SNS 中毒者と「いいね」の関係
～アンケートを用いた学生の SNS に対する意識～

藤澤ゼミ　2017 年度卒業　M.N

１．はじめに

現在様々な SNS*1 が存在しており、その利用率は、10 代から 60 代のいずれも上昇している。SNS は現代人にとって身近な存在であり、利用することで世界中の人と写真や思い出を共有できる。一方で、SNS が原因となる問題も生じている。利用者が「いいね」を求めるために、路線内の立ち入りの危険行為や誹謗中傷を投稿する問題行為が存在する。また、フォロワー数や「いいね」などを販売するサービスも存在している。

２．仮説と目的

本研究では、「『SNS 中毒者』になればなるほど、多くの「いいね」をもらわないと幸福を感じない。」という仮説を立てる。

本研究の目的は、SNS 中毒者と利用者の「いいね」と幸福度の相関を可視化し、二者間の差異を明らかにすることである。また、利用者と SNS との付き合い方について考察する。

３．内容と方法

本研究は①～③の手順で調査を進めた。

①金沢市内の 4 つの学校の学生を対象にアンケート調査を実施する。アンケートでは、SNS の更新頻度や、モラルに関する問い、SNS 中毒者かどうかの自己申告等を尋ねた。

②アンケート結果から、相関分析、主成分分析、重回帰分析を行う。

③SNS 中毒者と利用者を分け、二者間の幸福の感じ方の差異を可視化する。

４．結果と考察

アンケート調査を実施し、175 サンプルの有効回答を得ることができた。集計結果から、自分が SNS 中毒者だと考える人(自己中毒者)は、全体の 29%であった。また、相関分析の結果、自己中毒者と更新頻度には正の相関があった。

主成分分析の結果、自己中毒者とモラルの崩壊には距離があることが分かった。反対に、自己中毒者と更新頻度や利用 SNS の数の距離が近いことから、自己中毒者はモラルが崩壊している利用者と同等ではないことが分かった。

表１：重回帰分析の結果

	B	標準誤差	t 値	有意確率
(定数)	1158.702	48.744	23.771	0
利用SNSの合計	−17.108	2.957	−5.788	0
更新頻度	−0.048	0.012	−4.122	0
自己中毒者	21.433	4.692	4.568	0
使用年数	−3.749	1.479	−2.535	0.012
Wi-Fi環境	−0.768	7.247	−0.106	0.916
性別	21.02	4.384	4.795	0
年齢	−0.435	1.434	−0.303	0.762
①写真加工に対する意識	13.639	2.135	6.387	0
③投稿の日付をずらす	−24.215	2.353	−10.289	0
④嘘の内容を投稿する	−55.412	2.998	−18.485	0
⑤店舗内での撮影をする	−46.484	2.876	−16.165	0
⑥車道での自撮り	−78.29	3.988	−19.643	0
⑦誹謗中傷を投稿する	−86.735	5.027	−17.252	0
⑧食べ物を撮影した後捨てる	−80.29	4.447	−18.056	0
⑨友人代行サービスを利用する	−62.869	3.463	−18.156	0
⑩「いいね」やフォロワーの購入	−67.267	3.876	−17.355	0
⑪「いいね」のために罪を犯す	−84.798	4.713	−17.993	0
モラルの崩壊	447.622	17.688	25.307	0

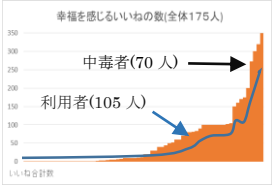

図１：幸福を感じるいいねの数の比較

仮説を検証するために重回帰分析を行った。従属変数に幸福を感じる「いいね」の数、独立変数に属性と第 1 主成分得点を投入した。分析の結果、モラルの崩壊度の回帰係数が他の変数と比較して大きく、モラルの崩壊が「いいね」の数に影響を与えていると考えられる。

最後に、本研究の目的でもある SNS 中毒者と利用者の「いいね」と幸福度の相関の差を可視化した。差を可視化するために、主成分分析で抽出された第 1 主成分得点を基に、モラルの崩壊度が高い中毒者と、低い利用者に分けて図示したのが図 1 である。中毒者の方が利用者よりも多くの「いいね」をもらわないと幸福を感じないと読み取れる。

５．おわりに

重回帰分析の結果より、本研究の仮説は採択された。また、相関分析から自己中毒者とモラルの崩壊は関係がないことが考えられる。

本研究では、モラルの崩壊が幸福を感じる「いいね」の数に影響を与えていることが分かった。そのため、学生が SNS と上手に付き合っていくためには、学校でのモラル自体の教育が必要だと考えられる。

＜注＞

*1 Twitter、Facebook、Instagram、LINE 等。

＜参考文献等＞

・ Happiness Research Institute(2015) 「 The Facebook Experiment 」 Happiness Research Institute, 2015

・総務省「平成 28 年通信利用動向調査の結果」平成 29 年 6 月 8 日(最終確認：2017 年 11 月 22 日) http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/170608_1.pdf