

# SNS 使用状況は価値の明確度に影響されるのか

B53023 加藤絵理

## 研究史

### スマートフォンの普及と SNS

iPhone が 2007 年に米国で発売されて以降スマートフォンは普及した。スマートフォンの普及により、利用者の一日あたりのネット使用時間の平均は 82 分であり、特に 10 代は 143 分、20 代は 129 分と長時間使用している。内訳は、「SNS を書く・見る」が最も長くなっている。代表的と呼ばれる SNS は、LINE、Facebook、Twitter であり、いずれかの SNS を使用している割合は、2012 年 41.4%から 2016 年には 71.2%まで上昇、2014 年以降では 40~50 代でも使用率が増加し、SNS が普及していることがわかる（総務省 2017）。スマートフォンが普及しネットの使用時間は増加し、SNS は急速に使用されるようになり、ここ数年で様々な研究がされるようになった。

SNS は新たなつながりを生むことに長けているが、人間関係を構築する上でストレスの原因にもなっている。「つながりたい」願望や、「つながらないと不安」という思いがある一方で、「つながりを絶ちたい」思いもあり、常に神経を使い自分が素でいられる関係の少なさが見られる（長谷川 2017）。この矛盾した気持ちは価値が明確化されていないためではないかと考えた。明確化していないためにストレスがトラブルを生んでいるのではないだろうか。

### 価値

ACT における「価値」とは、人生において成し遂げたいこと、大切にしたいことを言語化し表現したものである。価値は、私たちの生活の軸となり、私たちの行動を動機づける。価値のエクササイズの際は、個々の生きる意味や成し遂げたいことを行う原動力を明確化することである。明確化により、行動が継続的に行われるために自分の価値を有効に活用することができるようになる（武藤 2012）。

価値の明確化に関する尺度を作成しようとし因子分析をおこなった研究によると、3つの因子が見出されている（齋藤 2017）。齋藤（2017）は、価値の明確化尺度を作成している中で、価値を「動機づけ」、「強化の自覚」、「行動継続」に分類されると示した。「動機づけ」因子は、価値に沿った行動に対する動機を高める効果が見られた。「強化の自覚」因子は、コミットされた行為に対する、価値に沿った行動に伴って正の強化を自覚することが見られた。価値を明確化して行動することにより、良い結果が得られることを自覚することが重要であるため強化の自覚の測定が必要と考えられている。「行動の継続」因子は、行動する意思強いことにより困難な場合でも価値に沿った行動が継続されることが見られた。

価値は ACT のプロセスの中の一つであり、ACT の中の定義を用いて、価値の明確化を本研究では用いることとする。

### 目的

ソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下 SNS とする）は多くの人が使用し、情報発信が気軽にできる。しかし、SNS の情報は全て正しいとは言えず、間違った情報を拡散することもある。発信した情報と受け手の解釈の不一致はトラブルの原因にもなり、正確に発信する必要がある。自身を表現することは、価値を表出することと似ていると考え、価値が明確化されている人は情報の選択が上手く SNS の使用時間が短くなり、価値が明確化していない人は必要な情報以外も見ってしまうため SNS の使用が長時間に及んでいると考えた。

本研究は、自分の価値の明確度が SNS 使用状況に関連があるかを検討することを目的とする。

## 方法

県内の大学に通う学生 117 名、19～23 歳を対象とした。回答は無記名で行い、個人が特定されることはなく、回答を行わない・途中で中断することで不利益が生じないこと、提出をもって研究参加に同意されたとみなすと記載した。質問紙は、齋藤（2014）が作成した Values Clarification Questionnaire 尺度、SNS 使用効果の自作尺度、フェイス項目で構成された。分析には、SAS9.4 を使用した。

## 結果

SNS 使用効果尺度項目に対し、最尤法、プロマックス回転による因子分析を行った。その結果、第 1 因子を、SNS が習慣化しており、生活に影響していると考えられる項目「SNS による時間支配及び弊害」、第 2 因子を、SNS を使用し他者からの承認を得たい、使用することで生活が充実している項目「SNS による承認及び充実」、第 3 因子を、SNS 映えを意識した項目「SNS 映え意識」とした。

重回帰分析を行うために、各因子を用いて独立変数間の相関係数を求めた結果、動機づけと行動継続で 0.56( $p<.0001$ )、動機づけと強化の自覚で 0.59( $p<.0001$ )、行動継続と強化の自覚で 0.73( $p<.0001$ )、使用頻度と使用回数で 0.40( $p<.0001$ )となり有意な相関が見られた。

表 1 SNS による時間支配についての諸要因による重回帰分析

要因	自由度 d.f	パラメータ 推定値	標準化偏回帰 係数 $\beta$	t 値	p
行動の継続	1	-0.507	-0.312	-2.60	**
アカウント数	1	0.098	0.267	2.84	***
使用頻度	1	0.003	0.413	4.	***
$R^2$			0.5081		

\* $p<.05$

\*\* $p<.01$

\*\*\* $p<.001$

SNS 使用効果尺度の 3 因子を従属変数とした重回帰分析を行った。その結果、第 1 因子は、行動の継続・アカウント数、使用頻度第 2 因子は、アカウント数、第 3 因子は、使用頻度において有意な偏回帰が見られた。

## 考察

SNS による時間支配及び弊害と関連があると考えられる要因の重回帰分析を行った結果、行動の継続、SNS のアカウント数、SNS の使用頻度が有意な偏回帰が見られた。行動継続がマイナスの値を示しており、価値に沿った行動を継続させるのが困難な人は SNS による時間支配及び弊害を引き起こしている傾向が高いことが推測する。価値の明確化が不十分なことで、目標が曖昧になり時間を支配され、使用頻度が増加、弊害が生じやすいと考える。

つぎに、SNS による承認及び充実についてアカウント数と有意な偏回帰が見られた。アカウント数が多いほど承認されたい気持ちが強いまたは、SNS に充実感を感じていると考えられる。SNS のアカウントは、複数作成が可能であり、使い分けている人が多い。アカウントごとに自分を演じ、現実世界とは違う自分になれているという充実感があると考えられる。

つぎに、SNS 映え意識について使用回数と有意な偏回帰が見られた。本来ならば投稿した写真に向けられる評価が写真を通して自分を評価されているように思い、投稿した写真が評価されているか気になり SNS を無意識に開くことで使用回数が多いと考えられる。

## 引用文献

岩田彩香・大内佑子・熊野宏昭・齋藤順一・嶋大樹・本田暉・柳原茉美佳 2017 価値の明確化尺度の作成および信頼性と妥当性の検討 行動療法研究, 43(1),15-26.

ハリス, R. 武藤 崇 (監訳) (2012) よくわかる ACT (アクセプタンス&コミットメント・セラピー) —明日からつかえる ACT 入門— 星和書店 (Harris, R. 2009 ACT made simple: An easy-to-read primer on acceptance and commitment therapy. Oakland, CA: New Harbinger)