

対人場面における感情情報の伝達誤差

－感情伝達に対する情報濾過機能の検証－

The study of the gaps in situation of emotional communication
－ Verifying effect of “Cues-Filtered-Out” in situation of emotional
communication －

原邊 祥弘

Yoshihiro Harabe

要約

感情を伴うコミュニケーションにおいて、近年はコンピューターネットワークを利用したモバイル端末が活用されることが多い。スマートフォンに代表される高機能小型移動端末の普及が進む中、情報を伝達することの重要性と共に、人間の感情を伝える手段としても一般化してきている。しかし、感情の伝達についての先行研究は少なく、実際には対面しない状況での感情伝達については未解明な部分が多い。本稿では、対面しないことにより非言語情報の伝達度合いが損なわれやすくなる「情報の濾過機能」について、感情情報の伝達時でも起こり得るのかを検討した。具体的には、実際の対面場面での感情情報の伝達度合いと、メッセージアプリを利用した感情情報の伝達度合いを比べた。その結果、情報伝達を発信者側と受信者側に分けた場合、受信者側においては情報の濾過機能が起きたことを示唆する結果となった。つまり、感情の情報を伝達するときにも、対面しない場合には相手に伝わる感情が少なくなる。これは、現代社会において最もよく利用されるコミュニケーションの一つでもある電子メールやメッセージアプリなどでも起きる問題であり、さらなる検討の余地が示された。

Abstract

In communication with the emotion, recently mobile machine that using the computer network is utilized. In progressing spread of high-performance small mobile machines; for example smartphone, that has been generalized as a means to communication of emotion, with the importance of communicating information. However, that is only a few previous studies on the communication of emotion. In fact there are many unsolved part for the communications of emotions in situations that don't face-to-face. In this paper, to study occurring “Cues-Filtered-Out”; that by non face-to-face, in situations of communicating emotional information. In

particular, we compared to the communicated degree for emotion in the face-to-face, and the communicated degree for emotion using the Message App. Divided into sender side and the receiver side, it suggested that has expressed effect of Cues-Filtered-Out at receiver side. Namely, it revealed that decreased emotional information in situation of non face-to-face. This is the problem that occurs even in such as Email and Message App what is the most commonly used for communication in modern time. Further studies have been shown to be required in the future.

問題・目的

対人場面におけるコミュニケーションでは、様々な情報がやりとりされる。例えば、相手の表情や身振り手振りなどの非言語情報、言葉や声量などの所謂言語情報など、行き交う情報は実に幅広い。コミュニケーションとは、広義ではあらゆる時間・空間を通じた情報のやり取りであるが、特に、人々の間で行われる短時間的もしくは限られた空間上でやりとりされる記憶や感情、思考などの情報伝達については、古くから社会心理学分野の関心事の一つである。

近年、情報化社会の進行と共にコミュニケーションも多様化しており、対面でのコミュニケーション（Face-to-Face, 以下 FTF）の他にコンピューターネットワークなどを活用して通信を行い、文字情報をやり取りする CMC（Computer-Mediated-Communication, 以下 CMC）が増加してきている。実際、平成 26 年度の調査では、情報通信端末の世帯保有率の中で携帯電話・PHS は 94.6% となっている。これは多くの人が対面以外でのコミュニケーションを行える状況になっていることを示している（総務省, 2015）。FTF と CMC については、この二つのコミュニケーションについての研究が行われ、それぞれの特性が明らかになってきている。それぞれの特性についての言及は本稿では割愛するが、特に心理学を中心とした学際領域で CMC について多くの検証が行われている。認知的な負荷（杉谷, 2007）や対人圧力の大小（木村・都築, 1998）、編集可能性とコントロール可能性（原田, 1997）などが挙げられているが、FTF と CMC のポジティブ・ネガティブな効果の両側面は今後も検討していく必要があると考えられる。

様々な特性を持つ CMC の特徴の一つに、情報の濾過機能がある（Culnan & Markus, 1987）。情報の濾過機能は、対面しないことにより非言語情報の伝達度合いが損なわれやすくなる現象で、通常の対面場面で行われているコミュニケーションよりも記憶や感情、思考などの情報伝達が欠落しやすくなる。情報伝達についての方略は種々あるが、古典的なものに連続情報伝達における変容性がある（オルポートら, 1952）。オルポートらは、所謂デマや流言、噂の研究の中で、連続情報伝達では情報が平均、強調、合理化されることを示している。これは事実や記憶の情報伝達の変化に焦点を当てているものであった。その後も情報伝達についての研究は伝統的に行われてきているが、コミュニケーションの中でも重要と考えられる感情の伝達についての研究は少ない。

感情に関する表現能力や情動知能・ソーシャルスキルについての研究は進められてきているが、ここでもやはり感情の伝達について、コミュニケーションを包括して捉えた実態を検討されていない。感情の伝達では、例えば廣瀬ら（2014）は感情伝達における顔文字（Emoticon）や絵文字（Pictogram）に着目し、携帯電話メールにおける感情伝達に及ぼす影響を検討した。その結果、文章に顔文字や絵文字を付加することで感情の伝達を促進しうることが示された。また、その過程で情報の送信者と受信者の使用端末によっては送信者が伝えたい感情の度合いに齟齬が生じる可能性があることも示唆している。原邊（2015）では、感情情報伝達時の認識において起きるすれ違いを検証するため、実際の対面コミュニケーション場面を想定した実験を行った。その結果、伝達される感情の度合いについて、聞き手側が必要以上に話し手の感情情報を多く評価していたことが示された。それに対して、話し手側は聞き手が認識していると思われる感情を低く評価していることが示された。（Figure 1）

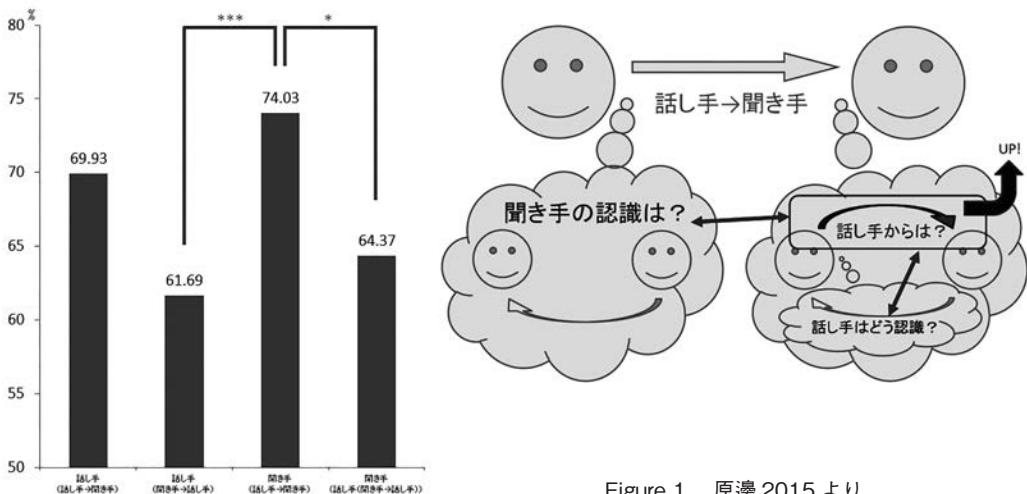


Figure 1. 原邊 2015 より

このことから、感情の情報伝達において、話し手側と聞き手側にはそれぞれに認識の違いがあることが示唆されたが、これは FTF 条件下での実験であった。上記のように、近年の状況を考えると多くのコミュニケーションが CMC 条件下で行われていると考えられる。FTF 条件と同様に、CMC 条件でもコミュニケーションを包括して捉えた実態を検討されてきていない。感情の表現能力や個人の資質に関する研究も必要であるが、コミュニケーション全体を包括することも必要である。特に今後さらに増えていくと予測される CMC 条件における感情の伝達について検討することは重要であると言える。本稿では、この重要な問題を見据え、まずは感情伝達における FTF 条件と CMC 条件の違いを検証するため、原邊（2015）で実施した FTF 条件での実験データに加え、CMC 条件を交えて、その差異を検討した。コミュニケーションにおける感情情報の

やりとりを包括的に捉えるため、まずは感情の情報量を包括的に捉えることを探索的に試みた。その際、CMC 条件下で見られる情報の濾過機能が再現されるかも検討し、情報の発信側と受信側で主観的に認識している感情の情報量とそれぞれの伝達度合いの認識との関係性について検証した。

手続き

被験者

被験者は大阪府下の17歳～28歳（平均19.96歳）の日本語を母語とする84名（男性29名、女性55名）であった。各被験者は2名1組で実験に参加し、FTF条件として42名21組、CMC条件として42名21組が割り当てられた。被験者は授業時、または校内で2人1組として募集して、実験は全て心理学実験室内で行われた。実験中、2人の被験者の片方を話し手側（情報発信・話題提供側）、もう片方を聞き手側（情報受信・話題受領側）の役割に分けた。実験参加の報酬として、寸志程度の駄菓子と飲料を実験終了後に謝礼として手渡した。

条件と質問項目

対面で会話をしたグループをFTF条件（原邊2015）として設定した。CMC条件としては、普段被験者たちが最もよく利用しているデバイスであるスマートフォン用のメッセージアプリ「LINE」を利用するグループを設定した。なお、「LINE」を普段から使用していると答えた被験者をCMC条件に割り当てている。

調査用紙には、FTF条件では会話を、CMC条件ではLINEのメッセージでのやりとりについて、感情の伝達度合いを評価する項目を設けた。話し手側は伝えた感情の強さ・聞き手がそれをどれくらいの強度として受け取っていると思うかを、聞き手側は話し手が伝えてきた感情の強さの予測・話し手が考えている聞き手の認識についてを、話し手側と聞き手側でそれぞれ違う評価項目として設定した。伝達度合いは0%～100%までとした。また、伝達度合いの他には、実際にやりとりされた言葉の量、もしくはメッセージの文字量に対しての主観的な認識も聞いた。（Table1）

方法：FTF条件（原邊（2015）より）

FTF条件では、対面でのコミュニケーション場面を設定し、話し手と聞き手は同じテーブルに着席させた。正方形のテーブルにL字型になるように、また、話し手が左側になるように着席位置を統一した。着席後、調査用紙のフェース項目などを記入させ、その後2人に対してどの感情の種類の話をするか伝えた。話し手が体験やエピソードを考える時間を2分間として、その間、聞き手は待機させた。会話の時間は4分間に設定した。会話終了後、調査用紙に会話の評価（伝

達度合いなど)を記入し、双方が記入し終えた時点で1つの試行を終了した。試行は全部で5回(「驚き」「喜び」「怒り」「悲しみ」「リラックス」)で、会話は普段の会話のように聞き手側からの相槌や質問も許可し、できるだけ普段と同様の状況で会話するように教示を与えた。

Table1. 質問項目

話し手側	聞き手側
パートナーに伝えた感情の強さ (0～100%)	パートナーが伝えてきた感情の強さ (0～100%)
あなたが話した感情の強さについて、パートナーはそれをどの程度の感情の強さと思っているか (0～100%)	パートナーが話した感情の強さについて、パートナーの方は、あなたがどの程度の感情の強さを感じ取ったと思っているか (0～100%)
FTF：あなたが話した言葉の量は多かったと思いますか？ CMC：あなたが送った文字の量は多かったと思いますか？	FTF：パートナーが話した言葉の量は多かったですか？ CMC：パートナーが送ってきた文字の量は多かったですか？
(1. とても少なかった・2. 少なかった・3. 普通くらい・4. 多かった・5. とても多かった)	

方法：CMC条件

CMC条件では、通信での情報伝達場面を設定し、話し手と聞き手は違うテーブルに着席させた。予めLINEを使用することを伝え、携帯電話をテーブルの上に設置させた。2つのテーブルはパーテーションで隔てられ、話し手側と聞き手側がお互いに見えない状況を作った。着席後、調査用紙にフェース項目などを記入させ、その後2人に対してどの感情の種類のやりとりをするか伝えた。話し手が体験やエピソードを思い出す時間を2分間として、その間、聞き手は待機させた。LINEでのやりとりの時間はFTF条件と同様に4分間に設定した。LINEでのやりとり終了後、調査用紙に評価(伝達度合い)を記入し、双方が記入し終えた時点で1つの試行を終了した。これもFTF条件と同様に、試行は全部で5回(「驚き」「喜び」「怒り」「悲しみ」「リラックス」)とした。LINEでのやりとりでは普段と同様に聞き手側からの相槌や質問なども許可し、できるだけ普段と同様の状況でメッセージのやりとりをするように教示を与えた。

分析

感情の伝達度合いにおけるFTFとCMCの差を検討するため、コミュニケーションの違い(FTF/CMC)×役割(話し手側/聞き手側)の2要因被験者間デザインで、情報伝達度合いを従属変数として分散分析を行った。また、話し手側から発信される情報量についての主観的な情報量認識についても検討するため、同様に主観的な情報量を従属変数としても分散分析を行った。分

析には IBM SPSS Statistics 23 を用いた。

結果と考察

まず、発信側と受信側の伝達度合いの認識について検討する。FTF 条件, CMC 条件で得られたデータは Table2 の通りである。話し手側・聞き手側が認識する感情伝達度合いの総量に対し、話し手側・聞き手側の「役割」と FTF 条件・CMC 条件の「コミュニケーションの違い」における効果を検証するため、2 要因の分散分析を行った。その結果、交互作用が有意 ($F(1,822) = 4.18, p < .05$) となり、対面場面では話し手側の情報伝達度合いより聞き手側の情報伝達度合いがより多く認識されるが、LINE でのやりとりになると、話し手側の伝達度合いは多く認識され、聞き手側の認識が少なくなっていることが示された (Figure2)。

次に、話し手側から発信された情報量について検討する。FTF 条件, CMC 条件で得られたデータは Table3 の通りである。話し手側・聞き手側が持っていた話し手側から発信された情報量の

Table 2. FTF 条件と CMC 条件における感情伝達度合いの総量

伝達度合いの総量の平均 (%)		
	FTF	CMC
話し手側	65.85 (24.67)	67.39 (24.93)
聞き手側	69.20 (22.86)	63.72 (25.50)

※下段 () は SD

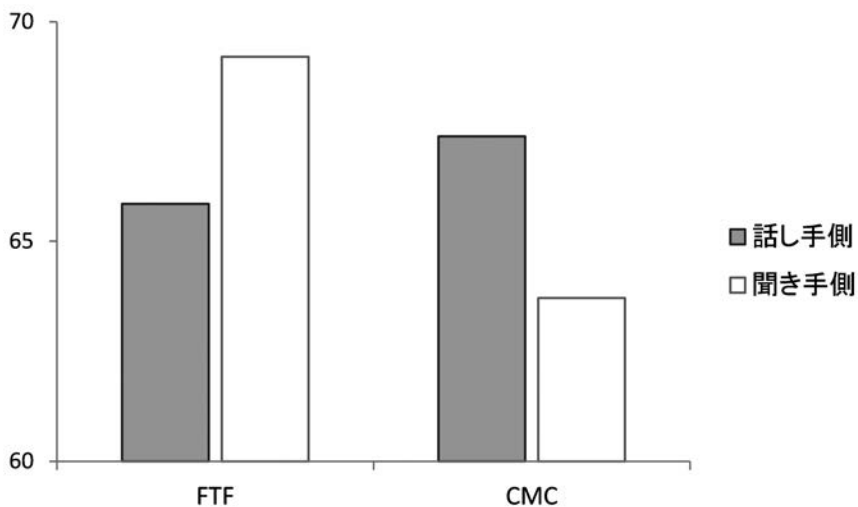


Figure2. 感情情報伝達における状況と立場での差異

認識に対し、話し手側・聞き手側の「役割」と FTF 条件・CMC 条件の「コミュニケーションの違い」における効果を検証するため、2 要因の分散分析を行った。その結果、ここでも交互作用が有意 ($F(1,416) = 5.10, p < .05$) となり、対面場面では話し手側が認識している発信量より、聞き手側が認識する話し手側から発信されたと考えられている情報量のほうが多いが、LINE でのやりとりになると、話し手側・聞き手側の双方で話し手側から発信される情報量が少なくなるということ、話し手側より聞き手側のほうが、話し手側から発信される情報について、より認識が少なくなると考えられる (Figure3)。

以上から、発信される情報が少なくなったと認識されているのと同時に、感情情報の伝達度合いも少なくなっていることが示されている。つまり、本実験においても情報の濾過機能が再現されたことと、感情情報の伝達においても、特に聞き手側に対しては情報の濾過機能が働き、聞き手側の感情伝達度合いに対する認識が少なくなったと考えられる。

しかし、話し手側の伝達度合いに対する認識が多くなっていることは、注目すべき点である。

Table 3. FTF 条件と CMC 条件における話し手側からの情報量

話し手側からの主観的情報量 (1. とても少なかった～5. とても多かった)		
	FTF	CMC
話し手側	3.20 (1.00)	3.02 (0.98)
聞き手側	3.46 (0.94)	2.86 (0.87)

※下段 () は SD

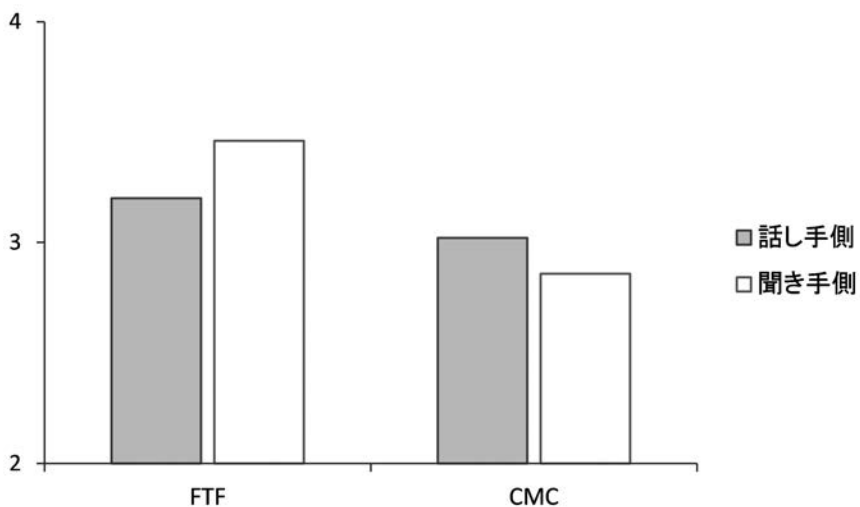


Figure3. 発信される情報量に対する主観的認識

CMC の特性でもある対人圧力の低下により、話し手側がより発信しやすくなったことも考えられるが、今後の検討事項の一つである。仮に、本実験での結果通り、CMC 条件だからという理由で感情の伝達について情報の濾過機能を前提とした認識を持っていると、発信者側との情報伝達の誤差がより大きくなってしまふことが考えられる。例えば、受信者側が発信者の感情を実際よりも小さく積もってしまうと考えると、発信者側はより伝達度合いが大きくなっているという認識を持っているので、発信者側から見ると「どうしてわかってもらえないのか？」という疑問が起きる。また、それに気づかない受信者側は、「なぜあんなに興奮するのか？」などという、すれ違いの原因にもなりうる。

感情を伴うコミュニケーションにおいて、重要なのは相手の状態を正しく認識することである。相手の感情をより正しく認識し、また、自分の感情をより正確に伝える方略について、引き続き検討していく必要がある。

本稿では、情報の濾過機能について、感情の伝達においても発現されることを示唆した。現代の生活に必要な不可欠であるモバイル端末でのコミュニケーションにおいて、これからも様々な知見を積み重ねていくことが重要である。今後は、追実験による感情の情報伝達における濾過機能のさらなる検討、また、感情情報の伝達における方略の検討が期待される。

以上

引用・参考文献

Culnan, M. J., Markus, M. L. (1987)

Culnan, M. J., Markus, M. L. (1987). Information technologies. In F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts, & L. W. Porter, (Eds.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective*. 420-443. Newbury Park, CA : Sage.

G. W. オルポート, L. ポストマン, 南博 (訳) (1952) デマの心理学, 岩波書店

木村泰之・都築誉史 (1998). 集団意思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 (2), 183-192.

杉谷陽子 (2007). メールはなぜ「話しやすい」のか? : CMC (Computer-Mediated-Communication) における自己呈示効力感の上昇 社会心理学研究, 22 (3), 234-244.

原田悦子 (1997). 人の視点から見た人工物研究 (認知科学モノグラフ 6) 共立出版株式会社

総務省 (2015) 「平成 26 年通信利用動向調査」

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05a.html> (2015/9/25 現在)

原邊祥弘 (2015). 対人場面における感情コミュニケーションのすれ違い度合いの検証 感情心理学会第 23 回大会, 44.

廣瀬信之・牛島悠介・森周司 (2014). 携帯電話メールによる感情の伝達に顔文字と絵文字が及ぼす影響 感情心理学研究, 22 (1), 20-27.