

同志社大学  
2020 年度卒業論文

論題：友人関係が SNS の認知に与える影響

社会学部社会学科

学籍番号：1109171089

氏名：卜部友太

指導教員：立木茂雄

(本文の総文字数：21557 文字)

## 要旨

論題：友人関係が SNS の認知に与える影響

学籍番号：1109171089

氏名：卜部友太

筆者はまず SNS 疲れと呼ばれる現象に興味を持ち、SNS に関するネガティブ経験を中心にその起こりうる要因について調査した。その結果、近年に行われた調査によって、友人関係と関連があることが明らかになった。一方で、別の研究によると、友人関係と関連があるのは、ネガティブ経験だけでなく、SNS のポジティブな面にも関連することが示唆された。その研究は LINE のみしか扱っていなかったため、SNS 全般に関する認知と友人関係の関連に関しては、まだわかっていない。そこで、本稿ではこれらについて調査し、SNS と友人関係に関する新たな発見を目指して、新たな SNS 尺度を作成し、SNS 全般においての調査を行った。その結果、「正の友人関係」の方が「負の友人関係」より、「SNS の好感」は高く、「SNS の嫌悪感」は低くなったことや、友人関係概念である「傷つけ・傷つけられ回避」が、SNS の好感と嫌悪感に大きな影響を与えていたことが分かった。また、SNS の使用種類や SNS の友人数と関連項目がある一部の SNS 認知尺度を発見した。

キーワード：SNS 友人関係 SNS の嫌悪感

# 目次

<b>1 始めに</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究背景 .....	1
1.1.1. 社会状況 .....	1
1.1.2 SNS 普及によって起こる問題 .....	1
1.2 先行研究 .....	3
1.2.1 SNS 以前 .....	3
1.2.2 SNS 疲れ .....	3
(1) SNS 疲れに関する研究のまとめ .....	3
(2) 課題 .....	5
1.2.3 SNS ネガティブ経験 .....	6
1.2.4 友人関係 .....	7
1.3 研究の目的 .....	10
1.3.1 その他の要因 .....	10
1.3.2 目的と意義 .....	11
<b>2 方法</b> .....	<b>12</b>
2.1 概念 .....	12
2.2 調査概要 .....	13

2.3	調査項目.....	14
2.4	分析方法.....	19
<b>3</b>	<b>調査結果.....</b>	<b>20</b>
3.1	回答者の属性.....	20
3.2	相関分析.....	20
3.3	重回帰分析.....	21
3.4	予備的分析結果.....	32
<b>4</b>	<b>考察.....</b>	<b>33</b>
4.1	相関分析の考察.....	33
	(1) 先行研究からの知見.....	33
	(2) 相関分析結果の考察.....	34
4.2	重回帰分析の考察.....	34
	(1) SNSの好悪と「SNSの好感」に含まれる尺度について.....	34
	(2) 「SNSの嫌悪感」に含まれるSNS尺度について.....	36
4.3	予備分析結果の考察.....	41
<b>5</b>	<b>終わりに.....</b>	<b>42</b>
	参考文献リスト.....	44

# 1 始めに

## 1.1 研究背景

### 1.1.1 社会状況

近年、SNS の利用は活発化している。総務省の「通信利用動向調査」(2019)によると、SNS の利用率は、20 代、30 代は 80 パーセントを超え、40 代、50 代でも 70 パーセント以上と、SNS は若者だけでなく、全世代に広まってきている。では、そもそも SNS とは何か。辻泉らのメディア社会論 (2018) によると、SNS は、ソーシャルメディアの中でも特に人々のネットワーク、つながりを生み出し、維持する機能に着目したサービスとして捉えておくといいという。古くは、2004 年にグリーやミクシィが生まれ、ともに一年足らずで 10 万人を超える利用者を獲得するなど人気があった。その後、スマートフォンが普及する時代となり、現在では、LINE や Twitter, Facebook, Instagram などが SNS の代表的なものだろう。そうした SNS の利用目的は、ICT 総研 (2020) によると、「知人の近況を知りたい」が一位で 43 パーセント、「人とつながりたい」が、2 位で、33 パーセントであった。こうした結果を見ると、SNS は、周囲の人物との関係形成要因として大きな役割を持っていると言っていだろう。SNS は現代日本の社会を語るうえで、切り離せないものとなっている。

### 1.1.2 SNS 普及によって起こる問題

SNS 普及によって私たちは恩恵を受け取っているのは確かだが、同時に、弊害も起こっている。ここからは、その問題について辻ら (2018) を参考に取り上げる。SNS によって

起こる問題は、まず SNS いじめがあげられる。LINE のグループから特定個人を外すグループ外しや、2000 年代には、学校裏サイトが社会問題として取り扱われた。SNS の可視性を利用し、個人をネットから排除することはたびたび起こっているようだ。また、ほかの問題として、SNS の炎上があげられる。SNS 上で、第三者にも閲覧可能な状態であるにも関わらず、そのことを意識せずに不適切なメッセージを拡散することで、収集がつかなくなり、その中で発信者が過剰に非難されることがある。

そのほかにも SNS によって起こりうる問題は、アカウントの不正利用や、SNS を介した出会いによる詐欺などがあるが、中でも身近で日常的な問題は、SNS 疲れである。これは、2004 年のミクシィの流行の時、「ミクシィ疲れ」として注目を集めた。自分が書いた日記にコメントがつくかどうか気になって頻繁に閲覧したり、マイミク申請をすべきかどうか過度に悩んだりして、そうこうしているうちに突然やめたりする。疲れてしまったというわけだ。ほかの SNS においても似たような過度な利用と、その負の側面が指摘される。Twitter の過度な利用をやめられない「ツイ廃」など、SNS のもたらした新しいつながりの形に対する過度な適応、利用による疲れ、生活への支障を指す語彙は SNS の数だけ増えているといえる。

筆者自身も SNS 疲れを経験したことがある。LINE での既読無視に悩んだり、グループでの会話で気疲れ、また Twitter では、ツイートした内容を後からこれでよかったかどうか悩みに、ツイートを削除してしまうこともあった。これらのような SNS 疲れを経験したことがある人は多いのではないだろうか。では、それらの SNS 疲れはどのような人がおこりやすいのだろうか。この研究では、SNS 疲れの実態とその起こりうる要因について調査し

ていきたいと思う。

## 1.2 先行研究

### 1.2.1 SNS 以前

インターネット上では、SNS 疲れに関する記事は多くみられ、SNS 疲れの体験談やその対処法などが書かれているが、学術的な研究として調査されているのは、まだ少ない。それ以前のインターネット利用に関するストレスに対する研究は数多くあるが、それでは SNS 疲れの研究ではあまり役に立つとは言えない。岡本卓也（2017）は、SNS 以前のインターネットのストレス研究を二つ取り上げ、それらの研究は、SNS が現在ほど普及していない時期に行われているため、SNS の利用に限定されてはおらず、インターネット全般の過剰な利用やインターネット全般への依存を中心とした議論となっていると説明した。そして、そのため現在のように SNS 利用が一般化した状況を反映した研究とは言えないと述べている。

岡本（2017）によると、SNS はその名の通り、社会的な関係性を前提としているサービスであり、単なる携帯メールの代用ではなく、新たなコミュニケーションの空間を提供しているので、これらのことを踏まえると、インターネット利用のみを前提とした研究では、SNS 利用に伴うストレスの研究には十分ではないと言える」と説明している。

### 1.2.2 SNS 疲れ

#### （1）SNS 疲れに関する研究のまとめ

インターネット利用ではなく SNS に限定した研究は以下のものがある。この項では、SNS 疲れという言葉はメディアや、世間一般で使われているものの、その実態はどのようなもの

か、について調査した研究について述べる。

加藤千枝（2013）は、SNS 疲れにつながるネガティブ経験の実態について、高校生 15 名の面接結果に基づいて調査した。この研究の目的は、これまで SNS 疲れという抽象的な言葉で捉えられてきた現象を具体化することである。高校生 15 名に対するインタビュー調査の結果として、36 のエピソードが得られた。36 のエピソードをコード化し、それが、「受信者」または「発信者」としてのエピソードであるのか、「現実世界で交流のあるもの」または「現実世界で交流のないもの」とのエピソードであるのか、上記二つの軸に基づき分類した結果、「受信者」としてのネガティブ経験が複数語られ、特に「誹謗中傷発信」「見知らぬものからの接近」があげられた。つまり、SNS でほとんど発信を行っていないものであっても、「SNS」疲れに至る可能性が明らかになったといえる。また、「現実世界で交流のあるもの」に関するネガティブ経験も複数語られ、その理由として、SNS が既存の関係の中で主に利用されており、SNS を退会することによる既存の関係への悪影響を高校生が懸念しているためだと指摘している。

これが、加藤（2013）の研究内容だが、これに加え、加藤（2013）の研究をベースとし、大学生を対象に SNS 疲れを研究した中尾陽子(2017)についても言及しておく。中尾(2017)によれば、加藤（2013）の研究からは、SNS 疲れと呼ばれる曖昧な現象に対していくつかの重要な知見が得られているものの、このような結果が高校生という集団に 特有なものであるのか、あるいは特定の年齢集団を超えた、より一般的なものであるのかについて明らかにされていないという。そこで中尾では、大学生を対象に同様の研究を行い、大学生の SNS 疲れの実態とその生起要因について検討を行なった。また、加藤（2013）の研究結果と比較



検討することにより、高校生と大学生の SNS 疲れの共通点、および、それぞれの特徴についても検討した。

その結果、大学生を対象とした面接を通じて、本研究の面接協力者全員が、SNS を利用する中で何らかのネガティブ経験をしていることが明らかになった。また、高校生と大学生のネガティブエピソードはほぼ同じカテゴリーに分類できたことから、年代及び利用する SNS が異なっても、SNS を利用する中で生じる SNS 疲れは類似しているものと考えられた。SNS 疲れが生じる対象者の面からは、大学生も高校生と同様に、現実世界でつながりのある人との間を中心に起こっていたが、大学生は日常生活での接点が薄い人とのつながりからも疲れを感じていることが明らかになった。また、大学生からは、加藤 (2013) では報告されていなかった LINE の『既読無視』に関するネガティブエピソードが複数報告され、今後、特に若年層を対象とした他の年代での実態把握の必要性を指摘している。

## (2) 課題

ここまでの研究は、SNS 疲れに関する研究の内容であった。これらの研究では、SNS 疲れという抽象的な言葉をより具体化させ、また、その疲れの種類を分類し、分類した中で、特に多い疲れを挙げ、その理由を考察している点で、成果がある。しかし、これらの研究では足りないと思われる、もしくは、疑問に思われる部分も見受けられた。

その 1 つは、研究対象の数である。研究対象が、両研究とも 15 人と少なく、彼らの経験した SNS ネガティブ経験が、たまたま彼らだけに多く起こっていた現象である可能性も否めない。そのため、SNS ネガティブ経験の中で、多い項目はこれだと指し示すためには、デ

一タが少ないといえる。また、SNS ネガティブ経験の内容も 15 人の中で体験したことに過ぎないため、あらゆるネガティブ経験を網羅しているとはいえ、漏れている内容があるであろうことが考えられる。

2つ目は、SNS 疲れの要因に対する考察の根拠が乏しいことである。これらの研究では、目的は、SNS 疲れの内容を具体化することが主であったので、その要因に対する考察に関しては、インタビューから考えられることを用いるか、高校生、大学生の生活状況を考えた予想を用いるほかになく、そのインタビューもサンプル数が少ないことから、根拠にするには乏しい。

3つ目は、SNS 疲れの定義に関する疑問である。この両研究では SNS 疲れを、「SNS を利用する中で利用経験に基づいた何らかの否定的感情を抱き、サイト利用を控えたり、退会したりした経験」と定義されている。しかし、実際 SNS を利用して、否定的な感情を抱いたとしても、サイト利用を控えたり、退会したという人はどれぐらいの割合で存在するだろうか。仮に、そのような人が多かったとしても、SNS 疲れの定義を、サイト利用を控えたり、退会した経験に限定してしまうと、SNS のネガティブな経験に関する調査対象を限定してしまう。だから、この定義に関しては、考え直す必要があると思う。しかし、そもそも SNS 疲れという言葉の定義を設定し、それにつながるネガティブ経験を調査するという形式をとるよりも、単に、SNS 利用に伴い、ネガティブな感情を抱いた、もしくはストレスを感じた経験を調査するという方法でよいと思う。そのほうが、広く対象設定することができるからだ。

### 1.2.3 SNS ネガティブ経験

そこで、ここからは、SNS ネガティブ経験について調査し、対象人数も多く、さらにその要因についても、サンプリングをもとに多角的に取り扱っている研究について調べ、述べる。

まず挙げられるのは、佐藤広英・矢島玲（2017）の大学生の SNS における対人ストレス経験である。179 名の大学生をアンケート調査し、SNS の対人ストレスを 5 つ見出した。その 5 つは、閲覧状況、プライバシー侵害状況、悪口、中傷状況、疎外状況、投稿状況である。またこの研究では、SNS における友人数と SNS の対人ストレスの関連を見出している。SNS における既知の友人の数が多いほど、プライバシー侵害状況と投稿状況のストレスを感じ、SNS のみの友人数が多いほど、閲覧状況のストレスを感じる傾向があるという。

次に、岡本卓也の「SNS ストレス尺度の作成と SNS 利用動機の違いによる SNS ストレス」（2017）について述べる。大学生 136 名を対象とした SNS ストレス調査、10 代～60 代の SNS ユーザーを対象とした SNS ストレス調査の結果、「投稿拡散不安ストレス」「閲覧強要ストレス」「社会的比較ストレス」「友だち申請の拒絶ストレス」「SNS と現実のギャップストレス」「過剰な繋がりストレス」「背伸びストレス」からなる 7 因子 26 項目の尺度構成となった。感情状態尺度との関連性から尺度の妥当性が確認された。また、社会的比較ストレスが精神的健康に最も影響を与えている一方、SNS 利用時間と SNS ストレスの相関を調べたが、相関は確認されなかった。そのため、本研究では SNS 利用時間は調査しない。

#### 1.2.4 友人関係

これまで、SNS ストレスを起こす要因についての調査があったが、岡本（2017）の研究に

より、SNS 利用時間は SNS ストレスの要因にはならないことが示された。では、その要因の多大な部分を占めるのは何だろうか。中山満子 (2018) は、その要因を友人関係に見る。友人関係とは何か、そして、友人関係が SNS ストレスの要因になると予想したのはなぜか、について中山 (2018) を参照に解説する。

中山 (2018) は友人関係とメディアについてこう述べている。「現代青年の友人関係の特徴として、しばしば希薄化の傾向が指摘されてきた。希薄化とは、友人と深くつきあうことを避け、表面的で快適な関係を築こうとする傾向である。一方で、現代の若者の姿を見ると、携帯やスマホなどのメディアを手放せず、常に友人とつながっていたいという緊密化の様相もみられる。この点については、多くの研究が、今日の若者が相手に気をつかいながら、深入りすることなく、お互いに心地よい関係を志向するということを指摘している。」

そして、岡田努 (1995; 2005; 2007; 2011) を例にとりながら、彼が一連の研究で、大学生と高校生を含む現代青年の友人関係について、自己閉鎖、傷つけられることの回避、傷つけることの回避、快活的関係という 4 つの傾向を測り、類型化していると説明している。すなわち、自他が傷つくことを避けつつ円滑な関係を志向する群、友人関係から回避し自分にこもる傾向を有する群、そして内面的友人関係を志向する群の 3 群を見出し、前の二つを現代青年に特有の友人関係としたと説明している。そして、『これらの議論を踏まえると、若者の中でも高校生は、大学生ほど友人関係が選択的ではなく、異質視されることへの不安や閉鎖的な仲間関係から外れることへの不安を抱えており、その中で互いに気をつかいながら快適な関係を築こうとする特徴を有すると考えられる。そして、そのような関係のあり方と「つながりの維持・構築を支える」道具である SNS 利用の間には密接な関係があると

予想される。そこで本研究では、若者の中でも特に高校生を対象として、友人関係と SNS 利用について検討する。』というように述べている。

すなわち、ここでいう友人関係とは友人とどのように付き合っていきたいかの志向であり、それは、「つながりの維持・構築を支える」道具である SNS と密接な関係があると思われるということである。これを踏まえ、友人関係と SNS との相関を調査した中山（2018）の研究を具体的に述べる。

中山は、高校一年生（175 名）を対象として質問紙調査を実施し、高校生の友人関係を類型化したうえで、友人関係が SNS ネガティブ経験の程度にどのような影響を持つのかを検討した。また、SNS ネガティブ経験は利用している SNS に影響されることも想定されるので、この研究では、LINE、Twitter、Instagram の 3 種類の SNS に着目して、友人関係の類型と SNS 利用パターン及び SNS ネガティブ経験との関連について分析した。友人関係の類型としては先行研究と類似の関係回避群、気づかい・群れ群、内面関係群の 3 群を得た。SNS ネガティブ経験のうち閲覧強迫、情報拡散不安、社会的比較は、内面関係群に比べて気づかい・群れ群で多いことが示された。また友人関係類型 と SNS 利用パターンの分析から、内面関係群では複数の SNS を並行利用する傾向にあり、LINE 利用時間は 3 群中もっとも長いこと、関係回避群は他の SNS を利用せず LINE のみを利用する者が多いことが示された。これらの結果から、SNS 利用の多寡それ自体よりも友人関係のあり方が SNS ネガティブ経験に影響することが示唆され、先行研究で示されている友人関係類型と心理的適応との議論を踏まえて考察された。

また友人関係と SNS の相関について調べた研究には、時岡良太・佐藤映・児玉夏枝ほか

(2017)の研究もある。時岡ら(2017)の研究では、高校生423名を対象に、作成したLINE尺度と友人関係尺度への回答を求めるオンライン調査を行った。LINE尺度の因子分析により「既読無視への不安」「気軽さ」「やりとりの齟齬の感覚」「攻撃性の増加」「即時的返信へのとらわれ」「つながり感」の6つの因子が抽出された。次に、友人関係による影響について多母集団同時分析を用いて検討した。その結果、友人から傷つけられることへのおそれが、LINEでのやりとりへのアンビバレントな気持ちを生む一因であることが示唆された。この研究では、触れられているのはSNSのネガティブな面だけではない。ポジティブ面と友人関係との相関についても述べられている。例えば、LINE尺度の因子の一つである「気軽さ」は、「傷つけられることへの回避」と正の相関がある。

これらの研究で分かるように、SNSネガティブ経験と友人関係には大いに相関がみられる。そして時岡らの研究のように、SNSのポジティブな面の要因をも調べることは、今までの調査ではあまり見なかったことだ。そこで、本研究では、このポジティブ面を含め、LINEだけではなく、SNS全般の認知と友人関係との相関に関する調査をすることにした。また、SNSのネガティブ経験の面で、中山(2018)と似たような研究になってしまったとしても、高校生と全年齢対象で違う結果になることも考えられる。そういう意味もあり、本研究では、SNSを主に使う10代、20代を中心に全年齢を対象として調査を行う。

### 1.3 研究の目的

#### 1.3.1 その他の要因

この研究の目的は、前述したようにSNSの認知と友人関係との相関を明らかにすることである。しかし、SNSの認知の要因として考えられるものは、友人関係以外にも考えられ

るだろう。そのため、友人関係との相関を中心に添えつつも、ほかの要因との相関についても調査したい。ほかの要因については、本研究では、SNS の友人数と、SNS の種類を挙げたいと思う。SNS の友人数においては、佐藤・矢島（2017）でも取り上げられていたが、SNS 尺度が変わることで異なる結果が出るのが予想される。本研究でも、佐藤・矢島（2017）と同じように、SNS の友人数の中でも既知の友人数と SNS のみの友人数で分ける。SNS の友人数によって友人関係の傾向は変わることが予想されるので、友人関係と SNS の認知に影響があるのならば、SNS の友人数と SNS の認知にも影響があると考えられ、研究としての妥当性がある。そして、SNS の種類については、質問の都合上（後に理由を述べる）、LINE は使っていることを前提として、Twitter、Facebook、Instagram、TikTok を使用しているかを聞く。SNS の種類によって使える機能が変わり、コミュニティの性格も変わってくる。そのため、各 SNS の種類によってユーザーの SNS の認知に大きく影響を与えることが考えられる。以上、これらの要因を聞き、それによって SNS の認知にどう変化を及ぼすかを調査する。

### 1.3.2 目的と意義

以上、これまで SNS の友人数と SNS の種類を要因に挙げることを述べたが、一番の目的は友人関係と SNS の認知の関わりを明らかにすることである。その際、本研究では友人関係の4つの累型をさらに正の友人関係、負の友人関係にも分けた。また、SNS の認知に関しては、各質問項目を作り、それらに対して、何らかの共通点の元、概念として分類した。そして、SNS の認知を大きく分けて二つ、SNS の好感と SNS の嫌悪感という形で表し、さらにどちらかに分類した。つまり、大きなリサーチクエスチョンでいうと、友人関係の正負

によって、SNS の好感、嫌悪感がどう変わるか。そして、次に大きなりサーチクエスションは、友人関係の累型によって、SNS の好感、嫌悪感、SNS の認知尺度はどう変わるかというところになる。

この研究の意義に関しては、先行研究からの進歩という面でみると 3 つある。SNS 全般についてのネガティブ面とポジティブ面を含めた SNS 認知と、友人関係との関連を調べること。先行研究では入り切れていない SNS 尺度を作成し、さらに高校生だけでなく全年齢対象とすることで、より網羅的な研究をすること。さらに、SNS の友人数や、SNS の種類によっても、SNS の認知と関連があるかを研究する事である。

また、この研究の意義を社会貢献的な面でみると、SNS のネガティブ面とポジティブ面で、性格がどう関与しているかを研究することで、性格ごとに SNS にどう関与していけばよいか、SNS との付き合い方を考えることきっかけになること。また、アンビバレンスな感情を抱くことが、依存の性質を持つ可能性があることから、SNS 依存などのテーマにも関わる造詣になるなどの意義が考えられる。

## 2 方法

### 2.1 概念

ここでは、研究に出てくる概念について解説する。まず、友人関係尺度について解説する。友人関係尺度とは、岡田（1995; 2005; 2007; 2011）の友人関係尺度を参照に作り替えたもので、友人関係において 4 種類の累型にはめ、それらの傾向を点数化したものである。友人関係尺度における質問項目は、これから解説する各概念に当てはめられる。ここからは、そ



の各概念について解説する。「自己閉鎖」とは、「本当の気持ちを話さない」など、友人とかわからない傾向を持つ概念である。「傷つけられることの回避」とは、「友達からどう見られているか気にする」など、友人から傷つけられることを避けようとする傾向を持つ概念である。「傷つけることの回避」とは、「相手に自分の意見を押し付けないよう気を付ける」など、友達を傷つけることを避けようとする傾向を持つ概念である。「快活的回避」とは、「冗談を言って相手を笑わせる」など、積極的に友好的な関係を築こうとする傾向を持つ概念である。次に、これらの上位概念について解説する。「正の友人関係」とは、良好な友人関係の構築において積極的な傾向を持つ友人関係を表す概念であり、「快活的関係」の上位概念とする。しかし、下位概念が「快活的関係」しかないため、以下では、「正の友人関係」とは記さず、「快活的関係」とのみ記す。「負の友人関係」とは、良好な友人関係の構築において、萎縮傾向を持つ友人関係を表す概念である。「自己閉鎖」、「傷つけることの回避」、「傷つけられることの回避」の上位概念にあたる。

続いて、SNS の認知尺度における概念について解説する。まず、SNS の認知尺度とは、SNS に対して、どのように感じているかを点数化するための尺度である。本研究では、SNS の認知を、大きく「SNS の好感」と「SNS の嫌悪感」の二つの概念に分け、さらに下位概念を設定する。SNS の認知尺度における質問項目は、これらの概念に当てはめられる。ここからは、各概念について解説する。「SNS の好感」とは、SNS を使用して、それに対してポジティブな感情を表す傾向を量る概念である。下位概念として、「気軽さ」、「繋がり感」がある。「SNS の嫌悪感」とは、SNS を使用して、それに対して、ネガティブな感情を表す傾向を量る概念である。下位概念として、「投稿拡散不安」、「閲覧強迫」、「社会的比較」、

「SNS と現実のギャップ」、「即自的返信へのとらわれ」、「やり取りの齟齬の感覚」、「無視への不安」、「他人への嫌悪感」、「他人へのわずらわしさ」、「高評価への執着」、「返信のわずらわしさ」がある。下位概念の詳しい説明については後ほど解説する。

## 2.2 調査概要

本研究は、調査対象は主に SNS を使用している 10 代から 20 代の男女をターゲットにグループフォームによる web 調査を行った。ただし、調査対象の条件として、LINE とその他の SNS を 1 種類以上使っている人とした。これは、本研究の質問が、既読、未読機能についての質問など、LINE について大きくあてはまる質問と、タイムラインに投稿するのが主な SNS について大きくあてはまる質問に分かれるため、そのどちらもスムーズに答えることができる人を対象とするためである。集計方法としては、自身の友人への配る、知人の Instagram アカウントによる告知をしてもらう。Twitter で呼びかけるなどを行い集計した。調査は 2020 年 11 月にかけて行い、回答者は 118 人であった。回答はすべて数値化し、統計解析ソフトの SPSS を使って分析を行った。

## 2.3 調査項目

友人関係尺度の作成においては、岡田（2007; 2011）の友人関係尺度を参考にした。項目数が増えすぎないように、似ている質問に関しては自身の判断で省き、なるべく「自己閉鎖」、「傷つけられ回避」、「傷つけることの回避」、「快活的関係」をバランスよく聞けるよう配慮し作り直した。また、SNS 尺度に関する項目の作成は中山（2018）、時岡ら（2017）を参考にした。時岡ら（2017）では、すべて LINE の項目だったが、Instagram、Twitter などの

SNSにもダイレクトメール機能などの、ラインと同じように直接相手と1対1で会話する機能があることから、SNS全般に当てはめて回答項目を作った。また、中山(2018)、時岡ら(2017)の調査や岡本(2017)、佐藤・矢島(2017)など今までの研究者の調査では、調べ切れていないSNSの認知尺度もあると思い、自身で思い浮かぶ限り列挙し、適切だと思うものを質問項目に組み込んだ。また、質問項目が増えすぎないように似ている質問に関しては省き全体のバランスにも配慮した。それら質問項目を分類し概念として記した。「投稿拡散不安」、「閲覧強迫」、「社会的比較」、「SNSと現実のギャップ」については中山(2018)を参考にした。「投稿拡散不安」とは、自らの投稿が広まることで悪いことが起きないかを心配する傾向を図る尺度である。「閲覧強迫」とは、SNSを常に見ておかないといけないという気持ちを量る尺度である。「社会的比較」とは、SNSを通じて、他人と比較し、劣等感を抱くなど悪い感情を持つ傾向を図る尺度である。また、「社会的比較」には、「優越感を感じる」のような項目もあるが、優越感とは劣等感の裏返しということを考えて、優越感が社会的にポジティブに働くよりネガティブに働く割合の方が大きいと考える。そのため、「優越感を感じる」のような項目も、「社会的比較」の中の項目として扱い、「SNSの嫌悪感」の一種として扱う。「SNSと現実のギャップ」とは、現実の人物と、SNS上の同一人物のふりまいの違いに驚き、戸惑うなどの感情を持つ傾向を表す尺度である。また、「気軽さ」、「つながり感」、「即自的返信へのとらわれ」、「やり取りの齟齬の感覚」については、時岡ら(2017)からとった。「気軽さ」とは、SNSにおいては、現実より気軽にやり取りが出来るかを量る尺度である。「つながり感」とは、SNSにおいて他人とつながっている感覚を量る尺度である。「即自的返信へのとらわれ」とは、SNSの連絡に対し、早く返さなければならないとい

う気持ちを量る尺度である。「やり取りの齟齬の感覚」については、SNS 上のやり取りは、現実より伝わりにくいと感じる傾向を量る尺度である。「無視への不安」は、時岡ら (2017) の「既読無視への不安」に、「未読無視への不安」に関する項目を入れて作った。「無視への不安」とは、既読無視、未読無視に対して、不安を感じる傾向を量る尺度である。「他人へのわずらわしさ」は、中山 (2018) の「過剰なつながり」を参考に作った。SNS を使って常に人とつながっていることや、常に他人の情報を見てしまっていることへのわずらわしさを量る尺度である。「他人への嫌悪感」、「高評価への執着」、「返信のわずらわしさ」は筆者自身が新たに加えた概念である。「他人への嫌悪感」については、SNS 上で、自慢行動やあおりなどの行為に対してや、注目を浴びたいが故の行動など、他人の行動に対してストレスを感じるかを聞いた項目で、SNS のネガティブ感情に大きくかかわることから、研究において妥当性がある。また、「高評価への執着」は、主に SNS で投稿した内容に関して高評価を取りたいが故に負の感情が生まれるかを聞いた項目である。昨今流行語になった「インスタ映え」など、SNS に乗せるために自分の行動を窮屈にしている人が多いのではないかという考えからこの尺度を作成した。「返信のわずらわしさ」については、相手から来た連絡に対して返信が億劫だと感じる傾向を量る尺度である。これまでの研究では、「既読無視への不安について」など連絡を受ける側のネガティブ感情については語られてきたが、連絡を送る側のネガティブ感情については語られてこなかった。そのため、本研究では、連絡を送る際の億劫さというネガティブ感情を量る尺度を、新たに作成した。また、年齢、「SNS の友人数のうち知人の友人数」、「SNS の友人数のうち SNS のみの友人数」は実数で答えてもらった。性別の項目は選択式、SNS の種類は、Twitter、Instagram、Facebook、

TikTok の中で、複数選択式で使っている SNS を答えてもらった。

以下は、SNS 尺度についての質問項目と、友人関係についての質問項目である。

表1. 友人関係尺度

自己閉鎖	自分の心を打ち明けて話す*
	悩み事を相談する*
	本当の気持ちは話さない
	お互いのプライバシーに立ち入らない
	落ち込んだ時話を聞いてもらう*
	相手の言うことに口をはさまない
	あたりさわりのない会話ですませる
	友だちの内面に土足で踏み込まないようにする
	自分が落ち込んだ姿を友だちに見せない
	必要に応じて友だちを頼りにする*
自分の内面に踏み込まれないように気をつける	
傷つけられることの回避	友だちからどう見られているか気にする
	友だちから「つまらない人」と思われないよう気をつける
	友だちからバカにされないように気をつける
	友だちから傷つけられないようにふるまう
	友だちと意見が対立しないよう気をつける
傷つけることの回避	友だちを傷つけないようにする
	相手に自分の意見を押しつけないよう気をつける
	友だちに心配かけないように気をつける
	相手の気持ちに気をつかう
	相手にやさしくするよう心がける
快活的関係	冗談を言って相手を笑わせる
	楽しい雰囲気になるようふるまう
	友だちの前ではしゃぐ
	面白い話をする
	友だちと一緒に騒ぐ

注：\* 逆転項目

表2-1. SNS 尺度

投稿拡散不安	一度投稿するとどこまで広がるか分からず不安である
	SNSへの投稿は誰にチェックされているのか分からないので不安になる
	一度投稿すると完全には消すことができないので不安である
	SNSに書き込むと、自分の行動を人に把握される気がして気持ちが悪い
閲覧強迫	SNS を続けていると知られたくない人間関係が知られてしまいそうで嫌だ
	定期的にチェックしないと大事な情報を見落とすのではないかと不安になる
他人へのわずらわしさ	SNSの情報を見ておかないと話題についていけない気がする
	常に SNS で人とつながっている気がして疲れる
即時的返信へのとらわれ	常に他人の情報を見ていることに疲れる
	友だちからのコメントに返信しないと、他のことに集中できない
	コメントに対してすぐに返信しなければ嫌われるのではないかと不安になる
	SNSでは既読をつけて返信しないと相手が嫌がるかもしれないのですぐに返信する
社会的比較	SNSの通知がくるとすぐにメッセージを読まないといけない気持ちになる
	SNSでは会話を終わらせるタイミングが難しい
	楽しそうな投稿を見ると嫉妬してしまう
	楽しそうな投稿を見ると悲しくなることがある
	SNS を見ていると、他人が自分よりも幸せそうだと感じる
	他人の投稿を見て優越感を感じる
SNSと現実のギャップ	他人のフォロワー数やいいねの数の多さを見て落ち込む
	自分と他人のフォロワー数やいいねの数を見て優越感を感じる
	SNS と現実との、しゃべり方の違いに戸惑ってしまう
	SNS での馴れ馴れしさに戸惑ってしまう
つながり感	実際に会ったときと SNS での態度のギャップに戸惑うことがある
	SNS と現実の人間関係の違いに悩んでしまう
	SNSを使っているときは、自分は今一人じゃないという感覚がある
	さびしいときは、SNSを使って誰かに話しかける
他人への嫌悪感	SNSがあれば、いつでも誰かとつながっていられるように感じる
	誰かと話したいと感じたときに、SNSを使って話しかける
	攻撃的な口調の人に嫌悪感を感じる
	他人を必要以上におおる人に嫌悪感を感じる
	揚げ足をとってくる人に嫌悪感を感じる
	何かをアピールしてくる人や自慢をしてくる人に嫌悪感を感じる
	遠回しに自慢をする「匂わせ」に嫌悪感を感じる
精神的に「病んでいる」ことをアピールする人に嫌悪感を感じる	
好評価への執着	自虐をしている人にいら立ちを感じる
	「いいね」をもらうために話を盛る
	SNS映えを意識して日常の事（料理や服装、遊ぶ場所）を選択をする
	SNS映えを意識することに疲れる
	「いいね」やフォロワー数をよく確認する
	人の目を意識して書きたいことが書けない
	フォロワー数がなかなか増えなかつたり減るとひどく落ち込む

表 2-2. SNS 尺度(続き)

無視への不安	SNSで自分の発言に既読がついているのに返信がないと、きらわれているのかなと感じる
	SNSで自分の発言に既読がついていると、すぐに返信が来てほしいと思う
	SNSで自分の発言に未読のまま、なかなか返信が来ないと不安になる
気軽さ	SNSでは、実際に話すよりも軽いノリでやりとりができる
	SNSだと考えて話せるので安心だ
	SNSは顔を見ないので緊張せずに話せる
	直接話すよりもSNSの会話の方が楽だ
やりとりの齟齬の感覚	SNSでは本音が言いやすい
	SNSの会話では細かいニュアンスが伝わりにくいとを感じる
	SNSで大事な話はしにくい
	SNSでの会話には温かみを感じられないことがある
	SNSでの会話は相手の感情が読み取りづらい
返信のわずらわしさ	SNSの会話では自分の感情が間違っ相手に伝わる時がある
	SNSで次々とメッセージが送られてくるとわずらわしい
	たくさんSNSの通知がくると見るのをやめなくなる
	SNSの返信をためてしまう
	SNSの返信は一度見ても返信を後回しにしてしまう

## 2.4 分析方法

それぞれの回答について基本的に「全く当てはまらない」を1点とし、「あまり当てはまらない」を2点、「どちらともいえない」を3点「まあ当てはまる」を4点、「よくあてはまる」を5点として得点を付けた。この値をそれぞれの概念における質問項目分で足し合わせた合計点を、それぞれの概念の得点として扱った。例外として、一部の逆転項目の点数を反転させた。そして、「SNSの好感」については、「気軽さ」と「つながり感」の得点を合計したものを用いた。「SNSの嫌悪感」については、「気軽さ」と「つながり感」を除く11個のSNS尺度の得点を合計したものを用いた。「負の友人関係」の得点は、「自己閉鎖」と、「傷つけ・傷つけられ回避」の得点を合わせたものとした。また、Twitter、Instagram、Facebook、TikTokの使用に関しては、使用している人を1、使用していない人を0としたダミー変数を作成した。また、性別に関しても、男性が1、女性が0とした男性ダミーを作

成した。これらのダミー変数は、重回帰分析の独立変数として利用する。

上記の作業を行った後、SPSS 上で相関分析、重回帰分析を用いて分析を行い、リサーチ  
クエスチョンを検証していく。

## 3 調査結果

### 3.1 回答者の属性

回答は男女 118 人から得られた。内訳としては、以下の通りである。男性が 31 人(26.3%)、  
女性が 85 人 (72%)、無回答が 2 人であった。年齢は 13 歳から 52 歳であるが、24 歳か  
ら、上が 7 人のみであり、一方で、21 歳と 22 歳を合わせると 56 人 (47.5%) となるので、  
大学の年齢層を中心に若年者が多いといえる。また、SNS の使用者別では、Instagram が  
92.4%、Twitter が 86.2%、Facebook が 27.6%、TikTok が 18.1%となった。

### 3.2 相関分析

重回帰分析で各 SNS 尺度と友人関係との細かい関連を調べる前に、相関分析で簡潔な結  
果を表す。

分析するにあたって得点をまとめて分析した部分があるので先に記す。「傷つけられ回避」  
だけでは、「まあ当てはまる」、「とてもよく当てはまる」の回答がほとんどを占める項目が  
多く、差がつきにくいこと。また、中山(2018)も「傷つけられ回避」、「傷つけ回避」がとも  
に高い郡を一つのクラスターとしてまとめていたことから、この二項目においてはある程  
度の相関関係があると思われること。(実際相関分析したところ、1%水準で有意で 0.334



の高い相関係数が得られた。)以上の理由から、これらをまとめ、本研究では「傷つけ・傷つけられ回避」として、表す。

ここから分析結果を記していく。「快活的友人関係」と「SNSの好感」の相関は0.369、「SNSの嫌悪感」との相関は0.269となった。一方、「負の友人関係」の「SNSの好感」との相関は0.308で「SNSの嫌悪感」との相関は0.333となった。

「負の友人関係」を「傷つけ・傷つけられ回避」と「自己閉鎖」に分けると、「SNSの嫌悪感」に最も相関が高いのは「傷つけ・傷つけられ回避」郡の0.585であり、また、「SNSの好感」と最も相関が高いのも、「傷つけ・傷つけられ回避」郡で0.439あった。「自己閉鎖」郡は、統計的な有意差は見られなかった。

表3. 友人関係尺度と「SNSの好感」「SNSの嫌悪感」の相関分析結果

		SNSの好感	SNSの嫌悪感
快活的関係	Pearsonの相関係数	.369**	.245**
	度数	115	112
負の友人関係	Pearsonの相関係数	.308**	.333**
	度数	116	113
自己閉鎖	Pearsonの相関係数	0.059	-0.037
	度数	116	113
傷つけ、傷つけられ回避	Pearsonの相関係数	.439**	.585**
	度数	116	113

\*\* 相関係数は1%水準で有意(両側)です。

### 3.3 重回帰分析

次に各SNS尺度についての回帰分析結果を、統計的に有意な結果が出たものについて記すが、その前に簡潔に変数について記す。独立変数は、「自己閉鎖」、「傷つけ・傷つけられ

回避]、「快活的関係」、性別=男性ダミー、年齢、「Instagram ダミー」、「Twitter ダミー」、  
「Facebook ダミー」、「TikTok ダミー」、「SNS の友人数のうち知人の友人数」、「SNS の友  
人数のうち SNS のみの友人数」とした。(重回帰分析では、「負の友人関係」と「自己閉鎖」  
を同時に入れることができなかつたため、「負の友人関係」は省いた。)

ここからは、重回帰分析の結果を記す。従属変数が「SNS の好感」の場合。「傷つけ・傷  
つけられ回避」と「快活的関係」が1%水準で有意であり、標準化係数はそれぞれ0.328と  
0.345であった。

従属変数が「SNS の嫌悪感」の場合。「自己閉鎖」が5%水準で有意であり、「傷つけ・傷  
つけられ回避」が1%水準で有意だった。標準化係数はそれぞれ-0.213と0.623だった。

表4. 「SNS の好感」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	9.275	
自己閉鎖	0.118	0.56
傷つけ、傷つけられ回避	0.129	0.328***
快活的関係	0.209	0.345***
性別 = 男	1.717	0.118
年齢	0.248	-0.141
Instagram	3.338	-0.026
Twitter	2.423	0.021
Facebook	1.739	0.025
TikTok	2.3	-0.048
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.006	-0.077
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	-0.043
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.209	***p<1%, **p<5%, *p<10%	
N=96		

表5. 「SNSの嫌悪感」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	29.775	
自己閉鎖	0.392	-0.213**
傷つけ、傷つけられ回避	0.43	0.623***
快活的關係	0.689	0.034
性別=男	5.645	0.007
年齢	0.795	-0.068
Instagram	10.772	0.11
Twitter	7.776	0.026
Facebook	5.705	0.062
TikTok	7.387	-0.017
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.019	0.053
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	-0.036

調整済み R2乗 = 0.308      \*\*\*p<1%, \*\*p<5%, \*p<10%  
N=94

図 1. 「SNSの好感」と「傷つけ・傷つけられ回避」との関連を表す散布図(左)

図 2. 「SNSの好感」と「快活的關係」との関連を表す散布図(右)

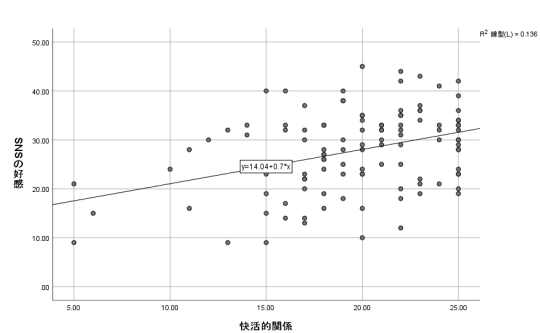
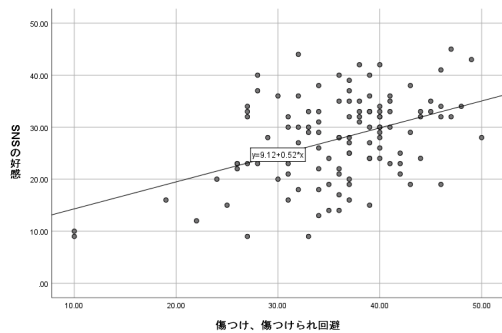
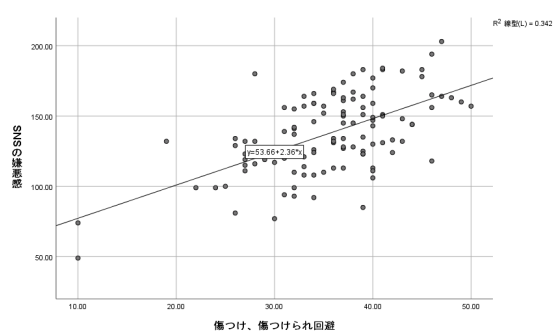
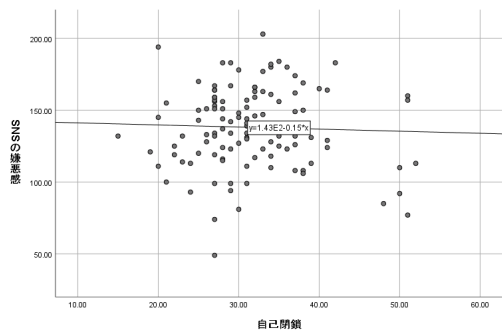


図 3. 「SNSの嫌悪感」と「自己閉鎖」との関連を表す散布図(左)

図 4. 「SNSの嫌悪感」と「傷つけ・傷つけられ回避」との関連を表す散布図(右)



従属変数が「つながり感」の場合。「快活的関係」が、1%水準で有意であり、「傷つけ・傷つけられ回避」が10%水準で有意だった。「男性ダミー」が10%水準で有意だった。標準化係数はそれぞれ0.366と0.185と0.169であった。

表6.「つながり感」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	5.007	
自己閉鎖	0.063	0.012
傷つけ、傷つけられ回避	0.069	0.185*
快活的関係	0.113	0.366***
性別=男	0.923	0.169*
年齢	0.133	-0.081
Instagram	1.802	-0.022
Twitter	1.308	-0.069
Facebook	0.935	0.031
TikTok	1.242	-0.065
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.003	0.025
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	-0.122
調整済みR <sup>2</sup> 乗=0.161	***p<1%,**p<5%,*p<10%	
N=97		

従属変数が「気軽さ」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が1%水準で有意であり、「快活的関係」が10%水準で有意だった。標準化係数はそれぞれ0.356と0.219であった。

従属変数が「投稿拡散不安」の場合。有意なものはない。

表7.「気軽さ」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	6.311	
自己閉鎖	0.08	0.097
傷つけ、傷つけられ回避	0.088	0.356***
快活的関係	0.142	0.219*
性別=男	1.168	0.06
年齢	0.169	-0.174
Instagram	2.271	-0.018
Twitter	1.648	0.083
Facebook	1.183	0.03
TikTok	1.565	-0.02
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.004	-0.148
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	0.045
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.246 ***p<1%, **p<5%, *p<10%		
N=96		

表8.「投稿拡散不安」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	5.683	
自己閉鎖	0.072	-0.058
傷つけ、傷つけられ回避	0.08	0.191
快活的関係	0.128	-0.028
性別 = 男	1.056	0.078
年齢	0.151	-0.181
Instagram	2.046	0.121
Twitter	1.484	-0.096
Facebook	1.067	0.047
TikTok	1.408	0.02
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.004	0.014
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	-0.159
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.44 ***p<1%, **p<5%, *p<10%		
N=96		

従属変数が「閲覧強迫」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が1%水準で有意であった。

標準化係数は0.466だった。従属変数が「即自的返信へのとらわれ」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が1%水準で有意であった。標準化係数は0.543だった。

表9.「閲覧強迫」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	3.118	
自己閉鎖	0.039	-0.039
傷つけ、傷つけられ回避	0.043	0.466***
快活的関係	0.07	-0.075
性別 = 男	0.574	0.059
年齢	0.083	0.024
Instagram	1.122	-0.012
Twitter	0.814	0.029
Facebook	0.582	0.098
TikTok	0.773	0.128
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.002	-0.169
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	0.139
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.147 ***p<1%, **p<5%, *p<10%		
N=96		

表 10.「即自的返信へのとらわれ」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	5.814	
自己閉鎖	0.076	-0.156
傷つけ、傷つけられ回避	0.083	0.543***
快活的関係	0.134	-0.107
性別 = 男	1.078	0.046
年齢	0.155	0.129
Instagram	2.096	0.002
Twitter	1.519	-0.096
Facebook	1.095	-0.029
TikTok	1.442	0.076
SNSの友人数のうち、知人の友	0.004	-0.008
SNSの友人数のうち、SNSのみ	0	0.075
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.254 ***p<1%, **p<5%, *p<10%		
N=96		

従属変数が「社会的比較」の場合。「自己閉鎖」と「傷つけ・傷つけられ回避」がどちらも1%水準で有意だった。標準化係数はそれぞれ-0.276と0.559だった。

従属変数が「他人への嫌悪感」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が1%水準で有意であり、「Instagram ダミー」が5%水準で有意であり、標準化係数はそれぞれ0.392と0.255であった。

従属変数が「好評価への執着」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が1%水準で有意であった。標準化係数は0.377であった。

表11.「社会的比較」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	5.936	
自己閉鎖	0.075	-0.276***
傷つけ、傷つけられ回避	0.082	0.559***
快活的関係	0.134	-0.029
性別 = 男	1.094	-0.007
年齢	0.158	-0.118
Instagram	2.136	0.023
Twitter	1.55	0.032
Facebook	1.108	-0.063
TikTok	1.472	0.098
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.004	0.035
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	0.039
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.325	***p<1%, **p<5%, *p<10%	
N=97		

表12.「他人への嫌悪感」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	6.166	
自己閉鎖	0.078	0.075
傷つけ、傷つけられ回避	0.086	0.392***
快活的関係	0.139	0.129
性別=男	1.136	0.03
年齢	0.164	-0.055
Instagram	2.219	0.225**
Twitter	1.61	0.165
Facebook	1.151	0.114
TikTok	1.529	-0.038
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.004	0.132
SNSの友人数のうち、SNSのみの友ノ	0	0.121
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.255	***p<1%,**p<5%,*p<10%	
N=97		

表13.「高評価への執着」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	5.733	
自己閉鎖	0.072	-0.146
傷つけ、傷つけられ回避	0.08	0.377***
快活的関係	0.129	0.155
性別 = 男	1.056	0.023
年齢	0.152	-0.009
Instagram	2.064	0.136
Twitter	1.497	0.096
Facebook	1.071	-0.048
TikTok	1.422	-0.032
SNSの友人数のうち、知人の友人	0.004	-0.016
SNSの友人数のうち、SNSのみの	0	0.074
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.83	***p<1%,**p<5%,*p<10%	
N=97		



従属変数が「無視への不安」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が1%水準で有意であった。標準化係数は0.474であった。

従属変数が「やり取りの齟齬の感覚」の場合。「Facebook ダミー」が10%水準で有意で、「TikTok ダミー」が5%水準で有意で「SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数」が5%水準で有意であった。標準化係数はそれぞれ0.199と-0.253と-0.301であった。

従属変数が「返信のわずらわしさ」の場合。有意なものはない。

表14. 「無視への不安」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	4.435	
自己閉鎖	0.058	-0.085
傷つけ、傷つけられ回避	0.063	0.474***
快活的関係	0.102	0.182
性別=男	0.822	0.127
年齢	0.118	-0.111
Instagram	1.599	0.038
Twitter	1.159	0.103
Facebook	0.835	-0.083
TikTok	1.1	-0.099
SNSの友人数のうち、知人の友人	0.003	-0.081
SNSの友人数のうち、SNSのみの	0	0.09

① 無視への不安  
調整済みR<sup>2</sup>乗 = 0.202  
N = 96

\*\*\*p<1%, \*\*p<5%, \*p<10%

表15.「やり取りの齟齬の感覚」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	5.587	
自己閉鎖	0.071	-0.031
傷つけ、傷つけられ回避	0.078	0.04
快活的関係	0.126	0.009
性別=男	1.044	-0.102
年齢	0.149	-0.112
Instagram	2.017	-0.009
Twitter	1.459	-0.074
Facebook	1.056	0.199*
TikTok	1.387	-0.253**
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.003	0.017
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	-0.301**
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.79 ***p<1%, **p<5%, *p<10%		
N=96		

表16.「返信のわずらわしさ」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	5.517	
自己閉鎖	0.07	-0.159
傷つけ、傷つけられ回避	0.077	0.149
快活的関係	0.124	0.013
性別 = 男	1.017	-0.172
年齢	0.147	-0.062
Instagram	1.986	-0.069
Twitter	1.441	0.053
Facebook	1.03	0.086
TikTok	1.368	-0.141
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.003	0.082
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	-0.199
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.016 ***p<1%, **p<5%, *p<10%		
N=97		

従属変数が「SNS と現実のギャップ」の場合。「自己閉鎖」が 10%水準で有意で、「傷つけ・傷つけられ回避」が 1%水準で有意であり、「Facebook ダミー」が 10%水準で有意だった。標準化係数はそれぞれ-0.216 と 0.358 と 0.178 であった。

従属変数が「他人へのわずらわしさ」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が 1%水準で有意であった。標準化係数は 0.328 であった。

表17. 「SNS と現実のギャップ」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	5.34	
自己閉鎖	0.067	-0.216*
傷つけ、傷つけられ回避	0.074	0.358***
快活的関係	0.12	0.069
性別=男	0.984	0.019
年齢	0.142	0.056
Instagram	1.922	0.091
Twitter	1.395	-0.041
Facebook	0.997	0.178*
TikTok	1.324	0.107
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.003	-0.047
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	0.017
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.096	***p<1%, **p<5%, *p<10%	
N=97		

表18.「他人へのわずらわしさ」を従属変数とした重回帰分析の結果

	標準誤差	標準化係数
(定数)	2.808	
自己閉鎖	0.035	-0.031
傷つけ、傷つけられ回避	0.039	0.326***
快活的関係	0.063	-0.046
性別 = 男	0.517	0.056
年齢	0.075	-0.069
Instagram	1.011	0.154
Twitter	0.733	0.046
Facebook	0.524	-0.016
TikTok	0.696	0.037
SNSの友人数のうち、知人の友人数	0.002	0.09
SNSの友人数のうち、SNSのみの友人数	0	-0.05
調整済み R <sup>2</sup> 乗 = 0.009	***p<1%, **p<5%, *p<10%	
N=97		

### 3.4 予備分析結果

この章では、リサーチクエスチョンとの関連は薄いものの、興味深い分析結果が出たものに関して記す。

SNSの友人数と友人関係尺度についての関連を知りたいと思い、「SNSの友人数のうち知人の友人数」、「SNSの友人数のうちSNSのみの友人数」、「自己閉鎖」、「快活的関係」、「傷つけ・傷つけられ回避」で、相関分析を行った。その結果、「SNSの友人数のうち知人の友人数」に対しては、「SNSの友人数のうちSNSのみの友人数」と「傷つけ・傷つけられ回避」が1%水準で有意だった。また、「快活的関係」が10%水準で有意だった。相関係数はそれぞれ0.528と-0.281と0.180であった。「SNSの友人数のうちSNSのみの友人数」に対しては、先ほど述べた「SNSの友人のうち知人の友人数」との相関があった以外に、

「傷つけ・傷つけられ回避」が1%水準で有意だった。相関係数は、-0.367であった。

表19. 友人数と友人関係尺度の相関分析結果

		SNSの友人数のうち、 SNSのみの友人数	自己閉鎖	傷つけ、傷つけられ 回避	快活的関係
SNSの友人数のうち、 知人の友人数	Pearson の相関係数	.528**	-0.09	-.281**	0.18
	度数	102	103	103	102
SNSの友人数のうち、 SNSのみの友人数	Pearson の相関係数	1	-0.064	-.367**	0.011
	度数	103	103	103	102

\*\* 相関係数は1%水準で有意(両側)です。

## 4 考察

### 4.1 相関分析の考察

#### (1) 先行研究からの知見

これから相関分析、そして次の章で重回帰分析の考察に当たるが、その前に中山(2018)による友人関係とSNSネガティブ経験の考察を説明しておく。中山(2018)は岡田(2007:2011)と小塩真司(2004)を参照しながら、気遣い群れ軍の心理特徴について考察している。「SNS利用との関係で、最も特徴的であったのは気遣い・群れ軍(傷つけ・傷つかれ回避得点が高い群)であった。自他が傷つくことを避けようとするこの軍は、自己愛傾向が強いことが示されている。(岡田, 2007:2011) また自己愛傾向が強い若者は他者との比較を通じて自己肯定感を得ようとする、また友人から肯定的評価を得たいと望む傾向があるとされる(小塩, 2004)。このことをふまえると、この軍でネガティブ経験が多いこと

が説明できる。」(中山 2018) と説明している。

また、中山 (2018) による SNS 利用と友人関係の累型の研究では、内面関係軍 (快活的関係得点が高い郡) は LINE のみ利用が少なく Twitter, Instagram と合わせた利用が多く、一方で、関係回避郡 (自己閉鎖得点が高い郡) は LINE のみ利用が多いことが示された。

## (2) 相関分析結果の考察

これらを踏まえ、相関分析の結果を見てみる。「快活的関係」軍が、「負の友人関係」よりも「SNS の好感」が高くなり、一方で、「負の友人関係」の方が、「快活的関係」よりも「SNS の嫌悪感」が高くなった。しかしそこまでの差は出なかった。それは、「傷つけ・傷つけられ回避」が、「SNS の好感」、「SNS の嫌悪感」ともに高く出て、「負の友人関係」の値を引き上げているからである。中山 (2018) にも表れているように、「自己閉鎖」郡には、SNS の使用自体が少ない傾向があるため、「SNS の好感」、「SNS の嫌悪感」ともに有意差が出にくい傾向にあると思われる。一方、「傷つけ・傷つけられ回避」郡は、中山 (2018)、時岡ら (2017) の考察によると、人とのつながりを求めるので、SNS の使用自体は多くなり、「SNS の好感」も高くなるが、一方で、自己愛特徴などによって、SNS でストレスを感じやすくなり、「SNS の嫌悪感」が高くなるのだと思われる。では、なぜ「傷つけ・傷つけられ回避」の方が、「快活的関係」よりも「SNS の好感」が高くなるのか。これについては、具体的な下位概念との重回帰分析の考察をする次章で記す。

## 4.2 重回帰分析の考察

### (1) SNS の好悪と「SNS の好感」に含まれる SNS 尺度について

ここからは重回帰分析の考察に入る。まず従属変数が「SNSの好感」の場合。「快活的関係」と「傷つけ・傷つけられ回避」が高い正の影響を与えていたが、これについては後に述べる。

従属変数が「SNSの嫌悪感」の場合。「自己閉鎖」が負の影響、「傷つけ・傷つけられ回避」が高い正の影響を与えていた。これは先述の通り、「自己閉鎖」の点数が高い人はLINEのみ利用が多く、SNS使用時間が相対的に少なくなると考えられるので、そもそもSNSを嫌悪するシーンに遭遇するほど使わないであろうことから説明できる。そして、「傷つけ・傷つけられ回避」が高い正の影響を与えていたことについては、これも先述の通り、中山(2018)の考察から説明できる。

従属変数が「つながり感」の場合。「快活的関係」が「つながり感」に影響を及ぼすのは、積極的な友人関係を志向する事やSNSの使用時間が多くなることを考えると自然である。

「傷つけ・傷つけられ回避」が正の影響を与えるのは、時岡ら(2017)を参考にすると、否定的評価への懸念から上述のように相手とのやり取りから離れがたくなり、結果LINEによって友人とつながっている時間が増大することで、相手とつながっている感覚が高められている可能性が考えられる。時岡ら(2017)の研究では、LINEのみだったが、ほかのSNSも合わせた結果でも「傷つけ・傷つけられ回避」が高い影響を及ぼすことが示された。では、「男性ダミー」で影響を及ぼすのは、つまり、男性の方が、女性に比べて、SNSで「つながり感」を感じている傾向にあるのはなぜだろうか。しかし、考察を試みたところ、本研究では、理由を示すための材料が不足して示すことができなかった。この点に関しては今後の課題とする。

従属変数が「気軽さ」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」と「快活的関係」がどちらも正の影響を与えていたが、より強い影響を与えていたのは、「傷つけ・傷つけられ回避」だった。時岡ら(2017)によると、これは、友人からの否定的評価を懸念する気持ちがあると、友人との対面でのコミュニケーションへの不安を感じやすくなると考えられるため、対面でないLINEを用いてのやり取りに対する「気軽さ」が高まるのではないかと考えられていた。これも、時岡らの研究では、LINEのみだったが、ほかのSNSも合わせた結果でも「傷つけ・傷つけられ回避」が高い影響を及ぼすことが示された。

そして、従属変数が「SNSの好感」の場合は、「つながり感」と「気軽さ」の合計得点によってあらわされる。よって、「快活的関係」と「傷つけ・傷つけられ回避」が「SNSの好感」に高い正の影響を与えていたことと、その中でも「傷つけ・傷つけられ回避」がより強い影響を与えていたことが説明できる。

## (2) 「SNSの嫌悪感」に含まれるSNS尺度について

ここからは、「SNSの嫌悪感」に含まれるSNS尺度について考察する。

従属変数が「即自的返信のとりわれ」の場合と「閲覧強迫」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が高い正の影響を及ぼした。「即自的返信のとりわれ」は、時岡ら(2017)のLINE尺度でも、「傷つけられ回避」と正の相関になったが、その時の考察を参考にすると、友人からの否定的評価を避けようとするため、素早く返信しなければならないという気持ちが高まると考えられるので、このような結果になったと考えられる。「閲覧強迫」に関しては、「定期的にチェックしないと大事な情報を見落とすのではないかと不安になる」「SNSの情



報を見ておかないと話題についていけない気がする」の項目からなる。大事な情報とは友人との話題が大きいと考えられるので、話題についていけないという気持ちも合わせて、友人からの否定的評価を避けたいという気持ちから、「傷つけ・傷つけられ回避」が正の影響を持つのではないかと考えられる。

従属変数が「社会的比較」の場合。「自己閉鎖」で負の影響、「傷つけ・傷つけられ回避」で正の影響がみられた。中山(2018)の研究でも、気遣い群れ軍が「社会的比較」と一番相関が高かった。前述したように、この軍は自己肯定感が低く、自己愛傾向が高い。そして、自己愛傾向が強い若者は他者との比較通じて自己肯定感を得ようとするので、中山(2018)の考察でも、この軍は他者と比較する事で嫉妬や苛立ちを感じやすいと説明されていた。そして、それに伴い、失った自己肯定感を取り戻すため、他者と比較して優越感を感じようとするのではないかと考えられる。そのため、「傷つけ・傷つけられ回避」が「社会的比較」に正の影響を与えていたことが説明できる。「自己閉鎖」で逆に負の影響が出たのは前述の説明の通り、SNSの使用頻度の低さが一番の要因だと考えられる。

従属変数が「他人への嫌悪感」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が正の影響を与えていた。これは、「他人への嫌悪感」の質問項目は7個あり、そのうちの3つが攻撃性にかかわるものであるため、傷つける人を避けたいという性質から、特にその部分で大きく影響された可能性が考えられ、それによって「他人への嫌悪感」の質問項目全体の得点も上がったのではないかと考えられる。また、「Instagram ダミー」でも正の影響があった。なぜほかのSNSのダミー変数ではなく、「Instagram ダミー」だけ有意差が見られたのか。前述の通り、他人への嫌悪感の質問項目は7個あり、そのうちの3つが攻撃性にかかわるものであるが、

一方、残りの4つの項目の共通点は、現代風に言うと「かまってちゃん」のような、注目を集めたいという意識からの行動に対して嫌悪感を持つかという点にある。そして、その部分が「Instagram ダミー」で見られやすくなっており、大きな差がついた部分ではないかと思われる。具体的には、Instagram 特有のストーリーと呼ばれる機能や、写真で投稿するシステムが、注目を集めてかまってもらいたい人たちが投稿しやすくなっているのだと推察する。そして、そのためにこのような結果になったと考えられる。

従属変数が「高評価への執着」の場合。また、「無視への不安」の場合。また、「他人へのわずらわしさ」の場合。「傷つけ・傷つけられ回避」が正の影響を与えた。「高評価への執着」の場合。前述した中山（2018）の議論によると、自己愛傾向の強い若者は、他者との比較を通じて自己肯定感を得ようとするのであった。なので、他者からの評価を常に気に掛けるため、高評価へ執着してしまう割合が高くなると考えられる。「無視への不安」の場合も、他者からの評価を気にかけるため、他者から無視されることが、自己肯定感を下げることにつながるため、不安が大きくなる傾向にあるのだと思われる。「他人へのわずらわしさ」は、「常にSNS で人とつながっている気がして疲れる」「常に他人の情報を見ていることに疲れる」の項目からなるが、「傷つけ・傷つけられ回避」傾向が高い人は、常に人とつながっていることで他者からの評価を気にしなくてはならなくなることや、人の情報を見て、他者との比較をしてしまうことに疲れることが考えられる。そのため、正の影響が大きくなるのだと考えられる。

従属変数が「やり取りの齟齬の感覚」の場合。「Facebook ダミー」が正の影響を与えていた。一方、「TikTok ダミー」は負の影響を与えていた。また、「SNS の友人数のうち SNS の

みの友人数」が負の影響を与えていた。これらの原因は何であろうか。筆者は、Facebook は年齢が高い人が使用する傾向にあり、TikTok は若年層が使用する傾向にあることを踏まえて、年齢が高い方が正の影響をするのではないかと考えた。しかし、独立変数が年齢の場合、有意確率は、0.34 で決して有意とは言えず、また、標準化係数も-0.112 と負の影響、にあり、もし統計的に有意であっても、年齢が高い人ほど正の影響を及ぼすのではないかという仮説にあっていない。では、原因は何だろうか。「やり取りの齟齬の感覚」の質問項目を見てみると、「現実と比べて、SNS 内の方が伝わりにくい」と感じている人が「よくあてはまる」、「まああてはまる」に回答するような内容になっている。つまり、現実とのつながりがあり、それに比べて、SNS が伝わりにくいと感じる必要がある。それを踏まえてこの2つの SNS の特徴を見てみる。まず、Facebook は本名登録という特徴を持っている。ほかの SNS だとニックネームなどでの登録が多いが、Facebook は基本的に本名での登録となるため、現実とのつながりも持っている人との交流が多くなることが予想される。一方、TikTok では、見る専門の人が多く傾向にあり、また、不特定の人とのやり取りが多い傾向にあると感じられる。つまり、Facebook 使用者は現実とのつながりを持つ人との関わりが増え、逆に TikTok 使用者は少なくなる傾向にあると考えられ、それによって、「現実と比べて、SNS 内の方が伝わりにくい」と感じる人の割合が、Facebook 使用者では増え、TikTok 使用者では減ることで、このような結果になるのではないだろうか。実際、「SNS の友人数のうち SNS のみの友人数」が負の影響を与えていることから説明できる。「SNS の友人数のうち SNS のみの友人数」が多い人も、もちろん不特定の人とのやり取りが多くなる。すると、相対的に現実とのつながりを持っている人との SNS 内の交流が少なくなると仮定

すると、「やり取りの齟齬の感覚」に負の影響を与えているという結果にも納得できる。すなわち、現実とのつながりも持っている人との交流の多寡が「Facebook ダミー」、「TikTok ダミー」、「SNS の友人数のうち SNS のみの友人数」と強く関係し、それによってこれらの独立変数が「やり取りの齟齬の感覚」に影響したと考えられる。

従属変数が「SNS と現実のギャップ」の場合。「自己閉鎖」が負の影響、「傷つけ・傷つけられ回避」が正の影響となった。「自己閉鎖」で負の影響が出たのは前述の説明の通り、SNS の使用頻度の低さが一番の要因だと考えられる。次に「傷つけ・傷つけられ回避」が正の影響となったことに関して考察する。ここは、中山（2018）では内面関係軍と気遣い・群れ軍ではあまり差がなかった箇所だが、本研究では、大きく差が出た点である。これを予備研究で行った SNS の友人数と友人関係尺度との相関分析の結果をもとに分析する。結果では、「SNS の友人数のうち知人の友人数」と「SNS の友人数のうち SNS のみの友人数」の 2 つと、「傷つけ・傷つけられ回避」では大きな負の相関があった。つまり、「傷つけ・傷つけられ回避」が高い人は SNS の友人数が比較的少ないということになる。後の考察で説明するが、これは、心を許した友達のみとやり取りをしている結果少なくなったのだと考える。だとすると、深い中ではない友達との SNS とのやり取りは、彼らにとっては刺激が大きく、戸惑いにつながってくるのではないかと思われ、それによってこのような結果になったと考えられる。また、友人関係尺度だけではなく、「Facebook ダミー」も正の影響を与えていた。「Facebook ダミー」のみが SNS のダミー変数の中で有意差が現れたのは、前述の通り、Facebook は基本的に本名での登録となるため、現実の知り合いとの関わりが多くなることが予想されるため、ほかの SNS と比べても、SNS と現実とのギャップを感じる機会が増え

るからだと考えられる。

Facebook と現実の知り合いとの関係について補足しておく。従属変数が「SNS の友人数のうち知人の友人数」で独立変数が各 SNS のダミー変数で、重回帰分析をしたところ、有意確率は 0.190 と有意な傾向はあり、標準化係数 0.136 と正の影響があった。「Twitter ダミー」の方が、標準化係数が高く、より正の影響を与えているが、あくまで、知人の友人数であり、その関わりの頻度や時間までは計測できない。その点でおそらく Facebook 使用者が勝っているのだと思われる。

#### 4.3 予備分析結果の考察

まず、「SNS の友人数のうち知人の友人数」が、「快活的関係」と正の相関が得られたことについては、「快活的関係」が積極的な交友関係を志向する事を考えれば自然な結果である。「SNS の友人数のうち知人の友人数」と、「SNS の友人数のうち SNS のみの友人数」が正の相関が得られたことについては、ネット上の友人が多いものが現実では友人が少ないということはなく、現実でも同じように友人が多い事が明らかになった。

そして、次に「傷つけ・傷つけられ回避」が、「SNS の友人数のうち知人の友人数」と、「SNS の友人数のうち SNS のみの友人数」と負の相関が得られた理由について考察する。

正木大貴 (2019) によると、『やはりオンラインの人間関係は、気楽でしがらみがなく便利な反面、強い信頼関係で結ばれているようなものでなく、何かの拍子で切れてしまうかもしれないという不安を伴っているようである。土井 (2014) が「付き合う相手を勝手に選べる自由は、自分だけでなく相手も持っています。だから、その自由度の高まりは、自分が相手から選んでもらえないかもしれないリスクの高まりとセットなのです」と言うように、一

度選ばれた、認められたからと言って、それが将来もそうであるという保障はないので、何  
度でも認められなければならなくなる。』とある。つまり、自己愛傾向が高く、承認欲求が  
高く、傷つきやすいこの軍にとっては、SNSの「選んでもらえるか分からない」というリス  
クは負担になると考えられる。そのため、心を許した友達のみとやり取りをしている結果、  
「SNSの友人数のうち知人の友人数」と、「SNSの友人数のうちSNSのみの友人数」が少  
なくなる傾向があるのではないかと考えられる。しかし、「傷つけ・傷つけられ回避」に比  
べて、「自己閉鎖」の相関が低く出たのはなぜなのかについては、考察を試みたところ、本  
研究では、理由を示すことができなかった。この点に関しては今後の課題とする。

## 5 終わりに

本研究の主なりサーチクエスションは、友人関係の正負によって、「SNSの好感」、「SNS  
の嫌悪感」がどう変わるか。そして、友人関係の累型によって、「SNSの好感」、「SNSの嫌  
悪感」、SNSの認知尺度はどう変わるかというところになる。

その答えとしては次のように言える。「正の友人関係」の方が「負の友人関係」より、「SNS  
の好感」は高く、「SNSの嫌悪感」は低くなった。また、「傷つけ・傷つけられ回避」の方が、  
「快活的関係」よりも「SNSの好感」も「SNSの嫌悪感」も高くなった。また、全体的に、  
「傷つけ・傷つけられ回避」が「SNSの嫌悪感」の下位概念尺度に正の影響を与えていた。  
(細かい結果に関しては、結果・考察の章を参照)

先行研究からの進歩面では、新たなSNS尺度を作成し、全年齢対象としても、大きく結  
果は変わらず、「傷つけ・傷つけられ回避」の方が、「SNSの嫌悪感」に大きな影響を与えて

いたことが分かった。また、「SNS の好感」については、先行研究からでは LINE のみ研究されていたが、SNS 全般における研究ができ、SNS 全般においても、先行研究と同じように「傷つけ・傷つけられ回避」が強く影響を与えていることが分かった。さらに、SNS の友人数や SNS の使用種類において SNS 尺度への影響がある一部の項目を発見できた。

以上を踏まえ、今後の展望と課題を示す。まず、SNS の使用種類においては、各 SNS の一部で、SNS 尺度との有意差はみられたので、今後さらなる研究が進むことを望む。特に、各 SNS によって、使い方が異なったり、ユーザーの特徴は異なるので、それらを踏まえた研究に期待する。また、課題としては、「SNS の友人数のうち知人の友人数」と、「SNS のうち SNS のみの友人数」において、「傷つけ・傷つけられ回避」に比べて、「自己閉鎖」の相関が低く出たのはなぜなのかについては、考察しきれなかった。さらに、「男性ダミー」と「つながり感」の正の影響についても考察しきれていない。これらは本研究の課題となった。また、今回の調査では、Instagram と Twitter を使って主に集計を行ったので、調査対象者が偏ってしまった。SNS 上で集計しないような質問紙調査なら、調査対象者の性質も変わり、結果が変わった可能性がある。さらに、重回帰分析での調査では、独立変数として、「SNS の友人数のうち知人の友人数」と、「SNS のうち SNS のみの友人数」を入れたが、SNS の認知によって、SNS の友人数が変化している可能性も考えられる。そのため、その点をはっきりさせ、新たな調査によってこれらの関連について研究する必要がある。以上の点も踏まえ、本研究の課題とする。

最後に、本論文執筆にあたってご指導いただいた立木茂雄教授、TA の川見文紀さん、また、アンケート調査にご協力いただいた皆様に、心から感謝の気持ちと御礼を申し上げます。

思います。本当にありがとうございました。

### 【参考文献・引用文献リスト】

ICT 総研, 2020, 「SNS 利用動向に関する調査」

(2020 年 12 月 14 日取得, <https://ictr.co.jp/report/20200729.html>).

加藤千枝, 2013, 「{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 (研究)」, 『社会情報学』2 (1): 31-43.

小塩真司, 2004, 『自己愛の青年委心理学』, ナカニシヤ出版.

正木大貴, 2019, 「SNS は人間関係を変えたのか?」, 『現代社会研究科論集』(13): 123-136.

中尾陽子, 2017, 「{SNS 疲れ} に繋がるネガティブ経験の実態: 大学生への面接結果及び高校生の実態との比較検討から」, 『人間関係研究』(16): 53-68.

中山満子, 2018, 「高校生の友人関係と SNS 利用に伴うネガティブ経験」, 『科学・技術研究』7 (2): 127-132.

岡田努, 1995, 「現代大学生の友人関係と自己像・友人像に関する考察」. 『教育心理学研究』, Vol. 43, 354-363.

岡田努, 2005, 「現代青年の友人関係・ライフイベントと自己の発達に関する研究」. 『金沢大学文学部論集行動科学・哲学篇』, Vol. 25, 15-32.

岡田努, 2007, 「大学生における友人関係の類型と, 適応及び 自己の諸側面の発達の関連について」. 『パーソナリティ研究』, Vol. 15, 135-148.

岡田努, 2011, 「現代青年の友人関係と自尊感情の関連について」. 『パーソナリティ研



究』, Vol. 20, 11-20.

岡本卓也, 2017, 「SNS ストレス尺度の作成と SNS 利用動機の違いによる SNS ストレス」,  
『信州大学人文科学論集』(4) 113-131.

佐藤広英・矢島玲, 2017, 「大学生の SNS における対人ストレス経験: 社会的ネットワークとの関連」, 『信州大学人文科学論集』(4): 53-63.

総務省, 2019, 「通信利用動向調査-令和元年調査」, (2020年12月14日取得,  
[https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/200529\\_1.pdf](https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/200529_1.pdf)).

時岡良太・佐藤映・児玉夏枝・田附紘平・竹中悠香・松波美里・岩井有香・木村大樹・鈴木優佳・橋本真友里・岩城晶子・神代末人・桑原知子, 2017, 「高校生の LINE でのやりとりに対する認知に現代青年の友人関係特徴が及ぼす影響」 『パーソナリティ研究』  
26(1): 76-88.

辻泉・南田勝也・土橋臣吾, 2018, 『メディア社会論』, 有斐閣.

土井隆義, 2014, 『つながりを煽られる子どもたち-ネット依存といじめ問題を考える』  
岩波ブックレット 903, 岩波書店.