

## アイデンティティの現在

海野 裕（倫理文化研究センター研究フェロー）

### 第1章. 調査の着想と立脚点

#### 自己同一性（アイデンティティ）の現在

アイデンティティとは「自己同一性」と訳される心理学用語である。一般的に「自己」を「他者」と区別する概念、信念、表現等を指す。別の言い方をすれば「自分は何者であるか」を問う、その有様であろうか。哲学の歴史は「自分とは何者であるか」「私とは誰か」を問い続けた歴史でもあり、この問いに対する明確な答えが存在するとは言えない。人はその持てる時間を使って「自分とは何者であるか」を考え続ける。つまりアイデンティティの確立に向けて、もがき続ける存在とも言えるだろう。

アイデンティティの確立には大きく二つの方法がある。一つは「自己の内省」から「自分らしさ」を見出して認識していく方法。もう一つは「他者との関係性」や「他者が認識する自分」から「自分らしさ」を推察し認識していく方法である。アイデンティティを確立していく方法は時代とともに変化してきたことが予想される。「他者との関係性」あるいは「他者が認識する自分」についての情報の総量には、各時代で大きな差異があると思われるからである。日本の古代から中世、たとえば平安時代の人々のアイデンティティについて考えると、親や兄弟などの親族以外の他者との関係性はかなり薄かったのではないかと筆者は推測する。『源氏物語』などを思い起こしても、源氏から女性たちへのコミュニケーションの手法は主に「文」であり、また相手についての情報も非常に少ない中での恋愛だったりする。この時代においてアイデンティティの確立はおそらく「自己の内省」からなされる傾向が高いであろうし、そのようにして確立された自己が他者と関係を取り結ぶという順番が一般的だったのではないか。そしてこのスタイルはつい最近、20世紀後半までは維持されていたのではないか。筆者自身の歴史を振り返っても、読書や実際の体験が自分の中に蓄積され、それを内省することから「自分らしさ」を抽出してきたように思われる。

しかし今日、アイデンティティ確立の方法は大きく変わっている。2000年代に入って特に若年層のリサーチを行う度に筆者もその印象を強くしてきた。現在30代半ばから以下の世代は、自分についての情報の多くは他者から提供されているのだ。この背景には当然インターネットの登場がある。1990年代に普及し始めたインターネットは2000年代にはパソコンから携帯電話を介したモバイル型にシフトする。そしてスマートフォンによる常時接続の時代が訪れた。インターネット革命の意味合いのひとつは情報量の爆発的な増加にある。個々人がインターネットに常時接続されることによって、受信する情報だけでなく、発信される情報が格段に増えたのである。こうした情報はCGM (Consumer Generated Media) やUGC (User Generated Contents) と呼ばれる。この膨大なCGM/UGCの中には「自分に関する情報」が含まれている。そしてその「自分に関する情報」には友人や知人、職場の同僚や近隣の人々、あるいはまったく見ず知らずの人によって発信される「他者から見た自分」に関する情報が多く含まれているのである。いまや「自己の内省」から得られる自己認識に関する情報よりも、「他者から見た自分」に関する情報の方が遥かに多い状況が生まれている。このような環境がアイデンティティ確立のプロセスを根底から変えてしまったのだ。