

大学生の Twitter における拡散行動と幸福感

臼杵 恵実

近年、スマートフォンの普及に加えて、Facebook や Twitter といったソーシャル・ネットワークワーキング・サービス（以下、SNS）が普及している。日本では、Twitter は情報の共有や拡散機能を持ち、速報性と強い伝播力を有したツールとして、大学生にとっては欠かせないものとなっている。Twitter のようなコミュニケーションツールとしての機能を有しながら、情報の共有や拡散に伴う機能を有する SNS の使用がいかによりユーザの幸福感と関係するのか、それはユーザ自身の自尊心や自己顕示欲といった個人特性といかにより関係するのかを究明することが非常に重要と考えられる。

また、Twitter 上の情報拡散行動には、情報の発信者と情報の受け手という人の関わりがあり、見知らぬ他者や一方的に認識しているが交流のない他者等、発信者と受け手の間に様々な関係性が存在する。つまり、一般他者に対する信頼感（一般的信頼感）や公的自己意識等によって、Twitter における拡散行動が異なると考えられる。さらに、情報を拡散するにはその情報や発信者が信頼できるかどうかについて適切な判断が必要となり、その適切な判断を行う能力であるネット・リテラシーによって Twitter における拡散行動が異なると考えられる。そこで本研究では、大学生の自尊心や自己顕示欲、一般的信頼感といった個人特性と共に、Twitter 使用やそれにおける拡散行動、及びネット使用や SNS 使用に関わるリテラシーがいかにより幸福感と関係するのかを究明することを目的とした。

上記の目的を達成するために、筑波大学に在籍する大学生かつ Twitter 使用者を対象に、2021 年 9 月～10 月末の間に調査（紙版とウェブ版を併用）を行った。調査内容は、個人情報や自尊心、公的自己意識、自己顕示性、一般的信頼感、幸福感、Twitter の使用状況（閲覧/いいね/リツイート/ツイートする頻度、使用アカウント数等）、アカウントごとの拡散行動を含む Twitter 使用（最近 3 ヶ月以内で利用した最大 3 つのアカウントにおけるリツイート要因、リツイートしたツイートの投稿者との関係等）、それらに関わるリテラシーとした。133 名の回答が得られたが、回答に不備もしくは欠損があるものを除いた 109 名を対象に分析を行った。

分析を行った結果、以下のことを明らかにした。①公的自己意識が幸福感の向上に正の効果があった。②最近 3 ヶ月以内でリツイートしたツイートの投稿者との関係が実際に対面でも会った知人・友人の場合、幸福感を高める効果があった。③最近 3 ヶ月以内で興味・関心を理由としてリツイートすることは、幸福感を低減させた。これらのことから、Twitter ユーザの幸福感を向上させるには公的自己意識を高めると共に、Twitter で拡散するツイートの投稿者との関係が親密であることが示唆された。これらは今後 Twitter 使用やそれにおける拡散行動と幸福感の関係に関する検討をするには示唆になると考えられる。

（指導教員 叶少瑜）