

知識共有コミュニティを創り出す人たち(5)

継続的/積極的参加者の特徴

○三浦 麻子 (神戸学院大学人文学部), 川浦 康至 (東京経済大学コミュニケーション学部), 地福 節子・大瀧 直子・岡本 真 (ヤフー株式会社; 非会員)

キーワード: 知識共有コミュニティ, Web 調査, 継続性, 積極性

1. はじめに

インターネットのさまざまなメディア・技術は、一般の多くの人が自由に大勢に向けて情報発信でき、一握りの著名人のそれだけではなく、多くの人の共有知識が可視化される社会の実現を目指して開発されている。その前提には、インターネット上では誰もが性善説に基づいた行動をするだろうというポジティブな世界観が存在する。実際のインターネット社会で起きる事象は決して「善」のバラ色に彩られたものばかりではない。しかし、中にはこうしたインターネットの自在性を生かした利用者の情報発信が活発かつ有用なオンライン・コミュニティを創出する例もある。その代表が本稿で採り上げる知識共有コミュニティである。

知識共有コミュニティ (Knowledge-Sharing Community; 以下 KSC と略記) とは、インターネット上の情報データベースのうち、オンライン上でリアルタイムに情報の登録や更新ができ、利用者間の対人コミュニケーションが表出することで、コミュニティとしても機能するものである (そうではない KSC には Wikipedia など辞書タイプのものがある)。従来の情報データベースが専門家の「仕事」によって支えられてきたのとは違い、KSC は無数のインターネット利用者によるボランティア的貢献によって支えられている。

著者らは、こうした KSC の中でも特に Q&A タイプのものを採り上げ、そこで共有される知識の姿を明らかにするために、同種コミュニティ・サービス大手の一つ「Yahoo!知恵袋」の利用者対象の意識調査データと、彼らの実際の参加行動のログデータとを紐付けした分析にもとづいて、Q&A タイプの KSC を構成する利用者の特性、彼らの実際の参加のようすや参加の理由を検討してきた。本発表では、これまでの分析から得られた知見をベースとして、さらに KSC に長期間継続的に、ないしは多頻度の投稿を通じて積極的に参加している「コアメンバー」の特徴について検討する。

2. 調査の概要

2005 年 12 月に「Yahoo!知恵袋」利用者を対象とした質問紙調査を実施した。同時に、当該利用者の過去の参加行動、および調査協力時に投稿した質問/回答投稿のログを収集した。調査は、Yahoo!知恵袋サイト上で質問/回答を投稿した利用者を対象に、投稿直後に質問紙調査への依頼画面が呈示され、7989 名の調査協力者

(質問投稿者 5515 名、回答投稿者 2474 名)を得た。本研究では、質問投稿者と回答投稿者のデータを集約し、両者の共通設問を分析対象とした。

3. これまでの知見

著者ら(Miura et al., 2007) は、Q&A タイプの KSC における全般的な知識共有プロセスについて、(1) 正確さの要求される質問より正解の特にない質問の方が答えられやすい傾向、(2)回答者による情報の正確さの再確認はあまりおこなわれない傾向、(3) 質問投稿者にとっての重要度や緊急度は回答者によって過少評価されやすい傾向、を明らかにしている。これらのことから、Q&A タイプの KSC では、ある参加者の質問趣旨に沿い、それに回答可能な参加者が、投稿時に既に持っている経験や記憶にもとづく情報を提供するというプロセスで知識が蓄積・共有されていることが推察された。コミュニケーションが重視される Q&A タイプの KSC では、正確さがある程度担保されている静的データベース、正確さを追求して常に議論・改訂が繰り返される辞書タイプの KSC などとは提供される情報の質そのものが異なる可能性があり、またそのことが「みんなの意見」が「案外ためになる」集団の知恵として多くの利用者に受け入れられ、結果として活発な対人コミュニケーションが展開されていると考えられる。

さらに、質問や回答の投稿という形で KSC を積極的に利用する人々が、どのような動機で参加しているのかについても検討された。全般的には、物理要因 (検索コストの高さ) が質問を、心理要因 (困っている人を助けたい) が回答を、それぞれ促進している可能性が示された。また、コミュニティへの愛着が質問より回答投稿理由として多く挙げられていたことから、切迫した援助を求める人を自身のコミュニティメンバーとして認め、好意にもとづいて援助を実行している利用者の姿が示された。さらに、調査時点以前の質問・回答投稿数の多寡から 4 つの参加スタイルを構成し、分析をおこなったところ、特に積極的な情報提供者において純粋な善意でコミュニティに参加する傾向が強く、彼らの自由な情報発信が活発なオンライン・コミュニティを創り上げていることがわかった。

そこで、本稿では、KSC が大勢の参加者を集める背景をさらに詳細に析出するために、長期間継続的に、あるいは多頻度の投稿によって積極的に参加している

参加者の特徴、すなわち参加キャリアと投稿頻度の両方を加味したコミュニティ参加に関わる指標を作成し、それらによる心理的特徴の差異を検討した。

4. コミュニティ参加の継続性と積極性

本分析においては、質問・回答をいずれも2件以上投稿したことのある調査協力者のデータのみを対象とした。コミュニティ参加の継続性と積極性に関する指標を作成するため、調査協力者の利用行動ログデータのうち、(1)最初の質問投稿日時、(2)最初の回答投稿日時、(3)通算質問投稿数、(4)通算回答投稿数を利用した。まず継続性については、(1)と(2)のうち早い方をコミュニティ初参加時期とみなし、調査終了直後の2005年12月21日までの経過日数を求めた。度数分布(min 3~max 622)を検討したところ、コミュニティのバージョンアップが実施された時期に初参加が集中する傾向があり、それ以降の参加者が全体の64.8%であった。そこで、大幅改訂以降の参加者を短期参加群(mean 38.6)、それより前からの参加者を長期参加群(mean 318.3)として、継続性の指標とした。次に積極性については、(3)と(4)のデータを用いて、通算投稿数を最初の投稿日から2005年12月21日までの経過日数で除した。この数値にもとづいて対象者を高・中・低の3群にほぼ等分割して、質問/回答投稿の積極性の指標とした(質問投稿頻度と回答投稿頻度の平均値間には有意差($t(3247)=20.35$, $p<.001$)があり、回答投稿頻度(mean 1.60)の方が質問投稿頻度(mean 0.37)よりも高い)。また、突出して頻度の高い2名は外れ値とみなして分析対象から除外した。サンプル総数は3248件である。3指標にもとづく各群の度数をTable 1に示す。なお、経過日数・質問投稿頻度・回答投稿頻度間の相関は-.13~.29で、強い関連は見られなかった。

Table 1 コミュニティ参加の継続性と積極性にもとづくクロス集計表

Total n=3248			回答積極性		
			高	中	低
参加継続性	長期参加	質問積極性	高	113	93
			中	62	92
			低	85	123
	短期参加	積極性	高	443	281
			中	252	305
			低	128	182

5. 情報欲求・貢献度への関心との関係

参加の継続性と積極性2変数を独立変数とし、(a)情報欲求の3因子、(b)貢献度への関心度を従属変数とす

る多変量分散分析と被験者間3要因分散分析をおこなった。(a)は、川浦(1998)の情報欲求尺度13項目について探索的因子分析(最尤法・プロマックス回転)をおこなった結果抽出された、Factor 1: 情報感受性(例: 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)、Factor 2: 情報受信積極性(例: 必要な情報を得るのに時間を惜しまない)、Factor 3: 情報発信積極性(例: 自分の意見や考えは積極的に表現したい)の3因子に高い負荷量をもつ2ないし3項目に対する回答の合計値(数値が小さい方が欲求高)を変数として用いた。(2)はコミュニティ内での参加の積極性と良質さの程度に応じて蓄積される「貢献度」システムに対する関心度を問う項目で、4件法(数値が小さい方が関心高)でたずねている。

有意な主効果・交互作用が見られた変数の各群平均値をTable 2に示す。情報欲求の3因子は、情報感受性についてのみ群間差が見られた。回答積極性高群は他群よりも情報感受性が低かった。また、質問積極性の効果は、全体的な方向としてはより積極的な参加者で情報感受性が高い傾向にあったが、詳細に見ると参加の継続性によってやや違いがあり、長期参加群では積極性低群が他群よりも情報感受性が低く、短期参加群では積極性高群が他群よりも情報感受性が高かった。また、貢献度への関心は、質問と回答両方の積極性において、すべての群間に有意差が見られ、より積極的な参加者の方が貢献度への関心が高いことが分かった。

全体的に、継続性の影響があまり見られないことが特徴的である。また、回答積極性と情報感受性の関係において、コミュニティに多くの回答を提供する参加者の情報感受性が他群より低いという知見が得られたことは興味深い結果である。Q&AタイプのKSCでの積極的な回答者は、情報イノベーターというよりもむしろ、ごく当たり前の知恵を授けるような存在であることを示唆しているのかもしれない。

参考文献

- 1) Miura, A., Kawaura, Y., Jifuku, S., Otaki, N., & Okamoto, M. (2007). People who create knowledge sharing communities. In T. Washio et al. (Eds.) *New Frontiers in Artificial Intelligence (Lecture Notes in Computer Science)*. Springer. Pp. 88-98.
- 2) 川浦康至 (1998). 情報欲求と情報行動 広告月報, 1998年1月号, 42-47.

Table 2 参加の継続性・積極性群ごとの情報感受性・貢献度への関心

継続性	長期参加									短期参加								
	質問積極性			回答積極性			情報感受性			高			中			低		
質問積極性	高	中	低	高	中	低	高	中	低	高	中	低	高	中	低	高	中	低
回答積極性	7.88	7.12	7.22	7.73	6.86	7.36	8.04	7.89	7.32	7.52	7.32	7.18	8.05	7.59	7.62	8.02	7.64	7.45
情報感受性	2.09	2.25	2.54	2.29	2.39	2.84	2.41	2.50	2.81	1.99	2.31	2.81	2.20	2.36	2.72	2.29	2.45	2.56
貢献度への関心																		