

# SNS におけるシニカルな表現がユーザに与える心理的影響

## Psychological impact of cynical expressions on SNS on users

成瀬 辰<sup>†</sup>, 小松 孝徳<sup>‡</sup>

Jin Naruse and Takanori Komatsu

<sup>†</sup> 明治大学

Meiji University

[cs232031@meiji.ac.jp](mailto:cs232031@meiji.ac.jp), [tkomat@meiji.ac.jp](mailto:tkomat@meiji.ac.jp)

### 概要

本研究では、SNS を利用しているユーザが SNS 利用中にどのような状況を不快に感じるのかについての調査を行った。その結果、X や Instagram の利用頻度が高いユーザは自分の好きなものについてのネガティブなコメントに不快感を覚えることが明らかとなった一方、SNS での投稿が少ないユーザは根拠のない偏見による投稿に対して不快感を抱くことが明らかとなった。そして多くのユーザが、ある対象を一方的に見下すような表現を含む投稿を見ることで不快に思うという体験をしているということが明らかになった。

キーワード：SNS, 炎上, 社会心理学

### 1. はじめに

ソーシャルネットワークサービス (SNS) は我々にとって身近なコミュニケーションツールとして完全に定着した。総務省<sup>1</sup>の調査によると、国内の SNS ユーザは 2022 年に 1 億人を突破した。国内で最も利用率の高い SNS である LINE は、全世代での利用率が 94.0% に達している。またそれに次ぐのが Instagram の 50.1%、X(旧 Twitter)の 45.3%と、SNS は世代問わず幅広く利用されるツールとなったといえる。その SNS の世論への影響力は非常に強く、2024 年 7 月に行われた東京都知事選では、SNS を積極的に活用する候補者が話題を集めた。一方で、炎上やフェイクニュースのような SNS 上でのトラブルはユーザの増加に比例して増加し続けており、総務省によれば、年間炎上発生件数は 2011 年に 341 件から 2015 年には 1002 件まで増加しており、現在はそれ以上に増加していると考えられる。しかしこのような誹謗中傷や炎上が深刻な社会問題となり、総務省をはじめとした関係機関による実態把握と防止対策への取り組み

が活発化してきたことで、SNS 上で他者を攻撃するような直接的な表現 (例：罵詈雑言、暴言) は抑制されつつあると考えられる。

一方、これら直接的な表現が用いられていないのにも関わらず、読み手に強いネガティブな感情を抱かせてしまう間接的な表現が存在していることもまた事実である。例えば、皮肉を込めて対象を侮蔑したり冷笑したりするシニカルな表現はその典型例であるといえる。実際、SNS などインターネット上には、シニカルな視点から対象を皮肉的に批判するコメントが数多く投稿されている。これらの表現は、暴言などの単純な誹謗中傷などと比べて、客観的で論理的な表現であることが多いため、読み手が反論することが難しく、結果としてより深い傷を負わせる可能性があるとも考えられる。そこで本研究では、ユーザ自身が SNS 利用時に不快感を抱いた出来事についての調査を実施した。また同時に SNS の利用状況も調査し、それらとの関連について分析を行った。

### 2. 調査 1 : SNS 利用時における不快感に関するアンケート

#### 2.1 調査概要

本調査は、19 歳から 25 歳の大学生 128 人を対象にして実施された。まず、主要な 5 種類の SNS (X, Instagram, Threads, TikTok, YouTube) を使用する頻度を、1.利用しない (アカウントがあるが使ってない、知らないも含む)、2.たまに閲覧するが投稿はしない、3.よく閲覧するが投稿はしない、4.閲覧もするし投稿もたまにする、5.閲覧もするし投稿もよくする、という五段階で回答してもらい、それらを利用する中で不快に思った具体的な出来事を自由記述にて最低 2 つ挙げてもらった。

<sup>1</sup> 総務省令和 5 年版情報通信白書 :

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepa>

## 2.2 SNS の利用状況

表 1 : SNS の利用状況

SNS の種類	1	2	3	4	5
X	8.6%	17.2%	35.9%	23.4%	14.8%
Instagram	8.6%	17.2%	22.7%	45.3%	6.3%
Facebook	97.7%	2.3%	0%	0%	0%
Threads	84.4%	11.7%	0.8%	1.6%	1.6%
YouTube	1.6%	9.4%	76.6%	10.9%	1.6%
TikTok	53.9%	18.8%	25.0%	1.6%	0.8%

表 1 は、各 SNS の利用状況を示したものである。この表から、X については回答者の 4 割近くが閲覧だけでなく投稿も行っていたこと、さらには、投稿せずに閲覧だけをするという回答者が過半数近くいることが明らかとなった。Instagram については、投稿を行う回答者が過半数を占め、閲覧のみの回答者が 4 割近くであったことが明らかとなった。その理由としては、この SNS の持つストーリーズ (画像のみで気軽に投稿できる機能) がユーザに定着していることが要因として考えられた。YouTube についてはほとんどの回答者が動画を閲覧するのみで、動画に対してコメントするのは 1 割程度に留まっていたことが明らかとなった。TikTok については、利用していない人が過半数を占めていた。TikTok は、若年層のユーザが多いイメージの SNS であるが、実際 X や Instagram と比べると利用者は少ないことが分かった。また、利用している回答者のほとんどが動画閲覧のみで利用しており、コメントをする回答者はほとんどいなかったことが確認された。なお、Facebook、Threads は回答者のおよそ 9 割が利用していなかったことが明らかとなった。

### 2.2 不快感を覚えた出来事

ユーザが自由記述にて報告した不快感を覚えた出来事について、各種 SNS の利用頻度を外部変数とした共起ネットワークを作成した (図 1-3)。なお、Threads、TikTok、Facebook は利用頻度の高いユーザが少ないため分析対象から除外した。

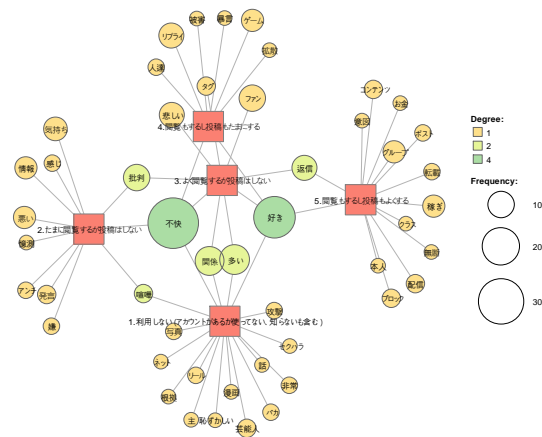


図 1 : X (旧 Twitter) の利用状況と不快感報告との共起ネットワーク

X の利用状況と不快感報告との関係を示した図 1 からは、「4. 閲覧もするし投稿もたまにする」「5. 閲覧もするし投稿もよくする」と回答したユーザは、「配信」「グループ」「コンテンツ」「ファン」といった単語を多く用いていたことが明らかとなった。その一方、「1. 利用しない (アカウントがあるが使ってない, 知らないも含む)」「2. たまに閲覧するが投稿はしない」と回答したユーザは、「根拠」「憶測」といった単語や「芸能人」「漫画」のような単語を用いていたことが明らかとなった。これらの回答者が実際にどのような状況を記述していたのかを精査してみると、X の利用頻度の高いユーザはインフルエンサーやアーティストのファンやアンチの言動に対して不快感を覚えている回答者が多いことが明らかとなった。また自分が好きなコンテンツに対するネガティブコメントに不快感を覚える人が多かったことも確認された。一方、投稿はせず閲覧のみのユーザは、根拠のないデマや誹謗に対しての発言に不快感を抱いていた。このことから、投稿をあまりしない回答者は、SNS において根拠なく偏見で投稿することを嫌っているため、自身の投稿にも慎重になっているということが推測された。

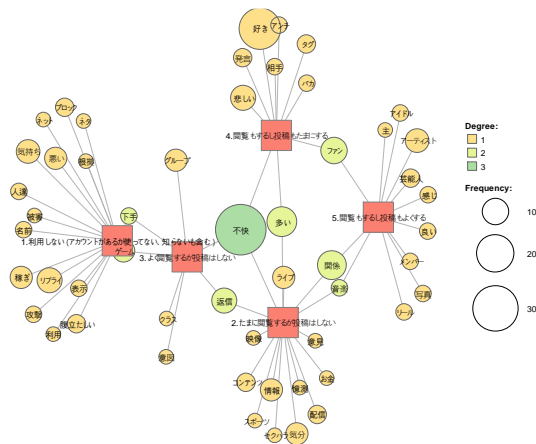


図 2 : Instagram における共起ネットワーク

Instagram の利用状況と不快感報告との関係を示した図 2 からは、「4. 閲覧もするし投稿もたまにする」「5. 閲覧もするし投稿もよくする」と回答したユーザは、「芸能人」「アイドル」「アーティスト」「メンバー」「ファン」といった芸能関連の単語や「リール」という Instagram 上でショート動画を共有する機能の名称を多く用いていたことが明らかとなった。その一方、「1. 利用しない (アカウントがあるが使っていない, 知らないも含む)」「2. たまに閲覧するが投稿はしない」と回答したユーザは、また「好き」や「悲しい」といった感情を表す単語も多く用いていたことが明らかとなった。これらの回答者が実際にどのような状況を記述していたのかを精査してみると、Instagram で投稿も行っている利用頻度の高いユーザはリールのコメント欄に対して不快感を抱いていた。また Instagram の利用頻度の高いユーザは X と同様に自分の好きな人やコンテンツに関するネガティブなコメントに対して不快感を覚えるということが明らかになった。Instagram は主に画像や動画メディアがメインコンテンツとなっているため、容姿や行動などを貶すことが X に比べ多く、より芸能関係の単語が共起しやすかったと推測された。

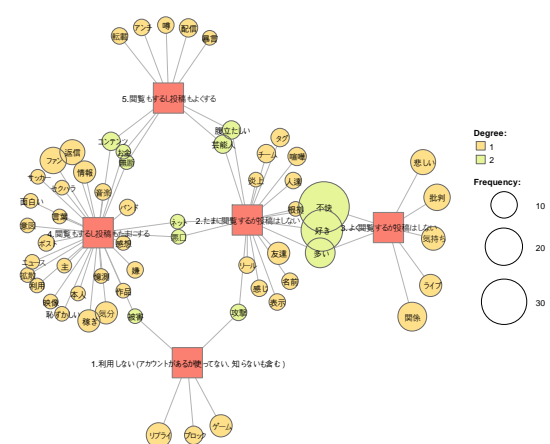


図 3 : YouTube における共起ネットワーク

YouTube のコメントの利用状況と不快感報告との関係を示した図 3 からは、「2. たまに閲覧するが投稿はしない」「3. よく閲覧するが投稿はしない」と回答したユーザは、「不快」という単語をよく用いることが分かった。他の SNS の共起ネットワーク図では利用頻度問わず不快という単語は出現していたが、YouTube では閲覧の頻度が高いユーザに偏っていることがわかる。また、利用頻度として「4. 閲覧もするし投稿もたまにする」を回答したユーザは言及している話題が多岐にわたっている一方、「2. たまに閲覧するが投稿はしない」「3. よく閲覧するが投稿はしない」と回答したユーザは「批判」や「根拠」といった単語と共起しており共起している単語の種類は少なかった。これらの回答者が実際にどのような状況を記述していたのかを精査してみると、コメントの投稿を行わないユーザは、根拠のない批判やコメントでの喧嘩に対して不快感を抱いていた。また、「4. 閲覧もするし投稿もたまにする」と回答したユーザの言及した話題が多いのは、回答したユーザの数が多きことが最大の理由だが、YouTube でコメントの投稿をするユーザが不快に思う場面に遭遇しやすい可能性も考えられた。

以上、X, Instagram および YouTube の利用状況とその際に感じた不快な出来事との関連について考察したが、これらから、他者を上から目線で貶すような投稿に不快感を覚えるという内容の回答が多かったことが確認された。対象を貶すという表現以外にも、他者が「人の好きなものを下げて自分が好きなものを良く見せようとする様子が不快に感じた」という回答や、他者が自分を含む応援しているチームのファンを「民度が低いと言っていて不快に感じた」

という回答など、表面上は様々な表現がされていたため共起ネットワーク図には現れなかったが、回答の多くは他者が対象を貶す表現で不快感を抱いていたことが示唆された。他にも、「終わってるわこの国」のように、見下すような表現に皮肉を含ませたシニカルな投稿に不快感を覚えるという回答もあった。

### 3. まとめ

本研究で行った SNS ユーザに対するアンケート調査では、対象を貶すような投稿をみて不快に思う体験をしているユーザが多いことが明らかになった。Lee[1]らによれば、Twitter の炎上において他者を見下す投稿が多く見られるということをすでに報告している。本研究の結果を踏まえると、SNS において他者を貶すような表現がユーザの心理や行動に与える影響について多角的に調査していく必要がある。また本研究ではシニカルな表現を目撃し不快に思うユーザも存在していることが分かった。シニカルな表現とは一般に見下し表現に皮肉のかつ冷笑的なニュアンスが加わった表現である。昨今の SNS 上の取り締まり強化の流れを考えれば、このような間接的な見下しといえる表現は今後増加することも考えられるので、他者を貶す表現として、直接的な表現を用いて行われる侮蔑と皮肉的で冷笑を含むシニカルな表現の双方が SNS 上で与える影響について今後調査を行っていく予定である。

### 文献

[1] Wonseok Lee, Takanori Komatsu, and Fujio Toriumi (2022). Investigating Users' Motives for Engaging in Flaming by Analyzing Despise Tweets, In Proc. Of ABCSS2022.