

2007 年度 早稲田大学商学部

卒業論文

ネット掲示板におけるコミュニケーションの目的別類型化

—2 ちゃんねるからウェブコミュニティの発展可能性を探る—

早稲田大学商学部

1F040116-1 伊藤 篤郎

1F040629-3 高木 麻希

1F040946-8 広川 順一

論文要旨

コミュニケーションは、我々の日常生活のいたるところで行われている。顔と顔をつき合わせて行う対話であったり、言葉のないジェスチャーによるものであったりと様相は様々であるが、それらはどれも非常に日常化しており身近であるため、我々はそれらに個々の目的があることに着目する機会が少なかったのではないだろうか。改めて、我々の周りで行われているコミュニケーションを考えてみると、それぞれに異なった目的が存在していることがわかる。だとすれば、その構造や構成要素にもそれぞれ違いが出るのではないだろうか。以上の点が、我々が持った問題意識である。

本論文は、上記の問題意識を持ってコミュニケーション、特に web 掲示板でのコミュニケーションを観察することで、目的の異なるコミュニケーションにはそれぞれ構造とコメントに違いが存在することを示すことを目的としている。今回、対象をインターネット上でのコミュニケーションに絞った理由としては、観察の容易さが挙げられる。もちろん、昨今インターネットでのコミュニケーションが日常化してきているとはいえ、そのコミュニケーションが現実のものと全く同じであるとはいいがたい。とはいえ、両者に共通する部分が存在するのも確かである。また、現実におけるコミュニケーションは言葉で交わされるものが多く、その一連の流れを可視化して観察することが非常に難しい。よって今回は、より観察可能性の高いインターネット上のコミュニケーションを扱うこととした。

近年、web 上でのコミュニケーション研究は蓄積されてきてはいるものの、コミュニケーションを目的という観点から見て、さらにその構造などに踏み込んで言及した研究は少ない。我々は、今回それらを体系的に論じるために、まずコミュニケーション目的を、現実のコミュニケーション目的を援用しながら 4 つに分類した。次いで、その 4 つの目的に沿う掲示板を選出し、内容分析の手法によって、それぞれの掲示板上でのコメントのコード化を行った。そして、コミュニケーション目的の特性から、それぞれの目的別掲示板におけるコード化されたコメントの成分バランスに関する仮説を提示した。また、内容分析で用いたコメントコードを用いながら、各掲示板におけるコメントのつながりを観察したことで、目的・内容・構造を同時に言及したコメント構造マップを書き出した。

仮説の検証とコメント構造マップの抽出から、それぞれの目的別コミュニケーションで、成分バランスや構造に大きな違いを見出すことが出来た。目的別コミュニケーションにおけるそれぞれの異なる特性を明らかにしたことは、本論文の持つ大きな意義であるといえよう。

しかし、今回の検証では仮説がすべて支持されたわけではなかった。ここから、現実と web 上においてコメントの果たす役割が異なるのではないだろうか、という新たな疑問が浮上した。今後の課題としては、コメントのコード化、構造化に関する妥当性や、サンプル数の少なさなどといった調査における不備を改め、分析をより精緻なものにすることに

よって、現実と web 上におけるコミュニケーションの共通性・異質性を再度整理すること、また、コミュニケーションの持つ目的の違いを意識し、理解することの実務的意義を再検討することが挙げられる。今回の研究が、今後コミュニケーションを考える際の新たな視点の提示となれば幸いである。

目次

論文要旨.....	P.3
目次.....	P.5
第 1 章. 問題背景と研究目的.....	P.6
1. 問題背景と問題意識	
2. 本研究の目的と論文構成	
第 2 章. 先行研究レビューと課題.....	P.7
1. 先行研究のレビュー	
2. 先行研究の課題	
第 3 章. 仮説の提示.....	P.11
1. コメント内容	
2. コミュニケーション目的別の仮説の提示	
第 4 章. 調査対象と分析方法.....	P.17
1. 調査対象の選定	
2. 分析の方法	
第 5 章. 調査結果と考察.....	P.22
1. コメント内容分析の結果と考察	
2. コメント内容分析の 4 類型間比較における考察	
3. コメント構造に関する考察	
第 6 章. 本研究の意義と今後の課題.....	P.47
1. 発見事実の整理	
2. 本研究の意義	
3. 今後の課題	
参考文献.....	P.51
Appendix.....	P.52

第1章 問題背景と研究目的

1-1 問題背景と問題意識

インターネットが我々の生活に大きく浸透し、また、web 上において双方向のコミュニケーションを可能とする、いわゆる web2.0 が登場したことで、近年 web でのコミュニケーション（以下 web コミュニケーション）への関心が高まってきている。

情報技術が発達し、ブログ、日記、チャットなど、さまざまなサイト¹を介してwebコミュニケーションが行われるようになったが、依然としてwebコミュニケーションの代表として挙げられるものがweb掲示板(以下掲示板)である。掲示板では、書き込み・コメントのやりとりによってコミュニケーションが行われている。そして、掲示板でのコミュニケーションが着目されるにつれ、掲示板に関する研究も、近年では増加してきている。

数多く存在する掲示板においては、そこでのコミュニケーションには掲示板ごとに固有の目的があり、それに基づいたコミュニケーションが行われていると考えられる。たとえば、現実世界でのコミュニケーションを想起すると、雑談や情報交換のように論点を絞らないものから、明確に論点を絞った議論やディベートまで、さまざまな目的を持ったコミュニケーションが考えられる。コミュニケーションにおいては、その目的の明示性はさておき、目的によってコメントのやりとりのテンポやコメントの内容などに違いがあると考えられる。しかしながら、これまで掲示板でのコミュニケーションに関する研究は数多くなされてきたが、それらが各掲示板の持つ目的を分け、それにそって分類し、コミュニケーションを体系的に論じることがほとんどなかった。

1-2 本研究の目的と論文構成

本研究は、掲示板をその固有の目的ごとに分類し、そこでのコミュニケーション、より具体的に言えばそれぞれの目的に応じた、コメントの内容と連鎖の様子を明らかにすることを目的とする。掲示板の目的とそこでのコミュニケーションの特徴との関係性を明らかにできれば、ある目的を持った掲示板を運営する際にどのようにマネジメントすればコミュニケーションを活性化できるかということに対しての知見が得られると考えられる。

本研究においては、まず、既存の研究についてレビューを行い、そこから問題点を抽出した。その後、その今回の研究目的と問題点の解決のために、コメント自体に着目し、その内容に関する仮説を立て、2ちゃんねるという web 掲示板を対象に内容分析を行った。その後、考察でその違いを述べ、さらにその内容分析を踏まえた上で、構造に関するマッピングを行った。以上のような構成で研究について述べていく。

¹ 本研究では、書き手と読み手がその場でコミュニケーションできるインターネット上のサイトを「コミュニケーション・サイト」と呼ぶこととする。

第2章 先行研究のレビューと課題

2-1 先行研究のレビュー

この節では、コミュニケーションの目的、コメントの連鎖、内容に関する既存の研究について述べる。

2-1-1 コミュニケーションの目的に関する研究

コミュニケーションには、そこで実際に話題となる具体的なトピックよりもさらに上位にある、コミュニケーションそれ自体の目的があると考えられる（岡墻,2005;池田,2000 など）。たとえば、単なる雑談と、対立軸が明確なディベートでは、参加者のコミュニケーションの仕方も、その内容も大きく異なる。コミュニケーションの目的が、そこでの行為者のコミュニケーションの仕方に大きな影響を与えると考えられるのである。深田(1998)は、コミュニケーションの目的に関して、(1)楽しむこと、(2)情報や知識を得ること、(3)相手に情報や知識を伝えること、(4)相手に影響を与えること、(5)課題を解決すること、(6)相手との対人関係を形成、発展、維持すること、に分けられるとしている。

2-1-2 コメント連鎖に関する研究

情報技術が発達し、多くのユーザーが簡単に動画や画像を投稿できるようになったとはいえ、コミュニケーション・サイト上におけるコミュニケーションの主たる構成要素が言語によってなされるコメントであることに異論はないだろう。コミュニケーションの構成要素をコメントと捉え、そのコメントが連なっていく様子、すなわちコメントチェーン²（以下、コメント連鎖と呼ぶ）を描写した研究として、石塚（2001）が挙げられる。

石塚の研究では、図 1-1 に示しているように、ある一定の時間内に誰がコメントをしたか、そして各コメントが他のコメントとどのように関係しているのかを示しており、コメント連鎖は「サイバースペース上の知の可視化への方法のひとつ」として提示されている。

また、コメント連鎖に関しての他の研究としては、異なるテーマを持つ多数の掲示板の集積である 2ちゃんねるを対象とした研究が挙げられる。松村ら(2004)は、2ちゃんねるのスレッド³ごとの盛り上がりの違いの要因について研究したものである。その中では、2ちゃんねるのコメント連鎖のパターンは、ある話題を中心として発散的に議論を展開していく「議論発散傾向」と、ある話題について議論を深めていく「議論深化傾向」の二つに分

² コメントチェーンは、「電子ネットワーク上の情報交換の場において、だれかの発言に対して、ほかのだれかがコメントをつけ、その発言にだれかまた別の人がコメントして……という具合にひとつ前の発言に言及しながら伸びていく「発言の連なり」のこと」（金子, 1996）、「時間経過ごとの発言者のコメントを樹形図のような形で示したもの」（石塚, 2001）などと定義される。

³ ある特定のテーマについてコメントをやりとりするための掲示板と考えて差し支えない。

けられるとされており、コメント連鎖のタイプと盛り上がりとの関係を、松村らが定めた 2 ちゃんねるモデルを用いて定量的に分析している。

また、伊藤(2005)は、前述の 2 ちゃんねるモデルを用いて、「議論発散傾向」と「議論深化傾向」の両タイプは三つの段階を経て変化していくことを明らかにした。

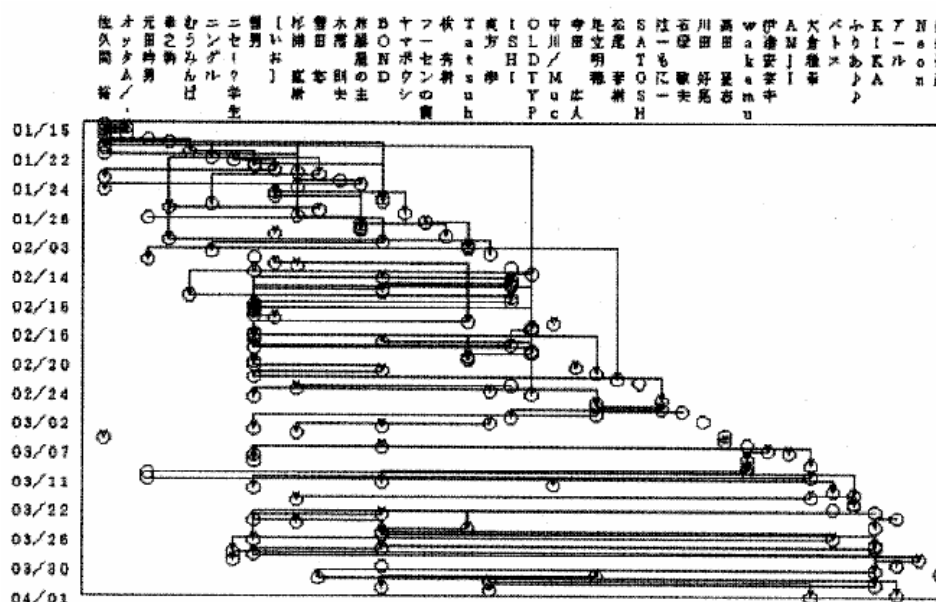


図 1-1 コメント連鎖の出力図

石塚,2001 年 p.63 より引用

2-1-3 コメントの内容に関する研究

コミュニケーション・サイト上におけるコメントの内容についての研究も、近年蓄積されてきている。根来（2006）は、現在日本において会員数 1000 万人を超える SNS⁴ サイト「mixi（ミクシィ）」を研究対象としており、ミクシィの特徴は「一体感・安定感」「同質性」「同類志向」「冗長性」「拘束性・制約性」「排他性」「閉鎖性」「非寛容性」「穏やかさ」であると述べている（根来,2004 p.83）。それゆえ、友人がミクシィ上で書いた日記へのレスポンスなどの形で交わされるコメントの内容は、(1)自分の情報によって相手に何らかの影響を与えることを意図する性質のもの、(2)相手との共有意識や感覚を持つことを意図する性質のもの、(3)何かを目的とせず、コミュニケーションすること自体を楽しむ性質（コンサマトリー性）という三つに限られるとされている（根来,2004 p.61）。また、山崎（2007）は、「ミクシィ上の癒しや励まし合いは、自然発生したセルフ・ヘルプグループである」

⁴ SNSとは「ソーシャル・ネットワーク・サービス」の略語であり、主に他者とふれあうための各種ツールや場などを提供しているサービスを指す。

(p. 43) と言及している。

棚橋 (2006) は掲示板の「2ちゃんねる」に着目し、2ちゃんねるの公認ユーザーのみが立てられるスレッド「ニュース速報」と一般ユーザーが立てられる「ニュース速報 vip」において、コミュニケーションの内容が、前者では「報道の客観性」を含むものとし、後者では「「ダメな感じ」をだらだらと接続」させるものとしている (石井,2006 p.87)。また、2ちゃんねるの特徴として、「アイロニー」とそれを意味させるための「ほんとに」「さぞや」などの「反語信号」が「暗黙の否定詞として機能している」としており「アイロニーの激化による「ユーモア」が数多く存在する」とも述べている (石井,2006 p.88)。

2-4 先行研究の課題

ここまで述べてきたように、インターネットにおけるコミュニケーションにかかわる研究も近年蓄積されてきてはいるが、依然としていくつかの課題も残されている。我々の研究の目的と照らし合わせると、少なくとも以下の三つの課題が見出せる。

1. コミュニケーションに関する目的別の考察
2. 分析単位の妥当性
3. 内容やコメント間の関係に対する不十分な言及

以下、それぞれについて言及してゆく。

2-4-1 コミュニケーションに関する目的別の考察

先行研究の抱える課題のひとつ目として、コミュニケーションがなされる場合においてそのコミュニケーション自体が持つ目的があまり考慮されておらず、それに基づいた考察がなされていないという点が挙げられる。深田(1998)も目的ごとに分けられることは言及しているが、それに基づいたコミュニケーションの類型化や内容に関する考察は行っていない。

2-4-2 分析単位の妥当性

二つ目の課題は、あるコミュニケーションの場におけるコメント連鎖に関する研究も、発言者という行為者を分析単位としている点である。金子(1996)はコメントのつながりに着目しているものの、それを誰が発言したのかという観点のみからマップにしている。また、石塚(1999)のコメント連鎖マップにおいても、発言者と誰がコメントのやり取りをしているのかは表されているものの、これも行為者を分析単位としたものである。コミュニケーションに関する研究を志向するのであれば、分析単位は行為者ではなく行為そのもの、すなわち web コミュニケーションであれば行為者ではなくその行為者のコメントであることが望ましいと考えられる。

2-4-3 内容やコメント間の関係に対する不十分な言及

三つ目の課題は、コメントの内容やコメント間の関係について、あまり具体的に言及されていない点である。石塚(1999)も「話題や内容の可視化は今後の課題」と言及しているように、既存の研究の中にもコメントについて分析しているものはあるが、コメントの内容とコメント間の関係性を同時に分析しているものはほぼ見られない。どのようなコメントが、どのようなコメントと関係し、どのようなコメントを生み出しているのかということを明らかにすることで、より良くコミュニケーションの特徴が理解できると考えられる。

以上の問題点を踏まえ、その解決と我々の研究目的のために、以下からはコメントそのものの内容に着目し、仮説を立てそれを検証していく。

第3章 仮説の提示

3-1 コメント内容の分類軸

掲示板で交わされるコメントの内容を分析するためには、まずそれらを分類するために各コメントをコード化しなければならない。コード化のための大まかな分類軸としては、コメントの内容に関する「内容軸」と、表現形式に関する「形式軸」の二つが考えられる。

3-1-1 内容軸

コメントを分類するための軸として、まずコメントの内容に関わる分類軸を設定する。そこでまず考えられるのは、先行コメントに対して肯定的であるか否定的であるかというもの、つまり肯定－否定軸である。肯定はさらに、単純に相手に相槌を打つだけの「同調」と、コメントをさらに発展的に捉える「止揚」とに分類される。

肯定と同様、否定も二つに分類でき、ひとつは単に相手のコメントを見下した「冷笑」、ひとつは議論内容そのものや自分自身の考えに疑念を抱いたコメントである「懐疑」である⁵。さらに、肯定でも否定でもないが内容に関わる分類として、話の内容を別のものへと変える「転換」も考えられる。この転換も、肯定・否定と同様に二つに分類でき、ひとつはコミュニケーションの話題やテーマそのものを大きく変える「話題転換」であり、もうひとつは話題・テーマはそのままに、着目すべき論点だけを変える「視点転換」である。

3-1-2 形式軸

もうひとつの分類軸としては、コメントの仕方や表現形式に関わる軸が考えられる。掲示板での言語コミュニケーションの仕方は、さまざまな視点から分類できると考えられる。しかし、言語のみという限定された表現手段しか掲示板では用い得ないため、本研究ではコメントを形式面から分類するための軸として、感情・感動・情熱を意味するパトスと、理性的活動全般を意味するロゴスという基本的な二軸を用いて形式を分類し、それを情緒－論理軸と呼ぶこととした。この情緒はさらに「感情」と「直感」に分類される。

我々が観察した中で、インターネット上では参加者が各自の主張の論拠をイメージや感情に基づくもの、または、まったくの主張に対する論拠を明示しないものが多く見られた。これらと客観的事実に基づきより高い論理性を持つ主張とを区別するために、直観的な論拠を持つ主張を「感情」とおき、さらに論拠を明示しない主張を「直感」と分類した。

3-2 コミュニケーション目的別の仮説の提示

⁵ 「冷笑」と「懐疑」の相違点については、高瀬(1991)が次のように述べている。「懐疑主義は、自分がまだ十分な知見をもたないという前提で、他者とともに事故を疑う作用である。これに比べ、冷笑主義は自分がすでに知っていると思い込み、対象をいわば小馬鹿にしながら疑うという側面をもつ」(p.51)。

本節では、前述したさまざまなコメントの成分が、目的の異なるコミュニケーションでどのような傾向で見られるのかについての仮説を、コミュニケーションの目的ごとに提示する。

本研究では、コミュニケーション・サイト上でのコミュニケーションの目的を、

- 1.場への参加
- 2.意見交換
- 3.論争
- 4.癒し

の4つに分類した。

これは、現実における深田のコミュニケーション目的の6類型を援用しているものである。深田(1998)は、コミュニケーションの目的を(1)楽しむこと、(2)情報や知識を得ること、(3)相手に情報や知識を伝えること、(4)相手に影響を与えること、(5)課題を解決すること、(6)相手との対人関係を形成、発展、維持することと分類した。我々は、今回この類型をそれぞれ上記4つの目的に対応させた。以下、その対応の仕方に関して簡単に説明してゆく。

「場への参加」とは、会話の中身に目的があるというよりも、コミュニケーションすること自体を楽しむというコミュニケーションである。たとえば「雑談」、「世間話」、「井戸端会議」といったものがその典型であり、会話の内容やそこから引き出される二次的な情報・行動が大切なのではなく、そのやりとり自体に参加することに目的がある。上記の目的の(1)楽しむこと、に対応する。

「意見交換」というのは、特定のテーマについて、多様な視点に基づいたアイデアや意見を引き出し交換・共有することで、さらなる発想の展開を集団として可能にするタイプのコミュニケーションである。「ブレインストーミング」(以下、「ブレスト」)や自動車メーカーであるホンダなどが行っている「ワイガヤ会議」などが、現実世界においてはこれに該当するだろう。上記の目的の(2)情報や知識を得ること、(5)課題を解決することに対応する。

「論争」というのは、相手に情報や知識を伝えるとともに、相手に影響を与えることを目的にしたコミュニケーションである。しばしば、自分が主張したい事柄を、いかに相手を納得させられる形でお互いぶつけあうかといった言動も見られる。上記の目的の(3)相手に情報や知識を伝えること、(4)相手に影響を与えることに対応する。

「癒し」というのは、お互いに存在を認め合い、その上で助け合うことを目的としたコミュニケーションである。ここでは、自己開示を行った上で相手の話をしっかり聞くことが求められる。上記の目的の(6)相手との対人関係を形成、発展、維持することに対応すると考えられる。

以下では、この4類型に基づきそれぞれの仮説について以下で述べてゆく。

なお、各目的別類型の仮説Aはコメントの内容に関する仮説を、Bは形式に関する仮説を、それぞれ意味している。

3-2-1 場への参加

「場への参加」を目的としたコミュニケーションとは、そこで交わされるコミュニケーション自体が行為者の目的となっているコミュニケーションのことである。たとえば雑談、世間話、井戸端会議などでは、参加者は会話の内容よりも、むしろコミュニケーション自体を楽しむという目的を持っている。そこでは、会話の内容やそこから引き出される二次的な情報・行動ではなく、そのやりとり自体に参加することが重要となる。

「場への参加」が目的であるとする、参加のインセンティブを高め、場を活性化させるために重要となるのは、参加者が気兼ねなく参加でき、かつ参加した後も発言のしやすい状況を作り出すことである。そうした場合、発言者への明確な賛同や批判の提示、明確な主題の設定や発言の論理性を場への参加者に求めてしまうと、コミュニケーションそれ自体を目的とした参加者が、場へ参加しにくくなってしまうと考えられる。むしろ参加者が心地いいと感じるのは、話題の柔軟性であったり、テンポであったりするだろう（「テンポがいい」というのは“かけあい”的な楽しさにつながる）。

このことから、コメント内容の出現傾向に関する以下の仮説1A-1、1A-2ならびに1Bが導出される。

仮説 1A-1：「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』が多く、『止揚』や『否定』『冷笑』『懐疑』は少ない

仮説 1A-2：「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』は多いが、『視点転換』は比較的少ない

仮説 1B：「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』『直感的』が多く、『論理的』は少ない

3-2-2 意見交換

「意見交換」を目的としたコミュニケーションとは、特定のテーマやトピックについて、多様な視点に基づいたアイデアや意見を引き出し、交換・共有することで、さらなる発想の展開を可能にすることを目的としたコミュニケーションである。そのため、意見同士を戦わせ、全体としての方向性をひとつに決定する「論争」を目的とした議論とは趣旨が異なる。現実では、ブレイン・ストーミング（以下、ブレストと呼ぶ）や自動車メーカーであるホンダなどが行っているワイガヤ会議⁶などがこれにあたる。

⁶ ワイガヤとは、『ワイガヤ会議とはホンダにおける特徴的なブレインストーミングと良く似た

このタイプのコミュニケーションは、くらた（2003）も述べているように、「アイデア出しの道具であり、発想の手段」であり、そのためににより多くのアイデアを参加者から引き出すことが重要になってくる。同時に、コメントの厳密な根拠や妥当性を問いたず、自分の意見を正当化するための相手意見への批判は、発想を広げるという目的を妨げる要因になるため好まれない。

逆にくらた（2003）は「①どんな馬鹿げたことでも発言する。」「②絶対に他人を否定しない。」「③否定したくなったら話題を変える。」といったルール的重要性を説いている。これらのような、視点の多様性を容認し、あえて相手に厳密な論理性を要求しないといったルールはこのタイプのコミュニケーションを円滑にし、活性化させるために有効であるといえる。

このことから、以下の仮説 2A-1、2A-2 ならびに 2B が導出される。

仮説 2A-1：「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』『止揚』が多く、『否定』『冷笑』『懐疑』が少ない

仮説 2A-2：「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』『視点転換』が多い

仮説 2B：「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』『直感的』が多く、『論理的』が少ない

3-2-3 論争

「論争」を目的とするコミュニケーションでは、ある明確な争点を対立軸として自分の主張を、いかに相手を納得させられる形でお互いぶつけ合うか、といった行動が必要であり奨励される。現実ではディベートが最も近いものとして挙げられるだろう。

ディベートにおいて、自分側の主張で相手を論破することはもちろん、その一方で岩田（2007）によると「相手の発言を否定せず、理解しようとする」という行為もまた重要な要素であるといえる。このことから、肯定、懐疑的否定の重要さはもちろん、議論において双方の意見を認め、議論を一段上に引き上げる止揚が大切であると同時に、相手に対するただの否定や冷笑的な否定というのは議論の発展になんの意味もなさないといえる。

このような目的を持った参加者たちのやりとりにおいて、ある一定のテーマから外れることなく、一定のテーマの中においてどれだけ違った視点から自らの主張をぶつけられるかが非常に重要となってくる。

また、議論とは福澤（2002）が「論証プロセスを経て結論に至るような言動」と述べているように、お互いがいかに論理的な展開をするかによって活性化し、相互に主張が飛び

発想法であり、誰が偉いかわからないようなフラットな組織状態とし、独創的アイデアを要求して本質的な議論を行う手法』（企業の経済学Bグループ最終論文
〈http://www.jaist.ac.jp/ks/labs/toyama/2005_B_Final.pdf〉より引用）というものである。

交うものである。その結果として、相手を自らの主張で討つという行為を楽しむことができ、目的を達成することが可能となるといえる。

以上のことから、仮説 3A-1、3A-2、ならびに 3B が導出される。

仮説 3A-1 : 「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』『止揚』

『懐疑』コメントは同程度存在し、『否定』『冷笑』コメントは少ない

仮説 3A-2 : 「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』が少なく、

『視点転換』が多い

仮説 3B : 「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』『直感的』コメ

ントが少なく、『論理的』コメントが多い

3-2-4 癒し

「癒し」を目的としたコミュニケーションとは、なんらかの悩みやストレスを抱えた人々が、お互いの気持ちを吐き出し、またそれを聞きあうことによって心に安心感を得ることである。現実世界を見てみると「各成員が支持しあい、受容しあうことでその孤独や淋しさを克服する」(田中,1987 p.31) ことを目的とするグループセラピーがそれに近い例であるといえる。

山崎(2007)は SNS サイトのミクシイが、グループセラピーによく似ているとした上で、そのルールである「言いつばなし聴きつばなしという暗黙の約束」(山崎,2007 p.44)について述べ、お互いを決して否定しないことと同時に、自己開示を行った上で相手の話をしっかり聞くという、相互に存在を認め合ってコミュニケーションを行うことの重要性について言及している。これら参加者間における、相互の思いやりに溢れるやりとりの連鎖によって、その場に集う人々は自然と自分の気持ちを吐き出すことが可能になる。結果、「仲間がいるため孤独感から救われ、安心する」(山崎,2007 p.43)といった効用が見られ、目的を達成することができる。

また、「癒し」を達成するためには悩みを打ち明けた本人が、自分の話を聞いてくれている、と実感することが大切である。そのため、ひとつの話題に集中することが大切であり、逆に話題や視点が会話の中でどんどん変わることは、あまり望ましくないといえる。

植村(2007)によると、グループセラピーにおける目的は「自分ひとりでは解決できない、その困難の解決」あるいは「その困難を抱えて生きてゆく力を得る」としていう。よって、この場において重要なのは悩みを抱えている相手に対して、共感したコメントをすることであると考えられる。

以上のことから、仮説 4A-1、4A-2 ならびに仮説 4B が導出される。

仮説 4A-1 : 「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』が多く、

『止揚』『否定』『懐疑』『冷笑』コメントは少ない

仮説 4A-2 : 「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』『視点転換』コメントは共に少ない

仮説 4B : 「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』コメントが多く、『直感的』『論理的』コメントが少ない

次章では、調査対象を選定し、これらの仮説を検証するための分析方法を提示する。

第4章 調査対象と分析方法

4-1 調査対象の選定

本研究が調査対象とするのは、テーマ別掲示板の集合である「2ちゃんねる」内の「スレッド（≡掲示板）」である。2ちゃんねるは一日のページビューが極めて多く、程度の差はあるが各掲示板では概ねコミュニケーションが活発に行われている。日本広告主協会web広告研究会の調査によれば、2006年9月時点での利用者訪問者数は1000万人を超えている⁷。

ここで、2ちゃんねるについて簡単に説明しておこう。2ちゃんねるは「プロ野球」や「ノートPC」などのような「板」と呼ばれるメインカテゴリーの中に、「スレッド」と呼ばれるサブの掲示板が集合しているサイトである。原則的には板のテーマから逸脱しない範囲のトピックについて語りあうことが義務付けられている。2ちゃんねるには700を超える板が存在し、それらの中には数十から数百のスレッドが常時存在している。サイト訪問者は自身の関心のあるスレッドを訪れ、そこでの議論を閲覧したり、自身もそこにコメント（「書き込み」）をしたりする。各コメントは「レスポンス」を短縮化した「レス」と呼ばれることが多い。

本研究が2ちゃんねるのスレッドを調査対象とした理由は、

1. コメントの交換が活発に行われている
2. やり取りされたコメントが過去のものまで含めて残るため、観察可能性が高い
3. 各板のスレッドのレイアウトがほぼ同じであるため、複数スレッド間の比較が容易かつ妥当である

という3点である。

調査対象スレッドは、2007年12月20日時点で存在した2チャンネル内の全スレッドの中から、総レス数が500以上で、かつ前述した四つのコミュニケーション目的と顕著に合致するスレッドを選定した⁸。総レス数が500以上のスレッドに限定したのは、コメント連鎖やコメント内容の傾向を分析するには、一定数以上のレス数が必要であると考えられるからである。以上の選定基準をもって調査対象として選定したスレッドは以下の四つである。

場への参加：一人暮らし大学生が集うスレッド（一人暮らし板）

意見交換：★ほっこり★京都の紅茶専門店事情★まったり★（お茶・珈琲板）

⁷ http://www.wab.ne.jp/pdf/070222_cgm.pdf

⁸

論争：【営業】営業と SE はなぜ対立するのか？【SE】（情報システム板）

癒し：☆☆買い物依存症をなんとかしたい！part2☆☆（メンヘル⁸板）

ここで、各板と各スレッドについて、簡潔にはあるが紹介しておこう。

まず「場への参加」として取り上げた一人暮らし板についてであるが、この板は基本的には「一人暮らしをしようとしている人、している人、したい人、家事や生活について1から学びたい人⁹」などに向けて設置されている。そこで交わされるコミュニケーションの内容は、「一人暮らしの料理、孤独、暇つぶし、掃除、洗濯、防犯、不動産など一人暮らしの家事や生活に関すること¹⁰」が中心となっており、総じて何かを決定するわけではない雑談系のスレッドが多いのが特徴である。

対象スレッドである「一人暮らし大学生が集うスレッド」は、スレッドの内容を「情報交換、キズの舐めあい、進路について話したり、大学生同士の雑談を行うスレです¹¹」としており、典型的な雑談系スレッドであると言えるだろう。

二番目に、「意見交換」として取り上げたお茶・珈琲板について説明してゆく。この板は、「珈琲や世界のお茶（紅茶、日本茶、中国茶、ハーブティー、チャイ）からココアまで「淹れる飲み物」について語り合いましょう¹²」といった内容で設置されている。

対象スレッドである「★ほっこり★京都の紅茶専門店事情★まったり★」は、スレッドの内容を「こじやれた紅茶専門店が何気に多い京都。 そんな京都の紅茶専門店の情報交換しましょう。 季節のメニュー、限定メニューなどなど.....¹³」としており、様々な意見が飛び交う意見交換系スレッドとなっている。

三番目に、「論争」として取り上げた情報システム板について説明してゆく。この板は、情報システムに関する情報全般を取り扱う板として設置されている。

対象とした「【営業】営業と SE はなぜ対立するのか？【SE】」スレッドでは、営業と SE のそれぞれが、お互いの性質や自らの体験談を用いて、双方の対立の絶えない理由を議論しあうもので、論争系スレッドといえよう。

最後に、「癒し」として取り上げたメンタルヘルス板である。この板は、主に「心の病を持つ者同士のコミュニケーションの場¹⁴」として設置されたものである。このスレッドでは、主に「買い物をする事で、自分の不満や不安を解消しようとしてしまう方々、 必要もないものを買ってしまい、荷物だけがが増えてしまう方々、 ここで情報交換をしたりして、何

⁸ 「メンタルヘルス」の略語を意味し、メンヘル板には主に心の病に関するスレッドが多く見られる。

⁹ <http://www.2ch.net/2ch.html>

¹⁰ 同上

¹¹ <http://life9.2ch.net/test/read.cgi/homealone/1203430752/>

¹² <http://food8.2ch.net/pot/>

¹³ <http://food8.2ch.net/test/read.cgi/pot/1079718654/>

¹⁴ <http://life9.2ch.net/mental/>

か他の方法を見つけないか？¹⁵」といった内容が中心となっている。

対象とした「☆☆買い物依存症をなんとかしたい！part2☆☆」スレッドでは、「同じ悩みを、なんとか解決できる方向にいけばいいと思っています¹⁶」と冒頭で述べており、参加者たちがお互いを励ましあう癒し系スレッドであると言えるだろう。

4-2 分析の方法

表 4-1 コメントのコード化の定義と例

		本研究における定義	例
肯定系	肯定	相手の意見を認める内容が入っているもの	「すばらしい」「ありがとう」
	同調	軽い肯定 ※ノリ、相槌程度も含む	「そうだよな」
	止揚	二つある意見を双方認め、もう一レベル上の意見を提唱したもの	「要するに」「つまり」「まとめると」
否定系	否定	相手への批判・否定	
	懐疑的	議論の前提に関わる問い、自己批判的な姿勢	「そもそも～」
	冷笑的	相手をさげすむ表現、意味のない批判	「w（否定的な）」「死ね」
転換系	話題転換	それまでの話題との変更を促すもの	
	視点転換	「話題転換」よりも下位のカテゴリでの転換	
無関係	無関係	それまでのコメントの流れや、板のテーマを全く無視した書き込みにあたるもの	「あぼーん（削除キー） 「関係ないURL」
情緒的	感情的	・喜怒哀楽を表す言葉が入っているもの ・自分の主張を根拠付ける理由がないもの	「私は～と思う」「嬉しい」「嫌だ」
	直感的	二文節以下で構成されている発言	「いいね」「俺も行く」「違うでしょ」
論理的	論理的	・客観的事実を根拠に主張を展開しているもの	「私は～と思う、なぜなら××だからである」の形に当てはめられるもの

これまで述べているように、本研究の分析単位は発言者ではなくコメントそのものである。そのため、我々はコミュニケーション目的別のコメント内容の傾向を分析するために、各スレッドの1～500までのレスの内容分析を行うことで、前述した12のコメント分類のどれに各レスが該当するのかを判断し、その数をカウントした。ひとつのレスはそれなりの長さがあるため、ひとつのレスがひとつのコメント分類にのみ属するということはあまりなかった。

先にも述べたように、コメントを分析単位として定量的に分析するには、それらをカウ

¹⁵ <http://life9.2ch.net/test/read.cgi/mental/1190950508/>

¹⁶ 同上

ントできるようにコード化しなければならないが、この分析で問題になるのが、コメントのコード化の信頼性である。たとえば、あるコメントがいずれのコードに分類されるかは、分析者の主観によるという限界がある。われわれは、内容分析の基本に沿い、この限界を緩和するために、単独でコード化することを避け、2名でコード化した平均の数値を用いることにした。肯定、同調、否定（懷疑と冷笑）、感情、直観、論理、止揚、無関係についてのコード化の定義と文例は、表 4-1 に示されている通りである。以下、コメント内容とその形式のコード化について、それぞれ順に説明してゆく。

4-2-1 コメント内容のコード化

肯定系

肯定とは、基本的に相手の意見を認めるものであり、特に相手のコメントに対する積極的な賛同の意を示すものをさす。例えば、相手のコメントに対する「素晴らしい」といった賞賛や、自分のコメントを誉めてくれた場合にする「ありがとう」などの謝辞が、主な肯定の例として挙げられる。

次に、同調と止揚について述べてゆく。ここでの同調は、肯定の仲間ではあるが比較すると相手への賛同の度合いは幾分か下がるものである。具体的には、「そうだよね」「いいね」など、自分の意見の方向性は明確に表明しないが、コミュニケーションにおける相槌的な役割を示しているものが挙げられる。また、止揚とはいくつかの論点を多角的な面から捉え、一段階上に視点を引き上げる役割をする発言である。コメント中に「要は」「つまり」「まとめると」など、それまで交わされていた二つ以上の異なる意見をまとめ、さらに一段上の意見を提唱する働きをもつものを、ここでは止揚とした。

否定系

否定とは、「間違っている」「よくない」など、自分と逆の立ち位置にあるコメントに対して批判的に主張をするものである。

否定は、さらに懷疑と冷笑に分けることができる(高瀬,1999)。懷疑は、議論の前提に関わる問いや、否定する自らのことも疑ってかかる姿勢を持つ否定であり、文中に「そもそも」などの言葉が含まれていて、頭ごなしに批判をしていないものを対象とした。一方、冷笑は相手をさげすむ表現である「バカ」「w (2ちゃんねるにおいて、(笑)と同じような意味合いを持って使われる。相手を中傷する際に使用されることが多い)」「死ね」などが含まれており、そのコメントによって議論が前に進んだり、一段上のものになったりする働きは持たないであろうと考えられるものを対象とした。

転換系

次に、掲示板上でコミュニケーションではそれまでと違う話の流れになることが多々あることを踏まえ、それらをコード化できるように話題転換と視点転換というコードを置

いた。

まずは、話題転換について説明しよう。ここでいう話題とは、わかりやすくいうと会話におけるテーマである。ここでは、前に話していたテーマと全く違うテーマが出てきた場合のコメントを対象とした。例えば、論争型における「営業派」「SE 派」というのは大きなテーマであり、ここから逸脱した新しいテーマが出てきた場合は話題転換と捉える。例えば論争型のスレッド上で、「社会主義」の話になって議論が大きくそれたことがあったが、これは話題転換ととらえた。

一方視点転換は、話題転換より一段階下位のカテゴリにおける会話における転換をさす。今回は、テーマが同じ中で違った角度から見た視点を持ったコメントをこの対象とした。例えば論争型において同じ営業と SE というテーマでも、それを給料の点から見るか、業務内容という点から見るかといった違いなどが視点転換として挙げられる。

無関係

また、内容に関するものとして無関係というコードも置いた。これは、それまでの会話の流れを一切無視したコメントで「あぼーん（管理人によって、そのスレッドに不適切と判断されたコメントは削除される。その削除された時に表示される言葉）」や、関係ないサイトの URL をいきなり載せたりしたものを対象とした。

4-2-2 コメント形式のコード化

コメント形式のコード化に関しては、まず情緒的と論理的の二つに大きく分類される。

情緒的というのは、自分の主張を感情や主観に基づいて、思いついたままコメントする発言の仕方である。ここでは、あくまで自分の考えを述べるということが主である。

一方論理的というのは、自分の主張を裏づけるための根拠を伴う発言の仕方である。ここでは、主張をいかに相手に納得させるような伝え方をすることが重要になってくる。

以下、情緒的形式と論理的形式についてそれぞれ具体例と共に述べてゆく。

情緒的形式は、さらに感情的、直感的とにそれぞれ分類される。まず、感情的に関して説明すると、ここでは「嬉しい」「楽しい」「嫌だ」など、喜怒哀楽の感情表現が明確に入っているコメントを感情的形式としてカウントした。さらに、「私は～と思う」という自己主張を行っているが、それを裏づける根拠まで明示されていないコメントも、同じく対象とした。次に直感的だが、「いいね」「俺も行く」「違うでしょ」など二文節以下の単発のコメントを対象とした。二文節としたのは、意見の方向性は示せるが根拠を持たせることは難しい単位であり、そうすることで感情や論理と区別することができるからだ。

論理的とは、前述した感情的と異なり「私は～と思う、なぜなら××だからである」と主張の後にそれを支持する根拠を述べた形にあてはめられるコメントを対象にした。ただし、その根拠が正しいのかどうかを問うことが難しいため、ここでは主張－根拠の整合性ではなく、その形式にあてはまるかを見た。

第 5 章 調査結果と考察

5-1 コメント内容分析の結果と考察

まず掲示板において、コミュニケーションの目的によって、コメントの内容が異なるという仮説群について検証する。

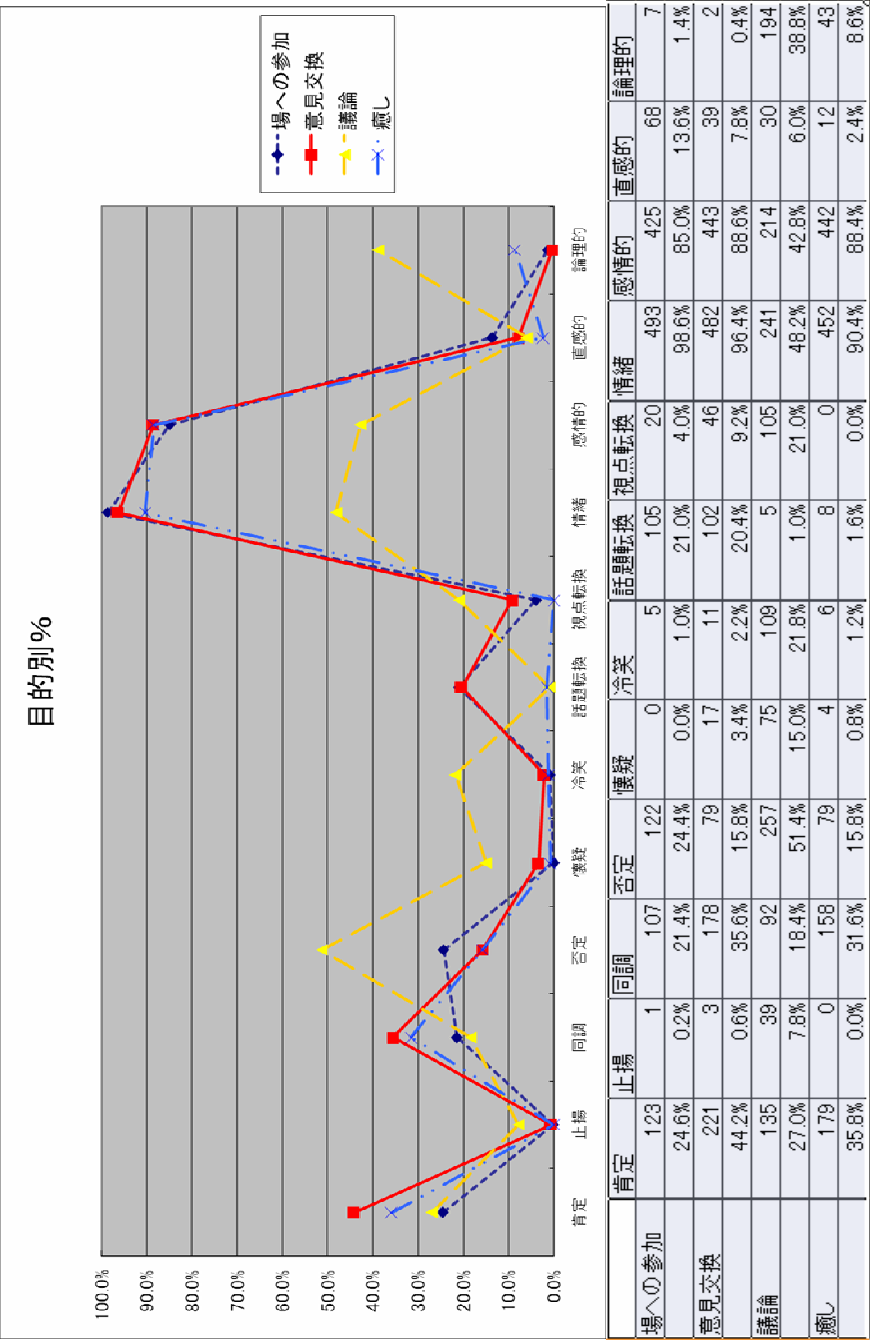


図 5-1 4 類型型コメント成分グラフ

図 5-1 は、調査対象とした各スレッドにおけるコメントの出現頻度を単純集計したものである。全般的な傾向を見ると、目的に応じてコメントの内容（肯定、同調、止揚、否定、懷疑、冷笑、話題転換、視点転換）やその伝え方（感情的、直感的、論理的）が異なることがわかる。四つの目的についていえば、「場への参加」と「意見交換」が類似しており、「論争」がこの二つとは全く異なった傾向を示すことが明らかである。一見しただけでは、「癒し」もこれら二つに近いようだが、視点転換がないという点で全く異なる。さらに、詳しく見ていくと、「場への参加」と「意見交換」は、肯定の頻度や否定の頻度において対象をなすという違いがある。やはり、目的に応じてコメントの内容と伝え方は異なると結論付けられよう。

以下、個別の仮説の結果についてそれぞれ述べてゆく。なお 3 章で述べたように、仮説 A は内容、B は形式に関係するものである。

(1)場への参加

表 5-1 場への参加型コメント成分表

	場への参加				
肯定	123	24.6%	話題転換	105	21.0%
止揚	1	0.2%	視点転換	20	4.0%
同調	107	21.4%	情緒	493	98.6%
否定	122	24.4%	感情的	425	85.0%
懷疑	0	0.0%	直感的	68	13.6%
冷笑	5	1.0%	論理的	7	1.4%

場の参加を目的とした掲示板におけるコメントの出現頻度は、表 5-1-1 に示したとおりである。各仮説について、それぞれ順に見ていこう。

仮説 1A-1：「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』が多く、『止揚』や『否定』『冷笑』『懷疑』は少ない

「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』24.6%『同調』21.4%『止揚』0.2%『懷疑』0.0%であるのに対し、『否定』24.4%『冷笑』1.0%となった。このことより、相対的に『否定』表現の割合が高いといえ、仮説 1A-1 は部分的に棄却された。

このような結果が出た理由として、この型における二つの特徴が考えられる。それは「独り言が多い」と「ツッコミとしての『否定』の役割」の二つである。

独り言とは結果的にそのコメントに対し他者からのレスポンスが得られなかったコメン

トのことである。現実の雑談では、内容がどれほど共感できなくとも、相手の顔が見えるため、非言語的なリアクション（頷きや表情など）をとることが多いので、まず無視をすることはありえない。しかし、ネット上では直接相手と対面していないため、完全に無視をすることが可能である。場への参加が目的であるコミュニケーションではその発言内容自体に付加価値を求めているものは少ない。（あるとすれば、後述する「ネタ的」なおもしろさである。）その結果として無意味な発言、とりとめもない発言が横行するが、ネットでは他の参加者はこれらを“無視”することが可能なので、結果として独り言になると考えられる。ただしここでいう“無視”とは敵意あるものではないことを補足しておく。単純に「読む分にはいいが、レスポンスを書き込むほどではない」というものである。また、二つ目の「ツッコミとしての『否定』の役割」については、後述するためここでは省略する。

仮説 1A・2：「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』は多いが、『視点転換』は比較的少ない

「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』が 21.0%であるのに対し、『視点転換』が 4.0%であった。この話題転換の数値は他の型（意見交換 20.4%、論争 1%、癒し 1.6%）と比較しても最高水準であるのと対照的に、視点転換は他の型と比べて、極めて低水準であるといえる。ここから、場への参加型における参加者たちは、やりとりの内容一点に固執するというより、その移り変わりのテンポの速さから来る楽しさを重視していることが伺える。

これらより、仮説 1A・2 は支持された。

仮説 1B：「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』『直感的』が多く、『論理的』は少ない

「場への参加」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』85.0%『直感的』13.6%であるのに対し、『論理的』は 1.4%であった。さらに『直感的』においては他の型（意見交換 7.8%、論争 6%、癒し 2.4%）との比較の上でも最高水準を示した。ここから、場への参加型において、自分の主張を明確に発信したり、またそれを論拠付けるようなコメントが特に必要とされていないことが伺える。参加者たちは単発の直感的なコメントが許されることによって、場に参加するという本来の目的を達成することができているのだろうと考える。

これらの結果より、仮説 1B は支持されたといえる。

(2)意見交換

表 5-2 意見交換型コメント成分表

	意見交換				
肯定	221	44.3%	話題転換	102	20.4%
止揚	3	0.6%	視点転換	46	9.2%
同調	178	35.6%	情緒	482	96.4%
否定	79	15.8%	感情的	443	88.6%
懷疑	17	3.4%	直感的	39	7.8%
冷笑	11	2.2%	論理的	2	0.4%

意見交換を目的とした掲示板におけるコメントの出現頻度は、表 5-1-2 に示したとおりである。

仮説 2A-1:「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』『止揚』が多く、『否定』『冷笑』『懷疑』が少ない

「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』44.3%『同調』35.6%『止揚』0.6%という値に対し、『否定』15.8%『冷笑』2.2%『懷疑』3.4%となった。このことから「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、肯定的表現の割合が否定的表現の割合を上回ることが確認されたといえる。したがって、仮説 2A-1 は支持された。

意見交換型では、より多くの意見や情報を参加者間で生み出すことが重要とされる。その際、相手の意見に対して肯定的なリアクションをすることによって自分にとっても有益な情報を得られることが出来るため、このような結果となったのだろうと考えられる。

仮説 2A-2:「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』『視点転換』が多い

「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』が 20.4%と他の型（場への参加 21.0%、論争 1.0%、癒し 1.6%）と比較しても、場への参加に並んで高水準であることが分かった。それに対し『視点転換』は 9.2%の値を示した。これは 4 類型（場への参加 4.0%、論争 21%、癒し 0%）の中で見ると 2 番目に多い数値だが、最高値である論争型と比較すると約半分程度の値に止まった。これらより、仮説 2A-2 は部分的に棄却された。

『視点転換』はひとつの話題のなかに多様な視点を含むことができる。すなわち内容に“奥行き”を持たせる効果がある。これは情報の付加価値を高めることにつながり、意見交換を

目的とする参加者の発言インセンティブを高める効果をもたらしていると考えられた。しかしながら結果としては、論争型コミュニケーションと比較してもそれほど数値は伸びなかった。

この原因として考えられるのは「サンプルとしての板選定の不備」である。今回我々がサンプルに用いた「★ほっこり★京都の紅茶専門店事情★まったり★」というスレッドは京都の紅茶専門店に関する情報交換、意見交換を本来の目的とした板であると考えられていた。しかしながら実際には多視点からの考察といった情報よりも京都に存在する専門店の店名、メニュー、特徴といったリストを完成させるという、表層的な情報交換するに止まっていた。すなわち一つの店について話題を深めることよりも新たな店の情報を加えていくことの方がこの板においては重要だということを示していたのである。これは本来我々が意図していた意見交換という目的よりもさらに視点の狭まったものである。そしてこのことが結果的に全体を通して視点転換という動きそのものが少なかったことに影響しているのではないかと考えられる。そのような意味で本来我々が仮説で示していたコミュニケーションの目的と若干の異なりが生じたことは我々の想定不足であり責任の帰するところであると考ええる。

仮説 2B : 「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』『直感的』が多く、『論理的』が少ない

「意見交換」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情』は 88.6%を示し、また、『直感』は 7.8%と 4 類型の中では場への参加型の 13.6%に次ぐ数値となった。対する『論理』は 0.4%にとどまり、これらの値より仮説 2B は支持されたといえる。

ここでは、意見の正しさを問うよりも、いかに多くの数の様々な意見を出せるかに重点がおかれたコミュニケーションが行われている。よって、自分の意見の根拠を長々と述べるものはあまりふさわしくないで、このような結果になったと考えられる。

(3)論争

表 5-3 論争型コメント成分表

	議論				
肯定	135	27%	話題転換	5	1%
止揚	39	8%	視点転換	105	21%
同調	92	18%	情緒	241	48%
否定	257	51%	感情的	214	43%
懷疑	75	15%	直感的	30	6%
冷笑	109	22%	論理的	194	39%

論争を目的とした掲示板におけるコメントの出現頻度は、表 5-1-3 に示したとおりである。

仮説 3A-1 : 「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』『止揚』『懷疑』コメントは同程度存在し、『否定』『冷笑』コメントは少ない

「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』27.0%『同調』18.0%『止揚』8.0%『懷疑』15.0%であり、『否定』51.0%『冷笑』22.0%という結果となった。これを『肯定』『否定』という大きな枠で比較すると、それぞれ 27.0%、51.0%と『否定』の方が上回る結果となった。また、議論において必要とされていた『懷疑』より『否定』『冷笑』の方が高い数値を出していた。よって、仮説 3A-1 は棄却された。

ここから考えられるのは、ネットにおける匿名性という特性を考慮しきれていなかったという点である。現実の論争では、面と向かって相手の批判ばかりすることはなかなか難しいが、顔の見えないネットならそれが幾分容易となる。そのため、ネットにおける論争の場合味方の援護というよりは、相手をつぶす攻撃的な性格のコメントが多くなる傾向があるようだ。この点に関しては次章で詳しく述べることとする。

仮説 3A-2 : 「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』が少なく、『視点転換』が多い

「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』が 1.0%、『視点転換』が 21%となった。よって、仮説 3A-2 は支持されたといえる。

この場合ではテーマが既に決まっており、その論点をぶらすことは参加者にとって余計な回り道にあたり、論争という目的を達成するためにふさわしくない。必要なのは、一定のテーマの中でどれだけ人と違った視点で自分の主張を相手に伝えられるかということであるためこのような結果になったのだろうと考えられる。

仮説 3B：「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』『直感的』コメントが少なく、『論理的』コメントが多い

「論争」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』『直感的』コメントは、それぞれ 43.0%、6.0%であり、合わせると『論理的』コメントが 39.0%と我々の予想と反して下回る結果となった。よって、仮説 3B は棄却された。

他 3 類型と比較すれば『論理的』コメントは 39%と非常に高い割合を示しているのだが、論争型の中だけで観察すると、『感情的』コメントが 43%と想像していたよりはるかに多かった。これは、交わされるコメントの内容が論理的か否かというところまで正確に判断できず、あくまで形式で判断したためこのような結果になったのであろう。

また、仮説 3A-1 の部分でも述べたが、やり取りの形態としては非常に攻撃的で感情に溢れたものが多く見られた。ここから、ネットにおいてお互いの顔を直接見ないで論争をする際には、なかなか論理的な主張展開をするのは難しいのではないだろうかと考えられる。

(4)癒し

表 5-4 癒し型コメント成分表

	癒し				
肯定	179	35.8%	話題転換	8	1.6%
止揚	0	0.0%	視点転換	0	0.0%
同調	158	31.6%	情緒	452	90.4%
否定	79	15.8%	感情的	442	88.4%
懷疑	4	0.8%	直感的	12	2.4%
冷笑	6	1.2%	論理的	43	8.6%

癒しを目的とした掲示板におけるコメントの出現頻度は、表 5-1-4 に示したとおりである。

仮説 4A-1：「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』が多く、『止揚』『否定』『懷疑』『冷笑』コメントは少ない

「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『肯定』『同調』コメントがそれぞれ 35.8%、31.6%と高い値となっており、『止揚』『否定』『懷疑』『冷笑』コメントは 0%、15.8%、0.8%、1.2%といずれも『肯定』『同調』コメントの値を下回る結果となった。しかし、他の値が 1 桁を下回る中で『否定』に関しては 15.8%と我々が予想していたよりも高い数値が観察された。よって、仮説 4A-1 は部分的に棄却された。

『肯定』『同調』コメントの割合が多いのは予想通りだったのだが、我々が予想していたより『否定』の割合が 15.8%と高かった。これは、今回相手の行動をたしなめるコメント（例えば、買い物依存症の板で「買い物しすぎて破産、ついに離婚してしまった。けどまだ買い続けてしまう・・・」などに対して「少し頭を冷やして考えた方がいい」「このままでいいと思っているの？」といった厳しい言い方をしているもの）を『否定』としてカウントしたからであると考えられる。

これは、真の目的としては相手を鼓舞したり、奮起させたりするためのいわば肯定的なコメントだと考えられるが、表現方法としては否定的なものが多かったためこのような結果となったのであろう。現実のグループセラピーにおいて、『否定』コメントの存在は「言っぱなし聞きっぱなし」のルールから考えるとあってはならないものだが、ネットにおいて「癒し」を達成するためにはある意味で大切な役割を果たしているようである。なお、この点に関しては次章で詳しく述べることとする。

仮説 4A-2: 「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』『視点転換』コメントは共に少ない

「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『話題転換』は 1.6%、『視点転換』は 0%であった。これらは、それぞれ他の型に比べ非常に低い割合を示していた（『話題転換』場への参加 21.0%、意見交換 20.4%、論争 1.0% 『視点転換』場への参加 4.0%、意見交換 9.2%、論争 21%）。よって、仮説 4A-2 は支持されたといえる。

ここから、癒しという目的を達成するためには、話題や視点を変えることよりも悩みを相談した人と同じ目線になってコメントをすることが重要であると考えられる。あちらこちらに会話が分散すると、参加者たちは自分の話を聞いてもらえないという感覚に陥り、本来の目的である悩みを解消して安心するという効果が得られにくいからこのような結果になったのではないだろうか。

仮説 4B: 「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』コメントが多く、『直感的』『論理的』コメントが少ない

「癒し」を目的とするコミュニケーションにおいては、『感情的』コメントが 88.4%と非常に多く、『直感的』『論理的』コメントはそれぞれ 2.4%、8.6%と大幅に『感情的』コメントを下回る結果となった。よって、仮説 4B は支持されたといえる。

ここから、癒し型においては、相手のコメントに対してどれだけ感情移入し、辛い気持ちを一緒に共有出来るかが目的達成に関わってくると考えられる。そのため、単なる短い相槌や、論理性を重視した堅い印象を受けるコメントは、気持ちがこもっていないととられやすく、好まれないのではないだろうか。

5-2 コメント内容分析の4類型間比較における考察

内容分析によって、コミュニケーションの目的ごとに各コメントの出現頻度が異なることがわかった。次いで、4類型間で比較した際に明らかになるそれぞれの際立った特徴に注目してみよう。以下では、肯定系（肯定、同調、止揚）、否定系（否定、懐疑、冷笑）、転換系（話題転換、視点転換）、形式系（感情的、直感的、論理的）と分類し、4類型間で比較した表と共に際立っている点に関して考察をしてゆく。また、※で記した項目は、4類型で比較した際に値が一番ではないが、観察の結果興味深い結果が得られた場合に記述をしたものである。

5-2-1 肯定系

表 5-5 肯定系(肯定、同調、否定)の4類型間比較

	肯定	止揚	同調
場への参加	24.6%	0.2%	21.4%
意見交換	44.2%	0.6%	35.6%
議論	27.0%	7.8%	18.4%
癒し	35.8%	0.0%	31.6%

肯定

まず『肯定』について見ると、もっとも多かったのは意見交換型で 44.2%、もっとも少なかったのは場への参加型の 24.6%であった。

意見交換が目的である場合、参加者によるアイデア、情報などの提供を促すことが場の活性化につながり、最終的な目的を達成しやすくなると考えられる。それゆえ相手のコメントへの肯定的なレスポンスは、それが連鎖することで参加者による自由でクリエイティブな発言を促し、結果的に場の活性化にプラスの影響を及ぼすと考えられる。実際、観察対象となった板においては、以下のような肯定的発言の連鎖によって多くのコメントが飛び交っている様子が見て取れた。

ー京・はやしやの HP ありました。メニューを見てよだれをたらしてください。

<http://www.hysy.co.jp/~tea/tearoom/>

ー京都の者ではありませんがよだれたらしそうになりました。

ーうわあ……（ジュルジュル おいしそう〜〜〜！

ーメニューの「ロシア風番茶」って何だろう。ジャム付いてきたり？

ー私も関東人ですが、はやしやの私^ぽみて行きたくなっちゃいました！

今まで何回も京都行ってるのに、なんでこんなにうまそうな店に

行かなかったのか悔やまれる！！！！

『肯定』がもっとも少なかった場への参加型に目を転じると、場への参加型においては“独り言”ととれる発言が多く見られ、相手のコメントに対するレスポンスという形が他と比較して少なかったことが理由として考えられる。そのため相手へのレスポンスである「肯定」「否定」の総和が他の型と比較して少ない。今回肯定的発言の数が他の型と比較して少なかったのも、その影響であると思われる。ここでいう“独り言”とは、最初から発言が他者のレスポンス（反応）を求めているもの、結果的に他者からのレスポンスがつかなかったものが挙げられる。

今回の観察でこれらが多く見られたということは、場への参加が目的である場合、それは明確な目的を持って相手とコミュニケーションを行う、というような厳密な意味での他者間コミュニケーションが必要ないということが言えるのではないか。必要義務がないため、他の参加者は前のコメントに対してレスポンスをとる、とらないはおそらく対象とされる前コメントが「おもしろい」か（レスポンスするに値するか）どうかを基準に選択しているのではないかとと思われる。いずれにせよそのような現象は、本型における「自由さ」「柔軟性」という、現実世界に近い特徴を如実に示しているといえる。

同調

同調については、意見交換型が 35.6%ともっとも多く、論争型が 18.4%と最も少ないという結果となった。

意見交換型において最も同調が多かった理由としては、相手コメントへのプラスのリアクションを多くすればするほど、よりたくさんの意見が出やすい環境を作ることが出来るという点が考えられる。自分の意見を述べる前に、ひとこと「それ、いいね」とリアクションすることによって、次の人がよりコメントをしやすくする場を参加者たちが保っていることの表れなのではないだろうか。

一方、論争型の目的は、まさに相手との意見のぶつけ合いによる論“争”であり、ただ相手に賛同したり相手のコメントを認めるだけのコメントは歓迎されないと考えられるため、このような結果になったのであろう。

止揚

止揚が最も多かったのは論争型の 7.8%、最も少なかったのは癒し型で 0%であった。

7.8%ともっとも止揚の割合が大きかった論争型であるが、興味深いことに、

- ーお互い、相手の事情が分かってないくせに生意気な態度とるからいけないんだよ。正直、両方やってみなければ一生分からない世界
- ーその対立で一番迷惑するのは顧客だということを理解し、どちらかが歩み寄らんと前

向きな結果はでんわな

などといったコメントは、無視か否定される傾向にあった。

本来、現実のディベートでは、止揚は一段階上の視点を提示して議論をより高めるものとして必要なものとの認識があるが、ネット上のコミュニケーションにおいてはあまり歓迎されていない。ネットの論争型コミュニケーションにおいては、前述した「議論を終わらせない」というのが参加者における暗黙の了解である、と言えるのではないだろうか。

一方、癒し型で止揚が少ないのは納得のいく結果であろう。現実世界のグループセラピーにおいても、セラピストがでしゃばるのはあまりよくないこととされている。あくまでも、自分たちが互いに癒しあうことが大切で、同じレベルでみんな仲間。誰か飛び出ることによって不均衡が生まれやすくなることが考えられるため、このような結果になったのであろう。

また、仮説では意見交換の場では定期的に拡散した意見をまとめる作業が必要ではないかと考えていたが、観察の結果『止揚』は0.6%と予想より低水準であった。仮説では、情報を拡散したままにおいておくよりも、整理したほうが付加価値を上げるであろうと予想していたが、しかしながら実際にはこうした、議論をまとめる動作が少なく基本的に話題は末広がりやで拡散していく方向にあった。その根拠は不明だが、スレッドのタイトルを決定し、最初にテーマ設定をした“管理者”のその後の関与度に依存しているのではないかと考えられた。管理者がその後も継続的に関与しているスレッドでは、管理者が議論をまとめる現象が見られ、管理者が姿を見せないスレッドではまとめ役不在の状況が見られた。なお、こういった管理者の存在については、今後の研究において言及する余地がありそうである。

5-2-2 否定系

表 5-6 否定系(否定、懷疑、冷笑)の4類型間比較

	否定	懷疑	冷笑
場への参加	24.4%	0.0%	1.0%
意見交換	15.8%	3.4%	2.2%
議論	51.4%	15.0%	21.8%
癒し	15.8%	0.8%	1.2%

否定

否定が最も多かったのは論争型で 51.4%、少なかったのは意見交換型、癒し型の 15.8%であった。

論争型において否定が多いというのは、その目的が持つ性質としてうなずけるだろう。我々が注目したのは、場への参加型における『否定』が論争型の次に多い 24.4%であった

点である。

本来、現実世界における雑談や井戸端会議においては、相手を否定するという行為は相手を不快にさせ、「場のコンテキストを無視している」「流れを断ち切った」と捉えられるため、あまり出現しない行為であるということが出来る。仮説ではこの要素は少ないと思われていたが、今回の分析で否定が多かったのは、ユーモアという要素を考慮しなかったからであると考えられる。

石井（2006）は2ちゃんねるにおいて「ネタ的コミュニケーション」が頻繁に行われていると述べている。これは現実世界でのいわゆる「ボケ」や「ツッコミ」の再現であると考えられる。これがネット上では、特に「ツッコミ」に関してはしばしば否定的な表現を伴うことがある。

観察した結果、ここでの『否定』は我々の定義、すなわち相手に対する批判を意味するものだけでなく、以下のような「ツッコミ」として、相手に対する雑談におけるカンフル剤のような役割を果たしている発言が多分に含まれていたことが判明した。

（これ以前に、一人暮らしの男性が洗い物の途中で茶碗同士がくっついてとれなくなってしまったことを相談している流れがある）

ーうう、油も流し込んでみた。 どうしたらいいのかさっぱり分からない

ーやめろw 流しの桶みたいなんに熱湯用意してつつこめ。

ーやってみた、やってみたんだ。 その上での行動なんだ。

本気でどうしたらいいのか分からないから行動が迷走してるんだ

ー無理やりはがせよww はがした瞬間すべってどっかに飛んでいくかもしれんが

ーは・が・れ・な・い

このようなものが多く見受けられたということは、同時に、ネット上での雑談というのは多分に「ボケ」「ツッコミ」要素が見られる、もしくはこれらが重視されているという現象を示唆していると予想される。

また、否定的発言が 15.8%と低水準にとどまった意見交換型、癒し型についてもそれぞれ見てみよう。意見交換型において、「相手の意見を否定しない」ということに関して今回の場合、明確な成分律によってそれが規定されている様子は見られない。定められたルールを遵守している、というよりは暗黙的な“紳士協定”に近いのではないかと予想される。おそらくこの板の参加者達は板の目的を一定レベルで理解しており、目的にそぐわない意味での否定や争いを避けるという不文律を見出していると思われる。その紳士協定を破ったコメントには、以下のようなやり取りが繰り返されていた。

ー銀○寺近くの「アッ○ム」は、日本で最高の紅茶をサーブするよね。

（中略）

値段的には四条高倉上って、大丸の真横のビル 2F にある「デ○カ」が もっとも良心的で味も素晴らしいのでは。

(中略)

また、淹れ方も非の打ち所がありませんね。

ー伏せ字にする意味がわからん

ー何をもって日本で最高と断言しているのかわかりませんね。

ー東京と大阪の紅茶専門店はほとんど行きましたし、東京のある有名店でバイトをしていたこともあります。 また、日本に來ている外国系の店も、本国の店は全て知ってます。それと比べても、上で書いた2店は特別だと思いますよ。

独断と偏見だと思われても仕方ないですけど。

ー東京、大阪、京都だけが日本じゃあるまいし。

殆どと言う事は全てを網羅したわけじゃあるまいし。

バイトで全てが語れるなら吉野家のバイトは牛丼の味を完全に把握できるのか?

独断であり、偏見であると思ってしまうのは仕方ないことだな。

ー>日本で最高の紅茶をサーブするよね。

この断言が反感を招いてることがなぜ分からない。 ～と思います。に少しでもいいのに。バカ?

ー何より空気読めてないコテハンがウザイ。 もったいぶったような伏字も。

ー失礼しました。こんなに反感を買うとは思っても見ませんでした。

このように、もしコメントが間接的に他者の意見を否定するものである場合、それが意図せざるものとしても、周囲からはそれが自分の価値観を周りに押し付けている行為だとみなされ非難される。(この点が次に考察する論争を目的とする場と大きく異なる) 非難とは、感情的な表現で周囲が発言者をたしなめたり、罵る行為である。(“荒れる”という場合もある) こういった現象が多く見られると、そのスレッドは本来の目的を達成することが困難になる。

また、その数値自体は他の3類型に比べると少ないが、我々が予想していたより多く『否定』コメントが癒し型にも存在した。

内容を見てみるとこの場における『否定』とは、“アドバイス”にあたるものがほとんどであった。現実のグループセラピーでは「言いつばなし聞きつばなし」という、ある意味自分の意見を吐き出すほうに重点がおかれているルールが存在すると仮説で述べたが、ネットではしばしば、厳しいことをいう人も見受けられた。

一見、「言いたいだけなのだから放っておいて欲しい」と他人からのアドバイスは無視するかわかれるが、実際そんなことはなく、以下のようなやりとりが何箇所かで見られた。

ー無職の主婦なのに買い物依存です・・・・・・ カードで服買いまくり。。。

まあ旦那の口座で引落なので関係ないかと思い、月に10万近く買ってます。。。。
そんな旦那は、ギャンブル依存で借金し、自己破産・・・・
旦那の借金のために風俗で働かされた女です。　本当は早く別れたいです・・・・・・・・

といった悩み相談に対し、

ーお金を使っていたのは、ご主人だけじゃない、あなたでしょ。
それを棚に上げたら、話が出来ないよ。
ー離婚できないのは親のせいですか？　ご自分の意思の弱さではいのですか？
ー支払い能力がないとわかっているご主人様のお金で無謀な買い物するのは、ある意味詐欺だと私は思います。　第三者に多大な迷惑をかけてからでは遅すぎる。

などといった厳しい意見が連なった。
しかし、その後、

ーお久しぶりです。　一方的な愚痴を書き捨て、レスを下さった人にも何も言わないまま消えていましたが、本日をもって風俗を卒業しましたので報告に参りました。
アドバイス下さってありがとうございました！

といった報告があった後、今度は心から祝福する『肯定』コメントが次々と続いていた。
このように、「癒し」における『否定』は我々が定義した単なる「相手への批判・否定」ではなく、相手の気持ちや今後を考えた上での“アドバイス”なのだ。そのため、冒頭に「あなたのためを思ってあえて言いますが」と断りを入れるものがいくつも見られた。ここから、現実のようなセラピスト役が存在しなくても、もしくは存在しないからこそ、コミュニケーション・サイトでは参加者間の関係がフラットであり、それぞれがお互いの良き相談相手となれるように、真摯に相手の言葉に耳を傾け、助言を行おうという自覚を持って参加していることが伺える。

懷疑

懷疑がもっとも多かったのは論争型で15.0%、もっとも少なかったのは場への参加型の0%であった。

論争型において、懷疑的否定が最も高い値というのは納得のいく結果であろう。議論をする際に白熱するあまり、つい方向が本来の目的からずれてしまうことが多々ある。その際、一度立ち止まって前提を疑ってみるというコメントは、より議論を正しい方向に導きながら深めることに有効な手段となる。よって、目的から考えるとこのような結果になったのは妥当であろう。

一方、場への参加型においてだが、そもそも懐疑的否定は必要ないためこのようになったのではないだろうか。その場のノリや雰囲気を楽しんでいるところに、「そもそもこんなやりとりには意味があるのか」という発言は、場の秩序を乱すことに他ならないからである。参加者たちはこのことを暗黙的に理解しているため、自分たちの目的を達成するための場を守るため、懐疑的否定な内容の発言を控えていたのではないかと考えられる。

冷笑

冷笑については、もっとも多かったのは論争型で 21.8%で、もっとも少なかったのは場への参加型の 1.0%であった。論争型においては、目的を考えるとある程度の否定が存在することは想像の範囲内であったが、他と比較して特徴的だったのは

ーまた、笑わせてくれよな（´_ゝ`）ﾌｯ。

ーその粘着気質はアロンアルファ並みですなw

ーなんか嫌なことでもあったの？ それともアホなの？ー説明する前にもそつとべんきようしとけ

ーおまえは空気が読めてないんだよ

ーこんなところで言い訳してんじゃねえよw

といった相手をさげすんだ内容のコメントが、全体として多く見られたことである。

これらの表現は、現実の討論においてあまり有効とされないが、顔が見られないネットにおいては前の人へにすぐレスをつける、レスが一極集中するなど、ある意味やりとりの活発化につながっていることがわかった。

ここから考えられるのは、ネットの論争において、どちらが勝つ、という最終目標というよりは「議論し続けたい」という願望が強いのではないだろうかと考えられる。普段の生活ではエンドレスで議論を続けるということはあまりない。そのため、ネットにおいては場に行ったときにいつでも議論が出来る状態を、冷笑的コメントや荒い語調によって相手を煽ることで保っているのではないだろうかと予想される。

実際、冷笑的コメントのあとには同様のタイプのコメントがいくつか連なる現象が見うけられた。これにより、相手をわざと挑発することで冷静さを失わせるという役割も果たしているのかもしれないと考えられる。

一方、1.0%と最も値が低かった場への参加型だが、そもそも目的から考えると冷笑をすることに意味がないからであろう。例えどんなに中身がなくて意味のないコメントが連なっていたとしても、そのやりとり自体がここでは価値のあるものなのだ。参加者たちがそのことを理解しているため、この場においては冷笑的な否定が少なかったものと考えられる。また、他の型を見た時、値としては 1.2%と場への参加に続いて低かった癒し型だが、ごくたまに『冷笑』コメントが見受けられた。しかし、そういったものが以下のようにほ

ば意図的に無視されている点で、他の型とは異なっていた。

ークッキーさん、親元ヒキニートですよ。買い物するお金は、やはり親から貰ってるんですか？ 恥ずかしくないですか？ 依存症だから仕方ないんですか？

ー恥ずかしいよ。だから、治そうとしてる。

それ以上の細かい事情は、あなたに話す必要はないと思う。

ー分かったから落ち着け。

10月まだ半分も過ぎてないのに ようやく涼しくなったからもう 20万使ってる。

カード切っていないのが唯一の救い・・・。

このように、相談者の悩みを小ばかにしたようなコメントに対して、一度は真面目に反論したものの、即座に他の参加者のコメントによって断ち切られ、すぐに他の話題へ移っていった。

そもそも本来のグループセラピーでは『否定』というのはいりえないが、ネットだと匿名性のためまれに攻撃性の高い異質なコメントが入ってきてしまう。それを無視することをみんなが徹底することで、無駄なことに時間を使うより本来の目的であるお互いの「癒し」を達成できるよう努めているのではないだろうか。

5-2-3 転換系

表 5-7 転換系（話題転換、視点転換）の 4 類型間比較

	話題転換	視点転換
場への参加	21.0%	4.0%
意見交換	20.4%	9.2%
議論	1.0%	21.0%
癒し	1.6%	0.0%

話題転換

まず話題転換について見ると、もっとも多かったのは場への参加型で 21.0%、もっとも少なかったのは論争型の 1.0%であった。ここから、場への参加型においては、ひとつの話題（論点）に対して多角的な視点からアプローチをして論点を深掘りする作業というより、次々と新しい話題を提供することによるその場の盛り上がり重視するということが考えられる。雑談において話題を変えてゆくというのは現実でもよく見られることであり、納得のいく結果だったといえる一方、最も低かったのは論争型である。場への参加型とは逆に、ここでは論点をぶらすことは議論の妨げになると考えられている。ときたま話題が議題である「営業 vs SE」からずれた時は、あとに続くコメントが軌道修正をする様子も見られた。ここから、話題をぶらすことなく一点に集中して、その中で視点を広げて議論を

展開することがネットにおいても重要視されていることが考えられる。

視点転換

視点転換については、もっとも多かったのは論争型で 21.0%、もっとも少なかったのは癒し型の 0%であった。繰り返し述べているように、論争型においては決められた議題の中で相手とどれだけ深みのあるやりとりが交わせるか、というのが目的になっているためこのような結果になったのであろう。

また、癒し型において値が低かった理由としては、参加者たちが必要としているのが違った視点からの意見ではなく、あくまでも同じ気持ちになって仲間意識を共有することであるということが考えられる。癒し型において、場の目的を達成するためには話題や視点を次々変えて自分が主役になる、というよりはスレッドの内容に忠実な発言を行ったり、相手にコメントしたりすることに非常に重きが置かれているのであろう。

5-2-4 形式系

表 5-8 形式系（感情的、直感的、論理的）の 4 類型間比較

	感情的	直感的	論理的
場への参加	85.0%	13.6%	1.4%
意見交換	88.6%	7.8%	0.4%
議論	42.8%	6.0%	38.8%
癒し	88.4%	2.4%	8.6%

感情的

まず感情的について見ると、もっとも多かったのは意見交換型で 88.6%、もっとも少なかったのは論争型の 42.8%であった。感情的なコメントは、論争型以外の 3 類型は非常に近い値を示していた。

特に意見交換型が最も高かったのは、今回選んだスレッドのテーマが「おいしい紅茶のお店」という食に関するものだったため、特に感情的な言葉（おいしそう、行ってみたい、食べたいなど）が多くなったのではないかと考えられる。逆に論争型における感情的コメントは、他 3 類型の半分ほどの値となった。目的から考えると、主張だけするやり方が他と比較して少ないのはうなずける。しかし、論争の中だけで見ると前述したように論理的コメントより感情的コメントのほうが多かった。ここから、ネットにおいて議論をする際、つい熱くなりすぎて感情的な伝え方をとることが多くなる傾向があることが予想される。このように、4 類型の中では最も低い値だったが、論争型における感情的コメントも、この型を特徴付ける重要な役割を示していると考えられる。

直感的

直感的について見ると、もっとも多かったのは場への参加型で 13.6%、もっとも少なかったのは癒し型の 2.4%であった。場への参加型での最高値は、コメントが短い方がコミュニケーションのテンポが速くなることに起因しているだろうと考えられる。コミュニケーションのテンポが速いということはすなわち、その場において他者との即興の“かけあい”的な雰囲気を生み出す楽しさにつながる。雑談型の参加者はこのような“かけあい”的楽しさで自己充足することを求めているため、結果的に直感的発言が増加したと考えられる。

一方、癒し型コミュニケーションにおいては、短い適当な相槌は好まれないのではないかと考えられる。参加者たちは、コメントに瞬発力を求めているのではなく、むしろ随分前にした自分の発言に対して、遅くなっても親身になったコメントをもらえることの方に価値を見出しているのではないだろうかと考えられる。

また、7.8%と二番目に高い値を出した意見交換についても見てみよう。ここにおいて、参加者はおおむね発言そのものの論理性は追及せず、自由な発想をそのまま言葉にしているケースが多いということを示している。

これは意見交換型におけるコメントのやりとりがアイデアレベルの交換にとどまり、主張の裏づけや厳密な論理性を必要としていないことに起因していると思われる。このような場では厳密な論理性を必要条件とすることは参加者の発言に対する心理的コストを増大させ、むしろ自由で活発な意見交換を阻害することにつながるという共通意識があるのではないかと予想される。

直感的発言の中に多く見られたのは、以下のような例に見られる“相槌”である。

ー京・はやしやの HP ありました。メニューを見てよだれをたらしてください。

<http://www.hysy.co.jp/~tea/tearoom/>

ーうわあ…… (ジュルジュル おいしそう～～～

場への参加型にて多く見られた“突込み”が板の活性化をもたらしていたように、こうした感情表現を用いた相槌が、意見交換の場合には活性化につながっていると推測される。

論理的発言が少ないことには別の理由も考えられる。それはインターネットにおける「発言行為の低コスト化」である。ウェブ草創期のようにネット接続に従量課金制がとられていた時期は接続コストが相対的に高く、このことがネットコミュニケーションそのものへの経済的・心理的コストを増し、結果的に「きちんとしたものを書かねば」という意識につながっていた。しかし現在のようにネット接続が定額・ローコストになるとユーザーの敷居は格段に低くなり、むしろ日常会話をネット上で再現するにいたった。こういった背景が、意見交換という場においても論理的な表現を多く用いないことに結びついているのではないかと考えられる。

論理的

論理的について見ると、もっとも多かったのは論争型で 38.8%、もっとも少なかったのは意見交換型の 0.4%であった。

論争型については、繰り返し述べてきたように、場の目的を考えると納得のいくものであろう。相手に主張を伝える際に、ただ自分の意見だけぶつけても高い効果は期待できない。少しでも、説得性を持たせて相手と争えるようにこのような伝え方をとるコメントが多かったものと考えられる。

また、対する意見交換型において主張を提示し、客観的根拠で主張を支える作業は相手を論理的に説得する際には有効である。しかしその反面、その作業は一定水準の思考力を伴うため、心理的な負担は増える。意見交換が目的であるコミュニケーションでは、そもそもの目的が論理的主張の展開ではなく、のびのびとした雰囲気の中で多くのアイデアを出すことにあるため、参加者はおのずと論理的コメントを避ける傾向にあると考えられる。

5-3 コメント構造に関する考察

内容分析を踏まえた上で、コメントの構造についても考察を加えてゆく。既存研究のレビューでも問題点として指摘した通り、今まで内容と構造の分析を同時に行うことでコミュニケーションを観察する試みはされていなかった。

ここでは内容分析を踏まえた上で、それぞれの類型ごとにコメント連鎖に注目してマッピングを行った。

5-3-1 コメント連鎖マッピングの方法

本節では、コメント連鎖マッピングの仕方について説明する。内容分析で前述した話題転換の頻度やコメント間の関係性を、コミュニケーション目的別に明らかにするために、縦軸にレス番、横軸に話題・視点の転換をとって、視覚的に容易にコメント連鎖が理解できるようなマッピングを行った。

各レス番におけるコメントを「○」で示し、コミュニケーションの目的に即していないと考えられるコメントは「●」として、会話の流れから離れた場所へマッピングした。

コメント間の関係性は、コメント間を結ぶ線分で示している。実線（—）で表されるものは『肯定』『同調』コメントであり、双方向の矢印（⇔）で表されるものは『否定』コメントとした。また、コメントに対する『質問』『回答』は、点線（・・・）で示した。

『止揚』については、それ以前の対立するコメント双方を肯定しながら、一段階上の視点を提示するものととらえ、楕円で表した。

また、ひとつのコメント中に二つ以上の他コメントへの返信が含まれる場合、同じ縦軸上にコメントの数だけ「○」を置いて表した。

5-3-2 コメント連鎖マッピングの観察結果と考察

以下、観察によって明らかになった 4 類型それぞれの型における連鎖の特徴を記す。図

として載せているのは観察の結果、特に顕著に特徴が表れた 30 コメントである。

なお、考察するに当たって連鎖図の縦軸（前後のコメントとの関係性）に注視したものを a、横軸（転換軸）に注視したものを b、繋がり方（肯定・否定・質問など）に注視したものを c として示している。

(1)場への参加

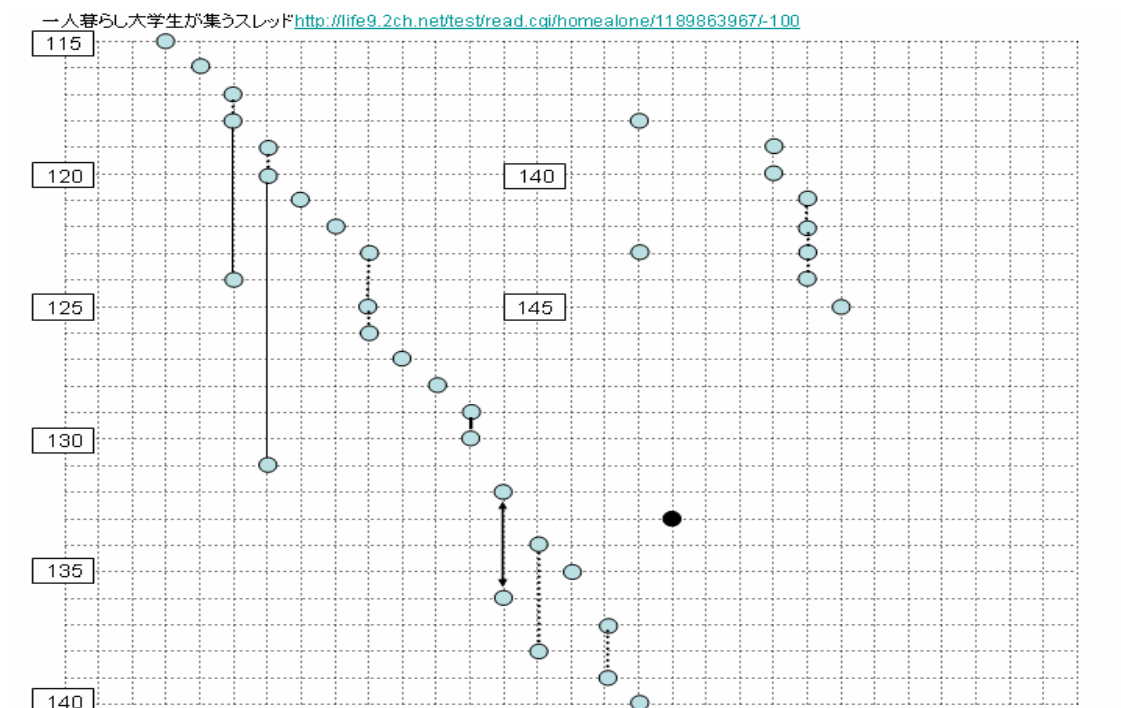


図 5-2 場への参加型コメント構造

- a（縦軸）：コメントに対するレスが少ない。
- b（横軸）：かなり横方向に広がってゆく。
- c（繋がり方）：『肯定』や『否定』が少ない。

「場への参加」型コミュニケーションにおけるコメント連鎖について、以下 abc の順番に考察を述べてゆく。

まず a に関してだが、4 類型の中では一番コメント間のつながりが見られないものとなった。これは、内容分析でも述べたように受け手不在の“独り言”が多く見られたことが大きな理由であろう。特に構造的な制約・規律も見当たらないため、おそらくここでは受け手やレスポンスといったものへの意識が低い、自由勝手な表現の場として機能しているのではないかと考えられる。

次に b に関してだが、かなり横にスライドしてゆくことがわかる。ここでは、内容分析でも述べたように『話題転換』が 21.0%と他の 3 類型（意見交換 20.4%、論争 1%、癒し

1.6%) に比べて頻繁に行われており、それが影響しているものと考えられる。こうした自由な自己発散の連鎖によって共通の場が活性化しているという点が興味深い。例外的に、ネタ的なユーモアを感じさせる発言に対しては複数からのレスポンスがつくこともあった。ここでは「内容に関する考察」で前述したような日常の「ボケ」と「ツッコミ」の再現が行われているように見られた。

最後に、c に関してだが、つながりが少ないことから『肯定』や『否定』と明確にとれるコメントが見られなかった。これも、a で述べたような「独り言」と捉えることが出来る。

ここから、「場への参加」という目的を達成する場においては、みなが自由に好きなことを発言し、さらにそれを否定されないような環境があることが大切であると考えられる。参加者たちは、その場に行くことそのものや、そこでの規制されないゆるい空間を求めている。よって、このようにパラパラと一見散乱したように見えるやり取りも、実は参加者たちの目的達成のために大きく寄与しているのであろうと考えられる。

(2)意見交換

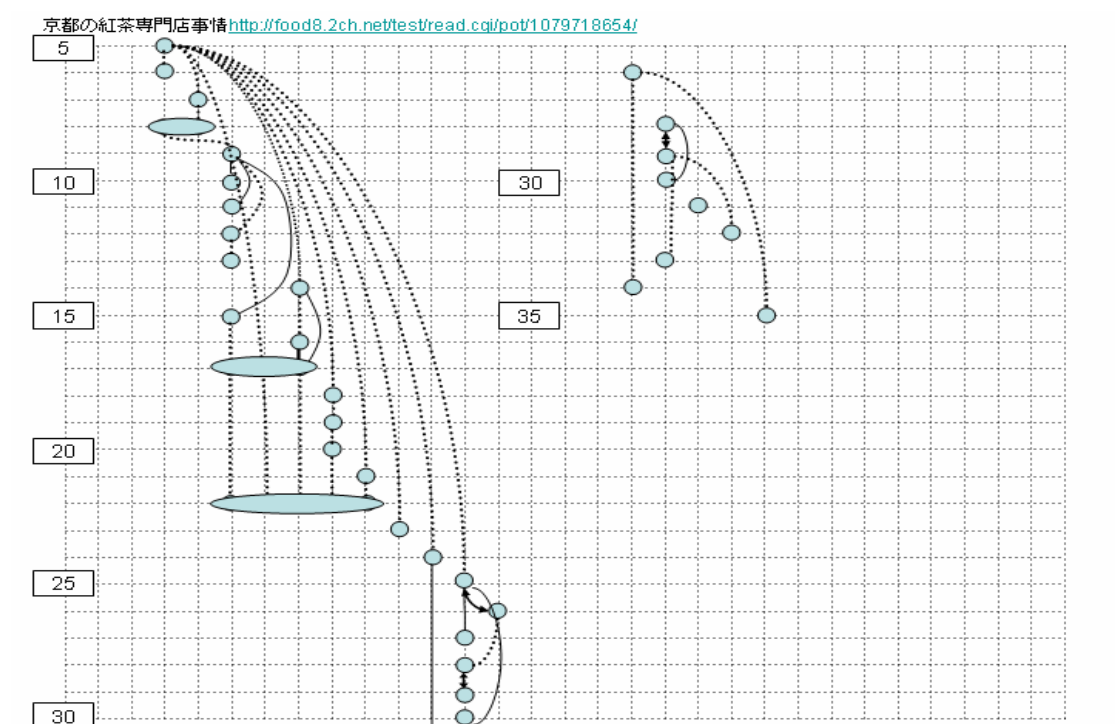


図 5-3 意見交換型コメント構造

- a (縦軸) : 比較的遠いコメントとのつながりが多い。また、断続的に『止揚』によって複数の発言の内容がまとめられる動きがみられた。
- b (横軸) : 規則的、階段状に話題が広がっていることがわかる。
- c (繋がり方) : 『質問』『回答』が多い。また、否定的なつながりは稀である。

「意見交換」型コミュニケーションにおけるコメント連鎖について、以下 abc の順番に考察を述べてゆく

まず、a に関してだが直近へのコメントも見られたものの、比較的遠いコメントが多く見られた。これは、様々な情報を提供することを目的としているからであり、そのためある程度前の発言に対するコメントも、それが必要な情報であれば大事だと考えているからであろう。また、『止揚』に関してだが、スレッドの後半に近づくにつれて段々と見られなくなっていった。これは、前半はスレッド設立者が“議事”として頻繁に出現していたことと関連性が高いと考えられる。前半は“議事”が複数の意見をこまめにリストアップという形で整理していたが、後半になると設立者がスレッドに登場する機会が極端に減少し、“議事”が不在になった。また、複数の発言をまとめる動きを他の参加者が代行する動きも見られなかった。

このような現象は、一般的な意見交換の場や会議などにおいても見られるだろう。止揚はある程度俯瞰した視点からの発言が基本である。そのような発言は一般的に他の参加者達と立場や経歴、場合によっては能力等の違い等による多少の説得力を伴う必要がある。そのため他の参加者の経歴が不明でありテーマに関する知識レベルが均衡している場合においては、その場の中心的存在である議事が止揚という行動を伴いその責任を果たそうとすることは自然なことであるといえる。当然今回でいうスレッドの設立者が司会役、すなわち議事を務め、同時に止揚的発言を他の参加者よりも多くするという現象も十分考えられることである。その後の議事代行が現れなかったということに関する明確な論拠はないが、2ちゃんねる特有の匿名性や参加者の流動性が設立者以外にそのような責任を果たす人材の出現を阻んでいた可能性が大いに考えられるだろう。

次に b に関しては、ある程度の規則的なつながりをもってコメントの連鎖が行われていることがわかる。ここから、参加者は他の参加者の発言等を十分に意識していることが伺える。また、ひとつの話題に関して複数の参加者が同時的にレスポンスをつける動きが特徴として見られた。

最後に、c に関してだが『質問』と『回答』が多いという 4 類型の中では少し変わったケースとなった。これは、スレッドの大きなタイトルが「京都でおいしい紅茶屋さんを探す」というもので、必然的にこうなったものと考えられる。

ここから、「意見交換」という目的を達成する場においては、みなが色々な情報をることによって、新しい情報の提供や受け取りが常に盛んに行われ、場が成り立っていると考えられる。その結果、前述したように『質問』『回答』での形式が多くなり、また、内容分析でも述べたように肯定的発言が多くなる。そういった連鎖によってまたさらなる新しい情報がどんどん出てくるといったやりとりが繰り返し起こっているものと考えられる。

(3)論争

- a (縦軸) : 比較的直近のコメントとのつながりが多い。
- b (横軸) : 『視点転換』によって横に展開してゆく。『止揚』に対しては否定か視点転換が行われていることが多い。
- c (繋がり方) : 『肯定』が少なく『否定』が多い

「論争」型コミュニケーションにおけるコメント連鎖について、以下 abc の順番に考察を述べてゆく。

まず a に関してだが、特徴としては比較的直近へのコメントが多く見られるという点だ。他の型と比較しても、図の矢印の短さからわかる通り、前のコメントにすぐコメントをつける傾向が見受けられる。ここから、コメントに対して前の話題を掘り返すより、常に新鮮さが求められているのではないかと考えられる。

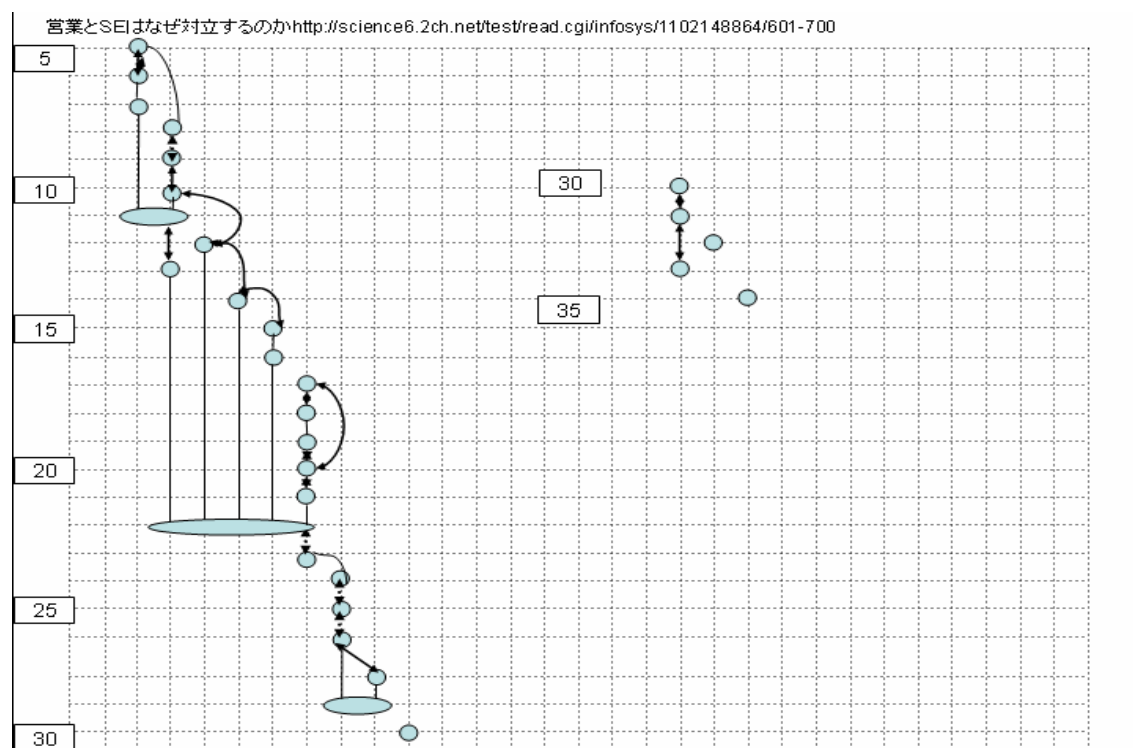


図 5-4 論争型コメント構造

次に、b に関してだがここでの転換は、内容分析でも述べたように話題ではなく『視点転換』である。また、楕円で表した『止揚』に対しては『否定』か『視点転換』が行われており、この場における議論を収束させる必要性の低さを表しているといえると考えられる。最後に、c に関してだが『否定』が『肯定』より多いことがわかる。これは、a で述べた直近へのコメントもあわせて内容分析でも述べたように、相手を挑発するような内容によってすぐコメントをつけかえす、といった現象の表れなのではないだろうか。これによって、

この場ではやりとりの活性化が進んでいるものと思われる。

ここから、「論争」という目的を達成する場においては、議論を終わらせないように次々とテンポよくコメントを行うことが大切なのではないかと考える。また、否定的に振舞うことによってコメントがつきやすくなり、いつでも議論が活発にできるように参加者間で場を保っていることが伺える。一見否定というのは議論をする際の停滞を連想させるが、この場においてはある意味でいい刺激となっているように思えた。

(4)癒し

- a (縦軸) : 比較的遠いコメントに対するレスが多い。
- b (横軸) : 広がりはない。『話題転換』も『視点転換』もほぼ行われない。
- c (繋がり方) : 『肯定』が多く『否定』は少ない

「癒し」型コミュニケーションにおけるコメント連鎖について、以下 a、b、c の順番に考察を述べてゆく。

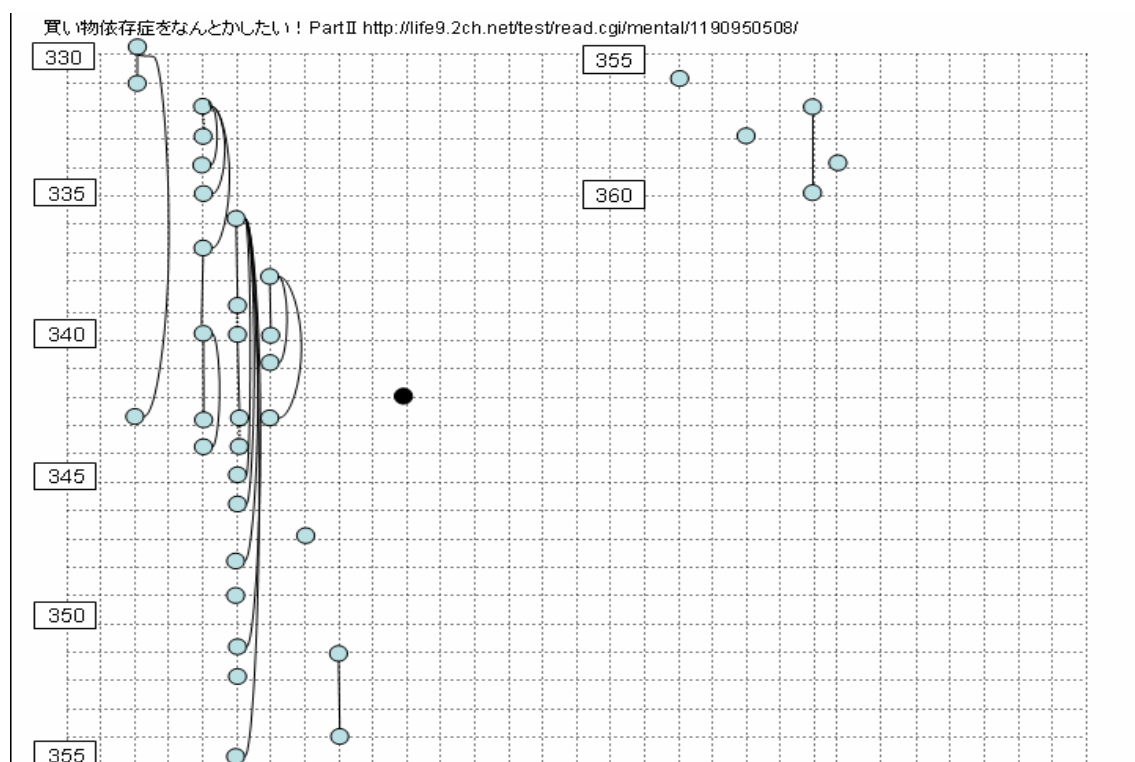


図 5-5 癒し型コメント構造

まず a に関してだが、比較的前のコメントにもレスがつく形になっていることが言える。基本的に浮いているコメントというのは少なく、大体コメントに対しては何かしらリアクションがあることが図から伺える。また、ひとつのコメントに対して複数のコメントがまとまってつくことが多い点も、この型の特徴である。

次に b に関しては、『話題転換』も『視点転換』もほぼ行われなかった。4 類型の中では一番横に広がらない、細長いタイプの形であるということがわかる。ここから、内容分析にもあったように、やはり新しい話題や視点を提供して話を膨らますより、発言した人に対するコメントを丁寧なことに重きがおかれていると考えられる。

最後に、c に関してだが内容分析からもわかるように、コメントのやりとりがほぼ『肯定』で行われており、『否定』はほとんど見られなかった。

これらのことから、「癒し」という目的を達成する場においては、相手のコメントに対して理解を示すこと、そしてしっかりと肯定的な反応をすることが重要視されていると考えられる。参加者たちは、お互いが同じような傷や悩みを抱え、それを解消したくて集まっている。そのため、自分と同じ悩みを持つ人のコメントには必然的に優しくなるのであろう。また、自分が悩みを告白した際に返ってくるコメントにも同じような効果を求めながら、場をつくる意識をしているのではないかと考えられる。

第6章 本研究の意義と今後の課題

6-1 発見事実の整理

今回、コミュニケーションを目的別に分類、観察した結果から、目的別コミュニケーションによってそれぞれ成分バランスやその構造が異なることが明らかになった。ここから、コミュニケーションの成分バランスが、場の目的と関係していることがわかった。

以下、4類型それぞれについて検証の結果からわかった特徴を簡単に述べてゆく。

場への参加型

場への参加型における参加者たちは、会話が行われている場所にいるという事実が、そこで交わされている内容よりも重要だと考えるという特徴を持つと考えていた。そのため、コミュニケーションの内容は肯定的なものがほとんどであり、また内容やつながりにこだわりをもたないため話題転換が多くなるだろうと予想していた。

実際、検証の結果は我々の予想に反して否定が多い結果となった。しかしこれは、真の意味での否定ではなく現実世界における「ボケとツッコミ」の再現のようなものであった。

また、話題転換が最も多く見られ、コメント間のつながりはとても少なかった。その際、独り言ととれる単発の直感的コメントが多く、こういった規制の少ないゆるい空間におけるやりとりで、参加者たちは目的である場への参加を楽しんでいると考えられる結果であった。

意見交換型

意見交換型における参加者たちは、出来るだけ自分の知らない情報を、他者とのやり取りでより多く生み出したいという目的を持っていると考えていた。よって、コミュニケーションは、肯定的な内容が多く様々な視点からコメントが交わされるだろうと予想していた。

結果としては、我々の予想通り肯定コメントが4類型の中で最も多く、ポジティブな発言の連鎖で色々な情報を取り交わしていた。仮説で予想したより視点転換が予想より少ない結果となったが、これはネットの持つ、新しいコメントが古いコメントの上に積みあがって行くという特有の構造を考慮し切れなかった点によるものであると考える。コメントの形式としては感情的なものが多く、お互いの意見を誉めあって、目的である多くの情報を交換出来るような場作りをしていた。

論争型

論争型においては、相手を論破することを目的としながらも、話を聞きながらお互い

に自分の主張をぶつけ合う、という特徴を考えていた。よって、ここでのコミュニケーションは、肯定や懐疑的否定が同じくらいの量で活発にやり取りされ、冷笑的否定は意味をなさないため少ないだろうと考えていた。また、同じテーマ内においてどんどん視点転換が行われるものになるだろうと予想していた。

検証の結果、現実の議論とは異なり、冷笑が多い結果となった。しかし、ネットの議論における冷笑は、活発に素早く議論が交わされるという効果があるということがわかった。これは、直近のコメントへのレスが多いことからいえるであろう。

また、視点転換は最も多く、ひとつの話題を深め、白熱した議論を繰り広げていた。論理的コメントは、4 類型間では最も多いが論争内では感情的コメントより少なかった。冷笑コメントの多さも含め、ネットの議論では感情的になりやすいことが伺える。

ここから、参加者たちは議論を終わらせないように場を保つことで、目的である論争を楽しんでいると考えられる結果となった。

癒し型

癒し型においては、参加者たちはお互いを決して否定せず、自分の悩みや一般人に言えない苦しい胸のうちの暴露し、それを許容しあうことで場を保っていると考えていた。そのため、コミュニケーションは常に肯定的であり、話題や視点を変えながらというよりは一人のコメントに対して丁寧に応対するであろうと予想していた。

実際、コミュニケーションの内容に関しては、仮説で予想したより否定が多い結果となった。観察の結果、ここでの否定は言い方の厳しい「アドバイス」にあたるものであったが、現実のグループセラピーではそれすらありえないものである。また、相手をさげすむ冷笑コメントは完全に無視されていた。ここから、ネットではまとめ役のセラピストがいなくてもお互いを支えあうフラットな組織が出来ていると考えられる。また、話題転換や視点転換は少なく、随分前の発言にもコメントする様子が見られた。感情的コメントの割合が多いことから、ここでは相手と同じ立場にたって丁寧なやりとりを交わすことで、お互い癒しを得ていると考えられる結果となった。

6-2 本研究の意義

本研究の意義としては、既存研究におけるいくつかの問題点を、コメントに着目し内容分析と構造化を行うことによって解決し、コミュニケーションを考える上での新たな視点を提示した点にある。本研究から得られる知見は、web 上だけではなく現実世界においても同様に重要であると考えられる。確かに掲示板でのコミュニケーションと現実世界でのコミュニケーションは、前者が主に言語を介して行われるのに対し、後者は言語に加えて表情やジェスチャーなどのような非言語コミュニケーションも行われるなど、複雑性に大きな差がある。しかし、現実世界でのコミュニケーションにおいても、言語コミュニケーションが大きな位置を占めることに変わりはない。本研究から得られた知見により、web

上はもとより、現実世界においても、より目的達成度の高いコミュニケーションが実現されるであろう。

我々は、日常生活で普段特に意識することなく、コミュニケーションを行っている場合が多い。友人との会話はもちろん、何かを決める議論の場合でもそこまで「目的」を意識して発言を行うことは少ないのではないだろうか。今回の検証から、場の目的を意識して発言に気を使うだけでその目的達成度が一段と上がり、ひいては場のマネジメントなどに大きく寄与することが出来るかもしれない、という可能性を示唆したことは非常に評価できる点であるといえる。

また、現実のコミュニケーションだと内容と構造の両側面から見ることはなかなか難しいが、今回 web 掲示板を対象として用いることで、内容だけでなくその連鎖を可視化することが出来たのも大きな意義だといえよう。コミュニケーションを考える際、その内容の成分バランスを考えるのはもちろん、どのようにコメントが連なっているのかを形として表すことも重要になってくる。これまでの研究では、コメントに着目しその内容と構造両方からのアプローチをしたものがなかったのも、コミュニケーションを考える際にひとつ新たな見方を提示できた点で意義があると考えられる。

また、2ちゃんねるという一見同じ形式の掲示板で行われているコミュニケーションを「目的別」という視点から捉え、そこで行われているコミュニケーションの違いについて述べられたことも意義として挙げられるだろう。近年 web の発展は目覚しく、注目され取り上げられることが多い。その中でも、何かと話題にあがることの多い 2ちゃんねるを、コミュニケーションという観点から独自の視点で分類できた点はチャレンジングだったと自負している。

最後に、本研究が実務世界に与えるインパクトについてもその可能性を明記したい。Web2.0 の時代に突入し、「コミュニケーション」の主体がオフラインからオンラインに展開されたと同時に、多くのベンチャー企業がそこに可能性を見出し、新興市場と新たな文化の発展を促した。それは歴史的にも電子掲示板やチャットサービスに始まり、今や SNS、オンラインゲーム、ブログ、口コミサイト、通販サイト、そして「Second Life」に代表されるような仮想世界の創造と、多くの成功事例を生み出すこととなった。その意味でウェブ上の不特定多数のユーザー達による同時多発的コミュニケーションの雪崩をうまく“コントロール”し、活性化やその目的達成を推進できたということがこれら多くの事業成長と発展のキーとなったといえるだろう。そして今回我々が取り組んだ研究はそれらの動きを一層加速させるための試金石となるものである。我々が本研究で行った、コミュニケーションの目的別にあるべきコメント連鎖とコメントの内容の明示、すなわち「構造と規範の明確化」は企業がコミュニケーションという場を創造し、発展させるために必要不可欠なミッションである。それは言い換えると企業がコミュニケーションをコントロールすることで狙い通りのサイト運営を行うことができるという点についても我々の研究は大きく寄与することができるということである。今回我々がそれら企業に代わり、その基礎とな

る明確な概念を構築したことはネット社会における大きな成果であると自負する。

6-3 今後の課題

今回の研究では、目的別に Web コミュニケーションを類型化し、それぞれについてコメントの内容と構造に関して言及した。

しかし、それぞれについて代表的であると考えられるスレッドをひとつについて考察したものであり、サンプル数が少数であると考えられる。同様に、2ちゃんねるだけではなく色々なタイプの掲示板で比較して、同じ検証を行うのも面白いのではないだろうか。そこから、目的別掲示板のつくりかたというもっとマクロな視点での示唆が得られるかもしれない。

また、今回の結果から、目的達成に直接寄与していないコメントがいくつか見つかリ、それに関するやり取りが重要な役割を果たしている可能性があることがわかった。例えば、癒し型における冷笑的コメントとそれに対するやりとりがその一例である。この場では、他の参加者たちは冷笑的コメントに対して声を荒げて批判したり、積極的に追い出そうとしたりは決してしなかった。彼らは、冷笑的コメントを徹底的に無視し、真っ向から相手をしないことによって、本来の目的である「癒し」をより達成できる誉めあいや、励ましあいのやり取りの時間を増やすよう、暗黙のうちにではあるが努めていることが考えられる。こういったパターンも含め、それぞれのコミュニケーションにおける成分バランスや構造を「ルール」としてもう少し体系的に整理できればよかった。そうすることにより、現実世界での目的達成度への寄与の仕方がより具体的になり、研究としてより深みを増すものになるだろう。

コード化、構造化についても課題が残る。コード化に関しては、定義は「否定」としたものだっただけども、web 上では実際に相手を励ますものだったり、観察の際に違いがいくつか出てきた点である。ここから、コード化の再検討の必要性が言える。具体的には、項目を増やしたり、ラベルを変えたりすることによって、もっと精緻で面白い結果が出るのではないだろうか。構造化に関しては、どんなコメントにどんなコメントが付きやすいかといった点まで踏み込めなかった点である。4 類型でももう少し細かく（例えば、論争型では否定には否定で返すが、癒し型では否定には肯定で返すなど）コメント間の関係性について言及することが出来たなら、さらに類型化が良いものになるだろう。

以上のように、我々の研究にはまだまだ多くの余地が残されている。これらの部分を深めて研究することで、より今後ますます白熱するであろう Web コミュニケーションに関する研究を豊かにできると考えられる。今回行った研究が、その第一歩となれば光栄だ。

参考文献

- A・N・ジョインソン（三浦麻子・畦地真太郎・田中敦訳）(2004)『インターネットにおける行動と心理』北大路書房.
- 福澤 一吉(2002)『議論のレッスン』日本放送出版協会.
- 船津衛(1996)『コミュニケーション・入門心の中からインターネットまで』有斐閣.
- 平井智尚(2007)「2ちゃんねるのコミュニケーションに関する考察」『慶応義塾大学メディアコミュニケーション研究所紀要』No.57 pp.163-174.
- 広瀬幸雄(1999)「ネットワーキングの社会心理学」『社会心理学研究』第14巻第3号 PP.111-122.
- 狩俣正雄(1992)『組織のコミュニケーション論』中央経済社.
- 石井淳蔵・水越康介(2006)『仮想経験のデザイン』有斐閣.
- 岩田宗之(2007)『議論のルールブック』新潮社.
- 仁愛大学コミュニケーション学科編(2003)『コミュニケーションをデザインする』行路社.
- 北岡俊明(1990)『ディベート能力の時代』産能大学出版部刊.
- 小池靖(2007)『セラピー文化の社会学 ネットワークビジネス・自己啓発・トラウマ』勁草書房.
- くらたまなぶ(2003)『MBA コースでは教えない「創刊男」の仕事術』日本経済新聞社.
- 中沢美依『ディベート講座①:ディベートとは』1997Vol.26,No1.106-111.
『ディベート講座③:論題とルール』1997Vol.26,No3.112-117.
『ディベート講座④:コミュニケーションの原則と判定』1997Vol.26,No4. PP.106-111.
- 根来龍之監修(2006)『mixi と第二世代ネット革命 無料モデルの新潮流』東洋経済新報社.
- 小高久仁子(2006)「企業組織における戦略的意思決定のプロセスとトップとミドルの「判断の方略」の実証分析」『組織科学』vol.40 No.1.
- ピーター・スコット・モーガン『会社の不文律』ダイヤモンド社.
- 瀬野泉(2004)『創造的な話し合いのルール』泉文堂.
- 繁樹江里・池田謙一(2003)「コミュニケーションにおける否定的フィードバックの抑制の対人的効果:“その人とぶつかるくらいなら言いたいことを言わない”ことは何をもたらすか」『社会心理学研究』第19巻第1号.
- 高瀬淳一(1999)『シリーズ〈21世紀の政治学〉⑩ 情報と政治』新評論.
- 田辺龍(2006)「匿名掲示板」と世論の形成の磁場」『マスコミュニケーション研究』68号.
- 田中熊次郎(1987)『講座サイコセラピー 10.グループセラピー』日本文化科学社.
- 植村勝彦(2007)『コミュニティ心理学』ナカニシヤ出版.
- 山下 清美、川上 善郎、川浦 康至、三浦 麻子(2005)『ウェブログの心理学』NTT 出版.
- 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.

Appendix

場への参加

記述統計量(a)						
	度数	最小値	最大値	合計	平均値	標準偏差
肯定	500	0	1	123	0.246	0.43111
止揚	500	0	1	1	0.002	0.044721
同調	500	0	1	107	0.214	0.410538
否定	500	0	1	122	0.244	0.429923
懷疑	500	0	0	0	0	0
冷笑	500	0	1	5	0.01	0.099598
話題転換	500	0	1	105	0.21	0.407716
視点転換	500	0	1	20	0.04	0.196155
情緒	500	0	1	493	0.986	0.117608
感情的	500	0	1	425	0.85	0.357429
直感的	500	0	1	68	0.136	0.343132
論理的	500	0	1	7	0.014	0.117608
有効なケースの数 (リストごと)	0					
a	1 場への参加 2意見交換 3議論 4癒し = 1					

意見交換

記述統計量(a)						
	度数	最小値	最大値	合計	平均値	標準偏差
肯定	499	0	1	221	0.442886	0.497226
止揚	500	0	1	3	0.006	0.077304
同調	500	0	1	178	0.356	0.479295
否定	500	0	1	79	0.158	0.365106
懷疑	500	0	1	17	0.034	0.181411
冷笑	500	0	1	11	0.022	0.14683
話題転換	500	0	1	102	0.204	0.403373
視点転換	500	0	1	46	0.092	0.289315
情緒	500	0	1	482	0.964	0.186477
感情的	500	0	1	443	0.886	0.31813
直感的	500	0	1	39	0.078	0.26844
論理的	500	0	1	2	0.004	0.063182
有効なケースの数 (リストごと)	0					
a	1 場への参加 2意見交換 3議論 4癒し = 2					

議論

記述統計量(a)						
	度数	最小値	最大値	合計	平均値	標準偏差
肯定	500	0	1	135	0.27	0.444404
止揚	500	0	1	39	0.078	0.26844
同調	500	0	1	92	0.184	0.387872
否定	500	0	1	257	0.514	0.500305
懷疑	500	0	1	75	0.15	0.357429
冷笑	500	0	1	109	0.218	0.413301
話題転換	500	0	1	5	0.01	0.099598
視点転換	500	0	1	105	0.21	0.407716
情緒	500	0	1	241	0.482	0.500176
感情的	500	0	1	214	0.428	0.495284
直感的	500	0	1	30	0.06	0.237725
論理的	500	0	1	194	0.388	0.487783
有効なケースの数 (リストごと)	0					
a	1 場への参加 2意見交換 3議論 4癒し = 3					

癒し

記述統計量(a)						
	度数	最小値	最大値	合計	平均値	標準偏差
肯定	500	0	1	179	0.358	0.479892
止揚	500	0	0	0	0	0
同調	500	0	1	158	0.316	0.465379
否定	500	0	1	79	0.158	0.365106
懷疑	500	0	1	4	0.008	0.089173
冷笑	500	0	1	6	0.012	0.108994
話題転換	500	0	1	8	0.016	0.125601
視点転換	500	0	0	0	0	0
情緒	500	0	1	452	0.904	0.294886
感情的	500	0	1	442	0.884	0.320546
直感的	500	0	1	12	0.024	0.153202
論理的	500	0	1	43	0.086	0.280645
有効なケースの数 (リストごと)	500					
a	1 場への参加 2意見交換 3議論 4癒し = 4					