

マイクロブログの利用者傾向と人格特性の関連性

0732154 三橋 光

指導教員： 山崎 治 准教授

1.背景

近年インターネットを利用した、様々なソーシャルメディアが発達している。ソーシャルメディアの中でも140字以内の短いメッセージを主体としたブログの一種でもあるマイクロブログの利用が盛んになってきている。マイクロブログには広く、浅く、早いといった特徴が挙げられ、利用者も拡大の一途をたどっている。その利用には積極的な人がある一方、消極的な人もいて、人格特性との関係なども考えられる[1]。

本研究では、自己開示動機とシャイネス、刺激欲求に着目し、日本人を対象としたマイクロブログの利用者傾向と人格特性の関連性について調査する。

2.目的

本研究では、マイクロブログの利用に対して、積極的な人と消極的な人の違いを明らかにするため、マイクロブログの利用者傾向と人格特性の関連性について調査することを目的とする。この際、マイクロブログの利用者には、書き込みと閲覧の傾向が存在し、「書き込み傾向の高いマイクロブログ利用者は自己開示動機において感情性の因子が高い」、「閲覧傾向の高いマイクロブログ利用者はシャイネスが高い」また、「マイクロブログの利用者は刺激欲求が高い」という仮説を立てた。

3.調査（質問紙調査）

質問紙形式を利用した調査を実施した。

3.1 調査対象

普段インターネットに触れる機会が多いと思われる大学生を対象とする。今回は「認知科学」の講義を受講する本学情報科学部の3年生123名を対象とした。

3.2 質問紙の構成

質問は全58項目で、マイクロブログの利用有無についての回答に応じて「マイクロブログの利用者傾向」か「その他のコミュニケーションツール（ブログ・掲示板・mixiなど）の利用者傾向」のいずれかについて質問項目に回答を求めた。

各利用者傾向の質問項目に関しては、「書き込み(5項目)、閲覧(5項目)」から成る。

人格特性に関しては、「シャイネス(16項目)、自己開示動機(15項目)、刺激欲求(6項目)」の質問項目を用意した。

4.結果・考察

書き込みと閲覧のどちらの傾向も高い(H群)のマイクロブログ利用者(MB群)と他のツール利用者(ETC群)に対して、各人格特性の得点を比較した結果を表1に示す。

表1 MB-H群とETC-H群の比較

		シャイネス	意図性	感情性	規範性	刺激欲求
MB-H群	平均 (標準偏差)	2.73 (0.57)	3.8 (0.64)	3.22 (0.79)	3.55 (0.56)	1.55 (0.93)
ETC-H群	平均 (標準偏差)	3.51 (0.37)	3.6 (0.39)	3.11 (0.54)	3.34 (0.54)	1.67 (1.22)

書き込みと閲覧の傾向が高いマイクロブログの利用者と他のツール利用者の平均をt検定により分析した結果、シャイネスに有意差が見られた(シャイネス: $t(18)=3.54, p<0.1$)。その他の利用者傾向と人格特性には、有意な差はなかった。

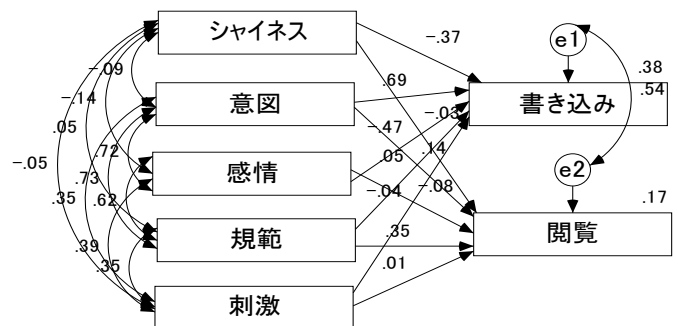


図1 MB群の重回帰分析の結果

さらに、重回帰分析を行った結果、MB群において自己開示の意図性・感情性と書き込み傾向に正の相関が、シャイネスと書き込み傾向には負の相関が確認された。

5.まとめ

マイクロブログの利用者傾向と人格特性の調査を行った。マイクロブログを積極的に利用している人とマイクロブログを利用していないが、その他のツール（ブログ・掲示板・mixiなど）を積極的に利用している人は内気度が高い傾向にあることがわかった。

今回は、インターネットに触れる機会が多いと思われる情報系の学生を対象に行った。今後は、インターネットをあまり使用しない人を対象に調査を行うことや、対象者の年代層を広げることにより、今回の調査とは異なる結果が出ることも考えられる。人格特性の調査についても、今回は自己開示動機・シャイネス・刺激欲求に着目して調査を行ったが、他の人格特性も含めて調査を行うことにより、新たな関係性が見えてくる可能性も高いと予測できる。

参考文献

[1] 門田 恵・金内 里江, “コミュニケーションツールの利用者傾向と人格特性の関係”, 平成19年度千葉工業大学卒業論文, 2007