

## メディアリッチネス理論の展開と個人の情報メディア利用

中 村 雅 章

はじめに

1. メディアリッチネス理論
2. 理論検証と電子メディア
3. 電子メディアの利用を説明しない理由
4. 社会的相互作用論
5. 社会的相互作用論の問題点
6. 個人の情報メディア利用モデル

おわりに

キーワード：メディアリッチネス理論、電子メディア、電子メール、  
社会的相互作用論、情報メディア利用モデル

はじめに

組織では、メンバー間で情報を交換し、組織目標を達成していくために、コミュニケーションが重要な役割を果たしている。実際に、Mintzberg (1973) によると、経営者は多くの時間をコミュニケーションに関する活動に費やしており、情報（伝達）メディアとしては、口頭による相互接触を好む（活動時間の78%、活動の67%を占める）ことが示されている。これは、経営者が、自らの仕事に最もふさわしいメディアを選択した結果であるといえる。

このように、仕事の効果的な遂行のためには、それに最も適合した情報メディアを利用していくことが必要である。情報メディアの種類としては、従来から対面メディア（会議、訪問など）、電話、文書メディア（手紙、メモなど）が利用されてきており、最近では新しいメディアである電子メディア（電子メール、音声メールなど）も利用可能となっている。

このような、さまざまな情報メディアを、仕事の状況に応じてどのように利用していったらよいか、という問題を考えるときに、Daft & Lengel (1984, 1986) によるメディアリッチネス理論<sup>(1)</sup>が基本的な視点を与えてくれる。

本稿は、メディアリッチネス理論を議論の出発点として、組織における情報メディア利用に関する研究の展開について概観し、その結果をふまえて、個人の情報メディア利用モデルについて考察するものである。

## 1. メディアリッチネス理論

メディアリッチネス理論 (Media Richness Theory) は、組織を情報処理するものとみる情報処理パラダイムの観点からとらえ、「なぜ組織は情報処理を行うのか？」<sup>(2)</sup>を問題意識として構築された理論である。したがって、メディアリッチネス理論の検討は、組織コンテキストを前提として行われなければならないが、この点は後の議論において重要となるので、最初に確認しておきたい。

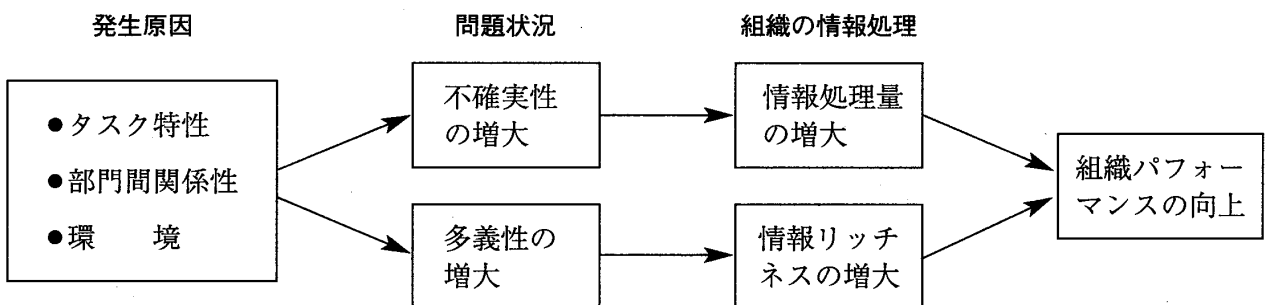
さて、Daft & Lengel (1986) によると、組織が情報処理を行うのは、不確実性と多義性に対応するためであると述べられている。

不確実性 (uncertainty) とは、「タスクを遂行するために必要とされる情報量と、すでに組織によって獲得されている情報量のギャップ」<sup>(3)</sup>である。このギャップは情報の不足に関係しているから、不確実性を減らすためには、処理される情報量を増やす必要がある。

一方、多義性 (equivocality) とは、「あいまいで、組織の状況について、多様で対立的な解釈が存在する」<sup>(4)</sup>ことである。多義的な状況とは、状況に対する理解の不足、または混乱があることを意味している。これを解消するには、単に情報量を増やせばよいのではなく、リッチな情報を処理しなければならない。ここでリッチな情報とは、「ある時間内に (多義的な状況に対する) 理解度を変えることができる情報」<sup>(5)</sup>である。短時間に、意味の共有化や合意を促進するような情報はリッチな情報であり、逆に、意味の共有化や合意をもたらさないか、もたらすにしても時間がかかるような情報はリッチな情報とはいえない。

組織における不確実性と多義性の発生原因としては、タスク特性、部門間関係性、環境の3つがあり、組織は不確実性の増大に対しては情報処理量を増やし、多義性の増大に対してはリッチな情報量を増やすことによって、パフォーマンスを高めることができると考えられている (図1)<sup>(6)</sup>。

図1 組織の情報処理モデル



このような組織の情報処理を調整するメカニズムとして、さまざまな情報メディアが利用されることになるが、メディアリッチネス理論では、情報メディアをメディアリッチネスという観点からとらえる。メディアリッチネス (media richness) とは、情報メディアがリッチな情報を処理できる能力の程度を指しており、次に示すような4つの基準によって操作化される概念である (Daft et al., 1987)<sup>(7)</sup>。

- 1) フィードバックの迅速さ：迅速なフィードバックは、質問や修正を可能にする。
- 2) 複数の手がかり：人の外観、声の抑揚、ジェスチャー、言葉、数字、図形シンボルを含む複数の手がかりは、メッセージの一部を構成するものである。
- 3) 言語の多様性：言語シンボルによって伝達される意味の範囲。
- 4) 個人的焦点：個人の気持ちや感情をコミュニケーションに注入できれば、メッセージはより完全に伝えられる。いくつかのメッセージは、受け手の準拠枠、必要性、現在の状況に応じて仕立てられる。

以上の基準によると、最もリッチネスの高いメディアは対面メディアである。対面メディアは、迅速な相互のフィードバックが可能であるため、メッセージは調整され、明確化され、即座に再解釈される。また、対面メディアは、コミュニケーションの交換において、うなずき、笑み、アイコンタクト、声の調子、その他の非言語的メッセージによってコミュニケーションを調整し、コントロールできる。さらに、多様な解釈が可能な言語である自然言語を用いており、個人の感情も伝えられるからである。

電話は、対面メディアに比べると、ややリッチネスは低いと思われる。電話は、フィードバックは迅速であるが、視覚的な手がかりが利用できないからである。

また、文書メディアは、フィードバックに時間がかかり、視覚的な手がかりだけでなく、音声的な手がかりも使えないので、電話よりもリッチネスは低くなる。とくに、文書メディアのなかでも、あて先のない文書である一般的ニュースや報告書は、特定の個人にあてて書かれた文書である手紙やメモよりもさらに多様な解釈が困難であるため、最もリッチネスの低いメディアと考えられている。しかし、リッチネスの低いメディアは、よく理解された (多義性の低い) メッセージや標準的なデータの効率的な処理には適しているというのが、ここでのポイントである<sup>(8)</sup>。

メディアリッチネス理論は、情報を必要とするタスクと情報メディアとの間に、一種の条件適合的な関係が成立すると考えるものである。多義性の高いタスク (たとえば、会社の買収) には高いリッチネスのメディア (たとえば、対面メディア) が適合し、多義性の低いタスク (たとえば、商品に対する顧客の反応を調べる) には低いリッチネスのメディア (たとえば、分析レポート) が適合する。もし、多義性の高いタスクに低いリッチネスのメディアを利用した場合は、タスクの要求する情報が十分に伝えられないことになる。また、多義性の低いタスクに、高いリッチネスのメディアを利用した場合は、情報過剰によってコミュニケーションが混乱する可能性が

あり、やはり効率的ではない。合理的な管理者ならば、タスクの情報要求に適合しないメディアを利用するようなことは決してしないと仮定するのである。

以上のように、メディアリッチネス理論は、合理的、規範的情報メディア利用モデルとして提案されており、モデルの前提条件を整理すると次のようになる (Fulk et al., 1990)。

- 1) 各メディアは、ユーザおよび利用コンテキストにかかわらず、固定的な固有の特性を持っている。
- 2) 同様に、タスクの情報要求についても、大部分はタスク固有の客観的特性 (たとえば、多義性) によって決定される。
- 3) 個人は、メディアとタスクの固有の特性を認識し、タスクの要求する情報に最適なメディアを選択できる合理的な人間である。
- 4) 個人のメディア利用の意思決定は、個人のメディア特性とタスク特性の知覚にそって行われる。対人関係は影響を与えない。
- 5) メディア利用の意思決定は、効率性に動機づけられており、個人差の影響はほとんど考えない。

## 2. 理論検証と電子メディア

メディアリッチネス理論は、われわれのメディア選択行動と感覚的に整合するために、多くの人々にとって理解しやすいものである。

実際に、ある大規模な石油化学会社において実証研究を実施したDaft et al. (1987) とRuss et al. (1990) によると、メディアリッチネス理論は情報メディア選択行動をよく説明したと述べている。この会社の管理者は、あいまいなコミュニケーションにはリッチネスの高いメディアを好み、多義性の低いコミュニケーションにはリッチネスの低いメディアを好む傾向を示したのである。また、この傾向は、高業績と評価された管理者ほど顕著であった。さらに、管理者の教育水準、在職年数、内向-外向的性格はこの傾向に大きな影響を与えていなかった。

これらの結果は、メディアリッチネス理論が仮定するように、情報メディア利用行動においてはタスクの多義性とメディアリッチネスの相互関係が影響を与えており、タスクの情報要求に対するメディア選択が適切な場合は個人の業績が上がることを暗示している。

ただし、これらの結果を評価するときには注意すべき点がある。第1に、メディアリッチネス理論では、組織のタスクに対して、効果的な情報メディアの利用を論じているのに対して、実証研究では個々の管理者が利用可能な情報メディアのなかから1つを選択する問題を検証している。実証研究で検証されているのは、管理者はどのようにメディアを選択するかであり、どのようにメディアを利用するかではないのである。第2に、メディアリッチネス理論は組織の意思決定タ

スクであるジョブを対象としているのに対して、実証研究では、ジョブの遂行に必要な個々のコミュニケーションを対象としている。コミュニケーションタスクは、意思決定タスクとは異なるのである。第3に、実証研究では高いパフォーマンスを示す管理者はメディア選択を合理的に行うことは示されているが、合理的なメディア選択の結果として、タスクのパフォーマンスが向上したかどうかは直接検証されているわけではないことが指摘できる。

この原因としては、フィールド研究において組織のタスクを全体的に把握したり、実際のパフォーマンスを正確に測定したりすることが容易ではないことが考えられるが、厳密にはオリジナルなメディアリッチネス理論の検証とはなっていないことに留意すべきである。しかし、Daft et al. (1987)、Trevino et al. (1987) らによって採用された手法、すなわち、1) メディア利用ではなく、メディア選択を問題とする、2) ジョブではなくコミュニケーションを対象とする、3) 情報の送り手と受け手の双方のパフォーマンスではなく、情報の送り手が認識するパフォーマンスを調査する、の3点は、その後の多くの実証研究において標準的な方法として用いられるようになった (Dennis & Kinney, 1998)。

一方、上述した実証研究は、メディアリッチネス理論で考えられてきた伝統的なメディアについて検証したものであり、電子メディアは含まれていなかった。このため、電子メディアを含む情報メディア選択行動について、数多くの実証的研究が行われることになったが、その結果は、必ずしもメディアリッチネス理論を支持するものではなかった。

電子メディアのリッチネスはどの程度であるかは、後述するように難しい問題である。たとえば、電子メールは、その技術的特性から判断すると文書メディアの一種であるといえるが、紙に書かれた文書よりも迅速なフィードバックが可能なことから、そのリッチネスは電話と文書メディアの中間に位置づけられることが多い。すなわち、電子メールはリッチネスのあまり高くないリーンなメディアとされるが、多くの実証研究によると、その電子メールが、実際には多義性の高いタスクにも利用されていることが示され、これがメディアリッチネス理論への典型的な反証となっている。

たとえば、Rice & Shook (1990) は、4つの組織における情報メディア選択行動を実地調査した結果、上位レベルの管理者は、下位レベルの作業員に比べて必ずしも電子メールの使用が少なくなかったことを明らかにしている。一般に、上位レベルの管理者は、下位レベルの従業員に比べて、多義性の高いタスクを処理する機会が多いことから、メディアリッチネス理論によれば、リッチネスが低いと考えられる電子メールの使用頻度は低くなることが予想されるが、実際には、そのような傾向はみられなかったのである。

また、Markus (1994) は、ある大規模な企業における管理者のメディア選択行動を定量的および定性的に分析し、効果的な管理者は、多義性の高いタスクにもかかわらず、電子メールを頻繁に使っていたことを報告している。リッチなメディアである対面メディアは、必ずしも選択され

なかったし、電子メールに比べて効果的でもなかった。むしろ、組織における情報メディアの採用と利用、そしてその結果は、組織内の社会的プロセスによって強く影響を受けるものであり、情報メディアに固有のリッチネスがあるという見方は否定されている。

また、電子メールと音声メールを比較研究したEL-Shinnawy & Markus (1998)によると、ほとんどのコミュニケーションにおいて電子メールが選ばれたことを報告している。音声メールは電子メールに比べると、音声の手がかりが使えるため、電子メールよりもメディアリッチネスは高いと考えられるが、メディアリッチネス理論が説明するように、多義性の高い状況において音声メールが選択される傾向はみられなかったのである。

これらの結果は、伝統的メディアを対象に規範的モデルとして開発されたメディアリッチネス理論は、電子メディアを含めた場合に、個人のメディア選択行動を十分に説明しないことを示しているといえる。

一方、実験的環境においては、メディアリッチネス理論が当初考えたように、特定の情報メディアの利用とタスクパフォーマンスとの関係を調査した研究がみられるが、その多くはメディアリッチネス理論を支持していない。

たとえば、Dennis & Kinney (1998) は、132人の大学学生を、ランダムに、ビデオシステムかコンピュータ媒介コミュニケーション (Computer-Mediated Communication: CMC) システムかどちらかを用いたタスクに割り当てて実験を行った結果、被験者は、各システムのリッチネスは区別したが、多義性の高いタスクにリッチなシステムを利用してもパフォーマンス (意思決定時間、意思決定品質、合意レベル、コミュニケーションの満足度) は改善しなかったことを報告している。また、リッチネスの低いシステム (CMC) の利用は意思決定時間が長くなる傾向にあったが、とくに多義性の低いタスクで顕著であった。これらの結果は、メディアリッチネス理論の主張とは異なるものである。

Suh (1999) も同様に、お互いに顔見知りではない316人の大学学生を被験者として、CMC、オーディオシステム、ビデオシステム、対面メディアの利用を比較、検討した結果、メディアリッチネス理論が仮定するような、タスクとメディアの相互関係が意思決定品質と時間に与える影響はなかったことから、全体的に言って理論は支持できないと述べている。

しかし、実験的環境での実証研究の最大の問題点は、組織コンテクストを完全に切り離してしまっている点にある。上述した実証研究でも、被験者として用いられた学生は、お互いに面識がなく、一時的にグループを形成したものであり、かつ、タスクやメディアに対する経験も十分であるとは思えない。実際の組織環境では、お互いに面識があったり、“気心が知れた”メンバーであったりするのがふつうであり、タスクやメディアに対する実務的経験も備わっている。そして、情報メディアとタスクパフォーマンスの関係は、タスクのタイプよりも、メディアやメンバーに対する経験に、より依存しているようにみえるとの指摘もある (Hollingshead et al.,1993)。実験的

環境におけるメディアリッチネス理論の検証がどこまで有効かについては、疑問が残るのである。

### 3. 電子メディアの利用を説明しない理由

以上に述べてきたように、メディアリッチネス理論は、情報メディア利用の規範モデルとして提案されたが、実証研究では記述モデルとして検証される傾向がみられる。この状況をふまえて、メディアリッチネス理論が、電子メディアの利用行動を十分に説明しない理由を考えてみる。それは、次の2点が重要であると考えられる。

- 1) 電子メディアのメディアリッチネスが正しく評価されていない。
- 2) メディアリッチネス以外にも、情報メディア選択行動に影響を及ぼす要因がある。

第1の観点は、さまざまな情報メディアのなかで、電子メディアのリッチネスのランク付けが正しくないと考えるものである。たとえば、オリジナルなメディアリッチネス理論では考慮されていなかった電子メールは、文書メディアの一種であるが、それよりも迅速なフィードバックが可能であることから、後の研究者によって、電話と文書メディアの中間的な位置づけが与えられた<sup>(9)</sup>。しかし、伝統的メディアを前提として開発された基準を用いて、電子メディアのリッチネスを測定することは、はたして妥当かどうかという問題がある。

Sproull & Kiesler (1992) によると、電子メールは、非同期性、迅速性、文章性、多数あて先、外部記憶、記憶処理の6つの特徴<sup>(10)</sup>を持っており、これらの特徴のうちいくつかは伝統的なメディアも持っているが、すべてを持っているのは電子メールだけであると考察している。このなかで、多数あて先は、多数の人に同時にメッセージを送ることができる特性であり、これは、対面メディアが持っている特性と同じものであると考えることができる。また、外部記憶と記憶処理は、伝統的なメディアにはない新しい特性である。これらは、組織における社会的記憶の能力を拡大し、問題分析や合意形成を促進する上で重要な情報源となる可能性がある。

したがって、以上に述べたような要因を、メディアリッチネスを決定する基準として新たに考慮したとすると、電子メールのメディアリッチネスは、現在の一般的認識よりも高くなることが考えられる。仮に電子メールのリッチネスが従来のランクよりももっと高いものであるならば、電子メールが多義性の高いタスクに利用されたとしても、何の不思議もないわけである。

このように、電子メディアのリッチネスを正確に測定、ランク付けできれば、メディアリッチネス理論は、情報メディア選択行動の説明に十分有効であると考えるのが第1の観点である。

第2の観点は、個人の情報メディア選択に影響を与える要因として、メディアリッチネスだけではなく、それ以外の要因もあると考えるものである。まず、個人の置かれた状況的要因(時間的制約、地理的制約)は、メディア選択行動に影響を与えることが指摘されている(Trevino et al., 1987)。時間的プレッシャーのなかで仕事を行っている管理者は、コミュニケーションを急ぐ必要

があるために、多義性の高いタスクであっても、対面メディアより電話を選択することが考えられる。また、地理的に離れた相手と連絡をとるときは、同様にタスクの性質にかかわらず電子メールや電話を利用するものと思われる。このように、状況的制約が強いときは、タスク特性が情報メディア選択に与える影響は、相対的に弱くなることが考えられる。

また、情報メディアへのアクセス可能性（メディア利用の便利さ、アクセス容易性、信頼性など）が、個人の情報メディア選択行動に影響を与えることも十分に考えられる。むしろ、個人はメディア選択行動において、そのメディアによって得られる情報の品質（タスクへの関連性、正確性、包括性、適時性など）よりも、アクセス可能性によってメディア選択を行っていることが過去の研究では指摘されている（e.g., Allen, 1977; Culnan, 1983, 1984; Hardy, 1982; O'Reilly, 1982; Rice & Shook, 1988）。この結果は、メディアリッチネス理論が必ずしも支持されない原因となる。

他方、メディアリッチネス理論が無視してきた個人特性も、情報メディア選択行動に影響を与えることが指摘されている。実証研究が示すように、多義性の高い状況においては、リッチなメディアが選択される傾向が確認されている。これは、Trevino et al. (1990) によると、リッチな情報要求に対応するために、リッチなメディアの選択は避けられないためである。しかし、多義性の低い状況においては、リッチネスの要求は低くなる、換言すれば、どのようなメディアでもメッセージを運ぶ能力があるので、個人のメディアに対する好みや利用スタイルがメディア選択行動に強い影響を与えるようになる。多義性の高い状況では、個人差はメディア選択活動に影響を与えないが、多義性の低い状況では、たとえコストがかかると認識していても、リッチなメディアを選択することがありうるのである。たとえば、電話やメモで連絡できるメッセージでも、直接対面してそれを伝えることを好む人がいる。したがって、多義性の低いタスクを遂行するときには、メディアリッチネス理論は、メディア選択行動を十分に説明できないことが考えられる。

さらに、個人の情報メディアに対する利用経験や能力は、メディアリッチネスの認識に影響を与えることが考えられる。たとえば、電子メールの利用経験が豊富で、電話とほとんど変わらないおしゃべり（チャット）ができる人にとって、電子メールは電話と同じ程度のリッチなメディアと映るはずである。一方、対面メディアをそれほど親密で、迅速なフィードバックが可能なメディアとは思っていない人がいるかもしれない。対面メディアは、メディアの客観的特性としては迅速なフィードバックが可能であるが、これは、ただちに意味の共有化を促すような迅速なフィードバックが行われることを意味するわけではない（つまり、直接対面しても、迅速なフィードバックを行わない、または行えないようなことがある）からである。

この点に関して、Carlson & Zmud (1999) は、個人の経験を単にメディアに対する経験だけでなく、コミュニケーション相手、メッセージのトピック、組織コンテキストに対する経験を含めて幅広くとらえ、これらの経験が情報メディアによって運ばれるメッセージのよりリッチな解釈を可能とすると述べている。この考え方によると、情報メディアの利用は、技術の特性だけでなく、



コミュニケーション相手、タスク、組織コンテキストといった組織の社会的要因が重要な影響を与えることになる。

このように、情報メディアの利用において、メディアリッチネスだけではなく、その他のさまざまな要因を考える立場の研究は、社会的相互作用論の展開へと直接的に結びついていったのである。

#### 4. 社会的相互作用論

社会的相互作用論 (social interaction theories) とは、組織における情報メディアの利用は社会的影響力を受けると主張する理論の総称であり、メディアリッチネス理論では十分に説明できなかったメディア利用行動を解釈するために導入されたものである。ただし、社会的相互作用論は、メディアリッチネス理論を代替するのではなく、補完することを目的としている。

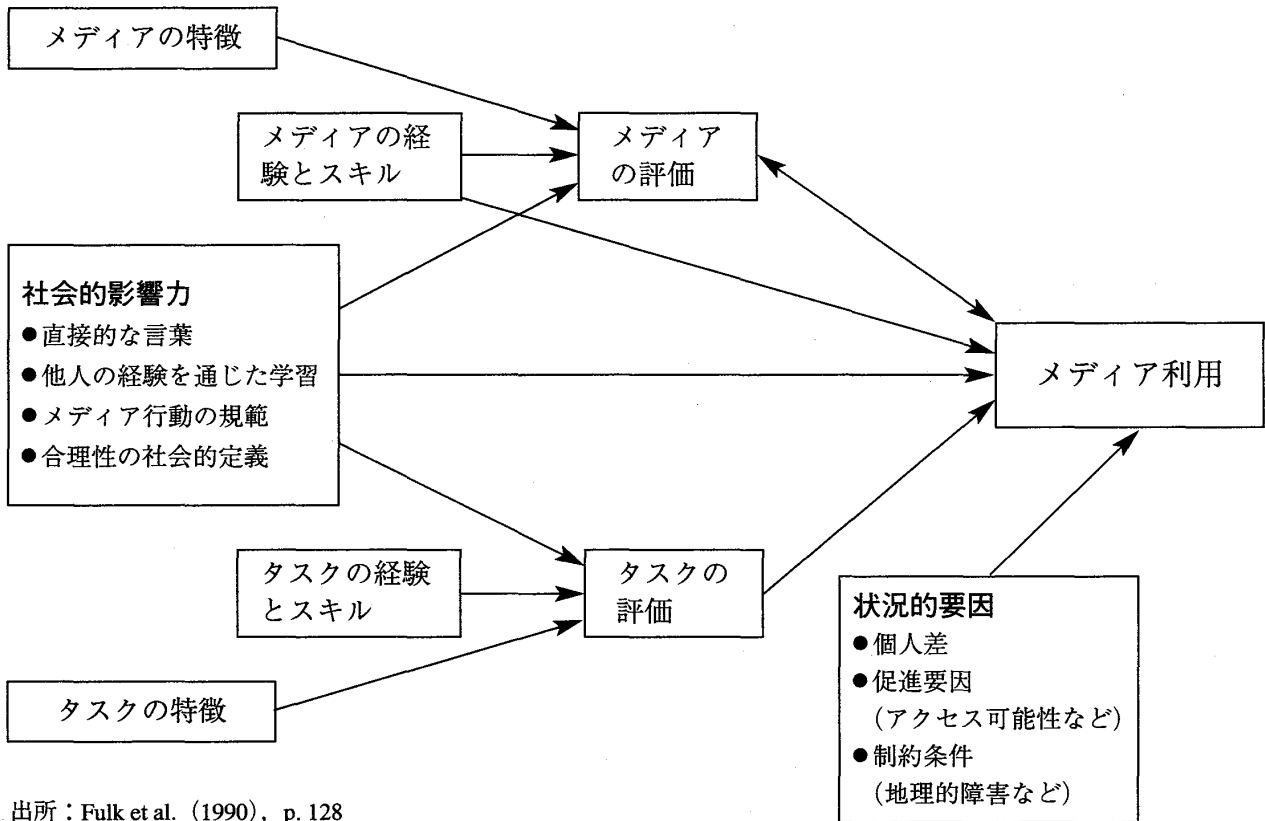
Fulk et al. (1987, 1990) は、個人の知覚と行動における社会的影響を強調する Salancik & Pfeffer (1977, 1978) の社会情報処理論 (social information processing theory)、および社会学習理論 (social learning theory) (Bandura, 1986) を取り入れ、社会的影響モデル (social influence model) を提案している。個人の情報メディアに対する知覚と利用は、職場メンバーの態度、言葉、行動によって影響を受ける主観的なものであり、それゆえ、メディアの評価は個人によって異なり、その選択の意思決定は主観的、回顧的に合理的なものであると論じている。

しかし、社会的影響モデルでは、情報メディアの利用において、技術の客観的特徴を排除しているわけではなく、利用行動は部分的に主観的、社会的プロセスによって決定されると主張する。メディアリッチネス理論は、社会的影響力を加味することで補強されるという立場をとるのである。たとえば、メディアの客観的特徴は、個人のメディアに対する知覚に影響を与えるが、同時にメディアの客観的特徴のどの部分に注目するか、それをどのように解釈するかは、職場の同僚や上司の意見などによるのであり、この両者によって当人のメディアに対する評価が決定されるのである。

具体的に、社会的影響モデルでは、情報メディアの利用に影響を及ぼす要因として、1) 個人のメディアに対する評価、2) 個人のタスクに対する評価、3) メディアとタスクの固有の特徴、4) メディアとタスクに関する経験とスキル、5) 社会的影響力、6) 状況的要因の6つが考えられている。図2に、モデルの構成を示す<sup>(11)</sup>。

このモデルの実証研究は、Schmitz & Fulk (1991) によって、ある大規模な研究開発組織における電子メールの利用を対象に実施された。その結果、1) 知覚された電子メールのリッチネスは個人によって異なり、社会的影響力とメディアの経験とともに変化する、2) 知覚された電子メールのリッチネスによって、個人の電子メールの評価と利用が予測できる、3) 同僚からの社会

図2 社会的影響モデルの構成



出所：Fulk et al. (1990), p. 128

的影響力は、メディア評価に浸透力のある影響を与える、の3点が明らかにされ、実際の組織では社会的影響力の存在によって、必ずしも合理的なメディア選択行動はとられないことが示されている<sup>(12)</sup>。

一方、Trevino et al. (1987) は、メディアリッチネス理論を補完する考え方として、シンボリック相互作用論 (symbolic interactionism)<sup>(13)</sup> を導入し、情報メディアのもつ象徴的な意味を強調している。たとえば、一般に、書かれた文書は、権威、合法性などを象徴し、対面メディアは、関心、気づかい、などを象徴している。このように、メディア自体がメッセージと考えられるので、メディア選択行動においては、タスクの要求する情報リッチネスを考えるだけでなく、そのメディアの象徴している意味を慎重に考えることが必要になる。

彼らのモデルでは、個人のメディア選択行動は、1) メッセージの多義性とメディアリッチネス、2) メディアに与えられた象徴的な意味、3) 状況的な決定要因 (距離、時間、アクセス可能性など)、によって影響を受けるものと考えられている。実際に、彼らは、11組織の65人の管理者に対してインタビュー調査を行い、情報メディア利用に影響を与える要因として、メッセージの多義性とメディアリッチネスの関係、状況的決定要因とともに、情報メディアの持つ象徴の意味が影響を与えていたことを確認している。また、対面メディアは基本的にメッセージ内容と象

徴的意味によって、電話と電子メールは典型的には状況的要因によって選択されていたことを明らかにしている。

対面メディアは多義性の高いタスクと同時に、チームワーク、信用、親善、非公式性などを伝えたい場合にも利用される。また、文書メディアは、すでにメンバー間で意味が確立したデータやルーチンメッセージを伝達するのに使われると同時に、権威、合法性、プロトコルへの服従、緊急性の欠如などを伝えたいときにも利用されるのである。

一方、電子メールは、その象徴的意味から実際に選択されることはなかったが、これは比較的新しいメディアであり、現在のところ利用経験および利用範囲が限られているので、他の伝統的なメディアと同じ程度の一般的認識が得られるまでには至っていないからであると考えられる。そのため、組織間で象徴的な手がかりを伝えたいときは、伝統的なメディアである対面メディアや文書メディアを使うことになるだろう。一方、組織内において、電子メールをある特定のタイプのメッセージに使うという組織規範がある場合は、電子メールの象徴的な意味も明確になっているものと思われる。

このように、情報メディアはそれ自体、象徴的な意味を持っており、それがどの程度要求されているかによって、タスクの多義性にかかわらず、メディア選択行動は異なってくることが考えられる。

合理的選択モデルであるメディアリッチネス理論と社会モデルである社会的相互作用論は、実際に二者択一の競合的モデルではなく、相互補完的なモデルであることを実証したのは、Webster & Trevino (1995) である。彼女らは、個人の情報メディア選択に影響を及ぼす要因として、1) メッセージ内容、2) 状況的決定要因、3) 社会的影響、4) 象徴的手がかりを説明変数として取り上げ、大学職員および製造企業の従業員に対するシナリオ調査を中心とする実地調査の結果から、これらすべての要因は、情報メディア選択行動に影響を与えていたことを明らかにしている。

さらに、Trevino et al. (2000) は、多様な組織に所属する1704人を対象として、複数の理論を包括的に含むモデルを基に調査研究を行っている。この研究では、情報メディアへの態度と行動(利用と選択)に影響を与える要因として、1) メッセージとジョブの多義性、2) 知覚されたりッチネス、3) 受け手の距離と人数、4) メッセージの受け手の態度、5) 同僚と上司の態度、6) メディアの象徴的意味、7) メディアのスキル、8) フロー<sup>(14)</sup>、9) 使い易さ、が考慮されている。その結果、情報メディア選択に大きな影響を与えていた要因は、メディアの象徴的意味、メッセージの多義性、距離、知覚されたりッチネス、コミュニケーション相手の数、メッセージの受け手の態度の順であり、メディアへの態度と利用については、多様な要因が影響を与えていたが、メディアの種類によってその要因は異なっていたことが示されている。そして、メディアへの態度と行動を理解するために、包括的理論によるアプローチは有効であると述べている。

しかし、このような研究の方向性は、個人のメディア利用行動をより高い精度で予測するために、できるだけ多くの要因を考慮するという結果をまねき、そのこと自体が新たな問題となっている。

従来、指摘されてきた主な要因を列挙してみると、タスクの多義性 (Daft & Lengel, 1984, 1986)、時間、地理的分散 (Trevino et al., 1987)、メディアへのアクセス可能性 (Culnan, 1983, 1984)、個人特性 (Trevino et al., 1990; Rice et al., 1992)、経験 (Carlson & Zmud, 1999; King & Xia, 1997)、社会的影響力 (Fulk et al., 1990)、情報メディアの象徴的意味 (Trevino et al., 1987)、職位 (Carlson & Davis, 1998; Rice & Shook, 1990)、クリティカルマス (Markus, 1987)、コミュニケーションの方向 (Zmud et al., 1990)、メディアスタイル (Rice & Case, 1983)、メッセージの受け手の人数と態度 (Trevino et al., 2000)、コミュニケーション相手の態度と行動の知覚 (Fulk et al., 1995)、情報の品質 (Culnan, 1983, 1984; O'Reilly, 1982)、意思決定の局面 (Saunders & Jones, 1990)、相互作用性 (Zack, 1993)、メディアリッチネス (Daft & Lengel, 1986)、知覚されたメディアリッチネス (Trevino et al., 2000)、フロー (Trevino et al., 2000)、知覚された使い易さ (Davis et al., 1989)、メッセージの検索、準備の容易性 (El-Shinnawy & Markus, 1998)、イノベーションと変化への好意的態度 (Minsky & Marin, 1999)、コンピュータ自己効力感 (Minsky & Marin, 1999) など多種多様である。

また、このうち、Saunders & Jones (1990) は、意思決定プロセスのどの局面か、が個人の情報メディア利用に影響を与えると述べており、タスクを個々のコミュニケーションレベルから、ダイナミックな時間の側面を持つ意思決定プロセスに拡大してとらえることの必要性を論じている。意思決定者は、意思決定における情報の流れを、メディア選択を適切に行うことで管理すると主張されている。

このように、個人の情報メディア利用において、数多くの要因が考慮されると同時に、理論が適用される範囲についても、コミュニケーションレベルから意思決定タスクであるジョブレベルへと拡大しつつある。

## 5. 社会的相互作用論の問題点

社会的相互作用論の1つの問題点は、メディアリッチネス理論が仮定していた条件適合的な考え方から抜け出せなかった点にある (Steinfeld, 1992)。個人のメディア利用行動は、個人を取り巻く社会的環境からの影響によって決定されると考えると、その予測精度を上げるためには、究極的にはあらゆる社会的環境要因を考慮に入れなければならない。

しかし、個人のメディア利用行動は、社会的環境からの影響力によって受動的に決定されるものではない。個人はメディア選択の意思決定において、環境状況から影響を受けることは間違いないが、その環境を能動的に選択し、解釈することができるのである。すなわち、電子メディア

の選択と利用に関して、個人の意思と能力をベースとした能動的な働きかけをより重視する必要がある。

このような個人の能動的側面を重視した研究として、たとえば、Lee (1994) は、電子メールの受け手は、単にメッセージの受動的な受け手ではなく、意味の積極的な生産者であると指摘し、個人の能動的な関与を強調している。個人は、受け取ったメッセージを解釈して、そこから送り手の意図した意味を引き出すことができるのであり、それゆえ、リッチなメディアと考えられる電子メールでも、リッチなコミュニケーションが可能であると論じている。

また、Ngwenyama & Lee (1997) は、批判社会理論 (critical social theory) の立場から、情報の受け手は、送り手の意味が込められたメッセージをいかにうまく理解するかだけでなく、まず、そのメッセージが有効で正しいかどうかを批判的に評価し、間違っていたり、不完全であったりする情報を取り除くことから、情報のリッチネスが生じると考察している。情報の受け手は、コンピュータが伝えたリッチネスの情報を受け取る“ユーザ”ではなく、社会または組織コンテキストにおける“行為者”であり、送り手との相互理解をこえたところにリッチネスがあると論じているのである。

また、Giddens (1984) の構造化理論 (structuration theory) を基に技術の構造化について論じた一連の研究 (Orlikowski, 1992; Orlikowski et al., 1995; Pool & DeSanctis, 1990; Yates & Orlikowski, 1992) では、個人は技術によって影響を受けると同時に、個人は技術の特定の特徴を選択し、それによって技術の組織に及ぼす影響を決めるという相互作用が描かれており、個人が能動的に影響を及ぼす側面が認識されている。技術はメディア特性と人間行動の結果であり、同様に、組織も人間と技術の相互作用によって影響を受けるものである。

このような、個人の能動的関与は、個人の情報メディア利用行動を説明する上で重要な要因といえるのである。

社会的相互作用論のもう1つの問題点は、個人のメディア選択自体が目的化しており、個人がある特定のメディアを利用して、どのような効果を得ようとしているのかという側面を軽視していることである。社会的相互作用論は、メディアリッチネス理論の改善を目的として提案されたが、メディアリッチネス理論は、もともと合理的な利用者を前提として、最適な情報メディアの利用がタスクパフォーマンスを高めることを含意していたはずである。しかし、社会的相互作用論では、情報メディアを利用する個人の態度と行動に関心が向けられた結果、メディア利用による効果が十分に検討されてこなかったのである。

メディアリッチネス理論と同様の理論と考えられている Short et al. (1976) による社会的実在感 (social presence) の指摘は、情報メディアが情報の受け手に抱かせる具体的な実在感は、情報メディアによってそれぞれ異なるというものである。彼らによると、情報メディアの社会的実在感は、ビジネスレター、電話、マルチユーザのオーディオコンファレンス、テレコンファレンス、対面

の順で増加すると述べている。このような研究はメディアリッチネス理論の議論と極似しているが、社会的実在感の議論では、さまざまなメディアが相手をどれだけ説得できるかという、コミュニケーションの効果がまず先にあり、それを達成するのに最も適した情報メディアが検討されている点が注目されるのである。

このように、情報メディア利用の問題は、選択自体に目的があるのではなく、情報の送り手と受け手のパフォーマンスがどの程度向上するかというコミュニケーションの効果を問題としてきたにもかかわらず、社会的相互作用論はこの基本的な観点をうまく扱うことができなかつたようにみえる。

## 6. 個人の情報メディア利用モデル

### (1) モデルの概要

以上の議論をふまえて、ここでは個人の情報メディア利用モデルについて検討する。前述した社会的相互作用論の問題点に対応するためには、個人の情報メディア利用行動において、個人の意思と能力、および情報メディア利用がタスクパフォーマンスに与える影響を考慮することが必要であると考えられる。これらの要因を考慮したモデルを図3に示す。

図3 個人の情報メディア利用モデル

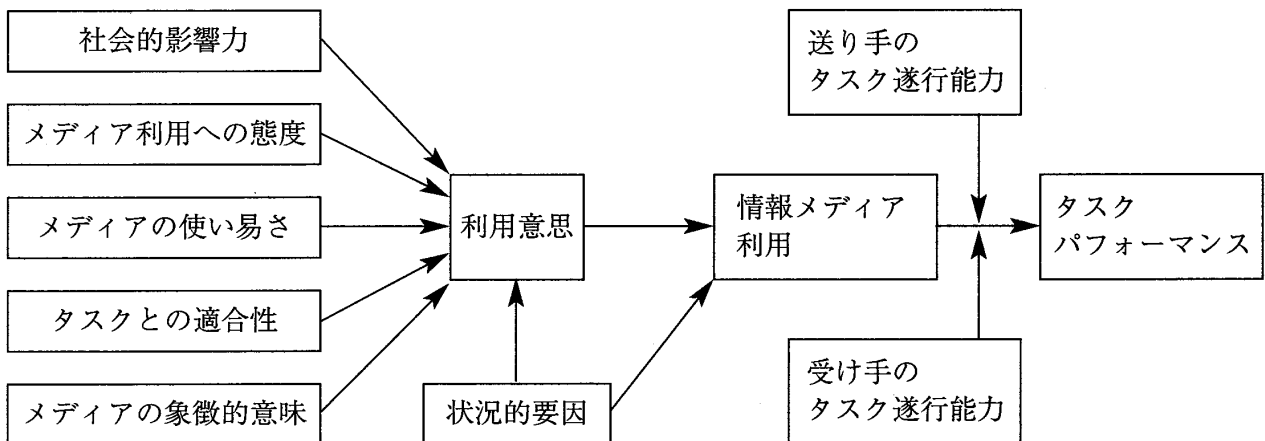


図3では、個人の情報メディア利用は、利用意思と状況的要因の2つによって直接的な影響を受けるものとしてモデル化されている。個人の利用意思に影響を与える要因としては、従来の実証研究で明らかにされてきた要因を整理し、1) 社会的影響力、2) メディア利用への態度、3) メディアの使い易さ、4) タスクとの適合性、5) メディアの象徴的意味、6) 状況的要因の6つにまとめている。このうち、3) ~ 5) は、情報メディアの利用結果に対する個人の信念また

は評価を表しており、その意味では同一範疇に入る要因であるといえる。3) は情報メディア利用に伴う心理的コスト、4)、5) は期待効用を表している。また、4) は情報メディアのタスクに関するデータ伝達能力、5) は象徴または意味の伝達能力に関係しており、情報メディアの二重の能力としてとらえられている (Sitkin et al., 1992)。

また、6) の状況的要因は、情報メディアの利用を促進または制約する外部的、内部的要因であり、利用意思とメディア利用の両方に影響を与える。状況的要因から、メディア利用への直接的なパスが仮定されているのは、個人の利用意思をこえてある特定の状況が利用に決定的な影響を与える場合があるからである。

一方、特定の情報メディアの利用は、タスクパフォーマンスの決定要因となる。従来のメディア利用に関する実証研究では、個人のメディア利用を予測、説明することを目標としてきたが、メディア利用はタスクパフォーマンスを高めるための手段であることから、メディア利用からタスクパフォーマンスへのパスが仮定されなければならない。しかし、メディア利用はタスクパフォーマンスに影響を与える唯一の要因ではなく、ここでは、情報の送り手と受け手のタスク遂行能力を同時に考えている。

以下、モデルの各構成要素について検討を加えることにする。

## (2) 利用意思に影響を与える要因

社会的影響力は、情報メディアの利用において、個人が重要と考える人々 (準拠集団) から受ける一種の社会的圧力である (Fulk et al., 1987, 1990; Triandis, 1980)。たとえば、特定の状況において、何が適当で、何が正しいかについて示された行動規範、個人の所属する社会、組織、グループにおける特定の地位または行動役割から導かれる行動のあるべき姿、社会的に認められている価値観などが、個人の利用意思に影響を与えるのである。社会的影響力は個人に一方向的に影響を与えるようにみえるが、実際には、個人は準拠集団を主体的に選択することで、個人の意思を反映させている。

メディア利用への態度は、特定のメディア利用に対する望ましさの程度を評価したもので、個人の肯定的または否定的な感情である。個人は各メディアに対する好みや利用スタイルを持っており、これが利用意思に影響を与えることになる。しかし、個人のメディア利用に対する態度が利用意思に影響を与えるのは、Trevino et al. (1990) が述べたように、タスクの多義性が低く、どのようなメディアでもメッセージを伝えられるときに限られることから、態度の影響は、他の要因の制約が強くないか、または、当人がその制約をあまり意識しないときに強く表れるものと思われる。

また、情報メディアの使い易さは、対象となるメディアを使って情報を獲得または処理するときに、心理的努力がいらないと知覚する程度のことである (Davis et al., 1989)。この要因は、個人

の知覚であるから、伝統的メディアでも使い易さの知覚は個人によって異なることが考えられるが、電子メディアの場合はその個人差が大きいことが考えられるため、利用意思への影響を考えるとときに重要となる。

一方、タスクとの適合性は、特定の情報メディアの利用がタスクパフォーマンスを向上させると期待する程度のことである (Davis et al., 1989; Goodhue, 1995)。この期待が利用意思に影響を与えることになる。タスクと情報メディアの適合性がタスクパフォーマンスを高めるという考え方は、メディアリッチネス理論の中核となる考え方であるが、個人のメディア利用行動においては、知覚されたタスク多義性と、知覚されたメディアリッチネスが議論される傾向にあり、タスクとメディアの評価は個人特性の影響を受けるものとして理解されている。また、適合性の概念についても、知識創造理論によると、新しい意味の創造には、あいまいさや混乱を与えることがきっかけとして必要であり (Nonaka & Takeuchi, 1995)、多義性を高めることがタスクパフォーマンスにつながっていく面があることに注目しなければならない。

メディアの象徴的意味は、特定のメディアが伝えることができる象徴としての意味のことである (Trevino et al., 1987)。伝統的メディアの象徴的意味は、多くの組織を横断して共通の認識が確立しているように見えるが、電子メディアについては、組織ごとに象徴的意味の認識は異なっていることが考えられる。また、特定のメディアは、通常、複数の象徴的意味を持っているため、どのような意味がやりとりされるかは、送り手と受け手の知覚に依存している。なお、状況的要因については、次項において述べる。

また、図中には示されていないが、上述した各要因の影響力を緩和または規定する要因が存在している。個人の経験、スキル、能力はその典型的なものである。特定の情報メディアの利用に関して経験が豊かな人は、同僚や上司からの意見よりも自分の判断によってメディア利用を行うことが考えられるため、経験の浅い人に比べると社会的影響力を受けにくいといえる。システムの使い易さの知覚も、システム利用経験やスキルがある人ほど、使い易いと評価する傾向があることは十分に予想できることである。また、個人のスキルと能力は、タスクとメディアの評価、タスクとの適合性の知覚に影響を与える。その他の要因としては、個人のパーソナリティ、人口統計学的要因、組織の文化的要因などが挙げられる。個人のパーソナリティは、社会的影響力やメディア利用への態度と関係しており、組織の文化的要因は、メディアの象徴的意味と関係していると考えられる。これらの要因は、ここで述べた利用意思に直接的な影響を与える要因のウエイトを通じて、間接的に利用意思に影響を与える。

### (3) 状況的要因

状況的要因は、個人の利用意思に影響を与えると同時に、個人の意思をこえて情報メディアの利用行動に影響を与える要因であり、外部的要因と内部的要因がある。外部的要因としては、情



報メディアへのアクセス可能性、情報の受け手の状況（人数、距離、利用可能なメディアの種類など）、コミュニケーションの状況（緊急性、量的・内容的な特殊性など）、組織環境（教育訓練サポート、メディア利用ルール、規範など）、などの要因が考えられる。すでに述べたように、情報メディアへのアクセス可能性は、それによって得られる情報の品質よりも、メディア利用の意思決定に影響を与えており、また、情報の受け手の状況は、タスク特性よりもメディア利用に与える直接的影響が大きいことが示されている。また、コミュニケーションを急ぐ必要があるときには、タスクの内容にかかわらず、電話が使われる傾向にあることも示されている。さらに、組織が特定の状況において、特定のメディアを利用するように、公式的なルールまたは規範を持っている場合は、そのメディアの利用が強制または強く要求されることになる。

一方、内部的要因としては、特定のメディアに対する利用能力（スキルや知識）が考えられる。実際に、個人が特定のメディアに対して十分な利用能力を持っているかどうかは、そのメディアの利用を促進したり、制約したりするが、ここでさらに考えなければならないのは、個人の知覚した利用能力が、実際のメディア利用に影響を与えるということである。たとえば、あるメディアの利用は難しいと思うことで（たとえ、客観的な利用能力は十分にあったとしても）、実際の利用行動には結びつかないのである。

#### (4) 情報メディア利用

情報メディア利用は、個人の実際の利用行動である。タスクをコミュニケーションレベルでとらえた場合には、Webster & Trevino (1995) がいうように、情報メディア利用とは、特定のメディアを選択することを意味する。これは、Short et al. (1976) の社会的実在感の議論と一致するものである。社会的実在感の考え方では、個々のコミュニケーションが、受け手にとってどのような送り手の実在感を与えることができるかが焦点となっており、個々のコミュニケーションに対する最適なメディアの選択が問題とされているからである。

これに対して、タスクをジョブレベルでとらえた場合には、意思決定または仕事のプロセスで個々のメディアをどのように利用していくか、というメディアの利用パターンが問題となってくる (Saunders & Jones, 1990)。一般に、ジョブの遂行では複数のコミュニケーションが必要であり、各コミュニケーションに必要なメディアを、意思決定または仕事のプロセスに応じて適切に選択することが、ジョブの効果的遂行のために必要となるからである。

また、特定のタスクに複数のメディアが同時に利用されることも考えておかなければならない。たとえば、会議を効果的に行うために文書による資料を同時に利用する、電子メールで送ったメッセージを電話でフォローアップする、などのことである。このように、実際にはタスクパフォーマンスを高めるために、複数のメディアが同時に利用されることがあり、各メディアの利用は代替的ではないのである<sup>(15)</sup>。

複数のメディアを利用することは、情報の送り手にとってさまざまなメリットがある (Sitkin et al., 1992)。複数のメディアを利用することで、送られるメッセージが重要であることを示すことができ、受け手の注意を引くことができる、望ましくない情報のバイアスを軽減できる、多様な人々のニーズに対応できる、などのことが考えられる。さらに、複数の情報メディアを利用して不協和な内容、フォーマット、またはニュアンスを伝えることで、戦略的にあいまいさを作り上げ、注意を引き、より深い情報処理を促すこともできる。この点は、前述したように、知識創造の観点から、タスクの多義性を高めて新しい意味や知識を生み出すきっかけを作るという意味で重要である。

一方、情報の受け手にとっても、複数のメディアによって情報を受け取ることは、情報が包括的で信頼することができ、意思決定に適切であると知覚する傾向があることが報告されている (Lee & Heath, 1999)。

このように、特定の状況においては、複数のメディアを利用した方が、単一のメディアを利用するよりもタスクパフォーマンスを高める上で有利である。この理由としては、タスクは多様な特徴<sup>(16)</sup>を持っており、これに対応するために、複数のメディアの能力を組み合わせることが必要となることが考えられる。

#### (5) タスクパフォーマンス

メディアリッチネス理論では、タスクの情報要求に最適なメディアの利用は、タスクパフォーマンスを高めると仮定されているが、実際には、メディア利用とタスクパフォーマンスの関係はそれほど単純ではない。タスク要求に最適なメディアの利用が、つねにタスクパフォーマンスを高めるとは限らないのである。たとえば、個人のパフォーマンスは、情報システムの利用よりも過去の業績によって予測、説明されるという報告がある (Lucas & Spitler, 1999)。したがって、タスクパフォーマンスに影響を与える要因としては、利用される情報メディアとともに、少なくとも情報の送り手と受け手のタスク遂行能力を考慮する必要がある。特定の情報メディアの利用は、情報をやりとりする手段を選択したにすぎないのであって、どのような情報をやりとりするかは、当事者の能力に依存する問題と考えられるからである。

また、知識創造理論が仮定するように、タスクのあいまいさを増大することが新たな意味の創造を促し、タスクパフォーマンスを高めるという考え方は、コミュニケーションの混乱をもたらすだけで終わる危険性をつねに伴っている。タスクのあいまいさを増大することが新しい知識創造のきっかけとなるためには、情報の送り手と受け手のタスク遂行能力がカギとなるのである。

## おわりに

本稿は、組織における情報メディアの効果的な利用が重要となってきたことから、Daft & Lengelによるメディアリッチネス理論を中心に、情報メディア利用に関する理論の展開を概観し、個人の情報メディア利用について考察したものである。

メディアリッチネス理論では、組織の情報処理パラダイムに基づいて、情報特性に適合した情報メディア特性を、メディアリッチネスという概念を用いて説明しようとしたものである。メディアリッチネス理論は、伝統的な情報メディアでは妥当性を持っていたと考えられるが、組織において新しいメディアである電子メディアが利用可能になるにつれて、その説明力に疑問が生じてきた。これに対して、情報メディアの利用行動に影響を与える要因は、タスクの要求する情報のリッチネスだけでなく、その他にも数多くの要因が考えられるという立場の研究が、社会的相互作用論として確立している。

社会的相互作用論は、メディアリッチネス理論を補完する視点を与えた点で評価されるが、情報メディア利用に影響を与える要因を追求していくことは、要因数の激増をまねき、それ自体問題点を含んでいた。これに対応するためには、個人をさまざまな要因の影響を受けて受動的に行動を決定する主体としてみるのではなく、意思と能力に基づき能動的に行動する主体としてみる必要がある。

そこで、本稿では、個人の意思と能力が情報メディアの利用とパフォーマンスに影響を与えるという観点から、従来の実証研究で指摘されてきたさまざまな要因を整理し、個人の情報メディア利用行動モデルを作成した。今後は、ここで提案したモデルの検証が課題であるといえよう。

## 注

- (1) Daft & Lengel (1984, 1986) は、メディアリッチネスをキー概念として、組織における情報メディア利用について論じており、これが後にメディアリッチネス理論として知られるようになった。情報リッチネス理論、メディアリッチネスモデルと呼ばれることもある。
- (2) Daft & Lengel (1986), p.554.
- (3) Galbraith (1973)、邦訳、9 ページ。
- (4) Daft & Lengel (1986), p.556. なお、多義性の議論については、Weick (1979)、邦訳、220~265 ページを参照のこと。
- (5) Daft & Lengel (1986), p.560.
- (6) タスク特性は、タスク多様性とタスク分析可能性に分類される (Perrow, 1967)。タスク多様性とは、

タスク遂行の過程で予測しない新しい出来事が発生する頻度のことで、タスク多様性が高いということは、ユーザは一般に前もって問題や活動を予測できないことから、不確実性が增大する。一方、タスク分析可能性とは、個人が問題にどのように対応するかに関する特性で、これが低いということは、一定の問題処理手続きを開発することはできないので、多義性が增大する。

部門間関係性は、部門間の相互依存性と相違性に分類される (Daft & Lengel, 1984)。部門間の相互依存性とは、各部門がタスクを遂行するのに、相互に依存している程度のこと、相互依存性が高いということは、タスクを遂行するのに複数の部門間の協力が必要ということで、お互いに予測できない活動が生じるため、不確実性が增大する。一方、部門間の相違性は、相互の機能、活動時間軸、目標、用語などについて相違している程度のこと、これが大きくなると相互理解が難しくなるので、多義性が増す。

環境は、環境不確実性と環境分析可能性に分類される (Weick & Daft, 1983)。環境不確実性とは、外部環境に関して収集するデータ量に関係しており、環境が敵対的、競争的、変化が急速であると不確実性が増す。環境分析可能性とは、外部環境の原因-結果の分析可能性であり、これが低くなると多義性が増すことになる。

- (7) これらの4つの基準をどのように組み合わせてメディアリッチネスを決定するかについては明確にされていない。また、これらの基準は相互に独立か、または、何らかの相互関係があるかについても十分な検討はなされてきていない。このような、メディアリッチネスの基準の次元についての検討は、リッチネスの多面的で、複雑な認知プロセスを把握するために、十分に研究の価値があるものである (Fulk & Boyd, 1991)。
- (8) このように、メディアリッチネス理論では、不確実性の低減については、多義性の低減のなかで取り扱われており、正面から不確実性の低減について議論していない。たとえば、不確実性の低減については、情報メディアによって得られる情報の品質を考えることができるが、メディアリッチネス理論における見方は、効率性の観点にとどまっている。
- (9) 実際に、実証研究の結果も、電子メールのリッチネスは電話と文書メディアの中間であったとする場合が多い (Schmitz & Fulk, 1991; Trevino et al., 1990; D'Ambra et al., 1998)。しかし、対面メディアと文書メディアの中間に位置するメディア (電話、電子メール、音声メールなど) は、リッチネスの程度は接近しており、それに比べてリッチネスのばらつきが大きいので、リッチネスの分布は相互にオーバーラップしており、明確なランク付けは容易ではないという指摘もある (Schmitz & Fulk, 1991; Fulk & Boyd, 1991)。
- (10) 非同期性とは、発信者と受信者は同じ通信に対して同時に接触する必要がないということである。お互いに都合のよいときに送信したり、受信したりすることができる。迅速性とは、電子メールは迅速ということである。電子メッセージは数秒の間に世界を一周するスピードで送られる。文章性とは、電子メールは文章からなるということである。電子メールで画像や音声を送ることは技術的

に可能となっているが、組織のコミュニケーションでこれらが頻繁に使われる機会は限定されていると思われる。文章は社会情報に欠け、通常のコミュニケーションを規制する社会的規則や立場を思い出させるものに欠けるという特徴がある。多数あて先とは、多数の人（あて先）に同時にメッセージを送付できる特性である。外部記憶とは、電子メッセージを保存し、後から取り出すことができる特性である。記憶処理とは、外部記憶された電子メッセージはコンピュータによる処理が可能ということである (Sproull & Kiesler, 1992、邦訳、pp.293-298)。

- (11) メディアの評価（知覚と態度）は、客観的なメディアの特徴、メディアの経験とスキル、社会的影響力、以前のメディア利用行動の4つによって決定される。タスクの評価は、客観的なタスクの特徴、タスクの経験とスキル、社会的影響力の3つによって決定される。そして、個人のメディア利用は、メディアとタスクに対する評価、メディアの経験とスキル、社会的影響力、状況的要因によって決定されるのである。社会的影響力は、少なくとも、1) 職場メンバーからの直接的な言葉、2) 他人の経験を通じた学習、3) メディアはどのように評価され、どのように使われるべきかという組織における規範、4) 合理性の社会的な定義の4つの形態をとる。状況的要因は、個人のメディアやタスクに対する評価、経験とスキルなどをこえて、直接的にメディア利用に影響を及ぼす要因として記述されている。これには大きく分けて3つあり、個人差（認知スタイル、メディアスタイルなど）、促進要因（アクセス可能性、訓練サポート、クリティカルマスなど）、直接的制約条件（特定のメディアの利用を妨げる地理的、時間的障害）が挙げられている。
- (12) 実際に、電子メールのリッチネスに影響を与えていた要因として、コンピュータ経験、キーボードスキル、親しい同僚の電子メールの有用性に対する知覚を指摘している。また、Fulk et al. (1995)の研究では、電子メールのリッチネスは、電子メールの経験と直属の上司および親しい同僚の有用性の知覚が有意な影響を与えており、コンピュータ経験とキーボードスキルは有意ではなかったと報告している。これらの結果は、電子メールのリッチネスに社会的影響力と、個人のメディアに対する経験とスキルが影響していることを示しているが、その具体的な要因は組織、状況の違いによって異なってくることを示唆される。
- (13) シンボリック相互作用論は、組織をダイナミックな人間の相互作用のネットワークとして概念化する (Blumer, 1969; Stryker & Statham, 1985)。組織メンバーは相互作用によってもものごとに象徴的な意味を与える。
- (14) メディアとのやりとりを遊び、楽しみ、探究的なものとしてみるユーザの主観的な知覚 (Trevino et al., 2000, p.169)。
- (15) Zeffane & Cheek (1995) は、口頭のコミュニケーションは、他の形態のコミュニケーションと代替的に用いられるのではなく、つねに同時補完的に用いられているのではないかと述べている。
- (16) たとえば、Sitkin et al. (1992) は、タスクの特徴として、ジョブレベルでは、1) タスクの不確実性、2) 分析可能性、3) 緊急性を挙げ、コミュニケーションレベルでは、1) メッセージの複雑

性、2) 明確性、3) 量、4) 内容 (よいニュースか、悪いニュースか)、5) 関連性 (メッセージの内容が受け手にとって興味があり、動機づけとなるかどうか) を挙げている。

#### 参考文献

- Allen, T.J. (1977), *Managing the Flow of Technology: Technology Transfer and the Dissemination of Technological Information within the Research and Development Organization*, MIT Press.
- Bandura, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action*, Prentice-Hall.
- Blumer, H. (1969), *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, Prentice-Hall.
- 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.
- 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.
- Culnan, M.J. (1983), "Environmental Scanning: The Effects of Task Complexity and Source Accessibility on Information Gathering Behavior," *Decision Sciences*, Vol.14, No.2, pp.194-206.
- Culnan, M.J. (1984), "The Dimensions of Accessibility to Online Information: Implications for Implementing Office Information Systems," *ACM Transactions on Office Information Systems*, Vol.2, No.2, pp.141-150.
- Daft, R.L. and R.H.Lengel (1984), "Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design," in Staw, B. and L.L.Cummings (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, Vol.6, pp.191-233.
- Daft, R.L. and R.H.Lengel (1986), "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design," *Management Science*, Vol.32, No.5, pp.554-571.
- Daft, R.L., R.H.Lengel and L.K.Trevino (1987), "Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance: Implications for Information Systems," *MIS Quarterly*, September, pp.355-366.
- Davis, F.D., R.P.Bagozzi and P.R.Warshaw (1989), "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science*, Vol.35, No.8, pp.982-1003.
- D'Ambra, J., R.E.Rice and M.O'Connor (1998), "Computer-mediated Communication and Media Preference: An Investigation of the Dimensionality of Perceived Task Equivocality and Media Richness," *Behaviour and Information Technology*, Vol.17, No.3, pp.164-174.
- Dennis, A.R. and S.T.Kinney (1998), "Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality," *Information Systems Research*, Vol.9, No.3, pp.256-274.

- El-Shinnawy, M. and M.L.Markus (1998), "Acceptance of Communication Media in Organizations: Richness or Features?" *IEEE Transactions on Professional Communication*, Vol.41, No.4, pp.242-253.
- Fulk, J. (1993), "Social Construction of Communication Technology," *Academy of Management Journal*, Vol.36, No.5, pp.921-950.
- Fulk, J. and B.Boyd (1991), "Emerging Theories of Communication in Organizations," *Journal of Management*, Vol.17, No.2, pp.407-446.
- Fulk, J., J.Schmitz. and C.W.Steinfield (1990), "A Social Influence Model of Technology Use," in J.Fulk. and C.W.Steinfield (Eds.), *Organizations and Communication Technology*, Sage, 1990, pp.117-140.
- Fulk, J., J.Schmitz and D.Ryu (1995), "Cognitive Elements in the Social Construction of Communication Technology," *Management Communication Quarterly*, Vol.8, No.3, pp.259-288.
- Fulk, J., C.W.Steinfield, J.Schmitz and J.G.Power (1987), "A Social information Processing Model of Media Use in Organizations," *Communication Research*, Vol.14, No.5, pp.529-552.
- Galbraith, J. (1973), *Designing Complex Organizations*, Addison-Wesley; 梅津祐良訳『横断組織の設計—マトリックス組織の調整機能と効果的運用—』、ダイヤモンド社、1980年。
- Giddens, A. (1984), *The Constitutions of Society: Outline of the Theory of Structure*, University of California Press.
- Goodhue, D.L. (1995), "Understanding User Evaluation of Information Systems," *Management Science*, Vol.41, No.12, pp.1827-1844.
- Hardy, A.(1982), "The Selection of Channels When Seeking Information: Cost/Benefit vs. Least-Effort," *Information Processing and Management*, Vol.8, No.6, pp.289-293.
- Hollingshead, A.B., J.E.McGrath and K.M.O'Connor (1993), "Group Task Performance and Communication Technology: A Longitudinal Study of Computer-Mediated versus Face-to-Face Work Groups," *Small Group Research*, Vol.24, No.3, pp.307-333.
- King, R.C. and W.Xia (1997), "Media Appropriateness: Effects of Experience on Communication Media Choice," *Decision Sciences*, Vol.28, No.4, pp.877-910.
- Lee, A.S. (1994), "Electronic Mail as a Medium for Rich Communication: An Empirical Investigation Using Hermeneutic Interpretation," *MIS Quarterly*, June, pp.143-157.
- Lee, J. and R.L.Heath (1999), "Managerial Media Selection and Information Evaluation from the Receiver's Perspective in Decision-Making Contexts," *Management Communication Quarterly*, Vol.13, No.1, pp.76-99.
- Lucas, Jr, H.C. and V.K.Spitler (1999), "Technology Use and Performance: A Field Study of Broker Workstations," *Decision Sciences*, Vol.30, No.2, pp.241-311.
- Markus, M.L. (1987), "Toward a "Critical Mass" Theory of Interactive Media: Universal Access,

- Interdependence and diffusion," *Communication Research*, Vol.14, No.5, pp.491-511.
- Markus, M.L.(1994), "Electronic Mail as the Medium of Managerial Choice," *Organization Science*, Vol.5, No.4, pp.502-527.
- 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.
- Mintzberg, H. (1973), *The Nature of Managerial Work*, Harper and Row, New York ; 奥村哲史、須貝栄共訳『マネジャーの仕事』、白桃書房、1996年。
- Ngwenyama, O.K. and A.S.Lee (1997), "Communication Richness in Electronic Mail: Critical Social Theory and the Contextuality of Meaning," *MIS Quarterly*, June, pp.145-167.
- Nonaka, I. And H.Takeuchi (1995), *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, Oxford University Press ; 梅本勝博訳『知識創造企業』、東洋経済新報社、1996年。
- O'Reilly, C.A.(1982), "Variations in Decision Makers' Use of Information Sources: The Impact of Quality and Accessibility of Information," *Academy of Management Journal*, Vol.25, No.4, pp.756-771.
- Orlikowski, W.L.(1992), "The Duality of Technology: Rethinking the Concept of Technology in Organizations," *Organization Science*, Vol.3, No.3, pp.398-427.
- Orlikowski, W.L., J.Yates, K.Okamura and M.Fujimoto (1995), "Shaping Electronic Communication: The Metastructuring of Technology in the Context of Use," *Organization Science*, Vol.6, No.4, pp.423-444.
- Perrow, C. (1967), "A Framework for the Comparative Analysis of Organization," *American Sociology Review*, Vol.32, pp.194-208.
- Poole, M.S. and G.DeSanctis (1990), "Understanding the Use of Group Decision Support Systems: The Theory of Adaptive Structuration," in J.Fulk and C.W. Steinfield (Eds.), *Organizations and Communication Technology*, Sage, 1990, pp.173-193.
- Rice, R.E. and D.Case (1983), "Electronic Message Systems in the University: A Description of Use and Utility," *Journal of Communication*, Vol.33, No.1, pp.131-152.
- Rice, R.E., S.J.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.E.Shook (1988), "Access to, Usage of, and Outcomes from an Electronic Message Systems," *ACM Transactions on Office Information Systems*, Vol.6, No.3, pp.255-276.
- Rice, R.E. and D.E.Shook (1990), "Relationships of Job Categories and Organizational Levels to Use of Communication Channels, Including Electronic Mail: A Meta-Analysis and Extension," *Journal of Management Studies*, Vol.27, No.2, pp.195-229.
- Russ, G.S., R.L.Daft and R.H.Lengel (1990), "Media Selection and Managerial Characteristics in Organizational



- Communications,” *Management Communication Quarterly*, Vol.4, No.2, pp.151-175.
- Salancik, G.R. and J.Pfeffer (1977), “An Examination of Need Satisfaction Models of Job Attitudes,” *Administrative Science Quarterly*, Vol.22, pp.427-456.
- Salancik, G.R. and J.Pfeffer (1978), “A Social Information Processing Approach to Job Attributes and Task Design,” *Administrative Science Quarterly*, Vol.23, pp.224-253.
- Saunders, C. and J.W.Jones (1990), “Temporal Sequences in Information Acquisition for Decision Making: A Focus on Source and Medium,” *Academy of Management Review*, Vol.15, No.1, pp.29-46.
- Schmitz, J. and J.Fulk (1991), “Organizational Colleagues, Media Richness, and Electronic Mail: A Test of the Social Influence Model of Technology Use,” *Communication Research*, Vol.18, No.4, pp.487-523.
- Short, J., E.Williams and B.Christie (1976), *The Social Psychology of Telecommunications*, John Wiley & Sons.
- Sitkin, S.B., K.M.Sutcliffe and J.R.Barrios-Choplin (1992), “A Dual-Capacity Model of Communication Media Choice in Organizations,” *Human Communication Research*, Vol.18, No.4, pp.563-598.
- Sproull, L. and S.Kiesler (1992), *Connections: New Ways of Working in the Networked Organization*, The MIT Press ; 加藤丈夫訳『コネクションズー電子ネットワークで変わる社会ー』、アスキー、1993年。
- Steinfeld, C.(1992), “Computer-Mediated Communications in Organizational Settings: Emerging Conceptual Frameworks and Directions for Research,” *Management Communication Quarterly*, Vol.5, No.3, pp.348-365.
- Stryker, S. and A.Statham(1985), “Symbolic Interaction and Role Theory,” in J.Lindsay and E.Aronson (Eds.), *New Handbook of Social Psychology*, Random House.
- Sue, K.S.(1999), “Impact of Communication Medium on Task Performance and Satisfaction: An Examination of Media-Richness Theory,” *Information & Management*, Vol.35, pp.295-312.
- Trevino, L.K., R.H.Lengel and R.L.Daft (1987), “Media Symbolism, Media Richness, and Media Choice in 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.
- Trevino, L.K., J.Webster and E.W.Stein (2000), “Making Connections: Complementary Influences on Communication Media Choices, Attitudes, and Use,” *Organization Science*, Vol.11, No.2, pp.163-182.
- Triandis, H.C. (1980), “Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior,” *Nebraska Symposium on Motivation*, 1979: Beliefs, Attitudes, and Values, University of Nebraska Press, pp.195-259.
- Webster, J. and L.K.Trevino (1995), “Rational and Social Theories as Complementary Explanations of Communication Media Choices: Two Policy-Capturing Studies,” *Academy of Management Journal*,

中京経営研究 Vol.10 No.2/2001.2

Vol.38, No.6, pp.1544-1572.

Weick, K.E. (1979), *The Social Psychology of Organizing*, McGraw-Hill ; 遠田雄志訳『組織化の社会心理学』、文真堂、1997年。

Weick, K.E. and R.L.Daft (1983), "The Effectiveness of Interpretation Systems," in K.S.Cameron and D.A.Wretten (Eds.), *Organizational Effectiveness: A Comparison of Multiple Models*, Academic Press, 1983.

Yates, J. and W.J.Orlikowski(1992), "Genres of Organizational Communication: A Structural Approach to Studying Communication and Media," *Academy of Management Review*, Vol.17, No.2, pp.299-326.

Zack, M.H.(1993), "Interactivity and Communication Mode Choice in Ongoing Management Groups," *Information Systems Research*, Vol.4, No.3, pp.207-239.

Zeffane, R. and B.Cheek (1995), "The Differential Use of Written, Computer-Based and Verbal Information in an Organizational Context: An Empirical Exploration," *Information & Management*, Vol.28, pp.107-121.

Zmud, R.W., M.R.Lind and F.W.Young (1990), "An Attribute Space for Organizational Communication Channels," *Information Systems Research*, Vol.1, No.4, pp.440-457.