

匿名コミュニケーションの対人距離感

— 日本のソーシャルメディア利用に関する一考察 —

研究開発室 宮木 由貴子

—要旨—

- ① 実名公開のソーシャルメディアの日本での普及率は高くない。その一因として、日本人がネット上で実名を公開することに対し抵抗感を持っている点が指摘されている。
- ② 15歳から44歳の男女に対し、匿名でのコミュニケーションに対する意識調査を実施した。その結果、SNS を利用している人では、実名や顔を知らないネット上の相手に対する距離感が近く、相手を知人と認識しやすい傾向がある一方で、その多くは相手との関係を「いつでも切れる」とも考えている点が明らかになった。
- ③ 自らが匿名でいることにより、言いたいことをいいやすいとする人が多く、実名コミュニケーションでは得られない満足を匿名コミュニケーションでは得られる点が確認された。実名公開はリスクを伴うとの意識とは別に、匿名ならではの点が評価されている。
- ④ 国際的な流れとして実名公開のソーシャルメディアが主流となっていく中、匿名だからこそソーシャルメディアを利用してきた人たちも多い日本において、それらが受容されるかが注目される。

1. はじめに

(1)とらえにくくなる「対人距離」

1960年代よりアメリカを中心に研究が行われてきた対人距離研究は、しぐさや表情、視線などのノンバーバル・コミュニケーション(非言語コミュニケーション)研究の一環として位置づけられ、多分に文化的差異の大きいものとしてとらえられてきた。代表的な研究としては、文化人類学者エドワード・ホールが、アメリカ人の対人距離帯を、①密接距離、②個体距離、③社会距離、④公衆距離の4つに分類している。

物理的距離を念頭においた対人距離論に対し、現在の対人距離はより複雑化している。その大きな背景としては3点あげられる。1点目はインターネットの普及により、物理的距離の遠い人同士のコミュニケーションが活発になり、対人距離を物理的距離のみでとらえることが難しくなったことである。現在、ネットを介せば、地球の裏側にいる人と無料で対面コミュニケーションを行うこともできる。通信料が距離と比例しなくなったことで、遠距離間のコミュニケーションの負担は大幅に軽減された。2

点目は、物理的距離が近くても通信コミュニケーションが活発に行われている点も特徴である。我々は隣席にいる人に対しても、口頭ではなくメールでコミュニケーションをとる傾向がある。さらに3点目としてあげられるのは、ネット上では非実名で情報のやりとりをすることができ、個人を特定されないという条件の下で自己開示ができるようになったことである。

コミュニケーションにおけるこうした変化は、対人距離を物理的距離で区分することを困難にした。特に、ソーシャルメディアが日本でも普及してきたことで、対人関係を、「知人」か「他人」かという考え方のみでなく、対面でも付き合いがある人とのネット上での関係性（リアルグラフ）か、もしくは対面での付き合いはなくネット上でだけの関係性（バーチャルグラフ）かという考え方でとらえる動きが一般化しつつある。

(2) 文字による通信コミュニケーション普及の過程と匿名性

日本で文字による通信コミュニケーションのニーズを顕著に示したのは、1990年代前半頃の女子高生たちにおけるポケベル利用だった。従来、女性は男性に比べてコミュニケーションにおける文字依存度が高い。筆者の実施した過去の調査でも、女性は男性に比べて幼少期から手紙交換や交換日記などの文字コミュニケーションを行っており、こうした交流を頻繁に会う友人とも行うことを娯楽としてきた点について指摘している(宮木 1997)。調査実施時の1997年の高校生に対するヒアリングで、ポケベルを所有する男子学生の多くが「交際相手との交信用」と答えたことから、文字メッセージ交換を女性が牽引していたことがうかがえる。なお、この調査を実施した当時は、一部の利用者の中で、既に「ベル友」や「メル友」のような形で、顔や実名を知らない人との交流ニーズが顕在化していた。

その後、PHS を経て携帯電話の普及が進み、異なる携帯電話サービス会社同士やパソコンの間でもメール交換ができるようになると、日常のコミュニケーションにおいてメールが多用されるようになった。一斉に複数人とメール交換ができる「同報機能」や相手先をグループ化した「メーリングリスト」が活用されるようになると、交流範囲と頻度は急速に拡大していく。

さらにインターネットの普及が進み、携帯電話にブラウザ機能が搭載されてホームページにアクセスできるようになると、その交流範囲はさらに拡大する。通信メディアは対人関係の維持だけでなく、関係の構築目的でも活用されるようになっていった。面識のない男女が異性交際を目的として出会いを求める、いわゆる「出会い系サイト」が社会問題化したのもこの頃である。また、不特定多数に公開する日記ともいえる「ブログ」も人気を博した。しかし、不用意な書き込みや発言でブログが攻撃を受ける、いわゆる「炎上」も多発するなど、不特定多数に向けた情報発信を実名で行うリスクが表面化すると同時に、2003年には個人情報保護法が制定されたことで、「他人への実

名公開は危険」という意識が定着する。出会い系サイトを介したトラブルや事件等の影響もあり、「ネット上には危ない人がいる」という意識も浸透した。

その後普及したソーシャルメディアでは、知人にだけわかるハンドルネーム(ペンネーム)や匿名で利用する人が多く、実名での利用に抵抗感を覚える人が少なくなかった。現在、世界では実名公開のソーシャルメディアが主流となっており、それらはプライベートやビジネスなどの場面で多用される一般的なコミュニケーションツールとなっている。日本でもそうした実名公開のソーシャルメディアの利用者の増加スピードは著しいとされるが、その普及率は世界的にみて極めて低いのが実情である。

日本においては、女性を中心とする娯楽的要素が文字メッセージ交換の発展を牽引し、トラブルに対処する形でルールや規制が制定されてきたことから、実名公開に抵抗感が強く、その結果リアルグラフとバーチャルグラフを分離してとらえる傾向が強いと考えられる。しかしネット上において匿名でいることには、単なるリスク回避だけでない特徴もある。そこで本稿では、ソーシャルメディアの利用の有無別にネット上の対人距離感や匿名での交流に対する男女の意識の違いをみることで、匿名性に対する意識を探った。

(3) アンケート調査の概要

アンケート調査の概要は図表1のとおりである。調査は、ネット調査(SNS利用者のみ)と郵送調査を実施し、郵送調査で得られた結果のうち、SNS非利用者のデータをネット調査と比較する形で分析している。なお、調査では、SNS利用者を「ブログ・ツイッター・ミクシィ・フェイスブックのいずれかを使っている」人としている。

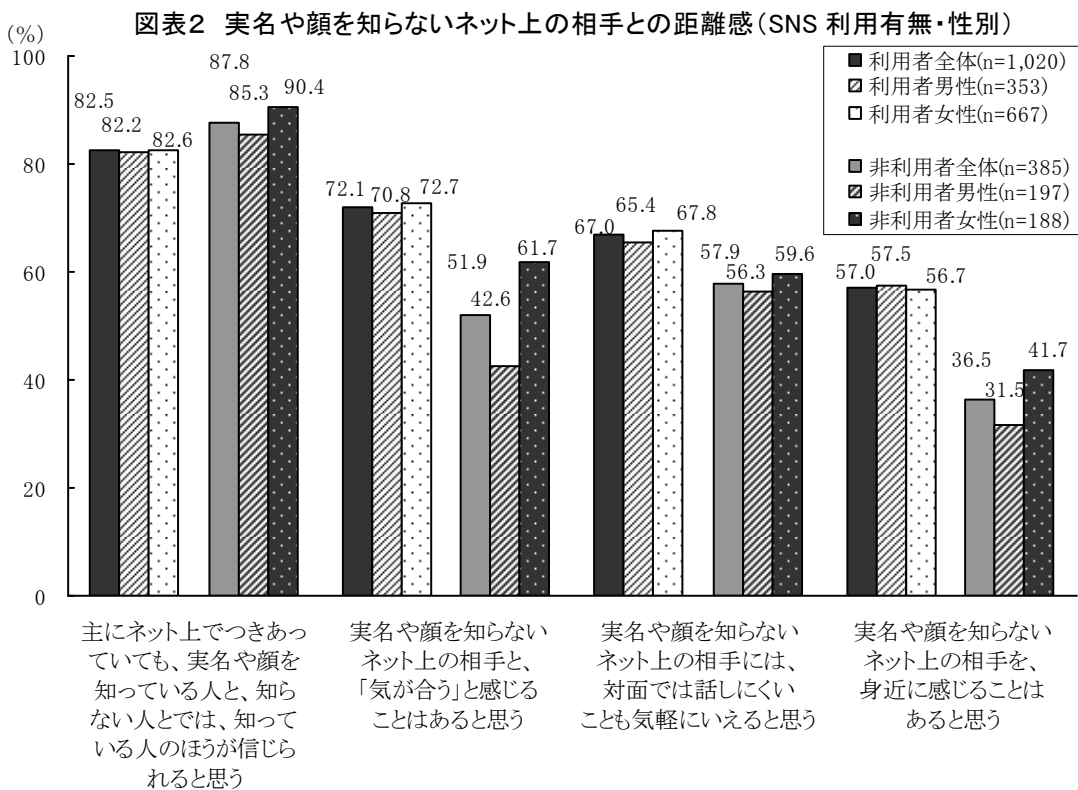
図表1 調査概要

(SNS利用者) ネット調査	調査対象	ネットエイジア(株)のモニターのうち、全国の15-44歳の男女で「ブログ・ツイッター・ミクシィ・フェイスブックのいずれかを使っている」と回答した携帯電話ユーザー
	調査期間	2011年9月20日から27日
	回答数	1,020名
	属性別内訳	性別：男性 34.6% 女性 65.4% 年代：15～19歳/20～24歳/25～29歳/30～34歳/35～39歳/40～44歳 いずれも16.7%ずつ
(SNS非利用者) 郵送調査	調査対象	第一生命経済研究所の生活調査モニターとその家族協力者のうち、全国の15～44歳の男女
	調査期間	2011年9月21日から30日
	回答数	700名
	有効回答数(率)	604名(86.3%) このうちSNSを利用しない385名のデータを活用
	属性別内訳	性別：男性 51.2% 女性 48.8% 年代：15-19歳 14.3% / 20-24歳 9.9% / 25-29歳 16.4% / 30-34歳 16.1% / 35-39歳 20.3% / 40-44歳 23.1%

2. ソーシャルネットワークの利用とネット上の相手への感覚

(1) 実名や顔を知らないネット上の相手との距離感

まず、ネット上で交流している実名や顔を知らない相手に対し、どのような意識を持っているかについて探った(図表2)。その結果、SNS 利用者は非利用者に比べて全体的に男女の意識差が小さい点が明らかになった。非利用者に特徴的な点としては、女性で「主にネット上でつきあっても、実名や顔を知っている人と知らない人とは、知っている人のほうが信じられると思う」とする割合が、男性より若干高い一方で、「実名や顔を知らないネット上の相手と『気が合う』と感じることはあると思う」「実名や顔を知らないネット上の相手を、身近に感じることはあると思う」とする割合も男性より高い値を示していることがあげられる。すなわちこれは、SNS を利用していない女性でも、匿名であることで相手への距離を近く感じる一方で、相手を信用できない部分があるとのイメージを持っていることを示している。



注 : 「そう思う」と「まあそう思う」の合計

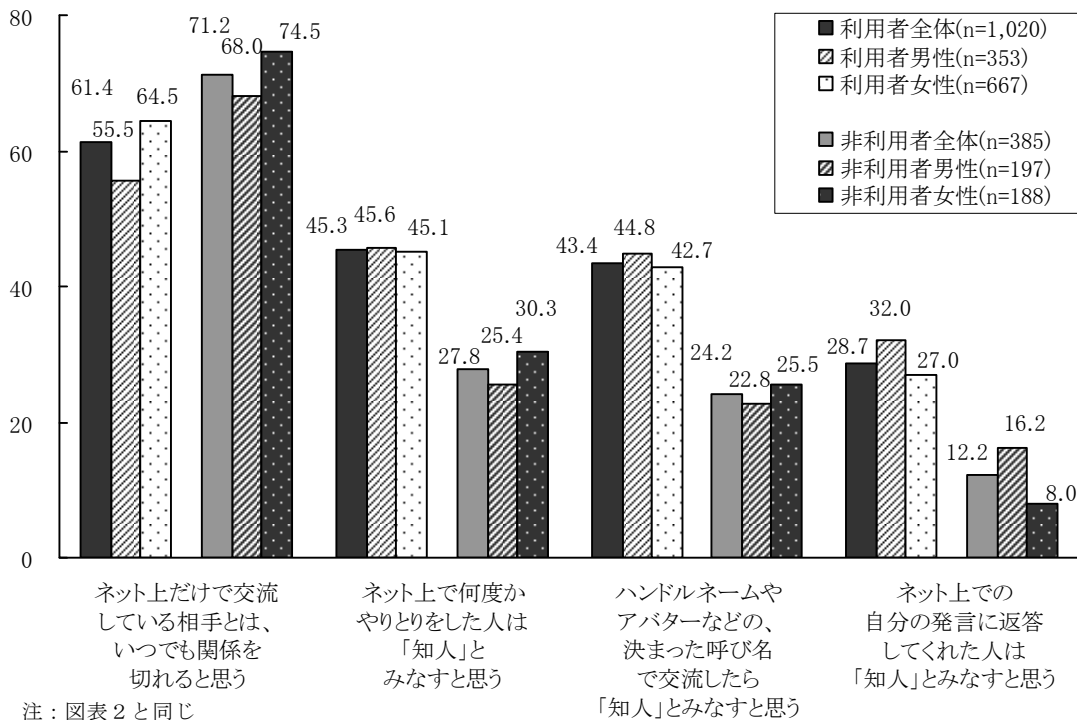
(2) 実名や顔を知らないネット上の相手に対する「知人」意識

続いて、ネット上で実名や顔を知らない相手に対し、「知人」としての意識を持つか否かについてたずねた(図表3)。その結果、「ネット上だけで交流している相手とは、いつでも関係を切れると思う」以外については、すべて SNS 利用者で男女の意識

差が小さいことがここでも確認された。また、ネット上の交流相手とは関係を切りやすいという意識は、SNS の利用の有無にかかわらず、女性の方が男性より強く、特に SNS 非利用者女性では74.5%と高い。最も低いのは SNS 利用者の男性の55.5%である。

知人としての感覚をみると、SNS 利用者は「ネットで何度かやりとり」をした人や「ハンドルネームやアバターなどの決まった呼び名で交流」した人について、45%前後の人が「知人」とみなすと回答した。一方で SNS 非利用者では、実名や顔を知らない相手を知人とみなすハードルが SNS 利用者比べて全体的に高い。

(%) 図表3 実名や顔を知らないネット上の相手に対する「知人」意識(SNS 利用有無・性別)

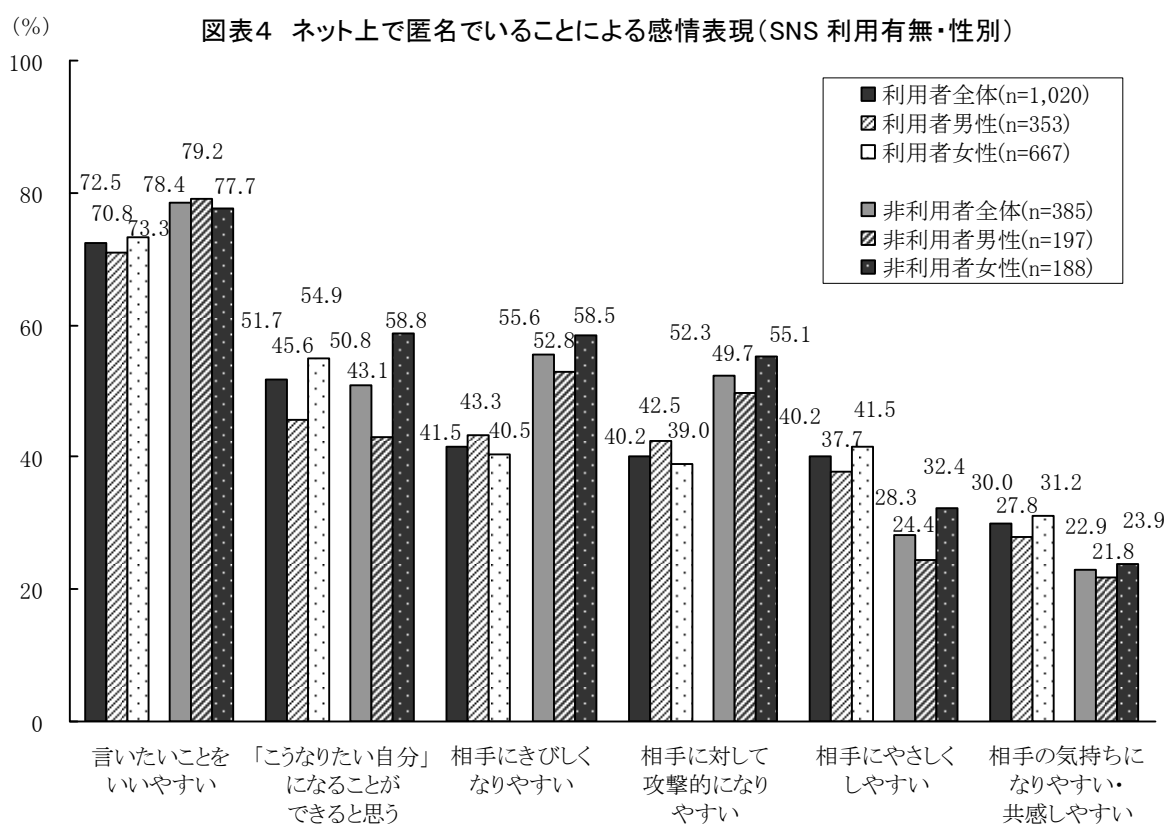


(3) ネット上で匿名でいることによる感情表現の傾向

それでは、ネット上で自分が匿名でいることにより、感情表現にはどのような傾向がみられるのだろうか。これについてみると、「言いたいことをいいやすい」との回答が多く、特に SNS 非利用者で8割近くに達している(図表4)。さらに、利用者・非利用者ともに男性より女性で『『こうなりたい自分』になることができると思う』『相手にやさしくしやすい』『相手の気持ちになりやすい・共感しやすい』と回答している。ただし、「相手にやさしくしやすい」「相手の気持ちになりやすい・共感しやすい」については、SNS 利用者女性より SNS 非利用者女性の方が回答が少ない。

また、「相手にきびしくなりやすい」「相手に対して攻撃的になりやすい」については、全体的にみると SNS 利用者より SNS 非利用者で回答が多く、男女別にみると SNS 利用者では男性で、SNS 非利用者では女性でそれぞれ回答が多い傾向がある。

これらの結果から、SNS 利用者においては、女性は相手に対して寛容で優しさや共感性を持つ傾向が男性より高いのに対し、男性は女性より若干攻撃性が強くなる傾向があることがわかった。一方で、SNS 非利用者においては、女性はなりたい自分を演出することへの期待が高く、男性より相手に対する攻撃性が強まる傾向が示唆された。SNS の利用者と非利用者とで男女の傾向に違いがある点が確認されたのは興味深い。



注：図表2と同じ

3. ネット上での実名公開・匿名の是非に関する自由回答結果

さらにネット上の匿名性についての具体的な意識を探るために、自由回答結果について分析を行ったところ、ネット上において匿名でいることの是非については、ネット調査でも郵送調査でも人それぞれであることが、具体的に示された。全体的にネット上での実名公開については後ろ向きな意見が目立った。

まず、匿名推奨・実名公開否定の意見をみると、匿名推奨の理由は、言いたいことを言える、自分を出せるというものが主であり、実名公開否定の理由はトラブルや犯罪に関する危険性を訴えるものとなっていた。また、「実名では危険だと先生が言っていた(18歳・女性)」というものもあり、ネット上のトラブル回避のためにそうした学校教育が施されている可能性も示唆された。

匿名下では過度・虚偽の演出も可能で、知人に言えないことも言いやすく、心理的

に近接した状態が作られやすい一方で、自分の側から関係を切れるという、いわば関係終了におけるイニシアティブを発信者それぞれが有している。その距離感は近いとも遠いとも言いがたく、物理的対人距離のように区分することが難しい。

【匿名推奨・実名公開否定】

- ・ ネット上で実名を知られると自分自身の個人情報流出につながると思う (15歳・男性)
- ・ まったくの別名、別世界のネームなので、なんでも言える (18歳・女性)
- ・ 顔が見えないからこそ話せることがあると思う (20歳・女性)
- ・ 匿名でいれば自分を隠すことができるので、自分の好きな距離感を調整できる (22歳・女性)
- ・ 都合が悪くなれば縁を切れれば良いという考えがある (25歳・女性)
- ・ 実名を公開することは、ある程度リスクを負う (30歳・男性)
- ・ 誰が見ているかわからないネット上では、実名は出せない (40歳・女性)

一方、実名推奨・匿名否定の意見をみると、実名推奨の理由は実名だと発言に責任を持つ、匿名否定の理由は匿名での交流は知人・友人ではないといったものが多かった。

【実名推奨・匿名否定】

- ・ 実名のほうが安心感はある (20歳・女性)
- ・ 顔も実名もわからない時点でその人を知人と呼ぶのは変 (21歳・男性)
- ・ 実名だと特定され何らかの事件に巻き込まれる危険性もあるが、自分の振る舞いに責任を持つことができるように思う (24歳・女性)
- ・ ネットで実名を出すことは必要なことだと思う (35歳・男性)
- ・ 実名必須はあってよいと思います。匿名であることによって無責任な発言も感じる (42歳・男性)
- ・ 実名を出せないなら、友達・知り合いとは言えないと思う (43歳・男性)

また、他の意見としては、付き合いの度合いに応じて段階的に個人情報を開示するとの意見もみられ、ネットをリアルな延長ととらえるのではなく、バーチャルグラフを個別にリアルにしていくプロセスをとる人も散見された。

- ・ ネット上の知人は、会うようになったら実名を出せばいいと思う (33歳・女性)
- ・ 実名などを出すことは考えたことはない。但し、本当に仲良くなったら個人的に連絡先を聞きます。時々本当の友人に出会えます(後略) (37歳・女性)
- ・ 電話を教える人には実名を、メールアドレスまでならハンドルネームを、というように、違いをつけている (44歳・女性)

4. 考察

調査結果からは、SNS 利用者と非利用者や性差によるギャップが存在している点に加え、匿名でいることについては、実名公開によるリスクに不安を感じるからという

理由のみならず、積極的に匿名でのコミュニケーションを選択する理由が存在することが確認された。情報の信頼性を担保できるのは実名での発言だが、関係終了のイニシアティブをとれる安心感から、より自由で積極的な自己開示が行われる。ただしこの場合の情報は、受け手にとって信憑性の低い情報となる可能性も高い。匿名でのソーシャルメディア利用は、情報の受信者主体ではなく発信者主体なのである。

日本人が匿名での「弱いつながり」を通じた交流を支持する傾向がある点については、既存調査でも言及されている(石井 2011)。しかし、これについては「プライバシー意識やコミュニケーション不安の高さが、匿名性の高い SNS 利用につながっているわけでもない」とされる(石井)。すなわち、匿名でできるからこそ SNS を利用するという人が一定数存在していると考えてよいだろう。これは、実名でできないから匿名を選択する消極的匿名ではなく、匿名だからこそできるコミュニケーションを選択する積極的匿名である。しかも、日本でのソーシャルメディア利用は、実名利用以前に匿名での利用が一般化したというプロセスがある。これらの要因が、利用者に対してあえて実名で情報発信をする理由を見出せなくしている面がある。

現在、日本は世界的に見ても、実名公開のソーシャルメディアの普及率が低い。こうした中で、企業はこれらをマーケティングに活用する積極的な動きを見せている。その最大の理由は「ほとんど予算をかけずに始めることができるから」であるとされる(「ソーシャルメディア白書」より)。匿名でなければだめな人・匿名でできるから利用する人が多い日本において、実名公開のソーシャルメディアが受容されるかについては、そのコミュニケーション特性とメディア普及の歴史を考慮しつつ、引き続きリサーチしたい。

(研究開発室 主任研究員)

【参考文献】

- ・石井健一, 2011, 「『強いつながり』と『弱いつながり』の SNS 個人情報の開示と対人関係の比較」『情報通信学会誌』29 (3) : 25-36
- ・総務省, 2011, 『情報通信に関する現状報告』.
- ・トライバルメディアハウス+クロス・マーケティング編著, 2012, 「ソーシャルメディア白書2012」翔泳社.
- ・橋元良明編, 2011, 『日本人の情報行動2010』 東京大学出版会.
- ・宮木 由貴子, 2002, 「青年層の通信メディアの選択と友人関係 ～音声コミュニケーションと文字コミュニケーション」『Life Design Report』(2002.4).
- ・宮木 由貴子, 1999, 「青年層の通信メディア利用と友人関係」『LDI Report』(1999.7).
- ・宮木 由貴子, 1997, 『現代青年層の移動体通信ライフ』ライフデザイン研究所.