

ソーシャルメディア利用におけるマナー教育の取り組みについて

About an Action of the Manner Education in the Social media use

池村 努

北陸学院大学短期大学部 コミュニティ文化学科

Hokuriku-gakuin Junior College Community and Culture Department

Email: ikemura@hokurikugakuin.ac.jp

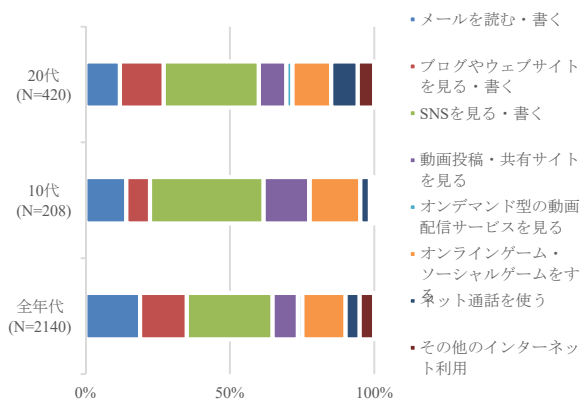
あらまし：モバイル機器を用いたインターネット接続が普通になり、ソーシャルメディア利用の機会も増えている。初等・中等教育でもマナーやモラル教育についてさまざまな取り組みが行われているが、トラブルが後を絶たない。ソーシャルメディアを扱う上で、心理的な影響を排除できない。本稿ではマナー・モラル教育で取り上げるべき事項についてまとめ、安全なソーシャルメディア利用について考察する。

キーワード：ソーシャルメディア、モラル、リテラシー

1. はじめに

スマートフォン保有率が2016年には56.8%に達し、またスマートフォンを支える高速通信回線(LTE)契約数も1億219万契約に上るなど、常時インターネットに接続できる環境がかなり整ってきている。スマートフォンの特徴として、携帯可能なことは当然として、画面が大きく、画像や動画撮影ができ、それらを視聴しやすいことが挙げられる。また、パソコンによるインターネット利用時間がそれほど変化していないのに対し、モバイル機器によるインターネット利用が増加している。しかしながら、自宅でモバイル機器を利用する割合は増加しているが、職場や学校、移動中などそれ以外の割合はそれほど大きな変化は見られない(H29 情報通信白書)。同時に、ソーシャルメディアを利用する割合も増加してきている。ICT総研の発表によると、2015年末の日本におけるソーシャルメディア利用者数は6,500万人に達し、2018年には7,500万人に達する見込みであると報告されている(2016年度 SNS 利用動向に関する調査)。世代ごとにみると20代では70%以上がソーシャルメディアを利用している。30代になると65%、40代では55%、50代では40%となる(H28 情報通信白書)。このように、ソーシャルメディアの利用は若者が主流となっている。

図 スマートフォンのネット利用時間 (2016年項目別)



スマートフォンのネット利用時間についても、全年代で「SNSを見る・書く」割合が高く、特に10代~20代では3割以上の利用時間をSNSに費やしていることがわかる。

以前の研究で、ソーシャルメディア利用の現状について確認し、情報リテラシー教育の中で情報マナーや情報モラル教育がどのような役割を果たすことができるかについての確認を行なった。現在大学に在籍している学生は、インターネットを使用し、スマートフォンが身近に存在するのが当たり前の世代、所謂「デジタルネイティブ」である。何か分からないことがあっても、インターネット上の検索窓にキーワードを打ち込めば、即座に何らかの回答が得られるようになっている。携帯電話やスマートフォンも高等学校在学中にはすでに手にして、仲間内で連絡を取り合うときにはLINEなどのソーシャルメディアを用いることが自然になってきている。一方で親や教師側は、情報モラル教育が後手に回っているとも言える。学生達がソーシャルメディアの特性を理解し、安全に活用するには、保護者や教員側の理解が重要であると考えることがわかった。

さまざまな背景を持ち、それぞれ別々の考えを持つ個人がソーシャルメディアを利用している。一方でソーシャルメディアを中心として『世論』が形作られることもある。特定のキーワードをきっかけとして従来のメディアを巻き込んだうねりを巻き起こすこともある。逆にソーシャルメディアに触れることにより、行動に影響を及ぼされることもある。ソーシャルメディアに書かれていることが事実ばかりと限らないため、結果的に誤った情報に踊らされてしまうこともある。近年のフェイクニュース問題などはその一端であるといえよう。

そこで本研究ではソーシャルメディアが仕組みとして抱えている問題点について明らかにする。そしてソーシャルメディアを利用する上で必要となる情報マナーや情報モラル教育の現状確認を行ない、どのような改善が可能かについての検討を行なう。

2. 研究概要

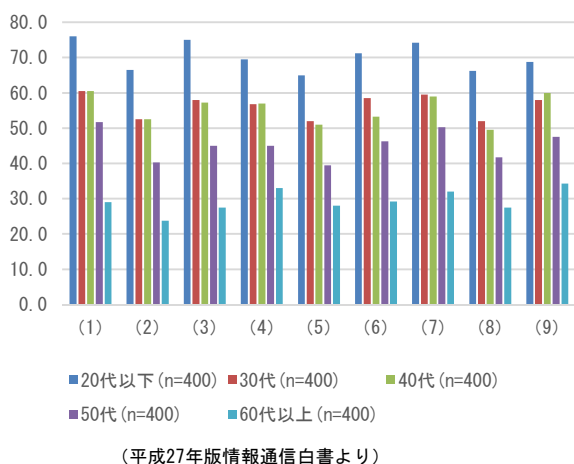
ソーシャルメディアが仕組みとして抱えている問題についての確認は、さまざまな論文や、文献、ニュースなどを中心に調査を行なった。またソーシャルメディアを利用することにより生じたと考えられる事件などを分析し、トラブルを回避するために取るべき手段について検討する。次に公開されているものを中心に、ソーシャルメディア利用にまつわるマナー・モラル教育の現状を、初等・中等・高等教育機関について検証するという方法で行なう。その結果を受けて改善の方策について検討を行った。

始めに、前年実施したのと同じように、本学の短期大学部学生を対象に SNS 利用状況に関するアンケートを実施する。同時に SNS を利用する上で、知っておくべき特性についての確認を行ない、現状の確認を行なった。

表 認知度に関する質問項目

(1)	SNS によっては投稿に位置情報が付くことがある
(2)	SNS によっては、他人がメールアドレスで自分のアカウントを検索できる
(3)	SNS によっては、投稿の公開範囲を設定できる機能がある
(4)	SNS での発言は、匿名で行っていても本人が特定されることがある
(5)	SNS では他人の投稿に自分の名前がタグ付けされると、そこから自分のプロフィール情報等を確認される場合がある
(6)	SNS によっては設定変更しないと、プロフィールに登録した情報等が全てのユーザーに公開される場合がある
(7)	SNS では、過去の発言を遡ることで趣味や嗜好などが知られてしまうことがある
(8)	SNS では、自分の発言を限定公開していても他人に共有（リツイート等）されると公開される場合がある
(9)	SNS で一度発言した内容は、インターネット上から削除されないことがある

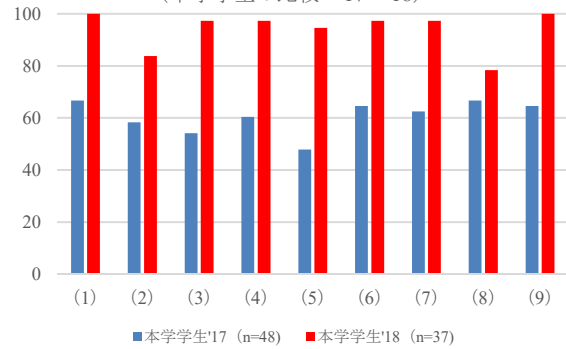
図 留意すべきSNSの特性への認知度（年代別）



SNS を使用する上で必要となる SNS の特性についての基本的な知識については、総務省「社会課題解決のための新たな ICT サービス・技術への人々の意識に関する調査研究」（平成 27 年）での調査項目を参考に質問項目を設定する。参考に同調査結果と、

本学学生の傾向を比較した。アンケート実施時期の違いや対象人数が少くなど直接の比較はできないが、2018 年度入学生は、2017 年度入学生に較べて、SNS の特性に関する知識が高いことが読み取れた。今年度の学生に限ることなのか、リテラシー教育が実を結んだのか、この理由についても考察を加える必要がある。

図 留意すべきSNSの特性への認知度
(本学学生の比較 '17-'18)



3. ソーシャルメディア利用の注意点

認知度が高く、利用者の多いソーシャルメディアとして、Facebook, Twitter, Instagram, LINE などがある。それぞれに特徴があり、ユーザーはそれを理解して使い分けている。しかし近年では「SNS 疲れ」となり、ソーシャルメディアの利用を避けるユーザーも増えつつある。SNS 利用者の 4 割が「SNS 疲れ」を経験したことがあるとする報告もある。その理由として人間関係を挙げるユーザーが多い。比較的閉じた SNS である LINE や Instagram ではあまり見られないが、Twitter などでは互いに攻撃し合う「炎上」が生じることがある。またリアルな人間関係を SNS に持ち込むことを厭う傾向も見られるようになり、実名登録が前提の Facebook では若年層のユーザーが減少傾向にあることも報告されている。

ソーシャルメディアを利用する際に注意したいこととして、人は「自分にとって都合の良いことしか見ない（認知バイアス）」ことと、「集団の中では同調しようとする（リスクシフト）」という傾向があること知っておく必要があるということである。そしてモバイル端末を通して情報を読み取った結果、誤解が生じ、客観的な視点で観察できなくなり、他者との間でトラブルを生じたり、他者に対して攻撃的になったりすることになる。日常対面での対話では回避されるようなことが、ソーシャルメディアを介すると大ごとになりやすいのだ。

人間の特性を踏まえたソーシャルメディア利用におけるマナー教育を行うことがこれからの社会において、ソーシャルメディアを有効に扱うことに繋がると考える。本研究を継続し、情報モラル教育の発展に繋がりたい。