

「2ちゃんねる」はなぜ盛り上がるのか?

松村 真宏*1,2 中村 洋*2 大澤 幸生*2,3 石塚 満*1

*1 東京大学大学院工学系研究科

*2 科学技術振興事業団 PRESTO「協調と制御」領域

*3 筑波大学大学院ビジネス科学研究科

E-mail: matumura@miv.t.u-tokyo.ac.jp, osawa@gssm.otsuka.tsukuba.ac.jp, jsthiroshi@mail.goo.ne.jp

1. はじめに

「2ちゃんねる」は、幅広いジャンルのカテゴリ別掲示板を 400 以上¹開設しているコミュニティサイトであり、毎日数十万人のユーザが訪れて読み書きしている。しかし、そこに書き込まれる情報は時として「便所の落書き」と揶揄されるように、一見すると意味のない言葉にしか見えないものも多い。これは非常に奇妙な現象である。というのも、便所の落書きを見るために多くのユーザが訪れるとはとても考えられないからである。ではなぜ2ちゃんねるはあれほど盛り上がるのであろうか。

実は傍から見れば意味がないように思える言葉でも2ちゃんねるのユーザには意味があるのかもしれない。いや、もしかしたら、その言葉は心地よくユーザの心に響いているのかもしれない。このような動機から本稿では、2ちゃんねる内で用いられる独自の表現に着目して2ちゃんねるにおけるコミュニケーションが盛り上がるメカニズムを解き明かすことを目指す。

2. 「2チャンネル」におけるコミュニケーションの特性

2.1. 盛り上がるコミュニケーション

「2ちゃんねる」は誰もが自由に書き込みが出来る匿名掲示板であり、「スポーツ」「趣味」「政治経済」などのカテゴリごとに掲示板（板）が用意されている。各板にはさらに多くの話題（スレッド）があるが、最近の書き込み順にスレッドは整列されるシステムになっており、誰も書きこまないスレッドは順番に下がっていき、板のトップページに登場しなくなる。したがって、そのときに盛り上がっているスレッドは板のトップページに現れるような仕組みになっている。

各スレッドは「ハッキングから今夜のおかずまで」のキャッチフレーズからも分かるように非常に多岐に富んでいる。その中にはわずかな時間で数百もの返信（レス）がつくスレッドもあれば数ヶ月以上かけてじっくりレスが続くスレッドがある。例えば、ワールドカップのように世の中で話題になってるようなスレッドだとわずか1日で1000件²ものレスがつくことも珍しくないが、ある特定の地域に住む人たちが情報を交換するためのスレッドだと長期間に渡ってゆっくりとレスが続いたりする。あるスレッドにおいてコミュニケーションが長く持続されている状況を「スレッドが盛り上がる」と定義すると、これらのスレッドはある話題を中心として盛り上がっているということもできるが、その一方で、ほとんど具体的な内容がないのにレスが続いて盛り上がっているスレッドもある。

このように、スレッドが盛り上がると一口にいっても、その盛り上がり方には様々なパターンがあ

¹ 2002年6月13日現在、2ちゃんねるには35のカテゴリ、442の掲示板（板）がある。また、板のトップページに現れるスレッドは全部で6017あるが、トップページからは消えているスレッドまで含めれば全部で166610のスレッドがある。

² スレッドは1000件までしか投稿できない仕組みになっている。

る。各スレッドに参加している人たちが織り成すこのようなコミュニティの多様性を理解することが本稿の目的である。

2.2. 匿名性と盛り上がるコミュニケーションの関係

2ちゃんねるに限らず、インターネットなどの電子メディアを媒体としたコミュニケーションの最大の特徴は、自分の正体を明かさずに投稿できる匿名性にある。この匿名性がコミュニケーションに及ぼす影響についてはこれまで多くの研究がなされており、例えば Kiesler らは相手の性別、年齢、風貌、地位などの社会的手がかりが得られない匿名性の高いコミュニケーションにおいては、しばしば意見の極化や誹謗中傷などのフレーミングを引き起こすことを指摘している[7]。電子メディアにおけるフレーミングに関する一連の議論は[5]に詳しいが、そこでの議論もコミュニケーションにおける匿名性に焦点が当てられている。

ところで、匿名性には実名を用いる代わりにハンドルネームを使用するという匿名性と、ハンドルネームさえ使わない匿名性がある。池田らはコミュニティへの参加者がリアリティを共有していることを実証的に検証しているが、前者の匿名性を前提としている[6]。ところが、2ちゃんねるの場合、名前を入力せずに投稿すると「名無しさん」が自動的に名前になるような仕組みになっており、また名前の欄にレスの内容を含めることに使われることも多く、後者の匿名性に相当する。このように、ハンドルネームさえ意味を持たないコミュニティもある。

いずれにせよ、匿名性が高いと議論が荒れることはよく知られているのであるが、議論が荒れることと盛り上がることは同じではないので、これまでの研究では2ちゃんねるの匿名性と盛り上がりとを安易に関連づけることはできない。むしろ、匿名で投稿できる掲示板は2ちゃんねる以外にも数多く存在しているにもかかわらず2ちゃんねるほど盛り上がっている掲示板は他にはないことや、匿名ではなくても盛り上がっている掲示板も多いことを考えると、匿名性が高いことはコミュニケーションが促進される理由の一つにはなるかもしれないが、それが全てというわけではないであろう。

2ちゃんねるを作った西村博之氏は、2ちゃんねるは匿名性が高いから盛り上がっているのではなく、面白い情報が集まるから盛り上がるのだと言っている[8]。しかし、これではやはり、面白い情報が集まっていないスレッドが盛り上がっていることを説明できない。

2.3. 2ちゃんねる用語を介したコミュニケーション

以上のことから、2ちゃんねるの参加者はそこで得られる情報に加え、何か別のメカニズムが働いていると考えるほうが自然であろう。2ちゃんねるには、そこに参加しているユーザが共通して用いる「逝ってよし!」とか「氏ね」などの独特の用語がある。それは2ちゃんねるで生まれた語であったり、2ちゃんねるができる以前からパソコン通信などで使われていた語、さらには普通の辞書にも載っている語だけでも2ちゃんねる独自の意味で用いられる語である。これらの語は **2ちゃんねる用語**と呼ばれ、2ちゃんねるの辞典とも言うべき「2典」[1]にまとめられている。2ちゃんねる用語は全部で1000以上あり、分類すると以下の表1のようなになる[9]。

表 1：2ちゃんねる用語の分類[9]

	例
誤字誤読系	がいしゆつ(既出)、ほそろしい(恐ろしい)
当て字系	氏ね(死ね)、厨房(中学生・ガキ)、串(proxy)
変換系	マターリ(まったり)、おげふいん(お下品)
流行系	ドキュン(不良・ヤンキー等)、ヒツキー(引き籠もり)
新語造語系	壺(ちゃんころ)、漏れ、雀、バサロ、オマエモナー

また、アスキーアート (AA) と呼ばれる、文字や記号だけで描いた以下のような絵も 2ちゃんねるではよく使われる。



ここで、2ちゃんねるのユーザはこれらの言葉もしくはアスキーアートを使うことで2ちゃんねるにとけ込み、コミュニケーションを楽しんでいると考えてみよう。つまり、そのような文化を知らない人が2ちゃんねるのスレッドを見れば確かに便所の落書きに見えるかもしれないが、実は2ちゃんねるのユーザはその文化の中で繰り広げられるコミュニケーションを楽しんでいるのである。

なお、2ちゃんねるではしばしば故意に連続で無駄な書き込みをしたりする「荒らし」と呼ばれる行為や、故意に挑発的な発言をして他人を怒らせて気分を悪くする煽りと呼ばれる行為がある。2ちゃんねる用語やアスキーアートはストレートな意味を隠してやわらかくニュアンスを伝えることができるので、荒らしや煽りに対処する際にもよく使われている。

3. 2ちゃんねるを特徴づける6つの指標

2ちゃんねるが盛り上がるのには様々な要因が絡んでいる。そのメカニズムを解明するための手がかりとして、2ちゃんねるを特徴づける以下の6つの指標を提案する。

- C : スレッドの内容
- A : スレッドの盛り上がり
- I : インタラクション率
- S : 盛り上がりの速さ
- D: 2ちゃんねる語率
- AA: アスキーアート率

ここで、C はそのスレッドがどれくらい内容のある議論を繰り広げたかを測る指標であり、スレッドのサイズ

(Kbyte)で測る。Aはそのスレッドがどれくらい盛り上がっているかを表す指標であり、スレッドについてレスの数を用いる。Iはユーザ間のインタラクションの頻度を測る指標であり、1コメントあたりの平均返信数とする。Sはスレッドの盛り上がりの早さを測る指標であり、一日あたりに投稿されるレスの数とする。Dはスレッドの2ちゃんねるらしさを測る指標であり、スレッドのサイズに占める2ちゃんねる用語のサイズの割合とする。AAはアスキーアートがどれくらい使われているかを測る指標であり、スレッドのサイズに占めるアスキーアートのサイズの割合とする。なお、各指標は2ちゃんねる全体から求めた各指標の平均値で割ることにより正規化するので、2ちゃんねるの平均に近いほど値は1に近くなる。

これらの指標を用いて次章では2ちゃんねるのカテゴリを特徴づけることを試みる。

4. 実験：2ちゃんねるのカテゴリと各指標との関係

3章で提案した6つの指標を用いて2ちゃんねるの30の板のトップページに現れる5748スレッドをカテゴリ単位で集計した結果を表2に示す。各指標の値が1に近ければ2ちゃんねるの平均値と近く、1より大きければ傾向が強い、1より小さければ傾向が弱いことを表している。

表2を見ると、カテゴリごとにその特徴が指標によって明らかに示されている。例えば「政治経済」カテゴリはA、Sが低いのでそれほど活発に盛り上がっているとは言えないが、AAが少し高いので多少荒れていることが分かる。このような知見を全てのカテゴリについて表2から得ることができる。

表2：2ちゃんねるのカテゴリ別C, A, I, S, D, AA指標。

	C	A	I	S	D	AA
ギャンブル	0.952	1.153	0.882	0.93	1.091	1.102
ネタ雑談	0.82	1.02	1.036	1.029	1.116	1.085
政治経済	0.922	0.733	0.963	0.585	0.924	1.223
家電製品	1.257	1.28	1.193	0.917	1.011	0.709
馴れ合い	1.426	1.111	0.913	1.943	0.981	2.917
文化	1.151	1.046	0.969	0.671	1.083	0.865
受験・学校	1.108	0.95	0.982	0.658	0.947	1.024
食文化	0.928	1.001	0.965	0.391	1.082	0.781
おすすめ	1.004	1.646	0.781	12.639	0.993	1.097
ゲーム	1.065	1.278	0.941	1.646	1.074	1.143
学問・理系	0.869	0.824	1.521	0.34	0.988	0.941
雑談系2	0.914	0.894	0.91	1.732	1.032	2.366
テレビ等	0.848	1.097	0.88	1.14	1.098	1.107
裏社会	1.485	1.276	1.271	0.477	1.034	0.812
生活	1.216	1.171	1.055	0.829	1.031	0.791
学問・文系	1	0.873	1.045	0.715	0.953	0.987
音楽	0.681	0.852	0.902	0.589	1.139	0.872
ネット関係	1.256	1.192	1.232	0.914	1.071	1.048

漫画・小説等	1.157	1.118	0.987	0.605	1.077	0.993
社会	1.2	1.008	1.392	0.55	0.978	0.971
ニュース	0.912	0.881	1.069	1.97	0.976	1.162
旅行・外出	1.294	1.135	1.015	0.219	0.941	0.738
趣味	1.286	1.208	1.144	0.558	1.088	0.835
大人の時間	0.704	0.856	0.908	0.944	1.197	1.162
案内	1.18	1.088	1.215	2.786	1.718	1.55
心と身体	1.047	0.975	1.127	1.537	1.026	0.828
スポーツ	0.953	1.109	0.905	1.416	1.04	0.992
実況 ch	0.59	1.549	0.597	7.335	1.224	2.436
会社・職業	1.284	0.998	0.993	0.277	0.919	0.902
カテゴリ雑談	0.863	0.964	1.003	1.75	1.11	1.303

5. まとめ

近年、2ちゃんねるに関連する書籍が相次いで発刊されていることや[1][3][4]、テレビや新聞などのマスメディアがしばしば2ちゃんねる上で交わされた情報を取り上げることからも分かるように、2ちゃんねるは単なる掲示板にとどまらず、すでに情報発信のメディアとして確固たる地位を築いていると言えよう。そのような背景から2ちゃんねるがなぜ盛り上がるのかを解明することができれば、電子媒体におけるメディア研究として追求する価値はある。本稿では2ちゃんねるのスレッドを、スレッドの内容、スレッドの盛り上がり、インタラクション率、盛り上がりの速さ、2ちゃんねる語率、アスキーアート率の6指標で特徴づけることを試み、カテゴリごとの違いが明らかに現れていることを示した。今後は表2の結果を共分散構造分析などの手法で解析することにより、2ちゃんねるが盛り上がるメカニズムを解明していきたい。

参考文献

- [1] 2典プロジェクト：2典～2ちゃんねる辞典～，バーチャルクラスター，2002。
(2典は<http://freezone.kakiko.com/jiten/index.html>をまとめたものである)
- [2] 井上トシユキ+神宮前.org：2ちゃんねる宣言，文藝春秋，2001.
- [3] 2ちゃんねる研究会：2ちゃんねるの本，キルタイムコミュニケーション，2000.
- [4] 2ちゃんねる研究会：2ちゃんねるの本 第2弾，キルタイムコミュニケーション，2000.
- [5] 柴内康文：言い争うー「フレーミング」論争の検証、現代のエスプリ 370，至文堂，1998.
- [6] 池田謙一：ネットワーキングコミュニティ，東京大学出版会，1997.
- [7] Kiesler, S., Siegel, J. and McGuire: Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communications, *American Psychologist*, **39**, 1123—1134, 1984.
- [8] 西村博之:「2ちゃんねる」という現象, インターネット白書 2001, インプレス, pp. 204—205, 2001.
- [9] 2ちゃんねるガイド, <http://www.2ch.net/guide/faq.html>