

# ソーシャルメディア・特に SNS での自己開示行動の要因

19141081 和田歩実  
指導教員 立木茂雄  
(総文字数 22,865 字)

## ソーシャルメディア・特に SNS での自己開示行動の要因

[キーワード] SNS 自己開示 アイデンティティ  
19141081 和田歩実

現代社会ではソーシャルメディアの利用は拡大している。その発達に比例して人々のプライバシーが侵害される危険性も増えている。しかし人々の多くは自ら自分の個人情報やプライベートをソーシャルメディア・SNS 上で発信している。

従来の SNS 研究によると、自己開示行動の要因にはプライバシー意識が関わっているというが、日本の研究ではプライバシー意識と自己開示行動に有意な関連はみられないことが多い。そこで SNS はアイデンティティ確立のためのツールである、という考えに注目した。ミードの自我論やジョハリの窓では、人々がお互いに自己開示とフィードバックを行うことで自我の発達や新しい自分の発見につながると述べられている。アイデンティティの発達が、SNS での自己情報公開行動の要因となっているのではないだろうかと考えた。

そこで立木・栗本の自我同一性尺度を用いて、自我発達と3つのSNSでの自己情報公開行動との相関性を調査した。調査紙による調査の結果、自我同一性・同一性拡散の下位項目の一部との相関がみられ、相関がみられる項目とその効果は SNS ごとに変化するということが明らかになった。

# 目次

- 1 はじめに
    - 1.1 研究の背景
      - 1.1.1 社会状況
      - 1.1.2 SNS 普及によっておこる社会問題
    - 1.2 先行研究
      - 1.2.1 ソーシャルメディア・SNS の分類
      - 1.2.2 プライバシーの社会ネットワーク理論
      - 1.2.3 プライバシーパラドックス仮説
      - 1.2.4 自己開示行動と自己実現
        - (1) SNS 上での自己開示行動研究
        - (2) アイデンティティとは
        - (3) アイデンティティと自己開示行動
    - 1.3 目的と意義
  - 2 研究方法
    - 2.1 調査概要
    - 2.2 調査フレーム
    - 2.3 変数
  - 3 調査結果
    - 3.1 回答者の属性
    - 3.2 重回帰分析
      - 3.2.1 Twitter の重回帰分析結果
      - 3.2.2 Facebook の重回帰分析結果
      - 3.2.3 Instagram の重回帰分析結果
  - 4 考察
  - 5 結論
- 文献
- URL
- 付録 調査票

# 1 はじめに

## 1.1 研究の背景

### 1.1.1 社会状況

近年、ソーシャルメディア、特に SNS の利用は広がってきている。総務省が行った調査である通信利用動向調査(2017)によると、2016 年では日本人全体の 48.9%が SNS を利用するようになっていいる。利用率 70%を超える 20 歳代だけでなく、30～60 歳代の利用者も 50%前後となっており、もはや SNS は若者だけが利用するツールというわけではなくなってきた。日本大百科全書によると、ソーシャルメディアとはインターネットの技術を利用し、個人が情報を発信することで形成されるさまざまな情報交流サービスの総称であり、2ちゃんねるなどをはじめとする電子掲示板やブログ、YouTube などの動画投稿サイトなど多岐にわたる。その中でも SNS はソーシャルメディアの 1 種であり、インターネットのネットワークを通じて、人と人のコミュニケーションが図れるように設計された会員制サービスのことだ。Twitter、Facebook や LINE 等のコミュニケーションサービスを中心に様々な SNS が展開されている。そうした SNS の利用目的は「従来からの知人とのコミュニケーション」が最多であるとされ(総務省 2017)、周囲の人物との関係形成要因として大きな役割を果たしているといえるだろう。現代日本社会やそこに生きる人々の人間関係を語る上で、SNS を切り離すことはとても難しくなってきたということがわかる。

### 1.1.2 SNS 普及によっておこる社会問題

SNS は現代社会、特に若者にとって重要なツールとなっているが、一方で SNS 利用に関するトラブルや不安も絶えない。新聞などのマスメディアを見ると、「ネットいじめ」「SNS 疲れ」「ネットストーカー」などの言葉は近年ニュースなどでも多く取り上げられ馴染み深いワードと化しているように筆者は感じている。SNS に端を発する深刻な事件の例を挙げるとすれば 2016 年の小金井女子大生死傷事件があるだろう。この事件は、Twitter やブログなどのソーシャルメディアを通して複数の女性にストーカー行為や脅迫的な書き込みを行っていた男性が、最終的に女子大学生を刺傷した事件である。この事件をきっかけに 2017 年 1 月に、これまでメールでの脅迫行為などにのみ適用されていたストーカー規制法から改正され、SNS 上でのネットストーカー行為についての規制も織り込んだ改正ストーカー規制法が施行されるなど、SNS トラブルを重要視する動きが高まってきている。このような事件に関わらずとも、些細なきっかけで自分の身元が特定されるかもしれないとい慢性的なプライバシー不安も根強い。通信利用動向調査(2017)では SNS 上でのトラブル経験で「自分の意思とは関係なく自分について(個人情報、写真など)他人に公開されてしまった(暴露)」が上位に挙げられ、総務省のインターネットトラブル事例集(2016)においても「SNS などの投稿による個人情報漏洩」がキーワードとしてあげられ、プライバシーに関する注意喚起が積極的に行われているように感じる。

筆者自身も様々な SNS に登録し、日常的に利用している SNS ユーザーの一人である。しかし、周囲の人々の SNS の利用の仕方には大きく疑問を持っている。小金井女子大生死傷事件に限らず、SNS 上で個人情報が突き止められる事例はとても多い。SNS 利用はプライバシーに対する不安を多く内包していると考えている。しかし、そうした状況下でも SNS のユーザーの多くは名前や学校名などの個人情報を気軽にプロフィールに載せ、そのうえでリアルタイムの行動を投稿したり、写真を掲載したりする。なぜ人はインターネット上に気軽に個人情報を掲載できるのか？その根幹にはなにがあるのだろうか？本研究では、SNS 上での自己情報の開示の要因について調査していきたいと思う。

## 1.2 先行研究

### 1.2.1 ソーシャルメディア・SNS の分類

まず本研究でとりあつかう SNS はどのようなものなのかについて、牛山佳菜代の「ソーシャルメディア・コミュニケーションの活用」(2014)を中心に確認していく。

SNS とはインターネットネットワークを利用した会員制コミュニケーションサービスだ。社会心理学者ミルグラムによって行われたスモールワールド実験：世界中の人間は5人程度の仲介者によって間接的につながっている、という考えをもとに人間関係の構築・拡大に寄与することを目指して設計されたものになっている。一方でソーシャルメディアは SNS に類似した言葉として記述されており、SNS に社会性が追加された双方向型コミュニケーションサービスのことでありとされている。要するに、SNS だけでなく電子掲示板やブログ、ポッドキャスト、位置情報サービス、マイクロブログ、ソーシャルブックマーク、動画投稿サイトやマイクロチャットなどを含めた自己情報発信による交流型メディアの総称がソーシャルメディアなのである。SNS はソーシャルメディア発展の発端であるが、あくまで多岐にわたるソーシャルメディアの1種として考えていくべきである。

これらのソーシャルメディアの特徴には大きな違いがあり、研究者によって様々な分類方法があるのだが、牛山はオープン型・クローズ型とコンテンツ重視型・コミュニケーション重視型という4つの象限によってこれらを分類している。オープン型・クローズ型は不特定多数に情報発信することも視野に入れているか、または密接な友人関係を軸としているかで分類がされる。コンテンツ重視・コミュニケーション重視型の違いは、コンテンツを媒介としたコミュニケーションを図るものか、交流を重要視したものかというものである。例えば、SNS は人のつながりを重視しているコミュニケーション重視型のソーシャルメディアである。そしてコンテンツ重視型である動画投稿サイトと一口に言っても、会員登録なしでもコンテンツをみることのできるユーチューブはオープン型、登録された会員しか見ることのできないニコニコ動画はクローズ型とその方向性・性質は大きく違ってくる。単にソーシャルメディア・SNS と言っているだけでもその特徴によって利用者の扱いも大きく変化していると牛山は指摘する。

牛山(2014)の中でも例に挙げられ、後述の SNS 研究で多く用いられるソーシャルメディアは、mixi、Facebook、LINE、twitter の4つであることが多い。これらはどれもオープン又はクローズ型の、コミュニケーションを重視したソーシャルメディアである。SNS 研究は主に 2010 年~2015 年の研究が多いのだが、実際社会の中で利用の多いソーシャルメディアは 2010 年から現在までの数年間で大きく変化してきている。Twitter や Facebook は現在でも多くの利用者がある一方で、これまでの研究でも注目されている mixi や gree の利用者は減ってきており、一方で Instagram をはじめとした新しい SNS・ソーシャルメディアが台頭してきている。繰り返しになるが、ソーシャルメディアラボ(2017)によると Instagram は 2017 年 10 月現在日本国内で 2000 万人のアクティブユーザーが存在し、20 代 30 代の人々を中心に利用が広がっている。しかし 2010 年という比較的新しい時期に利用が開始されたこのサービスは、SNS 研究上での言及は少ない。社会の変化によって利用されやすい SNS が変化していくのならば、現代社会の SNS について研究する上で調査の対象とする SNS についても熟考すべきであると考えられる。

そこで今回の研究では、オープン・コミュニケーション重視のソーシャルメディアである Twitter、クローズ・コミュニケーション型のソーシャルメディアである Facebook、そして近年 20 代 30 代の若者を中心に利用が増えてきているソーシャルメディアとして Instagram の 3 つのソーシャルメディアを研究対象とする。クローズ・コミュニケーション重視型のソーシャルメディアには Facebook の他に

も mixi や LINE が存在するが、mixi は現在利用者が減っているコンテンツであるデータ収集と現代社会へのあてはめが困難なため調査対象外とする。また LINE はマイクロチャット型ともよばれ、より身近な人とのコミュニケーションを重視しており、SNS というよりもメールや電話の代替として扱われていることが多い。その特性上情報発信者が意図しない不特定多数にも広く個人情報が拡散されるということは少なく、LINE におけるプライバシー侵害は今回論じていくプライバシーとは別の問題となっているので調査対象外とした。

### 1.2.2 プライバシーの社会ネットワーク理論

次に、自己情報がネットワークを通してどのように伝播していくのかについて説明していきたい。インターネット上のプライバシーにかかわる理論として、Strahilevitz によるプライバシーの社会ネットワーク理論というものがある。本項では Lior Jacob Strahilevitz の「A Social Networks Theory of Privacy」(2005)を用いてプライバシーの社会ネットワーク理論について述べる。

この文献はプライバシーの社会ネットワーク理論は自分のもつ秘密や個人情報はどこまで広まれば「秘密」ではなくなるのだろうか？ 公的と私的の法的境界はどこか？ というものを論じていくものである。私的情報を他人に見せないよう行動する一方人々は自助グループへの参加やオンラインチャットルームでの相談等、様々な方法で数多くの見知らぬ人にも自己の情報を共有している。そうした不特定多数に明らかにした情報であっても、人々はそれをまだ「秘密」として認識してしまっている。特に司法の場では、裁判の根拠となる情報が暴かれた秘密であるのか、公共的な情報なのか重要になってくるのだが、いまだ公的情報と私的情報との境界線はあいまいである。Strahilevitz は社会ネットワーク理論を用いたソーシャルネットワーク分析によって、社会ネットワーク構造や社会ネットワークの中の情報の伝播構造を分析することによって、プライバシーの境界となる客観的な基準を検討することができると述べている。

その際に初めに注目したのは社会ネットワーク理論の中でも、スケールフリーネットワークというネットワーク構造である。様々な学術分野の中に見られるネットワークに「スケールフリー」パターンのネットワークが観察され、社会的ネットワークや情報ネットワークの中にもみられるネットワークであると述べられている。このスケールフリーネットワークにはノードとハブが存在していると書かれているが、ノードとはネットワークを構成する点、つまり社会ネットワークでは人間1人1人であり、ハブはそのノードとより多くつながっている点のことを指す。各ノードが他のノードと同じ数の繋がりをもランダムネットワークと対照的な、1つのハブと多くのノードで形成された構造こそが社会ネットワークの構造である。実際の社会ネットワークが図1に示したように綺麗なスケールフリーネットワークを描くかと言えばそうではなく、絶えず繋がりを生成・破壊することで、複雑に変化していく。こうしたフリースケールネットワークにおいて、情報伝播の構造を見るのに重要なのは、ハブにたどり着いた情報は広域に拡散されるということである。情報が秘密でなくなるかどうかの判断の一つにスケールフリーネットワークのハブに情報が到達することが挙げられるだろう。

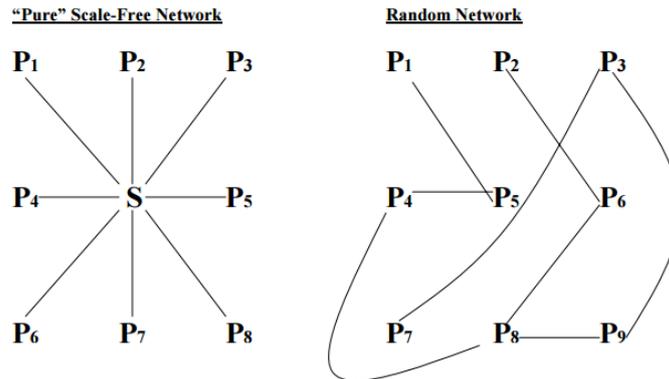


図1 スケールフリーネットワークとランダムネットワーク

(出典): Strahilevitz(2005)

さらに Strahilevitz は数あるネットワーク研究の中から3つの例を紹介し、その結果、情報が伝播されるか又はされないかはネットワークの構造・文化的要因によって決まるのであると論じた。ネットワーク構造とは具体提起言うと、弱い・強い紐帯がどのように絡み合っているか、開示時のハブへの近接性等によるものであり、文化的要因とはそのグループのタイプやグループ内の道徳的・法的制約、参加者自身の能力などのことだ。要するに、開示された情報の内容にかかわらず、構造的・文化的要因を分析すればネットワークの情報伝達の可能性を判断することが可能になるのである。

この論文からは情報が伝播する要因として自身の持つネットワークがあり、SNS のようにネットワークの様子が可視化しやすいコンテンツを用いることでどれだけ情報が伝播するのかを判断することができるということが理解できた。強い紐帯に流された情報はプライバシーが守られにくく、さらにハブを介して弱い紐帯に流された情報は多くの人に高速で伝わっていくのである。しかし、そもそも自身のプライバシーを守るためには、自身の情報発信をコントロールする必要がある。それでは人々が自己開示をしてしまう要素はどこにあるのだろうか。

### 1.2.3 プライバシーパラドックス仮説

本項では、先行研究では現代社会において実際にどのような要素が個々人の SNS 上での自己開示行動に関与していると示されているかについて述べる。まずプライバシー意識と情報開示の関係性について述べた一論として、Susan B. Barnes (2006)が提唱したプライバシーパラドックス仮説を用いて説明していく。

プライバシーパラドックスとは、SNS を通じた自己開示とプライバシー意識との間に見られる乖離現象のことである。Barnes は、企業や政府が市民から様々な個人情報を収集し、資本として利用しているが、多くの人々はプライバシーの危機に瀕していることやそうした危機への対抗措置をとることを認識していないと述べている。そしてプライバシーが侵されやすい現代社会、企業や政府のデータ収集に大人が危機感を持ち始めたのに反して、10代の若者や学生はインターネットを通じて気軽に自分の個人情報を広めてしまう。要するに、プライバシーが侵害されることへの不安が広く広まっているのに対して、人々は自分の個人情報を発信したり提供したりすることに抵抗がないのではないかということである。

この原因として、Barnes は若者がインターネットの公共性を認識していないことが多いためであると論じている。大人がインターネットを現実世界の補足として使う傾向にあるのに対し、若者はイ

インターネットと現実世界を同じもののように見ている。要するに若者の個人情報の流出は、若者が画面の向こうの人間が安全とは限らない、そして個人情報の流出はそれを世界中に広めるのと同義だということを理解してないことにあるのではないだろうか。そうしたプライバシーの流出を学校や家庭、SNS 運営会社による技術支援、そして法律の3つの面から、プライバシーに関するリスク認知を促すことで防ぐことができるのではないかと結論付けている(Barnes 2006)。

このプライバシーパラドックス仮説は多くの研究者に支持され、研究が行われている。日本でもいくつかの研究が行われているが、例えば三上(2015)では、大学生に対して質問紙調査を行うことでプライバシー不安と自己開示の関係を調べたが、その場合では一貫した結果はでてこず、プライバシーパラドックスの要因は多様であるため複数の諸要素を取り入れた調査研究が必要であると述べている。田畑(2014)では、プライバシー意識とSNS利用には有意な差が検出されなかったが、プライバシー意識と他者への配慮や、監視社会への態度には有意差が検出された。これを受けて田畑はプライバシー意識と SNS 利用との関係において逆説的なプライバシーパラドックスは少ないが、プライバシー意識の差によって何も差異が生まれないという意味での「弱い」プライバシーパラドックスは発生しているのではないかと述べている。

以上より、欧米では盛んに研究されているプライバシーパラドックスは日本における調査ではあまり検知されていないということがわかる。また、Barnes の言うことには、プライバシーパラドックスの根幹には、若者のリスク認知の低さに要因があるといわれていたが、Grant Blank(2015)らの研究によると若者は大人よりも SNS におけるプライバシーをコントロールする行動をとっているとし、若者がオンライン上での情報共有におけるリスクを理解していないわけではないと論じられている。実際、スマートフォンをはじめとする情報端末の急速な普及や、義務教育での情報教育などの拡大(総務省:高校生のリテラシー教育は6割を超える)によって、Barnes が提唱していた時代よりも若者はインターネットや SNS に関する知識を持っている。筆者はこうしてプライバシーパラドックスが提唱された時代から変化をしてきた現代社会において、SNS における自己開示にプライバシー意識は少なくとも何かしらの関連はあるとは考えている。しかしプライバシーパラドックスのようにプライバシー意識の高さが自己開示行動に対して正の効果が表れるとは言えないだろう。また、SNS 上での自己開示の要因はこれだけではないだろうと考える。

#### 1.2.4 自己開示行動と自己実現

##### (1) SNS 上での自己開示行動研究

この項では、プライバシー意識以外の要素を要因とした、自分の個人情報を他者に広めるという自己開示行動に関する先行研究について述べていく。石井健一(2012)の研究では、SNS では個人情報の自己開示度によって利用者が得ている効用や対人関係に差異があるのではないかとこの観点から7つの調査を行った。その結果、インターネット上のみで交流する場合には個人情報の開示はマイナスに働き、既知の友達が相手であればプラスに働くということがわかった。SNS 上の交流の多くは純粋にSNS で生まれたものではなく元々知り合いだった人物との交流であるということが多いということである。

また松前恵環(2014)によると SNS は新しい他者との関係を構築するだけでなく、オフラインですでに存在していた関係の継続や強化のために誰と誰が友達であるかの明示と、ソーシャルメディア上で可視化することによって公的な承認をえるための場であると論じている。また、SNS のプロフィールの作成は自分のアイデンティティを表現するものとなり、SNS の一員として存在しているということは社会的地位の確立や共同体の一員として認証されたい欲求を満たす。つまり SNS は他者

との交流だけでなく、自身のアイデンティティを確立するためのツールなのである。ならば、SNS での自己開示の要因には自分のアイデンティティを確立したいという欲求も含まれるのではないのだろうか。

## (2) アイデンティティとは: Erikson の心理社会的自我発達論

そもそもアイデンティティをどう定義するのかについては、本研究では Erik Homburger Erikson の『アイデンティティとライフサイクル』(1980)で述べられている心理社会的発達理論を用いる。Erikson はアイデンティティについて以下のように述べている

成長しつつある子供が、生き生きとした現実感を獲得するのは、次の二つの自覚を持つ場合である。一つは経験を積み重ねていく自分自身の生き方(自我統合)が、自らの属する集団アイデンティティの中で、成功した一事例として認められているという自覚、もう一つは、そうした自分独自の生き方が、集団アイデンティティの求める時間＝空間やライフプランと一致しているという自覚である。(Erikson 1963:6)

Erikson は、集団の中で自我が成長していくと自覚すること、成長していく過程で得る社会と結びついていくという自尊心が前述の自覚に繋がるという感覚こそが自我アイデンティティ(ego identity)なのだとしている。そして Erikson は人間の発達段階を 8 つの段階に分けたライフサイクルの視点から説明している。ステージ 1 は生後 1 年間の乳児期、ステージ 2 は 1 歳～3 歳までの乳児初期、ステージ 3 は 3 歳～6 歳までの遊戯期、ステージ 4 は 6 歳～12 歳までの学齢期、ステージ 5 は 12 歳～20 歳までの青年期、ステージ 6 は 20 歳～40 歳までのヤングアダルト、ステージ 7 は 40 歳～65 歳の成人期、ステージ 8 は 65 歳からはじまる成熟期である。各段階に存在する発達課題を解決することが次の段階での発達につながっていくのである。各段階の発達課題について順を追って説明していく。

### ①乳児期—基本的信頼 対 基本的不信

基本的信頼とは、人が健康的なパーソナリティを構成する最初の要素であると Erikson は言っている。信頼は他者への信頼という意味同時に、自分が信頼に値するかという意味も含まれている。「基本的」と示されている通り、この要素は特別に意識せずともパーソナリティに溶け込んだ自身の構成要素である。しかし、発達の段階で基本的信頼が欠損した状態で成人になったらあ、その欠損は基本的不信として発現する。この乳児期でどれだけ基本的信頼を獲得しているかが、発達過程や成人後の他者との関係性に関わってくるのである。基本的信頼が基本的不信を上回るようなバランスを持続させることが、乳児期に芽生えはじめるパーソナリティの最初の課題となる。

### ②乳児初期—自律 対 恥・疑惑

乳児初期は、しつけの時期である。自分で衣服の着脱や食事、排泄などができるようにするためのトレーニングを通して自律の感覚が生まれ、自身と外界への積極的関与を促進していく要因にもなる。逆に、自制心の喪失や親にコントロールされるという感覚から恥と疑惑の感覚が生まれる。さらに、恥とは自分が見られているという自覚、つまり自己の存在への意識の発現でもあると Erikson は語っている。

### ③遊戯期—自主性 対 罪悪感

自立や恥を通して自分が一人の人間であるという自覚を得ると、次はどのような自分になるのか、という課題に直面する。つまり自主性を獲得するということが遊戯期の課題である。自主性の重要

な基盤になるのは良心である。この時期になると、自主的な計画に基づいて行動した結果、それが反社会的な行動であり叱責をうけるということを経験し始めるだろう。その結果罪の意識、罪悪感を養う結果になるのである。

#### ④学齡期—勤勉 対 劣等感

この時点になると学校教育などを通して、学問知識や対人スキルをはじめとする社会スキルを学ぶ時期となる。この時期に養われるべき勤勉の感覚とは、役に立っているという感覚への欲求である。物を生み出すということを通して仕事を完成させる喜びや、ものを完璧に・上手に作る喜びを味わうことでこの欲求を解決する。解決が不十分であった場合、人は不全感や劣等感を増大させてしまうのである。

#### ⑤青年期—アイデンティティ 対 アイデンティティ拡散

青年期になると、学齡期までに獲得した自我価値を総括し、自我アイデンティティの感覚を得ることが発達課題となる。

#### ⑤青年期—アイデンティティ 対 アイデンティティ拡散

青年期になると、学齡期までに獲得した自我価値を総括し、自我アイデンティティの感覚を得ることが発達課題となる。つまり、社会の中で自分はどのような人間になるのか、どのような役割についてどのように生きるのかということを見出すのがこの時期の発達課題であるといえる。自身の肉体も子供期の初期に匹敵するほどの変化や発達をしていく中で、職業アイデンティティに代表される集団内役割への自己決定が不十分だった場合、アイデンティティ拡散の感覚を得て混乱してしまうことがある。

#### ⑥ヤングアダルト—親密 対 孤立

子供期と青年期を乗り越えると、成人期が始まる。適切なアイデンティティの確立がされて初めて異性や他者、自分自身への親密さを成り立たせることが可能となる。アイデンティティに確信を持ち、自分自身に自信を持てるようになった青年後期から成人初期にかけての人間は、他者と討論を交わし自分のアイデンティティをすり合わせることで、親密な関係を築いていこうとする。逆にそのような関係を他者と築けない場合、自分を孤立させるか、ただ上辺だけの対人関係だけを築いていくことになりかねない。親密さと対をなす概念は孤立で、自身にとって危険と感じられる力や人物を拒絶し、孤立させ、破壊しようとする心構えのことだ。これはアイデンティティを確立する上で自分と同質のもの、異質なものを区別してしまう結果の産物であるとされている。

#### ⑦成人期—世代性 対 停滞

親密性を発達させ、異性同士がパートナーとなって密接な関係性を築くことができた場合、共通の子孫を生み出し育てたいと思うようになる。そうした次の世代を確立し、導いていくことへの関心のことを世代性と呼ぶ。世代性の獲得に失敗すると自身に深い停滞感をもたらし、対人関係の貧窮化を招くこととなる。

#### ⑧成熟期—統合 対 絶望

これまでの7つの発達段階を乗り越えた人間は統合性を得ることができる。これは、1度限りのライフサイクルや人生で出会った重要な人々、自分の人生そのものを受容することである。成熟期時点で自分のこれまでを受け入れ、自分自身の人生に責任を持つことができなかった人間には、絶望や死への恐怖が現れる。

以上が各段階の発達課題である。こうしたライフサイクルに沿った8つの段階と発達課題を経て、自己が確立していくとEriksonは考えている。このEriksonの心理社会的発達理論を用いて、自我アイデンティティを図る尺度を作成したのが立木・栗本(1994)の自我同一性地位尺度(Ego

Identity Scale at Kwansei Gakuin=EISKG)である。乳児期の基本的信頼・基本的不信からヤングアダルト期の親密性・孤立までの6段階の発達課題とそれに対応する危機をはかるための尺度である。調査票作成の章でも述べるが、今回の調査ではこの尺度を用いてアイデンティティの確立の程度をはかっていく。

### (3)自己開示と自我形成の過程: Mead の精神・自我・社会とジョハリの窓

松前によると現代社会ではプロフィールを書くことによるアイデンティティ作成・友人関係や社会的立場の確立によって、SNS を自己形成するためのツールとして用いている。しかし George Herbert Mead の「精神・自我・社会」(1934)では、松前(2014)とはまた違った自己開示と自我形成の過程について説明がされている。Mead の言う自我は社会のうちの一面であり、他者とのコミュニケーションによって確立していくものである。自我形成は「I」と「me」との相互作用によるものであり、自分の他者に対する反応 I と I を受けた他者から受ける又は受けると自分が想定する態度 me の連鎖によって自己が形成される。そうした自己の形成は自分の中だけでなく他者の中でも同時に行われており、この相互作用が次第に誰もいなくても自分が予測できる me として一般的な他者を形成し、共同体の形成につながる、というのが Mead の考えである。つまり私たちは自己の情報を開示し、誰か他者からのフィードバックを受けることで自我を形成していくことが可能になるのである。

上記のような他者とのフィードバックの連鎖によっておこる自己形成では、他にもジョハリの窓というモデルがある。柳原光(1992)によると、ジョハリの窓とは臨床心理学者ジョーゼフ・ラフトとハリー・インガムが示した「対人関係における気づきの図解式モデル」である。このモデルは、図3で表したように「自分に—他人に」を縦軸とし、「わかっている—わかっていない」を横軸とした4つの象限にわけて示すモデルである。その上で自分も他者も知っている領域を「1:開放」の領域、自分しか知らない領域を「2:隠している、または隠れている」領域、他者しか知らない領域を「盲点」の領域、誰も知らない領域を「未知」の領域としている。柳原はこの4つの領域は、個人が対人関係に入るときにその個人自身がもっている領域であると説明している。次に各領域について説明していく。

		私に	
		わかっている	わかっていない
他人に	わかっている	1:開放	2:盲点
	わかっていない	3:隠している 又は隠れている	4:未知

図2 ジョハリの窓

出典:柳原(1992)をもとに作成

1 つ目の開放の領域は、自分も知っている且つ他者にも知られてしまっている領域である。自分の情報が共有されている「公の私」であり「自由に活動のできる領域」でもある。2 つ目の盲点の領域は、自分にはわからないが他人には明らかになっている領域である。柳原(1996)では例として、自分では全く気付いていない癖から、他者が得た自分に対する推論をあげている。自分の知らない自分の領域を認めることが自己知へとつながっていく。3 つ目は、自分は理解しているが他人には意図的に隠されている、または意図的でなくとも隠れている領域である。開放の領域が「公の私」であることにたいしてこの領域は「プライベートな私」である。自分にとって他者に触れられたくない領域であるが、隠れているためにコミュニケーションの失敗の要因となる可能性を孕んでいる。4 つ目の未知の領域は、自分も他者も知らない領域である。潜在能力や無意識、過去の経験などがこれにあたるといわれている。

ここまでで 4 つの領域について説明してきたが、ジョハリの窓はこの 4 つの領域をただ図示するためのモデルではない。このモデルは、対人関係において自己開示とフィードバックによって自分にとっての未知の領域を知るための機能を明確化し、対人関係の変革を図るためのモデルである。図を用いて未知の領域を明確化するための過程を説明する。

自己開示は自分にだけわかっているが他人には隠れている、または隠している領域についての情報を相手に提供することである。図 3 に示されているように、自分の考えや自己概念などを相手に伝えることで開放の領域が 3 の隠している領域へと拡大し、開放の領域を大きくすることができる。また、お互いに自己開示をしあい開放の領域を増やしていくことは、お互いに自由に活動のできる領域を広げることにつながり、信頼関係を深めることにつながる。

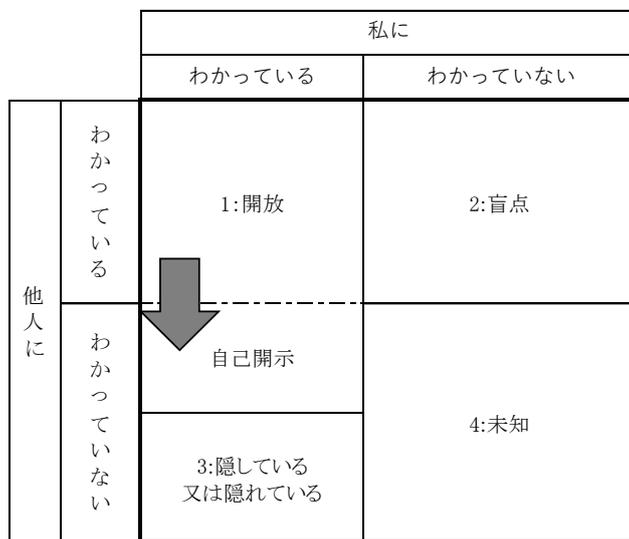


図 3 「ジョハリの窓」からみた自己開示

出典:柳原(1992)をもとに作成

次にフィードバックについて説明する。フィードバックは他者から、未知の領域(図 4 の 2 の領域)についての情報を知らせてもらう働きである。相手から自分の知らない自分についての情報を得ることで、開放の領域が未知の領域へ拡大し、開放の領域を広げることができる。柳原(1996)では貧乏ゆすりを例に挙げて説明している。つまり、貧乏ゆすりという自分の癖が相手に不快感をもた

らしていても、自分は貧乏ゆすりをしている自覚しない場合があるということである。ここで他者から自分の貧乏ゆすりが他者に不快感を与えているという情報を得ることができるならば、自分の盲点に気付くことができるということである。

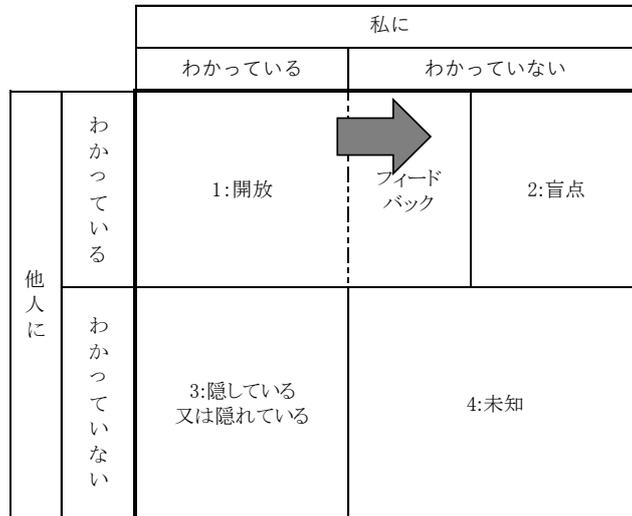


図4 「ジョハリの窓」からみたフィードバック

出典:柳原(1992)をもとに作成

上記のような自己開示とフィードバックによって開放の領域が隠れている、隠れている領域または盲点の領域へと広がっていくことで、図5のように未知の領域にも影響を及ぼし、自分も他者も知らなかった新たな発見を得る可能性がある。自己開示やフィードバックの相互作用の中で、開放の領域、つまりお互いが自由に活動できる領域が広がることで開かれた雰囲気によって、未知の領域に潜んでいた潜在能力や過去の経験を呼び起こしたりすることが創造性につながるのではないだろうかと柳原は主張している。

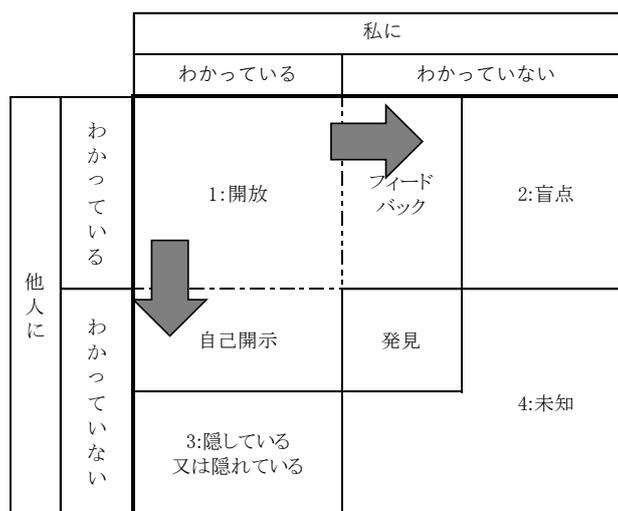


図5 未知の領域での発見

出典:柳原(1992)をもとに作成

ミードや柳原で示された自己形成の過程は、自己開示とフィードバックの連鎖による他者との相互作用によって成る過程である。つまり、自己開示と自己形成には大きな関わりがあるのだ。ならば、ソーシャルメディア上で自身の情報を発信するという行動は、自分の発信した情報について他者からの反応を得、自己形成をしたいという欲求が根幹にあるのではないかと感じた。例えば、今回研究対象とする Twitter や Facebook、Instagram には「いいね」という機能が存在する。誰かが発信した情報に対して、無言で反応を返すことのできる機能だ。ソーシャルメディアにはより多くの人とつながるといっただけでなく、自身の発信した情報に対して何かしらの反応を得やすいという特徴があるようだ。そうしたソーシャルメディアの特徴を生かして、自己を形成するために他者からの反応を得るために、人々はソーシャルメディア上で自己開示を行うのではないのだろうかと筆者は考えている。

### 1.3 目的と意義

コンテンツ重視、またはコミュニケーション重視に限らずソーシャルメディアの主な目的は他者とのつながりを形成することである。その中でも特に SNS はその特性や機能上、コメント機能などを利用して他者とコミュニケーションをとることで繋がりが成り立っている。現実世界でのコミュニティ形成であれば、他者の信頼を得るうえで自己の情報を開示することは必要不可欠だろう。しかし、インターネット上における自己開示は開示した情報が自分の想定範囲以上に広まり、また企業や政府、見知らぬ他者などに活用される可能性を有している。プライバシーの社会ネットワーク論を踏まえると、SNS 上で自己開示を行い強い紐帯のネットワークが形成されると、その紐帯が強ければ強いほどプライバシーが守られるという期待を持ち得ることができないのである。ではそのような状況の中でなぜ人々は SNS 上での自己開示を止められないのだろうか？プライバシー懸念の高さが自己開示行動へと繋がるというプライバシーパラドックス仮説ではこの疑問に完全に答えることはできなかった。SNS におけるコミュニケーションは他者との信頼関係をあげるだけでなく自己の確立を行う要素なのではないだろうか。プライバシーパラドックス仮説の調査方法や考え方を利用しつつ、利用者の所属するネットワークやプライバシー意識、アイデンティティ確率度、自己開示の関連性について検討する必要がある。

本研究の目的は SNS 利用者がインターネット上で自己開示を行う場合の要因は何かを確かめることである。プライバシーの社会ネットワーク論をもとに、各個人の所属するコミュニティや自己確立感、自己開示の程度の間には相関関係があるのではないだろうかと仮定して、調査を行う。もしコミュニティの紐帯や自己確立感と自己開示との間に相関関係がみられるならば、SNS が単なる他者との交流のためのツールではなく、現代社会における人々にとっての自己形成のツールの一つであるといえることができるだろう。

## 2 研究方法

### 2.1 調査概要

本研究は、同志社大学の学生を中心とした 18 歳～20 歳代の大学生・大学院生に対して調査を行った。調査は質問紙によるもので、2017 年 11 月 7 日の社会学部の講義内で配布・回収する他、質問紙 Google フォームを用いてインターネット上で回答可能な形態にし、2017 年 11 月 9 日～2017 年 12 月 1 日までの期間で同志社大学、京都大学などの関西の大学の学生に配布・回収を行った。回収数は 96 票であり、そのうち有効回答数は 95 票(女性 68、男性 27)である。

## 2.2 調査フレーム

調査票を作成するにあたって使用する調査フレームについて説明する。従属変数となる「自己情報公開行動の程度」を測る要因は、「アイデンティティ確立」「プライバシー意識」「SNS 上のネットワーク」の3項目である。これまで SNS での自己情報発信を自己開示行動と呼んでいたが、調査票作成の過程で正確には自己情報公開行動と記述することにする。アイデンティティ確立度は Erikson が提唱する、①基本的信頼②自立性③自発性④勤勉性⑤同一性⑥親密性からなる「自我同一性」と①基本的不信②恥・疑惑③罪悪感④劣等感⑤同一性拡散⑥孤立からなる「同一性拡散」によって構成されている。SNS のネットワークを図るには、フォロワーとフォロワーが必要であると思われるが、今回はフォロワーに注目して調査を行うことにする。さらに性別や SNS の利用時間などの個人属性も独立変数として追加する。これらの独立変数がどのように従属変数である自己情報公開行動の程度を規定するのかを調査フレームにしたものが図 6 である。ここで今回の調査で主眼とする仮説は以下の2つである。

- ①自我同一性の程度が高ければ高いほど自己情報公開行動は抑えられる
- ②同一性拡散の程度が低ければ低いほど自己情報公開行動は促進される

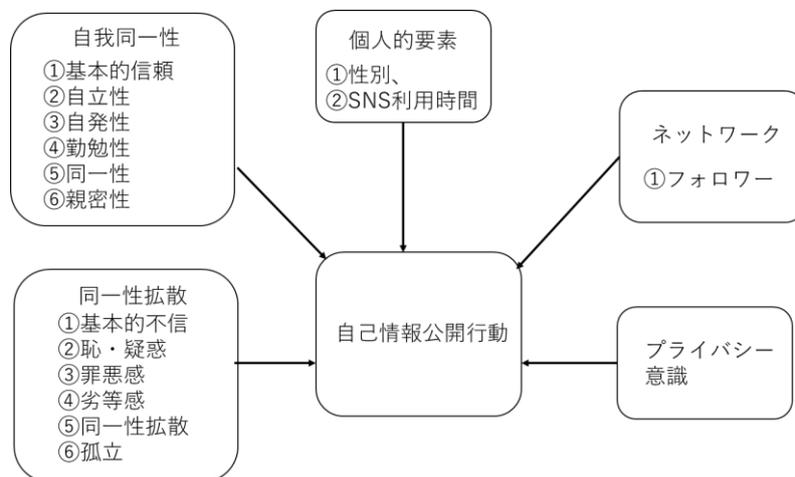


図 6 調査フレーム

## 2.3 変数

本研究で実施した調査票調査に含まれている変数は、「自己開示の程度」「SNS 上でのネットワークの広さ」「アイデンティティ確立」「プライバシー意識」の4つである。

自己開示の程度について尋ねるために、「ソーシャルメディア利用状況」と「自己情報公開状況」について尋ねる質問項目を作成した。ソーシャルメディア利用状況はソーシャルメディアの利用の有無、利用端末、1日の利用時間、アカウントの公開設定の有無を尋ねる5項目を作成した。自己情報公開状況に関しては、「SNS で実名を公開しているか」などの実際に各ソーシャルメディアで実際に公開している情報について尋ねる10項目と自己情報公開に関する意識を尋ねる6項目を作成した。各ソーシャルメディアで公開している情報については、石井(2011)や田畑(2014)で用いられた調査票を参考に、項目を追加・編集して尋ねた。

所属するネットワークについては、石井(2011)で用いられていた既存の友人、ソーシャルメディア上での友人などを尋ねる項目を参考に、既存の友人数と、Twitter・Facebook・Instagram の3つからフォロワー数・フォロワー数、そしてフォロワー数の中から bot や企業などを除いた純フォロワー

数を尋ねる計 9 項目を作成した。アイデンティティ確率度については、Erikson の主張する「自我同一性」「同一性拡散」を測定するために立木・栗本(1994)の立木ゼミ版自我同一性地位尺度 (EISKG) の 56 の項目を利用した。プライバシー意識を尋ねる項目は、三上(2016)で作成されたプライバシー不安尺度の9項目を用いた。

「アイデンティティ確立」「プライバシー意識」「情報公開意識」について尋ねる質問項目に対し、回答者は「まったくあてはまらない」「あてはまらない」「どちらでもない」「ややあてはまる」「あてはまる」の中から一つを選択するようにした。「まったく当てはまらない」が5点、「あてはまる」が1点として、その合計点数が高ければ高いほど該当する変数の得点が高いということになる。例えば EISKG の自我同一性や同一性拡散を測定するための各項目の合計点は、各項目の発達課題をより達成している、またはそれに対応する危機の程度が高いということである。プライバシー意識を尋ねる項目の合計点の高さは、その人のプライバシーに対する意識を示す。情報公開意識について尋ねる項目は、その合計得点の高さが情報公開行動をより意識して行っているということにつながる。「ソーシャルメディアで公開している情報」については、公開している情報につき1点として、自己情報公開得点を計算した。合計得点そのまま実際にソーシャルメディア上で公開している情報量となる。回答は全て数値化し、統計解析ソフト SPSS を用いて解析を行った。

### 3 調査結果

この章では、はじめに単純集計による調査対象者の属性について示し、次に調査で回収したデータを元に尺度と変数による重回帰分析の結果をまとめる。

#### 3.1 回答者の属性

初めに回答者全体の属性を示していく。図 7 は回答者の性別ごとの年齢構成である。半数程度の 40 人分を 2 回生から受講可能である社会学部の授業で回収したこともあり、20～22 歳がほとんどである。最低年齢は 18 歳、最高年齢は 28 歳であった。所属大学は同志社大学が 75 名、同志社女子大学が 3 名そのほかの大学が 17 名で、同志社大学生のうち社会学部社会学科に所属している学生は 44 名だった。

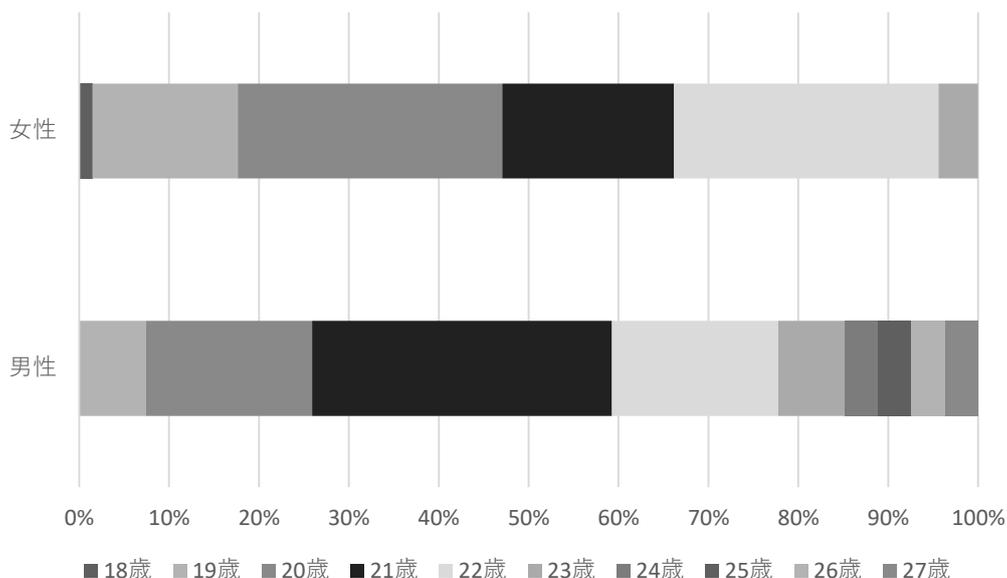


図 7 年齢分布

次に各ソーシャルメディアの利用状況について説明する。95の回答者のうち、Twitterを利用している人は86人で利用率は90.5%だった。Facebookは50人が利用しており利用率は52.6%、Instagramは58人が利用しており利用率は61.1パーセントだった。どのソーシャルメディアも利用していない人は4人(4.2%)だった。(図8)

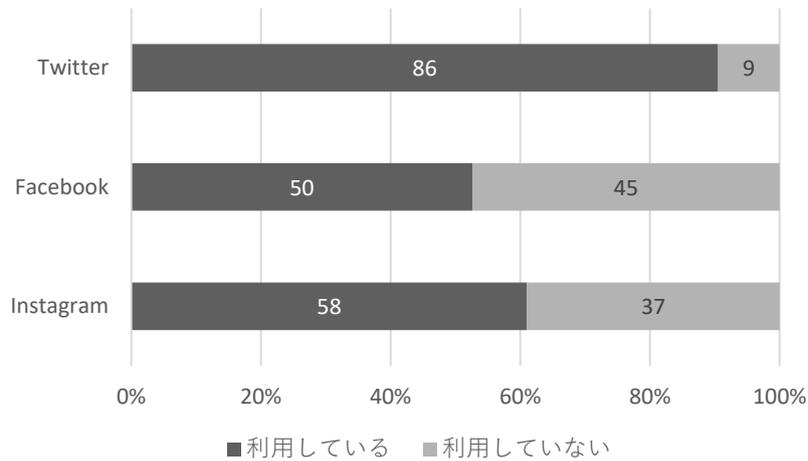


図8 各ソーシャルメディアの利用率

1日の利用時間は15分と答えた人が14人(14.7%)、30分と答えた人が8人(8.4%)、30分~1時間と答えた人が18人(18.9%)、1時間以上と答えた人が51人(53.7%)だった。少なくともこの集団では、1時間以上使う人が多いことがわかった。

次に、利用者のうちソーシャルメディアを公開・非公開設定をどのようにしているかを図9で示した。Twitter(n=85)では62%の人が、Instagram(n=56)では57%の人がアカウントを非公開設定にして利用していた。Facebook(n=49)では公開範囲を指定する機能があり、30%の人が完全に非公開、33%の人が友人までには公開し、友人以外には非公開設定をしており、投稿などを公開している人は37%だった。

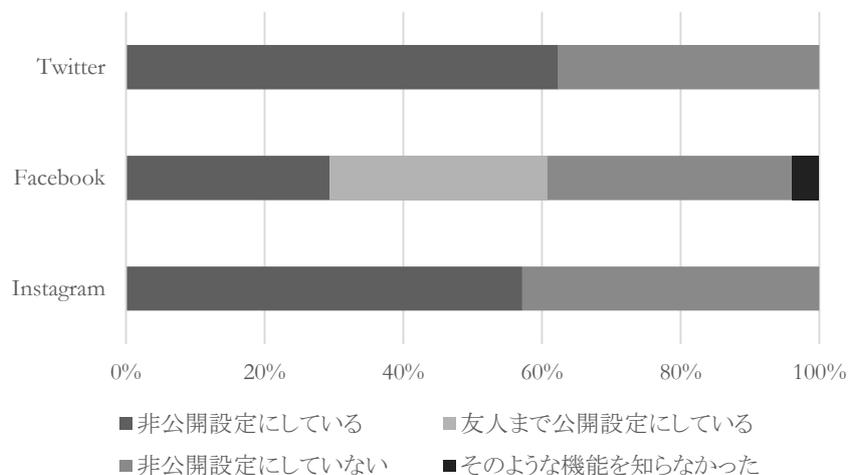


図9 ソーシャルメディアごとのアカウントの非公開設定

### 3.2 重回帰分析

Twitter、Facebook、Instagram の各ソーシャルメディアに対する自己情報公開得点を従属変数とし、性別ダミー、利用時間ダミー、Twitter(Facebook Instagram)有効フォロワー数、プライバシー意識得点、EISKG 各下位概念を独立変数として重回帰分析を行った。それぞれのソーシャルメディアごとにその結果を示す

#### 3.2.1 Twitter の重回帰分析結果

表 1 Twitter 重回帰分析結果

		非標準化係数 B	標準誤差	標準化係数 ベータ
個人属性	性別(基準：女性)			
	男性	-.592	.614	-.113
	利用時間(基準：～15分)			
	15分～30分	.176	1.146	.021
	30分～1時間	-.334	.850	-.057
	1時間以上	.346	.797	.073
プライバシー意識	プライバシー意識	-.117	.039	-.338 ***
アイデンティティ確立度	自我同一性			
	基本的信頼(時間展望)	.176	.102	.291 *
	自律性(自己確信)	-.052	.065	-.110
	自発性	.007	.105	.010
	勤勉性	-.069	.103	-.093
	同一性	-.053	.129	-.065
	親密性	-.003	.085	-.004
	同一性拡散			
	基本的不信(時間拡散)	.275	.133	.244 **
	恥・疑惑(同一性意識)	-.018	.114	-.020
	罪悪感	-.146	.192	-.132
	劣等感(労働麻痺)	.120	.121	.146
	同一性拡散	-.028	.072	-.047
孤立	-.187	.068	-.311 ***	
ネットワーク	Twitter有効フォロワー数	.002	.002	.155
情報公開意識	情報公開行動値	.049	.057	.110
(定数)		7.575	3.294	

a. 従属変数 Twitter情報公開

\*\*\*p<1%, \*\*p<5%, \*p<10%

表 1 は Twitter における「情報公開量」を従属変数とした重回帰分析の結果である。得点が大きくなるほど情報公開量が多く、小さくなるほど頻度は少なくなる。この分析ではプライバシー意識では 1%水準で、基本的信頼では 10%、基本的不信では 5%水準、孤立は 1%水準で有意な変化が見られた。有意な変化が見られたものに関して以下で詳細に示していく。

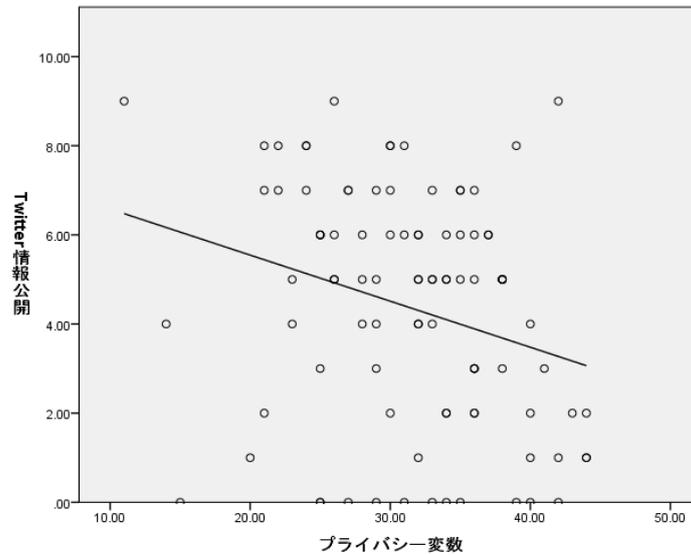


図10 「Twitterの情報公開量」とプライバシー意識の関連

プライバシー意識は、1%水準で有意に「Twitter 上での情報公開量」に対して負の効果(-.338)を持っていることが確認された。図 10 は、Twitter 情報公開とプライバシー変数を回帰直線で表したものである。プライバシー意識が高い人ほど、Twitter で自己情報を開示しにくいことが確認できる。

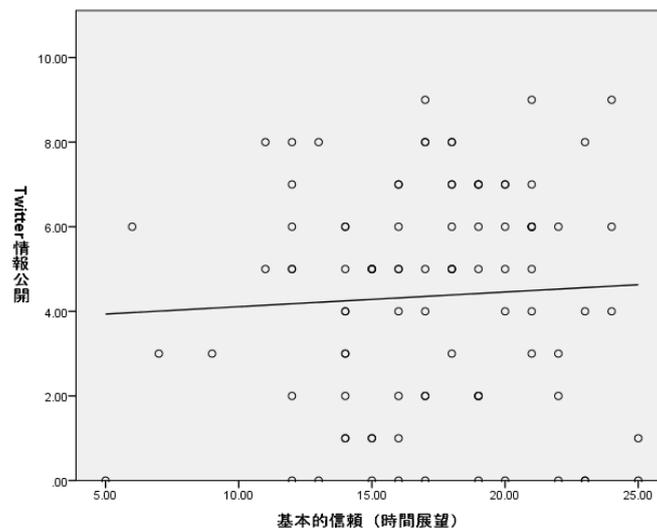


図11 「Twitterでの情報公開量」と基本的信頼の関連

基本的信頼は、10%水準で有意に「Twitter 上での情報公開量」に対して正の効果(.291)を持っていることが確認された。図 11 は Twitter 情報公開と基本的信頼を回帰直線に表したものである。基本的信頼、つまり他者に対する信頼感が高い人ほど Twitter で自己情報を開示しやすい傾向にあるということが確認された。

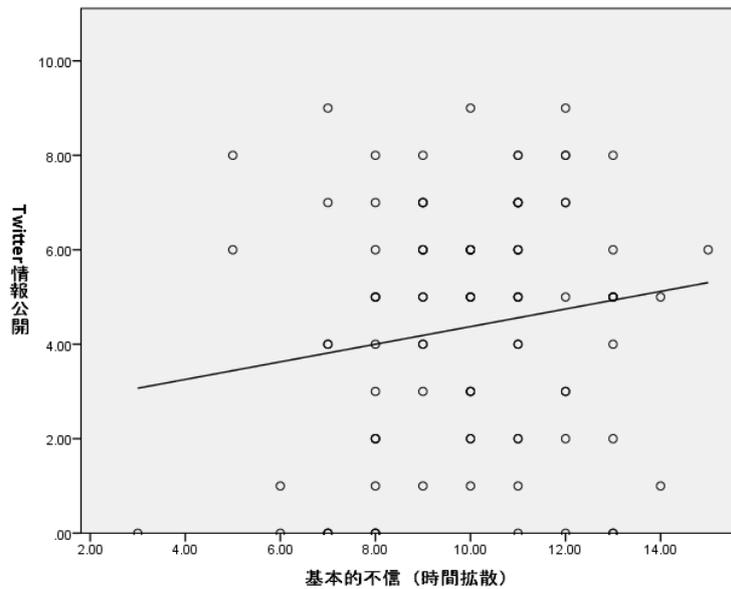


図12 「Twitterの情報公開量」と基本的不信の関連

基本的不信は、5%水準で優位に「Twitter 上での情報公開量」に対して正の効果(.244)を持っていることが確認された。図 12 は Twitter での情報公開と基本的不信を回帰直線に表したものである。こちらは基本的不信、つまり他者に対する不信感が高い人ほど Twitter で自己情報を開示するということが確認された。

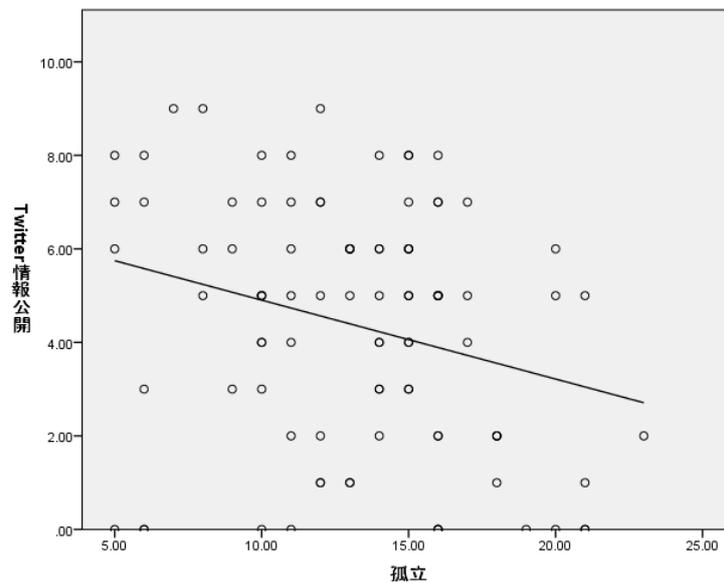


図13 「Twitterの情報公開量」と孤立の関連

孤立感は、1%水準で有意に「Twitter 上での情報公開量」に対して負の効果(-.311)を持っていることが確認された。図 13 は Twitter での情報公開と孤立を回帰直線に表したものである。孤立感が高くなれば高くなるほど、Twitter 上で自己情報を公開しないということが確認された。逆に言えば孤立感の低い人ほど Twitter 上で自己情報を公開しやすいということである。

### 3.2.2 Facebook の重回帰分析結果

表 2 Facebook 重回帰分析結果

		非標準化係数		標準化係数
		B	標準誤差	ベータ
個人属性	性別(基準：女性)			
	男性	.036	1.228	.006
	利用時間(基準：～15分)			
	15分～30分	2.335	2.219	.228
	30分～1時間	1.069	1.361	.168
	1時間以上	.302	1.350	.059
プライバシー意識	プライバシー意識	-.114	.055	-.334 **
アイデンティティ確立度	自我同一性			
	基本的信頼(時間展望)	.179	.142	.322
	自律性(自己確信)	.099	.100	.206
	自発性	-.092	.150	-.123
	勤勉性	-.153	.160	-.206
	同一性	-.130	.187	-.162
	親密性	.289	.187	.297
	同一性拡散			
	基本的不信(時間拡散)	-.395	.190	-.342 **
	恥・疑惑(同一性意識)	-.066	.167	-.069
	罪悪感	.608	.354	.550 *
	劣等感(労働麻痺)	-.138	.201	-.171
	同一性拡散	.010	.136	.016
孤立	-.087	.121	-.132	
ネットワーク	Facebook有効友人数	-.005	.006	-.149
情報公開意識	情報公開行動値	.088	.087	.181
	(定数)	7.385	4.676	

a. 従属変数 Facebook情報公開

\*\*\*p<1%, \*\*p<5%, \*p<10%

表2はFacebookにおける「情報公開量」を従属変数とした重回帰分析の結果である。得点が大きくなるほど情報公開量が多く、小さくなるほど頻度は少なくなる。この分析ではプライバシー意識では5%水準で、基本的不信では5%水準、罪悪感において10%水準で有意な変化が見られた。有意な変化が見られたものに関して以下で詳細に示していく。

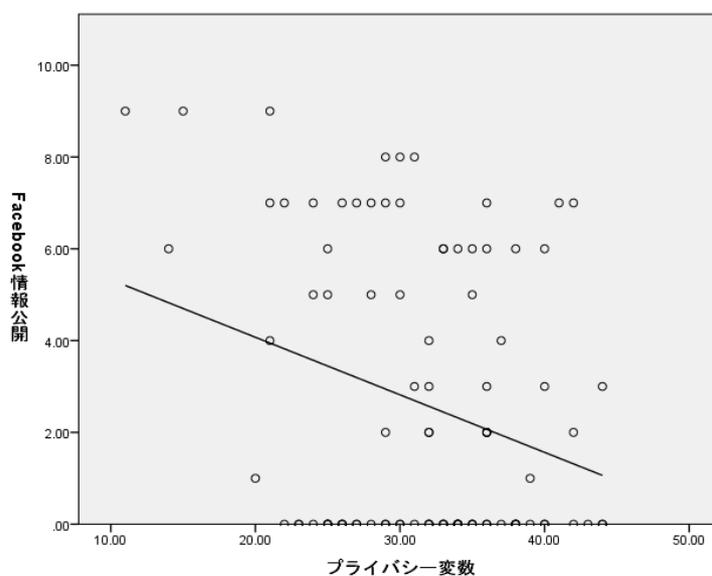


図14 「Facebookの情報公開量」とプライバシー意識の関連

プライバシー意識は、5%水準で有意に「Facebook 上での情報公開量」に対して負の効果(-.334)を持っていることが確認された。図 14 は Facebook での情報公開とプライバシー意識を回帰直線で表したものである。プライバシー意識が高くなれば高くなるほど、Facebook 上で自己情報を公開しないということが確認できる。

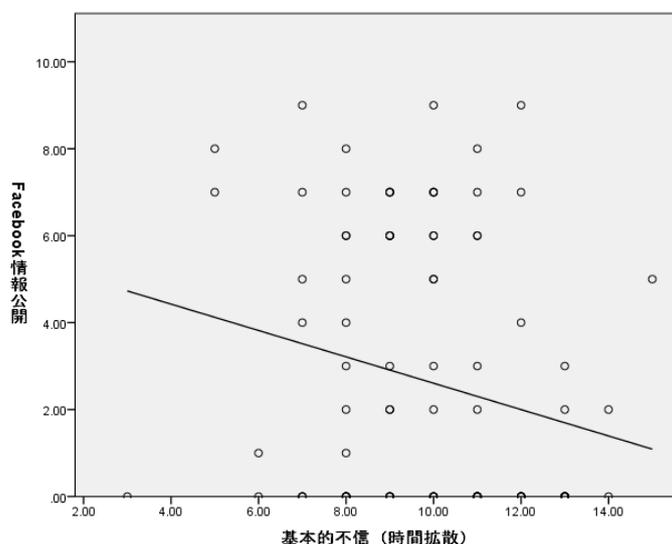


図15 「Facebookの情報公開量」と基本的不信の関連

基本的不信は、5%水準で有意に「Facebook 上での情報公開量」に対して負の効果(-.342)を持っていることが確認された。図 15 は Facebook での情報公開と基本的不信を回帰直線に表したものである。こちらは基本的不信、つまり他者に対する不信感が高い人ほど Facebook で自己情報を開示しにくいということが確認できる。Twitter での情報公開との関係と反対の結果がでたことに関しては、次章の考察で詳しく論じていきたいと思う。

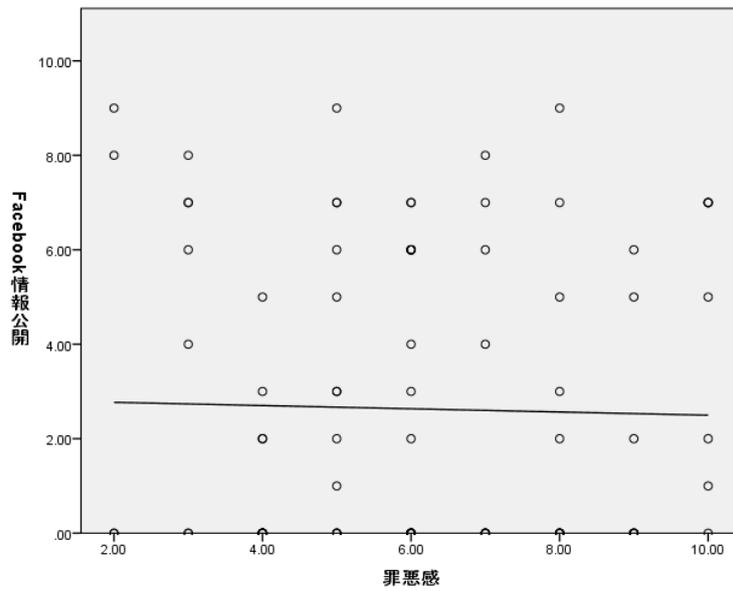


図16 「Facebookの情報公開量」と罪悪感の関連

罪悪感は、10%水準で有意に「Facebook 上での情報公開量」に対して正の効果(.550)を持っていることが確認された。図 16 は Twitter での情報公開と罪悪感をグラフに表したものである。回帰直線では確認しにくいですが、罪悪感が高い人ほど Twitter で自己情報を開示しやすい傾向にあることが確認できる。

### 3.2.3 Instagram の重回帰分析結果

表 3 Instagram 重回帰分析結果

		非標準化係数		標準化係数
		B	標準誤差	ベータ
個人属性	性別(基準：女性)			
	男性	-.983	1.077	-.157
	利用時間(基準：～15分)			
	15分～30分	.056	2.878	.004
	30分～1時間	-.930	2.346	-.117
	1時間以上	.225	2.249	.034
プライバシー意識	プライバシー意識	-.074	.062	-.186
アイデンティティ確立度	自我同一性			
	基本的信頼(時間展望)	.018	.156	.027
	自律性(自己確信)	-.007	.111	-.013
	自発性	.214	.183	.249
	勤勉性	-.041	.184	-.051
	同一性	-.243	.221	-.259
	親密性	.172	.212	.158
	同一性拡散			
	基本的不信(時間拡散)	.113	.225	.085
	恥・疑惑(同一性意識)	-.220	.206	-.206
	罪悪感	-.230	.327	-.178
	劣等感(労働麻痺)	.119	.198	.134
	同一性拡散	-.080	.126	-.117
孤立	-.039	.117	-.055	
ネットワーク	instagram有効フォロワー数	.009	.005	.328 *
情報公開意識	情報公開行動値	.113	.087	.228
	(定数)	5.832	5.796	

a. 従属変数 Instagram情報公開

\*\*\*p<1%, \*\*p<5%, \*p<10%

表 3 は Instagram における「情報公開量」を従属変数とした重回帰分析の結果である。得点が大きくなるほど情報公開量が多く、小さくなるほど頻度は少なくなる。Instagram ではプライバシー意識や各アイデンティティ確立度下位尺度との間に有意な関係は見受けられず、有効フォロワー数においてのみ 10%水準での有意な相関がみられた。有意な関係がみられたものに関して詳しく説明を行う。

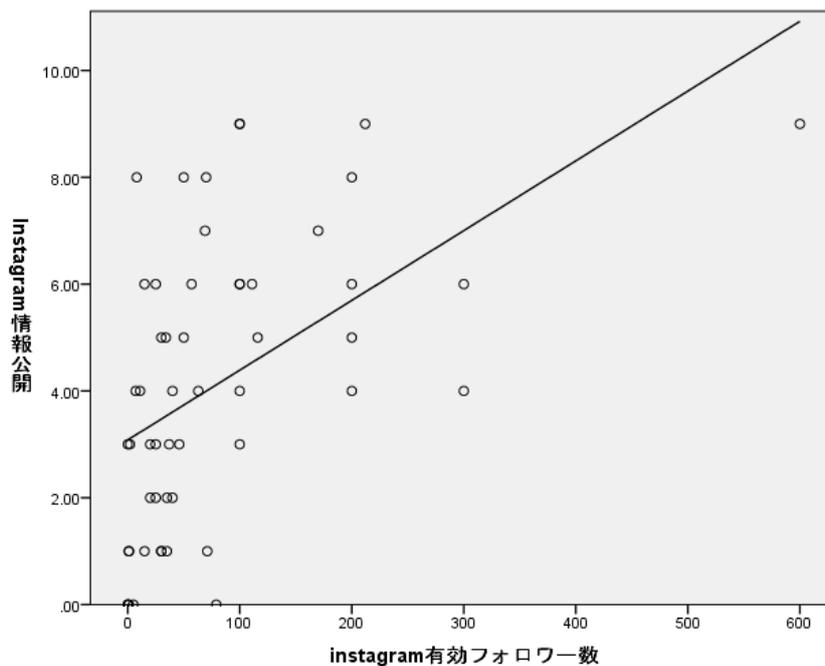


図17 「Instagramの情報公開量」と有効フォロワー数の関連

Instagram 有効フォロワー数は、10%水準で有意に「Instagram 上での情報公開量」に対して正の効果(.328)を持っていることが確認された。図 17 は Instagram での情報公開と有効フォロワー数を回帰直線で表したものである。Instagram で実際に交流するフォロワーが多い人ほど Instagram で自己情報を開示しやすい傾向がみられた。

#### 4 考察

前章の分析結果より、今回の調査では調査フレームの項目で述べたような自我同一性や同一性拡散と自己情報公開行動との優位な関連は見られなかったが、下位項目に着目して分析を行うと各ソーシャルメディアの結果に特徴が見られた。

今回調査を行った集団の中では、Twitter ではプライバシー意識が高く、孤立感の低い人ほど情報公開を控え、他者への信頼感が高くても不信感が高くても情報公開をする傾向にあるということが分かった。Facebook ではプライバシー意識の高い人、他者への不信感が高い人であるほど情報公開を控え、罪悪感の高い人ほど情報公開をする傾向にあった。Instagram ではプライバシー意識やアイデンティティとは有意な関係がなく、自分の投稿を見ているフォロワーの多さが自己情報の開示に繋がるということが判明した。

まず、プライバシー意識と自己情報開示行動に正の効果は有意に表れたことに関して考察していく。Twitter と Facebook においてプライバシーパラドックスと逆の結果がでたことについて、Barns(2006)でプライバシーパラドックスの要因は若者がインターネットの公共性を認識していないことが多いためである、と述べられている点について注目した。序論でも述べたように近年、ソーシャルメディアやインターネットにまつわる事件が増加している。総務省(2017)での児童・生徒に対するリスク認知や、メディアを通じたインターネット上で起こる事件の周知などによってプライバシーの流出に対するリスク認知は年々広がっているのではないかと考えられる。先行研究の部分でも述べたが、やはり日本での調査ではプライバシーパラドックスは検知されることが少ないだろうとい

うことを確認することができた。

今回の分析にはアイデンティティと関連する点で特徴的な事が 2 つある。1 つ目は Twitter と Facebook に関して、基本的不信の項目に対して逆の結果が得られたということ、2 つ目は今回の調査では Instagram で有効フォロワー以外の項目に有意が見られなかったことである。

1 つ目と 2 つ目の特徴に関して SNS ごとにこのように大きく異なる結果ができた要因として、1 つ挙げられるとすればそれぞれの SNS の特性の違いなのではないだろうか。Facebook は登録時に実名の記入が必須となり、また今回の単純集計からみると、非公開、または友人までの公開がほとんどで友人間での交流をメインとしている場合が多いと考える。一方で Twitter では匿名でアカウントを作成することが可能で不特定多数の人々となつながら Facebook よりも容易である。Strahilevitz(2005)の理論によれば、弱い紐帯では情報の拡散スピードは速い一方で信頼性の高い情報は入ってこない。Facebook は友人たちとの交流、つまり強い紐帯でのネットワーク生成を主としているため、自分の情報が信頼されやすいという感覚を持って利用するために不信感が低い人ほど自己情報公開量は少なくなるのであると考えられる。一方で Twitter は友人だけでなく不特定多数の人々とネットワークを形成することになる。基本的不信の高い人は、Twitter 上の弱い紐帯での情報にすら信頼性を持たず、また自分の発信する情報を誰かが信用するという信頼性すら持たないため、不信の高い人ほど自己情報を公開することに抵抗がないのではないだろうか。ただし、Twitter は弱い紐帯だけで構成されたネットワークではない。松前(2014)で述べられている通り、ソーシャルメディアの目的の 1 つはすでに構築された関係の継続や強化でもある。様々な強弱の紐帯がより混在する Twitter というネットワークでは、強い紐帯のネットワーク関係にある人々に対する信頼感も作用しているのではないかと考えられる。

また、孤立の項目で Twitter の自己情報公開行動において負の効果が確認されたことに関して、コミュニケーション重視型のソーシャルメディアではその特性上他者との繋がりを感ぜられない場合に自身のことについての発言する必要性を感じられないのではないかと考える。Mead によると、自我の形成とは作用とそれに対する反作用の連鎖である。ならば反作用の期待が持てない場では、人は作用、つまり自己情報の公開行動は必要を感じられる抑えられのではないかとこの結果から考察する。だからこそより多くの人間と繋がりがやすい特徴を持つ Twitter で有意な効果がみられたのではないだろうか。

Instagram で自己情報公開行動とプライバシー意識やアイデンティティ確立との有意な関連が見られなかったことについて、後述の今後の課題でも述べることだが、Instagram の特性が関わっているのではないかと考える。Instagram は写真の投稿を主としたソーシャルメディアであり、牛山(2014)の分類に則って言えばコミュニケーション重視型とコンテンツ重視型の特徴を両方併せ持ったソーシャルメディアといえるだろう。コミュニケーションも重要だが、眩きがメインとなる Twitter や Facebook とは違い Instagram で中心となるのは自己情報よりも写真そのものなのである。今回、自己情報公開行動の程度を問うために作成した質問群は、Twitter や Facebook を対象とした SNS 研究を参考に作成した実名や住所などの公開を問う質問群であった。更に Instagram では他のソーシャルメディアでは見られなかった、有効フォロワーと自己情報公開行動との間に有意な関連が見られた。Instagram では Twitter や Facebook とは違った自己情報の開示の方法・自己を確立するための方法があるのではないかと考える。しかし、近年の SNS 研究からは Instagram を深く扱った研究は確認できなかったため、これ以上の要因はこの研究では分析できないと判断した。

結果が何を示している。

以上の結果やそれに基づく考察より、今回調査した大学生の集団に対しては、少なくともプライ

パシーパラドックスは働いていないということ、自我同一性や同一性拡散はそれらそのものがソーシャルメディアでの自己情報公開行動に有意に働くわけではないということが確認された。しかしそれらを構成する下位尺度の1つ1つにおいては影響のある要素があり、アイデンティティが自己情報開示行動に全く関係がないとは言えないだろう。更に、有意が見られた下位尺度とその効果を比較すると、各ソーシャルメディアの特性によって自己情報公開行動の要因は変化していくということが確認された。

## 5 結論:今後の課題

本研究は、ソーシャルメディアが原因で多くの社会問題が発生し、プライバシーの流出に対する危機感が高まる中、人々が SNS で自ら自分の個人情報やプライベートを公開する要因は何かを調べるために、Erikson の心理社会的発達理論をもとにした EISKG を利用した調査票を用いて学生を対象とした調査票調査を行った。

その結果、前章でも述べた通りアイデンティティ自体が自己情報公開行動に直接働きかけるというわけでないが、アイデンティティを構成する諸要素が個別で公開行動に効果をもたらすということがわかった。自己確立の程度は、ソーシャルメディアでの自己情報公開に少なからず影響を与えている。そしてそれらの諸要素というものは、各ソーシャルメディアによって変化し、場合によっては 1 つの同じ概念が、各ソーシャルメディアでの自己情報公開行動に対して真逆の効果をもたらすのである。人々がソーシャルメディアで自己情報を開示する理由には、そのソーシャルメディア上で作られると期待されるネットワークをはじめとするソーシャルメディアごとの特性が関与しているということがわかった。

今後の課題は、Instagram のようなコミュニケーション・コンテンツ複合型のソーシャルメディアでの自己開示行動について、これまでの SNS 研究とはまた違ったアプローチで研究をしていく必要があるということがあるだろう。また、今回は Twitter や Facebook の弱い紐帯・強い紐帯の更生状況までは詳しく調査を行わなかったため、より詳細なネットワーク分析を組み合わせると基本的不信との関連性がみられるのではないだろうか。

ソーシャルメディア上での自己情報開示行動の原因にはアイデンティティを構成する要素が関係している。ソーシャルメディアは現代社会に生きる人々、特に若者のアイデンティティを発達させるために重要なツールであるといえるだろう。

## 参考文献

- Barnes, S., 2006, "A privacy paradox:--Social networking in the United States," First Monday,11(9).
- Blank, G., Bolsover, G. and Dubois, E., 2015,"A New Privacy Paradox: Young people and privacy on social network sites," Global Cyber Security Capacity Center: Draft Working Paper. University of oxford.
- Erikson, E.H., 1980, Identity and the life cycle, Norton.(=2011, 西平直・中島由恵訳『アイデンティティとライフサイクル』誠信書房.)
- 井波和恵・興津真理子・渡邊ひとみ,2014,「第 8 章発達——第 2 節生涯発達の概観」青山謙二郎・神山貴弥・武藤崇・畑敏道編『社会学概論第二版』, 201-203.
- 石井健一, 2011,「『強いつながり』と『弱いつながり』の SNS——個人情報の開示と対人関係の比較」『情報通信学会誌』29(3):25-36.

- 松前恵環,2014,「SNSにおけるプライバシーの期待と保護のあり方 : L.J.ストゥラホラヴィッツの「プライバシーの社会ネットワーク理論」を手がかりに」『Journal of global media studies : gms』13:75-84.
- Mead, G.H., 1934, *Mind, self, and society : from the standpoint of a social behaviorist.*(1973, 稲葉三千男・滝沢正樹・中野収訳『精神・自我・社会』青木書店.)
- 三上俊治,2015,「SNSにおける自己開示とプライバシー・パラドックス」『東洋大学社会学部紀要』53(1):65-77.
- 三上俊治,2016,「プライバシー・パラドックス再訪——SNS 自己開示度の規定要因の分析」『東洋大学社会学部紀要』54(1):69-81.
- 下山晴彦,1992,「大学生のモラトリアムの下位分類の研究——アイデンティティの発達との関連で」『教育心理学研究』40(2):121-129.
- Lior,Jacob,Strahilevitz,2005,「A Social Networks Theory of Privacy」『The University of Chicago Law Review』72(3):919-988.
- 田畑暁生,2014,「関学大生のプライバシー意識——「プライバシー・パラドクス」は存在するのか」『関西学院大学社会学部紀要』118:89-101.
- 立木茂雄・栗本かおり,1994,「青少年における自我同一性の発達及びその拡散現象としてのアパシー傾向に対する家族システムの影響——共分散構造分析によるクローティヴァントとオルソンのモデルの比較検討」『青少年問題研究』43:1-30.
- 柳原光, 1992, 「ジョハリの窓——対人関係における気づきの図解式モデル」津村俊充・山口真人編『人間関係トレーニング——私を育てる教育への人間学的アプローチ』ナカニシヤ出版,66-69.

#### URL

- 総務省,2016,「平成 27 年通信利用動向調査の結果」,総務省 HP,  
(2017 年 2 月 5 日取得,[http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/160722\\_1.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/160722_1.pdf)).
- 総務省,2016,「インターネットトラブル事例集(平成 28 年度版)」,総務省 HP,(2017 年 2 月 5 日取得,  
[http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000447492.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000447492.pdf)).
- ソーシャルメディアラボ,2017,「11 のソーシャルメディア最新動向データまとめ」,ソーシャルメディア  
ラボ HP,(2017 年 12 月 17 日取得, <https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/>)

## 自我形成とソーシャルメディア利用に関する調査

社会学部社会学科  
和田歩実

この調査は、個人の自我形成状況がソーシャルメディアの利用の仕方にどのような影響を与えているかを調査するものです。ソーシャルメディアとは、利用者が情報の受信者にも発信者にもなるメディアのことです。今回はソーシャルメディアの中でも【Twitter・Facebook・instagram】に焦点を当てて調査を行います。

※この調査は卒業論文のデータとして扱うことを目的としています。この調査で得た結果は、個人が特定できないように数値化し統計的に処理されます。データは卒業論文の範囲でのみ使用し、それ以外に使用することはありません。

この冊子は表紙を入れて全部で9枚あります。

乱丁・落丁がありましたらお知らせください。

問1 . 以下の質問は、あなたのソーシャルメディア利用に関する質問です。

最も当てはまる選択肢に1 つ○をつけてください

(1) あなたは Twitter・Facebook・instagram(以下、ソーシャルメディアと記述)の中から少なくとも1 つ以上利用していますか

- 1 . はい                      2 . いいえ                      3 . わからない

※2 . いいえを選んだ人は問3 まで移動してください。

「1 . はい」又は「3 . わからない」を選んだ人は以下の質問にもお答えください。

(2) ソーシャルメディアを主に利用している端末は何ですか

- 1 . スマホ                      2 . タブレット                      3 . パソコン  
4 . ガラパゴスケータイ      5 . その他(                      )

(3) ソーシャルメディアを一日どれくらい利用していますか

- 1 . 1 5 分                      2 . 3 0 分  
3 . 3 0 分～1 時間              4 . 1 時間以上

(4) 各ソーシャルメディアを利用する時、非公開設定(自分の投稿を不特定多数の人に見られない設定)をしていますか。

①Twitter

- 1 . 非公開設定をしている  
2 . していない  
3 . そのような機能を知らなかった  
4 . Twitter を利用していない

②Facebook

- 1 . 非公開設定にしている  
2 . 友人まで公開設定にしている(一部の友達に表示しない・一部の友達にのみ表示設定を含む)  
3 . していない  
4 . そのような機能を知らなかった  
5 . Facebook を利用していない

③Instagram

- 1 . 非公開設定にしている  
2 . していない  
3 . そのような機能を知らなかった  
4 . instagram を利用していない

問2 . 以下の質問は、あなたの交友関係を尋ねる質問です。

(1) ソーシャルメディア上に限らず、あなたが交流している友人・知り合いの数を教えてください

( )人

※問1 の(1) でソーシャルメディアを利用していないと答えた人は問4 に移動してください

以下の質問は「問1 の(1) でソーシャルメディアを利用していると答えた人」のみ回答してください

(2) 以下のソーシャルメディア上でのフォロー・フォロワー・友人数をお答えください

利用していない場合は解答欄に「×」をつけてください

①Twitter

・あなたが Twitter 上でフォローしているアカウントの数

( )人

・あなたが Twitter 上でフォローされているアカウント（フォロワー）の数

( )人

・bot や企業、著名人のアカウント等を除く、実際にリプライやいいね、RT などを用いた交流がある、あなたの投稿を読んでいるだろうアカウントの数

( )人

②Facebook

・友達登録している人数

( )人

・コメントのやりとり、いいね等を用いた交流がある人の人数

( )人

③instagram

・あなたが instagram 上でフォローしているアカウントの数

( )人

・あなたが instagram 上でフォローされているアカウントの数

( )人

・実際の友人、他の SNS など交流している人など、「instagram」以外にも交流のあるアカウント数

( )

問3 . 以下の質問は、ソーシャルメディア上での自己情報の公開状況を尋ねる質問です。

(1) 各ソーシャルメディア上で、投稿やリプライ・コメント、bio(自己紹介欄)などで公開している・記述したことがある情報があれば○をつけてください。(複数回答可)

(サービスを利用していない場合は一番下にある「利用していない」に○をしてください)

	Twitter	Facebook	instagram
1 自分の氏名、実名を特定可能なニックネーム			
2 メールアドレス			
3 住所、出身地			
4 性別			
5 生年月日			
6 自分の写っている写真			
7 所属している大学や学科の名前			
8 所属しているサークルやゼミの名前や活動状況			
9 趣味や好きなこと・もの			
10 今現在のの所在位置を書いた投稿、位置情報を添付した投稿			
11 サービスを利用しているが上記の情報は何れも公開していない			
12 サービスを利用していない			

(2) 以下の質問について、最も当てはまる回答に1 つだけ○をつけてください

	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
1 嬉しいことや悲しいこと、驚いたことがあるとすぐにSNSに投稿する	1	2	3	4	5
2 アルバイトや学校、日常生活についての愚痴を投稿することがある	1	2	3	4	5
3 他人の投稿にいいねやリプライ、コメントなどの反応を頻繁に送る	1	2	3	4	5
4 自分の投稿にいいねやリプライ、コメントなどの反応が来ることを期待して投稿をすることがある	1	2	3	4	5
5 他の有名人の投稿や偉人の言葉、歌詞などを引用した投稿をしたことがある	1	2	3	4	5
6 主にSNSに投稿するために物品の購入や、飲食店への来店をするなどの行動をしたことがある	1	2	3	4	5

問4．以下の質問はあなたのインターネット上におけるプライバシー観に関する質問です。

**最も当てはまる選択肢に○を付けてください**

	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
1 自分の個人情報は誰にも知られたくない	1	2	3	4	5
2 自分のケータイの中身は、たとえ友人でも見られたくない	1	2	3	4	5
3 友人との会話を知らない人に聞かれたくない	1	2	3	4	5
4 自分のプライバシーは絶対に守りたい	1	2	3	4	5
5 他人にプライベートな質問をされたくない	1	2	3	4	5
6 政府が、ネット上であなたのプライバシーを侵害することに不安を感じる	1	2	3	4	5
7 企業が、ネット上であなたのプライバシーを侵害することに不安を感じる	1	2	3	4	5
8 知らない人が、ネット上であなたのプライバシーを侵害することに不安を感じる	1	2	3	4	5
9 ネット上で、自分のプライバシーを積極的に守っている	1	2	3	4	5

問5 . 以下の質問はあなたの自己形成状況を尋ねる質問です。

最も当てはまる選択肢に○をつけてください

	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
1 私は、自分自身をいつも信頼している。	1	2	3	4	5
2 普通、人間はお互いに正直に、かつ誠実に関わり合っているものだ。	1	2	3	4	5
3 私は成長し続けて、魅力的な人間になると思う。	1	2	3	4	5
4 私は確かな未来に向かって、一步一步進んでいる。	1	2	3	4	5
5 自分にとって意味のあるものを手にいれるためには時間がかかるとしてもかまわない。	1	2	3	4	5
	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
6 私は、自分の個性を自由に表現できない生活に埋もれてしまうことが一番いやだ。	1	2	3	4	5
7 私は、自分の欲求や衝動をコントロールできる。	1	2	3	4	5
8 私はいつも、自分で物事を選択し、決定することに自信を持っている。	1	2	3	4	5
9 私は、他人とは関係なく、いつも正しい決定を下すことができる。	1	2	3	4	5
10 いったんこうと決めたことについて後悔しない。	1	2	3	4	5
	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
11 私がこれまで決めたことは、たいてい正しかった。	1	2	3	4	5
12 たいていの場合、私が決めたことは後悔しない。	1	2	3	4	5
13 今の自分は、私の人生にとってかけがえのない重要な存在である。	1	2	3	4	5
14 自分のやっていることは、意味のあることだ。	1	2	3	4	5
15 10代の時期にクラブなどの集団活動に参加しなかった人は損をしていると思う。	1	2	3	4	5

	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
16 私は、目標を達成するためならばどんな困難なことでもやり通すことができる。	1	2	3	4	5
17 私は、人間は、価値という点では平等だと信じている。	1	2	3	4	5
18 私は、他の人が悪いことをしようとしているところを見つけたときには、それを絶対に許すことができない。	1	2	3	4	5
19 私の生きがいのよりどころは、仲間や仕事、芸術的な創造にある。	1	2	3	4	5
20 私は、自分が何かに役だっていると感じる。	1	2	3	4	5
	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
21 私は、落ち込んだり困ったりしている人を元気づけたりなぐさめたり、相談にのったりすることは非常によいことだと思う。	1	2	3	4	5
22 一つのことに集中するのは、難しいことではない。	1	2	3	4	5
23 私は仕事の出来ばえが他の人のそれと比較されるなら頑張ろうと思う。	1	2	3	4	5
24 達成したときに大きな喜びが得られるから、難しいことに挑戦するのは好きだ。	1	2	3	4	5
25 私の生き方は、心から納得できるものである。	1	2	3	4	5
	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
26 私は現在自分が進んでいる道にかなり満足している。	1	2	3	4	5
27 私は現実の生活の中に生きがいを見いだして、それを発達させている。	1	2	3	4	5
28 私はコンパやパーティなどで、他の人たちをなごませ、楽しませることができる。	1	2	3	4	5
29 私は他の人たちと親密な関係を持つことができる。	1	2	3	4	5
30 私は他の人にとって、とても話しかけたり、相談しやすい人間のようにだし、自分でもそう思う。	1	2	3	4	5

	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる	
31	私は、自分の考えややり方が他の人と食い違うように思い、自信を失うことが多い。	1	2	3	4	5
32	将来の目的のためや、欲しいものを手にいれるために、現在の楽しみをあきらめることはイヤだ。	1	2	3	4	5
33	私は、欲しいものは我慢できずに今すぐ欲しいと思う。	1	2	3	4	5
34	子どもは動物のように押さえつけたり、機械のように調整しなければならないと思う。	1	2	3	4	5
35	何か重大なことを決めなければならないときには、いつも両親に頼る。	1	2	3	4	5
		まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
36	物事をうまくやりとおしたいと思っているのに、うまくいかないことが多い。	1	2	3	4	5
37	他人は私のことをどう思っているか、といったことがいつも気になる。	1	2	3	4	5
38	私はいつも何かに追われているのに、空回りばかりでうまく前に進んでいけないように思う。	1	2	3	4	5
39	私は、子どもの頃の失敗や、将来の不安ばかり考え、現在の生活にやる気がなくなってしまふ。	1	2	3	4	5
40	私にしてみればうまく課題をこなせたときでも、他の人はそれを理解したり認めてくれたりしないような気がする。	1	2	3	4	5
		まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
41	私は他の人ほどうまくチャンスをつかめないような気がする。	1	2	3	4	5
42	私は人と話すとき、相手をからかったり余計な口出しをしたりしないと、どうもうまく話せないように思う。	1	2	3	4	5
43	いろいろな生き方があるということが、よく分からない。	1	2	3	4	5
44	これまでに身につけたやり方や考えを、これからの自分にどう結び付けたいのか分からない。	1	2	3	4	5
45	私は「理想の自分」がたくさんあって、どれが本当に「なりたい自分」なのか分からない。	1	2	3	4	5

	まったく当てはまらない	当てはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	あてはまる
46 私は、自分自身のことがよく分からなくなっている。	1	2	3	4	5
47 私は自分の人生で、一体本当に何がしたいのか、はっきり分からない。	1	2	3	4	5
48 他人とは気楽にうまくやっていかなければならないと思うが、必要以上に親しくなることもないと思う。	1	2	3	4	5
49 私は、絶対に自分の感情を人に知られたくない。	1	2	3	4	5
50 一緒に活動してきた人を、たとえ好意をもっていても、本当に知ることはなかったと思う。	1	2	3	4	5
51 他人とは親しくなりすぎないほうがよい。	1	2	3	4	5
52 私は、自分さえよければ、あとはどうでもいいと思う。	1	2	3	4	5

**問6 . 以下の質問にお答えください**

(1) 年齢を教えてください

( )歳

(2) 性別を教えてください

1 . 男          2 . 女

(3) 学部学科を教えてください

( )学部 ( )学科

質問は以上です。記入漏れがないかももう一度ご確認ください。  
ご協力ありがとうございました。