

大学生の情報共有時の動機について

～Twitter・ニュースサービスから見る情報共有の実状～

松田 茉優花 (文教大学情報学部メディア表現学科)

1. 序論

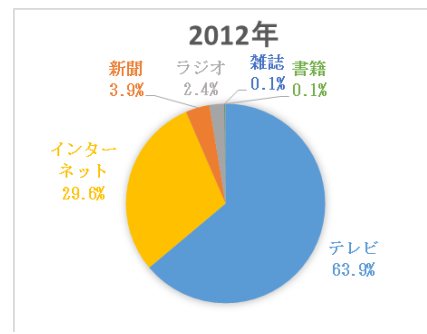
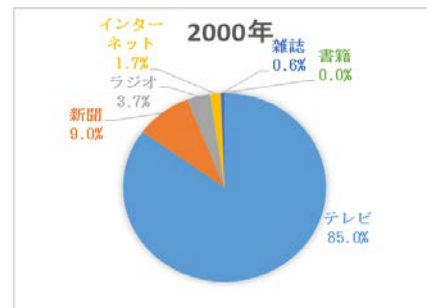
本論文は大学生を対象とし、質問紙調査により Twitter・ニュースサービスを利用して情報を共有する際の動機について明らかにするものである。

私が小学生の頃、何かを調べる際は図書室に行き行って調べるよう教わっていた。社会科の授業では調べる機会が多かったため、友人と昼休みに図書室へ足を運んだ思い出がある。もし、図書室でも調べきれないときは、パソコンルームに行き行って調べるように教えられていた。しかし、パソコン教室に置いてあるパソコンは、起動時間が遅かった。そのため、パソコンは使わず図書室を利用して情報収集を行っていた。当時、世の中で起こっているニュースや天気予報は、学校に行く前のテレビから情報収集していた。朝の時間帯のみの情報収集であったため、時間に追われながらテレビを見ていた自分を思い出す。

現代では、様々な手段を使って情報やニュースを取得することが出来る。電車に乗ってもスマートフォン片手に画面を見つめている人が大勢いる。総務省情報通信白書「第 2 章 ICT 利活用の進展」の中に「ニュースを知る場合に最も頻繁に利用するメディアの推移」という調査結果がある。2000 年の調査結果では、テレビ 85.0%、新聞 9.0%、ラジオ 3.7%、インターネット 1.7%という結果が出ていた。だが、2012 年に同じ調査を行った結果では、テレビ 63.9%、インターネット 29.6%、新聞 3.9%という結果が示されている(図 1)。インターネットが 12 年で 27.9%上昇し、テレビが 21.1%下降した結果になり、全体的に大きく変化をとげた。インターネットでニュースを得ている人が増えているということが読み取れる。

2012 年の調査から 4 年たった今では、テレビよりもインターネットの割合が 1 位になっていることが予測できる。現代の主流となるソーシャルメディアは、LINE、Twitter、Facebook があげられる。SNS を利用する大学生も多く、SNS 接触時間の調査は多くの研究がなされている。LINE に焦点をあてると、世代別利用ユーザーの

図 1 ニュースを知る場合に最も頻繁に利用するメディア



調査では、20-24歳の84.5%が毎日利用していると回答している(LINE株式会社 2016年)。今までLINEからニュースや情報を手に入れることはあまり知られてなかった。しかし、LINEは2016年4月からLINEが運営している「LINE ニュース」というアプリ・アカウントを強化するようになった。強化内容としては、LINEのタイムライン最上部へのニュース枠新設を始めたということが主なことである。LINE ニュースは、気になった記事を個人メッセージで共有することが可能であり、Twitterに共有することも出来る。他にも、Yahoo!ニュース、SmartNewsなどのニュースサービスもSNSに記事を共有することがきる。SNSは近年で急激に利用者を増やしつつ、サービス内容も多岐にわたっている。SNSでの交流は、オンライン環境内で完結せず、日常的な行動や意識との間にも双方向のインパクトを持つと考えられる(松本、河井 2013)。2011年3月11日東日本大震災では、メールが通じない中、SNSが情報伝達手段として利用された。その際には、安否確認に大きな力を発揮した(石井、油井、竹安 2013)。

オンラインコンテンツで情報を共有する動機に、The New York Timesが主に5つあると指摘している。「価値あるコンテンツだから」、「自分の趣味や好みを知らせるため」、「交友関係を広げ、維持するため」、「社会の一員であることを実感するため」、「自分の主張を表現するため」これらが結果としてあげられている(The New York Times Company 2011)。ただ単に、誰かに教えたいから情報を共有するだけでなく、様々な動機が含まれて情報は共有されている。今では、SNSを通して情報を共有することは生活の一環として動作に含まれている。そこで、今回の調査では大学生がどのツールを使って情報を収集し、どのような人に情報を共有し、どのようなときに情報を共有するのかという点を考察する。

2. 予備調査

2-1. 予備調査の方法

《調査対象者と方法》

調査時期：2016年7月14日

調査方法：質問紙による自記式アンケートを行い、授業内で有意抽出による
集合調査を行った。

調査対象：文教大学湘南キャンパス 木曜4限 広告表現論受講生

配布数と回答数：配布数38

有効回答数37(男性15人 女性22人 回収率97%)

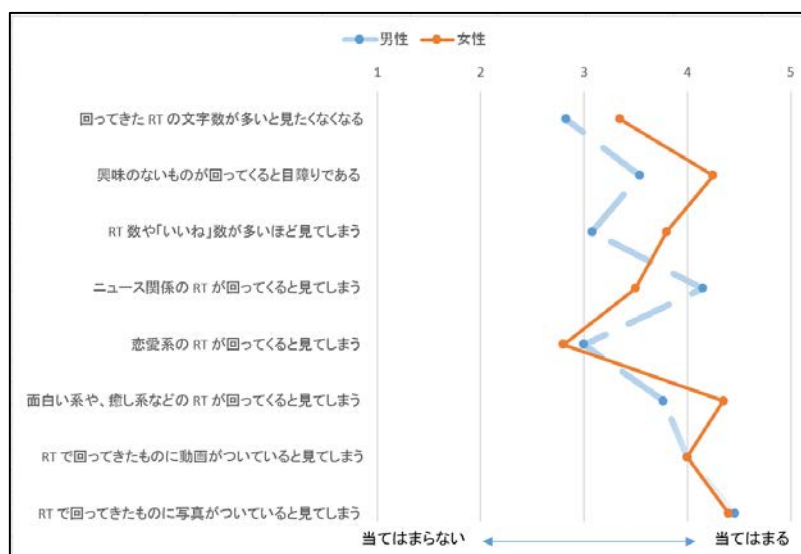
2-2. 予備調査の主な質問項目

・インターネットの中で、どのニュースサービスを現在利用しているか。(選択式、複数回答)
選択項目には、利用者が多いと考えられるニュースサービス、SNSに共有が出来るものを記載した。現在利用しているニュースサービスをSNSで共有をしたことがあるか、また、共有した際に誰に共有を行ったか。

・Twitter利用の有無と頻度。リツイート〔以下：RT〕を利用したことがあるかの有無について。RTを利用したことがあると答えた人には、どのような情報をRTしたのか、RTをする際の動機について。タイムラインに流れてくるRTに対しての気持ちについて5段階評定で質問を行った。

2-3. 予備調査の結果

図2 RT（リツイート）で自分のタイムラインに流れてくるツイートに対して（N=32）



自分のタイムラインに流れてくるツイートに対して、RTに対する意識を5段階で質問し各質問項目に対する平均値の男女差を示したのが図2である。独立したサンプルのt検定を行ったところ、以下の2項目で有意差が見られた。

「ニュース関係のRTが回ってくると見てしまう」という質問に対して、男性の平均(4.15)が女性の平均(3.50)よりも高く有意差が見られた($t(28)=2.459, p<.05$)。この結果から、女性に比べ男性のほうがニュース関係のRTが回ってくると見てしまうということがわかった。

「面白い系や、癒し系などのRTが回ってくると見てしまう」という質問では、女性の平均(4.35)が男性の平均(3.77)よりも高く有意差が見られた($t(16)=2.079, p<.05$)。この結果から、男性に比べ女性のほうが面白い系や、癒し系などのRTが回ってくると見てしまうということがわかった。2項目に有意差が見られたことから、男性はニュースコンテンツといった社会に関するツイートに興味深いということがわかり、女性はエンターテインメント性のツイートに強く興味があるということがわかった。

表 1 RT した内容と理由

共有したい相手がいる（理由のところ）		自分のため（理由のところ）	
RT した内容	理由	RT した内容	理由
好きなブランドの新商品	皆に可愛さを知ってもらうため	蜂を追い払う駅員さん	お客さんを守ったから
犬の癒し動画	皆に可愛さを知ってもらうため	友人の眩き	自分が写っていたから
ペントニックスが Perfume の曲をカバーしたこと	皆に聞いてほしかった	サンボマスターと銀杏ボーイズ	どちらも好きだから
アーティストの来日	なんとなく誰かに共有したかった	内田篤人がチーム練習に参加した。公式アカウントが画像をつけていたもの。	内田篤人が好きだから
面白い動画	共有したいと思ったから	パリび風大学生、挨拶としての会話の導入が「最近海行ってる？」であることに凄みを感じる	風情を感じたから
ゲームの最新情報	周囲の人にも知ってもらいたいから	ポケモン GO をしていたらし指名手配犯を見つけた	面白かったから
雑学	友人に教えたかったから	どらゴミが街中を歩く	すごいと思ったから
ゲームアップデートの更新内容	ツイートされた時間帯から少しずらすことによって、見逃した人が見る可能性があるから	昔のバラエティーの一部	面白かったから
サークルの宣伝	広報部員募集	ティーン・スパイのゲストにペントニックスが出演したこと	すごいと思ったから
友人の自主企画イベント	宣伝のため	好きなアーティストイベント情報	新しい情報だったから
映画の公開情報	自分がそれを興味あることをアピールしたいから		
ゲームのキャラクターの性格がやばい	フォロワーに同じゲームをしている方が多くいらっしゃるから		
学食の宣伝	友達に頼まれたから		

最近 RT をした内容・理由を質問したところ、共有したい相手がいるため RT をしたという回答が多かった。犬の癒し動画を RT した理由では「皆に可愛さを知ってもらうため」であったり、映画の公開情報を RT した理由では「自分がそれを興味あることをアピールしたいから」であったり、誰かに「教えたい」という回答が多かった。反対に、自分のために RT した理由としては、友人の眩きに「自分が写っているから」RT した回答者や、ツイートをみて感じた感情が理由で RT をする回答者もいた。

ニュースサービスの利用の有無の質問では、ニュースサービスを利用したことがある人は 37 人中 36 人だった。どのニュースサービスを現在使っているかの質問では、LINE ニュースを利用している人が 27/36 人(73.0%)と利用率が一番高く、その次の Yahoo!ニュースが 21/36 人(56.8%)という結果になった。ほかのニュースサービスと比べてこの 2 つが大差のある結果になった。LINE ニュースは、2016 年 4 月から大きく取り上げられ始めたニュースサービスであるが、7 割の人が利用していることが分かった。

ニュースサービスで得た情報を SNS で共有したことがある人が 14/36 人いた。その中で 13/14 人が Twitter で共有したことがあると答えた。次に多かったのが、LINE であり、3/14 人であった。主に共有するとき使用する SNS は、Twitter だということがわかる。

この結果から、本調査では Twitter を主な調査題材とし、Twitter を通して共有した内容や共有相手、RT に対する意識を予備調査の結果を踏まえ 5 段階質問も取り入れることにした。

3. 本調査

3-1. 調査方法

①

調査時期：2016 年 11 月 18 日

調査対象：文教大学湘南キャンパス 金曜日 3 限 メディア社会学受講者

配布数と回答数：配布数 96 有効回答数 90 (回収率 93%)

調査方法：質問紙による自記式アンケートを行い、授業内で有意抽出による集合調査を行った。

②

調査時期：2016 年 12 月 2 日

調査対象：文教大学湘南キャンパス 金曜日 3 限 アニメーション文化論受講者

配布数と回答数：配布数 91 有効回答数 84 (回収率 92%)

調査方法：質問紙による自記式アンケートを行い、授業内で有意抽出による集合調査を行った。

配布数合計 187

有効回答数合計 174 (回収率 93%)

① と②の有効回答数 合計 174

3-2. 主な質問項目

・生活形態、平均スマートフォン視聴時間、平均テレビ視聴時間などの独立変数を増やした質問を行った。

・本調査では Twitter についての質問を主な題材とした。フォロワー・フォロワー数について伺い、フォロワー数のアカウント内訳についても質問した。予備調査の結果から、質問を厳選した上で RT に対しての意識調査を 5 段階評定の質問で行った。RT をする頻度や、最近 RT した内容・日付・RT 数・理由・についても聞いた。

・現在どのニュースサービスを利用しているか。その中で、一番利用しているサービスについて。ニュースサービスを利用している理由を 5 段階評定で質問を行った。ニュースサービスを利用する頻度や、アプリ起動時間についても質問を行った。また、ニュースサービスの共有の有無について。共有した内容・日付・共有相手・理由についても聞いた。

4. 本調査の結果

4-1. 調査対象者の属性

性別の内訳としては、男性 101 人(58%)、女性 73 人(42%)で、やや男性の方が多い結果になった。

図 3 平均スマートフォン視聴時間 (N=174)

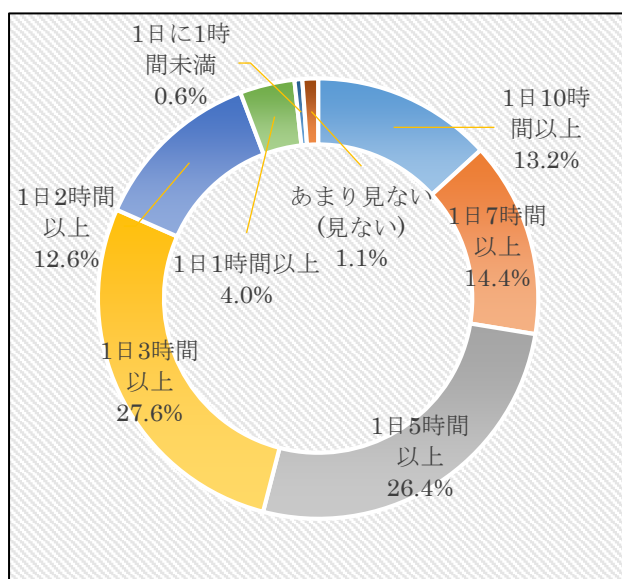
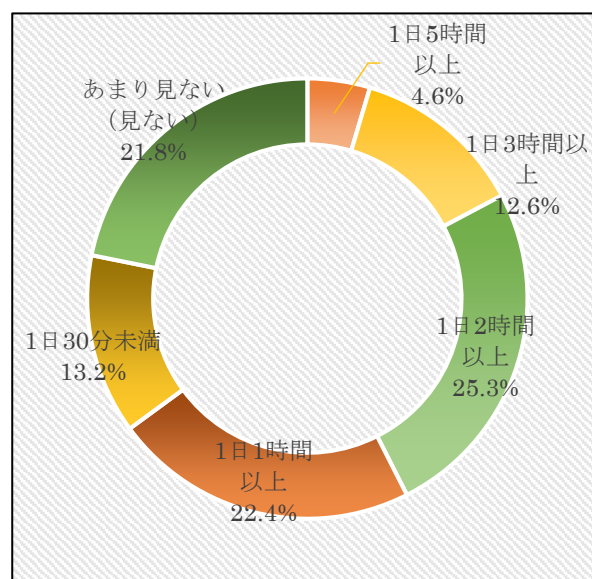


図 4 平均テレビ視聴時間 (N=174)



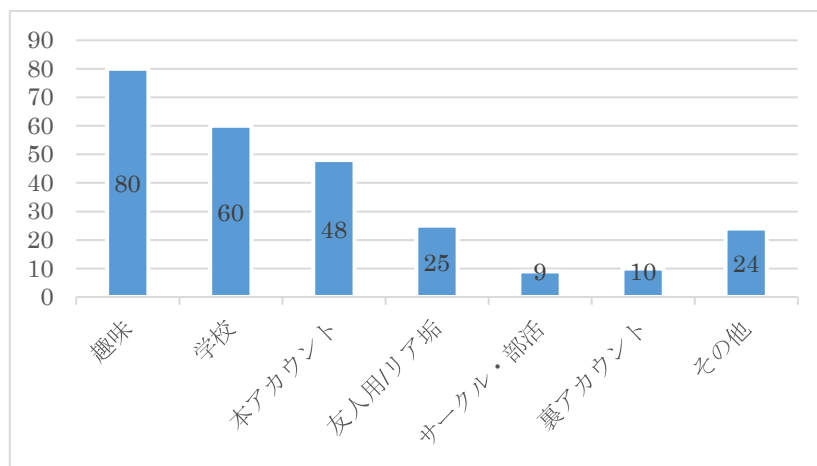
平均スマートフォン視聴時間の質問では、1日3時間以上が 27.6%で、次に多い結果が1日5時間以上の 26.4%だった。マイナビウーマン 2014 によると、1日3時間以上スマートフォン接触がある者は依存症であると言われている。今回の結果から1日3時間以上スマートフォンに接触すると回答した人が 81.6%ということもあり、8割が依存症と考えられる結果になった。平均テレビ視聴時間では、1日2時間以上が 25.3%であり、一番多い結果になった。その次が1日1時間以上の 22.4%であることから、スマートフォンとの接触時間の方が多くみられる結果となった。

4-2. Twitter の利用実態と情報共有の動機について

Twitter 利用についての質問を行った結果、利用しているが 81.6%、利用していないが 18.4% だった。予備調査の結果よりは利用している人が減ってしまった結果だったが、8 割は利用しているということがわかった。

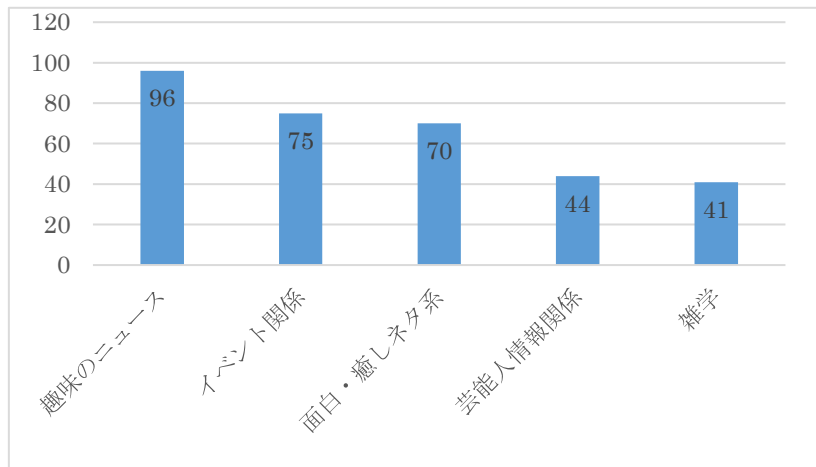
Twitter アカウント数の質問を自由記述で行った結果、最大 11 個アカウントを持っている回答者がいた。アカウントが 1 個のみと答えた方が 34%であった。2 個、3 個といった複数アカウントを持っていると答えた方が 66%だったことから、複数のアカウントを使い分けているということがわかった。

図 5 Twitter アカウント使い分け、(複数回答 単位：度数 N=256)



Twitter 利用している 142 人に Twitter アカウントの内訳を質問した結果が図 5 である。趣味用の Twitter アカウントを所持していると答えた人が 80 人と一番多い結果になった。次に学校用アカウントを所持している人が 60 人という結果である。本アカウントとは、オールマイティに活用しているアカウント・もしくは、アカウントが 1 個の回答者がメインに使っているアカウントのことだと考えられる。その他では、写真用、規制用、取引用、イラスト用、キャンペーン用などの回答があがった。

図 6 RT したことある項目について（複数回答 単位：度数 N=326）



RT したことある項目についての質問を行った。14 項目中、上位 5 位までをグラフにしたのが図 6 である。趣味のニュースを RT したことがある人が全体の 73.3% であり、一番高い結果になった。次にイベント関係が 57.3% ということから、共有する内容としては趣味につながるものが多く、趣味用のアカウント数が多い結果にも繋がるのではないかと考える。

図 7 最近 RT した理由（単位：% N=191）

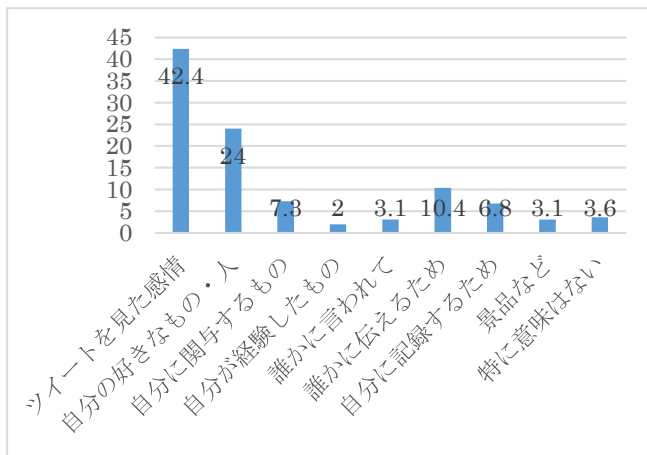
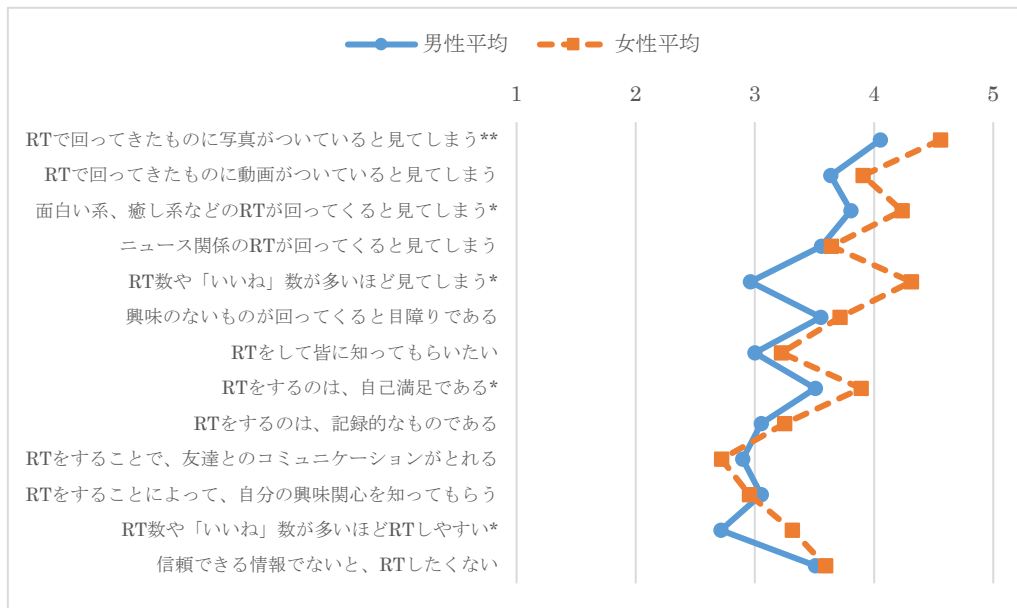


表 2 理由をカテゴリー別に分けた表

	理由	例
1	ツイートを見た感情	かわいかった 面白かった まずそう 綺麗 悲しい
2	自分の好きなもの・人	趣味
3	自分に関与するもの	友人と遊んだもの 自分が喫煙者だから
4	自分が経験したもの	イベントに参加した
5	誰かに言われて	協力
6	誰かに伝えたかった	誰かの役に立つと思って 客引きのため
7	自分に記録するため	興味があった 知りたかった 行ってみたい
8	景品など	応募 欲しい
9	特に意味がない	なんとなく いつもRTしているから

最近 RT した理由をカテゴリー別に分け、グラフにしたのが図 7 である。ツイートを見た感情で RT をしたツイートが 42.4% と約半数を占めていた。次に多いのが自分の好きなものや人に関連するものを RT したと答える人が 24.0% だった。誰かに伝えるために RT するのが 10.4% と、誰かに伝える目的を持った RT は少ないということがわかった。

図8 男女別にみる、RT に対する考え (N=141)



予備調査同様、タイムライン上に流れてくるツイートに対してと、回答者が RT を行う際の動機について 5 段階で質問し、各質問項目に対する平均値の男女差を示したのが図 8 である。独立したサンプルの t 検定を行ったところ、以下の 5 項目で有意差が見られた。

「RT で回ってきたものに写真がついていると見てしまう」という質問では、女性の平均(4.54)が男性の平均 (4.05) よりも高く有意差が見られた ($t(139)=3.455, p<.01$)。この結果から、男性に比べ女性のほうが RT で回ってきたものに写真がついているとみる傾向があるとわかった。今回の調査では男女ともに一番平均値が高い質問項目になった。

以下 4 項目「面白い系、癒し系などの RT が回ってくると見てしまう」、「RT 数や『いいね』数が多いほど見てしまう」、「RT 数や『いいね』数が多いほど RT しやすい」、「RT をするのは、自己満足である」という質問は、5%水準で有意な結果が見られた。

予備調査でも「面白い系、癒し系などの RT が回ってくると見てしまう」の質問では、有意な結果が出たことから、男性に比べ女性のほうが面白い系、癒し系などの RT が回ってくると見てしまうということがわかった。

「RT 数や『いいね』数が多いほど見てしまう」、「RT 数や『いいね』数が多いほど RT しやすい」という質問では、どちらも男性に比べ女性の平均値が高かった。この結果から、男性に比べ女性のほうが RT 数や『いいね』数に敏感である傾向があるとわかった。これは、他の人が気になっている物などに興味があるのではないかと考えられる。

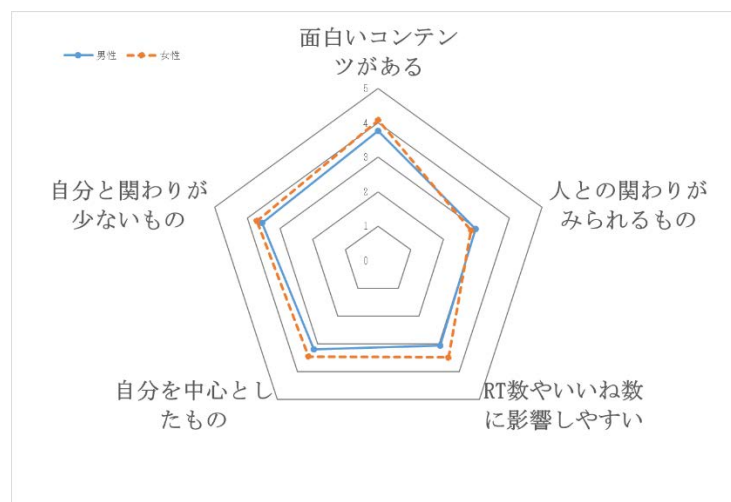
「RT をするのは、自己満足である」という結果から、男性に比べ女性のほうが RT をすることは、自己満足に繋がる傾向があるとわかった。

ニュースサービスの共有の有無と、RT に対する意識を独立したサンプルの t 検定を行ったところ、「ニュース関係の RT が回ってくると見てしまう」の質問が 5%水準で有意差がみられた。ニュースサービスを共有したことがある人の平均 (3.97) がニュースサービスを共有していない人の平均 (3.60) よりも高く有意差が見られた ($t(84)=2.034, p<.05$)。ニュースサービスを共有したことがある人は、SNS などの情報も反応している傾向があるのではないかと感じた。

図 9 因子分析の結果 (N=141)

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子
RTで回ってきたものに動画がついてると見てしまう	.754	.121	.021	.166	-.095
面白い系、癒し系などのRTが回ってくると見てしまう	.715	.108	.043	-.112	-.127
RTで回ってきたものに写真がついてると見てしまう	.659	.116	.182	.266	.001
ニュース関係のRTが回ってくると見てしまう	.489	.053	-.026	.127	.387
自分の興味関心を知ってもら	.088	.931	.124	.116	.116
友達とのコミュニケーション	.246	.531	.220	.154	.023
RT数やいいね数があるほどRTしやすい	.290	.203	.671	.119	-.115
RT数や「いいね」数が多いほど見てしまう	.120	.083	.669	.073	.225
信頼できる情報でないと、RTしたくない	-.163	.094	.311	.111	.076
RTをするのは、記録的なものである	.210	.241	.012	.561	-.068
RTをするのは、自己満足である	.028	.022	.164	.530	.114
RTをして皆に知ってもらいたい	.035	.276	.205	.282	-.144
興味のないものが回ってくると目障りである	-.052	.018	.063	-.002	.276

図 10 男女別平均値 (N=141)



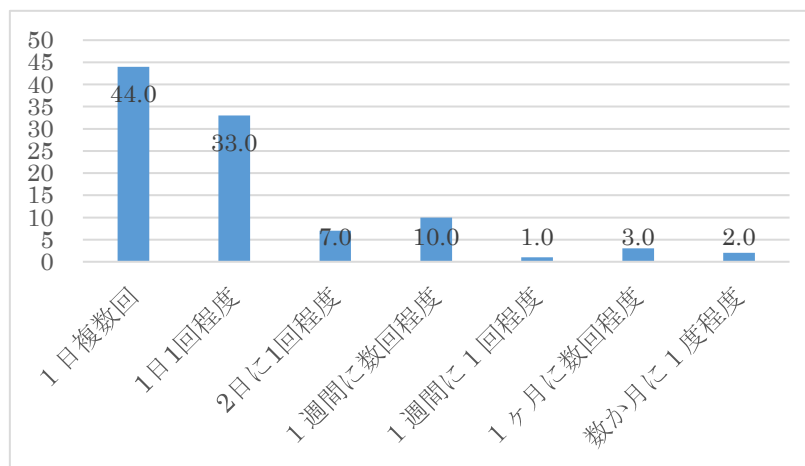
RT に対する質問 13 の変数の評定平均値をもとに因子分析(主因子法,バリマックス回転)を行った結果、5 因子抽出された。それらの因子負荷量を示したものが図 9 である。

左から第1因子は、「RTで回ってきたものに動画がついていると見てしまう」、「面白い系、癒し系などのRTが回ってくると見てしまう」、「RTで回ってきたものに写真がついていると見てしまう」、「ニュース関係のRTが回ってくると見てしまう」といった項目からなっており、「面白いコンテンツがあるツイート」の因子と解釈した。第2因子は、「自分の興味関心を知ってもらおう」、「友達とのコミュニケーション」といった項目から「人との関わりがみられるもの」の因子と解釈した。第3因子は、「RT数やいいね数があるほどRTしやすい」、「RT数や「いいね」数が多いほど見てしまう」、「信頼できる情報でないと、RTしたくない」といった項目から「RT数やいいね数に影響しやすいもの」の因子と解釈した。第4因子は、「RTするのは、記録的なものである」、「RTするのは、自己満足である」、「RTをして皆に知ってもらいたい」といった項目から「自分を中心としたもの」の因子と解釈した。第5因子は、「興味のないものが回ってくると目障りである」という項目から「人との関わりがすくないもの」の因子と解釈した。この5因子を性別と掛け合わせ、独立したサンプルのt検定を行ったところ、2項目で有意差がみられた。「面白いコンテンツがあるツイート」の因子では、女性の平均(4.08)が男性の平均(3.76)よりも高く有意差が見られた($t(137)=2.448, p<.05$)。この結果から、男性に比べ女性のほうが面白いコンテンツがあるツイートがRTで回ってくると見る傾向があるとわかった。次に、「RT数やいいね数に影響しやすいもの」の因子では、女性の平均(3.47)が男性の平均(3.06)よりも高く有意差が見られた($t(139)=2.579, p<.05$)。この結果から、女性のほうがRT数やいいね数などの「数」に影響を受けるということがわかった。

予備調査と本調査の結果から、面白味があるコンテンツに女性は興味深いということが実証された。

4-3. ニュースサービスの利用実態

図 11 どのくらいの頻度でニュースサービスを利用するか（単位：% N=139）



1日複数回利用していると回答した人が全体の44%という結果から、ニュースサービスの接触回数も多くなっていることがわかった。1日1回は利用する人が77.0%と、半数以上が利用していると回答した。残りの23.0%の人は、数日に1度ということがわかった。

表 3 ニュースサービスで一記事読む時間とアプリ起動時間の平均

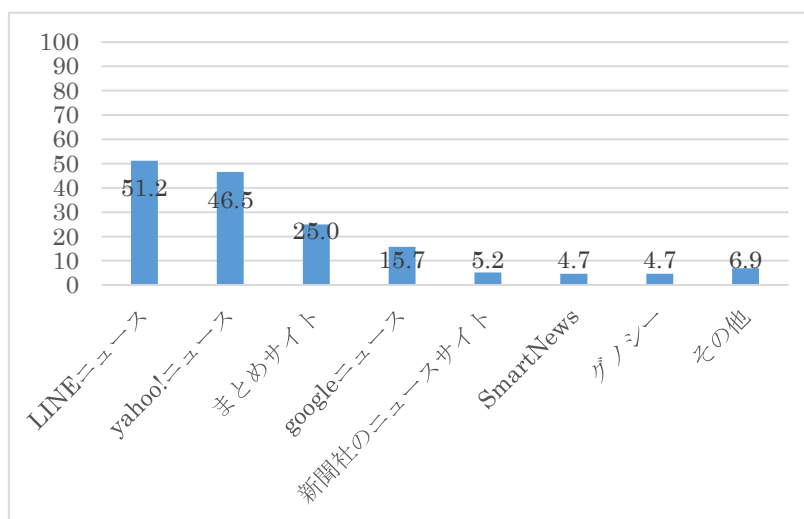
	男性(74人)	女性(64人)	全体平均
一記事読む時間	3.56分	3.34分	3.45分
アプリ起動時間	15.81分	9.13分	12.47分

一記事読む時間は、男女差はあまりない結果だったが、アプリ起動時間は、男女差があることがわかった。

ニュースサービスを SNS で共有したことがあるかの質問では、139人中39人(35.6%)しか共有したことがなかった。その中でも、共有したことがある SNS では、Twitter で共有したことがあると答えた人が86.8%と、高い割合になった。次に、LINE が35.4%という結果になった。

どのくらいの頻度で共有をしているかという質問では、1~2日に1回以上共有していると答えた人が28.9%だった。その他の71.1%の人は1週間以上に数回という結果になった。

図 12 現在使っているニュースサービス（複数回答 単位：% N=271）



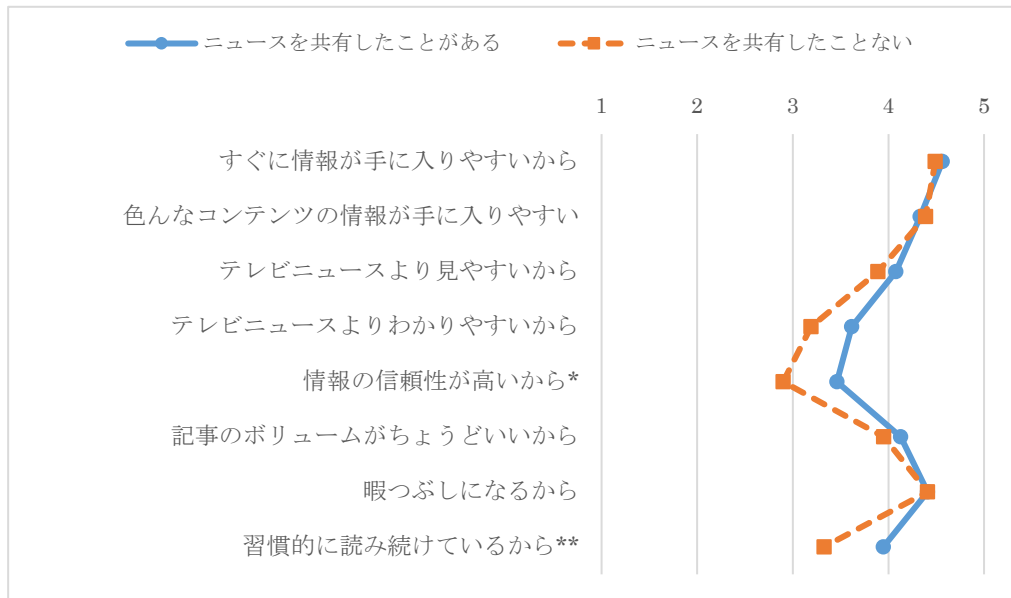
予備調査同様、LINE ニュースの利用率が一番高く、Yahoo!ニュースが次に高い結果となった。どちらも半数近くの人が利用しているということがわかる。まとめサイトとは、NEVER まとめなどのことを指す。その他の欄では、ニコニコ動画や Twitter ニュースからの情報取得を行っている回答があった。

LINE ニュースを利用している人と、Yahoo!ニュースを利用している人でニュースサービスを利用する理由の質問(5段階評定)を、独立したサンプルの t 検定を行った。LINE ニュースを利用していると答えた人は、3項目で有意差がみられた。「テレビニュースよりわかりやすいから」の質問では、1%水準で高く有意差が見られた ($t(138)=2.545, p<.01$)。「習慣的に読み続けているから」の質問では1%水準で高く有意差が見られた ($t(132)=2.945, p<.01$)。「情報の信頼性が高いから」の質問では5%水準で高く有意差が見られた ($t(137)=2.079, p<.05$)。

Yahoo! ニュースを利用していると答えた人は「情報の信頼性が高いから」という答えに、5%水準で有意な結果が出た ($t(137)=2.026, p<.05$)。

この結果から、LINE ニュースも Yahoo! ニュースも情報の信頼性が高いから利用していると答えている。LINE ニュースは、他のニュースサービスに比べ、端的にまとめて伝えているということからテレビニュースよりわかりやすいという質問に有意な差が得られたと考える。習慣的に読み続けているからという質問にも、LINE を利用しているユーザーが多くタイムラインに自動掲載が行われているから有意差が出たのではないかと感じた。

図 13 ニュース共有の有無から見る、ニュースサービスを利用する理由 (N=140)



ニュースサービスを利用する理由の質問を 5 段階評定で行い、ニュースサービスから得た情報を SNS で共有したことがあるかの質問結果を平均に取ったのが図 13 である。独立したサンプルの t 検定を行ったところ、以下の 2 項目で有意差が見られた。「情報の信頼性が高いから」という質問に対して、SNS で共有経験があると答えた人の平均 (3.46) が無いと答えた人の平均 (2.89) よりも高く有意差が見られた ($t(136)=2.425, p<.05$)。ニュースを共有することがある人だからこそ、共有したことがない人に比べ平均が高く、有意な結果が出たのではないかと考える。

次に、「習慣的に読み続けているから」という質問に対して、SNS で共有経験があると答えた人の平均 (3.46) が無いと答えた人の平均 (2.89) よりも高く有意差が見られた ($t(75)=2.684, p<.01$)。このことから、共有経験がある人ほど習慣的にニュースサービスを利用しているということがわかった。

性別とニュースサービスを利用する理由の質問を、独立したサンプルの t 検定を行ったところ、「色んなコンテンツの情報が手に入りやすいから」の質問のみ有意差が見られた。女性の平均 (4.52) が男性の平均 (4.24) よりも高く有意差が見られた ($t(136)=2.061, p<.05$)。このことから、女性のほうが色んなコンテンツの情報が手に入りやすいため利用しているということが高いことがわかった。

5. 考察

今回の調査目的は、大学生がどのように情報を共有し、共有ツールや共有の意図を明らかにするために行った。予備調査時に Twitter 利用の有無を集計した結果 89%が利用していたことから、SNS を主に題材とし調査を行った。Twitter アカウントを複数持ち、使い分けている回答者が 6 割だった結果から、RT したことある項目では趣味の RT が多く回答が得られた。また、どのアカウントで RT をしたのかについても質問していれば、より面白い結果が得られたのではないかと考える。男女の平均値が大きく開いていたのが、「RT 数や『いいね』数が多いほど見てしまう」という質問であった。因子分析をした結果からも、「RT 数や『いいね』数があるほど RT しやすい」、「RT 数や『いいね』数が多いほど見てしまう」、「信頼できる情報」から成り立った因子で男女での有意差が 0.5%未満だった。このことから、女性は数に影響を受け、数が多いほど信頼できる情報へと繋がっていることがわかった。

RT した理由では、予備調査では誰かに教えたいから RT する理由が多かったが、カテゴリー別に分けて調査した結果では、ツイートを見た感情や思ったことがあったから RT した結果が多かった。誰かに伝えたいから RT をすると回答した人が、10%と少ない結果になったのが想定外であった。

予備調査同様、ニュースサービスを利用しているかの質問では、86%と予備調査より少ない結果にはなってしまったが多くの人が利用しているということがわかった。LINE ニュースが 51.2%、Yahoo! ニュースが 46.5%と、この 2 つのニュースサービスが主に利用されているということが分かった。予備調査では、LINE ニュースと Yahoo! ニュースが使われている理由がわからなかったが、今回は調査することが出来たので成果があった。

ニュースサービスを SNS で共有している人は、「習慣的に読み続けているから」という質問に有意な結果が出たことから、ニュースサービスを利用する頻度も高いということがわかった。

今回は SNS に絞った調査だったが、SNS ならではの情報共有の動機ということが突き詰められたのではないだろうか。今後は、SNS ではなく人はどのような時に情報を共有しているのかを調査すると、また面白い結果が出たのではないかと考える。

6. 参考文献

- 石井康夫, 油井毅, 竹安数博 (2013) 「SNS に対する利用者意識の分析」国際研究論叢 26
- 松尾太加志 (1999) 「コミュニケーションの心理学—認知心理学・社会心理学・認知工学からのアプローチ」ナカニシヤ出版
- 松本 涼子, 河井 大介 (2013) 「ソーシャルメディアでの情報共有における利他的動機付けについて」『社会情報学会 (SSI) 学会大会研究発表論文集』一般社団法人社会情報学会
- 鈴木万希枝 (2013) 「人はなぜニュースを伝えるのか」『社会イノベーション研究 2014 年 3 月』第 9 巻第 1 号
- The New York Times Company (2011) 「The Psychology of Sharing」
- LINE ニュース 媒体資料 (2016 年 7-9 月) 2017 年 1 月閲覧
<https://linecorp.com/ads/pdf/89F3A5E6-D543-11E5-AF0A-B27B5BCB9FFE>
アプリ部
- 「【比較】ニュースアプリ 5 本を 30 日使って分かったおすすめの本は?」2017 年 1 月閲覧
<https://appbu.jp/best-news-apps-201409>
- マイナビウーマン 2017 年 2 月 3 日閲覧
<https://woman.mynavi.jp/article/140821-31/>

Q1. あなたの性別を教えてください。

1. 男性(58.0%) 2. 女性(42.0%)

Q2. あなたの現在の生活形態を教えてください。

1. 一人暮らし(55.2%) 2. 実家暮らし(43.1%) 3. その他(1.1%)

Q3. あなたの平均スマートフォン視聴時間を教えてください。(1つに○)

a. 1日10時間以上(13.2%) b. 1日7時間以上(14.4%) c. 1日5時間以上(26.4%)
 d. 1日3時間以上(27.6%) e. 1日2時間以上(12.6%) f. 1日1時間以上(4.0%)
 g. 1日に1時間未満(0.6%) h. 1日30分未満(0.0%) i. あまり見ない(見ない)(1.1%)

Q4. あなたの平均テレビ視聴時間を教えてください。(1つに○)

a. 1日5時間以上(4.6%) b. 1日3時間以上(12.6%) c. 1日2時間以上(25.3%)
 d. 1日1時間以上(22.4%) e. 1日30分未満(13.2%)
 f. 1日10分未満(0.0%) g. あまり見ない(見ない)(21.8%)

Q5. あなたは現在Twitterを利用していますか。

1. 利用している(81.6%) 2. 利用していない(16.4%)

→ Q11へ

【※ここから先は、なるべくスマートフォンを取り出し 確認しながら回答をお願いします。】

Q6. Q5で、1. 利用している と答えた方にお聞きします。

-1 アカウント数を教えてください。

() 個

-2 アカウントの使い分けを教えてください。

例 (学校の友達アカウント1個、趣味アカウント2個)

-3 Q6-2で回答したアカウントの中で、よくRT利用するアカウントのフォロワー数のアカウントの内訳を教えてください(合計で10割になるように)

・学校関係の人 () 割 ・趣味関係の人 () 割 ・バイト関係の人 () 割
 ・SNS上での有名人 () 割 ・情報系(雑学、面白まとめなどの)アカウント () 割
 ・趣味、学校、交通などの公式、非公式アカウント () 割 ・芸能人 () 割 ・その他 ()

-4 Q6-2で回答したアカウントの中で、よくRT利用するアカウントのフォロー、フォロワー数を教えてください。

フォロー数 約 () フォロワー数 約 ()

Q7. RT(リツイート)に対して、どのような気持ちを抱きますか。5段階で教えてください。

項目	当てはまる	やや当てはまる	わからない	やや当てはまらない	当てはまらない
a. RTで回ってきたものに写真がついていると見えてしまう	45.4%	45.4%	2.8%	4.3%	2.1%
b. RTで回ってきたものに動画がついていると見えてしまう	27.7%	45.4%	9.2%	10.6%	7.1%
c. 面白い系、癒し系などのRTが回ってくると見えてしまう	37.6%	43.3%	5.7%	8.5%	5.0%
e. ニュース関係のRTが回ってくると見えてしまう	18.4%	46.1%	15.6%	16.3%	3.5%
f. RT数や「いいね」数が多いほど見えてしまう	17.7%	32.6%	16.3%	21.3%	12.0%
g. 興味のないものが回ってくると目障りである	38.8%	20.1%	13.7%	19.4%	7.9%
h. RTをして皆に知ってもらいたい	13.6%	30.0%	20.7%	24.3%	11.4%
i. RTをするのは、自己満足である	27.0%	36.9%	19.9%	9.9%	6.4%
j. RTをするのは、記録的なものである	18.4%	16.3%	16.3%	30.5%	18.4%
k. RTをすることで、友達とのコミュニケーションがとれる	20.6%	20.6%	24.1%	26.2%	8.5%
l. RTをすることによって、自分の興味関心を知ってもらおう	10.6%	35.5%	18.4%	14.9%	20.6%
m. RT数や「いいね」数が多いほどRTしやすい	15.6%	27.7%	17.0%	19.1%	20.6%
n. 信頼できる情報でないと、RTしたくない	28.4%	28.4%	23.4%	9.2%	10.6%

(a~n各項目、当てはまるものに○を1つ)

Q8. この中からRTをしたことがある項目すべてに○をつけてください(複数回答可)

1. イベント関係(54.3%) 2. 芸能人情報関係(31.9%) 3. 趣味のニュース(69.6%)
 4. 面白・癒しネタ系(50.7%) 5. 雑学(29.9%) 6. 新商品ニュース(24.6%)
 7. 国内政治関係(2.2%) 8. 国際ニュース関係(11.6%)
 9. 災害関係(14.5%) 10. スポーツ(26.1%) 11. 地域のニュース(10.1%)
 12. 学校関係(15.9%) 13. 交通関係(11.6%) 14. 天気、天候関係(9.4%) 15. その他

Q9. あなたが、Twitter で RT(リツイート)をする頻度について教えてください。

1. 1日5回以上(6.6%) 2. 1日 2～4回程度(17.5%) 3. 1日 1回程度(7.3%)
 4. 1週間に数回程度(21.2%) 5. 1週間に1回程度(9.5%) 6. 1ヶ月に数回程度(16.8%)
 7. 数か月に1度程度(21.2%)⇒Q11へ

Q10. あなたが最近 RT(リツイート)したものを3つまで教えてください。

RTをした内容と RTをした日、そのツイートの RT 数、理由もお答えください。

RTをした内容	RTをした日	RT数	RTをした理由

【ここから 全員回答になります】

Q11. インターネットの中で、どのニュースサービスを現在利用していますか。

利用しているもの全てに○をつけてください (複数回答可)

1. Yahoo!ニュース (アプリも含む) (46.5%)
 2. Google ニュース(15.7%)
 3. LINE ニュース(51.2%) *図1を参考にしてください
 4. SmartNews(4.7%)
 5. グノシー (アプリも含む) (4.7%)
 6. まとめサイト(25.0%)
 7. 朝日新聞デジタル、読売オンラインなどの新聞社のニュースサイト(5.2%)
 8. その他 () (6.9%)
 9. ニュースサービスは利用していない(14.0%)



「9. ニュースサービスは利用していない」と答えた方は、質問は以上になります。
 ご協力ありがとうございました。

上の質問 Q11 で複数に○をした方は 一番利用しているニュースサービスサイト を ここにお書きください。(一つしか○をしなかった方は空欄)

【これから下は Q11 で○をつけたものについての質問です。】

(複数○をつけた方は1番利用しているものに対して)

Q12. なぜそのニュースサービスを利用しているのですか。5段階で教えてください。

(a~h各項目、当てはまるものに○を1つ)

項目	当てはまる	やや当てはまる	わからない	やや当てはまらない	当てはまらない
a. すぐに情報が手に入りやすいから	59.3%	34.3%	5.0%	0.7%	0.7%
b. 色んなコンテンツの情報が手に入りやすいから	54.3%	33.6%	7.9%	3.6%	0.7%
c. テレビニュースより見やすいから	38.6%	33.6%	15.7%	8.6%	3.6%
d. テレビニュースよりわかりやすいから	22.1%	23.6%	27.9%	15.7%	10.7%
e. 情報の信頼性が高いから	15.1%	21.6%	30.2%	20.1%	12.9%
f. 記事のボリュームがちょうどいいから	33.6%	45.0%	12.9%	5.7%	2.9%
g. 暇つぶしになるから	52.1%	40.0%	5.7%	1.4%	0.7%
h. 習慣的に読み続けているから	24.3%	36.4%	14.3%	14.3%	10.7%

Q13. どのくらいの頻度でニュースサービスを利用していますか。(1つに○)

- a. 1日複数回(34.5%) b. 1日1回程度(26.4%) c. 2日に1回程度(5.7%)
 d. 1週間に数回程度(8.0%) e. 1週間に1回程度(1.1%) f. 1ヶ月に数回程度(2.3%)
 g. 数か月に1度程度(1.7%)⇒Q18へ

Q14. ニュースサービスを一記事読むのにどのくらいの時間をかけて読んでいますか。

(例: 3分)

平均 3.4分

Q15. 全体的にニュースサービスサイト・アプリをどのくらいの時間使っていますか。

(例: 10分)

平均 12.6分

Q16. 主にどの時間帯にニュースサービスを利用していますか。

(例: 授業中) (例: 学校登校時)

Q17. 主にどの項目をインターネットニュースでは見えていますか。
当てはまるものすべてに○をつけてください（複数回答可）

- | | | |
|--------------------|--------------------|-------------------|
| 1. 国内政治関係(46.0%) | 2. 災害関係(38.0%) | 3. 天気、天候関係(46.0%) |
| 4. 経済(19.0%) | 5. スポーツ(38.7%) | 6. 交通関係(21.2%) |
| 7. 国際ニュース(24.8%) | 8. イベント関係(37.2%) | 9. 芸能人情報関係(54.0) |
| 10. 地域のニュース(11.8%) | 11. 趣味のニュース(47.4%) | |
| 12. 就職関係(8.0%) | 13. 面白いネタ系(38.7) | 14. 癒しネタ系(17.5%) |
| 15. 新商品ニュース(24.1%) | 16. 雑学(21.9%) | 17. その他 |

Q18 あなたは、ニュースサービスで得たニュース(情報)を、SNS で共有（シェア）したことがありますか。

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1.共有したことがある(39人 28.1%) | 2. 共有したことがない(100人 71.9%) |
|------------------------|--------------------------|

質問は以上になります。
ご協力ありがとうございました。

Q19. 1. 共有したことがある と、答えた方にお聞きします。

あなたは、どの SNS を通して共有したことがありますか。（複数回答可）

- | | | | |
|-----------------|--------------|-----------------|-------------|
| 1. Twitter(33人) | 2. LINE(11人) | 3. Facebook(3人) | 4. mixi(0人) |
| 5. その他(0人) | | | |

Q20. どのような相手に共有したことがありますか（複数回答可）

- | | | |
|---------------|-------------------|-------------------|
| 1. 親戚関係(9人) | 2. 学校の友達(27人) | 3. 学校の先輩・後輩(10人) |
| 4. バイト先の人(3人) | 5. SNS 上での友人(17人) | 6. 趣味で繋がった友達(10人) |
| 7. その他(0人) | | |

Q21. どのくらいの頻度で共有をしますか。

- | | | |
|------------------|-----------------|-----------------|
| a. 1日複数回(3人) | b. 1日1回程度(2人) | c. 2日に1回程度(2人) |
| d. 1週間に数回程度(5人) | e. 1週間に1回程度(6人) | f. 1ヶ月に数回程度(7人) |
| g. 数か月に1度程度(11人) | | |

質問は以上になります。
ご協力ありがとうございました。

Q22. ここ最近では、どのようなニュース(情報)を共有しましたか。

共有をしたニュース内容、共有をした日時、誰に共有をしたか、共有をした理由をお答えください。

共有をしたニュース内容	共有をした日	誰に	共有をした理由

質問は以上になります。

ご協力ありがとうございました。