

身近な他者や社会と関わる制作活動の実践研究

——オリジナル「LINE スタンプ」制作を通して——

狩谷潤也*

抄録 スマートフォンの急速な普及により、SNS は必要不可欠ものとなってきている。本学の基礎ゼミⅡ（2年生受講）の授業において、オリジナル「LINE スタンプ」の制作活動を通して、身近な他者や社会と関わる実践研究に取り組んだ。このような取り組みを通して、日頃の SNS でのコミュニケーションを振り返り、その特徴について考えることができた。本稿は、大学の授業実践を通して、学生の生活や問題意識もともに、問題解決能力を育成できる制作活動についての一考察である。

キーワード SNS, 「LINE スタンプ」, 制作活動, コミュニケーション, 問題解決

1. はじめに

現在の社会において SNS は必要不可欠なものとなっている。中でも、日本国内で、最大の利用者があるアプリが「LINE」ⁱ⁾である。2011年からサービスを開始した比較的新しいサービスだが、スマートフォンの普及とともに爆発的に利用者を増やし、子ども（2021年からは12歳以上に利用制限）から高齢者まで幅広い世代に利用されている SNS である。

現在では、音声通話やゲームができたり、漫画やニュースなどを見られたりするサービスがあるが、メッセージを簡単にやりとりできることが利用者の支持を得たと考えられる。

メッセージを見てから自分のメッセージを送ることで、リアルタイムのやりとりができる（図1）。また、グループでも簡単に写真や動画、ファイルなどの共有ができることも強みとなっている。

本稿では、「LINE」アプリが利用者を伸ばした要因として、「LINE スタンプ」を取り上げる。電子メールやインターネット掲示板などが普及しだしたところから、文字と記号を組み合わせることで表情などを表現する「顔文字」やアプリに登録されている「絵文字」をコミュニケーションの一部として使用する文化が生まれ、その発展として、大きく分かりやすい「LINE スタンプ」が好んで使用されるようになったと考えられる。しかしながら、従来までの「顔文字」や「絵文字」とは異なった利用状況が「LINE スタンプ」には見られることが指摘されてきている。

2. 「LINE スタンプ」についての先行研究

2.1 「LINE スタンプ」使用についての調査・研究

Oberwinkler、大家（2022）ⁱⁱ⁾は欧米では「LINE」アプリがあまり使用されず、日本を始めアジア圏で多く利用されている理由について、「アジア文化圏と欧米圏では文化的な言語や談話、論理、物語、生活様式等が異なるため」と指摘している。また、前述した「顔文字」や「絵文字」は、世界中で使用されていることから、「LINE スタンプ」との使用目的の違いについて調査を行っている。

調査では、「1. 挨拶のため」「2. 微妙なニュアンスを伝えるため」「3. 感情を効果的に表現するため」「4. 表現を和らげるため」「5. 親密さを伝えるため」「6. 何か



図1 「LINE」公式サイト画面

文字のやりとりが吹き出し風になっていて、相手のメ

*教育学部教育学科

物足りないから」「7. 相手が送ってきたので自分も送り返す」「8. 可愛く見えるから」「9. 使用するのが楽しいから」「10. 相手を喜ばせるため」「11. 暇なとき」「12. 文章を打ち込むのが面倒なとき」「13. 会話が終わるとき」「14. 他の人が使っているから」の項目で行った。

その結果、「顔文字」「絵文字」と「LINE スタンプ」は、多くは同じように使われているが、「LINE スタンプ」を使用する方が多いことに有意差が見られたのは、8.～14. の項目であり、「LINE スタンプ」は、言語と非言語的な意味を含む複合的な意味をもつことが推測される。

例えば、布団に入って眠っている絵柄のスタンプを送った場合は、12. と 13. の意味であるし、それに対して同じようなスタンプで返した場合は、7. と 14. の意味を持つだろう。このようなコミュニケーションでは、送られたスタンプについて、送り手の意図を読み取ることが大切になってくる。このことが、誤解や人間関係のズレを生み出すことにもつながっているのではないだろうか。

山崎ら (2021)ⁱⁱⁱ⁾も同様の調査を行った結果、「感情表現」と「注目誘引」に有意差を認めている。特に、「注目誘引」の項目に着目すると、「返事がほしいとき」「相手に気付いてほしいとき」が特に有意差が大きく、目立つスタンプの特徴を生かしたコミュニケーションであると考えられる。

例えば、こちらが提案した内容に返事がない場合に、「返事がほしい」とスタンプで送る場合などである。このような、いわゆる「追いLINE (追いスタンプ)」を送るか送らないか、送る場合にはどのようなタイミングなのかについても繊細な心遣いが必要になってくるのだろう。

また、女性の方が男性よりも「LINE スタンプ」をよく使用し、「他者への配慮や温かさを示そうとする動機づけが高く働きやすく、場の雰囲気や和やかなものにしたたり、親しみ等の感情を表出したり、気まずさを回避したりしようとする」意図で活用していることを指摘している。

2.2 「LINE スタンプ」の入手 (購入) についての調査・研究

「LINE スタンプ」をどのように入手 (購入) しているかの調査では、前述の山崎ら (2021) は、「個性表現」を強い動機であると指摘している。アンケート項目としては、「センスのよい人だと思ってほしいとき」「面白い人だと思われたとき」「自分の個性を表現したいとき」を挙げており、「LINE スタンプ」と「顔文字」や「絵

文字」のように、感情を伝える他に、センスや個性を表現する手段として捉えている側面を指摘している。「LINE スタンプ」は、そもそも他者に送るものであるため、自己表現だけでなく、送った相手にどう思われるかを意識するのも当然である。服装や持ち物のように、個人のセンスや面白さを評価する (される) アイテムとも考えられるようになっていいると考えられる。

筆者が、本学の基礎ゼミを履修した学生に調査をした際には、「好きなキャラクターである」「絵やアニメーションなどのデザインが気に入ったから」という意見が多数を占めていた。また、いくつかの「LINE スタンプ」を相手の親密さに応じて使い分けしていることも見て取れた。

このような、「LINE スタンプ」の入手 (購入) や使用といった調査・研究はまだまだ少なく、今後も定期的実施していく必要があると考える。

3. オリジナル「LINE スタンプ」制作の実践

現在の大学生の多くは、中高生のときから、SNS に慣れ親しんでいる。「LINE」についても、個人差はあるが、家族や友達、部活動などの連絡手段として活用した経験を持つ。しかしながら、利便さには目を向けても、コミュニケーションツールとしての特徴を考える機会は多くないように感じられた。

そこで、本学2年生の「基礎ゼミⅡ」では、オリジナル「LINE スタンプ」の制作を通じて、自分たちがどのようにSNSを活用しているかに気付き、振り返ることができるようにしたいと考えた。

まずは、各大学や大学の部活動等で【公式】として販売されている「LINE スタンプ」にはどのようなものがあるかを調査した。

例えば、阪南大学では、次のような公式「LINE スタンプ」を販売している。大学のキャラクターをもとに、最寄り駅名や大学内の施設名を入れたり、「大学なう」「バイト」などの学生生活で活用できたりする内容になっている (図2)。

授業では、「オリジナル『LINE スタンプ』を制作し、学生や保護者、教員にも使ってもらおう！」と提案し、それぞれの立場から使いたい「LINE スタンプ」を考えられるようにした。

学生からは、「あいさつ」「要件を伝える」「場所の表示」「気持ちを伝える」など、日常的に使用しているメッセージを代替するものとしてのアイデアが多く集まった。他には、あまり使い道がなくても面白いのがあるという意見もあった。



図2 阪南大学公式 HP より



図3 学生の制作したオリジナル「LINE スタンプ」①

まずは、アプリ「LINE スタンプメーカー」を使って、各自がオリジナル「LINE スタンプ」制作に取り組んだ。アプリにあらかじめ用意されているテンプレートをもとに自分でメッセージを工夫して制作したもの（図3）や、飼い猫の写真をもとにフレームや文字を加工して制作したり（図4）したものが見られた。どの程度の創作をするかは学生に任せだが、それぞれが自分のオリジナル「LINE スタンプ」を完成させた。その後は、「LINE Creators Market」にクリエイターとして登録し、制作した「LINE スタンプ」を申請すると、数日間の審査の後に実際に使えるようになる。

審査は、スタンプ審査ガイドライン^{iv)}に従って行われ、1. 画像 2. テキスト 3. モラル 4. ビジネス・広告・その他 5. 権利・法律、の項目に分かれている。特に注意するのは、5. 権利・法律、についてであり、制作前には、車やバイク、服や持ち物などの写真は審査を通らないことがあることを伝えていた。実際に、インターネットで検索した画像を使用したものが審査を通過できないという事例が起り、著作権について考えるきっかけもなった。

個人での制作が完成した時点で、再度「LINE スタンプ」について考える場を設定し、基礎ゼミⅡのグループでのオリジナル「LINE スタンプ」制作に取り組んだ。

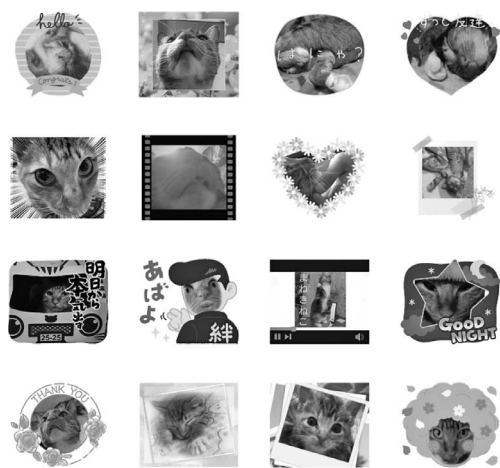


図4 学生の制作したオリジナル「LINE スタンプ」②

イラストを描く学生やメッセージを考える学生などに役割分担をしながら完成したのが、次のものである（図5）。

実際に使ってみた感想は、「主に、同じゼミの友達に送った。送ると、今回制作したオリジナルスタンプの他のイラストで返してくれた。」「絵がかわいい」「スタンプで返ってきたり、そのスタンプの感想が来る。」「バイトが長引いた時、家族のLINE グループにぴえんのひつ

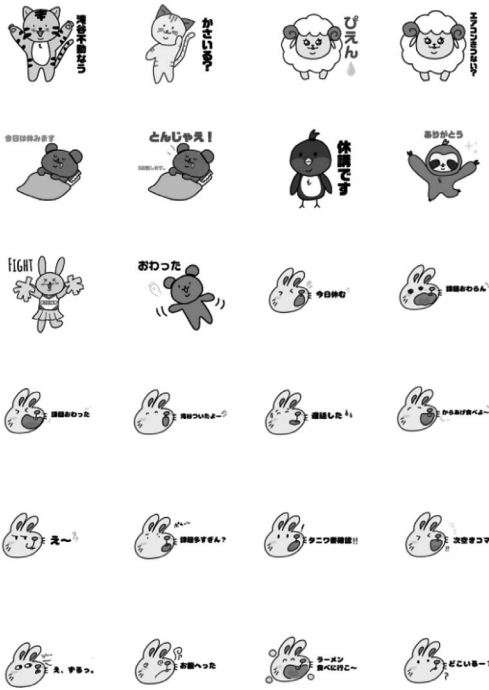


図5 グループで制作したオリジナル「LINE スタンプ」

じを送りました。「大学内の子に使える。」(原文ママ)などと、相手の反応も含んだものが多く挙がった。

次に、もっと多くの人に使ってもらうためにはどうすればよいかということには、「親しみやすさを出すために字を手書きのものにしても良いと思う。」「バリエーションを増やしてみる」「絵を可愛くしたり、面白くしたり、需要のあるようなセリフを入れる」「今回は色々なキャラクターを作ったので、今度は1つのキャラクターで色々な言葉のスタンプを作ること、統一感が出るので使う側としては使いやすいかなと感じました。あと、文字などをラフな感じにすると若い世代は使いやすいかなと思いました。」「沢山のシリーズを作る(可愛い系バージョン 派手バージョン クールバージョン シンプルバージョンなど)」(原文ママ)となった。

4. 実践を終えて

本実践では、授業での制作活動を通して、日頃の自分たちのSNSを通したコミュニケーションについて振り返り、身近な他者や社会と関わるとはどのようなことかについて考えることができた。

現在の社会では、様々な情報やデジタル機器等が高度になり、仕組みや原理がよく分からないが、「便利だから」「みんなが使っている」からと、深く考えないままに消費しがちである。その結果、何か問題が起きても、その原因について精査することなく、そのまま受け入れ、問題解決力を高める機会を逃していることはないだろうか。

教員を目指す学生には、身近な生活や社会の事象について常に問題意識を持ち、疑問に思ったことに粘り強く調査したり自分なりの考えを整理したりする習慣を身に付けてほしいと願っている。

今後も、制作活動と問題解決能力の育成との関連について考察し、効果的な指導のあり方について研究を深めていきたい。

引用文献等

- i) NHN Japan 株式会社提供の無料通話・無料スマートフォンアプリ、9,000万人以上の利用者がいる日本国内最大のSNSである。
- ii) 「LINE スタンプ・顔文字・絵文字：言語を視覚化する日本のモバイルコミュニケーション」Michaela Oberwinkler・大家まゆみ(東京女子大学)教職・学芸員課程研究第3号 2022年
- iii) 「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」山崎瑞紀・有川茉莉子・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(東京都市大学メディア情報学部)社会情報学第10巻1号 2021年
- iv) スタンプ審査ガイドライン https://creator.line.me/ja/review_guideline/

(2023年3月1日 受理)