

The Effect of Sensation-seeking on Internet Flaming and Trolling

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2018-08-02 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 小島, 弥生, 古澤, 照幸 メールアドレス: 所属:
URL	https://saigaku.repo.nii.ac.jp/records/1099

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



インターネット上の炎上への関与に刺激欲求が及ぼす影響¹⁾

The Effect of Sensation-seeking on Internet Flaming and Trolling

小島 弥生・古澤 照幸

KOJIMA, Yayoi FURUSAWA, Teruyuki

ソーシャルメディアにおける炎上現象に関わる人の性格特性について、先行研究で検討されている社会考慮、生活満足感に加え、刺激欲求（古澤, 1989）の影響を検討した。大学生223名に対する調査結果から、刺激欲求が強いほど炎上への関与の程度が高くなるが、この効果は社会考慮により調整され、刺激欲求が強い者であっても社会のあり方に関心の薄い者は炎上現象には関与しない可能性が示された。

吉野（2016a）によれば、ソーシャルメディア（インターネット上のメディア）上で個人あるいは法人に対し不特定多数からの批判が殺到する「炎上」現象は、2000年代前半から広く社会に認識されてきたという。炎上とは、一般的に、ある人物がソーシャルメディアに書き込んだ情報に対し、不特定多数の人々からの批判的なコメントが殺到し、収まりがつかない状態を指す。炎上の原因となった情報を書き込んだ個人・法人と利害関係にある者からだけではなく、何ら関わりのない第三者からも批判が寄せられる点が特徴的で、書き込みの舞台となったソーシャルメディア内に止まらず、「ミドルメディア」（藤代, 2015）と呼ばれる、ソーシャルメディアにのぼった特定的话题をまとめた「まとめサイト」やネットニュースを介し、不特定多数の人物が炎上に関わることもある。

炎上のプロセスについて、吉野（2016a）

は以下のように5つの段階があることを示している。第一段階として、個人（著名人・一般人）や法人のインターネット上での言動が、twitterや2ちゃんねる等のソーシャルメディア上で問題視される。第二段階では、問題となった言動に対し直接的に不特定多数から批判が殺到する。そして、批判が過熱するうちに過去の言動や、実名、所属先等の個人情報洗い出され、「まとめサイト」等のミドルメディアに掲載される第三段階に至る。ここから、インターネット上を超えた批判・攻撃行動が生じる第四段階が発生する。つまり、問題視された対象の関係先（一般人であれば所属先、芸能人であれば出演番組のスポンサー、企業であれば当該企業や取引先、等）に対し、電話で抗議をする（俗に電凸と呼ばれる）行動が生じるのが第四段階である。最後の第五段階では、ネットニュースやマスメディアでその炎上現象が報道されるに至る。吉野

キーワード：炎上、刺激欲求、インターネット、ソーシャルメディア

Key words : net flaming and trolling, sensation-seeking, internet, social media

(2016a)によると、炎上現象には第一段階で広がりを持たずに収束するものも、第二段階に到達したが問題となった対象の特定には至らず第三段階に至らず収束するものも、観察は困難だが数多く存在するという。そして、政治家等の公人、それに近い立場の著名人、企業が炎上の対象となった場合にはニュース価値が生じるために第五段階にまで至りやすいという。

このように炎上現象の様相は複雑である。山口（2015）は複数の先行研究をレビューした上で、ネット炎上現象を以下のように整理することを提案している。その観点は、1）誰が、2）何をして炎上し、3）どのような対応をとったか、というものである。このうち本研究では2）何をして炎上したか、すなわち、何が誹謗中傷や批判の対象として特定の人々を惹きつけたか、に着目する。本研究では炎上現象において批判や誹謗中傷を行う人、あるいは炎上現象に興味をもち何らかの形で関わろうとする人の特徴を把握することを目的とするためである。

山口（2015）によると、炎上の引き金となった書き込み行為や書き込まれた情報には、大きく5種類（以下のⅠ～Ⅴ）あるという。Ⅰは「反社会的行為や規則・規範に反した行為（の告白・予告）」である。この例としては、2013年7月にコンビニエンスストアのアイス用冷凍ケースに自身が横たわる様子を写真に撮り、Facebook上に投稿したアルバイト店員の男性に対する炎上が挙げられる（朝日新聞社, 2013）。Ⅱに「何かを批判する、あるいは暴言を吐く（政治・宗教・ネット等に対して）。デリカシーのない発言をする」がある。2017年1月に就任した第45代アメリカ合衆国大統領Donald J. Trumpのtwitterでの発言の

いくつかは、主に反トランプ勢の批判の対象となった現象が典型例である。Ⅲに「自作自演、ステルスマーケティング、捏造の露呈」があり、2012年12月に複数の芸能人が実際には落札していない商品をインターネット上のオークションサイトで落札したとする虚偽の記事をブログ等に投稿、当該サイトのステルスマーケティングへの荷担と批判された事件がこの例として挙げられる。Ⅳが「ファンを刺激（恋愛スキャンダル・特権の利用）」する書き込みが炎上するケースであり、芸能人のブログの書き込みに対し、一般常識からかけ離れた行為であると大勢が判断して炎上するケースが該当する。Ⅴの「他者と誤解される」炎上例は、山口（2015）によるとレアケースであり、ある芸能人が犯罪者と誤解されてインターネット上に誤った情報に基づく誹謗中傷が溢れた例が挙げられている。

炎上に関与する人々の特徴

では、なぜ人々は上述のような書き込み行為・書き込まれた情報に反応し、炎上に関わることになるのだろうか。

炎上に関与する人々の特徴を考えるにあたり、山口（2015）による炎上情報の分類を整理しなおす必要があると思われる。田代（2012）は、炎上を2つの観点から説明している。まず、「反社会的言動や不道德な行為を行った者への批判」であり、これは山口（2015）による炎上情報の5種類の分類のうち、Ⅰ～Ⅲの3種類の情報への批判に該当するであろう。そして、もう1つの観点が“いわゆる「勝ち組」とよばれる安定した社会的地位を持った者に対してのディレイトユー”（田代, 2012, p.235）である。ディレイトユー（delete you）とは気に食わない相手を消し去りたい、

制裁したいという気持ちを表す造語（荻上, 2007）であり、山口（2015）の分類にあるⅣのうち、主に“特権の利用”に対する批判のことを指すと思われる。また、Ⅱのうちの“デリカシーのない発言をする”もこの気持ちに該当する批判である可能性が考えられる。田代（2012）は、派遣切り・ワーキングプアなどの言葉に象徴される雇用に対する不安、および、将来に対する漠然とした不安の広がり、「勝ち組」への鬱憤晴らしとしての炎上につながると分析している。

吉野（2016b）²⁾は、ネット上で炎上対象を批判した経験がある者には、大きく分けて2種類の動機が存在するとしている。第一が「正義感」型で、間違っただけの行為をしている者に対する批判や忠告を行いたい、あるいは批判をしている者に対し賛意を示したいという理由が炎上への加担の動機になるというものである。この動機は田代（2012）の観点のうち“反社会的言動や不道徳な行為を行った者への批判”を行う動機と比定することができるだろう。第二の動機が「祭り」型で、炎上の対象となっている者への嫌悪の他、鬱憤晴らしや、炎上の盛り上がりに乗じて加担するという現象である。他人を叩くことに優越感を覚えるというこの動機は、田代（2012）のいう“勝ち組に対するディレイトユー”に近い動機と考えることができるだろう。

以上のように、炎上に加担する理由や動機は大別すると、不道徳行為者への制裁と、勝ち組批判による鬱憤晴らしの2側面があるといえる。そして、各動機の背景には炎上に加担する者の性格傾向の影響が想定できる。

まず、前者の不道徳行為者への制裁については、炎上加担者が社会のあり方について深い関心をもっている場合に特に強く起こるこ

とが予想される。斎藤（1999）は、ある個人の持つ、自らの生活空間を「社会」として意識し、複数の個人からなる社会というものを考えようとする態度を「社会考慮」という用語で概念化している。吉野（2016b）では社会考慮の強さが正義感型の動機を強めることを示している。つまり、生活空間を複数の人々の営みで成立する社会という視点でとらえる傾向のある人は、相対的にそうではない人と比べ、不道徳行為を制裁するという理由からインターネット上での炎上に関与することが予想される。

次に、後者の勝ち組批判による鬱憤晴らしについては、現在の自らの状態に満足しているか否かが関係すると予測できる。勝ち組への批判の背景には漠然とした不安が存在する可能性を田代（2012）は指摘するが、裏返せば、現状に満足している人は不安に基づく炎上行為には関与しないと予想できる。

ところで、山口（2015）は炎上行為に加担する者の特徴について、計量経済学的分析に基づく実証を試みているが、結論として“炎上に積極的に加担している人は、年収が多く、ラジオやソーシャルメディアをよく利用し、掲示板に書き込む、インターネット上でいやな思いをしたことがあり、非難しあっても良いと考えている、若い子持ちの男性であるという人物像が浮かび上がってくる”（山口, 2015, p.61）としている。ここで示された人物像は、田代（2012）の指摘する人物像とは不一致な点が多い。特に「年収の多さ」や「若くして子持ちである」という人物像は、田代（2012）のいう「勝ち組」に近い性質をもつ。つまり、山口（2015）と田代（2012）では炎上に関与する人物の特徴が正反対となっている。この点について、本研究では個人のもつ

刺激欲求（古澤, 1989）をとりあげることで検討したい。

刺激欲求とは、多様な刺激、新奇な刺激、複雑な刺激への欲求と定義される、危険や体験への欲求である。日本語版刺激欲求尺度（抽象表現項目版；古澤, 1989）は3種類の下位尺度から構成されており、スピードや危険を含むスポーツや活動に携わろうとする欲求である Thrill and adventure seeking (TAS)、抑制を解き放ちたいという欲求である Disinhibition (Dis)、新しい体験や変わった体験を試みようという欲求である Experience seeking (ES) から成る。古澤 (2013) では、刺激欲求の強さがインターネット上および日常生活での非倫理的な行動、および攻撃性と関連することを示し、また、刺激欲求の下位尺度のうちTASが積極的なメディア行動との関連が強く、ESがいたずら電話のような非倫理性を帯びる非行行為との関連が強いことを示している。本研究でとりあげるインターネット上の炎上という現象は、比較的新奇なメディアといえるソーシャルメディアを主な舞台とした行為であり、その行為を行う理由として不道徳行為者への制裁という動機が存在する一方で、炎上現象そのものは社会的に負のイメージの強い、非倫理性を帯びた現象でもある。したがって、刺激欲求の強い個人は（あるいは、刺激欲求のうちの特定の下位因子が強い個人は）、欲求を満たすための一手段として炎上に加担する可能性が考えられる。

刺激欲求が単独で炎上への関与を説明するだけではなく、現状への満足感や社会考慮の影響を受けて炎上現象への関わりに多様性をもたらす可能性も考えられる。すなわち、社会に不満のない、現状に満足している者で

あっても、刺激欲求が強ければ、人々の盛り上がりに乗じて「祭り」に乗り遅れないよう、自分も炎上に加担することが予想される。山口 (2015) で描写された炎上への積極的加担者は、現状に満足しかつ刺激欲求の強い者であった可能性が考えられよう。また、社会のあり方に対する関心が深い者であっても、刺激欲求が弱ければ、インターネット上での現象に積極的に関わろうとはしないことも予想される。

本研究の目的

以上の議論をふまえ、本研究ではソーシャルメディアにおける炎上現象を「インターネット上の、ある人の書き込みをきっかけに、多数の人が集まってその人への批判・攻撃が行われる現象」と定義し、炎上に関わる人の性格特性を、特に刺激欲求の影響力を中心に検討することを目的とする。

なお、炎上に直接的に加担する者の比率は決して多くない。先行研究のうち、山口 (2015) では約20,000人の調査参加者のうち、炎上対象に対して自分の批判や攻撃を書き込んだ参加者は約1.5%の303人のみであったとしている。また、1,118人を対象に調査を行った吉野 (2016a) では、直接的な「関与」を行った者は40人 (3.6%) に過ぎず、炎上について家族や知人らと「話題」にする者 (9.7%)、あるいは、炎上に関連する情報を検索するなどの何らかの「興味」を示す者 (19.8%) の方が多く、かつ「関与」「話題」「興味」のいずれも行わない者が最も多く69.5%にのぼることを示している³⁾。そこで本研究では、主に直接的な「関与」を尋ねる質問を中心に扱うが、補足的に炎上を容認する理由を尋ねる質問を設け、関与以外の炎上にまつわる現象

が人々の刺激欲求、現状満足感、社会考慮とどのように関わるかについて検討する。

本研究では以下の5つの仮説を設け、検討する。

仮説1 刺激欲求の強い者は、炎上に関与し、炎上現象を容認している。

仮説2 現状に満足していない者は、炎上に関与し、炎上現象を容認している。

仮説3 社会を考慮する程度の強い者は、炎上に関与し、炎上現象を容認している。

仮説4 現状に満足している者であっても、刺激欲求の強い者は（刺激欲求の弱い者に比べ）炎上に関与し、炎上現象を容認している。

仮説5 社会を考慮する程度の強い者であっても、刺激欲求の弱い者は（刺激欲求の強い者に比べ）炎上に関与せず、炎上現象を容認しない。

方法

調査対象者と調査時期

2016年11月に、東京都内の大学で心理学の授業を受講している学生275名に調査への参加協力を求めた。調査は授業時間の一部を用いて実施し、調査用紙を一斉に配付、回答を求め、その場で回収した。なお、回答にあたり調査への参加協力は自由意思に基づき強制ではないこと、参加・不参加問わず調査に関わることで何ら不利益は生じないことを口頭および紙面で説明した。

調査用紙の構成

調査用紙は以下の11のパートから構成されていた。

1) フェイスシート

回答者の学年、性別、年齢について回答を求めた。

2) インターネットと各種サービスの利用時間

Twitter、LINE、インターネット掲示板、それらを含むインターネット全体について、平日の平均的な利用時間を1時間単位(整数)で回答するよう求めた。

3) 各種メディアの利用時間

テレビ、ラジオ、新聞紙、雑誌について、平日の平均的な利用時間を分単位(整数)で回答するよう求めた。

4) インターネット利用端末

インターネット利用時に用いる主な端末が、「パソコン」か「スマートフォン(タブレットを含む)」かについて、二者択一で回答を求めた。

5) 炎上の認知度

ネット炎上の定義を示した上で、ネット炎上の認知度について「聞いたことがある」、「聞いたことがない」の二者択一で回答を求めた。

6) 炎上対象経験の有無

回答者自身が炎上の対象になった経験について「なったことがある」、「なったことはない」の二者択一で回答を求めた。

7) 炎上関与・関与する理由を問う質問

先行研究を参照し、「炎上対象者に直接コメントを書き込むことがある」、「炎上対象者に直接コメントはしないが、炎上に関する書き込みをすることがある」、「炎上に関する情報を拡散することがある」の3つの質問を作成した。

また、炎上に関与する理由について、「ルールやマナーに違反した行為が許せないから」、「炎上に関与することに楽しさを感じるから」、「自分の意見を言いたいから」、「炎上対象者を擁護したいから」の4つの質問を本研究独自に作成した。

計7項目について、「1.あてはまらない」か

ら「4.あてはまる」の4件法で回答を求めた。

8) 炎上を容認する理由に関する質問

先行研究を参照し、炎上を容認する理由について本研究独自の質問項目を計11項目作成した（結果のTable 4に項目内容を記載）。なお、質問10「裕福な生活イメージのある人が、炎上対象者になることは仕方がないことだ」と質問11「貧乏な生活イメージのある人が、炎上対象者になることは仕方がないことだ」はそれぞれ勝ち組へのバッシングが炎上であるとする田代（2012）と、相対的に経済的に豊かな者が炎上に加担するという山口（2015）の知見をふまえて作成した。

それぞれの質問に対し、「1.あてはまらない」から「4.あてはまる」の4件法で回答を求めた。

9) 生きがい感スケール（近藤・鎌田, 1998）

生きがい感スケールは、“自らの存在を意識し、現状に満足し、生きる意欲を持つ過程で感じられるものでもあるが、人生を楽しむ場合にも感じられるもの”を測定する尺度であり、現状満足感・人生享楽・存在価値・意欲の4つの下位尺度で構成されている。このうち、現状満足感（5項目）と人生享楽（6項目）を用いた。各項目に対し「1.いいえ」、「2.どちらでもない」、「3.はい」の3件法で回答を求め、各下位尺度の得点を評定値の単純集計で算出した。

10) 社会考慮尺度（斎藤, 1999）

“個人の生活空間を「社会」として意識している程度、または複数の個人からなる社会というものを考えようとする程度”である社会考慮の傾向を全13項目で測定する尺度である。各項目に対し「1.まったくあてはまらない」から「5.よくあてはまる」の5件法で回答を求め、評定値の単純集計を求めた。

11) 刺激欲求尺度（古澤, 1989）

刺激欲求尺度は、TAS（5項目）、Dis（5項目）、ES（5項目）の計15項目から成る。各項目に対し「1.あてはまらない」から「5.あてはまる」の5件法で回答を求め、評定値の単純集計を求めた。

結果

分析対象者

275名の参加者から回収した調査用紙のうち、回答に欠損のあった52部を分析対象外とした（有効回答率81.1%）。よって、有効回答者数は223名（男性94名、女性129名、平均年齢19.3±.99歳）となった。

分析対象者の特徴

以下の分析にはSPSS ver.22.0を用いた。

まず、インターネット利用時の使用端末について「スマートフォン(タブレットを含む)」を回答した者が207名（92.8%）と、分析対象者全体の9割以上を占めていた。そして、219名（98.2%）の者が「ネット炎上という言葉聞いたことがある」と回答していた。一方、ネット炎上の対象者になった経験が「ある」と回答した者は4名（1.8%）のみであり、分析対象者の大多数はスマートフォンを用いてインターネットに接し、炎上の対象者の経験はないが、炎上という現象そのものは認識している者であった。

次に、インターネットの利用（Twitter、LINE、インターネット掲示板、それらを含むインターネット全体）と、インターネット以外のメディア（テレビ、ラジオ、新聞紙、雑誌）の利用について、分析対象者全体の平均とSD、最小の利用時間、最大の利用時間を算出した（Table 1）。LINEの平均利用時

間が1.79時間と最も長く、次いでtwitter（平均1.33時間）、テレビ（平均68.3分）の順に利用時間が長かった。平均利用時間の測定単位が異なる（インターネットの利用が「時間」、他のメディアの利用は「分」）ため、それぞれの項目で標準得点（z値）を算出した後、因子分析（主因子法・プロマックス回転）を実施し、メディア利用の特徴を検討した。ただし、インターネット全体の利用時間については他の項目との多重共線性を考慮し、因子分析からは除外した。また、インターネット掲示板、テレビ、新聞紙の3メディアについては共通性の値が極端に低かったため、これらを除外した因子分析を再度実施した。その結果をTable 2にまとめた。因子1ではLINE、twitterの2つの負荷量が高く、この因子を「SNS因子」と命名した。因子2は雑誌の負荷量が高く、インターネット掲示板の負荷量が.29とやや低い。他の因子に対する負荷量よりは高かったため、因子2を「まとめ情報因子」と命名した⁴⁾。因子3に負荷量がやや高かった項目はラジオのみであり、因子3は「ラジオ因子」とした。分析対象者の各因子における因子得点を回帰法で算出し、階層的重回帰分析の説明変数に用いることとした。

Table 1 各種メディアの利用時間の記述統計量 (n=223)

	M	SD	Min	Max
インターネット(単位:時間)				
twitter	1.33	1.533	0	10
LINE	1.79	2.428	0	24
インターネット掲示板	0.46	0.980	0	5
上記3つを含むインターネット利用時間全体	3.98	3.346	0	24
その他メディア(単位:分)				
テレビ	68.30	58.201	0	300
ラジオ	4.73	18.385	0	120
新聞紙	2.37	6.306	0	30
雑誌	2.65	9.295	0	60

炎上への関与・容認

炎上への関与に関する3項目と炎上に関与する理由を尋ねた4項目は4件法で回答を求めたが、炎上の対象者となった経験があるか否かにより回答傾向に違いがみられるかを確認するために、各項目に「あてはまる」あるいは「ややあてはまる」と回答した者の割合を、炎上の対象者経験の有無ごとに比率を出して比較した (Table 3)。その結果、自身が炎上の対象となった経験のある・なしによる、関与の仕方や関与する理由の選択に大きな差がないことが確認された。

次に、これら7項目を用いて主成分分析を実施した結果、7項目すべてが1つの成分にまとまった (Table 3)。そこで、これら7項目の評定値の単純集計得点を「炎上関与得点」とし、階層的重回帰分析の従属変数として用いることにした。炎上関与得点の信頼性係数は $\alpha = .85$ であった。

一方、炎上を容認する理由として本研究独自に作成した11項目について因子分析（最尤法・プロマックス回転）を実施したところ、共通性および負荷量が極端に低かった項目2「炎上が起きないための対策が必要だ」を除く10項目による3因子構造が確認された。

Table 2 メディアの利用に関する因子分析 (主因子法・プロマックス回転)

	因子			共通性
	1	2	3	
LINE(z値)	.631	-.111	.183	.447
twitter(z値)	.625	.113	-.180	.430
雑誌(z値)	-.001	.609	.092	.382
掲示板(z値)	.000	.292	.137	.107
ラジオ(z値)	.002	.205	.381	.192
負荷量2乗和	0.794	0.539	0.248	
因子間相関				
因子2	.10			
因子3	.01	.03		

Table 3 炎上への関与・関与の理由に「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人数および主成分分析の結果

質問項目	自身が炎上の対象になった経験		主成分分析 負荷量
	有 (n=4)	無 (n=219)	
関与1 炎上対象者に直接コメントを書き込むことがある	1 (25%)	8 (4%)	.671
関与2 直接コメントではない書き込みをすることがある	1 (25%)	33 (15%)	.761
関与3 炎上に関する情報を拡散することがある	2 (50%)	22 (10%)	.737
理由1 ルールやマナーに違反した行為が許せないから	1 (25%)	51 (23%)	.634
理由2 炎上に関与することに楽しさを感じるから	0	22 (10%)	.721
理由3 炎上している内容について、自分の意見を言いたいから	2 (50%)	38 (17%)	.843
理由4 炎上対象者を擁護したいから	1 (25%)	11 (5%)	.748

寄与率53.793%

Table 4 炎上の容認に関する因子分析（最尤法・プロマックス回転）

質問項目	因子			共通性
	1	2	3	
項目5 犯罪やそれに準ずる行為を自慢する発言をして、バッシングをされるのは仕方がないことだ	.924	-.024	-.163	.759
項目6 他人への悪口となる発言をして、バッシングをされるのは仕方がないことだ	.713	.038	-.010	.502
項目4 自作自演行為が露呈して、バッシングされるのは仕方がないことだ	.706	.083	.073	.555
項目3 炎上が起きるのは仕方がないことだ	.431	-.159	.388	.457
項目10 裕福な生活イメージのある人が、炎上対象者になることは仕方がないことだ	.067	.961	-.031	.895
項目11 貧乏な生活イメージのある人が、炎上対象者になることは仕方がないことだ	-.046	.812	.031	.687
項目8 炎上対象者が本名や住所などの個人情報特定され、それをネット上に勝手に公開されるのは仕方がないことだ	-.129	.122	.680	.492
項目9 炎上対象者がブログ閉鎖やアカウント削除・凍結まで追い込まれることは仕方がないことだ	.135	.044	.572	.435
項目1 悪口や罵言をコメントしてもよい	-.037	-.118	.496	.195
項目7 店へのクレームとなる発言をきっかけに、対象の店がバッシングをされるのは仕方がないことだ	.040	.085	.442	.251
因子負荷量の2乗和	2.388	1.940	2.170	
因子間相関				
	因子2	-.04		
	因子3	.43	.43	

(Table 4)。因子1には、犯罪や犯罪に類する行為の自慢、他人への悪口、自作自演行為の露呈など、不道徳行為者への制裁（田代, 2012）、正義型（吉野, 2016b）に該当する3項目と、項目3「炎上が起きるのは仕方がない」の計4項目の負荷量が高かった。よって因子1は「制裁因子」と命名した。次に、因子2には裕福な生活イメージの人、貧乏な生活イメージの人が、それぞれ炎上の対象者となることを容認する項目の負荷量が高かった。先行研究（田代, 2012；山口, 2015）の相反する知見を検討するために作成した項目であったが、これら2項目が共通する因子をもつこ

とが示された。因子2は「平均外因子」と命名し、豊かさとは異質であることが炎上の対象となる理由であるという考えを示す因子とした。因子3は炎上の対象者が個人情報晒されたり、炎上を収束させるためにソーシャルメディアから手を引いたりすることを容認する項目、あるいはインターネット上で特定の商店がクレーム対象となることに端を発するバッシングの容認、そして悪口・暴言に対する容認を示す項目から構成されていた。これら4項目はインターネットという場で生じやすい特徴をもつ行為であることから、因子3は「ネット特

性因子」と命名した。

各因子を構成する項目の評定値を単純集計して「制裁因子得点」($a = .81$)、「平均外因子得点」($a = .87$)、「ネット特性因子得点」($a = .64$)を算出した。

階層的重回帰分析

刺激欲求、現状への満足度、社会考慮等の個人傾向およびメディア利用のあり方が、炎上への関与や容認に及ぼす影響力を検討するために、階層的重回帰分析を実施した。

まず、炎上関与得点について変数間の単純相関を確認し、説明変数として投入する変数を決定した。炎上関与得点と有意な相関を示した変数は、生きがい感スケールの現状満足感 ($r = -.14, p < .05$)、社会考慮 ($r = .15, p < .05$)、刺激欲求の全得点 ($r = .23, p < .01$) およびTAS ($r = .20, p < .01$)、Dis ($r = .18, p < .01$)、ES ($r = .16, p < .05$) の各下位尺度得点であった。またメディア利用のうち、まとめ情報因子得点との間に $r = .12$ と有意傾向 ($p = .08$) の弱い正の相関が得られた。そこで、刺激欲求の全得点 (z 値)、現状満足感得点 (z 値)、社会考慮得点 (z 値)、ま

とめ情報因子得点の4変数をStep 1の説明変数として投入し、Step 2にはStep 1の4変数に加え、刺激欲求と現状満足感の交互作用項、刺激欲求と社会考慮の交互作用項、刺激欲求とまとめ情報因子の交互作用項、現状満足感と社会考慮の交互作用項、現状満足感とまとめ情報因子の交互作用項、そして社会考慮とまとめ情報因子の交互作用項を投入する階層的因子分析を実施した (Table 5)。さらに、刺激欲求の全得点を刺激欲求の各下位因子得点に変えた階層的重回帰分析を補足的に実施した。

Table 5に示したように、階層的重回帰分析のStep 2において、説明変数の主効果のみではなく、刺激欲求×社会考慮の交互作用が有意 ($b = .25, p < .05$)、現状満足感×社会考慮の交互作用が有意傾向 ($b = .22, p = .05$) となり、 R^2 値の変化量 (ΔR^2) も有意 ($p = .037$) となった。このうち、刺激欲求×社会考慮の交互作用のパターンを検討するために、各説明変数の+1SD、-1SDにおける従属変数の予測値を算出、図示した (Fig.1)。Step 1において刺激欲求の主効果が有意 ($b = .32, p < .01$) となり、刺激欲求が高いほど炎上関

Table 5 炎上関与得点を従属変数とする階層的重回帰分析

説明変数	Step 1		Step 2	
	<i>b</i>	<i>b SE</i>	<i>b</i>	<i>b SE</i>
Step 1				
刺激欲求 (全得点)	0.35 **	0.11	0.38 **	0.11
現状満足感	-0.23	0.11	-0.21 †	0.11
社会考慮	0.19	0.11	0.22 †	0.11
まとめ情報因子	0.22	0.17	0.13	0.20
Step 2				
刺激欲求 × 現状満足感			-0.12	0.12
刺激欲求 × 社会考慮			0.25 *	0.10
刺激欲求 × まとめ情報因子			0.17	0.20
現状満足感 × 社会考慮			0.22 †	0.11
現状満足感 × まとめ情報因子			-0.15	0.20
社会考慮 × まとめ情報因子			0.11	0.13
R^2	.09 **		.15 **	
調整済み R^2	.08		.11	
ΔR^2	.09 **		.06 *	

注 ** $p < .01$ * $p < .05$ † $p < .1$

与得点が高くなるという関係性がみられるが、その効果は社会考慮によって調整され、Fig.1に示したように、社会考慮の得点が低いと刺激欲求が高くても炎上関与得点が高くなるという交互作用効果が確認された。また、現状満足感×社会考慮の交互作用についても同様に予測値を算出して検討したところ、現状満足感が+1SDかつ社会考慮が-1SDの場合の炎上関与得点の予測値が3.11となり、他の3群の予測値が3.98~3.99の範囲に分布していたのに比べ、相対的に低くなったことから、現状に満足していて社会のあり方に関心の薄い人は、炎上には関与しない可能性が示唆された。

補足的に、刺激欲求の全得点に替えて下位尺度得点を説明変数に投入した階層的重回帰分析を行ったところ、DisおよびESを刺激欲求得点として投入した階層的重回帰分析では ΔR^2 が有意ではなかったため、Dis×社会考慮の交互作用効果 ($b = .18, p = .10$)、および、ES×社会考慮の交互作用効果 ($b = .22, p < .05$) が炎上関与得点を説明できる割合は高くなかった。一方、TASを刺激欲求得点として説明変数に投入した場合には、全得点を投入した場合と同様の交互作用効果 ($b = .30, p < .01$) が示された（なお、この分析ではTASの主効果に加え、社会考慮の主効果

も有意となっているが、TAS×社会考慮の交互作用が有意なことから、主効果の解釈は抑制されることになる）。この結果はTASが積極的なメディア行動と関連するという古澤（2013）の知見と一致するとともに、スリルや危険への希求が強くても社会を考慮する気持ちが弱い場合には炎上への関与が生じないことを示しているだろう。

次に、炎上を容認する理由に関する3つの変数（制裁因子、平均外因子、ネット特性因子）をそれぞれ従属変数とする階層的重回帰分析を実施した。ただし、これらの従属変数と有意な相関をもつ説明変数は数少なく、制裁因子得点が現状満足感との間に弱い負の相関 ($r = -.15, p < .05$)、刺激欲求の下位尺度であるESとの間に弱い正の相関 ($r = .11, p = .098$) を示し、ネット特性因子得点が社会考慮と弱い負の相関 ($r = -.13, p = .063$) を示すのみであった。そこで、結果を比較するという観点から、上述の炎上関与得点を従属変数とする階層的重回帰分析で用いた説明変数（刺激欲求得点の全得点、現状満足感、社会考慮、まとめ情報因子の各変数の主効果、およびこれら4変数を組み合わせた1次の交互作用項）を投入する、同じ構造の階層的重回帰分析を実施することとした。その結果をTable 6にまとめた。

説明変数の効果が有意であったのは、ネット特性因子を従属変数とする階層的重回帰分析のみであった。この重回帰分析ではStep 1で説明変数の主効果は有意にならなかったのに対し、Step 2で刺激欲求×社会考慮の交互作用効果 ($b = .50, p < .01$)、現状満足感×まとめ情報の交互作用効果 ($b = -.74, p < .05$) が有意となり、社会考慮×まとめ情報の交互作用効果が有意傾向 ($b = .34, p = .09$) を示

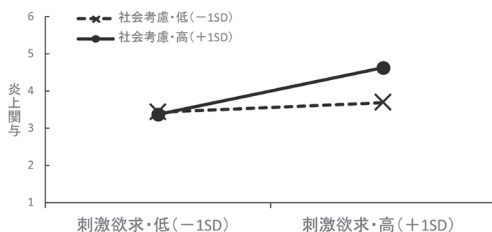


Fig.1 炎上関与得点の予測値
(刺激欲求×社会考慮の交互作用効果の検討)

Table 6 炎上を容認する理由の各因子得点を従属変数とする階層的重回帰分析

従属変数	説明変数	Step 1		Step 2	
		b	b SE	b	b SE
制 裁 因 子 得 点	Step 1				
	刺激欲求 (全得点)	0.14	0.18	0.13	0.18
	現状満足感	-0.36 *	0.18	-0.42 *	0.18
	社会考慮	0.08	0.18	0.03	0.18
	まとめ情報因子	0.14	0.27	0.07	0.31
	Step 2				
	刺激欲求 × 現状満足感			0.18	0.19
	刺激欲求 × 社会考慮			-0.27 †	0.15
	刺激欲求 × まとめ情報因子			-0.21	0.32
	現状満足感 × 社会考慮			0.15	0.18
	現状満足感 × まとめ情報因子			-0.31	0.32
	社会考慮 × まとめ情報因子			0.33	0.21
	R^2		.03		.06
	調整済み R^2		.01		.02
ΔR^2		.03		.03	
平 均 外 因 子 得 点	Step 1				
	刺激欲求 (全得点)	0.05	0.09	0.03	0.09
	現状満足感	0.06	0.09	0.07	0.09
	社会考慮	-0.07	0.09	-0.04	0.09
	まとめ情報因子	0.02	0.14	0.03	0.16
	Step 2				
	刺激欲求 × 現状満足感			0.01	0.10
	刺激欲求 × 社会考慮			0.19 *	0.08
	刺激欲求 × まとめ情報因子			-0.10	0.17
	現状満足感 × 社会考慮			0.00	0.09
	現状満足感 × まとめ情報因子			-0.07	0.17
	社会考慮 × まとめ情報因子			0.01	0.11
	R^2		.01		.04
	調整済み R^2		-.01		-.01
ΔR^2		.01		.03	
ネ ッ ト 特 性 因 子 得 点	Step 1				
	刺激欲求 (全得点)	0.17	0.17	0.16	0.17
	現状満足感	-0.05	0.17	-0.08	0.17
	社会考慮	-0.34 *	0.17	-0.27	0.17
	まとめ情報因子	0.17	0.26	-0.08	0.30
	Step 2				
	刺激欲求 × 現状満足感			0.14	0.18
	刺激欲求 × 社会考慮			0.50 **	0.15
	刺激欲求 × まとめ情報因子			0.09	0.31
	現状満足感 × 社会考慮			0.05	0.17
	現状満足感 × まとめ情報因子			-0.74 *	0.30
	社会考慮 × まとめ情報因子			0.34 †	0.19
	R^2		.02		.12 **
	調整済み R^2		.01		.08
ΔR^2		.02		.09 **	

注 ** $p < .01$ * $p < .05$ † $p < .1$

した。有意な交互作用のパターンを検討するために各説明変数の+1SD、-1SDにおけるネット特性因子得点の予測値を図示した (Fig.2、Fig.3)。まず、Fig.2より社会考慮が高い場合には刺激欲求が高いほどネットの特性上、炎上が起こるのは仕方がないと容認する程度が強い一方、社会考慮が低い場合には刺激欲求

が高いほど容認しなくなることが示された。次に、Fig.3より雑誌やインターネット掲示板を利用する時間が長いと、現状満足感が高いほど炎上が起こることを容認しない一方、雑誌や掲示板の利用時間が短い場合には、現状満足感が高いほど炎上に対する容認が増すことが示された。なお、有意傾向であった社

会考慮×まとめ情報の交互作用については、社会考慮が低い場合に限り、まとめ情報の高低でネット特性因子得点の予測値に差があり、まとめ情報に接していないほど炎上を容認するというパタンが示された。

考察

本研究の目的は、ソーシャルメディアで起こる炎上現象にどのような人が関わっているのかという問題意識のもと、刺激欲求、現状満足感、社会考慮等の性格傾向およびインターネット利用状況が炎上への関与および容認を説明するかについて検討することであった。以下、5つの仮説と本研究の結果がどのように対応したかについて述べる。

まず、階層的重回帰分析の結果から、刺激欲求が（全得点、各下位尺度のいずれでも）高いほど、本研究で測定した炎上関与得点が高いことが示された。よって、仮説1「刺激欲求の強い者は、炎上に関与し、炎上現象を容認している」は、関与に関しては支持された。しかし、炎上を容認する理由に関する3つの因子得点（制裁、平均外、ネット特性）をそれぞれ従属変数とした階層的重回帰分析の結果から、容認に関しては刺激欲求の効果は確認できなかった。

次に、刺激欲求ほど強い効果をもたないが、現状満足感が低いほど炎上関与得点が高くな

る傾向も示された。よって、仮説2「現状に満足していない者は、炎上に関与し、炎上現象を容認している」も、関与に関しては支持されたと考えられる。ただし、容認に関しては現状満足感の有意な効果はみられず（制裁因子得点を従属変数とする分析において現状満足感の主効果が有意にみえるが、重回帰式が有意ではない）、容認に関して仮説2は支持されなかった。

社会考慮についても、現状満足感と同様、階層的重回帰分析において刺激欲求ほど強い効果はみられなかったが、社会考慮が高いほど炎上関与得点が高くなる結果が示され、一方、容認に関する効果は有意ではなかった。よって、仮説3「社会を考慮する程度の強い者は、炎上に関与し、炎上現象を容認している」は、関与に関してのみ支持された。

実施した階層的重回帰分析のすべてで、刺激欲求×現状満足感の交互作用が有意ではなかった。よって、仮説4「現状に満足している者であっても、刺激欲求の強い者は（刺激欲求の弱い者に比べ）炎上に関与し、炎上現象を容認している」は支持されなかった。

炎上関与得点を従属変数とする階層的重回帰分析において、刺激欲求×社会考慮の交互作用が有意であった。また、炎上容認に関する3つの因子得点を従属変数とする階層的重回帰分析においても、刺激欲求×社会考慮の

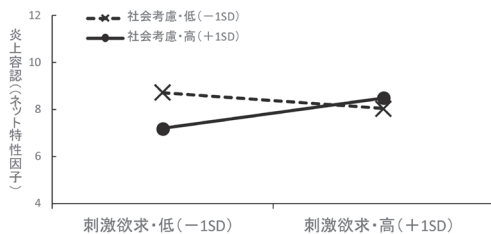


Fig.2 炎上容認（ネット特性因子得点）の予測値（刺激欲求×社会考慮の交互作用効果の検討）

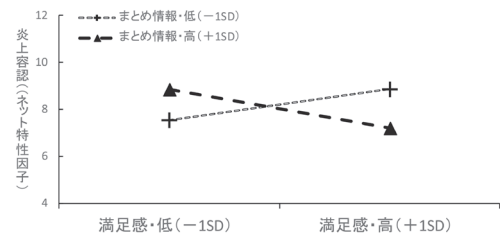


Fig.3 炎上容認（ネット特性因子得点）の予測値（現状満足感×まとめ情報因子の交互作用効果の検討）

交互作用が有意であった（ただし、制裁因子得点および平均外因子得点についての重回帰分析では、重回帰式は有意ではない）。よって仮説5「社会を考慮する程度の強い者であっても、刺激欲求の弱い者は（刺激欲求の強い者に比べ）炎上に関与せず、炎上現象を容認しない」は支持された。

まとめると、炎上への関与に関しては、仮説1、仮説2、仮説3および仮説5が支持された。炎上を容認する理由に関しては、仮説5のみが支持された。

本研究では田代（2012）と吉野（2016b）の指摘をふまえ、炎上に関与する動機は、「制裁」と「祭り」の2種類に大別できるという考えを基に質問項目を作成していたが、炎上関与得点に関しては質問項目が1つの主成分にまとまり、「制裁」や「祭り」に関する項目が他の内容（炎上対象者の擁護、等）も含めて「炎上に関与すること」として得点化された。そのため、仮説が支持される結果が得られたものの、制裁を動機とする炎上関与と関連すると予想した社会考慮の効果、祭りを動機とする炎上関与と関連すると予想していた現状満足感の効果は、いずれも弱い効果しかもたなかったと考えられる。一方で、刺激欲求は、本研究で測定した炎上関与得点に関し、一定の効果をもっていた。したがって、炎上に関与する動機や目的が何であったとしても、ソーシャルメディアあるいは日常生活での話題として炎上に関与する人は、刺激欲求が強いと考えられる。

さらに、炎上関与得点のみならず、炎上が起こるのはインターネットの特性上仕方がないとする、炎上容認のうちのネット特性因子得点についても、刺激欲求×社会考慮の交互作用効果が有意となった。交互作用のパタン

は炎上関与得点とネット特性因子得点のいずれも、社会考慮が高い場合には刺激欲求の強さが関与および容認を促進するが、社会考慮が低い場合には刺激欲求の強弱が関与および容認を説明しないというものであった。したがって、刺激欲求は強くても、社会に関わろうとする意識が低ければ、炎上に関与したり、容認したりはしない可能性が考えられる。

仮説は立てていなかったが、炎上関与得点を従属変数とする階層的重回帰分析において現状満足感×社会考慮の交互作用効果が有意となり、ネット特性因子得点を従属変数とする分析では現状満足感×まとめ情報因子の交互作用、社会考慮×まとめ情報因子の交互作用がそれぞれ有意または有意傾向を示した。前者の現状満足感×社会考慮の交互作用については、現状に満足して社会に関わろうという意識が薄い場合に（他の3群と比べて）炎上関与得点が低いことが示された。よって、炎上に関わるという行為には、現状に対する不満のはけ口という「祭り」の要素と、自らの現状に満足しているが社会に関心を持ち、自分が疑問を覚え正義感からられる事象に対しては関与するという「制裁」の要素の両方が含まれることを、この結果は間接的に支持するものとみなすことができるだろう。そして、後者の交互作用効果については、雑誌やインターネット掲示板（まとめサイトのようなミドルメディアも含まれると思われる）を利用する時間が長い人々は、現状に対する不満があるほど炎上について容認しており、一方、雑誌や掲示板の利用時間が短い人々は現状に満足しているほど、あるいは社会について深くかかわろうとしないほど、炎上について容認していることを示していた。この結果から、世の中で何が起きているかを知るため

の時間をとる人は、現状に対する不満のはけ口あるいは社会で起きている間違っただけの批判の表明として炎上という手段があることを容認している可能性が考えられ、一方、世の中の動きを知る時間をあまり確保していない人は、娯楽の一種として炎上という行為を容認している可能性があると思われる。

本研究では、炎上への関与を1つの得点で表現しており、先行研究で示されている関与の種類（正義感から派生する制裁としての炎上への関与、他者を批判する「祭り」に参加するための炎上への関与）を考慮した分析はできなかった。また、炎上への容認についても、制裁の側面は1つの因子として抽出されたが、祭りの側面は抽出されなかった。ソーシャルメディアにおける炎上現象は1つの現象として語ることができるのか、それとも多面的な要素をもつ現象として検討すべきか、研究の対象者や質問項目を見直し、検討を重ねる必要がある。

引用文献

- 朝日新聞社 (2013). 軽い投稿 重い代償：ネットに写真 告訴・賠償請求も 朝日新聞（大阪版）朝刊33面 2013年9月15日
- 藤代 裕之 (2015). ソーシャルメディア論：つながりを再設計する 青弓社
- 古澤 照幸 (1989). 刺激欲求尺度・抽象表現項目版 (Sensation Seeking Scale-Abstract Expression) 作成の試み 心理学研究, 60, 180-184
- 古澤 照幸 (2013). 欲求・行動の心理学：刺激を求めろ - Sensation Seeking おうふう
- 近藤 勉・鎌田 次郎 (1998). 現代大学生の生きがい感とスケール作成 健康心理学研究, 11, 73-82.
- 荻上 チキ (2007). ウェブ炎上：ネット群集の暴走と可能性 筑摩書房

- 田代 光輝 (2012). 大学生のネット炎上分析と予防及び対応の提案：好ターゲットとしての大学生の実情とネット炎上からの回避の提案 社会情報学研究（大妻女子大学紀要・社会情報系）, 21, 233-241
- 山口 真一 (2015). 実証分析による炎上の実態と炎上加担者属性の検証 情報通信学会誌, 33(2), 53-65
- 吉野 ヒロ子 (2016a). 国内における「炎上」現象の展開と現状：意識調査結果を中心に 広報研究, 20, 66-83
- 吉野 ヒロ子 (2016b). インターネットの『炎上』参加者に対する探索的研究 日本社会心理学会第56回大会論文集, 377

注：

- 1) 本研究は、筆者らの指導のもと鎌田亮祐氏が2016年度に埼玉学園大学に提出した卒業論文『生活満足度および性格傾向がネット炎上への関与と容認に与える影響』のデータを再分析・再構成したものである。（再分析・再構成の許可をいただいた鎌田氏に感謝の意を表します。）
- 2) 学会発表当日の配付資料の記述も併せて引用している。
- 3) 「関与」、「話題」、「興味」3つの内容を重複して行っている者もいるため、単純計算しても100%にはならない。
- 4) インターネット掲示板の利用時間を質問した際には、2ちゃんねる等の「匿名で個人の意見を自由に述べることの可能なメディア」を想定していたが、回答者の傾向として藤代 (2015) のいう「ミドルメディア」であるまとめサイト等をインターネット掲示板と認識している可能性が考えられた。よって、雑誌とインターネット掲示板の2メディアはともに「何らかの事象に関する情報のまとめが掲載されている」という共通点をもつと判断し、まとめ情報因子と命名した。