

Twitter と 2 ちゃんねるにおける「炎上」関与者の比較

—ウェブモニタ調査を軸に—

吉野 ヒロ子

【要旨】

ソーシャルメディアなどで不特定多数の批判が殺到する「炎上」が、ここ 10 年問題となっている。匿名である・匿名ではないなど、ソーシャルメディアのアーキテクチャが「炎上」関与行動に影響しているかを検討するため、「炎上」事件についてネット上でコメントしたことがある者を対象として、ウェブモニタ調査を行い (n=453)、Twitter に書き込んだ経験者と 2 ちゃんねるに書き込んだ経験者を比較した。(1) Twitter に書き込んでいる者は、社会的な事件 (熊本地震) について、援助的な書き込みをより頻繁に行った傾向が有意にあったが、2 ちゃんねるで書き込んでいる者にはその効果が見られない (2) Twitter で「炎上」について書き込んでいる者は、「炎上」の影響を強いと捉える傾向が有意にあるが、2 ちゃんねるで書き込んでいる者には見られず、2 ちゃんねるで書き込んでいる者は「ネット上で誰かが叩かれているのを見るのは面白い」と捉えている傾向が有意にあるといった結果が得られた。

キーワード：ソーシャルメディア, 炎上, Twitter, 2 ちゃんねる

1. はじめに

数年前から、ソーシャルメディア (Socialmedia) 上で不特定多数の非難が殺到する「炎上」と呼ばれる現象が国内外で問題となっている。国内で

も、2013年にブログの書き込みから「炎上」した騒動がワイドショーで取り上げられた地方議員が自殺した事例が発生し、他の事例でも個人の個人情報が騒動の後にも長くインターネット（以下ネット）上に晒されている状況が珍しくない。また、企業の「炎上」も多々発生しているが、ネットから騒動が広がり、マスメディアで報道された企業では株価が下がっているといった研究結果もある（Adachi and Takeda, 2016）。

「炎上」が拡大するのは、2ちゃんねる（<http://www.2ch.net/>）や Twitter（<https://twitter.com/>）などの CGM（Consumer Generated Media）あるいはソーシャルメディア上である。よく知られているように、ソーシャルメディアはそれぞれ特有の文化を持つ。たとえば、国内では最大規模の匿名型掲示板である2ちゃんねるには、独特の用語や書き込みの作法がある。代表的なマイクロブログである Twitter にも、書き込める文字数が上限 140 文字までという制約や、リツイートと呼ばれる他人の書き込みを反復する機能にあわせて、独自のコミュニケーションの作法を形成している。双方を利用しているユーザーも多数存在するが、2ちゃんねるでの適切な振る舞いは Twitter でのそれと異なっている。

国内では、「炎上」関与経験者は、ネットユーザーの 0.5% とも推計されており、社会的属性などの傾向も一定明らかになっている（山口, 2015；田中・山口, 2016；吉野, 2016）。だが、数十万人存在すると推定されている「炎上」関与者の特徴が一様であるとは考えられない。彼らを理解するには、「炎上」関与者をいくつかタイプ分けし、タイプごとにその特徴を検討していく必要がある。性別、職業といった社会的属性や、どのトピックに反応するのか、どういう意図で「炎上」に関して書き込んでいるのか、「炎上」のメカニズムの中でどのような役割を果たしているかなど、さまざまな切り口で、「炎上」関与者を切り分けることはできるが、本研究では、異なるソーシャルメディアに書き込んでいる「炎上」関与者の特徴の違いを明らかにすることで、より深い洞察につなげたい。具体的には、国内で「炎上」が拡大する 2 大プラットフォームといえる 2ちゃんねると Twitter を中心に、ウェブモニタ調査の結果をもとに「炎上」関与者の傾向の違いを検討する。

2. 「炎上」の定義とソーシャルメディアの特性

2.1 「炎上」の定義

「デジタル大辞泉」（小学館，2009）では、「炎上」という語の三番目の定義として、「（比喩的に）インター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。また、非難が集中してそのサイトが閉鎖に追い込まれること。祭り。フレーム。フレーミング。」としている。おおまかな定義としては、「インターネット上で、不特定多数から非難が殺到すること」となるだろう（伊地知，2007；荻上，2007）。「炎上」という名称は、2005 年に評論家の山本一郎が新聞記者のブログに非難コメントが相次いだことを表現したことから定着したと言われている（伊地知，2007）。

ただし、この大まかな定義にはかなり幅広い事例を含んでしまう。冒頭で紹介した地方議員の事例のようにネットリンチ（安田，2015）に発展するケースもある一方、企業に対する「炎上」については、2015 年に起きたルミネの CM がジェンダーの描かれ方が不適切であると批判された事例や、2016 年に起きた認知症患者との契約が不適切であると PC デボが糾弾された事例のように、一種の社会運動や消費者運動に近い性質をもつものもある。また、規模についても、Twitter で特定の話題でつながっているユーザーなど小さなネットワークの中で批判が起き、そこから外には広がらないものから、批判が複数のネットサービスに飛び火し、最終的にはテレビや新聞などマスメディアで取り上げられる大規模なものまで幅がある。個々の事例を検討すれば、事例によって炎上関与者の属性や行動が異なる可能性が高いが、本研究で用いるウェブモニタ調査の性質上、緻密な定義を理解した上でモニタに回答してもらうことが難しいことから、実際に使われている「炎上」の意味に近い、先のおおまかな定義をもとに議論を進めてゆきたい。

ひとつ注意しなければならないことは、「炎上」はネット上だけの問題ではなく、という点である。「炎上」が盛んになり始めた当初は、ネット上の騒動に留まっていたが、2009 年のスマイリーキクチ中傷被害事件報道や、先に紹介した地方議員の事例、2013 年の「バイトテロ」と総称

される、飲食店などのアルバイトが食品や設備を不適切に扱った画像を投稿して騒動となる事例が相次いでテレビや、新聞、雑誌などで紹介され、「炎上」の社会的影響力が増大している（吉野，2016）。このような変化が起きた背景として、藤代（2014）は、2011年の尖閣諸島中国漁船衝突事件の動画流出をきっかけに、ソーシャルメディア上の出来事をネットニュースやまとめサイトなどミドルメディアだけでなく、マスメディアが報道することが常態化しつつあることを指摘している。「炎上」を社会的な現象として取り上げる場合、単なるソーシャルメディア上の騒動ではなく、ミドルメディアやマスメディアによって、ソーシャルメディアのユーザー以外にも情報が伝播し、企業のレピュテーションリスクなどが発生することを考慮しなければならない。

2.2 典型的な「炎上」プロセスと「炎上」関与行動

伊地知（2007）と小林（2011）は、典型的な炎上のプロセスを紹介している。両者の記述をまとめると、(1) 個人や企業などの言動がソーシャルメディアで問題視され、(2) ネット上で不特定多数からの批判が殺到する、(3) 「炎上」の対象の個人情報や過去の言動が洗い出され、「まとめサイト」に掲載される、(4) 「炎上」の対象の関係先や、企業であればその取引先にも電話で抗議するなど、ネット外の行動も発生する、(5) 大規模なものであれば、それらの騒動がネットニュースやマスメディアで報道される場合もある、というものである。

「ネット上で不特定多数から批判が殺到する」のが「炎上」だが、批判を書き込むという行動だけが「炎上」に関与するわけではない。書き込みにもいくつか類型が考えられる。全体としては「非難が殺到している」状態であっても、その中には、非難に反論し、非難の対象を擁護する書き込みもあるだろうし、是非は問わない中立的な書き込みも想定できる。

また、TwitterやFacebookで、自分のコメントはつけずに、自分とつながっているユーザーに情報を流す「拡散」もある。「拡散」はコメントなしで行われるため、その意図が読みにくい、その分、敷居が低い。「拡散」

ができるソーシャルメディアは限られているが、それにもかかわらず、後ほど紹介するように拡散経験者は書き込み経験者よりも若干多い傾向がある。

さらに「検索」という行動も、そこから「拡散」「書き込み」に至る可能性があるだけでなく、かなり間接的にだが、「炎上」の社会的影響力の拡大に寄与すると考えられる。前述したように、「炎上」はソーシャルメディア上の騒動にとどまらず、ネットニュースやまとめサイトなどミドルメディアを通じて報道されることで、広く認知される。「検索」という行動は、それらミドルメディアのページビューを押し上げ、「炎上」関連の話題が取り上げられやすくなる傾向につながる。

いずれにしても、これらの「書き込み」「拡散」「検索」は、「インターネット上の議論の盛り上がり」の一部となる。これらの行動の結果、「炎上」が社会的影響力を持っていると考えられる。

2.3 「炎上」の先行研究

「炎上」は、社会学や情報社会論、情報工学、社会心理学、計量経済学といった多様な視点から検討されている。ソーシャルメディアのログの分析から「炎上」のダイナミズムを明らかにしようとするものや、ウェブモニタ調査から「炎上」関与者の属性を明らかにしようとするものなど多岐に渡っている。また、主に企業広報の観点から一般向けに解説した書籍も多数出版されている（小林, 2011 など）。

人文・社会科学領域での「炎上」研究は、主に3つのタイプに分類できる。ひとつは、「炎上」を集団分極化と結びつけた荻上（2007）のような、ネットの構造や文化など「炎上」が発生する背景に焦点を当てた研究である。もうひとつは、2ちゃんねるやTwitterのソーシャルメディアのログの分析を行うものである。2ちゃんねるのログを分析した河島（2014）と、Twitterを中心に分析した小峯（2015）では、一度論調が批判に傾き出すと、その流れに逆らう書き込みがあっても反論され、より批判に傾くという性質があるとしている。

最後のタイプが、ウェブモニタ調査から炎上関与者の特徴を分析するもの

である。山口（2015）および田中・山口（2016）では、調査の結果、「炎上」の加担経験者が1.5%であり、「男性」「世帯年収が高い」「子供がいる」ことなどが有意に正の効果を持っているとしている。吉野（2016）では、「炎上」の対象をネット上で批判した経験がある者はやはり1.4%とごく少数で、自身が購入した商品やサービスに不満があるとネット上で表出する傾向が高いという結果が出ている。ただし、1116名の対象者に対して16名しか該当者がいなかったこともあり、ソーシャルメディアの利用傾向などは多変量解析で明確にできなかった。また、山口（2016b）では、75%の人が炎上に否定的な考えを持っており、炎上が世の中を良くしていると考えている人（正義型）が約21%、炎上が面白いと評価している者（便乗型）が4%となっており、正義型は一件の炎上に対する書き込み回数が多く、便乗型は書き込んだ炎上の件数が多いとしている。

2.4 「炎上」における2ちゃんねるとTwitterの役割

「炎上」は具体的にはどこで発生するのだろうか。田中（2016）は、ウェブモニタ調査の結果、炎上攻撃者の書き込み先として、2ちゃんねるでの書き込みとTwitterでのつぶやきがほぼ同数でトップだったとしている。

この二つのサービスが国内での「炎上」の母胎となっているのは、まず利用者数が多いことが考えられる。「2ちゃんねる定点観測」(<http://merge.geo.jp/>)のデータによれば、2ちゃんねるへの一日の書き込み数は235万件（2015年の一日あたりの中央値）となっている。Twitterは国内の2015年12月時点の月間アクティブユーザー数が3500万人と発表している（山崎, 2016）。

また、両者の共通点として、「盛り上がり」に居合わせやすい構造を持っていることが挙げられる。濱野（2007）は、ユーザーが共有する「時間」のあり方に着目して各ソーシャルメディアの特性を論じ、リアルタイムで居合わせないと盛り上がりを共有できないため、盛り上がっていない時間もつきあわなければならないという意味で時間コストが高いチャットやMMORPG（Massively Multiplayer Online Role Playing Game）と比べて、Twitterは隙間

時間にアクセスしても盛り上がりに参加できる性質を持つとし、その時間共有のあり方を「選択的同期」と名付けた。濱野が論じた時点では実装されていなかったが、Twitter で話題になっているキーワードランキングをリアルタイムで表示する「トレンド」機能で、より「今、話題になっていること」が現在はよりユーザーの目に触れやすくなっている。「炎上」に関して言えば「炎上 bot」と呼ばれる、「炎上」を自動検知してツイートする Twitter アカウントも存在する。2ちゃんねるの場合は、書き込みがあったスレッドをページトップに表示するスレッドフロート型掲示板であり、今現在盛り上がっているスレッドを瞬時に把握しやすいという仕組みになっている。両者とも、単純にユーザー数が多いだけでなく、たくさんのユーザーが盛り上がっている話題をリアルタイムで把握しやすい特性を持つとすることができるだろう。もし、LINE や Facebook など自分のつながっている人の挙動のみが流れてくる SNS (Social Networking Service) やブログなど、「不特定多数の話題の盛り上がり」がわかりにくいサービスしかなければ、「炎上」しそうな不用意な言動を誰かがしたとしても、伝播のスピードも範囲も限られているため、「炎上」のような現象は生じにくかったと考えられる。

国内で「炎上」の中心となっている両サービスには共通点もあるが、2ちゃんねるは Twitter よりも匿名性が高いなど異なる点も多い。2ちゃんねるは基本的には書き捨ての匿名型、Twitter は実名と違う名で登録される場合も多いが、アカウントを見れば過去の書き込みやつながっている他のユーザーなどが辿れる「顕名」型となっている。Rösner & Krämer (2016) は、実験的手法によって、ネット上のコメントにおける匿名性と攻撃性の関連を検討した結果、攻撃的な書き込みが起きるかどうかは、匿名であるかどうかではなく、先に攻撃的な書き込みがあるかどうかによって左右され、匿名であるかどうかは攻撃的な書き込みが攻撃的な書き込みを誘発する効果を高めるとしている。

では、2ちゃんねるでの「炎上」と、Twitter での「炎上」は、異なるのだろうか。異なるとしたら、どう異なっているのだろうか。まず、両者で「炎上」が盛り上がるプロセスを整理したい。

2 ちゃんねる主導の場合

2ちゃんねる（1999年～）は、マスメディアではしばしば「巨大匿名掲示板」と呼ばれることがある。匿名であること、そして規模が大きいことが、最大の特徴であり、多様な話題をカバーした「板」に分かれ、その中のスレッドに匿名で書き込むことができる。実際には、「板」の中には書き込み者のIPアドレスを変換したIDコード（0時で切り替えられる）が表示されるものもあるし、犯罪予告などでは書き込み者のIPアドレスが司法に提供されるため、真の匿名ではない。また、「固定HN」と呼ばれる、ハンドルネームとパスワードを設定することで、顕名で利用することもできる。

もうひとつの重要な特徴は、「氏ね（＝死ね）」など、「2ちゃんねる語」と呼ばれる独特のネット・ジャーゴンが発達しており、板によっては攻撃的な書き込みが行われやすい文化が培われていることである。この性質と匿名性をあわせて、西和彦は2ちゃんねるを「便所の落書き」と表現している（中西，2001）。ただし、2ちゃんねるの書き込みの分析から、フレーミング（粗野な言葉でのやり取り）は議論を阻害するよりも、議論を促進している可能性があるとする研究もある（大澤・松村・中村，2002）。匿名故に基本的には書き捨てとなる2ちゃんねるにおいて、「2ちゃんねる語」を使うことは、同じ文化を共有していることを示す行為であり、独自の共同性を醸成する機能を持っていると考えられる。

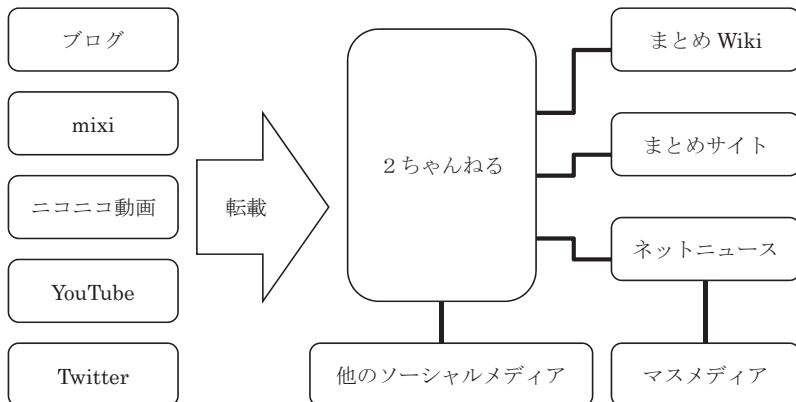
「炎上」のプラットフォームとしての2ちゃんねるの特徴は、他のソーシャルメディアやCGMサービスに対して、メタ的な立ち位置で盛り上がりが発生することである。たとえば、2006年に起きた、ある「炎上」事件は、「書き込みが、会員登録型のソーシャル・ネットワーキング・サービスで行われたことから個人が特定され、巨大掲示板群などを介して批判の声が広がった。」と報道されている（産経新聞，2006/8/18）。この事例では、mixiでの書き込みが2ちゃんねるで問題だと批判され、mixiの書き込みから書き込んだ者の個人情報が特定され、所属先の大学やサークルなどに抗議が行われている。きっかけはmixiへの書き込みだが、個人情報を特定するなど「炎上」が盛り上がったのは2ちゃんねるで、その結果、所属先にも抗議が

及び、報道されたという流れになる。

「炎上」のきっかけは、ブログや mixi、ニコニコ動画、YouTube、Twitter など、ネットのどこで起こってもよい。それが2ちゃんねるに転載され、スレッドが立ち、たくさんのコメントが書き込まれ、何度もスレッドが引き継がれて「スレが伸びていく」ことで「炎上」が成立するのである。2ちゃんねるの場合、スレッドには1000件までしかコメントが書き込めないため、最初のスレッドがいっぱいになれば、次のスレッドが立ち、スレッドの頭に重要な情報をまとめた「テンプレ」を書き込むことで情報共有がなされる。情報が多岐に渡ってくると、フリーのWikiサービスを使った「まとめWiki」を誰かが開設し、そこに「炎上」の対象や関係者の個人情報、企業に問い合わせた対応の様子などの情報が蓄積されていく。

スレッドがいくつも立つ、書き込みが活発であるなど、2ちゃんねるでの「盛り上がり」が大きくなってくると、他のサイトへの波及が起きる。2ちゃんねるの書き込みをまとめたブログ形式の「まとめサイト」やネットニュース、Twitter など他のソーシャルメディアに話題が飛び火し、場合によってはテレビや新聞、雑誌などマスメディアで取り上げられることになる（【図1】参照）。

【図1】2ちゃんねる主導型「炎上」の構造



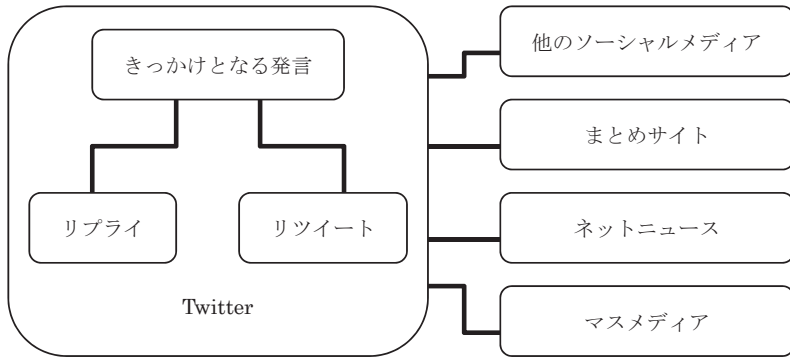
Twitterでの発言から、Twitter中心で「炎上」が発生する場合

基本的には書き捨てである2ちゃんねるに対して、Twitterは実名ではないが、固定されたネット上の名を使ってコミュニケーションを継続的にとっていく「顕名」型に属する。ただし、リアルでの知人を中心にソーシャルグラフ化するFacebookやLINEと違って複数アカウントの取得に制限がないため、用途別に複数のアカウントを使いわけるユーザーも少なくない。また、数十名程度のリアルの知人とのみつながるLINEに近い使い方から、数百名、数千名のオーダーで不特定多数とつながり、活発に情報共有をしていく使い方まで、使われ方のバリエーションが広い。

「炎上」に関しては、Twitterと2ちゃんねるの違いは、主に3点ある。まず、政治家などの公人や芸能人、マスメディア、政府や自治体、企業などもTwitterで情報発信をしており、パブリックな言論の場としての性質を帯びていることである。また、書き捨てではないため、名指しで批判すれば、反撃される可能性もある。たとえば、多数のフォロワーを持つ女性タレントが自分に吐かれた暴言をリツイートし、自分のファンの目に触れるようにして、不特定多数のファンに攻撃させた事例もある(cyzo woman, 2014/9/19)。その意味で、一方的に攻撃できる2ちゃんねるのメタ的な立ち位置と異なると考えられる。

もうひとつの大きな違いは、Twitterの書き込みから「炎上」した事例が相当数存在することである。2013年に、飲食店などのアルバイトが不適切な行動を撮り、「炎上」した事例が相次いだ。きっかけがTwitterに投稿されたつぶやきが多かったため、Twitterを指す表現として「バカ発見器」、「バカッター」といったネット・ジャーゴンが生まれている。2015年には、りそな銀行の関係者がタレントの来店情報などをツイートしたことで「炎上」した事例など、著名人の個人情報をTwitterに投稿して「炎上」した事例は多い。また、2014年に起きたまるか食品の虫混入事件や2015年に起きたPCデポの認知症患者との過剰なサービス契約など、消費者のTwitterでのつぶやきが一種の告発となって、リツイートやリプライでだちに拡散され、他のソーシャルメディア、まとめサイト、ネットニュース、マスメディ

【図2】 Twitter 主導型の「炎上」の構造



アに取り上げられて企業の社会的責任が問われた事例もある（【図2】）。Twitter の外で起きた出来事に関するつぶやきが盛り上がって「炎上」する場合もちろんあるが、「炎上」で批判される側と批判する側が共に参加している事例が多いことは2ちゃんねるとは異なる点である。

2ちゃんねるとTwitterを「炎上」のプラットフォームとして比較すると（1）匿名か顕名か（2）「便所の落書き」か一定のパブリックな側面を持っているか（3）メタ的視点に立つのかそうではないのか、の3点となる。個々のユーザーがどれだけ認識しているかは別として、Twitterの方が、2ちゃんねるよりも発言に責任を求められるとも言い換えられる。

2.5 本研究の仮説

以上の議論を踏まえ、本研究では、Twitterに「炎上」に関してなんらかのコメントを書き込んだ者と2ちゃんねるに書き込んだ者、両方に書き込んだ経験がある者の傾向の違いを検討したい。

本研究の仮説は以下の2つである。

仮説1 社会的な出来事に関するポジティブな書き込みは、Twitterに「炎上」について書き込んでいる者の方が、2ちゃんねるに書き込んでいる者よりも行っている

仮説 2 「炎上」をよりシリアスに捉える傾向は、Twitter に「炎上」について書き込んでいる者の方が、2ちゃんねるに書き込んでいる関与者よりも強い

仮説 1 は、Twitter は少なくとも部分的にパブリックな側面を持つため、2ちゃんねるよりも公益を増進するような、向社会的な書き込みも多いのではないかということである。これは、調査期間の約 2 ヶ月前に発生した熊本地震に関する書き込み経験を、その内容から援助的なものと批判的なものに分けて変数とし、検討した。熊本地震に関しては、東日本大震災と同様、盛んに被災者への励ましや支援・防災情報に関する書き込みが行われた一方、芸能人の寄附報告が売名行為とバッシングされたり、いつもどおり楽しんでいる人に対して不謹慎だと批判が起きたりした。向社会的な書き込みと、「炎上」と地続きの書き込みが同時に起こったと考えられる。

仮説 2 は、同じ批判的な書き込みでも、Twitter と 2ちゃんねるでは、書き込みの内容や書き込みへの意識が異なるであろうという予測から、「炎上」に対する態度が異なるのではないかというものである。同じ事例が Twitter と 2ちゃんねるで「炎上」しても、パブリックな場としての性質を持つ Twitterの方が、ネット・ジャーゴンなど猥雑な表現がより多く使用され、攻撃的であり、2ちゃんねる特有のノリに則って書き込まれる 2ちゃんねるよりも、よりシリアスに受け止められている可能性がある。この仮説は、「炎上」に対する評価関連の設問から検討する。

以下、この 2 つの仮説を中心に、Twitter に「炎上」関連コメントを書き込んだ経験者、2ちゃんねるに書き込んだ経験者の違いを検討していきたい。

3. 「炎上」関与者を対象としたウェブモニタ調査の結果

3.1. 調査の概要

株式会社ジャストシステムの「FastAsk」でウェブモニタ調査を行った。

スクリーニング調査（2016/6/23～2016/7/4）は、20代以上 50代までを

対象として、各年代・性別ごとに 2500 名計 20000 名を目標として配信した。初回の配信では 20 代男女の回答が少なかったことから追加配信を行い、計 22599 名の回答を得た。

本調査（2016/6/24 ～ 2016/7/8）は、スクリーニング調査の回答者から、「インターネット上の不特定多数が閲覧できるところに炎上事件についてコメントを書き込んだ」（表中では、「書き込み（一般公開）」）ことがあると回答した者を対象とした。

書き込み経験率は 7.7% と、山口（2015）の「炎上加担者数」1.52%、吉野（2016）の「炎上で批判されている人や組織をネットで批判した」あるいは「批判している人をネットで批判した」経験者計 1.4% より比率がかなり高い。これは、提示文が批判的な書き込み以外の中立的な意見やコメントをイメージさせるものであることから増加したものと思われるが、報酬が得られるウェブモニタ調査のスクリーニング調査であることから、本調査に進みそうな回答を選択しようとする回答者が一定存在した可能性もある。

スクリーニング調査の結果、【表 1】のように 50 代は該当者の比率が少ないことから、20 代・30 代・40 代計 200 名ずつ、50 代 100 名計 600 名を目標として配信し、728 名の回答を得た。ウェブモニタ調査の場合、回答者の Satisfice が問題となっているため（三浦・小林，2015）、反転項目を含む 2 つの心理尺度設問（計 10 問）で同一の選択肢を選んだ者 180 名と、スクリーニング調査と本調査で回答が矛盾している者 90 名を除外し、453 名を分析の対象とした【表 2】。

【表 1】スクリーニング調査での年代別炎上関連行動経験率

	20代	30代	40代	50代	全体
検索	40.0%	35.1%	32.3%	27.0%	33.9%
拡散	14.6%	10.2%	5.4%	3.5%	8.7%
書き込み (限定公開)	11.9%	8.9%	5.6%	3.6%	7.7%
書き込み (一般公開)	12.1%	9.5%	5.1%	3.2%	7.7%

【表2】本調査回答者の属性

	20代	30代	40代	50代	合計
男性	82	83	91	35	291
	18.1%	18.3%	20.1%	7.7%	64.2%
女性	53	45	35	29	162
	11.7%	9.9%	7.7%	6.4%	35.8%
合計	135	128	126	64	453
	29.8%	28.3%	27.8%	14.1%	100.0%

3.2. 単純集計結果の概要

仮説の検証の前に、本調査の結果から単純集計結果を紹介したい。

ソーシャルメディアの利用状況

【表3】はスクリーニング調査と本調査での年代別のソーシャルメディア利用率を比較したものである。本調査は「不特定多数の目に触れるところに『炎上』に書き込んだ」経験のある者を絞り込んでいるが、基本的にはつながっている人だけに書き込みが見える仕様になっている LINE や Facebook の利用率もすべての年代でスクリーニング調査対象者の方が高く、コメント経験者はソーシャルメディア全般の利用が活発であることがわかる。

Twitter と 2ちゃんねる利用の重複状況を見ると、Twitter も 2ちゃんねる

【表3】スクリーニング調査と本調査での年代別ソーシャルメディア利用率

		20代	30代	40代	50代	合計
LINE	スクリーニング調査	69.0%	60.2%	48.3%	37.8%	54.4%
	本調査	79.6%	70.2%	57.1%	45.9%	65.5%
Facebook	スクリーニング調査	40.1%	38.1%	34.7%	34.3%	36.9%
	本調査	42.7%	49.0%	47.8%	45.9%	46.4%
Twitter	スクリーニング調査	54.0%	37.1%	35.0%	28.7%	39.4%
	本調査	75.2%	63.0%	57.6%	45.9%	62.4%
2ちゃんねる	スクリーニング調査	18.8%	18.1%	18.7%	13.9%	17.4%
	本調査	40.3%	36.1%	39.5%	34.9%	38.0%

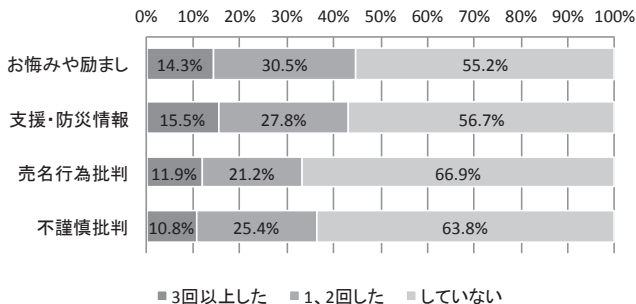
も利用していない者が 25.2%、2 ちゃんねるのみを利用している者 6.2%、Twitter のみを利用している者 34.4%、両方を利用している者 34.2%となった。

熊本地震に対する書き込み

社会的な出来事に関する書き込みの傾向を調べるため、調査期間の約 2 ヶ月前にあたる 2016/4/14 に発生した熊本地震（最大震度 7・死者 50 名 [直接死]・避難者数約 18 万人）に対する書き込み経験を問うた。2011 年の東日本大震災では、災害状況や支援関連の情報、デマなどが Twitter などソーシャルメディアで盛んに伝播されたことが知られており、さまざまな角度から研究されている（例えば、三浦・小森・松村・前田，2015）。熊本地震でも、お悔やみや励まし、防災情報の拡散が行われる一方、タレントが寄附を報告したブログ記事が「売名行為」と批判され、なにげない日常の書き込みが不謹慎であると批判された事例もあった。熊本地震に関する書き込みには、向社会的な書き込みと、「炎上」が混じり合っていたことになる。

単純集計では、若干向社会的な書き込み経験者が多いという結果となった（【図 3】）。この結果の因子分析を行ったところ、一因子だった。「お悔やみや励まし」と「支援・防災情報」を「援助的な書き込み」、「売名行為批判」と「不謹慎批判」を「批判的な書き込み」としてそれぞれ単純加算して、後の多変量解析に投入することとした。

【図 3】 熊本震災関連の書き込み経験



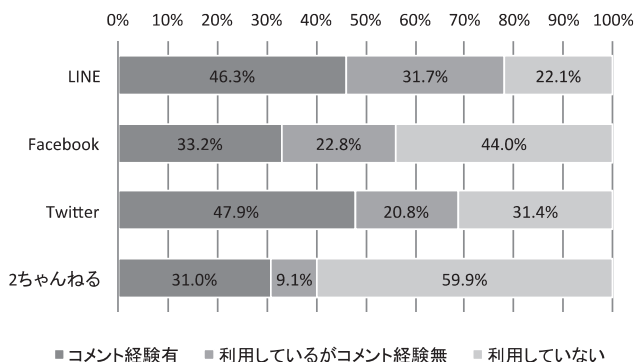
炎上関連コメントの書き込み先

「炎上」関連コメントの主な書き込み先は、【図4】のようになった。一番経験率が高いのは、Twitter、次いでLINE、Facebookとなっているが、未利用者を除いて利用者のみで「炎上」関連コメントを書き込んだ経験率を計算すると、一番高いのが2ちゃんねるの77.3%、次いでTwitterの69.7%、LINEの59.4%、Facebookの59.3%となっている。

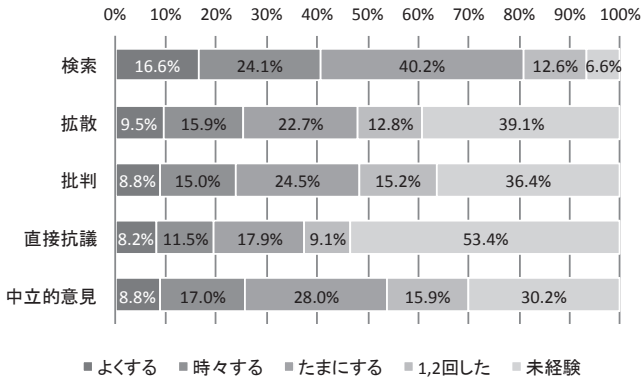
Twitterと2ちゃんねるに「炎上」関連コメントがよく書き込まれているというのは、先に言及した田中（2016）の結果と一致する。これまでの「炎上」研究は、ログを取得しやすく、社会的な影響力が把握しやすい両サービスを中心に行われてきたが、書き込み内容が外からは見えないLINEとFacebookにも多く書き込まれているということは、特にレピュテーションリスクの観点から「炎上」を捉える企業広報系の研究にとって、大きな課題となると考えられる。

Twitterと2ちゃんねるへの書き込み経験の重複状況は、どちらにも書き込んでいない者（未利用者含む）が44.8%、2ちゃんねるのみに書き込んだ者が9.7%、Twitterのみに書き込んでいる者が26.0%、両方に書き込んだことがある者19.4%となった。

【図4】「炎上」関連コメント書き込み先



【図 5】 炎上関連行動の頻度



炎上関連行動の頻度

「炎上」に関する書き込み経験者を対象とした本調査での「炎上」関連行動の頻度が【図 5】である。【表 1】の、スクリーニング調査における炎上関連行動頻度に比べて、「検索」や「拡散」などの関連行動経験比率が大幅に増えていることがわかる。特に、検索は 93.4% が経験している。その一方、未経験者が 6.6% 存在するのは、ソーシャルメディアで話題になっている様子を見て、そのまま自分では調べずになんらかのコメントを書き込んだ者がそれだけ存在しているということになる。

炎上関連コメント書き込み先別の炎上関連行動頻度

Twitter に「炎上」関連コメントを書き込んだ者、2 ちゃんねるに書き込んだ者、両者に書き込んだ者に分けて、「炎上」関連行動頻度をまとめたものが【表 4】である。Twitter と 2 ちゃんねるの双方に書き込んだ経験がある者が、全ての炎上関連行動頻度が高く、未経験率が低い。Twitter か 2 ちゃんねるに書き込んだ経験がある者を比較してみると、「拡散」や「直接抗議」で Twitter の方が 2 ちゃんねるよりも頻度が高い傾向にあるのは先に述べた Twitter のアーキテクチャの性質から当然として、「批判」や「中立的な書き込み経験」でも高い傾向がある。回答者の主観的な頻度で訊ねているため、

【表4】Twitter・2ちゃんねるへの書き込み状況別炎上関連行動頻度

		よくする	時々する	たまにする	1,2回した	未経験
検索	Twitter	18.6%	24.6%	42.4%	11.0%	3.4%
	Twitterと2ちゃんねる	26.1%	31.8%	35.2%	5.7%	1.1%
	2ちゃんねる	18.2%	29.5%	40.9%	9.1%	2.3%
拡散	Twitter	7.6%	25.4%	31.4%	11.9%	23.7%
	Twitterと2ちゃんねる	26.1%	14.8%	29.5%	13.6%	15.9%
	2ちゃんねる	4.5%	11.4%	13.6%	9.1%	61.4%
批判	Twitter	8.5%	17.8%	29.7%	20.3%	23.7%
	Twitterと2ちゃんねる	22.7%	21.6%	28.4%	13.6%	13.6%
	2ちゃんねる	6.8%	6.8%	34.1%	22.7%	29.5%
直接批判	Twitter	6.8%	18.6%	19.5%	9.3%	45.8%
	Twitterと2ちゃんねる	21.6%	15.9%	21.6%	9.1%	31.8%
	2ちゃんねる	6.8%	9.1%	6.8%	6.8%	70.5%
中立的書き込み	Twitter	12.7%	20.3%	37.3%	14.4%	15.3%
	Twitterと2ちゃんねる	22.7%	12.5%	28.4%	19.3%	17.0%
	2ちゃんねる	6.8%	13.6%	38.6%	20.5%	20.5%

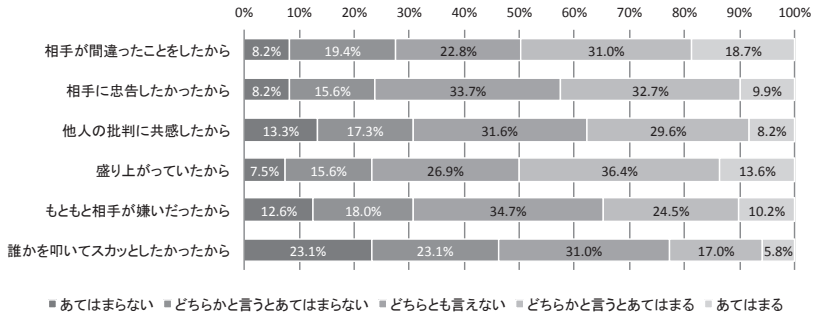
回数として明確ではなく、また「中立的な書き込み経験」と回答している書き込みが、他のユーザーから見れば十分攻撃的であることもありえる。いずれにせよ、「炎上」に関するコメント経験者の中では、Twitter ユーザーの方が「炎上」に高頻度で関与する者が多い可能性がある。

「炎上」に関する評価

「炎上」に関する評価として、【図6】のように6つの設問を5分法で訊ねた。

一番多くの「炎上」コメント経験者（「とてもそう思う」・「ややそう思う」計53.4%）が同意したのは、「炎上するのは常識がないからだ」と、「炎上」の対象に責任を帰属する態度だった。次いで同意者の比率が高かったのは、「炎上しても、たいして影響はない」（「まったくそう思わない」・「あまりそう思わない」計40.7%）で、「炎上」コメント経験者の約4割は、「炎上」に影響力があると認識しつつ、「炎上」についてなんらかのコメントをソーシャルメディアに書き込んでいるということになる。

【図6】「炎上」の対象を批判した理由



3-3. Twitter と 2 ちゃんねるでの炎上関連コメント経験を予測するロジスティック回帰分析

従属変数は、本調査の回答者（ネット上の不特定多数の目に触れるところに「炎上」についてなんらかの書き込みを行った経験がある者）のうち、Twitter あるいは 2 ちゃんねるで「炎上」について書き込んだ経験がある者を 1、当該サービスの未利用者を含む書き込み経験がない者を 0 としたダミー変数である。独立変数は（1）ネット利用時間（パソコン・モバイル端末別）（2）熊本地震に関する書き込み（援助的な書き込み・批判的な書き込み）とし、コントロール変数として、山口（2015）で有意な効果があるとされている性別・年齢・子供の有無・世帯年収を投入した。

仮説 1 「社会的な出来事に関するポジティブな書き込みは、Twitter で『炎上』について書き込んでいる者の方が、2 ちゃんねるで書き込んでいる者よりも行っている」は、Twitter での書き込み経験者のみに熊本地震に関する援助的な書き込みが有意に正の効果を持っており、支持される。

仮説 2 「『炎上』をよりシリアスに捉える傾向は、Twitter に『炎上』について書き込んでいる者の方が、2 ちゃんねるに書き込んでいる関与者よりも強い」は、支持される。Twitter への書き込みに対して、「『炎上』してもたいして影響はない」という評価が有意に

【表5】Twitterと2ちゃんねるでの炎上関連コメント経験を予測するロジスティック回帰分析

		Twitter		2ちゃんねる	
		B	SE	B	SE
	性別	-.427	.249 +	-.454	.267 +
	年齢	-.025	.013 *	-.018	.013
	子供の有無	-.131	.256	.359	.268
	世帯年収	.125	.062 *	.192	.065 **
ネット利用時間	パソコン	.065	.069	.225	.074 **
	モバイル	.257	.081 **	-.045	.085
熊本地震	援助的な書き込み	.381	.111 **	.157	.115
	批判的な書き込み	.058	.122	.133	.126
炎上評価	炎上するのは常識がないからだ	-.021	.117	.285	.124 *
	炎上に参加したことがまわりの人に知られたら、評判が落ちる	-.105	.116	-.229	.122 +
	炎上で誰かを叩いても、罰せられることはない	.062	.124	.037	.132
	炎上には、社会正義としての意味がある	-.021	.125	-.151	.132
	炎上しても、たいして影響はない	-.318	.123 *	-.137	.126
	ネット上で誰かが叩かれるのを見るのは面白い	.124	.123	.253	.130 +
	定数	-896	.920	-2.484	.963 *
	Cox-Snell R2 乗	.169		.117	
	Nagelkerke R2 乗	.226		.165	
	n	407		407	
	該当者数	183		125	

+ : $p < 0.1$ * : $p < 0.05$ ** : $p < 0.01$

負の効果を持っており、Twitterに書き込んだ者は「炎上」の影響が大きいと評価している一方、2ちゃんねるに書き込んだ者はそうではない。また、2ちゃんねるでの書き込み経験に対して、「ネット上で誰かが叩かれるのを見るのは面白い」という評価が有意に正の効果を持っており、2ちゃんねるへの書き込み経験者

は、「炎上」に加虐的な面白さを見出していると考えられるからである。

興味深いのは、2ちゃんねるに「炎上」について書き込んだ経験に対して、「炎上に参加したことがまわりの人に知られたら、評判が落ちる」という評価が有意に負の効果を持っていることである。少なくとも「炎上」についてネットの不特定多数の眼に触れるところに書き込んだ経験がある者全体と比較する限りでは、2ちゃんねるに書き込む理由は実名では恥ずかしいからではないことになる。

もうひとつ、端末タイプ別のネット利用時間を見ると、Twitter に書き込んだ経験についてはスマートフォンなどモバイル端末の利用時間が有意に長く、2ちゃんねるではパソコンの利用時間が有意に長いことである。今回の調査では、Twitter に「炎上」関連書き込みをした者が多く、また関連行動頻度も高い傾向にあったが、それがスマートフォンという出先や移動中でも比較的使いやすい端末と結びついているために、「炎上」への関与がしやすくなっているのかもしれない。

4. おわりに

本研究では、書き込み先の違いから、「炎上」関与者の特徴を明らかにすることを目的として、「炎上」に関して、ネット上で不特定多数が閲覧できるところにコメントした経験者に絞ったスクリーニング調査を行った。「炎上」についてTwitter に書き込んだ経験と2ちゃんねるに書き込んだ経験を従属変数とし、熊本地震に対する書き込みや炎上に対する態度を独立変数としてロジスティック回帰分析を行った。

その結果、Twitter／2ちゃんねるへの「炎上」関連コメントに書き込んだ経験に効果を持つ変数がいくつか明らかになった。熊本地震に関する書き込みでは、Twitter に書き込んだ経験のある者は、援助的な書き込みの頻度が有意に高く、場合によっては向社会的な書き込みをしていることが明らかになった。2ちゃんねるに書き込んだ経験のある者は、加虐的な面白さを

「炎上」に見いだしていると考えられる。

国内での「炎上」の舞台となりやすいこれらのサービスで、なぜこうした違いが生じるのか、それぞれのユーザー属性やサービスのあり方の違いなどから、検討が必要と考えられる。そのことは、ネット上の発言の自由を守りつつ、「炎上」のネガティブな影響を低減できるネット社会作りに役立つのではないか。

引用・参考文献

Adachi, Y., & Takeda, F. (2016). Characteristics and stock prices of firms flamed on the Internet:

The evidence from Japan. *Electronic Commerce Research and Applications*, 17, 49-61.

Cyzo woman (2014/9/19). HKT48・指原莉乃、SMAP ファンを晒し上げ！ 賛否両論の嵐に「炎上共演」はもう限界？ http://www.cyzowoman.com/2014/09/post_13599.html
(2016年9月30日)

Erin E. Buckels, Paul D. Trapnell, Delroy L. Paulhus (2014). Trolls just want to have fun, *Personality and Individual Differences*, Volume 67, September 2014: 97-102

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, 29(4) 61-71

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) 間メディア社会における<ジャーナリズム> 東京電機大学出版局, 103-123

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.

河島茂生 (2014). 創発するネットコミュニケーション」 西垣通・河島茂生・西川アサキ・大井奈美編 基礎情報学のヴァイアビリティ 東京大学出版会, 75-96

北村智・佐々木裕一・河井大介 (2016). ツイッターの心理学 誠信書房

小峯隆生 (2015). 「炎上」と「拡散」の考現学』 祥伝社

三浦麻子・小林哲朗 (2015). オンライン調査モニタの Satisfice に関する実験的研究 社会心理学研究, 31(1), 1-12

- 三浦麻子・小森政嗣・松村真宏・前田和甫 (2015). 東日本大震災時のネガティブ感情反応
表出——大規模データによる検討—— 心理学研究, 86(2), 102-111
- 中西祥智 (2001.8.12). 「2 ちゃんねる」には欠陥がある! 西和彦アスキー特別顧問——
“2 ちゃんねる西スレッドオフ会” 開催 ASCII.jp [http://ascii.jp/elem/000/000/325/
325343/](http://ascii.jp/elem/000/000/325/325343/) (2016.9.30 確認)
- 萩上チキ (2007). ウェブ炎上 ちくま新書
- 大澤幸生, 松村真宏, 中村洋 (2002). フレーミングは議論を阻害するか——2 ちゃんねる
は何故面白い? —— 情報処理学会研究報告インターネットと運用技術 (IOT) 2002
(58 (2002-QAI-003)), 37-42
- Rösner, L., Krämer, N., C. (2016). Verbal Venting in the Social Web: Effects of Anonymity and
Group Norms on Aggressive Language Use in Online Comments, Social Media + Society,
July-September 2016, vol.2 no.3
- 産経新聞 (東京版朝刊) (2006/8/18). 「皮膚病患者をミイラと中傷 ネットで岩手の学生」
(社会面)
- 田中辰雄・山口真一 (2016). ネット炎上の研究 勁草書房
- 田中辰雄 (2016). 「炎上の発信萎縮効果と炎上参加者の特性」, 2016 年社会情報学会 (SSI)
学会大会, <http://www.sgu.ac.jp/soc/ssi/papers/25.pdf> (2016 年 9 月 30 日)
- 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
- 山口真一 (2016a). 「ネット世論」と「炎上」の実態 [http://www.glocom.ac.jp/wp-content/
uploads/2016/06/20160628_Yamaguchi.pdf](http://www.glocom.ac.jp/wp-content/uploads/2016/06/20160628_Yamaguchi.pdf) (2016 年 9 月 30 日)
- 山口真一 (2016b). 炎上加担動機の実証分析, 2016 年社会情報学会 (SSI) 学会大会,
<http://www.sgu.ac.jp/soc/ssi/papers/32.pdf> (2016 年 9 月 30 日)
- 山崎春奈 (2016.2.18). 明らかにされた Twitter の国内ユーザーは「3500 万人」[http://www.
itmedia.co.jp/news/articles/1602/18/news128.html](http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1602/18/news128.html) (2016 年 9 月 30 日)
- 安田浩一 (2015). ネット私刑, 扶桑社新書
- 吉野ヒロ子 (2016). 国内における「炎上」現象の展開と現状: 意識調査結果を中心に 広
報研究, 20, 66-83

Comparison of Participants in Online Firestorm at Twitter and 2channel: Based on Web monitor investigation

YOSHINO Hiroko

Abstract

“Online Firestorm” that the unspecified number of abuse rushes in social media becomes social problem for these past ten years. Why do the people participate in it? I investigated the people who had commented about Online Firestorm on social media by web monitor investigation (n=453).

I compare the monitors who wrote comments at Twitter with the monitors who wrote in it at 2channel. It was found from the result, (1) monitors who have participated in Online Firestorm at Twitter wrote more frequently supportive comments on social media about Kumamoto earthquake, than monitors who have participated at 2channel (2) monitors who have participated in Online Firestorm at Twitter estimate the effect of Online Firestorm higher than who have participated at 2channel.

Keywords : Social media, Online Firestorm, Flaming, Twitter, 2channel