

ケータイメールに現れる顔文字の効果

藤 沢 綾 乃

(1) 序論

携帯電話やインターネットでメールやメッセージをやりとりする場合に、文章（文字）の他に、テキスト（通常の文字や記号）を用いて絵や感情を表現する方法に絵文字、もしくは顔文字がある。この顔文字に関して、高木（1993：87）は、顔文字の機能には(1)高次表意や推意を方向づけるコンテキスト化の機能、(2)相手の対面について調整・維持を図る機能、(3)自己の対面について調整・維持を図る機能の3つがあると分析している。現代人はこの3つの機能を意識せず自然と理解しているように感じる。これは、現代人、特に若者世代にとってケータイは日々の生活にとって欠かせないものとなってきたため、友好的な人間関係を構築するために必要であり、自然と適応してきたものであると考える。また若者世代にとってケータイは単なる通信手段だけではなく、思い出の写真や音楽、大事な人からのメールなどを保存しており、このことから、井上他（2007：91）は「若い世代の人々のケータイは、その所有者のアイデンティティと強く結びついている。」と述べている。この若者世代にとって重要なケータイから発せられるメールで円滑にコミュニケーションを図ることは人間関係を構築していく上で重要であり、そのためにも相手のコミュニケーションスタイルを知ることが必要であると考えられる。

以前、筆者はメールに使用される顔文字の意味が理解できないことがあった。これでは顔文字に込められた相手の感情を読み取ることが出来ないということになり、送受信者間でディスコミュニケーションが生じていることになる。また、メールに顔文字や絵文字がないことによって送信者は怒っていると感じたことがあったが、相手はわかりやすく要件のみを書いた、という相手の思いやりであるという場合もあった。このような経験から本稿は、顔文字に関する実態と認識を調査し、ディスコミュニケーションを回避する方法を探ることを目的とする。

(2) 先行研究と本研究の位置づけ

本稿では、ケータイで使用する顔文字を取り上げ、顔文字の使用実態や効果について調査していく。また調査対象は大学生・大学院生とする。調査対象を限定する理由として、井上（2007）は、若者世代の人々はメールを消息確認のためではなく、親しい人との関係をより強化するために用いている。また相手を拘束する程度が低いメールは、通話よりも適したコミュニケーションであると述べている。このことから、日頃からメールにおけるコミュニケーションを重要視しているのは若者世代が最も強いと考える。また大学生・大学院生の人間関係は学内に留まらず、アルバイト先や他大学、母校といった幅広いネットワークを持っているため、ケータイメールの重要度と多様性が高いと考えられるからである。

先行研究には顔文字はメッセージの雰囲気や和らげ、相手との親密度を高める（川浦1990）というものがある。また中丸（2005：91）はネガティブな感情表現を目的とした顔文字とポジティブな感情表現を目的とした顔文字を用いて、その時の顔文字に関する信頼度を調査している。しかし、この調査ではネガティブやポジティブと感じる文章が付いていることが前提とされており、文章の内容に大きく左右されている。これでは文章が曖昧だった場合、顔文字の読み取りができないために相手の意図が読みとれなかったのか、それとも文章が曖昧だったために相手の意図が読みとれなかったのかかわからないという問題がある。そこで今回は文章と顔文字を切り離し、顔文字単体で見た場合の解釈を調査し、今回の調査目的であるディスコミュニケーションの回避方法を探っていくこととする。

(3) 調査概要

調査概要は以下の通りである。

調査方法 選択・記述式アンケート

調査項目 メールの使用率、顔文字の使用率、メールを送る相手、メールでのやり取りの間で感じたことのあるもの、メールの内容、顔文字の読解の全11項目。

調査対象 フェリス女学院大学の日本語教授法の授業を受講している学生、及び友人と他大学の大学生・大学院生、103名で、平均年齢は20歳（18歳～43歳）であった。

調査時期 2011年10月、女性65名、男性38名

(4) 調査結果

4-1 メールと顔文字の使用について

メールの使用調査(Q1)を行ったところ、100%の人が使用していると回答した。また顔文字の使用調査(Q2)及び、()文字の使用調査においてもそれぞれ98.2%、89.3%の人が使用しているという回答結果を得た。このように顔文字の使用と(笑)のような()文字の使用についての調査では約9割が使用するという結果が得られた。しかし、現在のケータイ電話やインターネットで使用されている顔文字は実に様々な種類があり、ケータイ電話にもともと登録されている以外の顔文字をわざわざダウンロードして使用している人も多く見られる。そこで、どの位の人が既存の顔文字以外を使用しているのかを知るために、Q4(もともとケータイに保存されている以外の顔文字を使用しますか)という質問を行った。

Q4から、89.3%がわざわざ顔文字をダウンロード、または登録をして使用していることがわかった。もともとケータイ電話に登録してある顔文字は平均して50種類である(スマートフォンを除く)。これは決して少ないわけではなく、また全種類を皆が使いこなしているわけではないだろう。では何故新しい顔文字を使用するのか。この疑問を解決するために、Q4で使用する と回答した者にQ5(保存されている以外の顔文字を使用するのはなぜですか)という質問を行った。

Q5の結果には男女差が見られた。女性では「かわいいから」が60%、次いで、「より自分の感情にあう顔文字を使いたいから」が57.1%、「既存のものだけではつまらないから」が50%という順に多かった。これに対し、男性は「自分らしさを表現したいから」が58.6%、次いで「既存のものだけではつまらないから」が48.3%、「より自分の感情にあう顔文字を使いたいから」が31%という順に多かった。これは女性の場合、メールを送る相手にどのように思われたいかという意識が先行して、文面を明るく、また可愛らしくアレンジするという行動がとられていると考えられる。これに対して男性は、メールを送る相手に自分はこういう人間であるというものや感情を正確に伝えることを意識しているのではないかと考えられる。そして共通して言えることは、自分の感情に合った顔文字をメールに添付するとなると50種類位では足りないということである。

Q1~Q5の質問結果によって、大学生はメールを送信する際に、より相手に伝わり易い方法を求めていることがわかった。そして、それはより細かい感情を伝えるためと、自分らしさを伝えられる手段を日々模索していることが窺われ、コミュニケーションツールとしてのメールは非常に大きな役割を担っていると言える。

4-2 メールを送る相手について

若者がどのような相手にメールを送り、顔文字を付けたメールは誰に送信しているのかを知るため、Q6（普段からメールを送る相手について）とQ7（顔文字を付けたメールを送る相手について）の2つの質問を用意した。この結果は男女ともに100%が友人に対してメールを送っており、顔文字を付けたメールを送る相手も友人が全体の87.4%に上った。また普段から恋人にメールを送ると回答している者のほぼ全員が恋人に顔文字付きのメールを送っていると結果を得た。その次に後輩に顔文字の付いたメールを送っていることがわかり、目上の人には顔文字がついたメールは送りにくいことが判明した。Q6とQ7で男女差が現れたのは「親」の項目である。女性の場合、75.4%が親に普段からメールを送っており、61.5%が顔文字のついたメールを送っている。これに対して、男性の場合、普段から親にメールを送っている人は18.4%にしかすぎず、絵文字がついたメールを送っている人は2.6%にしか満たなかった。このことから男性は親とある一定の距離を保っていることが窺われた。

4-3 顔文字に対する意識

2011年現在、学生である者はどのような意識のもと顔文字を使用しているのかを調べるため、8つの質問項目を用意し、意識調査を実施した。8つの項目は以下の通りである。

- (1) 「(^) や m(_)_m などの顔文字はふざけた感じがして失礼だと感じたことがありますか。」
- (2) 「(^) や m(_)_m などの顔文字を見ると、発信者への親しみを感じますか。」
- (3) 「メール作成時に顔文字（絵文字を含む）をつけるか迷ったことがありますか。」
- (4) 「メールに顔文字（絵文字含む）がないために、送信者は怒っていると感じたことがありますか。」
- (5) 「怒っていることを表現するために顔文字をつけないことがありますか。」
- (6) 「顔文字をつけた方が自分の感情をつたえやすくなると思いますか。」
- (7) 「顔文字をつけると相手との親密度を高めることが出来ると思いますか。」
- (8) 「絵文字があることで相手のことを気持ち悪いと思ったことがありますか。」

(1)は「ある」が全体の17.5%、「ない」が75.7%に上った。「ある」と回答した者は、先輩やバイト先の上司といった目上の人にメールを送る際の顔文字は失礼だと感じている。また受信者が目上の人でなくても真面目な内容である時や、謝罪文を送る際は、顔文字は避けて失礼のないように気を配っていた。

(2)は「ある」が全体の85.4%、「ない」が7.8%、「わからない」が6.8%であった。この結果から、顔文字の使用は、自己と相手の対面を調整・維持する機能を担っていることがわかった。例えば、送信者から m(_ _)m や (>_<) といった顔文字の付いたメールが送られてきた場合、受信者側に負担をかけることへの申し訳なさをはのめかすことができる。また (^O^) とした顔文字が送られてきた場合、受信者への共感や感謝、親近感をほのめかすことができるため、メールの受信者は送信者に親近感を感じるのである。自由記述からも何気ない普段のメールから意識的に顔文字を使用し、相手に冷たさや自分との距離を感じさせないように配慮していることが窺われた。また文字だけでは誤解を招いてしまう可能性がある文章でも、こういった顔文字の使用によって、ディスコミュニケーションを回避することができる可能性があることがわかった。

(3)に対して、「ある」は68%、「ない」が31.1%、「わからない」が0.9%であった。「ある」と回答した者は、先輩やバイト先の上司、教授といった目上の人に対して、メールを送る際は顔文字をつけるかを迷っていた。また例外として、親しくない人にメールを送る時は顔文字を付けるか迷ったことがあることがわかった。つまり、メールの顔文字を付けるかどうかは目上の人という区切りではなく、相手との距離が関係あり、距離があればあるほど顔文字や絵文字は添付しにくいということであると考える。

(4)は全体の66%、男性の78.9%が「ある」と回答した。「ない」は30.1%、「わからない」が3.9%であった。この顔文字がないために送信者は怒っていると感じる時には、返事がいつもより短文であることや、顔文字を多用する人が急に顔文字を使わないという条件が必要であるということがわかった。このことから受信者は送信者である相手一人ひとりのメールのスタイルを把握しているということが窺えた。

(5)は「ある」と「ない」の回答率は同じで47.6%、「わからない」は4.8%であった。あると答えた者の多くは怒りを文章にして直接的に伝えるのではなく、顔文字を付けないということをメッセージにして間接的に怒っていることを伝えたい、とする意見が多く見受けられた。

(6)は「ある」が90.3%、「ない」が5.8%、「わからない」が3.9%という回答結果となった。自由記述にはどのようなメールの内容でも顔文字があると感情が伝わりやすくなり、また同時に読み取り易くなるとしていた。また絵文字には文章で表すよりも簡単に感情を表現できるという意見が見られた。このような回答を見てみると、やはり顔文字には文字だけでは表現しにくい感情表現を補佐する役割があることがわかった。また「頑張るよ」という発言でも、「頑張るよ (-_-)」と「頑張るよ (^)/」では、発言の理解に大きく違いがあり、顔文字には発言上の抑揚的役割、つまりパラ言語的な役割があると

言える。

(7)は「ある」が71.8%、「ない」が14.6%、「わからない」が13.6%であった。自由記述では、「初めてメールを送る際や親しくなりたい人には顔文字を使う。」や、「親しくない人からのメールで顔文字（絵文字含む）のついたメールがくると嬉しいと感じる。」といった意見があり、顔文字には親密度を高める効果が認められた。

(8)は「ある」が30.1%、「ない」が62.1%、「わからない」は7.8%であった。自由記述には、男性の顔文字（絵文字含む）の多用や、相手のイメージとその顔文字が不一致な時に気持ち悪いと感じるという意見が目立った。また例外として、♥のような（ハートマーク）ものや、自分が好まない顔文字（絵文字含む）を使用されてメールを送られてきた場合に気持ち悪いと感じるという意見があった。

相手の好みの顔文字を把握することは困難であるが、安易に♥マークを使わないようにするなど、顔文字の使い過ぎは注意できる点である。また今回のアンケートで「ある」と回答したのは女性の方が多かったため、男性が好意を持っている異性にメールを送る際は顔文字の使い過ぎには注意した方がよいと言える。

以上の8つの項目から、顔文字は自分の感情を伝わりやすくする以外に、相手との距離を図る役割があることがわかった。顔文字を使用すれば相手との距離を縮めて親密になる手助けをしてくれたり、時には顔文字を使用しないことで相手との距離を保つことができる。また送受信間で不快な思いをした時に顔文字を急に使用しないようにすることで相手に直接言うことなく伝えることができるため、相手との関係を崩壊する恐れを軽減する役割があることがわかった。しかし、こうした役割を十分に発揮し、また誤解を生じさせないためには自分と相手のメールスタイルを十分に理解することが必要である。このメールスタイルを理解しながら顔文字を正しく使用することがディスコミュニケーションを回避することに繋がると言える。

4-4 メールの内容について

普段、大学生がどのようなメールを送るのかということと、メールの内容の異なりによって顔文字を付けるかどうかを決めているのかを知るため、Q9「どのような内容のメールに顔文字（絵文字）をつけますか」という質問を用意した。Q9の結果を見ると、「日常会話」のメールに顔文字を付けるという結果が94.2%、次いで「感謝」が91.3%、「短文メール」（80.6%）、「長文メール」（71.8%）、「連絡事項」（64.1%）、「謝罪」（33%）、「討論」（8.7%）という結果が得られた。このことから、顔文字を付けるかどうかはメールの長さや長さによって決まるのではなく、内容によって判断していること

が窺える。また自由記述から、重要度・内容にかける真剣さ・相手という条件を考慮した上で、この3つの比重が軽いものには顔文字が付き、比重が重いものには顔文字が付かないということがわかった。

4-5 顔文字の読み取り方

顔文字の役割として、三宅(2005)はメールにおける絵文字・顔文字はメッセージが直接的であり、自分の気持ちを誤解を招かずに相手に伝えることができるものであると述べている。このことから私はメッセージの誤解を招かないためには、顔文字の様な読み取り方が必要になるのではないかと考えた。そこで事前調査で「よく使用する」と回答を得た17種類の顔文字の読解調査を行った。顔文字の種類は、1. (*^_^*)・2. (@_@;)・3. (#^_^#)・4. (*^^)v・5. (..)・6. (;O;)・7. (>_<)・8. (T_T)・9. (^o^)^・10. (^_^)・11. (^^)・12. (._.;)・13. \(^o^)/・14. m(_)_m・15. (笑)・16. W・17. Orzの17種類である。解答方法は各顔文字の読み取りに関して、「感謝」「謝罪」「驚き」「怒り」「落胆」「泣き」「困惑」「喜び」「笑い」「失笑」「わからない」「その他」のどれに該当するかを回答してもらった。また複数選択も可能とした。

調査から80%以上が同じ項目の回答が得られた顔文字は1. (*^_^*)、4. (*^^)v、8. (T_T)、14. m(_)_m、15. (笑)の5つのみであることがわかり、約70%の確率で顔文字の読み取りの違いからディスコミュニケーションが生じる可能性があることがわかった。最もディスコミュニケーションが生じるであろうと考えられる調査結果が得られた顔文字は5. (..)、7. (>_<)、10. (^_^)の3つの顔文字である。今回はこの3つに焦点を当てて考察する。

まず5. (..)の顔文字に調査結果を見てみると、「落胆」が最も高く48.5%、次いで「困惑」が47.6%、「泣き」(13.6%)、「謝罪」(12.6%)、「わからない」(8.7%)、「その他」(4.9%)であった。「その他」の自由記述は、「つまらない」が2件、「悩み」1件、「ふーん」1件という回答結果となった。結果を見てみるとマイナス感情的表現が多いように見られるが、選択された回答項目が多いため、前後のメール文によって顔文字の読み方が大きく左右されると考える。しかし、文章からも顔文字の読解が困難である時も考えられる。そのために、文章がない場合と仮定してみる。(..)の顔文字を分解してみると、()と「.」である。「.」は目に値するものであると考える。そう考えると、人間が目を伏し目がちにする場合は落胆が困惑している時ではないだろうか。このようにして顔文字を分解して考えてみると、様々な意味を持つ顔文字も一様な読み取り方に統一でき、またそうすることで送受信間でのディスコミュニケーションを回避できると考える。

次に7. (>_<) の顔文字の調査結果を見てみると、「泣き」が48.5%、「謝罪」(32%)、「困惑」(26.2%)、「感謝」(11.7%)、「喜び」(8.7%)であった。「その他」の自由記述は、「焦り」2件、「悲しみ」1件、「目葉がしみる」1件、「照れ」1件という回答結果であった。回答結果にはばらつきが見られたが、マイナス的表現の読み取り方をしている傾向が強いことがわかった。

最後に10. (^_>) の顔文字の調査結果を見てみると、「笑い」の項目結果に男女差が見られたことと、「その他」の回答率が高く、他の実施した顔文字には見られない特徴が表れた。調査結果を細かく見てみると、「感謝」が42.7%、「その他」(28.2%)、「喜び」(18.4%)、「笑い」16.5%、「わからない」(10.7%)であった。「笑い」は女性が24.6%、男性は2.6%の回答結果となった。「その他」の自由記述では、「了解」が18件、「OK」が3件、「照れ」が2件という回答結果が得られた。この結果からプラス的表現に使用される顔文字であることがわかるとともに、(^_>)の目の部分(^)を見てこの顔文字を感謝や喜びと読み取っている人が多いことや、(^_>)の「>」部分を手に見立てて了解やOKなどと読み取っていることがわかった。

これら顔文字の読解調査から、一つの顔文字に対する読み取り方は多様であることがわかった。この顔文字の多義性について野島(1993)は絵文字の特徴のひとつは多義性であると述べ、この多義性ゆえに本来なら有効に機能するはずの顔文字が機能せずトラブルを起こすこともあることや、顔文字がないことによって起こるトラブルもあることを指摘している。私もこのような経験があったために、今回の調査を行った。そして、顔文字の読み取り調査によって、顔文字の多義性を認めるとともに、読み取りに関してある法則があることがわかった。それは顔文字の読み取りに関して、重要視することは第一に顔の目にあたる顔文字の部分、そして第二にその他の部分(汗に見える部分や手に見える部分)であるということである。この第一・第二の順で顔文字を判別し、意味を読み取っているのである。そのため、目が「^」であるか、「TT」であるかによってプラスの意味を伴うか、マイナスの意味を伴うか大きく分かれる。しかし、この判別を意識して行っている者は少なく、そのために人によって読み取りに差が生じていることがわかった。

(5) まとめ

本研究は顔文字の使用に伴い生じていたディスコミュニケーションを回避する方法を探ってきた。今回の調査によって顔文字は自分の感情を伝えやすくすることや、相手との距離を縮める効果があることがわかった。しかし、細かい感情までも伝えようとする

意識によって一つの顔文字に多様な意味を持たせていることがわかり、そこからディスコミュニケーションが生まれていることが判明した。このディスコミュニケーションを避けたいと思うならば以下のいずれかを選択する必要があると考える。

- (1) 顔文字（絵文字含む）を使わない。
- (2) 顔文字に多義性を持たせない。
- (3) 意味をより明確化させる。
- (4) 自分の顔文字に対するスタイルを確立し崩さない。

- (1) 顔文字（絵文字含む）を使わない。

すでに述べたように、顔文字には感情を伝えやすくする効果がある。しかし、この感情を伝えやすくする効果に頼り過ぎてしまい文章があまりに端的なものになってしまっているため、相手に自分の意図したことが伝わらないことがあると考える。この考えは私の経験であって調査が必要であるが、自分の感情も出来る限り文章化し、伝えたいことを明確にすることでディスコミュニケーションを回避できると考える。

- (2) 顔文字に多義性を持たせない。

今回の調査で浮かび上がった顔文字の問題として多義性があった。そのため、送受信間で顔文字の読み取りの違いが生まれていると言える。「w」を例に挙げてみると、ネットで使用される場合には嘲笑の意味が強かったのに、メールにおいても使用されるようになってからは、ただの笑いとして使用する者もいる。このように人によって認識の違う顔文字に重要な役割を果たさせることが問題であると考えられることができる。そのため、メールにおいて顔文字に多くの意味を持たせないようにすることが必要であると考えられる。今回の調査で、顔文字のプラスの意味を持つものとマイナスの意味を持つもの大きな違いは顔文字の目にあることがわかった。そこで、目を判断基準とし、とりわけ（^O^）のような笑顔の顔文字は親愛の微笑みを示しているものと読み取り、m(_)_mのような顔文字には謝罪を示すものとして読み取る。このように、1つの顔文字に対し一通りの読み取り方にすることで、メールの送受信間におけるディスコミュニケーションを回避することができる。と考える。

- (3) 意味をより明確化させる。

上記のように顔文字に多義性を持たせないことで、ある程度は顔文字の読み取りの違いによって生じる問題を回避できるかもしれない。しかし、顔文字を使っている限り顔文字の持つ曖昧さを無くすことはできない。そこで、（笑）、や（爆笑）、（苦笑）、（困惑）、（泣）、（怒）、（冗談）など意味を明確にしたものをメールに付け、自分の感情を表現することを今後もっと活用することでディスコミュニケーションを回避することができる。

と考える。

(4) 自分の顔文字に対するスタイルを確立し崩さない。

アンケート調査の中で、いつも顔文字を使用する人が急に顔文字を使用しなくなると怒っていると感じる。といった意見が見られた。自分は怒っていないくても、雰囲気など微妙なニュアンスを伝えることのできないメールでは相手を戸惑わせてしまう。そのため、自分のメールスタイルをいつも守ることでこういった問題を回避できると考える。また、顔文字を使用するかしないかというスタイルを守るだけでなく、1つの顔文字に持たせる意味を常に一緒にすることで、相手も顔文字に持たされている意味が理解できるようになり、ディスコミュニケーションを回避することができると考える。

以上が現時点で考えられるディスコミュニケーション回避の方法である。

今後も顔文字に関する調査を行うことで、より発展的なディスコミュニケーションの回避方法を探ることができるのではないかと考える。また今後のコミュニケーションチャネルの拡充やコミュニケーション方法の変化に伴って、顔文字が衰退していくのか、それとも新たな役割を持ってより進化を遂げるのかを追うことはとても興味深いことである。個人的な意見としては、今後、顔文字が新たな役割を持ち、より円滑なコミュニケーションを提供してくれるものとして発展することを期待したい。

引用文献

- 井上史雄・荻野綱男・秋月高太郎（2007）『デジタル社会の日本語作法』岩波書店
- 岡田朋之・松田美佐（2002）『ケータイ学入門—メディアコミュニケーションから読み解く現代社会』有斐閣選書
- 川浦康至・松田美佐（2001）「携帯電話と社会生活」『現代のエスプリ』至文堂
- 高木篠治（1993）「パソコン通信におけるフェイスマークの機能」『日本語学』12（13）、63-74
- 中丸茂（2005）「エモティコンの世界」『講座社会言語科学2 メディア』ひつじ書房
- 野島久雄（1993）「絵文字の心理的効果」『現代のエスプリ 第306号 メディアコミュニケーション』至文堂
- 三宅和子（2005）「携帯電話と若者の対人関係」『講座社会言語科学2 メディア』ひつじ書房
- （2011年 卒業）