

携帯メールでのメッセージ交換行動と 対人関係における協調・非協調志向との関連

松尾 太加志
北九州市立大学文学部

The relationship between behavior of message exchange by mobile mail and cooperative/uncooperative orientation in interpersonal relationship

Takashi MATSUO

Faculty of Humanities, The University of Kitakyushu

Abstract : Young people use mobile mail to enjoy consummatory communication with very intimated friends. However, nonverbal information is not transmitted by mobile mail. Moreover, mobile mail is an off-line dialog. In order to compensate them, they add a subject of mail or emoticons, or lengthen a text. Moreover, when they delayed to reply, they tell the reason by mail. It was investigated that such mail exchange behaviors are related to the degree of intimacy of friend, whom is most frequently communicated by mobile mail. Cooperation measures were used for investigating the degree of intimacy. Consequently, the following was found. When frequency of transmission mail is many, use of emoticons and description of the reason of reply for delay was performed and the cooperation score was high. The behaviors such as subject addition, use of emoticons, lengthening text, and excuse for delay were related to cooperation score. It is found that young people enjoy consummatory communication with intimated friends by these behaviors.

Keywords: mobile mail, cooperative orientation, consummatory communication, emoticon

キーワード：携帯メール，協調志向，コンサマトリーコミュニケーション，絵文字

1. はじめに

携帯電話によるメール(以下、「携帯メール」という)は、非同期型のメディアであり、リアルタイムに応答する必要がないが、常に電話を携帯しているため、即時にも応答可能である。そのため、携帯メールは、コンピュータによる電子メール(以下「PCメール」という)と携帯電話による音声通話(以下「携帯通話」という)の両方の利便性を兼ね備えている。その利用形態も、PCメールと携帯通話の中間的に位置している。辻・三上^[1]の2000年6月の調査では、携帯通話、携帯メール、PCメールでどのような内容のやりとりが多いかを報告している。それによると、その利用パターンは、用件連絡のような目的では携帯通話に近く、コンサマトリーな利用ではPCメールに近いパターンを示している。

1.1 親密な関係を維持するツールとしての携帯メール

しかし、携帯メールのこのような利用傾向は変化を見せ、コンサマトリーな利用目的が優位になりつつある。2000年の10月から11月に実施した調査で、橋元^[2]は携帯メールでよくやりとりする相手の数は比較的少数で、最もやりとりの多い相手は、ふだんよく会う友人であると報告している。さらに、携帯メールの利用によって直接会う機会も親近感もメールの送受信数が多いほど増えた傾向にあったと

述べている。このような結果から、橋元は、携帯メールが「仲良しグループのきずな確認」メディアであると結論づけている。このように親密な関係を維持する目的で携帯メールが利用されているという報告が、最近では多くなされている。

田中^[3]の2001年7月に実施した調査によると、携帯メールの送受信相手でもっとも多いのはよく会う友人であり、携帯メールが親密な間柄におけるやりとりに使われるツールであると述べている。その内容も、その場の出来事や気持ちの伝達が最も多くなっており、コンサマトリーな利用であることがうかがえる。三宅^[4]の2001年6月の調査でも、主たる利用相手はよく会う友人であり、送る内容で圧倒的に多かったのは、近況報告や日常のおしゃべりであったと報告している。

1.2 コンサマトリーなコミュニケーション・ツールとしての携帯メールのデメリットの補完

このように、携帯メールは、親密な関係を維持するコミュニケーションのツールとして重要な役割を果たしていると考えられる。しかし、文字によるコミュニケーションという点とオフラインのコミュニケーションである点を考えると、コンサマトリーなコミュニケーション・ツールとしては、直接対面や音声通話に劣る側面もある。非言語的な情報が一切伝達されないため、自分が伝達したい内容が十分に

相手に伝わらない可能性が高い。また、オフラインであるため、直接対面や音声通話の会話のように状況的行為として、状況依存的なコミュニケーションができない。事前にメッセージを準備して送信するというプランニングが要求される。

このようなデメリットに対して、利用者は何らかのやり方によって、補完していることが考えられる。ここでは、絵文字の利用、タイトルの利用、文章の長さ、返信遅延への対処の4つの点に着目したい。

絵文字の利用は、非言語的な情報を補完する役割を担っており、表情やパラ言語のコミュニケーションに代わるものとして利用されていると考えられる。また、タイトルは、伝達したい内容を明確にする目的だけではなく、より積極的にタイトルを活用して自分の気持ちや状況をインパクトあるものに伝えようとするのが考えられる。

文章の長さは、コンサマトリーであればあるほど、長くなると考えられる。対面や音声通話の場合の会話は、状況依存的で、最初からどの程度の時間で話をするなどということが明確になっているわけではなく、状況に応じて変化し、しかも比較的長く会話がなされる。しかし、携帯メールの場合、メッセージとして送る文章の長さは、送信する段階で送信者がプランニングを行うことになる。状況依存的に会話時間が長くなることと同様に、メールのメッセージも長くなることが考えられる。

返信遅延は次のように考えられる。親密な関係を維持していくコンサマトリーな利用目的であれば、遅れなく即時に返信されることが期待される。しかし、非同期のメディアの場合、返信が遅れることが物理的に生じる。辻・三上¹⁴⁾の調査で携帯メールの利用に伴う経験でもっとも多かったのは返事をもらえず不安になったことであった。このようなことを考えると、返信が遅延した場合、その理由を告げることなどによって、遅れたことへの弁明をする行為が生起すると思われる。

携帯メールは、親しい人とつながってほしいという欲求を充足するためのメディアとして利用されていると述べてきた。しかし、携帯メールが文字中心で非同期型のメディアであるため、直接対面や音声通話では利用可能なコミュニケーションチャンネルが、携帯メールでは利用できない。それを補うために、絵文字やタイトルを利用したり、文章を長くしたり、返信遅延に対する理由をメッセージに入れったりする行動が見られることが予測される。こういったメールの交換行動は、相手との親密さが高ければ高いほど生起することが予測される。親密な関係を維持していくコンサマトリーなコミュニケーションでは、絵文字、タイトルの付加、長い文章、返信遅延理由の説明が期待されていると考えられる。

1.3 目的

本稿では、親密度を維持しておきたい気持ちが高い相手に対して、このようなメール交換行動を頻繁

に行っている可能性があることを調査によって明らかにしたい。

親密度を維持したいという欲求を調べる指標として、相馬・浦¹⁵⁾¹⁶⁾が開発した協調・非協調尺度を利用する。協調・非協調の概念は、次のように考えることができる。対人行動は、常に相手に対して協力的な態度をとることがよいわけではない。相手が協力的である場合は、自分も協力的であってもよいが、相手が非協力的な場合は、自分も非協力的であるほうが、結果として相手との協力関係を導くこともある。したがって、対人関係においては、他者と親密な志向性（協調的行動）を持つだけではなく、必要に応じて他者との関係を回避できる志向性（非協調的行動）を持つことも大切である。

協調的行動が、本稿で考える親密度の維持行動に関連すると考えられる。一方、非協調行動は、携帯メールの中では生じにくい。直接対面のような同期型のコミュニケーション場面では、非協力的な行動に相手が出てきたときに、リアルタイムにそれに対応するのが迫られることになり、非協調行動のスキルが要求される。しかし、携帯メールのような非同期型のメディアでは、リアルタイムに返答することが要求されない。そのため、時間差でどう返答するかを考えればよいことになる。ところが、これまで述べてきたように、親密度を求めて携帯メールを利用しているため、携帯メールを利用した非協調的な行動はあまり生起しないと考えられる。

以上のことから、次のようなことが予測される。タイトル、絵文字、遅延理由の説明、文章が長いといったことは、親密な関係を維持するために生起すると考えられるため、これらの利用頻度が高い人は、その人に対して協調的な態度で接している。一方、非協調態度に関しては、携帯メールでの手段として利用されないため、非強調態度とは関連性がないと予測される。

2. 方法

2.1 被調査者

北九州市内の大学の文科系学部の学生 272 名（男 101 名、女 171 名）。18 歳～35 歳（平均 19.5 歳）。

2.2 質問紙の構成

「携帯・PHS のメールの利用方法に関する調査」とし、フェイスシート、携帯メールの利用行動、対人関係における協調・非協調尺度からなる。

まず、年齢、性別、利用携帯電話の機種などをフェイスシートとして尋ねた。次に、自分が最も頻繁にメール交換する人を 1 人想定してもらい、その人との直接対面頻度、メールの送受信の回数を尋ねた。メール利用行動については、タイトルの利用、絵文字の利用、メール文章の長さ、返信遅延理由の説明に関して、どの程度行っているのかとそれを行う理由や行わない理由などを選択回答で尋ねた。合計で 91 の質問があり、理由については、自由記述欄も設

表1 最も頻繁にメールを交換する相手と会う頻度

1週間当りの会う頻度	男性	女性	合計
0日	3 (3.1%)	9 (5.4%)	12 (4.5%)
1日未満	23 (23.7%)	29 (17.3%)	52 (19.6%)
1~2日	19 (19.6%)	22 (13.1%)	41 (15.5%)
3~4日	16 (16.5%)	35 (20.8%)	51 (19.2%)
5~6日	4 (4.1%)	23 (13.7%)	27 (10.2%)
7日	32 (33.0%)	50 (29.8%)	82 (30.9%)
合計	97 (100.0%)	168 (100.0%)	265 (100.0%)

表2 最も頻繁にメールを交換する相手へのメール送信回数

1日当りの送信回数	男性	女性	合計
1回未満	12 (12.5%)	13 (7.8%)	25 (9.5%)
1~2回	21 (21.9%)	37 (22.3%)	58 (22.1%)
3~4回	23 (24.0%)	40 (24.1%)	63 (24.0%)
5~6回	16 (16.7%)	41 (24.7%)	57 (21.8%)
7~10回	13 (13.5%)	17 (10.2%)	30 (11.5%)
11回以上	11 (11.5%)	18 (10.8%)	29 (11.1%)
合計	96 (100.0%)	166 (100.0%)	262 (100.0%)

けた。本稿で分析対象としたのは、その人(最も頻繁にメール交換する相手)に対してのメールにおいて、タイトルを付けるのか、絵文字を入れるのか、長い文章を作成するのか、短い文章を作成するのか、返信遅延理由を入れるのかの5つの質問である。これらの質問に対して、「かなりあてはまる」、「どちらかというにあてはまる」、「どちらかというにあてはまらない」、「全くあてはまらない」の4つの選択肢(1~4までの数値)で回答を求めた。

協調・非強調尺度は、相馬・浦が開発したもので、接近・回避志向尺度^[5]から応報戦略尺度という名称に変更されている^[6]。下位尺度として協調尺度と非強調尺度があり、最も頻繁にメールを交換する相手に対して回答してもらった。協調尺度及び非協調尺度に対する質問がそれぞれ10項目ずつあり、合計で20項目からなる。各項目に対しては「全くあてはまらない」を1、「いくぶんかあてはまる」を5、「非常によくあてはまる」を9として、1~9までの数値で回答してもらった。

2.3 手続き

心理学関連の2つの授業において受講生を対象に集団で実施した。授業中に調査用紙を配布し、その場で回収した。実施時期は、2002年7月であった。

3. 結果

3.1 メール送信回数

最も頻繁にメールを交換する相手と会う頻度及び1日あたりのメール送信回数を男女ごとに示した(それぞれ表1と表2)。会う頻度及びメール送信回数は、表に示したように、それぞれ6つの群に分類した(以下、このような分類を「会う頻度分類」、「送信回数分類」という)。男女の違いをみるために、会う頻度分類の場合と送信回数分類の場合とで、それ

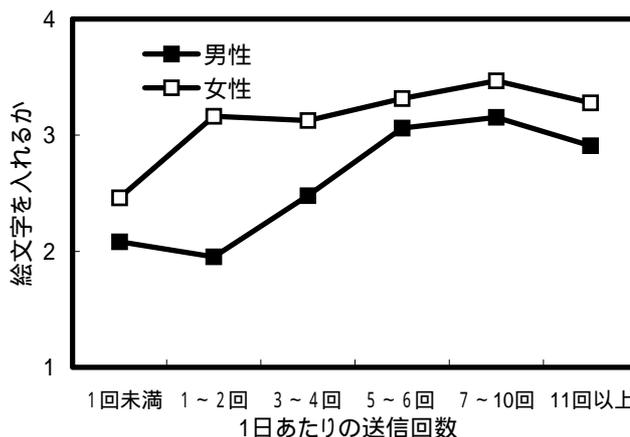


図1 絵文字を入れるかどうかに対する回答得点の平均

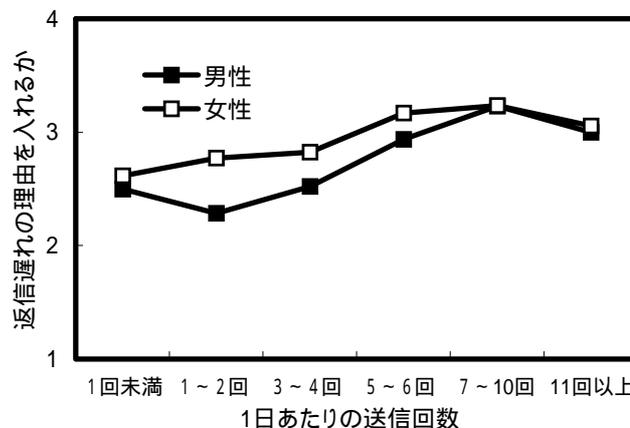


図2 返信遅れの理由を入れるかどうかに対する回答得点の平均

ぞれ Wilcoxon の順位和検定を行ったところ、いずれでも有意な差はみられなかった。

3.2 メール交換行動と送信頻度など

最も頻繁にメール交換する相手のメールに対して、タイトルを入れるか、絵文字を入れるか、長い文章にするか、短い文章にするか、返信遅れの理由を入れるかについて尋ねた回答に対して、以下のような分析を行った。なお、各回答は1~4の数値であったが、得点を逆にし、1 4, 2 3, 3 2, 4 1に変換し、それをそれぞれの回答得点とした。

各設問に対する回答得点を、性別、送信回数分類、会う頻度分類別に平均値を算出した。平均値間の差をみるために、性(男女)×送信回数分類(6分類)×会う頻度分類(6分類)の3要因の分散分析を行った。その結果、有意な差がみられたのは、絵文字に関して、送信回数分類($F=2.71$, $df=5/195$, $p<.05$)と性別($F=7.36$, $df=1/195$, $p<.01$)、返信遅延理由に関して送信回数分類($F=2.62$, $df=5/195$, $p<.05$)であった。送信回数分類については、Bonferroniによる多重比較を行った。絵文字に関しては、1回未満に対して、5~6回、7~10回、11回以上との間で差がみられた($p<.05$)。返信遅延理由に関しては、1~2回と7~10回の間で差がみられた($p<.05$)。

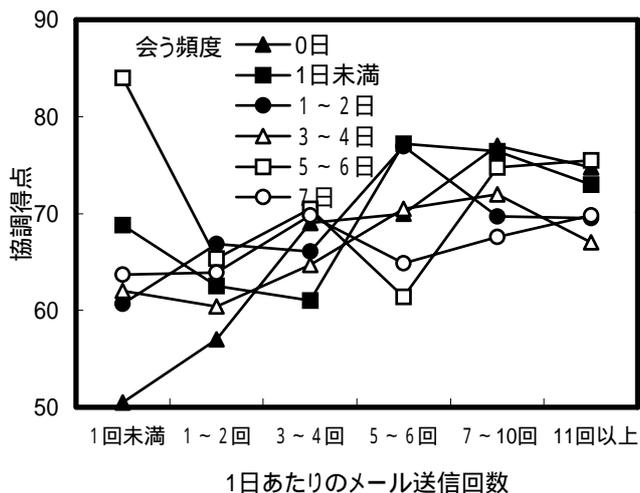


図3 会う頻度、メール送信回数と協調得点の関係

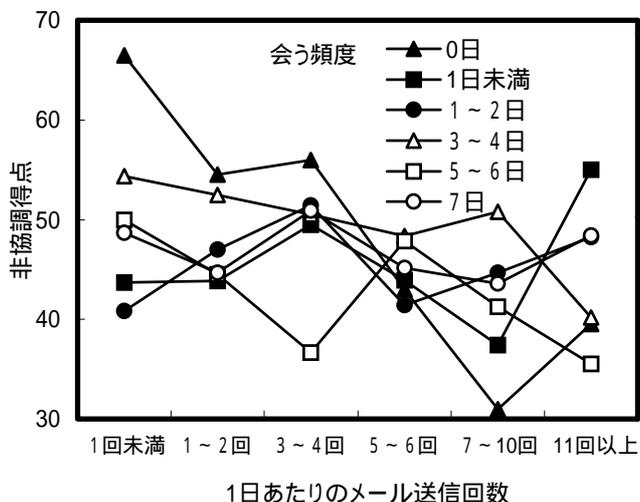


図4 会う頻度、メール送信回数と非協調得点の関係

絵文字と返信遅れ理由について、性別と送信回数別の平均値を図1、図2にそれぞれ示した。絵文字では、女性で多く、送信回数が多いほど絵文字を入れることが示された。また、送信回数が多いほど、返信遅れの理由を記述することがわかった。

3.3 メール行動と協調・非協調尺度との関係

協調・非協調尺度に対する回答値1~9は、9~1の得点に変換し、各尺度の10項目の得点の合計を協調得点及び非協調得点とした。まず、2つの尺度得点について、性別、会う頻度分類別、送信回数分類別に平均値を算出した。会う頻度分類別と送信回数分類別に協調得点と非協調得点の平均値を図3、図4に示した。性(男女)×送信回数分類(6分類)×会う頻度分類(6分類)の3要因の分散分析を行った。その結果、協調得点において性別($F=5.24, df=1/196, p<.05$)と送信回数分類間($F=2.52, df=5/196, p<.05$)に有意な差がみられた。Bonferroniによる多重比較の結果、送信回数1~2回と5~6回、7~10回、11回以上の間で有意な差がみられた($p<.05$)。性別では、女性で協調得点が高く、送信

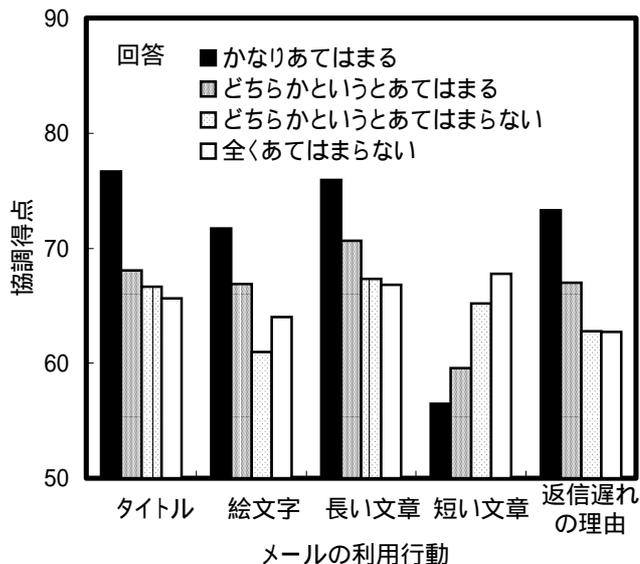


図5 各メール利用行動と協調得点の関係

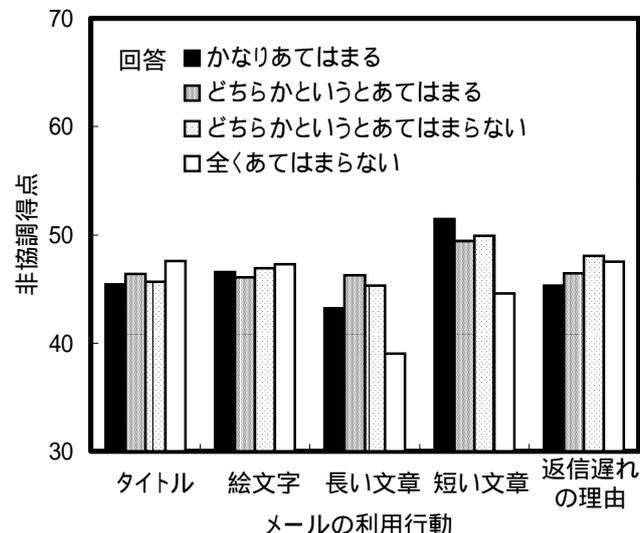


図6 各メール利用行動と非協調得点の関係

回数では、回数が多くなるほど協調得点が高くなる傾向がみられた。

次に、タイトル、絵文字、長い文章、短い文章、遅延理由についての質問の各回答ごとに、協調得点及び非協調得点の平均値をそれぞれ算出した。それらの結果を図5、図6にそれぞれ示した。回答間の各得点の平均値に差があるかどうかみるために、それぞれ分散分析を行った。その結果、協調得点において、タイトル($F=6.04, df=3/263, p<.01$)、絵文字($F=12.01, df=3/262, p<.001$)、長い文章($F=4.65, df=3/145, p<.01$)、短い文章($F=3.72, df=3/113, p<.05$)、返信遅れの理由($F=11.54, df=3/261, p<.001$)のすべてについて有意差がみられた。Bonferroniによる多重比較の結果、タイトルでは、「かなりあてはまる」に対して他の回答の間で、絵文字では、「かなりあてはまる」に対して他の回答の間、「どちらかというあてはまる」に対して「どちらかというあてはまらない」の間、長い文章では、「かなりあては

まる」と「どちらかというとはあてはまらない」の間、短い文章では、「かなりあてはまる」に対して「全くあてはまらない」の間、返信遅延理由では、「かなりあてはまる」に対して他の回答の間でそれぞれ有意な差がみられた($p < .05$)。

タイトル、絵文字、返信遅れの理由を書く人ほど、協調得点が高く、文章が長い人ほど協調得点が高かった。

4. 考察

4.1 送信回数との親密度の関係

最も頻繁にメールを交換している相手について、会う頻度を尋ねたが、3割が週に7日会っており、3~4日以上では6割になる(表1)。先行研究と同様に、ふだん会っている友人とのメール交換が最も多いことが示された。また送信回数でも、5~6回以上では4割にもなり(表2)、コンサマトリーなコミュニケーションを行っていることが推察される。

送信回数が多いということは、それだけコンサマトリーであり、親密度を維持したい、絆を確認したいという関係性が強いと考えられる。都築・木村^[7]は、携帯メールの利用頻度が親和感情に規定されると報告している。これは、携帯メールが、主に親和感情に関わるコミュニケーションに用いられることを示唆している。また、辻^[8]の調査でも、携帯メールの頻度とディスタンス志向とに負の相関が見られ、密接に付き合いたい者ほど、メール送信頻度は高かった。本調査でも、送信回数が多いほど協調得点が高くなっていった(図3)。これは、親密度を維持しておきたいことの表れだと考えられる。

また、メール交換行動と送信回数との分析では、送信回数が多いほど、絵文字の利用が多く、返信遅延の理由を入れることが明らかにされた(図1, 図2)。絵文字の利用は面白みをもたせるなどが理由としてあげられることが多く^[1]、コンサマトリーな欲求が高いと絵文字利用を促進すると考えられる。返信遅延理由の記述に関しては、常に関係性を維持しておきたいために送信回数が増え、少しでも遅れるとつながりが消滅してしまうのではないかという不安から、それを忌避するために、遅れた理由を入れるのではないかと考えられる。

なお、男女差についての分析も行ったが、これまでの報告^{[11][12]}と同様に送信回数に関して、男女に差はみられなかった。ただし、絵文字の利用に関してのみ、女性のほうが多く利用していることがわかった(図1)。一般に非言語行動については、女性のほうが多く利用することが知られており^[9]、携帯メールにおいても同様であることがわかった。

4.2 協調・非協調尺度との関係

協調得点との関連をまとめてみると、最も頻繁にメール交換をする相手に協調的な態度を示す人は、その人宛てのメールに対して、タイトルを付加し、絵文字を用い、長い文章にし、返信が遅れたときに

はその理由を記すということである(図5)。これらのメール交換行動は、いずれも、直接対面や音声対話の場面では、オンラインのリアルタイムで非言語行動も利用できるため、存在し得ない行動ばかりである。このようなメール交換行動を行うことは、より対面対話に近い状況を作り出そうとしていると考えられる。田中^[13]は、携帯メールとPCメールが他のどのメディアと似ているのかの質問を行った。その結果の大きな違いは、携帯メールでは電話が上位にあるのに対し、PCメールではFAXが上位にあったことであった。つまり、携帯メールが話し言葉に近いという感覚であることを示している。

相手に協調的態度を示して親密な関係を維持したいと考えている人は、こういった一連のメール交換行動によって、よりコンサマトリーなコミュニケーションを作り出そうとしている。タイトルは、メッセージの内容を的確に示す役割を果たすだけでなく、タイトルによって、インパクトをもたせたり、面白みをもたせるといった目的で利用される。絵文字は、親密性をもたせるなど、コンサマトリーな利用が多い^[3]。

コンサマトリーな利用の面で考えると、携帯メールの文章の長さは、コンサマトリーであればあるほど、長くなることが考えられる。音声通話の電話において、吉井^[10]は欲求レベルが道具的からコンサマトリーなレベルになるにつれて、通話時間が長くなることを述べている。同じようなことが携帯メールのメッセージの長さにも当てはまると考えられる。コンサマトリーなコミュニケーションであればあるほどメッセージが長くなると考えられる。

さらに、橋元^[14]が「きずな確認」と述べたことから考えると、常につながっていたいという気持ちが携帯メールでのメッセージ交換に表れていると思われる。携帯メールは即時応答性の高いものであるため、それが可能である。同じメールであっても、PCメールであれば、応答の時間的遅れがかなりあるため、その欲求を満たすことができない。このような目的で利用している場合、可能な限りメッセージへの返信を早くしたいという気持ちが出てくることが考えられる。そのため、返信が遅れたことへの弁明を自分に課すことが考えられる。

一方、非協調尺度との関係は、予測した通り関係性は存在しなかった。非協調態度は、相手からの非協調的態度に対して自分も非協調で応報できるのかという尺度であった。最初に述べたように、非協調的コミュニケーション行動を携帯メールを利用して行うことはしないことが考えられる。そのため、上記に述べたタイトル、絵文字、長い文章、返信遅延の記述などが非協調態度とは関係が表れなかったと考えることができる。

4.3 携帯メールの利用動因

よりコンサマトリーで対面会話に近い状況を作ろうとしているのに、なぜ、あえて対面ではなく携帯

メールなのであろうか。ひとつは、24時間つながっていたいという感覚から、会えない時間帯でも携帯メールでつながっていたいということも考えられる。一方で、対面のもつさまざまなストレスを回避できるという自己防衛的な側面から、携帯メールを利用しているのではないかと考えられる。携帯メールは非同期型であるため、即座にリアルタイムに回答しなくてもよいというメリットを持っている。都築・木村^[7]の報告では、メールが対面や携帯電話に比較すると対人緊張が低いという結果を示しており、携帯メールはコミュニケーションしやすいメディアである。三宅^[4]も対面会話や電話会話に比べて負担の少ないコミュニケーションであると述べている。

このような自己防衛的な側面を考えると、携帯メールで能動的に協調的態度を示しているというよりも、むしろ孤独感を解消しているにすぎないかもしれない。五十嵐^[11]は、大学新入生の携帯メールの利用が孤独感に及ぼす影響を入学時の4月と7月での縦断的な調査によって明らかにしている。その結果、7月になると、携帯メールのコミュニケーションが優位になり、それが孤独感を低減させている。本調査では、協調的行動のスキルを協調尺度によって測定したが、それは、能動的な協調行動というよりも消極的な孤独感の解消の方向と一致していただけかもしれない。

本調査の結果だけからは、どちらとも判断できないが、いずれにしても、親密な関係でありたいという欲求が高いことが考えられる。そして、それが動因となって、携帯メールでのコミュニケーションを行わせているのであろう。

5. まとめと今後の課題

携帯メールは、非常に親しい友人とのコンサマトリーなコミュニケーションを行うために利用されている。ただし、携帯メールは、対面と異なり、非言語情報が伝わらず、リアルタイムではなく、オフラインの対話である。そのデメリットを補うために、タイトルを付加したり、絵文字を利用したり、文章を長くして工夫している。また、返信が遅れた場合、その理由をメールで伝えようとしている。このような行動の頻度と親密さの関係を最も頻りにメール交換をしている者に対して調査した。親密度の関係を調べるためには、協調・非強調尺度を用いた。その結果、次のようなことがわかった。送信回数が多いと、絵文字の利用、返信遅延の理由の記述が行われ、協調得点も高かった。協調得点との関係では、タイトル付加、絵文字の利用、長い文章、遅延理由の記述のいずれも、それらを多く行う人は、協調得点が高かった。つまり、親密度が高いために、このような行動を生起させるということである。携帯メールでコンサマトリーなコミュニケーションをこういった行動で補っていると考えられる。

ただし、今回の調査対象の多くは、大学の1~2年生である。携帯メールの利用は年齢や世代によっ

て異なっている^{[2][12]}ため、より広いサンプルによって携帯メールの利用行動をさらに検討する必要があるであろう。

謝辞

本稿の調査は、原久美子さんの北九州市立大学文学部人間関係学科 2002 年度卒業論文のデータを再分析したものです。また、広島大学大学院の相馬敏彦氏には尺度に関して貴重な示唆をいただきました。ここに記して感謝いたします。

参考文献

- [1] 辻, 三上: 大学生における携帯メール利用と友人関係~大学生アンケート調査の結果から~, 平成13年度(第18回)情報通信学会大会個人研究発表配布資料(2001).
- [2] 橋元: 携帯メールの利用実態と使われ方 - インターネットによるEメール利用との比較を中心に -, 日本語学, Vol.20(10), pp.23-31(2001).
- [3] 田中: 大学生の携帯メール・コミュニケーション, 日本語学, Vol.20(10), pp.32-43(2001).
- [4] 三宅: ポケベルからケータイ・メールへ - 歴史的変遷とその必然性 -, 日本語学, Vol.20(10), pp.6-22(2001).
- [5] 相馬, 浦: 対人関係の進展における接近・回避志向性, 日本グループダイナミクス学会第49回大会発表論文集, pp.86-87(2001).
- [6] 相馬, 浦: 恋愛関係における特別観が応報戦略の選択に及ぼす影響, 日本社会心理学会第43回大会発表論文集, pp.88-89(2002).
- [7] 都築, 木村: 大学生におけるメディア・コミュニケーションの心理的特性に関する分析 - 対面, 携帯電話, 携帯メール, 電子メール条件の比較 -, 応用社会学研究(立教大学社会学部紀要) Vol.42(1), pp.15-24(2000).
- [8] 辻: 若者の友人・親子関係とコミュニケーションに関する調査研究・概要報告書, 関西大学社会学部紀要, Vol.34(3), 印刷中(2003).
- [9] Mayo, C. and Henley, N.M.: Nonverbal Behavior: Barrier or Agent Sex Role Change, In Mayo, C. and Henley, N.M(eds), Gender and Nonverbal Behavior, pp. 3-13. Springer-Verlag(1981).
- [10] 吉井: 電話利用の新しい形態と電話ネットワークの社会的意味. 川浦(編) メディアコミュニケーション(現代のエスプリ No. 306). pp. 62-74, 至文堂 (1993).
- [11] 五十嵐: 大学新入生の携帯メール利用が孤独感に及ぼす影響, 心理発達科学論集(名古屋大学大学院教育発達科学研究科), Vol.31, pp.1-7(2001).
- [12] 松田: 大学生の携帯電話・電子メール利用状況 2001, 情報研究(文教大学情報学部), Vol.26, pp.167-179(2002).