

デジタル時代における新たな機会とリスクに関する国際比較研究 -若者とメディアのエスノグラフィより-

代表研究者

高橋利枝

早稲田大学 文学学術院 教授

1 はじめに

現在、スマートフォンやソーシャルメディアの普及から、世界のいろいろな場所で「つながり」について言及されている。オンラインコミュニケーションによる「絶え間ないつながり (constant connection)」(Livingstone, 2009)から、現代の若者は「デジタルネイティブ」¹や「絶え間ないコンタクト世代(constant contact generation)」(Clark, 2005)と呼ばれている。アメリカの精神科医シェリー・タークルは、モバイルコミュニケーションが与える精神的影響について批判的見解を提示して話題を集めた。絶え間ないつながりへの期待とともに育った最初の世代である10代の若者は、「(絵文字を濫用し、意見より即座の返信を期待しがちな) デジタル化された友情」(Turkle, 2011, p. 17)によって、新たな不安を抱えているというのである。

彼らは一日中つながっている。しかしながら対話(communicate)をしているのかどうかは定かではない。……つながりに対する期待はだんだんうすれ、ついにはロボットとの友情だけで十分だというような考えを受け入れるようになる。(P. 17)

総務省の調査(2014)によると、現代の若者は、テレビよりインターネットの行為者率が高くなっている。またスマートフォンの利用率は6割(10代63.3%、20代87.9%)、ソーシャルメディアの利用率は7割を超えている(10代76.3%、20代91.0%)。このようにデジタル世代である現代の若者は、スマートフォンやソーシャルメディアとのエンゲージメント(関わり)が高く、時空を越えて絶え間なくつながっている。

何故、若者たちは絶え間ないつながりを求めるのだろうか？そしてソーシャルメディアはどのような新たな機会とリスクを創り出しているのだろうか？本研究では、ソーシャルメディア時代における若者とメディアの重層的なエンゲージメントから創発する新たな機会とリスクについて国際比較調査により探求していきたい。

2 方法論

本調査研究では、日常生活における若者とメディアとのエンゲージメントを多角的にとらえるために、詳細なインタビューと参与観察を用いた定性調査、街頭調査、アンケートによる定量調査など多様な調査法を組み合わせたトライアングレーションによるアプローチをとっている。定性調査では、筆者がこれまで行ってきた日本、アメリカ、イギリスにおけるマルチサイト・エスノグラフィ²(Marcus, 1998)をもとにして、新たに日本人大学生10名を対象に詳細なインタビューと参与観察によるエスノグラフィを行った。また同じ質問項目を用いた詳細なインタビューが学生調査員によって36名に対して行われた。これらすべてのインタビュー・データは録音され、文字起こしされ、データは筆者によって定性調査の分析方法であるグランデッド・セオリー・アプローチ(Glaser and Strauss, 1968)に基づいて、幾度にもわたってコーディングが繰り返され、分析が行われた。

また、メディア化された都市での若者のモバイル・コミュニケーションを観察するため、若者に人気のある街、渋谷、原宿、新宿、池袋、秋葉原などで、主に中学生と高校生を対象にスマートフォンとソーシャルメディアに関する街頭調査を行った。この街頭インタビューは全てビデオに録画され、調査結果はビデオクリップに編集された。

さらに、高校生100名(男女各50名ずつ)と大学生100名(男女各50名ずつ)の計200名を対象としたアンケート調査(2013年8月実施)を行った。このアンケート調査では、グローバル化、デジタル化における若者のメディアとのエンゲージメントを捉えるために、携帯電話とソーシャルメディアに関する情報行動、デジタル・リテラシー、リスク、グローバル人材に関する調査項目から構成されている。

一方、マルチサイト・エスノグラフィによって得られたアメリカ、イギリスでの知見に関しては、ICA（国際コミュニケーション学会）、IAMCR（国際メディア・コミュニケーション学会）、ソーシャルメディア学会（英国ウェストミンスター大学）の3つの国際学会大会、および現地フィールドワークによってアップデートされた。

本稿では、これらの調査データから明らかとなった重層的なエンゲージメントの中で最も重要な次元である「つながり」について述べていく。文中では一連の調査から得られたデータの中で特に象徴的な事例について紹介していく。

3. フルタイム・インティメイト・コミュニティ

インタビューに協力してくれた日本の若者の多くは、寝ている間も携帯電話を枕元やベッドの隣に置いている。寝る直前までベッドの中で、LINE や Facebook、Twitter などのソーシャルメディアをチェックしている。そして寝ている間も着信があると暗がりの中、電気も付けずに携帯電話の明かりで返信やコメントをしている。携帯電話のアラームをセットして夜眠り、朝目を覚ますと、まず最初にするのはアラームを止めるついでにベッドの中で携帯電話のメッセージをチェックしている。中には、お風呂の中でも携帯電話を利用しているという人もいる。

例えば、19才女子大生ユキは携帯電話を枕の下に置いて寝ている。

ユキ：携帯電話は枕の下において、バイブで。

リサーチャー：メッセージが来たら起きないの？

ユキ：そうなんです。夜中にきて開けてたりして。でも覚えてないんです。

ユキ同様、夜中にメールをチェックし、返信したにもかかわらず、翌朝覚えていないという人もいる。アメリカの高校生キャサリンも「携帯電話のスイッチは切れない」と言う。

キャサリン：携帯電話のスイッチは切れないわ。

リサーチャー：何故？

キャサリン：もしメッセージが来たら見たいから。

リサーチャー：寝てても？

キャサリン：寝てても。

リサーチャー：サイレントモードにしないの？

キャサリン：しない。

リサーチャー：起きちゃうじゃない。

キャサリン：そう。でも全然気にならない。時々覚えていないんだけど。変でしょ。…だっていつもつながっていたいし、みんな大丈夫かなとか何をしているのかとか知りたいから。

アメリカの大学生マイクは、Facebook やテキストに絶えず返信することによって、24時間アクセス可能であるということを友達にアピールしている。

リサーチャー：寝る時は携帯電話のスイッチを切りますか？

ジョー：いや。いつもアクセス可能でいたいから。

リサーチャー：寝ている間でも？

ジョー：そう。いつもオンにしている（It's always on）。そうすればみんながいつでも僕にリーチできるから。

日本、アメリカ、イギリスでインタビューをした若者の中で携帯電話のスイッチを切るという人はほとんどいなかった。「寝る時に携帯電話のスイッチを切りますか？」という私の質問に対して、アメリカ人の17歳の高校生ジョンは驚いたように「なぜ切る必要があるの？」と答えた。また iPhone やブラックベリーなど

のスマートフォンを持っている若者たちは、「一日何回 Facebook をチェックしますか？」という私の質問に対して、チェックするのではなく、「絶えずいる」と言う。

リサーチャー：一日に何回くらい Facebook をチェックするの？

トニー：チェックしないよ。文字通りそこにいるんだ (I like literally stay on it.)。誰かが書き込むと携帯電話になるんだ。だから絶えず携帯電話がブルブル言ってるよ (笑)。誰かが僕とチャットしたい時も携帯電話でずっとチャットしてる。

日本の若者と携帯電話の早期の調査研究の中で、仲島一郎、姫野桂一、吉井博明 (1999) は、移動電話が、ごく親しい友人や恋人との「フルタイム・インティメイト・コミュニティ」を創ることを示唆した。

都市化の中で匿名制を獲得し、ムラ的コミュニティの呪縛を逃れた都会人が、孤独感や疎外感を和らげるために、特別に親しく、普段からよく会っている仲間との絆を一層強め、心理的には24時間一緒にいるような気持ちになれる「フルタイム・インティメイト・コミュニティ」を創造しようとしている。(p. 90)

携帯電話の世界的な普及により日本内外の携帯電話に関する多くの研究者たちが、仲島らの「フルタイム・インティメイト・コミュニティ」の概念に言及している (例えば Castells et al., 2007 他)。一方、アメリカやイギリスでも「いつもオン (always on)」(Baron, 2008) という現象について繰り返し報告されてきた。そして現在では、スマートフォンの普及により、電話やメールだけではなく、ソーシャルメディアによる「オールウェイズ・オン・インティメイト・コミュニティ」(boyd, 2010) など、絶え間ないつながりの様子が観察されている。

4. 絶え間ないつながりと脱 - 埋め込み

若者は家庭でも学校でも街なかでも、授業中でも食事中でも寝ている間でも携帯電話をそばにおいている。筆者は以前、日本における若者と携帯電話に関する観察から、「脱 - 埋め込み」³について次のように指摘した。

携帯電話を利用し、自分が現在埋め込まれている「ロケール(場)」から幾度となく脱埋め込みと再埋め込み (Giddens, 1990) を繰り返し、現実世界とヴァーチャルな世界を行ったり来たりしながら、複数のウチと結びつき、親密性を増している。(高橋, 2009, p. 22)

以下では、家庭空間と学校空間からの脱 - 埋め込みについて、日本、アメリカ、イギリスにおける具体的な例について見ていく。あるイギリスの中産階級の子供たちに夕食時の携帯電話の利用について聞くと、夕食中は伝統的に家族のための時間であるため、携帯電話の利用は禁止されていると答えた。しかし、実際は携帯電話が気になって、夕食を急いで食べたり、テーブルの下で隠れてテキストを返信したりしている。タッチスクリーンでない携帯電話では、かつて親指文化と呼ばれた日本の若者と同じように携帯電話を見ないでテキストを打つ人もいる。次の例はイギリスの15歳の仲良し4人組のフォーカス・グループ・インタビューからである。

リサーチャー：夕食を食べている時、もしテキストが来たら…

シェリル:テキストに返信することは許されていないの。

トム:僕は夕食の時、携帯電話に触ることを禁じられているよ。

シェリル:そう。夕食の時はお行儀が悪いわ。

ジェイン:私は2階に携帯電話を置いて行く。

ナンシー:ええ。私も夕食に持っていくのは好きじゃないわ。食べている時は違う部屋に置いて来なければならないの。だって家族の時間だし、家族が一緒にいるための時間でしょ。それが伝統だし。

リサーチャー:そう、わかったわ。でも携帯電話が気になってできるだけ早く夕食を済ませたりとか…

ジェイン:そう、そうなの。

トム:テキストが来たらすぐ急いで食べるよ。

リサーチャー:家族の時間は楽しくないの?

ナンシー:ええ楽しいわ。

ジェイン:私は楽しくない!(笑)

シェリル:私はテキストしてないって言えるから。だって、見ないでテキスト出来るから。

ジェイン:それはタッチスクリーンじゃない携帯電話のいいところよね。私はタッチスクリーンだから見ないと…

シェリル:そう。家族との夕食を楽しみながら、でも時々誰かと話したい時はテーブルの下でちょちょつとメッセージを送るの。

学校においても、休み時間ばかりでなく、授業中にメッセージを送りあっている高校生の姿が頻繁に観察された。日本人の女子高校生ルイは授業中にクラスメートがソーシャルメディアを利用している様子について次のように話してくれた。

ルイ:なんかスピーカーの部分壊して・・・写真とっても音がならないように。

リサーチャー:そんなこと出来るの?

ルイ:してる子とかもいます。

ルイ:で、普通に10時46分に更新とかで、授業中なんですよ。

リサーチャー:それは何を撮ったの?

ルイ:なんか友達が斜め前でピースしてるのを、こう机の下からこうやって。

日本ばかりではなくイギリスでも授業中に携帯電話で音楽を聞いていたり、離れて座っていてもショートメッセージで会話をし続けている人もいる。内容は授業が退屈だとか、放課後の予定や、異性の話など特に急を要したり、重要なことではない。授業中のショートメッセージでのコミュニケーションは内容よりもむしろ「つながり」に重きが置かれている。先のイギリス人の15才の仲良しグループは次のように話してくれた。

シェリル:授業中にはテキスト送ったり。あとは時々音楽を聞いている時もある。

リサーチャー:授業中でも?

シェリル:時々。

ナンシー:隠せるもんね(笑)

リサーチャー:テキストも送り合うの?

全員:もちろん!

シェリル:だっていつも同じクラスというわけじゃないから何か話したい時はテキストするの。教室の端と端に座っている時もテキストするの。

ジェイン:そう。そのとおり。

リサーチャー:どんなメッセージを送り合うの?

ナンシー:ただおしゃべりみたいな。

ジェイン:全然重要じゃないこと。ただなんでも話してるの。

リサーチャー:例えば何?先生のこととか?(笑)

全員:そう。そのとおり!

ジェイン:あとはすごいつまらないとか、放課後何するとか。

トム:そういう話もしてるけど、女子が本当にテキストで話してるのはいつも男子のことだよ!

ここまでは携帯電話を利用して脱-埋め込みし、互いにつながっている様子について見てきた。このような物理的空間を越えたつながりは、パソコンのスクリーンを通じても行われている。かつて若者は学校から家に帰るとすぐにテレビのスイッチを入れると言われたが、現在ではテレビより先に、パソコンのスイッチを入れている。帰宅後、就寝までの6,7時間をパソコンの前でチャットやメール、ソーシャルメディア、スカイプなどを利用して過ごしている。

例えば、先の日本人の女子高校生のルイは帰宅後も友だちとスカイプでつながっている。リビングでテレビを見ながら家族と夕食を食べた後、20 時頃には自分の部屋に行き、親友とスカイプでチャットを始める。宿題も友達と一緒にスカイプでやり、深夜まで一緒にチャットしたり、話したり、ゲームをしたりしている。部屋にいるときはスカイプをずっとオンにしたままにしており、途中でそのまま寝てしまったり、朝の4時までスカイプで話している時もある。また、ルイ同様、地方から東京の大学に来た人の中にはスカイプを通じて地元の友人や家族とつながっている人もいる。例えば、大阪出身で東京在住のアキは絶えずスカイプをオンにしており、大阪の友達とほぼ毎日スカイプで朝3時頃までつながっている。

携帯電話やスマートフォンの所有や利用に関して、社会・経済的状況から様々な制約を受ける場合がある。例えば、イギリスのあるアフロカリビアン人の労働者階級の子供は、経済的要因からスマートフォンを所有することができない。また、アメリカの中産階級に属している高校生ダニエルも、父親が携帯電話の長時間使用を懸念して、プリペイド携帯しか買ってもらえない。このような社会・経済的状況によって携帯電話によるつながりに制約を受ける人たちは、パソコンから無料のFacebook やスカイプなどのサービスを利用し友だちと絶えずつながっている。

ダニエル:5時か6時に学校から帰ってきてから朝の2時頃まで自分のラップトップにいるよ。

リサーチャー:何をしているの?えっ9時間も?

ダニエル:そう。Facebookにいつもいるでしょ、Gpop... PowerPoint, MSN, Gmail, Skype, 大体いつもそんなところかな?時間があっという間に経っちゃうんだ。

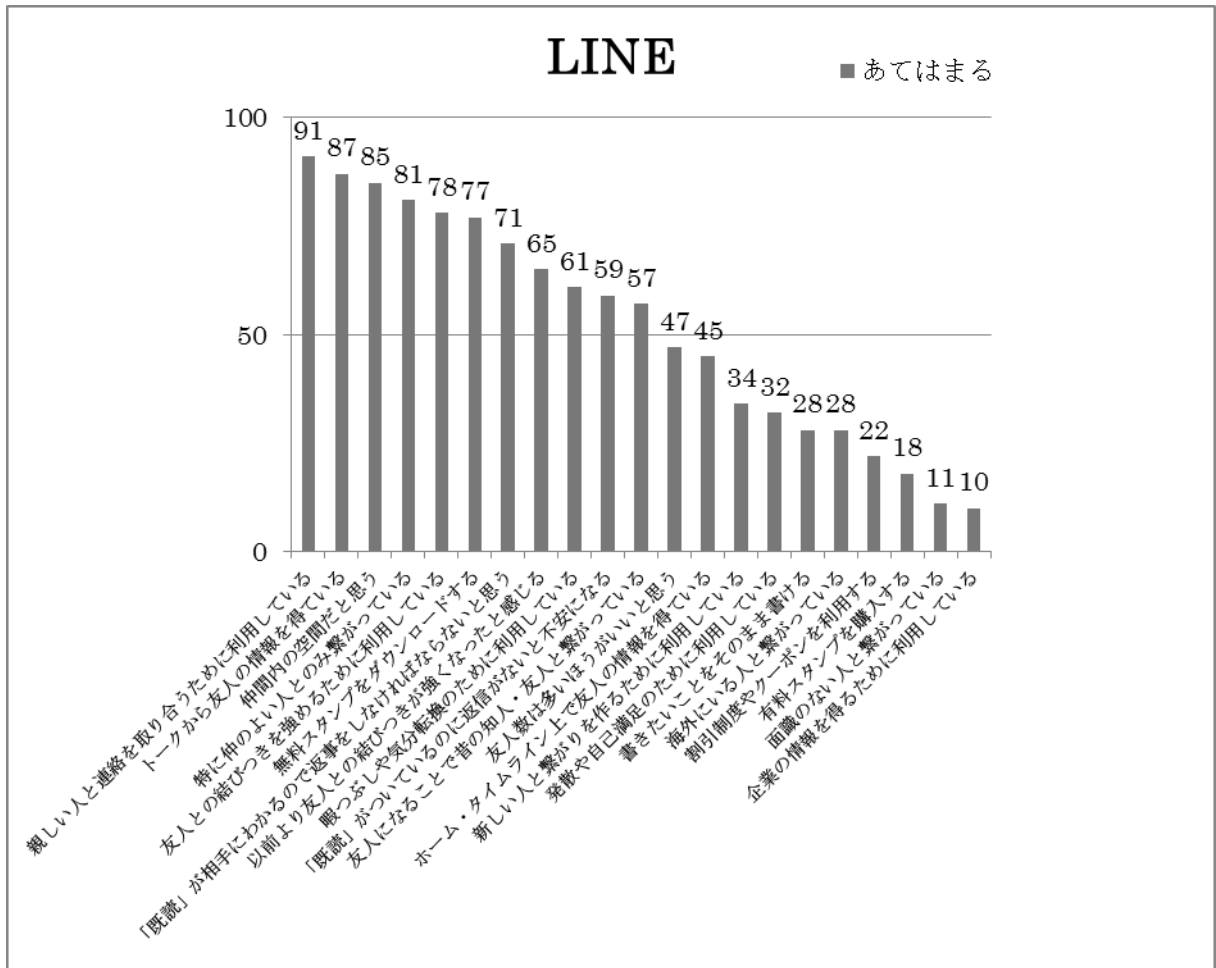
5. ソーシャルメディア・マネジメント: LINE, Twitter, Facebook

日本、アメリカ、イギリスいずれにおいても、Facebookを代表とするソーシャルメディアは若者にとって欠かせないものとなっている。現在、日本の若者に最も人気があるソーシャルメディアはLINEである(10代70.5%、20代80.3%)(総務省、2014前掲)。本研究において日本人高校生と大学生を対象に実施したアンケート調査でも、LINEは95%、Twitterは72%、Facebookは64%とLINEを最も多く利用していた⁴。LINEの人気には3つの理由がある。1. 無料。2. 閉じたコミュニケーション空間。3. スタンプによる感情の共有。



本研究におけるアンケート調査とインタビュー調査の結果から、LINEは親しい人との連絡や仲間内の空間、結びつきの強化などのために利用されており、友達や家族のような「ウチ」を強化する役割を果たしていることが明らかになった。社会人類学者である中根千枝(1967)によると、日本社会において差異を越えウチの同質性を保つためには「^{エモーショナル}直接的(tangible)」で「感情的なアプローチ」がとられるという。インター

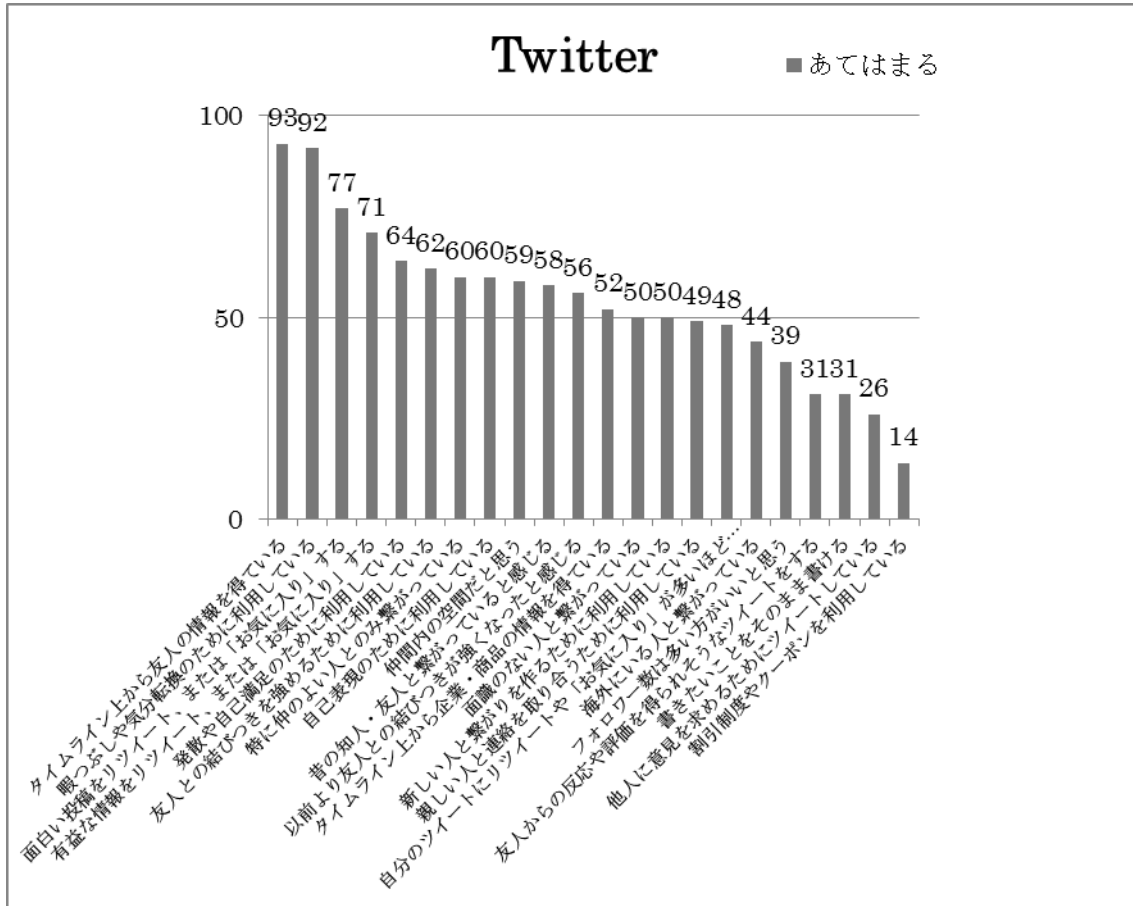
ネットが普及した現代社会では、LINEのような閉じたコミュニケーション空間の中での絶え間ない接触とスタンプを交えた感情の共有によって、友だちや家族の親密性を強化している。



一方、低コンテキスト文化⁵の代表であるアメリカ生まれの Twitter は、1対多のオープンなコミュニケーション空間の中で多様な人々となることが出来る。そして、テキストメッセージと同じ140字という限られた文字で表現する事をユーザーに求めている。木村忠正(2012)は、Twitter はケータイメールやミクシィのようにすぐに返信する義務がなく、140字という限られた文字数は、「空気をよむ圧力が強い日本社会では、気遣う余地がないメディアであるとの認識は、ケータイメールと対比されることでプラスに働く」(p. 206)と述べている。また、津田大介(2009)は日本での Twitter 人気の理由の一つとして『「ゆるい」つながりと空気感』(p. 40)をあげている。

ミクシィの『マイミク』のように、ユーザーの相互承認を前提とするサービスでは、現実の人間関係のしがらみに足を取られてしまうことも少なくない。…こうした SNS は、濃密な関係を築ける一方で、リアルな人間関係が足かせになり、拘束感の強い、閉じたものになってしまう側面もある。(津田, 2009, pp. 40-41)。

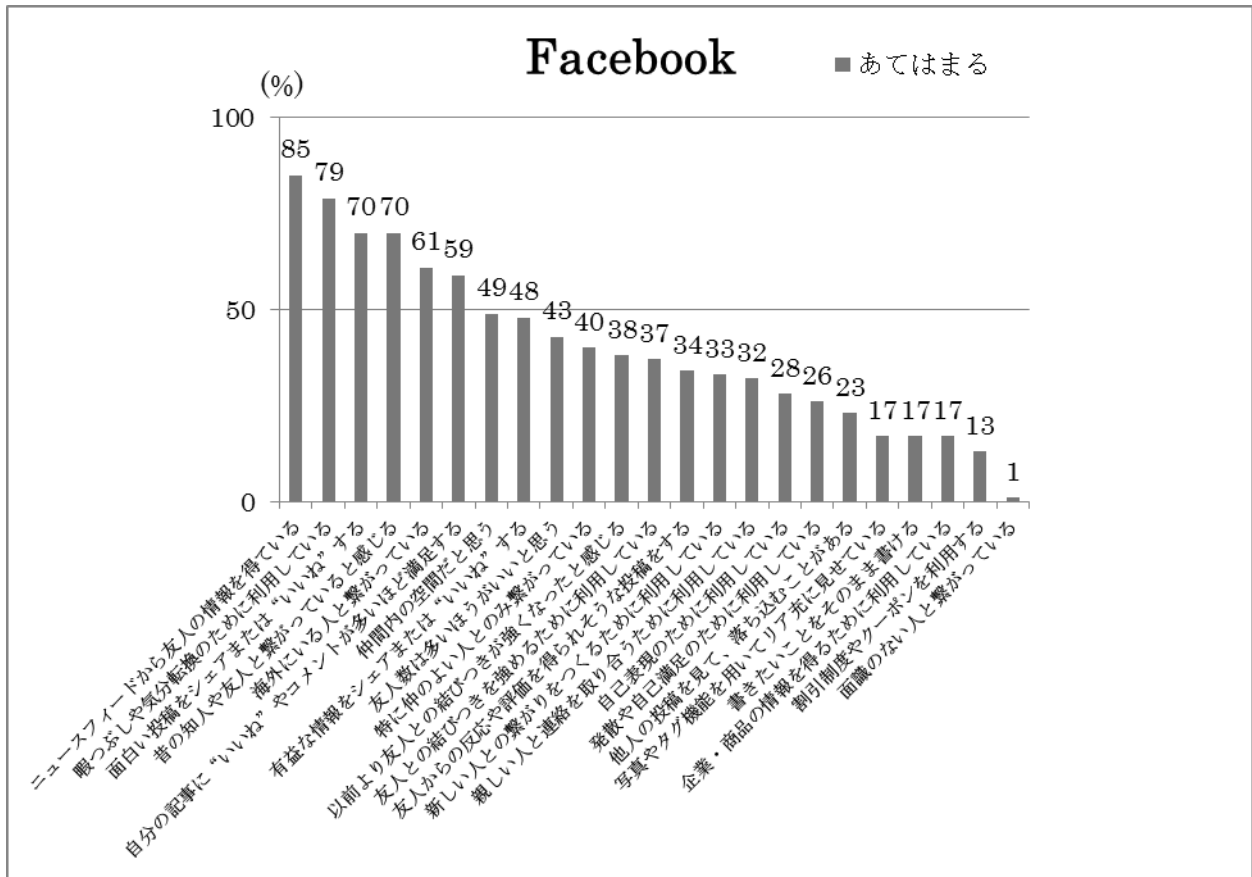
本調査研究においても、Twitter は、友達情報や自分にとって有益な情報を得たり、暇つぶしや発散などのために利用されていた。



また、Facebook は、友達情報や暇つぶしに加え、写真や投稿の共有、昔の友達や海外にいる人などソトとのつながりとしても利用されている。

あるイギリスの大学生は「携帯電話はなくすが、Facebook はなくさない」と言い、Facebook を「つながりの道具」として定義づけた。同様にアメリカの大学生デビーは Facebook があるかぎり友達と永遠につながっていると述べ、Facebook の重要性について次のように語ってくれた。

Facebook は友だちとのコミュニケーションの一つの方法だと思う。例えばママは大学や高校時代の友達をもう見つけることは出来ないけど。あっもしかしたら今からでも Facebook 上で見つけられるかもしれないけど、でも現実的にはとても難しいと思う。それに比べて、私たちは Facebook 上にいつもいるから、永遠に連絡を取り合うことが出来る。Facebook がある限り、コミュニティを持ち続けることができるし、友だちと会ったり、付き合ったり、遊んだり、楽しんだり出来る。だって私たちはお互いに友達で、一緒にいるのを楽しんでるから。みんなすごくいい人で、私の人生からそんな友だちを失いたくない。新しい友だちを作ったり、古い友だちとつながっていたり、Facebook の最大の利点はずっと友達でいたい人々を失わないことだわ。



さらにインタビュー調査から、Facebook は実名制のため様々な写真を用いて「印象管理」⁶を行なっている様子が観察された。例えば、日本人の大学生はディズニーランドや旅行の写真を載せ、お互いにタグつけ合うことにより「リア充」に見せたりしている。また、Facebook が誕生し、世界に先駆けて普及したアメリカでは、私がインタビューした高校生や大学生はみな、大学や企業が採用時に学生の Facebook を参照していることから、大学受験前や就職活動前にパーティなどの写真を削除し、シリアスな学生に見えるように自らの印象を管理していた。



このように現代の若者は、異なるソーシャルメディアをマネジメントしながら新たな機会を得ているのである。

一方ソーシャルメディアによる絶え間ないつながりは新たなリスクも生んでいる。冒頭で紹介したアメリカの精神科医シェリー・タークル (Turkle, 2011) は、絶え間ないつながりへの期待とともに育った最初の世代である10代の若者は、対話ではなく単なるつながりを求めており、つながらないことに対する新たな不安を抱えていると警鐘を鳴らしている。ソーシャルメディアへの依存はアメリカばかりでなく、日本においてもLINEの既読機能が「エモーショナル感情的なアプローチ」と「絶えざる人間接触」を加速させ、「LINE疲れ」や依存など新たなリスクも生じている。

またTwitterにおいては、高コンテキスト文化の日本では、文化的コンテキストとコミュニケーションの違いから、思わぬトラブルを引き起こすことがある。私がインタビューをした男子大学生ハヤトは、フォロアーが1000人以上いるが、Twitter上で思ったことをつぶやいて、炎上した経験が幾度かある。字数制限があり、コンテキストを共有できない不特定多数の読み手の解釈によって、メッセージが批判され、炎上することがあると説明してくれた。自分のフォロアーしか読まないと思い、閉ざされたうちの中でのコミュニケーションの感覚で、仲間うちでの会話(例えば、飲酒やカニング、無賃乗車、悪口など)を不用意にTwitterでつぶやいたことが、知らない人にリツイートされ、突然ソトの世界からの侵入者たちに批判され、炎上したりすることがある。そして過去の発言などからネット上の他のソーシャルメディアで身元を特定され、時には退学や解雇など実社会において社会的制裁を受けることがある。

また、Facebookにおいては、イギリス、アメリカでストーカーやいじめによる自殺など深刻なリスクが報告され、インタビュー調査においても多くの若者がこれらのニュースについて言及した。

このようにソーシャルメディアは、絶え間ないつながりによる親密性の強化やネットワークの構築、共有や印象管理など新たな機会を生んでいる一方で、いじめや中傷、プライバシーの侵害、デジタルタトゥー(永遠に消えない情報)、ストーカー、依存や中毒などリスクも生んでいる。そのためデジタルネイティブと呼ばれる現代の若者であっても、新たな機会を最大限に享受し、リスクを最小限にするためには、急速に変動する現代社会に対応した新たなデジタル・リテラシー教育が必要とされるだろう。

6. グローバル社会におけるソーシャルメディアの可能性

最後に、グローバル社会におけるソーシャルメディアの可能性について触れておきたい。2013年にFacebookは利用者が世界で11億人となり、最も人気の高いソーシャルメディアと言われている。LINEは2014年4月には世界で計4億人を突破し(内、日本の利用者数は5千万人)、8割以上は海外の利用者である。FacebookやLINEのような世界的に普及しているソーシャルメディアでは、国内ばかりでなく、国境を超えたつながりによって、「遠くの他者」と親密なコミュニケーションを行っている人もいる。

国境を超えたつながりは、子供の頃海外で過ごした人や、親しい友人や家族が海外にいる人、また将来グローバルに活躍したいと思っている人などにとって重要な意味をもっている。例えば、アメリカの大学生ジミーは、世界中からサマーキャンプに集まった100人以上の学生とFacebookでつながっている。Facebookを利用する前はサマーキャンプが終わってしまえば多くの人達とは連絡が途絶えていた。しかし今ではFacebookを通してつながりを保つことが出来るようになった。

また将来プロのミュージシャンや国際的な仕事に就きたいなど、夢の実現に向けて出来るだけ多くの機会を得るために、より積極的に世界中のいろんな国の人とコンタクトをとっている人もいる。イギリス人の音大生マイクは次のように述べている。

リサーチャー：フレンドにはいろいろな国の人がいるの？

マイク：そう。いろいろなところで会うから、世界の反対側に住んでいる人とも話せるし、ずっと連絡をとれるから。

リサーチャー：例えば、どんな国？

マイク：中国や韓国、ドイツや他のヨーロッパ、スイスとか。

一方、LINE でも日本人の友人ばかりでなく、外国人とも絶え間なくつながっている人もいる。例えば、大学生のアイは日本に住むシリア人やタイに住むタイ人など、日本語のあまり上手ではない外国人とも LINE でスタンプを交えて、日本語でコミュニケーションをとっている。

アイ：私は外国人とも日本語で会話しているから、スタンプがあつてよかった。あんまりみんな日本語上手じゃないし。スタンプがある方が伝わりやすいから。

リサーチャー：でも逆にスタンプの意味を取り違えたり、ミス・コミュニケーションはないの？

アイ：ないです。わかりやすいスタンプしか使わないから。笑つてるとか、怒っていると。誰が見てもわかるような。

リサーチャー：じゃあ日本人の人とコミュニケーションをとる時と違うスタンプを使つてるの？

アイ：そう。全然違う。

彼女たちは異文化に住む「遠くの他者」と、使う言語や言葉、スタンプなどのイメージを選びながら、LINE 上で思いやりや感情を伝えたり、お互いを理解するために頻繁にコミュニケーションをとっている。タークル (2011) は「デジタル化された友情」の浅はかさについて懸念しているが、若者たちはただ機械的につながっているのではなく、言葉や文化の違いを超えて「対話」をしているのではないだろうか。

ソーシャルメディアによるトランスナショナルなコミュニケーションにおいて、文化的な違いやコミュニケーションの違いにとまどいやいらだちを感じながらも、文化的な差異を越えてお互いを尊重しあうことの大切さや喜びを学ぶことが出来るかもしれない。低コンテクスト文化であるアメリカで生まれた Facebook や Twitter ではよりオープンで明確なコミュニケーションによって、一方高コンテクスト文化で生まれた LINE ではスタンプを用いたよりクローズドな情緒的なコミュニケーションによってトランスナショナルにつながっている。

このようにグローバル化とデジタル革命という今日の社会的文脈において、日常生活の中で絶え間なくつながり、情報や感情を絶えず共有することによって、親密性と情緒的な絆が生まれ、遠くの他者はいつしか「近くの仲間」へと変わっていくかもしれない。ソーシャルメディアはローカルなウチを強化する一方で、混沌とした今日のグローバル世界を同時代に生きる「他者」とつながり、相互理解を深めることによって、言葉や文化的な差異を超えた新たなグローバルなウチを創造する新たな機会も秘めているのである。

【参考文献】

- Baron, N. S. (2008) *Always On: Language in an Online and Mobile World* (Oxford: Oxford University Press).
- boyd, d. (2010) 'Friendship' in M. Ito et. al. (eds) *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out* (Cambridge, MA: MIT Press), pp. 79-115.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Qiu, J. L., and Sey, A. (2007) *Mobile Communication and Society: A Global Perspective* (Cambridge, MA: MIT Press).
- Clark, L. S. (2005) 'The constant contact generation: Exploring teen friendship networks online' in S. Mazarella (ed.), *Girl Wide Web* (New York: Peter Lang), pp. 203-22.
- Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity* (Cambridge: Polity press).
- Glaser, B. G. and Strauss, A. L. (1968) *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research* (London: Weidenfeld and Nicolson).
- Hall, E. T. (1976) *Beyond Culture* (New York: Anchor books).
- 木村忠正「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」平凡社新書、2012年。
- Livingstone, S. (2009) *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities* (Cambridge: Polity Press).
- Marcus, G. (1998) *Ethnography through Thick & Thin* (New Jersey: Princeton University Press).
- 仲島一朗・姫野桂一・吉井博明「移動電話の普及とその社会的意味」『情報通信学会誌』16-3、1999年、79-92頁。
- 中根千枝「タテ社会の人間関係－単一社会の理論－」講談社現代新書、1967年。

Palfrey, J., & Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of Digital Natives* (New York: Basic Books).

総務省『平成 25 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査』、2014 年。
http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2014/h25mediariyou_1sokuhou.pdf

Steinfatt T. M. (2009) 'High-context and low-context communication' in S. W. Littlejohn and K. Foss (eds) *Encyclopedia of Communication Theory* (Thousand Oaks, CA: Sage), pp. 278-279.

高橋利枝「デジタル・ネイティブと日常生活—若者と SNS に関するエスノグラフィー—」、『情報通信学会誌』第 92 号, pp.15-28, 2009 年 12 月。

津田大介「Twitter 社会論」洋泉社、2009 年。

Turkle, S. (2011) *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* (New York: Basic Books).

(注書き)

注1) デジタル時代に生まれ育った人たちのこと。ハーバード大学ロースクールのパルフリー教授ら(Palfrey, J., & Gasser, U., 2008)は、デジタルネイティブを、1980 年以降に生まれ、デジタル技術にアクセス可能で、「デジタル・リテラシー」を身に着けている人と定義している。

注2) 本調査研究のテーマ発想の動機となったマルチサイトエスノグラフィは、2009-2011 年度科学研究費補助金(基盤研究 B「デジタルネイティブの国際比較研究」)の助成を得て実施されたものである。このエスノグラフィの調査期間は 2000 年から 2010 年の間に日本で行ったフィールドワークを元にして、イギリスにおいて 2010 年 4 月から 8 月までの 5ヶ月間、アメリカにおいて 9 月から 2011 年 3 月までの 7ヶ月間、若者とメディアについてフィールドワークを行った。イギリスではオックスフォード大学教育学部の客員リサーチ・フェローとして招聘され、Davies 教授が率いるイーラーニングプロジェクトの協力を得ながらフィールドワークを行った。アメリカではハーバード大学バークマンセンターのファカルティ・フェローとして招聘され、Palfrey 教授の率いる「若者とメディア」プロジェクトの協力を得ながら、フィールドワークを行った。

注3) 脱埋め込み(disembedding)とはイギリスの社会学者アンソニー・ギデンズによる概念であり、社会関係を相互行為の局所的な文脈から引き離し、時空間の無限の広がりの中に再構築することである。

注4) 本アンケート調査は携帯電話とソーシャルメディアの利用に関する一つの指標を得るために実施したものであり、各ソーシャルメディアの利用率は総務省の全国調査に比べて高くなっている。調査票は学生調査員によって配布・回収されたものであり、サンプリングにおいて統計学的な有効性を持つものではない。

注5) 1970 年代にアメリカの文化人類学者 Edward・T・Hall(1976)は「高コンテキスト文化」と「低コンテキスト文化」の概念を提示した。この概念はインターネットが普及する以前に提示されたにも関わらず、現在でも異文化コミュニケーションや社会言語学、ビジネスなど多くの分野で言及されている。コミュニケーション研究の分野において、Steinfatt(2009, pp.278-279)は以下のようにまとめている。

高コンテキスト文化では、メッセージによって意図される内容は状況に大きく依存する。話し手の関係や信念や価値観、文化的規範によって規定される。…高コンテキスト文化は通常、率直さや直接さではなく、相手の感情を害することを避けるために、丁寧さや非言語的コミュニケーション、非直接的なフレーズが好まれる。個人よりも集団を強調し、集団に依存することが奨励される傾向がある。会話におけるメッセージは、多様な解釈が可能なあいまいなものである。…一方、低コンテキスト文化では、メッセージは意味を明快に表現するために注意深く選ばれる。…低コンテキスト文化では、集団よりも個人に高い価値が置かれがちである。

アメリカは低コンテキスト文化であり、その対極の最も高コンテキストに位置するのが日本と言われている。

注6) 印象管理(impression management)とはアメリカの社会学者アーヴィン・ゴフマンによる概念であり、人々が隠すべきものと見せるべきものを選別し、それによって他者が自分に対して抱く印象を「管理」したり操作したりすることである。

謝辞

本研究調査の実施にあたり(財)電気通信普及財団より貴重なご支援をいただきましたこと深く感謝いたします。本研究におけるイギリスでのデータの解釈にあたり、オックスフォード大学教育学部 Chris Davies 教授、ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス大学メディア・コミュニケーション学部 Sonia Livingstone 教授、Nick Couldry 教授、また、アメリカでの分析にあたりハーバード大学ロースクール John Palfrey 教授、Urs Gasser 教授に多大なご協力を頂きました。また、本研究における実査にあたり、早稲田大学文化構想学部高橋利枝ゼミのゼミ生、インタビューやアンケートにご協力を頂いた方々など、全ての方に謝辞を記したいと思います。

〈発 表 資 料〉

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月
Japanese Youths Engaging with Mobile ICTs: Looking ahead from the Past Ten Years	International Communication Association	2013年6月
Japanese Youth and Social Media	International Association for Media and Communication Research	2013年6月
Audience engagement between local and global media worlds: Japanese youths and their social media	Social Media, Transforming Audiences 4	2013年9月
Youth, Social Media and Connectivity in Japan	In Seargeant, P. and C. Tagg (eds) <i>“The Language of Social Media: Community and Identity on the Internet”</i> . Palgrave.	2014年2月