

子育てにおける SNS 利用について

— 「ママ友」コミュニケーションに着目して —

A Study on Mothers' Use of SNS in Child Care

— Focusing on 'mama-tomos' communication —

武市久美*

Kumi TAKEICHI

キーワード：SNS, 子育て, ママ友コミュニケーション

Key Words : SNS, Child Care, mama-tomos (the friendship networks of mothers)
communication

要約

メディア技術が進化を続ける中で、インターネットを利用し個人が情報を発信することで人同士のつながりを促す会員制交流ウェブサイトとしての SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) が急速に普及している。現代の母親たちはデジタルメディアをうまく使いこなし、人間関係の形成や育児の情報収集に SNS を利用する機会も多いと考えられる。本研究では、育児期の母親特有の人間関係である「ママ友」間の交流における SNS 利用について、未就学児を持つ母親を対象にした調査から考察した。①およそ 4 割の母親が SNS を利用しているが、その内でママ友と交流している人は 3 割ほどである②ママ友との SNS 交流では、育児情報の共有や育児生活に関する共感を得ている③育児に関係すること以外の内容は、ママ友との SNS 交流の話題としてそぐわないと感じている、ことなどが明らかになった。すなわち、ママ友間において共通する「育児生活」や「母親としての自分」に関する内容が、SNS での交流においても重要視されている傾向がみられた。

Abstract

In the midst of a media technology evolution, membership system SNS (Social Networking Service) where individual uploading information via internet to stimulates peoples' relation is spreading rapidly. The modern mothers manage digital media effortlessly, and it is thought that there are also many occasions to use SNS for a formation of human relations or gathering of childcare information. Based on a factual

* 東海学園大学人文学部人文学科

survey conducted on mothers who had preschool child, this research considered the SNS use which can set to connect between the “mama-tomos (The Friendship Networks of Mothers)” whose human relations of the typical mother of a child-rearing period who had a preschool child. The following three apparent points were revealed: 1) Although approximately 40 % of the mother uses SNS, out of these users who are communicating within the mama-tomos are about 30 %. 2) The mama-tomos SNS connection shares child-rearing sympathy and childcare information. 3) The contents not related to child-rearing did not fit it as a topic of the mama-tomos SNS interchange. In other words, the tendency that contents about “child-rearing” and “oneself as the mother” which were common thread between moma-tomos were regarded as important topics in the interaction on SNS was seen.

1. はじめに

我々を取り巻くメディア環境は日々変化を続け、スマートフォンやタブレットの急速な普及に伴い SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の利用者が急増している。日本国内において、SNS 利用者は 5000 万人に迫り、今や国民の 52% が SNS を利用している（ICT 総研，2013）という。

SNS 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 Web サイトであり、友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味や嗜好、居住地域、出身校、あるいは「友人の友人」といったつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供する、会員制のサービス」（IT 用語辞典，2013）である。言いかえれば、インターネット上で社会的なネットワークを構築するサービスのことであり、Facebook、twitter、mixi などがある代表としてあげられる。Facebook は 11 億 5000 人という世界最多の会員数を持ち（Geffbullas.com，2013）、Twitter は 140 字以内で文章を投稿する気軽さとフォロワーと呼ばれる読み手にリアルタイムに伝達する力の強さから急速に普及した。日本で 2004 年からサービスが始まった mixi は、見た人がコメントを残すことでコミュニケーションが広がるネットワークを利用した交換日記のような形式で、匿名参加ができ紹介制となっていることから安心感のあるサービスとして広がった。

Nicole B. Ellison ら（2007）は、SNS を利用することにより 3 つの社会資本（social capital）が強化され人間関係が補強されるとした。1 つ目が自分にとって有益な情報を与えてくれる浅く広い人間関係（連結）、2 つ目が家族、親友のような親密な人間関係（結束）、さらに 3 つ目が過去に築いた人間関係（継続）である。また小寺（2009）は、mixi には「既存関係の強化」「知識・情報獲得」「新たな出会い」という効用があり、特に「既存関係の強化」は大きな利用促進

要因となっていると指摘した。

子育て中の母親たちに目を向けると、少子化や核家族化が進み、地域社会との関わりが希薄になっている中で、親・きょうだい・親戚や親しい友人が身近におらず、子育ての悩みを相談したり情報交換できる相手が周囲にいないケースも多い。従来、育児に関する情報は子育ての先輩である自身の母親や先輩ママ（より年長の子どもを養育している母親）などから入手することが多かった（武市，2005）が、近年では、インターネットが最も利用されるという報告（株式会社ブライトウェイ，2009）もある。

生まれたときからインターネットやパソコンのある生活環境の中で育ってきた、いわゆるデジタルネイティブ*1 世代も含まれる現代の母親たちは、パソコンやスマートフォンを器用に使いこなし、育児生活の中で日常的にインターネットを利用していると考えられる。子育て情報を得るためにインターネットを利用していない母親は、性格特性として不安が高いほど育児ストレスが高まる傾向がある（小林，2004）とされているが、実際に、インターネット上にある育児ホームページ上では、専門的な育児情報の入手というより、母親同士の情緒的な交流が活発に行われていること（山田，2005）、育児サイトに限らず女性に人気があるサイトでは、情報発信以上に情報交換や情報共有といったコミュニケーションが重視されていること（伊藤，2001）などが指摘されている。すなわち、母親たちはインターネットにおけるコミュニケーションの場、言い換えれば‘デジタルコミュニティ’上において他者との心理的交流を求めていると考えられる。

しかし一方で、「新しいメッセージがないか」、「すぐにメッセージを返さないといけないのではないか」、「長い間メッセージが来ないのは、何か問題があったのだろうか」等々のことが気になり、常に SNS に接さずにいられなくなる状態に陥る（粕井，2007）SNS 疲れ*2 の問題や不特定多数の利用者によるオンラインの議論やコミュニケーションの結果、プライバシー情報の漏えいや他人への誹謗中傷といったトラブルが発生することがあるという指摘（橋本ら，2009）、約 70% のユーザーが SNS で既存友人とのトラブルを経験したことがあるという報告（大沼ら，2012）などのように、デジタルメディアを利用したコミュニケーションは既存の対人コミュニケーションとは異なる複雑な問題*3 もはらんでいる。

育児期の母親の SNS 利用に関する今までの研究は、幼稚園児の母親たちを繋ぐネットワークとして構築した SNS の 1 年間の運用における母親達の交流について分析したもの（高橋，2007）、SNS 利用について育児ストレス解消の側面から調査・検討したもの（粕井，2007）、育児期の母親の SNS 利用とソーシャルサポートとの関連について（安藤ら，2013）などがあるが、SNS 自体が 2004 年の mixi 登場以降に日本において普及した新しいメディアサービスでありまだ数少ないといえる。SNS には、前述の Facebook、Twitter、mixi といった会員同士で情報交換や意見交換をする「交流系 SNS」、LINE に代表されるような会員同士がメッセージやチャットをやり取りする「メッセージ系 SNS」、Instagram などの写真を投稿し会員同士がコミュニケーショ

ンをする「写真系 SNS」、YouTube などの動画を投稿して会員やユーザーがコミュニケーションをする「動画系 SNS」などがある。本研究では「交流系 SNS」を取り上げ、まず、どのような母親たちが SNS を利用しているのか分析し、その利用実態を明らかにする。さらに、育児期の母親たち特有の人間関係である「ママ友」同士の交流（以下、「ママ友コミュニケーション」とする）に着目し、SNS 利用はママ友という人間関係を強化するのか、また、SNS というデジタルコミュニティが母親の情緒的解放の場となっているかについて、ママ友コミュニケーションという人間関係が包括する問題と共に考察していく。

2. 母親の SNS 利用に関する実態調査

1) 方法

2013 年 3 月～5 月に、N 市および H 市の 4 つの保育園に通う子どもを持つ母親を対象とした質問紙調査を実施し、園において回収した。配布数は 426 部で回答数 206 部、有効回答数 198 部（有効回答率 46.5%）。母親の平均年齢 33.8 歳（SD5.1）。調査内容は、属性、SNS 利用状況、ママ友について、インターネット利用について、夫やママ友の育児サポートについてたずねた。

*以下、結果の%については小数点第 2 位以下を四捨五入し小数第 1 位までの値で表記する。

2) 結果

① SNS 利用者と非利用者の比較

調査した母親全体のうち 39.4%（78 人）が SNS を利用していた。（Figure.1）利用者と非利用者の平均値を比較した場合、母親の年齢が利用者は（32.1 歳）非利用者（35.0 歳）より低いこと、子どもの年齢が利用者（3.7 歳）は非利用者（4.3 歳）より低いこと、ママ友の人数が利用者（7.8 人）は非利用者（5.0 人）より多いこと、1 日におけるインターネット利用時間が利用者（1.4 時間）は非利用者（0.4 時間）より長いこと、ネット情報に対する信頼度が利用者（3.1）は非利用者（2.8）より高いこと、インターネット機器操作に対しての困難感（使いこなすことが難しいと感じる）が利用者（3.2）は非利用者（4.3）より低いことに有意差がみられた。育児サポートに関して有意差はみられなかった。（Table.1）

Figure.1 SNS 利用者の有無

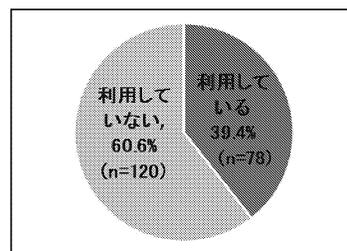


Table.1 SNS 利用有無別平均値

| N | SNS | | |
|-----------|--------------|----------------|-----|
| | 利用者 (78人) | 非利用者 (120人) | |
| 母親の年齢 | 32.1 | 35.0 | ** |
| 子ども年齢 | 3.7 | 4.3 | * |
| ママ友の人数 | 7.8 | 5.0 | *** |
| ママ友のサポート | 3.0 | 3.1 | |
| 家族や夫のサポート | 2.3 | 2.1 | |
| ネット1日利用時間 | 1.4 | 0.4 | *** |
| ネット情報の信頼度 | 3.1 | 2.8 | * |
| 機器操作の困難感 | 3.2 | 4.3 | * |

*: p<.01, ** : p<.05, *** : p<.001

② SNS 利用の現状 (SNS 利用者 n=78)

さらに、SNS 利用者に対して、利用している SNS の種類をたずねたところ (複数回答)、Facebook が 47.4% (37

Table.2 SNS の種類 (複数回答)

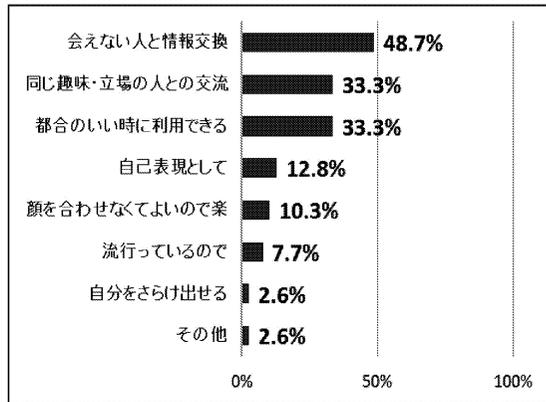
| | |
|----------|------------|
| facebook | 47.4%(37人) |
| mixi | 23.1%(18人) |
| twitter | 7.7%(6人) |
| その他 | 3.8%(4人) |

Table.3 利用の仕方

| | |
|-------|------------|
| 情報を出す | 24.4%(19人) |
| 情報を見る | 62.8%(49人) |
| 両方 | 12.8%(10人) |

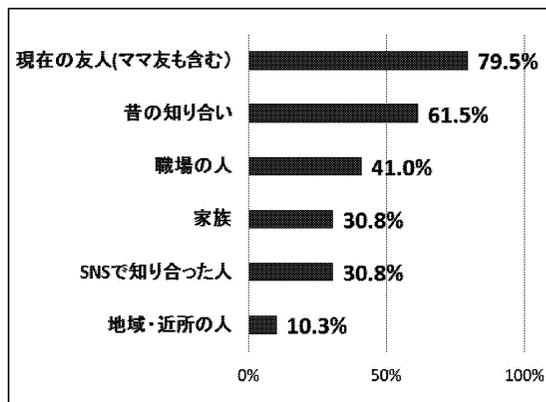
人) で最も多く、mixi が 23.1% (18 人)、twitter は 7.7% (4 人) だった。(Table.2) SNS 利用の仕方について、自分の情報を出す (発信)、あるいは相手の情報を見る (受信) かたずねたところ、受信利用の方が多く (63%)、発信 (24%) の 2.5 倍以上だった。(Table.3) また、SNS で交流している相手については (複数回答)、「現在の友人 (ママ友も含む) (79.5%)」が最も多く、続いて「昔の知り合い (61.5%)」、

Figure.2 SNS の相手 (複数回答)



「職場の人 (41.0%)」と続いた。(Figure.2) SNS を利用する理由については (複数回答)、およそ半数が「会えない人と情報交換 (48.7%)」をするためだと答え、「同じ趣味・立場の人との交流 (33.3%)」、「都合のいい時に利用できる (33.3%)」という回答が同数で続いた。(Figure.3)

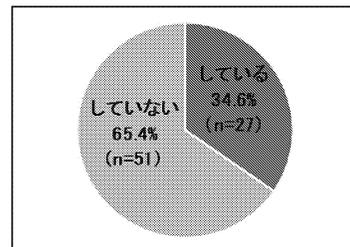
Figure.3 SNS をする理由 (複数回答)



③ ママ友コミュニケーションにおける SNS 利用 (SNS 利用者 n=78)

ママ友と SNS で交流しているかについては、34.6% (27 人) はしているものの 65.4% (51 人) はしていないと答えた。(Figure.4)

Figure.4 ママ友と SNS をするか



ママ友コミュニケーションにおいて SNS を利用してよかったところをたずねたところ (自由記述)、

- ・ 同じくらいの歳の子をもつママ友が育児日記を書いている、同じような悩みを抱えていたことが分かりそれを共有できた。(自分もママ友もホッとした。)

- ・子どもの病気についてどんなものが流行っているかママ友に教えてもらったり、不安やイライラで押しつぶされそうなときに励ましてもらえてスッキリする。
- ・困ったことがすぐ相談できてすぐ解決、ママ友が増える。
- ・ママ友から気軽に情報をもらえる。
- ・ママ友同士子どもたちの成長を写メとかで交換できる。
- ・転勤前のママ友、子どもたちの様子を知れる。

などの回答があり、SNSをママ友コミュニケーションに取り入れて、子育て情報の入手や悩みの解消をしていることがわかった。

一方で、SNSを使用したことによるママ友コミュニケーションのトラブルとして以下の意見があがった。(自由記述)

- ・日記感覚が自慢しているように思われたことがある。(〇〇を購入したなど)
- ・あまり親しくないクラスのお母さんに、休日に家族で出かけたことを話しかけられてどうかえたらいいかわからなかった。
- ・子どもの個人情報が出ているのを気づかずにいた。
- ・バタバタしていてコメントに返事するのを放っておいたら、忙しそうだねと書かれたのが嫌みっぽくて。

SNS上に書いた内容が、現実の生活においてママ友との会話に影響したり、SNS上での言葉のやりとりに関する戸惑いの声があがっていた。

さらに、ママ友とはSNSをしないという母親に理由をたずねたところ、

- ・学生時代と昔話で盛り上がりたりしているので、ママ友に見られたくない。
- ・旦那の転勤の関係で今住んでいるところが田舎なので、住んでるとこのグチみたいなことを書いていると、ママ友にバカにしているとか思われるといけなから。
- ・ママ友は金銭感覚とか教育方針が同じというわけではないので、買った洋服とか子どもの習い事とかあまり知られたくない。
- ・いつも幼稚園で顔を合わせるので、あえてSNSをやる必要がない。
- ・SNSは遠く離れてる人とか普段会えない人とやるものだと思っているので、ママ友にプライベートが漏れるのがいや。

という回答があがった。自分の過去の話や本音、価値観などについての内容をSNS上でママ友に知られることを避けたい、園などで頻繁に顔を合わせる機会が多いために、あえてSNSで交流する必要を感じていないという意見があがった。

3. 考察

以上の結果より考察していく。

1) 育児期の母親における SNS 利用実態

① SNS を利用する母親と利用しない母親の違い

SNS を利用している母親は 4 割程度で、前述の一般の調査結果（2 人に 1 人が SNS を利用している）に較べて、利用者の割合が少ないことがわかった。SNS を利用している母親は利用していない母親と較べて、年齢が若く、子どもの年齢が低かった。さらに、インターネットの利用時間が長く、インターネット情報に対する信頼度が高く、機器操作に対して困難さを感じていない人が多かった。母親の年齢が若くなるにつれ、世代としてインターネットに対する親和性が高くなり、SNS のような新しいメディアネットワークを抵抗なく利用していると考えられる。また、利用者は非利用者に較べてママ友の人数が多く、友人関係に積極的である母親はデジタルコミュニティ上においても人間関係を構築しているようであった。

② SNS 利用の現状

よく利用されているのは Facebook で、そのサービスの特徴は、個人のつぶやきに加えて、ユーザーの写真や動画、所在地、関心があるウェブページ、交友関係の追加など、ありとあらゆる情報や活動が、ニュースフィードに表示されることである。さらに、例えば、友達が旅行の写真を投稿した場合に「いいね！」というボタンを押して反応することで、コメントを残さずとも友達との交流を密にすることができることも特徴で、「知り合いの活動を通知し合う機能に優れ、ユーザー同士の交流を高めやすい仕組みが整っているのが Facebook の長所だ」（佐々木，2010）といえよう。利用の仕方については、人の書いた情報を見るという受信利用が多かったが、「交流系 SNS」において記事や写真を投稿するなど自分から積極的に情報発信しなくても、友達や知り合いが書いた記事を読んで、例えば facebook の場合には前述のとおり「いいね！」ボタンを押してコミュニケーションに参加することができているといえる。交流する相手については、現在の友人や過去の知り合い、職場の人が多く、現実の生活においてすでに交友関係にある人と SNS で交流しているようだった。また、SNS を利用する理由として、会えない人と情報交換や同じ趣味・立場の人との交流、さらに都合のいい時に利用できる、などが上位にあがっていたが、距離を超えて必要な人と必要な情報について、無理のないペースで「繋がること」ことに、デジタルコミュニティの魅力を感じていることが伺えた。

2) SNS とママ友コミュニケーション

SNS の利用者は 4 割程度いる一方で、ママ友と SNS で交流している母親はそのうちの 3 割 5 分、すなわち調査対象の母親全体のうち 1 割 5 分足らずしか SNS でママ友と「繋がっていない」ことが明らかになった。それはなぜなのであろうか。

① ママ友とは

ある調査（中山，2011）によると、「友達」という言葉と「ママ友」という言葉から連想する言葉を自由に書いてもらったところ、「友達」からは、信頼、楽しい、仲間、～を話せ

る、一緒に～する、助け・支えなどの言葉が連想されているのに対し、「ママ友」からは、相談相手、育児相談、悩み相談、戦友、などという言葉が連想されたという。では、「ママ友」と「友達」の違いとは何なのか。

「ママ友」という友人関係は育児期の母親における特有の非常に特殊な対人関係である（宮木，2004）。なぜなら、育児期の女性は新しい人間関係に接触する必然性が低く、友だち作りが容易でないことや、新たにできる友達は子どもを介していることが多く、「子どもの友だちの母親」として関係を結ぶことになる。そして、その特殊性は、例えばママ友同士の会話に表れる。「〇〇（子どもの名前）ママ」と互い呼び合い、子どもの発育や病気についての心配事、食事やおやつに関すること、子育てサークルや習い事に関する情報など「子育て中である」という共通の日常における関心事が会話の大半を占めることになる。

②SNSはママ友コミュニケーションにそぐわないのか

調査からも、SNS上でママ友と交流している母親からは、そのメリットとして、育児に関する情報交換や悩みの共有という「子育て」や「親である自分」に関わる内容についてあがり、母親たちがデジタルメディアを利用し、物理的な距離や時間的制約に縛られないデジタルコミュニティを形成することは、育児生活における孤立感と焦燥感の解消に有効である（高橋，2007）ことが検証された。一方で、SNSを利用していても、その3分の2はママ友とSNS交流をしていないことが明らかになり、その理由からは、プライベートや自分の本音をママ友にあまり知られたくないという思いが汲み取れた。すなわち、ママ友というのは「同じくらいの年の子どもを育てている」という「近さ」でつながった関係であり、それ以外の個々の生活や価値観については互いに踏み込みにくい、あるいは、敢えて踏み込もうとしない関係だといえる。しかし、SNS上では、子育てに関係することだけでなく、夫や実家のこと、自分自身の趣味などに関する記事などをアップしたり、自分の旧友（友達）との交流が公開されている場合があり、「ママ」としてではない「素の自分」をママ友に「みられる」ことを避けるのかもしれない。さらに近年、SNSは実名登録制のものが主流となっており、誰が記事を書いているのかが明らかになっていることが多い。したがって幼稚園や保育園で「顔見知り」程度のママ友と、「友達」リクエストを受諾することで繋がることもあり、現実の生活では心理的距離が近くない相手とSNS上では濃厚に接触することになるかもしれないという躊躇や、SNSへの接触頻度や利用動機（自分の生活の記録として書いているのか、あるいは他人の書いたものを読みたくないなど外からの情報を得たいと考えているのか）などSNSへの取り組み方の個人差で生じる人間関係のわずらわしさも、ママ友とはSNSで交流しない要因となりえるのであろう。

ママ友関係において、苦しい立場の時に味方になってくれるような支援性と自分の行動に責任をもつという自律性への期待が高いこと（中山ら，2009）を考えると、育児情報を交換したり、「子育てをしている親としての苦労や喜び」をお互いに節度を守り負担の少ない状況下で共有し

合いたい相手がママ友であるといえよう。SNS で交流することは、時として即応性が要求されたり、双方向性（「いいね！」を互いに押し合う）など、デジタルコミュニケーションは、時と場所に縛られない自由度の高さの一方で、目に見えない鎖で縛りつけられた人間関係のように感じるのかもしれない。

SNS について「深い付き合いではないものの、つながっていないわけでもないという微妙なところに、若者たちは現代的コミュニケーションの最適域を見出した」（山田，2009）という指摘があるが、母親たちは「ママ友コミュニケーションの最適域」を SNS 上に見いだせていないといえる。SNS は「実社会の人間関係をインターネット上に持ってきたもの」ではなく、実際は、「人間関係の距離を一定にしたもの」であると考えられる。現実にはママ友関係はそれぞれ相手で濃度や質が異なるが、SNS においては皆同じく「繋がっている」ことでママ友関係の距離が変化し均一化される。SNS 上で多様なママ友関係を構築しにくくなっているこの「ゆがみ」をどう修正していくのかがデジタルコミュニケーションの今後の課題だといえる。本音で付き合い合える人、さらりとした付き合いをする人、必要な情報を得るために「繋がる」人、それぞれの人に応じて「繋がることができる」関係がデジタルコミュニティで構築されたとき、SNS はママ友コミュニケーションの力強いツールとなり得るであろう。

【引用】

- 安藤香織・佐藤美礼，2013. 未就学児を持つ母親の SNS 利用とソーシャル・サポートの関連. 日本発達心理学会第 24 回大会発表論文集, p213
- 伊藤淳子，2001. 女性とインターネット 女性がよく見るサイト、よく使うネットワークサービス. 情報処理学会研究報告. GM. (48), pp1-6
- 大沼美由紀・木村敦・佐々木寛紀・武川直樹，2009. SNS は友人関係を悪化させるかー若者を対象とした SNS 利用における既存友人との対人トラブル実態調査ー. 電子情報通信学会技術研究報告. 112(46), pp155-160
- 粕井みずほ，2007. 育児におけるストレス・コーピングーSNS の利用についてー. 畿央大学紀要. 第 6 号, pp1-pp8.
- 小寺敦之，2009. 若者のコミュニケーション空間の展開ー SNS 『mixi』の利用と満足, および携帯メール利用との関連性. 情報通信学会誌. 27 (2), pp55-66.
- 小林真，2004. インターネットの利用が母親の育児ストレスに及ぼす緩和効果. 富山大学教育学部紀要. 58, pp85-92
- 佐々木和宏，2010. フェイスブック facebook 完全活用術 世界中で 5 億人が利用する SNS.アスキー・メディアワークス

- 高橋直人, 2007. オープンソース SNS を使った幼児教育への取り組み－物理的距離を越えた地域社会の再構築－. 電子情報通信学会技術研究報告. 106 (507), pp17-21
- 武市久美, 2005. 育児期の母親におけるテレビ利用と満足の研究. 名古屋大学大学院国際言語文化研究科修士論文
- 中山満子, 2011. ママ友という対人関係 意外と大変、ママ友のお付き合い. 地域保健. pp52-55
- 中山満子・池田曜子・東村知子・野村晴夫, 2009. ママ友関係における役割行動期待－親密度・つきあい方との関連－. 日本パーソナリティ心理学会大会発表論文集 (18), pp226-227
- 橋本隆子・白田由香利, 2009. ソーシャルコンピューティング可視化サービスの検討. 情報処理学会研究報告. データベース・システム研究会報告. 149 (23), pp1-7
- 宮木由貴子, 2004. 「ママ友」の友人関係と通信メディアの役割－ケータイ・メール・インターネットが展開する新しい関係. ライフデザインレポート. 159, pp4-15
- 山田隆, 2005. 子育てにおけるインターネット利用～携帯電話における子育てホームページ～. 東海女子大学紀要. 25. pp151-162
- 山田真茂留, 2009. <普通>という希望. 青弓社
- Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lampe, 2007. “The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites” -Journal of Computer mediated communication.
- 株式会社ブライトゥエイ, 2009. 育児方法の入手先の1位はインターネット。しかし以外に使われていない携帯サイト - 育児の情報収集とコミュニティ 【こそだて】 アンケート結果. DreamNews. 2009/12/9 <<http://www.dreamnews.jp/press/0000011884/>>. アクセス日 2013/9/30
- ICT総研, 2013. 2013年SNS利用動向に関する調査. 2013/5/30 <<http://ictr.co.jp/report/20130530000039.html>>. アクセス日 2013/9/30
- Geffbullas.com, 2013. 10 Social Media Facts, Figures and Statistics You Need to Know. 2013/8/28 <<http://www.jeffbullas.com/2013/08/28/10-social-media-facts-figures-and-statistics-you-need-to-know/>>. アクセス日 2013/9/30
- IT用語辞典, 2013. <<http://e-words.jp/w/SNS.html>>. アクセス日 2013/9/30

【注】

*1: イギリスの調査会社ガートナー社が名づけたと言われており、主に90年代以降に生まれた世代の呼称である。生まれたときからインターネットが空気や水のように、あたりまえの環境として存在していた世代をいう。幼い頃からITに慣れ親しんでいる彼らに対して、人生の途中からITに触れた世代を「デジタルイミグラント (digital immigrant=移民)」と呼ぶ。

人事労務用語辞典 (<http://kotobank.jp/word/> アクセス日 2013/9/18) より

*2: SNS内でのコミュニケーションによる気疲れ。SNSの長時間の利用に伴う精神的・身体的疲労のほか、自身の発言に対する反応を過剰に気にしたり、知人の発言に返答することに義務感を感じたり、企業などのSNSで見られる不特定多数の利用者からの否定的な発言や暴言に気を病んだりすることを指す。代表的なSNSの名称を用いて、Twitter 疲れ、mixi 疲れ、facebook 疲れ、などともいう。

デジタル大辞泉(<http://kotobank.jp/word/SNS%E7%96%B2%E3%82%8C> アクセス日 2013/9/18) より
*3: SNS を利用していたことで起こったママ友同士のトラブルについて、NHK のテレビ情報番組で取り上げられたものを以下紹介する。

ケース①…つながりがつながりを呼ぶ

40代の主婦は、飲み会での自分の写真を、同席していた友人にフェイスブックに無断で投稿されてしまいました。主婦のフェイスブックには、職場の元同僚や、親族、高校時代の友人などが“友達”として登録されており、“友達”ならば誰でもこの写真を見られるような設定になっていました。しかも“友達”の1人には義母もいました。義母は、入院中の義理の父親を看病しており、主婦は「この写真を見られれば不謹慎に思われることは間違いない」と、ヒヤヒヤしたそうです。

ケース②…一度つながると消せない

ある主婦は、今年離婚した夫から、本人や家族を中傷する内容のメッセージを友人に送られてしまいました。フェイスブック上の“友達”として登録されていた元夫は、フェイスブックから妻の友達リストを入手し、メッセージを送っていたのです。最も知られたくない情報を、友人に知られてしまったTさんは、同窓会に誘われても参加できなくなってしまいました。

ケース③…SNS でつながったことによる親近感がトラブルを呼ぶ

30代前半の専業主婦Aさんは、SNS で、同年代の友人とママ友サークルを結成。しかし、借金の無心ばかりしてくるメンバーが現れたことでトラブルが発生。メンバーの関係も悪化し、サークルは休眠状態になってしまいました。

ケース④…デジタル機器操作の恐ろしさ

インターネットを安全に使う方法について調査・研究を行う情報処理推進機構には「自分の名前で勝手にツイートされてしまった」という相談が寄せられています。実はこれ、ユーザー側の“うっかりクリック”によるもの。フォローする相手のツイートに添付されたURLをクリック、さらにそのホームページにログインすることで、第三者に“勝手にツイートする権限”を与えてしまっていたのです。そもそも、この仕組みは第三者に悪用される危険性もあり、注意をよびかけています。

NHK「あさいち」『まさかわたしが!? “SNS” の落とし穴』2013年12月3日 OA

(<http://www1.nhk.or.jp/asaichi/2012/12/03/01.html> アクセス日 2013/9/18)