

# 対面環境における「没個性」の形成

本論文は、E・ゴッフマンの『行為と演技』の概念を参考に、見た目、容姿に関する「本来の個性と形作られていく個性」について研究したものである。

就職活動やアルバイトをするために、見た目（髪色、メイクなど）に関しては、暗黙の了解とされた常識やルールに従う人が大半である。そうすることで本来の自分（個性）は、ルールにかき消されてしまうことになる。アルバイトや就職活動において、没个性的であることが求められ、本来の自分の姿からかけ離れた自分を演じなければならないケースが多いと感じる。

第1章においては、2022年ユーキャン新語・流行語大賞にノミネートされ、『三省堂国語辞典』にも追加された「ルッキズム<sup>4</sup>」という言葉を取り上げる。日本語では、「外見至上主義」＝「人を見ただ目で判断する」ことと理解すればよい。

まず、このルッキズムが及ぼす思春期の子どもへの影響として考えられるのが摂食障害である。思春期の子どもは、身体的な変化が顕著になり、他者からの自分の見られ方を気にするようになる。見た目、容姿に偏見をもってしまうこのルッキズムへの意識が幼い頃から身近であることにより、最近では低年齢化も深刻で小学生で摂食障害を発症する子もいる（朝日新聞デジタル 2022: 第6段落）。SNSでは、メディアにより形作られた「美」へのイメージの刷り込みにより、他者の容姿と自己の容姿の比較がしやすくなるため、容姿のギャップを感じてしまう。そのため過剰なダイエットをし、摂食障害に陥ってしまう思春期の子どもが増加してしまうのである。

第2章 E・ゴッフマンの『行為と演技』からみる見た目を巡る社会学的考察では、オーディエンス（採用（企業）側・情報を得る側）とパフォーマンス（採用される側（学生）・情報を与える側）という視点で、就職活動、アルバイト、SNSという場面において人がどのような「行為と演技」をするのかを分析する。

論点をまとめると次のようになる。オーディエンスはパフォーマンスに対して、事実とは異なるかもしれない情報を得ており、先入観に基づき、人物像が形成されてしまう。その一方で、パフォーマンスは、オーディエンスに対して社会的自己を演じ、オーディエンスに合わせた態度をとる。このような両者の演技と演技を求める態度は、現代のSNS社会においては特に、先入観としての印象に影響を与える。

第3章 国内におけるSNSの発達では、スマートフォンの普及は、総務省によると、2008年以降を「スマートフォン登場・普及期」と位置付けている（総務省 2019: 第2段落）。

スマートフォンの普及によって人々は、多様な文脈や感情を、直感的に他者と共有できるようになり、身近な人との日常のコミュニケーションを強化した（総務省 2019: 第41-49段落）。そして、移動通信システムの更なる高速・大容量化や料金の低廉化、端末の機能の充実によって、写真・動画をはじめとし、気軽に共有することを可能とした。画像等が使用

できるようになり、「用件」を伝えるだけでなく、「ムダ話」などの細やかな文脈や感情のやりとりが可能となった。

第4章では、「若者は日常生活と SNS での自己表現が異なるのかということ、その理由は何か」についてアンケート調査を行い、研究した。

#### 調査方法

今回は質問を書いた Google フォームを渡し、それに沿って該当する質問に、主に選択回答と自由回答で答えてもらう形式となった。質問紙は事前には渡さず、インタビュー当日に目を通してもらってから調査した。時間は平均して5分から10分程度だった。質問の内容は大きく分けて以下の16問である。

#### 【利用するSNS全般に関する質問】

1. 各種SNS利用を始めた理由、きっかけを教えてください
2. 利用しているSNSの種類を全て教えてください
- 2-1. 【その他を選択した方】利用しているSNSを教えてください
3. 各種SNSアカウントはいくつ持っていますか
- 3-1. 【1媒体につき1個のみを選択した方】一つだけ利用している理由を教えてください
- 3-2. 【複数を選択した方】複数利用している理由を教えてください
4. 投稿は主に自分のためですか、他人のためですか
5. 他の人の投稿内容によってご自身が影響を受けたことはありますか
6. 投稿することを目的とした行動をとったことがありますか

#### 【投稿、演技に関しての質問】

7. アイコン画像は頻繁に変える方ですか
- 7-1. 【変えるを選択した方】頻繁に変えている理由を教えてください
8. アイコン画像を現在のものに設定している理由を教えてください
9. どのような時に投稿をしたくなりますか
10. 投稿する出来事と投稿しない出来事の線引きは何ですか
11. 数多くいるフォロワーの中で投稿する際に想定している具体的な人を教えてください
12. いいね！やお気に入りは欲しいと思いますか
13. SNS上のあなたと実際のあなたは違うと言われたことがありますか
14. ご自身がなりたい自分を教えてください

(リアルについてでもSNSについてでも構いません)

#### 【続いてあなたのフォロー、もしくはフォロワーについてお聞きします。

(どなたでも結構です。人数は問いません。)

15. SNSと、実際に会った時が異なる人に会ったことはありますか
- (具体的なエピソードがあれば詳しく教えてください)

## 16. SNS上の〇〇さんと、実際の〇〇さんのどちらに好感が持てますか

### 調査結果の概要

調査期間：2023年10月6日（金）から11日（水）

調査方法：Google フォームでの自由回答、選択回答

調査対象：10代後半から20代前半の男女

調査人数：21人

調査概要：今回の調査の目的は、本論文のテーマである、「若者は日常生活と SNS での自己表現が異なるのか」ということを、「自己表現」という言葉の定義、日常生活での調査対象者の言葉使い、SNS 利用実態や投稿における考え、他者への印象を通じて調査することである。

今回の調査の回答から、「リアルと SNS でのキャラを使い分けているのではないかと結論づけられた。今回の調査では、SNS は先入観に基づき、相手の人物像を形成することになるため、実際に会った際に不一致が起こるということ、少なからず SNS での投稿には承認欲求や相手からどう思われているかを気にしているということ、自然とそのアカウントに合わせた自己を表出している、といった行動が読み取れた。しかしながら、キャラを使い分ける本当の理由として、私たちは、相手にこう思われたいという自分の理想を持っているため、無意識のうちに演技を行っている。そして、それぞれの個人の自分の内にある理想的な自分を各場面場面で、巧みに使い分け、自分の存在を他人に知らせるという行動を幼少期からの人間関係で自然に身に付けているのではないだろうか。

今回は、リアルと SNS のキャラを対置させて調査を実施、卒業論文を執筆した。リアルでも特に大学生は学内、学内以外にも他大学との交流、アルバイトや就職活動など多くのコミュニティに属する機会が増える。リアルでも SNS のアカウントの数よりも多くのキャラを使い分けることがあるのかもしれない。

また、今後は、相手や目的によって自分を変えろという調査結果を発展させ、自己概念に着目して、理想の自己についてより深く調査を試みるのも面白いのではないかと考える。