

双方向自殺サイトの相反する心理的効果に対するCMC諸理論による意味付けと今後の展望

—インターネットを利用した自殺対策にむけて—

臨床心理学コース 末 木 新

Review of the CMC Theories to Explain Contradictory Effect on Users of Suicide Message Board

—Suicide Prevention through Effective Use of the Internet—

Hajime SUEKI

The purpose of this study was to review CMC (Computer-Mediated Communication) theories in order to unify the ambivalent functions of suicide message boards, namely the suicide-preventive function (e.g., self-help group) and suicide-inducing function (e.g., Internet suicide pact). The study also aimed to clarify the research task that was not treated in the existing theories. In this study, as a major CMC theory, Cues Filtered Out, Hyper Personal Communication, and the Social Identity model of De-individuation Effect were introduced and considered in terms of their relation to suicidal communication via the Internet. In addition, ease of reusing postings and emoticons were considered as a feature of CMC that cannot be treated by the above theories. By using the above process to construct a web-based communication system with suicide-preventive functions, it was shown that future research is necessary to study the interaction between the user's personality and the technical features of CMC.

目 次

1. はじめに
2. CMC諸理論と自殺サイト現象
 - A. 手がかり濾過アプローチ
 - B. 超個人的コミュニケーション
 - C. 脱個人化作用の社会的アイデンティティモデル
3. その他のCMCの特徴
 - A. メッセージの再利用可能性
 - B. エモティコン
4. まとめと今後の展望

1. はじめに

平成10年には10%程度だったインターネット利用率も、平成20年には75%に達しており（総務省, 2009）、インターネットは我々の生活におけるコミュニケーションインフラとなっている。しかし、この新しいメディアの利用が我々の生活に与える心理・社会的影響には明らかにされていない面も多く、インターネット利用に対する不安を持つ者も多い。特に、子供のインターネット利用に関する懸念を表明する親や教師は多く（高比良・安藤・坂元, 2008）、こうした不安を背景に2009年4月からは青少年ネット規制法（正

式名称：青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律）が施行された。

こうした「問題のある」コンテンツやコミュニケーションを含むサイトの一つとしては、「自殺サイト」を挙げることができる。我が国では、2000年頃からWebサイト上で希死念慮を持つ者同士が共鳴し合い集団自殺を行うという事件（以下、ネット心中）が起こるようになった。また、2008年には硫化水素の発生方法を掲載したサイトの閲覧者が、その方法を利用し相次いで自殺をするといった群発自殺も起こり、この年の硫化水素による自殺者数は1000人を超える事態となった。

自殺サイトに関する先行研究においても、上述のような現象を裏付けるように、効果的な自殺方法が広まり自殺の既遂率が高まる（Prior, 2004）、自殺の伝播・模倣が起こる（Schmidtke, Schaller, & Kruse, 2003）といった負の側面に対する指摘が存在する。その一方で、自殺方法について話すことで自殺衝動の高まりから開放される（Fiedler, 2003）、希死念慮を持つ匿名の仲間とのやり取りがサポートとなる（Mehlum, 2000）といった正の側面に関する報告も存在する。自殺サイトに関する研究のレビューを行った末木（印刷中）は、自殺サイトの正の効果については「専門的援助への接

近」と「自助グループ機能」の二点を、負の効果としては「自殺関連情報への接近」と「ネット心中の危険性」の二点を挙げている。さらに、管理人から利用者への情報伝達が中心となる一方向利用において「専門的援助への接近」と「自殺関連情報への接近」が生じ、利用者間のやり取りが中心となる双方向利用において「自助グループ機能」と「ネット心中の危険性」が生じると考察している。

このことから、一方向利用においては、悪意をもった管理人の作成した情報へのアクセス頻度をいかに下げるといふ点が自殺対策上の課題になると考えられる。Mann et al. (2005) は、銃・ガス・毒性の強い殺虫剤への利用規制が自殺率を減少させることから、自殺予防の鍵として自殺の手段を減らすことを挙げている。このことから、インターネット上に記載された自殺方法に関する情報などは規制されることが望ましく、また、こうした方法を実現する道具へのアクセスを容易にするシステムには注意を払う必要があると考えられる。

そして、こうした点を考慮すれば一方向利用に対する自殺予防の方法は明確になる。松枝 (2009) は、現在ネット上で行われている自殺対策として、情報そのものをコントロールするタイプと情報システムを用いた技術的なタイプの二つの対策を挙げている。前者は、プロバイダの責任の元に情報そのものをネット上から排除するものや、フィルタリングによって自殺に関する情報を不可視化するものを指す。そして後者は、自殺関連用語が検索された場合に、自殺予防に有効だと考えられるサイトが検索の目立つ位置に表示される仕組みなどを指し、具体的には、Yahoo!Japan と自殺予防総合対策センターが共同で行っている「社会的な取り組み」が挙げられる。ネット心中が流行した頃より、インターネット上で自殺予防を進めるためには、自殺助動的なページの削除を推進するよりは、予防的なサイトを増やすことが現実的であるとされてきたが (高橋, 2006)、これらの対策は一方向利用における自殺予防を推進する時には重要な視点であると考えられる。

しかし、双方向利用においては、こうした対策が立て辛い。それは、利用者間の自助グループ機能によって希死念慮が減少するといった自殺予防的側面と (Eichenberg, 2008; 末木, 2009a)、希死念慮を増幅させネット心中の危険を高めるといった自殺誘発的側面 (Schmidtke, et al., 2003; Lee, Chan, & Yip, 2005; Rajagopal, 2004) という矛盾した指摘が存在している

からである。これらの効果は管理人の意図のみによって分化するわけではなく、様々な要因が影響を与えていると考えられる。そのため、希死念慮を抱いた者の間でインターネットを通じたコミュニケーションが生じた際に、どのような条件を整えることによって希死念慮の減少という予防的効果を生じさせることができるのかという点を明らかにすることは、現在国を挙げて行われている自殺対策を進める上でも重要であると考えられる。

そこで、本研究では上述の点を明らかにするため、既存の Computer-Mediated Communication (以下、CMC) に関する諸理論を用いて、死に傾いた者同士のやり取りが行われる双方向自殺サイトの心理的効果に対する説明を試みる。その上で、既存の理論では扱われていない研究課題を明らかとし、自殺予防にむけた CMC 研究の方向性を示すことを目的とする。なお、本研究では自殺サイトを「自殺願望を抱いた人を対象として作られている個人運営のサイト」と定義する。また、現在では技術的発展により様々な形での CMC が存在するが、自殺サイトにおけるコミュニケーションは電子掲示板が中心であるため、以下では CMC をテキストベースの非同期的コミュニケーションと同様の意味で用いることとする。

2. CMC諸理論と自殺サイト現象

認知心理学者のギブソン (Gibson, J.J.) によれば、物や環境は固有の属性を持ち、異なる種類の行動を導く。これは一般的にアフォーダンスという概念として紹介されており、メディアコミュニケーションの文脈でも受け入れられる考え方である。例えば、通信においては様々な略号が存在するが、これは通信の課金システムがコミュニケーションの形態をアフォードした結果だと考えられる。インターネットによるコミュニケーションも他のメディアと同様に、コミュニケーションの機会・形態をアフォードし、人々に社会的・心理的影響を与える。そこで、以下では既存の CMC 理論を概観しながら、自殺サイト上でのコミュニケーションについて考察を行う。

A. 手がかり濾過アプローチ

手がかり濾過アプローチ (Cues filtered out: 以下、CFO) とは、メディアコミュニケーションにおける社会的手がかりの欠如が社会的な統制感を弱めることで没個性化されたコミュニケーションをもたらすとす

理論の総称である (Joinson, 2003)。これらの理論においては、コミュニケーションがメディアによって媒介されることにより、何かが失われるということが前提となっている。以下では、三つの理論を紹介するが、これらは全て視覚的情報を中心とした非言語情報の欠如に注目していることも共通している。

一つ目は、社会的存在感理論である。この理論は、電話によるコミュニケーションの影響を検討するために提唱されたものであるが、その内容はインターネットを用いたコミュニケーションにも拡大して当てはめることが可能である。Short, Williams, and Christie (1976) によると、対人態度は主に視覚的な手がかりによって伝達され、聴覚的なチャネルは集団間での課題関連の認知的な情報を伝達するにすぎない。そのため、視覚的な情報の剥奪されたメディアの社会的存在感は低下する。メディアの社会的存在感はコミュニケーションの親密性を決定するため、社会的存在感の低いメディアである掲示板などを通じたCMCにおいては、対面状況 (Face to Face: 以下, FtF) よりもコミュニケーションの親密性が低くなる。これらの結果として、CMCには情報交換や単純な問題解決課題が向いており、社会的・情緒的内容を伝達するのには不向きであると考えられる。

ただし、この理論には批判も存在する。それは、親密性均衡理論 (Intimacy Equilibrium Theory) の立場からのものである。Argyle and Dean (1965) によると、人は他者との対人的な親密性を一定の状態に維持しようとする欲求を持っている。親密性はアイコンタクトや対人距離などの非言語的コミュニケーションの量と質によって決定されるが、個人が維持しようとする親密性のバランスが崩れると親密性の均衡を回復するために、こうした行動に変化が生じる。例えば、個人間の会話の内容が親密性を増すほどアイコンタクトの量が減少するといった現象が生じる (Exline, Gray, & Winter, 1965)。こうした理論に基づけば、非言語的な情報による親密性の伝達が不可能なCMCにおいては、親密性均衡を維持するため言語的なレベルでの親密なやり取りが増加するとも考えられる。

二つ目は、社会的手がかり減少モデルである。Kiesler, Siegel, and McGuire (1984) は社会的な手がかりが人々の相互作用や行動を規定するという前提の元で、一連のCMC理論を展開している。この理論によると、非言語的情報の伝達量が下がり社会的手がかりを欠くCMCにおいては、自己知覚が低下し、自らの社会的な役割意識が薄れることで社会的抑制が

きかなくなる。そのため、フレーミング等の逸脱したコミュニケーションが生じることとなる。Kiesler et al. (1984) は、匿名CMCがフレーミングや自己開示などの脱抑制的コミュニケーションを促進すること、FtFに比べCMCにおいて議論をした時の方が、集団成極化現象が生じやすいことを見出している。

三つ目は、没個性化である。没個性化とは、ある先行条件が整った状態において、人はより課題に集中し自己知覚能力が減少するため、自己規制能力が損なわれるという状態を指す (Prentice-Dunn & Rogers, 1982)。Zimbardo (1969) は没個性化の先行条件として、匿名性、責任性の欠如、集団の大きさ、時間的展望の変化、感覚入力過多、行為への物理的没入、新規で非構造的な環境などを挙げているが、Joinson (2003) はこれらの条件がインターネット上の行動に多く含まれていると指摘している。例えば、インターネット行動の多くには視覚的匿名性が付随する。また、チャットを行う際のタイピングは行為への物理的没入感をもたらすと考えられる。

CFOによれば、CMCにおいては視覚的情報を中心とした非言語的手がかりの減少によって、社会情緒的なやり取りが難しくなり、また、人々は脱抑制的になり集団成極化やフレーミングが生じると考えられる。こうした特徴は、脱抑制的なコミュニケーションが自己開示を促進し、相談活動を通して自助グループが形成されることで自殺サイトの正の側面が達成されるという点を除けば、主に自殺サイトの負の側面を説明することに適していると言うことができる。まず、脱抑制的なコミュニケーションは過度に敵対的で攻撃的な書き込みを行うといった問題行動を生じさせる可能性を高めるが、こうしたやり取りによりコミュニティに参加する者の傷つきが増す可能性が存在する。また、Kiesler et al. (1984) は、対面状況に比べCMCにおいて議論をした時の方が、集団成極化現象が生じやすいことを見出している。これは社会的手がかりの減少によりコミュニケーションの参加者が平等化することが、より極端な意見を創出するとともに、そのような意見を表明する者の数を増やすからだと考えられる。希死念慮が高まった者の間で交わされるコミュニケーションの集団成極化がネット中心につながる可能性は以前から指摘されているが (例えば、竹島, 2005)、こうした点はCFOによって説明することが可能である。

B. 超個人的コミュニケーション

CFOにおいては、主に自殺サイト現象の負の側面を引き起こす要因が説明可能であった。しかし、自助グループ機能などの正の側面に対する説明は不十分であるように思われる。そこで、二つ目に、CMCがFtFから何かが失われた劣ったコミュニケーションであるという前提に立つCFOを批判したWalther (1995)の理論を取り上げる。Walther (1995)は、FtFとCMCの二条件で三つの異なる話題について議論を行い、議論の社会性と参加者の様子を評定する実験を行った。その結果、CMC集団は全ての話題においてFtF集団よりも高い情動性を示しており、参加者は落ち着いてリラックスしているという評定を得た。この結果は、CMCが課題志向的ではなく社会志向的であるということの意味しており、Walther (1995)はCMCが抱える(主に)視覚的な手がかりの欠如はテキスト情報の量によって補うことが可能であると結論付けた。

その後、Walther (1996)は、CMC集団が高水準の社会性・親和性を示す現象を「超個人的コミュニケーション (Hyper personal communication)」と名づけ、その要因を4つに整理した。一つ目は、オンライン・コミュニケーションを行う人の高い類似性である。CMCにおける集団は同一の興味・関心をもとに形成される場合が多く、またこうした点を共有しないときにも、少なくともCMC好きであるという点で類似点を見つけることができる。Byrne (1971)の類似性魅力仮説によれば、二者間の態度が類似しているほど対人魅力は増大するため、オンラインでコミュニケーションを行う人々はその相手を好きになりやすいと考えられる。また、類似性の存在は相手に対する共感可能性を高めることにもつながる。二つ目は、メッセージ送信者が効果的な自己呈示ができるということである。非言語的チャンネルを操作するための認知的資源が必要ないため、送信者はよりメッセージの作成に資源を割くことが可能になり、受信者にとって魅力的なメッセージを作成することができる。三つ目はCMCの一形式である非同期性である。こうしたコミュニケーションスタイルは、同期的コミュニケーションに比べ必要な認知的資源の量が少ないため、メッセージの魅力を高めることに余った資源を費やすことが可能になる。最後は、上述の要因によって増大した肯定的印象が社会的相互作用を通じて増幅するフィードバック・ループの存在である。つまり、自己成就の予言と行動確証が三つの要因によって増幅した肯定的印象をコミュニケーションの進行にともなって増大させて

いくことにより、CMCはFtFよりも高い社会情緒的コミュニケーションを行うことが可能になると考えられる。

Walther (1996)の超個人的コミュニケーション理論では、インターネットの視覚匿名性や非言語情報の減少に加え、集団形成機能や非同期性に着目した理論構築が行われている。こうした背景によって達成される社会的・親和的コミュニケーションは自殺サイト現象の正の側面をよく説明すると考えられる。自殺系掲示板を対象とした実証的な研究においても、この理論を裏付ける知見は得られている。自殺系掲示板の280のスレッド内容の分析を行った末木 (2009b)は、掲示板の中心は自殺志願者の「死にたい」という自己開示に対し、自殺予防的書き込みが行われるというやり取りであったことを示している。また、自殺系掲示板に投稿された書き込みの内容を11ヶ月にわたり分析をしたMiller and Gergen (1998)は、多くの書き込みがポジティブで共感的・支持的なものであることを見出している。

その一方で、非言語情報を補うために必要なやり取りの量(時間)は、こうしたメディアを使った危機介入の難しさを意味する。見知らぬ他者が初対面の状態で出会う可能性を含む自殺サイトにおいては、親和的コミュニケーションを育むための時間が十分に持たない可能性も存在する。この場合、コミュニケーションは課題志向的なものとなり、希死念慮を和らげるために有効な働きかけである共感的やり取り(下園, 2002; 末木, 2009c)は得られず、自殺の危険性は高まると考えられる。また、非同期性に関しても同期的な話言葉のやり取りに比べればコミュニケーション速度が低下するために、まさに自殺の危機が迫っている者に対する危機介入に用いることは難しいと考えられる。

C. 脱個人化作用の社会的アイデンティティモデル

CFOに対する批判から生まれたCMC理論はもう一つ存在する。それは、脱個人化作用の社会的アイデンティティモデル (Social Identity model of Deindividuation Effect: 以下, SIDE) (Reicher, 1984)である。この理論は社会的アイデンティティ理論 (Tajfel & Turner, 1979)をベースにしているが、社会的アイデンティティ理論によると、人間は、他者をグループ化(カテゴリー化)し、特定のグループに所属することによって自尊心を高めることができる。グループへの所属意識は、内集団びいきや外集団差別といった諸

現象とともに、内集団の規範へ自己を合わせるといった行動を引き起こす。これは、内集団と一致した態度を示すことにより得られる集団からのサポートがこうした態度を強化するためだと考えられる。

そしてSIDEによると、CMCの視覚的匿名性は私的自己意識を高めるが、この私的自己意識の高まりによって所属する集団のアイデンティティが顕現化した場合には集団の規範に従った行動が生じ、個人のアイデンティティが顕現化した場合には個人の規範に従った行動が生じる。つまり、CFOにおける脱個人化は、視覚的匿名性によって人々のアイデンティティが消失したために生じると考えられていたのに対し、SIDEにおいては、アイデンティティの所在が個人から集団へ移行したために生じると考えられる。SIDEにおいては、フレーミングなどの一見反社会的に見える行動も、その集団内の規範が活性化したことによる結果であると解釈される。つまり、フレーミングもその集団内においては十分に規範的な行動だったということになる。

このようなSIDEの説明を自殺サイト現象に当てはめると、集団の持つアイデンティティがどこにあるのかという点が重要であると言うことができる。自殺を試みる者の心理的な特徴が生と死の間を激しく揺れ動く気持ちであることを考慮すれば(Shneidman, 1993)、死に傾いたアイデンティティを持つ集団におけるコミュニケーションは希死念慮を増大させネット心中を引き起こし、生に傾いたアイデンティティを持つ集団においては自助グループ機能が生じると考えられる。ただし、インターネット先進国である韓国においては、心中仲間を募るために運営されている自殺サイトのみならず、自殺予防を目的としたサイトにおいてもネット心中が起こっている(渋谷, 2004)。こうした点を考慮すれば、利用者がどのような過程を経て予防を目的とした集団としてのアイデンティティを獲得していくのかという点に関するより詳細な検討が必要であると考えられる。

3. その他のCMCの特徴

これまで、インターネットの持つ視覚匿名性、非言語情報の減少、集団形成機能、非同期性などの特徴を元に構築された様々なCMC理論を紹介した。しかし、CMCの持つ特徴には、その他にも多様なものが存在する。そこで、ここでは上述の理論では扱われなかったいくつかの特徴について考察をする。

A. メッセージの再利用可能性

一つ目の特徴は、メッセージの再利用可能性の増大である。これは、コピー&ペーストなどによって、他者からのメッセージを引用することのコストが大幅に下がった環境がCMCにおいて実現されていることを意味している。相手が一度言ったことを再現する行為は「再話 (recounting)」と呼ばれるが、これはFiFにおいては認知的な負荷のかかる行動である。それに比べ、掲示板やメールにおいてサポートされている機能やコピー&ペーストの容易さから、CMCにおいては再話を行うことに関するコストが減少するため、こうした行動は増えると考えられる。そして、以下の調査に見られるように、こうした機能はコミュニケーションの進展過程に一定程度の影響を与える可能性がある。

フレーミングと引用の関係を明らかにするため3000件のメッセージを調査したMabry (1997)は、過去のメッセージの引用とメッセージの情緒的なトーンとの間に曲線的な関係を見出している。つまり、友好的なメッセージは敵対的なメッセージに比べて引用の件数が少なく、メッセージの敵対性が上昇するにともなって引用件数も上昇するが、敵対的な度合いが一定以上になると引用の数は減少するということである。これは、フレーミングが起ころうな微妙な状態においては相手の発言の重箱の隅をつつくような発言が増えるものの、フレーミング状態が激しくなり発言者が感情的になると、相手の発言がどのようなものであるかということは大きな問題にはならなくなってしまうためだと考えられている。

再話という行動は、上述の調査のように相手を論破・反駁する目的において用いられるが、そのみならず、賛意を示す目的でも行われることがある(Joinson, 2003)。前者の目的で行われる場合にはフレーミングの可能性を増大させるが、後者の目的で行われる場合には共感的な発言を増加させると考えられる。臨床心理学における共感的な面接の技法には相手の発言をそのままの形で言い直す「反射」や相手の言ったことをまとめなおして聞き手の理解を伝達する「明確化」といった技法が存在するが、再話可能性の増大は共感的メッセージの作成を容易にし、情緒的なコミュニケーションを可能にする。また、相談活動に利用する際には、再話をする事そのものに必要な認知的資源を抑え、相談内容に集中することができるという利点もある。

B. エモティコン

二つ目の特徴は、顔文字や絵文字 (emoticon: エモティコン) の存在である。アスキー文字の組み合わせ (例: (^_^)) や様々な表情の顔のアイコンを用いることで、我々はテキストベースのコミュニケーションにおいても感情を表現している。また、顔以外のアイコンを利用してその時の気分を伝達するといったことも日常的に行われている (例: ハートマーク, 下向きの矢印)。こうした機能は、E-mail はもちろん、ブログや掲示板においてもサポートされていることが多く、CMC における非言語的情報として利用されており、感情を強調・明確化する一方でネガティブな表出を和らげる効果を果たしている。

顔文字に関する研究は多くはないものの、いくつかの研究においてはコミュニケーションの文脈と利用方法とが関連することが明らかにされており (例えば, Derks, Bos, & von Grumbkow, 2007), これらの結果から顔文字は FtF における感情表出と同様の方法で用いられていると考えられる。しかし、用いられたエモティコンがどのように解釈されているのかという点については明らかにされていない。Derks, Fischer, & Bos (2008) は、こうした記号が FtF における感情表出よりも意図的なものと解釈される可能性について言及しているが、こうした点を踏まえれば、エモティコンを用いることが必ずしも CMC を FtF に近づけるとは限らないと考えられる。

このような特性を持つエモティコンは、自殺志願者のコミュニケーションに正の影響を与える可能性があると考えられる。Derks et al. (2007) は、158 名の中高生を対象に (課題志向—社会・情緒志向) × (ポジティブ—ネガティブ) の 4 条件でチャットを行わせた結果、ネガティブで課題志向的な状況においてはエモティコンの使用が減少することを見出している。このことから、ネット心中の募集・計画などのやり取りにおいてはエモティコンが使用される頻度は減少し、やり取りそのものに与える影響もなくなると考えられる。反対に、自助グループ的な活動においては、エモティコンが頻繁に用いられてその影響力が増すと同時に、共感的なやり取りを可能にすると考えられる。ただし、エモティコンを使用している掲示板には、ネット心中の募集や効果的な自殺方法の情報提供を求めるといった課題志向的なやり取りを求めるハイリスク者が近寄らなくなり、介入可能な対象者が制限されるといった弊害が発生する可能性も存在する。

4. まとめと今後の展望

本研究では自殺サイトの持つ、自殺予防的機能 (自助グループ機能) と自殺誘発的機能 (ネット心中・希死念慮の増加) という異なる二側面を統合するために既存の CMC 諸理論を概観した。その結果をまとめたものが図 1 である。これらの結果を見ると、コミュニケーションに時間をかけることのできる環境や長期的な関係を前提としたコミュニティ作りが重要であるという示唆は得られたものの、CMC の有する技術的特性に着目するだけでは、なされるコミュニケーションが自殺予防的になるかあるいは自殺誘発的になるかということを十分に予測することが不可能であることがわかる。

今後はこの問題を解消するため、CMC の技術特性のみに着目するのではなく、コミュニケーションを行う個人の特性についても着目をし、技術特性と個人特性の相互作用について検討をしていく必要があると考えられる。こうした点は、個人が持つ集団としてのアイデンティティや集団規範の認知の重要性を指摘した SIDE において部分的に達成されているが、自殺関連 CMC を説明するためには不十分だと考えられる。そこで、以下では CMC の技術特性との関連が想定される個人特性について二点指摘する。

検討すべき個人特性としては、まず、メディア選択の戦略に影響を与えるパーソナリティ群が挙げられる。死にたい気持ちを抱えて援助要請を行う場合に、いのちの電話にかけるのではなく、インターネットを利用したというメディア選択の背景には、個人の持つパーソナリティ (例: 社会的スキルの低さ) などの要因が存在すると想定される。こうした個人内のメディア戦略の存在は、必然的にそのメディアを利用する利用者に特定の傾向をもたらすが、こうした傾向を特定し、その傾向が CMC におけるやり取りにどのような影響を与えるのかという点を検討する必要がある。

次に、利用者の認知機能の状態やその状態の背景にある精神障害がコミュニケーションに与える影響を検討する必要がある。自殺者の抱える精神障害としては、うつ病、統合失調症、物質依存などが挙げられる (張, 2006)。また、ネット心中の実態や発生要因を分析した張 (2005) は、自殺仲間を勧誘する者では境界性人格障害、解離性同一性障害、気分変調性障害、うつ病が、自殺の呼びかけに応じてしまう者ではうつ病、躁うつ病、気分変調性障害がみられたと報告しており、自殺サイトの利用者にもこうした精神障害を抱え

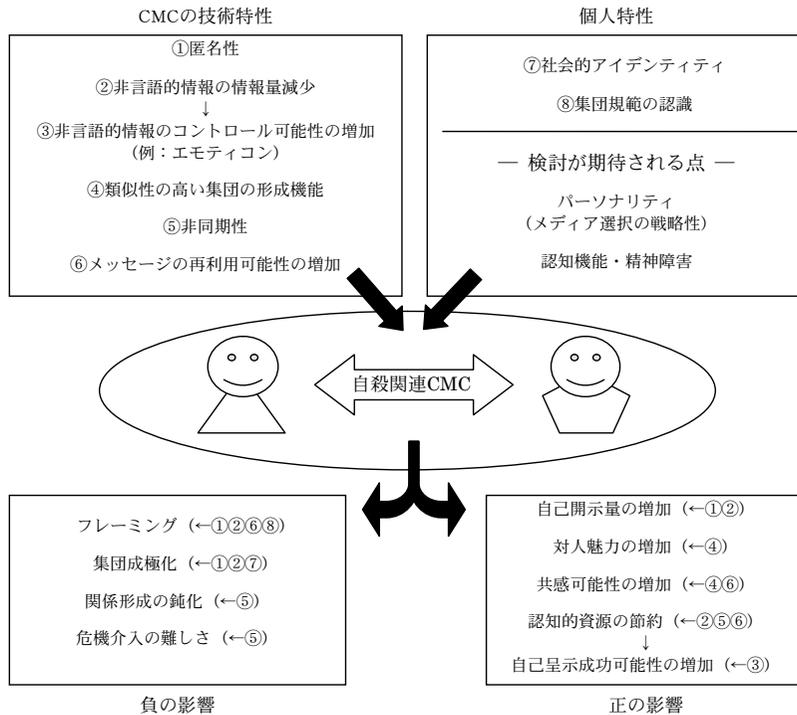


図1 CMC諸理論による自殺関連CMCの効果の説明

たものは多数存在すると考えられる。さらに、自殺者の認知機能に関しては、心理的視野狭窄 (Shneidman, 1993) や解離傾向 (張, 2006) が指摘されている。こうした特徴が、CMCに与える影響についても検討する必要がある。

以上のような個人特性と技術的特性との相互作用を検討することによって、どのような利用者がどのような条件の元でコミュニケーションを行うことが自殺予防的な効果を生み出すのかという点を明らかにすることができる。こうした点を明らかにすることは、自殺総合対策に資する戦略的なインターネットの利用を促進していく上で非常に重要な点であると考えられる。(指導教員 下山晴彦教授)

引用文献

Argyle, M., & Dean, J. (1965). Eye-contact, distance and affiliation. *Sociometry*, 28, 311-333.
 Byrne, D. (1971). *The Attraction Paradigm*, New York: Academic Press.
 張賢徳 (2006). 人はなぜ自殺するのか, 勉誠出版
 張賢徳 (2005). 精神医学からみた実態に関する研究. 平成16年度厚生労働科学研究費補助金 (厚生労働科学特別研究事業) 「Web

サイトを介しての複数同時自殺の実態と予防に関する研究 (主任研究員: 上田茂)」分担研究報告書 自殺予防総合対策センター < <http://ikiru.ncnp.go.jp/ikiru-hp/report/uedal6t/uedal6t-2.pdf> > 2009/05/29情報取得.
 Derks, D., Bos, A. E. R., & von Grumbkow, J. (2007). Emoticons and social interaction on the Internet: The importance of social context. *Computers in Human Behavior*, 23, 842-849.
 Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24, 766-785.
 Eichenberg, C. (2008). Internet Message Boards for Suicidal People: A Typology of Users. *CyberPsychology & Behavior*, 11, 107-113.
 Exline, R. V., Gray, D. & Winter, L. C. (1965). Affective relations and mutual glances in dyads. In S. S. Tomkins and C. E. Izard (eds), *Affect, Cognition and Personality*. New York: Springer, pp.319-350.
 Fiedler, G. (2003). Suicidality and new media: Dangers and possibilities. In: Etzersdorfer, E, Fiedler, G, Witte, M (eds), *New media and suicide - Dangers and possible interventions*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, pp.19-55.
 Kiesler, S., Siegal, J., & McGuire, T. W. (1984). Social psychological aspects of computer mediated communication. *American Psychologist*, 39, 1123-1134.
 Lee, D. T., Chan, K. P., & Yip, P. S. (2005). Charcoal burning is also popular for suicide pacts made on the internet. *British Medical*

- Journal*, 330, 602.
- Mann, J., Apter, A., Bertolote, J., Beautrais, A., Curier, D., Haas, et al. (2005). Suicide prevention strategies: a systematic review. *Journal of the American Medical Association*, 294, 2064-2074.
- 松枝世 (2009). 自殺総合対策におけるインターネット利用の研究 筑波大学人文社会科学部研究科修士論文 (未公刊).
- Mehlum, L. (2000). The Internet, suicide, and suicide prevention. *Crisis*, 21, 186-188.
- Miller, J. K., & Gergen, K. J. (1998). Life on the line: the therapeutic potentials of computer-mediated conversation. *Journal of Marital and Family Therapy*, 24, 189-202.
- Prentice-Dunn, S. & Rogers, R. W. (1982). Effects of public and private self-awareness on deindividuation and aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 503-513.
- Prior, T. I. (2004). Suicide methods from the internet. *American Journal of Psychiatry*, 161, 1500-1501.
- Rajagopal, S. (2004). Suicide pacts and the internet. *British Medical Journal*, 329, 1298-1299.
- Reicher, S. D. (1984). Social influence in the crowd: attitudinal and behavioural effects of de-individuation in conditions of high and low group salience. *British Journal of Social Psychology*, 23, 341-350.
- Schmidtke, A, Schaller, S, Kruse, A. (2003). Contagion phenomena in the new media - Does the Internet promote double suicides and suicide clusters? In: Etzersdorfer, E, Fiedler, G, Witte, M (eds), *New media and suicide - Dangers and possible interventions*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, pp.150-166.
- Shneidman, E.S. (1993). *Suicide as psychache: A clinical approach to self-destructive behavior*. Aronson. (高橋祥友 (2005). シュナイドマンの自殺学. 金剛出版)
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The Social Psychology of Telecommunications*. London: Wiley.
- 渋井哲也 (2004). ネット心中 NHK出版
- 下園壮太 (2002). 自殺の危機とカウンセリング 金剛出版
- 総務省 (2009). 平成20年通信利用動向調査の結果 総務省 < http://www.soumu.go.jp/main_content/000016027.pdf > 2009/05/29情報取得.
- 末木新 (印刷中). インターネットを利用した自殺予防の可能性—CMC諸理論からの検討— 心理学評論, 52.
- 末木新 (2009a). 自殺系掲示板の利用動機の類型とその影響 第33回日本自殺予防学会総会プログラム・抄録集, 113.
- 末木新 (2009b). 自殺サイトと自殺系掲示板の内容の分類. 自殺予防と危機介入, 29, 34-40.
- 末木新 (2009c). 自殺系掲示板における予防的言葉がけの評価の相違 第33回日本自殺予防学会総会プログラム・抄録集, 115.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (eds), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Books Cole, pp.33-47.
- 高橋祥友 (2006). インターネット集団自殺. 精神療法, 32, 596-597.
- 高比良美詠子・安藤玲子・坂元章 (2008). インターネット使用と子どもの能力 無籐隆 (編) 理科大好き! の子どもを育てる: 心理学・脳科学者からの提言 北大路出版, pp.128-150.
- 竹島正 (2005). 発生要因と予防に関する多角的分析. 平成16年度厚生労働科学研究費補助金 (厚生労働科学特別研究事業) 「Webサイトを介しての複数同時自殺の実態と予防に関する研究 (主任研究員: 上田茂)」 分担研究報告書 自殺予防総合対策センター < <http://ikiru.ncnp.go.jp/ikiru-hp/report/ueda16t/ueda16t-6.pdf> > 2009/05/29情報取得.
- Walther, J. B. (1995). Relational aspects of computer-mediated communication: Experimental observations overtime. *Organizational Science*, 6, 186-203.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: impersonal, inter-personal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23, 3-43.
- Zimbardo, P. G. (1969). The human choice: individuation, reason, and order vs. deindividuation, impulse and chaos. In W. J. Arnold & D. Levine (eds), *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln: University of Nebraska Press, pp.237-307.