

SNS のやりとりにおける親密性

－ ポライトネスの観点から －

亀岡 美里

はじめに

コミュニケーションは、人間生活には不可欠なものである。コミュニケーションなしには、人間の社会的行動、人間関係を考えることはほとんど不可能である。この世に生まれたときからおおよそ家族に囲まれていることが多いことから考えても、人間は他者との関わりなくして生きていくのは難しいのである。さらに身体的に成長し、言語を習得していくにつれ、その内容は多義にわたるようになっていき、人間が行えるコミュニケーションは広がっていく。

ミクシィにおける事例を通してインターネットにおけるコミュニケーションを考察した古畑 (2008) は、コミュニケーションについての一応の概念規定を、言語または身振り、表情などを用いて、情報、知識、意見、感情、願望などを伝達し、または、交換する社会的行為のことである、と仮定し、このような概念規定は、主として対人的、ないしは対面的コミュニケーションに焦点を合わせたものであり、そしてそれがコミュニケーションの主流を成す (古畑 2008:16) と述べている。

しかし、時代が変わり、携帯電話がスマートフォンに変わったことで、TwitterやFacebook、InstagramやLINEなどのSNSが、若者の間では身近なものとなり、SNSは会話の手段のうちの一つとなっている。中村の調査によると、大学生のほぼ6割以上がSNSを何らかの形で使っており、2割以上がほぼ毎日それを利用していることが示されている (中村 2017:2)。また、調査時点は2008年であるので、昨今の状況を考えると、SNS利用の比率は現在さらに増加しているものと考えられる。このように、SNSは、その普及初期において、現実場面における人間のコミュニケーションを、情報通信を用いてより効率的にするという目的を持っていたものであることを示している。

SNSは対人的ではあっても、非対面的なコミュニケーションである。さらに実際のやりとりには、時間的落差もあるし、必ずしも相互的とは限らない (古畑 2008:16)。そのような制約にもかかわらず、今、若者を中心とした出会いの場の一つであるマッチングアプリが広く使われている。遊び要素が強いいわゆる従来の出会い系とは違い、マッチングアプリは大きく分けて恋愛、結婚を目的として使われているものである。有名なマッチングアプリでは常に10万人以上の男女が活動していて、年齢、身長、職業や年収、趣味などの条件から

好みの相手を探すことができる。気になる参加者がいれば「いいね」を送り、お互いに「いいね」を送り合うとマッチングとなり、そこで初めてメッセージ機能が解放されて相手とメッセージを送り合うことができる仕組みである。一般的には、メッセージを通じて意気投合したら実際に会う約束をし、カフェやレストランで会うという流れなのだが、実際に会うまでに何度かメッセージを交わしてお互いに仲を深めていく必要がある。また、このような出会いでは、初回の対面が SNS 上、つまりお互いが顔の見えない状態での会話に限定されるのが一般的である。

日常的状況における初対面雑談会話の主な特徴は、話者間の心的距離が離れていることと、雑談により構成されていることだといえる。そのため、親密さをつくり上げるための手続きが必要とされる（嶋原 2018:70）。見知らぬ同志が手軽に知り合えるため、広まりつつある SNS であるが、同時に上記の制約が付随するため、親密さの構築には通常の出会とは異なる相互行為が必要になるであろう。本稿では、そのような親密さをつくり上げるための手続きが、対面のコミュニケーションと SNS 上のメッセージのやりとりなどの非対面コミュニケーションでどのように異なっていくかを考察していく。

ポライトネスの観点から対面コミュニケーションと非対面コミュニケーションを比較すると、対面のコミュニケーションにおけるポライトネスは、必ずしも SNS 上のコミュニケーションに当てはまるとは限らない。しかし、そうであるにも関わらず、なぜ、現代の社会では SNS が親密性を形成する道具として普及しているのか。

本稿では、SNS 上で親密性を確立する上で必要な要素は何であるのかという点に着目していきながら、対面コミュニケーションと非対面コミュニケーションの違いについて考察していく。

1 章では、会話の基本となるポライトネスの定義を述べ、SNS 上の会話におけるフェイスを考察していく。2 章では、対面コミュニケーションと非対面コミュニケーションにおけるラポールの形成について考察していく。また、3 章では、男女間でのコミュニケーションの難しさとメタメッセージについて述べる。4 章では、SNS 上のメッセージにおける自己開示の重要性について述べ、具体的なメッセージの例を挙げて会話分析を行っていき、SNS 上のコミュニケーションにおける会話の進め方を考察していく。

1 章 ポライトネスの定義と SNS におけるフェイス

一般的な対面のコミュニケーションと SNS の上などの非対面コミュニケーションを比較するために、この章では、ポライトネスとフェイスの定義について説明していく。

滝浦 (2008) は『ポライトネス入門』の中でポライトネスについて以下のように述べている。

人は自分のなわばりを確保しておきたいと思ひ、他者から踏み込まれたくないと思ふ。ところが同時に、人は、他者と通じ合い、互いに互いを受容し、2人で1つのなわばりを共有するような関係を持つことを喜びとする。この2つの欲求は基本的に相容れず、一方を最大限に満たせば、他方は断念するしかないような関係にある。(中略) さらにいえば、この欲求は自分だけのものではない。対面する相手もまた、同じ2つの欲求を持っている。欲求と欲求を直接ぶつけ合っても、生じるのは争いだけである。ここに、最も広いみでの“交渉”が必要となる素地がある。「ポライトネス」とはさしあたり、この“交渉”に欠かすことのできない対人的配慮のことだと言ってよい。(中略) そして言語は、人を“近づけつつ遠ざける”という一見奇妙な動きをしながら、対人関係を適度な距離に調節してくれる最大の媒介者となった。「ポライトネス」とは、言語のもっぱら対人関係の確立や維持・調節に関わる働きのことである (滝浦 2008:3)。

つまり、ポライトネスとは、会話の場面において表現・伝達される、相手との距離感を正しく保つための軽減的、補償的な言語的配慮のことである。ポライトネスを以上のように定義すると、対面のコミュニケーションでは、主に言葉遣いや態度で表される。宮崎は、日本人のポライトネスについて、「日本語の聞き手の行動は、話し手の話を支持する態度や、話者との調和を重んじる姿勢、協力的な態度、話し手への感情移入などが特徴であると言われていいる。あいづちやうなずきの頻度の高さは日本語のモダリティの一種で、聞き手の心的状態を示すので、日本語母語話者にはコンテキストによっていつどれだけあいづちやうなずきを使用するかについて、共通の認識が存在する」(宮崎 2009:56) と述べている。これが SNS 上のメッセージのやりとりなどの非対面コミュニケーションでは、あいづちやうなずきが行えない分、別のアクションで補っていく必要がある。

また、杉谷 (2010) は近年の対面コミュニケーションと非対面コミュニケーション (インターネット・コミュニケーション) の見解について以下のように述べている。

1970年代、欧米を中心として本格的なインターネット・コミュニケーション研究がおこなわれるようになった。当初は、インターネット・コミュニケーションは、相手の声が聞こえない、顔が見えない、ジェスチャーが見えないといった理由から、非人間的なコミュニケーションを促進するものとして危険視され、対面コミュニケーションの方が圧倒的に優れているという見解が主流であった。しかし、1990年代以降の研究では、インターネット・コミュニケーションの優れた点を報告する研究が急増し、「インターネット・コミュニケーションは対面コミュニケーションに劣る」という考え方は完全に覆され、どちらもが状況に応じて長所・短所をもつという考え方に変わっていった。インターネットの有効性を指摘した研究の一例として、自己開示（自分に関する情報を相手に話すこと）が促進されるという側面がある。実証研究では、対面コミュニケーションの4倍の量の自己開示が行われていることが分かっている（杉谷 2010:5）。

以上のようにインターネット・コミュニケーションにおいて対面コミュニケーションよりも多く行われている自己開示の内容は、インターネット上では「本当の自分」を反映したものになることもわかっている（杉谷 2010:8）。その理由として、杉谷（2010）は、「人は他者から良く思われたいという動機づけをもっているため、対面コミュニケーションのような相手の存在感が意識されやすい状況であると、嘘をついてでも自分を良く見せようとするが、インターネット上ではそのようなことがなく、本当の自分を開示できる」という見解を述べている。SNS上などの非対面コミュニケーションでは、自分の情報などの事実をいかに多く相手に提示するかということが重要になってくる。この自己開示についての考察は3章にて述べる。

では、対面コミュニケーションで重要視されるフェイスはどうだろうか。滝浦は『ポライトネス入門』の中でフェイスについて以下のように述べている。

ブラウン&レヴィンソンは、人と人の言語的ふるまいをとらえるための枠組みとして、人類学・社会学的な見地からの関係構築の基盤に訴え、そこで彼らが鍵概念の一つとして据えたのが「フェイス (face)」である。ブラウン&レヴィンソンにおいて「フェイス」とは、ポライトネスという対人配慮の向けられる対象のことである。彼らはフェイスを人間の基本的な欲求ととらえ、人がコミュニケーションのなかで自他のフェイスに配慮するさまを体現化・理論化した（滝浦 2008:17）。

つまり、フェイスとは相手から自分がどう思われたいかという欲求のことである。人間にはフェイスを守ろうとする欲求があり、日常会話においても、相手とよりよい積極的な人間関係と円滑なコミュニケーションを構築するために、話し手と聞き手が相手の立場を考えながらコミュニケーションを取ろうとしている。大塚（2013）によると、フェイスには機能的・概念的な側面から、「自己イメージのフェイス」と「対人距離のフェイス」の二つの側面があると考えられている。自己イメージのフェイスとは、自分自身に関する特定のイメージ、アイデンティティを示したい、理解されたいという要求をもつフェイスであり、対人距離のフェイスとは、対人関係における相手との距離に関連するフェイスであると説明される（大塚 2013:67-68）。一般的な対面コミュニケーションにおけるフェイス侵害行為について、河（2014）は、「無視する・冷遇する、除外する、切り離す、冷淡・無関心などを示す、不適切なアイデンティティ・マーカを使う、曖昧・合言葉をもって相手を孤立させる、不一致を求める、冗談や大声で不快感を与える、忌み言葉を使う、軽蔑的な呼び名を使う、脅す、不利益なことが起こることを注ぎ込む、見下す・軽蔑または嘲笑する、相手の空間を侵害する、否定的な方向に結びつける、聞き手に負債があることを明示的に言う」というように例を挙げている（河 2014:95-96）。以上のフェイス侵害行為を例とすると、SNSにおけるフェイスも、一般的な対面コミュニケーションと同じような配慮が必要であるが、その配慮は相手と直接対面していないことによって、主に、会話の言葉選びによって配慮することによって保たれるものだと考えられる。

2章 非対面コミュニケーションにおけるラポールの形成

1章に続いて、一般的な対面のコミュニケーションと SNS の上などの非対面コミュニケーションを比較するために、この章では、ポライトネスとフェイスの定義について説明していく。

ラポールとは、「疎通性」とも訳され、それは「共通の関心や感情を分かち合っているという感情的な共振れ、共感が成立する」状態を表す（岡村 2012:79）。ラポールは、現在日本において主に心理学の分野で用いられている言葉で、多くの場合それは、カウンセリングの場面におけるカウンセラーとクライアントの間に存在する人間関係等を指す。大塚（2011）の検証結果によると、以下のことが証明されている。

ラポールが構築できた会話では一人の会話参加者が聞き手になり、頻繁にあいづちを打つことにより、共話的な会話展開が行われていた。日本語会話では聞き手の役割、すなわちあいづちを打つこととラポールの構築が密接な関係にあることがわかる。もう一方の会話では一人の会話参加者が全くあいづちを打たなかった。残りの二人の会話参加者もあまりあいづちを打たなかった。一人の会話参加者が聞き手に徹するのではなく、互いに自分の感想や経験を語った。その中には対立を生むような情報も含まれていた。このような言語行動とラポールがあまり構築できなかったこととは無関係ではないだろう（大塚 2011:94）

以上の結果から、ラポールの形成において、あいづちが重要になってくるのは間違いないだろう。しかし、SNS などの非対面コミュニケーションでは、リアルタイムにあいづちを打つことはできないので、別の形で補っていく必要がある。それが1章でも述べた通り、自分の情報などの事実をいかに多く相手に提示するかということである。そのようにお互いに相手の情報を交換するために必要な行為は、相手に質問することである。会話において相手に質問をすることは重要である。遠藤によると、コミュニケーションにおける質問について、以下のように述べている。

コミュニケーションの参加者は、何らかの情報・意図・思い・考えを引き出したり表出したりするために言語機能を駆使し、このことによってやりとりを織りなしていくと言える。ここで重要なのは、会話において、情報や意図を表出するだけでは意味がなく、引き出すことが必要であるということだ。言い換えればそれは、「相手から話しを引き出すために語りかける」つまり「質問する」ことが重要であるということである。相手の話に耳を傾けるということを前提として、こちらから相手に対して言葉を投げかけることが一般に言語学習において大切なことである（遠藤 2011:4）。

このように、コミュニケーションにおいて質問する力は大切である。1章にて SNS 上のメッセージのやりとりなどの非対面コミュニケーションでは、あいづちやうなずきが行えない分、別のアクションで補っていく必要があると述べたが、一般的な対面のコミュニケーションより SNS 上のコミュニケーションのような非対面コミュニケーションを比較すると、

非対面コミュニケーションの方が、メッセージを無視することが簡単であるという点から考えて、相手に質問することが重要視される傾向にある。

岡村（2012）によると、現代の心理カウンセリングでカウンセラーとクライアントの間に起こるべきラポールの形成は、特にクライアントの側に、カウンセラーに対する安心感、信頼感をもたらし、その後のカウンセリングを効果的に進めるうえで非常に重要な関係性であると述べている。またラポールの形成は、クライアントがカウンセラーに提示する情報の質にも大きな影響を及ぼすと考えられている。クライアントがカウンセラーに対して自らについてオープンに話すという場面は「自己開示」とも呼ばれるが、他者に対する自己開示は、それが心理カウンセリングの場面であるか否かにかかわらず、開示する本人に、心理的、さらには身体的にも良い影響を及ぼすと考えられている。これは、いわゆる「悩みを打ち明けて気が楽になった」といった状態である。また、カウンセラーに対してクライアントが自身を明らかにすることによって、カウンセラーはクライアントの状態をさらによく知り、クライアントに対して、さらに有効な働きかけをすることが可能となるのである（岡村2012:79-80）。

このカウンセラーとクライアントの関係でいえることは、一般的なコミュニケーションにおいても共通している。コミュニケーションを行う者同士が互いに「自己開示」を行うことでラポールの形成していくことは、対面コミュニケーション、非対面コミュニケーションともにいえる。

前章、本章を通して、対面のコミュニケーションと非対面コミュニケーションの違いについて考察してきた。ポライトネスの観点から対面コミュニケーションと非対面コミュニケーションを比較すると、対面コミュニケーションでは会話の「質」が重視され、非対面コミュニケーションでは会話の「量」が重視されるというのは、非対面コミュニケーションの方が自己開示の量が多いことや、対面コミュニケーションではあいづちやうなずきなどのアクションで相手に配慮することからいえる。一般的な対面のコミュニケーションでは、自己開示に加え、話し方や態度などで相手に配慮し、会話の「質」が重要視される思いやりのコミュニケーションであるのに対して、非対面コミュニケーションでは、どれだけ相手の情報を受け取るかという会話の「量」が重要視されるという事実ベースのコミュニケーションであるといえる。このように、非対面コミュニケーションにおいて形成されるラポールは、相手と情報を共有することによって形成されるラポールであり、対面のコミュニケーションとは性質が違うものになっている。

3章 コミュニケーションの性差とメタメッセージ

奥野は、性差によるコミュニケーションの違いを以下のように述べている。

女性は非言語コミュニケーションを理解することに優れていることが報告された。これは、女性は言語使用の不十分な子どもの非言語コミュニケーションを理解する必要性が多く、受身的な行動を社会的役割として期待されているため、非言語行動の観察力が大きいことが考えられる。また、女性は男性に比べて、視線を多く向けることが明らかにされ、日本でも同様な結果が確認されている。女性が男性より多くの視線を向けることは、女性は社会的場面における視線の持つ意味を重視する傾向にあることも示唆している。さらに、女性は男性に比べてうなずきを多く用いることも報告された(奥野 2015:126-127)。

以上の知見から、女性のほうが男性より、視線やうなずきなどの非言語コミュニケーションを重視することが考えられる。

さらに、奥野は、非言語コミュニケーションについて、男性は驚くべき頻度で女性の発言に割り込んでいることを明らかにした。そして、「男性が割り込むと女性が沈黙することが分かった。また、男性と女性が同時に発話を行うとき女性は沈黙し、女性が話しているときに男性が相づちを遅らせると女性は沈黙することも報告された。言葉中心の主張的な役割が期待されてきた男性に対して、協調性、他者への配慮、感情的受容が期待されてきた女性が、感情的敏感さをより発揮しているための特徴と考えられる」と述べる(奥野 2015:127)。このように、コミュニケーションにおいては、うなずきやあいづちなどの非言語コミュニケーションが大切であり、それが、性差によって異なるのである。

男女の言語コミュニケーションの違いにおいて、奥野は以下のように述べている。

女性は相づちを打ち、質問をすることによって会話を進める努力を行っており、かつ、聞き手の注意を引くような「知ってる？」や「面白いよ」などの表現を用いている。一方、男性は断定的な「言い切り」をし、その後その話題に対して長い話を続ける。話題提供を行うのは女性のほうではあるが会話は発展せず、男性が提供した話題は発展しやすくないことが報告された。このような結果は、男性による会話の支配が女性の協力によって成り

立っていることを示唆している（奥野 2015:127）。

と、言語コミュニケーションでの違いも述べており、男女間におけるコミュニケーションは言語コミュニケーション、非言語コミュニケーションともに根本が違うことを示している。

また、コミュニケーションに分類される一つの方法として、メタメッセージというものがある。メタメッセージの概念について、土戸は以下のように述べている。

コンテキストは発話に著しい影響を与えるのだが、そのことによって発話内容すなわちメッセージを超えた、あるいは表向きのメッセージとは異なるメッセージが送られることもありうる。このことに注目してベイトソンは、「メタ・メッセージ」（メタ・コミュニケーション）という概念を設定し、メッセージとメタ・メッセージという構図によってコミュニケーションを考えようとした。だが、このメタ・メッセージの意味は、ベイトソンにおいても実はきわめて曖昧である。一方で言語に対するメタ言語的な位置づけの意味を持つかと思えば、他方で、表現されたメッセージに対するいわば裏の隠されたメッセージという意味ともなりうる（土戸 2011:27）。

以上のように、メタメッセージは、言葉の選び方、声の調子、トーン、表情、話すスピードなどといった言葉に覆いかぶさっているさまざまな要素によって伝わるというように、実際に会った対面のコミュニケーションにおいての方が、文字だけの SNS 上のコミュニケーションよりも圧倒的に伝わりやすいのである。男女間におけるコミュニケーションは言語コミュニケーション、非言語コミュニケーションともに根本が違うことを示しているように、このメタメッセージにおいても例外ではない。言語コミュニケーション、非言語コミュニケーション、またその裏に隠されたメタメッセージを互いに誤解なく受け取ってこそ、コミュニケーションが成立するのである。

4章 SNS メッセージにおける自己開示の重要性

自己開示とは、自分についての極めてプライベートな情報を相手にありのままに伝える行為である。自己開示において重要なのは嘘偽りなく伝える、という点であり、相手に対し

て特定の印象を持たせるために行う「自己提示」とは別物である。自己開示を行った場合は、自己開示をされた受け手側も同じように自己開示をしたくなる、という返報性のルールがある。たとえば、こちらが趣味の話をしたとすれば、相手も同じように趣味の話をしてくれる可能性が高くなる、というように、この効果を利用して、ある程度深い話をする事で、相手からも深い話を引き出すことができる。相手がそこまで話をしてくれたのであれば、自分も同じように話をしなければならぬ、という気持ちになり、関係性を深めることが可能である。

安藤による、自己開示する情報の内容についての定義としては、「(1) 自己に関連する情報を含む (2) プライベートな内容を含む (3) 「正しい」内容 (虚偽が含まれない) (4) (受け手にとって) 新奇な内容を含む」などが主な定義である (安藤 1986:168)。社会心理学の分野では、自己開示は他者との関係を構築する上で重要なプロセスで、個人的な情報を共有する行為と定義される。他者と情報を共有することによってお互いを受け入れ、信頼関係を構築することができる。自己開示には深さにレベルがあるとされ、親密な関係になるほどよりパーソナルな内容について自己開示が行われることが報告されている (池田 2018:164)。出会って間もない相手には深刻な話をするのではなく、最初は自分の趣味や最近起こった出来事など、浅い自己開示から始めることが重要である。このように、相手の信頼性を勝ち取り、関係性を深めるためには、自ら自己開示を行ったり、相手が自分の素性を明かしたりしやすいような質問を重ねていくことが重要になってくる。

仲嶺ら (2013) は、『初対面異性間における対人魅力と会話行動が親密化願望に及ぼす影響』において、二人一組、1回目は2分間、2回目は10分間の連続した会話を行い、会話前後に質問紙への回答を求める実験を行っている。この実験の結果より算出されたのは、会話前に感じた会話相手の外見的魅力の高さが会話後の会話相手との親密化願望に影響を及ぼすことが示された。すなわち、相手と親密になりたいか否かは、相手の外見的魅力に影響されやすく、会話時にどのようなコミュニケーションをするかは、あまり影響がないと考えられるというものである。しかし、“笑顔”と“自己開示”も会話後の親密化願望に影響を及ぼしており、笑顔はポジティブ感情の主要な伝達機能を担い、自己開示は親和感情を反映することを考慮すると、このような親密性を伝える行動をされると親密化願望が増すという返報性の現象が起きていると考えられる。相手に好意を抱くきっかけには、好意の返報性が重要な要素であり、それは関係構築においても同様であることが示唆された。また、“自己開示”には、外見的魅力と同程度の影響があることも示された (仲嶺 2013:54)。

以上が仲嶺らが行った対面コミュニケーションの実験の結果であるが、この実験の結果は SNS 上のコミュニケーションにおいても置き換えられる点があると考えられる。実験結果の内の一つの、自己開示という項目で、親和感情を反映することを考慮すると、このような親密性を伝える行動をされると親密化願望が増すという返報性の現象が起きていると考えられ、相手に好意を抱くきっかけには、好意の返報性が重要な要素であり、それは関係構築においても同様であることが示唆されたという点である。男性は女性の外見を重視し、女性は自己開示のような内面を推察できる情報を重視するという結果も出ているように（仲嶺 2013:54）、SNS 上で知り合った者同士の間で、円滑なコミュニケーションを築くには、対面での非言語コミュニケーションが行えない分、自己開示を多く行い、信頼性を勝ち取ることに重きが置かれるのである。SNS 上で知り合うということは、友人の紹介による出会いなどと比較すると、相手の素性が不透明なところが多く、特に女性は警戒心を抱きやすいのである。

以上のように述べた自己開示の重要性を踏まえた上で、SNS 上のコミュニケーションの会話分析を行っていく。友人や筆者自身が実際に行ったメッセージを参考に、マッチングアプリ内で知り合った男女が自己開示を行いながら関係性を深めていく会話の例を挙げていく。

〈会話 1〉

マッチングアプリ内で女性からいいねを送り、男性からいいねが返ってきてお互いにマッチングし、初回のメッセージで自己紹介をする会話。

男性：いいねありがとうございます！

〇〇（自分の名前）と申します！よろしくお願ひします（笑顔の絵文字）

就職活動お疲れ様でした（笑顔の絵文字）

女性：初めまして！〇〇（自分の名前）と申します。

こちらこそいいねありがとうございます（笑顔の絵文字）よろしくお願ひします！

就活頑張りました！

〇〇（相手の男性の名前）さんは何科のお医者さんですか？まだ研修中ですか？

〈会話 2〉

マッチングアプリ内でお互いにマッチングし、初回のメッセージでお互いの自己紹介を終えた後の会話。

男性：〇〇さん（相手の女性の名前）こんにちは！大学生なんですね。

出会いはあまりないんですか？

女性：〇〇さん（相手の男性の名前）こんにちは！

女子大に通っているので大学内での出会いはないですね……

男性：女子大なんですね！大学は楽しいですか？

〈会話3〉

自己紹介後、数往復お互いに大学生活などの話をした後の会話。

女性：〇〇さん（相手の男性の名前）は札幌の大学だったんですか？

男性：そうです！札幌の大学ですよ。

女性：そうなんですね！ずっと北海道ですか？

男性：ずっと北海道札幌市ですよ。

〇〇さん（相手の女性の名前）はずっと北海道ですか？

女性：私もずっと札幌市ですよ！どの辺りにお勤めなんですか？

〈会話1〉では、男性から名前を開示することで、女性からの名前の開示を促している。また、逆に〈会話2〉では、女性が自分から自己開示を行っている。〈会話3〉では、女性から出身の質問を重ねて、男性からも女性の出身について聞き返している。

このような会話では、お互いに出身などの自己開示を行って自分の不透明さを低くしていくことで、関係性を深めることが出来ていると考えられる。しかし、会話の進め方によっては自己開示のバランスが上手くいかず、会話が続かない場合もある。SNS上の会話の失敗例としては、以下のような会話がある。

〈会話4〉

マッチングアプリ内でお互いにマッチングし、初回のメッセージでお互いの年齢などの自己紹介を終えた後の会話。

女性：大学は東京ですか？

男性：東京ですね。

地元は青森なんですけど、小学校からずっと東京の学校に通っていました。

女性：そうなんですね！北海道での生活には慣れましたか？

男性：だいぶ慣れてきました。

ただ雪道にはまだ慣れていないのでそこが大変ですね。

女性：確かに雪道は慣れないと大変そうですね。

就職で北海道に来たのは何か理由があったんですか？

男性：会社の都合で転勤になりました。

(以下女性から既読無視)

上記の〈会話4〉では、女性が男性に対して質問を重ね、男性側が女性の質問に対してだけ答える形になっており、女性側の自己開示が行われていない。この場合女性が自ら自己開示を行っていくか、男性が女性からの質問に答えた上で、“あなたはどうですか？”というような質問を行っていかないと会話を続けるのが困難になってくる。

また、この SNS 上のメッセージの会話である〈会話4〉の内容を、対面での会話で行ったときの例として、以下の会話例を挙げてみる。

〈会話5〉

SNS 上のメッセージの会話である〈会話4〉の内容を、対面での会話で行ったときの例。

女性：大学は東京ですか？

男性：東京ですね。

女性：うんうん。

男性：地元は青森なんですけど、小学校からずっと東京の学校に通っていました。

女性：へえー、北海道での生活には慣れましたか？

男性：だいぶ慣れてきました。ただ雪道にはまだ慣れていないのでそこが大変ですね。

女性：あー、確かに雪道は慣れないと大変そうですね。

男性：そうですねー。

女性：就職で北海道に来たのは何か理由があったんですか？

男性：会社の都合で転勤になりました。

このように〈会話5〉では話の内容が非対面コミュニケーションである〈会話4〉と全く同じであっても、対面のコミュニケーションの武器である、声色、表情、ジェスチャーなどが効果的に働くとこの後の会話でいきなり途切れてしまうことは少ないだろう。

また、2章で述べたように、ラポールが構築できた会話では一人の会話参加者が聞き手になり、頻繁にあいづちを打つことにより、共話的な会話展開が行われていたことから、日本語会話では聞き手の役割、すなわちあいづちを打つこととラポールの構築が密接な関係にあることがわかる(大塚 2011:94)。リアルタイムで打てるあいづちが対面コミュニケーションの最大の武器であり、それが不可能である非対面コミュニケーションでは、対面コミュニケーションにおける会話を促すあいづちに代わる手段として、相手との会話、すなわち自己開示を促す質問を自ら行っていくことが重要であるといえる。

マッチングアプリでは、男性、女性ともに常に複数の異性とのメッセージのやりとりを行っているのが普通であり、会話に違和感や、会話継続の困難さを感じた場合は、一方的に相手とのコミュニケーションを切ってしまうことが少なくないのである。SNS上で知り合った者同士が会うに至るまでには、会う誘いにこぎ着けるまでにお互いがメッセージを途切れないように会話の気遣いを行っていくことが重要である。

また、SNS上のメッセージのやりとりでは会話が同時に複数個行われる場合がある。

〈会話6〉

マッチングアプリ内でお互いにマッチングし、初回のメッセージでお互いの年齢などの自己紹介を終え、お互いの趣味の話をお互いに交わした後、会うことに誘う会話。

女性：カラオケにはよく行かれるんですか？

男性：たまに友人と行きます。一番最近だと先週行きました。

〇〇さん(相手の女性の名前)は最近カラオケ行きましたか？

女性：私は、ちょうど一昨日行きましたよ！

軽音部のライブが近いので練習がてら行きました。

(一行空けて)

おすすめのアーティストとかいたら教えて欲しいです。

男性：結構最近ですね。一緒にカラオケ行ってみたいです。

(一行空けて)

最近だと〇〇 (アーティスト名) をよく聴いています。

〇〇さん (相手の女性の名前) のおすすめも教えて欲しいです。

女性：いいですね。行きましょう！

(一行空けて)

そうなんですね。聴いてみます。

私は〇〇 (アーティスト名) とか好きです。

男性：いつ行きましょうか？お休みは土日ですか？

(一行空けて)

〇〇いいですよ！僕もよく聴きます。

〈会話6〉では、女性側からおすすめのアーティストの質問したことにより、カラオケに行く頻度やカラオケに一緒に行こうというお誘いの話題と、お互いの好きなアーティストの話題とに分かれている。このようなメッセージの方法はよく行われるものであり、会話を複数同時に行うことによって、一つの話題についての会話が終わってしまっても、他の話題で会話を続けさせることができたり、多くの情報を一度に共有、提供できたりすることが利点である。

このように、SNS 上で知り合って関係性を深めていくには、双方がお互いに自己開示を行っていくこと、また相手が自己開示をしやすいように相手に質問をして相手の自己開示を促していく会話方法を選択することが重要であるといえる。

おわりに

ポライトネスの観点から対面コミュニケーションと非対面コミュニケーションを比較すると、対面のコミュニケーションにおけるポライトネスは、必ずしも SNS 上のコミュニケーションに当てはまるとは限らないにも関わらず、現代の社会には SNS が親密性を形成していく道具として浸透していることは「はじめに」でも述べた。本稿では、親密性を形成するための手続きが、対面のコミュニケーションと SNS 上のメッセージのやりとりなどの非

対面コミュニケーションでどのように異なっていくかを考察してきたが、今回の考察によって、対面コミュニケーションと非対面コミュニケーションの違いについて、コミュニケーションを行う者同士が互いに「自己開示」を行うことでラポールを形成していくことは、対面コミュニケーション、非対面コミュニケーションともにいえることであるが、SNS 上のメッセージなどの非対面コミュニケーションでは、対面コミュニケーションよりも、自分の情報などの事実をいかに多く相手に提示するかということが重要になってくることがわかった。

また、SNS におけるフェイスも、一般的な対面コミュニケーションと同じような配慮が必要であるが、その配慮は相手と直接対面していないことから、主に、会話の言葉選びによって配慮することで保たれるものだと考えられることや、SNS 上のメッセージのやりとりなどの非対面コミュニケーションでは、あいづちやうなずきが行えない分、別のアクションで補っていく必要があり、一般的な対面のコミュニケーションより SNS 上のコミュニケーションのような非対面コミュニケーションを比較すると、非対面コミュニケーションの方が、メッセージを無視することが簡単であるという点から考えて、相手に質問することが重要視される傾向にあるなど、非対面コミュニケーションの継続の難しさや、非対面コミュニケーションにおける会話に必要な技術についても明らかになった。

ポライトネスの観点から対面コミュニケーションと非対面コミュニケーションを比較すると、対面コミュニケーションでは会話の「質」が重視され、非対面コミュニケーションでは会話の「量」が重視されるというのは、非対面コミュニケーションの方が自己開示の量が多いことや、対面コミュニケーションではあいづちやうなずきなどのアクションで相手に配慮することからいえる。一般的な対面のコミュニケーションでは、自己開示に加え、話し方や態度などで相手に配慮し、会話の「質」が重要視される思いやりのコミュニケーションであるのに対して、非対面コミュニケーションでは、どれだけ相手の情報を受け取るかという会話の「量」が重要視されるという事実ベースのコミュニケーションであるといえる。このように、非対面コミュニケーションにおいて形成されるラポールは、相手と情報を共有することによって形成されるラポールであり、対面のコミュニケーションとは性質が違うものになっている。

SNS が浸透している現代社会を生きていく上で、対面コミュニケーションと非対面コミュニケーションの違いや、コミュニケーションにおける男女差を理解することは、相手と親密性を形成していくために効果的な手段であるといえる。

引用・参考文献

- 安藤清志『対人関係における自己開示の機能』
東京女子大学紀要論集 36 巻 2 号 pp.167-199 1986.3.15
- 池田和史 馬田一郎 帆足啓一郎
『自己開示の促しによるコミュニケーション支援システム』
情報処理学会インタラクション 2018
- 大塚生子『ポライトネス理論におけるフェイスに関する一考察』
近畿大学教養・外国語教育センター紀要 pp.55-77 2013
- 大塚容子『初対面の 3 人会話におけるあいづち—ラポール構築の観点から—』 2011
- 岡村直樹『クリスチャンユースのラポール形成に関する質的研究』
キリストと世界：東京基督教大学紀要 22 巻 pp.78-104 2012.3
- 遠藤忍『会話コミュニケーションの「普遍的な」方略～会話における方略的の検討と、
タスクとしての英会話活動の談話分析を通じて～』 2011
- 奥野雅子『ジェンダー・フリー・コミュニケーションに関する一考察
～システム論的視点からの問題解決～』 尚絅学院大学紀要第 58 集 2015.10
- 河正一『インポライトネスにおけるフェイス侵害行為の考察』
地域政策研究 第 17 巻 第 1 号 pp.93-116 2014.8
- 嶋原耕一『初対面雑談会話のデータ収集の方法—交流会型収集の事例報告—』
日本語教育実践研究第 6 号 pp.68-79 2018
- 杉谷陽子『インターネット・コミュニケーションと対面コミュニケーションにおける
情報の伝わり方の差異についての意見書』 2010
- 滝浦真人『ポライトネス入門』 2008
- 土戸敏彦『コミュニケーションにおける引用可能性と教育的パフォーマンス』
大学院教育学研究紀要 14 pp.21-39 2011
- 仲嶺真 大坊郁夫 松井豊
『初対面異性間における対人魅力と会話行動が親密化願望に及ぼす影響』
筑波大学心理学研究第 46 号 2013
- 中村信次『大学生における SNS 利用と自己表出傾向との関連』

日本福祉大学全学教育センター紀要第5号 2017.3

古畑和孝『インターネットにおけるコミュニケーション考

——SNS ミクシィにおける一事例を通して——』

帝京大学心理学紀要 No.12 pp.15-31 2008

宮崎幸江『ポライトネス・ストラテジーとしての聞き手のうなずき』

上智短大紀要表紙 29号 pp.55-72 2009

ファイル名 : 亀岡美里卒論.docx
フォルダー :
/Users/osamunote/Library/Containers/com.microsoft.Wor
d/Data/Documents
テンプレート : Normal.dotm
表題 :
副題 :
作成者 : 美里 亀岡
キーワード :
説明 :
作成日時 : 2021/04/27 14:38:00
変更回数 : 2
最終保存日時 : 2021/04/27 14:38:00
最終保存者 : Microsoft Office User
編集時間 : 1 分
最終印刷日時 : 2021/04/27 14:38:00
最終印刷時のカウント
ページ数 : 18
単語数 : 15,599
文字数 : 719 (約)