

インターネットにおける自己開示研究の 方向性に関する考察

古川良治

はじめに

今から約40年前にはじまったインターネットであるが、これまでに、技術やサービス面において様々な革新が生み出されてきた。こういったイノベーションによって、個人による情報発信は非常に容易になってきている。

電子メールや電子掲示板などは、初期の段階から利用でき、個人が情報の発信や交換を容易に行うことを可能としてきたが、基本的には画面に表示される活字文字を中心とするものであった。1990年代になって World Wide Web が普及し、やがて個人がホームページを持てるようになってくると、日記を掲載する者も現れるようになってきた。日記とはいっても、ホームページに載せるということは世界中のインターネットユーザーに対して公開するのと同じことであり、従来の日記とは、潜在的読者の数や層において全く異なるものであると言える。またホームページでは、文字だけではなく写真などの画像、音声や動画などの情報を付加することも可能である。さらに、1990年代末にはいわゆるブログがはじまり、ホームページを作成するための知識を持たなくてもインターネット上で情報を発信することが可能となり、ネット上の日記はさらに手軽なものとなっていった。

2000年代になると、SNS (Social Networking Service) が急速に普及するようになった。日本でも2004年にミクシィ (mixi) がサービスを始めたのを皮切り

に、多くの SNS が提供されるようになってきている。これは、紹介制もしくは登録制によって、会員が社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービスであるが、その中心的機能の中には日記機能やコミュニティ機能などがあり、自己情報を発信することが容易になっている。

こういった個人による情報発信の中でも、ブログや SNS の日記などにおいては、当然の事ながら自己情報が多く含まれている。これまで、自己情報の発信については、社会心理学でも自己開示や自己呈示といった視点からの研究が行われてきているが、基本的には対面状況を前提としたものであった。これに対して、ブログや SNS における日記あるいはコミュニティでの発信は、文字を中心としていること、潜在的読者が不特定多数となること、などの特色があり、従来からの自己開示 (self-disclosure) や自己呈示 (self-presentation) といった視点からの知見があてはまるのか不明である。また、電子メールによる自己情報の伝達についても、文字中心であるという点においては同様であるといえる。

本論では、このうちまず自己開示の問題に注目し、自己開示の定義や機能を概観することで対人コミュニケーションにおける自己開示の位置づけを確認した後、インターネットにおける自己開示が対面状況と同様の役割を持つのか、あるいは異なる機能を果たすのかを検討する。さらに、インターネット上の自己開示に関する既存の研究成果を概観した上で今後の研究の方向性について考察する。

1. 自己開示の定義と位置づけ

人間は自らのことについて、日常的に他者に情報を伝達している。初対面の相手に対して名乗ったり、出身地や趣味が何であるかを教えたり、自らの悩みを相談したりする際、自己情報を相手に伝えているわけであるが、自己情報の伝達がすべて自己開示というわけではない。

『社会心理学小辞典』によれば、自己開示とは「他者に対して、言語を介して伝達される自分自身に関する情報、およびその伝達行為をいう。狭義には、聞き手に対して何ら意図をもたず、誠実に自分自身に関する情報を伝えること、およびその内容をさす。」と定義されている。また、深田 (1999) によれば、「特定の他者に対して、自己に関する本当の情報を言語的に伝達する行動」である

とされている。一方、安藤ら(1995)では「自分が意図的に相手に打ち明けなければ決して相手を知ることができないことがら」があり「特定の相手に対してこの種のことがらを伝達することによって、自らを『透明に』すること」が自己開示であるとされている。

これらの定義からは、自己開示を定義するうえで、自己情報の内容・開示者の意図性・被開示者との関係性などの要因があることが伺われる。まず開示する自己情報であるが、深田(1999)が述べているように、本当の自分というものを相手に伝えるということがポイントである。これは、自己呈示が「他者に対して特定の印象を与えるために、自己に関する情報を調整して伝達する行動」(深田, 1999)であるのと対照的な点である。このため自己呈示の場合には、本当の自分とは異なる嘘の自己情報を伝えることも含まれる。また、自分について良い面と悪い面の双方を自覚している場合に、良い面だけを選択的に伝えるような場合も自己呈示であって、自己開示とは異なることになる。

一方「本当の自分」については、その全てを開示者が正しく認識できるとは限らないという問題がある。「自己」について分類する際、「ジョハリの窓」がよく用いられる。これは自己について、自分自身が知っている部分と知らない部分があり、また他者が自分について知っている部分と知らない部分がある、という前提に立つものである。つまり、自分自身の自己情報について、「自分が知っていて、他者も知っている」「自分が知っていて、他者が知らない」「自分は知らないが、他者は知っている」「自分も知らないし、他者も知らない」という4つの領域があるというものである。このうち、自己開示の対象になるのは自分自身が知っている領域に限られているわけであり、自分が気づいていない自己は当然ながら開示され得ないことになる。また、「自分が『知っている』」つमोरの自己像が、他者から見たものと一致するとも限らない。このように考えてくると、自己開示における「本当の自分」とは、あくまで開示者本人が「本当の自分はこうである、と思っている自己像」であるということが出来る。

また、開示される情報内容については、先に挙げた深田(1999)や『社会心理学小辞典』の定義に示されているように、言語的であるということがもう一つの特色であるといえる。

自己情報については、氏名や住所などといった基本的な事実だけでなく、感情や態度なども含まれる。他者に対する感情や態度を表す際には、言語ではなく非言語的な手段が重要な役割を果たすことがある。例えば、誰かを好きであ

る場合に相手を見つめることで気持ちが伝わることもあるし、相手を睨みつけることで敵意が伝わることもある。この場合、視線という非言語情報によって自分の気持ちという「本当の自分」が伝わるわけであり、場合によっては、言葉以上に強いメッセージが相手に伝わることもあり得る。しかしながら、これを言葉にして言う、あるいは文字にして伝える、ということになって始めて自己開示となるのである。

次に、開示する者の意図性についてであるが、安藤ら(1995)が述べているように開示するという意図があるということが要件のひとつであるとされる。先に紹介した『社会心理学小辞典』では「聞き手に対して何ら意図をもたず」とあったが、ここでの「意図」は伝える意図もない、ということではなく偽ったり、隠したりといったような他意がないという意味であると考えられる。従って、悩み事を打ち明けるのは自己開示であるが、悩みを独り言で話しているところをたまたま友人が聞いた場合は自己開示にはならないのである。

最後に被開示者との関係性であるが、深田(1999)や安藤ら(1995)が、特定の他者ないし特定の相手に対する伝達であると述べているように、開示する者と開示される者との間に一定の関係性が前提となっている。つまり、不特定多数の相手に伝達された場合は自己開示ではなく、あくまで特定の相手に対して伝達する場合が自己開示であるということになる。

これまでのことをまとめると、自己開示とは「自らが本当の自分であると認識している自己に関する情報を、特定の相手に、伝える意志を持って、言語的に伝達すること」と定義することができよう。ところで、「本当の自分」とは一体どんなものであろうか。ジョハリの窓で言えば、自分が知っている領域以外にも「自分は知らないが、他者は知っている」「自分も知らないし、他者も知らない」領域が存在する。つまり、本当の自分の中でも、自分が知らない領域(気づいていない領域)は開示しようがないのである。また、「自分が知っている」と思っている、客観的に判断すると自分の認識が間違っているという場合もあり得る。このように考えてくると、自己開示において伝達される自己情報は限られたものであるということがわかる。

これに対して、自己呈示において伝達されるのは、本当の自分であると認識している自己情報に限らない。良い印象を得るため、あるいは社会的承認や報酬を得るために、本当の自分とは異なる情報を伝達したり、自己情報の中から選択して伝達することも含まれる。こういった意味において、自己開示と自己

呈示は対概念として位置づけられることもあるが、自己呈示の場合には身振り・手振りをはじめとする非言語的手段によるものも含まれると考えられており、必ずしも対をなすというわけではないと言える。

2. 自己開示の機能

(1) 自己開示機能の分類

開示できる情報が自ら認識しているものに限られることから、また自己呈示との対比から、自己開示によって伝達される自己情報が限られたものであることは先に述べたとおりであるが、それにもかかわらず、自己開示は個人のコミュニケーションにおいて非常に重要な機能を果たしている。

安藤(1986)は、自己開示の機能として6項目を挙げており、深田(1998)はこれをさらに個人内のものと対人的なものに分類して説明している。すなわち、自己開示には個人的機能として、(1)感情浄化機能、(2)自己明確化機能、(3)社会的妥当化機能が、また対人的機能として、(4)二者関係の発展機能、(5)社会的コントロール機能、(6)親密感の調整機能があるというのである(深田, 1998)。ここでは、まずこれらの機能について簡単に概要をまとめた上で、それが機能する背景について述べていくことにする。

まず個人的機能のうち「感情浄化機能」であるが、自分がかかえている悩みや不安を周囲の人間に吐露し、聞いてもらうことでスッキリすることがある。このように、自己を他者にさらけ出すこと、そしてそのことによってカタルシスを得ることは自己開示の基本的な機能の1つとなっている。次に「自己明確化機能」であるが、安藤(1986)は「自己開示をすること、あるいはそれを予期することは、関連する問題に対する自分の意見や感情をより明確にするものと考えられる」と述べている。これは、自己開示を行う相手を意識することで自分を客体視することが容易になることが一因であると考えられている。3つめの「社会的妥当化機能」であるが、これは自己開示をすることによって自分が社会の中でどのレベルにあるのか、自分の意見や能力が妥当なものであるのかどうかを知ることができるというものである。社会的妥当化の機能は、単に自己情報を発信するだけで得られるわけではなく、開示された者からのフィードバックが重要である。つまり、自分の能力や意見について自己開示を行った相手が、その意見や能力についてどのように評価するかをフィードバックして

くれることで得られる機能なのである。また、自分の意見や能力を自己開示すると「自己開示のお返しとして開示相手の能力や意見に関する自己開示も生じやすくなる」(深田, 1998)ことから、自分と他者を比較して、自分の意見や能力が社会的にどの程度妥当かを知ることが可能となるのである。

次に対人的機能であるが、「二者関係の発展機能」は自己開示にはお返しが返ってくる可能性が高いということに起因している。自己開示するということは、開示する相手に対して好意や信頼を抱いていることの表れでもある。信頼できる相手でなければ、悩みの相談などできないはずである。一方、開示を受けた者も、開示されることが好意や信頼を寄せられていることの表れであることを意識するであろう。こういった好意や信頼に対しては、開示を受けた側からの自己開示が返されることになり、好意や信頼も相互に表出されることになる。このようなプロセスを繰り返すことで、開示した者とされた者との関係が親密になっていくというのである。一方「社会的コントロール機能」は、自己開示によって他者の自分への印象をコントロールするというものである。ただし、自己呈示とは異なり、虚偽の自己像を伝えるのではなく、あくまで自分が認識している自己像を正直に伝えるのであるが、その際、例えば「あなただけに開示する」ということを強調することで、開示される者に対する信頼感が強調されるような場合がこれにあたる。最後に「親密感の調整機能」について述べる。我々はだれでもある特定の人との間に快適な人間関係のレベルがあり、何かのきっかけでバランスが崩れるとそれを回復しようとする。このバランスは対人距離、アイ・コンタクト、など様々な要素からなっているが、自己開示の程度もそのひとつとして作用するというものである。例えば、対人距離が快適なレベルよりも近すぎる場合は表面的な話題に、対人距離が遠すぎる場合には開示する話題が内面的なものになる、といった場合がこれにあたる。

(2) 自己開示の機能が作動する背景

ここまでに紹介した対人開示の機能であるが、これらの機能がどのような仕組みで作動するのか考えてみたい。

まず「感情浄化機能」であるが、心の中に言いたいと言えないことが蓄積されている状態ではすっきりできないものである。これを言葉にして吐き出すことができれば、それだけでカタルシスが得られるであろう。さらに、告白した相手がその内容を親身になって聞いてくれたり、自分を受容してくれたり

するということになれば、その効果はさらに大きくなると考えられる。つまり、感情浄化機能は自己開示を行えば画一的にその機能が作用するわけではなく、開示する内容がどんなものかによってもその効果は異なるし、開示される者との関係によっても効果が異なるものと考えられるのである。

次に「自己明確化機能」であるが、先にも述べたように自己開示を行う際には自己を客観的に把握する作業が必要であり、その結果として、開示者は自らのことについてより明確に自覚できるようになると考えられる。その際、自己開示が「言語的に」行われるということも重要であると思われる。つまり、自分の考えや態度や感情などについて、なんとなく感じているというだけでは誰かに伝えることはできないのであり、言語的に表現する必要がある。そして、自分の考えや態度や感情を言語的に表現するという作業を行う過程において、開示者は自己について明確に認識するようになるのである。このように、客観的に自己を把握するためにも、自己開示が言語的に行われるということは重要な意味を持っていると考えられる。

「社会的妥当化機能」については、その概要を先述した際にもその仕組みについて触れている。ここで重要なのは、個人的機能ではあっても、開示した相手からのフィードバックが必要であるということである。つまり、開示した自分の意見や能力について、相手がどのように評価するかを答えてくれることによって自分の社会的位置づけを認識できる、あるいは相手も自己開示してくれることで相対的に自分の社会的位置づけを認識できることが期待できるわけであり、開示する者とされる者との相互作用が重要な要因となっていることに注目する必要がある。

一方、対人的機能のうち「二者関係の発展機能」については、自己開示という行為が持つ意味と、自己開示の返報性 (reciprocity) という視点から考えることができる。まず、自己開示という行為の意味であるが、自己開示をするということは相手に対して好意もしくは信頼といった感情を抱いていることを表しているといえる。悩みの相談を通して自己開示を行う場合、相手への信頼がなければ相談しようとは思わないであろう。また初対面の場合でも、ある程度好意を抱いている相手でなければ話はしないであろうし、自己紹介するということもなからう。一方、自己開示を受けた者も、信頼や好意を抱かれているからこそ自己開示されるのだということを直感的に理解していると考えられる。つまり、自己開示を介して間接的に好意や信頼を相手に伝えているということに

なる。

次に自己開示の返報性という視点であるが、これは自己開示を行うと、相手からも自己開示が返ってくる可能性が高いということである。そのメカニズムについてはいつかの説があるが、安藤(1986)は、信頼・好意仮説、社会交換仮説、モデリング仮説、の3つの分類している。最初の信頼・好意仮説の内容は、自己開示を受けた者は、そのことによって相手からポジティブに評価されていることを知るわけであり、開示者に対してもポジティブな感情を抱く可能性が高くなり、その表れとして自己開示を返すというものである。また社会交換仮説は、自己開示によって示される好意や信頼と同等のものを相手に返すべきであるという「返報性の規範(norm of reciprocity)」に則って自己開示が返されると考えるものである。この規範は、自己開示だけではなく日常生活の中の様々な場面でも見られるものである。ここで注目しておくべきであると考えられるのは、「同等のもの」を返すという点である。つまり、表面的な自己開示を受けた者は表面的な自己開示を、内面的な自己開示を受けた者は内面的な自己開示を返すべきだとの動機付けが生じるということである。最後のモデリング仮説は、自己開示を受けた者が、そのことをモデルとして同様の行動をとる結果、自己開示の返報性が生じるという考えである。

「社会的コントロール機能」についてもいくつかの理由が考えられる。一つは、開示する相手が特定の者に限られていることを強調することで、被開示者が「より大きな好意ないし信頼を開示者から寄せられている」と感じる傾向が強まるというものである。開示される者にしてみれば、「自分だけを信頼している」「自分だけ特別に好意を抱かれている」と感じることによって、同じ程度の開示内容であっても、開示者からのポジティブな評価を高く認識することになる。意図的に、もしくは意図せずにも「あなただけに開示する」というニュアンスが含まれれば、社会的コントロール機能が作用する可能性が高いと考えられる。社会的コントロール機能のもう一つの例は、先述した返報性によるものである。つまり、相手からの自己開示のお返しを期待して自ら自己開示を行うというものである。

最後に「親密感の調整機能」についてであるが、これは親密感平衡モデル(intimacy equilibrium model)に倣って説明することが可能であろう。このモデルは、『社会心理学小辞典』によれば「対人関係に応じた親密さを保つためにノンバーバル・コミュニケーションのチャンネル間に相補的な関係がある」とい

うものであるが、自己開示もそのチャンネルの一つとして機能すると考えられるのである。ところで、もともとの親密感平衡モデルではコミュニケーション・チャンネルはノンバーバルつまり非言語に限定されているわけであるが、実際には言語的なチャンネルを含めて均衡が保たれていると考えられる。例えば、エレベーターに乗り込んだ途端にそれまで盛んに話していた集団が静かになる、といったことはよく見受けられる光景であるが、これはエレベーターという狭い物理的空間に同乗することによって対人距離が強制的に接近するため、他のコミュニケーション・チャンネルの親密度を下げることでバランスを保とうとした結果であると考えられる。この場合、対人距離という非言語的チャンネルにおける親密度が過度のものになったため、会話という言語的コミュニケーション・チャンネルにおける親密度を下げたということになる。このように、言語的コミュニケーション・チャンネルまでをも含んだ平衡維持が図られる中で、他のチャンネルの親密度が高くなりすぎた場合には自己開示の内面性を抑え、逆に他のチャンネルの親密度が低くなりすぎた場合には自己開示の内面性を上げるなどの対応が行われる可能性があると考えられる。

3. インターネットと自己開示

(1) インターネットのメディア特性

前項では、自己開示の機能と、その作動する仕組み背景について概観した。ここでは、インターネットのメディア特性が、自己開示の機能やその背景にどのように影響するのか考えることにする。

インターネットのメディア特性としては、まず言語情報中心であるということ挙げることができる。インターネットでは、当初から電子メールをはじめとする文字情報がやりとりの中心を占めてきており、文字以外の情報はファイルとしてやりとりするなどしなければならず、誰もが手軽に送受信する代物ではなかった。1990年代になって、WWW 閲覧ソフトが提供されると、いわゆるホームページが急速に普及し、やがて個人でも開設することができるようになっていった。この過程で、個人がインターネットにおいて発信できる情報は文字という言語情報だけでなく、写真や音声あるいは動画など非言語を含む情報にまで拡大していった。しかしながら、これらの非言語情報は対面状況におけるそれとは性格を異にする部分があることに留意しなくてはならない。なぜ

なら、インターネットにおいて発信される写真・音声・動画などの情報は、基本的に発信者が選択したものであるからである。対面状況であれば、会話の際に自然に現れる表情や身振り手振り、視線などの非言語情報は、本人が気づかないうちに本当の感情や態度を表しがちであるが、発信者が選択して公開される写真・音声・動画は、あくまで発信する者の意図に応じて切り出されてきたものであり、発信者の本当の気持ちや態度を反映するとは限らないのである。またこういった非言語情報は、発信者にそのための作業を強いるものであり、ある程度の労力が必要となる。このため、非言語情報を発信することが可能ではあっても、基本的な情報伝達は文字中心となることが多くなってしまおうと考えられる。

このように文字中心であること、非言語情報は発信者が選択可能であることから、インターネットにおけるコミュニケーションでは、相手の顔が見えない、匿名性が高いといった状況が生じやすくなる。とはいっても、実際にはインターネットのどのサービスを利用するかによって、その意味合いは変わってくる。例えば、メールの場合であればコミュニケーションの際に相手の顔が見えなくとも、やりとっているアドレスが友人のものであれば、とりあえずは特定された人を相手にしていると想定することができる。同時に、文字中心であることに変わりはないので、非言語情報による伝達は不自由な思いをすることになる。現在のメールでは、画像などのファイルを添付することも比較的容易になっているが、対面で感情を伝えるような微妙なコントロールは難しいといえる。

これに対して、ホームページでの情報発信では HTML 言語を用いることが基本であったことから、文字情報も画像・音声・動画情報のいずれもが発信するにもある程度の知識が求められていたが、現在では、ホームページ作成用のソフトが普及してきており、当初ほど困難ではなくなっていると考えられる。一方、発信者は自分の本名や属性をどこまで公開するかを自ら決定することができる。このため、自己情報をより多く公開すれば発信者の匿名性は低くなり、自己情報を載せなければ匿名性を高く維持することも可能である。一方で、だれが受信するのか、あるいは受信しているのかについて、発信者が知る機会は少なく発信時点における受信者の既知性は低く、不特定多数を相手にしているということになる。

ブログは、もともと WebLog から名前が来ているように、Web の中で個人が自分のログを記録することを容易にしたものであり、自らの日々の記録を作

成していけば、日記を公開することになる。ホームページとの相違は、こういった情報発信のための手続きが容易になったため、コンピュータ言語をマスターしていなくても比較的簡単にブログを作成できるという点であり、画像などの情報も、ファイルを選択するなどの操作で公開できる。発信者の匿名性については、発信者自身が自己情報をどこまで公開するか選択することができることから、匿名性を高く維持することも低くすることも可能であろう。またブログは広く公開されていることから、読者になる可能性がある受信者は不特定多数であると言える。またトラックバック機能やコメントによって、一方的に情報を発信するだけでなく、ブログ同士の繋がりを形成することが可能である。

これに対して、SNS では利用を始める段階で個人が特定されることになる。mixi などでは紹介制をとっており、mixi ユーザーになるためには他のユーザーから紹介してもらわなくてはならない。紹介制でない SNS でも、登録するなどの手続きが必要な場合が多く、基本的には利用者は特定されるものと考えられる。実際の利用にあたっては本名を公開するかどうか、自己情報をどこまで公開するかは選択可能であり、匿名性をある程度コントロールできる仕組みとなっているが、SNS のそもそもの目的がインターネット上で社会関係を構築するということであり、発信者と受信者がお互いのことをある程度分かっていると考えられることから、本名を公開していなくとも匿名性ないし匿名感はそれほど高くないと思われる。また、日記などの記事を全体に公開するのか、友人までしか公開しないのか、などを選択することができ、受信者の既知性は相対的に高いと考えられる。ただし、利用者が増大し、実質的に不特定多数に近くなっていけば既知性は下がってくることも考えられる。

また BBS (Bulletin Board System) は、文字通りネット上の掲示板であり、文字による書き込みとそれに対するコメントのやりとりで成り立っている。また発言者もコメントする者も匿名のまま利用することが一般的であり、不特定多数の利用者が情報に接する可能性がある。

(2) インターネットのメディア特性が自己開示に及ぼす影響

ここまでインターネットのメディア特性について述べてきたが、言語情報ならびに非言語情報の位置づけ、発信者の匿名性、受信者の既知性、受信者の数などの面から、自己開示はどのような影響を受けるのであろうか。ここでは、先述した自己開示の機能が対面状況と同様に作用するのか、あるいは異なる様

相を呈する可能性があるのかについて考えていくことにするが、これに先立ちまず、自己に関する情報を出表する際、その情報がどこまであるいは誰のところまで到達するのかという視点から状況を分類してみる。

自己情報を出表する行動の中には、意見や感情、場合によっては不安や不満などについて独り言を言うという場合がある。これは自己に関する情報を外部に出表してはいるが、特定の相手を意図して伝達しているわけではないので自己開示の定義からははずれることになる。電子掲示板で、匿名のまま意見や不満などを書き込むのもこれに近いといえる。これに対して対面やメールなどで、悩みの相談をする、不安を打ち明ける、秘密を告白するといった場合、現実存在する特定の相手に対して伝達されるわけであり、自己開示に該当する。ところで、インターネットの中でも SNS などでは、そこで知り合う相手が存在する。こういった相手は、現実社会のなかの誰なのかは特定できない場合でも、やりとりする者同士ではネット上で的人格が認識されており、ネット上の特定の他者、という存在となっている。自己情報を伝達する段階では、当然、このネット上の特定の他者を意図して自己情報の伝達がなされる場合がある。ここでは、こういったネット上でのみの特定の知り合いに対するものも自己開示として位置づけて考えることとする。

まず個人的機能のうち「感情浄化機能」における影響について検討してみる。これは、心の内面を相手に吐露することでカタルシスが得られるというものであるが、心にため込んでいたものを兎に角吐き出してしまうことによるものと、自分の内面を相手に告白して知られてしまう事態になることによるものがあると考えられる。前者の場合、自己開示でなくても可能なわけであり、インターネットでなくても独り言や自分だけの日記に書き出すなどによっても得られる効果であろう。インターネットにおいても、匿名性を確保した状態でホームページやブログに書き出すことはこれに近いと考えられるが、ホームページやブログの場合には情報の流れとして不特定多数に向かって発信されるという点が異なっている。これに対して、メールで友人に告白するといった場合、対面や電話などでの自己開示と同様の状態になる。つまり、内面にため込んできた感情や悩みを知人に「打ち明けてしまう」わけであり、相手に知られるという認識と、相手への信頼が前提となっていると考えられる。一方、SNS などではネット上での知り合いとのやりとりも頻繁に行われている。この知り合いは、現実社会の中の誰かはわからなくても、「ネット上のあの人」として認識され

ているわけである。現実社会での自己開示は、相手との信頼関係に基づいているとはいえ、内面を告白することは相手との関係に変化をもたらす可能性も含んでいるためにある種の覚悟が必要となる。これに対して、「ネット上のあの人」であれば、現実社会における自分はいくまで保護された状態のまま、自己開示をすることも可能である。もちろん、「ネット上のあの人」との関係が重要であれば現実社会におけるのと同様の覚悟が必要であろうが、比較的手軽に自己開示し、カタルシスを得るということも場合によっては可能となろう。

次に「自己明確化機能」についてであるが、これはインターネットにおける各種のコミュニケーション手段がいずれも文字に大きく依存していることから、ネット上において自己開示することによっても同等の「自己明確化機能」が得られるものと考えられる。

「社会的妥当化機能」は、開示した内容に対して被開示者からの評価がフィードバックされたり、被開示者からの自己開示がお返しされたりすることで得られる機能である。この場合にも、現実の社会において開示相手を特定できるかどうかによって微妙な相違が生じることが予想される。メールなどの場合、開示する内容によって相手から自分が評価されることになり、開示する内容によっては自分の評価が下がる危険性も考えておかななくてはならない。これに対して、ネット上でのみの知り合いであれば、現実の自分の立場は確保したまま妥当性のチェックを試みる事が可能である。このため、現実の知り合いに対しては開示しにくいような極端な意見や感情であっても、場合によってはフィードバックを確かめることができる可能性がある。

次に对人的機能のうち「二者関係の発展機能」であるが、返報性が作用する限り、インターネットにおける自己開示であっても同様の機能を期待できる。しかしながら、ここでも開示する相手が現実社会において特定されるかどうかによって考慮すべき状況が異なってくる。対面で知り合った相手とメールのやりとりをする、もともとの知り合いと SNS で日記を相互に開示するといった場合には、対面での場合と同様であると思われる。これに対して、ネット上でのみの知り合いの場合、返報性が作用することについて留意する必要が生じる。すなわち、ネット上でのみの知り合いである場合、相手から開示される自己情報が本当かどうかということを確認することが困難なのである。ネット上で知り合った相手と次第に親密になっていくに従い、相手とのコミュニケーションは量だけでなく質的にも当然親密になっていく。既存の自己開示研究において

も、二者関係が親密になっていくに従って許容される開示レベルが上がることを示されており、二者関係に応じた適切な開示の在り方が変わっていくと考えられている。このため、ネット上で知り合った相手が、親しくなってきた段階で本名・住所・電話番号（らしきもの）を開示してくる可能性は増してくるわけであるが、返報性の規範に従えば、自分もこれと同等の情報を相手に開示しなくてはならないという動機付けが生じる可能性がある。しかしながら、相手が開示してくる自己情報が本当なのか確認することが困難であることから、本名や住所等の情報を開示し返すことは危険を伴うことになる。場合によっては、こちらの氏名等の個人情報を入手するための手段として、相手がインターネットを悪用している可能性も考える必要があるのである。

「社会的コントロール機能」のうち、返報性を前提とするものについては、前項と同様に作用するものと考えられる。また、特定の相手だけに開示することを強調することで生じる機能については、現実において相手を実際に特定のことができるかどうかによってやはり異なるものと思われる。すなわち、現実には相手を特定できる場合には、開示が本当に特定の者に対してのみ行われているのか確認できる可能性が高く、「特定の相手だけに開示している」という情報の信憑性も高くなるが、現実には相手を特定できない状況では、誰に対しても「あなただけに開示している」と言うことができるため、説得力に欠けるのではないかと考えられる。

「親密性の調整機能」は特定のコミュニケーションにおける親密性の過不足を開示の量や質を変えることで調整するというものであるが、やはり対面でも知り合いである場合とそうでない場合とを区別して考えるべきであろう。対面でも知り合いの場合、インターネット以外にもコミュニケーション手段が存在するため、その中でメールを使って開示する、SNSのコミュニティで開示する等の場合には、調整機能の一つとして機能することが考えられる。これに対して、ネット上での知り合いの場合、他のコミュニケーションチャンネルがほとんど存在しないわけであり、他のチャンネルとの間の調整ではなく、メッセージ内容との間でのバランスに限定されることになる。

4. 今後の研究の課題

インターネットにおける自己開示がどのような影響を受けるのかについて、

ここまで考察を行ってきたが、これらの問題に取り組んだ研究は未だ十分な蓄積がなされているとは言い難い状況である。その中でいくつかの試みが行われてきている。若松・堀毛 (2005) は、対面での自己開示とブログ等での日記との関連について調査を行っており、また小山・杉山 (2005) は CMC (Computer Mediated Communication) では対面状況よりも自己開示度が高くなるのかについて検証を試みている。また、近年における携帯電話の急速な普及をうけて、尾崎ら (2007) は携帯メールと対面状況における自己開示の相違について検討している。また Dietz-Uhler ら (2005) は、オンラインチャットにおける自己開示の規範がどのように形成されるのかについて検証を行っている。

こういったインターネットにおける自己開示に関する研究は、どちらかといえば散発的に行われている感が強いが、その中で、返報性に関してはいくつか具体的研究が進みつつある。例えば、Joinson (2001) は、自己開示の有無がその後の自己開示の返報に影響を及ぼすかについて検証を試みている。この研究では、オンラインで被験者を募っている。募集メッセージの下に調査ページへのハイパーリンクが用意されており、回答者は無作為に「調査者の個人情報の開示 回答者への質問」もしくは「回答者への質問」のページに接続されるという仕組みになっていた。開示される調査者の個人情報としては、氏名、写真、居住都市、電話番号やメールアドレスなども含まれており、回答者への質問では自分の外観の好悪、最近の楽しかったこと、悲しかったこと、誇りに思っていること、など六項目について回答を求めた。つまり、「調査者の個人情報の開示 回答者への質問」のページへと進んだ被験者については、自己開示を受けた後にどれくらい自己情報を開示し返すかを調べ、自己開示を受けなかった被験者との相違を調べることで、インターネット上で自己開示への返報性が作用するかを検証しようとしたわけである。回答は、量と質の双方から検討されたが、自己開示を受けた人は受けなかった人よりも、開示を返す語数では有意に多かったものの、開示された情報の質においては有意な相違は見られないという結果となっていた。また、日本においても電子掲示板における自己開示の返報性について検証を試みた例がある。加藤ら (2006) は、電子掲示板において開示される自己情報の深さによって、返信される自己情報に相違が見られるかについて検討している。この研究では、最初に示される自己情報の深さについて深い・浅い・自己情報無し の三条件を用意し、返信について分析した結果、最初に示される自己開示が深いほど返信に含まれる文字数ならびに自己開示件

数が多いという結果が得られていた。

これらの研究から、掲示板のように言語情報のみに依存し、匿名性が高いと考えられるコミュニケーションチャンネルにおいても、自己開示の返報性が作動する可能性が示唆されたわけであるが、このことは新たな問題を提起しているといえる。すなわち、自己開示の返報性を期待して、インターネットにおける自己情報の収集を意図的に試みる者がいた場合、これに自己開示を返す危険性が指摘されているわけである。ただし、ネット上での自己開示の返報性そのものが悪いわけではなく、利用者のリテラシーが求められているのであり、特に利用をはじめたばかりの学生や児童などへの情報リテラシー教育の重要性が示唆されていると考えられる。

このように、自己開示の返報性についてはある程度の研究成果があがりつつあるが、電子掲示板で得られた知見がブログや SNS やメールでもあてはまるのか、何か固有の特色があるのか、まだ検証されるべき領域が残されていると言える。さらに、返報性に関わる領域以外にも、感情浄化機能、自己明確化機能、社会的妥当化機能、社会的コントロール機能、親密感の調整機能などについては、これから研究を行うべき領域がふんだんに残されていると考えられる。

さらに、こういった個人的機能や対人的機能という視点以外にも、インターネットにおける自己開示ならではの視点からの研究も可能である。例えば、自己開示を行う場合にどのコミュニケーションチャンネルを選択するか、ということも意味を持つ可能性がある。例えば、メールであれば 1 対 1 でのやりとりが基本であり、アドレスを知っている者同士による限定的なチャンネルである。これに対して SNS のコミュニティで開示する、あるいは友人のみがアクセスできる日記で開示するといった場合は、ある程度の範囲に向けて発信されることになる。同じ程度の深さの内面的開示であっても、メールによる開示の場合には相手の特定性が強調されやすく、SNS における場合には個人ではなく仲間集団を意識したものとなり集団の凝集性との関連も検討する余地が出てくる。

このように、インターネットにおける自己開示研究はようやく始まったばかりであるが、メール、SNS、ブログをはじめインターネットにおいては自己情報を発信する場が多数用意されており、対面との対比、インターネット固有の特色による影響など、今後様々な視点からの研究が求められていると考えられる。

インターネットにおける自己開示研究の方向性に関する考察

<文献>

- 安藤清志 (1986) 「対人関係における自己開示の機能」『東京女子大学紀要論集』 Vol. 36, No. 2, Pp167-199 ,
- 安藤清志・大坊郁夫・池田謙一 (1995) 『現代心理学入門4 社会心理学』岩波書店
- Dietz-Uhler, B., Bishop-Clark, C., Howard, E. (2005), Formation of and Adherence to a Self-Disclosure Norm in an Online Chat, *CYBER PSYCHOLOGY & BEHAVIOR*, Vol. 8, No. 2, Pp114-120
- 深田博己 (1998) 『インターネット・コミュニケーション - 対人コミュニケーションの心理学 - 』北大路書房
- 深田博己 (1999) 『コミュニケーション心理学』北大路書房
- Joinson, A. N. (2001), Knowing Me, Knowing You: Reciprocal Self-Disclosure in Internet-Based Surveys, *CYBER PSYCHOLOGY & BEHAVIOR*, Vol. 4, No. 5, Pp587-591
- 加藤尚吾・加藤由樹・赤堀侃司 (2006) 「電子掲示板上のコミュニケーションにおける自己開示の返報性と感情的側面に関する分析」『日本社会情報学会学会誌』 Vol. 18, No. 2, Pp5-19
- 小山純・杉山憲司 (2005) 「CMC/FTF における自己開示特性の実験的研究」『日本パーソナリティ心理学会大会発表論文集』 Pp117-118
- 松尾太加志 (1999) 『コミュニケーションの心理学』ナカニシヤ出版
- 尾崎かほる・久東光代 (2007) 「女子学生の友人とのコミュニケーション手段と交友関係意識」『日本教育心理学会総会発表論文集』 p415
- 若松輝美・堀毛一也 (2005) 「FTF の自己開示と Weblog・日記との関連性の検討」『日本パーソナリティ心理学会大会発表論文集』 Pp119-120
- 『社会心理学小辞典』(有斐閣小辞典シリーズ 1994 年初版第一刷)