

情報社会における高齢者のコミュニケーション

- 感性コミュニケーションとメディア利用 -

橋爪絢子*, 黒須正明**, 山中敏正*, 椎塚久雄***

*筑波大学大学院人間科学総合研究科, **放送大学 ICT 教育センター, ***工学院大学情報学部

Communication among Senior People in the Information Society

- Kansei Communication and the Use of Communication Media -

Ayako HASHIZUME*, Masaaki KUROSU**, Toshimasa YAMANAKA* and Hisao SHIIZUKA***

*Graduate School of Comprehensive Human Science, University of Tsukuba, 1-1-1 Tennodai, Tsukuba-shi, Ibaraki 305-8577, Japan

**Center of ICT Education, The Open University of Japan, 2-11 Wakaba, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba, 261-8586, Japan

***Department of information Design, Kogakuin University, 1-24-2 Nishishinjuku, Shinjuku-ku, Tokyo163-8677, Japan

Abstract: Despite the advancement of the information technology, there is a gap in terms of the use of the communication media between the senior people and the young people. Due to the gap and the social tendency toward the nuclear family, the senior people are now facing the risk of isolation in the society. In this paper, authors focus on how the Kansei science can contribute to this issue. Based on the research result conducted by authors, it is expected that such a gap can be overcome if the motivation for the use of the communication media will be increased by the help of Kansei communication. In addition to that, Kansei communication will thicken the social relationship of the senior people, hence increase the level of mental health and promote the social welfare for the senior people, and finally improve the quality of life of the senior people.

Keywords: Kansei communication, senior people, nonverbal, QOL, social capital

1. はじめに

国際連合の定義によると、全人口に占める 65 才以上の人口の割合を高齢化率、高齢化率が 7%以上の状態を高齢化社会 (aging society) という。日本では 1970 年に高齢化社会となり、その後も著しい高齢化率の増加が続き、2007 年には世界第一の超高齢社会(高齢化率が 21%以上)となった[1]。この高齢化社会への対応は世界的にも大きな課題であるが、特に日本においては早急な対応が求められている。また、高齢化社会の問題の裏で、日本においては核家族化の進行と単独世帯数の増加によって、高齢者のみの世帯や独居の高齢者がますます増えてきている[2]。

これらの社会構造の変化が起きている一方で、近年の情報通信技術(ICT: Information and Communication Technology)の発展と普及によって、人々のコミュニケーションの形態は大きく変化してきた。例えば、携帯電話やインターネットなどの新しい情報通信技術を利用したコミュニケーションメディアが広く普及したことで、人々はいつでもどこでも連絡を取り合うことが可能になった。しかしながら、高齢者世代においては、それらの新しいコミュニケーションメディアの利用が、若い世代と比較すると低水準であり、依然として旧来のメディアを利用しているなど、メディア利用に関する格差の問題が生じている[3]。さらに、利用しているコミュニケーションメディアが若年層や中年層と異なっている結果として、高齢者の社会的孤立が起こってしまう可能性が存在している。社会構造が変化した今日においては、特に高齢者のコミュニケ

ーションにまつわる問題は解決が急がれる課題である。

本論では、情報社会における高齢者のコミュニケーションの問題に対して感性科学がどのように寄与できるのかを検討する。そのために、コミュニケーションに関する先行研究を概観した後、筆者がこれまでに行ってきた高齢者におけるコミュニケーションメディアの利用実態調査の結果に基づき、高齢者がどのような人間関係においてコミュニケーションメディアを利用しているのか、またそれが彼らの社会関係とどのような関連があるのかを考察する。

2. 高齢者の社会関係

社会老年学(socio-gerontology)では、高齢者がどのような人々と付き合い、それがどのような意味を持つのか、といった具体的な対人関係を社会関係と総称している[4]。この社会関係の下位概念には諸説あるが、多くの研究者が認めている

表 1 社会関係の下位概念の意味と測定項目

	社会関係	
	ソーシャルネットワーク	ソーシャルサポート
意味	個人が他者との間に結んでいる関係の全体 (他者との関係の構造に関わる概念)	他者との間交わされるさまざまな支援や援助 (他者との関係の機能に関わる概念)
測定項目	規模、広さ、頻度、密度、継続性	種類、性質、方向性、サポート源

のは、ソーシャルネットワーク(social network)とソーシャルサポート(social support)である。社会関係の低位概念であるソーシャルネットワークとソーシャルサポートの意味、および測定項目について表1にまとめた。

ソーシャルネットワークは構造的なものであり、ソーシャルサポートは機能的なものである[4]。すなわち、ソーシャルネットワークは個人が他者との間にどのような関係を結んでいるかという全体を、ソーシャルサポートは個人が他者との間に交わす支援や援助を表す。ソーシャルネットワークは人間関係の規模や密度、ソーシャルサポートはサポートの種類や性質について測定され、健康指標や幸福感などへの影響(サポートの効果)がその調査の対象となる[5]。ソーシャルネットワークは、家族や親戚・友人・近所の人などの人間関係についてその数や総数、交流・接触の頻度、電話の回数、親密性、時間的・空間的な広がり、関係の継続期間などを基に測定される。また、ソーシャルサポートは、サポートを提供する他者、サポートの受領か提供か、サポートの種類(情緒的か手段的かなど)、サポートの性質(肯定的か否定的かなど)から測定される。

3. 感性コミュニケーション

感性(Kansei)という言葉には、感受性(sensitivity)や感情(emotion)、感覚(sense)など類似の関連する概念が存在し、それらが混合した様々な意味を含んで使われることが多く、明確に定義することは難しい。そこで、本論では「うつくしさ、こころよさ、おもしろさ、たのしさなどのポジティブな情動を必須の属性とする心のはたらき」を感性と定義し[6]、「ポジティブな心のはたらき(反応)を伴うコミュニケーション」のことを総じて感性コミュニケーションと呼ぶことにする。前述の社会関係の構成要素であるソーシャルネットワークとソーシャルサポートを充実させるためには、この感性コミュニケーションが重要な役割を担っている[7]。感性コミュニケーションをもたらしするために重要な2つの要素について、以下に詳しく述べていく。

3.1. 非言語領域

人間がコミュニケーションにおいて心地よさを感じるため

には、共感(empathy)が必要となる。共感が生じるためには、話し手から聞き手にうまく情報が伝達されなくてはならない。そのためには、伝える話の物語性などの言語領域に加えて、知識や知恵、行動等、知っているけれど言語化が難しい非言語領域の伝達が欠かせない。人間のコミュニケーションにおいて伝達される情報は、話し手の話す言葉の意味よりも、言葉以外の非言語的な要素(表情やしぐさなどの視覚情報と口調や声の高さなどの聴覚情報)で決まることが知られている[8]が、これは話し手の言葉と口調や表情などに矛盾が発生する場合のことと限定されている。しかし一般に、人間がコミュニケーションを行う際には、そうした矛盾がなくても言語情報を非言語情報によって補う習性がある。話し手は伝えたいと思う全てのことを言語によって表現できないため、聞き手は非言語情報による補間を無意識に行っている。そのため、非言語領域がうまく伝達される明瞭なコミュニケーションでは、強い理解と共感が生じる。

このように、非言語領域の共通理解は感性コミュニケーションに密接に関連している。特に、対面のコミュニケーションによって非言語領域の共有部分を増加させることが、感性コミュニケーションにおいて有効となる。また、対面のコミュニケーションに加えて電子メディアを活用することで、場所や状況に依存せずに自由なコミュニケーションを楽しむことが可能となる。

3.2. 感性距離

人間は常に誰とでも密接なコミュニケーションを求めているわけではない。たとえば社会関係においては、心地よい距離、すなわち感性距離が存在している。人間の対人間距離(Proxemics)を表2のように密接距離、個人距離、社会的距離、公衆距離の4つに分類すると、対面時の実際の距離から、相手が自分に感じている親しさの程度や、どのようなコミュニケーションを求めているかが理解できる[9]。このうち、「密接距離」や「個人距離」の中に感性距離が存在している。これらの距離は対面でのコミュニケーションに限定したものであるが、情報技術の発展と普及によって電子機器を介したコミュニケーション場面が増えた今日においては、物理的な距離の意味は薄れつつある。本当に親しい人とは対面によるコミュニケ

表2 Proxemics (Hall, E.T., 1966)

	近接相	遠方相	距離の特徴・相手との関係
密接距離	0~15cm	15~45cm	接触によるコミュニケーションに利用される距離。においや体温を感じることができる。満員電車などで見知らぬ人が入ってくると不快感を覚える。
個人距離	45~75cm	75cm~1.2m	親しい間柄の人の間で、個人的なコミュニケーションに利用される距離。遠方相であっても双方が手を伸ばせば身体的な接触もできる。
社会距離	1.2~2.1m	2.1~3.6m	形式張ったコミュニケーションに利用される距離。相手の微妙な表情などは見分けにくくなる。親しい間柄でも、別々の行動が無理なく行える。
公衆距離	3.6~7.5m	7.5m~	講演などの際に用いられる距離で、個人的な関わりはほとんどなくなる。会話によるコミュニケーションには向かず、身振りなどが重要となる。

ーションや電話による声でのコミュニケーションを望んでいる場合が多いが、相手や自分の都合に合わせてメールなどの手段を利用することも盛んに行われている。

このように、感性距離を構成する要素として物理的距離に限らず心理的に近いことが挙げられるが、そのような相手との間では非言語領域が共有されていると考えられる。これにより、たとえば言語を用いたメールでのコミュニケーションも、心地よい距離(感性距離)を構成することにつながっている。また、感性距離はソーシャルネットワークにおける親密性と特に密に関連しており、親密な相手との相互のソーシャルサポートこそが、高齢者にとっての感性コミュニケーションとなりうると考えられる。高齢者の感性コミュニケーションを豊かなものにするためには、親密な関係を築ける相手の存在が欠かせない。

3.3. 感性コミュニケーションと高齢者

高年齢になるに伴い、いわゆる「老化」という現象によって、身体機能や感覚機能、運動機能などにさまざまな変化が起こる。これらの変化や加齢に伴う社会的地位や経済状況の変化などを受けて、精神機能や心理機能にもさまざまな変化が起こる。このさまざまな変化は高齢者の社会関係やコミュニケーションにも影響を及ぼす。高齢者の各機能の老化現象の出現時期は年齢と深い関係があるものの、明確な基準などはなく、多くは体質や生活歴に依存している。同様に、各機能の老化プロセスや進行の度合いについても、個人差が大きいことが知られている。

これらのさまざまな変化にともなって、高齢者は強いストレス環境にさらされている。そのため、高齢者は感性コミュニケーションに対する潜在的なニーズが高いと考えられる。また、高齢者で比較的高頻度に見られる疾病として認知症やうつ病などの疾病がある。これらの疾病には類似点が多く、特に認知症の初期症状とうつ病は見分けがつきにくいといわれている[10]。コミュニケーションの充実が、これらの疾病の予防に繋がるケースが報告されている[11]が、感性コミュニケーションにも同様、あるいはそれ以上の効果が期待できる。その意味でも、非言語領域を活用した感性距離でのコミュニケーションを活性化する必要性が高いといえる。

4. 高齢者のコミュニケーションにおけるメディアの利用

情報技術の発展と普及によって、電子機器を介したコミュニケーション場面が増えたが、高齢者の場合には、リテラシー(利活用能力)の不足のため、パソコンや携帯電話のメールなどの比較的新しいコミュニケーションメディアを利用していない、あるいはあまり頻繁に使用していない人が多く、世代間で利用するコミュニケーションメディアに差があり、高齢者のコミュニケーションの範囲が限定されてしまっている。

4.1. 携帯電話利用に関する調査(1)

橋爪は、2007年に修士論文の研究として、高齢者の携帯電話利用に関する調査を実施した[12]。この研究では、高齢者18名に対して半構造化法でインタビュー調査を実施した後、その結果にもとづいて作成した質問紙を用いて、70名の高齢者に対する調査を行った。主な質問内容は、家族構成、携帯

電話利用歴と利用実態、使っている機能や問題が起きた場合の対処法などである。

それらの結果、社会老年学(social gerontology)で言及される社会関係を表すソーシャルネットワークとソーシャルサポートのあり方が、一般的社会関係や子どもとの社会関係の調査結果からも確認できた。しかしながら、高齢者が携帯電話を利用して連絡を取り合っている主な相手は家族、特に子どもである場合が多く、子どもとの間では携帯電話を利用したソーシャルネットワークが構築されている。

ソーシャルサポートについては、しばしば「高齢者」をサポートされる側としてみてしまいがちであるが、実際には双方向のサポートが行われていた。たとえば、健康な高齢者の場合には、特に仕事をしている子どもから買い物を頼まれたり、孫の世話を頼まれたりするなど、サポートを依頼されるケースが多く、実際に子どもに対して労力を提供する形でサポートをする側になっている。この点については、高齢化に伴い、子どもからサポートされるよりも子どもをサポートする比率が高くなるという報告がある[13]。

その一方で、例えば、高齢である自分や配偶者の身に何か起きた際に携帯電話を用いれば、どこにいてもすぐに子どもに連絡できることに対して安心感を得ているという側面がある。また、特に別居している子どもとの場合には、愚痴を聞いてもらったりすることで、携帯電話を用いた子どもとのコミュニケーションが高齢者の情緒的なサポートにつながっているといえる。しかしながら、携帯電話で毎日連絡を取っているような同居している子どもがいる場合でも、携帯電話の操作に困ったときに自分で対処しようとするなど、コミュニケーションの頻度がサポートの依存度にはつながらない傾向も見受けられる。高齢者が携帯電話を用いて誰かと連絡を取り合う頻度についても、子どもとの同居と別居という居住形態がその連絡頻度とは単純に関係していない、という結果が得られた。すなわち、発信・送信、および着信・受信ともにほぼ同程度であり、相手の属性に関わらず双方向的な関係を築いていることが確認された。頻繁に連絡を取り合う相手の場合には、相手からも連絡が来ることが多く、それが自分から連絡を取る行為にもつながっている。高齢者が携帯電話を用いて頻繁に連絡を取り合う相手は、相手の属性や関係性よりは相互の連絡頻度によって決まってくるが、高齢者における社会関係そのものは、相手の属性を問わないわけではなく、相手との関係性に依存するという特殊性を持っている。

高齢者にとって心の支えとなる相手は、主に配偶者と子ども(複数回答可で、配偶者 64.0%、子ども 53.2%、孫 18.4%、親しい友人 13.1%、子どもの配偶者 11.5%、兄弟姉妹 11.4%)である[14]。その一方で、子どもと常に一緒に生活することを望む人(34.8%)よりも、ときどき会って食事をするのがよいとする人(42.9%)の方が多く、たまに会話をする程度でよいとする人(14.7%)も存在している[14]。

このように、心の支えになるような相手に対しても、常に濃密な関係性を望んでいるわけではなく、必要に応じて関わられる相手がいることが重要である。

4.2. コミュニケーションメディアの利用に関する調査(2)

その後、筆者は高齢者を対象とした訪問式のインタビュー調査を続け、携帯電話をはじめとしたコミュニケーションメディアの利用実態を調査してきた。

その結果、携帯電話や携帯電話のメール、パソコンのメールなど、比較的新しいコミュニケーションメディアを利用しようとした場合には、「難しそうで自分には使いこなせない」という意識やあきらめ感がそれらの利用を阻んでいることがわかった。また、実際には「何度も子どもに教えてもらって覚えた」、「難しそうと思ってあきらめていたが、失敗しながら徐々に使えるようになった」などのように、試行錯誤しながら使えるようになっていったケースも多く、そうした場合には、多くの高齢者がメールというメディアが友人や子どもとのコミュニケーションに欠かせないものであると述べている。また、インターネットやメールの利用によって、社会関係や幸福感にポジティブな効果があるともいわれている[15]。

高齢者において新しいコミュニケーションメディアの利用を適度に増加させ、その社会生活を満足できるものにするためには、機器やシステムのユーザビリティを高めるだけでなく、利用の活性化を支援する社会的な仕組みが必要である。いいかえれば、機器を利用する際にサポートしてくれる家族の存在やサービスの充実が求められているといえる。

コミュニケーションメディアの利用を促す要素として、感性コミュニケーションは有効であり、それによって社会関係に高い満足感をもたらすだろうと考えられる。

5. むすび

感性コミュニケーションによって、新しいコミュニケーションメディアの利用に対するモチベーションが向上すれば、これらのメディアの利活用における格差の軽減が期待できる。また、感性コミュニケーションは高齢者の社会関係をより濃密なものとし、高齢者の精神的健康増進や社会福祉の向上に寄与するものと考えられる。それによって、高齢者に出現率の高い疾病の予防を導くと共に、高齢者の生活の質の向上がもたらされるであろう。

参考文献

- 1) 国立社会保障・人口問題研究所：2007年版人口統計資料集，国立社会保障・人口問題研究所，2007
- 2) 国立社会保障・人口問題研究所：2009年版人口統計資料集，国立社会保障・人口問題研究所，2009
- 3) 橋爪絢子，金子孝夫，黒須正明：高齢者の携帯電話リテラシーに関する地域差の分析，人間中心設計機構誌，4，2，16-23，2008
- 4) 浅川達人：高齢期の人間関係（新社会老年学，古谷野亘，安藤孝敏 編），ワールドプランニング，109-139，2003
- 5) 平上二九三：高齢者の社会関係，吉備国際大学大学院社会学研究科論叢，1，101-134，1999
- 6) 大橋力：感性の計測は可能か，計測連合シンポジウム先端計測'95資料集，61-70，1995
- 7) 橋爪絢子，椎塚久雄：高齢化社会と感性コミュニケーション，第3回横幹連合コンファレンス論文集，2N1-2，2009
- 8) Mehrabian, A : Silent messages -Implicit communication of emotions and attitudes, Wadsworth, 1981
- 9) Hall, E. T. : The Hidden Dimension, Doubleday & Company, 1966 (日高敏隆 他訳：かくれた次元，みすず書房，1980)
- 10) 中島澄夫：高齢者医療-健康長寿と全人的ケアをめざして，オーム社，2008
- 11) Fratiglioni L, Wang HX, Ericsson K, Maytan M, and Winblad B : Influence of social network on occurrence of dementia, a community-based longitudinal study, Lancet, 355, 9212, 1315-13159, 2000
- 12) 橋爪絢子：高齢者の特性や利用状況に適合した携帯電話の条件，人間科学研究，早稲田大学人間科学学術院，20，補遺号，2008.
- 13) 直井道子：幸福に老いるために，勁草書房，2001
- 14) 総務省：高齢者の生活と意識，第6回国際比較調査結果報告書，中央法規，2005
- 15) Kraut R, Kiesler S, Boneva B, Cummings J, Helgeson V, and Crawford A : The Internet paradox revisited, Journal of Social Issues, 58, 49-74, 2002