

## SNS の使用状況と性格特性との関係

斉藤祐成<sup>†</sup> 野村竜也<sup>†</sup>

mixi や Facebook, Twitter などの SNS 使用者の性格特性にどのような共通点や関係性が存在するかについて明らかにするために、大学生を対象とした質問紙調査を行った。第 1 回調査においては、SNS の使用と外向性との間に関連性が見出された。本稿では、さらに第 2 回調査の結果として、社会への信頼感や友人関係との関連性について報告する。

## Relationships between personality traits and SNS usage

Masanari Saito<sup>†</sup> and Tatuya Nomura<sup>†</sup>

In order to clarify what common characteristics and relationships exist in personality Traits of SNS users such as Twitter, Facebook and mixi, questionnaire-based surveys Were conducted for university students. The first study found the association between Extraversion and the use of SNS. The paper reports the additional results of the second Survey suggesting the relationships with trust for the society and friends.

### 1. はじめに

SNS (ソーシャルネットワークサービス) は近年で最も人気のあるオンラインサービスのひとつである。一方、どのようなタイプの人々がこの種のサービスを好むのかという問題は、性格等の個人特性の観点から十分に検証されているとは言えない。

Hargittai[1]が大学生を対象に行った調査では、SNS の使用には性差があり、人種や親の教育力の高さにより特定の SNS (Facebook, MySpace, Xanga, Friendster) の使用に差が生じることが見出されている。しかし、この既存研究は米国におけるものであり、調査対象者個人の性格特性は扱われていない。このため、日本国内の SNS および使用者を対象とした類似調査、特に社交性や人間関係に関する個人特性と絡めた調査が必要であると考えられる。

本研究では、日本国内の大学生を対象に、SNS の使用と性格特性との関連を質問紙を用いて調査した。第 1 回調査では SNS の使用自体について、第 2 回調査では国内で利用頻度が高い SNS の中から mixi, Facebook, Twitter の 3 つに焦点を当て、それぞれの SNS の使用者に性格特性との関係性が存在するか検証を行った。

### 2. 手法

#### 2.1 調査対象・調査時期

調査対象は、大学生であり、第 1 回の調査は 100 名 (男性 73 名, 女性 27 名, 平均年齢 20.28 歳), 第 2 回の調査は 185 名 (男性 110 名, 女性 75 名, 平均年齢 19.13 歳) であった。第 1 回調査は 2011 年 7 月中旬, 第 2 回調査は 2011 年 11 月中旬, 各々特定講義終了後に任意での質問紙調査を行った。

#### 2.2 調査内容

本研究では、第 1 回調査では BigFive 尺度の 36 項目を、第 2 回調査では信頼感尺度の 19 項目と友人関係尺度の 17 項目を元に質問紙を開発し、調査において使用した。第 1 回調査の質問項目に対する回答方式は 7 件法 (1:全くあてはまらない 2:ほとんどあてはまらない 3:あまりあてはまらない 4:どちらとも言えない 5:ややあてはまる 6:かなりあてはまる 7:非常にあてはまる) とした。下位尺度と項目例を表 1 に示す。第 2 回調査の質問項目に対する回答方式は信頼感尺度は 4 件法 (1:あてはまらない 2:余りあてはまらない 3:少しあてはまる 4:あてはまる), 友人関係尺度は (1:全くあてはまらない 2:あまりあてはまらない 3:ややあてはまる 4:非常にあてはまる) とした。下位尺度と項目例を表 2, 表 3 に示す。

<sup>†</sup> 龍谷大学 理工学部 情報メディア学科  
Department of Media Informatics, Ryukoku University

表1 BigFive 尺度

下位尺度	項目例
外向性 (項目数 12)	話し好き 外向的 積極的な
情緒不安定性 (項目数 12)	悩みがち 不安になりやすい 弱気になる
調和性 (項目数 12)	寛大な 良心的な 素直な

表2 信頼感尺度

下位尺度	項目例
自分への信頼 (項目数 5)	私は、自分自身を、ある程度は信頼できる。 私は私で、決して他人にはとってかわる事の出来ない存在であると思う。
他人への信頼 (項目数 6)	一般的に、人間は信頼できるものだと思う。 これまでの経験から、他人もある程度は信頼できると感じる。
不信 (項目数 8)	今心から頼れる人にもいつか裏切られるかもしれないと思う。 気をつけていないと、人は私の弱みにつけ込もうとするだろう。

表3 友人関係尺度

下位尺度	項目例
気遣い (項目数 6)	互いに傷つけないよう気をつかう。 相手の考えていることに気をつかう。
ふれあい回避 (項目数 6)	お互いのプライバシーには入らない。 相手の言うことに口をはさまない。
群れ (項目数 5)	一人の友達と特別親しくするよりはグループで仲良くする。 冗談を言って相手を笑わせる。

### 3. 第1回調査の結果

#### 3.1 各下位尺度の信頼性

第1回調査における BigFive 尺度の Chronbach の信頼性係数は、「外向性」で  $\alpha = .918$ , 「情緒不安定性」で  $\alpha = .915$ , 「調和性」で  $\alpha = .827$  であった。

#### 3.2 性格特性による SNS の使用状況

性格特性と SNS の使用の関係を探るため、t-検定を行った。図1に SNS の使用者と未使用者の各下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果を示す。結果として、「外向性」に統計的有意性が認められ、使用者の方が未使用者よりも得点が高かった。

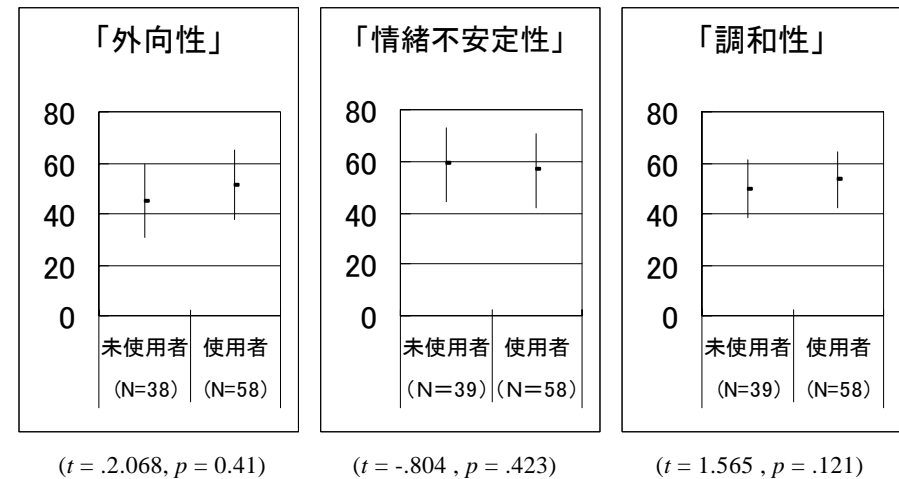


図1. SNS の使用と BigFive 下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果

## 4. 第2回調査の結果

### 4.1 各下位尺度の信頼性

第2回調査における信頼感尺度の各下位尺度の Chronbach の信頼性係数は、「自分への信頼」で  $\alpha=.737$  , 「他人への信頼」で  $\alpha=.801$  , 「不信」で  $\alpha=.878$  であった。

友人関係尺度の各下位尺度の信頼性係数は、「気遣い」で  $\alpha=.706$  , 「ふれあい回避」で  $\alpha=.558$  , 「群れ」で  $\alpha=.640$  であった。

### 4.2 使用する SNS による性格特性の違い

特定の SNS の使用と下位尺度得点の関係を探索するため、t-検定を行った。図2に mixi の使用者と未使用者の各下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果を示す。結果として、「ふれあい回避」に統計的有意性が認められ、未使用者の方が使用者よりも得点が高かった。

図3に Facebook の使用者と未使用者の各下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果を示す。「ふれあい回避」に統計的有意性が認められ、未使用者の方が使用者よりも得点が高かった。

図4に Twitter の使用者と未使用者の各下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果を示す。「不信」に統計的有意性が認められ、使用者の方が未使用者よりも得点が高かった。

図5に、それ以外の SNS の使用者と未使用者の各下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果を示す。「気遣い」と「群れ」の2つに統計的有意性が認められ、いずれにおいても未使用者の方が使用者よりも得点が高かった。

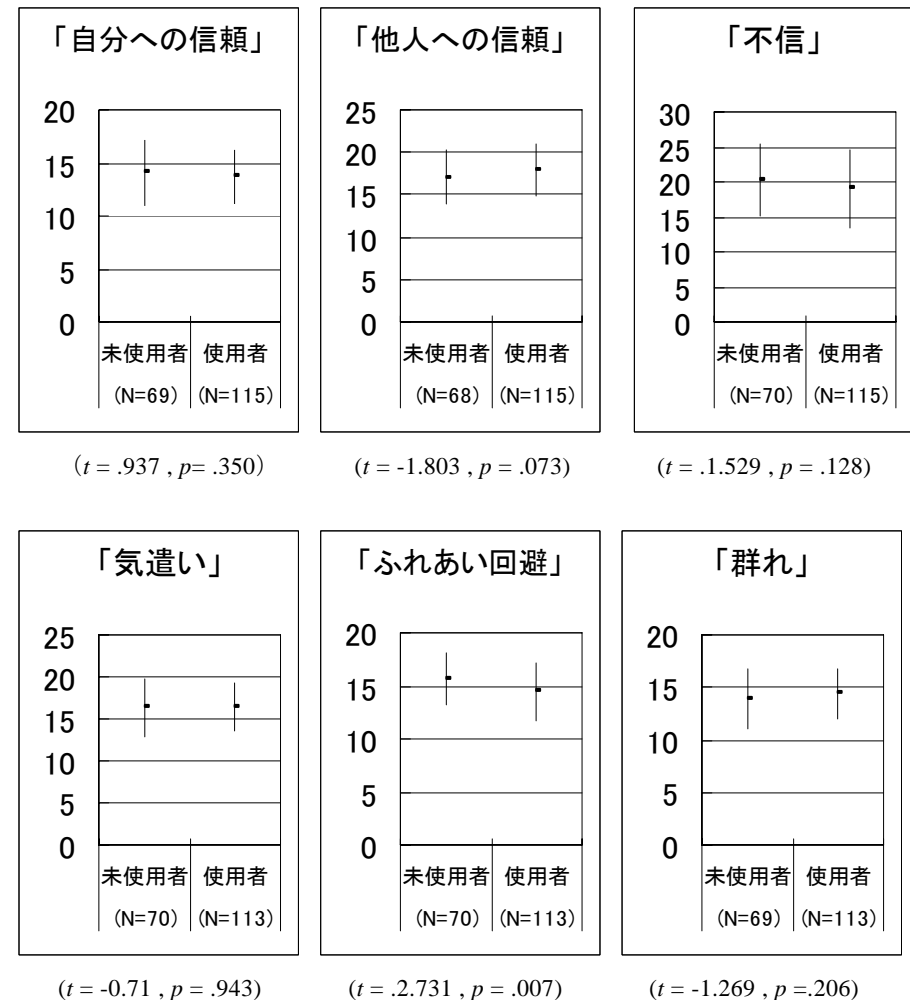
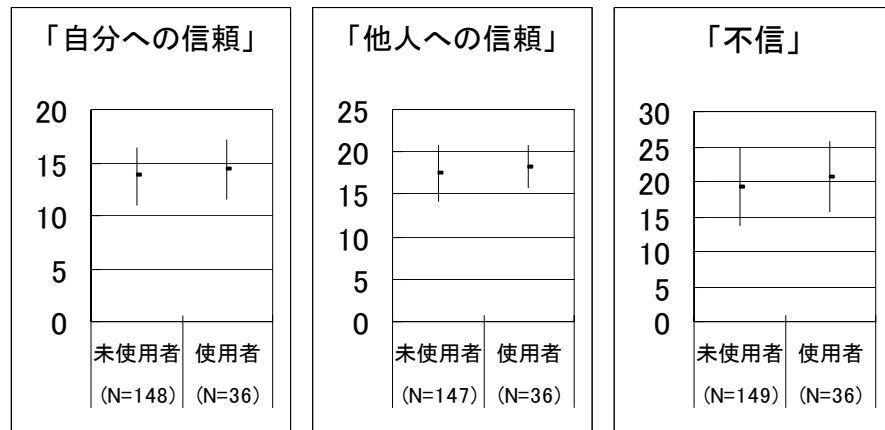
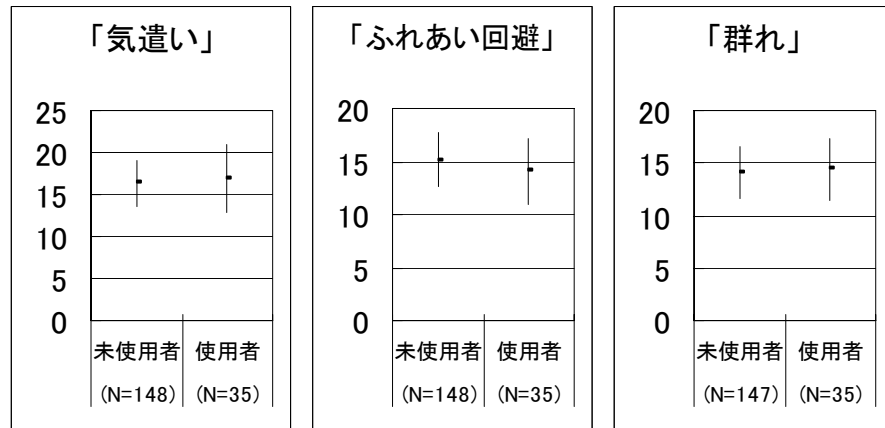


図2. mixi 使用者・未使用者の信頼感および友人関係の下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果

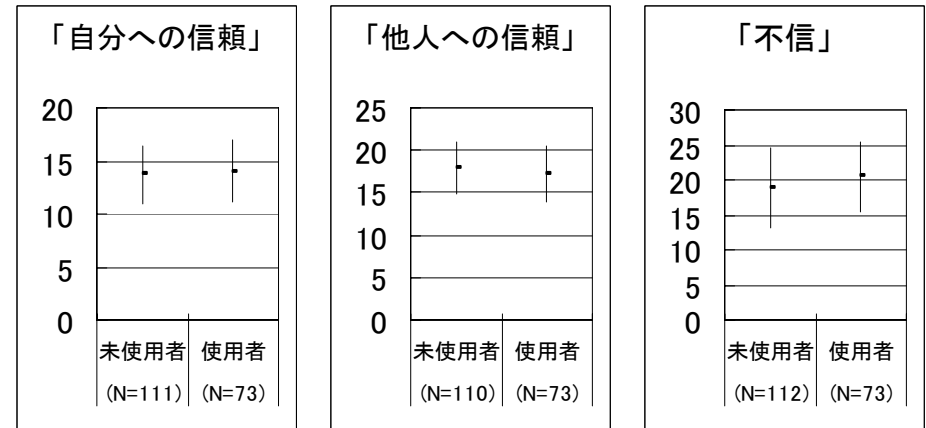


( $t = -1.320, p = .188$ )      ( $t = -1.403, p = .162$ )      ( $t = -1.395, p = .165$ )

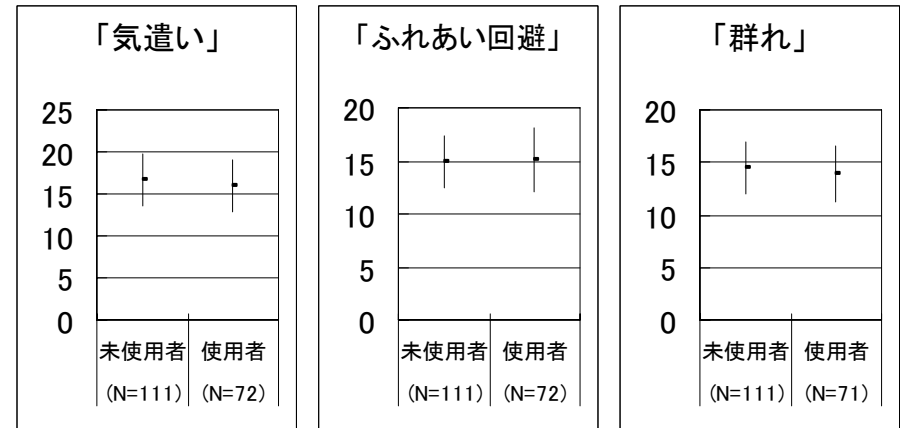


( $t = -.991, p = .323$ )      ( $t = 2.048, p = .042$ )      ( $t = -.537, p = .592$ )

図 3. Facebook 使用者・未使用者の信頼感および友人関係の下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果



( $t = -.747, p = .456$ )      ( $t = 1.104, p = .271$ )      ( $t = -2.036, p = .043$ )



( $t = 1.441, p = .151$ )      ( $t = -.470, p = .639$ )      ( $t = 1.289, p = .199$ )

図 4. Twitter 使用者・未使用者の信頼感および友人関係の下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果

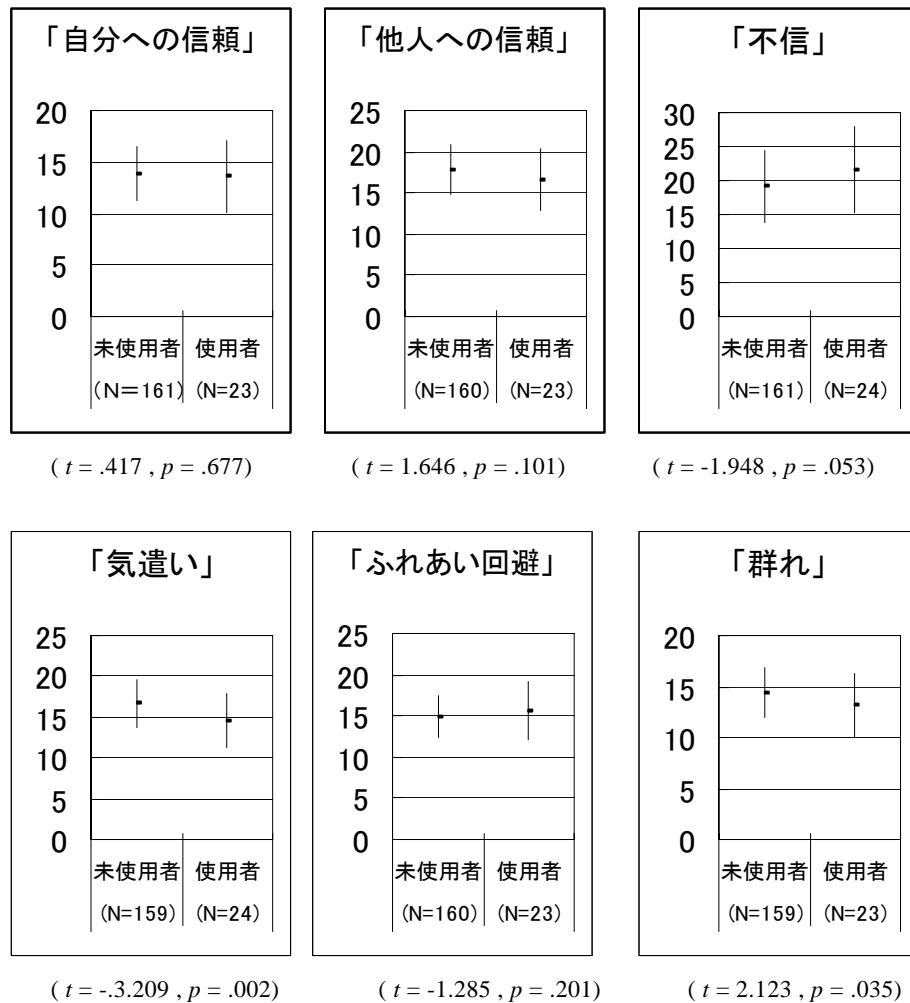


図 5. それ以外の SNS 使用者・未使用者の信頼感および友人関係の下位尺度得点の平均と標準偏差および t-検定の結果

## 5. 考察

第 1 回調査の分析結果から、「外向性」が高い人は SNS を使用しやすいという統計的有意性が認められた。これより、行動的で社会的な人は、色々な人達とのコミュニケーションを求めて SNS を使用する人が多いと推測できる。

また第 2 回調査の分析結果からは、「mixi」と「Facebook」の 2 つの SNS で「ふれあい回避」において統計的有意性が認められた。この 2 つとも SNS の未使用者の方が使用者より得点が高かったことより、友人との深いふれあいを避けたい人達は、知名度の高い「mixi」と「Facebook」の使用を避けお互いのプライバシーに入らないよう SNS を使用する人が多いと推測できる。また、「Twitter」で「不信」において統計的有意性が認められた。使用者の方が未使用者よりも得点が高かったことより、不信感が高い人達は「mixi」や「Facebook」などの友人からなどの紹介型の SNS より自分 1 人で気軽に SNS を始められる「Twitter」を使う人が多いと推測できる。また、「それ以外の SNS」で「気遣い」「群れ」においても統計的有意性が認められた。「気遣い」「群れ」共に、未使用者の方が使用者よりも得点が高かったことより、友人に気を遣いながら関わる人達や、集団で表面的な面白さを指向する関わり方をする人達は、ユーザーが多い知名度の高い SNS を使用したり SNS 内で多くの人達とコミュニケーションができる SNS を使用するの、あまり友人に気を遣わず関わる人や群れるのを好まない人達が「それ以外の SNS」を使う人が多いと推測できる。

## 6. まとめと今後の課題

本研究では、大学生を対象に SNS 使用者の性格特性にどのような共通点や関係性が存在するか検証した。その結果、SNS の使用と「外向性」に関係性が認められた。「mixi」と「Facebook」では「ふれあい回避」との関係性が認められた。「Twitter」では「不信」との関係性が認められた。また、「それ以外の SNS」では「気遣い」と「群れ」で関係性が認められた。

その一方で、調査サンプル数が 100 名および 185 名と十分ではなかった為、サンプリングに多少の偏りがあると考えられる。今後、サンプル数を増やした再調査が必要である。

### 参考文献

[1] Hargittai, E: Whose Space? Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, pp. 276-297 (2008)