

# 国立国語研究所学術情報リポジトリ

A study of the interpersonal effects of utterances  
(1) : An analysis of metacommunication data from  
readers' columns

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-03-31 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 尾崎, 喜光, OZAKI, Yoshimitsu メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.15084/00001151">https://doi.org/10.15084/00001151</a>

# 発話をもたらす対人効果の研究(1)

— 投書における

メタコミュニケーション行動の分析 —

尾 崎 喜 光

---

OZAKI yoshimitsu: A Study of the Interpersonal Effects of Utterances (1) :  
An Analysis of Metacommunication Data from Readers'  
Columns

要旨：本研究は、発話による対人効果について言及した新聞の投書をデータとして、言語生活における発話の対人効果の一端を明らかにしようとした。本稿では、読者に対する投稿者のそうした投書行動をメタコミュニケーション行動ととらえ、この分析を行なった。その結果次のことが明らかになった。

若い主婦がこの種のメタコミュニケーションを多く行なう。自分に向けて何か言われた時に最も生じやすい。発話者が投稿者本人である場合は中年層・男性・会社員の発話についてが多いが、発話者が投稿者以外でその属性が明らかな場合は若年層(や中年層)・男性・サービス業の発話が多い。発話者と投稿者の関係は、通りすがりやサービス業や親族の関係が多い。また相手と投稿者の関係は、投稿者本人やその親族や通りすがりの関係が多い。発話の効果先は「相手としての投稿者」が最も多く(63%)、「〈……〉と言われて私は△△だった。」という投書がメタコミュニケーション行動の基本パターンとなっている。効果をもたらしたものは、「発話のみ」が7割程度、「発話+非言語行動」が1割程度、「発話+実質行動」が2割程度であった。バラ言語的特徴については、発話と一緒にあって効果をもたらしていると考えられるケースが2割程度あった。効果の種類は、プラスの効果が48%、マイナスの効果が45%、中立の効果が6%であった。

キーワード：メタコミュニケーション行動 投書 対人効果

Abstract: In this study we analyze the interpersonal effects of utterances, based on data from readers' columns (letters to the editor). In the contributions (letters) that we examine, the contributors describe naturally occurring utterances and accompanying behaviors. We analyze the contributions themselves as a type of metacommunication behavior.

Such metacommunications are most often performed by young housewives, and they most often occur as a result of the contributor having been addressed by someone else. When the contributor is also the speaker of the original utterance, the utterances of male office workers are most often described. On the other hand, when the original speaker is someone other than the contributor, the utterances of young-to-middle-aged male service workers are most often described.

The most common relationships between speakers and contributors are passers-by, services and kinship. On the other hand, while the addressees were most often the contributors themselves, other relationships between addressees and contributors are kinship and passers-by.

The persons affected by the utterances are most frequently contributors

who were addressees (63%). Thus, the most common pattern for this type of metacommunication might be paraphrased as "Someone said '....' to me, which made me feel ...." In about 70% of the cases, the effects of the utterances are described as having been produced by speech alone. In about 10% of the cases the effects are described as having been produced by speech plus nonverbal communication, and in about 20% by speech plus other behavior. Paralinguistic features accompanying the utterances contributed to the effects in about 20% of the cases.

In 48% of the cases the effects are described as positive, in 45% as negative, and in 6% as neutral.

Key words: metacommunication, readers' column, interpersonal effect

## 1. はじめに

日常生活で我々が他者に対して発話することにより、いったい何がなされているのであろうか。

発話というものは発話されるまでの側面があり、そこにおいて何がなされているのかを対象とする研究というもののももちろん成立する。本研究についての紹介も兼ねた尾崎喜光（1994）で既に述べたように、言語学サイドからの研究、特に発話というパロール的現象を研究対象とする社会言語学においては、多様性に関する研究にしろ言語運用に関する研究にしろこの側面を扱ってきており、こうした発話生成のプロセスの研究が社会言語学のパラダイムとなっている。

しかし発話というものは、発話された時点でコトが全て終了するわけではない。それによって話し相手へ、あるいは脇で聞いている第三者へ、場合によっては話し手自身へと、さまざまな波紋が広がって行くものである。

例えば、なかなか止まない雨の中で雨宿りしている人に対しその家の者が「よかったらこの傘使ってください」と発話したとする。この発話は、発話されるまでの側面に注目するならば「勧め」がなされていると記述されるわけであるが、この「勧め」の発話により、その後さまざまな効果もたらされた可能性がある。例えば聞き手には「喜びと感謝の思い」がもたらされたかもしれない。脇で聞いていた第三者には「微笑ましい思い」がもたらされたかもしれない。話し手自身には「セルフイメージの高揚」がもたらされたかもしれない。

意図的にしろ非意図的にしろ、発話するというはその場にいる関与者に対する対人的効果・影響を大なり小なり生じせしめることになるわけである。この点に注目するならばコトはむしろ発話した後に始まるのである。「何がなされているか」ということを問題にする場合は、こうした発話によってもたらされる対人的効果・影響という側面も無視することはできないと思う。

以上に述べたことに関連して、社会学の立場から岡部慶三（1973）は、社会学におけるコミュニケーション研究を、①コミュニケーションを記号作用

または意味過程ととらえる立場からの研究と、②コミュニケーションを人間関係または社会関係ととらえる立場からの研究に大別している。加藤春恵子(1970, 1986) もやはり社会学の立場から、コミュニケーションには、①伝達ないしは道具としての側面(言語記号伝達過程)と、②交わりとしての側面(対象認知過程・対人認知過程)があることを指摘している。いずれも前者が「発話されるまでの側面」、後者が「発話された後の側面」にあたり、これら二つの側面での研究があることを述べている。

広井脩(1985)も、コミュニケーションは単なる記号交換過程ではなく、それを前提とした社会的相互行為であるとし、言語の社会的心理学は、言語の産出と理解だけではなく、その相互作用およびその結果話し手・聞き手双方に与えられる影響にまで視野を広げるべきであることを述べている。

やや言語学サイドからの発言としては、日高敏隆・西江雅之(1990)がその対談の中で、人間は単に情報のやりとりをするためだけではなく色々な目的のために言葉を発しており、何のために人間は話しをしているのか、言葉は人間の生活の中でどう役に立っているのかという研究の必要性を主張している。

本研究は、コミュニケーションにはこうした二つの側面があるという認識に立ち、言語学サイドでこれまであまり研究対象として取り上げられてこなかった後者の側面、すなわち発話による対人的効果・影響という側面に光を当て、この観点から、日常の言語生活において何がなされているのか、その一端を明らかにしようとするものである。

## 2. 「何がなされているか」についての研究

データの分析に入る前に、対人効果という観点から「何がなされているか」を研究したものとしてこれまでどのようなものがあるか、おもなものを見ておくことにする。

「何がなされているか」という問いに答えようとする代表的な研究としては、Austin, J.L. (1962) により開始された発話行為理論をあげることがで

きる。この理論においては、「発語媒介行為 (perlocutionary act)」という、聞き手に及ぼされる効果という面も確かに射程に入れられてはいる。しかしそれは、結局中心的な課題にはならず存在の指摘程度に留まり、実質的には発話のプロセス・意味作用に関する研究となっている。対人効果という面に注目した研究は、言語学というよりもむしろ社会心理学・教育心理学・児童心理学・精神分析・カウンセリングといった他の分野においてさかんに行なわれているようである。

これらの分野では、さまざまな対人的作用を独立変数、それによってもたらされる効果を従属変数とし、このパラダイムのもとに研究が展開されているのであるが、その研究の一部に発話を独立変数としたものがあり、これが発話による対人効果の研究と見ることができる。例えば次にあげるような研究がある。なおここでは、どのようなテーマの研究が行なわれているか紹介することを目的とするので、得られた結果・知見については特に言及しない。

#### ◆社会心理学（実験社会心理学）的な研究

上野徳美・横川和章（1984）は、保証の言葉を含む言語的コミュニケーションが不安低減に及ぼす効果やその過程について研究している。

浦光博・桑原尚史・西田公昭（1986）は、状況的諸要因（会話の目的の違い―「消費的コミュニケーション」か「情報交換」か「意思決定」か―）が会話に及ぼす影響を及ぼすか、そしてその会話が相互作用過程に及ぼす影響を及ぼすかを研究し、特に前者についての分析を行なっている。

川名好裕（1986）は、聞き手の相づち（言語的・非言語的）の有無による対人認知（対人魅力）や場の雰囲気認知の違いを実験的に研究している。

梅田恭滋（1987）は、個人の言語表現が聴衆にもたらす集団の効果について、落語の演者の表出行動（特にストーリーの展開）とそれに対する観客の反応を材料として分析することにより研究している。

鳥山治一・三浦幹夫（1987）は、スポーツ指導における「賞賛的言語」を具体例に上げて分析している。

濱保久・篠塚寛美・戸田正直（1988）は、対人交渉場面における発話者の

発話戦略（攻撃型か防衛型か）が返答者の発話戦略選択に及ぼす効果について研究している。

上野徳美（1991）は、従来の説得研究で問題とされてこなかったメッセージの反復およびその圧力の度合いの違い（メッセージ末尾の高圧的・断定的な文の有無）がもたらすメッセージ効果について研究している。

深田博己（1991）は、説得効果に及ぼす発話者の信憑性（大学教授が専門雑誌に書いた論文か中学生が夏休みの自由課題として書いたレポートか）の影響について研究している。

桑原尚史（1992）は、叱るという発話行為（特に「何を」叱るか）が相手にもたらす感情について研究している。

高木浩人（1992）は、相手からその人自身のことについて自己開示を受けた時、内容の望ましさやその人との親密さの程度の違いによって、相手に対する対人魅力がどう変わってくるかを研究している。

青木みのり（1993）は、臨床心理学で研究されてきた二重拘束（double bind）的なコミュニケーションがもたらすコミュニケーション上および対人関係上の影響について、特に口調と内容に不整合がある場合を研究している。

石川利江・越川房子（1993）は、チャンネル間（表情・音調・言語内容）でメッセージが矛盾する場合、総合的評価に各チャンネルがどの程度効果を及ぼしているか等について研究している。

#### ◆教育心理学的・児童心理学的な研究

古沢頼雄（1973）は、〈叱る〉〈褒める〉ということの対人的効果に関して児童心理学からの知見を紹介している。

落合幸子（1986）は、授業の談話をデータとして、褒め言葉の種類、褒め言葉に影響を与える要因、褒め言葉の効果を研究している。

遠藤由美・吉川左紀子・三宮真智子（1991）は、親から子どもへの叱りことばについて、表現が異なる場合に同じ情報を受け手に伝えているかどうかを研究している。

#### ◆カウンセリングの分野での研究



古屋健治(1981)は、カウンセリング場面において発話すること(そしてそれが支持されること)が発話者自身に効果をもたらすことがあることを述べている。

#### ◆その他

これは研究ではなく対談ではあるが、糸山英太郎他(1973)では、教育、実業界、新聞社、テレビ界で働いている人たちの体験的発言が載せられている。そこでは、例えば同じ「叱る」「褒める」という行為であっても、〈どういう人が〉するか、〈どういう人に〉するか、〈何を考えて〉するかによって、相手に与える効果が異なることが述べられている。

以上で見たように、発話の対人効果というテーマについては、心理学(特に(実験)社会心理学・教育心理学・児童心理学)やカウンセリングの分野で研究が進められてきている。しかし、確かに効果は測られてはいるものの、その場で交わされたであろう具体的な言語形式、特に日常場面において現実発話されたであろう言語形式については関心が薄いようである。

これに対して言語学、特に社会言語学の分野においては具体的な言語形式に強い関心がある。しかしその主たる発想は、用いられる具体的な言語形式を対人関係がどう規定するかという方向でのものがほとんどであり、逆の方向、すなわち用いられた具体的な言語形式が対人関係にどのような効果をもたらすかという方向への関心は薄いようである。

本研究は、言語学サイドで関心が持たれている具体的な「言語形式」というものにこだわりつつもそこに留まらず、社会心理学サイドなどで関心が持たれている「効果」という側面にまで踏み込もうとするものである。

### 3. データのソースと本稿における分析の範囲

こうした研究を具体的に進めるにあたり、データをどこから集めるかということが問題となるのであるが、言語学サイドからの研究の第一歩として、まずは対人効果のバラエティについて広く見てみるべく、いろいろな人がい

ろいろな事について発言している新聞の投書欄の中から、発話およびそれがもたらした対人関係上の効果について比較的明示的に書かれたものをデータとして収集した。典型的には、「××した時、○○さんから〈……〉と言われて△△だった。」という発言が含まれている投書を収集したわけである。日常生活においては対人的インパクトがそれほど大きくない発話も当然たくさん行なわれているわけであるが、こうした投書から得られるデータは、投書を通じて読者と効果を分かちあいたいと願うほどインパクトの強いものである。さらにまた、編集者による選択というフィルターも入っている。従って、ここで得られたデータは日常の言語生活の縮図を現わしているというわけではない。

さて、本研究では「××した時、○○さんから〈……〉と言われて△△だった。」という部分が分析対象となるわけであるが、考えてみると、コミュニケーション場面で生じた対人効果について投書し、不特定多数の他者にその効果を伝達して分かち合い、その結果として読者に第二次的な効果をもたらそうとする投稿者のコミュニケーション行動、すなわち投稿者による「メタコミュニケーション行動」自体も興味深い分析対象になりそうである。例えば、コミュニケーション効果について読者にコミュニケーション（投書）しようとする人にはどんな人が多いのか、誰の発話によってもたらされた効果についてよく投書するのか、誰に対してもたらされた効果についてよく投書するのか、何によって（つまり言語のみか非言語等も加わるのか）もたらされた効果についてよく投書するのか、どんな種類の効果についてよく投書するのか、などといったことがらも分析の対象として興味深いものがある。

そこで本稿では、本データについての最初の分析として、まずはこうした周辺的なことがらについて分析を行なうことにする。研究の中心的部分である「発話」と「対人効果」の関係については、別の機会に改めて論じることにした。

なお、「コミュニケーション効果」についての「メタ」ということであれば「メタコミュニケーション効果」となるわけであり、これは、ある投書に

対する反響的投書の一部（つまり単に触発されての投書ではなく直接的に影響を受けての投書）がそれに当たる。すなわち、『「〈……〉と言われて△△だった。』という先日の投書を読んで〇〇だった」という類の反響的投書である。しかし、本稿ではそこまで研究対象をしぼり込むことはせず、コミュニケーション効果についてのコミュニケーション行動のことを、ここでは多少厳密さを欠いて「メタコミュニケーション行動」と呼び、これを分析の対象とする。

#### 4. データの収集

データは『朝日新聞』（東京本社）の「声」（「若い世代」「VOICE」「テーマ討論」「提案します」を含む）および「ちょっとひとこと」「ちいさなかけ橋」「お茶の間発」「読者から」から収集した。

「声」の方は全国から投書が寄せられ、テーマも政治・経済・社会・生活等多岐にわたる。それに対して「ちょっとひとこと」以下は東京版の投書欄であり、主として日常生活に関するささいなことが話題として取り上げられている（なお「ちょっとひとこと」以下の投書欄名は上記の順に数年ごと変わってきている）。

投書の媒体については、「声」が手紙のみであるのに対し、「ちょっとひとこと」以下は電話やFAXやパソコン通信でも受け付けている。後者における内訳は、手紙・葉書30、電話37、FAX14、パソコン通信1、未区別・不明12であった。「ちょっとひとこと」の受け付けが電話に限られていることもあり電話の数値が高くなっている。この電話での投書は、投稿者の話した内容が要約されて掲載されている可能性がある。細かい表現形式まで注目して分析するには注意が必要であるが、ポイントとなる部分はそう大きな食い違いは無いものと考え、これもデータとした。

収集対象とした期間は1985年1月1日から1993年12月31日の9年間である。実際に収集された最初のデータは1985年1月23日付けの「声」からであり、最後のデータは1993年12月28日付けの「声」からであった。

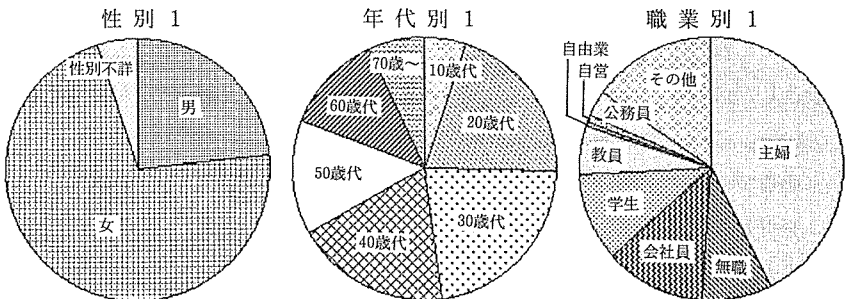
本研究のデータとして得られた投書は全部で381件であった。この381件の投書を分析し、対人効果ごとに1データとした。基本的には1つの投書は、1発話1効果でこれが1データとなったが、1つの投書内に2つ以上の発話があって1つの効果を生む場合（例えば、相手の応答などで分断された関連する発話が1つの効果を生む場合や、相互のやりとり自体が1つの効果を生む場合）、2つ以上の発話が2つ以上の効果を生む場合、というものもある。効果を単位としたため、前者のケースでは1データのままであるが、後者のケースでは複数データという扱いになった。そのため、投書数よりもデータ数が多少多くなる。すなわち、1つの投書から1つのデータが得られたものが348件、2つのデータが得られたものが28件、3つのデータが得られたものが5件となり、データは総計419となった。

投書欄別による内訳は次のとおりである。「声」287件（データ数320）、「ちょっとひとこと」15件（同17）、「ちいさなかけ橋」31（同32）、「お茶の間発」21件（同22）、「読者から」27件（同28）。投書数・データ数いずれにおいても、「声」から得られたものが全体の3/4を占めている。

## 5. データの分析

### 5.1. 投稿者の属性

この種の投書がどのような属性を持つ人によってよくなされているのか、381件の投書を性別・年代別・職業別に分け、データの単純な内部構造をまず見てみることにする。次のグラフを参照。



性別では、男 23.4%、女 71.7%、不詳 5.0%であった。女性の投書がかなり多く、この種のメタコミュニケーション行動は全体として女性によりかなり多くなされている。

年代別では、「10 歳代」5.2%、「20 歳代」19.9%、「30 歳代」22.3%、「40 歳代」18.6%、「50 歳代」13.9%、「60 歳代」12.1%、「70 歳以上」6.8%であった（その他「9 歳以下」1 人、不詳 3 人）。30 歳代を中心とした分布になっており、この種のメタコミュニケーション行動は全体として若年～中年層を中心になされている。

職業別では、「主婦」42.5%、「無職」8.7%、「会社員」12.1%、「学生」10.8%、「教員」6.0%、「自由業」0.5%、「自営」1.0%、「公務員」3.1%、「その他」15.2%であった（「その他」の中には「自由業」「自営」に分類されるべきものもあると思われる）。この種のメタコミュニケーション行動は全体として主婦を中心になされている。

総合すると、「女性」「若年～中年層」「主婦」がこの種のメタコミュニケーション行動をよくする、ということになる。

## 5.2. 投書全体の中での位置付け…「声」欄を代表として

しかし、もし投書全体もそのような構成比であったとしたら、その意味合いは多少異なってくる。例えば女性が多かったのは、そもそも投書全体で女性が多かったからであるということになるかもしれない。この種のメタコミュニケーション行動がこれらの投書の中で男性に比べて本当に女性に多いのかどうかを判断するためには、投書全体の構成比と比較してみる必要がある。

しかし残念ながら、「声」の統計は 1987 年から始まっており、本研究で対象とした最初の 2 年間で欠けている。またそれ以外の投書欄はそもそも統計がない。このため簡単に比較することはできない。

そこで、次のような代替的措置により比較を試みることにした。

調査対象期間のちょうど中間の年にあたる 1989 年の「声」の統計を「声」の代表とし、これと本データの「声」の全体のデータ（幸い「声」はデータ

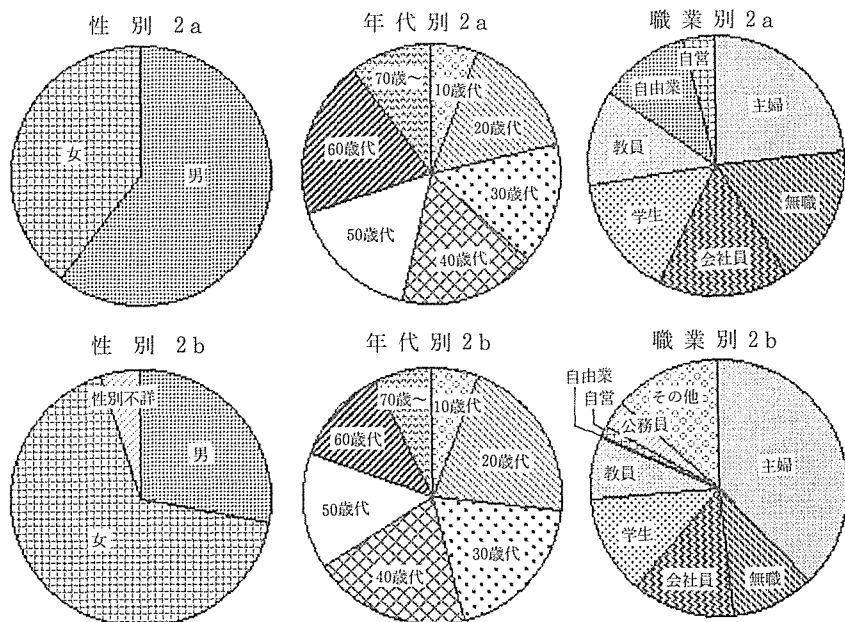
数が最も多い)と比較し、本データの「声」の中での位置付けを推測してみることとする。

『朝日新聞』1989年12月31日付けの「今年の投書から」によると、1989年の「声」欄(東京本社)への投稿数は33,545通、掲載数は2,824通であった。

なお、掲載されたものを内容別に見ると、本研究でおもにデータにしたと考えられる「社会・生活」は36.6%でトップであった。(他に上位から「政治」「国際」「教育」「経済」「環境・公害」「マスコミ」という分類枠がある)

これに対して本研究でデータとした「声」の投稿総数は287件であり、年平均31.9件、1989年は32件であった。従って「声」の約1%がデータとされたことになる。投書におけるメタコミュニケーション行動はそれほどさかんに行なわれるものではないようである。

さて、「声」全体をさらに分析し、本データの「声」と比較すると次のようであった。下のグラフを参照(上段が「声」全体2,824件、下段が本データの「声」287件をそれぞれ100とする)。



### 性別について

「声」全体では、男60.6%、女39.4%であった。それに対して本データの「声」は、男28.2%、女66.9%、不詳4.9%であった。「声」全体と比較すると本データには女性への大きな偏りが見られる。ここから、投書におけるこの種のメタコミュニケーション行動は男性よりも女性に多いとすることができる。

### 年代別について

「声」全体では、「10歳代」5.9%、「20歳代」15.5%、「30歳代」15.3%、「40歳代」17.0%、「50歳代」16.3%、「60歳代」19.9%、「70歳以上」10.1%であった。それに対して本データの「声」は、「10歳代」5.9%、「20歳代」20.9%、「30歳代」19.2%、「40歳代」19.5%、「50歳代」14.6%、「60歳代」12.2%、「70歳以上」7.0%であった（その他「9歳以下」1人、不詳1人）。20～40歳代への偏り幾分見られる。ここから、投書におけるこの種のメタコミュニケーション行動は20～30歳代という若めの年齢層に幾分多いとすることができる。

### 職業別について

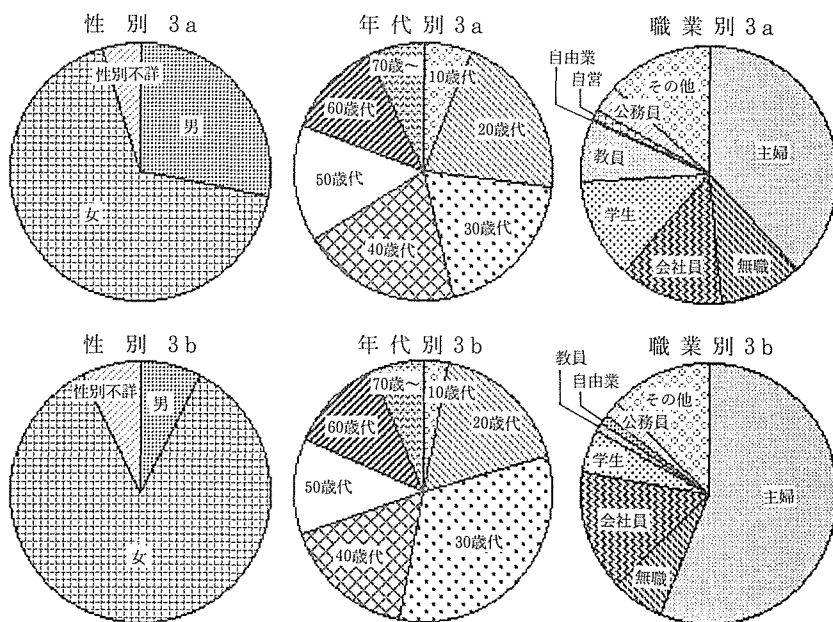
「声」全体では、「主婦」20.7%、「無職」15.5%、「会社員」14.6%、「学生」13.4%、「教員」10.6%、「自由業」10.0%、「自営」3.5%であった。それに対して本データの「声」は、「主婦」38.0%、「無職」10.5%、「会社員」13.0%、「学生」12.5%、「教員」7.7%、「自由業」0.3%、「自営」1.4%、「公務員」3.5%、「その他」13.2%であった（「その他」の中には「自由業」「自営」に分類されるべきものもあると思われる）。主婦への偏りが大きい。ここから、投書におけるこの種のメタコミュニケーション行動は主婦に多いとすることができる。

以上を総合すると、投書におけるこの種のメタコミュニケーション行動は「女性」「20～30歳代」「主婦」、要するに若い主婦に多い行動と見ることができる。彼女たちは、自分にもたらされた効果、あるいは他者にもたらされた効果を、自分の内だけに保っておくのではなく、投書というコミュニケー

ションを通じて不特定の他者にも伝達し分かち与え共鳴してもらうことを願う傾向が、それ以外の人達よりも強いとすることができる。

### 5.3. 「声」とそれ以外の投書欄との比較

データ収集を進めていく段階で、「声」とそれ以外の欄とで、この種の投書についても投稿者の層に違いがあるように感じられた。そこで、「声」と、「ちょっとひとこと」「ちいさなかけ橋」「お茶の間発」「読者から」をまとめたものを構成比の点で比較してみたところ、次のような結果が得られた。下のグラフを参照（上段が「声」287件、下段が「声」以外94件）。



#### 性別について

本データの「声」は、男28.2%、女66.9%、不詳4.9%であった。それに対して「声」以外は、男7.4%、女85.1%、不詳7.4%であった。いずれの欄でも女性への偏りが見られるのであるが、「声」以外ではその傾向が一層



著しく、メタコミュニケーションという行動についてはさながら女性専用の投書欄である。ここから、投書におけるこの種のメタコミュニケーション行動は、全国的で多少フォーマルな雰囲気のある「声」では男性もある程度行なうが、地域的でカジュアルな雰囲気があり、場合によっては気軽な電話でも受け付けてくれる「声」以外では専らと言っていいほど女性が行なう、という傾向的な違いが見られる。

#### 年代別について

本データの「声」は、「10歳代」5.9%、「20歳代」20.9%、「30歳代」19.2%、「40歳代」19.5%、「50歳代」14.6%、「60歳代」12.2%、「70歳以上」7.0%であった（その他「9歳以下」1人、不詳1人）。それに対して「声」以外は、「10歳代」3.2%、「20歳代」17.0%、「30歳代」31.9%、「40歳代」16.0%、「50歳代」11.7%、「60歳代」11.7%、「70歳以上」6.4%であった（その他不詳2人）。いずれも20～40歳代への偏りが見られるが、「声」はその内部では分散するのに対し、「声」以外は30歳代に集中する傾向が見られる。ここから、投書におけるこの種のメタコミュニケーション行動は、「声」では割と幅広い範囲の若年層により行なわれるが、「声」以外ではその中でも特に30歳代により行なわれる、という傾向的な違いが見られる。

#### 職業別について

本データの「声」は、「主婦」38.0%、「無職」10.5%、「会社員」13.0%、「学生」12.5%、「教員」7.7%、「自由業」0.3%、「自営」1.4%、「公務員」3.5%、「その他」13.2%であった。それに対して「声」以外は、「主婦」56.3%、「無職」6.4%、「会社員」14.9%、「学生」5.3%、「教員」1.1%、「自由業」1.1%、「自営」0.0%、「公務員」2.1%、「その他」12.8%であった。いずれも「主婦」への偏りが見られるが、「声」以外ではその傾向はさらに著しく半数以上に達する。逆に「学生」「教員」は、「声」以外ではかなり少なくなる。ここから、投書におけるこの種のメタコミュニケーション行動は、「声」ではある程度いろいろな職業の人により行なわれるが、「声」以外では半数以上は主婦により行なわれ、特に学生や教員は少ない、という傾向が見

られる。

以上を総合すると、投書におけるこの種のメタコミュニケーション行動は、「声」以外では、「女性」「30歳代」「主婦」への偏りが「声」以上に見られる。「声」以外では、若い主婦がこの種のメタコミュニケーション行動を「声」以上に行なっている。若い主婦向けのメタコミュニケーションの場と言えるのである。

#### 5.4. 問題の発話と投稿者との関係

投稿者は、効果をもたらした問題の発話とどのような関係を持つ者として（つまり発話者か相手か第三者か）メタコミュニケーション行動をしているのであろうか。

投稿者と問題の発話の発話者との関係を集計したところ、次のような結果が得られた。なお、1つの投書に複数の発話があり発話者も複数いるというケースもあるので、投稿数ではなくデータ数の方の比率をここでは見ていくことにする（複数処理がまだ不十分で数値が完全に安定してはいないのでここでは百分率は小数まで示すことはしない）。

投稿者が問題の発話の発話者であるデータは28（7%）、相手であるデータは267（64%）、第三者であるデータは127（30%）であった（重複するデータがあるので百分率は100%を越える）。投稿者が当の発話者であるというデータは1割に満たない。9割以上は投稿者が発話者以外というデータであり、そのうち「〈……〉と言われて投書した」という相手としてのデータが約2/3、「〈……〉と投稿者以外に言っているのを聞いて投書した」というデータが約1/3であった。

ここから、この種のメタコミュニケーション行動が最も生じやすいのは、自分に向かって何か言われた時であることがわかる（この場合の効果先は投稿者がほとんど）。ただし、第三者として話を聞いた時にもある程度は生じ、その場合の効果先は、第三者としての投稿者が8割、相手としての投稿者以外が2割である（後者の場合は投稿者の親族・友人・知人といった人物

が多い)。これに対して、自分が何か言った時にはこの種のメタコミュニケーション行動はあまり生じない（生じた場合の効果先は、投稿者自身が2/3で相手が1/3）。

## 5.5. 発話者の属性

投稿者は、どのような属性を持った人の発話についてメタコミュニケーション行動をしているのであろうか。

投書の文面からは発話者の属性がはっきり特定できない場合もあるので（特に投稿者以外が発話者の場合）、ここでは比率を「何%」ではなく「何割」のように示し、おおよその傾向を見る程度に留めることにする。

### 性別について

まず「発話者が投稿者本人」である場合（28）は、男性が4割、女性が6割程度で、女性の方が多。ただし、投稿者全体の構成比と比べた場合はむしろ男性の方が幾分多く、自分の発話をもたらした効果についてメタコミュニケーションする場合は男性に傾く傾向が多少見られる。

次に「発話者が投稿者以外」である場合については、投稿者が相手である場合（267）も、投稿者が第三者である場合（127）も、男性が4～5割、女性が3割、不詳が2割程度であった。不詳を除いた内部での構成比は、男性が5～6割、女性が4割程度であり、投稿者以外の発話については、男性が発話者である場合の方がやや多い。ここから、どちらかというとなりの発話を直接受けたり端で耳にしてメタコミュニケーションするという傾向が見られる。

### 年齢別について

ここでは、30代以下および「若年」と判断されたものを広義の「若年」、40・50代および「中年」と判断されたものを広義の「中年」、60代以上および「高年」と判断されたものを広義の「高年」とする。

まず「発話者が投稿者本人」である場合は、若年・中年がともに4割、高年が1割程度であった。投稿者全体の構成比と比べると、中年がやや高く高

年が低い。自分の発話効果についてメタコミュニケーションすることは、中年で相対的にやや高く、高年で相対的に少ないようである。

次に「発話者が投稿者以外」である場合について見ると、不詳が4割程度と多いが、これを除いた部分での構成比は、投稿者が相手である場合は、若年・中年がともに4割、高年が2割程度であった。また投稿者が第三者である場合は、若年6割、中年2～3割、高年1割程度であった。ここから、投稿者が相手である場合は若年や中年の人の発話についてのメタコミュニケーションが多く、投稿者が第三者である場合は若年の人の発話についてのメタコミュニケーションが多いという傾向が見られる。

#### 職業別について

まず「発話者が投稿者本人」である場合は、投稿者全体の職業構成比と比べると主婦が少なく会社員が多くなる傾向が見られる。自分の発話効果についてメタコミュニケーションすることは、相対的に主婦に少なく会社員に多いようである。

次に「発話者が投稿者以外」である場合について見ると、不詳が3～4割程度と多い。これを除いた部分の構成比は、投稿者が相手である場合、第三者である場合ともに、投稿者では高い比率を占めていた主婦が少なくなる。それに代って多いのは、ここでの分類枠を用いれば「会社員」に分類されるような様々なサービス業関係の職業である。投稿者が相手である場合について言えば、鉄道職員(10)、バス運転手(5)、タクシー運転手(5)、医師(7)、警察官(6)、郵便局員(4)、銀行員(4)、食堂関係(3)などが多い。また第三者である場合について言えば、鉄道職員(5)、バス運転手(4)、医師(3)、警察官(3)などが多い。職業がわかるケースについては、外出時に接したサービス業関係の人に直接言われたり、第三者として聞いたりした発話を取り上げてするメタコミュニケーションが少なからずあると言える。

総合すると、「発話者が投稿者本人」である場合は、「男性」「中年層」「会社員」がした発話についてこの種のメタコミュニケーションをよくし、「発話者が投稿者以外」でかつその属性が分かる場合は、投稿者が相手である場

合・第三者である場合ともに、「男性」「若年層（や中年層）」「サービス業」がした発話についてこの種のメタコミュニケーションをよくする、ということになる。結局、属性が分かる場合は、家の外で働く男性の発話が取り上げられることが相対的に多いようである。投稿者に若い主婦が多かったのと対照的である。

## 5.6. 投稿者と発話者と相手との間柄

次に、投稿者と発話者と相手がどのような間柄にある時よくメタコミュニケーションするかをしてみることにする。

### 5.6.1. 投稿者から見た発話者との間柄

投稿者は、投稿者から見てどのような間柄の人物がした発話についてメタコミュニケーションしているのであろうか。

発話者が投稿者本人である場合は、先にも述べたように7%であった。それ以外は投稿者以外の発話であるが、投稿者から見て何らの関係もない「通りすがり」の関係が3～4割と多い。それ以外は何らかの関係があるものでありバラエティに富むが、ある程度まとまったものとしては、投稿者が利用したサービス業者等の「サービスの与え手」の関係が1割程度（鉄道職員・バス運転手・タクシー運転手・医師・郵便局員・銀行員が多い）、「親族」の関係が0.5割程度ある（子供や夫が多い）。

結局、比較的多いのは投稿者から見て通りすがりの人物の発話について、何らかの関係がある場合は投稿者に仕事としてサービスを与える人物の発話や親族の発話について、メタコミュニケーションすることが多いようである。

### 5.6.2. 投稿者から見た相手との間柄

投稿者は、投稿者から見てどのような間柄にある相手に向けてなされた発話についてメタコミュニケーションしているのであろうか。

まず相手が投稿者本人である場合は、先にも述べたように6割程度と最も多かった。それ以外は投稿者以外への発話であるが、多いのは「通りすがり」の関係で1～2割程度ある。投稿者から見て何らかの関係がある場合は「親

族」の関係で1割程度ある（子供や母親や夫が多い）。

結局、本人ないしはそれに準ずる親族に向けてなされた発話についてメタコミュニケーションすることが多いようである。前節と考え合せると、投稿者から見て通りすがりやサービス業者や親族が、投稿者本人やその親族や通りすがりに対して行なった発話について、投稿者が取り上げてメタコミュニケーションすることが多いようである。

### 5.6.3. 相手から見た発話者との間柄

相手から見てどのような間柄にある発話者からなされた発話についてメタコミュニケーションしているのだろうか。

相手の6割程度は投稿者本人でもあるので、5.6.1.に近い結果になっている。やはり「通りすがり」の関係が3割程度と最も多い。次いで多いのは、利用したサービス業者等の「サービスの与え手」の関係で1～2割（やはり鉄道職員・バス運転手・タクシー運転手・医師・郵便局員・銀行員が多い）、そして「親族」の関係で1割程度である（子供や夫や両親が多い）。

相手から見て通りすがりやサービス業者や親族の関係にある者が行なった発話についてメタコミュニケーションすることが多いようである。

## 5.7. 効果先

以上で見た属性や間柄を持つ人物間で行なわれた発話は、どのような人物に対して効果もたらされているのであろうか。どのような人物へのコミュニケーション効果について、投稿者はメタコミュニケーションするのであろうか。その効果先について次に見てみることにする。なお比率の表示は「何%」の形にもどすことにする。

発話による効果先としては、発話の相手、第三者、話し手自身の三種類が考えられるが、結果はそれぞれ72%、25%、4%であった。効果先が相手であるデータ、つまり「〈……〉と言われて△△だった。」というタイプのデータが非常に多い。<sup>注</sup>ある程度出てくるのは効果先が第三者としてのデータ、つまり「〈……〉と誰かに言うのを聞いて△△だった。」というタイプのデー

タである。それに対して効果先が話し手自身としてのデータ、つまり「〈……〉と<sup>●</sup>言<sup>●</sup>って△△だった。」というタイプのデータは少ない。ここでのデータの多くを占める一対一のコミュニケーションの場合、言った人と言われた人は同数で効果の数も同数のはずであるが、それがメタコミュニケーションされるのは多くの場合「言われた立場」からであり、「言った立場」からメタコミュニケーションするということはかなり少ない。

効果先と投稿者との関係については、効果先が投稿者本人である場合と投稿者以外である場合とが考えられるが、それぞれ90%、10%であった。投稿者本人に効果があったデータ（つまり「私<sup>●</sup>は△△だった。」というタイプのデータ）が大部分を占めている。

発話場面の当事者とそれを報告する投稿者の関係から効果先を再度分類すると、{相手としての／話し手としての／第三者としての} × {投稿者／投稿者以外} の6つのパターンが考えられることになるが、それぞれ次のような比率であった。

ボタン1：相手としての投稿者……63%

〈……〉と<sup>●</sup>言<sup>●</sup>われて私は△△だった。

例：「(身体障害者である投稿者が通勤途中で小学生の一隊と出会ったので声をかけたところ)〈おじさん、足が悪くって大変だね。だけど頑張ってるよ〉と<sup>●</sup>言<sup>●</sup>われて私は心から感動した。」(声、1990年4月6日)

ボタン2：話し手としての投稿者……4%

〈……〉と<sup>●</sup>言<sup>●</sup>って私は△△だった。

例：「(屋外の授業でスケッチをしていた時、目に障害を持った子に白い杖でスケッチブックの上に土を飛び散らされた。その母親らしき人がすぐに謝ってくれたとき)〈いいんです。大丈夫ですから〉と<sup>●</sup>言<sup>●</sup>って私は(励ましの言葉が言えなかったのを)悔やんだ。」(声、1989年6月11日)

ボタン3：第三者としての投稿者……23%

〈……〉と誰かにいうのを聞いて私は△△だった。

例：「(観光バスに乗ったとき、バスに戻る時間に三分ほど遅れた小学生の兄弟が)〈おそくなりました〉とバスガイドに言うのを聞いて私は(子供の純な心に)感動した。」(声、1987年12月24日)

パターン4：相手としての投稿者以外……9%

〈……〉と言われてAさんは△△だった。

例：「(雨の日に傘のしずくを二、三度きってタクシーに乗り込んだ投稿者から)〈ごめんなさい、お待たせしました〉と言われて運転手は気持ち良かった。」(声、1987年5月8日)

パターン5：話し手としての投稿者以外……0%

〈……〉と言ってAさんは△△だった。

例：(なし)

パターン6：第三者としての投稿者以外……1%

〈……〉と誰かに言うのを聞いてAさんは△△だった。

例：「(混雑する通勤電車の座席で眠り込んで寄りかかってくる投稿者を力強くムキになって押し返したとき投稿者が)〈若い女性に寄りかかれても、そんなに押し返すのか〉と相手に言うのを聞いてまわりの人は失笑した。」(声、1992年3月9日)

すなわち、「相手としての投稿者」というのが最も多かった。「〈……〉と言われて私は△△だった。」というのがメタコミュニケーション行動の基本パターンであると言えそうである。次いで多いのは「第三者としての投稿者」(「〈……〉と誰かに言うのを聞いて私は△△だった。」)であり、ずっと小さい比率でこれに続くものとしては「話し手としての投稿者」(「〈……〉と言って私は△△だった。」)、「相手としての投稿者以外」(「〈……〉と言われてAさんは△△だった。」)；なおこの中には投稿者の話し相手というもの7ケースあり、「第三者としての投稿者以外」(「〈……〉と誰かに言うのを聞いてAさんは△△だった。」)がある。「話し手としての投稿者以外」(「〈……〉と言ってAさんは△△だった。」)というのも理論的には考えられるが、



実際のデータは皆無であった。なお「相手としての投稿者以外」については、実は投稿者本人に準ずると考えられそうな投稿者の親族が半数近くを占めている。

ここで、最も多かった「相手としての投稿者」をもう少し分析してみた。それによると、性別・年代別・職業別いずれの点においても、投稿者全体の構成比とほぼ同じであった。それに対して「第三者としての投稿者」の方は、多少女性・若年層・主婦への偏りが見られた。直接の当事者ではないが傍らで聞いていて効果もたらされた場合は、若い主婦がメタコミュニケーションする傾向が若干見られるようである。

## 5.8. 効果をもたらしたもの

効果をもたらしたものは発話のみとは限らない。発話に付随する表情や動作などの非言語行動や実質行動も合せて効果をもたらしたということも十分考えられる。そこで、効果をもたらしたのが発話のみであるのか、それともこれに非言語行動や実質行動も加わっているのかについて、投書の文面から読み取れる範囲内で分析を行なった。

その結果、効果をもたらしたものが「発話のみ」が7割程度、「発話＋非言語行動」が1割程度、「発話＋実質行動」が2割程度であった。また「発話＋非言語行動＋実質行動」というのもわずかながらあった。発話のみで効果をもたらしたデータが多くを占めていることがわかる。人をメタコミュニケーションへと駆り立てるには、必ずしも非言語行動や実質行動は必要ではなく、発話だけでも十分であることが多いことがわかる。もっとも、「発話のみ」と分類されたデータにも、文面には出ていないが、実際には非言語行動や実質行動が伴っており、これが一緒になって効果をもたらしたということはありうることである。しかし、情報がないので如何ともしがたい。

### 5.8.1. 非言語行動の分類

非言語行動としてはどのようなものがあったかを、「プラスの効果」「マイナスの効果」「中立の効果」（これらについては5.9.を参照）に分けて分類

したところ、中立効果はケース数が少なく、残りはプラス効果とマイナス効果が半々程度であった。このうちプラス効果の場合は、「ほほえみ」「会釈」の類が多かった。それに対してマイナス効果の場合は分散が大きかったが、多少まとまったものとしては「ならみつけ」「こちらを見ない」というのがあった。

### 5.8.2. 実質行動の分類

同様に、実質行動としてどのようなものがあったかを見てみる。やはり中立効果は少なかったが、プラス効果とマイナス効果には偏りが見られ、前者が8割、後者が2割と、プラス効果が大きな割合を占めていた。その具体的な行動としては、いずれの効果においても分散が大きいのであるが、プラス効果でややまとまったものとしては「申し出内容の遂行」の類（車やバスに乗せる、何かを譲与・貸与する、代行するなど）がある。マイナス効果でややまとまったものとしては「依頼の不履行」の類があるが、これは積極的に何かするというよりも、期待されていることをしないという消極的な行動である。マイナス効果にはこうしたものが目立つ。

### 5.8.3. パラ言語的特徴

なお発話にパラ言語的な特徴（声の調子）が伴い、これが一緒になって効果をもたらしていることも考えられる。文面から読み取れる限りではこうしたケースは2割程度あった。プラス効果とマイナス効果がほぼ半々であった。プラス効果で目立つものとしては「優しく」「明るく」「穏やかに」などがある。他方マイナス効果で目立つものとしては「怒鳴って」「大声で」「すごんで」「きつく」「冷やかに」などがある。「怒鳴って」以下4つと最後の「冷やかに」という、ある面で対極的な声の調子が、ともにマイナス効果をもたらしている点は注目される。

## 5.9. 効果の種類

投稿者は、もたらされたどのような効果についてメタコミュニケーションしているのだろうか。

効果の種類を大きく「プラスの効果」「マイナスの効果」「中立の効果」に

分類したところ、それぞれ48%、45%、6%であった（この他に分類が難しいケースも多少ある）。インパクトの弱い中立効果についてメタコミュニケーションすることは少なく、多くの場合は、プラスにせよマイナスにせよ旗色が鮮明な効果について行なっている。プラスとマイナスはほぼ半々であった。

これを具体的な効果により細分類すると次のようであった。なお、効果を表わす具体的なことばは、文面を参照しながら分類しやすいよう筆者がパラフレーズしたものである。もっと統合できそうなもの、逆に統合が不適切なものもあるかもしれず、再検討が必要かと思われるが、現段階での分類を示しておく。度数が小さいものも、どのような効果についてメタコミュニケーションしているか、その広がりを示すために掲げておく。なお、( )内は度数である。

#### 5.9.1. プラス効果

◆度数が10以上のもの。

感動(21)、うれしさ(15)、喜び(15)、感謝(14)、温まり(11)。

◆度数が5～9のもの。

なごみ(8)、励まし(7)、感激(5)、爽やかさ(5)。

◆度数が4以下のもの。

明るく元気になる、明るくする、明るさ、明日へのファイト、温かさ、安心、安堵、畏敬の念、忙しさの軽減、驚き、思いやりを感じる、快哉、かわいらしく感じる、感心、感嘆、頑張り、気分の良さ、希望、気持ちが明るくなる、気持ちが弾む、気持ちの切り替え、気持ち良さ、教示、恐縮、元気づけ、好意を返したい思い、好印象、好感、好気分、幸福感、小気味よさ、心がくすぐったい気分、心強さ、心にしみる思い、心の軽やかさ、心の支え、心を熱くした、心を洗われる思い、論し、爽やか感、自信、自信回復、親しみ、賞賛、親切、新鮮さ、すがすがしさ、すきっとした気持ち、救われる思い、ストレスの減少、素晴らしさ、尊敬の念、落ち込みからの立ち直り、照れ、うっとうしさの軽減、慰め、懐かしさ、人間味を感じる、悲観的な気持ちの和らげ、疲労回復、不安解消、雰囲

気の和らげ、ほのぼの感、ほほ笑ましさ、見直し、重苦しさがなく、胸のつかえがとれた、優しく美しい感じ、優しさ、やる気、勇気づけ、喜びの増価、リラックス、笑い、など。

### 5.9.2. マイナス効果

◆度数が10以上のもの。

不愉快 (28)、驚き (20)、怒り (11)、悲しさ (11)、立腹 (10)。

◆度数が5～9のもの。

あきれ (6)、くやしき (6)、恥かしき (6)、寂しさ (5)。

◆度数が4以下のもの。

悪印象、後味の悪さ、息詰まる思い、憤り、痛々しさ、いらだち、打ちのめされ、うんざり感、恐れ、落込み、愕然、がっかり、体の震え、気落ち、気掛かり、聞くに耐えぬ思い、傷つき、傷つけ、気になる、気の毒、気まずさ、疑問、恐怖、悔い、苦笑、屈辱感、くやみ、幻滅、後悔、心が暗くなる思い、心の冷たさを感じる、心細さ、言語道断という思い、困惑、殺伐とした感じ、慚愧、残念、自信喪失、自省、自責の念、失礼、衝撃、ショック、心外、人格無視、心配、絶句、第三者の心の傷つけ、断絶感、疲れ、冷たさ、つらさ、とまどい、嘆き、情けなさ、ばかばかしさ、悲哀、ひがみ、非礼、不機嫌、不気味、不信、不納得、無礼、プレッシャー、閉口、身が縮む思い、身勝手だという思い、見苦しさ、みじめさ、食べずに店を出た、明るさのなさ、なごみのなさ、胸の痛み、滅入り、申し訳なさ、やりきれなさ、許せない思い、喜びの減少、落胆、理不尽な思い、など。

### 5.9.3. 中立効果

◆度数が3以上のもの。

驚き (4)。

◆度数が2以下のもの。

うらやましさ、感動、気づき、気になる、苦笑、言語行動が間違っているという思い、困惑、自責の念、失笑、謝罪感、賞賛、罪の自覚、同意、

同情, 納得, 反省, 悲哀, 不納得, 満足, など。

#### 5.9.4. 分類が難しいケース

◎プラス～中立効果と判断されるもの。(度数は全て1)

教えられ, 心地よさ, 困惑, 爽やかさ, 生活想像, など。

◎マイナス～中立効果と判断されるもの。

◆度数が3以上のもの。

恥かしさ (4)。

◆度数が2以下のもの。

あきれ, 慌て, 疑い, 驚き, 愕然, 考えさせられ, 危惧, 自省, 自責の念, 心配, 納得, 理解できない。

## 6. まとめ

本研究では、従来言語学サイドではあまり研究対象として取り上げられてこなかった「発話された後」の側面、すなわち発話による対人的効果の側面に光を当て、この観点から、日常の言語生活において何がなされているのかを、新聞の投書欄にデータを求め明らかにしようとした。

本稿では、コミュニケーション場面における対人効果について投書し不特定多数の他者にその効果を伝達し分かち合い、その結果として読者に二次的な効果をもたらそうとする投稿者の言語行動をメタコミュニケーション行動ととらえ、この行動の分析を行なった。

その結果次のことが明らかになった。

・投稿者の属性については、「女性」「20～30歳代」「主婦」、要するに若い主婦にこの種のメタコミュニケーションが多い。特に「声」以外の投書欄では「女性」「30歳代」「主婦」への偏りが一層見られる。

・問題の発話と投稿者の関係については、自分に向けて何か言われた時にこの種のメタコミュニケーションが最も生じやすい。ただし第三者として話しを聞いた時にもある程度は生じる。自分が何か言った時はあまり生じない。

・発話者の属性については、まず投稿者本人が発話者である場合は、「男性」

「中年層」「社員」にこの種のメタコミュニケーションが多い。それに対して投稿者以外が発話者でありその属性が明らかな場合は、投稿者が相手である場合・第三者である場合ともに、「男性」「若年層（や中年層）」「サービス業」の発話についてのメタコミュニケーションが多い。

・投稿者と発話者・相手との間柄については、「発話者」は投稿者と通り返りやサービス業や親族の関係が、「相手」は投稿者本人やその親族や通り返りの関係が多い。こうした間柄で行なわれた発話について投稿者が取り上げメタコミュニケーションすることが多い。

・発話による効果先は、発話の相手が72%，第三者が25%，話し手自身が4%であった。言われた立場からのメタコミュニケーションが多い。

効果先と投稿者との関係については、投稿者本人に効果があったデータ（つまり「私は△△だった。」というタイプのデータ）が大部分を占める。

これらを組み合わせると、「相手としての投稿者」のデータが最も多い（63%）。「〈……〉と言われて私は△△だった。」という投書はメタコミュニケーション行動の基本パタンようである。次いで多いのは「第三者としての投稿者」（「〈……〉と誰かに言うのを聞いて私は△△だった。」）であった（23%）。

・効果をもたらしたものは、「発話のみ」が7割程度、「発話＋非言語行動」が1割程度、「発話＋実質行動」が2割程度であった。

・効果をもたらした非言語行動は、プラス効果とマイナス効果が半々程度であった。プラス効果としては「ほほえみ」「会釈」の類が多く、マイナス効果でややまとまったものとしては「にらみつけ」「こちらを見ない」があった。

・効果をもたらした実質行動は、プラス効果が8割、マイナス効果が2割であった。プラス効果でややまとまったものとしては「申し出内容の遂行」の類、マイナス効果でややまとまったものとしては「依頼の不履行」の類があった。

・パラ言語的特徴については、発話と一緒にあって効果をもたらしていると考えられるケースが2割程度あった。プラス効果とマイナス効果がほぼ半々

であった。プラス効果で目立つものは「優しく」「明るく」「穏やかに」など。マイナス効果で目立つものは「怒鳴って」「大声で」「すごんで」「きつく」「冷やかに」など。

・効果の種類は、プラスの効果が48%、マイナスの効果が45%、中立の効果が6%であった。プラス効果でおもなものは、感動(21)、うれしさ(15)、喜び(15)、感謝(14)、温まり(11)、なごみ(8)、励まし(7)、感激(5)、爽やかさ(5)であった。マイナス効果でおもなものは、不愉快(28)、驚き(20)、怒り(11)、悲しさ(11)、立腹(10)、あきれ(6)、くやしき(6)、恥かしき(6)、寂しさ(5)であった。中立効果でおもなものは、驚き(4)であった。

注 本稿で用いたデータは、尾崎(1994)で分析に用いたデータに追加・訂正をほどこしたものである。従って数値には多少の出入りがある。ただし、尾崎(1994)のp.69上段の「24%」と「4%」は逆であった。

#### 〈参考文献〉

- 青木みゆり 1993 「二重拘束的コミュニケーションが情報処理および情動に与える影響」『教育心理学研究』41-1.
- 石川利江・越川房子 1993 「矛盾したメッセージの認知—各チャンネルの相対的効果と性差の検討」『教育心理学研究』41-1.
- 糸山英太郎他 1973 「〈座談会〉ほめ方しかり方のタイプ」『言語生活』260.
- 上野徳美 1991 「メッセージの反復と圧力が説得の受容と抵抗に及ぼす効果」『実験社会心理学研究』31-1.
- 上野徳美・横川和章 1984 「他者の言語的コミュニケーションが不安の低減に及ぼす効果」『広島大学教育学部紀要』1-32.
- 梅田恭滋 1987 「言語表出の集団への効果に関する実験的研究」『教育学論集』29.
- 浦光博・桑原尚史・西田公昭 1986 「対人的相互作用における会話の質的分析」『実験社会心理学研究』26-1.
- 遠藤由美・吉川左紀子・三宮真智子 1991 「親の叱りことばの表現に関する研究」『教育心理学研究』39-1.
- 岡部慶三 1973 「第1章 コミュニケーション論の概観」『講座 現代の社会とコミュニケーション1 基礎理論』(東京大学出版会)

- 尾崎喜光 1994 「対人効果の社会言語学」『日本語学』13-10.
- 落合幸子 1986 「授業の中での教師のはめ言葉の分析」『常葉学園大学研究紀要 教育学部』7.
- 加藤春恵子 1970 「コミュニケーションと人間」『新聞学評論』19.
- 加藤春恵子 1986 『広場のコミュニケーションへ』(勁草書房)
- 川名好裕 1986 「対話状況における聞き手の相づちが対人魅力に及ぼす効果」『実験社会心理学研究』26-1.
- 桑原尚史 1992 「“叱る-叱られる”を対人的コミュニケーションとしてとらえる-叱られ手はどのような感情を抱くのか」『鹿児島女子大学研究紀要』13-1.
- 古沢頼雄 1973 「しかる・ほめるの心理学」『言語生活』260.
- 高木浩人 1992 「自己開示行動に対する認知と対人魅力に関する研究-親密な関係と親密でない関係の比較」『実験社会心理学研究』32-1.
- 鳥山治一・三浦幹夫 1987 「スポーツ指導における指導者の言語に関する一考察」『滋賀大学教育学部紀要 人文・社会・教育科学』36.
- 濱保久・篠塚寛美・戸田正直 1988 「意見の対立事態における発話の基礎的研究」『実験社会心理学研究』28-1.
- 日高敏隆・西江雅之 1990 「〈対談〉コミュニケーションの本質を探る-言語学が取り残してきたもの」『月刊言語』19-1.
- 広井脩 1985 「悪口の社会心理学」『言語生活』398.
- 深田博己 1991 「無関連恐怖状況下での説得に及ぼすコミュニケーターの信憑性の効果」『実験社会心理学研究』31-2.
- 古屋健治 1981 「カウンセリングにおける「ことば」-その心理治療的意味」『児童心理』35-13.
- Austin, J.L. 1962 *How to Do Things with Words*. London: Oxford Univ. Press. (坂本百大訳『言語と行為』, 大修館書店, 1978)