

第10章 SNS利用と地元ネットワークの維持

羽瀨一代（弘前大学）

モバイルメディアの研究において、とくにケータイは親しい友人関係や家族といった親密性のネットワーク保持に利用されているということが報告されてきた（岡田・松田・羽瀨 2001, 中村 2001, 辻 2008, 阪口 2016など）。ケータイ技術の様相も1990年代後半の携帯電話の爆発的普及、インターネットとの接続可能技術の普及、スマートフォンの2010年代の急速普及と目まぐるしいものがある。このようなケータイによるコミュニケーションもそれぞれの時代でアプリケーション利用が異なる。現在では、電話やメールといったコミュニケーションではなく、お手軽なSNSによるコミュニケーションが常態化している。

SNSの利用に関しては国内外を問わず多くの実証的研究がおこなわれているが、SNSが物理的距離を超えた親密性の保持にどの程度役立っているのか、という点については質的研究がみられる（Sample 2014など）。たとえば、育児中の母親がSNSを利用して別の場所にいる友人とのやりとりをおこなうことで育児ストレスから解放される効果の事例がある（天笠、2016）。物理的距離は個人の生活状況に規定され遠近に関わらずコミュニケーションの障壁となっているが、ケータイのSNSはその障壁を取り除く機能がある。このようなSNSが物理的距離を超えて人々のコミュニケーションを促進し、親密性の保持に役立っているのかどうか、質的研究は蓄積されてきているが量的研究による検証が充分におこなわれているわけではない。ここでは、SNSの利用と親密な人間関係の物理的距離とに注目して、分析をおこなっていききたい。

まず、むつ市で92.3%、おいらせ町で90.0%のSNS利用率であった。SNS利用の内訳は表1に示した。おむね、LINEの利用が9割前後であり、最もポピュラーなメディアである。次にFacebookとtwitterの利用が30%台となっている。両地域とも、SNSの利用に差があるとはいえないだろう。このSNSの機能について簡単に特徴を説明するならば、LINEはパーソナルメディアとしての機能に特化しており、メールや電話の延長上にある。いっぽうで、Twitterはマスコミュニケーション機能に特化している。Facebookはその中間的な利用が可能なメディアである。

表1 SNSの利用

	むつ市	おいらせ町
LINE	90.2	86.9
Facebook	38.7	36.8
twitter	39.3	35.9
mixi	5.1	4.0
N	336	329

このようなメディアのアーキテクチャの相違は、マッチングの良い親密な人間関係が異なると考えられるし、またコミュニケーションの目的も異なるかもしれない。たとえば、小笠原（2016）は、この3つのSNSの社会争点知識と共有ニュース接触との関連を分析している。LINEのように強い紐帯のコミュニケーションを強化するメディアでは、社会争点知識の減少と使用頻度が関連するという結果であった。LINEの利用は、人々のあいだの社会争点知識の格差を拡大させる可能性が示されている。

強い紐帯は、家族関係、恋愛関係、親友といった地縁や血縁、学校縁や職業縁の上に選択縁が重なるような縁の重層に支えられている。本報告では、とくに地縁にもとづいて形成された「地元の友だち」とのコミュニケーションを支えているのかどうか、確認していこう。表1は、利用しているSNSの種類別にみた地元の友だちとのSNSでのやりとりの頻度である。地元の友だちと毎日SNSでやりとりをしていると回答する率は3割程度となっている。

表2 地元の友だちとのSNSのやりとり（頻度）

		毎日やりとりがある	月に一度以上、やりとりがある	半年に一度以上、やりとりがある	年に一度以上、やりとりがある	連絡をとったりおしゃべりしたりすることはない	N
むつ	LINE	27.9	41.5	13.6	8.5	8.5	294
	Facebook	26.2	50.0	10.8	5.4	7.7	130
	Twitter	28.2	43.5	9.9	8.4	9.9	131
	mixi	23.5	64.7	5.9	0.0	5.9	17
おいらせ	LINE	29.6	42.3	10.2	6.9	10.9	274
	Facebook	32.8	44.5	11.8	4.2	6.7	119
	Twitter	35.3	41.4	6.9	3.4	12.9	116
	mixi	15.4	61.5	7.7	0.0	15.4	13

①地元の友だちとSNSでやりとりする人は誰か

地元の友だちとSNSでやりとりをおこなうかどうかについて、基本的属性による差を確認したが、年齢、性別、年収、結婚の有無、家族同居、引越経験に相関はみられなかった。いっぽう、地元居住かどうかとSNSによる地元の友だちとのやり取りについて関連が確認できた。地元に住んでいる人のほうが、SNSで地元の友だちとのやりとりをおこなっているということがわかった（表3）。この結果は、これまでモバイルメディア研究で報告されてきたように、地理的にも心理的にも身近な人間関係のなかでケータイが利用されているということの延長にある。SNSもモバイルメディアの利用と同様に人間関係を拡大していくメディアではない。その意味は心理的のみならず、地理的な意味でもネットワークの拡大は確認できない。つまりSNSには既存の人間関係のコミュニケーションを活発化させる機能があり、ネットワークの地理的拡大という機能はそれほど顕著なものではない。

さらにいえば、その地元の人間関係のなかに「リラックスしてつきあえる関係の友人が多くいるかどうか」という点も関連している（表4）。

上記のような結果から、まずSNSは地元に住んでいるひとのほうが流入者よりも地元の友だちとの利用頻度が高いということがわかった。地理的な距離などにより、地理的距離をSNSの連絡ツールで補完するというわけではない。また、地元の友だちとの親密性の質が地元の友だちとSNSで頻繁にやりとりするのかということに関わっている。

表3 地元居住とSNSの地元の友だちとのやりとり

		毎日やりとりがある	月に一度以上、やりとりがある	半年に一度以上、やりとりがある	年に一度以上、やりとりがある	連絡をとったりおしゃべりしたりすることはない	N
むつ*	地元でない	20.8	35.4	21.9	12.5	9.4	96
	地元である	30.3	44.8	9.5	6.0	9.5	201
おいらせ*	地元でない	26.9	37.5	9.6	12.5	13.5	104
	地元である	30.8	43.0	10.5	3.5	12.2	172

χ^2 検定：* = p < .01

表4 リラックスしてつきあえる関係の地元友人の有無とSNSの地元の友だちとのやりとり

		毎日やりとりがある	月に一度以上、やりとりがある	半年に一度以上、やりとりがある	年に一度以上、やりとりがある	連絡をとったりおしゃべりしたりすることはない	N
むつ*	そう思う	36.2	43.0	12.1	3.4	5.4	149
	そうではないと思う	18.7	40.7	14.7	12.7	13.3	150
おいらせ	そう思う	35.5	42.8	8.0	5.1	8.7	138
	そうではないと思う	23.2	39.1	12.3	8.7	16.7	138

χ^2 検定：* = p < .01

②利用するSNSと地元の友人関係

利用するSNSの種類と地元の友人とのコミュニケーションの頻度には目立った関連はみられなかった。それでは、使用するSNSの種類と人間関係やその意識、人間関係や生活に対する満足度などとはどのような関係にあるのか確認しておこう。まずどのようなSNSも本調査では親子関係と友人関係の満足度に関して相関はみられなかった。また居住している地域での交流への関心も関連しなかった。いっぽう、LINE、Facebook、Twitterのそれぞれの利用と人間関係や生活満足度などに相関がみられた。以下、LINE、Facebook、Twitterの順番で確認をおこなっていきこう。

まず、LINEについて確認していきこう。LINEの利用者が回答者の約9割を占めており、LINEを利用しない回答者はマイノリティであるといえる。LINEの利用の有無と「自分と異なる世界の人たちと出会う機会に恵まれ、視野を広げられていると思う」かどうか相関があった (χ^2 検定：p < .05)。LINE利用者は非利用者と比較して、異なる世界の人たちと出会う機会に恵まれ、視野を広げられているという感覚をもつようである。友人関係満足度については、相関がみとめられたが (χ^2 検定：p < .01)、むつ市では有意な差がみられなかった。

また生活満足度も弱い相関ではあるが、利用者のほうが非利用者と比較して生活満足度が高いという結果となった。生活に満足しているかという質問に対して、「全くそう思う」から「全くそう思わない」までの4件にLINE非利用者の回答が均等に散らばっている。LINE利用者は生活に満足しているかどうかの質問に対して「全くそう思う」と「そう思う」をあわせると6割を超えている。

次にFacebookの利用と人間関係や生活満足度に関して確認していきこう。Facebookの利用はLINE利用と比較すると低率であり、世界的にみても日本人の利用率は低い。本調査では、Facebookのイメージからすればやや意外な結果が得られた。Facebook利用の有無と「自分と異なる世界の人たちと出会う機会に恵まれ、視野を広げられていると思う」かどうかとの相関は認められる (χ^2 検定：p < .001) ものむつ市では有意な差はみられなかった。いっぽうで、「自分と近い仲間たちと交流する機会に恵まれ、深い絆を築けていると思う」かどうかとの相関がみとめられた (χ^2 検定：p < .05)。Facebook利用者は、非利用者と比較して「自分と近い仲間たちと交流する機会に恵まれ、深い絆を築けていると思う」傾向がある。

生活満足度についても弱い相関であった (χ^2 検定：p < .01)。Facebook利用者は生活満足度が高い。特徴的であったのは、Facebook利用者は非利用者と比較して「自分の将来に明るい希望をもっている」点である (χ^2 検定：p < .05)。これは次に確認するTwitter利用者とは異なる傾向であった。

Twitterの利用は、先にみたLINEやFacebookの利用とは異なる傾向が確認できた。おいらせ町では相関を確認することができないが、むつ市では人間関係との相関を確認することができた。まず生活満足度との関連については有意な差はみられなかった。しかし「総合的に見て、自分の現状に満足している」かどうかという項目と有意な相関がみられた (χ^2 検定：p < .05)。Twitterの利用者は非利用者と比較して、自分の現状に満足していないという結果であった。おそらくこのような傾向とか関わり、幸福感、自分の将来へに明るい希望をもっているかどうかという点についても関連がみられた。弱い相関ではあるが、Twitterの利用者は非利用者と比較して、「自分は幸せだ」と思わないという傾向がみられた (χ^2 検定：p < .05)。Twitter利用者は非利用者と比較して「自分の将来に明るい希望をもって」いないという結果であった (χ^2 検定：p < .05)。

以上の結果から、SNSは普及初期のケータイ研究で明らかになった利用行動の特徴と同様の傾向を有していることがわかった。つまり心理的にも物理的にも近い距離にある人間関係においてSNSは利用されている。さらに利用するSNSの種類によって人間関係や生活に関する意識が異なることも明らかになった。

LINEやFacebookの利用者は自分と異なる世界の人たちと出会う機会に恵まれ、視野を広げられている

という意識をもっており、生活満足度も比較的高いようである。とくにFacebook利用者は自分の将来に明るい希望をもって回答している。反対にTwitter利用者は自分の現状に満足していないようであり、自分の将来に明るい希望を持っていないという傾向があった。

SNSの種類によって異なる意識がみられるのであれば、SNSと一口で表現しても、何をイメージするのかによってまったくばらばらな回答が得られてしまうということがこの結果からわかる。これはメディアの機能がSNSの種類によって異なり、目的の異なったコミュニケーションをおこなっているということを示している。

今回、非常に面白い結果であったのは、LINEとFacebookの利用を比較するならば、LINEのほうが身近なネットワークに特化したコミュニケーション機能を持ち、Facebookが身近ではない世界とのコミュニケーションを促進する機能をもつというイメージをもたれているが、必ずしもそうではないメディア特性をもつということにある。SNSはその機能によって使用目的が異なる。ローカリティを超えてSNSを利用することはなかなか難しいのかもしれない。今回調査では、Twitterが完全ではないにしろ比較的匿名性が高いことや広く意見や感想をつぶやくことが可能であるがゆえに、ローカリティを超えて使用されるSNSではないかと思われる。さらに幸福感や将来の展望にポジティブでない意識をもつことと弱い相関がみられることから、ローカルな関係性における不満感がネット空間へと駆り立てているのではないだろうか。これは90年代初期にみられたメールの利用感覚、テレコクーンの状態と似ている (Habuchi, 2005)。ローカルな環境への不適応がネット空間の新しい人間関係の形成可能性にSNSを使用するならば、それはトランスローカリティの要素であるだろう。

参考文献

- 天笠邦一、2016「子育て空間におけるつながりとメディア利用—社会的想像力の換気装置としてのスマートフォン」富田英典編『ポスト・モバイル社会—セカンドオフラインの時代へ』世界思想社
- Habuchi, I., 2005. Accelerating Reflexivity, Ito, M., Okabe, D. and Matsuda, M. (eds.) *Perspmal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, MIT Press.
- 中村功、2001「携帯メールの人間関係」東京大学社会情報研究所編『日本人の情報行動2000』東京大学出版会
- 小笠原盛浩、2016「ソーシャルメディアで共有されるニュース—シェアやリツイートは社会の分断を招くのか」富田英典編『ポスト・モバイル社会—セカンドオフラインの時代へ』世界思想社
- 岡田朋之・松田美佐・羽瀨一代、2000「移動電話利用におけるメディア特性と対人関係—大学生を対象とした調査事例より—」『平成11年度 情報通信学会年報』情報通信学会
- 阪口祐介、2016「若者におけるメディアと生活の相関係の変容—2002年と2012年の時点間比較」藤村正之・浅野智彦・羽瀨一代編『現代若者の幸福—不安感社会を生きる』恒星社厚生閣
- Sample, M., 2014, Location Is Not Compelling (Until It Is Haunted), Farman, J. (eds.) *THE MOBILE STORY: Narrative Practices Locative Technologies*, Routledge.
- 辻大介、2008「若者のコミュニケーションの変容と新しいメディア」橋元良明・船津衛編『子ども・青少年とコミュニケーション』北樹出版