

文教大学情報学部 社会調査ゼミナール研究報告

友人間コミュニケーションにおけるブログの位置づけ

2007年2月

情報学部 広報学科 4年

伊藤裕子

友人間コミュニケーションにおけるブログの位置づけ
伊藤裕子

目次

第1章 研究の概要	・・・ 1
1.1 研究の背景と目的	・・・ 1
1.2 研究の方法	・・・ 1
(1) 進捗経緯	
(2) 調査の概要	
1.3 成果の概要	・・・ 2
[謝辞]	・・・ 3
第2章 研究の成果	・・・ 4
2.1 調査回答者の概要	・・・ 4
2.2 文教大学生のパソコンにおけるweb環境	・・・ 5
(1) 自宅でのパソコン利用状況	
(2) webの利用場所	
(3) webの利用時間	
2.3 文教大学生のブログの利用状況	・・・ 6
(1) ブログの認知・作成状況	
a. 認知状況	
b. 作成状況	
(2) 知人のブログ作成状況	
a. 知人のブログ作成者の有無	
b. 知人のブログ作成者の有無と作成状況	
(3) ブログ利用状況のまとめ	
2.4 ブログ・電話・携帯メール間の利用状況	・・・ 8
(1) ブログ・電話・携帯メール間の利用相手	
(2) ブログの閲覧状況	
a. ブログの閲覧状況	
b. 知人作成者別の閲覧状況	
(3) 電話の利用状況	
a. 電話の利用回数	
b. 電話利用時の状況	
c. 電話利用相手のブログ作成状況と閲覧回数	
(4) 携帯メールの利用状況	
a. 携帯メールの利用回数	
b. 携帯メールの送受信相手のブログ作成状況と閲覧回数	
(5) コミュニケーション内容の相違	
a. ブログ・電話・携帯メール間でのコミュニケーション内容の相違	
b. ブログ作成経験別の電話のコミュニケーション内容の相違	
c. ブログ作成経験別の携帯メールのコミュニケーション内容の相違	
(6) 情報欲求	
a. 情報欲求の因子分析	
b. 周囲のブログ作成状況別の因子得点	

2.5 ブログ作成有無による相違	・・・17
(1) web 効用	
a. web 効用の因子分析	
b. ブログの作成状況別の因子得点	
(2) ブログ閲覧による電話、携帯メールの利用とweb 効用	
a. ブログ閲覧による電話、携帯メールのグループ	
b. グループ別の因子得点	
第3章 まとめと今後の課題	・・・22
参考文献	・・・24
資料1 単純集計結果	・・・25

第1章 研究概要

1.1 調査の目的と背景

総務省によれば今年3月末現在で、ブログの登録者数は868万人（53のブログ事業者の登録者数を単純に合計）である。総務省が前回発表した調査結果（2005年9月末時点）では、各登録者数はブログ473万人だった。半年でほぼ倍増に近い伸びを示していることになる。私自身、ブログを始めてから1年以上が経ち、周囲のブログを作成している知人達も短期で終わることなく、続けている人がほとんどである。

昨年、「コミュニケーションにおけるブログの位置づけ」と題し、文教大学生を対象にブログの調査を行った。その結果によると、文教大学生のブログ認知度は8割で、そのうち知人にブログ作成者がいる学生は7割、自分で作成経験がある学生は2割強であった。閲覧状況も7割強が見ており、ブログに対する意識はかなり高かった。ブログの作成状況と閲覧回数には、知人のブログ作成者の有無が関わっており、作成者がいる場合はどちらも高い傾向であることが分かった。これらよりブログは知人間を取り持つコミュニケーション手段の1つであると言える。しかし、ブログとEメールでは利用相手、利用回数、内容、webの効用面で違いがあり、ブログのキーワードとなるのが「共感」であった。すなわち他者と共感したいと思う人ほどブログを作りやすい傾向が明確にあった。

今回もブログは知人間を取り持つコミュニケーション手段の1つと考え調査を行う。しかし、比較対象はEメールではなく電話を考えている。前回の調査で、連絡事項は主にEメールで行うことが分かった。これは携帯電話のメール機能の普及が大きいだろう。それならば、電話を使う機会を考えてみると、主に相談事になるのではないのだろうか。携帯電話普及以前から電話は、用件を伝えるよりも、おしゃべりや相談事といった非用件事を伝える傾向が強くなっている。これは、ブログの利用とどう違っているのか。ブログは必ずしもレスポンスが返ってくるものでもない。それらによって違いはあるのか調べてみたい。

1.2 研究の方法

（1）進捗経緯

- ・ 6月：研究テーマを決定
- ・ 9月：調査票最終案完成
- ・ 10月：学内で調査実施
- ・ 11月：集計、分析
- ・ 12月：研究結果提出

（2）調査の概要

a. 調査の意図・仮説

ブログ、電話、携帯メール。この3つに共通する事は、コミュニケーションを行う手段であるということだ。コミュニケーションの中でも友人とのコミュニケーション

ョンが主と考える。電話と携帯メールは普段からよく会う友人ほどしやすい。ブログも見ると相手やアドレスを教える相手は普段からよく会う友人が多いが、電話や携帯メールをする相手よりも限定はされにくいと考える。なぜなら、電話や携帯メールは対個人であるが、ブログは対複数だからである。

また、ブログが友人とのコミュニケーションにおいて、電話とは違った役割を持つと考え、学生のブログ認識状況、電話とのコミュニケーション内容の違い等を調べることが主な目的である。自分が話したい度合いと、相手からレスポンスを受けたい度合いが強いと電話を利用するのではないだろうか。特に、ショックな出来事や、イライラする出来事があった場合電話しやすい傾向にある。それらの出来事はブログに書いても解決、解消になるだろうが、相槌やアドバイスを直接受けたい度合いが強いと考える。

b．主な質問項目

- ・ ブログの認知状況、作成、閲覧状況
- ・ パソコンでのweb利用状況
- ・ 電話の利用状況
- ・ Eメールの内容

c．調査対象者と方法

・ 調査対象者

文教大学生で、授業クラスは記号論、広報論B、社会調査 を受講していた学生

・ 調査方法

手渡しの配布と回収によるアンケート調査

・ 配布数と回収数

配布数：128票

回収数：128票（有効回収数：124票）

1．3 成果の概要

文教大学生のブログ認知度は9割で、そのうち知人にブログ作成者がいる学生は8割、自分で作成経験がある学生は3割強であった。閲覧状況も7割強が見ており、ブログに対する関心はかなり高かった。ブログの作成状況と閲覧回数には、知人のブログ作成者の有無が関わっており、作成者がいる場合はどちらも傾向が高いことがわかった。

ブログと電話、携帯メールでは利用相手、コミュニケーション内容に違いがあった。また、周囲にブログ作成者がいる、電話の相手、携帯メールの送受信の相手がブログを作成している場合、ブログの閲覧回数が増え、情報を共有する度合いが高いことがわかった。

[謝辞]

本研究においては、調査の実施に際して多くの学生諸氏から回答を頂いた。この調査協力に対しては心から御礼を申し上げる次第である。調査票を作成するまでの過程では、ゼミのメンバーをはじめとして、多くの方から示唆を頂いた。また研究の実施全般にたいしては、指導教授の八橋先生から様々な示唆を頂いた。これらの皆さんに対して、改めて謝意を表します。

第2章 研究の成果

2.1 調査回答者の概要

調査対象者は文教大学湘南校舎の学生で、授業での手渡しによる配布と回収を行った。なお、回答標本は無作為抽出で作成していないために、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の学年と性別の分布を表2-2-1と表2-2-2で確認しておく。表2-2-1の学年別の分布では、3年生に集中している。また表2-2-2の性別の分布では女子の方が多くなっている。これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時に注意が必要である。しかしクロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定されと考えられる。

表2-2-1 回答者と母集団の比較

	1年	2年	3年	4年	計
回答者	21.8 (27)	14.5 (18)	52.4 (65)	11.3 (14)	100.0 (124)
湘南キャンパス 4大生	27.7 (942)	26.4 (899)	23.0 (784)	22.9 (780)	100.0 (3405)

(注) 母集団は湘南キャンパス4大学生(2006.10末時点)である。

表2-2-2 回答者と母集団の比較

	男子	女子	計
回答者	56.5 (70)	43.5 (54)	100.0 (124)
湘南キャンパス 4大生	52.0 (1770)	48.0 (1635)	100.0 (3405)

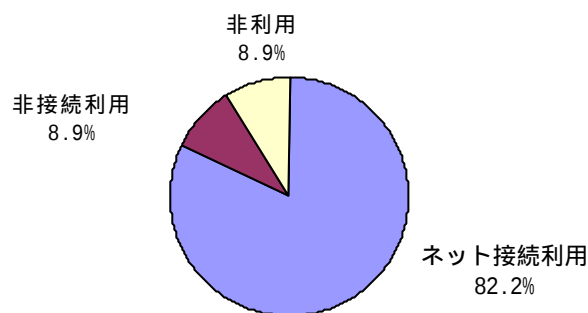
(注) 母集団は湘南キャンパス4大学生(2006.10末時点)である。

2.2 文教大学生のパソコンにおけるweb環境

(1) 自宅でのパソコン利用状況

文教大学生の自宅でのパソコン利用状況を図2-2-1に示す。「ネットに接続して利用」が82%、「ネットに接続しないで利用」が9%、「利用していない」が9%であった。90%以上の学生が自宅でパソコンを利用し、82%がネットに接続し、使っていることがわかる。

図2-2-1 自宅でのパソコン利用状況 n = 124



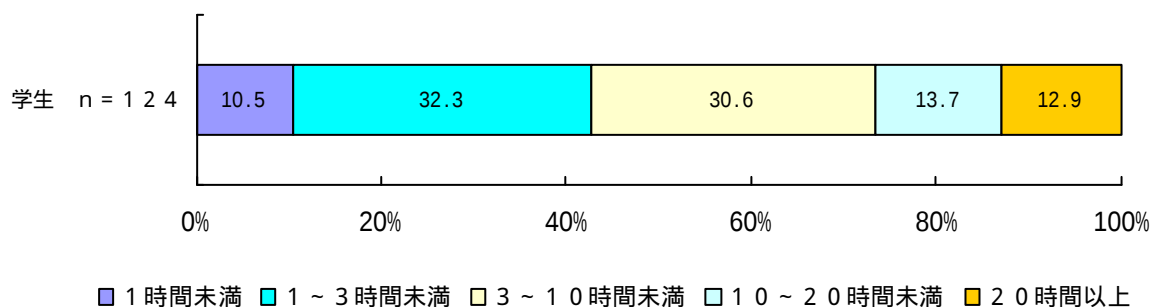
(2) webの利用場所

文教大学生の主なwebの利用場所は「自宅」と答えた学生が66.9%、「学校」は26.6%、「その他」が0.8%、無回答が5.6%であった。主に自宅で利用することがわかる。

(3) webの利用時間

週の延べ時間でみたwebの利用時間を図2-2-2に示す。「1～3時間未満」が32%と最も多く、次いで「3～10時間未満」が31%、「10～20時間未満」が14%であった。学生の60%が3時間以上利用しており、平均利用時間は選択肢の中間地を利用して求めると8.6時間であった。

図2-2-2 webの利用時間/週



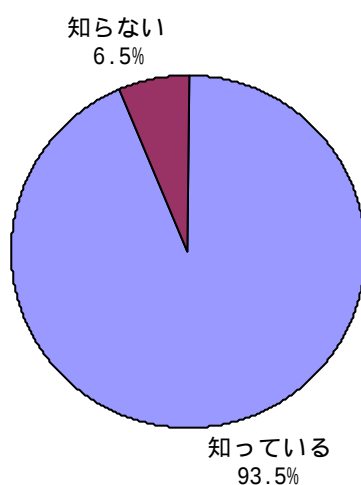
2.3 文教大学生のブログの利用状況

(1) ブログの認知・作成状況

a. 認知状況

ブログの認知状況を図2-2-3に示す。ブログという手段について「知っている」と答えた学生が94%、「知らない」と答えた学生は6%であった。ブログの認知度はかなり高いと言える。

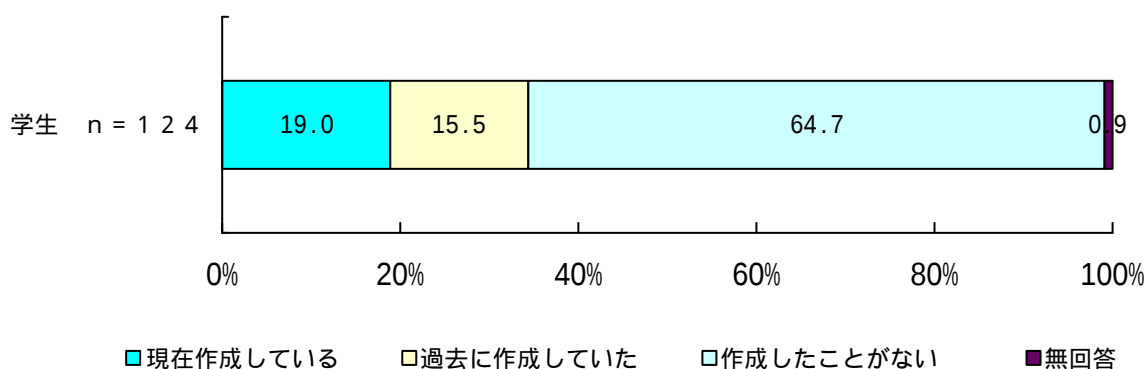
図2-2-3 ブログの認知状況 n = 124



b. 作成状況

ブログの作成状況を図2-2-4に示す。「現在作成している」と答えた学生が19%、「過去に作成していた」が16%、「作成したことがない」が65%、無回答が0.9%であった約1/3の学生は作成経験があることが分かる。

図2-2-4 ブログの作成状況



(2) 知人のブログ作成状況

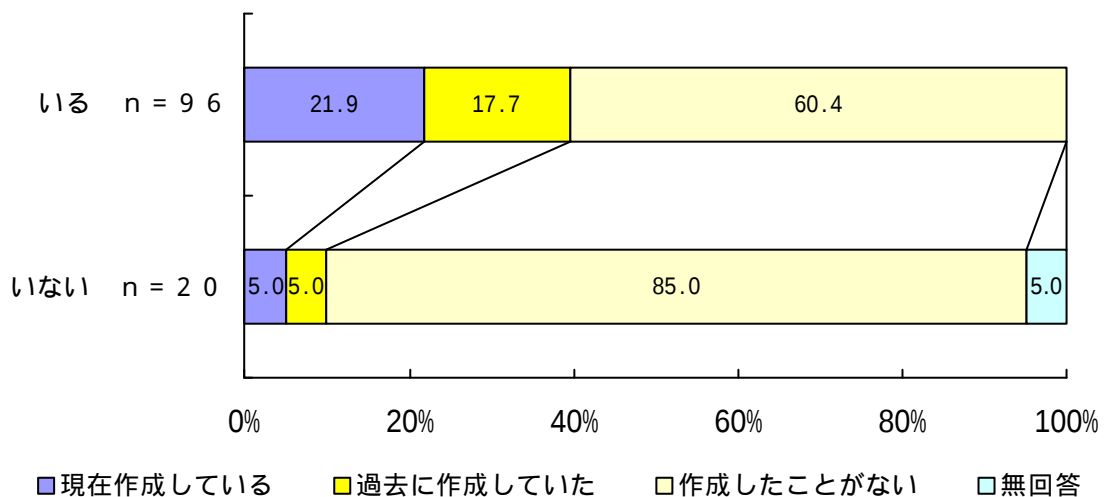
a . 知人のブログ作成者の有無

ブログの知人作成者の有無において、作成者が「いる」と答えた学生は 82.8%、
「いない」と答えた学生は 17.2% であった。多くの学生が周りにブログを作成
している知り合いがいるということがわかる。

b . 知人のブログ作成者の有無と作成状況

ブログの知人作成者の有無と作成状況を図 2 - 2 - 5 に示す。知人にブログ作成者
がいる場合、「現在作成している」は 22% なのに対し、いない場合は 5% であった。
また、「作成したことがない」では、いる場合が 60% なのに対し、いない場合は 8
5% であった。知人にブログ作成者がいると、自分でもブログを作成しやすい傾向に
あることが分かった。 χ^2 乗検定は $p = 0.014$ で有意差がある。

図 2 - 2 - 5 知人作成者の有無と作成状況 (χ^2 乗 $p = 0.014$)



(3) ブログ利用状況のまとめ

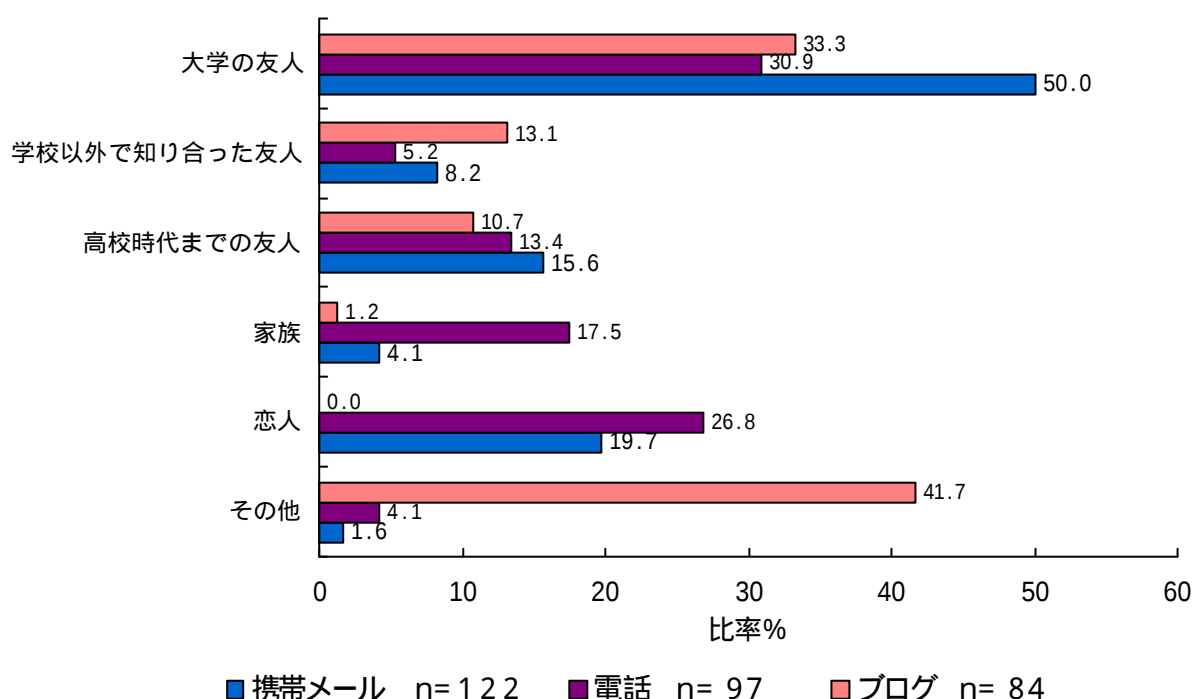
文教大学生のブログ認知度は 94% で、そのうち自分で作成経験がある学生は 35%、
知人にブログ作成者がいる学生は 83% であった。ブログの作成状況には、知人のプロ
グ作成者の有無が関わっており、作成者がいる場合は傾向が高いことがわかった。

2.4 ブログ・電話・携帯メール間の利用状況

(1) ブログ・電話・携帯メール間の利用相手

ブログ・電話・携帯メールの利用相手を図2-2-6に示す。その他を除くと、どの場合も「大学の友人」が最も多く、ブログが33%、電話が31%、携帯メールが50%であった。ブログは次いで、「学校以外で知り合った友人」、「高校時代までの友人」なに対し、電話と携帯メールは次いで「恋人」であった。反対に、ブログは「恋人」が0%である。友人のブログを見やすい傾向にある。

図2-2-6 ブログ・電話・携帯メールの利用相手



(2) ブログの利用状況

a. ブログの閲覧状況

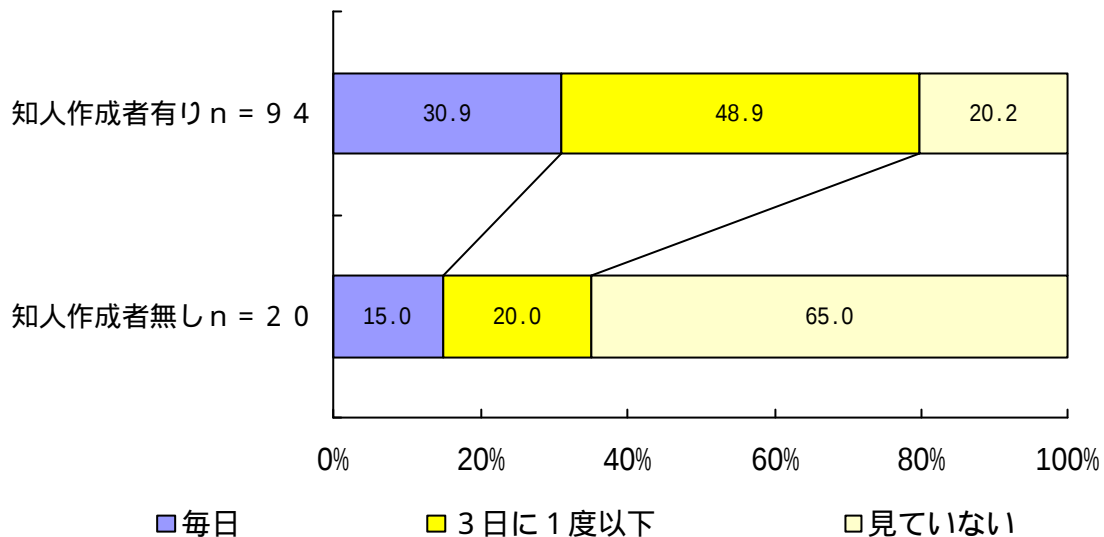
ブログの閲覧状況は「毎日見ている」が28.1%、「3日に1度以下」が43.9%、「見ていない」が28.1%であった。72%の学生がブログを見ていることになる。

b. 知人作成者別の閲覧状況

知人作成者別の閲覧状況を図2-2-7に示す。知人にブログ作成者がいる場合、ブログを「毎日見ている」と答えた学生は31%であるのに対し、いない場合は15%であった。また、いる場合は「見ていない」と答えた学生が20%だったのに対し、いない場合は65%であった。知人にブログ作成者がいると閲覧回数が増えることが

わかる。 χ^2 乗検定は 0.000 で有意差がある。

図 2 - 2 - 7 知人作成者別の閲覧状況 (χ^2 乗 $p=0.000$)



(3) 電話の利用状況

a. 電話の利用回数

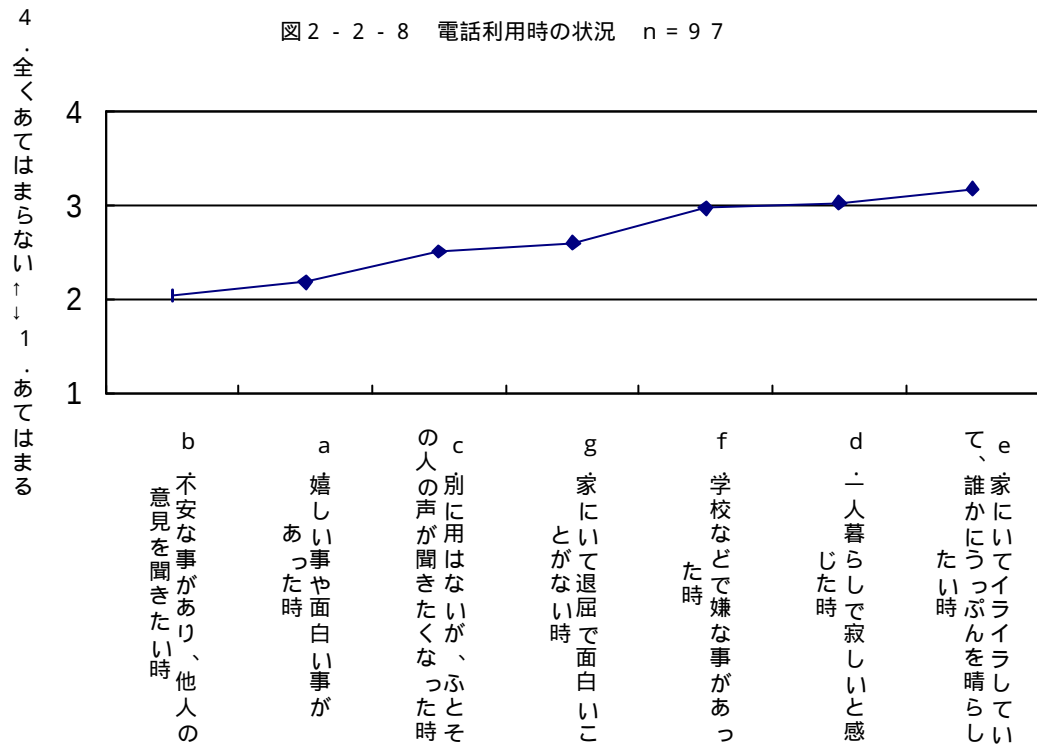
電話を利用する場合、「毎日」利用するグループは 38.1%、「3日に1度程度」利用するグループは 43.3%、「1週間に1度以下」利用するグループは 18.6%であった。「毎日」、「3日に1度程度」利用する割合を合わせると 81%になり、電話を利用する頻度は高いといえる。

b. 電話利用時の状況

調査では「a. 嬉しい事や面白い事があった時」、「b. 不安な事があり、他人の意見を聞きたい時」のように、どのいった場合に電話をしたくなるかを「1. 当てはまる」～「4. 全く当てはまらない」の4段階で、回答者の受け止め方を調査した。その選択肢番号の平均値を求め、図 2 - 2 - 8 に示す。強い傾向ほど数値は低くなっている。

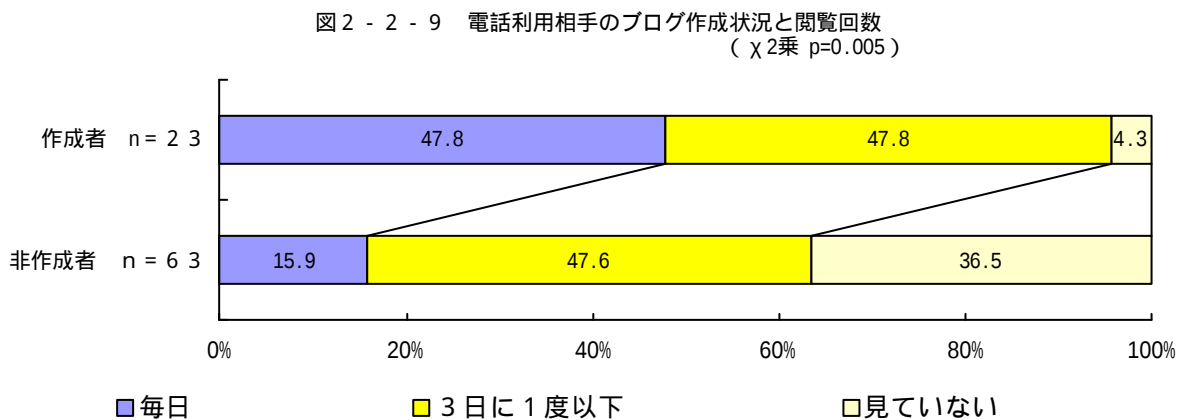
最も電話をしたくなる時は「b. 不安な事があり、他人の意見の意見を聞きたい時」で 2.04 であった。次いで、「a. 嬉しい事や面白い事があった時」の 2.18 である。反対に、最も傾向が低いのが「d. 家にいてイライラしていて、誰かにうっぱんを晴らしたい時」で 3.18 であった。イライラする時は電話をしやすい傾向にあると考えていたが、逆の結果であった。また、嬉しい時など気持ちが高まっている時

は電話をしやすい結果になった。



c . 電話利用相手のブログ作成状況と閲覧回数

最も電話をする相手のブログ作成状況による閲覧状況を図 2 - 2 - 9 に示す。電話をする相手がブログを作成している場合、「毎日」閲覧しているグループは 48 % なのに対し、作成していない場合は 16 % であった。また、相手がブログを作成して「見ていない」場合は 4 % なのに対し、作成していない場合は 37 % であった。電話をする相手がブログを作成していると閲覧しやすい傾向にある。 χ^2 乗検定は $p = 0.005$ で有意差がある。



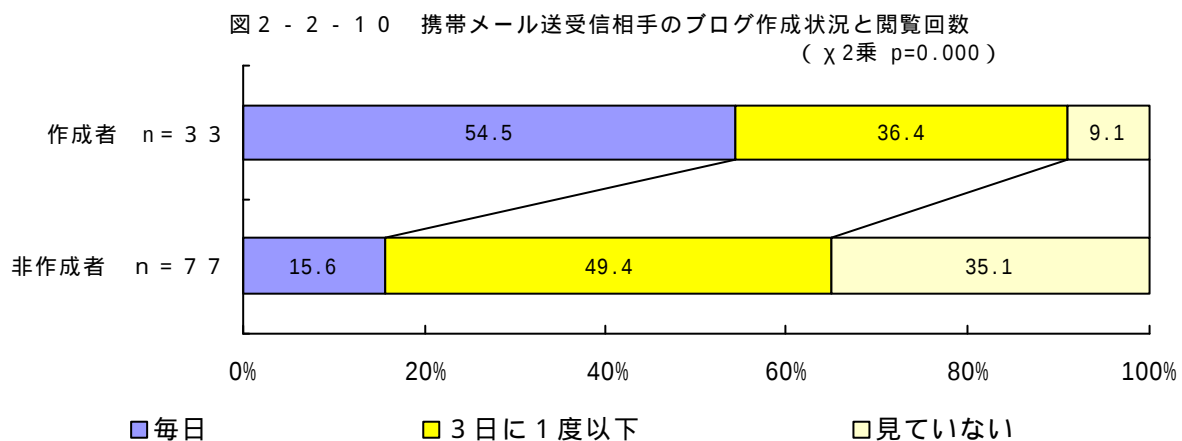
(4) 携帯メールの利用状況

a. 携帯メールの利用回数

携帯メールを利用する場合、「1日に2回以上」利用するグループは57.3%、「1日に1回以下」のグループは42.7%であった。半数以上が1日に何度も携帯メールを利用していることが分かる。

b. 携帯メール送受信相手のブログ作成状況と閲覧回数

最も携帯メールを送受信する相手のブログ作成有無別の閲覧回数を図2-2-10に示す。送受信する相手がブログを作成している場合、「毎日」閲覧しているグループは55%なのに対し、作成していない場合は16%であった。また、相手がブログを作成して「見ていない」グループは9%なのに対し、作成していない場合は35%であった。携帯メールを送受信する相手がブログを作成していると閲覧しやすい傾向にある。 χ^2 乗検定は $p = 0.000$ で有意差がある。



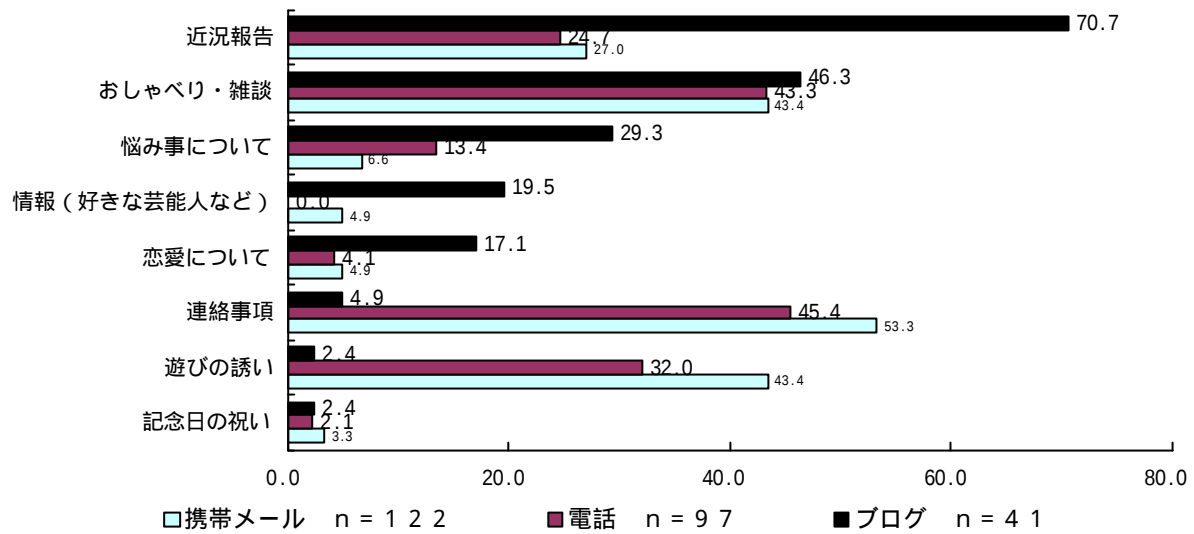
(5) コミュニケーション内容の相違

a. ブログ・電話・携帯メール間でのコミュニケーション内容の相違

ブログと電話、携帯メール間でのコミュニケーション内容の相違を図2-2-11に示す。ブログは「近況報告」が71%と最も多かったのに対し、電話、携帯メールは「連絡事項」がそれぞれ45%、53%と最も多かった。ブログ、電話、携帯メール共次いで「おしゃべり・雑談」がそれぞれ46%、43%、43%と多かった。電話と携帯メールは次いで「遊びの誘い」が32%、43%と多かったのに対し、ブログは2%であった。ブログは「おしゃべり・雑談」に次いで多かったのは「悩み事について」で29%なのに対し、電話と携帯メールはそれぞれ13%、7%であった。また、ブログは「情報(好きな芸能人など)」が20%なのに対し、電話と携帯メールはそれぞれ0%、5%であった。ブログは、報告、好きな芸能人の情報など、一方的に発信する場合に使われているのに対し、電話と携帯メールはコミ

コミュニケーション内容がほぼ同じで、比較的返事を早く必要とする場合に使われている。

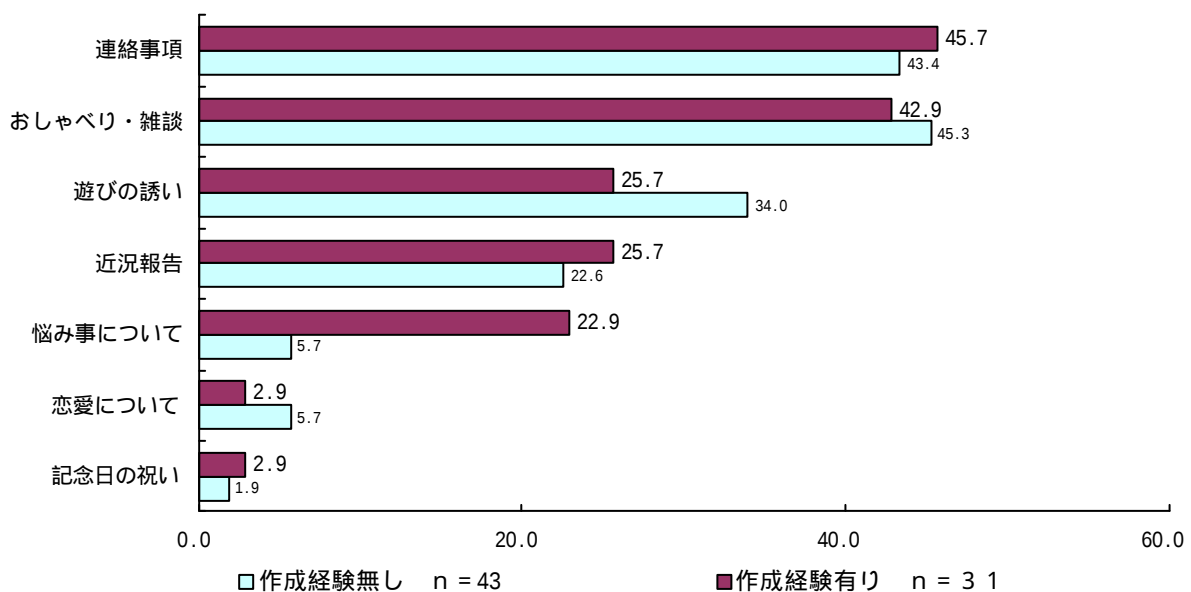
図 2 - 2 - 1 1 コミュニケーション内容の相違



b. ブログ作成経験別の電話のコミュニケーション内容の相違

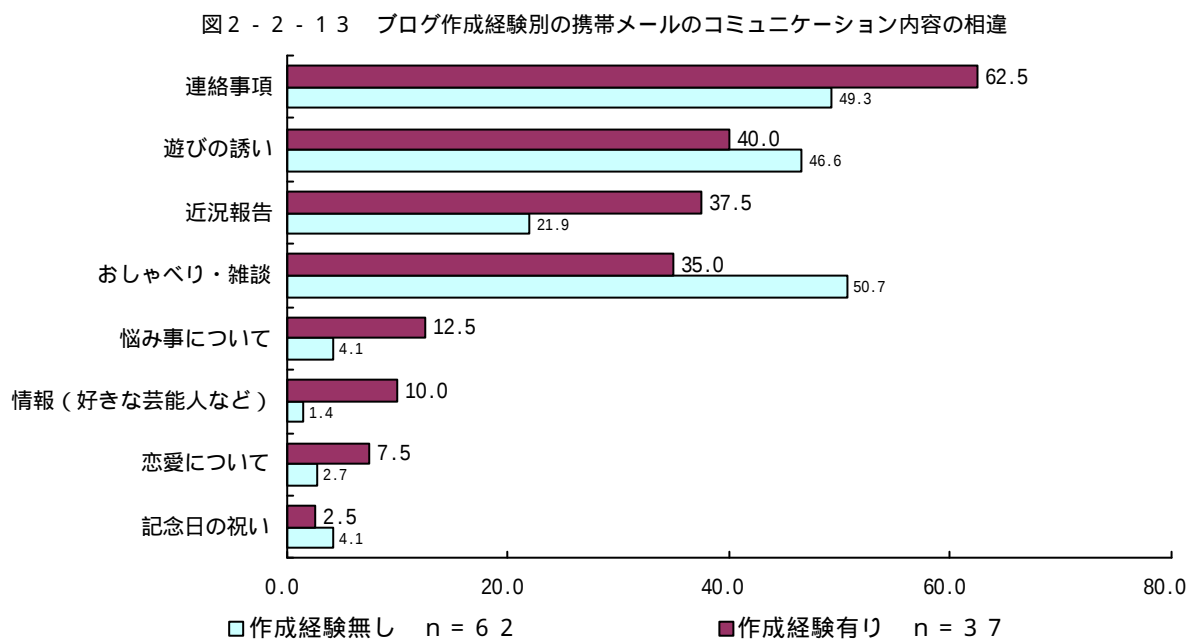
ブログ作成経験別による電話のコミュニケーション内容の相違を図 2 - 2 - 1 2 に示す。作成経験がある場合、「連絡事項」が 46 % と最も多かったのに対し、作成経験が無い場合は「おしゃべり・雑談」が 45 % と最も多かった。作成経験の有無に関わらず、次いで「おしゃべり・雑談」、「遊びの誘い」、「近況報告」となっている。ブログの作成経験の有無が電話のコミュニケーション内容に与える影響は少ない。

図 2 - 2 - 1 2 ブログ作成経験別の電話のコミュニケーション内容の相違



c. ブログ作成経験別の携帯メールのコミュニケーション内容の相違

ブログ作成経験別による携帯メールのコミュニケーション内容の相違を図2-2-13に示す。作成経験がある場合、「連絡事項」が63%と最も多かったのに対し、作成経験が無い場合は「おしゃべり・雑談」が51%と最も多かった。作成経験がある場合、次いで「遊びの誘い」、「近況報告」、「おしゃべり・雑談」がそれぞれ40%、38%、35%なのに対し、作成経験がない場合、「連絡事項」、「遊びの誘い」、「近況報告」がそれぞれ49%、47%、22%と続く。順番にこそ違いはあるが、上位4つまでの内容は同じであり、ブログ作成経験の有無が、携帯メールのコミュニケーション内容に与える影響は少ない。



(6) 情報欲求

a. 情報欲求の因子分析

調査では「A. 世の中の出来事や流行は人よりも早く知りたい方である」、「B. 世の中で話題になっていることは人より詳しく知りたい方である」のような情報の欲求について「1. あてはまる」～「4. 全くあてはまらない」の4段階で、回答者の受け止め方を調査した。これら情報の欲求に関する6個の項目について因子分析を行った。その結果を表2-2-3に示す。3つの因子が抽出され、分散の50%がカバーされている。各因子の名称は第1因子：情報認知度、第2因子：情報共有度、第3因子：情報追求度である。

なお、分析に際しては、1.～4.の回答者の回答を、1→4、2→3、3→2、4→1と逆転した。これによって因子得点は、正でその絶対値が大きいものほどその因子の傾向が強いことを示すことになる（元のままでは、負で絶対値が大きいもの

ほど傾向が強いことになり、理解しにくくなるため)。

表 2 - 2 - 3 情報欲求の因子分析結果

因子 (平方和、寄与率)	因子の内容
第 1 因子 (1.7,28.3%) fac31_10 : 情報認知度	A . 出来事や流行を人より早く知りたい B . 世の中の話題を人より詳しく知りたい 出来事を人よりも知っておきたいという度合いを示す。
第 2 因子 (1.5,24.8%) fac32_10 : 情報共有度	F . 価値ある情報は多くの人に伝えたい E . 自分の考えを多くの人に伝えたい 自分の情報を他人と共有したいとする度合いを示す。
第 3 因子 (1.4,23.6%) fac33_9 : 情報追求度	C . 詳しく知るためにはお金を惜しまない D . 詳しく知るためには時間を惜しまない お金や時間を惜しまず情報を追求する度合いを示す。

(注)平方和と寄与率はバリマックス回転後の値である。寄与率の合計は 76.7%である。

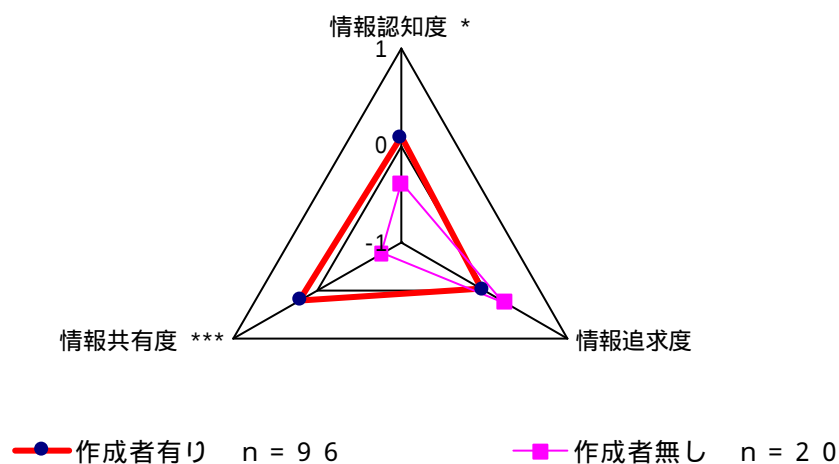
b . 周囲のブログ作成状況別の因子得点

次にこれらの因子が、ブログの閲覧相手別にどのような異なる傾向を持っているかをみるために、因子スコアの平均値を調べた。3つの因子軸は外側へいくほど、その因子の傾向が強まることを示している。

周囲のブログの作成状況の情報欲求因子得点を図 2 - 2 - 1 4 に示す。第 1 因子に $p = 0.047$ 、第 2 因子に 0.000 の有意差がある。第 3 因子には有意差はない。第 1 因子では周囲にブログ作成者がいるグループの平均値は 0.09 、いないグループの平均値は -0.39 である。また、第 2 因子では作成者がいるグループの平均値は 0 .

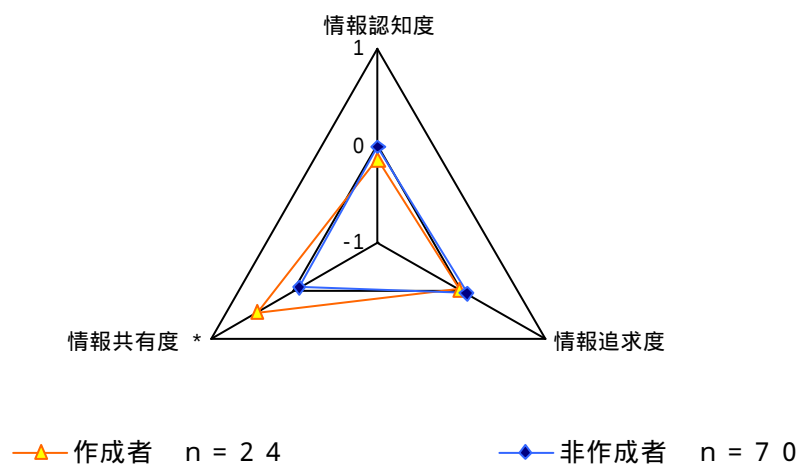
20、いないグループは - 0 . 7 7 であった。どちらの因子も周囲に作成者いる方が傾向は強い。一方、第3因子はブログ作成者があるグループの平均値は - 0 . 0 3、いないグループは 0 . 2 4 であった。第3因子の情報追求度のみ、周囲にブログの作成者がいない方が傾向は強い。

図 2 - 2 - 1 4 周囲のブログ作成者有無の情報欲求因子得点



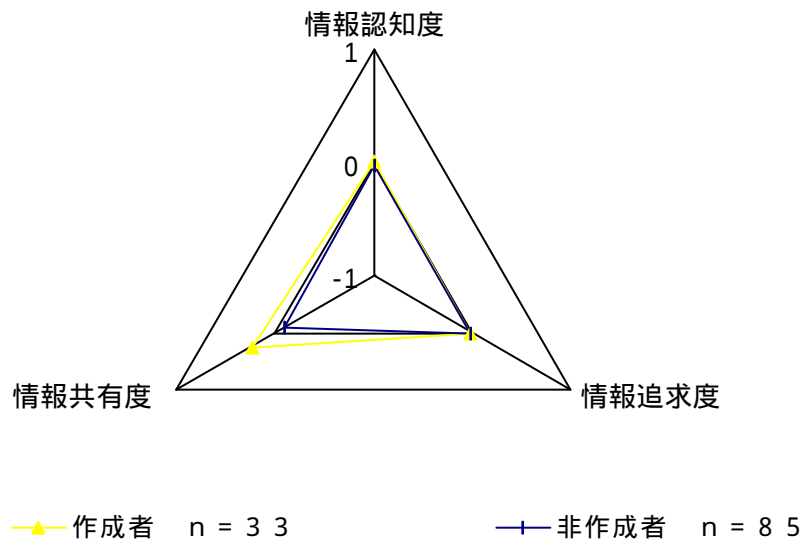
電話利用相手のブログ作成状況の情報欲求因子得点を図 2 - 2 - 1 5 に示す。第2因子のみ有意差があり、 $p = 0 . 0 3 1$ である。また、他の因子に有意差はない。電話をする相手がブログを作成している場合の平均値は 0 . 4 3、作成していない場合の平均値は - 0 . 0 6 である。作成者である場合の方が情報共有性の傾向が強い。

図 2 - 2 - 1 5 電話利用相手のブログ作成状況別の情報欲求因子得点



携帯メールの送受信相手のブログ作成状況の情報欲求因子得点を図2-2-16に示す。どの因子にも有意差はないが、第2因子に差がみられる。携帯メールの送受信相手がブログを作成している場合の平均値は0.24、作成していない場合の平均値は-0.08であった。また、第3因子である情報追求度のみ、携帯メールの送受信相手がブログ作成者ではない方が平均値が高いが、その差は大きくない。

図2-2-16 携帯メール送受信相手のブログ作成状況別の情報欲求因子得点



これらの結果をまとめたものを表2-2-4に示す。表において黄色になっている部分が注目すべきところである。ブログ、電話、携帯メールのいずれも、周囲または相手のブログ作成状況に情報共有の大小が関係している。いずれの場合も、周囲にブログ作成者がある、電話の相手、携帯メールの送受信の相手がブログを作成している場合に情報を共有する度合いが高い。

なおブログは、情報認知度の大小も周囲の作成者の有無が関わっている。この場合も、周囲にブログ作成者がある方が度合いは高い。つまり、情報認知度、情報共有度が低い人ほどブログに関心を持たず、そういう人は周囲にブログ作成者がいない。全体としては、周囲にブログ作成者がある場合が多いので、いない場合の方が特異な存在といえる。

また、電話も携帯メールも情報共有度において差があるが、電話の方がより傾向が強く、他者と共有したい時に使われるといえる。携帯メールは情報欲求度をあまり意識する事なく使われている。

表 2 - 2 - 4 ブログ作成状況毎の情報欲求度

	作成状況	情報認知度	情報共有度	情報追求度
ブログ	作成者有	0.09	0.20	-0.03
	作成者無	-0.39	-0.77	0.24
電話	作成者	-0.15	0.43	-0.03
	非作成者	-0.00	-0.06	0.05
携帯メール	作成者	0.01	0.24	-0.00
	非作成者	-0.01	-0.08	0.00

2.5 ブログ作成有無による相違

(1) web 効用

a. web の効用の因子分析

調査では「A. さまざまな情報収集をおこなうことで、新たな知識が増えた」、「B. 社会の様々なできごとに対する感受性が高まる」のようなwebの効用について「1. 当てはまる」～「4. 全く当てはまらない」の4段階で、回答者の受け止め方を調査した。これらのwebの効用に関する6個の項目について因子分析を行った。その結果を表2-2-5に示す。3つの因子が抽出され、分散の60%がカバーされている。各因子の名称は第1因子：相互共感性、第2因子：知識欲求性、第3因子：感情整理性である。

なお、分析に際しては、1.～4.の回答者の回答を、1→4、2→3、3→2、4→1と逆転した。これによって因子得点は、正でその絶対値が大きいものほどにその因子の傾向が強いことを示すことになる（元のままでは、負で絶対値が大きいものほど傾向が強いことになり、理解しにくくなるため）。

表 2 - 2 - 5 web の効用の因子分析結果

因子（平方和、寄与率）	因子の内容
第1因子（1.8,29.5%） fac31_9：相互共感性	F. 自分に共感してくれる他者と出会う E. 自分を理解してくれる人がいて嬉しい 他者と共感すること。
第2因子（1.5,25.5%） fac32_9：知識欲求性	B. 社会の様々な出来事に対し感受性が高まる A. さまざまな情報収集を行うことで、新たな知識が増える 情報収集を行うことで新しい知識が増える。
第3因子（1.4,23.4%） fac33_9：感情整理性	C. 不満などが消え、気分がすっきりする D. 自分の感情や問題に対しての気持ちが整理される 自分の感情が整理される。

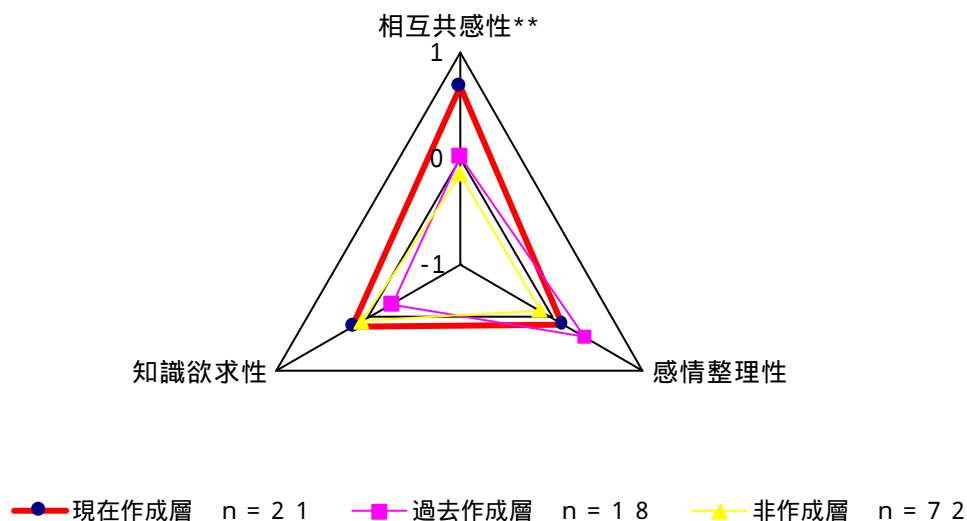
（注）平方和と寄与率はバリマックス回転後の値である。寄与率の合計は78.4%である。

b. ブログの作成状況別の因子得点

次にこれらの因子がブログの作成状況別で、どの様に異なる傾向を持っているかをみるために、因子得点の平均値を調べた。3つの因子軸は外側へいくほど、その因子の傾向が強まることを示している。

ブログの作成状況別のweb効用の因子得点を図2-2-17に示す。第1因子に $p = 0.003$ の有意差があり、他の因子にはない。第1因子において、現在作成しているグループの平均値は0.68、過去に作成していたグループの平均値は0.02、非作成グループの平均値は-0.15であった。相互共感性が高いほど、ブログを作りやすい。また、第3因子において、現在作成しているグループの平均値は0.12、過去に作成していたグループの平均値は0.36であった。有意差はないが、感情整理性が高い方がブログをやめやすい傾向にある。

図2-2-17 ブログ作成状況別のweb効用因子得点



(2) ブログ閲覧による電話、携帯メールの利用とweb効用

a. ブログ閲覧による電話、携帯メールの利用グループ

ブログ、電話、携帯メールは全部が同一相手のコミュニケーションでよく使われる事があり、またはブログ、電話だけが同一相手がよく使われる事があり、またはブログ、メールだけが同一相手がよく使われる事もある。これらの手段の組み合わせがどのようなコミュニケーション上の特性と関係しているか否かは、関心の持たれる問題である。そこで、これらの3つの手段の組み合わせがどのようなになっているのかの区分の作成を行う。

調査では、ブログの閲覧・非閲覧、電話をする相手、メールをする相手がブログを作成しているか、いないか（非作成）を調べた。これをまとめたものを表2-2-6に示

す。全部で5つに分類できる。ブログを閲覧していて、電話の相手がブログを作成、なおかつメールの相手もブログを作成している場合を第1グループ、第1グループの条件でメールの相手がブログ非作成の場合を第2グループ。ブログを閲覧していて、電話の相手がブログを非作成、メールの相手がブログを作成している場合を第3グループ、第3グループの条件でメールの相手がブログを非作成の場合を第4グループ。ブログの非閲覧を第5グループとする。

表2 - 2 - 6 ブログ閲覧による電話、携帯メールの利用グループ

ブログ閲覧				5 .ブログ非閲覧
電話相手がブログ作成		電話相手がブログ非作成		
1 .メール相手が ブログ作成	2 .メール相手が ブログ非作成	3 .メール相手が ブログ作成	4 .メール相手が ブログ非作成	

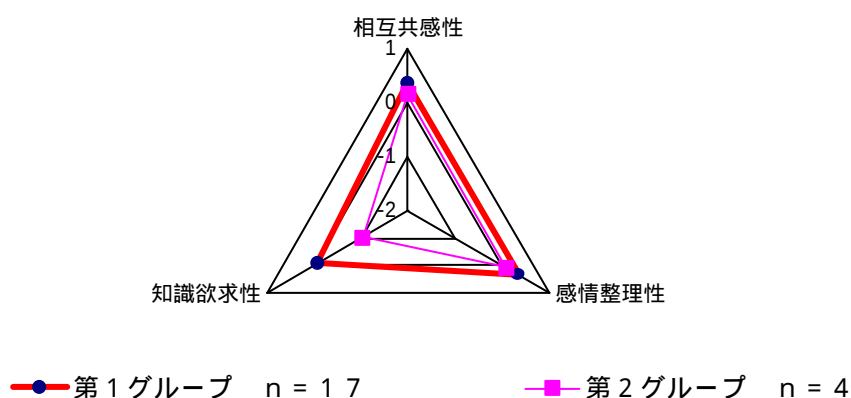
(注)“電話相手がブログ作成者”とは、最も多く電話をする相手がブログ作成者である事を示す。“メール相手がブログ作成者”とは、最もメールをする相手がブログ作成者である事を示す。

b . グループ別の因子得点

次に(1) a . の因子が各グループで、どの様に異なる傾向を持っているかをみるために、因子得点の平均値を調べた。3つの因子軸は外側へいくほど、その因子の傾向が強まることを示している。

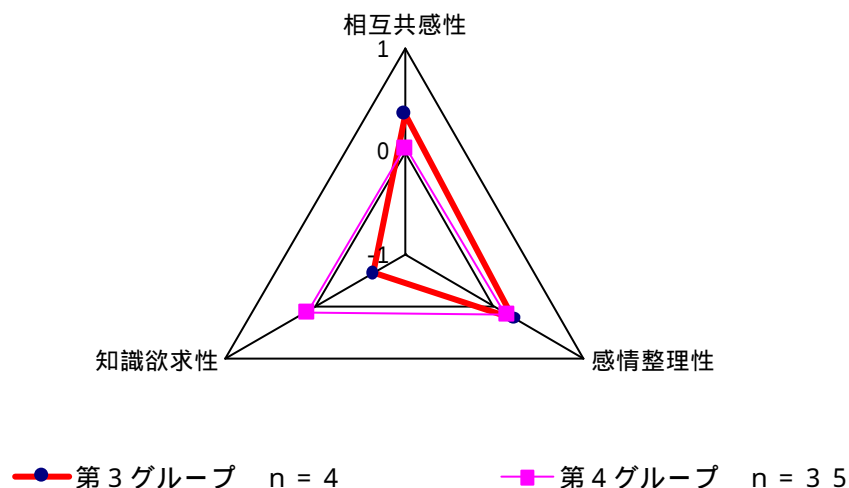
第1グループと第2グループのweb効用の因子得点を図2 - 2 - 18に示す。どの因子にも有意差はみられないが、第2因子に差がみられる。第1グループの平均値は - 0 . 0 7、第2グループの平均値は - 1 . 0 3である。ブログを閲覧していて、なおかつ電話の相手もブログを作成している場合、メール相手がブログ作成者の場合の方が第2因子の傾向が強い。

図2 - 2 - 18 第1、第2グループのweb効用因子得点



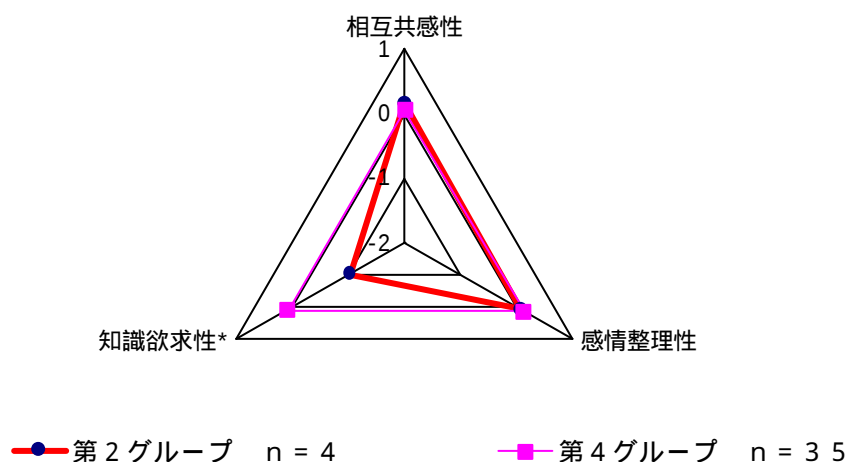
第3グループと第4グループのweb効用の因子得点を図2-2-19に示す。どの因子にも有意差はみられないが、第2因子に差がみられる。第3グループの平均値は-0.65、第4グループの平均値は0.10である。ブログを閲覧していて、なおかつ電話相手がブログ非作成者の場合、メール相手がブログ非作成者の場合の方が第2因子の傾向が強い。

図2-2-19 第3、第4グループのweb効用因子得点



第3グループと第4グループのweb効用の因子得点を図2-2-20に示す。第2因子に $p = 0.025$ の有意差があり、他の因子にはない。第2因子において、第3グループの平均値は-1.03、第4グループの平均値は0.10である。ブログを閲覧していて、なおかつ携帯メール相手がブログ非作成者の場合、電話の相手もブログの非作成者の場合の方が第2因子の傾向が強い。

図2-2-20 第2、第4グループのweb効用因子得点



これらの結果をまとめて表 2 - 2 - 7 に示す。どのグループ比較の場合も第 2 因子である知識欲求性に差がみられ第 4 グループが大きい。特に第 2 グループと第 4 グループの比較では有意差があった。電話相手のブログ作成状況と、携帯メール相手のブログ作成状況が同じ場合、知識欲求性の傾向が強い。つまり、電話の相手がブログを作成してるならば、携帯メールをする相手もブログを作成している方が情報収集をし、新しい知識を得ようとする傾向が強い。

表 2 - 2 - 7 グループ毎の w e b 効用

グループ	相互共感性	知識欲求性	感情性理性
第 1 グループ	0.35	-0.07	0.36
第 2 グループ	0.16	-1.03	0.08
第 3 グループ	0.37	-0.65	0.23
第 4 グループ	0.05	0.10	0.14
第 2 グループ	0.16	-1.03	0.08
第 4 グループ	0.05	0.10	0.14

第3章 まとめと今後の課題

文教大学生のブログに対する関心は高く、認知度は9割、毎日閲覧をしているひとが2割強いることがわかった。ブログの作成状況は、過去に作成していた人も合わせて3割強と少なくない。また、知人にブログ作成者がいる場合、ブログを作成しやすい傾向にあり、閲覧相手も友人のブログをみる傾向が強く、知人にブログ作成者がいると閲覧回数が増える傾向もあるので、ブログが友人同士のコミュニケーション手段の1つとして、存在している役割があることがわかった。

知人のブログを見る傾向は電話と携帯メールとの比較からもわかる。最も電話をする相手がブログを作成している場合、ブログの閲覧回数は増える。これは携帯メールの場合も同様のことがいえ、最も携帯メールを送受信する相手がブログを作成している場合、ブログの閲覧回数は増える。

ブログと電話、携帯メールのコミュニケーション内容にも違いがある。いずれも大学の友人が最も相手として多かったが、電話、携帯メールは連絡事項やおしゃべり・雑談、遊びの誘いなど返事を要する内容に、ブログは近況報告、好きな芸能人の情報など一方的に情報を発信する内容に使われている傾向にある。電話と携帯メールはコミュニケーション内容だけでなく、相手も大学の友人に次いで恋人、家族が多いと同じ結果になった。

また、どういった場合に電話をしたくなるかを調べた結果、不安な時や、嬉しい事や面白い事があった時が多かった。反対にイライラしている時に電話をかける傾向は低く、予想とは逆の結果であった。ブログの作成経験別による電話、携帯メールのコミュニケーション内容の相違も調べたが、特に違いはなかった。

ブログ、電話、携帯メールのいずれも、周囲または相手のブログ作成状況に情報共有の大小が関係している。いずれの場合も、周囲にブログ作成者がいる、電話の相手、携帯メールの送受信の相手がブログを作成している場合に情報を共有する度合いが高いことがわかった。なおブログは、情報認知の大小に周囲の作成者の有無が関わっている。この場合も、周囲にブログ作成者がいる方が度合いは高い。

ブログの作成状況別で比較してみると、web効用において、相互共感性が高いほど、ブログを作りやすい。また、感受性が高い方がブログをやめやすい傾向にあった。

調査では、ブログの閲覧・非閲覧、電話をする相手、メールをする相手がブログを作成・非作成かを調べ、5つに分類できた。ブログを閲覧していて、電話の相手がブログを作成、なおかつメールの相手もブログを作成している場合を第1グループ、第1グループの条件でメールの相手がブログを非作成の場合を第2グループ。ブログを閲覧していて、電話の相手がブログを非作成、メールの相手がブログを作成している場合を第3グループ、第3グループの条件でメールの相手がブログを非作成の場合を第4グループ。ブログの非閲覧を第5グループとした場合、第1と第2グループ、第3と第4グループ、第2と第4グループを比較すると、どの場合も知識欲求性に差がみえた。調査では、大学の友人のブログを見ている人ほど知識欲求性が低いことから、一番値が低かった第2グループが普段

から会っている友人の傾向といえよう。

今回の反省は、分岐先のミスである。調査票の進行上は問題ないが、1つ前の質問へ飛ばした方が分析の際、使いやすかった問題があったので残念である。また、ブログの閲覧相手、電話をする相手、携帯メールをする相手を大学の友人、高校時代までの友人などとしたが、普段からよく会っているのかどうかなどが分からず、親密さを計りかねた。どのくらいの親密さかどうかが分かる質問にすべきであった。調査番号を間違えるなどのケアレスミスも多かったので、今回の調査票の出来そのものが反省点である。

参考文献

- ・ 川浦泰至 (1 9 9 8) 「情報欲求と情報行動」 広告月報, 1 9 9 8 年 1 月号, 4 2 - 4 7 .
<http://www8.plala.or.jp/revir/works/1998/aor/aor1.html>
- ・ ハッ橋武明 (2 0 0 3) 「メディアの移行とウェブの効用」
平成 1 1 ~ 1 4 年度 科学研究費補助金研究成果報告書
「地域情報化と社会システムの変容に関する実証的研究」 2 0 0 3 . 3 第 3 章第 3 節
<http://www.bunkyo.ac.jp/~yatsuha/kenkyu/kend3/kend3idx.html>
- ・ 山下清美 (2 0 0 4) 「ウェブログの心理学」 人工知能学会セマンティックウェブと
オントロジー研究会資料
<http://epi.fm.senshu-u.ac.jp/~weblog/archives/000002.html>
- ・ 赤尾晃一 (2 0 0 0) 「個人の情報発信メディアとしての w e b 日記」
<http://tokyo.cool.ne.jp/webdiary/keynote.htm>
- ・ 川浦康至、山下清美、三浦麻子 (2 0 0 4) 「ウェブログ・ウェブ日記意識調査」
http://www.team1mile.com/asarin/research/livedoor/freq_top.html
- ・ 総務省 (報道資料)
http://www.soumu.go.jp/s-news/2006/060413_2.html
- ・ 株式会社ホットリンク 「ブログの利用実態調査」
<http://www.hottolink.co.jp/log/eid502.html>
- ・ 株式会社市場通信 「トラックバック機能の利用調査」
<http://www.shijo24.com/000770.php>
- ・ 吉井博明 (1 9 9 2) 「家庭における電話利用の実態とヘビーユーザーの行動」
- ・ 伊藤裕子 (2 0 0 5) 「コミュニケーションにおけるブログの位置づけ」

ブログに関する調査（2006.10）

卒業研究のためのデータを作っています。調査にご協力をお願いします。
 なお、ブログに関する調査なのでミクシィ（SNS）は含まずにお考え下さい。

広報学科4年 ハッ橋ゼミ 伊藤裕子

【調査対象層】文教大学生

【配布・回収数】配布数 128 枚 回収数 128 枚 有効回収数 124 枚

問1．あなたは自宅でパソコン（PC）を使っていますか。（1つに○） n = 124

- | | | | |
|-------------------|------|------------------------|-----|
| 1. ネットに接続して、使っている | 82.3 | 2. ネットに接続をしていないが、使っている | 8.9 |
| 3. 使っていない | 8.9 | | |

< PCでのweb利用についてお聞きします >

問2．あなたが主にwebを利用する所はどこですか。（1つに○） n = 124

- | | | | | | |
|--------|------|----------------|------|-----------|-----|
| 1. 自宅 | 66.9 | 2. 学校 | 26.6 | 3. ネットカフェ | 0 |
| 4. その他 | 0.8 | 5. 利用しない → 問3へ | 0 | 無回答 | 5.6 |

付問1．webを利用する時間は、週の延べ時間でみたらおよそどれくらいになりますか。（1つに○） n = 124

- | | | | | | |
|----------------|------|------------|------|-------------|------|
| 1. 1時間未満 | 10.5 | 2. 1 3時間未満 | 32.3 | 3. 3 10時間未満 | 30.6 |
| 4. 10 ~ 20時間未満 | 13.7 | 5. 20時間以上 | 12.9 | | |

問3．あなたはブログ（ウェブログ）を知っていますか。（1つに○） n = 124

- | | | | |
|----------|------|---------------|-----|
| 1. 知っている | 93.5 | 2. 知らない → 問9へ | 6.5 |
|----------|------|---------------|-----|

問4．あなたは現在ブログをどの程度見てますか。（1つに○） n = 116

- | | | | | | |
|----------------|------|-------------|------|-------------|-----|
| 1. 毎日見ている | 27.6 | 2. 3日に1度程度 | 24.1 | 3. 1週間に1度程度 | 6.0 |
| 4. 2週間に1度程度 | 2.6 | 5. 1か月に1度程度 | 4.3 | 6. それ以下 | 6.0 |
| 7. 見ていない → 問7へ | 27.6 | 無回答 | 1.7 | | |

付問1．あなたが最も多く見るブログは誰のですか。（1つに○） n = 84

- | | | | | | |
|----------|------|--------------|------|-----------------|------|
| 1. 大学の友人 | 33.3 | 2. 高校時代までの友人 | 10.7 | 3. 学校以外で知り合った友人 | 13.1 |
| 4. 恋人 | 0 | 5. 家族 | 1.2 | 6. その他 | 41.7 |

付問2．その人とは、どの程度電話をしますか。（1つに○） n = 84

- | | | | | | |
|-------------|------|-------------|------|-------------|------|
| 1. 毎日している | 0 | 2. 3日に1度程度 | 4.8 | 3. 1週間に1度程度 | 4.8 |
| 4. 2週間に1度程度 | 2.4 | 5. 1か月に1度程度 | 14.3 | 6. それ以下 | 21.4 |
| 7. 電話をしない | 52.4 | | | | |

付問3．その人とは、どのくらいの頻度で携帯のメールをしますか。（1つに○） n = 84

- | | | | | | |
|------------|------|-------------|------|------------|------|
| 1. 1日に数回以上 | 1.2 | 2. 1日に1回くらい | 2.4 | 3. 週に数回くらい | 20.2 |
| 4. 月に数回くらい | 20.2 | 5. 月に1回以下 | 14.3 | 6. メールをしない | 40.5 |
| 無回答 | 1.2 | | | | |

問5．あなたはブログにコメントをしたことがありますか。（1つに○） n = 84

- | | | | |
|-------|------|-------|------|
| 1. ある | 69.0 | 2. ない | 31.0 |
|-------|------|-------|------|

問 6 . あなたはブログの利用に抵抗感がありますか。(1 つに ○) n = 84

1 . ある	1.2	2 . ややある	15.5	3 . あまりない	51.2	4 . 全くない	32.1
--------	-----	----------	------	-----------	------	----------	------

問 7 . あなたの周りにブログを持っている人はいますか。(1 つに ○) n = 116

1 . いる	82.8	2 . いない	17.2
--------	------	---------	------

問 8 . あなたはブログを作成したことがありますか。(1 つに ○) n = 116

1 . 今、作成している	19.0	2 . 過去に作成していた	15.5	3 . ない → 問 9 へ	64.7
無回答	0.9				

付問 1 . ブログのアドレスを教えている (教えていた) 人は誰ですか。(いくつでも ○) n = 41

1 . 大学の友人	43.9	2 . 高校時代までの友人	41.5	3 . 学校以外で知り合った友人	39.0
4 . 恋人	9.8	5 . 家族	4.9	6 . 特に教えていない	24.4
7 . 非公開	0	8 . その他	9.8	無回答	4.9

付問 2 . ブログの内容についてお聞きします。(3 つまで ○) n = 41

1 . 近況報告	70.7	2 . 遊びの誘い	2.4	3 . 恋愛について	17.1
4 . 悩み事について	29.3	5 . 連絡事項	4.9	6 . おしゃべり・雑談	46.3
7 . 情報 (好きな芸能人など)	19.5	8 . 記念日の祝い	2.4	9 . その他	14.6
無回答	7.3				

付問 3 . あなたは自分の記事にコメント・トラックバックを求めますか。(1 つに ○) n = 41

1 . はい	56.1	2 . いいえ	39.0	無回答	4.9
--------	------	---------	------	-----	-----

<ここからは全員にお聞きします>

問 9 . あなたは電話をかけますか。(1 つに ○) n = 124

1 . よくかける	34.7	2 . ときどきかける	43.5	3 . ほとんどかけない → 問 1 4 へ	21.8
-----------	------	-------------	------	------------------------	------

問 1 0 . あなたが最も使う電話はどれですか。(1 つに ○) n = 97

1 . 自宅の電話	2.1	2 . 携帯電話	96.9	3 . 公衆電話	0
4 . その他	0	無回答	1.0		

問 1 1 . あなたはどの程度電話をかけますか。(1 つに ○) n = 97

1 . 毎日している	38.1	2 . 3 日に 1 度程度	43.3	3 . 1 週間に 1 度程度	12.4
4 . 2 週間に 1 度程度	6.2	5 . 1 か月に 1 度程度	0	6 . それ以下	0

付問 1 . あなたが最も電話をする相手はどのような人ですか。(1 つに ○) n = 97

1 . 大学の友人	30.9	2 . 高校時代までの友人	13.4	3 . 学校以外で知り合った友人	5.2
4 . 恋人	26.8	5 . 家族	17.5	6 . その他	4.1
				無回答	2.1

付問 2 . その人とは、 どのような内容の電話をしますか。(3 つまで ○) n = 97

1 . 近況報告	24.7	2 . 遊びの誘い	32.0	3 . 恋愛について	4.1
4 . 悩み事について	13.4	5 . 連絡事項	45.4	6 . おしゃべり・雑談	43.3
7 . 情報 (好きな芸能人など)	0	8 . 記念日の祝い	2.1	9 . その他	14.4

付問3．その人のブログをどの程度見てますか。(1つに○) n = 97

1．毎日見ている	4.1	2．3日に1度程度	5.2	3．1週間に1度程度	3.1
4．2週間に1度程度	2.1	5．1か月に1度程度	1.0	6．それ以下	9.3
7．相手はブログを持っていない	73.2	無回答	2.1		

付問4．その人とは、どのくらいの頻度で携帯のメールをしますか。(1つに○) n = 97

1．1日に数回以上	18.6	2．1日に1回くらい	22.7	3．週に数回くらい	37.1
4．月に数回くらい	12.4	5．月に1回以下	2.1	6．メールをしない	5.2
無回答	2.1				

問13．あなたが電話をする時に、次の各項目はどの程度あてはまりますか。A Gのそれぞれについて、あてはまる番号に各々○を1つつけてください。 n = 97

	1． あてはまる	2． ややあてはまる	3． あまりあてはまらない	4． 全くあてはまらない	無回答
A．嬉しい事や面白い事があった時	26.8	39.2	23.7	10.3	0
B．不安な事があり、他人の意見を聞きたい時	27.8	46.4	17.5	7.2	1.0
C．別に用はないが、ふとその人の声が聞きたくなった時	23.7	25.8	26.8	23.7	0
D．一人暮らしで寂しいと感じた時	15.5	15.5	18.6	49.5	1.0
E．家にいてイライラしていて、誰かにうっぷんを晴らしたい時	7.2	19.6	21.6	51.5	0
F．学校などで嫌な事があった時	13.4	17.5	27.8	41.2	0
G．家にいて退屈で面白いことがない時	19.6	29.9	21.6	28.9	0

問14．あなたは電話の利用に抵抗感がありますか。(1つに○) n = 124

1．ある	3.2	2．ややある	25.0	3．あまりない	38.7	4．全くない	33.1
------	-----	--------	------	---------	------	--------	------

問15．あなたは携帯のメールをどの程度利用していますか。(1つに○) n = 124

1．1日に数回以上	57.3	2．1日に1回くらい	24.2	3．週に数回くらい	15.3
4．月に数回くらい	1.6	5．月に1回以下	0	6．利用しない	→問17へ 1.6

付問1．携帯のメールを最もする相手はどのような人ですか。(1つに○) n = 122

1．大学の友人	50.0	2．高校時代までの友人	15.6	3．学校以外で知り合った友人	8.2
4．恋人	19.7	5．家族	4.1	6．その他	1.6
				無回答	0.8

付問2．その人とは、どういう内容のメールをしますか。(3つまで○) n = 122

1．近況報告	27.0	2．遊びの誘い	43.4	3．恋愛について	4.9
4．悩み事について	6.6	5．連絡事項	53.3	6．おしゃべり・雑談	43.4
7．情報(好きな芸能人など)	4.9	8．記念日の祝い	3.3	9．その他	15.5
無回答	0.8				

付問3．その人のブログをどの程度見てますか。(1つに○) n = 122

1．毎日見ている	6.6	2．3日に1度程度	5.7	3．1週間に1度程度	4.9
4．2週間に1度程度	1.6	5．1か月に1度程度	0	6．それ以下	8.2
7．相手はブログを持っていない	70.5	無回答	2.5		

付問４．その人とは、どの程度電話をしますか。(１つに○) n = 122

１．毎日している	13.1	２．３日に１度程度	25.4	３．１週間に１度程度	19.7
４．２週間に１度程度	7.4	５．１か月に１度程度	13.1	６．それ以下	9.8
７．電話をしない	9.8	無回答	1.6		

問１６．あなたは携帯のメールの利用に抵抗感がありますか。(１つに○) n = 122

１．ある	0.8	２．ややある	9.0	３．あまりない	27.0	４．全くない	61.5
無回答	1.6						

問１７．web利用には、情報を調べたり、相互のコミュニケーションに利用するなど様々な利用法があります。

それらweb全体の利用感について、次のようなことがどの程度あてはまりますか。A～Fのそれぞれについて、あてはまる番号に各々○を１つつけてください。

(問２で「５．利用しない」と答えた方は問１２へお進みください) n = 124

	１． あてはまる	２． ややあてはまる	３． あまりあてはまらない	４． 全くあてはまらない	無回答
A．さまざまな情報収集をおこなうことで、新たな知識が増えた	58.1	33.1	6.5	0	2.4
B．社会の様々なできごとに対する感受性が高まる	39.5	41.1	15.3	1.6	2.4
C．不満やイライラが消え、気分がすっきりすることがある	5.6	23.4	47.6	20.2	3.2
D．自分の感情や問題に対しての気持ちが整理されることがある	7.3	31.5	38.7	20.2	2.4
E．自分を理解してくれる人がいることが分かって嬉しい	11.3	22.6	37.9	25.8	2.4
F．自分に共感してくれる他者と出会うことがある	8.9	33.9	29.8	25.0	2.4

問１８．次の各項目は、情報に対する態度について述べたものです。あなたはどの程度あてはまりますか。A～Fのそれぞれについて、あてはまる番号に各々○を１つつけてください。 n = 124

	１． あてはまる	２． ややあてはまる	３． あまりあてはまらない	４． 全くあてはまらない	無回答
A．世の中の出来事や流行は人よりも早く知りたい方である	19.4	45.2	30.6	4.8	0
B．世の中で話題になっていることは人よりも詳しく知りたい方である	21.0	40.3	33.1	5.6	0
C．関心のあることを詳しく知るためにはある程度お金がかかってもかまわない方である	8.9	37.1	36.3	16.9	0.8
D．関心のあることを詳しく知るためには時間をおしまない方である	22.6	44.4	27.4	5.6	0
E．自分の意見や考えを多くの人に伝えたい方である	16.1	32.3	41.9	9.7	0
F．価値ある情報を手に入れたら、それを多くの人に伝えたい方である	16.1	49.2	26.6	8.1	0

最後にあなた自身についてお聞きします。

F１．あなたの性別(１つに○) n = 124

１．男	56.5	２．女	43.5
-----	------	-----	------

F 2 . あなたの学年 (1 つに ○) n = 124

1 . 1 年次	21.8	2 . 2 年次	14.5	3 . 3 年次	52.4	4 . 4 年次	11.3
----------	------	----------	------	----------	------	----------	------

F 3 . あなたの学部 (1 つに ○) n = 124

1 . 情報	95.2	2 . 国際	4.0	3 . 短大	0	4 . その他	0.8
--------	------	--------	-----	--------	---	---------	-----

F 4 . あなたは一人暮らしですか。 (1 つに ○) n = 124

1 . はい	59.7	2 . いいえ	40.3
--------	------	---------	------

