

「SNS」上での性格と「リアル」での性格の変化

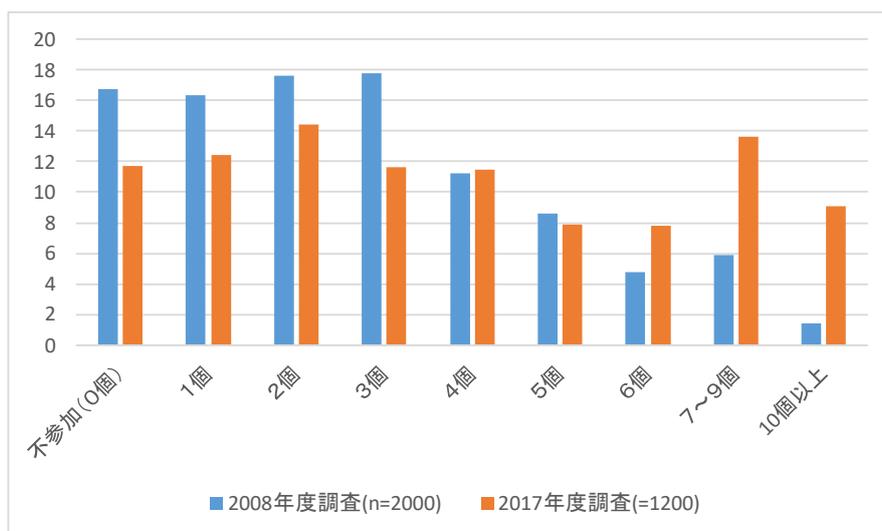
布田 健浩（文教大学情報学部メディア表現学科3年）

1. はじめに

人々は必ずコミュニティに属して生きている。アメリカの社会学者 R.M.マッキーバはコミュニティを「一定の地域において営まれる共同生活」(community/1917)と定義していた。そして、一定の地域に共生することによる社会的類似性や共通の社会的思考、習慣、帰属感情などが示されるという。私たち大学生は身近なものでは家族、大学、ゼミ、サークルなどのコミュニティに属していると言えるだろう。

しかしながら、近代化に伴いコミュニティの場所性が気薄になり、オンライン、つまり SNS での が活発になった。それに加え、我々の所属するコミュニティも増加していった。図1は日本の 20 代~70 代のオフラインコミュニティとオンラインコミュニティへの参加状況について 2008 年度調査結果と 2017 年度調査結果とを比較したものである。ソーシャルメディアが発展してきたことによって、様々な形態のオンラインコミュニティが生まれており、オンラインかオフラインのいずれのコミュニティにも参加していない人（参加数が 0）は、2008 年度調査と比較して少なくなっている。（図 1）

図表-1 コミュニティへの参加数
(オフラインコミュニティとオンラインコミュニティの合計)



私の経験から例えるならば、高校生から大学生の上がり高校生の時に所属していたコミュニティと大学に入り新たに参加したコミュニティ、コロナ禍でできたゲームで知り合ったオンラインのコミュニティなどが挙げられる。しかしながら私は、このコミュニティの増加に伴いコミュニティにより、自分自身の話し方などの接し方、コミュニティ内での立ち位置などが異なると感じた。

そこで私は、最近の大学生はコミュニティごとに異なった「キャラ」を使用し、使い分けているのではないかと考えた。「キャラ」とは性格や外見、雰囲気などのことで、対面であっている時と SNS で雰囲気が異なるときや、話し方などが変化するときによく使われる言葉である。SNS というリアル以外にも簡単に自己顕示をすることができるようになり、所属するコミュニティの増加に伴い「キャラ」はより細分化されているのではないか。例えば、少し前に Instagram で自身の盛れた写真や美しい写真などを投稿することを「インスタ映え」と呼んでいる。これも本来の自分とは少し異なる、違う自分を演じているという点で、一種の「キャラ」であると私は考える。

そこで私は、「SNS」上での性格と「リアル」での性格どのように変化するのか、またどのような人が変化しやすいのかを調査しようと考えた。

2. 調査研究の方法

2-1. 本調査

本調査の実施概要は以下の通りである。

- ・調査目的：SNS とリアルでの性格の変化の関係性を明らかにする
- ・調査実施時期：2023 年 11 月 14 日～28 日（11 月 21 日～28 日再送付）
- ・調査対象：文教大学あだち・越谷・湘南キャンパス在学 1～4 年生
- ・調査人数：標本数 1100 票（内不在 8 票）
有効回答数 137 票 回収率 12.4%

2-2. 調査項目

調査項目は大別して、＜回答者に関する項目＞、＜SNS の利用詳細＞、＜SNS とリアルに対する意識や印象＞。以上 3 つによって構成した。以下、主な項目の詳細。

＜回答者に関する項目＞

「性別」や「学年」の、回答者の基本的な項目に加え、BIG5（ビッグファイブ）による、「外向性」「調和性」「誠実性」「精神的傾向」「経験への傾向」からなる性格測定も行った。

＜SNS の利用詳細＞

「利用している SNS」や「各 SNS を実名・匿名どちらでとうろくしているか」、「実名・匿

名で普段どのような投稿をしているか」など、SNS の利用方法に関する項目を設けた。

<SNS とリアルに対する意識や印象>

「SNS とリアルで性格を使い分けているか」や「SNS」上での性格と「リアル」での性格が変化する人に対する印象」、など、人々が SNS とリアル対して抱いている意識や印象に関する項目を設けた。

2-3. 調査方法

調査票は Google フォームを利用し作成し、サンプリング抽出で該当したメールアドレスにメールの送信を行った。サンプリング方法は、学部別の層化抽出法を用いた。以下、学部別割り当て表（図表-2）。

図表-2 学部別割り当て数と割合

キャンパス	学部	学科	学科別学生数	学部学生数	割合	割り当て数 (切り上げ)
湘南校舎	情報	情報システム	430	1242	75.50%	168
		情報社会	382			
		メディア表現	430			
	健康栄養	管理栄養学科	404	404	24.50%	55
合計			1646	20.20%	223	
東京あだち校舎	経営	経営学科	717	717	39.20%	97
	国際	国際理解学科	564	1114	60.80%	151
		国際観光学科	550			
	合計			1831	22.50%	248
越谷校舎	教育	学校教育	914	1492	32.00%	202
		心理教育	101			
		発達教育	477			
	人間科学	人間科学	614	1730	37.10%	234
		臨床心理	526			
		心理	590			
	文学	日本語日本文学	503	1435	30.80%	195
		英米語英米文学	370			
		中国語中国文学	309			
		外国語学科	253			
合計			4657	57.30%	631	
全合計			8134	8134	サンプル数	1102

※学籍番号からの推計学生数であり、実際の在学学生数とは異なる。 ※対象者の内、23 名はエラー。 ※卒業年次以降の学生や学籍番号が特殊な留学生は含まれない

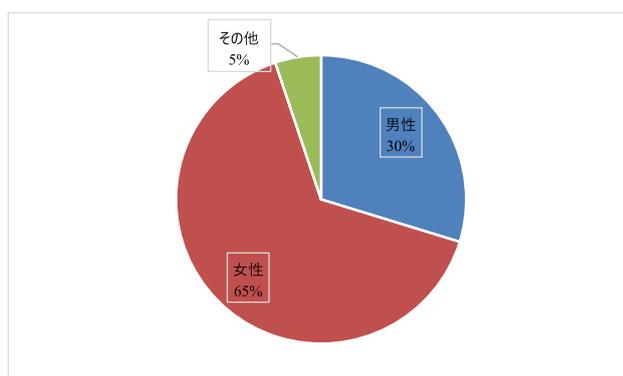
3. 調査結果（単純集計）

3-1. 回答者の基本属性

3-1-1. 回答者の性別

回答者 215 人の基本属性に関して、【性別】は「男性」が 64 人（29.7%）、「女性」が 140 人（65.1%）、「その他」11 人（5.1%）であった。

図表-3 性別



3-1-2. 回答者の学年

【学年】は「大学一年生」が 64 人（29.7%）、「大学二年生」が 58 人（26.9%）、「大学三年生」が 42 人（19.5%）、「大学四年生」が 51 人（23.7%）であった。

3-2-1 SNS の利用状況

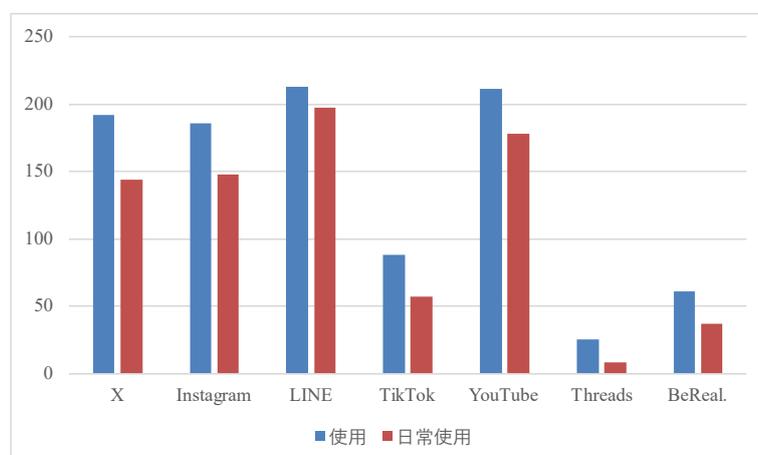
【使用している SNS】は「LINE」が 213 人（99.1%）で最も多く、次に「YouTube」で 211 人（98.1%）、「X（旧 Twitter）」が 192 人（89.3%）、「Instagram」が 186 人（86.5%）という結果になった。この 4 つの SNS は 8 割以上の大学生が使用しているという結果になったが、その他の「TikTok」（40.9%）、「Threads」（11.6%）、「BeReal.」（28.4%）は 4 割以下の大学生しか使っておらず、大きな差が見られた。

3-2-2

【日常的に使用している SNS】でも【使用している SNS（3-2-1）】と同じように、「LINE」が（91.6%）、次に「YouTube」が 178 人（82.6%）、「Instagram」は 148 人（68.8%）、X（旧 Twitter）144 人（67.0%）という結果になった。その他「TikTok」（26.5%）、「BeReal.」（17.3%）、「Threads」（3.7%）は、3 割以下という結果になり、【使用している SNS（3-2-1）】同様大きな差が見られた。

大学生が主に使っている SNS は、

「LINE」「YouTube」「X（旧 Twitter）」「Instagram」だということが分かった。

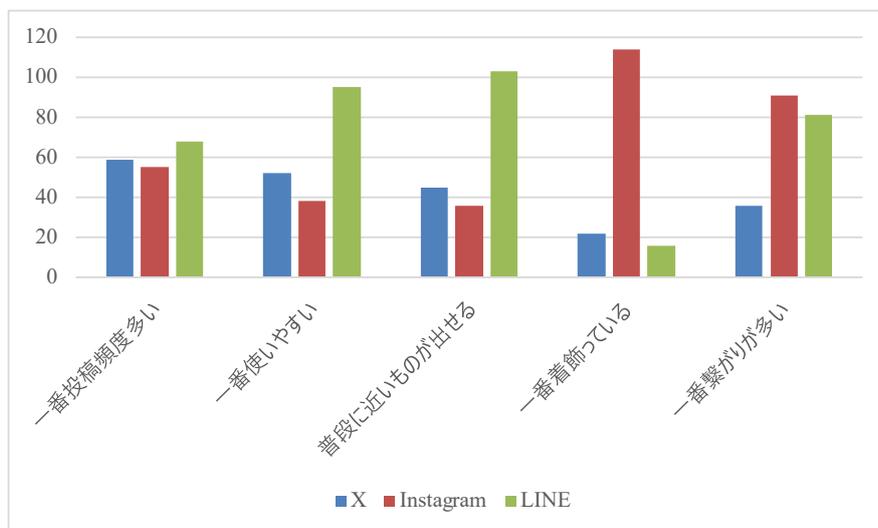


図表-4 使用している SNS ・日常的に使用している SNS

3-2-3.

【SNS の特性】では、複数の項目で、どの SNS がもっとも当てはまるのか尋ねた。一番投稿頻度の多い SNS では、LINE が一番多く 68 人 (31.6%) で、次に X で 59 人 (27.4%)、Instagram 55 人 (25.5%) であった。一番使いやすい SNS でも LINE が一番多く 95 人

図表-5 SNS の特徴



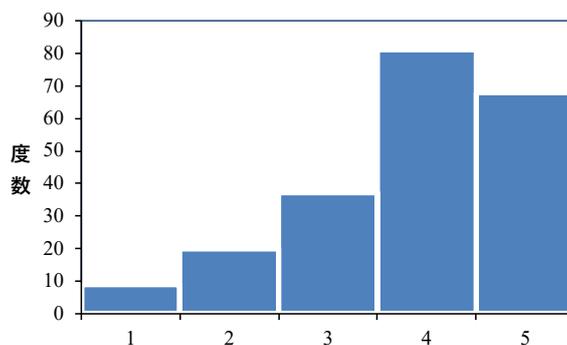
(44.2%) であった。LINE は 3-2-1、3-2-2 でもわかるように使用している人、日常的に使用している人が一番多かったため、投稿頻度や使いやすさにも直結したのではないかと思う。

段の自分に近いものを出せる SNS も LINE が一番多く 103 人 (27.9%)、一番自分を着飾っている SNS では圧倒的に Instagram が多く 114 人 (53%) であった。また、一番つながりの多い SNS では Instagram が一番多く 91 人 (42.3%) で、次に LINE で 81 人 (37.6%) であった。使用人数の多い LINE が目立つ形になったが、着飾っている SNS など Instagram は LINE とは違った使い方をされているということがわかる。

3-2-4.

【SNS を実名で登録することについて不安を覚えるか】では、「とても不安を覚える」を 1 とし、「全く不安を覚えないを」 5 とした 5 段階評定で検定を行った。その結果、「1」が 9 人 (4.2%)、「2」が 20 人 (9.3%)、「3」が 37 人 (17.2%)、SNS の実名登録にあまり不安を覚えない大学生が多いということが分かった。

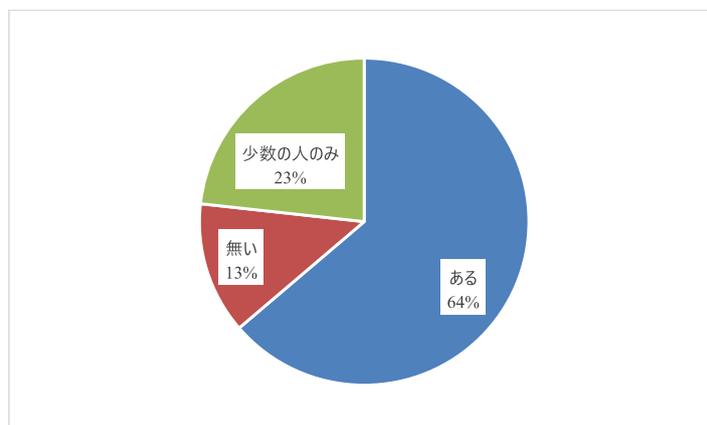
図表-6 SNS を実名で登録することへの不安



3-2-5.

【友人と共有していないアカウントの有無】では、「ある」が137人（63.7%）でもっと多く、次に「少数の人にのみ教えている」は50人（23.3%）、ないが28人（13%）であった。多くの人が友人と共有していないSNSアカウントをもっていることがわかった。

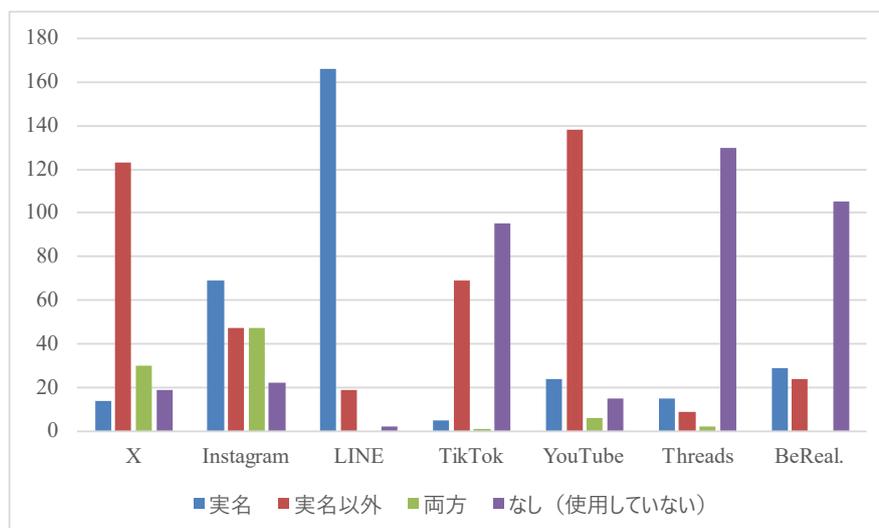
図表-7 友人と共有していないアカウントの有無



3-3-1. 匿名性について

【各SNSを实名または実名以外どちらで登録しているか】という質問に対し、「实名で登録している」と回答した人が最も多かったSNSは、「LINE」166人（77%）で「Instagram」69人（32%）であった。「LINE」、「Instagram」は他のSNSと比べ、リアルと親密な関係にあるSNSだということが分かった、「実名以外で登録している」と回答した人が最も多かったSNSは、「YouTube」138人（64.1%）で「X」123人（57.2%）であった。このことから、「YouTube」「X」は非現実的なSNSだということがわかる。

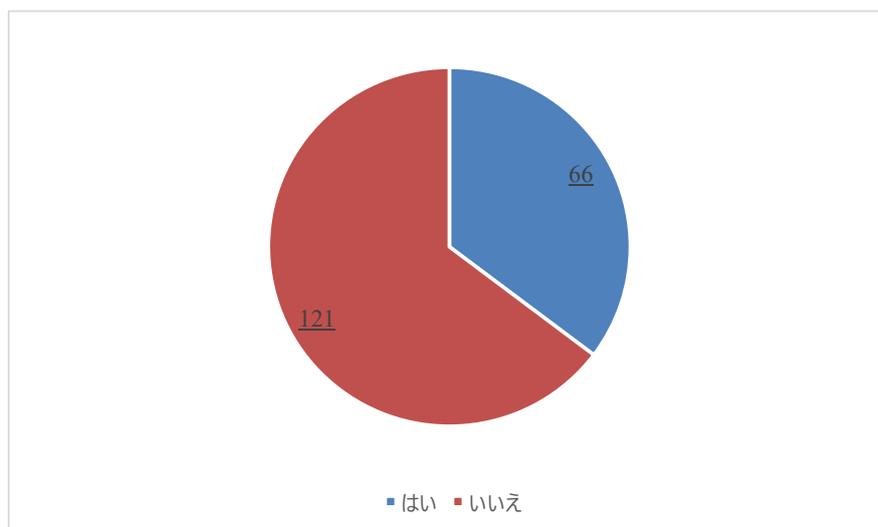
図表-8 各SNSの登録



3-3-2.

【3-2-1 で一つでも両方を選択した人に質問】 3-2-1 の各 SNS で一つでも実名と実名以外両方で登録している人を聞いたところ、「はい」（両方登録している人）が 66 人（30.7%）で、「いいえ」（どの SNS も実名または実名以外でしか使用していない人）が 121 人（56.2%）であった。

図表-9



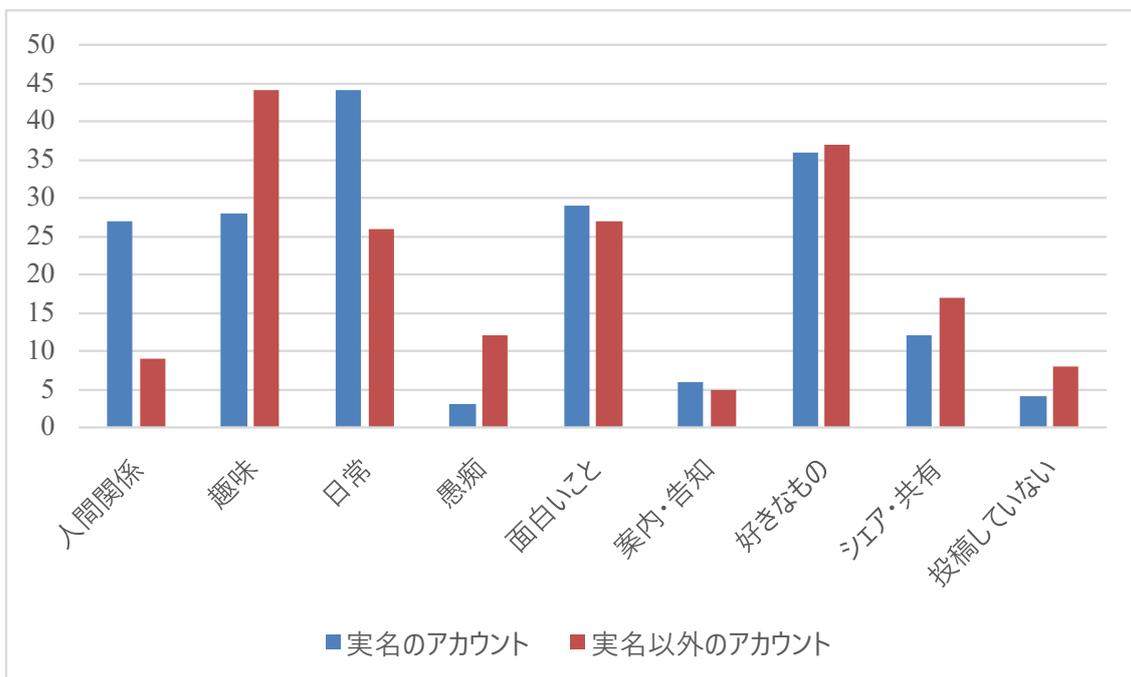
3-4-1.実名・匿名両方で SNS を利用している人について

【実名・実名以外のアカウントで普段どのような投稿をしているか(複数回答可)】という質問で、実名アカウントの投稿では、「日常の投稿」が最も多く 44 人（67.7%）で、次に「好きなもの」が 36 人（55.4%）、「面白いこと」が 29 人で（44.6%）であった。半数以上の人が実名の SNS アカウントでは日常的な投稿をしているということが分かった。

実名以外のアカウントの投稿では、「趣味」の投稿が最も多く 44 人（67.7%）、次に「好きなもの」で 37 人（56.9%）、「面白かったこと」が 27 人（41.5%）であった。実名のアカウントでは日常に関する投稿が一番多かったのに対し、匿名のアカウントでは、趣味の投稿が一番多かった。2 番目と 3 番目に多かった投稿に関しては実名も匿名も変化はなかった。

実名アカウントの投稿では実名以外と比べ、人間関係や日常の投稿が多く見られ、実名以外のアカウントよりもよりリアルな投稿が多いということが分かった。実名以外のアカウントでは、趣味や愚痴の投稿が実名アカウントよりも多く見受けられ、普段あまり友人などと共有できないようなことを投稿しているということが分かった。

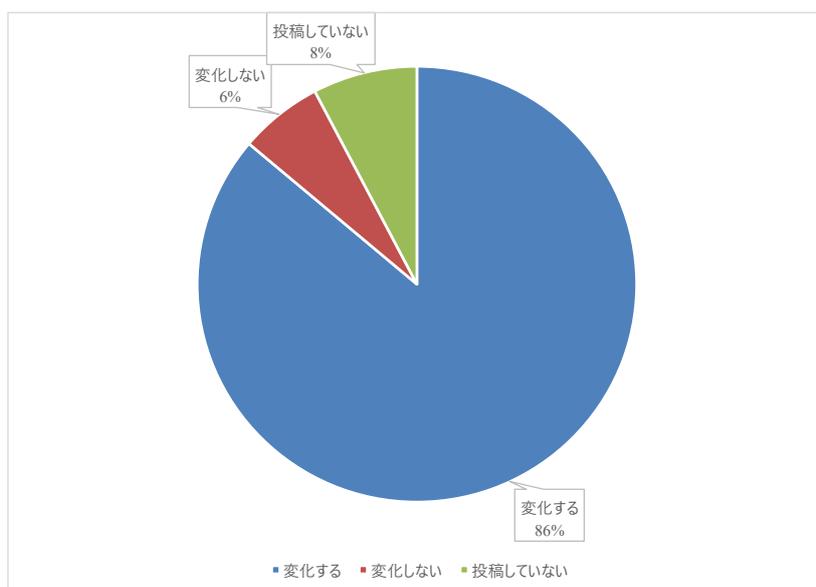
図表-10 実名・実名以外での投稿内容



3-4-2.

【実名と実名以外で投稿内容は変化するか】という質問では、56人（86.2%）の人が「変化する」と答えた。8割以上の人実名と実名以外のアカウントでは投稿内容が変化するということが分かった。

図表-11 実名・実名以外で投稿内容の変化

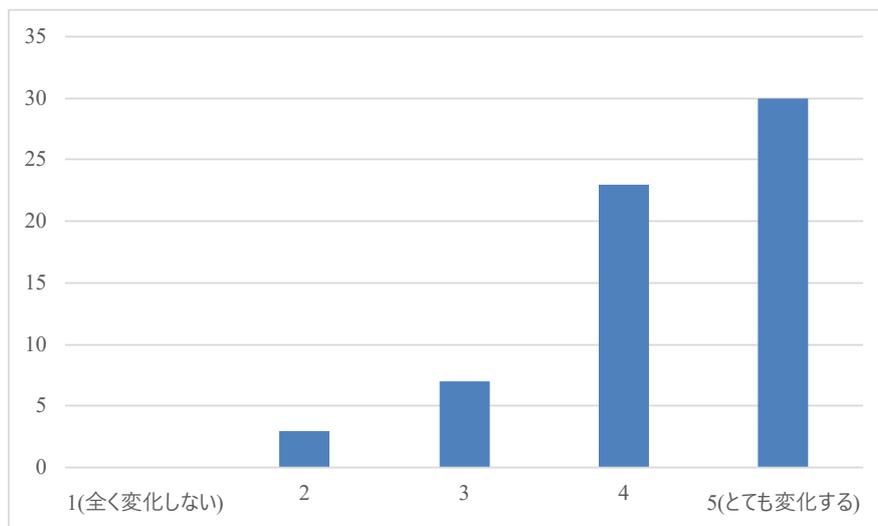


3-4-3.

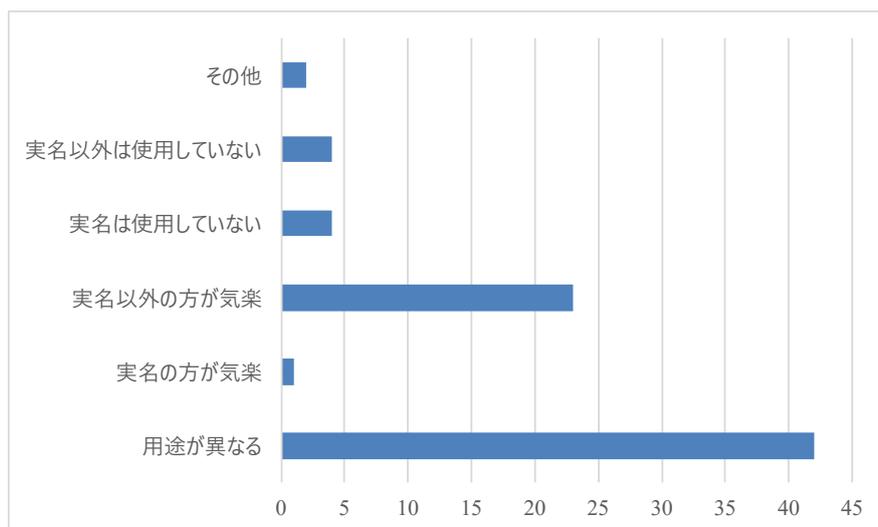
【実名と実名以外で投稿内容はどれほど変化するか、変化する理由】 1（全く変化しない）～5（とても変化する）という5段階評定の質問では、右肩上がりになり、半数近くの方がとても変化していることが分かった。

また、変化する理由としては、用途が異なるという人が一番多く42人（68.9%）で、実名以外の方が気楽に投稿できるで23人（37.7%）であった。

図表-12 実名・実名以外で投稿内容はどれほど変化するか



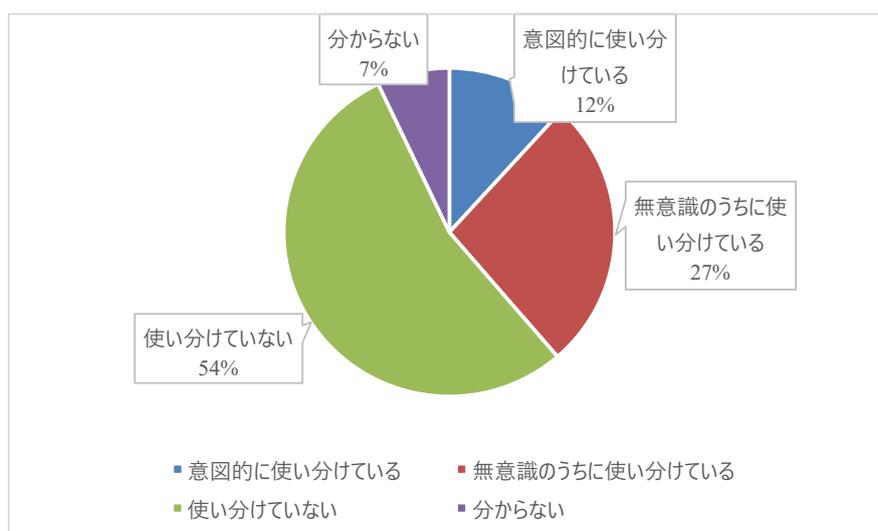
図表-13 投稿内容が変化する理由



3-5-1.SNS とリアルでの性格の変化について

【SNS とリアルで性格を使い分けられていると思うか】という質問では、「意図的に使い分けられている」という人が25人(11.8%)、「無意識のうちに使い分けられている」という人が57人(26.9%)、「使い分けしていない」という人が115人(54.2%)、「分からない」という人が15人(7.1%)であった。半数近くの人が「使い分けしていない」という結果だが、4割近くの方は「使い分けられている」ということが分かった。

図表-14 SNS とリアルで性格を使い分けられていると思うか



3-6-1.自身の性格について

【BIG5 による回答者の性格】BIG5 とは、人の個性は5つの因子によって分類することができるとする性格診断の一つ。5つの因子とは、開放的・誠実性・外向性・協調性・神経症的傾向からなる。以下5つの因子の概要

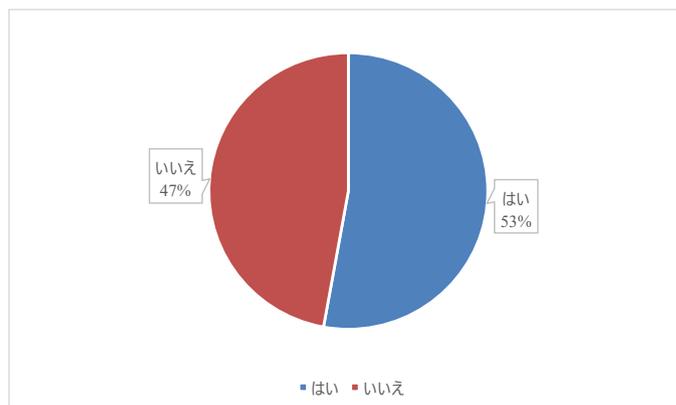
- 1.Openness (開放性) 高：想像力豊かで革新的 低：保守的で慎重
- 2.Conscientiousness (誠実性) 高：完璧主義 低：感情的で直感で動く
- 3.Extraversion (外向性) 高：社交的、活発で陽気 低：物静かで控えめ。
- 4.Agreeableness (協調性) 高：争いや対立を避ける 低：周囲の人に関心がない
- 5.Neuroticism (神経症的傾向) 高：ストレスに弱い 低：ストレスをあまり感じない

回答者の平均としては、誠実性・外向性・神経症的傾向が低い人が多く、感情的な人・物静かな人・ストレスをあまり感じない人が多かった。また、開放性・協調性は高い人が多く、想像力豊か、争いや対立を好まない人が多かった。

3-7-1.SNS とリアルで性格の変化する人について

【周りに SNS とリアルで性格の変化する人はいるか】という質問では、「はい」が 111 人（52.9%）で、「いいえ」が 99 人（47.1%）であった。半数以上の人周りに SNS とリアルで性格の変化する人がいるということが分かった。

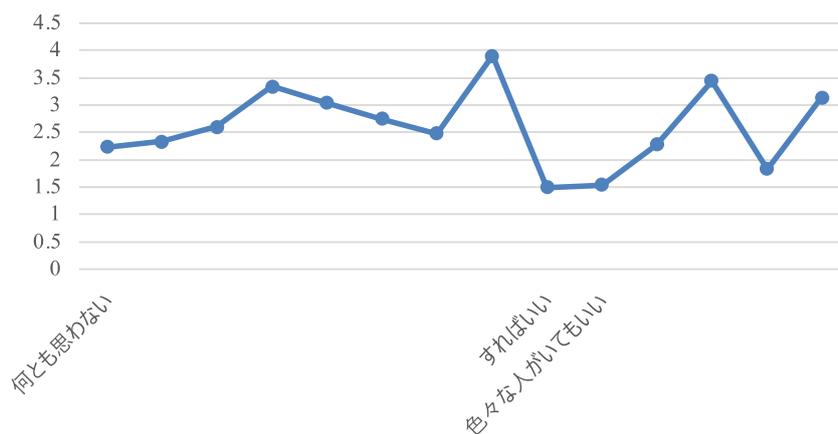
図表-15 周りに性格の変化する人はいるか



3-7-2.

【SNS とリアルで性格の変化する人を見てどのように感じるか】1（とてもそう思う）～5（全くそう思わない）の五段階評定では、「すきなようにすればいい」と思っている人が一番顕著に現れていた。「かわいそうだと思う」に対し、そう思わないという人が多かった。また、「怖いと思う」という項目は、そう思うという人とそう思わないという人が半々でそう思っている人も、そう思わない人も平均的に多かった。

図表-16 SNS とリアルで性格の変化する人を見てどのように感じるか



4.調査結果 2 (統計的検定)

以上の単純集計から、統計的検定を用いて SNS とリアルで性格の変化する人について調査していこうと思う。

4-1. BIG5 (3-6-1) と SNS を実名で登録する事への不安 (3-2-4)

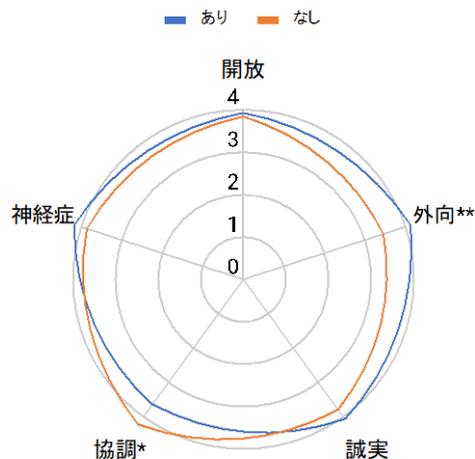
BIG5 の 5 因子を高い群と低い群のグループに分けたものと「SNS を実名で登録することへの不安」で対応のない t 検定を行ったところ、「外向性・協調性」で有意な差が見られた。

「外向性」が高い人は、低い人に比べ SNS を実名で登録することに対して不安を覚えるということが分かった。また、「協調性」が低い人は高い人に比べ「実名」で登録することに対し、不安を覚えるという結果になった。

このことから、社交的、活発で陽気な「外向性」の高いタイプは、交友関係が広くリアルのコミュニティに多く参加している。そのため、実名アカウントというリアルとの繋がりがある場でどの顔をすればいいか深層心理の部分で嫌悪してしまっているのではないかと思う。また、周囲の人に関心がないような「協調性」が低いタイプは、そもそも周囲の人に関心がないため、実名アカウントの利点であるリアルの友人たちの近況がわかるという点に興味がないため、実名アカウントの必要性を感じていないのではないかと思う。それが今回の質問では不安といった形で現れてしまったのではないだろうか。

図表-17

SNSを实名で登録する事について不安を覚えますか



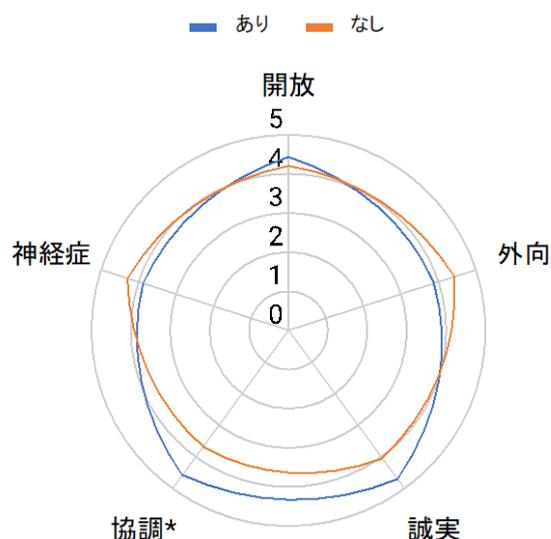
4-2. BIG5 (3-6-1) と実名・実名以外で SNS の投稿内容は変化するか (3-4-4)

BIG5 の 5 因子を高い群と低い群のグループに分けたものと実名・実名以外で SNS の投

稿内容は変化するか、で対応のないt検定を行ったところ、「協調性」に優位な差が見られた。(p<0.5) 対応のないt検定で「協調性」の高い人は低い人に比べ SNS 投稿の内容がより変化する。「外向性、神経症的傾向」の低い人は高い人に比べ SNS 投稿の内容が変化するということが分かった。

このことから、争いや対立を避けるような「協調性」の高い人は、リアルと繋がりのある、実名アカウントでは人の意見に合わせてしまいがちだが、実名以外のアカウントという気軽に自己啓示できる場では、投稿の内容に差異が見られやすいと感じた。また、物静かで控えめでストレスをあまり感じないような「外向性、精神症的傾向」の低い人は「協調性」の高い人と同じく、普段言えないようなこともリアルと繋がり浅い実名意以外のアカウントでは、気軽に自分の意見を投稿できるのではないかと感じた。

図表-18



4-3. SNS とリアルで性格の変化する人を見てどのように感じるかの因子分析

SNS とリアルで性格の変化する人を見てどのように感じるかという質問に対し、バリマックス回転を用いて主成分分析による因子分析をした。その結果、「かわいそうだと思う」「怖いと思う」「変だと思う」「本心がわからない」「共感性羞恥を感じる」の「負の感情」因子と、「普通だと思う」「当たり前だと思う」の「無感情」因子、「なんとも思わない」「色々な人がいてもいいと思う」「好きなようにすればいいと思う」の「多様性」因子、「興味ない」の「興味なし」因子、「面白いと思う」「投稿内容など、人により感じ方が異なる」の「興味あり」因子という5つの因子にわけることができた。

図表-19

	負の感情	無感情	多様性	興味なし	興味あり	平均値
[かわいそうだと思う]	0.751	-0.01	-0.215	0.037	-0.012	3.9
[怖いと思う]	0.745	-0.352	-0.017	-0.198	-0.004	3.04
[変だと思う]	0.712	-0.179	-0.057	-0.009	0.213	3.43
[本心がわからないと思う]	0.672	-0.161	0.341	-0.117	-0.214	2.48
[共感性羞恥を感じる]	0.592	0.067	-0.301	0.097	0.137	3.44
[普通だと思う]	-0.209	0.843	0.198	0.066	-0.007	2.34
[当たり前だと思う]	0	0.807	0.041	-0.105	0.076	2.75
[なんとも思わない]	-0.345	0.65	0.124	0.398	0	2.24
[いろいろな人がいてもいいと思う]	-0.088	0.126	0.854	-0.061	0.084	1.54
[好きなようにすればいいと思う]	-0.172	0.242	0.679	0.277	0.215	1.5
[関心がない]	0.011	0.027	0.046	0.941	-0.016	2.28
[面白いと思う]	0.205	0.197	-0.001	-0.156	0.741	2.6
[投稿内容など、人により感じ方が異なる]	-0.057	-0.104	0.193	0.123	0.723	1.83
固有値	2.672	2.095	1.542	1.234	1.24	
寄与率	20.555	16.188	11.862	9.562	9.541	
累積寄与率					67.637	

4-4. SNS 上で性格が変化する友人の有無と、その感じ方に関する分析

SNS 上で性格の変化する友人の有無によって、SNS とリアルで性格の変化する人に対する感じ方に違いがあると仮定し、関連があるかを検証した。

上記の因子分析を行った際に、因子ごとの因子得点を出力し、「SNS 上で性格変化する友人の有無」で分散分析を行った。

結果としては、「負の感情」因子で有意な差がみられた ($p<.05$)。つまり、SNS 上で性格の変化する友人がいる人の方がいない人よりも「負の感情」を抱きやすいということがわかった。

図表-20

		度数	自由度	F 値	有意確率
負の感情	グループ間	101	1	8.7	p<05
	グループ内	94	193		
	合計	195	194		
無感情	グループ間	101	1	0.8	N.S
	グループ内	94	193		
	合計	195	194		
多様性	グループ間	101	1	0	N.S
	グループ内	94	193		
	合計	195	194		
興味なし	グループ間	101	1	0	N.S
	グループ内	94	193		
	合計	195	194		
興味あり	グループ間	101	1	0.3	N.S
	グループ内	94	193		
	合計	195	194		

4-5. BIG5 と SNS とリアルで性格の変化する人を見てどのように感じるかに関する分析

BIG5 の個性別で SNS とリアルで性格の変化する人に対する感じ方に違いがあると仮定し、関連があるかを検証した。

上記の因子分析を行った際に、因子ごとの因子得点を出力し、BIG5 の個性別（「解放

性」「誠実性」「外向性」「協調性」「神経症的傾向」) で分散分析を行った。

結果としては、「外向性」と「無感情」因子 ($p<.05$) (図表-21)、「誠実性」と「多様性」因子 ($p<.05$) (図表-22) で有意な差が見られた。

つまり、「外向性」が高い人は低い人に比べ、SNS とリアルで性格の変化する人を見ても「無感情」だという事がわかった。また、「誠実性」の高い人は低い人に比べ、SNS とリアルで性格の変化する人を見て「多様性」だと思える人が多いという事がわかった。

図表-21

		度数	自由度	F 値	有意確率
負の感情	グループ間	56	1	0.5	N.S
	グループ内	61	115		
	合計	117	116		
無感情	グループ間	56	1	8.6	p<05
	グループ内	61	115		
	合計	117	116		
多様性	グループ間	56	1	0.6	N.S
	グループ内	61	115		
	合計	117	116		
興味なし	グループ間	56	1	3.7	N.S
	グループ内	61	115		
	合計	117	116		
興味あり	グループ間	56	1	0.2	N.S
	グループ内	61	115		
	合計	117	116		

図表-22

		度数	自由度	F 値	有意確率
負の感情	グループ間	33	1	1.3	N.S
	グループ内	53	87		
	合計	86	88		
無感情	グループ間	33	1	2.2	N.S
	グループ内	53	87		
	合計	86	88		
多様性	グループ間	33	1	8.2	p<05
	グループ内	53	87		
	合計	86	88		
興味なし	グループ間	33	1	0.4	N.S
	グループ内	53	87		
	合計	86	88		
興味あり	グループ間	33	1	1.4	N.S
	グループ内	53	87		
	合計	86	88		

5. まとめ

3-5-1 からわかるように、今回の調査では3割を超える人が SNS とリアルで性格を使い分けているということがわかった。また、3-7-1 では半数以上の人が周りに SNS とリアルで性格の異なる人がいると回答していた。このことから、自分も気がつかないうちに SNS

とリアルで性格の変化してしまう人もいるのではないかと思う。また、LINE と Instagram のように、SNS 別でも性格の変化は現れていて、SNS の中でも、実名のアカウントか実名以外のアカウントかでも変化は見られた。このことから、「SNS」上の性格と「リアル」での性格は変化するのではないかと結論付けられた。また、リアルで性格の変化する人を見てどのように感じるのかでは、皆あまりマイナスのイメージを抱いていと追う事がわかった。

今回の調査では、SNS で実名アカウント、実名以外アカウントでの違いを見る事ができたが、リアルでのコミュニティで性格は変化するののかということについての質問が欠如していたので今後の調査に活かして行けたれと思う。

6. 参考文献

2008 年度調査は総務省「ユビキタスネット社会における安心・安全な ICT 利用に関する調査」(2009)、
2017 年度調査は総務省「ICT によるインクルージョンの実現に関する調査研究」(2018)