

ネット・バカの壁を超えて

宮 田 穰

ネット・バカの壁を越えて

宮 田 穰

Overcoming the Limitations of Internet Stupidity

MIYATA Minoru

Abstracts : This paper builds on the issues identified in "The Limitations of Internet Stupidity", published last year. I verified hypotheses by carrying out my own internet research. This research consisted of a study on the usage of social media via smartphones. The purpose of this research was to identify the impact of the internet on consciousness and human relations, such as its impact on dependency on others.

My research found evidence of dependence on others in social media such as LINE and Facebook, and dependence on outside information on Twitter. In non-social media areas, there was everyday dependence on search functionality. This research showed that the spread and popularization of smartphones has led to these dependencies becoming commonplace. This research also identified widespread "social media burnout", tied to social media usage, and confirmed the difficulty inherent in tackling the public manner problem of walking while operating a smartphone.

At the same time, based on the results of this research, I have reframed "the limitations of internet stupidity", the topic of this paper, as the limitations of dependence on others, the limitations of distorted awareness and knowledge, and the limitations of thinking. I conclude the study by affirming the need for greater communication education and an improved societal information environment in order to surmount these limitations.

Key Word : Internet Stupidity, Social Media, Smart Phone, Dependency on Others

1. 本論文の位置づけ

1.1. 研究ノートとの関連

2013年度研究ノートとして「ネット・バカの壁」¹を上梓した。インターネットが日常化している現状に対して、当時の自身の問題意識に基づき、養老氏の「バカの壁」の視点を手がかりにインターネット活用のマイナス面を中心に課題を整理した。そして自分なりの「ネット・バカ」の定義を行い、これからの時代においてインターネットと適切に付き合い

ながら、そのマイナス面を乗り越えていくためには、どのような見方、考え方が必要かについて考察し仮説イメージを提示した。

今回は、独自の調査に基づきその仮説イメージの検証を試みることで、よりリアリティのある現状の課題を捉え直すこと、そして今後に向けた課題解決の方向を描くことにある。つまり本論文は、イントロダクションとしての研究ノートを引き継ぎ、論文として本格的に展開を試みるものといえる。

1.2. 本論文の目的と方法

まず、本論文の目的について詳しく述べておく。

先の研究ノートでは、ネット・バカを「日常的なインターネット依存により、他者依存が進み、インターネットの世界から抜け出せなくなることで、思考が浅く偏ってしまうこと、および当事者を指す。またこれにより、全能感と自己愛に支えられた当事者の自己中心性が増すとともに、周りの現実世界との乖離が広がり、多様なトラブルを誘発してしまう」と定義した。そして、ネット・バカの特徴として、過度の「他者依存性」、一方それに伴い「自己中心性」が増長されていく点をイメージとして指摘した。

今回の調査では、以上を踏まえ、「他者依存性」がどの程度、どのような場面でみられるのか、またそれが「自己中心性」の増長にどのようにつながっているのかを吟味していくことが、中心的な視点となる。具体的には、現在インターネットの日常化を促進しているソーシャルメディアの利用の中で、「他者依存性」や「自己中心性」がどの程度認められるのか、また日常的なスマートフォンの利用による「歩きスマホ」や「過度の撮影行為」といった公共意識が問われる場面において、どの程度「自己中心性」が認められるのかなど、さまざまな点を検討していく。さらに、利用者が契約している3社の通信キャリア企業に対して、どのようなイメージを抱いているのか、また日々どのような意見や要望を現在持っているのかについてもみていく。このことは、利用者のみならず、関係する企業や社会のさまざまな立場から、インターネットの日常化がもたらす現状の課題に対して、対処方向を探っていくことにつながると考えている。

調査方法としては、今回主に2つ試みた。1つはインターネット調査を通して、先述した視点を丁寧にみている。考察対象の範囲としては、首都圏のスマートフォン利用者に限定し、ソーシャルメディアの利用を中心に現状を捉えている。詳しい調査内容は後述する。

もう1つは、通信キャリア企業へのインタビュー調査である。これは、インターネット調査結果から明らかになったことに対して、利用環境を提供している企業自身がどのように受け止めたか、そして今後利用者に対してどのような対策方向をイメージしているかについて、企業側へのインタビューをもとに探っていく。補足的にCSRレポートなど関連資料も併せてみていくことで、現状における企業姿勢

がほぼ描けるものと考えている。

その他、関係するテーマに関する他の調査データも参照し、必要に応じて傍証的に活用している。

2. インターネット調査結果報告

2.1. 調査目的と仮説

まず初めに、今回のインターネット調査の目的を述べる。

先述したように、近年スマートフォン(以下、スマホ)の急速な普及に伴い、インターネット利用の日常化が世代を超えて広まっており、スマホ利用を牽引していると考えられるソーシャルメディアが利用者にもたらす思考、意識、人間関係などへの影響を明らかにすることが本調査の主目的である。加えて、スマホ利用に伴う意識や行動の変化や公共意識への影響、通信キャリアのイメージについても探ることで、利用者の背景への理解も深めておきたいと考えた。そして、今回の成果はこれからの時代において、インターネットとの適度な距離の置き方やメディアを適切に使いこなしたり、使い分けたりする考え方など、克服すべき課題への処方箋を提起するヒントにもなることを期待して行った。

また、調査仮説として注目した点は以下である。

- ① スマホ利用によるソーシャルメディアは、利用者に多様な効用をもたらす一方、新たなさまざまな課題を生み出している。
- ② スマホ利用によるソーシャルメディアが利用者に及ぼす影響を通して、利用者の「他者依存性」が高まり、思考の仕方や人間関係を変質させる。
- ③ スマホ利用によるソーシャルメディアへの依存度合いが高まると、相手とのコミュニケーションに偏りが生じ、コミュニケーション不全を生み出しやすくなり、人間関係に支障をきたす場面が増加する。

いずれもソーシャルメディア利用に伴うマイナス面といえる。どのような新しいサービス、技術にも、効用とともに課題がある。文明の利器である自動車や家電と同様、両面を冷静に見つめることで、適切な利用者との距離感を図る必要がある。インターネット利用もすでに日常化している現在、新しさに伴う効用の裏側に潜む課題と正面から向き合う段階になってきたと考えている。

2.2. 実施概要

以下、項目ごとに概要を列挙する。

①調査タイトル

「スマートフォンによるネット利用が思考や意識、人間関係に及ぼす影響」

②調査対象

- ・スマホ利用者で、東京、神奈川、千葉、埼玉在住の電車利用者
- ・20代男女、30代男女、40代男女、50代男女各75名、合計600名

③主な調査項目(属性除く)

- ・スマホの利用歴、役立ち度、時間感覚など
- ・ソーシャルメディア（LINE, Twitter, Facebook）の利用状況、意識など
- ・公共意識（ながらスマホ、過度の撮影）、スマホ利用による生活の変化など
- ・各通信キャリアへのイメージ（docomo, au, softbank）、意見・要望など

④実査

2014/06/13～15（インターネット調査、調査会社クロス・マーケティングに委託）に実施。

今回の調査で配慮した点は、まず首都圏で主に電車を利用している対象に絞ったことである。それは、公共意識に関する問いで駅や電車内でよく見られる「歩きスマホ」を中心とした「ながらスマホ」についての意識や行動に注目していることによる。また、電車での移動中に比較的ソーシャルメディアに接する時間が長いと考えたからである。

一方、ソーシャルメディアについては、最近の各種調査から利用割合が高いとされているLINE, Twitter, Facebookに絞って調査票を設計した。今回、対象となる年代を広く捉えていることもあり、年代に応じ利用状況や意識が分かれることを期待した。とくに注目した点として、LINEについては近年注目されている「既読スルー」の受け止め方、Twitterについては他者の情報による影響度合いとともに受信と発信のバランス、Facebookについては影響度合いのほか他人の生活をのぞき見ることへの意識や監視されている感覚を盛り込んでいる。そして、共通する項目として、利用「疲れ」の程度や「未利用の理由」、さらにフリーアンサーとして利用所感を問うている。

さらに公共意識として提示した「歩きスマホ」は現在社会的な問題意識が高まっているテーマであること、スマホによる「過度の撮影」は今後問題意識

が高まっていくことを予測し、異なった性格の切り口を採り上げた。

最後に、通信キャリア企業3社へのイメージ評価として「親しみやすいか」「広告のうまさを感じるか」「ユーザーを大切にしているか」「先進的か」「社会的責任を意識しているか」の5点をランク付けしてもらっている。さらにフリーアンサーとして企業への意見、要望を聴いている。今回各社へのイメージ評価や意見、要望をあえて加えたのは、利用者のスマホに対する価値意識や今後に向けたスマホ利用における課題意識が適切に表現されることを期待したからである。

今回のサンプリングには偏りがあり、一般化はできない。しかし、スマホ利用で最近トピックスとなっている点の特徴を拾い上げ、その傾向を理解することで今後に向けたヒントが得られると考えている。

2.3. ハイライト（クロス集計）

まず、主な回答者属性としては、東京49.0%、神奈川24.3%、埼玉14.2%、千葉12.5%とエリアにより偏りがある。スマホを契約している通信キャリアでは、docomoが42.3%、auが32.3%、softbankが23.8%となっている。利用歴としては、3年以上が30.5%、2～3年が27.2%となっており、6割程度が比較的長く利用している層によるものとなっている。

スマホ全般に関する問いの中で、「自分の日常生活でスマホが役立っていると思うこと」に94.2%が「とてもある」または「たまにある」とする一方、「スマホに時間をとられ過ぎていると感じること」は59.5%が「とてもある」または「たまにある」と回答している。さらに、「スマホなしで連続して過ごすことができる時間」では、49.3%が6時間以内までと回答している。以上より、日常的なスマホ利用が現在かなり進行していることが改めてわかる。

次に、調査結果から、今回注目できるハイライトを以下紹介していきたい。結果を見る視点としては、ソーシャルメディアの利用状況、公共意識、通信キャリア企業への意識、その他特記事項とし、順に紹介していく。仮説を踏まえた分析については、次節の分析のところで視点を変え、深く踏み込んでいく。

①ソーシャルメディア(LINE, Twitter, Facebook)

の利用割合は、概ね20代が最も高く、年代ごとに徐々に低下している。LINEでは20代が72.0%に対し、50代は46.7%となっており、若い年代から利用が広まっている様子がわかる。Facebookでは比較的年代差が小さくなっている。

- ②LINE, Facebookでは、個人や身近な人への登録数が多いが、グループ、有名人または企業など公式アカウントの登録は、多くが5件以内と限られている。つまり、利用の多くが個人や身近な人との関係であることがわかる。
- ③利用「疲れ」については、利用割合と同様概ね20代が最も高く、年代ごとに徐々に低下している。Facebookに関しては、30代利用者の26.4%が「とても感じている」または「まあ感じている」と回答しており、他の年代と比べ突出している。
- ④これらのソーシャルメディアを利用しない理由については、いずれも共通しており「必要性を感じない」5～6割、「面倒くさい」4割程度、その他LINEやFacebookでは「プライバシーが心配」が3割程度となっている。これらの結果は、今後に向けた利用の広がりを阻む課題といえる。
- ⑤LINEで「コメントするタイミング」については、全体的には「少し考えてから」が37.3%と最も多いが、「即座にする」では40代、50代が3割前後と多くなっている。このことはLINEに対する利用姿勢で20代、30代との差をうかがわせる。
- ⑥LINEの「既読機能」については利用者の受け止め方が分かれており、「既読スルー」をしたことが「あまりない」または「一度もない」という割合は全体で39.1%、そして「既読スルー」は「できるだけ避けるべき」または「してはいけない」という割合は全体で24.7%となっている。「既読スルー」の経験については、20代、30代と40代、50代とで年代差が見られる一方、NGと考える割合は各年代とも2～3割となっており、LINE利用における新たな常識感覚ができつつあることがうかがえる。
- ⑦LINE利用に関するフリーアンサーからは、プラス面では「やりとりが軽くなった」「思いつきで会話できる」「大勢で情報共有ができる」「グループ機能が便利」「家族間のチャットには最適」といったコメントが目立っている。一方、マイナス面では「無駄なメッセージ、スタンプが多い」「メッセージの送り手に縛られている感じ」「人とつながり過ぎることが迷惑だと感じる」などのコメントが目立っている。LINEでは、コメントの頻度が多くなるとともにコメントが短く、ときにはスタンプだけといったやりとりの短縮化が、コミュニケーションに影響を与える要因のひとつとして考えられる。
- ⑧Twitterは、全体的に10件以内のフォローにとどまる割合が高い。また、「毎日つぶやく」層は20代が最も多く35.6%となっているが、他の年代では限られている。とくに、30代より高い年代では「つぶやかずに読むだけ」の層が半数以上を占めている。このことは、Twitter利用が定着していく中で、多くの層が情報収集ツールとしての利用に落ち着いていき、限られた発信者の情報を、多くの層が共有している状況がイメージできる。
- ⑨Twitterでは、「得た意見や情報に影響を受けていると思うこと」が「とてもある」または「たまにある」と20代の54.0%が回答している。さらに、それらを「知りあいに伝えること」が「とてもある」または「たまにある」と20代の47.1%が回答しており、影響を受けていることを拡散する傾向が改めてわかる。そのような状況は、利用割合と同様、年代が上がるにつれて徐々に下がっている。
- ⑩Twitter利用に関するフリーアンサーからは、プラス面では「友達の近況がわかる」「参考になる意見がたくさんある」「暇つぶしになる」といったコメントが目立っている。一方、マイナス面では「とても全部の情報を追えない」「ノイズ(となる情報)が多い」「正しい情報と誤っている情報の見極めが難しい」「短文なのでわかりやすいが、意図が伝わらないときがある」「勝手に誰かにフォローされるのが嫌だ」「知らずに自分の情報を流しているかもしれないと思うと怖い」などのコメントが目立っている。Twitterでは質量ともに多様な情報をいかに見極めていくかが難しいことや、フォローしフォローされる関係の中で不透明な部分が気になることがコメントからうかがえる。
- ⑪Facebookでは、Twitterと比較すると、影響を受けている割合は下がるが、20～30代が3～4割と比較的高い。また他者評価である「いいね」が多いほど受け入れやすいと感じるかを聞いたところ、20代では31.0%が「とても感じる」または「たまに感じる」と回答しており、その影響度合いの高さがうかがえる。さらに「友達申請」について、20代では19.0%が「友達申請」があれば「基本的にすべて受け入れる」としている点が他の年代と比べ際立つ

ている。FacebookはLINEほどでないにしても、他の年代と利用意識に差がうかがえる。

- ⑫ Facebook利用に関するフリーアンサーからは、プラス面では「ちょっとした知りあい探しに便利」「お友達ニュース録」「写真を大量にアップする際に役立つ」「リア充を自慢できる」といったコメントが目立っている。一方、マイナス面では「友達の食事と子どもの写真が多すぎて飽きる」「Facebookに載せるために行動する」「人の生活をのぞき見ることは楽しいのだが、たまに自分と比較して嫌な気分になる」「自分の投稿がどこまで広がってしまうのか怖い」「昔の友達などつながると面白いが、つながりたくない人とつながると面倒」といったコメントが目立っている。Facebookでは、投稿し続け自分を見せることが目的化しがちであることの他、相手のことがお互い良くわかる関係を作りつつも、それに縛られたり、自分と比較しがちになりやすかったり、また関係を広げやすいが自分の意図に反した関係が作られてしまうことなど、ストレスが生まれやすい状況がコメントからうかがえる。

さらに、公共意識やスマホ利用による意識の変化などに関する気づきとして得られた点を以下列挙する。

- ⑬ 公共意識の面では、まず「歩きスマホ」問題をどう受け止めているかを4つの選択肢で聞いたところ、全体では「すぐやめるべきだ」43.3%、「気をつける程度でよい」46.7%、「やむを得ない」5.3%、「別に問題はない」4.7%という回答が得られた。しかし年代別にみると、「すぐやめるべきだ」が50代では6割程度であるのに対し、20代では3割程度となっている。また「別に問題はない」では20代が1割であるのに対し、その他の世代では2～3%と開きが見られる。ソーシャルメディアの利用割合の年代差や一般的な公共意識への年代差、個人差などが、これらには関わっていると考えられる。
- ⑭ スマホでの人や物、食事などへの撮影行為に対する受け止め方としては、フリーアンサーで以下のようなコメントが目立っている。主な肯定的意見では「時代の流れ」「常識が変化している」「思い出に残るので良い」、また「SNS投稿目的なら承諾を得るべき」「撮影は良いが、ネットに載せるのは問題だ」など挙げられるが、単に撮影して楽しむレベルとネットで公開するレ

ベルで意識の違いがうかがえる。一方、主な否定的意見では「TPOをわきまえるべき」「行儀が悪い」「見ていて不愉快」「スマホに人が縛られているように感じる」など感情的に受け入れがたいといったコメントが多い。もちろん、どのような場をイメージしてコメントしたかは回答者により異なっており、現状では許容される範囲に幅があると考えられる。

⑮ スマホ利用による日常的な意識の変化

まず、日常的なスマホ利用により「物事を判断する際のやり方に、以前より得意になったこと、また苦手になったこと」については、フリーアンサーで以下のような回答が得られた。

得意になったこととしては「すぐに検索し調べようになった」「自分で考えるより先に、調べてしまうことが多くなった」「ネットで口コミを見てから買い物をするようになった」「ルート検索で行動がスムーズになった」といったように、すぐに検索する癖が目立っていることに加え、判断をネット情報に委ねがちになっている様子もうかがえる。

一方、苦手になったこととしては、「すぐ調べものができるが、自分で考えることが少なくなった」「判断基準にネットの情報を使うようになった」といった得意とは裏腹な点がうかがえる。さらに「読書力、暗記力が落ちた」「人づきあいが面倒になった」といったように、以前できていたことが苦手になっていく様子もうかがえる。

さらに「よかったこと、困ったこと、失敗したこと」に関するフリーアンサーでは、「パソコンを使わなくて済むようになった」「隙間時間に用事が済ませられるようになった」など、タイムマネジメントが効率的にできるようになった点が目立っている。一方、「文字でやりとりするとニュアンスが伝わらなくなり喧嘩した」「考えもせずですぐ発信してしまい、あとから何度も訂正を送るなど、考慮と配慮に欠ける行動が増えた」といったコミュニケーション不全も目立っている。また「何にでもはまりやすくなってしまう」「ゲームをやり過ぎてしまう」「仕事とプライベートの差がなくなり、疲れるときがある」「便利以上に、忙しく、あわただしい毎日になった」といったように、逆に時間がコントロールできなくなるといった点もうかがえる。このようにみえてくると、利用者のリテラシーに

よる変化の出方の違いが感じられる。

⑯通信キャリアへのイメージ、要望

最後に、回答者の属性で触れた通信キャリア3社のイメージや要望を簡単にみていく。

まず、5つの視点から各社のブランド・イメージを聞いたところ、それぞれ異なったイメージが示されている。docomoは「親しみがある」「ユーザーを大切にしている」「社会的責任が感じられる」の3点で高い結果が出ている。auはいずれの視点でも明確なイメージが示されていない。softbankは「広告がうまい」「先進的である」の2点で高い結果が出ている。一方、フリーアンサーで意見や要望を聞いたところ、「3社で十分技術は同等」(20代)、「以前はどの会社を選ぶかで差があったように思うが、今は3社とも大きな差を感じなくなった」(50代)といったコメントが目立っており、利用者としてのサービス実感やスマホ利用の機能面よりも、CMによるイメージが各ブランド・イメージ形成に、より強く影響していることがうかがえる。

また、その他目立ったコメントとしては、以下のものが挙げられる。

「CMや広告に莫大なお金を投資しないで消費者に還元してほしい」(20代)、「長年使っているユーザーに親切でない。乗り換え特典ばかりで、10年使っていても何の特典もない」(20代)、「料金が高止まりしている。新規ユーザーの獲得ばかりに熱心」(30代)、「契約の仕方をもっとシンプルにしてほしい」(30代)、「3社とも社会インフラである自覚が足りない」(30代)、「スマホで人に迷惑にならないように徹底的に対策を練ってもらいたい」(40代)。

以上のコメントを改めてみると、3社のブランド・イメージの違いはともかく、日常的に広く浸透しているスマホ利用に対して、利用者自身や社会の利用環境への質向上に関心や要望が向かっていることがうかがえる。その意味で、「歩きスマホ」問題などは、今後さらなる関心の高まりが見込まれる。

2.4. 分析① 仮説関係

それでは以上のハイライトを踏まえ、分析を行っていく。分析に関しては、調査仮説として注目した点をふまえ、まず5つの問いを設定し、それぞれについて現段階でどのように考えることができるのかを述べていく。

先述した調査仮説は以下である。

①スマホ利用によるソーシャルメディアは、利用者に多様な効用をもたらす一方、新たなさまざまな課題を生み出している。

②スマホ利用によるソーシャルメディアが利用者に及ぼす影響を通して、利用者の「他者依存性」が高まり、思考の仕方や人間関係を変質させる。

③スマホ利用によるソーシャルメディアへの依存度が高まると、相手とのコミュニケーションに偏りが生じ、コミュニケーション不全を生み出しやすくなり、人間関係に支障をきたす場面が増加する。

そして、分析する視点を意識した問いとしては、以下の5つである。

問1 他者依存性は高まっているか。

問2 コミュニケーション不全はみられるか。

問3 人間関係の縛りや重圧は強まっているか。

問4 公共意識は低下しているか。

問5 新たな課題が生まれているか。

では、ひとつずつみていこう。

2.4.1. 他者依存性は高まっているか。

ソーシャルメディアの利用を通して、利用者の「他者依存性」が感じられる場面がいくつか挙げられる。

LINEでは、いつもの仲間内で常に気軽に情報やスタンプ、写真を回し続けあう点、Twitterでは「読むだけ」つまりROM化傾向が強い点、Facebookでは「いいね」が義務化しつつあることへの指摘や、投稿記事を載せることを目的に行動してしまう姿勢、「知りたいけど、知られたくない」といった他者を気にしすぎるアンビバレントな態度などが関係していると考えられる。ソーシャルメディアに限らなくても、つい無意識に「何でもすぐ検索」し何らかの即答を求めようとしてしまう態度にも感じられる。

このようにスマホには、ソーシャルメディアの利用を中心に、他者依存性を知らず知らず高めてしまう要素は多くみられ、現在利用者に十分作用しているといえる。ただ、現段階では、その因果関係は明らかとはいえず、他者依存性を育てやすい条件が多様に揃っていると考えられる。

なお他者依存性は、行き過ぎると他者からの反応がないと自らを支え切れなくなってしまう懸念がある。利用を自制できる範囲を定める必要が今後の課題といえるだろう。

2.4.2. コミュニケーション不全はみられるか。

LINEやTwitterの特徴はコメントが短いことである。Twitterでは140字といった制限があるが、LINEになるとコメントの短さは顕著になり、コメントすら省略されスタンプや写真のみでコミュニケーションがなされる場合も少なくない。

この傾向は、スタンプや写真を多用しコメントを限りなく短くすることで、受け手側の理解の多義性をどんどん広げていくことにつながっていく。その結果、お互いの誤解を生みやすくなる。その要素として、情報の乏しさ、さらに受け手の思い込みや気分も手伝って、プラス、マイナス、いかようにも受け止められる可能性が多分に生じる。近年LINEでのトラブルには、このような誤解が深く関わっている。

加えて、誤解を増幅させる機能がソーシャルメディアには備わっている。誤解が受け手当人のみにとどまらず、関係者で瞬時に共有され、訂正不能に陥ることも少なくない。このようなソーシャルメディアの拡散しやすい機能も合わせて考える必要がある。

一方、頻繁なネットでのやりとりを通して「人疲れ」、リアルな「人づきあいが面倒になった」という声もみられる。ソーシャルメディアにのめり込むことは、限られた1日の時間の多くを費やすことでもあり、リアルな人付き合いはなくとも「人疲れ」する気分は残る。このように、リアルな人付き合いとは異なるレベルでの大量のコミュニケーションを通して、コミュニケーション方法が偏り、ソーシャルメディアでのコミュニケーションでの苦労の裏側で、リアルなコミュニケーションの体験が減り、苦手意識だけが高まっていくような皮肉な現実がある。

つまり、コミュニケーション不全は、ソーシャルメディアを通してネットへの依存が高まることで促進されると考えられる。

2.4.3. 人間関係の縛りや重圧は強まっているか。

現在LINEでは既読機能の是非が議論になっているが、既読機能により相手の行動や態度が「可視化」される点が人間関係の縛りにつながっており、すでに「既読スルー」をNGとする層が2〜3割を占める現状にある。既読機能への受け止め方は人それぞれ異なると考えられるが、いずれにしても利用者のストレスを増大させていることは間違いない。

また、Facebookでは、全体で「他人の生活を見ることに抵抗がある」24.0%、「他人から監視されていると感じる」23.6%と、他人に対して「見るこ

／見られること」へのストレスが4人のうち1人程度示されている。この点も、人間関係の重圧につながっていると考えられる。

さらに、LINEでは電話帳から自動的に友達を拡大してしまう機能や、Facebookでは頻繁に友達を紹介する機能が備わっている。そのような中で、20代では友達申請を基本的にすべて受け入れる割合が約2割となっており、「まずは受け入れ、後で悩む」といった悪循環が見て取れる。

以上のような、ソーシャルメディアにすでに備わっている機能が、必然的に人間関係の縛りや重圧につながっている現状がみられる。このことは、ソーシャルメディアですでに前提とされている機能そのものへの見直しが、とくにサービス提供側に課題として示されていると考えられる。

2.4.4. 公共意識は低下しているか。

今回尋ねた「歩きスマホ」の受容意識、およびスマホでの撮影行為の意識からうかがえる範囲だが、公共意識の現状の一端が見て取れる。

「歩きスマホ」は全体で4割余りが「すぐやめるべきだ」と問題視している中、20代では「すぐやめるべきだ」は3割程度、「気をつける程度でよい」が5割余り、「別に問題はない」が1割と、甘めな結果となっている。これは、当事者としての許容や正当化がうかがえるが、時間とともに全体の意識が20代のそれに近づいていくことが懸念される。

スマホでの撮影行為に対しては、意見が分かれている。ただ、全体的に個人意識にゆだねられている現状がうかがえ、否定する側も感情的な反応にとどまっている。それゆえ、今後肯定的な意見へますます偏っていくことが予想される。

そして、撮影行為は日常的に習慣化し、仲間と一緒に正当性を認め合う傾向がある。今回フリーアンサーの中で示された「時代の流れ」「常識が変化している」といった見方に、どれだけ社会としてのルールを持ち込めるかが今後の課題である。現段階でスマホでの撮影行為は、概ね「マナーを意識しつつも撮影は致し方ないが、ネットでの掲載(公開)には注意が必要だろう」という程度の利用者による現状のバランス感覚が見て取れる。

2.4.5. 新たな課題が生まれているか

上記以外でみられる新たな課題としては、プライバシーへの不安の増大が挙げられる。ソーシャルメディアは利用のハードルが低い一方、誰に知られて

いるかわからない不透明感や怖さ、自分でも知らないうちに個人情報やそれにつながる情報を流してしまっているリスクが生まれている。また、インターネット利用には日常化に伴い、さまざまな利用者の幅が生じる。そして匿名性が保たれやすいこともあり、悪意が個人を超え集団で共有されやすいリスクも伴っている。ビッグデータの活用をはじめとしたインターネットのクラウド化が見込まれる中、ソーシャルメディアのサービス提供者や通信キャリア企業の情報漏洩への備えを超えて、プライバシーの課題を今後考えていく必要がある。

また、情報の正しさを見極める難しさが見られる中で、ソーシャルメディアの利用割合の高い20代はTwitterでだまされた割合が26.4%と比較的高い。ソーシャルメディアは多様な意見や情報が得られる一方、ひとつひとつ裏付けをとっていくことは現実的には難しい。その意味から、情報の正しさの判断において、社会的なサポートの必要が期待される。それは、信頼できる審査機関なのか、法律的なものが妥当なのかはわからない。いずれにしても、上記の点で今後いかに自己防衛していくかが、大きな課題といえるだろう。

2.5. 分析② 追加視点

さらに踏み込んだ分析を行っていく。1つの視点は、ソーシャルメディアの利用に伴う「疲れ」についてであり、どのような「疲れ」がデータを通して示されているかを考えたい。

もう1つは「思考停止」についてである。便利さの裏側には、不便さがあるだけでなく、不便さを克服する知恵や態度、意識がある。便利さを追求するあまり、失われていくものは何かを少し足を止めて考えてみたい。

2.5.1. ソーシャルメディア疲れ

「SNS疲れ」という言葉は、日本でmixiなどの利用者が拡大する中で以前より耳にしたことがある。今回は、対象としているソーシャルメディアの「LINE疲れ」「Twitter疲れ」「Facebook疲れ」について、考えてみたい。

最初に、3つの疲れと全員が回答している属性および、利用歴や役立ち度、時間感覚との関係を見てみると、 χ^2 検定で「スマホで時間がとられすぎている」と感じる項目と1%水準の有意な関係(**)がLINEおよびFacebookで認められた。そこで、それぞれの疲れとの相関をとって見たところ、「LINE

疲れ」(.23**)、「Twitter疲れ」(.20**)、「Facebook疲れ」(.26**)といった程度の結果しか認められなかったが、それぞれの疲れ相互の相関では、L-F(.43**)、L-T(.47**)、T-F(.58**)のようなゆるい相関が認められた。つまり、それぞれの疲れの出方が似ていることを示唆している。(L:LINE, T:Twitter, F:Facebookと略す)

次に、改めて各メディアの利用者と「疲れを感じる」利用者の割合について、利用の重なりもからめてみたところ、L-T-F利用者の疲れを感じる割合が46.4%と最も高く、次にL-F利用者が32.9%と高い数値が出ている。3つのメディアでは、LINEが29.5%ととび抜けており、Twitter12.0%、Facebook16.7%と比べてもその差は大きい。

以上から考えられることは、「LINE疲れ」が基軸になっていることであり、ほかのメディアと重なることでさらに疲れが増幅していることである。

では、「LINE疲れ」とは、どのような質のものだろうか。利用者がLINE利用に関して感じていることを自由記述してもらった中から挙げると、次のようなものが目立っている。

「既読がつくことが便利でもあり、それに返事が必要だととても不快になるため、LINE疲れが起こると思われる」「待ち合わせやすぐにお互い連絡を取り合うときは便利だが、あえてグループの話題で返信を強要されているようで使いたくない」「相手が読んでいてくれることがわかることは良いが、すぐに答えないと悪いような気になり、ちょっと面倒くさい」「友達削除の機能が欲しい」などである。

相手の反応が既読機能により見える化されることにより、送り手、受け手双方にさまざまな思いを抱かせることで気疲れが生じること、またグループ内での関心のないことへも返信など参加が強要されることが、疲れにつながる視点としてうかがえる。このような点は、TwitterでもFacebookでも共通しており、とくにFacebookでは相手について見たくないことまで見せられたり、自分のことがいろいろ監視されたりすること、そしてそのことがいつも脳裏に付きまとうことで、より重苦しい精神的な疲れにつながっている様子がうかがえる。

さらに、3つのメディアを併用しているヘビーユーザーの疲れの様子をみてみると、「時間に追い回され、便利以上に忙しく、あわただしい毎日となった」(50代)、「就寝前に閲覧していてそのまま寝てしまう」(30代)、「いつでも仕事のチェックができるので悲しい」(30代)といったように、精神的な疲れが

肉体的なものにも及んでいる様子がよくわかる。

ソーシャルメディア疲れをまとめると、以下のようになる。

まず、単に時間的に利用しすぎていることが疲れに直結するわけではない。しかし、長く利用する中で、人間関係に深く関わるLINEやFacebookでは、相手や仲間との適度な距離感がなかなか見いだせず、つい過剰な付き合いになってしまうことがストレスになる。また、そのやり取りの中で送り手、受け手双方の間に、限られた情報による誤解や深読みが生じ、ギャップがストレスをさらに大きくするとイメージできる。

一方、Twitterでは相手とのやり取りよりも、情報収集ツールとして活用される傾向が強いため、疲れの質としては、欲しい情報がなかなか見つからないことや氾濫する情報の真偽が確かめられないなど、情報過多や情報混乱による疲れが目立っている。それゆえ、軽度な肉体的疲れに近く、少し休憩すれば回復するものが多いと考えられる。

今回の調査結果を踏まえると、ソーシャルメディア疲れとは「利用しすぎによる時間負担を前提としつつ、相手とのやり取りにおける誤解や考え方のブレ、気疲れが蓄積し、そのような関係を維持することで生じる精神的ストレス」とまとめることができるだろう。

2.5.2. スマホ利用に伴う思考停止

今回の調査では、「思考停止」に関わる点として、それぞれのメディアにどの程度影響されているかとともに、Twitterでは「Twitterの意見を参考にせず自分だけで考える機会」がどの程度あるかを尋ねている。また、それぞれのメディア利用に関するフリーアンサー、および日常的なスマホ利用による「物事を判断する際のやり方」に関する変化、「よかったことや困ったこと、失敗したこと」もそれぞれフリーアンサーで尋ねている。「思考停止」については、これらの結果を手がかりに分析してみたい。

まず、「Twitterの意見を参考にせず自分だけで考える機会」がある（「とても」＋「まあ」）と答えた割合は、20代39.1%、30代53.8%、40代40.0%、50代43.2%となっている。30代が10ポイントほど高いが、それ以外は40～50%といえるだろう。逆に考えれば、概ね利用者の約半数は、何かを考えるとTwitterの助けを得ていることになる。

では、Twitter利用者以外を含めて考えると、フリーアンサーからうかがえる意見から、次のような

ものが挙げられる。

変化としては「すぐに検索し調べるようになった。自分で考えるより先に、調べてしまうことが多くなった」「ネットで口コミを見てから買い物をするようになった」「判断基準にネットを使うようになった」「読書力が落ちた。暗記する力が落ちた」、そして困ったことや失敗したこととしては「考えもせずすぐ発信してしまい、あとから何度も訂正を送るなど、考慮と配慮に欠ける行動が増えた」「なんでもはまりやすくなってしまう。ゲームをやりすぎてしまう」「仕事とプライベートの差がなくなり、疲れる時がある」などが主な回答として挙げられる。

このように見てくると、先述した「他者依存性」でも触れたが、「検索癖」に象徴されるように、なにがしかの答えが求められたとき、自分で考えようとする前に、ネットに頼ってしまう態度が目立っている。さらに、得た答えを吟味することなく受け止め、自分の答えとしてしまう様子がうかがえる。また、そのような状態が日常的な基本スタイルとなり、無意識的なルーティン行動となることによって、ますます自分で考えることをスルーしてしまうことになる。このような行動スタイルは、まさに「歩きスマホ」問題とも直結していると考えられる。

「歩きスマホ」とソーシャルメディア利用との関連を見てみると、無関係だとするデータが出ている。一方、先述した「スマホなしで過ごせる時間」への回答状況と「歩きスマホ」への意識とは、 χ^2 検定で1%水準の有意な関係(**)が認められている。つまり、ソーシャルメディアの利用とは関係はないが、スマホそのものに対して常に身につけていないと落ち着かないといったような依存性自体が、「歩きスマホ」への意識とつながっている。

他のマナーに関する調査²⁾によると、他人に対して気になるマナー違反として、「歩きながらの携帯操作」(46.1%)が4番目に来ている。ちなみに1番目は「複数人で横並びで歩き、通行の妨げになっている」(60.5%)、2番目は「控えるべき場所での携帯電話」(58.0%)、3番目は「ごみのポイ捨て」(49.2%)、そして5番目は「禁止された場所での喫煙」(45.9%)となっている。つまり、現在「歩きスマホ」は「ごみのポイ捨て」と「禁止された場所での喫煙」と同じ程度のマナー違反として受け止められている。しかし、自分がついやってしまうマナー違反としては「歩きながらの携帯操作」(27.8%)がダントツで1番目となっている。ちなみに2番目は「控えるべき場所での携帯電話」(10.8%)、3番目は「複数人で横並

びで歩き、通行の妨げになっている」(4.8%)となっており、かなり比率が下がる。現在「歩きスマホ」が、マナー違反として意識しつつも、知らず知らず行動してしまう矛盾をはらんでおり、意識と行動が大きく乖離していることがわかる。このことは、すなわち「歩きスマホ」がマナー違反だとの情報を得ているものの、自分と無関係なものであり、日々の生活の中で頭の中から抜け落ち、自分ではすでにコントロールできていないレベルにまで近づいていることがうかがえる。

つまり、今回の調査や参考となる他の調査から言えることは、スマホを日々使い続けることによって、スマホに依存しやすくなるとともに、道具に「使われる」状態に陥りやすくなり、利用者の意識が周囲のリアルな世界から離れてしまい、スマホの中やソーシャルメディアなどを通してその先の関係の中に取り込まれやすくなることを示唆している。まさに、スマホがリアルな世界からワープしてしまう入口のようなイメージが浮かぶ。

このように考えてみると「携帯通話」と「歩きスマホ」の違いは、前者は利用者の視覚が周りに届くのに対して、後者は視覚がスマホに集中してしまい一時的な「目隠し状態」になって意識が飛んでしまうことにより、「ついやってしまう」割合が高くなる。それが、同じ携帯・スマホ利用でも「ついやってしまう」程度の差として出ていると考えられる。

いずれにしても、スマホ利用が他者に多くを委ねたり、自己コントロールを失ったりと「思考停止」を誘発しやすい状態につながっていると考えられることができるだろう。

3. 考察

冒頭でも触れた本論文のイントロダクションとしての研究ノート「ネット・バカの壁」では、「ネット・バカ」の特徴として、「他者依存性」と「自己中心性」を指摘した。そして、「ネット・バカの壁」に囚われると、「他者依存」がより進行し、容易に「偏った認識」に陥りやすくなり、なかなかその中から出られないことを述べた。つまり、思考の硬直化が、「ネット・バカ」となることによってより進行するといえる。

このような状態の中で、その壁を乗り越える仮説として、以下の点を指摘している。

①批判的な受け止め姿勢

情報をうのみにせず吟味すること。また、少数

意見の論拠を考える癖をつけること。

②思考のバランス感覚

少数意見に目を向けて思考の枠組みを広げ、自分の意見の立ち位置を見極めること。

③リアルな対話

相手と面と向かって対話することで、相手を深く理解するとともに思考を鍛えること。

それでは、今回の調査結果や先述したいくつかの分析結果を通して、「ネット・バカの壁」をいかに超えるかについて、改めて考察する。

3.1. 他者依存の壁

まず、ネットの先にいる他者や情報より、身近な他者に目を向けることを意識することが大切だと考えている。人はある意味で、他者と無縁では生きていけない。しかし、ネットの向こうの不確かな相手に頼る以前に、身近でかつ実体の伴う相手との関係を改めて意識する必要があるだろう。

また、「IT断食」³⁾を主張する人もいるが、無意識に依存してしまう状態から脱するためには、飲酒だと「休肝日」があるように、「ネット休日」を設けることもひとつの工夫だといえる。スマホがないと半日も時間が持たない人が今回の調査では半数程度いるが、常にあることが当たり前のものは、一度失うことでその存在の意味に改めて気づくことができ、かつ道具としての意味を考え、利用をコントロールできるだけの距離感をとるための工夫が大切だと考えている。

いずれにしても、スマホを肌身離さず身につける方向ではなく、少し距離を置くことで他者依存の壁を超えやすくできるのではないかと考える。

3.2. 偏った認識の壁

偏った認識をただすためには、ただしてくれる相手が必要である。偏った認識に導きやすくする行動スタイルとして「検索癖」が挙げられるが、それを「対話癖」へと変換できる努力が現在必要だと考えている。リアルな「対話」は、相手との逃げられない関係の中で、多様な手がかりを駆使してコミュニケーションを図ることができる。そこには誤解が生まれにくく、また自己中心的な態度はなかなか受け入れられない。

そして、「対話」というコミュニケーションスタイルは、世代を超えて成立するものであり、メディアリテラシーがさほど問われない。この点は、今回の調査でも明確に示されたように、インターネット

の場合は年代差が色濃く出ていることと対照的である。

もちろん対話できる相手は、とても限られる。しかし、相互の理解を伴いながら、認識の偏りをできる限り生じさせないためには、リアルな対話を通してでしか難しいと考えている。ネットでの対話でもできそうに思えるが、文字や記号のみのやり取りでは限界があるだろう。もし可能性があるとしたら、リアルな対話と併用したネット対話で、補完的な関係の場合だと考えている。

3.3. 思考の壁

最後に、思考停止、思考の硬直化といった「思考の壁」について考えてみたい。

建築学者で作家の森博嗣氏は『孤独の価値』の中で、自分から思考し何か生み出すためには孤独が必要だという。そして、「つながりすぎの肥満が、身動きのできない思考や行動の原因になっている」⁴と述べている。つまり、思考を支えるものは、一定程度他者と切り離された環境で、自分と向き合い自分の頭で考えることであり、それが「孤独」の価値だと述べている。

このような考えを踏まえたとき、ソーシャルメディアを通して常に誰かとつながり続けていることの問題の大きさを改めて感じる。フリーアンサーの中にもあったように、「自分で考えるより先に調べてしまうことが多くなった」「判断基準にネットの情報を使うようになった」状態では、まず自分から思考する余地は見出せない。

そして、リアルな体験が思考を促進する。現在ネットを通して、さまざまな情報とともに動画などにより、あたかも体験したかのような気分になることが少なくない。しかし、疑似体験は体験ではない。他者により作られた、他者の視点から描かれた現実の一面でしかない。自らがその場に身を置くことで得られる情報とは比較にならないだろう。

つまり、思考の壁を超えるためには、自分で思考できる環境をいかに整えられるかにかかっていると考えられる。

『バカの壁』を著した養老氏は、常々自然の中に身を置くことの大切さを強調している。自然の中に身を置くことは、孤独になれるだけでなく、リアルな感覚を呼び起こすことにつながる。その意味で、他者との距離感だけでなく自然との距離感も思考には重要である。

4. 結論

本論文の前提となる視点として、「ネット・バカ」の自分なりの定義に基づき、「他者依存性」に注目しつつ、「自己中心性」との関わりや、インターネットの日常化に潜む課題のあり様について検討してきた。論拠としては、スマホでのソーシャルメディアの利用実態や「歩きスマホ」など公共意識への影響を独自に実施したインターネット調査を中心に、関連する先行研究や調査も参考にしつつ考察を進めてきた。

そして、結論として言及できる点は2つある。

1つは、インターネット利用の日常化により「他者依存性」が促進される点である。今回調査を行った中で、ソーシャルメディア利用に関する部分では、LINEやFacebookでは人間関係面での依存性が目立ち、Twitterや「検索」では情報収集面での依存性が主に示されている。もちろん、ソーシャルメディアの利用や検索機能などのインターネット利用は、利用者のリテラシーにより依存度合いは異なってくる。ただ、それらの利用の日常化が進み、無意識的な行動になることによって自分で考えることなく他者や外部情報に判断を委ね、それらを無批判に受け入れてしまうような態度、すなわち「思考停止」につながっていく傾向がみられる。

「自己中心性」との関わりは、今回あまり明確に示されてはいない。しかし、公共意識の象徴として「歩きスマホ」への意識や姿勢を見る限りでは、年代別に差異はあるものの、スマホが視野狭窄的な仕組みとなり、自分の世界に入り込みやすくなるがゆえに、周りが見えなくなってしまう状況が生まれていることがわかった。「歩きスマホ」は視野を20分の1程度にまで狭めてしまうとNTTドコモなどの研究⁵により示されているが、スマホ利用が視野狭窄になりやすくなることは、身体的、精神的ともに言えると推察される。

もう1つは、ソーシャルメディアの過剰利用に伴う人間関係への悪影響がみられる点である。今回ソーシャルメディア「疲れ」への分析を通して、とくにLINEやFacebookにより送り手と受け手双方の意識のギャップが生まれやすいことや、相手との適度な距離感が見出しにくいことが示されている。この点は単なる時間的な過剰利用によるものではなく、「既読機能」や「友達関係機能」への理解や受け入れ姿勢により、個人差が出やすい部分だといえる。ただ、ソーシャルメディア利用が必然的に人間関係

での「疲れ」につながる仕組みを内包しており、利用者のリテラシーが低いまま過剰利用が続くと、心身へのストレスが蓄積し、人間関係への悪影響が生まれる懸念が示唆されている。

では、以上の2点に対して、今後どのような方向性を描いていけばよいのかを指摘しておきたい。

まずは、コミュニケーション教育を充実させていくことだと考えている。従来から、いかにインターネット活用を行っていくかといった効用面に重点が置かれた「メディアリテラシー教育」が行われてきた。しかし、今回の結果からは、それ以上にインターネット利用の影の部分も含め、コミュニケーション全体のあり方を学ぶことの必要性が読み取れる。とくに、インターネットを使わないリアルな「対話力」の向上を図ることも含まれるだろう。このことは、世代を超えたコミュニケーション力を身につけることにもつながる。

さらに、インターネット利用の社会情報環境整備を充実させていくことだと考えている。「歩きスマホ」問題が示唆している点は、公共意識は個人に責任を委ねても効果は薄いことである。スマホ利用に伴い懸念される点は、強制的に防止ソフトを組み込むことや、禁止されることと許容されることを分け、明確にルールとして提示することなど、社会情報環境として強制力を伴う誘導が必要だと考える。現状のように、目立たない程度に「歩きスマホ」を回避するよう呼びかけるだけでは、視野狭窄になりリアルな周囲が見えない利用者への効果は薄い。駅や交通機関、マスコミ以上に、日々スマホの普及拡大に勤しんでいる通信キャリア企業の社会的責任が強く問われている。

「ネット・バカの壁」を超えることは容易ではない。しかし、人間自らが生み出したインターネット・メディアという道具がもたらす課題は、人間の工夫によって解決ができると信じている。

5. 次なる研究課題

さいごに、次なる研究課題について簡単に述べておきたい。

まず、スマホ利用に関しては、ソーシャルメディアに限らず、ゲームなどソフトの利用範囲を拡大し、なぜ利用者がのめり込み、自己コントロールがなくなっていくかを、詳細に調査し明らかにしていくことが求められる。

また、公共意識については、「歩きスマホ」や

「過度の撮影行為」に加え、他のマナー意識と合わせ詳しく実態を分析することで、どうすれば「歩きスマホ」などスマホに関わる公共意識が健全に保たれるか、その効果的な方法を見つけていくことが求められる。

そして、以上を踏まえながら、これからの時代のコミュニケーション作法を提起することで、現状の課題解決につながっていくことが期待できる。

インターネットが一般に利用できるようになって、はや20年が経とうとしている。そろそろ光と影を見極めながら、文明の利器として有効活用ができる道具に進化させる節目に来ていると、今回の研究全体を通して改めて考えている。

注

¹宮田穰「ネット・バカの壁」、相模女子大学紀要 VOL.77C(2013)

²株式会社ゲイン「マナーに関する意識調査」、インターネット調査、2014年7月実査、全国20-60代の男女・各250名

³遠藤功・山本孝昭『「IT断食」のすすめ』、日本経済新聞社、2011、を主に参考とした。

⁴森博嗣『孤独の価値』幻冬舎新書、2014、p.129

⁵NTTドコモが製作した「歩きスマホ」の注意勧告動画(2014.3.28公開)による実験で、渋谷のスクランブル交差点を舞台に「もしもスクランブル交差点を横断する人が全員歩きスマホだったら?」という設定で、1,500人が同時に交差点を渡るシミュレーションを行った。そのシミュレーションの根拠として、「歩きスマホの歩行時の視野は通常歩行時に比べて約20分の1になるとの愛知工科大学小塚一宏教授の研究結果に触れている。小塚教授は2011年、名古屋市の繁華街で「歩きスマホ」の危険性を調べ、普通に歩くときに比べて視野が20分の1になり、歩く速さも7割程度に落ち込むことを突き止めた。

謝辞

今回のインターネット調査は、2014年度個人研究に対する相模女子大学特別研究助成を得て実施された。大学関係者に謝意を表したい。また、通信キャリア企業インタビューを快くお引き受けいただいたNTTドコモCSR部、およびソフトバンクモバイル広報室へも感謝を申し上げたい。

参考文献

- マンフレド・シュピッツァー． 小林敏明訳． デジタル・デメンチア． 講談社． 2014. 397p.
- ダナ・ボイド． 野中モモ訳． つながりっぱなしの日常を生きる． 草思社． 2014. 353p.
- 藤原智美． ネットで「つながる」ことの耐えられない軽さ． 文藝春秋． 2014. 231p.
- 古田雄介． 中の人 ネット界のトップスター26人の素顔． アスキー． 2012. 287p.
- 春日武彦． 自己愛な人たち． 講談社現代新書． 2012. 185p.
- 香山リカ． ソーシャルメディアの何が気持ち悪いのか． 朝日新書． 2014. 205p.
- 香山リカ． 絆ストレス． 青春新書． 2012.189p.
- 香山リカ． 若者のホンネ． 朝日新書． 2012.223p.
- コグレマサト・まつもとあつし． LINE． マイナビ新書． 2012. 231p.
- コモエスタ坂本． 低度情報化社会． 光文社． 2006. 253p.
- 松田美佐・土橋臣吾・辻泉編． ケータイの2000年代 成熟するモバイル社会． 東京大学出版会． 2014. 299p.
- 森博嗣． 孤独の価値． 幻冬舎新書． 2014.182p.
- NHK_PR1号． 中の人などいない． 新潮社． 2012. 239p.
- 鈴木健介． ウェブ社会の思想． NHK ブックス． 2007. 265p.
- 武田徹． 若者はなぜ「繋がり」たがるのか． PHP 研究所． 2002. 251p.
- 養老孟司． 「自分」の壁． 新潮新書． 2014.222p.
- 特集「だってネットに出てたもん」を考える． ジャーナリズム． 2月号． 朝日新聞社． 2014. pp.4-81
- 特集「世界に広がるスマホ依存症」． ニューズウィーク日本版． 2014.5.20号． 阪急コミュニケーションズ． pp.23-31
- 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム編． スマホ白書 2013-2014． インプレス R&D.2014. 217p.

