2011 年度卒業論文

山田正雄ゼミナール

――デジタルネイティブの陰――

―変化とともに何を失ったのか―

日本大学法学部　政治経済学科　４年

学籍番号：0820534

中島 一成

2011 年度　山田正雄ゼミナール　卒業論文
デジタルネイティブの陰―変化とともに何を失ったのか―
0820534　中島 一成

はじめに

私がデジタルネイティブというテーマを扱うにあたっての動機は、身近に感じた違和感を元にしたものである。それは、ジェネレーションギャップとも言うべき違和感であった。年上・同年代・年下の分類を超えて感じることもあった。そこで、興味深い話を聞いた。それがデジタルネイティブというものであった。話の中では、私もデジタルネイティブとして入っているのだが、違和感はある。そこから始まったのである。そこで、私が着目したのは、デジタルネイティブの文化である。常に新しいものを求め、変化し続けていくというものがデジタルネイティブの文化である。以上のことを発起点として、デジタルネイティブの土台・文化について、理解を深め、実体験等も含めながら、その心を解き明かしていきたい。

まず、デジタルネイティブに関してここで論じたいと思う。
デジタルネイティブとは、マーク・プレンスキーという人物が自身の論文の中で提唱した説である。そこでは、1980 年以降に生まれた人たちをデジタルネイティブであると定義づけている。そして、その特徴は、メールなどを利用し、「絶えず誰かとつながっている」というものである。
次に、日本においてデジタルネイティブはどのような定義がなされたのであろうか。日本での定義は、1983 年以降に生まれた世代とされている。そして、特徴としては「不特定多数との共有」「自己表現」とされている。

共通して言えることは、デジタルネイティブと、そうでないデジタルイミグラントでは、考え方が大幅に異なるということである。そして、世代は当てはまるとしても、その誰しもが当てはまるというものではないということに注意しなくてはならない。

はじめに、デジタルネイティブが誕生する背景を把握する為に、第一章で、インターネットの登場について、詳しく見ていくこととする。現在利用されているシステムの根源をたどり、どのような理由から我々の生活に変化をもたらしたのかを確認していく。

次に、特に日本のデジタルネイティブの最たる利用デバイスであるケータイについて、確認し、パソコンとの違いや、特有の現象を解くカギを示していく。

第二章からは、デジタルネイティブについてアプローチする。後の第三章の、「ネットと自分との関係」へと繋がる概論となる、サービスを視野に入れたデジタルネイティブを論じていく。その後、サービスごとのデジタルネイティブの特徴を述べていく。

最終章では、それまでの総括・テーマとして、デジタルネイティブの中身に強くアプローチを寄せる。失ったものを中心に、心の闇・現実の闇など負の面を特に論じていく。次の世代に危険が迫っているということから、希望と言うテーマではなく、警告を促すような論文となっている。

目次

はじめに

1.デジタル機器の誕生の歴史
1.1.インターネット
1.1.1.インターネットの歴史
1.1.1.1.アーパネット
1.1.1.2.掲示板システム
1.1.1.3.オペレーションシステム
1.1.2.インターネットがもたらしたもの
1.1.2.1.社会・政治
1.1.2.2.ビジネス
1.1.2.3.プライバシー
1.1.2.4.デジタルデバイド
1.2 ケータイ
1.2.1 携帯電話の実情
1.2.1.1.歴史
1.2.1.2.利用実態
1.2.2 ケータイとパソコン

2.デジタルネイティブの誕生
2.1.インターネットとデジタルネイティブ
2.1.1 インターネットとデジタルネイティブ
2.1.1.1.もう一人の自分
2.1.1.2 検索するということ
2.1.2.ケータイとデジタルネイティブ
2.1.2.1.ケータイメールの利用
2.1.2.2.SNS の利用
2.2.デジタルネイティブを生んだビジネス
2.2.1.映像コンテンツ
2.2.1.1.YouTube
2.2.1.2.ニコニコ動画
2.2.2.SNS
2.2.2.1.ゲーム系 SNS
2.2.2.2.コミュニケーション系 SNS

3.デジタルネイティブは何を失うのか
3.1.ネットと自分との関係
3.2.ネットと現実
3.3.脳の変化

おわりに

参考文献・参考資料

1.デジタル機器の誕生の歴史

1 章では、人間にデジタルネイティブという概念をもたらす根本的存在について、デジタル機器の歴史について明らかにしていくものとする。何がためにデジタル機器は生まれ、発展してきているのかをたどることで、我々にどのような影響を及ぼしたのかの原因を知る元を理解することに近付くと考える。なお、この章について、デジタル機器の技術的記述は出来るだけ避け、サービスを中心にたどっていくこととする。

1.1 インターネット

デジタルネイティブを語る上で、最も重要視されるものはインターネットである。そこで、まず、インターネットの歴史からその発展、そして、その影響についてを見ていくこととする。

1.1.1.インターネットの歴史

インターネットは今や生活に必要不可欠とも言えるほどに、私達の生活の中心的存在となっている。ここでは、その起源からの歴史を述べていく。

1.1.1.1 アーパネット

インターネットの起源は、アメリカ防総省が設立した高等研究計画局（ARPA）で、1969 年のことである。そして、そのネットワークのノードは、カルフォニア大学ロサンゼルス校、スタンフォード・リサーチ研究所、カルフォニア大学サンタ・バーバラ校、ユタ大学の 4 か所につくられた。ARPA は、ソビエト連邦が人工衛星スプートニクを 1957 年に打ち上げたことに対して、技術的・軍事的に優越性を獲得する為に 1958 年に設立された集団である。そして設計されたものは、アーパネットという。ただ、このアーパネットはこの段階において他のコンピュータネットワークに接続は出来なかった。

この問題を解決するために考え出されたのが、標準プロトコルである。1973 年、サーフ、ジェラルド・レラン、ロバート・メットカルフェらを中心としたグループが TCP（伝達統制プロトコル）を発表。1978 年に、サーフ、ポステル、クロッカーは TCP を二つに分け IP（インターネットプロトコル）を付け加えることを考案。こうして、現在に標準とされている TCP/IP プロトコルが誕生した。

アーパネットが 1975 年に移されたアメリカ防衛通信局（DCA）は、TCP/IP プロトコルを利用した国防データ通信網を形成する。その後、セキュリティ上安全を考慮し別のネットワークを立ち上げたことによって、アーパネットはアーパ・インターネットとなり、元よりの軍事利用の目的から研究用に使われるネットワークとなった。1990 年にはアメリカ防衛通信局はアーパネットを放棄し、インターネットは軍事目的から完全に解き放たれた。のち 1995 年に民間セクターによるインターネットの私的運用が可能となり、インターネッ

トは急速に成長を遂げる。

1.1.1.2.掲示板システム

ただ誤解しやすいが、このアーパネットは現在のインターネットのすべてを構築したわけではない。それは、このアーパネットは対話式コンピュータの研究で、コンピューティングをオンラインで共有することが目的だったからである。では、それ以外の起源は何か。

掲示板システム（BBS）は 1970 年代後半に、ネットワーキングにより伝統的に発生。このシステムは、電話回線を利用するコンピュータネットワークにも応用されているものでもある。

1977 年、シカゴの学生が、PC 間のファイルの移動を可能にするプログラム（MODEM）を開発し、また 1978 年には PC によるメッセージの送信と保存を可能にするコンピュータ掲示板システムのプログラムを開発した。そして、1983 年にカルフォニアのプログラマーが独自 BBS プログラム（FIDO）を開発し FIDONET を立ち上げた。この FIDONET がいわゆる標準的な電話回線を利用したネットワークである。

1.1.1.3.オペレーションシステム

世界中で利用されているオペレーティング・システム Linux もその一つである。その元はベル研究所で開発された UNIX というオープンソースのオペ―レーティング・システムであった。このオペレーティング・システムをベースにし、ヘルシンキ大学の学生リーナス・トーバルズが開発したのが Linux である。

同じく世界に広くインターネットの普及に寄与したワールドワイドウェブ（www）。CERN（ヨーロッパの高エネルギー物理学研究所）のプログラマーが情報共有のためのアプリケーションとして開発したハイパーテキスト・システムである。ワールドワイドウェブもアーパネットとは起源を異にしているが、開発から伝統的に改良等が加えられ、現在のインターネットを支える大きな土台となった歴史のひとつである。

そして、マイクロソフトは 1995 年に windows95 とインターネット・エクスプローラを売り出す。同じく 1995 年、サン・マイクロシステムがアプリケーション・システム Java を開発し、ウェブ・アプリケーションを拡大化することに成功。こうして、社会に対し一般的にインターネットが誕生したのである。

以上がインターネットそのものの歴史である。

このように、インターネットに関連した一般大衆的な社会現象としてデジタルネイティブを見ていくとすると、1969 年の 1 つの限られたコンピュータ通信ネットワークの完成では満たされない。ただ、その後のインターネットの発展の仕方には学生の活躍があることなどを考慮すると、個人としてデジタルネイティブが存在しているともいえるのではないかと感じられる。

1.1.2.インターネットがもたらしたもの

ここでは、インターネットがもたらしたものは何が挙げることができるのか、そしてどのように影響したかについて論じるが、デジタルネイティブという存在については、本論にて扱うテーマであるので、ケータイについては後に扱うことから、この段階では言及せずに進めさせていただく。

先にそのもたらしたもの、影響を与えたものを挙げていくことから始めたいと思う。それは、政治・ビジネス・コミュニティ・プライバシー・格差である。つまり、政治経済等我々の生活すべてに影響が与えられているのである。

1.1.2.1.社会・政治

インターネットの普及により、一般市民はそれまでとは打って変わり、多くの情報を手中にしたといって過言ではない。それは、市民も専門家・政治家の様な特定の者が得ていた情報を共有できたことにより、ある意味では同等ともいえる。また、web2.0 と言われるように政治家とのやりとり、つまり情報要求に対し意見表示することや、電子掲示板などを用いリアルタイムの世論の形成に対し、政治が動かされることなどが考えられる。つまり、民衆が政治を監視し、動かすことが可能となる本来の意味で民主主義が完成するということである。また、未だ記憶に新しく思えるオバマの大統領選挙の戦略で、SNS を活用するといった利用のされ方。選挙において、オンライン投票の使用などの利用のされ方もある。

しかし、この分野において必ずしも有効的であるとは限らない。多くの情報というのはすべてか事実であるわけではない。自由・安価で行えるインターネットのチャネルは、他メディアが策定するよりも早く、かつ、噂話までも巻き込んで真実のように広まってしまう。追随するメディアもゴシップを無視ことはできず、制御もできない。スキャンダルばかりが広まり、政治の正当性が危ぶまれてしまう。また、政治家本人のインターネットを活用した政治活動、オンライン投票などは、形としては存在するが、いずれも実情から鑑みると限定的で一般的見地から利用されているとは言えない。

とはいえ、社会運動を組織する場面において、インターネットの力は大きく、今までの規模とは段違いのとてつもない組織力を携えることとなる。この組織力は、不当な政治に対して、大きな力となり市民の生活の改善や腐敗を防ぐ力と言えるだろう。

1.1.2.2.ビジネス

インターネットを利用したウェブ上の取引は年々増加しており、今後も増加は予想される。ましてや、電子メールの利用を考慮したとすれば、ビジネスを行う上で、なくては成り立たないとも言えるだろう。そして、インターネットは多くの企業にチャンスを与えた。従来の関係であれば、圧倒的に大企業が市場に幅を利かせていたが、水平的関係を特徴とするインターネットを利用することで、限定的ネットワークから無限ネットワークを所有

することに成功したのである。例を挙げるならば、現在衣料産業で輝きを放っている ZARA。家族経営の無名の企業であったが、ネットワークを駆使し、リアルタイムのデザインや生産、取引状況を把握するといった、徹底したネットワーク化により、企業のスピード化を達成し、今では大企業となった。日本では、通販・お取り寄せなどという話題が尽きず、今まででは無名企業の生産物であったものが、話題の中心に立ち成功を収めている。

IT 企業バブルと言われるほどであるので、あえて挙げるほどのないくらいに、インターネットの技術は活躍している。このように、ビジネスにおいて、非常に大きな役割を果たしたことは明白である。

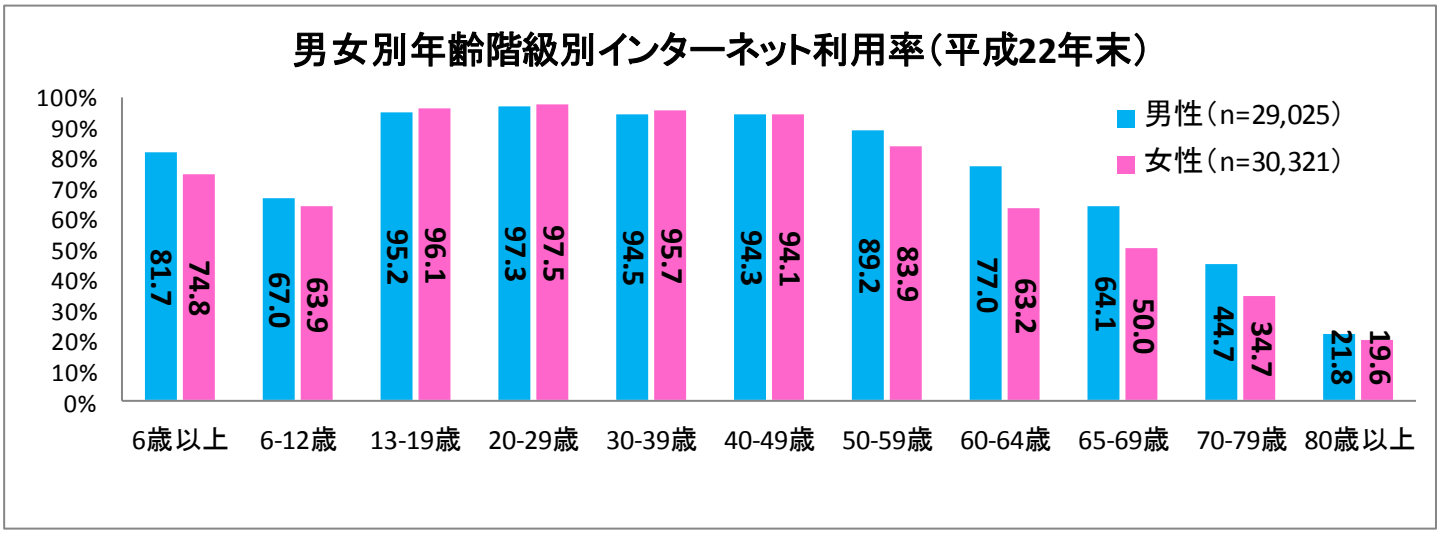
1.1.2.3.プライバシー

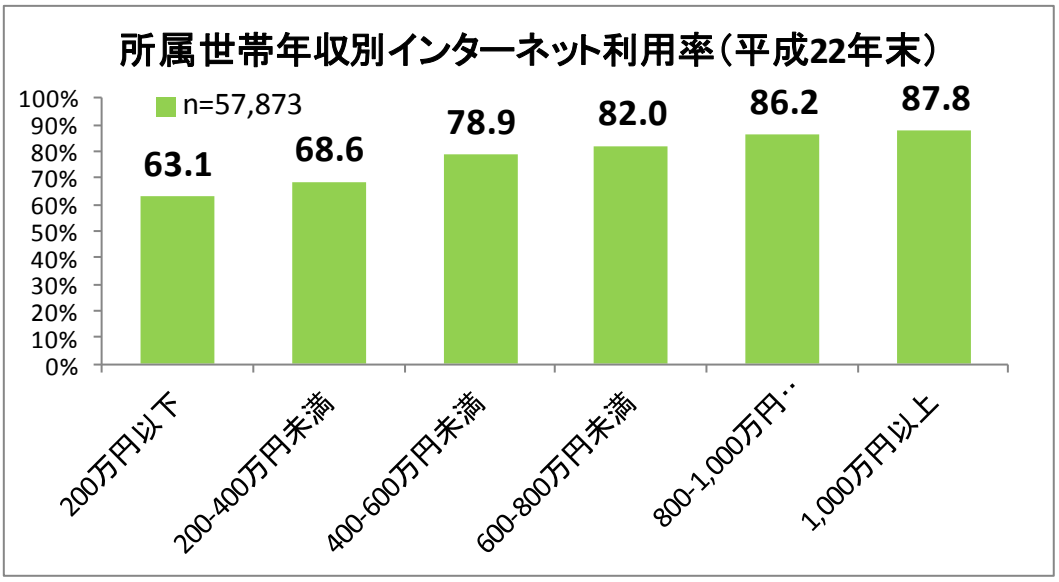
我々は自由を手に入れたと同時に、プライバシーを失った。インターネットに匿名性などなく、そして、一度公開された情報は完全に消去することは非常に難しく、不特定多数の者と共有することとなる。それは、海、山、谷を越え世界中に発信され、国境は存在しないに等しい。これは、当人の意志に反して起こり得ることである。コンピュータウイルス、ハッキングによるものや、他人の twitter の投稿により個人の行動が公開されてしまい問題になるという話題も記憶に新しく、常に監視されていると考えても不思議でない状況である。

このプライバシーを貴重なマーケティング要素として、商業目的で収集することも今や当然のごとく繰り返されている。しかも、このマーケティングはインターネットの中だけではとどまらずに、現実世界にまで反映されてもおかしくない状況になったこともある。1999 年、インターネットの広告会社ダブル・クリックは、アメリカの 9000 世帯の氏名・住所・ショッピングパターンを、オンラインとオフラインで照合をする作業を行った。結局、停止こそされたが、技術上可能であることには変わりなく、周りに危険が迫っているとも言えるだろう。商業目的だけではなく、国家によるプライバシー規制も否定できない。国家機関の通信傍受やアクセス制限、検閲のようなものによる監視、スパイなど、すべての可能性を否定できない環境であり、自由と束縛の世界に身を置いているのである。

1.1.2.4.デジタルデバイド

多くの機会と大きな力をもたらし、情報社会を築いたインターネットだが、そのような環境にないものや知識に乏しい者にとっては不平等を生みだしたと言える。接続環境がすべてのデジタルデバイドを解消するわけではないが、あるひとつの指標となり得ることにかわりはない。そこで、日本のインターネットの接続環境の状況を示すインターネット人口普及率はというと、平成 22 年の調査で 78.2%となっている。なお、接続機器、利用目的を問わない形での調査であるので、必ずしも情報収集に利用された訳ではないことは留意しておかなくてはならない。また、ここに年齢別、男女別のグラフも示す。





まず、男女間での利用率にはさほどの違いは見られないが、年齢からは 60 歳代から平均を下回ることが分かる。年収からは、所属世帯年収 400 万円未満の層が、平均を下回る。単純的な数値でのデジタルデバイドは、やはり、世代間・年収で起こることが分かるが、デジタルデバイドには他にも、接続速度の環境、知識によるものなど考えられる。知識に関しては、おそらくすべての人にデジタルデバイドがあると考えている。それは、個々人により求める知識、必要な知識があるので、そこに間違いなくデバイドがあるのである。例えば、インターネット閲覧するだけで満足しており、他には何もない人がいたとして、ウイルスに関して知識がなければデバイドであろうし、ウイルスのことを熟知しているが、ビジネスパートナーとして、インターネットを独自の方法で活用しなくてはならない人の

場合は、そのことに関しての知識でデバイドなのではないかと考えるのである。デジタルデバイドの問題は、デジタル機器が存在する限り、そこに存在することだろう。

1.2 ケータイ

特に日本においてデジタルネイティブに関して、大きく影響を与えているものは、ケータイの普及ではないかと考えられる。というのは、パソコンとケータイは同じようだが、マーケティングの側面から見ても、全くの別物ということであることからも、特性が違うと考えることができるからである。ここでは、携帯電話の実情からケータイの使用に関する実態にスポットを当てる。ここからデジタルネイティブの片鱗を感じ取れることだろう。

1.2.1 携帯電話の実情

ここでは、携帯電話の普及してきた歴史や数値的な実情に関して、話を進めていく章とする。

1.2.1.1.歴史

歴史としたが、携帯電話の起源から現在までを追うのではなく、特に現在のデジタルネイティブに影響を与えたと考え得る、初めて携帯電話にインターネットへの接続機能が付加され、携帯電話のケータイ化の大きな役割を担ったとされる i モードの誕生から始まりとしたい。

i モードサービスは、1999 年 2 月、第二世代携帯電話（2G）の時代に NTT ドコモから開始された。そのサービスが画期的であった点は、携帯電話から初めてインターネットに接続するという点である。サービス開始時点では、端末の液晶はモノクロであるが、のちにカラー化されたこともその後のコンテンツ産業に影響を与えた重要な要素である。カラー化されたことにより、待ち受け画面の多様性が生まれ、その待ち受け画面を提供することからコンテンツビジネスが花開くこととなる。さらに 2000 年末には、着メロがブームとなり、また Java が搭載されたことにより、アプリが動かすことができるようになったことで、ゲーム等が楽しめるようになった。

2001 年には第三世代携帯電話（3G）が発売される。第二世代と第三世代の大きな違いは、その通信速度である。第二世代 mova が 9.6kbps～28.8kbps、第三世代 FOMA は 384kbps と mova 全盛の 2004 年時においても圧倒的速度差である。そして、その後のコンテンツビジネスにとって大きな役割を果たす、パケット定額制が 2004 年に開始された。その後、着うたサービスが始まり、現在も多く利用されている。

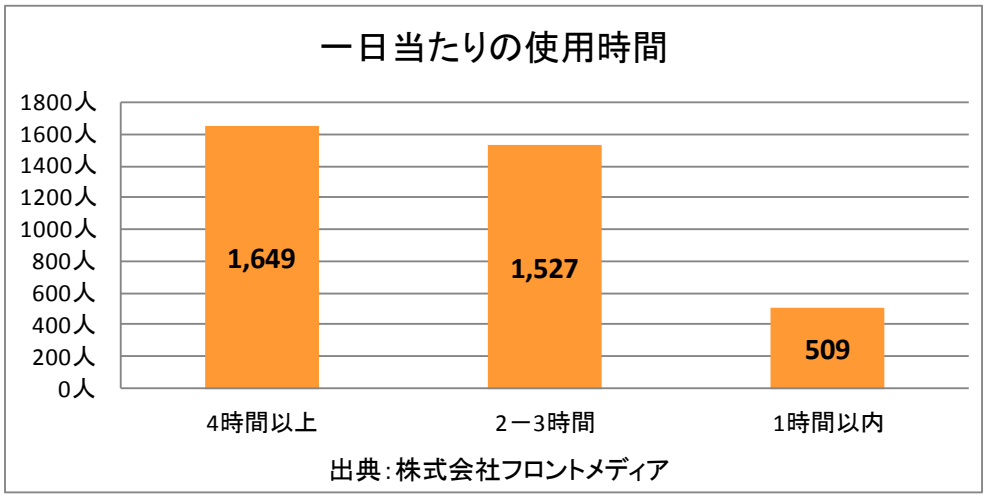
3.5 世代（3.5G）としての現在、エンターテイメント性に注目が集まり、ワンセグ始め NTT ドコモに限らず、各社膨大なサービスを考案し、提供され続けている。また、今後もエンターテイメント性に特化するような傾向は続くと考えられる。それは、各社が電波帯の使用権争いを繰り広げてまで獲得する意味があるというほどの可能性を持っている、と

判断したからである。

1.2.1.2.現在の使用実態

次は、各方面で調査されたデータに基づき、どの程度、どのように使われているのかなどを検証していくこととする。

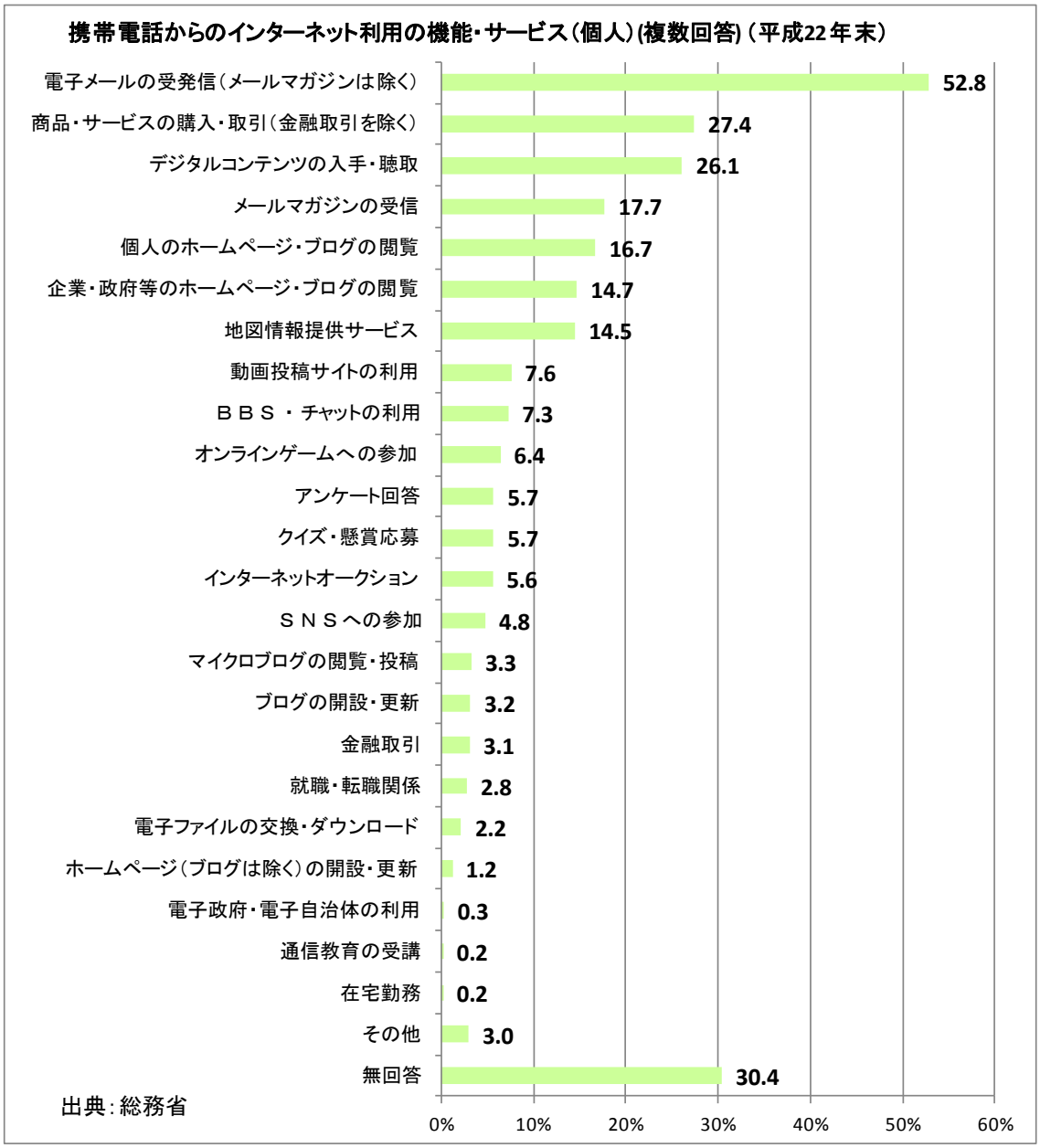
まずは、一日当たりのケータイ使用時間から見ていきたいと思う。



このように、大多数の人が 2 時間以上使用しており、4 時間以上という人も半数に近い程度存在している。このことから、多くの人がケータイを長時間利用していることになる。

その中で、インターネットに接続する場合、どのような目的のもと利用しているのだろうか。総務省による、通信利用動向調査をもとに作成したグラフを次のページに掲載する。ここで留意しておかなくてはならないことがある。それは、この資料の対象となっているのは、平成 22 年末であるので、昨今隆盛のスマートフォンの流行前であることだ。そのことによって、平成 24 年現在の状況とは、多少異なる数値であるかもしれない。だが、ここでは公表されている最新のデータであるので、使用させていただく。

第一に多く使われているのは、やはり電子メールである。そのまま第二、第三と続くのだが、ひとつ注目すべき点がある。それは、電子メール以外では、何らかのページにアクセスするということである。つまり、ケータイからのインターネットアクセスにおいて、最も利用される形態は、インターネットのページ閲覧なのであるといえよう。



1.2.2 ケータイとパソコン

インターネットに接続できるという点において、ケータイであることとパソコンであることに、特別な違いはないはずである。だが、ケータイとパソコンのインターネットの利用のされ方にはいささか違いがみられる。果たしてそれは何故であろうか。そこで、この章では、ケータイインターネットとパソコンインターネットの違いについて述べていくこととする。

特に目立つ違いは、それぞれの性質である。パソコンは共有物としても利用が期待され

るが、ケータイはそうはいかない。ケータイ場合は、端末そのものが個人の所有物であり、すぐ操作できるなど身近な存在である。その個人の所有物という観点が非常に強い役割を果たしている。というのは、ケータイは、コミュニケーションのツールであり、一部であるということである。一部であることに関し、ひとつのデータを示すと、ケータイの電源を常時入れてあるとしている人は 66.4%（出典 : モバイル社会の現状と行方）おり、また、切るという 33.6%も多くは就寝時であるという。このことから、実際の使用の頻度の大小問わず身近なものであるといえる。

さて、コミュニケーションに関してだが、ケータイというツールは、誰かとつながるために便利であり、必要なものであるということである。常に誰かとつながるということがコミュニケーションであり、必ずしも特定の一人ではない。常に、という部分を除けば、パソコンと大差ない、いや、パソコンの方が便利かもしれないが、常に、という部分が殊のほか大事なのである。メールを例にとるならば、着信の知らせがないにもかかわらず、ケータイの画面を見て着信の確認をしますか（出典 : モバイル社会の現状と行方）、という問いに対して、75.5%の人が肯定的な返答を返したのである。先程の常時電源を入れてあるかという所からも統合して考察すると、その時、着信があろうとなかろうと、常に、誰かとつながっていたいという想いが感じ取れる。

そして、このつながっていたいという要求に応えているものは、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）であろう。匿名同士、見知らぬ同士でも、気軽に積極的に知り合いのようにつながることができる。そこでも、ケータイとパソコンの感覚と性質の違いが証明される。SNS にとって、身近であることは利用につながる。このことを踏まえ、パソコン発の mixi とケータイ発のモバゲータウンの会員 200 万人突破年月を比較すると、mixi が 1 年 9 カ月、モバゲータウンが 9 カ月と 1 年もの差があるのである。

以上のことをまとめると、やはり、ケータイとパソコンの違いは存在し、ケータイはパソコンに比べ身近であるということがいえる。そして、そのことがデジタルネイティブに拍車をかけたともいえよう。

2.デジタルネイティブの誕生

ここから本論文の核となるデジタルネイティブについての章となる。まずは、ここまでの起源をもとに、デジタルネイティブの誕生・特徴など外面的な視点から見ていくこととする。その他、影響を与えた対外的な面を論ずることで、デジタルネイティブが社会に影響力を与えていることを確かめていきたい。この部分が後に述べる展望に大きくかかわる章であり、本論のテーマでの、デジタルネイティブの光の部分となり得るひとつの提示である。
次の３章と比較し、この章を、外から見たデジタルネイティブとして論じていきたい。

2.1.インターネットとデジタルネイティブ

インターネットが現在のデジタルネイティブを生んでいるということを前提に、概要として、インターネットとの関係を取り上げ、その後に、ケータイを介したインターネットとの関係を突き詰めていく。

2.1.1.インターネットとデジタルネイティブ

これまでの部分で、インターネットが我々の生活に及ぼした影響がすさまじく、また、必要不可欠のものとなっていることがわかるだろう。必要であること、それは、それぞれによって必要の意味が違うことに焦点を当てたい。というのは、ビジネスとして必要であるから、現実の友人とコミュニケーションするために必要であるからなど、さまざまある中で、最も特徴的なのは、インターネットの中にも自分がいるというほどに必要にしているものである。

2.1.1.1.もう一人の自分

現実世界で生きている以上、自分は一人存在しているが、インターネットはいわばもう一つの世界である。匿名同士、現実で知り合うよしもなかった人と、リセットされた自分で知り合う、関係することができる。そのことに形式は問わない。掲示板であれ、SNS、アバターであっても、フェイス to フェイスのコミュニケーションでないことが、重要であるのだ。現実世界で放出できない精神面を影響させた自分を存在させる、恰好の場所であれば、もう一人の自分は完成する。映画サマーウォーズでも、ゲームばかりしかしない少年は、インターネットの中のアバターでは、仮想世界のヒーローのような存在であったし、主人公の少女は、ただの女子高生であったのだが世界を救った。だが、すべてがうまくいくわけではない。

秋葉原の無差別殺傷事件。この元凶はネットにあると当時話題となった。というのは、犯人はインターネットに多くの書き込みをしており、それすらも上手くいかなくなってしまっていたことから事件は発生したとのことであった。実際その書き込みは膨大な量であったが、初期の頃は本人以外の書き込みも存在する。しかし、途中から本人のみが書き込

みをし、もう一人の自分は孤独を味わい、現実とインターネット、二度プライドをへし折られてしまった。そこから凶行が発生したのである。

このように、もう一人の自分は、本当の意味でもう一人の自分となっていると考えることすらも出来る。同時並行的にセカンドライフを送り、一人の人間がさまざまなペルソナをかぶり２人以上の人間を演じている。演じているとはいえ、元はと言えば一人の人間であることにかわりはなく、それぞれの能力は否応なしに反映されてしまう。その点からも、リセットされた自分という表現が適切かもしれない。

2.1.1.2 検索するということ

インターネットの検索というものは我々に知りたいという欲求に対して、即座に返答を返す非常に便利で理論的な存在である。しかし、その手軽さと、おおよそ正しいであろう回答は、デジタルネイティブの形成に間違いなく影響を与えている。

その手軽さに甘え、成長を続け、育ったのがデジタルネイティブの誕生である。ある夏、小学校で夏休みの宿題、自由研究が出された。そこで、ある子供は植物の成長記録を作成し提出した。ここまでは、何の問題もなく聞けたのだが、どうやら観察対象のその植物の成長を見守ってはいないようなのだ。つまり、「その植物の成長記録」を「検索」しただけで、毎日の楽しみではなく、観察でもなかったのである。

この出来事は私の周りで起きたもので、氷山の一角にすぎないだろう。知的好奇心は薄れていき、考えることがなくなった結果、思考力が低下してしまう。それだけにとどまらず、好奇心を失い、問題の答えを探すだけの環境で育ってしまうと、自然と創造力も失われていくことだろう。未来を担っていく上で、必要とされるのはただこなすだけの存在ではなく、新しく創造していく力である。検索をし、時間を短縮し、作業の効率化は図れたことは否定できず、むしろ歓迎すべきことである。しかし、利便さのみを知り、頼りすぎてしまう間違ったデジタルネイティブにはなっていけない。

2.1.2.ケータイとデジタルネイティブ

ケータイの特性から生まれたデジタルネイティブの特徴をここでは取り上げていく。前述したとおり、身近な存在であるケータイは、その他のメディアからのアクセスとは一線を画す要素が詰まっている。そのような特性を踏まえたうえで、またも私の体験を交えここに論じていくこととする。

2.1.2.1.メール

昨今問題とされている外で遊ばない子供たち。あながち無関係ではない。子供たちは外で遊んでいないのではなく、遊ぶこと自体減っているというのだ。もちろん室内で遊ぶこともあるが、外で遊ぶのはたくさんの友達と遊ぶ時、それ以外は極少人数もしくは一人である。遊ばないといっても、孤独というわけではない。ある日わたしは、非常に驚くよう

な出来ごとに遭遇する。それは小学校低学年の子供が、「○○ちゃん、また明日ね。」ここまでは違和感はない。「あ、帰ったらメールするね。だから明日じゃないね。あとでね。ばいばい。」つまり、メールで会っているのである。メールをすることで、相手に会い、会話する。ケータイを我が分身のごとく駆使し、友達と遊んでいたのである。

誰かとつながっていたいというデジタルネイティブの想いに対して、自分の一部であり身近なケータイは、最高のコミュニケーションツールとして、ケータイメールを与えている。

ケータイを利用しながら、最も直接的に近い電話機能を差し置き、最高のコミュニケーションツールとしたのには、理由がある。それは、メールというものがいかにも都合のいいものであるからだ。第一に、メールをしているとき、時間までは共有されず、自分の時間を過ごすことができる。第二に、簡単に自分を演じることができる。第三に、都合の悪い相手の対応が楽である。と、このようなものである。自分の時間を大切にするという感覚は、デジタルネイティブにとって敏感である。効率やスピード感を求めてきたことにより、他人と共有する時間は自分の時間を割いているものという感覚がある。つまり、効率が悪くなり、気分が悪いのである。その点、時間の共有の少ないメールは都合のよいものと感じるのである。次に、演じることができるという点では、コミュニケーションの際に、自分の理想とする相手への接し方が容易になることである。フェイス to フェイスのコミュニケーションだと、対応に時間的制約が大きく反映され、思わぬ対応をすることもある。しかし、メールであれば、返答することに時間的余裕があるので、考えて返信すればよい。また、メールでは別人格という現象も少なからずあるということで、つくりだされた自分を演出できるツールであろう。最後に、都合の悪い相手というのは、メールアドレスそのものにもからくりがある。例えば連絡先を教えなくてはならない時、電話番号よりもメールアドレスの方がハードルは低くい。それは、容易に変更することが出来るからだ。また、直接のコミュニケーションでは、嘘はつきにくいが、メールであれば無視・あしらい・それなりの対応などすることに苦労はない。

このようにメールは、本気の付き合いでも、かりそめの付き合いでも、上手く使いこなせることから、デジタルネイティブにとって、何よりも都合のいい最高のツールであると同時に、さらに特徴付けるツールであるといえよう。

2.1.2.2.SNS

さらに、デジタルネイティブの特徴づけるようなものとして、重要なものはソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）であろう。サービスそのものについては、後述することとするので、ここでは、その利用とデジタルネイティブの関係について論ずることとする。

まず SNS について、メール・電話とは異なり、普遍的に搭載されている機能ではないが、CM などでも頻繁に流されているので、認知度は非常に高く、利用希望者も発生しやすいと

される。GREE においては、2011 年 3 月に会員数 2500 万人を突破したとしている。なお、2009 年には会員数 1000 万人であったので、わずか 2 年で、1.5 倍もの会員を獲得していることが分かり、爆発的な広まりを見せていることが分かる。また mixi でも、2500 万人の会員を獲得している。合計すると 5000 万人となり、国民の半分が登録しているとなるが、現実的ではない。重複しているユーザーがいるはずであるが、何故、重複するような会員登録をするのだろうか。それは、それぞれ目的別に利用しているのだが、その理由はやはり、つながりなのである。それぞれのサービスによって、ユーザーは変わり、当然つながる相手も変わる。そうすれば絶えず何かのサービスの誰かとはつながることができる。例えば、GREE であればゲームをメインに使用し、他ユーザーともつながる。mixi であれば、リアルな友達を中心に、コミュニケーションを重視したユーザーとつながるといった具合である。

このように、やはり近頃ケータイ市場に参入し、成長著しい SNS においても、デジタルネイティブの特徴というべき、「つながりたい」がキーワードのように当てはまる。SNS のサービスについては、次のビジネスの部分で扱う。SNS が与えた負の影響については、次の章にて論述する。

2.2.デジタルネイティブを生んだビジネス

ここでは、ここまで広範なデジタルネイティブをつくりだし、成長させた土台と言うべきビジネスについてピックアップしていく。メールが始まりであったかもしれないが、それだけでは、コミュニケーションの迅速化が図れただけかもしれない。しかし、現実はそこでとどまることなく、そこからコンテンツ産業が花開き、今や IT 産業が最も勢いのある産業と言って過言ではない。つまり、革新的なビジネスを成功させたことを見ていけば、デジタルネイティブも理解するに近づくのである。

2.2.1.映像コンテンツ

掲示板等、投稿型コンテンツは、デジタルネイティブの欲求である自己主張の場として恰好のものである。その中で映像の投稿コンテンツはさらに効果を加速させる効果をもっている。というのは、自分の能力をテキストよりも具体的に、証明のごとく表現できるからである。

2.2.1.1.YouTube

2005 年にアメリカで始まった、動画共有サイトである。YouTube が放った衝撃は、凄まじいものであった。そして、あっという間に世界のインターネットを変えた。それと同時に多くの問題もはらんでいた。

無料で自由に無制限という形態は、インターネットの利便性を最大限に追求したようなものであった。そして、このサービスは、無料が当たり前という思想に火をつけたものと

して考え得るだろう。同時に、著作権の問題は開始直後から現在まで、常に叫び続けられ、根本的な解決には至っていない。

ここで、YouTube とデジタルネイティブとの関係であるが、特に顕著であるのが、見てほしいという自己主張を気軽にかなえるメディアと言うことであろう。これは決して自分の能力だけではなく、自ら撮り収めた映像を共有することでも、自分の存在をアピールすることができる。たとえそれが著作権違反コンテンツであっても、であるのだが。

改めてとなるが、映像であることが重要である。テキストでは、自己をアピールしたところで説得力に欠ける。例えば、音楽的センスを語ったところで、映し出されるのはその人の文才でしかない。しかし、映像となるとそれが証明となる。加工したものであったとして、それが評価されるということは、加工技術が素晴らしいともなるのである。このように称賛たる評価を求めて、気軽に投稿するのがデジタルネイティブである。YouTube にて自分をアピールし成功した、最近の例ではジャスティン・ビーバーである。彼は、YouTube で投稿していた映像が評価され、デビューし、今では人気アーティストとなっている。これは、最高の到達点と言うべき、成功例だが投稿する者はこのような未来を渇望し、行動を起こしているといえよう。

2.2.1.2.ニコニコ動画

日本で生まれた YouTube に似たサービスであるが、特徴的な機能がヒットし、日本のデジタルネイティブの温床ともなっている。YouTube には、リアルタイム性が欠けていたのであったが、ニコニコ動画では、リアルタイム性を付加したコメント機能が追加され、多くのユーザーを呼び込んだ。コメント機能は、YouTube にも存在したし、閲覧数という評価基準もあったのだが、何故ニコニコ動画のコメント機能が強調されヒットしたのか。それは、動画自体に自分のコメントが表示され、より一層の参加感が増したのである。そして、コメントの協力作業で動画を盛り上げるなど、視聴者に一体感を持たせたりをし、感覚の共有がなされたのである。ここでは、共有・つながりというデジタルネイティブの特徴を育んだといえよう。

YouTube とニコニコ動画の共に言えることであるが、このコンテンツにおいてデジタルネイティブの住処としてのきっかけを与え、創設者はこれからの利用者の特性をつかみ、先駆的な偉業を成したといえるが、あくまでもきっかけでしかない。現在の形に仕上げたのは、ユーザーの側である。というのも、共に収益性は確かであるとは言い難いもので、ビジネスとしては不十分であったと判断せざるを得ない。つまり、現在の状態がひとつのデジタルネイティブを表した形ともいえよう。

形と言っても、形式のみの話ではなく、投稿されるものを含んだものである。ニコニコ動画に投稿される傾向としては、カスタマイズされたコンテンツというものである。例えば、既存のものの合成物（MAD）や初音ミク等を使用した作品である。これらの作品集は、評価しあうことでコミュニケーションを取ることができ、人脈に恵まれなかった、隠れた

クリエーターを発掘することともなり、デジタルネイティブらしいインターネットの中の展覧会である。

実際に体験したことであるが、生粋のデジタルネイティブとの会話ではニコニコ動画に関連した話題抜きにした場合、会話すら成り立たないであろう状況がある。すべてが当てはまるわけではないが、その多くが豊富な話題の一部に採用されている。そして、知っているとなると、同士のごとく親近感がわくということである。このようなコミュニケーションがなされているのも事実としてとらえたい。

2.2.2.SNS

ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）とは、インターネット上で社会的ネットワークの構築をするサービスのことで、実例としては、facebook、twitter、mixi、GREE、モバゲータウンなどといったものである。

こういったサービスは、デジタルネイティブの特徴である、「絶えず誰かとつながっている」「自己表現」というような部分に、大きくかかわっているものである。また、それぞれのサービスで特性が変わることから、各々がそれぞれ目的別に使い分けをしている。私は、その主な目的を大まかに、ゲーム系・コミュニケーション系の 2 つに分類し、論じていくこととする。

2.2.2.1.ゲーム系 SNS

ゲーム系 SNS として分類する SNS は、ゲームコンテンツを軸とし、その中に交流等が存在するようなものとしてここに論じる。例として、GREE、モバゲータウンといったものである。こういったものの特徴は、ゲームコンテンツを中心として、サービスを提供し、そのほかのサービスとして、コミュニティなどというもの設置し、交流の場として提供している。

後述するコミュニケーション系の SNS と、異なる特徴としては現実のコミュニティと異なるコミュニティを形成することが多く散見されることである。ひとつの背景として、CM の放映回数が多く、現実の関係を問わず、新規のユーザーが多く加入し、不特定多数のユーザーと関わる可能性が高まるというものがある。つまり、知らない人同士とつながることが多い SNS と言える。そして、あくまで出会い系サイトではないので、規制の対象ではない。このことから、児童被害の助長する SNS と称されるなど、大きな問題を抱えている SNS と言える。

2.2.2.2.コミュニケーション系 SNS

コミュニケーション系 SNS とする SNS は、コミュニティの形成を中心にしたサービスを提供しているものとする。例として、facebook、twitter、mixi などといったものである。Facebook は実名登録が主であり、mixi は招待制度が加入の主であるなど、リアルの友人関

係が反映されやすい。そのような点から、匿名性が薄く自然にコミュニケーションに制約がかかり、より現実に近いコミュニケーションとなりやすい。つながりという点では、広範かつ濃密であると判断することができるだろう。

ゲーム系 SNS にも、日記機能として提供されているが、こちらでは、主要機能として、ブログ・マイクロブログといったサービスが提供される。もちろん、自己表現の場であるのだが、サービスにアクセスするのには、表現することが必ずしも目的ではない場合がある。というのは、他人の書き込みを見ること、が何より暇つぶしであり、満足を得られるということだ。振り返るとこのようなサービスが、隆盛を迎えるのには、有名人のブログを見ること（他人の書き込みを見る）から端を発している。また、プロフと呼ばれるプロフィール紹介をするサービスサイトでは、自分のみが知り得る自分の情報を公開し、同時に他人のプロフィールを閲覧することも可能だ。

このように、アウトプットのみならずインプットも行うことがつながる、ということとなり、重要なことである。メールで例えるなら送信と受信だが、当然 1 対 1 である。その点、SNS では自然的な行動で双方向のやり取りとなる。SNS は何気ない気持ちで投稿される、つながりたいというニーズに応えるように、必然的に生まれたビジネスである。その気持ちが広まっていき拡大していったことが、デジタルネイティブのつながりたいという願望を特徴づけた。

3.デジタルネイティブは何をもたらされたのか

デジタルネイティブは、それまでの人々と比べ、何をもたらされたのであろうか。デジタル機器など、外的なものはここまでに論じてきたので、内面的な、精神的な視点からもたらされたものを見ていくこととする。日本では、物は豊富に存在し生活も不自由のない人達が多く、外面的には幸せで得たものは計り知れない。しかし、それが当たり前であると思っていると、些細な事情で不自由と感じてしまう。そのような、外から見えにくいもたらされたものとは何だろうか。

3.1.ネットと私の関係

ネットの中にもう一人の自分をつくりだすということは、すでに前述したが、果たしてその行為は、当の本人の心を満たしているのであろうか。中毒的にネットゲームはまり、依存症であった人の多くは、その後解き放たれ振り返ると「時間を無駄にした」と後悔するという。ネットゲーム中毒となるのには、その時ネットの中に自分の存在と見出し、他人との関係から、必要とされていることの責任感が存在する。つまり、ネットの中に自分の価値を見出していることとなる。だが、本当にそうであれば、時間の無駄と後悔などするであろうかということである。

そもそも、もう一人の自分という考え方は、まず、本当の自分を何かを考えることから始まる。そして、もう一人の自分が存在するのは、ネットの中だけではなく、現実世界でも存在するということだ。

自分の構成をしている、心はなにか。それは、脳のみが作用しているものではなく、身体全体を含めて心なのである。移植をしてから、以前の持ち主の記憶や考え方が、自分のものとなっているという例は、世界中で報告されている。また、反射にも似た、抑えられないような感情は、自分に必ずしも冷静に合理的な判断をさせてはいない。突然殴られたら、殴り返したくなると思うことなど、その行為を実行したところで、何の解決にもならないことなどお構いなく、そのような感情が浮かぶ。喜怒哀楽という心は、身体的な反応と直結している。

現実世界でのもう一人の自分とは、自然とペルソナを被るようなものから、多重人格まで、インターネット以前から存在している。うちの中の私と一歩外へ出た私。同じ人物であることに変わりはないのだが、内と外で私を使い分けていることであろう。

前者は「身体的自己」、後者は「言語的自己」で、「私」はこの 2 つに大別することができる。身体的自己は半無意識的存在で、直観的印象の自己で感情と結びついている。対して、言語的自己は、意識的存在で、いわゆる考え得る自分である。つまり、理性と結びついて合理的な判断を下す、「人格」である。当然ながら、その両方があることが私であり、私である以上、欠けることは許されない。相互に干渉しあい、支え、共存しているべきものである。

しかし、インターネットの存在は、その天秤を動かしている。ネットの中の自己は、身

体的自己と独立した存在であり、言語的自己である。ネットの中では、感覚的に痛いと感じることもないし、感じさせることも不可能である。このことで、身体的自己の存在しない人格が、私としてネットの中に存在する。今までの、もう一人の自分とは形態が変わっているものであるといえよう。そして、そのネットで生まれるもう一人の自分は、そこでは存在しえない、本当の自分を求め存在し続けるのである。つまり、存在しえない本当を求めるからこそ、ネットの中で価値を見出しても、後にそれが虚構であると気付き、空虚に襲われるのである。

最後に例を挙げる。ネットを利用した児童被害の代表である、性犯罪である。中には本当に思いがけず被害にあう児童もいるであろうが、援助交際は違う。その名の通り、互いに利益があるからこそ、行われる。つまり、被害者とされる児童側にも考えがあり、それなりの想いがあるからこそ実行される。

目的は大きく 2 つに分けられる。1 つ目は、単純に金銭目的。もう 1 つは、自分を認めてもらうため、である。後者がここでの問題である。

自分を認めてもらうということは、自分に何らかの問題があると考えていることになる。そして、多くの場合その問題は仮想世界では、表面上匿名であることもほう助し、問題にはならない。例えば、外見は見えないし、性格も気軽に演じることができる、嫌いな自分を好きだと言ってくれる。つまり、仮想世界での自分を認められることとなる。そこで、終われば何事もなく事態は収拾するのだが、その先もある。当然、現実世界で生きているのだから、感覚も存在する現実世界で認められたいと願う。言語的自己と身体的自己がバランスを取ろうとするということである。仮想世界で認められたのであれば、その認めたものが現実でも認めてくれるであろうと錯覚をする。そして仮想世界の理想の自分を、現実世界の自分とするために方法を考える。その方法は、自分で考える必要なんてないのである。仮想世界の自分を認めてくれた人物が提示してくれるので、それに従えば、言語的自己と身体的自己の両面を満たしてくれる。そうして繰り返し、仮想世界の自分と現実世界の自分をリンクさせようと試み続けるのである。しかし、そのことを後に考え直すと、むなしさが襲う。つまり、そのリンクなど成功するはずもなく、実際は言語的自己のみが暴走し、身体的自己であると考えていた自分の体は、相手にとっての道具の様なものにすぎなかったと、言語的自己と身体的自己のバランスを取れていたことは錯覚であったと後悔する。仮想世界でも現実世界でも存在しえない本当を求めていたと自覚する。所詮、仮想世界と現実世界では、共存できない自己であると自覚するのである。それが、ネットの中での価値が虚構であると感じる瞬間であり、新しい自分を求める瞬間である。

3.2.ネットと現実

コンピュータを利用した教育は、情報教育などと言う形で行われており、子供たちにインターネットの利便性や使い方を教育している。そのこと自体は、私は悪いとは思わない。

何故なら、学校で教えなくとも、今や家庭内でパソコンを利用することは容易な環境にあると、考えられるからである。しかし、その中身に疑問を呈する。情報教育において、内容は利用することに特化し、なおかつ、ネットの性善説をもとに行われているからだ。そこでは、利用した者が素晴らしく、中身の良しあしは二の次である。調べたことがゴールで、選別することを無視していたら、誤った情報が彼らの中で独り歩きしてしまうかもしれない。同じく性善説に立っているからこそ、正しいか定かではない都合のよい情報を探してしまい、間違った情報を除外することを知らないまま成長してしまう可能性が発生する。情報教育では、利用法よりもモラルを中心に扱うことの方が、教育として意義のあることであると考えられる。そして、その内容は、良い部分ではなく、危険があるということ、陰の部分こそをピックアップするべきであろう。

これを調べものとしてのインターネット利用から、SNS などコミュニケーションを目的としたインターネット利用へとシフトすると事態は、現実的に深刻となる。それは、直接相手との関係性が生まれ、犯罪などにも巻き込まれる可能性があり、実被害となり得るからである。警察庁の「コミュニティサイトに起因する児童被害の事犯に係る調査結果」によると、平成 22 年度の児童被害の福祉事犯等件数は 1541 件。被害児童は 1239 人にのぼる。社会現象として危険な状態ともいえる事態である。前項で述べた、援助交際の例においても、危険をよく知っていたのであれば、防げたのかもしれない。ただ満たされたいという欲求があったとしても、その方法は犯罪でなくとも代用できたであろう。目の前にあるから利用するということは、いたしかたないことだが、それが駄目であると選択肢からなくなれば、利用できない。そのような作業から、ネットと現実の関係を見直し、未来へつなげていくべきであろう。

3.3.脳の変化

言語能力は、思春期を過ぎると途端に成長できなくなり、獲得することができなくなる。男子で 12 歳半ば、女子で 11 歳ごろで、前頭葉の成長のピークを迎え、そこから増えなくなる。それに連動するように、言語能力は取得できなくなるのだが、その他の能力の運動能力・知覚能力は後から取得できる。この言語能力は、人の言葉を理解することすらできないものと、理解できるようになっても話すことができないものがある。ここから、デジタルネイティブの子供時代の生活の考え得るもので、極論すると大きな心配事が浮かび上がってくる。

子供時代にゲームに熱中し、家族や友人と話す機会が減り、話すということが出来なくなってしまう。つまり、受信はできても、表現のできない人たちが発生してしまう可能性を秘めているのである。それはインターネットを利用する以前の問題であり、コミュニケーションそのものを崩壊させかねない重要な心配事である。

言語能力以外にもデジタルが脳に影響を及ぼし、弊害を生む事がある。子供の脳は柔軟であり、感受性に富んでいる。しかし、与えられるすべての刺激が自然のものか、人工的

なデジタルなのかを区別することが出来ない。そのことにより、直接体験を避けられたデジタルの中で育っていくと、デジタルの感覚をものさしとしてしまうかもしれない。このような刷り込みにより、大人になっても幼い脳のままという可能性が指摘されている。これは、五感を削ぎ落し、身体感覚までも奪いかねないものであることを認識していかなくてはならない事項である。

最後に、前述しているが、インターネットについて。インターネットの出現により、デジタルネイティブの情報処理のスピードは上がったかもしれない。だが同時に、頼り切ってしまった者は、それ以外の能力は下がったかもしれない。インターネットの利用は脳にとって必ずしも悪いわけではなく、正しく適度に活用することが望ましいと私は結論する。

おわりに

集団としてのデジタルネイティブの特徴を改めて、キーワードとしてまとめると、「共有」「つながる」「評価」「認めてもらう」「気軽・手軽」といったものである。そして、そこからインターネットのサービス、SNS などを振り返るとこのような項目がぴったり当てはまることが分かる。つまり、インターネットが影響を及ぼしているということは、明白であったのだ。また、ネイティブスピーカーなどのように、ネイティブであるからといって使いこなせるということが、必要なのではない。そのようなサービスにアクセスできる環境だけで、考え方・行動様式が変化し、大衆的デジタルネイティブは誕生していく。

同時に闇を抱えるようになり、光を求めるための手段も手にした。しかし、その手段はさらに闇を深くする。また、デジタル機器そのものが、脳の成長、正しい感覚に影響があることから、デジタルネイティブとならない育て方が理想なのだろう。しかし、現代では必需品となったものをなくすことはできない。その中で出来ることは、インターネットの危険性をよく理解できるように教育することはもちろん、心を正しく育て、見守っていくことが何より大事である。心が不安定な時期に支えとなることが、デジタルネイティブへのかかわり方であろう。

末筆になり恐縮ですが、ゼミナール活動など、多大な御協力といつも支えてくださった山田正雄教授、山田正雄ゼミナール生の皆さん、本当にありがとうございました。その他、お世話になったすべての方へ、心より感謝します。

参考文献・参考資料

『コンピュータが連れてきた子どもたち』
戸塚滝登　小学館　2005 年 12 月 20 日
『デジタルネイティブの時代』
木下晃伸　東洋経済新報社　2009 年 5 月 14 日
『誰も知らなかったケータイ世代　ケータイが変える若者マーケティング』
市川茂浩　東洋経済新報社　2007 年 7 月 26 日
『モバイル社会の現状と行方　利用実態にもとづく光と影』
小林哲生・天野成昭・正高信男　NTT 出版　2007 年 5 月 31 日
『インターネットの銀河系　ネット世代のビジネスと社会』
マニュエル・カステル（著）矢澤修次郎・小山花子（訳）　東信堂　2009 年 3 月 31 日
『ネットとリアルのあいだ　生きるための情報学』
西垣通　ちくまプリマー新書　2009 年 12 月 10 日
『大人が知らない携帯サイトの世界　PC とは全く違うもう 1 つのネット文化』
佐野正弘　毎日コミュニケーションズ　2007 年 9 月 7 日
『学校裏サイト　進化するネットいじめ』
渋井哲也　晋遊舎　2008 年 4 月 15 日

（URL）
総務省
http://www.soumu.go.jp/
警察庁
http://www.npa.go.jp/
IT 用語辞典
http://e-words.jp/
ワールドインターネットプロジェクト
http://www.medialabo.info/wip/about.html
情報通信学会第 28 回（平成 23 年度）学会大会個人研究発表 2011 年 7 月 3 日
デジタルネイティブ世代の考察
http://www.jotsugakkai.or.jp/doc/taikai2011/M1Fujiwara-Kimura.pdf
第 63 回（2009 年度）東海地区大学図書館協議会研究集会（2009.8.6）
デジタル・ネイティヴの情報行動
http://global-digitalnatives.org/pdf/nagoya.pdf
IBM デジタル・ネイティブがやってきた！変わるキャンパスライフ
http://www-06.ibm.com/ibm/jp/lead/ideasfromibm/education/pdf.pdf

財団法人デジタルコンテンツ協会編「デジタルコンテンツの次世代基盤技術に関する調査研究」第四章
シリアスゲームと次世代コンテンツ
http://anotherway.jp/seriousgamesjapan/archives/Fujimoto-SeriousGames.pdf
日本教育工学会研究報告集
デジタル・ネイティブのコミュニケーション能力育成
http://www.i-learn.jp/eduwoods/doc/100510jset10_3.pdf
「情報通信学会誌 92 号」抜刷（2009 年 12 月 25 日発行）
デジタル・ネイティヴと日常生活
―若者と SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サイト）に関するエスノグラフィー―
http://global-digitalnatives.org/pdf/sns.pdf
ｍｉｘｉの現状をグラフ化してみる
http://news.searchina.ne.jp/disp.cgi?y=2011&d=1104&f=column_1104_015.shtml
Google+が提示する SNS の将来
http://cloudmobile.musuhi.jp/?eid=479
「デジタルネイティブ」から「ソーシャルネイティブ」へ
http://ascii.jp/elem/000/000/590/590773/
東奥日報　秋葉原 無差別殺傷事件
http://www.toonippo.co.jp/kikaku/akiba-tourima/index.html
直近決算発表に基づく mixi、GREE、Mobage、Ameba の業績比較
http://blogs.itmedia.co.jp/saito/2011/08/20118mixigreemo-dab3.html