

米国の図書館におけるインスタグラムの利用実態

Investigation on the Utilization of Instagram in U.S. Libraries

学籍番号：201721712

氏名：劉 遅

LIU Chi

インスタグラムは、スマートフォンやパソコンで写真や動画を簡単にシェアすることが出来るサービスであり、Kevin SystromとMike Kriegerらによって2010年に公開された。現在インスタグラムの利用者は急増しており、アカウントを開設する図書館も米国を中心に増えている。インスタグラムの写真を通じて、図書館は自身の活動を広く知らせることができ、それらは重要な広報ツールになりつつある。だが一般の企業・組織が開設したアカウントに比べると、図書館アカウントのエンゲージメントは遥かに少ない。ここでエンゲージメントとは「いいね！」や「コメント」といったフォロワーの反応を指す。そこで本研究では、エンゲージメントが多い図書館インスタグラムアカウントの実現を目指して、どのような写真に「いいね！」が付きやすく、逆に付きにくいかを分析した。調査対象館は米国の公共・専門・大学図書館とし、まずこれらを北米の図書館ディレクトリである American Library Directory から無作為に100館抽出した。次にこれらがインスタグラムのアカウントを開設しているかを調べ、開設していた43館を本研究の分析対象とした。43館の内訳は公共図書館25館、専門図書館6館、大学図書館12館である。これらが2018年に投稿した写真を、各館から基本的に50枚ずつ無作為に抽出し、どのような写真があるかをタイプ分けした。さらに「いいね！」数が最も多い／少ない写真3枚ずつを各館から抽出し、どのような写真に「いいね！」が付きやすい／付きにくいかを分析した。こうした傾向に関する知見は、エンゲージメントが多いインスタグラムアカウントを実現したいと考えている図書館にとって有益と思われる。

結果、「いいね！」が付きやすい写真は、(1)図書館や図書館の建物に強い関連があるもの、(2)独創なアイデアがあるもの、(3)知名度が非常に高い人や物を被写体としたもの、(4)画質・構図と色度が良いもの、(5)重大な祝日あるいは記念日に撮られた写真や、記念の意義が高いもの、(6)流行しているイラストレーション、などであることが明らかになった。逆に「いいね！」が付きにくい写真は、(1)文字のみのもの、(2)サイズが小さい、あるいは画質・構図と色度が悪いもの、(3)単なる本の写真、(4)仕事をしていない図書館員を含むもの、(5)広告用途のもの、(6)あまり知られていない人を紹介するもの、(7)ポスター形式の写真、などであった。全体に最も多い写真は「図書館活動」に関するものであった。

指導教員：辻 慶太

副指導教員：宇陀 則彦