

女子大生における外見の類似性が 自己開示の深さに及ぼす影響について

松 岡 茜

問 題・目 的

第1節 研究意義

榎本（1997）によると、自己開示とは「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」と定義されている。この自己開示には自分の悩みや困り事などを他者に伝えることも含まれ、カウンセリング場面においても重要な役割を果たすと考えられる。

自己開示の果たす役割について、これまで様々な研究がなされている。自己開示を初めて体系的に扱った心理学者である Jourard（1971）の研究は健康なパーソナリティへの関心から生じている。パーソナリティの健全な発達には適切な相手に対する適切な水準の自己開示が不可欠であることが強調されており、自己開示は精神的健康の側面から語られることが多い。例えば、丸山・今川（2001）は自己開示によるストレス低減のプロセスについて調査し、自己開示をすること自体が直接的なストレス低減機能を持つことや、被開示者の受容的態度やフィードバックによって間接的なストレス低減機能があることを見出している。また、丸山・今川（2002）はストレス対処方略よりも自己開示の方が対人関係におけるストレスを低減させることを指摘している。

そこで、本研究では自己開示を促進する要因について検討する。本研究において自己開示を促進する要因について研究することで、対人場面などにおいてもより親密な関係を築くための有用な知見が得られるのではないかと考えられる。

第2節 自己開示の深さについて

榎本（1997）によると、自己開示は深さ、量、広がり、比率、動機、柔軟性という6つの次元から捉えることができる。その中で、基本的次元として考えられるのは深さと、量を含めた広がり（広がりとは量を区別するならば3つ）である。基本的次元の1つである広がりに着目した、項目別にみる自己開示量の比較研究では自己の側面別の自己開示度や被開示者別の自己開示度、性差などさまざまな知見が得られている（榎本，1997）。一方で、自己開示の深さは欧米の研究では焦点が当てられてきたのに比べて、日本の研究では焦点が当てられてこなかった。

日本国内において自己開示の深さの次元に着目した研究がほとんどなされていない理由として、「察しの文化」を特色とする日本では相手の様子や文脈から相手の気持ちを察することが重要とされてきたために、心の奥底にしまっている深層的な自己をわざわざ開示する必要がなかったのかもしれないという指摘がなされている（丹羽・丸野，2010）。また、そのような日本の若者に対して和田（1990）は、自分の趣味などについて話すことで表面的には自己開示を行なっているように見えるが、自分の内面性に触れるような深いレベルのことは誰にも伝えられていないと指摘しており、お互いに察することで深層的な自己開示をしなくても良好な関係を築いていたのではないかとしている。つまり、従来の日本では深層的な自己の情報を明確に伝えなくとも、相手は想いを敏感に察知し汲み取った上で心理的距離を調整していたことが考えられる。しかし近年の日本は欧米文化が多く取り入れられるようになり、また外国人と接する機会も増えているため、自己についての情報を相手にはっきりと伝えることが求められるようになってきた。このような環境の中で育った現代の若者について丹羽・丸野（2010）は、「深層的な自己を開示するか否かの葛藤を経験している相手の気持ち」を汲み取り、それに敏感に反応しながら

ら相手との心理的距離を調整することは難しいのではないかと指摘している。このようなことから、これまでの日本では自己開示の深さに焦点を当てて研究を行うことが必要とされてこなかったが、近年の流れの中では深層的な自己開示における日本の現状について研究を進める必要があると考えられる。そこで、本研究では自己開示の深さの次元に着目し、深い自己開示を促進する要因について検討する。

第 3 節 自己開示を促進する要因としての類似性

これまで、自己開示を促進する要因として、自己開示の環境要因や開示者の性格特性、被開示者に対する認知等、さまざまな研究がなされている(安藤, 1981; 榎本, 1997)。その中でも重要な要因のひとつとして類似性が考えられる。榎本(1997)によると、異性の友人よりも同性の友人に対してより多くの自己開示を行うこと、考えや感情・経験の類似した内容の自己開示をすると相手の自己開示を促進させることが示されている。よって開示者が被開示者と類似していると認知することが自己開示を促進させる要因のひとつであると考えられる。類似性とは、容姿や態度、能力や性格などの特性が他者と似ている度合いのこと(門田・平本, 2004)であり、二者間の特性の客観的な共通点の度合いと二者のうち一方が認知する相手の特性との主観的な共通点の度合いの 2 つの視点から捉えることができる。類似しているという主観的認知は対人魅力の規定因として重要な意味を持っていることがいくつかの研究から示されている(中里・井上・田中, 1975; 藤森, 1980; 門田・平本, 2004 など)。本研究では類似性を、開示者が被開示者の特性を自身の特性と似ていると主観的に認知する度合いとし、対人魅力の規定因として自己開示に与える影響を検討する。

自己開示と類似性の関係について、田中(2013)は仮想の人物に対して類似の活性化を行ない主観的類似度が増すことで自己開示量が増加することを見出している。田中・梅本(2013)は類似性が信頼感や好意感といった対人魅力を媒介として自己開示に影響を及ぼすこと、さらに生活スタイルや興味関心といった表面的側面の類似は内面的自己開示に直接影響を与えることを見出している。本研究では表面的側面の中でも特に外見の類似性が信頼感・好意感といった対人魅力を媒介として自己開示の深さに影響を与えるか、また外見の類似性そのものが自己開示の深さに影響を与えるかについて検討することを目的とする。

予 備 調 査

第 1 節 目的

刺激写真に対してどのような印象を抱くかに関わらず、似ているという認知の度合いが自己開示の深さに影響していることを検討するため、印象の異なる 2 枚の刺激写真を用いて印象の異なりは自己開示の深さに影響を及ぼさないことを検討する必要がある。そこで予備調査では、服装や化粧の仕方などが異なる、同一人物の 2 枚の写真について印象評定を行い、2 枚の人物写真の印象が異なるものであるかを検討することを目的とする。

第 2 節 方法

関西圏内の女子大学に在籍する学生 18 名(平均年齢 20.61 歳 ($SD = .68$ 歳)、有効回答率 100%)を対象とし、集団で無記名の質問紙を実施した。質問紙は以下の構成であった。

(1) 刺激人物の提示

服装や化粧など、外見が異なる同一人物の 2 種類の写真(写真 A・写真 B とする)のそれぞれについて(2)の印象評定課題を用いて印象評定を行った。

(2) 印象評定課題

川西(1998)の刺激人物に対する印象を測定する尺度のうち、林(1978)で対人認知構造の基本次元であると考えられている「活動性」、「社会的望ましさ」、「個人的親しみやすさ」の 3 因子 11 項目に、「派手な-地味な」という形容詞対を追加した全 12 項目について回答を求めた。

第3節 結果・考察

(1) 印象評定課題の因子分析結果

得られたデータをもとに主因子法、プロマックス回転で因子分析を行った (Table 1)。分析の結果、固有値とスクリープロットを参照し、解釈可能性から2因子解が妥当とした。因子負荷量 .40 を基準とし、「責任感の強い-責任感の弱い」「暖かい-冷たい」「誠実な-不誠実な」の3つの形容詞対を削除対象とした。

因子1の項目は「自信のある-自信のない」など川西 (1998) の「活動性」因子に「派手な-地味な」を加えた5項目であったため、「活動性」とした。「活動性」の内的整合性は $\alpha = .91$ だった。因子2の項目は「まじめな-ふまじめな」や「信頼できる-信頼できない」などの、気高く立派であるかという項目群であると考えられるため「高潔性」と命名した。「高潔性」の内的整合性は $\alpha = .88$ だった。

Table 1 印象評定課題の因子分析結果 (主因子法 プロマックス回転)

項目	因子 1	因子 2
活動性	($\alpha = .91$)	
自信のある-自信のない	.92	-.07
派手な-地味な	.91	-.21
積極的な-消極的な	.79	.25
意欲的な-無気力な	.74	.31
意思の強い-意思の弱い	.72	-.24
責任感の強い-無責任な	.40	.10
暖かい-冷たい	.37	.35
高潔性		($\alpha = .88$)
まじめな-ふまじめな	-.14	.90
信頼できる-信頼できない	-.07	.83
親切的な-いじわるな	.00	.82
心のひろい-心のせまい	.09	.66
誠実な-不誠実な	.09	.29
因子間相関	因子 1	.16

(2) 2枚の刺激写真における尺度得点の差

分析の結果得られた2因子の尺度得点について写真Aと写真Bでt検定を行った (Table 2)。その結果、活動性において有意な差が見られたが ($t = 8.13, p < .01$)、高潔性では差が見られなかった ($t = -0.83, n.s.$)。つまり、写真Aよりも写真Bの方が活動性が高い印象を受けると評定された。

Table 2 2枚の刺激写真における印象評定得点の差 (n = 18)

	写真 A : 地味		写真 B : 派手		t 値
	平均	SD	平均	SD	
活動性	13.22	3.78	24.94	5.05	8.13**
高潔性	17.17	4.43	16.39	4.03	-0.83

** $p < .01$

林 (1978) では、「活動性」「社会的望ましさ」「個人的親しみやすさ」の3因子を対人認知構造の基本次元としており、その中でも「社会的望ましさ」と「個人的親しみやすさ」の2因子は「尊敬」や「好感」といった一般的評価次元に属するものであると考えている。今回得られた「高潔性」因子は、川西 (1998) の「社会的望ましさ」と「個人的親しみやすさ」の項目が入り混じっており、林 (1978) の一般的評価に関する因子と類似した側面を表していると考えられる。つまり、「高潔性」は対人場面における態度に関する印象であると捉えられる。それに対して「活動性」因子は、その人自身の特性的な側面に対する印象であると捉えることができる。これらのことから、「活動性」に対して「高潔性」は、今後のその相手との付き合いに影響する側面の印象であると考えられる。そのため2枚の写真は、その相手は今後付き合いを続けていけそうな相手であるかという点においては差が見られなかったが、相手自身がどのような特性を持っていると感じたかという点においては有意な差

があったといえる。2 枚の写真の差は服装や化粧など外見のみであり、同一人物であったにも関わらずこのような違いが見られたことから、2 枚の写真は印象の異なるものであったことが示された。そのため、本調査においてもこの 2 枚の写真を用いて研究を進めることとした。また、今後研究で写真を使用するにあたり、写真 A を「地味」、写真 B を「派手」と命名した。

本調査・方法

本研究では、自己開示を促進する要因として被開示者に対する外見の類似性を取り上げ、開示者が自身と外見が似ていると主観的に認知する度合いが、自己開示の深さに与える影響について検討することを目的とする。

1. 調査対象者

関西圏内の女子大学に在籍する学生 212 名を対象とした。その内、記入漏れの 18 名を除外した。最終分析対象者は 194 名 (平均年齢 19.47 歳, $SD = .86$, 有効回答率 91.51%) だった。

2. 調査実施時期

2018 年 10 月に集団で無記名の質問紙調査を実施した。

3. 質問紙の構成

(1) 刺激写真の提示

予備調査で使用した 2 枚の写真のうち、半数の調査対象者には写真 A「派手」を提示し、残りの半数の調査対象者には写真 B「地味」を提示した。どちらの写真が提示されるかはランダムだった。

(2) 外見の類似性尺度

刺激人物に対する外見の類似性を測定するため、田中・梅本 (2013) や門田・平本 (2004)、川西 (1993) などを参考とし、新たに考えられた項目「表情」「体型」「髪型」「化粧の仕方 (有無)」「服装」「顔つき」の 6 項目について、提示された人物と自分がどの程度似ていると思うかを、「まったく似ていない」から「非常に似ている」までの 5 件法で尋ねた。

(3) 対人魅力尺度

中村 (1984) は、中里ら (1975)、中里 (1977)、井上 (1978) を参考に対人魅力尺度を作成している。本研究では刺激人物に対してどのように感じるかについて、これらの先行研究に加え、藤原 (1983) などの先行研究を参考に 10 項目を新たに選定し、「非常に当てはまる」から「まったく当てはまらない」までの 5 件法で尋ねた。

(4) 自己開示の深さを測定する尺度

丹羽・丸野 (2010) は自己開示の深さを測定する尺度を作成している。この尺度は自己開示の深さのレベルとしてレベル I から IV までの全 24 項目から成り、「何も話さない」から「十分に詳しく話す」までの 7 件法で尋ねるものである。本研究では、この尺度を用いて刺激人物に対してどのくらい詳しく話すかということを探った。

本調査・結果

第 1 節 各尺度の分析

(1) 外見の類似性尺度

外見の類似性尺度について、得られたデータをもとに項目分析を行なった (Table 3)。各項目について、平均値 +1 SD が回答の最大値を超えていれば天井効果、平均値 -1 SD を下回っていればフロア効果として分析とした。その結果、「髪型」「服装」「顔つき」の 3 項目においてフロア効果が見られたため削除対象とした。

次に、残った 3 項目で主成分分析を行った (Table 3)。因子負荷量 .40 を基準としたところ全ての項目において基準を満たしていた。よって 3 項目全てを今後の分析に用い、尺度得点は単純加算で算出した。外見の類似性尺度の内的整合性は $\alpha = .55$ だった。

Table 3 外見の類似性尺度の主成分分析

項目	負荷量	M	SD
外見の類似性	($\alpha = .55$)		
体型	.77	2.39	1.15
表情	.75	2.13	0.99
化粧	.65	2.18	1.02
※削除した項目			
髪型		1.64	0.95
服装		1.91	1.02
顔つき		1.89	0.91
累積寄与率	52.84		

(2) 対人魅力尺度

対人魅力尺度について、得られたデータをもとに外見の類似性尺度と同様の方法で項目分析を行った (Table 4)。全ての項目において天井効果、フロア効果が見られなかったため、削除項目はなかった。

次に、主因子法、プロマックス回転で因子分析を行った。固有値のスクリープロットを参照し、2因子を抽出した (Table 4)。因子負荷量 .40 を基準とし、削除項目はなかったため、全ての項目を今後の分析対象とし、下位尺度得点は単純加算で算出した。先行研究の田中・梅本 (2013) を基に下位因子「好意感」と「信頼感」を想定していたが、今回得られたデータは先行研究とは異なる結果となったため、新たに因子名をつけた。

因子1は友人関係における親密さの項目群と考えられるため「親密感」とした。「親密感」の内的整合性は $\alpha = .86$ だった。因子2は社会的に信頼できる人物であるかという項目群と考えられるため「社会的信頼感」とした。「社会的信頼感」の内的整合性は $\alpha = .81$ だった。

Table 4 対人魅力尺度の因子分析結果 (主因子法 プロマックス回転)

項目	因子1	因子2	M	SD
親密感	($\alpha = .86$)			
飲み会の席で同席したいと思う	.86	-.07	2.79	0.91
長期の友人として信頼できると思う	.80	-.05	2.91	0.89
交際して楽しいと思う	.78	-.05	2.97	0.91
一緒にいて気が安まると思う	.67	-.03	2.94	0.84
親しみを覚えると思う	.56	.24	3.10	0.94
社会的信頼感		($\alpha = .81$)		
社会的に望ましい人であると思う	-.02	.83	3.31	0.91
安心して頼みごとが出来ると思う	.07	.68	3.12	0.97
知的な人であると思う	-.13	.65	3.09	0.95
リーダーに選びたいと思う	-.04	.64	2.74	1.03
好感を持てると思う	.31	.52	3.26	0.92
因子間相関	因子1	.62		

(3) 自己開示の深さを測定する尺度

自己開示の深さを測定する尺度について、得られたデータをもとに外見の類似性尺度と同様の方法で項目分析を行った (Table 5)。全ての項目において天井効果、フロア効果が見られなかったため、削除項目はなかった。

丹羽・丸野 (2010) は、自己開示の深さとして4つの異なるレベルを想定して尺度を作成しており、これらのレベルは質的には同じで量的に異なる測度であると考えているため、因子分析を行っていない。しかし、本研究では妥当性の検討のため、得られたデータをもとに最尤法、バリマックス回転で因子分析を行った。固有値のスクリープロットを参照し、2因子を抽出した (Table 5)。因子負荷量 .40 を基準とし、削除項目はなかったため、全ての項目を今後の分析対象とし、下位尺度得点は因子分析結果を基にバリマックス回転後の因子得点を推定することにより算出した。得られた因子は先行研究の丹羽・丸野 (2010) と異なるものであったため新たに因子名をつけた。

因子 1 は丹羽・丸野 (2010) の深さのレベル I と同様の項目群であり、表面的な自己に関するものであるため「浅い自己開示」と命名した。「浅い自己開示」の内的整合性は $\alpha = .94$ だった。因子 2 は丹羽・丸野 (2010) の深さのレベル II, III, IV を合わせた項目群であり、深い自己に関するものであるため「深い自己開示」と命名した。「深い自己開示」の内的整合性は $\alpha = .97$ だった。

Table 5 自己開示の深さを測定する尺度の因子分析結果 (主因子法 パリマックス回転)

項目	因子 1	因子 2	M	SD
浅い自己開示	($\alpha = .94$)			
趣味にしていること	.89	.14	4.56	1.47
最近のたのしかったできごと	.86	.15	4.72	1.48
楽しみにしているイベント	.84	.18	4.66	1.51
最近夢中になっていること	.80	.26	4.41	1.39
休日の過ごし方	.77	.16	4.42	1.43
これから趣味としてやってみたいこと	.74	.29	4.31	1.57
好きなもの (音楽・映画・服装など)	.69	.22	4.48	1.41
深い自己開示	($\alpha = .97$)			
能力不足が原因で、目標が達成できなかった経験	.17	.84	2.92	1.39
つらい経験をどのように乗り越えてきたかということ	.18	.83	2.94	1.43
ささいな欠点について日ごろ思い悩んでいること	.21	.81	2.95	1.44
自分の性格のすごく嫌な部分が出てしまったできごと	.14	.80	2.94	1.31
自分の能力についてひどく気に病んでいること	.06	.80	2.88	1.44
過去のつらい経験が現在どのように役立っているかということ	.25	.80	2.95	1.44
能力に限界を感じて失望した経験	.11	.79	2.81	1.41
自分のせいで人をひどく傷つけてしまった経験	.11	.79	2.57	1.42
ある経験を通して「自分は少しダメだな」と思ったこと (遅刻した, など)	.30	.79	3.22	1.51
能力で劣等感を抱いているところ	.13	.78	2.91	1.41
直さなければならないと思っているが、なかなか直らないささいな欠点 (時間にルーズ, など)	.30	.77	3.25	1.47
ささいな欠点かもしれないが (時間にルーズ, など), ときどき落ち込んでしまうこと	.28	.74	3.23	1.46
自分の性格の嫌いなところ (人の成功を喜べない, など)	.25	.73	3.00	1.43
ささいな欠点 (時間にルーズ, など) について他者から心配された経験	.36	.72	3.24	1.46
困難な状況を乗り越えるために頑張ってきたこと	.36	.68	3.27	1.43
「少しダメだな」と前から思っていること (時間にルーズ, など)	.31	.63	3.32	1.46
困難な状況を誰かに助けてもらった経験	.38	.58	3.52	1.41

累積寄与率 65.32 42.20

第 2 節 各尺度得点の相関

得られた下位尺度について、各因子の相関を Table 6 に示した。外見の類似性は、対人魅力尺度の親密感 ($r = .21, p < .01$) と自己開示の深さを測定する尺度の浅い自己開示 ($r = .21, p < .01$) との間に有意な正の相関が見られた。しかし、対人魅力尺度の社会的信頼感 ($r = .08, n.s.$), 自己開示の深さを測定する尺度の深い自己開示 ($r = .02, n.s.$) においては相関が見られなかった。対人魅力尺度の親密感は、対人魅力尺度の社会的信頼感 ($r = .55, p < .01$), 自己開示の深さを測定する尺度の浅い自己開示 ($r = .43, p < .01$), 深い自己開示 ($r = .32, p < .01$) との間に有意な正の相関が見られた。対人魅力尺度の社会的信頼感は、自己開示の深さを測定する尺度の浅い自己開示 ($r = .16, p < .05$), 深い自己開示 ($r = .22, p < .01$) との間に有意な正の相関が見られた。自己開示の深さを測定する尺度の浅い自己開示は深い自己開示との間に有意な正の相関が見られた ($r = .49, p < .01$)。

Table 6 各下位尺度の相関係数

	親密感	社会的信頼感	浅い自己開示	深い自己開示
外見の類似性	.21**	.08	.21**	.02
親密感		.55**	.43**	.32**
社会的信頼感			.16*	.22**
浅い自己開示				.49**

** $p < .01$, * $p < .05$

第3節 2枚の刺激写真における尺度得点の差

異なる写真を提示されたそれぞれの群で各変数の平均値に差があるか検討するため、各尺度得点でt検定を行った (Table 7)。その結果、社会的信頼感においては群の違いによって有意な差が見られたが、外見の類似性、親密感、浅い自己開示、深い自己開示については差が見られなかった。2枚の刺激写真において外見の類似性に有意な差は見られなかったことから、どちらの写真も同程度似ている、もしくは似ていないと認知されたといえ、刺激写真によって類似性に偏りはなかった。

Table 7 写真 A 群と写真 B 群における各尺度得点の差

	写真 A：地味 (n=99)		写真 B：派手 (n=95)		t 値
	平均	SD	平均	SD	
外見の類似性	6.45	2.18	6.95	2.39	-1.49
親密感	14.92	3.27	14.51	3.85	0.80
社会的信頼感	16.47	3.43	14.53	3.48	3.91**
浅い自己開示	32.49	8.63	30.58	8.69	1.53
深い自己開示	53.27	19.92	50.51	18.95	0.99

**p<.01

第4節 構造方程式モデリングによるパス解析

外見の類似性が親密感と社会的信頼感という対人魅力を媒介として自己開示の深さに及ぼす影響を、構造方程式モデリングによるパス解析を用いて検討した。地味に「0」、派手に「1」というダミーコードを与えて制御変数とし、外見の類似性、親密感、社会低信頼感、浅い自己開示、深い自己開示それぞれへのパスを想定した。また外見の類似性を独立変数とし、浅い自己開示と深い自己開示への直接パス、また親密感と社会的信頼感という対人魅力を媒介とした自己開示の深さへの間接のパスを想定した。このモデルに従い計算を行ったが、モデルの適合度に問題があったため、修正指標に従ってモデルの修正を行った。その結果、 $\chi^2=6.98$ (df=6), $p=n.s.$, GFI = .99, AGFI=.96, CFI=.99, RMSEA=.03 となったため、このモデルを採用した (Figure 1)。外見の類似性が親密感を媒介として間接的に浅い自己開示と深い自己開示を促進すること、外見の類似性が直接的に浅い自己開示を促進すること、さらに社会的信頼感が浅い自己開示を抑制する傾向があることが示された。また、派手よりも地味の方が社会的信頼感、浅い自己開示を促進することが示された。

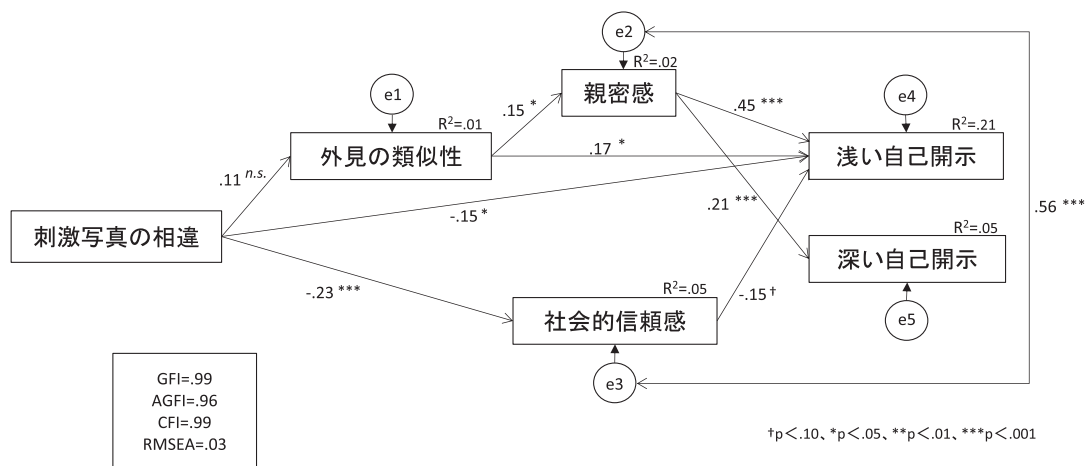


Figure 1 自己開示促進モデル

考 察

本研究は、被開示者の外見の魅力に関わらず、開示者が自分と外見的に似ていると主観的に認知する度合いが、

自己開示の深さに与える影響について検討することが目的であった。印象評定課題で活動性に有意な差があるとされた 2 枚の写真を用いて、外見の類似性が直接自己開示の深さに与える影響、また対人魅力を媒介として間接的に自己開示の深さに与える影響について検討した。その結果、自己開示促進モデルが示された。

第 1 節 パス解析による自己開示促進モデル

(1) 外見の類似性から自己開示への影響

外見の類似性が対人魅力の親密感を媒介として浅い自己開示と深い自己開示を促進することが示された。また、親密感は深い自己開示よりも浅い自己開示をより強く促進していることが示された。つまり、似ていると認知した相手に対して親しみを覚え、その相手には自己開示を、特に浅い自己開示をより多く行っていることが示唆された。

また、外見の類似性が直接的に浅い自己開示を促進していることが示された。服装や化粧の仕方（有無）といった外見にはその人の趣味嗜好がある程度反映されていると考えられる。それに対し、浅い自己開示は趣味や好きなものといった趣味嗜好のような側面を多く含んでいるものである。相手の外見に対して自分と似ていると認知することで、相手は自分と同じものを好むと推測し共通の話題で話すことができると感じられ、自己開示が促進されるのではないかと考えられる。しかし、田中（2013）では表面的側面の類似から表面的自己開示への直接的な影響は見られておらず、本研究の結果とは異なる結果となった。表面的類似性が自己開示へ直接的に影響を与えるのはどういったときなのか、さらなる検討が必要であると考えられる。

次に、外見の類似性から深い自己開示への直接的な影響はみられなかった。これは外見という表面的な部分に対する似ているという認知はあくまでも表面的なことであり、それによって自分自身の深層的な側面を開示するということには繋がらないからではないかと考えられる。しかし、田中（2013）では表面的側面の類似が内面的側面の自己開示を直接的に促進することが示されており、本研究の結果とは異なる結果となっている。田中（2013）は表面的な類似が内面的側面の自己開示を直接的に促進することについて、自己開示の心理的抑制要因として榎本（1997）が見出している「相手の反応に対する不安」のために、開示したことで相手に同調、共感してもらえるかという認識が重要な影響を与えているのではないかと示唆している。田中（2013）で表面的類似として捉えられているのは、外見だけでなく生活スタイルや興味・関心といったその人を取り巻く環境的側面なども含むものである。そのためこの表面的な類似は、その人の性格のような内面にまでは踏み込まずとも、価値観などその人の考えをある程度反映しているだろう側面に対する類似の認知となり、自分と似ているから開示したときに同調、共感してもらえるのではないかという認識が、心理的抑制要因として考えられている「相手の反応に対する不安」を下げるのではないかと考えられている。それに対し、本研究では外見の類似性についてのみ尋ねたことで、類似しているという認知が直接的に深い自己開示を促進するという結果が得られなかったのではないかと考えられる。また、削除対象とならなかった 3 項目についてはフロア効果こそ見られていないものの、全体的に「まったく似ていない」、「あまり似ていない」と回答した人が多く、そもそも刺激写真に対する類似性が低かったことも、深い自己開示への影響がみられなかった理由として考えられる。そのため、刺激写真に対して似ていると感じる人と似ていないと感じる人が同程度になるような刺激を作成する工夫が今後求められる。

(2) 対人魅力から自己開示への影響

対人魅力の親密感が浅い自己開示、深い自己開示を促進すること示された。武田他（2012）では友人関係の親密度の程度が自己開示量に影響することが示されており、本研究においても個人的な関係において親しみを覚える相手に対しては自己開示を行うことが示された。また、榎本（1997）では、大学生において身近な人の中で開示相手として最も選ばれているのは同性の友人であることが示されており、本研究の結果も自己開示を行う相手としての同性の友人という関係の重要性を示唆するものであると考えられる。

また田中・梅本（2013）では、対人魅力の信頼感から表面的自己開示、内面的自己開示への正の影響がみられている。この研究における信頼感の項目群は、全て本研究における親密感の項目群に含まれているものであり、同様の結果が得られたといえる。

次に、対人魅力の社会的信頼感が浅い自己開示を抑制する傾向が示された。つまり、社会的に望ましい、信頼できると感じている相手に対しては表面的な自己開示は抑制されているということである。また、社会的信頼感

から深い自己開示へは影響がみられなかった。山田・粥川（2010）は、一般的な人に対する信頼感と自己開示には正の相関があることを示している。榎本（1997）は自己開示の心理的抑制要因として「現在の関係のバランスを崩すことへの不安」や「相手の反応に対する不安」などを見出している。さらに、「裏切りなど不利益を被る恐怖」等の要因もあげられており（川西，2008），情報漏洩の不安や裏切られるかもしれないという恐怖が，誰にでも話せる内容ではない深い話を開示できるか否かということに影響すると考えられ，開示する相手を信頼していれば，そのような不安や恐怖も生じにくいことが考えられている。このように，先行研究では信頼感が高ければ自己開示を行いやすいことが示唆されているが，本研究はそれらとは異なる結果が得られた。深い自己開示への影響がみられなかった理由の1つとして，信頼できる相手に対して情報漏洩などの不安や恐怖が生じにくいからといって，自己開示を抑制はしなくても促進するまでには至らないからではないかと考えられる。浅い自己開示についてはむしろ抑制する傾向が示されたが，これは社会的に信頼できる相手とは，個人的な関係を築くのではなく，社会的な場面における繋がりのみでプライベートなことは隠しておきたいというような心理が働くのではないかと考えられる。つまり，今後その相手と個人的もしくは社会的繋がりを持つかという相手との関係性が自己開示の促進，抑制に大きな影響を与えているのではないだろうか。

(3) 刺激写真の相違の影響

本研究では刺激写真に対して似ていると認知する度合いが自己開示の深さに与える影響について検討するため，印象の異なる2枚の刺激写真について写真の相違は自己開示の深さに影響を与えないことを想定していた。しかし結果は，派手よりも地味の方が浅い自己開示を促進するなどの影響がみられた。2枚の刺激写真の違いは，その人自身がどのような内面的側面を持つかという印象の側面についてであり，対人場面での態度に対する印象については差がなかった。そのため，このような群による違いは，刺激写真の外見的特性によって今後付き合っていける相手であるか，自己開示できそうな相手であるかというような外見的魅力の違いがあったわけではないと考えられる。ではなぜ，2つの群に間で違いがみられたのだろうか。考えられることは，被開示者である刺激写真の外見的特性の違いではなく，地味に似ていると認知した人と派手に似ていると認知した人自身が持つ特性的な違いである。活動性は「積極的な-消極的な」といった形容詞対を含むものであり，人間関係についても積極的に人と関わろうとする人であると認識されたかもしれない。そのような印象の刺激写真に対して似ていると認知した人は，その人自身も積極的に人と関わろうとする人かもしれないということである。榎本（1997）は，自己開示と関係する性格特性としてさまざまなものをあげている。例えば，親和欲求と自己開示には正の相関が見られていることや，男性において思考的内向性の高い人は自己開示をよく行っているということである。ただ，本研究の目的は性格特性と自己開示の関係を見るものではなく，刺激写真についても性格特性が示されるような指標は何もないため，本研究の結果からどのような性格が自己開示に関係するかというような明言はできない。

第2節 今後の課題

榎本（1997）は，自己開示は明らかに男性よりも女性の方が行なっているとしている。本研究においては，より自己開示を行っている女性のみ焦点を当てて研究を行ったが，女性に比べて開示をしていないとされる男性では深い自己開示はどの程度なされているのか，促進する要因はなんであるか等について検討し，男女による違いを検討していくことが今後の課題としてあげられるだろう。

また，自己開示の深さには発達的な変化が示唆されており（榎本，1997），社会人や高齢者といった方々についても深い自己開示について研究を行い，比較検討することで有用な結果が得られるのではないだろうか。

引用文献

- 安藤清志（1981）. 自己開示と対人認知，東京大学教養学部人文科学紀要，**72**, 97-112.
- 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，**36**(2)，167-199.
- 榎本博明（1997）. 自己開示の心理学的研究 北大路書房
- 林 文俊（1978）. 対人認知構造の基本次元についての一考察，名古屋大学教育学部紀要（教育心理学科），**25**, 233-247.
- Jourard, S. M. (1971). *The transparent self*. Rev. ed. New York: Van Nostrand Reinhold. 岡崎哲雄（訳），透明なる自己，誠信書房，1974.
- 門田幸太郎・平本 毅（2004）. 対人魅力における類似性と非類似性について，立命館産業社会論集，**40**, 21-36.

- 川西千弘（1993）. 対人認知における顔の影響 心理学研究, **64**(4), 263-270.
- 川西千弘（1998）. 正確さへの動機づけが対人認知における顔の機能に及ぼす影響 心理学研究, **68**(6), 465-470.
- 丸山利弥・今川民雄（2001）. 対人関係の悩みについての自己開示がストレス低減に及ぼす影響 対人社会心理学研究, **1**, 107-118.
- 丸山利弥・今川民雄（2001）. 自己開示によるストレス反応低減効果の検討 対人社会心理学研究, **2**, 83-91.
- 中村雅彦（1984）. 性格の類似性が対人魅力に及ぼす効果 実験社会心理学研究, **23**(2), 139-145.
- 中里浩明（1977）. 魅力形成における人格特性の次元, 心理学研究, **47**, 342-347.
- 丹羽 空・丸野俊一（2010）. 自己開示の深さを測定する尺度の開発 パーソナリティ研究, **18**(3), 196-209.
- 武田裕子・前田健一・徳岡 大・石田 弓（2012）. 大学生の親密度の異なる友人への自己開示と親和動機の関係 広島大学代諾イン心理臨床教育研究センター紀要, **11**, 97-108.
- 田中健四朗（2013）. 自己開示を促進する要因の検討－開示者の被開示者に対する類似の認知に着目して－ 心理臨床学研究, **31**(3), 500-504.
- 田中健四朗・梅本貴豊（2013）. 類似性が自己開示へ与える影響, カウンセリング研究, **46**, 9-18.
- 山田 亮・粥川道子（2010）. 大学キャンパス実習における参加者の信頼感および自己開示に及ぼす影響, 北翔大学生涯スポーツ学部研究紀要, 創刊号, 83-91.
- 和田 実（1990）. 青年の対人関係の変容 久世敏雄（編） 変貌する社会と青年の心理 福村出版 pp.83-102.