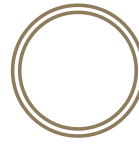


利用者参加とオープン志向が特徴 のWeb2.0型Q&Aサイトに見る ヘルスコミュニケーション: 生活習慣病とメタボリック シンドロームの質問と回答

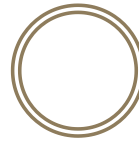
- 中山和弘（聖路加看護大学）
- 戸ヶ里泰典（東京大学大学院健康社会学）

背景と目的



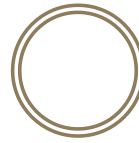
- Web2.0型またはユーザ参加型のQ&Aサイト（「教えて！goo」「Yahoo!知恵袋」など）は、Webで現在もっとも成長している領域である（前年比約200-300%）
- 健康関連の質問も数十万件以上で、検索ヒット率の高い情報資源となってきた
- 有効なヘルスコミュニケーション（健康情報の伝達・共有）には、個々人の状況や文脈に沿っていることが必要であり、このような消費者生成型メディア（CGM、Consumer Generated Media）は、利用者参加とオープン志向でそれを実現している可能性
- そこで、Q&Aサイトの質問と回答の分析を試みた

対象



- **対象サイト:「Okwave」** <http://okwave.jp/>
- **選定理由: 月間利用者は500万以上と「Yahoo!知恵袋」と並ぶ最大手であり、内容は「教えて!goo」とほぼ同じであるが、検索機能が充実**
- **質問内の検索キーワード: 「生活習慣病」と「メタボリックシンドローム(メタボリック、メタボ、メタボリック症候群を含む)」の2つ**
- **検索対象期間: 2007年9月30日から過去2000年まで**
- **検索でヒットした213件と133件の質問について、まず、4半期ごとの質問数の推移の把握、質問の分類を行った**

分析項目と方法



- **それぞれの質問への全回答382件と298件**
- **目的変数は、質問者が良回答に対して1つずつ与えられる「20pt」と「10pt」のポイントの有無**
- **説明変数は以下の3項目**
- **回答者（「どんな人」）：「経験者」「一般人」「専門家」**
- **回答の種類：「アドバイス」「回答」「補足要求」**
- **回答に対する自信：「自信あり」「参考意見」**
- **クロス表による χ^2 検定と、良回答のポイントの有無（2値）を目的変数としたロジスティック回帰分析（モデルは主効果のみと2次の交互作用も含むもの）**

図1 質問件数の推移(四半期毎:Q)



基本的に重複しない内容で蓄積されているが、4半期毎で増加傾向で、「メタボリックシンドローム」は急増していた

—メタボリックシンドローム
—生活習慣病



図2 生活習慣病の質問の内容(%、N=121)

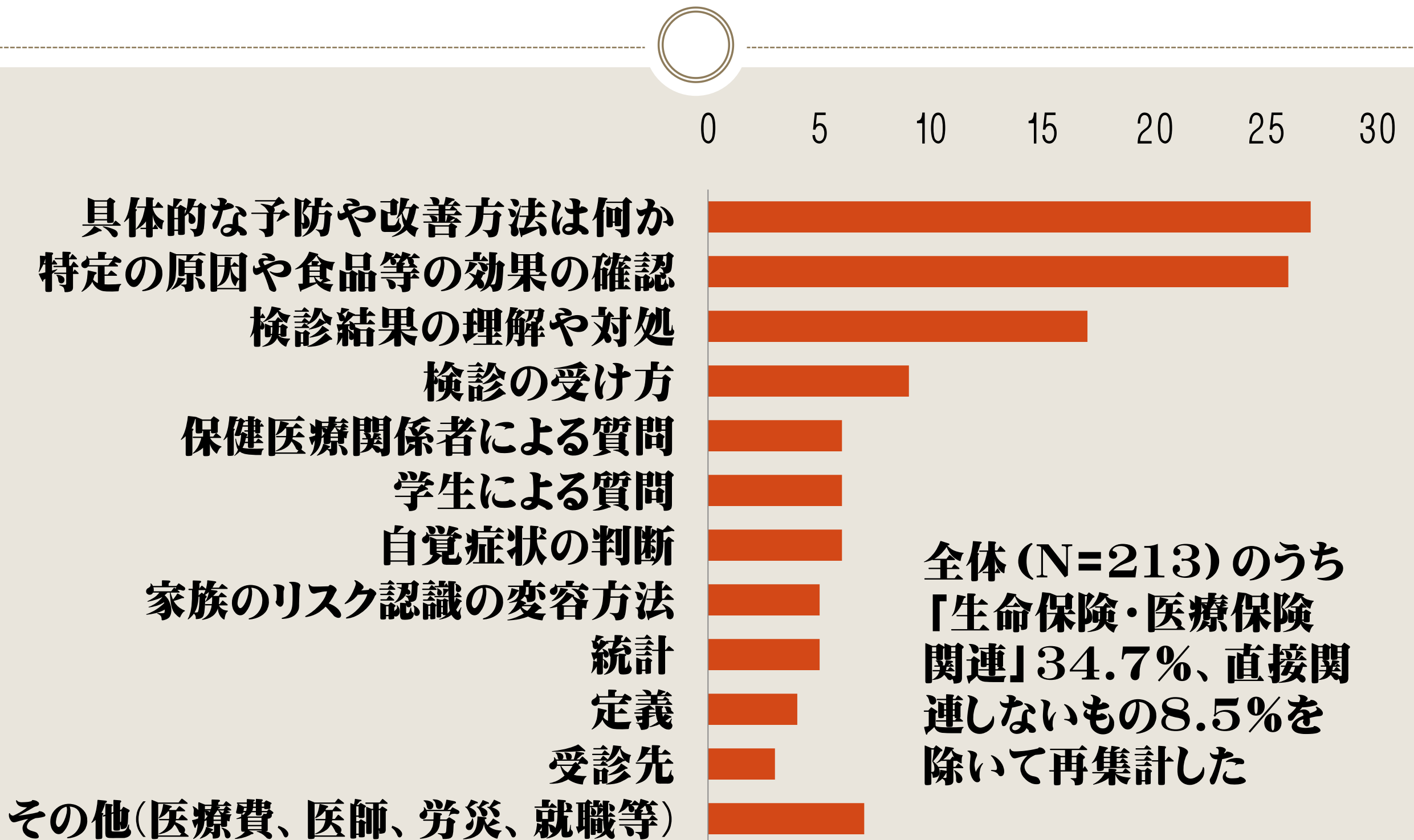
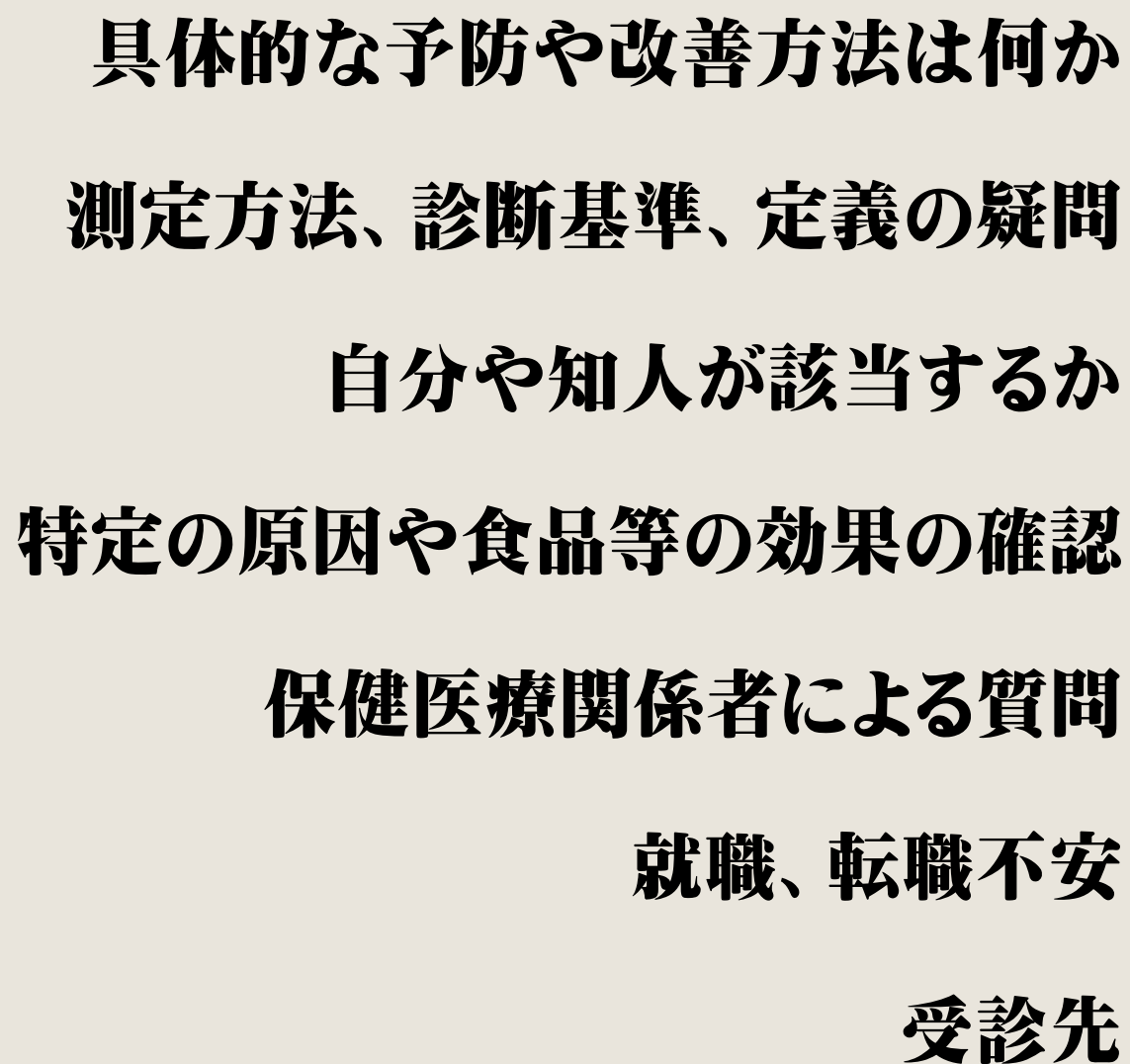


図3 メタボリックの質問の内容(%、N=97)

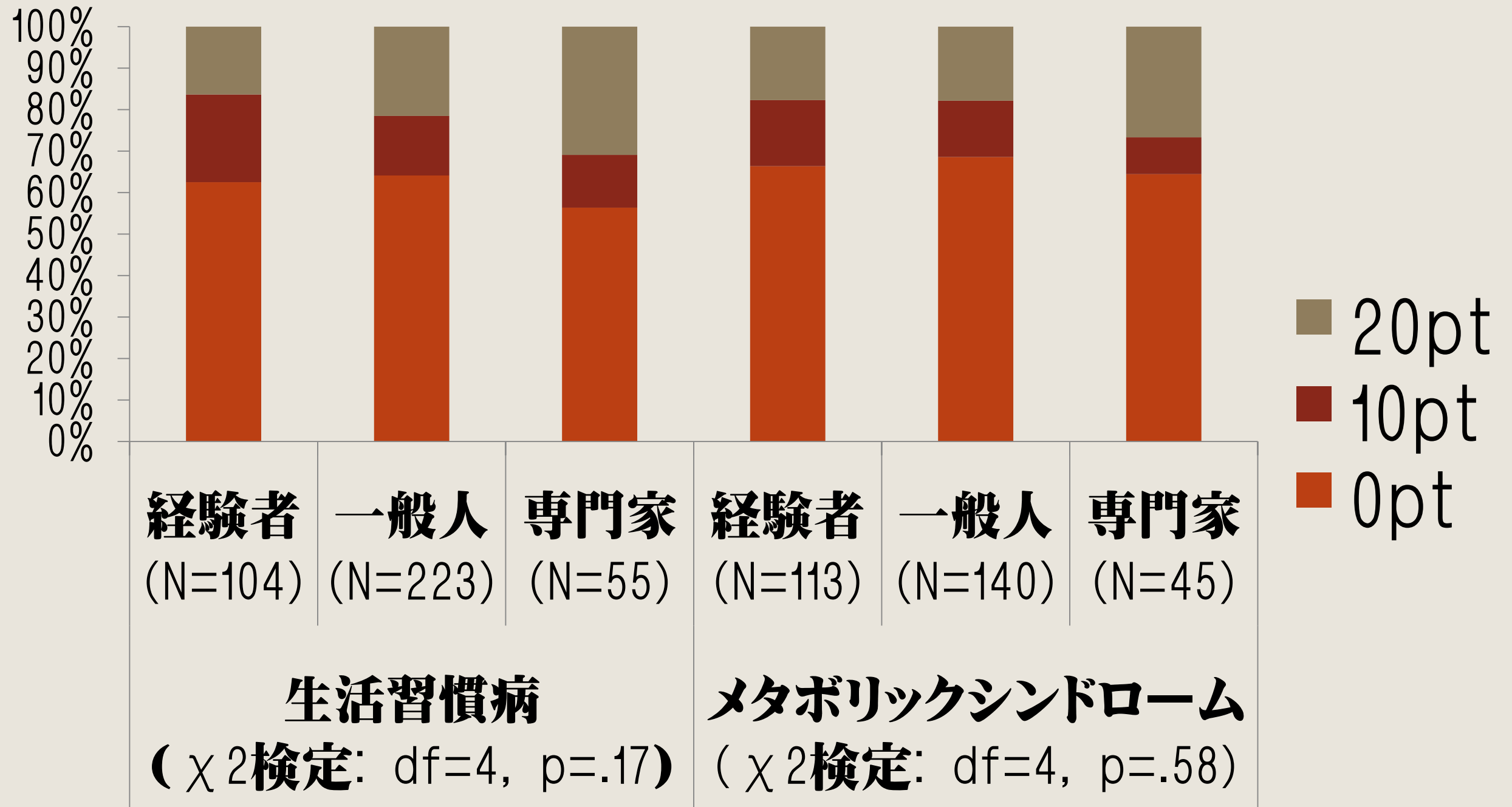


0 10 20 30 40 50 60

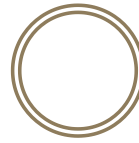


全体 (N=133) から、「生命保険・医療保険関連」3.8%、体型表現(「メタボ系」「メタボおやじ」など)12.0%、直接関連しないも11.3%を除いて再集計した

図4 回答者別の良回答ポイントの割合

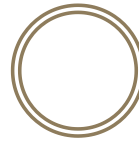


結果と考察



- **メタボリックへの注目度は急上昇で(図1)、内容では、生活習慣病にくらべその定義や対応が中心(図2、図3)**
- **「医師にあんたが悪いと言われ傷ついた」「撲滅して医療費削減効果はあるか」「厄払いの科学的根拠か」「健康自己責任論への疑問」など、多様な情報ニーズが把握可能**
- **メタボリックなど新たな情報でのモニタリングが可能**
- **良回答(全質問の85%以上にある)の要因分析では、回答者の種類や自信などとはいずれも関連が見られず(回答者別のポイントの割合は図4)、回答の内容が問題**

結論:残された課題



- 良回答は「専門家」以外からも同程度に提供され、質問者のニーズには、専門的な知識に限らず、共感や理解、妥当性や承認などのサポートが含まれるのか、コミュニケーション手法の問題か（回答者分類の正確さの問題は残る。「専門家」は9割以上「自信あり」で他より有意に高い）
- 今後、質問と回答の文脈や表現方法の分析により、市民の情報やコミュニケーションにおけるニーズが把握可能か
- 参加型Q&Aサイトは「集合知」による助け合いのコミュニティとして発展の可能性、そのとき専門職は
 - ✦ 本研究は日本学術振興会科学研究費補助金基盤研究(B)「インターネット情報に翻弄される患者、家族を支援する看護職のためのeラーニング開発」(研究代表者 中山和弘、平成19-22年度)の一部として実施した