

# Twitter 上での類似性認知が他者への不寛容性に及ぼす効果<sup>i</sup>

長谷川 孝治（信州大学人文学部）・小向 佳乃（信州大学人文学部<sup>ii</sup>）

## The effect of perception of similarity in the twitter on intolerance for others

Koji HASEGAWA (Faculty of Arts, Shinshu University) & Yoshino KOMUKAI  
(Faculty of Arts, Shinshu University)

### 要 約

本研究は、Twitter のフォロワーに対する類似性認知が他者への不寛容性を促進させるのかを検討することを目的として行われた。インターネット調査会社のモニター127名に対する Web 調査の結果、フォロワーに対する類似性認知が高いほど、彼／彼女らに対する不寛容性も高いことが示された。また、この傾向は、孤独感の高さや自己肯定感の低さによって、調整されていた。すなわち、孤独感が高い人や自己肯定感が低い人は、フォロワーに対する類似性を高く認知するほど、それらの人々と意見の食い違いが生じた際に、不寛容性が高くなることが示された。さらに、そのような際に、フォローを解除したり、ミュートしたりする拒否行動をとるのは、不寛容性が高い人であることも示された。これらのことから、SNS を通してコミュニケーションが円滑になる反面、そこでの同質性の追求が、他者に対する寛容性を下げることにつながることを示唆された。

Keywords : Twitter, 類似性認知, 他者への不寛容性, 孤独感, 自己肯定感

### 問 題

近年、Twitter や Facebook, Instagram などの SNS の発展がめざましい。平成29年度版情報通信白書（総務省, 2017）によると、代表的な SNS である LINE, Facebook, Twitter 等の6つのサービスのいずれかを利用している割合は、全体では、2012年の41.4%から、2016年には71.2%にまで上昇しており、スマートフォンの普及と連動する形で SNS の利用が社会に定着してきている。このような SNS の普及は、人々間のコミュニケーションを円滑にし、他者の多様性を認める方向に機能するのか。これまでの研究によると、このような単純な帰結は実現しにくいことが示されている。例えば、池田・柴内（1997a）によると、オンライン・コミュニティは、社会階層・年齢・性別といった社会的属性の上では多様な人が参加し

ているために、そこに埋め込まれている情報やサポートなどの資源は異質性が高いとされる。しかしながら、利用者は関心や問題意識を共有しているために、コミュニティで扱っているコンテンツに関しては資源の同質性が高いと指摘されている。そして、同質性への志向性は、情報縁のある特定の時点での「内輪」以上に拡大するのを阻害・固定する可能性があることや、同一／類似メンバーの相互作用によってコミュニケーションの内容的等質性が過度に促進され、異質な発想との遭遇を抑圧することになるとされている（池田・柴内, 1997b）。また、Katz（1999）によると、インターネットは、自分と異なる反対意見の回避を可能にし、新聞やテレビ視聴者に比べてユーザーの選択的接触傾向は高いとされる。このように、インターネット上のコミュニティは、自分自身とは異なる意見を持つ情報に触れる機会を増加させるものの、池田（2005）がその特徴として指摘するように、自分自身が能動的に情報の取捨選択をカスタマイズできるがゆえに、情報の共有が社会的に低下し、断片化をもたらすという負の側面も併せ持つと考えられる。

本研究では、代表的な SNS のひとつである Twitter をとりあげ、このような同質性を求める人々の心理プロセスを明らかにすることを目的とする。上述の選択的接触は、Twitter においても生じていることが示されている（Conover, 2011）。Twitter とは、自分自身が日常感じたことを誰に伝えるともなく、単につぶやくことを、そもそもの目的として開発されたものである。しかしながら、それだけでなく、フォローしたり、フォローされたりという他者とのつながりを実現する仕組みを備えているところが、SNS としての基本的特徴であるといえる。すなわち、自分自身が興味や関心等、何らかのきっかけによって、他者をフォローした場合、自分自身のタイムラインに他者のツイートが表示されるようになる。逆に、他者に自分自身をフォローされた場合には、他者のタイムラインに自分のツイートが表示される。このような場合、この他者は自分自身のフォロワーと呼ばれ、相互にフォローし合っている状態を、相互フォローと呼ぶ（北村・佐々木・河井, 2016）。このように相互にフォローしあう形で、自分自身のコミュニティを、自分の好みにカスタマイズできる。

人は、Twitter 上において、どのような人と相互フォローしたいのか。人は基本的に自らを取り巻く世界を安定的に捉えたいという基本的欲求を持つということは、帰属理論の古典的研究（Heider, 1958）から始まり、対人認知や自己に関する研究知見の大前提となっている（Sedikides, 1993）。また、対人魅力研究における古典的な仮説である、Byrne（1971）の類似性魅力仮説でも、二者間の態度が類似しているほど対人魅力が増大するとされる。さらに、排斥研究においても、異質な他者を受容することの困難さは、さまざまな形で示されている（浦, 2009）。これらのことから考えて、Twitter 上で、人が自分とは異なる意見を持つ他者よりも、自分と同じ態度を持つ人のことをフォローしたいということは容易に予測できる。自分の態度や価値観と類似した他者を友人や恋人として選択することは、極めて自然な心理過程であると考えられる。

では、自らの態度と類似した他者と相互にフォローし合った状態において、それらの他者が異なる意見を発信した場合に、人はいかなる反応をとるのだろうか。小林・池田（2007）は、携帯メール利用によって、パーソナル・ネットワークの同質性が高まることで、自らとは異なる考えや価値観を持っている他者に対する寛容性を低下させることを示した。この知見から考えると、相互フォロワーに対する類似性認知が高いほど、それらの人々が当初の予

想と異なるツイートをした場合には、不寛容な行動をとってしまうと予測される。本研究では、この予測を検証するために、Twitter を利用している人に対して、相互フォローをしている5～10名を思い浮かべてもらい、それらの人々が自分とは異なる異見を持った場合にそれを許容できるかを不寛容性として測定し、それらの人々に対する類似性認知や親密性認知がどのような影響を与えるかを検討する。

また、その際、個人差変数として、孤独感と自己肯定感を取り上げる。孤独感については、古くからオンライン上の行動との関連が検討されてきた個人差変数である。インターネットの利用頻度が高い人ほど孤独感や抑うつが高まる (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay, & Scherlis, 1998) ことが、インターネット・パラドックスとして話題になった後、それを否定する研究が発表されたり (Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helgeson, & Crawford, 2002)、社会的ネットワークに注目した研究でも、CMC 上で構築された社会的ネットワークは孤独感の低減に影響を与えない (五十嵐, 2002) ことが示されたり、リネージュと呼ばれるオンラインゲーム上の対人ネットワークに対する満足度が高いほど、わずかながらも後の孤独感を低減させることが示されたり (志村, 2005) というように、一貫した結果は示されていない。これらの研究は、インターネットにおける他者との相互作用が孤独感を解消するのか、高めるのかに着目してなされたものである。本研究では、何らかの要因によって形成された孤独感の高さが、Twitter 上のフォロワーに対する不寛容性にどのような影響を与えるかを検討する。津村・村田 (2016) が、社会的排斥を経験する、つまり孤独感が高まると同カテゴリ内の類似性認知が高まるということを明らかにしている。この知見から考えると、孤独感が高い人で、Twitter 上の相互フォロワーに対する類似性認知が高いほど、それらの人々が異なる意見を示した際に不寛容性が高まると予測される。

また、自己肯定感については、下位尺度とされる自己受容 (平石, 1990) と対人認知との関連を検討した山尾・吉村 (2018) の知見が示唆的である。印象形成に対する自己受容、他者受容、類似・非類似の効果を検討した結果、自己受容が低い人は、自分と類似していない人よりも類似している人の社会的望ましさを高く評価し、自己受容が高い人は自己と類似している人よりも類似していない人の社会的望ましさを高く評価するということが示された。この知見から考えると、自己肯定感が低い人は、Twitter の相互フォロワーの類似性を高く認知するほど、それらの人々に対する不寛容性が高くなると予測される。

## 方 法

### 調査参加者

18歳から59歳までの首都圏に住むインターネット調査会社のモニター500名に対して、Twitter 利用の有無について、4件法 (1: 現在利用している, 2: アカウントは持っているが、現在は利用していない, 3: 以前は利用していたが、現在はアカウントも持っていない, 4: 利用したことがない) で回答を求めた。その結果、1 (171名) と2 (55名) と回答した人を分析対象とし、3 (19人) と4 (255名) を分析対象から除外した。

さらに、これらの分析対象者 (226名) のうち、後述する相互フォローをしている人数が5人以上いると回答した、127名 (男性55名, 女性72名, 平均年齢25.8歳, 標準偏差9.96)

を最終的な分析対象者とした。

## 質問紙の構成

### 1. Twitter 利用に関する基本情報

Twitter の閲覧および投稿頻度：6 件法（1：数週間に 1 回以下，2：数日に 1 回以下，3：1 日に 1 回程度，4：1 日に 2～5 回程度，5：1 日に 6～9 回程度，6：1 日に 10 回以上）で回答を求めた。

アカウントの使用期間：主として利用しているアカウントの使用期間を 6 件法（1：1 カ月未満，2：1 ヶ月～3 カ月未満，3：3 カ月～半年未満，4：半年～1 年未満，5：1 年～2 年未満，6：2 年以上）で回答を求めた。

フォロー数とフォロワー数：現在のフォロー数とフォロワー数を実数で入力する形で回答を求めた。

### 2. 相互フォローしている人のアカウント名

相互フォローの中で注目している人物を 5 人以上 10 人以下で選び、アカウント名を回答者自身がわかるように入力してもらった（例：山田太郎→たろう）。

### 3. 相互フォローしている人との類似性認知

2 で入力してもらった相互フォローをしている人のアカウント名を表示し、「ツイート内容を読んだり、ツイッター上でやりとりをしていたりして、それぞれの方とあなたはどれくらい似ていると感じますか」の 1 項目で、それぞれの人に対する類似性認知を 4 件法（1：似ていない—4：似ている）で回答を求めた。分析ではこれらの平均値を算出し、類似性認知度として使用した。

### 4. 相互フォローしている人への不寛容性

同様に、2 で入力してもらった人のアカウント名を表示し、「ツイート内容を読んだり、ツイッター上でやりとりをしていたりして、それぞれの方とあなたの考え方や価値観で食い違いを感じたとき、あなたはどう思いますか」の 1 項目で、それぞれの人に対する不寛容性を 4 件法（1：違っていてもよい—4：同じほうがよい）で回答を求めた。分析ではこれらの平均値を算出し、不寛容性として使用した。

### 5. 相互フォローしている人への親密性

同様に、2 で入力してもらった人のアカウント名を表示し、「それぞれの方とあなたはどれくらい親しいですか」の 1 項目で、それぞれの人に対する親密性を 4 件法（1：親しくない—4：親しい）で評定を求めた。分析ではそれらの平均値を算出し、親密性として使用した。

### 6. 異なる意見認知後の行動

「フォローしている人のなかで考え方や価値観で食い違う人がいたとき、あなたがする行

動でもっともよくあてはまるものを選択してください」という教示文のもと「1：ブロックをする」、「2：フォローを解除する」、「3：ミュートする」、「4：読み飛ばす」、「5：特に何もしない」、「6：その他」のうちから、行動をひとつ選択してもらった。

## 7. 自己肯定感

自己肯定意識尺度（平石，1990）の41項目から「自己受容」、「自己表明・対人的積極性」、「被評価意識・対人緊張」領域の本研究に適切と思われる14項目を採用し、5件法（1：全くあてはまらない—5：よくあてはまる）で回答を求めた。因子分析（最尤法・プロマックス回転）の結果、「自分の良いところも悪いところもあるままに認めることができる」、「自分に自信がある」などからなる自信・自己受容因子（10項目）、「人に対して、自分のイメージを悪くしないかと恐れている」などからなる他者評価因子（4項目）の2因子が抽出された。各下位因子および尺度全体の自己肯定感の平均得点を算出し、分析に用いた。

## 8. 孤独感

改訂版 UCLA 孤独感尺度日本語版（諸井，1991）の20項目から本研究に適切と思われる10項目を採用し、5件法（1：全くあてはまらない—5：よくあてはまる）で回答を求めた。因子分析（最尤法・プロマックス回転）の結果、1因子が採用され、尺度全体の平均得点を分析に用いた。

# 結 果

## 1. Twitter 利用に関する記述統計

調査参加者の Twitter 利用頻度の度数と割合を表1に示した。

表1 分析対象者の Twitter の利用頻度

	閲覧頻度		投稿頻度	
	度数	%	度数	%
数週間に1回以下	10	7.87	40	31.50
数日に1回以下	17	13.39	33	25.98
1日に1回以下	9	7.09	15	11.81
1日に2～5回程度	32	25.20	27	21.26
1日に6～9回程度	16	12.60	7	5.51
1日に10回以上	43	33.86	5	3.94
合計	127	100	127	100

閲覧頻度で最も多かったのは、「6：1日に10回以上」と答えた43人（33.86%）であったのに対し、投稿頻度で最も多かったのは、「1：数週間に1回以下」と答えた40人（31.50%）で、次いで、「2：数日に1回」と答えた33人（25.9%）であった。

また、Twitter 利用期間の回答は、「6：2年以上」が96人（75.59%）、「5：1年～2年未満」が17人（13.39%）であった。

さらに、フォロー数の平均は263.09人（SD = 487.20）で、最小値が5人、最大値が5000人であり、フォロワー数の平均は、341.91人（SD = 977.03）で、最小値が5人、最大値が

10613人であった。

これらの結果から、本調査の分析対象者は、比較的長期にわたって Twitter を利用している人々であったことが示された。

## 2. 各変数の記述統計と相関係数

各変数の記述統計量、変数間の相関係数を算出し、それらの結果を表2および表3に示した。

表2 各変数の記述統計量

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>α</i>
不寛容性	1.85	0.90	—
類似性	2.02	0.75	—
親密性	2.71	0.85	—
孤独感	2.54	0.82	0.89
自己肯定感	3.07	0.70	0.86
自信・自己受容	3.17	0.78	0.87
他者評価懸念	3.20	0.98	0.85

*N* = 127

表3 変数間の相関係数

	1	2	3	4	5	6
1. 不寛容性	1.00					
2. 類似性	.39**	1.00				
3. 親密性	.04	.22*	1.00			
4. 孤独感	.06	-.08	-.23*	1.00		
5. 自己肯定感	.01	.14	.14	-.46**	1.00	
6. 自信・自己受容	.03	.20*	.22*	-.38**	.92**	1.00
7. 他者評価懸念	.05	.05	.09	.39**	-.64**	-.30

\*\**p* < .01, \**p* < .05

*N* = 125

表2をみると、本研究で用いた尺度の信頼性は0.80以上であり、十分に高いことが示された。また、不寛容性の平均値は、中点(2.5)よりも低く、全体的に相互フォローしているフォロワーに対する不寛容性は低かった。

表3をみると、類似性と不寛容性との間に有意な中程度の相関があり、フォロワーとの間に類似性を認知する人ほど、不寛容であることが示されていた。また、孤独感が高いほど、フォロワーとの間の親密性を低く認知していた。さらに、自己肯定感尺度の自信・自己受容因子と類似性、親密性との間に有意な弱い正の相関があり、自分に自信があり、自己受容している人ほど、フォロワーと自分自身を類似し、親密であると認知していることが示された。

## 3. フォロワーへの不寛容性に対する類似性、親密性、個人差変数の影響

フォロワーに対する不寛容性を基準変数、類似性認知、親密性認知、個人差変数、それらの交互作用項を説明変数にした重回帰分析を行った。結果を表4に示す。

これをみると、回帰式の説明変数にいずれの個人差変数を投入した場合でも、フォロワー

表4 不寛容性に対するフォロワーとの類似性、親密性、個人差変数の効果に関する重回帰分析

	孤独感	自己肯定感	自信・自己受容	他者評価懸念
類似性	.442**	-.412**	.404**	.392**
親密性	-.070	-.064	-.054	-.070
個人差変数	.081	-.099	-.101	.091
類似性×親密性	-.120	-.098	-.088	-.136
類似性×個人差変数	.195*	-.173*	-.166†	.160†
親密性×個人差変数	-.102	.080	.152	.047
類似性×親密性×個人差変数	.012	.093	.099	-.053
$R^2$	.206**	.197**	.196**	.193**

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

Note. 表中の値は $\beta$ 係数であり、各列の行頭は説明変数として各回帰式に投入された個人差変数を表す。

に対する類似性認知が、有意な正の関連を示していた。このことは、自分自身と似ている人を注目する相互フォロワーにあげた人は、それらの人々との間で意見の食い違いがあった際に、その違いをそのまま認めるのではなく、同じ方がよいと認知していることが示されたといえる。また、同様に、いずれの個人差変数を投入した場合も、類似性と個人差変数との交互作用項が有意または有意傾向であった。類似性と孤独感との交互作用項について、単純傾斜の検定を行い、そのパターンを図1に示した。

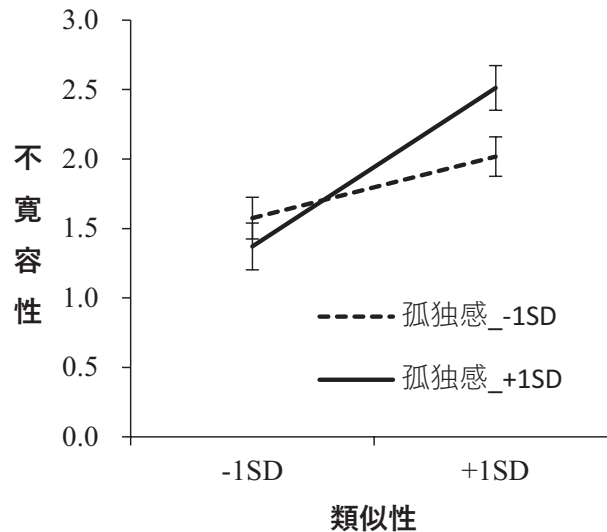


図1 孤独感とフォロワーの類似性が不寛容性に及ぼす交互作用効果

分析の結果、いずれの群でも類似性認知が不寛容性に及ぼす回帰直線の傾きが有意であったが、孤独感高群 ( $\beta = .76$ ,  $p = .0001$ ) の方が、孤独感低群 ( $\beta = .29$ ,  $p = .03$ ) よりも顕著であった。このことは、孤独感が高い人は、フォロワーに似ている人が多いほど、それらの人との間に意見の食い違いがあった際に、それが嫌であり、同じであってほしいと考えていることを示している。

また、その他の個人差変数と類似性認知との交互作用についても、同様に単純傾斜の検定を行ったところ、孤独感と同様のパターンを示した。すなわち、自己肯定感が低い人（自己肯定感低群： $\beta = .69, p = .0001$ ；自信・自己受容低群： $\beta = .68, p = .0001$ ；他者評価懸念高群： $\beta = .64, p = .0001$ ）の方が、高い人（自己肯定感高群： $\beta = .28, p = .01$ ；自信・自己受容高群： $\beta = .28, p = .060$ ；他者評価懸念低群： $\beta = .29, p = .053$ ）よりも、類似性が不寛容性に及ぼす回帰直線の傾きがより顕著であった。自己肯定感が高い人は、フォロワーが似ている人が多いほど、それらの人々への寛容性が低いことが示された。

なお、フォロワーとの親密性は、いずれの個人差変数を投入した回帰式でも、不寛容性に対して、主効果も交互作用も示さなかった。

#### 4. 意見相違後の拒否行動に対する不寛容性、類似性、個人差変数の影響

フォローしている人のなかで考え方や価値観で食い違う人がいたとき、どのような行動をするかの回答について、「6：その他」の回答者は2名とごく少数だったため分析からは除外し、「1：ブロックをする」、「2：フォローを解除する」、「3：ミュートする」、「4：読み飛ばす」を拒否行動有群、「5：特に何もしない」を拒否行動無群と分類した。この拒否行動の有無を基準変数、不寛容性、類似性、個人差変数、及びそれらの交互作用項を説明変数としたロジスティック回帰分析を行った。結果を表5に示す。

表5 拒否行動に対する不寛容性、類似性、個人差変数の効果に関するロジスティック回帰分析

	孤独感				自己肯定感			
	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>p</i>	<i>O.R.</i>	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>p</i>	<i>O.R.</i>
目的変数=拒否行動有り	0.38	0.20	.05 <sup>†</sup>	—	0.38	0.20	-0.01 <sup>†</sup>	—
類似性	0.07	0.26	.78	1.08	0.03	0.25	-0.47	1.03
不寛容性	0.43	0.24	.07 <sup>†</sup>	1.53 <sup>†</sup>	0.48	0.23	0.03 <sup>*</sup>	1.61 <sup>*</sup>
個人差変数	-0.05	0.24	.82	.95	0.12	0.29	-0.43	1.13
類似性×不寛容性	-0.15	0.28	.58	.86	-0.25	0.24	-0.73	0.78
類似性×個人差変数	-0.26	0.35	.45	.77	0.37	0.35	-0.32	1.45
不寛容性×個人差変数	-0.28	0.27	.31	.76	0.12	0.32	-0.51	1.12
類似性×不寛容性×個人差変数	0.43	0.33	.18	1.54	-0.21	0.36	-0.92	0.81
<i>R</i> <sup>2</sup>								
	.09				.06			

\*\* $p < .01$ , \* $p < .05$ , <sup>†</sup> $p < .10$

Note. 行頭は、各回帰式に説明変数として投入された個人差変数を表す。

表5 拒否行動に対する不寛容性、類似性、個人差変数の効果に関するロジスティック回帰分析  
(続き)

	自信・自己受容				他者評価懸念			
	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>p</i>	<i>O.R.</i>	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>p</i>	<i>O.R.</i>
目的変数=拒否行動有り	0.36	0.20	0.07 <sup>†</sup>	—	0.33	0.20	0.10 <sup>†</sup>	—
類似性	0.01	0.26	0.97	1.03	0.03	0.26	0.91	1.03
不寛容性	0.46	0.23	0.04 <sup>*</sup>	1.64 <sup>*</sup>	0.50	0.23	0.03 <sup>*</sup>	1.64 <sup>*</sup>
個人差変数	0.13	0.25	0.59	0.99	-0.01	0.21	0.98	0.99
類似性×不寛容性	-0.24	0.25	0.33	0.74	-0.31	0.25	0.23	0.74
類似性×個人差変数	0.14	0.33	0.68	0.64 <sup>†</sup>	-0.45	0.24	0.07 <sup>†</sup>	0.64 <sup>†</sup>
不寛容性×個人差変数	0.15	0.29	0.59	1.10	0.10	0.24	0.69	1.10
類似性×不寛容性×個人差変数	-0.20	0.36	0.57	1.13	0.12	0.24	0.61	1.13
<i>R</i> <sup>2</sup>	.08				.08			

\*\* $p < .01$ , \* $p < .05$ , <sup>†</sup> $p < .10$

Note. 行頭は、各回帰式に説明変数として投入された個人差変数を表す。



これをみると、いずれの個人差変数を説明変数に投入した回帰式においても、不寛容性が拒否行動に対して、正の有意または有意な関連のある傾向を示していた。つまり、不寛容性が高い人ほど、フォロワーとの間に意見の食い違いが出た場合に、何らかの拒否行動をとることが示された。また、自信・自己受容、他者評価懸念について、類似性との交互作用項が有意傾向を示したが、単純傾斜の検定を行ったところ、いずれの単回帰直線も有意ではなかった。

## 考 察

本研究における検討の結果、Twitter 上での相互フォロワーに対する類似性認知は、彼／彼女らに対する不寛容性を高めていることが明らかになった。ネットワーク内の類似性認知が寛容性に負の影響を与えるという結果は、小林・池田（2007）の知見と一致する。この先行研究では、携帯メールで構築されるパーソナル・ネットワークを「強い紐帯」、つまり比較的少人数の同質で親密性の高い人々によって構築されるネットワークと定義していた。本来、Twitter のような SNS は「弱い紐帯」、つまり比較的多数で社会的により広い範囲に及ぶ、親密性が比較的低く異質性の高い人々によって構築されるネットワークに区分される。しかしながら、前述した選択的接触の高さや、本研究での検討対象とした Twitter 上の相互フォロワーの性質から、「強い紐帯」とも考えることができる。そのため、同様の結果が示されたと考えられる。

また、Twitter 利用者の孤独感の高さと自己肯定感の低さが、相互フォロワーに対する類似性が不寛容性に与える影響に対して、調整効果を持つことが明らかになった。孤独感が高い人は低い人に比べ、Twitter 上での相互フォロワーに対して自分と類似していると認知するほど、それらの人々と意見の相違があった場合、その事態を嫌悪的に捉え、自分と同じほうがよいと感じることが示された。また、自己肯定感が低い人についても、この孤独感の高い人と同様の結果が示された。すなわち、自己肯定感が低い人は、相互フォロワーを自分と類似していると認知するほど、それらの人々とのズレを感じた場合に、不寛容な考えを持つことが示唆された。

さらに、ロジスティック回帰分析の結果から、自分自身の相互フォロワーに対して不寛容な人ほど、フォローしている人のなかで考え方や価値観で食い違う人がいたとき、ブロックやフォロー解除、ミュート、読み飛ばすなどの拒否的行動を取りやすいことが示された。他人との意見の食い違いに寛容的でない人は、そのような意見が自分の目に触れないよう行動をおこすことが明らかになった。

本研究の結果、Twitter において相互にフォローし合うという密な関係性では、それらの人々に対する類似性を高く認知するほど、それらの人々が予想とは異なるツイートをした場合、不寛容性が高くなることが示唆された。このように、SNS において自分の価値観に合致する他者を能動的に選択し、カスタマイズする（池田，2005）ことで、同質性を確保し、安定的な世界を維持するという極めて保守的であるものの、本来的な人間の心理プロセスが存在することが明らかになった。

ただし、本研究の知見を別の視点から捉えれば、相互フォロワーに対しても類似性を認知

せず、異なる意見を持つものとして捉える人がいることも事実である。これらの人々は、現実の人間関係を反映する形で、たまたま異なる意見を持つ人々と相互フォローすることに至ったのか、あるいは自ら進んで、選択的に異なる意見を持つ人々をフォローしたのかは、本研究の結果からは明確ではない。前者であれば、現実の対人ネットワークも異質な他者を含むものである可能性が考えられるし、後者であれば、このような人々は、新たな視点を積極的に吸収しようとする認知欲求（Caccioppo & Petty, 1982；神山・藤原, 1991）の高い人である可能性がある。この問題を明らかにするために、Twitter 利用者の現実のネットワークの特質や個人特性を含んだ形の新たな調査を行う必要がある。さらに、今後、本研究で得られた知見の因果性に関して、パネル調査や実験室実験を行うことによって、より明確化することが求められる。

## 引用文献

- Byrne, D., & Clore, G. L., Jr. (1967). Effectance arousal and attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6, 1-18.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116-131.
- Conover, M. D., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Gonc, B., Flammini, A., & Menczer, F. (2011). Political Polarization on Twitter. *Proceeding of 5th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 133, 89-96.
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.
- 平石賢二 (1990). 青年期における自己意識の発達に関する研究(I)—自己肯定性次元と自己安定性次元の検討— 名古屋大学教育学部紀要. 教育心理学科, 37, 217-234.
- 五十嵐祐 (2002). CMC の社会的ネットワークを介した社会的スキルと孤独感との関連性. 社会心理学研究, 17, 97-108.
- 池田謙一・柴内康文 (1997a). 電子ネットワーキングの社会的リアリティ. 池田謙一 (編) ネットワーキング・コミュニティ (pp. 52-68). 東京大学出版会
- 池田謙一・柴内康文 (1997b). カスタマイズ・メディアと情報の「爆発」—電子ネットワークの外部条件—. 池田謙一 (編) ネットワーキング・コミュニティ (pp. 26-51). 東京大学出版会
- 池田謙一 (2005). インターネットと日常世界. 池田謙一 (編著) インターネット・コミュニティと日常世界 (pp. 1-26) 誠信書房
- Katz, J. E. & Rice, R. E. (2002). *Social consequences of Internet use: Access, involvement, and interaction*. Cambridge, MA: MIT Press.
- 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
- 神山貴弥・藤原武弘 (1991). 認知欲求尺度に関する基礎的研究. 社会心理学研究, 6, 184-192.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017-1031.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J. N., Helgeson, V., & Crawford, A. M. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49-74.
- 小林哲郎・池田謙一 (2007). 若年層の社会化過程における携帯メール利用の効果：パーソナル・ネットワークの同質性・異質性と寛容性に注目して. 社会心理学研究, 23, 82-94.
- 諸井克英 (1991). 改訂 UCLA 孤独感尺度の次元性の検討. 静岡大学文学部人文論集, 42, 23-51.
- Sedikides, C. (1993). Assessment, enhancement, and verification determinants of the self-evaluation process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 317-338.
- 志村誠 (2005). インターネットのコミュニケーション利用が個人にもたらす帰結. 池田謙一 (編著) インターネット・コミュニティと日常世界 (pp. 112-131) 誠信書房
- Sedikides, C. (1993). Assessment, enhancement, and verification determinants of the self-evaluation process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 317-338.
- 総務省 (2017). 第1章第1節 スマートフォン社会の到来. 平成29年度版情報通信白書 (p. 6)  
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111130.html> (2018年10月30日 アク

セス)

津村健太・村田光二 (2016). 社会的排斥が集団成員の類似性認知の知覚に与える影響 社会心理学研究, 32, 1-9.

浦光博 (2009). 排斥と受容の行動科学—社会と心が作り出す孤立—サイエンス社

山尾彰子・吉村英 (2018). 性格の類似性と自己受容および他者受容が印象形成に及ぼす影響 京都女子大学発達教育学部紀要, 14, 75-86.

(2018年10月31日受理, 12月4日掲載承認)

---

<sup>i</sup> 本論文は、第2著者が作成した卒業論文(2017年度)のデータを、指導教員である第1著者が再分析してまとめたものである。論文化することを快諾いただいたことを、ここに記して、感謝申し上げます。

<sup>ii</sup> 現所属 株式会社 KADOKAWA