

アメリカの公共図書館におけるソーシャルメディアの利用 実態の調査

—YouTube を中心として—

水沼友宏[†] 佐藤憲樹[†] 宮崎史晟[†] 辻慶太^{†‡}

[†] 駿河台大学 メディア情報学部 ^{†‡} 筑波大学 図書館情報メディア系

[†]mizunuma.yuhiro@surugadai.ac.jp

本研究では、公共図書館における YouTube の利用実態、および視聴されやすい動画の傾向を明らかにすることを目的とし、米国における YouTube の利用率と視聴回数を増加／減少させる可能性がある動画の要素を調査した。結果、(a) 動画の時間が短すぎるまたは長すぎる、(b) 説明文等の情報が少ない、(c) 黒人が登場する、といった要素が視聴回数を減少させる一方、(d) 図書館サービスを提供する動画である、(e) 図書館員が多く登場する、といった要素が視聴回数を増加させる可能性があることが示された。

1 はじめに

公共図書館は館報や自治体広報誌、公式ウェブサイトといった様々な媒体で情報の発信を行ってきた。近年、これらの媒体に加え Facebook や Twitter といったソーシャルメディアによる情報発信も行われている。しかし、ソーシャルメディアの中でも、YouTube に着目しその実態を明らかにした研究は少なく、特にどのような YouTube 動画が視聴されやすいかを明らかにした研究はほとんどない。そこで本研究では、公共図書館における YouTube の利用実態、および、視聴されやすい動画の傾向を明らかにすることを目的として、まず、米国の公共図書館において、他のソーシャルメディアと比較して YouTube がどの程度利用されているかを明らかにした。さらに、図書館が公開している YouTube 動画について、視聴回数が多い動画と少ない動画の差異を示すことにより、視聴回数を増加／減少させる可能性がある動画の要素を明らかにした。

2 分析方法

本研究では、以下の2つの調査を行った。即ち、(1) YouTube の利用率の調査、(2) 視聴回数を増加／減少させる可能性がある動画の諸要素の調査、の2つである。前者は、図書館の YouTube の利用率を他のソーシャルメディアのそれと比較することにより、YouTube の位置づけを示すものである。後者は、視聴回数が多い動画と少ない動画を比較することにより、視聴回数を増加／減少させる可能性がある動画の諸要素を明らかにするものである。以下では、それぞれの方法について詳述する。

2.1 YouTube の利用率の調査

本研究では、図書館の公式ウェブサイトに基づきソーシャルメディアの利用実態を調査する。本研究において、公式ウェブサイトは、American Library Directory¹の「Web Site」の項目に掲載されているものと定義とした。調査対象館の選定は以下の手順で行った。まず、American Library Directory に掲載されている米国の公共図書館(中央館) 9,629 館から無作為に 1,000 館を抽出した。そのうち、American Library Directory に「Web Site」が掲載されていない 157 館は分析対象から除外した。さらに、「Web Site」が掲載されていたものの、リンク切れ等により当該ウェブサイトにとどり着けなかった 112 館も調査対象から除外した。結果、調査対象の図書館は 731 館となった。

これら 731 館を対象に、公式ウェブサイトソーシャルメディアに関する記述やリンクがある場合は、そのソーシャルメディアを利用していると判断し、各ソーシャルメディアの利用実態を調査した。調査対象のソーシャルメディアは下記 10 個とした。即ち (1)YouTube, (2)Facebook, (3)Twitter, (4)Instagram, (5)Flickr, (6)LinkedIn, (7)Pinterest, (8)Tumblr, (9)Goodreads, (10)SoundCloud, の 10 個である。調査は 2018 年 9 月 8 日から 12 日に行った。

分析に当たっては、ソーシャルメディアの利用状況を以下の 6 つのパターンに分け、それぞれの数を集計した。即ち、(a) 図書館のアカウントを開設している、(b) 自治体のアカウントを用いて図書館の情報を発信している、(c) 他の機関の公開するソーシャルメディアを利用している²、(d) ソー

シャルメディアページへのリンク無し, (e) ソーシャルメディアページへのリンク切れ, (f) ソーシャルメディアのページ設定により閲覧不能, の6つである。

2.2 視聴回数を増加/減少させる可能性がある動画特性の調査

調査対象の図書館は, 前節の調査で YouTube を利用していることが明らかになった館のうち, 1館を除く³, 96館(93アカウント)とした⁴。本調査では, アップロード動画数が50本以下の69アカウントを対象に⁵, 各館の視聴回数を調査し, この視聴回数をもとに「視聴回数が多い動画」と「視聴回数が少ない動画」を判断した。

視聴回数が多い動画, 少ない動画は, それぞれ視聴回数が1,000回以上の動画, 10回以下の動画とした。ただし, 視聴回数が少ない動画については, 公開後日が浅いことが原因で視聴回数が少ない可能性を考慮し, 公開後3ヶ月以内の動画(13本)は分析対象から除外した。以上の方法で, 分析対象の動画を定めたところ, 視聴回数が多い動画, 少ない動画はそれぞれ80本, 91本となった。

これらのそれぞれの動画に対して, 表1に示した各項目を調査した。「内容」は動画の内容に基づき各動画を分類したものであり, 分類項目については次章で詳述する。登場人物の人種は, 目視及び顔認証ソフトウェア Betaface⁶ に基づいて判断した。これらの調査項目について, 視聴回数が多い動画と少ない動画を比較し, 視聴回数を増加/減少させる可能性がある諸要素を明らかにした。調査は2018年9月24日から10月2日に行った。

表 1: 調査項目

時間	動画の長さ (hh:mm:ss)
タイトル	タイトルの長さ (単語数・文字数) タイトルに出現する単語
説明文	動画の説明文の有無
音声	音声の有無 言語 (英語かスペイン語か)
内容	動画の内容
登場人物	人物の出現の有無 登場人物の人数 登場人物の人種

3 結果

以下では, (1) Youtube の利用率の調査, (2) 視聴回数を増加/減少させる可能性がある動画の諸要素の調査, の順に結果を示す。

3.1 YouTube の利用率の調査結果

調査対象館 731 館の各ソーシャルメディアの利用状況は表 2, 表 3 のようになった。括弧内の数

値は, 調査対象館 (731 館) に占める割合であり, 各行 ((a) から (f)) は, 2.1 節に示した (a) から (f) に対応する。

表 2, 表 3 から, 図書館の YouTube アカウントを開設している館は 92 館であり調査対象館 (731 館) の 12.6% を占めることが分かる。また, 最も利用されているソーシャルメディアは Facebook ((a) は 69.6%) であり, Twitter (31.7%), Instagram (21.1%), Pinterest (14.8%), YouTube (12.6%) と続く。また SoundCloud のように, 音声に特化したものを用いている館も見られた。

3.2 視聴回数を増加/減少させる可能性がある動画の諸要素の調査結果

以下では, (1) 時間, (2) タイトル, (3) 説明文, (4) 音声, (5) 内容, (6) 登場人物, の順に結果を示し, その後全体の考察を行う。

3.2.1 時間

視聴回数が多い/少ない動画それぞれの動画の時間の平均値, 中央値, 最大値, 最小値は表 4 のようになった。なお, 表中の「視聴多」「視聴少」はそれぞれ視聴回数が多い動画 (1,000 回以上の動画), 少ない動画 (10 回以下の動画) を指す。表 4 から, 視聴回数が少ない動画の最大値は 28 分 26 秒と視聴回数が多い動画の 19 分 41 秒よりも長い一方, 視聴回数が少ない動画の最小値は 3 秒と視聴回数が多い動画の 29 秒よりも短かった。さらに, 30 秒以下または 20 分以上の動画は, 視聴回数が多い動画では 1 本だけだったのに対し, 視聴回数が少ない動画では 12 本も見られた。

3.2.2 タイトル

タイトルの単語数, 文字数の平均値, 中央値, 最大値, 最小値はそれぞれ表 5 のようになった。単語数, 文字数いずれも, 視聴回数が多い動画の平均値・中央値が視聴回数が少ない動画のそれよりも多かった。

3.2.3 説明文

視聴回数が多い動画 (80 本) のうち, 動画に説明文が付与されていたのは 77 本 (96.3%) であり, 視聴回数が少ない動画 (91 本) のうち, 説明文が付与されていたのは 70 本 (76.9%) であった。

3.2.4 音声

視聴回数が多い動画 (80 本) のうち, 音声のある動画は 69 本 (86.3%) であり, 視聴回数が少ない動画 (91 本) のうち, 音声のある動画は 67 本 (73.6%) であった。また, 視聴回数が多い動画のうち 3 本は, スペイン語の動画であった。

表 2: ソーシャルメディアの利用状況 (1)

	YouTube		Facebook		Twitter		Instagram		Pinterest	
(a) 図書館のアカウントで発信	92	(12.6%)	509	(69.6%)	232	(31.7%)	154	(21.1%)	108	(14.8%)
(b) 自治体のアカウントで発信	5	(0.7%)	1	(0.1%)	4	(0.5%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)
(c) 他機関のアカウント	14	(1.9%)	16	(2.2%)	15	(2.1%)	5	(0.7%)	0	(0.0%)
(d) リンク無し	0	(0.0%)	1	(0.1%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)
(e) リンク切れ	5	(0.7%)	19	(2.6%)	19	(2.6%)	10	(1.4%)	6	(0.8%)
(f) 閲覧不能	0	(0.0%)	14	(1.9%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)

表 3: ソーシャルメディアの利用状況 (2)

	Flickr		Tumblr		LinkedIn		Goodreads		SoundCloud	
(a) 図書館のアカウントで発信	36	(4.9%)	11	(1.5%)	10	(1.4%)	8	(1.1%)	6	(0.8%)
(b) 自治体のアカウントで発信	0	(0.0%)	0	(0.0%)	1	(0.1%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)
(c) 他機関のアカウント	1	(0.1%)	0	(0.0%)	3	(0.4%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)
(d) リンク無し	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)
(e) リンク切れ	0	(0.0%)	1	(0.1%)	1	(0.1%)	3	(0.4%)	0	(0.0%)
(f) 閲覧不能	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)

表 4: 動画の時間

	視聴多	視聴少
平均値	3分 58秒	3分 16秒
中央値	2分 50秒	2分 22秒
最大値	19分 41秒	28分 26秒
最小値	29秒	3秒

表 5: タイトルの単語数・文字数

	単語数		文字数	
	視聴多	視聴少	視聴多	視聴少
平均値	6.14	5.19	38.34	30.60
中央値	6	5	37.5	29
最大値	14	12	80	71
最小値	1	1	8	4

3.2.5 内容

調査対象の動画の内容分析を行ったところ、表 6 のようになった。表中の「PM」はプロモーションビデオを指し、「イベント」には図書館のプログラムも含む。括弧内の数値は、それぞれの合計動画数（それぞれ 80 本、91 本）に占める割合である。表 6 に示したように、図書館が公開する動画は「チュートリアル」「ストーリーテリング」等のように、それ自体が図書館サービスとなるもの（表中では「図書館サービスの提供」とした）と、当該図書館を紹介するもの（表中では「当該図書館の紹介」とした）があることが分かった。さらに、寄付・サポートのお願いや読書活動のプロモーションビデオなどがあったこと、「その他」としては、嵐の様子を映した動画などがあった。

表 6 に示したように、視聴回数が多い動画は、それ自体が図書館サービスであるものが多く、特にチュートリアルやストーリーテリングの動画の割合（それぞれ 28.8%、25.0%）は、視聴回数が少ない動画の割合（それぞれ 5.5%、9.9%）に比べ 15%以上も高かった。なおチュートリアルの対象は、電子書籍のダウンロード方法、ストーリーミン

グプレイヤーの使い方、手袋の編み方など多様であり、ストーリーテリングの動画は主に童歌を歌うものだった。一方、視聴回数が少ない動画については、特に「イベントの紹介」や「展示の紹介」の割合が、視聴回数が多い動画のそれに比べ 15%以上も高かった。

3.2.6 登場人物

人物が登場する動画は、視聴回数が多い動画では 53 本（66.2%）（1, 2, 3, 4 人以上登場する動画がそれぞれ 18, 10, 0, 25 本）、視聴回数が少ない動画では 58 本（63.7%）（1, 2, 3, 4 人以上登場する動画がそれぞれ 22, 1, 6, 29 本）であった。さらに登場人物が 1~3 人の動画について、その人種を調べたところ、視聴回数が多い動画では、黒人が現れるものは 28 本中 0 本、延べ人数で言うと 38 人中 0 人であった。一方、視聴回数が少ない動画では、黒人が現れるものは 29 本中 2 本、延べ人数で言うと 42 人中 2 人であった。

さらに、視聴回数が多い動画、少ない動画から、登場人物が 4 人以上の動画をそれぞれ 10 本ずつ、計 20 本無作為に選び調査したところ、視聴回数が多い動画では図書館員が現れるものは 8 本で、1 人が 1 本、2 人が 1 本、7 人が 1 本、9 人が 1 本、10 人以上が 4 本であった。視聴回数が少ない動画では図書館員が現れるのは同じく計 8 本であったが、人数は 1 人が 6 本、2 人が 1 本、3 人が 1 本であった。

3.2.7 考察

動画の時間の結果から、動画の時間が、短すぎる（具体的には 30 秒以下）、あるいは長すぎる（具体的には 20 分以上）の場合は視聴回数が少なくなる可能性が示された。また、視聴回数が少ない

表 6: 内容の分類結果

		視聴多		視聴少	
図書館サービスの提供	情報提供サービス	0	(0.0%)	16	(17.6%)
	図書館の紹介 チュートリアル	23	(28.8%)	5	(5.5%)
	対象者別サービス	20	(25.0%)	9	(9.9%)
当該図書館の紹介	図書館全体の紹介・PM	7	(8.8%)	4	(4.4%)
	サービスの紹介	19	(23.8%)	5	(5.5%)
	イベントの紹介 (報告)	6	(7.5%)	22	(24.2%)
	イベントの紹介 (告知・参加者募集)	8	(10.0%)	28	(30.8%)
	施設・スペース・設備の紹介	1	(1.3%)	4	(4.4%)
	展示の紹介	0	(0.0%)	14	(15.4%)
	その他の紹介	3	(3.8%)	1	(1.1%)
	親近感・エンターテイメント	12	(15.0%)	0	(0.0%)
寄付・サポートのお願い		1	(1.3%)	2	(2.2%)
読書活動の PM		1	(1.3%)	0	(0.0%)
その他		0	(0.0%)	3	(3.3%)
不明		0	(0.0%)	7	(7.7%)

動画は、視聴回数が多い動画に比べ、タイトルの単語数、文字数が少なく、説明文が付与されている動画の割合も低かった。したがって、動画に関する情報が少ない動画は視聴されにくい可能性が示された。さらに、内容分析の結果から、視聴回数が多い動画は、それ自身が図書館サービスの役割を果たすものが多く、特にチュートリアルやストーリーテリングといった動画は視聴されやすいことが示唆された。

次に、登場人物の結果について述べる。まず登場人物が3人以下の動画については、視聴回数が多い動画には白人しか現れないのに対し、少ない動画では2本で黒人が現れることが分かった。登場人物が1人の動画ではその登場人物が「主人公」である。主人公が黒人の動画は40本中1本で、延べ人数(同じ人の動画もあったから)で言うと40人中1人であり、これは米国における黒人の人口比率を考慮しても少ないのではないかと⁷。

一方、登場人物が4人以上の動画に限って言えば、図書館員が多く登場する動画の方が視聴回数が伸びる可能性がある。図書館員が多く現れる動画の多くは、自分達の図書館が如何に良い所であるかを力説する内容となっていた。そのような主張をするからには動画の様々な部分に力を入れることになり、細部の質の高さが視聴回数の高さにつながっている可能性もある。またそのような内容の動画は人(学校の生徒や地域に新たに引っ越してきた人など)に紹介しやすく、結果、視聴されやすいというのものもあるかもしれない。

4 おわりに

本研究では、公共図書館における YouTube の利用実態および視聴されやすい動画の傾向を明らかにすることを目的とし、他のソーシャルメディアと比較した YouTube の利用率と視聴回数を増加

／減少させる可能性がある動画の要素を調査した。

結果、(a) 動画の時間が短すぎる、または長すぎる、(b) タイトルや説明文等の情報量が少ない、(c) 黒人が登場する、といった要素が視聴回数を減少させる可能性がある一方、(A) それ自身が図書館サービスを提供するものである、(B) 図書館員が多く登場する、といった要素は視聴回数を増加させる可能性が示された。

今後は、調査対象のサンプル数を増やし、また、YouTube 以外のソーシャルメディアについても調査を行うことで、より有効な図書館の情報発信の方法を検証していきたい。

注

- 1) <http://www.americanlibrarydirectory.com/default.asp>
- 2) 図書館の情報が発信されていない自治体のアカウントや、Library of Congress のアカウントを利用している場合はここに計上した。
- 3) 本調査を始める前に公式ウェブサイトが更新され、当該 YouTube ページへのリンクがなくなつたため、調査対象から除外した。
- 4) 館数とアカウント数が一致しないのは、1つのアカウントを複数の館が用いている場合があるためである。例えば Four County Library System のアカウントは、調査対象館のうち2館が利用していた。
- 5) 動画の投稿回数が極めて多い館は、他の要因が影響している可能性があるため、分析対象から除外した。
- 6) https://betaface.com/demo_old.html
- 7) 2010年の国勢調査では、黒人(アフリカ系)の人口比率は12.6%であったことが報告されている(<https://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-02.pdf>)。