

平成 24 年度

総合情報学部 情報文化学科  
卒業論文

ソーシャルメディアにおけるコミュニケーション能力低下の現状

安岡ゼミ

C09098 平野翔大

## 概要

本研究ではソーシャルメディアにおけるコミュニケーション能力低下の現状を研究する。最近、facebook, Mixi, Twitter, GREE, Mobage, などといったソーシャルメディアを使う人が増加傾向にある。facebook, Mixi, Twitter, GREE, Mobage などは SNS という分野に属する。それ以外にも Youtube や Ustream などの動画共有サービスもソーシャルメディアのひとつである。大きく捕らえると、電話機などもソーシャルメディアの一部である。いまの時代、使わない人はごくわずかだと考えられるが、自分の周りでもいる。なぜ SNS を利用するのか？ 宣伝、近況報告などに便利だからである。こういったソーシャルメディアを活用し、発言してそれに返答などがくるシステムやブログのような日記などの機能で簡単に直接連絡を取らず友人の近況を知れるので 1:1 の会話が減ったり連絡をとるのが少なくなったりするのではないかといった現状があると思うので研究する。こういったソーシャルメディアを使っているかなどのアンケートもしたいと思う。



## 目次

### 第一章

#### 1-1 研究背景

#### 1-2 ソーシャルメディアについて、歴史

### 第二章

#### 2-1 SNS の簡単な説明

#### 2-2 SNS の問題点

### 第三章

#### 3-1 企業と SNS

#### 3-2 メリット、デメリットなど

### 第四章

#### 4-1 軽いアンケートをふくむ考察

#### 4-2 今後の考察

## 結論

## 参考資料

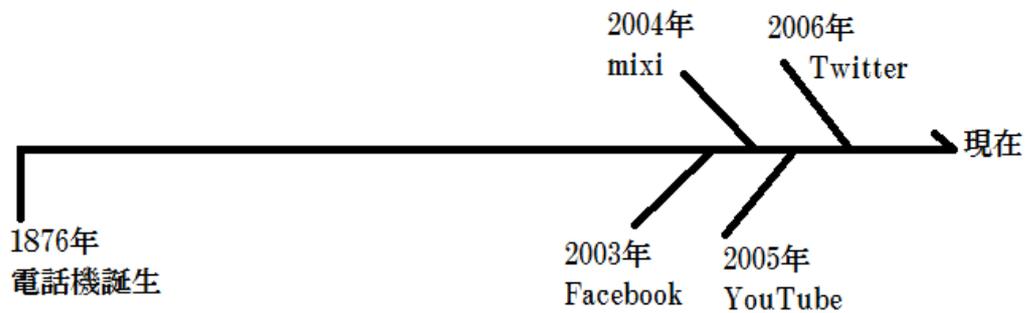
## 第一章 1-1 研究背景

この数年、ソーシャルメディアが急速に普及している。背景にスマートフォンの普及やテレビでもよく取り上げられるようになったことなどがある。いままで使われていた通称「ガラケー」では動作が遅かったりしていたものも、スマートフォンのアプリなどで使いやすくなったのも背景にある。10代20代の若年層を中心に急速に30代40代といった層にも普及している。ソーシャルメディアには簡単に自分の日常や近況などを書き込むことができ、皆が閲覧し、他人とも簡単に交流できるというものから、企業の広告や情報などを分かりやすく読み取れるといったことができ、とても利便性の良い物となっている。しかしその反面、コミュニケーションを現実で図ることが少なくなる。そのため1対1での会話でのコミュニケーションなどが減ってきたので、本研究に取り組むことにした。



## 1-2 ソーシャルメディアについてと歴史

名前を挙げれば、twitter, mixi, facebook, mobage, gree などさまざまなサイトがある。インターネット上で、自分がいまなにをしているかなどをサイト上の友達などに簡単に近況報告できたり、企業が情報を伝えるために使用したりとさまざまな用途に役立っているウェブサービスである。その、ソーシャルメディアの歴史を簡潔に紹介したいと思う。世界初の電話機が1876年に誕生し、それから100年以上時がたち、2003年にfacebook、2004年にmixi、2005年にyoutube、2006年にtwitterが誕生した。



## 第二章

### 2-1 SNS などの簡単な説明

ここから、Twitter、mixi,facebook,gree,(SNS)の簡単な説明をしていく。

SNS とは、広義には、社会的ネットワークの構築の出来るサービスやウェブサイトであれば、ソーシャル・ネットワーキング・サービスまたはソーシャル・ネットワーキング・サイトと定義される。

この為、コメントやトラックバックなどのコミュニケーション機能を有しているブログや、2ちゃんねるのような電子掲示板も広義的にはソーシャル・ネットワーキング・サービスに含まれる。

狭義には、ソーシャル・ネットワーキング・サービスとは人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の会員制のサービスと定義される。あるいはそういったサービスを提供するウェブサイトも含まれる。

ソーシャル・ネットワーキング・サービスの主目的は、人と人とのコミュニケーションにある。友人・知人間のコミュニケーションを促進する手段や場、あるいは趣味や嗜好、居住地域、出身校、「友人の友人」といった自身と直接関係のない他人との繋がりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供している。以前は、人の繋がりを重視して「既存の参加者からの招待がないと参加できない」招待制のシステムになっているサービスが多かったが、最近は登録制のソーシャル・ネットワーキング・サービスが多くなっている。2006年にはGREEがモバイル版の開始と同時に登録制になり、2010年3月にはmixiも招待制を廃止し登録制に移行した。

また、2004年頃より大手企業各社でも社内でのコミュニケーションの活性化や内定者囲い込み、SOX法対策等にも使われはじめており、有名な事例としてはジョンソン・エンド・ジョンソン、NTT東日本の社内活用や、総務省の省内活用があげられる。社内ソーシャル・ネットワーキング・サービスには情報の地域間格差を解消するために導入している企業も多い。

また、2008年12月10日までmixiが18歳未満は登録できないことになっていたため、「ソーシャル・ネットワーキング・サービスは18歳未満は登録できない」という話があるが、これは誤りである（18歳未満でも登録できるソーシャル・ネットワーキング・サービスはある）。

誰でも参加できる掲示板等と異なり、すでに加入しているユーザーからの紹介がないと参加できないサービスもある。

140文字以内の「ツイート」(tweet)と称される短文を投稿できる情報サービスである。「ミニブログ」「マイクロブログ」といったカテゴリーにくくられる。

twitterは「さえざり・興奮」「無駄話」、または「なじる人・嘲る人」の意味。tweetは「鳥のさえざり」の意味で、日本では「つぶやき」と意識され定着している。

ゆるいつながりが発生し、広い意味でのソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の1つといわれることもあるが、Twitter自身は、「社会的な要素を備えたコミュニケーションネットワーク」であると規定し、SNSではないとしているが、筆者はSNSとしておく。



画像一様々なSNSのマーク

Mixi—2004年2月にサービス開始。同時期に開始したGREEと並び、日本では最も早い時期からサービスを展開しているSNSの1つである。

サービス名の由来は、公式サイトの説明によると、「mix (交流する)」と「i (人)」を組み合わせた造語で、利用者同士の交流が深まることを願って名づけられたもの。

mixiは、既に入会している登録ユーザーから招待を受けないと利用登録ができないという、完全招待制を採用していた。この方式は、ユーザーそれぞれの素性が明らかになり、健全で安心感のある居心地の良いコミュニティを維持するという目的で採用されている。なお、招待した側とされた側は自動的にマイミクシィ (友人登録) となり、登録後3ヶ月間は外すことが出来ない。2010年3月1日より招待状無しでも参加できる登録制となったが、招待制も引き続き使用している。

新規に招待状をもらった場合ID番号は基本的に新しい番号が割り当てられるが、一度退会したメールアドレスで再利用登録した場合は再び同じID番号が割り当てられる。しかし、旧データ (マイミクや参加コミュニティ等) は復帰せず新規登録と同じく白紙の状態から始まる。

以前は利用規約により18歳未満の者の参加は禁止されていたが、2008年12月10日より15歳未満に引き下げられた。

メールアドレスについてはPCのメールアドレスを持っていないと登録できなかったが、2006年12月4日より、携帯電話のメールアドレスでも登録可能となった。また、2007年

3月27日よりフリーメールのアドレスによる登録には、携帯電話のメールアドレスを併せて登録することが必須となった。しかし、その後全てのメールアドレスについて、携帯電話のメールアドレス及びその端末固有情報の登録が必須となった。このため、携帯電話を持っていないユーザーは、必然的に mixi の新規登録ができなくなった。その際スマートフォンからの登録も不可能になっていたが、2010年9月に iPhone から、更に 2011年02月21日から Android 端末からも新規登録できるようになった。また、利用規約に違反しアカウントが停止された場合、理由の如何を問わず、そのアカウントで使用していたメールアドレス及び携帯電話端末からの再入会を行う事は出来ない。

**Twitter**—アメリカ合衆国カリフォルニア州サンフランシスコに本社がある。ツイッターに発言を投稿するにはパソコンや携帯電話、スマートフォンで自身のアカウントにログインし、画面上部のボックスに140文字以内で内容を入力し「ツイート」ボタンを押すことで投稿が完了する。また携帯メールでの投稿も可能である。この投稿はインターネットに接続できる環境であれば誰でも見ることができる。

またツイッターにログインした際自分専用のページ「ホーム」のタイムラインには、自分の投稿とあらかじめ「フォロー」したユーザーの投稿が時系列順に表示され、各ユーザーが自分の近況や感じたことなどを投稿し、時に他のユーザーがそれに対して話しかけたりすることで、メールやに比べて「ゆるい」コミュニケーションが生まれる。

一方「キーワード検索」をすると「キーワードを含んだ投稿」のタイムラインが生成され、「キーワードを含んだ投稿」でつながったグループが自然発生する。同じキーワードを含んだ投稿をすれば、グループに参加することもできる。「トレンド」により、いま多く投稿されている「キーワード」を知ることができる。トレンドの範囲を国別に、または主要都市別に絞り込む機能もある。

投稿や閲覧は公式サイト上で行うほか、便利な機能を備えた各種のクライアント・クライアントウェブサービスや、iPhone や Android といったスマートフォン用のアプリも多数公開されており、また Ubuntu 10.04 以降では標準でマイクロブログクライアントの Gwibber が搭載され、デスクトップ環境に統合されるなど、さまざまな環境で使うことができる。コミュニケーション・メディア（通信媒体）の分類方法として、情報の送信されるタイミングと受信側に届くタイミングのギャップの有無により「同期型（ギャップなし）」「非同期型（ギャップあり）」に分けるものがあるが、ツイッターの場合は原則として非同期的（ある利用者のツイートが別の利用者に読まれるまでにタイムラグがある）に使用されているものの、一時的に同期的（つまりチャットのようにほぼリアルタイムで）通信が行われることがあり、同期型と非同期型が混在した媒体であるといえる。ユーザーが必要に応じて同期的な通信することを選択できるという意味で「選択同期」と表現されることもある。創成期にブログ・サービス「ブロガー」を開発し、その後グーグル社に売却したエヴァン・ウィリアムズや、ブロガーの開発チームの一員だったビズ・ストーン、ジャック・ドーシ

一らが中心となって開発した。ジャック・ドーシーによると、ツイッターの基本構想は自身が2000年6月に思いついた。LiveJournalよりもリアルタイム性が高く、どこにいても自分の状況を知人に知らせたり、逆に知人の状況を把握できたりするサービスの可能性に気づいたという。ドーシーはそのアイデアを5年間あため続け、その後、オデオ社のプロジェクトとして立ち上げた。2006年7月から始まったツイッターのサービスは、2007年3月に米国で開催されたイベント「サウス・バイ・サウスウェスト」(South by Southwest、SXSW)でブログ関連の賞を受賞したことで一躍注目を集めるようになった。設立以来、共同創業者たちが主に自己資金で経営してきたが、2007年7月26日にユニオン・スクエア・ベンチャーズ (Union Square Ventures) やチャールズ・リバー・ベンチャーズ (Charles River Ventures)、複数の個人投資家から資金を調達したことを発表した。

2008年1月7日、デジタルガレージグループがツイッターに出資するとともに、日本展開の支援を発表、2008年4月23日にユーザインターフェースが日本語化された日本語版が利用可能になった。さらに2009年10月15日には携帯電話向けサイトを開設、同時にウィルコム公式コンテンツとして登録された。

2008年2月1日、ツイッターは信頼性を理由に、NTTコミュニケーションズ100パーセント子会社であるNTT Americaのホスティングサービスを選んだと発表した。

2009年3月23日、大手企業重役つぶやきサイトの「エグゼック・ツイーツ」(ExecTweets)が設立された。このサイトのスポンサーはマイクロソフトである。また、マイクロソフトは自社のXbox Liveから、ツイッターやフェイスブックやラスト・エフエムなどへアクセスできるサービスを付加する計画を発表している。

2010年4月9日にはリサーチ・イン・モーションと協力してBlackBerry端末用公式クライアントアプリ「Twitter for BlackBerry」の無料配布を開始し、同日はさらにiPhone用閲覧アプリ「Tweetie」を買収しツイッター公式アプリとして無料配布すると発表、5月19日より「Twitter for iPhone」として公開された。また4月30日にはGoogle社のAndroid開発チームと協力して開発された公式閲覧アプリ「Twitter for Android」の無料配布も開始されている。

2010年6月30日をもってBASIC認証(ベーシック)の使用を終了し、OAuth(オーオース)に移行すると発表したが、2010 FIFAワールドカップの開催以後その影響でシステムが不安定になったことから、8月16日に延期された。

Facebook—2004年にアメリカ合衆国の学生向けにサービスを開始した。当初は学生のみに限定していたが、2006年9月26日以降は一般にも開放された。日本語版は2008年に公開。13歳以上であれば無料で参加できる。実名登録制となっており、個人情報の登録も必要となっている。

公開後、急速にユーザー数を増やし、2010年にサイトのアクセス数がGoogleを抜き話題になる。2011年9月現在、世界中に8億人のユーザーを持つ世界最大のSNSになった。



#### アイコン

カスタマイズ性の点においては、基本的にプレーンテキストのみに対応しているが、**Ajax**に対応していたり、自分の好きなアプリケーション(アプリ)を選択して追加できたりするなど、最新の技術に対応している。これらアプリケーションは、**Facebook**が開発したものよりも、一般のユーザーが開発したものが多。一般ユーザが様々なアプリケーションを開発し、**Facebook**のツールとして公開できることで、**Facebook**はそれ自身が持ち備えている性能を超えてサービスを提供することができる。

また、モバイル端末にも対応しており、**BlackBerry**や**Android**などでは専用ウィジェットが用意され、**iPhone**や**iPod touch**に搭載された**Safari**でアクセスすると、専用画面でサービスを提供している。**iPhone**、**iPad**などの**iOS**搭載端末や、**Android**用のアプリも別途用意されている。

中古品売却や住宅・求人など様々な募集広告を出せる「**Facebook Marketplace**」、他のユーザーに直接メッセージを送ることのできる機能もある。また、写真や動画のアップロード(**Facebook Video**)にも対応している。容量制限はない。604ピクセルを超える写真に関しては、長辺が604ピクセルになるよう縮小される。**Facebook**内の専用ページや外部サイトでの購買活動と連動して、自分の友人が何を買ったか、どの映画や音楽を高評価したかなどの形で広告が出る「**Social Ads**」もある。

**Youtube**—ウェブサイトは多言語で構成されており、サービスは基本無料(一部有料)で利用できる。**Ajax**と呼ばれる技術が用いられており、**YouTube**を利用するには**JavaScript**を有効にする必要がある。

**Web 2.0**の代表的なサイトの1つとされる。**SNS**に分類されるのは、動画や利用者にコメントを付けられるためである。アップロードできるのは動画ファイルのみで、音声ファイルなどはそのままではアップロードできない。著作権問題はあるものの手軽に動画が楽しめることから、コンテンツ業界に注目されている。2006年初期の段階で、動画ファイルを

容量・本数無制限に無料でアップロードできるという仕組みが注目を集めた。しかし同時に大量のアダルト動画がアップロードされはじめたことが問題となった。人的リソースの問題から厳密な処理ができず削除対応がゆるやかであり、それが視聴者を増やすこととなった。

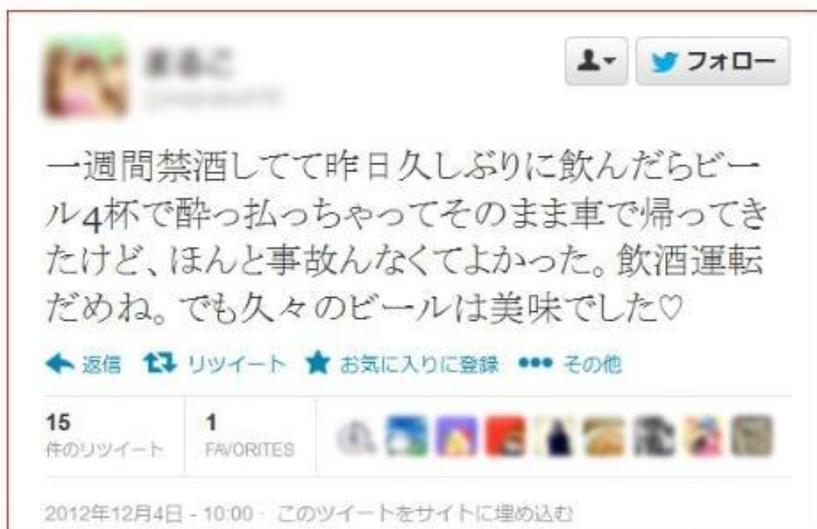
## 2-2 SNS の問題点

SNS には様々な問題もある。例えば、自分の会社の仕事に対して「めんどくさい」などの発言をすると、問題に発展することもあり、アパレル店に芸能人がきて、「閉店間際にくんな帰れ」のようなことを書いてニュースになったりと、様々な問題がある。Twitter で今していることを「～なう」といったりするのだが、「飲酒運転なう」や違法と知っていて「ダウンロードした」など低能な犯罪自慢コメントも多くみられる。これらを無くすことは不可能だ。出所の不確かな情報などの拡散もある。Twitter 上において飲酒運転や無免許運転、未成年飲酒、窃盗といった犯罪行為を自ら暴露するツイートが後を絶たず、さらにこうしたツイートを暴露した人物が本名あるいは学校などの個人情報そのまま載せていたり、もしくは別の場所に載せているか簡単に特定可能な情報を載せていたりする場合がある。こうしたツイートを見つけると 2ちゃんねらーというところの掲示板を使用している人たちなどが同一人物と見られる mixi や Facebook などのページを探し、個人情報を特定した上で就業先の企業や学校、警察に通報および抗議を行うという事例が後を絶たない。そのため、日本のネット上では Twitter のことを「バカ発見器」と揶揄されることもある。

◀ 前の記事 次の記事 ▶

### 写真ニュース:【Twitterで犯罪自慢】幼児の母親が飲酒運転を暴露「ビール4杯で酔っ払って車で帰ってきたけど事故なくてよかった。ビールは美味でした」

ロケットニュース24 12月4日(火) 19時30分

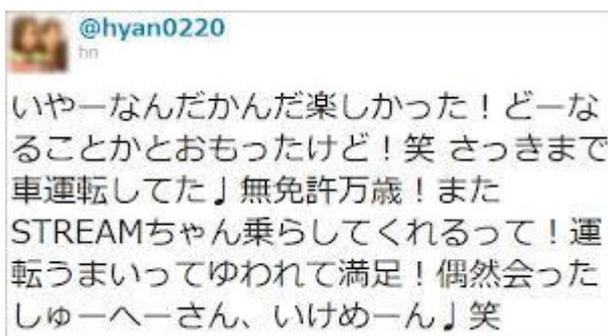


[この写真の記事を読む](#)

画像—犯罪自慢ツイートの例である。

画像のような犯罪ツイートと呼ばれるものは通称「バカ発見器」に多数みかける。それは

犯罪自慢なのか、それともそういうことを言わなければやってられない性格なのかよくわからないが、こういったことが相次いでかかれています、警察がでてくることもあるだろう。情報をネットに公開することはリスクをとまなうので、公開してから後悔しても遅いので存分に注意することが必要だ。



## 第三章

### 3-1 企業と SNS

ここで少し企業の行っている SNS がコミュニケーションに通ずるかに触れてみる。最近企業側も Facebook などを作りはじめている。就職するときにその人がどんな人間なのかより知るためである。中にはこんな例もある。面接ではもの静かだった女の子が Facebook 上で 300 人近くの友達がいて、書き込みごとに数十件のコメントがつき、ページ全体が活性化していたことを着目した採用担当者は「これは人望がないとできないことだ」と評価を逆転させた、という例もあるくらいである。面接ではわからない素の様子を知ることができるツールとして役立っている。

企業の SNS 疲れ、といった言葉もあるそれは、大手外食チェーンの広報担当者 A 氏は、ある種の“覚悟”を決めている。

「顧客の生の声を聞くのはいいが、その場では苦情は受け付けない。顧客には媚びない。媚びるからノイローゼになる。企業アカウントが“炎上”しようと、それが売上高に影響することなどあり得ない」

ミニブログサービス「ツイッター」を活用して情報発信を始めて 1 年半。幾度となく、名も知らぬユーザーから非難されたり、罵詈雑言を吐かれたりした。就業時間を超えてつぶやいていると「あなたの会社は残業代をちゃんと払っているのか」などと執拗に絡まれた。言い返せば、火に油を注ぐような結果になる。

A 氏は言う。「匿名の暴力以外の何物でもない。企業アカウントの担当で、そうした声をまともに取り合って、対応について悩んで、ノイローゼのようになってしまった人を何人も知っていますよ」。といった記事だ。

といったように簡単に公開することとともに、簡単に消費者などの声が届くということはいらいことなのかもしれない。



**fakebook®**

画像—Facebook のロゴ



画像—自分の Facebook 画面

Facebook では実名登録が義務つけられており、出身地や出身校が任意で設定できるので昔の友人や共通の友人などが簡単に探せるし、友人もだれが、だれなのかわかりやすくなっていてとてもつかいやすくなっている。

### 3-2 メリット、デメリット

一個前ですこし触れたが、メリットは就活で有利になるといったところ。あとデメリットとして同じ事があげられる。不利になってしまうこともあるかもしれないが、それを自分ではメリットデメリットとしてあげる。

個人的なメリットやデメリットがあるとしたら、自分の体験だが、遊んでるときに遊んでると書いたら、友達になんで誘ってくれないのともめたことがある。これはデメリットである。メリットは相手の近況を家に居ながら知れるといったことだ。次あったときにそういえばこないだ～したんだいいなといった会話のもとになるのはメリットである。

ほかにはこんなものもあげられる

#### ーメリット

- 趣味や嗜好など、価値観を共有している人間との人脈形成に有効。
- お互いの顔が見えているため、過度の誹謗中傷に発展するケースが少ない。
- お互いの顔が見えているため、建設的な意見が交換されやすい。
- 情報更新のたびに告知されるため、習慣的にサイトへ相互アクセスが発生する。
- 同じ趣味や嗜好を持ったユーザーだからマーケティングとして有効。(ショッピングサイトへ誘導しやすい)
- 高い口コミ効果が期待できる。口コミマーケティングが行える。

#### ーデメリット

- コミュニケーションが限定されているがために、議論の幅が狭くなる恐れがある。
- ブログに比べて広く世間一般に対するアピール効果が低くなる。
- 会員制のため、検索エンジンからのアクセスは望めない。
- 招待されなければ、コミュニティへの参加ができない。
- ユーザー登録時の入力項目が多い。
- 会員数が多くなると、個人情報の保護が必要になる。



ぎっちぼん  
@G\_G\_JO



ラーメンなう。

[← 返信](#) [↻ リツイート](#) [★ お気に入り登録](#)

2012年12月6日 - 17:54 - このツイートをサイトに埋め込む

@G\_G\_JOさんへ返信する

夜の三振王 @shknp9 10分  
@G\_G\_JO おおーいいなあ。どこのいつてるの？  
[詳細](#)

ぎっちぼん @G\_G\_JO 7分  
@shknp9 「みんかとう軒」ってとこ。ニンニクネギラーメンが美味しい！そして一杯500円と非常に安い！  
[詳細](#)

夜の三振王 @shknp9 6分  
@G\_G\_JO やっす！！それはこんどいきたいわ！！どこにあるの？  
[詳細](#)

ぎっちぼん @G\_G\_JO 5分  
@shknp9 千城台北駅の近く。  
[詳細](#)

夜の三振王 @shknp9 3分  
@G\_G\_JO まじか！こんどいっしょにいこ？  
[詳細](#)

ぎっちぼん @G\_G\_JO 1分  
@shknp9 おう！今度一緒に行こうぜ！  
[詳細](#)

画像—Twitter での会話の一例(1)



夜の三振王

@shknp9

みんないまなにしてるのー？

← 返信 🗑️ 削除 ★ お気に入りに登録

2012年12月6日 - 18:22 - このツイートをサイトに埋め込む

@shknp9さんへ返信する



みんかとう @minchatwo

4分

@shknp9 芋食で遅めの昼食とってる(\*O\*)/  
詳細



夜の三振王 @shknp9

3分

@minchatwo まじかー！なくなってるの？  
詳細



みんかとう @minchatwo

2分

@shknp9 ヒレカツ定食。ご飯大盛り。  
詳細



夜の三振王 @shknp9

2分

@minchatwo えええ！いいなーおれも食いたいから後でいくわ！  
詳細



みんかとう @minchatwo

1分

@shknp9 ういーす。まってるによーん。  
詳細



XPERIA @████████

1分

@shknp9 仕事してます(\*\_\*)  
詳細



夜の三振王 @shknp9

1分

@minchatwo あいあーい！  
詳細



夜の三振王 @shknp9

7秒

@████████ おおおお！！だつにーと！！がんばれよwww  
wwwww  
詳細

画像—Twitter での会話の一例(2)

参考ではあるが Twitter での会話でこのように連絡をとれ、近況もしれたりするのに役立っている。

## 第四章

### 4-1 軽いアンケートをふくむ考察

簡単にではあるがアンケートを 20 代の男女 30 人程度にとったのでここで紹介してみる。

アンケートの内容は

1、mixi,twitter,facebook,gree,mobage などの SNS は何を使っているか

2、1 日何回程度みるか

0 回 1～5 回 6～10 回 11 回以上

3、どういったことにつかうか

4、どのくらい発言するか

5、コミュニケーションをとるのに役立っているか

といったアンケートをとってみた。

結果は

1、Twitter(27/30) mixi(19/30) facebook(22/30) mobage(24/30) gree(18/30)だった。

Mobage と gree に関しては、コミュニケーションツールとして使うのではなく、ゲームをするために使うという意見がおおかった。

2、0 回(0/30) 1～5 回(8/30) 6～10 回(7/30) 11 回以上(15/30)という結果だった。

3、どういったことにつかうかという質問に一番おおかったのはみんなの近況を知ることだった、ほかには自分宛のメッセージにたいする返事をしたり、情報収集したりという意見だった。

4、どのくらい発言するかに対しては、ほとんどの人が 10 回以上だった。中には ROM 専としてみるだけで書かない人もいるようだ。

5、この質問に対しては全員がはいと答えた。



画像—ツイートを入力する欄



画像—Twitter と Facebook の小さいロゴ

#### 4-2 今後の考察

SNSはこれまでのメディア以上に気付かぬうちに他人を傷つける可能性をはらんでいる。また、自分の発信したことが残るといふ2点の大きな特徴を持っています」と話す中村教授。さらに、SNS上では誰と友人になるか、どこからの情報を手に入れるかによって世界が変わる。デマなどに惑わされないためにも、信頼できる人とのコミュニケーションが重要になる。

中村教授は、SNSの分岐点が今年3月11日の東日本大震災にあったと振り返る。震災直後、携帯電話の回線はパンクしていた一方で、SNSでは安定して安否確認などができた。それらがテレビなどで紹介されることで、SNSは飛躍的に社会的認知度をあげた。「東日本大震災は、これまで一部でしか普及していなかった文化であったSNSが、インフラになった瞬間」と指摘する。

3・11以降、一部のSNSは放射線量マップや電力消費量を表示するサービスを始めるなど、着実に社会に必要な情報源へと成長しつつある。そこで、問題となるのが世代間による情報格差だ。ネットを使いこなすことのできないお年寄りも依然として多く、SNSへの抵抗感は根強い。「SNSの実態が知られていないことにそもそもの原因がある」と中村教授は分析している。漠然とした苦手意識から敬遠してしまう人も多いSNS。高齢者への情報リテラシー教育や若い世代からのムーブメントが必要だといふ。

さらに、ネットワーク環境の整備も課題となっている。利用者が増加していけば、震災時のように回線がパンクしてしまうことも懸念される。「今後は、人々の教育や環境の整備とともに、SNSのコンテンツも進化し、SNSは普及していくだろう。」

これまでより、生活にあったスタンスとなり、より使いやすくなって普及していくと筆者は考え



## 結論

今回ソーシャルメディアにおけるコミュニケーション能力低下の現状というのをテーマとしてやってきた。ソーシャルメディアを大々的に分けると電話機やパソコンなどソーシャルネットワークサービスを利用する端末などのことになってしまうため、この論文がソーシャルネットワークサービスにおけるコミュニケーション能力低下の現状になってしまっているが、大まかに捉えると筆者の思惑にはまるため、このままにしておく。

この論文をやって、筆者の感じたことが何点かある。

まず、筆者はコミュニケーション能力低下の現状というテーマで書いているが、どちらかというと、向上につながっていると気付いた。それは、しばらく実際に交流していない友人などとも気軽に連絡ではないが、近況報告をしあえたりするので、役立っていることなどが主にあげられる。しばらく実際に交流していない友人だけでなく、割と会っている友人でもこの場合にあてはまる。近況報告だけでなく、待ち合わせなどしていて連絡をとらずしても向かっていることがわかったり、写真を共有しあえたり、とても便利であるとともに、あまり仲良くない人の趣味がわかって、それがたまたま同じ趣味で仲良くなる。といったことなどがあつた。この卒論のテーマはソーシャルメディアにおけるコミュニケーション能力低下の現状であるが、結論は「ソーシャルメディアにおけるコミュニケーション活性化の現状」である。コミュニケーション能力も向上するだけでなく、Twitter などソーシャルネットワークサービスは文字を読むので、最近のトレンドである「若者の活字離れ」という言葉があるが、活字からは離れていても、文字を読む力は付いている。筆者は今後ともソーシャルネットワークサービスの進化を期待する。

## 謝辞

論文を進めるにあたって、安岡先生には丁寧なご指導をしていただきありがとうございました。

また、協力や注意や至らぬ点を指摘してくれたゼミのみんなや後輩にも本当に感謝します。

参考文献

<http://www.jukushin.com/>

(jukushin.com)

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%A1%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%9A%E3%83%BC%E3%82%B8>

(wikipedia)

<http://matome.naver.jp/>

(NAVER まとめ)

<http://blog.surfboard.co.jp/cn/faq/000087.html>

(Web マーケティング専門コンサルティング)

<http://business.nikkeibp.co.jp/>

(日経ビジネス)