

「SNS の“黒歴史”」の実態を調査

SNS 投稿の“黒歴史化”、3 人に 1 人が経験アリ！

5 人に 1 人は、自分の投稿が原因でトラブルに発展

「ITmedia ニュース」編集長・小林 伸也氏に聞く、情報発信のリスクと啓発

生活者の意識・実態に関する調査をおこなうトレンド総研(東京都渋谷区、URL:<http://www.trendsoken.com/>)では、このたび、「SNS の“黒歴史”」をテーマにレポートを発表いたします。

Twitter や Facebook、Instagram などの SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)は、今や多くの人々の生活に根付いたツールであると言えるでしょう。新たな SNS の登場やユーザーの増加とともに、SNS の利用方法や投稿内容もますます多様化しています。その中で、最近では、悪質ないたずら行為や法に抵触する内容などの投稿やその拡散が問題視されており、各メディアでもニュースとして報じられるなど、社会問題になりつつあります。

こうした事象は極端な例だと思われるがちですが、決して一部の人のみに当てはまることではありません。トラブルの発端となる SNS の投稿には、顔や実名などの個人情報、カップルの絡み、悪ふざけなどの“リスクの芽”とも言える内容が含まれており、これらの要素は一般的な SNS の投稿でも頻繁に見受けられます。例えば、過去には見られなかった事象として、MixChannel などのカップルのデートの様子が投稿されたり、見知らぬ人の盗撮写真や、たまたま入手した有名人の個人情報が投稿されたりしています。こうした実情を踏まえると、SNS 関連のトラブルは、SNS のユーザー誰もが関係のある問題だと言えます。特に 10 代を中心とした若い世代の SNS ユーザーは、このような中で SNS を使い始めることも多いと想定され、“リスクの芽”を含む内容を抵抗なく、あるいは無意識に投稿する可能性があり、トラブルに巻き込まれるおそれも多分にあります。

また、上述した MixChannel のカップルの投稿などは、のちに投稿者自身が後悔したり恥ずかしく思ったりする“黒歴史”になりそうだとインターネット上で揶揄されています。SNS の投稿には、投稿者が恥ずかしさを感じる程度のもことから個人情報が含まれるもの、さらには法に触れるものなど、リスクを含むものが様々あります。程度の差はあれ、こうした投稿は“リスクの芽”を含んでおり、“黒歴史”になりうるものとして包括できると考えられます。そこで今回トレンド総研では、「SNS の“黒歴史”」にフォーカスしました。

●「SNS の“黒歴史”」とは

内容の恥ずかしさや痛々しさから、のちのち後悔したり、なかったことにしたいと思ったりする過去の SNS の投稿

例:mixi に投稿した、当時付き合っていた彼氏への愛をつづった日記

Facebook に投稿した、服を脱ぐなどして騒いでいる飲み会の写真 など

先に述べたような SNS 関連のトラブルが表面化しており、さらに今後も増える可能性があることを鑑みると、特に若い世代を中心とした SNS ユーザーへの注意喚起が改めて求められます。

本レポートでは、「SNS の“黒歴史”」に関する意識・実態調査とともに、SNS をはじめとしたインターネットでの情報発信の傾向や情報発信にともなうリスク、今後どのような啓発が必要となってくるのかなどについて、「ITmedia ニュース」編集長の小林 伸也氏のインタビューコメントを紹介いたします。

1. 【調査結果】「SNS の“黒歴史”」に関する意識・実態調査

はじめに、日常的に SNS に投稿している 15～39 歳の男女 500 名を対象として、「SNS の“黒歴史”」に関する意識・実態調査をおこないました。

【調査概要】

- ・調査期間: 2015 年 6 月 12 日～6 月 15 日 ・調査方法: インターネット調査
- ・調査対象: 15～39 歳 男女 500 名
 ※15～19 歳 100 名、20～24 歳 100 名、25～29 歳 100 名、30～34 歳 100 名、35～39 歳 100 名
 ※スクリーニング調査で「日常的に(目安として週に 1 回程度)何らかの SNS に投稿している」と回答した方
- ・調査実施機関: 楽天リサーチ株式会社

今回の調査対象者が日常的に投稿している SNS は、「Twitter」(51%)、「LINE(タイムライン投稿)」(49%)、「Facebook」(45%)、「Instagram」(17%)、「ブログ」(11%)、「mixi」(11%)、「Google+」(8%)でした(複数回答)。利用層が特徴的だったのは「Twitter」と「Facebook」で、「Twitter」は 20～30 代の利用率が 44%だったのに対し、10 代の利用率は 78%にのびりました。反対に、「Facebook」は 10 代の利用率が 28%だったのに対し、20～30 代の利用率は 49%でした。

◆ 3 人に 1 人は SNS 投稿の“黒歴史化”を経験！ 投稿の削除、アカウントの削除も当たり前？

まず、自分の過去の SNS の投稿を“黒歴史”だと認識したことがある人は 32%と、3 人に 1 人でした。[グラフ 1] 一方、友人・知人の投稿を見て“黒歴史”になりそうだったことがある人は 49%。友人・知人の投稿は、自分の投稿よりも客観的な視点で見ることができると言えます。SNS の“黒歴史”は、価値観の変化などをきっかけに過去の投稿を客観視することで生じると考えられるため、今回は 32%でしたが、“黒歴史”になりうる投稿をしている人は、実際にはもっと多い可能性があります。

過去の投稿を“黒歴史”だと認識するようになったきっかけを調べると、「我に返って自分を客観視したこと」(77%)が最多で、次いで、「離婚、恋人との別れ」(31%)や「結婚、新しい恋人との交際」(22%)、「就職、就職活動(転職、転職活動も含む)」(18%)などが並びました。投稿が“黒歴史化”するポイントは「客観的な視点を持つこと」であることが明らかになり、結婚・離婚や就職などのステータスの変化にともなって投稿者の価値観が変化することも、過去の投稿を客観視できるようになる要因だと言えるでしょう。

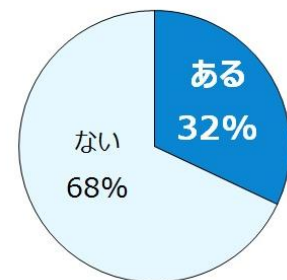
続いて、過去の投稿を“黒歴史”だと認識した後にどのようなアクションをとったのか聞いたところ、89%と大多数が「投稿自体を削除した」ことがあり、うち 59%は「投稿自体を何回も削除した」ことがあると回答しました。何回も削除したことがある人は、20～30 代では 46%でしたが、10 代では 72%に上り、SNS の投稿の削除は、特に 10 代にとって当たり前だと感じられているようです。削除以外のアクションとしては、「投稿の内容を編集した」(67%)、「投稿の公開範囲を限定した」(64%)などがありました。

また、投稿の削除よりも抜本的なアクションとして「投稿元のアカウント自体を削除した」人も 43%おり、うち半数以上は「アカウント自体を何回も削除したことがある」(55%)と回答しています。投稿の削除だけでも後悔のほどがうかがえますが、個人がとりう中で最も抜本的なアクションだと言えるアカウントの削除という行動には、特に強い後悔が表れていると言えます。

ちなみに、投稿が“黒歴史化”しやすい SNS を調べたところ、1 位が「Twitter」(55%)、2 位が「mixi」(40%)、3 位が「Facebook」(38%)でした。先の調査結果を踏まえ、各 SNS で削除した投稿の累計を聞くと、これまでに「11 個以上」の投稿を削除した人の割合は「Twitter」(47%)が突出して多く、他の SNS としては「ブログ」(26%)、「mixi」(16%)、「Facebook」(11%)となりました。その上、Twitter では投稿を「101 個以上削除したという人も 12%」おり、Twitter は投稿が“黒歴史化”しやすく、削除もされやすい SNS であることがうかがえます。

[グラフ 1]

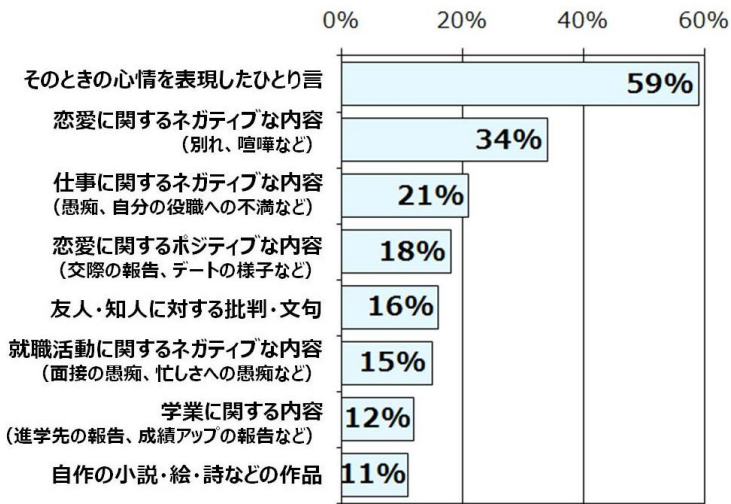
Q. 自分の過去の SNS の投稿を
“黒歴史”だと認識したことはある？



◆「病みツイート」、「恋人と喧嘩して悲劇のヒロイン気取り」…痛々しい“黒歴史”の実情

[グラフ2]

Q. “黒歴史化”したSNSの投稿の内容は？



次に、“黒歴史化”した投稿の内容を調査しました。特に多かったのは「そのときの心情を表現したひとり言」(59%)で、続いて「恋愛に関するネガティブな内容」(34%)や「恋愛に関するポジティブな内容」(18%)、「仕事に関するネガティブな内容」(21%)などが並びました。[グラフ2]

具体的な“黒歴史”の内容を聞くと、「迷走した内容」や「病んだツイート」といった不安定な心情を表しているものや、反対に、「万能感や正義感にあふれた記事」など、いつもより気分が盛り上がった状態で投稿したものが目立ちました。その場の心情にまかせたり、勢いにのったりした状態でした投稿は、のちのち“黒歴史化”しやすいようです。

▼“黒歴史化”した投稿の内容

- 「病んでいる様子がうかがえる迷走した内容のブログ。冷静になってから読み直して深く後悔した」(23歳・女性)
「受験生時代、心が不安定だった上に彼氏ともなかなか会えず、病んだツイートをしていたのが恥ずかしい」(18歳・女性)
「恋人と喧嘩して感傷に浸っている投稿。悲劇のヒロイン気取りの内容で、冷静になったときに痛かった」(33歳・女性)
「若さゆえの万能感と正義感にあふれたブログ記事。改めて見たら純粋に恥ずかしかった」(20歳・男性)
「美容室でカットした後に投稿した自撮り。振り返って見たら、美人でも可愛くもないのに投稿したことが恥ずかしくなって削除した。自撮りは自分の残念な顔をさらしているだけだと後悔した」(26歳・女性)

◆ 5人に1人が SNS 投稿によるトラブルを経験。情報発信のリスク意識が足りない人も

ここまでの調査結果から、多くの人が投稿の“黒歴史化”を経験していることが分かりました。“黒歴史”となる投稿は、レベル感の差はあれ“リスクの芽”が含まれているものも多いと想定され、トラブルにつながりかねません。

そこで、これまでに自分の投稿が原因でトラブルが起こったことがあるかどうかを聞くと、19%と5人に1人が「ある」と回答しました。また、具体的なトラブルとしては次のような内容が上位に並びました。

●「SNS でつながっている友人・知人から SNS 上で批判・中傷を受けた」(48%)

- 「SNS でこっそり悪口を書いたら本人に知られて、喧嘩になった」(15歳・女性)
「テストの結果を何気なく投稿したら、友人から『自慢か』と叩かれた」(21歳・男性)

●「投稿内容が友人・知人に知られて信用をなくした」(27%)

- 「別れた彼氏の悪口を Facebook に書いたら、共通の友達からの信用をなくし、友達付き合いがなくなった」(34歳・女性)

●「インターネット上でストーキング行為を受けた」(15%)

- 「ブログで書いた記事に対してしつこくコメントをつけてくる人がいた」(28歳・女性)

●「投稿内容が職場に知られて上司・同僚などからの信用をなくした」(10%)

- 「SNS に仕事の愚痴を投稿していたら同僚に知られてしまったようで、一時期、職場で悪い噂がたった」(38歳・男性)

SNSも含めインターネット上では、一度発信した情報を完全に削除することは非常に難しく、インターネット上に情報が残っていると、知られたくない情報が知られたくないタイミングで表面化したり、結婚や就職といった、ライフステージが変化する際に問題

になったりするリスクがあります。こうしたリスクを理解しているか、さらに情報発信の際に意識できているかどうかを聞いたところ、「理解しており、情報発信の際に意識できている」(73%)の人が過半数だった一方で、**「理解しているが、情報発信の際にあまり意識できていない」人は21%、さらには「理解していない(リスク自体を知らない)」人も6%いる**という結果に。これらをあわせる**と、リスク意識が不十分なままに情報発信をおこなっている人が約3割**いるという実態が明らかになりました。

2. 【インタビュー】「ITmedia ニュース」編集長・小林 伸也氏: 情報発信のリスクと啓発

今回は、SNSをはじめとしたインターネットでの情報発信の実態などに詳しい「ITmedia ニュース」編集長の小林 伸也氏に、近年見られるSNSの“問題投稿”やそれをおこなうユーザーの心理、SNSをはじめとしたインターネットでの情報発信の傾向や情報発信にともなうリスク、今後どのような啓発が必要となってくるのかなどについて、インタビューをおこないました。

◆ 若者の“問題投稿”が増加！ 根底にあるのは“現実世界の狭さ”と“インターネット空間の広さ”の齟齬

これまで、リスクな投稿内容が問題になっていたのはブログがほとんどで、ブログ全盛期は“大人”による炎上事件が数多く発生していました。しかし、最近ではスマートフォン、ならびに、SNSの中でも投稿が簡単なTwitterなどの普及を背景に、**中高生や大学生を中心とした若者による“問題投稿”が特に多くなっている**と感じています。

アルバイト先での悪ふざけ投稿が相次いだのは記憶に新しいですが、土下座の強要やいじめの現場、電車内の乗客の盗撮など、“問題投稿”の内容は様々です。女子中高生が自ら撮影したヌード写真をTwitterに投稿している例もあります。“問題投稿”は写真つきのものがほとんど。**スマートフォンの高性能なカメラで撮った鮮明な写真を、TwitterをはじめとしたSNSというツールで誰もが簡単に公開できてしまうことが、“問題投稿”の増加につながっている**と考えています。

こうした“問題投稿”がなされる根底には、SNSユーザーが生きている**“現実世界の狭さ”と、“インターネット空間の広さ”とのミスマッチ**があります。中高生や大学生が生きている世界は家族や友人、学校など、社会の中でも限られた範囲です。LINEのようなメッセージングサービスはやりとりをする範囲がグループ内に限られ、狭い世界での交流にマッチしていますが、この狭い世界と、全世界に向けて発信できるツールであるSNSのスケール感との間には齟齬があります。ゆえに、**仲間うちで気軽に情報をシェアしたつもり**の投稿でも、**実は全世界に公開されている**ということが感覚として分かりにくいようです。これはもちろん、若者だけの問題とは限りませんが、全世界に向けて情報を公開するためのツールを仲間うちの感覚で使ってしまうところに問題の一端があるように思います。

逆に、“問題投稿”と分かっているながらもあえてする人は、**現実世界とインターネットの世界とのミスマッチを悪用している**ように思います。“問題投稿”をして批判されても、それはインターネットの中だけの話。個人情報や特定された事件にされることもありうるものの、現実世界での生活にはほぼ影響がありません。むしろ、**インターネット上で注目を集めることで、現実の狭い世界に生きている自分の承認欲求を満たしている**面もあるのではないのでしょうか。

◆ “ゾンビ投稿”、“黒歴史の復讐”…インターネット上に投稿が残り続けるリスクとは

インターネット上に発信した情報は、発信元のサービスなどが終了しない限り、基本的には残り続けます。SNSの投稿など、発信した情報自体を削除したとしても、過去のサイトを見ることができサービスがありますし、スマートフォンではスクリーンショットを簡単に撮ることができるため、誰かが投稿を画像化して保存している可能性もあります。これらを踏まえると、**一度投稿した内容を完全に削除することはとても難しい**でしょう。また、投稿が“炎上”し、プロフィールや他の投稿から個人が特定されて名前や学校名などが流布してしまう場合、これも完全に削除することは極めて難しいと言えます。

一度公開した情報が残り続けることのリスクとしては、**知られたくない情報が、知られたくないタイミングで表面化**することが挙げられます。例えば、タレントがデビュー前に「前略プロフィール」に書き込んだ情報から、恋人がいたことや、ヤンキーだったことが分かって騒動になるケースがありました。また、Twitterなどで複数アカウントを作ることが今や若者にとっては普通なので、存在を忘れて放置していたアカウントの投稿が、のちに表面化して問題になることもあります。こうした**“ゾンビ投稿”**に加え、例えば10代のユーザーがMixChannelに投稿した、別れた恋人との動画を元恋人が消してくれず、新しい恋人に見つかってしまうといった**“黒歴史の復讐”**もありえるでしょう。

また、就職活動において、採用担当者が学生の名前を検索することが一部では当たり前になっており、就職や結婚など、ライフステージの様々な段階で過去の投稿が問題になる可能性もあると言えます。子供が親の名前を検索することもあるでしょう、**親の若い頃の投稿を見つけてショックを受ける**といった、これまでは考えられなかったような“悲劇”も起こりえます。

リスクを回避するためにも、**Twitter など、身近なことをつぶやく SNS の投稿では、知らず知らずのうちに個人情報が多く含まれている**ことを知っておいた方がいいでしょう。例えば、自室の窓から撮った写真で自宅を特定されたり、「今日は文化祭」といった書き込みで学校を特定されたりするなどのケースが過去に起こっています。Twitter であれば鍵付き（非公開）で投稿したり、公開範囲を都度制限できる、Facebook や mixi といった SNS を利用したりするのもリスク軽減にはなるでしょう。

◆ 社会的関心が高まる一方、浸透が遅れるリテラシー…求められるのは年齢などに合わせた啓発

一度発信された情報は、基本的にはインターネット上に残り続けます。こうした情報の閲覧を容易にしているのが検索サイトの存在であり、**発信した情報が元になって表に出てしまった個人情報などについて、検索結果から除外することを求める動き**もすでに始まっています。これは、「**忘れられる権利**」という新しい“権利”として、インターネットにおけるプライバシー保護の在り方として、欧米を中心に関心が高まっているものです。日本では特に法制化などはされていませんが、2014 年には検索結果の削除を米国のグーグル社に命じる仮処分を東京地裁が国内で初めて認めたほか、2015 年 3 月には、ヤフー社が検索結果を削除する際の基準を公表するなど、注目すべき取り組みも報じられています。また、2014 年には、嫌がらせ目的で元交際相手の性的な写真や動画をインターネットで公開する「リベンジポルノ」に罰則を設ける「リベンジポルノ防止法」が迅速に成立・施行されるなど、**インターネット上に個人の情報が残り続けるリスクについて、社会的な関心が高まっている**と言えます。

ユーザー側も、“炎上”事件を見聞きすることを通して情報発信のリスクを漠然と認識しているようです。しかし、**ユーザー数と投稿数の増加ペースがリテラシーの浸透ペースを上回っており、結果的にリスクのある投稿は減っていない**という印象です。

先の通り、特に問題になることが多い若者の投稿リスクは“実際に生きている世界の狭さ”と“インターネット空間の広さ”との齟齬が根底にあるため、そもそもリスクを感覚的に理解しづらい面もあります。その上、親のリテラシーが子供に反映される面もあり、**社会的格差の拡大が、そのままリテラシーにも格差を生じさせている**ように思います。誰でも簡単にスマートフォンが入手でき、情報発信がますます簡単になっている現代においては、**一律ではない、年齢などに合わせた具体的なリテラシー啓発が必要**になってきています。

「ITmedia ニュース」編集長 小林 伸也(こばやし・しんや)

1973 年群馬県生まれ。1995 年早稲田大学卒業、同年から北海道新聞記者として地方取材、紙面整理を担当。その後、NHK 記者、IT ニュースサイト記者を経て、2000 年、ソフトバンク・ジーディーネット(現アイティメディア)に入社。2008 年から現職。ネットメディアならではの強みを活かした同社の看板メディア「ITmedia ニュース」を切り盛りするとともに、次世代の編集記者育成にも力を注ぐ。海外で多発していたソーシャルメディア上での「大人の炎上事件」に着目し、国内でも発生し始めた同様の事件を他メディアに先駆けて紹介するなど、長くインターネットとソーシャルメディアのウォッチを続けている。開設から数年間で、月間 5,000 万 PV を誇る同社の人気メディアに成長した「ねとらぼ」の考案者でもある。

アイティメディア株式会社 <http://corp.itmedia.co.jp/>

テクノロジー関連分野を中心とした情報やサービスを提供する、インターネット専門のメディア企業。運営する全ウェブサイトを含めて、月間約 2,500 万ユニークブラウザで利用されている。IT 総合情報ポータル「ITmedia (<http://www.itmedia.co.jp/>)」、企業向け IT 製品の総合サイト「キーマンズネット(<http://www.keyman.or.jp/>)」、IT エキスパートのための問題解決メディア「@IT(アットマーク・アイティ、<http://www.atmarkit.co.jp/>)」をはじめ、ターゲット別に数多くのウェブサイトを運営。IT とその隣接領域を中心に、各分野の専門的なコンテンツをいち早く提供している。

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンド総研 <http://www.trendsoken.com> 担当: 横山(よこやま)
TEL: 03-5774-8871 / FAX: 03-5774-8872 / MAIL: info@trendsoken.com