

ソーシャルメディアにおける利己主義と 利他主義の影響に関する基礎調査

大石 悠介^{†,a} 富永 登夢^{†,a} 土方 嘉徳^{‡,b}
山下 直美[‡] 原田 研介[†]

†大阪大学大学院基礎工学研究科 ‡関西学院大学商学部 ††NTT

a) {oishi, tominaga} @ hlab.sys.es.osaka-u.ac.jp b) contact @ soc-research.org

概要 ソーシャルメディアにおいて投稿者が発信した情報に対して、投稿者と閲覧者の間での意図の齟齬が生じることがある。そこで、我々はこのような意図の齟齬の要因を探る。特に、投稿者が情報を他者に伝達する際に、利己主義と利他主義のどちらの意図をどの程度強く持っていたかに注目する。本論文では、意図の齟齬がどの程度存在するかを明らかにすることを目的とする。我々は、投稿者の共有行動における利他主義と利己主義の強さと、閲覧者から見た投稿者の共有行動における利他主義と利己主義の強さをアンケート調査によって取得し、投稿者の共有行動に対する両者の評価の差異を確認した。また、投稿者のユーザ特徴を取得し、上記で確認された差異との関係を明らかにした。その結果、投稿者の利己的・利他的な度合いといくつかのユーザ特徴の間で相関があることが明らかになった。

キーワード

ソーシャルメディア, 利己主義, 利他主義, ユーザ特徴

1 はじめに

近年、Twitter や Facebook などのソーシャルメディアが世界中で広く普及している。ソーシャルメディアは、他者とコミュニケーションをとったり、様々な情報を発信、拡散、収集したりするために利用されている。ユーザは投稿を行う際、情報を共有する。つまり、投稿を閲覧する相手を想定している。しかし、投稿するユーザの意図が想定した閲覧者に伝わっているとは限らない。

そこで、本研究ではソーシャルメディア上での投稿者の共有行動に対して、投稿者と閲覧者の間でどのような意図の乖離が生じているかを調べ、その要因を探る。特に、投稿者が情報を他者に伝達する際に、自身の目的を達成することを重視した利己主義と、他者にとって有益であろうとする利他主義のそれぞれの意図をどの程度強く持っていたかに注目する。この2つは両立することが考えられるため、一次元上で対立する概念ではなく、独立な概念であると考え。まず、アンケート調査で、投稿者と閲覧者の意図の乖離がどれほど起きているか調べる。そして、投稿者の心理的要因が、これらの意図の乖離にどれほど影響を与えているかを明らかにする。

2 調査方法

本研究では、Twitter を対象とし、投稿者とその閲覧者に対してアンケート調査を実施した。

このアンケートでは、投稿者の最新 30 件の各ツイートに対して、投稿者には投稿をする際、どの程度利己的および利他的な意図を持っていたか、閲覧者にはどの程

度投稿者の利己的および利他的な意図を理解していたかを 5 段階尺度で尋ねた。ここで、閲覧者による投稿者の各ツイートの利他の評価には、1. 自分のために投稿されたと思ったか（フォロワー自身）、2. 自分以外の誰かのために投稿されたと思ったか（他人）、の 2 つの観点を設けた。閲覧者は投稿者の相互フォローユーザの中からこちらでランダムに 20 人を選び、その中から投稿する際に想定していたユーザを選んでもらう。社会的願望のバイアス（アンケートの回答者が自分を良く見せ掛けるように回答する）を排除するため、選択された重要なフォロワーには、彼らの回答が投稿者に確認されないことを明示した。

更に、投稿者には、過去の論文を参考にアンケートを作成し、ユーザ特徴として利己的・利他的度合い [3, 2]、性格特性と Twitter の利用目的について尋ねた。性格特性は神経症傾向、外向性、開放性、調和性、誠実性の 5 因子から構成され、利用目的は、友人関係を維持する、情報収集する、情報発信する、助け・意見を求める、ストレスを解消する、自身を宣伝する、新たな友人を作る、の 7 つの目的から成る。それぞれアンケート調査によって取得する。

また、フォロワーには投稿者との繋がりについて尋ねた。投稿者との繋がりとは具体的に、投稿者との関係性、繋がり方（実世界でつながりがある、オンライン上のみつながりである）、会う頻度、知り合ってから期間を尋ねた。

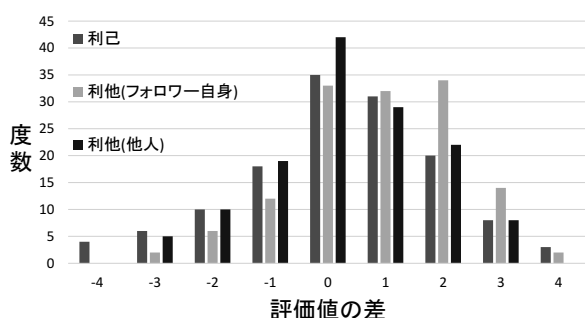


図1 評価値の差

3 結果・考察

前述の調査を、40名の投稿者とその閲覧者に対して実施した。本研究において、可能な限り頻繁にTwitterを利用しているユーザを被験者にするため、1か月以内にTwitterで10件以上の投稿をしているという条件の下、調査者の知人や、さらにその知人などを中心に被験者を収集した。以下に結果を示す。

3.1 意図の乖離

投稿者と閲覧者が、その投稿者のツイートを利用主義及び利己主義の観点からの評価した値の差を図1（それぞれ左から順に利己、利他（フォロワー自身）、（他人））に示す。閲覧者は、投稿者のツイートに対して2つの観点からの利他主義の評価を行っているため、利他主義の評価値の差は2種類存在する。3つの全てにおいて、正の値の度数が高いことが分かる。このことは、投稿者と閲覧者の意図の乖離の存在を示しており、投稿者は自分の投稿が他人に与える肯定的な印象を過大評価しているという過去の知見 [1] と一致する。

先行研究では、投稿者の投稿に対する評価を、フォロワーではなく外部評価者（ソーシャルメディア上で繋がっていない人）が行っている。本研究では、投稿者にとってより近い存在であると思われるフォロワーの評価値を用いたが、フォロワーとの間でも同様に意図の乖離が見られた。また、3つの値の中でも、特に利他（フォロワー自身）の正の値の度数が高いことが分かった。つまり、フォロワーは利他的な投稿であると認識できたとしても、自身に向けた投稿であると認識しにくいということが考えられる。これは、ソーシャルメディア上ではユーザは多くのユーザと繋がっているために、自身に向けたものという認識が弱くなるのではと考えられる。

3.2 意図の乖離と要因

意図の乖離と、投稿者の性格特性およびTwitterの利用目的に対して相関分析を行った結果について述べる。

投稿者の外向性の高さは、利他（フォロワー自身）の評価値の差と正の相関があるが（ $r=0.448$, $p < 0.01$ ）,

利他（他人）の評価値の差とは相関が確認されなかった。外向性の高いユーザの投稿に対して、利他（フォロワー自身）が大きくなる傾向がある。つまり、興味や関心が外界に向けられ、行動的で社会的なユーザの投稿は、フォロワーは自分以外の誰かの役には立つだろうと判断される一方で、フォロワー自身には向けたものであるようには捉えられていないと考えられる。

投稿者の「友人関係を維持する」目的は、利己の評価値の差と正の相関を示した（ $r=0.509$, $p < 0.01$ ）。「友人関係を維持する」目的を持つユーザは、利己的な投稿が多いわけではないが、そのような投稿をした際に、フォロワーにそれほど利己的であると思われていないと考えられる。

4 おわりに

本研究では、Twitterにおける投稿に対する、投稿者と閲覧者の意図の乖離について調査した。また、意図の乖離と、投稿者の性格特性や利用目的との関係を分析し、意図の乖離の要因について検討を行った。結果として、意図の乖離の存在が確認され、投稿者の性格特性と利用目的の一部が意図の乖離と関係していることが分かった。今後は、投稿内容の分析を行い、ユーザの発信している情報をより詳細に確認することで、意図の乖離の要因をさらに調べる予定である。また、フォロワーとは別に外部評価者を用意することで、投稿者とのつながりの有無によって評価値の差に影響があるかの調査も検討している。その上で、意図の相違を解消するためのアプローチを提案することを考える。

参考文献

- [1] Yi-Chia,W, Hinsberger,H. and Kraut,R.E.: Does Saying This Make Me Look Good? How Posters and Outsiders Evaluate Facebook Updates, Proc. of ACM CHI, pp. 125-129, 2016.
- [2] Rushton,J.P., Chrisjohn,R.D., and Cynthia,F.G.: THE ALTRUISTIC PERSONALITY AND THE SELF-REPORT ALTRUISM SCALE, Personality and individual differences, Vol. 2, pp. 293-302, 1981.
- [3] 木内亜紀：独立・相互依存的自己理解尺度の作成および信頼性・妥当性の検討, The Japanese Journal of Psychology, Vol. 66, pp. 100-106, 1995.