

日中における絵文字・スタンプの利用と 意味受容比較

—異文化コミュニケーションにおける意味共有と理解の相違—

LIN Shuzhen

論文の背景

21 世紀は、グローバル化が急速に進む社会の中で人々が相互に交流することを求めている。マーシャル・マクルーハンが考えた地球村となる社会において、異なる国々の人々の間では、異文化的背景があるという理由でコミュニケーションの規範や方式が違うかもしれない。その中では、異文化コミュニケーション概念がますます大切になってくる。異文化コミュニケーションは、言語的コミュニケーションと非言語的コミュニケーションの二種類に分けられる。特に非言語記号である異文化を背景にした人々の間で用いられる絵文字はコミュニケーションのやりとりでよく見られおり、これに注目した研究が増えている。

近年、ICT 技術(情報通信技術)が発達する中、インターネットの急速な普及に伴って、特に若者が SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を広く使うようになった。総務省(2016 年)による 2015 年末の情報通信機器の普及状況調査では「携帯電話・PHS」及び「パソコン」の世帯普及率は、それぞれ 95.8%、76.8%となっている。また、「携帯電話・PHS」に該当する「スマートフォン」は、72.0%(前年比 7.8 ポイント増)と普及が進み、「パソコン」との差が前年の 13.7 ポイントから 4.8 ポイントに縮小している。

SNS の中でも LINE(日韓に人気がある SNS の一つ)や WeChat(中国人の間で人気がある SNS の一つ)といった SNS のユーザーも多くなってきた。WeChat でメッセージを送るユーザーは今や 83.3%に達した。また、Skype は欧米を中心に人気の SNS アプリケーションとして拡大を続けている。

SNS アプリケーション利用の広がりとともに、SNS によって絵文字やスタンプを使う人も増えてき

た。LINE には、無料のスタンプが複数あるが、有料のスタンプが 787 種以上あり、一個 120 円ぐらいで手に入れることができる。また WeChat には基本的なスタンプが 194 種以上収められている。さらに、iPhone 携帯では、キーボードの選択画面の中で、絵文字とは別に、顔文字セットが組み込まれており、文字を打ちながら絵文字や顔文字を選択することができるようになった。絵文字の数は、現在、約 1800 種類あるが、この数字はさらに増え続けている。絵文字は、感情、食べ物、職業とあらゆるものを網羅し、人種的な多様性にも対応しながら、スマートフォン時代になくなくてはならない存在になってきたと言える(Beade, 2017)。現代技術に頼る絵文字の存在は、現代社会における多文化、多元化を象徴する SNS 上のコミュニケーションを最も印象的形で実現する基盤になっていると考える。

研究の目的と意義

グローバル社会において、経済的なコラボレーションや、相互に国の首脳が外交訪問するといった国際関係上の交流だけではなく、市民レベルの文化的な行動をも含んでいる。国際コミュニケーションにかかわる能力を一層高め、異なる国の文化に適応できるよう、異文化コミュニケーションにかかわる研究とその上での実践的な行動が必要となる。本論文では、文化的側面から絵文字やスタンプを検討するが、その際、異文化コミュニケーションを通じた相互理解、またその際、文化的、心理的要因の一端を検討できるまで意義があると考ええる。

Berlo(1960)によると、コミュニケーションの過程において文化的なことが発生するかもしれない。このような状況がコミュニケーション過程に意味付与されていると考えられる。その意味において、異文化環境の中で、現代的なコミュニケーションの手段となる絵文字を研究することは大きな意義があると考ええる。

本論文では、絵文字やスタンプ(シンボル)と異文化コミュニケーション(相互作用)の二つに焦点を当て、日本と中国の若者の間でみられるそれぞれの「絵文字」の意味の違いを調査・研究する。その上で、日中の若者の間で発生する異文化コミュニケーションの形態や特徴を明らかにしたい。また、絵文字という視覚的記号の視点から、日本と中国の異文化コミュニケーションのあり方を明らかにし、異なる SNS(LINE や WeChat など)空間の中で、絵文字がどのように用意され、用いられ、理解されるかについて研究することが目的である。

研究課題と調査方法

本調査では、日本人と中国人が、バーチャルな環境で絵文字を交えてコミュニケーションを行う際、SNS を通じてやりとりの仕方や感覚がどのように持たれるのか、日中における異文化コミュ

ニケーションの中で、どこまで共通した部分が見られるか、またずれの部分があるのかを明らかにしたい。具体的に言えば、①現代若者世代に位置付けられる日本と中国の大学生におけるコミュニケーション行動の中で利用されている絵文字やスタンプに対する考え方や使い方を調査することをあげる。①日本と中国の絵文字やスタンプを比較したうえで、日中の若者がこれらを利用する際の共通点と相違点を浮き彫りにする。その上で、②日本と中国の若者が、それぞれどのように絵文字やスタンプを利用するか、③なぜそれらを利用するかを通して、日本と中国の若者が日々かかわっているネット上のコミュニケーション様式やコミュニケーション行動に連なるネットワークに対する意識を明らかにしたい。

本研究では、質的調査方法を採用するが、その際、半構造化インタビューを採用するため、最初は仮説を立てず、質問項目だけを考える。立命館大学衣笠キャンパスの日本人学生および中国からの留学生を分析対象としたい。データ収集方法に関しては、先に示した半構造化インタビューの実施による。質問形式は二種類がある。一つは選択肢のある質問である。もう一つは自由に答えられる質問である。自由回答法と選択肢法によるインタビュー調査を通じ、日本人の回答結果と中国人のそれとを比較し、分析する。

分析する際には、日本側と中国側の調査データを整理したり、比較したり、前の先行研究を参照したりして、日中における異文化コミュニケーションのあり方にかかわる先行研究課題に基づいたデータを分析する。その際、選択肢のあるインタビューによる被調査者のデータを、日本と中国に分けて、どのデータをそれぞれ整理する。

本調査データについては、30 種類以上の絵文字を、それぞれ日本人と中国人の大学生に見せながら、主にそれが「どのように思うか」、「どのようなとき使うか」という 2 つの質問項目についてインタビューし、その回答から得た内容をそれぞれ分析する。そこには、日本式の絵文字と中国式のものを含めることとする。

本論文の構成だが、まず第一章で、コミュニケーション論・記号論について概観し、そのもとで顔文字と絵文字の比較をし、絵文字と異文化コミュニケーションとの関係に発展した、バーチャル空間でのコミュニケーションについてまとめる。第二章では絵文字の先行研究を網羅し、絵文字と異文化コミュニケーションにかかわる本論文の研究課題を導き出す。第三章は調査方法論である。第四章では本研究の結果を示し、結論では、研究結果をもとにした新たな知見を示す。