

社会的比較志向性が Twitter 利用に与える影響

大上 友花

人間誰もが、自らと他者を比較する社会的比較という心理を持っている。社会的比較はあらゆる場面で起こるものであり、以前から様々な日常場面で検討されてきたが、近年新しい日常となった場面での社会的比較に関しては、十分な議論がなされているとは言い難い。その一つがインターネットでのコミュニケーション(CMC)である。CMC が主に行われる場である SNS には様々な種類があるが、日本人が特によく利用していること、また、匿名性という CMC の特徴が顕著に表れている媒体であることから、本研究では Twitter に着目した。また、社会的比較と SNS に関する研究で、SNS 上での社会的比較に関連する心理を調査したものはいくつか存在するが、SNS の利用状況と社会的比較という現象そのものの関連について着目したものはあまり多くない。そこで本研究では、社会的比較志向性と Twitter の利用状況の関連に焦点を当てた。この関連に関して、「社会的比較志向性が高い人ほど Twitter 閲覧時間が長い」「社会的比較志向性が高い人ほど『自分のことを知り合いに共有するため』や『暇つぶしのため』を Twitter 利用目的とする傾向にある」「社会的比較志向性が高い人ほど自分と同年代の人を多くフォローしている」の3つの仮説を立て、これらを検証した。なお、本研究では、社会的比較志向性の下位尺度の一つである能力比較を用いて、各調査の結果を比較した。

本研究では、Web 質問紙調査を3回実施した。1回目は幅広い年齢層で仮説を検証するため10代から60代までを対象とし、2回目は大学生で仮説を検証するため大学生を対象とした。3回目は年代による社会的比較志向性や Twitter 利用傾向の違いを検討するため、18～29歳の若年層と40～59歳の中年層を比較した。その結果、先述した3つの仮説はいずれも支持されなかった。探索的検討の結果、自分と近い人についての情報収集をしようと思う傾向と能力比較の高さに関連が見られた。また、「最近のニュース」「自分と近い人についての近況」というような、自分の周囲にいる他者に関する投稿の閲覧頻度の高さにも能力比較の高さとの関連が見られた。

以上の結果から、自分の周囲にいる他者を比較の対象とするのは、現実社会での社会的比較だけでなく、Twitter での社会的比較にも共通して見られる性質であるということが示唆される。この共通点を見出したこと、また、3つの調査によって年代による Twitter の利用状況の差異を比較できたことが本研究の意義であったと考えられる。一方で、情報収集を利用の中心とする Twitter の消極的利用の多さを考慮できていなかった点は、本研究の課題である。本研究では、社会的比較志向性の高い人は人との関わりを求めて Twitter を利用するであろうという考えを基に仮説を立てたが、そもそも、人より多く関わりたいという動機から Twitter を利用している人はそれほど多くなかったからである。今後同様の研究を行う際は、交流を目的に Twitter を利用している人に対象を絞ることも一つの方法として考えられる。

今回は社会的比較の中でも志向性という面のみを取り上げて検討したが、比較の方向や機能など、社会的比較には様々な側面がある。今後はそれらと Twitter の利用状況の関連を検討することで、Twitter 上で起こる社会的比較の特徴をさらに明らかにすることができるであろう。(社会心理学)