

---

## 原著論文

---

# 大学生のTwitter使用、 社会的比較と友人関係満足度との関係<sup>(1)</sup>

The relationships between Twitter use, social comparison and satisfaction with friendship among university students

キーワード：

Twitter使用、社会的比較、友人関係満足度、自尊心、自己効力感

keyword：

Twitter use, Social comparison, Satisfaction with friendship, Self-esteem, Self-efficacy

筑波大学 叶 少 瑜  
University of Tsukuba Shaoyu YE

---

### 要 約

人は誰もが自分を他人と比べる（社会的比較）心理があり、これは現実世界のみならず、オンラインコミュニティにおいてもよく行われる。本研究は大学生のTwitter使用、それにおける社会的比較と友人関係満足度との間にどのような関係が存在するのか、またユーザの個人特性（自尊心と自己効力感）とどう関係するのかを明らかにすることを目的としたものである。そのために、関東地域の国立大学に在籍する学部生を対象に質問紙調査を実施し、177名の有効回答者を対象に分析した結果、以下のことを明らかにした。（1）自尊心と自己効力感の高い人は自分の友人関係により満足していたが、個人特性からTwitter使用への効果は見られなかった。（2）Twitter上で他人の投稿をよく閲覧したり、リツイートしたり、「いいね」を押したりする人が他者と多くの社会的比較を行い、その結果友人関係満足度が下がった。（3）フォローしている相手が「大学入学後の友人・知人」の場合のみ社会的比較をする傾向は見られたが、同様の結果は相手が「大学入学前の友人・知人」、「実際に会う大学の友人・知人」と「大学の中の親友」の場合には見られなかった。

本研究の結果から、Twitterを頻用する大学生にとっては、Twitter上の投稿者特に大学入学後に知り

---

原稿受付：2019年6月6日

掲載決定：2019年8月30日

合った友人・知人のうちそれほど親しくない人との社会的比較を控えることが円滑な友人関係を保つには有効である可能性が示された。

#### Abstract

Human being tends to compare him/her-self with others (social comparison), which does not only happen in the real world but also online communities. This study sought to determine the relationships between Twitter use, social comparison on it and satisfaction with friendship among university students in Japan. In order to examine these, a self-reported questionnaire survey was conducted targeting university students who were enrolled at a national university in the Kanto Region and 177 respondents became the analyzed targets. The following results were observed.

(a) Students with higher levels of self-esteem and self-efficacy were satisfied with their friendship, but no effects for personality traits (self-esteem and self-efficacy) on Twitter use were detected.

(b) Students who read/retweeted others' posts and pressed "Like" frequently tended to compare themselves with others more, which lowered their satisfaction with friendship. (c) When the people they followed were "friends/acquaintances known after entering the university", they tended to compare themselves with those people. However, no similar effects were found when the people they followed were "friends/acquaintances known before entering the university," "friends/acquaintances meet at the university," nor "intimate friends at the university."

The results of this study indicate that for university students who use Twitter frequently, it may be effective not to compare themselves with those unfamiliar people among their friends/acquaintances after entering the university, in order to maintain a good friendship with each other.

## 1 はじめに

本研究では、若年層のTwitter上で行う社会的比較（実際の行動とそれに対する自己認知）がいかに関係と関係するのか、またそれはユーザの自尊心や自己効力感といった個人特性と関係するかどうかを究明することを目的とするものである。

社会的比較 (social comparison) とは、「自分と他者とを比較することの総称」と定義される (Festinger, 1954)。Festingerによれば、人間には、本質的に自分の意見や能力を評価しようとする動機がある。そして、評価のための客観的手段が使えない時は自分の「意見」や「能力」を他者と比較する。その際、自分と類似した他者が比較のために選ばれやすい傾向にあり、また、この類似した他者とはアイデンティティ確立の発達段階によって異なる。村本 (1989) は高校生を対象に検討した結果、青年期のアイデンティティ確立期において自己概念が十分に形成されない段階では自分の身近にいる他者、つまり日常活動が類似した同年代の他者と比較しようとするのに対して、発達するにつれ、自身に自信があり、高い自己評価を行う人はより広い日常活動の場を持った年上の他者と比較しようとする傾向があることを示した。青少年のアイデンティティの確立が自己効力感を高め (Bandura, 1984)、最終的に職業の決定に大きな影響を及ぼすことから (Erikson, 1959)、青年期を迎える大学生を有用な人材として社会に送り出すには自信のあるアイデンティティの確立が不可欠と言える。

外山 (2002) によると、①大学生の社会的比較志向性は意見比較と能力比較の2つに分けられ、両者は強く関係しており、②意見比較と能力比較の両方とも、自己意識、自尊心及び神経症傾向と有意な相関関係が見られており、特に神経症傾向に影響されるといったことが分かった。また、自尊感情が高く、自己効力感の高い児童は学校生活によりうまく適応できると報告されている (富

岡, 2013)。自己効力感とは自分がある状況において必要な行動をうまく遂行できるかという可能性の認知であり、人間はそれを通して、自分の考えや感情、行為をコントロールする。自己効力感を高めると、人生において大切なことを成し遂げることができると思う気持ちが高まり、失敗したとしても、自分の能力を信じることができる。また、課題をクリアするために新しいスキルを身に付けたり、他人に助けを求めたりすることができる (Bandura, 1984)。つまり、自己効力感を高めることは、目標を実現するために必要な行動を起こすことに役立つのである。しかし、Twitterの多用、特に使用時間の長い人は自己効力感を低下させる可能性があることが示された (叶ほか, 2018)。それだけでなく、FacebookとInstagramに比べて、Twitterにおける投稿頻度の高い人がより孤独を感じることも明らかになっている (Ye et al., 2019)。

近年、ソーシャルメディアの使用が直接ユーザに多くの影響を与えるだけでなく、そこでの社会的比較が幸福感や自己評価の低下、孤独感の増加などにも繋がるということが報告されている。例えば、自尊心の低い人はFacebook上で多くの人と比較を行い (Lee, 2014; Cramer et al., 2016)、その結果ネガティブな感情が生じたり (Lee, 2014)、社会的存在感や自身の外観に対する自己評価が低下してしまうことが報告されている (Vries & Kuhne, 2015)。また、日常生活に対する満足度の低い人がFacebookを使用し、ネガティブな社会的比較を行った結果、自己に対する評価が低下してしまうことも指摘されている (Vries & Kuhne, 2015)。Facebookの使用頻度が高い人ほどより多くのソーシャルサポートが得られるとされる一方 (Jang et al., 2016)、自尊心が低く、Facebook上で他者と比較することを認知している人ほど、他者がより幸せに見え、自分自身をより惨めに感じてしまう (Cramer et al., 2016)。このような影響は文字で表現するTwitterに比べて、

写真で表現するInstagramの方が大きいことも明らかになっている (Pittman & Reich, 2016)。これらのことから、アイデンティティが十分に確立せず、自己概念が不完全な若年層にとってはソーシャルメディア上で社会的比較を行うことで対人関係に不満をもたらす、その結果社会にうまく適応できなくなる恐れがあると考えられる。

欧米などと違って、日本の若年層はFacebookやInstagramよりTwitterを好んで使用している。総務省 (2017) の調査結果によると、2016年では10代のTwitterとFacebookの使用率は61.4%と18.6%で、20代のそれは59.9%と54.8%であった。また、平均年齢が20歳の大学生を対象とした調査結果でも、Twitterを使用するのは91.7%であるのに対して、Facebookを使用するのは半数ほどと報告されている (叶ほか, 2016)。この傾向は大学院生を含めてもほぼ同様であり、Twitterの使用率は87.6%であるのに対して、FacebookとInstagramのそれは49.7%と44.6%であった (Ye et al., 2019)。これは各種のソーシャルメディアの特性と大きく関係すると考えられる。例えば、Facebookは既知の対人関係を保つのに使われるのに対して (Gilbert & Barton, 2013)、Twitterは身近な人とでも全く見知らぬ人とでも繋がることのできる。また、LINEに比べて、若年層はTwitter上で自己アピールをする投稿は多いが、他者の投稿をスルーするなどの違いが見られる (高橋・伊藤, 2016)。一方、Facebookの使用について、JustSystemが900名の日本人を対象に調査したところ、3割以上がFacebook上で面識のある知り合いに自分をよく見せようとし、現実とは異なる自己を表出していること (すなわち自己呈示) に違和感を抱いていることを示した (2012)。つまり、日本人ユーザは自己アピールをしないのではなく、面識のある知り合いや親しい人に対しては自己アピールをしづらいが、匿名性の高いところでは自己アピールをすることが知られている。これはFacebookや

それと連携するInstagramに比べて、Twitterの使用率が倍以上高い最大の理由と考えられ、Twitter使用とそれにおける社会的比較の影響を究明することは非常に重要と考える。

これまで、中高大生を対象とした検討結果では、他者と比較する重要な領域としては、異性との付き合いの苦手さ、学業成績の悪さ、家庭水準の低さ、性格の悪さ・友達づくりの下手さ、身体的魅力のなさなどがあげられる。そして、中高生に比べると、大学生は学業成績や身体的魅力のなさに関する劣等感は低下するが、友達づくりの下手さに関する劣等感はむしろ増える (高坂, 2008)。一般的に中高生に比べて、大学生は地元から離れ、一人暮らしなどを経験し、従来の友人関係を維持するとともに、新しい対人関係の構築が必要となる。つまり、大学生はTwitterを利用し、大学入学前からの友人・知人と繋がりながら、大学入学後は新しい社会的ネットワークを形成することになる。この両者はいずれも社会的比較の対象になると考えられる。

また、人間は場合によって自分より優れた者と比較したり (上方比較)、自分より劣っている者と比較したり (下方比較) することでバランスを取りながら生きていく。両者の影響について、外山 (1999) は児童を対象に検討した結果、上方比較をした結果、意欲や友達への憧れというポジティブな感情を抱く者がいる一方、友達への嫉妬や劣等感というネガティブな感情を生じたり、努力の放棄や友達への攻撃というネガティブな行動に繋がる者がいることを示した。このようなネガティブな影響は現実の場だけではなく、ソーシャルメディア上でも生じている。Robinsonら (2019) はFacebook, Twitter, InstagramとSnapchatの使用者 (大学生504名) を対象に検討した結果、自分より優れた他者と社会的比較をする人はうつ病になりやすい傾向が強いことを示した。これはTwitter以外のソーシャルメディアも含めた知見であり、直ちにTwitterに適用することはできな

いが、それでもTwitter上で自分より優れた他者との比較（上方比較）は、自分より劣っている他者との比較（下方比較）より、友人関係に及ぼす負の影響が大きい可能性があるだろう。

磯部・浦（2002）は女子大生を対象に分析した結果、自分の所属する集団より優れた外集団が存在する場合、内集団成員と上方比較をする際、低自尊心者は自尊心のさらなる低下は低減されたが、高自尊心者の場合は他集団との上方比較によらず、内集団成員との上方比較後に自身の自尊心の低下は見られなかった。これはTwitter上でも同じだと考えられる。つまり、低自尊心者にとってそれほど親密でなく、かつ自分より優れている外集団成員が存在する場合、たとえ身近にいる親密な他者が自分より優れたとしてもそれほど比較を行わないため、友人関係に及ぼす負の影響は少ないと考えられる。また、Facebookを頻用する人が上方比較と下方比較を多く行うことを踏まえると（Vogel et al., 2014）、Twitterを頻用する人が、自分とそれほど親密ではないフォローしている人の投稿をスルーせずに閲覧・反応し、多くの社会的比較を行い、その結果対人関係満足度にネガティブな影響をもたらされると予想できる。前述したように、自尊心と自己効力感の高い人は学校生活によりうまく適応できることから、自尊心と自己効力感の高い人は満足できる友人関係を維持することができるだけでなく、すべての内容を

閲覧せず、適度にスキップすることができ、他者とむやみに比較することをしないため、その結果円滑な対人関係が保てると考えられる。

以上の議論に基づき、本研究では図1に示すモデルを用いて、個人特性、Twitter使用とそこでの社会的比較、及び友人関係満足度との関係を明らかにする。ここでは個人特性とは性別や年齢といったデモグラフィック属性以外に、個人の自尊心と自己効力感も含む。そして、Twitter使用とは1日の使用時間とともに、閲覧・返信・投稿をする頻度、よく閲覧する他人の投稿内容、及び他人からの不快な投稿への対処等が含まれるスルースキルを指す。また、社会的比較とは、能力比較・意見比較のみならず、上方比較と下方比較、そして自分が他者と比較することに対する自己認知を含む。なお、これらの関係はフォローしている相手によって異なる可能性もあると考え、社会的比較にフォロー者との関係も含めて検討する。

## 2 研究方法

上記の検証をするために、本研究では心理的情緒面の測定に適していると考えられる質問紙調査法を用いて検討した。

### 2.1 研究対象

2017年7～8月に、関東地域のT国立大学に在

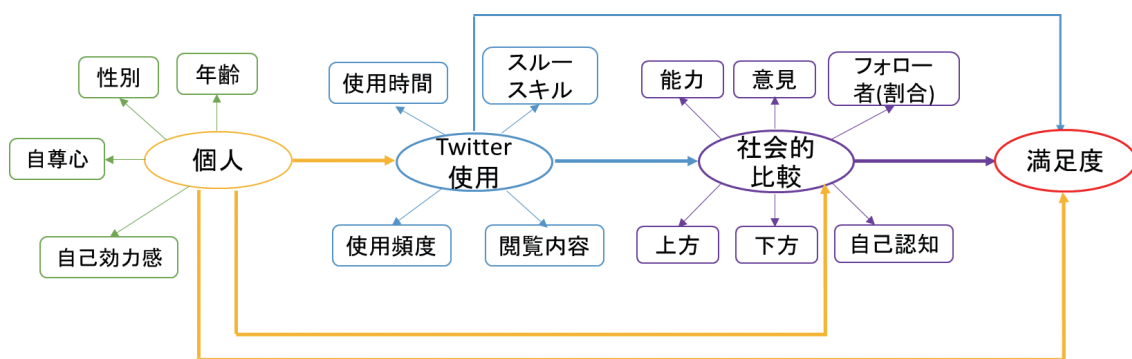


図1 本研究で検討するモデル



籍する大学生422名を対象に実施した。回収したのは266名であったが(回収率63.0%), Twitter使用者でかつ欠損のない177名を分析対象とした。なお, 本研究で言うTwitter使用者とはTwitterアカウントを所持する人を指す。

## 2.2 調査項目

本研究の調査票は以下の項目で構成された。

Part A: 個人に関する情報(年齢, 性別, 学年, 住居状況)などについて尋ねた(表1)。また, 自己効力感尺度は成田ほか(1995)が作成したものをを用いて, 自尊心尺度はローゼンバーグらが開発したものの日本語版(Mimura & Griffiths, 2007) 10項目を用いた。そして, 友人関係満足度に関する12項目は岩崎・五十嵐(2014)が作成したものをを使用した(例えば, 友人との付き合いはうまくいっていると感じる; 私のことを支持してくれる人がある; 周囲の人たちに受け入れられていると感じる; 友人といるときには, 自分らしくいられる, などの項目が含まれる)。上記の各尺度と以降の尺度を含めて, 本研究ではすべての尺度に対して5件法(5. 非常に当てはまる; 3. どちらでもない; 1. 全く当てはまらない)を用いて回答を求めた。

Part B: メディアの使用状況について, ガラケー

(一般携帯電話)・スマートフォン(以降スマホ)やPCの使用状況に加え, Twitterの使用状況(アカウントの有無, フォロワー数, フォロワー数, 1日あたりの使用時間, 閲覧頻度, 投稿頻度, 「いいね」・返信する頻度)について択一式で回答を求めた(5. ほぼ毎日; 4. 数回/週; 3. 1回/週; 2. 1回以下/月; 1. 殆どしない)。なお, 叶ほか(2016)に倣い, 分析の際はそれぞれを月あたりに換算した。つまり, 「ほぼ毎日」を30, 「週に数回」を20, 「月に数回」を10, 「月に一回以下」を0.5, 「殆どしない」を0とした。

また, Lee(2014)を参考に, Twitter上のフォロワー者との関係を「大学入学前からの友人・知人」「大学入学後の友人・知人」「実際に会う大学の友人・知人」「大学内の親友」に分けて, それぞれの人数を記入させた。なお, 分析の際, フォロワー者との関係については母数による相違に由来する問題を解消するため, 本研究では「入学前からの友人・知人」「大学入学後の友人・知人」「実際に会う大学の友人・知人」「大学内の親友」の人数をそれぞれ分子として, 当該回答者のフォロワー者数を分母として割ることで, 全体のフォロワー者数に占めるそれぞれの比率を算出して分析に使用した。

そして, よく閲覧する内容と自身の投稿内容については, 高坂(2008)や高橋・伊藤(2016)

表1 分析対象者に関する情報

項目	回答分布			
性別	男性: 41.8%		女性: 58.2%	
平均年齢	19.2 歳 (SD=1.39)			
学年	1 年生: 59.9%	2 年生: 26.6%	3 年生: 9.0%	4 年生: 4.5%
居住状況	一人暮らし: 77.3%	親族と同居: 21.0%	友人・知人と同居: 0.6%	その他: 1.1%
各デバイスの所持率	iPhone: 58.8%	Android: 39.5%	ガラケー: 0.11%	その他: 0.11%
PC によるネット時間	0-1h: 30.8%	1h-2h: 30.8%	2h-3h: 15.7%	3h-4h: 11.6%
	4h-5h: 3.5%	5h-6h: 4.1%	6h-: 3.5%	
モバイルデバイスによるネット時間	0-1h: 4.5%	1h-2h: 16.4%	2h-3h: 32.2%	3h-4h: 20.9%
	4h-5h: 11.3%	5h-6h: 9.6%	6h-: 5.1%	

を参考にした上で、「共通の趣味」「日常の友人関係」「テストやレポートの成績」「アルバイトに関するもの」「写真や動画を含めたツイート」「友人同士のリプライ等のやりとり」「共感を求めるツイート」などの10項目を用いて、複数回答で回答を求めた(表2)。Twitter上で他人から不快なツイートをスキップしたりすることなどを含むスキルは高橋・伊藤(2016)の4項目を使用し(表3の項目1-4)、Twitterにおける社会的比較の11項目(表3の項目5-15はそれに該当し、項目11, 14と15は意見比較、それ以外の項目は能力比較)と社会的比較に関する自己認知の3項目(表3の項目16-18)はCramerら(2016)が使用したFacebookに関するものをTwitterに適用するように修正・翻訳して使用した。さらに、上方比較・下方比較に関する2項目はVogel et al.(2014)が使用したFacebookに関

するものをTwitterに適用するよう修正・翻訳して使用した(表3の項目19と20)。

### 3 分析結果

#### 3.1 分析対象者に関する情報

本研究の分析対象になった回答者の情報を表1に示す。表1から、7割以上は一人暮らしをしており、またPCを利用して一日2時間以上ネットを使用する人が4割ほどであるのに対して、モバイルデバイスによるネットは2時間以上が8割弱であることが分かった。

次に分析対象になった大学生のTwitterにおける社会的ネットワークの構成を表2に示した。この結果から、大学生らがTwitter上でフォローしている人の6割以上は大学入学前及び入学後の友人であり(27.2%と35.6%)、そして18.5%は実

表2 分析対象者のTwitter使用、フォロワー者との関係、閲覧・投稿内容の種類など

項目	回答分布			
	0~1h: 31.6%	1h-2h: 35.6%	2h-3h 18.1%	3h-4h 5.6%
Twitter 利用時間 (1日)	4h-5h: 2.8%	5h-6h: 4.0%	6h 以上: 2.3%	
Twitter 閲覧頻度	殆どしない: 1.7%	1回以下/月 1.1%	1回/週: 2.3%	
	数回/週: 6.2%	ほぼ毎日 88.7%		
Twitter 投稿頻度	殆どしない: 13.0%	1回以下/月 10.2%	1回/週: 16.4%	
	数回/週: 26.6%	ほぼ毎日 33.9%		
Twitter いいね・返信 頻度	殆どしない: 8.5%	1回以下/月: 4.5%	1回/週: 7.3%	
	数回/週: 25.4%	ほぼ毎日: 54.2%		
フォローしている人 との関係	入学前からの友人・知人: 27.2%		入学後の友人・知人: 35.6%	
	実際に会う大学の友人・知人: 18.5%		大学内の親友: 3.1%	
他者の投稿を閲覧す る内容(複数回答)	共通趣味: 71.2%	日常の友人関係: 50.8%	写真や動画: 49.7%	
	成績: 35.6%	友人とのリプライ: 31.1%	友人や自分の充実: 22.6%	
	共感を求めるもの: 18.1%	アルバイト関係: 11.3%		
	自虐的ツイート: 10.7%	意見を求めるもの: 6.8%		
自分が投稿する内容 (複数回答)	共通趣味: 61.0%	友人や自分の充実: 61.0%	写真や動画: 27.1%	
	友人とのリプライ: 25.4%	日常の友人関係: 23.2%	成績: 14.1%	
	自虐的ツイート: 12.4%	アルバイト関係: 8.5%		
	共感を求めるもの: 7.3%	意見を求めるもの: 4.0%		

表3 Twitterにおける社会的比較, それに対する自己認知, 上方・下方比較の質問項目と平均得点

質問項目	平均得点	SD
1. 不快なツイートを見ても, 何事もなかったように別の話題をツイートする	3.79	1.13
2. 不快なツイートを見たら見て見ぬふりをする	4.01	1.00
3. 批判や意見が分かれるようなツイートをしない	3.89	1.08
4. どのようなツイートがあっても気にしない	3.62	1.12
5. 自分の親しい人の状況と, 他の人の状況をよく比べる	2.79	1.17
6. 他の人のやり方と比べて自分のやり方はどうであるか, 気にするときがある	3.21	1.21
7. 何かに対して自分がどのくらいうまくできたのかを知りたいときには, 他の人のやったことと自分のやったことを比べる	3.15	1.18
8. 自分がどのくらい社会的であるかを, 他の人とよく比べる	2.69	1.14
9. あまり自分と他の人を比べるほうではない*	2.84	1.19
10. 今まで自分がやりとげたことについて, 他の人とよく比べる	2.80	1.08
11. 他の人とお互いの意見や経験について話すのが好きだ	3.31	1.11
12. 自分と似たような問題に直面している人が, 何を考えているのかよく知ろうとする	3.53	1.06
13. 私は, 他の人だったら同じ状況でどうするのかを知りたいときがある	3.66	1.06
14. 何かについてもっと知りたいと思うとき, それについて, 他の人が何を考えているのかを知ろうとする	3.59	1.01
15. 自分の境遇と他人の境遇の違いをあまり考えたりはしない*	2.99	1.07
16. Twitter を利用しているとき, 自分と他の人を比べていると感じる	2.81	1.29
17. Twitter は他の人と自分を比べる気にさせる	2.77	1.28
18. Twitter は他の人と自分を比べることを容易にしていると感じる	2.99	1.26
19. Twitter で他の人と自分を比べるとき, 自分より優れている人に注目する	2.89	1.19
20. Twitter で他の人と自分を比べるとき, 自分より劣っている人に注目する	2.59	1.07

際に会っていることが分かった(「大学入学後の友人・知人」は「実際に会う大学の友人・知人」と「大学内の親友」を含む)。つまり, 大学生はTwitterを利用して, 既知の関係, 特に身近にいる人達との交流を保つことが示された。これはFacebookに関する既知の知見と類似している(Gilbert & Barton, 2013)。なお, この項目について選択肢には含まれないが, 大学以外の友人・知人やTwitter上での知り合いなどが4割ほど占めていることも示唆された。

続けて, 大学生がよく閲覧する内容と自分自身がよく投稿する内容を表2に示している。結果に

あるように, 「共通趣味」が閲覧・投稿共に最も割合が高く, 閲覧は「日常の友人関係」「写真や動画を含めたもの」「成績」「友人同士のリプライなどのやりとり」に興味があったのに対して, 自分の投稿では「友人や自分が充実している」内容を投稿する割合は「共通趣味」と同率で最も高かったが, 「友人とのリプライ」「日常の友人関係」と「成績」等の割合が減った。

また, Twitterにおけるスルースキルと社会的比較(能力・意見比較, 上方・下方比較), それに対する自己認知に関する質問項目, 及び各項目の平均得点を表3に示した。これについて男女差



があるかどうかを確認するため、独立したサンプルのt検定を行った。その結果、スルースキルのみ、有意な男女差が見られた ( $t(130.71) = 3.16, p < .01$ , 男性対女性は14.54対15.84)。すなわち男性に比べて、女性の方がよりTwitter上で他人の投稿をスルーすることが多かった。これは高橋・伊藤 (2016) と同様であった。

### 3.2 各尺度の信頼性

大学生の自己効力感 (23項目)、自尊心 (10項目) と友人関係満足度 (12項目) の内的信頼性について、それぞれ $\alpha$ 係数を求めた。その結果、自己効力感尺度は $\alpha = .85$ 、自尊心尺度は $\alpha = .85$ 、友人関係満足度は $\alpha = .88$ であり、いずれも高い内的整合性を示した。したがって、以降の分析では、各尺度の合計得点を当該尺度の得点として用いた。そして、これらにおいて性別による差があるかどうかを確認するため、独立したサンプルのt検定を行った。その結果、自尊心のみ男女差が見られた (男性対女性は29.92対27.50,  $t(175) = 2.41, p < .05$ )。つまり、男性は女性より自尊心が高かった。

### 3.3 Twitter使用とそれにおける社会的比較、友人関係満足度との関係

本研究では、Twitter使用とそれにおける社会的比較、及び友人関係満足度との関係を明らかにするために、図1のモデルを用いて共分散構造分析 (SEM) を行った。なお、Amosを用いてSEMをする場合、量的データのみが扱えるため、分析にあたって、他者の投稿を閲覧する内容について、選択されたものを「1」、選択されなかったものを「0」と得点化し、10項目の合計得点を当該回答者の得点とした。

まず、各変数がどのように友人関係満足度に影響を与えるかを確認するため、友人関係満足度を従属変数、性別<sup>(2)</sup>・年齢・自尊心・自己効力感、Twitterの使用頻度 (使用時間、閲覧頻度、いいね・

返信頻度、投稿頻度)、スルースキル、閲覧内容及び社会的比較 (自己認知、能力・意見比較、上方比較と下方比較) を独立変数とした重回帰分析を予備的に行った。なお、Twitterの1日の使用時間は区間中央値 (ただし、殆どしない = 0, 6時間以上 = 7) を用いて数値化した。その結果、性別 ( $\beta = .18, p < .01$ )、自尊心 ( $\beta = .42, p < .001$ ) と社会的比較に対する自己認知 ( $\beta = -.18, p < .05$ ) に有意な効果が見られた (回帰式全体の調整済み決定係数は $R^2 = .23, p < .001$ )。すなわち、自尊心が高く、Twitter上であまり他人と比較しないと自己認知した女性が自分の友人関係により満足していた。

次に、図1に示すモデルでSEMを行った。その結果、「個人特性」から「年齢」、そして「Twitter使用」から「スルースキル」を取り除いた場合、モデルの適合度が最もよかった。従って、本研究で示した結果はこれらの変数を除外したものである。また、本研究で採用したモデルはいずれもGFIは.940以上、AGFIは.90以上、RMSEAは.070以下であり、適合度は十分と言える。なお、モデル図に示した数値はすべて標準化係数である。

まず、フォローしている相手との関係を考慮しない場合の結果を図2に示す。この結果から、以下のことが読み取れた。(1) 個人特性が友人関係満足度にポジティブな直接効果があった。つまり、自尊心と自己効力感の高い男子学生が自分の友人関係に満足していた。しかし、Twitter使用に対する個人特性の効果は見られなかった。(2) Twitterを使用することが社会的比較を増やすことに繋がった。つまり、Twitter上で他人の投稿をよく閲覧したり、その投稿に「いいね」を押しったり返信したり、自ら投稿したりする人が社会的比較を行った。(3) 社会的比較が最も大きく寄与するのは他者との比較を自分で認知したことであり、その次に能力比較、下方比較、上方比較、意見比較という順番であった。すなわち、自分が他者より能力面において劣っていると自己認知し

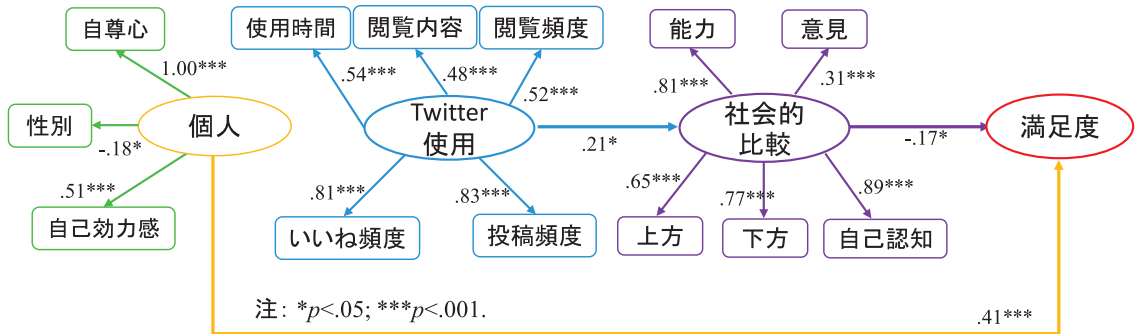


図2: SEM結果 (フォローしている人との関係を考慮しない場合)

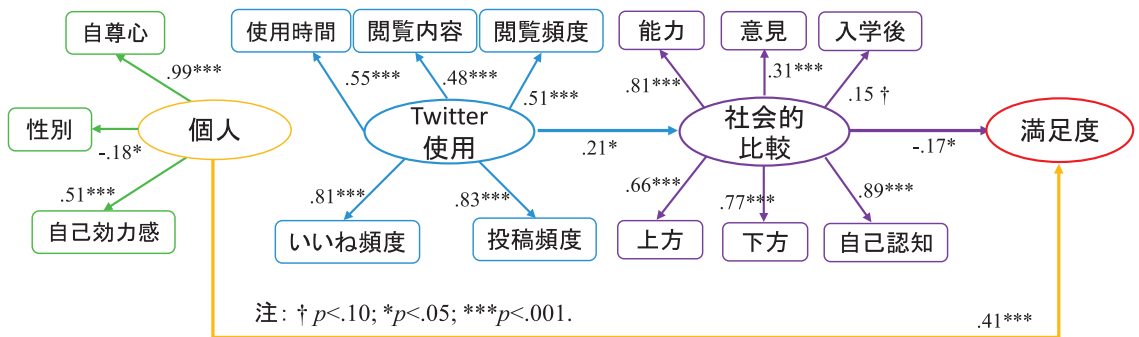


図3 SEM結果 (フォローしている人が大学入学後の友人・知人の場合)

た人が, 友人関係に満足できなくなった。

次に, Twitter上でフォローしている相手との関係として「大学入学前からの友人・知人」「大学入学後の友人・知人」「実際に会う大学の知人・友人」「大学内の親友」の構成比をそれぞれモデルに入れて分析した。その結果, 相手が「大学入学後の知人・友人」であった場合のみ有意傾向は見られたが (図3), ほかの3パターンには同様の効果は見られなかった。

#### 4 考察

本研究では, 青年期を迎える大学生を対象に, 自尊心や自己効力感を含めた個人特性と, Twitter使用とそこでの社会的比較, 及び友人関係満足度との関係を究明することを目的としている。また, Twitter上でスルースキルの高い人がフォローし

ている相手との関係によって閲覧内容をスキップすることができ, むやみに社会的比較を行わず, その結果満足できる友人関係を保つことができるのではないかと予想した。そこで, 本研究ではフォローしている相手を「大学入学前からの友人・知人」「大学入学後の友人・知人」「実際に会う大学の知人・友人」と「大学内の親友」に分けて検討を行った。また, Twitter使用はスルースキルとともに, 1日の使用時間, 閲覧頻度, 投稿頻度, いいね・返信頻度, 及びよく閲覧する内容の種類も含めて検討を行った。Twitter上の対人関係について, 前章に示したように, 分析対象の大学生らはTwitterを利用して, 大学入学前からの友人・知人, 及び大学入学後の友人・知人と多く繋がっている。これまで, 原則実名制のFacebookに比べて, Twitterは匿名性が高く, 見知らぬ他者と交流しやすい側面があるとされてきたが (鈴木ほ

か、2015)、本研究の結果に見られたように、大学生らはTwitterを使用して大学入学前からの友人・知人と大学入学後に知り合った知人・友人と繋がって交流を行った。つまり、Twitterは既知の他者との交流ツールとして使用されている。

大学生の個人特性とTwitter使用とそれにおける社会的比較、及び友人関係満足度との関係について検討を行った。その結果、自尊心の高い人、そしてあまり他者とTwitter上で比較しないと認知した人が自分の友人関係に満足していることが示された。先述した自尊心の低い人がFacebook上で多くの人と比較し、その結果他者がより幸せに見え、自身に対する評価が低下し、孤独感が深まった (Lee, 2014; Cramer et al., 2016; Vries & Kuhne, 2015) といった先行研究の知見と違って、本研究では個人特性からTwitter使用とそれにおける社会的比較への効果は見られなかった。これはおそらく、デジタルネイティブ世代の大学生らにとってTwitterは既知の他者との関係を維持するためのコミュニケーションツールとなっており、その使用は自尊心や自己効力感をコントロールして変えられることではないことが示唆された。それゆえ、Twitter上の社会的比較に対しても個人特性の効果は見られなかった。これはデジタルネイティブ世代には顕著であるが、Twitterをコミュニケーションツールとして使わない年上の世代には異なる効果が見られるのかもしれない。今後ほかの世代との比較が必要であろう。

Twitter使用からスルースキルへの影響も見られなかった。それはTwitter上でフォローしている人数が多ければ多いほど、すべての投稿を閲覧することができず、必然的にスキップしてよいものとそうでないものを無意識のうちに選別したのか、それとも別の理由に由来したのかは本研究の結果だけではまだ解明できていない。また、平井・叶 (2019) が示したように、社会的寛容性の高い大学生はTwitter上で不快な投稿を閲覧してもあまりネガティブな感情を生起せず、その結果対

面とネット上での社会関係資本を醸成することができ、友人関係満足度を高めることができた。しかし、そこにも不快な投稿への対処にはスルースキルの効果は見られなかったと報告されている。これらのことから、Twitter上でフォロワー者数が多く、タイムラインで数多くの投稿をすべて閲覧するのではなく、相手との関係によって適度にスルーするのがむしろ自然であることが示唆された。今後ほかの世代や別のソーシャルメディア使用との比較を含めて検討することが望まれる。

本研究の結果に示したように、Twitter使用は直接友人関係満足度に影響を及ぼすのではなく、社会的比較を介して友人関係満足度に影響を及ぼした。つまり、Twitterを使用したために友人関係にネガティブな効果を及ぼすのではなく、Twitterを頻用した人が他人と多くの社会的比較を行い、その結果友人関係満足度が下がった。このことから、円滑な対人関係を保つには、Twitter上でむやみに他人と比較しないことが有効と示唆された。

そして、図2に示したように、フォローしている相手との関係によらず、社会的比較という潜在変数から影響を受けた観測変数の中、意見比較より能力比較の方がはるかに大きかった。これはこれまでの知見を支持した結果である。一方、上方比較に比べて、下方比較の受けた影響がやや大きいことは予想外であった。高田によると、人間は自分と類似した能力の持ち主と比較する一方、向上性圧力が働いたときに競争が起こり、他者に対する優越感や同等性が脅かされたときに不快な感情が生起する。従って、自分よりわずかに優れた他者との比較が最も好まれるようになる (高田, 2011)。しかし、Twitter上で常に「自分よりわずかに優れた他者」との上方比較ができるとは限らないため、その結果不快な感情が生じてしまい、友人関係満足度が下がったと考えられる。また、下方比較は必ずしも自分より劣っている他者との比較に限らず、高い自己評価を得るとともに、他

者を傷つけたり中傷したりして自分より惨めな状態にし, その上で比較して自分の主観的幸福感を高める, という能動的な形態もある(高田, 2011)。不運や失敗に直面する人は, 自分より不運な人と比較することには抵抗感があるため, 本人は必ずしも下方比較をしていることを自覚していないのも多い。そして, これは日本のような自己卑下をする傾向の強い文化には顕著と思われる。高田(2011)は, 欧米のような, 他者と峻別される個という考え方に立つ相互独立的自己観に比べて, 日本を含むアジアでは他者との関係の中で自己観を持つことが多いことを指摘している。つまり, 優れた他者との比較を通して自己を肯定的に評価するより, 自分自身を否定的に捉える自己批判もしくは自己卑下傾向が強いため, 下方比較をすることで不快な感情が生起し, その結果, 友人関係満足度に大きな負の影響を与えたのではないかと考えられる。

さらに, 本研究では, フォローしている相手との関係によって, 社会的比較を行うかどうかを検討した。そのため, 本研究では, フォローしている相手を「大学入学前からの友人・知人」, 「大学入学後の友人・知人」, 「実際に会う大学の友人・知人」と「大学内の親友」に分けて検討を行った。その結果, 図3に示したように, 「大学入学後の友人・知人」のみが社会的比較からやや有意な効果が見られた。これについて以下の理由が考えられる。まず, 大学入学前の友人・知人とは同じ大学・地域に生活しない限りでは, ほとんどは関わりのない単なる知り合いになっていたのだろう。つまり, 社会的比較の対象とされる「日常生活が類似した同年代の他者」ではなくなったため, 自分と比較する対象からはずされたと思われる。次に, 社会的比較をする動機は, 自己評価を正確に把握するためであり, 前述したように, 青年期を迎える若年層は発達段階に伴い, アイデンティティに自信があり, 高い自己評価を行う人はより広い日常活動の場を持った年上の他者と比較しよ

うとする傾向がある(村本, 1989)。つまり, 「大学入学後の知人・友人」は「実際に会う大学の知人・友人」と「大学内の親友」より範囲が広く, 部活関係の同級生や先輩, アルバイト先での知り合い, 教職員などといった目上の人や, オンラインのみの知り合いなどが含まれる。そして, このような人々とはそれほど親しくはないが, 共通趣味などがあって情報を共有したり, 自分を評価してもらえたりすることを通じて, 比較対象として選ばれたのではないかと考えられる。一方, 実際に会う大学の友人・知人や親友は大抵同世代で, 比較的親密な関係にあるため, 比較の対象から外されたと思われる。さらに, 本研究では大学入学前と入学後の学内の友人関係に絞って検討を行ったが, 3.1で述べたように, それ以外が4割ほどを占めていた。この意味では今後は大学内に限らず, 学外やオンライン上の対人関係も視野に入れて検討すべきだろう。

## 5 まとめと今後の課題

本研究で得られた知見を以下にまとめる。

- (1) 大学生らはTwitterを頻用し, 大学入学前からの友人・知人や大学入学後の友人・知人など, 既存の対人関係と多く繋がっている。
- (2) 大学生の自尊心と自己効力感を含めた個人特性が友人関係満足度に強いポジティブな効果があったが, 個人特性からTwitter使用への効果は見られなかった。
- (3) Twitterを使用する人ほど, 多くの社会的比較を行い, その結果友人関係満足度が下がってしまった。また, フォローしている相手が大学入学後に知り合った知人・友人の場合のみ, 社会的比較をする傾向が見られた。

以上のことから, 若年層の円滑な対人関係を保つには, Twitter上で「実際に会う大学の友人・知人」や「大学内の親友」以外にそれほど親しく



ない相手とむやみに社会的比較を行わないことが有効である可能性が示された。

なお、本研究の知見の一般性に注意する必要がある。本研究の分析対象は平均年齢19.1歳の大学生であったため（SDは1.39歳という狭い幅）、年齢による効果は検出できなかった。また、分析対象になった大学生らにとってTwitterはコミュニケーションツールとして使用されるが、30代後半以降の世代の場合は異なるかもしれない。今後はほかの年齢層との比較も視野に入れて、アイデンティティの確立や自己概念の形成状態、ソーシャルメディアの種類や使い慣れる程度などによってどのような相違点があるのか引き続き検討していきたい。

#### 注

- (1) 本論文は2018年社会情報学会（SSI）学会大会で発表されたものを再分析し、加筆・修正したものである。
- (2) 性別は名義尺度であるため、男性を「0」、女性を「1」とそれぞれダミー変数として投入した。

#### 謝辞

本調査の実施にあたって、ご協力・ご回答いただきました皆様に心より感謝申し上げます。また、本論文を執筆する際に、筑波大学図書館情報メディア系・歳森敦教授より大変貴重なご意見をいただきました。データ収集と初期の集計では筑波大学大学院図書館情報メディア研究科の中田周育さんの協力を得ました。併せて感謝申し上げます。

#### 参考文献

- Bandura, A. (1984) "Self-efficacy," In, V.S. Ramachaudran (Ed.), *Encyclopedia of Human Behavior*, Vol.4, pp.71-81, New York; Academic Press.
- Cramer, E.M., Song, H. & Drent, A.M. (2016) Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue, *Computers in Human Behavior* 64, pp.739-746.
- Erikson, E.H. (1959) *Identity and the life cycle*. New York: International University Press.
- Festinger, L. (1954) A theory of social comparison processes, *Human Relations* 7, pp.117-140.
- Gilbert, G. & Barton, H. (2013) The motivations and personality traits that influence Facebook Usage, *Cyberpsychology and New Media*. Edited by Andrew Power and Grainne Kirwan, Psychology Press. pp.26-37.
- 平井花朋・叶少瑜 (2019) 「Twitterにおける不快な投稿が友人関係に影響を及ぼすのか？社会的寛容性と社会関係資本の構築という視点から」, 『電子情報通信学会技術研究報告』118 (437), pp.19-24.
- 磯部智加衣・浦光博 (2002) 「内集団成員との上方比較後の感情・状態自尊心に、集団間上方比較と特性自尊心が及ぼす影響」『実験社会心理学研究』41(2), pp.98-110.
- Jang, K., Park, N. & Song, H. (2016) Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes, *Computers in Human Behavior* 62, pp.147-154.
- JustSystem, Facebookの利用状況に関する調査, 2012  
< [http://dls02.justsystems.com/download/fastask/biz/report/fa\\_reportfacebook\\_20120405.pdf](http://dls02.justsystems.com/download/fastask/biz/report/fa_reportfacebook_20120405.pdf)> Accessed 2019, May 18.
- Lee, S.Y. (2014) How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook, *Computers in Human Behavior* 32, pp.253-260.



- Mimura, C. & Griffiths, P. (2007) A Japanese version of the Rosenberg self-esteem scale: Translation and equivalence assessment, *Journal of Psychosomatic Research* 62(5), pp.589-594.
- 村本由紀子 (1989) 「アイデンティティ確立の発達段階の違いが社会的比較に及ぼす効果」, 『社会心理学研究』4 (1), pp.1-10.
- 成田健一・下仲順子・中里克治ほか (1995) 「特性的自己効力感尺度の検討—生涯発達の利用の可能性を探る—」, 『教育心理学研究』43(3), pp.306-314.
- Pittman, M. & Reich, B. (2016) Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words, *Computers in Human Behavior* 62, pp.155-167.
- Robison, A., Bonnette, A., Howard, K. et al. (2019) Social comparisons, social media addiction, and social interaction: An examination of specific social media behaviors related to major depressive disorder in a millennial population, *Journal of Applied Behavioral Research* 24(1), pp.1-14.
- 総務省 (2017) : 平成29年版情報通信白書  
 < <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/29honpen.pdf> >  
 Accessed May 27, 2018.
- 高橋尚也・伊藤彩花 (2016) 「SNS利用における青年の対人関係特性—TwitterとLINE利用時の行動に注目した検討—」, 『立正大学心理学研究所紀要』Vol.14, pp.39-50.
- 高田利武著 (2011) 『他者と比べる自分—社会的比較の心理学』サイエンス社
- 高坂康雅 (2008) 「自己の重要領域から見た青年期における劣等感の発達の变化」, 『心理学研究』56(2), pp.218-229.
- 富岡比呂子 (2013) 「児童の自己概念と自己効力感: 学校適応感との関連性について」, 『創大教育研究』22, pp.79-93.
- 外山美樹 (1999) 「児童における社会的比較の様態」『筑波大学発達臨床心理学研究』11, pp.69-75.
- (2002) 「社会的比較志向性と心理的特性との関連—社会的比較志向性尺度を作成して—」, 『筑波大学心理学研究』24, pp.237-244.
- Vogel, E.A., Rose, J.P., Roberts, L.R. & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture* 3(4), pp.206-222.
- Vries, D.A. & Kuhne, R. (2015) Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook, *Personality and Individual Differences* 86, pp.217-221.
- Yang, C.C. (2016) Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 19(12), 703-708.
- 叶少瑜・歳森敦・堀田龍也 (2016) 「大学生のメディア/ソーシャルメディア使用とネット・リテラシーとの因果関係, 及び社会的スキルと性別の効果」, 『日本教育工学会論文誌』40(3), pp.165-174.
- (2018) 「大学生のソーシャルメディア使用と自己効力感との関係: TwitterとFacebookの比較」, 『電子情報通信学会技術研究報告』117(420), pp.79-84.
- Ye, S.Y., Ho, K.W. K., & Zerbe, A. (2019) The effects of social media usage on loneliness and well-being: Comparing Facebook, Twitter and Instagram, 電子情報通信学会技術研究報告, 118(487), pp.19-24.