

ウェブログの心理学

山下 清美 (Kiyomi Yamashita)

(専修大学ネットワーク情報学部)

キーワード：ウェブ日記・ウェブログ・コミュニケーション・自己開示・情報提供

はじめに

コンピュータを介したコミュニケーション (CMC) は、対人コミュニケーションの一形態として、心理学における重要な研究テーマのひとつとなってきた。WWW 上のウェブサイトは、情報発信の手段であると同時に自己表現の場でもあり、電子メール、電子掲示板、チャットなどと並んで、コンピュータ・ネットワークにおける主要なコミュニケーション手段である。ウェブサイトのコンテンツのひとつであるウェブ日記やウェブログには、情報発信かつ自己表現としてのウェブサイトの特徴が端的に表れている。

本論文では、心理学の立場から、人々がウェブ日記やウェブログをなぜ書くのか、なぜ読むのか、またウェブ日記やウェブログによってどのようなコミュニティが生成しているのかに関して、筆者が関わった研究を中心に紹介するとともに、ウェブ日記やウェブログに関する研究テーマの今後の可能性について展望を行うことを目的とする。

ウェブ日記の類型と継続意向

Kawaura, Kawakami, and Yamashita (1998)と川浦・山下・川上 (1999) は、ウェブ日記を書いている人々を対象とする質問紙調査に基づいて、ウェブ日記に関する社会心理学研究を行った。調査時期は 1997 年 7 月、調査対象者は検索及びリンク集から収集された 1529 名で、そのうち有効回答は 377 名であった。Kawaura, et al.(1998)はウェブ日記とはどのようなコンテンツなのかという点に、また川浦ら (1999) は、人がウェブ日記を書き続ける要因は何かという点に、それぞれ焦点を当てて検討した。

まず Kawaura et al.では、一般に日記は、その表現内容が事実中心か心情中心か、主として自分に向けて書かれるか読者に向けて書かれるか、のふたつの観点によって、備忘録 (自分に向けて事実を書く)、日誌 (読

者に向けて事実を書く)、狭義の日記 (自分に向けて心情を書く)、公開日記 (読者に向けて心情を書く) の 4 タイプに分類できるとし (Table 1) この枠組みに基づいてウェブ日記の類型化を試みた。

Table 1 日記の 4 タイプ

		指向性	
		自己	関係
内容	事実	備忘録	日誌
	心情	(狭義の)日記	公開日記

それぞれのタイプに相応するウェブ日記を書く理由を目的変数とする判別分析を行い、指向性と内容に相当する 2 軸が抽出され、ウェブ日記にもこの 4 タイプが存在することが明らかになった。公開された場に書かれるウェブ日記は、必ずしも読者との関係を強く意識したものばかりとは限らず、自己を指向して書かれるものもあるのである。さらにウェブ日記の 4 タイプと書き手の性格特性 (自己意識) との関係について、(狭義の) 日記タイプの書き手は私的自己意識 (自分自身の内面に意識が向きやすい傾向) が高く、日誌タイプの書き手は公的自己意識 (他人から自分がどのように見られているかに意識を向けやすい傾向) が低く、公開日記タイプの書き手は私的自己意識も公的自己意識もともに高いことがわかった。

次に川浦ら (1999) は、人がウェブ日記を書き続けるのはなぜか、を説明する因果モデル (Fig.1) を立て、これを検証した。モデルは、ウェブ日記を書くことによってもたらされる心理的効用が、ウェブ日記を書くことの満足感をもたらす、その満足感が継続意向につながるというものである。また心理的効用は、書き手の性格特性 (自己意識) や読者からのフィードバック量などから影響を受けると想定した。ここで日記を書くことの心理的効用とは、自己開示 (自分のことを他

者に打ち明けること)のもたらす心理的効用を意味している。この自己開示の効用は、自己の明確化などの自分にとってのメリット(対自己効用)と対人関係の促進はどの読者との関係におけるメリット(対関係効用)とに分けられる。

調査結果から、継続意向には、対自己効用を軸とする自己を指向するプロセスと、対関係効用を軸とするコミュニケーションを指向するプロセスのふたつの流れがあり、このうち、モデルの予測どおり、効用が満足度をもたらし、それが継続意向につながるの、コミュニケーションを指向するプロセスであることがわかった。自己を指向するプロセスでは、効用が直接継続意向に影響を与えるものの、満足度は必ずしも継続意向につながらない、という結果になった。

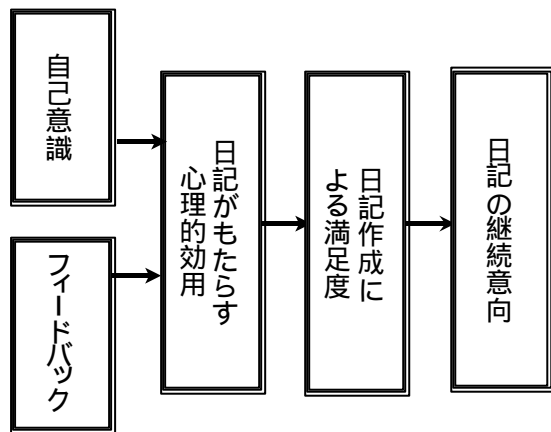


Fig. 1 継続意向の因果モデル

ウェブ日記のメリットを見出すほど日記に満足し、満足度が高いほど日記を書き続ける、という因果モデルは、読者との関係、すなわちコミュニケーションを指向したウェブ日記の側面については支持されたが、自己表現を指向したウェブ日記の側面については支持されなかったとすることができる。この結果は、ウェブ日記を書き続ける理由が、自己表現よりもまずはコミュニケーションにあることを意味している。

ウェブ日記研究の展開

川浦ら以降行われたウェブ日記に関する社会心理学研究には、ウェブ日記の4分類をもとにしたものが多い。村田(2003)は、Kawaura et al.のウェブ日記の4タイプについて、質問紙調査による書き手の主観的分類(Kawaura et al.とは異なり、4タイプの定義に忠実な

選択肢を設定している)とウェブ日記の内容分析による客観的分類とを対応させて検討している。村田が行った調査の対象は、ウェブ日記のリンク集とウェブ日記レンタルサービスの利用者が対象となっている。村田は、日記がもたらす心理的効用は、客観的な日記タイプよりも主観的な日記タイプと関連が深く、読者との関係よりも自己に向けられるものの方が大きいとし、ウェブ日記の書き手にとって読者はあくまで「観客」であると考察している。

菅原・鳴神(2004)は、川浦らのウェブ日記の4タイプ(やはり4タイプの定義に忠実な選択肢を設定している)と日記がもたらす効用との関係を再検討した上で、書き手の性格特性(賞賛獲得欲求、拒否回避欲求など)との関係を検討している。なおこの研究の対象者は、ウェブ日記レンタルサービス利用者が多く、また女性が約8割を占めているのが特徴である。菅原らは、日誌と公開日記タイプの書き手は他の2タイプに比べて賞賛獲得欲求が高いこと、備忘録タイプの書き手は拒否回避欲求が高いことなど、ウェブ日記の書き手の性格特性を考える上で興味深い結果を出している。

日本におけるウェブ日記・ウェブログの歴史とコミュニティ

ウェブ日記やウェブログを書く・読む理由を明らかにする上でも、またウェブ日記とウェブログの共通点・相違点を考察する上でも、歴史的な変遷とその過程で誕生したさまざまな(漠然とした)コミュニティの存在を無視することはできない。

日本では、ウェブ日記は1994年頃から登場したと考えられ、その後ウェブ日記のためのリンク集やツールの開発などによってコミュニティの形成が促された。2000年頃を境に、ウェブ日記を書くスペースを提供するレンタルサービスが急速に増えたことにより、特別な知識や技能を持たない人でも手軽にウェブ上に日記的コンテンツを作成できるようになり、ウェブ日記ユーザーは着実に増加した。その後アメリカで開発されたウェブログツールが日本に紹介され、従来のウェブ日記にはあまり関心を持たなかった人々からも注目されるようになり、ウェブ日記・ウェブログというコンテンツは2003年頃から急速に新たな展開を見せている。そうした変遷の過程を整理すると、非常におおざっぱ

な括りとして、リンク集系、アンテナ系、レンタル系、そしてブログ系という流れを見出すことができそうである (Fig. 2 参照)。

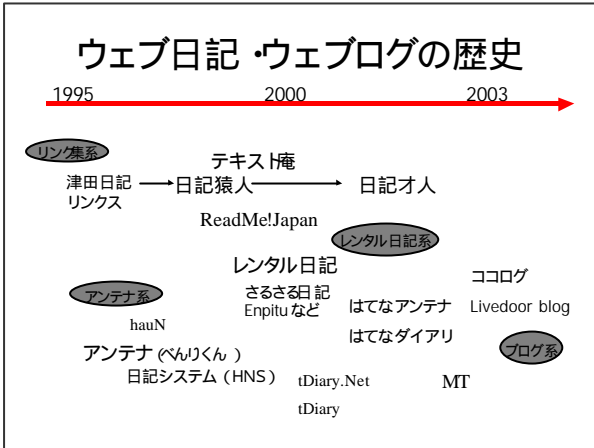


Fig. 2 日本のウェブ日記・ウェブログの歴史概略

大津 (2004) は、ウェブ日記・ウェブログサイトに設置されているコミュニケーション機能の種類と設置コストに注目して、ウェブ日記・ウェブログの書き手がコミュニケーションを希求する度合いをコミュニティのタイプ別に検討している。それを見ると、コミュニケーション機能にかなりのコストを要した日記登録型サービス (リンク集系) や初期アンテナ系の時代から、あまりコストをかけずに既に用意されたコミュニケーション機能を使うことのできる、レンタルサービスやウェブログへとウェブ日記の世界が転換してきていることがくっきり浮かび上がってくる。また大津は、レンタルサービスがウェブログと融合することによって、リンク集系、アンテナ系、レンタル系、ブログ系といったこれまでのローカルコミュニティが融合・消失し、それらがつながりあったグローバルコミュニティが形成されていくと考察している。

Table 2 ウェブ日記・ブログを書き始めた年代の推移 (%)

性別	日記・ブログの開始年											
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	合計
男性	0.13	0.90	2.81	3.32	5.63	7.93	7.54	8.06	9.46	32.23	21.99	100.00
女性	0.28	0.00	1.40	4.47	7.26	10.61	13.97	8.94	10.06	22.91	20.11	100.00

ウェブログ以前・以降の種類の比較

川浦らの調査から 5 年以上が経過し、その間にウェブ日記をめぐる状況は大きく変化した。特にウェブログが注目を集めたことによって、ウェブ日記・ウェブログのユーザ人口は、このところ急速に増加しており、その中には従来のウェブ日記とはやや異なるユーザ層が含まれていると思われる。

山下と三浦は (山下・三浦 1994、三浦・山下 1994、Miura & Yamashita, 1994) は、川浦らの研究の枠組みを継承して、ウェブ日記・ウェブログの書き手に対する調査を行い、ウェブ日記・ウェブログの種類や継続意向のモデルの再検討を行っている。調査時期は 2004 年 3 月、調査対象者は、はてなダイアリーサービスを提供しているはてなの登録ユーザで、はてなユーザ宛てのメルマガを通じて協力を依頼し、1142 名の有効回答を得た。

Table 2 は回答者がウェブ日記・ブログを書き始めた年代の推移を男女別に示したものである。男女でやや開始年の分布に違いが見られることがわかる。

次に、執筆開始年に基づいて回答者を「前期：初期ウェブ日記ブーム世代 (1999 年以前)」250 件、「中期：ウェブ日記レンタルサイトブーム世代 (2000-2002)」314 件、「後期：ウェブログブーム世代 (2003-)」578 件に 3 分割した。この分類にしたがって、執筆時の匿名性を男女別に示したのが Table 3 である。すべての世代において、男性より女性の方が自身の素性が明らかにならないよう配慮しており、匿名性高い環境で執筆していることがわかる。特に「ウェブ日記レンタルサイトブーム世代 (2000-2002)」の女性で匿名/実名を隠すハンドルで執筆している回答者が多いことが目立つ。

Table 3 執筆開始時期による執筆時の匿名性 (%)

執筆時の匿名性	前期		中期		後期	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
匿名	3.68	5.75	4.59	3.39	7.78	9.09
ハンドル/実名隠す	44.79	59.77	46.94	73.73	49.53	61.04
ハンドル/実名隠さな	34.36	21.84	32.14	20.34	29.95	22.73
実名	17.18	12.64	16.33	2.54	12.74	7.14
サンプル数	163	87	196	118	424	154

Kawaura et al.(1998)では、「ウェブ日記を書く理由」を5つの選択肢(「理由なし」を含む)で問うことによって、4タイプの分類と対応させた。一方村田(2003)や菅原ら(2004)は、4タイプの定義そのものにとり、自身のウェブ日記が4タイプのいずれに属すると考えるかを選択させる形式の質問を行っている。山下・三浦(2004)では、Kawaura et al.の質問と菅原らの質問の両方を行った。以上の研究から得られた4タイプの比率をTable 4にまとめた。山下らの回答者の半数近くが、Kawaura et al.で備忘録に対応するとされた「日々の生活記録を自分のための覚書として残す」を選択している点が注目される。また定義に近い分類から、若干の比率の違いはあるが4タイプの存在が確認された。

Table 4 ウェブ日記・ウェブログの4タイプ(%)

	Kawaura	山下ら1	山下ら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	----	----	----

(山下ら1はKawauraと同じ、山下ら2は菅原らと同じ質問)

ブログ度と人間 情報指向、および継続意向のモデル(仮説)

5つの項目(日記・ブログの記録単位がトピックか日付か、記録内容は社会的か個人的か、分類カテゴリは必要か不要か、他の日記・ブログへの言及は必要か不要か、内容理解のための作者プロフィールは必要か)の得点(各1-5)を合計してブログ度とした。性別のブログ度の平均値は、男性(14.37)の方が女性(12.94)よりも有意に高かった。

次に、得られたブログ度の分布をもとに、ブログ度の異なる3群を設定し(Table 5参照)。

Table 5 ブログ度の3群

	ブログ度の値	人数
高群	15以上	373
中群	12以上14以下	424
低群	11以下	345

読者が自分の日記・ブログを読みに来る理由が、書き手(人間)への興味か、提供する情報への興味かの回答の比率と、自分が読者として他の日記・ブログを読みに行く理由が、書き手(人間)への興味か、提供する情報への興味かの回答の比率を、それぞれブログ度群ごとに示したのがTable 6と7である。

Table 6 読者の自分の日記・ブログへの興味(ブログ度別%)

	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

Table 7 他の日記・ブログを読む興味(ブログ度別%)

	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

ブログ度高群は、読者は情報に興味があって自分の日記・ブログを読みに来ていると考えているのに対し、ブログ度低群はどちらかという書き手に興味を持たれていると考えている。他の日記・ブログを読みに行く場合も、同様に高群は情報指向、低群はそれに比べると人間指向、という違いが見られた。ブログ度という指標は、人間指向か情報指向かという書き手(読み手)の意識の違いと関連が見られた。

このような指向性の違いは、川浦ら(1999)で検証された継続意向のモデルとどのように関係するであろうか。筆者らは、川浦らのモデルの枠組みを用い、これをさらに発展させて、人間指向と情報指向の各々のタイプを説明する継続意向のモデルを構築し、現在データを分析中である。

人間を指向する書き手の場合は、自己理解や読者との関係を重視し、自分を見つめたい、人とつながりたい、というような欲求があることが、ウェブ上に自分のことを書くことを促し、自己を開示することによって、自分自身を理解したり、読者に支えられたりする効用が見出せると考える。一方、情報を指向する書き手の場合は、有益な情報を得たい、あるいは自分が持っている情報を提供したい、という欲求をもっている人が、それを実現する手段としてウェブ日記やウェブログを書き、うまく情報を得たり提供したりする

ことができれば、満足感を得て、それがウェブ日記・ウェブログを書き続けることにつながるのではないかと考えられる。

ウェブログ研究の今後

最後に、ウェブログ研究の現在および今後のテーマや、ウェブログ研究における新しい視点や課題などについて、心理学の立場から、他の研究領域やウェブログサービスとの連携も視野に置いて、思いつくままに挙げてみる。

ユーザ層の違いや個人差を見極めたサービス提供

ウェブログの書き手には、人間指向と情報指向の異なる層の存在があることがわかった。またウェブログ・ウェブ日記のタイプによって、書き手の性格特性などの個人差も把握することができる。

これらをふまえて、サービスのターゲットをしぼる、あるいは、多様な層に対応できるサービスを提供することが可能になる。

継続やスキルアップを支援するサービスの提案

ウェブログ・ウェブ日記を書き続けなくなる理由や原因を、継続意向の因果モデルに基づいて推測し、その原因を取り除くようなサービスを提案する。ただし、ウェブログ・ウェブ日記をやめたり中断したりする理由はさまざまあるので、さらに詳細な調査や事例研究が必要だろう。

また、便利で手軽なサービスを提供するだけでなく、インターネットユーザの層を拡大し、初心者レベルにとどまらないでスキルアップを目指すユーザが増えて行くようなサービスや環境作りが必要である。

ナラティブとしてのウェブログ

ナラティブ（ライフストーリー）研究から見たウェブログの意義・セラピー的役割の可能性。

ウェブログやウェブ日記の重要な役割として、自己語りは、今後ますます注目されていく可能性がある。ライフストーリー（ナラティブ）は「二つ以上の出来事をむすびつけて筋立てる行為」（やまだ, 2000）と定義され、人間理解の方法や、文化に内在する価値との関連などが研究されている。

一方、家族療法の一手法であるナラティブ・セラピーや以前からある森田療法の日記療法など、語ることや書くことの効果に注目が集まっていることを背景にして、インターネットでのメール相談に対する評価も高まっている（田村, 2003）。今後こうした視点に立つてウェブ日記を書くことの効果についても、考えていく価値があると思われる。

文体や表現の分析

ウェブ日記・ウェブログにおける文体や表現の特徴を明らかにすることで、書き手の視点、書き手と読み手との関係（意識レベルでの距離感や共感性など）を明らかにすることが可能である。

具体的な手法としては、談話分析や会話分析などのマイクロレベルの手法の他に、テキストマイニングによって大量のログの特性を抽出する、といった手法も考えられる。

こうした研究によって、書き手が意識していない場の設定や対人距離や対人意識などが抽出され、他のCMCやメディア、対面などさまざまなコミュニケーションとウェブログ・ウェブ日記によるコミュニケーションとの共通点や相違点を明らかにすることができると思われる。

大量の情報集約と有用な情報提供

情報の宝庫としてのウェブログ。

ウェブログ・ウェブ日記の総体を考えると、大量の情報の集積となっており、これを有効に活用することで、有用な情報提供が可能になる。ただし、情報のカテゴリ分け、暗黙情報の補完など、認知科学的な支援が必要な課題が多い。また、ウェブログ全体を一枚岩で扱うのではなく、コミュニティの特徴をふまえた分割を行った分析の方が、効果的な情報集約が行える可能性があるのではないかと。

いずれにせよ、有用な情報をどのように見つけ出し、また集約するか、さらには、情報の関連性、類似性、信頼性をどう評価し、またそれをどのように可視化するか、など、多くのことを検討していく必要がある。

教育支援や知識創発のツールとしての可能性

情報の蓄積性、双方向性、自由度の高さ、などから、

ウェブログツールを教育支援や知識創発のためのツールとして活用することが期待されている。

ツールとしての特性だけでなく、学習者、使用者の人的特性も重要。技術決定論的な立場ではなく、社会的相互理作用性の視点が重要。

ユーザビリティに配慮したウェブログツールの提供

使いやすいツールの評価検討・開発支援。

ウェブログはユーザの声が管理者に届きやすいので、管理者がユーザの声に耳を傾ける姿勢があれば、きめ細かい改善が期待しやすい。しかし、無料サービスの場合は便利さが限定されてしまったり、初心者やハンディキャップのある人たちへの対応が後手になったりすることもある。さらに、基本設計の部分で、設計者のユーザビリティの感度が如実に表れるので、人間工学や情報デザインに基づいた、使いやすいウェブログツールの必要性は高いと思われる。

ソーシャル・ネットワーキングとの関連性

ソーシャル・ネットワーキングは、ネットの内と外を行き来できるつながりの形成に役立つ。実名で登録する人が少なくないことは、実名ないしそれに近い形でブログを書くことと連携しやすい。これは、情報発信の責任や信頼性の担保となることから、望ましいことだと思う。

その一方で、ウェブ日記の文化が形成してきた、仮名の固定ハンドルによる発言が、人間関係のしがらみから離れ本音を出しやすい、という利点を生んできたことも確か。匿名性を保つことのよさも考えないといけない。

横断的視点 vs 縦断的視点

ウェブ日記・ウェブログを情動的視点から見ると、現在何がはやっているか、どんな情報が集積しているか、という横断的視点が求められる。しかし、ウェブ日記・ウェブログの重要なポイントは、それらが継続して蓄積されていくことである。そのプロセスでは、書き手やその環境の変化や進化がある。そうしたプロセスをたどっていく、というような縦断的視点にたったアプローチにこそ、ウェブ日記・ウェブログらしさが表れるように思う。

付記 本発表の内容は、川浦康至さん(横浜市立大学)、川上善郎さん(成城大学)および、三浦麻子さん(神戸学院大学)との共同研究に基づいている。記して感謝したい。

引用文献

- 川上善郎・川浦康至・山下清美 1998 サイバー空間における日記行動(報告書) [http://homepage2.nifty.com/rumor/nikki/nikki.html]
- Kawaura, Y., Kawakami, Y., and Yamashita, K. 1998 Keeping a diary in cyberspace, Japanese Psychological Research, 40, 234-245.
- 川浦康至・山下清美・川上善郎 1999 人はなぜウェブ日記を書き続けるのか: コンピュータ・ネットワークにおける自己表現 社会心理学研究 14, 133-143.
- 三浦麻子・山下清美 2004a ウェブ日記・ウェブログ意識調査: 単純集計結果 [http://www.team1mile.com/asarin/eseach/04survey/freq_top.html]
- 三浦麻子・山下清美 2004b 人はなぜウェブ日記・ウェブログを書き続けるのか(1) 日本社会心理学会第45回大会にて発表予定
- Miura, A., and Yamashita, K. 2004 Why do people publish weblog? An online survey of weblog authors in Japan. Psychology and IT2004 にて発表予定
- 村田佳世子 2003 Web 日記コミュニケーションのもたらす心理的効用に関する研究 大阪大学人間科学部卒業論文
- 大津和行 2004 ウェブ日記コミュニティの現状についての研究—コミュニケーション要素の観察を通して KS (川崎市・専修大学) パートナシップ依託生研究論文
- 菅原健介・鳴神順子 2004 Web 日記行動とその心理について 聖心女子大学文学部卒業論文にもとづくウェブ掲載資料
- 田村毅 2003 インターネットセラピーへの招待 新曜社
- やまだようこ(編) 2000 人生を物語る ミネルヴァ書房
- 山下清美 2000 WEB 日記は、日記であって日記でない 現代のエスプリ No.391 「日記コミュニケーション」 pp.167-180.
- 山下清美 2002 ウェブ日記を読んでもみよう、書いてみよう ネットワーク & インフォメーション No.1, pp.67-71. [http://www.senshu-u.ac.jp/~thn0438/files/net2002pdf.pdf]
- 山下清美・三浦麻子 2004 人はなぜウェブ日記・ウェブログを書き続けるのか(2) 日本社会心理学会第45回大会にて発表予定