

# カメラ付き携帯電話の写真のコミュニケーションとしての役割†

松尾 太加志  
(北九州市立大学文学部)

key words: カメラ付き携帯電話, コミュニケーション, 写真

コミュニケーションは、一種の疑似的な体験の共有である。自分が体験したことを相手に伝え体験を共有してもらおう。そのメッセージには、言語、非言語などに加え、絵、写真、動画などが用いられる。携帯電話の普及に伴い、物理的に離れた友人などに、リアルタイムに通話やメールを通して体験を伝達できるようになった。さらに、カメラ付き携帯電話では、単体のカメラを持ち歩かなくても写真を撮影でき、リアルタイムに写真を伝達できるようになった。カメラ付き携帯電話は、体験を視覚的に伝達でき、体験共有のリアリティを促進させるメディアとなっている。

ただし、実際にカメラ付き携帯電話の利用者は、どのような対象を撮影し、それらをどのような形でコミュニケーションに利用しているのかの実態は十分に把握されていない。本研究では、コミュニケーションツールとしてカメラ付き携帯電話がどのような利用をされているのか調査を行った。

## 方法

被調査者 福岡県内の K 大学と長崎県内の N 大学の学生 210 名(男性 40 名, 女性 162 名, 不明 8 名; 年齢 18 ~ 28 歳)

調査時期 2003 年 7 月および 8 月

質問紙 カメラ付き携帯電話で撮影した写真の見せ方の状況について、撮影内容(人物、景色・物、情報、動物、その他)、見せ方(メールで送信、直接見せた、見せなかった)、見せた相手(家族、友達、彼氏・彼女、先輩、後輩、上司・先生、その他)、その相手とのメール・対面頻度(ほぼ毎日、週 3 ~ 4 回、週 1 回、2 週間に 1 回、1 ヶ月に 1 回、半年に 1 回、年に 1 回、なし)について選択回答を求め、さらに、その状況の頻度について選択回答してもらった。また、印象に残った写真付きメールと携帯電話に求める機能についての自由記述を求めた。

手続き 心理学関連の 2 つの授業で授業中に実施。

## 結果と考察

状況ごとの頻度の回答を求めたが、ここでは、回答頻度として分析をした。カメラ付き携帯電話で撮影した写真は、メール送信と直接見せる場合とほぼ同じ程度であった。撮影内容が人物や動物の場合は直接見せるほうが多く、景色・物はメール送信が多く、情報は見せない場合が多い(図 1)。見せる相手は友人が圧倒的に多く、その相手とのメール頻度も非常に高かった。一方、対面頻度で見ると、あまり会わない相手とのメール送信も多かった(図 2)。

写真は、情報の記録や撮影画像の利用といった道具的利用よりも、思い出コミュニケーション(山下・野島, 2001)としての利用が高く、体験共有の役割を持っている。カメラ付き携帯電話では、体験共有を即時に行う(メール送信)ことも、対面場面での語らいに利用する(直接見せる)ことも可能である。文字による携帯メールが、親しい人とのつながりを求め、対面頻度が高い人とのやりとりが多かったのに対して(松尾, 2003)、写真付きメールは、対面頻度が少ない人へ

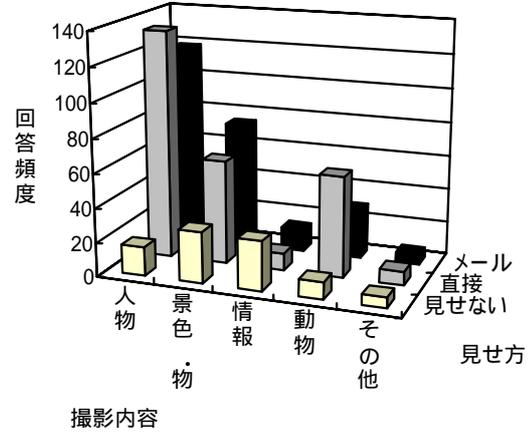


図 1 写真の見せ方と撮影内容との関係

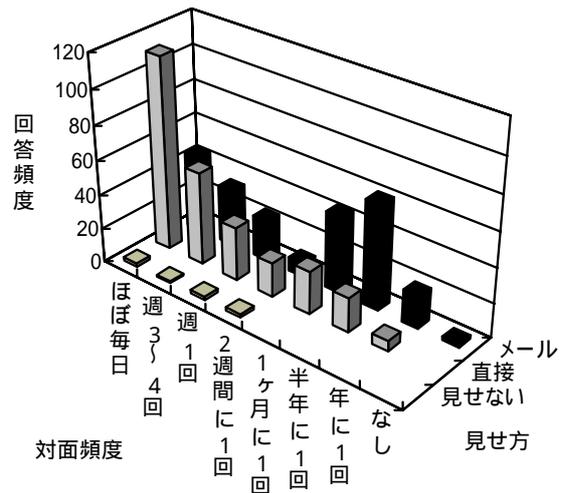


図 2 写真の見せ方と対面頻度の関係

の送信も多く、体験共有のメディアとしての役割が高いことを示している。カメラ付き携帯電話はリッチネスの高いメディア(吉井, 2003)であり、体験共有のリアリティを促進させる役割を持っている。

## 引用文献

- 松尾太加志 2003 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 シンポジウム「ケータイ・カーナビの利用性と人間工学」, 137-142.
- 山下清美・野島久雄 2001 思い出コミュニケーションのための電子ミニアルバム提案 ヒューマンインターフェースシンポジウム 2001 論文集, 261-264.
- 吉井博明 2003 カメラ付き携帯電話の利用実態とコミュニケーションへの影響 - 大学生はどう使いこなしているのか - 信学技報, 2003-09, 49-54.

(MATSUO Takashi)

† 本研究は、北九州市立大学文学部人間関係学科 2003 年度の徳永真実さんの卒業論文の一部を再分析したものである。