

オンライン通話の対話空間が対人認知に与える影響

杉原 悠太郎

昨今、新型コロナウイルスや5Gなどの通信技術の高速化と大容量化により、ビデオ通話機能を用いて人と人がオンライン上で新たに関係を構築し、意思決定する場面が増えている。例えば、企業に入る際の面接が、対面ではなくオンライン面接になり、直接会うことなく入社を決定する機会があったり、オフィスに行かず自宅で仕事をするようになったりと社会様式をも変えている。ビデオ通話上で人々が良好な関係を構築する際には、相手にどう思われているかという対人認知のコントロールが必要不可欠である。対人認知に影響のある要素は様々であるが、その中でも、対話空間という要素は対話者が意図して設定することができ、容易に変更ができる。また、対話空間は常に発信されている情報であり、対人認知に影響を与え続けている要素であるので、重要度が高い。

そこで、本研究ではビデオ通話における対話空間である背景色と人物サイズが対人認知に与える影響を実験的に検証する。

実験方法として、背景色（赤、青、白）と人物サイズ（近い、遠い）を組み合わせた6種類のサンプルを人物が男性のものと女性のものとで合計12種類の画像刺激を画像編集により作成し、被験者にはその刺激画像を見ながら、SD法という人間の持つ直感的なイメージを評価する手法に基づき作成したアンケートに回答してもらった。アンケートにより得られた20個の形容詞対の結果に対して主因子法とバリマックス回転による因子分析を実行した。

結果として、活動性、個人的親しみやすさ、社会的望ましさの3つの因子が得られた。そこから、背景色と人物サイズの項目ごとに比較を行った。背景色の比較結果として、赤色の場合に相手には自信があり、意欲的で、堂々としている印象を相手に与え、反対に背景色が青色の時には自信がなく、卑屈で、無気力な印象を与えることがわかった。また、背景色が白色の場合には親しみやすく、感じがよく、人の良い印象を相手に与えることがわかった。人物サイズの比較結果として、画面上の人物が近づくにつれ、軽率で、分別がなく、責任感のない印象を相手に与えることがわかった。背景色と人物サイズの組み合わせた比較結果として、背景色が青色の時には画面上の人物が近づくにつれて自信があり、意欲的で、堂々としている印象をより一層抱かせることがわかった。

ここから、2つの考察ができる。1つ目は人々が持つ色の印象が対人認知を形成する過程で対象人物の印象にまで影響を及ぼしていること。2つ目は対人認知を行う際に、複数の要素が絡み合っているため、ネガティブな印象である要素を掛け合わせた場合に、ネガティブな印象がさらに強まったのではないかと考察することができる。

今後の課題として、サンプルの種類を増やし、より詳細な条件を設定することでコミュニケーションの目的や状況に合わせて最適な対話空間の構築が明らかにする。

(指導教員 真栄城哲也)