

コミュニケーションメディア選択における個人差の役割

中村雅章
Terry Robbins-Jones
Mike Metcalfe

はじめに

1. メディア選択行動に対する個人差の影響
2. 研究方法
 - 2.1 調査項目
 - 2.2 個人特性の影響に関する仮説設定
 - 2.3 個人特性の測定尺度
3. 分析結果
 - 3.1 選択メディアの好み
 - 3.2 パーソナリティ特性の影響
 - 3.3 デモグラフィック要因の影響
4. 考察
 - 4.1 個人特性の影響力
 - 4.2 コミュニケーション状況からみたインプリケーション

おわりに

付録

キーワード：コミュニケーションメディア選択、個人差、パーソナリティ特性、
デモグラフィック要因、メディアリッチネス理論、実証研究、
オーストラリア組織研究

はじめに

筆者らは、組織におけるコミュニケーションメディア選択行動を明らかにするために、日豪で共同研究を行っているが、2000年にオーストラリアで実施したアンケート調査結果に基づく考察については、一部をすでに報告させていただいた（中村他、2002）。その中で、個人のメディア選択行動に影響を及ぼす要因として、個人特性の重要性が示唆された。そこで、本稿では、上記のアンケート調査データの分析をさらに進め、コミュニケーションメディア選択における個人差の役割について実証的に検討することを目的としている。

Zmud (1979) によると、MIS（経営情報システム）の成功に影響を与える個人差としては、認知スタイル、パーソナリティ、デモグラフィック要因（個人の能力レベルや組織における地位、役割などのプロファイル変数を含む）の3つのグループが挙げられている。認知スタイルとは、個人が知覚や思考活動において示す機能の特徴的な様式であり、個人の情報処理における特性または「くせ」のようなものである。また、パーソナリティとは、個人が生活の中で直面する出来事、人々、状況に対する調整を促進するために維持される認知と感情の構造に関係している。つまり、パーソナリティは、外部環境に対してどのように行動するかに影響を与える内部的な要因または体制であり、同じ環境状況に直面しても対応行動が異なるのは、個人の総合的な内部構造としてのパーソナリティが異なることが一つの理由として考えられるのである。さらに、デモグラフィック要因とは、幅広い個人特性を含むが、情報システムとの関連では、年齢、性別、経験、教育、職能的志向、職位レベルなどが重要な変数となる。

Mason & Mitroff (1973) が、情報システムの設計にタスク特性と同時に利用者の心理的タイプを考慮することの重要性を指摘して以来、人間とコンピュータシステムとの相互作用を説明する要因として、認知スタイルがこれまで多くの実証研究で取り上げられてきた。これは研究対象としての情報システムが、従来はMISやDSS（意思決定支援システム）のようなコンピュータの情報処理機能を重視するシステムであったため、コンピュータの提供する情報のタイプと個人の情報処理タイプである認知スタイルとの適合関係が重視されてきた結果であると考えられる。しかし、従来の実証研究は、残念ながら個人の認知スタイルと情報処理状況の関係について一貫した結果を導き出せなかった。このため、Huber (1983) のように、情報システム設計において、個人の認知スタイルは操作性のあるガイドラインとはならないと批判する者も現れた。

一方、コミュニケーションメディア選択は、個人の情報処理タイプが問題になるというよりも実際の態度や行動とより密接な関係があるといえる。従来、個人の態度や行動を規定する要因として、さまざまな外部環境要因が注目されてきたが、最近の組織行動研究によれば、内部要因としての個人差の役割が改めて関心を持たれているようである。その中で、コミュニケーションメディア選択行動と関連が深いと思われるコミュニケーション行動については、パーソナリティ特

性とデモグラフィック要因が影響を与えることが示されている（e.g., Tosi et al., 1994）。実際に、メディア選択行動における個人差の影響を調べた実証研究では、Trevino et al. (1990) を始めとして、個人のパーソナリティ特性とデモグラフィック要因に注目したものが多い。

しかし、現在までのところ、この種の実証研究は質量ともに十分ではなく、研究方法の上でも問題点がみられるのが現状である。そこで、本研究では、まず過去の実証研究を概観し、それをふまえた上で研究方法を設定し、実証的なデータ分析に基づく考察を行っていきたい。

1. メディア選択行動に対する個人差の影響

「はじめに」で述べたように、コミュニケーションメディア選択における個人差の影響について最初に明確に調べたのはTrevino et al. (1990) であると考えられる。彼らは心理学の研究成果を応用して、個人差はメッセージの多義性が低い状況においてのみメディア選択に影響を及ぼすと仮定した。メッセージの多義性が高い状況では、個人はリッチなメディアを選択することを強いられるために、個人差の影響は表面化しにくい。しかし、多義性が低い状況では、どのようなメディアでもメッセージを伝達する能力があるので、個人は自分の好みに応じた行動をとりやすくなり、個人差は選択行動に大きな影響を与えるようになると仮定したのである。このように、個人差の影響は、理論的にみてあまり強いものとは考えられていない。

社会人MBA学生91名を対象とした実証研究の結果、マイヤーズ=ブリッグス類型尺度（Myers-Briggs Type Indicator: MBTI）で測定される知覚的／判断的態度⁽¹⁾は、多義性の高い状況ではメディア選択に影響を与えず、多義性の低い状況でのみ影響を与えていた。しかし、あいまいさへの耐性⁽²⁾については、どのような状況下でもメディア選択に影響を与えていなかった。この結果から、上記の理論的考え方はある程度の支持が得られたと結論している。また、個人のパーソナリティ特性としてどの次元に着目するかによって、メディア選択に対する影響力は異なってくることがうかがえる。

同様に、Alexander III et al. (1991) は、銀行の中上位管理者396名を対象とした実証研究において、パーソナリティ特性としてのコミュニケーション憂慮⁽³⁾は、多義性の高いメッセージではメディア選択に影響を与えず、多義性の低い状況においてのみ影響を与えていたことを見出している。しかし、パーソナリティ特性としてもう一つ取り上げた自己モニタリング⁽⁴⁾については、メッセージの多義性にかかわらず影響は与えていなかった。

一方、Russ et al. (1990) は、大規模石油化学会社の管理者94名に対する実証研究の結果から、高業績評価、職位レベルの高い管理者ほど、タスク多義性に適合したリッチネスのメディアを選択する傾向が強くなることを示しているが、MBTIで測定される個人の外向性／内向性⁽⁵⁾と、デモグラフィック要因である教育レベル、在職年数は影響を与えていなかったことを明らかにし

ている。

以上の結果をみると、メディア選択行動に対する個人差の影響は、理論的にも、実証的にもあまり強いものとは考えられない。しかし、実際にそのような評価を下してよいかどうかは、上記各研究の方法論に問題点があるために慎重に行う必要がある。

第1に、上述した3者の研究は、タスク多義性に対して個人差の影響がどの程度かを検討しており、社会的、状況的要因に対する個人差の影響は調べられていない。中村他（2002）によると、タスク制約と状況的制約がともに強い場合や、感情的に多義的な状況では、個人差の影響が大きくなってくることが示唆されており、これを検証するためには従来の実証研究では不十分であるといえる。

第2に、上記各研究において、選択肢として用意されたメディアが同じではない。Trevino et al. (1990) は、選択メディアとして、対面、電話、電子メール、手紙、メモ、専門レポート、ちらしの7つを挙げている。これに対して、Russ et al. (1990) は、対面、電話、メモ、手紙、公式的記録、単一目的のレポート、標準化レポート、ちらし、電信電報、公共システムの10のメディアを挙げている。Alexander III et al. (1991) は、対面、電話、グループ会議、手紙、個人メモ、グループメモの6つを挙げている。このように、各研究において選択メディアの種類が異なっているために、単純に結果を比較することは危険である。とくに問題であると思われるのは、Russ et al. と Alexander III et al. の研究においては、選択肢として電子メールが含まれていないことである。電子メールは、現在では組織におけるコミュニケーションツールとして重要なものとなってきていると考えられるからである。一方、電子メールに対する個人特性の影響を調べた研究 (e.g., Fulk, 1993; Minsky & Marin, 1999; Rice et al., 1992) も存在するが、これは他のメディアを考慮していないので、厳密にはメディア選択に対する個人差の影響を明らかにしたことにはなっていない。

第3に、個人特性として取り上げられた次元が限られている。Trevino et al. (1990) は、個人特性として知覚的／判断的態度、あいまいさへの耐性を取り上げ、Alexander III et al. (1991) は、コミュニケーション憂慮と自己モニタリングを取り上げている。また、Russ et al. (1990) は、個人特性としてパーソナリティ特性である外向性／内向性と、デモグラフィック要因である職位レベル、教育レベル、在職年数などを取り上げている。このように、各研究において個人特性として検討されたパーソナリティの次元は限定的である。また、パーソナリティ特性とデモグラフィック要因を同時に考慮して、その相対的な影響力の大きさを分析したものは Russ et al. の研究だけであるが、それも十分な検討が行われているとはいえない状況にある。

本研究では、以上に述べてきた従来の実証研究にみられる方法論上の問題点を補うような研究方法を設定することによって、メディア選択における個人差の役割を評価していきたい。

2. 研究方法

2.1 調査項目

コミュニケーションタスクと選択メディアについては、中村他（2002）で用いた18のタスクシナリオと、それぞれのタスクシナリオを遂行するときの選択肢として用意した4つのメディア（対面、電話、電子メール、メモ）に関するデータを利用する。

各タスクシナリオは、タスク多義性が高い状況か低い状況かのどちらかを含み、その上にメディアリッチネス理論に適合したメディア選択とは基本的には相容れないような状況変数が導入されているために、タスク多義性と社会的、状況的要因が同時に作用する場合の個人差の影響を調べるのに適しているといえる。また、選択メディアは、最も基本的な伝統的メディア（対面、電話、メモ）と電子メディア（電子メール）の両方を含むとともに、選択肢の数が従来の実証研究に比べて少なくなっているので、回答者の答えやすさを高め、選択メディアの好みを明確に浮かび上がらせる上で有利であると思われる。

一方、個人特性としてのパーソナリティについては、組織におけるコミュニケーションメディア選択に重要な影響を与えると思われるもので、かつ従来の実証研究では検討されてこなかったものとして、革新的態度、社会的望ましさ、平等主義的性格、権威主義的性格の4つを取り上げた。また、デモグラフィック要因としては、年齢、電子メール利用経験、仕事経験、在職期間、性別、職位レベルの6つを取り上げた。

これらの個人特性がコミュニケーションメディア選択に及ぼす影響については、研究仮説として次節において述べることにする。

2.2 個人特性の影響に関する仮説設定

以下、仮説設定を行うが、個人特性がメディア選択に及ぼす影響については十分な実証データがあるとはいえないもので、ここでの仮説設定は、分析結果の整理や解釈を容易にしたり、新たな仮説を探索したりするために行う意味合いが強いことを最初に断っておきたい。

個人のパーソナリティ特性の中で、まず革新的態度については、新しいアイデアを採用することに対する好意的態度を意味している（Rogers, 1983）。本研究で取り上げた選択メディアは、伝統的メディアと新しいメディアである電子メールに分けられるため、革新的態度を持っている人は、新しいメディアである電子メールの選択が増えることが考えられる（Minsky & Marin, 1999）。そこで、次の仮説1を提出する。

仮説1：革新的態度を持っている人ほど、電子メールの選択が増える傾向がある。

次に、社会的望ましさについては、個人の行動や性格がその社会においてどの程度望ましいと考えられるかを意味している（中島他編、1999）。社会的望ましさの欲求が強い人は、そうでない人に比べて、相手や周囲の状況に合わせた行動をとりやすいと考えられる。メディア選択においては、社会的、状況的要因に対応した選択行動を行うことが考えられる。たとえば、コミュニケーション相手が電子メールの利用を好む場合や、組織で対面コミュニケーションが奨励されているような場合には、それぞれ電子メールと対面の利用が増えることが予想される。したがって、次の仮説2を得る。

仮説2：社会的望ましさの高い人ほど、社会的、状況的要因に対応したメディア選択を行う傾向がある。

また、平等主義的性格については、対等な人間関係に同意する程度を指しており、組織においては、平等主義的性格の強い人は、対等なコミュニケーションを重視するものと思われる。しかし、組織におけるコミュニケーションは、個人の地位や役割の影響を受けやすいために、リッチなメディアである対面や電話では対等なコミュニケーションが難しい場合も多い。また、リーンなメディアでもメモは、権威やプロトコルへの服従などの象徴的意味が含まれている（Trevino et al., 1987）とされるために、必ずしも対等なメディアとはならないと考えられる。したがって、平等主義的性格の強い人は、社会的、象徴的手がかりの少ない電子メールを選択することが増えると予想される。そこで、次の仮説3を得る。

仮説3：平等主義的性格の人ほど、対面、電話よりも電子メールの選択が増える傾向がある。

これに対して、権威主義的性格は、権威に対して同意する程度を指しており、組織では地位の上下に敏感であり、上司に対しては服従的である一方で、部下に対しては支配傾向があるというように、人間関係を見るとき不平等を示すことが多い（Adorno et al., 1950; 恩田、伊藤編、1999）。したがって、メディア選択についても、コミュニケーション方向によって選択メディアが異なってくることが考えられる。また、権威主義的性格的一面を表す支配性の観点からみれば、支配傾向の強い人は、自分の意見を主張したり、相手に対する優越を示したりするために、電子メールやメモのようなリーンなメディアよりも、対面や電話のようなリッチなメディアを選択することが考えられる。コミュニケーション方向による選択メディアの違いについては、仮説を立てるだけの十分な実証データがないために、リサーチクエスチョンとしておき、仮説としては次の仮説4を提出する。

仮説 4：権威主義的性格の強い人ほど、リッチなメディアを選択する傾向がある。

メディア選択に対する年齢の影響については、電子メール利用に関しては、年齢が上がるほど電子メール利用が減少する傾向が指摘されている（Kerr & Hiltz, 1982）。また、年齢が上がるほど、伝統的メディアの利用経験が増えることから、対面、電話、メモの選択が増えることが考えられる。したがって、次の仮説 5を得る。

仮説 5：年齢が上昇するほど、電子メールの選択が減少し、対面、電話、メモの利用が増加する傾向がある。

また、電子メール利用経験については、電子メール経験年数の長い人ほど、電子メール利用のスキルが高くなることから、電子メールを選択する傾向にあると考えるのは自然なことである。実際に、電子メール利用経験と電子メール利用との間には正の関係があることを示す研究は多い（Kerr & Hiltz, 1982; Kettinger & Grover, 1997; Ku, 1996; Rice & Case, 1983; Steinfield, 1986）。また、電子メールは伝統的メディアの代替的なツールとして用いられることから、電子メール経験年数が長くなるほど、対面、電話、メモの利用が減少することが予想される。したがって、次の仮説 6を得る。

仮説 6：電子メール経験年数の長い人ほど、電子メールの選択が増加し、対面、電話、メモの選択が減少する傾向がある。

仕事経験の影響については、仕事経験が豊富な人ほど、タスク特性を正確に把握することができると思われるため、そのタスクに最も適したメディアを選択することが考えられる。タスク特性とメディア特性の適合性をメディアアリッチネスの観点でとらえるとすると、仕事経験が豊富な人ほどメディアアリッチネスに適合したメディア選択を行うことが考えられる。したがって、次の仮説 7を得る。

仮説 7：仕事経験年数の長い人ほど、メディアアリッチネスに適合したメディア選択を行う傾向がある。

一方、在職期間の影響については、在職期間が長くなるほど、その組織における人間関係や組織コンテキストに対する経験が深まることから、リーンなメディアでもリッチな内容をやりとりできることが考えられる（Carlson & Zmud, 1999; Markus, 1994）。したがって、次の仮説 8を得る。

仮説8：在職期間の長い人ほど、リーンなメディアの選択が増える傾向がある。

性別については、男女のコミュニケーション行動の違いが指摘されており、男性のコミュニケーションはタスク志向的であり、競争的で優越を示すことが多いのに対して、女性のそれは関係維持的で、社会的であることが多いとされている（Dennis, 1999）。女性はコミュニケーションにおいて同意や意見交換を重視し、社会的手がかりが重要な役割を果たすため、リッチなメディアを好むことが考えられる。これに対して、男性はタスク遂行に最も効果的なメディアを選択することが考えられる。したがって、次の仮説9を得る。

仮説9：男性はタスク遂行に効果的なメディアを選択し、女性はリッチなメディアを選択する傾向がある。

最後に、職位レベルの影響については、職位の上位者ほど自己志向的でメディアへのアクセス容易性によってメディア選択を行うが、下位者ほど他人志向的であり、他者との関係を構築したり、状況を解釈したりする上で最適なメディアを選択するとされている（Carlson & Davis, 1998）。したがって、次の仮説10を得る。

仮説10：職位の上位者ほどアクセス容易なメディアを選択する傾向があり、下位者ほどコミュニケーション相手や状況を考慮したメディア選択を行う傾向がある。

2.3 個人特性の測定尺度

個人の革新的態度を測定するために、Ettlie & O'Keefe (1982) の革新と変化への態度尺度（クロンバッック α 係数=0.865）を用いた。彼らによると、革新的行動を予測する最良の方法は、特別な革新に対する態度だけでなく、一般的な変化に対する態度を評価することが必要であるとしている。彼らの提示した5段階評定による18の質問項目は、アンケート調査では項目数が多すぎるために、因子負荷量の大きい質問項目に着目して10項目を抽出した。全文は巻末付録のGeneral Attitudes (I) に掲載してある。

次に、社会的望ましさの測定尺度としては、Crowne & Marlowe (1960) のMC-SD尺度 (Marlowe-Crowne Social Desirability Scale) があるが、これは真偽 (True-False) 評定による33の質問項目からなっており、同様にアンケート調査では長すぎるため、Fischer & Fick (1993) の勧告に従って、7つの質問項目からなる短縮尺度 (α 係数=0.792) を採用した。全文は、付録のGeneral Attitudes (II) に掲載してある。

平等主義的性格については、Bales & Couch (1970) による平等主義の測定尺度の中から、因子

負荷量が大きい上位7項目を、本研究の回答者属性を考えて一部の項目の表現を修正した上で採用した⁽⁶⁾。彼らの研究では、この尺度で測定される平等主義は、権威主義の対極にある概念ではなく、分析的に独立で異なった次元を示すものであると述べている。全文は付録のPersonal Characteristics (I) に掲載してある。

また、権威主義的性格については、Ray (1976) の支配性尺度 (α 係数=0.74) の中から逆転項目の割合を考慮して11の質問項目を採用した。支配性尺度は、権威主義的行動の一面を測定するものであり、人の意見を他人に押しつける願望や傾向を測定するものであるとしている。全文は、付録のPersonal Characteristics (II) に掲載してある。

一方、個人のデモグラフィック要因については、年齢、性別、職位レベルについてはカテゴリカルデータとしてチェックしてもらい、電子メール利用経験、仕事経験、在職期間については、それぞれ該当する年数を記入してもらった。全文は付録のBackground informationに掲載してある。

3. 分析結果

表1に分析結果を示す。選択メディアの好みについては、第1位に挙げられたメディアに4点、第2位に挙げられたメディアに3点、第3位のメディアに2点を与え、空欄として残されたメディアに対しては1点を与えた⁽⁷⁾。したがって、各シナリオにおいて、メディアの好みの得点（平均値）が高いほど、そのメディアが選択される傾向にあることを示している。また、パーソナリティ特性の各項目、デモグラフィック要因のうち年齢、電子メール経験年数、仕事経験年数、在職期間については、選択メディアと相関分析を行った。性別、職位レベルについては、平均値の差の検定（t検定）を行っている。以下、この表を基に分析結果について述べる。

3.1 選択メディアの好み

S1は「上司に複雑な事柄を説明する」、S3は「部下に複雑な事柄を説明する」であり、タスク多義性の高い状況と考えられるが、選択メディアの好みは、対面、電話、電子メール、メモの順となっており、メディアアリッチネスの高い順序を示唆するものとなっている。S2、S4は逆に、上司、部下からの簡単な質問に答える場合であり、タスク多義性の低い状況と考えられるが、S2は電子メール、電話、対面、メモの順、S4は電話、電子メール、対面、メモの順となっている。多義性が低い状況においても、実際にはメモの選択は少ないことが示唆される。また、S4において、部下に対するコミュニケーションでは、電話が好まれる傾向がうかがえる。

同様に、S15、S16は、上司、部下に対するフォローアップの場合で、多義性の低い状況と考えられるが、ともに電子メール、対面、電話、メモの順となっている。メモの選択が少ないと、電子メールが好まれることは上と同じ傾向といえるが、フォローアップの場合には、電話よ

(その1)

表1 メディア選択と個人特性の関係

シナリオ	メディア	パーソナリティ特性						デモグラフィック要因					
		選択肢	好み ^a	革新的 ^b	社会的 ^b	平等 ^b	権威 ^b	年齢層 ^b	電子メール経験年数	仕事経験年数	在職期間	性別 ^a	職位レベル ^a
S 1 : 上司に複雑な事柄を説明する	対面	3.76	.02	-.06	-.10	.02	.03	-.01	.06	-.04	3.69	3.87 †	3.72 3.84
	電話	2.36	-.04	.01	-.04	.10	.01	-.14	-.02	.06	2.33	2.40	2.47 2.14 †
	電子メール	2.06	.17†	.04	.10	-.01	-.20*	.19*	-.22*	-.06	1.97	2.19	2.03 2.11
S 2 : 上司からの簡単な質問に答える	対面	2.69	.04	.04	.07	-.09	-.03	-.07	.04	-.03	2.64	2.79	2.56 2.92 †
	電話	2.81	-.04	-.05	-.15	.11	.19†	-.10	.11	.05	2.93	2.62 †	2.99 2.46 **
	電子メール	3.14	.02	-.06	.09	.02	-.13	.22*	-.19*	-.03	2.99	3.36 †	3.11 3.24
S 3 : 部下に複雑な事柄を説明する	対面	1.39	-.04	.10	-.05	.01	-.03	-.07	.04	.00	1.47	1.29	1.38 1.44
	電話	2.27	-.07	-.01	-.08	.26**	-.02	-.09	-.12	.02	2.16	2.43	2.41 1.97 *
	電子メール	2.11	.09	.01	.14	-.13	-.24*	.17†	-.10	-.05	2.07	2.19	2.04 2.24
S 4 : 部下からの簡単な質問に答える	対面	1.78	-.02	.03	-.06	.04	.10	.03	.00	-.11	.03	3.82	3.91 3.84 3.90
	電話	2.87	-.02	.06	-.08	.02	.15	.02	.21*	-.02	2.97	2.72	2.78 3.00
	電子メール	3.01	.03	-.02	.02	.05	.08	-.22*	.01	.13	3.03	2.95	3.13 2.79 †
S 5 : 電子メールの利用を好む部下と意見の相違を解消する	対面	3.69	-.05	-.13	-.13	.11	.15	-.02	.01	.09	3.65	3.76	3.76 3.56
	電話	2.50	.00	-.12	-.15	.22*	.14	-.06	.09	.03	2.60	2.34	2.78 1.97 **
	電子メール	2.40	-.02	.16†	.13	-.10	-.20*	.06	-.07	-.09	2.29	2.58	2.15 2.87 ***

(その2)

シナリオ	メディア	パーソナリティ特性				デモグラフィック要因						判定		
		選択肢	好み ^a	社会的 ^b 革新性 ^a	平等 ^b 主義 ^a	権威 ^b 主義 ^a	年齢層 ^b 経験年数	仕事経験年数	在職期間	性別 ^a	判定			
S 6：メモの利用を好む 上司と意見の相違を解消する	対面	3.45	-.16	.06	-.11	.00	.00	-.12	-.15	-.10	3.34	3.60	3.38	3.56
	電話	2.23	-.05	-.01	-.08	.13	.20*	-.13	.05	.21*	2.25	2.16	2.38	1.92 *
	電子メール	1.95	.16	-.13	.10	.06	-.21*	.14	-.01	-.10	1.94	1.98	1.89	2.08
	メール	2.41	.06	.07	-.15	-.03	.11	.07	-.03	2.50	2.31	2.38	2.51	
S 7：複雑な電子メール のメッセージに答える	対面	2.52	-.07	-.07	.07	-.04	-.08	.01	-.01	-.06	2.57	2.40	2.51	2.55
	電話	2.76	.03	-.07	.07	.13	.01	-.19*	-.14	.01	2.62	2.98 †	2.88	2.54 †
	電子メール	3.12	.02	.16†	-.09	-.04	-.02	.11	.02	-.00	3.09	3.19	3.00	3.31
	メール	1.64	.00	-.00	-.06	-.05	.10	.08	.12	.04	1.72	1.52	1.65	1.63
S 8：簡単な電話のメッセージに答える	対面	1.92	-.02	-.00	-.03	.03	.06	-.07	.01	.05	1.89	1.95	1.87	1.97
	電話	3.79	.12	-.10	.00	.11	.10	.08	.10	.20*	3.82	3.73	3.81	3.74
	電子メール	2.96	-.08	.08	.06	-.10	-.15	.18†	-.06	-.10	2.91	3.05	2.99	2.95
	メール	1.35	.03	.01	-.04	-.01	.02	-.19†	-.03	-.13	1.38	1.30	1.35	1.35
S 9：近くにいる人に重要なことを伝達する	対面	3.04	-.16	-.11	-.13	-.02	.05	-.10	.12	-.15	3.18	2.83 †	2.93	3.22
	電話	2.55	-.05	-.14	.06	.11	.03	-.11	-.01	.09	2.53	2.54	2.54	2.54
	電子メール	3.09	.05	.15	.12	-.11	-.14	.27**	-.07	-.00	2.97	3.27 †	3.14	3.03
	メール	1.39	.18†	.13	-.04	.07	.08	-.05	-.10	.10	1.36	1.44	1.43	1.31
S 10：遠くにいる人に重要なことを伝達する	対面	1.61	-.03	.04	-.01	-.09	-.01	.18†	.02	-.26**	1.63	1.59	1.65	1.50
	電話	2.95	-.13	-.05	-.01	.03	-.04	-.08	-.10	.07	2.82	3.11	2.92	2.97
	電子メール	3.21	.20*	.11	.12	-.05	-.18†	.08	-.15	-.07	3.15	3.33	3.14	3.37
	メール	2.30	-.04	-.08	-.09	.10	.20*	-.15	.16†	.24*	2.42	2.12	2.35	2.24

(その3)

シナリオ	メディア	パーソナリティ特性					デモグラフィック要因					トップモデル以下 判定	
		選択肢	好み ^a	革新的 ^b	社会的 ^b	平等 ^b	権威 ^b	主義 ^b	年齢層 ^b	仕事経験 ^b	在職 ^b		
S11：対面コミュニケーションが奨励されているあなたの部門でメール情報を交換する	対面 電話	3.76	.01	.11	.01	-.07	-.06	-.09	-.11	-.12	3.75	3.77	3.77
S12：電子メールの利用が奨励されているあなたの部門で争い／対立を解消する	対面 電話	3.73	-.09	-.11	-.22*	.18*	.09	.09	-.07	.06	3.75	3.71	3.67
S13：交渉の余地がない決定を反対しそうな人に伝える	対面 電話	2.84	.04	-.05	-.22*	.20*	.21*	.02	.16†	.09	3.04	2.57*	2.89
S14：あなたとの気に入らない人とコミュニケーションをとる	対面 電話	2.19	.12	.10	-.10	.16†	.21*	.03	.14	.13	2.33	1.95	2.33
S15：上司との前のコミュニケーションをフォローアップする	対面 電話	2.77	-.03	-.08	-.03	.08	.00	-.02	.05	-.05	2.75	2.81	2.63
	電子メール	2.66	.02	.01	-.06	-.03	.19†	-.13	.24*	.17†	2.70	2.60	2.77
	電子メール	3.19	.05	.04	.09	-.06	-.15	.20*	-.18†	-.06	3.12	3.27	3.19
	メモ	1.43	.01	.05	-.03	.02	-.04	-.11	-.13	-.02	1.45	1.42	1.47
													1.37
													2.00

(その4)

コミュニケーションメディア選択における個人差の役割（中村）

シナリオ	メディア	パーソナリティ特性						デモグラフィック要因						
		選択肢	好み ^a	社会的 ^b		権威 ^b		電子メール ^b	仕事経験年数 ^b	在職期間 ^b	性別 ^a		職位レベル ^a	
				革新的 ^b	望ましさ ^b	平等 ^b	主義 ^b				男性	女性		
S16：部下との前のコミュニケーションをフローロードアップする	対面	2.95	-.01	.04	-.01	.05	.14	.08	.24*	.04	3.04	2.83	2.86	3.15
	電話	2.67	-.08	-.03	-.00	-.00	.09	-.17†	.02	.17†	2.64	2.69	2.75	2.49
	電子メール	3.09	.06	-.06	.01	-.11	-.23*	.13	-.22†	-.14	2.96	3.29†	3.09	3.08
S17：あなたをおびえさせることで人に頼み事をする	対面	2.46	.07	.06	-.15	.23*	.17†	-.06	.12	.01	2.61	2.19†	2.43	2.47
	電話	2.71	-.10	-.17	-.14	.07	.11	-.01	.02	.12	2.73	2.66	2.76	2.63
	電子メール	2.96	.09	.05	.20*	-.20*	-.21*	.16	-.16	-.10	2.78	3.28*	2.96	2.97
S18：あなたを立腹させる状況を人に説明する	対面	1.95	-.08	.04	.06	-.10	-.06	-.07	-.03	-.03	1.92	2.03	1.94	2.00
	電話	2.45	.04	.10	.00	.24*	.09	-.04	-.03	.05	2.51	2.33*	2.46	2.42
	電子メール	2.67	.01	.02	.04	.13	-.04	-.11	-.03	-.02	2.61	2.75	2.63	2.71

注
a : 数値は平均値
b : 数値は相関係数
† p < .10、* p < .05、** p < .01、*** p < .001

りも対面がやや好まれるようである。

S5、S6はともに意見の相違を解消する多義的状況であるが、S5は対面、電話、電子メール、メモの順、S6は対面、メモ、電話、電子メールの順となっている。S5とS6の違いは、「電子メールの利用を好む部下」(S5)、「メモの利用を好む上司」(S6)というように、コミュニケーション相手とその相手のメディアの好みが異なるが、部下よりも上司に対するときに、その影響はより大きくなることがうかがえる。

S7、S8については、S7は「複雑な電子メールのメッセージの答える」、S8は「簡単な電話のメッセージに答える」であり、状況的制約が強いシナリオであるが、S7は電子メール、電話、対面、メモの順、S8は電話、電子メール、対面、メモの順となっており、それぞれ相手の選択したメディアを最も好む傾向が表れている。

S9、S10は相手との距離が状況的制約となっているが、S9はタスク多義性と距離の制約とともに弱い状況（多義性が低く、距離が近い）、S10は逆にともに強い状況（多義性が高く、距離が遠い）である。S9は電子メール、対面、電話、メモの順であり、対面と電子メールがほぼ同じような好みを示しているのに対して、S10では、電子メール、電話、メモ、対面の順となっており、状況的要因の影響が強く表れる結果となっている。

S11はルーチン情報の交換であり多義性の低い状況であるが、対面コミュニケーションが奨励されているという組織規範があるために、対面、電子メール、電話、メモの順となっている。また、S12は、電子メールの利用が奨励されているが、争い／対立を解決するという多義的な状況のために、対面、電子メール、電話、メモの順となっている。

S13、S14、S17、S18はネガティブな感情を伴う状況を示しているが、S13は対面、メモ、電子メール、電話の順となり、S14、S17、S18は、電子メール、電話、対面、メモの順となっている。S13は「交渉の余地がない決定を反対しそうな人に伝える」であり、最も相互作用が必要ではない場合と考えられ、その意味では最もネガティブな状況といえるが、対面が最も好まれている。対面を除けば、リーンなメディアが好まれる傾向を示している。S14、S17、S18はメモを除けば、リーンなメディアが好まれる傾向を示しているといえる。

以上のことから、選択メディアの好みについては、全体的にメモが好まれることは少なく、タスク多義性と状況的要因に対応したメディアが好まれることが指摘できる。また、電話と電子メールについては、状況的要因による影響を除けば、多義的なタスクに対しては電話の方が電子メールよりも好まれるようである。したがって、本研究で取り上げた4つのメディアについて、回答者の知覚するリッチネスの順位は、高い順に対面、電話、電子メール、メモの順であると考えられる。この結果から、対面と電話を比較的リッチなメディア、電子メールとメモを比較的リーンなメディアと認識していることが確認された。

3.2 パーソナリティ特性の影響

(1) 革新的態度

革新的態度の影響はあまり強いものではなかった。革新的態度は、対面、電話には影響を与えていなかった。また、電子メールについては、S1、S10において正の関係がみられた。メモについては、S9において正の関係がみられている。

S1は「上司に複雑な事柄を説明する」、S10は「遠くにいる人に複雑なことを伝達する」であり、ともに多義的なタスクにもかかわらず、電子メールが選択されている。しかし、他のシナリオでは電子メールとの相関がみられなかったことから、革新的態度を持っている人は電子メールを選択する傾向があるとは必ずしもいえない。したがって、仮説1は支持できないといえる。

(2) 社会的望ましさ

社会的望ましさの影響についても、革新的態度と同様に、メディア選択にはあまり強い影響を与えていなかった。まず、対面に対する影響はみられなかった。電話に対しては、S17において負の関係がみられた。また、電子メールに対しては、S5、S7、S13において正の関係がみられている。メモについてはS14で負の関係がみられている。

S5は「電子メールの利用を好む部下と意見の相違を解消する」、S7は「複雑な電子メールのメッセージに答える」であり、ともに多義的なタスクと考えられるが、状況的要因の影響をより強く受けて電子メールが選択されたと考えられる。しかし、その他の状況的制約が強い他のシナリオであるS6、S8、S11、S12において、社会的望ましさとの相関関係はみられていない。したがって、社会的望ましさの高い人が、社会的、状況的要因に対応したメディア選択を行うとは必ずしもいえないため、仮説2も仮説1と同様に支持することはできない。

(3) 平等主義的性格

平等主義的性格の影響についても、革新的態度、社会的望ましさと同様にあまり強いものではなかった。対面に対しては、S12、S13において負の関係がみられ、電子メールに対しては、S12、S13、S17において正の関係がみられた。電話とメモに対しては影響がみられなかった。とくに、S12の「電子メールの利用が奨励されているあなたの部門で争い／対立を解決する」、S13の「交渉の余地がない決定を反対しそうな人に伝える」では、対面の選択が減少し、電子メールの選択が増加するという傾向が同時に表れており、リッチなメディアである対面よりも、社会的手がかりの少ない電子メールが好まれる傾向が示されている。このことから、平等主義的性格の強い人は、電子メールの選択が増えるという方向性は正しいといえるかもしれないが、仮説3を支持するだけの十分な傾向は見いだせなかった。

(4) 権威主義的性格

一方、権威主義的性格の影響については、ある程度の影響が確認できた。対面に対しては、S 12、S 13、S 14、S 17、S 18において正の関係がみられ、電話についてもS 3、S 5で正の関係がみられた。電子メールについては、S 13、S 17、S 18において負の関係がみられ、メモについても、S 3、S 5、S 18で同様に負の関係がみられている。

対面で有意な関係がみられたS 12は、電子メールの利用が奨励されているがタスクとしては争い／対立を解消する多義的な状況であり、S 13、S 14、S 17、S 18はネガティブな感情を伴う多義的な状況である。このような状況に対応するためには、相手に意見を述べたり、相手を説得したりすることが必要となってくるために、権威主義的性格の強い人はリッチなメディアである対面をより選択したことが考えられる。また、S 13、S 17においては、リーンなメディアである電子メールを選択しない傾向が同時に表れており、S 18においては、電子メールとメモを選択しない傾向が同時に表れていることが注目される。

一方、S 3、S 5も多義的な状況であるが、部下に対するコミュニケーションとなっており、このような場合には、リッチなメディアでも電話の方が対面よりも好まれるのかもしれない。S 3、S 5においても、同時にメモを選択しない傾向が表れている。

このことから、権威主義的性格の強い人は、リッチなメディアである対面、電話の選択が増加し、リーンなメディアである電子メール、メモの選択が減少するという傾向がみられることから、仮説4はある程度支持されたといえる。

3.3 デモグラフィック要因の影響

(1) 年齢

対面に対しては、S 13、S 14、S 17において正の関係がみられ、電話に対してはS 2、S 6、S 15において同様に正の関係がみられた。また、電子メールに対しては、S 1、S 3、S 4、S 5、S 6、S 10、S 13、S 16、S 17、S 18において、一貫して負の関係がみられている。メモについては、S 3、S 10、S 11、S 12において正の関係がみられている。

個々の内容についてみていくと、対面で有意な関係となったS 13、S 14、S 17は、いずれもネガティブな感情を伴う多義的状況でのコミュニケーションである。したがって、年齢が高くなるにつれて、このような状況においても相互作用を避けるのではなく、多義的状況に対処するためにリッチなメディアを選択する傾向が読み取れる。また、電話で有意な関係がみられたS 2、S 6、S 15は、多義的な状況（S 6）も多義的ではない状況（S 2、S 15）も含まれているが、いずれも上司に対するコミュニケーションの場合となっている。したがって、年齢の上昇とともに、タスク多義性にかかわらず、上司に対しては電話を選択する傾向がうかがえる。

一方、年齢が上がるにつれて、電子メールは一貫して選択されない傾向がみられているが、こ

れはS1、S3、S4、S5、S6、S16にみるように、上司、部下といったコミュニケーション方向や、タスク多義性にかかわらずいえることであり、また、S13、S16、S17、S18にみると、ネガティブで多義的な状況でもいえることである。

また、S3、S12から、多義的なタスクにメモを選択する傾向や、S10から、遠くにいる人に對して、電子メールよりもメモを選択する傾向がみられている。

このことから、年齢の影響については、年齢が増加するほど対面、電話、メモが選択される傾向があり、電子メールが選択されることは少なくなることが示された。したがって、仮説5は支持されたといえる。

(2) 電子メール利用経験

対面に対しては、S10において、正の関係がみられる。また、電話に対しては、S4、S7、S16において負の関係がみられている。これに対して、電子メールに対しては、S1、S2、S3、S4、S8、S9、S11、S14、S15、S18において、一貫して正の関係が得られた。メモについては、S8、S14において負の関係がみられている。

電子メールの選択は多くのシナリオにおいて有意な関係がみられた。このうちS2、S4、S8、S11は多義的ではない状況であり、電子メールの利用が適している状況であるといえるが、S1、S3のように、「複雑な事柄を説明する」場合でも電子メールが選択される傾向がみられており、S14、S18のように、感情的にネガティブで多義的な状況でも電子メールを選択する傾向がみられている。このように、電子メールの利用経験がある人ほど多様なコミュニケーション状況において電子メールを選択する傾向がみられている。

また、S4では、電子メールの選択が増え、電話の選択が減っており、S8、S14では、電子メールの選択が増え、メモの選択が減っており、代替的関係がうかがえる。

したがって、電子メール経験年数の長い人ほど電子メールを選択する傾向がみられ、電話、メモの選択が減っていることから、仮説6は支持された。

(3) 仕事経験

対面に対しては、S4、S13、S16において正の関係がみられた。電話については、S12では負の関係がみられ、S15では正の関係がみられている。電子メールについては、S1、S2、S4、S13、S15、S16において負の関係がみられている。メモについては、S3、S10、S11、S12において正の関係がみられている。

対面において有意な関係がみられたS4、S6は多義性の低いタスクであるが、部下に対するコミュニケーションであるために、リッチなメディアが選択されたのかもしれない。また、電子メールが有意となったS2、S4、S15、S16は多義性の低いタスクであるが、電子メールは選

択されない傾向を示している。また、S 3、S 10、S 12から、多義的な状況でもメモが選択される傾向にあることが示されている。

仕事経験は年齢と強い相関関係（相関係数 $r = 0.717$ 、有意水準0.1%）がみられており、全体的に年齢の影響と似た傾向を示している。しかし、メディアリッチネスに適合したメディア選択とはなっていないために、仮説 7 は支持できない。

（4）在職期間

対面については S 10において負の関係がみられ、電話については、S 6、S 8、S 15、S 16において正の関係がみられている。メモについては、S 10、S 11、S 12において正の関係がみられている。電子メールとは相関関係がなかった。このことから、在職期間が長くなるほど、電話やメモを選択する傾向が認められる。したがって、在職期間が長くなるにつれて、リーンなメディアを選択する傾向があるとはいえないでの、仮説 8 も支持できない。

（5）性差

対面については、S 1においては女性の方が好み、S 9、S 13、S 17においては男性の方が好む傾向がみられた。また、電話については、S 2では男性の方が好み、S 7では女性の方が好む傾向がみられた。電子メールについては、S 2、S 4、S 9、S 13、S 14、S 16、S 17、S 18において、女性の方が一貫して好む傾向が表れている。メモについては、S 1、S 3において男性の方が好む傾向がみられる。

女性は、S 1のように、複雑な事柄を説明するような多義的な状況において対面をより好み、S 7のように、複雑な電子メールのメッセージに対して電話をより好む傾向がみられる。また、S 2、S 4、S 9、S 16において電子メールを好んでいるが、これはすべて多義性の低い状況下でのコミュニケーションである。また、女性は感情的にネガティブな状況である S 13、S 14、S 17、S 18において電子メールを好むことから、このような状況に対して、直接的な相互作用を避ける傾向にあることがうかがえる。

一方、男性は、S 9のように、近くにいる人に重要ではないことを伝達するときに、メッセージの内容よりも近くにいる人とコミュニケーションを行うのに便利なメディアである対面をより好む傾向があり、また、S 13、S 17のように、感情的にネガティブな状況においても対面を選択しており、相互作用を避けていくようにはみえない。むしろ、感情的に多義的な状況に対処するために、リッチなメディアを選択したといえるかもしれない。また、S 1、S 3にみると、複雑な事柄を説明するのにメモを選択する傾向があるのは、複雑な内容を正確に記述、説明するためとも考えられ、仕事の効果を考えた行動かもしれない。

このことから、女性はメディアリッチネスやコミュニケーション感情に敏感なメディア選択を

行う傾向があり、男性は、メディアの利用しやすさや効果の観点からメディア選択を行っていると推測される。したがって、女性は男性よりリッチなメディアを選択するとはいえないが、男性はタスクの効果を考えたメディア選択がうかがえるため、仮説9は部分的には支持できるといえる。

(6) 職位レベル

対面については、S2、S15においてミドル以下の人好み、S14においてトップが好むという傾向がみられている。電話については、S1、S2、S3、S4、S5、S6、S7、S12、S15において、トップが一貫して好む傾向が表れている。電子メールについては、S5、S12、S14においてミドル以下の人好み傾向がみられ、メモについても同様に、S5、S11においてミドル以下の人好み傾向がみられている。

トップが一貫して好む電話は最もアクセスしやすいメディアであることから、職位レベルの上位者ほどアクセス容易なメディアを選択するという傾向は確認されたといえる。一方、S2、S15から、ミドル以下の人ほど多義性の低い状況でも上司に対しては対面を好み、S5、S12のように、多義性の高い状況であっても、「電子メールの利用を好む部下」(S5) や「電子メールの利用が奨励されている」(S12) 場合には、コミュニケーション相手や組織規範に合ったメディアとして電子メールを選択する傾向がみられている。したがって、仮説10は支持されたといえる。

4. 考察

4.1 個人特性の影響力

個人特性がメディア選択に与える影響について、仮説検証の結果、次のような結果が得られた。

- ・権威主義的性格が強いほど、リッチなメディアを選択する傾向がある（仮説4）。
- ・年齢が上昇するほど、電子メールの選択が減少し、対面、電話、メモの選択が増加する傾向がある（仮説5）。
- ・電子メール利用経験の長い人ほど、電子メールの選択が増加し、対面、電話、メモの選択が減少する傾向がある（仮説6）。
- ・男性は、タスク効果を考えたメディア選択を行う傾向がある（仮説9の一部）。
- ・職位の上位者ほど、アクセス容易なメディアを選択する傾向があり、下位者ほどコミュニケーション相手や状況を考慮したメディア選択を行う傾向がある（仮説10）。

このように、メディア選択に対して一貫した影響を与える個人特性については、組織のメディア選択行動を予測したり、効果的なメディア選択を行ったりする上において重要であり、特別な注意や対応を図る必要があるものといえる。

また、今回の仮説検証プロセスの中では取り上げられなかつたが、コミュニケーション方向

(上司への方向か、部下への方向か)によって、どのようなメディアを選択するかは、権威主義的性格、年齢、仕事経験、職位レベルの影響がうかがえたし、女性は男性に比べてメディアリッチネスに敏感なメディア選択を行う傾向があることもうかがえた。このことから、これらを新たな仮説として設定し、検証作業を行っていくことが今後の課題であるといえよう。

一方、個人特性として、パーソナリティ特性とデモグラフィック要因の相対的影響力を比較してみると、全体的にデモグラフィック要因の影響力の方が大きかった。パーソナリティ特性の影響力は比較的弱かった。この理由として考えられることを列挙してみると、1) パーソナリティ特性は、デモグラフィック要因に比べて正確に測定することが難しく、実際に個人のパーソナリティ特性が正確に測定されていなかったために、パーソナリティの影響が明確に表れなかつた、2) 本研究で取り上げたパーソナリティ特性は、メディア選択行動にあまり強い影響を与えるものではなかつた、3) 実際の組織では、個人のパーソナリティよりも、デモグラフィックの違ひの方がメディア選択に及ぼす影響力が大きい、などが挙げられる。

1) に関しては、パーソナリティ特性を本研究で用いたような測定尺度によって評価してみると、その得点分布が平均値の近くに集中してしまい、個人のパーソナリティの違いを明確に識別するだけの十分な統計的ばらつきが得られないという問題がある (Trevino et al., 1990)。本研究においては、革新的態度が強い人とそうでない人、社会的望ましさが強い人とそうでない人などが明確に識別できていなかつた可能性がある。個人のパーソナリティ特性を正確に分析できる測定尺度の開発は、継続的な研究課題として残されている。

2) に関しては、個人のパーソナリティを表す各次元とメディア選択との関係は必ずしも明確ではないので、調査対象者のグループ特性との関係で、どのようなパーソナリティ特性を取り上げるかによって、その影響力が変わってくることは十分に考えられることである。本研究では、次のようなことが考えられる。まず、革新的態度については、現在、組織において電子メールの普及は採用、導入期を過ぎ、定着期に入っていると思われるために、革新的な人の方がより電子メールを選択するような状況はすでに過去のものとなっていることが考えられる。このため、革新的態度と電子メールの選択との間に明確な関係が表れなかつたのではないかといえる。

また、社会的望ましさについては、承認要求⁽⁸⁾、自己評価と密接な関係があるとされており、自己評価の低い人ほど承認要求が強く、社会的に望ましい行動をとろうとする傾向があるとされる。本研究の回答者属性としては、トップマネジメントが多く、仕事経験も豊かな人が多かつたために、自己評価の低い人は少ないと予想されることが、社会的望ましさの影響があまりみられなかつた理由ではないかと考える。

平等主義的性格については、パーソナリティ特性として従来取り上げられることは少なかつたため、あまり多くのことがわかっていないが、本研究の調査対象はオーストラリアの組織であるために、オーストラリアの国民性や文化として平等主義がすでに十分に根付いていていることが考え

られる (Hofstede, 1984)。このため、平等主義的性格の影響があまりみられなかつたことが考えられるが、分析結果からは、電子メールの選択との関連性がうかがえるために、今後はさらに詳細な検討が必要になることが指摘できる。

一方、権威主義的性格については、メディア選択に影響を与える要因としては重要な次元であることが明らかになった。Trevino et al. (1990)、Alexander III et al. (1991) にみる先行研究においても、個人のパーソナル特性のうち、メディア選択に影響を与える次元とそうでない次元があることが示唆されており、権威主義的性格は前者のパーソナリティ特性として、今後さらに重視されるべきであると考える。

3) に関しては、たしかに全体的傾向をみると、パーソナリティ特性よりもデモグラフィック要因の方がその影響力が大きいために、組織の中でメディア選択行動に関する諸施策を実施していくためには、個人のデモグラフィック要因に注目することが有効であるといえる。しかし、メディア選択においてパーソナリティよりもデモグラフィックの方が重要であるとは一概にはいえない。この点については次節においてさらに分析してみることにする。

4.2 コミュニケーション状況からみたインプリケーション

Trevino et al. (1990) は、すでに述べたように、メディア選択に個人差が影響を及ぼすのは、タスク多義性の低い状況のみであり、タスク多義性が高い状況では、個人差の影響は覆い隠されてしまつて表面化しないと議論してきた。また、彼らはタスクの要求として、メッセージの多義性のみに着目していたが、タスク要求に関する他の側面である地理的な距離、クリティカルマスなどについても検討すべきであると述べている。本研究では、この観点から、タスク多義性と同時にコミュニケーション方向、コミュニケーション相手の状況、組織規範の影響について考察した。

表2は、タスク多義性が高い場合のシナリオであるS1、S3、S5、S6、S7、S10、S12について、分析結果を要約したものである。選択メディアの欄については、各メディアをより多く選択する傾向のある人の個人特性が記入されている。

この表からわかるように、タスク多義性が高く、各種の状況的制約が同時に作用する場合には、個人のデモグラフィック要因とともに、多くのパーソナリティ特性が関係することが明らかになつた。タスク多義性が高い場合は、基本的にはリッチなメディアを選択することが考えられるが、権威主義的性格が強い人、年齢が高い人、トップの職位レベルにある人ほど、電話をより多く選択する傾向がみられる。また、S12においては、平等主義的性格が弱く、権威主義的性格が強い人ほど、対面をより多く選択する傾向が示されている。このように、特定のパーソナリティ特性とデモグラフィック要因は、タスク多義性に適合したメディア選択をより強める働きをすることが推測される。

一方、タスク多義性が高い状況においても、S1、S10において革新的態度の強い人は電子メ

表2 分析結果の要約（タスク多義性の高い場合）

シナリオ	タスク 多義性	状況的制約	選択メディア			
			対面	電話	電子メール	メモ
S 1	高	上司とのコミュニケーション	女性	トップ	革新的態度 強 年齢 低 電子メール 経験 長 仕事経験 短	男性
S 3	高	部下とのコミュニケーション		権威主義 強 トップ	年齢 低	権威主義 弱 年齢 高 仕事経験 長 男性
S 5	高	電子メールの利用を好む部下		権威主義 強 トップ	社会的 望ましさ 強 年齢 低 ミドル以下	権威主義 弱 ミドル以下
S 6	高	メモの利用を好み上司		年齢 高 在職期間 長 トップ	年齢 低	
S 7	高	電子メールのメッセージに答える		電子メール 経験 短 女性 トップ	社会的 望ましさ 強	
S 10	高	遠くにいる人	電子メール 経験 長 在職期間 短		革新的態度 強 年齢 低	年齢 高 仕事経験 長 在職期間 長
S 12	高	電子メールの利用が奨励されている	平等主義 弱 権威主義 強	仕事経験 短 トップ	平等主義 強 ミドル以下	年齢 高 仕事経験 長 在職期間 長

ールをより多く選択し、同様に S 5、S 7においては、社会的望ましさの強い人は状況的要因に対応して、電子メールをより選択する傾向がみられている。また、S 12では、平等主義的性格の強い人が、電子メールをより選択する傾向がみられている。また、デモグラフィック要因としては、年齢が低くなるほど、またミドル以下の職位レベルの人ほど電子メールを選択する傾向もみられている。さらに、メモについては、S 3、S 5において、部下とのコミュニケーション方向において、権威主義的性格の弱い人がより多く選択する傾向がある。デモグラフィック要因としては、年齢が高く、仕事経験、在職期間が長いほど、また女性より男性の方がメモを多く選ぶ傾

コミュニケーションメディア選択における個人差の役割（中村）

向がみられる。

このように、特定のパーソナリティ特性とデモグラフィック要因は、タスク多義性が高い状況においても状況的要因に対応したメディア選択を行うことをより強める働きをすることが指摘できる。

以上のように、タスク多義性と状況的要因がともに作用する場合には、よりリッチなメディア選択を促す個人特性と、状況に対応したメディア選択を促す個人特性があり、相対的影響力が小さいと考えられたパーソナリティも重要な役割を果たしていることが明らかになった。

それでは、タスク多義性が低い場合はどうだろうか。これを要約したものが表3である。

表3 分析結果の要約（タスク多義性の低い場合）

シナリオ	タスク 多義性	状況的制約	選択メディア			
			対面	電話	電子メール	メモ
S 2	低	上司とのコミュニケーション	ミドル以下	年齢高 男性 トップ	電子メール 経験長 仕事経験短 女性	
S 4	低	部下とのコミュニケーション	仕事経験長	年齢低 電子メール 経験短 トップ	電子メール 経験長 仕事経験短 女性	
S 8	低	電話のメッセージに答える		在職期間長	電子メール 経験長	電子メール 経験短
S 9	低	近くにいる人	男性		電子メール 経験長 女性	革新的 態度強
S 11	低	対面コミュニケーションが奨励されている			電子メール 経験長	年齢高 仕事経験長 在職期間長 ミドル以下
S 15	低	上司とのコミュニケーション	ミドル以下	年齢高 仕事経験長 在職期間長 トップ	電子メール 経験長 仕事経験短	
S 16	低	部下とのコミュニケーション	仕事経験長	電子メール 経験短 在職期間長	年齢低 仕事経験短 女性	

タスク多義性が低い場合は、タスク多義性が高い場合と違って、パーソナリティの影響がほとんどみられていない⁽⁹⁾。選択メディアに影響を及ぼしているのは、ほとんどデモグラフィック要因である。

多義性の低い状況においては、基本的にはどのメディアでもメッセージを伝達する能力があるため、個人の能力として電子メール利用経験が十分にあれば電子メールを選択する傾向がみられ、仕事経験が短いほど、そして男性よりも女性の方が同様に電子メールを選ぶ傾向がみられている。また、仕事経験、在職期間が長くなるほど、電話やメモを選ぶ傾向がみられている。

個人の組織内における立場としては、上司に対する場合、ミドル以下の人には対面を選択する傾向があり、仕事経験が長くなるほど、部下に対しては同様に対面を選択する傾向がみられている。

このように、タスク多義性が低い場合においては、パーソナリティの影響は表れず、個人のデモグラフィック要因のうちでもとくに組織における地位、立場や個人の能力によってメディア選択が行われる傾向が示された。

表4は、感情的にネガティブな状況であるS13、S14、S17、S18について、同様に分析結果を要約したものである。この表から明らかなように、感情的にネガティブな状況では、個人特性はかなり一貫した影響を与えていることがわかる。対面をより多く選択するのは、権威主義的性格の強い人、年齢の高い人、仕事経験の長い人、男性、トップであり、これらの人々は、ネガテ

表4 分析結果の要約（感情的にネガティブな場合）

シナリオ	選択メディア			
	対面	電話	電子メール	メモ
S13	平等主義 弱		平等主義 強	
	権威主義 強		権威主義 弱	
	年齢 高		年齢 低	
	仕事経験 長		仕事経験 短	
	男性		女性	
S14	権威主義 強		電子メール経験 長	
	年齢 高		女性	電子メール経験 短
	トップ		ミドル以下	
S17	権威主義 強		平等主義 強	
	年齢 高		権威主義 弱	
	男性		年齢 低	
			女性	
S18	権威主義 強		権威主義 弱	
			年齢 低	
			電子メール経験 長	権威主義 弱
			女性	

イブな感情よりも多義的な状況に対応するために、リッチなメディアである対面を選択したことが考えられる。これに対して、電子メールを多く選択するのは、平等主義的性格の強い人、権威主義的性格の弱い人、年齢の低い人、仕事経験の短い人、女性、ミドル以下の人となっており、対面を選択する人とは対照的な個人特性となっている。これらの人々は、コミュニケーション感情により敏感であり、相手との相互作用を避けるためにリーンなメディアである電子メールを選択したことが考えられる。

単純集計の結果では、相手との相互作用を避けるために電子メールを選択する人と、多義的な状況に対処するために対面メディアを選択する人に二分されることが示されており、この理由として個人特性の違いが指摘されているが（中村他、2002）、以上の結果から、どのような個人特性が選択行動と結びついているかが明らかにされたといえる。

おわりに

個人特性がメディア選択に与える影響については、従来、Trevino et al. (1990) が示したように、タスク多義性が低いときのみ個人差の影響が表れるとする考え方を基本としてきたが、本研究の結果によると、タスク多義性が高い状況においても同時に状況的制約が考えられる場合には、個人のパーソナリティ特性とデモグラフィック要因は重要な影響を与えることが示された。また、感情的にネガティブで多義的な状況においても、個人特性としてのパーソナリティ特性とデモグラフィック要因は重要な役割を果たしていた。タスク多義性が低い状況においては、デモグラフィック要因が影響を与えていた。この結果は、個人差はタスク多義性の低い状況においてのみ表れるのではなくて、むしろタスクの要求するさまざまな制約が大きいときに、個人差の影響は重要な役割を果たすようになることを示唆している。実際の組織におけるコミュニケーションにおいては、何らかの状況的制約があることが多いと予想されることから、今後は本研究の結果を基に、現実のコミュニケーション場面における個人差の影響を実証的に明らかにすることが必要であるといえる。

また、メディア選択に影響を与える要因としては、デモグラフィック要因の方がパーソナリティ特性よりも全体的に影響力が大きかったが、その重要性という意味ではパーソナリティ特性の役割は大きいことが考えられる。今後は本研究で取り上げられなかったパーソナリティ特性の影響力をコミュニケーション状況との関連でより詳細に調べるとともに、パーソナリティ特性の測定尺度としてより信頼性の高いものを開発することが必要になると考えられる。

また、個人特性の中で特定の要因については、メディア選択に対して一貫した影響を与えることが示された。本研究における仮説検証プロセスの中からは、権威主義的性格、年齢、電子メール利用経験、男性、職位の上位者がその要因として抽出された。これらの要因によって特徴づけ

られる人々は、メディア選択に関して一定の傾向を示すため、日常の意思決定において利用する情報とコミュニケーションについても一定の傾向がみられることが予想され、それがひいては意思決定の質にも影響を及ぼしていることが考えられる。個人差はコミュニケーションメディアの選択のみならず、メディア選択を媒介して意思決定にどのような影響を及ぼしているかを明らかにすることが、組織における効果的なメディア選択を考えていく上において重要であるといえよう。

注

- (1) 知覚的態度は、外界の状況を扱うのに、感覚的、直感的な知覚プロセスを用いることを好むのに対して、判断的態度は、思考的、感情的な判断プロセス用いることを好む (Myers & McCaulley, 1985)。
- (2) 明確に判断し、意思決定を行うことができないような多義的な状況に直面した際に、決定を一時的に保留し、より正確な判断、決定のための情報収集を行おうとする行動傾向を指す。あいまいさへの耐性の低さは、衝動性の高さ、権威主義的な人格傾向などと関連がある (恩田、伊藤編、1999)。
- (3) 口頭コミュニケーション憂慮と文書コミュニケーション憂慮が挙げられている。口頭コミュニケーション憂慮は、口頭によるコミュニケーションが必要な状況を過度に不安がる傾向を指す。口頭コミュニケーション憂慮が高い人は、議論の焦点となるような席を避ける、小さなセミナーよりも講義クラスを選ぶ、要求されるコミュニケーションが少ない仕事を選ぶなどの調査結果がある。文書コミュニケーション憂慮も同様に、書くことに対する不安傾向を指している。文書コミュニケーション憂慮の高い人は、書くことが少ない仕事やクラスを好み、実際に書くことの要求が少ない仕事についていると認識していたという調査結果がある (Alexander III et al., 1991)。
- (4) 人が自分の自己呈示（自己提示とも表記する。自分自身や自分の行為を他者に伝達することで、他者が自己に対して形成する印象を統制しようとしてなされる行為をいう。）や表出行動、また非言語的な感情表出をモニタ（観察や統制）する程度である。自己モニタリングの高いタイプは、状況における自己呈示の仕方や他者が示す手がかりに敏感で、自己の様子をモニタしながら行動を行う。自己モニタリングの低いタイプは、状況にかかわらず、内的に一貫した行動をとることを重視し、他者の行動や状況における適切さへの関心も低い（中島他編、1999）。
- (5) 外向性とは、ある人の心や興味が外界の事物や人に向けられ、それらとの関係や依存によって特徴づけられる性格特徴をいい、内向性とは、これとは逆に、その人の関心が内界の主観的要因に重きが置かれる性格特徴をいう（恩田、伊藤編、1999）。
- (6) Bales & Couch (1970) は、数多くの価値観を表す表現の中から因子を抽出することについて検討しており、 α 係数については明確にしていない。

- (7) 第1位から第3位までのメディアがランク付けされている場合のみ。第2位、または第3位に好むメディアやその両方が記入されていない場合には、空欄はすべて欠損値として処理した。
- (8) 他人から自分の存在を認められたいとか、自分の意見などを受け入れて同意してもらいたいという社会的欲求のことである。承認欲求の強い人は、実験課題がつまらないものであっても好意的态度を示し、実験者や実験状況の要請によく従う、社会的に服従性や同調性を示す傾向があり、人に説得されやすいなどの特徴があるとされる（小川監修、1997）。
- (9) 唯一の例外は、S 9において、革新的態度の強い人がメモをより多く選択する傾向がみられることがある。

参考文献

- Adorno, T. W., E. Frenkel-Brunswik, D. J. Levinson and R. N. Sanford (1950), *The Authoritarian Personality*, Harper & Row.
- Alexander III, E. R., L. E. Penley and I. E. Jernigan (1991), "The Effect of Individual Differences on Managerial Media Choice," *Management Communication Quarterly*, Vol.5, No.2, pp.155-173.
- Bales, R. F. and A. S. Couch (1970), "The Value Profile: A Factor Analytic Study of Value Statements," in R. F. Bales, *Personality and Interpersonal Behavior*, Holt, Rinehart and Winston, pp.492-510.
- Carlson, P. J. and G. B. Davis (1998)," An Investigation of Media Selection among Directors and Managers: From 'Self' to 'Other' Orientation," *MIS Quarterly*, September, pp.335-362.
- Carlson, J.R. and R. W. Zmud (1999), "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions," *Academy of Management Journal*, Vol.42, No.2, pp.153-170.
- Crowne, D. P. and D. Marlowe (1960), "A New Scale of Social Desirability Independent of Psychopathology," *Journal of Consulting Psychology*, Vol.24, No.4, pp.349-354.
- Dennis, A. R., S. T. Kinney and Yu-Ting Caisy Hung (1999), "Gender Differences in the Effect of Media Richness," *Small Group Research*, Vol.30, No.4, pp.405-437.
- Ettlie, J. E. and R. D. O'Keefe(1982), "Innovative Attitudes, Values, and Intentions in Organizations," *Journal of Management Studies*, Vol.19, No.2, pp.163-182.
- Fischer, D. G. and C. Fick (1993), "Measuring Social Desirability: Short Forms of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale," *Educational and Psychological Measurement*, Vol.53, No.2, pp.417-424.
- Fulk, J. (1993), "Social Construction of Communication Technology," *Academy of Management Journal*, Vol.36, No.5, pp.921-950.
- Hofstede, G. (1984), *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*, Sage Publications.

- Huber, G. P. (1983), "Cognitive Style as a Basis for MIS and DSS Designs: Much Ado about Nothing?" *Management Science*, Vol.29, No.5, pp.567-582.
- Kerr, E. B. and S. R. Hiltz (1982), *Computer-Mediated Communication Systems :Status and Evaluation*, Academic Press.
- Kettinger, W. J. and V. Grover (1997), "The Use of Computer-Mediated Communication in an Interorganizational Context," *Decision Sciences*, Vol.28, No.3, pp.513-555.
- Ku, L. (1996), "Social and Nonsocial Uses of Electronic Messaging Systems in Organizations," *The Journal of Business Communication*, Vol.33, No.3, pp.297-325.
- Markus, M. L. (1994), "Electronic Mail as the Medium of Managerial Choice," *Organization Science*, Vol.5, No.4, pp.502-527.
- Mason, R. O. and I. I. Mitroff (1973), "A Program for Research on Management Information Systems," *Management Science*, Vol.19, No.5, pp.475-487.
- Minsky B. D., and D. B. Marin (1999), "Why Faculty Members Use E-Mail: The Role of Individual Differences in Channel Choice," *The Journal of Business Communication*, Vol.36, No.2, pp.194-217.
- Myers, I. B. and M. H. McCaulley (1985), *Manual: A Guide to the Development and Use of the Myers-Briggs Type Indicator*, Consulting Psychologists Press.
- 中島義明他編 (1999)、『心理学辞典』、有斐閣。
- 中村雅章、T.Robbins-Jones、M.Metcalfe(2002)、"コミュニケーションメディア選択に関するシナリオ調査分析," 中京経営研究、第11巻、第2号 (本号所収)。
- 小川一夫監修 (1997)、『社会心理学用語辞典』、北大路書房。
- 恩田彰、伊藤隆二編 (1999)、『臨床心理学辞典』、八千代出版。
- Ray, J. J. (1976), "Do Authoritarians Hold Authoritarian Attitudes?" *Human Relations*, Vol.29, No.4, pp.307-325.
- Rice, R. E., Shan-Ju Chang and J. Torobin (1992), "Communicator Style, Media Use, Organizational Level, and Use and Evaluation of Electronic Messaging," *Management Communication Quarterly*, Vol.6, No.1, pp.3-33.
- Rice, R. E. and D. Case (1983), "Electronic Message Systems in the University: A Description of Use and Utility," *Journal of Communication*, No.33, Vol.2, pp.131-152.
- Rogers, E. M (1983), *Diffusion of Innovations*, 3rd Ed.,The Free Press; 青池慎一、宇野善康監訳、『イノベーション普及学』、産能大学出版部、1990年。
- Russ, G. S., R. L. Daft and R. H. Lengel (1990), "Media Selection and Managerial Characteristics on Organizational Communications," *Management Communication Quarterly*, Vol.4, No.2, pp.151-175.
- Tosi, H. L., J. R. Rizzo and S. J. Carroll (1994), *Managing Organizational Behavior*, 3rd Ed., Blackwell Publishers.
- Trevino, L. K., R. H. Lengel and R. L. Daft (1987), "Media Symbolism, Media Richness, and Media Choice in

コミュニケーションメディア選択における個人差の役割（中村）

- Organizations: A Symbolic Interactionist Perspective," Communication Research, Vol.14, No.5, pp.553-574.
- Trevino L. K., R. H. Lengel, W. Bodensteiner, E. A. Gerloff and N. K. Muir (1990), "The Richness Imperative and Cognitive Style: The Role of Individual Differences in Media Choice Behavior," Management Communication Quarterly, Vol.4, No.2, pp.176-197.
- Zmud, R. W. (1979), "Individual Differences and MIS Success: A Review of the Empirical Literature," Management Science, Vol.25, No.10, pp.966-979.

付録 アンケート調査項目

General Attitudes (I)^a

For each of the following statements, please indicate the response which best reflects your attitude.

	Strongly Agree				Strongly Disagree
	1	2	3	4	5
1. I try new ideas and new approaches to problems.					
2. I analyse things or situations to find a new use for existing methods or existing equipment.					
3*. People who depart from the accepted organisational routine should be punished.					
4*. I stick to the rules and follow protocol.					
5. Among my colleagues, I am usually the first person to try out a new idea or method.					
6. I like to work on a problem that has caused others great difficulty.					
7. I demonstrate originality.					
8*. I probably would turn down ambiguous job assignments.					
9. I develop contacts with experts in my field located in different departments.					
10. I would leave a position that didn't challenge me.					

General Attitudes (II)^b

Listed below are a number of statements concerning personal attitudes and traits. Read each item and decide whether the statement is more true or more false as it pertains to you personally. Please circle TRUE or FALSE as appropriate.

コミュニケーションメディア選択における個人差の役割（中村）

1*: I like to gossip at times.	TRUE	FALSE
2*: There have been occasions when I took advantage of someone.	TRUE	FALSE
3 . I'm always willing to admit it when I make a mistake.	TRUE	FALSE
4*: I sometimes try to get even, rather than forgive and forget.	TRUE	FALSE
5*: At times I have really insisted on things going my own way.	TRUE	FALSE
6 . I have never been irked when people expressed ideas very different from my own.	TRUE	FALSE
7 . I have never deliberately said something that hurt someone's feelings.	TRUE	FALSE

Personal Characteristics (I) ^c

Please indicate the extent to which you agree or disagree with the following statements by circling where appropriate.

	Strongly Agree				Strongly Disagree
1 . Everyone should have an equal chance and equal say.	1	2	3	4	5
2 . There should be equality for everyone because we are all human beings.	1	2	3	4	5
3 . A group of equals will work a lot better than a group with a rigid hierarchy.	1	2	3	4	5
4 . Inequality could be almost entirely done away with if we made certain basic changes to our social and economic system.	1	2	3	4	5
5 . No matter what the circumstances, one should never just order people to do things.	1	2	3	4	5
6 . Each one should get what he/she needs—everything should be shared by all of us.	1	2	3	4	5

- 7 . It is the duty of every good person
to listen to everybody's ideas
regardless of whose ideas they are. 1 2 3 4 5

Personal Characteristics (II)^d

For each of the following statements, please indicate your response by circling "YES" or "NO" or "?" (undecided).

- | | | | |
|--|-----|----|---|
| 1 . Are you the sort of person who always tries
to get his/her own way? | YES | NO | ? |
| 2 . Do you tend to boss people around? | YES | NO | ? |
| 3 . Are you often critical of the way other
people do things? | YES | NO | ? |
| 4 . Does incompetence irritate you? | YES | NO | ? |
| 5* . Do you dislike having to tell others what to do? | YES | NO | ? |
| 6* . If you are told to take charge of some situation,
does this make you feel uncomfortable? | YES | NO | ? |
| 7* . Would you rather take orders than give them? | YES | NO | ? |
| 8* . Do you dislike standing out from the crowd? | YES | NO | ? |
| 9 . Do you tend to dominate the conversation? | YES | NO | ? |
| 10* . Are you generally a follower rather than a leader? | YES | NO | ? |
| 11 . Are you argumentative? | YES | NO | ? |

Background information

Please answer by ticking or describing where appropriate.

- | | | | | | | |
|------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 1 . Age category | <input type="checkbox"/> < 25 | <input type="checkbox"/> 25-29 | <input type="checkbox"/> 30-34 | <input type="checkbox"/> 35-39 | <input type="checkbox"/> 40-44 | <input type="checkbox"/> 45-49 |
| | <input type="checkbox"/> 50-54 | <input type="checkbox"/> 55-59 | <input type="checkbox"/> > 59 | | | |
| 2 . Gender | <input type="checkbox"/> male | <input type="checkbox"/> female | | | | |

コミュニケーションメディア選択における個人差の役割（中村）

3. Your present position executive / top management middle management
 supervisory professional technical
 clerical other

4. E-mail experienceyear (s)month (s)

5. Years of business experienceyear (s)month (s)

6. Years of working in your present companyyear (s)month (s)

注 a : Strongly Agree = 5 点、…、Strongly Disagree = 1 点を与え集計した。ただし、*印の質問項目は、Strongly Agree = 1 点、…、Strongly Disagree = 5 点とした。

b : TRUE = 2 点、FALSE = 1 点を与え集計した。ただし、*印の質問項目は、TRUE = 1 点、FALSE = 2 点とした。

c : Strongly Agree = 5 点、…、Strongly Disagree = 1 点を与え集計した。

d : YES = 3 点、? = 2 点、NO = 1 点を与え集計した。ただし、*印の質問項目は、YES = 1 点、? = 2 点、NO = 3 点とした。

a ~ d について、すべての質問項目に回答のあった場合のみ集計した。1つでも回答されていない項目があった場合にはケース単位で欠損値とした。