
研究報告

SNS上の不適応的な「つぶやき」の頻度と他者評定の関連

誠信女子大学校人文学部助教授 藤 井 勉
学習院大学文学部心理学科教授 山 本 政 人
学習院大学文学部心理学科教授 伊 藤 忠 弘

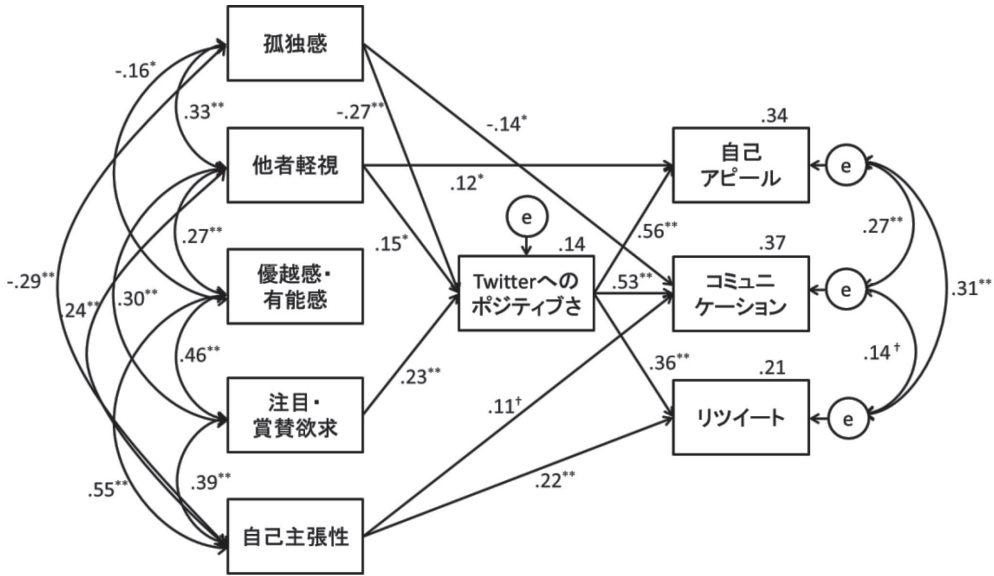
問題と目的

本研究は、2012年度に実施された学習院大学計算機センタープロジェクト“Twitterにおける不適応的な「つぶやき」の要因——パーソナリティ特性からの検討——（藤井・山本・伊藤，2014）”から得られた知見をもとに、より詳細な検討を行うことを目的として実施された調査研究である。

藤井他（2014）では、ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service; 以下 SNS とする）の一つである“Twitter (<https://twitter.com>)”に注目し、その中で時折みられる“不適応的な”つぶやきに着目して検討を行った¹。具体的には、ネガティブな（ここでは不適応的と同義として扱う）ツイート行動（Negative Tweet Behavior; 以下 NTB とする）を多く行う者は、ネガティブなパーソナリティ特性が高いという仮説を立てて、ネガティブツイート行動尺度（Negative Tweet Behavior Scale; 以下 NTBS とする）や Twitter の価値尺度を作成し、他者軽視傾向（速水，2006）や自己愛（小塩，1998）、孤独感（諸井，1992）など、各種パーソナリティ特性との関連を検討した。

その結果、3下位尺度からなる NTBS の“自己アピール”と命名された尺度（項目例は後述の Table1 を参照）の得点は他者軽視傾向と直接の関連を示したほか、自己愛の下位尺度の一つである注目・賞賛欲求は Twitter へのポジティブさ（Twitter の価値尺度の下位尺度の一つ）を媒介して自己アピールと正の関連をしており、ネガティブなパーソナリティ特性と NTB との関連が示された（Figure1）。

1 Twitter の仕組みやその中で用いられる用語については、海原（2011）や藤井他（2014）、林（2012）、篠田・佐々木（2012）などを参照されたい。



† $p < .10$, * $p < .05$, ** $p < .01$

Figure1 藤井他 (2014) におけるパーソナリティと NTBS の各下位尺度の関連

ただし、藤井他 (2014) では、NTBS の得点が高い者 (i.e., ネガティブなツイートの頻度高い者) が、実際に“他者から”ネガティブに評定されるのか否かを調査していない。Twitter 上のツイートは一般に全世界の人に公開されており²、多くの人が閲覧をすることが可能である。もし、NTBS の頻度が高くても、そのツイートを見た他者の多くが何とも思わないようであれば、ネガティブなツイートやその頻度はさほど問題にはなりにくいと考えられる。

そこで、本研究はこの点について実際に調査を行って明らかにする。具体的には、NTBS の得点が高い、中程度、そして低い“回答者”のデータをそれぞれ作成し、その尺度得点を他者に提示したのち、“NTBS の回答者”の印象や、ツイートから受けるイメージを評定してもらうという形をとる。そして、NTBS の得点の違いによって、他者が“NTBS の回答者”をどのように評定するかを検討する。なお、本研究では他にいくつかの尺度を実施しているが、本稿では NTBS の高さと同他者評定の関連に絞って報告を行う。

方法

調査対象者 群馬県・東京都・福岡県の大学に通う大学生 360 名 (男性 157 名, 女性 196 名, 性別の未記入 7 名。年齢の $M = 19.80$, $SD = 2.60$, 年齢のレンジは 18–45 歳) が調査に参加した。

2 ただし、非公開設定 (一般に“鍵をかける”と呼ばれる) を行っている者のツイートは、そのユーザーをフォローしている者のみ閲覧することができる。

材料 今回の調査では、以下の尺度を用いた。この他にもいくつか尺度を実施しているが、本稿では省略する。

(a) NTBS 藤井他 (2014) で作成された NTBS のうち 13 項目 (自己アピール) を使用し、高／中／低 NTB 条件を操作した。高 NTB 条件では、6 件法の NTBS に対して、架空の“回答者”がランダムに 5 または 6 を選択している回答パターンが提示された。一方、低 NTB 条件では、高 NTB 条件と反対のパターン (1 または 2 を選択している回答パターン) が提示された。また、中 NTB 条件においては、“回答者”がランダムに 3 または 4 を選択している回答パターンが提示された。操作の際、これらの回答パターンが実在する人物による回答であり、当人の許可を得て提示している旨を質問紙上で教示した (Table1)。

Table1 調査対象者に提示したものと同一の回答 (低 NTB 条件)

No.	内容	全くしない	少ない	あまり	いえばしない	どちらかと いえばする	どちらかと よくする	よくする	非常に よくする
1	その日の自分の予定の一部をツイートする	①	2	3	4	5	6		
2	独り言のつもりでツイートする	1	②	3	4	5	6		
3	嬉しいことがあると、多少自慢のように見えることでもツイートする	①	2	3	4	5	6		
4	悲しいことがあるとツイートする	1	②	3	4	5	6		
5	自分の位置情報をツイートする	①	2	3	4	5	6		
6	嬉しいことがあるとツイートする	1	②	3	4	5	6		
7	自分が思ったことをすぐツイートする	1	②	3	4	5	6		
8	「忙しい」「時間がない」などのツイートをする	1	②	3	4	5	6		
9	嫌なことがあるとツイートする	①	2	3	4	5	6		
10	頑張っていることや努力していることをツイートする	①	2	3	4	5	6		
11	嫌なことがあると、周りの人がどう思うかは気にせずツイートする	1	②	3	4	5	6		
12	自分の体調についてツイートする	①	2	3	4	5	6		
13	自分の目標を宣言するためにツイートする	①	2	3	4	5	6		

注) 実際に調査対象者に提示したものと同一のフォントで掲載している。

(b) 印象評定尺度 (SD 法) NTBS の“回答者”とされる人物の印象を評定してもらうため、沼崎・工藤 (2003) で用いられた 23 対の形容詞 (e.g., 人付き合いのよい—人付き合いの悪い, 意地悪な—親切な, など) を使用し, “(a) の尺度に回答した人” とされる人物の印象について, 5 件法を用いて回答を求めた。

(c) 印象評定尺度 (リッカート尺度) (b) とは別に, ツイートそのものに対する評定 3 項目 (“このツイートは, 好ましいものだと思う”, “このツイートは, 普通だと思う”, “この人のツイートは,

嫌味っぽいと思う”), およびツイートをを行った人物に対する評定1項目 (“この人はいわゆる「構ってほしい人」だと思う”) の4項目を作成し, 5件法 (1: あてはまらない-5: あてはまる) にて回答を求めた。

(d) フェイスシート 調査対象者の年齢, 性別の記入を求めた。

手続き 調査は講義時間の一部を用いて, 集団で一斉に実施した。調査実施の際は, 回答は任意であり, 回答しないことによる不利益はないこと, 本調査と授業の成績等との関連はないこと, 回答したくない項目は無理に回答する必要がないことを質問紙上にて教示した。

調査対象者は, 上述の3種類の回答パターンのうち, ランダムに1種類が配布され, 回答パターンを見た後で, その“回答者”に対するSD法およびリッカート尺度を用いた印象評定を行った。続いて, Twitterの価値尺度(藤井他, 2014)への回答を求めた後, パーソナリティを測定する複数の尺度をランダムに配置した尺度への回答を求めた(これらは本稿では報告しない)。その後, 調査対象者自身のTwitterの使用状況について尋ねた。ここでは, Twitter使用の有無を問い, 使用している場合はTwitterでフォローしている人数, フォローされている人数, Twitterの使用歴, 実名で登録しているか否かを問うた。調査対象者の回答が終了した後, 一斉に回収して終了した。また, 調査者のメールアドレスを質問紙上に記載しておき, 結果に関心がある場合は連絡をするよう教示した。

結 果

因子分析 まず, SD法で実施した印象評定尺度について, 因子分析(最尤法・Promax回転)を実施し, スクリーンプロットや固有値の減衰状況を参考にしながら, どの因子にも0.40以上の負荷を示さなかった4項目(人付き合いのよい-人付き合いの悪い, 謙虚な-図々しい, 心の広い-心の狭い, 重々しい-軽い)を削除し, 最終的にTable2に示す3因子解を採択した。

Table2 印象評定尺度 (SD 法) の因子分析結果

活動性	F1	F2	F3
外向的な—内向的な	-.864	.088	.062
不活発な—活発な	.825	.103	.108
積極的な—消極的な	-.815	.055	.250
暗い—明るい	.717	.119	.353
非社交的な—社交的な	.716	.062	.236
自信のない—自信のある	.700	-.190	-.085
堂々とした—貧弱な	-.621	.145	.120
親しみやすい—親しみにくい	-.455	.037	-.377
落ち着きのない—落ち着いた	-.425	-.385	.194
無責任さ			
誠実な—不誠実な	-.106	.750	-.129
責任感の強い—無責任な	-.051	.746	-.013
粘り強い—諦めやすい	-.271	.745	.194
気長な—気短な	.072	.546	-.104
知的な—愚かな	.116	.530	-.175
個人的親しみやすさ			
感じの悪い—感じのよい	.101	.004	.733
人の悪い—人のよい	.075	-.012	.685
意地悪な—親切な	-.008	.013	.494
にくらしい—かわいらしい	-.013	-.057	.480
生意気でない—生意気な	.310	.114	-.447
因子寄与	4.87	3.76	0.81
寄与率 (%)	25.61	19.79	4.24
因子間相関		.32	.08
			-.54

第一因子は内向的、活発など、活動性に関わる項目が多く含まれたことから、“活動性”と命名し、逆転項目を処理した上で合算平均得点を求めて下位尺度を構成した (Cronbach の $\alpha = .89$)。第二因子は不誠実、無責任など、責任性に関わる項目が多く含まれていたため、“無責任さ”と命名し、合算平均得点を求めて下位尺度を構成した ($\alpha = .80$)。第三因子は、感じのよい、人のよいなど、親しみやすさに関わる項目が多く含まれていたため、“個人的親しみやすさ”と命名し、逆転項目を処理した上で合算平均得点を求めて下位尺度を構成した ($\alpha = .70$)。いずれの下位尺度も、得点が高いほど当該尺度名の傾向が強いことを示す。

分散分析 続いて、因子分析の結果をもとに構成された各下位尺度と、リッカート尺度を用いて

測定された4項目の得点を従属変数、提示された質問紙のパターン（高／中／低 NTB）を独立変数とした一要因三水準の分散分析を実施した結果を順に示す³。独立変数の主効果が有意であった際の多重比較には、すべて Tukey 法を用いた。

まず、活動性については質問紙の条件の主効果が有意であり ($F(2, 356) = 54.64, p < .001, \eta^2 = .24$)、多重比較を行った結果、活動性は NTB 高条件、NTB 中条件、NTB 低条件の順に高く、各条件間の平均値差は有意であった ($3.95 > 3.33 > 3.06$) (Figure2)。

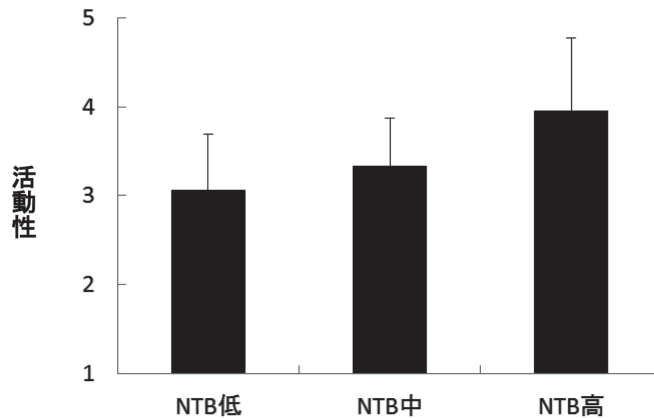


Figure2 各条件における活動性の評定値

続いて、無責任さについても質問紙の条件の主効果が有意であり ($F(2, 356) = 40.64, p < .001, \eta^2 = .19$)、多重比較を行った結果、無責任さは NTB 高条件、NTB 中条件、NTB 低条件の順に高く、各条件間の平均値差は有意であった ($3.48 > 3.05 > 2.84$) (Figure3)。

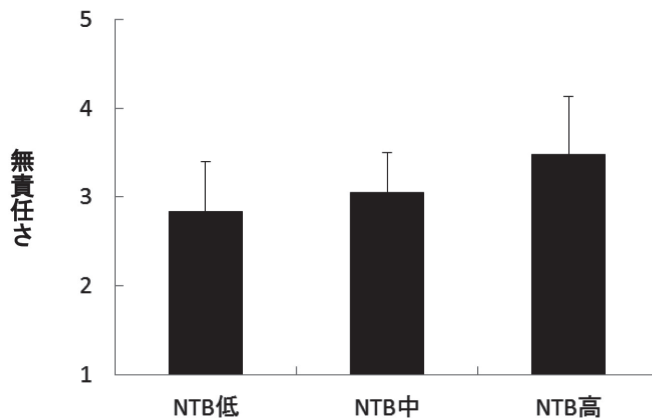


Figure3 各条件における無責任さの評定値

3 なお、欠損値のある回答を分析ごとに除いたため、分析ごとに自由度が異なっている。

また、個人的親しみやすさについても質問紙の条件の主効果が有意であり ($F(2, 356) = 23.24, p < .001, \eta^2 = .12$)、多重比較を行った結果、個人的親しみやすさはNTB低条件とNTB中条件との間に有意な差はなく、この両者よりもNTB高条件が有意に低かった（低条件, 中条件, 高条件の順に $3.25 = 3.28 > 2.9$) (Figure4)。

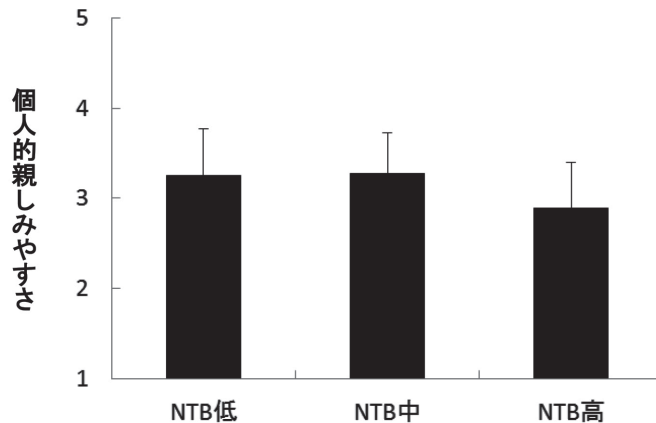


Figure4 各条件における個人的親しみやすさの評定値

続いて、“このツイートは、好ましいものだと思う”という項目の得点に対しても質問紙の条件の主効果が有意であり ($F(2, 352) = 28.56, p < .001, \eta^2 = .14$)、多重比較を行った結果、この項目の得点はNTB低条件とNTB中条件との間に有意な差はなく、この両条件よりもNTB高条件が有意に低かった（低条件, 中条件, 高条件の順に $3.22 = 3.07 > 2.87$) (Figure5)。

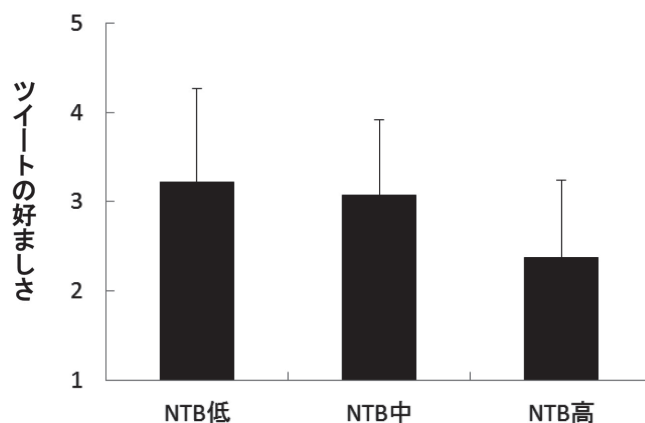


Figure5 各条件における“このツイートは、好ましいものだと思う”項目の評定値

次に、“このツイートは、普通だと思う”という項目の得点に対しても質問紙の条件の主効果が有意であり ($F(2, 353) = 13.39, p < .001, \eta^2 = .07$)、多重比較を行った結果、この項目の得点は

NTB 中条件, NTB 低条件, NTB 高条件の順に高く, 各条件の間には有意な差がみられた (中条件, 低条件, 高条件の順に $3.73 > 3.41 > 3.05$) (Figure6)。

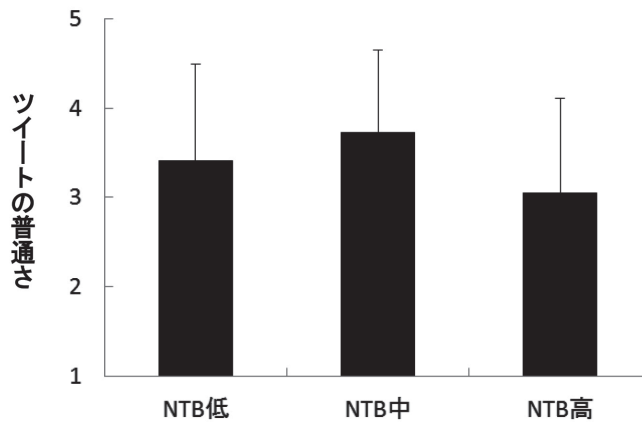


Figure6 各条件における“このツイートは、普通だと思う”項目の評定値

そして, “この人のツイートは、嫌味っぽいと思う”という項目の得点に対しても質問紙の条件の主効果が有意であり ($F(2, 352) = 46.93, p < .001, \eta^2 = .21$), 多重比較を行った結果, この項目の得点は NTB 高条件, NTB 中条件, NTB 低条件の順に高く, 各条件の間には有意な差がみられた (低条件, 中条件, 高条件の順に $1.91 < 2.55 < 3.14$) (Figure7)。

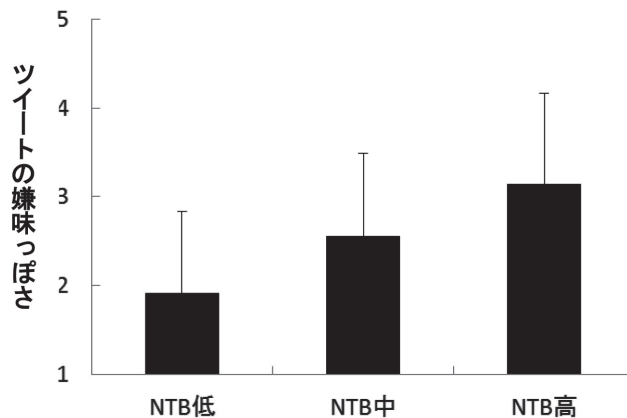


Figure7 各条件における“このツイートは、嫌味っぽいと思う”項目の評定値

最後に, “この人はいわゆる「構ってほしい人」だと思う”という項目の得点に対しても質問紙の条件の主効果が有意であり ($F(2, 354) = 163.85, p < .001, \eta^2 = .48$), 多重比較を行った結果, この項目の得点は NTB 高条件, NTB 中条件, NTB 低条件の順に高く, 各条件の間には有意な差がみられた (低条件, 中条件, 高条件の順に $1.95 < 3.34 < 4.38$) (Figure8)。

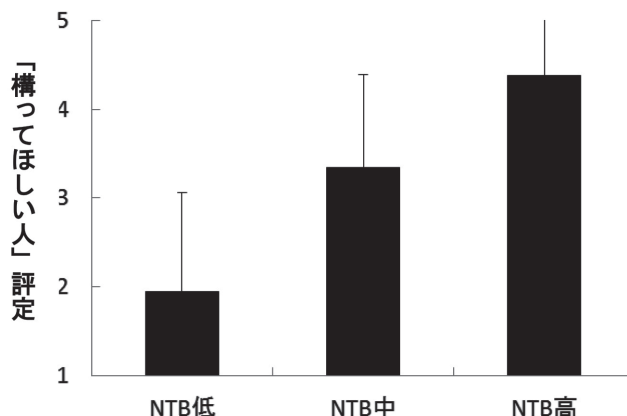


Figure8 各条件における“この人はいわゆる「構ってほしい人」だと思う”項目の評定値

考 察

本研究は、NTBの頻度と他者からの評定がどのような関係にあるかを検討することで、他者から見たNTBの望ましさを確認するために実施された。分散分析の結果から、統計的に有意であった箇所を中心に、NTBの頻度が高い者はどのように評定されるのかについて考察を行う。

まず、NTBS得点が高い者は、活動性が高いと評定されていた。この点はツイート行動そのものが多いことから、活動性の次元においては高く評定されていたものと考えられる。続いて、NTBS得点が高い者は、無責任さが高いと評定されていた。嬉しいことも悲しいことも、周りのことはあまり考えずツイートするというNTBSの項目の特徴を考慮すれば、他人が不快に思うかもしれないことも気にせずツイートしてしまう可能性があるという点で、無責任さの評定値が高かったと思われる。次に、NTBS得点が高い者は、個人的親しみやすさが低く評定されていた。この点も、周りを不快にする可能性のあるツイートを行う者は親しみにくいと評定されることを示している。

続いて、リッカート尺度に対する分析結果をみていくと、NTBS得点が高い者のツイートは、“好ましいものである”、“普通だと思う”といった評定が低く、“嫌味っぽいと思う”評定が高かった。この結果は、NTBSに含まれるようなツイートの内容は、他者から迎合されにくいことを示唆するものである。最後に、“この人はいわゆる「構ってほしい人」だと思う”項目も、NTBSの得点が高い者がもっとも高く評定されていた。藤井他（2014）では、自己愛の下位尺度である“注目・賞賛欲求”がTwitterの価値を媒介してNTBSの得点を高めることが示されているが、注目を集めようとして行われたNTBは、多くの場合において好ましくなく、嫌味っぽいものであると評定される皮肉な結果をもたらしていると考えられる。また、こういったNTBを行う頻度が高い者は、

ツイートそのものがネガティブに評価されるだけでなく、無責任で親しみにくいという評定を受けることも示唆された。

本研究の結果から、Twitter でネガティブなツイートを繰り返すことは、結果として他者から嫌がられたり、ネガティブな評定を受けたりする可能性があるといえる。コミュニケーションツールである Twitter も、使い方しだいではフォロワーに負担をかけることもあるため、ツイートする内容には注意が必要であると考えられる。

もちろん、Twitter 上でツイートされる内容はこのようなネガティブなものばかりではない。他者の共感を得て多くのリツイートを生むものや、他者に対する励まし、生活に役立つ情報など、ポジティブな内容も多くツイートされている。本研究は、いわゆる“ネガティブなツイート”の内容や、そういったツイートを行う者が、他者からどのように評定されるかを検討するために実施したものであり、Twitter 上でのツイート行動の全てを望ましくないものとするものではない。今後はネガティブなツイートに限定せず、ポジティブなツイートのもたらす効果について検討を行うことも一考に値すると思われる。

引用文献

- 藤井勉・山本政人・伊藤忠弘 (2014). Twitter における不適応的な「つぶやき」の要因——パーソナリティ特性からの検討—— 学習院大学計算機センター研究年報, 34, 40-55.
- 速水敏彦 (2006). 他人を見下す若者たち 講談社
- 林俊二 (2012). ポケット百科 Twitter 知りたいことがズバッとわかる本 翔泳社
- 諸井克英 (1992). 改訂 UCLA 孤独感尺度の次元性の検討 人文論集 (静岡大学), 42, 23-51.
- 小塩真司 (1998). 青年の自己愛傾向と自尊感情, 友人関係のあり方との関連 教育心理学研究, 46, 280-290.
- 篠田ヒロシ・佐々木和宏 (2012). 今からはじめる Twitter & Facebook 入門 マイナビ
- 海原純子 (2011). ツイッター幸福論——ネットワークサイズと日本人—— 角川書店

謝 辞

本調査に回答いただいた大学生の皆様と、調査実施に際して多大なご協力を賜りました太田信夫先生 (東京福祉大学)、辻野裕紀先生 (九州大学) に、心からお礼申し上げます。