

“ネオ・デジタルネイティブ”世代の 新コミュニケーションスタイルの可能性に関する一考察

● 田 中 浩 史

1. はじめに

近年、メディア・情報通信環境は急激に進化し、それに合わせるように若者世代の情報の収集・発信、行動とそれに伴うコミュニケーションスタイルは日々刻々変化している。いま、生まれながらに情報化社会で育ってきた若者世代を“ネオ・デジタルネイティブ (Neo Digital Native)”と呼ぶ。彼らは最新 IT 技術を苦もなく駆使し、ネット社会だけに留まらずに、ネット社会と現実社会とを結び付けて「新しいコミュニティ」を生み出している。情報伝達の側面から見れば、“コミュニケーション革命”ともいえる新しいコミュニケーションスタイルを確立しつつあるともいえる。現代の若者たちのコミュニケーションのとり方やスタイルについては、ともすれば負の側面ばかりが強調されがちだが、2011年の東日本大震災以後に広がってきた彼らの新しいコミュニケーションスタイルは、実は日本の今後の社会づくりにも大きな影響を及ぼす可能性を含んでいると筆者は考える。本稿はこのような視点から、“ネオ・デジタルネイティブ”世代のもつ新しいコミュニケーションの可能性について考察を試みるものである。

2. “ネオ・デジタルネイティブ”をめぐる定義づけについて

2-1. “デジタルネイティブ”

“ネオ・デジタルネイティブ”以前に、アメリカでは“デジタルネイティブ”という概念が唱えられていた。1990年代の後半には、ドン・タプスコット (Don Tapscott) が研究書¹⁾の中で、子どもの頃から縦横無尽にパソコンやインターネットを使うような環境で育った新たな世代を“デジタルチルドレン”と名づけていた。こうしたデジタル育ちの子どもたちは、親の世代の想像をはるかに超えた世界観をもっているため、親は自分が把握できない世界で、子どもたちが、良くも悪くも、勝手に育っていくことを不安と恐怖に怯えながら見つめているしかない、世代間の断絶を指摘している。またマーク・プレンスキー (Marc Prensky) は、2001年に出版した“Digital Natives, Digital Immigrants”の中で、生まれたときからインターネットやパソコンのある生活環境で育ち、生まれながらに IT に親しんでいる世代のことを“デジタルネイティブ”と呼び、これに対して、IT 以前に生まれて IT を懸命に身につけたり取り込もうとしたりしている世代を“デジタルイミгранト (Digital Immigrants)”と呼んでいる。日本では、商用のインターネットが1990年代半ばから普及したため、大まかに当てはめれば、1990年代半ば以降が“デジタルネイティブ”世代といえるであろう。この世代には「現実の出会いとネットでの出会いを区別しない」とか「相手の年齢や所属・肩書きにこだわらない」「情報は有料ではなく無料である」といった共通の考え方があると指摘される。また、インターネットでの売買やオークションなどでは、購入にも売却にも積極的で、生活の一部にさえなっているとされる。しかし、この“デ

1) ドン・タプスコット (Don Tapscott) 『デジタルチルドレン』(ソフトバンククリエイティブ (ISBN 4-7973-0532-0) 1998年3月

デジタルネオティブ”については、まだ確立された詳細な定義を見つけることはできない。

2-2. 日本独自の“ネオ・デジタルネイティブ”

2-1で述べたアメリカの“デジタルネイティブ”世代が使いこなすインターネットはパソコンがメイン機器となっている。しかし日本においては一概にインターネット＝パソコンという図式で描くことはできない。それは、“ガラパゴズ携帯”ともいわれる日本独自の携帯電話の文化が根付いたことによる。日本では、世界標準とは違った独自規格で携帯電話が発達してきた。このことによって日本では、若者が携帯電話というデバイスを手に入れることで、世界とは異なった日本独自のネット世代が出現してきたのである。

また“デジタルネイティブ”世代にも、その後のIT社会の進展などによって若者層の中に行動の分化が見られるようになってきた。ひとつは、物心ついた頃から携帯電話やホームページ、インターネットによる検索サービスに触れてきた世代であり、もうひとつは、ブログ、SNS、動画共有サイトのようなソーシャルメディアやクラウドコンピューティング、さらにビッグデータを使いこなしながら思春期を過ごした世代で、この2つを区別して研究すべきだという指摘もなされるようになった。

庄野(2010)は、“デジタルネイティブ”世代を76(ナナロク)世代と86(ハチロク)世代に分けることを提唱している²。76世代は1976年前後に生まれた人々を指し、現在35歳～40歳前後で、この世代にはITベンチャー企業を創設した起業家が多い。日本有数のSNS「mixi(ミクシィ)」の創業者笠原健治や「GREE(グリー)」の田中良和らがいる。いま日本社会を引っ張る錚々たる企業を創り上げたのはこの76世代である。彼らの共通の特徴は、インターネットを介在させたビジネスを立ち上げたことである。インターネットが普及し個人需要が伸びて来た時に、若者層の情報への接近の仕方や利用法の変化の中にビジネスの可能性を見出した世代である。

この76世代に続くのが86世代である。こちらは1986年前後に生まれた人々で、現在30歳前後である。76世代とこの86世代のあいだには、デバイスの違いによるインターネットリテラシーの違いが存在する。76世代はパソコンのネットリテラシーが高く、86世代は携帯電話のネットリテラシーが高い。以下に整理する。

1) 「読む」と「書く」の逆転現象

通常76世代にとって文章を「書く」のは「パソコン」で、「携帯電話」では簡単もしくは緊急のメール、パソコンの転送メールなどを「読む」程度である。しかし86世代では、文章を「書く」のが「携帯電話」で、「パソコン」はきちんと文章の内容を確認する場合に「読む」のである。76世代がパソコンで文章を打ち込んでいくスピードと同じかむしろそれ以上速さで、86世代は自然に携帯電話に打ち込める。

内閣府の『消費動向調査2014』によれば、パソコンの世帯普及率は78.7%であり、このところ漸増して入るが、その伸び方はゆっくりとしたものでしかない。携帯電話(スマートフォン合算)の普及率と比べると、約20ポイントも低い。またこの数年保有世帯あたりの保有台数が横ばいさらには漸減している動きが見られる。これはスマートフォンやタブレット機の普及により、パソコンを整備しない事例が増えているのが要因だと推測される。文章の生成をはじめ

2) 庄野徹「ネオ・デジタルネイティブの誕生と進化」(『日本人の情報行動』橋本義明編：東京大学出版会2010)第2部2010年情報行動の諸相8)

とした各種実務作業にはキーボードを有するパソコンは欠かせないが、ウェブへのアクセスやアプリの利用だけなら、スマートフォンやタブレット機で十分代替しうる。さらにタブレット機の中にはキーボードを取り付けるなどの仕組みで、ノートパソコンと何ら変わりのない性能を発揮するものもある。このように、世代によって「読む」端末と「書く」端末が逆転しているのである。

2) “ダブルウィンドー現象”のメディア交代

ネットの普及によって特徴的に表れたメディア視聴スタイルが“ダブルウィンドー現象”である。これはあるメディアと別のメディアを同時並行で視聴することをいう。76世代では「テレビを見ながら同時にパソコンを見る」というスタイルであったが、86世代では「テレビを見ながら（他のことをしながら）携帯電話を見る」というスタイルに変わった。この状況はさらに進んで、「主として携帯電話を操作しながら別のメディアを時々確認する」というスタイルが一般的になっている。わざわざ立ち上げに時間がかかるパソコンはもう使う必要がなくなったからである。

同時にこの両世代では、画面サイズに対する意識にも変化が起きている。電通総研で実施したグループインタビュー調査によると、76世代にとっての大画面は「40インチ以上のテレビ画面」であったが、86世代では「パソコン画面でもとても大きい」のだという。

2-3 “ネオ・デジタルネイティブ”の新コミュニケーションスタイル

ここまで述べてきた“デジタルネイティブ”世代の10年後に生まれたのが96世代である。2015年において彼らは19歳前後であり、まさに成人目前の大学1年から2年に当たる。彼らを電通総研では“ネオ・デジタルネイティブ”と呼び、2010年3月に東京大学大学院情報学環の橋元良明教授との共著『ネオ・デジタルネイティブの誕生』の中で、その進化と可能性について研究対象とすることを明示している。彼らは“デジタルネイティブ”を源流としつつ、86世代のモバイル志向を継承している。また携帯型ゲーム機や携帯型音楽プレーヤーなど様々なデバイスを駆使して情報行動を行っているのも彼らの大きな特徴であり、それゆえ“ネオ・デジタルネイティブ”は“マルチデバイス”世代であるともいえる。

先述の庄野(2010)は、“ネオ・デジタルネイティブ”世代の特徴とコミュニケーションスタイルについて、次の4点にまとめている。

1) 「動画ランカレンシー志向」

動画ランカレンシーとは、動画+ラン(Language:言語)+カレンシー(Currency:流布・普及)という言葉を経絡させてつくった造語である。

彼らは動画でのコミュニケーションを盛んに行っている。携帯電話はもとより、携帯型ゲーム機や携帯型音楽プレーヤーに動画を落として、学校や職場で見せ合って盛り上がる。単に会話やテキストベースのコミュニケーションだけでなく、動画自体がひとつのコミュニケーション・ツールとなっているのである。

2) 「オンタイム志向」

“ネオ・デジタルネイティブ”にとっては、友人がリアルタイムで何をしているのかが非常に気になる事柄で、最大の関心事になっている。大学の教室でも彼らは、「早く帰りたい」と

か「友達がいま何をしているかが気になって仕方がない」と言いつつ、暇があっても無くても、また歩いているときでも、常に携帯電話を操作している。そして情報の更新頻度が高いほど、彼らは益々取り付かれたように“新しい”情報を手に入れようとする。いわば自分の周囲の人たちの状況に過敏なほどに気を使い、自分が仲間から離れたくないという願望を行動に表しているのである。

3) 「繋がり志向」

友達からきたメールやつぶやきには、すぐに返信するのが彼らの基本である。途中で止めたくても、仲間からあとで何を言われるかわからないので止めることはできない。

敢えて中断するときは、「お風呂に入るから」というような嘘をついてから止める。彼らはそれほどまでに友達との常時の「繋がり」を大事にしている。「繋がり」がなくなることに恐怖さえ覚えるのである。電通の2010年の「情報行動調査」では、「いつも繋がっている感覚が好き」と答えたのが、20代、30代、40代、50代、60代ではいずれも50%台なのに対して、10代では68.5%と非常に高い数字が出ている。いつも繋がっていることが、彼らの安心感になっているのである。

4) 「モバイル志向」

“ネオ・デジタルネイティブ”は、携帯電話、携帯型音楽プレーヤー、携帯型ゲーム機など、育った環境の中に当たり前のようにモバイル機器が存在していた。このように利用機器がモバイルデバイス中心となっていることで、自分のプライバシーもすべてモバイルから手に入れ、モバイルに常に曝していく結果となる。モバイル機器のおかげで完全に自分だけの空間をつくり上げ、意識としては自分自身をその空間の中に閉じ込めると同時に、自身の個人情報をモバイルから拡散することにもなっているのである。

3. 「繋がり確認型」から「情報共有発信型」へ

上述の“ネオ・デジタルネイティブ”世代の特徴に加えて、さらにここ数年の若者層の傾向から、新たにひとつの時代の変化を読み取ることができる。これまでに多く利用されてきたメールによるチャット状態の繋がりに代わって、SNSやブログなどのソーシャルメディアへと比重が移ったことである。

筆者の教室でのグループインタビューでも、「ツイッターをやるようになって、クラスや学校の子とメールをすることが少なくなった」「メールの数は実感として大幅に減った」「メールは大切なことや重要なことの連絡にしか使わなくなった」という答えが多い。一方で、逆に「どうでもいいことや皆に一斉に伝えたいこと、誰かを誘いたいけどやんわりと誘いたいときなどは“ゆるく”つぶやけるツイッターなどを使う」という。つまり比較的“ゆるい”繋がりやコミュニケーションをとりたいときは、圧倒的にモバイル・ソーシャルメディアを利用するようになっているのである。繋がり志向が強かったはずの“ネオ・デジタルネイティブ”世代は、さらに“ゆるい”繋がり手段を手にすることになり、幅広く多くの人と“ゆるく”繋がれる絶好のコミュニケーション状況の中で活動しつつあるのである。

多くの“ネオ・デジタルネイティブ”世代は、その定義の中で見てきたように「繋がり確認型」のコミュニケーションをとってきたが、ここにきて「情報共有発信型」のコミュニケーションに移行し始めている。この「情報発信型」の“ネオ・デジタルネイティブ”は、バーチャルの世界

を、ポジティブなもの、自分にとって有益な世界だと考えている。単に友達との繋がりを求めているだけでなく、自分の未来をそこに反映して、自分を磨き、楽しく、生きている実感を得られる世界だと認識しているのである。そこでは、年齢など気にせずに自分の意見を自由に主張し、ぶつけ合い、未来をつくっていくものだと考えている。

例えばツイッターについて私の教室では、「ただ自分の主張をするのではなく、誰かと意見が合えば、その人と実際に会ってじっくり意見を交換することもできる」「自分の意見やつぶやきに反応してきた人と未来の（先の）つながりや新たなコミュニティをつくれる」「ツイッターでは本音でないについていけない」という意見が多く出ていた。とかく、未来への希望が薄く、無気力で利己主義的な言動がはびこっているといわれる若年層だが、必ずしもそうは言い切れない実態が出てきている。加えて言えば、リアルであろうとバーチャルであろうと彼らにとっては大きな差異はなく、両方とも彼らの日常空間として成立しているのである。従って、“ネオ・デジタルネイティブ”世代のことを、ある種の蔑みをもって「ネット＝オタク」とダイレクトな図式に当てはめて論じることには、筆者はある躊躇を覚える。後にも述べるように、バーチャルで輪を広げ、そのつながりを現実に移して行動するような若者たちは確実に増えているからである。

4. “ネオ・デジタルネイティブ”世代と東日本大震災

4-1 東日本大震災で見られた「新しい情報共有発信型」の繋がり

東日本大震災の発生からまもなく4年が経とうとしている。震災発生時には電話や交通機関が途絶し、被災地内外の情報全てが個々の場所に留まったまま動かず伝わらず、まるでドーナツの穴のように情報が空白化した。震災直後の情報は、被災地以外の全国には主にテレビやラジオ、新聞などのマスメディアが伝えたが、被災地やそこに生きる被災者たちには殆ど届いていなかった。しかし、被災者の実際の救出・救護・支援の場面では“ネオ・デジタルネイティブ”世代の携帯電話やインターネットも大きな役割を果たしていた。マスメディアでは限界のある木目細かな情報のやり取りや物資の後方支援にSNSなどの新メディアが活用されていたし、被災者自身もただ救援を「待つ」だけでなく、瓦礫に埋もれながらも自らの携帯電話などで「SOS発信」や「生きている」ことの情報発信を行っていた。マスメディア（情報媒体）ではなく、市民一人ひとりが情報の受発信の主体となる状況が生まれていたのである。これは日本のメディア史上で初めての状況ではなかっただろうか。

4-2 東日本大震災時に新たに生まれた「新しい繋がり方」

総務省編の「平成23年版情報通信白書」³⁾では、東日本大震災で新たに生まれた「新しいつながり方」について次のようにまとめている。

- ・ テレビ報道とインターネット動画配信のコラボレーション
- ・ ラジオとインターネット同時配信のサイマルサービス
- ・ 公共機関のソーシャルメディアによる情報発信
- ・ 被災地の地元新聞社による生活情報を twitter 配信
- ・ ネイバー日本の全国放射線量マップ公開

3) 『平成23年版情報通信白書—共生型ネット社会の実現に向けて』（総務省編：株式会社ぎょうせい発行）平成23年8月15日

- ・自動車会社による自動車通行実績情報（通行可能道路）の発信
- ・臨時災害放送局（「けせんぬま災害エフエム」など）の開局
- ・ボランティアや官民連携による「助け合いジャパン」の立ち上げ
- ・家族の安否確認ができる Google パーソンファインダの開設
- ・ビデオチャット機能による遠隔手話サービスの開始
- ・情報を整理する「情報まとめサイト（sinsai.info など）」の出現

まだこの他にも、市民の間では、これまでのメディア社会に存在しなかった様々な情報発信・交換・支援組織が生まれ、生き残ったメディアの中で「新しいつながり方」を開拓していった。もちろん、こうした情報交換や新システムの中では、デマ情報や誤情報、誹謗中傷、悪質チェーンメールなども出回って人々を混乱に陥れた側面もあったが、少なくとも、これまでにはなかった新しい「人のつながり」が、被災地だけでなく全国各地で生まれていった。今後その「新しいつながり」をつくり出していく際に大きな役割を果たすのが“ネオ・デジタルネイティブ”世代なのではないかと筆者は考える。彼らの発想には、旧世代には思いもつかないような“突飛”でしかし大切な“新発想”が多々含まれていると推測できるからだ。

4-3 “ネオ・デジタルネイティブ”世代の可能性について

言うまでもなく、この“ネオ・デジタルネイティブ”世代に対しては、旧世代からに限らず同世代からも様々な批判が浴びせられている。例えば、この世代では他の世代に比べて、「人と会って話している時よりパソコンや携帯電話をいじっているときの方が楽しい」とか「人と会って話すより、メールや twitter でやり取りする方が気楽だ」とする機械親和志向が強い傾向が見られることから、「不健康で自己中心的だ」「もっと対面コミュニケーションを大切にすべきだ」「真のコミュニケーション能力が育たない」などという指摘が寄せられる。確かにこうしたマイナスの側面もあるが、だからといって、このような視点だけで、彼らが生み出しつつある「新たな伝え方」「コミュニケーションスタイル」を全否定することは現実的ではない、と筆者は考える。実際には、この“ネオ・デジタルネイティブ”世代はどんどん成長し、次の日本や世界のコミュニケーションのあり方を決定付けるところにまで大きく膨張してきているからだ。

すでに、“ネオ・デジタルネイティブ”の項で述べたように、この世代は次の ICT 社会を構築するときに深く考慮されるべき大事な特徴を持っている。

例えば、「動画ランカレンシー志向」は、旧世代が苦手とする傾向の強い「動画コミュニケーション」をスキルと情報収集の面で強力な戦力に変え、ときに情報を視覚化することによって、全体として次に行われるべき方策を浮かび上がらせる可能性を含んでいる。

また、「オンタイム志向」は、《テレビや新聞などのマスメディアの情報が最も速く、正確で、全体や細部をつぶさに伝えている》というこれまで一般化していた常識に疑問を投げ掛け、必ずしもそうではなく、むしろ木目細かな小さな「生活」や「命」の情報は、インターネットやモバイルから受発信される可能性があることを示している。

「モバイル志向」については、IT 技術の開発がさらに進めば、新世代や旧世代という垣根なく使える便利で使いやすいモバイルができ、世代を超えてモバイル化が進む可能性もある。そのためには、モバイルそのものを、次の時代の重要なコミュニケーション・ツールとして見直す必要がある。

また、若者世代が自己存在を確かめるようにネットを使い、ネットに縛られる「繋がり確認型」の時代には、旧世代からは「不可解さ」や「コミュニケーション不足」を嘆く声も聞かれた。しかし、単に「繋がり」だけの関係から「情報共有発信型」へと移行する若い人たちが多く出現するにいたって、ネットを利用した情報発信をすることに新たな価値を発見できる状況になっている。ネット上での仮想の「コミュニティ」はそのままバーチャルで存在するのではなく、現実世界にも「新しいコミュニティ」を生み出す可能性があるのである。

4-4 “ネオ・デジタルネイティブ”のもうひとつの特徴—フラッシュ・モブ的行動—

フラッシュモブ（英：flash mob）とは、IT用語辞典などによれば、インターネット上や口コミで呼びかけた不特定多数の人々が申し合わせて、雑踏の中の歩行者として通りすがりを装って公共の場を集まり、前触れなく突如としてパフォーマンス（ダンスや演奏など）を行って周囲の関心を引き、その目的を達成するとすぐに解散する行為のことである。狭義には、政治的な意味合いを持つもの（デモ活動等）は含まれない。現代芸術的な様相を呈する場合もある。

筆者は、自身もボランティア活動を行う中で、近頃の“ネオ・デジタルネイティブ”世代の社会的行動の中に、これと似たような要素を強く感じてきた。例えば、東日本大震災のボランティアに参加する際に、彼らは既存の組織やボランティアツアーなどを利用するのではなく、ネット上や口コミなどで呼び掛けて集まった不特定多数の人々が連絡を取り合って特定の場所に集まり、そこでなすべき作業を淡々と力を合わせて行ない、目的を達成するとその場で解散するのである。その後、中には連絡を取り合う人たちもいるが、多くは通りすがりの人同士のように翌日にはそれぞれの元の日常に戻っていくのである。こうしたボランティア活動について批判的な人もいるが、ある種の“ゆるい”繋がりを大切にしながら生きている“ネオ・デジタルネイティブ”世代にとっては、拘束力の強い繋がりの継続はとて息苦しいかもしれない。とすれば“フラッシュ・モブ的”な社会行動は老若を問わず、次代の新たな行動様式のひとつになるのではないかと筆者は考える。“ネオ・デジタルネイティブ”世代は、“フラッシュ・モブ的行動様式”世代ともいえるのである。

5. デジタル・ソーシャルネットワーク社会のこれからに関する考察

ある調査によれば、現在のICT社会の恩恵は、若い世代に限らず多くの世代が享受し始めていることが明らかになっている⁴。背景には、ソーシャルメディアの利用者が年々増大し、世代を問わず利用が進んでいる現状がある。そうした中で、新たなITメディアを駆使して、人々はネット上でつながった「新しいコミュニティ（共同社会）」を立ち上げている。そして現実生活で帰属している実際のコミュニティ社会とともに、時にはそれ以上に、自身や家族の生活、社会の問題を解決に導いているのだ。例えば、総務省編の『平成26年度版情報通信白書（ICT白書）』では、次のような具体的な利用の結果が報告されている。

- ・地縁、血縁が薄れゆく中で、ソーシャルメディアによって既存の人間関係や新たな人間関係を生み出し、遠方の知人との絆など人と人の繋がりを濃厚にした（69.6%）
- ・ソーシャルメディア利用者の多くが、進学、就職、育児、健康など身近な不安・問題をネット上の相談で解決した（36.8%）

4) 『平成26年度版情報通信白書（ICT白書）—ICTがもたらす世界規模でのパラダイムシフト—第4章』（総務省編：日経印刷株式会社発行）平成26年7月15日

- ・ ネット上での交流頻度が高いほど、自分自身や地域の問題解決につなげられる度合いが高い
- ・ 孤立の心配がある人（高齢者・幼児など）を支え合うネットワークとして活用できる

これらの調査・報告をまとめると、“ネオ・デジタル”世代が好むとされてきたいわゆる“閉じた”ネット社会も、うまくネット上と現実社会に展開できれば、新たなメリットや価値を生む可能性があるといえる。そういうことであれば、“ネオ・デジタルネイティブ”の世代がつくる未来に対して必ずしも悲観的になる必要はなく、むしろ逆に多くの期待を抱くことさえできると筆者は考える。

6. まとめ

“ネオ・デジタルネイティブ”世代にいま広がる「新たなコミュニケーションスタイル」は、ときにそれ以前の世代からは理解されがたいこともある。しかしその可能性について考えると、もう少し冷静に考察を深める必要があると考える。

「コミュニケーション」や「人との意思疎通」「情報を伝え合う」という行為の背後には、常に双方の人間関係の問題が存在している。これまでは、「誰が（立場・主体）」「何を（目的）」「どのような方法（手段）」で「どのように（好意的に・悪意で）」伝えるかが常に問われ続けてきたが、“ネオ・デジタルネイティブ”世代の登場によって、新たに「どのようなIT新技術」で「どのような繋がり」を形成しながら伝えるのかも、また大きな問題として顕在化してきている。現代のICT社会の変化は、人間の根源的欲求とも言える「コミュニケーション」のスタイルにも大きな変容をもたらしているが、同時にその「新たなコミュニケーションスタイル」が、社会全体のライフスタイルの変化やワークスタイルの変化をもたらす可能性をも生み出していくのではないかと考えられる。“ネオ・デジタルネイティブ”世代の動向については、引き続き今後も注視していきたい。

（参考文献）

- ・『デジタルチルドレン』（著）ドン・タプスコット（Don Tapscott）（ソフトバンククリエイティブ ISBN 4-7973-0532-0）1998年3月
- ・『デジタルネイティブが世界を変える』（著）ドン・タプスコット（Don Tapscott）翔泳社（2009年5月）
翻訳：栗原潔
- ・『デジタルネイティブのための近未来教室—パートナー方式の教授法』（著）マーク・プレンスキー（Marc Prensky）共立出版2013年8月翻訳：情報リテラシー教育プログラムプロジェクト
- ・『デジタルネイティブの時代 なぜメールをせずに「つぶやく」のか』（著）木村忠正（平凡社新書）2012年11月
- ・『ネオ・デジタルネイティブの誕生—日本独自の進化を遂げるネット世代』（著）橋本義明他（ダイヤモンド社）2010年3月
- ・庄野徹「ネオ・デジタルネイティブの誕生と進化」（『日本人の情報行動2010』橋本義明編：東京大学出版会）第2部2010年情報行動の諸相8）
- ・『平成23年版情報通信白書—共生型ネット社会の実現に向けて』（総務省編：株式会社ぎょうせい発行）平成23年8月15日
- ・『平成26年版情報通信白書（ICT白書）—ICTがもたらす世界規模でのパラダイムシフト—第4章』（総務省編：日経印刷株式会社発行）平成26年7月15日
- ・『メディアと日本人—変わりゆく日常』（著）橋本良明（岩波新書）2011年3月

- ・『デジタル・ネイティブとソーシャルメディア—若者が生み出す新たなコミュニケーション』（著）松下慶太（教育評論社）2012年8月
- ・『変わり行くコミュニケーション 薄れゆくコミュニティーメディアと情報化の現在』（著）前田弘武他（ミネルヴァ書房）2011年6月
- ・『つながりっぱなしの日常を生きる：ソーシャルメディアが若者にもたらしたもの』（著）ダナ・ボイド、翻訳：野中モモ（草思社）2014年10月
- ・『ソーシャルメディアの何が気持ち悪いのか』（著）香山リカ（朝日新書）2014年10月
- ・『デジタルネイティブ—次代を変える若者世代の肖像』（著）三村忠夫 NHK デジタルネイティブ取材班（日本放送出版協会：生活人選書）
- ・『つながり進化論—ネット世代はなぜリア充を求めるのか』（著）小川克彦（中公新書）2011年3月
- ・『スマホ白書2013—14すべてがにつながる未来へ』（編）インターネット白書編集委員（インプレス R&D）2013年3月
- ・『情報メディア白書2014』（編）電通総研（ダイヤモンド社）2014年2月