

## SNSにおける自己開示とプライバシー・パラドックス

### Self-disclosure in SNS and the Privacy Paradox

三上 俊治

Shunji MIKAMI

#### はじめに

近年、SNS利用の急速な普及に伴って、膨大な個人のプライベートな情報がインターネット上で流通するようになった。各種の調査が示すところによれば、プライバシー侵害に対する不安は増大する傾向を示している。しかしながら、インターネット利用者にとって、プライバシーが大きな問題になっているにも関わらず、Facebookやtwitterやブログなどでの個人情報の自己開示は引き続き増大を続けている。このような、プライバシー不安と実際の自己開示行動の間に見られる乖離現象を、「プライバシー・パラドックス」という<sup>1</sup> (Barnes, 2006; Norberg et al., 2007; Utz and Kramer, 2009; Boyd and Hargittai, 2010; Oetzel and Gonja, 2011; Baek, 2014)。簡単に言い換えると、人々がプライバシーに不安を抱いているにもかかわらず、SNSなどインターネット上では個人情報を進んで開示しているというのが、プライバシー・パラドックスである。これまでの研究の多くは、プライバシー・パラドックス仮説を支持している (Acqisiti and Gross, 2006; Tufekci, 2008; Dihlin and Treppe, 2014; Taddicken, 2014<sup>2</sup>)。

Facebook創始者のマーク・ザッカーバーグは、2010年1月、人々はもはやプライバシーへの懸念をもっておらず、プライバシーはいまや「社会的規範」とはみなされていない、と発言し、大きな波紋を呼んだ (Blank et al, 2015)。実際、Facebookでは、プライバシー設定で「公開」がデフォルトになっており、ユーザーが手動で設定しなければプライバシーが保護されなくなっていた<sup>3</sup>。

果たして一般のインターネット利用者は、ザッカーバーグが指摘したように、SNSの利用にあたって、プライバシーに無頓着なのだろうか。それとも、プライバシー意識は高くても、SNSなどのもたらす便宜性のゆえに、止むを得ず個人情報を公開しているのだろうか。あるいは、プライバシー意識は依然として高く、自己情報の公開にあたって、プライバシー設定を行ったり、公開範囲を限定するなどの対策をとることによって、プライバシーを保護する行動をとっているのだろうか。

本研究では、インターネットユーザーが、SNSの利用行動において、どの程度自己開示を行っているのか、彼らはどの程度プライバシー不安を感じているのか、SNS利用に際してプライバシー設

定などの対策をどの程度行っているのかを調査し、これらの間の関連を検討することによって、プライバシー・パラドックスの実態を明らかにすることを目的としている。

そのために、2015年4月、東洋大学社会学部の学生263名を対象として「プライバシーと SNS 利用に関する調査」を実施した。調査方法は、集合調査で、質問紙による自記式アンケート（無記名）である。性別の内訳は、男性38%、女性62%となっており、年齢別では、18歳が45.2%、19歳が25.5%、20歳が19%、21~24歳が10.3%となっている（平均年齢19歳）。

## 1. SNS 利用における自己開示

本調査では、代表的な SNS として、Facebook と Twitter を取り上げ、それぞれについて、自己開示の程度を質問した。

SNS を実名で利用しているのか、それとも匿名（またはハンドル名）で利用しているのかという点は、SNS における自己開示の基本である。この点について、Facebook と Twitter では大きな違いがみられた。Facebook では、「実名」での利用が95.3%に上っていたのに対し、Twitter では34.7%にとどまっていた。これに対し、「匿名」または「ハンドル名」での利用率は、Facebook の0.9%に対し、Twitter では38.1%に達していた。このように、同じ SNS であっても、基本的な自己開示度に大きな差がみられた。

次に、Facebook に関して、「あなたは Facebook の内容をどの程度の範囲まで公開していますか」という設問をしたが、回答結果は図1の通りであった。「友人」がもっとも多く、「親しい友人」「家

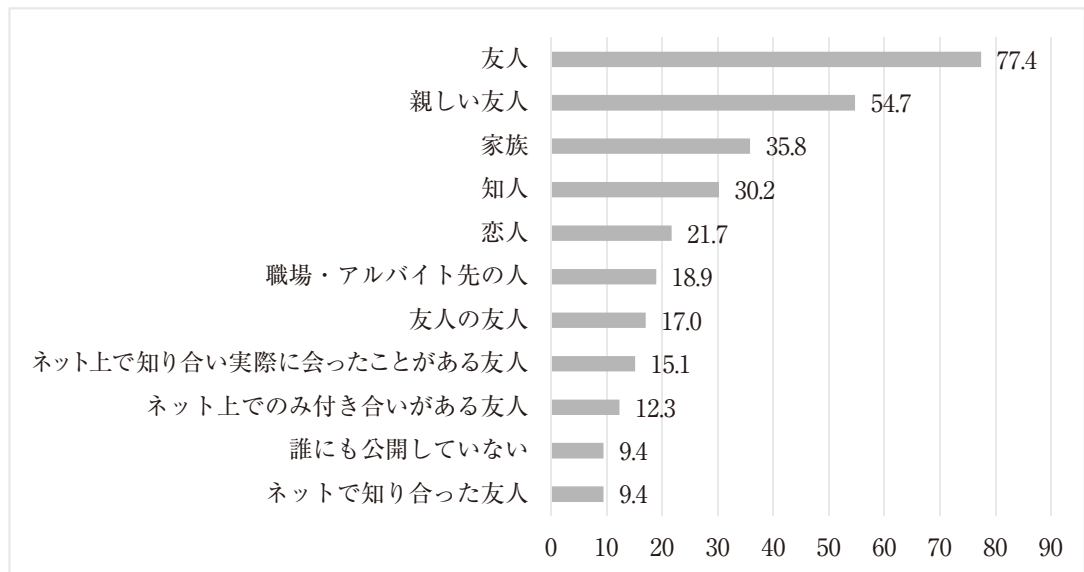


図1 Facebook における公開の範囲

族」「知人」がこれに続いている。リアルで親しい関係にある人に公開する傾向がみられる。

Twitterに関しては、「ツイートをどのような人に公開しているか」という質問を行っているが、「一般に公開している」が61.1%、「非公開でフォロワーにしか見えない設定にしている」が35.1%という結果であった。実名での利用が少ない分、広開度は比較的高いといえよう。

次に、FacebookおよびTwitterでどのようなことを公開しているかについて尋ねたところ、図2のような回答結果が得られた。

Facebookでは、「自分の氏名」が68.9%でもっとも多いのに対し、Twitterでは26.4%にとどまっている。また、「生年月日」についても、Facebookでの公開率が57.5%と過半数に達しているのに対し、Twitterでは14.6%と少数にとどまっている。Twitterでは、もっとも多かったのは、「自分の趣味・興味を持っていることについて」で、「自分の写っている写真」「所属しているゼミやサークルについて」がこれに続いている。このように、FacebookとTwitterでは、公開される自己情報に大きな違いがみられる。実名制をとるFacebookと匿名での参加を認めるTwitterというアーキテクチャの違いを反映したものと見える。

## 2. プライバシー意識とプライバシー配慮行動

それでは、現代の大学生はプライバシーや個人情報の漏洩に対し、どの程度の不安を感じているのだろうか。また、ふだんプライバシーに配慮した行動をどの程度とっているのだろうか。これらの点

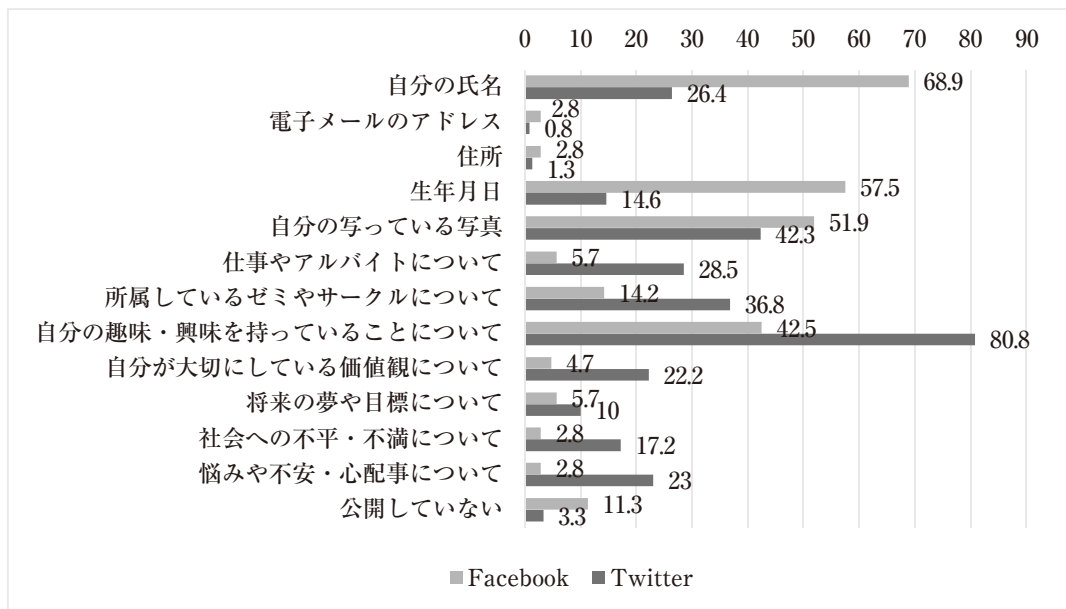


図2 Facebook、Twitter上で公開している内容

表1 インターネット上のプライバシー、個人情報に関する不安度

	非常に強い不安を感じる	かなり強い不安を感じる	やや不安を感じる	あまり不安を感じない	まったく不安を感じない
一般に、インターネットを使っているときのプライバシーについて	9.9	14.1	50.6	20.9	4.6
ネットショッピングをするときに、あまりに多くの個人情報を聞かれることについて	17.1	17.5	46.0	16.7	2.7
ネットでのやりとりを通じて、知らない人があなたの個人情報を集めることについて	39.9	24.7	26.6	7.2	1.5
ネット上で安全に保管している個人情報が他人からみられることについて	34.6	25.5	33.1	5.3	1.5
誰かが、あなたの健康・医療記録に電子的な方法でアクセスする可能性について	26.6	25.1	30.0	14.8	3.4
あなたの送った電子メールを、相手以外のだれかに見られることについて	28.2	21.0	35.1	13.0	2.7
コンピュータウイルスによって、あなたの名前が電子メールが送られることについて	49.8	18.3	25.5	4.9	1.5
ネットショッピングで使ったあなたのクレジットカード番号がだれかによって使われることについて	61.8	13.4	17.6	5.0	1.9
ネットショッピングであなたが使ったクレジットカードについて、誤った請求がなされることについて	59.5	16.0	19.1	3.1	2.3
ネット上で、あなたになりすました他人が個人情報を垂れ流すことについて	55.1	17.5	20.5	6.1	0.8
ネット上であなたの氏名、年齢、住所などの個人情報が漏えいすることについて	54.0	18.6	21.3	4.9	1.1
企業がネットで集めたあなたの購買履歴や行動履歴を活用しておすすめの商品の広告を出すなど販売促進に活用することについて	27.4	21.3	34.2	13.3	3.8

について、調査結果をもとに検討を加えたいと思う。

まず、インターネットに関連するプライバシー不安については、12項目のリッカート尺度（5段階）を用いた設問を行った（回答結果は、表1に示す通り）。

「非常に強い不安を感じる」と答えた比率のもっとも高かった項目は、「ネットショッピングで使ったあなたのクレジットカード番号がだれかによって使われることについて」で、同じくクレジットカードに関する個人情報に関する項目が2番目に高くなっている。また、ネット上で氏名、年齢、住所などの個人情報が漏えいすることに対する不安も、かなり高いことがわかる。

これら12項目の設問に対する回答を因子分析（主成分法、プロマックス回転）にかけて、その潜在構造を調べた結果、2因子が抽出された。第1因子は、クレジットカードの悪用、個人情報の漏えいに関する不安を表す因子であり、第2因子は、インターネット上の一般的なプライバシー不安、ネット上で他者が不正に個人情報にアクセスすることに対する不安を表す因子であると考えられる。しかしながら、両者の因子得点の相関（Pearson）は0.556と有意に高いので、以上12項目を一次元の尺度（以下、プライバシー不安度と呼ぶ）として扱うことにしたい。ちなみに、項目分析の結果、Cron-

bach のアルファ係数は0.925ときわめて高い数値を示している。この尺度は、各項目に対する回答を0点（まったく不安を感じない）から4点（非常に強い不安を感じる）に得点化し、12項目の合計得点を求めたものである。プライバシー不安度を性別に比較したところ、男性よりも女性の方が有意に高いという結果が得られた（t検定； $p < 0.05$ ）。

次に、プライバシーに対する日常的な配慮行動の有無について、田畑（2013）を参考にしながら2問で尋ねてみた。一つは、「あなたは、自分のプライバシーに関する情報が漏れないように、注意して生活していますか?」、もう一つは、「あなたは、他人のプライバシーを尊重して生活していると思いますか?」というものである。前者の設問については、「注意して生活している」人が37.3%、「多少は注意して生活している」人が55.1%、「あまり注意していない」人が7.6%となっている。また、後者の設問については、「尊重して生活している」人が46.4%、「多少は尊重して生活している」人が49.8%、「あまり尊重していない」人が3.8%という結果になっている。この2つの設問の間の関連性をクロス集計で調べたところ、表2のように両者の間に正の相関がみられた（カイ2乗検定； $p < 0.001$ ）。

つまり、自分のプライバシーに関する情報が漏れないように注意して生活している人ほど、他人のプライバシーを尊重して生活しているという関連が有意にみられたのである。これは、田畑の調査結果とも一致する。

### 3. プライバシー・パラドックスは存在するか?

すでに述べたように、プライバシー・パラドックスとは、人々が日頃からプライバシーに対して不安を抱いているにも関わらず、SNSなどのインターネット上でプライバシーに関わる個人情報を進んで公開しているという、一見矛盾する現象のことをさしている。以下では、今回の調査データを用いて、プライバシー・パラドックスが果たして存在するかを検証してみたい。

まず、プライバシー不安度の一次元尺度の得点を「高」「中」「低」の3つに分け、プライバシー不安度の変数とする。また、FacebookとTwitterのそれぞれについて、公開している内容の数をカウントすることによって、SNSにおける自己開示度の変数と操作的に定義する。それぞれ、「高」「中」

表2 プライバシーに関する配慮行動

	尊重して生活している	多少は尊重して生活している	あまり尊重していない
注意して生活している	71.4	28.6	0.0
多少は注意して生活している	33.8	64.1	2.1
あまり注意していない	15.0	50.0	35.0

表3 プライバシー不安度と Facebook 上の自己開示度の関連性

		Facebook での自己開示度		
		低	中	高
プライバシー不安度	低	35.3	35.3	29.4
	中	28.6	34.3	37.1
	高	22.2	50.0	27.8

表4 プライバシー不安度と Twitter 上の自己開示度との関連性

		Twitter での自己開示度		
		低	中	高
プライバシー不安度	低	25.3	43.0	31.6
	中	16.9	45.8	37.3
	高	32.4	35.1	32.4

「低」の3グループに分け、これを用いて、プライバシー不安度との関連性をクロス集計によって検討する。表3と表4はその結果を示したものである。

いずれのクロス集計でも、統計的に有意な関連はみられなかった。数値を詳しくみると、Facebook の場合には、プライバシー不安度が低くなるほど、Facebook での自己開示度も低くなるという、プライバシー・パラドックスともいえる関連がみられる。一方、Twitter の場合には、プライバシー不安度の高いグループは、低いグループに比べて、Twitter での自己開示度は低いという、プライバシー・パラドックスとは逆の傾向がみられる。ただし、こうした関連は、一貫したものではなく、有意な関連でもない。これらのデータを見る限り、プライバシー・パラドックスは一定程度存在すると解釈することができよう<sup>4</sup>。

次に、プライバシー不安度と、SNSにおけるプライバシー設定の有無との関連をみることによって、別の面からプライバシー・パラドックスの検証を試みたい。本調査では、Facebook 利用者と Twitter 利用者に対し、それぞれ、「プライバシー機能」を使ったことがあるかどうかを尋ねた。その結果、Facebook については、「使ったことがある」56.6%、「使ったことはない」18.9%、「そのような機能があることを知らなかった」24.5%であり、過半数の利用者がプライバシー設定機能を使ったことがあると回答した。Twitter については、「使ったことがある」57.6%、「使ったことはない」22.6%、「そのような機能があることを知らなかった」19.3%であり、やはり過半数の利用者がプライバシー設定機能をつかったことがあると回答している<sup>5</sup>。この設問とプライバシー不安度との関連をクロス集計によって分析したところ、表5、表6のような結果が得られた。

いずれの分析でも、統計的に有意な関連性は認められなかった。ただし、Facebook についてみると、プライバシー不安度の高いグループは、低いグループに比べて、プライバシー設定機能を使った

表5 プライバシー不安度と Facebook のプライバシー設定機能の利用度の関連

		Facebook でのプライバシー設定機能の利用有無		
		ある	ない	知らなかった
プライバシー不安度	低	55.9	14.7	29.4
	中	51.4	14.3	34.3
	高	63.9	25.0	11.1

表6 プライバシー不安度と Twitter のプライバシー設定機能の利用度の関連

		Twitter でのプライバシー設定機能の利用有無		
		ある	ない	知らなかった
プライバシー不安度	低	48.8	28.7	21.3
	中	66.7	14.3	19.0
	高	59.2	22.4	18.4

ことがあるという回答率が高くなっている。これは、プライバシー・パラドックスとは反対の結果である。オンラインのプライバシー規範がもはやなくなっているというザッカーバーグの主張は、プライバシー不安度の高い大学生に関する限り該当しないといえるのではないだろうか。

それでは、オンラインのプライバシーに対する不安度は、プライバシーに配慮した生活行動を促進しているのだろうか。それとも関連はみられないのだろうか。この2つの変数の間の関連性をみるために、クロス集計を行ったところ、表7のような結果が得られた。

カイ2乗検定で統計的に有意な関連がみられた（カイ2乗=20.9;  $p < 0.001$ ）。プライバシー不安度が高い人ほど、自分のプライバシーに関する情報が漏れないように、注意して生活していると答える人の割合が高くなるという傾向が明確にみられる。この結果を見る限り、プライバシー・パラドックスは生じていないと結論づけることができる。

表7 プライバシー不安度とプライバシーに配慮した行動の実行度の間の関連性

		プライバシーに配慮した生活行動		
		している	多少している	していない
プライバシー不安度	低	20.9	64.0	15.1
	中	43.3	53.3	3.3
	高	47.6	47.6	4.8

#### 4. ネットスキルとプライバシーコントロール

従来のいくつかの研究において、ネット上の自己開示やプライバシー・パラドックスと関連する媒介的要因の一つとして、ネットスキルの程度が指摘されてきた (Boyd and Hargittai, 2010; <sup>6</sup>)。本調査では、「インターネットやスマートフォンの操作にどの程度習熟していると思いますか?」「ウェブ上の個人情報を自分でどの程度うまくコントロールできていると思いますか?」という2つの設問によってネットスキルの程度を測定した。これらの「ネットスキル度」変数とプライバシー不安度との関連をみると、いずれについても有意な関連がみられた (表8、9)。インターネットやスマートフォンの操作の習熟度が高い人ほど、プライバシー不安は低くなるという関連が明確にみられる (カイ2乗検定;  $p < 0.01$ )。また、ウェブ上の個人情報をうまくコントロールできていると思う人ほど、プライバシー不安度が低いという関連がみられた (カイ2乗検定;  $p > 0.05$ )。一方、ネットスキル度とSNS上での自己開示度との間には有意な関連はみられなかった。

#### 5. 考察

海外では、過去にプライバシー・パラドックスに関する実証的、理論的研究が数多く行われてきた。その中では、プライバシー・パラドックスが存在するという結果と、存在しないという結果、さらに新しい形態のパラドックスが生じているという主張が行われてきた。

インターネット上では、利用者の行動は見知らぬ第三者によって絶えず監視され、膨大な個人情報

表8 ネットの操作の習熟度とプライバシー不安度との関連性

		プライバシー不安度		
		低	中	高
ネット操作習熟度	低	60.0	20.0	20.0
	中	32.4	35.2	32.4
	高	22.9	39.8	37.3

表9 プライバシーコントロールのスキルとプライバシー不安度との関連性

		プライバシー不安度		
		低	中	高
プライバシーコントロール習熟度	低	46.9	24.5	28.6
	中	32.2	37.9	29.9
	高	18.9	32.4	48.6



が収集され、それがマーケティングや犯罪捜査、その他さまざまな用途で活用されている。それに伴って、ユーザーのプライバシーに対する不安が高まっている (Gross and Acquisti, 2005; Barnes, 2006; Baek, 2014)。しかしながら、近年の研究によれば、「プライバシー・パラドックス」と呼ぶべき現象がみられる。すなわち、人々はオンライン上での企業などによる個人情報の悪用に対して強い不安を感じているのにも関わらず、プライバシーを保護するような行動 (例えば、定期的にクッキーを除去するとかプライバシー設定を行うなど) をとらないという傾向がある。さらに、多くの人々はソーシャルメディア上で進んで重要な個人情報を開示しているのである (Barnes, 2006; Gross and Acquisti, 2005; Nordenberg et al., 2007)。プライバシー・パラドックスが生じる原因としては、人々の低いネットリテラシー (Hargittai, 2009; Park, 2011)、ネット上の個人情報を活用した取引に対する利便性の認知ゆえの自己開示への積極性 (Xu et al., 2011)、ネット上で自己開示が行われる際の社会的文脈の齟齬 (Marvick and boyd, 2011)、リスク意識の低さ、ユーザーが自己開示によるプライバシーの危険を低めに見積もる傾向、プライバシー侵害を自分よりも他者に帰属させようとする「第三者効果<sup>7</sup>」などが指摘されている (Taddicken, 2014)。このうち、デジタルスキルとの関連性についてみると、本研究では、プライバシー不安との間に負の相関関係がみられたが、SNS上での自己開示との間には有意な関連は認められなかった。

本研究では、プライバシー・パラドックスといえる現象については、一貫した結果が得られなかった。従来の先行研究においても、プライバシー不安とネット上での自己開示との間の関連について、検証されたもの、検証されなかったものが入り混じっており、確認されているとは言い難い状況にある。また、さまざまな媒介変数の存在が指摘されている。例えば、Taddicken (2014) は、自己開示に対する一般的な積極性、社会的レリヴァンス、利用するアプリケーションの数、年齢がプライバシー不安とソーシャルメディア上での自己開示を媒介する要因であると考え、パス解析モデルを用いて分析した。その結果、人々がソーシャルウェブの社会的レリヴァンスを重要だと高く評価するほど、また、特定のソーシャルウェブ・アプリケーションの利用に焦点を当てるほど、彼らはより多くの情報を開示するという傾向がみられた。また、ソーシャルウェブのユーザーは、自分の友人や知人もまた利用している場合には、よりパーソナルでセンシティブな情報を自己開示する傾向がみられた。プライバシー不安とネット上の自己開示行動を媒介する諸要因について、さらに研究を進めることが今後の課題といえよう。

プライバシー・パラドックスの規定要因を考える場合には、文化的な背景も考慮に入れる必要があるだろう。我が国では、欧米諸国に比べて、SNSにおいて実名で登録する人の割合が低く、匿名やハンドル名での登録が比較的多いという特徴がある。Facebookの普及率が欧米諸国に比べて低いということも、そうした文化的な特性を反映したものと考えられる。本調査でも、Twitter利用率が90.9%であったのに対し、Facebook利用率は40.3%にとどまっていた。また、2ちゃんねるなどの匿名掲示板がいまだに大きな存在感を示しているのも、日本のネット文化に特有の傾向といえよう。この問題に関する実証的研究を進めることもまた、今後の重要な課題といえる。

## 6. 新たなプライバシー・パラドックスの生成

本研究の調査対象は大学生であった。先行研究の多くも、大学生を対象とした調査がかなりの比率を占めている。彼らは、デジタルネイティブと呼ばれる世代に属し、プライバシー・パラドックスをより強く示すと考えられたが、本研究では、必ずしもネット上のプライバシー不安と自己開示行動の間にリニアな関連は見出されなかった。プライバシー・パラドックスについて、よりリアルな実態を明らかにするには、幅広い世代を含む一般サンプルを用いた調査研究を行うことが望ましい。それによって、プライバシー・パラドックスに関する新しい知見が得られるものと期待される。そこで、最後に大規模な一般サンプルを用いて行われたプライバシー・パラドックスに関する最新の研究を紹介しておくことにしたい。これは、オクスフォード大学の Blank らの研究チームが実施した調査である (Blank et al., 2015)。

Oxford Internet Study (OxIS) の全国調査データによると、SNS においてプライバシー設定をどのくらいの頻度で行っているかを調べ、これと年齢との関連をみたところ、若い人ほど頻繁にプライバシー設定を行っているという、「プライバシー・パラドックス」とは反対の結果が得られた。プライバシー設定をまったく行っていない人の平均年齢が43歳であるのに対し、毎日設定を行っている人の平均年齢は26歳であった。このことは、若者がプライバシーを気にせず、それへの対応策をとっていないとする、従来の一般的な見方が誤りであることを示している。また、オンライン・スキルが高い人ほど、プライバシーをチェックしたり設定する割合が高いという結果が得られた。学歴の高さも、プライバシー設定と正の関連をもっていた。プライバシー設定を行ったかどうかを従属変数とするロジスティック回帰分析を行ったところ、他のデモグラフィック変数をコントロールしたあとも、すべての年齢の係数は有意であった。また、学歴の高い回答者はプライバシー設定を行う傾向が有意にみられた。

このように、Blank らがイギリスで行った調査では、若い人々がオンラインのプライバシーに無関心だというプライバシー・パラドックスを見出すことはできなかった。Barnes は2006年に、オリジナルのプライバシー・パラドックスについて、次のように論じた。すなわち、「大人たちはプライバシー侵害について不安をもっているが、ティーンたちは自由に個人情報を明け渡している… (そして) これはティーンたちがインターネットの公共的な性格に気づいていないために生じるのだ」と述べている。しかし、現在では、若い人たちは年配の人々よりも、SNS 上のプライバシーをコントロールするという行動をとっているのである (Bank, 2015)。新たなプライバシー・パラドックスとは、若い人たちがオンライン上で情報を共有することに伴うリスクを理解していないということではなく、社会生活がいまやオンライン上で営まれているにもかかわらず、SNS がユーザーにとって適切に管理できるようなツールを提供していないという点にある、と Blank らは主張している。そして、このような考え方にもとづいて、個々のユーザーが自分自身のオンライン情報をどのように管理しているのかという点に関する新たなオンライン・プライバシー理論が要請されていると述べている。新

たなプライバシー・パラドックスを解決するには、政府、企業、ユーザーがともに真剣に取り組んでいかなければならないだろう。

#### 注

- 1 プライバシー・パラドックスという言葉を最初に使ったのは、Barnes (2006) である。彼は次のように述べている。「大人たちはプライバシーの侵害に不安を感じているが、ティーンたちは自由に個人情報を明け渡している。それが生じるのは、ティーンたちがしばしばインターネットの公共的性格に気づいていないからだ」。しかし、Boyd (2014) によれば、大人たちの思い込みに反して、現代のティーンたちはプライバシーにきわめて敏感であり、とくに親や教師たちからの監視を防ぐために、複雑な工夫を凝らしていると述べている。そして、彼らがプライバシーを守るためには、「複雑な文脈の合図と技術的アフォーダンスと社会的力学の中で社会的状況をコントロールする能力が求められる」としている。
- 2 たとえば、Tufekci (2008) は、「研究の結果、オンラインのプライバシーに対する不安とユーザーのオンライン・ソーシャルネットワーク上の情報開示との間には関連がないことが見出された」と述べている。また、Dihlin and Trepte は、595人を対象とするオンライン調査を実施した結果、プライバシーに強い不安をもつ人々は、必ずしも Facebook 上で実名や携帯番号などの公表を控えるという傾向はみられなかった。ただし、プライバシー・パラドックス仮説を支持しない研究もいくつかある (Debatin et al., 2009 など)。
- 3 2015年7月の時点では、プライバシー設定のデフォルトは「公開」であるが、スタートアップ時に、プライバシー設定を促すバナーが表示されるようになっている。
- 4 Dienlin & Trepte (2014) も、595人を対象とするオンライン調査を実施した結果、プライバシー不安と SNS 上の自己開示などプライバシー行動との間に有意な関連がみられなかったという結果を得ている。彼らは、これをもって、プライバシー・パラドックスは依然として存在するとしている。
- 5 Boyd and Hargittai (2010) によると、アメリカの大学生の大部分は、Facebook のプライバシー設定をある程度以上の割合で行っており、2009年から2010年にかけて、その利用率は増加していたという。この時期、アメリカでは、Facebook のプライバシー設定をめぐる問題がメディアで大きく取り上げられたことも、その要因の一つと考えられる。
- 6 Boyd and Hargittai (2010) がアメリカの大学生を対象とした調査によると、オンライン・スキルの程度と Facebook 上のプライバシー設定機能の利用との間には正の関連がみられた。
- 7 Debatin ら (2008) が大学生119名を対象に行った調査研究によると、Facebook 利用者は自分自身に対するプライバシー侵害よりも、他者に対するプライバシー侵害の方を高く見積もる傾向が有意にみられた。これは、Davison (1983) のいうメディアの第三者効果を実証するものであり、プライバシー・パラドックスをある程度説明する要因といえるかもしれない。

#### 参考文献

- Baek, Y.M. (2014). "Solving the privacy paradox: a counter-argument experimental approach", *Computers in Human Behaviors*, 38, 33-42.
- 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.
- Boyd, D. and Hargittai, E. (2010). "Facebook privacy settings: Who cares?". *First Monday*, 15 (8).
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- 野中モモ訳 (2014). 『つながりっぱなしの日常を生きる：ソーシャルメディアが若者にもたらしたもの』草思社
- Retrieved from <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3086>
- Davison, P.W. (1987). "The third-person effect in communication". *Public Opinion Quarterly*, 47 (1), 1-15.
- Debatin, B., Lovejoy, J.P., Hom, A.K. and Hughes, B.N. (2009). "Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25 (1), 83-108.
- Gross, R. and Acquisti, A. (2005). "Information revelation and privacy in online social networks". Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society, Alexandria, VA, USA.

- Dienlin, T. and Trepte, S. (2014). "Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors", *European Journal of Social Psychology*, 45, 289-297.
- Hargittai, E. (2010). "An update on survey measures of web-oriented digital literacy". *Social Science Computer Review*, 27 (1), 130-137.
- Marvick, A.E. and boyd, d. (2011). "I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience". *New Media and Society*, 13 (1), 114-133.
- Nordenberg, P.A., Horne, D.R. and Horne, D.A. (2007) "The privacy paradox: Personal information disclosure intentions versus behaviors". *Journal of Consumer Affairs*, 41 (1), 100-126.
- Oetzel M.C. and Gonja, T. (2011). "The online privacy paradox: A social representations perspective". Vancouver, Canada. Work in progress.
- Park, Y. (2013). "Digital literacy and privacy behavior online". *Communication Research*, 40 (2)
- 田畑暁生 (2014). 「関学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」. 『関西大学社会学部紀要』 118, 89-101.
- Taddicken, M. (2014). "The 'privacy paradox in the social web' : The impact of privacy concerns, individual characteristics, and the social relevance on different forms of self-disclosure". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19 (2) 248-271.
- Tufekci, Z. (2008). "Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28 (1), 20-36.
- Utz, S. and Kramer, N.C. (2009). "The privacy paradox on social network sites revisited: The role of individual characteristics and group norms". *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3 (2).
- Xu, H. Carroll, J.M. and Rosson, M.B. (2011). "The personalization privacy paradox: An exploratory study of decision making process for location-aware marketing". *Decision Support Systems*, 51 (1) 42-52.

【Abstract】

## Self-disclosure in SNS and the Privacy Paradox

Shunji MIKAMI

In recent years, as the rapid diffusion of SNS, huge amount of personal information has been distributed in society, resulting in many cases of privacy infringement. Although general privacy concerns are high, disclosures of personal information on SNS are increasing, which is currently known as “privacy paradox”. In this study, the author conducted a survey to university students and testified the privacy paradox hypothesis. The result shows that the privacy concerns can be measured in a one-dimensional scale and that the privacy concerns were stronger in women than in men. Those who take care of their privacy are more likely to take protective action to other’s privacy than those less take protective actions. There were no significant relations between privacy concerns and self-disclosure on SNS, which suggests the existence of privacy paradox. While those who had high privacy concerns tended to take privacy protective actions in their daily life, which are contradictory to privacy paradox hypothesis. In sum, this study showed no consistent phenomenon of privacy paradox. There may be a lot of factors for determining the privacy paradox. Therefore, future research is needed, expanding sample subjects and including multiple factors in the analysis.