

CMCにおける自己開示の特徴から見た 心理的期待に関する研究

Studies on the psychological expectations as seen from the
characteristic of self-disclosure in CMC

多和 千里

跡見学園女子大学

人文科学研究科

Chisato Tawa

Graduate School of Humanities, Aomi University

要 約

近年、コンピューターネットワークの急速な普及により、人と人とのコミュニケーションもCMC (Computer-Media-Communication) を中心に大きく変化してきている。そこで、本研究では実際のブログやSNSでの自己開示の特徴を質的に分析し、利用者が求める心理的期待にはどのようなものがあるのかを明らかにすることを目的とする。実際のブログやSNS利用者の記事やWebアンケートを通じて、利用者の自己開示の特徴をKJ法で分類したり、SNSで利用者が求めていることなどを分析したところ、利用者の自己開示の特徴として、行動など目に見えることがらの自己開示が一番多かったが、『感情』や自己の情報、意見・考えなどといった『自己の存在』に属する目に見えないことがらも多いことがあきらかになった。また、Webアンケート調査に協力していただいた6名の回答から、「自己に向かう効用」だけを求める、もしくは「他者に向かう効用」だけを求めるというよりも「自己に向かう効用」と「他者に向かう効用」の両方を求めており、さらに利用者が、CMCにおいて期待していることは、現実世界で抑制される事柄を自由に言える「世界」とし、その「世界」の中で、新たなコミュニケーションの場を、構築することだと考えた。

【Key Word】 CMC 自己開示 視覚的匿名性

I 問題と目的

1. はじめに

他者とのコミュニケーション方法といえ
ば、自分と他者が顔を合わせての対面コ
ミュニケーションを思い出す人が多いだ
ろう。このようなコミュニケーションは
FTF (face to face) と呼ばれる。しかし、最近

ではどうだろうか。コミュニケーションの
手段がFTFだけではなく電話、メール、
ウェブブログ(以下ブログ)、SNS(Social
Networking Service)などが挙げられる。
このようなコンピューターを通じて行
われるコミュニケーションのことをCMC
(Computer-Media-Communication) と呼ぶ。特

に、ブログやSNSは、1対1のコミュニケーションではなく、1対不特定多数のコミュニケーションツールである。最近では、このような不特定多数の人々に対してコミュニケーションを行うことは珍しいことではなくなっている。

コミュニケーションをする際に、注目されるものは自己開示である。FTFだけではなくCMCにおいても自己開示することで、どのような心理的期待を持っているのかということに筆者は興味を覚えた。

2. 問題と背景

近年、コンピューターネットワークの急速な普及により、人と人とのコミュニケーションもCMCを中心に大きく変化してきている。2009年1月にはブログの登録者数は2695万となり、SNSの登録者数も約7134万となった（総務省2009）。

最近では「twitter」というSNSの利用者が増えてきている。Twitterとは140文字のつぶやき（ツイート）を投稿してコミュニケーションを取ることができるネットコミュニケーションサービスのことである。

このように、インターネットを使用したコミュニケーションツールはより身近なものとなった。ブログやSNSには当然ながら自己情報が含まれている。ここから自己開示に注目していく。自己開示という語はジュラードによって初めて心理学用語として用いられた。Jourard (1971, a) は「個人的な情報を他者に知らせる行為」(act of revealing personal information to others) であるとしている。榎本 (1997) によれば「自分がどのような人物であるかを他者に言語的に伝える行為」としている。どのような人物であるかとは、自分の性格や身体

的特徴、考えていること、感じていること、経験や境遇などの自己の性質や状態をあらわす事柄としている。

次に自己開示の機能について述べる。安藤 (1986) は、自己開示の機能として6項目を挙げている。(1)感情浄化機能、(2)自己明確化機能、(3)社会的妥当化機能、(4)二者関係の発展機能、(5)社会的コントロール機能、(6)親密感の調整機能の6項目である。さらに深田 (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。個人内のものは、(1)感情浄化機能、(2)自己明確化機能、(3)社会的妥当化機能、対人的なものは、(4)二者関係の発展機能、(5)社会的コントロール機能、(6)親密感の調整機能としている。

従来の自己開示は、対面する特定の他者とのなかで行われてきたが、電子メディアの発達によりブログやSNSなどの非対面かつ不特定多数の他者に対しても自己開示を行う人も増えてきているといえよう。このようなことから従来の対面における自己開示だけではなく、インターネット上で行われる自己開示にも焦点を当てていくことで、自己開示の新たな形としての位置づけを期待したい。そこで本研究の自己開示の定義を「自分の性格や身体的特徴、考えていること、感じていること、経験や境遇などの自己の性質や状態を、不特定他者に言語的に伝える行為」と定義する。

コンピューター上の自己開示に注目した先行研究について述べる。CMCでは、お互いに匿名であるため、FTF (face-to-face) でのコミュニケーションよりも自己開示が促進されることが多くの研究により報告されている (e.g, Parks & Floyd,

1996)。

CMCにて自己開示が促進されていることが先行研究で明らかになった。自己開示の促進要因として視覚的匿名性が挙げられる。高橋ら(2007)は視覚的匿名性を「未知・既知に関わらず、コミュニケーションの際に相手の顔が互いに認識できない状況であること」と定義している。このCMCの特性ゆえにユーザーは正直に、感じたことや考えたことを表現するとされている(McKenna&Bargh, 2000)。

ブログ及びSNSに関する自己開示研究もなされている。坂本(2010)、木暮(2011)などが挙げられる。

3. 目的

以上のように先行研究を述べてきたが、先行研究の問題点として、調査が実験室内であること、質問紙にて調査を行っている研究が数多いことであるといえる。実際のブログやSNSの言語情報を基にデータ分析しているものは少ない。

そこで本研究では実際のブログやSNSでの自己開示の特徴を質的に分析し、利用者が求める心理的期待にはどのようなものがあるのかを明らかにすることを目的とする。

【仮説】

視覚的匿名性が、自己開示要因を促進しブログやSNSの言語情報には深い自己開示が数多く含まれていると考える。またブログやSNSで自己開示をすることの心理的期待は、さらに自己へ向かう効用を求めている人と他者へ向かう効用を期待している人では自己開示の特徴が異なるだろうと考える。そこで以下のような仮説を立てた。

仮説1. 視覚的匿名性が、自己開示要因

を促進しブログやSNSの言語情報には深い自己開示が数多く含まれているだろう。

仮説2. さらに自己へ向かう効用を求めている人と他者へ向かう効用を期待している人では自己開示の特徴が異なるだろう。

II 方法

1. 分析対象：一般の個人によって開設されたと判断されなかつ、3ヶ月以上の放置がないと思われるブログにおける最新記事から遡った5記事を対象とし、SNS(twitter)では、鍵やアクセス制限機能を使用していない3ヶ月以上の放置がないと思われるユーザーの最新記事から遡った10記事を分析対象とする。

2. Webアンケート調査の概要

一般の個人によって開設されたと判断されなかつ、3ヶ月以上の放置がないと思われるブログ、SNS(twitter)では、鍵やアクセス制限機能を使用していない3ヶ月以上の放置がないと思われるユーザー50名(ブログ25名、twitter25名)を対象とした。

2012年10月31日～2012年11月15日に、ブログのコメント機能もしくは拍手メッセージ、twitterではダイレクトメッセージ機能を使用し、Webアンケート調査のURLへ誘導するような文章を送り、回答を求めた。

Webアンケート調査は、無記名ではあるがブログのタイトルもしくはtwitterのアカウント名を記入させた。質問項目は、ブログ対象者には「あなたは、どんな心理的期待や心理的欲求をもってブログに書き込みを行っているのですか?」(Q1)と「あなたはどんな時に、ブログの記事を更新したくなりますか?」(Q2)を自由記述式

で回答させた。twitter対象者には「あなたは、どんな心理的期待や心理的欲求をもってtwitterに書き込みを行っているのですか？」(Q1)と、「あなたは、どのような時に、twitterでつぶやきたくなりますか？」(Q2)

を自由記述式で回答させた。

なお、Webアンケート調査の回収率は12%であった。回収できた6名のデータは、事例として使用する。回収できた6名の回答結果と、6名の使用しているツールでの言語情報データと照らし合わせることで新たな発見を期待する。

3. 自己開示の分類方法

自己開示であるかないかの判断：全文のうち、句点を一区切りとし、自己開示であると判断された文章のみを使用する。自己開示である・ないの判断は、筆者が本研究の自己開示の定義「自分の性格や身体的特徴、考えていること、感じていること、経験や境遇などの自己の性質や状態を、不特定他者に言語的に伝える行為」に基づいて判断した。

自己開示の深さの基準：Chaikin&Derlega (1975) は、自己開示の深さの評定に関して「自分に関する独自の情報を表す開示はそうでない開示よりも深い」「多くの人に知られたくないような気持ちや行動に関する情報の開示はそうでない開示よりも深い」と2つの要因を挙げている。自分に関する独自の情報や知られたくないような開示を含むものを深いと判断し、含まないものを浅いとする。

自己開示と判断された文章のみを使用し、そこからKJ法でグループに分け、そのグループごとに自己開示の深さを判定す

る。

Ⅲ 結果

1. Webアンケート調査に寄せられた回答

10月31日～11月15日までに回答が来た6名のデータを記載する(表1)。内訳は、ブログ利用者が2名、twitter利用者が4名であった。A,Bはブログ利用者に関する回答であり、C-Fをtwitter利用者の回答とする。

2. アンケート回答者のCMCにおける自己開示とアンケート内容

(1) Aさん

Aさんのブログ内での自己開示に関する内容を見ると、自発的行動、予定行動、自己の性格、自己の願望、意思、ポジティブ感情、ネガティブ感情、自信、成功などあらゆるものが含まれていた。

Q1の間に対して“自分の思ったことや感じたこと、特にネガティブなことを人に読んでもらいたい。また、自分が後で読み返した時に過去の自分はこう考えていたと思出すためのメモ。自分専用の日記帳に書かないのは人に見てもらい、理解・共感してもらいたいから。誰かに読んでもらっているという意識から、自然と文章も読みやすいものになり、自分が後で読み返す際にも面白く読める記事が書けると期待している。内容に関して。以前はポジティブなこともブログに書いていたが、以前と比べ、オンラインにて実名で現実の友達と接する機会が増えたので (facebook、twitter等)、ポジティブなことはそちらに書くようになった。しかし実名で現実の友達と接している以上、自分の印象を悪くするよう

表1 Webアンケート調査に寄せられた回答

	Q1：あなたは、どんな心理的期待や心理的欲求をもってブログに書き込みを行っているのですか？	Q2：あなたは、どのような時に、twitterでつぶやきたくなりますか？
Aさん	自分の思ったことや感じたこと、特にネガティブなことを人に読んでもらいたい。また、自分が後で読み返した時に過去の自分はこう考えていたと思出すためのメモ。自分専用の日記帳に書かないのは人に見てもらい、理解・共感してもらいたいから。誰かに読んでもらっているという意識から、自然と文章も読みやすいものになり、自分が後で読み返す際にも面白く読める記事が書けると期待している。内容に関して。以前はポジティブなこともブログに書いていたが、以前と比べ、オンラインにて実名で現実の友達と接する機会が増えたので (facebook、twitter等)、ポジティブなことはそちらに書くようになった。しかし実名で現実の友達と接している以上、自分の印象を悪くするようなことやネガティブな本音、愚痴、また恋愛のことなどは書きにくい。両方を使っているうちに、ブログはfacebook等では書けないことのみを記すためのツールになった。	最近は専ら、人に言えないが自分一人の中に抱え込めない事柄が生じた時。ポジティブな内容であれば恋をした等。ネガティブな内容であれば職場の愚痴等。
Bさん	誰かに自分を知ってもらいたい、あるいは誰も見なくてもいいから今思った事を書いておきたいということ。	更新期間が長すぎるなどと思った時や、自分にとっては面白い事が浮かんだ時。
Cさん	広くて無差別なネット上でならわかってくれる人がいるんじゃないかという期待	驚いたとき、がんばりたいとき
Dさん	普段言えないことをありのまま呟く。今の自分もしくは自分の周りの状況を呟く。	気持ちが高揚しているとき。なにか聞いて欲しい、広めて欲しいとき。
Eさん	人恋しくて誰かと話をしたいとき。	疲れているとき。嫌なことがあってもなかなか人に愚痴を言うことができない状況のとき
Fさん	自分と似たような人を探したい	フォロワーに対して密かに伝えたいことがあったとき・誰かに話を聞いて欲しいとき

なことやネガティブな本音、愚痴、また恋愛のことなどは書きにくい。両方を使っているうちに、ブログはfacebook等では書けないことのみを記すためのツールになった。”と答えていた。Aさんの回答から他者に対して理解・共感してもらいたいという心理的な期待が大きいと思われる。ま

た、現実の友達には言いがたい事柄や感情をブログに書くことで、言いにくい事柄や感情を表出できるといったことも期待しているようだ。

また、2の問いには“最近は専ら、人に言えないが自分一人の中に抱え込めない事柄が生じた時。ポジティブな内容であれば

恋をした等。ネガティブな内容であれば職場の愚痴等。”と答えていた。このことからAさんは、「人に言えないが自分一人の中に抱え込めない事柄」が生じたときにブログで書き込みたくなるのだと考える。

(2) Bさん

Bさんのブログ内での自己開示に関する内容を見ると、自発的行動や非意図的行動、行事、予定行動、自己の状況、ポジティブ感情などが目立った。

Q1の問いに対して“誰かに自分を知ってもらいたい、あるいは誰も見なくてもいいから今思った事を書いておきたいということ。”と答えていた。このことから自分のことを他者に知ってもらいたいという心理的な期待が大きいと思われる。また、今思ったことを書き残しておきたいということから、自分の記録のような位置づけも期待しているように思える。

Q2の問いに対して、“更新期間が長すぎるなと思った時や、自分にとっては面白い事が浮かんだ時”と答えていた。このことから、更新期間なども気にしていると考えられる。また、面白い事が浮かんだ時と答えていることから、他人に知ってもらいたいという心理的期待が働いているように思える。

(3) Cさん

Cさんのツイッター内での自己開示に関する内容を見ると、自分の行動に関することや、意思、かわいいと感じたことなどが書かれていた。これらの特徴と、Cさんのアンケート回答を合わせてみていく。

Q1の問いに対して“広くて無差別なネット上でならわかってくれる人がいるんじゃないかという期待”と答えていた。この

回答からCさんは、自分の考えや感情などを他者に理解してほしいという気持ちが働いているのではないかと憶測する。

またQ2の問いに対して“驚いたとき、がんばりたいとき”と答えていた。驚いた事柄などを他者に知ってもらいたいといった雰囲気も伺える。がんばりたいと思うときに、ツイッターで呟くことで、自分のモチベーションを高めるツールとしても利用されているのではないかと考えている。

(4) Dさん

Dさんのツイッター内での自己開示の特徴を見ると、自己の行動に関することや、他者から言われたことなどが目立った。他にも、自分のステータスやかわいいと感じたことなどがあった。これらの特徴と、Dさんのアンケート回答を合わせてみていく。

Q1の問いに対して“普段言えないことをありのまま呟く。今の自分もしくは自分の周りの状況を呟く。”と答えていた。普段言えないことをありのままに呟くということから、FTFでの不満などをツイッターでありのままに呟くことで、不満などを解消し、カタルシス効果を得ようとしているのではないかと考えられる。

またQ2の問いに対して“気持ちが高揚しているとき。なにか聞いて欲しい、広めて欲しいとき。”と答えていた。気持ちが高揚しているときに呟きたくなるのは、自己から湧き上がる感情を、ツイッター内で言葉にすることで高揚している感情を抑える役割も担っているのではないかと考える。聞いて欲しい、広めて欲しいときに呟きたくなるのは、他者に自分の感情や意見や考えなどを聞いてもらい、他者からのフ

ードバックをもらうことで自分の考えや意見が正しいかなどを測ろうとしているのではないかと考える。

(5) Eさん

Eさんのツイッター内での自己開示の特徴を見ると、意気込みや意欲に関することが目立った。また、ネガティブな感情や、他者へ投げかける言葉なども見受けられた。これらの特徴と、Eさんのアンケート回答を合わせてみていく。

Q1の問いに対して“人恋しくて誰かと話をしたいとき。”と答えていた。このことから、誰かとの関係を築きたいという気持ちが働いているのではないかと考える。

Q2の問いに対して“疲れているとき。嫌なことがあってもなかなか人に愚痴を言うことができない状況のとき”と答えている。疲れているときなどに、何かを言葉にし呟くことで疲れた感情や身体を癒そうとしているのではないかと思える。嫌なことがあってもなかなか人に愚痴を言うことができない状況のときに呟きたくなるのは、FTFで言いがたい事柄をツイッターで呟くことで、溜まった不満感情を浄化しようという気持ちが働くからではないかと考える。

(6) Fさん

Fさんのツイッター内での自己開示の特徴を見ると、予定行動やお願い、RTの反応、世間へのメッセージ、自己の状態や非意図的行動などが目立った。

Q1の問いに対して“自分と似たような人を探したい”と答えていた。このことから、自分と似たような人を探し、コミュニケーションを取りたいという心理的期待が働いているのと考える。

Q2の問いに対して“・フォロワーに対して密かに伝えたいことがあったとき・誰かに話を聞いて欲しいとき”と答えていた。このことから、他者とコミュニケーションを取りたくなったときに、ツイッターで書き込みを行うのではないかと考える。

3. KJ法によるtwitterの自己開示分析

ページ数の関係により、twitterの自己開示分析の簡易図を以下に記載する。

明るい気分、楽しさ、嬉しさ、リラックス感、幸福感、安堵、安心、楽、昂ぶりの9項目を合わせて「ポジティブ感情」と名付けた。かわいさ、恋しさ、凄さ、懐古、尊敬、うっとり、羨望、驚き、ひどさ、感銘、嫌悪、感謝、素敵、恋愛的好意の14項目を合わせて「外的感情」と名付けた。悲しみ、憂鬱感、落胆、恐怖感、辛さ、暗い気持ち、複雑な気持ち、精神的苦痛、不快、申し訳なさ、怒り、恥ずかしさ、不安、嫉妬、やり場のなさ、無現実感、楽しくない、寂しさ、悔いの23項目を「ネガティブ感情」と名付けた。自己の願望、同意欲求、最低限欲求の3項目を欲求と名付けた。迷い、意気込み、意思、覚悟4項目を「行動判断」と名付けた。行事、出来事、昔の記憶、自発的行動、現在行動、明瞭な予定行動、不明瞭な予定行動、非意図的行動、他発的行動、偶然、よかったこと、嫌だったこと、受動的行動、他人から言われたことの14項目を「実行動」と名付けた。していない状態、できなかったこと、しようと思っていたこと3項目を「未実行」と名付けた。記録、できたことの2項目を「成功」と名付けた。自信、自己肯定の2項目を「自尊」と名付けた。自己行動の感想、当時の状況に関する考察、自己行動の

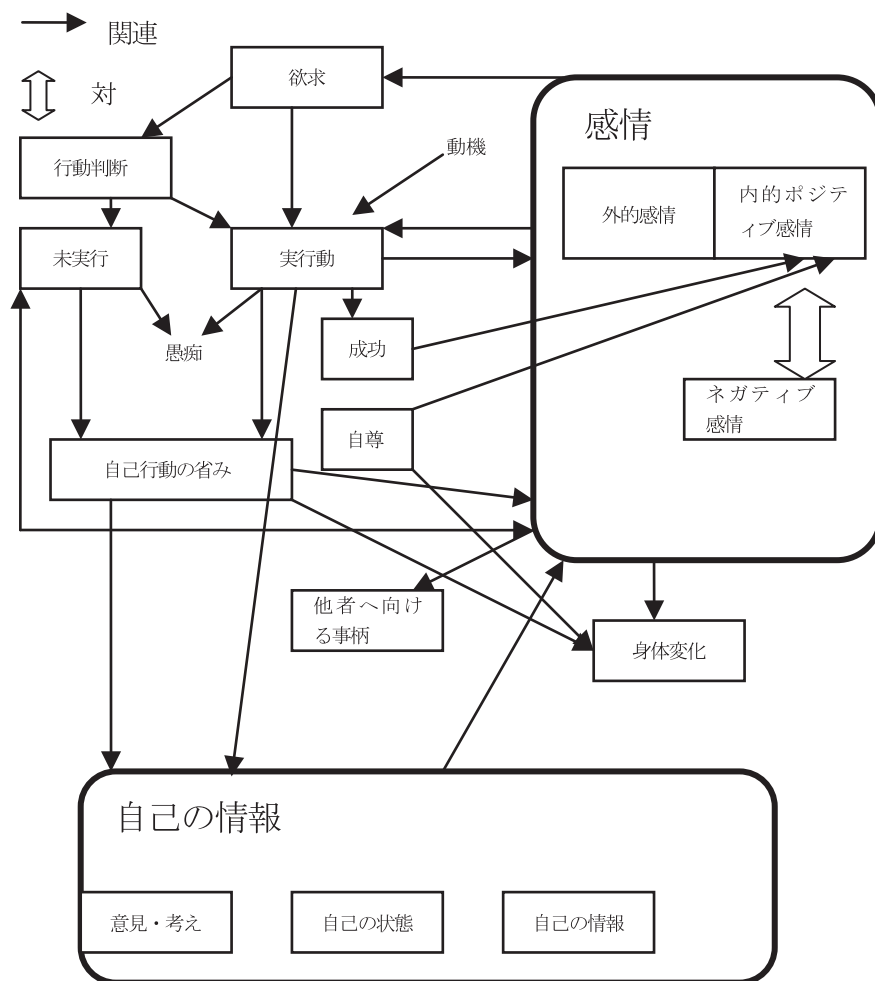


図1 twitterの自己開示分析の簡易図

予測、なりゆき、当時状態観察、自己反省、経験回数、結果の8項目を「自己行動の省み」と名付けた。プラスの感情的身体反応、マイナスの感情的身体反応、身体状態を「身体の変化」と名付けた。おすすめ紹介、世間メッセージ、商品に対するレビュー、他者考察、他者に対するメッセージ、他者所望、フォロワーに向ける言葉、他者提案の8項目を「他者へ向ける事柄」と名付けた。ステータス、自己の性格、自己の身体的特徴、好きな事柄、趣味・慣習、苦手なこと、衣服、性のこと、座右の

銘、人生観、家族のこと、嫌いなこと、ペットのこと、所有物のこと、自己機会・老化感の16項目を「自己の情報」と名付けた。忙しさ、ある状況下での自己の状態、困りごと、様にならないの4項目を「自己の状態」と名付けた。思っていたこと、考えさせられたこと、大切だと感じたこと、感想的意見、キャラ考察、視野に入れているもの、RTした事柄についての意見、難しいと感じたこと、自己考察の9項目を「意見・考え」と名付けた。

「内的ポジティブ感情」、「外的感情」、

「ネガティブ感情」、「欲求」、「行動判断」、「実行動」、「未実行」、「自己行動の省み」、「成功」、「自尊」、「身体の変化」、「他者へ向ける事柄」、「自己の状態」、「自己の情報」、「意見・考え」といった15の中カテゴリーに分けられた。内的ポジティブ感情、「外的感情」、「ネガティブ感情」と、仮定状況感情、不思議な感情を含めたものを『感情』という大カテゴリーに属させた。『感情』という大カテゴリーは、全体の約16%ほどであった。「内的ポジティブ感情」が約5%、「外的感情」が約5%、「ネガティブ感情」が約5%、その他小カテゴリーの「仮定状況感情」と不思議な感情を合わせたものが0.7%だった。

「欲求」が約6%、「行動判断」が約4%、「実行動」が約34%、「未実行」が約2%、「自己行動の省み」が約9%、「成功」が1%、「自尊」が0.4%、「身体の変化」が約4%、「他者へ向ける事柄」が約3%であった。「自己の状態」、「自己の情報」、「意見・考え」を含めたものを『自己という存在』という大カテゴリーに属させた。『自己という存在』という大カテゴリーは約19%ほどであった。「自己の状態」が約3%、「自己の情報」が約12%、「意見・考え」が約3%であった。その他、中カテゴリーや大カテゴリーに属さなかった「動機」が0.2%、「愚痴」が0.3%、「自問」が0.3%、「疑問」が0.2%、「気候」が0.5%であった。

『感情』から「欲求」もしくは「実行動」、「身体の変化」に繋がる。「欲求」から「行動判断」に繋がり、そこから「未実行」もしくは「実行動」へと繋がる。「未実行」に繋がった場合、「自己行動への省

み」もしくは『感情』へと繋がる。「実行動」へ繋がった場合、「愚痴」もしくは「自己行動への省み」「成功」『感情』『自己という存在』へと繋がる。「自己行動の省み」へ繋がった場合『感情』、もしくは『自己という存在』へと繋がる。「成功」へと繋がった場合「自尊」もしくは「ポジティブ感情」へと繋がる。「自尊」へ繋がった場合、「ポジティブ感情」へもしくは「身体の変化」に繋がる。

次に自己開示における深さの判定について述べる。分類した中で、深いと判断したのは、『感情』『欲求』『行動判断』『自己行動の省み』『意見・考え』に属する全ての小カテゴリーとする。また、「動機」「愚痴」の単独グループも深いとした。「実行動」における昔の記憶も深いとした。「自己の情報」に属するカテゴリーのうち、「自己の性格」「自己の身体的特徴」「好きな事柄」「趣味・慣習」「苦手なこと」「性のこと」「人生観」「座右の銘」「嫌いなこと」を深いとした。

IV 考察

1. Webアンケート調査の結果について

6名のWebアンケート調査の回答を見ると、普段いえないような事柄をブログやツイッターに書いているというケースが多く見られた。

このことは、現実世界において本当は言いたい、社会的望ましさにそぐわず1人で心に抱えている事柄が多々あるのではないかと思われる。現実世界では言いにくい事柄を書くことで、言いたいけど言えないという葛藤の解消を期待しているように思えた。これは、ブログやツイッターの利用

者が、カタルシス効果を期待しているように思える。

自己に向かう効用を期待しているという回答も多かったが、他者とのコミュニケーションを期待しているという意見も多く目立った。FTF (FACE TO FACE) で他者とコミュニケーションもしているとは思えるが、CMCにおいても他者とコミュニケーションをしたいという欲求が多くある。学校や職場などがFTFコミュニケーションの主な場だと思われる。学校や職場から帰宅すれば、対面コミュニケーションは物理上困難になる。そのために、人恋しくなったときにブログやツイッターに書き込むことで、ツイッター上もしくはブログ上の読者と絡むことで、コミュニケーション欲求を満たしているのではないかと思える。

また、自己の行動を記録して読み返したいなどといった本来の日記のようなツールとしても使用されていることもわかった。

2. KJ法によるブログ及びtwitterの自己開示分析の結果について

KJ法によるブログ及びtwitterの自己開示分析の結果を見ると、実行動が一番多かった。

次に「自己の情報」、「自己行動の省み」、「欲求」、「ポジティブ感情」および「ネガティブ感情」、「外的感情」、「行動判断」、「身体の変化」、「他者へ向ける事柄」と「意見・考え」、「自己状態」、「未実行」、「気候」、「成功」、「愚痴」・「自問」、「動機・疑問」という順だった。

行動など目に見える自己開示が一番多かったが、『感情』や『自己の情報』、『意見・考え』などといった『自己の存在』に

属する目では見にくいことがらも多かった。とくに、「自己の情報」に含まれる性のことや、人生観、自己の身体的特徴、自己の性格などは、かなり深い自己開示だと思える。

自己行動や自分の感情などを自己開示するだけではなく、自己行動や自分のことに関する振り返りが多く見られた。このようなことから、自己行動に対して考えることでよりよい行動をしたい、次のステップに踏み出すときの戒めを踏まえているのではないかと考える。

行動判断なども多く見られた。意思や意気込みなどを自己開示することで、行動へ移すためのツールとして使われているように思えた。

他に気になる点として、「他者へ向ける事柄」だ。自己開示でありながらも、他者へ呼びかけるようなメッセージが多くあった。このことから、自己に向ける事柄だけでなく、他者を自然的に意識しているといえる。「意見・考え」などといったものも、自分の思想や考え方などのパーソナリティが伺えるものとして位置づけられそうだ。

3. 仮説の検証

これらの調査結果を踏まえて仮説を検証していく。

①「視覚的匿名性が、自己開示要因を促進しブログやSNSの言語情報には深い自己開示が数多く含まれているだろう。」という仮説1に関しては、現実世界では言えない事柄を言うツールとして利用しているケースが多く、これは視覚的匿名性が働き自己開示を促進したといえる。KJ法の分類では、行動が一番多く含まれてはいたも

の、ネガティブな感情や性に関することなど比較的開示しにくい要素も多く含まれていたことから、この仮説はおおむね支持されたといえる。

②さらに「自己へ向かう効用を求めている人と他者へ向かう効用を期待している人では自己開示の特徴が異なるだろう」という仮説2に関してはWebアンケート調査で得られた回答数が6名と十分なデータがなかったため確証することは難しい。

しかし、Webアンケート調査に協力していただいた6名の回答から、「自己に向かう効用」だけを求める、もしくは「他者に向かう効用」だけを求めるというよりも「自己に向かう効用」と「他者に向かう効用」の両方を求めているように感じた。

4. 総合考察

この研究を通して、筆者が自己開示とCMCについて感じたこと、考えたことについて述べる。CMCにおける自己開示は、FTFで面と人に言えない出来事や感情などを中心に書いているということがわかった。このことから、FTFにおいてどんな事柄でも自由に自己開示をすることができる環境が整っていないのではないかと考えられる。FTFで自己開示しがたい内容が、ブログやtwitterなどでは書きやすいということから、CMCのツール特性が自己開示を促進させているのではないかと考える。CMCの特性としては、視覚的匿名性が挙げられる。対面状況で、自己開示を躊躇う理由として、榎本(1997)の調査で「現在の関係のバランスを壊すこと」「深い相互理解に関する否定的感情」「相手の反応に対する不安」という3つの要因を挙げている。その中でも「現在の関係のバランスを

壊すこと」が一番多かったと述べている。これは、現実世界における自己の位置づけが集団の中の1人として捉えているように思えた。友人関係のバランスだけではなく、上司や部下といった地位関係のバランスを壊すことは、社会的に望ましくないとされている。とくに、日本における集団の場では「空気を読む」といった暗黙のルールが存在している。そのような日本独特の文化が、否定的な自己開示や性に関することなどの自己開示を抑制させている要因ではないかと考える。一方、CMCで自己開示をしている時は、自己が集団の中に属しているのではなく、1個人として位置づけているように感じた。集団の場で自己開示が抑制され、個人の間になることで自己開示が促進されているように思えた。ブログやtwitterなどで、現実世界の友達と繋がりを深めるよりも、インターネットにおいて、現実世界とは別の関係を持ちたいという印象を多く受けた。利用者が、CMCにおいて期待していることは、現実世界で抑制される事柄を自由に言える「世界」とし、その「世界」の中で、新たなコミュニケーションの場を、構築することだと考えた。

5. 本研究の問題と展望

本研究の問題点としてWebアンケート調査の回収率が12%しかなく、自己開示の特徴と、ブログおよびツイッター利用者の心理的期待を十分に統合できなかったことにある。今回、自己開示の特徴と、Webアンケート調査結果を統合するために、ブログのタイトル名もしくはtwitterのIDの記載を必須項目とした。このことから、本名などの個人情報はわからずとも、少なからず本

人であるということは実証されてしまう。その特性がゆえに匿名で自己開示をする利用者たちが敬遠してしまったのではないかと考える。

しかしながら、現実世界では言いがたい事柄を気軽にいえるツールとして、ブログは、利用者の心理的欲求も満たされているように思える。また、自己開示をしやすいツールであることから、対面コミュニケーションが苦手な人たちの自己表現や自己開示の場としても活躍できるツールにもなるのではないだろうか。

付記

本論文は、平成24年度の大妻女子大学人間関係学部の卒業論文をもとにまとめたものである。卒業論文をご指導いただいた大妻女子大学の加藤美智子先生、本論文作成をサポートいただいた跡見学園女子大学の野島一彦先生に感謝申し上げます。

文献

Derlega, V.J. & Chaikin, A.L. 1975 Neuroticism and disclosure reciprocity. *Journal of Consulting & Clinical Psychology*, 68, 555-557.

榎本博明 (1997). 自己開示の心理学的研究. 北大路書房.

古川良治 (2008). 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
成城大学社会イノベーション研究, 3
(2), 1-17.

木暮照正 (2011). ブログにおける自己開示：開示内容および開示機能について. *日本認知科学会第28回大会発表論文集*, 310-313.

坂本季実子 (2010). インターネット上における大学生の自己開示に関連する要因. *Kwansei Gakuin policy studies review*, 13, 1-29.

佐藤広英・吉田富二雄 (2007). CMCが自己開示および印象形成に及ぼす効果. 1) 筑波大学心理学研究, 34, 37-43.

総務省 情報通信政策研究所 (2009). ブログ・SNSの経済効果に関する研究.
<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2009/2009-I-13.pdf> (2012年6月9日閲覧).

高橋佳子・深田博巳 (2007). CMCにおける自己開示の生起過程に関する研究. *広島大学心理学研究：Hiroshima psychological research* Vol. 6, 87-101.

山下清美・川浦康至・川上喜郎・三浦麻子 (2005). *ウェブログの心理学*. NTT出版.