

2009 年度名古屋大学学生論文コンテスト

優秀賞（附属図書館長賞）受賞

携帯電話のブログが若者の人間関係に与える効果

工学部社会環境工学科 1 年 築山 ちえ美

はじめに

ウェブ日記の跡を継ぐような形で普及したウェブログ、略してブログ（以下この略称を用いる）というものがある。ブログの定義は明確でないが、個人やグループなどで運営され、時系列的に更新されるウェブページの総称とされる。日本では、ブログ向けのツールを使って作られたウェブページを指すことが多い。

ブログは明らかに書き手、読み手が存在し、一種のコミュニケーションツールとして機能している。その中で注目したいのは、高校生・大学生が携帯電話から日記中心のブログを開設・閲覧し、日記に対するコメント機能を使って友人・恋人とコミュニケーションをとっている行為である。

以下では、携帯電話から開設・閲覧されるブログで行われるコミュニケーションが若者の実際の人間関係に与える効果は何なのか、を明らかにしていく。そのために、本文では主に文献を通して携帯電話とブログの両面から考察し、他のコミュニケーションの形である携帯電話の電子メールを比較対象として挙げる。新たなコミュニケーションの形として存在する携帯電話のブログに注目することで、現代の若者が人間関係をどのように強化・維持しているのかを知ることができよう。

本文の構成は 1. で高校生・大学生のブログの利用状況を述べ、2. で携帯電話を介したウェブ閲覧の特性を考え、さらに 3. で携帯電話のブログと電子メールの比較をした上で、4. でブログを介したコミュニケーションの効果を考察する。こうした過程をふまえて、携帯電話のブログが若者の人間関係に与える効果を導き出していく。

1. 高校生・大学生のブログの利用状況

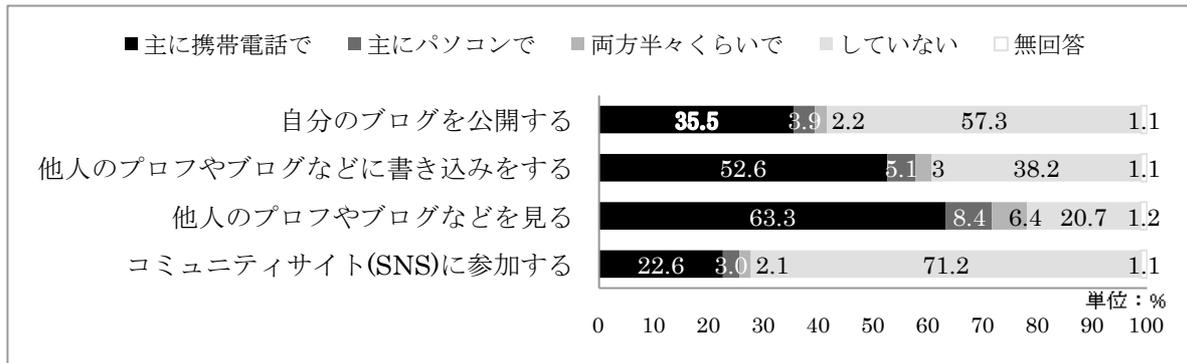
1.1. 携帯電話とブログ

日本の人口に対する携帯電話の普及率は、2007年12月末の時点で78.7%である（総務省、2007）。2007年の文部科学省による調査では、高校2年生の携帯電話の所持率は95.5%であり、現代の高校生・大学生の多くが携帯電話を利用していることがわかる。

さらに携帯インターネット利用状況は、13~19歳で77.3%、20~29歳で82.9%となっており、携帯電話からインターネットを利用する若者が約8割存在している（総務省、2008）。

ブログは数年前までパソコンからの利用が主であったが、携帯電話向けの無料レンタルブログサービスが登場してから携帯電話からのブログの利用率は次第に上昇している。文部科学省委託調査によると、調査対象になった高校生の50%以上が携帯電話を介して他人のブログに書き込みをし、閲覧している（図 1.1.）。高校生や大学生にとって、ブログを携帯電話から更新・閲覧することはもはや少数ではないと考えられる。

図 1.1. 高校 2 年生の携帯電話やパソコンを使ったブログ利用状況



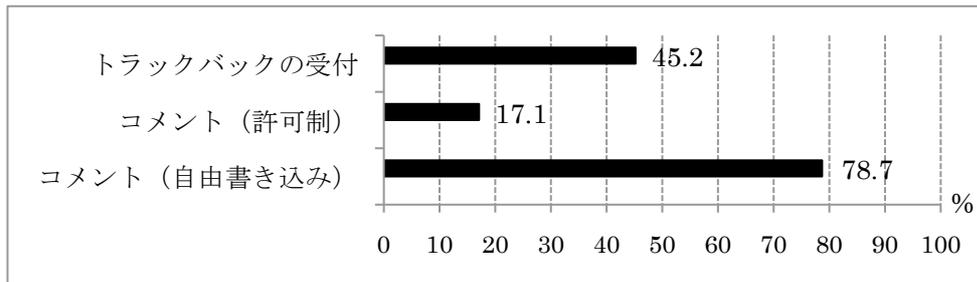
株式会社富士通総研, (2009), 『子どもの携帯電話等の利用に関する調査』, p. 76 より筆者作成

1.2. 日記を中心としたブログとコメント機能

総務省情報通信政策研究所が 2008 年に行った「ブログの実態に関する調査」によると、ブログのテーマとして日記が 23.9%と最も多く、次にエンターテインメントが 19.9%であった。ブログは従来のウェブ日記に、日記ごとに対するコメントをつける機能や、他のサイトへのリンクを張るトラックバック機能が足されたものであり、基本にブログといえば日記を意味することが多い。

そしてブログの重要な機能としてコメント機能がある。ブログを介したコミュニケーションは、まず書き手が日記を書き、読み手がそれに対してコメントをつけ、書き手がさらにコメントを読むことで成り立っている。コメントはコミュニケーションの中心といえる (図 2.2.)。

図 1.2. 利用しているブログの付加機能 (複数回答可)



総務省情報通信政策研究所, (2009), 『ブログの実態に関する調査研究～ブログコンテンツ量の推計とブログの開設要因等の分析～』 p. 55 [図表 3-2-23 利用しているブログの付加機能] より筆者作成

1.3. 既知の間柄であるブログの読者

志村(2005)の調査によれば、ウェブ日記の書き手は「既存コミュニケーション満足度」が「未知コミュニケーション満足度」よりも高く、ウェブ日記の作者の意識としては、新しい相手と出会うということよりも、むしろ既存の知り合いに向けて書いているという側面が強

いことがわかる。さらに、菅原・鳴神（2004）によれば、ウェブ日記の書き手の6割は知人に自信のウェブ日記のURLを教えており、主な読者として友人をあげる者が半数近い。以上から、ウェブ日記は既知の読者が想定されており、ウェブ日記の進化系ともいえるブログにおいても同様のことがいえると考えられる。

以上のように、高校生・大学生が携帯電話から日記中心のブログを開設・閲覧し、日記に対するコメント機能を使って友人・恋人とコミュニケーションをとっていることがわかる。

そこで、以下では携帯電話とブログの両面から考察していく。

2. 携帯電話のウェブ閲覧の特性

2.1. 場所を選ばない携帯電話のウェブ閲覧

パソコンを使うシチュエーションは、学校や自宅、あるいはインターネットカフェのように、利用する場所がある程度決まっている。一方、携帯電話からインターネットを開く場所はパソコンほど限定されることはない。

特に街中や電車といった公共空間の中での携帯電話の使用については、岡部・伊藤（2008）が調査をしている。通学や通勤など時間をつぶすために仕方なく公共空間にいる人間は、周囲に居合わせた他者に配慮しつつ、公共空間に私的な空間を一時的に構築するために、携帯電話や音楽プレーヤーなどのモバイルキットを利用するという。行われた調査では、調査対象者らは1人で電車内や喫茶店などにいる場合に、携帯電話を用いてテキストメッセージの送受信をする、あるいはウェブ閲覧をしているような状況が多く観察された。

携帯電話のウェブ閲覧の場所はパソコンに対して比較的限定されないことは大きな特徴である。

2.2. 可処分時間における携帯電話のウェブ閲覧

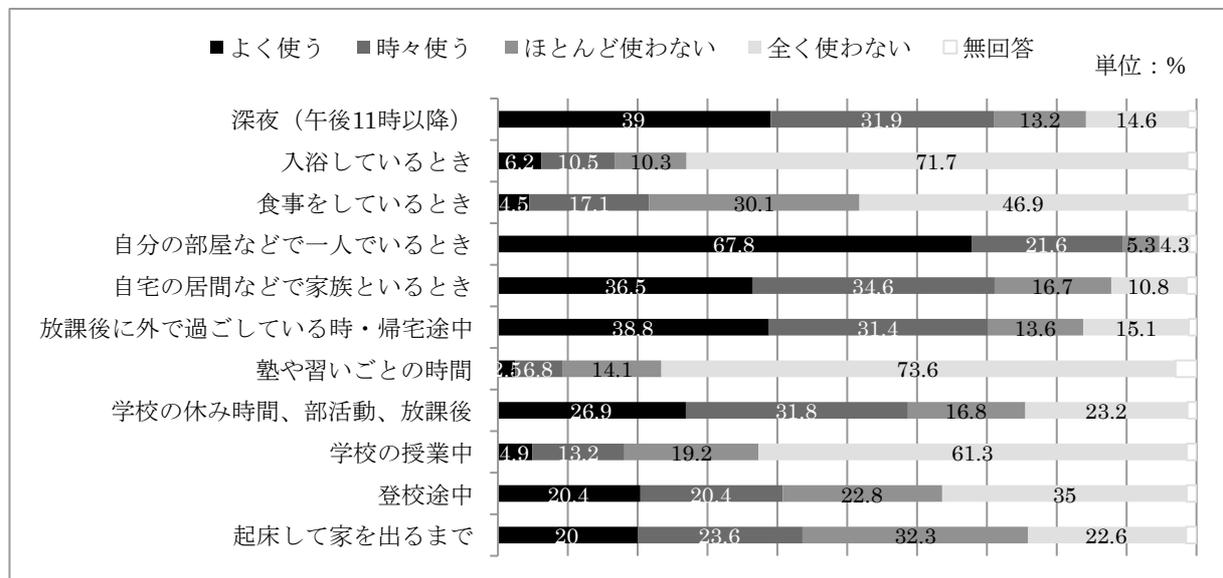
片岡（2008）によると、携帯電話は起床時や昼休み、電車の待ち時間、人を待っている時間、就寝時、あるいは1人で空いた時間を過ごす時などの可処分時間に多く利用されるといえる。可処分時間とは、仕事や食事、睡眠など生きていくために必要な時間を差し引いた、自分が自由に使える時間を指す。特に片岡は、可処分時間の中でも5分、10分といった細切れのニッチタイム（隙間時間）に携帯電話は活躍すると考える。

文部科学省が2008年に高校生の携帯電話の利用状況を詳しく調べたデータを見ると、高校生が携帯電話を利用するときは、「自分の部屋などに一人にいるとき」がよく使う67.8%、時々使う21.6%合わせて89.4%に上り、次いで「放課後に外で過ごしているとき、帰宅途中」、「自宅の居間などで家族といるとき」そして「深夜（午後11時以降）」が、合わせてほぼ同じ約70%であった（図3.2）。

このデータから、高校生が主に可処分時間に携帯電話を利用していることがわかる。つま

り、自分が自由に使える時間に、携帯電話を利用しているのである。しかし、高校生がニッチタイムに携帯電話を利用しているのは確認できるものの、それが特徴的であると判断するには至らなかった。

図 2.2. 高校 2 年生の普段の携帯電話利用状況



株式会社富士通総研, (2009), 『子どもの携帯電話等の利用に関する調査』, p. 31 より筆者作成

3. 携帯電話のブログと電子メールとの比較

ここで若者が携帯電話の機能の中で頻繁に利用するブログと電子メールを比較してみる。

携帯電話のブログと電子メールの類似点は、まず 1 つめにインターネットによるコミュニケーションでは、物理的な距離を事実上考えなくてもよいことである。そして 2 つめに通信手段の金銭コストが低いということである。つまり、どちらをとっても、利用者に対するコスト・負担が小さい。

ところが、ブログは電子メールよりもさらにコミュニケーションに要するコストが著しく低いツールであるといえる。何故ならば、まず日記を一つ書くだけですべての知り合いにメッセージを送ったのと同じ効果が得られるからだ。また、読者は好きな時に作者の日記が読める上に、読むことを要求される電子メールと違って、気が向かなければ日記を読まなくても、コメントをしなくても、作者にとがめられることはない。つまり、電子メールと比べてブログはさらに心理的に束縛されることなく、気軽に友人・恋人とコミュニケーションをとることを可能にし、特に連絡し合う必要がない時でもどこかでつながっているという感覚を利用者に与える。したがって、ブログは電子メールよりもより楽にコミュニケーションをとることができるツールであるといえる。

4. ブログを介したコミュニケーションの効果

ブログの書き手に対して既知である読者といっても、現在通っている学校の友人・恋人といった対面頻度の多い読者と、卒業して今は離れてしまった友人・恋人といった接触頻度の低い読者が存在する。グラノヴェッターによれば、人々の持つパーソナルネットワークは、日常的によく接触する家族や友人といった「強い紐帯」と、ごくたまにしか接触のない「弱い紐帯」に分類される (Granovetter, 1973)。以下では、それぞれに対してブログがどのような役割を果たしているのか明らかにする。

4.1. 「強い紐帯」に対するブログのコミュニケーション効果

まず、日常的に接触する家族や友人のような「強い紐帯」に対してブログを介したコミュニケーションが与える効果を考える。志村 (2005) によると、こうした身近な人々を読み手と想定する場合、ブログは面と向かっては言いにくいことを伝える道具でもあり、また日常生活における話の種ともなる。また、加藤・川浦 (2008) では、普段会う知人の対面会話では表現されない、ブログでのみ開示される事柄を知り、相手を理解するために閲覧する、と示されている。

つまり、作者は日常的に接触する友人・恋人である読者に自己をより理解してもらうことを期待して、普段の対面会話では見えない心情をブログに記す。また、読者は作者をより理解したいと考えてブログを閲覧し、記事に対して何らかのコメントを残す。このやりとりは日常の何気ない会話に不足しているものを補う役目をしており、日常生活でもともと存在し、容易には切れない強いつながりをさらに強化すると考えられる。

4.2. 「弱い紐帯」に対するブログのコミュニケーション効果

「強い紐帯」に対して、ごくたまにしか接触のない友人のような「弱い紐帯」に対しての効果はどのようなものであろうか。志村 (2005) によると、このような接触頻度の低い人々については、対面するために時間的・金銭的成本がかかる故、「弱い紐帯」が消滅してしまうのを、時間的・空間的な制約の弱いブログをコミュニケーションの媒体として用いることで防ぐことが可能だという。普段会えない知人のブログを閲覧することで近状や考え方を知り、コミュニケーションの維持をはかっていると考えられる (加藤・川浦, 2007)。

したがって、作者がブログ上に心情を吐き出し、読者がそれにコメントを返すという一連のコミュニケーションの形は「強い紐帯」と同じであるが、作者と物理的に距離が離れている、または生活スタイルが違って日常生活において接触することが少ない友人・恋人との人間関係の維持にも、ブログは効果を発揮するのである。

このように、ブログは作者と友人・恋人とのつながりを強化・保持する効果があると考えられるが、コミュニケーションをとる相手との実際のつながりの強弱に応じて、ブログが発

揮する効果は違ってくることがわかる。

おわりに

パソコンと違って常に持ち運べるため、人間が自由に使える時間である可処分時間に使いやすい携帯電話は高校生・大学生にとって格好のコミュニケーションツールである。そして、電子メールよりもはるかに気軽に他人とつながることのできるブログが携帯電話から利用できるようになったことで、若者は新たに友人や恋人とのコミュニケーション方法を得た。

携帯電話上のブログで日記を書き、それに対する仲の良い友人や恋人からのコメントを読む、また時には逆の立場にもなる。そういった携帯電話上のブログで行われるコミュニケーションは、日常的に会う強いつながりを持った人との人間関係をさらに強化し、普段会えない弱いつながりしか持たない人との人間関係を維持する効果を持っているのである。

引用・参考文献一覧

- 池田謙一・小林哲郎・志村誠・呉國怡, (2005) 『インターネット・コミュニティと日常世界』 誠信書房, pp.87-93 および pp.98-99.
- 梅田恭子, (2007) 「大学生を対象とした SNS の Web 日記によるコミュニケーションの検討」, 『日本教育工学会誌』, 31(Suppl.): 69-72.
- 岡部大介・伊藤端子, (2008), 「「モバイルキット」に媒介された都市空間のパーソナライゼーション」, 『情報文化学会誌』, 15(1): 28-36.
- 片岡俊行, (2008) 「第 6 章 モバイルコミュニティの可能性」, 伊藤将雄・古川健介・水波桂・平尾丈・斉藤徹・大迫正治・片岡俊行・原田和英, 『Web コミュニティでいちばん大切なこと。CGM ビジネス“成功請負人”たちの考え方』, インプレスジャパン, p.178-180.
- 加藤恭子・川浦康至, (2007) 「人はなぜブログを読むのか—知人ブログと他人ブログの閲覧行動—」 『コミュニケーション科学』 (東京経済大学), (26): 91-103.
- 川浦康至・山下清美・川上善郎, (1999), 「人はなぜウェブ日記を書き続けるのか: コンピュータ・ネットワークにおける自己表現(<特集> ネットワーキングの社会心理学)」, 『社会心理学研究』, 14(3): 133-143.
- Granovetter, M. (1973) “Strength of weak ties”. *American Journal of Sociology*, 78 : 1360-1380.
- 菅原健介・鳴神順子, (2004), 『Web 日記行動とその心理について』, 聖心女子大学文学部卒業論文要約.
- 総務省, (2007), 「携帯・PHS の加入契約数の推移」 (<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/field/tsuushin02.html>)
- 総務省情報通信政策研究所, (2009), 『ブログの実態に関する調査研究～ブログコンテンツ量の推計とブログの開設要因等の分析～』 p.55 (<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2009/2009-02.pdf>).
- 総務省, (2008), 『情報通信白書平成 20 年度版』 (<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/whitepaper01.html>).
- 古谷嘉一郎・坂田桐子, (2006), 「対面、携帯電話、携帯メールでのコミュニケーションが友人との関係維持に及ぼす効果: コミュニケーションのメディアと内容の適合性に注目して」, 『社会心理学研究』, 22(1): 72-84.
- 宮田加久子, (2005), 『きずなをつなぐメディア ネット時代の社会関係資本』, NTT 出版.
- 株式会社富士通総研, (2009), 『子どもの携帯電話等の利用に関する調査 (平成 20 年度文部科学省委託事業「先端的な情報通信技術を活用した教育・学習に関する調査」)』, p.31 および p.76 (http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/21/05/attach/1266542.htm).
- 山崎秀夫・山田政弘, (2004), 『早わかり! 図解&実例 よくわかる! ソーシャル・ネットワーキング』, ソフトバンクパブリッシング.
- 山下清美・川上善郎・川浦康至・三浦麻子, (2005), 『ウェブログの心理学』, NTT 出版.