

筑波大学社会・国際学群国際総合学類
卒業論文

ツイッター空間における大学生の自己語り
—「語る」欲求と葛藤・共感—

2016 年 1 月

氏 名：平松真由美
学籍番号：201110395
指導教員：関根久雄教授

目次

第1章 序論	1
1. 問題意識・問題設定	1
(1)ツイッターにおける自己語り	1
(2)本稿の目的	3
2. ツイッターの特徴	4
(1)ツイッターの使い方	4
(2)つながりの多様性	5
(3)アカウント所持の自由	6
(4)流動性	6
(5)選択同期性	7
3. 研究方法	7
第2章 自己語りの欲求とツイッター	9
1. 自己を語るということ	9
(1)構築される自己	9
(2)物語と自己	10
(3)自己語りの欲求	12
2. 自己メディア論	13
3. 自己を語る場としてのツイッター空間の特性	15
(1)コミュニケーション圧力の回避	15
(2)「テンション」の共有と「絡む」関係	17
(3)非抑制性	19
(4)ツイートの真実性	20
(5)小括	21
第3章 ツイッターにおける自己語りの意味	23
1. ツイッターの利用目的と葛藤の傾向—アンケート調査から—	23
(1)調査の概要	23
(2)ツイッター利用の目的	23

(3)ツイッター利用者の葛藤	25
(4)ツイッター利用の多様性	28
2. ツイッターにおける自己語りの葛藤	31
(1)「テンション」を表現する場	32
(2)ツイートすることへの葛藤	33
1)怒り・落ち込みの表現のためらい	33
2)意見、批判をツイートすることのためらい	38
3)自身の日常生活の出来事・行動をツイートすることのためらい	40
(3)ツイートの衝動性	41
(4)葛藤の結果	43
3. ツイッターで自己を「語る」ことの意味	44
(1)既存の人間関係の把握・維持・強化	44
(2)消極的自己構築	48
(3)他者の存在と共感感覚	50
第4章 結論	55
注	58
参考資料	62
参考文献	71
Summary	74
謝辞	76

図目次

図1 大学生のツイッター利用の目的	24
図2 思いついたことをありのままにつぶやくことをためらう経験の有無	25
図3 ためらう内容	27
図4 1日当たりのツイート回数	28
図5 アカウントごとのフォロワー数	29
図6 利用者のアカウント保有数	30

表目次

表 1	インタビュー回答者のツイッター利用状況	31
-----	---------------------------	----

第1章 序論

1. 問題意識・問題設定

(1) ツイッターにおける自己語り

総務省によると、我が国におけるインターネット利用者数は2014年度末で1億18万人にのぼり、人口普及率は82.8%である〔総務省 2015:369-370〕。また、情報端末の普及も広がり、スマートフォンの普及率は60%を超え、20代では94%にのぼる〔総務省 2014b:3〕。個人が自身の端末によってインターネットを自由に利用できる生活が日常となる中で、現在利用者数を伸ばしているのが、ソーシャルメディアである。ソーシャルメディアとは、「インターネットを利用して誰でも手軽に情報を発信し、相互にやりとりができる双方向のメディア」〔総務省 2015:199〕である。マスメディアが情報の発信者と受信者を一方向的に結びつけるのに対して、ソーシャルメディアは利用者間を蜘蛛の巣状のネットワークでつなげ、双方向的なやりとりを可能にする。LINEやFacebookなど「友だち」⁽¹⁾を登録してコミュニケーションを図るソーシャル・ネットワーク・サービス(SNS)や、ツイッター(Twitter)、YouTubeなどの動画共有メディア、電子掲示板などがある。

ソーシャルメディアの投稿においてよく見られるのが、自分についての語りである。利用者は自身の感動体験をつづったり、友人との思い出を写真つきで投稿したりと、自分にまつわる情報を語っている。とくに他のソーシャルメディアと比べツイッター上では、「今起きた」などの些細な日常のつぶやきや、誰にあてるでもない心の中の独り言などの極めて私的な自分についての語りがよく見られる。『平成23年(2011年)版情報通信白書』でも、自分に関する情報を発信する場としてツイッターを利用する人が多いことが指摘されている〔総務省 2011:48〕。なぜそれほどまで利用者はツイッター上で自分について語るのだろうか。語ることで何を得ているのだろうか。本稿では、こうしたツイッターにおける自分についての語りに着目する。

ツイッターとは、140文字以内の短い投稿(ツイート)を発信して、共有する無料のインターネットサービスである⁽²⁾。2006年にアメリカで始まり、現在世界に3億2,000万人もの利用者が存在し、35以上の言語で利用されている⁽³⁾。我が国においても人口の31%がツイッターを利用しており、20代以下では52.8%にもなる〔総務省

2015:208]。

ツイッターはしばしば SNS とは区別される。SNS とは「人と人とのつながりといういわば社会的ネットワークをオンラインで提供することを目的とするインターネットサービス」[総務省 2008:158] である。「友だち」を登録してオンライン上でつながることを目的としたソーシャルメディアであり、Facebook や LINE などがそれに含まれる。これに対してツイッターは情報の発信・収集が主な目的とされるため、本来 SNS には含まれない。しかし近年ではツイッターの利用目的が多様化し、この区別が明確ではなくなっている。『平成 23 年（2011 年）版情報通信白書』ではツイッターと SNS は区別されていたが、『平成 27 年（2015 年）版情報通信白書』では SNS の中にツイッターが含まれている [総務省 2011:158, 2015:199]。

さて、社会学者の加藤は、自己について他者に語り、他者から反応を得ることで、自己を認め、自己を構築することができると考え、電子メディアを自己を語る場（自己語りの場）と捉えた [加藤 2012:163-166]。電子メディアとは、個人レベルで所有する電子媒体を指し、ソーシャルメディアもこの電子メディア空間内に位置づけられる。自己について語ることで自己を構築するという自己語り、自己物語のアプローチはこれまで主に心理学の分野で重ねられてきたものであるが、やがて社会学分野で情報コミュニケーションを検討する中から、加藤のように、インターネット空間が自己語りの場になっているという見方が出てきた。

ではなぜ、ソーシャルメディアの中でもツイッターにおいて自己語りが盛んなのだろうか。ツイッターは 140 文字以内の投稿を共有するというツイート（つぶやき）システムを導入した初のソーシャルメディアであり、流動性、匿名性、選択同期性を特徴とする。『平成 23 年（2011 年）版情報白書』によれば、ツイッターは「気軽、簡単」であることがメリットとして人々に認識されているという [総務省 2011:49]。ツイッターにおけるコミュニケーション空間は、言いたいことを言いやすい気軽な空間であることが指摘されている [木村 2012:205-220]。ツイッターにおいて盛んに自己語りが行われることの背景には、このような性質があると考えられる。しかしツイッター空間を自己語りの場として捉える研究はまだ多くはなく、自己語りの場としてのツイッター空間の特性について検討する余地は大きい。

(2)本稿の目的

本稿では、ツイッターを自己語りの場として捉え、その空間の特性を明らかにすることを目的とする。そのために本稿では、ツイッター利用者の葛藤状況に焦点を当てる。葛藤とは、心の中に、それぞれ違った方向あるいは相反する方向の欲求や考えがあり、その選択に迷う状態のことである。精神科医の香山は、ツイッターに「いま職場に着いた」「今日は学生時代の友だちとの飲み会で盛り上がっている」といったように、自身の様子や状況を実況中継のように伝えなければならないと思い込んでいる人の事例や、ツイッターの書き込みを誰かに深読みされたり、逆に自分も他者のツイート内容を深読みしたりして精神的に疲れてしまっている女性の事例を取り上げている[香山 2014:33-36]。このような事例はテレビなどでもしばしば取り上げられており、人々はツイッター上で自由に何でもツイートしているわけではないことが伺える。そこには「本当にツイートしてもいいのか」「ツイートするのがふさわしいのか」といった葛藤があるように思われる。そういった葛藤を抱えながらも、利用者はツイートし続けているのである。ツイッター上で自己を語ることに、利用者にとってどのような意味があるのだろうか。

本稿ではツイートする際の利用者の葛藤状況に焦点を当て、大学生を対象に葛藤の具体的な語りを通じた事例研究を行う。大学生を対象とするのは、大学生がツイッターを活発に利用している層であるからである。株式会社マイナビが2015年1月に報告した調査によると、2015年3月に卒業予定の大学生の64.9%、2016年3月に卒業予定の大学生の67.5%がツイッターを利用していたという⁽⁴⁾。またNTTドコモモバイル社会研究所のデータによれば、スマートフォン利用者のうち「自己表現」に対する欲求が最も高いのが15~19歳であり、そこから年齢が上がるにしたがって自己表現欲求が下がっているという[NTTドコモモバイル研究所 2014:113]。したがって本稿では、大学生を、ツイッター上で自己語りを活発に行う層として捉え、調査の対象とする。大学生の葛藤の具体的状況に焦点を当てることで、彼らがツイッターをどのように捉え、利用しているのか、利用により何を得ているのかが見えてくると考える。

また本稿では、ツイッターの利用方法の多様性についても考慮する。ツイッターの利用の仕方、利用目的は人によりさまざまであり、このような多様性を踏まえることがツイッター空間の実際を描き出す上で重要であると考え。そのため大学生を対象にツイッター利用に関するアンケート調査も実施し、利用の多様性を踏まえて考察を

行う。

以上より本稿は、大学生の葛藤の具体的状況を彼らの多様性を踏まえて描き出すことで、ツイッター上で自己を語ることの意味、自己を語る場としてのツイッター空間の特性を明らかにすることを目的とする。

2. ツイッターの特徴

(1) ツイッターの使い方

ツイッターの基本的な用語、使い方や機能を説明しておく。ツイッター上では、利用者は自身のアカウントを作成し、ツイートすることができる。アカウントを作成しなくても、インターネットの検索機能を使って他者のツイートを見ることはできるが、ツイートすることはできない。またこのアカウントは、実名で登録しなくてもよく、複数作成することもできる。アカウントを作成すれば、自身のタイムラインが表示されるようになる。このタイムラインには、自身がフォローしたアカウントのツイートや自身のツイートが時系列順に表示される。フォローとは、他者のアカウントを登録して自身のタイムラインにそのアカウントのツイートを表示させることを言う。逆に自身がフォローされているアカウントのことをフォロワーと言い、自身のツイートはフォロワーのタイムラインに表示される。タイムラインは、フォローしているアカウントや自身がツイートするたびに順次更新され、新しいツイートが一番上に表示され、古いツイートは画面下に流れていく。ツイッターを開いたときには、タイムラインの一番上に新しいツイートが表示される。新しいツイートだけでなく、さらに過去のツイートを下にたどって見ていくことを「遡る」と表現する。

他者のツイートに対して直接反応をする場合、次の3つの方法がある。まず1つは「いいね」機能である。すべてのツイートの下にはハートマークが表示されており、そこをタップまたはクリックすると「いいね」という意思が相手に伝わるようになっている。ツイートに対して何件「いいね」登録がされているか、またどのアカウントが「いいね」登録をしているかがツイートごとに表示される。過去に自身が「いいね」登録したツイートは記録として残り、振り返って見返すことができるほか、他のアカウントが過去に「いいね」登録したツイートもアカウントのプロフィールのページから見るができる。この「いいね」機能は、2015年11月までは「お気に入り」機能と呼ばれており、マークもハートではなく星のマークであった。使い方としては全

く同じであるが、自身のツイートに対して反応が返って来ず虚しい思いをする人が多いことを受け、より気軽に押してもらえるように「いいね」に変更したという⁽⁵⁾。次にリツイート(RT)機能である。リツイートとは、他のアカウントのツイートをフォロワーのタイムラインに流し、フォロワーと共有する行為である。例えばあるツイートに感銘を受け、このツイートを自身のフォロワーにも見せたい、もっと拡散したいと考えた場合、そのツイートをリツイートすると、フォロワーのタイムラインにもそのツイートが表示される。リツイートが繰り返されることで、フォローしていないアカウントのツイートが自身のタイムラインに表示されることもある。最後に、返信機能(リブ、リプライ)である。これは他者のツイートに直接返信する機能であり、他者のツイートの返信ボタンを押して直接書き込むものである。リプライのツイートをする、会話の流れとしてツイート同士がつながって表示される。フォローしているアカウント同士の会話のやり取りはタイムラインに表示される。複数人で会話することも可能であり、他者の会話の流れに途中から割り込んで会話に参加することもできる。

基本的に他者のアカウントは検索機能を使って自由に検索でき、一方的にフォローすることができる。この点は他の SNS で友達登録に申請が必要であるのと異なり、自由度が高いと言える。しかし不特定多数の他者に自身のツイートを公開することをためらう場合は、アカウントを非公開設定にして、自身のツイートをフォロワーのみに限定して公開することができる。この機能を利用すれば、他者が自身をフォローする場合申請が必要となり、フォローされるのが嫌であれば申請を拒否することができる。また、ある特定のアカウントのツイートを見るのが嫌な場合はフォローを解除(リムーブ)したり、ツイートを自身のタイムラインに表示させなくしたり(ミュート機能)することができる。さらに自分のツイートがある特定のアカウントのタイムラインに表示されるのを拒否したい場合には、ブロック機能により相互のフォロー関係を断ち切ることができる。これらはすべて相手の同意なく自身が一方的に行うことができる。

(2)つながりの多様性

石井は、mixi(ミクシィ)、Facebook、モバゲータウン、グリー(GREE)⁽⁶⁾、ツイッターを比較調査する研究を2011年に行っている。彼はこの5つのソーシャルメディアに関して、これらのいずれかを最も多く使っていると回答した15歳から59歳の計750

人に利用頻度や SNS 上での友人数などを質問した。この調査を踏まえて石井は、個人情報の開示度が高く、既知の友人が多いタイプの SNS (Facebook や mixi) と、個人情報の開示度が低く既知の友人が少ないタイプ (モバゲータウン、グリー、ツイッター) に分け、前者を「強いつながりの SNS」、後者を「弱いつながりの SNS」と呼んだ [石井 2011:30-34]。NTT ドコモモバイルデータ研究所の調査でも、ツイッターの 1 つのアカウントの平均フォロワー数は 99.1 であり、フォロワー数のうち直接面識のある友人数は 23.4 であった [NTT ドコモモバイル研究所 2014:103]。すなわちフォロワーのうち面識がある友人数はフォロワーの約 24%にとどまっており、ツイッターでは既知の友人とのつながりが薄いことが伺える。ツイッターでは、幅広い他者とつながっていることが伺える。

(3) アカウント所持の自由

ツイッターでのアカウント利用は、匿名で利用できること、複数作成することができることなど、他のソーシャルメディアと比較して自由度が高い。Facebook は実名で利用することが推奨されているが、ツイッターはそのような推奨がないため、匿名で利用する人が多い。総務省の『平成 26 年 (2014 年) 版情報通信白書』によると、匿名でツイッターを利用している日本人の割合は諸外国と比較しても高く、75.1%の人が匿名で利用しているという [総務省 2014a:292-293]。また株式会社電通の調査によれば、ツイッターを利用している高校生の 62.7%、大学生の 50.4%がアカウントを複数保有しており、若年層ではアカウントを複数保有している人が多いことが分かる⁽⁷⁾。

(4) 流動性

前述したように、ツイッターのタイムラインには、ツイートが時系列順に表示される。古いものはだんだんと画面下に流れていき、新しいツイートが順次画面上部に更新されていく。フォローするアカウントが多ければ、その分多くのツイートがタイムラインに表示されていくので流れは早くなり、少なければ遅くなる。NTT ドコモモバイル研究所の調査によると、日本人利用者の平均フォロワー数は 110 人であった [NTT ドコモモバイル研究所 2014:103]。このことから、フォローするアカウントの数やツイート頻度によってタイムラインが流れる早さは異なるものの、多くの利用者のタイムラインは活発に流れていると考えられる。

また前述したように、誰をフォローするかや、フォローを解除するかどうかは基本的に一方的に選択できる。そのため、「友だち」申請をして相手の許可を得られなければ「友だち」登録ができない他の SNS と比べ、フォローの登録・解除は可変的、流動的となる。

(5)選択同期性

ツイッター上での相互の会話は、対面での会話とどのように異なるのだろうか。濱野らは、ツイッターの会話形態の特徴として選択同期性を挙げている〔濱野・佐々木 2011:45-48〕。ツイッター上では、基本的に個人がそれぞればらばらの内容をつぶやく。たった今自身が起こした行動についてであったり、発見したことであったり、そのとき抱えている感情であったりと、思い思いの内容をつぶやいている。したがって本来的にそれぞれのツイートは非同期的であり、独り言である。しかしそれらの独り言に対してある利用者が関連してつぶやくことで同期的な会話が成立する。この性質が選択同期性である。もし対面で同期的な会話をするためには、会話の相手と時間や場所について調整しなければならない。あるいは電話での会話であっても、互いに時間を調整して電話をしなければならない。しかしツイッター上では、誰かのツイートを見て、そのツイートに関して会話を続けるかどうかは利用者が自己選択することができ、ツイートを重ねて書き込むだけで同期的な会話が発生する。そのため、流動的なタイムライン上で、選択同期的な会話が瞬間的に生み出されていく。こうした会話形態は、ツイッター独特のものである。

ここまで、ツイッターの概要、特徴について説明した。次章以降では、こうしたツイッターの特徴を踏まえつつ、ツイッターを自己語りの場として捉え、その特性を検討していく。

3. 研究方法

本研究は、ツイッター、SNS、ソーシャルメディア、自己に関する社会学、心理学等の文献、ウェブサイト、統計資料、学術論文などを通じて行う。また、筆者が 2015 年 10 月、11 月に関東地方 A 県 B 市に位置する国立の C 大学において、大学生を対象として行ったツイッター利用に関するアンケート調査やインタビュー調査の結果も適宜活用する。

本稿の展開は次のとおりである。第2章では、自己を語る場としてのツイッター空間を捉える。まず自己と語りの関係や自己物語論を通じて、構築主義的な立場から自己がどのように構築されるのかを述べる。その上で電子メディア空間を自己語りの場として捉えた加藤の自己メディア論を通じて、電子メディア空間で人々がどのように自己語りを行っているかを検討する。さらに、ツイッターを自己語りの場として捉えたときツイッター空間にどのような特性が見られるのかを、ツイッターに関する先行研究から述べる。第3章では本研究で実施した大学生を対象としたツイッター利用に関するアンケート調査とインタビュー調査の結果から、彼らの自己語りの際の葛藤状況について語りとともに述べ、大学生利用者にとってツイッターにおける自己語りにはどのような意味があるのかを考察する。第4章ではこれまでの議論をまとめ、自己を語る場としてのツイッター空間の特性について述べ、結論とする。

第2章 自己語りの欲求とツイッター

なぜ人々はツイッター上で自分について語るのだろうか。この問いについて考えるために、本章では構築主義的自己論を通して自己と語りの関係性について述べ、インターネット上での自己語り行為について考えたい。その上で自己を語る場としてのツイッター空間の特性について先行研究を整理し、第3章への足がかりとしたい。

1. 自己を語るということ

(1)構築される自己

自己とは一般に、自分として意識される、自分自身のことである。自己はどのように形成されるのだろうか。片桐のシンボリック相互作用論を手がかりにその考察をはじめたい。

片桐は、構築主義の立場に立ち、自己はシンボルによって構築されると主張する（シンボリック相互作用論）[片桐 2000:23-46]。シンボルとは、「旗や国歌などのいわゆる狭い意味での象徴を指すものではなく、言語に代表される記号一般」[片桐 2000:27]を指す。構築主義では、シンボルは、自己の本質を指し示すのではなく、逆に自己のあり方を構築するものとされる。例えば「男」や「女」もシンボルの1つであり、それらは単に身体上の性別を表しているのではなく、そこに男性性や女性性も付与されて語られる。男（女）はこういうものだ、といったイメージは自らや他者について男（女）であると語る際、常は無意識のうちに付与される。こうしたイメージとともにシンボルが語られることで、イメージが自己に反映され、自己が構築されと考えるのが、自己の構築主義である。

またそういったシンボルにまつわる意味内容は時代や社会、文化ごとに異なっており、自己の構築のあり方は歴史的、社会的に多様なものとなる [片桐 2000:33-35]。例えば「男」「女」と聞いて連想する男性についてのイメージ、女性についてのイメージは、時代ごとに異なる。戦前では女性つつましく、家庭で夫の帰りを待つ、また男性は威厳があるといったイメージが付与されるが、現代ではそれらはあまり該当しないだろう。つつましい女性、厳格な男性というイメージは崩れてきている。このようにシンボルにまつわるイメージは歴史的、社会的に異なっており、どのようなイメ

ージが自己に影響を与えるのかは時代や場所で異なる。

ただし、自己はシンボルに一元的に還元されるのではない。自己はシンボルに依存しつつも、「それらのシンボルの自己や他者への付与は、個々の相互行為の場面に委ねられる」[片桐 2000:16]とされる。自己を定義することは、同時に他者にもそのようなものとして自己を呈示することであり、他者からの承認が必要となる。もし他者に自己を否定されてしまうと、自己を定義づけないのである。それは他者にどのような自己像を呈示するかということであり、他者を前提とした行為である。したがって、他者から否認されないよう、他者の反応を予期して語彙を選択するほか、それらの語彙は他者の反応に応じて常に変更され、反省される[片桐 2000:45]。よってシンボルは一義的なものではなく、場面や状況、他者に応じて妥当なものが判断されることになる。

このような、シンボルによる自己の構築は、言葉による語りに限られたものではないだろう。例えば衣服を選ぶ時、われわれはさまざまな色、デザイン、材質のものから1着を選ぶ。その際に、身に着けたときの自己のイメージが意識される。オレンジなど発色のよい衣服を身に着ければ、明るいイメージが自己に付与されるだろう。また、大人びたイメージを付与したい場合は、落ち着いた色の衣服を選択するだろう。衣服を選ぶ際には、どのようなイメージを自己に与えたいのかが意識され、自己のイメージとそぐわないものは選択肢から外される。またそのようにして選んだ衣服を実際に身に着け、それを他者に見せることによって、選んだ衣服のイメージを自己のイメージとして定着させる。そのときもしも他者から「似合わないね」と評価されれば、あらためて自分らしさについて考える契機となり、自己のイメージを修正し、再び衣服を選ぶことになるだろう。すなわち、どのような衣服を選ぶかによってより自分らしいイメージを自己に付与し、それを身に着けることによって、自己を構築しているのである。このように、自己はシンボルに付与されたイメージによって構築されるものと捉えられる。

(2)物語と自己

片桐は、自己を構築するシンボルとして、物語を捉えている[片桐 2000:39]。自己はシンボルの羅列によって一時的に構築されるのではなく、時間性をもって語られることで構築される。こうした自己を物語という視点から捉える見方は、ガーゲンらが

提示し、以後心理学の分野で研究が進められている [Gergen & Gergen 1988:17-56]。

心理学者の榎本は、「自己物語」という視点から自己に迫っている。自己物語とは、「自分の行動や自分の身に降りかかった出来事に首尾一貫した意味づけを与える物語」 [榎本 2004:130] である。われわれはみな、それぞれに自分の人生という 1 つの物語を生きている。自分の人生について思いをめぐらすとき、過去の出来事を思い起こすとともに、それを基にして未来の出来事も想像する。それができるのは、自己が時間軸上に一貫したものとして存在するからである。自己は過去の方に拡張されるとともに、未来の方にも拡張されている。すなわち、自己は物語的構造を持つ。そして自己について語るときに思い起こされるのは、単なる出来事の羅列ではなく、個々の出来事が意味のある流れのもとに配列された、ストーリー性を持った物語である。榎本は、この自己物語の文脈こそが自己そのものであると考え、自己物語から文脈を抽出して自己を探求する手法を試みている [榎本 2002:58-63]。

就職活動は、このような自己物語を語ることを強制的に求められる場と言える。就職試験の受験者は、自身のこれまでの人生を振り返り、自分がどのような人間であるのかを、いくつかのエピソードを示しながらエントリーシートや面接で語る。自分が粘り強い人間であることをアピールしたい場合は、中学、高校の部活動において精力的に活動したエピソードや、アルバイトを継続してきたエピソードなどが、そこから何を学んだかなどの意味とともに語られるだろう。この場合、粘り強く取り組むという文脈が自己であり、この文脈に沿ってエピソードが選択・配列され、それに該当しない出来事は物語から排除される。このように、物語の文脈、すなわち自己に合わせて過去の出来事を選択・配列した物語が自己物語である。

社会学者の浅野は物語の特徴として視点の二重性、出来事の時間的構造化、他者への志向の 3 つを提示し、自己物語の性質を整理している [浅野 2001:7-10]。

視点の二重性とは、「視点を二重化させるような語り」 [浅野 2001:7] の特徴である。すなわち、物語を語るということには、語り手の視点と語られる登場人物の視点が存在する。「一方には語り手が聞き手に向けて語りかけている世界があり、他方にはそこで語られた登場人物が活躍する世界がある」 [浅野 2001:7] のであり、この二つの世界を連関させながら物語は語られる。自己物語においては、「語る私」と「語られる私」という視点の二重性が存在することになる。

出来事の時間的構造化とは、「諸々の出来事を時間軸に沿って構造化する語り」 [浅

野 2001:8] の特徴である。この構造化とは、エピソードを取捨選択し、時間の流れに沿って配列する行為を指す。この選択・配列によって、語られる世界に意味と方向性のある時間的流れが発生する。またこの選択・配列行為は、結末を意識してなされる点が重要である。物語には一貫性が必要であり、物語の結末に結びつかない内容が語られてしまうと、物語の完成度が下がってしまう。よってどのようなエピソードを配置するかは、結末から逆算して判断される。自己物語においても、語られる出来事はすべて、今の自分（結末）をどのようなものと捉えるかにしたが、またその結末を納得のいくものとするように配置される。

他者への志向とは、「本質的に他者に向けられた語り」[浅野 2001:9] の特徴である。物語の結末を納得のいくものにするためには、他者の視点が必要となる。なぜなら出来事を納得のいくように語るということは、語り手とは異なった他者の視点から賛同を得ることを意味するからである。すなわち、物語を語る際には、聞き手（他者）を納得させるように語らなければならない。自己物語は閉じた物語ではなく、他者に開かれた物語となる。

本稿では、浅野の挙げた物語の3つの特徴は、ツイッターで自己についてツイートする際にも該当すると考える。例えば、「私は怒りっぽい」とツイートした場合、「怒りっぽい」という形容で語られる自己と、その自己をツイートする自己という視点の二重性があり、そのツイートが時系列に従ってタイムラインに表示され（時間的構造化）、またツイートした時点でフォロワーのタイムラインに自身のツイートが表示される（他者への志向）。したがってツイッター空間は、自己物語が生成される場としての性質を備えていると言える。

(3) 自己語りの欲求

自己は物語的構造を持ち、自己物語のうちに表出される。しかし、自己を同定する際のエピソードは本来無数に存在し、どのように切り取り配列するか、どのように語るかによって構築する自己像は異なってくる。また自己に対するイメージは常に一定であるわけではなく、時間が経つにたがって変化していくものである。このような自己の変容に関して、榎本は以下のように述べる。

その際、留意しなければならないのは、自己物語には語られる場において絶え

ず生成していく側面があるということです。私たちの自己物語は、自らを振り返りつつ語ることを通して徐々にはっきりとした形をとってくるのです。すなわち自己物語は、決して固定的なものではなく、その文脈自体が物語ることを通して、つまり特定の聞き手を前にした語りの場において生成・変容していくのです。そこに生じるのが自己の生成であり変容であると言えます [榎本 2002:65]。

すなわち自己物語は、常に語り直され、変容していく側面をもち、それにより自己も絶えず生成され、変容している。したがって人々は、自己を構築するために、絶えず自己物語を語りたいという衝動を抱えることとなる。

また、自己メディア論を唱える加藤は、人々が自己について盛んに語り続ける背景を社会構造の変化の点から言及している [加藤 2012:157-158]。すなわち農村型社会とそれにつづく初期の都市型社会では、地位や職業、役割関係が明確であったため、自己は比較的明確であった。しかしそうした明確な関係が崩れ、人や物の流動性が高まり価値が多様化した現代では、人々は自己を明確化できなくなっている。それは地位や役割、制度によって自己を輪郭づけしても、そのような輪郭は流動的であり、一時的に過ぎないからである。そのような不安定な自己を安定させるために、人々は「自分探し」に駆り立てられる。自己が不安定で不可視であるからこそ、自己の輪郭を求め描き出したいという思いから、盛んに自己語りが展開されると加藤は述べる。

また榎本は、とくに現代青年にとって日常的に自己を語る場が少なくなっていると指摘する [榎本 2004:150-151]。心理学の調査から、現代の青年にとって、深く内面について語り合う友人関係は少なくなっていることが明らかになっている [岡田 2002:69-84]。十分に語り合える仲間がいないため、自己について語る場も少なくなっていると考えられる。さらに自己物語が社会的に承認される経験が少なければ、自分が生きている自己物語に対する自信がもてず、防衛的な姿勢を取ることで、自己物語を語る機会がさらに減ると榎本は指摘する [榎本 2004:151]。

このように現代では自己を語る場が不足しており、自己を語る欲求が満たされにくい状況にあると考えられる。

2. 自己メディア論

片桐や浅野と同様、加藤は構築主義的自己論の立場に立った上で、電子メディア空

間を自己語りの場と捉えた。電子メディアとは、電話にはじまり、パソコン、ケータイ、スマートフォンなどの個人レベルで所有する電子媒体のことを指す。加藤は、人々がこうした電子メディアを自己表現の媒体（自己メディア）として用い、自己を語り構築しているという自己メディア論を唱えている [加藤 2012]。

インターネットの登場により、われわれはそれ以前とはまるで異なる体験をするようになった。それは「誰もがメッセージを発信でき、それが相互に交叉し共有される」 [加藤 2012:12-13] 体験である。古代から、情報ネットワークは国王が国民を統制するために利用するなど一部の権力者しか利用できず、個人が広く他者に向けて情報を発信する機会のごくわずかに限られていた。しかし、現代ではパソコンやケータイ、スマートフォンといった電子メディアが普及し、個人が自身の電子メディアを所有するようになった。これを契機として、個人が自身のメディアを使っていつでもどこでも、他者に向かって自己を表現することが可能になったのである。その場は電話やメール、ブログ、SNS などさまざまである。

人々がなぜ電子メディアを通じてこれほどまで自分の出来事を語り、その語りへの他者のコミットを求め続けるのか、加藤はその答えとしてこの自己メディア論を唱えた。そこで加藤が指摘しているのは、電子メディア空間における自己と他者との非対称性である。片桐が他者との相互行為を通じて自己を構築すると述べるのに対し、加藤は自己と他者との間には相互行為性では説明できない、より偏重な関係性があると述べる。われわれは電子メディアを用いて、自分にとって都合のよい相手と、自分にとって都合のよい時間に、自分にとって都合のよいモード（声、メール、写真、動画など）で交信できる。自分にとって都合が悪ければ、メッセージを送ることを取りやめることもできる。このように電子メディア空間における自己と他者との関係は対等であるのではなく、非対称的であり、自己を中心とした関係になっている。加藤はこの自己中心性を「自己都合」 [加藤 2012:136] 的であると述べた。

こうした自己都合性は、会話の形式の点からも言える。本来対面での会話には、順番取りシステムが存在する。会話は、「1 人の話し手だけが、一時に話す」という状態が交代で起こることで成り立つ。話すためには、自らの順番を待たなければならないし、またこれから話すことを周囲にアピールして自らに注目を集めなければならない。しかし電子メディア空間上では、一方的に都合のよいタイミングで送り手側から会話を切り出すことができるので、この順番取りシステムから解放される。

こうした自己都合的な性質から、他者は自己を構築するための単なる「アイテム」となると加藤は述べる [加藤 2012:160]。前述したように、自己を構築するためには他者からの承認を得なければならないが、電子メディア空間上では人々は他者を自己都合的に導入し、自己に対する承認を得ることができる。そして互いが互いを自己構築のための「アイテム」として導入しているからこそ、相互承認の機運が生まれ、「メール交換やメッセージのコメント群に見られる“他者を否定しない”奇妙な景観」[加藤 2012:164-165]が見られるという。ツイッターや Facebook において利用者が相互に「いいね」を押す景観は、こうした相互承認の景観の 1 つであると考えられる。加藤はこのように、徹底的に他者を縮小し、自己を起点にして電子メディア空間における相互行為を読み直している。

松田もまた、ソーシャルメディアを自己構築の場と捉えており、ソーシャルメディアで構築する自分とは、「他人に見せたい自分」「自分に見せたい自分」[松田 2014:6]であると述べる。ツイッターであればリツイートやリプライ、Facebook であれば「いいね」やコメントなど、自身の投稿に対する他者からの反応は、自分に対する評価であるように捉えられる。するとそこで自分をよりよく見せ、評価を得たいという欲求が出てくる。そのため「自分の評価を下げるものより、上げそうなものを書き込む」[松田 2014:6] ようになり、よりよい自分を語り、構築する場となるのである。

このように、電子メディア空間には、より容易に自己構築を果たせる環境があると考えられる。個人ブログや Facebook などの SNS、ツイッターなどには、自分が何をしているのか、何を考えているのかといった自己にまつわる内容が頻繁に投稿されるが、これらはすべて自己語り、自己物語であり、それらのメディアは容易に自己語りできる手段として用いられていると考えられる。

次節では、本稿の調査対象であるツイッターやソーシャルメディアに関する先行研究を通じて、自己を語る場としてのツイッター空間の特性や、ツイッターにおいてどのような語りの現象が見られるのかについて整理したい。

3. 自己を語る場としてのツイッター空間の特性

(1) コミュニケーション圧力の回避

木村は、ツイッターにおけるコミュニケーション空間の特性を考察している。まず 140 文字という文字量についてであるが、一見自己表現、情報発信をするにはあまり

に少ないように思われる⁽⁸⁾。しかしこの字数制限によって、逆に気を遣う必要のない会話を可能にしているという [木村 2012:206]。例えばケータイメールであれば、挨拶を含め文章をある程度考えなければならない。しかしツイッターでは文章をほとんど書けないからこそ、挨拶もいらず、内容も簡素なものでよい。

また、時間帯を気にする必要がない点も指摘している [木村 2012:206]。ケータイメールであれば、メールが届くと同時に受け手のケータイに通知が届く。深夜にメールを送信すれば、その通知によって相手の眠りを妨げる可能性もあり、深夜にメールを送らないというのは1つのマナーになっている⁽⁹⁾。しかしツイッターでは、自分がツイートしたことによって誰かのもとに通知が届くことはなく、そのときにタイムラインを見ていた自分のフォロワーのみがそのツイートを見ることになる。したがって時間帯を気にせず、いつでもツイートすることができる。

またツイッターのタイムライン機能は、独特のコミュニケーション空間を作り出していると述べる [木村 2012:207-212]。前述したがタイムラインには、自分のフォローしているアカウントのツイートが時系列順に表示される。したがって利用者1人ひとりによって表示されるタイムラインは異なる。このような状態を木村は「無数の平行世界」 [木村 2012:212] と表現している。従来 SNS では、このようなタイムライン機能はなく、個人のページを閲覧するのが普通であった。例えば mixi では、個人のページ上で日記を書き、「友だち」がそれを読むために自分のページにアクセスして来る。同様に「友だち」の日記を読むためには、「友だち」の個人ページにアクセスをしてから読むことになる。つまり個人ページが、利用者が集う共通の「場」になっている [木村 2012:207]。しかしツイッターでは、自身のタイムラインにフォローしているアカウントのツイートが表示されるので、わざわざ個人ページにアクセスすることは少ない。個人ページは存在はするが、基本的に利用者は自身のタイムラインを見る。これは利用者同士で集う共通の場がないということであり、個人がそれぞれ自分の世界を持っているかのような、多元的平行的な空間となる。必ずここに集うといった場がないため、個人は流動的にツイッター空間を利用し、その結果会話が成立しても、選択同期的であり、偶発的な会話になる。これは、「読んだら必ずコメント（返信）しなければならない」といったようなケータイメールや LINE⁽¹⁰⁾などを利用する際に感じる圧力から解放されることを意味する。

すなわちツイッター空間においては、通常のコミュニケーションにおいて存在する

「空気を読む」という圧力から解放される [木村 2012:205]。日本社会においては、対人接触をする際、「空気を読む」ことが要求される。この「空気」とは、ある状況でどのような行動や態度を取るかについて、賛同を求める圧力である [伊藤 2006:2]。木村は、コミュニケーションメディアにはそれぞれ対人距離感に応じた「空気を読む」圧力が存在するとしている。例えば電話であれば、かけるタイミング、長さ、話し口調などで「空気を読む」圧力を相手との距離感に応じて調整しているという [木村 2012:150]。電話をかけている時間が長くなると、相手の時間を侵襲してはいないか、相手の気分を害してはいないかといった「空気」を気にするが、その判断基準は相手との距離感によっても異なる。あまり親しくない間柄であれば、「空気を読む」圧力は高まり、電話をいつまで続けてよいのか不安になるだろう。ケータイメールであれば前述したように、必ず返信しなければならないという圧力、LINE であれば「既読⁽¹¹⁾」マークが表示されることによって早く反応しなければならないという圧力、mixi や Facebook であればコメントが返されればコメントを返さなければならないといった圧力が生じる。しかしツイッターでは、自分がツイートを読んでいることはツイート発信者には分からず、自分のツイートが誰に読まれているのかも分からない。またそもそも誰が誰をフォローしているのかも分からないため、誰が誰のツイートを見ているのかも分からない。利用者それぞれが、それぞれのタイミングで、それぞれ異なるタイムラインを見ているのである。したがって関係の相互性、時間、場所の制約から解放された空間であるため、会話のキャッチボールをしなければならないという必然性がなくなり、「空気を読む」圧力を回避できるのである。

(2) 「テンション」の共有と「絡む」関係

ツイッター空間では会話のキャッチボールをする必要性がないため、利用者は会話をする、しないを選択することができる（選択同期性）。その会話形態を木村は「絡む」 [木村 2012:214] と表現している。「絡む」も「絡まない」も自発的に決定することができ、「空気」による圧力を受けることはない。

そうした「絡み」のコミュニケーションによって、利用者は「テンション」の高まり（落ち込み）を躊躇なく表現できる。ここで言う「テンション」とは、「気分の高揚感」「感情に心が動かされる程度」 [木村 2012:183] を指す。それは本来の単語 *tension* の意味とは異なるが、現代の若者用語として定着している言葉である。喜怒哀楽など、

気分が高揚したり逆に落ち込んだりしたとき、その気持ちを他者と分かち合いたいという欲求は、誰しも抱くものであろう。こうした「テンション」を表現する場としてツイッターは適している。

「テンション」を他者と共有したいという欲求を電子メディア上のコミュニケーションにおいて満たそうとすると、相手との「テンション」の差に悩まされる。「相手のテンションが同じ程度でないと迷惑だと感じるのではないか」[木村 2012:185]という「空気」の圧力が、感情を表現することを踏みとどまらせてしまうのである。対面であれば、そのような「テンション」の差は互いに表情が見えるので気づきやすく、また文字以外にもさまざまな情報を伝えられるので、共有しやすい。しかし、例えばケータイメールでいきなり「ついさっき芸能人と会った！！」などと「テンション」の高い文章が送られてきたら、受け手側はどう反応すればよいのか困惑する。受け手にとっては突然に相手から強い感情表現が送られてくるのであり、情報も少ないため、すぐさま相手に共感するのは困難である。しかしケータイメールや LINE のような相互性の高いメディアであれば、反応をすぐさま返さなくてはならない。そうした困惑の経験は多くの人を経験するものであり、だからこそ相手に「テンション」の共有を求めることを躊躇するのである。

しかしツイッターであれば、そういった「テンション」の差を意識しなければならぬという「空気」の圧力も回避できる。ツイッターでは見た人が必ず反応しなければならないといった圧力がないからである。もしそこで自身のツイート内容に共感する人物がいて、その人物から反応が来たらそれでよい、という程度に考え、気軽に感情を表現することができるのである [木村 2012:213-216]。

このようなさまざまな制約からの解放は、より自己語りを容易にすると考えられる。ツイッターでは他者に反応するかしないかは自身の判断によるのであり、「空気」の圧力を回避できる。この性質は、加藤が述べた自己都合性をさらに強化するだろう。加藤と木村の議論を統合すれば、電子メディア空間の中でもツイッター空間では、より自己都合的な利用が促進され、自己語りが盛んに行われると考えられる。

しかしここで疑問が生まれる。ツイッター空間においては「空気」を読む圧力を回避できるため、自身のツイートに対して誰からも反応がないことが頻繁にあると考えられるが、それによって利用者は満足を得られるのだろうか。構築主義的自己論で述べられていたように、自己について語り、他者から承認を得ることで自己を構築する

ことができるのだとすれば、他者から反応がなくては満足できないのではないか。この点を検討するに当たり、次項では、他者からの反応を欲する利用者について取りあげる。

(3)非抑制性

松田は、仲間内での注目を集めるために、過激なツイートや反社会的なツイートをしてしまう利用者について言及している [松田 2014:2-6]。コンビニのアイスクリームケースの中に横たわったり、店内の食品の上に寝転んだり、コンビニや飲食店の若い店員が自らの軽率な行動を写真とともにツイートすることがマスメディアなどでたびたび取り上げられ、話題となっている。松田はこうした若者の行動の要因として、インターネットの公開性に対する理解不足と、仲間内で注目を集めたいという気持ちがあると述べる [松田 2014:3]。

アカウントを公開設定にしていれば、フォローされていない不特定多数の他者に自身のツイートを見られることになる。しかし通常は自身のツイートに対して友人や知り合いからの反応があるだけなので、知り合い以外の人間に見られているという意識が薄くなる。こうしたインターネットの公開性への理解不足が要因の1つとして挙げられる。また仲間内で注目を集めたいという気持ちは、インターネット上に限らず誰しも持つものである。ツイッター上では、面白いツイートをすれば「いいね」登録され、コメントを得られ、さらにリツイートされてそれが拡散される。リツイートされれば自身のツイートがさらに多くの利用者の注目を集めることとなる。そのため利用者は面白いツイートをしたいという欲求に駆られる。その結果、冗談のつもりで過激なツイートをするのである。仲間内では冗談として捉えられたとしても、不特定多数の利用者に見られ、「炎上」という状態に発展する。「炎上」とはブログ、mixi、ツイッターなどに投稿した投稿内容や投稿者に対して、批判や非難が巻き起こる現象である [平井 2012:61]。「炎上」は、投稿者が投稿を第三者に見られることを念頭に置いていない場合に発生する [平井 2012:66]。

松田が述べるように、ツイッター利用者は他者からの反応に執着していないわけではない。むしろ他者からの反応を得たいがために、自身のツイートを面白いものにしようと苦心する様子が伺える。「空気」を読む圧力を回避した、他者からの反応が得られるか分からないツイッター空間においても、実は利用者は他者からの反応を期待し

ているのである。

また香山は、インターネット上で過激な発言をしたり、他者を攻撃したり、自身の本音を言ってしまったりと、普段抑制していることをつい言ってしまう非抑制性〔香山 2014:59〕が働くと述べる。香山はこの背景として、匿名性と顔が見えない環境を挙げている。インターネット上では自身の素性を隠したまま発言できるので、自身の発言が日常生活に影響を与えることはない。「炎上」のように見知らぬ他者に対して激しく攻撃できるのも、それが見知らぬ他者であるからであろう。自分の素性を知っている人物であれば、攻撃すると自身の対人関係に影響が出る。匿名性の下で、相手が自分のことをどこの誰なのか分かっていない環境だからこそ、非抑制的な発言が可能となる。また顔が見えないという環境は、表情や声による情報を遮断するので、相手の心情に対する意識が弱まり、発言の心理的ハードルは低くなる。

この非抑制性は、自己語りをする上では、普段面と向かって言いにくいような語りを助長する特性として捉えられる。例えば自身の隠しておきたい秘密、人にはなかなか言えない本音の投稿が、ツイッターなどのインターネット空間においては助長されると考えられる。

(4) ツイートの真実性

近年ネタ消費という消費行動が増えている。日本経済新聞の記事によれば、ネタ消費とは「ソーシャルメディアに頻繁に書き込みをする人が、他人からの共感を得たり、自分をアピールしたりといった目的でネットで話題になりそうな消費をすること」である⁽¹²⁾。例えば全国的に人気のアイス「ガリガリ君」シリーズには、ときに奇抜な商品が登場する。2012年9月4日に販売された「ガリガリ君リッチコーンポタージュ」は、アイスとしては異例の商品であったが、販売開始から瞬く間に売れ、その売れ行きから2日で販売中止となった。そのときツイッター上では、「話題のガリガリ君コーンポタージュ買いました」といった投稿が（多くは写真つきで）購入者によって書き込まれ、拡散されたのである。このように面白い商品を買ったり、珍しい場所に行ったりと話題になりそうな消費をし、それをツイッターに投稿するネタ消費行動がしばしば見られる。野村総合研究所の試算によれば、このようなネタ消費の経済効果は3,400億円にもなるという⁽¹³⁾。ネタ消費の投稿は、1つの自己語りとして捉えられるが、他者からの反応を強く意図した行為だと言える。

香山はこのネタ消費行動の真実性に言及している。先ほどのアイスの例で言えば、わざわざ買いに行かなくとも、インターネット上で写真を入手して投稿することは簡単である。また、例えば「高級ホテルで3万円のランチを食べた」といった投稿をしたい場合は、高級ホテルの料理の写真をどこからか探して貼り、投稿すれば済む。しかし本当に3万円のディナーに出かけた場合にのみ書く、さらにはブログに書きたいから、あえて3万円のディナーに出かけるというように、実際に投稿内容の行動をとる人が多いという[香山 2014:47]。このようにソーシャルメディア利用者には、「真実のみを投稿する」、あるいは「投稿されている内容は真実である」という意識があるという[香山 2014:46-53]。

この真実性は、ソーシャルメディアが前述した松田の「他人に見せたい自分」「自分に見せたい自分」を構築する場となっていることが背景にあると考えられる。他者からの反応を得られるとしても、自分のものではない投稿に対して反応を得ても自己の構築にはつながらない。投稿する自己像は、他人に見せたい自分でありながら自分に見せたい自分、すなわち自分にとって納得のいく自分（「本当の自分」）でなければならないのである。香山が言及した投稿の真実性は、ソーシャルメディアが積極的な自己構築の場となっていることを示している。

しかし、他者に呈示したい自分と本当の自分とは完全に一致するのだろうか。そもそも本当の自分というものが確実に存在するかどうかは明確ではないが、前述したように自己を構築するためには自分にとって納得のいく自分を描かなければならない。納得がいくということは、自分にとって「自分らしい」と思えるということである。

「自分らしい」という思いは、自身の内面的な、本質の部分を反映して生じるものである。しかし、そういった自身の内面、本質的な部分は通常他人に見せることはためらわれる。そのような「自分らしい（本当の）自分」を、他人に呈示できるのだろうか。換言すれば自己開示（自己の本質をさらけ出すこと）と自己呈示（他者によりよい自分を呈示すること）はツイッター上でどのように行われているのだろうか。

(5)小括

ここまで述べてきたように、ツイッターにはコミュニケーション圧力を回避した自由に発言しやすい空間があり、利用者は感情表現を行って「テンション」を共有していること、ツイートには非抑制性が働くこと、ツイート内容は自己構築のため真実性

を帯びること、また他者からの反応を期待していることなどが、自己を語る場としてのツイッター空間の特性として挙げられる。しかし、2点疑問が残る。1点目は、自己を構築するためにどの程度他者の反応を期待してツイートを行っているのか、すなわちツイッターにおいて他者はどのような存在であるのかという点である。コミュニケーション圧力から解放されたツイッター空間において、他者からの反応は必ず得られるものではない。しかし利用者は、他者からの反応を期待してツイートしており、やはり自己を構築するためには他者からの反応は必要であると思われる。では他者からの反応をどの程度期待しているのか、あるいはどのように他者からの反応を得ているのかという点が、1点目の疑問である。2点目は、自己語りをする上で自己開示と自己呈示はどのように行われているのかという点である。自分らしい（本当の）自分を表出する自己開示が果たせてこそ、自分らしい（本当の）自分が構築できると考えられるが、同時に他者に見せたい自分も存在する。自分らしい（本当の）自分を開示することと、他者に見せたい自分を呈示することはどのようにして行われているのかという点が、2点目の疑問である。これらの疑問を踏まえながら、次章では、大学生のツイッター利用者の葛藤の状況に焦点を当て、ツイッター上での自己語りの意味、自己語りの場としてのツイッター空間の特性を考察したい。

第3章 ツイッターにおける自己語りの意味

1. ツイッターの利用目的と葛藤の傾向—アンケート調査から—

(1)調査の概要

本研究では、2015年10月から11月にかけて、A県B市の国立大学C大学において、ツイッターを利用している大学生（一部大学院生）120人を対象にツイッター利用に関するアンケート調査を行い、その中の17人にインタビュー調査を実施した。アンケートでは、ツイッターの利用状況や利用目的、利用における葛藤状況などについて選択式、自由記述式を組み合わせる形で質問した（巻末資料参照）。回答者の内訳は、学部1年生55人、2年生34人、3年生18人、4年生9人、大学院生2人であった。性別は男性が41人、女性が77人、不明2人であった。また回答者の所属学科は8つに分かれるが、そのうち最も多いのが国際系の学科で、86人であった。

インタビュー調査では、できるかぎり回答者が自由に回答できるように、半構造化の形式をとった。例としては、「ツイートする上でどのようなことを気にするか」「ツイッターを利用する中で何か困ったことはあるか」など抽象的な問いを投げかけ、それに対して自由に自身の経験や考えを語ってもらった。

アンケート調査とインタビュー調査を組み合わせることで、ツイッター利用者の多様性を量的に把握するとともに、その葛藤の様子を質的に探り、利用者の姿をより立体的に浮かび上がらせることを目的とした。

以下の節では、アンケート調査の結果から、大学生のツイッター利用の傾向と多様性について述べる。

(2)ツイッター利用の目的

ツイッターを利用する目的について、該当するものを複数選択する方式で質問したところ、「情報収集のため」を選択した人が最も多く、次いで「ツイッター上で会話を楽しむため」、「自身の体験・経験を表現するため」が同数であった（図1）。

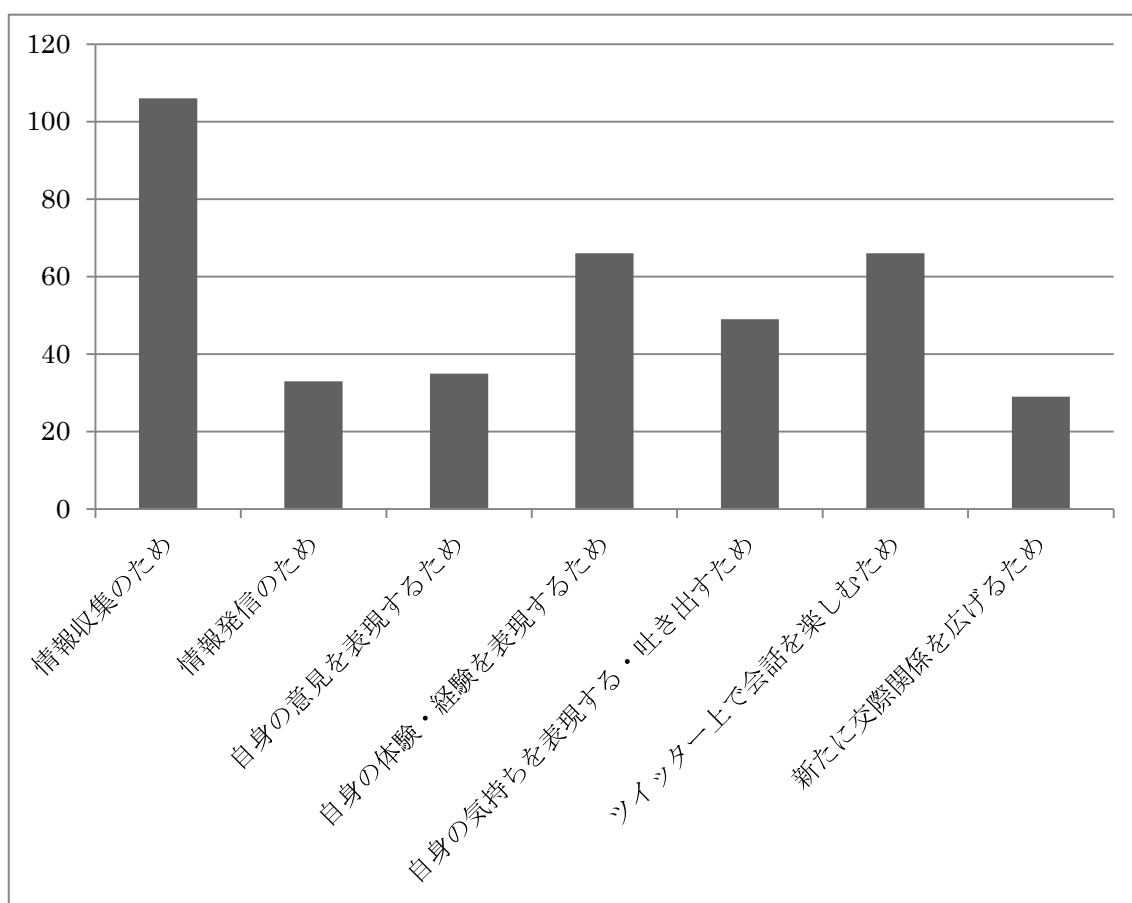


図1 大学生のツイッター利用の目的

(筆者の調査に基づく)

また、より重視する目的は何かを調べるために、選択した目的のうち重視するものを1位から3位まで順位をつけて回答してもらった。1位に選んだものに3ポイント、2位に2ポイント、3位に1ポイントの得点をつけたところ、最も点数が高かったのが「情報収集のため」で254ポイント、次いで「ツイッター上で会話を楽しむため」が117ポイント、「自身の体験・経験を表現するため」が96ポイントであった。このことから、ツイッターを使う意義として、情報収集ツールとしての価値を重視する人が圧倒的に多いことが分かる。また次いで重視されているのが「ツイッター上で会話を楽しむため」であることから、ツイッター上で盛んに他者とコミュニケーションを取っていることが伺える。

これらの目的のうち、自己についての積極的な語りとして考えられるのは「自身の意見を表現するため」「自身の体験・経験を表現するため」「自身の気持ちを表現する・

吐き出すため」の3つである⁽¹⁴⁾。これら3つについて、上記の方法で得点を算出するとそれぞれ44ポイント、67ポイント、96ポイントとなり、合計で207ポイントとなる。このことから、ツイッターにおいて「自己について語りたい」という欲求が高いことが分かる。

(3) ツイッター利用者の葛藤

では、利用者はこの目的のとおり、自由に自己について語っているのだろうか。ツイートする際の葛藤状況の有無について調査するため、「あなたがツイートする際、思いついたことをありのままに書くことをためらうことはありますか」と選択式で質問した。その結果「よくある」と回答した人が48人、「時々ある」が38人、「ごくたまにある」が14人、「ほとんどない」が11人、「まったくない」が6人であった(図2)。

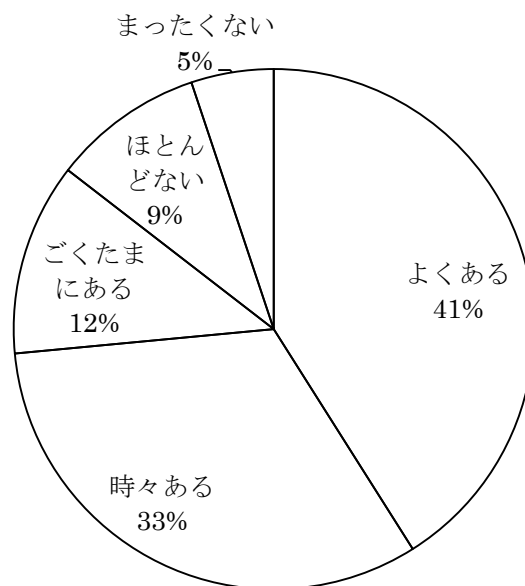


図2 思いついたことをありのままにつぶやくことをためらう経験の有無

(筆者の調査に基づく)

「よくある」「時々ある」「ごくたまにある」と回答した人の割合を合計すると86%であることから、思いついたことをありのままに書くことをためらうことは、多くの大学生利用者が経験していると考えられる。

さらにどのようなツイートをためらうのかを調査するため、ツイート内容を「有益な情報」「ためになる情報」「他のユーザーとの会話のネタ・話題」「他のユーザーへのリプライ（返信）」『今起きた』や食事の写真など日常生活における自身の行動」「その日や月などある一定の期間を自身で振り返るもの」「友人との楽しかった思い出を振り返るもの」「人には言えない本音」「怒りを感じていること」「うれしかったこと」「落ち込んでいること」「驚きや発見したこと」「自分の意見の主張」「誰かに対する批判」という13種類に分類した。これらの分類は筆者がタイムライン上のツイートを参考に独自に行ったものである。このうち、『今起きた』や食事の写真など日常生活における自身の行動」「その日や月などある一定の期間を自身で振り返るもの」「友人との楽しかった思い出を振り返るもの」の3つは自身の行動や体験、経験についての語りである。また「怒りを感じていること」「うれしかったこと」「落ち込んでいること」「驚きや発見したこと」の4つは感情表現であり、前章で述べた「テンション」の表現に当たる。また「人には言えない本音」は、自身の本質的な部分に関わる重要な内容を含んでおり、前章で述べた自分らしい（本当の）自分の表現に該当し、自分らしい（本当の）自分の構築のためには必要と考えられる表現である。また「自分の意見の主張」「誰かに対する批判」の2つはともに自身の考えや立場を強く表現するものである。

この中から、ためらう内容に該当するものを複数選択式で回答してもらった（図3）。最も回答数が多かったのが「怒りを感じていること」であり、次に「人には言えない本音」、続いて「落ち込んでいること」が多かった。また「自分の意見の主張」にも比較的多く回答が集まった。これは前節でツイッター利用の目的について述べた際、自己を語る目的の中で「自身の意見を表現するため」が最も低くなっていたことにも通じている。また『今起きた』や食事の写真など自身の日常生活における行動」も回答数が多くなっている。

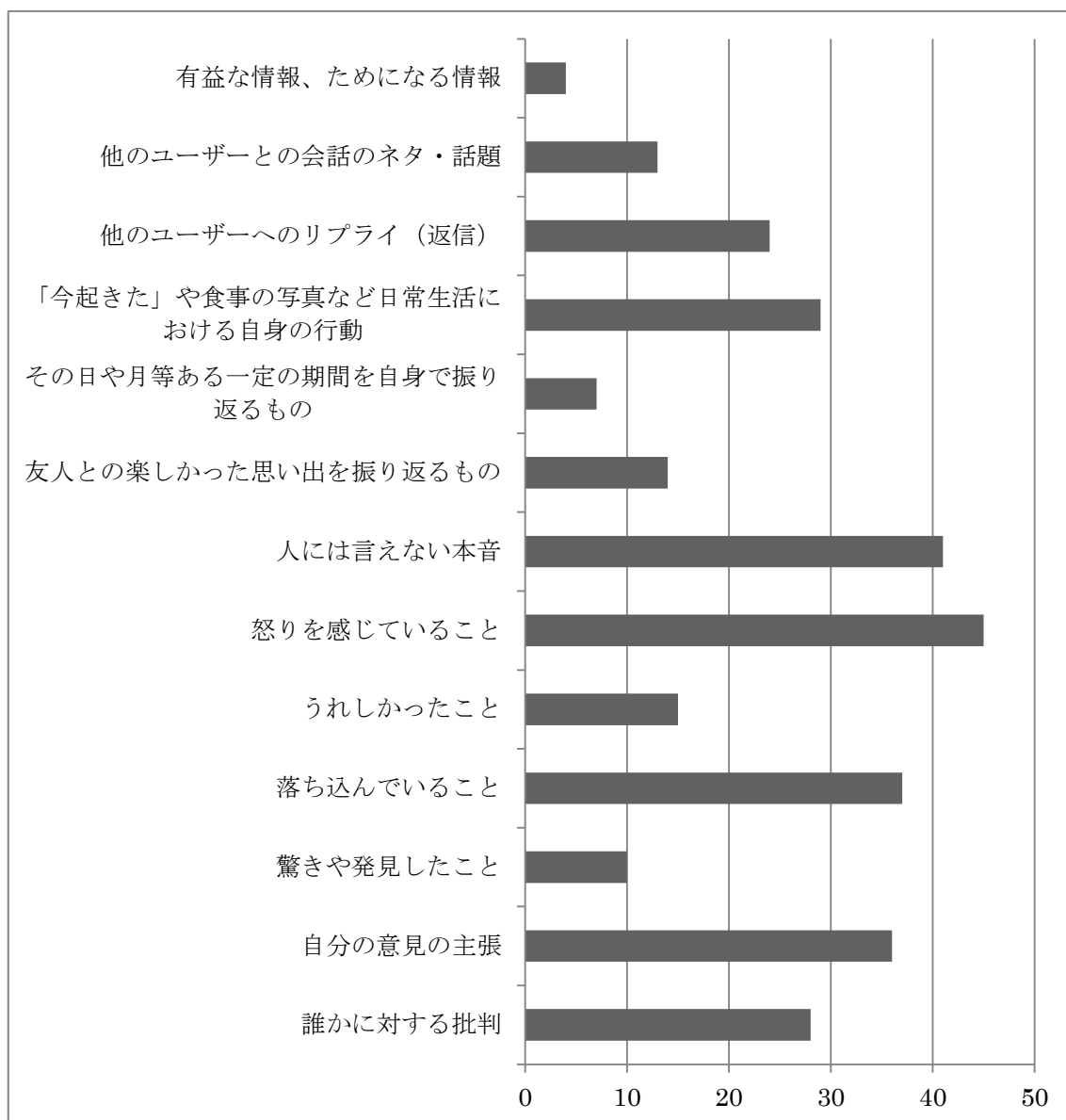


図3 ためらう内容

(筆者の調査に基づく)

前章において、ツイッター空間はコミュニケーション圧力から解放された自由な空間であり、「テンション」を共有するための感情表現が盛んになると述べた。しかしアンケート調査から、自己語りはすべて自由に行われているわけではないことが伺える。とくに怒りや落ち込みといった感情表現にはためらいがあることが分かる。また、自分の本音をつぶやくことをためらう人が多いことから、香山が述べていた非抑制性が働いていないこと、自分らしい(本当の)自分が表現されていないことが考えられる。

(4) ツイッター利用の多様性

アンケート結果から、アカウントごとの1日のツイート頻度、フォロワー数、利用者1人当たりのアカウント保有数は以下のとおりであった⁽¹⁵⁾。

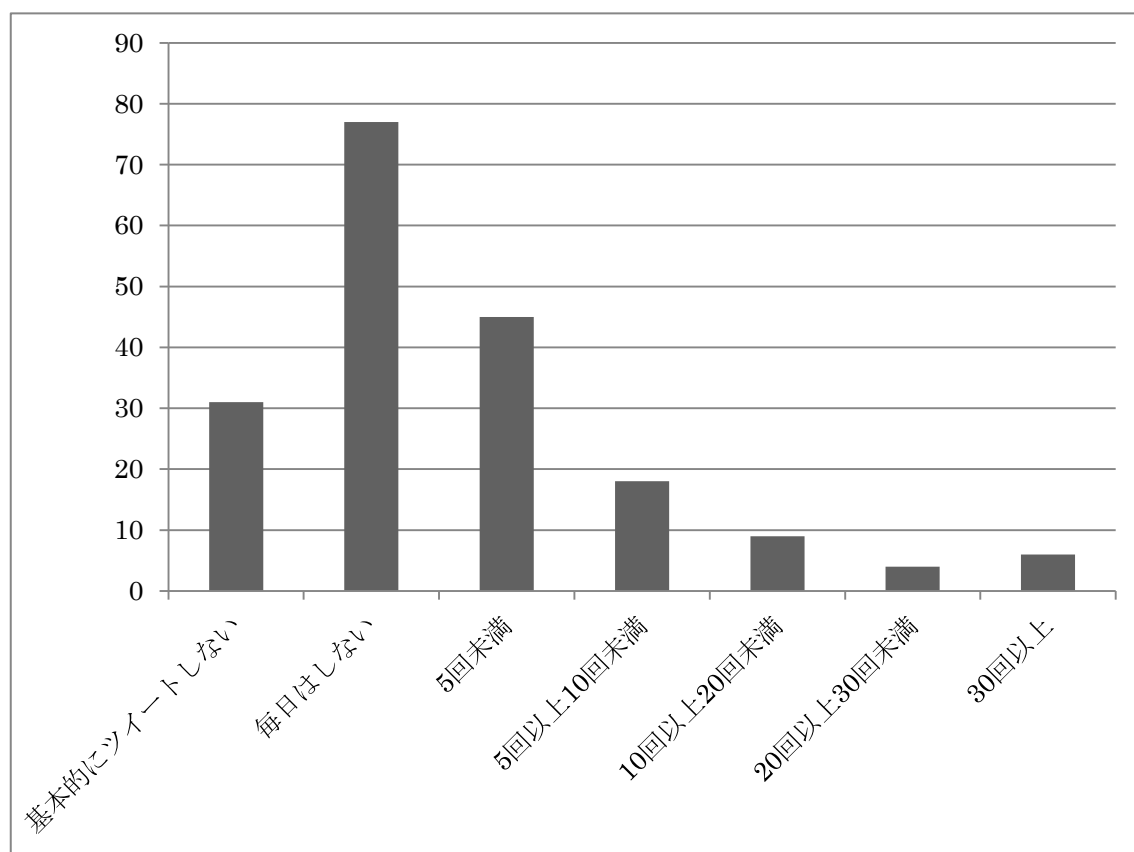


図4 1日当たりのツイート回数

(筆者の調査に基づく)

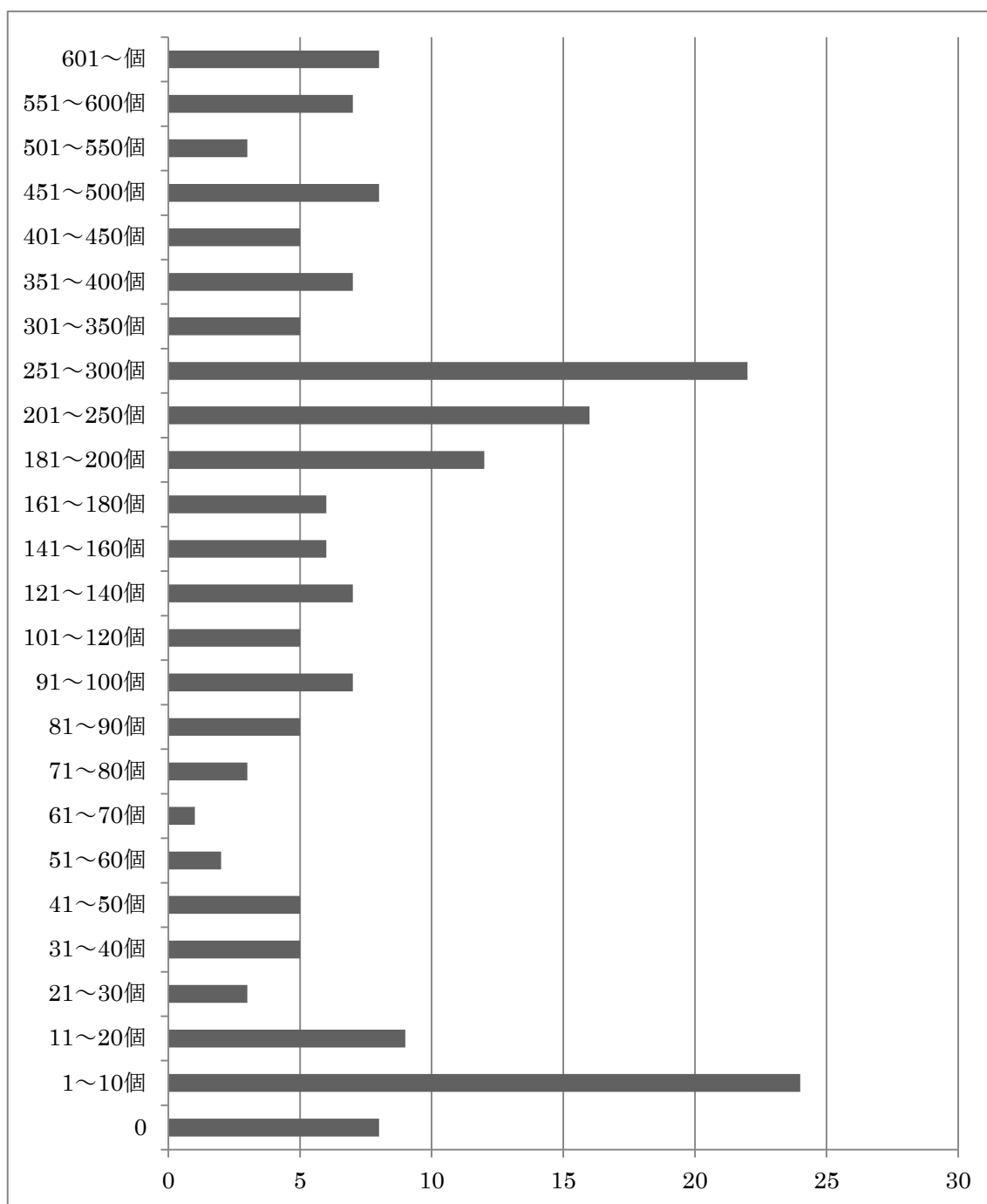


図5 アカウトごとのフォロワー数

(筆者の調査に基づく)

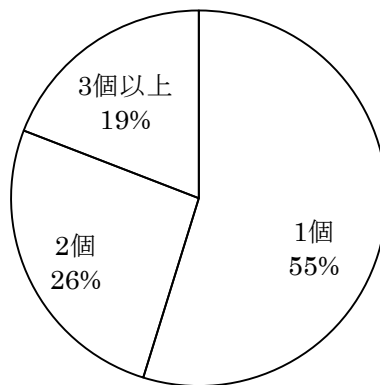


図6 利用者のアカウント保有数

(筆者の調査に基づく)

アカウントごとの1日当たりのツイート頻度は、「毎日ではない」が最も多く、次いで「1日5回未満」が多くなっている(図4)。一方で、中には30回以上ツイートする利用者もあり、ツイート頻度はアカウントによって多様であることが分かる。またアカウントごとのフォロワー数は、「1~10個」が最も多く、次いで「251~300個」が多くなっている(図5)⁽¹⁶⁾。一方で、多い人では600を超えている。また1人当たりのアカウント保有数は、55%の人が1個、26%の人が2個、19%の人が3個以上保有しており、全体の45%の人がアカウントを複数保有していた(図6)。このように、アカウントごとにツイート頻度やフォロワー数、また利用者ごとにアカウント保有数は異なっており、利用者によってツイッターの利用状況は多様であることが伺える。

これは、自己語りの空間が利用者により多様であることを示している。フォロワーが多ければ、自身のツイートが幅広い他者に見られていることを意識し、少なければそのフォロワー1人ひとりに意識が及ぶだろう。またアカウントを複数保有していれば、どのように使い分けるのか、すなわちそれぞれのアカウントでどのような自己を語るのかが意識されるだろう。このように、自己語りの場として意識される環境は利用者ごとに異なっており、そこで行われる自己語りの内容も、利用者によって多様であると考えられる。次節以降でツイッター利用者の葛藤の経験や、ツイートすることの意味を述べていくが、その前提としてこうしたツイッター利用の多様性を意識しておきたい。

2. ツイッターにおける自己語りの葛藤

本節では、筆者が実施したインタビュー調査で得られた語りを基に、ツイートすることで利用者が何を得ているのか、またどのような葛藤を抱えているのかを述べる。

回答者 17 人の学年や性別、ツイッターの利用状況は次表のとおりである（表 1）。

表 1 インタビュー回答者のツイッター利用状況

回答者	学年	性別	アカウント数	①フォロワー数	②フォロワー数	③フォロワー数	ツイート頻度 ⁽¹⁷⁾
A	1 年	女	1	275			5 日に 1 回
B	4 年	女	3	321	130	2	①1 日に 10~20 回
C	1 年	女	1	269			5 日に 1 回
D	4 年	女	1	226			7 日に 1 回
E	3 年	女	3	269	461	1	①1 日に 30~40 回
F	4 年	女	2	380	110		①1 日に 10~20 回
G	3 年	女	1	226			基本的にツイートしない
H	4 年	女	2	158	0		①3 日に 1 回
I	3 年	女	2	410	6		②1 日に 5~10 回
J	3 年	女	1	119			7 日に 1 回
K	4 年	男	3	269	105	61	①1 日に 5 回未満
L	2 年	女	4	264	102	34	②1 日に 10~20 回
M	3 年	男	1	256			1 日に 5 回未満
N	3 年	男	3	600	200	10	①7 日に 1 回
O	2 年	女	3	274	100	3	①1 日に 30~40 回
P	2 年	女	4	477	230	43	②2 日に 10~20 回
Q	3 年	女	2	206	0		①1 日に 5 回程度

（筆者の調査に基づく）

(1)「テンション」を表現する場

利用者はツイートすることで何を得ているのだろうか。回答者 G は、自分がツイートするタイミングについて、以下のように語っている。

G「つぶやくと、やっちゃった、みたいなのがおさまる、すっきりする。この前言った(ツイートした)のだと、卵を思いっきり 4 個くらい全部割っちゃって、床に落としちゃって。昨日買ったばかりなのに、って思って。でも誰かに LINE して『卵割っちゃった』って言っても、相手も、はあ、みたいな感じで。でも 1 人で抱えるのも嫌だなって感じで、言っちゃった」(括弧内筆者付記)。

G「人がいたらその人に言って終わりになることだけど、とくに言う人が周りにいなかったから、ツイッター、みたいな感じが強いですね。だから友だちと会う前に何かがあって、友だちと会った瞬間に『ねえねえさっきね、こんなことがあったんだよ』って言うのと似たような感覚。会うときに自転車でこけちゃったら会ったときに『今こけちゃって』って言うけど、その相手がいないからツイッターに言う」。

G は、日々の生活の中で自分が些細な失敗をしてしまったときにツイッターに書き込むという。それは普段知り合いに話しかける感覚と同じであり、失敗してしまったことを他者に話すことで、気持ちが落ち着くようである。このような、自身の気持ちを表現する場としてツイッターを利用するという語りは他の回答者からも多く得られた。これは木村が述べた「テンション」の表現に当たる。また LINE で連絡すると相手が困惑してしまうことを考慮してツイッターを選んでいるという語りから、木村が述べていたように、ツイッターでは相手との「テンション」の差を気にしないで自己表現できることが伺える。

回答者 C は、SNS の 1 つである LINE と比較して、ツイッターの方がより自分の気持ちを表現しやすいと語っている。

C「LINE だと、特定の相手がいるわけじゃないですか。その人のケータイが鳴るじゃないですか。それはちょっと・・・どうでもいいことで鳴らすのはちがう。

家にいたら親がいるから、『こんなことあった』って言えるけど、1人だから言う相手がいないし。例えばテレビを見て、めっちゃ怖くなったときって、とりあえず吐き出さないと消化できなくて、自分の中で。(中略) 自分の中で消化しきれないけど、特定の誰かに言いに行くほどではなくて。LINE は言いに行くって印象があって、自分の中で。別に言いに行くほどではないけど、部屋でぶつぶつ独り言を言うのはちがうかなって。それでツイッターに言うんだと思います」。

これはツイッターの方が LINE よりも気軽につぶやけることを示しており、木村の述べていたコミュニケーション圧力の回避行為を示している。LINE ではメッセージを送ると特定の人物の端末に通知が届き、「既読」機能もあるため、相手は反応しなければならないというコミュニケーション圧力にさいなまれる。そうした事態は送り手にとっても望ましいことではない。特定の人物に聞いてほしいわけではなく、かつ自分だけで気持ちを落ち着けられないときに、誰かに聞いてほしいという思いからツイッター上でつぶやくのである。

このように、木村が述べていたとおり、ツイッターが「テンション」を表現する場として利用されていることが分かる。

(2) ツイートすることへの葛藤

1) 怒り・落ち込みの表現のためらい

ツイッターは気持ちを表現する場となっているにも関わらず、なぜ怒りや落ち込みといった感情を書き込むことはためられるのだろうか。

怒りの感情をツイートすることに対して、回答者 E、O は次のように語っている。

E「怒りを感じていることも、『前の車がめちゃくちゃ遅い』とか、誰に対してっていうのじゃなくて、物とか知らない人対象で（言います）。個人に対してはしないようにしています。消せないの。消せますけど、（誰かが）見ちゃったらその記憶は消せないの」（括弧内筆者付記）。

O「例えばそれが誰かに対する不満だったり、誰か特定じゃなくても、こういう

人に対する不満だったりとか、こういう人ちょっと、ってことだったりとか。まあ絶対誰かの行いを見てツイートしてると思うんですけど、もしかしたらそう思ってる全然関係ない人を攻撃することになる、っていうのがあって。私がけっこう勝手に受け取ることが多くて、被害妄想が激しいタイプの人なので、これは私のことかな、これは私のことかな、って思うと、逆に自分も言いにくい。ほんとに誰が見ているのか分からないので」。

E が発言しているように、誰に向けるでもない些細な苛立ち、あるいはまったく知らない人物を対象とした苛立ちを感じた際にはツイートするが、特定の個人や団体に対する怒りや不満をツイートすることはためられるという。これは、ツイート内容に関係する人物が自身のツイートを見て気分を害さないかどうかを気にしていることを意味する。また O は、怒りの対象になっている関係者だけではなく、もしかしたら自身のツイートを見て傷つくかもしれない誰かに対しても配慮している。ツイッター上での発言は誰に見られ、どのように受け止められるか分からないことを危惧していることが伺える。このように、怒りの感情をツイートする際には、そのツイートを見た人物が気分を害さないことを前提にしているようである。

また B は、怒りの感情を他者に見られること自体を避けたいと語っている。

B 「(いらいらしていることは) あんまりつぶやかないですね。いらいらしているところをあまり悟られたくないから。いいことじゃないじゃないですか。『あの人がいつもいらいらしてる』とか」(括弧内筆者付記)。

B は、怒りの感情をツイートすることでツイートを見た人物から自身に対して特定の印象を持たれることを避けたいという。このことから、ツイート内容が自身の印象に結びつくという意識があることが伺える。

このように、特定の個人や団体に対する怒りの感情を抱いてツイートしようと思っても、その感情を表現したいという思いよりも、ツイートを見る他者がどのような心情になるか、あるいは自身に対してどのような印象を持つかに対して思いがめぐり、ツイートをためらうようである。

また、落ち込んだ内容をツイートすることに関して、C は次のように語っている。

C「落ち込んでることは割と言いにくい。何が原因で落ち込んでいるかによるのかもしれないですけど。全部自分が原因なら全然いいんですけど、誰かが関わって落ち込んでいたら、それはみんなに向かって言うべきではない。傷つきはしないかもしれないけど、嫌な思いをするかもしれないって」。

C「落ち込むってときは何かしら不手際があったから、落ち込んでいるわけであって。そういうのってみんなにとっては知るべきじゃないというか、知りたくなかったことだと思う」。

Cは、自身が落ち込んだ内容をツイートすることで、それを見た他者がどのような心情になるかを懸念している。ツイートを見た誰かが「嫌な思いをするかもしれない」、あるいはツイートを見た人物にとって「知りたくなかったことだと思う」という発言から、自身のツイートを見た誰かの心情を想像し、不快な思いをしないように配慮し、ツイートすることをためらっていることが伺える。

またBは、自身の落ち込んだツイートを見た人物の負担にならないよう、LINEではなくツイッターでつぶやくという。

B「LINEだと、返信を強要しちゃうじゃないですか。ツイッターだと見て見ぬふりもできるし。それでいいですよ。あまり人に負担をかけないようにして、でも余裕がある人は慰めて、みたいな感じですね」。

Bは自身のツイートを見た人物が見て見ぬふりができるように配慮しており、ツイートが他者に無視をされてもかまわないと考えている。BもCも、自身のツイートを見た人物の心情に配慮していることが伺える。

このように、落ち込んだ感情をツイートする際には、怒りの感情と同様に、ツイートを見るかもしれない他者に対する配慮が抑制力となって働くようである。しかし、落ち込んだ感情を表現したいという欲求が低いわけではない。Iは、以前落ち込んでいる内容を衝動的にツイートしたことを後悔している。

I「去年の今ぐらいにネガティブなことをついついツイートしちゃったら、サーク

ルの友だち何人かから『大丈夫？』って心配してもらって、やばいって思ってツイートすぐ消して。『大丈夫です』って送って。けっこうみんな見てるんだなって思ったんですよ。私自身があんまりツイッターをちゃんと見てないので、流し読みしてるので。見てる人は見てるんだと思って」。

I「見られてる意識というよりは、ちょっともう発散しなきゃどうしようもない、って感じだったので。見てほしいっていうわけではなかったんですけど。けっこうみんな見てるんだなと思って、ネガティブ発言はやめようって思って。はっとしましたね」。

I は、自身の落ち込んだ感情を表現するためにツイッターでつぶやいた。しかしその時点では、他者に見られることをあまり意識しておらず、「発散しなきゃどうしようもない」という衝動的な行為であった。その結果、I のツイートを見た友人から心配する反応が返ってきたことに戸惑い、ツイッター上でネガティブな発言をしたことを後悔したのである。

このように、落ち込んでいる感情を表現したいという欲求は決してないわけではない。したがって、前項で述べた、ツイッターで「テンション」を表現したいという欲求は、落ち込んでいる感情に関しても当てはまると考えられる。しかし落ち込んでいる感情を表現しようとする際には、積極的に他者からの反応を求めてはおらず、「聞いてほしい」というよりも、自身の思いを「発散したい」という欲求の方が強いようである。それは「表現する」というよりもより衝動的な欲求であり、他者よりも自己への指向性が強くなっている。換言すれば、自身の内に積もった感情を「吐き出す」行為である。しかし、そうした衝動的な欲求があると同時に、自身のツイートがツイートを見た他者にどう影響するかということも考慮されている。落ち込んだ内容をツイートする際には、衝動的に自身の気持ちを吐き出したいという自己への指向性と、それが他者の目にとまることへの配慮という他者への指向性が、互いに作用し合うのである。

これはツイッターにおける表現全般において言えることであろう。どのようなツイートであっても、そのツイートは自己表現であるとともに、他者の目にさらされるものであり、他者に向けられたものとなる。そのため、ツイートする際には常に、自分

へ向かう意識（自己指向性）と他者へ向かう意識（他者指向性）が存在することとなる。したがってツイートする際には、自身の思いを表現したい、吐き出したいという自己指向性と、他者がツイートを見てどう思うかを考慮する他者指向性が、常に両輪となって作用するのである。

また、怒りの感情と同様に落ち込んだ内容についても、ツイートすることで他者からどのような印象をもたれるかを懸念するという語りが得られた。

A「(落ち込んでいることは) 普通に友達に言います。心配してほしいと思っている、と思われたくないっていうのもあるし、この人病んでる⁽¹⁸⁾のかなって思われたくないです。普段からいろんな人に悩みを相談したりしないので。自分がこの人なら信用できるっていう人が決まっています。その人以外には元気ないなとか思われなくようにするタイプなので」(括弧内筆者付記)。

F「(落ち込んでいることは) 具体的には書かないですね、あんまり。ツイッターで具体的に言うと、全員に見られているわけじゃないですか。全員に言いふらしている感、っていうか。『めっちゃ疲れた』、『めっちゃ泣きそう』くらいだったら、気持ちのはけ口として書いてもいいんですけど。誰にでもあることですし。でも具体的に言うと『何こいつみんなに聞いてほしいの、これ』ってなるかなって」(括弧内筆者付記)。

H「ネガティブなことを言っても、どんどんネガティブになるっていうか。それも嫌だし、周りに心配させるのも嫌だし、他の人が私のツイートを見て面倒くさいなってしまうし、主観的にも客観的にもよくないなって思っ」。

A、F、Hの3人とも、自身のツイートを見た人物が自身に持つ可能性がある否定的な印象を具体的に想定し、ツイートすることをためらっている。怒りの感情表現と同様、ツイート内容によって自身がどのような印象を持たれるかを気にするようである。こうした他者からの印象を考慮する点も、他者を強く意識していることを示しており、他者指向性の表れであると言える。

以上から、落ち込みや怒りを含めたさまざまな感情を表現したい、吐き出したいと

いう自己指向性の高い欲求を抱いても、ツイートを見た他者がどのような気分になるか、また自身に対してどのような印象を持つかという他者指向性が抑制となって働き、ツイートすることをためらっていると考えられる。

2)意見、批判をツイートすることのためらい

意見や批判をツイートすることをためらうのはなぜなのだろうか。E は、ツイッターで意見を言うことに関して以下のように語っている。

E「主張とかもためらいますね。反論も絶対あるじゃないですか。私は別にツイッターで議論がしたいわけじゃないので。それでけんかになったら嫌だし。本当に話すんだったら対面の方がすぐ返せますし、分からなかったらすぐ聞けますし」。

E は自身の意見に対して反論があることを想定しており、ツイッターが議論の場となり、互いが「けんか」のようになることを忌避している。またそもそもツイッターは機能上議論に適さないことを指摘している。ツイッターは入力できる文字量も少なく、誤解も生じやすいため、機能上議論するには不向きだと考えられる。

また H は以下のように語っている。

H「意見を言うって結局誰かの意見や誰かの立場に反対しているってことだから。社会問題だとまだ分かるけど、身近な問題だったら、絶対誰かにひっかかってきて、誰かが嫌な思いをするし誰かが怒ったりするわけじゃん」。

H は、ツイッターで自身の意見を主張することで、ツイートを見た他者の心情に影響を与えることを危惧している。ここでは自身の意見を主張したいという思いよりも、意見を主張することで他者がどのように思うかに重きが置かれている。これは前述した怒りや落ち込みといった感情表現と同様、自己指向性と他者指向性の葛藤の問題であり、ツイートを見た人物の心情に配慮している。

K はツイッター上での議論の内容が議論相手以外の他者に見られることにも抵抗があるという。

K「あんまり強い意見は出さないですね。やっぱり自分の中ではその・・・ガチ⁽¹⁹⁾の議論をする場じゃなくて、普通に楽しみたいというか。誰かから反論が来たりして議論が白熱したりするのが面倒くさいというか。ほんとに議論したかったらもっと他の人が見ていない、LINEとかで（します）。みんなが見てる中で議論してるのは、炎上してるっていうか、けなし合ってるっていうか。それをみんなに見られてるのって嫌じゃないですか。『なんかけんかしてるな』って（思われたくない）」（括弧内筆者付記）。

広く他者が見ているという点は、より多くの他者が議論に加わり、議論が充実するということも考えられるが、ツイッターはオープンな議論の場としては利用されていないようである。これはなぜなのだろうか。

B、C は、自身の意見が広く他者に見られることで、自身の印象が悪くなることを危惧しているという。

B「話し合いの場で意見を言うのはいいんですけど、ツイッターで喋っていると話してるのが他の人に見られるじゃないですか。関係ない人に見られたりとか。自分がアホだからそれをさらしたくないっていうのもあって、あまりまじめなことはつぶやかない。『まじめなこと言ってるふりしてアホじゃん』って感じで（思われたくない）。それってめっちゃプライドが高い人だけ」（括弧内筆者付記）。

C「あまり知らないままに言うのって、『こいつばかだな』って思われそうだし、『何も知らないのに言いやがって』って思う人もいると思うし」。

このように、意見を主張する際にも、前述した怒りや落ち込みの感情と同様、他者からの自身の印象について考慮するようである。意見を主張する際には当然に自身の価値観や考え方を吐露することになり、それらを幅広い他者から見られ、一方的に否定的な印象を持たれることを危惧していると考えられる。

3)自身の日常生活の出来事・行動をツイートすることのためらい

自身の日常生活における些細な出来事や行動についてためらうかどうか聞いたところ、ためらうと答えた人が多かったが、ためらわずつぶやくという声も聞かれた。ためらう理由は何なのだろうか。

F は、日常生活における些細な出来事や自身の行動に関して、頻繁にツイートしている。例えば「ねむい」「ねむいけど大学戻らなきゃ・・・」といったものがある。こうしたツイートを1日に10回から20回ほどしているが、最低限「安全面」には気をつけているという。

F「まず自身の行動っていうのは、あまりにも『今帰ってきた』とか、今何してるかっていう自分の行動、あとは位置情報とか言いすぎると、自分の行動が筒抜けになるっていうことでセキュリティ的によくないかなと思っていて。『帰ってきた』っていうのも自分が本当に帰ってきた時間よりちょっと早めに書いたりとか。何が起こるか分かんないじゃないですか。たまたまツイッターを悪い人が見ていて、『今帰ってきた』とかツイートした直後に電気ついたりしたら、ここかなって分かるじゃないですか。まあ絶対ないとは思いますが、（もしあったら）気持ち悪くなって思うので」（括弧内筆者付記）。

F は自身の行動についてツイートすることで、自身が今どこにいるのか、何をしているのかが公開され、それが誰かに悪用されてトラブルに巻き込まれることを危惧している。このように自身の詳細な行動をツイートしてしまうと、他者に自身の詳細な情報が明らかになってしまう場合がある。F は自身のツイートを非公開設定にしておらず、不特定多数の人に見られているという意識があるのであろう。他者に見られることを意識していることから、他者指向性が働いていると言える。他者指向性の中でも、このような自身の情報を書き込み過ぎないという意識はツイッターに限らずインターネットを利用する際に常に必要なものであり、メディアリテラシーの1つと言える。

I、J は、F とは別の理由を語っている。

I「私が今起きたことなんてみんな別に知りたくなくない？って思ってる」。

J「ツイッターにも Facebook にも言えると思うんですけど、逐一自分の行動を知ってもらってということ自体が、私には違和感があります。なんか疲れそうって思っちゃう」。

Iは、自身の行動に関するツイートは他者にとって価値がないものだと考えており、ツイートを見た人物の視点に立ってツイートを控えている。このことから、ツイートを見た他者がどのように思うかを考慮していることが分かる。また J は、ツイッターで逐一自身の情報を他者にさらすことに違和感を抱いている。これは第 1 章で香山が述べていた、ツイッター利用によりストレスを感じている利用者の事例と重なる。J は 1 週間に 1 回程度しかツイートしておらず、自分からツイートすることにそれほど魅力を感じていないようである。I、J はともに自身のツイートが他者に見られていることを強く意識しており、他者指向性が働いていると言える。

(3) ツイートの衝動性

一方で自身の些細な行動について頻繁にツイートする人もいる。O は 1 日に 30 回から 40 回程度、自身の行動や思ったことをツイートするという。

O「私はすごいつぶやきたくてつぶやく、っていうよりはほぼ無意識、みたいな。つぶやきたいことがあるからつぶやくっていうよりは、暇だからなんか言う。
(中略) 本当に独り言をつぶやいているって感じです。(中略) 例えばおなか痛いときに『おなか痛い』ってつぶやいて、なんとかならないかな、みたいな。『おなか痛い』って口で言うのと、一緒。(中略) 独り言を言うよりはスマホ(スマートフォン) いじってる方が変じゃないし」(括弧内筆者付記)。

O は「ツイートしよう」という明確な意思によりツイートしているのではなく、思いついたことを無意識的に書き込み、独り言を「垂れ流し」ているという。このような無意識的な衝動により、頻繁に自身の日常生活における些細な出来事や行動についてツイートするという語りは、比較的 1 日当たりのツイート数が多い回答者に共通していた。

自身の日常生活に関するツイートをためらう人とためらわない人とでは、何が異な

るのだろうか。O は、自身の無意識的なツイートに関して、以下のように語っている。

O「どんどんどんどん、独り言になっていく。多分フォロー・フォロワーが多ければ多いほど、全員と密接に関わっていけないじゃないですか。そうになると、別に誰も見てないかな、って思うんじゃないですか。見てるはずなんだけど、どうせこんなつぶやき誰も見てないし、っていう感覚になるんじゃないかと思います」。

O はツイートする際、自身のツイートが他者に見られることをそれほど意識していないという。このことから、自身の日常生活に関するツイートをためらう人とためらわない人との違いは、自身のツイートが他者に見られることを意識しているかしていないかの違いであると考えられる。これは他者指向性が薄れると自己指向性が強まることを示しており、自己指向性と他者指向性は表裏の関係にあることが分かる。

また実際にツイート送信ボタンを押さなくても、ツイッターに書き込みたいという衝動に頻繁に駆られているという語りが多く得られた。

A「言いたくなります。でも、打って、あ、やっぱりよくないな、って（思って）消します。打って落ち着くのもあります。文字にして落ち着いて、あ、やっぱりやめとこ、って」（括弧内筆者付記）。

E「周りがやってるのを見てると、それが普通になって。私もつい、みたいなことがあるんじゃないですかね。フォロワーが『起きた』とか『寝る』とか言ってなければ、しないと思います。流されやすいんでしょうね」。

Q「最初は何をツイートすればいいんだろ、って感じでした。でも脳が日常生活の中でツイッター脳になってきて、あ、これつぶやこう、ってことを心にとめるようになりました。（中略）ツイッターはじめてからの方がやたら人に言いたくなっちゃうことが増えたというか、その閾値、基準が下がったと思います」。

A は、自身の気持ちを文字にすることで落ち着くという。これは文字にすることで

自身の中で感情や思考が整理され、自己理解につながり、気持ちが落ち着いていると考えられる。これはツイッターに限らず、日記などにも言えることであろう。書くという行為には自身の感情や思考を整理する効果がある。

また E は、自身のタイムラインにツイートが流れてきているのを見て、ツイートしたいという衝動に駆られるという。対人コミュニケーションにおいて、互いの関係を深めるために自身の情報を開示したり、相手が開示したことに安心して自身の情報を開示したりする光景はよく見られる。ツイッター上に書き込まれるツイートはあくまで個人の独り言ではあるものの、フォロワー・フォロワー間でこのような相互開示性が働いていると考えられる。

こうした衝動性の結果、Q のように、日常的にツイート行為を意識して生活するようになり、些細なことでもツイッターに書き込むようになると考えられる。このように、利用者は日常生活の中で、ツイッターに書き込みたいという衝動に駆られている。

(4) 葛藤の結果

以上に見てきたように、ツイートする際には自身の思いをツイッターに書き込みたいという衝動性（自己指向性）、そして他者を意識することで生じるためらい（他者指向性）が表裏となって生じる。そうした葛藤の結果、利用者はどのようなツイートを行っているのだろうか。L、H は以下のように語っている。

L 「心の内を、しかもけっこうな人が見ている場で、あんまり出したくないかなって。好き勝手書いてるんですけど、割とそれはどうでもいいことで。どうでもよくないことほど書かないようにしようって。自分のこと書きたくないなって」。

H 「(中略) 誰が反応するしないとか、誰がどう思うとか面倒くさくなっちゃったから、あんまりひっかかるようなこと、特別なことはつぶやかないようにしてるかもしれない」。

L、H は、ツイッターではどうでもよいことしかつぶやかず、自身の心の内や特別なことはつぶやかないようにしているという。このように、利用者はツイートしたい

という衝動性と他者を意識したためらいの結果、他者に影響を与えない当たり障りのないことをツイートしていると考えられる。このような当たり障りのないツイートは、自身の本音からは離れたものであるため、自己構築に必要な自分らしい（本当の）自分は表現できていないと考えられる。したがってツイッター上で語られる自己は自分らしい（本当の）自己ではなく、そのような自己を他者から承認されても自分らしい（本当の）自分の構築には結びつかないだろう。

ではこうしたつぶやきに何の意味があるのだろうか。B は、自身のツイート行為に関して以下のように語っている。

B「意味のないことをつぶやいてもいい、って思ってるから、すっごくくだらないこととかつぶやいています。そういう意味のないことが好き。逆に、意味を持ってやってない。これをしたら何がこうなって、っていうことを求めずに、ただやりたいことをやってる、って感じですね」。

B は、ツイート行為に意味を感じておらず、そうした意味のないツイートをするこ
と自体を楽しんでいるという。これはツイッターを単なる遊びとして利用しているこ
とを意味する。自己指向性と他者指向性の葛藤がある中で、ツイッターを単なる遊び
として割りきり、当たり障りのないこと、意味のないことをツイートすることを楽し
んでいるのである。

このように、利用者は自己指向性と他者指向性の葛藤の末に、当たり障りのないこ
と、意味のないことをツイートし、その場での自身の軽い気持ちを発散したり、ツイ
ートすること自体を遊びとして楽しんだりしている。

3. ツイッターで自己を「語る」ことの意味

前節において、ツイートする欲求とツイートする際の葛藤について分析してきた。
それを踏まえ本節では、ツイッターで自己を語るとはどういうことか、その意味を考
察したい。

(1)既存の人間関係の把握・維持・強化

前節で述べたように、ツイートする際には、自身の気持ちを表現したい、吐き出し

たいという欲求（自己指向性）と他者の気分を害したくない、あるいは他者から否定的な印象を持たれたくないという欲求（他者指向性）が働き、葛藤が生じる。では、なぜそれほどまでに他者への配慮が必要となるのだろうか。この点を考えるに当たり、Nの語りを参考にしたい。

Nは、次第にツイートする回数が減っていき、ツイートするよりもツイートを読むことが多くなったという。

N「そうですね、読む方になりました。（中略）大学の中でツイッター上の空想上のコミュニティが機能してて、しばらく使っていなかったらだんだんそれがいまいちな感じになって、自分にとって。見た感じは機能してるんですけど、自分がそこから外れたようになって、あまりつぶやかなくなりました」。

Nは、大学の同じ学科の友人たちとツイッター上でフォローし合っている。以前はその友人たちと一緒に受講している授業に関してつぶやくなど、自身の大学生活について友人たちと活発にツイートし合っていたという。しかし、しばらくツイッターを利用しなかったことで、自分がツイッター上での友人たちとの「コミュニティ」から外れたように感じられ、次第にツイート回数が減っていったという。

Nにとって、フォロー・フォロワーは互いに見知った現実の知り合いであり、既存の人間関係の延長であった。活発にツイートしていたときには、そうした友人たちと現実でもツイッター上でもつながりながら、自身の情報を開示し合っていたと考えられる。友人が今何をしているのか、今日どんなことがあったのか、今どのような気分であるのかといった情報が自身のタイムラインに流れ、それを見て自身も今の自身の状態をつぶやいていたのである。そこでは互いに独り言をツイートしているのであり、会話をしているわけではないものの、互いの情報を開示・収集し合っており、相手と自己との関係性が常に意識され、確認される。ときにはツイッター上で共通の会話で盛り上がったり、元気のなさそうな友人のツイートに励ましの言葉を返信し合ったりする。すなわちツイートし合い、ツイートを見合うことで自己と他者との関係性を把握し、維持し、強化しているのである。Nの場合、ツイッターから一時離れたことで、そうした互いの関係性の把握・維持・強化のやり取りから離れたため、ツイートの回数が減ったのである。

また A は、ツイッターを利用することで、既存の人間関係に関する情報を収集できることにメリットを感じているという。

A 「けっこう夜とかみんなで集まって遊んでるじゃないですか。ツイッター見たらそこで、『今から行っていい？』っていう会話になるけど、見ていなかったらそういうの分からないから。そういう意味で情報を集められる。あと過去のツイートまで遡れるじゃないですか。だから友だちの前のアカウント、高校のときのアカウントとか。そういうのも鍵⁽²⁰⁾つけてなかったら全部見れるから。こんなだったんや、とか、こんな人と付き合ってたんや、とか。そういうの分かるときもあるから面白い」。

A はツイッターを見ることで、友人たちの今の様子が分かり、友人たちと集まる機会が得られること、また友人たちの過去の情報が得られることに魅力を感じている。このことから、ツイッターが既存の人間関係の把握・維持・強化のツールとなっていることが伺える。しかし同時に、ツイッターでの友人たちの情報収集が習慣化し、やめられなくなっているという。

A 「やめれないです。学部の子の情報をツイッターで得ていることが多いんで。休講とか。(中略) あと、誰がどこにいますとか。(中略) それが大きいです。けどやめたい。時間の無駄やと思います」。

A は、休講情報などの有益な情報や友人の状況把握のため、「時間の無駄」と思いつつも、ツイッターを見ることをやめられないでいる。これは、ツイッターが既存の人間関係を維持し、強化する便利なツールである一方、関係性の把握をやめられないという依存性があることを示している。

このように、大学生のツイッター利用の傾向として、既存の知り合い、友人と相互にフォローし合っていることが挙げられる。アンケート調査において、保有するアカウントごとにフォロワーを分類しそれぞれの割合を回答してもらったところ、「学部(大学院)の知り合い」「地元の知り合い」「部活やサークルの知り合い」「バイト先やインターン先の知り合い」「家族や親せき」など既存の知り合いがフォロワーの 7 割を

超えているアカウントの割合は、全体の約 86%にのぼった。また、ツイッター利用の目的として「新たな人間関係を広げるため」と回答している人は全体の 4 分の 1 に留まっており、ツイッターを見知らぬ他者との出会いの場として利用する人は少ないことが伺える⁽²¹⁾。このことから、第 1 章において、ツイッターは既知の友人とのつながりが薄く、幅広いつながりを形成する傾向があると述べたが、大学生利用者にはこの傾向は当てはまらないと考えられる。また、アンケート結果でツイッター利用の目的として「情報収集のため」が最も多く挙げられていたが、大学生利用者がツイッターにおいて収集する情報には、知り合いや友人たちに関するものが多く含まれることが指摘できる。

P、E は、自身のアカウントの使い分けに関して、以下のように語っている。

P「例えば〇〇（サークル名）の練習とかでそういうこと（いらいらすること）があったときに、〇〇（サークル名）の人たちがいるアカウントでそれを言うのはすごくためらうかなって思います。その人本人に見られるのも嫌だし、その人を知っている人に見られるのも嫌だなんて思うし。（中略）そういうのつぶやくとしたら、他の全然知り合いがいないアカウントでつぶやく感じ。そっちでつぶやく分には流されるだけか、心配してくれた人が『大丈夫？』ってあくまで他人の目線から話をしてくれるので、そこはいいかな、と思います。（中略）人間関係に影響があることは言いたくないですね」（括弧内筆者付記）。

E「（アカウントを作った）きっかけは、毒を吐き出したすぎて。人間関係で。でも公開でやるのって嫌な気分になる人もいるじゃないですか。私もそういうの見せたくないですし。そういう愚痴をずっと言ってる子がいて、その子だけフォローしてるんですけど。その子にいちいち LINE するのもあれだし、さらっと見てくれてる人がいるだけでもだいぶ気分変わるので、その子もほぼ同時に病みアカみたいな作って、お互い愚痴をそこにばーっと言ったりとか」（括弧内筆者付記）。

P は、複数のアカウントを使い分けることで、自身のツイートを見るフォロワーを区別しながら利用しており、それぞれでツイートする話題を選んでいる。また E は、

自身の落ち込んだことや怒りを感じたことを表現するために、専用のアカウントを作り、そこに書き込んでいるという。このような、他者への怒りや不満、自身の悩み、落ち込んだことなどをつぶやくための専用のアカウントは「病みアカ（病みアカウント）⁽²²⁾」と呼ばれ、インタビュー回答者 17 人中 3 人が保有していた。こうしたアカウントの使い分けは、ツイッターを既存の人間関係の把握・維持・強化のツールとして利用する上で、人間関係に影響を与えることなく自身の言いたいことを言うための振る舞いであると考えられる。

このように、ツイッターでのフォロー・フォロワー関係は既存の人間関係と強く結びついており、ツイッターはそうした人間関係の把握・維持・強化のツールとなっている。ここに、ツイートする際に他者指向性が働く要因を見ることができる。すなわち、自身のツイートにより他者の気分を害することになれば、現実の人間関係に影響が生じてしまう。それゆえ、ツイートする際には常に「他者（知り合い・友人）が見たらどう思うか」という他者指向性が働き、ためらいが生じるのである。既存の人間関係の延長である以上、香山が述べた「何を言っても構わない」という非抑制性は働かない。利用者は、自身のツイートが既存の人間関係に影響し得ることを前提とした上で、アカウントを使い分けるなどして人間関係に悪影響が出ないように留意しながら、ツイッターを利用しているのである。

このことから、第 1 章においてツイッターが SNS に含まれるかどうかに関しては意見が分かると述べたが、大学生利用者においては、ツイッターは第一に情報収集のツールであるが、SNS として利用される傾向が強いと言えよう。

(2)消極的自己構築

これまで見てきたように、大学生利用者にとってツイッターは、他者に影響を与えないよう配慮しながら、当たり障りのないことや意味のないことをつぶやく空間となっている。利用者は書きたいという衝動を抱えながらも、本音をさらけ出すことをためらう。そのような、自己についての意味のない語りでは、他者から承認をされても、自己構築は果たせないのではないのだろうか。すなわち、ツイッターでの自己語りは、自己構築に結びつかず、意味のない行為と言えるのではないだろうか。この点を考えるに当たり、以下の語りを取り上げたい。

E「(ツイッターでの自分のイメージを) 気にします。でもリアルとそんなに変わらないですけど。(中略) 暗い状態を見せたくない。(中略) これをつぶやいたら『あ、ちょっと病んでそう、大丈夫かな』って思われるようなことは基本つぶやきたくない。余計に心配かけさせたくないっていうのと、そういう弱そうに見られたくないっていうのと。まあ見せる見せないは人それぞれですけど、私は見せたくない。そういう暗い自分、〇〇(自分のあだ名) っていう像を見せたくない、明るい像でいたい」(括弧内筆者付記)。

Q「あんまり自分の手作り料理載せすぎると料理できる子アピールみたいになっちゃうかなって思うこともあります。女子力⁽²³⁾アピールみたいになっちゃうな、どうしょ、みたいな。(中略) 実際は見せたいからツイートするんですけどね、でも自慢って思われるのは嫌だな、みたいな」。

Eの「弱そうに見られたくない」「暗い自分を見せたくない」、Qの「女子力アピールになりたくない」「自慢だと思われたくない」という語りは、すべて他者から「〇〇だと思われたくない」という欲求である。このような「〇〇だと思われたくない」という欲求は、「〇〇と思われたい」という欲求と比べて消極的なものとも言える。前節でためらいの理由を分析した際にも、他者から自身に対して否定的な印象を持たれたくないという他者指向性の語りが多く得られた。利用者は、ツイートする際に他者から自分がどう思われるかを考慮し、最低限「〇〇とは思われたくない」という消極的な欲求によって、自身に否定的なイメージが付与されることを避けているのである。これは「なりたい自分」になるというよりは、「なりたくない自分」になることを避ける、消極的な自己構築であると言える。本稿ではこれを「消極的自己構築」と呼ぶこととする。

第2章において、他人に見せたい自分を表現する自己呈示と、自分らしい(本当の)自分を表出する自己開示はどのように行われているのかという点が疑問として挙げられた。これまでのインタビュー回答者の語りから、ツイッター利用者は自己呈示と自己開示双方の欲求を抱きながらツイートしていることが伺える。ツイッター利用者は、自己を構築するために「自分らしい(本当の)自分を表出したい」という自己開示の欲求に駆られるが(自己指向性)、同時に「よりよい自分を見てほしい」「よい印象を

持たれたい」という自己呈示の欲求も抱き（他者指向性）、その結果自己開示をしながらも、最低限他者に見せたくない自己像を呈示することを避ける消極的自己構築を行っているのである。

(3)他者の存在と共感感覚

利用者はツイート行為を通して消極的自己構築を行うが、第2章で述べたように、自己構築のためには他者からの承認が必要である。利用者は自身のツイートに対して、どのように、あるいはどの程度、他者からの承認を求めているのだろうか。A、Bは他者からの反応について、以下のように語っている。

A「ツイッターに（ツイートを）上げても、見てくれていなくてもいい。別にみんなが見てくれてなくても」（括弧内筆者付記）。

B「（他者からの反応を期待）します。例えば何が好き、とか、何が美味しかったとかツイートしたら、『私も好き』って共感を得られるのはうれしいですね。もしかしたら知ってる人がいたら盛り上がるかもしれない、って思ってツイートしたり。そういう意味では期待してるかもしれないですね。拾ってもらえたらいいけど、拾われなくてもいいや、みたいな」（括弧内筆者付記）。

A、Bはともに、他者からの反応にそれほど執着しているわけではないと語っている。このような、「他者の反応にはそれほど執着しておらず、あわよくば反応が返ってきたら嬉しい」という語りはインタビュー回答者全員に共通していた。しかしそれでは、他者からの承認は得られず、満足できないのではないだろうか。

Eは、以下のように語っている。

E「ツイッターだったら話しかけているわけでもないから、興味がある人がいたらリップ（リプライ）すればいいし、みたいな感じが私的には気楽で。（反応は）なくても全然。もう出せたってだけで、だいぶすっきりします私は」（括弧内筆者付記）。

筆者「それは日記に書くのとはどう違うの」。

E「(中略) 誰っていうわけでもないけどやっぱり誰かに見てほしいっていうのがあるんですかね。(中略) 1 人でいいから。(中略) 共感者がほしいってことなんですかね、『分かる分かる』って」。

筆者「それでも反応はいらないんだよね」。

E「それは大丈夫なんですよ。何でだろう。私も相手のツイートに反応しないことがあるので。でもそれは別に、見てるっていうのは分かるので、お互い。その安心感ですかね」。

E は、反応するかどうかを他者が自由に選択できるという点が、自身にとっても気楽であり、心地よいと語っている。これは第 2 章で見たコミュニケーション圧力からの解放を指す。その上で、E は他者に自身のツイートが見られることだけで満足感を得ているという。E は、反応はなくても自身のツイートを見てくれている誰かがいる、という安心感を抱いており、そのような安心感をフォロワーと共有している感覚があると語っている。

また C は、以下のように語っている。

C「本当に 1 人だと、結構私引きこもりになれる自信があるんですよ。漫画とかあればたぶんできます。そうなっちゃうから、つながっておこうっていうのがちょっとあるのかもしれない。(中略) 別に知ってほしいとかそういうのはなくって、すごい軽いつながりがたぶんみんなほしくって。独り言だけど、みんなが見てるもの。そういうものが欲しいのかなって。(中略) 言ってみちゃえば寂しいんだと思います」。

C は、自身について他者に知ってほしいという思いからツイートするのではなく、ただ自身のツイートが他者から見られること自体に意味があるという。そこで想定されているのは、反応はなくても、フォロワー・フォロワー同士で互いの独り言を見合っ

ている空間である。

このように利用者は、自身のツイートが必ず誰かに見られていることを信じている。その上で、誰かの目が自身のツイートに向けられることに満足感を得ている。すなわち、誰かの目が自身のツイートに向けられることが、自己の承認の役割を果たしていると考えられる。そのような、ただ目を向け合うことによって互いを承認し合う「軽いつながり」を利用者は求めているのである。

しかし実際には、相手が自身のツイートを見る様子をその目で確認することはできない。具体的に誰がツイートを見ているのかも分からない。そうした、発信者の知らないところでツイートに目を向け合うというつながりの「軽さ」ゆえに、そこで得られる承認も、非常に軽いものになると考えられる。したがって満足のいく承認を得られるかどうかは、いかに自身のツイートが他者に見られていることを信じられるかどうかにかかっている。インタビュー回答者の中には、「この前〇〇君ツイッターでこんなこと言ってたよね」というように、対面での会話においてツイッターに関する話題が増えたと語る回答者もいた。こうした、対面の会話へのツイッター空間の侵食は、利用者同士が互いのツイートに目を向け合っていることを確認し合う行為であると捉えられる。

また、他者にただ見られているというだけでは、満足のいく承認を得ることはできないだろう。例えば自身のツイートを見て他者が反感を抱いていると考えられる場合には、他者が自己を承認してくれているという安心感は得られないだろう。つまり、他者からの反応はなくとも、自身のツイートを他者が共感を持って見ていると感じられることが重要なのである。そのために、ツイートする際には他者の気分を害さないか、他者から否定的な印象を持たれないかという、他者指向性が働くこととなる。すなわち、自己にとって他者とは、温かな目を向けてくれる存在でなければならず、他者がそのような存在になることを前提としてツイートを行うのである。第2章で取り上げた自己メディア論において、加藤は他者を温かい承認をくれる「アイテム」として位置づけたが、本章で一貫して見られてきたのは、他者を単なる「アイテム」として導入するのではなく、他者に依拠してツイートを行う利用者の姿である。

そのような他者の存在について、Qは次のように語っている。

Q「私はあんまり病みツイートは（しない）……。2年生の新歓期⁽²⁴⁾のときとか

は、すごい気を遣って喋んなきゃいけないし、先輩だからいろいろ聞いて話を広げなきゃいけないし、すごい大変だったんですよ。そのときに『人と話すのって大変だな』みたいなこととか、『今日はどうも喋れなかったな』とか（ツイートしました）。でもそれは新歓の悩みだってみんな分かってるので。別に病みツイートしても『あ、新歓ね』みたいな。ちょっと重めのツイートも気軽にできました、そのときだけは。割とみんなけっこう新歓でうまく喋れないなっていうのは共通してるんですよ。私以外にもいましたし、そういう、今日の新歓の反省とか書いてる人。それに便乗して私も」（括弧内筆者付記）。

Q は、普段は落ち込んだツイートをするのをためらっているが、大学2年生の新入生歓迎時期にはそうしたツイートをする事ができたという。それは、Q と同様の悩みを抱える他者が他にも多くいると考えられたためである。すなわち、自身のツイートに対して共感を得られるだろうという感覚があったため、ツイートすることができたのである。このような、ツイートを見た他者から共感を得られるだろうと信じられる感覚を、ここでは「共感感覚」と呼ぶことにする。

以下の H の発言は、ツイッターにおいて共感感覚が働いていることを示している。

H 「同じトピックでタイムラインが埋め尽くされて、そこで『みんな』っていう目に見えないラベルが貼られるのが、すごい違和感。嬉しいときに『嬉しい』ってつぶやいて、悲しいときに『悲しい』ってつぶやいて、それは分かるんだけど、1人が『よかった』ってつぶやいちゃうとよかったことになっちゃって、他の人が何も言えなくなっちゃう」。

H は、あるトピックに関して1人の利用者が「よかった」とツイートしてしまうと、他の利用者がそれに対して反論できなくなってしまうと語っている。これはツイート発信者の共感感覚がツイートを見たフォロワーにも作用するためだと考えられる。ある人物がある物事に対して共感感覚のもとで価値判断を行うと、それを見た他者はその価値判断に自身の価値判断が合わなくとも、そのツイート内容を否定するツイートをするのを避ける。そこで否定してしまえば、ツイートした人物の価値判断を否定することになり、その人物との現実の人間関係に影響が出てしまうためである。この

ように、ある利用者の共感感覚はそのフォロワーにも作用し、ツイートを否定してはならない、共感しなければならないという共感の強要性が生じる。この共感の強要性は、ツイート発信者が自身の価値観を他者に強要しようという意図を持っていなくても、フォロワーが潜在的に他者を指向するために発生する。これはある種の「空気」と言えるものであり、利用者は「空気」から解放されたはずのツイッター空間において、共感の強要性という新たな「空気」に再び悩まされるのである。

したがって、利用者は共感感覚が持てるかどうかを基準として自身のツイートを発信するかしないかを決定する。これは自身の内に「他者はどう捉えるか」という第三者の目線を常に想定し、その目で常に自身を客観視することを意味する。したがってツイッターで語られる自己とは、内なる第三者の目にさらされ、問題ないと判断された氷山の一角の自己であり、「弱い自己」だと言える。

ここで、第2章においてツイッターを自己物語が成立する場として捉えたことを思い返したい。第2章で述べたように、ツイッターは自己物語を語る場としての条件を備えていた。しかし本章での考察の結果、ツイッターで語られる自己は弱い自己であり、そこで行われているのは消極的自己構築であった。すなわち、ツイッターで紡がれる自己物語は、弱い自己の小さな物語であると言える。自身の人生を他者に向かって雄弁に語るような自己物語ではなく、思ったことや日々の出来事を他者から共感を得られるという前提の下で語る小さな物語である。タイムラインに流れてくる諸々のツイートは、そのような小さな自己物語の集まりであり、互いが互いの小さな自己物語を読み合いながら、消極的自己構築を重ねているのである。

すなわちツイッターにおいて自己を「語る」ということは、自己を表出したいという思いを抱えながらも常に他者を指向し、自身の共感感覚を働かせて、当たり障りのない自己、弱い自己をフォロワーと互いにツイートし合うという行為である。そうすることでフォロワーとの既存の人間関係を維持しながら、互いに共感の温かい目を向け合い、消極的自己構築を行っているのである。

第4章 結論

本稿では、なぜツイッターにおいて利用者は盛んに自己を語るのか、その意味を、構築主義的自己論、自己物語論を踏まえた上で、大学生利用者の葛藤に焦点を当てて論じてきた。

構築主義的自己論、自己物語論では、自己を他者に向けて語ることで自己が構築されるとされ、加藤は電子メディア上で人々が盛んに自己語り、自己構築を行っているという自己メディア論を唱えた。加藤の自己メディア論では、他者は自己を構築するための「アイテム」として位置づけられ、他者の承認、すなわち好意的な反応を得ながら自己都合的に自己構築を行うとされた。これらの論を踏まえた上で、ツイッターを自己語りの場として捉え、その性質として、コミュニケーション圧力の回避、「テンション」の共有と「絡む」関係、非抑制性、真実性について述べた。ツイッターはコミュニケーション圧力を回避した空間であり、反応を返さなければならないという「空気」を気にせず好きなタイミングで好きなことを言うことができる。また匿名性や顔の见えない環境から、対面では言えないようなことも言えるという非抑制性が働く。そのような場において、他者に見せたい自分、自分に見せたい自分を真実として語り、自己構築を行っていることが先行研究から考えられた。しかし他者に見せたい自分とは自分らしい（本当の）自分なのかという自己呈示と自己開示の関係性、また利用者は自己構築のために他者の反応をどの程度欲しているのか、自己にとって他者はどのような存在であるのかについて疑問が生じた。

そこで第3章では、どのようなツイートをためらっているのかという葛藤に焦点を当て、アンケート調査とインタビュー調査から、大学生利用者のツイート行為を分析した。その結果、ツイートする際には自己指向性と他者指向性が作用し合うことによって葛藤が生じることが分かった。考察の結果、大学生利用者は互いに現実の知り合い、友人たちとツイッター上でもつながっており、ツイッターは既存の人間関係の把握・維持・強化の機能を果たしていること、利用者は自己開示の欲求、自己呈示の欲求の葛藤から、なりたくない自分になることを避ける消極的自己構築を行っていること、ツイッター上で自己と他者は「軽いつながり」でつながり合い、共感の温かい目を向け合う関係性を築いていること、共感を得られるだろうという共感感覚がツイー

ト行為の基準となっていることが明らかになった。

すなわち、大学生利用者にとって、ツイッターにおいて自己を「語る」ということは、フォロー・フォロワー同士で互いに温かい目を向け合い、小さな自己物語を読み合いながら、既存の人間関係を把握・維持・強化し、消極的自己構築を果たすという営みである。そしてそこでの行動基準は、共感を得られるだろうと信じる共感感覚である。大学生利用者は、自己を表出したいという自己指向性（自己開示）と、他者がどのように思うかを意識する他者指向性（自己呈示）の葛藤を抱きながら、常に自身の内に第三者の目を抱え、共感感覚を働かせて、自己語りに向かっているのである。

本稿では、大学生を対象としてアンケート調査、インタビュー調査を行った。そのため本稿の調査結果は、比較的個人が自由に使える時間が多いことや一人暮らしをする人が多いといった大学生に特有の性質が多分に関係していると考えられる。したがって本調査で明らかとなった自己語りの場としてのツイッター空間の特性は、大学生の利用に限ったものであり、ツイッター利用者全体には一概に当てはまらないだろう。対象者層の生活環境や社会的立場など、属性によってツイッターの利用状況は異なると考えられる。したがってツイッター利用者を一口に論じるのは困難である。利用者層を区分し、それぞれの層の属性を踏まえながら研究するべきであろう。

また本稿で述べた性質が、大学生のツイッター利用者すべてに当てはまるわけではない。なぜなら、第3章でも述べたように、ツイッターの利用状況は多様であるからである。利用者によってツイッターの利用目的や利用頻度、ツイート内容、フォロー・フォロワーの数や種類は大きく異なっている。そのため、どれほど統計的なデータを取ってもその汎用性は低く、実態を掴むには質的調査が必要となる。したがって、ツイッター利用の研究を進める上では、量的調査と質的調査を併せて行うことが重要である。量的調査により全体像を把握し、質的調査により1人ひとりのツイッター利用状況をミクロな視点から描き出すというアプローチを積み重ねることで、ツイッター利用の実態が見えてくるだろう。本稿では質的調査としてインタビュー調査を実施したが、実施人数が少なく、より多くのサンプルを取る必要があった。またインタビュー回答者の男女比率の偏り⁽²⁵⁾、所属学科の偏りや、回答者が1つの大学に限られていた点が指摘できる。こうした偏りのため、本稿の内容がどこまで一般化できるのかに関しては、さらにデータを集めた上で検討する必要があるだろう。それでも、本研究には、大学生利用者がツイッターにおいて盛んに自己を語る景観を量的、質的なアプローチ

から読み解き、彼らにとってツイッター空間はどのような場であるのか、その1つの側面を描き出したという意味で一定の意義がある。

今後の展望としては、中学生や高校生、大学生、社会人、高齢者など対象者を絞った上で、さらに個人の語りを集める質的調査を行い、各対象者層の属性と個人の多様性を踏まえて研究を行うことが求められる。ツイッター利用者の姿は多様であり、その実態を描き出すのは困難を極めるが、研究を通じて現代人の心性や社会状況を読み解く一助となるだろう。

注

- (1) 本稿では、SNS 上で互いに「友だち」登録をした他者を「友だち」と表記する。
SNS 上ではときに既存の友人ではない他者と趣味などを通じてつながり、「友だち」となることがある。またそれほど親しい間柄でなくとも、「友だち」登録をすることもある。したがって幅広い他者と「友だち」となるため、通常意識される友人とは意味合いが異なる。
- (2) ツイッター社は、サービス開始から一貫して 140 文字以内という字数制限を継続してきたが、昨今ではこの制限が撤廃され、字数が 1 万字以内に大幅に拡大される動きが報じられている。従来のシステムではブログやニュース記事など長い文章を投稿することができず、利用者は長い文章を投稿する際にはリンクを貼ったり文章のスクリーンショットの画像を添付したりして対処してきた。しかしこれではリンクへ飛ぶことが手間になり、またツイッターのシステム上で記事の内容を検索することができないなどのシステム上の問題が生じる。今回の大幅な字数拡大の背景にはこうした問題があると考えられる。2016 年 1 月 6 日の朝日新聞記事
<http://www.asahi.com/articles/ASJ163VKHJ16UHBI018.html>（2016/01/09 参照）より。
- (3) ツイッター社のウェブサイト <https://about.twitter.com/ja/company>（2016/01/12 参照）より。
- (4) 「2016 年卒マイナビ大学生のライフスタイル調査」
http://saponet.mynavi.jp/enq_gakusei/lifestyle/data/lifestyle_2016.pdf（2016/01/12 参照）より。
- (5) IT 業界の情報を発信するインターネットメディア TechCrunch の 2015 年 11 月 3 日記事 <http://techcrunch.com/2015/11/03/so-we-feel-heard/>（2016/01/12 参照）より。
- (6) mixi とは、日記や写真の共有、ゲームやスケジュール管理などの便利な機能により「友だち」とのコミュニケーションをさらに便利に楽しくすることを目的とした SNS である。2004 年にサービスが開始され、国内で最大規模の SNS となったが、現在は利用者数が減ってきている。株式会社インターネットコムウェブサイト <http://internetcom.jp/research/20150116/ntt-com-research-sns.html>（2016/01/12 参照）より。Facebook とは、世界最大規模の SNS である。2015 年 9 月時点の世界の月間ア

クティブユーザーは 15 億 5000 万人である。実名により登録し、近況や写真の投稿、イベントページの作成、「友だち」同士のメッセージのやり取りなどを行うことができる。Facebook 社のウェブサイ <http://ja.newsroom.fb.com/company-info/>

(2016/01/12 参照) より。モバゲータウン、グリーは、SNS とゲームを掛け合わせたもので、無料でゲームがプレイできるほか、ゲームについて利用者同士でコメントし合ったり、趣味のコミュニティに参加して交流したりできる。なおモバゲータウンは 2011 年 3 月に名前を「モバゲー」に変更している。

(7) 株式会社電通の 2015 年調査「若者まるわかり調査 2015」

<http://www.dentsu.co.jp/news/release/pdf-cms/2015038-0420.pdf> (2016/01/12 参照) より。

(8) ただしどの程度の内容がつぶやけるかは言語的な問題でもある。日本語は 140 文字以内で、ツイッターが開発されたアメリカの母国語である英語と比較すると伝えられる内容はかなり多い。

(9) ニュースポストセブン 2015 年 10 月 20 日記事

http://www.news-postseven.com/archives/20151020_357050.html (2016/01/12 参照) より。

(10) LINE とは、登録した「友だち」に向けてメッセージを送る SNS である。メッセージが届くとその通知が端末に届くようになっており、その際音が鳴ったり振動したりする。NTT ドコモモバイル研究所の調査によると、LINE を毎日利用する人は全体の 7 割を超えており、現在日本においてソーシャルメディアの中で最も利用されている [NTT ドコモモバイル研究所 2014:104]。

(11) 「既読」とは、相手にメッセージを送った際、すでに相手にメッセージが読まれたことを示す表示である。LINE にはこの既読機能が備わっており、メッセージの送信者は自分のメッセージを空いてが読んだのか読んでいないのかを知ることができる。

(12) 2012 年 5 月 30 日の日本経済新聞朝刊より。

(13) 野村総合研究所の 2011 年 11 月 2 日のレポート「ソーシャルメディアが描く未来～“できたらいいな”を可能にする夢の道具とは～」

<https://www.nri.com/jp/event/mediaforum/2011/pdf/forum162.pdf> (2016/01/12 参照) より。

- (14) ある人物が発信するツイートは、すべて自己語りであると考えられる。例えば同じ内容をツイートする場合でも、ある人は顔文字を入れ、またある人は文語的な文章にするなど、どのようにツイートするかは人によって異なり、それらが「その人らしさ」を反映し、自己構築に影響していると考えられる。よってこうした文章の装飾や口調も、間接的な自己語りであると言えよう。したがって本稿で挙げたツイッター利用の目的の中で「情報収集のため」を除くすべての目的が自己語りと関係していると考えられるが、ここでは「自身の意見を表現するため」「自身の体験・経験を表現するため」「自身の気持ちを表現する・吐き出すため」の3つを、自己の積極的な表現であると捉え、より積極的な自己語りであると捉える。
- (15) アカウントを複数保有している利用者もいるため、1つのアカウントのツイート数やフォロワー数とそのアカウントの保有者のツイートする頻度、フォロワー数を示しているわけではないことに留意する必要がある。例えば、1人の利用者が3つのアカウントを保有しており、1つのアカウントでは毎日20回ほどツイートし、別のアカウントでは1日に5回未満、残りの1つでは7日に1回ほどツイートし、それぞれフォロワーも異なるといった場合が考えられる。
- (16) アカウントごとのフォロワー数の回答が、「1~10 個」が最も多く、次いで「251~300 個」が多かったことに関して、なぜ回答の傾向に大きな開きがあるのかについて、少し触れておく。「1~10 個」と回答した利用者のほとんどはアカウントを複数保有していた。そしてアカウントを複数保有している利用者は、フォロワー数が多いアカウントと、比較的少ないアカウントを保有する傾向にあった。フォロワー数の回答が「1~10 個」に集中したのは、アカウントを複数保有する人の1つのアカウントのフォロワー数が、「1~10 個」に集中しているためであると考えられる。
- (17) ツイート頻度は、最もツイート数の多いアカウントのツイート頻度を記載している。ツイート頻度の前についている番号は、複数のアカウントを持つ利用者の場合に付しており、表中のアカウント番号と対応している。
- (18) 「病む」とは、身体的な不調ではなく、精神的な不調を指す。うつ病など、精神疾患が問題になっている近年において、頻繁に使われるようになった言葉である。本稿では、「病む」という状態を、おもに外的なストレスによって精神が疲労しネガティブな思考に陥っている状態と捉える。
- (19) 「ガチ」とは真剣勝負や単に真剣であるさまを指す俗語であり、おもに若者の間

で使用されている言葉である。株式会社ルックバイスが運営する日本俗語辞書ウェブサイト <http://zokugo-dict.com/06ka/gachi.htm> (2016/01/12 参照) より。

- (20) 「鍵」とは、自身のツイートを非公開設定にすることを意味する。非公開設定にすることで、アカウントに鍵のマークが表示される。
- (21) 共通の趣味を持った見知らぬ他者のアカウントを探してフォローし合う例もいくつか見られたが、そうした場合趣味用のアカウントと主に使うアカウントが分かれていることが多く、ほとんどの利用者が、主に使うアカウントで自身の既存の人間関係にある人と相互にフォローし合っていた。
- (22) 「闇アカ (闇アカウント)」とも呼ばれる。
- (23) 「女子力」とは、人間的魅力にプラスされた女らしさを指す俗語であり、2009 年のユーキャン新語・流行語大賞の候補にもなった。漫画家の安野モヨコが提唱し、「きれいになりたいと願い、行動する力」という意味で使われるが、近年ではその意味はさらに広くなり、女性であることを楽しむ積極性や、女性特有の魅力を高めていく前向きな姿勢を指すようになった。ティッシュやハンカチを常に携帯しているなどの清潔さや、外見の美しさやかわいらしさ、周囲への気遣いなど、その内容は幅広い。女子力が高い女性は魅力的であるとされ、雑誌などでは「女子力アップ」特集が掲載されるなど、近年若者の間で話題となっている言葉である。自由国民社ユーキャン新語・流行語大賞のウェブサイト <http://singo.jiyu.co.jp/> (2016/01/12 参照) より。
- (24) 新歓とは、新入生歓迎の略である。毎年 4 月には新入生歓迎イベントが大学全体や学科、サークル規模で開かれる。これらのイベントは、学生により企画・運営されている。
- (25) 高橋らが実施した大学生を対象とした SNS の利用状況の調査では、女性のほうが携帯電話に深く心理的に関与していることや、女性には mixi を利用することによって結びつきを強く感じ、mixi 上で見られることを意識して振る舞いなどの傾向があることが指摘されている [高橋ほか 2008:79-88]。このことから、性別によって SNS の利用に傾向性があると考えられる。

参考資料

参考資料として、本研究で行ったアンケート調査の質問項目を以下に掲載する。

卒業論文のためのアンケート調査「ツイッター利用の目的と状況」

※この調査は、現在大学生の方で、ツイッター（Twitter）のアカウントをお持ちの方を対象に行っております。

現在卒業論文でツイッターの利用目的と利用状況について調査しています。

研究を進めるに当たりアンケートを集めております。

つきましてはお手数ですがアンケートにご協力頂けると幸いです。

尚、今回ご回答頂きました内容に関しては卒業論文でのみ利用し、それ以外の目的では一切利用することはありません。また回答内容を利用する際には、個人情報が特定されることの無いよう処理し、本研究終了後は確実に処分いたします。

調査者 文化人類学／「開発と文化」論ゼミ
筑波大学 社会・国際学群 国際総合学類4年次
201110395 平松真由美
s1110395@u.tsukuba.ac.jp

以下あなたのツイッター利用に関して質問します。

※アカウントを複数所持されている方は、アカウントごとにご回答頂きたいので、まずご自身が利用する頻度が最も多いアカウント（以下「アカウント1つめ」）についてご回答ください。

（アカウント1つめについて）

【質問1】あなたのツイートする（つぶやく）頻度はどのくらいですか。あてはまるものにチェックを付けてください。

- ☐ 1日に50回以上
- ☐ 1日に40回以上50回未満
- ☐ 1日に30回以上40回未満
- ☐ 1日に20回以上30回未満
- ☐ 1日に10回以上20回未満
- ☐ 1日に5回以上10回未満
- ☐ 1日に5回未満
- ☐ 毎日ではない（____日に____回程度）
- ☐ 基本的にツイートはしない

（アカウント1つめについて）

【質問2】あなたのフォロワー関係について伺います。

①あなたのフォロワー（あなたがフォローされているアカウント）の数は現時点でどのくらいですか。

アカウント1つめ：_____

②あなたのフォロワー（あなたがフォローされているアカウント）を分類した際、それぞれの数の割合をおおまかに以下に回答してください。

アカウント1つめ

- ・学部（大学院）の知り合い：____割
- ・地元の知り合い：____割
- ・部活やサークルの知り合い：____割
- ・バイト先やインターン先の知り合い：____割
- ・家族や親せき：____割
- ・面識はないが、ツイッターを通じて知った人：____割
- ・まったく知らない人：____割
- ・bot：____割

(アカウント1つめについて)

【質問3】あなたがよくツイートする内容は、どのようなものですか。以下の中からあてはまるものすべてにチェックをつけて下さい。

- ☐ 有益な情報、ためになる情報
- ☐ 他のユーザーとの会話のネタ・話題
- ☐ 「今起きた」や食事の写真など日常生活における自身の行動
- ☐ その日や月などある一定の期間を自身で振り返るもの
- ☐ 友人との楽しかった思い出を振り返るもの
- ☐ 人には言えない本音
- ☐ 怒りを感じていること
- ☐ うれしかったこと
- ☐ 落ち込んでいること
- ☐ 驚きや発見したこと
- ☐ 自分の意見の主張
- ☐ 誰かに対する批判
- ☐ 他のユーザーへのリプライ (返信)
- ☐ 基本的にツイートはしない

利用するアカウントが1つのみの方は、5ページ【質問4】に進んでください。

アカウントを複数所持されている方は、利用する頻度が2番目に多いアカウント（「アカウント2つめ」）についても以下【質問1*】～【質問3*】にご回答ください。

(アカウント2つめについて)

【質問1*】あなたのツイートする（つぶやく）頻度はどのくらいですか。あてはまるものにチェックを付けてください。

- ☐ 1日に50回以上
- ☐ 1日に40回以上50回未満
- ☐ 1日に30回以上40回未満
- ☐ 1日に20回以上30回未満
- ☐ 1日に10回以上20回未満
- ☐ 1日に5回以上10回未満
- ☐ 1日に5回未満
- ☐ 毎日ではない（____日に____回程度）
- ☐ 基本的にツイートはしない

(アカウント2つめについて)

【質問2*】あなたのフォロワー関係について伺います。

①あなたのフォロワー（あなたがフォローされているアカウント）の数は現時点でどのくらいですか。

アカウント2つめ：_____

②あなたのフォロワー（あなたがフォローされているアカウント）を分類した際、それぞれの数の割合をおおまかに以下に回答してください。

アカウント2つめ

- ・学部の知り合い：____割
- ・地元の知り合い：____割
- ・部活やサークルの知り合い：____割
- ・バイト先やインターン先の知り合い：____割
- ・家族や親せき：____割
- ・面識はないが、ツイッターを通じて知った人：____割
- ・まったく知らない人：____割
- ・bot：____割

(アカウント2つめについて)

【質問3*】あなたがよくツイートする内容は、どのようなものですか。以下の中からあてはまるものすべてにチェックをつけて下さい。

- ☐ 有益な情報、ためになる情報
- ☐ 他のユーザーとの会話のネタ・話題
- ☐ 他のユーザーへのリプライ（返信）
- ☐ 「今起きた」や食事の写真など日常生活における自身の行動
- ☐ その日や月などある一定の期間を自身で振り返るもの
- ☐ 友人との楽しかった思い出を振り返るもの
- ☐ 人には言えない本音
- ☐ 怒りを感じていること
- ☐ うれしかったこと
- ☐ 落ち込んでいること
- ☐ 驚きや発見したこと
- ☐ 自分の意見の主張
- ☐ 誰かに対する批判
- ☐ 基本的にツイートはしない

利用するアカウントが2つのみの方は、5ページ【質問4】に進んでください。

アカウントを3つ以上所持されている方は、利用する頻度が3番目に多いアカウント（「アカウント3つめ」）についても以下【質問1**】～【質問3**】にご回答ください。

（アカウント3つめについて）

【質問1**】あなたのツイートする（つぶやく）頻度はどのくらいですか。あてはまるものにチェックを付けてください。

- ☐ 1日に50回以上
- ☐ 1日に40回以上50回未満
- ☐ 1日に30回以上40回未満
- ☐ 1日に20回以上30回未満
- ☐ 1日に10回以上20回未満
- ☐ 1日に5回以上10回未満
- ☐ 1日に5回未満
- ☐ 毎日ではない（____日に____回程度）
- ☐ 基本的にツイートはしない

（アカウント3つめについて）

【質問2**】あなたのフォロワー関係について伺います。

①あなたのフォロワー（あなたがフォローされているアカウント）の数は現時点でどのくらいですか。

アカウント3つめ：_____

②あなたのフォロワー（あなたがフォローされているアカウント）を分類した際、それぞれの数の割合をおおまかに以下に回答してください。

アカウント3つめ

- ・学部の知り合い：____割
- ・地元の知り合い：____割
- ・部活やサークルの知り合い：____割
- ・バイト先やインターン先の知り合い：____割
- ・家族や親せき：____割
- ・面識はないが、ツイッターを通じて知った人：____割
- ・まったく知らない人：____割
- ・bot：____割

(アカウント3つめについて)

【質問3**】あなたがよくツイートする内容は、どのようなものですか。以下の中からあてはまるものすべてにチェックをつけて下さい。

- ☐ 有益な情報、ためになる情報
- ☐ 他のユーザーとの会話のネタ・話題
- ☐ 他のユーザーへのリプライ (返信)
- ☐ 「今起きた」や食事の写真など日常生活における自身の行動
- ☐ その日や月などある一定の期間を自身で振り返るもの
- ☐ 友人との楽しかった思い出を振り返るもの
- ☐ 人には言えない本音
- ☐ 怒りを感じていること
- ☐ うれしかったこと
- ☐ 落ち込んでいること
- ☐ 驚きや発見したこと
- ☐ 自分の意見の主張
- ☐ 誰かに対する批判
- ☐ 基本的にツイートはしない

(以下全回答者共通)

【質問4】あなたのツイッターの利用目的として、以下からあてはまるものすべてにチェックを付けてください。また、より目的として大きいものを3つ選び、優先度の高いものから順位をつけてみてください。

- ☐ ①情報収集のため
- ☐ ②情報発信のため
- ☐ ③自身の意見を表現するため
- ☐ ④自身の体験・経験を表現するため
- ☐ ⑤自身の気持ちを表現する・吐き出すため
- ☐ ⑥Twitter上で会話を楽しむため
- ☐ ⑦新たに交際関係を広げるため

順位 (各選択肢の番号でお答えください)

1位 _____ 2位 _____ 3位 _____

【質問5】 ツイッターを利用することの1番のメリット・楽しみは何ですか。

【質問6】 ツイッターを利用する中で、何か困ったこと、トラブルになったことはありますか。あれば、それはどのようなものでしたか。なるべく具体的にお答えください。複数あれば箇条書きにしてお答えください。(ない場合は次の質問へ)

【質問7】

①あなたがツイートをする際、思いついたことをありのままに書くことをためらうことはありますか。あてはまるものをチェックしてください。

- ☐まったくない
- ☐ほとんどない
- ☐ごくたまにある
- ☐時々ある
- ☐よくある

②（ためらったことがある方）それはどのような内容のものでしたか。あてはまるものすべてをチェックしてください。（ない場合は次の質問へ）

- ☐ 有益な情報、ためになる情報
- ☐ 他のユーザーとの会話のネタ・話題
- ☐ 他のユーザーへのリプライ（返信）
- ☐ 「今起きた」や食事の写真など日常生活における自身の行動
- ☐ その日や月などある一定の期間を自身で振り返るもの
- ☐ 友人との楽しかった思い出を振り返るもの
- ☐ 人には言えない本音
- ☐ 怒りを感じていること
- ☐ うれしかったこと
- ☐ 落ち込んでいること
- ☐ 驚きや発見したこと
- ☐ 自分の意見の主張
- ☐ 誰かに対する批判

③ためらった理由について教えてください。（複数あれば箇条書きでご回答ください。）

【質問8】（アカウントを複数所持している方のみ）アカウントを複数作った理由を教えてください。

【質問10】以下は、あなた自身に関する質問です。差支えの無い範囲でお答えください。

a.性別

☐男性

☐女性

b.現在

☐学部1年

☐学部2年

☐学部3年

☐学部4年

☐大学院生

c.所属

☐人文・文化学群

☐社会・国際学群

☐人間学群

☐生命環境学群

☐理工学群

☐情報学群

☐医学群

☐体育専門学群

☐芸術専門学群

ご回答ありがとうございました。質問は以上です。【お願い】に進んでください。

【お願い】後日、何人かの方にインタビューをお願いしたいと考えております。その際はメールにてお願い申し上げますので、よろしければ以下にお名前とメールアドレスをご記入ください。

尚、個人情報は厳重に管理し、調査外の目的では一切利用いたしません。

お名前：

メールアドレス：

アンケートは以上です。

この調査内容や研究内容に関してご質問等ある方は以下の連絡先までご連絡ください。

ご協力ありがとうございました。

調査者 文化人類学／「開発と文化」論ゼミ
筑波大学 社会・国際学群 国際総合学類4年次
201110395 平松真由美
s1110395@u.tsukuba.ac.jp

参考文献

浅野智彦

- 2001 『自己への物語論的接近：家族療法から社会学へ』 勁草書房。

榎本博明

- 2004 「想起される自己と自己物語」榎本博明・桑原知子編『人格心理学』pp.122-140、放送大学教育振興会。
- 2002 「物語ることで生成する自己物語 自己物語の実践より」『発達』23(91):58-65。

Gergen, K. J., and M. M. Gergen

- 1988 Narrative And The Self As Relationship. In Leonard Berkowitz(ed), *Advances in Experimental Social Psychology*, Volume21, pp.17-56, San Diego, California: Academic Press, Inc.

濱野智史, 佐々木博

- 2011 『日本的ソーシャルメディアの未来』 技術評論社。

平井智尚

- 2012 「なぜウェブで炎上が発生するのか」『情報通信学会誌』 29(4):61-71。

伊藤陽一

- 2006 「意見風土、『空気』、民主主義」『メディア・コミュニケーション』 56:3-27。

石井健一

- 2011 「『強いつながり』と『弱いつながり』の SNS—個人情報の開示と対人関係の比較—」『情報通信学会誌』 29(3):25-36。

片桐雅隆

- 2000 『自己と「語り」の社会学』 世界思想社。

加藤晴明

- 2012 『自己メディアの社会学』 リベルタ出版。

香山リカ

- 2014 『ソーシャルメディアの何が気持ち悪いのか』 朝日新聞出版。

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。

松田美佐

2014 「ネット化社会の現在」『青少年問題』61(新年):2-9。

松下慶太

2014 「Twitter に見る若者たちのコミュニケーション考」『青少年問題』61(653):30-37。

NTT ドコモモバイル社会研究所

2014 『スマホ・ケータイ社会白書 モバイルコミュニケーション』pp.102-105、
中央経済社。

岡田努

2002 「現代大学生のふれ合い恐怖的心性と友人関係の関連についての考察」『性格
心理学研究』10(2):69-84。

総務省

2008 『平成 19 年版情報通信白書』

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h19/pdf/index.html>

(2015/11/28 参照)。

2011 『平成 23 年版情報通信白書』

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h23/pdf/> (2015/11/28 参

照)。

2014a 『平成 26 年版情報通信白書』

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/pdf/index.html>

(2015/11/28 参照)。

2014b 『平成 26 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 調査趣

旨・概要』http://www.soumu.go.jp/main_content/000357568.pdf (2015/11/28

参照)。

2015 『平成 27 年版情報通信白書』

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/pdf/index.html>

(2015/11/28 参照)。

高橋利枝, 本田量久, 寺島拓幸

2008 「デジタル・ネイティヴとオーディエンス・エンゲージメントに関する一考
察—デジタル・メディアに関する大学生調査より—」『応用社会学研究』

50:71-92。

Summary

How university students tell their self-narratives on Twitter -Desire of “telling” / Mental conflict / Sympathy-

Twitter is the Internet service which you can send and get information in 140 words. Now 52.8% of young Japanese use it. Users often tell about their own selves on it, for example what they are doing and what they think. Why they tell about their own selves on Twitter so often? The aim of this thesis is to answer this question.

What I found out from the existing literature is narrative approach. This thesis focuses on the meaning of “telling” about oneself on Twitter. It is self-narrative. Self-narrative is the word which used in the field of psychology. People can achieve self-construction by telling their self-narratives to others and get recognition from others. According to existing literatures, Twitter seems to be one of the field people tell their self-narratives. Twitter is free from the pressure of communication and users can get recognition from followers easily, so users can tell their self-narratives freely. But sometimes users have mental conflict when they tell their self-narratives on Twitter.

I sent out questionnaires to 120 university students and interviewed with 17 university students about how they use Twitter. Especially I focused on the cases of mental conflict. What I found out from this investigation is the two effects of self-narrative on Twitter, maintaining and strengthening human relationship and “negative self-construction”. First, university student users follow their existing friends mutually on Twitter, which maintain and strengthen their daily human relationship. University student users tell their daily events and what they think, and write comments to them each other on Twitter. Such interaction means the exchange of kindness and recognition each other and they make their relationship more strength by it every day. Second, university student users achieve “negative self-construction” by telling self-narratives on Twitter. Telling one’s self-narrative

promotes one's self-construction, so users want to tell about their own selves on Twitter. But they have two desires. On the one hand they want to show better impression than real to their friends (followers). This is the shape what they want to be in the presence of others. But on the other hand they want to expose their real aspects to their friends. This is the shape what they are. As a result of conflict of these two desires, they tend to take care not to show their bad aspects to their friends, this means "negative self-construction".

University student users always mind what the others may think about their tweets. Users always mind their impression from others. So they tweet only the things that seem to be able to get sympathy from others. I call the sense "sympathy sense". Users decide to tweet or not according to "sympathy sense".

Users use Twitter as a field of telling their self-narratives, so they tell about their own selves so often. By telling their self-narratives each other on Twitter, they maintain and strengthen their relationship and achieve "negative self-construction". But they tweet only the things that seem to be able to get sympathy from others. So users can't tell their self-narratives freely and they can tell only small self-narratives. By telling and reading their small self-narratives each other, users give and get recognition each other. It is the meaning of "telling" self-narratives on Twitter.

謝辞

いま、本稿の執筆を終えることができたことにほっと一息つきながらも、これにより5年間の大学生活が幕を下ろしてしまうことに少しばかり寂しさを感じている。そして浮かんでくるのは、本稿の執筆、さらには筆者の5年間の大学生活を支えてくれた人たちの顔である。この場をかりて、彼らに感謝の意を表したい。

まず、本稿のアンケート調査、インタビュー調査にご協力いただいた学生のみなさんに厚く御礼を申し上げる。とくにインタビューにご協力いただいた方々には、お忙しい中筆者のために貴重な時間を割いてくださったこと、そして抽象的かつ個人的な質問に対し真摯に向き合い、お答えいただいたことに深く感謝している。彼らの語りが、本稿のすべてと言っても過言ではない。彼らのご厚意を忘れず、自身も彼らのようにボランティアに人に協力できる人でありたいと思う。

そしてともに切磋琢磨した仲間であるゼミの先輩方、同期、後輩たちにも感謝を伝えたい。筆者はまる3年間ゼミに所属していたが、どの年もそれぞれのメンバーで充実した時間を過ごすことができた。はじめは議論に参加することもままならず、自信をなくしてばかりで、ゼミの時間が来るのが怖いと感じていたこともあった。だが、いつからだろうか、毎週1回のゼミの時間が楽しみで仕方がなくなっていた。それはまさに、人類学という学問の力だと思う。さまざまな考えに触れ、さまざまな他者がいることを知ること、他者と自分とのちがいを面白いと感じること、他者を受け入れること、議論の中でともに新たな考えを導いていくこと。自らの考えを伝え合い、聴き合うことで、新たな知見を得ることができるという経験を何度も重ねたことで、人、人類の持つ可能性をいま感じている。そしてそのような貴重な経験をともにしてきたゼミの仲間たちは、とても大切な存在である。彼らとゼミやゼミ以外の時間でたくさん話をし、たくさん笑い合い、刺激し合い、励まし合った日々を私は忘れない。みなさんと一緒にゼミができてよかった、ありがとう。

そして3年間ご指導いただいた関根久雄教授には、いくら感謝を尽くしても尽くしきれない。お忙しいにも関わらずいつも熱心に、そして快く指導していただき、そのたびに関根先生の知見の深さとその人柄に尊敬の念を抱いていた。ときには進路の心配をしてくださるなど、学業面以外でも気にかけてくださり、親元を離れた筆者にと

って第二の親とも感じられるような、温かい先生であった。関根先生から学んだ学問の奥深さや、教育者としての姿勢を、これからの人生で活かしていきたい。3年間にわたりご指導をいただき、本当にお世話になりました。ありがとうございました。

本稿では自己物語について扱ったが、いま自身の自己物語を紐解けば、そこにはいままで出会い支えてくれたたくさんの人たちの姿がある。彼らに感謝を伝えるにはどうすればいいかを考えたとき、これからの自身の人生により気を引き締める思いである。感謝の思いを言葉で表すとともに、彼らとの出会いから得られた学びや経験を今後の人生に活かしていくことで、感謝を届け続けたいと思う。

最後に、筆者の世界に彩りを与えてくれた国際総合学類のみなさん、温かい居場所であったアカペラサークル **Doo-Wop** のみなさん、元気の源であった親しい人たち、そして浪人、留年したことで心配ばかりかけ、それでも変わらずあるがままの私を受け入れ支えてくれた両親や家族、これまで出会ったすべての人に、胸いっぱいの感謝の思いを込めて、本稿の執筆を終わりにしたい。

ありがとうございました。そしてこれからもどうぞ、よろしくお願いします。