

SNS 上の安心さがしに関する社会心理学的研究

代表研究者 長谷川 孝治 信州大学 人文学部 准教授
共同研究者 古里 由香里 信州大学高等教育研究センター 助教

1 問題

近年、Twitter や Facebook, LINE などの SNS の普及によって、自らの行動を友人や、さらには不特定多数の見知らぬ他人にまで開示する人々が多くなってきた。例えば、Twitter では、「渋谷なう」や「打ち合わせだん」のように、自分が今どこにいるのか、また何をしたのかといった日常的な事柄をことあるごとに投稿するという具合に、である。なぜ、人々はそのような投稿をしてしまうのか。Twitter の利用動機に関する研究（北村・佐々木・河井, 2016）では、オンライン人気獲得、娯楽、既存関係社交、情報獲得の 4 つの動機を抽出している。これらの動機は、人々がなぜツイートを行うかを広く捉えたものであるといえる。

しかしながら、我々がこれまで行ってきた自己研究の視座からみると、先行研究で十分に取り上げられていない、別の動機が存在することが予測できる。すなわち、他者から受け入れてもらいたい、自己を承認してほしいという自尊動機や承認欲求の現れとしての投稿である。自尊心の低い人は、恋人や親友が自分のことを大切に思ってくれているかどうか不安に感じた際、そのことを繰り返し確認する安心さがし（reassurance seeking）を行う。安心さがしとは、重要他者に本当に自分のことを大切に思ってくれているかを確認する行動である。このような過度の安心さがしを行うことによって、友人からの実際の評価を低下させるだけでなく、友人からの評価の推測である反映的自己評価を低下させ、抑うつ傾向を高めるという下方螺旋過程の存在が示されてきた（長谷川・浦, 2002；長谷川, 2008）。

このような安心さがし行動に関する研究から、現代の若者を中心とした人々が行う SNS での行動を捉えると、次のように考えることができる。親友に対する安心さがし行動の尺度得点の平均値は、それほど高くはないことが示されている（長谷川, 2014）。その理由のひとつに、安心さがしを親友に対して行うのは、恥ずかしく、評価懸念が高まることがあげられる。この安心さがしを行う上で一種のハードルを下げる効用が、SNS にはあると考えられる。SNS をはじめとするオンライン空間の特徴のひとつに、匿名性の高さがある（Joinson, 2003 三浦・畦地・田中訳 2004）。目の前に他者がいない状況で、何気なく、自分の今の状態や不安な気持ちをつぶやく行動は、まさに不特定多数の見知らぬ他者への安心さがしであるといえる。このような SNS 上の安心さがしは、多数の他者に向けられるがゆえに、安心を返してもらえる可能性も高まり、低自尊心者を適応に向かわせる可能性もある。しかしながら、やはり過度になりすぎた場合には、他者から暗黙裏に拒否され、長期的には不適応を生じさせるとも考えられる。これらの予測を検討するために、本研究では、SNS を頻繁に使用している 20 代～30 代の世代に対して、Web 調査を実施する。さらに、Twitter と LINE という性質の異なる SNS 利用者に対する調査を行い、より詳細な検討を行う。

2 研究 1：Twitter 上でのネガティブツイートは、誰が、なぜ行うのか

「疲れた」、「さみしい」、「しんどい」など、ネガティブなツイートを、誰が、なぜ行うのか。Naaman, Boase, & Lai (2010) では、ツイート内容の分析を行い、“私は今 (Me, now)” というカテゴリーのツイート頻度が最も高く、その内容は「疲れて、動揺した」といった感情的内容を含むものであることを示している。また、北村 (2015) は、Twitter 利用時の感情について検討し、全体としてはポジティブな感情を抱いたときにツイートする傾向が高いけれども、ネガティブな感情を抱いた際にツイートする場合も一定数存在することを示している。また、Twitter 利用動機と感情との分析を行い、オンラインで人気を得たいという動機が高いほど、ツイートする時に抱く感情がよりネガティブであることを示している。これらの Twitter に関する先行研究の知見から、人々は一般的にネガティブなツイートを行うことがあることが示唆される。では、誰が、なぜそのようなネガティブなツイートを行うのだろうか。この問題について、本研究では、低自尊心者の安心さがしの観点から検討を行う。上述したように、低自尊心で、自分のことを重要かどうかを確認するために安心さがしを行う人は、他者から拒絶されることが示されている（長谷川・浦, 2002；長谷川, 2008）。このような face-to-face の関係における拒絶は、個人の心理的 well-being に対してかなりのダメージを生じ

させると予想される。しかしながら、SNS 上では、複数の他者がフォロワーとして存在するが故に、低自尊心者が安心さがしした場合にも、目的通りに安心を返してもらえる可能性も高まると考えられる。このように考えると、低自尊心者で重要他者に対して安心さがしを行う人は、同様に、Twitter 上でもフォロワーに対して、ネガティブなツイートや安心さがし的なツイートをを行うと予測できる。この予測を検討するために、現在、恋人や配偶者がいる人で、Twitter を利用している人に対して、Web 調査を行う。さらに、本研究では、Twitter 利用動機に関する研究と自己研究に基づき、ネガティブなツイートをを行うとするならば、どのような理由によるかを尋ねる尺度を独自に作成し、ネガティブツイート動機について探索的に検討する。

では、低自尊心者が安心さがしをし、その結果、フォロワーから共感的反応を得ることができれば、実際に安心するのか。本研究では、この問題について、ネガティブツイートをを行い、フォロワーから共感や受容的な反応が返ってきた場合には、どのような気分になるのかを回答者に想像してもらい形で測定を行う。このことによって、安心さがしの結果、安心を得られれば、well-being が維持・促進されるかという安心さがしの結果に関わる過程を明らかにすることが可能になる。

2-1 方法 Twitter 利用者に対する web 調査 (1)

インターネット調査会社のモニターのうち、現在、恋人または配偶者がおり、Twitter を利用している 18 歳～39 歳までの 500 名 (男女等分に割付) を対象に調査を行った。回答者の平均年齢は、29.25 歳であった。

以下が、分析に用いた尺度である。

(1) 自尊心

Rosenberg (1965) の尺度 (山本・松井・山成, 1982) のうち、9 項目を使用した。

(2) 安心さがし

長谷川 (2008) の安心さがし尺度を修正したものを使用した。恋人や配偶者が、自分のことをないがしろにしていると感じたり、自分のことを大切に思ってくれているかどうか気になったりしたとき、どのような行動や反応をすると思うかについて、10 項目、5 件法で回答を求めるものである。

(3) ネガティブ・安心さがしツイート経験頻度

「Twitter 上で以下のようなツイートをを行ったことがありますか」という教示のもと、「自分の失敗をなげくツイートをすること」、「自分のさみしい気持ちを素直にツイートすること」等のネガティブツイート (10 項目) と、「フォロワーが何かリプライを返してくれるように、自分のダメさをツイートすること」、「フォロワーが何かリプライを返してくれるように、自分のつらい気持ちをツイートすること」等の安心さがしツイート (4 項目) に対して、「よくある」から「まったくない」の 5 件法で回答を求めた。また、これ以外に、ポジティブツイート (3 項目) とポジティブな安心さがしツイートに関する項目 (3 項目) も含まれていた。

(4) ネガティブツイートに対するフォロワーからの受容反応を受けた経験頻度

「自分に関するネガティブなツイート」を、「自分を卑下したり、責めたり、否定したり、いろいろな理由で自分がつらい状態であることを示す内容のツイート」のことと定義した上で、「Twitter 上で自分に関するネガティブなツイート (リプライを含む) をあなたがしたとき、フォロワー (やそれ以外の人) からそれを気づかたり、共感したりするようなツイート (リプライを含む) を返されたことがありますか」という単項目に対して、「よくあった」～「まったくなかった」の 5 件法で回答を求めた。これは (3) の尺度で、「まったくくない」と回答した人以外が回答対象になるように、Web 質問紙を設定した。

(5) ネガティブ投稿動機

「あなたがもし Twitter 上で自分に関するネガティブなツイート (リプライ含む) をするとしたら、どのような理由によるものだと思いますか」という教示のもと、18 項目に対して、「よくあてはまる」～「全くあてはまらない」の 5 件法で回答を求めた。因子分析 (最尤法・バリマックス回転) の結果、「誰かにそんなことないよ、と言ってほしいから」等の同情希求動機 (7 項目)、「やりとりの中で雰囲気のを和ませたいから」等の雰囲気作り動機 (6 項目)、「ただ愚痴を言いたいから」等の愚痴動機 (2 項目) の 3 因子が抽出された。

(6) ネガティブツイートに対するフォロワーからの受容があった際の感情

(4) のような経験をもしたとしたら、どのような気持ちになるかについて、川西 (2005) を参考にした SD 尺度 (9 項目、7 件法) に回答を求めた。因子分析 (最尤法・プロマックス回転) の結果、安心 (「ほっとしなかった」～「ほっとした」等)、喜び (「うれしい」～「かなしい」等)、快 (「楽しい」～「苦しい」等) の 3 因子が抽出された。

2-2 結果と考察

まず、ネガティブツイート経験の平均値 ($M = 2.37, SD = 1.01$) をみると、尺度の中央値よりも下ではあるものの全体的にある程度ネガティブツイートを行ったことがあることが示された。また、安心さがしツイート経験の平均値 ($M = 2.21, SD = 1.16$) についても、これより若干低いものの、フォロワーに何らかの返信を期待して、安心さがしネガティブツイートを行ったことがある人が、一定数存在することが示された。

次に、年齢について18~29歳を0、30~39歳を1とコード化した上で、ネガティブツイートの経験頻度を基準変数、自尊心、恋人・配偶者への安心さがし、年齢、それらの1次および2次の交互作用項を説明変数とする階層的重回帰分析を行った(表1)。その結果、自尊心が有意な負の主効果、安心さがしと年齢が有意な正の主効果があることが示された。すなわち、自尊心が低いほど、恋人・配偶者に対して安心さがしするほど、そして年齢が若いほど、ネガティブツイートをすることが示された。また、2次の交互作用項が有意であったため、単純傾斜の検定を行ったところ(図1)、29歳以下で安心さがしをする人において、自尊心が低いほどネガティブツイートをすることが示された。表1に示されたように、安心さがしツイートについては、安心さがし主効果のみが示され、同様のパターンの2次の交互作用が見いだされた。

表1 ネガティブおよび安心さがしツイートに対する自尊心、安心さがし、年齢の効果

	ネガティブ ツイート	安心さがし ツイート
自尊心 (SE)	-.117 **	-.047
安心さがし (RS)	.400 **	.442 **
年齢 (age)	-.091 *	-.062
SE*RS	-.057	-.045
SE*age	.079 +	.093 *
RS*age	-.059	-.044
SE*RS*age	.098 *	.112 **
R^2	.223 **	.239 **

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

age : 0=18-29 ages, 1=30-39 ages

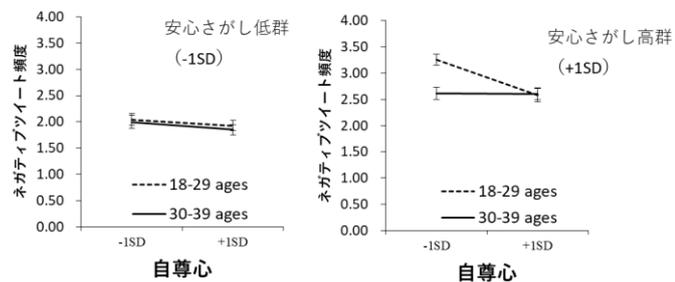


図1 ネガティブツイートに対する自尊心、安心さがし、年齢の交互作用効果

次に、ネガティブツイート動機を基準変数、自尊心、安心さがし、両者の交互作用項を説明変数とする重回帰分析を行った(表2)。その結果、すべての動機に対して、安心さがしが有意な主効果を示した。すなわち、恋人・配偶者に対して安心さがしする人ほど、ネガティブツイートをする理由として、フォロワーからの同情を得たい、雰囲気や和らげたい、愚痴をこぼしたいという多様な動機を持つことが示された。さらに、愚痴については、自尊心の有意な負の主効果が示された。自尊心が低い人ほど、フォロワーに対して、日常の愚痴をつぶやきたいという動機を持っていることが示された。さらに、すべての動機に対して、自尊心と安心さがしの交互作用項が有意であった。同情希求動機に対する交互作用について、単純傾斜の検定を行ったところ(図2)、安心さがしを行う人で、自尊心が低いほど、ネガティブツイートを行うのは同情希求動機のためであることが示された。雰囲気作りと愚痴に関しては、交互作用のパターンは同様であった。

表2 ネガティブツイート動機に対する自尊心と安心さがしの効果

	同情希求	雰囲気作り	愚痴
自尊心 (SE)	-.045	.010	-.157 **
安心さがし (RS)	.443 **	.453 **	.186 **
SE by RS	-.103 *	-.112 **	-.082 †
R^2	.205 **	.207 **	.068 **

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

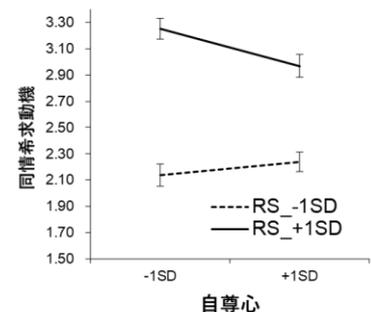


図2 同情希求動機に対する自尊心と安心さがし (RS) の交互作用

これらの結果から、低自尊心者で、恋人や配偶者に対して安心さがしを行う30歳代以下の人は、Twitterにおいてネガティブツイートや安心さがしツイートを頻繁に行うことが示唆された。また、動機に関しては、低自尊心者で安心さがしを行う人ほど、同情希求動機、雰囲気作り動機、愚痴動機といった多様な動機によ

ってネガティブツイートを行うことが示唆された。

では、このような人々が、ネガティブツイートをし、フォロワーから気遣いや共感を得たとき、どのような気持ちになるのだろうか。このことについて検討するために、ネガティブツイートをし、フォロワーから気遣いや共感を返された際の感情に対して、安心さがしツイート頻度、フォロワーからの受容経験、自尊心、それらの1次および2次の交互作用項を説明変数とする階層的重回帰分析を行った(表3)。その結果、いずれの感情に対しても、受容経験の主効果が有意であった。すなわち、フォロワーからの受容を受けた経験がある人ほど、安心、喜び、快といった感情を経験しやすいことが示された。また、安心感情に対して、自尊心と安心さがしツイートの交互作用が有意な傾向を示した(表3)。交互作用のパターンを検討するために、単純傾斜の有意性検定を行ったところ(図3)、低自尊心者が安心さがしツイートをすると、フォロワーから受容を経験した後に、安心を感じる程度が低くなることが示された。想定していた2次の交互作用は有意ではなかった。また、快感情についても、同様の交互作用のパターンが示された。

表3 自尊心と安心さがしツイートとフォロワーからの受容経験が感情反応に及ぼす影響

	安心	喜び	快
安心さがしツイート	-.078	-.055	-.001
受容経験	.286 **	.238 **	.242 **
自尊心	.052	.020	-.006
安心さがしツイート*受容経験	-.031	-.044	-.067
安心さがしツイート*自尊心	.080 †	.074	.089 †
受容経験*自尊心	.020	-.001	.048
安心さがしツイート*受容経験*自尊心	.032	.031	.019
R^2	.094 **	.061 **	.063 **

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

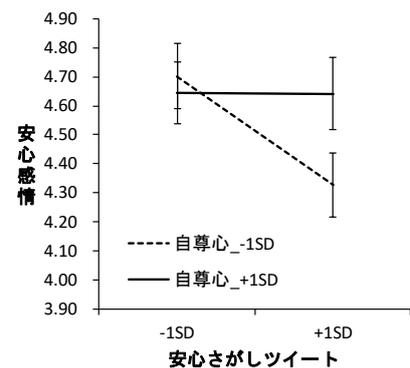


図3 安心感情に対する自尊心と安心さがしツイートの交互作用

これらの結果から、低自尊心者が安心さがしツイートをすると、実際にフォロワーからの受容を経験したことがあるかどうかに関わらず、受容後の安心を感じにくいことが明らかにされた。このことは、低自尊心者で安心さがしツイートをよくする人ほど、他者から受容反応が返ってきた場合に後悔の念やダメな自分を確証する経験(Swann, Griffin, Predmore, & Gaines, 1987)をしている可能性を示唆するものである。このような認知プロセスが、なぜフォロワーからの受容経験とは独立して生じるのかについて、さらなる検討が必要である。

2-3 方法 Twitter 利用者に対する web 調査 (2)

ネガティブツイートを誰が、なぜ行うかという問題を検討するため、別の調査会社のモニターを対象に、同様の Web 調査を行った。Twitter を利用している 18~39 歳までの 579 名(男女等分に割付)を対象に調査を行った。回答者の平均年齢は、28.49 歳(SD = 6.35)であった。そのうち、恋人・配偶者がいると回答した 286 名を分析対象とした。分析に用いた尺度は上述の web 調査と同様であった。

2-4 結果と考察

まず、ネガティブツイート経験の平均値($M = 2.11$, $SD = 0.88$)をみると、尺度の中央値よりも下ではあるものの全体的にある程度ネガティブツイートをを行ったことが示された。また、安心さがしツイート経験の平均値($M = 1.71$, $SD = 0.89$)はこれより低く、フォロワーに何らかの返信を期待して、安心さがし的なネガティブツイートを行う人があまり多くないことが示された。この結果は、web 調査(1)の結果と異なり、本調査対象者は安心さがしツイートをを行った経験が少ない人々であることを示している。ただし、web 調査(1)でも安心さがしツイートの平均値は中央値に比べれば、若干低いレベルであった。このことは、安心さがしの性質や尺度項目の内容によって生じた結果かもしれない。本調査の安心さがしツイート経験尺度は、項目として、「フォロワーが何かリプライを返してくれるように」と調査参加者に意識させる形で回答を求めた。すなわち、そのように問われてしまうとそんなつもりはないと考えるけれども、特に意識せずに、ネガティブな内容のツイートはしているという人の回答が反映されていない可能性がある。対面の安心さが

し尺度にも同様の問題があり、無意識レベルで行われる安心さがしをいかにうまく測定するかが今後の課題である。

次に、ネガティブツイート動機について、因子分析（最尤法・バリマックス回転）を行ったところ、web調査（1）と若干異なり、注意希求動機（自分に親しみを感じてほしいから等の6項目）、同情希求動機（誰かにそんなことないよ、と言ってほしいから等の5項目）、雰囲気作り動機（自分がフォロワーに親しみを持っていることを伝えたいから等の5項目）、愚痴動機（ただ愚痴を言いたいから等の2項目）の4因子が抽出された。

ネガティブツイート頻度を基準変数、自尊心、恋人・配偶者に対する安心さがし、ネガティブツイートの各動機、それらの1次および2次の交互作用項を説明変数とする階層的重回帰分析を行った（表4）。その結果、自尊心の有意な負の主効果、安心さがしの有意な正の主効果が示された。すなわち、自尊心が低いほど、恋人・配偶者に対して安心さがしするほど、ネガティブツイートをする事が示された。また、各動機の主効果も示され、いずれの動機を持つ場合にもネガティブツイートをより行うことが示された。さらに、同情希求動機と雰囲気作り動機については、2次の交互作用項が有意傾向を示し、愚痴動機については、自尊心との交互作用が有意であった。交互作用のパターンを検討するために、単純傾斜の検定を行った（図4、5）。その結果、図4より、低自尊心で安心さがしをする人で、同情希求動機が高いほど、ネガティブツイートをより行うことが示された。また、高自尊心者で安心さがしをせず、同情希求動機が低い人ほど、ネガティブツイートをより行わないことが示された。雰囲気作り動機に関する交互作用のパターンも同様であった。さらに、図5から、低自尊心で愚痴動機を持つ人ほど、ネガティブツイートをより頻繁に行うことが示された。

表4 ネガティブツイート頻度に対する自尊心、安心さがし、ネガティブツイート動機の効果

	注意希求	同情希求	雰囲気作り	愚痴
自尊心 (SE)	-.230 **	-.218 **	-.257 **	-.137 *
安心さがし (RS)	.126 *	.132 *	.159 *	.200 **
ネガティブツイート動機 (NTM)	.349 **	.265 **	.236 **	.401 **
SE*RS	-.040	-.037	-.033	-.032
SE*NTM	-.022	-.005	.032	-.191 **
RS*NTM	-.064	-.069	-.064	-.017
SE*RS*NTM	-.076	-.114 †	-.121 †	-.064
R^2	.269 **	.222 **	.217 **	.310 **

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

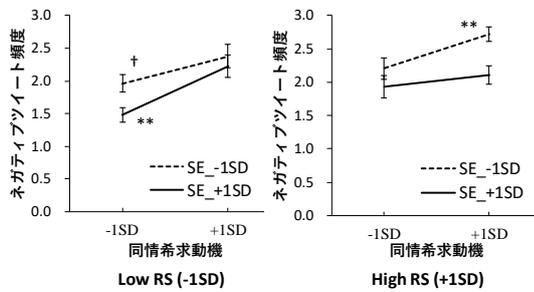


図4 ネガティブツイート頻度に対する自尊心 (SE), 安心さがし (RS), 同情希求動機の交互作用

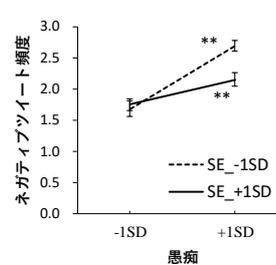


図5 ネガティブツイート頻度に対する自尊心 (SE) と愚痴の交互作用

これらの結果から、低自尊心者で安心さがしを行う人ほど、ネガティブツイートをより頻繁に行うことが示唆された。さらに、フォロワーから同情を求めたり、雰囲気を維持させたりといったネガティブツイートの動機が高いほど、ネガティブツイート頻度が高くなることが示唆された。

以上のように、研究1の結果、低自尊心者で恋人や配偶者に安心さがしを行う人は、それをSNSにおいても一般化し、Twitterにおいてネガティブなツイートや安心さがし的なツイートを行うことが示唆された。また、この傾向は若い世代において顕著であった。さらに、なぜネガティブツイートを行うかについての分析結果では、同情希求動機や雰囲気作り動機、愚痴動機の存在が関与している可能性が示唆された。ただし、このような低自尊心者の安心さがしツイートに対して、フォロワーが安心を返しても、満たされるどころか、逆に安心が下がることも示された。これは、低自尊心者がフォロワーからの共感によって自らのネガティブ

さを確証することにつながるために生じた可能性が考えられる。

3 研究2：LINE 上でのネガティブ投稿は、誰が、なぜ行うのか

研究1の結果から、Twitter 上では、低自尊心者で安心さがしを行う人が、ネガティブツイートを行うことが示唆された。これは、Twitter では安心さがしの相手となるフォロワーが、実際会ったことのない人も含め、多数存在するためかもしれない。そのような SNS 上での他者は、匿名性が高く、拒絶される恐れが低くなるため、相手の気を引くようなネガティブツイートができると考えられる。

研究2では、LINE という Twitter とは異なる特徴を持つ SNS でも、このような低自尊心者のネガティブな投稿が同様に認められるかを検討する。Twitter に比べて、LINE は、より親密な他者との交流に用いられる。友だちに登録されている人々は、face-to-face で会ったことがある人が多く、匿名性は低いと考えられる。このような性質の SNS では、Twitter よりも拒絶される恐れは高く、ネガティブツイートもあまり行われな可能性はある。しかしながら、単にオフラインの行動をオンラインでも般化すると考えれば、低自尊心者が LINE を通して、親密な友だちに対して、ネガティブツイートを行うことも考えられる。本研究では、このような対立的な予測のうち、いずれが支持されるかを探索的に検討する。

また、研究1と同様に、LINE 上でネガティブな投稿をするのはなぜかという動機や、それに対して友だちから共感的な反応が返ってきたり、そんなことないよと否定する返事があったりした際の感情についても、検討する。さらに、この友だちからの反応に関しては、LINE という SNS に特有の“既読スルー”と呼ばれる反応についても検討対象に加える。LINE では、自らの投稿に対して、友だちに登録されている人が、それを読んだかどうか、「未読〇件、既読〇件」と表示される仕様になっている。したがって、友だちが投稿を読んだにもかかわらず、何の反応も返さない状態は、“既読スルー”と呼ばれ、投稿者にとっては心理的にネガティブな感情を生じさせるものである。本研究では、このように他者から既読スルーされた場合に、参加者がどのような感情になるかということについても探索的に検討する。

3-1 方法 LINE 利用者に対する web 調査

インターネット調査会社のモニターのうち、現在、LINE を利用している 18～39 歳までの 500 名（10代：20%，20代：40%，30代：40%，各年代で男女等分に割付）を対象に調査を行った。以下が、分析に用いた尺度である。

（1）自尊心

Rosenberg (1965) の尺度（山本・松井・山成，1982）のうち、9 項目を使用した。

（2）ネガティブ・安心さがし投稿経験

「LINE 上で以下のような行動をしたことがありますか」という教示のもと、「自分の能力の低さをなげく書き込みをすること」等のネガティブ投稿（10 項目）と、「トークルームのメンバーや友だちなどが何か返事をしてくれるように、自分のつらい気持ちを書くこと」などの安心さがし投稿（5 項目）に対して、「よくある」から「まったくない」の 5 件法で回答を求めた。

（3）ネガティブ投稿動機

「あなたがもし LINE 上で自分に関するネガティブなこと（自分を卑下したり、責めたり、否定したり、いろいろな理由で自分がつらい状態であることなど）を書くとしたら、どのような理由によるものだと思いますか」という教示のもと、18 項目に対して、「よくあてはまる」～「全くあてはまらない」の 5 件法で回答を求めた。因子分析（最尤法・バリマックス回転）の結果、「トークルームのメンバーや友だちの関心や興味をひきたいから」などの注目希求動機（7 項目）、「やりとりの中で雰囲気と和ませたいから」などの雰囲気作り動機（5 項目）、「自分が書いたことについて、慰めてほしいから」などの同情希求動機（5 項目）の 3 因子が抽出された。なお、この尺度は（2）の尺度項目全てで、「まったくない」と回答した人以外を回答対象とした。

（4）ネガティブ投稿に対する他者からの反応受領時の感情

「あなたが LINE 上で自分に関するネガティブなことを書き、他の人からそれを気遣ったり、共感したりするような返事があったとき、どのような気持ちになりましたか」という教示のもと、10 項目に対して、「よくあてはまる」～「全くあてはまらない」の 5 件法で回答を求めた。この尺度は共感反応の受領時の感情を測るものであり、下線部を変えた否定反応（他の人からそれを否定し、場合によっては自分のよいところを

あげてくれるような返事があった)と既読スルー反応(既読スルーされ、誰からも返事がなかった)受領時の気分も、同様の尺度でそれぞれ測定した。因子分析(最尤法・プロマックス回転)の結果、各尺度とも「ほっとした」等の安心因子(5項目)と「不安だ」等の不安因子(5項目)が抽出された。なお、この尺度は前問で、対応する反応を受領した経験が「まったくない」と回答した人以外を回答対象とした。

3-2 結果と考察

ネガティブ投稿経験 ($M = 1.89, SD = 0.89$), 安心さがし投稿経験 ($M = 1.74, SD = 0.89$) とともに、尺度の平均値をみると、LINE 上で頻繁にネガティブ投稿や安心さがし投稿が行われているとはいえないものであった。これらのネガティブ投稿経験と安心さがし投稿経験に対して、ネガティブ投稿動機の3因子の因子得点、自尊心、自尊心と各動機の交互作用項を説明変数とする重回帰分析を行った(表5)。その結果、両投稿経験ともに、自尊心の負の主効果が有意であり、注目希求動機、雰囲気作り動機、同情希求動機の正の主効果がいずれも有意であった。すなわち、自尊心が低いほど、LINE 上でのネガティブな投稿に対する3つの動機を持っている人ほど、ネガティブ投稿や安心さがし投稿を行うことが示された。また、安心さがし投稿に対する自尊心と注目希求動機の交互作用項が有意であったため、単純傾斜の有意性検定を行った(図6)。その結果、注目希求動機が高く、自尊心が低いほど、安心さがし投稿を行うことが示された。

以上の結果から、LINE 上でのネガティブ投稿や安心さがし投稿が少ないながらも行われ、低自尊心で友だちの注目を集めたいという動機を持つ人で安心さがし投稿が顕著に見られることが明らかになった。

表5 安心さがし投稿に対する自尊心とネガティブ投稿動機の効果

	ネガティブ投稿	安心さがし投稿
自尊心	-.158 **	-.104 *
注目希求	.320 **	.431 **
雰囲気作り	.247 **	.252 **
同情希求	.159 **	.089 *
自尊心*同情希求	-.023	.013
自尊心*雰囲気作り	-.012	.041
自尊心*注目希求	-.032	-.123 **
R^2	.250 **	.334 **

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

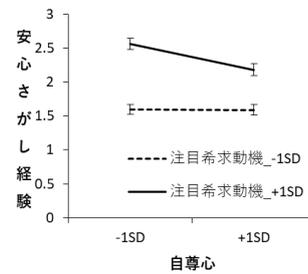


図6 LINE上での安心さがしに対する自尊心と注目希求動機の交互作用

では、このようにLINE 上でネガティブな投稿をした際に、他者からどのような返信をされると、どのような感情が生起するのか。このことを検討するため、LINE 上でのネガティブな投稿に対する他者からの反応(共感、否定、既読スルー)受領時の感情に対して、自尊心、ネガティブ投稿経験、3つのネガティブ投稿動機、自尊心と他の変数との交互作用項を説明変数とする重回帰分析を行った(表6)。

表6 LINE上でのネガティブ投稿に対する他者からの反応を受領した際の気分に対する自尊心、ネガティブ投稿経験、ネガティブ投稿動機の効果

他者からの反応の種類	共感		否定		既読スルー	
	安心	不安	安心	不安	安心	不安
ネガティブ投稿	.001	.312 **	-.104 †	.218 **	.258 **	-.040
自尊心	.085	-.158 **	-.010	-.172 **	.020	-.035
注目希求動機	-.135 **	.298 **	-.017	.214 **	.215 **	.245 **
雰囲気作り動機	.140 **	.090 †	.122 *	.129 *	.136 *	.099
同情希求動機	.410 **	-.073	.436 **	-.116 *	-.230 **	.337 **
自尊心×ネガティブ投稿	.031	.092 †	-.003	-.027	.167 *	-.084
自尊心×注目希求動機	.137 **	-.026	.109 †	-.020	.040	.003
自尊心×雰囲気作り動機	.010	-.002	.043	-.020	-.071	.038
自尊心×同情希求動機	-.048	-.064	-.003	-.007	-.021	.059
R^2	.208 **	.314 **	.208 **	.205 **	.202 **	.230 **

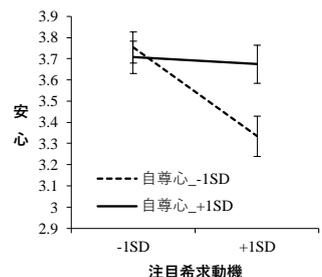


図7 LINE上でのネガティブ投稿への共感反応受領時の安心気分に対する自尊心と注目希求動機の交互作用

その結果、ネガティブ投稿をする人ほど、それに対する共感や否定をされた際に不安を感じやすく、既読スルーをされると逆に安心することが示された。このことから、LINE という互いに顔見知りの親密な他者とつながった SNS において、つい弱音や愚痴を書いてしまった場合、他者から気遣われたり、真面目にネガティブな内容を否定されたりすると、逆に自分のダメさを確認することになり、いっそスルーしてもらおう方が安心するという心理過程の存在が示唆される。これは援助行動の自尊心脅威モデル(Fisher, Nadler, & Whitcher-Alagna, 1982)からも解釈可能である。また、自尊心が低いほど、共感や否定反応受領時に不安になることも示されていた。これはポジティブな評価は情緒的にはうれしいのに、認知的には自己確認動機が満たされず、素直にそれを受け入れられないという認知と情緒の板挟み状態(Swann et al, 1987)を示唆す

るものである。さらに、注目希求動機が高いほど、いずれの反応受領時にも不安を感じやすく、雰囲気作り動機が高いほど、安心を感じやすかった。同情希求動機が高いほど、共感や否定を得ると安心し、既読スルーされると、安心が低かった。

また、共感反応受領時の安心感情に対して、自尊心と注目希求動機との交互作用項が有意であった。交互作用のパターンを検討するため、単純傾斜検定を行った(図7)。その結果、自尊心が低く、注目希求動機が高いほど、共感受領時に安心が低くなるという結果が示された。否定反応受領時の交互作用のパターンも同様であった。これらの結果は、低自尊心で、友だちからの注目を集めたいという動機が強いほど、実際に共感や否定反応を受領した際には安心感情が下がることを示唆するものであり、上述と同様、ネガティブな自己確証や自尊心脅威モデルから解釈可能である。以上の結果から、LINEでのネガティブ投稿に対する共感的な反応が、必ずしも安心につながらず、不安を高めるという皮肉なプロセスが存在することが示唆された。

4 まとめ

SNSにおいて、ネガティブな投稿を、誰が、なぜ行うのか。この問題について、本研究では低自尊心者の安心さがしの観点から検討を行った。Twitterを日常的に利用している人々に対する2つのweb調査の結果から、低自尊心者で、face-to-faceな関係において恋人や配偶者に安心さがしを行う人ほど、フォロワーに対してネガティブツイートや安心さがしのツイートをを行っていることが明らかにされた。また、特に、フォロワーからの同情を求める動機が、この傾向を顕著にする可能性が示唆された。LINE利用者に関する調査結果からも、低自尊心者でLINE上の友だちからの注目を得たいという動機が高い人が、安心さがしの投稿を行うことが示された。

では、このようにして行われたネガティブな投稿の結果、フォロワーや友だちから気遣いや共感が返ってきた場合に、どのような感情が生じるのか。Twitter調査の結果から、低自尊心者は、フォロワーからの反応にかかわらず、安心さがしツイートをするほど、安心感情が低くなることが示唆された。これは、低自尊心者がフォロワーからの共感によって自らのネガティブさを確認することにつながるために生じた可能性がある。

また、LINE調査の結果からは、ネガティブ投稿をする人ほど、それに対して共感や否定をされた際に不安を感じやすく、既読スルーをされると逆に安心することが示された。このことから、LINEという互いに顔見知りの親密な他者とつながったSNSでは、つい弱音や愚痴を書いてしまった場合、他者から気遣われたり、真面目にネガティブな内容を否定されたりすると、逆に自分のダメさを確認することになり、いっそスルーしてもらう方が安心するという心理過程の存在が示唆される。このことは低自尊心者で注目希求動機が高い人が、共感反応を得た際に安心感情が低くなるという結果にも現れている可能性がある。低自尊心者でフォロワーからの注目を得たいと思ってネガティブな投稿を行ったけれども、それに対して共感されることによって、自己のネガティブさを改めて確認することになり、安心感情が低下することが示唆された。今後、安心さがし投稿の尺度項目をより洗練させるとともに、実際のフォロワーや友だちの反応をとらえるような検討を行う必要がある。

【参考文献】

- Fisher, J. D., Nadler, A., & Witcher-Alagna, S. (1982). Recipient reaction to aid. *Psychological Bulletin*, 91, 27-54.
- 長谷川孝治・浦 光博 (2002). 低自尊心者における下方螺旋過程についての検討 ―他者からの評価と抑うつ傾向に対する安心さがし行動と自尊心の交互作用効果― 日本社会心理学会第43回大会発表論文集, 178-179.
- 長谷川孝治 (2008). 自尊心と安心さがしが他者からの拒絶認知に及ぼす影響 人文科学論集(人間情報学科編), 42, 53-65.
- 長谷川孝治 (2014). 安心さがしと社会的スキルおよびパーソナリティ特性との関連 信州大学人文科学論集, 1, 147-153.
- Joinson, A.N. (2003). *Understanding the psychology of internet behaviour: Virtual worlds, real lives*. Palgrave Macmillan.

- (ジョインソン, A. N. 三浦麻子・畦地真太郎・田中敦(訳) (2004). インターネットにおける行動と心理. 北大路書房)
- 川西千弘 (2005). 被開示者の受容・拒絶が開示者に与える影響: 開示者・被開示者の親密性と開示者の自尊心を踏まえて 社会心理学研究, 23, 221-232.
- 北村智 (2015). Twitter 利用者はどのような感情をツイートするのか—利用動機の観点からの分析— コミュニケーション科学, 43, 3-21.
- 北村智・佐々木裕一・河井大介 (2016). ツイッターの心理学: 情報環境と利用者行動 誠信書房
- Naaman, M., Boase, J., & Lai, C.H. (2010). Is it really about me? Message content in social awareness streams. *Proceedings of the 2010 ACM conference on Computer Supported Cooperative Work*, 189-192.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Swann, W. B. Jr., Griffin, J. J., Predmore, C., & Gaines, B. (1987). The Cognitive-Affective Crossfire: When Self-Consistency Confronts Self-Enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 881-889.
- 山本真理子・松井豊・山成由紀子 (1982). 認知された自己の諸側面の構造 教育心理学研究, 30, 64-68.

〈発表資料〉

題名	掲載誌・学会名等	発表年月
Effects of self-esteem and reassurance seeking on the motivation for negative tweets in the twitter.	2016 International Association for Relationship Research Conference	2016年6月
Who tweets negative things about themselves? Effects of self-esteem and reassurance seeking on the tweets in the twitter.	The 31th International Congress of Psychology	2016年7月
自尊心と安心さがしツイートと他者からの受容認知が感情反応に及ぼす影響—安心さがしツイートで低自尊心者は満たされるか?—	日本社会心理学会第57回大会	2016年9月
Who tweets negative things about themselves? Effects of self-esteem, reassurance seeking, and age on twitter posts.	The 18th annual meeting of the Society for Personality and Social Psychology	2017年1月
Who exaggeratedly describes positivity on Twitter? The effect of self-esteem and followers' replies on Twitter posts.	The Biennial 12th Conference of the Asian Association of Social Psychology	2017年8月
Who tweets negatively about themselves? Effects of self-esteem, reassurance seeking, and motives for negative tweets.	The 19th annual meeting of the Society for Personality and Social Psychology	2018年3月
What kinds of mood would positive tweets for getting replies from followers elicit? Effects of self-esteem, the motives for positive tweets, and admiration or empathy reactions.	2018 International Association for Relationship Research Conference	2018年7月
LINE 上での安心さがし投稿に対する自尊心とネガティブ投稿動機の効果—誰が、なぜ安心さがし投稿をするのか—	日本社会心理学会第59回大会	2018年8月
誰が、なぜ“盛る”のか?—LINE 上でのポジティブな安心さがし投稿に対する自尊心と投稿動機の効果—	日本グループ・ダイナミクス学会第65回大会	2018年9月
弱音に対する共感、人を安心させるか?—LINE 上でのネガティブ投稿への他者からの反応受領時の気分に対する自尊心とネガティブ投稿経験・動機の効果—	日本心理学会第82回大会	2018年9月