ブログにおける作者の指向性と内容・コミュニケーションとの関連

三浦麻子¹ 神戸学院大学 松村真宏 大阪大学 北山聡 東京経済大学

The relationship among weblog authors' target audience, contents, and types of interpersonal communication

Asako Miura (Kobe Gakuin University), Naohiro Matsumura (Osaka University),
and Satoshi Kitayama (Tokyo Keizai University)

Weblogs are one of the most popular personal websites in Japan, where entries are made in journal style and displayed in reverse chronological order. This study examined the relationship between weblog authors' target audience (i.e., orientation) and the actual situations depicted in their weblogs by combining a questionnaire survey of the authors with an analysis of their weblog content data. Based on a questionnaire survey of 736 Japanese weblog authors, their target audience was divided into four clusters: (a) general public, (b) self, (c) self and offline friends, and (d) various others. To assess the actual situations depicted in their weblogs, the amount of happy and unhappy emotional expression in their writing and the frequency of interpersonal communication (comments, bookmarks, and trackbacks) were calculated from their log data. The results suggested that weblog authors wrote different types of content and used different types of communication depending on their audience, whereas the weblog content itself still showed the diary-like characteristic of personal daily-life records.

Key words: weblog, orientation, questionnaire survey, log analysis.

The Japanese Journal of Psychology
2008, Vol. 79, No. 5, pp. 446-452

本研究は、インターネット上でウェブログ（以下ブログとする）を書く人々が誰に向けて記事を書いているのか、そしてそれによって実際のブログの状況がどのように異なるのかを、ブログ作者を対象とした質問紙調査データと彼らのブログのログデータを関連づけた分析によって明らかにするものである。

ブログは、ワールド・ワイド・ウェブ（以下ウェブとする）上で閲覧できる日記的コンテンツの総称で、個人を作者とするウェブコンテンツのうち、もっとも頻繁に更新され、またコミュニケーション志向が強いものの一つである。当初はウェブ上に圧倒的な量で提供される情報群を記録し整理する個人の試みと定義された（Barret, 1999）ブログだが、現在では作者により多岐にわたる内容があり、日々の生活記録など個人的

な内容をウェブ上で公開するものも少なくない。ウェブ上に情報を置く行為は、全世界のインターネット利用者にそれを公開し共有する行為に等しく、ブログ作者は読者をコントロールする権限をほとんど持たない。以前から、多くの日記が他者の目から秘匿された場所で書かれてきたように、個人的内容の記録は時にこうした公開性と相容れない場合もある。しかし、ブログ利用者は増え続け、2006年3月には868万人（総務省、2006）に達した。

インターネット上での自己表現

ウェブ上での個人の情報公開手段はブログ誕生以前から存在していた。個人ウェブサイト、いわゆるホームページである。個人がホームページをもつ動機には、(a)情報の呈示動機、(b)自己表現動機、(c)コミュニケーション動機がある（池田・柴内、2000）。情報の呈示動機はウェブ上に自分の持つ情報を並べて広く公開することを目指すもので、ホームページを持ちさえすれば容易に満たされる動機である。自己表現動機は自分に関する情報発信や自己表現を目指すもので、特に日本ではこのタイプの動機を実現しうると日記

Correspondence concerning this article should be sent to: Asako Miura, Department of Psychology, Faculty of Humanities and Sciences, Kobe Gakuin University, Arise, Ikawadani-cho, Nishi-ku, Kobe 651-2180, Japan (e-mail: asarin@team1mile.com)

¹ 本研究の実施にあたっては、NTTデータ（株）の藤村剛氏と（株）ホットリンクの多大なる協力を得た。記して感謝の意を表する。

やエッセイのホームページが他国よりも多い(石井・橋元・三上・辻・森, 2000)。コミュニケーション動機は単なる情報呈示だけではなく明確な伝達と相互作用を目指すもので、川上(2005, p.18)は読者との相互作用とホームページ間の相互作用の2レベルを想定している。コミュニケーション動機の実現は掲載したい情報の呈示だけでは不可能で、読者との相互作用としてのメールフォームや掲示板の設置、ホームページ間の相互作用としてのリンク集への登録や相互リンクの依頼など、別の行為を起こす必要があった。

ブログでは、自己表現動機やコミュニケーション動機を容易に実現可能である。専用ツールを使えば、ウェブ文書記述言語(HTML)を知らなくてもブラウザから容易に記事の作成と公開が可能で、記事群は自動的に日付逆順に整理される。特定のタグをつければ記事をテーマごとに整理できる。これによって自己表現動機は容易かつ多彩な形で実現できる。また読者との相互作用のためのコメント機能とブログ間の相互作用のためのトラッキング(以下TBとする)機能が標準装備され、コミュニケーション動機も容易に実現できる。

自己表現とコミュニケーション

では、ウェブコンテンツの作者たちは誰に向けて記事を書いているのだろうか。Kawaura, Kawakami, & Yamashita (1998)は、ウェブ日記のタイプを指向性と内容の2軸で分類し、指向性として“自己”と“他者”を挙げている。日記的要素の強いブログはウェブ日記と酷似したウェブコンテンツであり、ブログ作者の指向性を考える際にまずこの枠組みを採用することができる。Pew Internet & American Life Project (2006)は、ブログ作者を対象としたインタビュー調査の結果から、ブログ作者の52%は自身のブログは観衆(audience)ではなく自分(themselves)のためにあると考えており、観衆のためにあると考える作者は32%であったことを明らかにしている。このことは“自己”と“他者”という枠組みでブログ作者の指向性を理解することの有効性を示唆している。

Kawaura et al. (1998)の研究での他者は自己と対置する概念として一元的に扱われているが、ウェブコンテンツ作者の指向する“他者”は作者との関係性の観点からさらにいくつかに分類できる。例えばButen (1996)は、ホームページ作者を対象とした質問紙調査で、読者としての想定対象を複数選択でたずね、想定読者は現実社会の友人がもっとも多い一方で、既存の関係性をもたない間柄であるネットサーファーもよく想定されていること、ネット上の知己や家族は、それらより想定割合が有意に低いことを示している。また山下(1997)も同趣旨の調査で、身近な知人や友人を想定している作者がもっとも多く(76.6%)、さら

に更新頻度が高い作者はまったく面識のない不特定多数を強く意識していることを示している。さらにHaase (1999)は、女性同性愛者のホームページの分析から、作者たちの想定読者に個人差があることを示している。つまり、ホームページ作者が読者として想定する他者との関係性は、既存の関係性のまったくないものからあるものまで幅広く、さらに既存の関係性をもつ他者については、現実社会(オフライン)におけるそれに対応している場合とそうでない場合(オンラインのみの関係)があり、また作者によって“他者”として想定する範囲が多様であることもわかる。

ブログの作者の指向性とブログの状況

ブログ作者の指向性は、作者によって書かれる記事内容と、書かれた記事に基づく他者とのコミュニケーションのありよう、つまり実際のブログの状況に強く反映されると考えられる。

本研究では、作者の書く記事内容のうち、ブログ中に表出する感情、特に幸福感に注目する。前述のKawaura et al. (1998)は、ウェブ日記作者のタイプ分けの際に指向性と並ぶ軸として“内容”を挙げ、“心情表現”と“事実の記録”に2分している。つまり、記事内容に作者の感情がどの程度表出されているかは、ブログを特徴づける重要な側面である。中でも幸福感は特定の状況や出来事に限定されないもっとも一般的な感情である(Kitayama, Markus, & Matsumoto, 1995)。このことを考慮すると、ブログ記事で採り上げられるトピックが執筆時の作者の環境の個人間あるいは個人内差によって多岐にわたっても、幸福感すなわち“幸せ”、“不幸せ”感情の表出の程度は、トピックに依存せずに記事内容の差異を検討するための手がかりとなりうると考えられる。さらに、私たちが日常生活において表出の制御が必要な感情は圧倒的にネガティブなそれであり、ネガティブな感情をそのまま表出することは人間関係の円滑さを損なうことになる(崔・新井, 1998)ことを考えれば、既存の関係性をもつ他者に向けて記事を書いているブログ作者は“不幸せ”感情の表出程度が低いことが予想される。

他者とのコミュニケーションのありようについては、次のような予測が成り立つ。もし作者が主にオンラインおよびオフラインでの関係性をもつ他者を指向しているならば、ブログ上で彼らとの円滑な相互作用が実現できることは作者にとって大きな意味をなすだろう。一方、作者が主に自分に向けて記事を書いているなら、ブログによる他者との対人コミュニケーションの達成のもつ意味づけは希薄であることが予想される。このことは、コメントやTBなど、ブログ特有のコミュニケーション機能の利用の多寡に反映されると考えられる。

これまでのブログや同種ウェブコンテンツに関する

研究の中にも、ブログ作者の指向性とブログの状況の関連を検討したものはある。しかしそれらはいずれも作者を対象とした質問紙調査のみに依拠するもので、実際のブログの状況をもっとも直接的に反映するはずのログデータは検討の対象となっていない。前述のように Kawaura et al. (1998) の“指向性”軸は“他者”と“自己”を対置して一元的に扱っており、さらにタイプ分けは調査対象者による主観的判断に基づくもので、タイプによるウェブ日記の状況の差異についてもログに基づく検討はされていない。また、藤・吉田 (2006a, 2006b) は、ブログ作者を対象とした質問紙調査を通じて“普段の生活の中で、深く関わっている相手”と“不特定多数の人々”が執筆時により意識されやすい他者であることを示し、特に不特定多数の人々が意識されやすいことが現実場面のもつしがらみからの解放をもたらし、内容に自らの興味関心に関する自由な表現や攻撃的表現が含まれやすくなると主張している。しかしこの研究でもログは分析対象となっていない。

そこで本研究では、ブログ作者を対象とした質問紙調査を実施するとともに彼らのブログのログデータを取得し、以下の 2 点を検討する。まず、質問紙調査データによって記事作成の際の指向性に基づいてブログ作者を分類する。次にこの指向性とブログの状況との関連をログデータと対応づけた分析によって検討する。ブログに関わる主観的側面と客観的側面、すなわちブログ作者のブログに関わる認知と、実際のブログの状況の両方のデータを取得することで“ブログを作成する”という行動の統合的理解を試みる。

方 法

対象者

ブログ作成サービス Doblog (<http://www.doblog.com/>) を利用してブログを作成し、公開している個人を対象としてデータを収集した。Doblog は 2003 年 11 月に開始した無料ブログ作成サービスで、タグ付けによる記事分類やコメント、TB などのブログの標準的機能をすべて備えている。ブログ間コミュニケーションを強化する独自の機能も用意されている。また、法律や公序良俗に反するものや商行為が禁じられている以外、記事内容に制約はない。このことから Doblog を利用している個人は一般的ブログ作者を、その状況は一般的なブログのそれをよく反映しているとみなせる。

手続き

調査は 2005 年 4 月 22 日～5 月 23 日に実施された。サービス運営主体の株式会社ホットリンクの協力を得て、トップページや各ブログへのバナー表示で調査を

告知し、協力を依頼した。よって本調査データは自己選択型のサンプルに基づくもので、Doblog 利用者全体に対する代表性は検討できない。質問紙調査への回答はログインした状態の Doblog 利用者のみが可能で、また一度回答した ID は再び回答できないようにされた。

質問紙調査 調査項目は選択式の 106 問から構成された。このうち本研究で使用したのは、(a) ブログ作者の個人属性：性別・年代（17 歳以下、18–20 歳、21–24 歳、25–29 歳、30–34 歳、35–44 歳、45–54 歳、55 歳以上から選択）・ブログ作成歴・インターネット利用歴、(b) ブログ作者の指向性：ブログを書く際に“自分”、“オフラインの関係性がある他者”：‘家族’と‘対面経験のある友人知己’、“オンラインのみの関係性がある他者”：‘オンラインでの友人 (Doblog 外)’と‘オンラインでの友人 (Doblog 内)’、“既存の関係性のない他者”：‘サーチエンジンからの訪問者’と‘不特定多数’の合計 7 対象を想定している程度（1 “非常に想定する”–5 “まったく想定していない”の 5 件法）、である。

ログデータの収集 調査協力者が Doblog サービス登録時から 2005 年 6 月 27 日までに作成したブログ全記事 242 364 件について以下のデータを収集した——(a) ブログ本体に関するログ：ブログ記事の総数と内容、(b) ブログに対する他者からの反応のログ：各記事に対する読者からのコメント、他ブログからの TB の許可/不許可と許可している場合の受信数、(c) ブログ相互のつながりに関するログ：被ブックマーク数。

結 果

基本的属性

調査期間中に 736 名（男性 469 名、女性 267 名）のブログ作者からの回答が得られた。年代は 25–29 歳が最多（21.6%）で、30–34 歳（19.6%）がそれに次いでいた。回答者の 88.5% が 2003 年以降にブログ作成を開始しており、これは日本でブログが流行し始めた時期と重なっている。また、2000 年までにインターネット利用を開始した回答者が 87.2% と圧倒的多数を占めていた。回答者の多くは、インターネット歴は長い一方で、ブログ作成歴は比較的浅い個人であるといえる。

指向性パターンに基づくブログ作者の分類

ブログ作成時に指向する読者のパターンに基づいて回答者を分類するために、読者として想定される度合いが突出して低かった“家族”（非常に）および“やや”想定すると回答した比率が 13.5%）を除いた 6 対象についての回答値を用いた K-means 法によるクラスター分析をおこない、四つのクラスターを得た。こ

Table 1
作者の指向性タイプ別の各対象の想定度(上段：M, 下段：SD)^{a)}

指向性タイプ	自分	対面経験のある 友人知己	オンライン友人 (Doblog外)	オンライン友人 (Doblog内)	サーチエンジン からの訪問者	不特定多数
不特定多数の他者 (N=199)	2.42 1.39	4.18 1.01	2.80 1.24	3.30 1.20	2.67 1.11	1.92 0.85
自分 (N=117)	1.78 1.03	3.27 1.70	4.33 0.94	4.22 1.16	4.54 0.78	4.09 1.22
自分と対面知己 (N=199)	1.78 0.95	1.99 1.06	2.11 0.98	2.17 0.98	3.81 0.91	3.49 0.95
多様な他者 (N=221)	2.10 1.18	1.89 0.87	1.82 0.84	1.77 0.87	1.86 0.65	1.81 0.71
合計	2.05 1.19	2.76 1.49	2.56 1.33	2.68 1.37	3.03 1.32	2.66 1.31

^{a)} 各指向性タイプの回答者が想定する程度が相対的に高い対象(平均値2.00未満)を太字で示した。

これらのクラスターごとに回答者が自分および他者の6対象を想定している程度の平均値と標準偏差を求めた(Table 1 参照)。平均値が低い(5件法の未満)対象を“強く指向している”とみなして、各クラスターに属するブログ作者の指向性パターンのもつ特徴を考えると、以下ようになる。第1クラスターは主に既存の関係性をもたない“不特定多数”を指向してブログを作成しているタイプ、第2クラスターは自分を指向する意識が強く、関係性の有無によらず他者をあまり指向していないタイプ、第3クラスターは自分に加えてオフラインの関係性のある友人知己を指向しているタイプ、そして第4クラスターはさまざまな関係性の他者をまんべんなく指向してブログを作成しているタイプである。そこで第1クラスターから順に、ブログ作成の際に主として“不特定多数の他者”、“自分”、“自分と対面知己”、“多様な他者”を指向するタイプのブログ作者であるとみなして、ブログの状況に関するタイプ間の差異を検討することにした。

指向性タイプごとの検討

回答者の属性 まず指向性タイプと個人属性の関連を検討した。指向性タイプと性別の独立性の検定の結果、有意な連関($\chi^2(3)=10.13, p<.05$)が見られた。残差分析より、女性において“不特定多数の他者”タイプの比率が低く(男性 29.9%, 女性 22.1%)、“自分と対面知己”タイプの比率は高い(男性 23.5%, 女性 33.3%)ことが示された。次に年代について、もっとも頻度の高かった25—29歳とそれに次ぐ30—34歳の計303名(全体の41.2%)を回答者の中核をなす群と

みなし、それより年下の“24歳以下”群(235名; 全体の31.9%)、それより年上の“35歳以上”(198名; 同26.9%)群の3群に分けて指向性タイプとの関連を検討したが、有意な連関はなかった($\chi^2(6)=8.17, ns$)。インターネット利用歴とブログ開始時期には前述のとおり回答者全体の集計結果に大きな偏りがあったため、指向性タイプとの関連は検討しなかった。これらの結果をふまえ、以降では指向性タイプに加えて性別を要因とした分析をおこなった。

ブログ記事中の感情表出 指向性タイプによるブログ記事中での感情表出の差異を検討するため、回答者がブログ記事に書いた内容に“幸せ”あるいは“不幸せ”感情が表出されている程度について、以下の手順でログデータの形態素解析に基づく内容分析をおこなった。まず“幸せ”、“不幸せ”な内容をよくあらわす単語リスト(“幸せ語リスト”と“不幸せ語リスト”)を作成するために、著者らが基本的単語リスト(例：“幸せ語”ならば“幸せだ”、“うれしい”、“不幸せ語”なら“不幸だ”、“悲しい”など)を作成した。次に本研究で得られたブログのログデータから1万記事をランダムに選び、ある記事中で先の基本的“幸せ”、“不幸せ”語リストに含まれる語と共起する語(形容詞、サ変名詞、動詞)をカウントし、共起頻度が10以上の単語を抽出した。これら共起頻度の高い単語から“幸せ”、“不幸せ”語とみなしうるものを選択して前述リストに加えた。追加すべき語がなくなるまでこの手順を繰り返し、最終的に23語から成る“幸せ語リスト”と48語から成る“不幸せ語リスト”を完成させた。両リストに基づいて各ブログ作者の記事中に出

Table 2
作者の指向性タイプと性別ごとのブログ記事内容とブログにおけるコミュニケーション(平均値)

	不特定多数の他者		自分		自分と対面知己		多様な他者	
	男性 (N=140)	女性 (N=59)	男性 (N=75)	女性 (N=42)	男性 (N=110)	女性 (N=89)	男性 (N=144)	女性 (N=77)
幸せ感情表出度	0.86	0.96	0.87	1.09	0.81	0.97	0.74	0.95
不幸せ感情表出度	0.55	0.71	0.50	0.65	0.53	0.58	0.40	0.54
1日あたりの記事数	1.25	1.13	0.88	0.85	1.25	1.10	1.02	1.11
1記事あたりのサイズ (kbyte)	803.52	692.32	681.67	686.81	694.71	676.35	648.21	751.66
1記事あたりのコメント受信数	0.89	1.58	0.66	0.43	0.87	1.15	0.81	1.82
被ブックマーク数	25.60	41.75	15.55	10.43	25.80	23.21	33.14	48.35
TB受信許可率(%)	61.4	47.5	40.0	11.9	64.5	48.3	72.9	62.3
1記事あたりのTB受信数 ^{a)}	0.07	0.06	0.03	0.10	0.07	0.05	0.09	0.09

^{a)}N=416

現する“幸せ語”と“不幸せ語”の総数を算出し、さらにそれぞれを各ブログ作者の総記事数で除した値を、あるブログに“幸せ”、“不幸せ”感情が表出されている程度（それぞれ“幸せ感情表出度”、“不幸せ感情表出度”とする）の指標とした。作者の指向性タイプと性別ごとの両指標の平均値を Table 2 に示す。両指標の相関係数は $r=0.67$ でやや高い正の関連が見られ、この傾向にタイプ間の顕著な違いはなかった。

幸せ感情表出度と不幸せ感情表出度を従属変数、指向性タイプと性別を要因とする分散分析の結果、幸せ感情表出度では性別の主効果 ($F(1, 728) = 12.68, p < .001$) のみが見られ、不幸せ感情表出度では指向性タイプ的主効果 ($F(3, 728) = 5.40, p < .01$) と性別の主効果 ($F(1, 728) = 15.61, p < .001$) が見られた。両感情表出度ともに女性の方が高く、また不幸せ感情表出度については、指向性タイプごとの多重比較の結果、“多様な他者”タイプが有意に低いことが示された ($p < .05$)。

ブログにおけるコミュニケーション ログデータに基づいて、指向性タイプと性別ごとにブログ記事に関する量的指標とコミュニケーションの発生程度を示す諸指標の平均値を算出した (Table 2 参照)。TB は受信可否を作者自身が設定できるため、受信許可率を求めた上で、許可者における 1 記事あたりの受信数の平均値を算出した。分散分析の結果、1 日あたりの記事数と 1 記事あたりのサイズについては、主効果と交互作用はともに有意ではなかった。1 記事あたりのコメント受信数には有意な交互作用 ($F(3, 728) = 6.16, p < .001$) があった。単純主効果の多重比較の結果、男女に共通の傾向として“自分”タイプの作者のブログに寄せられるコメント数は少ないことが示されたの

に対して、“不特定多数の他者”と“多様な他者”タイプでは、女性の作者のブログは両タイプで多くのコメントを受信している一方で、男性の場合は両タイプともコメント数が多くなかった ($ps < .05$)。被ブックマーク数には指向性タイプの主効果 ($F(3, 728) = 7.32, p < .001$) があり、“自分”タイプの作者のブログで他ブログからのブックマークがもっとも少なく、次いで“自分と対面知己”タイプも他の 2 タイプよりも少なかった ($ps < .05$)。また、TB 許可率は男性より女性が低く、また“自分”タイプのブログで他タイプよりも低かった。TB 許可者のみを対象として 1 記事あたりの受信数に関する分散分析をおこなったが、有意な主効果と交互作用はなく、TB 受信数は一貫して非常に低い数値を示していた。

考 察

本研究では、誰に向けて記事を書いているかという指向性のパターンに基づいてブログ作者をタイプ分けして、実際のブログの状況との関連を検討した。

まず、多くのブログ作者が自分自身を主たる対象 (の一つ) としてブログを書いていることが示された。この結果は前掲 Pew Internet & American Life Project (2006) による調査結果と一致した傾向で、ブログはインターネットという公開の場で書かれながらも一定の私性を維持していることを示唆している。他者に関する想定の有無は、家族を指向する傾向が非常に低かったことを除いては、全体的には関係性の多少や知り合うきっかけによる顕著な差は見られなかった。

次に指向性パターンに基づいてブログ作者を四つのクラスターに分類し、個人属性との関連を検討した。女性における“不特定多数の他者”タイプの比率の低

さは、コミュニケーションに関する多くの先行研究で示されてきた性差、すなわち女性の人間関係志向の強さを反映したものと考えられる。ブログについても、内容分析に基づいてブログ記事ジャンルの性差を検討した Herring & Paolillo (2006) が、女性は物質的なものや外的事象への言及が少なく、人間関係に関わる記述をよくすることを示している。女性において“幸せ”、“不幸せ”の両方で感情表出の程度が高く、また“自分”タイプの作者のブログを除くと全般的に読者からのコメント受信数が多いことも含めて、本研究の結果は先行研究の同様の性差の存在を示唆するものといえる。

指向性タイプによるブログ記事中の感情表出の多寡を“幸せ”、“不幸せ”語の出現する程度によって検討したところ、両者には高い相関が見られたものの、指向性タイプとの関連には違いが見られた。幸せ感情表出度については指向性タイプによる有意差が見られなかった一方で、不幸せ感情表出度は関係性のある他者を含む多様な他者を想定しているタイプのブログ作者において低いことが示された。この結果は、一般的な対人関係場面においてポジティブ感情よりもネガティブ感情が制御されやすい傾向に呼応していると考えられる。一方で自分自身と対面知己を想定しているタイプの不幸せ感情表出度は、自分のみ、ないしは不特定多数の他者を想定しているタイプと差がなかった。このことは、関係性がオンラインのみで維持されているものか、オフラインを伴うものなのかによって、感情表出対象としての“他者”の位置づけが異なることを示唆している。ただしここでの分析対象はあくまでも“幸せ”、“不幸せ”両リストに含まれる単語の出現頻度に基づく指標であり、その単語を含む文章やその文章を含むブログ記事全体のニュアンスがネガティブなのかポジティブなのかは不明である。今後は両リストに含まれる語同士の共起状況等も考慮したより詳細な検討が必要となろう。

記事を手がかりとして展開するコミュニケーションの量にも、指向性タイプによる差異が見られた。主に自分だけを意識して作成されたブログにおいてコメント受信数や被ブックマーク数といったコミュニケーション量が有意に少なかったことは、作者の指向性とブログの現況の整合を示す結果である。なおコメント受信数は、幸せ感情表出度とは有意な正の相関 ($r=0.20, p<.001$) をもつ一方で、不幸せ感情表出度とは無相関 ($r=0.05$) であり、ネガティブ感情の表出は読者とのコミュニケーションを促進していなかった。TB 受信数の一貫した低さは、TB がブログ間のコミュニケーション手段として定着していないことを示している。

本研究によって、ブログ作成の際に指向する対象の違いによるブログ状況の差異が示されたことは、一口

に“ブログを作成する”といってもそこでの作者の行動のあり方には、指向性による、さらに他者を指向する場合はそれがどのような関係性の他者かによる差異があることを示している。つまりブログ作者たちは自らの指向性に応じてブログというウェブコンテンツを使い分けしているともいえる。こうした使い分けの欲求を巧妙に捉えてシステムに反映させたのが、本研究の調査実施後に急速に普及したソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下 SNS とする）である。SNS は、個人情報やブログ的コンテンツの開示レベルを利用者自身が設定できる（知り合いのみ、知り合いの知り合いまで、利用者全体等の複数レベルが一般的）機能を備えているものが多い。つまり、SNS 内のブログ的コンテンツには“読者を選びたい”という指向をもつ個人の意向を反映させやすいのである。本研究で示されたようなブログ作者がもつ指向性パターンの多様さに呼応して、少なからぬ個人のもつニーズにより適合した環境を与えるサービスであるからこそ、SNS は多くの利用者を獲得したと考えられる。

結 論

本研究の結果、ブログは作者自身のための日常生活の記録という従来の日記的特徴を保持している一方で、ブログの記事内容とブログ上で展開するコミュニケーションの様相には、ブログを作成する際に指向する読者パターンによる差異が存在し、多様な関係性をもつ他者を指向するブログ作者のブログ記事内容には不幸せ感情が表出されにくく、他者を指向しないブログ作者のブログでは読者とのコミュニケーションが活発でないことが示された。これらは概ね事前の予測と整合する方向のものであった。前述の SNS のように、インターネット上での自己表現とコミュニケーション双方のためのメディアとしての豊かさ、すなわち個人の指向に応じた活用のしやすさは今後も高まり、それに伴って個人の社会生活におけるインターネットの重要性も今以上に高まることが予想される。本研究で取り扱ったのは、個人のインターネット上での行動やそれに関する認知のみであったが、将来的には個人のインターネット上での行動の社会生活への還元という点にまで関心を広げ、インターネットが個人にもたらす影響を詳細に検討することが必要だろう。

引用文献

- Barret, C. (1999). Cam World: Anatomy of a weblog, December 7, 2006, <<http://www.camworld.com/archives/001177.html>>
Buten, J. (1996). Personal home page survey, December 7, 2006, <<http://www.asc.upenn.edu/USR/sbuten/phphi.htm>>

- 崔 京姫・新井邦二郎 (1998). ネガティブな感情表出の制御と友人関係の満足感および精神的健康との関連 教育心理学研究, **46**, 432-441.
(Choi, K., & Arai, K. (1998). Relationship between regulation of negative emotional expression, satisfaction of friendship, and mental health. *Japanese Journal of Educational Psychology*, **46**, 432-441.)
- 藤 桂・吉田富二雄 (2006a). ウェブ日記利用が社会性および攻撃性に及ぼす影響——Open Diary と Closed Diary の比較を通して—— 日本社会心理学会第 47 回大会発表論文集, 150-151.
(Fuji, K., & Yoshida, F.)
- 藤 桂・吉田富二雄 (2006b). ウェブ日記上における行動内容の検討——執筆・閲覧の観点から—— 日本心理学会第 70 回大会発表論文集, 235.
(Fuji, K., & Yoshida, F.)
- Haase, S. (1999). Selbstdarstellung lesbischer frauen auf persöchen home pages, December 7, 2006, <<http://www.nicola-doering.de/PESI/lesbhp/lesbhp.doc>>
- Herring, S. C., & Paolillo, J. C. (2006). Gender and genre variation in weblogs. *Journal of Sociolinguistics*, **10**, 439-459.
- 池田謙一・柴内康文 (2000). 電子メディアにおける“受動的”情報発信のコミュニケーション論的意味づけ——WWW 上のホームページ所有者の実証調査—— 1998 年度大川情報通信基金研究助成報告書
(Ikeda, K., & Shibana, Y.)
- 石井健一・橋元良明・三上俊治・辻 大介・森 康俊 (2000). 内容分析による個人ホームページの国際比較 東京大学社会情報研究所調査研究紀要, **14**, 1-81.
(Ishii, K., Hashimoto, Y., Mikami, S., Tsuji, D., & Mori, Y. (2000). Content Analysis on Personal Homepages of Japan, U. S. A. and China. *Research Bulletin of the Institute of Socio-Information and Communication Studies, the University of Tokyo*, **14**, 1-81.)
- 川上善郎 (2005). インターネット時代のコミュニケーション 山下清美・川浦康至・川上善郎・三浦麻子(共著)ウェブログの心理学 NTT 出版 pp. 3-26.
(Kawakami, Y.)
- Kawaura, Y., Kawakami, Y., & Yamashita, K. (1998). Keeping a diary in cyberspace. *Japanese Psychological Research*, **40**, 234-245.
- Kitayama, S., Markus, H. R., & Matsumoto, H. (1995). Culture, self, and emotion: A cultural perspective on “self-conscious” emotions. In J. P. Tangney & K. W. Fischer (Eds.), *Self-conscious Emotion: The psychology of shame, guilt, embarrassment, and pride*. New York: Guilford Press. pp. 439-464.
- Pew Internet & American Life Project (2006). Bloggers: A portrait of the internet's new story tellers, December 7, 2006, <<http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf>>
- 総務省 (2006). ブログ及び SNS の登録者数(平成 18 年 3 月末現在)総務省報道資料 2006 年 12 月 7 日 <http://www.soumu.go.jp/s-news/2006/060413_2.html>
(Ministry of Internal Affairs and Communications (2006). Number of registered users of blogs and SNSs. Press Release-Telecom, December 7, 2006, <http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eng/Releases/Telecommunications/news060413_1.html>)
- 山下清美 (1997). 個人ホームページを開くことは、開設者自身にとってどのような意味をもつか 日本社会心理学会第 38 回大会論文集, 278-279.
(Yamashita, K.)

——2007. 1. 18 受稿, 2008. 5. 10 受理——