

# 非言語コミュニケーションの分類法について

● 村 越 行 雄

## はじめに

最近、「非言語コミュニケーション」という言葉を耳にすることが多くなった。それほど注目されていることを意味するのであろう。コミュニケーションが重視される現在、言語だけでなく、非言語も注目を浴びるのは当然のことであろう。研究領域にしても、ビジネスにしても、日常生活にしても、その重要性が認識されてきたことを表している。しかし、残念なことに、非言語コミュニケーションに何が入り、どのように分類するかは明確にはなっていない。コミュニケーションから言語を差し引いた残りが非言語であるとするのでは、あまりにも漠然としており、得体の知れないものになってしまう。そこで、具体的な内容ではなく、あくまでも全体の枠組みを調べることで、「非言語コミュニケーションとは、何か？」について構造の面から見ていくことにする。

非言語コミュニケーションは、古代ギリシャ時代（紀元前5世紀）の弁論術（発想、配置、修辞、記憶、発表の5部門）の1部として現れたし、異文化間コミュニケーション論の1部としても現れたが、科学的な研究対象として、つまり科学論として現れたのはチャールズ・ダーウィン（Charles Robert Darwin (1809-1882)）の『人間と動物における感情表現』（*The Expression of the Emotions in Man and Animals*, 1872）からであるとされている。科学として研究が活発化されるのは、かなり後のことで、例えば、動作学（kinesics）を創設したとされるレイ・バードウィステル（Ray L. Birdwhistell (1918-1994), *Introduction to Kinesics: An Annotation for Analysis of Body Motion and Gesture* (1952)）などで初めてkinesicsを使用する）などの後になる。その意味では、科学論としての非言語コミュニケーション論は歴史が短く、今後の発展が期待される新研究領域であると言える。そこで、今後の方向性を示す意味でも、非言語コミュニケーション全体の分類を明らかにすることは重要であろう。

## 非言語コミュニケーションの分類

非言語コミュニケーションの分類については、断片的ではあるが、多くの著書、論文などで示されてきた。分かりやすいものの1つとして、鍋島健悦著『異文化間コミュニケーション入門』（丸善ライブラリー、2009）における対物学、動作学、近接学、接触学、時間学、音調学の分類がある。ただし、あくまでも異文化間コミュニケーション論の1部として扱われる為に、1つの独立した研究領域として、科学論としての非言語コミュニケーション論は収まり切れていない。異文化間コミュニケーション論ではなく、非言語コミュニケーション論として、非言語コミュニケーション全体の構造を明らかにするような分類が必要である。

人々のコミュニケーションにおける非言語要因は、実に幅広い範囲をカバーし、言語要因以外は何でも入るが、大別すると、身体（身体学）、時間と空間（時空間学）、物体（物体学）、環境（環境学）の4つに分類できよう。人間はまず身体を持つ存在であって、身体の各部位の動きがあり、次に必ず時間と空間に位置し、時空間とは不可欠な関係にあり、さらに物体から切り離し

ては何も語れず、最後に周りを囲む環境も当然対象になる。つまり、人間は必ず身体を持ち、時間と空間に存在し、しかも裸体でいることはなく、完全に無関係な1人きりで存在することがないからである。そのような全体があって初めて人間は存在すると言えることになる。人間はそのような存在なのである。それが非言語要因の全てになる。

大事なのは、事実ではなく、あくまでもイメージによるという点である。事実を否定することではなく、事実とイメージが一致することもあれば、一致しないこともあるが、いずれであれ、イメージが最優先されるということである。日常生活においては、言語として表面化されるにしても、非言語として表面化されるにしても、表面化されるものによってコミュニケーションが成り立つからである。言語の背後に隠れているもの、また非言語の背後に隠れているもの、それらは表面化しない為に分からず、例えば、彼の言ったことの真意は何か、派手な服装と化粧の彼女はどのような性格であるか、そのようなことは表面化せず、推測はするが、確定することはできない。それでも、人々は日々生活している。事実が確定できなければ生活できないのではなく、事実であると信じて、その信念によってコミュニケーションを取るのである。極端に言えば、事実の確定に関係なく、表面化されるものだけで判断するのである。表面化されるものとは、五官（目、耳、鼻、舌、皮膚の5つの感覚器官）によって知覚できるもののことである。表面化されず、知覚できないもの、つまり内面は重要ではあるが、何であるかが確定できない以上、それに頼ってはコミュニケーションを取ることができず、表面化されるもの、つまり外面（外見、外観）によってコミュニケーションを取るしかない。ただし、多くの人々は内面の現れが外面であると信じ、外面を見れば内面が分かると思っている。勿論、外面と内面にずれがあることを承知しながら、それでも外面によってしかコミュニケーションが取れないと思っている。

表面化され、外面に現れるものは、五感（視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚の5つの感覚）によって認識される。それ以外に認識する方法はないと思われる。対象を見て何であるかを認識する時、頭の中に描き出される像になり、そのような頭の中の像によって認識することになる。イメージは頭の中に描き出される像のことであり、対象の像のことになる。従って、イメージは内面にあることになるが、あくまでも感覚段階に位置するものであって、対象をそのまま映し出す像にすぎない。結局、イメージは対象の事実でもなければ、対象の本質でもなく、単なる対象の像である。イメージは内にあって、外と直接結びつくものである。そのようなイメージは事実からも離れ、本質からも離れ、意識の中に存在することになる。感覚的な人間であれ、理性的な人間であれ、必ず感覚段階を経ることには変わりなく、それだけにイメージが及ぼす影響力が大きいことを意味する。つまり、イメージは事実を凌駕し、さらには本質すらも凌駕するほどの力を持つことになる。

イメージとは、基本的には自己イメージのことである。しかし、他人が自分をどのようにイメージするかが中心になるであろうが、それだけでなく、自分が自分自身をどのようにイメージするかも重要になってくる。結局、自己イメージは他人による自己イメージと自分による自己イメージの両面を持つことになる。消極的な意味と積極的な意味に言い換えることもできよう。他人が自分をどのようにイメージするか、それに合わせて自己イメージづくりをするという消極的な意味だけでなく、自分が他人に自分をどのようにイメージさせるか、それによっても自己イメージづくりをするという積極的な意味もある。なお、後者には、他人に向かってではなく、自分に向かって自分をどのようにイメージさせるかも含まれる。例えば、誰かと会う訳でもないのに、誰かに見せる訳でもないのに、きちんとした服を着て出かけるとか、意気消沈した自分を奮い立たせる為にお気に入りの服を着るとか、様々な方法で、自分に向かって自分による自己イメージを

作り上げることがある。究極の自己イメージと言えるかもしれない。いかなる他人の為ではなく、自分自身の為、しかも今の自分という事実を乗り越え、自分という本質から離れて自己イメージを作り上げるからである。時に「自己満足」と批判されることがあるが、まさに自分に向かって自分で鼓を打って舞う「自己鼓舞」である。

コミュニケーションが対人コミュニケーションと捉えられる限り、他人による自己イメージ、そして自分による自己イメージの内、他人に向けて行われる自分による自己イメージになる。もし自己内コミュニケーションと捉えるのであれば、自分に向けて行われる自分による自己イメージが問題になってくる。最近、誰の為でもない、自分自身の為に行われる自分による自己イメージづくりが流行ってきているが、それは自己内コミュニケーションの傾向が強まってきていることを意味する。たとえどのような形で現れるとしても、自己イメージは非言語コミュニケーション論の基本にある。むしろ、人間はただ単に存在するだけで、自分が意識するかどうかに関係なく、多くの情報を発信しており、他人はそれによってイメージし、そこに意味を見いだしてしまう。さらに、たとえ存在しなくても、存在しないことで多くの情報を発信することになる。つまり、存在であれ、非存在であれ、他人は自分のことをイメージし、それによって判断することになってしまう。結局、誰1人として、自己イメージから逃れることはできない。もし逃れることができないのであれば、悪いイメージを良いイメージにするしかないことになる。「イメージ戦略」と言えるかもしれない。大袈裟のように感じるかもしれないが、まさに命を賭けた戦いなのである。イメージ戦略で勝てば、人生は成功したと喜び、イメージ戦略で負ければ、人生は失敗したと悲しむ。繰り返すが、あくまでもイメージのことであって、事実でもなければ、本質でもない。たとえそうであっても、人々はイメージの中で生き、イメージの中で死んでいくと思っている。それは、簡単に否定されるべきことではない。金を得ても、失っても、心の幸せとは関係ないとイメージし、成功しても、失敗しても、それが全てではないとイメージする。ある意味で、イメージは調整役であると言えるかもしれない。事実がどうであれ、本質がどうであれ、イメージの中で生まれ、死んでいくと思うことで、自分を調整しているのかもしれない。現実ではなく、仮想現実 (virtual reality) の中で生きていていると思っている人が、仮想現実が消滅し、現実と直面しなければならなくなったら、自分を調整することができなくなったら、一体どうになってしまうであろうか。

自己イメージは、どのように意味づけるか、どのように価値づけるか、それらの問題は重要であるが、ここでは深入りせずに、他人も、自分も、実際にはそれによって判断していることは確かであり、その点だけに集中し、どのように形成されるかを調べることにする。

非言語コミュニケーションにおける非言語要因によって、以下のように分類する。

#### ●身体に関する非言語要因

◎身体学：身体に関係する要因の研究

- 肉体生命学 (肉体からの生命サイン、心拍、脈拍、血圧など)
- 肉体学 (肉体的な特徴)
- 動作学 (身体の動きと姿勢)
- 表情学 (顔の表情)
- 視線学 (目の視線)
- 触覚学 (身体・物に触れること)
- 美容学 (身体自体の外見を変えること)
- 音声学 (声の出し方) などがある。

- ◎身体健康学：身体に健康に関する要因の研究
- 食物摂取学（食物（食事、飲料水、お菓子など）摂取と健康の関係）
- 肉体訓練学（運動と健康の関係）
- 精神訓練学（精神と健康の関係）
- 娯楽学（娯楽と健康の関係）
- 時間と空間に関する非言語要因
- ◎時間学：時間が要因として関係する全ての領域の研究
- ◎空間学：空間が要因として関係する全ての領域の研究
- 物体に関する非言語要因
- ◎物体学：物体に関する要因の研究
- 身体装飾学：身体を装飾する全ての物の研究で、例えば、部位によって、衣服学（身につける服）、化粧学（顔などを飾る化粧）、装飾品学（ネックレス、指輪など）、頭髪学（髪型、髪の色など）などがある。
- 所有物学：人間が所有する全ての物の研究で、例えば、所有する物の種類によって、ペット学（ペットの種類と関係）、輸送手段学（車、バイク、自転車などの乗物）、住まい学（住宅に関係するもの全て）、インテリア学（部屋の内装、家具の配置など）、通信手段学（郵便、電話、インターネット、スマホなど）、おもちゃ学（子供から大人、老人までのおもちゃ）、美術品学（絵画など）、所有物処理学（廃棄、処分、整理整頓、掃除など）などがある。
- 色彩学：色が人間に及ぼす影響の研究
- 嗅覚学：匂い（臭い）が人間に及ぼす影響の研究
- 光彩学：光が人間に及ぼす影響の研究
- 環境に関する非言語要因
- ◎環境学：環境に関する要因の研究
- 住居環境学（住居の環境）
- 教育環境学（学校、家庭、社会などの教育）
- 仕事環境学（業種、職種、職場、地位など）
- 人間関係環境学（家族、友人、同僚、恋人など）
- 金銭環境学（金銭と快楽や幸福の関係など）
- 文化環境学（人間と文化、社会、歴史などの関係で、人間が抱える文化的環境全般）

## 身体に関する非言語要因

身体に関する非言語要因は、前述のダーウィンのように、非言語コミュニケーション論の中核を成すものである。大別すれば、身体学と身体健康学がある。身体そのものと身体に健康である。従来は身体学が中心であったが、最近の健康志向もあり、身体健康学が注目されている。また、身体学の中の肉体生命学は、医学的な研究成果が取り入れられ、発展している。

肉体生命学は、肉体が発する生命サインを研究する領域である。コミュニケーションにおいて身体が中心になるのは当然のことで、全ての発信元は身体に存在する。身体が存在するとは、生命維持によって初めて可能になることであり、様々な生命サインを出している。心臓、脳などの生命維持に必要なものは、心拍、脈拍、血圧、脳波などを測ることで調べることができる。ただ単に生命の変調による病気の兆候を調べるだけでなく、行動、態度、雰囲気などにも現れる。顔の表情で病気が分かったり、どきどきした様子で不安、恐怖、興奮などが分かったり、生命サ

インはイメージ形成にとって重要な要素になる。

肉体学は、肉体的な特徴を研究する領域である。身体は様々な肉体的な特徴を持って現れる。身長、体重、体型から、肌、髪、目などの色まで、実に多くの肉体的な特徴がある。それらの総体として身体はあり、さらにそのようなものとして人間はあり、人間のイメージを作り上げている。それだけに、より良いイメージを作り上げる為に、人々は努力することになる。最初に視界に入るのは肉体的な特徴であり、どのような肉体的な特徴かは、どのようなイメージを抱くかを決定してしまうからである。ただし、肌の色のように人種差別を生み出す原因になっており、体重においては過度のダイエットで死者が出ており、扱いには気をつける必要がある。

生命サインと肉体的な特徴に続いて身体の動きがある。身体の動きには、身体全体の動き、その1部である顔の動き、そしてその1部である目の動きがある。それら3つを含めて動作学と呼ぶことができるし、またそれらを別扱いにして動作学と表情学と視線学とそれぞれ呼ぶこともできる。ここでは、3つを分けて扱うことにする。

動作学は、身体全体の動きと姿勢を研究する領域である。ジェスチャーとか、ボディランゲージとか呼ばれているものである。頭から足まで、身体全ての部位を使って行う行動である。それに加えて、身体の姿勢があり、前後左右に傾けることでメッセージを与えることになる。生命サインと肉体的な特徴とは異なり、人間が主体的に関わることでできるものである。なお、肉体的な特徴の内、運動やダイエットなどによって主体的に関われる体重（減量）、体型（やせ型、肥満型、筋骨型）などがあるが、身体の動きのように具体的で、明確なメッセージを与えるのではなく、全体的で、漠然としたメッセージを与えるにすぎず、区別して考える必要がある。減量したやせ型の女性は、美しくなった姿というイメージづくりにはなるが、それが具体的に何のメッセージを与えるか、何を意味するかは明らかではないからである。それに対して、身体全体の動きと姿勢には具体的で、明確なメッセージがある。頭を横に振れば拒否のメッセージになるし、手を振れば別れのメッセージになるし、前に傾ける姿勢であれば積極性のメッセージになるという具合である。この領域の研究は実に盛んで、これまでに数え切れないほどの研究成果が出ている。ただし、身体の各部位の動きや姿勢は、いつでも必ず意識的に行われる訳ではなく、意識せずに行ってしまうことも多くある。会話中に無意識にうなづくことはよくあるし、意識せずに同意、納得などのメッセージを与えることになる。意識的であれ、無意識的であれ、あらゆる動作は例外なく、何らかのメッセージを与え、それがイメージになって判断されることになる。満員電車の中で足を組んで座れば、他の人に迷惑をかける、無神経な人というイメージを抱かれることになる。

表情学は、顔の表情を研究する領域である。感情表現には多くの研究成果がある。喜怒哀楽などの感情は顔の表情から感じ取ることができる。嬉しければ嬉しい顔になるし、悲しければ悲しい顔になるし、怒ったら怒った顔になるし、不快であれば不快な顔になるという具合である。顔の表情は感情の現れである。逆に言えば、無表情は無感情の現れである。ただし、顔の表情だけを単独で扱くと、どの感情かを判断するのが難しい場合がある。目の動き、声の出し方、身体各部の動きなどが伴うことで、顔の表情から感情が感じ取られるのが普通である。例えば、有名なエクマン（Paul Ekman）とフリーセン（W. V. Friesen）の『表情分析入門—表情に隠された意味をさぐる』（誠信書房、1987）において、怒り、嫌悪、恐れ、幸福感、悲しみ、驚きの6つの表情（90年代には、面白さ、軽蔑、満足、困惑、興奮、罪悪感、自負心、安心、納得感、喜び、恥などの表情を追加した）が詳しく研究されたが、顔の動きだけでなく、目の動きも加えられており、表情学+視線学という形で顔の表情が調べられている。顔の表情だけを単独で扱うことの

難しさを示すもので、もし視線を排除したならば、研究そのものが成り立たないことになったであろう。顔の表情は感情の現れであるが、顔の動きとすれば、それ以外にも感覚、考えなどの現れと捉えることもできる。顔の表情とすれば、感情表現に限定されるが、広く捉えて、顔の動きにすれば、感覚、考えなどの表現にも拡大できるからである。感覚（視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚）であれば、何かを見れば、何かを聞けば、何かを嗅げば、何かを味わえば、何かに触れれば、顔の動きになって現れる。考えであれば、何かを考えれば、顔の動きになって現れる。結局、顔が動けば（無意識的）、顔を動かせば（意識的）、何らかのメッセージを与えることになり、それがイメージになって判断される。

視線学は、目の視線を研究する領域である。表情学が顔の動き全般をカバーするのと同様に、視線学も目の動き全般をカバーすることになる。代表的なのがアイコンタクトである。相手の目を見ること、視線を合わせることである。会話中にアイコンタクトをする回数は、話し手がより少なく、聞き手がより多いという傾向があり、話す時には考えながら話す為に少なく、聞く時には相手の話を聞いていることを表す為に多くなる。1回のアイコンタクトが長くなれば、別の意味になる。凝視すれば、愛情の現れであったり、好奇心の現れであったり、驚きの現れであったりする。また、会話中以外でも、目の動きは様々なメッセージを与える。「目は心の窓」とか、「目は口ほどに物を言う」とか言われるように、目の動きから感情を感じ取ることができる。さらに、思い出したり、考えたりする時、上を見るか、下を見るか、左を見るか、右を見るか、そのようなことによって何を表すかが異なってくる。目という小さな部位が実に多くのメッセージを与え、それがイメージになって判断される。

動作学と表情学と視線学は、同時に異なることを表すという特異な関係にある。それは、言語コミュニケーションにはない、非言語コミュニケーション独特の特徴である。相手が謝ってきたので、口では「気にしないで！」と言いながら、怒りの為に身体は震え、顔には笑みを浮かべながら、悪意のある眼差しをする。逆に、同時に同じことを表せば、一層効果が上がることになる。相手に助けられて、口で「ありがとう！」と言うだけでなく、相手をしっかりと抱き、安堵の表情を浮かべ、やさしい眼差しをすれば、心からの感謝の気持ちが伝わる。言語であれば、同時に1つのことしかできないが、非言語になると、同時に複数のことを行うことができるし、しかもその組み合わせは様々ある。全身で感謝の気持ちを表しても、ほんの一瞬でも、悪意のある眼差しをすれば、それで全ては台無しになってしまう。そのような相反するメッセージを与える為に、イメージ形成は難しい。ほんの一瞬の、ごく僅かな、たった1つの動きで、全く異なるイメージになってしまうからである。

触覚学は、触れた時に生じる皮膚の感覚を研究する領域である。そのような接触感覚は、人間の身体だけでなく、物も対象になる。身体に触れる感覚と物に触れる感覚は、同じ皮膚の感覚ではあるが、根本的に異なるものである。前者には、感覚+感情という側面があるからである。単なる皮膚の感覚であれば、身体（物理的な物としての肉体）であれ、物であれ、触って滑らかであるとか、凹凸があるとか、そのような感覚にすぎない。しかし、身体であれば、感情も伝わる。恋人が触れる時には愛情を感じるであろうし、敵が触れる時には敵意を感じるであろう。それは、生まれたばかりの赤ちゃんが母親に触れられることから始まり、単なる皮膚の感覚だけでなく、安心、愛情などの感情を感じ取り、それが元になって感覚+感情が形成されるからである。感覚と感情では触れ方が異なるということもできる。暗がりでは何があるかを手で触って確かめる時の触れ方と感情を込めて触る時の触れ方は異なる。従来、挨拶の仕方が研究された。握手をするか、抱き合うか、頬に触れ合うか、お辞儀をするか、接触と無接触の相違、接触の仕方などが調べら

れた。握手であれば、軽く握る程度か、しっかりと強く握るか、それによってメッセージは異なってくる。現在では、親による子供の接触、看護師による患者の接触など、様々な接触による効果の研究がなされている。触れることで感情が伝わり、それによって安心感が得られるからであり、そのような心理的な効果を明らかにする為である。家庭内、学校内などの暴力も逆の意味で重要な研究課題である。人間の身体だけでなく、物に触れる時にも愛情を持って扱うようにと言われるように、単なる感覚を超えて、感情を込めて扱うように求められている。簡単に言えば、物を大事に扱うことである。心を込めて物に触れることである。なお、触覚学はあまり注目される研究領域ではないが、人間は生まれてから死ぬまで日々触れて生活している訳で、それだけ重要な課題であることは確かである。

美容学は、化粧とは異なり、身体そのものを変えて外見を変えることを研究する領域である。肌の表面を傷つけないか、傷つけるか、また外科手術を行わないか、行うかによって区別できる。マッサージなどで肌の表面を傷つけないこともあれば、しみ、いぼなどを取り除く為に肌の表面を傷つけることもあれば、外科手術まではいかないが、二重まぶたにする為に簡単な手術を行うこともあれば、鼻、あごなどの外科手術を行うこともあれば、どのような方法であっても、あくまでも美容の為である。外科手術も美容整形外科のことになる。より美しくなる為に、より良いイメージを作り上げる為に、美容を行うことである。より美しする為であれば、入れ墨もここに入れることができる。現在では、美しくなることが至上命令であるかのように思われ、化粧学を飛び越して美容学にまで行ってしまう人々が多くいることは確かである。それは、いかにイメージが重視されているかの反映である。

音声学は、音声を研究する領域である。パラランゲージとか、周辺言語とか、音調学とか言われるものである。発話される内容ではなく、あくまでも発話される時の声の出し方を研究する。声の抑揚、質、強弱、テンポ、間などのことである。簡単な例で言えば、電話である。電話の声を聞いただけで、男か、女か、若い、老けているか、またどの出身地か、どのような性格か、どのような感情か、多くのことが分かる。聴覚だけでイメージし、判断することである。電話の声を聞いた時の相手のイメージと実際に会った時の相手のイメージの間にギャップがあることに驚いたことがあるであろう。だからこそ、プレゼン、面接、接客などで声の出し方がいかに重要かが分かり、ボイストレーニングを受ける人々が増えているのである。声の出し方が良ければ、良いイメージを抱かせることができ、良い結果に結びつくことが分かっているからである。声紋研究が発展したことで、指紋、筆跡などと同様に、犯罪捜査に利用されている。そこまで行かなくても、どの声がどのような印象を与えるかが声紋研究によって明らかになってきている。それは、イメージ形成にとって声がいかに重要かを示すものである。

以上の身体学に続いて、身体健康学に移ることにする。身体の健康に関する研究である身体健康学は、健康志向の現在、注目されている研究領域である。個別的な研究は多くなされてきたが、非言語コミュニケーション論の1部として研究されることはあまりなかった。健康が与えるメッセージは多く、どのようなイメージづくりをするかには不可欠であることを認識しなければならない。

食物摂取学は、食物摂取と健康の関係を研究する領域である。人間は毎日生きていく為に食物を摂取しなければならない。生命維持だけでなく、健康維持にも食物摂取は必要である。朝食、昼食、夕食など、それらに加えて、間食もあるし、飲料水、お菓子なども含めて食物とする。何を、どの程度、いつ、どの間隔と頻度で食物を摂取するかは、健康に大きく関係する。そこには、貧富、好み、性格、考え方などが反映し、単なる食物摂取では片づけられない。粗末な食事から

豪華な食事まで、少量から大量まで、定期から不定期まで、短い間隔から長い間隔まで、少ない頻度から多い頻度まで、食物摂取の仕方は人によって大きく異なる。食物摂取が与えるメッセージが多くあると同時に、健康が与えるメッセージが多くあることを意味する。経済的に余裕がある為に贅沢な食事をする人、自分の好みに従って好きな物を食べる人、性格的に決められた時間に、決められた回数だけ食べる人、健康を考えて粗食をする人、そのような人にどのようなイメージを抱くであろうか。また、食事をせずにお菓子ばかりを食べる人、肉、魚などを食べず、野菜ばかりを食べる人、炭水化物を摂らない人、そのような人にどのようなイメージを抱くであろうか。食物摂取と健康の関係は、イメージづくりには重要な要素になる。人は健康をどのように考えているか、考えていないか、食物摂取が健康に与える影響をどのように考えているか、考えていないか、そのようなことがその人のイメージになる。簡単に言えば、きちんと食事をし、健康な人には良いイメージを抱くであろうし、不規則に食事をし、不健康な人には悪いイメージを抱くであろう。それは、その人自身のイメージとなって、あらゆる面で他の人々に影響することになっていく。

肉體訓練学は、運動と健康の関係を研究する領域である。人間の肉體は動かなければ退化するし、動けば維持できる。その動きとは、朝起きてから夜寝るまでの日常的な活動のことである。それだけで健康を維持できるとは限らない。それに加えて、運動することで肉體を訓練することが必要になる。ウォーキングからジョギング、ランニングまで、またトレーニングジムに通うこと、様々な運動が健康には必要であると思われる。どの運動をするか、運動を一切しないか、多くのメッセージを与えるし、特定のイメージを抱くことになる。出社前、あるいは退社後にランニングをする人、エレベーター、エスカレーターなどを使わずに階段を上る人、運動は一切せずに日常的な活動しかしない人、そのような人に抱くイメージは明らかであろう。また、電車通勤ではなく、自転車通勤をする人に対して抱くイメージは良好なものになる。運動すれば健康になると思われ、それを実行する人には良好なイメージを抱くことになるからである。運動をする人のイメージは、単なる健康なイメージだけでなく、ビジネスなどでも活躍できるイメージを与える。

精神訓練学は、精神と健康の関係を研究する領域である。精神の訓練、普通に言えば、心のケアは、最近では健康の重要な要因であると考えられ、研究が行われている。昔の精神主義ではなく、肉體のケアが必要であると同様に、心のケアも必要であると考えられ、科学的に実証されつつある。例えば、スポーツ選手が試合に勝つ為に、昔はただ単に肉體を訓練するにすぎなかったが、その後科学的なデータに基づいて考えることが求められ、頭を訓練することが叫ばれ、今では心を訓練することが必要であると認識されだしている。練習では強いのに、本番の試合になると負けてしまうのは、肉體の訓練と頭の訓練だけでは十分ではなく、心の訓練も不可欠であると思われる。肉體→頭→心という具合に、肉體と頭と心の3つが訓練されることで本番に強い人間になる。勿論、スポーツ選手だけでなく、ビジネスや日常生活でも同様のことが言える。いくら努力しても成功しないのは、自分が悪いからではなく、いくら肉體的に頑張っても、いくら頭を使っても、それだけでは十分ではないからであり、心を訓練によって強くしなければならぬからである。精神の訓練は、やっと最近になって注目され、研究が本格的に行われている。具体的に何を、どのようにして精神を訓練するかは、様々なイメージを作り上げることになる。昔のように座禅を組んだり、滝に打たれたり、今流行りのヨガをしたりする人がいる。それらに限定する必要はないし、むしろそれらで精神の訓練ができるとは必ずしも言えない。ごく普通の心のケアでも十分である。日々の生活の中で、心をケアし、コントロールする習慣を作ることで

ある。

娯楽学は、娯楽と健康の関係を研究する領域である。娯楽と言うと、ただ単に楽しむにすぎないと思われるかもしれないが、娯楽が健康に及ぼす影響は大きい。古代ローマ時代のクインテリアヌスの『弁論家教育』において、幼児教育には楽しみながら、遊びながら教育することが必要であると主張される。遊びは教育だけでなく、ビジネスや日常生活でも同様に必要である。そのような遊びとしての娯楽が健康に及ぼす影響は、食物摂取と肉体訓練と精神訓練に追加される形よりも、むしろそれらでは補い切れなかった部分を補足する形で捉えられるべきであろう。それら3つを滑らかに動かす為に注がれる潤滑油として考えるべきであろう。補足あるいは潤滑油である娯楽は実に幅広いもので、実に多くのメッセージを与えることになり、具体的に何を、どのようにするかによってイメージは大きく異なってくる。おもちゃで遊ぶ人とパチンコで遊ぶ人では、全く異なるイメージになるであろう。

以上のように、身体の健康に関係する要因を研究する身体健康学は、食物摂取、肉体訓練、精神訓練、娯楽などがあり、身体の健康の為にいかに多くのことが関わっているかが明らかになろう。それがいかに多くのイメージを作り上げるかも明らかになろう。健康と一言と言っても、数多くのイメージが作り上げられるのである。

### 時間と空間に関する非言語要因

人間の身体に続いて、その身体が存在する時間と空間に移ることになる。人間が存在する以上、必ず身体を持つことになるが、同時に必ず時間と空間を占めることになる。非言語要因にとって不可欠なものである。

時間学は、時間が要因として関係する全ての領域の研究である。大きく物理的な時間と心理的な時間に区別できる。物理的な時間の典型例は、時間厳守であろう。決められた時間を厳守するかしないかは、あらゆるところで重視される。人と会う時、約束時間の10分前に、30分前に来る人もいるし、時間ぎりぎりに来る人もいるし、遅れてくる人もいる。約束の場所に行くには、所要時間は分かっているが、もし何か起きたらと考え、早めに行く人もいれば、相手よりも早く行って迎えようと思ひ、少し早めに着くようにする人もいれば、何も考えずに時間通りに行けばいいと思ひ、ぎりぎりに着く人もいれば、約束時間はあまり気にせずに出かけ、結果的に遅れる人もいれば、人の性格が現れる。何時に仕事が完了するかと聞かれ、11時と答える時、完了時間を厳守し、何が何でも11時に完了するように全力を尽くす人もいれば、ともかくできる限りのことはやって、11時に完了しなくても仕方がないと思う人もいれば、ここでも人の性格が現れる。上司から緊急の仕事を明日の10時まで完了するように命令される時、完了時間を厳守し、勤務時間以外でも、残業、徹夜をして10時まで完了するように全力を尽くす人もいれば、あくまでも勤務時間内で全力を尽くし、それでできなければやむを得ないと思う人もいれば、人の性格だけでなく、会社という組織の慣習も関わってくる。日本の鉄道は時間厳守で有名であり、鉄道会社という組織の決まりであり、ルールである。時間厳守は日本の社会では慣習になっているし、日本の文化では道徳的な価値観になっている。そのようにして、時間厳守は個人レベルでも、組織レベルでも、社会でも、文化でも維持されている。その為に、時間を厳守しないと、個人的には性格が悪い、だらしないというイメージになるし、組織的には能力がない、努力が足りない、役立たずというイメージになるし、社会的には反社会的で、反抗的であるというイメージになるし、文化的には日本人らしくないというイメージになる。時間厳守以外にもある。授業の時間割、仕事の時間表などを見れば分かるように、分単位で時間が決められ、その中で生活している。ま

た、毎日同じ時間に起き、同じ時間に家を出て、同じ時間に電車に乗り、同じ時間に会社に着き、同じ時間に昼食をし、同じ時間に会社を出て、同じ時間に電車に乗り、同じ時間に家に着き、同じ時間に夕食をし、同じ時間に寝る人々も多くいる。生活時間が決まっている人である。そのような授業の時間割、仕事の時間表、生活の時間表などは、守られれば良いイメージになるし、守らなければ悪いイメージになる。

心理的な時間については、多くの研究がなされてきたし、多くの研究結果も出ている。基本的には、好きな人・物とあれば時間は短く感じるし、嫌いな人・物とあれば時間は長く感じる。それだけでなく、生きてきた時間の長さとの関係で心理的な時間を考えることもできる。同じ1年でも、50歳の人にはたったの2%で、短く感じるが、10歳の子供には10%で、長く感じる。老人は正月になると、1年があつという間に過ぎてしまったように感じるし、子供は来年の誕生日に欲しいものを買ってくれると約束されても、待ち遠しくて、待ち切れないと感じる。さらに、マインドトリップと呼ばれるものがある。嫌な授業、嫌な会議などの嫌な時間は長く感じるが、授業中に、会議中に心の中で楽しかったことを思い出したり、楽しいことを考えたり、別のことを心に思い描くことで、心理的に時間を短く感じるようにさせることができる。満員電車の中で、ただひたすら耐え忍んでいると、我慢ができないほど、時間は長く感じるが、昨日の出来事を考えたり、今日の予定を考えたり、明日のことを考えたりすることで、苦痛の時間を忘れ、心理的に時間が短く感じることもある。満員電車の中で新聞、スマホなどを見るのは、同様の効果になる。マインドトリップではないが、現実逃避という形で同様の効果を得ることになる。

時間学はあまり脚光を浴びるような研究領域ではなかったが、体内時計が注目され、研究が盛んになったことはある。例えば、バイオリズムのように、人間の肉体、感情、知性に生じる一定の周期的な動きを調べることで、3つのリズムが調子の高低を左右し、しかも3つ全てが最低の状態で重なり、6か月に1回最悪の状態になると主張され、世間に広まったことがある。このことで、時間について、物理的な時間と心理的な時間に体内時計が加わり、研究領域が新たな展開を見せたことは確かである。

空間学は、空間が要因として関係する全ての領域の研究である。Proxemicsは、「近接学」と訳されるのが一般的であるが、より広い意味で、「空間学」を使うことにする。この研究領域で大きな影響力を持つのがホール(Edward Twitchell Hall, 1914-2009)である。1963年にProxemicsという語を作り、対人距離を調べたことで有名である。対人距離について、親密な距離(0~46センチ)と個人的な距離(46~122センチ)と社会的な距離(1.2~3.7メートル)と公共的な距離(3.7~7.6メートル以上)の4つに分類し、さらにそれぞれを近いと遠くに区別して8つに分類する。また、一般的には、親密な距離と個人的な距離の範囲内の空間が個人的な空間(personal space)と呼ばれ、個人的な距離から社会的な距離までの範囲の空間が社会的な空間(social space)と呼ばれ、公共的な距離の範囲内の空間が公共的な空間(public space)と呼ばれる。対人距離から割り出された空間の分類である。空間学の出発点であるホールから対人距離と空間の関係が明らかにされたが、空間学を空間距離学と空間占有学に区別して考えることにする。

空間距離学は、ホールのような人間と人間の対人距離だけでなく、人間と人間以外の距離も含めた、広く空間における距離を研究する領域である。対人距離については、ホールが主張するように、対人関係によって対人距離が決定され、親密な関係にある人であれば親密な距離になり、個人的な関係にある人であれば個人的な距離になり、社会的な関係にある人であれば社会的な距離になり、公共的な関係にある人であれば公共的な距離になる。それ以外にもある。好きであれば近づき、嫌いであれば離れるし、喧嘩の時には近づき、避けたい時には離れるという具合に、

様々な理由で近づいたり、離れたりする。距離によって関係がイメージされることになる。異なる行動をすれば、それによって異なるイメージになる。好きなのに離れていれば、何かあったとイメージするし、避けたいのに近づけば、何かあったとイメージする。人間以外との距離については、好きな動物、好きな植物、好きな物などは傍に置きたいし、嫌いな動物、嫌いな植物、嫌いな物などは遠く離して置きたいし、またいつも使う物、必要な物などは近くに置くし、普段は使わない物、必要でない物などは遠くに置くという具合に、どのような関係にあるかによって距離が決まってくる。距離によって人間以外との関係がイメージできることになる。何が好きで、何が必要か、そのようなことがイメージできる。

空間占有学は、空間の中のどの位置を占有するか、どの程度の空間の広さを占有するか、空間の位置と広さの占有を研究する領域である。有名なのが縄張り (territory) である。空間の位置の占有に関係させて言えば、本来的には、列車、野球場、映画館、コンサート会場などで、お金を払って指定席を得ているのに、他人が勝手に座っている場合のように、自分が占有する権利を持つ空間の位置が縄張りで、そこに他人が勝手に入り込むことでその権利が侵され、縄張りが侵されることになる。しかし、自分が占有する権利を持っていなくても、縄張りが侵されると思うことはある。いつも占有することで縄張り意識が生まれるからである。教室、図書館、食堂、喫茶店など、至る所で、いつもと同じ席に座る。公的な場であって、座席指定がある訳ではないのに、誰が座ってもいいはずなのに、それでもいつもと同じ席に座ることで縄張りという意識が生まれる。そのような自分の縄張りに他人が入り込めば、縄張りが侵されたと感じる。人間以外でも、縄張りが侵されると感じる。スーパーマーケットなどの駐車場で、いつも止めている駐車スペースに見慣れない自動車が止めてあると、いつも使っている場所が他の自動車に占有されることで、自分の縄張りが侵されたと感じる。物以外もある。満員電車の中で、隣の人が聴いている音楽の音がうるさく、自分の縄張りが侵されたと感じることはある。音以外にも、光、臭いなどでも同様のことが起きる。また、空間の広さの占有に関しても縄張りはある。自分の部屋、自分の家など、一定の空間の広がり占有する権利を持てば、それが縄張りになる。そこに、他人が勝手に入り込めば、その権利が侵され、縄張りが侵されることになる。そのような本来的な意味だけでなく、占有する権利はないが、いつも占有することによってその空間の広さが縄張りという意識を生み出すことはある。席に座る時、左右の席を空けたがる人がいる。位置の占有のように、自分の席に他人が座るのではなく、広さの占有はあくまでも自分の席の両側を空けて広さを確保することである。それが縄張りになる。自分の席の両側の空いている席に他人が座ると、それだけで自分の縄張りが侵されたと感じる。空いている席に物を置くのは、他人に座らせず、広さの占有を確保する為であり、縄張りを維持する為である。そこまで行かなくても、互いに縄張りを確保することはよくある。電車では、互いに間を空けて座るし、エレベーターの中では、互いに間を空けて立ち、人が入ってくると移動して間を空けて立ち、人が降りると移動して間を空けて立つし、歩道では、互いに間を空けながら歩くし、至る所で、間を空けながら自分の縄張りを確保している。そのような位置の占有と広さの占有による縄張りは、互いに侵すことのできない、侵すべきではないというイメージを作り上げ、侵されると、占有する権利がある場合には侵略というイメージになるし、占有する権利がなくても、侵入というイメージになってしまう。なお、最近では、「パーソナルスペース」と呼んで、例えば、男女のパーソナルスペースの相違などのように、様々な研究がなされている。

時間学と空間学は、人間が存在する時間と空間を扱うだけに重要な研究領域として活発な研究がなされている。身体に関する非言語要因に次いで、主要な研究領域である。人間の身体と人間

が存在する時間と空間に続いて重要になる非言語要因は、人間が身につけたり、所有したりする物体である。

### 物体に関する非言語要因

人間は身体を持つことで初めて存在できるし、また時間と空間を占めることで初めて存在できるが、さらに人間は丸裸でいる訳でなく、当然であるが、何かを身につけ、何かを所有することでも存在する。前者を身体装飾学と呼び、後者を所有物学と呼ぶことにする。それら以外にも、色、匂い（臭い）、光などがあり、それぞれを色彩学、嗅覚学、光彩学とそれぞれ呼ぶことにする。それら全てをまとめて物体学と呼ぶことにする。

物体学は、物体全般に関係する研究領域である。その中で、人間が身につける物を対象にする身体装飾学と人間が所有する物を対象にする所有物学に区別し、それらに加えて、色を扱う色彩学と匂い（臭い）を扱う嗅覚学と光を扱う光彩学に区別する。ここでの「物体」は、物体そのものではなく、あくまでも人間との関係から見られる物体のことになる。人間と物体の関係は、人類誕生から始まるもので、物体によって人間は大きく影響され、規定されてきた。人間が持つ物体が何かによってイメージは大きく異なる。何を持たないかによってもイメージは異なってくる。

身体装飾学は、身体を装飾する全ての物を研究する領域である。人類誕生以来、人間は身体を覆うことで生きてきた。身体を覆うことは、基本的には、寒さなどから身体を守る身体保護にあるが、それだけでなく、身体を美しく飾る身体装飾の役割もある。ここで注目するのは身体装飾で、いかに美しく飾るかの研究になる。身体装飾学は、覆う身体の部位によって区別でき、身体を覆う衣服学（上半身を覆う上着、シャツなど、下半身を覆うズボン、スカートなど、手を覆う手袋、足を覆う靴下など、首を覆うネクタイ、マフラー、スカーフなど、頭を覆う帽子、スカーフなど）、顔などを飾る化粧学、首、指、腕などを飾る装飾品学、頭を飾る頭髪学などに区別できる。それら全てによって、人間は身体を覆い、美しく飾ることになる。頭の前から足の先まで、全身を覆い、美しく飾ることになる。裸体でない限り、全身を直接見ることはなく、全身が覆われた姿を見るしかなく、それだけに美しく飾ることが重要になってくる。人間そのものではなく、全身が覆われた姿がイメージの対象になり、それが人間そのもののイメージになってしまうだけに、外見のイメージは重要な意味を持つ。

衣服学は、男女に関係なく、年齢に関係なく、いつでも、どこでも、必ず着る衣服を研究する領域である。衣食住と言われるように、衣服の研究は古代からあり、世界中にある。経済、地位などの力を表し、美意識を表し、考え方を表し、感情を表し、また文化を表し、社会を表し、時代を表し、衣服はあらゆるものを表す。ある人の衣服を見れば、その人が金持ちか、地位があるか、美意識が鋭いか、どのような考えか、今どのような感情であるか、またどの文化、どの社会、どの時代に属するか、そのようなことが分かると言えるほどである。それは私服のことであるが、職業による仕事着もあれば、学校、軍隊、会社などの制服もある。場面によって、相手によって、フォーマル、インフォーマル、カジュアルなどの衣服がある。衣服は実に多くのメッセージを与え、それによって様々にイメージし、判断することになる。よく使われる例は、1960年代のヒッピーである。既成の社会体制や価値観を否定してラフな衣服を着た。彼らにとっての衣服は、その象徴であった。制服が持つ意味を研究する人も多く、学校、軍隊、会社などの制服だけでなく、広く解釈して、同一の衣服を着る制服ではないが、ビジネスマンの同様のスーツ・シャツ・ネクタイ姿も制服と捉え、研究されてきた。ホワイトカラーとブルーカラー、流行のファッションなど、数え上げれば切りがないほど、衣服の研究はなされてきたし、今でも続いている。

衣服は自己表現の手段でもあり、他との関係の表現でもある。特に、自分と自分自身の関係から見る衣服の研究も盛んである。他の為ではなく、あくまでも自分の為に衣服を着る意味である。人と会う訳でもなく、何か目的がある訳でもなく、ただお気に入りの服を着て出かけるだけで気分が良くなるし、家に引きこもりがちな老人がおしゃれをして出かけるだけで元気になる。そのことで、良いイメージを作り出すことができる。そのような自分自身にもたらす衣服の効果を研究することである。

化粧品学は、美容学のように、肌の表面を傷つけたり、外科的手術をしたりするのではなく、顔に化粧品をすることで美しく飾ることを研究する領域である。衣服の歴史と同様に、化粧品も古代から始まる長い歴史がある。それぞれの文化・社会・時代にはそれぞれに特有の衣服があり、それぞれに特有の化粧品があるが、衣服に比べると、化粧品はバリエーションが少ない。現代では、大きなビジネスになることもあって、多くの種類の化粧品が製造・販売され、化粧品法も様々な開発され、バリエーションも多くなっているが、全身を対象にする衣服とは異なり、顔を対象にする化粧品には限界がある。しかし、顔が与える印象は非常に強く、化粧品をすると別人のように感じるほど、素颜とは異なる印象を与える為に、イメージづくりには重要な要素になる。化粧の効果は、相手に好印象を与えるだけでなく、自分に対して自信が持てたり、明るくなったり、活動的になったり、自分に変化が起きることでもある。最近では、男性も化粧品をするようになったが、それはそのような心理的な効果を得る為である。実際に、就活の面接の為に、やる気があり、明るく、頑張れるようなイメージを与える化粧品法を指導している。ファッション系会社、IT系会社、金融系会社など、会社に合わせて派手な化粧品から地味な化粧品へと変える。また、自分を元気づける為に派手な化粧品をし、自分を落ち着かせ、冷静になる為に地味な化粧品をする。相手に対して、自分に対して、化粧品はイメージづくりの有効な手段になる。つけまつげをつけ、アイシャドーを塗って目を大きく見せたり、頬を赤く塗って元気そうに見せたり、口紅を塗って明るく見せたり、様々な化粧品法で良いイメージを与える。中高年者が化粧品で若く見せようとするのも同様の目的である。昔流行ったガングロも、別の意味で良いイメージを与えるものである。美肌は白い肌が普通であるが、黒い肌にすることで別の効果を狙ったものである。そのような化粧品は、顔の表情では不十分なところを補足し、追加し、効果的にする意味もある。笑顔では不十分であっても、化粧品によって明るい笑顔にすることができる。真顔では不十分であっても、化粧品によって真面目な顔つきにすることができる。なお、化粧品と言えば、顔の化粧品がすぐに浮かぶであろうが、ネイルアートが流行っており、手の爪や足の爪にマニキュアを塗ることで美しく飾ることも注目されている。

装飾品学は、人間が身につける装飾品を研究する領域である。衣服学と化粧品学と同様で、長い歴史を持つ。歴史的な位置づけから見ると、衣服は誰もが着るものであるが、化粧品と装飾品は特定の人々に限定され、時代を経るにつれて一般の人々に広がっていったと考えるのが一般的である。高価で、一般の人々には手に入らなかったことが理由である。現在では、誰もが装飾品を身につけている。装飾品は、首につけるネックレス、耳につけるイヤリング、ピアス、指につける指輪、腕につけるブレスレット、胸（服の上）につけるブローチなどがあるが、鼻や口に穴をあけてつけるものもある。衣服によって覆われていない部分であり、化粧のできない部分である。それに頭髪学を加えれば、まさに頭の前から足の先まで、全身が何かによって覆われることになる。裸体を見せない為に、全身を覆っているようなものである。美しくない裸体を美しく飾っているようなものである。装飾品はつけなくても済むもので、誰もが着なければならない衣服とは異なるし、塗ることでより効果的に好印象を与えることのできる化粧品とも異なる。ダイヤモンド

の指輪をつければ、金持ちの、悪趣味なイメージを与えるし、むしろ装飾品を何もつけない方が清楚なイメージを与える。そうではあるが、美しく飾る為に装飾品をつける。それ以外にも、結婚指輪のように、文化的、社会的、宗教的な慣習で装飾品をつけることがある。装飾品とは言いにくいかもしれないが、バッジのように、身分、職業、所属などを示す為につけることがある。美しく飾るという目的以外でも装飾品をつけることになる。そこまで拡大すると、装飾品によってもたらされるイメージが広がり、研究対象として魅力あるものになる。国会議員、弁護士、警察などのバッジがどのようなイメージになるか、会社、学校などのバッジがどのようなイメージになるか、クラス、クラブ、同好会などのバッジがどのようなイメージになるか、実に面白い研究である。

頭髪学は、人間の頭髪を研究する領域である。頭髪は髪型、髪の色などに関わる。誰もが頭髪を持っており、短髪と長髪から始まり、様々な髪型がある。髪の色には、金髪、栗毛、赤毛、銀髪、白髪、黒髪などの色がある。髪型を変えることができるのと同様に、髪の色も染めることで変えられる。かつらをつければ、髪型も髪の色も変えられる。衣服と化粧品に比べると、頭髪は目立たない存在である。それでも、頭髪は重要な意味を持つ。のびた、ぼさぼさな髪で出かければ、誰もが気づくし、だらしないイメージを与えてしまう。昔、ヒッピーの長髪に批判が浴びせられたのも、頭髪が持つ意味の大きさを表すものである。男性の場合、選択肢は少ないが、それでもルールのようなものが出来上がってしまっている。ビジネスマンが長髪で、髪を染めて入社すれば、除け者扱いされるであろう。ビジネスマンのイメージには、短髪で、髪を染めず、きちんと整った髪があるからで、長髪で、髪を染め、ぼさぼさな髪はそのイメージに反するからである。昔、学生運動が盛んな頃、長髪が流行っていたが、就職を前にして髪を切って短髪にしたものである。今でも、どの職業であっても、男性は短髪で、髪を染めず、整った髪であることが求められ、芸術家、大学教授などの自由な職業を除いては、そのようなイメージが一般的になっている。女性の場合は、そのような強いルールのようなものはないが、長い黒髪が美しい日本人女性のイメージになっており、短い髪、パーマをかけた髪、染めた髪などは、欧米的なイメージとして批判されたことがある。そこまで行かなくても、淑やかな日本人女性ではなく、活発で、跳ね返りで、派手であると思われた。今では、そのようなことはないが、長い黒髪のイメージは残っている。男性にとっては、短く、染めず、整った髪は清潔で、真面目なイメージを与え、女性であれば、髪型、染めなどは自由で、美しいイメージを与えるという相違はある。面白いことに、元々ある地毛の色に染めることはあっても、青、緑、ピンクなどの色に染めることは少なく、あえてすれば、美しいイメージを飛び越して変わり者のイメージになってしまう。髪型の研究は多くあるのに、染めの研究はあまりない。人々の批判的な態度によるのであろうが、重要な研究テーマである。なぜ染めるか、どのようなイメージを生み出すか、研究テーマとしては必要である。

身体装飾学は、衣服、化粧品、装飾品、頭髪など、直接身につけるだけに注目され、物体学の中核を成す。それに対して、所有物学はあまり注目されてこなかった。イメージとの関係で所有物が捉えられることが少なかったからである。身体装飾学と同様に、重要な研究領域であることには変わらない。多くの物を所有することができるようになった現在、所有物学は特に意味がある。

所有物学は、人間が所有する全ての物を研究する領域である。所有する物の種類によって、ペット学、輸送手段学、住まい学、インテリア学、通信手段学、おもちゃ学、美術品学、所有物処理学などに分類することができる。特に、所有物処理学はごく最近になって注目されるようになった。

ペット学は、ペットに関する研究領域である。犬、猫などのペットは、狩猟犬、牧羊犬、番犬、

ネズミ駆除猫などのように、元々は生活に必要な動物として飼われていた。今では、犬、猫から爬虫類まで、あらゆる種類の動物がペットとして飼われている。生活に必要な動物としてではなく、生活をより豊かにする動物としてペットはある。時には、生活をより豊かにすることを超えて、生活に必要なもの（物ではなく、人間並みのもの）になってしまう。ペットを人間の子供のように扱い、死ねば、人間のように葬式をして葬る。ペットには様々な種類があるが、どの種類のペットを飼うかによってイメージは異なってくる。最近流行っている猫カフェ、オウムカフェ、ハリネズミカフェなど、家でペットとして飼えないので、そのようなカフェに行って楽しむ。ペットとして飼うにしても、ペットを販売する店が数多くあり、ペットフード、ペット用服など、ペット関連品が数多くあり、何でも買えるし、何でも飼える状況になっている。そのような中で、どの種類のペットを飼うかによって、特定のイメージが与えられることになる。犬を飼う人のイメージ、猫を飼う人のイメージ、熱帯魚を飼う人のイメージ、亀を飼う人のイメージなど、異なるイメージが生まれてくる。ペットの存在自体も重視される。1人住まいの人は、誰も待っていない家に帰る時の寂しさを嫌い、ペットが待っている家に帰ることで安らぎを感じる。子供のいない夫婦がペットを子供として飼う。子供がいる家庭でも、兄弟としてペットを飼う。老人ホームでは、寂しい老人にペットを触れさせることで楽しみを与える。ペットの種類ではなく、ペットの存在そのものが意味を持つ。ペットといる人のイメージとペットのいない人のイメージの相違になって現れる。

輸送手段学は、輸送手段に関する研究領域である。通学、通勤に使用される手段には、電車、地下鉄、バスなどがあるが、そのような公共輸送手段ではなく、自分の所有する車、バイク、自転車などが対象になる。所有物が対象になる。輸送手段として、何を所有するか、さらにどの種類の車、どの種類のバイク、どの種類の自転車などを所有するか、それがイメージにとって重要になる。車であれば、高級外車か、国産車か、エコカーか、EV (electric vehicle、電気自動車)か、高級外車であれば、BMWか、ベンツか、ジャガーか、国産車であれば、トヨタか、日産か、ホンダか、マツダか、それぞれの車には異なるイメージがある。バイクと自転車にも、外国製から国産製まで、高価から安価まで、それぞれのバイクと自転車には異なるイメージがある。環境と健康が問題にされている現在、自転車通勤が注目され、その中であって、高級ブランドの自転車を所有する人々が増えている。高級ブランド自転車通勤する人には、環境を考え、健康を考え、しかも経済的に余裕があり、時代の先端に行くイメージがある。国産の軽自動車通勤する人には、そのようなイメージはなく、電車、バスなどでは通えない、遠く離れたところに住んでいるというイメージになろう。単なる通勤手段というイメージである。また、車の内装を気にする人がいるが、それは車自体の機能ではなく、美しく飾ることで生まれるイメージの良さによる。

住まい学は、住宅に関係するもの全てを研究する領域である。多くのものが関係する。土地の広さと場所、建物の大きさとデザイン、地域、駅からの距離などである。簡単に言えば、どのような住まいに住んでいるかによってイメージが左右される。大邸宅で、お城のような住まいに住んでいる人と安い賃貸アパートに住んでいる人を比べれば、異なるイメージを抱くことになる。そこまで行かなくても、土地がどの程度の広さか、都心か、郊外か、建物がどの程度の大きさか、純和風住宅か、欧米式住宅か、持ち家か、賃貸か、住宅地域か、商業地域か、工業地域か、駅から徒歩圏か、駅から遠く離れているか、他にも様々なことが関係してイメージが形成される。最近、注目されているのが住所（地名）のブランド化である。住みたい街ランキングで上位にある街は有名になり、ブランド化される。例えば、いつも上位にいるのが吉祥寺であるが、どこに住んでいるかと聞かれ、吉祥寺に住んでいると言うだけで、良いイメージを抱く。また、首都圏に

ついても、東京に住んでいると言う方が、神奈川、埼玉、千葉などに住んでいると言うよりも良いイメージを抱く。住所（地名）が特定のイメージを与えることになる。

インテリア学は、建物内部、部屋内部などのインテリアを研究する領域である。建物内部であれば、玄関、廊下、寝室、リビングルーム、ダイニングルーム、洗面所、トイレなどの配置、それぞれの部屋の内装などがあり、部屋内部であれば、家具、窓、照明などの配置、壁、床、天井の作りなどがある。それらがイメージを生み出し、全体としても、細かい1つ1つとしても、イメージを与える。ドアノブに凝る人、水道の蛇口に凝る人、照明に凝る人、家具に凝る人などがあるし、壁紙に凝る人、カーテンに凝る人などもあるし、キッチンに凝る人、トイレに凝る人、浴室に凝る人などもあるし、全体のコーディネートに凝る人もいる。それらがイメージを与える。最近では、インテリアを重視する若者が増えている。建物、部屋などの入れ物だけでなく、むしろ入れ物の内側のインテリアが重視される。60年代に憧れ、60年代のインテリアを取り入れる若者は、特定のメッセージを発信し、特定のイメージを与える。単なる懐古趣味ではなく、のんびりとした、心の触れ合いが多かった生活を評価するイメージであり、現在の生活を批判するイメージである。昔、多くの若者がアメリカに憧れ、アメリカのインテリアを取り入れたし、今でも、アジアに憧れ、アジアのインテリアを取り入れている。建物、部屋などの入れ物を変えることは容易ではないが、インテリアは人々が直接関わることができ、容易に変えることができる。その為に、自分なりのイメージを容易に作り上げることができる。必ずしも高価なものである必要はないし、流行りのものである必要もなく、お気に入りのものを取り入れることで自分なりのイメージを作り上げることができる。

通信手段学は、通信手段に関する研究領域である。通信手段には、郵便、ファックス、電話、携帯電話、インターネット、スマホなどがある。何を使うかによって異なるイメージになる。今では、固定電話を使うことはあまりなく、ガラケイと言われるように、携帯電話を使うこともあまりなく、スマホが手放せない状態にある。固定電話を使うのは年配者で、携帯電話を使うのは中高年者で、スマホを使うのが若者であると言われることがあるが、何を使うかによって異なるイメージになる例である。手紙を書く人は少なく、ファックスで送る人も少なく、メールでやり取りをする人が多くなったが、多くの若者はLINEなどのSNSを使っている。これも何を使うかによって異なるイメージになる例である。固定電話を使う為ではなく、インテリアとして飾る人があるが、固定電話はもはや使う物ではなく、飾る物というイメージになってしまっている。また、手紙、メール、LINEなど、それぞれによって書き方と書く内容が異なってくる。手紙を書く時、メールをキーボードで打つ時、LINEで画面にタッチする時、全く同じ書き方と書く内容になるのではなく、それぞれに合わせて書くことになる。それは、それぞれに対するイメージの相違に影響されて異なってくることを意味する。1日中スマホを手放さず、使い続ける人に対して、どのようなイメージを抱くかを研究するのは興味深いものがある。

おもちゃ学は、子供だけでなく、大人、老人までのおもちゃを研究する領域である。広い意味でのおもちゃには、子供が遊ぶおもちゃだけでなく、若者が熱中しているゲーム、大人が楽しんでいる鉄道、飛行機、船舶などの模型作り、年配者が精巧に作られた列車、車などの小型の模型を走らせて楽しむミニチュアなどがある。どのおもちゃかによってイメージは異なる。子供がおもちゃの列車に乗って遊ぶイメージ、大人が何100分の1の縮尺の列車模型を作っているイメージ、年配者が高価なミニチュアの列車を走らせて喜んでいるイメージ、同じ列車であっても、異なるイメージになる。人形も良い例である。女子高生がバッグに小さな人形をつけたり、若者の間でキャラクター商品がヒットしたり、成人男性がテディーベアを抱いたり、中高年男性がパー

ディー人形を集めて楽しんだり、男女問わず、年齢問わず、おもちゃで遊んでいる。イメージもそれぞれ異なる。キャラクター商品には、キャラクター人形だけでなく、服、バッグなど、様々な物にプリントされたキャラクターがあり、それらも含めれば、おもちゃの範囲は実に広いものになる。キティーは、人形だけでなく、服にも、バッグにも、文房具にも、あらゆる物にプリントされており、シールもある。コラボで、商品のパッケージにもプリントされている。そのようなキティーに囲まれて生活する人をどのようにイメージするか、面白い研究テーマである。キティー以外にも、有名なキャラクターは数多くあり、それぞれに対するイメージは異なる。ポパイ、スヌーピー、ムーミンなどは、異なるイメージを生み出す。また、アニメのキャラクターを真似るコスプレを加えれば、おもちゃの範囲はさらに広がる。

美術品学は、美術品に関する研究領域である。美術品には、絵画、彫刻、書、工芸（陶芸、木工、金工など）などがある。古美術品などの骨董品もある。おもちゃとは異なり、高価な物である。誰もが簡単に買える物ではない。それだけに、イメージは限定的になる。高価な美術品を買えるほどの経済的な余裕があり、美術品に多額のお金を払うほどの趣味があり、実際には使用できない、ただ鑑賞するだけの美術品で満足できる状態があり、そのようなイメージが基本になる。その上で、個別の美術品によって異なるイメージが生み出される。専門家、投機目的の人などは対象外になる。ただし、美術品のイメージを利用して売買をする訳で、その意味では、関わることになる。絵画であれば、ピカソの絵とゴッホの絵は、異なるイメージによって人気異なり、それが売買価格の差につながり、高く売れそうな物を買うことになる。骨董品も、希少性によって価格が左右されることを忘れてはいけない。美術品は、イメージの落差が非常に大きいものである。ピカソの絵を見ても、でたらめで、気が狂ったと思う人はいるし、現代陶芸家が創作した陶器をくだらないと思う人はいるし、公園にあるオブジェを馬鹿にする人はいるという具合である。そのような中で、美術品を高く評価する人には特定のイメージを抱くことになる。

所有物処理学は、所有物処理に関する研究領域である。所有物処理には、不用な物（使わなくなった物）を捨てる廃棄、不要な物（必要のない物）を捨てたり、売ったりする処分、散らかった物を片づけたり、整えたりする整理整頓、ごみ、汚れなどを取り除いてきれいにする掃除などがある。最近になって特に注目されるようになった領域である。廃棄できない人、処分できない人、整理整頓できない人、掃除できない人、そのような人が社会問題になっている。「ごみ屋敷」と呼ばれ、ごみで溢れた部屋や家のことである。人間失格のようなイメージを抱くであろう。それは極端な例であるが、普通の人々にもそのような問題は大きく小なりある。所有した物は必ずいつか廃棄したり、処分したりする運命にあり、物は必ず散らかり、部屋や家は必ずごみが出て、汚れる。廃棄、処分、整理整頓、掃除などを絶えずしなければならない。それができない、十分できないことになると、特定のイメージが生み出される。単なる汚いイメージで済むものではなく、その人自身のイメージにもなる。職人であれば、職人の命とも言える道具がいつも散らかっていたり、いつも汚れたままにしたりすれば、汚いだけでなく、力量が足りないとか、性格も疑わしいと思われてしまう。レストランで出される食器が汚れていれば、怒り、出ていくであろう。職場の机の上をいつも散らかし、汚したままにするビジネスマンは、仕事の能力に欠け、販売成績も上がらないと思われるであろう。単なる汚いイメージで済ますことのできないものである。廃棄、処分、整理整頓、掃除などをきちんとすることが、生活する上でも、生きていく上でも、不可欠なことであると考えられている。その中の1つでも欠ければ、悪いイメージになる。昔であれば、特に男性はやむを得ないこととして許容されていたが、今では、男女問わず、求められている。難しさもある。不用になっても、愛着のある物、お気に入りの物、思い出の物などは簡

単には捨てられないし、不要になっても、いつかまた必要になるかもしれないと思うからである。物を大事にするように育てられてきた昔の人にとっては、廃棄と処分は簡単なことではない。しかし、整理整頓と掃除は異なる。身の回りをいつもきちんとし、きれいにするには、誰もがしなければならないことである。清潔好き、潔癖志向の強い現在、非常に悪いイメージになるし、その人の評価にもなる。

所有物学は、身体装飾学とは異なる意味で重要であり、物体学の中核を成す。物が溢れている現在、何を所有し、何を所有しないかは大きな問題である。物が不足していた時代では問題ならなかったことである。そのような時代では、物を持つことは豊かさの象徴であり、幸せの象徴でもあった。それが現在では異なる。物体学の中核を成すまでには至っていないが、色彩学、嗅覚学、光彩学なども重要である。物には色があり、匂い(臭い)があり、光が当たるからである。それらを除外することはできない。

色が人間に及ぼす影響を研究し、色が何を伝えるかを研究するのが色彩学であり、匂い(臭い)が人間に及ぼす影響を研究し、匂い(臭い)が何を伝えるかを研究するのが嗅覚学であり、光が人間に及ぼす影響を研究し、光が何を伝えるかを研究するのが光彩学である。色彩学については、色のイメージは、心理的な影響が強く、自分の服装(衣服、装身具など)の色から、自分の持ち物の色、部屋や建物の色まで、個人に与える影響は大きいし、また商品パッケージの色など、ビジネスに与える影響も大きく、さらに景観の色など、景色に与える影響も大きく、必要な研究領域である。自分の服が明るい色であれば、気分は軽やかになるし、商品パッケージがどぎつい色であれば、買いたくならないし、桜のピンク色を見れば、心が弾む。何色がどのようなイメージになるかを研究すれば、様々に利用することができる。嗅覚学については、香水、芳香剤、アロマセラピーなどの匂いの研究は多くあるが、臭いの研究はそれほどない。光彩学については、従来の光の研究に加えて、ライトアップなどのように、新たな視点から光が研究されている。それら3つは、重要な研究領域でありながら、まだ物体学の中核にはなっていない。今後のさらなる研究が望まれる。勿論、色、匂い(臭い)、光などのそれ自体の研究はあるが、あくまでも非言語要因として、イメージとの関係の研究のことである。

## 環境に関する非言語要因

人間に関係する全ての非言語要因について、人間の身体、人間が存在する時空間、人間が直接関わる物体に続いて、最後に、より広く、人間を取り囲む環境がいかに関係に影響を及ぼすかを研究し、環境が人間に伝えることを研究する。環境の研究は活発に行われているが、非言語要因として、非言語コミュニケーション論として研究されることはなかった。しかし、人間が日々生活している環境は、様々なメッセージを与えているし、イメージの形成にとって重要なものである。非言語コミュニケーション論の締めとして、環境は不可欠な研究対象である。それを環境学と呼ぶことにする。

環境学は、環境全般に関する研究領域である。環境と言っても、幅広い範囲をカバーする。ここでは、非言語要因に関係するものに限定し、住居環境学、教育環境学、仕事環境学、人間関係環境学、金銭環境学、文化環境学などに区別する。住居、教育、仕事、人間関係、金銭、文化などが人間の生活に直接関係してくるからである。

住居環境学は、住居を取り囲む環境に関する研究領域である。住まい学が住まい(住宅)そのものを中心にする研究であるのに対して、住居環境学では、環境を中心にし、そこから見られる住居という視点になる。騒音、公害などによって悪化した住居環境、公園などの緑の多い住居環

境、スラム化した住居環境、子供を安心して育てられる住居環境、犯罪の少ない、安心して住める住居環境など、住居を取り囲む環境は様々で、どの環境で住居を構えるかは重要になる。庭が広く、立派な邸宅に住んでいても、それがスラム化した住居環境であったら、どのようにイメージするか。緑の多い、素晴らしい住居環境であっても、庭のない、みすぼらしい家に住んでいたら、どのようにイメージするか。環境によって生み出されるイメージの重要性を表すものである。人々が住居を探す時、住居環境を重視するのはその為である。前述の住所（地名）のブランド化にも関わるように見えるが、住みたい街ランキングの上位にある吉祥寺が素晴らしい住居環境であるとは限らないし、ランキングに入らなかった住所（地名）が悪い住居環境であるとも限らない。あくまでも、人間の生活にとっての住居環境であって、どのような生活ができるかを定める住居環境のことである。雑踏、騒音などで溢れた都心の住居環境を選んで住む人は、そこに自分の求めている生活があると思うからである。都会の喧騒を離れ、静かな田舎の住居環境を選んで住む人は、そこに自分の生活があると思うからである。

教育環境学は、教育環境全般に関する研究領域である。教育環境とは、小学校、中学校、高校、大学などの学校教育だけでなく、家庭で行われる家庭教育、会社で行われる会社教育、学校以外の場合、青少年、成人、高齢者などを対象にして行われる社会教育などの教育全般の環境のことである。一般的には、教育を学校教育に限定して捉える傾向があるが、そのような小さなものではなく、生まれてから死ぬまで続く教育全般と捉える必要がある。一流大学を出れば、良い教育を受けたことにはならず、家庭、会社、社会などで受ける教育も同様に扱うべきである。留学すれば、外国の教育環境に入ることになるし、地方の人が東京の大学に行けば、東京の教育環境に入ることになるし、生まれ育った教育環境だけでなく、それ以外の教育環境に入ることも重要である。また、教育環境には、そのような教育だけでなく、地域の教育環境もある。文教地区と呼ばれることがあるが、広く解釈すれば、教育環境が良い地域がある。学校だけでなく、図書館、研究所、学習支援センター、大規模書店、劇場、コンサートホールなどがあること、行政が教育に力を入れている地域であること、教育熱心な親が多く住んでいること、他にも様々ある。それらも教育環境に入る。良い教育環境が良いイメージを生み出し、悪い教育環境が悪いイメージを生み出すと言っても、そう単純なものではない。いくら一流大学を出ても、いくら家庭での教育が良くても、それだけでその人のイメージが良くなる訳ではない。大学を出ていなくても、片親しかいなくても、それだけでその人のイメージが悪くなる訳ではない。しかし、多くの人々は一流大学を出ただけで良いイメージを抱いてしまう。多様な教育環境の中でイメージを捉えるべきである。

仕事環境学は、仕事全般に関する研究領域である。仕事は具体的な業種、職種などで考えなければならないし、具体的な職場、地位などによっても考えなければならない。それぞれにはそれぞれのイメージがあるからである。IT産業のプログラマーとして働く人と役所の会計課で働く人は、異なるイメージを生み出す。女性の多い職場、子育てに積極的な職場、上下の別なく扱われる職場、話しやすい職場、働きやすい職場、明るい職場などの良い職場だけでなく、反対の悪い職場もあり、それぞれは異なるイメージを生み出す。地位が高いか、低いかにによって異なるイメージが生み出される。生きていくには働かなければならないが、仕事には多くの要素が絡み合っており、イメージもいくつものが絡み合うことになる。また、時代の変化もある。昔は、官庁が安定したイメージの為に、大学生の就職先の上位にあったが、それが堅実なイメージのある金融業界になり、今では活躍できるイメージのあるIT業界が上位にいる。大学生による就職先の選択は、限られた情報の中でイメージが作られ、そのイメージによって決められる。地位にしても、

昔は出世イメージがあり、出世する為に頑張っていたが、今では出世思考はなくなり、無理せずに、のんびりと、自分の生活を大事にするイメージが強くなり、無理しない程度で頑張る若者が増えている。生きていく為には仕事をしなければならないが、それが全てではないと認識するからである。

人間関係環境学は、人間関係全般に関する研究領域である。家族、友人、同僚、恋人など、様々な人間関係がある。1人で生きていけない以上、何らかの形で人と関係するしかないが、その人間関係が1つの環境を作る。自分では選べない家族もあれば、自分で選ぶことのできる友人、同僚、恋人などもいる。家族そのものがイメージを生み出すが、友人が誰で、何人いるかによっても、同僚が誰で、何人いるかによっても、恋人が誰かによっても、イメージは生み出される。友人、同僚、恋人などを見ることで、彼らと関係する人がどのような人かをイメージすることがある。頭の良い友人であれば、その人に賢いイメージを抱き、仕事のできる同僚であれば、能力のあるイメージを抱き、思いやりのある恋人であれば、やさしいイメージを抱く。その人本人のイメージではなく、友人、同僚、恋人などを通して見られるイメージである。人間関係は、そのような親密な関係だけではない。上司との打ち合わせ、取引先との商談、医師と患者の話、先生と生徒・学生の話、駅員とのやり取り、店員とのやり取りなど、話す時には人間関係が成立する。親密な関係のように、他者のイメージを通して自己のイメージが形成されるのではなく、他者への対応によって自己のイメージが形成される。他者への対応の仕方によってイメージが異なる。上司に真摯な態度で接すれば、誠実なイメージになり、横柄な態度で接すれば、生意気なイメージになるし、店員に穏やかな態度で接すれば、思いやりのあるイメージになり、つけんどんな態度で接すれば、傲慢なイメージになるという具合である。また、電話、メールなどでも人間関係は成立する。1度も会ったことのない人と電話で話したり、メールでやり取りしたりする時、対応の仕方によってイメージは異なる。電話での受け答えが一方向的であれば、配慮に欠けるイメージになる。メールにすぐに応答しないと、無視されているイメージになる。人間関係が成立する限り、何らかのイメージが生まれる。だから、悪いイメージを避ける為に、人間関係を良くしようと努力する。

金銭環境学は、金銭全般に関する研究領域である。金銭は金銭の額のことであるが、様々な意味がある。所有している金銭（財産）、稼いだ金銭（収入）、偶然得た金銭（賭博、宝くじなど）、盗んだ金銭（窃盗）などである。それらにはすでに特定のイメージが出来上がっている。親の残した財産で生活する人にはだらしのないイメージがあり、自分の力で稼いだ人には努力して頑張るイメージがあり、宝くじなどで大金を得た人には幸運ではあるが、身を崩すイメージがあり、盗んで金を得た人には極悪なイメージがある。金銭自体にも特定のイメージがすでにある。金銭には、幸福になれるというイメージがある一方で、快樂は得られても、幸福は得られないというイメージがある。金で幸福は買えないというイメージである。そのような特定のイメージは、貨幣経済の中で生活する人間にとっては当然のことであり、どうしても肯定的なイメージと否定的なイメージの両極端に分かれてしまう。しかし、金銭の貯め方、使い方になると、様々なイメージが生み出される。毎月定額を貯金する人は堅実で、将来設計のあるイメージになり、余裕ができた時に貯金する人は無駄遣いをしないイメージになり、得た金銭を全て使い、貯金のない人は浪費家で、計画性のないイメージになる。金銭の使い方になると、さらに様々なイメージが生み出される。仕事に役立つ講習会に出たり、資格を得る為に授業を受けたり、体力アップの為にジムに通ったり、英会話学校に行ったり、コンサートに行ったり、映画を見たり、球場に行ったり、本を買ったり、豪華な食事をしたり、新しい服を買ったり、家電製品を買ったり、旅行に出かけ

たり、骨董品を手に入れたり、宝くじを買ったり、馬券を買ったり、妻に花を買ったり、子供におもちゃを買ったり、寄付をしたり、困った人に使ったり、両親に送金したり、両親にプレゼントを買ったり、兄弟にお小遣いをやったり、酒を飲んだり、金銭の使い方は実に多くあり、それぞれには異なるイメージがある。

文化環境学は、文化全般に関する研究領域である。文化は、広く解釈して、人間の営み全般を含める。文化環境は、そのような広い意味での文化全般の環境になる。大きくは日本文化から、小さくは家族の文化まで、様々な文化がある。個人レベルではなく、あくまでも集団レベルのことになる。個人が集団に所属する限り、個人のイメージは集団のイメージによって規定される。個人の謙虚なイメージは、日本人の謙虚さのイメージによって規定されるものとしてあり、個人が自ら独自に持つ謙虚なイメージとは区別されるものである。個人の質実剛健なイメージは、所属する学校の質実剛健さのイメージの現れになり、個人の温和なイメージは、所属する家族の温和さの現れになるという具合である。どの文化に所属するかによって、個人のイメージはその集団のイメージに規定され、その現れとして捉えられる。文化を知れば、個人のイメージが分かる。従って、同じイメージは、個人から来るイメージと集団から来るイメージに区別されることになる。個人では成し得ないイメージが集団では成し得る。個人としては真面目には思えない人であっても、集団に所属することで真面目さのイメージが与えられる。例えば、グループで仕事をする場合、集団として成功すれば、それほど頑張らなかつた人であっても、成功に寄与したというイメージが与えられる。個人では得られないが、集団の1員として得られるイメージである。

環境学は、身体→時空間→物体→環境を経て、人間が身体を持つ存在から始まり、環境の中の存在としてまとめ上げられる際の最後に位置し、締めくくりの研究領域としてある。非言語コミュニケーション論は、そのような身体学と時空間学と物体学と環境学の総体として捉えられるべきものである。従って、ある1個人の自己イメージは、それらの総体としてのイメージになる。ある人がどのような身体を持つか、どのような時空間に存在するか、どのような物体を持つか、どのような環境にいるか、それらのイメージによってその人のイメージが形成される。

非言語コミュニケーション論をイメージ論として捉えてきた。最後に、そのことに触れて終わることにする。身体、時空間、物体、環境などは、それ自体としてはすでに数多くの研究がなされてきたのであり、もしそれで済みますのであれば、あえて非言語コミュニケーション論として論じる必要はないであろう。しかし、コミュニケーションを考える時、言語要因だけでは処理できない要因、つまり非言語要因がどのような役割を果たすかを明らかにしなければならない。言語要因の場合、言語の意味が分かればコミュニケーションは成立するが、非言語要因の場合、非言語の意味が明確ではない。申し訳ない表情が本当に謝罪の気持ちの現れか、真面目そうな服装が本当に真面目な性格の現れか、そのような外面と内面の問題は絶えず起こり得る。そうであっても、コミュニケーションは内面を疑わず、むしろそれとは切り離し、外面だけを対象に行われる。さらに、外面を対象にするにしても、客観的に実証可能なものとして扱うのではなく、人々の信念、言い換えると、人々が抱くイメージとして扱うことになる。結局、コミュニケーションの対象は、内面自体でもなく、外面自体でもなく、外面によって与えられるイメージになる。外見のイメージである。そのようなコミュニケーションは、真か偽かの真理の問題でもないし、良いか悪いかの価値評価の問題でもなく、実際にそうなっているとしか言いようのないものである。そして、イメージについては、自分がどのようなイメージであるかが中心になり、外見の自己イメージが対象になる。コミュニケーションは自分がいて初めて成立するものであって、自分のいない、自分には関係のないコミュニケーションは対象外になるからである。そのような外見の自己イ

メージは、自分が自分自身に対して持つ自己イメージと他人が自分に対して持つ自己イメージの2つから成る。それを元にして考察したのがこれまで検討してきたことである。