

人はなぜウェブ日記/ウェブログを 書き続けるのか

神戸学院大学人文学部人間心理学科
三浦 麻子

Collaboration with 山下清美(専修大学)

話題提供趣旨

- パーソナル・メディアの発信基地であるインターネットで、独自の日本的ウェブ文化が形成される原動力となった**ウェブ日記**と、その進化形としての**ウェブログ**について紹介する
- ウェブ日記やウェブログを**書き続ける**という人間行動は、何に駆動されているものなのかを探る研究を紹介する
- インターネット上で展開される**パーソナル・コミュニケーション**に関する理解を深める

本研究の主たる関心

- 人は、ウェブ日記・ウェブログを
 - なぜ書き続けるのか
 - なぜ読み続けるのか
 - なぜそこに「コミュニティ」が形成されるのか
- 関心の所在は、ウェブ日記やウェブログに関わる人々（個人・集団）の中にある心理的過程

話題提供のあらまし

- CMCに関する私の研究史
- ウェブ日記とは何か
 - 歴史的経緯・先行研究の結果
- ウェブログの登場
 - ウェブ日記との異同・新しい側面
- 3月実施の調査研究の概要紹介
- 今後の予定とまとめ・展望

- **CMCに関する私の研究・実践史**
- ウェブ日記とは何か
 - － 歴史的経緯・先行研究の結果
- ブログの登場
 - － ウェブ日記との異同・新しい側面
- 3月実施の調査研究の概要紹介
- 今後の予定とまとめ・展望

CMCと私

- 1992年～ パソコン通信を始める
- 1995年～ 就職と共に個人ウェブサイト構築
- いろんなCMC研究をしています
 - WWW掲示板 篠原・三浦(1999); 三浦・篠原(2001)
 - 電子ブレスト 三浦(2001); Miura(2003)
 - Web検索 三浦・藤原(2001); Fujihara & Miura(2003)
 - コミュニティ支援 三浦・藤原(2003)
 - チャット 三浦・篠原(2002); Miura & Shinohara(in press)
 - 2ちゃんねる 松村・三浦・柴内・大澤・石塚(2004)
 - **ウェブ日記 + ウェブログ**
3月実施・現在分析中 with 山下清美氏@専大
社心大会と Psychology & IT2004で発表予定

ウェブ日記・ウェブログと私

- 1996年頃からウェブ日記開始
少しずつスタイルを変えながら書き続ける
- ずっとベタ打ちでhtmlを書いていたが、
2001.10からtDiaryを導入し、自動html化
(明日でtDiary執筆開始1000日)
- 2004よりウェブログも複数作成中
- 参考文献：
 - 現代のエスプリ「日記コミュニケーション」(2000)
 - ウェブ日記者な心理学者として巻頭対談に参加

インターネットにおけるウェブ

■ 情報データベース

- 本来目的だった用途
- 技術者や研究者たちのコミュニティをサポート

■ コミュニケーション・メディア

- 一般社会への爆発的な普及
- 個人が送り手になっておこなうパーソナル・コミュニケーションの場(川上, 2001)

ウェブにおける個人コンテンツ

- ウェブサイト(いわゆるホームページ)構築
- 個人ウェブサイト同士の「弱い紐帯」の強さ
(Granovetter, 1972)

電子コミュニティの構築

- 商業的パブリッシングの一環として利用されることの多かった欧米諸国とは趣の異なる、独自の日本的ウェブ文化の誕生・発展

個人コンテンツの種類

- 自分語り
 - ウェブは「舞台」
 - プロフィール, 仕事, 趣味, 特技に関する情報
 - 自分自身の手で作成・更新をおこなう
- 他者との交流
 - 掲示板(BBS), ゲストブック, チャットルーム
 - ウェブサイト作成者はコンテンツの「一参加者」
 - 1対1 ~ 巨大コミュニティまでさまざまな形態

- CMCに関する私の研究・実践史
- **ウェブ日記とは何か**
 - **歴史的経緯・先行研究の結果**
- ブログの登場
 - ウェブ日記との異同・新しい側面
- 3月実施の調査研究の概要紹介
- 今後の予定とまとめ・展望

個人コンテンツとしてのウェブ日記

- 初期の頃から個人ウェブサイトの中心的なコンテンツ(酒井, 1995)
- 「自分語り」と「他者との交流」の融合点
 - コンテンツ作成者がウェブサイト作成者本人であると同時に, 他者の参加を積極的に許容し, そこに明示的にパーソナル・コミュニケーションが成り立っている場合が多い
 - 従前の「日記」の定義とのズレ

日記であって日記ではない?

- 従前の日記 自己を意識
 - 自分だけの閉じた空間で「秘する」コンテンツ
 - 公開される(た)のは「文学」的価値のある限られたものだけ
- ウェブ日記 自己 + 読者を意識
 - 内容が不特定多数の目に触れる/作者自身が触れてもらいたいと考えている

従前の「日記」の枠組みではとらえきれない多様な側面の存在

ウェブ日記の歴史的経緯

- 前期：～1999年
 - ウェブページを「自力」で作っていた世代
 - 統一仕様なし
- 中期：2000-2002
 - 「ウェブ日記」を作成するための無料専用サービスの登場(さるさる日記, エンピツなど)
 - 「自力ではウェブページを作れない」利用者も参入してきた世代
 - 女性の増加

ウェブ日記に関する社会心理学的研究

- Kawaura, Kawakami, & Yamashita(1998)
- 川浦・山下・川上(1999)

- ウェブ日記の類型化
- 1997年当時(つまり前期利用者)のウェブ日記作者を対象とした質問紙調査
- ウェブ日記行動の過程を明らかにし,なぜ作者たちがウェブ日記を**書き続ける**のかに関する因果モデルの検証

ウェブ日記の類型化

- 川浦・山下・川上(1999)のウェブ日記4分類
 - 「書く際に意識する対象」: 自己or他者
 - 「書かれる内容」: 事実or心情

	事 実		
自己志向	備忘録型	日誌型	他者志向
	日記型	公開日記型	
	心 情		

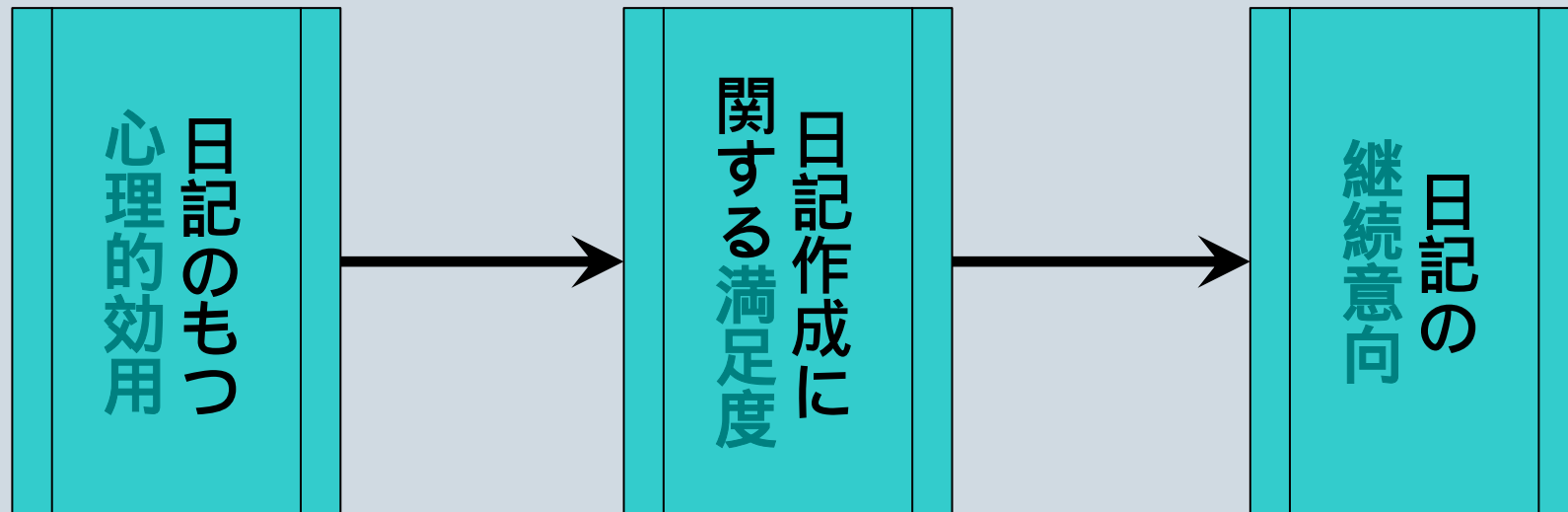
各類型の比率

備忘録型	日誌型
日記型	公開日記型

「日記を書く理由」として各タイプの定義にあたる文章 + 「特に理由はない」の5肢から自分の考えにもっとも近いものを選択させた

備忘録	24.4
日誌	24.1
狭義の日記	14.3
公開日記	23.1
理由なし	13.3

継続意向の因果モデル



因果モデルから見たウェブ日記者像

➤ 自己開示機能を日記に見いだす



他者に対して自己がうまく表現できているという満足を感じる

➤ 自分に対する理解がより深まったと感じる

常に読者の存在を想定している

読者とのコミュニケーションからフィードバックを受ける



ウェブ日記を書き続ける

データによる実証

- ウェブ日記は、「自分語り」と「他者との交流」の融合点
 - コンテンツ作成者がウェブサイト作成者本人であると同時に、他者の参加を積極的に許容し、そこに明示的にパーソナル・コミュニケーションが成り立っている場合が多い

- CMCに関する私の研究・実践史
- ウェブ日記とは何か
 - 歴史的経緯・先行研究の結果
- **ブログの登場**
 - **ウェブ日記との異同・新しい側面**
- 3月実施の調査研究の概要紹介
- 今後の予定とまとめ・展望

ウェブ日記の新しい流れ

- 前期: ~1999年
- 中期: 2000-2002
- 後期: 2002- **ウェブログ(weblog)の登場**
 - 初登場は1997年頃のアメリカ
 - 2001年秋に日本に「輸入」される
 - 広義「ウェブで見つけた情報を記録しておくこと」
 - 個人よりもマスメディア主導の色が濃かったアメリカのウェブ文化において、圧倒的な量で提供される情報群を整理・分類(フィルタリング)する試みとして誕生

ブログサービスの急増

- 2000年頃のウェブ日記レンタルサービス急増時以上の勢い, 大手の参入
 - ニフティサーブ: ココログ
 - ライブドア: livedoor Blog
 - NTTデータ: Doblog etc...
- ビジネスモデルとして魅力的, らしい

ウェブログの基本形

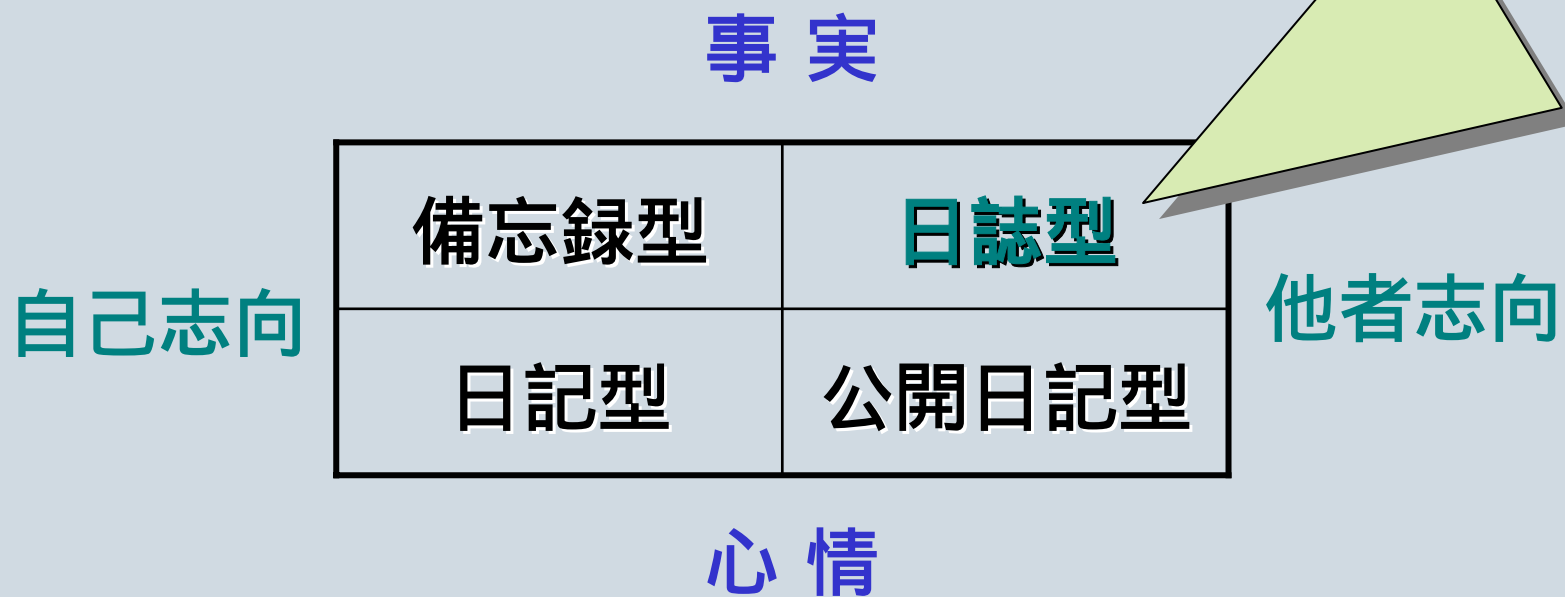
- ウェブ上で発見した情報を、その情報へのリンクとともに掲載する
- 作者は掲載した情報内容に対するコメントをつける
- 情報/作者のコメントに対して読者がコメントすることができる機能がある
- 標準化されたツール(e.g. Movable Type)を使って作成される
- RSS(RDF Site Summary)により、サイト内情報の見出しや要約などのメタデータが構造化され、自動的に作成・公開される

要するにウェブログって？

- 作成者が何らかの情報へのリンクを日々追加していくことで運営され、その情報ラインアップがサイトの全体的な雰囲気を形成し、その記事に関して作成者と読者たちのコメントが交換されるという**参加型**のコンテンツ
- 作者としての「個」が見える点で巨大掲示板（例：2ちゃんねる）などとは異なる
- 「まったく新しいパーソナルメディア」ともてはやす**無知な**専門家もいた

ウェブログとウェブ日記

- 技術的な観点から「ウェブログはウェブ日記とは異なるコンテンツである」と主張する専門家もいるが...



筆者らの考え

- ウェブ日記とウェブログは互いに排他的な関係ではない
- 活発なコミュニケーション志向, 個人の日々の記録である点など, スタイル的に共通する部分が多い
- (少なくともそこで展開される人間行動を捉えようという観点からすれば) 無理に区別することに意味を感じない

作者の「語り」の志向性に見る違い

■ ウェブ日記的コンテンツ

- 個人driven; **自己開示**とそこから派生するコミュニティによる**相互交流**を志向

川浦らの研究で検討済みの視点

■ ウェブログ的コンテンツ

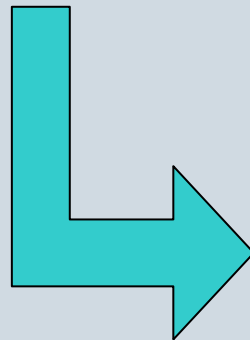
- 情報driven; **情報提供**とそこから派生するコミュニティによる**知識共有**を志向

今回検討すべき新しい視点

用語の再定義

■ ウェブログ

- 個人の日々の記録であり, なおかつ他者とのコミュニケーションを志向するウェブ上の個人コンテンツ



情動的ウェブログ
(informative weblog)

日記的ウェブログ
(diary-like weblog)

- CMCに関する私の研究・実践史
- ウェブ日記とは何か
 - － 歴史的経緯・先行研究の結果
- ブログの登場
 - － ウェブ日記との異同・新しい側面
- **3月実施の調査研究の概要紹介**
- 今後の予定とまとめ・展望

調査(大)目的

- 川浦・山下・川上(1999)によっておこなわれたウェブ日記作者を対象とした質問紙調査から得られた、ウェブ日記の継続意向における自己開示とその効用に関するモデルをもとに、情報提供に関する視点を加えた新たなモデルの構築をおこない、質問紙調査によって得られたデータによってその妥当性を検証する

調査(小)目的

- 最新のデータによって、ウェブログ作成者たちの現況を把握し、前回調査との異同を検討する
- 情動的/日記的ウェブログを書く人々の意識に存在する志向性や意識の違いを明らかにするための、適切な「ウェブログ度」指標を求め

調査対象者

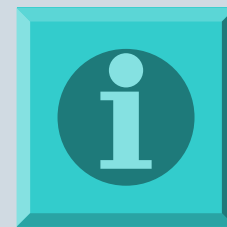
- ウェブ日記サービス「**はてなダイアリー**」
(URL: <http://d.hatena.ne.jp/>)を利用して
ウェブ上で日記コンテンツを作成・公開している個人
- はてなダイアリー
 - 2003年3月サービス開始; 調査時点で日本最大の利用者を集めていたサービス
 - 情動的/日記的ウェブログ両方のコンテンツを実現することが可能

調査手続き

- 株式会社はてな に登録IDを持つ電子メールアドレスに配信されている「お知らせ」メールマガジンに調査概要と調査項目を掲載したURLを掲載し、協力を依頼
- 実施期間：2004.3.1 ~ 3.14
- 調査開始時点の「はてなダイアリー」登録ページ数は28,541件

調査項目

- ウェブ日記・ウェブログ執筆状況
- 同・執筆動機や効用
- パーソナリティ・個人特性
- ツール等の利用経験
- 回答者の基本的属性



結果：回答者の属性

■ 有効回答数 1142

性別	年代					合計
	10	20	30	40	50	
男性	84	407	232	46	14	783
	(10.73)	(51.98)	(29.63)	(5.87)	(1.79)	(100)
女性	35	195	107	21	1	359
	(9.75)	(54.32)	(29.81)	(5.85)	(0.28)	(100)
合計	119	602	339	67	15	1142
	(10.42)	(52.71)	(29.68)	(5.87)	(1.31)	(100)

ウェブログの4タイプ

	Kawaura	本研究1	本研究2	村田	菅原ら
備忘録	24.4	47.4	24.3	8.7	8
日誌	24.1	18.7	19.4	28.5	21.2
狭義の日記	14.3	11.9	22.1	15.7	32.7
公開日記	23.1	9.9	34.3	47.1	36.3
理由なし	13.3	12.1	----	----	----

本研究1:「ウェブ日記・ウェブログを書く理由」を5つの文章から選択

本研究2:自身のウェブ日記・ウェブログが4タイプのいずれに属するか選択

ウェブログ度指標による分類

■ 5項目の得点を合計してウェブログ度指標を算出

- 記録単位: 1日付 ~ トピック5
- 記録内容: 1個人的 ~ 社会的5
- 分類カテゴリ: 1不要 ~ 必要5
- 他サイトへの言及: 1不要 ~ 必要5
- 作者プロフィール: 1不要 ~ 5必要

- 得点が高い方が
情報的ウェブログ度傾向が高い

	ログ度 得点	人数
高群	over15	373
中群	12 ~ 14	424
低群	under11	345

ウェブログ度別の作成者の意識

自分の日記・ウェブログへの読者の興味に関する認知

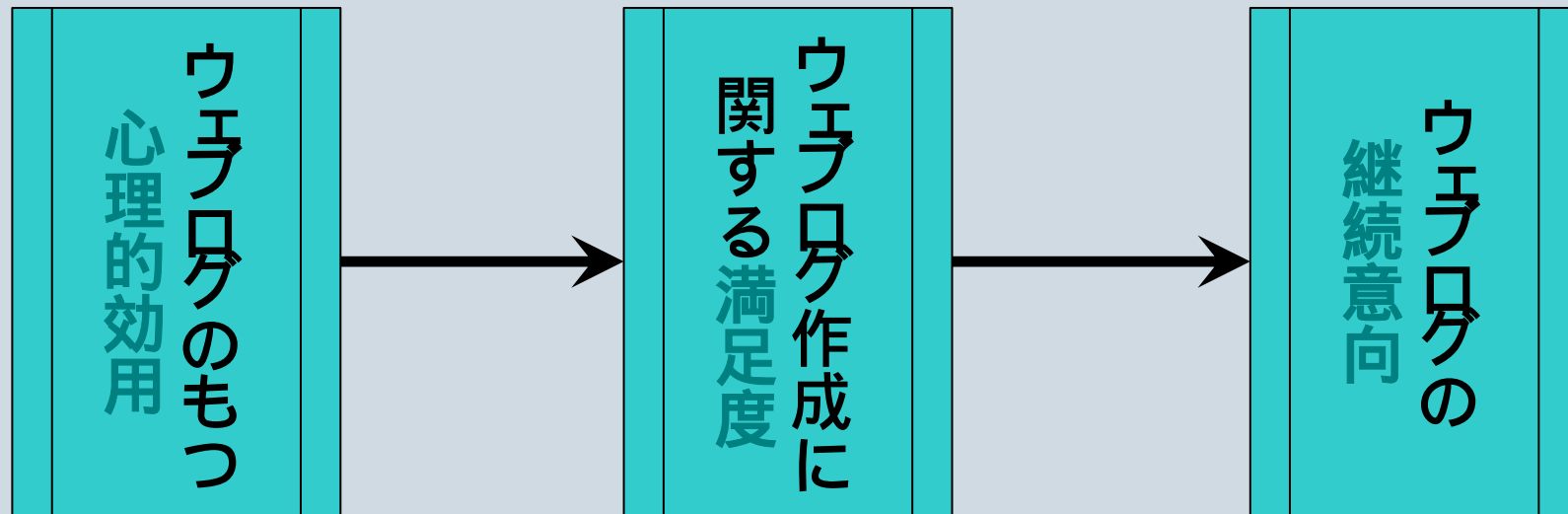
	高群	中群	低群
人間に興味	26.0	39.1	59.4
情報に興味	74.0	60.9	40.6

他の日記・ウェブログを読む際の興味

	高群	中群	低群
人間に興味	35.7	39.1	57.4
情報に興味	64.3	60.9	42.6

- CMCに関する私の研究・実践史
- ウェブ日記とは何か
 - － 歴史的経緯・先行研究の結果
- ブログの登場
 - － ウェブ日記との異同・新しい側面
- 3月実施の調査研究の概要紹介
- **今後の予定とまとめ・展望**

継続意向の因果モデル



自己開示と他者からの被理解に関するモデル
情報提供と他者との知識共有に関するモデル

キーワード

- 個人を読み解く手がかり
 - 自己開示 + 情報提供と獲得
 - 欲求・フィードバック・満足のサイクルは同じ
 - 因果モデルの検討
- コミュニティを読み解く手がかり
 - 上記サイクルを基盤とする **互酬性**

その他

- 応諾者を対象とした、ウェブログのタイプに関する自由記述による追加調査(済)
- 回答者のウェブログの内容を10日～2ヶ月分記録したデータに基づくテキストマイニング分析(準備中)
- 質的側面から見たウェブログ度の検討

ウェブログの現在

- RSSを利用したソーシャルネットワークキング・コミュニティの誕生
 - Orkut
 - Gree, Mixi, etc...
- 基本的に実名&顔出しありのコミュニティ
- 匿名性を重んじる「ウェブ日記」時代とはやや異なる展開
- 情報共有による知識創発への期待