

# メディアコミュニケーション研究の社会心理学的アプローチ

川浦康至

横浜市立大学 国際文化学部 人間科学科

## Social psychological approach to the study of mediated communication

Yasuyuki Kawaura

Faculty of Humanities and International Studies, Yokohama City University

In this article, I would like to discuss the paradigm of mediated interpersonal communication. Our use of communication medium has been the extension of our chance to interact with others. The social psychological research of mediated communication (e.g. telephone and computer-mediated communication) has some approaches: modality-oriented and media-oriented approach. A further direction of this study will be to integrate those approaches.

### 1 「メディアコミュニケーション」との出会い

わたしがはじめて mediated communication なる語を目にしたのは、12 年前のあるテキストで、だった。ラトガーズ大学の Ruben(1988)が書いた、その本 (*Human Communication and Behavior*) の第 8 章のタイトルに、この言葉は含まれていた(最新版は、Ruben & Stewart, 1997)。タイトルは Technology and Mediated Communication である(章の構成を表 1 に示す)。

当時、わたしは電話コミュニケーションやパソコン通信を研究していて、これらのメディアにふさわしい総称を模索していた。従来の用法にならって、無難に「間接コミュニケーション」と呼ぶことも考えられた。しかし、これではコミュニケーションに占める機械の比重の高さを表現できない。interfaced communication も有力な候補の 1 つだった。しかし英語としての確かどうか自信がなく、もし適切だとすれば、既に誰かが使っていてもおかしくないはずだ。そう思って定評のあるコミュニケーションの教科書をながめていると、ある言葉が目飛び込んできた。それが mediated communication だった。

この本の中で、Ruben は mediated communication について、つぎのように記述している。

Communication technology extends our capacity to produce, transport and receive information. When technology is used, the technology intervenes in the communication process. In such a circumstance, we can describe the communication taking place between individuals, groups, organizations, and societies as mediated communication.

個人、集団、組織、ソサエティ間で成立するコミュニケーション過程のうち、コミュニケーションテクノロジーが介在するものを、かれは mediated communication と呼んでいる。

これで、英語は mediated communication に決まった。つぎの問題は日本語化である。そのままカタ

表 1: Technology and Mediated Communication の構成(Ruben, 1988)

---

From smoke signals to telecommunication
Characteristics of communication technology
Information production, transmission, and display
Information multiplication, duplication, and amplification
Information reception, storage, and retrieval
Characteristics of mediated communication
Mass communication technology
Functions and uses of mass-mediated communication
Correlation/Socialization/Entertainment/Agenda for conversation/Reality rituals/
Myths for reassurance and confirmation/Varied experience/Other uses
Interpersonal communication technologies
Limitations and dysfunctions of mediated communication
Limited communication modes
Decreased control
Anonymity and depersonalization
Other limitations and dysfunctions
The evolution of form
The information revolution
Increase in the volume of data
Merging of transportation and communication technology
Evolving concepts of office and home
Changing uses of media
The economics of the new communication technologies
Communication technology and the quality of life

---

カナにした，メディアエイテッド・コミュニケーションも悪くはない．形容詞の部分だけ邦訳して「媒介されたコミュニケーション」とする手もある．しかし，いずれも一語には長すぎる．そこで浮上してきたのが「メディアコミュニケーション」だった．この言葉が気に入って，拳句のはて本まで編んでしまった．1993 年刊行の『メディアコミュニケーション』（川浦，1993a）である．出版に際して，編集者から「このままではわかりにくいので，サブタイトルを付けてほしい」という注文がつき，「コミュニケーションの心理」の 11 文字を加えることにした．「コミュニケーションする存在としての人間」の心理という意味を込めたつもりだった．気になって，出版後英和辞典で調べたところ，communicator は communicatee の対語として位置づけられていた．つまり，「1 伝達者，通報者，コミュニケーションの送り手，2 伝達機；（特に，電信の）発信機；（列車内の）通報機（など）」がコミュニケーションの意味であって，送りもすれば受けもするという両方向の意味は含まれていなかった（小稲，1980）．願わくは「（送信も受信も行なう）コミュニケーションの主体」が，三番目の意味として加えられてほしいところだ．

さて，この本の巻頭論文を書くにあたって，関連文献を探している過程で，「メディアコミュニケーション」という日本語を用いている論文に出会った．奥付を見ると，発行は 3 年も前の 1990 年になっている．著者は児島和人さんで，タイトルは「メディア・コミュニケーションの利用過程論」．細

かく見ると、メディアとコミュニケーションの間に「・」が入ってはいるものの、本質的な差ではない。児島さんの見識を再認識させられた次第である。

「メディアコミュニケーション」をなんとか定着させたく、分担執筆者としてかかわった別の本でも書名に使っていただいた。日本社会学会でのシンポジウムをもとに作られた『メディアコミュニケーション』である（川崎ほか、1994）。このときは「情報交流の社会学」を副題とした。その後、メディアコミュニケーションを表題に含む本は何冊か出版され（水野、1998 など）、ある大学の付属研究所の名称にまで採用された。こうした動きに、わたしのかかわった本も少しは寄与したのではないかと「我田引水」している。

## 2 不遇だったメディアコミュニケーション研究

用語の顛末にも反映されているように、わたしの専攻する対人社会心理学において、メディアコミュニケーションは「無視され続けてきた」分野だった。手紙コミュニケーションはもちろん、電話コミュニケーションさえ研究の歴史は浅い。それは社会学でも同様で、Fielding らは電話を「無視されてきたメディア」と呼んで(Fielding & Hartley, 1987)、研究の貧困さを嘆くとともに、背景を分析している。双方向のコミュニケーションはシャノン風の通信工学的なモデルになじまないこと、それと関連して研究する手法が考えられていなかったことなどがあげられる。

わたしの分野でコミュニケーションと言え、それは即フェーストゥーフェースの、つまり時間、場所ともに共有する対面コミュニケーションを意味したし、それ以外の対人コミュニケーションは等閑視されていた。そのような状況のなかで、精力的に研究を続けていたのがロンドン大学の Communication Studies Group だった。そこで生み出された膨大なテクニカルレポートは、その後ショートたちによって1冊の本にまとめられた(Short, Williams, & Christie, 1976)。関連分野の研究を行なっている Rutter(1984; 1987)、Stephenson たちは、この流れをくむ研究者である。

対人社会心理学であまり研究がなされてこなかった最大の理由は、なによりも対面コミュニケーションの偏重であろう。フルチャネルの対面事態をコミュニケーション本来の姿ととらえ、なんらかのメディアが介在するコミュニケーションは消極的な選択の結果でしかないとする一般的な考え方が研究の方向にも影を落としていたのではないだろうか。余談になるが、こうした発想は、対面事態をいかにして保証するかというヴァーチャルリアリティ系の臨場感通信のアイデアにも通じるものがある。

このような状況に一石を投じたのが、コミュニケーションメディアの急激な変化、コミュニケーション行動に占めるメディアの比重の高まりといったメディアコミュニケーションの台頭にほかならない。

## 3 研究のジレンマ

メディアコミュニケーションの観点から、これまでの関連研究を展望すると、大きな1つの流れとして、モード還元(modality-oriented)主義とも言うべきアプローチが認められる(川浦, 1990; 1993b)。たとえば、電話会話を、音声チャネルのみないし聴覚モードによるコミュニケーション(あるいは視覚モードを欠くコミュニケーション)と特徴づけた上で、チャネルないしモードを独立変数として扱う立場である。マイクとスピーカーを組み合わせた実験場面を設定し、そこで得られた成果が電話コミュニケーションの分析に適用される。

しかしながら、音声コミュニケーションの特徴として得られた知見がそのまま電話会話の特徴として適用できるかと言え、必ずしもそうとは言い切れない。対面条件にくらべ、音声条件では一般に

課題志向が強まるとされる。しかし、社会的文脈も影響しているとはいえ、現実の電話会話を観察していると、こうした結論には疑問を感じざるをえない。経験的に言っても、まず受話器の存在、形態は無視できない。Hall(1966)の対人距離モデルからも推測されるように、耳元と口にきわめて近いところ、すなわち密接距離の近接相での会話は擬似的な性関係を想起させやすい(渡辺, 1989)。電話そのものは、1メートルの距離を置いて相対して行なう会話場面(正調通話系と呼ばれる)を基準に設計されている(電子情報通信学会, 1987)。しかし受話器から聞こえてくる声はその距離から届くわけではない。対人関係と会話距離との齟齬はどう扱えばいいのか。同じ電話でも、従来の固定電話と携帯電話とでは、コミュニケーションの閾値はじめ、コミュニケーションの様相が異なっている。電話固有の談話パターンも明らかになっている(川浦, 2000; 岡本, 1991)。現実のメディアを念頭に置く、もう1つのアプローチであるメディア密着(media-oriented)主義の重要性もこのあたりに由来する(川浦, 2001)。

もちろん一方的にモード還元主義の意義を否定することはできない。そこでの成果がメディアコミュニケーションのようすを直接説明しえないにしても、独自の重要性は存在する(そもそも、メディアコミュニケーションに適用しようと思っていない研究者もいる)。それらは、いい意味での基本的な知見をもたらしてくれるからである。逆説的に聞こえるかもしれないが、われわれが実際に経験するメディアはハードもソフトも、そのときどきの技術的な制約や社会的制度的な条件を負っている。しかし、それらの要因をすべてカバーすることはできないし、無視してもかまわない要因もありうる。メディアコミュニケーションをめぐる環境の個別条件を越えた、より普遍的な特徴を引き出す意義は強調してもしすぎることはないであろう。

その際、課題は両アプローチの統合である。モード還元主義による研究成果をベースに、個別メディアに固有の条件をオプションのごとく追加しながら検討していけばいいのか、それとも単なる加算ではなく、乗算のような交互作用として、あるいは要素に還元できない全体的な視点が求められるのか。

メディアコミュニケーションの研究対象は、そのときどきのテクノロジーやサービス内容に規定される。しかも、当該メディアの社会的布置は他のメディアとの相対的な位置関係に規定される。たとえば対面コミュニケーションは、それ自体古くからあるものの、電話や電子メールが存在しないときと、登場してからとでは、対面のもつ意味も、対面コミュニケーションの過程も異なる可能性がある(LeaやSpearsの社会的文脈の重視(Lea, 1992; Postems, Spears, & Lea, 2000) Fischer(1992)などの social construction)。そのときでなければ検証できないテーマがあり、メディア状況をモニターしながら、基礎的な研究も進められなければならない。

多メディア化の進行、メディアコミュニケーションの台頭など、コミュニケーション行動に占めるメディア依存度が高まる一方にあって、研究をいまここで(here and now)行なうことの重要性は高い。

#### 4 コンピュータコミュニケーション

メディアコミュニケーションの中で、現在、最も精力的に研究されている分野がコンピュータ(ネットワーク)を媒介とするコミュニケーション、CMC (Computer-mediated communication) である。CMC 研究は電話の場合と異なり、CMC 登場後ほどなく始まっている。

アメリカ国防総省の援助で ARPANET (インターネットの原点) が立ち上がって2年後の1971年、電子会議システムが生まれた。いわゆるニクソンショック後の危機管理に関する意思決定に用いられたのが最初と言われる。政策スタッフが一同に会するのはむずかしい、かといって、電話に頼ると当事者同士の会話で終わってしまう、といった問題を克服するねらいが背景にあった。ここで得られた

ノウハウはその後公開され，それを参考にニュージャージー工科大学(NJIT)で EIES(Electronic Information Exchange System)が開発された．1976 年に試験運用が始まり，82 年から本格運用に移行した．このシステムは CCS(Computerized Conferencing System)と呼ばれ，現在のチャット，電子メール，ネットニュースのような機能が含まれていた(プロジェクト自体は WWW 化を経て，現在も運用中である)．

CMC 研究の鎬矢は，この EIES の開発過程で得られた成果，およびそこで行われた実験結果をとりまとめた Hiltz and Turoff (1978; 1993)の Network Nation である．全米出版者協会から優秀賞を受けたり，Time の 1985 年 11 月 25 日号で，会議研究の「聖書」とまで評された．この本は，システムの性格から CMC のグループコミュニケーションとしての側面に焦点をあてている．社会心理学的な観点に立つ分析は，第 3 章「コンピュータ会議の社会的心理学的過程」である．ここでの議論は，非言語手がかりが使えないなどチャンネルが限定されたコミュニケーション事態であるとの前提にたって，成果をまとめると同時に今後の研究方向も示唆している．この時点で，すでに中毒についてふれられているのが興味をひく．なお現在でもあまり研究されていない学習効果（初心者と熟練者の比較など）についてもいねいに議論がなされている．このほか CMC 研究の基本的な視点が随所に盛り込まれており，いまなお基本文献の価値を失っていない(CMC をチャンネルの限定されたコミュニケーションとみなす視点（メディア特性論アプローチ）は，Short, Williams, & Christie (1976)に端を発する，電話研究の伝統的な流れの延長に位置づけられる)．

Hiltz たちの研究グループはその後，Virtual Classroom など，現在でも実践的なテーマに取り組んでいる（かれらの研究については，WWW 情報を参照されたい(<http://eies.njit.edu/~hiltz/>，および <http://eies.njit.edu/~turoff/>)．かれらの意外な趣味も紹介されていて，おもしろい．

ところで，冒頭でふれた Ruben の著書はわたしに media communication を教えてくれただけではなく，同じ章に，パソコン通信のチャットで知り合い，結婚したというカップルのデジタル写真が載っていたからだ．当時の日本では，たとえパソコン通信関連の本であっても（もちろん心理学的な分析に踏み込んだ本は皆無だった），こうした事例は紹介されていなかったのに対し，アメリカではすでにこうした事例があるということに加え，コミュニケーションの「教科書」で取り上げられていると言う事実だった．その写真の下には，つぎのようなキャプションが添えられている．

Recently married, Louise Broussard and Mark Tracy, pictured above, are the third couple in three years to meet through CompuServe "CB Simulator" a network which permits users to send and receive messages through their computers. Through the system, Mark, a deaf sheet-metal mechanic in Texas was able interact with Louise, a systems analyst in California, without having his disability presenting a barrier to communication. Mark and Louise interacted electronically for six months before meeting face-to-face. Their wedding was held on June 21, 1986, at a CompuServe-sponsored party in Columbus, Ohio. At the ceremony, the couple exchanged vows by typing them into a computer, as hundreds of friends looked on electronically. Reportedly, some of their friends sent presents ordered from CompuServe "Electronic Mall" home-shopping service. Louise and Mark sent the digitized photo, above, through the CompuServe network.

上記の文章にあるように，CMC ならではのエピソードでもある．本稿の趣旨は，メディアコミュニケーション「研究」の枠組みを検討することにあつたので，メディアコミュニケーションそのものの意義についてはふれなかった．チャットで知り合ったかれらのような事例ははじめ，メディアコミュニケーションは，「意志」を持つ人々にとって，まさに電子の「追い風」の役割をはたしてくれる．

## References

- 電子情報通信学会(編) 1987 電話サービス オーム社
- Fielding, G., & Hartley, P. 1987 *The telephone: A neglected medium*. In Cashdan, A. & Martin, J. (Eds.) *Studies in communication*. Basil Blackwell.
- Fisher, C. S. 1992 *America calling: A social history of the telephone to 1940*. The Regents of the University of California. (吉見俊哉・松田美佐・片岡みい子(訳) 2000 電話するアメリカ: テレフォネットワークの社会史 NTT 出版)
- Hall, E. T. 1966 *The hidden dimension*. Doubleday. (日高敏隆・佐藤信行(訳) 1970 かくれた次元 みすず書房)
- Hiltz, S.R., & Turoff, M. 1978 *The network nation: Human communication via computer*. Addison-Wesley; 1993 revised ed. The MIT Press.
- 川崎賢一・往住彰文・川浦康至・高木晴夫・遠藤薫・橋爪大三郎・安川一 1994 メディアコミュニケーション: 情報交流の社会学 富士通経営研修所
- 川浦康至 1990 コミュニケーション・メディアの効果 大坊郁夫ほか(編) 社会心理学パースペクティブ2: 人と人とを結ぶとき 誠信書房, Pp.67-85.
- 川浦康至(編) 1993a メディアコミュニケーション: コミュニケーターの心理 (現代のエスプリ 306号) 至文堂
- 川浦康至 1993b メディアコミュニケーション 川浦康至(編) メディアコミュニケーション (現代のエスプリ 306号) 至文堂, 9-19.
- 川浦康至 1997 CMC の社会心理学: CMC 研究ノート(1) *Computer Today*, 77, 52-57. [Online available] <http://revir.cc.yokohama-cu.ac.jp/work/cmcnote1.html>
- 川浦康至 2000 対人コミュニケーション場面におけるテレビ電話 横浜市立大学国際文化研究科紀要 (印刷中)
- 川浦康至(編) 2001 携帯電話と社会生活 (現代のエスプリ) 至文堂 (印刷中)
- 小稲義男(編) 1980 研究社新英和大辞典・第5版 研究社
- 児島和人 1990 メディア・コミュニケーションの利用過程論: マス・コミュニケーション受容研究の発展と再編成 竹内郁郎ほか(編) ニューメディアと社会生活 東京大学出版会, Pp.191-215.
- Lea, M.(Ed.) 1992 *Contexts of computer-mediated communication*. Harvester Wheatsheaf.
- 水野博介 1998 メディア・コミュニケーションの理論 学文社
- 岡本能里子 1991 会話終結の談話分析 東京国際大学論叢商学部編, 44, 117-133.
- Postems, T., Spears, R., & Lea, M. 2000 The formation of group norms in computer-mediated communication. *Human Communication Research*, 26, 341-371.
- Ruben, B. D. 1988 *Communication and human behavior* (2nd ed.). Macmillan.
- Ruben, B. D. & Stewart, L.P. 1997 *Communication and human behavior* (4th ed.). Allyn & Bacon.
- Rutter, D. R. 1984 *Looking and seeing: The role of visual communication in social interaction*. Wiley.
- Rutter, D. R. 1987 *Communicating by telephone*. Pergamon.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. 1976 *The social psychology of telecommunication*. Wiley.
- 渡辺潤 1989 メディアのミクロ社会学 筑摩書房

(ykawa@yokohama-cu.ac.jp)  
(<http://revir.cc.yokohama-cu.ac.jp/>)