

## ソーシャルメディアにおける本の紹介に関する研究 —TikTokの個人投稿動画を使用して—

伊藤 皆子

『令和4年度 情報通信白書』（総務省）では、2022年1月時点でユーザー数が多いソーシャルメディアとして、Facebook、YouTubeとともに、TikTokが6番目に位置づけられている。近年、YouTubeやTikTokなどのソーシャルメディアが普及する傾向が見られ、なかでもTikTokは若者を主要なユーザーとした状態にある。一方、若者については以前から「読書離れ」が指摘されている。2022年に実施された第67回『学校読書調査』によれば、「不読者」の割合について、小学生では6.4%、中学生は18.6%、高校生は51.1%という結果が出ており、年齢を重ねるにつれて不読者の割合が増加する傾向にある。この背景としてソーシャルメディアの普及が指摘されることもあるが、ソーシャルメディア利用と読書活動は必ずしも対立した関係にはなく、ソーシャルメディアを使用して動画で本を紹介する活動が読者に肯定的な影響を与えたとされる事例もある。例えば、TikTokで本を紹介する動画の配信者（通称BookToker）が、『残像に口紅を』という文庫本をTikTokで紹介したところ、全国の書店、ネット書店での販売数が顕著に増加、重版に至ったとされる。こうしたTikTokにおける本の紹介はBookTokと呼称されて近年注目され、全国紙の記事でも取り上げられた。

本研究では、ソーシャルメディアで動画によって本を紹介する活動が、読書意欲や本のディスプレイバビリティを向上させているという指摘を踏まえ、そうした活動の特徴を明らかにすることを目的としている。

具体的にはTikTokの動画を対象とし、2023年6月1日～6月30日までの30日間、「#本の紹介」をハッシュタグとして付与されて投稿された動画を収集した。出版社の公式アカウントから投稿された動画などを除外し、個人によって投稿された動画205件を分析対象としている。分析については以下の2つを実施した。(1) 動画内で紹介された本の傾向の分析（著者、出版社、出版年、ジャンルなど、書誌情報を使用）、(2) 動画の内容や制作に関係する特徴の分析（紹介者の発話における語彙の特徴、動画の長さ、音楽（BGM）の使用の有無など）。

本研究の結果、TikTokにおいて本を紹介する動画で扱われる本には漫画や小説が多く、TikTokの主要ユーザーである若者の嗜好との関係が示唆されること、比較的最近に出版された本が取り上げられる傾向があること等が指摘される。動画の内容や制作の特徴としては、平均して1冊の紹介に60秒かそれよりも短い時間で、少ない語彙で紹介する傾向がみられる等が指摘される。本研究では計量的な調査分析を踏まえ、実証的にその特徴を明らかにすることを試みている。

（指導教員 原 淳之）