group polarization in computer-mediated communications. *British Journal of Social Psychology*, **29**, 121-134.
- Spears, R., & Lea, M. 1992 Social influence and the influence of 'social' in computer-mediated communication. In M. Lea (Ed.), *Contexts of computer-mediated communication*. Pp.30-65. London: Harvester.
- Spears, R., & Lea, M. 1994 Panacea or panopticon? The hidden power in computer-mediated communication. *Communication Research*, **21**, 427-459.
- Sproull, L., & Kiesler, S. R. 1986 Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, **32**, 1492-1512.
- Trevino, L. K., Lengel, R. H., & Daft, R. L. 1987 Media symbolism, media richness, and media

- choice in organizations: A symbolic interactionist perspective. *Communication Research*, **14**, 553-574.
- 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.
- Utz, S. 2000 Social information processing in MUDs: The development of friendships in virtual worlds. *Journal of Online Behavior*, **1**, from the World Wide Web: <http://www.behavior.net/JOB/v1n1/utz.html>.
- Walther, J. B. 1992 Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, **19**, 52-90.
- Walther, J. B. 1994 Anticipated ongoing interaction versus channel effects on relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research*, **20**, 473-501.
- Walther, J. B. 1995 Relational aspects of computer-mediated communication: Experimental observations over time. *Organization Science*, **6**, 186-203.
- Walther, J. B. 1996 Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, **23**, 342-369.
- Walther, J. B. 1997 Group and interpersonal effects in international computer-mediated collaboration. *Human Communication Research*, **23**, 342-369.
- Walther, J. B., Anderson, J. F., & Park, D. 1994 Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A meta-analysis of social and anti-social communication. *Communication Research*, **21**, 460-487.
- Walther, J. B., & Burgoon, J. K. 1992 Relational communication in compute-mediated interaction. *Human Communication Research*, **19**, 58-88.
- Walther, J. B., & D'Addario, K. 2001 The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication. *Social Science Review*, **19**, 324-347.
- Walther, J. B., Slovacek, C. L., & Tidwell, L. C. 2001 Is a picture worth a thousand words? Photographic images in long-term and short-term computer-mediated communication. *Communication Research*, **28**, 105-134.
- Walther, J. B., & Tidwell, L. C. 1995 Nonverbal cues in computer-mediated communication, and the effect of chronemics on relational communication. *Journal of Organizational Computing*, **5**, 355-378.
- Williams, F., & Rice, R. E. 1983 Communication research and new media technologies. In R. N. Bostrom (Ed.), *Communication yearbook*, Vol.7, Pp.200-224. Beverly Hills, CA: Sage.

(主任指導教官 高橋 超)