

SNSの役割に関する認識

ゆとり世代とさとり世代の
デジタルコミュニケーションに対する比較研究

アイゼア・オウエンズ ディア
ンジェロ・ヒル

アドバイザー:ダスティン・ライト教授

関根繁子教授





研究概要

- 研究の重要性
 - 研究質問
 - 研究背景
 - 研究方法
 - 研究結果
 - 結論
 - 研究の限界点と将来の課題
 - 参考文献
 - 謝辞
- 

研究の重要性 (ディアンジェロ)

- ❖ 初めて世代のギャップに気づいたのは兄弟から連絡が来て、何を話しているか全く理解できなかった時である
- ❖ **SNS**を使うことができたなら社会的な地位に関わらず誰とでもコミュニケーションを取ることができる
- ❖ このキャップストーンを通して**SNS**コミュニケーションがどのように日本人とアメリカ人の様々な世代に影響を及ぼすか調査してみたい。

研究の重要性 (アイゼア)

- SNSは日常生活において私達のコミュニケーションの基盤になっている
- ゆとり世代とさとり世代はSNSの技術を仕事でもプライベートでよく使う
- この研究では、現代社会において、SNSがどのようにゆとり世代とさとり世代のコミュニケーションに影響しているかを探りたい

研究質問

1. コミュニケーションにおいてSNSはゆとり世代とそれ以後の世代にどのような役割をはたしているか。
2. ゆとり世代とさとり世代でSNS上のコミュニケーションはどのように異なるか。



研究背景の概要

- ゆとり世代とさとり世代の定義
- SNSの定義
- 使用されているSNS
- 主なSNSの構造
- コミュニケーションにおけるSNSの影響

ゆとり世代とさとり世代の定義

- ゆとり世代(ミレニアル世代)は1981年から1996年までに生まれた人を指す。
- さとり世代は1997年から2012年までに生まれた人を指す。
- いくつかの研究によると、ゆとり世代とさとり世代の区別は難しいと言われている。

(Dimock, 2019)

SNSの定義

「ソーシャルネットワーキングシステム (システム・サービス・ソフトウェア) (SNSs) とは仮想コミュニティであり、ユーザーはSNS上で個人のプロフィールを作ったり、実生活での友達と交流したり、共通の興味をベースに新しい友達と出会ったりできる。」

(Griffiths, et al., 2014)

使用されているSNS 1

U.S

- **Eメール**は**97%**、**携帯メール**は**88%**の使用率である。
- 若者の間では**SNS**が徐々に人気を**高めている**
- **若い世代**の**SNS**を利用する能力は、30歳以上の年齢層とのギャップを生み出す

Japan

- SNS(特にLINE)が携帯メールに代替した
- 友人との軽い会話のために、20代の日本人のうち約50%がLINE、約20%がEメール、9%がその他のSNS(FACEBOOK、TWITTER)を使っている。
- Facebookの利用については、アメリカと比べると、日本では親しい友達とのより閉じたネットワークが使われていた

使用されているSNS 2

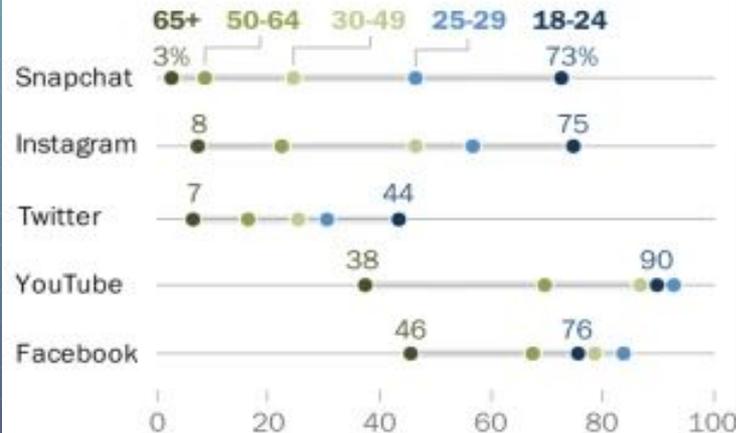
過去10年間に開発されたSNSは
ゆとり世代よりさとり世代に人気
がある。

ゆとり世代では古いタイプのSNS
(FacebookやYoutubeなど)を好ん
で使う傾向がある。

(Perrin and Anderson 2019)

Snapchat and Instagram are especially popular among 18- to 24-year-olds

% of U.S. adults in each age group who say they ever use ...



Note: Respondents who did not give an answer are not shown.
Source: Survey conducted Jan. 8-Feb. 7, 2019.

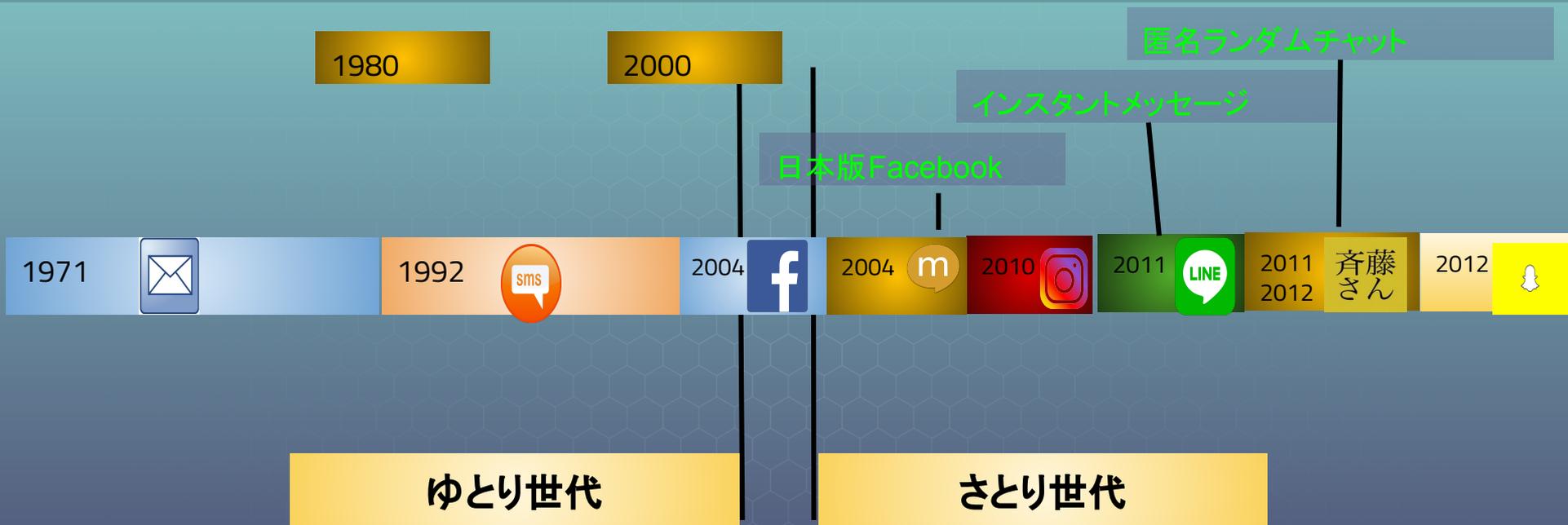
PEW RESEARCH CENTER

よく使われているSNS(アメリカ)



アメリカのゆとり世代はコンピューター革命が起きた時代に生まれ、さとり世代は生まれた時から様々なSNSにアクセス出来る時代に育っている。

よく使われているSNS(日本)



SNSはデジタル世界の中で人と人をつなげる様々なコミュニケーションの方法を作り出し、仮想的な空間だが、現実世界の間人関係と同様に悪影響がユーザーにかかる場合もある。
(Dimmock, 2019)

主なSNSの構造

	Line	Facebook	Twitter	Instagram
情報検索 インター フェース	メッセージ	人中心	トレンド	#タグ中心
グループ機 能	あり	あり	なし	なし
匿名記名	実質記名	記名が基本	選択制／匿名が 大半	選択制／匿名が 大半

コミュニケーションにおけるSNSの影響

- 日本の若者は新しい人間関係を形成するためにSNSを使う一方、大人は日常的に会う人と連絡を取り合うためにSNSを使う。
- アメリカではSNSは個人的な繋がりのない人とのコミュニケーションに使われている。

(Boase & Kobayashi, 2012)

コミュニケーションにおけるSNSの影響 (アメリカ)

- 若者がテクノロジーを巧みに使えるということを知っている
- その一方で、若者の50%以上は批判的思考、問題解決、文章によるコミュニケーション能力に欠けている
- 36%はチームワーク、共同作業、口頭でのコミュニケーション能力が不足している

(Kick, et al., 2015)

コミュニケーションにおけるSNSの影響（日本）

- SNSはどこでもアクセス可能で、会話は浅くても便利な為、日本人はSNSに対してポジティブな考えを持つ。
- しかし、69%の人々は感情表現が難しいと感じ、63%の人々は個人情報の悪用を心配している

(Masaki,2019)



研究方法

- 研究調査方法

- 参加者

- 大学生/社会人(18歳以上)

- 日本人82名

- アメリカ人 82名

- 調査方法

- オンラインによるアンケート 調査(グーグルフォーム)

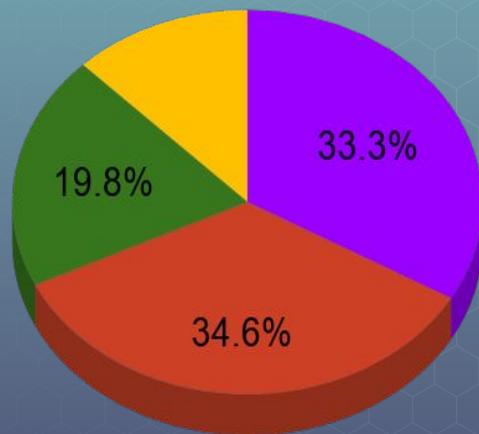
- 英語によるアンケート ○ 日本語によるアンケート

日本人アンケート(日本語) アメリカ人アンケート(英語)

年齢

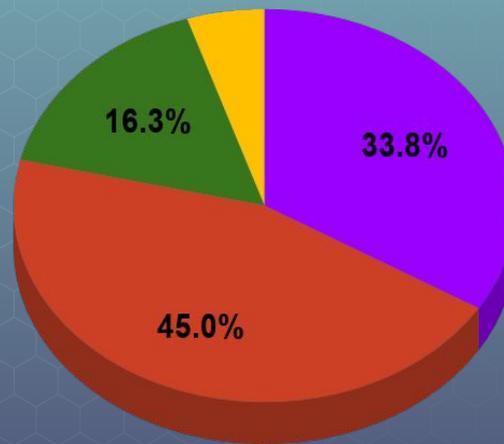
アメリカ人

- 18-21歳
- 22-26歳
- 27-40歳
- 41歳以上



日本人

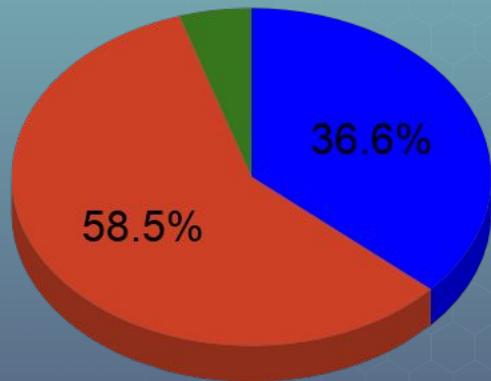
- 18-21歳
- 22-26歳
- 27-40歳
- 41歳以上



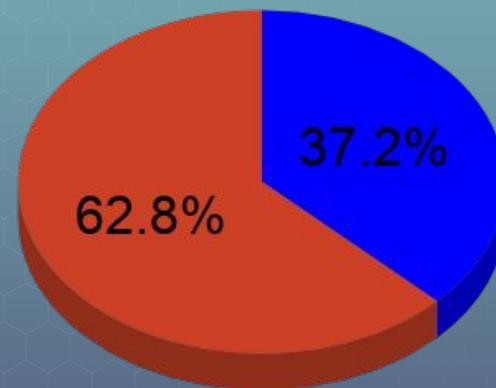
アメリカ人と日本人の約33%はさとり世代で、アメリカ人の20%そして日本人の16%がゆとり世代。大多数の参加者は22-26歳

性別

アメリカ人



日本人



● 男性 ● 女性 ● other

● 男性 ● 女性

アメリカ、日本ともに60%の参加者は女性

現在あなたは学生ですか、社会人ですか。



大部分の**アメリカ人**と**日本人**の回答者は大学生で、**アメリカ人**よりも**日本人**の回答者の方が社会人が多い。

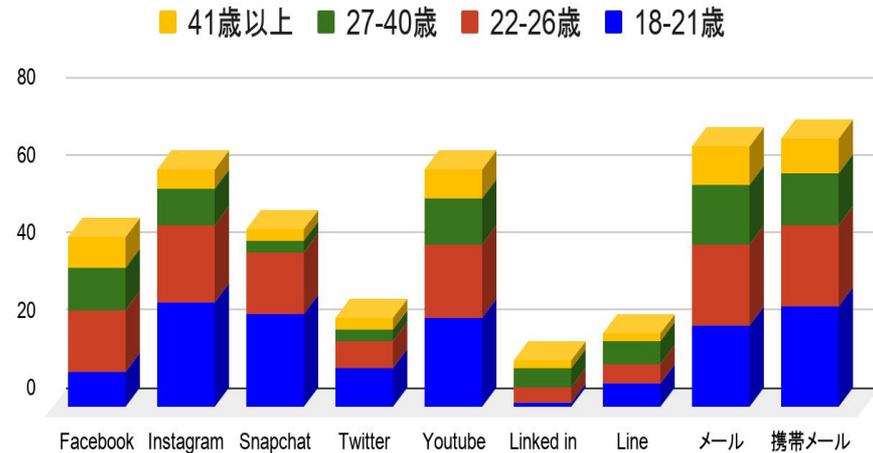
研究結果

研究質問 1

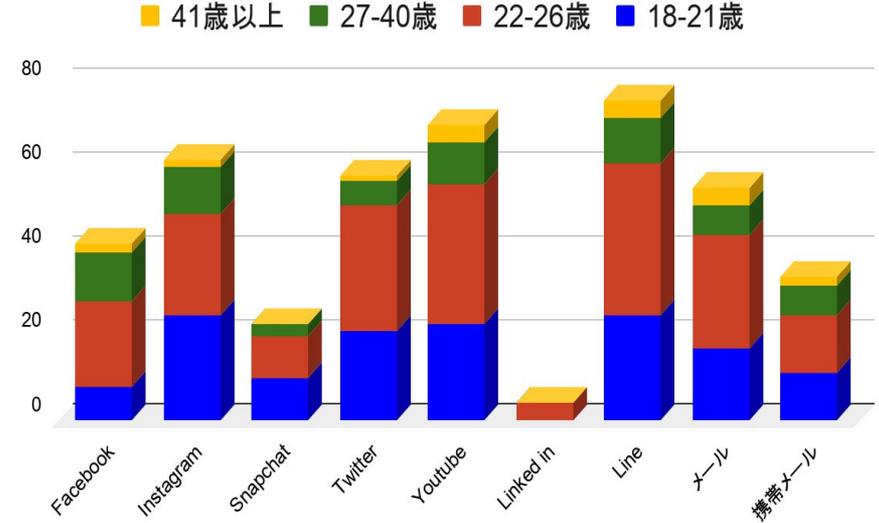
コミュニケーションにおいてSNSはゆとり世代とそれ以後の世代にどのような役割をはたしているか。

普段使っているSNS

アメリカ人



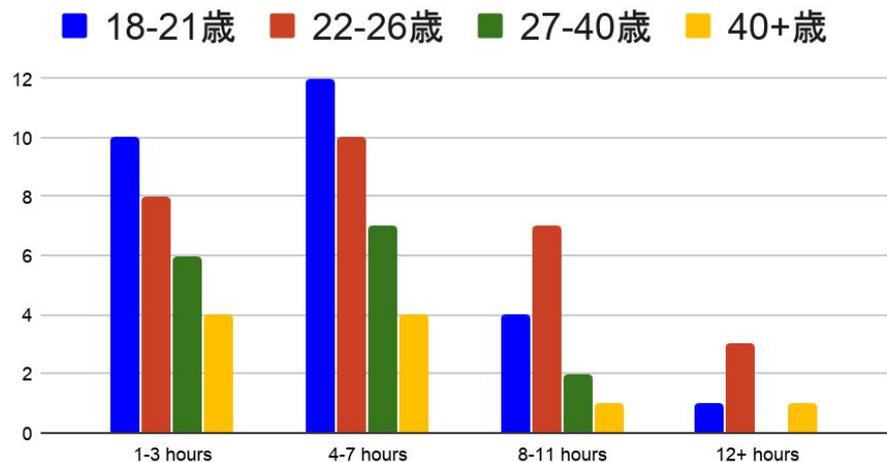
日本人



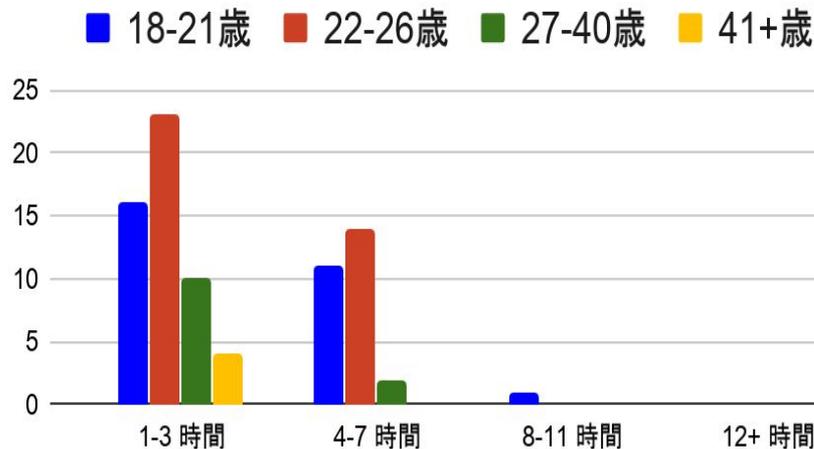
携帯メールと**Eメール**は**アメリカ人**に**最も**よく使われているSNSである。その一方で、**日本人**は**インスタグラム**と**ライン**を最もよく使っている。

一日に平均何時間くらいSNSに時間を使いますか。

アメリカ人



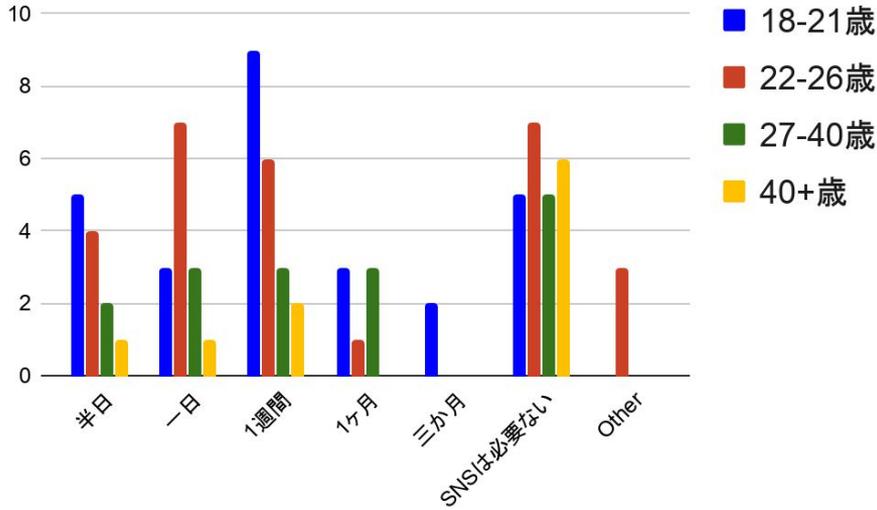
日本人



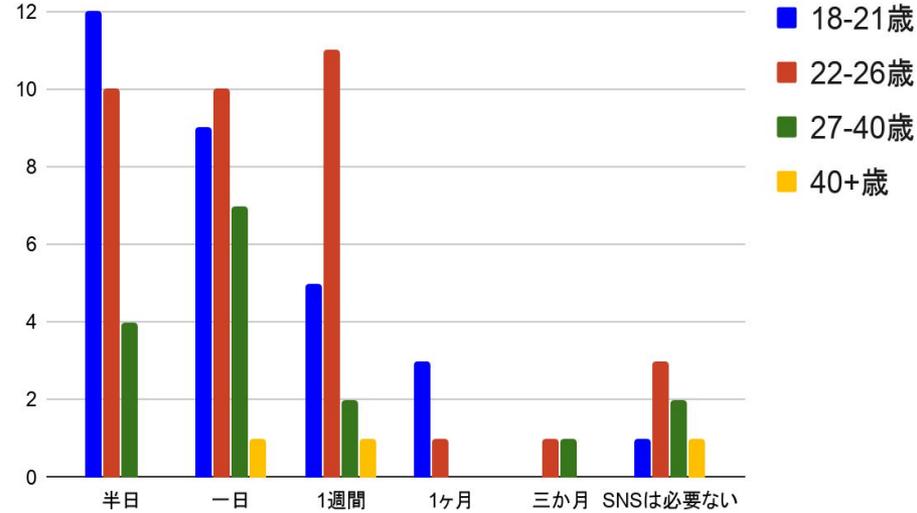
アメリカのゆとり世代とさとり世代はSNSを**4-7時間**使っているのに対し、**日本**のゆとり世代とさとり世代は**1-3時間**である。

あなたはSNSなしでどのくらい生活できますか。

アメリカ人



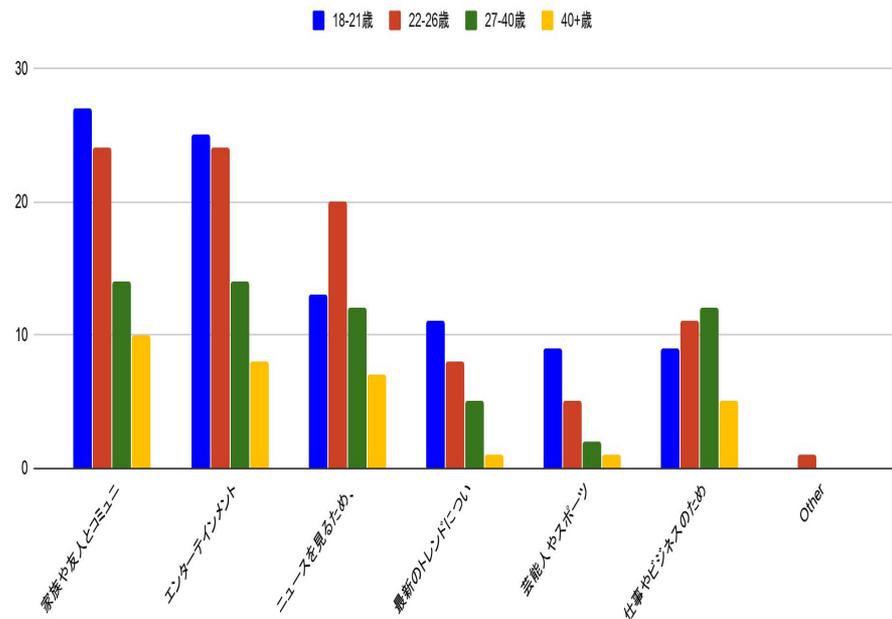
日本人



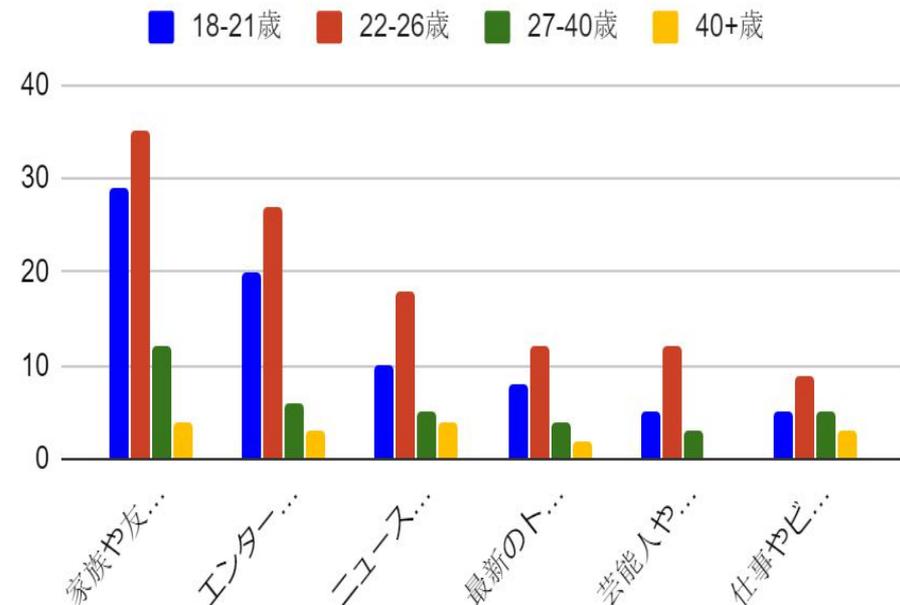
アメリカのゆとり世代とさとり世代の大多数は**1週間以上**SNSなしでも生活できるが、**日本**のゆとり世代とさとり世代は**1日**でもSNSがないと生活できない。

あなたがSNSを使う目的は何ですか

アメリカ人



日本人



アメリカと日本の大多数のゆとり世代とさとり世代はSNSを人とコミュニケーションをとるため、そして娯楽目的で使っている。

あなたは「送ったメッセージやストーリーが24時間経つと自動的に消去されるという²⁶機能」にどのくらい興味がありますか

アメリカ人

全く興味がない

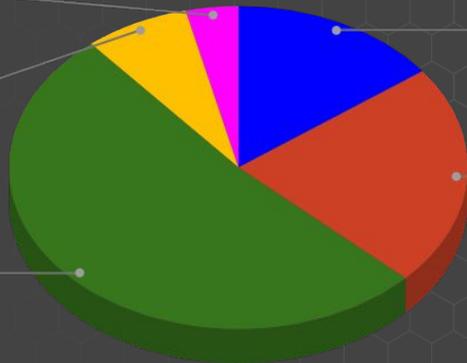
3.7%

興味がない

7.4%

どちらでもない

51.9%



とても興味がる

14.8%

興味がある

22.2%

日本人

全く興味がない

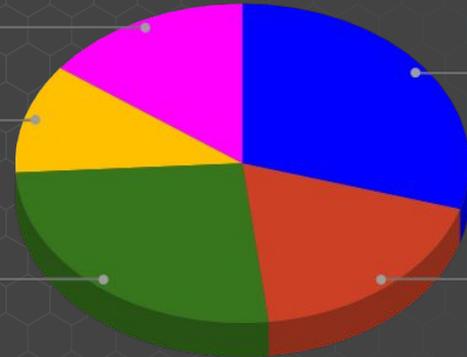
14.8%

興味がない

11.1%

どちらでもない

25.9%



とても興味がる

29.6%

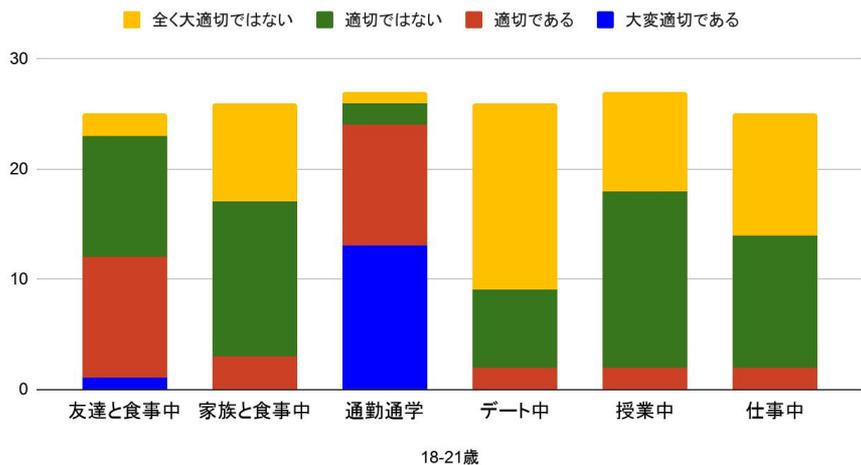
興味がある

18.5%

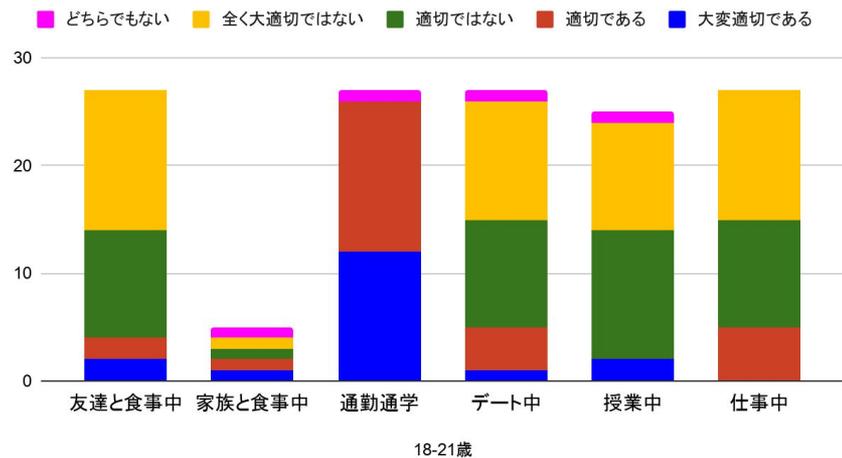
このSNSの機能について**アメリカ人**の多くは中立的な立場であるが、**日本人**の48%は興味があると答えた

どのようなシチュエーションでSNSを使うのが適切 ですか

アメリカ人



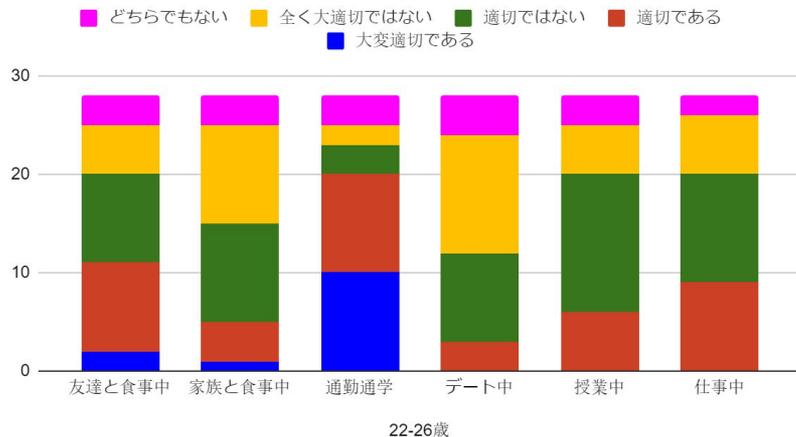
日本人



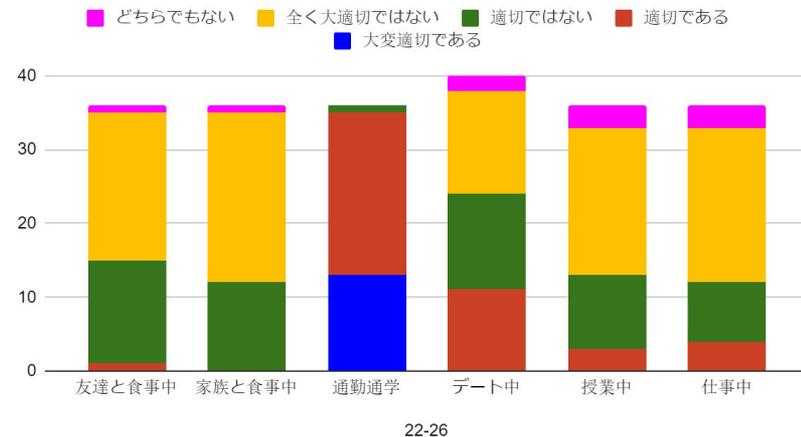
アメリカのさとり世代の約50%は友達と食事をするときSNSを使用することが適切であると言っているが、**日本**では10%未満である。

どのようなシチュエーションでSNSを使うのが適切か(年齢別22-26歳)

アメリカ人



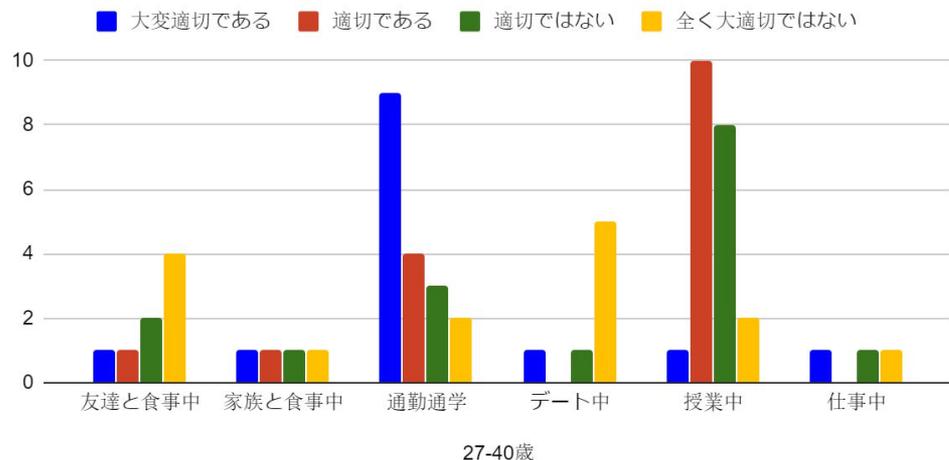
日本人



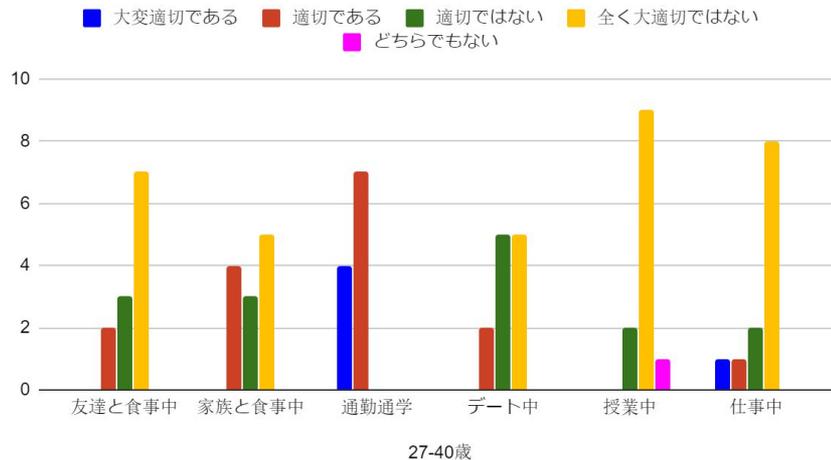
アメリカの22歳～26歳のグループでは、約50%が友達と食事をしながらSNSを使用することが適切であると答えたが、日本では5%未満

どのようなシチュエーションでSNSを使うのが適切か(年齢別27-40歳)

アメリカ人



日本人



アメリカのゆとり世代の50%は日本の17%と対照的に仕事中SNSを使用することが適切であると答えている

研究結果1まとめ

- アメリカのさとり世代は日本のそれよりもより頻繁にSNSを使う。送ったストーリーが消滅するという機能はアメリカ人よりも日本人がより興味を惹かれている。
- アメリカでは日本ほどSNSは日常生活でそれほど大事ではない。
- アメリカのゆとり世代とさとり世代は友人との食事中にSNSを利用することは適切であると思っているが、日本人のそれらは不適切だと思っている。さらにアメリカのゆとり世代は勤務中のSNSの利用は適切であると思っているが、日本人のそれらは不適切だと思っている。
- The age group 22-26 displayed opinions mirroring Gen Z in regards to appropriateness of using SNS and frequency of SNS usage.

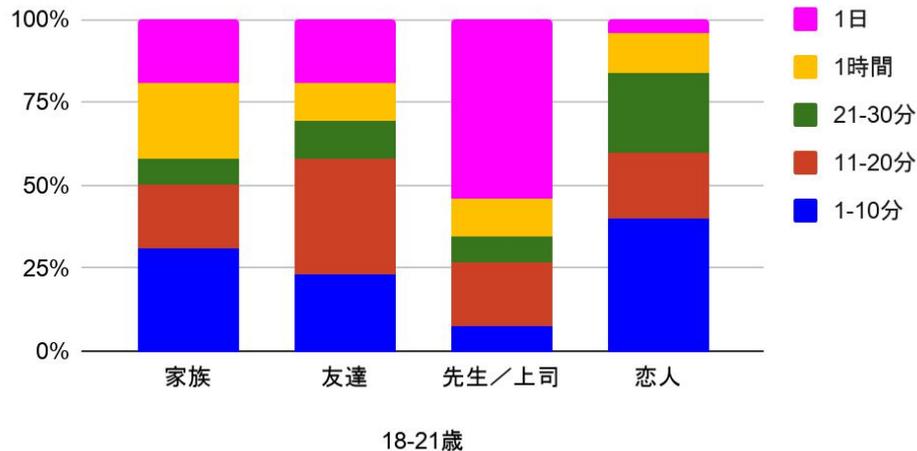
研究結果

研究質問2

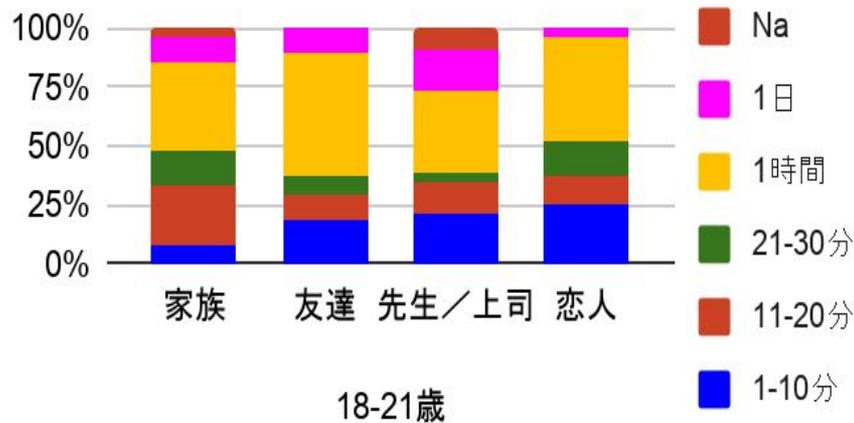
ゆとり世代とさとり世代でSNS上のコミュニケーションはどのように異なるか。

自分が送信したメッセージに対して、どのくらいで返信が来ることを期待していますか(18-21歳)

アメリカ人



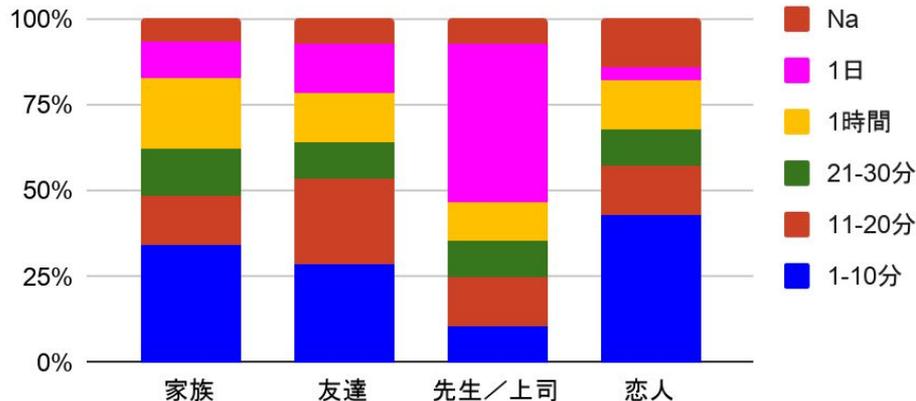
日本人



日本のさとり世代は**1時間以内**の返信を期待しているが、**アメリカ**のさとり世代は**20分以内**の返信を期待している。

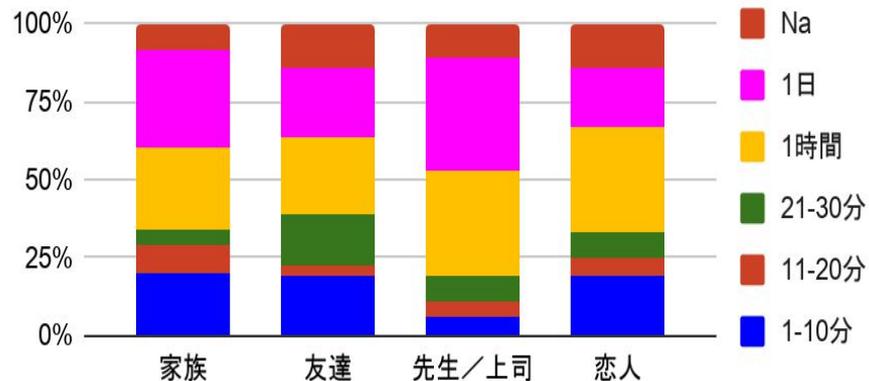
自分が送信したメッセージに対して、 どのくらいで返信が来ることを期待していますか(22-26歳)

アメリカ人



22-26歳

日本人

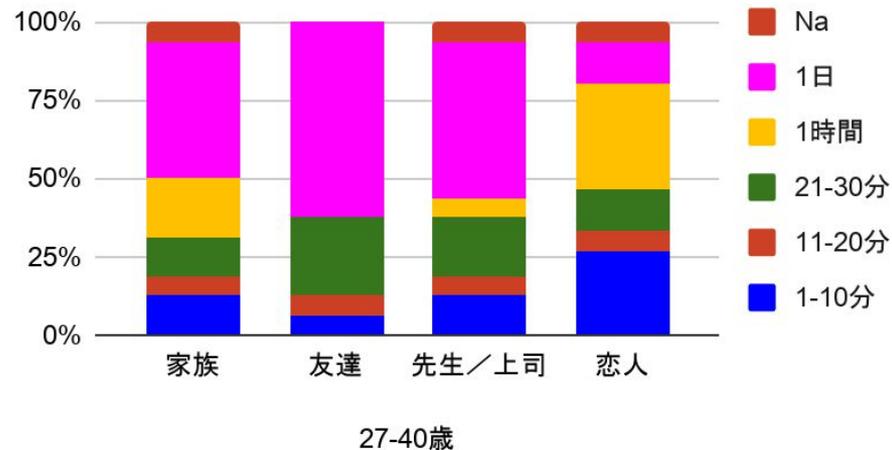


22-26歳

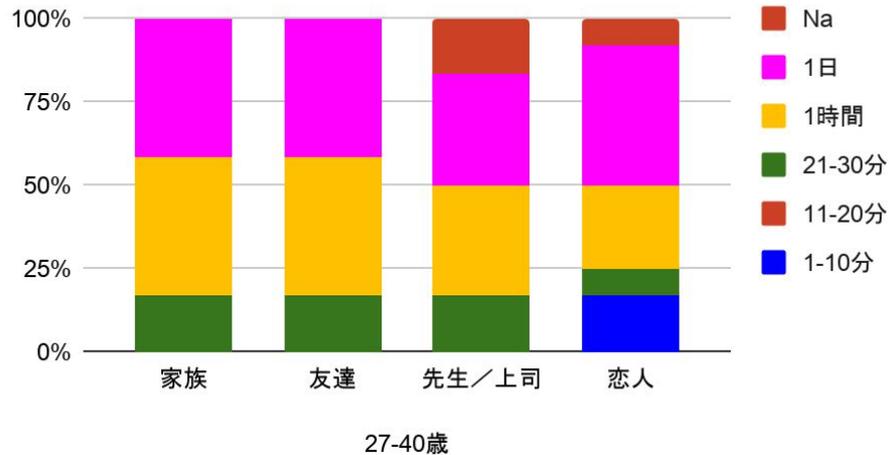
日本では50%以上は1時間以内の返信を期待しているが、アメリカでは50%以上が10分以内の返信を期待している。

自分が送信したメッセージに対して、 どのくらいで返信が来ることを期待していますか(27—40歳)

アメリカ人



日本人

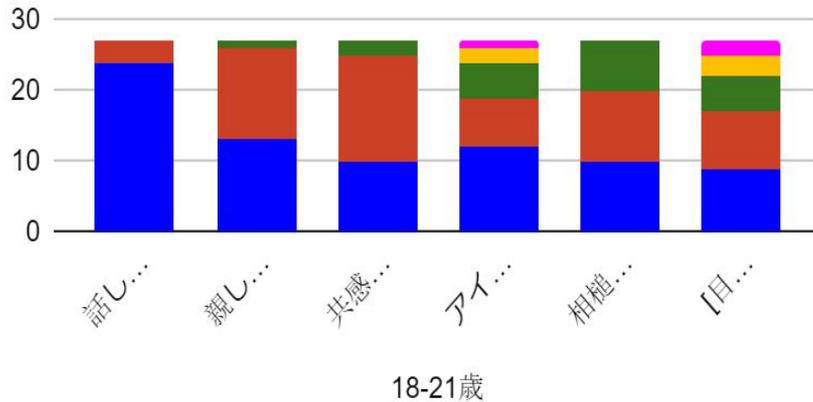


アメリカと日本のゆとり世代の大多数は1日以内に返信を期待している

人と話す時、下記の基本的な コミュニケーションスキル(コミュニケーション能力)はどのくらい重要か (18歳-21歳)

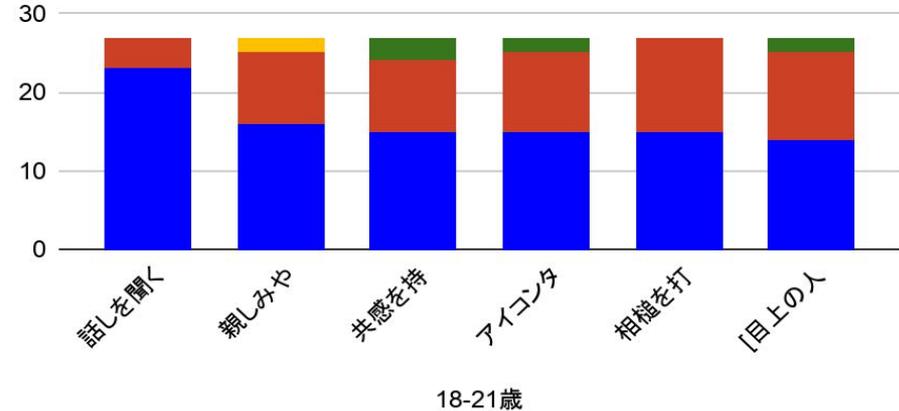
アメリカ人

■ 全く大事ではない ■ 大事ではない ■ どちらでもない
■ 大事 ■ とても大事



日本人

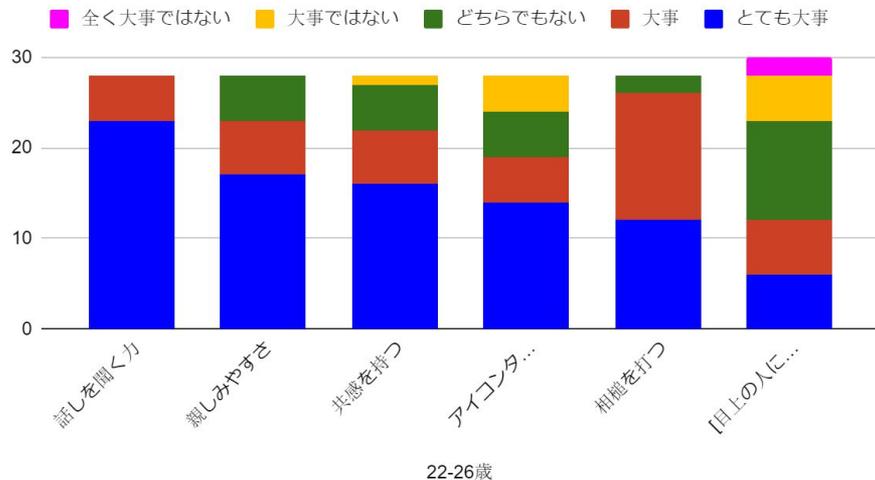
■ 全く大事ではない ■ 大事ではない ■ どちらでもない ■ 大事
■ とても大事



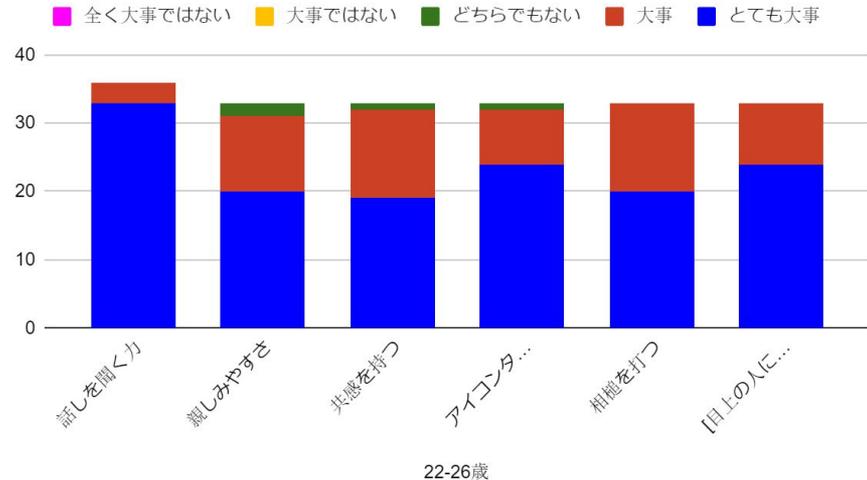
基本的なコミュニケーションスキルは**とても大事**と答えたのは、**日本**のさとり世代では**50%以上**、**アメリカ**では**30%以下**だった

人と話す時、下記の基本的な コミュニケーションスキル(コミュニケーション能力)はどのくらい重要(22-26歳)

アメリカ人



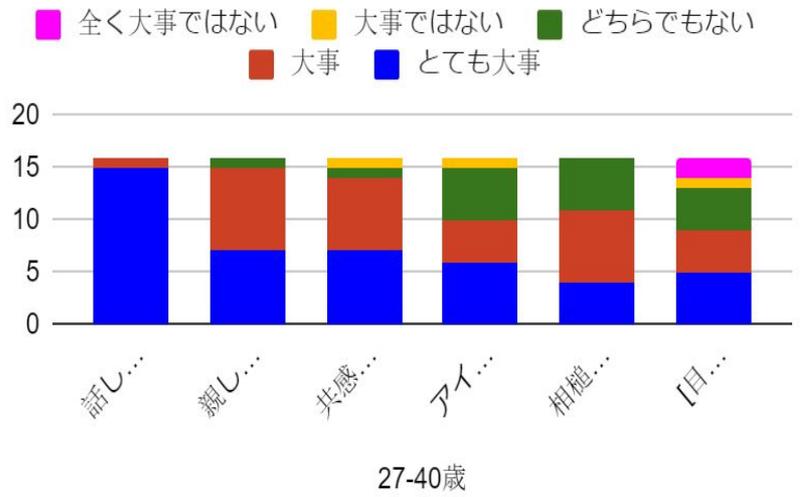
日本人



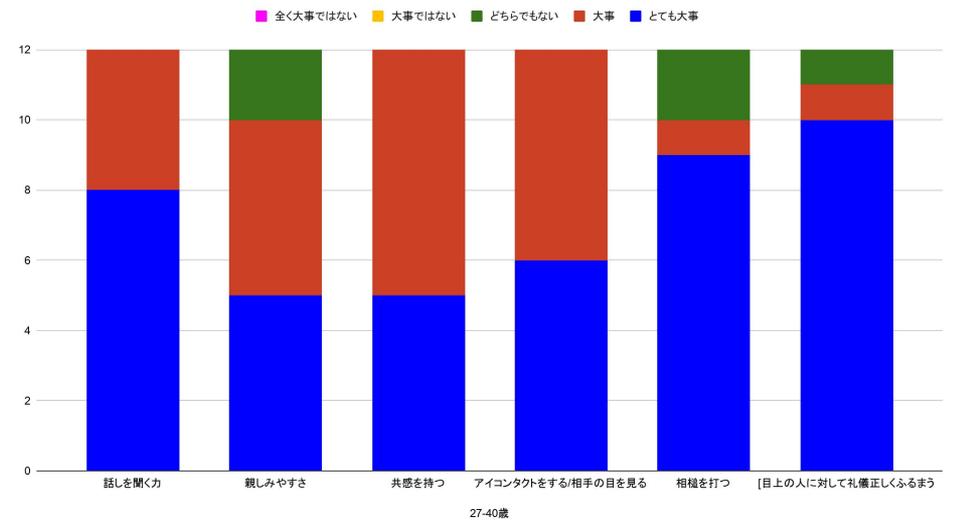
22～26歳の人のうち、年上の人に敬意を払うのが大事と答えたのはアメリカでは50%以下だったが日本では100%だった

人と話す時、下記の基本的なコミュニケーションスキル(コミュニケーション能力)はどのくらい重要(27-40歳)

アメリカ人

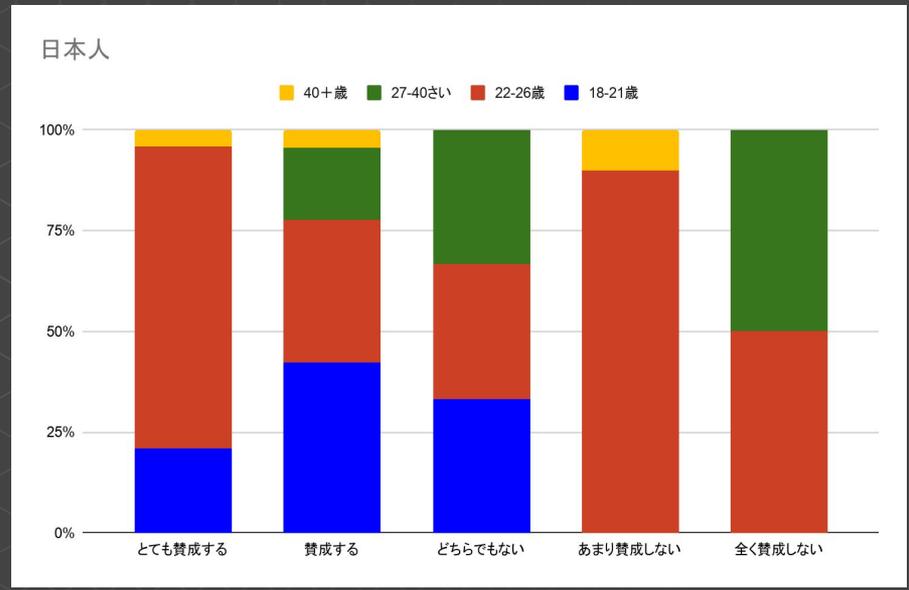
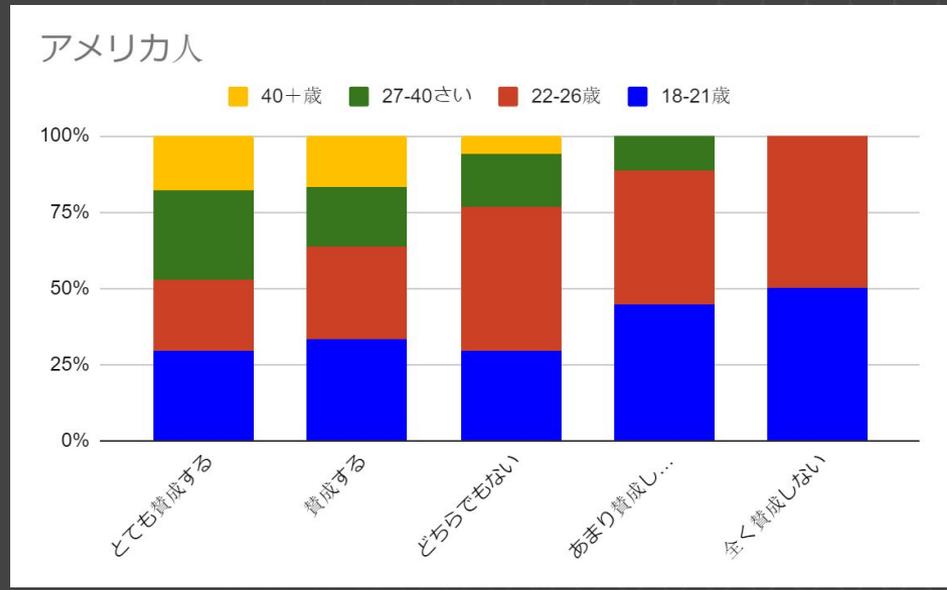


日本人



年上の人に対して敬意を払うのがとても大事と答えたゆとり世代は、アメリカでは約33%だったが、日本では83%だった

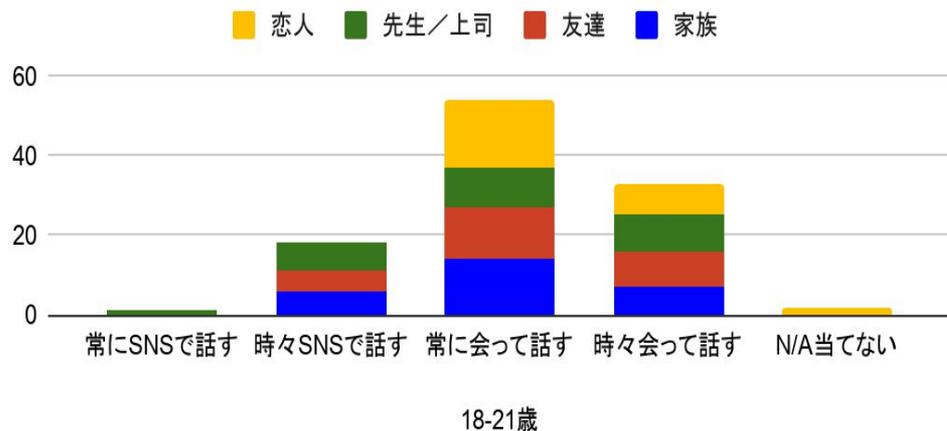
SNSによって前の質問にあった基本的なコミュニケーションスキル(コミュニケーション能力)が失われている事に対する意見



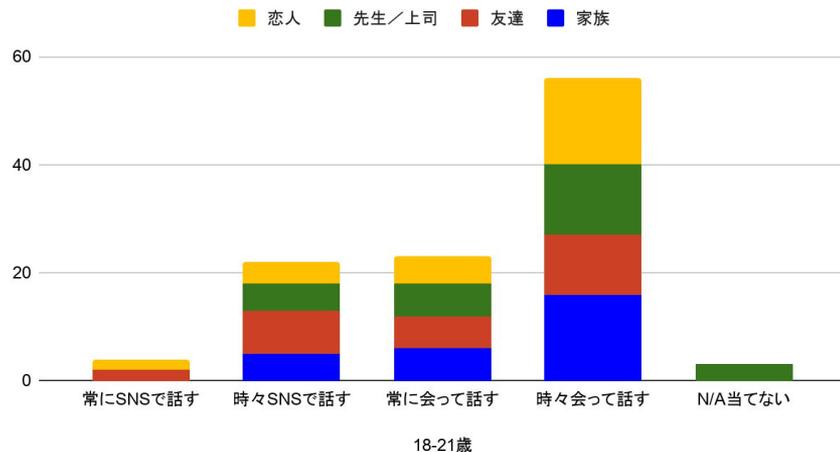
アメリカと日本のゆとり世代の大多数はこの意見に同意する。

以下の人と話すとき、SNSと直接会話では、どちらの方が良いと思いますか。(18-21歳)

アメリカ人



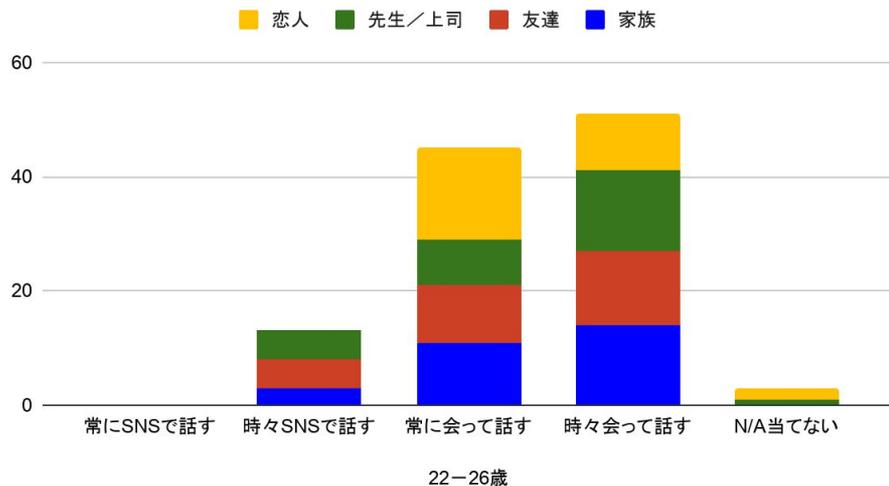
日本人



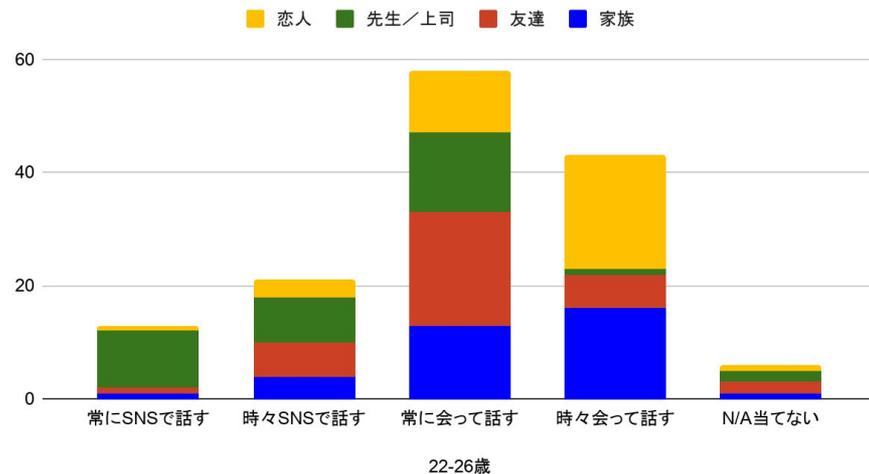
アメリカのさとり世代の大多数は「常々会って話す」事を好む一方で日本では25%が同じ意見である。

以下の人と話すとき、SNSと直接会話では、どちらの方が良いと⁴⁰ 思いますか。(22-26歳)

アメリカ人



日本人

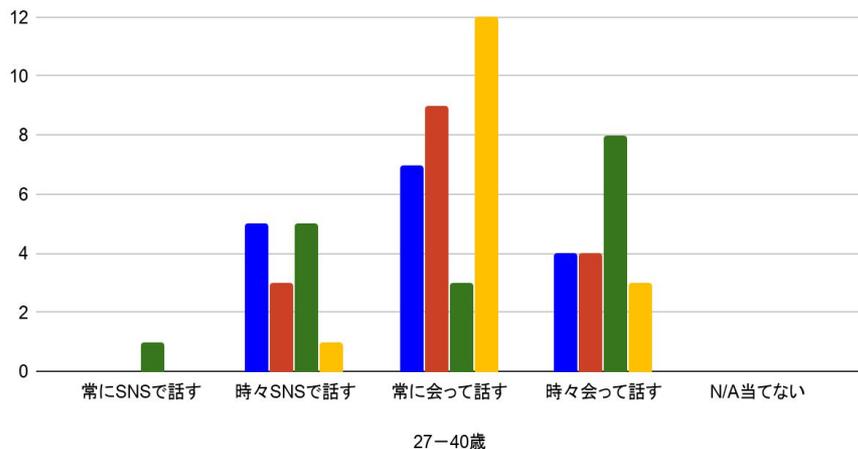


アメリカと日本の22-26歳の大多数は直接会話を好む。

以下の人と話すとき、SNSと直接会話では、どちらの方が良いと⁴¹ 思いますか。(27-40歳)

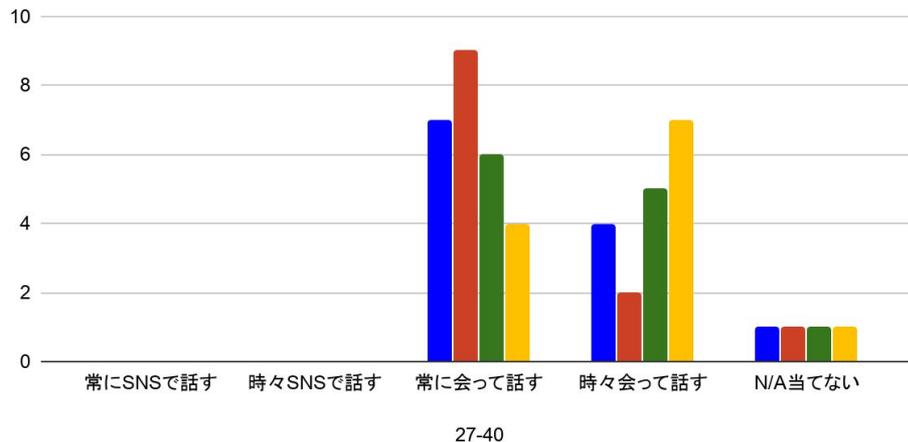
アメリカ人

■ 家族 ■ 友達 ■ 先生/上司 ■ 恋人



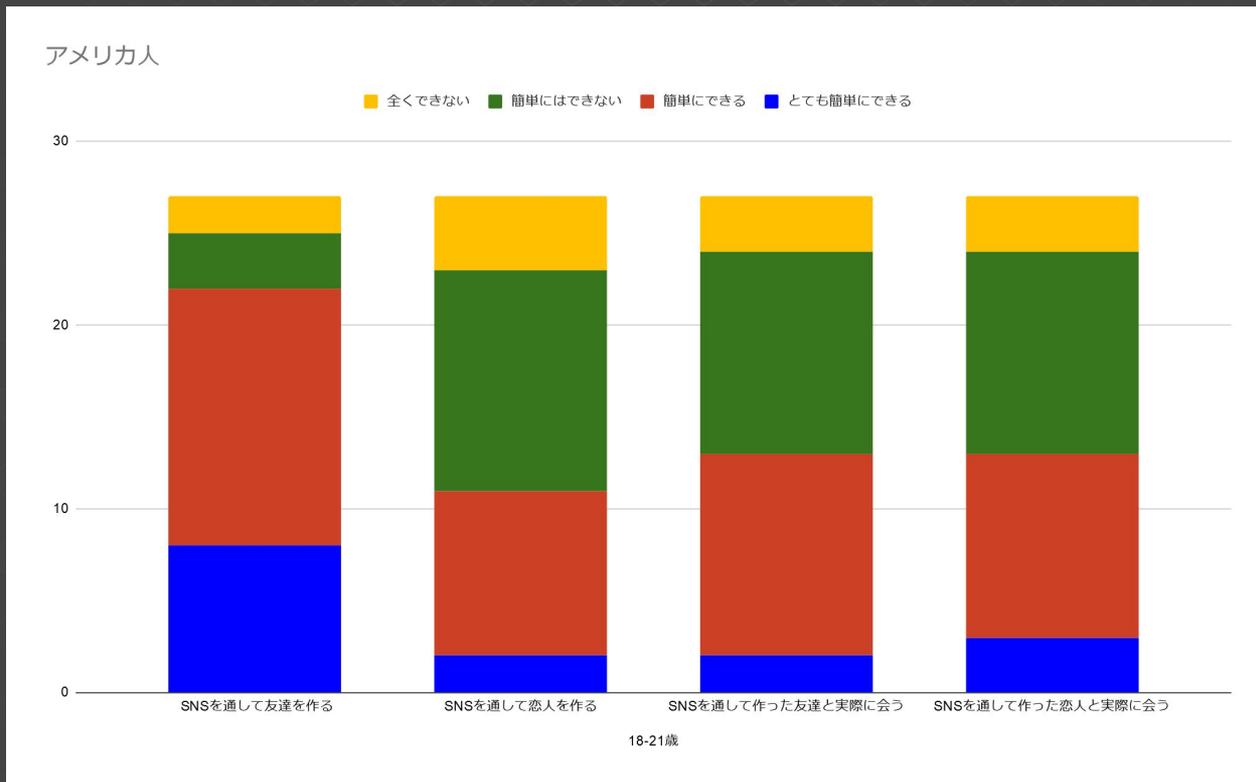
日本人

■ 家族 ■ 友達 ■ 先生/上司 ■ 恋人



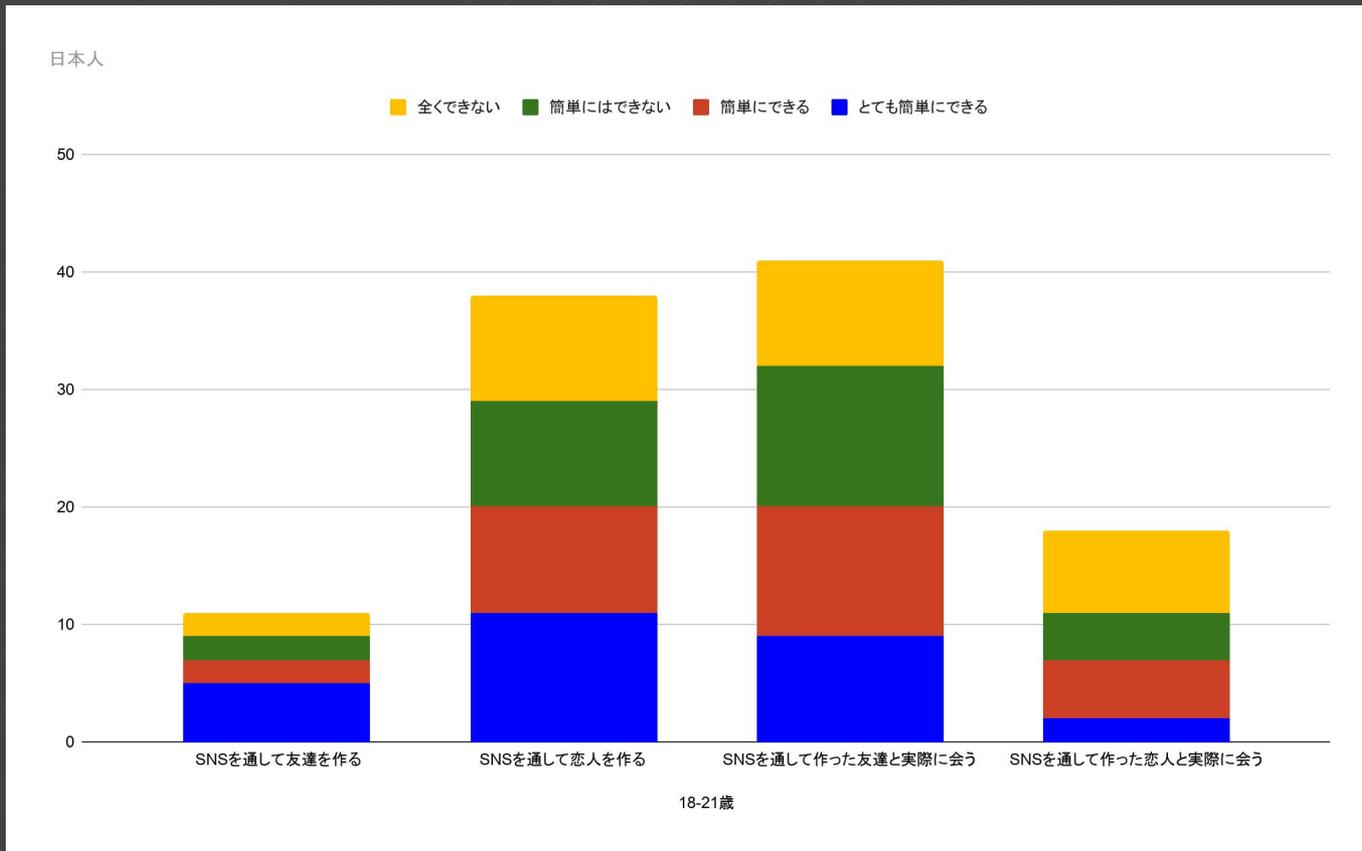
アメリカでは約50%が直接会話を選んだが、日本では100%が直接会話を選んだ。

下記の状況についてどう思いますか。アメリカ(18-21歳)



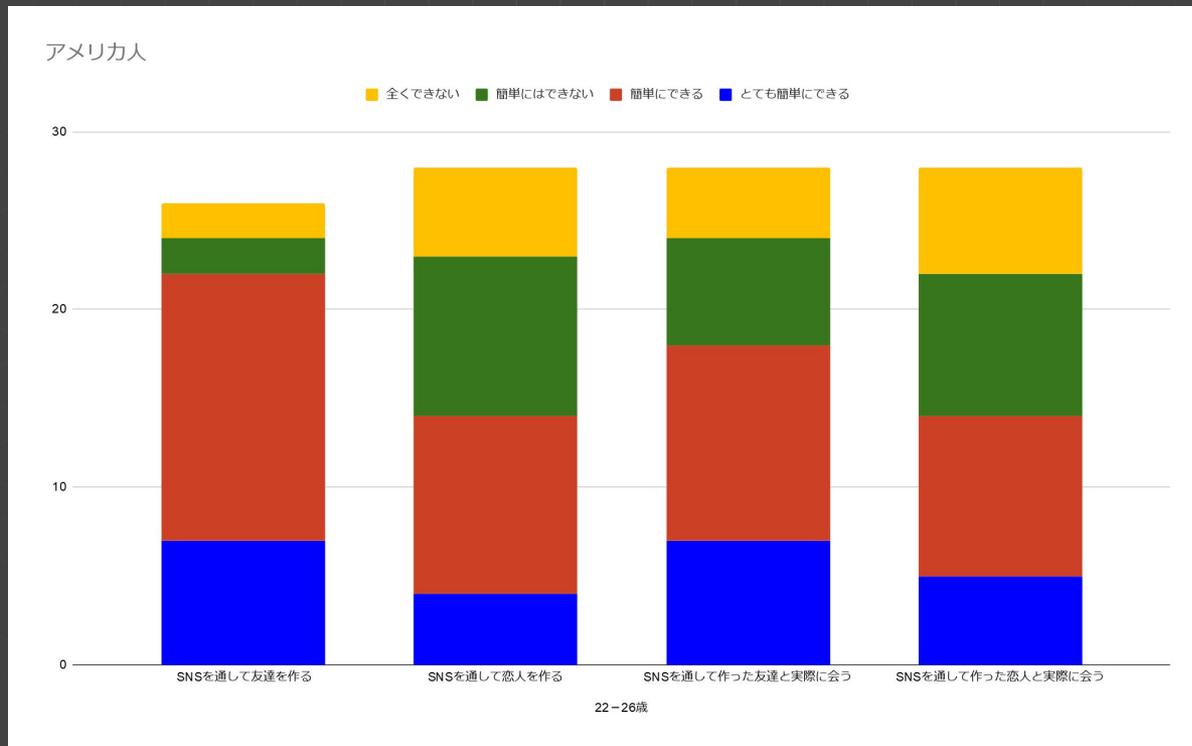
アメリカのさとり世代の80%以上は「SNSを通して友達を作る」ことは容易であるが、

下記の状況についてどう思いますか。日本(18-21歳)



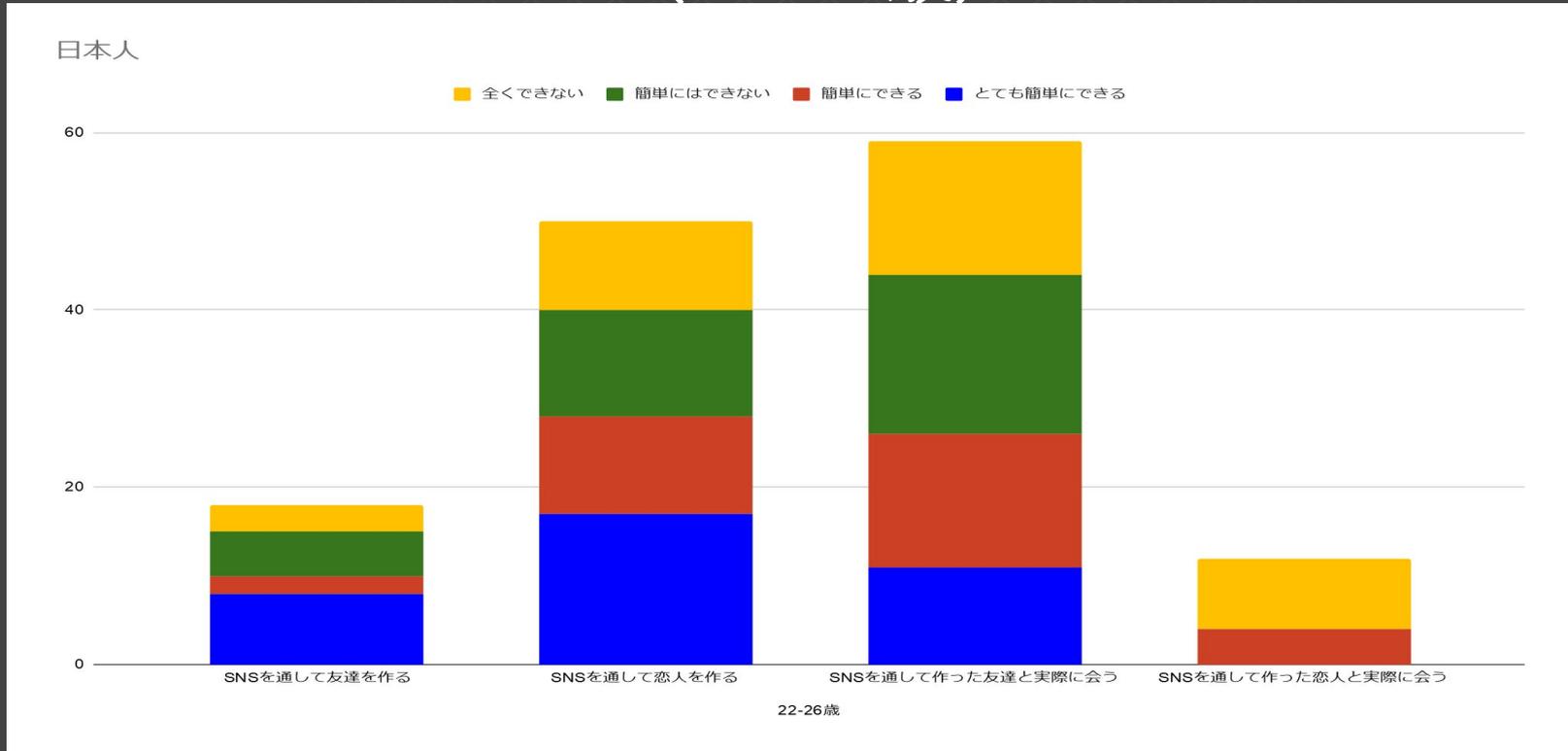
日本では50%弱が同じ意見である。

下記の状況でSNSを使う事に関してどう思いますか。アメリカ (22-26歳)



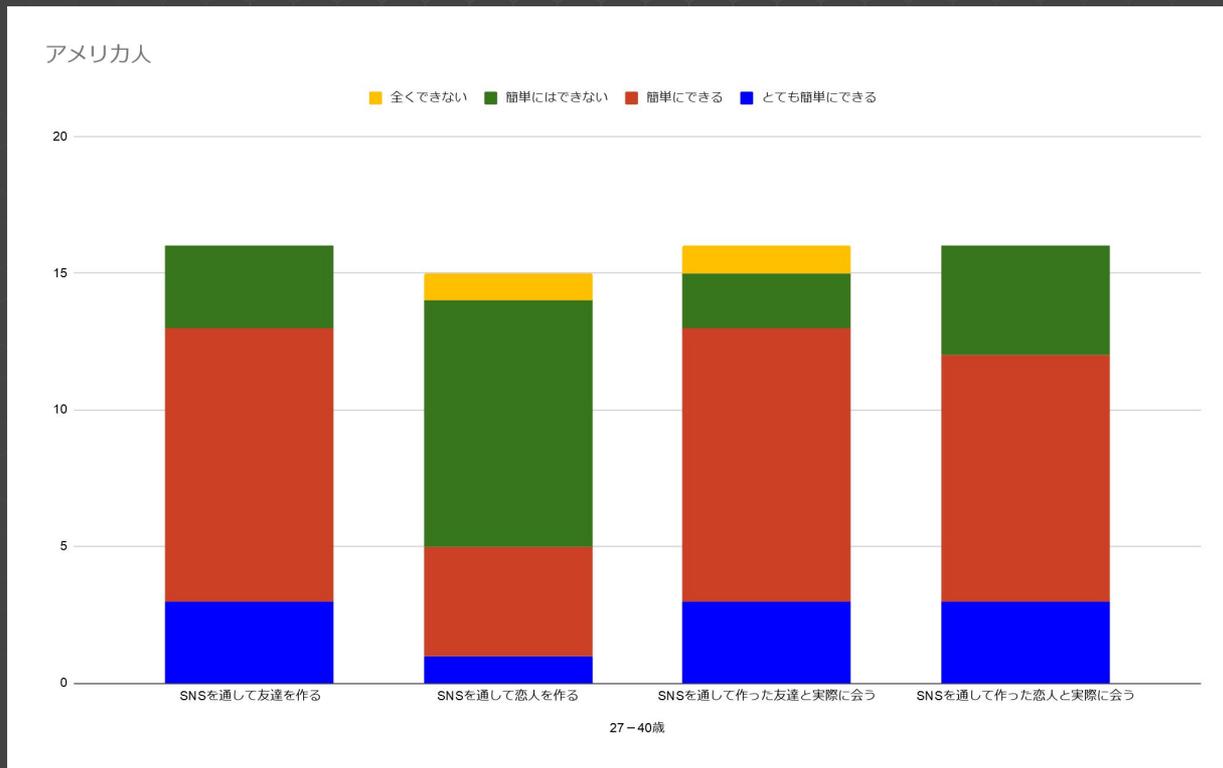
アメリカの22-26歳の大多数はSNSで「告白する」ことは容易だが、

下の状況でSNSを使う事に関してどう思いますか。日本 (22-26歳)



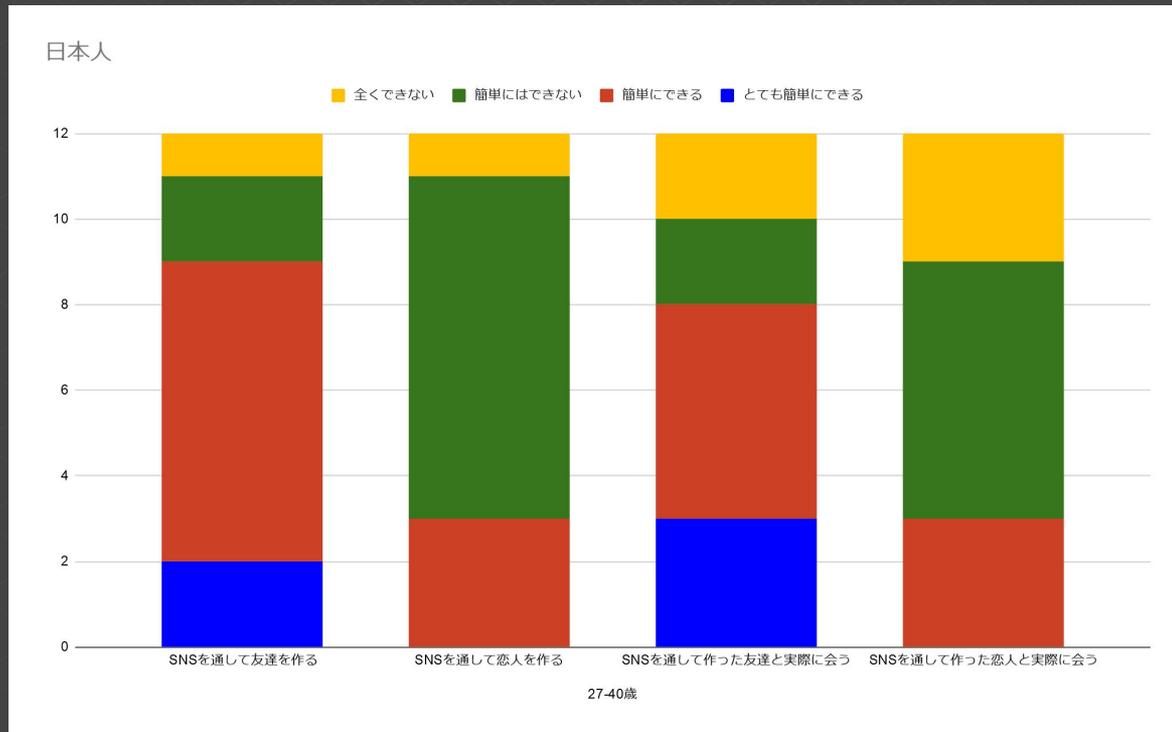
日本では20%未満が同じ意見である。

下の状況でSNSを使う事に関してどう思いますか。 (27-40歳)



アメリカのゆとり世代の大多数は「告白する」に賛成するが

下の状況でSNSを使う事に関してどう思いますか。 (27-40歳)



日本では25%に満たない。

研究結果2まとめ

- アメリカのさとり世代はメッセージの迅速な返信望んでいる。日本のさとり世代はメッセージの返信をもっと長く待つ事ができる。そして、アメリカと日本でゆとり世代はメッセージの返信をもっと長く待つ事ができる。22-26歳のグループはこの点についてさとり世代に似ている
- 又アメリカより日本ではより多くの回答者はSNS上で目上の人に対して礼儀正しくふるまうことを大切にする
- ほとんどの回答者はSNSによってコミュニケーション能力が失われている事に同意した。
- アメリカのさとり世代のほとんどが会って話しをする事を好んでいる。
- アメリカと日本はほかのすべての年齢層よりもさとり世代と22-26歳のグループはSNSを通して恋人を作るができると思っている

結論

- アメリカのさとり世代はさまざまな状況でSNSを気軽に使うことができる。又、日本でのさとり世代はSNSに依存している。
- 22-26歳のグループがゆとり世代とさとり世代のどちらに帰属するかはいくつかの先行研究でも重要な要素だが、私達の研究結果では彼らはさとり世代に近い方法でSNSを利用している事がわかった。
- アメリカではさとり世代はSNSを娯楽として使い新しい友情を作るが、ゆとり世代はSNSを使って交友関係を維持する事と家族を連絡と取り合う事に使う。
- 日本ではゆとり世代とさとり世代はSNSを交友関係を保つためや家族と連絡を取り合う方法として使い、娯楽のためには使わずそれほど頻繁には使用しない。

研究の限界点と将来の課題

- 回答者の大多数は女性だからデータは興味と使い方がゆがんでいる
- さとり世代よりゆとり世代の反応は少ないためデータの比較は不均衡である
- 特定の状況での快適さの身を聞いたため、私達は回答者に「どうして快適なのか」という言うことを聞いていない
- 今後、私たちはどのような特定の影響をゆとり・さとり世代の職場と若者の採用のコミュニケーションが与えるかを探求しなくてははいけない

参考文献

- Boase, J., & Kobayashi, T. (2012, October 1). Mobile communication networks in Japan and America.
- Chang, S., Liu, A., & Shen, W. (2017). User trust in social networking services: A comparison of
- Chang, S., Shen, E., & Yeh, W. (2017). A comparative study of user intention to recommend content on mobile social networks. *Multimedia Tools and Applications*, 76(4), 5399-5417.
- Dimock, M. (2019, January 17). Defining generations: Where Millennials end and Gen Z begins. Retrieved December 18, 2019, from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.
- Facebook and LinkedIn. *Computers in Human Behavior*, 69, 207-217.
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social Networking Addiction. *Behavioral Addictions*, 119–141. doi: 10.1016/b978-0-12-407724-9.00006-9
- <http://repo.kyoto-wu.ac.jp/dspace/handle/11173/2855?locale=en>.
- <https://link-galegroup-com.library2.csumb.edu:2248/apps/doc/A308883235/AONE?sid=Ims>
- Ishii, K. (2017). Online communication with strong ties and subjective well-being in Japan. *Computers in Human Behavior*, 66, 129–137. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.033>

参考文献

- Kim, E., Lee, J., Sung, Y., & Choi, S. (2016). Predicting selfie-posting behavior on social networking sites: An extension of theory of planned behavior. *Computers in Human Behavior*, 62, 116-123.
- Mills, J. (2015). Selfie beauty: The impact of today's photo-ready social media culture on innovation. *Global Cosmetic Industry*, 183(8), 28.
- Neely, C. (2019, February 27). Japan's Top Social Media Networks for 2019. Retrieved December 18, 2019, from <https://www.humblebunny.com/japans-top-social-media-networks-for-2019/>.
Retrieved December 18, 2019, from
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). Move over, millennials; Gen Z is here. *HRNews*, Retrieved from <https://search-proquest-com.library2.csumb.edu:2248/docview/2022125623?accountid=10355>
- ナカタミキコ. (n.d.). SNSによる大学生のコミュニケーションについて—自己隠蔽度が人間関係に及ぼす影響について. 広島女学院大学国際教養学部紀要
- 和美 嵯峨山, 健司 久米, 計英 金西, 健二 松浦, 康夫 三好, 純子 松本, & 米雄 矢野. (2016, August 5). 学生支援キャンパスSNSと学生の動向.
- 正木 大貴. (2019, March 15). SNSは人間関係を変えたのか?. Retrieved December 18, 2019, from

謝辞

- 私達の家族
- 関根繫子教授
- ダスティン・ライト教授
- 斎藤-アボット佳子教授
- 小垣朋子先生
- ガス・レナードさん
- キャップストーンと同級生
- 日本人留学生
- アンケートの回答者



ありがとうございます