

本好きをつなぐための SNS の構築と利用分析： 引用文を介した情報共有

工藤心太^{†1,a)} 北村梢生^{†1} 田部幸希^{†1} 柴田博仁^{†1}

概要：本研究では、本好きをつなぐために開発した SNS である「Quote」を紹介する。本全体へのコメントはレビューのようになり投稿の敷居が高いという考えから、Quote では本の一部である引用文を投稿し、そこにコメントを付与する仕組みを取り入れた。本稿では、システム的设计思想と UI を紹介し、システムの利用データを分析する。投稿されたコメントを分析した結果、短文でのくだけた表現での投稿が多く見られ、本の大意を外した本の一部への個人的な感想や体験の投稿が目立った。Quote が主観的で気楽な意見の投稿を促していることが示唆される。

1. はじめに

近年、若者を中心に読書離れが進んでいる。平山の調査によると、1ヶ月に1冊も本を読まない人の割合は、2006年の33.6%から2012年には40.1%にまで増加している[1]。また、文化庁の調査によると、16歳以上の69.1%が読書量は減っていると答えた[2]。その一番の理由は情報機器の操作や閲覧に時間を取られていることであり、全体の46.3%を占める。情報取得や娯楽の手段が手軽で多様になり、動画コンテンツが普及した結果、活字に触れる機会が減少していると考えられる。

こうした状況を踏まえ、柴田(2022)は活字の価値を再認識すべきだと主張する[3]。柴田は読書を目的の観点から2つに分類している。書き手の意図を客観的に理解することが重要な「学ぶための読書」と、文章から得られる情緒的な体験を通して主観的に解釈するプロセスを重視した「感じるための読書」である。ここで、「感じるための読書」の意義は、動画や画像といった視覚的な情報提供手段では代替できない読み方であると柴田は主張する。

読書離れを阻止する手段のひとつとして、本を介して人をつなげる読書好きのための SNS が考えられる。現状の読書用 SNS は、本全体を対象としたレビューや批評の投稿が主流となっている。この場合、投稿者は本を読み切っていることが前提である。したがって、本全体の主要なメッセージに言及し、読み手を意識して本の価値を伝える必要がある。これが投稿に対するハードルが高くなっている要因だと考える。

こうした背景を踏まえ、私たちは「感じるための読書」を促し、気軽に投稿できる読書用の SNS を開発した。この SNS ではユーザーが本の引用文を投稿し、それに対しコメントを共有する仕組みを採用した。これにより、本全体ではなく引用文を介して本の一部に気軽に投稿できるように

なる。こうした試みが若者の読書離れの改善に貢献できると私たちは期待する。

2. 従来研究と本研究の狙い

株式会社ブックウォーカーが運営する「読書メーター」[4]は、読んだ本のページ数や冊数などを記録してグラフ化することで読書量を可視化するサービスである。また、人をつなげる様々な工夫がなされている。例えば、「共読」機能では、読み終えた本についての他ユーザーの感想を見ることができる。「みんなのつぶやき」の機能では本以外の話題も自由に投稿できる。投稿は255字に制限しており、ユーザー同士の交流や気楽な投稿を促している。

本のコメントを投稿する場合、「読んだ本の登録」から投稿することが基本であり、本を読み終えたことを前提とした投稿となる。この点は気楽な投稿の障壁となり得る。

Amazon.com, Inc.が運営する「Amazon ストア」[5]は読書用の SNS とは言えないが、販売ページで本のレビューを投稿閲覧できる。読む本を選ぶ際の判断材料にするため、本の良し悪しの5段階の評価とコメントに加え、写真や動画により、商品のアピールが行われている。投稿可能な文字数制限についての記載がないため、1,000字を越える長い投稿も存在する。

Amazon のレビューでは自分の評価が他人の購読や判断に影響を与える。したがって、投稿者の中には責任を持った評価をするために本全体を読むべきだと考える人が多いと推察する。

本研究の狙いは、ユーザーが引用文とそれに対するコメントを投稿する仕組みにより、ユーザーにとって気楽な投稿を促すことである。本全体ではなく、心を動かされた特定のフレーズや一文に注目し、その感覚を他者と共有する場を提供する。これにより、本を読み切ることなく気軽に投稿できるようになる。そして、読みたいところを読みた

†1 群馬大学情報学部
a) J2100057@gunma-u.ac.jp

のように読む「感じるための読書」を促すことができると期待している。

3. システム

本章では、本の引用文を投稿する枠組みをもとに構築した SNS である「Quote」(<https://reading-sns.com>) を紹介する。実装にはフロントエンドフレームワークとして Next.js、バックエンドフレームワークとして Supabase を採用した。システムは AWS (Amazon Web Services) 上の Lightsail コンテナサービスで実行している。

3.1 システムイメージと機能

Quote のユーザーインターフェース (UI) は上部からヘッダー、コンテンツエリア、タブからなり、タブで機能を切り替えることができる (図 1)。主な機能として、「投稿」「投稿閲覧」「通知」「プロフィール」を実装した。



図 1 「Quote」の UI

「投稿」機能では、本の引用文、本のタイトル、著者名、ユーザーのコメントを入力でき、送信ボタンにより投稿できる。引用文は 140 字に制限し、ユーザーが本の部分的な内容に注目するよう促した。また、縦書きの引用文入力システムを採用した。

「投稿閲覧」機能では、ユーザーが投稿した引用文、タイトル、著者名の一覧を閲覧できる。投稿内容は縦書きで表示している。これにより、実際の本を想起させるとともに SNS の UI としてユニークな特徴を持たせた。また、1 行の字数に応じて引用文の文字の大きさを変動させ、短文であっても一覧の中で埋もれないよう調整した。

投稿一覧の投稿をクリックすることで詳細を閲覧できる (図 2)。投稿詳細画面では、引用文、タイトル、著者名に加え、いいね数、投稿者名、投稿日時、投稿に対するコメント、返信を閲覧できる。引用文の右上でいいねを押すことが可能である。また、投稿者コメントの下のテキストボックスに文字を入力して送信ボタンを押すことで投稿に返信できる。これにより、他ユーザーも感想や意見を共有

できる。



図 2 投稿詳細画面

「通知」機能では、自分の投稿に対するいいねや返信の通知を見ることができる。また、新機能実装の連絡など、メッセージを実装者側から送ることも可能である。

「プロフィール」機能では自身のアイコン画像、ユーザー名、自己紹介、自身の投稿一覧を見ることができる。アイコン画像、ユーザー名、自己紹介はユーザー自身で変更できる。また、投稿詳細のアイコン画像をクリックすることで、自身または他ユーザーのプロフィールを閲覧することも可能である。

4. 分析方法と結果

4.1 利用報告

Quote は研究室内でのデモ版の利用を 7 月 18 日から開始している。10 月 19 日には学外にもリリースしている。以下では利用開始から 11 月 22 日までの 128 日間の利用報告とデータの分析結果を報告する。

Quote の登録ユーザーは 81 人であり、152 件の投稿があった。登録したユーザーの 53.3% が投稿をしており、117 冊の本のタイトルについて投稿があった。

同一ユーザーが同一タイトルについて複数回投稿しているのが目立ち、これが 31 件 (20.4%) あった。こうした傾向は「読書メーター」「Amazon ストア」では見られない特徴である。本の一部に注目しやすいため、同一タイトルに複数の投稿がなされたものと考えられる。

4.2 コメント文字数の分析

Quote の投稿の傾向を、「読書メーター」「Amazon ストア」と比較して分析する。分析対象の投稿の入手に際して、Quote で投稿が多かった本 5 冊のタイトルを選定し、「読書メーター」「Amazon ストア」から各々のタイトルの最新 20 件を取得 (2024 年 12 月 3 日) した。

表 1 は、コメント文字数を分析した結果である。図 3 は文字数の分布を視覚化したものである。

平均値と中央値ともに Quote の値が最も低く、100 文字以下のコメントの割合、50 文字以下の割合、30 文字以下の割合がともに Quote の値が高かった。コメントの文字数分布を見ても Quote は短文の投稿が目立つ。他のプラットフォームと大きく異なる特徴である引用文を投稿する形式が、短文での投稿を促していると考えられる。

表 1 コメントの文字数の分析

	Quote	読書メーター	Amazonストア
平均値	76.5	142.9	220.6
中央値	46.5	149.5	110.5
100文字以下割合	74.8%	31.7%	45.5%
50文字以下割合	52.2%	19.8%	26.7%
30文字以下割合	32.2%	14.9%	16.8%

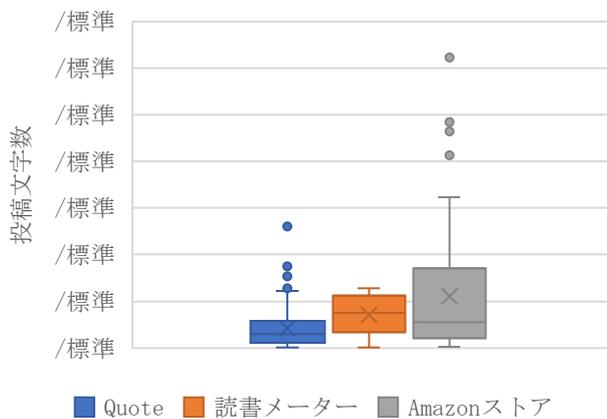


図 3 コメントの文字数分布

4.3 コメント内容の分析

Quote のコメント内容を分析する。実験者がコメントにラベルを付けて分類した。ラベルの種類を表 2 に示す。

表 3 はコメント内容の分析を行った結果である。「くだけた表現」の項目が 40.8% を占めており、気軽な投稿が多いことがわかる。「特定箇所の内容」の割合が 73.0% と高いことから、本の一部に注目した投稿が多くあったことを示す。引用文を投稿するという形式上、本の主要な内容に触れる必要がないため、簡潔に投稿しやすいと推察する。

「批判的な内容」の割合がごく少数であることから主観的な投稿が多いことがわかる。書籍の批判を行うには主要テーマにもとづき客観的な意見を述べなければかえって批判を受けるからだと考える。

また、「個人的な体験」の割合も 16.4% あり、引用文が投稿者の過去の体験と結びついていることで主観的な投稿が生まれていると考えられる。

表 2 ラベルの種類

ラベル	例
個人的な体験	「初めて読んだのは中学生のとき」
本全体への言及	「猫の視点から人間社会を観察するこの作品」
特定箇所の内容	「最初の 1 文目からぐっと引き込まれる」
批判的な内容	「時々読み辛い」など本を対象に批判
くだけた表現	絵文字や記号、「職人っていいなあ」など
ネガティブな表現	「嫌悪を抱きながらも」

表 3 コメント内容の分析

	件数	割合
個人的な体験	25	16.4%
本全体への言及	41	27.0%
特定箇所の内容	111	73.0%
批判的な内容	3	2.0%
くだけた表現	62	40.8%
ネガティブな表現	22	14.5%

5. 考察

前章の利用報告とコメントに関する分析結果から、Quote は気軽かつ主観的な投稿を促していることが分かった。

短文やくだけた表現の投稿が多いことは、ユーザーが気軽に投稿していることを示している。さらには、多くのコメントが特定の引用文やシーンに言及しており、本全体を読み切る必要がない Quote の特徴が現れている。

また、投稿の表現に幅があることや個人の体験に基づく投稿が一定数確認されることから、読書体験を自分の言葉で表現していることも示唆される。

これらの要素は、「学ぶための読書」を「感じるための読書」として捉え直すきっかけを提供していると考えられる。

6. おわりに

本研究の目的は、ユーザーが本の引用文を投稿し、それに対しコメントを共有する枠組みが、ユーザーにどのように受け入れられるかを明らかにすることであった。そして、分析の結果、気軽で主観的な投稿を促すことがわかった。

今後はユーザー同士のつながりに注視した改善をしていきたい。具体的には、フォロー機能、読み終えた本の登録、おすすめの投稿などを追加したい。フォローした人や読み終えた本、それに関連した本の投稿が表示されやすい閲覧機能を実装し、感情の共有を起点としたユーザー同士の交流を期待する。

さらには、引用文のフォントや色の変更、画像や音声、動画での投稿など、表現に幅を持たせた投稿できるようにしたい。読書中に感じた印象の表現を促すとともに、ユ

ユーザーに個性を持たせることでユーザー同士の交流を活発にしたい。

謝辞 本研究の実施にあたり、Quote をご利用いただいた皆様に心より感謝申し上げます。

参考文献

- [1] 平山 祐一郎: 大学生の読書の変化: 2006 年調査と 2012 年調査の比較より. 読書科学, 56 (2), 55-64 (2015).
- [2] 文化庁: 令和 5 年度「国語に関する世論調査」の結果の概要. 文化庁 (2024).
- [3] 柴田 博仁: 読解重視の読み方から体験重視の読み方へ. 図書館雑誌, 116 (7), 378-381 (2022).
- [4] 株式会社ブックウォーカー: 読書メーター,
<https://bookmeter.com>.
- [5] Amazon.com, Inc.: Amazon ストア, <https://www.amazon.co.jp>.