

メディアによる時間・空間感覚の 変化に関する研究

関野 らん・篠原 修

非会員 学士 東京大学大学院工学系研究科 (〒113-8656 東京都文京区本郷7-3-1
E-mail:ran@keikan.t.u-tokyo.ac.jp)

フェロー会員 工博 政策研究大学院大学 (〒1105-0000 東京都港区六本木7-22-1,
E-mail:shinohara@grips.ac.jp)

本研究では、携帯電話などの電子メディアに着目し、電子メディアの変化によるコミュニケーションの変化がどのように感覚を変化させたかを考察する。研究方法は、携帯電話やパソコンなどの電子メディアがまだなかった時代を経験している世代(30代～60代)と、生まれながら携帯電話やパソコンがある世界を経験しており、かつこれらのメディアを日常的に利用している10代後半の世代を対象としてアンケートをとり、両者の時間・空間・人間関係に関する感覚を比較することである。この結果から、30～60代においては、時間・空間を共有する度合いが高いコミュニケーションを好み、若者の世代は、逆に「時間」「空間」がお互いに自由なコミュニケーションを好んでいることを指摘した。

キーワード: 電子メディア、コミュニケーション

1. 序論

(1)背景

都市空間を設計する人々にとって、人が設計された空間の中でどのような行動をするのかというのは、大変な関心事であり、さまざまなアプローチで研究がなされている。このような研究の多くは、一人一人に着目したものであるが、都市空間に人がいるとき、人は一人で歩いているだけではない、一人でいる場合だけでなく、誰かと一緒にいるときの共同体験の場を創出することも、都市空間設計の重要な役割である。

共同体験はもともと時間・空間を共有することが前提であった。しかし、電子メディアの発達により出現したものは、この形態を変化させてきた。例えば電話の出現は『空間』を共有しなくてもコミュニケーションを可能にし、立体映像の作り出すバーチャルリアリティの世界は『時間』をも超えて体験することを可能にした。むしろ、電子メディアというものが『時間』『空間』による制約を取り払うことを目的としてきたとも言える。このように共同体験をする上で前提となっていた時間・空間の共有の形態が変化ことから、現在の共同体験の形態は変化してきたのではないかと考えられる。それゆえ、共同体験の場を創出すべき都市空間の設計もこの形態の変化を前提として考える必要があるのではないかと。

これらのことから、本研究では共同体験の変化を考察するために、共同体験の前提となる行為であるコミュニケーションに焦点を当て、電子メディアの発達によりコミュニケーションの形態

がどのように変化したのかを考察する。

(2)研究対象と方法

電子メディアの変化によるコミュニケーションの変化に伴う感覚の変化を見るために、携帯電話やパソコンなどの電子メディアがまだなかった時代を経験している世代(30代～60代)と、生まれながら携帯電話やパソコンがある世界を経験しており、かつこれらのメディアを日常的に利用している10代後半の世代を対象としてアンケートをとり、両者の時間・空間・人間関係に関する感覚を比較する。

30代から60代の対象は女性に限定したが、男性は仕事の必要性から携帯電話やパソコンを使い始めたケースが多く、時間・空間・人間関係の感覚に関する考察をするには対象外とすることが望ましいと考えたからである。そのため、女性の中でも携帯電話を友人との連絡に使っている人を対象とした。10代後半の世代の場合は、このような性別差はないと考え、男女両方を対象とした。

アンケートでは、コミュニケーションをする相手を友人に限定し、さまざまなコミュニケーション方法を内容、時間、場所どのように使い分けているのか、また、それらによる人間関係などの感覚の変化についての質問を行い、考察・分析をする。

(3)既存研究

電子メディアが発達するにしたがい、それらを使ったコミュニケーションに関する研究は多くなされてきた。社会学におい

では、電子メディアが人間関係や人の社会的役割の使い分けに及ぼす影響についての研究などがあり、工学においても電子メディアの機能に着目した研究がなされている。しかし、電子メディアがコミュニケーション以外の行為や感覚に与えるものを取り扱った研究は見当たらない。本研究は、「時間」「空間」感覚に焦点を当て、行為発現への影響を考察するという点で意義があると考えらる。

2. 調査・分析

(1) 調査項目

現在、普及・利用されているコミュニケーションツールに関してアンケートを実施し、以下の2項目について調査する。

- 会話の内容によるコミュニケーションツールの使い分け方とその理由
- 携帯電話でのメール・通話する場所の選択

(2) 調査対象

アンケートは世代間の比較を行うため、携帯電話を持ち、メール機能も利用している高校生男女と30代～60代の女性(以下、中年層女性と書く。)を対象に行った。また、取り上げるコミュニケーションツールとしては、直接会う・固定電話・携帯電話・手紙・FAX・チャット・Eメール(PC)・Eメール(携帯電話)とした。

30代～60代女性においては、携帯電話を持って通話・メール機能どちらも利用し、かつそれらを友人相手に利用している人を選んだ。アンケートは郵送、または手渡しで配布した。郵送の場合は記入後無記名で返信してもらい、手渡しの場合は記入後手渡しで返してもらう方法を取った。高校生に対しては、東京都内の高校にアンケート協力を依頼し、授業時にアンケートを配り、記入後アンケート回収ボックスに投函してもらうという方法を取った。

(3) 調査結果・分析

30代～60代女性にアンケートを送付、または手渡した数が約50部、高校生に配布した数が約170部である。用紙回収件数は中年層女性39部、高校生37部であり、そのうち有効回答件数は中年層女性29部、高校生27部であった。

アンケートの個人属性に関する質問以外の質問を(1)で述べた2項目に分類し、それぞれの調査結果を見ていく。

- 会話の内容によるコミュニケーションツールの使い分け方とその理由

この質問では、図3-5にあげている会話の内容12項目において、それぞれの内容を直接会う・固定電話・携帯電話・手紙・FAX・チャット・Eメール(PC)・Eメール(携帯電話)いずれのコミュニケーションツールを使って会話するかを調査した。また、その理由についていくつかの選択肢を用意し、そこがない場合は記述によって回答してもらった。

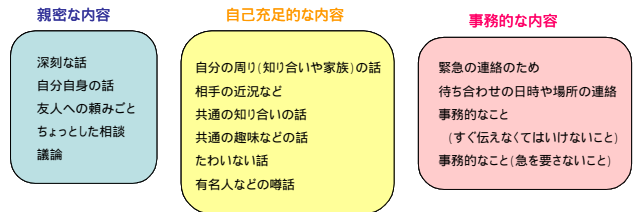


図-1 会話内容の分類

調査後、会話の内容は、図3-5のように「親密な内容」「自己充足的な内容」「事務的な内容」の3種類にわけ、それぞれのツールが最も利用されているのかを調査した。まず事務的な内容に関するそれぞれのコミュニケーションツールの利用率は、中年層女性においては表-2、高校生においては表-3の結果が出た。

表-2 事務的な内容におけるコミュニケーションツールの使い分け (中年層女性)

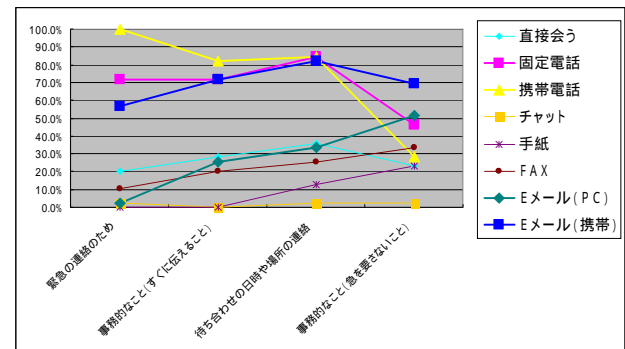
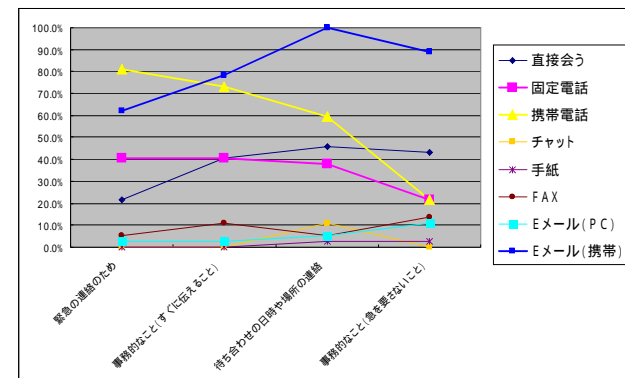


表-3 事務的な内容におけるコミュニケーションツールの使い分け (高校生)



| | 中年層女性 | 高校生 |
|-------|--|--|
| メリット | 「携帯電話」：自分がどこにいても連絡できる 相手がどこにいても連絡ができる 時間を選ばないで連絡ができる 話の展開がおもしろいから 「携帯電話」「固定電話」：- 相手の返事をすぐに聞けるから 「Eメール」：どこにいてもメールができる 相手がどこにいても確実にメッセージが届く | 「携帯電話」：自分がどこにいても連絡できる 相手がどこにいても連絡ができる 時間を選ばないで連絡ができる 相手の返事をすぐに聞ける 「Eメール(携帯)」：- どこにいてもメールが出来るから 時間を選ばずに連絡が出来るから 相手がどこにいても確実にメッセージが届くから |
| デメリット | | 「固定電話」：使える場所が限定されているから |

図-4 事務的な内容における使い分けの理由

事務的な内容においては、相手に正確に伝えることが重視される。特に「緊急な連絡」においては相手にできるだけ早く伝えることが重要であり、相手がどこにいても連絡がつくという機能を持つ携帯電話の通話が両者ともよく利用されていることがわかる。しかし急を要さない内容においては、中年層女性では固定電話・携帯電話・Eメール(携帯電話)がほぼ同じ値を示しているのに対し、高校生ではEメール(携帯電話)が群を抜いている。また、着目する点としては高校生が固定電話のデメリットとして、中年層女性では挙げられていない「使える場所が限定されている」ということを挙げている点である。

次に自己充足的な内容に関するアンケート結果は、中年層女性が表-5、高校生が表-6のようになった。

表-5 自己充足務的な内容におけるコミュニケーションツールの使い分け(中年層女性)

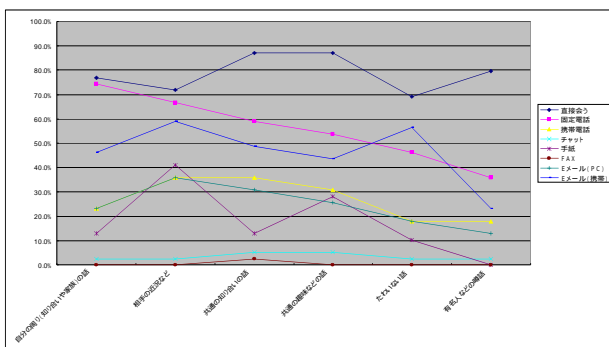
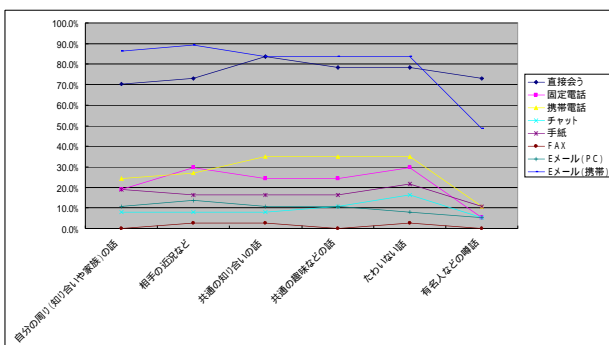


表-6 自己充足務的な内容におけるコミュニケーションツールの使い分け(高校生)



| | 中年層女性 | 高校生 |
|-------|---|---|
| メリット | 「直接会う」：相手の考えがすぐに聞けるから 相手の表情や反応を見ることが出来るから 「Eメール(PC)」：相手がある程度時間があるときに落ち着いて見てくれると思うから 「Eメール(携帯)」：どこにいてもメールできるから 時間を選ばずに連絡ができるから | 「Eメール(携帯)」：どこにいてもメールが出来るから 時間を選ばずに連絡が出来るから 「直接会う」：相手の考えがすぐに聞けるから 相手の表情や反応を見ることが出来るから 話しているうちに内容が変わるのは意外性があるから |
| デメリット | 「携帯電話」：携帯を使うほどではない | 「固定電話」：使える場所が限定されているから |

図-7 自己充足な内容における使い分けの理由

この結果から、中年層女性が自己充足的な内容全般において「直接会う」以外のツールであまりコミュニケーションをとらないのに対し、高校生はこのような内容のいずれにおいてもEメール(携帯電話)でやり取りをしているということがわかる。

高校生がEメール(携帯電話)を利用する理由としては、主に「どこにいてもメールが出来るから」がどの項目においても50%以上の割合で挙げられている。Eメール(携帯電話)はコミュニケーションの間にタイムラグが存在するが、そのようなコミュニケーションツールにおいても自己充足的な内容を場所や時間を限定せずにやり取りすることを高校生は慣れていることがわかる。

また、中年層女性は「携帯電話」でこれらの内容を話さない理由として「携帯電話を使うほどでもない」という理由がいくつか見られる。機能面だけでいうと、携帯電話の通話機能は固定電話と同じであり、それにポータブルという機能が付加されただけで、現在では通話料もあまり違いがなく、固定電話と携帯電話にそれほど違いはないはずである。しかし、このような理由が出てくることは、中年層女性においては固定電話と携帯電話の間に差があり、携帯電話の利用機会を限定していると考えられる。

親密な内容に関するアンケート結果は、中年層女性が表-9、高校生が表-10のようになった。

表-8 親密な内容におけるコミュニケーションツールの使い分け(中年層女性)

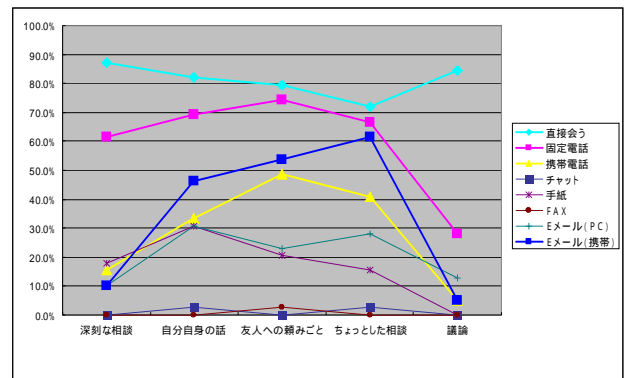
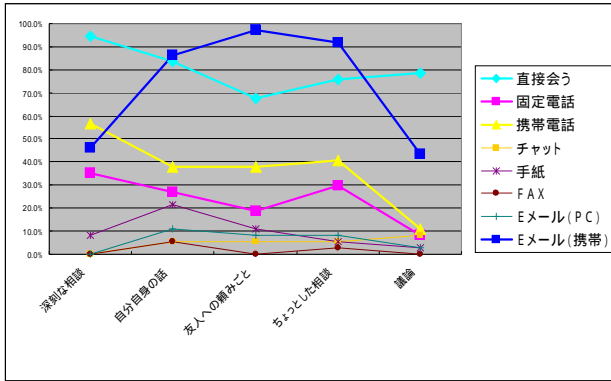


表-10 親密な内容におけるコミュニケーションツールの使い分け(高校生)



| | 中年層女性 | 高校生 |
|-------|--|--|
| メリット | <ul style="list-style-type: none"> 「直接会う」: 相手の考えがすぐに聞けるから相手の表情や反応を見ることができるから 「固定電話」: 相手の返事がすぐに聞けるから相手が家にいるのがわかっていから落ち着いて話せるから 「Eメール(携帯)」: どこにいてもメールできるから時間を選ばずに連絡ができるから | <ul style="list-style-type: none"> 「直接会う」: 相手の考えがすぐに聞けるから相手の表情や反応を見ることができるから 「Eメール(携帯)」: どこにいてもメールが出来るから時間を選ばずに連絡が出来るから相手がどこにいても確実にメッセージが届くから気持ちを整理して落ち着いて内容を考えられるから |
| デメリット | <ul style="list-style-type: none"> 「直接会う」以外: 相手の反応や表情が見れないから 「深刻な相談」, 「議論」: 相手の反応や表情が見れないから | <ul style="list-style-type: none"> 「直接会う」以外: 相手の反応や表情が見れないから 「深刻な相談」, 「議論」: 相手の反応や表情が見れないから 「固定電話」: 使える場所が限定されているから |

図-11 親密な内容における使い分けの理由

親密な内容では、中年層女性においてはすべての項目で「直接会う」の割合が一番高い。高校生では「深刻な相談」と「議論」は「直接会う」が一番高いが、それ以外ではEメール(携帯電話)の利用率が一番高い。

中年層女性が挙げる理由から考察すると、「直接会う」または「固定電話」が親密な内容の中で多く利用されるのは、これらの内容が相手の反応が早くほしいものだからと言える。また、その中で特に「深刻な相談」「自分自身の話」は相手の反応が特に気になる内容であり、なるべく相手の反応の情報を多く受信できる「直接会う」が好まれることがわかる。直接会って話すのは、言語だけでなく表情やジェスチャーなど体の動きのすべてがコミュニケーションに使われる上、相手のそれらの動きすべてから反応を読み取ることができるので、このような自己開示の程度が深い親密な内容を話すのには最も使用されるコミュニケーションツールである。これは心理学などの分野においてよく指摘されているが、高校生においては「深刻な相談」においてはこの指摘が当てはまるが、「自分自身の話」などにおいては当てはまらない。理由を見てみると、高校生は相手の表情などからもメッセージを受け取ることよりも、自分がどこにいても、相手がどこにいてもいつでも連絡が取れるという、時間と場所の自由さを好むと考えられる。

b) 携帯電話でのメール・通話する場所の選択

この質問では、コミュニケーションツールを携帯電話だけに絞り、メール・通話をする場所を、表-12 および表-13 に挙げた 17 項目の中から選択してもらった(複数回答可)。

表-12 携帯電話の利用場所(中年層女性)

| 合計 | 通話 | メール |
|-----------|------------|------------|
| 自宅のLD | 16 (41.0%) | 30 (76.9%) |
| 自分の個室 | 10 (25.6%) | 8 (20.5%) |
| 風呂 | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) |
| ベランダ | 2 (5.1%) | 2 (5.1%) |
| 庭 | 1 (2.6%) | 0 (0.0%) |
| 電車内など | 6 (15.4%) | 26 (66.7%) |
| 自宅の外 | 14 (35.9%) | 9 (23.1%) |
| 飲食店 | 7 (17.9%) | 11 (28.2%) |
| カフェ | 4 (10.3%) | 15 (38.5%) |
| 駅のホーム、バス停 | 25 (64.1%) | 29 (74.4%) |
| 自家用車内 | 15 (38.5%) | 10 (25.6%) |
| 職場や学校 | 15 (38.5%) | 15 (38.5%) |
| 路上・街頭(止) | 19 (48.7%) | 12 (30.8%) |
| 路上・街頭(歩) | 13 (33.3%) | 9 (23.1%) |
| タクシー | 3 (7.7%) | 5 (12.9%) |
| 商業施設内 | 14 (35.9%) | 10 (25.6%) |
| レジャー施設内 | 3 (7.7%) | 3 (7.7%) |

表-13 携帯電話の利用場所(高校生)

| 合計 | 通話 | メール |
|-----------|------------|------------|
| 自宅のLD | 11 (29.7%) | 34 (91.9%) |
| 自分の個室 | 35 (94.6%) | 35 (94.6%) |
| 風呂 | 4 (10.8%) | 9 (24.3%) |
| ベランダ | 7 (18.9%) | 5 (13.5%) |
| 庭 | 2 (5.4%) | 4 (10.8%) |
| 電車内など | 0 (0.0%) | 31 (83.8%) |
| 自宅の外 | 19 (51.4%) | 25 (67.6%) |
| 飲食店 | 3 (8.1%) | 27 (73.0%) |
| カフェ | 3 (8.1%) | 25 (67.6%) |
| 駅のホーム、バス停 | 18 (48.6%) | 33 (89.2%) |
| 自家用車内 | 1 (2.7%) | 20 (54.1%) |
| 職場や学校 | 1 (2.7%) | 16 (43.2%) |
| 路上・街頭(止) | 14 (37.8%) | 23 (62.2%) |
| 路上・街頭(歩) | 18 (48.6%) | 29 (78.4%) |
| タクシー | 1 (2.7%) | 9 (24.3%) |
| 商業施設内 | 11 (29.7%) | 22 (59.5%) |
| レジャー施設内 | 5 (13.5%) | 17 (45.9%) |

表-12 および表-13 より、高校生の方がメール・通話どちらにおいても高い割合を占めるものが中年層女性よりも多く、さまざまな場所で携帯電話を利用していることがわかる。

注目すべき点としては、通話する場所として、中年層女性では駅のホーム・バス停が一番割合の高いものとなっているが、高校生のもっとも多くの人々が通話している場所は自分の個室である。中高年層女性が駅のホーム・バス停で通話をす

るのは、外出先から家、もしくはどこかへなにかの用事でかけるときや、外出中に連絡が来たときと考えられるが、高校生の自分の個室というのは、用事があるときなどではなく、言うならば携帯電話を、自分が所有する固定電話のように考えているのである。

また、高校生がメールを利用する場所で40%以上の値を示す場所は17項目中の13項目であり、ほとんどすべての場所で高校生はメールを利用し、利用する場所を限定していないと言える。40%未満の場所は、携帯電話の利用がしにくい風呂や、高校生が普段使わないと思われるタクシー、ベランダや庭などであることからこのことがわかる。

さらに、高校生は街頭・路上で歩いていても止まってもメールを利用する割合が高いが、中年層女性では街頭・路上が利用されている割合は低い。また、中年層女性において多くの人が通話・メールを利用している場所は通話・メールどちらにおいても駅のホーム・バス停、自宅のリビングダイニング、電車内など、いずれも待ち時間などで行動が少し止まっているときであり、高校生のような場所の自由度はない。

以上のことから、携帯電話はどこでも利用できるという機能を持つものの、携帯電話がない生活を体験している中年層女性が携帯電話を利用する場所は限られており、携帯電話は場所を限定しないという特長を与えられても慣れていないため使いこなせていない。逆に生まれながらにして携帯電話を知る世代である高校生は、場所の自由性を存分に利用し、場所に縛られずにコミュニケーションをとっていることがわかった。

3. 考察

今回のアンケート調査では、まず内容によるコミュニケーションツールの使い分けとその理由から、時間・空間感覚の変化を考察し、携帯電話のメール・通話を利用する場所の選択により、この考察をさらに検証した。

内容によるコミュニケーションツールの使い分けのアンケート結果から、中年層女性においては、親密な内容になるほど時間的にも空間的にも相手とつながったコミュニケーションを求める傾向があるが、高校生においては、親密な内容になっても相手とのつながりの強さよりむしろ時間的、空間的に自由があるものを求める傾向があることがわかった。しかし、この傾向に当てはまらないものが深刻な相談と、緊急の連絡であった。緊急の連絡は、まずは伝えることが第一目的であるコミュニケーションであり、なるべく早く相手に用件を伝えるための機能を持つツールが一番求められる。現在のツールの中では、携帯電話がその機能をもっとも満たしているため、この際の利用率が高い。深刻な相談は今回設定した会話内容の項

目の中で最も自分の内面をさらけ出す度合いが大きいものである。このような内容においては他の内容の傾向とは違い、高校生においても相手も自分も一番時間的にも空間的にも拘束されたツールである直接会うことが重視されていることがわかった。

この結果から、例外を除いて、メディアを使い慣れた世代はコミュニケーションにおいて時間的・空間的自由を求める傾向があることが考察された。空間的自由を求める傾向に関しては、携帯電話の通話・メール機能の利用場所に関するアンケート結果により実証された。『時間』の自由を求める傾向に関しては、今回のアンケート結果からだけでは裏づけはできなかった。

このように、高校生が直接会うわけではなく、メールや電話によってコミュニケーションをとっていることは、しばしば若者のコミュニケーションが希薄になっていると指摘される。しかし、会話内容の分析をしてみると親密な内容も友人と交わっており、対人関係が希薄化しているような傾向は見られない。アンケート結果からは、それぞれの内容によってコミュニケーションツールを使い分けていることや、本当に親密な話はやはり直接会ってしがないことがわかる。コミュニケーションにおいて時間的・空間的拘束を好まないという傾向は、お互いに時間や場所の選択を自由に認め合っていて、お互いを尊重したコミュニケーションを行っているといえるのではないか。一見軽いコミュニケーションに見える携帯電話でのEメールも、常に相手に連絡を取れるという安心感があり、こちらから連絡しても必ず返事が戻ってくるという信頼のある上でできるコミュニケーションなので、意の通じ合った友人関係を前提としているとも言えるだろう。

4. 結論

本研究の成果として、以下のことが挙げられる。

まず、会話内容によるコミュニケーションツールの使い分けのアンケート結果から、中年層女性と高校生それぞれにおけるコミュニケーションツールの使い分けの傾向を明らかにした。

その傾向として、中年層女性においては、親密な内容になるほど時間的にも空間的にも相手とつながったコミュニケーションを求める傾向があるが、高校生においては、親密な内容になっても相手とのつながりの強さよりむしろ時間的、空間的に自由があるものを求める傾向があることを明らかにし、それがメディアの影響であることを指摘した。

最後に、このような時間的・空間的自由を求める傾向が、『時間』・『空間』・『対人関係』に関する感覚にどのような変化を与える可能性があるのかを考察した。

5 . 今後の課題

今後の課題としては、本研究で考察できなかった時間選択に関する考察と『時間』・『空間』感覚と共同体験に関する研究に対する課題の2点がある。

まず一つ目は、本研究で調査しきれなかった時間選択に関する調査を行い、本研究での成果としてあげた、時間感覚の変化の考察の検証を行う必要がある。

また今回はメディアによる変化に着目し、さらに共同体験をする相手を友人に限定し、行為もコミュニケーションに絞って扱ったが、今後はコミュニケーション以外の行為、友人関係以外の相手との共同体験も対象として共同体験の分析を行うことが、都市空間設計の鍵となると考えられる。

謝辞： 本研究のアンケート調査にご協力いただいた皆様には、厚く感謝の意を表したいと思います。

ありがとうございました。

参考文献

- 1) 古畑和孝編: 人間関係の社会心理学, サイエンス社, 1980
- 2) 松田美佐: 若者の友人関係と携帯電話利用, 社会情報学研究, 第4号, 2000
- 3) 深谷昌志監修: 電子メディアの中の高校生, ベネッセ教育研究所, 2001
- 4) 総務庁青年対策本部: 青少年と携帯電話等に関する調査研究報告書, 2000
- 5) 岡田朋之・松田美佐・羽瀨一代: 移動電話利用におけるメディア特性と対人関係 - 大学生を対象とした調査事例より, 財団法人 情報通信学会, 平成 11 年度情報通信学会年報, 2000
- 6) 橋本良明・船津衛編: 子ども・青少年とコミュニケーション, シリーズ情報環境と社会心理3, 北樹出版, 1999
- 7) 深田博己編: コミュニケーション心理学, 北大路書房, 1999
- 8) 郵政省郵政研究所: コミュニケーションメディアの代替性に関する調査研究報告書, 1997