

Title	オンラインメディアを通じた情報流通と情報収集行動の変化：信頼するメディアとは何か
Sub Title	Information distribution and changes in information gathering action through online media : what are trusted media?
Author	神吉, 舞子(Kanki, Maiko) 岸, 博幸(Kishi, Hiroyuki)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2009
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2009年度メディアデザイン学 第15号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002009-0015

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2009 年度(平成 21 年度)

オンラインメディアを通じた情報流通と情報収集行動の変化
信頼するメディアとは何か

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科

神吉 舞子

修士論文 2009 年度(平成 21 年度)

オンラインメディアを通じた情報流通と情報収集行動の変化 信頼するメディアとは何か

論文要旨：

本研究は、メディアが発信する情報を受信し利用する情報消費者にとって、情報から受ける影響がどのように行動に反映されているのか、2つの点から調査した。

1つは匿名性の高いオンラインメディアにおける利用者のレビューや評価、感想などについて、情報消費者の趣味嗜好など共通の属性が担保された場で、そこに集う他者の意見内容と一致する場合における情報消費者による購買行動への影響を、「ニコニコ動画」のアフィリエイトコンテンツである「ニコニコ市場」の販売実績から、販売数の上位商品、平均的商品、下位商品の3つにグループ分けしたものを、アフィリエイト元である amazon.co.jp と Yahoo! ショッピングのレビュー評価の関係と照らし合わせて検証を行った。

もう1つは、経済や政策の専門家が情報発信をするウェブサイト「ポリシーウォッチ」が主催する、シンポジウム参加者へのオンラインメディア利用動向アンケートの回答を基に、情報消費者のメディアリテラシーの違いがもたらすメディア利用動向を、メディアリテラシーの3つの要素の1つであるマスメディアに対する批判的思考の観点から検証を行った。

これら2つの調査の結果、共通の趣味嗜好属性を持つ他者が「ニコニコ市場」で紹介している広告商品の各アフィリエイト元サイトのレビュー評価が販売数に影響があることが明らかになった。さらに、そのレビューを評価するユーザによる「レビューの有用性」が重要であることも判明した。「ポリシーウォッチ」のアンケート集計結果から、特にオンラインメディアを利用した情報発信の経験の有無に特に大きな違いが表れた。複数のオンラインメディアを利用して頻繁に情報を発信している人ほどマスメディアへの批判的情報をよく収集しているということである。また、批判的情報を収集しない人の多くが信頼する情報源のメディアにマスメディアを挙げているのに対し、マスメディアの批判的情報収集の目的が明確な人は、既存メディアではなく人物を挙げており、マスメディアの批判的情報収集者と非収集者の間には、明確なメディアリテラシーの違いがあることが明らかとなった。

これら全く性質の異なる媒体での調査から、メディアリテラシーの高い人の中では信頼の対象は間接情報源である「メディア」から直接情報源である「人」に変化していると考えられる。その結果、人がメディア化し、インターネットを通じた「人」対「人」の情報流通が今後は一般化するようになるであろうというインプリケーションが得られた。

キーワード：

オンラインメディア、利用動向、情報流通、情報収集、レビュー、メディアリテラシー

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
神吉 舞子

Abstract of Master's Thesis Academic Year 2009
Information Distribution and Changes in Information Gathering Action
through Online Media
- What Are Trusted Media? -

Summary :

This study was surveyed from two points how the impact received from information was reflected in the InfoConsumer's behavior.

First, in online media in which the users who have common likes and tastes use, the relationship between the review of "amazon.co.jp" and "Yahoo! Shopping" in the offer of the affiliate contents and the sales performance of "NICONICO ICHIBA" that is affiliate contents of "NICONICO DOUGA" was examined about the impact of InfoConsumer's purchasing behavior when agreeing to others' opinions.

The other one, based on the answers of the online media use trend questionnaire to the symposium participant that web service "Policy Watch" where specialists of economy and policy send their opinions host, it was examined from media use trend that difference of InfoConsumer's media literacy brings in perspective of critical thinking to mass media that is one of three elements of media literacy.

Results of these surveys, it became clear that review and evaluation of the others who have common likes and tastes on the websites where items of "Smiling market" are provided affected the number of sales. In addition, it turned out that "Utility of the review" in which other users evaluated the reviews was important.

From the total of the questionnaire of "Policy watch" result, the difference appeared especially in the presence of the information transmission experience using online media. People who gather the critical information to mass media well tend to frequently sending information by using two or more online media. While many people who do not gather critical information on the mass media have cited the TV and the newspaper in media in the trusted source, people with clear purpose to gather critical information on the mass media have cited not existing media but the people. Thus, a clear difference of media literacy turned out between mass medias of the critical information gathering person and those who non-gathering.

It is thought that the object of trust has been changed from "Media" that is an indirect source into "Person" that is a direct source among the people with high media literacy.

As a result, the implication that "Person" will become "Media" and the information distribution of person-to-person through the Internet in the future was obtained.

Keywords :

Online Media, Information Distribution, Information Gathering, Reviews, Media Literacy

Keio University Graduate School of Media Design
MAIKO KANKI