



SNSで トラブルにあわないために

特集

改めて知っておきたい ソーシャルメディアの基礎知識

小俣 栄一郎 Omata Eiichiro

一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構 広報啓発委員会委員

はじめに

一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構(略称：SMAJ)は、2020年4月に設立された、安心・安全にインターネットを利用できる環境の整備とソーシャルメディア上の課題への対策強化について取り組む団体です*1。

本稿では、SMAJの主要な会員企業が提供するSNSプラットフォームの概要や機能などを紹介するとともに、安心・安全な利用環境整備を目的に展開している啓発活動について紹介します。

ソーシャルメディアとは

スマートフォンの普及により、年齢・性別を問わず多くの人々がソーシャルメディアを利用するようになりました。インターネットを介して、個人と個人、個人と組織、組織と組織の間で情報を伝達でき、その名のとおり社会的なコミュニケーションが可能になっています。これまでのメディアとは異なり、情報を受信するのみではなく、利用者の誰もが情報の発信者になることができるという大きな特徴を持つのがソーシャルメディアといえるでしょう。「自分と同

じ趣味・意見の人と交流したい」「自分の映像作品を多くの人に見てもらいたい」といった思いを実現することが可能になっています。

本稿では、こうしたオンライン上のサービスをSocial Networking Service(SNS)と呼びます。また、SNSを利用する消費者や企業等を利用者と呼ぶこととします。一口にSNSといっても、代表的なものだけをみてもサービスの内容はさまざまです。

● Facebook

友達 友人、家族などの親しい人や、それを越えた新しい人々とつながり、写真や動画などで近況を共有し、コミュニティを築くことができます。Facebookグループなどで知り、共通の趣味や関心を持つほかの利用者も友達として登録できます。

ページ あらゆるビジネス、団体がFacebookページを作成し、ファンのコミュニティ形成や情報発信ができます。ページをフォローすると、企業や店舗からの最新情報が得られます。

グループ ほかにの利用者と共通の趣味・関心について交流するための場です。幅広いテーマや目的について作成ができ、用途に合わせて公開

*1 一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構 <https://smaj.or.jp/>



のグループ、秘密のグループなど公開範囲を設定することもできます。

メッセージ Facebookでつながる友人・知人とプライベートなメッセージやスタンプ・GIF画像を送って手軽に連絡を取ったり、グループでチャットをしたりすることができます。

● Instagram

投稿 写真や動画を撮り、フィルターなどを使って加工や編集して投稿できます。キャプションや位置情報を追加したり、写真に人物をタグ付けをすることもできます。

IGTV 縦型表示でより長い動画に特化した動画サービスです。アプリを開けばすぐに人気クリエイターの動画を見ることができます。また、誰でもクリエイターになって動画をアップロードすることができます。

Instagramライブ フォローしている人が配信を始めると、リアルタイムで意見や質問をすることができるライブ配信です。

ダイレクト 友達と1対1、または最大32人までのグループ内で、メッセージ(DM)でやり取りできます。写真や動画、プロフィールを送ることもできます。

ストーリーズ 投稿やライブ動画を24時間限定でシェアすることができます。

● LINE

トーク 友人に文字、「スタンプ」というイラスト、写真や動画、音声、位置情報を送ることができます。

通話 音声通話やビデオ通話を利用できます。電話回線ではなく、インターネット回線につながるため電話料金はかかりません。また、音声・ビデオ通話は複数人で利用することも可能です。

タイムライン テキストや画像、動画やスタンプで自分の近況を共有したり、友人の近況を確認したりできます。世界中のLINE利用者と交

流できますが「見せたくない相手に自分の投稿を見せない」または「見せたくない相手の投稿を見えなくする」ためには「公開範囲」の設定をします。

友だち LINE上でメッセージの送信や通話ができる相手として登録されているのが「友だち」です。登録方法は大きく分けて2つあり、電話帳に登録された電話番号を使って自動的に登録する方法と、手動で登録する方法です。登録している友だちは「ブロック」「非表示」「削除」という手段で管理できます。

● TikTok

動画の作成・加工・投稿 スマートフォンだけで3分までのショートムービーを簡単に制作できます。また、作成した動画を編集し、「スタンプ」と呼ぶ特殊効果を加えて簡単にクリエイティブな作品を制作できます。作成した動画をTikTokに投稿することにより、友達や世界中の人に作品をシェアすることができます。

コメント・いいね・シェア 自分の動画や気に入った動画に対してコメントをしたり、いいねを送ったり、ほかの利用者や別のプラットフォームにシェアすることができます。

ダイレクトメッセージ 友人やほかの利用者とダイレクトメッセージをやり取りすることができます。

プライバシー設定 アカウントを非公開にしたり、動画を見せる相手、自分の動画へのコメントを受け付けるか、ダイレクトメッセージをやり取りする相手などを細かくコントロールするプライバシー設定を搭載しています。

ペアレンタルコントロール 保護者と子どものTikTokアカウントをリンクすることにより、主要なプライバシー設定を遠隔でコントロールすることができます。



● Twitter

Twitterは友だちや家族、仕事仲間などとの手軽でリアルタイムなメッセージ交換を通じてコミュニケーションを取ったり、つながりを保ったりできるサービスです。画像、動画、リンク、文字を含めてツイートできます。ツイートの内容は自分のプロフィールに投稿されると同時に自分のフォロワーに送られ、Twitter検索の検索対象になります。

ハッシュタグ(#) ハッシュタグは、Twitterでキーワードやトピックを分類するために使われます。この機能はTwitterで作り出されたもので、興味のあるトピックを簡単にフォローできます。

ダイレクトメッセージ ダイレクトメッセージを使うと、ツイートなどのコンテンツについて、ほかの人と非公開の会話ができます。

このように、家族や友人との間でメッセージや通話でコミュニケーションを取るもの、不特定多数の多くの相手に向けて画像、動画を発信するものなどがあります。また、利用者がSNSに求めるものもさまざまであり、自身の好みや趣向が共通したほかの利用者との交流を期待する人もいれば、新たに興味・関心を広げるべく新たなつながりを求めるという人もいるでしょう。多くの人々が、好みや目的に合わせて複数のSNSを利用しているのが実態ではないでしょうか。個々の利用者の興味・関心がほかの利用者の興味・関心に惹かれ合い、新たな価値・アイデアが生まれていく、そのような場がSNSであるといい得るのかもしれませんが。

ますが、個人であれ企業であれ、SNSに対して対価を支払うことによって、自らの情報を発信できます。こうした情報発信を「広告」といい、利用者の興味・関心にかかわる情報を活用しているという点に着目して「ターゲティング広告」とも呼ばれます。SNSはこうしたビジネス構造があることで、利用者に無料で提供されています。

なお、比較的廉価で企業が情報を発信できるので、これまで伝統的な広告媒体では発信することができなかった、例えば、地域に根差した中小企業やNPOなどに顧客の興味・関心に沿った情報を発信することが可能になっており、中小企業支援や地域ビジネスの一助となっている点も、ぜひ知っておいてほしいと思います。



利用者情報・プライバシーについて



利用者のプライバシーの保護は、多くのSNSにとって広告システムを設計するうえで最重要事項であると認識しています。SNS事業者がそれぞれの取り組みを行っており、どのような種類の広告や広告主、広告内容が自分自身に配信されるかを判断するため、利用者自身でSNS事業者が使用できる利用者情報を管理できるしくみを設けるなどの対応をしています。

利用しているSNSで、自分のどのような情報がどのように利用されているのか、どの範囲の利用を許容するかなどをプライバシーポリシー等で確認してみましょう*²。



SNSに表示される広告とは



SNS事業者ごとにビジネスモデルは異なり



誰もが安心・安全に利用できるSNSであるために



家族や友達と連絡を取り合うために利用する

* 2 Facebook Instagram <https://www.facebook.com/policy.php>
TikTok <https://www.tiktok.com/legal/privacy-policy?lang=ja>

LINE <https://line.me/ja/terms/policy/>
Twitter <https://twitter.com/ja/privacy>



人、ビジネスの情報を発信する企業など、あらゆる利用者に歓迎される安全なサービスを提供したいとの思いはSNS事業者共通のもので。このために各SNS事業者は、有害なコンテンツの削除等に取り組んでいます。

特に、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)による感染拡大を受け、ワクチン等に関する虚偽の内容を削除・抑制する取り組みの必要性は拡大しています。公衆衛生の専門家によって否定されてきた新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する虚偽の内容を含むコンテンツの削除・抑制をするなどの対応を取っています。

内容が過激・センセーショナルなものであればあるほど、情報が伝播しやすいという指摘があります。時として、誤った情報が流布してしまうなどの結果、正確な意思決定が妨げられてしまうことのないよう、よりいっそうの取り組みを行っていくつもりです。

す*3。

他人への嫌がらせや個人に対する名誉毀損、侮辱等を意図したコンテンツを投稿するなどの行為を行わないよう、健全なソーシャルメディアの利用に向けたいっそうの啓発活動に努めていく所存です。

さらに、SMAJでは「SNSはハートをつなげるもの 誰かを傷つけるためにあるんじゃない!」との考えに基づき、「# NoHeartNoSNS」*4のスローガンのもとで、政府・関係団体と連携してSNSの利用環境整備の推進を図るとともに、また、必要な対処方法についても連携し、既に政府内で検討されている各種事項においても、SMAJは積極的に協力しています。



「ハートがなけりゃ SNSじゃない!」



残念ながら、SNS上の心無い発言によって人が傷つき、時として痛ましい結果につながってしまうことはSNS事業者にとって決して望んでいるものではなく、これらの問題への対処に当たって、実効性ある取り組みを行わなければならないと考えています。

そのため、SMAJでは会員企業で議論を行い、利用者の表現の自由や通信の秘密の保護等を最大限尊重しつつ、青少年のみならず大人も含めて他人への嫌がらせや個人に対する名誉毀損、侮辱等を意図したコンテンツの投稿などを禁止する規定を会員企業ごとに定めて公開していま



また、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律(いわゆるプロバイダ制限責任法)の改正を踏まえ、今後、捜査機関や被害者等からの情報開示の要請を受領した場合、関係法令に基づき、適切な範囲で必要な情報を提供していきます。

今後も利用者にとって安心・安全を感じながら利用できるよう尽力するとともに、SNSの便利なコミュニケーションによって、豊かな生活を築いていくための努力をしていきたいと考えています。

*3 Facebookコミュニティ規定 <https://www.facebook.com/communitystandards/>
Instagramコミュニティガイドライン <https://help.instagram.com/477434105621119>
LINE利用規約 https://terms.line.me/line_terms?lang=ja
TikTokコミュニティガイドライン <https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=ja#29>
Twitterルール <https://help.twitter.com/ja/rules-and-policies/twitter-rules>

*4 「# NoHeartNoSNS」ウェブサイト <https://no-heart-no-sns.smaj.or.jp/>