

## コミュニケーションのメディアと他者の「存在感」 —コンピュータとの対話，そしてテレビ電話 その他のメディアの機能について—

永田良昭\*

### I. 問題—コンピュータと対話する被験者はブラウン管の背後に何を見るか

行動の研究，心理学的な研究において，被験者（体）の反応に対応して次に提示する刺激を選択するための刺激の制御にコンピュータを用いることがある。社会的な行動の研究の場合を例に挙げてみよう。たとえば，対話による合意の形成過程を明らかにしようとする場合，もっとも素朴な方法は日常生活の場面で対話の過程を観察し，双方の納得できる結論が得られた場合と物別れに終わった場合の対話の過程にどのような差異がみられるかを検討することである。このような素朴な観察から，かりに，過度の遠慮や思い遣りは，かえって意をつくした討論を成立させず双方の納得する合意には達しにくいという示唆が得られたとしよう。次ぎの段階として，このような状況を実験的に構成し，観察結果から得られた示唆を因果的な関係として確かめる必要が生じる。この場合，最も一般に用いられる方法は，よく訓練されたいわゆる「サクラ」に，極端に遠慮深い討論者の役を演じてもらい，もう一方の当事者にはその事情を知らないナイーブな被験者を配し，ナイーブな被験者の行動や，相互作用の過程を観察することであろう。

しかし，この方法は，いくつかの難点をもつことは否定できない。たとえば，「サクラ」の訓練はそれほど容易ではなく，さらに，「サクラ」には訓練と実験に要する長い期間にわたる協力を求めなければならないため，簡単に実行できることではない。そのうえ，「サクラ」の容貌，見掛けの年齢，物腰，話し方などは時には言語で表現されるやりとり以上にさまざまなメッセージとなり研究者が気付かない影響をもつ可能性がある。このような影響を排除するための工夫が必要になるのである。たとえば，衝立で相互に姿を見ることができないようにするなどである。メッセージの交換をメモによって行うなどは，容姿や表情，声の質，話し方，言葉遣いなど統制の困難な要因の混入を防ぐための手だてとしてしばしば用いられる方法である。このように統制の困難な要因を消去することはかえって被験者に自由な想像の余地を与えるために要因の統制にはなり得ないという批判が可能であるがここではその点にはふれないことにする。

このような方法によって，交渉したり，協力しあう人々の姿をかくし，それぞれの個性の表現を統制するのであれば，ナイーブな被験者の応答を踏まえながら不自然にならない範囲であらかじめめられたシナリオにしたがって対話の当事者の役を演じてくれる機器—ロボット—があれば

---

\*学習院大学文学部教授

ば、条件の統制の点からみても、また時間と人手の節約という点からみても極めて好都合ということになる。

日常の場面そのままの複雑な過程の当事者の一方の役を演じることのできる装置を用意することは、現在のところは困難である。しかし、相互作用の過程で生起する行動の種類におのずとある範囲が想定できる場合や、かぎられた範囲の行動だけが許される場面であれば、コンピュータに一方の当事者の役を演じさせ、相互作用過程を実験的に統制することは不可能ではない。その機構と、そこで対話に参加する人の姿は、銀行の自動預金引出し機や自動販売機を操作する人を想像すればよい。

しかし、先に述べた社会的相互作用の研究という点からみると、自動預金引出し機や自動販売機との対話と、対面的な社会的な相互作用、すなわち目の前にいる他者との対話とは等質なのであろうかという問題がある。預金を引出そうとして機械に向うことと、窓口まで行って窓口嬢の手を通して預金を引出す場合をくらべたとき、引出す側には何の違いもないのだろうかということである。

先に例示した実験の場合、コンピュータによる刺激入力は、被験者からみればディスプレイすなわちテレビ受像機上の記号や画像と音声によってとらえられることになる。すなわち、ディスプレイ上にみる画像や記号あるいは耳にする音声の背後にどこまでリアルに具体的な他者の姿を見ることが出来るかという問題であり、また、それが可能か否かがコミュニケーションの効果に関係するかということである。方法上の問題としては、メモを用いることも含めて、厳密な条件統制を旨とす結果、検討されるべき要因まで排除してしまったということにならないのかということである。

## II. 問題の拡張—各種メディアの機能の問題

このように考えると、これは、単に心理学の研究方法だけに関係する事ではないことがわかる。コミュニケーションのメディアの機能に係る一般的な問題を含んでいると思われる。先の実験で、交換されるメッセージをプリントし、ロボットの演じているものに職業その他適当な非個人的属性を付与すれば面識のない取引相手とファクシミリを通じてメッセージを交換している状況の模型になり得るであろう。メッセージの「受け手」は人柄や年齢などの個人的な属性を知ることのない相手と印刷された文書によって交渉することになるかもしれないが、これはその相手と顔を合わせて行う交渉とどのような点で等価で、どのような意味で異なるのであろうかという問題である。

あるいは、セールスマンが直接訪問して勧誘するのと、文書によるダイレクト・メールの効果に違いがあるかということでもある。ダイレクト・メールに担当者の自筆のサインを入れたり、

チラシ広告に担当者の顔写真や経歴を書きそえることによって、メッセージの人格化をはかることの意味まで問題に取り込むなら、文書と声のとどく電話、それに容姿や表情のわかるテレビ電話などのコミュニケーションのさまざまなメディアの機能の比較という問題にもなる。

人口密度の高い大都市内の交通の渋滞や人の往来に費やすコストを軽減するためにテレビ電話による会議などが現実の問題として検討されていることを考えると、一堂に会して行われる会議とテレビ電話による会議のもたらす結論やその結果としての人間関係に著しい差異が生じやすいとなれば、その点の考慮なしにメディアを選択するわけにはいかないかもしれないのである。今のところこのような問題に答えるだけの十分な資料はないというのが事実であろう。しかし、これが検討に価する問題であることを示唆する手掛りはあるように思われる。

### III. メディアの機能の比較－若干の事例

Christie (1974) は、コミュニケーションにおけるメディアの機能の差を明らかにするために、実験としてさまざまなメディアを通じて協同的な活動を経験した人びとに、「人柄がわかる－人柄がわからない」、「暖かい－冷たい」、「人間味がある－人間味がない」といった対のかたちで提示されたことばによってメディアの特性の評価を求めている。Christieはこのようにして測定されたものをメディアを通じて接触した相手の「存在感」とよんでいる。図1はその結果を示したものである。個々のメディアの間の差は必ずしも統計的に有意とはいえないようであるが、対面状況と比べて相手についての手掛りが少なくなるのに応じて「存在感」を低く評価する傾向が示されている。

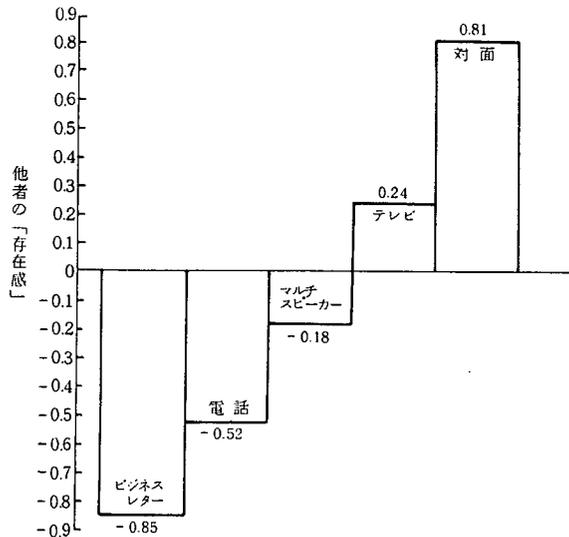


図1 コミュニケーションの相手となる他者の「存在感」からみた各メディアの評価

(Christie, 1974)

また、Shortら(1976)は、対面状況、テレビおよび電話という3種のメディアを通じて行われた討論による態度の変化量を比較した幾つかの研究を検討し、電話、テレビ、対面状況の順に前者のほうが顕著に態度変化が生じるというほぼ一致した結果が示されていることを指摘している。

「存在感」についての結果とこれがどのように結び付くのかは今のところ明らかとはいえない。相手が見知らぬ他人であれば、面と向ってよりは、電話のほうが率直にものが言い易いという実感はあるようにも思われる。電話による議論が遠慮のない激しいものになりやすいとすればこのような結果もあり得るのであろうか。

このような問題はメディア使用に習熟しているか否か、どのような問題について何を目的としてメッセージが交換されているのか、相対する人々の関係はどのようなものか、など種々の変数を考慮して検討されなければならないように思われる。しかし、メディアの差異を検討する必要があることを示唆するものであることは明らかであり、とくに冒頭に述べたような、ディスプレイ上にも相手の姿が提示されないような状況を設定する場合には、その状況がどのような意味で対面的な関係と等価でありまた等価でないのかの吟味が必要であるように思われる。

#### IV. メディア評価の視点

Christieらの研究の結果は、コミュニケーションの相手の「存在感」からみると、対面状況が最も「存在感」を与えビジネス・レターが最も稀薄であることを示した。すでに述べたように、これが何を意味するかは今後の検討を待たなければならない。

しかし、ここで注意しなければならないことは、メディアによって伝達され得る情報の量や質に差異があることが明らかにされたとしても、それは現実の生活で、コミュニケーションの目的に応じて当事者のすべてにとって最適と考えられるメディアがおのずと選択されることを意味するわけではないと思われることである。

Slater(1958)は、対面的な関係で行われる会議体の最適規模を明らかにする目的をもって、2名から7名までの規模の会議体を実験的に構成し、規模が小さくてもまた大きくても参加者の満足感のうえでは問題が生じることを見出した。6~7名の会議を経験した人たちの評価を総合すると、この場合の不満は、参加者の討議への参加の程度にばらつきが生じ、あまり発言しない人がいる一方では、会議を一方的にリードしようとする人が現われたり、論議があちこちに飛躍し十分に意をつくした意見交換ができなかったという印象と関係していることが示されている。これに対し、規模の小さい場合の不満の内容はそれほど明確にはされていないが、Slaterの考察はおよそ次ぎのように要約できよう。すなわち、2~3名の小規模な人数による討論は、意見が対立した場合にその対立関係をあいまいにしにくく、会議体そのものの分裂を招く危険が

あり、対立を避けようとするれば率直な発言がしにくく、不本意なまま妥協せざるを得ないようなことが生じるためではないかということである。1対1の意見交換では、多人数の討論にくらべると相手の発言を無視したり話をそらすのは困難であろうということである。

Christie のいう「存在感」は、対面的な関係のなかでも一対一の場合に一層強くなるということかもしれない。それ故にこそ、ぜひとも説得したい時にわれわれは膝づめで談判しようとするのであろう。換言すれば、説得されたくないときには、相手に膝づめで交渉する機会を与えないようにしなければならない。相手の真意が伝わらないようにしなければならないのである。

委曲をつくした討議を経て総意にもとづいて結論をまとめるべき問題であるが、予定された結論があるというような場合、予想される反論を防ぐために意図的にある種のメディアを用いるということはある得るであろう。われわれは、経験的な直観に従ってそのときどきの必要に応じて可能な範囲でメディアあるいは状況を適当に選択しているのではないであろうか。

実験方法上の問題から出発し、これを現実の生活の問題に拡張して、膝つきあわせた相手との相互作用とテレビ受像機上の記号として表示される相手、姿の見えない声だけの相手、テレビ受像機に姿の見える相手との関係から生じる結果にどのような差異があり得るかを検討するとすれば、さらに個人のレベルを越えて組織体、全体社会の問題として、われわれはコミュニケーションのメディアの選択をどこまで主体的に管理しているのか、またそれが可能なのか、というところまで問題を広げざるを得ないことになるように思われる。

## 引用文献

Christie, B. 1974 Semantic differential judgment of communications media and other concepts : Differences between the media. Unpublished paper.

(Short, J, et al. 1976 より引用)

Short, J., E. Williams & B. Christie 1976 *The Social Psychology of telecommunication*. John Wiley & Sons.

Slater, P.E. 1958 Contrasting correlates of group size. *Sociometry*, 21, 129-139.