

今日のソーシャルメディアを用いた情報収集における課題

-クロスメディアの有用性と意義について-

Problems of Information Gathering in Today's Social Media

-About the Usefulness and Meaning of Cross Media-

1W173105-5 野口 華子 指導教員 長 幾朗 教授

NOGUCHI Hanako

Prof. CHOH Ikuro

概要： 様々なソーシャルメディアの台頭により、情報収集行動が多様化している。近年、人々はメディアを利用して自ら膨大な情報にアクセスすることができる。一方で、それらが私たちの知識形成に寄与しているのか、社会にどのような影響を与えているか定かではない。ソーシャルメディアは個人的な利用にとどまらず、企業や社会に大きな変化を与えていると考える。本論文では、どのようにソーシャルメディアを使い分け、情報を獲得し、利用しているかを調査する。複数のメディアを横断して利用することで何が生まれているのかと、クロスメディアの有用性について論じた。

キーワード： ソーシャルメディア、クロスメディア、情報収集

Keywords: Social media, Cross media, Information gathering

1. メディアにおけるコミュニケーションと社会

メディアは、その技術のみが進化、発展しているわけではなく、社会の規範や慣習とともに変容し様々な思考を形成してきた。社会・風俗・宗教・生活などの変化に伴い変化を促す存在である。

従来は、新聞、テレビ、ラジオ、雑誌は4大マスメディアと呼ばれ、情報の流布において多大な影響力を有していた。これらの各メディアは、情報を精選し発信していた。そこに情報に対する確実性や信頼性が存在していた。けれども、これらの情報は単通行、かつ即時性が薄く、発信された情報へのフィードバックは、主に同メディア、あるいはオフラインで行われることが多かった。

その後、インターネットの普及に伴い、読者や視聴者は自ら膨大な情報にアクセスすることができるようになった。時間と場所を選ばず、端末と通信環境さえあればどこからでも利用することができる。また従来のメディアとの大きな差違は双方向性にある。この段階において、コミュニケーションの形態の大きな変化が生まれた。誰でも情報に対して多様なメディアへの流布やコメントを付し、拡散することが可能となった。また、誰でも自らが容易に情報を発信することができるようになった。インターネットという双方向性のメディアからどのような社会的思想が形成されていくかみていきたい。

2. 今日のソーシャルメディアの特徴と課題

総務省は「ソーシャルメディアとは、インターネットを利用して誰でも手軽に相互の情報交換を可能とした双方向のメディアであり、代表的なものとして、ブログ、Facebook や Twitter 等の SNS(ソーシャルネットワークワーキングサービス)、YouTube やニコニコ動画等の動画 共有サイト、LINE 等のメッセージングアプリがある。」と述べている。[1] 本論文では、ソーシャルメディアをソーシャルネットワークワーキングサービス(SNS)などのユーザーや消費者自らが参加し得るメディアやプラットフォームと定義する。ソーシャルメディアでは、ユーザーが相互に情報をシェアすることを楽しんでいる。単通行に留まらず、他者の意見に対して反応を返すことを可能としている。このような環境において、情報は広く拡散され、本来の情報そのものから変化し、遊離していく状況もあり得る。

閉鎖的ソーシャルメディアである LINE を除き、利用率の高い4種のメディア Twitter、Instagram、Facebook、YouTube について論じた。それぞれの特徴をみることで、ソーシャルメディアは「個人同士の単なるチャット」ではなく、新しい社会の形成を促していると分かる。共有されるコンテンツは個人のパーソナリティで形成されているが、似たような興味関心の人々とのつながりやコミュニティが形成され、最終的には社会的な思想や

政治を形成していく可能性がある」と推測される。

今日のソーシャルメディアの普及において生じた新たな課題が存在する。それは知識の分散化である。複合的なメディアの利用や価値が、クロスメディアと称揚されるが、一方ではメディアの劣化を招いているのではないだろうか。

3. ソーシャルメディアを利用した情報収集行動についての調査

メディアの働きとして、情報を提供し、それらをユーザーが二次利用することで世の中に変化を起こすことが挙げられる。したがって、前章で挙げた4つのソーシャルメディアは、どのような関心で利用され、またその利用によりユーザーが知識やノウハウを修得しているかを明らかにしたいと考えた。そのため、ソーシャルメディアを用いた情報収集行動について調査した。利用頻度、利用時間と情報の質との関係性を調べ、これらの質を評価するためどのような内容を送受信しているのかについて検証した。

結果として、4つのメディアのコンテンツの特性、ユーザーの関係性の傾向を以下の図1のように表すことができた。リアルタイムにつながるものが重要なのか、それともコンテンツとしてストックされることが魅力なのかで分けることができる。また、ユーザー同士が実際の友人なのか、そのメディア内に限った関係なのかの違いをみることもできた。

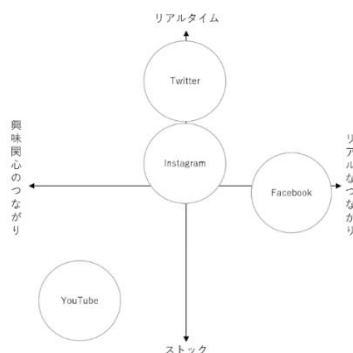


図1. 4つのソーシャルメディアの特徴
(野口華子、2021年)[2]

4つのメディアで閲覧形態や見る内容が異なること、またソーシャルメディアを横断して利用することで購買行動などの意思決定につながる事例も見られた。

4. 現代のクロスメディアの社会的意義

今までもメディアを複数横断して利用することはなされてきた。現代普及したソーシャルメディアを含むことで、クロスメディアによって情報収集の新たな形が生まれ、そこに新たな価値が生まれると考えた。クロスメディアが社会においてどのような意義があるのか、インフルエンサーと呼ばれる人々の影響力と、雑誌のクロスメディアの取り組みを取り上げることで論じた。そこにはすでにビジネスの形が生まれており、クロスメディアは個人レベルではなく社会的に影響するものだと考える。旧来のメディアとソーシャルメディアによるコモンセンス形成の問題点についても触れた。

5. 結論

ソーシャルメディアが、膨大な情報と人々の間をインタフェースとして機能している状況が明らかとなった。多様なソーシャルメディアは、私たちの日々の生活に密接にあり、スマートフォンなどの身近なデバイスにより容易に閲覧し、かつ発信できる、より迅速な情報入手の手段となっていることは、旧来のメディアとの大きな違いである。また、不特定多数のユーザーが、最も生活に近接した個人的あるいは公共的な情報を流通させ、共有する場としての価値は大きく、多様な情報の拡張や構築にも貢献している。そして、これらのソーシャルメディアがクロスオーバーしながら情報が行き交うことにより、私たちの生活や行動、そして購買などの行動変容にも作用している。

旧来のメディアは、これらの新たなメディアとの横断的な機能が加わり強化されることにより、淘汰され、かつ先鋭化し生き残っていくであろう。新旧のメディアが、それぞれの特性を生かして融合し横断することにより、新たな価値が育まれ、高めていくであろう。

注：

*1 総務省「平成27年度版情報通信白書」(2015年7月) p.199

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/pdf/n4200000.pdf>, (参照2021年1月31日)

*2 野口華子、2021年