

ゼミプロジェクト 2020 報告書
Instagram 運用 「SNS で生活をより豊かに！」

広島市立大学国際学部 井上ゼミ

注 図画像を最小限にした簡略版

栗本舞

清水詩音

寺井日向世

浪花羽南

藤澤美緒

2021 年 1 月 27 日

目次

I. はじめに.....	4
1 研究内容	
2 研究目的	
3 研究実施方法	
II. SNS について	5
1 各 SNS の特徴	
1-1 Twitter	
1-2 Facebook	
1-3 TikTok	
1-4 YouTube	
2 Instagram について	
2-1 概要	
2-2 ビジネスアカウント	
3 SNS×心理	
4 SNS×法律	
4-1 名誉毀損罪と侮辱罪	
4-2 肖像権とパブリシティ権の侵害	
4-3 著作権の侵害	
III. いずみちゃん(@izmgram_)運用準備.....	11
1 ターゲット設定、ターゲット分析	
1-1 Instagram 広告におけるターゲティングの種類	
1-2 ターゲットの決定	
2 運用目標	
3 いずみちゃん(@izmgram_)運用までのスケジュール	
4 アカウント作成	
4-1 名前とアイコン	
4-2 プロフィール	
4-3 ハッシュタグ	
IV. 投稿までの流れ.....	14
1 投稿内容の企画	
2 概要作成	
3 文章作成	
3-1 Instagram のプロフィール欄の書き方	

- 3-2 インスタグラムのキャプションの書き方
- 3-3 インスタグラムのハッシュタグの使い方
- 4 画像作成から投稿まで
 - 4-1 テンプレート画像の作成
 - 4-2 オリジナルキャラクターの作成
 - 4-3 フォントや使用画像の統一ルールの設定

V. 運用状況とデータ分析..... 22

- 1 投稿内容まとめ
- 2 データ分析、データから分かること

VI. まとめ..... 69

- 1 全体のまとめ・感想
- 2 個人

Instagram 運用「SNS で生活をより豊かに！」

まえがき

「新型コロナウイルス」

2020 年、世界は混乱に陥った。

東京オリンピック・パラリンピック延期、緊急事態宣言発令、夏の甲子園中止...
ここには書ききれないほどの想定外が次々と起こり、一生忘れることのない1年であつたことは言うまでもないだろう。

「コロナ疲れ」「コロナストレス」という言葉も生まれるほど、私たちは先の見えない日々不安を抱えながら毎日必死に生きていた。

そんな状況下で人々を支えた一つに SNS がある。

自粛生活によって社会との繋がりを感ぜられない寂しさ、悲しさを埋めるための SNS
不安や孤独を感じているのは自分だけではない、仲間がいると安心するための SNS
当たり前だった直接のコミュニケーションがどれほど幸せなことか気づくための SNS

それぞれに SNS を使う目的があつて、楽しみ方があつて、繋がりがあつた。
誰もが自由に、好きなように、使うことができる SNS の可能性は無限大だ。

しかし SNS が原因で悲しむ人が増えていることも事実だ。
誹謗中傷、アンチコメント、性犯罪など、
一人一人がこの事実と向き合っていかなければならない。

「SNS を使って生活をより豊かに」

私たちは一人でも多くの方が SNS をプラスに捉え、様々な可能性を生み出し、
毎日の生活を少し豊かにするための一つのツールとして使えるように
情報発信したい。

そんな思いでこの研究を始めた。

大きな転機であつたともいえる 2020 年
SNS の使い方をもう一度見直すきっかけにしてほしい。

I.はじめに

1 研究内容

私たちはメディアに関する調査や、意見交換を行った前期の活動を通して、SNS の利用方法は無限大であると考えた。それは、2020 年という異例な 1 年において SNS の利用率は急激に増加し、改めて SNS の影響力を実感したからである。しかし、この影響力にはプラスなものだけではなく、誹謗中傷やアンチなどといったマイナスな一面もあることを心に留めておかなければならない。

以上のことを踏まえて、なぜ SNS は人に影響を与えるのか、その影響力は如何なるものなのかについて知るために SNS の中でも Instagram を運用する。Instagram を選んだ理由は、近年幅広い年齢層の利用者が増加しており、影響力を見込めると考え、情報発信を行うために最適な SNS であると判断したからである。また、そのユーザーにこれからの情報社会において正しい知識を身につけておいてほしい、SNS を正しく有効活用してほしいという思いから、情報発信を行った。

2 研究目的

Instagram を実際に運用し、SNS を正しく有効活用するための情報発信を行う。Instagram については、p.6 で後述している。現代社会における SNS の影響力を知り、それについて情報発信することでみんなに正しい知識を身につけてほしい。そして、運用していくなかで「バズり」の共通項を発見し、SNS を有効的に活用する方法を探り、SNS の利用方法の学びを通しての将来的経験値を獲得する。

3 研究実施方法

Instagram アカウントを作成し、学習・機能・教育というカテゴリー別に週 3 回のペースで情報発信を行う。具体的には、「いずみちゃん」という Instagram 内のオリジナルアバターを作成し、いずみちゃんがユーザーに向けて、Instagram の正しい利用方法や SNS に関する社会状況、私たちがゼミで学んだことを伝えていくという形式をとる。いずみちゃんについては、p.16 で説明している。そして、投稿後にはユーザーからの反応をデータ化し、それを踏まえて投稿を改善・反映させることによって、より影響力のある運用方法を検証していく。

II. SNS について

まず、Instagram 以外の主な SNS の特徴について考えていきたい。その上で Instagram の特徴を踏まえ、数多くの SNS が存在するなかで、なぜ私たちが SNS 運用で Instagram を利用しようと思ったのかを述べていきたいと思う。

1 各 SNS の特徴

そもそも SNS とは、「ソーシャル・ネットワーキング・サービス」の略で、ヒトとヒトとのつながりを促進・サポートするコミュニティ型 Web サイトのこと(1)。ブログや掲示板サイトもコメントが書けたり、意見交換できたりすることから SNS に含まれる。

1-1 Twitter

Twitter の特徴は大きく分けて 2 つある(2)。1 つめは、拡散機能があるということである。拡散機能により、一躍有名になる人が登場する一方で、誹謗中傷などといった悪質なツイートが広がる可能性があるという二面性を持つ。そして 2 つめは、「トレンド」から幅広い話題について知ることができるということである。トレンドには、エンタメ分野だけでなく、政治や経済といった社会的なキーワードも数多く登場する。そのため、現代社会において Twitter は一種の情報を得るためのツールとして確立している。

1-2 Facebook

Facebook 最大の特徴は、ユーザー登録を実名であることが原則となっている点である。(3) いまや SNS といえば匿名で利用できるのが一般的となっているが、そのなかで実名主義を採用するメリットは、無責任な発言や中傷を防ぐことができるということである。実名を公開していると、自分という人間でしか発信できなくなるため、必然と発言に責任が生まれる。2020 年は SNS での誹謗中傷により多くの命が失われてしまった。Facebook の匿名性の排除は、このような悲しい出来事が起こらないようにするためにも有効なのではないだろうか。

日本の Facebook 利用者は 40 代以上が多く、一般的な用途は、友人とのコミュニケーションである。知らない人と知り合うというよりは、比較的身近な存在の人々とのつながりをオンライン上でもつために利用される傾向にある。

1-3 TikTok

TikTok 最大の特徴は、Twitter よりも莫大な拡散力があると言われていることである。(4) アプリユーザーは日本国内で 950 万人、全世界では 8 億人(2020 月 1 月)おり、また、米国では 5 人に 1 人がユーザーであると言われている。以上より、世界中で多くの人々が TikTok を利用していることがわかる。しかしその一方で、ユーザーの個人情報漏洩などを危惧し、国家レベルで使用禁止措置がみられるという一面もある。

1-4 YouTube

YouTube の全世界における月間利用者数は 20 億人。(5、6)PC、スマートフォンやタブレット、ゲーム機などで気軽にアップロードされた動画を視聴できるため、日本国内でも 6,200 万人以上が利用している(2018 年 12 月)。人々はこれまで余暇を楽しむためにテレビを視聴してきたが、最近では、若者を中心にテレビよりも YouTube を視聴する人が増えている。YouTube は癒し、暇つぶし、ハウツー、最新情報など、人々の要求をすべて満たしてくれるプラットフォームとなりつつある。

また、コロナ禍により、世界中の人が Stay Home を強いられる中、多くの芸能人が YouTube に進出した。彼らは、多くの YouTuber がやってきたゲーム実況や美容系動画はもちろん、テレビの裏側を暴露するなど様々な活動をしている。アイドルや歌手はライブができなくなったため、YouTube をつかってライブ映像を配信したり、レコーディングしている姿を公開したりするなど、今まで YouTube をつかっていなかった人たちも動画を投稿するようになった。一方で「フワちゃん」など YouTuber として活躍していた人たちがタレントのようにテレビで活躍することも増えている。以上のことから、YouTuber と芸能人の垣根が曖昧になったことが特徴として挙げられる。

2 Instagram について

2-1 概要

Instagram(7)は「大好きな人やものとのつながりを深める」ために、2010 年に AppStore でリリースされ、2014 年には日本語版がリリースされた。それ以降、2016 年頃から日本国内での認知度が高まり、ビジネス活用が一般化したことで国内利用者は急速に増加した。日本国内の MAU (Monthly Active Users : 月に一度は Instagram のアプリを開くユーザーの数) は 3300 万、国内の月間アクティブ率は 84.7%と、Instagram が生活に根付いてきていることがわかる(坂本、2019)。このように非常に話題性の高い Instagram には、主に以下 4 つの機能がある。

①投稿

(ア)通常投稿

アプリを開くと表示されるフィード、すなわちホーム画面に表示される投稿のことで、Instagram の中心となる投稿手法。1 回の投稿につき、写真または動画(3-60 秒)を 10 件まで投稿可能。

(イ)ストーリーズ

フィードの上部に投稿者のアイコンが横に並ぶ形で表示される、24 時間限定で公開される投稿のこと。写真または動画(最大 15 秒)の投稿が可能で、その他にも文字だけで構成されるタイプモードや GIF スタンプ、エフェクトの活用など、様々な表現が可能であることが特徴。また本来は 24 時間で消えてしまうが、ハイライト機能を使うことで、プロフィールページに常時表示させておくことも可能である。

(ウ)IGTV

15 秒～10 分の長時間の動画投稿が可能（認証アカウントなどの一部アカウントでは 60 分まで可能）。指をスライドさせるスワイプ操作によって他の動画に移動しやすいことが特徴で、専用のアプリもある。

(エ) リール

最大 30 秒までの短い動画を投稿したもの。テキストやフィルターなどを使用して編集し、自分らしさを表現しやすいことが特徴。これは 2020 年 8 月に公開されたもので、投稿方法の中では最も新しい機能である。

②DM（ダイレクトメッセージ）

メッセージや写真、動画などのやり取りが可能なメッセージ機能。投稿の送信やビデオチャットなどもでき、様々な方法でつながることが可能である。また、2020 年 9 月からは Facebook の Messenger の機能が導入され、ビデオチャット中に IGTV やリールなどを一緒に見たり、チャットカラーを自身でカスタマイズしたりすることが可能となった。

③ショッピング

通常投稿やストーリーにつけられた商品タグをタップすることで、商品の購入が可能な機能。現在は商品タグをタップした後、商品が掲載されているサイトで購入する流れになっているが、今後はチェックアウトを使用して Instagram 内で直接購入可能になるといわれている。

④検索・発見

興味を惹く投稿やアカウント、トピックの閲覧が可能。フォロー中のアカウントやいいね・保存した投稿などに基づいて表示されるようになっている。

2-2 ビジネスアカウント

Instagram のアカウントには、個人用アカウントとビジネスプロフィールの 2 種類があり、今回はビジネスプロフィールを利用した。(8) ビジネスプロフィールでは、①広告を打つことができる、②インサイトを見ることができる、③電話・メール・道順等のアクションボタンをプロフィールページに設定できるといったメリットがあり、今回は特に、②インサイトを見ることができる点においてビジネスプロフィールを活用する。ここでのインサイトとは、各通常投稿のエンゲージメント数（反応数）、各ストーリーズの閲覧数、アカウントのフォロワーに関する詳細情報などを一覧で見ることが可能な機能である。また、各投稿のインサイトも確認することができ、私たちはこれらをデータとして分析し、考察することとする。

3 SNS×心理

SNS に内在する心理影響は大きく分けて 3 つあり、①投稿する心理、②見る心理、③依存心理である。まず①投稿する心理は、自己承認欲求または他己承認欲求を満たすことを目的としている。また、投稿内容は SNS の活用方法によって傾向分けでき、年齢層や性別、SNS 利用

において重視するポイントなどで分類される。次に、②見る心理については、SNS 最大の特徴である承認の可視化による心理影響が関係している。“見る専”と呼ばれるユーザーが SNS 利用者の過半数を占めることから読み取れるように、プライバシーの観点から、情報公開への不信感が顕著に現れる心理状況である。

そして、一番の影響力を持ち問題視されている③依存心理については、4つの点から指摘することが出来る。それは、SNS 以外の手段によるコミュニケーションが欠如した SNS コミュニケーションの過多、SNS 上の話題や会話が現実での人間関係に影響を及ぼす疎外回避恐怖、SNS を嫌な現実から逃げるための場とする現実逃避、そして承認欲求の4点だ。以上の心理的影響によって、IT、インターネット、SNS を中心とした情報社会の形へ変化していったことが感じられる。中でも SNS における心理的影響は、マイナスな側面も持ち合わせていることを理解して付き合うことが必要だ。

4 SNS×法律

SNS の普及により誹謗中傷などが社会問題として叫ばれていることもあり、SNS と法律の関係は無視できない。罪に問われるような内容を投稿してはいけないし、「このような法律があるから気を付けるべき」と情報として発信するのも私たちの使命であると感じる。以下で名誉毀損罪と侮辱罪について説明する。

4-1 名誉毀損罪と侮辱罪

名誉毀損罪は「公然と事実を摘示して他人の名誉を毀損する可能性のある罪」のことをいう。「公然」とは不特定多数が認識できる状態を指し、「事実を摘示して」とは真実だけではなく、虚偽の事実も該当する。「事実の摘示」とは、例えば「あの人は不倫をしている」といった具体的な内容を指す。「他人の名誉を毀損する」とは人の社会的評価を低下させる行為のことである。(藤井、2020)

名誉毀損罪と似ている罪に侮辱罪がある。これは「事実を摘示しないで公然と人を侮辱する罪」であり、名誉毀損罪との違いは事実を摘示するか否かである。「事実を摘示しない」とは「ブサイク」や「能無し」というものが当てはまる。SNS の誹謗中傷で木村花さんが亡くなった事件では、Twitter で誹謗中傷した男が侮辱罪で書類送検された。男は木村さんに対して「顔面偏差値低いし、性格悪いし、生きてる価値あるのかね」「ねえねえ。いつ死ぬの？」などと書き込んでいた(前田、2020)。このように攻撃的な言葉をぶつけ、相手の社会的評価を下げる行為は罪に問われることがある。SNS を利用する際は、自分の発言に責任をもち、相手を考慮しながら発信する必要がある。

4-2 肖像権とパブリシティ権の侵害

これは普段 SNS を利用している私たちが非常に陥りやすい。肖像権とは、自分の顔や容姿を無断で撮影され、それを公表されることを拒むことができる権利である。(富士通エフ・オー・エム株式会社、2016)パブリシティ権とは、著名人の写真や動画などを利益目的で他人に勝手に利用されない権利のことである。自分ではない誰かがうつっているものは、必ず許可

を取り投稿しなければならない。また著名人の写真や動画を保存し、自分のアカウントで発信するのは好ましくなく、公式アカウントの投稿を拡散することがその著名人のためにもなる応援の仕方である。

4-3 著作権の侵害

これは、近年のインターネットの普及により深刻化している問題だ。著作権とは、「自分の著作物が他人に勝手に利用（複製・翻訳・上映・上演など）されないように、原作の無断使用を禁止する権利」『新明解国語辞典』のことを言う。最近では、大ヒットアニメ『鬼滅の刃』の海賊版 DVD を販売したとして著作権の侵害の疑いで男性が逮捕された（朝日新聞デジタル、2020）。このように、他人の著作物を許可なく使用することは禁じられている。著作権は有名な著作物だけに発生するのではなく、自分が創作した詩や絵にも権利が発生する。つまり、私たちが権利を侵す可能性は十分にあるため注意が必要である。

以上から、案外近くに違法行為が潜んでいることがわかる。だからこそ SNS と法律について学び、行動を変えていく必要がある。また、著作権について理解を深めたことで、投稿作成で引用したものには必ず明記することに敏感となり、剽窃を避けることができた。

<注>

1. TAT 「今更聞けない…Facebook・Twitter・Instagram・LINE ってどう違うの？」
<https://www.nailtat.com/event/salespromotion/vol001.html>（2021/01/27 最終アクセス）。
2. Twitter ヘルプセンター「Twitter のトレンドについてのよくある質問」<https://help.twitter.com/ja/using-twitter/twitter-trending-faqs>（2020/09/17 最終アクセス）。
3. 株式会社グローバルリンクジャパン／清水将之（2016）『SNS マーケティングのやさしい教科書。Facebook・Twitter・Instagram—つながりでビジネスを加速する技術』エムディエヌコーポレーション。
4. TikTok 公式 HP <https://www.tiktok.com/>（2020/09/18 最終アクセス）。
5. 「YouTuber（ユーチューバー）の収入の仕組みや平均年収は？」<https://career-picks.com/average-salary/youtuber-syuunyuu>（2020/09/18 最終アクセス）。
6. 「ユーザーの高い利用率「YouTube」の強み」<https://www.live-commerce.com/ecommerce-blog/youtube/#.X2L1ZD9xdPY>（2020/09/17 最終アクセス）。
7. 2-1 の概要については、坂本（2019）の第 1 章と Instagram 公式サイトを参照。
8. 2-2 のビジネスアカウントについては、坂本（2019）の第 2 章と第 4 章に基づき構成。

<参考>

朝日新聞デジタル（2020 年 10 月 27 日）「『鬼滅の刃』海賊版を販売した疑い 男逮捕 意を否認」<https://www.asahi.com/articles/ASNBW5TH9NBWUJHB00W.html>。

石坂友司・小澤考人（2015）『オリンピックが生み出す愛国心-スポーツナショナリズムへの視点-』、かもがわ出版。

Instagram <https://about.instagram.com/ja-jp/about-us>（2021/01/14 最終アクセス）。

- 岡安孝弘(2016) 『インターネット依存の心理社会的影響およびリスク要因に関する研究の動向』 https://m-repo.meiji.ac.jp/dspace/bitstream/10291/18317/1/shinrishakaigaku_11_23.pdf。
- 川端久美子、中田悠理木谷庸二 『SNS における「いいね」がユーザーに与える心理的影響とその表示方法に関する研究 Study about the Psychological Influences of “Like” in SNS and its Graphic Design』 https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssd/64/0/64_236/_pdf/-char/ja。
- 坂本章(2002) 『インターネットの心理学』、学文社。
- 坂本翔(2019) 『Instagram でビジネスを変える最強の思考法』、技術評論社。
- 篠田潤子(2007) 『スポーツとメディア-スポーツ社会心理学』ブレーン出版。
- セールスフォース・ドットコム『Instagram などの SNS 利用を左右する「承認欲求」を調査』 <https://www.salesforce.com/jp/blog/2018/02/desire-for-recognition.html>。
- Social Media Lab 『成長する選手ほど毎日投稿してファンと交流する！ Instagram が変えるスポーツマーケティング【#IGSPORTS】』 <https://gaiax-socialmedialab.jp/post-74899/>。
- 藤井寿(2020年6月22日)「【図解で分かりやすく】名誉棄損と侮辱罪の要件の違いと慰謝料の相場」『弁護士費用保険の教科書』<https://bengoshihoken-mikata.jp/archives/6296>。
- 富士通エフ・オー・エム株式会社『情報リテラシー入門編』FOM 出版、2016。
- 前田恒彦(2020年12月19日)「『いつ死ぬの?』木村花さんを誹謗中傷の男、なぜ逮捕されなかったか」 <https://news.yahoo.co.jp/byline/maedatsunehiko/20201219-00213285/>。(2021/01/20 最終アクセス)。
- 正木大貴『承認欲求についての心理学的考察—現代の若者と SNS との関連から』 http://repo.kyoto-wu.ac.jp/dspace/bitstream/11173/2640/1/0140_012_002.pdf。
- 正木大貴『なぜわれわれは SNS に依存するのか? — SNS に“ハマる”心理—』 http://repo.kyoto-wu.ac.jp/dspace/bitstream/11173/3029/1/0140_014_012.pdf。

Ⅲ. いずみちゃん(@izmgram_)運用準備

1 ターゲット設定、ターゲット分析

1-1 Instagram 広告におけるターゲティングの種類

はじめにターゲティングとは、市場の細分化を行った後、その市場に対してターゲットを絞ってマーケティングを展開することであり、具体的な顧客の選定が必要である(1)。これを踏まえ、Instagram 広告におけるターゲティングを以下で比較する。

- ・ユーザー属性ターゲティング

年齢や住んでいる地域、性別といった基本属性に加え、交際ステータスや普段のライフスタイルなど、Facebook のデータを活かした詳しい属性指定が可能。

- ・インタレスト/行動ターゲティング

ユーザーの興味・関心や、オンライン上での行動をベースにしたもの。「いいね」したものと様々なアクティビティを元に行っているため高精度であるといわれている。

1-2 ターゲット設定

今回私たちは Instagram の運用をするにあたり、上記のターゲティング方法を参考に、ターゲットを設定した。I 章でも述べた通り、私たちはゼミ活動を通して学習してきた情報リテラシーの重要性や様々な SNS の活用方法など、マスメディアに関する情報発信を行うこととする。そのことを踏まえ、私たちは「SNS を使い慣れていない、小中学生の子どもを持つ主婦」をターゲットに設定した。これは、今後さらに急速化する情報社会で、家庭での情報学習は欠かせないことであり、主婦に情報拡散力が期待できると考えたためである。

2 運用目標

大きなテーマは「SNS を正しく使って、生活をより豊かにする」である。Instagram で有益な情報を発信することで、ユーザーが抱える SNS に対する恐怖心をなくし、SNS 教育を行うことが運用目標として挙げられる。また、ビジネスアカウントを利用するなかで、個人用アカウントとの違いを知り、今後 SNS を活用するために必要な知識や技術を身につけたいと考えた。

3 いずみちゃん(@izmgram_)運用までのスケジュール

2020 年 10 月

SNS 運用にあたる知識共有・情報収集、投稿内容を企画作成する。

11 月

内容決め、投稿ストック期間。

12 月

運用スタート（1 日～）、同時進行で内容の企画作成・投稿ストックも行う。

2021年1月

運用継続、24日までの投稿分のデータ分析、同時進行で内容の企画作成・投稿ストックも行う。

4 アカウント作成

4-1 名前とアイコン

ユーザーに親近感を持ってもらうために「いずみちゃん」とその家族のアバターを清水が作成。大学生「いずみちゃん」というアバターが情報を発信するという形で投稿を作る(詳しくは4-2 オリジナルキャラクター作成)。「いずみ」は「井上ゼミ(izm→いずみ)」から派生してたどりついた。また、プロフィールのアイコンにはいずみちゃんの顔を設定した。

4-2 プロフィール

プロフィール文は「SNSを正しく使って、生活をより豊かにする」というテーマが伝わることを意識して私たちが話し合い作成した。以下がプロフィール全文である。

まだ小さいから SNS は早いよね・・・」「もう歳だから SNS はわからない・・・」
「子供の方が SNS に詳しいからほっといて大丈夫・・・」
全世代で SNS を正しく使って生活を豊かにしよう!!
メディア・SNS に関する情報を大学生がお届け!

その他、アカウントの説明と保存・共有のお願いは投稿文の中に入れる。読みやすいように文章を短く区切り、段落を変える工夫をした。以下が投稿文のテンプレートである。

SNS ってなんか怖い…SNS の使い方がわからない…正しい知識を身につければ大丈夫



ここでは「SNS を正しく使って生活を豊かにしよう」をテーマに
メディアについて研究している大学生が SNS やメディアに関する情報を発信します!
毎週火曜日・金曜日・日曜日に投稿!!
この投稿がいいなと思ったらフォロー、いいねをよろしくお願いします☺
プロフィールはこちらから→@izmgram__
あとで見返したい、誰かに教えたいと思ったら保存・共有してくださいね!

4-3 ハッシュタグ

はじめに、SNS や大学生にまつわる投稿にどのようなハッシュタグをつけて他の人たちが投稿しているのかを調査。それを元に 12 個の基本的なハッシュタグを設定。基本のハッシュタグを設定した上で、投稿内容に合ったハッシュタグを毎回付け足す。以下、ハッシュタグの例を挙げる。

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生

基本のハッシュタグに加え、投稿内容ごとにハッシュタグを付け足す。以下は、子どものフィルタリングについての投稿をした際に使用したハッシュタグである。

#中高生 #スマホ #スマートフォン #スマホの使い方 #フィルタリング #フィルタリングサービス #犯罪 #ネット犯罪 #メディア教育 #生活の知恵

また、投稿文にハッシュタグを加えると、長くなり見にくくなるため、ハッシュタグはコメント欄に入れ、投稿文の見やすさを重視した。

<注>

1. NobyNoby(2018年5月22日)「Instagram 広告の基本となる4つのターゲティングを徹底解説！」<https://marketer.jp/instagramad-4targeting.html> (最終アクセス日2021年1月21日)。

IV. 投稿までの流れ

1 投稿内容企画

投稿内容は、①これまでゼミで学んできた知識を共有する「学習」、②情報通信機器や SNS の活用方法や特徴をまとめた「機能」、③情報社会において身につけなければならない知識を説明する「教育」の 3 つに分類した。これに基づいた投稿内容案を各自が持ち寄って話し合い、その必要性や目的を踏まえながら、いつどの内容を投稿するかを決定した後、データで投稿内容を共有した。投稿内容の共有方法については、Google スプレッドシートを使用し、複数人でリアルタイムに共同編集が行えるようにした。

2 概要作成

確定した投稿内容に関する情報を収集し、詳細にまとめる。その上で、特に伝えたい部分を明確にする。これにより、次の段階である文章作成の際に、この概要が基盤となる。概要作成には、Google ドキュメントを使用し、投稿内容の共有と同様、複数人でリアルタイムに共同編集が行えるようにした。

3 文章作成

Instagram の文章では、言いたいことをつらつらと述べるのではなく、より簡潔に、統一感を持たせることが必要である。そうした文章を書くために気をつけたことは大きく分けて以下 3 点である。(1)

3-1 プロフィール欄の書き方

紹介文章の書き方のコツは、相手のことを想像して書くことである。自分が投稿する写真は誰かに向けているものなので、そのターゲット層に刺さるような言葉を選ぶ。ターゲット層がわからない場合は、自分と同じような境遇の人を想像する。(年齢、性別、趣味、職業など) アカウントのテーマを統一させることが重要だ。

3-2 キャプションの書き方

Instagram のキャプションとは、投稿と共に表示される文章のことで、投稿した写真に関する補足説明やハッシュタグなど記載するスペースを指す。基本的に、キャプション欄には無駄な情報は書かず、あくまで画像の補足として必要な情報のみを書くことが大切である。

3-3 ハッシュタグの使い方

ハッシュタグの使い方には大きく分けて 2 つのパターンが存在し、①文章の途中にハッシュタグを入れるパターン、②文章の最後にハッシュタグを入れるパターンである。

①文章の途中にハッシュタグを入れるパターン

文脈にハッシュタグ付きのテキストを入れることで、そのキーワードを目立たせることが出来る。文章内で目立たせたいキーワードをハッシュタグ付きにすると、そこだけ見栄えが変わるためユーザーに気づきを与えることができる。

②文章の最後にハッシュタグを入れるパターン

文章内にはハッシュタグを入れず、キャプションの下部にまとめて関連するハッシュタグを入れている。①のように文章内にハッシュタグを入れるとややポップになり、ユーザーよりの投稿になるため、企業アカウントとしての堅さを崩したくない場合はこちらの方法の方が好ましい。

以上のことを踏まえ、キャプションをどのように記載するか以下のようなルールを定めた。

- ・です、ます調の統一
- ・ハッシュタグのパターンには②の文章の最後にハッシュタグを入れるパターンを採用
- ・デフォルトで設定するハッシュタグ数は最低 12 個、最高 30 個
- ・絵文字、顔文字の活用
- ・改行ルール

4 画像作成から投稿まで

4-1 テンプレート画像の作成

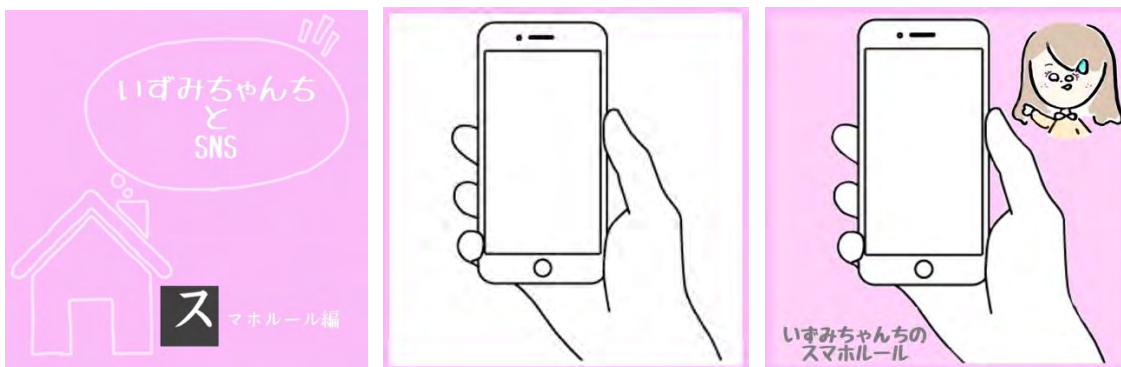


図1 テンプレートの表紙の作成過程

上の画像(図1)は、テンプレートの表紙(一番右の画像)が出来までの施策過程(左2つの画像)である。当初は、単色背景に手書きのイラスト、投稿内容ごとに変わるタイトルをフォントで入力する形で画像を作成した。だが、タイトルへの惹きを強め、可能な限り文字数を減らし視認性を高くするために、スマートフォンのイラストの中にタイトルを入力する形に変更した。これは、SNSにまつわる情報を発信するというテーマに基づいて作成した。この際、

背景色を白かテーマ色のピンクのどちらにするか検討した結果、今後、動向画面に並んでいくことを想定し、より見栄えするピンクを採用した。そして、この画像にオリジナルキャラクターのイラストを添えたものを最終形とした。

また、私たちは週に3回テーマ別の投稿を行ったため、そのテーマごとに色分けをした。そうすることで、右の画像のように、フィード投稿がプロフィール画面に蓄積された際の印象が見栄えすることを期待した。



図2 プロフィール内のフィード投稿画面

4-2 オリジナルキャラクターの作成

情報発信にあたり、「いずみちゃん」というオリジナルのアバターを作成した。いずみちゃんが毎回の投稿に登場し、ユーザーに向けて投稿内容を伝えるという形をとる。アバターを作成することで、ユーザーがより親近感を持ってくれることを期待した。

○いずみちゃんの具体的な要素

- ・大学3年生
- ・メディアについて学んでいる
- ・家族構成…いずみちゃん（長女）、ひろくん（長男）、パパ、ママ

家族構成についても考えたのは、いずみちゃん以外の家族を登場させ、彼らが分からないことや困っていることをいずみちゃんが解説していくという型を作るためである。

○家族の特徴

- ・ひろくん…15歳、最近は任天堂 switch でオンライン対戦に夢中。
- ・パパ…50歳、テレワークの回数が増えたが、そのための機能を使いこなせず困っている。
- ・ママ…46歳、好きな俳優が Instagram を開設したので、自分も使えるようになりたいが、よく分からない。

①オリジナルアバター制作

以上の設定に基づいてキャラクターを制作した。その際にまず気を付けたことは、親しみやすさである。毎回の投稿に登場させるため、このアカウントの顔ともいえるキャラクターとなれば、ユーザーに気に入られることが第一の条件であると考えた。加えて、過度に描きにくいものにしないことに気をつけた。この先いくつも投稿していくことになれば、それに合わせて表情を変えたものを描かなければならない。そのため、ひとつ描くのに手間取ってしまうと、投稿に間に合わなくなる恐れがある。少し簡単なイラストで量産できるような、自分の画風を貫けるものがないと考えた。

最終的に決定したいずみちゃんは右の図3のとおりだ。どうすれば「大学生」を表現できるかと考えたときに、最近大きなヘアピンをつけている同年代の女の子をよく見かけるなど思ったことから、ヘアピンをつけた。そして茶色く染めた髪と、毎日のメイクで少し荒れた肌をそばかすで表し、大学生らしさを表現した。



図3 いずみちゃん完成イラスト

以下のデザインに到達するまでにいくつものキャラクターを描いて試行錯誤した。完成したものと比べると、若干異なるものもたくさんある。キャラデザインが確立してからは、それを描き慣れるために繰り返し練習した。当時描いたものを見るとそれがよく分かるのではないだろうか。

図4 アバターイラスト作成過程 (省略)

②手書きをデジタル化する

これまで示した写真からも分かるように、すべてのイラストは紙とペンというアナログな方式で描いている。到底このまま発信するわけにはいかないし、投稿用の画像を作る際にも勝手がよくない。そこで「ibisPaint X」(2)というアプリを使用し、これらをデジタル化した。「ibisPaint X」とは、本格お絵かきアプリであり、スマホで簡単にイラストがかけのが特徴である。紙に描いたイラストを写真に撮り、それをこのアプリで読み込むと、デジタルで線画を抽出してくれる。実際のイラストを使って説明する。



図5 手書きイラストからデジタルイラストへの変換過程

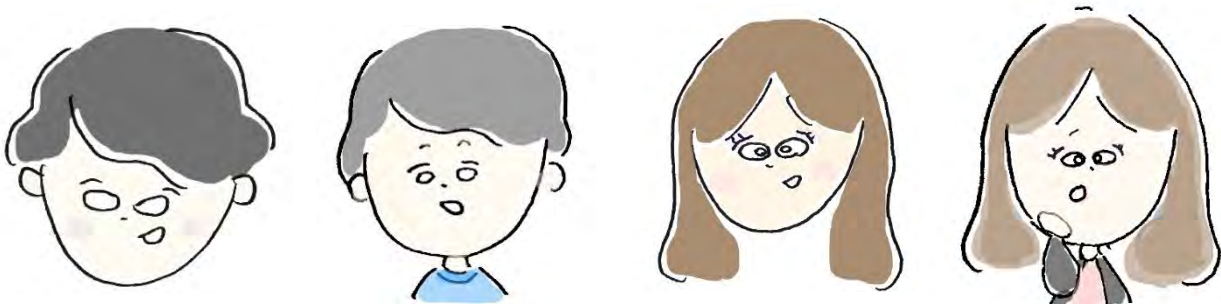
- ① 自分で描いたものを写真に撮り、それをアプリで読み込むと、
- ② アナログ線画が読み込まれ、デジタルに線画が抽出される
- ③ あとはそれに色をつけて完成

このようにステップを踏むことで、紙に描いたものでもタブレットで描いたような仕上がりになる。あいにく、タブレットもペンタブも持っていなかったため、このアプリが非常に役に立った。この作業を繰り返し行い出来上がったイラストが以下の(図6)とおりである。



【ひろくん】

【ママ】



【パパ】



図6 作成した全アバター

4-3 フォントや使用画像の統一ルールの設定

フォントに関する統一ルールは以下の2つである。また画像については、フリー画像のみを使用することを徹底した。

- ・説明文には明朝体を利用し、教科書のような雰囲気を出す。
- ・オリジナルキャラクターの会話文には、柔らかいフォントであるゴシック体を使用する。

<注>

1. Instagram 文章の書き方を知ればフォロワー増加に繋がる?! <https://terukosan.com/device/instagram/insta-bunshou/#Instagram> (2020/10/18 最終アクセス)。
インスタグラムのキャプション(文章)の書き方・編集は?アカウント運用で注意するコツ <https://find-model.jp/insta-lab/caption-point/> (2020/10/18 最終アクセス)。
画像メインでも大事! Instagram のフォロワーが増える文章の書き方 https://social-lab.jp/how_to_write_instagram (2020/10/18 最終アクセス)。
2. ibisPaint <https://ibispaint.com/about.jsp> (2021/01/27 最終アクセス)。

V. 運用状況とデータ分析

1 投稿内容まとめ

先ほど述べた投稿までの流れに沿って作成した投稿（12月1日から1月24日までのもの）は以下の通りである。

2020/12/01 いずみちゃんの自己紹介(図1)



<投稿文>

このアカウントではスマホや SNS に関するお役立ち情報をいずみちゃん家族が発信していきます!一緒に楽しく勉強していきましょう。

SNS ってなんか怖い…SNS の使い方がわからない…正しい知識を身につければ大丈夫!ここでは「SNS を正しく使って生活を豊かにしよう」をテーマにメディアについて研究している大学生が SNS やメディアに関する情報を発信します!

毎週火曜日・金曜日・日曜日に投稿!!

この投稿がいいなと思ったらフォロー、いいねをよろしくお願いします。

プロフィールはこちらから→@izmgram__

あとで見返したい、誰かに教えたいと思ったら保存・共有してくださいね!

(以下の投稿文からはテンプレート部分は省略。)

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報
#いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生

2020/12/04 Instagram でできること (図 2)



<投稿文>

Instagram で出来ることはたくさんあります！今回は保存・共有・検索の3つの機能について簡単に紹介していきます。使い方を楽しく学んでインスタを活用しよう。

<参考>

坂本翔(2019)『Instagramでビジネスを変える最強の思考法』、技術評論社。

マイナビニュース <https://news.mynavi.jp/article/20201019-1426374/> (2020/11/02 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #インスタグラム #インスタ #Instagram

<概要>

目的：Instagram ができることについて大まかに述べ、次週から掘り下げていく。

① 保存機能

→それぞれの投稿の下にある「リボンマーク」をタップすると保存できる

もう一度タップしてリボンマークが白になったら投稿削除

- ・保存した投稿は、自分のプロフィールの右上にあるメニューアイコンから「保存済み」を選択すると、保存した投稿コレクションが表示される。
- ・コレクションの中にある投稿はカテゴリー別に分類することも可能

※自分がどんな投稿を保存したかは他人にバレない！

気になる投稿があれば保存し、いつでも見返すことができるようにしておくとう便利！

② 共有機能

→投稿の下にある「飛行機マーク」をタップし「ストーリーズに投稿を追加」を選択すると自分のストーリーズを使ってその投稿を拡散することができる。

この機能を使うと、ストーリーズから直接その投稿を見ることが可能。

③ 検索機能

→Instagram は Facebook のシェア機能や Twitter のリツイート機能のような拡散機能を持たない SNS。そのため、自分が知りたい情報は自分で検索する必要がある。

- ・ハッシュタグ→#の後ろに知りたいことや調べたいことのキーワードを入れ検索することで、その#が付いた投稿が表示される。
- ・位置情報

→検索バーに場所を入れると、その位置情報がつけられた投稿が表示される。旅行の際などに便利な検索方法。

- ・旬の話題（10月中旬に導入された最新機能！）

→発見タブの中に導入され、Instagram 上で話題になっているトピックを簡単に検索できるようになった。国内利用者の中で利用が伸びているハッシュタグのうち、代表的なハッシュタグが一部投稿と一緒に表示される。



<投稿文>

「情報リテラシー」という言葉を聞いたことがありますか？こんな時代だからこそ必要な知識なんです！このアカウントでは情報リテラシーを身につけるための情報をお届けしていきます。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #情報リテラシー #インターネット #ネット #リテラシー



< 投稿文 >

【SNS における依存心理】

SNS への依存は社会の中でも問題視されています。どうして私たちは SNS に依存してしまうのでしょうか？その要因について客観的な理解を得て、自分自身の SNS 生活を見直してみましよう。

< 参考 >

坂元章(2002)「インターネットの心理学」学文社。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #SNS 依存 #SNS 依存症 #SNS 疲れ #スマホ依存 #スマホ依存症

<概要>

目的：SNS を利用する際の「現実逃避・疎外恐怖回避」の矛盾点を考える。

① 私たちが SNS に依存してしまう原因

- ・ SNS コミュニケーション過多（SNS がなかったら連絡も取れない）
- ・ 疎外恐怖回避
- ・ 承認欲求（自己顕示欲、いいね・フォロワーがもっと欲しい）
- ・ 現実逃避

これらの SNS における依存心理のなかでも、「現実逃避」「疎外恐怖回避」に着目。
(現実逃避⇔疎外恐怖回避：相反する意味であるが SNS では同時に発生する心理状態)

② 現実逃避

- ・ 「SNS＝表現が多様にできる場」であることから、普段とは異なる自分の姿でコミュニティに溶け込むことができる。
- ・ 現実ではうまくいっていないコミュニケーションであっても、SNS のオンライン上では楽しくコミュニティに参加することができるという場合もある。

③ 疎外恐怖回避

- ・ SNS を利用していないことで共通の話題についていけず、「仲間外れ」になることを避ける。
 - ・ SNS でのつながりが実際の繋がりへ影響するため、SNS 上での繋がりを大切にする。
- 現実世界から逃げるための SNS?現実世界で人間関係を築くための SNS?

現実でのコミュニケーションの低下+いつでもどこでも誰とでも繋がれる SNS の利便性が相反する二つの依存心理を生み出している！どちらの心理状態であっても、SNS が必要不可欠になっているということを伝えたい。

2020/12/11 Instagram のストーリーについて(図5)



<投稿文>

【Instagramで出来ること-ストーリー機能編-】

Instagramの中でも利用する人が多いストーリー。日常生活や楽しかったことを気軽にシェアすることができます。ストーリーの特徴を理解してみんなにシェアしてみよう！！

<参考>

Instagram <https://about.instagram.com/>(2020/11/11 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #Instagram #インスタグラム #インスタ #stories #インスタストーリー

<概要>

目的：Instagram のストーリーの使い方を説明。

① ストーリーズの意義：「日常の瞬間をシェア」

- ・ストーリーは瞬間や体験を素早く簡単にシェアする方法
- ・24 時間限定公開
- ・テキスト、音楽、スタンプ、GIF など表現の種類が豊富
- ・ハッシュタグや位置情報を付けることができる
- ・友達をメンションできる

② 様々な写真・動画が撮影でき、シェアできる

- ・Boomerang、Superzoom など
- ・フィルターをかけることも可能
- ・最近では自分好みのエフェクトを保存し使用する人や、中には自分で作成している人も。

※エフェクト：写真を加工し何らかの効果を出すこと（フィルターもエフェクトの一種）

- ・リール機能が追加されてからは、リールを作成して保存し、それをストーリーズとしてシェアする人も増加。リール機能ではストーリーズよりも凝ったものが作成できる。

③ 友達からのフィードバックがある

- ・アンケートや質問やクイズ、またその回答もストーリーズで簡単にシェアできる。
- ・特定のストーリーズに対し、メッセージ、GIF、スタンプ（クイックリアクション）で反応でき、これはDMに表示される。

④ プロフィールのハイライトに追加すれば、24 時間以上シェアが可能

- ・ハイライトは自分のプロフィール文の下に表示される。
- ・テーマや共通点別に

※Instagram のアーカイブ：通常投稿の非表示が可能/過去のストーリーズが保存される。

⑤ インスタライブ

[ハイライトの作成方法]

- ・ストーリーアーカイブから作成
プロフィール文の下にある「+新規」をタップ



自分のアーカイブからストーリーを選択



タイトルをつけてカバー画像を設定

・シェアしたストーリーから直接作成

ストーリーの右下にあるハートマークの「ハイライト」をタップ



「ハイライトに追加」バーにある「+新規」をタップ



ここではタイトルの設定しかできないため、カバー画像を変更したい場合はプロフィールのハイライトから設定が必要

[ハイライトの追加]

アーカイブからの追加、直接の追加共に、既存のハイライトをタップすると追加できる。

2020/12/13 子供のインターネット利用における家庭内ルールについて(図6)





<投稿文>

スマホを使うにあたって家庭内でルールを決めていますか？
 ルールを決めると様々ないいことがあります！今回は家庭内ルールの例や、ルールを決めるときのポイントをわかりやすく紹介します。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS活用 #SNSの使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #スマートフォン #スマホ #スマホ利用 #スマホ利用のルール

<概要>

目的：家庭で正しい情報リテラシー教育を行うために必要なことを発信する。

① 家庭内ルールをつくる理由

- ・インターネット依存による成績悪化を防ぐため。
- ・子どもの興味本位から、インターネット犯罪に巻き込まれることを防ぐため。
- ・直接的なコミュニケーションの重要性（家族団らんなど）を伝えるため。

② 家庭内ルールの例

- ・使用時間 ex.)食事中の使用禁止、～時までの使用はOK
- ・使用場所 ex.)自分の部屋には持って行かない、リビングに置いておく
- ・パスワードをかけない ex.)親がスマホを確認できるようにする、パスワードを共有する
- ・勝手にアプリをダウンロードしない ex.)親の許可を得る、課金はしない

③ 親が注意すべきこと

- ・家庭内ルールは子どもと相談して決める
- ・親もルールを守る
- ・親が率先して情報モラルを守る

2020/12/15 子どもの情報リテラシー教育(図7)



<投稿文>

ネットを正しく利用するためにも、情報リテラシーを身につけることが重要です。
 子どもにスマホを利用させるときには「なぜしてはいけないのか」「どうすれば解決できるのか」を考えさせることが大切です！
 このアカウントでは「なぜしてはいけないのか」「どうすれば解決できるのか」について少しずつ発信していきます。

<参考>

警察庁生活安全局少年課『令和元年における少年非行、児童虐待及び子供の性被害の状況改訂版』https://www.npa.go.jp/safetylife/syonen/hikou_gyakutai_sakusyu/R1.pdf (2020/11/11 最終アクセス)。

文部科学省『情報教育の実践と学校の情報化「第4章情報化に対応した指導体制」（コラム：「コミュニケーションと情報モラルの育成」）」』https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/zyouhou/020706f.pdf (2020/11/11 最終アクセス)

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #情報リテラシー #情報教育 #情報リテラシー教育 #メディアリテラシー #スマホ #スマートフォン

<概要>

目的：日本の情報学習の現状、学校や家庭で正しい教育を行うのに大切な事を伝える。

① 事実（なぜ情報リテラシー教育が必要か）

- ・ SNS 利用が原因となった犯罪の件数は増加傾向
- ・ 特に児童買春・児童ポルノの件数増加（裸の自撮りを要求されるなど）
- ・ ネットいじめ、オンラインゲームのアカウント売買、課金をめぐるトラブルも多発

以下の表は、図7の画像3枚目に添付した表を拡大したもの。

図省略

出典：https://www.npa.go.jp/safetylife/syonen/hikou_gyakutai_sakusyu/R1.pdf

② 課題、問題点

- ・ 子どもの情報教育が足りていない、もしくは内容が薄い、実践的でない
- ・ 学校での情報教育にあてる時間が少ない
(主要教科の学習内容が難しくなっていて、情報教育に割く時間がない)
- ・ 「電子機器が子どもの教育に悪影響を及ぼすのではないか」という考え方
- ・ これからの社会では、情報機器の操作ができることは当たり前になる。

③ 投げかけ（提案）

- ・ 家庭での情報リテラシー教育が大事！
→ルールを決めたうえでスマホやパソコン、switchの使用を認める。
 - ・ 「危険があるから使わない」→「正しく使わなければいけない」に考え方を変える。
- ※「～してはいけない」という対処的な指導だけではなく、新たな場面でも自ら判断し行動できる力を養うために「なぜ～してはいけないか」「どのようにすれば解決できるか」を考えさせる活動を取り入れることが大切。

2020/12/18 Instagramの投稿保存・分類方法(図8) 図省略

<投稿文>

【Instagram で出来ること-投稿保存・分類方法編-】

Instagram の機能のひとつである保存機能。使い方をマスターすればとても便利なものです！お気に入りの投稿を見やすく分類して、かしこく情報を整理しよう！！

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #大学生 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #保存 #インスタ #インスタグラム #Instagram

<概要>

目的：Instagram の保存機能の使い方を知ってもらう。

保存機能

→投稿の下にある「リボンマーク」をタップすると保存できる（リボンが黒になる）

もう一度タップして、リボンマークが白になったら保存削除

- ・保存した投稿は、自分のプロフィールの右上にあるメニューアイコンから「保存済み」を選択すると、保存した投稿コレクションが表示される。
- ・コレクションの中にある投稿はカテゴリー別に分類することも可能。

※自分がどんな投稿を保存したかは他人にバレない！

気になる投稿があれば保存して、いつでも見返すことができるようにしておくとう便利！

- ・リボンマークをタップして保存する
- ・保存→コレクションに保存する
- ・「コレクションに保存する」選択→+ボタンでカテゴリーを追加、コレクション先選択
- ・既に保存しているものをカテゴリーに分類する

2020/12/20 小中学生のスマホ利用現状、スマホのメリット・デメリット(図9) 省略

<投稿文>

【小中学生のスマホ利用メリット・デメリット】

小中学生がスマホを利用する場合は注意が必要です。メリットとデメリットを頭に入れて、利用を許可する場合にはルールを作るなど保護者が見守ってあげることが大切です。

<参考>

総務省 『平成 30 年度通信利用動向調査の結果』 https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/02tsushin02_04000062.html (2020/10/30 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #小学生 #中学生 #小中学生 #スマホ #スマートフォン

<概要>

目的：小中学生のスマホ利用状況、スマホを利用上の良い面・悪い面を伝える。

① 小中学生のインターネット利用率、スマホ使用率

- ・インターネットの使用状況

6-2 歳 67.05 パーセント / 13-19 歳 96.6 パーセント

- ・小中学生のスマートフォン保有状況

6-12 歳 32.9 パーセント / 13-19 歳 83.8 パーセント

引用：総務省 平成 30 年度通信利用動向調査の結果

② 上記のデータからわかること

- ・6-2 歳のスマホ保有率は 3 割程度であるがインターネット利用率はその倍である。
- ・スマホ保有率は 6-12 歳から 13-19 歳で大幅に増加する。
- ・13-19 歳になるとインターネット利用率、スマホ保有率はともに 8 割をこえる。

→半数以上の小中学生がインターネットを利用しており、現代において子どもがインターネットを利用することはあたりまえになりつつあることが分かる。また、この年代にスマホ利用率が大幅に増加するため、利用にあたり今一度メリット・デメリットを確認しておく必要がある。

③ スマホのメリット

- ・いつでもどこでも連絡が取れる。（災害時などにも有能）
- ・「知りたい」という興味関心の欲求を満たすことができる。
- ・情報機器の操作に慣れる。

④ スマホのデメリット

- ・ネットの情報に惑わされる危険性あり。
- ・インターネットトラブルに巻き込まれる可能性あり。
- ・ネットの向こうにいる相手を傷つける（反対に傷つけられる）おそれがある。
- ・依存症・生活習慣が乱れるおそれがある。

スマホの利便性と危険性を知ったうえで利用することが重要。

2020/12/22 中学校のスマホ持ち込み容認について(図 10) 省略

<投稿文>

【中学生のスマホ持ち込み容認について】

中学生へのスマホ持ち込みが許可されつつあるのを知っていますか？

しかし、携帯・スマホを使い慣れていない子どもたちに、持ち込みや所持を認める際には注意が必要です！一緒にポイントを見ていきましょう！！

コメントもお待ちしています。

<参考>

文部科学省 『小中学校における携帯電話の取り扱いに関するガイドライン』https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/150/shiryo/_icsFiles/afieldfile/2019/06/06/1417770-008_2_1.pdf (2020/11/18 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中学生 #スマホ #スマートフォン #スマホ持込 #スマホ持込禁止 #校則

<概要>

目的：これまで原則禁止だった学校への携帯電話持ち込みが認められた理由、持ち込みを容認する上の注意事項を伝える。

昨今の災害の増加、登下校中に子どもが犯罪被害にあう事案が全国で発生していることを踏まえ、これまでの携帯電話の校内持ち込み禁止の方針を見直し、保護者が持たせたい登下校時に限り、子どもが携帯電話を所持できるよう「持ち込み禁止」の方針を「一部解除」することとした。→登下校中の安全・安心確保

保護者の責任について

- ・子どもに携帯電話を持たせるかは各家庭の方針による、保護者の判断
- 使用方法・使用時間等の取り扱い管理、利用の際のトラブルへの対処が求められる。(家庭内での使用ルールを子どもと確認し守らせる、適切な使い方を身につけさせる)
- ・あくまで携帯電話を持つ目的は防犯・防災に限定していることの確認。
- ・学校が示す校内や登下校時の取り扱いルールに同意し、子どもと確認する。

学校：全ての子どもに対して、携帯電話使用に伴うトラブル防止と適切な対処、より良い人間関係についての指導に今まで以上に積極的に取り組む必要がある→学校と子どもと保護者が互いに話し合い共に取り組むことが重要。

文部科学省：学校への持ち込み容認は、子どもが携帯電話を所持することを推奨するものでも否定するものでもない。

→携帯電話持ち込み容認に対してどんな印象を持つか（ポジティブ or ネガティブ？）

2020/12/25 Instagramの共有機能について(図11) 省略

<投稿文>

【Instagramで出来ること-共有機能編-】

共有機能を使えば簡単に投稿を拡散することができます！自分が気に入った投稿や、みんなに知ってほしい情報など、この機能を使って共有してみよう！！

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS活用 #SNSの使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #Instagram #インスタ #Instagram #howtoinstagram #インスタとは #シェア #共有 #インスタストーリー

<概要>

目的：Instagramの共有機能についての説明。

① 共有機能

→投稿の下にある「飛行機マーク」をタップし、「ストーリーズに投稿を追加」を選択すると、自分のストーリーズを使って、その投稿を拡散することができる。この機能を使うと、ストーリーズから直接その投稿を見ることが可能。

- ・公開アカウントの投稿&自分の投稿は、自分のストーリーで共有可能
- ・非公開アカウントの投稿は、DMで送信するのみ（ストーリー不可）

↑しかしDMで送信する相手が投稿者をフォローしていない場合、投稿が表示されない場合がある。

② 方法

投稿の下の飛行機マークをタップ

↓

「ストーリーズに投稿を追加」（もしくはDMで送信したい人）をタップ

↓

投稿の表示方法は2種類ある（タップで変更可能）、文字やスタンプなども使用可能

↓

通常のストーリーと同じように投稿

2020/12/27 セキュリティ関連（フィルタリング）（図 12） 省略

<投稿文>

【子どものスマホにフィルタリングかけてますか？】

SNS に起因する犯罪に巻き込まれる児童数は年々増加しています。そこでフィルタリングを利用すれば、子どもを犯罪から守ることができます。安全にスマホを利用させるためにも、積極的に活用しましょう。

<参考>

警察庁生活安全局少年課 『SNS 等に起因する被害児童の現状と対策』 https://www8.cao.go.jp/youth/kankyoku/internet_torikumi/kentokai/40/pdf/s4.pdf (2020/12/10 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマホ #スマートフォン #スマホの使い方 #フィルタリング #フィルタリングサービス #犯罪 #ネット犯罪 #メディア教育 #生活の知恵

<概要>

目的：セキュリティがいかに安全性を向上させているのかを伝える。

① SNS から発生する犯罪の現状 省略

出典：警察庁「令和元年の犯罪情勢」

グラフは、図 12 の 6 枚目に添付した表を拡大したものである。

青少年の携帯電話・スマホの利用状況は年々増加。そして、出会い系サイトから発生する犯罪は減少している代わりに SNS が原因で起きる犯罪が急上昇。子どもの安全のためにスマホを持たせていたとしても、そのスマホが犯罪を引き起こしている現状が存在している。

② 被害児童のフィルタリング（有害サイトアクセス制限サービス）利用状況

利用していた：9.9% / 利用していない：85.5%

契約時は利用していたが被害字には利用なし：4.6%

→フィルタリングを利用することで SNS トラブルを減らすことができる可能性あり。

③ フィルタリングサービスの仕組み

フィルタリング：インターネット上の出会い系サイトなど青少年に望ましくないサイトへのアクセスを制限する機能。

- ・携帯電話会社は各種のアクセス制限サービスを無料で提供している。
- ・フィルタリング利用で、安心して子どもたちに携帯電話を持たせることができる。

2020/12/29 SNS 関連の時事問題まとめ(図 13) 省略

<投稿文>

【2020 年を振り返ろう！！】

2020 年も残り 3 日！今年は何と言ってもコロナの影響が…おうち時間が増えて SNS を利用する時間も増えたのではないのでしょうか？SNS の利用者が増加し、SNS の可能性が広がった 2020 年。いずみちゃんと一緒に SNS 上ではどんなことがあったのか振り返ってみましょう♪

<参考>

『米ツイッターが今年的话题を総括 コロナと人種差別抗議運動が上位に』<https://www.afpbb.com/articles/-/3320218> (2020/12/14 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #2020 年 #2020 #新型コロナウイルス #コロナ #covid19 #うちで踊ろう #blacklivesmatter #人種差別 #誹謗中傷

<概要>

① 目的：2020 年のまとめ

コロナ禍

- ・うちで踊ろう→コロナ禍でのさらなる SNS 普及
↑ 芸能人をはじめとした多くの人が SNS 上で参加
- ・ SNS をきっかけに有名になった歌手やタレント増加
- ・ 炎上・誹謗中傷→SNS の利用方法の見直し
↑ 誹謗中傷に対しての誹謗中傷 - 負の連鎖が起こる
自分の発信する情報に責任を持たなければならない (いいね・リツイートも同様)

② 世界情勢

- ・Black Lives Matter
- ・大統領選

世界的な運動も SNS を利用することでさらに勢いを加速させた。

③ 表現方法の増加、情報発信の多様化

- いろいろな意見・情報が生まれる、時には自分と相反する意見が目にとまることも。
- 情報を受け取る側にも理解が必要（情報リテラシー）

2021/01/01 Instagram のショッピング機能(図 14) 省略

<投稿文>

【Instagram で出来ること-ショッピング機能編-】

Instagram ではショッピングも出来ちゃいます！

ショップで表示されるものは自分の検索履歴などから自動的に表示されるため、好きなものも見つけやすく、より効率的にお買い物することができます！早速使ってみましょう！

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホ #スマホの使い方 #Instagram #インスタグラム #インスタ #ショッピング #ショッピング機能 #インスタショッピング機能 #通販 #ネットショッピング

<概要>

① 目的：Instagram の検索機能についての説明。

検索欄に出るオススメの投稿やアカウントは、過去の検索履歴や閲覧履歴などから自動的に表示される。

→共通のフォロワーから「知り合いかも？」しれないアカウントを表示。

いいね、保存などから、興味のあるアカウント、投稿を表示。

② ショップ機能

→検索欄と同じように、閲覧履歴などからオススメのショップや商品が表示される。

気になるものがあれば「ウェブサイトで見える」をタップして購入画面に飛ぶことも可能。

※旬の話題、ハッシュタグ、位置情報については「Instagram でできること」の投稿(12/4)でまとめている。

<投稿文>

【SNS ごとの特徴】

SNS にはたくさんの種類がありますよね。それぞれの特徴を理解して使い分ければ、さらに楽しく効率的に情報を得ることができます。注意点にも留意してかしこく活用しましょう！

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #Instagram #インスタグラム #インスタ #TikTok #ティックトック

<概要>

目的：各 SNS の特徴について説明する。

① Instagram

- ・国内での利用者が急速に増加→話題性、影響力がある。
- ・女性の利用者が多い。

② Twitter

- ・匿名での利用率が高い。
- ・拡散機能がある。
- ・トレンドを知ることができる。(即時性)
- ・災害時に役立つ。
- ・政治、選挙での利用

→Twitter が議論の場になることもしばしば

③ Facebook

- ・世界最大の SNS
- ・日本では企業としての利用が目立つ
- ・40 代以上の利用率が高い
- ・実名登録による安心感

④ TikTok

- ・音楽にのせた様々な形態の動画を作成・発信・閲覧可能
 - ・若年層の利用者が多い
 - ・最近では話題性、影響力の大きさからテレビで特集が組まれていることも多い
 - ・TikTok がきっかけで有名になったものも多い（人、楽曲、場所など）Ex.)山之内すずさん
- ※利用目的に応じた SNS の使い分けが必要！！

情報の信憑性はテレビや新聞に比べると低く、自分の興味のある（関連した）情報しか入ってこないことに注意。

2021/01/05 フィルターバブル (図 16)

フィルターバブルとは…

まるで「泡（バブル）」のなかに包まれたように、自分が見たい情報しか見えなくなることを表した言葉。

新聞や・TVニュース・ラジオは、知りたい・知りたくない関係なく様々な情報が一方的に流れてくる

一方で…

SNSやサブスクの普及により自分が見たいものだけを見て生活を送ることが可能になった

つまり…

興味のあること
(例:芸能ニュースやグルメ情報など)には詳しい

けれど

興味のないこと
(例:政治や経済など)に関する情報を得る機会がない

【ネットやSNSを使うときに気をつけること】

- ✓ 無意識に情報を選択している可能性が高い
- ✓ 他の意見が存在することに気づきにくくなっている
- ✓ 目にする情報が偏っている場合がある

ネットやSNSを使っていると、**自分の意見が正しく、大勢がそれに賛同している**ような感覚に陥ることがあります…

「知りたい情報だけわかっておけばいい」という考え方を見直して今世界で何が起きているのか目を向けることも大切です!!

< 投稿文 >

【フィルターバブルについて】

フィルターバブルという言葉を知っていますか？知らないうちに自分が欲しい情報のみを選択しているかもしれない、とても危険なものです。客観的な情報を得るためにもネットや SNS だけではなく、様々なメディアに触れる機会を作りましょう。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #フィルターバブル #サブスクリプション #サブスク #テレビ #新聞 #ラジオ #ニュース

<概要>

目的：ゼミで学んだ内容の情報発信

① フィルターバブルとは？

見たくない情報を遮断すること、自分の殻に閉じこもること。まるで「泡（バブル）」のなかに包まれたように、自分が見たい情報しか見えなくなることを表した言葉。

② サブスクの普及

新聞やテレビニュースやラジオは、知りたい・知りたくない関係なく多方面に渡る情報が一方的に流れてくる。しかし、Netflix や YouTube の普及により自分が見たいものだけを見て生活を送ることが可能に。サブスクの普及はコロナ禍で在宅時間が長くなったことの影響も大きい。

③ 2016 年米国大統領選からみるフィルターバブル

トランプ支持者の SNS には、トランプ氏を支持する投稿ばかりが表示され、クリントン氏を支持する投稿は表示されていなかった。（クリントン支持者の SNS も同様）
→それぞれの支持者が自分の思想（バブル）のなかに留まることになってしまった。

④ フィルターバブルの良い点、気をつけるべき点

良い点

- ・過去の検索履歴や利用データから自分に合ったニュースや情報に触れることができる。
- ・自分好みの情報を簡単に手に入れることができる利便性あり。

気をつけるべき点

- ・無意識に情報を選択している可能性が非常に高い。
- ・ほかの意見も存在しているということに気づきにくくなる。
- ・偏った情報にしか触れることができなくなってしまう。

→SNS の使用中は、自分の意見が正しく大勢がそれに賛同しているような感覚に陥る。

「知りたい情報だけわかっておけばいい」という考え方の見直しが必要なのでは…？

2021/01/08 フィルタリング でできること(図 17) 省略

<投稿文>

【フィルタリングで出来ること】

フィルタリングサービスには様々な種類があります。今回はその種類について説明します。ニーズに合ったサービスを見つけて実際に取り入れてみましょう！！

<参考>

TCA「有害サイトアクセス制限サービス」<https://www.tca.or.jp/mobile/filtering.html> (2020/11/13 最終アクセス)。

総務省「フィルタリング（有害サイトアクセス制限サービス）をご存知ですか？」
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/filtering.html (2020/11/13 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #Web サイト #ウェブサイト #フィルタリングサービス #フィルタリング #フィルタリングソフト #インターネット #ネット #携帯会社 #携帯キャリア #格安 sim

<概要>

目的：フィルタリングにはどのような種類があるのか。

① フィルタリング（有害サイトアクセス制限サービス）とは

インターネット上の出会い系サイトなど、青少年に望ましくないサイトへのアクセスを制限する機能のこと。

② フィルタリングサービスの仕組み

・ホワイトリスト方式（携帯事業者提供リスト方式）

一定の基準を満たしたサイトのみをリスト化し、それ以外のサイトのアクセスを制限する方式。（安全ではあるがリストにないサイトは全て閲覧できない）

・ブラックリスト方式（特定分類アクセス制限方式）

特定のカテゴリーに属するサイトへのアクセスを制限する方式。（カテゴリーに分類したサイトを一律的に制限するため、健全な運営を行うサイトも閲覧できない）

上記のフィルタリングサービスは安全そうだがその分制限もかなり多そう…

→様々なニーズに合わせたフィルタリングサービスも存在

- ・個別フィルタリング設定：アクセス制限対象をカテゴリやサイトごとに設定できる
- ・時間帯制限：アクセス制限時間帯を設定できる。

これらの制限は、各携帯電話事業者が提供しているフィルタリングサービスを利用することで使用可能。パソコンも同様である。

→フィルタリングサービスの申し込みは非常に簡単。各携帯会社への問合せを促す。

2021/01/10 SNS と法律(図 18) 省略

<投稿文>

【SNS に関する法律、知っていますか？】

SNS はとても便利で楽しいものですが、使い方を間違えると罪に問われる可能性があります。知らないうちに法律を犯してしまったということにならないように、SNS と法律の関係について知っておきましょう。

<参考>

【要注意】 SNS で法律が絡んでくる罪の種類とは？ NG な行動例も紹介
<https://marifurukawa.com/20190716/> (2021/01/06 最終アクセス)。

文化庁 令和2年通常国会 著作権改正について https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/hokaisei/r02_hokaisei/ (2021/01/06 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #法律 #権利 #殺人幫助罪 #誹謗中傷 #肖像権 #著作権 #パブリシティ権 #違法アップロード #違法ダウンロード #Instagood #Instalike

<概要>

目的：見落としがちな SNS と法律についての知識を伝える。

① SNS を利用するとき気をつけるべき法律

→情報発信側だけが気をつければよいという問題ではない。

「SNS は見る専門だから大丈夫」という感覚がある人への注意喚起！

② 情報受信側が気をつけるべき法律

- ・殺人幫助罪：殺人を計画している人の発言に同意したり実際に手助けをしたりする行為

ex.) 「あいつを殺したい、死んでほしい」のような内容の投稿にいいね！を押すといった同意をする行為。

③ 「いいね=同意」

殺人幫助罪に関わるような投稿だけではなく、マイナスな投稿内容（アンチコメント、誹謗中傷など）にいいねを押すことにも責任を持つべき。

④ 情報受信側が侵害する恐れのある権利

- ・プライバシー権：許可なく相手の個人情報や私生活を勝手に公開されない権利
- ・肖像権：自分の姿の無断撮影や、それを公表されたりすることを拒否できる権利
- ・パブリシティ権：著名人の画像など経済利益を目的に他人に勝手に利用されない権利

これらの権利を侵害しないために・・・

→芸能人の応援の際などには、公式アカウントのものを拡散する！

- ・著作権：自分の著作物（音楽・映画・小説など）が勝手に他人に利用されないように無断使用を禁止する権利。 ex.) 違法アップロード、違法ダウンロード

自分が著作権を持たない音声や映像をアップロード・ダウンロードした場合、罪に問われる可能性あり。2021年1月1日より、これまで違法ダウンロードの規制対象は音楽と映像のみであったが、漫画や書籍、新聞、論文など全ての著作物に広げられる。（文化庁）

2021/01/12 メディア関連の映画紹介「新聞記者」（図19） 省略

<投稿文>

【映画紹介『新聞記者』】

今回はメディア関連の映画を紹介します。タイトルは『新聞記者』。

-概要-

「この国に“新聞記者”は必要なのか？」

一人の新聞記者の姿を通して報道メディアは権力にどう対峙するのかを問いかける作品。政権がひた隠そうとする権力中枢の闇に迫ろうとする女性記者と理想に燃え公務員の道を選んだある若手エリート官僚の物語。

この映画を見た！という方は感想などをぜひコメントしてくださいね。

<参考>

新聞記者公式サイト <https://shimbunkisha.jp>（2021/01/06 最終アクセス）。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #映画 #おすすめ映画 #新聞記者 #映画新聞記者 #松坂桃李 #シムウンギョン #藤井道人 #Netflix #ネットフリックス #Instagood #Instalike

<概要>

目的：ゼミで学んだ内容の情報発信

① 映画概要

- ・公開日：2019年6月28日
- ・監督：藤井道人
- ・主要出演者：シム・ウンギョン/松坂桃李
- ・サブスクでの視聴

② 映画公式サイトより

「この国に” 新聞記者” は必要なのか？」

一人の新聞記者の姿を通して報道メディアは権力にどう対峙するのかを問いかける作品。

政権がひた隠そうとする権力中枢の闇に迫ろうとする女性記者

vs 対峙・葛藤

理想に燃え公務員の道を選んだある若手エリート官僚

③ 授業内での意見交換

- ・SNS などが影響し、多い意見の方が正しいと思いがちで少数派の正しい意見が埋もれてしまうことがある。
- ・情報操作やフェイクニュースなど「偽り」の情報もたくさんあることを知ることが大切。
- ・自分が発信する情報を見直す重要性
- ・テレビや新聞でニュースを知ることが重要 - 受動的なもの
(自分で検索したものだけでは偏ってしまう)

2021/01/15 Twitter の特徴①(図 20) 省略

<投稿文>

SNS の中でも Twitter は即時性が高く、情報収集するにはとても便利です。しかしその一方で、危険な一面があることも事実です。利用する際には相手の気持ちを考え、発言には責任を持ちましょう！

<参考>

ジャスティンビーバー公式ツイッター <https://twitter.com/justinbieber> (2020/12/09 最終アクセス)。

ジャスティンビーバー日本公式ツイッター https://twitter.com/bieber_japan (2020/12/09 最終アクセス)。

前澤友作公式ツイッター <https://twitter.com/yousuck2020> (2020/12/09 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #Twitter #ツイッター #リツイート #トレンド #ツイート #誹謗中傷 #justinbieber #PPAP #前澤友作

<概要>

目的：トレンド、拡散機能（リツイート等）、即時性について発信する。

① トrend：短期間に数多くツイートされたハッシュタグ、キーワードを指す。

- ・トレンドワードは随時リアルタイムで更新されている。即時生が非常に高い！
- ・エンタメネタだけでなく、政治や経済といった社会的なキーワードも登場する。
- ・影響力が大きい。最近トレンド入りを意識したメディアの動きも見られる。

→トレンドから今話題となっている情報を容易に入手することができる。

② 拡散（リツイート）

ex.) ジャスティンビーバーのツイートで PPAP が世界中で大流行。

ジャスティンビーバーが「PPAP」の動画についてツイートしたところ世界中で大ブレイク。当時日本でもあまり有名でなかったピコ太郎が、彼のツイートで一躍有名人になった。

ex.) 前澤友作氏の「100 万円ツイート」

2020 年 7 月 24 日からコロナが落ち着くまで毎日 10 名に 10 万円を配布する抽選を行っている。この企画が大きな話題となりツイートが拡散した結果、翌月 8 月 29 日にはフォロワーが 1000 万人に達し、これは日本国内で 1 位の記録となった。

拡散機能によって一躍有名になることができる

⇨ 誹謗中傷など悪質なツイートが広がる可能性もあり

2021/01/17 TikTok について(図 21) 省略

<投稿文>

最近話題に上がることが多いTikTok。若者の表現の場となっている一方で、アメリカではその危険性が注視されていることで話題にもなりました。良い面だけではなく、危険な面も理解したうえで利用するようにしましょう！

<参考>

TikTok <https://www.tiktok.com/> (2020/12/09 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #tiktok #ティックトック #山之内すず #瑛人 #香水 #情報収集 #メディアリテラシー

<概要>

目的：TikTok の大まかな説明

サービス：ショートムービープラットフォーム

ミッション：創造性を刺激し、喜びをもたらすこと

機能：音楽に乗せた様々な形態の動画を作成・発信・閲覧できる

① 若年層の利用が多い

- ・情報収集としての利用が増加している
- ・オスমে流れてくる動画は人によって異なる (フィルターバブル)

→情報の信頼性が低いことを知っておくことが必要！

- ・コメント欄での誹謗中傷やアンチコメントが多く、炎上することも多い
(◎話題性・影響力の大きさからテレビなどで特集が組まれていることが多い)

② TikTok がきっかけで有名になった人、楽曲、場所などが多い

ex) 山之内すずさん、香水/瑛人など

※TikTok の危険性

政府レベルで使用禁止措置が取られる動きがみられる (ex:アメリカ)

理由：米国のユーザー情報 (約 1 億人の個人情報) などが中国政府に流出していることが懸念されているため。

③ まとめ

- ・利用者が増加している一方、危険な一面があることを知らなければならない。
- ・情報発信する立場である場合、責任を持つことが大切。

2021/01/19 人と人とのコミュニケーション (図 22) 省略

<投稿文>

SNS などで相手に配慮のない言動をしていませんか？情報社会においては、新しいルールやマナーの在り方などを考えて行ける力を養う必要があります。インターネット上のコミュニティを利用する人はみんな情報リテラシーを身につけましょう。

<参考>

文部科学省「情報教育の実践と学校の情報化 https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/zyouhou/020706.htm (2020/12/29 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #主婦の味方 #主婦の勉強垢 #情報リテラシー #情報社会 #情報教育 #思いやり #コミュニケーション #誹謗中傷 #誹謗中傷ダメ絶対 #相手への配慮

<概要>

目的：情報教育において必要なことを伝える。

以下の図を参考に投稿を作成した。省略

出典：https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/zyouhou/020706.htm

情報モラルとは、情報社会において適正な活動を行うための基になる考え方と態度のことである。日常生活上のモラルに加えて、情報技術の特性と情報技術の利用によって文化的・社会的なコミュニケーションの範囲や深度などが変化する特性を踏まえている。

ネット上のコミュニケーションにおける注意点]

- ・ネット上でのコミュニケーションでは、しばしば通信先の相手の存在を忘れて、自分の目の前にあるコンピュータ端末に対して応答している錯覚に陥ることがある。
- ・ビデオゲームの場合などコンピュータの自動応答を人間的なものと混同することもある。

↓

- ・ネット上での情報の収集・発信・コミュニケーションなどの活動は、基本的に「人と人との間のコミュニケーション」であることを常に意識し、日常のモラルを適用していかなければならない。
- ・情報の送り手と受け手との間では、互いの人権に配慮し、文化的・社会的な環境や考え方には人それぞれに違いがあること、利用する情報機器など技術的な環境にも違いがあることに配慮し、またコンピュータや情報通信ネットワークの特性に配慮する必要がある。

※情報社会という新たな場面に対応して、新しいルールやマナーの在り方などを考えていける力を養う必要がある。

2021/01/22 Twitterの特徴②(図 23) 省略

<投稿文>

Twitter は災害時などにはリアルタイムの状況を把握するのに重要な役割を果たすこともあります。しかし全ての情報を鵜呑みにすることは危険です。その点を注意しながら、情報収集の手段の一つとして活用するようにしましょう！

<参考>

特務機関 NERV 防災アプリ <https://nerv.app> (2020/12/13 最終アクセス)。

首相官邸ホームページ <https://www.kantei.go.jp/jp/headline/bousai/twitter/html> (2020/12/13 最終アクセス)。

ツイッター公式ホームページ『災害時における Twitter 活用法のおさらい』https://blog.twitter.com/ja_jp/topics/company/2020/utilize_Twitter_on_disasterprevention_day.html (2020/12/13 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #主婦の味方 #主婦の勉強垢 #Twitter #ツイッター #メディアリテラシー #デマ情報 #災害情報 #災害時に役立つ #情報収集

<概要>

目的：災害時の迅速性について伝える。

東日本大震災直後、SNS が情報伝達の手段として広く活用されている。中でも Twitter は「何が起きているのか」をリアルタイムで確認でき、テレビやラジオでは把握しきれない今起こ

っている災害状況を知ることのできる場である。同時に、必要な情報を瞬時に伝えることができる有用なツールとなっている。

【災害時に効果的な Twitter の活用法】

① 災害時に役立つアカウントをフォローしてみる

- ・首相官邸（災害・危機管理情報）@Kantei_Saigai
Jアラートと連動し、緊急地震速報や特別警報などを自動配信
- ・総務省消防庁 @FDMA_JAPAN
大規模災害が発生した際、消防関連情報を発信
- ・内閣府防災 @CAO_SAIGAI
災害情報や防災・減災に関する情報を中心に発信
- ・NHK 生活・防災 (@nhk_seikatsu)
地震や台風、大雨、大雪などの災害に関する情報、防災減災につながる情報の発信
- ・ウェザーニュース (@wni_jp)

ユーザーの災害情報に関するつぶやき投稿を集約し地図上に一覧表示する「#減災リポートプロジェクト」による災害時の情報発信。そのほかにも参考になるアカウントあり！

② 何かツイートしてみる

災害が起きた場合、どんな内容でもいいのでツイートやリツイートをするだけで安否確認に役立つ。簡単なツイートであっても、それが自分が無事だということを示す合図になる。それと同時に、事実かわからない情報や誤情報が拡散されることもあるため、確認できない情報は共有しないようにすることも重要。

2021/01/24 教育における情報化(図 24) 省略

<投稿文>

新型コロナウイルスの影響で教育現場でもオンライン化が進んでいます。臨時休校が続いたことから家庭でのオンライン学習支援が求められています。また大学共通テストで新設される予定の「情報」の分野では、将来的にパソコンやタブレットが活用されるかもしれません…！目まぐるしく変わる教育のあり方。今後も要チェックです。

<参考>

読売新聞オンライン <https://www.yomiuri.co.jp/national/20201209-0YT1T50234/>
(2020/12/09 最終アクセス)。

NHK <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20201021/k10012673231000.html> (2020/12/09 最終アクセス)。

<ハッシュタグ>

#SNS #SNS 活用 #SNS の使い方 #メディア #教育 #誰でも #お役立ち情報 #いずみちゃん #子ども #子育て #子育てあるある #大学生 #中高生 #スマートフォン #スマホの使い方 #スマホ #主婦の味方 #主婦の勉強垢 #新型コロナウイルス #コロナ #オンライン教育 #オンライン学習 #オンライン #giga スクール構想 #giga スクール #大学共通テスト #1人1台

<概要>

目的：大学共通テスト・学生一人パソコン一台制度についてまとめる。

① 学生の一人パソコン一台制度

- ・GIGA スクール構想：小中学生に「1人1台」の端末を、今年度中に国費で配備する。
- ・コロナ感染拡大に伴う臨時休校で家庭での学習機会が増加、自宅でのオンライン学習支援
- ・パソコン配備に加え通信環境が整っていない家庭にはモバイルルーターを貸し出す。
- ・パソコンを活用し、学校が遠隔授業を行う場合は正式な授業として認める。
- ・学校側が使用するカメラやマイクなどの購入費も支援する考え。
- ・高校でもパソコンやタブレットなどの端末について生徒1人1台の配備を進める。
- ・国公立私立高校に対し、低所得世帯の生徒が利用する端末の購入費用を支援する方針

② 大学共通テストについて

- ・大学共通テストは今年始めて実施され、思考力・判断力を求める問題が重視される。
- ・2025年～新しい学習指導要領により出題教科や科目を変更し、「情報」分野を新設する検討案がまとまった。
- ・「情報」の試験には、パソコンやタブレットを活用することが適当としつつ、現状では、
 - ▽端末など全国的に均質な受験環境の確保が難しいこと
 - ▽機械的なトラブルを完全に排除できないこと

以上のことなどから公平性の観点から見送られ、マークシート式で出題するとしている。

5-2 データ分析、データから分かること

いいね・コメント・投稿保存・投稿共有・フォロワー・リーチの数をデータ化。これらは、Instagram のビジネスアカウントから確認し、1月25日段階での数値を記録する。

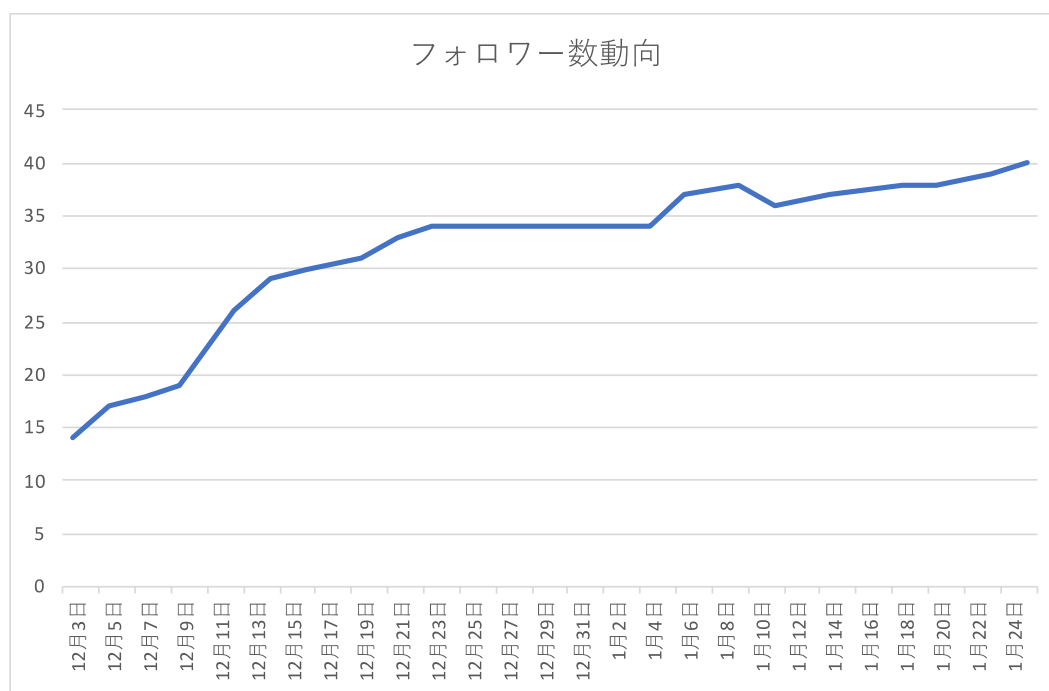
※リーチ数：投稿を見たユーザー数。1人のユーザーが同じ投稿を見たとしてもカウントされるのは1回のみ。また、リーチ数からいいね・コメント・投稿保存・共有数を引いた数値を「見ただけの人」と設定し、反応はせず投稿を目に止めた人数として表にまとめた。

日付	投稿時間	内容	リーチ数	いいね数	コメント数	投稿保存数	共有数	投稿数	フォロー数	エンゲージメント率	見ただけの人
2020/12/01(火)	10時	いずみちゃんの自己紹介	259	10	1	1	5	1	40	0.046332046	242
2020/12/04(金)	21時	Instagramでできること	132	14	1	1	0	2	40	0.121212121	116
2020/12/06(日)	16時	情報リテラシーについて	105	10	1	1	0	3	40	0.114285714	93
2020/12/08(火)	10時	SNSにおける依存心理	125	18	1	1	1	4	40	0.16	104
2020/12/11(金)	21時	Instagramのストリーズについて	99	13	1	1	0	5	40	0.151515152	84
2020/12/13(日)	16時	インターネット利用の家庭内ルールについて	100	14	1	1	2	6	40	0.16	82
2020/12/15(火)	10時	子どもの情報リテラシー教育	73	18	1	1	0	7	40	0.273972603	53
2020/12/18(金)	21時	Instagramの投稿保存・分類方法	58	11	1	1	0	8	40	0.224137931	45
2020/12/20(日)	16時	小中学生のスマホ現状、メリット・デメリット	61	13	1	1	0	9	40	0.245901639	46
2020/12/22(火)	10時	中学校の携帯電話持ち込み容認について	65	15	1	0	0	10	40	0.246153846	49
2020/12/25(金)	21時	Instagramの共有機能について	54	12	1	1	0	11	40	0.259259259	40
2020/12/27(日)	16時	セキユリティ関連(フィタルリング)	57	10	1	0	0	12	40	0.192982456	46
2020/12/29(火)	10時	SNS関連の時事問題まとめ	123	17	3	0	1	13	40	0.162601626	102
2021/01/01(金)	21時	Instagramの検索機能	61	13	1	1	0	14	40	0.245901639	46
2021/01/03(日)	16時	SNSコンテンツ比較	85	10	1	2	1	15	40	0.152941176	71
2021/01/05(火)	10時	フィルターバブル	198	30	1	2	1	16	40	0.166666667	164
2021/01/08(金)	21時	フィタルリングでできること	50	13	1	1	0	17	40	0.3	35
2021/01/10(日)	16時	SNSと法律	74	12	1	2	1	18	40	0.202702703	58
2021/01/12(火)	10時	メディア関連の映画紹介(新聞記者)	143	14	1	1	0	19	40	0.111888112	127
2021/01/15(金)	21時	Twitterの特徴①	49	11	1	1	0	20	40	0.265306122	36
2021/01/17(日)	16時	TikTokについて	245	15	1	1	0	21	40	0.069387755	228
2021/01/19(火)	10時	人と人とのコミュニケーション	59	24	1	1	0	22	40	0.440677966	33
2021/01/22(金)	21時	Twitterの特徴②	48	15	1	1	0	23	40	0.354166667	31
2021/01/24(日)	16時	教育における情報化	61	15	2	1	1	24	40	0.295081967	42

図表 1 全投稿における「いいね・コメント・投稿保存・フォロー数・リーチ数」のデータ

表中のエンゲージメント率とは、投稿に対してどれだけのユーザーが反応（エンゲージメント）したかを割合で示したものである。具体的には、いいね・コメント・投稿保存などのアクション数のことを指す。このエンゲージメント率は、「(いいね数+コメント数+投稿保存数) ÷リーチ数」で算出する。

・フォロワー数動向



図表 2 フォロワー数動向

フォロワー数は大きく減少することなく、少しずつではあるが増加させることができた。しかし、1月25日段階でのフォロワー数は40人で、影響力のある有名人や情報アカウントとは比べ物にならないほどの少ないフォロワー数であると言える。今後は「見ただけの人」をいかにしてフォロワーとして獲得できるかが課題になると考える。

・データ分析から分かること

これまでの投稿をデータ化し、投稿内容によってリーチ数に大きな差が生じていることが明らかとなった。学習（青）・機能（緑）・教育（ピンク）というカテゴリ別に投稿したところ、学習に関する投稿に対する反応数値が圧倒的に高かったのである。その一方で、より基本的な情報についての内容に関しては、リーチ数が伸び悩んだ。以上のことから、ユーザーは基本情報よりも実践的な知識や情報を求めていることを学んだ。

VI. まとめ

6-1 プロジェクトを進めて感じたこと

Instagramは日常的に私たちが利用している便利なツールである。しかし、ビジネスアカウントとして有益な情報を発信するとなると、今まで自分たちが個人的に発信していたような使用方法とは大きく異なることを感じた。投稿内容やアバターなどを1から作成し、ユーザーが何を知りたいと考えているのかを想像、そしてそれを形にする作業は決して簡単ではなかった。

ゼミの時間に3つ投稿を作ることをノルマとして設定するも、他の活動が長引いて作業できないときもあった。そのため、1日に5個作らなければいけなくなってみんな必死になって投稿作業に取り組んだ。やっても、やっても投稿作りは終わらず、疲れすぎて時には同じ投稿を2個作ったこともあった。また、なかなかフォロワー数が伸びず、見てくれる人も増えないことに悩んだ時期もあった。定期投稿だけではフォロワー数は伸びないと判断して、冬休みからは投稿に合わせてストーリーズ投稿を使って投稿内容のアピールすることも始めた。

このように紆余曲折ありながらも、5人で案を出し合い、さらにそこから役割分担し完成させた1つ1つの投稿が、私たちのプロジェクトの成果を物語っていると思う。ここまで「SNSで生活をより豊かに！」をテーマとして掲げていたが、1人でも多くのユーザーが、私たちの投稿を有益な情報として受け取ってくれていたらこのプロジェクトは成功と言っていいのではないだろうか。また、4月はバラバラだった5人が徐々に仲良くなって、それぞれの良さを発揮しながらプロジェクトを進めることができたのは、大変貴重な経験になった。

6-2 個人

栗本舞（画像作成担当）

SNS・Instagramの運用を通じて、運用する上で考慮する点や課題となる点を可視化して理解することが出来た。実際、将来的にビジネスとして、SNSマーケティングや運用などに携わることまで想定しながら行うことで、目標達成のためにすべきアクションや画像編集と視覚的印象について日頃から考えるようになった。コミュニケーションツールの1つとして、これからのDigital Transformation (DX) 時代において、より存在が大きくなるであろうSNSを通じて得る情報の信頼性、画面の向こう側まで見透かすことのできる確実で安心のある情報の提供がこれからの社会における課題になると思う。この経験から、常に当事者意識をもちながらも、他者の立場に立って考えられるようになろうという考え方が生まれた。

清水詩音（画像作成担当）

自分の描いたイラストが実際に画像となり、それが投稿され、多くの人々の目に触れるという何とも不思議な経験をさせてもらった。気の赴くままに描くときとは違い、「いずみちゃん」というコンセプトがあって、それを試行錯誤しながら形にしていく作業は簡単ではなかった。しかしその苦勞よりも楽しさのほうが大きく、やりがいもあった。

このプロジェクトではメンバーの役割が明確に決められていたため、誰か一人でもかけてしまったりできなかったことだと思う。週に3投稿というハードスケジュールのなか、ひとりひとりが自分の仕事を全うしてやったことで、最後までそのペースを崩すことなくやり遂げることができた。これからもう少し投稿を続けるので、そのチームワークを発揮しながら頑張りたい。

・寺井日向世（文章作成担当）

Instagram のアカウントを運営していくにあたって、様々な Instagram のアカウントを見た。今まで何気なく見ていたインスタの投稿だが、人気の高いものは文章や画像に統一感があり、ストーリーやリールを活用するなど工夫されていることがよくわかった。実際に自分がそれをするとなると、作業は複雑かつ面倒で大変だった。最初は投稿を作ることで精一杯だったが、徐々にフォロワー数や投稿への反応を気にする余裕が生まれた。今までの投稿を振り返ると思ったよりも内容が薄い、読みにくいとを感じる文章もあった。これからはもっとトレンドとみてくれる人たちがどんな情報を必要としているのかを熟考して投稿を作っていくと思う。

・浪花羽南（概要作成担当）

初めてビジネスアカウントを運用して、ユーザーの知りたい情報と私たちが伝えたい情報をすり合わせることに、発信した情報をより多くの人に伝える点において難しさを感じた。約2か月の運用期間でリーチ数は伸び悩んだが、投稿のカテゴリーを明確に分けたことで、「学習（私たちがゼミで学んだ知識）」の需要があることが分かり、より基本的な情報よりも、実践的ですぐに試してみようと思えるような知識が求められていると気づくことができた。今回は Instagram の運用だったが、今後情報発信を行う際には、受信側にどのような情報を伝えたいか、どのように伝えると理解してもらいやすいか、情報を受信した後にはその情報をどのように活かしてほしいかを考えることが大切だと思った。

・藤澤美緒（プロジェクトリーダー）

Instagram の運用を通して、ユーザーに寄り添った投稿を更新していくことの大変さと面白さについて身を持って感じる事ができた。3つのカテゴリー別に投稿をしたことで、どのような内容の投稿に対しての注目度が高いのかを容易に把握できたことはとても良かった点だったと思う。ただ、私たちが思っていた以上に、SNS の基本的な情報よりも、それを発展させた複雑な内容の方がユーザーの反応が良く、その点に関してはやや的外れになってしまった。また、これまでを振り返ると、内容があまりにも薄いなど感じる投稿もあり、もっとユーザーがどんな情報を求めているのかを考えることが大切だと感じた。ペースは落ちるが、今後も投稿は継続しようと考えているので、これらの反省点を踏まえて、より魅力的な運用をしていきたいと思う。

また、リーダーとしての仕事ではみんな本当に仕事が早くて助かった。アカウント運用のスケジュール管理、報告書作成など大変で面倒なことも多かったが、みんなのお陰で楽しく・効率よ

く作業することができた。ノルマが少々後ろ倒しになっても土日に作業をして調整してくれたので、ほぼ計画通りにアカウント運用を行うことができた。報告書作成では、最初に書式や書き出しの統一を自分が話していなかったため、それぞれ担当の文章を送ってくれた時は書式や分量の調整を行うのが大変だった。注釈、参考文献の書き方など先にみんなと話し合っておくべきだったという点においては反省点である。しかし、それぞれの担当で得意分野を活かし、困難にぶつかってもチームワークの良さで乗り越えることができたのが何よりもよかったと思う。