慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	2ちゃんねるのコミュニケーションに関する考察 : インターネットと世論形成に関する議論への批評
Sub Title	Communication in "2 Channel" : a critical approach to theinternet and public opinion arguments
Author	平井, 智尚(Hirai, Tomohisa)
Publisher	慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
Publication year	2007
Jtitle	メディア・コミュニケーション : 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (Keio media communications research). No.57 (2007. 3) ,p.163- 174
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1121824X-20070300-0163

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

2ちゃんねるのコミュニケーションに関する考察

――インターネットと世論形成に関する議論への批判――

平井智尚

▶1　はじめに

本論文では，電子掲示板「2ちゃんねる」の問題を中心に考察する。ただし，2ちゃんねるの問題に関する考察といっても様々な角度から接近することが可能であり，対象範囲の絞り込みが必要となる。本論文では大きく分けて二つの問題に対象を絞り込んで考察を進める。第一に，社会学やコミュニケーション論の知見を参照しながら，2ちゃんねるにおけるコミュニケーションの特徴及びその実践によって形成される意味の問題に言及する。第二に，インターネットと世論形成に関する既存研究への批判的な考察を行う。2ちゃんねるの利用人口は数百万人とされており，既存のメディア環境では見られなかったようなコミュニケーションが日常的に行われている。そのうえ，社会に対する一定の批判性も垣間見られ，そこに新たな世論形成の可能性を見出せるかもしれないのである。しかし，2ちゃんねるのコミュニケーション実践で形成される意味と「世論」の間には溝があるのではないだろうか。この問題については，集合的アイデンティティの議論を基にして帰納的に明らかにしていく。

▶2　2ちゃんねるのイメージ：マス・メディアの報道を手がかりとして

まずは，インターネット上の掲示板の一つに過ぎない2ちゃんねるが社会的に注目されてきた理由を考える。その指標としてマス・メディアの報道を参考にする。

児童誘拐や公共機関の爆破などの犯罪予告を2ちゃんねるに書き込んだことで逮捕される事件は頻繁に報道されている。また，2ちゃんねるに端を発するとされる，「winny」などのファイル交換ソフトの利用による機密情報の情報流出事件は一種の社会問題となった。つまり，2ちゃんねるに関連したマス・メディアの報道によって「犯罪の温床」及び「社会問題の発生源」といったイメージが構成され，一種の「無法地帯」として2ちゃんねるは社会的に認識されてきたと一方では言うことができる。

他方では，掲示板内部におけるコミュニケーションの特徴に着目されることがある。2ちゃんねるが各種メディアで取り上げられる場合，コミュニケーションの特異性が取り上げられることがある。その一例として，やりとりされているメッセージの性質があげられる。2ちゃんねるや2ちゃんねるの様式を模したウェブサイトには，「2ちゃんね

る用語」や「アスキーアート」といった「ジャーゴン」があふれかえっている。また，新聞やテレビなど大手のマスコミの言論空間では不可視であった意見・情報が多く見られるのも特異とされる理由の一つだろう。それは，「反中」や「嫌韓」といった中国や韓国に対する過剰な批判，朝日新聞などの特定のマスコミに対する批判的な態度などに表されている。この点については，大手マスコミの組織ジャーナリズムとは異なる言論空間として肯定的に解釈することが一方では可能である。しかし他方では，「２ちゃんねるはどちらかというと，ネガティブ情報の方が多い。人間の負の部分のはけ口だから，ゴミためとしてあっても仕方ない。」といったような発言[1]があったり，「負の感情のるつぼ」（荷宮，2005）といったような定義づけがなされたりしているように，否定的な解釈は数多い。

いずれにせよ，２ちゃんねるを犯罪・社会問題の発生源及び特異なコミュニケーション状況と見なすようなマス・メディアの報道が，２ちゃんねるに関するイメージを構成していると見なすのは妥当である。とりわけ，インターネットを利用しない人々や２ちゃんねるにアクセスしない人々の認識に大きく影響を及ぼしているだろう。だが，実際の２ちゃんねるのコミュニケーションは決して逸脱的ではない。むしろ，コミュニケーション論の文脈に即して把握することが可能なのである。そこでまずは，様々な既存研究を参照しながら，２ちゃんねるにおけるコミュニケーションの特徴について明らかにしていく。

▶３　２ちゃんねるにおけるコミュニケーションの特徴

（1）自己提示――社会的制約からの解放

２ちゃんねるに限らず，インターネット上の掲示板やブログの書き込みは，無意味で，書き捨てられたメッセージのように見える。しかし，どのようなメッセージであれ，コミュニケーションに参加している人々の「自己提示」を表しているのは言うまでもない。ここで「参加者の自己提示」という観点に着目するのは，インターネットとコミュニケーションの問題を明らかにする際の出発点として適切だからである。それは既存研究の蓄積からも窺い知ることができる。CMC（Computer Mediated Communication）研究では，コミュニケーションと自己提示の問題についてはかねてより言及されてきた。その中でも最たるものは「アイデンティティ・プレイ」の議論であろう。CMC研究で言及されてきたアイデンティティ・プレイの議論について要約すると以下のように説明することができる。

> 理論上，CMCは「アイデンティティ・プレイ」の特別な機会を提供する。アイデンティティ・プレイというのは，誰かに成りすますことや自身の違う一面を演じることである。女性は男性を演じることができるし，男性が女性を演じることもできるのである。……ゲイの人たちは偏見や差別といった日常の恐怖を免れ，オンラインで公にすることができる（Thurlow et al., 2004：100）。

アイデンティティ・プレイに関する議論はCMCにおける「プレイ（演技）」の側面が強調されがちであるが[2]，自己提示という観点からいえば行為者自身による選択の裁量が対面的な状況よりも広がるという点に着目するべきである。対面的な状況でも発話・ジェスチャー・服装などの自己提示を操作することは可能であるが，性別・人種・年代などの身体的な表出に関係する自己提示を行為者自身が操作することは極めて難しい。ま

脚　注

1．オーマイニュース・鳥越俊太郎編集長へのインタビューでの鳥越氏の発言　ITmedia（http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0607/10/news052.html）

た，社会における支配的な価値や規範から逸脱するような自己提示は行為者自身によって抑制されることが多い。CMCではこうした制約から比較的自由な状況に行為者は置かれるのである。それは，行為者を取り巻くコミュニケーション状況を形成・維持するコンテクストとしての「匿名性」と「参入離脱の容易さ」がCMCにおける自己提示に影響を及ぼしているからである(3)。

本論文で問題にしている電子掲示板のコミュニケーションについて直接言及したものではないが，チャン（2000）はインターネットにおける自己提示の問題について「個人のホームページ」に焦点を当て示唆に富む考察を行っている。チャンによると個人のホームページは「解放の媒体（emancipatory medium）」であるという。ここでいう「解放」とは社会的な制約からの相対的な自由を意味している。さて，こうした「解放」がホームページの製作者にもたらされるのは二つの理由による。第一に，ホームページは非常に洗練され，精巧な印象の伝達を可能にする。それは，対面的相互行為とは対照的である。なぜならば，対面的相互行為では「サインの媒体」としての身体を通じた，非意図的な表出が行われるのに対し，ホームページにおける自己提示では非意図的な表出を行う身体は自己の支配下にあるためである。第二に，ホームページは困惑・拒絶・嫌がらせから製作者を保護する。困惑などは対面的相互行為において頻繁に経験することであり，自己提示に制約をもたらす経験である。ホームページという解放の媒体は，他者に対して伝達したいと思いながらも，実際の生活では伝達が困難な個人の情報やメッセージを提示することを可能にするのである。

インターネットとコミュニケーションの問題を考察する際に社会的制約からの解放といった見方を過度に強調するのは問題であるが，有効な視座の一つであることに変わりはない。なぜならば，インターネット上で個人間のコミュニケーションが展開される場面の多くに社会的制約からの解放という見方が当てはまるためである。それは，本論で問題にしている２ちゃんねるについて考察する際にも有効な見方であるように思える。２ちゃんねるの匿名性は比較的高く，参入離脱も容易である(4)。こうした二つのコンテクストが社会的な制約からの解放を保障しているために，日常的には顕在化することが少ないコミュニケーションが行われていると見なすことができる(5)。

脚　注

2．アイデンティティ・プレイの議論については明確に批判しておくべき点がある。第一に，アイデンティティ・プレイがCMCに固有のものとして誇張されていたという事実である。ゴフマン（1959＝1974）の議論に依拠するならば，対面的なコミュニケーションにおける自己提示も見方によっては「プレイ」なのであり，「インターネットはコミュニケーションが展開される別の舞台を提供するに過ぎないのである」（Thurlow et al., 2004：100）。つまり，アイデンティティ・プレイのような議論に言及する際にオンラインの特殊性を強調するのは適切ではない。「プレイ」はコミュニケーションにおける一般的な特徴であり，コミュニケーションが展開される状況ごとの「役割」などとの関連で考える方が適切である。第二に，アイデンティティ・プレイの議論は1990年代前半のMUDなどに関する言及が中心であったという事実も一定の留保条件としなければならない。2000年以降のインターネットのように多くの人々が利用していたわけではないという点で状況が異なるのである。

3．浅野（2005：176-177）はインターネット上のコミュニケーションのポイントとして「匿名性」・「自己呈示の自由度の高さ」・「参入離脱の容易さ」の三つをあげている。本論では自己提示の問題を考察するうえで，「匿名性」と「参入離脱の容易さ」の二つに関しては「状況」を形成するコンテクストと位置づけた。

4．周知のとおり，２ちゃんねるは「匿名」ではない。犯罪予告をして逮捕される者がいるように原則としてIPは記録されている。また，書き込みをするとIDが表示される場合には参加者をある程度特定することができる。ただし，共時的には限りなく匿名性の高い空間であることに変わりはない。

5．インターネットにおける社会的制約からの解放という見方が，２ちゃんねるのコミュニケーションを把握する際に有効であったとしても，メディア報道によって構成される２ちゃんねるの「イメージ」を客観的な事実として定義する根拠になるわけではない。社会的制約からの解放に関する解釈は非常に開かれている。一方においては肯定的な解釈が可能であり，他方において否定的な解釈も可能であることは容易に想像できるだろう。それは，マス・メディアの報道も例外ではない。つまり，大手マスコミは，２ちゃんねるのコミュニケーションを反社会的なものと否定的に解釈し，報道することが多いのである。ここでは否定的な解釈についての是非は問わない。しかし，大手マスコミの報道で否定的解釈が支配的であることは，社会的なコミュニケーションとして２ちゃんねるを把握する際の妨げになっていることは紛れもない事実であり，本論文の主眼に沿う限りにおいて批判しておくことにする。

（2）匿名のコミュニケーション状況に関する考察：SIDEモデルの議論を参考にして

社会的な制約から解放されるコミュニケーション状況としての２ちゃんねるという見方にはある程度の有効性がある。しかし，２ちゃんねるのコミュニケーションについて考察する際に十分であるとは言えない。それは，２ちゃんねるの書き込みに目を向けるとわかる。なぜならば，参加者たちは自己提示の制約から解放され，好き勝手な行動をしているとは必ずしも言えないからである。

例えば，善意・悪意の書き込みが連鎖する現象というのは，参加者の自己提示が一定の方向に傾斜していることを表している。また，テレビ番組の実況をする板で参加者が一斉に「キター」という書き込みをする現象は集団内の慣習化の兆候として読み取ることができる。このような現象は，社会的制約からの解放に伴う行動という見方だけでは説明できない。むしろ，ある社会集団の内部の規則や規範を順守した行動であり，集団的なアイデンティティすら示唆している。つまり，２ちゃんねるについて考察する際には，社会的制約からの解放という見方だけでは不十分なことがわかる。

そこで以下では，匿名のコミュニケーション状況における集団の行動とアイデンティティの問題に関する研究を参考にしながら考察を進める。この問題について考察する際に手がかりになるのは，「脱個人化の影響による社会的アイデンティティモデル（the Social Identity Model of Deindividuation Effects 以下：SIDEモデル）」に関する研究である[6]。SIDEモデルに関する研究は，「個人的な手がかりの欠如は，アイデンティティや相互行為において集団特性に対する参加者の意識を高める。そして，集団と関連する規範や基準への信頼を高める」という仮説のもとに，「匿名のCMC状況」に関する考察へと展開させる目的で行われてきた。仮説を実証するために採用された手法は主に実験室に設定した集団の観察である（Postmes et al., 1998：703）。

観察によって得られた知見については「匿名のコミュニケーション状況で集団の特性が明確な場合には参加者は脱個人化される傾向にある。結果として，個人としての意識よりも集団の一員としての意識が高まる」と要約できる。そして，集団の一員としての意識の高まりという知見から二つの視座が導き出される（Postmes et al., ibid）。①「個人」よりも「集団の一員」としての意識の方が高い場合，参加者は状況的な規範に従う傾向にある。②参加者たちが集団的なアイデンティティを意識している場合には内集団への偏向が高まり，外集団との区別や外集団への敵意が高まる傾向にある。

SIDEモデルが提起している視座は，実験室の集団を観察することで導き出されたものであり，実際のインターネット・コミュニケーションの状況に当てはまるとは限らない。しかし，不特定多数の人々が集まり，匿名のコミュニケーションが展開されているウェブサイトに着目するとSIDEモデルの議論が一定の有効性を持っていることがわかる。それは，ヘイトグループ，ファン集団，カルト集団などのウェブサイトに顕著である。それぞれの集団内には同じような考え方の人たち集まって討議を繰り返し，ほとんど反対意見を聞くことがないために議論は偏向していく。こうした現象はインターネット上で往々にして見かけられる（Sunstain, 2001＝2003）。それは，本論で問題にしている２ちゃんねるにも当てはまる。

遠藤（2004：131-132）は，２ちゃんねるには「ゲームのルールのようなもの」が存在すると指摘している。また，北田（2005：204）は，２ちゃんねるというのは「内輪での接続指向」と「メディア（マスコミ）へのアイロニカルな視線」が結合した空間である

脚注

6．SIDEモデルは，匿名のCMCの状況がアイデンティティの喪失や社会的規範の崩壊を招くといった議論の問題点を明らかにする目的で提起された。

と指摘している。こうした指摘は，２ちゃんねるの集団特性について言及しており，SIDEモデルから得られた「状況的な規範の順守」・「内集団への偏向」・「外集団との区別や外集団への敵意」といった視座と関連していることがわかる。

こうした既存研究の指摘をSIDEモデルの知見とつき合わせることで２ちゃんねるのコミュニケーションに関する考察を発展させることができる。繰り返すが，２ちゃんねるの問題を考察する際に社会的制約からの解放という見方に依拠するのは一定の有効性がある。それは，日常的には顕在化しない表現の発露やジャーゴンの多用といった現象から確認される。しかし，２ちゃんねるの参加者の行動を社会的制約からの解放だけで説明することは困難である。それは，ジャーゴンの儀礼的使用・慣習を理解していない人への批判や罵倒・マスコミ批判などの現象から帰納的に確認される。参加者たちは自己提示における個人の裁量を十分に活用し，自由に行動しているというよりは，むしろ集団内の「規範」に準拠し行動しているように見える。また，「他者」と認定される存在に対しては概して敵対的である。このことから，２ちゃんねるのコミュニケーション状況は内集団としての性質を持ち，そのコミュニケーション実践は「２ちゃんねらー」としてのアイデンティティを構成する過程と関連していることが確認されるのである。

（3）内集団の形成と社会背景
――1990年代以降の若者のコミュニケーションに関する議論を参考にして

SIDEモデルの知見は２ちゃんねるのコミュニケーションに関する考察を発展させる一助となる。しかし，匿名のコミュニケーション状況における行動の「モデル」とつき合わせるだけでは不十分である。なぜならば，匿名の状況であるからといってインターネット上に内集団が形成されるとは限らないためである。「ネティズン」の議論（公文，1996）や「電子公共圏」（干川，2001；吉田，2000）の議論のように，様々な社会階層に属する市民が分け隔てなく集まる空間の形成に寄与するという期待がインターネットの普及初期にはかけられていた。しかし，現状は一連の期待とはかけ離れている。では，こうした差異が存在するのはなぜだろうか。それは，インターネットを介したコミュニケーションに社会背景が影響を及ぼしているからではないだろうか。本節ではその社会背景の一つとして，1990年代以降の若者のコミュニケーションに関する議論に着目する。

90年代以降の若者のコミュニケーションの議論に着目するのは，インターネット・コミュニケーションを慣習的に行っている社会階層と重複するためである。本論文で問題にしている２ちゃんねるは若者・青年文化の一部としてこれまで言及されてきた(7)。また，2004年頃から利用者が増加したSNS（ソーシャル・ネットワーキング・システム）サービス(8)の中で最も利用者が多いとされる「mixi」（ミクシィ）の年齢構成を見ると20代が62.0%であり，利用者の大半を若者が占めているということがわかる(9)。つまり，インターネットとコミュニケーションの問題を考察する際には，若者のコミュニケーションに

脚　注

7．日本広告主協会Web広告研究会（http://www.wab.ne.jp/）によると，２ちゃんねるの利用人口は2005年９月末で990万人であり，年齢構成は10代までが20.0%，20代が15.0%，30代が30.7%，40代が21.9%，50代以上が12.5%となっている。２ちゃんねるの利用者層は30代と40代が多く，10代まで及び20代が少ないというのはこのデータに限らない。それゆえに「若者」という括りに問題があるよう思えるが，「1990年代以降」とすることによって時系列的な連続性が確保されるので一定の妥当性が見出せる。

8．SNSでは原則として知人や友人による招待によってオンライン・コミュニティへの参加が承認される。そのために，匿名性や参入離脱の問題を２ちゃんねると同じ観点で把握することはできない。しかし，内輪の指向性という点では２ちゃんねるより顕著である。

9．株式会社ミクシィによると，2006年７月24日時点での「mixi」の利用者層は10代が8.5%，20代が62.0%，30代が22.9%，40代が4.6%，50代以上が2.0%であるという。年代別のインターネット利用者層と比較すると，mixiにおける20代の利用が非常に高いことがわかる。
詳細はhttp://press.mixi.co.jp/press_00060726.htmlを参照

関する近年の議論に手がかりを見出せるかもしれないのである。

90年代以降の若者のコミュニケーションに関する議論は多岐に及んでいるが，社会学やコミュニケーション論の研究に着目すると，本論の考察を進めていくうえで一つの有効な議論が浮かび上がる。それは，「関係性（つながり）の重視」に関する議論である。「関係性の重視」とは，コミュニケーション過程において内容の伝達よりも，他者とのつながり自体がコミュニケーションの目的となっている状態を指す。いわゆる，「コミュニケーションのためのコミュニケーション」である。

社会学の文脈では，90年代半ば以降の若者たちのコミュニケーションは，マス・メディアなどの価値体系への共感が薄れ，自らと非常に近い位置にある友人とのつながりを重視するようになったという指摘がある（北田，2005：206）。同様に，若者たちは友人との付き合いにおいて状況を取り巻く関係性に対して繊細でありながら，関係それ自体を楽しむ傾向にあるという。ただし，関係性指向は「排除」の論理を必然的に伴っていることを忘れてはならないという指摘もある（浅野，2006）。それは，親密な関係性への配慮は繊細でありながらも，親密な関係性の外部に対する無関心が増大しているということである（土井，2004）。

社会学の文脈における「関係性の重視」という指摘は，メディア利用の問題に焦点化しているわけではない。ただし，メディア利用が社会背景を反映している以上は，メディア・コミュニケーションの文脈においても関係性を重視するような傾向が見られるはずである。この点については，小林・池田（2005：81）が携帯電話のメール機能に着目し，以下に示すような重要な指摘を行っている。つまり，携帯電話のメール機能は親しい他者とのつながりを維持するうえでは有効なメディアである。しかし，コミュニケーションの相手が同質性の高い他者に偏ることは，自分とは異なる他者とコミュニケーションをする機会を減少させる。結果的に，外集団に対する寛容性が低下し，個人的な関心を指向する傾向になる，ということである。

このように関係性を重視する傾向はメディア利用においても顕著であり，本論で問題にしているインターネット上の掲示板も例外ではない。SIDEモデルによって導き出された視座は，インターネット・コミュニケーションを社会的制約からの解放という側面だけで論じることの限界を明らかにした。さらに本節で90年代以降の若者のコミュニケーションに関する議論を取り上げたことにより，内集団の形成について社会背景との関連性を明確に示すことができた。

▶4　2ちゃんねるで生起する集合行為と意味の形成

CMC研究・SIDEモデル・1990年代以降の若者のコミュニケーション，という三つの議論を参考に考察することで2ちゃんねるにおけるコミュニケーションの特徴をある程度抽出することができた。この作業は，理解しがたい側面も多い2ちゃんねるにおけるコミュニケーションの特徴を把握する際の一助と位置づけられる。次いで，2ちゃんねるのコミュニケーション実践に内包される意味の問題へと考察を発展させる。その際には「祭り」と呼ばれる集合的現象に着目する。

祭りと呼ばれる現象は，2ちゃんねる内の特定のスレッドが爆発的に盛り上がっている状態を指す。趣味や専門知識に関する議論は別にしても，2ちゃんねるで時事問題や社会問題に関する議論が行われる期間は総じて短い。各種の話題が散発的に消費されることが常態であるのは，2ちゃんねるのコミュニケーションが「ネタ」を担保にしているためである（鈴木，2002；北田，2005）。それゆえに，ネタ（コミュニケーションの素

材）の新鮮味が失われることで議論の盛り上がりも失われるのである。だが，場合によっては議論の盛り上がりは数日〜数十日といった中・長期間にわたり，多くの参加者が関与し，外部の対象との関係性も明確になることがある。それは「祭り」と呼ばれる現象へと発展する場合である。既存研究においても，「田代祭り」[10]や「吉野家祭り」[11]に関する言及がされており，それぞれに興味深い指摘がされている（前田，2004；伊藤，2005）。また，レコード会社がヒット曲の宣伝のために使用した猫のキャラクターが２ちゃんねるに登場する「モナー」に酷似しているということで話題になった2005年9月の「のまネコ騒動」は，２ちゃんねるで祭りになっただけでなく，新聞やテレビの報道でも取り上げられたので，社会的な認知度も比較的高い[12]。

さて，祭りというのはジャーゴンの一種であり，換言するならば「２ちゃんねるで生起する集合行為」である[13]。祭りという現象を集合行為という枠組みで把握することの有効性は，集合行為に関する理論的考察の中に求められる。その中でも，メルッチが集合行為の定義の一つとして提示している「意味形成をもたらすような行為と関連する人々の能力を包含する」（Melucci, 1996：20）という点にここでは着目する。

集合行為と意味形成について考察する際に重要なのは，「集合的アイデンティティの構成」に関する問題である。集合的アイデンティティの構成は諸個人が関与（相互作用・交渉・敵対など）を通じて，共通の認知のフレームワークを構成していく過程として把握される（Melucci, 1989＝1997）。近年の集合行為に関する議論では集合的アイデンティティの構成に注目されているが，それは集合的アイデンティティの構成自体が集合行為の意味を表すと考えられているためである。以下では，具体的な集合行為を参照しながら集合的アイデンティティの構成の過程を考察することで，２ちゃんねるのコミュニケーション実践に内包されている意味の問題を明らかにする。

伊藤（2005：107-108）は，吉野家祭りを戯画とパロディーの精神が伴ったパフォーマンスと見なしている。伊藤の言う「戯画とパロディーの精神が伴ったパフォーマンス」を参加者たちが共有していく過程に吉野家祭りの集合的アイデンティティの構成を見出すことができる。吉野家祭りの参加者は一定の規範に基づいて行動していた。この規範は参加者間のコミュニケーションによって共有された「われわれ意識」である。ただし，参加者間の内的な規範の共有だけでは集合的アイデンティティの構成は説明できない。なぜならば，集合的アイデンティティの問題は諸個人の内的関係とともに，外的な環境（他者の存在や抽象的なシステム）との関係性において理解されるべきだからである（Melucci, 1996）。では，ここでの外的な環境とは何であろうか。伊藤が指摘しているように吉野家祭りには「日常のリアリティに疑いを差し挟む」という特徴も見出せる（伊

脚　注

10.「吉野家祭り」とは，牛丼チェーン店「吉野家」で特定のメニューを注文するというオフ会の総称である。吉野家に関するパロディーの２ちゃんねる上での盛り上がりをきっかけとして，2001年12月24日に最初の大規模なオフ会が行われた。最も規模が大きかったのは2002年12月24日のオフ会であり，参加人数は延べ約２千人であったとされる。
詳細は，伊藤（2005）や「殺伐と吉野家へ」（http://www2.mnx.jp/carvancle/yoshigyu/）などを参照

11. 2001年，米TIME誌の「PERSON OF THE YEAR」（その年を代表する人物）のインターネット投票で元タレントの「田代まさし」が１位を獲得した。これは，２ちゃんねるの参加者が悪ふざけで田代まさしに大量の投票をした結果である。この一連の過程を「田代祭り」という。「PERSON OF THE YEAR」は最終的に元ニューヨーク市長のルドルフ・ジュリアーニが選出された。
詳細はITmedia（http://www.itmedia.co.jp/news/bursts/0112/21/10.html）などを参照

12. テレビや新聞の報道で「祭り」というラベリングがされることはほとんどない。大抵は「ネット掲示板（２ちゃんねる）の出来事」として扱われる。ただし，雑誌などでは「祭り」として扱われたこともある。

13. インターネットに代表される電子ネットワークを媒介とした集合行為は数多く生起しており，既存研究においても様々な言及がなされてきた。例えば，1999年に米シアトルでWTO会議が行われている際に起こったアンチ・グローバリズムの運動やラインゴールド（2002＝2003）の指摘する「スマートモブズ」と呼ばれる現象があげられる。

藤，2005：108)。日常のリアリティとは，集合行為の参加者を取り巻く外的な環境（日常生活の常識）であり，それに対する批判的態度を共有することは集合的アイデンティティの構成に寄与している。つまり，吉野家祭りでは内的な規範の共有と日常のリアリティへの批判の結節点に集合的アイデンティティの構成を見出すことができるのである。

また，2002年７月の「湘南ゴミ拾いオフ」などに代表される，マス・メディアを対象として集合行為が生じる場合には外的な環境との関係性は非常に可視的になる。湘南ゴミ拾いオフにおける「ゴミ拾い」という行動には，組織的な慣習に沿った建前的な報道を繰り返すマスコミの姿勢を批判する，という意味が内包されていた。こうしたマスコミに対する批判的な態度が集合的アイデンティティの構成に影響を及ぼしていたというのは明らかである。また，参加者間のコミュニケーションにおいて共有される内的な規範も当該の集合行為における集合的アイデンティティの構成に深く関係していたのは言うまでもない。先に述べた「内輪での接続指向」と「メディア（マスコミ）へのアイロニカルな視線」が結合した空間としての２ちゃんねる（北田，2005：204）を，マス・メディアを対象として生起する集合行為は象徴しているとも言える(14)。

ここで例示した二つの集合行為には表面上の統一性は見出せない。他の事例も加えると規模や内容の面での統一性の欠如はさらに深化する。しかし，集合的アイデンティティの構成という視座を援用することによって，一見すると相容れないような諸現象は総体的には同質なものとして理解することができる。一方において，２ちゃんねるで生起する集合行為では参加者間で内的な規範が共有され，内集団の関係性を再生産するような意味が見出せる。だが他方では，社会的に共有されている日常生活の常識やマス・メディアの言説といった支配的なコードに対する一種の批判的な意味も見出せるのである。集合行為及び集合的アイデンティティの問題に着目することで導き出された以上のような視座が２ちゃんねるのコミュニケーション実践に内包される意味なのである。

▶５　インターネットと世論形成に関する批判的考察
――複合的メディア環境と２ちゃんねる

２ちゃんねるで生起する集合行為及びその過程において構成される集合的アイデンティティには，社会における支配的なコードに対する批判的意味が内包されていることを確認した。こうしたインターネット・コミュニケーションに見られる批判性は社会に対する問題提起として機能するかもしれない。それは，インターネットと世論形成の議論とも関連してくる。

「世論（public opinion)」については「公衆にとって重要な問題に関する集合的見解」という定義（McQuail, 2005：565）に本論文では依拠することにする。コミュニケーション論の文脈で議論されてきたように，現代社会における世論形成の過程では新聞やテレビなどのマス・メディアが多大な影響力を持つというのは言うまでもない。公衆の集合的見解が構成される過程でマス・メディアの影響力が支配的な現代社会において，イン

脚　注

14. 外的な環境との関係性が可視的になるのはマスコミのような組織が対象となる場合に限らない。個人が対象となる場合も多々ある。ウェブサイトなどで「社会的な常識が欠如していると見なされるような行動」を披露している個人を発見すると，その個人を糾弾するという目的で集合行為が生じるのである。個人を糾弾するような集合行為では，個人が運営する掲示板やブログのコメント欄が荒らされたり個人情報などが暴露されたりする。こうした現象は一見すると世間一般の道徳的規範に基づいた行動のようであるが，実際には本文中で述べたような集合的アイデンティティに基づいた行動に過ぎない。ブログやmixiへの書き込みが２ちゃんねる参加者の目にとまり糾弾されるといった「ブログ炎上」や「mixi炎上」と呼ばれる現象も2004～05年頃から生じている。

ターネット上の意見や現象と世論形成の問題はどのように位置づけられるのだろうか。

さて，インターネットと世論形成の問題についてはかねてより言及されてきた。この問題について理解する際には，柴内（2003）による時系列的な整理が参考になる。柴内によると，1995年以前のパソコン通信の全盛期には，電子ネットワーク（フォーラム）に集う人々による双方向コミュニケーションに世論形成の期待がかけられていたという。そして，1995～2000年のインターネット普及初期には，Web（ウェブ）が利用されるようになり，個人による情報発信にも期待がかけられるようになった。1999年に起こった「東芝ビデオ事件」は一個人による情報発信が世論に影響を及ぼすことを示す事例としてよく知られている(15)。東芝ビデオ事件について既存研究では，「一個人のホームページがマス・メディアに取り上げられることで世論へと転化した事例」と位置づけられている（三上，2000；吉田，2000）。ただし，柴内が指摘しているように，東芝ビデオ事件の事例はインターネット普及初期までに期待されていたような一連の議論の到達点でもある。2000年以降，双方向コミュニケーションや一個人の情報発信による世論形成に対する期待は失われていった。

インターネットと世論形成の問題については2000年以降も多くの議論が行われてきた。ここで２ちゃんねるに焦点が当たるのである。柴内も推察の域内であるが，本論文で言及した「祭り」と呼ばれる現象に「輿論（public opinion）」(16)が形成される可能性を見出している（柴内，2003：261）。また，遠藤（2004）はインターネット上の問題が「世論」として構成されるのは「間メディア性」が重要な役割を果たしていると述べている。間メディア性とはインターネット上の意見や現象をテレビ・新聞などのメディアが相互に参照し合うことである。間メディア性の議論はインターネット上の意見や現象が社会的な争点として可視化されることで世論へと発展する可能性を示唆している。こうした観点から議論を進めていくうえで２ちゃんねるの諸現象についても遠藤は言及している。同様に，田辺（2006：48）も「複合メディア環境というメディア間の相互参照系自体が世論形成の磁場として想定できる」という前提のもと，匿名掲示板（主に２ちゃんねる）を「世論へと転化する可能性の貯蔵庫」と見なしている。遠藤や田辺の議論は以下のように要約できる。すなわち，複合的メディア環境における争点の可視化によって，インターネット上の意見や現象が世論へと転化する可能性は存在しており，２ちゃんねるにもその可能性が見出せるということである。

複合的メディア環境におけるインターネットと世論形成に関する一連の議論は，具体的事例に着目するとその妥当性が確認されるように思える。2004年４月の「イラク日本人人質事件」の際に「自作自演説」がインターネット上の声として一部の報道で取り上げられ，「自己責任論」とともに争点化されたことは，間メディア性によってインターネット上の意見が世論へと転化した事例と呼べるのかもしれない。しかし，このような議論は２ちゃんねるを対象とする場合には妥当性があるとは思えない。なぜならば，間メディア性の過程において２ちゃんねるの意見や現象が世論へと転化されるような状況は，２ちゃんねるの参加者間で共有されている意識やコミュニケーション実践と一致しない

脚　注

15. 東芝ビデオ事件とは，1999年６月３日に，福岡市に住む38歳の会社員が，自分の購入したビデオデッキの不具合に対する東芝の対応の悪さに怒って個人ホームページを開設し，渉外担当の東芝社員が電話で吐いた暴言の音声をホームページで公開したことから，ネット上の各種掲示板で大きな議論が巻き起こった事件のことをいう。こうした一連のやりとりを雑誌，新聞などのマス・メディアが報道したことで東芝を批判するような世論を喚起した（三上，2000）。
16. 柴内が世論ではなく「輿論」という表現を使用しているのは，論文の主旨として「世論」と「輿論」を区別しているためである。ただし，本論文ではその差異について言及せず，「公衆にとって重要な問題に関する集合的見解」（McQuail, 2005：565）という定義に則る。

ためである。

２ちゃんねるの参加者がマス・メディアに対して批判的な態度をとることが可能なのは，マス・メディアによって構成される支配的なコードとの差異を前提としているからである。つまり，現代社会において支配的な世論形成の過程と一定の距離間を維持することが重要なのである。しかし，２ちゃんねるの意見や現象がマス・メディア報道の結果，公衆にとっての集合的見解である世論へと転化するような状況ではマス・メディアとの差異が不明瞭になってしまう。それは，内集団の関係性や集合的アイデンティティの構成においても齟齬をきたすことになる。

前述した「のまネコ騒動」はマス・メディアに対する２ちゃんねるの参加者の意識を如実に表している。マス・メディア文化の象徴とされるレコード会社が２ちゃんねるの「モナー」に類似したキャラクターを商標登録することは，２ちゃんねるの参加者にとって広範な社会的認知の獲得を意味するわけではない。むしろ，集合的アイデンティティの「収奪」を意味するのである。このような傾向はのまネコ騒動のような明示的な現象に限られるわけではない。マスコミがインターネット上の文化にスポットを当てると，それを嘲るような意見がインターネット上ではよく見受けられる。例えば，「萌え（アキバ）」や「腐女子（乙女ロード）」などをマスコミが取り上げることは，「自分たち」の文化が広く世間に認知されるものとして肯定的に解釈されるとは限らず，アイデンティティの構成を阻害するものとして否定的にとらえられることが往々にしてある[17]。

以上のような見解には批判があるかもしれない。第一に，２ちゃんねるを含むインターネット上のパフォーマンス的な意見や現象が，本来の意図を離れて公衆にとっての重要な争点となり，集合的意見としての「世論」になるようなケースが想定される。だが，この場合には世論と距離を置くようなコミュニケーション戦略を採用することで再びパフォーマンス的な意味を取り戻すことができる。

第二に，２ちゃんねるは極めて特殊な事例ではないかという批判があるかもしれない。内輪の関係性を指向するようなコミュニケーションではなく，社会問題の解決を目標とするような活動でインターネットが利用されるケースも多々ある。このような活動に対する評価は本論文の主旨ではないので，あくまでコミュニケーション論の文脈で考察する。インターネットを利用した活動自体に世論形成の可能性を見出そうとするならば，デジタル・デバイドの問題などを考慮する必要がある。すなわち，インターネットを利用した活動があまねく公衆にとっての重要な争点を提起するのかと考えればおのずと答えは明らかになる。

▶6　おわりに

本論文における一連の考察で得られた知見は以下の３点に要約できる。①２ちゃんねるにおけるコミュニケーションの問題を把握する際に社会的制約からの解放という見方には一定の有効性はあるが，それ以上に内集団の関係性や規範を指向する傾向が顕著である。②祭りと呼ばれる集合行為及びその過程で構成される集合的アイデンティティに着目することで２ちゃんねるのコミュニケーション実践で形成される意味を明らかにした。それは，一方において内集団の関係性の再生産であり，他方において社会の支配的

脚　注

17.「萌え」や「腐女子」はいわゆる「オタク文化」であり，インターネットに固有の文化というわけではない。しかし，インターネットとオタク文化が密接に関係しているのは各種ウェブサイトを見れば理解できる。特に，萌えに関しては２ちゃんねる発祥の「電車男」が書籍化・テレビドラマ化されることによって，その言葉が世間に広く認知されるようになった。

なコードに対する一定の批判性である。③複合的メディア環境を加味しても２ちゃんねるの意見や現象が世論へと転化する可能性は見出せない。それは，２ちゃんねるのコミュニケーション実践で形成される意味と矛盾するからである。

「２ちゃんねるの時代は終わった」という議論が2004年の秋頃にインターネット上で話題になっていた(18)。つまり，２ちゃんねるの批判性には日本社会におけるオルタナティブな意見を確立する可能性が存在していたが，その可能性は失われた，ということである。本論文で取り上げた事例の多くも「２ちゃんねるの時代」に起こった現象であり，2000年代後半のインターネットの状況に合致するとは言えない。ただ，内輪性や集合的アイデンティティの問題などを考慮に入れると，２ちゃんねるのコミュニケーションに世論形成の可能性を見出すことは今昔を問わずできなかったと言える。

本論文では２ちゃんねるを取り巻く諸問題に関する評価は極力避けてきたが最後に私見を述べておくことにする。第一に，２ちゃんねるのコミュニケーション自体を批判するつもりはない。むしろ，日本社会におけるインターネットの広範な普及と並行して生み出された文化という点では肯定的に評価している。また，ブログやSNSに代表されるようにインターネットの利用形態は多様化していながらも，依然として多くの参加者が２ちゃんねるに存在しているという事実は，２ちゃんねるのコミュニケーションの意味が完全に失われてはいないことを示している。第二に，２ちゃんねるを取り巻くアイロニカルなパフォーマンスに内包されていた規範が空転する可能性に対しては若干の懸念を抱く。つまり，戦略的なコミュニケーションが機能しなくなることで批判が純粋化してしまう状況が想定される。特定の対象への批判的な態度が，文脈を喪失することで単純な排他的言説へと展開する可能性を否定することはできない。実際に，２ちゃんねるに限らずインターネット上で見られる特定のマスコミや国家に対する昨今の批判的言説はその傾向が表れているように思える。

冒頭にも述べたように，２ちゃんねるはインターネット上の掲示板の一つに過ぎない。だが，ホームページ・掲示板・ブログなど，不特定多数の個人がコミュニケーションに参加するウェブサイトがインターネット上に数多存在しているなかで，２ちゃんねるが日本社会では最も有名な掲示板サイトとして認知されてきた。そして，2000年代前半の日本社会におけるインターネット・コミュニケーションを象徴していたのが２ちゃんねるであったというのは紛れもない事実である。その総括という位置づけで２ちゃんねるの問題に向き合うことはインターネット社会論の学際的研究を発展させるうえで重要な意味を持つのである。

●参 考 文 献

浅野智彦（2005）「ネットは若者をいかに変えつつあるか」『大航海　No.56』新書館：176-183
――（2006）「若者の現在」浅野智彦編『検証・若者の変貌―失われた10年の後に』勁草書房：233-260
Cheung, C.（2000）A Home on the Web：Presentations of Self on Personal Homepages, in Gauntlett, D. eds. *Web.Studies：Rewiring Media Studies for the Digital Age*, ARNOLD.
土井隆義（2004）『「個性」を煽られる子どもたち―親密圏の変容を考える』岩波書店

脚　注

18.「２ちゃんねるの終焉」とは2004年の秋頃，国際大学グローバル・コミュニケーション・センターの研究会で議論されていたテーマの一つである。日本のインターネットでは「２ちゃんねるの時代」が確かに存在したが，その時代は実際には終わりつつある，ということが議論されていた。詳細はised@glocom（http://www.glocom.jp/ised/index.html）や歌田明弘『地球村の事件簿』（http://blog.a-utada.com/chikyu/）などを参照。

遠藤薫編（2004）『インターネットと〈世論〉形成―間メディア的言説の連鎖と抗争』東京電機大学出版局
Goffman, E.（1959）*The Representation of Self in Everyday Life*, Doubleday & Company Inc.＝（1974）石黒毅訳『行為と演技―日常生活における自己呈示』誠信書房
干川剛史（2001）『公共圏の社会学―デジタル・ネットワーキングによる公共圏構築へ向けて』法律文化社
伊藤昌亮（2005）「ネットに媒介される儀礼的パフォーマンス―― 2ちゃんねる・吉野家祭りをめぐるメディア人類学的研究」『マス・コミュニケーション研究』66号
北田暁大（2005）『嗤う日本の「ナショナリズム」』日本放送出版協会
公文俊平編（1996）『ネティズンの時代』NTT出版
小林哲郎・池田謙一（2005）「携帯コミュニケーションがつなぐもの・引き離すもの」池田謙一編 『インターネット・コミュニティと日常世界』誠信書房：67-84
前田至剛（2004）「現実から物語へ／物語から現実へ」阿部潔・難波功士編『メディア文化を読み解く技法：カルチュラル・スタディーズ・ジャパン』世界思想社：146-168
McQuail, D.（2005）*McQuail's Mass Communication Theory 5th Edition*, SAGE.
Melucci A.（1989）*Nomads of the Present：Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*, edited by John K. and Paul M., Hutchinson Radius.＝（1997）山之内靖・貴堂喜之・宮崎かすみ訳『現代に生きる遊牧民―新しい公共空間の創出に向けて』岩波書店
――（1996）*Challenging Codes：Collective action in the information age*, Cambridge University Press.
三上俊治（2000）「公共圏としてのサイバースペース―インターネット時代における世論形成過程」『社会情報学研究』第４号
荷宮和子（2005）「ネットの持つ力の限界」『大航海　No.56』新書館：184-195
Postmes, T., Spears, R., and Lea M.（1998）Breaching or Building Social Boundaries?：SIDE-Effects of Computer-Mediated Communication, *Communication Research*, Vol.25 No.6, December 1998：689-715, SAGE.
Rheingold, H.（2002）*Smart Mobs：The Next Social Revolution*, Perseus.＝（2003）公文俊平・会津泉監訳『スマートモブズ―〈群がる〉モバイル族の挑戦』NTT出版
柴内康文（2003）「私論と輿論の変換装置―「ネット世論」の行方」佐藤卓己編『戦後世論のメディア社会学』柏書房：243-265
Sunstein, Cass R.（2001）*Republic. com.*, Princeton University Press.＝（2003）石川幸憲訳『インターネットは民主主義の敵か』毎日新聞社
鈴木謙介（2002）『暴走するインターネット：ネット社会に何が起きているか』イースト・プレス
Thurlow, C., Lengel, L., and Tomic, A.（2004）*Computer Mediated Communication：Social Interaction and The Internet*, SAGE
田辺龍（2006）「「匿名掲示板」と世論形成の磁場」『マス・コミュニケーション研究』68号
吉田純（2000）『インターネット空間の社会学―情報ネットワーク社会と公共圏』世界思想社

（平井智尚　慶應義塾大学大学院　社会学研究科博士課程）