

# Instagram の利用と幸福度の関係における 社会的比較と承認欲求の影響

新 井 学

## 1. 序論

『たった 87 「いいね！」だなんてほんとがっかりだわ!』これは *Modern love* というドラマの一つのエピソードの中で、自分の Instagram への投稿に「いいね! (Like)」の数が少なかったことに対して女性が発した言葉である。ヤスミンという名前のこの女性は、人から注目されたいという思いが非常に強く、日常のあらゆる行動を SNS に投稿し、それに対する反応を気にして生きている（俗に言う「かまってちゃん」）。それゆえ、自分が本当は何を望んでいるかがわからなくなっていて、現実での人間関係もあまりうまく行っていない。そしてそんな自分に対して自尊心を保てず心の奥で不安を抱えながら生きている。これはあくまで物語の中での設定だが、このドラマの人気が示すように、この女性にリアリティーを感じ共感する人も、ヤスミンのように SNS に依存している人も実際に多く存在すると想像できる。現在も Facebook などの SNS と呼ばれるサービスを利用する人は世界中で増え続けており、日本国内でも SNS 利用者は人口の 80% を超えており（ICT 総研による 2020 年度のアンケート調査結果による）、若者に限らず SNS が広範囲な年齢層に浸透し、様々な目的で利用されていることがわかる。中でも、このドラマの女性が利用している Instagram は、写真をベースに手軽に友人などのコミュニティ内で情報共有を行うことができ、大学生を含む若者の間で特に人気の高いサービスである（上記の ICT 総研の調査において、81.2 ポイントで利用者満足度 1 位）。

このように情報インフラとしても重要な役割を担うようになってきた SNS であるが、最近の研究によって、その利用が精神的な健康状態および幸福度に対してネガティブな影響を及ぼす可能性が指摘されている。例えばある質問票調査では、Facebook の利用、特に他者の投稿を受動的に閲覧する利用と、社交不安障害 (Social Anxiety Disorder SAD) の症状との間に関係性があることが明らかにされている (Shaw et al., 2015)。また、別の研究では Facebook を利用する時間が多ければ多い程、抑うつ症状を示す傾向が強く見られることが報告されている (Wright et al., 2012)。一方、SNS の利用と心理的健康度との関係は比較的弱いものであり、症状の診断を受けるような深刻な影響は引き起こさないと主張する研究もあり、その影響の大きさについては未だはっきりとしたことはわかっていない (Jelenchick et al., 2013)。

一つの可能性として、このような SNS の利用と抑うつ症状との関係性には、いわゆる媒介効果 (mediator) と呼ばれるその関係を媒介する要因があり、その要因を仲介して、SNS の利用によるネガティブな影響が生じていることが考えられる。これを支持する一つの研究結果として、Tandocら (2015) は Facebook の利用について、他者のページを閲覧する際に羨望 (envy) の感情を引き起こす場合には抑うつ症状との関係性が観測されるが、引き起こさない場合には、むしろ抑うつ症状を軽減させることを明らかにしている。

このような媒介要因として、多くの過去研究で指摘されているのは「社会的比較志向性」(Social Comparison Orientation) である (e.g., Mackson et al., 2019; Wang et al., 2017)。「社会的比較志向性」とは、他者と比較して自分自身を評価する傾向のことを指す (Buunk & Gibbons 2006; Festinger, 1954)。社会的比較志向性は一般的に上方社会的比較 (upward social comparison) と下方社会的比較 (downward social comparison) に分けられる。上方社会的比較とは、自分よりも優れていると認識している他者と自分自身を比べることであり、下

## Instagram の利用と幸福度の関係における社会的比較と承認欲求の影響

方社会的比較とは、自分より劣っていると認識している他者と自分自身を比べることである。過去の研究により、社会的比較志向性の中でも特に上方社会的比較がネガティブな心理的影響を引き起こすことが示唆されている (Wang et al., 2017)。また自分からは発信せず、他人の投稿を受動的に閲覧することが主な受動ユーザーはこの影響をより受けやすいという報告がある。Wang らの研究 (2017) では、受動的な SNS 利用と上方社会的比較の関連性が指摘されており、社会的比較志向性が高ければ高い程、SNS を受動的に利用する傾向が強くなり、そして自分より優れた他者と自己を比較する傾向が強くなること分かった。SNS では多くの人が自分の生活・経験をより良く見せて公開していることから、他者が自分よりもいい生活、人生を送っているように感じやすく、主観的な幸福度 (subjective well-being) が低下しやすいと指摘されている。

これらの研究結果から、SNS の利用によるネガティブな心理的影響は、特定の心理的属性を強く持つ人たちに限定的である可能性が考えられる。実際、Mackson ら (2019) の行ったアンケート調査では、全体として Instagram を利用している人達の方が、利用していない人達に比べて、不安、抑うつ、孤独感などを感じている度合いが低く、自尊心のレベルが高かったことを報告している。これから考えられることは、SNS の利用は、社会的比較志向性が低い人にとっては自尊心や幸福度といった点においてベネフィットがあるが、高い人にとってはベネフィット以上に負の影響が大きい可能性である。ここで重要なのは、なぜ社会的比較志向性が高いと自尊心が低下するのかという点であるが、一つの鍵となるのは「自己効力感 (self-efficacy)」と呼ばれる「自分の能力を信じる気持ち」の影響だと言われている (Bandura, 1997)。上方比較を行うことによって、他者が自分より優れていると感じてしまい、その結果、「羨望 (envy)」の感情を抱く。と同時に、自分は人より劣っていると感じ自分の能力に対して自信を失う、つまり自己効力感が低下することによって自尊心が低下すると考えられる

(Li, 2018)。

他者の評価を気にしてしまう社会的比較志向性と関連して、以前より研究されてきたもう一つの心理的的属性として「承認欲求」がある。古くはマズローの欲求段階説で唱えられた、人間の持つ自己実現を導く欲求の5段階の中で第4階層に位置する「承認欲求(もしくは尊厳欲求, esteem need)」に見られるように、基本的に誰もが「自分という存在を認められたい」という欲求を持っていると考えられる(Maslow, 1943)。そして承認欲求は、自分が承認する自己承認と他者から認められる他者承認とに分けられるが、前者は後者に強く影響を受けることが知られており、そして社会的比較志向性が高い人ほど、その影響が強いことが予想される。つまり、他者からの評価を気にする人ほど、他者から承認されることが自己承認につながる傾向が強い。このことから、承認欲求は社会的比較志向性と関連していると考えられる。承認欲求が満たされないことによる心理的影響は過少評価でできず、私たちは自分が周りから認められていないと感じる時、大きな危機感を覚える。いわゆる「バカッター」と呼ばれる、ただ注目を集めたいだけのSNSでの投稿も承認欲求を満たすためだと考えることができるし、ましてや社会の誰からも認められていないという思いは非常に強いルサンチマンを生む。2008年の秋葉原無差別殺傷事件や、最近であれば、ハロウィーンにおける京王線殺傷事件などに、承認欲求の影響を見ることは難しくない。

このように、社会的比較志向性と承認欲求は私たちの幸福感に多大な影響を及ぼす心理的的属性であると考えられるが、その二つの要因の関係性は未だよくわかっていない。そこで本調査は、大学生を対象にアンケート調査を行い、Instagramの利用において個々の社会的比較志向性と承認欲求の度合いが心理的・行動的にどのような影響を持つのか検証を行った。その結果を受けて、社会的比較志向性と承認欲求の個々の幸福に対する影響を考察するが、ここでいう「幸福」とは、身体的・精神的・社会的に良好

## Instagram の利用と幸福度の関係における社会的比較と承認欲求の影響

で、幸福な状態にあることを意味する‘well-being’を指し（一般的に「幸福度」や「健やかさ」と訳される）、一時的に感じられ変動する幸せを意味する‘happiness’とは区別される。よって、本調査の最終的な目的は、SNS を利用することによって身体的・精神的・社会的に良好な状態を著しく損ねている場合において、そこにどのような原因があるのか突き止めることである。

## 2. アンケート調査

成城大学に在籍する学生計 184 名に質問票調査に協力してもらった（男性 93 名、女性 91 名）。アンケートの実施は、紙とオンライン上でのアンケート（Google Form を利用）を併用した。回答は匿名で行われ、データは個人が特定できないよう番号を割り当て集計された。アンケートは、3 つのセクションに分け、(1) Instagram の使用に関する基礎的質問、(2) 社会的比較志向性、自己承認志向性に関する質問、(3) Instagram の利用における行動および心理的影響についての質問を行った。各セクションの結果について以下に順に報告する。

### 2.1. 第 1 セクション（基礎的質問）

第 1 セクションでは Instagram の使用に関する以下の質問に答えてもらった。回答の結果を並べて提示する。問 2 以降は問 1 で Instagram を利用していると答えた回答者に限定した結果を報告している。

#### 1. 「あなたは Instagram を利用していますか？」

はい (149 名)・いいえ (35 名)

#### 2. 「あなたは平均して、1 日に Instagram をどれくらいの時間使っていますか？」

1 日平均 51.8 分 (標準偏差 43.8)

3. 「あなたは普段、どのくらいの頻度で Instagram に投稿しますか？過去1年間を見て、1ヶ月平均どれくらい投稿しているか（ストーリーズを除く）を教えてください。」

1ヶ月平均1.2投稿（標準偏差2.1）

4. 「あなたは普段、どのくらいの頻度で Instagram のストーリーズ（親しい友達のみへの公開を含む）を投稿しますか？過去3ヶ月を見て、1週間に平均どれくらい投稿しているかを教えてください。」

1週間平均2.9投稿（標準偏差4.9）

5. 「あなたにとって Instagram は自分の居場所を感じられる（自分を表現でき、周りから認められる）重要な空間と言えますか？」

はい（28.3%）・いいえ（69.7%）・無回答（2.0%）

6. 「他に自分の居場所を感じることでできる重要な空間・コミュニティ（家族、恋人、バイト仲間、部活、他のSNSなど）がありますか？ある場合にはいくつあるか教えてください。」（複数回答可）。

なし（4.1%）・あり（1つ（11.0%）・2つ（29.7%）・3つ（20.7%）・4つ以上（32.4%））・無回答（2.1%）

第1セクションの結果から、回答者の81%が Instagram を利用していると回答し、Instagram が大学生の間で広く利用されていることがわかった。その利用者は、平均して一日1時間弱利用しているとの回答があり、日常的にかなり多くの時間を Instagram の利用に費やしていることがわかった（しかし回答にはかなりばらつきがあり、最大3時間40分という回答も含まれる）。問3の回答より、「フィード」と呼ばれる一般的な投稿をする機会は少なく、平均して1カ月に1度投稿する程度（1.2回）だった。対照的に問4の「ストーリーズ」の投稿に関しては、平均して一週間に2.9回と、かなりの頻度で投稿していることが明らかになった。ストーリーズは、保存しないかぎり24時間で削除され、様々な加工を行って気軽に投稿を楽しむ

## Instagram の利用と幸福度の関係における社会的比較と承認欲求の影響

る機能であり、その気軽さゆえに自分の状況をリアルタイムで友人に伝えたい時などに日常的に利用されていることが示された。問5の回答によって、Instagram を自分の居場所を感じられる空間と認識している、つまり、自身の拠り所としている人は約3割ほどであった。しかし同時に問6の回答によって、Instagram の他に自身の居場所を感じられる空間・コミュニティがあると感じている人の方が圧倒的に多く、問5で、Instagram を自分の居場所だと感じていると答えた人の中(41名)で、他の居場所がないと感じている人は7.3%(3名)であった。これらの結果から、多くの学生が日常にかなりの時間を Instagram の利用に使っている一方、Instagram にしか自分の居場所がないといった依存的な関係性を持つ人はごく少数であることが示された。

### 2.2. 第2セクション(社会的比較・承認欲求に関する質問)

アンケートの第2セクションでは、社会的比較志向性と、承認欲求に関する質問に対して5段階(1=当てはまらない、2=あまり当てはまらない、3=どちらともいえない、4=やや当てはまる、5=当てはまる)で回答してもらった。過去の研究から承認欲求は、自分に対してプラスとなる評価を得たいという欲求と、自分に対してマイナスの評価を得ることを避けたいという2つの側面があるとされている(Leary & Kowalski, 1990)。小島・太田・菅原(2003)はこれらの2側面に対応する尺度として、積極的に周りから賞賛されたいという欲求に関する尺度(「承認獲得欲求尺度」と、周りから拒否されたくないという欲求に関する尺度(「拒否回避欲求尺度」)を作成しており、本調査における承認欲求に関する質問にはこの二つの尺度を採用した。社会的比較志向性の質問に関してはGibbons and Buunk(1999)の質問群を邦訳して採用した(個々の質問については付録を参照)。SNSの利用に関しては、前述した上方社会的比較と下方社会的比較のうち、前者のみが関係していると想定されるため(SNSでは人は基本的に良いところしか見せな

い)、本調査では、上方社会的比較に関する質問群のみ採用した。それぞれの質問群の回答は相関関係を確認し、他の質問の回答との相関が顕著に低いものは除外し(社会的比較志向性では1つ、賞賛獲得欲求では2つ除外)、各被験者の平均値を求め、その値を各被験者の社会的比較志向性、承認獲得欲求、拒否回避欲求の度合いとして第3セクションの回答の分析に利用した。これらの質問群の結果を、Instagramを利用していると答えた回答者(以下「ユーザー」)と利用していないと答えた回答者(「ノンユーザー」)との間で比較し、グループ間に有意な差が見られるか、独立したサンプルの $t$ 検定を行い確認したところ、社会的比較志向性に関して、ユーザーとノンユーザーとの間に有意傾向が見られた(3.64 vs. 3.12;  $t = 1.95, p = 0.062$ )。これによりユーザーの方がノンユーザーより社会的比較志向性が高い傾向があることが確認された。また、賞賛獲得欲求については2つのグループの間に有意な差が確認された(2.96 vs. 2.27;  $t = 3.64, p < 0.001$ )。これにより、ユーザーの方がノンユーザーより賞賛獲得欲求が高いことが確認された。しかし、拒否回避欲求については、グループ間に差は見られなかった(3.84 vs. 3.65;  $t = 0.81, p = 0.426$ )。

### 2.3. 第3セクション (Instagram 利用による心理的影響についての質問)

第3セクションはInstagramの利用による心理的影響について10個の質問に答えてもらった。個々の質問に対する回答(1~5)を被説明変数、第2部の質問への回答から得られた個々の被験者の社会的比較志向性、賞賛獲得欲求、拒否回避欲求の3つの変数を標準化したものを説明要因として含め、順序ロジスティック回帰モデルを用いて分析を行った。最初のモデルには、3つの説明要因の主効果と、3要因の交互作用および2要因の交互作用すべてを含めた。これらは探索的要因として扱い、有意な効果が見られなかった高次の交互作用から説明力の低い順にモデルから除いて比較を行い、最適モデルを探索した。以下、各質問における最適モデルの結果



## Instagram の利用と幸福度の関係における社会的比較と承認欲求の影響

を報告する。

質問1「自分の投稿の中で厳密には真実とは言い切れない内容の投稿をすることがある。」

分析の結果、賞賛獲得欲求の主効果が有意であった ( $\beta = 0.53$ ,  $SE = 0.20$ ,  $z = 2.70$ ,  $p < 0.01$ )。このような事実に基づかない投稿は、人の注目を引くためや、自分の印象をより良くする目的のために行う (いわゆる「盛る」といった行為) と考えられるように、他者からの賞賛を得たいという欲求と関わっていることが示された。

質問2「自分の投稿する写真の中で、元の写真より良く見せる為の加工をすることがある。」

分析の結果、各要因の主効果は有意ではなかったが、社会的比較志向性と賞賛獲得欲求との間に交互作用が見られた ( $\beta = -0.34$ ,  $SE = 0.17$ ,  $z = -1.96$ ,  $p < 0.05$ )。係数が負の値であることから、社会的比較志向性と賞賛獲得欲求は、前者が高く、後者も高い時により肯定的な回答をする正の関係性ではないことがわかる。この交互作用のパターンを正確に把握するため、被験者を社会的比較志向性の平均値によって下位グループ (左) と上位グループ (右) に分けて、賞賛獲得欲求と回答の関係をグラフで示した (図1)。

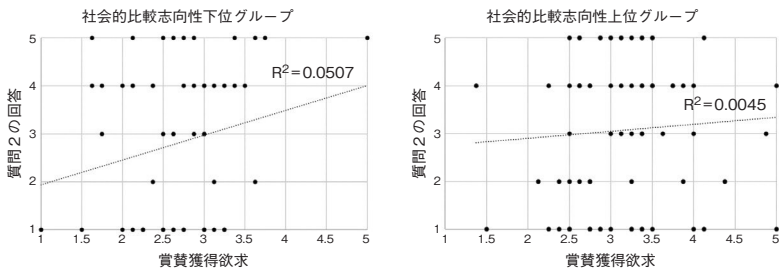


図1. 社会的比較下位グループ (左) と上位グループ (右) における賞賛獲得欲求の度合いと回答の関係

これにより、賞賛獲得欲求の影響は社会的比較志向性の低いグループで顕著であるが、高いグループではその影響はほとんど見られないことが明らかになった。実際に下位グループのみで分析を行った場合、賞賛獲得欲求の主効果は有意であったが ( $\beta = 0.57, SE = 0.28, z = 2.03, p < 0.05$ )、上位グループのみで分析を行った場合には有意ではなかった ( $\beta = 0.14, SE = 0.22, z = 0.66, p = 0.51$ )。これは予想されていない結果であるため、その理由を考察する必要がある。一つの可能性として、この質問が真実を多少偽ってでも自分の投稿をより良く見せたいという行為について聞かれていることを考慮すると、社会的比較志向性が高い人は、そのような偽りを含む行為を行った場合他者からどう思われるか気にするために、行動を抑制していることが考えられる。逆に、社会的比較志向性が低い人は、他者からどう思われるかあまり気にしないため、このような行為を抑制せず、その結果賞賛されたいという気持ちが強ければ強いほど、偽りを含む投稿を行う可能性が考えられる。

質問3「Instagramに投稿することを第一の目的として何かしらの行動を起こすことがある。」

分析の結果、主効果はどれも有意ではなかったが、社会的比較志向性と賞賛獲得欲求の交互作用に有意傾向 ( $\beta = -0.50, SE = 0.26, z = -1.94, p = 0.053$ )が見られた。係数は質問2と同じ負の値であり、同じパターンが観測された。このことから質問2の結果は偶然得られたものではない可能性が高い。さらに賞賛獲得欲求と拒否回避欲求の交互作用が有意であった ( $\beta = 0.52, SE = 0.24, z = 2.18, p = 0.030$ )。この交互作用は賞賛獲得欲求の影響が、拒否回避欲求の強い人ほど強く表れていることを示している。しかし拒否回避欲求の下位グループと上位グループで分析を行った場合、賞賛獲得欲求の主効果は前者では見られず ( $\beta = -0.06, SE = 0.25, z = -0.25, p = 0.800$ )、後者においても、前者より大きいものの有意ではなかった ( $\beta = 0.38, SE = 0.27, z =$

## Instagram の利用と幸福度の関係における社会的比較と承認欲求の影響

1.39,  $p = 0.164$ 。

質問 4 「Instagram に投稿するために、いつもより大胆、または過激な行動をとることがある。」

分析の結果、質問 1 と同じく賞賛獲得欲求のみが有意であった ( $\beta = 0.44$ ,  $SE = 0.22$ ,  $z = 1.98$ ,  $p < 0.05$ )。この結果より、Instagram に投稿することを目的とした大胆、または過激な行動は、周りから賞賛されたいという欲求と関係していることがわかった。

質問 5 「Instagram を使っていて自分の投稿に「いいね！」が多く付くと大きな喜びを感じる」

分析の結果、社会的比較志向性の主効果のみが有意であった ( $\beta = 0.55$ ,  $SE = 0.17$ ,  $z = 3.20$ ,  $p = 0.001$ )。この結果から、他者と自分を比較する傾向が強い人ほど、他者からの反応に敏感であり、ポジティブフィードバック（ここでは「いいね！」）に対してより大きな喜びを感じる事が分かった。

質問 6 「自分の投稿に「いいね！」をもらうことを期待して、他の人の投稿に「いいね！」をすることがある」

分析の結果、質問 5 と同様に社会的比較志向性の主効果のみが有意であった ( $\beta = 0.55$ ,  $SE = 0.19$ ,  $z = 2.86$ ,  $p = 0.004$ )。この結果、他者と自分を比較する傾向が強い人ほど、自身に対するポジティブフィードバックを得るために（つまり見返りを期待して）、自ら他者へポジティブフィードバックを与えることが示された。

質問 7 「Instagram を使っていて自分の投稿に「いいね！」が少ないと不安になる。」

分析の結果、賞賛獲得欲求の主効果が見られた ( $\beta = 0.47$ ,  $SE = 0.19$ ,  $z =$

2.49,  $p = 0.013$ )。また、社会的比較の主効果が有意傾向であった ( $\beta = 0.38$ ,  $SE = 0.20$ ,  $z = 1.92$ ,  $p = 0.055$ )。この質問は「不安になる」というネガティブな心理的影響に対するものであり、賞賛獲得欲求の主効果は、「周りから認められたい」と強く感じている人ほど、その欲求が満たされなかった時に強い不安を感じることを示している。また有意傾向ではあるが、社会的比較の主効果は、他者と比較する傾向が強い人ほど他者の反応を気にしてしまい、望むような反応が得られなかった時に不安を感じる傾向があることを示した。しかし、この二つの要因の間に交互作用は見られなかった。

質問8「他の人の Instagram の投稿を見て、羨ましいと感じることがある。」

分析の結果、社会的比較志向性の主効果のみが有意であった ( $\beta = 0.73$ ,  $SE = 0.18$ ,  $z = 4.10$ ,  $p < 0.01$ )。社会的比較志向性が高い人ほど、他者に対して羨望の感情を持ちやすいことが示された。

質問9「他の人の Instagram の投稿を見て、自分を惨めに感じたり、気分が落ち込んだりすることがある。」

分析の結果、社会的比較志向性の主効果のみが有意であった ( $\beta = 0.77$ ,  $SE = 0.20$ ,  $z = 3.89$ ,  $p < 0.01$ )。質問8と同様に、他者と比較する傾向が強い人ほど、自分に対してネガティブな感情を持ちやすいことが示された。

質問10「大体において Instagram を使っている時は楽しいと感じている。」

分析の結果、賞賛獲得欲求の主効果だけが有意であった ( $\beta = 0.34$ ,  $SE = 0.17$ ,  $z = 2.05$ ,  $p < 0.05$ )。この結果から、賞賛獲得欲求の高い人ほど、Instagram の利用を楽しいと感じていることが明らかになった。逆に社会的比較志向性の影響は見られず、他者と比較する傾向と SNS を利用する楽しさとは関係がないことが示された。

### 3. 考察

本研究では、SNS 利用によるネガティブな心理的影響に対して社会的比較志向性と承認欲求がどのように関わっているかを調査するために、本学学部生を対象にアンケート調査を行った。社会的比較志向性に関する回答の結果、Instagram 利用者の方が利用していない人よりも社会的比較志向性が高い傾向が示された。これは、SNS サービスを利用する一番の動機に「コミュニケーション」が挙げられていることから合点がいく。そして、自己承認欲求については、拒否回避欲求に関しては差が見られなかったものの、賞賛獲得欲求においては利用者と非利用者との間に有意な差が観測された。これは、「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」という質問に代表されるように、「周りから認められたい」という欲求が高い人の方が Instagram を利用する傾向が強いことを示している。一方「意見を言うとき、みんなに反対されないかと気になる」という質問に代表される「周りから拒否されたくない」という欲求は、Instagram を利用するか否かにおいては影響がないことが示された。

Instagram 利用による行動及び心理的な影響についての質問の回答について、質問の1から4は Instagram という媒体を用いて自分をアピールするに関する質問であり、質問1と質問4は、事実ではないことを発信する、または普段しないようなことをするという、注目を集めることを目的とした投稿に関する質問と考えられる。これらの質問において賞賛獲得欲求の影響が確認されたことで、このような事実または通常と異なる行動をとることの背景には、人の気を引きたい、周りから注目されたいという自己承認欲求の影響があることが分かった。

質問2は質問1と似てはいるが、単純に注目を集めるだけではなく、自分のイメージを（現実より）より良く見せたい、という自分自身に対する偽りを含む投稿に関する質問だと考えられる。この回答において、賞賛獲

得欲求と社会的比較志向性の交互作用が観測され、賞賛獲得欲求の影響は社会的比較志向性が低い人において顕著に見られたが、高い人においてはその影響は見られなかった。これによって、自分を多少偽ってまでより良く見せたいと感じる賞賛獲得欲求に基づく行動は、周りからの目を気にしない人ほど行いやすく、逆に他者と自分を比較する傾向の強い人においてはそのような行動が抑止されている可能性が示された。

質問 3 は Instagram への投稿の為に行動を起こすことがあるかという質問であり、例えば、映える写真を撮るために新しくできたパンケーキ屋に行くなど、周りに見てもらいたいがために行動を起こす自己承認欲求に基づく行動に関する質問だと考えられる。ここでは賞賛獲得欲求と社会的比較志向性の交互作用が有意傾向であり、質問 2 と同じように、他者の目を気にする人ほどこのような行動が抑止されている可能性が示唆された。また、賞賛獲得欲求と拒否回避欲求との間に交互作用が見られた。これは推測の域を出ないが、友人などのグループ内で、全員が何らかの報告をすることが暗に求められていたとして（「その日何をしたか」、など）、それを怠るとグループから排除されるかもしれないという拒否回避欲求が強く、同時にそのグループ内で称賛されたいという欲求が強い人が、このような投稿を目的とした行動をとる可能性が考えられる。これは一種の同調圧力の影響だとも考えることができる。例えば、2021 年 10 月に行われた衆議院選挙では、若者を中心に SNS で「#わたしも投票します」といった投稿が広がった。このような動向に同調圧力を感じ、友人などのコミュニティから拒絶されたくない、という思いと投票に行った人として認められたいという両方の思いから投票に行き投稿をすることと似た行動だと考えられる。

問 5 は、「大きな喜びを感じる」とあるように、「いいね!」というポジティブフィードバックを得ることによるポジティブな心理的影響に関係しており、社会的比較志向性のみの影響が見られた。このことから、自分の

## Instagram の利用と幸福度の関係における社会的比較と承認欲求の影響

評価を他者からどう見られるかという社会的比較を行う傾向が強い人ほどより大きな喜びを感じる傾向が示された。さらに問6によって、社会的比較志向性はこのようなポジティブフィードバックを得るために、見返りを期待して自ら他者へポジティブフィードバックを与えるという行動を取る要因となっていることがわかった。これは他者との関係性により敏感であることによって、自分が何かしらの施しを受けたら返さなくてはならないといういわゆる「返報性の原理」を相手にも期待していると考えられる。

質問の7から9はネガティブな心理的影響に関する質問であり、ここでも社会的比較志向性の影響が見られた(質問7では有意傾向)。これにより社会的比較志向性が高い人ほど、自己の評価が他者との比較に影響されるため、他者からのフィードバックが少ないと不安を感じる傾向があり(質問7)、また他者の投稿を見て、他者を自分よりも優れていると認識することで羨ましいと感じ(質問8)、それに比べて自分を劣った存在と思ひ惨めに感じ、落ち込む傾向がある(質問9)ことがわかった。質問5の結果と合わせて、ポジティブとネガティブな心理的影響両方ともに社会的比較志向性が根本的な要因として存在していることが示された。

また、質問7には賞賛獲得欲求の影響が見られ、他者からのポジティブフィードバック(「いいね!」)を得たいという欲求が強い人ほど、それが得られなかった時に不安を感じやすいことがわかった。しかし、この二つの要因の間に交互作用は見られなかったことから、それぞれが独立して加算的に、つまり社会的比較志向性が高く、かつ賞賛獲得欲求が高い人がこのような状況で不安が一番感じやすいことが示唆された。そして質問の7~9のいずれも拒否回避欲求の影響は見られなかった。これによって、「いいね!」が少ないことによって感じる不安は、認められたいという欲求が満たされないことによるもので、それによって自分が孤立したり、仲間外れになることを避けたいという欲求によって引き起こされるのではないことが示された。自分が敵視されることを避けたいという思いが強けれ

ば、そもそも SNS で自ら投稿をしないことが想像されるので、このような自身の投稿へのフィードバックに関する質問において拒否回避欲求の影響が見られなかったのは妥当だと考えられる。

最後に質問 10 においては、賞賛獲得欲求の影響のみが見られ、社会的比較志向性の影響は見られなかった。つまり、周りから認められたいという思いが強い人は、Instagram を利用することでその欲求を満たすことにより「楽しい」と感じていることがわかった。これは、過去研究において、SNS の利用における中毒性は他の種類の中毒性（ギャンブルや薬物）と共通して脳内の報酬と充足のメカニズムによって引き起こされると主張されていることとも整合性がある (He et al., 2017)。つまり、Instagram において自分が投稿した際に、その行為に対して報酬（周りからの注目、具体的には「いいね!」やコメント）を期待して、実際に欲する報酬が得られた時に強い幸福感を感じていて、これが Instagram を利用する上での「楽しさ」の主な原因となっていることが示唆された。

本調査の結果から、Instagram を利用する人の中で、社会的比較志向性が高く、周りと上方比較を行う傾向が強い人ほど、他者からの評価に敏感であり、他者の投稿を見て羨ましいと感じ、その結果自分の評価を下げて落ち込みやすいことがわかった。一方、賞賛獲得欲求が高い人は、実際よりもより良い自分を見せたいという意図のある投稿を行い、そして自分の投稿に対して自身が期待するほどの反応が得られなかった時にネガティブな感情を感じやすいことがわかった。一方、承認欲求の中でも拒否されるなどマイナスの影響を避けたいという拒否回避欲求の Instagram の利用における影響は限定的であった。これは、Instagram に限らず SNS 全般におけるつながりというのは、各々の自発的な行為（「フォロー」）の結果として形成されたものであり、コミュニティとしての結束が弱いものと考えられるため、そこから拒否されることを恐れる感情は想起されにくいからだと推測できる。



## Instagram の利用と幸福度の関係における社会的比較と承認欲求の影響

社会的比較志向性と賞賛獲得欲求がそれぞれ異なるタイプの行動に対して影響していることから考えられることは、この二つの心理的屬性が私たちの幸福度の異なる側面に影響している可能性である。前述した通り、well-being とは、一時的に感じられ常に変動する幸せを意味するハピネス (happiness) とは異なり、身体的・精神的・社会的に良好で、幸福な状態にあることを意味する。最近の研究では、この主観的な well-being には2つの異なる側面があると主張されている。一つの側面は、「感情的幸福度」(Emotional well-being) と呼ばれ、日々の経験に対して抱く感情的な質によって決定する幸福度である (よって、喜びや、ストレス、悲しみ、怒り、愛情といった感情を伴う経験の頻度と強度が影響する)。もう一つの側面は、「人生満足度」(Life satisfaction) と呼ばれ、自分の今の人生について自分がどれだけ満足しているかという自己評価である。これら二つの側面は互いに関係しつつも独立したものと考えられ、例えば、収入の増加に対して、人生満足度は比例関係を維持するのに対して、感情的幸福度は一定の金額 (ある研究によると年収約 \$75,000) までは比例関係が見られるものの、それを超えると影響が見られないという結果が報告されている (Kahneman & Deaton, 2010)。この2つの幸福度の側面と本研究の結果を照らし合わせると、興味深い考察が得られる。社会的比較志向性は、他者に対して妬ましいというネガティブな感情を引き起こし、その結果自信を感じられず、気分の落ち込みを引き起こすという結果から、感情的幸福度に対してより影響していると考えられる。実際、過去の SNS の利用に関する研究から、他者との比較の結果、不安 (anxiety) や抑うつ (depression) を引き起こすといった感情における影響が見られていることから、これは妥当であると考えられる。対照的に、賞賛獲得欲求は、質問7の結果に見られるように、自分が周りからこれだけ認められたい、という明確な目標があり、それが満たされないことにフラストレーションを感じているため、人生満足度に対してより影響していると考えられる。このことは冒頭の例で挙げたヤ

スミンが、87個も「いいね!」をもらいながらも不満を爆発させているシーンに象徴されるように、彼女の中に自分はこの程度賞賛されたいという明確な目標があり、それを達成することができなかつたためにひどくがっかりしていたことから見て取れる。これは収入において、単純にどれだけでもらっているかではなく、自分が望む目標額に対してどれだけ達成できているかによって人生に対する満足感が決定すると言われていることと共通している。最後に、質問2で見られた交互作用から、承認欲求(賞賛獲得欲求)に基づく行動が、社会的比較志向性によって抑制される可能性が示された。これは、社会的比較志向性が高い人は他者の目を気にするがゆえに、自分の賞賛獲得欲求に従った行動を抑制すると考えることができ、私たちの幸福度に与える影響は独立しておらず複雑に影響しあっていて、感情的幸福度と人生満足度が互いに影響しあっている可能性を示唆する興味深い結果と言える。

### 謝辞

本調査におけるアンケート質問文の作成、アンケートの実施、データ入力は今時本学在校生であった住吉真綿さんに協力いただいた。ここに深く感謝し、お礼を申し上げます。

### References

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control* (pp. ix, 604). W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- Buunk, B. P., & Gibbons, F. X. (2006). Social comparison orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others. In S. Guimond (Ed.), *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations and culture* (pp. 15-33). Cambridge: Cambridge University Press.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and*

- Social Psychology*, 76, 129-142.
- He, Q., Turel, O., & Bechara, A. (2017). Brain anatomy alterations associated with Social Networking Site (SNS) addiction. *Scientific Reports*, 7, 45064.
- Jelenchick, L. A., Eickhoff, J. C., & Moreno, M. A. (2013). "Facebook Depression?" Social Networking Site Use and Depression in Older Adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 52, 128-130.
- Kahneman, D., & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107, 16489-16493.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107, 34-47.
- Li, Y. (2018). Upward social comparison and depression in social network settings: The roles of envy and self-efficacy. *Internet Research*, 29, 46-59.
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. *New Media & Society*, 21, 2160-2182.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Shaw, A., Timpano, K., Tran, T., & Joormann, J. (2015). Correlates of Facebook usage patterns: The relationship between passive Facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Computers in Human Behavior*, 48, 575-580.
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139-146.
- Wang, J. -L., Wang, H. -Z., Gaskin, J., & Hawk, S. (2017). The Mediating Roles of Upward Social Comparison and Self-esteem and the Moderating Role of Social Comparison Orientation in the Association between Social Networking Site Usage and Subjective Well-Being. *Frontiers in Psychology*, 8, 771.
- Wright, K., Rosenberg, J., Egbert, N., Ploeger, N., Bernard, D., & King, S. (2012). Communication Competence, Social Support, and Depression Among College Students: A Model of Facebook and Face-to-Face Support Network Influence. *Journal of Health Communication*, 18.
- 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.

付録

I. 第 2 セクションの質問

1. 自分の非常に親しい人（家族や恋人）がどの程度充実した生活を送っているかということを他の人の充実度と比べて考える。
2. 自分がどの程度充実した生活を送っているかということをよく他の人と比べて考える。
3. 何らかの課題を自分がどの程度上手にこなしたか知りたいとき、他の人の結果を見て比較する。
4. 社会の中で自分がどれだけ成功しているかということを考えるとき、よく他の人と比べて評価する。
5. 私はもともと他の人とは比較しないタイプの人間である。
6. 自分の人生で達成したことについて他の人の達成度とよく比較する。
7. 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。
8. 自分が注目されていないと、つい人の気を引きたくなる。
9. 大勢の人が集まる場では、自分を目立たせようと張り切る方だ。
10. 高い信頼を得るため、自分の能力は積極的にアピールしたい。
11. 初対面の人にはまず自分の魅力を印象付けようとする。
12. 人と仕事をするとき、自分の良い点を知ってもらおうように張り切る。
13. 目上の人から一目おかれるため、チャンスは有効に使いたい。
14. 責任ある立場につくのは、皆に自分を印象づけるチャンスだ。
15. 皆から注目され、愛される有名人になりたいと思うことがある。
16. 意見を言うとき、みんなに反対されないかと気になる。
17. 目立つ行動をとるとき、周囲から変な目で見られないかが気になる。
18. 自分の意見が少しでも批判されるところたえてしまう。
19. 不愉快な表情をされると、あわてて相手の機嫌をとる方だ。
20. 場違いなことをして笑われないよう、いつも気を配る。
21. 優れた人々の中にいると、自分だけが孤立していないか気になる。
22. 人に文句を言うときも、相手の反感を買わないように注意する。
23. 相手との関係がまずくなりそうな議論はできるだけ避けたい。
24. 人から敵視されないよう、人間関係には気をつけている。

II. 第 3 セクションの質問

1. 自分の投稿の中で厳密には真実とは言い切れない内容の投稿をすることがある。
2. 自分の投稿する写真の中で、元の写真よりよく見せる為の加工をすることが

## Instagram の利用と幸福度の関係における社会的比較と承認欲求の影響

ある。

3. Instagram に投稿することを第一の目的として何かしらの行動を起こすことがある。
4. Instagram に投稿するために、いつもより大胆、または過激な行動をとることがある。
5. Instagram を使っていて自分の投稿に「いいね！」が多く付くと大きな喜びを感じる。
6. 自分の投稿に「いいね！」をもらうことを期待して、他の人の投稿に「いいね！」をすることがある。
7. Instagram を使っていて自分の投稿に「いいね！」が少ないと不安になる。
8. 他の人の Instagram の投稿を見て、羨ましいと感じることがある。
9. 他の人の Instagram の投稿を見て、自分を惨めに感じたり、気分が落ち込んだりすることがある。
10. 大体において Instagram を使っている時は楽しいと感じている。