

## ● 研究ノート

# SNS にみる子どもの 対人コミュニケーションについての一考察 —チャムグループ化する仲間集団、共依存症的な対人関係—

竹中 烈 (愛知文教大学 専任講師)

## 要旨

本稿では、近年のソーシャルネットワークサービス（以後、SNS）にみる子どもの対人コミュニケーションの特質について、「承認不安」という観点から、SNS でみられるユーザー同士のやりとりや SNS ユーザーへのインタビューデータを通して考察を行う。ニューメディアを通じた対人コミュニケーションでは「対人関係のフリッパー化」が浸透してきており、SNS ではその傾向が特に顕著である。先行研究ではフリッピングによって可能になる「部分的な関係」は絶対的に個人を拘束するものではないと指摘されているが、SNS にみる対人コミュニケーションでは、同質性を軸にしたチャムグループ化された仲間集団が形成される傾向があり、先鋭化した承認欲求を満たすために同質性に依存する傾向が窺え、個人が心理的に強く拘束されている。具体的に SNS の対人コミュニケーションは、異質な他者をつながら前から吟味し線引きしようとする「繋がりたいけど傷つきたくない」心性によって維持されており、自分を「理解」できないアンコントロールラブルな他者へ怒りをもって応答する「共依存症的関係性」に現代の子どもたちが捉われていることが読み取れる。

キーワード：ソーシャルネットワーキングサービス、子どもの対人コミュニケーション、仲間集団、チャムグループ、共依存症的関係性

## 1. はじめに

現代社会において、ソーシャルネットワーキングサービス（以後、SNS）の利用は、私たちの対人コミュニケーションにおいて見過ごせないものとなってきている。小川（2012）の報告では、日本では 2004 年から、GREE、mixi、Orkut などの SNS の提供が開始されたと指摘しており、現在では Facebook や Twitter、そして LINE などの無料通話アプリも加わり、まさに百花繚乱の様相を呈している。

総務省『平成 25 年版情報通信白書』や『平成 25 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査＜速報＞』によれば、インターネット普及率は平成 24 年末で 79.5%（9652 万人）であり、世代別インターネット利用率は 13 歳～49 歳までで全て 9 割を超えている状況である。若年層（10 代）の SNS 利用率でみると、LINE70.5%、Twitter39.6%、Facebook22.3%、mixi8.6%となっている。言い換えれば、子どもの対人コミュニケーションに SNS は

必要不可欠なものになりつつあることが窺える。

一方で SNS を通じた対人コミュニケーションが一因となって起こったいじめや暴行などの少年事件が近年メディアで度々取り上げられている。当然のことながら、こういった少年事件の一端だけを捉えて、現代の子どもへの対人コミュニケーションの全体を論じようとするには慎重になるべきである。しかし、総務省が今後の社会における積極的な ICT 活用を打ちだしていることもふまえれば、SNS 利用は今後ますます子どもの日常生活の中で必須なものとして浸透していだろうし、SNS にみる子どもの対人コミュニケーションの特質について早急に考察を加える必要があると考える。また、学校現場で起こるいじめや不登校といった教育問題に対して適切な介入や支援を行うための示唆を得ることもつながるだろう。

よって、本稿は、インターネット利用率が 9 割を超える 10 代の子どもたちの SNS 利用を念頭において、SNS での対人コミュニケーションの特性について考察を加えるも

表 1. 主要な SNS の特徴

	開始年	ユーザー数	ユーザーの検索	承認関係	匿名性	拡散力
mixi	2004	1300万人	キーワード・ID	相互	高い	やや強い（つぶやきやコミュニティへの投稿）
Facebook	2006	2000万人	名前	相互	低い（実名）	強い（シェア）
Twitter	2008	2200万人	キーワード・ID	相互	高い	強い（ハッシュタグ・リツイート）
LINE	2011	4700万人	ID・電話番号	相互	低い（電話番号と紐づけられているため）	弱い（グループ内への投稿）

※開始年やユーザー数共に 2015 年 8 月現在のものであり、日本国内に限っての数値である。

表 2. インタビュー対象者の属性

対象者	性別	年齢	使用 SNS			
			Twitter	mixi	Facebook	LINE
A	女性	26	x	○	x	x
B	男性	28	○	○	○	○
C	男性	20	○	○	○	○
D	男性	25	x	○	○	○
E	女性	22	○	○	○	○
F	男性	22	○	○	x	○
G	男性	25	○	○	○	○

のである。なお本稿で用いる SNS という言葉は、広義の社会的ネットワークを構築するサービスに対して包括的に用いており、特定の SNS を指すものではない。<sup>(1)</sup>

## 2. 先行研究

教育学及び社会学領域において、SNS にみる子どもの対人コミュニケーションの特質を考察した先行研究は管見の限り見当たらない。松尾・安田(2007)が mixi における関係形成原理が「匿名性」と「承認」によって成り立っているという指摘をしているが、あくまでもネットワーク論の展開の中で、mixi がもつプラットフォーム機能が友人の数にどのように影響しているかというシステム分析に軸足を置いており、本稿の問題意識とは少し距離がある。

### 2.1. ニューメディアを通じた対人コミュニケーション

SNS という括りに捉われずにテレビ、ケータイ、ゲームや2チャンネルといったようなニューメディアを通じた対人コミュニケーションを視野にいれるのであれば、辻(1999)は、ケータイは、対人関係に全面的に拘束されることのない切り替え(フリッピング)が自由自在なコミュニケーションを可能にしたと指摘したうえで、若者の中で対人関係のフリッパー化が進展してきているとする。また鈴木・辻(2005)は、フリッピングによって可能になる「部分的な関係」は絶対的に個人を拘束するものではないために、「維持する意欲」や「繋がり不安」が喚起され、常に自分の立ち位置を確認し続ける「繋がり再帰的モニタリング」が必要とされるとする。また浅野(2005)は、インターネット上の日記から現代の若者の自我と他者の関係の問題を考察し、インターネットが「今や自己は抽象的・規範的な他者というクッションを間におくことなく、あれこれの具体的な他者との諸関係にストレートに接続する」ことを可能にしていると指摘している。

「他者性」という視点に着目するならば、「コミュニケーションのフラット化」や「キャラ化」という土井(2009)の指摘も見逃せない。多様な個性のあり方が承認される現代社会においては、個人のアイデンティティは流動的かつ不安定なものとなるため、人格崇拜の高度化・厳格化の中に自己を位置付け、自己の揺らぎを最小限に留めようとする。その結果、自己は「聖なる自己」として親密な他者からの「行き過ぎたやさしさ」を過剰に求める一方で、公共の空間における見知らぬ他者の人格に本当に無関心となる「コミュニケーション不全症候群」(森 2000)が一般化しているのである。小野寺(2013)の「ノリ」の研究も、内輪のコミュニケーション様式の中でうまく振る舞うために求められる実際的ストラテジーについての議論として捉えることができる。

### 2.2. 分析視角

先行研究で指摘されているニューメディアを通じた対人

コミュニケーションは、流動的かつ不安定な自己を充足するために、他者からの「承認」を通じた自己充足を欲しつつも、他者からのまなざしにおびえるアンヴィバレントな心性によって成り立っている。山竹(2011)は、マズローやフロイトの心理学の欲望論やヘーゲルやフッサールの現象学を参照しながら、「承認不安」という言葉で、この心性を説明している。このような視点に立脚し、本稿では子どもたちが SNS 上でどのように「承認」を得ようとしているのかについて、具体的に SNS でみられるユーザー同士のやりとりや SNS ユーザーへのインタビューデータを通して考察する。表2「インタビュー対象者の属性」に示されているように、7名の調査対象者は20代であり、調査対象と分析対象の年代に若干のズレが生じる。しかし、SNSは2000年代に入ってから登場したツールで、子ども時代に SNS を用いていた者であれば、年代に関わらず SNS にみる対人コミュニケーションの特質の共通性は高いと考える。よって、直近の10代に SNS を用いていた本稿の調査対象者から得たデータをもって現在の子どもたちの対人コミュニケーションの特質を考察することの妥当性は十分にある。<sup>(2)</sup>

## 3. SNS にみる子どもの対人コミュニケーション

### 3.1. チャングループ化する仲間集団

前章で辻(1999)の「対人関係のフリッパー化」という概念を紹介したが、SNS でのフリッピングの指標となるのが共通の趣味嗜好である。mixi や Facebook であればユーザーのトップページに示されている自己紹介文や属しているコミュニティによって共通の趣味嗜好を確認することができる。Twitter や LINE でも1~2文程度のヘッダー文と言われる不特定多数のユーザーが閲覧可能なメッセージを常時掲げることができる。Twitter のヘッダー文<sup>(3)</sup>には、他者が自身に「絡む」うえで「フォローバ・リブ100%」から「DMは返せません」といったようなルールが付記されていることが多い。「フォローバ・リブ100%」というのは、フォロー(他者からのアカウントの承認)やリブ(つぶやきへの返信コメント)をしてもらえば必ずこちらも返すという意味であり、「DMは返せません」はDM(ダイレクトメール)という第三者から閲覧不可能な個別のやり取りはできないという意味である。

趣味の話が合う人が周りにいなくて、自分より好きな人と交流してみたかった

(インタビュー対象者 A)

音楽系の友達がほしかったんですね。自分の好きなものを通して友達をつくってみて、こういう風に友達とできるんやって結果的に面白くて

(インタビュー対象者 D)

インタビューデータにもあるように、SNS 上では気の合う仲間を選択することに価値が置かれており、共通の趣味嗜好という同質性が関係形成の契機となっている。このような選択の人間関係では、集団規範や相互の行動原理が共有されやすく、他者承認を得やすい居心地のよいチャムグループ化した仲間集団が形成される。チャムグループとは、福富（1997）によれば「仲間外れにならないようにと心掛けながら、とにかく仲間と一緒に行動し、仲間内の流行に遅れたり外れたりしないようにする」といった、仲間に対する強い同調性」が強く求められる仲間集団を指す。

同じようなことが好きやからやっぱり負けたくないなって、競争心ですね。学校のテストの点数と一緒に、みんなにすごいなって思われたらうれしいなって

（インタビュー対象者 E）

その中でしか通じない話ってのがあって、そこに入るとなんかうれしいし、楽しいんですね

（インタビュー対象者 G）

「競争心」という言葉で E が語るように、SNS では好きなことを通した自己顕示とそこから得られる他者承認が強く価値付けられており、G は「その中でしか通じない」という内輪のルールを共有する楽しさを語っている。SNS における対人コミュニケーションでは、能動的かつ意欲的にその場のルールを体得しやすい一方、同質性が強く求められるためにチャムグループの密度はより高くなるのである。

### 3.2. 繋がりたいけど傷つきたくない心性

同質性を軸にしたコミュニケーションにおいて承認欲求をうまく満たし合えていても、ユーザーは常に相手との関係が断たれる不安を抱えている。一度つながった相手との間にコミュニケーションのズレが顕在化し仲間集団の同質性に揺らぎが生じる場合であり、Twitter では「リムブロ」という機能を用いることで、相互承認されたフォロー関係を一方的にリムーブ（外す）、かつブロックすることで、煩わしい相手との関わりを断つことができる。

色々絡んだりしていくなかで、もうちょい関係が深いもんになっていくと思ってたけど、実際はそうじゃなくて、とっかかりやすい分表面しか見えてへんなって、結局こういうところって上辺やん。関係を切ることはできたらしたくないから、最近は割り切ってやってるとこはあるかな

（インタビュー対象者 B）

一個の居場所だけだと仲間はずれになったりすることもあるし、何個かのアカウントをローテーションすることがうまくやる秘訣ですかね。自分がいてもいなくても楽しくやってるなら私はいらんのかなって思ってしまった

（インタビュー対象者 E）

あくまでも「リムブロ」は、B が語るように、相手との関係性がどうしてもうまく立ち行かなくなった場合の最終手段であり、E が語る「ローテーション」戦略だけでなく、「深くまで踏み込まない」（インタビュー対象者 D）ことや「線引き」（インタビュー対象者 F）によって、相手との関係性を「うまく」維持しようとする。さらに関係が断たれるストレスをはなから除外する意図で「フォローを外すなら、最初からフォローをしないでほしい」という自己ルールを掲げている者もいる。

彼女にふられるというきっかけがあってぽっかりとあいた穴を埋めるために SNS で新しい繋がりをつくっていきたくないって思ってます。もっと人生を楽しませてくれるんじゃないかって。すごくつらい時期だったんですけど、気が紛れたというか助けられました

（インタビュー対象者 C）

学校の友達とちょっとうまくいってなくて、このままのネットワークで大人になってしまうのってどうなんだろうって。何か拡げていかないといけないかなあって。居場所が欲しかった

（インタビュー対象者 E）

しかし、C と E の語りからもわかるように、異質な他者を吟味し線引きしようとする根底には先鋭化された承認欲求が潜んでいる。異質な他者を受容することは、異質な承認規準を取り入れることであり、仲間集団内の承認関係がうまく機能しなくなるため、現代の子供もたちは、この機能不全を忌み嫌う。要するに「リムブロ」は、自身のルールが遵守されないことや価値観の違いが表面化するという仲間集団での同質性の揺らぎに対する異議申し立てである。

### 3.3. 共依存症的な対人コミュニケーション

相手が自分を「理解」すべきであることを前提として「理解」できないアンコントロールラブルな他者へ異議申し立てをもって応答するコミュニケーション様式は、Schaeff（1987）や Giddens（1992）の「共依存症の関係性」で説明することができる。「共依存症の関係性」とは、「自分を価値の低い者と感じ、自分が他者にとってなくてはならない者であろうと努力」（Schaeff1987 p42）する関係性であり、安心感を得るために、「同じような類の衝動強迫性に活動が支配されている相手と、心理的に強く結びついている間柄」（Giddens1992 p135）であり、関係性そのものが嗜癖対象となる。

基本的には情報を交換して感謝されてギブ&テイクなんですけど、中には変な人もいて、やったらだめなこと、私が聞きたくない情報を勝手に DM 送ってくる人とか、そういう人はムかつきますよね

（インタビュー対象者 A）

書き込んだとき、空気読まないコメントというか、「時間が空いたからグループに参加する」とか余計な一言つけ加えてくるやつがおって、普通に「参加します」でいいやんって。お前のグループへの愛着ってそんなもんやったんかって、その時点でお前要らんわって思うよね  
(インタビュー対象者 B)

A が語る「やったらだめなこと」とは「私がされたいやな事」(インタビュー対象者 A)であり、全てのユーザーが明確に共有しているルールではなく、B の語りにもみられるように相手から自己が尊重されていないことに対して「お前要らんわ」というネガティブな感情を表出している。このようなやりとりから垣間見えるのは、「理解」されない他者に対して、「怒り」という感情で他者に嗜癖することで、逆説的に安心を得ようとする共依存症的な対人コミュニケーションである。その共謀関係を受容できる成員だけが、自身のフォロワーだけに残り、個人はチャムグループ化された仲間集団に心理的に強く拘束されるようになる。

#### 4. まとめ

前章では、SNS にみる子どもの対人コミュニケーションの特質について主に Twitter を素材にして考察を行った。先行研究で指摘された「承認不安」を軸にしたコミュニケーションの特質が、SNS というメディアを通して確認された。なおかつ、「承認欲求」が先鋭化されることで仲間集団のチャムグループ化が助長され、共依存症的な対人コミュニケーションを軸にした「インターネット空間」が構成され個人を強く拘束する点は、先行研究では指摘されていなかった点であり、まさに SNS にみる子どもの対人コミュニケーションの特質であろう。

近年の SNS を通したコミュニケーションがきっかけとなって起こったいじめや暴行などの少年事件の根底には、チャムグループ化された仲間集団内での共依存症的な対人コミュニケーションがあり、彼らは、私たちが理解できかねる「正当」な怒りを根拠に相手への常軌を逸した行為を肯定化している。いずれも SNS を通したコミュニケーションのズレがきっかけとなっており、そのズレが修正されることなく、深まってしまった結末である。

もちろん彼ら自身のパーソナリティや家庭環境など様々な要因が複合的に影響しあっていることは確かであるが、彼らが、そういったミスマッチから目を背け、安心感や自己肯定感を得たいがために準拠していた SNS を通した仲間集団が暴走してしまったことは、SNS を通した対人コミュニケーションの特質とともに併せて考察の対象にされるべきである。

またそういった少年事件に直接関わることのないような子どもたちでも、自己のアイデンティティを補償的に充足するために、こういった SNS を通した対人コミュニケーション様式に依存していることが考えられる。多様な準拠集団

で承認を得ながら、自己肯定感を高める経験を創出することで幅広い強固なアイデンティティを形成することを意識した発達支援が、ICT 活用の推進と並行して積極的に考えられるべきであろう。

本稿では、SNS の厳密な区別を行わずに考察を行ったため、各 SNS の特色を踏まえた考察を行えなかった。また、インターネット空間のみで形成される仲間集団と現実空間の仲間集団がインターネット空間で再構成された仲間集団における対人コミュニケーション様式の差異なども取り上げることができなかった。今後の課題としたい。

#### <参考文献>

- 浅野智彦, 2005, 「ネットは若者をいかに変えつつあるか」『大航海』No.56, 新書館。  
土井隆義, 2009, 「フラット化するコミュニケーション」長谷正人, 奥村隆編『コミュニケーションの社会学』有斐閣アルマ。  
福富護, 1997, 「思春期が人生の中でもつ意味」『児童心理』2月号臨時増刊, 3-12, 金子書房。  
Giddens, Anthony, 1992, The transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies, Polity Press. = 松尾精文, 松川昭子, 1995, 『親密性の変容-近代社会におけるセクシュアリティ、愛情、エロティシズム』而立書房。  
松尾豊, 安田雪, 2007, 「SNS における関係形成原理- mixi のデータ分析」『人工知能学会論文誌』22-5, pp531-541。  
森真一, 2000, 『自己コントロールの檻-感情マネジメント社会の現実』講談社選書メチエ。  
小川美香子, 2012, 「SNS 研究の動向」『経営情報学会全国研究発表大会要旨集』, pp315-318。  
小野寺雅彦, 2013, 「ノル」とはどういうことか-現代若者の「親密圏による連帯」『年報社会学論集』26, pp.51-62。  
Schaefer, Anne Wilson, 1987, When Society Becomes An Addict, = 斎藤学, 1993, 『嗜癖する社会』誠信書房。  
鈴木謙介, 辻大介, 2005, 「ケータイは“反社会的存在”か? -断片化する関係性」『季刊 Inter Communication』No55, NTT 出版。  
辻大介, 1999, 「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。  
山竹伸二, 2011, 『「認められたい」の正体-承認不安の時代』講談社現代新書。

#### <註>

- (1) Twitter 社は、自身を「社会的な要素を備えたコミュニケーションネットワーク」として SNS と差異化しているが、実質的な機能から本稿では SNS として扱う。また、本稿で言及している主要な SNS の特徴を表1まとめた。
- (2) 筆者は、若者の SNS における対人コミュニケーションの特質を調査するために、2015年8月にインタビュー調査を行った。「SNS 上で関わっている面識がない他者と実際に集ったり、会ったりする」ことがある20代のユーザー7名(男性5名、女性2名)を雪だるま式サンプリングによって選定し、それぞれ1時間程度の半構造化インタビューを実施した。
- (3) Twitter のヘッダー文は、実際の Twitter 上からサンプリングしている。ヘッダー文は、不特定多数に公開されているテキスト情報であり、本人が特定されない形で研究資料として用いるならば、研究倫理上問題ないと考える。