

性格と承認欲求が及ぼすLINEの利用行動

居戸 彩華

(原田 佑規ゼミ)

問題と目的

承認欲求とは

他者から認められたいという誰もが持つ欲求であり、仕事、人間関係、プライベート、ファッション、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下 SNS）等の様々な方法で満たすことができる。承認欲求で最も取り上げられているのは心理学者のマズローが論じた人間の基本的欲求である。人間の基本的欲求は第1に生理的欲求、第2に安全の欲求、第3に社会的欲求、第4に承認欲求、第5に自己実現欲求の5つで、これらには優位があり5段階に分かれている。承認欲求は4番目に位置づけており、生活する上で承認欲求は重要な役割を果たしている。承認欲求は賞賛獲得欲求と拒否回避欲求の2つに分けられる。小島（2003）によると、賞賛獲得欲求は他者にプラスのイメージを持ってほしいと思う欲求であり、「人と話すときにはできるだけ自分の存在をアピールしたい」、「自分が注目されていないと、つい人の気を引きたくなる」などが挙げられる。拒否回避欲求は他者にマイナスなイメージを持ってほしくないと思う欲求であり、「意見を言うとき、みんなに反対されないかと気になる」、「目立つ行動をとるとき、周囲から変な目で見られないか気になる」などが挙げられる。承認欲求に関連する研究は次のとおり数多くなされている。

性格特性と承認欲求との関連について、吉澤（2020）によると、賞賛獲得欲求には外向性、開放性および誠実性からの正の関連、拒否回避欲求には情緒不安定性と調和性からの正の関連が示されている。このことから他者に対して積極的な人は認められたい欲求が高く、他者に対して消極的な人は嫌われたい欲求が高いとされている。本研究でも性格と承認欲求の関係を再度明らかにする。

高坂（2020）によると、告白経験がない者よりも告白経験（3人以上）があり、直接対面で告白をした男性が最も賞賛獲得欲求が高いことが示された。被告白経験においては拒否回避欲求の方が高い。また、告白経験では、5人以上から告白を受けた経験のある者よりも1～2名から告白を受けた者の方の拒否回避欲求が強いと示された。告白経験と被告白経験にも承認欲求が関連している。

私たちは現実でも SNS 上でも他者に自分をどのように見せたいかを考え、時に演技をすることがある。定廣・望月（2010）は、大学生の7割が日常生活で演技は必要だと考え、実際に行っていることを明らかにした。演技には「目立つ演技」、「目立たない演技」、「自己本位的な演技」の3つのグループがあると解釈した。演技をした時に得られる効果は、他者との関係維持、悪化をさせなかったという「関係維持」、いい印象を与えた、親密になれたという「関係獲得」、何らかの利益を得ることができたという「利益」、演技をしたことが逆効果の反応であったという「逆効果」の4つに分類された。これらを踏まえて定廣・望月（2011）は、日常生活演技と賞賛獲得欲求・拒否回避欲求の関連を検討し、次のことが示唆された。賞賛獲得欲求は「好印象演技（目立つ演技）」と「関係獲得」との間に正の相関があり、拒否回避欲求は「調和的演技（目立たない演技）」と「関係獲得」との間に正の相関があった。また、演技動機においては賞賛獲得欲求・拒否回避欲求は、いずれも「目立つ演技」に含まれる「関係獲得」にのみ正の相関がみられた。このことから私たちは日常生活の中で他者との関係を獲得するために演技をする傾向があり、関係が構築される前は自分の個性は出さずに演技で印象操作を行っている。どちらかの承認欲求が高くても演技は関係を獲得するために行い、その人に合わせた自分を演じ1人1人の友人に違う自分を見せている可能性がある。上

記の考察から、LINE の利用は既知の人と連絡していることが多く、相手が近くにおらず演技がしやすい状況であることから関係獲得、または関係維持、利益などを得やすい状況だと推測できる。

5つの性格

性格は外向性、誠実性、情緒不安定性、開放性、調和性の5つの因子に分類されている。Big Five 尺度とは5つの性格特性（外向性、誠実性、情緒不安定性、開放性、調和性）と要因（承認欲求、自意識、環境等）との関係を測定したいときに使用される尺度である。今回は並川他（2012）の29項目のBig Five 短縮版を用いた。

LINEとは

ほとんどの人の認知を得ているSNSのコミュニケーションツールはLINE, Instagram, X（旧Twitter）, Facebook, TikTok ではないだろうか。LINEとは2011年にリリースされ、現在進行形で多くの人に利用されている。InstagramやX（旧Twitter）のオープンなイメージとは異なり基本的な使用は家族や既知の友人、自動送信される公式LINEなどクローズなイメージである。基本的に個人チャット（1対1）でコミュニケーションを取ることが多く、本名で利用し、スタンプやボイスメッセージが送れたり、特定の相手にスタンプやクーポンをプレゼントできたりする機能などがある。大学生はコミュニケーションの手段としてLINEを多く利用している。都筑他（2017）の大学生266名の調査では、LINE, Twitterの利用実態を検討し、LINEの利用率が98.23%、Twitterの利用率が83.19%であり、大学生のほとんどがLINEとTwitterを利用していることが示された。LINEは友人との連絡手段が多く、Twitterは情報の獲得が多い。このことから大学生は様々なコミュニケーションツールの中でLINEが中心となっている。

自意識

人間には私的自意識と公的自意識の2つの自意識がある。私的自意識とは自分の内面、思考など他者には見えない部分に向けられた意識であり、公的自意識とは自分の外見や行動など他者から見

える部分に向けられた意識である。自意識の高さは対人不安意識に影響を与えることが示唆されている。対人不安意識とは「集団に溶け込めない悩み」、「多勢の人に圧倒される悩み」などを意味する。菅原（1985）の研究では、自意識と対人不安意識の関連は、私的自意識と対人不安意識は無関係であるが、公的自意識と対人不安意識は関係があった。また、自己顕示性（自分をアピールしたい・注目を集めたい）との関連では、私的自意識と自己顕示性は無関係だったが公的自意識と自己顕示性は関係があった。このことから他者から見える部分に意識を向ける公的自意識の高さが他者との関わり方に大きく影響を及ぼしている。本研究では自意識との関連は測っていないが、情緒不安定性と拒否回避欲求が有意な結果であれば、拒否回避欲求が高い人は他者から見える部分に意識を向けるため公的自意識も高いと推測される。

LINEを経由して他者とコミュニケーションを図ることは、他者に表情を見られることも見ることも出来ない手段で感情の読み取りは一層難しい。LINEは既知の人と会話をすることが多く、他者に自分のことをどういう風な人間だと思ってほしいのかによって賞賛されたい欲求と拒否されたくない欲求のどちらかが優先するのか推測できる。

研究の目的

本研究の目的は、性格特性、賞賛獲得欲求・拒否回避欲求が及ぼすLINEの利用行動の関係を明らかにすることであった。

コミュニケーションツールの中でLINEを選択した理由は、都築（2017）の研究で明らかになったLINEの利用率の高さから、調査対象者が利用行動を想像しやすいためであった。また、LINEの他にX（旧Twitter）やInstagram, Facebook, TikTokなどSNSが普及しているが、Instagramのストーリー機能やX（旧Twitter）のポストなど一度の投稿やコメントをたくさんの人が見ることができ、DM（ダイレクトメッセージ）機能を使用し匿名でメッセージのやり取りができる方法よりも、個人チャット（1対1）で匿名ではなく、スタンプやボイスメッセージなどの機能があることから、性格とその人の承認欲求の大きさによって利用方法が異なると推測される。

仮説

本研究では上記の知見に基づいて以下の4つの仮説を立てた。

- ①外向性が高い人は、外側に興味や関心があり人と関わることを好む習性があることから賞賛獲得欲求が強いと考えられる。
- ②情緒不安定性が高い人は、色々な不安な事を考えてしまう習性があることから拒否回避欲求が強いと考えられる。
- ③賞賛獲得欲求が強い人は、他者に見てほしい欲求があることから独自のLINEの利用行動をすると考えられる。
- ④拒否回避欲求が高い人は、他者に変人だと思われたくないことから同調的なLINEの利用行動をすると考えられる。

方法

調査対象者

京都先端科学大学人文学部心理学科の学生57名(男性27名,女性29名,その他1名)を対象とした。年齢は平均19.86歳(SD=1.19)であった。

質問項目

(1) 性格特性尺度

並川他(2012)のBig Five尺度短縮版を用いた。回答選択肢は,“そう思う”,“少し思う”,“どちらでもない”,“あまり思わない”,“思わない”の5件法であった。

5つの下位尺度は,「外向性」(「無口な」「社交的」「話好き」など5項目),「誠実性」(「いい加減な」「ルーズな」「怠惰な」など7項目),「情緒不安定性」(「不安になりやすい」「心配性」「弱気になる」など5項目),「開放性」(「多才の」「進歩的」「独創的な」など6項目),「調和性」(「短気」「怒りっぽい」「温和な」など6項目)で全29項目である。

(2) 賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度

小池他(2003)の賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度を用いた。回答選択肢は,“あてはまる”,“少しあてはまる”,“どちらでもない”,“あまりあてはまらない”,“あてはまらない”の5件法であった。

2つの下位因子は,「賞賛獲得欲求」(「人と話すときにはできるだけ自分の存在をアピールしたい」「自分が注目されていないと,つい人の気を引きたくなる」など9項目)と「拒否回避欲求」(「意見を言うとき,みんなに反対されないかと気になる」「目立つ行動をとるとき,周囲から変な目で見られないか気になる」など9項目)で全18項目である。

(3) LINEの利用行動尺度

著者の所属するゼミの学生から項目の発案を収集し,自身で作成した尺度を用いた(Table 1)。その尺度には「友達とLINEをしていますか」という質問に“はい”と答えた方のみに回答を求めた。回答選択肢は,“する”,“少しする”,“どちらでもない”,“あまりしない”,“しない”の5件法であった。

Table 1 LINEの利用行動尺度

番号	項目の詳細
1	既読無視をする
2	既読をつけると,すぐに返す
3	悩みを相談する
4	自分の作った料理や旅先の写真を送る
5	相談を聞く
6	未読無視をする
7	相手に口調を合わせる
8	返信時間を相手に合わせる
9	LINEの中にあるボイス機能を使い自分の声を送る
10	メッセージ内で顔文字をよく使う
11	スタンプを送る
12	会話の最後は自分の返事,スタンプで終わらせる
13	誕生日メッセージを送る
14	なんとなく電話する
15	ゲームの特典などを目的としてメッセージで何かを紹介する
16	自分のLINEのアイコンをよく変更する
17	面白いと思ったものを相手に共有する
18	中身のないメッセージを送る
19	相手からたくさんきたメッセージに,一つ一つ反応する

手続き

2024年の10月に京都先端科学大学の学生に回答を求めた。質問紙調査はMicrosoft Formsを利用した。調査は説明を含み15分程度で終わり、初めに回答は必須ではないこと、成績とは無関係であることを伝えた。フェイスシートとして、性別や年齢のデータを取得し、次に、性格特性、賞賛獲得欲求・拒否回避欲求、LINEの利用行動の3つの尺度への回答を求めた。調査データの収集には、知覚・認知心理学、スタートアップゼミⅡ、応用心理専門演習Bの3つの授業内で行った。

結果

性格と賞賛獲得欲求・拒否回避欲求との関係

仮説1を検証するために、性格5因子の因子得点を共変量に、賞賛獲得欲求の因子得点を従属変数に入れた重回帰分析を実施した。その結果、モデル式が有意であった。外向性による賞賛獲得欲求への影響は約30%と予測できる [$F(5, 51) = 6.563$, $p < .001$, $R^2 = .332$]。各性格因子が賞賛獲得欲求に及ぼす影響を見ると、外向性因子の効果が有意であった ($\beta = .553$, $t = 4.296$, $p < .001$)。その他の性格因子の効果は有意でなかった。この結果は仮説1を支持する (Figure 1)。

仮説2を検証するために、性格5因子の因子得点を共変量に、拒否回避欲求の因子得点を従属変数に入れた重回帰分析を行った。その結果、モデル式が有意であった [$F(5, 51) = 8.145$, $p < .001$]。各性格因子が拒否回避欲求に及ぼす影響を見ると、情緒不安定性因子の効果が有意であった ($\beta = .461$, $t = 3.756$, $p < .001$)。この結果は仮説2を支持する。その他の性格因子の効果を見ると、調和性因子の効果も有意であった ($\beta = .276$, $t = 2.193$, $p < .033$) (Figure 2)。

LINEの利用行動の因子分析

LINEの利用行動尺度の因子構造を明らかにするために主因子法による探索的因子分析を行った。回転にはプロマックス法を用いた。因子数を求めるのに平行分析を用いた。その結果、2つの因子が抽出された。1つ目の因子には、「面白いと思ったものを相手に共有する」、「自分の作った料理や

旅先の写真を送る」、「なんとなく電話する」などの項目が含まれており、これを自発的LINE行動と命名した。2つ目の因子には、「会話の最後は自分の返事、スタンプで終わらせる」、「誕生日メッセージを送る」、「スタンプを送る」などの項目が含まれており、これを受動的LINE行動と命名した (Figure 3)。

賞賛獲得欲求・拒否回避欲求と

LINE利用行動の関係

仮説3を検証するために賞賛獲得・拒否回避欲求の因子得点を共変量に、自発的LINE行動の因子得点を従属変数に入れた重回帰分析を行った。その結果、モデル式が有意であった [$F(2, 54) = 5.124$, $p < .009$]。2つの因子が自発的LINE行動に及ぼす影響を見ると、賞賛獲得欲求因子の効果が有意であった ($\beta = .401$, $t = 3.196$, $p < .002$)。この結果は仮説3を支持する (Figure 4)。

仮説4を検証するために賞賛獲得・拒否回避欲求の因子得点を共変量に、受動的LINE行動の因子得点を従属変数に入れて重回帰分析を行った。その結果、モデル式が有意ではなかった [$F(2, 54) = 0.601$, $p < .552$]。この結果は仮説4を支持しない (Figure 5)。

考察

本研究の目的は、性格と承認欲求が及ぼすLINEに利用行動の関係を明らかにすることであった。調査には3つの尺度を用いた。性格と承認欲求の関係を測るために「性格特性尺度」と「賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度」を使用し、重回帰分析を行った。LINEの利用行動尺度の因子構造を明らかにするために主因子法による探索的因子分析を行った。承認欲求とLINEの利用行動の関係を測るために「賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度」と「LINEの利用行動尺度」を使用し、重回帰分析を行った。

性格特性と賞賛獲得欲求・拒否回避欲求との関係

重回帰分析を行った結果、外向性因子の効果が賞賛獲得欲求に有意であった。その他各因子は賞賛獲得欲求に無関係であった。情緒不安定性因子

分散分析 ▼

モデル		平方和	df	平均平方	F	p
H ₁	回帰	2013.074	5	402.615	6.563	< .001
	残差	3128.645	51	61.346		
	合計	5141.719	56			

注 意味のある情報を表示できないため、切片モデルは省略されています。

Coefficients

モデル		非標準化	標準誤差	標準化	t	p
H ₀	(Intercept)	26.404	1.269		20.804	< .001
H ₁	(Intercept)	2.791	7.433		0.376	0.709
	外向性	0.974	0.228	0.553	4.269	< .001
	誠実性	0.158	0.229	0.098	0.689	0.494
	情緒不安定性	0.342	0.256	0.172	1.337	0.187
	開放性	0.304	0.217	0.176	1.405	0.166
	調和性	-0.353	0.256	-0.181	-1.378	0.174

Figure 1 性格5因子と賞賛獲得欲求

分散分析

モデル		平方和	df	平均平方	F	p
H ₁	回帰	2046.359	5	409.272	8.145	< .001
	残差	2562.624	51	50.248		
	合計	4608.982	56			

注 意味のある情報を表示できないため、切片モデルは省略されています。

Coefficients

モデル		非標準化	標準誤差	標準化	t	p
H ₀	(Intercept)	34.018	1.202		28.309	< .001
H ₁	(Intercept)	14.301	6.727		2.126	0.038
	外向性	-0.143	0.206	-0.086	-0.691	0.493
	誠実性	0.021	0.207	0.014	0.104	0.918
	情緒不安定性	0.869	0.231	0.461	3.756	< .001
	開放性	-0.275	0.196	-0.168	-1.403	0.167
	調和性	0.508	0.232	0.276	2.193	0.033

Figure 2 性格5因子と拒否回避欲求

因子負荷量

	因子 1	因子 2	独自性
面白いと思ったものを相手に共有する	0.775		0.392
自分の作った料理や旅先の写真を送る	0.735		0.359
なんとなく電話する	0.606		0.579
悩みを相談する	0.605		0.513
中身の無いメッセージを送る	0.577		0.654
相談を聞く	0.554		0.532
会話の最後は自分の返事、スタンプで終わらせる		0.640	0.602
誕生日メッセージを送る		0.620	0.539
スタンプを送る		0.516	0.697
メッセージ内で顔文字をよく使う		0.512	0.655
既読無視をする		0.485	0.738
相手に口調を合わせる		0.480	0.761
既読をつけると、すぐに返す		0.403	0.805
未読無視をする			0.953
返信時間を相手に合わせる			0.934
LINEの中にあるボイス機能を使い自分の声を送る			0.902
ゲームの特典などを目的としてメッセージで何かを紹介する			0.868
自分のLINEのアイコンをよく変更する			0.996
相手からたくさんきたメッセージに、一つ一つ反応する			0.770

注 適用された回転方法は promax です。

Figure 3 LINE の利用行動の因子負荷量

性格と承認欲求が及ぼすLINEの利用行動

分散分析

モデル		平方和	df	平均平方	F	p
H ₁	回帰	536.922	2	268.461	5.124	0.009
	残差	2829.113	54	52.391		
	合計	3366.035	56			

注 意味のある情報を表示できないため、切片モデルは省略されています。

Coefficients

モデル		非標準化	標準誤差	標準化	t	p
H ₀	(Intercept)	16.772	1.027		16.333	< .001
H ₁	(Intercept)	7.753	4.826		1.606	0.114
	賞賛獲得欲求	0.324	0.101	0.401	3.196	0.002
	拒否回避欲求	0.014	0.107	0.016	0.126	0.900

Figure 4 自発的 LINE 行動

分散分析

モデル		平方和	df	平均平方	F	p
H ₁	回帰	88.089	2	44.044	0.601	0.552
	残差	3956.227	54	73.263		
	合計	4044.316	56			

注 意味のある情報を表示できないため、切片モデルは省略されています。

Coefficients

モデル		非標準化	標準誤差	標準化	t	p
H ₀	(Intercept)	23.684	1.126		21.041	< .001
H ₁	(Intercept)	18.694	5.707		3.276	0.002
	賞賛獲得欲求	0.010	0.120	0.011	0.084	0.933
	拒否回避欲求	0.139	0.127	0.148	1.096	0.278

Figure 5 受動的 LINE 行動

の効果が拒否回避欲求に有意であった。その他各因子が拒否回避欲求に関係があるかを見ると、調和性因子の効果が拒否回避欲求に有意であった。この結果から、仮説1と仮説2は支持された。菅原(1986)によると、賞賛されたい欲求は「おしゃれ」、「ひょうきん」、「ゆかいな」など積極的で自己顕示的なイメージとの関連が示唆された。拒否されたくない欲求は「人の良い」、「引っ込み思案」、「気が弱い」など消極的で善良なイメージとの関連が示唆された。これらから、外向的で興味や関心が外側に向いている人は注目されたい、ほめられたいなど積極的になる傾向が大きく、他者にプラスな印象を与えたいのだと推測できる。一方、心配性で不安になりやすい人、温和で怒りっぽくない人は目立ちたくない、変人に思われたくない、心が広い、周りに合わせたいなど消極的になる傾向が大きく、他者にマイナスな印象を与えたくない

いと推測できる。また、賞賛されたい欲求と拒否されたくない欲求が公的自意識に深い関係があるように、外向性が高い人と情緒不安定性が高い人は公的自意識も高いと推測される。吉澤(2020)の研究では、外向性と賞賛獲得欲求の関連が有意であった。情緒不安定性と調和性が拒否回避欲求に有意であったと示唆されており、本研究の結果と一致している。

LINEの利用行動の因子分析

主因子法による探索的因子分析を行った結果、19項目から2つの因子が抽出された。1つは「面白いと思ったものを相手に共有する」、「自分の作った料理や旅先の写真を送る」など自分から話題を提供したり、発信したりする項目が多いと解釈し、自発的LINE行動と名付けた。もう1つは「会話の最後は自分の返事、スタンプで終わら

せる」,「誕生日メッセージを送る」など受け身になっていて、相手に合わせる項目が多いと解釈し、受動的 LINE 行動と名付けた。仮説には独自の LINE の利用行動、同調的な LINE 利用行動を記述していた。

賞賛獲得欲求・拒否回避欲求と LINE の利用行動との関係

重回帰分析を行った結果、賞賛獲得欲求因子の効果が自発的 LINE 行動に有意であった。拒否回避欲求因子は受動的 LINE 行動に有意でなかった。この結果から、仮説 3 は支持された。しかし、仮説 4 は支持されなかった。よって、注目されたい、ほめられたいなど積極的になる傾向が大きく、他者にプラスの印象を与えたい人は、話題の提供や発信をする自発的 LINE 行動をすると推測される。一方、目立ちたくない、変人に思われたくない、心が広い、周りに合わせたいなど消極的になる傾向が大きく、他者にマイナスの印象を与えたくない人でも、受け身になって受け答えをしたり、相手に合わせたりする受動的 LINE 行動をとるとは限らないと推測される。

結 論

性格と賞賛獲得欲求・拒否回避欲求との関係は外向性と賞賛獲得欲求、情緒不安定性、調和性は拒否回避欲求に影響している。加えて、この結果は吉澤（2020）と一致し、2024 年でも結果が変わっていないことが示唆された。LINE の利用行動は受ける側と与える側に分類される。賞賛獲得欲求・拒否回避欲求と LINE の利用行動との関係は賞賛獲得欲求には影響が見られたが、拒否回避欲求には無関係であった。

仮説 1 と 2 が支持された理由として、外向性が高い人は特にリーダーや話の中心人物になることがある。それにより「自然と注目を浴びる人物」になるため賞賛獲得欲求が自然と高くなる。情緒不安定性は感情的になることがあり、調和性は聞き手に回ることが多い。それにより人前に出る機会や自主的に発言することがあまりなく「他者に合わせてしまう人物」になるため拒否回避欲求が自然と高くなる。仮説 3 が支持された理由として、

注目を浴びたい、人の気を引きたいという思いから自分から LINE を送る行動をすると推測される。このことから仮説 1-3 は支持を得られたと考えられる。

仮説 4 が支持されなかった理由として 2 つの理由が考えられる。1 つは、拒否回避欲求が高い人は消極的になる傾向が多いことから友だち追加をすぐには行わない。また、すごく仲の良い友達のみで連絡を取り合うことが多いと考えられる。今回の調査で親友レベルの友達を思い浮かべている人は自発的 LINE 行動寄りの利用や別の LINE の利用行動をし、自分を開示している人がいるのではないかと。本研究で使った LINE の利用行動を測った調査内容の文章が「友達との LINE の利用行動」としか記述されていなかったことから友達の範囲が広く、自然に仲の良い友達の LINE のやり取りを思い浮かべて回答した人が多いと推測される。もう 1 つは、拒否回避欲求が高い人は自分から LINE を送信することが極めて少ないと考えられる。また、変人に思われることに不安を感じるから他者の反応を見ることができない間接的なコミュニケーションを避ける人も多いと考えられる。これら 2 つの理由から情緒不安定性、調和性と拒否回避欲求が高くても受動的 LINE 行動はしていないと考えることができ、仮説は支持されなかった。もし、調査の時点で友達の程度（知人、既知、親友、異性等）を記述していたら結果が変わっていた可能性もあると考える。

本研究の限界点

LINE の利用行動の因子分析で 2 つの因子が抽出された。性差の比較をしていないことから、女性はどういった傾向があるのか男性はどういった傾向があるのか LINE の利用行動の異なる点を見つけることで調査の幅が広がると考えられる。

まず SNS の利用目的として、コミュニケーションを取る、情報を収集する、暇つぶしが多い。他者に共感してほしい時や共有したいときなど日常的に使用していると考えられる。LINE を積極的に利用するのは女性が多いことが示された（橋本・山田 2020）。別の研究でも女性は男性よりもスマートフォンの依存傾向が強いと捉えられた（都築他 2020）。松田（2021）の『若年層におけるスマー

トフォン・SNS利用」で、LINEは46.9%とおおよそ半数の女性が「1日に10回以上」利用すると回答しており、頻繁に利用されていることが示唆されている。また、SNSは情報の収集にも性差が見られた。女性は男性よりも「ニュース（報道情報）」、「生活情報（お買い得情報など）」などの情報を得るためにSNSを利用している人が多い。男性はFacebookを様々な理由で利用している。これらから、女性は男性よりもSNSに触れる時間が多く、様々なSNSの利用をしていると考えられる。

SNSは対人関係にも大きく影響している。須藤(2019)の「女子大学生の友人関係とSNSコミュニケーションの特徴」でSNSの一種であるLINEでのコミュニケーションの特徴を検討し次のことが示唆された。須藤は友人に対して気遣いを行うことで、友人間の心理的居場所を高めており、青年にとってありのままの自分を友人に見せ友人関係を心理的拠り所とする傾向と、友人に気遣いをする傾向は共存するものであると言った。この研究から女性のLINEでの特徴は、SNS上でもつながりを大事にしており、時に相手を気遣い自分の居場所を作っていると推測される。個人的な見解では、女性は他者に共感を求め、悩み事があればとにかく相談をしたい人や連絡頻度が多く、移動教室やお手洗いに一緒に行くなど集団意識が強いイメージである。一方男性は、悩み事をあまり人に相談できず、集団にもこだわらない一人でも何とないイメージである。これまでの研究、見解から性別によってLINEの利用の傾向が異なると考えられる。

女性はいくつものSNSで様々な利用方法する、1日に何度も連絡を取り、スマートフォンに触れる時間も多ことから人によっては他者と関わる時間が多くなると考えられる。男性よりも女性の方が賞賛獲得欲求と拒否回避欲求の差が大きいと推測される。また、女子同士の友人関係は情緒的結びつきを基盤とした相手との信頼関係から形成されている(水野2002)ことから、間接的にもつながることによって情緒が安定する役割も果たしていると考えられる。一方、男性のSNSの利用について大きな特徴は明らかになっていないことから、男性にはSNS自体にそれほどこだわりがな

く、女性よりも横や縦のつながり、集団などを意識していないと推測される。

今後の展望

上記で述べたように本研究には性差を絡めての再度研究をすることが必要である。本研究では性格と承認欲求がLINEの利用行動に影響を及ぼしているのかを明らかにした。そこに性別を絡めるには、新たに性別と承認欲求の関係を比較し男性・女性の賞賛獲得欲求・拒否回避欲求の差がどの程度大きいのかを調査する。そして、今回の因子分析で抽出された2つのLINEの利用行動を使用することで、LINEの利用行動の仕方に性別の差が表れると考えられる。異性、同性の連絡の特徴を検討できると今後の関係獲得や関係維持にも活用できるであろう。

引用文献

- 橋本 かりん・山田 智之 (2020). SNSの利用態度が大学生のインターネット依存及び自信に与える影響 上越教育大学研究紀要, 39, 418-425.
- 小島 弥生 (2017). LINEでの友人関係の形成および維持への意思に賞賛獲得欲求・拒否回避欲求が及ぼす影響 埼玉学園大学紀要, 16, 53-64.
- 小島 弥生・太田 恵子・菅原 健介 (2003). 賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度作成の試み 性格心理学研究, 11, 86-98.
- 松田 美佐 (2021). 若年層におけるスマートフォン・SNSの利用 文学部紀要 社会学・社会情報学, 31, 107-117.
- 水野 邦夫 (2002). 恋愛・友人関係観の性差に関する研究 聖泉論叢, 10, 81-92.
- 並川 努・谷 伊織・脇田 貴文・熊谷 龍一・中根 愛・野口 裕之 (2012). Big Five 尺度短縮版の開発と信頼性と妥当性の検討 心理学研究, 83, 91-99.
- 定廣 英典・望月 聡 (2010). 日常生活における演技についての探索的研究 筑波大学心理学研究, 40, 73-82.
- 定廣 英典・望月 聡 (2011). 演技パターンに影響を与える諸要因の検討一日常生活演技尺度の

作成および賞賛獲得欲求・拒否回避欲求との
関連 パーソナリティ研究, 20, 84-97.

菅原 健介 (1984). 自意識尺度 (self-consciousness
scale) 日本語版作成の試み 心理学研究, 55,
184-188.

須藤 春佳 (2019). 女子大学生の友人関係と SNS
コミュニケーションの特徴—気遣いと心理的
居場所に着目して— 神戸女子学院大学論集,
66, 63-77.

都築 学・村井 剛・早川 みどり (2020). 大学生に
おけるスマートフォンの利用とその心理的
影響に関する研究 保健体育研究所紀要, 38,
2-30.

都築 学・村井 剛・飯村 周平・宮崎 信一・早川 み
どり (2019). 大学生における SNS 利用とそ
の心理に関する研究 学生 of 精神衛生研究班,
37, 8-23.

吉澤 英里 (2020). 賞賛獲得欲求・拒否回避欲求
と Big Five の関連について 環太平洋大学紀要,
15, 37-41.