

大学生のリアルと SNS でのキャラの違い

-ゴフマンの概念を用いて-

清水万里名

目次

はじめに

- 1 キャラについて
 - 1.1 キャラの定義、役割
 - 1.2 リアルのキャラと SNS のキャラ
- 2 各 SNS の国内における利用者数、特徴
 - 2.1 Twitter、Facebook、Instagram、LINE の利用状況
 - 2.2 各 SNS の特徴
- 3 面接調査
 - 3.1 調査の概要
 - 3.2 調査結果の概要
 - 3.3 ゴフマンの概念と面接調査の結果との関連

おわりに

引用・参考文献

はじめに

社会学者アーヴィング・ゴフマンのドラマトルギー、役割距離、印象操作といった、日常生活における人々の相互行為秩序を学んだ。人々は、社会的な立場に置かれ、それにふさわしい行動をとることを知らず知らずのうちに要請されている、もしくは自身が演出したい役割や性格もあるだろう。近代化に伴い、行動に伴う場所性が失われ、人は多くの活動に関わる分、所属する集団（コミュニティ）が増え、その集団によっていろいろな顔を持ちながら生活している。そこで出てくるのが「キャラ」の問題だと考えた。「キャラ」という言葉は、筆者の考えからすると大まかな性格の他に外見、雰囲気なども含まれており、日頃特に若者がよく使う言葉である割には定義が曖昧なものである。

2010年以降は、スマートフォンの普及により、ソーシャルネットワーキングサービス（以下 SNS：インターネット上での社会を構築するためのメディア。主に Twitter、Facebook、LINE、Skype、Instagram、mixi、glee、モバゲーなど）を気軽に登録できるようになった。その SNS 上で自分の私生活について発信したり、写真を載せたりすることが若者の間では当たり前になりつつある。手紙や電話、メール以外で、相手を邪魔することなくリアルタイムで自分の思ったことを伝える場所ができたことは多くの人にとって助けとなっただろう。最近では、Instagram で美しい写真を投稿し、その写真がおしゃれに見えることを「インスタ映え」と呼んでいるようだ。メディアでよく使われる言葉であるが、被写体となる場所や商品を守る店の一部も「インスタ映え」を意識したものになっているという。

また、ゴフマンの概念は、SNS を利用して自己呈示をすることの増えた我々に大変身近なものであるのではないか。日常生活を送る現実世界（以下「リアル」とする）以外にも自己を発信する人間関係の足場が築かれ、キャラはより分化していったのではないかと実感した。筆者の周囲では、大学に入るタイミングで各種 SNS を登録、利用し始める人が多い印象だった。現在では、小・中学校や高校からスマートフォンの利用を始める人も多いと聞く。その中で SNS の利用も低年齢化し、利用率を高めているのではないだろうか。

本論文では、大学生のキャラは現実世界（リアル）と SNS 上で異なるのか、そしてその理由は何であるのかを考える。リアルでの人間関係、SNS での人間関係における個人のキャラを対象を絞る。面接調査では普段のリアルでのキャラと SNS の利用における詳細、SNS 上のキャラに関する質問を行った。

他人からの自分に対する反応、承認をフォロー・フォロワー数や「いいね!」「お気に入り（お気に入り：favorite の favo の部分から、ふぁぼる、ふぁぼともいう）」機能などの、わかりやすい形で得られる SNS の存在は若者にとって重要なものとなるのではないかと考える。おそらく SNS での自己の演出は自己承認欲求によるものであろう。本人の本当のキャラはどうであれ、普段所属している集団で見せる自身のキャラについては、結局、SNS の人間関係の多くがリアルの延長線上にあることもあり、SNS 上で表立ってキャラを変えることはほとんどできないだろう。どうしてもキャラを変えたい場合は裏アカウントと呼ばれるプライベートなアカウントを作らざるかと推測する。

本研究では、15～24 歳の若者に対象を絞り、リアルでの彼らのキャラと、LINE、Twitter、Facebook、Instagram などの主に投稿型 SNS、利用頻度の高い SNS における若者のキャラに

ついて質問する面接を行い、その結果とゴフマンの概念を関連付ける。

本論文は、3章構成とする。第1章ではキャラの定義や役割に関する先行研究、第2章では国内のSNSの利用状況、特徴、第3章では面接調査の概要、結果をゴフマンの概念と関連させ、最後に面接調査の結果を踏まえた本論文の結論を述べる。

1. キャラについて

1.1 キャラの定義、役割

本論文、本論文を執筆する目的で行った調査で用いる「キャラ」という言葉の定義は以下の通りとする。土井（2014：71）によると、「自らの人格イメージを単純化・平板化させた」もの、千島、村上（2016：130）によると「集団の中での個人の立ち位置や役割を表す言葉」となっている。

また、日常生活でキャラの果たす役割についてであるが、土井（2009）によると、現代の若者の人間関係は、グループの外部が日常生活の圏外を表し、外部に敵がいいため、グループ内の人間関係が活性を失い、空気が澁みがちである。グループ内での人間関係の圧力が高まり、個別のメンバーにとっても、外部の敵に立ち向かうという共通目標のもとで、自分に割り振られた役割がないため、グループ内に居場所を見出しづらくなっている。彼らは予定調和の世界から出ることはなく、グループ内に配分されたキャラからはみ出すことや、キャラがかぶること、相補関係を傷つけるような対立は、自分の居場所を危険に晒すため、表面化しないように慎重に回避されている。1980年代の半ばあたりから、日本社会を支える価値観が多元化し始め、それに並行して人々の欲望も多様化したという。これが消費資本主義社会だ。学校教育も個性を重視するものへと変化し、かつてのように画一的な評価の物差しを押し付けられなくなった代わりに、身近にいる個別の人間から逐一に評価を受けざるをえない状況になった。多様な個性のあり方が賞揚される現代では、普遍的で画一的な物差しによってではなく、個々の場面で具体的な承認を周囲から受けることによって、自己の評価が定まるため、高感度の対人レーダーをつねに作動させて、場の空気を敏感に読み取り、自分に対する周囲の反応を探っていかなければ、自己肯定のための根拠を確認しづらくなっているという。そのため、相手の反応を鋭敏に読み取ってつねに良好な関係を保ち、相手からの評価を得やすいように自分の個性を効果的に呈示し続けるコミュニケーション能力が必要になる。人々に共通の枠組みを提供していた「大きな物語」が失われ、価値観の多元化によって流動化した人間関係の中で、現代人はそれぞれの対人場面に適合した外キャラを意図的に演じ、複雑になった関係を乗り切ろうとしている。今日の若い世代は、アイデンティティという言葉で表されるような一貫したものとしてではなく、キャラという言葉で示されるような断片的な要素を寄せ集めたものとして、自らの人格をイメージする。キャラは、対人関係に応じて意図的に演じられる外キャラにしても、生まれ持った人格特性を示す内キャラにしても、あらかじめ出来上がっている固定的なものだという。一貫したアイデンティティの持ち主では、むしろ生きづらい錯綜した世の中で「あえて人格の多面性を削ぎ落

とし、限定的な最小限の要素で描き出された人物像は、錯綜した不透明な人間関係を単純化し、透明化してくれる」のだそうだ。

浅野（2015）によると、若者の友人関係は、1980年以降、状況に応じて切り替わっていくいわば「状況志向」的なものになった。彼らの自己は関係や状況の多元性に応じて多元的なものになっていく。若者の友人関係に対する満足度は高く、友人関係の濃密化は1980年代の終わり頃に目立って増加した。友人とのつきあいをその内容によって分化させ、それぞれを切り替えながら使い分ける、という「作法」（一人の友達だけに話をしているとその人に対する期待が大きくなって辛くなるため、複数の友達に話題を振り分ける事で負担を分散させている）がある。青少年研究会の2002年（杉並区、神戸市）、2007年（杉並区）の調査によると、変化の要因は、①付き合いの内容に即して友人を使い分ける傾向が強まっている、②場面によって自己を使い分ける傾向が強まっている、③自分を意識的に使い開ける傾向が高まっている、④自分らしさをどんな場合にも一貫させるべきであるという規範意識は弱まっている、となったそうだ。

上記より、キャラは人間関係における個人の単純化された性格や立ち位置とされていることがわかる。キャラは他者との人間関係での摩擦を避けたり、その中で生じる負担を軽減したり、人間関係を円滑に進めるために役立っている。人は「〇〇キャラ」（例えば優等生キャラ、リア充キャラ、オタクキャラ、いじられキャラ、毒舌キャラ、など）というくくりは無意識のうちに常に属しているのではないか。もしくは自分から「〇〇キャラになりたい」と考えることもあるだろう。

1.2 リアルのキャラと SNS のキャラ

以上、リアルにおける若者の友人関係でのキャラについてだが、SNS 上でのキャラとリアルでのキャラの異なると思われる人がいるという事例は近頃インターネット上のニュースで度々目にする。

「普段の私は、どちらかというと地味。でも、インスタ上ではキラキラ女子なんですよ、これでも。ちょっとでもオシャレに見せたくて、写真加工もかなり上手くなりましたし、休みの日はインスタ映えするお店や場所を巡ってます。

背伸びしている部分はありますが、『インスタの私が本来の私』だと思ってます」（20代・女性）

「SNS は、会社用・友達用・オタク活動用の3つを使い分けてます。会社は意識高い発言が中心で、友達用で愚痴を言う。オタク活動用は友達にも見せられない発言連発」（20代・男性）」（<https://sirabee.com/2017/07/02/20161187796/>）

といった具合に、実際、SNS とリアルでキャラの異なる人はかなりいるようである。上記の例は本人自身がキャラを意図的に変えていると話すなど、かなり極端な例である。

SNS のアカウントを複数個持っており、趣味用のアカウントと間違えて投稿したことがあった人がいた。普段の投稿と比べるとより活発で、その投稿内容の違いに驚いた。また、大学入学直後に活発なサークルに入り、楽しく遊ぶ様子を投稿していたこともあったが、会っ

たときに話を聞いたところそれほど充実している実感がなく、むしろ自分の現状に葛藤を感じているという人もいた。さらに、普段おとなしい性格の人が、SNS 上では雄弁かつ少し過激な発言をしており、その意外性が面白いという話を聞いたこともある。身近な人の意外な面を知ることのできるどころや親しい人の近況を知ることでのプラスの側面だけでなく、マイナスの側面ももちろんある。また、以前知らずも、知人のアカウントを見つけてしまったのだが、そこには少し批判的な内容が書いてあった。普段会っているところでは全くそのような様子は見せず、感じの良い人だと思っていただけに衝撃的だった。また、筆者自身、アルバイトやサークルなど所属コミュニティが変わることも多く、常に色々な人と新たに出会うことや連絡を取ることが多い。そのためか、LINE ではつい印象を気にして、丁寧すぎる敬語、絵文字や顔文字を多用してしまう癖がある。家族や特に気を遣わない友達との連絡の時に顔文字はほとんど使わず、言葉遣いも良いとは言えない。その違いを指摘されたことがある。リアルと SNS でキャラが変わることは日常生活でもよくあることなのかもしれない。

2. 各 SNS の国内における利用者数、特徴

2.1 Twitter、Facebook、Instagram、LINE の利用状況

総務省の平成 29 年のデータによると、10 代の SNS 利用率は LINE が 79.3%、Twitter が 61.4%、Facebook が 18.6%、Instagram が 30.7%、20 代の利用率は LINE が 96.3%、Twitter が 59.9%、Facebook が 54.8%、Instagram が 45.2%と、今回調査対象とした大学生くらいの年代に相当すると思われる 10 代・20 代でかなり高い利用率になっている。特に若者の間では LINE は利用していないと連絡がとりづらいという人が多い。次いで利用率が高いのが 30 代で、年齢が上がるごとに SNS の利用率は下がっていた。

(<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111130.html>)

2.2 各 SNS の特徴

Twitter は 140 文字以内でのつぶやき（思ったこと、感じたこと）を投稿する SNS アプリケーションである。登録は匿名で構わない。登録用メールアドレスもしくは電話番号一つにつきアカウントは一つであるが、アカウントは複数作ることができる。フォローとは、その人の投稿が自分の画面（タイムライン。TL と略することもある。）にリアルタイムで流れてくるように登録する、読者登録である。投稿では、短文でのつぶやきから、写真を添付することも可能であるなど非常に自由度が高い。公開、非公開は選択可能であり、公開の場合は相手の承認を得ず、勝手にフォローすることが可能で、非公開（鍵アカウントと呼ばれる）の場合は相手にフォローリクエスト（フォロリク）を送信し、承認してもらって初めて相互フォローが成立する。店や著名人など個人的なやりとりができない場合もあるため、こちらがフォローするのみでされることのない関係もある。つまり、必ず相互にフォローし合う必

要はない。リツイート (RT) とは、他の人の投稿で気に入ったものを自分のフォロワーにも伝えたい場合にそれをそのまま投稿することである (投稿された元のツイートには「〇〇さんがリツイートしました」との表示が出る)。また、気に入ったツイートを常に一番上に来るように固定することのできる機能もある。リプライ (リプ) とは、投稿に対する個人的な返信である。DM (ダイレクトメッセージ) とは、個人間でプライバシーに関わる情報など他人に見られたくないことを話すときに利用する、チャット機能である。さらに、Twitter では、投稿時に、「# (ハッシュタグ)」をつけて投稿する (例えば、「#早稲田大学」「#文化構想学部」など) と、投稿がカテゴリーに分けられ、同じ言葉で投稿した、見ず知らずの人の投稿をも見ることができる (公開設定にしている人に限る)。

Facebook も、投稿型であるが、Twitter と異なるのは原則実名登録が義務付けられている点である。基本的に一人につきアカウントは一つである。登録時に、出身地や家族構成、宗教、交際ステータス、学校、誕生日など詳細な情報登録を勧められる。登録した情報に共通点があれば、「知り合いかも」という欄に他の利用者が出てくる。こちらは写真を添付して投稿する人が多い。こちらはどちらかがリクエストを承認して登録するとつながることができる。つながった相手の投稿はフォローしていれば読むことができ、自分のホーム画面 (タイムライン) に投稿が流れてくる。フォローを外した場合、その人の投稿は流れてこなくなるが、友達としてつながったままである。写真で一緒に映った人が同じく Facebook 利用者であった場合、その人のページに飛ぶことのできるリンクをつけることもできる (タグ付けという)。Twitter や Instagram と比べると利用者の性別や年代も幅広い印象である。公開・非公開は、「公開・友達のみ・自分のみ」の3段階から選ぶことができる。

Instagram も、同じく写真をつけて投稿するものである。こちらは Twitter 同様、名前は匿名で構わない。写真と短文での投稿、自分のホーム画面 (タイムライン) にフォローしたアカウントの投稿が流れてくるという点や使用方法も含めて Facebook との類似点が多いが、こちらは若い女性や芸能人に利用者が多い。画面のデザイン自体も洗練された印象である。「インスタ映え」という言葉にあるように、美しい写真を投稿することで楽しみ、ファッションアイテムの一環として利用する女性が多い。Twitter と類似しているが、フォローするとそのアカウントの投稿が自分のタイムラインに流れてくる。また、相互フォローしあう必要はなく、ハッシュタグをつけて投稿することもできる。2016年8月2日から、通常のタイムラインとは別に写真や動画の共有や投稿、ライブ配信ができ、投稿は24時間以内に、ライブ配信は配信終了後に削除されることが特徴である「ストーリー」という機能がついた。Instagram も公開・非公開は選択可能である。

LINE は、メッセージが吹き出しで表示され、チャットのように会話できる無料のメールのようなものである。それぞれアカウントは一人一つであり、吹き出しとアカウントの画像は好きな写真や画像を設定できる。投稿型 SNS の人気から、あまり利用している人はいないが、LINE にもタイムライン機能が存在し、前述の SNS と同様に写真や文字を投稿することができる。画像を変えると、タイムラインを公開設定にしている人は自分の友達に画像変更の通知が行くように設定することもできる。そこで「いいね！」を押してもらい、それがコミュニケーションの場となることもある。チャットは個人宛も、グループ宛も可能である。電話番号で登録するため、LINE の利用によって、無料通話、テレビ通話機能も可能になる。

skype はビデオ通話機能とチャット機能を持つアプリケーションで、会議なども近年では

skype を用いることもあるのだという。

messenger は、Facebook 内で個人同士のメッセージのやり取りに使われるものであり、LINE と仕様が似ている。

他にも SNS は多数あると考えるが、利用人口から多いものをあげた。ちなみに、これらは全て無料で登録、利用が可能である。

今回特に重視したのは、利用者のキャラが分かりやすい投稿型 SNS、利用頻度が必然的に高くなる連絡用の LINE の利用についてである。

3. 面接調査

3.1 調査の概要

予備調査 2017年7月31日に実施。教育学部4年生の女性（23歳、筆者の所属する今回の調査対象となったサークルとは別のサークルで同期、インタビュー調査経験あり）に協力してもらった。質問に実際に答えてもらい、答えにくい質問については変更するもしくは削除する目的で、時間を計測してシミュレーションを行った。質問は事前にメールで送付した。彼女はスマートフォンではなく従来型の携帯電話を使用していた頃から、Facebookを3年半以上利用しているそうだ。全体でかかった時間は約20分だった。質問文で、「なぜ」という表現が多すぎたので変えたほうがいいのかという意見、また、SNS利用者の観点から、他人の投稿で影響を受けたことがあるかどうか（Instagramで「電球ソーダ」が流行した例を出してくれた）、さらに中には投稿するために行動を起こすといった人も現れているため、投稿のために行動したことがあるかどうか聞いてみるという意見が出た。また、今回テーマとしたSNSとリアルでキャラの異なる人が周りにいたとしたら、リアルのその人とSNS上のその人のどちらに好感が持てるかと言う質問、投稿するのは自分のためであるのか他人のためであるのかという質問も加えると良いのではないかという意見が出た。また、フォロワー数やフォロワー数は、周囲を見ていると、100人以上が当たり前で、少ないことは恥ずかしいという風潮があるため、答えづらい人のために範囲（100人以上、など）を一応設けたほうが良いのではないかと話した。

調査期間 2017年8月4日～2017年9月12日（Aさん追加調査 2017年10月9日）

調査対象 筆者の所属サークル（ボランティア関連、約40名）から男性2名、女性7名（うち4年生の女性5名、4年生の男性が2名、2年生の女性が2名）。19～22歳。

サークルのグループLINEで希望者と紹介者を募集した。条件は、SNSを一つでも登録、利用している人（投稿の寡多は問わない。登録のみで利用していないSNSがある人も、話すことのできる範囲で答えてもらった）。筆者はLINEのみ全員とつながっている。FacebookはBさん、Eさん、Gさん、Hさんにつながったことがあるが、現在はアカウントを削除している。Twitter、Instagramについては交換したことがないため、投稿内容を読んだこともない。したがって今回のSNS利用頻度、投稿の内容、自身のキャラについての回答は、調査対象者本人の主観によるものとなった。15～24歳を対象としたが、今回協力してくれた人々

は19～22歳（調査当時）だった。

Aさん（女性 創造理工学部4年）2017年8月4日、2017年10月9日（LINE電話による追加調査）

Bさん（男性 法学部4年）2017年8月4日

Cさん（女性 文学部4年）2017年8月8日

Dさん（女性 文学部4年）2017年8月7日

Eさん（男性 法学部4年）2017年9月11日

Fさん（女性 文化構想学部2年）2017年9月7日

Gさん（女性 商学部4年）2017年9月11日

Hさん（女性 文化構想学部4年）2017年9月12日

Iさん（女性 政治経済学部2年）2017年9月12日

調査方法 面接調査（構造化インタビューとしたが、今回は質問を書いた紙を渡し、それに沿って該当する質問に、主に自由回答で答えてもらう形式となった）。SNSの調査であることから、予定の合いづらい人には顔の見えるビデオ通話機能のあるSNSを使用した調査も可とした（Aさんのみ、調査後に詳しく聞いておきたかったと思うことがあったため、LINE電話を利用して追加調査を行った）。質問紙は事前には渡さず、当日ざっと目を通してもらってから調査した。その後紙は持ち帰ってもらった。今回の調査では、規定の質問終了後に、先の質問の答えで気になったことがあったため、最後にもう少し深く聞く時間を取った。時間は平均して40～50分程度だった。

今回の調査の目的は、本論文のテーマである、「若者はリアルとSNSでのキャラが異なるのか」ということを、「キャラ」という言葉の定義、リアルでの調査対象者のキャラ、SNS利用実態や投稿における考え、他者へのキャラの印象を通じて調査することである。

質問文の流れは、キャラの定義を導入とし、SNS利用実態、それにまつわるキャラに関する質問の順とした。

まず、キャラの定義づけを導入として質問した。キャラ、という言葉は若者が特に使うことが多いはずではあるが、その定義は曖昧で、文献を読んでも著者によって定義が分かれる。今回は、若者のキャラに関する論文を書くため、若者自身の定義づけを知ることが重要となると考えた。

そして、所属する集団が増えるほどキャラを使い分ける機会も増える、また一人部屋や一人暮らしなどがあるため家でキャラを使い分ける人は少ないと考え、家以外のコミュニティの数を挙げてもらった。そしてその集団の中でどのようなキャラだと言われることが多いか、そしてそのキャラは他の集団でもいつも同じようなものかという質問も入れた。コミュニティの定義に関しては調査対象者の解釈に委ねたが、今回の調査でコミュニティと考えたのは、ある程度親密な人間関係が形成可能な小さな集団である。例を挙げると、授業（ゼミ）の友人関係、サークル、アルバイト、中学校や高校、予備校などの友人関係、といったものである。ここでは、例えば「早稲田大学」、「文化構想学部」、「現代人間論系」、「4年生」といった大きな括りは含めないものと考えた。

各々の SNS は、用途や印象、仕様が異なることから、同じ質問であっても種類ごとに回答が異なり、利用する SNS によってもキャラは分かれるだろう。Twitter は少ない文字数を比較的頻繁に投稿するもので、写真は添付してもしなくても良い。一方、Facebook や Instagram は写真付きで投稿することが多く、ある程度大きなイベント（旅行、イベント、ライフイベントなど）を載せることが多い。何をどのように投稿するかがキャラに関わるかもしれない。

何種類の SNS を利用しているかどうかともその人個人のキャラが現れやすいのではないか。例えばファッション性の高い Instagram は利用する自信がないが、短文の投稿が多めの Twitter は好んで使う、また、実名を出す Facebook は不安だが、匿名の Twitter や Instagram は安心して利用できる、もしくはすべて利用しているが投稿内容において何気ないことは Twitter、大きなイベントは Facebook、ファッションに関することは Instagram と使い分けがはっきりしている、などである。

利用頻度も個人のキャラに関連する可能性があると考えた。投稿頻度が高い人は、自己を発信する意欲があり、人目を全く気にしないのではないか。つまり明るいキャラ、派手なキャラといった部類だろう。逆に頻度の低い人は、プライバシーの問題を気にしているか、SNS に対して必要性をあまり感じていない、もしくは無関心なのではないか。つまり、落ち着いたキャラ、真面目なキャラ、といった部類だろう。

フォロワー数やフォロワー数、友だちの人数によっても投稿内容は影響を受ける可能性がある。10 名程度の少ないフォロワーなら何を書いても支障はなさそうだが、フォロワーが増えたとその分話題や態度などに気を遣わなければならなくなる。大学やサークルに入るなどしてフォロワーが増えたところ（100 人以上）、人目が気になってしまい、書くことをためらうようになったという人もいるという。

各 SNS でつながっている人々のコミュニティも重要であると考えた。例えば高校、大学、地元、などつながる相手によってアカウントを分けている人も多い。それぞれのキャラが一貫するようにアカウントを使い分けている可能性もある。

投稿する際にどのような写真を選ぶかも重要であるのではないか。例えば最近「自撮り」ブームがあり、自撮りの SNS への投稿は自己承認欲求として考えられており賛否両論である。多くの人に見せる写真として何をふさわしいかとするかの基準も人によって別れるのではないかと考える。

アイコン画像も、頻繁に変える人とそうでない人がおり、またそれを意外とチェックしている人もいる。筆者の周囲でも LINE のアイコンが度々話題にのぼることがあった（アイコンを突然消した人がおり、その様子を見て心配している人を見たことがある、また、知人のアイコンの写真を見て、話題が広がることもあった）。アイコンにどのような写真を選ぶのかも SNS における自己表現の一つとして、今回質問に加えた。

また、LINE では自分のアカウントに「ひとこと（ステータスメッセージ）」を書くこともできる。こちらは LINE でつながっている人は全員見ることができるものである。ちなみに好きな時に書き換えることもできる。筆者の周囲では主に、学部や学年、サークル、出身校などの自己紹介、近況に関する短い報告、ギャグといったものが多い。投稿の機能もあるが、主に投稿型ではない LINE での数少ない自己表現の場として、書いているかどうかと、書き換えの頻度について質問をした。

投稿の公開/非公開も個人のキャラのあり方に影響するのではないか。公開の場合、不特

定多数に見られることに抵抗がない、検索して自分を探して欲しい、フォロワーを増やしたい、といった考えを持っている人であり、一方、非公開設定の人は既存の友人関係に閉じた利用の仕方をしている人だと推測できる。

投稿する時に、100人近くもしくはそれ以上いるフォロワーの中の誰を主に想定しているかという質問も今回加えた。想定する人によって投稿内容も少なからず影響されてしまう可能性がある。

自身のキャラに関する質問では、キャラは自覚していることがあったとしても面と向かっては答えにくい（演じていることを知られるのが恥ずかしい、もしくは無意識である）と考えられるため、「あなたはキャラを演じているか」ではなく、「周囲の人からキャラが違うと言われたことがあるか」とした。

調査対象者のフォロー/フォロワー中の知人のキャラに関する質問も加えた。他人のキャラについての方が客観視できる、またその場にいない人のことであるため、よりキャラの違いについて本音が話せるのではないかと考えた。

質問内容は以下の通りである。

・日常生活でのキャラに関する質問

- ①キャラとはどのようなものだと考えますか
- ②いくつのコミュニティに所属していますか（家以外、学校の中でもサークル、授業の友人などは分けてください）
- ③周りの人からはどのようなキャラだと言われることが多いですか
- ④所属するコミュニティの人から言われるご自身のキャラはいつも同じですか

・利用する SNS 全般に関する質問

- ①各種 SNS 利用を始めた理由、きっかけを教えてください
- ②利用している SNS の種類を全て教えてください
- ③一つの場合：一つだけ利用している理由を教えてください
- ④複数の場合：複数利用している理由を教えてください
- ⑤各種 SNS アカウントはいくつ持っていますか
- ⑥一つの場合：一つだけ利用している理由を教えてください
- ⑦複数の場合：複数利用している理由を教えてください
- ⑧投稿は主に自分のためですか、他人のためですか
- ⑨他の人の投稿内容によってご自身が影響を受けたことはありますか
- ⑩投稿することを目的とした行動をとったことがありますか

・Twitter 利用者の場合

- ①利用歴、閲覧、投稿頻度を教えてください
- ②フォロー・フォロワー数を教えてください（50人未満、50人以上100人未満、100人以上）
- ③どのコミュニティの人と多くつながっていますか
- ④公開ですか、非公開ですか

- ⑤公開 or 非公開の理由を教えてください
- ⑥何に関する投稿が多いですか

・Facebook 利用者の場合

- ①利用歴、閲覧、投稿頻度を教えてください
- ②友達の人数を教えてください（50 人未満、50 人以上 100 人未満、100 人以上）
- ③どのコミュニティの人と多くつながっていますか
- ④公開ですか、非公開ですか
- ⑤公開 or 非公開の理由を教えてください
- ⑥何に関する投稿が多いですか
- ⑦投稿の際に載せる写真や画像は何に関するものが多いですか

・Instagram 利用者の場合

- ①利用歴、閲覧、投稿頻度を教えてください
- ②フォロー・フォロワー数を教えてください（50 人未満、50 人以上 100 人未満、100 人以上）
- ③どのコミュニティの人と多くつながっていますか
- ④公開ですか、非公開ですか
- ⑤公開 or 非公開の理由を教えてください
- ⑥何に関する投稿が多いですか
- ⑦投稿の際に載せる写真や画像は何に関するものが多いですか

・LINE 利用者の場合

- ①利用歴、利用頻度を教えてください
- ②友だちは何人いますか（50 人未満、50 人以上 100 人未満、100 人以上）
- ③どのコミュニティの人と多くつながっていますか
- ④送る相手によって言葉遣いや絵文字など文章全体の雰囲気を変えることはありますか
- ⑤「ひとこと」は設定していますか
- ⑥設定している理由を教えてください
- ⑦どのような時に「ひとこと」を書き変えますか
- ⑧タイムライン機能は利用していますか（画像変更のお知らせ以外で）
- ⑨公開ですか、非公開ですか
- ⑩公開 or 非公開の理由を教えてください
- ⑪何に関する投稿が多いですか

・その他の SNS の場合（Skype、messenger、それ以外など）

- ①利用歴、閲覧、投稿頻度を教えてください
- ②フォロー・フォロワー、友達などの数を教えてください（50 人未満、50 人以上 100 人未満、100 人以上）
- ③どのコミュニティの人と多くつながっていますか

- ④ (公開ですか、非公開ですか)
- ⑤ (公開 or 非公開の理由を教えてください)
- ⑥ (何に関する投稿が多いですか)

・投稿、キャラに関しての質問

- ①アイコン画像は頻繁に変える方ですか
- ②頻繁に変えている理由を教えてください
- ③アイコン画像を現在のものに設定している理由を教えてください
- ④どのような時に投稿をしたくなりますか
- ⑤投稿する出来事と投稿しない出来事の線引きは何ですか
- ⑥数多くいるフォロワーの中で投稿する際に想定している具体的な人を教えてください (友達、知り合いなど)
- ⑦いいね！やお気に入りには欲しいと思いますか
- ⑧SNS 上のあなたのキャラと実際のあなたのキャラは違うと言われたことがありますか
- ⑨ご自身がなりたいキャラを教えてください (リアルについてでも SNS についてでも構いません)

・続いてあなたのフォロー、もしくはフォロワーについてお聞きします。(どなたでも結構です。人数は問いません。)

- ①SNS におけるキャラと、実際に会っている時のキャラが異なる人に会ったことはありますか (具体的なエピソードがあれば詳しく教えてください)
- ②SNS 上の〇〇さんと、実際の〇〇さんのどちらに好感が持てますか

3.2 調査結果の概要

調査結果の概要は以下の通りである。

利用している SNS は、LINE は全員、Twitter が 8 名、Facebook も 8 名、Instagram は 5 名だった。全員が 2 種類以上の SNS を利用していた。C さん、D さん、E さんは Twitter アカウントを 3 つ持っていた。全ての SNS で投稿をほとんどしたことがない、もしくは一度もしたことがなく、読むために登録しているのは A さんと C さん、投稿する SNS と投稿せず閲覧するだけの SNS を分けているのが E さんだった。ちなみに A さんは、長いこと投稿はしていないそうだが、もうすぐ社会人になるということで考えに変化があり、今後は投稿もしてみたいと話した。C さんは、Twitter のアカウントを複数作り、友人とつながる他に、好きな洋服屋や就職活動関連の情報を知るために、タイムラインが見やすいように (タイムラインには、フォローした全アカウントの情報がリアルタイムで流れてくるため、多くフォローするとその分遡ることや探すことが難しい) 目的別にアカウントを分けて登録していると話した。

Facebook、LINE、Instagram については全員アカウントを 1 つしか持っていなかった (これらの SNS は特別な事情がない限り、そもそも複数のアカウントを持つことが珍しい)。

閲覧はほぼ全員が Twitter を毎日閲覧 (1 日複数回見る人もいた)、投稿は月 1、週 1 の人

から1日3回投稿する人まで様々だった。アカウントを複数持つ人（DさんとEさんの3つ）、投稿頻度が比較的多い人（Dさん、Eさん、Gさん）ほど、閲覧回数、投稿回数が多いという傾向があった。Gさんはかつて心理的にSNSに頼ってしまうことがあった、Eさんも寂しい時に画面を開いて新たな情報を確認することがあると話していた。このような発言から、閲覧、投稿回数の多い人がSNSを生活の中でも重要視していることがわかった。そして何気ないこと、日常の範囲内でのことをTwitterに投稿するという人が多かった。

Facebookは全員がアカウントは1つしか持っておらず、大きなイベントがあれば投稿するというスタンスだった。今回のインタビューでも判明したが、Facebookの特性上、投稿を頻繁にする人がほとんどいないという理由からであるのか、閲覧回数についても、毎日見る人はほとんどいなかった。ちなみに投稿型SNSはFacebookしか利用していないFさんも投稿は3、4ヶ月に1回だが、閲覧はほぼ毎日だという。Facebookに関しては、非日常を投稿するもの、オフィシャルなもの、親密さがある、といったイメージを語る人がいた。

Instagramは、女性の利用者が多かった。こちらでも閲覧は毎日する人が多いが、投稿は多くても週1回だった。Instagramで定期的に投稿する人は、特に投稿内容や状況において、他のSNSとの線引きを意識するという。日常的なことはTwitter、非日常的なことはInstagramかFacebook、といった使い分けを厳密にしている様子だった。「思い出に残したい」という回答の他に、Instagramに関する質問をして初めて「自慢したい」「玄関の外」という言葉が出たのが印象的だった。Instagramの利用における非日常性を際立たせる発言であった。そして、どのSNSも、閲覧の回数に対して投稿は少ないという結果だった。

LINEでは全員が送る相手との関係によって意識的に文章の雰囲気を変えていると話した。親密度を厳密な段階に分けて文章の雰囲気を考えるという人もいた。あまり親しくない人や初対面の人、大人数に対して送るときは絵文字を入れると話す人が多かった。逆に、親しい人には絵文字を使わず、短文での送信をするという回答もあった。

投稿を他人のためにしていると話した人はほとんどおらず、自分が満足するような形で投稿しているといった回答が目立った。しかし、サークルの広報のための投稿は、他者を意識したものになると話す人もいた。

その他のSNSは、Skypeなどを利用している人もいたが、Twitter、Facebook、Instagram、LINEと比較すると利用頻度はかなり低かった。その他、Fさんがサークル内での情報共有のために「Slack」（ビジネス向けのチャット機能のあるアプリケーション。人数が多いサークル内での連絡用だという）というアプリケーションを利用していた。

また、EさんのTwitterの裏アカウント・闇アカウント（本人を特定できない名前）、また、AさんのFacebook以外は、全員が投稿していなくても個人情報の保護やセキュリティの面で不安を感じており非公開設定にしてある、アイコンに顔の映らない写真を使うとのことだった。

全員が想定して投稿しているのは、フォロワーの中でもリアルで関わりの多いコミュニティの人々（主にサークルや大学、中高の同級生）であった。ただ、SNSの種類やアカウントによって、つながる人の種類が異なるという事例もあった。

フォロー、フォロワーはDさんのTwitter、HさんのTwitterとInstagram、GさんのTwitterがフォロワー100人未満のアカウントを持っている以外は、全員のフォロー・フォロワーが100人を超えており、中でもEさんのTwitterのメインのアカウントのフォロー・

フォロワー数は1000人を超えていた。人数に関しては、一応範囲を設けておいたが、フォロワーの数が100人以上いる場合はきちんと数字を答える人がほとんどだったのに対して、フォロワーが100人未満の場合、「少ない」と話す人、また、「50人以上100人未満です」と言った範囲を回答する人が数名いたことは印象的だった。LINEの友だちの人数に関しては、全員が100人を超えており、中には400人、500人を超える人もいた。

まず、キャラの定義であるが、その人らしさ、立ち位置・役割、他者から見た性格（本当はどうかかわからないが）、コミュニティによって自分の性格の見せる部分を変えるもの、といった定義に分かれた。中でも、他者を意識した定義をした人や、見せる部分を変えるものと定義した人は、リアルとSNSでのキャラが変化している自覚を持つ人、もしくは他人からキャラの違いを指摘されたことのある人が多かった。

リアルでの所属コミュニティは平均して3,4個だったが、多い人は6,7個となっており、所属コミュニティが多い人ほど、各コミュニティの特性（構成している人の性格や年齢、親しさの度合いなど）によりリアルでもキャラが変わってしまうと話していた。ちなみにそれぞれの所属コミュニティは、授業（ゼミ）の友人、サークルの友人・知人、中学校や高校の友人、アルバイト先、となった。また、リアルでも他人から言われる印象と実際の本人の自覚するキャラにずれのある人もいた。

複数のSNSを利用する人は、SNSの環境と使い方を意識しているといった回答があった。LINEは連絡用に使い、投稿においてTwitterは日常生活に関すること、Facebook、Instagramは特別なことを投稿する、といったように分けているようだ。

1種類のSNSでアカウントを複数持つ人（今回はTwitterの複数アカウント保持者しかいなかった）は目的別に使い分けており、投稿する人はフォロワーの数が少ないアカウントほど自由な発言が可能になるようだ。そのアカウントでつながっている人々も言葉に気を遣わず本音を話すことのできる親しい関係、もしくはインターネット上だけのつながりだという。一方、リアルでも関わる人とつながっているアカウントでは投稿する際に慎重になり、当たり障りのないことをツイートする、もしくは他人のツイートを再度投稿するリツイートのみで投稿しないという回答があった。一方で、Twitterでは、アカウントを分けていない人がほとんどで、理由は「面倒だから」と話していた。

SNSで受けた影響は、店などの投稿を見て実際に行ってみようと思うことがある、他人の批判的なツイートを見て自分の行いを反省する、他人の投稿内容を見て色々思いを巡らせる、といったものに分かれた。

投稿を目的とした行動を取る人はいなかったが、どこかへ出かけることが決まって、そこで何を載せようかを考えるという人は多かった。

また、本人に自覚はないが投稿を見た他人からリアルとキャラが違う、キャラが変わったと言われたと話す人もいた。リアルよりもインターネット上の方が本音を言いやすい、会話がしやすいという回答もあった。

アイコンの写真については、頻繁に変える人はほとんどいなかった。現在設定しているアイコン写真を選んだ理由としては写りの良いものだから、最近撮った良い写真を見せたいから、といった回答の他に、プライバシーの問題で顔の映らないものになっている、好きなもの（キャラクターや似顔絵、ぬいぐるみ、風景など）、憧れているもの（芸能人など）の写真にしているところだけを見せる人もいた。利用するSNSのうちいくつかは同じ写真

をアイコンにして自分の同一性を保ちたい、SNS によっては顔の写った写真を使ったり使わなかったりするという回答もあった。

投稿するかしないかの線引きは、SNS の特性にふさわしい投稿内容か、つながっている人との所属コミュニティに関連するかどうか、他人のプライバシーを侵害しないか、他人を不快にする内容かどうか、他人に見せたいものであるか、投稿内容の共有範囲の広さによるものだという回答に分かれた。

投稿した際に、それを見た人からの好意的な反応である「いいね！」や「お気に入り」については、あれば嬉しいが、それを目的とした投稿をしたい、もしくはしていると答えた人はいなかった。

SNS とリアルでキャラの違う知り合いの人についてのエピソードは全員が思い当たる人を挙げてくれた。真面目な人が軽い雰囲気での投稿をしている、普段穏やかな人が SNS 上で批判的な内容を書いている、SNS では普段絶対にしなさそうな発言をしている、知り合った時の第一印象と SNS で印象が変わる、といったものだった。

一緒にいてなんか嫌いなものが多いなーと思ってたんだけど、なんか、Twitter の投稿とかで、も、なんかそう言った嫌いなものについて発信してるのを見ると、まあキャラが違うじゃないけど、もっとなんかそれ以上にこ…怖いなっていうか、そんなに、その人にとって嫌いなものだったんだ、とか（中略）表立って、生活してる時は表立って言わないけど、おとなしいから。でもそういう人が Twitter とかで感情をぶちまけてるのを見ると、それが本当の気持ちなのかなみたいな（中略）悪いものはすごいさらに悪く見える。（A さん追加調査）

一緒にいる時あまり目立とうとしないんだけど、なんかそういう子が自分の自撮りをそういった SNS にあげてるのを見ると、なんか、なんだろうなあ、承認欲求っていうか、そういうのがすごい見えるなあとは思う。（A さん追加調査）

リアルと SNS でキャラの異なる人に関して、リアルのその人と SNS 上のその人のどちらに好感を持つかは、調査対象者本人のキャラや SNS の利用頻度によって多少左右されると考えられる。SNS 上のキャラが実際と異なると言われたことのある人、その自覚のある人、SNS の利用頻度の高い人、アカウントを複数持つ人は他人も SNS とリアルではキャラが異なるものだと考えており、そのギャップを受け入れ、好感を持つ人が多かった。一方、SNS とリアルのキャラが基本的に同じ、もしくは投稿を全くしていない人はリアルも SNS も結局は同じ人間だと捉えており、また、SNS とリアルでキャラの異なる人に対するマイナスイメージを抱いているようだった。

自身になりたいキャラについての質問では、多くの人が人間関係やコミュニケーションをうまく進められるキャラになりたい、もしくは今の自分の性格を変えたい、と回答した。一方で、おそらく質問に戸惑ったのだと考えられるが、キャラと直接結びつかないような自由な回答をする人もいた。中でも、B さんは、何かのキャラになろうとは考えず、ありのままの自分でいたいと話した。今おかれている人間関係の複雑さ、自分を振り返った時の憧れが回答に現れたが、それを SNS でのキャラの演出によって解決しようとしているという回答は見られなかった。

今回の調査ではプライバシーに非常に気を使う人が多かった。他人の名指しをしない、顔

を載せない、非公開設定にする、という回答が目立った。そもそも投稿自体がそれほど多くない人々であったが、SNSを登録、利用することをやめようと考えたことはあるかと数名に聞くと、つながることが楽しい、色々な人の投稿を見てその人のことをより知ることができる、利用することにおけるデメリットよりもメリットの方が大きいという回答があった。

3.3 ゴフマンの概念と面接調査の結果との関連

社会学者アーヴィング・ゴフマンは、相互行為におけるドラマトゥルギー（日常生活を舞台にたとえて、パフォーマーがオーディエンスに向けて役割を演じる、パフォーマンスを行うと見る発想）、印象操作、役割距離（自分と演じている役割との間の乖離）などの概念を提起した。誰しも、他人から見られる自分のあり方を意識したことは少なからずあるだろう。

『行為と演技』(Goffman1959=1974)では、「ある<パフォーマンス>とは、ある特定の機会にある特定の参加者がなんらかの仕方では他の参加者のだれかに影響を及ぼす挙動の一切、と定義しておこう。特定の参加者および彼のパフォーマンスを基本的順拠点とすると、他のパフォーマンスを寄与する人びとをオーディエンス、観察者 observer、共同-参加者 co-participant とよぼう。」(Goffman1959=1974:18)と、行為を一つの舞台に例えてパフォーマンス、パフォーマー、オーディエンスといった用語を定義している。「エゴが他者の前に現われると、彼の行為は他者がおかれることになる状況の定義に影響を与えることになる」(Goffman1959=1974:6)、「われわれはエゴがオーディエンスに自分と自分が置かれた状況を特定の仕方では判断してもらうように努力し、さらに判断をそれ自体究極的目的として持つように相手に求め、しかも彼は求めている自己の評価に自分が値するとも、あるいは自分が人に抱かせたリアリティが妥当であるとも、完全に信ずることができない場合のあることを、知っている」(Goffman1959=1974:6)というように、時と場合に応じて役割は様々に演じられ、他者から評価を下され、演じる本人（パフォーマー）は常に気を遣って自分が他者（オーディエンス）に与える印象を良い方向へうまく操作しようとするのである。

LINEでは特に、全員が相手との親密度の段階によって絵文字を入れる、丁寧な言葉遣いをするなどして文面の雰囲気の良い方向に変えると答えていた。今回対象としたSNSの中でも一対一のコミュニケーションツールとなるLINEは、相手との関係性によって印象や関係性を悪くしない工夫を全員がしていた。ゴフマン(1974)の「パフォーマーに関してオーディエンスがもつ情報が多ければ多いほど、相互行為の最中に彼らの得るものが、彼らを根底からゆるがすような可能性は小さくなる。反対に、あらかじめなんら情報がない場合、相互行為の最中に漏れてきた情報は決定的重要性をもつことになると考えられる。したがって、概して人びとは、長年の知己と同席するとき外面の維持の嚴重さを緩め、新しく知った人々の間にあるときは外面を引き締めるものと考えられる。未知の人びとを前にしては、慎重なパフォーマンスが必要になるのである。」(Goffman1959=1974:260)といった記述に重なるのではないかと。今回の場合は、知っている人との連絡では気を遣わず、いちいち印象を気にせず短文で送信できるが、相手が目上の人であったり、ほぼ初対面の人であったりする場合は雰囲気を柔らかくする、明るくするために絵文字を入れる、もしくはあえて絵文字を入れずに送る、といった気遣いをするといった回答があった。もちろん、ゴフマンの示した例は、対面での状況における自己呈示に関するものであり、SNS特有の文字情報にしか頼るこ

とのできないという事情はあるが、相手に対する自身の印象操作という点で近いのではないかと考える。

やっぱりどれくらい仲がいいかっていうので変わってくるし、会ってすぐの人にいきなりくだけた文章って送りにくいから、その、親密度によって変えることと、あとは目的で変えること、業務連絡とか、短く簡潔になのか、どっか旅行行こうみたいな話し合いとかなんかで目的とかで変えています。(Bさん)

家族の時とかは本当に適当だし、友達でも、友達はまあ普通に、うん、顔文字とか絵文字とか使うけど、なんかこう、先輩とかもいる事務連絡的な時とかは、と、友達と送るときは全然違う。(Cさん)

相手が絵文字使わないんだったら自分も、そんなにつけたら、迷惑とかうるさいかなと思って、相手に合わせて自分も控えめにしたりとか、あるいはつけなかったりとかっていうのがあるのと、あとは、普通に、単純に目上のあの、先輩とかだったら(中略)これは友達にしか使えないだろ、みたいなやつは使わないで、まあスタンプもそんなに使わないようにしてできるだけ言葉で伝えるようにっていうのは心がけてます。(Gさん)

中学入ってからずっと仲良い子とかは普通に絵文字とかそういうのはあんまり意味がなきゃ送らないこと、短文、短答みたいな感じだけど(中略)まだ知り合いたての、内定者のコミュニティの子達と喋る時とかはやっぱり絵文字使ったりとか、こう、ちょっとなんていうか、語末を柔らかくするというか、まあ多分向こうもそうしてるだろうし、私もそうしてるなっていうのはありますかね。(Hさん)

サークルの人だったりとか、その同い年の人とか、あと中学・高校の同級生、中学、中高一貫だったので6年一緒だったんですけど、とかって、なんかもう、絵文字とかを使ってる暇があったら、とりあえずなんかこう、無機質な文章でも送信して、こう、パンパンパンパンっていう感じがあるので、(中略)気を遣わないのと、なんか言葉遣いがエセ関西弁になったりとか。(Fさん)

もちろん先輩だったらめっちゃ敬語であんまり絵文字とか使わなかったり、同期だったらすごい短文でもう、返しちゃったりとか、「オッケー」とか「了解」とかって返しちゃったり、(中略)なんかあんまり仲良くない人は、下書きしてから、LINEじゃなくて別のメモ帳(スマートフォンのメモ帳機能)とかに下書きしてから送ったりします。絵文字は、どうですかね……んー、なんか仲良くない人ほど絵文字使い……うかもしれないです。その、明るくするっていうか。(Iさん)

投稿を頻繁にするといった印象のないFacebookやInstagramを「他者に見せるためのもの」だと意識して利用していると話す人もいた。

Facebook って多分誰かになんか、どこかしら、なんか、強かれ弱かれみんな見て欲しいみたいなどころがあると思うので、その…発信したいってところがあると思うので、なんか非公開にしてたらやってる意味はないんじゃないかなって。非公開だったら LINE でいいかなって感じがしますね。(F さん)

SNS でこう自分を発信するのが (中略) Facebook が多いので、なんか多分自分の中に知らず知らず、普段のキャラと一貫したような文章を書こうみたいな、たぶん、気持ちが働いているのがあるし、ある程度、LINE の個人とかグループとかのやり取りとは違って、公開してるんで、なんか、オフィシャルな場みたいな意識が自分の中にあるんで、乱暴というか、ちょっと砕けた言葉遣いは使わないとか、っていうところもあるので (F さん)

利用する媒体によるというか、Facebook はもう完全に他の人に向けて発信するものって思ってるところがあって (G さん)

別に普通にコンビニで買ったご飯を食べるときに別に Instagram には投稿しないけど、(中略) なかなか予約が取れないレストランに行ってお飯を食べたらきっとそれは Twitter じゃなくて Instagram に投稿するし、っていう風に、まあ結構日常と非日常の境目、そこが私の中での SNS の線引きかなと思います。(H さん)

Instagram は私の中では完全に玄関の外の SNS という感覚なので、まあ仲良くなりたての子もフォローしてきたりとか、現段階で今そんなに仲良くないのに、ま、昔何かのきっかけで仲良くなった子もフォローしたりするので、やっぱそうすると、あげる写真だったり、つけるコメントっていうのも、(中略) 誰も敵に回さないようにというか、あたり触りのないことを、かなり、例えば絵文字をつけたりして投稿するので、(中略) 実際の私も Twitter の私も Instagram の私も全部知ってる友達とかと、に会うと、まあこう、Instagram の私は違うというか、なんか第一印象の時の私に近い、本当の私じゃないっていうか。(H さん)

インターネット上で多数の人に見せるものであることから投稿する際にマナーが必要になるといった回答や、SNS の匿名性などにより、SNS 上の方が言いたいことや思ったことを言うことができるからという回答が、今回の調査の中で調査対象者本人からの発言の中で主なものとして挙がった。どちらにしても、普段のありのままのキャラとは異なると考えられるため、結論として、定期的に投稿している人に限るが「リアルと SNS でのキャラは異なるのではないか」と結論づける。

(裏アカウントは作らないのかと聞いたところ) まあ鍵をかけていくら仲良い友達だけとはいえ、外に出る可能性がゼロではない、SNS に発信しちゃった時点で私はないと思ってるので、まあそれだったら普通に仲良い子に、「いや、こんなことがあってさ」って言った方が、なんだろう、効率的というか、まあモラル的にも効率的にもそっちの方がいいかなと思ってる、作ってないっていう感じですかね。(H さん)

できるだけ (中略) 誰かが不快な思いをするような出来事については投稿はしないようにして、まあなんか目の前で事故があったとか、そういう感じのなんかちょっと悪いやつは投

稿したくないと思っているので、まあなんかいいことに関して、なんか虹が出てたのかなんかそういう（中略）出来事だったら投稿しておこうと思いますね。（Gさん）

ネットの方が普段言えないことは言える気がしますね、なんか。普段そんな愚痴とか言えないですけど、『ゼミやだー』なんてそんな言えないですけど、Twitterで、まあちょっとなんか、ちょっと言ったりして（Iさん）

SNSで、いろんな人が見てるから勝手に友達とか他人の情報は呟かないようにして、まあ自分で呟いて責任が取れるようなことだけしか、かな。（Bさん）

しかしその本当の理由は、投稿を定期的に行っている人は、つながっている人との親密度に応じて、見せる自分と見せない自分を区別しているためであるという可能性がある。親密な人、リアルでは関わりのない人、顔を知らない人とつながっているアカウント（裏アカウントや闇アカウント）では局所的な内容、大勢に向かって言うのが場合によっては恥ずかしい話題など、本音を言いやすいとのことだったため、広く浅いつながり、狭く深いつながりによって人に見せるキャラを少なからず変えているのかもしれない。そもそも100人以上（学校におけるクラスでいうと3クラス分以上に相当する人数）との接触においては、リアルで100人や200人の前で発表をすると考えるとわかりやすいが、広く浅い、敵を作らないような関係の構築が必要になってくるのではないだろうか。そのため、時に本音を話すことのできる少数の友人や見知らぬ人との狭く深い関係（裏アカウントやリアルでの少数の親しい人など）も必要となるのだろう。また、最初にフォローしてもらう時点で非公開アカウントにしており、ある程度親しい人としかつながらないという選択をしている人が多い。調査者の発言からそれが伺われる。そして、今回印象的だったが、SNSのアカウントを複数使い分けていた人は、皆「リアアカ（リアルでも関わりのある人とつながるためのアカウント）」を持っていたことである。リアルの世界があるにもかかわらず、リアル用のアカウントを作っているという点も興味深い。

ゴフマン（Goffman1959=1974）によると、「パフォーマーは自分が現時点で演じている役割は自分にとってもっとも重要な役割であり、彼らが自己のものと主張するかあるいは（他者によって）彼らに帰属される諸属性は、自分にとってもっとも本質的で特徴的な属性である、という印象を与える傾向があり、またこのような印象に矛盾しないようにする傾向がある」（Goffman1959=1974:158）、この問題の解決法は、「パフォーマーが自分のオーディエンスを分離して、自分のたくさんの役割のうちの一つを演ずるところを目撃する人びとと、別の役割を演ずるところを目撃する人びとを別にすることである」

（Goffman1959=1974:159）、「自分のそのときどきの一貫性のない呈示を見そうな人びとをオーディエンスから排除するのは、パフォーマーにとって有用であるが、同様にまた自分が過去にその前で現在の行為と背馳する行為をして見せた人びとをオーディエンスから排除するのもパフォーマーにとって有益である」（Goffman1959=1974:160）とある。

この例は、ゴフマン（1974）（Goffman1959=1974）によると、子供番組に興味がないという子供が内緒でその番組を見ている、中流階層の主婦たちが内密にコーヒー・アイスクリーム・バターなどの安価な代用品を使っており、金銭・努力・時間の浪費を避け、しか

もなお彼女たちの供する食物が高品質のものであるという印象を与えつづけようとしている、といったものに代表されるという。「行為主体がパフォーマンスの間に、理想的基準を表現しようとするならば、そのような基準と両立しないような行為は抑制するかかくすしかしなくてはならない。不適切な行為自体がなんらかの意味で満足を与えるところがあるならば—実際そういう例はよくあるのであるが—その行為は通常人目にそれとはわからぬ形で楽しまれているのである。」(Goffman1959=1974:47) これは、異なる場所で異なる役割を演じている場合に起きると考えられる齟齬のことである。同じ人でも時と場合によって普段の性格や態度と大きく異なるという例が挙げられていた。

で、3つしてんだけど、やっぱそれぞれで見せる顔ってやっぱり違うんで(中略)複数利用してるって感じです。(Dさん)

3つ目、3つは完全に趣味アカの方ですら見せられない趣味。見せられない趣味がちょっとあって(Dさん)

所属しているコミュニティの人に関連する感じの、やつで、こう、なんか結構独り言言うから、自分の頭に浮かべてる独り言のうちに、なんかこう、その3つの(アカウントの)うち(どれか)に関連するものがあれば投稿してるって感じです。ただ3つ目(のアカウント)に関しては完全にもう腹が立ったときです。腹が立った時と、あと、嬉しかったことでも、趣味に偏りすぎて、あんまり言えない時とか、個人情報すぎて詳細は言えね—なみたいな時には3つ目(のアカウント)を使っています。(Dさん)

「ホーム画面を変えました」、つてのを削除するぐらい、なんかちょっと、あんまりこう、LINEは基本的に、変化を見られたくないというか、ていうのがあって。(Fさん)

(Eさんは、リアル用アカウント、闇アカウント、裏アカウントを持っているという。リアル用のアカウントで闇ツイートはしないのかと聞いたところ) あー見せたくないね、それは。というかだからその、フォロ…ワーの方が多いとしても、1000人いるんですよ、その世界には。それにちょっと見せても…あ、でもね、(中略)具体的に愚痴りたいときはその1000人いるけどリアル(のアカウント)で呟くわ、てか呟いてたわ。(Eさん)

特に闇アカ(アカウント)については、自分が本当に今何考えてるのかわかっていうのを、なんか、ちゃんと言えるところで常にありたいね。(Eさん)

(フォロワーに闇ツイートを見られることに抵抗はないのかと聞くと) 流石に自分が病んでるツイートをしすぎた時は反省するんですけど、ちょっと自分ごとが多すぎたなっていうのは後から振り返って「あーこれは良くない」と思っただけじゃないよっていうのは頑張ってるつもりではいるんですけど、そんなに思わないです。(Gさん)

なんかあの、自分の知ってる人だったら安心というか、なんか知らない人から(中略)リクエスト(フォロワーリクエスト)みたいなのをもらっても、基本的にはちょっと、あの、知らない人なので、やだなっていうのがある、から、まあ知ってる人の範囲内だったらそのまま抵抗はないかなと思います。(Gさん)

(フォロワーは) だいたい広研の人なんですよ、400人ぐらい。そんなになんかまあ、フォロワー数はちょっと多いかもしれないんですけど、その、自分がなんか認識してる塊として広研しかないんで別に(アカウントを)分けなくていっかなみたいな感じです。(中略) なんか使い分けっていうよりはだいたい広研の人に向けてツイートしてる感じです。(Iさん)

「ときにエゴは徹底的に計算づくで行為し、ただただ相手から得たいと腐心している特定の反応を喚起する可能性の高い印象を与えるためのみ、ある特定の仕方自己自身を表現する。ときには活動中に計算するのであろうが、自分がそうしていることに割合気づいていないことがある」(Goffman1959=1974:6) といった記述にあるように、相互行為において、相手との関係性を見て我々は自己のキャラ、見せ方を考え、無意識のうちに考えながら生活しているのかもしれない。

今回の調査の反省点として、属性における同一性の高い集団を選んだことが挙げられる。調査に協力してくれた人々は、筆者の所属サークルのメンバーであるが、全員が責任ある立場を経験した人々かつ上級生が多めであった。落ち着いた雰囲気、人前で話す機会が多い、活動経験が長いなど、状況や性格の面では類似していた。そのような性格の人々は、インターネット上に自分の足場をそれほど必要としなくてもリアルでの自分の生き方や現状にある程度は満足できているのかもしれない。例えば1日何十回も投稿したり(Twitter 廃人、「ツイ廃」と呼ばれる)、自分語りやポエムの投稿を繰り返したり、自撮りを頻繁に投稿するなど、世間でいう極端な利用の仕方をするような人はおそらくおらず、アカウントの数もほぼ全員が一つしか持っておらず、マナーを意識した上で投稿よりも閲覧を主に行う人々であったため、サンプルとしてはだいぶ偏るだろう。そもそも調査に応じている時点でそれほど後ろめたい利用の仕方をしていない人であると見ることもできる。今回の調査では、プライバシーに関わると考え、調査対象者本人の SNS アカウントについては一切見ずに調査を行った。全て調査対象者の主観による発言となってしまったため、他の調査対象者の中から数名のフォロワーの意見を聞くなど客観性を持たせるべきであった。

調査時における反省点としては、質問する中で、質問の順番が、話の流れから前後せざるを得ない部分が出てきたことだ。また、録音については事前に了承を得たのだが、調査対象者が録音を意識してしまい、話題によっては録音を切ってから話したいという発言もあった。

今回の調査では質問文を事前に送付せず情報は与えなかったため、調査対象者に考える余地を与えてしまったり、質問文を意識するあまり、調査の直前に彼らの SNS の利用方法に影響を与えてしまったりすることもおそくなかったと考えられるので良かった。今回の調査者は筆者とは最低でも1年以上前から知り合いであり、知っている相手だからこそ信頼して詳しく話すことができた部分もあると思うが、一方で、知らない相手、一期一会の関係であるからこそ話すことのできる部分もあったのではないかと考えた。話すに当たって、筆者との既存の関係を壊さないような気遣いも少なからずあったのではないかと考える。さらに、投稿はしておらず、登録、閲覧のみをしている人の対応についても、どの程度まで話を聞き出せるかをもう少し質問内容に盛り込んでおくべきだった。調査対象者の募集については、1対1での面接調査に抵抗のあった人がいたと考えられるので、最初

からビデオ通話のみ、電話のみの調査としても良かったのかもしれない。今回はゴフマンの概念を用いて相互行為における自己呈示について論じたが、これらは対面状況における相互行為を念頭に置いて書かれたものである。

インターネットやメール、SNSの普及により、顔の見えない、文字や写真を使った相互行為が増えた現代では、リアル以外にも自分のキャラを出す場所がさらに増えた。リアルタイムの投稿ではあるが、自分の全てではなくある部分だけを投稿で見せることが可能になる時代である。パフォーマーである我々の、オーディエンスへの自身のキャラのあり方、見せ方を意識する傾向はより強まったのではないか。

おわりに

今回の調査で、「大学生は本当に SNS とリアルのキャラを変化させているのかということ、その理由は何か」についてインタビュー調査を行い、研究した。今回の調査の回答から、「リアルと SNS でのキャラは異なるのではないか」と結論づけられた。今回の調査では、SNS は多数の人との接触であるためプライバシー保護や責任などの観点からマナーが必要になること、匿名で時間的な拘束がなく校閲の時間があるため発言がしやすい、インターネット上では普段なら言えないことも言うことができるといった回答が多かったが、キャラが変わってしまう本当の理由として、定期的に投稿している人はフォロワーとの親密度に応じて見せる自分と見せない自分の区別があるからではないだろうかと考えた。

今回は、リアルと SNS のキャラを対立させて調査を実施、卒業論文を執筆したが、リアルでも特に大学生は学内、学内以外にも他大学との交流、アルバイトや留学、就職活動など多くのコミュニティに属する機会が増える。リアルでも SNS のアカウントの数よりも多くのキャラを使い分けることがあるのかもしれない。実際、今回の調査対象者でもリアルでのコミュニティによって自分のキャラが異なると答えた人がいた。

また、今後は、「リアルと SNS でキャラの異なる知り合い」とされた人たち本人だけを集めた調査、調査対象者本人の SNS を見た上での調査を試みるのも面白いのではないかと考える。

引用・参考文献

Erving Goffman, 1959, "THE PRESENTATION OF SELF IN EVERYDAY LIFE" (=1974 E・ゴッフマン 石黒毅訳『行為と演技』誠信書房)

Erving Goffman, 1961, "Two Studies in the Sociology of Interaction" (=1985 E・ゴッフマン 佐藤毅・折橋徹彦訳『出会い』誠信書房)

浅野智彦, 2015, 『「若者」とは誰か』河出ブックス

長田攻一・田所承己, 2014, 『くつながる/つながらない>の社会学』弘文堂

木村忠正, 2012, 『デジタルネイティブの時代 なぜメールをせずにつぶやくのか』平凡社新書

小谷敏, 2017, 『二十一世紀の若者論』世界思想社

千島雄太、村上達也, 2017 年, 「現代青年における“キャラ”を介した友人関係の実態と友人関係満足感の関連」青年心理学研究青年心理学研究 26(2), 129-146, 日本青年心理学会

土井隆義, 2008, 『友だち地獄』ちくま新書

土井隆義, 2009, 『キャラ化する/される子どもたち』岩波書店

土井隆義, 2014, 『つながりを煽られる子どもたち』岩波書店

しらべえ <https://sirabee.com/2017/07/02/20161187796/> (2017. 07. 02)

総務省

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111130.html>

(2017. 10. 22)