

CMC が自己開示および印象形成に及ぼす効果¹⁾

筑波大学大学院人間総合科学研究科 佐藤 広英

筑波大学大学院人間総合科学研究科・心理学系 吉田富二雄

The effects of computer-mediated communication on self-disclosure and impression formation

Hirotsune Sato and Fujio Yoshida (*Institute of Psychology, Graduate School of Comprehensive Human Sciences, University of Tsukuba, Tsukuba 305-8572, Japan*)

The effects of computer-mediated communication (CMC) on self-disclosure and impression formation are investigated. It is hypothesized that CMC enhances disclosure and lowers the reluctance to make disclosures compared to face-to-face (FTF) situations. It is also hypothesized that CMC simultaneously inhibits impression formation and reliance on the communication counterpart and, thereby, inhibits disclosures and heightens the reluctance to make disclosures. Female undergraduate students ($n=32$) participated in the experiment. A confederate interviewed the participants about six personal topics in either CMC or FTF conditions. Other ratings and self-reports were used to assess disclosure tendencies. The results indicate that the participants in the CMC condition were more intimate in their disclosures and were less reluctant about making disclosures compared participants in the FTF condition. Moreover, CMC inhibited impression formation and reliance on the communication counterpart, thereby reducing disclosure in terms of self-report levels.

Key words: CMC, FTF, self-disclosure, disclosure reluctance, impression formation

問題と目的

コンピュータを介したコミュニケーション (computer-mediated communication: 以下, CMC と略記) では, 自分の顔や名前などを知られることがない匿名状態であるため, 対面状況 (face to face: 以下, FTF と略記) よりも自己開示が促進されることが報告されている。例えば, Ferriter (1993) や Griest, Klein, & VanCura (1973) による医療場面に関する研究では, 患者は対面式の診察よりもコンピュータを用いた診察において自らの症状を正確

に報告することを示している。また, Kiesler & Sproull (1986) は, コンピュータを用いた電子調査と質問紙による紙筆式調査の間の回答の差異を検討した。その結果, 電子調査では, 紙筆調査に比べて, 自己に関する情報の開示量が多いことが示された。さらに, CMC が自己開示を促進することは, 実験室実験でも示されている (Coleman, Paternite, & Sherman, 1999; 遠藤・吉田・安念, 1999; Joinson, 2001)。例えば, Joinson (2001) は, ジレンマ状況に関する討議課題を用い, CMC 条件と FTF 条件における自己開示量を比較した。会話記録の内容分析により自己開示の数を計数した結果, CMC 条件では FTF 条件よりも有意に多くの自己開示がみられた。また, Coleman et al. (1999) も同様に, ジレンマ状況に関する討議課題を用い, CMC 条件と FTF 条件における自己開示の程度を比

1) 本研究は筑波大学21世紀 COE プログラム拠点 “こころを解明する感性科学の推進” の研究の一部として実施された。また, 本論文の一部は日本心理学会第69回大会において発表された。

較した。会話記録の他者評定の結果、CMC条件ではFTF条件よりも有意に自己開示が多くみられると評定された。

CMCが自己開示に及ぼす効果に関する従来の研究をみると、二つの問題点が指摘できる。第一に、実験課題および自己開示の測定の問題が挙げられる。従来の研究では、実験課題として主にジレンマ状況に関する討議課題を用いている。例えば、Joinson (2001) や Coleman et al. (1999) は、“核攻撃に直面したとき、軍事基地に訪れている14人の中から6人だけが小さい核シェルターに入ることができる。そのとき、どの6人を選ぶべきか。”というテーマに関する討議課題を用い、討議中に現れる自己開示を測定した。しかし、この種の討議課題は自己に関係のないテーマであるため、自己に言及するケースは少なく、自己開示は生起しにくいと考えられる。実際に、Joinson (2001) の実験では、FTF条件において自己開示は一つのみみられていない。したがって、より自己開示が生起しやすい実験課題を設定した上で、CMCが自己開示に及ぼす効果を検討する必要があると考えられる。また、自己開示の測定に関しては、自己開示の質的側面を扱っていない点が問題として挙げられる。自己開示には、“どのくらい多くの自己開示を行っているか”を示す量的側面と、“どのくらい深く内面的な内容の開示をしているか”を示す質的側面が存在するとされる(Altman & Taylor, 1973)。しかし、従来の研究では、会話記録から自己開示を含む発言数を計数するという手法が主であるため、量的側面の検討だけに留まっている(e.g., Kiesler Zubrow, Moses, & Geller, 1985; Joinson, 2001)。そのため、CMCが自己開示の量的側面だけでなく、質的側面をも促進するかどうかについては未だ検討されていない。

第二に、相手との関係性の影響を検討していない点が指摘できる。社会的浸透理論(Altman & Taylor, 1973)によると、相手との関係性は自己開示の量や質と密接に関わる重要な要因であるとされ、相互作用の相手に対するポジティブな印象や親密感が自己開示を促進することが報告されている。例えば、Altman & Taylor (1973) は、関係初期においては相手と親密になるほど深い自己開示が行われるようになると報告している。また、Berg & Archer (1983) は聞き手への好意度と自己開示の程度の間に関連正の相関を見出している。それに対して、従来より自己開示を促進すると報告されるCMCでは、他者が匿名であるため、FTFに比べて印象は形成されにくく、また親密感も感じにくいと

予想される。Short, Williams, & Christie (1976)によると、視覚・聴覚的チャンネルのないメディアは、相互作用における他者の顕現性、すなわち社会的存在感が低いため、相手に親密感を感じにくく、明確な印象を抱きにくいと指摘している。逆に、社会的存在感の高いFTFでは、相手に親密感を感じやすく、ポジティブな印象を持つとされる。以上を踏まえると、CMCは、単純に自己開示を促進する効果だけではなく、印象の不明確さや親密感の低下を媒介として自己開示を抑制する効果も存在すると考えられる。

以上の問題点を基に、本研究ではCMCが自己開示に及ぼす効果について実験的に検討を行う。その際、実験課題として、参加者が自分自身のことを面接者に話す模擬面接場面(e.g., 中村, 1984; 和田, 1986)を設定し、そこでの自己開示がどの程度深く内面的であるかについて、他者評定および自己報告により測定する。また、遠藤(1995)によると、開示内容が内面的だと感じるほど、それを表出する際に強い抵抗感を伴うとされる。したがって、開示抵抗感も自己開示の質的側面の重要な指標であり、自己開示の内面性と同時に測定する必要があると考えられる。そして、相手との関係性の変数として、相手への印象や親密感・信頼感を測定し、それらが自己開示に対して抑制的な効果を持つかを検討する。その際、以下の仮説が予想される。

仮説1 CMCでは、自己が匿名であるため、FTFに比べて、自分のことを話すことへの抵抗感をあまり感じず、より内面的な自己開示が行われるだろう。

仮説2 CMCでは、他者が匿名であるため、FTFに比べて、相手に対する印象は不明確なものであり、親密感・信頼感を感じにくいだろう。そして、それらは自己開示に対して抑制的に作用するだろう。

方法

実験計画 コミュニケーション様式(CMC条件 or FTF条件)を要因とする1要因被験者間計画であった。

実験参加者 女子大学生32名を各条件に16名ずつ無作為に配置した。

コミュニケーション様式 参加者2名(うち1名は実験協力者)は、以下のコミュニケーション様式2条件において模擬面接を行った。

(1) CMC条件: 参加者2名は別々の部屋に入り、互いに名前も顔も全くわからない匿名状態で、

チャットを介して面接を行った。参加者には“Aさん”、“Bさん”という仮名を与え、発言と共に表示された。なお、チャットソフトには“2人のチャット♪”というフリーソフトを用いた。

(2) FTF条件：参加者2名は、大きなテーブルで90度の対面角度で約1.2m離れた位置に座り、互いの顔や様子、名札により名前が分かる状態で面接を行った。また、テーブル中央にICレコーダを置き、会話を録音した。

実験協力者 心理学を専攻する女子大学生2名に面接者の役割を配し、それぞれが同数ずつ実験協力者として実験に参加した。なお、面接態度や話し方については十分なトレーニングを行った。

手続き 参加者が入室後、以下の教示を行った。“本実験はメディアが面接の進み方や内容に及ぼす影響を見るためのものです。実験では、参加者2名で『カウンセリング場面を想定した模擬面接』を行っていただきます。前もって面接者・被面接者の役割をランダムに設定しており、今回あなた(参加者)には被面接者役をやっていただきます。模擬面接は、面接者が質問し、被面接者はその質問に答えるという形式です。被面接者であるあなたは、話してもいいと思う範囲だけで構いませんので、出来る限り正直に話すようにしてください。また、面接のテーマや進め方は全て面接者役に渡した説明用紙に記載してありますので、面接者の指示に従って進めてください。なお、面接中の会話は記録させていただきます。”そしてCMC条件のみチャットの利用方法の簡単な説明と練習を行った後、各条件で面接を開始した。面接の時間はCMC条件で平均48.42分($SD = 4.42$)、FTF条件で平均19.68分($SD = 7.53$)であった。面接が終了後、質問紙への回答を求め、最後にデブリーフィングを行い、実験を終了した。

面接の話題 表面的で話しやすいと思われる話題から徐々に内面的で話しにくいと思われる話題となるよう配置した。具体的には、(a) 好みのテレビ番組・芸能人、(b) 今までうれしい・楽しいと感じたこと、(c) 今まで苦労したことや困ったこと、(d) 自分が歩もうとしている道・将来の夢、(e) 今もっている悩みや問題、(f) 結婚相手に求める条件、の6題を用い、このままの順番で面接を行った。

自己開示の測定 面接中の参加者の自己開示について、第三者による他者評定、質問紙による自己報告、の二側面から測定した。

(1) 他者評定：仮説を知らず、面接の経験のある女子大学院生2名がCMC条件のテキスト記録を読み、FTF条件の音声記録を聞いて評定を行った。その際、より内面的だと思われる話題(“苦労した

ことや困ったこと”、“自分が歩もうとしている道・将来の夢”、“今もっている悩みや問題”の3種類)における発言内容を評定の対象とした。評定に使用した項目は、(a) 開示内容がどの程度内面的であるかについて1項目(1. 表面的～7. 内面的)7件法、(b) 参加者がどの程度自分のことを話すのに抵抗感を感じているかについて1項目(1. 感じていない～7. 感じている)7件法、の計2項目であった。

(2) 自己報告：面接終了後の質問紙において、面接中における開示の内面性5項目(“心を開いて話ができ”、“内面的な部分を出してきた”、“自然と感情的な部分を出してきた”、“正直に話すことができた”、“ありのままの自分で話していた”)、抵抗感5項目(“話すことに抵抗感を感じた”、“自分のことを話しづらかった”、“自分のことを話すのは不安だった”、“気兼ねなく話すことができた(逆転)”、“気持ちよく話すことができた(逆転)”)を“1. 全く当てはまらない～7. 非常に当てはまる”の7件法で回答を求めた。

印象の測定 面接終了後の質問紙において、面接者に対する印象10項目(林(1978)の特性形容詞尺度を参考に作成)について“1. 非常に○○～7. 非常に△△”の7件法で回答を求めた。具体的な項目はFig.5に示した。また、面接者に対する親密感1項目(“親密感を感じた”)、信頼感1項目(“信頼できると感じた”)について、“1. 全く当てはまらない～7. 非常に当てはまる”の7件法でそれぞれ回答を求めた。

結 果

他者評定 開示の内面性および抵抗感について、それぞれ評定者2名の平均値をもって(a) 開示の内面性得点、(b) 抵抗感得点とした(評定者間相関： $r = .54, p < .01, r = .39, p < .05$)。条件ごとの平均値をFig.1に示した。各指標について、コミュニケーション様式を要因とする1要因分散分析を行った。その結果、(a) 開示の内面性得点では、CMC条件において($M = 4.50$)、FTF条件($M = 3.56$)よりも有意に高かった($F(1, 30) = 4.91, p < .05$)。また、(b) 抵抗感得点では、CMC条件において($M = 3.09$)、FTF条件($M = 3.84$)よりも低い傾向にあった($F(1, 30) = 4.16, p < .10$)。次に、FTF条件の評定に“音声情報”の影響が含まれる可能性があるため、仮説を知らない異なる女子大学院生2名がFTF条件の音声記録をテキストに書き起こしたものとCMC条件のテキスト記録を全

て読んで評定を行った。そして、2名の平均値をもって (c) 開示の内面性得点、(d) 抵抗感得点とした (評定者間相関: $r = .52, p < .01, r = .44, p < .05$)。条件ごとの平均値を Fig. 2 に示した。各指標について、同様に 1 要因分散分析を行った結果、どちらも条件間に差はみられなかった。ここで、テキストのみの評定に条件間の会話量の違い²⁾が影響を及ぼした可能性が考えられたため、会話量 (会話記録における各参加者の発言文字数) を共変量とした共分散分析を行った。共変量を基にした条件ごとの平均値を Fig. 3 に示した。その結果、(c) 開示の内面性得点では、会話量の主効果はみられたが ($F(1, 29) = 10.27, p < .01$)、コミュニケーション様式の主効果は有意に至らなかった ($F(1, 29) = 2.15, n.s.$)。しかし、平均値は CMC 条件 ($M = 3.90$) において FTF 条件 ($M = 2.85$) よりも高い値を示した。(d) 抵抗感得点では、コミュニケーション様式の主効果 ($F(1, 29) = 24.70, p < .01$)、会話量の主効果 ($F(1, 29) = 49.00, p < .01$)

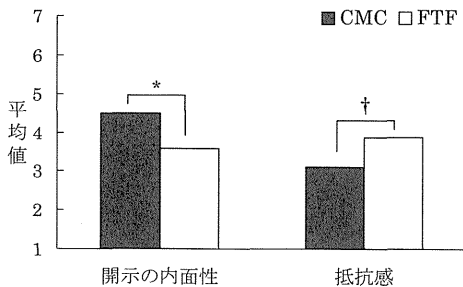


Fig. 1 他者評定 (CMC と音声 FTF) の平均値
* $p < .05$, † $p < .10$

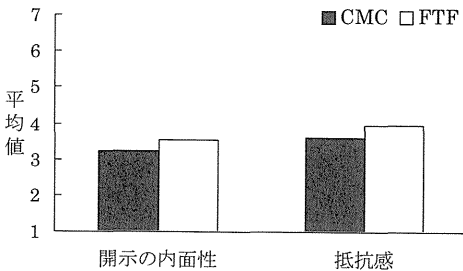


Fig. 2 他者評定 (CMC とテキスト FTF) の平均値

2) Weisband (1992) によると、CMC では FTF と同量のメッセージ交換に約 4 倍の時間がかかるとされる。本研究においても、FTF 条件 ($M = 2190.5$) では CMC 条件 ($M = 707.75$) よりも有意に会話量 (発言文字数) が多かった ($F(1, 30) = 16.39, p < .001$)。

が共に有意であり、CMC 条件 ($M = 2.71$) では FTF 条件 ($M = 4.82$) よりも抵抗感得点が有意に低かった。

自己報告 開示の内面性・抵抗感各 5 項目の平均値をもって (a) 開示の内面性得点 ($\alpha = .92$)、(b) 抵抗感得点 ($\alpha = .82$) とした。条件ごとの平均値を Fig. 4 に示した。各指標について、コミュニケーション様式を要因とする 1 要因分散分析を行った。その結果、(a) 開示の内面性得点、(b) 抵抗感得点、共に条件間に有意差はみられなかった。

自己開示測度間の関係 他者評定³⁾による開示の内面性得点および抵抗感得点と自己報告による開示の内面性得点および抵抗感得点の間の相関係数を算出した (Table 1)。その結果、他者評定による抵抗感得点と自己報告による自己開示得点の間に有意な負の相関 ($r = -.40, p < .05$) がみられたが、その他はすべて有意な相関はみられなかった。

面接者の印象 印象 10 項目について、条件ごとの平均値のプロフィールを Fig. 5 に示した。各項目について、コミュニケーション様式を要因とする 1 要因分散分析を行った結果、CMC 条件よりも FTF 条

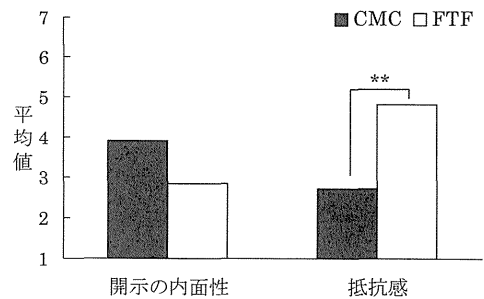


Fig. 3 他者評定 (CMC とテキスト FTF) の共変量を基にした平均値 ** $p < .01$

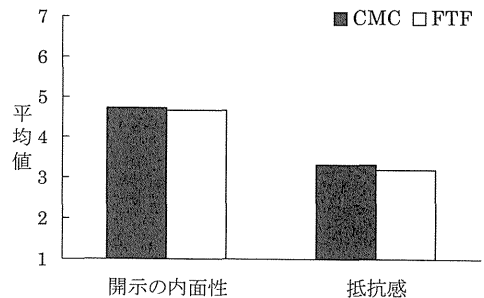
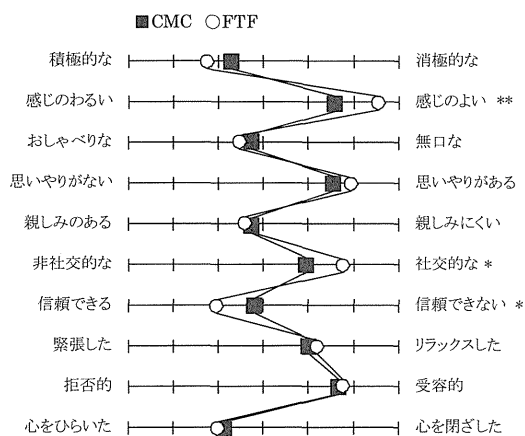


Fig. 4 自己報告の平均値

3) 以後の分析では、他者評定の指標に“CMC と音声 FTF”の評定結果を用いた。

Table 1 自己開示測定間の相関係数 ($N = 32$)

		他者評定		自己報告	
		開示の内面性	抵抗感	開示の内面性	抵抗感
他者 評定	開示の内面性		-.63**	.26	-.13
	抵抗感			-.40*	.20
自己 報告	開示の内面性				-.76**
	抵抗感				

** $p < .01$, * $p < .05$.Fig. 5 印象項目のプロフィール ** $p < .01$, * $p < .05$

件において、面接者に“感じがよく ($F(1, 30) = 11.58$, $p < .01$)”, “社会的で ($F(1, 30) = 7.48$, $p < .05$)”, “信頼できる ($F(1, 30) = 4.40$, $p < .05$)”という印象を抱いていた。また、印象の全体的なポジティブさを検討するため、値が高いほどポジティブな印象を表すよう10項目の方向を揃え、その平均値を算出し、ポジティブ印象得点 ($\alpha = .70$) とした⁴⁾。(a) ポジティブ印象得点、そして (b) 親密感、(c) 信頼感について、コミュニケーション様式を要因とする1要因分散分析を行った。その結果、(a) ポジティブ印象得点は、CMC条件 ($M = 4.89$) よりもFTF条件 ($M = 5.34$) において高い傾向がみられた ($F(1, 30) = 3.71$, $p < .10$)。 (b) 親密感では条件間に有意差はみられなかったものの ($F(1, 30) = 1.30$, $n.s.$)、平均値はCMC条件 ($M = 5.25$) よりもFTF条件 ($M = 5.75$) において高かった。(c) 信頼感、CMC条件 ($M = 3.88$) よりもFTF条件

4) 印象10項目の構造を確認するため、因子分析(主因子法・プロマックス回転)を行った。その結果、1因子解が妥当だと解釈されたため、10項目をもって“ポジティブ印象尺度”として用いた。

($M = 5.19$) において有意に高かった ($F(1, 30) = 6.87$, $p < .05$)。

印象と自己開示の関連⁵⁾ CMCにおける相手への印象の不明確さや親密感・信頼感の低下が自己開示を抑制するという予測を検討するために、第1水準を実験条件、第2水準をポジティブ印象・親密感・信頼感、第3水準を他者評定・自己報告による開示の内面性・抵抗感、とする因果モデルを想定し、パス解析を行った。なお、第1水準である実験条件は、FTF条件を0、CMC条件を1と設定し、分析に用いた。パス解析は、第1段階として、第1水準の変数から第2水準の変数への重回帰分析(ステップワイズ法)、第2段階として、第1・第2水準の変数から第3水準への重回帰分析(ステップワイズ法)を繰り返し行った。分析結果をFig. 6に示した。その結果、自己報告レベルでは、CMCにおける信頼感の低下が開示の内面性を抑制しており、同時に、CMCは直接開示の内面性を促進していた。一方、他者評定レベルでは、CMCは直接開示の内面性を促進し、抵抗感を抑制していたが、印象や親密感・信頼感から自己開示への効果はみられなかった。

考 察

本研究の結果、当初設定した仮説は概ね支持された。すなわち、他者評定の結果、CMC条件ではFTF条件よりも開示の内面性が高く、抵抗感を感じていなかった(仮説1)。また、CMC条件では、FTF条件よりもポジティブ印象得点が低く、信頼感も低かった。さらに、パス解析の結果、自己報告レベルでは、CMCが直接開示の内面性を促進すると同時に、CMCにおける信頼感の低下が開示の内面性を抑制していた(仮説2)。一方、自己報告に

5) 本研究では、実験参加者の数が少ないことを考慮し、条件ごとの分析ではなく、条件を込みにした分析を行った。

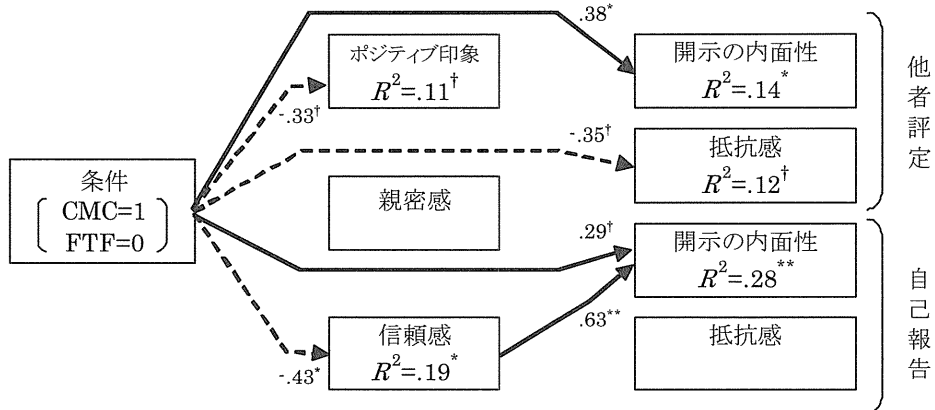


Fig. 6 パス解析の結果。矢印付近の数値は標準偏回帰係数。

実線は正のパスを、点線は負のパスを示す。** $p < .01$, * $p < .05$, † $p < .10$

よる自己開示尺度では条件間に差はみられず、また、他者評定では印象や親密感・信頼感から自己開示への効果はみられなかった。仮説が支持されなかった点を含め、以下の考察では、まず自己開示の測定について、続いて自己開示と印象の関連について論議する。

自己開示の測定 本研究では、自己開示を“どの程度深く内面的か”といった質的な側面から捉え、他者評定・自己報告の二側面から測定した。他者評定の結果、CMC条件ではFTF条件よりも開示の内面性が高く、抵抗感が低かった。また、それはFTF条件の音声を除いた場合でもほぼ同様の結果であった。すなわち、CMCでは、自己が匿名であるため、抵抗なく内面的な自己開示が可能であったと考えられる。一方、自己報告では条件間に有意差はみられず、他者評定との間にも概ね相関がみられなかった。この原因として、自己報告では個人によって自己開示の評価基準が異なり、一貫していないことが考えられる。それに対して他者評定では、面接（相談員）の経験がある評定者が全ての条件の会話記録を評定するため、自己開示の基準は一貫しており、全参加者の自己開示の程度を相対的に評価することが可能であった。そのため、本研究における他者評定は、自己報告よりも鋭敏な自己開示の尺度であったと推察される。

しかし、FTFだけではなく匿名なCMCにおいても、開示の内面性の平均値は中間値付近であり、内面性の高い自己開示はあまりみられなかった。この理由として、本研究では大学生を実験対象とした点が挙げられるだろう。Weisband & Kiesler (1996)はCMC上の自己開示に関するメタ分析を行った結果、CMC（あるいはコンピュータ利用）が自己開

示に及ぼす効果は、精神科の病院患者を対象としたときなど、よりデリケートな内容を扱うときほど大きいことを示した。すなわち、より悩みや問題を抱えた者を実験対象者とした場合、CMCの効果はより大きなものになると考えられる。また、別の理由として、面接時間の問題も考えられる。本研究では面接の話題を六つ設定したため、一つの話題あたりの時間が短く、内面的な自己開示を引き出すに至らなかった可能性が考えられる。話題の数を減らし、一つの話題に費やす時間を増やし、より詳細に尋ねることで、内面的な自己開示が引き出されると考えられる。

印象と自己開示の関連 CMC条件では、FTF条件に比べて、ポジティブ印象得点は低く、相手に対する信頼感も低かった。この結果は仮説と一致しており、CMCでは他者が匿名であり、外見情報などの印象の手がかりが欠如するため、印象を形成しにくく、信頼感も抱きにくかったものと考えられる。また、パス解析の結果、自己報告レベルにおいては、CMCが自己開示を直接促進する過程 ($\beta = .29$) と、CMCにおける相手への信頼感の低下が自己開示を抑制する過程 ($\beta = -.43 \times .63 = -.27$) の二側面がみられた。すなわち、CMCは自己が匿名であるために自己開示を促進するだけでなく、相手が匿名であるために信頼感を抱きにくく、自己開示を抑制してしまうと考えられる。そのため、自己報告レベルでは、この促進効果と抑制効果が打ち消しあい、CMCが自己開示に及ぼす効果がみられなかったものと考えられる。しかし、信頼感の欠如による抑制効果は自己報告レベルのみのものであり、他者評定レベルではその効果はみられなかった。すなわち、信頼感の欠如による抑制効果は主観

レベルのものであり、それが発言内容の違いとして明確に現れることはなく、それ故、発言内容を基に評定を行う他者評定レベルでは影響を及ぼさなかったと考えられる。

本研究の結果、CMCには自己開示を促進する効果と抑制する効果の二側面がみられたが、それらは、それぞれ“自己の匿名性”と“他者の匿名性”の効果であると推察される。また、他者の匿名性については、本研究の仮説とは逆に、相手に対する注意や意識を低下させることで抵抗感が減少するという可能性も考えられるだろう。したがって、今後はCMCにおける二つの匿名性の効果をより詳細に検討するために、実験状況をCMCに絞った上で、“自己の匿名性”と“他者の匿名性”を独立に操作した研究を行う必要があるだろう。

引用文献

- Altman, I. & Taylor, D. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Berg, J.H. & Archer, R.L. (1983). The disclosure-liking relationship: Effects of self-perception, order of disclosure, and topical similarity. *Human Communication Research*, 10, 269-281.
- Coleman, L.H., Paternite, C.E. & Sherman, R.C. (1999). A reexamination of deindividuation in synchronous computer-mediated communication. *Computers in Human Behavior*, 15, 51-65.
- 遠藤公久 (1995). 自己開示における抵抗感の構造. *カウンセリング研究*, 28, 47-57.
- 遠藤公久・吉田富二雄・安念保昌 (1998). コンピューターコミュニケーションにおける親密化過程. *日本心理学会第62会大会発表論文集*, 133.
- Ferriter, M. (1993). Computer aided interviewing and the psychiatric social history. *Social Work and Social Sciences Review*, 4, 255-263.
- Griest, J.H., Klein, M.H. & Van Cura, L.J. (1973). A computer interview by psychiatric patient target symptoms. *Archives of General Psychiatry*, 29, 247-253.
- 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.
- Joinson, A.N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, 177-192.
- Kiesler, S. & Sproull, L. (1986). Response effects in the electronic survey. *Public Opinion Quarterly*, 50, 402-413.
- Kiesler, S., Zubrow, D., Moses, A. & Geller, V. (1985). Affect in computer-mediated communication: An experiment in synchronous terminal-to-terminal discussion. *Human-Computer Interaction*, 1, 77-104.
- 中川 薫 (1991). 自己開示およびそれに伴う現実自己と理想自己のズレの変動に影響を与える要因に関する研究. *実験社会心理学研究*, 31, 13-22.
- 中村雅彦 (1984). 自己開示の対人魅力に及ぼす効果. *心理学研究*, 55, 131-137.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The Social Psychology of Telecommunication*. London: Wiley.
- Weisband, S.P. (1992). Group discussion and first advocacy effects in computer-mediated and face-to-face decision making groups. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 53, 352-380.
- Weisband, S.P. & Kiesler, S. (1996). Self-disclosure on computer forms: Meta-analysis and implications. *Proceedings of CHI96*. http://www.sigchi.org/chi96/proceedings/papers/Weisband/sw_txt.htm

(受稿 3月23日 : 受理 4月27日)