

LINE を用いたコミュニケーション

ーコロナ禍の大学生の意識・スタンプ利用に注目してー

服部圭子(近畿大学) 岡本能里子(東京国際大学)

1 はじめに

SNS(Social Networking Service)の中でも LINE は広く利用され、2022 年 9 月末時点の LINE の国内月間アクティブユーザーは 9300 万人以上であり、2022 年 3 月末時点で、日本の人口の約 70%が活用している(人気ソーシャルメディアのユーザー数まとめ (2022 年 12 月版)。Facebook や Twitter などと併用して利用する者も多い中、利用者の約 40%は LINE のみを利用していると報告されている (LINE Business Guide)。利用者の年齢層も厚く、10 代から 50 代の利用率は 90%以上となっている(総務省情報通信政策研究所 2022)。また、商店やレストランの LINE 公式アカウント登録の普及や、病院での患者呼び出しシステムとしての利用など、国内の生活インフラとして幅広く活用されてきている。近年では、LINE 音声認識や AI と連携した LINE 開発など LINE 株式会社と協力した研究も行われている。一方で、LINE を用いたコミュニケーションが青年の友人関係におよぼす影響を扱った研究(時岡他 2017)や LINE スタンプの利用動機に関する量的研究(山崎他 2021)もある。

筆者らはこれまで、相互作用において複合的に伝達される意味やイメージをマルチモダリティに注目して分析する視点(Kress & van Leeuwen 1996)から、LINE を用いた相互行為を「ビジュアルコミュニケーション」として捉え、その中でも特にスタンプに注目した質的研究を行ってきた(岡本 2016, 岡本 2020, 岡本・服部 2017;Hattori,Okamoto2017)。雑誌での「のり」や「楽しさ」がスタンプの効果的な配置で表現されていることや、目的を持つ会話でのスタンプ利用がラポートトークやレポートトーク(Tannen1990)的な役割を持って、トピックの方向性を示したり人間関係を維持したりしていることを明らかにした(岡本・服部 2020)。

さて、コロナの影響で対面コミュニケーションが行われにくくなった時に、人々はどのような感情を持ち、それをどう表現するのだろうか。本発表では、コロナ禍における LINE コミュニケーションはどのようなものか、スタンプの利用がコミュニケーション上どのような役割を持ち、利用者のどのような気持ちを反映しているのかについて、特に若者の意識をアンケート結果から明らかにすることを目的とする。

2 問題提起

先述の 2 種類の調査から、以下の 2 つのリサーチ・クエッション(以下 RQ と記す)を設定し、データの分析を行った。

RQ1: コロナ禍において LINE 使用にどのような変化が生じたか

RQ2: コロナ禍において LINE のスタンプ使用にどのような変化が生じたか。

3 本研究の方法

3.1 データ収集

データは関東と関西の 2 大学における基礎科目および専門科目を受講する学生を対象にアンケートにより収集した。コロナ禍の LINE に関するデータ収集の時期および方法は以下のとおりである。

時期: 2021 年 1 月~2022 年 9 月

対象者数: 427 名 (A 大学: 256 人; B 大学: 171 人)

方法: 各教科の授業課題として Moodle や Google Form に回答を提出できるよう設定

3.2 データ分析

まず、(1)LINE 使用に関する変化と、(2)LINE スタンプに関する変化に分けて整理した。それらのデータを Nvivo(NVivo11 Plus)に入力し、クエリ頻出語検索を、完全一致、類義語を含む語、一般的な意味を含む語、の 3 側面からを行っ

次にそれら各々の上位 35 位の単語の中からすべてに表れた意味を成す動詞と名詞を抽出した。それらのキーワードを基に概念ノードを作成してコーディングを行い、アンケートへの記述文を参照しながら整理・分類してカテゴリー化を試み分析した。なお、LINE 以外のツールについても尋ねたが、データ整理の際にはそれらの情報を削除した。また「変化なし」および「コロナ以前からスタンプを使用していない」という回答は扱わないことにした(これらを除いた有効回答数は、LINE 使用に関しては 57%、LINE スタンプ使用に関しては 60%であった)。Nvivo は、Grounded Theory Approach (以下 GTA) に基づき、データ分析を容易にする質的分析支援のための解析ソフトである。アンケートの回答をコーディングし、調査対象である学生の意識や意見の傾向を読み取る作業を伴う分析であるため、本研究に適すと考えた。

また、収集したアンケートで尋ねた、LINE 利用および LINE のスタンプ利用一般に関する設問や、LINE スタンプを使用しない理由に対する回答についても整理し比較資料とした。

4 結果と考察

4.1 LINE の使用について

「SNS をどう使い分けていますか？それぞれ 1 日、何時間、使いますか？誰に向けて？」という設問に対する LINE に関する回答をまとめると以下ようになる。

表 1. LINE 使用の相手・使用時間・目的

相手 (誰に向けて)	使用時間	目的 (何のために)
親、友だち	5 分	連絡するため LINE は連絡したいことが無ければほとんど使わないので使用時間が少ない
家族や親しい友だち	20 分	
家族、友人、バイト先の関係者、大学ゼミの教授など	30 分前後	友達との会話やバイトのシフトの連絡など
家族と友だち	54 分	スタンプを使って返信するのは便利。
家族、友だち、部活動のグループ、バイト先のオーナー、部活動の友達、親友	1 時間	シフトの調整、タイムリーな話を即座にしたかったから。以上は細かいやりとり短期間で多頻度の連絡になるが、親友とのやりとりはただの会話をするためであり、長期間で小頻度のたわいもないやり取りになることが多い
バイト、家族の連絡、友達、会話、部活	2 時間	細かなことから重要なことまでの連絡を取るため、身近にコミュニケーションを取るため
友だち、家族	3 時間	連絡を取るため
友だち、先生、先輩、家族	4・5 時間	友だちと連絡を取るため
友だち、先生、先輩、家族	7 時間	

紙幅の関係で他の SNS の全ては紹介できないが、総じて LINE 以外(You Tube, Twitter, Instagram, Facebook, Tik Tok)のツールでは、他者の投稿や動画見て楽しんだり情報を得たりする「暇つぶし」のために、主に友だちや先輩・後輩、不特定多数の人々や自分に向けて使用しているようである。

4.2 コロナ禍の LINE 使用

大学生たちはコロナ禍における LINE 使用について、どのように考えているのだろうか。アンケートでは「コロナ禍において、LINE を用いたコミュニケーションにどんな変化がありましたか、具体的に書いてください。」という質問をした。回答中の頻出語彙上位 35 位の中から「増える」「変わる」「コミュニケーション」「コロナ」「会える」「変わる」というキーワードをもとに抽出したカテゴリーと内容は以下のとおりである。

(1) 使用回数の増加

LINE を用いて行われることが増加したものには、約束・電話回数・授業に関する情報交換、気遣う気持ち、家族とのやりとり、コロナの話題、グループ通話に関わるものなど。

(2) コミュニケーションの内容

授業内容の確認や説明・課題の相談、声がかきたい・人と話す機会が少なくなったため、友人との電話やビデオ通話・グループ通話を用いた交流。不特定多数の人との情報交換、ささいなことの不安共有など。

(3) コロナの話題

家族との安否確認・体調報告やコロナ状況の情報交換、感染者数について、友人の身体を気遣うメッセージと、それに伴う新しいスタンプの使い方など。

4.3 LINE のスタンプの使用について

大学生の LINE スタンプの一般的な利用に関する意識調査のために「LINE のスタンプの利用方法について教えてください。」と尋ねて得た回答例は以下のとおりである。

表2. LINE スタンプ使用の相手・利用方法

相手	スタンプの利用方法
友だちやアルバイトなど(仕事)以外	「送る文がなくなった時、返事が面倒くさい時」に加え、「嬉しい気持ちや驚いたときの気持ちなど感情を思いっきり伝えたい時、会話の雰囲気明るくしたい時」など「気持ちか和む」ように利用するという回答を得た。
アルバイト関係者	「会話に終止符を打つ」場合だけではなく、「予定の確認、シフト提出」など連絡時に用いられていた。彼女や親しい人には「言葉じゃつたえられな表現をするため、文章だけだと堅い時に和らげるため」
家族や親	「大事な連絡事、お願いをする時、感謝を伝えたいけど恥ずかしくて言えない時」などが挙げられた。
一般(特に相手を特定しない)	省略したい 場合や「自分のスタンプの自慢」「文字や絵文字などの小さい文章だけだと何となく視覚も頭も飽きてしまう気がする」や、「表情が伝わらない時、メッセージが冷たい印象になってしまったなど思った時、既読スルーだと申し訳ないから、楽しく会話をしてますよーということを相手に伝えるため、チャット画面を盛り上げるため、文字や絵文字などの小さい文章だけだと何となく視覚も頭も飽きてしまう気がする」

では、具体的なスタンプ利用に関する学生の回答にはどのように表れているのだろうか、以下に紹介する。

4.4 コロナ禍の LINE スタンプ使用

「コロナ禍で LINE スタンプを用いたコミュニケーションについて、何か変容がありましたか、具体的に書いてください。」という設問に対する回答中の頻出語彙上位 35 位の中から「コミュニケーション」「変わる」「LINE/ライン」「伝える」「終わる」というキーワードをもとに抽出したカテゴリーと内容は以下のとおりである。

(1) 使用頻度の増加と新しいスタンプの追加

LINE 会話をする友だち増加に伴う親密化の表現・相乗効果としての回数増加;スタンプのみの会話の増加;名前入り・手洗いやマスクのキャラクターなどの有料スタンプの購入;多様な無料スタンプ・実用性があるスタンプ追加;直接会えない友だちへのプレゼント;面白いスタンプの追加;ワクチン接種の呼びかけ。

(2) 表現方法の工夫

LINE での会話の増加に伴い、文字付きのスタンプ・文と一緒に遅れるスタンプ・セリフを変更できるスタンプ使用も増加;感情をキャラクターと文字で表現できる;親しくない人との会話での敬語スタンプ使用;話を終わらせるだけではなく会話継続のためのスタンプ利用への変化。

(3) 感情表現

明るいスタンプを用いた雰囲気・気分の高上;相手にかまってほしい時や言葉で伝えにくい親しみの表現;感情伝達のためのアクセント;くすっと笑ってしまうようなスタンプでの会話の盛り上げ;「元気」「疲れた」「会いたい」「寂しい」「stay home」「乗り切ろう」などの自粛期間中の表現。

(4) スタンプ使用の減少

直接会話の減少により、スタンプ使用を減らしてできるだけ会話をするようにする;話す内容の増加に伴うスタンプ使用の減少;外出が減り夕食の有無を親に伝える必要がなくなった。

加藤 (2017) が大学生を対象に行った自由記述式回答では、LINE 使用の場面は、家族や親類には「便利さ」を重視するが、友人や恋人には「楽しさ」や様々な「感情表現」を表すためにスタンプを利用するという結果が報告されている。また、山崎他(2021)が行った因子分析からは「雰囲気づくり」、「感情表現」、「注目誘引」、「個性表現」、「沈黙回避」の5つの利用動機が提示されている。これまでの筆者らの研究からも、LINE スタンプは雑談の中で「楽しさ」や「のり」を示し仲間意識を強化する機能が見いだされた。また目的がある会話では、パラ言語や感情表、関係性維持のために行う緩和 (mitigation) の機能およびレポートトーク表示のツールとして LINE スタンプが用いられることがわかった。一方で、目的達成のために会話を終了させたり進めたりするレポートトーク表示のツールとしてスタンプが機能していた。

今回のアンケート結果からも同様の傾向は表れていた。しかし、他者との繋がりを通した「楽しさ」や「のり」を手軽に共有することは、LINE 以外の Instagram や Twitter でも可能になってきた。コロナ禍の SNS 利用の増加に伴い、非対面での

コミュニケーションでの雑談が重要かつ必須となったためである。実際に、LINE をあまり使わない理由として「Twitter や Instagram でも代わりができる」「返信するのがめんどろ」だという回答もあった。さらに、LINE は「連絡ツールになった」「用事の話だけに使う」「暇つぶしにならない」ものだと答え、LINE は「バイトのためだけ」用い「本当に親しい人とししか連絡を取りたくない」という意識が示された。これらは先行研究とは異なるコロナ禍に特徴的な LINE 使用である。

以上をもとに、2つのリサーチ・クエッションの答えをまとめる。コロナ禍における LINE 使用の変化については、使用回数、電話やビデオ利用の頻度が増加した。内容はコロナ禍での友達づくりや他者との繋がり、コロナ禍の不安共有・共感の構築を意識して使用されていた。さらに、遠隔授業で必要な情報交換やグループ内の連絡、授業内容の確認や課題の相談が行われていた。体調報告や家族の安否確認、感染者数の確認、相手を気遣うメッセージやスタンプなどのやり取りも加わった。

LINE のスタンプは、従来どおり感情表現伝達のために使用されていたが、宅時間の増加に伴い顔が見えない独り暮らしの孤独感や相手への思いやりの感情を示すものとして重要な役割を果たしていた。相手との関係性を強めたり深めたり励ましたりするため、前向きな感情や明るい雰囲気メッセージ、文字やセリフ付きのスタンプが多用され、新しいスタンプを購入する者も増えた。また会話終了ではなく会話継続を意識して使われていた。反対に、対面の機会が減少したため、敢えてスタンプを使わずにテキストでコミュニケーションを伝えようとするコロナ禍に特徴的な変化がみられた。

このように、特にコロナ禍に特徴的な大学生の LINE 使用としては、Instagram や Twitter などのツールと異なり、テキストを用いた具体的な内容伝達や報告など「楽しさ」「のり」そのものを楽しむよりも目的を持ったコミュニケーションの連絡ツールとしての利用傾向が強まった点が注目される。

5 今後に向けて

今回の調査はアンケートによるものであるため、「変化なし」という回答者の主観によるものを析対象から外した。しかし、実際のコミュニケーションにおいては変化を見せるかもしれない。今後は、具体的な LINE 画面データを用いて、今回の結果がどのように実際のコミュニケーションに表出しているのかを分析したい。

謝辞 データ整理については、東京国際大学大学院修了の後藤留梨子さんにもご協力を頂いた。ここに感謝する。

参考文献

Hattori, K. & Okamoto, N. (2017) Participation to LINE Communication as Multi-modal Communication, 15th International Pragmatics Conference.

加藤由樹・加藤尚吾(2017). LINE スタンプの特徴の解説と情報処理学会公式LINE スタンプの期待情報処理, 58, 274-277.

Kress, Gunther. and Theo van Leeuwen, T.(eds.)(1996).*Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge.

LINE for Business, LINE Business Guide 2022 年 7-9 月期媒体資料 <https://www.linebiz.com/jp/download/>

西川勇祐・中村雅子(2015).LINE コミュニケーションの特性の分析 東京都市大学横浜キャンパス情報メディアジャーナル,16,pp.49-59.

岡本能里子(2020).LINE スタンプが拓く多言語社会-新たなビジュアルコミュニケーションの可能性,今そこにある多言語なニッポン,くろしお出版 pp.39-51.

岡本能里子・服部圭子(2020). LINE による話し合い-合意形成を志向する会話におけるスタンプの機能,話し合いの可能性を考えよう,pp.219-240.-

岡本能里子・服部圭子(2017)LINE のビジュアルコミュニケーション-スタンプ機能に注目した相互行為分析を中心に,インタラクションと学習,ひつじ書房 pp.129-148.

岡本能里子(2016).雑談のビジュアルコミュニケーション-LINE チャットの分析を通して,雑談の美学,ひつじ書房 pp.213-236.

Tannen, D. (1990). *You Just Don't Understand!: Women and Men in Conversation*. Harper Collins.

時岡良太 (2017) .高校生の LINE でのやりとりに対する認知に現代青年の友人関係特徴が及ぼす影響 日本パーソナリティ心理学会 パーソナリティ研究, vol.26(1),pp.76-88.

山崎瑞紀・有川美里子・片野紗恵・加藤優花・小林加奈・鈴木詩織・滝りりか・中佑里子・成田真裕 (2021) .大学生における LINE スタンプの利用動機に関する研究-因子構造及び利用行動との関連 社会情報学会 社会情報学,10(1),pp.34-46.

人気ソーシャルメディアのユーザー数まとめ(2022 年 12 月版)

<https://www.comnico.jp/we-love-social/sns-users> (最終閲覧日 1 月 4 日)