

## 多様化する SNS の利用目的

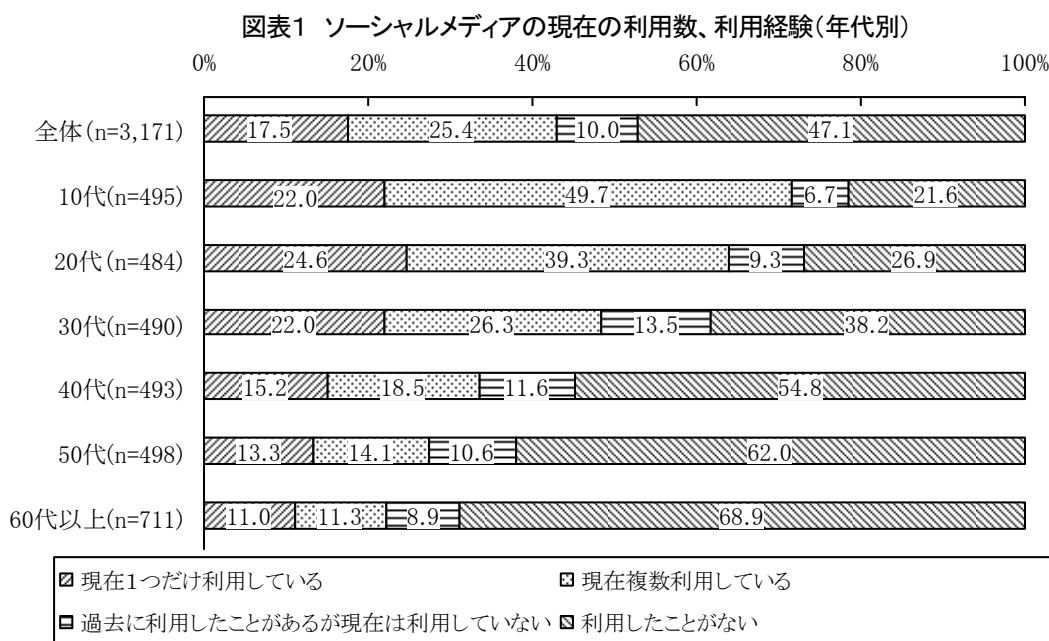
宮木 由貴子

## 〈見えない相手に向けたつぶやき〉

2011年12月。宮崎駿監督のアニメ映画「天空の城ラピュタ」のテレビ放映中、ある SNS において1秒間の投稿数が25,000を超え、ニュースになった。クライマックスシーンに際し、ファン視聴者が登場人物の台詞に合わせて同時に投稿を行ったという。ちなみに、このアニメのテレビでのオンエアは初めてではなく、過去23年間で13回目の放映である。

明けて2012年。日付が変わるや否や、新年恒例のネット賀状、いわゆる「あけおめ」投稿も、やはりソーシャルネットワークサービス(以下、SNS)上に続々と寄せられた。通常のメールとは異なり、特定・不特定多数を問わず、一斉にメッセージを発することができるのが、SNS ならではの特徴である。

不特定多数と簡単につながることができ、好きなときに自由に発信できる SNS は、サービスごとの違いはあるものの、全般的にみて年代が低いほどその利用者が多い(図表1)。



## 〈二者間の「キャッチボール」ではない〉

SNS はコミュニケーションツールとされるが、メールでなされるような個人的なやりとりというよりは、サービスに登録しているメンバー内でのやりとりが公開されているという意味で、メールとは一線を画す。特定のメンバー間のやりとりに、それを見ていた人がコメントを挟むこともあるし、一方的に誰かが発信し続けている情報を周囲がただ見ているというケースもある。完全に個人的なやりとりであ

れば、本人同士の独自のメールやメッセージ機能を使えばいい。

そこで、SNS を使いあえて他の人に見えるように情報を発信し、誰かとコミュニケーションをとる背景について考えてみる。自分のことを他者にさらけ出す、いわゆる「自己開示」を行う理由については、感情浄化（カタルシス機能）、自己明確化、二者関係の発展などがあげられている。SNS においても、感情浄化、すなわちストレス解消的な部分は強いと考えられる。統計的な裏づけをとることは難しいが、ネット上で誰もが自由に発言できるようになって、トイレの落書きが減少したのではないかとする見方もある。筆者が実施した「ネットと対人距離に関する調査(2011年)」でも、SNS 上でうれしさや怒り、悲しみや孤独感を訴えるとする人は多く、内容によっては家族に伝えるよりも SNS 上で感情を出すとするものもある。また、自分の態度や意見を誰かとコミュニケーションすることで明確にしていく自己明確化については、多数の人が閲覧していることもあり、多岐にわたる意見をもらえるといった側面があると考えられる。SNS 上では複数間交流が主なので、二者関係の発展という閉じた関係性に直接的には作用しないが、二者間の交流を開始するきっかけとして、もしくは関係を深める前段階としてグループ交流が寄与することは想定される。

しかし、SNS 上でしばしば見られるような、「今日食べたもの」や「なんとなく撮った写真」「自分の子どもやペット」といった日記的な情報や、面白いものや便利なものを見つけたので「共有しましょう」といった話題提供的な情報発信が、ストレス解消や自己明確化、人間関係の発展を直接的に意図しているようには思えない。それでは、利用者は SNS で何をしたいのだろうか。

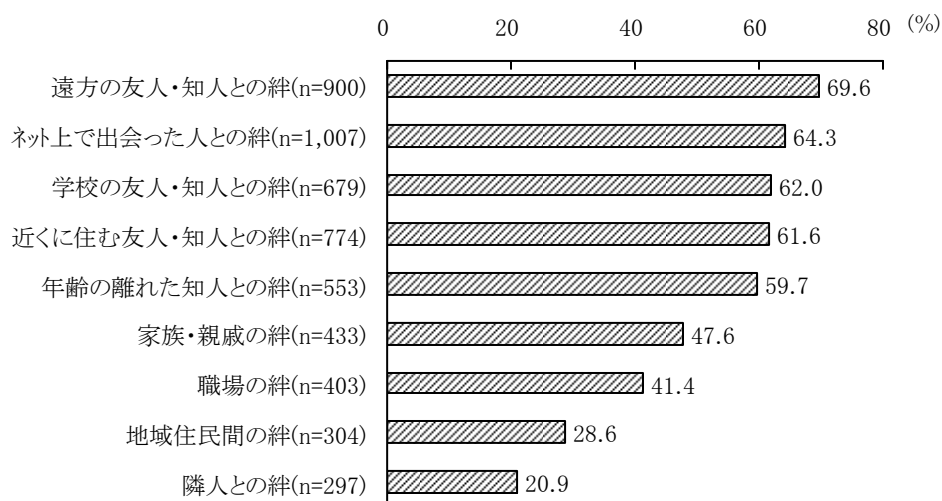
### <伝えることよりつながること>

総務省のデータによれば、SNS の利用によって多くの人が「絆が深まった」と考えている（図表2）。特に「遠方の友人・知人との絆」（69.6%）、「ネット上で出会った人との絆」（64.4%）が上位に位置しており、普段対面でのコミュニケーションがとれない相手との絆が深まったとする声が多い。普段対面で会わない人とのコミュニケーションは、直接メールで頻繁に行うと、やりとりのやめ時がわからなくて双方が疲弊したり、コミュニケーション頻度に温度差があって片方が負担に感じてしまうといった弊害が生じるケースが多々ある。一方でネット上での不特定多数とのコミュニケーションにおいては、顔が見えない分、ポジティブな感情もネガティブな感情も増強される傾向があるため（宮木 2011）、過剰な発言も多々あり、いわゆる「炎上」という形で議論の収集がつかなくなることも少なくない。しかし、やりとりを重ねた SNS などでは見知らぬ相手でも「知人」と認識されるケースが多く（宮木 2011）、そうした「知人」の目や介入により感情的になりにくくなる側面もまたある。適度な距離感を確保できた SNS では、コミュニケーションにおける閉塞感が緩和されて心理的負担感が低い。

携帯電話やスマートフォン、パソコンの向こうの相手が、「今何をしているのか」それ自体を知りたいのではなく、自分の能力や意見の妥当性を計りたいというのでもなく、相手が何をしているのかを知ることで相手を身近に感じる事が、SNS の重要な機能の1つとなっている。映画のクライマックスに際し、SNS に投稿した人たちは、それを発信することで、自分が今それを見て楽しんでいることをリアルタイムで伝え、同じように楽しんでいる人たちとその感覚と時間を共有することで、つながり感を楽

しみ、それによってテレビ視聴をライブとして楽しんだと考えられる。

図表2 ソーシャルメディア利用による絆の深まり



注：「深まった」「やや深まった」の合計、それぞれ「ソーシャルメディア上での交流はない」とした人を除いたものがnとなっている  
資料：図表1と同じ

### <使い方や使う人によって毒にも薬にも>

このようにとらえると、一般的な利用については、娯楽性やつながり感などの感覚的・抽象的な効用が目立つ SNS だが、東日本大震災の際に、通話もメールも使えなくなった通信環境下で、SNS は利用できたことで注目された。SNS 利用者は、インターネットを介して家族や知人の安否を確認し、帰宅困難者はどこに何があるか、どの交通ルートが使えるか、どこで休めるかといったピンポイント情報のやりとりも行った。この件が明らかになってから、安否確認用に SNS の活用を検討する人や企業・団体が増え、SNS の登録数は防災対策の側面からも増加した。幼稚園や保育園、学校等でも、子どもの安否確認用に SNS を導入して欲しいとの声が保護者から寄せられている。

このように、日々楽しく便利に使え、非常時には連絡手段として機能するといった多面性が今日の SNS の存在意義として見出されている。「いざというときにも使える」。このキーワードは、東日本大震災後に注目された、「火を使わずに食べられて備蓄もできる」缶詰やレトルトパウチ等の食品、「娯楽に使いつつ、いざというときにも役に立つ」アウトドアグッズ、「普段はエコで非常時は蓄電池になる」電気自動車、「健康にも財布にも優しくて、電車が止まっても帰宅できる」自転車など、合致するものの枚挙に暇がない。いわゆる防災グッズは、いざというときに使い方がよくわからないケースも少なくないが、普段、身近に慣れ親しんだものがいざというときにも役に立つという視点は、今後の防災対策のあり方について重要な示唆を含んでいる。

一方で、震災時に根拠のない情報が短時間で広範囲に広がり、混乱が生じたのも、SNS の影響が大きい。そうした噂の火消しもまた、SNS 上で短時間に行われたという事実がある。

SNS は、便利で楽しい半面、凶器ともなる。今後 SNS の利用者がさらに増加していく点や、サービスがより多様化する点を踏まえ、そのあり方や変化については今後も注目すべき点が多い。