

若年層のコミュニケーション変化への対応の考察

Consideration of the correspondence to the communication change of the young generation group.

吉武 希

Nozomi YOSHITAKE

上智大学文学研究科新聞学専攻博士後期課程 Sophia University Department of Journalism.

要旨・・・本研究は、若年層のインターネット上でのコミュニケーションがどのように行われ、変化しているのか、ということについて、2012年調査とそれを引き継ぐ内容となった2016年調査結果の一部である。現在の若年層によるインターネット上におけるコミュニケーションの実態を明らかにし、コミュニケーションの変化について考察していく。仮説は「インターネット上のコミュニケーションはソーシャルメディアを利用する世代によってギャップが生じている」とした。1990年から2010年代の若年層のコミュニケーションについて文献調査及び情報通信機器やソーシャルメディアの普及について各種調査を中心に考察した。また、アンケート調査を基にデプスインタビューを実施し、若年層のインターネット上、特にソーシャルメディア上でのコミュニケーションについて調査した。仮説検証では、年齢によって属する社会によって変化する要素があるため、世代間のギャップは一部証明できるが、ソーシャルメディアの利用する際の環境により、コミュニケーションの変化が生じると考えられる結果となった。

キーワード コミュニケーション論、若年層、インターネット、ソーシャルメディア、ネットリテラシー

第1章 研究の目的と仮説

現在の青少年におけるスマートフォンの保有率は、91.5%（平成27年度）¹となっている。また、インターネットを利用できる情報機器はパソコンやスマートフォン、タブレットだけではなく、携帯ゲーム機等でもインターネットにアクセスが可能となっている。本研究の目的は、現状のインターネット利用環境において、若年層のインターネット上で交わすことを含めたコミュニケーションの実態の一部を明らかにし、コミュニケーションの変化について考察していくことである。そこで「インターネット上のコミュニケーションはソーシャルメディアを利用する世代によってギャップが生じている」という仮説を立て、検証を行う。

第2章 研究方法

①文献調査：初めに、1990年代におけるニューメディア・コミュニケーションの失敗から2010年代に至るまでのソーシャルメディア・コミュニケーションについての論考を検証し、コミュニケーションが情報通信機器の普及によってどのように行われ、変化してきたか、ということについて、文献を中心に考察していく。

②各種調査の検証：次に、若年層の各種利用状況について、情報通信機器の利用状況並びにスマートフォンでの利用内容について政府省庁が発表した各調査データを中心に考察していく。そして、どの種類のソーシャルメディアが世代によって利用されているのかということについて、データを中心に調査、検証をしていく。

③アンケート及びデプスインタビューの調査：最後に、アンケート調査を実施し、その結果から3名の大学生を抽出した。また、コミュニケーションの変化を調査するため、2012年にデプスインタビューを実施した2名と同世代で1名追加し、LINEを利用していない20代女性を1名抽出した結果、合計7名のデプスインタビューを行った。そして、デプスインタビューではグラウンデッド・セオリー・アプローチを取り入れ、KJ法でラベル化、図解化、文章化したデータを考察する。

¹ 内閣府ホームページ『青少年のインターネット利用環境実態調査の詳細』http://www8.cao.go.jp/youth/youth-ham/chousa/net-jittai_syousai.html#s1-1（2016年12月15日確認）

第3章 文献調査

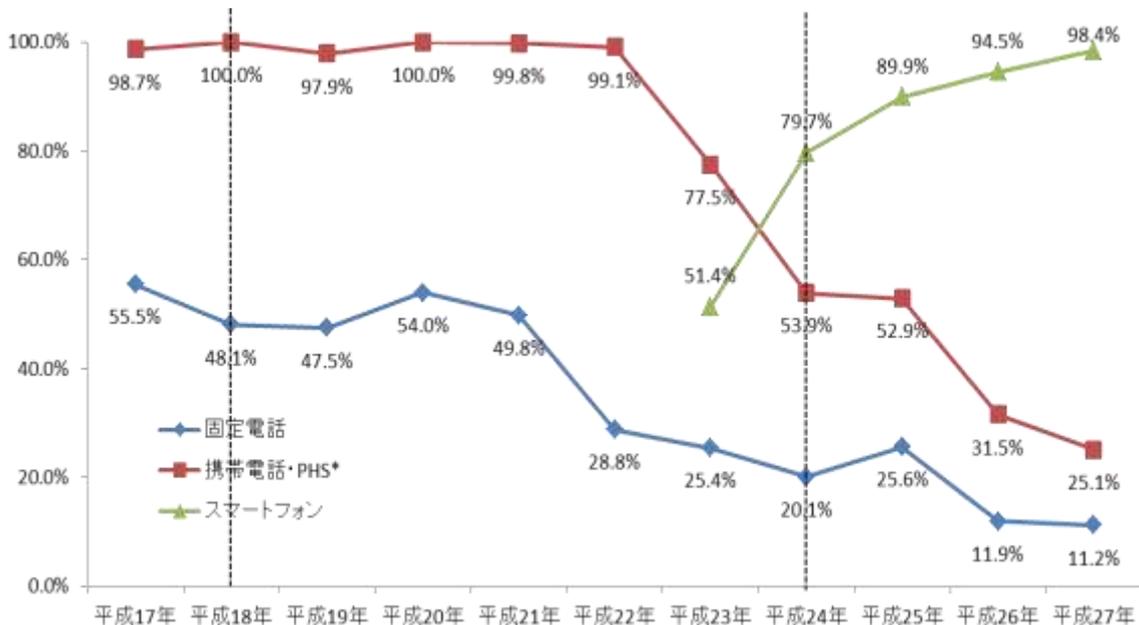
「ニューメディア・コミュニケーション」、「電話コミュニケーション」、「携帯電話コミュニケーション」そして、「ソーシャルメディアコミュニケーション」を中心に1990年代から2010年代の現在までのコミュニケーションについて考察した。はじめに、ニューメディア政策の失敗から、人々の行動は技術によって生活行動の全てを決定されているわけではなく、「社会変化」を通して技術が普及されるとした。次に、「電話コミュニケーション」や「携帯電話コミュニケーション」での考察では、ダイヤルQのコミュニケーションやメール、「写メ」の流行で、若年層のコミュニケーションに関連した文化を形成したことによって、生活行動を変化させる「社会変化」には、コミュニケーションが要因の1つにあるとした。

最後に「ソーシャルメディア・コミュニケーション」については、集団を構成する手段であるコミュニケーションを取る場所としてのソーシャルメディアが、同調を促すための手段としても機能しており、またソーシャルメディア上でコミュニケーションを採用するか否かという行動に対しても影響を及ぼしていると考えられるとした。そこで機器を用いたコミュニケーションの変化は、その当時もっとも革新的で使いやすいものへと若い世代から利用していく。つまり、若年層が利用する機器が移動し、またソーシャルメディア上でも利用率の年代による変化からコミュニケーションが革新的で使いやすいものへと移っていくことが分かった。よって、集団を構成する手段であるコミュニケーションを提供する場所がソーシャルメディア上でも存在し、電話や携帯電話、スマートフォンという利用する機器と同様にコミュニケーションの変化を促す働きをしていることが分かった。また、機器というハードではなく、ソーシャルメディアの種類、つまりmixiやFacebook、LINE、Twitter上によってもコミュニケーションが変化していくのではないだろうか、と考察する。

第4章 各種調査

各種調査では、機器を用いたコミュニケーションの変化は、総務省が発表している「通信利用動向調査」で、若年層が利用する機器とは、その当時最も革新的で使いやすい技術を持った機器へと明らかに移動していることが検証された。

図表1 情報通信機器の普及率（世帯主/20代）



*平成17年までは携帯電話のみ、平成18年から平成24年は携帯情報端末（PDA）も含む、平成25年以降はPHS含む
【出典 総務省『通信利用動向調査（世帯編）』各年版を基に作成】

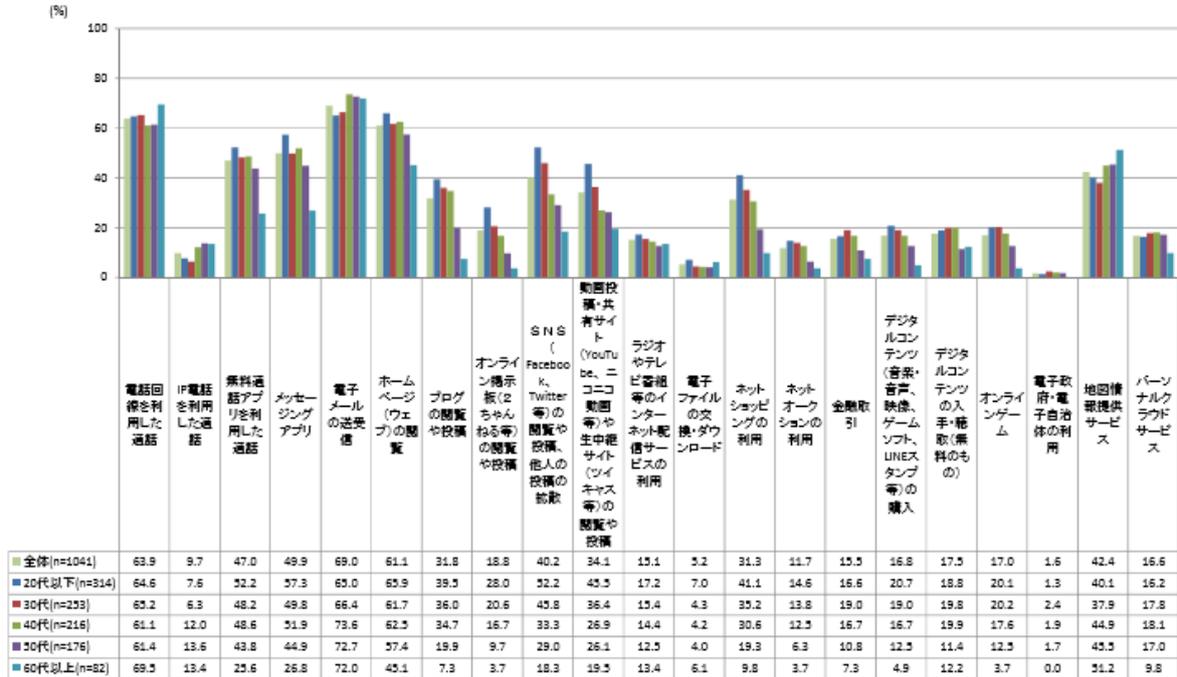
次に、ソーシャルメディアを利用用途別に各種用いているとして文献を調査した。そこで、「ビジュアルコミュニケーション」といったテキストではなく、絵や写真でコミュニケーションを取るということが若年層を中心に広まっているということが分かった。また、利用されているソーシャルメディアはテキスト中心とビジュアル中心等というソーシャルメディアの特性

² 永田良昭、佐々木薫（編）『集団行動の心理学』（有斐閣大学双書、1987年）、p.62

に分かれて利用されていることが分かった。

そして、利用しているソーシャルメディアについて調査を基に考察した。若年層がスマートフォンを用いて利用している項目は、従来の携帯電話に備わっている通話やメール以外の機能に加えて、ウェブの閲覧やソーシャルメディアを利用している。

図表 2 利用用途-スマートフォン (年代別)



【出典 みずほ銀行情報総研『社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究一報告書』 p.17】

それぞれのソーシャルメディアの普及率を年代別にみると、10代ではLINEが最も高く、次いでTwitterが高い結果となった。20代と30代ではLINEが最も高く、次いでFacebook、Twitterとなった。LINEの普及は20代では9割、全体でも6割を超えており、ほとんどの人が利用していることが分かった。10代と30代を比べてみると、TwitterとFacebookの普及率の数字に大きく差異があることも発見された結果となった³。

第5章 アンケート及びデプスインタビューの調査

アンケートでは、サンプルが少ないため、参考値ではあるが、一部のグループLINEや人の通知をOFFにする人が7割、また不快に思う「未読無視」が半数、「既読スルー」が約4割という結果となった。

デプスインタビューでは、図表3にある7人の対象者に話を聞き、ラベル化、図解化し、文章化をした上で、以下のようにカテゴライズした。

³ 総務省『平成27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』(2016年)

図表3 対象者のカテゴリー表

対象者	女性A(26歳)	男性A(24歳)	女性B(24歳)	女性C(23歳)	男性B(22歳)	女性D(21歳)	女性E(25歳)
世代	第3世代	第3世代	第3世代	第3.5世代	第4世代	第4世代	第3世代
携帯所持年齢	14歳	15歳	15歳	中学3年生	13歳	10歳	小学校低学年
スマホ利用年齢	20歳	19歳	19歳	高校3年生	15歳	17歳	21歳
ソーシャルメディア*1	L, T(3), m, F, I, G, t	L, m, T(2), F	m, L, T, F, G	T, L, F, I	L, F, G, I	L, T, I, F	T, F
ルール	送る時間を気をつける	x	自覚なしに送る時間に気を付けている	返信しない場合がある(直接会って返事をする)	x	グループの会話は放置していてもあとから確認する	-
グループ通知OFF	一部OFF	x	一部OFF	重要なグループ以外OFF	一部OFF/深夜に動くから	x	-
返信	内容によって早く返す	内容によって早く返す	内容をためてまとめて返す	グループでは静観、確認程度、連絡事項は早め	人や内容、または自身の状況によって返信する時間が変化する	人や内容、相手との関係によって返信する時間が変化する	-
問題点	x	仕事などの公用で利用する際のセキュリティの問題	x	トラブル有、悪口グループやスグの問題	一企業に情報が集まりすぎている	無くなれば対策が見つからない、機密情報の管理。	-
不快に感じたこと	グループでの目的に関係のない会話	x	深夜に連絡されること既読スルー、未読無視	グループでの目的に関係のない会話	不快なことを言われる	x	-
無くなる困る	Twitter	Twitter	仕方ない	x	○	○	-
情報リテラシー教育	あったが自分で考えて行動していた	-	-	-	あったけれど覚えていない、自分で考えて利用している。	身内くらいなら事件に巻き込まれないとしていた。	-
備考	ヘビーユーザー 変化あり	ヘビーユーザー 変化なし	ヘビーユーザー 変化あり	LINEを本当は使いたくない	勝手に端末を操作されて相手を監視させることがある	感覚的にSNSを使いこなしている	LINEは利用しない
分類*2	Twitterタイプ(コミュ*3型)	Twitterタイプ(コミュ*3型)	LINEタイプ(変更型)	LINEタイプ(拒否型)	LINEタイプ(連絡型)	LINEタイプ(コミュ*3)	Twitterタイプ(連絡型)

【筆者作成】

更にタイプについては以下のように分類する。Twitter か LINE のカテゴリーの理由は「無くなる困るか」という質問に対して、無くなる困ると、答えた方を対象としている。また、特にないという場合には話を聞いている中で最も利用しているソーシャルメディアを採用した。括弧内はソーシャルメディアの利用についてパターン化したものであり以下に説明する。

「コミュニケーション型」とは特に双方向型にコミュニケーションを行うことを目的として利用していることをいう。

「変更型」とは生活環境が変化することによってソーシャルメディアの考えがそれぞれ変化することをいう。

「連絡型」とは連絡事項を主に利用目的としていることをいう。

「拒否型」とは連絡事項を必要最小限に利用を抑え、雑談等のコミュニケーションは極力避けていることをいう。以上を掛け合わせた結果、それぞれのユーザーは以下のような分類とする。

- ・ 「Twitter タイプ (コミュニケーション型)」… 「女性A (26歳)」、「男性A (24歳)」
- ・ 「Twitter タイプ (連絡型)」… 「女性E (25歳)」
- ・ 「LINE タイプ (変更型)」… 「女性B (24歳)」
- ・ 「LINE タイプ (コミュニケーション型)」… 「女性D (21歳)」
- ・ 「LINE タイプ (連絡型)」… 「男性B (22歳)」
- ・ 「LINE タイプ (拒否型)」… 「女性C (23歳)」

以上のように6つに分類した結果、ソーシャルメディア全体でみると明確な世代でのコミュニケーションの差は得られなかった。また、ソーシャルメディア個別で考察していくと、LINEのコミュニケーションでは不快に感じることや時間制限を気にせずにいることが分かる。気を付けていることも意識的、無意識的という差は存在するが、相手の状況や自分の状況に合わせてコミュニケーションをとっていることが分かった。このことからLINEコミュニケーションにおいては世代間のコミュニケーションにギャップはなかったということが分かった。

Twitterについては第3世代である「女性A(26歳)」と「男性A(24歳)」、「女性B(24歳)」並びにどちらともいえない「女性C(23歳)」は、相手とのコミュニケーションを目的としての利用を考えていることが分かった。しかしながら、第4世代である「女性C(23歳)」は情報収集の場所としてTwitterを利用し、そこでの情報をLINEに移動してから、コミュニケーションを取っているということが分かった。「男性B(22歳)」についてもTwitterを利用している際にはリアルな友人関係のみ、自分からは情報を発信することはあまり無いとしていることからTwitter上ではコミュニケーションを取っていなかった。以上から、Twitterのコミュニケーションには世代の差があることが分かった。メインに利用している、または依存しているソーシャルメディアについては、明確に世代の差は生じなかったものの、利用を始めた環境によってメインとなるソーシャルメディアが左右され、その環境は年齢が若いほど、メインに利用するソーシャルメディアが決定することが分かった。

第6章 結論

仮説の検証をする。メインに利用している、または依存しているソーシャルメディアについては、明確に世代の差は生じなかったものの、利用を始めた環境によってメインとなるソーシャルメディアが左右される。その環境は年齢が若いほど、メインに利用するソーシャルメディアが決定することが分かった。

また、同調行為については、世代ではなく周りの環境によってソーシャルメディアを選択している。それはTwitterを娯楽的に利用する「男性A(24歳)」やTwitterを情報収集に利用し、直接のコミュニケーションはLINEで取るという「女性D(21歳)」

歳)」のように各ソーシャルメディアをそれぞれの使い方を利用して、コミュニケーションを取る「目的」があるということである。

つまり、ソーシャルメディアの種類によってコミュニケーションの目的は変化するが、世代にギャップがあるという要素は少なく、むしろ周りの社会環境が強くされ影響を受けており、世代ではなく周りの環境によってソーシャルメディアを選択し、そこでコミュニケーションを取る「目的」があるということになる。言い換えれば、ソーシャルメディアの種類によってコミュニケーションの目的は変化するが、世代によるギャップという要素は少なく、むしろ周りの社会環境が強く反映されているということになる。

よって、仮説「インターネット上のコミュニケーションはソーシャルメディアを利用する世代によってギャップが生じている」については、年齢だけではなく、属する社会によって変化する要素があるため、世代間のギャップは一部証明できるが、むしろ、ソーシャルメディアの利用を始める機会や生活行動、友人関係等の環境により、コミュニケーションの変化が生じるのではないかと、という結果となった。

第7章 課題と考察

ソーシャルメディア・コミュニケーションはソーシャルメディアの特性により多様化していく。同じソーシャルメディアであっても利用の仕方や考え方は異なり、また異なるソーシャルメディアであっても同様の利用方法を用いることができる。つまり、人により、環境により、利用目的や利用方法は多様化していくということである。

一方で、「電話は空間を作るメディアである。ネットワークによるパーソナル・メディアがあることによって、私たちの社会に電話というメディアが新たな出会いやコミュニケーション方法を提供しただけにすぎない。電話のある社会とは、電話空間で成立する新しい関係のパターンやモードを組み込んだ社会なのである」⁴としたように、社会にソーシャルメディアというコミュニケーション空間を作るメディアが新しい関係のパターンやモードを組み込んだに過ぎない、と考えられる。それは、電話が儀礼的役割を持っていたことが、「女性D(21歳)」のLINEでの連絡を取ってから電話をする等にも儀礼的役割がみられることや、ダイヤルQ2での匿名性の文化がソーシャルメディア上でも引き継がれていることから分かる。そして、機器を用いたコミュニケーションの変化は、その当時もっとも革新的で使いやすいものへと世代が利用していくと同様に、ソーシャルメディアも最も利用しやすい利便性の高いLINEへと変化していった。メディアが提供する新しいコミュニケーションの場を新しい関係のパターンやモードで組み込んだ社会で利用する人々は、技術の変化に対応し、より革新的で利便性の高いものへと移動することが普遍化されていると考えられる。

ところで、炎上やいじめ、性犯罪などに巻き込まれることが問題となっているソーシャルメディアは、もはや利用することを禁止することはできない。若年層、特に青少年におけるコミュニケーションを把握し、トラブルを事前に回避する能力を身に着けるための学校教育や保護者や現在までネット・リテラシーや情報モラル教育を受けたことのない大人に向けた啓発運動を行っていくことが必要ではないだろうか。

参考文献

■社会学/書籍

- 岡田明之、松田美佐(編)『ケータイ社会論』、有斐閣選書、2012年。
遠藤薫(編著)『ネットメディアと〈コミュニティ〉形成』、東京電機大学出版局、2008年。
北村智、佐々木裕一、河井大介(著)『ツイッターの心理学』、誠信書房、2016年。
木村忠正『デジタルネイティブの時代』、平凡社新書、2012年。
限界研(編)『ビジュアル・コミュニケーション』、南雲堂、2015年。
多喜弘次『テクノロジーの眩惑』、北樹出版、1998年。
田中辰雄、山口真一『ネット炎上の研究』、勁草書房、2016年。
武田隆『ソーシャルメディア進化論』、ダイヤモンド社、2011年。
西川英彦、岸谷和広、水越康介、金雲錦『ネット・リテラシー』、白桃書房、2013年。
富田英典『声のオデッセイ』、恒星社厚生閣、1994年。

⁴ 吉見俊哉、若林幹夫、水越伸『メディアとしての電話』（弘文堂、1992年）、p.40

- 橋元良明『子ども・青少年とコミュニケーション』、北樹出版、1999年。
橋元良明、株電通 電通総研、奥律哉、長尾嘉英、庄野徹『ネオ・デジタルネイティブの誕生』、ダイヤモンド社、2010年。
藤代裕之（編）『ソーシャルメディア論』、青弓社、2015年。
三上俊治『情報環境とニューメディア』、学文社、1991年。
松下慶太『デジタル・ネイティブとソーシャルメディア』、教育評論社、2012年。
水越伸『21世紀メディア論』、放送大学教育振興会、2011年。
吉見俊哉、若林幹夫、水越伸『メディアとしての電話』、弘文堂、1992年。
渡辺潤『メディアのミクロ社会学』、筑摩書房、1989年。
E. ゴッフマン（著）、石黒毅（訳）『行為と演技』、誠信書房、1974年。

論文

- 樺淵めぐみ、安藤玲子「インターネット利用と性意識・行動の関係性に関する研究」、安心ネットづくり促進協議会平成23年度共同報告書、
2014年<http://www.good-net.jp/investigation/uploads/2014/03/11/113247.pdf>（2016年12月28日確認）
川畑正大「双方向映像システムHi-OVISと将来展望」、情報処理学会『情報処理』第21巻1号、1980年。
川畑正大、阿部美哉、浜野保樹「双方向CATVの教育利用Hi-OVISの事例」放送大学教育開発センター『IME研究ノート』第17巻、1985年。
川畑正大「双方向映像情報システムの現状と将来」、（一社）映像情報メディア学会『テレビジョン学会誌』第34巻10号、1980年。
小林宏一「デジタル時代におけるメディア環境」、日本マス・コミュニケーション学会『マス・コミュニケーション研究』第52巻、1988年。
鈴木英男・遠藤真紀・神野建・松下孝太郎・安岡広志・新島典子「ソーシャルメディアにおけるプライバシーリスクの盲点」、東京情報大学
『東京情報大学研究論集』第18巻、2号、2015年。
芝崎順司「インターネットに対応した新しいリテラシーの構築」、日本教育メディア学会『教育メディア研究』第5巻2号、1999年。
ニュー・メディア研究会「CATVとコミュニティ意識」、東京大学『東京大学新聞研究所紀要』第32号、1984年。
吉見俊哉、水越伸、若林幹夫「電話コミュニケーションの研究」、東京大学新聞研究所『東京大学新聞研究所紀要』第43巻、1991年。
NTTアクセスサービスシステム研究所『新世代通信網パイロットモデル事業（京阪奈）』<http://www.ansl.ntt.co.jp/history/access/ac0101.html>
（2017年1月4日確認）

■情報行動

- 木村邦博『大集団のジレンマ』、ミネルヴァ書房、2002年。
永田良昭、佐々木薫（編）『集団行動の心理学』、有斐閣大学双書、1987年。
H.F. テイラー（著）、三隅二不二（監訳）『集団システム論』、1978年。
M. オルソン（著）、依田博、森脇俊雅（訳）『集合行為論』、ミネルヴァ書房、1986年。

■その他

- 川喜田二郎『続・発想法』、中公新書、1970年。
木下康仁『グラウンデッド・セオリー論』、弘文堂、2014年。
総務省『ケーブルテレビの現状』、2015年度。
総務省『情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』、2016年。
総務省『通信利用動向調査』各年版。