

「関係性指向」のコミュニケーションと「コトバ」

大黒 毅* 桑原 和宏 亀井 剛次

pih2@moon.sannet.ne.jp

{kuwabara,kamei}@cslab.kecl.ntt.co.jp

日本電信電話株式会社 NTT コミュニケーション科学基礎研究所

<http://www.kecl.ntt.co.jp/msrg/members/ohguro/index-j.html>

概要

私達が普段から行なっているコミュニケーションには、大別して二種類のモードがある。ひとつは、何かしら伝えるべきことがありそれを正確迅速に伝えることを目的とするもの。もうひとつは、内容自体は重要でなくコミュニケーションすることが目的なもので、それによって互いの社会的関係（紐帯）が築かれ維持されるようなモードのものである。我々は後者を「関係性指向」(*Connectedness-oriented*)のコミュニケーションとよび、それにふさわしいコミュニケーションメディアの研究を進めている。関係性指向のコミュニケーションは、既存のネットワークコミュニケーションメディアの主眼からは外れているように思われる。しかしながら、近い将来のネットワーク社会においてはさまざまな私たちのデジタルメディアを介してネットワークコミュニケーションが更に日常的に、より時・場所・相手を選ばず行なわれると思われ、そのようなとき関係性指向のコミュニケーションがより重要な役割を持って来ると考えられる。

私達の普段の生活のなかで行なっている関係性指向のコミュニケーションの例は、たとえば街角で知り合いとすれちがったときの会釈、身振り・手振り、日常のちょっとした挨拶やふれあい・無駄話、といったものである。ここで主に使われている「コトバ」は、通常取り扱われる書き言葉・話し言葉などの「言葉」では必ずしもない。声の調子やボディランゲージ、気配や表情といったものも含んだ、外化されるもののいまだ明確な意味が付与されてはいないものであろう。それらは論理的かつ抽象化の度合いが高い「言葉」というよりも、より感覚的かつ具象的な「思い」が「言葉」になる過程で現われる、より広い意味での「コトバ」であるといえる。こういった広い意味での「コトバ」をうまくとらまえ、ネットワークでのコミュニケーションにおいても使えるようにできないか、そのためのかるやかでオルタナティブなコミュニケーションメディアを創出していこうというのが、関係性指向のコミュニケーションの研究の根底のひとつにある。

また、こういった曖昧模糊とした「コトバ」によるコミュニケーションにおいては、互いの関係性やコンテキスト、意図の想像といった様々なファクターが効いてくる。そこで重要になってくるのは互いの関係性がどのようなものであるか、それを自らがどのように認識しているか、といったことであり、それらの認識の形成にあたっては、日常からのちょっとした挨拶やふれあいといった、一見取るに足らない情報の積み重ねが重要になるのではないかと考えられる。つまり、互いの関係性に対する認識を適切に築き維持していくこと、そのためにコミュニケーション行動に対する概観、あるいはコミュニケーションの記憶が適切に与えられることが重要であろうと考えられ、これもまた関係性指向のコミュニケーションの研究のフォーカスのひとつである。

*現在、NTT 東日本 (NTT-ME)



図 1: 「ひとのあかり」の画面

図 2: FaintPop プロトタイプ

以上のように、関係性指向のコミュニケーションのためのメディアが持つべき特質としては、今のところふたつのことを想定している。

- 必ずしも言葉によらない、かるやかなメディアであること。
- コミュニケーション行動に対する概観を与える。

関係性指向のコミュニケーションメディアの事例として、我々が提案してきた「ひとのあかり」「FaintPop」といったコミュニケーションメディアを紹介する。

「ひとのあかり」は、気軽に互いの存在と状態を伝えあうための、1to1 のコミュニケーションメディアである（図 1）。画面には人々が様々な大きさの球で表され、それをダブルクリックすることによりメッセージが送られる。このメッセージは非常にシンプルで、送信者の現在の“ムード”（状態）を表す“色”情報のみを運ぶ。送られたメッセージに対しては相手のエージェントが自動的に応答し、相手の現在の“色”が帰って来る。このやりとりの様子は、球のきらめきとして双方の画面に表示される。このように、互いの現在の“状態”を“色”に仮託して交換しあうことにより、存在と状態の情報が伝えられ、このメディアでのコミュニケーションが成立する。そこで伝えられるのは、「わざわざ言葉にする程のことでもない、でも伝えたい」といった種類のことである。

「FaintPop」は、「スナップ写真を介して、そこに写っている昔の仲間達とちょっとしたコミュニケーションができた」というアイデアをかたちにしたメディアである（図 2）。これは写真立てを模したネットワークデバイスで、写真に触れることで「どうしてるかな」といった気持ちを伝えあい、そのことを仲間達で共有することができる。表示されている仲間達の顔写真のなかのひとりに触れると、その相手にメッセージが送られる。メッセージが送られている様子は、ネットワークを介して仲間達全員の“写真立て”の画面にアニメーション効果として表現される。ここでも、メッセージは言葉での内容は持たず、そのかわりに写真への触れかた（つつく、なでる、たたく等）によって異なるアニメーション表現がなされ、それによりコミュニケーションが成立する。

これらメディアはいずれも「言葉」によらないコミュニケーションを指向したものであるが、そこで用いられる「コトバ」に対するアプローチは異なっている。「ひとのあかり」においては“色”が語彙を形成するが、その“状態”に対するマッピングは完全に利用者に委ねられていた。一方で「FaintPop」においては写真への触れ方が語彙を形成し、それらは予め規定されておりかつ positive, negative, neutral といったラベルが付けられていた。双方のアプローチは、共通の「コトバ」の醸成、コミュニケーションメディアとしての自由度といった点からは一長一短であり、程良いバランスをみつけていくことが望まれる。