



# 自己呈示の手法としての「SNSの使い分け」：状況論的自己論の視点から

若狹，優

---

(Citation)

社会学雑誌, 34:113-130

(Issue Date)

2018-07-31

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/81011711>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/81011711>



# 自己呈示の手法としての「SNSの使い分け」

—— 状況論的自己論の視点から ——

若 狭 優

神戸大学大学院人文学研究科博士後期課程

本稿は、複数のSNSを使用したり、同一のSNSのなかでアカウントを複数持ち、並列して使用したりする利用手法「SNSの使い分け」を相互行為論の視点から考察する。これまでSNSをはじめとした電子メディア上のコミュニケーションはしばしば自己と結びつけて論じられてきたが、利用者の利用戦略を経験的に分析し、SNS利用のなかで自己がどのように呈示されているのかを明らかにする研究は成されていない。そこで本稿では、アーヴィング・ゴフマンの「状況に埋め込まれた自己」の視点から、利用者がアカウント上でおこなう様々な情報の発信を相互行為として捉え、利用者がSNS上で自己をどのように呈示しているかを明らかにする。

半構造化インタビューで収集した利用戦略を分析した結果、利用者は情報を呈示する際にオーディエンスや情報の深度に気を配り、社会的アイデンティティと個人的アイデンティティを呈示しようとしていることがわかった。また、自己呈示においてSNSの構造は社会的アイデンティティと状況の定義の円環を作り出し、そのなかに利用者を閉じこめ、過剰な演技を要求することが明らかとなった。このことから、「SNSの使い分け」という利用手法はSNSの構造そのものに対する利用者の実践レベルでの抵抗であると考えられ、利用者が主体的に自己を呈示しようとしていると結論づけた。

## 一 はじめに：問題設定

情報化が進展する現在、人々の相互行為は対面的なものだけでなく、CMC (Computer Mediated Communication) と呼ばれる、電子メディアを介した相互行為が一般的になりつつある。そのなかでも、とりわけソーシャル・

ネットワーク・サービス<sup>(1)</sup> (SNS) は現在、多くの人が使用している。総務省の平成二七年度情報通信白書によれば、最近約一年以内に利用したSNSはFacebookが三五・三%、Twitterが三一・〇%となり、三割以上の人がとがSNSを使用した経験がある。年代別で見ると、

特に若年層の利用率が高く、二〇代以下ではFacebookが四九・三%、Twitterが五二・八%と半数に迫っている（総務省二〇一五：二〇八―二〇九）。

このなかでもSNS利用率の高い若年層のなかでは、複数のSNSと同時に登録したり、一つのSNSのなかで複数のアカウントを作成したりして、話題に応じてそれぞれのアカウントを使い分けるといふ使用法が確立されている。電通総研が高校生以上の未婚一五歳から二九歳までの男女に対しておこなった調査<sup>2</sup>では、高校生は平均三・一個、大学生は二・五個、二〇代社会人は二・七個のアカウントを所有しており、アカウントの使い分けは決して珍しい現象ではない（電通総研二〇一五）。

このような複数のSNSを同時に使用したり、同一のSNSのなかでアカウントを複数持ち、並列して使用したりすることを、本稿では「SNSの使い分け」と定義しておきたい。それでは、このSNSの使い分けはどのように解釈することができるだろうか。SNSが「インターネット上で友人を紹介しあつて、個人間の交流を支援する」（総務省二〇一四：四七七）ものである以上、SNSの使い分けは若年層の友人関係と関連していると考えられる。辻泉によれば、若者の友人関係は社会の流動性が高まるに連れて、「友人関係や自己」を場面に応じて使い分けている」という友人関係の「選択化説」が社会学の実証的な調査から指摘さ

れるようになった（辻二〇一六：七五）。この選択的な友人関係とSNSの使い分けについて、濱野智史は二〇〇八年頃までSNS上で「スクールカースト」に沿った友人関係の分割がおこなわれていることを指摘している（濱野二〇一二：六七）。また、浅野智彦によれば、SNS利用と自己の多元性は正の関係で関連していて、人間関係を使い分ける機会を促進することで自己の多元化を促進しており（浅野二〇〇〇：一四五）、選択的な友人関係とSNS利用には関連があるのではないかと示唆されている。

だが、その一方で、濱野は動画配信サイトの「ニコニコ動画」の登場によって「ライトオタク<sup>3</sup>」と呼ばれる中間層が若者のなかに出現し、選択的な友人関係とは異なった人間関係が立ち現れてきて、それまでのメディア利用とは異なった形態が成立するようになってきたことも同時に指摘している（同上：七二）。また、阪口祐介によれば、SNS利用は選択的な友人関係に関連している「自己の複数性」を高めないことが統計的に明らかとなっている（阪口二〇一六：一八五）。にもかかわらず、若年層においてSNSの使い分けはもはや日常の光景と成りつつある。

SNSと自己の複数性に関する両義的なこれらの議論を踏まえると、SNSの使い分けを友人関係や自己構造の変容の議論と直列に結びつけて考察することは限界があるように思われる。そこで本稿では、SNSの使い分けをそれ

までの先行研究がおこなってきた大規模な量的調査とは異なる次元、具体的にはSNS利用者のアカウント内の行為の次元から考察したい。そのために、本稿では若年層の利用者からSNS利用について半構造化インタビュー調査をおこない、彼らの利用戦略を収集し、それを相互行為論の視点から分析する。

## 二 先行研究

### 二一 SNSと自己

SNSをはじめとしたCMCと自己はしばしば関連づけられてきた。遠藤薫によれば、CMC利用者は「自己の多数性」に対応した性格を有している割合が高いことが明らかになっている。CMCでは「未知の不特定多数の人びととコミュニケーションの場を構成する」ことが特徴となっており、「状況に合わせて自分らしくなる」ことがCMCという環境によって決定づけられているのである（遠藤二〇〇〇：二〇二）。また、鈴木謙介によれば、SNSをはじめとしたソーシャルメディアに依存し、のめり込む人びとについて、彼らが「他者との関係の中で自己イメージに対する承認を得るために、ソーシャルメディア上での一貫した自己というものを演出し、物語ろうとするための継続的な（そして嗜好的な）努力」をしていると指摘して

いる（鈴木二〇一三：九三）。

CMCという相互行為の場では、遠藤が指摘するように、その場の状況に合わせて自分らしく振る舞うといった自己の切り替えが求められる。ただ、必ずしもCMCにおける自己の切り替えが自己の複数性と関連しているわけではないことは先述したとおりである。むしろ、CMC利用における自己の切り替えは、それぞれのCMCがおこなわれている「状況」を読み取り、その場面の「状況の定義」（Goffman 1959＝一九七四：四）に応じて、適切な自己を呈示していく取り組みであるといえるだろう。鈴木は指摘にあるように、ここでは「一貫した自己」を他者との関係のなかで演出し続ける必要がある。SNSはそういった状況の定義によって規定された自己を継続的に演じる場なのである。

利用者がSNS上で自己を演じるパフォーマンスとして振る舞う以上、そこにはそのパフォーマンスを観るオーディエンスが存在することになる。木村雅史はこのオーディエンスについて、SNSにおける二つの特徴を指摘している。一つが、公開度設定による徹底的な「オーディエンス分離」であり、もう一つが利用者の様々な関係をインターネットという同一平面上で並列的に展開してしまうことで起こる「オーディエンス融合」である（木村二〇一：二七九）。とくに後者の「オーディエンス融合」は様々な状況のオー

ディエンスが混在することで、利用者がどのような自己を呈示すればよいのか分からなくなり、SNSで「適切に」ふるまうことができなくなってしまう。「SNSの使い分け」という実践はこのようなオーディエンスの混在、状況の混在への対応策としておこなわれてきたと考えることができる。また、アメリカの社会学者、ダナ・ボイドのアメリカのティーンエイジャーへの聞き取り調査では、それぞれのSNSの特徴や社会的文脈を理解し、そこで使用する名前や振る舞いを切り替えている若者のSNS利用実態が明らかにされている(Boyd 2014=二〇一四)。つまりSNSの使い分けとは、若者がSNSに設定されている状況の定義に対応した自己を「適切に」呈示し続けるために、それぞれの相互行為の場面を並列して維持する取り組みなのである。

## 二―一 状況に埋め込まれた自己と役割距離

それでは、そのように維持された相互行為の場面では利用者はどのような自己を呈示しているのか。それを分析・考察するためにはアーヴィング・ゴフマンの自己論が有益である。ゴフマンは、中河伸俊によれば、社会的場面对象にし、その状況のなかで人びとが繰り返す「相互行為的な」となみの仕組みを明らかにすることに努め、自己についても『「自己」』についての『広義の情報』の操作や管

理や察知や探索の作業を、日常の社会生活に不可欠の構成的な行いとして位置づけ、研究をおこなってきた社会学者である(中河二〇一〇・五三)。ゴフマンにとって自己とは、「一定の『状況の定義』をリソースにして協働しながら、ある『わたし』のあり方を達成する」(同上)という相互行為上で構築されるものであった。そのようなゴフマンの自己論はSNS上の自己呈示・自己管理の手法を考える上では非常に有用なものとして働くだろう。

ゴフマンは相互行為の過程のなかで現れる自己を「社会的アイデンティティ」と「個人的アイデンティティ」の二種類に区分している(Goffman 1963=二〇〇一)。社会的アイデンティティとは個人が状況ごとに担う職業や身分、属性などを指し、それはゴフマンが述べる「状況にかかわりのある活動システム」(Goffman 1961=一九八五・九八)から与えられる「役割」と符合するものである。一方で、個人的アイデンティティは役割とは異なり、その人そのものに付与される「パーソナルな自己」を指している。

区分した二つのアイデンティティはどちらも他者が個人との相互行為の過程を通して見出す自己である。両者を区分する質的差異は、相互行為のなかで個人が表出する印象が還元される要素である。印象が警察官や学生、教師といった役割に回収され、形作られていく自己ならば、それは社会的アイデンティティであり、名前や身体といった個人特

有の要素に回収される自己ならば、それは個人的アイデンティティを形成するのである。中河によれば、二つのアイデンティティは状況の中でそれぞれ分離して現れるものではない。相互行為が展開される状況において、個人は状況によって規定された何らかの役割を担うことでしか状況に参加することができず、状況の中で個人は役割演技をおこなう必要がある。そこでの個人の役割演技が役割期待以上あるいは未満であるとき、それらは「役割から漏れ出た行為」として個人そのものに回収され、個人的アイデンティティは構成されていくのである。そして、そのような役割からの鋭い乖離こそ、ゴフマンが述べる「役割距離(holding distance)」なのである(中河二〇一〇)。

個人的アイデンティティの呈示が「ある状況の役割から漏れ出る行為」によって表現されるということは、「役割には回収されない人格的な行為」だけでなく「ある状況の役割とは異なる役割を想定させる行為」もまた同様に認知されることを意味している。ゴフマンが「持ち株会社(holding company)」(Goffman 1961 = 一九八五・九一)と表現するように、個人は状況の中で複数の役割を常に抱えている。相互行為の参与者たちは複数の役割を巧みに切り替えることで相互行為の状況を維持する。そのような同一状況下での役割の切り替えもまた役割距離である。そして、状況維持のための役割距離によって役割の複数性が表現さ

れるのである。

ここまでのゴフマンの自己論を整理すると、①相互行為の場面では状況の定義を参照することで個人は社会的アイデンティティ(役割)を理解し、②その役割演技の過程の中で「役割から漏れ出る行為」や「ある状況の役割とは異なる役割を想定させる行為」をおこなうことで個人的アイデンティティ(パーソナルな自己)を呈示することができるといことになる。この二点をSNS上でクリアすることが自己の演出を達成することにつながる。次節以降では、SNS利用者がこの二つのプロセスをどのようにして乗り越えようとしているか調査データを用いて分析・考察する。

### 三 調査概要

本稿で使用する調査データは筆者が二〇一四年から二〇一六年にかけて、一六名に断続的におこなった半構造化インタビュー形式で収集したものから抜粋したものである。

インタビューという調査形式を採用したのは、若年層のSNS上での相互行為の実践を利用者自身の視点から捉えるためである。利用者はSNSの使い分けをおこなっているため、電子画面を見るだけでは、各アカウント間のつな

がりや利用者のなかにおけるアカウントの位置づけを正確に捉えることができない。また、利用者のみが体感しているアカウント内で実際に巻き込まれたトラブルなどの様々な経験を知ることもしできない。そのうえ、プライバシーなどのインターネット特有の調査倫理<sup>⑤</sup>にも配慮する必要がある。そこで、被調査者に自らのSNS利用について語ってもらい、それを利用戦略として収集した。

だが、これはゴフマンが対面的相互行為を調査する際に採用した「自然主義的観察」とは異なるものであり、そこから得られる相互行為論的な知見については仮説の範囲を出ることはない。だが、複数のアカウントを横断しながらおこなわれるコミュニケーションを自然主義的観察のみで追いかけるのは物理的に不可能であり、被調査者の語りから適及的に再構成する手法はそれを乗り越えるものとして有益なものといえるだろう。

なお、語りの中でアルファベットではじまる部分は被調査者の発言であり、〈〉の部分は調査者の発言である。

## 四 SNSにおける自己表示

### 四一 自己の情報を「注意深く」表示する

SNSを利用するために、利用者はまずSNS内にアカウントを作成する必要がある。アカウント作成を済ませる

と、利用者には様々な情報を記載することができる「場」が与えられる。「名前」はもちろん、自己の情報について書き込む「プロフィール」やSNS上の顔となる「アイコン」などがそれに当たる。利用者は他の利用者と交流を開始する前に、自分が何者であり、どのような趣味趣向を持ち、どのようなコミュニケーションを望んでいるかをそこで表明する必要がある。だが、この自己情報の表示は利用者の自己の「全面的な」開示ではない。利用者は当該アカウントのなかで取り扱いたい話題や趣味趣向に応じて、情報を「部分的に」表示し、そこで担う社会的アイデンティティを示そうとしている。

L<sup>⑥</sup>（女性・一九歳・使用SNS：Twitter、Facebook、Instagram）は自らが「大学用」と呼ぶTwitterのアカウントではアイコンを友人と写った写真に設定している。その一方で、Lが応援しているアイドルのファン・コミュニティと交流するためのTwitterのアカウントでは、アイコンをアイドルのうちで自身の顔を隠した写真を使用してゐる。所属しているコミュニティの人間関係やそのコミュニティの象徴物を自らの身体と一緒に写真の中に写し込むことによって、Lはこのアカウントで自身が担う社会的アイデンティティを明確に示そうとしている。また、バイクに乗ることを趣味にしているN<sup>⑦</sup>（男性・一九歳・使用SNS：Twitter）はTwitterのプロフィール欄に自身がのっ



ているバイクの車種を記している。画像だけでなく、文字でも自己の情報を呈示することはできる。

プロフィールに記載された文字列はSNS上では検索対象となる。<sup>(8)</sup>J(男性・一九歳・使用SNS: Twitter)はこの検索機能を利用して巧みにTwitter上で交流する人々の輪を広げている。

〈ファンとつながるってというのは、その、どうやってつながっていくんですか〉

J: だいたいエゴサ<sup>(9)</sup>というか、まあ、○○(ロックバンド名) だったら、えーっと、まあ、プロフィール欄に○○って書いてたりとか、○○とか書いてる人いるんで、その人フォローしたりとか、まあ、だいたい、ライブ当日にライブ会場の名前を検索かけたら、まあ、だいたいその同じ行ってる人いるんで、あー、それでフォローするか、とかがありますかね。

アイドルやロックバンド、アニメ、ゲーム、車、バイクなど趣味にまつわる様々な名称をプロフィールに刻み込むことで、利用者はコミュニティ内でのつながりを持つことが容易になる。検索機能によって無数に存在するSNS利用者のなかから自らと同じ社会的アイデンティティを呈示

している利用者を瞬時に見つけ出すことができ、簡単に交流を図ることができるのである。

だが、この検索機能は利用者にとって必ずしも肯定的に働くというわけではない。むしろ、自らが交流を図りたいと思っている人々以外の他者、意図せざるオーディエンスをアカウントに結びつけてしまう可能性も生み出している。自己の情報を部分的に呈示し、社会的アイデンティティを示しているアカウントに、利用者が想定していないオーディエンスが紛れ込むと自己呈示に不都合が生じる。この「不都合」に対し、利用者はどのように対処しているのか。

その最も簡単な手法は名前を変更することである。アカウントの名前として実名を記すのではなく、コミュニティ内で使用されているあだ名やハンドルネームを用いることで、当該アカウントがその利用者のものであると特定できる範囲をコミュニティ内に限定することが可能になる。<sup>(10)</sup>F(女性・二二歳・使用SNS: Twitter, Facebook)は部活動の友人とつながるTwitterのアカウントと所属する学科の友人とつながるTwitterのアカウントでは、使用している名前が異なっていると述べた。部活動のアカウントでは、先輩がつけてくれたあだ名をアカウントの名前として使用し、学科のアカウントでは、学科内でのあだ名を使用している。こうすることで、アカウントのコミュニティへのつながりを強調すると同時に、意図せざるオーディエン



スの検索にアカウントが引つかからないようにすることが  
できる。

また、SNSのなかで既存のコミュニティへの参加を表  
明せず、むしろSNS上で新たなコミュニティへと参加し  
ようとする場合も、意図せざるオーディエンスに感知され  
たくなければ、実名とは異なる名前を使用する必要が出て  
くる。この場合、名前を決定づける要因は特に存在しない。  
I（男性・二二歳・使用SNS: Twitter）はTwitterの  
アカウントの名前の設定について、以下のように語る。

〈名前は仮名だけど、あれはどういう意図で〉

I…特にないですよ。あれはただ、語感が良いのが良  
いなと思って。

○○○（アカウント名）って何なの？

I…僕がTwitterはじめるときに冬季五輪やってたん  
ですよ。で、その時に高速大回転に出ていた選手  
の名前。○○やって、あつ、ええ名前やと思って。  
詳しい方は建築家に○○って方がいるんで、その  
人からとったのとか聞かれるんですけど、全然関  
係ない。ただテレビ見てたら○○って人がおった  
から語呂が良いなって。

社会的アイデンティティのための自己の情報開示と検索

機能への抵抗という二つの要素を天秤にかけ絶妙な balan  
スを保ちながら、利用者はアカウントで自己に関する情報  
を呈示している。このように社会的アイデンティティを表  
明したアカウントのなかで、利用者は「投稿」をおこなう。  
投稿をおこなうことで、利用者はSNSのなかで発話する  
ことができる。この投稿は主にアカウントで示している社  
会的アイデンティティに即した内容になる。その一方で、  
LはTwitterに投稿する際に気をつけている点として、以  
下のように語っている。

L…フォロワー多いほうのやつ、○○○（高校名）のや

つとかは大学の時もそんなに、みんな仲良い子つ  
てわけじゃないし、オタアカとかでも、そういう  
ところはあんまり、あんま悪いこととか書かんとこ  
うかってしてます。見てて病んでるツイートとか  
見んのイヤやし、腹立つんやけどみたいな、とか、  
別に見てて良い気しいひんし、そういうのはそこ  
ではあんまつぶやかないようにしてます。ツアー  
とか外れたときとか、ホンマ無理みたいな時はつ  
てやつは、オタアカとかでもみんなたぶん見たな  
いし。

また、Iも投稿について以下のように語っている。

I…僕は絶対政治のことはつぶやかなくて決めてます。千差万別、それぞれの意見があるのは事実じゃないですか。そのなかで、音楽好きな人って、例えば、某〇〇プロデュースの感じの人は反原発とかいうわけじゃないですか、音楽と、僕はあなたの音楽が聞きたいのに、なぜ原発の、反原発の話を開かなくちゃならないんだって思うんですよ。

利用者にとって愚痴や不満、あるいは政治に関する話題はオーディエンスの面目 (face) を潰す可能性がある話題として取り扱わないように忌避している。これは他者の面目を汚染しないようにしている一方で、自身の面目と社会的アイデンティティを維持するための「回避儀礼 (avoidance ritual)」(Goffman 1967 = 二〇〇二: 六二) と見ることもできるだろう。

以上のことから、SNS利用者はアカウント内で表明した社会的アイデンティティを維持するために、自己の一貫性を強調する実践をおこなっている。「SNSの使い分け」はこの実践を破綻させずに、複数の社会的アイデンティティをSNSのなかで切り替えるための手法の一つとして捉えることができるだろう。それでは、利用者はアカウントのなかでどのように個人的アイデンティティを呈示して

いるのか。

#### 四―二 情報の組み合わせ、オーディエンスの横断

SNSのアカウントでは、先述したように、アカウントが担う社会的アイデンティティに応じて自己の情報を統一する必要がある。だが、個人的アイデンティティを呈示するためには、その社会的アイデンティティから逸脱した行為が必要となる。利用者はいわば、維持しなければならぬ印象とは食い違った自己の情報を呈示するという矛盾した実践を要求されているのである。

Iは「Twitterで、アイコンをロッテが発売している「コアラのマーチ」に設定し、プロフィールに野球チームの千葉ロッテマリーンズのファンであることを記している。だが、そのアカウントで話題として取り扱っているのはあるアーティストに関するものである。また、P<sup>(13)</sup>（一九歳、使用SNS: Twitter）は「Twitterのアカウントのアイコンを大学の友人たちとの集合写真を使用しているが、プロフィール欄には自分がファンであるアーティストの名前を記入している。二人の語りからは、アカウントのなかで一貫した社会的アイデンティティを構築するための実践とは異なった、自己に関する情報の食い違いを見出すことができる。

このような食い違いは無論、社会的アイデンティティの

一貫性を脅かし、自己の存立を揺るがすことになる。Nは「大学生」としての社会的アイデンティティを表明していたアカウントのなかで新たに始めた趣味のバイクについて投稿をおこなった際、ささやかな攪乱に出くわしている。

N…たぶん、あの、バイク乗り始めたのが大学一年：あっちゃうわ、二ヶ月前なんですよ。で、急に変わったっていうか、今までは大学のこととかしかつぶやいてなかったけど、急になんかバイク買って、バイクのことしかつぶやいてないみたいな感じに変わったんで、なんていうか、アイツ変わったなー、みたいな感じになるのかなみたいな。

食い違った情報は印象をかき乱す。これを回避する際に重要となるのは、情報の深度である。食い違った情報を呈示する際には、アカウントで表明されている社会的アイデンティティを塗り替えない程度に別の社会的アイデンティティに関する情報を希釈する必要がある。プロフィールは文字で綴るため、情報の深度を簡単に調整することができる。Pは先述したアカウントではプロフィールにアーティストの名前だけを記しているが、アーティストのファンとつながりを持っているアカウントのプロフィールではファン歴やどのライブに参加したまでを詳しく記している。ま

た、Fは「Twitterのアーティストのファンとつながりを持っているアカウントと大学の友人のつながりを持っているアカウント両方に、アーティストに関する情報を含んだ投稿をおこなっている。だが、大学の友人のつながりを持っているアカウントには「CDが発売されたから買いましたとかライブに行きました」といった基本的な情報を投稿し、アーティストのファンとつながりを持っているアカウントではFが「コアなこと」と表現する「この曲のこのPV（プロモーション・ビデオ）のこの顔がたまらん」といった、その話題についてより「深い」情報を投稿している。

趣味のコミュニケーションのなかでは一般的に使用されている俗語などをプロフィールに書き込めば、情報の深度が深くなり、アカウントの社会的アイデンティティ維持にとって有害なものとなる。一方で、アーティストの名前などの比較的誰もが知っているような情報のみを用いた趣味の表明は社会的アイデンティティ維持に影響を与えることなく、副次的なものとして理解されるようになる。情報深度の調整は社会的アイデンティティを破壊せずに、そこから漏れ出る副次的な社会的アイデンティティ、つまり、当該アカウントの中では個人的アイデンティティとして受け取られる情報を呈示できる手法なのである。

PやFが示している情報深度の調整は役割とそこでの行為の関係性によって決定づけられると考えられる。ゴ

フマンは役割と行為の帰属についての解釈図式、「役割—役柄図式 (role-character formula)」(Goffman 一九七四:二七五)について取り上げている。これは木村によれば、「どんな役割をもった人間がどんな役柄を演じていいのか／いけないのか」(木村二〇一五:六一)という役割と行為のローカルな帰属ルールである。この解釈図式には役割と役割の関連性も含まれる。つまり、それは換言すれば「ある役割をもった人間はどんな別の役割をもっているのか／いけないのか」という帰属ルールである。ゴフマンが役割距離の例として提示する外科手術を例にとつていえば、「外科医」という役割は手術を成功させるために「チームのリーダー」という役割を持つことを許容している。相互行為の参与者は状況ごとに設定された複数の役割を巧みに切り替え、相互行為を達成するのである。ゴフマンが述べる役割距離とはまさにこの「状況のなかで展開するアクティヴィティ—ごとに振る舞いの内実を変化させていく役割の柔軟性や多面性」(同上:六二)を指し示しているのである。

これは裏を返せば、特定の役割と関連性をもっていない役割を副次的な役割として呈示しても役割距離として機能することはなく、社会的アイデンティティをかき乱す破壊的情報として機能してしまうことを示唆している。このことから、SNS上のアカウントに設定されている社会的アイデンティティのなかで副次的な役割を呈示しようとすれ

ば、そこで表出する情報はこの「役割—役柄図式」によって理解可能なレベルの役割の情報でなければならない。PやFが「大学生」のアカウントのなかで趣味の話題を副次的な役割の呈示として使用しているのは、大学生という社会的アイデンティティと「アーティストのファン」という役割は容易につながるからなのである。

ここまで食い違った情報の呈示という利用者の個人的アイデンティティ呈示における実践を見てきたが、これ以外にも利用者の戦略は存在する。それは利用者がSNSのなかで所有する複数のアカウントを「同一の個人が使用している」と他者に知らせるというものである。こうすることによって、アカウントを目撃した他者は異なる状況で異なる役割を担う利用者の姿を見ることになり、それは役割の複数性を認識することにつながる。Lは同じ趣味を持ち、同じ中学高校に通っていた仲の良い友人とTwitter上でつながりを持つ際に、単一のアカウントでつながりを持つのではなく、お互いのそれぞれの社会的アイデンティティ(アイドルのファン、高校の同級生など)に設定されたアカウント同士でつながっている。それぞれの状況を一致させ、そこで演じる役割を一定にすることで、そのアカウントで表出している印象は崩れることがない。だが、Lが持つアカウントを複数把握している友人には、Lが複数の状況を渡り歩き、様々な役割を持っていると認識することができ

る。日常生活の中で個人が複数の状況を渡り歩いていくのと同様に、オーディエンスを横断させることで、そのような認識が可能となるのである。

以上見てきたように、利用者は食い違った情報の呈示やオーディエンスの横断といった手法を取ることで、SNS上で当該アカウントの社会的アイデンティティとは異なった情報を呈示している。利用者のこのような実践はオーディエンスにとって「役割距離」として受け取られ、そこに個人的アイデンティティが見出されることになる。

## 五 SNSにおける「状況の定義」と自己

ここで改めて、ゴフマンの自己論に立ち返ろう。先述したように、ゴフマンの自己論は状況の定義と密接に関係している。ゴフマンにとって個人の自己は状況の定義に先行して存在するものではない<sup>1)</sup>。先行して存在するのは相互行為の場を秩序づける状況の定義であり、自己は状況の定義との関係性によって立ち現れてくるものである。

だが、SNSには個人に状況の定義を伝える「舞台装置(setting)」(Goffman 1959 = 一九七四・二五)が存在していない。SNSでは相互行為を取り囲む空間は存在せず、アカウント間のつながりしかない。そこでパーソナル・コンピュータやスマートフォンの画面に映し出される情報

は利用者の自己に関する情報である。それでは、利用者はどのようにしてSNSにおける相互行為の状況を特定しているのか。例えば、B(二四歳・男性・使用SNS: Twitter)はTwitterのフォロワーについて以下のように語っている。

〈フォロワーについて気にしていることはありませんか。フォロワーされることについて何かありますか。鍵つけていないですよ？ 不特定多数の人にフォロワされますよね〉

B: いや来た来たで、おっ誰か来たでって感じで。フォロワーされましたって通知来るから、インターホン押されたぐらいの気分なんだよね。で、フォロワーの一覧を見て、おもしろそうな奴やんと思ったら招き入れる、リフォロワーするし、なんか変な奴やなと思ったらブロックするし。

フォロワーを返す際に相手のフォロワー一覧を確認するという行為は相手の自己に関する情報をより詳細に理解しようとする実践と捉えられる。素性の分からない匿名のアカウントに対して、そのアカウントが呈示している様々な情報を拾い集めることで、アカウントに宿る社会的アイデンティティがどのようなものを正確に把握しようとし

している。

それでは、なぜ、ここまで緻密に社会的アイデンティティを特定しようとしなければならないのか。それは相互行為を成立させるために必要な状況の定義を伺い知る要素が社会的アイデンティティしか存在していないからである。本来、状況の定義は社会的アイデンティティを相互行為のなかで規定しているが、この普遍的なプロセスを逆転させ、社会的アイデンティティから状況の定義を週及的に想定するという実践がSNSのなかではおこなわれているのである。

この状況の定義の週及的な想定はSNS特有の構造によって成立している。利用者の社会的アイデンティティがどのようなものであるかをより正確に判断するためには、相互行為の断片を垣間見るだけでは意味がなく、より長期的な視点で観察をおこなう必要がある。ボイドがSNSの特徴の一つとして「持続性」を挙げている (boyd 2014 二〇一四・二四) ように、SNSは利用者の自己呈示を長期間保存する。この社会的アイデンティティに関する膨大なアーカイブを利用者はいつでも閲覧し、正確な把握をおこなうことができる。SNSの構造によって支えられた状況の定義の想定というプロセスによって、利用者はアカウント間の相互行為がどのようなものか理解することが可能になるのである。

ただし、SNSがどれほど自己に関する情報を保存しようと、それがアカウント間の状況の定義を正確に決定づけるものとしては機能しない。SNSにおける状況の定義は利用者の社会的アイデンティティという脆弱な基盤から想定されているだけにすぎないからだ。自己は簡単に揺らぎ、ときに変質し、ときに消失する。そのため、利用者は社会的アイデンティティを維持することに注力しなければならなくなる。そこで、利用者は状況の定義と社会的アイデンティティが作り出す円環に取り込まれる。利用者は状況の定義を維持するために、社会的アイデンティティを正確に表明しようとするが、これによって状況の定義がより鮮明になっていく。そして、鮮明になった状況の定義はアカウントの社会的アイデンティティをより強烈に規定するようになり、利用者はさらに明確に社会的アイデンティティを描かなければならないようになるのである。

この円環に取り込まれることによって、SNS利用者はアカウントで呈示した社会的アイデンティティから離脱するような行為(役割距離)をおこなうことがきわめて難しくなる。情報深度の調整という実践を通して、副次的な社会的アイデンティティを呈示し、自己の奥行きを示すことはおこなわれているが、ここで使用できる社会的アイデンティティも「役割―役割図式」によって認められたものしか使用することができない。それはつまり、個人的アイデ



ンティティを描くためのリソースがアカウント毎に限定されてしまうことを意味している。例えば、「大学生」という社会的アイデンティティに付随することができる社会的アイデンティティが「特定の趣味」であるならば、付随的なものとして趣味の話題しか用いることができないのである。

SNSの構造は社会的アイデンティティの呈示と状況の定義の想定を可能にした一方で、利用者を状況の定義の円環に取り込み、そこから逃れられないようにしている。それでは、利用者はSNS上で状況の定義に従うことしかできない、ハロルド・ガーフィンの言葉を借りれば、「判断力喪失者 (judgmental dope)」(Garfinkel 1964: 199-207) としてしか振る舞うことができないのか。いや、そんなことはない。利用者はこの円環に飲み込まれることを拒否し、SNSのなかで主体的に振る舞おうとしている。それが「SNSの使い分け」なのである。それはSNSの構造の「利点」を享受し、「欠点」を回避する方法である。アカウントを切り替えることで、利用者は既存のアカウントが持つ円環から離脱することができる。そして、これまでのアカウントでは「役割―役柄図式」の制約によって呈示することができなかった新たな社会的アイデンティティを呈示することができるようになる。アカウントは利用者の単なる「分身」ではない。利用者はアカウント単位で行為するのではなく、複数のアカウントを横断し

ながら行為することで、自らの主体性を維持しようとしているのである。

## 六 おわりに

本稿では、「SNSの使い分け」を自己呈示の視点から、SNS利用者の実践に関する語りを通じて検討してきた。その結果、「SNSの使い分け」は社会的アイデンティティと状況の定義という円環に飲み込まれるアカウントから離脱し、自らの新たなアイデンティティを呈示しようとする実践であると結論づけた。このような自己呈示の実践は「アカウントを作成し、自己に関する情報を登録する」というSNSを開始するための初期設定が存在する限り、おこなわれ続けると思われる。ただし、「SNSの使い分け」を考える際には、SNSの構造と利用者の実践だけでなく、SNSそれ自体に適用されている規範を考慮する必要があるだろう。アカウントに記載する名前に実名を使用する傾向が強いのか、弱いのか。アイコンに自分の顔を使用するか、否か。書き込む内容はどのようなものが推奨されるのか、など。これら全ての傾向は各SNSで異なっている。構造のレベルでは全く同じ機能を有していても、社会的文脈のなかでSNSの位置づけが異なれば、SNS上の行為を制限する規範もまた変化することになる。<sup>(18)</sup>

規範の視点から、本稿における「SNSの使い分け」が主に「Twitter」の語りのなかから見出されたことを仮説的に考察すれば、とりわけ日本人の利用者のなかには、「Twitter」では仮名を使用してもかまわないという規範が共有されており、アカウントを複数化させることが容易になっていたと考えられる。一方で、Facebookは実名を使用する規範があり、仮名を用いてアカウントを複数化させることは困難である。

SNSの構造と規範、利用者の実践という三つの視点から立体的に眺めることで、SNSの利用行動をはじめて相互行為論の次元から把握することが可能となる。本稿では、規範における経験的なデータが圧倒的に不足しており、十分な検討が成されているとは言い難い。規範の視点を組み込んだ、SNS利用行動の包括的な検討は今後の課題としたい。

## 註

(1)「SNS」という言葉を学術的に定義づけることは非常に難しい。SNSのなかには、自らSNSと名乗っているものもいれば、利用者によってSNS的な利用をされているサービスも存在するからである。そこで、本稿では「情報通信白書平成二七年度版」で取り扱われている「Twitter・Facebook・mixi・instagram」をSNSとして取り扱う。情報通信白書ではLINEもSNSとして取り扱われているが、白書でも指摘されて

いるように、これらは「メッセージアプリ」として認知されているため、本稿では除外した。

(2) 調査は電通マクロミルインサイトが実施。調査手法はインターネット調査。対象エリアは関東一都六県、関西二府四県、東海三県で、サンプル数は三〇〇〇。

(3) 濱野は「ライトオタク」について「非常に曖昧で主観的な表現」と前置きした上で「一見するとオタクには見えないのだけれども、自分のことをオタクと自称するような若者層」(濱野二〇一二:七二)と定義している。

(4) 「自己」と「個人的アイデンティティ」は字面の違いだけではなく、概念的に明確に異なったものである。芦川晋はミードやブルーマー、ベッカー、ゴフマンといった社会学者が展開してきた自己論を再検討し、自己を「役割を担う対象」、個人的アイデンティティを「人格の評価を支える」同一性を指すものとして区分している(芦川二〇一七:六八)。ただ、ゴフマンの用法が必ずしも、これに適合しているとはいえない。ゴフマン自身、自己とアイデンティティの言葉を混同しており、「社会的アイデンティティ／個人的アイデンティティ」という区分は、本文内で引用した中河の理解のように、芦川の区分に従って言えば、「自己」の類型に近い。したがって、本稿では、「アイデンティティ」という言葉をゴフマンの用法に基づいて「自己」と同様のものとして使用している。

(5) 調査者と被調査者が対面し、匿名で運用しているアカウントを閲覧するという「自然主義的観察」を採用すると、インターネットの相互行為において、被調査者の匿名性の維持を脅かすことになる。「Google」や「Yahoo!」といった検索エンジンやSNS

- Sに設けられた検索機能はアカウントにまつわる情報がどれほど細やかなものであっても、アカウントと個人を結びつける。たとえ調査者が「調査データを用いて検索をおこなうような行為はしない」と宣誓したとしても、調査データを論文上で引用すれば、その論文が公開された時点には「自分が想定していない他者に検索される」というリスクに被調査者は晒されることになる。SNSのアカウントがそれぞれの状況の定義を維持することで相互行為の場面として成立している以上、情報を公開することは状況の定義をかき乱し、そこでの相互行為の破綻を招きかねない。実際に、二〇一七年五月二四日に立命館大学情報理工学部所属の研究者が「人工知能学会全国大会」において発表した論文がイラストや小説などを投稿するSNSの「p.v」に投稿された一般ユーザーの小説を分析対象として使用し、多くのユーザーの反発を招き、論文が非公開になったという例がある（松谷二〇一七）。これは既存の著作権法や研究倫理では捉えきれない問題であり、インターネットにおける情報の特性を踏まえた上で、研究倫理を再考する必要があるだろう。
- (6) 調査は二〇一六年四月二七日に実施。
  - (7) 調査は二〇一六年六月一日に実施。
  - (8) 調査は二〇一六年四月二〇日に実施。
  - (9) 「エゴサーチ」の略称。エゴサーチとは、SNS上で自分が使用している名前や実名などを検索エンジンで検索し、自らの評判・評価を確認する手法のことである。
  - (10) 「フォロワー」は、Twitterで他のアカウントを自らのタイムラインに表示する手続きのことを指している。これをおこなうことで、利用者は当該アカウントを継続的に閲覧することができ

るようになる。また、フォロワーをおこなってきた相手のアカウントをフォローすることを「リフォロワー」や「フォロワー返し」と言い、アカウントをフォローしている人々のことを「フォロワー」と言う。これらの専門用語は主に「Twitter」上のものであるが、他のSNSでも同一の機能を指して使用されることもある。

- (11) 調査は二〇一六年二月二〇日に実施。
- (12) 「オタク活動用のアカウント」の略称。Lはアイドルのファンコミュニティにつながりを持っているアカウントをこう呼び、その他のアカウントと区分している。
- (13) 調査は二〇一六年七月六日に実施。
- (14) ゴフマンにおける「状況の定義」の位置づけは木村（二〇一〇）が詳しい。
- (15) その一例として、アメリカ合衆国のティーンエイジャーにおけるSNS利用状況に触れておきたい。ボイドがおこなった調査によれば、アメリカの若者が友人と意見を交わすSNSはたいていの場合、Facebookであり、「Twitter」やTumblrはファッションやセレブリティに関する興味によって繋がるコミュニティの場となっている（Boyd 2014: 114-116）。本稿における調査では、友人と意見を交わす場と趣味のコミュニティが「Twitter」という同一のSNSのなかで展開されていた。「国家」という単位がどれほどの差異を生み出しているかは定かではないが、それぞれの国でのインターネット発展の歴史と絡めて、検討してみる余地はあると思われる。

## 参考文献

- 浅野智彦、二〇一四「SNSは「私」を変えるか——ケータイ・ネットと自己の多元化」松田美佐・土橋臣吾・辻泉編『ケータイの二〇〇〇年代——成熟するモバイル社会』。東京大学出版会、二〇一七、一四八。
- 芦川晋、二〇一七「『自己』の『社会的構築』——昔から社会学者は『自己の構成』について語り続けているが一体どこが変わったのか?」『社会学評論』六八(一):一〇二—一〇七。
- boyd, danah. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press. (=二〇一四『野中モモ子訳』「ながら」『ぼなしの日常を生きる——ソーシャルメディアが若者にもたらしたもの』草思社)。
- 電通総研、二〇一五「電通総研『若者まるわかり調査二〇一五』を実施——「ウラハラ・マインド」を持つ、今の若者像が明らかに」(二〇一六年三月二日取得: <http://www.dentsu.co.jp/news/release/pdf/cms/2015038-0420.pdf>)。
- 遠藤薫、二〇〇〇「電子社会論——電子的想像力のリアリティと社会変容」、実教出版。
- Garfinkel, Harold. 1964. "Studies of the routine grounds of everyday activities". *Social Problems*, 11 (3), 225-250 (=一九九五、北澤裕・西阪仰訳「日常活動の基盤——当り前を見る」『日常性の解剖学——知と会話』、ベルジュ社)。
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday. (=一九七四、石黒毅訳「行為と演技——日常生活における自己呈示」、誠信書房)。
- , 1961. *Encounters: Two Studies in the sociology of Interaction*, Indianapolis: Bobbs-Merrill. (=一九八五、佐藤毅・折橋徹彦訳「出会い」、誠信書房)。
- , 1963. *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. New Jersey: Prentice-Hall. (=二〇〇一、石黒毅訳「スティグマの社会学——烙印を押されたアイデンティティ」、せりか書房)。
- , 1967. *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behaviour*. Anchor Books. (=二〇〇二、浅野敏夫訳「儀礼としての相互行為——対面行動の社会学」(新訳版)、法政大学出版局)。
- , 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- 濱野智史、二〇一二「デジタルネイティブ世代の情報行動・コミュニケーション」小谷敬・芳賀学・浅野智彦・土井隆義編『若者の現在…文化』第二章、日本図書センター、六三—一〇六。
- , 二〇一五「アーキテクチャの生態系——情報環境はいかに設計されてきたか」筑摩書房(文庫版)。
- 木村雅史、二〇一〇「E・ゴフマンの『状況の定義』論——『フレーム分析』の検討を通して」『社会学研究』八八:七三—九六。
- , 二〇一「SNS分析の基礎視角——ゴフマンのパス・ベクトリアルから」『日本社会情報学会全国大会研究発表論文集』二六:二七—二八〇。
- , 二〇一五「E・ゴフマンの一人役割図式論」『社会学研究』九五:四九—七四。
- 松谷創一郎、二〇一七「立命館大学の研究者による『pixiv論文』の論点とは——「晒し上げ」批判はどれほど妥当なのか?」Yahoo! Japanニュース(二〇一七年十一月十七日取得: <https://news.yahoo.co.jp/byline/soichihomatsutani/20170527-00071377/>)。

中河伸俊、二〇一〇『自己』への相互行為論アプローチ——経験的探求に有効な再定式化のために』『人文学論集』二八・四五—七一。

阪口祐介、二〇一六「若者におけるメディアと生活の相互関係の変容——二〇〇二年と二〇一二年の時点間比較」藤村正之・浅野智彦・羽濑一代編『現代若者の幸福——不安感社会を生きる』第七章、恒星社厚生閣、一六九—一九〇。

総務省、二〇一四『平成二六年度版情報通信白書』。

——、二〇一五『平成二七年度版情報通信白書』。

鈴木謙介、二〇一三『ウェブ社会のゆくえ——〈多孔化〉した現実のなかで』、NHK出版。

辻泉、二〇一六「友人関係の変容——流動化社会の『理想と現実』」藤村正之・浅野智彦・羽濑一代編『現代若者の幸福——不安感社会を生きる』第三章、恒星社厚生閣、七一—九六。