

# 文末詞による心理的關係構築の調整：顔文字と間合い感覚(1) Adjusting psychological relation: face marks and sense of distance

伊東昌子  
Masako Itoh

常磐大学  
Tokiwa University  
masakoit@tokiwa.ac.jp

## Abstract

This study examined message-receiver's sense of distance when they received a mobile-mail message in which face marks were used. Independent variables were number of face marks, receiver's gender, and the same/opposite gender between sender and receiver. Dependent variable was the imagined distance which receivers recognized the position when the sender met to talk to the receiver. The participants were undergraduate students. The given situation was that the message was sent by a person whom the receiver newly met with his or her friend. When many face marks were used in sentence-final positions, the imagined distances were close to the intimate distance. In case of no face marks and a few face marks, the distances were around the boundary between close phase and far phase in the personal distance. The results imply that the use of sentence-final face marks generates the sense of distance that the sender interacts with the receiver and the distance causes the receiver's emotional reaction.

**Keywords** — Politeness, Face, Emoticon, Proxemics

## 1. はじめに

私たちが他者と社会的な関係を築き始めるとき、比較的気軽な私的メッセージのやり取りを行う場合でも、私たちは表現に少なからず気を使う。堅苦しくならないように、しかし失礼に思われないように、できれば親しみを込めてと工夫するものである。このような工夫は待遇表現と呼ばれ[1]、円滑な関係構築には欠かせない配慮である。特に関係構築の初期は、待遇表現の如何によって受け手の情動反応が喚起され、それが関係構築への判断や行為に影響を与えることは少なくない。

SNS上のメッセージ文の文末に使用されることが多い顔文字は、その使用のされ方が一種の待遇表現と考えられる。この待遇表現の効用として、顔文字が使用される状況やその使用法が送り手の印象に与える影響を調べた研究が多く実施されてきた[2] - [13]。

顔文字が使用されたメッセージ文の印象を調べた従来研究の多くは、印象評定項目として送り手のパーソナリティ特性に着目し、林(1978)[14]が示した対人認知構造の基本的次元である「個人的親しみやすさ」「社会的望ましさ」「活動性」に基づく形容詞を採用してきた。例えば、「ありがとう」「おはよう」のように短いメール文を用いた田口(2014)[13]では、顔文字のない場合は誠実さの印象が喚起され、顔文字がある場合は友好性が喚起された。印象項目間の関係性については、荒川・竹原・鈴木(2006)が「好ましさ」「親しみやすさ」「礼儀正しさ」「誠実さ」の評定点間の相関を調べ、相関が高いことを示した[4]。

顔文字を用いたメッセージ文の印象を調べた研究の多くは、メッセージ文が送り手のパーソナリティ特性をイメージさせることを想定した研究である。しかし、短いメッセージ文に顔文字が付加されただけで、送り手のパーソナリティ特性の内的表象が形成されるという前提については疑問が残る。4文程度の御礼文や謝罪文を刺激として用いた田口(2006)[12]では、御礼文に顔文字を多用すると不快な印象が喚起され、謝罪文では信頼できない印象となった。これらの不快感・不信感を受け手内部に形成された送り手パーソナリティ特性が媒介して喚起されたものであろうか。

上記の疑問点に関し、本研究では、顔文字によって喚起される対象は、受け手自身の社会的な基本的欲求に基づく情動反応であると仮定する。この基本的欲求としては、Brown and Levinson(1987[1978])[15]が提唱したフェイスが相当すると思われる。ポジティブフェイスは、相互行為を行う相手に受容されたい、共感してほしい、共にありたいという欲求であり、ネガティブフェイスは、

他者に踏み込まれたくない、適切な距離を保ちたいという欲求である。顔文字が使用されたメッセージ文を受けたとき、受け手のフェイス欲求が脅かされるか否かにより、特定の情動反応が喚起されると仮定する。

フェイス欲求に基づく印象を調べた伊東(2014)[16]では、大学生同士が友人を通して知り合ったばかりの状況設定で、メール文に顔文字を使用しない、少数使用、多用の条件で、受け手による印象を測定した。印象項目としては、受け手のネガティブフェイスにとって好ましい印象(「礼儀正しい」「真面目」と好ましくない印象(「うっとうしい」「ずうずうしい」「子供っぽい」)、ポジティブフェイスにとって好ましい印象(「親しみやすい」「愛嬌がある」「近づきやすい」と好ましくない印象(「堅苦しい」「よそよそしい」とされた。さらに、親しみやすさも、度が過ぎれば負の情動が喚起されるとして、「不快」についても調査された。

結果として、顔文字の少数使用は親しみやすく愛嬌がある印象になり不快感はなかった。しかし多用すると、親しみやすく愛嬌がある印象ではあるが、送り手が男子の場合に限り、受け手の性別に関わらず不快感が生じた。顔文字を使用しない条件では、受け手と送り手の性別に関わらず、真面目な印象となり、不快感は認められなかった。親しみやすい印象であるにも関わらず、不快感を喚起させるか否かの閾値には、何が影響しているのであろうか。この閾値に影響を与える要因として、本研究では、受け手が感じる送り手が受け手に対し保とうとする身体的距離感に着目した。

私たちは他者と話す時、適切な距離を保って話す。その距離は状況や話す相手に依存して変化する。对人的相互行為に関し空間の使い分けを調べたプロクセミックスでは、4種類の距離帯を区別している[17]。それらは密接距離・排他域(接触から45~50cm)、個体距離の近接相(45~50cmから約80cm)と遠方相(約80cmから約125cm)、社会距離(約125cmから約360cm)、公衆距離(360cm以上)である。密接距離は恋人や乳幼児と母親など親密な者同士がささやき合い触れ合う距離であ

る。個体距離は友人や知り合いが私的会話を楽しむ距離である。社会距離と公衆距離はそれぞれ仕事場で会議を行う距離、そして演説や講演を聞く距離である。

知り合い程度の関係であれば、個体距離における遠方相の距離を保つことが適切であり、親しみを示すとはいえ密接距離近くに接近するならば、ネガティブフェイスが侵害され、相手は不快に感じるであろう。踏み込まれると不快に感じる距離を判断する場合、パーソナル・スペースという概念も有用である。パーソナル・スペースは、人の身体を取り巻く目に見えない空間領域であり、それが保証されているときは快適であり、この空間に他人が侵入すると不快になるとされる。パーソナル・スペースは相互行為を行う主体らの社会的関係、個人特性、性別、文化によって伸縮することが知られている[18]。

滝浦(2008)[19]が「人に話しかけるときは言葉で他者に触れることである p.26」と述べるように、メッセージ文の受け手はメッセージ文から送り手が保とうとする身体的距離を感知し、それが不適切である時にフェイス欲求に抵触して、不快感が喚起されると考えられる。そこで本研究では、顔文字使用が送り手が受け手に対し保とうとする身体的距離を受け手に喚起させること、さらに、顔文字の頻度がその距離感に与える影響を調べた。

仮説1:メッセージ文で使用される顔文字の頻度は、送り手の受け手に対する相互行為時の距離感を喚起させ、その距離に影響を与える。

仮説2:顔文字が使用されない場合と少数使用された場合は、個体距離内の遠方相そして近接相と遠方相の境界近辺の距離、多用された場合は密接距離に近い距離を喚起させる。

なお、本研究では、顔文字使用が受け手心理に与える影響を調べるが、顔文字そのものの機能としてではなく、メッセージ文の差し出し方を指標する文末詞的使用に限定して、その働きを調査する。藤原(1990)は文の差し出し方を担う終助詞を辞というより詞として扱っている[20]。本稿でも同様の立場であり、顔文字の文末詞的使用文脈

における働きを調べる。

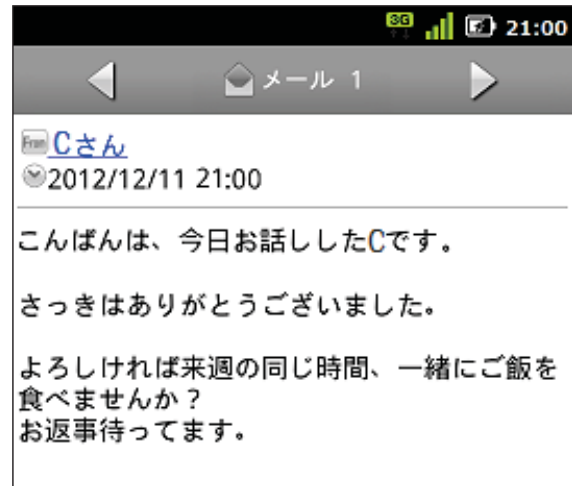
## 2. 方法

**参加者** 電子メール経験のある大学2年生から4年生男子26名、女子32名、計58名であった。

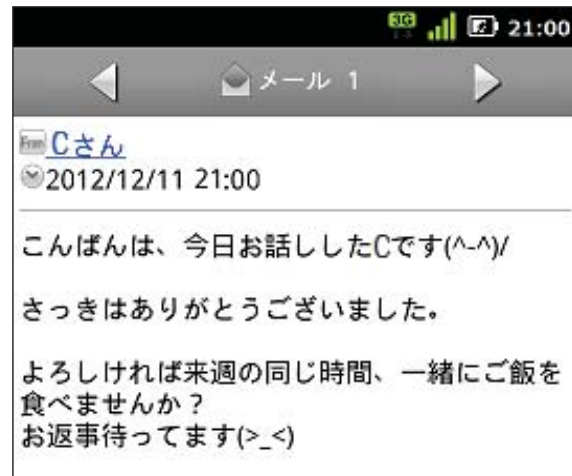
**刺激材料** 状況設定としては“大学でお昼に友人のAを通して知り合い、少し会話をした相手(Bは同性、Cは異性)から夜に携帯電話上でメールが届いた”である。メッセージ文の原型は、「こんばんは、今日お話しした〇〇です。さっきはありがとうございました。よろしければ来週の同じ時間、一緒にご飯を食べませんか？お返事待ってます。」という挨拶文に続く4文から成る。顔文字の種類としては、戸梶(1996)[21]を参考にして、第一文には主張を表す(^\_^)/、第2文には嬉しさを表す(^o^), 第3文には誘うことに少し恐縮する意味として(^\_^);、第4文には返事をもらえるか不安な(>\_<)を使用した。

条件としては、顔文字使用(無し:図1a, 少数:図1b, 多用:図1c), 受け手の性別(男子・女子), 送り手(同性・異性)であった。顔文字使用条件と送り手条件は、参加者内要因である。図1は送り手が異性の場合であり、同性の場合はCがBに変わる。

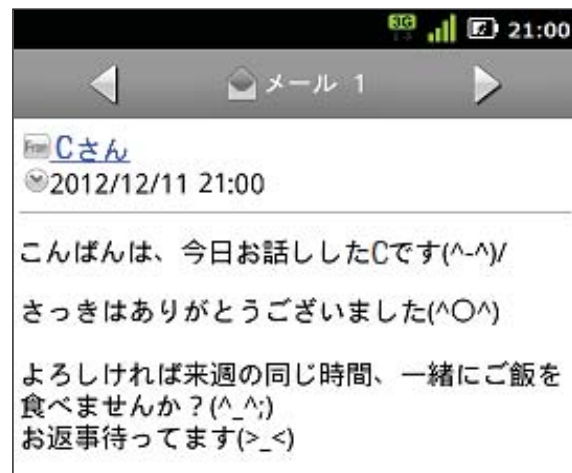
**手続き** 参加者には状況設定を教示し、次いで顔文字使用3条件のメッセージ文を個々にスライドにして提示した。顔文字が表す表情については「元気な挨拶」「絵顔」「ちょっと恐縮」「返事待ち表情」のように説明した。その後、参加者は個々のメッセージ文について、送り手が自分からどのくらいの距離で話す人物かを、接近してくる相手に「ストップ」を声かけする方法で測定した。測定の順序は顔文字が無い場合、少数使用の場合、多用された場合であった。各参加者は同性同士のペアになり、メッセージ文の送り手が同性の場合と異性の場合を測定した。この順序は同性から異性の順で行った。ペアについては、現実の男女ペアにした場合、現実ならではの剰余変数の影響を避けるため、同性同士とした。



a 顔文字無し条件



b 顔文字少数条件



c 顔文字多用条件

図1 刺激条件と刺激(異性の場合)

## 3. 結果

不適切な測定を行った参加者を除き、男子22名、女子30名を分析した。顔文字無し条件、少数条件、多用条件の順に平均測定値と()内に標準偏差を示す。参加者(受け手)が女子の場合、メ

ッセージの送り手が同性（女子）のときは、それぞれ 82cm (27.0), 60cm (19.86), 43cm (18.01) であった。送り手が異性（男子）のときは、96cm (28.12), 73cm (22.62), 51cm (21.03) であった。参加者（受け手）が男子の場合、送り手が同性（男子）のときは、98cm (20.92), 77cm (20.25), 62cm (13.63), 送り手が異性（女子）のときは、106cm (30.19), 85cm (22.59), 67cm (21.04) であった。分散分析を行った結果、受け手の性別、送り手（同性・異性）、顔文字使用量については、主効果が認められた（各々、 $F_{(1, 50)}=8.40, p<.01$ ;  $F_{(1, 50)}=18.60, p<.01$ ;  $F_{(2, 100)}=146.64, p<.01$ ）。いかなる交互作用も認められなかった。

顔文字が使用されない場合は、参加者の性別に関わらず、個体距離における遠方相（約 80cm から約 125cm）に位置する距離感であった。顔文字が少数使用された場合、受け手が女子では、個体距離・近接相（45~50cm から約 80cm）の中間から遠方相との境界に近づく距離感であった。受け手が男子の場合は、個体距離の近接相と遠方相の境界近辺の距離感であった。顔文字が多用された場合、受け手が女子では、密接距離（接触から 45~50cm）と個体距離の境界近辺の距離感であった。受け手が男子の場合は、個体距離・近接相（45~50cm から約 80cm）の中間近辺であった。

#### 4. 考察

本研究では、顔文字が文末詞的に使用されたメッセージ文を刺激文として、そのメッセージ文に喚起される対象は、受け手のフェイス欲求に基づく情動反応であり、その欲求に影響を与える要因は顔文字の頻度により受け手が喚起する送り手の受け手に対する距離であると仮定して、その距離を調べた。

顔文字が、送り手が受け手に対して保とうとする距離感を受け手に喚起させ、顔文字の頻度がその距離に影響を与えるという仮説 1 は支持された。顔文字の多用は密接距離近辺、顔文字が無い、あるいは少数の場合は個体距離内の遠方相そして近接相と遠方相の境界近辺の距離が喚起されるとい

う仮説 2 もほぼ支持される結果となった。

伊東（2014）において、顔文字が多用されると送り手が男子の場合に限り、受け手の性別に関わらず不快感が生じた[16]。受け手が女子の場合は、喚起される距離が密接距離に近いこと、関係構築初期の男子としては近すぎるために不快感が生じたと推察される。女子の知人男子に対するパーソナル・スペース（139.5cm）は、他の既知同士のそれ（66cm から 74cm）に比べて倍近く広い[22]。この空間的ギャップが不快感を生じさせた可能性がある。受け手が男子の場合は、個体距離の近接相において最も密接相に近い距離であることが不快感の一因になったと考えられる。

距離感と不快感情については、フェイス侵害以外にも、リスク感や空間との相互作用に関する性差が影響する可能性がある。女子が女子に話しかけられる場合や男子が女子に話しかけられる場合、両者が知人であれば、密接距離に近い距離であっても緊張が生じる程のリスク事態は生起しないであろう。むしろ女子同士の距離の近さは親しみが増し[18]、女子が男子に近づくことは男子にとって少なくとも不愉快ではないであろう。このため、比較的短い距離感が生じていても不快感は喚起されなかったと推察される。

本研究の結果は、「礼儀正しい」や「真面目」な印象は、個体距離の遠方相に位置する距離感、そして「親しみやすい」や「近づきやすい」の印象は、個体距離の近接相と遠方相の境界近辺の距離感に関係することを示唆する。文末詞的に使用された顔文字の頻度が距離感に影響を与えることは、表現の受け取り方と反応に対人的身体感覚が関係する意味で興味深い。

伊東（2014）では、顔文字が多用された場合の不快感と、受け手が普段顔文字を使用する頻度の間に負の相関が認められた[16]。この結果は、メッセージ文の受け手が顔文字の頻度から受ける印象は、普段の社会的欲求のあり方、例えばネガティブフェイスの強さやポジティブフェイスの強さに影響を受ける可能性がある。

本研究では、メッセージ文の送り手が受け手に

対し保とうとする距離感を測定対象とした。ぎゃくに受け手は送り手に対し、どの程度の距離をとりたいと感じるのであろうか。今後は、受け手がとりたい距離感の観点からも研究を進め、文末詞的に使用された顔文字が、関係構築のためのどのような手がかりになるか、その内的メカニズムはどのようなかをより詳しく解明したい。

#### 参考文献

- [1]蒲谷宏・坂本恵, (1991) “待遇表現教育の構想”, 早稲田大学日本語教育センター紀要, Vol. 3, pp. 23-44.
- [2]荒川歩, (2007) “顔文字研究の現状と展望—非言語コミュニケーションの視点から—”, 心理学評論, Vol. 50, pp. 361-370.
- [3]荒川歩・中谷嘉男・サトウタツヤ, (2005) “友人の顔文字の使用頻度が顔文字の印象に与える影響—普段は顔文字を使用していない友人から初めて顔文字付きのメールを受け取った場合—”, 日本顔学会誌, Vol. 5, pp. 41-48.
- [4]荒川歩・竹原卓真・鈴木直人, (2006) “友人からのメールに顔文字が付与される頻度が顔文字から受信者が受ける印象に与える影響”, 社会言語科学, Vol. 8, pp. 18-25.
- [5]荒川歩・鈴木直人, (2004) “謝罪文に付与された顔文字が受け手の感情に与える効果”, 対人社会心理学研究, Vol. 4, pp. 135-140.
- [6]Fullwood, C., & Martino, O. I. (2007) “Emoticons and impression formation”, *Applied Semiotics*, Vol. 19, pp. 4-14.
- [7]北村英哉・佐藤重隆, (2009) “携帯メールへの絵文字付与が女子大学生の印象形成に与える効果”, 感情心理学研究, Vol. 17, pp. 148-156.
- [8]Lo, S-K. (2008) “The nonverbal communication functions of emoticons in computer-mediated communication”, *CyberPsychology & Behavior*, Vol. 11, pp. 595-597.
- [9]竹原卓真・佐藤直樹(2003) “顔文字によるメッセージの印象の違いについて”, 日本顔学会誌, Vol. 3, pp. 83-87.
- [10]竹原卓真・佐藤直樹(2004) “喜びの顔文字による感情伝達の促進効果”, 日本顔学会誌, Vol. 4, pp. 9-17.
- [11]竹原卓真・栗林克匡(2006) “様々なエモティコンを付加した電子メールが受信者の印象形成に及ぼす効果—感謝と謝罪場面の場合—”, 日本感性工学研究論文集, Vol. 6, pp. 83-90.
- [12]田口雅徳(2006) “顔文字の提示量がメール文の印象評定に与える影響”, マテシス・ユニウェルサリス, Vol. 6, No. 2, pp. 69-79.
- [13]田口雅徳(2014) “顔文字の付与および文頭・文末の小文字化がメール文の印象に与える影響—お礼文、挨拶文、依頼文を用いての分析—”, 獨協大学情報学研究, pp. 105-111.
- [14]林文俊(1978) “対人認知構造の基本次元についての一考察”, 名古屋大学教育学紀要(教育心理学科), Vol. 23, pp. 27-38.
- [15]Brown, P. & Levinson, S. C. (1978, 1987) “Politeness: Some universals in language usage”, Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- [16]伊東昌子(2014) “初期関係構築における顔文字使用とフェイス欲求”, 日本認知科学会第31回大会論文集, P1-No. 13.
- [17]Hall, E. T. (1996) “The hidden dimension”, New York, Doubleday. 日高敏隆・佐藤信行(訳) (1970) “かくれた次元”, みすず書房
- [18]渋谷昌三(1990) “人と人の快適距離: パーソナル・スペースとは何か”, 日本放送出版協会
- [19]滝浦真人(2008) “ポライトネス入門”, 研究社
- [20]藤原与一(1990) “文末詞の言語学”, 三弥井書店
- [21]戸梶亜紀彦(1997) “コンピュータ上でのコミュニケーションにみられる情報表現に関する研究—情緒表現記号の使用方法について—”, 広島県立大学紀要, Vol. 8, pp. 125-138.
- [22]渋谷昌三 (1985) “パーソナル・スペースの形態に関する一考察”, 山梨医大紀要, Vol. 2, pp. 41-49.