

# 北九州市立大学文学部紀要

(人間関係学科)

第 24 卷

## 目 次

松尾 太加志

制約の解放からみたメディアコミュニケーションの変遷  
ーソーシャルメディア離れの調査も含めた議論ー . . . . . 33

---

北九州市立大学文学部

2017年3月発行

JOURNAL OF  
THE FACULTY OF HUMANITIES  
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU  
(HUMAN RELATIONS)

Vol. 24

CONTENTS

Takashi Matsuo

The transition in media communications in the view of the release of the constraints:  
Discussion with investigation of refraining from using social media . . . . . 33

---

Published  
by The Faculty of Humanities  
The University of Kitakyushu  
Kitakyushu, Japan  
March 2017

## 制約の解放からみたメディアコミュニケーションの変遷 －ソーシャルメディア離れの調査も含めた議論－

松 尾 太加志

The transition in media communications in the view of the release of the constraints:  
Discussion with investigation of refraining from using social media

Takashi Matsuo

### Abstract

The transition of media communication was divided into four phases as a unit of decade from 1980s when network communications begins. The four phases are early phase, development phase, mature phase and selection phase. These phases were discussed in terms of release of the five constraints in distance, time, people, social barriers and usability. Further, the questionnaire survey was carried out on the phenomenon of refraining from using social media to university freshmen in order to study current situation of the selection phase. As a result, the decrease in social media use was not found. But, it was found that the refraining from using social media was related to some experience of stress on social media use, smartphone addiction concern, unknown person exchanges concern, security anxiety, criticism/bickering anxiety.

### 1. はじめに

現代社会において、メディアを利用した個人間のコミュニケーションは生活場面においても仕事の場面においても不可欠になっている。手紙、電話、Fax、コンピュータ、携帯電話といった様々なメディアが、その技術の進展に伴って利用できるようになり、これらのメディアの普及に伴って、利便性が高まってきた。とくに、コンピュータを介したコミュニケーション（Computer Mediated Communication; 以下「CMC」と略）の普及は、私たちのコミュニケーションのあり方も変えていった。さらに、スマートフォンは、持ち歩くコンピュータともいわれるマシンであり、その出現はコミュニケーションのあり方を質的に変化させたといっても過言ではない。メディアの普及が拡大していく過程においては、メディアの持つメリットを私たちは享受してきたが、近年、これらのメディアの利用から離れていく現象もみられるようになってきた。

本稿では、CMCの普及から近年におけるメディア離れまでの変遷を制約の解放という観点から考

察をするとともに、スマートフォンの普及に伴って利用されるソーシャルメディア離れについて、どのような利用経験がメディア離れをもたらすことになったのかについて実態調査を行い、検討する。

## 2. メディアコミュニケーションの制約の解放

メディアが発展する以前の個人間のコミュニケーションは、ほとんどが対面でのコミュニケーションであった。メディア技術の発展は、対面コミュニケーションが持っている制約が解放されたものだと考えられる（松尾，1999）。たとえば、距離の制約の解放、時間の制約の解放はそのひとつである。対面コミュニケーションは、同じ場所、同じ時間でなければコミュニケーションすることができないという制約がある。しかし、手紙、電話、Fax、コンピュータのいずれのメディアにおいても、コミュニケーション相手が同じ場所にいなくても、つまり距離が離れていてもコミュニケーションが可能となる。また、手紙、Fax、メールなどの記録可能なメディアでは、相手がリアルタイムに応答する必要がなく、送り手は自分の好きな時間に情報を送ることもでき、受け手も自分の好きな時間に送られた情報にアクセスすることが可能となる。

さらに、CMCにおいては、情報の再利用の制約の解放、対象の制約の解放、社会的制約の解放、ハンディキャップの解放、偏見の解放、自己開示の解放といった側面もその特徴として松尾(1999)は指摘している。コンピュータでは情報が電子化されているため、転送も加工も自由にでき、情報の再利用ができるようになり、共同作業などが容易にできるようになった。また、CMCでは不特定多数の人とのコミュニケーションが可能で対象の制約が解放された。しかも、CMCでは、文字メッセージのやりとりが中心となるため、ノンバーバルな情報は送られず、自ら開示しないかぎり社会的属性は伝わらない。対面の場合ある程度の社会的関係性がなければコミュニケーションできないことがあるが、CMCにおいては、そのような制約がなくコミュニケーションが可能となる。しかも、発話や書字ができない障害者であっても、コミュニケーションエイドなどを使うことによってコミュニケーションが可能となり、ハンディキャップが解放されたと考えられる。つまり、障害があっても対等なコミュニケーションが可能となり、偏見の解放につながる。また、対面では躊躇してしまうようなことであってもネットワーク上では発言できてしまうこともあり、自己開示することにためらいがなくなり、フランクなコミュニケーションが可能となる。このように、CMCの利用は、距離や時間といった物理的な制約ではなく、コミュニケーション上の心理的な制約も解放されるようになった。

### 2.1 メディアコミュニケーションの変遷と制約の解放

上述のようにCMCの出現は様々な制約を解放するようになり、コミュニケーションのあり方を大きく変えていった。そこで、ここではCMC以降のメディアコミュニケーションの変遷を概観することにしたい。そのために、CMCの利用が始まったと考えられる1980年代から10年間隔で変遷の期間を大雑把に4つの期間に分けることにした。1980年代を黎明期、1990年代を発展期、2000年代を充実期、2010年代を淘汰期とした（図1）。

1980年代の前半の時期は、日本において、パソコン通信がCMCの主流であり、個人や企業が開設

制約の解放	黎明期 1980～	発展期 1990～	充実期 2000～	淘汰期 2010～
距離(場所)	世界中どこにでも パソコンがあるところで	ケータイの普及 (どこでも電話・メール可)		スマホ (パソコンのケータイ化)
時間	好きな時間に送受信 リアルタイム応答不要	リアルタイムに送信可 (メールが中心)		返信義務感
対象	不特定多数の人とのコミュニケーション 良識あるコミュニティ	悪意を持った人も参入 ウィルスの脅威 匿名性		リアル回帰へ 詐欺や犯罪
社会的垣根	誰とでもコミュニケーション 社会的情報が伝達されない	自己演出性 (実名)		リアバレ懸念 個人情報の広がり
利用性	CUI 専門的技術が必要	GUI	誰でもWebで発信可 (ブログ SNS Line) 検索エンジン	

図1 制約の解放の観点からみた1980年代以降のメディアコミュニケーションの変遷

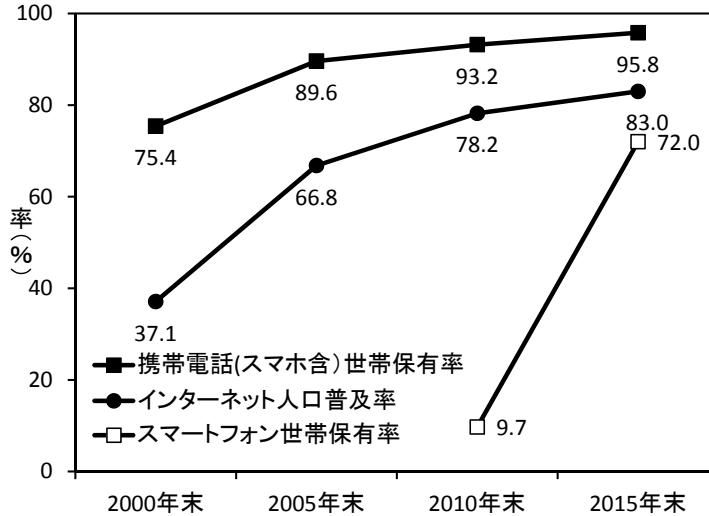


図2 ネットワークコミュニケーションにおける各利用率。総務省 (2006, 2016a) から作成。

したサーバーに個々のユーザがアクセスして利用する形態であった。インターネットといわれる仕組みが日本で利用できるようになったのは、JUNETという学術研究のネットワークが1984年に誕生した以後であり、商用でインターネットが利用できるようになったのは1990年代に入ってからである(村井, 2003; 砂原・村井, 2013)。そのため、1980年代を黎明期とよぶことにした。1990年代以降はインターネットの利用者が増加していったが、1990年代前半の利用者はそれでも限られていた。利用者が増加したのはWindows95の普及によってGUIが可能になってからだと考えられる。そこで、この1990年代を発展期とよぶことにする。1990年代においては、携帯電話が普及しはじめ、1990年代の終わりには携帯電話でインターネット接続が可能になった。さらに、2000年代に入るとその発展はさらに進み充実していった時期といえよう。図2には、2000年以降5年ごとのインターネット

普及率、携帯電話保有率、スマートフォンの保有率の推移を示している。2000年代にインターネット普及率は伸展しているのに対し、携帯電話はほぼ横這いの状態であり、発展というより充実期と称することとした。さらに、2010年代にはスマートフォンの普及が急激に伸びてきている。一方、後述するが、2010年代にはソーシャルメディアが普及していくと同時に、ソーシャルメディアに疲弊してそこから離れる現象もみられるようになった（武田，2012）。メディアコミュニケーション自体を利用しなくなるのではなく、利用の形態を限定するなど、個人の利用の中では淘汰されようとしている。そのため、この期間を淘汰期とよぶことにする。

4つに分けた期間を、ここでは主として情報機器の普及の推移に焦点を当てたが、以下では、メディアコミュニケーションの制約の観点から、変遷を検討したい。

### 2.1.1 距離（場所）の制約の解放

上述のようにメディアの基本的な特徴は、対面コミュニケーションと異なり同じ場所を共有しなくてもよいということである。インターネット環境が利用できれば、世界中のどこにいる人とでもコミュニケーションが可能となる。それは黎明期から可能であった。ただし、黎明期では世界中のどこでもネットワークのインフラが整備されていたわけでもないし、利用者がまだ少なかった。そのため、そのメリットが十分に発揮されず、次の発展期や充実期を待たなければならなかった。発展期以降になると、コンピュータもデスクトップ機のように場所が固定されているものだけではなく、ノートパソコンが出現し、コンピュータがモバイル化されるようになってきた。もっとも、モバイル化されたとしても着座して利用するという形態であり、歩きながら利用できるわけではなかった。

ところが、携帯電話の出現によって電話やメールが場所を選ばず利用できるようになった。1990年代の半ばには100gを切る携帯電話が発売され、1999年にi-modeによりWebの閲覧も可能になり、携帯電話の性格が大きく変わったと言われる（宿南，2005）。スマートフォンにいたっては、パソコンを持ち歩くことと同等となったと考えてよいだろう。

距離（場所）の制約という点においては、自由度が高くなってきたが、それがスマートフォンへの依存を高めたり、コミュニケーションに対する義務感を高めたりすることにつながり、ソーシャルメディアの利用離れを生む要因につながってきたとも考えられる。この点については後述する。

### 2.1.2 時間の制約の解放

対面や電話の場合、リアルタイムにコミュニケーションがなされるため、情報の送り手も受け手も時間の制約が生まれる。しかし、CMCの場合、チャット等を除けば、リアルタイムに応答を求められるわけではないため、時間の制約がなく利用できる。好きな時間に送信や受信も可能となり、時間調整の手間がなくなったということが黎明期においては意味があった。一方で、CMCにおいては情報発信の行動コストが低く、簡単に情報発信ができるため、逆にすぐに返信をしなければならないという時間的切迫感を生むようになった（松尾，1999）。ただし、コンピュータでの利用の場合、常にコンピュータのメールをチェックしているわけではないため、ここでの時間的切迫感といっても、比

較的そのスパンは長いものであった。

携帯電話の出現によって、メールが利用可能になると、ほぼリアルタイムで送受信が可能となった。携帯電話が普及し始めた発展期から充実期においては、そのリアルタイム性が利便性としてメリットがあり、携帯電話の利用の中心が通話ではなくメールのほうに移るようになってきた。内田(2004)は、ケータイメールがノンバーバルな手がかりを伝えないという「コミュニケーション上の手がかり(コンテキスト)の欠如」と時間の制約を受けないという「利用コンテキストの制約からの解放」という「二重の脱コンテキスト性」をもつことに注目し、携帯電話の利用において通話よりもメールでの利用のほうが多くなっていったことを指摘している。

さらに、2010年代になり、LINEのようなメッセージアプリケーションの出現によって、より手軽にコミュニケーションができるようになった。ただし、LINEの場合メッセージを読んだかどうか相手に伝わるため、すぐに返信しなければならないという義務感を生むようになってしまった。メッセージが読まれ返信まで一定の時間の間隔があくと既読無視と判断されてしまう(種村, 2015)。そのようなコミュニケーションの窮屈さがソーシャルメディア離れのひとつの要因と考えられ、淘汰期が訪れたと考えられる。

### 2.1.3 対象の制約の解放

CMCの登場は、これまで特定の人としかコミュニケーションできなかったものが、不特定多数の人とのコミュニケーションを可能とした。そこでは新たなコミュニティも形成されていった。黎明期における利用者は、ある程度技術を有している人に限られており、良識あるコミュニティであった。しかし、インターネットが一般に普及することによって、悪意を持った人も参入するようになり、その問題はコミュニケーションの問題というより、ウイルスなどによるコンピュータ資源の破壊的な行為が脅威となるようになった。ウイルスの感染ルートにおいて、フロッピーディスクなどの記録媒体による感染よりもメールやダウンロードによるネットワークを介した感染が上回ったのは1997年である(郵政省, 1999)。ウイルスの届出の数で見ると、2005年がピークとなっており(情報処理推進機構セキュリティセンター, 2013)、発展期や充実期にはこのような負の側面も見えてきた。

また、詐欺などの法に触れるような行為も問題となってきた。不特定多数の人が利用し、さらに匿名性が高いため、様々なリスクが発生するようになってきた。「平成9年度電気通信サービスモニターに対する第2回アンケート調査」によると、インターネットやパソコン通信の利用において違法・有害情報と遭遇した経験のある利用者は「よくある」と「たまにある」の回答をあわせると38.1%となっている(郵政省, 1999)。つまり、ネットワーク環境が良識あるコミュニティだけではなく、1990年代の後半以降には悪意を持った人たちが参入する場にもなってきたことを物語っている。

さらに、出会い系サイトに代表されるようにネットワーク上のコミュニケーションが犯罪の温床となり、社会問題化されるようになってきた(圓田, 2006)。そこで、ネットワーク上のバーチャルなコミュニケーションから離れ、リアルな社会に戻るというリアル回帰が淘汰期にはみられるようになった。

#### 2.1.4 社会的垣根の解放

黎明期においては、インターネットを利用する人は限られていたため、匿名でのやりとりをすることはなかった。一方、パソコン通信などでは、ハンドルネームを使ってのやりとりがなされており、匿名性があり、社会的地位の違いがあっても対等でフランクな会話が可能であった（山田，1993）。先に述べたように、対面であれば性別、年齢、社会的地位などが自然とわかるのに対して、ネットワーク上では文字情報のやりとりが基本となるため、そのような手がかりがなく、社会的な関係性にとらわれることなくコミュニケーションが可能となった（松尾，1999）。

発展期になると匿名性が高くなり、匿名での掲示板が盛んに利用されるようになり、現実の世界とは異なる人物になって、ある人物像をネットワーク上で自己演出することがなされるようになった。圓田（2006）は、これを演技のコミュニケーションととらえ、これが出会い系コミュニケーションとして楽しむ一方で犯罪の温床となっていると指摘している。その危険性を感じる人は、そのようなコミュニケーションの場から離れるようになっていった。

一方、SNSのmixiやFacebookは、実名を基本としたコミュニケーションの場として広まっていった。ところが、一方で個人情報が拡がってしまう危険性も生むこととなってしまった（守屋，2012）。ネットワーク上ではリアルな社会とは異なる自分を演じていた人が、現実の社会の家族や知人にわかってしまうこと（リアバレ）に懸念を感じる人が淘汰期には出てきてしまっている。

#### 2.1.5 利用性の制約の解放

1980年代の黎明期のコンピュータは、業務用のコンピュータが主流で、そのインタフェースもCUIであった。メールの送受信にも、基本的にはコマンド入力で行うことが必要であったため、利用するにはある程度専門的な技術が必要な時代であった。GUIの優れたマシンとしてマッキントッシュが発売されたのが1980年代であった。しかし、Windowsの前身にあたるMS-DOSマシンはまだCUIのままであり、マウスなどが使えるようになったのは、1990年代のWindows3.1であり、本格的なGUIが利用できるようになったのはWindows95になってからであり、このGUIの普及によって発展期に入ったと考えられる。

ネットワークの利用が個人でも本格化したのは、1990年代の後半である。アメリカでのYahoo!の設立が1994年、Googleの設立が1998年であり（山名・村田，2005）、検索エンジンが一般に利用されるようになったのは1990年代後半からである。検索エンジンの登場はWeb上で探したい情報を簡単に検索できるため、Webの利用性が大きく向上したと考えられる。

一方、情報発信をする側にも技術の大きな変革が利用性を拡大させた。それはソーシャルメディアの出現である。個人でWebサイトを作成するには、技術的なスキルがある程度必要であったが、ブログのサービスの提供によって、個人の情報発信やコメント機能を持たせるサイトの作成が簡単にできるようになり、Webでの発信が可能になった（山下・川浦・川上・三浦，2005）。このような利用性の拡大がネットワークコミュニケーションを拡大していった充実期の大きな要因となっている。

さらに、mixi、Facebook、TwitterなどのSNSが利用できるようになり、情報発信や人との交流に



おけるインタフェースが使いやすくなった。また、スマートフォンやタブレット型のパソコンの登場により、マウスのようなポインティングデバイスを使わなくても、直接タッチ入力ができるような環境が提供されるようになった。このように情報の送受信のコストが低くなったが、一方で情報の増大や見たくもない情報に触れる機会が増え、それが淘汰期につながっていったと考えられる。

### 3. ソーシャルメディアの利用離れ

ここまで、メディアコミュニケーションについて1980年代から、黎明期、発展期、充実期、淘汰期と4つの段階で変遷を検討してきた。2010年以降を淘汰期としたのには、ソーシャルメディアの利用離れが一部で生じていると言われているからである。ここでは、ソーシャルメディアの利用離れについて検討する。

ソーシャルメディアには、ブログ、Facebook、Twitter、mixi、InstagramなどのSNS、YouTubeやニコニコ動画などの動画共有サイト、LINEなどのメッセージングアプリ、価格コムなどの情報共有サイト、ソーシャルブックマークが含まれる（総務省、2015、p.199）。SNSはソーシャルメディアの中に含まれるが、SNS疲れと表現するときに、SNS以外の他のソーシャルメディアも含めて意味することもあるため、文脈によっては、ソーシャルメディア全般を指すのにSNSと表現したりすることもある。

#### 3.1 ソーシャルメディアの普及と効用

スマートフォンの普及に伴い、いつでもどこでもインターネットに接続することができるようになり、ソーシャルメディアの普及が著しくなっている。Pew Research Center (2015)によると、アメリカの場合、SNSの大人の利用が2005年ではわずか7%でしかなかったものの、2015年には65%となっている。さらにインターネットユーザーの中での割合でみると、2005年が10%であったものが、2015年には76%にも伸びている。とくに若い世代の利用率が高く、18歳～29歳では90%という高い割合を示している。日本においても、総務省(2016b, pp.170-171)によると、20代で、Facebookが51.0%、Twitterが53.5%、Instagramが24.5%、LINEが73.0%という利用状況となっている。

ソーシャルメディアの利用にどのような効用がみられるかについては、様々な研究がなされている。Ellison, Steinfield, & Lampe (2007)は、Facebookの利用と社会資本の形成や維持との関係について大学生を対象に調査している。その結果、社会資本の結束、橋渡し、維持のいずれにおいても、Facebook利用と正の相関があることを見出している。小寺(2009)は、大学生を対象とした調査において、mixiの効用として、既存の関係の強化、知識・情報獲得、新たな出会いの3つの因子を報告しており、特に既存の関係強化は大きな利用促進になっていると指摘している。岡本・中島(2013)は、小寺(2009)の効用尺度を参考にmixi、Twitter、Facebookの3つのSNSを対象に効用の要因を検討し、精神的な支え、既存の関係維持、人脈形成、自己実現・自己表現の4つの因子を報告している。また、加藤(2011)は、Twitterの利用動機因子として、既知関係の維持、自己効用、情報入手、新規関係の形成の4因子を挙げている。石井(2011)は、15歳から69歳のインターネットモニターを対象とした調査を行い、

SNSの効用として、ネット交流に関する因子、情報・知識の獲得に関わる因子、娯楽・息抜きの因子の3因子を報告している。さらに、SNSの利用は、既知の友だちが多く個人情報の開示度が高い「強いつながりのSNS」と、既知の友だちが少なく個人情報の開示度が低い「弱いつながりのSNS」に分かれることも述べている。

研究によって質問項目には違いがあるため、抽出された因子には多少異なる点もあるが、いずれも、既知の関係、新たな関係、知識や情報の獲得といった点はある程度共通している。知識や情報の獲得はソーシャルメディアだけに限られるものではなく、インターネット全般の利用としての効用と考えられる。ソーシャルメディアにおいては、それに加えてもともと知り合いである人たちのつながりを維持する、あるいは結束を強めるという効用と、一方で、新しい関係性の橋渡しを求めるといった効用が考えられる。石井(2011)が強いつながりと弱いつながりと述べていたり、Ellison et al.(2007)が社会資本の維持と形成と述べたりするように、ソーシャルメディアには強い紐帯と弱い紐帯のいずれのコミュニケーションにおいても効用が存在すると考えられる。

### 3.2 SNS疲れとソーシャルメディアの利用離れ

先に述べたように、スマートフォンの普及とSNSというプラットフォームの提供は、利用者にとって、いつでもどこでも手軽にメッセージのやり取りを可能にした。しかし、これが逆に利用者には常にメッセージのやり取りをしなければならない圧力となったり、見たくもない情報を目にせざるを得なくなったりするようになった。それらがSNS疲れといった現象を引き起こし、ソーシャルメディア離れを起こすようになってきた。

ソーシャルメディア疲れ及びその利用離れに関する研究は、海外での研究と国内での研究では、その視点の捉え方に違いがみられる。海外の文献では、Facebookなどのアプリケーションシステムによる負荷の問題とコミュニケーションの問題を取り上げることが多いが、国内の文献では、コミュニケーションの問題が中心となっており、システムからの負荷についての言及はなされていない。

たとえば、Lee, Son, & Kim (2016)は、個人-環境適合モデルに基づき、SNSの持つ特性(情報の特性とシステムの特性)が不適合を引き起こすのだと述べている。そして、その不適合が情報負荷、コミュニケーション負荷、システム特徴負荷の3つのストレスを生み、それによってSNS疲れというストレス反応が生じると捉えている。これは、TTSC (Transactional Theory of Stress and Coping) 理論に基づいたモデルであり、次のようにモデル化している。情報の特性の問題としては関連性と曖昧性を取り上げている。情報が自分にとって関連性が高く興味のあるものであれば情報負荷は低減するが、あいまいな情報であれば情報の負荷とコミュニケーションの負荷を引き起こす。一方、システムの特性の問題としては、システム変更とシステムの複雑さを挙げており、これらがいずれもシステム特徴負荷となる。これらの要因の関係をFacebook等の利用者を対象に質問紙によって調べたところ、3つの負荷はいずれもSNS疲れに影響を与えていることがわかった。ただし、SNSの持つ特性に関しては、情報の曖昧性が情報負荷に、システムの2つの特性がシステム特徴負荷に影響を与えたのみであった。

Maier, Laumer, Weinert, & Weitzel (2015) は、一般的な情報システムの利用のサイクルを3つの段階で考えている。それは順応－利用－休止の3つの段階である。ここで、SNS 疲れによって現在利用している SNS を止めてしまうかどうかは、別のシステムに移行し順応するのにかかるストレスやコストを考えた上で意思決定をしていると考えるのである。そこで、Maier et al. は、SNS 利用の継続を止めるという意図に影響する要因として、現在利用している SNS の利用に伴うストレスと他の手段への乗換えに伴うストレスの2つを挙げている。そして、SNS の利用に伴うストレスは利用非継続意志に正の影響を及ぼすのに対して、乗換えに伴うストレスは利用非継続意志には負の影響を及ぼすとしている。ある SNS を止めて他の手段に乗換えることに伴う移行コスト、サンクコスト、乗換えの負荷などの要因が利用を止めることを踏みとどまらせる。一方、現在利用している SNS の利用に伴うストレスは、システムの複雑さや変更の多いこと、SNS が個人の生活へ侵略してしまうこと、SNS の利用パターンに合わせないといけないこと、開示情報が多いこと、ソーシャルサポートによる社会的負荷があることなどを挙げている。

Ravindran, Kuan, & Lian (2014) は、Facebook の同窓会コミュニティのメンバーを対象に100日間の利用記録の分析と34人のインタビューに基づいて、SNS 疲れの要因とその影響を検討した。要因は大きく3つに分けられ、アプリケーションのインタフェースの要因、コミュニティの要因（インタラクションの問題、関心を抱かせない内容、コミュニティの衰退など）、没入しやすい個人の特性の要因を挙げている。これらの要因が個人のネガティブな感情や利用ニーズの減退を引き起こすとしている。それに対して利用者がどのように対処するかについて、3つの対処を示している。ひとつは、SNS の利用に短期間の小休止を入れる対処である。2つ目は、利用を制御し適度な利用に抑える対処である。最後は、SNS のアカウントを活動休止にしまう対処である。

Maier, Laumer, Eckhardt, & Weitzel (2014) は、SNS をソーシャルサポートの観点から捉え、ソーシャルサポートに対しての社会的負荷が大きいことが SNS の利用を継続しないことに影響を及ぼすというモデルを提起している。そこで影響を与える要因としては、SNS の利用の拡大、SNS の友人の数、ソーシャルサポートに対する主観的規範などが影響を及ぼすとしている。SNS の利用の拡大や友人の数が增多することは社会的負荷を高める。また、友人が SNS で高いサポートを期待している（ソーシャルサポートに対する主観的規範が高い）と感じてしまうことでも、社会的負荷が高くなると捉えている。

Bright, Kleiser, & Grau (2015) は、Lang (2000) の限界容量モデルに基づき、ソーシャルメディア疲れは情報負荷がネガティブな感情を引き起こした結果だととらえ、ソーシャルメディア疲れが関係する種々の要因について、Facebook ユーザを対象にしたオンライン調査によって検討している。彼らの仮説は、ソーシャルメディアに対する信頼、有用性、自己効力感が高ければソーシャルメディア疲れは低くなり、プライバシーに対する心配が高いと疲れは高くなるであろうと考えていた。しかし、調査の結果では、プライバシーに対する心配、有用性、自己効力感が高いとメディア疲れが高くなり、信頼は低いとメディア疲れは高くなるという結果であった。有用性や自己効力感が高いと疲れが高くなったのはバーンアウトの結果だろうと解釈されている。

国内の研究では、SNS 上でのコミュニケーションにおけるストレスを要因としてとらえているものがほとんどである。たとえば、森・名取・小崎（2014）は、SNS 上での情報に対して羨望や嫉妬に駆られたり、誹謗やネガティブな記事を目にして不安や苛立ちを感じたりすることを示唆している。また、名取・森・小崎（2014）は、自分から SNS 上で他者に働きかける行為によって起因するストレスとして、嫌われ回避、注目獲得、虚構構築、自然な自己表出（逆転因子）の4つの因子があることを報告している。さらに、二宮・黒木・中山（2016）は、質問紙とインタビューによって SNS 利用に伴うネガティブ経験と SNS 疲れの様相について検討を行っている。それによると、Twitter に関しては、Twitter が公の場であるという個人が持つ規範意識と現実との齟齬があり、個人間での意味のないやりとりがなされることに対して不安や苛立ちを覚えている。LINE については、即時返信への圧力がネガティブ経験や疲れにつながることを示唆している。

加藤（2013）は高校生を対象にしたインタビュー調査によって SNS 疲れの実態を明らかにしている。それによると、誹謗中傷発言、誇示的発信、多量の発信、悲観的発信、見知らぬ者からの接近、業者からの宣伝・勧誘といった受信者としての経験、友人・知人とのやりとりのわずらわしさ、友人・知人とのすれ違い、リンク申請、見知らぬ者とのやりとり、言い争いなどの受発信者としての経験、コメントがないことへの否定的感情、発信内容への気遣い、個人情報への漏洩などの発信者としての経験などが、ネガティブな経験として挙げられている。また、佐藤・矢島（2015）では、自己誇示的な内容やネガティブな内容の投稿の閲覧、プライバシーの侵害、悪口・中傷、投稿内容の悩み、疎外感などを SNS における対人ストレスとして挙げている。

土井（2014）は、中高生が友達関係を維持するためにネットワークを通して常時接続した状態になってしまい、それが LINE 疲れの現象を引き起こしていると述べている。ただし、SNS 疲れが生じてもそれをやめることによって友人関係が断ち切られてしまうのではないかという不安から、やめられない状況となり（加藤，2013）、SNS 疲れの解消とはなっていない現状が中高生にはみられる。

ここで取り上げた海外の研究と国内の研究の違いは調査対象者の年齢の違いにもみられる。国内の研究では大学生や高校生が対象となっているのに対して、海外の研究の場合は比較的幅広く調査対象者を集めている。海外の研究のいずれも、対象者の平均年齢は20代後半以上である。そのため、SNS 疲れの要因も異なっている。国内の研究では、アプリケーションシステムの問題などは取り上げられていない。国内の研究の調査対象が若い世代であり、若い世代では Facebook のシステム変更などが問題にならないと考えられるからである。また SNS を通してコミュニケーションを行う相手も高校生や大学生の場合は身近な知り合いが多いのに対して、年齢が上がると身近な人以外のコミュニケーションが多くなる。そのため、若い世代ではソーシャルサポートの問題（Maier et al., 2014）などは生じにくいと考えられる。

これらの研究では、ソーシャルメディアに対する疲れやネガティブな経験について検討されているものの、それがソーシャルメディア離れにどのような影響を与えるのかを明確には示していない。例えば、Maier et al. (2014) や Maier et al. (2015) の研究では、ひとつのメディアの順応、利用、休止というライフサイクルを考えて、Facebook というアプリケーションに対しての利用のライフサイクルを

検討しており、SNS そのものを止めてしまうことを検討しているわけではない。また、Ravindran et al. (2014) での研究においては、利用記録に基づいた調査ではあるが、利用の実態と個々の要因との関係を実証的に検討したわけではない。

#### 4. 質問紙調査

これまで述べてきたように、ソーシャルメディアの普及が進行していると同時に、一方で SNS 疲れのような現象がみられ、ソーシャルメディアから利用者が離れていくこともみられている。つまり、メディアの淘汰がなされる時代に入っている。そこで、ここからは、実際にソーシャルメディア離れが現象として実際に生じているのか、生じているとすれば、どのような要因によってそれらが生じているのかを検討するために、主として大学1年生を対象に質問紙調査を行う。

本研究では、調査対象を高校卒業間もない大学生に絞って調査を行うこととする。それは次のような理由による。加藤 (2013) によると SNS 疲れが高校生の間で生じていることがインタビュー調査で明らかになっている。ただし、先に述べたようにそのような SNS 疲れを経験していても SNS を継続して利用している。つまり、高校生では SNS 離れが生じていないと考えられる。それは、SNS を退会することによって既存の関係への悪影響がひとつの可能性として考えられている。また、アメリカにおいても 10 代の若者がソーシャルメディアに依存している現状がみられている (Boyd, 2014)。若者がスケジュールに追われ、自由な時間が減り、そのために人とつながるためにはソーシャルメディアを利用せざるを得ないということである。したがって、ソーシャルメディア離れには、何らかの環境の変化に伴って知り合いの人の関係性が変わることが必要ではないかと考えられる。日本においては大学への入学がひとつの転機になると考えられ、そのため、大学生を対象とした調査を行うこととした。

ソーシャルメディア離れの要因として、上述したように、情報負荷やネガティブな経験が挙げられているが、利用上のストレス経験がソーシャルメディア疲れを引き起こし、それがソーシャルメディアの利用を控えることにつながると考えられる。そこで、ソーシャルメディアにおける利用上のストレスがソーシャルメディア離れを引き起こしているのかどうかを検討する。

#### 4.1 方法

##### 4.1.1 調査対象者

北九州市立大学の基盤教育科目<sup>1</sup>「言語とコミュニケーション」受講の学生 96 名。ただし、年齢が 21 歳を超える者及び回答に不備があった者を除き、92 名 (男性 25 名、女性 67 名) を分析の対象とした。年齢は 18 ～ 21 歳で平均は 18.9 歳である。

---

<sup>1</sup> 学部の専門科目ではなく、全学で共通の教養科目。

#### 4.1.2 質問紙

各メディアの利用実態を調べるために、コンピュータ(質問紙では「PC」と略)、スマートフォン、ソーシャルメディア(LINE, Twitter, Facebook等)の現在の利用頻度、1年前と比較した利用の増減を尋ね、さらにこれらのメディアの利用を控えたり止めたりすることを思ったかについて尋ねた。ソーシャルメディアについては、LINE, Twitter, Facebookを挙げ、それ以外については「その他」として、自分の利用しているサービスを挙げてもらったが、調査回答時に口頭にてInstagramについては「その他」のところで書くように要請した。

利用頻度は1日あたり「5時間以上」、「3時間以上5時間未満」、「1時間以上3時間未満」、「1時間未満」、「現在使っていない」の5つの選択回答とした。利用の増減は、1年前と比べ「減った」、「少し減った」、「変わらない」、「少し増えた」、「増えた」の5件法、利用の控えは「やめたいとも控えたいとも思わない」、「少しは利用を控えたい」、「利用を控えたい」、「やめたいと思ったことはある」、「利用をやめたい」の5件法とした。

利用上のストレス経験に関しては、佐藤・矢島(2015)、加藤(2013)、榎ジャストシステム(2013)を参考に、嫌悪的情報閲覧4項目、誇示的情報閲覧4項目、疎外感懸念3項目、否定的応答懸念7項目、義務的応答3項目、情報発信の気遣い3項目、個人情報拡散懸念4項目、セキュリティ懸念3項目、スマホ依存懸念6項目、見知らぬ人との関係性懸念4項目、合計41項目を設け(表1)、経験の有無を「1. ほとんどない」、「2. あまりない」、「3. 少しある」、「4. よくある」の4件法で尋ねた。

#### 4.1.3 手続き

2016年10月12日の授業中に配布し回答後、回収した。

### 4.2 結果

#### 4.2.1 利用の実態の分析

各メディアの利用実態については、PC、スマートフォン、LINE、Twitter、Facebook、Instagram別に分析を行った。ソーシャルメディアについては上記以外にも挙げられていたが、数が少なかったため、分析の対象からはずした。

図3に現在の利用についての回答の割合を示した。スマートフォンの利用が高いのに対して、PCは低く、「現在使っていない」という回答者が2割を超えている。ソーシャルメディアはLINE、Twitter、Instagram、Facebookの順に利用が高く、Facebookの利用は4割に満たない。

利用頻度の回答を、メディアごとに以下のように分類し直した。PCは、使っていない(n=20)、1時間未満(n=49)、1時間以上(n=23)の3分類、スマートフォンは、3時間未満(n=38)、3時間以上(n=37)、5時間以上(n=17)の3分類、LINEは、1時間未満(n=42)、1時間以上(n=40)、3時間以上(n=10)の3分類、Twitterは、使っていない(n=17)、1時間未満(n=28)、1時間以上(n=35)、3時間以上(n=11)の4分類、Facebookは、使っていない(n=55)、1時間未満(n=31)、1時間以上(n=5)の3分類、Instagramは、1時間未満(n=30)、1時間以上(n=14)の2分類とした。これらの分類をもとに、PCお

表1 調査に用いた質問項目とその回答値の平均と標準偏差

質問項目	項目分類	平均	標準偏差
1. 鬱(うつ)っぽい投稿や、病んでいる投稿をみて嫌だと思った	嫌悪的情報閲覧	2.68	0.93
2. 誰に対してなのか分からない悪口や愚痴の投稿をみて嫌だと思った	嫌悪的情報閲覧	2.92	0.92
3. 下品な内容の投稿をみて嫌だと思った	嫌悪的情報閲覧	2.80	0.93
4. 何人かで一人の人を中傷している投稿をみて嫌だと思った	嫌悪的情報閲覧	2.51	1.08
5. 周囲の評価を集めようとしている投稿をみて嫌だと思った	誇示的情報閲覧	2.73	0.99
6. 過剰な自己アピールをする投稿をみて嫌だと思った	誇示的情報閲覧	2.85	0.93
7. 実物よりも良い容姿に見える知り合いの自撮り写真の投稿をみて嫌だと思った	誇示的情報閲覧	2.10	0.87
8. 投稿の量が多く読むのが面倒に思った	誇示的情報閲覧	2.62	0.98
9. 知り合いが自分の知らない話題で盛り上がっていた	疎外感懸念	2.28	0.97
10. 仲のいい知り合いが自分抜きで遊んでいる投稿をみた	疎外感懸念	2.04	1.00
11. 知り合いの投稿に反応しても無視された	疎外感懸念	1.78	0.74
12. 自分の投稿内容が誤解を受けてしまった	否定的応答懸念	1.64	0.80
13. 自分の投稿に対して批判された	否定的応答懸念	1.45	0.71
14. 自分の投稿に対して誰も反応してくれなかった	否定的応答懸念	1.98	0.95
15. 自分に対する愚痴や悪口の投稿をみた	否定的応答懸念	1.26	0.55
16. 自分が所属している集団(サークルなど)に対する批判をみた	否定的応答懸念	1.33	0.65
17. SNS上で言い争いになってしまった	否定的応答懸念	1.24	0.54
18. 現実世界で交流がある人とSNSですれ違いが生じた	否定的応答懸念	1.61	0.77
19. 知り合いの悪口や愚痴の投稿にも、仕方なく反応した	義務的応答	1.32	0.57
20. 既読がついたのですぐに返信をしないといけないと感じた	義務的応答	2.45	1.00
21. 返事をしないと友達を失ってしまうのではないかと思った	義務的応答	1.58	0.79
22. 自分の投稿をみる人のことを考えて、何を投稿するか悩んだ	情報発信の気遣い	2.72	1.03
23. 投稿するときその内容について悩んでしまった	情報発信の気遣い	2.67	1.01
24. 知り合いのプライバシーを気にして投稿内容に悩んだ	情報発信の気遣い	2.58	1.04
25. 載せて欲しくない写真を知り合いに公開された	個人情報拡散懸念	1.91	0.87
26. 周りに知られたくない情報を知り合いに投稿された	個人情報拡散懸念	1.66	0.77
27. 知らないうちに自分の情報を投稿された	個人情報拡散懸念	1.69	0.83
28. 自分のプライベートな情報を広められた	個人情報拡散懸念	1.50	0.74
29. ウィルスが侵入してしまうのではないかと不安に感じた	セキュリティ懸念	1.74	0.85
30. IDやパスワードが盗まれてしまうのではないかと不安に感じた	セキュリティ懸念	1.70	0.84
31. 自分の個人情報を見られてしまうのではないかと不安に感じた	セキュリティ懸念	2.00	0.91
32. 食事中などでもスマホを見てしまい、ながらスマホはよくないと思った	スマホ依存懸念	2.36	1.03
33. ちょっと時間が空いただけでもスマホを使ってしまい、控えるべきだと感じた	スマホ依存懸念	2.68	0.86
34. 長い時間スマホやPCでネットを閲覧してしまい無駄な時間を過ごしたと思った	スマホ依存懸念	3.00	1.01
35. 友人などといっしょにいるのにスマホを使って友人に悪いと思った	スマホ依存懸念	2.35	0.91
36. スマホを使わなければもっと充実した時間が過ごせると思った	スマホ依存懸念	2.63	0.90
37. 返信を何回も繰り返して無駄な時間を過ごしたと思った	スマホ依存懸念	2.19	0.86
38. 見知らぬ人からSNSを介して連絡がきたとき、どう対応してよいか悩んだ	見知らぬ人との関係性懸念	2.07	0.91
39. 業者からの宣伝や勧誘のメールなどがよく来て面倒だと思った	見知らぬ人との関係性懸念	2.98	1.08
40. 現実世界で交流がない人の投稿に反応するのを面倒に思った	見知らぬ人との関係性懸念	2.19	0.96
41. 知り合いだけと友達申請がきてどうしていいのか困った	見知らぬ人との関係性懸念	2.13	0.87

よびスマートフォンと各ソーシャルメディアの利用頻度のピアソンの相関係数を算出した(表2)。PCとFacebookでは弱い相関であるが有意な傾向の正の相関が、スマートフォンとはLINE、Twitter、Instagramと有意な正の相関がみられた。そのため、Facebookはスマートフォンでの利用よりもPCで利用されていると考えられる。

利用の増減の回答割合を図4に示したが、どのメディアも増加傾向にある。利用を控えたり止めたいと思っているかについての質問に対する回答の割合を図5に示したが、利用を控えたり止めたいと思っている者は少なかった。

#### 4.2.2 利用上のストレス経験に対する回答と共通因子

利用上のストレス経験41項目について、各回答の値の平均値及び標準偏差を示した(表1)。これを見ると、嫌悪的情報閲覧、誇示的情報閲覧、情報発信の気遣いなどの投稿内容に関する項目は全体的に経験があるという回答が多い。また、スマホ依存懸念についても経験ありの回答が多かった。一方、否定的応答懸念、個人情報拡散懸念、セキュリティ懸念については全体的に経験がないという回答が多い。義務的応答も全体的に経験がないという回答が多かったが、既読に関する項目だけは経験があるとの回答が多くなっている。

さらに、これらの項目に対して因子分析を行った。因子の抽出は最尤法を用い、回転はプロマック

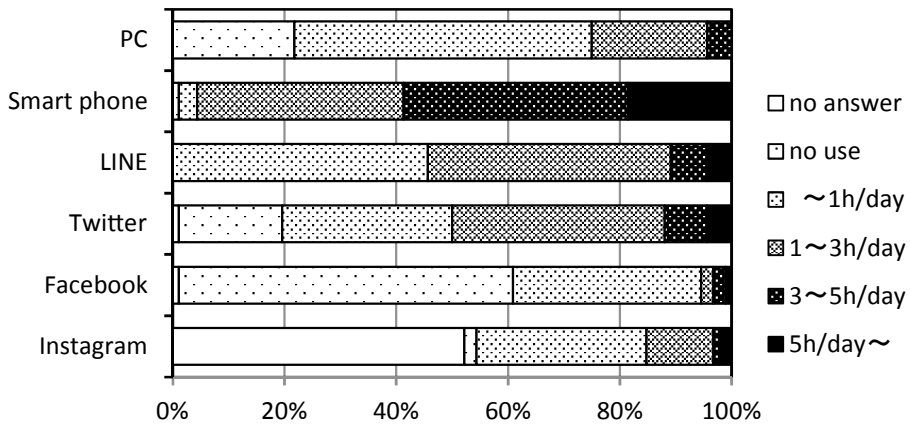


図3 各メディアの利用頻度の回答の割合

表2 PC及びスマートフォンと各ソーシャルメディアの利用頻度の相関

	LINE	Twitter	Facebook	Instagram
PC	-.035	-.126	.179†	-.207
Smartphone	.551**	.371**	.026	.450**

†  $p < .10$  \*\*  $p < .01$



ス回転 ( $k=2$ ) を行った。因子数については、因子の解釈の可能性を考慮して8因子とした。最初に41項目全体で因子分析を行ったが、因子負荷量がどの因子に対しても低い項目があったため、因子負荷量がどの因子に対しても.400に満たない項目は削除し、最終的には15項目を削除し、26項目での因子分析を行った。

その結果の因子パターンを表3に示した。また、因子間相関を表4に示した。第1因子は、「投稿するときその内容について悩んでしまった」などに因子負荷量が高く、「投稿迷い」因子とした。第2因子は、「ちょっと時間が空いただけでもスマホを使ってしまい、控えるべきだと感じた」などに因子負荷量が高く、「スマホ依存懸念」因子とした。第3因子は、「現実世界で交流がない人の投稿に反応するのを面倒に思った」などに因子負荷量が高く、「未知者交流懸念」因子とした。第4因子は、「過剰な自己アピールをする投稿をみて嫌だと思った」などに因子負荷量が高く、「ポジティブ投稿閲覧嫌悪」因子とした。第5因子は、「誰に対してなのか分からない悪口や愚痴の投稿をみて嫌だと思っ

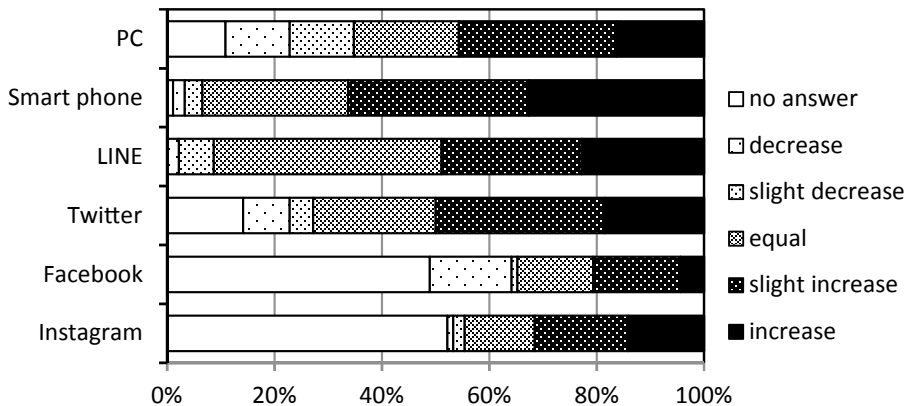


図4 各メディアの1年前に対する利用増減に対する回答の割合

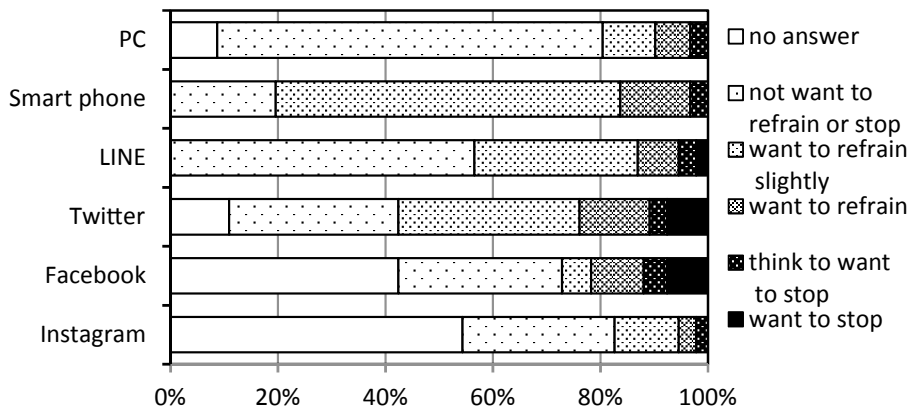


図5 各メディアの利用控えに対する回答の割合

制約の解放からみたメディアコミュニケーションの変遷  
 - ソーシャルメディア離れの調査も含めた議論 -

表3 利用上のストレスの質問項目に対する因子分析における因子パターン。  
 因子負荷量が、400を超えたところに網掛けをした。

項目番号	質問項目	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子6	因子7	因子8
		投稿迷い	スマホ依存懸念	未知者交流懸念	ポジティブ投稿閲覧嫌悪	ネガティブ投稿閲覧嫌悪	情報拡散不安	セキュリティ不安	批判・争い不安
23.	投稿するときその内容について悩んでしまった	<b>.872</b>	.020	.137	.063	.002	-.035	-.005	.010
22.	自分の投稿をみる人のことを考えて、何を投稿するか悩んだ	<b>.845</b>	.028	.183	-.054	.066	-.037	-.003	.025
24.	知り合いのプライバシーを気にして投稿内容に悩んだ	<b>.762</b>	-.030	-.033	.055	.032	.239	.046	-.055
33.	ちょっと時間が空いただけでもスマホを使ってしまい、控えるべきだと感じた	.109	<b>.919</b>	-.141	-.113	.066	-.042	.109	.068
34.	長い時間スマホやPCでネットを閲覧してしまい無駄な時間を過ごしたと思った	.069	<b>.570</b>	.242	.070	-.133	.103	.117	-.051
32.	食事中などでもスマホを見てしまい、ながらスマホはよくないと思った	.032	<b>.545</b>	.138	.100	.045	-.006	-.094	.159
36.	スマホを使わなければもっと充実した時間が過ごせると思った	-.124	<b>.506</b>	.223	.173	-.016	.014	.063	-.024
40.	現実世界で交流がない人の投稿に反応するのを面倒に思った	-.044	.082	<b>.743</b>	.101	.104	.136	-.020	-.020
38.	見知らぬ人からSNSを介して連絡がきたとき、どう対応してよいか悩んだ	.136	.043	<b>.557</b>	.007	-.008	.017	.141	.061
39.	業者からの宣伝や勧誘のメールなどがよく来て面倒だと思った	.229	.074	<b>.465</b>	-.047	.069	.067	.026	-.121
41.	知り合いだけけど友達申請がきてどうしているのか困った	.142	.140	<b>.420</b>	.004	.012	-.154	.012	.025
06.	過剰な自己アピールをする投稿をみて嫌だと思った	-.026	.097	.005	<b>.971</b>	.072	.008	.008	-.035
05.	周囲の評価を集めようとしている投稿をみて嫌だと思った	.007	.121	-.004	<b>.615</b>	.336	.025	-.102	-.024
07.	実物よりも良い容姿に見える知り合いの自撮り写真の投稿をみて嫌だと思った	.125	-.071	.126	<b>.417</b>	.148	-.106	.070	.127
02.	誰に対してなのか分からない悪口や愚痴の投稿をみて嫌だと思った	-.012	-.008	.175	.075	<b>.799</b>	.017	.019	.063
01.	鬱（うつ）っぽい投稿や、病んでいる投稿をみて嫌だと思った	.127	.041	-.125	.280	<b>.700</b>	.018	-.106	-.060
03.	下品な内容の投稿をみて嫌だと思った	.070	-.083	.320	.224	<b>.511</b>	-.099	.035	.122
27.	知らないうちに自分の情報を投稿された	.022	.101	.147	-.135	-.104	<b>.838</b>	-.155	.028
28.	自分のプライベートな情報を広められた	.022	-.019	-.164	.021	.049	<b>.768</b>	.140	.151
26.	周りに知られたくない情報を知り合いに投稿された	.118	-.095	.078	.064	.058	<b>.560</b>	.339	.115
31.	自分の個人情報を見られてしまうのではないかと不安に感じた	.095	.036	-.060	.003	.063	.079	<b>.831</b>	-.046
30.	IDやパスワードが盗まれてしまうのではないかと不安に感じた	-.126	.068	.109	-.056	-.024	.024	<b>.748</b>	.057
29.	ウィルスが侵入してしまうのではないかと不安に感じた	.205	.048	.121	.017	-.299	-.067	<b>.473</b>	-.012
17.	SNS上で言い争いになってしまった	.043	.011	-.027	.184	-.201	.091	-.013	<b>.849</b>
15.	自分に対する愚痴や悪口の投稿をみた	-.037	.042	.036	-.218	.238	.075	-.047	<b>.657</b>
12.	自分の投稿内容が誤解を受けてしまった	-.076	.162	-.037	.096	.105	.127	.128	<b>.400</b>

表4 因子間相関

	因子1 投稿迷い	因子2 スマホ依存 懸念	因子3 未知者交流 懸念	因子4 ポジティブ 投稿閲覧 嫌悪	因子5 ネガティブ 投稿閲覧 嫌悪	因子6 情報拡散 不安	因子7 セキュリ ティ不安	因子8 批判・争い 不安
因子1	-	.234	.185	.136	.227	.152	.239	.043
因子2		-	.010	.055	.121	.153	.234	.074
因子3			-	.224	.051	.124	.108	.174
因子4				-	.190	.016	-.003	.080
因子5					-	.017	.025	.031
因子6						-	.206	.272
因子7							-	.142

た」などに因子負荷量が高く、「ネガティブ投稿閲覧嫌悪」因子とした。第6因子は、「知らないうちに自分の情報を投稿された」などに因子負荷量が高く、「情報拡散不安」因子とした。第7因子は、「自分の個人情報を見られてしまうのではないかと不安に感じた」などに因子負荷量が高く、「セキュリティ不安」因子とした。第8因子は、「SNS上で言い争いになってしまった」などに因子負荷量が高く、「批判・争い不安」因子とした。

#### 4.2.3 利用上のストレスと利用控えとの関係

各メディアの利用の控えに対する回答は2群に分け、利用上のストレス経験の各因子の因子得点の平均値を群ごとに算出した。メディアの利用の控えは、「やめたいとも控えたいとも思わない」と回答した人を利用の控え無群とし、「少しは利用を控えたい」、「利用を控えたい」、「やめたいと思ったことはある」、「利用をやめたい」のいずれかの回答をした人は利用控え有群とした。図6から図11にその結果を示した。

PCについて（図6）は、利用控え有群のほうが利用控え無群よりも未知者交流懸念因子（ $F=3.38$ ,  $df=1/80$ ,  $p<.10$ ,  $\eta^2=.041$ ）及びセキュリティ不安因子（ $F=4.41$ ,  $df=1/80$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.052$ ）において高かった。スマートフォンについて（図7）は、利用控え有群のほうが利用控え無群よりもスマホ依存懸念因子において有意に高かった（ $F=7.94$ ,  $df=1/88$ ,  $p<.01$ ,  $\eta^2=.083$ ）。LINEについて（図8）は、利用控え有群のほうが利用控え無群よりも未知者交流懸念因子において有意に高かった（ $F=3.46$ ,  $df=1/88$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.038$ ）。Twitterについて（図9）は、利用控え有群のほうが利用控え無群よりもスマホ依存懸念因子において有意に高かった（ $F=6.23$ ,  $df=1/78$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.074$ ）。Facebookについて（図10）は、利用控え有群のほうが利用控え無群よりも未知者交流懸念因子（ $F=3.16$ ,  $df=1/49$ ,  $p<.10$ ,  $\eta^2=.061$ ）、セキュリティ不安因子（ $F=4.64$ ,  $df=1/49$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.087$ ）、批判・争い不安因子（ $F=4.39$ ,  $df=1/49$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.082$ ）において高かった。Instagramについて（図11）は、利用控え有群のほうが利用控え無群よりもスマホ依存懸念因子（ $F=6.86$ ,  $df=1/39$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.150$ ）セキュリティ不安因子（ $F=11.77$ ,  $df=1/39$ ,  $p<.01$ ,  $\eta^2=.232$ ）において有意に高かった。

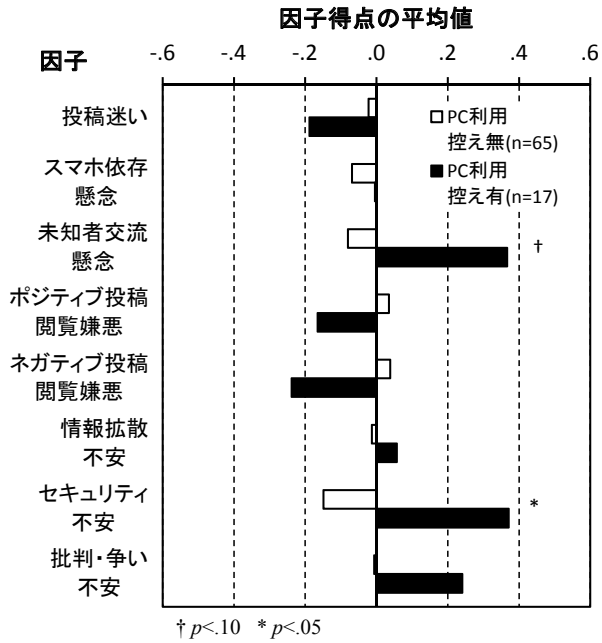


図6 PCの利用控え有無別の各因子得点の平均

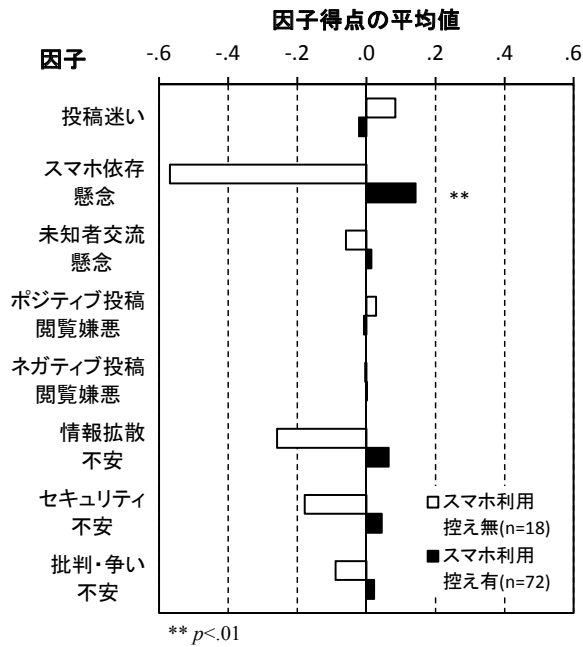


図7 スマートフォンの利用控え有無別の各因子得点の平均

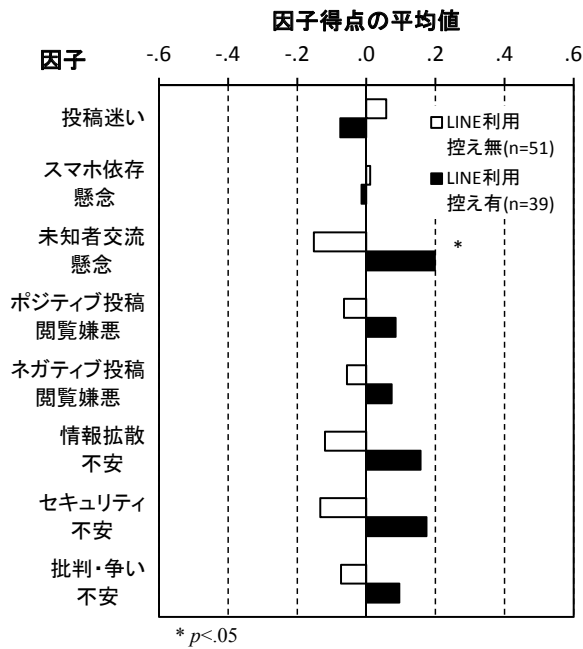


図8 LINEの利用控え有無別の各因子得点の平均

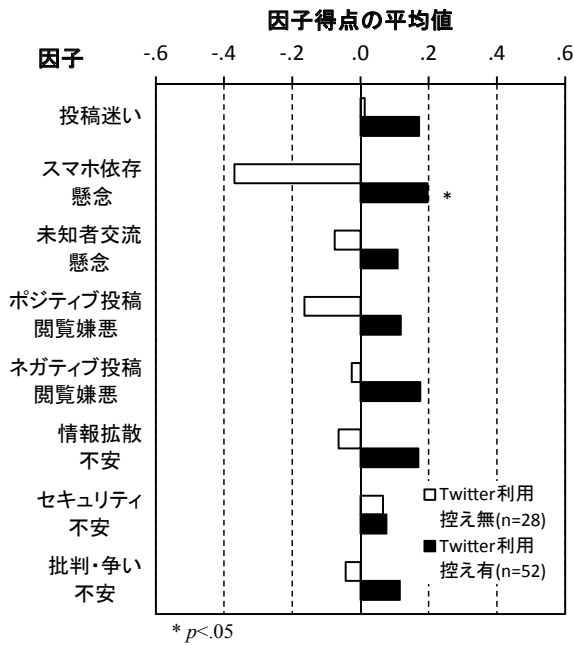


図9 Twitterの利用控え有無別の各因子得点の平均

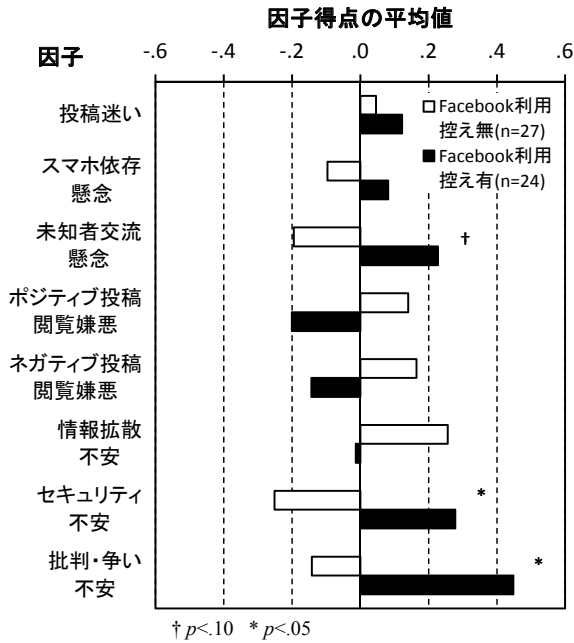


図 10 Facebook の利用控え有無別の各因子得点の平均

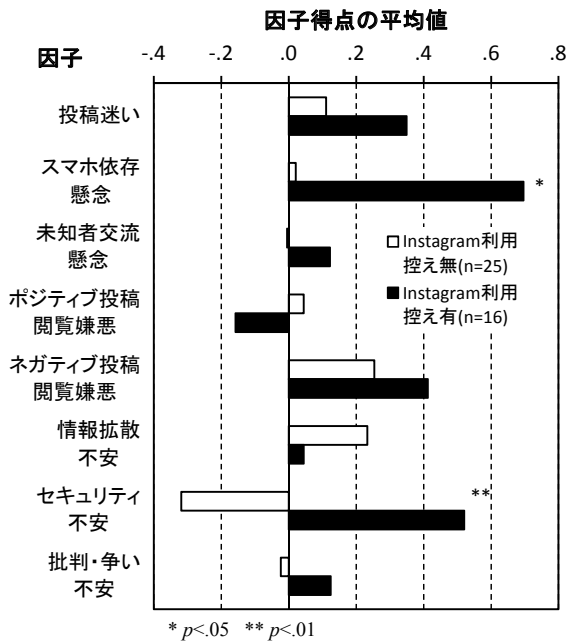


図 11 Instagram の利用控え有無別の各因子得点の平均

#### 4.3 考察

本調査では、利用上のストレスの経験が各メディアの利用離れを誘発しているのではないかと考え、調査を行った。1年前と比較した利用増減の回答でみると、利用離れ自体は生じていないことがわかった。その結果、もともと利用離れ自体はそれほど顕著に生じているわけではないことがわかった。ただし、調査対象者が平均年齢18.9歳の大学1年生であり、調査時期が10月の始めであったため、大学に入学して新しい友人との交流をSNS上で行うようになり、1年前の高校3年生の時期に比べればSNSの利用が減少してはいなかったのではないかと考えられる。

植田(2013)は、2012年度の新入生に4月と翌年の1月にSNSの利用について調査をしている。その結果、9か月の間にTwitterは54.6%から73.3%へ、Facebookは20.4%から50.3%へ利用率がそれぞれ増加したことを報告している。また、黒川・吉武・中山・三島・大西・吉田(2015)では、大学1年生を対象に2013年5月上旬、7月上旬、10月中旬、12月中旬にSNSのコミュニケーションの頻度を調査しているが、時期において有意な差がみられなかった。いずれの研究においても、大学の1年生ではSNSの利用が増えることはあったとしても減ることはないことが考えられる。

ただし、利用そのものは減っていないものの、利用を控えたいという気持ちが存在していることは利用の控えの回答から明らかになった。

PCにおいては、利用を控えたい人において未知者交流懸念因子得点及びセキュリティ不安因子得点が高かった。交流がない人の投稿に対して反応することを面倒に感じてしまうことがあるためだと考えられる。また、PCではウィルスの感染などの不安やIDやパスワードが盗まれてしまうことに対しての不安があるのではないかと考えられる。

スマートフォンの場合は、利用を控えたいと思っている人でスマホ依存懸念因子が高かった。戸田・西尾・竹下(2015)は、スマートフォン依存の尺度を新しく開発し、その下位尺度として、「ネットコミュニケーションへの没頭」、「スマホの優先と長時間使用」、「『ながらスマホ』とマナーの軽視」の3つの下位尺度を提案している。本調査においても、長時間使用やながらスマホについての質問項目がスマホ依存懸念因子に高い因子負荷量を示しており、共通するものである。本調査でのスマートフォンの利用は1日あたり5時間以上が18.5%にも上り、利用を控えたいという人が8割を超えていたことから、いつでもどこでもスマートフォンを使ってしまうことに対して利用の控えを感じている人がいると考えられる。スマホ懸念因子得点が利用の控え有群で有意に高かったソーシャルメディアは、TwitterとInstagramであった。これらのSNSサービスは、スマートフォンと正の相関がみられたことから(表2)、スマートフォンの利用が中心であるためと考えられる。一方、Facebookにおいては、PCと正の相関がみられたため、コンピュータでの利用だと考えられ、スマートフォンの依存とは結び付かなかったと考えられる。

Facebookにおいて差がみられたのは、未知者交流懸念因子、セキュリティ不安因子、批判・争い不安因子である。Facebookでは知らない人の投稿を目にする機会があり、そのような投稿に対して何らかの反応を返してあげなければならないことに対して面倒に感じることがあると考えられる。セキュリティに関しては、FacebookのIDやパスワードが盗まれてしまうことに対しての不安があると

思われる (守屋, 2012)。批判・争いに関しては、投稿の場で誤解を受けたり悪口を言われたりすることがストレスと感じられるためだと思われる。

Twitter に関しては、スマホ依存懸念はみられたが、未知者交流懸念因子では差異がみられなかった。これは、Facebook が実名で行うものであり、未知の人との交流の場にもなっているが、既知の者とのコミュニケーションが中心であるのに対し、Twitter はもともと知らない者同士のコミュニケーションとして利用されることがひとつの理由として考えられる。実名の利用率が Facebook で 84.8% であるのに対して、Twitter では 23.5% と低くなっている (総務省, 2015, pp.208-209)。石井 (2011) は Facebook は「強いつながりの SNS」で Twitter は「弱いつながりの SNS」であるとしており、二宮ら (2016) は Twitter が公の場であるという規範意識があることを述べている。このように Facebook と Twitter のコミュニケーションのあり方の違いが、Facebook にのみ未知者交流懸念因子に差異がみられたと思われる。先に述べた批判・争い因子が Facebook において差異がみられたのも、実名であるからその批判や争いに対して敏感になるのではないかと考えられる。

LINE においては、利用を控えたいと思っている人は未知者交流懸念因子得点が高かった。LINE の場合、意図しない相手が友達として登録されてしまうことがあるため、それを拒否することに気まずい思いを感じてしまうことが考えられる。それが利用を控えたいという動機につながっていると推測される。LINE でスマホ依存懸念因子得点において差がみられなかったのは、大学生にとって LINE がコミュニケーションツールとして欠かせないものになっていたため (植田, 2013)、LINE での利用がスマートフォンの依存とはとらえられていないからではないかと考えられる。

Instagram においては、先に述べたスマホ依存懸念因子に加え、利用控えを思っている人はセキュリティ不安が高くなっていた。写真の中に個人情報を知る手掛かりになるものが含まれていたり、位置情報データがスマートフォンで撮った写真に含まれているというセキュリティ上の問題の認識があったりすることなどが影響していると考えられる。

利用上のストレス因子の中で、投稿迷い因子、ポジティブ投稿閲覧嫌悪因子、ネガティブ投稿閲覧嫌悪因子、情報拡散不安因子には利用の控えによる差異がみられなかった。これらは、経験としてあったとしても、今回の調査対象者にとってはそれが強いストレスとはならず、利用の控えまで結びつかなかったことが考えられる。

## 5. 総合考察

### 5.1 メディアコミュニケーションの変遷の妥当性

本稿では、メディアコミュニケーションの変遷を 1980 年代から 10 年ごとに区切り、黎明期、発展期、充実期、淘汰期の 4 つの段階に分けて論じてきた。この区分は便宜的に 10 年という区切りをつけたが、それは、制約の解放のさまざまな側面での変化に呼応しているものとして論じた。本稿では、距離、時間、対象、社会的垣根、利用性の 5 つの制約について論じたが、黎明期、発展期とその制約が解放されるにつれて自由度が高くなったり利便性が向上したりすることになっていったが、充実期以降にはその自由度が高まったことや便利であるが故の問題も表面化してきた。その問題に対してス



トレスと感じる人たちが、特定のサービスの利用を控えるなど淘汰される時代に入ってきたのではないかと考えられ、そのひとつのエビデンスとして、ソーシャルメディアの利用の控えの実態を質問紙調査によって検討した。大学1年生を対象とした調査であったため、実際の利用の減少そのものは明確には観察されなかったものの、利用を控えたいという気持ちが利用上のストレス経験の中で生まれてきたことは明らかにされたといえよう。

新しいテクノロジーが開発されそれが製品化されていくプロセスには、必ずライフサイクルがあり、導入期、成長期、成熟期、衰退期といった4つのサイクルに分けられる (Moore, 2005)。ここで論じたものは特定の製品ではないため、一般に製品やサービスのもつライフサイクルと同じように論じることはできないため、4番目のサイクルを衰退期ではなく淘汰期ととらえた。ネットワークコミュニケーションのテクノロジーの発展の中では、利用される情報端末そのものが変遷していくプロセスを示しているため、今後新たな情報機器や新たな情報サービスが展開されることは想定される。ただし、平成27年通信利用動向調査 (総務省, 2016a) によると、インターネットの利用者の割合が、2013年82.8%、2014年82.8%、2015年83.0%とほぼ横ばいにあることを考えると、すでにネットワークコミュニケーションを利用する基盤はほぼ完成されており、その中でどのようなサービスを利用するのか、あるいはどのような情報端末をどのような場面で利用するのかを選択する時期に来たのではないかと考えられる。その意味で2010年代を淘汰期と考えるのはある程度妥当なことだといえよう。実際には、これから5年先にその動向がどのようなようになるかによって、2010年代を淘汰期と定めたことが妥当だったのかどうかはわかることになり、ここで明確に結論づけられない。

## 5.2 ソーシャルメディア離れの可能性

淘汰期の兆候としてソーシャルメディアの利用離れが考えられ、これまで論じてきたように、SNS疲れという現象はすでに所与のものとして存在している。ただし、SNS疲れの要因は先に述べたように種々議論されているものの、どの要因が利用離れに影響を与えているかを明確にした研究はあまりない。本研究の調査では、実際にソーシャルメディアの利用の減少そのものは見られなかったものの、利用を控えようと考えている人は決して少ないわけではなく、その利用の控えがソーシャルメディア利用上でのストレス経験と関連していることが明らかになった。ソーシャルメディアのいずれかの利用控えと関係がみられた因子は、スマホ依存懸念因子、未知者交流懸念因子、セキュリティ不安懸念因子、批判・争い不安因子であった。

ソーシャルメディアの有しているネガティブな側面は、松尾 (1999) がCMCの持つ負の側面として議論していたものと共通している。これらはいずれもCMCの制約の解放によってもたらされたと考えられる。その負の側面の中で、ここで議論しようとしているソーシャルメディアと関わりがあるものとして考えられるのは、情報過多、時間的切迫感、テクノストレス、フレーミング、コンピュータ資源の破壊行為である。

情報過多は、利用性の制約が解放され情報の送信コストが低くなったり、対象の制約が解放され誰もが情報を見ることができるようになったりしたことで生じている。その情報の中には自分にとって

関心のない情報やあいまいな情報も含まれている。これは、Lee et al. (2016) が情報の負荷をもたらす SNS の特性として挙げた要因でもある。今回の調査では、情報過多に関する質問項目も含めていたが因子分析の段階で省いてしまっており、ソーシャルメディア離れとの関連はみることができなかった。ただし、情報過多に関する質問項目 (No.6) に対しては経験があるという回答は比較的多く (表 1)、情報過多の経験自体は存在していると考えられる。

時間的切迫感については、ソーシャルメディアでのコミュニケーションにおいて利用者がストレスに感じているそのものである。ただ、ここで提案したメディアコミュニケーションの変遷に基づくと、松尾 (1999) の議論の時代は発展期に相当する時代であり、問題点は抱えてはいるものの、利用上のメリットのほうが大きかったため、利用を控えるまでは発展しなかったと考えられる。また、デスクトップコンピュータが主流であったため、実際にコンピュータを利用する時間はある程度限られており、ネットワークの利用自体も全体のコンピュータ利用の一部にすぎなかった。しかし、スマートフォンの普及によって 24 時間常に利用できる環境となり、時間的切迫感の問題は質的な変化をもたらしたと考えられる。LINE における既読無視 (種村, 2015)、SNS の個人生活の侵略 (Maier et al., 2015)、返信義務感 (二宮ら, 2016) などの要因は時間的切迫感というストレスに関連するものだと考えられる。しかし、本研究での調査では、返信義務に関する項目は因子分析の段階で省かれており、ソーシャルメディア離れと直接的な関係をみることはできなかった。

情報過多や時間的切迫感について、ソーシャルメディア離れとの直接的な関わりはみられなかったものの、いずれもスマホ依存懸念因子とし抽出された因子と関わりがあるものと思われる。ネットワーク上には様々なコンテンツが多量に存在しており、それらを閲覧したり、また SNS を通したコミュニケーションも頻繁になされたりするようになると、いつもスマートフォンを操作しているという状況になってしまう。時間が空いたときには、いろいろな情報にアクセスしたり、LINE にメッセージが入っていないか確認し、すぐに返信したりするといったことが日常化してしまっている。このような状況はスマートフォンへの依存を作り出し、依存が高まることで利用を控えようという気持ちにつながっていると考えられる。

この依存はテクノストレスのひとつであるとも考えられる。テクノストレスは、テクノ不安とテクノ依存に分けられる。Lee et al. (2016)、Ravindran et al. (2014)、Maier et al. (2015) は、SNS を利用するシステムのインタフェース等の問題の負荷が SNS 疲れにつながると指摘しているが、これはテクノ不安に相当する。本調査では、これらに関する質問項目は含めていなかった。一方のテクノ依存がスマートフォンの依存につながるものである。スマートフォンの依存によって日常生活に支障をきたすまでには至っていないものの、スマートフォン依存に対する懸念を感じている回答者は多く (表 1)、そうならないように利用を控えたいと感じる人がみられるということが本調査で明らかになった。

また、フレーミングは、対象の制約の解放や社会的垣根の解放により自由にいろいろな人が発言することが可能になったことに加え、ネットワーク上でのコミュニケーションで社会的手がかりが伝達されないため (Sproull & Kiesler, 1991)、誤解や勝手な解釈が生じることによって起こるものだと考えられる。森ら (2014) や加藤 (2013) は、誹謗中傷の発言がネガティブな感情を生むものだととらえ

ていた。本調査では、フレーミングという現象に至るような内容（誹謗中傷）の質問項目はとくに設けなかったものの、Facebookの利用控えを考えている人において、批判・争い不安因子が高いという結果が示されたことは、このような負の側面が利用控えに関係していることを示唆するものである。

コンピュータ資源の破壊行為については、本調査でセキュリティ不安因子として挙げたものである。セキュリティ懸念の項目についての経験の有無の回答では、セキュリティの不安を感じている回答そのものは少なかったが（表1）、不安を感じた者は利用の控えを考えようとしていると推察される。

一方、投稿迷い因子、ポジティブ投稿閲覧嫌悪因子、ネガティブ投稿閲覧嫌悪因子の投稿に関わる3つの因子については、利用離れとの関係性は見出せなかった。これらの3つの因子に負荷量が高かった質問項目に対する回答は、表1をみる限り経験をしたという回答がむしろ高かった。ポジティブ投稿閲覧とネガティブ投稿閲覧は、閲覧をするだけであり、それに対して何らかのレスポンスが求められているわけではないため、たとえこれらの経験があったとしても、閲覧だけによって利用離れが生じるものではないと考えられる。一方、投稿迷いに関しては、何らかの人間関係の中で投稿せざるを得ない状況になっているのであれば、それが高いストレスになると思われるが、今回の調査の質問項目では、文字通り「迷う」程度の質問内容であったため、それによって利用離れを引き起こすほどではなかったのではないかとと思われる。

ソーシャルメディアでのコミュニケーションで問題になるのは、土井（2014）が指摘するように、現実の社会で友人などの知り合いである人々とのコミュニケーションにおいて、現実の世界から離れてもネットワーク上で常につながっていなければならないという強迫観念が大きなストレスとなることである。そのようなストレスから逃れるためにソーシャルメディアから離れてしまう選択肢があると考えられるが、一方で現実の知り合いの人との関係性であるために切ることができないというジレンマに陥ってしまっている。本調査においてはそのようなストレスまで検討することができなかったのかもしれない。ただし、土井（2014）の指摘は中高生を対象として考えられたものであり、中高生ではクラスという逃れられないコミュニティが存在するのに対し、大学生になるとそのような制約がなくなり、上記のような強迫観念やジレンマに陥ることがなくなるとも考えられる。

今回の調査では、むしろ、知らない人とのコミュニケーションにおける懸念のほうが利用離れに影響を与えており、未知者交流懸念に関してFacebookの利用の控えを考えている人が高いという結果が示された。本調査の対象者のFacebookの利用頻度は他のメディアに比べて少ないにも関わらず、未知者との交流懸念から利用を控えようとしていることは、SNSにおいて未知者とのコミュニケーションに対する不安が表れたものではないかと考えられる。

メディアコミュニケーションの発展は、対面コミュニケーションの持っていた様々な制約を解放し、利便性の高いコミュニケーションを私たちに提供をしてくれるようになった。それは一方でコミュニケーションのあり方も変えてしまった。他者とのコミュニケーションが限られた時間だけであったのが、いつでも可能になり、コミュニケーションが可能な相手の数も増え、やりとりがなされるコミュニケーションの量も莫大に増えてしまった。ソーシャルメディアは、そのコミュニケーションをサポートする強力なツールと考えられる。その中には有益なやりとりもあり、メディアを使ってこそ可能な

コミュニケーションも存在している。しかし、スマートフォンのような24時間いつでもどこでもコミュニケーションが可能なデバイスの出現は、その負の側面を顕在化してしまった。様々な情報に接し、様々な人と様々な形態のコミュニケーションが可能となった反面、その情報の内容ややりとりそのものに効用をもたらさないものも存在し、さらにはセキュリティの問題も加わり、ソーシャルメディアの利用から離れていこうと考えている人が出現しようとしている。

今後、新たなメディアが出現する可能性があり、ソーシャルメディアが対人的なストレスを引き起こす要因として論じられること自体が変わってしまう可能性は十分に考えられる。新しいメディアの出現はこれまでのコミュニケーションのあり方を変えてしまうため、それにうまく適応できず、新しい問題を引き起こすことがこれまでも繰り返されており、ソーシャルメディアの出現が決して例外的なものではない。ただし、これまでのメディアの衰退は、新しいメディアの出現により、旧いメディアが淘汰されていったと考えられるのに対し、ソーシャルメディアの利用の淘汰は、より新しいメディアの出現によって淘汰されるのではなく、現在最も新しいメディアの利用そのものが淘汰されようとしている点がこれまでのメディアの変遷とは質的に異なるのではないかと考えられる。

### 5.3 本研究の限界と今後の課題

本研究においては、メディアコミュニケーションの変遷をとらえたが、さまざまな状況的要因に基づいた仮説的な提案にすぎず、個々の変遷の段階について明確なエビデンスを提供したわけではなかった。このような歴史観については、先にも述べたように現段階でその妥当性に判断を下すことは明確にはできず、将来さらにどのようなメディアが出現するかによって、この歴史観の妥当性の判断も変わってくるものと思われる。

そして淘汰期の実態を明らかにするために調査を行ったが、そこで明らかにされた因子の妥当性については検討の余地がある。潜在因子として共通する質問項目が少なかったために因子として抽出できなかったものも考えられる。また、調査対象者が大学1年生に限定したため、利用離れの実態を知るには幅広い世代でデータを集める必要があると思われる。さらに、質問紙による調査であったが、ソーシャルメディアの利用に伴うストレスやソーシャルメディアを止めたいという意志については、個々人がどのように捉えているのかをインタビューによって検討する必要があると思われる。さらに、利用の増減については、主観的な内省による報告にすぎず、実際の利用ログをとるなどして客観的なデータを収集する必要も考えられる。実施にあたっては困難なところも考えられるが、今後の課題として検討すべき点だと思われる。

参考文献

- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press. ボイド, D. 野中モモ (訳) (2014). つながりっぱなしの日常を生きる: ソーシャルメディアが若者にもたらしたもの 草思社
- Bright, L.F., Kleiser, S.B., & Grau, S.L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, **44**, 148-155.
- 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 岩波書店
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "Friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **12**, 1143-1168.
- 石井健一 (2011). 「強いつながり」と「弱いつながり」の SNS: 個人情報の開示と対人関係の比較 情報通信学会誌, **29**, 25-36.
- ㈱ジャストシステム (2013). 大学生の LINE 利用実態調査 Fastask Retrieved from <https://marketing-rc.com/report/report-undergraduate-line-20130620.html#free-download-h3> (access 2013/07/03)
- 情報処理推進機構セキュリティセンター (2013). ウィルス届出 <http://www.ipa.go.jp/security/outline/todokede-j.html> (access 2016/11/01)
- 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 社会情報学, **2**, 31-43.
- 加藤恭子 (2011). Twitter の利用動機と対人関係 日本社会心理学会第 52 回大会発表論文集, 71.
- 小寺敦之 (2009). 若者のコミュニケーション空間の展開: SNS 『mixi』の利用と満足, および携帯メール利用との関連性 情報通信学会誌, **27**, 55-66.
- 黒川雅幸・吉武久美・中山真・三島浩路・大西彩子・吉田俊和 (2015). 大学新入生の友人関係における FTF および SNS コミュニケーション 対人社会心理学研究, **15**, 55-62.
- Lang, A. (2000). The limited capacity model of mediated message processing. *Journal of Communication*, **50**, 46-70.
- Lee, A.R., Son, S., & Kim, K.K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior*, **55**, 51-61.
- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A. & Weitzel, T. (2014). Giving too much social support: Social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems*, **24**, 447-464.
- Maier, C., Laumer, S., Weinert, C. & Weitzel, T. (2015). The effects of technostress and switching stress on discontinued use of social networking services: A study of Facebook use. *Information Systems Journal*, **25**, 275-308.
- 松尾太加志 (1999). コミュニケーションの心理学-認知心理学・社会心理学・認知工学からのアプローチ- ナカニシヤ出版
- Moore, G. (2005). *Dealing with Darwin: How Great Companies Innovate at Every Phase of Their Evolution*. Portfolio. ムーア, G. (著), 栗原潔 (訳) (2006). ライフサイクルイノベーション 成熟市場+コモディティ化に効く 14 のイノベーション 翔泳社
- 森丈弓・名取洋典・小崎茉貴 (2014). SNS 疲れを測る (1) 受動的 SNS ストレスイベント尺度の作成 日本心理学会第 78 回大会発表論文集, 61.
- 守屋英一 (2012). フェイスブックが危ない 文藝春秋
- 村井純 (2003). インターネットの歩み その誕生と歩み, そして, 日本における発展 電子情報通信学会誌, **86**, 154-163.

- 名取洋典・森文弓・小崎茉貴 (2014). SNS 疲れを測る (2) 能動的 SNS ストレスイベント尺度の作成 日本心理学  
会第 78 回大会発表論文集, 63.
- 二宮麗・黒木ゆうか・中山満子 (2016). SNS 利用に伴うネガティブ経験と SNS 疲れの検討: インタビューと質問  
紙調査による検討 電子情報通信学会技術研究報告, 115 (418), 73-78.
- 岡本香・中島早紀 (2013). SNS の効用に関する一考察 日本社会心理学会第 54 回大会発表論文集, 409.
- Pew Research Center (2015). Social Media Usage: 2005-2015. Pew Research Center, Washington, D.C. [online] <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/> (access 2016/10/13)
- Ravindran, T., Kuan, A.C.Y., & Lian, D.G.H. (2014). Antecedents and effects of social network fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65, 2306-2320.
- 佐藤広英・矢島玲 (2015). 大学生の SNS における対人ストレス: 社会的ネットワークとの関連 日本教育心理学会  
第 57 回総会発表論文集, 47.
- 宿南達志郎 (2005). 進化するメディア - 携帯電話 メディア・コミュニケーション, 55, 79-97.
- 圓田浩二 (2006). 出会い系メディアのコミュニケーションに関する分析 - 現代社会における匿名的な親密さ 沖縄  
大学人文学部紀要, 7, 75-85.
- 総務省 (2006). 平成 17 年通信利用動向調査 [http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/060519\\_1.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/060519_1.pdf) (access  
2016/11/01)
- 総務省 (2015). 平成 27 年版情報通信白書
- 総務省 (2016a). 平成 27 年通信利用動向調査 [http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/160722\\_1.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/160722_1.pdf) (access  
2016/11/01)
- 総務省 (2016b). 平成 28 年版情報通信白書
- 砂原秀樹・村井純 (2013). WIDE プロジェクトの 25 年 日本とインターネットのこれまでとこれから 情報管理,  
56, 571-581.
- Sproull, L., & Kiesler, S. (1991). *Connections: New ways of working in the networked organization*. Cambridge, MA: The MIT  
Press. スプロール, L.・キースラー, S. (著) 加藤丈夫 (訳) (1993). コネクションズ: 電子ネットワークで変  
わる社会 アスキー出版
- 武田隆 (2012). 【国際調査報告】 欧米「フェイスブック疲れ」の全貌 ソーシャルメディア進化論 2016 [http://  
diamond.jp/articles/-/24739](http://diamond.jp/articles/-/24739) (access 2016/11/06)
- 種村剛 (2015). LINE の既読無視はなぜ非難されるのか: 大学 1 年生へのアンケート調査を通じて 自然人間社会,  
58, 73-105.
- 戸田雅裕・西尾信宏・竹下達也 (2015). 新しいスマートフォン依存尺度の開発 日本衛生学雑誌, 70, 259-263.
- 内田康人 (2004). 若年層による「ケータイメール」のメディア実践に関する調査研究 - 二重の脱コンテクスト性と  
いう技術的特性を受けて - 育英短期大学研究紀要, 21, 59-77.
- 植田康孝 (2013). コミュニケーションを求める大学生気質: 無料通話アプリ「ライン (LINE)」の急拡大  
Informatio: 江戸川大学の情報教育と環境, 10, 13-27.
- 山田富美雄 (1993). ニューメディア時代のパーソナルコミュニケーションの心理: パソコン通信を中心に 電子情  
報通信学会技術研究報告, HC, ヒューマンコミュニケーション, 93 (345), 17-24.
- 山名早人・村田剛志 (2005). 検索エンジン 2005 - Web の道しるべ: 1. 検索エンジンの概要 情報処理, 46, 981-  
987.

松 尾 太加志

山下清美・川浦康至・川上善郎・三浦麻子 (2005). ウェブログの心理学 NTT 出版

郵政省 (1999). 平成 11 年版通信白書 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h11/pdf/index.html> (access 2016/11/02)

