

# ソーシャルメディアパラドクスはSNS離れを引き起こすか

## Will social media paradox cause refrain from using SNS?

赤木 陽

Akira Akagi

青山学院大学 社会情報学部

School of Social Informatics, Aoyamagakuin University.

### 要旨

本研究の目的は、ソーシャルメディアパラドクス仮説と呼ばれる、SNSの利用が本来の目的とは裏腹に、他者との関係を抑制したりネガティブ経験を引き起こしたりする現象について、その実態を明らかにした上でSNS離れとの因果関係を考察することである。大学生を対象としたアンケート調査を実施し、SNSの利用実態や利用に対する意識、SNSの利用に起因する様々なネガティブ経験やSNS離れの発生状況などを把握し、そのデータを分析することで、まずはソーシャルメディアパラドクスの存在を確かめる。その結果を踏まえ、SNS離れの原因について考察していく。

### 1. はじめに

SNSの登場によって社会の構造やユーザーの日々の生活は大きく変化したと考えられるが、SNSというサービスにはポジティブな側面だけではなく、ユーザーに不利益となる様々な影響を与えるネガティブな側面が存在している可能性がある。河井はSNSの利用により友人関係や精神的健康に何らかの影響がある可能性を示唆し、ソーシャルメディアパラドクス仮説を提唱した[1]。SNSは本来、社会的な関係構築を主な目的としているが、その中で人間関係がユーザーにとって負担となる可能性があるという仮説をもとにアンケート調査を実施し、ソーシャルメディアパラドクスの実態を把握することを試みた。アンケート結果の重回帰分析によると、SNSの新規利用者においては、閲覧により友人関係満足度が低下し、孤独感が増す。また、利用者全体においては投稿により孤独感が増すということが判明した。ただし、SNSの新規利用者においては投稿により友人関係が促進されることも示されているため、部分的ではあるがソーシャルメディアパラドクスの存在がここで示されている。この論文で用いられているアンケートの実施時期は、2011年7月と2012年1月であり、mixiなどの全盛期であったため、当時と現在ではSNSの状況に違いがあると考えられる。

また、松尾はSNS疲れがSNS離れに影響を与えている可能性を示唆し、SNS疲れを引き起こすと考えられる、SNSの利用により発生する様々なネガティブ経験とSNS離れの実態の関係性について検討している[2]。アンケート調査によると、SNS離れは観測されなかったが、SNS利用控えが有意なデータとして得られた。これは、このアンケート調査が大学1年生のみを対象として実施していることに起因している可能性がある。また、アンケート結果の因子分析によると、SNSごとにSNS利用控えの原因となるネガティブ経験が異なっており、それぞれのSNSごとのサービスの違いによるものだと考えられている。ここで述べられているSNS疲れとは、どこでも手軽にメッセージのやり取りができてしまうがためユーザーが感じる心理的負荷であったり、見たくない情報を目にせざるをえないことによりストレスが発生したりすることを指しているが、これはソーシャルメディアパラドクス的一种だと考えることができる。

本論文では現在一般的に広く利用されているSNSを対象に、改めてソーシャルメディアパラドクスの存在を確かめる。また、SNS離れの存在を確かめ、もし存在しているのであれば、ソーシャルメディアパラドクスとの間に因果関係が存在しているのかを検証する。この研究を行うことで、SNSが内包する問題点の一部が明らかとなり、設計者・利用者それぞれに利益があると考えられる。また、SNS離れが存在すると証明された場合、SNS運営会社やSNSを利用した何らかのビジネスを行うものにとって有益な情報となるだろう。

## 2. 分析対象の SNS

本論文において SNS とは、Twitter, Instagram および Facebook を指すこととする。総務省によると、2016 年時点での代表的な SNS の利用率は図 1 のようになっている[3]。利用率が最も高いのは LINE であり、次点で Facebook、僅差で Twitter と Google +と続いている。Instagram も 20.5%と存在感を示している。

ここでまず注目すべきなのが、LINE とそれ以外の SNS の根本的な違いである。LINE はチャットアプリとしての側面が色濃いため、LINE で行われるコミュニケーションの内容は第三者には公開されず、そこから不特定多数とのコミュニケーションが生まれることもない。そもそも LINE は単なる連絡手段として利用される場合も多く、社会的な関係構築を期待して提供されている SNS とは一線を画すものだと考えられる。一方、それ以外の SNS では現実での人間関係の有無に関わらず、不特定多数が自由にコミュニケーションをとることができ、その様子がオープンに公開されている。

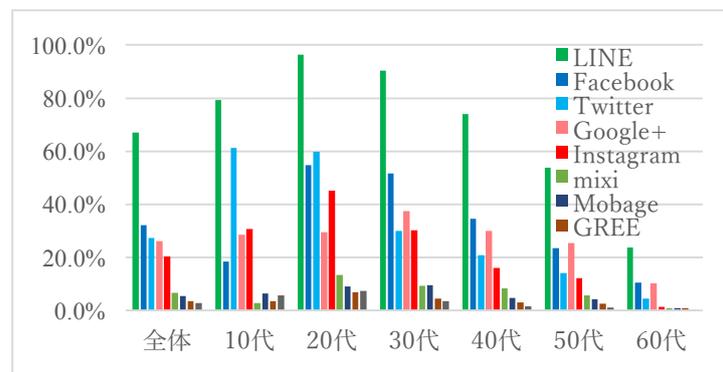


図 1 主な SNS の年代別の利用率 (2016 年版)

そこで、本研究においてコミュニケーションの内容が非公開であり、ソーシャルメディアとしての特徴をあまり持たない LINE は研究対象から外すこととした。一般的な SNS と LINE のようなクローズなコミュニケーションサービスでは、その中で発生する問題の内容が大きく異なり、一概に分析することが難しいと考えたためである。

また、Google +についても今回の研究対象から外すこととした。総務省によると、図 2 のように利用率 24%に対して投稿率 3%と圧倒的に少なく、他の SNS と比較しても顕著な値となっている。これは Google +ユーザーのほとんどが、ある少数のユーザーの投稿を閲覧しているだけにすぎないということを表しており、ブログの作者と読者のような関係であることが推測できる。この状況は、社会的関係構築を目的とした SNS におけるユーザー間の関係とは異なり、他の SNS と単純比較することができないと考えられる。

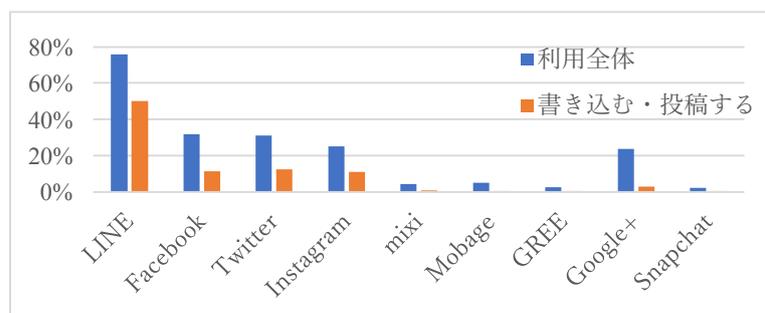


図 2 主な SNS の利用タイプ別の利用率 (2016 年版)

よって、本研究においてはオープンなコミュニケーションサービスであり、ユーザー間の関係が対等であると考えられ、かつ世間一般に浸透している、Twitter・Instagram・Facebook を研究対象とすることとし、今後本論文内で単に SNS と述べた場合はこの3つの SNS を指すものとする。

### 3. ソーシャルメディアパラドクス概念

河井は、ソーシャルメディアの利用には社会的な関係構築が期待されているが、その中で人間関係には負担が生じることがある。そのため、ソーシャルメディアをよく利用するほど友人関係や精神的健康にネガティブな影響を受けている可能性がある。と述べ、この現象をソーシャルメディアパラドクス仮説と表現している[1]。本論文ではこの表現を参考にし、ソーシャルメディアの利用が本来の目的とは裏腹に、他者との関係を抑制したりネガティブ経験を引き起こしたりすること。と定義することとする。

では、ソーシャルメディアの本来の目的とは何なのであろうか。ユーザーとサービス提供者それぞれの立場から考察していく必要があるだろう。総務省によると、SNS 利用者の主な利用目的は従来からの知人とのコミュニケーションであり、暇つぶしやストレス解消を目的としているユーザーも存在している[3]。一方で提供者側にも思惑がある。今回研究対象としている3つの SNS のホームページを調査したところ、Twitter 社には、私たちは表現の自由を信じ、すべてのユーザーが世界に影響を与える力を持っていると考えています。という表現があった。また、Facebook 社には、世界の絆を強める、というスローガンが掲載されていた。Instagram 社に関しては明確な理念を確認することはできなかったが、Facebook 社が買収している企業であるため何かしらの共通理念のもと運営されていると考えられる。以上から、利用者及び提供者の主な目的は友人・知人とのコミュニケーションや自由な表現活動、社会的関係の構築などであることがわかる。

SNS 本来の目的がわかったため、パラドクス（逆説）が発生していることを示すには、SNS の利用によってそれらの目標が達成されていないだけでなく、むしろ悪影響を及ぼしていることを証明すればいいことがわかる。具体的には、SNS の利用により河井の述べている友人関係満足度や孤独感へ影響があることや、松尾が述べている SNS 疲れが実際に発生していることを明らかにする。もし SNS 疲れが実際に発生しているならば、利用のタイプ別（閲覧のみ、閲覧と投稿）や SNS 別にどのような事象が発生しているのかを分析する。なお SNS 疲れとは、SNS 上で経験した様々なネガティブ経験によるものであることが加藤により明らかにされているため、本論文でも SNS 上でのネガティブ経験について質問し、分析することとする[4]。

## 4. 調査

ここまで述べてきたように、ソーシャルメディアパラドクスや SNS 離れは実際に発生しているのか、発生しているとしたらその2つに因果関係はあるのかを検証するため、アンケート調査を行った。本研究では調査対象を大学生とした。上の図1で示されている通り、20代はTwitter・Facebook・Instagram すべてにおいて他の世代よりも利用率が高く、10代においてもTwitter・Instagram で他の世代よりも利用率が高いことがわかる。今回の研究ではこの3つの SNS を比較し、分析したいため、10代及び20代を対象にアンケート調査をするのが最も多くのサンプルを得られると考え、大学生を対象とすることとした。

### 4.1. 調査方法

青山学院大学社会情報学部の専門科目「情報システム計画」受講の40名及び、同「システム分析・設計基礎」受講の57名を対象とした。2018年10月16日（情報システム計画）、2018年10月26日（システム分析・設計基礎）で実施した。合計で97票回収し、そのうち有効票は92票であった。また、回答者の学年は1~4年で平均は2.6年、男性49名、女性43名であった。

## 4.2. 調査内容

各 SNS の利用実態を調査するため、3 つの SNS の現在の閲覧頻度、投稿頻度、1 年前と比較した利用の増減について質問した。また、これらの SNS の利用への意識（利用をやめたり、減らしたりしたいと思ったことがあるか）についても質問した。これらの質問を作成するにあたっては松尾、および河井の調査項目を参考にした。

閲覧頻度は1日あたり「5時間以上」、「3時間以上5時間未満」、「1時間以上3時間未満」、「一時間未満」、「現在利用していない」の5件法とし、投稿頻度は「ほぼ毎日」、「週に数回」、「月に数回」、「月に一回以下」、「現在投稿はしていない」の5件法とした。利用の増減は、1年前と比較し「減った」、「変わらない」、「増えた」、「やめた」、「そもそも利用したことがない」の5つの選択回答とし、利用への意識は「利用をやめたいとは思わない」、「どちらともいえない」、「利用頻度を減らしたい」、「利用をやめたい」の4件法とした。

利用者の友人関係満足度、孤独感についても質問した。また、SNS 利用頻度とそれらの因果関係を推定する際に対象者の社交性を調査する必要があることが先行研究により明らかになっているため、社交性に関する質問も用意した。

利用上のネガティブ経験に関しては、松尾、加藤の調査を参考に、コミュニケーション不全2項目、嫌悪的情報閲覧2項目、誇示的情報閲覧2項目、疎外感懸念1項目、否定的応答懸念2項目、人間関係の縛り2項目、情報発信の気遣い2項目、個人情報拡散懸念2項目、SNS 依存懸念2項目、見知らぬ人との関係性懸念2項目の合計17項目を用意し、経験の有無を「1.よくある」、「2.少しある」、「3.あまりない」、「4.ほとんどない」の4件法で質問した。

## 5. 分析

### 5.1. ソーシャルメディアパラドクスに関する分析

まず初めに、SNS の閲覧頻度・投稿頻度と友人関係満足度・孤独感との間の因果関係を推定するために、重回帰分析を実施する。属性項目としては性別、年齢を設定し、統制変数としては社交性を投入した。目的変数を友人関係満足度および孤独感とし、説明変数を各 SNS の閲覧頻度および投稿頻度とした。

ネガティブ経験と SNS 利用の関係については、各 SNS の違いによって経験するネガティブ経験の違いを検証するため、因子分析を実施する。まずはネガティブ経験に関する質問を因子分析し、因子パターンを求め、それぞれどのような因子で得点が高いのかを SNS 別に求める。

### 5.2. SNS 離れに関する分析

上の因子分析により、各 SNS の利用とかかわりの深いネガティブ経験が明らかとなる。そこで、その明らかになったネガティブ経験は実際にその SNS の利用離れや利用控えにつながっているのかを、重回帰分析により検討し、因果関係を推定する。

## 参考文献

- [1] 河井大介, ソーシャルメディア・パラドクス——ソーシャルメディア利用は友人関係を抑制し精神的健康を悪化させるか, 社会情報学, Vol.3 No.1, 2014, pp.31-46.
- [2] 松尾太加志, 制約の解放から見たメディアコミュニケーションの変遷——ソーシャルメディア離れの調査も含めた議論, 北九州市立大学文学部紀要, Vol.24, 2017, pp.33-61.
- [3] 総務省, 平成 29 年版 情報通信白書, 2018.
- [4] 加藤千枝, SNS 疲れに繋がるネガティブ経験の実態——高校生 15 名への面接結果に基づいて, 社会情報学, Vol.2 No.1, 2013, pp.31-43.