

## 「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する非許容・保留・許容

### Refusal, holding and allowance of non-verbal communication “Looking at ‘keitai’ displays”

中村 隆志 (Takashi NAKAMURA)

新潟大学人文学部 教授<sup>1</sup>

[Abstract]

This study was designed to categorize and analyze the impressions held by people who were “looking at ‘keitai’ (cell phones) displays” in front of familiar persons. The impressions were divided into three categories: “refusal,” “holding (of reaction),” and “allowance.” It was presented that the impressions were extensively distributed. Some people would change their impressions according to the persons in order to communicate, and the ways to change their impressions were also distributed. The impressions of informants were influenced by their experience of looking at the cell phone displays. The experienced informants were divided into three groups according to their reason for looking. The distribution of the grouping should suggest the feature of three types of situations with familiar persons. The influence of the research question should be investigated at an interval of two months. The results revealed that some changes could occur in situation with plural friends and that with families. All analysis declared that the rate of “allowance” and “holding (of reaction)” should be increasing in time. The results would contribute the basic theory of non-verbal communication “looking at ‘keitai’ displays” in front of familiar persons.

[キーワード]

ケータイ、モバイル、非言語コミュニケーション

#### 1. はじめに

2012年4月のケータイ（携帯電話・スマートフォン・PHSを含む）の総契約数は1億2900万を超えており、数の上では、日本の総人口を超えるまでに増加して来た[1]。ケータイ社会白書[2]によると、ケータイ所有者はネット調査で9割、訪問調査でも9割となることから、複数台所有者を含め、日本人全体の9割程度がケータイ所有者と見て良いだろう。ケータイは24時間30センチ以内にあるとも言われ、多くの人の日常生活において、最も身近なメディアである。私たちが、誰かと相対するとき、その相手も自分自身もケータイを持っていることが、半ば当然の前提になっていることが、2012年現在のコミュニケーション環境であろう。

目の前にいない相手とつながることを可能にするケータイは、コミュニケーションの幅を拡げ、また、緊急性の高い連絡を受信可能にする一方で、まさに目の前にいる相手とのやりとりを一時的に中断しうるものである。かつて、他者の前、とりわけ、親しい者（友人や家族）の前でケータイを取り出す行為は失礼で慎むべき行為とされていたが、ケータイが普及し、日常生活に定着した現在ではどうだろうか？

中村[3]は、親しい者の前での「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象が、人々の間で多岐に別れており、また、中村&大江[4]はその印象が変化する可能性を指摘した。これらのことは、親しい者の前での「ケータイのディスプレイを見る行為」が、一定の人々の間で受け入れられていることを示している。さらに、中村&大江[5]は、親しい者同士が「ケータイのディスプレイを”見せる”行為」を非言語コミュニケーションとして利用していることを明らかにし、親しい者の前でケータイを取り出す行為が徐々に日常的になりつつあることを指摘した。3.5世代端末の発売と連動して、多機能・高機能化したケータイは、個人のための個人の通信機という枠を超え、人々を対面の場で結びつけているのである。

しかしながら、親しい者の前でケータイを取り出すのは慎むべきであるという規範に基づいた言説はなお存在している[例えば 6]。つまり、対面した会話の際に、会話の相手がケータイを取り出すことに違和感を感じない人が居る一方で、その行為に戸惑う、あるいは強烈に不快と感じる人々もまた、少なからず存在していると推測される。このような現状に鑑み、本稿では、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象の持ち方について調査報告を行い、利用者個々人の経験との関連を示しながら、ケータイ利用の実態について考察する。さらに、

takashi-nakamura@human.niigata-u.ac.jp

現在のケータイ利用から導かれる対面コミュニケーションの一側面について、総合的な考察を行う。

## 2. デジタルネイティブと対面時のケータイ利用

ケータイを含む情報機器の普及と日常生活への定着は、個々人の感覚や行動様式の違いを生むとされ、流行や時代の変化が様々に語られてきた。その代表的なキーワードとしてデジタルネイティブがある[例えば 7]。NHKの特集番組でも取り上げられたことにより、この言葉は、世代の違いを語る言葉として、利用されやすくなったと見て良いだろう。デジタルネイティブとされる若者達は、情報機器の使いこなしに長けており、それに伴う価値観、購買行動、就労態度、人生観などが、その上の世代と大きく異なるとされている。しかし、情報機器の使いこなしに長けていることが述べられることがあっても、それを使うマナーについて、例えば人と人が直接対面する場でケータイなどの情報機器を利用することのマナー意識についての解説は見られない。世代を語るキーワードとしてのデジタルネイティブは有用であるが、人と人が対面する場面、とりわけ親しい者の前で「ケータイのディスプレイを見る」ことに対してどのような感覚を持っているかについては、別途調査が必要である。

中村[3]は、親しい者の前で「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する周囲の人の印象の持ち方について、大学生を対象に調査を行った。その結果、この行為に対する印象が多岐にわたっており、正反対（「非常識」↔「普通」）とも言える違いを持っていることを指摘した。また、中村&大江[4]は、被験者(大学生)達を集めて、時間差をおいて2度の調査を行い、被験者自身の経験、あるいはその自覚が、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象に影響を与え得ることを指摘した。印象を変化させたのは一部の被験者であるが、彼(女)達は、自らの経験を踏まえた上で、親しい者の前で「ケータイのディスプレイを見る行為」を行う者が置かれた状況やその心情を推察するようになり、この行為を行う者への印象を変化させたと推測される。しかし、これらの指摘は一部の大学生についての傾向であり、一般的な知見を得るには別途調査が必要である。

「ケータイのディスプレイを見る行為」は、日常空間で頻繁に行われる行為であり、これは現実空間に共に居合わせる人々から観察され得るという性質を持っている。従って、その印象の持ち方に違いがあることは、人々の間に齟齬や誤解を発生させる原因にもなるだろう。親しい者の前で「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象の持ち方について、調査の規模を拡げて、現状を明らかにする必要があると考える。

## 3. 印象の調査

### 3.1 第1次調査概要

本稿では、調査会社が提供するサービスを活用して調査の規模を拡大し、文献[3-4]よりも設問のバリエーションを増やして、より詳細な調査を企画した。NTT レゾナントが行う goo リサーチを活用してアンケート調査を行った。本調査は、文献[8]で行った調査と同時に行ったものであり、リサーチモニターにとっては、同一アンケート内の続きの設問として呈示された。また、後述するように比較のための第2次調査を行うため、アンケートの前文に以下のようなコメントを挿入した。

“本アンケートと同様の調査(第2回)を9月上旬に実施を予定しております。第2回目の調査にもご協力頂ける方は是非アンケートにご協力ください。”

時期は2009年7月1日から7月3日までであり、調査開始日、同社に登録するリサーチモニターにアンケート依頼を電子メールにて送信し、約30円相当の謝礼(会員ポイント供与)を支払う条件で回答を依頼した。リサーチモニターは20歳以上でケータイ所有者に限定した。上記の期間中に、1673人のリサーチモニターから回答を得た(回答してくれたリサーチモニターを、以降、被験者と記述する)。平均年齢は約40.6歳である。男女比は820:853である。年齢層の構成は以下の通りである。

● M1層(男性、20-34歳) : 267名	F1層(女性、20-34歳) : 325名	計592名.
● M2層(男性、35-49歳) : 337名	F2層(女性、35-49歳) : 310名	計647名.
● M3層(男性、50歳以上) : 216名	F3層(女性、50歳以上) : 218名	計434名.

### 3.2 設問

被験者達は、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対してどのような印象を持っているのだろうか？文献[3-4]と同じ質問(設問1)に加え、「一人の親しい友人と会話中」(設問2)「家族と食事中あるいは会話中」(設問3)という状況における印象を聞くため、以下の3つの質問を行った(注1)。回答はWeb アンケート画面に書き込む自由形式で要請した。

- 設問1：あなたが複数の友人と会話中である際、一人の友人が「ケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作」し始めたと想定して下さい。そのとき、あなたは相手に対してどんな印象を持ちますか？
- 設問2：あなたが一人の親しい友人と会話中である際、相手が「ケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作」し始めたと想定して下さい。そのとき、あなたは相手に対してどんな印象を持ちますか。
- 設問3：あなたが家族と会話中あるいは食事中である際、あなた以外の家族の一人が「ケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作」し始めたと想定して下さい。そのとき、あなたはその家族の一人に対してどんな印象を持ちますか？

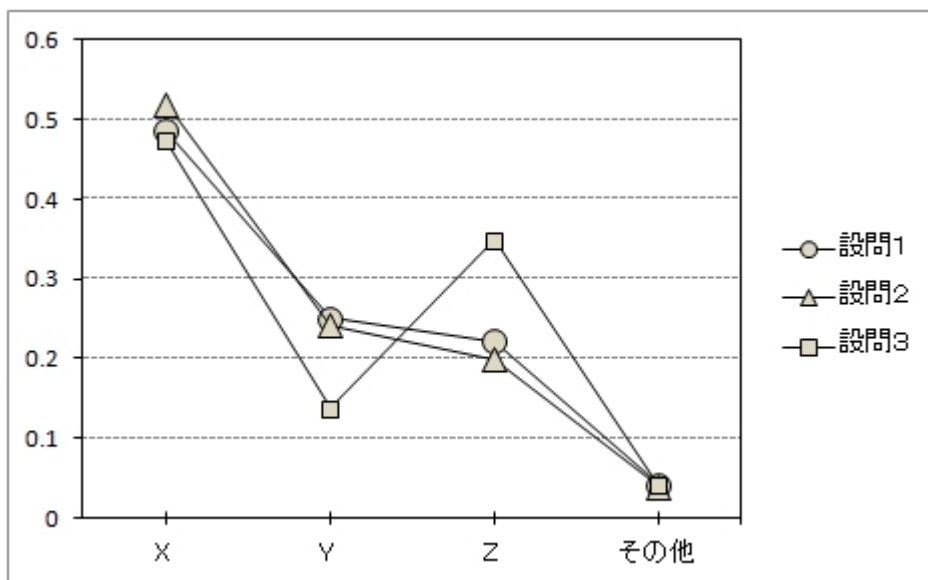


図1：設問1-3までのX、Y、Zグループの分布(第1次調査)

### 3.3 回答の分類

「ケータイのディスプレイを見る行為」への印象に対して、その文言を元に分類を行う。本稿では、文献[3-4]の分類法を継承しながら改良を加えて、より明瞭な分類方法を採用する。各回答を3つのグループに分類する。それぞれ、Xグループ(非許容)、Yグループ(保留)、Zグループ(許容)として、これら3つにあてはまらない回答をその他グループに分類する。

Xグループ(非許容)は、ケータイを取り出した者への批判的な表現(「失礼」、「非常識」、「身勝手」など)が含まれているかどうか、あるいは明らかな不快感を表す(「何考えているんだ!」「今やらなければならないのか」など)表現が為されているかどうかを基準である。

Yグループ(保留)は、ケータイを取り出した者に起きた事情を推測する表現(「メール」、「予定」、「何か」など)、その心情を推測する表現(「つまらない」、「わからない」、「退屈」など)、自らの対応を省みる表現(「後悔」、「しまった」など)、あるいは相手の行動を時限付きで許容する表現(「10秒ぐらいなら」「1-2回程度なら」「短ければ」)が含まれているかどうかを基準である。総じて、Yグループは、目の前の誰かが「ケータイのディスプレイを見る行為」を行うことを快く感じていないが、即座に批判、非難、立腹するまでには至らず、態度を保留する点が、Xグループとの違いである。

Zグループ（許容）は、「ケータイのディスプレイを見る行為」を失礼な対応と見ることなく、むしろ気にも留めずに看過する表現（「普通」「別に」「いつものこと」など）が含まれているかどうか基準である。

上記のX、Y、Zグループに分類されない回答の被験者を他のグループに分類する。分類法を上記のように改良した結果、従来の分類法に比べて、その他グループが著しく減少した。全体の傾向を網羅的に捉えやすくなっている。

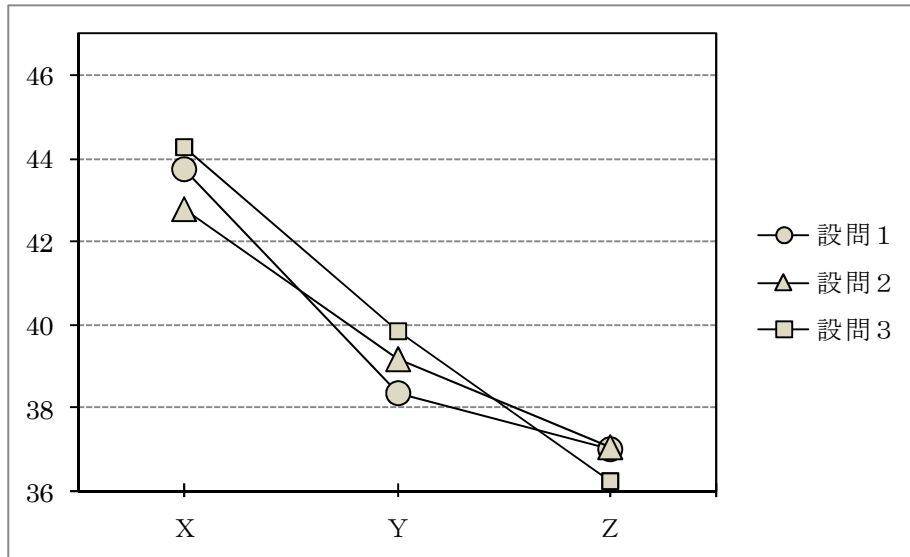


図2: 設問1-3までの各グループの被験者の平均年齢(第1次調査)

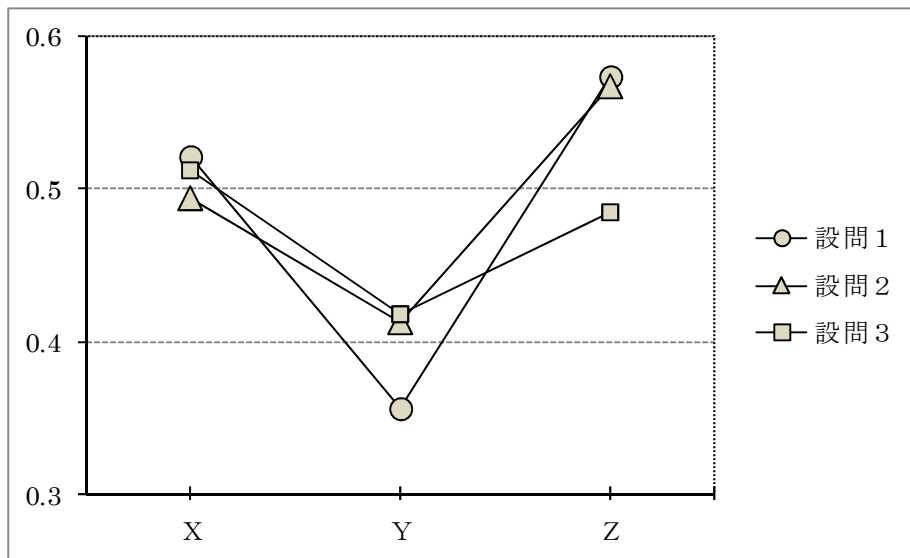


図3: 設問1-3までの各グループの被験者の男性比(第1次調査)

### 3.4 結果

3.3節に述べたような分類基準の結果、各被験者は以下のように分類される。括弧内の人数は、それぞれ設問1、設問2、設問3の回答から分類した人数とその割合である(注2)。

- Xグループ: (813(48.6%), 869(51.9%), 791(47.3%))

- Yグループ：(419(25.0%), 405(24.2%), 230(13.7%)).
- Zグループ：(371(22.2%), 333(19.9%), 584(34.9%)).
- その他：(70(4.2%), 66(3.9%), 68(4.1%)).

図1に設問ごとのグループ分けの結果(割合)をプロットする。3つの設問のそれぞれにおいて、Xグループの割合が大きいものの、Y、Zグループにも相応に分布している。その他グループの回答のほとんどが設問文のミスリーディングによるものであった。

全体の傾向(図1)として、Xグループ(非許容)が3つの状況の全てで被験者の割合が最も高かった。また、Zグループ(許容)の割合について、家族と共に居る状況が、他の2つの状況(複数の友人、一人の親しい友人)と比べて、割合が高いことが注目すべき点である。

図2は、各設問ごとの各グループの被験者の平均年齢、図3は、各グループ内の被験者の男性の割合を表している。平均年齢については、3つの状況(複数の友人、一人の親しい友人、家族)に共通して、Xグループの年齢が最も高く、Zグループの年齢が最も低い。ケータイが若年層と親和性が高いことは、かねてから指摘されていることであり、Zグループの平均年齢が最も低いことは順当な結果と言えるだろう。男女比については、Yグループが3つの状況ともに男性比が低かった(女性の割合が高かった)。Yグループに女性が多いことについては、改めて考察する必要があるだろう。

### 3.5 状況を使い分ける被験者

同じ被験者でも、設問によって異なるグループに属する者が存在する。これらの被験者は、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対し、共に居る相手によって異なる印象を持つのである。彼らにとって、共にいる相手は、様な他者ではない。以降、一緒に居る相手によって「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象の持ち方を変える被験者(人々)を「状況を使い分ける被験者(人々)」と呼称する。

図4は、設問1でX、Y、Zの各グループに属する被験者達が、設問2でどのグループに属するかの割合を表している。同様に、図5は、設問1で各グループに属する被験者達が、設問3でどのグループに属するかの割合を表している。ここでは、図5に注目し、設問1と設問3、つまり、複数の友人と共に居る状況と、家族と共に居る状況の違いを検証する。

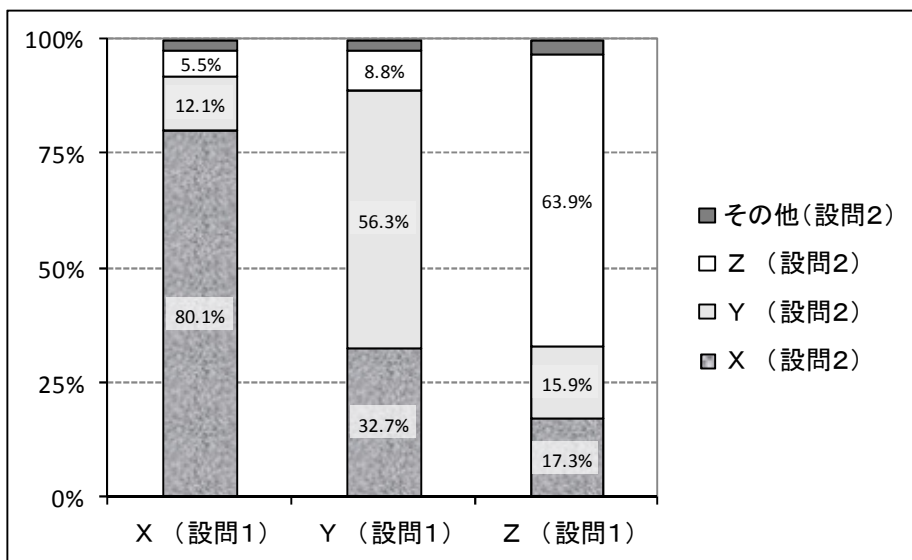


図4：設問1における各グループでの、設問2のグループ分けの分布

図5に表れている通り、設問1でのXグループに属する被験者のうち、設問3でもXグループに属するのは7割弱(67.0%)であり、3割程度の方は、設問3ではYグループかZグループに属している。つまり、複数の友人と共に居る状況において、友人の「ケータイのディスプレイを見る行為」を許さない被験者の内、その態度を家族



の前でも維持する人は7割弱に過ぎず、3割程度の人は、家族に対して許容、あるいは保留する印象を持っている。また、設問1のYグループにおいては、6割強(計66.8%)の人が設問3でXグループ、あるいはZグループに属している。そして、設問1のZグループにおいて、設問3でもZグループに属するのは7割弱(68.2%)であり、3割弱の被験者が許容する以外の印象を持っている。設問1と設問3において、状況を使い分ける被験者は、全体を集計すると約4割程度となる。ネット調査である本調査において、状況を使い分ける被験者が一定の割合で存在することは、実際の数値は前後するにせよ、一般的にも、状況を使い分ける人々が一定数存在すると見て良いと考えられる。

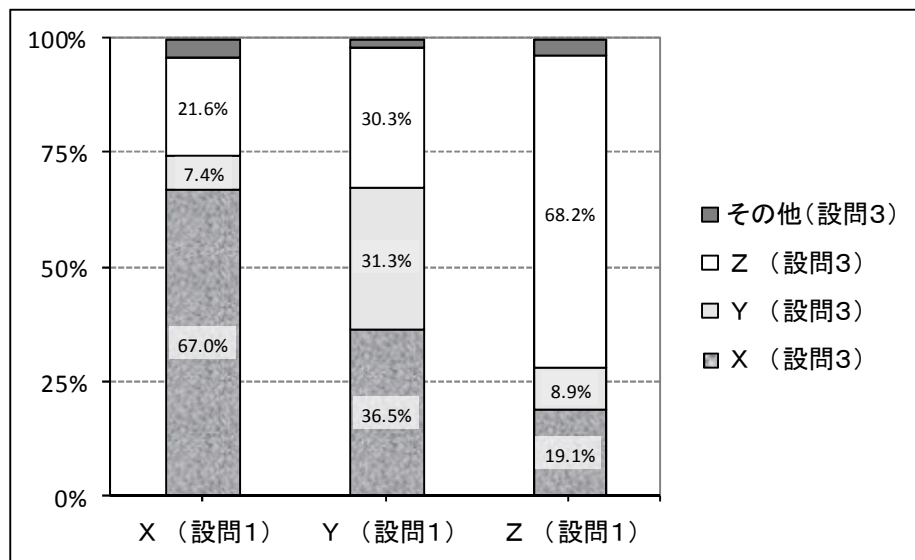


図5：設問1における各グループでの、設問3のグループ分けの分布

### 3.6 状況を使い分ける回答

図5の結果において、設問1でXグループに属する被験者のうち、約2割(21.6%)の人が設問3ではZグループに属している。これらの被験者の内、家族を意識した文言で回答している被験者が相応に存在している。質問の文言上では、被験者に状況の違いを念頭にさせた答えを要求したわけではないが、アンケート実施時において、設問3は設問1の後の順序で呈示されたため、一部の被験者が設問1との回答との違いを明瞭にして回答してくれたものと推測される。具体的な回答を3例挙げる。

- 家族なので、気にはしない。
- まあ、家族だから、大目にみます。
- 家族ならいいと思う。

一方で、状況の使い分け方が上記の例と正反対である被験者も存在する。設問1でZグループに属する被験者の内、約2割(19.1%)の人が、設問3ではXグループに属する結果になっている。同じく、家族を意識した文言の回答を3例挙げる。

- 団欒を楽しみたいのにと不快に思う。
- 家族との時間を大事にする。
- 一言言う。子供であれば叱る

上記2種類の相反する回答において、共通点は家族を大事にする心情が伺えることである。上記の回答の文言からは、家族を軽んじているニュアンスを感じられないだろう。大事な家族だからこそ、という理由を共有しながらも、両者はまさに正反対の帰結を選択している点に注目されたい。

### 3.7 考察

誰か親しい者（複数の友人、一人の親しい友人、家族）と共にいる状況において、その相手が行う「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象は、非許容グループ、保留グループ、許容グループの3つのグループに大きく分けることができた。従来の分類法[文献3-4]に比べて、「その他」に分けられる割合が激減し、3つの状況のそれぞれにおいて、ほとんどの被験者を網羅的に分類することができるように改良された。全体として、非許容グループの割合が高いが、家族とともに居る状況（設問3）では、許容グループが他の状況よりも高かった。このことは、同じ親しい者と共にいる状況でも、その性質が異なることを示している。

平均年齢は、3つの状況とも、非許容グループが高く、許容グループが低い。このことは、M1層、F1層に属する世代の人々が、相対的に、許容グループや保留グループに含まれやすいことを示している。もしも、個々の被験者の印象の持ち方が変わらないのであれば、許容グループや保留グループの割合は、今後は、年々高くなっていくと推測される。男性比は、非許容グループ、許容グループに高く、女性比は保留グループで高かった。

同じ「ケータイのディスプレイを見る行為」に対しても、「非許容」から、その正反対の「許容」まで、被験者達の印象の持ち方は幅広い。図4、図5の結果が示すとおり、相手によって印象を変える被験者が存在しており、さらに状況の使い分け方が正反対の被験者達が相応に存在していることを示した。彼(女)らは、親しくなるに連れて、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する感じ方が変わる人々でもある。「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する受け取り方は人によって様々であり、高度に複雑化していると言えるだろう。

## 4. ケータイを取り出す経験とその理由

### 4.1 被験者自身の経験

文献[3-4]では、複数の友人と共にいる状況で誰かが「ケータイのディスプレイを見る行為」を行った際に持つ印象が、その印象を受ける個人自身の経験と相関があることを示した。この相関について、複数の友人と共にいる状況に加えて、一人の親しい友人、家族と共にいる状況も加えて、本調査でも確認する。

文献[3]では、計110人の大学生を対象にした調査において、複数の友人、一人の親しい友人、家族のそれぞれと共にいる状況において、自発的にケータイを取り出した経験の有無を被験者に尋ねた。その結果、他の状況に比べて、複数の友人と共にいる状況での経験者の数が多い結果が出た。本調査では、この傾向が1600人を超えるネット調査においても検出されるかどうか確認する。上記の相関についても確認すると共に、併せて、経験者にその行為の理由を聞くことで、3つの状況の性質とその違いを明らかにしてゆく。

### 4.2 経験を尋ねる設問と印象との相関

第1次調査において、設問1-3に続いて以下のような質問を行い、同じ被験者らに自身の経験を尋ねた。設問の前に

”「ついケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作したくなる」とは、差し迫った必要がないのに自発的にケータイを取り出してディスプレイ画面を見ながら使用したくなることを指します。”

という注釈を付けた後に、以下のような質問を続けた。

- 設問4: あなたが複数の友人と会話中である場面を思い浮かべてください。これまで友人たちとの会話中に、「ついケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作したくなる」経験はありましたか?
- 設問5: あなたが一人の親しい友人と同席して会話中である場面を思い浮かべてください。これまで一人の親しい友人との会話中に、「ついケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作したくなる」経験はありましたか?
- 設問6: あなたが家族と会話中あるいは食事中である場面を思い浮かべてください。これまで家族との会話中に、「ついケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作したくなる」経験はありま

したか？

設問4から設問6までは、Yes/Noの2択の形式で答えを選択してもらった。設問4、5、6に対して、経験がある(Yes)と答えた被験者(括弧内の数値は、全被験者中の割合)は、それぞれ810名(48.4%)、540名(32.3%)、656名(39.2%)であった。設問6で「食事中」を加えているのは、設問3と同様である(設問9も同様)。設問4と設問6、設問6と設問5(経験者数の降順)のそれぞれについて、経験者/非経験者の間の割合の $\chi^2$ 検定を行った結果、いずれも0.1%の棄却率で、有意な差が検出された。

それぞれの(複数の友人、一人の親しい友人、家族と共にいる)状況において、被験者本人の経験と他者の行為への印象との相関の有無を確かめるため、表1から表3に示すクロス集計を行った(それぞれ、3.4節に示したその他グループに属した被験者は除いている。その他グループを併せて合計すると被験者数1673人に合致する)。3つの状況において、X、Y、Zへのグループ分けと被験者自身の経験との相関について $\chi^2$ 検定を行った。

表1. 複数の友人と共にいる状況における被験者本人の経験と他者への印象との集計表

	X	Y	Z
経験有り	267	249	246
経験なし	546	170	125

表2. 一人の親しい友人と共にいる状況における被験者本人の経験と他者への印象との集計表

	X	Y	Z
経験有り	170	147	184
経験なし	699	258	149

表3. 家族と共にいる状況における被験者本人の経験と他者への印象との集計表

	X	Y	Z
経験有り	185	117	322
経験なし	606	113	262

3つの状況とも、0.1%の棄却率で有意な相関が検出された。つまり、それぞれの状況において、被験者本人の経験と他者の行為への印象の間には、強い相関があることが示された。被験者達は、それぞれの状況において、他者の行為に対する印象を決める際に、自らの「ケータイのディスプレイを見る行為」の経験の影響を受けていることが示される。

#### 4.3 ケータイを取り出す理由

本調査でとりあげている3つの状況(複数の友人、一人の親しい友人、家族)の性質を明らかにするため、「ケータイのディスプレイを見る行為」の経験者に対してさらにその理由を尋ねた。設問4、5、6を「はい(経験がある)」と答えた被験者に、重ねて質問をしたため、それぞれ、810名、540名、656名から回答が得られた。何を理由にするかを、被験者自身の言葉で表現して貰いたいため、回答は自由形式とした。

- 設問7: 設問4で「友人たちとの会話中についてケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作しなくなった経験がある」と回答した方に伺います。その場面でなぜ使用しなくなったか、考えられる理由をお答えください。
- 設問8: 設問5で「一人の親しい友人との会話中に、ついケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作しなくなった経験がある」と回答した方に伺います。その場面でなぜ使用しなくなったか、考えられる理由をお答えください。
- 設問9: 設問6で「家族との会話中・食事中に、ついケータイのディスプレイ画面を見てケータイを操作しなくなった経験がある」と回答した方に伺います。その場面でなぜ使用しなくなったか、考えられる理由をお答えください。



#### 4.4 理由の分類と抽出

設問7, 8, 9 で得られた自由回答を分類する。進行中の会話に何らかの介入があった「外的な」理由、会話そのものの進行状態に起因する「内的な」理由、及び理由の明示性の無さから各回答を3つのグループに分類する。

- Pグループ:ケータイの時計機能や通信機能が会話の外部から介入したとする理由であるもの
- Qグループ:進行する会話の状態により、被験者自身がケータイを必要とした理由であるもの
- Rグループ:理由そのものが非明示的な文言からなるもの

Pグループの代表的な表現として、「時間が気になったから」「着信があったかも知れないから」「オークション(あるいはスポーツ)の結果が気になったから」などがある。Qグループは、感興の停滞を契機とするものをQ1グループ、感興の継続・発展を契機とするものをQ2グループの2つの細分類から構成する。Q1グループは、進行中の会話の内容を受け流して関与しないながらもその場を離れないために、あるいは会話の内容に対してネガティブな反応をするためにケータイを取り出す行動をとるグループであり、代表的な表現として「会話についていけなかったから」「話が面白くないから」がある。Q2グループは、逆に、会話の流れを継続させたり、付加的な情報を呼び出したり、あるいは「ネタ」的な感興を呼び起こすためにケータイを取り出す行動をとるグループである。代表的な表現として「話の流れで検索が必要になったから」「ケータイで撮った写真を見せなくなったから」「スケジュールを確認しなければならなくなったから」がある。Rグループは、「なんとなく」「くせ」「ケータイがあったから」などの表現がほとんどを占め、理由そのものが不明瞭であり、取り出した契機が非明示的なもののグループである。

#### 4.5 分類結果と分析

4.4節の基準に照らした結果、以下のような分類結果を得た。括弧内の数値は、順に設問7, 8, 9の被験者数である(各設問で全体数が違うため、百分率は計上していない)。設問7, 8, 9のそれぞれにおける各グループの分布を図6に示す。

- Pグループ : (503, 365, 405).
- Q1グループ : (137, 60, 97).
- Q2グループ : ( 80, 47, 36).
- Rグループ : ( 90, 68, 118).

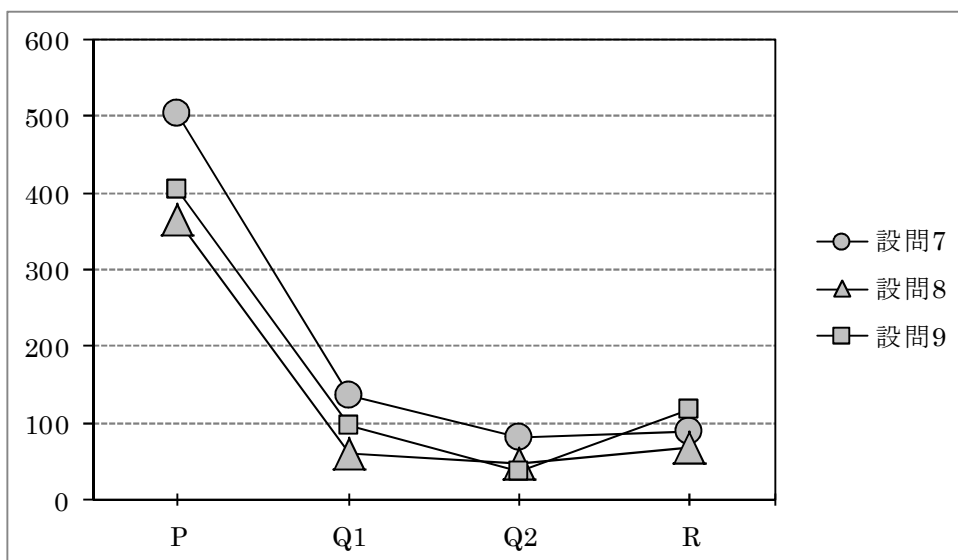


図6: 設問7, 8, 9におけるP、Q1、Q2、Rグループの分布

R グループに属する被験者の利用が、外的あるいは内的な契機で行われているのかが、不明なままであることから、P グループ、Q グループに属する被験者の人数が、そのままケータイ利用の実態を表しているわけではない。しかしながら、P グループ、Q グループの被験者は、親しい者と共にいる状況での自らの意図的なケータイ利用を客観的に捉えて記述することができた人々である。P グループ、Q グループの被験者数は、各状況の性質を捉える上では、一定の示唆をもたらさうと考えられる。以下では、設問 7-9 の回答者において、R グループを除き、P グループと Q グループの人数の割合を分析する。

Q グループに対する P グループの割合を設問 7, 8, 9 の間で比較する。 $(|P|, |Q|)_7=(503, 217)$  と  $(|P|, |Q|)_8=(365, 107)$ 、 $(|P|, |Q|)_7=(503, 217)$  と  $(|P|, |Q|)_9=(405, 133)$  について  $\chi^2$  検定を行った結果、それぞれの生起確率が 0.46%、3.39%と算出され、1%水準、5%水準で有意な差が検出された(|P|はPグループに分類される被験者の数、()末尾の添え字は設問番号を表す。以下同様)。つまり、設問7の複数の友人と共にいる状況は、設問8、設問9の状況に比べて、Qグループの割合が高いことが確認された。

また、Q1 グループに対する P グループと Q2 グループの合計との割合を設問 7, 8, 9 間で比較する。 $(|P+Q2|, |Q1|)_7=(583, 137)$  と  $(|P+Q2|, |Q1|)_8=(412, 60)$ 、 $(|P+Q2|, |Q1|)_8=(412, 60)$  と  $(|P+Q2|, |Q1|)_9=(441, 97)$  について  $\chi^2$  検定を行った結果、それぞれの生起確率が 0.41%、2.00%と算出され、1%水準、5%水準で有意な差が検出された(|P+Q2|はPグループとQ2グループの被験者数の合計を表す)。設問7と設問9の間では、有意な差は検出されなかった。つまり、設問7と設問9の2つの状況は、設問8に比べて、Q1グループの割合が相対的に高いことが確認された。

#### 4.6 考察

第1次調査において、親しい者の前でケータイのディスプレイを見た経験の有無について、被験者に尋ねた。また、その経験者にはケータイのディスプレイを見た理由を尋ねた。3つの状況(複数の友人と共にいる状況、一人の親しい友人と共にいる状況、家族と共にいる状況)において、被験者自身がケータイのディスプレイを見た経験の有無と、被験者自身がX, Y, Zグループに分類される分布の間には相関が見られた。つまり、ケータイユーザ達は、他者の「ケータイのディスプレイを見る行為」を観察する際に、自らの経験になんらかの影響を受けながら、その印象を受けていることが示される。つまり、「自分だってやっている」という意識のある被験者において、非許容の割合は下がり、許容する割合は高くなっている。

さらに、自らケータイのディスプレイを見た経験者にその理由を自由回答で答えてもらい、その自由回答の文言を元に分類を行った。理由を述べる文言について、会話の進行に対する「外的な」契機でケータイを取り出したか、進行中の会話の状態に起因する「内的な」理由でケータイを取り出したか、あるいはその理由が不明であるかの大きく3つに分類できた。内的な理由については、さらに2つに細分類を行った。分析の結果、複数の友人と共にいる状況において、内的理由でケータイを取り出す割合が相対的に高いことが確認された。また、内的理由の細分類の1つめである、会話の感興の停滞が原因となってケータイを取り出す割合が相対的に高いのが、複数の友人と共にいる状況と家族と共にいる状況の2つであることが確認できた。

親しい者と共にいる状況において、会話の感興の停滞は起こりやすく、また、ケータイの高機能化と提供されるサービスの高度化に伴って、会話の感興を継続・発展させるためにケータイを利用する機会は、今後ともますます増え続けると予想される。このような要因から、親しい者の前でケータイを利用する経験を持つ者が増えていくならば、4.2節の相関から、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対して、許容グループ、あるいは保留グループに属する者が今後とも増加することが推測される。また、4.5節で確認したように、本調査で取り上げた3つの状況(複数の友人、一人の親しい友人、家族)のそれぞれで、ケータイを自発的に利用する要因とその強さが異なっているならば、経験者の増加に濃淡が生まれやすくなり、結果として、状況を使い分ける人々をさらに生み出していくことになるだろう。3.5節に示したように、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象の持ち方は複雑化しているが、それは、このような3つの状況のそれぞれの性質の違いが反映していることを本章の分析は示唆するのである。

### 5. 「質問すること」の影響

#### 5.1 予備調査から

3章で求めた各グループの割合は、2009年7月当時の被験者達により得られたが、人々の感覚の変化は常に起こっており、安定的なものではない。アンケートをはじめとした各人の行動や思想に関する質問調査は、時にその回答者の客観視や自省を促し、その考え方に影響を及ぼすことがある。

文献[4]でも記したように、これまでの学生への様々な予備調査の事後において、少なからぬ学生達が、他者の「ケータイのディスプレイを見る行為」についての見方が変わり、自らの行為を反省的に行うようになったと述べている。文献[4]では、2度のアンケート質問を行い、複数の友人と共にいる状況での「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象が変化し得ることを示している。Xグループ（文献[4]内ではAグループと記載）の被験者数が減少し、Yグループ（文献[4]内のB、C、DグループとEグループの一部の合計）の被験者数が増加することが確認された。但し、文献[4]では、被験者が大学生に限られており、また、アンケート実施は大学の教室において教員（中村）によって行われた。また、大学生の被験者に自らの経験に対する意識を促して、自らの行為を客観視させるために、各自のケータイ利用について記録して提出させるプロセスを導入した。このような特殊な調査環境において、ごく短期間（3週間）で、一部の被験者の印象の変化を検出することができたのである。また、この時に調査されたのは、本調査の設問1にあたる複数の友人とともにいる状況についてだけである。

よって、文献[4]の予備的な知見を補完しつつ、欠落した2つの状況の質問を行って、一般的な議論の俎上に乗せる必要がある。本章では、第1次調査に参加してくれた被験者の一部に対して、約2ヶ月後に追跡的な第2次調査を行い、同一の文言で再び設問1から設問3までの質問を問いかけた。第2次調査の参加者は全て第1次調査の質問に一度は答えている被験者であるため、第2次調査の質問に答える際に、彼（女）らは、第1次調査の質問に答えたことのなんらかの影響を受けていると見込まれる。この影響による変化を捉えて以下に分析する。

## 5.2 第2次調査概要

3章で行った調査について、約2ヶ月後にもう一度同じ調査を企画した。再びgooリサーチを活用してアンケート調査を行った。今回の調査は、2009年9月1日から9月4日までである。調査開始日、第1次調査に回答してくれた同じリサーチモニターだけにアンケート依頼を電子メールにて送信し、回答を要請した。30円相当の謝礼（会員ポイント供与）を支払う条件は第1次調査と同様である。上記の期間中に、第1次調査の被験者1673人の内、539人から回答を得ることができた（3章と同様に被験者と呼称する）。設問1から設問3まで、第1次調査と同じ文言を用いて行った。これらの設問の前には、以下のコメントを注釈として記述した。

“以前に同じような質問を行っております。今回の質問では、以前に書いたお答えと内容が違っても、全く構いませんので、現在の率直な印象に基づいてお答え下さい。”

つまり、教員による説明や立ち会いがある場での学生による予備調査と異なり、第2次調査の被験者は、第1次調査の2ヶ月後に、アンケート依頼のメールと上記の注釈を読んだだけであり、殊更に特殊な環境にあったわけではない。第2次調査の被験者539人の平均年齢は、42.8歳（注3）で、男女比は278:261である。年齢層の構成は以下の通りである。

● M1層(男性、20-34歳) : 73名	F1層(女性、20-34歳) : 78名	計151名
● M2層(男性、35-49歳) : 117名	F2層(女性、35-49歳) : 98名	計215名
● M3層(男性、50歳以上) : 88名	F3層(女性、50歳以上) : 85名	計173名

## 5.3 第2次調査の結果

第2次調査における設問1から3の回答について、それぞれの文言を元にして、同様に被験者を各グループ(X、Y、Z及びその他グループ)に分類した。3つの状況における全体の傾向を図7、各グループに於ける平均年齢を図8、各グループの男女比を図9に呈示する。

また、第2次調査に参加してくれた539人の被験者のみから再構成される第1次調査の結果を第1次調査-Subと呼称する。設問1（複数の友人と共にいる状況）における第1次調査-Subと第2次調査の比較を図10に、設問2（一人の親しい友人と共にいる状況）における比較を図11に、設問3（家族と共にいる状況）における比較を

図 12 に呈示する。

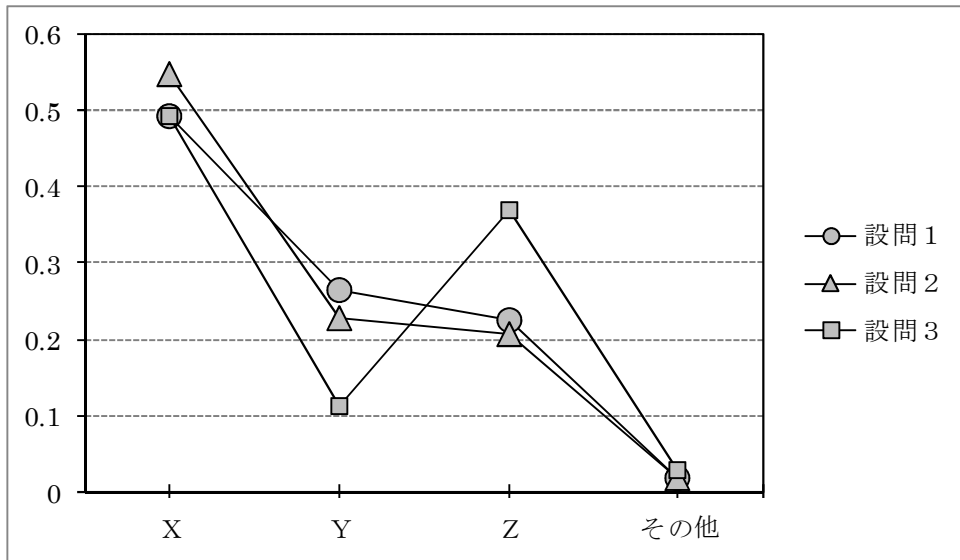


図 7 : 設問 1-3 までの X、Y、Z グループの分布 (第 2 次調査)

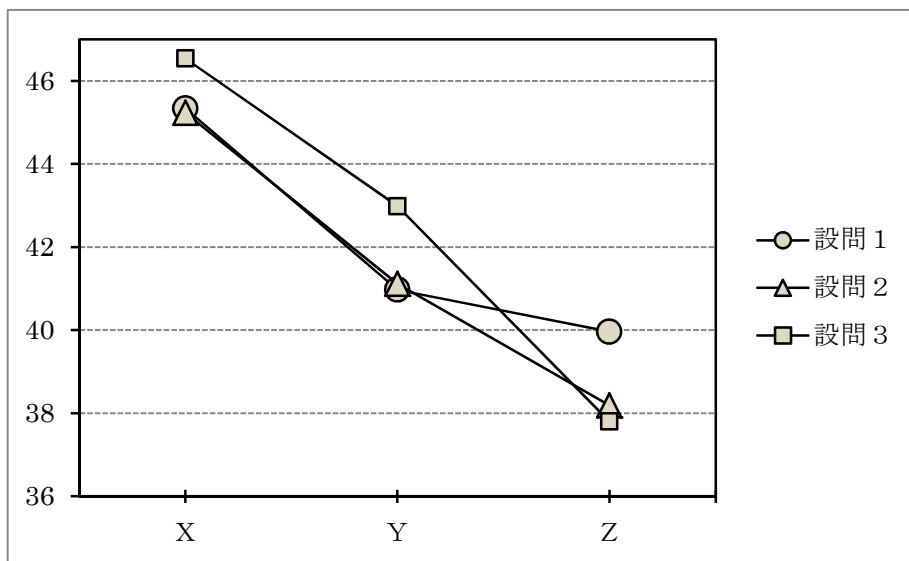


図 8 : 設問 1-3 までの各グループの被験者の平均年齢 (第 2 次調査)

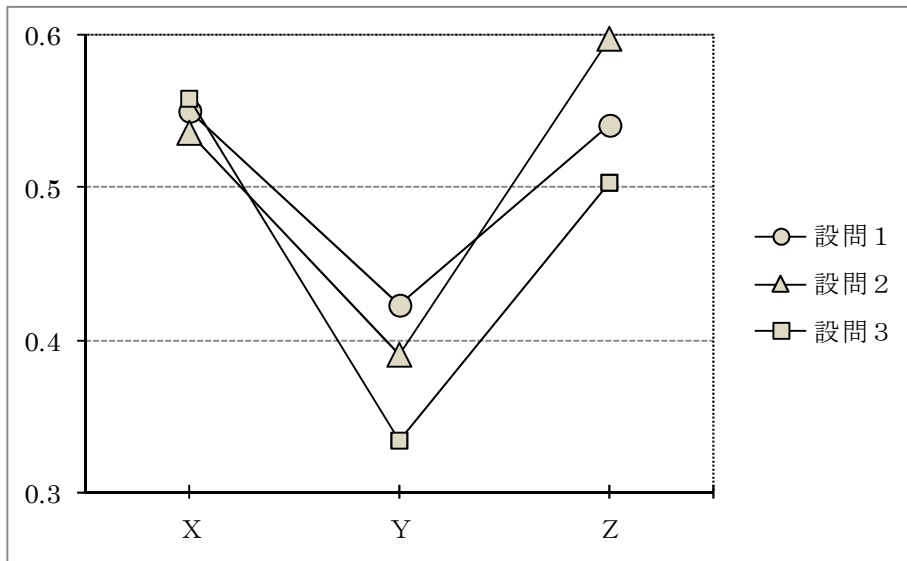


図9：設問1-3までの各グループの被験者の男性比(第2次調査)

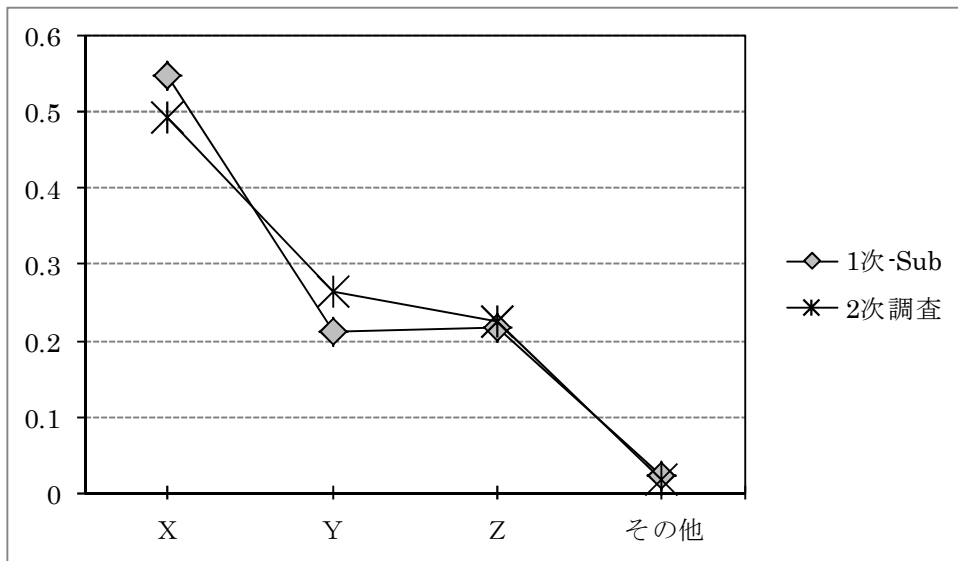


図10：設問1における第1次調査-Subから第2次調査への変化



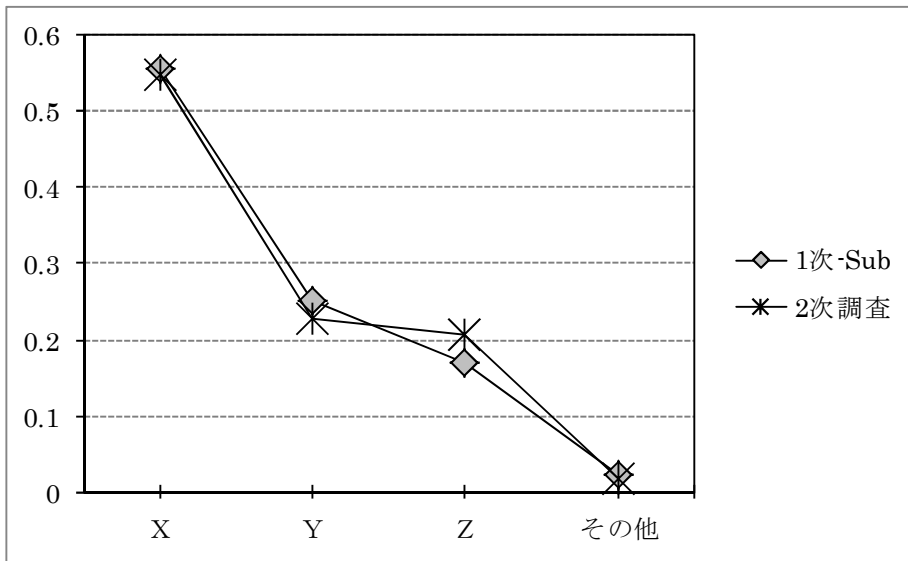


図 11：設問2における第1次調査-Sub から第2次調査への変化

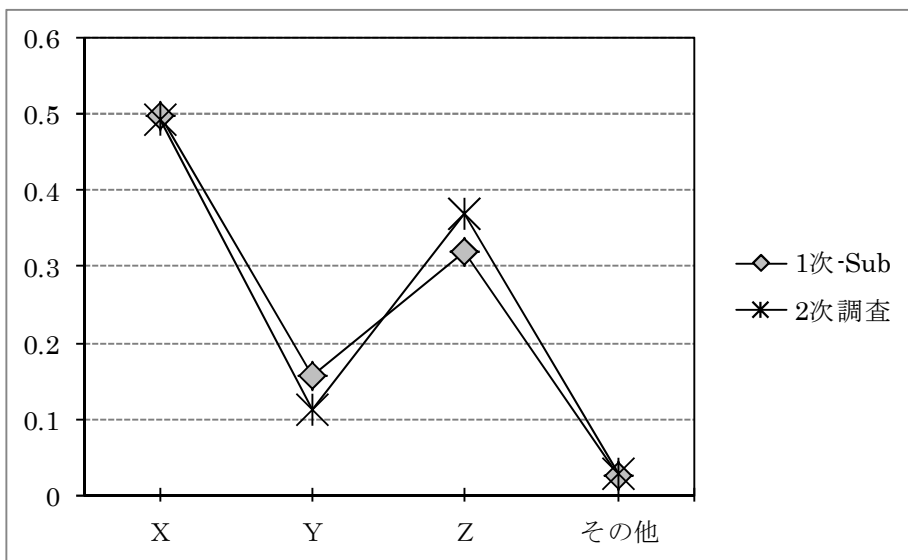


図 12：設問3における第1次調査-Sub から第2次調査への変化

#### 5.4 質問後の変化

図 10 に示すとおり、設問 1 における X グループは、第 2 次調査において若干の値の増減が見られる。この変化を検証するため、第 1 次調査-Sub における X グループと非 X グループの比  $(|X|, |\sim X|)_1 = (295, 244)$  と、第 2 次調査における  $(|X|, |\sim X|)_2 = (265, 274)$  について、 $\chi^2$  検定を行った。 $(|\sim X|$  は X グループに属さない被験者の総数を表す。以下同様)。その結果、生起確率=6.74%と算出され、両者の間に 10%水準で有意な差がある傾向にあることが確かめられた。また、同様に、第 1 次調査-Sub における  $(|Y|, |\sim Y|)_1 = (114, 425)$  と、第 2 次調査における  $(|Y|, |\sim Y|)_2 = (142, 397)$  について、 $\chi^2$  検定を行った。その結果、生起確率 4.51%と算出され、両者の間に 5%水準で有意な差が検出された。Z グループにおいては、統計的に有意な変化は検出されなかった。つまり、設問 1 における複数の友人と共に居る状況においては、X グループに減少する傾向が見られ、Y グループが増加したことが確かめられた。

設問 2 における X, Y, Z グループは大きな変化は認められず、統計的に有意な変化は検出されなかった。

図12に示すとおり、設問3におけるYグループは、第2次調査において若干の値の増減が見られる。この変化を検証するため、第1次調査-SubにおけるYグループと非Yグループの比 $(|Y|, |\tilde{Y}|)_3=(84, 455)$ と、第2次調査における $(|Y|, |\tilde{Y}|)_3=(60, 479)$ について、 $\chi^2$ 検定を行った。その結果、生起確率=3.17%と算出され、両者の間に5%水準で有意な差が検出された。同様に、第1次調査-Subにおける $(|Z|, |\tilde{Z}|)_3=(172, 367)$ と、第2次調査における $(|Z|, |\tilde{Z}|)_3=(199, 340)$ について、 $\chi^2$ 検定を行った。その結果、生起確率8.35%と算出され、両者の間に10%水準で有意な差がある傾向にあることが確かめられた。Xグループにおいては、統計的に有意な変化は検出されなかった。つまり、設問3における家族と共にいる状況においては、Yグループが減少し、Zグループに増加する傾向があることが確かめられた。

## 5.5 考察

一般的なWeb調査においても、「ケータイのディスプレイを見る行為」についての質問をすること自体の影響が見られるかどうかを確かめるため、3章で行った調査の後に、一部の被験者に対して、追跡的な第2次調査を行い、その結果を比較した。その結果、設問1、つまり、複数の友人とともに居る状況においては、非許容グループに減少する傾向が見られ、保留グループでは増加していることが確認された。許容グループでは大きな変化は見られなかった。複数の友人と共に居る状況では、文献4の予備的調査でも見られた知見であるが、今回は、一般的なインフォーマントに対するWeb調査の繰り返しだけで、影響が検出されることが確認された。また、設問2、つまり、一人の親しい友人と共にいる状況では、特に大きな変化はなく、統計的な知見は得られなかった。さらに、設問3、つまり、家族と共にいる状況については、保留グループの減少が確認され、許容グループが増加する傾向が見られた。非許容グループには大きな変化は見られなかった。

設問1と設問3、つまり、複数の友人と共にいる状況と家族と共にいる状況における変化は、有意な変化、あるいはその傾向にあることが確認された。「質問すること」の影響の有無を検出した結果、「ケータイのディスプレイを見る行為」を意識することが、ユーザの持つ印象を許容あるいは保留へと変化させていく傾向が見られた。但し、この変化においても、親しい者と共にいる3つの状況において、その効果に濃淡があることが示された。3つの状況は異なる性質を持ち、ケータイ利用において、その影響を及ぼしていると考えられる。

## 6. 総合考察

### 6.1 調査のまとめ

ケータイ端末の普及と利用方法の多様化により、ケータイは、人々の人間関係の形成・維持に複雑に関与している。かつて、親しい者の前でケータイを取り出すことが失礼であった時期を経て、現在では、親しい者の前で「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象は幅広く多様化している。

3章の調査では、その多様化の実態にアプローチするため、1673人の被験者を対象に、アンケート調査を行った。親しい者と共に居る状況を大きく3つ（複数の友人、一人の親しい友人、家族）に分けて、その状況において、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象を元に3つのグループに分類した。3つのグループに分類した結果、その印象をほとんど網羅的に捉えることができるようになり、人々の持つ印象についての大まかな全体像が明らかになった。3つの状況に共通して、非許容グループが多かったが、家族と共にいる状況では、他の状況よりも許容グループが多かった。また、平均年齢が、許容、保留、非許容の各グループの順に高くなっているため、時間の経過と共に、許容グループ、保留グループの割合が、今後増加することが予想される。さらに、共にいる相手によって状況を使い分ける者も存在し、さらに、状況の使い分け方が正反対になる人々も相応に存在した。この行為に対する対応の仕方は複雑化していると言って良いだろう。

4章では、被験者自身による、親しい者と共にいる状況での自発的なケータイ利用の経験について質問した。親しい者の前で用もないのにケータイを利用した経験者と、その状況において他者の「ケータイのディスプレイを見る行為」に対して被験者自身が持つ印象との間には、強い相関が見られた。また、その経験者に理由を尋ね、その理由に基づいて、経験者を3つのグループに分類した。その分布の偏り方から、親しい者と共に居る状況を改めて分析して、その特徴を明らかにした。親しい者と共にいる状況において、会話の感興の停滞に起因して、あるいは、会話の感興の継続・発展を意図して、ケータイを自発的に利用する経験者は増加していくことが予想される。そして、利用経験と印象の間に相関があることから、経験者の増加は、「ケータイのディスプレイを見る

行為」に対する許容グループや保留グループの増加を伴うことが示唆される。そして、その要因の強さに濃淡があることから、状況を使い分けるユーザを生み出していく原因になっていることが帰結される。

5章では、3章での調査の被験者の一部に対して、追跡的な調査を行った。3章でのアンケート実施の約2ヶ月後、再び同じ文言で質問を行った。539人の被験者が回答し、2ヶ月間の変化を抽出した。その結果、複数の友人と共にいる状況では、非許容から保留へ変化する傾向がみられ、また、家族と共にいる状況では、保留から許容へ変化する傾向が見られた。「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象に関して、この行為を意識することの影響の効果が、この2つの状況において検出されたが、一人の親しい友人と共にいる状況では、検出されなかった。これら変化傾向の有無は、親しい者と共にいる3つの状況の性質を反映していると考えられる。

「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象は、平均年齢の分布(3章)、自らケータイを取り出す経験(4章)、「ケータイのディスプレイを見る行為」を意識すること(5章)、のそれぞれの観点から、許容、あるいは保留する態度へ変化しつつあることが示された。3章で得られた結果の内、許容グループにおいて、家族と共にいる状況の割合が他の2つの状況よりも顕著に高いこと、保留グループの女性比が高いことについては、未解決のままであり、今後の課題である。

## 6.2 3つの状況の性質

親しい者と共にいる3つの状況における「自発的にケータイを取り出す行為」について、そのメンバーの固定性/非固定性、さらにその会話が行われやすい場所の影響について、4章を踏まえ、さらに考察しよう。

進行中の会話が、ケータイを取り出す原因になりやすいのはなぜだろうか?一般に、家族のメンバーは固定的であり、対面する一人の親しい友人は自分で選ぶことが可能であるが、複数の友人が同席する状況では、メンバーは固定的ではない。つまり、複数の友人と共に居る状況とは、馴染みの少ない者が混じることがたびたび起こりやすい状況である。馴染みの少ない人と共に居る環境では、自分に関係ない、あるいは理解不能な話題が会話にのぼりやすい。実際、そのような話題が長時間続くことも往々にしてあるだろう。複数の友人と共に居る状況とは、家族や一人の親しい友人と共にいる状況に比べて、会話の流れからの疎外感が訪れやすいのである。また、逆に、家族と共に居る状況とは、メンバーがほとんど固定的であり、新しい展開や発展が訪れにくい状況でもある。全く理解不能な話題が上りにくい反面、新しい展開や発展が期待できる話題が次々と巡ってくる可能性もまた乏しいであろう。つまり、家族と共に居る状況とは、会話における感興の停滞が訪れやすい状況である。

中村[9]は、進行中の会話が芳しくない時、すなわち、会話の内容が理解不能な場合や退屈な時などに、「ケータイのディスプレイを見る行為」が利用されやすいことを指摘した。つまり、会話の流れからの疎外感が訪れた際にその話題の収束を待つために、または、会話における感興の停滞が訪れた際に退屈さを埋めるために、ケータイを取り出す可能性が高くなると考えられる。4.5節でのQ1とP+Q2グループ間の分析結果が裏付けられる。

また、会話の感興を継続・発展させるためにもケータイが利用される場面がある。ケータイの情報検索機能、画像のビューワ機能、過去のデータの蓄積機能が進行中の会話に必要な場合である。これら、検索結果、画像、内蔵データなどを会話相手に見せる行為は、そのまま非言語コミュニケーションとしても機能する。中村&大江[5]は、「ケータイのディスプレイを”見せる”行為」が非言語コミュニケーションとして、対人関係の中で機能しつつあり、その表示内容以上に肯定的な印象を持って受け入れられやすい現状を指摘した。この非言語コミュニケーションが対人関係を円滑にする効果を持ちつつあるならば、ケータイが持ち出される頻度は今後も高くなることが推測される。

とりわけ、既にある程度関係の強い家族や一人の親しい友人よりも、今後の関係を強くしていくべき複数の友人と共にいる状況で、「ケータイのディスプレイを”見せる”行為」は、その効果を発揮しやすいだろう。また、複数の友人と共にいる状況は、一人の親しい友人や家族と共にいる状況に比べて、その場所が自宅外である頻度が高いと考えられる。つまり、パソコンやLAN設備を備えていない環境にある場合が多いだろう。よって、何らかの情報検索を行う場合や、自分の持つ情報を会話相手に呈示するには、ケータイを用いる頻度が相対的に高くなるだろう。複数の友人と共にいる状況では、その場所の制約から、一人の親しい友人や家族に比べて、ケータイを用いる可能性が高くなることが考えられる。4.5節でのQとPグループ間の分析結果が裏付けられる。

以上、メンバーの固定性/非固定性と場所の制約の観点から、ケータイを自発的に取り出す行為について、それぞれ3つの状況を分析した。これら各状況が持つ性質の違いは、ケータイのない時代には明示的に考察する契機が乏しかったと推測されるが、ほとんどの人がケータイを持ち歩く現代においては、各状況それぞれの違いが、人々の行動を伴って、目に見える形で直接顕現するようになってきていると言えるだろう。無論、これらの行動は、外部観察者や調査者にだけでなく、会話の当事者達にも目に見える形で表れるため、そのコミュニケーションに

少なからぬ影響を与えるだろう。非言語コミュニケーションとしての「ケータイのディスプレイを見る行為」あるいは「ケータイのディスプレイを“見せる”行為」は、ますます頻繁に使われるようになり、その役割と効果が日常生活に組み込まれていくことになるだろう。

### 6.3 非言語コミュニケーション論の構築に向けて

「ケータイは便利な道具ですが、本当に大事なものは、目の前の人とのコミュニケーションです。」これに類する発言は、かつての2000年代のケータイ利用講習などにおける常套句であった。駅、雑踏、交通機関、ファミリーレストラン、ファーストフード店などにおいて、ケータイの画面を見ながら、あるいは、その画面をみせながら談笑する現代の人々の中には、この言葉に首をかしげる人もいるだろう。目の前の人を大事にしているからこそ、まさにその場でケータイを取り出す場合もあるからだ。目の前に親しい人がいる状況において、ケータイを取り出したくなる、または、ケータイを取り出してしまう人々の心を考慮しない考え方は、2010年代では実効性を持たないだろう。本稿で見てきたとおり、親しい人の前でケータイを取り出した経験のある人は相応に存在しており、それが、進行中の会話への外部からの介入ではなく、まさに進行する会話の状態に起因して意図的に行われる場合も少なからず存在するのである。

その一方で、ケータイがますます便利になり、多機能化し、日常生活に根付いている現状を踏まえ、許容グループの回答に多く見られるように、ケータイを人前で出すのは既に当たり前である、という考え方も可能である。しかしながら、依然、非許容グループに属する人が多いことを考慮するならば、「便利であること、多機能化していること、日常に根付いていること」と、「他者の前でケータイを出すこと、あるいは自分の目の前でケータイを出されること」の間には、超えるべき障壁があると見て良いだろう。このような障壁があるのが当たり前とする非許容グループと、障壁に対して保留的な態度をとる保留グループと、障壁がないのが当たり前とする許容グループが、それぞれ相応に存在している。状況によって、対応を変化させるのが当たり前の人々も少なからず存在する。ケータイがほとんどの人に普及した現代とは、このように異なる「当たり前」が混在することを意味するのである。

本稿では、「ケータイのディスプレイを見る行為」に対して、許容グループ、あるいは保留グループの増加傾向があることを指摘した。この傾向がそのまま続くのであれば、異なる「当たり前」の混在は、いずれ解消することになるが、この障壁はこのような楽観を許さないと推測する。このような障壁をどうしても越えない人々、年齢を経て初めてこの障壁の意味を知る人々が存在し、さらに、この障壁を越えられないような人間関係が相応に存在するならば（例えば、職場の上司-部下のような、上下関係のはっきりした権力関係においては、部下の側は、上司の前で様々な立ち振る舞いや行動が制約される [10]）、許容グループ、保留グループの増加傾向にも、いずれ歯止めがかかることになり、異なる「当たり前」の混在は継続することになるだろう。この点についても、分析の対象として明らかにしていくことが今後の課題である。

異なる「当たり前」が混在することは、例えば、我々の近所に住まう隣人達が、会話中のケータイ利用に関して、異なる考え方を採用している可能性を意味する。彼(女)らと接するとき、何気なくケータイを取り出してしまふことが思わぬ失態を招き得るのである。ケータイは便利で多機能で日常生活に根付いていると云われながらも、隣人達とのコミュニケーションをこれまで以上に困難にする可能性を伴っている。ケータイが広く普及したモバイル社会とは、このような側面を併せ持つことをここでは指摘しておこう。

本稿で示したとおり、親しい者の前で行う「ケータイのディスプレイを見る行為」に対する印象の持ち方は複雑化しており、また、今後も変化していくだろう。「当たり前」とする考え方が正反対の人々、状況を使い分ける人々が混在する現在、お互いに理解し合うためにも、非言語コミュニケーションとしての「ケータイのディスプレイを見る行為」並びに「ケータイのディスプレイを“見せる”行為」の理論を整備して体系化する必要がある。本稿の調査結果と考察は、その基礎的な知見となることが期待される。

#### 注

(1)本調査では、設問3の家族と共に居る状況において、「会話中」のみならず、あえて「食事中あるいは会話中」という広い条件設定を施した。食事中のケータイ利用は控える、というマナーが徹底されていけば、本調査での設問3の許容グループの割合は、相対的に低くなると予想されるが、調査結果は、逆の傾向をもたらしている。設問3のZグループの割合は、設問1、設問2のそれよりも高くなっている点に注目されたい。

(2)本調査は、調査会社を活用したネット調査であるため、被験者にバイアスがある。数値や割合そのものが、実



際の社会の状況を表すわけではないことは、予め踏まえておく必要がある。

(3)厳密には、第1次調査時より約2ヶ月経過しているため、一つ年齢が上がった被験者も存在する。平均の集計と年齢層の表では第2次調査時のデータを採用している。

[参考文献]

- [1] 電気通信事業者協会HP, <http://www.tca.or.jp/japan/database/daisu/index.html> (2012/06/07 参照).
- [2] モバイル社会研究所:『ケータイ社会白書2011』, p.20, 中央経済社, (2011).
- [3] 中村隆志:“親しい者で行う非言語コミュニケーション「ケータイのディスプレイを見る行為」とその多様化”, 情報コミュニケーション学会誌, Vol.4, No.s1&2,, pp.4-9, (2008).
- [4] 中村隆志, 大江宏子:“非言語コミュニケーション「ケータイのディスプレイを見る行為」における「気づき」の効果”, 情報文化学会誌, 16(1), pp.31-37, (2009).
- [5] 中村隆志, 大江宏子:“もうひとつの非言語コミュニケーション「ケータイのディスプレイを”見せる”行為””, 情報文化学会誌, Vol.17(1), pp.11-18, (2010).
- [6] 尾木 直樹&鈴木 弘輝:<魔のない世界>からの追放/解放: 特別対談: 子どもの携帯電話利用について, モバイル社会研究所公式HP, <http://www.moba-ken.jp/communication/taidan0903.html> (2011/12/30 参照).
- [7] 三村 忠史他:『デジタルネイティブ-次代を変える若者たちの肖像』, 日本放送出版協会, (2009).
- [8] 中村隆志, 大江宏子:“モバイル広告・ケータイサイトに関する口コミ経路の調査 -「ケータイのディスプレイを見せる行為」の活用-”, 情報通信学会誌, Vol. 27-3 (92), pp.117-130, (2009).
- [9] 中村隆志:“非言語コミュニケーションとしての「ケータイのディスプレイを見る行為」”, 情報文化学会誌, 14(1), pp. 31-38, (2007).
- [10] V. P. リッチモンド, J. C. マクロスキー:『非言語行動の心理学』(山下耕二:編訳), 第11章(職場での人間関係), pp. 215-233, 北大路書房, (2006).

中村 隆志 (なかむら たかし)

1993年神戸大学自然科学研究科修了、学術博士。1994年広島市立大学情報科学部助手、1995年新潟大学人文学部助教授、2010年新潟大学人文社会・教育科学系教授(現職)。

(2012年11月30日受理)