

## “ウィズコロナ・ポストコロナ時代”の 友人関係におけるソーシャルメディアの機能

常勤研究者の部



代表研究者 永井 暁行

金沢星稜大学  
教養教育部  
准教授



共同研究者 佐藤 夏月

日本女子大学  
人間社会学部  
助教

2020年から国内外を問わず新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大により、日常生活の様々な場面で制限が課されることになった。特に、他者との対面での交流は感染拡大の一因になることが共通認識になり、これにより従来のような対面での交流の機会は著しく減少した。繰り返される緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などにより外出や交流の抑制が図られ、たとえば大学教育などでは遠隔授業の環境整備など人々が参集せずに日常生活を維持する方法が模索された。2022年3月現在もCOVID-19の影響は強く、他者との交流がCOVID-19の影響を受けるより前に戻ったとは言えない。本研究はそのような対面の交流が難しくなった状況で遠隔での交流方法の一つであるソーシャルネットワークサービス（Social Network Service; SNS）が友人関係に対して何らかの寄与できるのかを探索的に検討した。

本報告書に記した一連の研究ではSNSの活用と友人関係の関

連に注目した。友人関係は心理学や社会学の領域でこれまでも多く研究されてきている。年齢階層を問わず、友人関係は精神的健康や適応にとって重要な役割を持ちうる。しかし、COVID-19の感染拡大において、対面での交流が制限されることになった。たとえば、大学教育における遠隔授業や小学校から高校、特別支援学校などの臨時休校、学校行事の中止などによって、対面での交流の機会は著しく減少することになった。

これまでの友人関係に関する研究は、対面（Face To Face; FTF）でのコミュニケーションで形成された友人関係を前提に議論されてきた。少なくとも、COVID-19の影響下にある現在のような、対面での交流の機会に制限を受けている状況は想定されていない。そのため、既存の友人関係の研究知見は、もちろん今後の友人関係の実態の理解に様々な示唆を与えてくれるものの、同時に新しく知見を更新していかなければならない状況にあることは疑いのない状況であろう。この点の議論に対して、従来の友人関係の研究に加えて示唆を与えてくれるのが、近年関心の高まってきているソーシャルメディア等のコンピュータを介したコミュニケーション（Computer Mediated Communication; CMC）である。CMCは対面（FTF）のコミュニケーションに対して議論され始めた比較的新しいコミュニケーション様式に関する概念である。CMCはコンピュータや携帯電話の発展と共に注目されるようになってきた。本研究もCOVID-19の影響下にあつて対面でないコミュニケーションの方略としてCMCに注目した。特に、CMCが行われるためにはそのプラットフォームを必要とするが、そのプラットフォームの1つであるSNSの機能を取り上げた。今日の社会を表して「ソーシャルメディア社会」や「ソーシャルメディア時代」と言われるようになって久しいが、このような呼称が使われることから、CMCのプラットフォームの代表例として、SNSを挙げることは不自然ではないであろう。しかし、CMCを利用した友人関係、対人交流の研究はFTFのそれに比べて少ない。それはCMCの発展が近年になってから注目されたものであると同時に、CMCが行われる媒体は発展が目覚ましく、多様な媒体が短いスパンで移り変わっていくことから研究が追い付かないという現状がある。CMCにどのような特質があるのかを明らかにする必要性はこの概念に関する議論が盛んになった当初から訴えられてきたが、様々なプラットフォームで行われているCMCやSNSについて、広く比較しながら検討することは難しい。長く続くCOVID-19の影響下では、ますますCMCの特徴やSNSの利用の意義・機能についての議論が必要とされる

ようになる。対面の交流に制約がある現状に、CMC および SNS の利用の意義について知見を積み重ねることは、今後の SNS を利用した情報への接し方、情報の発信というコミュニケーションの議論に一定の貢献を果たすことが期待される。

以上の問題および研究関心から、本研究は以下の2点を研究の主な目的とした。第1に、年齢階層による友人関係や SNS 利用の共通点・相違点を検討すること、第2に、友人関係が重要視される青年期において、その形成と発展に SNS が寄与するかを検討することであった。これらを検討するために4つの研究を計画した。

第1研究ではこの1つ目の目的に対する調査を実施した。調査会社に登録しているモニターを対象として10代から60代までを対象に短期的な縦断調査を行った。第1調査は2021年9月8日から9月13日まで回答期間を設け、第2調査は12月8日から12月15日までの回答期間を設けた。主な調査項目として、SNS での交流への意識、SNS 上の友人関係満足度と、これらに対応する形で作られた対面での交流への意識、対面での友人関係満足度などがウェブアンケートによって調査された。SNS の利用に関する項目は、最も他者と交流することが多い SNS を念頭に置いて回答を求めた。第1調査の協力者数は536名であり、そのうち401名が第2調査も継続して協力したためデータの追跡が可能な状態になった。第2調査のみの協力者数は235名であり、第2調査の協力者数は合計636名であった。第1研究からは以下の3点の知見を得た。第1に、SNS の利用に対する意識や SNS 上での交流に関する意識についてある程度安定した項目群を得た。本研究では多様な年代の回答から分析できたことから、より一般的な傾向を測定することが期待できる因子モデルの構築に貢献できた。特に SNS 上での交流に関する意識については、対面での交流に関する意識と対応関係をとる項目群を得られたため、今後対面と SNS での違いを検討する上でこれらの項目の利用が期待できる。本研究の因子分析で抽出された潜在因子は以下の通りである。まず、SNS の利用意識については「自分の意見や気持ちなどを積極的に発言・投稿する」、「他者の意見に共感する発言・投稿などをする」などの9項目からなる「積極的な発信」、「自分の発言・投稿が相手を傷つけるかもしれないと思う」、「自分の発言・投稿が他者から見てどう思われるかいつも意識している」などの5項目からなる「慎重な利用」、「自分のアカウントは対面で会ったことのある限られた人にしか教えない」、「自分の発言・投稿を見る

のは自分の親しい人だけだと思う」、「アカウントに鍵をかけたり検索できないようにしたりして、プライバシーを確保したい」の3項目からなる「プライバシーの確保」の3因子であった。SNSでの交流意識については「SNS上で意見や考えが食い違っても自信をなくしたりしない」、「SNS上の友人・知り合いと本音でぶつかり合っても自信をなくしてしまうことはない」などの4項目からなる「SNS上での自信」、「SNSでは周りの意見に合わせる」、「SNS上でみんなと違うことはしたくない」などの4項目からなる「SNS上での同調」、「SNS上にはありのままの自分は出せない」、「SNS上では本音で話すことを避けている」などの4項目からなる「SNS上での自己隠蔽」、「SNS上で本音を言い合うことで、自分が傷ついても仕方ない」、「SNS上で分かり合おうとして自分が傷つくのは仕方ない」などの4項目からなる「SNSにおける傷つくことの許容」、「SNS上で友人・知り合いと楽しい雰囲気になるように気をつかう」、「SNS上の友人・知り合いとはずっと仲良くしていきたい」などの4項目からなる「SNSにおける良好な関係の維持」の4因子であった。対面での交流意識については、SNSでの交流意識に対応する因子が得られ「友人との交流への自信」、「友人への同調」、「友人関係で傷つくことへの許容」、「友人との良好な関係の維持」の4因子が得られた（ただし、一部の因子でその因子に含まれる項目数は異なる）。第2に、これらの下位因子を各変数として、これらの相関関係に対する知見を得た。SNS上の交流は対面での交流と相関関係にあることから、対面での交流とSNSでの交流はそれぞれ独立したものではなく、地続きにあることが本研究からも改めて示された。短期間ながら縦断的に調査を行ったことで、この「地続き」の影響は対面からSNSという方向性を持つ可能性が示唆された。つまり、第1調査時の対面での交流意識と第2調査時のSNSでの交流意識の相関係数の方が、その逆である第1調査時のSNSでの交流意識と第2調査時の対面での交流の相関係数の値よりも大きい傾向が見られた（ただし、統計的にこれを検証するためにはz検定による相関係数の比較が必要であるが本報告書ではその分析まで実施できていない）。第3に、年齢階層別のSNSの利用やSNS/対面の交流に関する意識について差があるかどうかを検討した。本研究ではSNSのサービスそのものは限定せずによく利用するサービスを念頭に置いて調査したところ、年齢階層による利用意識や交流への意識についてほとんど差が見られなかった。部分的に差が見られた変数があったものの、その効果量は僅かであることから、よく利用するSNSに限って言えば、年齢によって利用への意識は大

大きく変わらないことが示唆された。本報告書執筆時点では得点の変動およびその変動の分析方法について十分な議論はできていないが、多様な年齢層に対して SNS の利用と友人関係について質問したことにより、友人関係の知見の少ない成人期以後についても有益な資料を得ることができた。

第 2 研究では第 1 研究で検討した質問項目と同様の項目を使って大学新入生の SNS 利用と友人関係の関連について、短期的な縦断調査から検討した。第 1 調査は 2021 年 5 月 18 日から 6 月 18 日まで回答期間を設け、第 2 調査は 2021 年 8 月 18 日から 9 月 18 日までの回答期間を設けた。調査は大学新入生を対象としており、友人関係の形成と発展の時期に合わせて調査を行うために入学後間もない 5 月と、ある程度友人関係が構築される頃であろう 8 月を調査時期に設定した。主な調査項目として、第 1 研究で用いられた SNS での交流への意識と、対面での交流への意識、大学での友人関係満足度、大学での友人からのソーシャルサポートなどがウェブアンケートによって調査された。SNS の利用に関する質問は、現在利用している SNS についてそれぞれ回答を求めた。第 1 調査の協力者は 145 名、第 2 調査の協力者は 88 名であった。第 2 研究では第 1 調査への協力者で追跡調査に同意した者に第 2 調査の協力を依頼したため、第 2 調査への協力者は同時に第 1 調査への協力者でもあった。本研究の調査に当たっては 3 つの大学で調査協力者の募集が予定されており、第 1 著者の所属する石川県金沢市に所在する大学、第 2 著者の所属する東京都に所在する大学、北海道札幌市に所在する大学が対象となっていた。しかし、COVID-19 の感染拡大の時期と重なり、第 1 調査時の調査協力者の募集が一部大学で困難になった。予定より調査協力者が少なかったものの、第 1 調査の時期は友人関係が形成される頃として設定した 5 月よりも遅らせることはできず、やむなく予定通りの時期に第 1 調査を開始した。第 1 調査から第 2 調査にかけて、協力者の脱落はあったものの、ある程度の人数から調査協力を得られたことから、SNS 利用と友人関係の関連について第 1 調査時から第 2 調査時への予測という形で分析を行った。分析の結果、5 月の時点での SNS 利用は 8 月の友人関係を予測せず、SNS 利用の個人差は友人関係の発展にはほとんど寄与しない可能性が示された。ただし、Twitter の利用時間が増えるほど友人関係の満足度が低くなり、Instagram による積極的な発信はソーシャルサポートの生じる関係性の構築と関連があるという可能性が示唆された。また、第 1 研究で得られた項目の因子モデルについて、第 2 研究において確認的因子分析を行ったところ、因子モデ

ルの適合度が悪く、また信頼性についても低い値となった。第2研究の協力者数が少なかったことがその一因にあることは推測されるものの、この結果により第2研究の結果は十分注意して読み取る必要が生じた。この結果から、SNSを指定せずに質問をした場合のSNSの利用意識（積極的な発信、慎重な利用、プライバシーの確保）と具体的なSNSの利用意識は異なる潜在因子を持っている可能性が伺える。本研究ではLINE, Twitter, Instagram, TikTokの4種のSNSについて分析した（Facebookとclubhouseについても質問項目を用意したが、これらを利用している大学生はほとんど、あるいは全くいなかった）が、大学新生にとってこれらのSNSの利用・活用の仕方や目的などはその背景が異なることが予想される。そのためにSNSの利用意識を比較することは慎重になる必要が示唆された。SNSはそのサービスごとに様々な特徴を備えているが、それらを横断してSNSの特徴を調査・測定することの難しさが改めて示されたと言えよう。

第3研究ではCOVID-19で第2研究の調査協力者が少なかったことを受け、補足的な調査を試みた。調査期間は2021年12月13日から2022年1月21日であり、第1研究・第2研究とは異なり1回の調査となった。主な調査内容はSNSの利用意識、SNSの友人関係満足度、SNS上の友人からのソーシャルサポート、対面での友人関係の満足度、対面でのソーシャルサポートであった。SNSごとにSNSの利用と友人関係に関する質問への回答を求め、協力者全員に対面での友人関係に回答を求める形式のウェブアンケートを実施した。第3研究においても、第1研究の因子モデルを適用して記述統計量の算出などを行ったが、第2研究と同様に十分な信頼性は示されなかった。年度の途中で計画した調査であったこともあり、十分な調査協力者を確保する準備期間をとれなかった。そのために調査協力者数が少なく、この調査は予備的な調査として位置づけられるべきであろう。SNSの利用割合などは第2研究と同様の傾向が見られたように、小さいサンプルサイズであるがこの研究で得られた回答の傾向についても度数分布やクロス集計によって記述的に把握する必要がある。

第4研究では大学生のSNS利用の実態についてインタビュー調査を行った。SNSは誰もが情報の発信者になれる点でマスメディアと大きく違うが、この違いに対する大学生の視点について記述的な知見を得た。インタビューでは、はじめに使用しているSNSについて尋ね、次に各SNSをどのように利用しているかを尋ねた。さらに、会話の流れの中で、COVID-19の流行前後でSNSの利用

方法や友人との交流などが変化したか、という問いを全調査協力者に尋ねた他は、調査協力者の発言に応じて調査者が質問を重ね、大学生の SNS に対する意識や利用実態について調査した。調査協力者は大学生 5 名であり、4 名は第 1 著者の所属する石川県金沢市の大学に通う大学生（2 年生 3 名、3 年生 1 名）であった。1 名は第 2 著者の所属する東京都の大学に通う大学生（1 年生 1 名）であった。本調査の結果から、大学生が実際に SNS を利用してどのように友人関係を構築しているのか、具体的な例が明らかになった。調査協力者 4 名全員が、「LINE は家族や友人との連絡に使用する」と回答し、LINE での友人関係は主に対面で知り合った人物との交流に限定していることという点で共通していた。今回の調査対象とした大学生達にとって LINE は連絡手段として必須であり、プライベートなツールとして基本的には親密な交友関係の延長上に機能しているという共通認識が顕著に読み取れた。親密な交友関係は対面での交流を基本としつつも、必ずしも対面での交流を必須とするわけではないことも示唆された。一方で、Twitter や Instagram は情報の受信ツールとして利用されている実態が語られた。閲覧専用のアカウントを有している学生だけでなく、自ら各 SNS で積極的に発信している様子の学生も、Instagram では友人たちをミュート（特定のユーザーとのフォロー関係を維持したまま、投稿やストーリーと呼ばれる 24 時間以内の限定的な投稿を表示しないようにする機能）している様子が伺えた。また、SNS で発信する際に、投稿した画像の内容や位置情報から個人情報閲覧者に意図しない形で伝わってしまうことに起因したトラブルの事例についての具体的な言及や、そういったトラブルに警戒しつつ SNS を利用しているという回答が得られた。またスパムと呼ばれる迷惑な投稿に遭遇した経験に触れる学生もおり、高校や大学の授業の中で情報リテラシー教育を受けたことについての言及があった。これらから学生の情報セキュリティに対する強い意識も伺えた。加えて、対面授業が減少した結果、1 年以上同じ学年で過ごしていても、対面した際にどのように会話をすればよいかわからないという状況があることや、Instagram などを介した SNS 上のコミュニケーションはそれを緩和する一助とはなるがそれだけでは解決できないことがわかった。実際には、ゼミなど対面し会話を行う授業が会話への心的ハードルを下げることや、SNS のアカウントと顔や名前が一致してはじめて友人と認識できる点などが示唆された。

本報告書では以上の 4 つの研究について述べた。本研究の当初の目的は SNS

の活用が対面での交流が制限される現状において、いかに友人関係の形成や発展に寄与するかという点を検証することにあつた。しかし、COVID-19の影響等で十分な調査と議論は必ずしもかなわず、本報告書執筆時点で十分な分析と考察に至らなかった。しかし、研究知見の少ない成人期以降の友人関係について、またこれも十分でない SNS を横断的に調査した知見の蓄積という点では一定の意義があつたものと考えられる。これらの資料を元に今後は SNS の利用による友人関係への影響や、友人関係による SNS の利用への影響についてさらに検証していく必要がある。