

## 論文

## 「炎上」する社会

## ——「炎上」報道の内容分析と意識調査から——

吉野ヒロ子\*

Hiroko Yoshino\*

Abstract : The phenomenon called “flaming,” which is the name given to the ‘bashing’ of an individual or organization on social media by a large number of unspecified people, occurs frequently. “Flaming” is often reported on by Internet news and the mass media. A content analysis was conducted on how “flaming” is reported on by television, newspapers and magazines, and Internet news. It was confirmed that there are biases in the type of content that is reported on, depending upon the media.

In addition, a web monitoring survey was carried out and it was investigated whether attitudes toward “flaming” differ according to the cognitive pathway. The cognitive pathway used by the greatest number of people was TV variety programs. It was verified that persons who are cognitive through the mass media and the Internet news have the same negative attitude to the targets of the flaming as the attitude of those who have participated in flaming.

Key Words : Social Media, Flaming, Internet Community, Mass media, Content Analysis

## 1. はじめに

2005年頃から「炎上」と呼ばれるインターネット（以下、引用を除き「ネット」）上の現象が国内で頻繁に起きている。「炎上」は、個人のブログやTwitterなどの書き込みや企業の不適切な活動に対して、不特定多数のユーザーが批判コメントをつけるもので、付随して関係者の個人情報や過去の言動を洗い出し、関係各所に通報し制裁を求めるような行動も含まれる。大学生が「炎上」して大学にも抗議が及んだ事例もしばしばあり、大学教育にとっても考慮しなければならないリスクとなっている。

この現象は、テレビ・新聞・雑誌等マスメディアでもしばしば報道されている。たとえば2013年に起きた「炎上」事例のように、スーパーマーケットの冷凍ケースに高校生が入ったとしても、それだけで報道されるとは考えにくい。だがその画像がTwitterなどのソーシャルメディア

---

\* 帝京大学文学部 Faculty of Literature、Teikyo University

(Social Media) に投稿され、批判が集まって「炎上」すればニュースとなる。きっかけとなった行為ではなく、「炎上」したという事実が価値を持つのである。その意味で、「炎上」はネット上だけでなく社会的な出来事となっていると言える。

「炎上」に関する研究は、発生のプロセスや「炎上」しやすいトピックの分類、「炎上」を抑制する仕組みの研究など、さまざまな視点から国内外で行われている。だが、「炎上」がネットの外でどのように受け止められているかについてはほとんど検討されていない。本研究では、テレビ・新聞・雑誌・ネットニュースで「炎上」がどのように報道されてきたかを整理し、どのくらい「炎上」が認知されているのか、認知経路が「炎上」への評価にどう影響しているのか、ウェブモニタ調査の結果から明らかにしていきたい。

## 2. 「炎上」の背景と先行研究

### 2.1 「炎上」とはなにか

「炎上」とはどういう状態を指すのだろうか。「炎上」についての初期の論考である荻上チキの『ウェブ炎上』では、「炎上」とは「ウェブ上の特定の対象に対して批判が殺到し、収まりがつかないような状態」と紹介され、「特定の話題に関する議論の盛り上がり方が尋常ではなく、多くのブログや掲示板などでバッシングが行われること」と説明されている(荻上 2007:7-8)。まとめると、「炎上」とは「ウェブ上の特定の対象」、つまり個人や企業のブログやTwitterなどに批判が殺到し、それだけでなく、他のサービスでも批判が行われているという状況と定義することができるだろう。典型的なプロセスとしては、(1) 一般人や著名人、企業などのネット上での言動がTwitterや2ちゃんねるなどのソーシャルメディア上で問題視され、(2) ネット上で不特定多数からの批判が殺到するうちに過去の言動や、実名や所属先など個人情報などが洗い出され、(3) 問題視された対象の所属先や関係のある機関に電話で抗議するなどネットに留まらない行動が起き、(4) ネットニュースやマスメディアでも報道される、というものである(伊地知 2007)。

このような現象は2005年頃から「炎上」と呼ばれるようになり、2007年には「炎上」を解説した伊地知晋一『ブログ炎上』や荻上チキ『ウェブ炎上』が出版され、広く知られるようになる一方、企業リスクとしても看過できないものとなっていった(伊地知 2007; 荻上 2007)。「炎上」は、mixi(2004年開設)やニコニコ動画(2006年開設)など新しいソーシャルメディアが盛んになると飛び火するかたちで拡大した。2009年にはタレントのブログへのコメントが誹謗中傷に当たるとして19名が検挙された「スマイリーキクチ中傷被害事件」が起き、テレビなどマスメディアでも大きく「炎上」事件として報道された。その後、2010年からTwitterからの「炎上」事例が増加し、2013年夏には「バイトテロ」と呼ばれる学生などアルバイト店員の「炎上」事例が30件近く起きる一方、岩手県議がブログの「炎上」をテレビのニュースや情報番組など

で報道された後、自殺するという事件も起きている。

Webリスクマネジメント関連サービスの一環として提供されている「炎上」関連情報サービス「エルテスクラウド」 (<https://www.eldesinc.jp/>) では、2010年98件、2011年333件、2012年379件、2013年449件、2014年415件、2015年237件を「炎上」事例としてカウントしており<sup>1</sup>、2011年以降、平均して月に20～35件以上発生している計算になる。山口真一は2014年にウェブモニタ調査（有効回答数19,992）を行った結果、「炎上」の対象者に対してネットに批判的なコメントを書き込んだ経験のある者は、回答者のうち、わずか1.5%だったとしている（山口 2015:57）。インターネット上では頻繁に「炎上」が起き、ニュースにもなっているが、書き込んでいるのはごく一部のユーザーだということになる。

注意しなければならないのは、「炎上」は単にソーシャルメディア上で騒がれるだけではないことである。先に述べたように、ソーシャルメディア上の動向はニュースとして報道されることも珍しくない。藤代裕之は、マスメディアとネットの関係の変遷を整理し、ポータルサイトがマスメディアの記事とネットニュースや個人ブログの記事を同列に配信するようになったために「ニュース」の概念が拡張されたことを指摘している。さらに、2010年の尖閣諸島沖衝突動画流出事件を転回点にソーシャルメディアが取材現場化として扱われるようになり、ジャーナリズムのあり方自体が変容してきているとも論じている（藤代 2014:113-115）。この例にみるように、ソーシャルメディアの動向がニュースの一つとして扱われるようになり、「炎上」するとソーシャルメディア上で批判されるだけでなく、ネットニュースやマスメディアで報道されるようになっていく。その結果、ソーシャルメディアを使っていない人々にも「炎上」に関連した情報を伝え、「炎上」は単なるソーシャルメディア上のトラブルというより社会的な出来事となっているといえるだろう。

## 2.2 「炎上」に関する先行研究

先行研究ではこのような状況はどう捉えられているのだろうか。「炎上」が起きるメカニズムについて考察した研究としては、（１）別々の圏域に住み分けていたさまざまな文化圏がネット上で互いに可視化されたために衝突が起きるようになったというもの（平井 2012:68）（２）似通った意見を持つ者との討議を通じて意見が先鋭化していく「集団分極化」の一つの帰結とするもの（荻上 2007:78）（３）デュルケムの「集合的沸騰」の議論を援用して、社会性のありかを確認め合う営みとして分析したもの（伊藤 2014:190-191）などがある。平井と荻上、伊藤の指摘をつなげると、「炎上」とは、ネットがなければ可視化されなかった自分たちの「常識」と異なる論理で動いている人物や組織を排除しようとする動きが「集団分極化」によって先鋭化したもので、特定の人物を非難し、社会的制裁を加えることによって自分たちの「常識」

<sup>1</sup> エルテスクラウドは、特定のまとめサイトの記事がTwitterで50回以上リツイートされた事例を「炎上」とカウントしているため、一般的な不祥事も一部含まれる（山口 2015:65）。

を確かめ合う営みということになる。

だが、ここで常識を確かめあう「自分たち」とはどこからどこまでを含むのだろうか。先行研究は、基本的にはきっかけとなる言動とソーシャルメディアで展開される「批判」とそこから派生する抗議などの部分を「炎上」現象と捉えている。しかし「炎上」はもはやネット上の現象に留まらないのではないかと。ネット上の誹謗中傷の被害者となったタレントのスマイリーキクチは、ネット上で他者を攻撃することを社会が許容しており、そのことが「炎上」を含むネットリンチを助長しているのではないかと指摘している(安田 2015:174)。後述するように、2006年頃からマスメディアでも「炎上」現象が報道されたり、「炎上」した芸能人がバラエティ番組で話題にしたりするといったことが行われている。その情報がニュースや娯楽として消費されるだけでなく、「炎上」の対象となった者が暗に非難されるかたちで報道されることによって「炎上」に社会的な承認を与えてしまう、マスメディアの報道によって「炎上」の対象者へのダメージがより増幅されるなどの影響を及ぼしている状況にあるのではないだろうか。

「炎上」は、多様な人々の関心や感情が、ネット上のさまざまなサービスを跨いでうねり、そのうねりがマスメディアなどを介してネットの外にも伝播し、増幅していく現象となっているのではないかと。そうであるならば、現在の「炎上」を知るためには、それがどのようにマスメディアで報道され、社会の中で共有されてきたのか、まず把握する必要がある。

### 3. 国内マスメディアとネットニュースにおける「炎上」報道の概況

「炎上」はどのようにマスメディアで報道されてきたのだろうか。テレビ、全国日刊紙(朝日新聞・読売新聞)、雑誌、ネットニュースの「炎上」という語を含む報道内容を共通したカテゴリーに分類することで整理していきたい。「炎上」という語を使わずに「炎上」事例が報道されているケースも多々あるはずだが、ネットスラングとして生まれた「炎上」という語で説明されている報道を追うことで、ネットの文化がマスメディアに染み出していく指標とすることができる。

「炎上」という語の意味として、小学館の「デジタル大辞泉」(小学館 2009)では、

1. 火が燃え上がること。特に、大きな建造物が火事で焼けること。
  2. (比喩的に) 野球で、投手が打たれて大量に点を取られること。
  3. (比喩的に) ネット上のブログなどでの失言に対し、非難や中傷の投稿が多数届くこと。
- が挙げられている。

だが、番組情報データや記事を検討してみると、この3つに当てはまらない例が、多数存在している。たとえば「企業・経済深層レポート 取締役総退陣! アラビア石油「内紛」ドロ沼炎上の裏真相!」(「週刊実話」2008年6月12日号:82-83)は上の3つの意味には当てはまらず、「紛糾」の比喩として炎上という語が使われていると判断すべきだろう。同様に、「<今週の

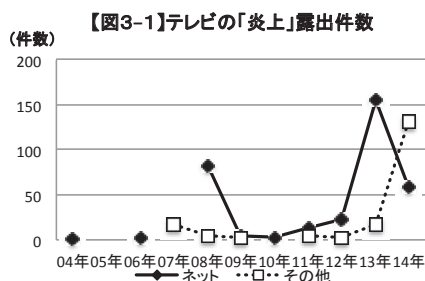
“炎上ニュース” 衝撃！仰天！危機一髪＞米国ケンタッキー州・女性店員が強盗を撃退」（テレビ朝日「サンデースクランブル」コーナー：2015年3月15日放送）は、「炎上」事例の紹介ではなく、「注目」の比喩として使われていると推定できる。近年に現れた新しい意味であり、「炎上」に影響されている可能性があることから合わせて「その他（紛糾・注目）」とし、「ネットの炎上」と分けて集計した。

「ネットの炎上」についてはさまざまなタイプの報道がある。特に新聞に多いのは、複数の炎上事例を紹介してネット上の風潮や世相を評するタイプの記事で、たとえば「学生のネット炎上防げ 不用意な発信『就活に影響』 大学が指針、危険性を指導」（朝日新聞朝刊 2012年12月19日）といったものである。「炎上」対策の紹介を含むことも多いため、このタイプを「解説・対策」とした。一方、特定の事例を紹介するのが主である番組・記事も多い。こちらは、誰が「炎上」したかに着目し、「芸能人」「政治家」「文化人ほか（スポーツ選手などを含む）」「一般人」「企業」「政府・自治体」（独立行政法人も含む）「海外事例」をサブカテゴリとして分類した。

まず、テレビ・新聞・雑誌・ネットニュースの順に、露出件数の年次推移と各メディアの「炎上」報道の特徴を説明し、最後にサブカテゴリの比率を軸に比較したい。

### 3.1 テレビ —— 2つの事件報道と「炎上」した芸能人の直話 ——

テレビの報道内容に関しては、株式会社エム・データ (<http://mdata.tv/>) のテレビメタデータを利用した<sup>2</sup>。検索語を「炎上」として、2003年度から2014年度までのデータを抽出すると該当するデータの総件数は11600件、そのうち「その他（紛糾・注目）」が181件、「ネットの炎上」（以下、ネットの「炎上」を指す）が341件となった（【図3-1】 以下図表はすべて筆者作成）。



テレビでの最初の「炎上」に関する露出は、「スーパーモーニング」（テレビ朝日・2004/6/4）で、コーナータイトルは「小6女兒に今何が起きている？」、詳細は「ネット会話が生む危険性」などについて森一矢インターネットジャーナリストのコメントあり。フレーミング（炎上）現象とはネット上で悪口や中傷の応酬が頻繁に発生することで印象は耳で聞くより視覚で飛び込

<sup>2</sup> テレビのメタデータとは、テレビで放送された番組・CMの放送内容をデータベース化したもので、エム・データの場合は東京・名古屋・大阪地区の地上波をカバーしている。放送日・曜日・放送局・番組名・番組放送時間・番組のジャンル・話題やコーナーの見出し情報・同詳細情報・話題やコーナーの開始時間・同終了時間などのデータと、同社のオペレーターが話題を要約して入力した「詳細情報」を収録している。ニュース番組のヘッドラインやテロップも1件とカウントしている。

んでくるので危険性が増す傾向にある。(略)」となっており、「佐世保小6女児同級生殺害事件」の解説の中で「フレーミング」の訳語として「炎上」が紹介されたようだ。

テレビでの「炎上」は、2008年度、2013年度に露出件数が多い。2008年度は「スマイリーキクチ中傷被害事件」(前述)が「炎上」関連事件としてニュース・情報番組で紹介されたため、79件の露出がカウントされている。2013年度は「バイトテロ」(前述)が起きる一方、芸能人の「炎上」が多発し、さらに岩手県議の「炎上」と自殺がニュース番組で報道されたことから65件がカウントされている。「その他(紛糾・注目)」は2014年度に急増しており、2013年度に「炎上」が話題になったことを受けて、一種の流行語として使われていると推測できる。

他のメディアと比べたテレビの特徴は、「炎上」の対象として「芸能人」が取り上げられる比率が高いことで、161件(46.9%)となっている。番組タイプ別に見ると、ニュース・情報番組での露出は252件(放映時間計14.5時間)、バラエティ番組での露出は89件(同9.4時間)となっている。バラエティ番組は59件の「芸能人」の「炎上」を取り上げているが、そのうち43件で対象者が出演している。このような場合は、Twitterやブログで「炎上」していることを、「炎上」対象者自身が笑いを誘うかたちで語っているものと推測できる。たとえば、「ダウンタウンのガキの使いやあらへんで!!」(NTV 2015/1/11)で、「鈴木拓が行きつけの東京上野【店舗】釣り具屋「サンスイ」を訪問。(略)ツイッターの炎上についてトーク。」(9分42秒)というかたちで露出している番組データが確認できる。

テレビでの「ネット上の炎上」関連情報は、(1)ニュースや情報番組での「事件報道」としての露出、(2)バラエティ番組で「炎上」したタレントが自らの体験を語ったり、「炎上」したタレントの紹介が行われたりする露出が特徴だと言えるだろう。

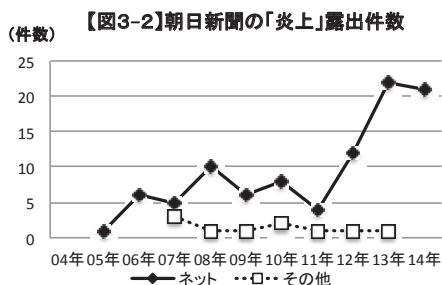
### 3.2 全国日刊紙 ―曖昧なリスクとしての「炎上」―

全国日刊紙については、朝日新聞社のオンライン・データベース「聞蔵II ビジュアル」

(<https://database.asahi.com/library2/>)と読売新聞社の「ヨミダス歴史館」

(<https://database.yomiuri.co.jp/rekishikan/>)を利用し、「炎上」を検索語として、2004年度から2014年度までの東京本紙(朝夕刊)のデータを取得した。

朝日新聞の総件数は1175件で、そのうち「炎上」が95件、「その他(紛糾・注目)」が10件となっている(【図3-2】)。「炎上」については、2006年3月6日の「経産省部長ブログ『炎上』 3週間で閉鎖 PSE法巡り、書き込み殺到」という記事が初出である。





読売新聞の総件数は1252件で、そのうち「ネットの炎上」が80件、「その他（紛糾・注目）」が6件となっている（【図3-3】）。読売新聞の初出は、朝日新聞と同年同月の2006年3月19日「[一筆経上] インターネットを知らない大人たち 編集委員・松田陽三」というコラムで、ファイル共有ソフト経由の情報漏洩事件からネット上の動向を管理職など中堅世代が知る必要があると論じた中で、「ネットの炎上」についても触れられている。

読売新聞は、テレビと同じく2008年度と2013年度で件数が増えているが、朝日新聞では2013年度は増えているものの2008年度は大きな差がない。両紙とも「スマイリーキクチ中傷被害事件」と岩手県議の事件は報道しているが、朝日新聞の場合、前者については「炎上」という言葉を使っていないことからこの差が出ている。

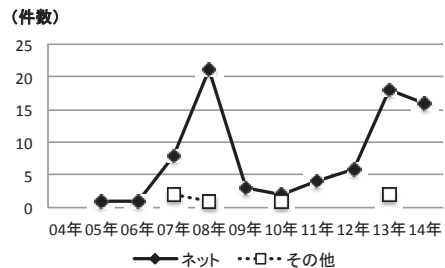
両紙に共通する特徴は、個別的な事例紹介より「解説・対策」に分類される記事が多いことである。たとえば、読売新聞朝刊「ネット選挙運動 政治参加の促進 限定的(解説)」(2013/7/25)という記事では、「ただ、候補者のツイート(つぶやき)をみると、政策の発信よりも演説日程の告知が目立った。政策に関するツイートに批判や反論が集中する『炎上』が起きることを避けたようだ。」と紹介されている。新聞での報道のトーンの特徴は「抽象的なリスクとして『炎上』に言及する」ものが中心であると言える。

### 3.3 雑誌 ——多様な事例のより具体的な提示——

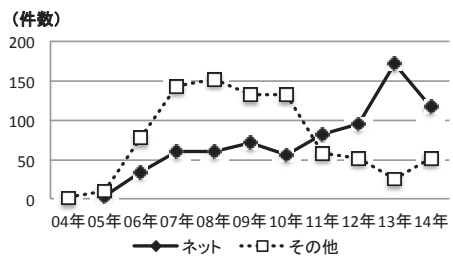
雑誌については「大宅壮一文庫」のオンライン・データベース「Web OYA-bunko」(<https://web.oya-bunko.com/>)を利用し、「炎上」を検索語として、2004年4月1日から2015年3月31日分までのデータを取得したところ、総件数は1830件となった（【図3-4】）<sup>3</sup>。そのうち「炎上」は749件、「その他（紛糾・注目）」は845件となっている。雑誌での初出は「私の『ブログ炎上』体験記」（新潮45 2006/1）で、メディアコンサルタントの吉田望が執筆している。

雑誌における「炎上」に関する報道の特徴は、テレビや新聞と比べ、多様な具体的事例が紹介されていることである。「プレーバック2013 総力取材あの騒動 あの事件のいま 社会編

【図3-3】読売新聞の「炎上」露出状況



【図3-4】雑誌の「炎上」露出件数



<sup>3</sup>約 1000 種の雑誌を収蔵している大宅壮一文庫のデータベースは、雑誌の媒体名・発行年月日・記事タイトルや記事種別・執筆者と独自の件名が収録されたもので、記事中で言及されていてもタイトルや件名に含まれていない場合は、捕捉できないことに注意しなければならない。

ツイッターおバカ画像騒動 いまだ続く厳しい晒しと批判！企業も学校も“腫れ物扱い”」（週刊女性 2014/1/7-1/14号）のように「炎上」した一般人のその後を追った記事もあるが、こうした内容は他のメディアでは確認できなかった。「炎上」に関する記事を掲載している媒体は週刊誌が多く、「SPA!」がもっとも多い345件、次いで「女性セブン」29件、「週刊プレイボーイ」25件、「週刊文春」21件、「FLASH」15件と続く。

また、雑誌は「その他（紛糾・注目）」の文脈で使っている例が他のメディアに比べて多く、2006年度から2010年度にかけてそれ以外の期間の倍以上で件数が推移している。ネット用語としての「炎上」が定着し、さまざまな「炎上」事例が起きていた時期に、雑誌でも一種の流行語となっていたのではないかと推測できる。

週刊誌はテレビや新聞に速報性で劣り、欲しい情報が掲載されている時に都度買いされるメディアである。それ故、テレビのニュースや新聞など「公器」であることが求められるメディアでは報道されない情報を、時には扇情的に売っていくという特性がある。その特性が、テレビのニュースや新聞とは異なる「炎上」の報道の方向性にも現れていると考えられる。

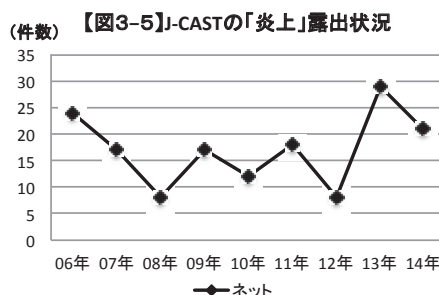
### 3.4 ネットニュース ——さらに多様な事例の提示——

「炎上」はさまざまなネットニュースで頻繁に取り上げられているが、本研究では、その中から

「J-CASTニュース」（<http://www.j-cast.com/>）について検討する。このサイトは2006年7月に開設された独立系ネットニュースの一つで、ソーシャルメディアの動向を積極的に記事にし、「Yahoo!ニュース」など主要ポータルサイトに配信を行っている。「炎上」に関する記事も初期から配信しており、創業者

の蛭川真夫によれば、「炎上」をニュースとして配信する先鞭をつけたのはJ-CASTニュースである（蛭川 2010:128）。そのため、本研究では、数あるネットニュースの中からこのサイトをとりあげることとした。サイト開設以来の全期間に対して検索した結果、164件の記事データを得た<sup>4</sup>。

J-CASTニュースでの「炎上」報道の特徴は、ほとんどがネットの「炎上」で占められていることで、10件の事件・事故など「物理的な炎上」を報じたもののほか154件はすべて「ネット上の炎上」となっている。最初の記事は2006年7月21日の「ドコモPR用『SNS』 10日で『炎上』」で、NTTドコモが「mixi」に開設したプロモーション用のコミュニティが不適切だとして「炎上」



<sup>4</sup>同サイト内で「炎上」で検索すると約2万7200件がヒットし過去の記事が省略されてしまうため、「ページタイトル」に検索対象を絞り、重複を除いて164件の記事データを得た。そのため、雑誌で用いた大宅文庫データベースと同様に、タイトルに「炎上」が含まれず、記事中にのみ含まれる記事については捕捉できないことに注意する必要がある。



した事例を紹介したものである。

露出状況の傾向について見ると、2013年度の件数が高いのは他のメディアと共通しているが、J-CASTニュースでは開設直後の2006年度から一定の露出がある。ほとんどはソーシャルメディアの動向をまとめた直近の「炎上」事例の具体的な紹介であり、他のメディアよりも「炎上」の対象として「一般人」が取り上げられた記事の比率が高い。

### 3.5 メディア別の「炎上」報道状況の比較

各メディアの「炎上」情報類型の比率をまとめたものが図3-6である。メディアによって露出パターンは異なり、

テレビはニュース番組での「スマイリーキクチ中傷被害事件」報道と、バラエティ番組での「炎上」したタレントの出演など、「芸能人」が46.9%

を占めている。新聞は「解説・対策」が多く、朝日新聞が65.3%、読売新聞が67.5%を占めている。雑誌は具体的な事例、特に企業事例の紹介が多く21.2%となっている。J-CASTニュース（ネットニュース）では90.9%が具体例の紹介で、特に「一般人」の事例が多く18.8%となっている。また、テレビでは2014年度、雑誌では2006年度から2010年度にかけて、「炎上」から派生した用法と考えられる紛糾・注目という意味で炎上という語を使った番組・記事が増加しているが、新聞やJ-CASTニュースではこの用法はあまり見られない。

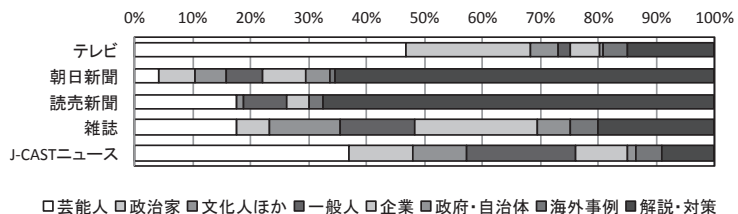
このような差異は、各メディアの特性、そこから生まれた報道すべき内容や視点を選択するゲートキーピングのやり方の違いによって生じるものと推測できる（佐々木 2013:198-199）。たとえば、読者が活発なネットユーザーとは限らない新聞では「炎上」というリスクの喚起は必要と思われても、個別的な事例は社会全体が共有すべきことではないと判断されるかもしれない。特に個人の「炎上」事例については、報道の影響が大きいために具体的な報道については慎重な判断がされるだろう。それに対して、雑誌、特に週刊誌は新聞やテレビのニュースが取り上げない「話題になっていること」を伝えるのが特性であるために、新聞とは異なる判断がなされる。さらにネットニュースでは、ページビューやソーシャルメディア上の共有というかたちで読者の反響がリアルタイムで把握できるため、「炎上」事例を紹介した記事に反響が大きければ、類似の報道が続くといったことが考えられる。

以上をふまえると、マスメディアやネットニュースでの「炎上」に関する情報の提示形式として、以下の3つの類型に整理できる。

#### I. 「炎上」した芸能人の直話や情報（テレビのバラエティ番組など）

バラエティ番組では、「炎上」の話題は娯楽として消費されるために笑いを誘うかたちで提

【図3-6】媒体別「炎上」情報類型比率



示されていると推測できる。

## II. 抽象的な事件報道や解説（テレビのニュース番組・新聞での報道など）

事実関係は簡潔にまとめられて報道される。「炎上」は不適切な言動に対してバッシングを受ける抽象的なリスクとして提示される。

## III. 具体的な事件報道や解説（雑誌・ネットニュースでの報道など）

発端となった発言そのものや行動の詳細が提示される。批判的なコメントの一部が紹介される場合もあるが、基本的には問題視された言動、批判への対応が中心となる。

3つの類型に共通するのは、提示される情報の焦点が「炎上」のきっかけを作った対象者の側にあり、時に激しい誹謗中傷が行われる「炎上」におけるソーシャルメディア上の批判については、具体的にどのような批判がされているのか報道されることは少ないということである。Iの場合は本人が語るだけに、「炎上」の対象者の側の視点が提示されると考えられる。だが、II・IIIの場合は、誹謗中傷した者が検挙された「スマイリーキクチ中傷被害事件」に関する報道をのぞけば、基本的には（1）誰かがネットで不適切な言動をし（2）それがソーシャルメディアで批判されて（3）なんらかの処罰を受けたという形式を取る。これらの報道では、誰がどのような批判をしているかについては等閑視される。「炎上」には一方的に不特定多数が対象を批判するネットリンチ的な側面があるが、それはこのような報道に接しているだけでは見えにくい。そうした報道に接し続けていると、「炎上」はきっかけになる側の不適切な言動が原因だと捉えやすくなり、「炎上」を肯定する態度が形成される可能性がある。

### 3.6 本研究の仮説

伊藤（2014）などの先行研究によれば、「炎上」は異なる常識を持つ者を排除することで社会性を確かめあうという側面を持っている。そうであるならば、少なくとも「炎上」関係者にとっては、「炎上」対象者とは常識がない者であり、彼らへの批判は多かれ少なかれ社会正義のために行っているものと考えられる。

「炎上」に関する報道内容の分析からは、2つのタイプのニュース（上記II・III）では「炎上」対象者に問題があるというかたちで焦点が当てられ、受け手に「炎上」対象者に責任を帰属させる態度を形成するかもしれないという示唆を得た。一方、「炎上」対象者本人が面白いエピソードとして語る「バラエティ番組」では、そのような態度は形成されにくいと考えられる。以上を踏まえた、本研究の仮説は以下の6つである。

仮説1-1. 「炎上」関係者は非関係者に比べて、「炎上」対象者を自分たちとは異なる常識を持つ者としてより強く非難する傾向がある

仮説1-2. マスメディアやネットニュースの「炎上」報道（上記II・III）に接している人は、接していない人に比べて「炎上」対象者をより強く非難する傾向がある

仮説1-3. バラエティ番組を通じて「炎上」情報に接している人は、接していない人に比べて、

「炎上」対象者を非難しない傾向がある

仮説2-1. 「炎上」関与者は、非関与者に比べて、「炎上」を社会正義の一環としてより肯定的に評価する傾向がある

仮説2-2. マスメディアやネットニュースの「炎上」報道（上記II・III）に接している人は、接していない人に比べて、「炎上」を社会正義の一環としてより肯定的に評価する傾向がある

仮説2-3. バラエティ番組を通じて「炎上」情報に接している人は、接していない人に比べて、「炎上」を社会正義の一環として評価しない傾向がある

仮説1は、「炎上」の対象者が自分たちと異なる常識を持った者であると、「炎上」関与者や認知者が捉えているかどうかを検討するものである。仮説1-1は「炎上」関与者に、仮説1-2は「炎上」報道に接している者に焦点をあてる。仮説1-3は、「炎上」対象者自身が面白いエピソードとして語ることが多いバラエティ番組が認知経路の場合は対象者を非難する態度は形成されにくいと考えられることから、仮説1-2との比較のために検討する。

仮説2は、「炎上」関与者と認知者が「炎上」を社会正義として肯定的に捉えているかどうかを検討するものである。仮説2-1は「炎上」関与者について、仮説2-2は「炎上」認知者について検討する。仮説2-3は、仮説1と同じく、仮説2-2との比較のために検討する。

## 4. 「炎上」の認知経路・関連行動の状況と態度

### 4.1 ウェブモニタ調査の結果

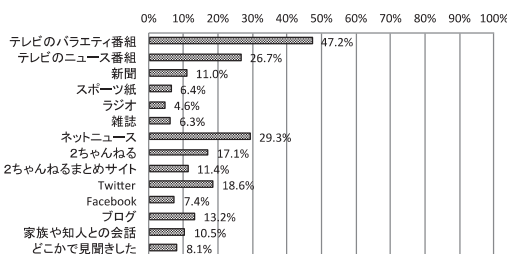
上記仮説の検討のため、ウェブモニタ調査を行い、1118名の回答を得た（【表4-1】）<sup>5</sup>。

「ネット上で批判が殺到し、騒ぎになる現象を「炎上」と呼ぶことがあります。『炎上』につい

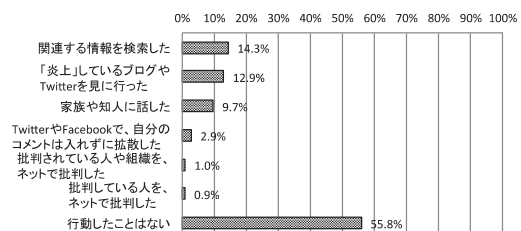
【表4-1】回答者の性別・年代

	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計
男性	95	123	113	109	120	560
女性	91	119	112	109	127	558
合計	186	242	225	218	247	1118

【図4-1】「炎上」の認知経路（n=1118）



【図4-2】「炎上」に関連した行動（n=1118）



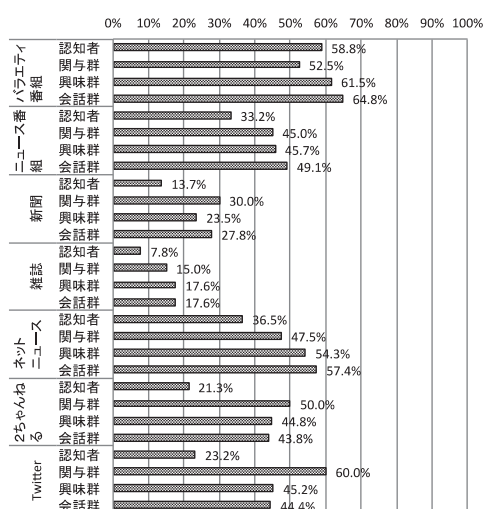
<sup>5</sup>株式会社ジャストシステムのネットアンケートサービス「FastAsk」を利用し、2015年8月11日～同8月13日に20歳以上のモニターを対象に行った。調査方法の性格上、全員が習熟したネット利用者であることに注意しなければならない。

て見聞きされたことがあるものをお選びください」（複数回答）という問いに対して、なんらかの経路で認知していると答えた者は898名（80.3%）となった（【図4-1】）。「テレビのバラエティ番組」が最多の528名（全体に対して47.2%）、次いで「ネットニュース」の328名（同29.3%）となっている。

「『炎上』に関して、なにか行動したことはありますか」（複数回答）という問いに対する回答が【図4-2】である。「批判されている人や組織を、ネットで批判した」と答えた者、つまり「炎上」に直接参加した経験がある者が11名（0.9%）となっている。「批判している人をネットで批判した」というかたちで議論に加わった者10名（0.9%）、「自分のコメントは入れずに拡散した者」32名（2.9%）もネット上での批判の高まりに関与したとみなし、これら3つの行動のいずれかをとった者（以下「関与」群）を抽出すると計40名（全体に対して3.6%）となる。「検索した」または「現場を見に行った」

経験がある者（以下「興味」群）は計221名（同19.8%）、「会話した」経験がある者（以下「会話」群）は、108名（同9.7%）となった。群別の認知経路の数の平均値は、「関与」群4.50、「興味」群4.35、「会話」群4.71、認知者全体では2.72で、行動経験がある者の方が複数のメディアで「炎上」に関連した話題に接している。行動群別の認知経路を見ると、行動経験がある者は、ネットだけでなくマスメディアでも「炎上」関連情報を認知している者の比率が高いことがわかった（【図4-3】）。

【図4-3】関連行動群別主要認知経路



「炎上」はどう評価されているのだろうか。

まず、仮説1を検討するため、一般人・政治家・芸能人と有名人・企業に分けて、それぞれ「炎上するのは常識がないからだ」という設問に対して、1を「そう思わない」、5を「とてもそう思う」五分法とした回答を認知者に対して求めた。これら4項目の信頼性分析を行ったところ、Cronbachのアルファ係数が0.867となり、尺度として信頼しうることが確認できたので合算した。同様に、仮説2を検討するため「（一般人・政治家・芸能人と有名人・企業）の『炎上』には社会正義として意味がある」という設問に対して五分法で認知者に対して回答を求めた。これら4項目の信頼性分析を行ったところ、Cronbachのアルファ係数は0.858で、尺度として信頼しうることが確認できたので合算した。

これら合算値に対して「炎上」関連行動群別および認知経路群別に平均値の差のt検定を行った（【表4-2】【表4-3】）。

「仮説1-1. 『炎上』  
関与者は非関与者に比べて、『炎上』対象者を自分たちとは異なる常識を持つ者としてより強く非難する傾向がある」については、関与群の「『炎上』するのは常識がないからだ」という設問に対する評価の平均値は有意に高く、支持された。「仮説1-2. マスメディアやネットニュースの『炎上』報道（上記II・III）に接している人は、接していない人に比べて『炎上』対象者をより強く非難する傾向がある」に対しては、同じくIIとIIIを認知経路としている者の評価の平均値は有意に高く、支持された。「仮説1-3. バラエティ番組を通じて『炎上』情報に接している人は、接していない人に比べて、『炎上』対象者を非難しない傾向がある」に対しては、平均値は高いが有意差はなく、支持される。

【表4-2】関連行動群別「炎上」評価尺度平均値の差のt検定

		n	平均値		標準偏差	平均値の標準誤差
「炎上」するのは常識がないからだ	関与群	40	14.83	*	4.320	0.683
	非関与群	858	13.70		3.263	0.111
	興味群	221	14.56	***	3.343	0.225
	非興味群	677	13.48		3.275	0.126
	会話群	108	14.88	***	3.275	0.315
	非会話群	790	13.59		3.301	0.117
	非行動群	624	13.46	***	3.198	0.128
	行動群	274	14.41		3.505	0.212
「炎上」には社会正義として意味がある	関与群	40	12.85	**	4.470	0.707
	非関与群	858	11.02		3.166	0.108
	興味群	221	11.22		3.573	0.240
	非興味群	677	11.07		3.144	0.121
	会話群	108	11.56		3.432	0.330
	非会話群	790	11.04		3.225	0.115
	非行動群	624	11.01		3.095	0.124
	行動群	274	11.33		3.585	0.217

\*: p &lt; 0.05, \*\*: p &lt; 0.01, \*\*\*: p &lt; 0.001

【表4-3】認知経路群別「炎上」評価尺度平均値の差のt検定

			n	平均値	標準偏差	平均値の 標準誤差	
「炎上」するのは常識がないからだ	I.テレビのバラエティ番組	認知者	528	13.88	3.364	0.146	
		非認知者	370	13.57	3.257	0.169	
	II.テレビのニュース番組と新聞	認知者	329	14.19	*	3.357	0.185
		非認知者	569	13.50		3.278	0.137
	III.雑誌とネットニュース	認知者	357	14.14	*	3.332	0.176
		非認知者	541	13.49		3.294	0.142
	ソーシャルメディア (2ちゃんねる・まとめサイト・Twitter)	認知者	311	14.22	*	3.678	0.209
		非認知者	587	13.50		3.092	0.128
「炎上」には社会正義として意味がある	I.テレビのバラエティ番組	認知者	528	11.13		3.276	0.143
		非認知者	370	11.06		3.224	0.168
	II.テレビのニュース番組と新聞	認知者	329	11.18		3.280	0.181
		非認知者	569	11.06		3.240	0.136
	III.雑誌とネットニュース	認知者	357	10.71	*	3.440	0.182
		非認知者	541	11.36		3.100	0.133
	ソーシャルメディア (2ちゃんねる・まとめサイト・Twitter)	認知者	311	10.75	*	3.637	0.206
		非認知者	587	11.29		3.017	0.125

\*: p &lt; 0.05, \*\*: p &lt; 0.01, \*\*\*: p &lt; 0.001

「仮説2-1. 『炎上』関与者は、非関与者に比べて、『炎上』を社会正義の一環としてより肯定的に評価する傾向がある」については、関与群の「『炎上』には社会正義として意味がある」という設問に対する評価の平均値は有意に高く、支持される。「仮説2-2. マスメディアやネットニュースの『炎上』報道（上記II・III）に接している人は、接していない人に比べて、『炎上』を社会正義の一環としてより肯定的に評価する傾向がある」については、IIについては平均値が高いものの有意差はなく、IIIについては平均値が有意に低かったことから棄却された。「仮説2-3. バラエティ番組を通じて『炎上』情報に接している人は、接していない人に比べて、『炎上』を社会正義の一環として評価しない傾向がある」については、平均値が高い



ものの有意差はなく、支持された。

## 4.2 結果の考察

「炎上」対象者に常識がないから「炎上」が起きるというかたちで対象者に責任を帰属させる態度は、炎上関連行動類型別では関与群・興味群・会話群に有意に強く、「炎上」に関連して行動した経験のない者では有意に弱い。認知経路群別に見ると、I. テレビのバラエティ番組を除き、II. テレビのニュース番組と新聞、III. 雑誌とネットニュース、ソーシャルメディアで認知している者は、行動経験者と同じように「炎上」対象者に常識がないから「炎上」が起きると有意に強く捉えている。この結果から、直接批判している関与者だけでなく、より広く「炎上」対象者を非難する視線が共有されていると推測できる。

一方で、「炎上」が社会正義の一環であるという考えを有意に強く肯定したのは「炎上」関与者のみであり、III. 雑誌とネットニュース、ソーシャルメディア経由で「炎上」を認知している者は、有意に強く否定しているという結果になった。認知経路群別で言えば、個別事例の紹介が多くより具体的なIII. 雑誌とネットニュースで「炎上」を認知している者と実際に批判が展開されるソーシャルメディアで「炎上」を認知している者は、「炎上」のネットリンチ的な側面を知っているために、「炎上」対象者を常識がないとみなしつつ「炎上」に社会正義を認めないという態度を形成していると考えられる。一方で、II. テレビのニュース番組と新聞を通じて認知している者は、「炎上」対象者を非難する態度を形成する一方、「炎上」に社会正義があるかどうかについては態度を保留しているかたちになり、消極的に「炎上」を支持しているとみなすこともできるだろう。

## 5. 「炎上する社会」という視点

本研究では、「炎上」はネット上の問題に留まらないのではないかという視点から、まずマスメディアでの報道状況を整理した。マスメディアでも相当量の「炎上」報道が行われており、テレビではニュース番組での2つの事件報道に加えて、バラエティ番組における「炎上」した芸能人の直話による露出が多いこと、全国日刊紙（朝日新聞・読売新聞）では具体的な事例の報道は比較的少ない一方リスク喚起を行う解説記事が中心となっていること、雑誌とネットニュースでは具体的な事例がテレビや新聞よりも豊富に紹介されていることが確認できた。意識調査においては、「炎上」の認知率は80.3%、認知経路1位が「テレビのバラエティ番組」で認知者に対して58.8%、2位がネットニュースで同36.5%、3位が「テレビのニュース番組」で同33.1%となり、テレビ経由での認知が多かった。

「炎上」について検索する、「炎上」の現場を見に行く、身近な人と会話するなどを含めてなんらかの行動をとった経験がある人は24.5%、そのうち「炎上」の対象をネット上で批判したり、拡散したりしたことがある者、すなわち「炎上」関与者は全体に対して3.6%となった。



また「炎上」が起こるソーシャルメディアのユーザーだけでなく、より広い範囲で「炎上」について情報が共有されており、さらにマスメディアのニュース経由で認知した者も、「炎上」関与者やネット経由で認知した者と同じく『「炎上」の対象者に常識がないから『炎上』が起きる』と捉えている傾向があることがわかった。このことは、「炎上」対象者への視線が、実際に批判している関与者やネット経由での認知者だけでなく、マスメディアのニュース経由で認知した者にもある程度共有されていると解釈することができる。一方、「炎上」を「社会正義として意味がある」と有意に評価したのは行動群別では実際に批判している関与者のみで、認知経路群別に見ると雑誌やネットニュース、またはソーシャルメディアを通じて詳細に認知している者は有意に否定しており、その他の経路で認知しているものは肯定も否定もしていないという状況にあるという結果になった。

本研究では、「炎上」で批判される側に「常識がない」という責があるという考え方がマスメディアやネットニュースを通じて社会に広く共有されているということが確認できたものの、それが「炎上」という現象に具体的にどう影響しているかということまでは手が届かなかった。ソーシャルメディアだけでなくその外部も含めて「炎上」という現象を分析した時になにが見えてくるのか、「炎上」に関連したネットへの書き込みの分析や更なる意識調査などから検討していきたい。

## 引用文献

藤代裕之, 2014, 「誰もがジャーナリストになる時代——ミドルメディアの果たす役割と課題」遠藤薫編著『間メディア社会の＜ジャーナリズム＞』東京電機大学出版局：103-123.

平井智尚, 2012, 「なぜウェブで炎上が発生するのか：日本のウェブ文化を手がかりとして」『情報通信学会誌』29（4）：61-71.

伊地知晋一, 2007, 『ブログ炎上』アスキー.

伊藤昌亮, 2014, 「血と血祭り 炎上の社会学」川上量生監修『ネットが生んだ文化』角川学芸出版：173-208.

蛭川真夫, 2010, 『ネットの炎上力』文春新書.

荻上チキ, 2007, 『ウェブ炎上』ちくま新書.

佐々木悠亮, 2013, 「メディアのゲートキーピング研究：現状と課題」『マス・コミュニケーション研究』82:193-210.

小学館, 2007, 「デジタル大辞泉」, <http://www.daijisen.jp/digital/>.

山口真一, 2015, 「実証分析による炎上の実態と炎上加担者属性の検証」, 『情報通信学会誌』33(2):53-65.

安田浩一, 2015, 『ネット私刑』扶桑社新書.

