Page3：本論「系譜」

SNSの本質を覗くため、まずはどのようにしてSNSが生まれていったのかを見ていきましょう。

**1.インターネットの誕生：軍事技術から学術ネットワークへ**

まず、SNSの土台であるインターネットは、1960年代のアメリカで、冷戦下の軍事技術開発から生まれました。

ARPANETの誕生（1969年）:

ソビエト連邦との競争の中、アメリカ国防総省の高等研究計画局（ARPA）は、核攻撃を受けても通信網が機能し続けるような、分散型のコンピュータネットワークの構想を立てました。これにより、1969年に「ARPANET（アーパネット）」と呼ばれる、世界初のパケット通信ネットワークが稼働します。これは、データを小さな「パケット」に分割して送り、目的地で再構築する仕組みで、一部の通信経路が破壊されても迂回できるという画期的なものでした。

当初は軍事目的で開発されましたが、すぐに大学や研究機関が利用するようになり、研究者同士の情報交換や共同研究に不可欠なツールとなっていきます。この段階では、まだごく一部の専門家だけが利用する、閉鎖的なネットワークでした。

**2.パソコンの普及とインターネットの商用化**

1980年代後半から1990年代にかけて、パソコン（PC）が一般家庭に普及し始めると、インターネットは学術の世界から市民の世界へと広がり始めます。

WWW（World Wide Web）の発明（1989年）:

イギリスのティム・バーナーズ＝リーが、スイスの欧州原子核研究機構（CERN）で、文書と文書をリンクで結びつけるシステム、WWWを考案しました。これは、今日私たちが使っているウェブサイトの基礎となる技術です。これにより、画像や動画を含む情報を視覚的に分かりやすく表示できるようになり、インターネットの利用が一気に広がりました。

商用化の始まり（1990年代初頭）:

1990年代に入ると、インターネットへの接続を一般向けに提供する企業（プロバイダ）が登場し、誰もがインターネットを利用できるようになりました。これにより、電子メールやウェブサイトの閲覧が一般の人々にも身近なものとなっていきます。

**3.SNSの誕生：初期のネットワークサービス**

インターネットが広く普及するにつれ、人々は単なる情報収集だけでなく、「人とのつながり」を求めるようになります。

世界初のSNS「Six Degrees.com」（1997年）:

インターネットの商用化が進んだこの時期に、世界初のSNSと言われる「Six [Degrees.com](http://degrees.com)」が誕生します。これは、プロフィール作成、友人リストの作成、友人間のメッセージ送信といった、現在のSNSに通じる基本的な機能を備えています。しかし、当時はまだ回線速度が遅く、利用できる人も限られていたため、一般に浸透することはありませんでした。

**4.インターネットの普及とコンテンツの多様化**

**（1990年代後半～2000年代初頭）**

1990年代後半から2000年代初頭にかけて、パソコンの低価格化とインターネット接続の高速化が進み、インターネットは一部の専門家のものではなく、一般家庭の生活の一部となっていきました。

ブログの登場（1990年代後半）: 個人が手軽に情報発信できる「ブログ」が登場し、誰もが記者や編集者になれる時代が始まりました。これにより、インターネットは単なる情報受信の場から、双方向の情報発信・共有の場へと変化していきます。

初期のウェブコミュニティの形成: 匿名掲示板「2ちゃんねる」（現：5ちゃんねる）や、日記サービス「mixi」の原型となるような、特定の趣味や関心を持つ人々が集まるウェブサイトが数多く登場しました。これらはまだSNSという明確な枠組みはありませんでしたが、オンラインでのコミュニティ形成の基盤を築きました。

**5.SNSの確立と成長**

**（2000年代中盤）**

2000年代中盤に入ると、SNSの概念が確立され、ユーザー数を飛躍的に伸ばすサービスが登場します。

MySpaceの隆盛: 2003年にアメリカでサービスを開始した「MySpace」は、ミュージシャンやアーティストが自身の作品を公開する場として人気を博しました。プロフィールページのカスタマイズ性が高く、若者文化の中心的な存在となりました。

mixiの登場と日本のSNS文化: 2004年にサービスを開始した「mixi」は、招待制というクローズドな仕組みが安心感を与え、日本独自のコミュニティ文化を形成しました。「足あと」機能や「mixiボイス」など、日本のユーザーに合わせた機能で、国内最大級のSNSへと成長しました。

Facebookの誕生と実名主義: 同じく2004年にマーク・ザッカーバーグ氏がハーバード大学の学生向けに立ち上げた「Facebook」は、当初は限定的なネットワークでしたが、次第に一般に公開され、世界へと広がっていきます。実名制を基本とすることで、現実の人間関係をオンラインに持ち込むという、これまでのSNSとは一線を画すスタイルを確立しました。

**6.スマートフォンの普及とSNSの多様化**

**（2000年代後半～2010年代）**

2007年のiPhone発売を皮切りに、スマートフォンの普及が本格化すると、SNSのあり方は再び大きく変化します。

Twitterの登場とリアルタイム性の重視: 2006年にサービスを開始した「Twitter」（現：X）は、「つぶやき」という短文投稿に特化し、いつでもどこでも気軽に情報を発信・共有できるスタイルを確立しました。災害時の情報伝達や社会運動のプラットフォームとしても活用され、情報のリアルタイム性を重視する文化を生み出しました。

Instagramの登場と視覚的コミュニケーション: 2010年に登場した「Instagram」は、写真や動画の共有に特化し、視覚的なコミュニケーションを重視する層に広く受け入れられました。加工フィルター機能や「ストーリーズ」機能の追加により、若者を中心に絶大な人気を誇るサービスへと成長しました。

LINEの普及とプライベートなコミュニケーション: 東日本大震災をきっかけに、2011年に日本で急速に普及した「LINE」は、無料通話やメッセージ機能を備え、家族や友人といった身近な人間関係でのコミュニケーションの中心となりました。

**7.短尺動画とアルゴリズムの時代**

**（2010年代後半～現在）**

通信技術のさらなる進化により、動画コンテンツがSNSの主流となっていきます。

TikTokの台頭: 2016年にサービスを開始した「TikTok」は、短尺動画の投稿と、ユーザーの好みに合わせて動画を次々と表示する独自のアルゴリズムによって、若者を中心に爆発的な人気を獲得しました。これにより、SNSは「つながり」よりも「コンテンツとの偶然の出会い」を重視する側面を強めました。

メタバースやVRとの融合: Facebook社がMetaに社名変更したように、SNSは単なる2次元のサービスから、仮想空間「メタバース」やVR技術と融合した新たなフェーズへと移行しつつあります。

このように、SNSの歴史は、インターネットというインフラの進化と、人々のコミュニケーションへの欲求が複雑に絡み合いながら、常に変化し続けています。その遍歴は、社会全体のコミュニケーションのあり方を映し出す鏡と言えるでしょう。

SNSの遍歴を振り返ることで、単なるサービスの歴史だけでなく、社会や人間の本質に関するいくつかの「別の角度からの視点」が見えてきます。

**1. 「匿名」から「実名」、そして「ペルソナ」へ：自己表現の変遷**

黎明期（2ちゃんねる、初期のmixi）: この時期は匿名性が重視されていました。匿名の仮面をかぶることで、現実の人間関係から解放され、本音で語り合える場として機能しました。

実名制の時代（Facebook）: 次に登場したFacebookは実名制を基本としました。現実の人間関係をオンラインに持ち込むことで、社会的な信頼性を担保し、ビジネスやキャリアにも影響を与える存在となりました。

複数の「ペルソナ」を使い分ける時代（Instagram、TikTok）: そして現在は、SNSごとに異なる「ペルソナ」を使い分けるのが一般的です。Instagramでは「おしゃれな自分」、X（旧Twitter）では「本音を語る自分」、TikTokでは「おもしろい自分」というように、複数の自己を演じ分けます。これは、人間が本来持っている多面的な側面を、デジタル空間で再構築しているとも言えます。

このように、SNSの遍歴は、時代とともに人々が自己をどのように表現し、他者とどのように関わりたいか、という欲求の変化を映し出しています。

**2. 「つながりの量」から「つながりの質」、そして「偶然の出会い」へ**

つながりの量: SNS黎明期から成長期にかけては、いかに多くの友人やフォロワーと「つながるか」が重視されていました。いわゆる「SNS映え」は、フォロワー数を増やすための手段でもあります。

つながりの質: しかし、大量のつながりがもたらす「SNS疲れ」が問題になると、より身近な友人との「つながりの質」を重視する動きが強まります。クローズドなグループチャットや、特定のコミュニティでの交流が活発になりました。

偶然の出会い: 最近のTikTokに代表されるSNSは、もはや「誰とつながるか」よりも、優れたコンテンツとの「偶然の出会い」に重きを置いています。フォローしているかどうかにかかわらず、アルゴリズムが興味を持つであろう動画を次々と表示します。これは、人間が本来持っている「新しい刺激や面白いものを発見したい」という欲求に応えるものです。

**3. 「記録」から「消費」、そして「即時消滅」へ**

記録: 初期の日記サービスやブログは、自分の考えや日常を「記録」することが主な目的でした。そこには、将来読み返すための「アーカイブ」としての意味合いがありました。

消費: スマートフォンが普及し、Instagramが台頭すると、投稿は「記録」というより、他者に「消費」してもらうためのコンテンツへと変化しました。「いいね」やコメントは、そのコンテンツが他者からどのように受け止められたかを示す重要な指標となりました。

即時消滅: そして、ストーリーズ機能に代表されるように、投稿が24時間で消えるという「即時消滅」の概念が一般的になります。これは、完璧な「記録」を残すことよりも、その瞬間の出来事を気軽に共有したいという欲求の表れです。

このようにSNSの遍歴は、人々のコミュニケーションのあり方だけでなく、自己のあり方、情報との向き合い方、そして時間に対する感覚そのものが、時代とともに変化していることを示唆しています。

しかし、社会と密接に関わりすぎたSNSは、人間社会に肯定的な側面と否定的な側面の両方をもたらしました。

ではそんなSNS、真実と虚構が織りなす情報社会の二面性を見ていきましょう。

次ページ→「両義」

ジャネット・アベイト『インターネットの発明』NTT出版、2002年.

ティム・バーナーズ＝リー『ウェブの創成』日本経済新聞社、2001年.

高橋徹『インターネットの歴史』NTT出版、2000年.

植田康孝『ネットコミュニティの文化史』岩波書店、2013年.

ダナ・ボイド／ニコール・エリソン「ソーシャルネットワークサイト：定義・歴史・研究」

アンドレアス・カプラン／ミヒャエル・ハインライン「ソーシャルメディアの挑戦と機会」