

Title	電子掲示板に対する態度と情報欲求・親和欲求との関連
Author	中山, 満子
Citation	大阪市立大学学術情報総合センター紀要. Vol. 8, p.13-18.
Issue Date	2007-03
ISSN	1345-4145
Type	Departmental Bulletin Paper
Textversion	Publisher
Publisher	大阪市立大学学術情報総合センター
Description	

Placed on: 大阪市立大学学術機関リポジトリ

Placed on: Osaka City University Repository

電子掲示板に対する態度と情報欲求・親和欲求との関連

中山 満子†

Study on the attitude for Internet bulletin board and the relation with information needs and affiliation motives

Michiko NAKAYAMA

インターネット上の電子掲示板に対する態度を測定し、情報欲求、親和欲求との関連を探るために2つのネット調査を行った。調査1では220件の回答を得、因子分析の結果、掲示板への態度として信頼性、価値・有意義性、必要性の3因子が抽出されたが、コミュニケーション評価として仮定した項目は単独の因子を構成しなかった。調査2では、掲示板上の情報への評価に関する項目と、掲示板上のコミュニケーションに対する評価項目とに分けて分析し、掲示板上の情報としては調査1と同様の3因子、コミュニケーション評価としては、相互理解、コミュニケーション不信の2因子が得られた。これらの得点と情報欲求及び親和欲求との関連を分析した。

キーワード インターネット、電子掲示板、態度

1 はじめに

インターネット上の電子掲示板は、多くのユーザに利用され、マスメディア等で話題になることも多い。電子掲示板の利用のされ方はさまざまであり、一晩中掲示板の読み書きをしている人もいれば、インターネットはよく利用するけれども掲示板はまったく見ないという人も多い。また読むことはあっても書き込みはしないという人も多い。筆者は、このような差異は「態度」の違いではないかと考えた。そして電子掲示板に対する態度を測定し、その規定因を探ることを目的とした研究を行ってきた。

これまでに筆者は、大学生を対象として掲示板に対する態度を測定する尺度を試作し、利用状況などとの関連を検討してきた[1][2][3][4]。これまでの研究では、掲示板への態度として、「信頼性」「価値・有意義性」「必要性」への評価がそれぞれ因子として得られている。本調査では、広くインターネット利用者を対象としてインターネット調査を実施し、掲示板への態度尺度について検討した。

また、態度に影響を及ぼす要因として、情報欲求と親和欲求に着目し、関連を分析した。

2 調査1

2.1 方法

調査会社に委託して平成18年6月にインターネット調査を実施した。調査会社に登録されている約50万人のモニターのうち、全国の20代から50代の男女520名を抽出して調査協力依頼のメールを出し、回答用のサイトにアクセスしてもらった。

質問は、掲示板利用状況4項目と掲示板への態度尺度24項目であった(態度尺度は結果の表1を参照)。態度尺度作成にあたっては、これまでの研究から「信頼性」「価値・有意義性」「必要性」「コミュニケーション評価」の4因子を仮定した。

2.2 結果

2.2.1 回答者プロフィール

回答数は220件(回答率42.3%)であった。うちわけは男性114名(51.8%)、女性106名(48.2%)。年齢は20代58名(26.4%)、30代78名(35.5%)、40代62名(28.2%)、50代22名(10.0%)。有職者160名(72.7%)、専業主婦38名(17.3%)、学生13名(5.9%)、無職9名(4.1%)であった。

† 大阪市立大学 学術情報総合センター・創造都市研究科

2.2.2 掲示板利用状況

(1) 掲示板閲覧頻度：見たことがない 38 名 (17.3%)，週に 1 回以下 68 名 (30.9%)，週に 2, 3 回 41 名 (18.6%)，ほぼ毎日 73 名 (33.2%)。先行研究の大学生調査に比べると，毎日利用する回答者の割合が高かった。

(2) 掲示板書き込み頻度：書き込んだことがない 103 名 (46.8%)，週に 1 回以下 87 名 (39.5%)，週に 2, 3 回 20 名 (9.1%)，ほぼ毎日 10 名 (4.5%)。

(3) よく利用する掲示板のタイプ(もっとも当てはまるもの一つを選択)：利用しない 52 名 (23.6%)，不特定多数が利用する匿名掲示板 128 名 (58.2%)，知人・友人・会社関係などの実名掲示板 18 名 (8.2%)，限られた人が利用する匿名掲示板 21 名 (9.5%)，その他 1 名 (0.5%)。

(4) 利用する目的(もっとも当てはまるもの一つを選択)：ひまつぶし 43 名 (19.5%)，テレビ新聞などのメディアが報道しない情報を知るため 46 名 (20.9%)，連絡・確認 11 名 (5.0%)，コミュニケーション 44 名 (20.0%)，自分の考えを述べるため 8 名 (3.6%)，他人の考えを知るため 40 名 (18.2%)，目的なし 5 名 (2.3%)，その他 12 名 (5.5%)，利用しない 11 名 (5.0%)。

(5) よく利用する掲示板のタイプと利用目的の関連の分析：クロス集計すると，実名掲示板をよく利用する人はコミュニケーション目的との答えが過半数を超えている。不特定の匿名掲示板をよく利用する人は様々な目的を回答しているが，もっとも多いのが「テレビ，新聞などのメディアが報道しない情報を知るため（以下，情報収集）」(31.0%)であり，ついで「他人の考えを知るため」(27.6%)であった。

2.2.3 態度尺度因子分析

掲示板に対する態度を問う 24 項目について因子分析(最尤法，プロマックス回転)を行った。どの因子にも負荷の高くない 1 項目を削除し，4 因子が得られた。因子負荷量 0.5 以上の項目に基づいて因子の解釈を行い，第 1 因子は「信頼性」，第 2 因子は「価値・有意義性」，第 3 因子は「必要性」，第 4 因子は「問題コミュニケーション」と命名する。第 3 因子までは，これまでの研究で得られた因子構造とほぼ一致していた。因子パターンを表 1 に示す。

本研究においてコミュニケーション要因として加えた項目のいくつかが第 1 因子「信頼性」に含まれた。すなわち，掲示板における情報の正しさ，意見の公正さなどとともに，自分の意見を主張することができる，他人の気持ちを理解できるなど，掲示板でのコミュニケーションにおける相互理解や人間関係構築などのプラスの側面も含め，コミュニケーションの妥当性と情報や意見の公正さ・正しさが相まって，掲示板への信頼性が成り立っていると考えられる。

第 2 因子「価値・有意義性」は情報の豊富さ，価値への評価，第 3 因子「必要性」は便利さ，必要性などへの評価である。第 4 因子「コミュニケーションの問題」は，一方通行，その場限りなどの掲示板コミュニケーションのマイナスの側面への評価である。

表 1 掲示板に対する態度 因子パターン

	因子			
	1	2	3	4
意見が公正	0.798	-0.182	0.022	0.031
情報が正しい	0.731	0.176	-0.120	-0.032
緊密な人間関係	0.661	-0.075	0.219	-0.143
自分を理解してもらえ	0.652	0.096	0.032	-0.047
信用できる	0.562	0.272	0.028	-0.028
自分の意見述べられる	0.547	0.111	0.013	0.051
他人を理解できる	0.506	0.336	0.012	-0.041
寂しさ紛らわす	0.470	-0.019	0.216	-0.020
コミュニケーションが気楽	0.439	0.116	-0.136	0.329
情報豊富	-0.012	0.967	-0.183	0.025
役立つ	0.040	0.851	-0.032	-0.034
楽しい	0.009	0.686	0.172	-0.060
情報に価値	0.176	0.643	0.015	-0.044
有意義	0.001	0.626	0.254	0.037
コミュニケーションが手軽	0.213	0.441	-0.006	0.243
読めない不安	0.160	-0.232	0.818	0.039
読めない不便	-0.131	0.188	0.788	0.084
なくてはならない	0.079	-0.001	0.775	0.004
必要	0.028	0.362	0.523	-0.051
一方通行	0.205	-0.295	0.024	0.783
その場限り	-0.139	0.043	0.046	0.742
行き違い	0.022	0.093	-0.051	0.683
デマが多い	-0.205	0.177	0.126	0.593

2.2.4 因子平均得点の分析

各因子に負荷の高い項目の得点を単純平均し

(以下平均得点)、以下の分析に利用した。得点が高いほど掲示板に対してポジティブな態度であることを示している。なお第4因子については得点が高いほど掲示板に対してポジティブな態度になるよう反転している。

年代、性差、及び掲示板閲覧頻度、書き込み頻度、よく利用する掲示板のタイプ、利用する目的による差を分析した。その結果、年代、性差については、どの因子にも差は見られなかった。閲覧頻度、書き込み頻度を独立変数として一要因分散分析を行った結果、第1、第2、第3因子は有意であり、第4因子は有意ではなかった。表2に示すように閲覧頻度が高いほどポジティブな態度となっている。書き込み頻度も同様であった。

表2 閲覧頻度と因子平均得点

因子	利用しない	週1回以下	週に2,3回	毎日
** 1	1.58	1.93	2.07	2.37
** 2	1.79	2.44	2.85	3.04
** 3	1.37	1.60	2.07	2.49
4	2.55	2.50	2.39	2.41

** p<.01

次によく利用する掲示板のタイプについて一要因分散分析を行った(表3)。その結果、第1因子のみ有意あり、掲示板の信頼性という点で、匿名掲示板を利用している人よりも、知人・友人の開設した実名掲示板を利用している人でポジティブな評価であった。

表3 掲示板のタイプと因子平均得点

因子	不特定匿名	制限付匿名	実名
* 1	2.16	2.05	2.50
2	2.88	2.76	2.88
3	2.14	2.14	2.28
4	2.35	2.50	2.16

* p<.05

掲示板を利用する目的を独立変数とした分散分析では、第1、第2、第3因子は有意であり、第4因子は有意ではなかった(表4)。第1因子「信頼性」は、「自分の意見を述べる」「コミュニケーション」を目的としている人で得点が高い。第2因子「情報の価値」は全体に得点が高いが、特に「他

人の意見を知る」「情報収集」目的の人の得点が高い。第3因子「必要性」は、「コミュニケーション」「自分の意見を述べる」目的の人で得点が高い。また、ひまつぶしと回答した人はいずれの因子も得点が低いことが示された。

表4 利用目的と因子平均得点

因子	暇つぶし	情報収集	連絡確認	意見を述べる	他人の意見	コミュニケーション
**1	1.86	1.91	2.00	2.50	2.18	2.36
**2	2.42	2.70	2.64	2.50	2.80	2.42
**3	1.67	2.02	2.18	2.25	1.95	2.27
4	2.49	2.37	2.45	2.50	2.43	2.48

** p<.01

2.3 考察

本調査では、電子掲示板に対する態度に関してこれまで行ってきた大学生調査の結果を確認するために、インターネット上でモニター調査を行った。回答者抽出にあたっては年代以外の条件はつけなかったが、概ねこれまで得られた結果に一致するものであった。すなわち、掲示板への態度として、信頼性、価値・有意義性、必要性の3因子が抽出された。コミュニケーション評価として想定した項目は、相互理解や人間関係の構築などポジティブな評価は信頼性に含まれ、一方通行、その場限りなどネガティブな評価は第4因子を構成した。

得られた態度と利用状況の間には関連が見られ、ポジティブな態度である人ほど掲示板閲覧頻度が高いことが示された。掲示板のタイプと態度の関連は、信頼性のみで見られた。友人・知人とのコミュニケーション目的の掲示板利用で信頼性が高いのは当然であろう。着目すべきは匿名掲示板を利用している人の「信頼性」への評価であるが、表3を見ると、実名掲示板を見る人に比べて、匿名掲示板利用者の「信頼性」への評価は低い。また匿名掲示板利用者の目的として多かったのが「情報収集」「他人の考えを知る」であり、これらを目的としている人の態度得点(表4)を見ると、信頼性のへの評価は高くないことがわかる。すなわち、匿名掲示板を見る人の多くは他人の考えを知ることも含めて情報収集が目的であるが、その情報への信頼度はあまり高くないということであ

る。

一方で、表4を見ると情報の価値についての評価は一般に高いが特に情報収集目的と答えた人で高い。情報収集目的の人にとっては、掲示板は「情報が豊富」で「役立つ」が「公正さ」や「正しさ」には欠けるといったある意味矛盾をはらんだ評価であり、興味深い。

3 調査2

電子掲示板への態度、情報欲求、親和性動機、利用状況の関係を調べるために、インターネット調査を行った。

3.1 方法

2006年8月に、調査会社に委託してインターネット調査を行った。モニター登録している20代から40代の男女1108名にメールで依頼した。

質問項目は、電子掲示板への態度を問う項目、情報欲求尺度、親和性動機尺度、インターネット利用状況を問う項目、インターネット不安についての尺度など多岐にわたっていたが、ここでは電子掲示板に対する態度とその要因についてのみ分析し報告する。

情報欲求尺度とは、「世の中で話題になっていることは、他人よりも詳しく知っていたい」「価値ある情報は多くの人に伝えたい」などの文章に自分がどれくらい当てはまるかを「全く当てはまらない」から「よく当てはまる」までの4択で答えてもらうもので、川浦[6]を参考に作成した。

親和欲求は、杉浦[7]の親和動機尺度で得られた第2因子「親和傾向」を構成する9問と、第1因子「拒否不安」から1問を選択し、10問を設定した。「人とつきあうのが好きだ」「友人とは本音で話せる関係でいたい」などの文章に、自分がどれくらい当てはまるかを4段階で回答してもらった。

3.2 結果

3.2.1 回答者プロフィール

回答数は405件(回答率36.6%)であった。回答者の属性は以下のとおりである。性別は、男性213名(52.6%)、女性192名(47.4%)。年代別では20代100名(24.7%)、30代182名(44.9%)、40代123名(30.4%)。専業主婦・無職88名

(21.7%)、学生22名(5.4%)、有職者295名(72.8%)。

3.2.2 情報欲求・親和欲求

情報欲求に関しては探索的因子分析を繰り返して、以下の10項目について因子分析(一般化された最小二乗法、プロマックス回転)を行い、3因子構造とするのが最もあてはまりがよいと考えた。第1因子は「情報発信」、第2因子「情報保有」、第3因子「情報獲得」である。因子構造としては、先行研究[5]で得られたものと同じであるが、適合度を上げるために項目を絞り込んだ。以下、因子得点を用いて分析を行う。

表5 調査2 情報欲求尺度因子分析結果

	因子		
	1	2	3
情報を伝えたい	.837	-.016	.012
教えてあげたい	.813	-.051	.012
自分の考えを伝えたい	.618	.131	-.013
他人より詳しく知りたい	.008	.861	.004
他人より早く知りたい	.023	.727	.088
知らないと落ち着かない	.008	.668	-.054
集めるのが好き	-.060	.059	.749
入手に時間を惜しまない	.044	-.106	.686
わからないと我慢できない	.056	.015	.500
事前に情報集める	-.019	.100	.453

親和欲求については、各質問への回答の総和を親和欲求得点とした。

3.2.3 掲示板への態度

「掲示板を利用したことがない」と答えた147名を除き、258名分について掲示板への態度の分析を行った。得点が高いほど掲示板に対してポジティブな意見になるように、いくつかの項目は得点を反転した。

調査1では、信頼性、価値・有意義性、必要性の因子が抽出されたが、コミュニケーション機能については単独の因子を構成しなかった。そこで調査2では、掲示板への態度として、掲示板上の情報や意見に対する態度と掲示板の持つコミュニケーション機能についての態度に分離し、独立に分析を行った。まず「情報」について「必要性」

「価値」「信頼性」の3因子を仮定し、11項目について因子分析（最尤法，バリマックス回転）を行い、予想通り3因子を得た（表6）。

次に、掲示板上のコミュニケーション機能についても探索的因子分析を繰り返し、8項目について因子分析（最尤法，バリマックス回転）を行ったところ、表7に示す解釈可能な2因子を得た。第1因子は「相互理解」、第2因子は「コミュニケーション不信」と命名する。

表6 掲示板上の情報への態度

	因子		
	1	2	3
なくてはならない	.789	.258	.186
ないと不便	.715	.387	.111
読めないと不安	.692	.107	.150
必要	.665	.398	.253
役に立つ	.246	.703	.187
有意義	.233	.686	.182
情報豊富	.162	.652	.076
情報に価値	.232	.572	.258
正しい	.061	.242	.713
信用できる	.167	.189	.700
意見公正	.207	.063	.579

表7 コミュニケーション機能への態度

	因子	
	1	2
自分を理解	.729	.226
意見を主張	.651	-.094
他人を理解	.562	.134
寂しさ紛らわせる	.557	.119
デマが多い★	-.115	.737
行き違い★	.057	.634
一方通行★	.216	.515
その場限り★	.191	.422

★反転項目

3.2.4 情報欲求と掲示板への態度の分析

情報欲求と掲示板への態度について、相関分析を行った。表8に示すように、情報欲求の情報保有因子と情報獲得因子は情報への態度と弱い正の

相関が見られ、欲求が強いと情報への態度がポジティブであることを示している。

また表9に示すように、掲示板のコミュニケーション機能への態度との相関を見ると、「相互理解」は情報欲求の各因子と弱い正の相関が見られる。コミュニケーション不信と情報欲求の相関はほとんどないが、情報獲得とごく弱い負の相関が見られる。

表8 情報欲求と情報への態度との相関係数

	情報発信	情報保有	情報獲得
必要性	0.07	0.21 **	0.15 *
価値	0.02	0.18 **	0.25 **
信頼性	0.09	0.14 *	0.10

** p<.01 * p<.05

表9 情報欲求とコミュニケーション機能への態度との相関係数

	情報発信	情報保有	情報獲得
相互理解	0.20 **	0.27 **	0.25 **
コミュニケーション不信	-0.05	-0.10	-0.15 *

** p<.01 * p<.05

親和動機得点と掲示板への態度との相関を見ると、「情報の価値」(r=.15)、「相互理解」(r=.25)とにごく弱い正の相関が、「コミュニケーション不信」(r=-.15)との間にもごく弱い負の相関が見られた。

3.3 考察

調査2では、電子掲示板への態度を測定し、内的心理過程である情報欲求と親和欲求との関連を分析した。

電子掲示板への態度としては、掲示板上の情報への態度と掲示板上でコミュニケーション機能への態度に分けて分析し、尺度を構成した。掲示板上の情報への態度としては「必要性」「価値」「信頼性」の3因子が、コミュニケーション機能への態度としては「相互理解」「コミュニケーション不信」の2因子が得られた。

情報欲求・親和欲求が掲示板への態度に影響を与えているのではないかと仮定して調査を行ったが、いずれもごく弱い相関しか得られなかった。

4 まとめ

二つのインターネットモニター調査を行い、電子掲示板に対する態度と、利用状況、情報欲求、親和欲求との関連を検討した。

調査1で得られた主たる知見は、匿名掲示板利用は他人の意見を知るということも含めて情報収集目的が多いこと、情報収集目的の利用者は、掲示板は「情報が豊富」で「役立つ」が「公正さ」や「正しさ」には欠けると評価する傾向が見られることである。

先行研究から調査1までは、「信頼性」「価値・有意義性」「必要性」「コミュニケーション評価」の4因子を仮定して調査を行ったが、掲示板は情報収集とコミュニケーションの二つの異なる機能があることから、調査2では掲示板上の情報に対する態度とコミュニケーション機能への態度の2つに分けて分析することを試みた。その結果掲示板上の情報に対する態度としては予想通り、「信頼性」「価値・有意義性」「必要性」の3因子が得られた。コミュニケーション機能への態度としては、「相互理解」「コミュニケーション不信」の2因子が得られた。

次に、調査2で得られた各因子と情報欲求、親和欲求との関連についてまとめる。「必要性」については、掲示板をよく利用し、情報保有欲求の高い人が高く評価している。「情報の価値」については、掲示板をよく読み、情報獲得欲求、情報保有欲求の高い人がポジティブに評価する傾向が見られる。「情報の信頼性」については、今回の分析からは関連性は見出せなかった。

「コミュニケーションにおける相互理解」は、掲示板に書き込むことが多い人が高く親和動機が強い人が高く評価しており、情報獲得欲求と親和動機が高いほど、掲示板のコミュニケーション機能に問題を感じていることが示唆された。

本研究は、掲示板への態度を規定する要因として人間の内的過程である情報欲求と親和欲求に着目したものである。しかしいずれも態度との関連はあまり強くなく、これらの要因が掲示板への態度形成にある程度影響しているとしても、他の要因の方がより大きな影響を与えていることが示唆される。掲示板を含むインターネット利用への態度形成や態度変容の要因を探ること、情報欲求と他のメディア利用行動との関連を検討することが

今後の課題である。

調査1の結果の一部は、日本社会心理学会第47回大会において発表された。また調査1・調査2ともに大川情報通信基金の研究助成を受けて行われた。

引用文献

- [1]中山満子(2004)電子掲示板に対する態度の測定(1). 関西心理学会第116回大会
- [2]中山満子・中野秀男(2005)掲示板に対する態度の測定(2). 大阪市立大学学術情報総合センター紀要,6,17-22.
- [3]中山満子(2005)電子掲示板に対する態度の測定(3). 社会情報学会第10回全国大会
- [4]中山満子(2005)電子掲示板に対する態度の測定(4). 日本社会心理学会第46回大会
- [5]中山満子(2006)情報欲求とインターネット利用行動の分析. 日本社会心理学会第47回大会
- [6]川浦泰至(1998)情報欲求と情報行動. 公告月報,1月号,42-47.
- [7]杉浦健(2000)2つの親和動機と対人的疎外感との関係:その発達的变化. 教育心理学研究,48,352-360.