Facebook利用とSNSの効用および主観的幸福感の関係性に関する研究

○松坂泰介¹・岩淵千明²

(¹まな星クリニック・²川崎医療福祉大学医療福祉学部臨床心理学科)

キーワード: Facebook, SNS, 主観的幸福感

Study on Relationship between Using Facebook, Utilities of Using SNS and Subjective Well-Being

Taisuke MATSUSAKA¹ and Chiaki IWABUCHI²

(¹Manaboshi Clinic・²Kawasaki University of Medical Welfare Clinical Psychology, Faculty of Health and Welfare)

Key Words: Facebook, SNS, Subjective Well-Being

目 的

インターネットの普及に伴い, mixi や Facebook に代表されるソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service 以下, SNS) の利用者が急増するという現象が起きている (総務省, 2011)。この現象に伴い, SNS 利用に関する諸研究がおこなわれている。Facebook に代表される SNS 利用に関しては, その利用が悪い影響をもたらすという報告 (Kross, Verduyn, Demiralp, Park, Lee, Lin, Shaback, Jonides, & Ybarra, 2013) と, 良い影響をもたらすという報告 (Valenzuela, Park, & Kee, 2009) とがある。また, Facebook 利用に関しては, その効用についての研究もおこなわれてきている。SNS の効用は Facebook などの SNS を利用することによって得られるとされている (小寺, 2009)。SNS の効用については, 既存の関係の強化・知識・情報獲得・新たな出会いといった 3 因子が存在すると報告されている (小寺, 2009)。さらに, Facebook の利用頻度と主観的幸福感との関係性に関する研究においては, 主観的幸福感を“個人の人生に対する感情と認知の両面からの評価” (Diener, 2000, p.34) と定義している。

これらのことから, 本研究は Facebook の利用頻度, SNS の効用, 主観的幸福感の関係性に注目して検討していく。

方 法

調査協力者 K 大学の在学学生 219 名 (男性 87 名, 女性 132 名) を分析対象者とした。分析対象者の平均年齢は, 20.24 歳 ($SD = 3.29$) であった。**調査時期** 2014 年 1 月から 2 月であった。

調査方法 A 大学の講義時間を利用して, 質問紙の配布と回収をおこなった。**質問紙構成** SNS 利用 SNS を Facebook と設定して, Facebook を利用の有無を尋ねた。Facebook を利用していると回答した人を対象に, Facebook の利用期間, 利用頻度, 利用内容, Facebook 上での友人の数を尋ねた。**SNS の効用** 小寺 (2009) が作成した SNS の効用尺度を用いた。この尺度は, 既存の関係の強化 (15 項目), 知識・情報獲得 (8 項目), 新たな出会い (8 項目) の 3 因子で合計 31 項目から構成されている。回答は 5 件法である。**主観的幸福感** 伊藤・相良・池田・川浦 (2003) が作成した主観的幸福感尺度を用いた。この尺度は, 人生に対する前向きな気持ち (3 項目), 達成感 (3 項目), 自信 (3 項目), 人生に対する失望感のなさ (3 項目) の 4 因子で合計 12 項目から構成されている。回答は 4 件法である。

結 果

まず, SNS の効用尺度 (小寺, 2009) の因子分析 (主因子法, バリマックス回転) をおこなった。その結果, 小寺 (2009) の結果とは一致しなかった。このため再分析をおこない, 各因子項目について解釈をおこない, 第 1 因子は既存関係の強化, 第 2 因子は情報取得, 第 3 因子は自己表出と命名した。

次に, Facebook の利用頻度から SNS の効用を媒介し, 主観

的幸福感に影響を及ぼしていることを検討することを目的に, Facebook の利用頻度と SNS の効用を説明変数, 主観的幸福感を目的変数とする共分散構造分析をおこなった。分析には, Facebook を利用している者 86 名を対象とし, 利用頻度の多い者 12 名を 1, 低い者 20 名を 2 とダミー変数化をおこなった。適合度指標は, $\chi^2(0) = .00, ns, GFI = 1.00, CFI = 1.00, AIC = 12.00, RMSEA = .311$ であった。また, Facebook の利用頻度から SNS の効用を媒介し, 主観的幸福感に影響を及ぼしていることを検討するために, Facebook の利用頻度と SNS の効用各因子を説明変数, 主観的幸福感を目的変数とする共分散構造分析をおこなった。適合度指標は, $\chi^2(0) = .00, ns, GFI = 1.00, CFI = 1.00, AIC = 30.00, RMSEA = .398$ であった。

図1 Facebookの利用頻度とSNS効用, 主観的幸福感の関係

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

図1は有意なパスのみを示している。図1から, Facebook の利用頻度から SNS の効用, および SNS の効用である既存関係の強化, 情報獲得, 自己表出の各因子に有意な正の影響を及ぼしていることが認められた。しかし, Facebook の利用頻度から主観的幸福感に有意な影響は認められなかった。また, SNS の効用各因子から主観的幸福感に有意な影響は認められなかった。これらのことから, Facebook 利用頻度から SNS の効用を媒介して, 主観的幸福感に影響を及ぼしているとは認められなかった。

考 察

これらの結果から, Facebook の利用頻度が高くなると SNS の効用を得ることができたが, 主観的幸福感には影響を及ぼさないということが認められた。すなわち, Facebook の利用頻度が高くなることで, 様々な効用を得る機会が増えることが考えられる。しかしながら, SNS の効用が得られたとしても, それは主観的幸福感に影響を及ぼすものではないことが考えられる。