

SNSで繋がる人間関係

臼井 ※※※

※※※ Usui

中京大学現代社会学部現代社会学科

C11****

1. はじめに

近頃では、大学に合格したら入学式の前に友達を作っておくという行為が広がっている。それは SNS というインターネットの交流サイトが可能にする。そのサイトで、自分が入学する大学のコミュニティを探して、同年度に入学する仲間を見つけ、声をかける（正確には、文字でやり取りをする）。そのように、お互いの顔は分からないけれど、共通の目的や趣味などで知り合いになっていく—そんな人間関係が、若者の間で特に伺える。

また、携帯電話やインターネットが普及したことにより、一人でいる時にも気軽に他者と繋がれることを容易にした。そのことから人間関係や意識はどう変化したのだろうか。見知らぬ他者と繋がること、そして SNS によって生じる人間関係について研究したいと思った。

〈調査者自身の体験〉

調査者である私が小学生の頃からインターネットで見ず知らずの相手と会話できるチャットを利用しており、毎日の楽しみにしていた。定まったチャットの部屋にいけば、常連の ID（インターネット上の名前）があり、部屋に入室したら声をかけてくれる。私の父親世代の人もいて、たまに学校の宿題を聞いたりしても、親身になって教えてくれた。会ったことはないけれど、その人が発信するメッセージから人柄が伝わってくるような気がしていた。普段は人見知りで、社交的ではなかったが、インターネット上では上手く会話ができることに気づいて、心の支えになっていると感じる瞬間もあった。しかし、他愛もない会話を楽しんでいるだけで、実際に会おうとは思わなかった。現実の人間関係とは別のものと考えていたからである。しかし、大人になってからは好きなアーティストが同じということを知り合った人とオフ会（インターネットで知り合った人と直接会うこと）をした。限られた人間関係から少し外れて、視野を広げたいという気持ちがあった。既存の人間関係では物足りなさを感じてしまっていることに気づいた。素性を知らない相手と文字

でやり取りすることで、そこから得られる「どこかちょうど良い距離感」に居心地の良さを感じ、そのような人間関係を形成できる SNS が好きになった。研究にあたっては、現在 SNS の代表的な 3 つ、Mixi、Twitter、Facebook に登録し利用しているため、それぞれの特徴や実態を掴みやすいということもある。

2. SNS とは

SNS とは、ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略で、ウィキペディアによると、「社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービスのこと」とある。SNS の最大の目的は人とつながることである。よって、自分の情報を公開したり、ブログ（日記）や、写真も載せられて、他者と交流できるようなウェブサイトの総称を SNS という。ネット上でコミュニティをつくり、そこから見ず知らずの人との新たな人間関係が生まれたり、既存の人間関係が更に深まったものになることもある。基本的な機能は

・プロフィール機能

自分の住んでいる所や、学校名、勤務先、趣味などを公開することができる。

・メッセージ送受信機能

・ユーザ検索機能

メールアドレスやキーワードなどで、特定の相手を検索できる。

・日記（ブログ）機能

・コミュニティ機能

趣味や趣向が同じ人達が集まって情報を交換したりすることができる。

・足跡機能

自分のページを見た人の名前が残る機能である。

・レビュー機能

自分が見た本や映画の感想などを載せることができる。

・アルバム機能

携帯電話やデジタルカメラで撮った写真をそのまま載せて公開することができる。

・紹介文機能

相手のことを紹介した文をみんなに公開することができ、どういう人なのか知ることができる。

などが挙げられる。こういった機能を提供しているサイトは SNS といっても良いだろう。

また、ウィキペディアによると、「1990年代後半から、ユーザーが友人のリストを管理

し、似たような関心を持つ他のユーザーを探せるようにするなど、ユーザーのプロフィールの編集がソーシャル・ネットワーキング・サービスの中心的な特徴となっていた。」とある。

■ SNS の発展

SNS の発展は 2002 年から始まった。それ以前は SNS という名前すら存在しなかったが、その中で SNS というトレンドを生み出したのがフレンドスターというウェブサイトであった。フレンドスターは今の SNS に比べて、非常にシンプルな機能しかなかった。フレンドスターが生み出した「友人の友人は友人だ」は、多くの者を惹きつけ、たった三カ月で 100 万人もの利用者を獲得した。その成功に影響され、数多くの SNS が後に誕生した。しかし、フレンドスターの人気は長くは続かず、利用者は 2003 年に開設されたマイスペースを使い始めた。フレンドスターにはない、機能に魅了された。マイスペースはユーザーの望むサービスを、素早いタイミングで追加していったのだ。

・ Mixi の歴史と特徴

Mixi のサービスは 2004 年 3 月に開始された。きっかけは、フレンドスターであった。当時、アメリカで流行していたフレンドスターを笠原社長 (Mixi の創設者) が利用してみて、可能性があると考えた。だが「ネットで知らない人とつながって、仕事の人脈を作っていこう」というアメリカ型の SNS は日本の文化には馴染まないと考えた。そこでさまざまな SNS を研究分析し、SNS を日本型に変化させていった。日本人の若者たちが、携帯電話のメールで友人や知人と「つながる」ということを重要視していたその文化的背景を取り込み、リアルの人脈と簡単に「つながる」ことが可能になるインフラを目指したのである。よって、Mixi では人脈がオープンに広がっていく方向性を目指すのではなく、内輪の人間関係 (マイミク) でお互いに日記を読み合い、お互いがコメントを付けられるサービスに重点をおいている。以前は、既に登録しているユーザーからの紹介がないと登録ができない「紹介制」を導入しており、安心なコミュニティサイトを掲げていたが、2010 年 3 月から紹介されなくても登録ができるようになった。ユーザー数は 2009 年 9 月 30 日現在、約 1,792 万人で日本最大の SNS サイトである。また、ミクシィの調査によると、男女比率は男性が 52.2%、女性が 47.8%。年齢層で最も多いのは 20~24 歳の 33.8%、次いで 25~29 歳が 28.4%、30~34 歳が 17.6%である。

(Wikipedia より引用)

つまり、日本人が使いやすいようにさまざまに改善していった結果、ミクシィはき

わめて日本的なコミュニティとなったのである。アメリカの SNS が「人脈を広げていこう」というオープン志向なのに対し、Mixi は閉ざされた暖かい空間を目指していったのだ。これまでのインターネット空間は、オープンが基本だった。匿名で、意見をぶつけ合ったり、議論を交わすというのがある種のネットの理想だった。1999年にボランティアで開設された「2ちゃんねる」は、翌2000年に西日本鉄道バスジャック事件の犯行予告が書きこまれたことなどで注目を集め、以降インターネット上で若者が集まる場所として世間は認識した。2ちゃんねるでは、自分の社会的属性をすべてはぎ取られた匿名の状態、言いたいことをぶつけ合う。言葉のやり取りだけを徹底的に追及していくのが、2ちゃんねるの文化である。その文化は2003年ごろから始まったブログの世界にもかなり継承されていて、ブログの炎上（非難や口論）が絶えない。それとは別に、「もっとゆるくて暖かい世界」が Mixi である。ゆるさ、まったり感は、若者たちの気質に合う。友人同士の小さなコミュニティが数多く存在し、それらは互いに独立している。そうしたことから「ネットの理想に反した閉鎖共同体」（佐々木俊尚、『SNS の研究』より）ということになる。

■特徴的な機能と Mixi 用語

・イイネ！機能

発言したことやブログの下に「イイネ！」というボタンがあり、それを押すことによりコメントをわざわざしなくても読んだことや、同意や賛同していることを伝えることができる。また、「イイネ！」を複数の人に押されることによって承認願望が満たされて自分の自信につながる。

・日記機能

ブログを書いて公開できる。（公開範囲も選択できる）コメントや、いいね！ボタンもある。「新着コメントがあります」とページの一番上に、赤い文字で表示される。

・足跡機能

自分のページを見た人が表示される。日記にコメントはないけれど、見てくれたという無言のメッセージとして捉えられる場合もある。そこから、交流が広がることも可能。

・コミュニティ

数多くのコミュニティが存在しているため、好きなアーティストの情報交換などを行える。

・「ミクシィ疲れ」

ミクシィでのコミュニケーションにストレスを感じている状態のこと。

- ・マイミクが書いた日記を読んだり、コメントをつけるのが面倒
 - ・でも自分の書いた日記にコメントがつかないのは寂しい
 - ・それほど親しくないマイミクがいるため、自分の日記にホンネを書けない
 - ・親しくないマイミクの日記には、気を使ったコメントしかつけられない
- (斎藤和生著『SNSの研究』より)

このように、ミクシィは機能が充実しているため登録しても、飽きてしまうユーザーも多い。

・Twitterの歴史と特徴

ツイッターのサービスは2006年7月に開始された。3年後には世界で5470万人のユーザーが登録していることが明らかになった。(米調査会社のコムスコアの発表による) 2008年の米大統領選で、オバマはツイッターなどのSNSを使い、有権者とコミュニケーションを図るなどといった選挙活動をした。それがテレビなどのメディアで取り上げられ、様々な著名人もアカウントを作り、またツイッターが広く知れ渡るきっかけとなった。

ツイッターが生まれるきっかけは、ツイッター社の創業者が当時、救急車やバイク便などを問い合わせに応じて効率よく送る配車システムの開発に携わっていて、その時に「リアルタイムデメッセージをルーティングするシステム」という構想を思いついたと語っている。そこからツイッターの基本概念が生まれ、今日ではリアルタイム性が高いSNSの代表となっている。

ツイッターという名前の由来は、最初、携帯電話がメールを受信した際に動く振動から「びくびく動く」という意味の「Twitch」という単語を考えていたそうだが、何となく惹かれるものがなくて、「Twitter」という「ぺちやくちゃしゃべる、さえずる」という意味のある言葉にしたそうである。

日本では2008年4月からツイッターのサービスが開始された。2009年3月にNHKのBS「きょうの世界」という番組でツイッターが取り上げられ、ユーザー数が大幅に増加した。朝日新聞などで活用方法などが取り上げられたこともあり、日本でも次第に浸透していった。

ログインするトップページを開くと、「Twitterへようこそ。周りの人々や、興味のある企業や団体などの組織で、今何が起きているのかを見つけましょう。」と書いてある。(2

012年3月現在) ツイッターの利点が、友人とのメッセージ交換だけではなく、組織の情報を得るための手段として最適であることが伺えるキャッチコピーである。最近ではツイッターのアカウントを作っているお店や企業が多い。実際に、私も家の近くにあるベーグル専門店のアカウントをフォローしており、そのベーグル店はツイッターでベーグルの残数をリアルタイムで更新している。「只今すべてのベーグルが欠品中です。この後、チョコ・黒糖くるみを焼きます。それ以外は完売しました。」や、「黒糖くるみ3個・いちじくくるみ1個・チョコ2個・コーヒー2個、販売中!」と言うように、リアルタイムで今何が売っているか分かるため、それを見て買いに行くことが多い。ツイッターをやる前は、買いに行って売り切れてしまっていることがあったが、今ではツイッターで見ってから買いに行くため、確実に手に入れることができる。ちなみに、そのベーグル専門店のフォロー数は3237人で、「先日はご来店くださりありがとうございました。」などと言った、お客さんとのやり取りもこまめにしている。最近では、ツイッターで購買者とやり取りをしている店が多い。以前、「〇〇(購入した服の店名)でスカート買ったよ」とつぶやいたら、そのお店のアカウントから「お買い上げありがとうございます。ぜひ、そのスカートを履いて男性をイチコロにしてくださいね」と返信がきた。どうやら、自分のお店の名前をつぶやいている人を検索して、その人に返信するようにしているらしい。やはり、服を買った店からメッセージが来ると嬉しいものである。そういった企業戦略として Twitter は利用されているかもしれない。

ツイッターは、シンプルさがウリである。日記のようにタイトルもつけなくて良いし、1回の投稿は140文字以内という制限があるので、簡潔にまとめられる。そして、フォローしている人が多ければ多いほど TL (タイムライン) には、常にツイートが流れている。それを見ているだけでも時間は経過していくし、他人の私生活を覗き見している気分になるため、依存性が高い。芸能人や著名人も多く登録しているため、気軽にメッセージを送ることも可能であり、運が良ければ返信をしてもらえる。

メディアジャーナリストの津田大介は『Twitter 社会論』という著者の中で、「これまで同時に数百万人に情報を伝えることができるメディアというと、テレビかラジオくらいしかなかったが、ツイッターはインターネットにおいて初めて「電波」に匹敵する伝播力を持つメディアに成長しつつある。」と語っている。一番リアルタイム性が強い SNS はツイッターであることがいえる。

■ツイッター利用法

ツイッターをすることによって、既存の人間関係を深めていくタイプと、既存の人間関係とは別に見ず知らずの人との出会いを見つけるタイプとで別れる。

「友達に『ツイッターやってる？』って聞かれて『やってないよー』って普通に嘘ついてしまった。あんまり近い人に、ネガティブな部分見せたくないし、知らない方がいい事もあると思うんだ。」20代女性

心の悩みをツイッターで吐いてストレス解消しているタイプである。現実では言えないようなことを書くにはツイッターが一番良いと感じている。

ツイッターの上手な利用方法を、的確に表した文章があった。

「一人部屋で呟いているのをこっちが勝手に覗き穴から見てる様な状況だから自分の部屋を荒らすも自由よね。自分の部屋でくらは嫌なこと溜め込まないで吐きだしちゃえば良いのにな。私は好きであなたの部屋を覗いているんだよ。と自分の部屋で呟いてみる。」というツイートで、8866人がリツイートして多くの共感を得たツイートである。まさしくこの言葉通りで、ツイッターは本来、心の中でしまっておくようなことを独り言としてつぶやくわけである。返信を求めてつぶやいているのではないけれど、やはり誰かが見ていると思うからつぶやくのである。「私はこのようなことを考えています」といったメッセージのようなものを発信したい時に便利である。

また、簡単に発言することができるため、トラブルも多い。例えば、「ツイッターでフォロワーさんがイライラしてたり怒ったツイートをしてるのを見たら『もしかして自分が原因じゃないだろうか』とか根拠のない不安に駆られた事がある人は公式RT」という発言に対して、13160人も人がリツイートして共感している。このことから、ツイッターをやっている人は、フォローしている人の発言に心を振り回されたり、根拠のない不安に駆られたりしていることが分かる。

・Facebookの歴史と特徴

3月29日に放送されたテレビ朝日系列の「報道ステーション」という番組で野田総理とフェイスブックの創業者マーク・ザッカーバーグ氏（27歳）の会談が取り上げられていた。マーク氏からのオファーで、訪問したという。日本ではSNSの利用者が多いということや災害時にSNSを利用したことがきっかけで、これからの経営戦略のヒントを得るために来日したと伺える。

フェイスブック利用者の年代は幅広い。「報道ステーション」で、フェイスブックの利

用目的を街行く人にインタビューしていた。その回答を羅列する。

「自分のコミュニティーの中だけでなく友達が他のコミュニティーの中でどういう感じなのか見られるのはいい」 10代女性

「就職活動とかにも役立つことが出来たので良かった」 20代男性

「住所録や日記の代わりっていう感じで使ってます」 40代男性

「私は娘の行動が分かるのが一番いい」 50代女性

「今はまだ使ってないけど使おうと思っています」 70代男性

設立から9年で急成長した世界最大の SNS「Facebook」。現在では8億4500万人が登録しており、世界の8人に1人が使っている計算となる。

しかし、日本利用者は伸び悩んでいるという。日本国内のフェイスブック利用者は月間1000万人で、それはミクシィの3分の2だという。

・本と映画から Facebook を考察する

著者『フェイスブック 若き天才の野望』では、マーク氏は「情報共有の手段を改良するだけで人々の人生を変えることができる」と述べている。

映画「ソーシャル・ネットワーク」2010年アメリカ映画。Facebook の若き創始者マーク・ザッカーバーグを描いた作品。Facebook が誕生したストーリーが描かれている。主人公は、ハーバード大学在住の男子学生。特技はインターネットのプログラム。ある日、彼女に振られてしまったことを腹いせに、自分の大学の七つの寮の名鑑をハッキングして、女性の写真を大量に入手。そして女性の顔をランキング付けするサイト「フェイスマッシュ」を作った。様々な友人にメールで URL を送りつけ、それが瞬く間に話題となり広がっていった。そのサイトを公開してから2時間で2万2千アクセスをヒットし、大学のサーバーをパンクさせ、大学側から呼び出され謹慎処分を受ける。そして、次に主人公は「ハーバード大学の男の子とデートができる」というようなキャッチコピーのハーバード大学の学生専門のコミュニティサイトを作ろうとした。従来あるような出会い系サイトとは別物で、メンバーが自分の写真や情報を公開し、プロフィールを見るには本人の承諾がいること、そしてどの友達を招待するかも本人が選べるという排他的なサイト「Facebook」を考え出した。そして、主人公は「大学の社交（ソーシャル）の経験全てをネットに持ち込もう」という熱い思いが生まれた。ある日、主人公は友人に恋の相談を受けた。「気になっている子がいるんだけど、交際している相手がいるのかな？」と。そこからヒントを得た主人公は、Facebook のサイトに「交際ステータス」や「興味があること」を載せること

にした。みんなが知りたいことを載せるようにして、Facebook は瞬く間に成長していった。そして、写真を共有できるアプリケーションで自分の生活を公開することも可能にした。デジカメ持参でパーティに行けばオンラインで友達もパーティを楽しめるようになった。こうした「デジタルライフ」によって、「今はインターネット上で生活する時代だ」というセリフが映画の中で言われている。

・特徴

原則、匿名ではなく本名で登録することになっている。それによって、昔の同級生や初恋の人、留学先のホストファミリーなどを本名で検索すれば見つけることが容易である。

プロフィールの欄には、交際ステータスを表示できるようになっている。選択肢の中には、「独身、交際中、婚約中、既婚、複雑な関係、オープンな関係、配偶者と死別、別居、離婚」といった項目があり、気になっている人に特定の相手がいるのかどうかが分かるようになっている。

プロフィール欄の「人生観・哲学」といったページに、「宗教・信仰」を選ぶ項目が一番上にある。その下には「政治観」を書く項目がある。アメリカで開始されたサービスの特徴が表れていると感じた。その他は、好きなアーティストや本などを書き込めるようになってる。

また、知らない人や友達リストに加えたくない人から申請が来ても、「保留」を選ぶことができる。相互承認のもとで、成り立っている点はツイッターとは違う。

「友達」、「知り合い」とカテゴリーが沸かれているため、公開範囲を「友達」に設定すれば、「知り合い」のリストに入っている人には見られないように設定することができる。

・「知り合いかも？」機能。

共通の友達が1人でもいれば表示される。名前と顔写真が表示され、【友達になる】というボタンをクリックすれば相手に伝わり、相手が承諾を押せば友人リストに加わる。

・ニュースフィールド

リストに入っている友人の近況や写真が表示される基本となるページ。友達の近況にコメントをすることや、「いいね！」と押すことができる。

最近では、上司が書いた内容に自動的に「いいね！」と押してくれるアプリが開発された。文中の形容詞で判断してポジティブな内容だけに「いいね！」と押してくれるようになっている。そうしたアプリの登場は、「いいね」ボタンを押さないと人間関係にちょっとしたいざこざが生じてしまうことを表している。

・ SNS 研究結果

米ユタバレー州立大学の社会学者ニコラス・エッジ氏は425人の大学生を対象に幸福感と友人関係について調査を行った。対象の大学生に対し、SNS上の友人の数、その中で現実世界で知り合っている友人数やフェイスブックの使用状況についても聞き取り調査をした。その結果、大学生の95%がフェイスブックに登録しており、平均2.5年間登録を継続していることが分かった。そして、フェイスブックで友人の近況や写真を確認する時間を平均週5時間費やしていた。そして「フェイスブックに費やす時間が長ければ長いほど、自分は他人よりもよい生活ができていないと思う傾向が顕著」だということが明らかになったそうだ。フェイスブックを長年利用している学生ほどこの意識が高い。

確かに、フェイスブックにはよく写真が載せられている。どこかに旅行に行った時の写真が何枚も載せられている。実際に、友人が笑顔で映っている写真を見ることによって「他人はいつも楽しく暮らしている」と思ってしまい、自分の生活とのギャップを感じてしまう。

3. 若者の意識、社会的性格について

これまでは、コンテンツの説明や利用方法などを述べてきた。それを利用するユーザーには、どのような特徴があるのだろうか、それについて述べていきたい。

リースマンの『孤独な群衆』によると、今の時代を生きている人々の多くは「他人指向型」の人間だといえる。その人間は、自分のパーソナリティにとって最も重要なのは「他者」、いわゆる「同時代人」である。

他人指向型の人間は、同調性を大事にしている。彼らは、同時代人が抱く期待や、反応、顔色に常に敏感に反応してしまう。いわゆる「他人と合わせること」が第一である。

他人に自分の価値を見出すわけであるから、「他人から認められる」ということが絶対的な条件となってくるのである。それを巧く表している例がSNSの「いいね！」機能だろう。

こうした、他人指向型の人間は、サービス業などの第3次経済が増加した近年に現れた。私は接客業のバイトをしていて、お客様からお店へクレームがきたことがある。「バイトの〇〇が、笑顔がなくて不愉快だ。」という内容であった。その後、店長は全体責任だということによってバイトの全員に接客マニュアルDVDを見せて指導した。そのDVDの内容は、笑顔の作り方というタイトルで女性がお手本となって実践し、私たちが後になって真似をするというものだった。店長は「今は、お店が多く出来ているから、接客で他の店と差をつ

なければならない。」と言っていた。こういった、サービス業が当たり前となっている世の中では他人指向型がますます弊にはまっていく。今は、仕事の時だけ接客業をしているのではなく、我々はプライベートでも愛想良く、他人に気遣い、サービス業をしているのである。

厳しい父親、威厳がある父親というものも、減少しつつある。それは親は自分の基準よりも、子供たちのピア・グループ（おなじ年齢層・社会層の仲間集団）での体裁を気にしているからである。仲間の中で、自分の子供だけが仲間はずれにされていないか、浮いていないかなどを考えている。親たちは自分の基準では、子供たちが社会の中で上手く適応できないかもしれない、と育児に対して確固たる自信を失っている。親たちは、そうして同時代人の意見を聞くことになり、さらにはマスメディアの言っていること、例えば育児法などを熱心に参考にするようになる。子供たちも、ラジオや映画やドラマ、そして自分たちの仲間から両親のあるべき姿というものを学ぶことができる。そうして、自分の親と比較してしまう。親の世代も、他人指向型であるため、子供から好かれたいという思いが強く、「友達親子」と言った慣れ合いの関係や、過保護、子供から見下されると言った親子の形が生まれるようになってしまった。

・新しい教育理念の導入

1980年代から、個性を伸ばして主体的に生きる力を育むべきだという教育理念が学校現場に導入された。物質的に豊かな社会が到来したことが、個性を重視される生き方を子供たちに要求し始められた。そのため、社会の求める人材が、画一的な大量生産を前提とした工場労働を担うような、人間ではなく、創造的な感性をもった人間へと移った。

それによって、1980年代以降の子供たちは、自分で自分の価値観を作り上げなければならなくなった。こうして新しい教育理念の下で、子供たちにはいわゆる「自分さがし」と、それに基づいた自己表現が期待されるようになった。

そうした若者の変化を鋭く指摘した土井隆義の『友だち地獄』によると、対立の回避を最優先する若者たちの人間関係を、「優しい関係」と呼ぶ。他人と積極的に関わることで相手を傷つけてしまうかもしれないという思い、裏を返せば、積極的に関わることによって自分が傷ついてしまうという恐れ、それから回避している。「優しい関係」を円滑に営むための高感度な対人レーダーをつねに作動させている。

学校では、相手から反感を買わないようつねに心がけるといことが、生き抜く知恵として強く要求されている。自分の周りにいる人に敏感にならなくてはならないため、対人

関係に多大なエネルギーを注がなくてはならない。それによって、親密な人間関係が成立する範囲を狭め、最低限、自分と気の合う関係しか付き合おうとはしない。対人エネルギーを身近な関係だけで使い果ててしまうため、新たな人間関係にまで気をつかう余裕がない。自分が所属するグループを絶対視してしまうため、そのグループでうまくいかない時があった場合、自己否定感が大きくなる。たえずSNSなどでグループの友人が何をしているのかが気になってしまい、携帯電話から目が離せなくなる。

衝突を避ける術

相手との微妙な距離感を保つ

若者が、他者と衝突をさけるために神経をつかっていると記述した通り、多様なテクニックを利用して人間関係を円滑に育てている。その一つが「ぼかし表現」という。「とりあえず～とかにする?」「私的には」「～みたいな」などといった半独言、半クエスチョンと呼ばれる表現である。これらの表現を巧みに利用することによって、自らの発言をぼかし、相手との微妙な距離感を保とうとしているのだ。「そこに成立しているのは「対話」ではなく「共話」だ」（「微妙な距離感で示す親疎」『朝日新聞』1999.4.19）携帯電話のメールに使われる絵文字なども、文末に置くことによって、感情を表したり、冷たいと思われぬように配慮していることが多い。ぼかしている関係には、おのずと限界がある。そこで、もっと積極的に対立点をぼかすため、互いの関心の焦点を関係それ自体から逸らしてしまう必要が生まれてくる。それは、現代型と呼ばれるいじめの特徴である。自分たちの関係から目を逸らせるために、互いのまなざしをいじめの被害者へと集中させる。「優しい関係」が持っているデメリットを避けるためのテクニックである。そのためいじめのターゲットとなる被害者は気まぐれに次から次へと変わる可能性がある。要するに、いじめの主導権を握っているのは、「場の空気」だからである。

人間関係では傷つきたくないがために、限られた人間しか付き合わないようになっている。仲良し数人程度の小さなグループで人間関係が完結してしまい、クラス全体の一体感が生まれにくくなっている。これを「島宇宙化」と呼んでいる（宮台真司『制服少女たちの選択』講談社。1994）クラスという海に、仲良しグループという島がぼつぼつと点在している。また、ある中学生もこのような状況を「グループが異なれば、県が異なるみたいだし、クラスが異なれば、国が異なるみたい」と語っている。これは「優しい関係」の重圧の結果である。

・さいごに

近年「～なう」という言葉が若者の間で流行った。私はいま何処で何をしているなどを SNS で発言して、反応を伺ったりするものである。他人指向型の人間にとって、SNS というサービスは不安定な自己を慰めてくれるものである。しかし、その慰めは断片的なものであって、持続性がない。いくら「いいね」と数がついて承認願望が満たされたとしても、それは持続性がないため、またくり返しこちらがアクションをするということになる。それは、他者を気にする他人指向型の人間の性質そのものだ。私たちが SNS にはまってしまうのは、私たちの社会的性格が関係していることが分かった。

参考文献

佐々木俊尚（2007）『SNS の研究』SE 編集部

津田大介（2009）『Twitter 社会論』洋泉社

管野仁（2008）『友だち幻想』ちくまプリマー新書

土井隆義（2008）『友だち地獄』ちくま新書