

インターネットにおける炎上の発生と 文化的な衝突

本章ではソーシャルメディアを通じた一般ユーザーによる情報発信を端緒とする「炎上」と呼ばれる現象を考察する。炎上とは、ブログ、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）、ツイッター（Twitter）といった手軽な情報発信や交流が可能なオンラインサービス、いわゆる「ソーシャルメディア」を通じて投稿されたメッセージ内容、ならびに投稿者に対して批判や非難が巻き起こる現象を指す。^{*1}当初、炎上は電子掲示板サイト2ちゃんねる内の出来事や話題の一つに過ぎなかったが、度重なる発生に伴いその認知も高まり、インターネットのニュースサイト、マス・メディア、雑誌、新書など様々な媒体で言及されるようになった。^{*2}

このように時事問題を扱う媒体での言及が増える一方で、学術的な研究はそれほど多くの蓄積があるわけではない。^{*3}また、考察の余地も残されている。一つの課題として、ブログ以降の議論が行われてこなかった。初期の炎上はブログの投稿をめぐって発生していたが、その後、ミクシイ（mixi）やツイッターに投稿されたメッセージを引き金に炎上が起きている。仮に、炎上がブログの段階で終息していたら、ブログの普及過渡期に見られる一過性の現象と見なせたかもしれない。しかし、類似の現象が新たなサービスの普及後にも発生している。こうした背景をふまえると、改めて考察に着手する必要性が見出せる。

もう一つの課題として、炎上が起こる理由をどのように説明するかという問題が挙げられる。例えば、是永論「二〇〇八」はオンライン・コミュニケーションの社会心理学によって炎上を論じている。その中でも、集団規範による説明は本章と重なる部分もある。ただし、集団や規範の担い手への言及が十分ではない。インターネット上には様々な集まりや取り決めが認められるが、すべてが炎上に関係するわけではない。本章で取り上げる炎上の主たる関与者は、問題含みのメッセージを投稿する若年層と、そのメッセージや投稿者を批判・非難する2ちゃんねる圏のユーザーである。^{*4}それゆえ炎上の仕組みについて理解を深めるためには、それぞれの集まりやその内部の取り決め、すなわち、文化に焦点を当てた議論が必要となってくる。

以上のような問題意識に基づき、本章では、まず、一般ユーザーによるソーシャルメディアを通じて情報発信をきっかけとした炎上の事例を歴史的に整理し、類似現象と見なされる「フレーミング」との比較検討を行う。次いで、フレーミングとの違いを指摘したうえで、炎上の発生と展開を「2ちゃんねるの文化」と「若年層の携帯電話の文化」の関係性に着目して説明する。最後に、都市社会学の下位文化理論を参照しながら、炎上とインターネット空間の都市化の関係を考察する。

一 インターネットにおける炎上の歴史

一般ユーザーのソーシャルメディアを通じたメッセージの投稿を発端とする炎上の起源は、後述の

「祭り」と共通する面もあり同定するのは難しい。ただし、インターネット上の情報や筆者の定期的な観察を総合すると、二〇〇五年八月に起きた「きんもーつ☆事件」(表⑥-1)に求められる。^{*5}同事件は、東京都江東区有明で開催されていたコミックマーケット会場付近に出入店していた飲食店の従業員が、自身のブログでイベントの来場者を「大量オタ。これほんの一部ですからね。これがぶあああああっているの。怖い！ きもい！」と誹謗中傷した書き込みに端を発している。その後、電子掲示板サイトの2ちゃんねるにスレッドが立てられたり、まとめサイトが作成されたりしてインターネット上で大きな話題となり、飲食店の運営会社にも苦情が殺到した。最終的には問題のブログは閉鎖され、運営会社も謝罪文を掲載した。そして同事件以降、ブログ炎上が続けに発生し、炎上と呼ばれる現象の認知が次第に広まっていった。二〇〇九年には芸能人のブログのコメント欄に中傷や脅迫の書き込みを行った者が名誉毀損や脅迫の容疑で書類送検される事件が起きた。同事件は新聞でも大きく取り上げられ、ブログ炎上は社会問題として認識されるようになった。^{*6}

有名人のブログ投稿をめぐる炎上は二〇〇九年の事件以前も、そして以後もたびたび起きているが、一般ユーザーの投稿を発端とする炎上は、ブログから移行し、ミクシイやツイッターの投稿メッセージをめぐるようになる。二〇〇六―二〇〇九年の間にインターネット上で注目を集めた炎上事件はミクシイの投稿に集中している。そして、二〇一一年になると炎上の発端はツイッターの投稿へと移行し、短期間で集中的に炎上が起きている。^{*7}

二 フレーミングと炎上の違い

炎上は日本におけるブログの普及以後、定期的に発生している。しかし、ブログの普及前からコンピュータ・ネットワークを介した相互行為では争いが起きており、学術的な研究も行われている。そこで先行研究への言及もかねて「フレーミング」(Framing)の議論に着目する。

フレーミングは「コンピュータによって媒介されたコミュニケーション(以下、CMC)における敵対的で攻撃的な相互行為」[Thurlow et al. 2004: 70]と定義されており、ニュースグループやBBS(電子掲示板)など、不特定多数のユーザーが集まるオンラインサービスで主に確認されてきた。^{*8}その特徴は次のとおりである [Thurlow et al. 2004: 70]。

- ・扇動的メッセージ
- ・怒りを誘発するようなコメント
- ・無礼で侮辱的なメッセージ
- ・多分に冒瀆的で不愉快な罵倒
- ・逸脱、わいせつ、不適切な言語
- ・雑談の過熱

表⑥ 主な炎上事件

年	月	名 称	概 要	問題類型	サービス	身分	性別
2008年	12月	ケンタッキイ異物混入事件	となつたが、高校生は学校を自主退学	モラル	ミクシイ	高校生	男性
	11月	テラ豚丼事件	動画サイトに投稿	モラル	ニコニコ動画	アルバイト	男性
	10月	サイゼリヤ返金詐欺事件	ファミリーストラランのビザからメラミンが検出された問題で、ビザを食べていないにもかかわらず代金の返還を求めたと告白	犯罪	ミクシイ	高校生	男性
2007年	8月	コミケでキセル事件	コミックマーケット会場での最寄り駅で無賃乗車をしたと吹聴	犯罪	ミクシイ	大学生	男性
	10月	『アタック25』カンニング事件	テレビのクイズ番組で優勝した大学生が番組の予選で、「カンニングしました(笑)」と暴露	モラル	ミクシイ	大学生	男性
2006年	7月	かつつ事件	大学生がアルバイト先に訪れた皮膚病患者の写真を隠し撮りし、容姿を誹謗中傷	誹謗中傷	ミクシイ	大学生	男性
	5月	TDCコスプレイベント事件	東京ドームシティで働いていたアルバイト女性が、コスプレイベントの参加者を「同じ世界に生きる人類とは思えない」と誹謗中傷	誹謗中傷	ブログ	アルバイト	女性
2005年	9月	江ノ電バス事件	公道を走行中にバスに幅寄せされたことに憤り、バス会社にクレームを入れた後、謝罪に訪れた運転士らの顔写真、実名、会社名をブログに掲載	モラル	ブログ	フリージャーナリスト	男性
	9月	エアロバキバキ事件	交通事故に遭いそうになった大学生が相手の自動車バーツを破壊したと吹聴	モラル	ブログ	大学生	男性
	8月	きんもーつ☆事件	コミックマーケット会場付近でホットドッグを移動販売していたアルバイトスタッフの女性(大学生)が、イベントの参加者を「怖い! きもい!」などと誹謗中傷	誹謗中傷	ブログ	大学生	女性

年	月	名 称	概 要	問題類型	サービス	身分	性別
2011年	11月	白事件	とブログに投稿	犯罪	ブログ	アルバイト	女性
	11月	一人飯男性中傷事件	女子短大生がファストフード店で食事していた男性を撮影し、容姿を誹謗中傷する内容をブログに投稿	誹謗中傷	ブログ	短大生	女性
	8月	大学生読者モデル炎上事件	読者モデルの大学生が性犯罪、無賃乗車、飲酒、喫煙等を示唆する内容をツイッターに書き込み	犯罪	ツイッター	大学生	男性
	7月	なでしこJAPAN 宴席実況事件	女子サッカーの日本代表選手との宴席で、同席者が選手の内容をツイッターで実況	モラル	ツイッター	大学生	男性
	5月	アディダス社員顧客中傷事件	スポーツ用品店に勤務する女性社員が、自身が勤務する店舗を訪れたサッカー選手とその家族を誹謗中傷する内容を投稿	誹謗中傷	ツイッター	会社員	女性
	4月	東電新入社員ミクシイ炎上事件	東京電力の新入社員と名乗る女性が、同社を批判する人々を疑問視する書き込みを掲載	モラル	ミクシイ	会社員	女性
	2月	オシヤレゴリラ事件	集団強姦事件に関して女性の非を指摘するコメントをツイッターに投稿	モラル	ツイッター	大学生	男性
	1月	ホテル従業員による有名人来店暴露事件	ホテルの従業員(大学生)が有名人来店を暴露	モラル	ツイッター	大学生	女性
	10月	ホームレス暴行動画事件	イで公開	犯罪	ミクシイ	大学生	男性
	7月	駐車通報仕返し事件	駐車を通報された女子大生の交際相手が、通報者の車に醬油をかけて仕返ししたとブログに書き込み	モラル	ブログ	大学生	女性

※表の作成に際しては、二〇〇五年八月―二〇一二年一月の期間で以下の要件に当てはまる主な事例を選択した。
 ①一般ユーザーの投稿をきっかけとする ②2ちゃんねるのニュースカテゴリに属する板でスレッドが継続的に作成された ③2ちゃんねるの「スレッド」の内容をまとめたサイト(いわゆる「まとめサイト」)や「まとめブログ」、およびアマチュアが運営するニュースサイトに事件と関連する記事が掲載された、④関連書籍「萩上二〇〇七/小林二〇一〇」で言及されている。
 なお、番号、名称、問題類型は筆者が便宜的に付与したものである。

炎上の事例に目を向けると、一方で、炎上の引き金となった投稿には「大量オタ。〔略〕怖い！ きもい！」(表⑥-1)、 「ちょおキモいのいた」(表⑥-19)といった他人を侮辱するメッセージや、「ピザ食ってないのにピザの代金返還を求め、〔略〕三〇〇〇円ほどかせがせていただいた」(表⑥-8)といった逸脱や不適切と判断されるメッセージが認められる。他方で、問題の投稿を批判・非難するメッセージには「バカ」や「クズ」といった投稿者を罵倒する言葉が見受けられる。こうした特徴をふまえると、炎上はフレイミングの一種のように映る。だが、異なる現象として把握すべきと考える。このことを説明するために、既存のフレイミング論の批判的な考察を行ったパトリック・オサリバンとアンドリュー・フラナギンの研究を参照する〔O'Sullivan and Flanagan 2003〕。

彼らは、既存研究におけるフレイミングの定義の曖昧さを指摘しながら、CMCで見受けられる攻撃的なメッセージや相互行為のすべてを「フレイミング」と見なすことを疑問視する。こうした観点から議論を展開する中で彼らが着目するのは、相互行為が展開される状況の規範である。例えば、「バカ」や「クズ」といった罵倒を含意する言葉の応酬が相互行為の中で見受けられたとしても、メッセージのやりとりを行っている者たちが「言葉遊び」や「ジョーク」と認識している場合には相互行為の規範は侵害されおらず、敵対的で攻撃的な相互行為であるフレイミングには該当しない。

関連して、既存研究では「第三者」の存在を考慮していないとオサリバンとフラナギンは指摘する。

仮に、右のようなやりとりを「第三者」が問題視しても、メッセージの「送信者」と「受信者」が適切と認識している場合、相互行為の規範は侵害されおらずフレイミングにはあたらない。

外部の観察者が悪意を含意する言葉を確認しても、相互行為を行っている者の一方あるいは両方にとっては、習慣的合図、ユーモアの一種、道理にかなう叱責、故意だとわかる低俗な言葉、特定の作業合意に基づく非規範的な言葉の意図的利用として認識されているかもしれない。

〔O'Sullivan and Flanagan 2003: 73〕

こうした指摘をふまえると、コンピュータ・ネットワークを介した集まりで罵倒や中傷を含意するやりとりを見かけても、それらのすべてがフレイミングに該当するわけではないと言える。そしてこの知見はフレイミングと炎上の違いを示すうえで有効である。

炎上の引き金となった投稿には侮蔑や逸脱に該当する言葉が見受けられた。しかし、それらのメッセージを「受信者」が問題視している形跡はない。「受信者」のカテゴリーに当てはまる「マイミクシイ」の登録者(ミクシイ)や「フォローワー」(ツイッター)は、「送信者」の友人や知り合いが主である。それゆえ、侮蔑や逸脱の言葉を含む投稿は、ジョークや雑談を意味し、それらは相互行為の円滑な展開に寄与する。実際に、炎上の事例でメッセージの「送信者」と「受信者」の間で諍い(フレイミング)は発生していない。問題含みの投稿を批判・非難しているのは、主に電子掲示板サイト2ちゃん

ねる圏に集うユーザーたち、すなわち「第三者」なのである。

もちろん、炎上の過程で「第三者」がメッセージの「受信者」となり、「送信者」との間で罵倒や中傷の応酬、すなわち、フレーミングが起ることもあり得る。だが、「メッセージの投稿者が炎上の発生を認知した後、メッセージを消去したり、各種サービスの登録を解除したりする」という炎上でたびたび見かける過程へと移行した場合、第三者の立場は据え置かれる。2ちゃんねるの圏域に集うユーザーたちがメッセージの送信者を罵り続けても、それに対する応答が欠如する場合、フレーミングは成立しない。以上をふまえると、「フレーミング」と「炎上」は、見かけは類似する現象であるが、区別してとらえる必要があると言えよう。

三 炎上が起こる理由——異なる文化圏の衝突

前節ではオサリバんとフラナギンの議論を参考にフレーミングと炎上の違いを示した。メッセージの送信者と受信者の間で諍いが発生せず、第三者が一方的にメッセージを問題視することで成立する炎上は、フレーミングとは区別して扱うべきである。こうした概念整理をふまえ、本節では、問題含みのメッセージを投稿する送信者と、そのメッセージや投稿者に対して集中的な批判や非難を浴びせる第三者に着目して、炎上が起こる理由を説明していく。

1 2ちゃんねるの文化

まずは、問題の投稿メッセージが転載され、批判や非難が起こる電子掲示板サイト2ちゃんねるに目を向ける。考察を進めるうえで参考となるのは「祭り」と呼ばれる現象である。祭りとは、2ちゃんねるの特定スレッドが一つの話題で盛り上がりつつある状態を指す。祭りの有名な事例として、タレントの不祥事をきっかけとして米TIME誌のアンケートページに大量の投票が行われた「田代祭り」(二〇〇一年)や、丸紅の直販サイトで販売されたパソコンの値段の誤表記による大量注文をきっかけとして起きた「丸紅PC祭り」(二〇〇三年)、「ライブドア球団名公募祭り」(二〇〇四年)などが挙げられる。^{*ii}

これらの祭りと呼ばれる現象は突発的に発生し、一部を除いて各々の関連性はない。ただし、次のような共通する特徴が認められる。第一に、話題の継続性である。祭りの主たる発生源である2ちゃんねるの「ニュース速報板」では、通常、一つの話題に関するスレッドは短期間で消費され、継続することは少ない。だが、祭りの際にはスレッドが継続的に立てられ、数日〜数十日にわたって書き込みが続く。第二に、掲示板サイト外への展開が挙げられる。2ちゃんねるで祭りが起こると、各種のニュースサイトで取り上げられたり、祭りの概要をまとめたサイト(まとめサイト)が作成されたりする。第三に、祭りはウェブ内にとどまらず「オフ(会)」のような物理的な場所での活動に発展することもある。

こうした祭りの展開は炎上でも確認される。まず、炎上関連のスレッドは祭りと同様に継続する。その間に掲示板外の様々なウェブサイトで紹介されていく。さらに、活動はインターネット空間にとどまらず、炎上を招いたメッセージの投稿者が所属する組織等への電話（通称「電凸^{とつ}」）や、投稿者の居住地への訪問（通称「凸^{とつ}」あるいは「スネーク」といった物理的な場所での活動へと発展することがある。こうした双方の類似性は過程だけでなく、現象の原理にも認められる。

2ちゃんねるに馴染みのない者にとって、祭りは不可解な現象であろう。「丸紅PC祭り」は「安値でパソコンを購入できる」というわかりやすい理由がある。だが、「田代祭り」や「ライブドア球団名公募祭り」などはユーザーたちが盛り上がる理由がわからない。この問題を理解するには2ちゃんねるの文化への言及が必要となる。

同掲示板サイトの文化は「ネタ的」「鈴木二〇〇二」や「アイロニカル」「北田二〇〇五」といった指摘に集約される。2ちゃんねるではアスキーアートやスラングを交えながら、取るに足らない話題が真剣に扱われ、社会的に重要な問題については冗談、皮肉、嘲笑交じりの書き込みが行われる。祭りはそうしたネタ的ともアイロニカルとも評される文化を象徴する現象といえる。不祥事を起こしたタレントへの大量投票や新球団名の応募は明らかかな悪ふざけである。ただし、ユーザーたちは自らの活動が悪ふざけであり、結果に反映されなことを自覚しながら、真剣に活動へと携わっている。そして、こうした行動様式は炎上にも見られる。

炎上も祭りと同じく、ユーザーたちが盛り上がる理由がわかりづらい側面がある。多くの事例で見られる犯罪の吹聴や誹謗中傷に対する批判や非難は理解しやすい。しかし他方で、宴席でのサッカー選手の発言を同席者の大学生がツイッターで実況した事件（表⑥-17）などは、大学生の行為が不適切であり、当時渦中にあつた人物が関係していたという背景があつたにせよ、犯罪の吹聴や誹謗中傷に比べて炎上が起こる理由がわかりづらい。だが、ネタや嘲笑の対象としては要件を満たしていた。

同事件では、ツイッターで実況を行った大学生の容姿が映った画像やプロフィールがSNS上で公開されていた。そして、それらの情報により投稿者は「リア充」と見なされた。「リア充」とは、現実の生活（リアル）が充実している人で、主に友人・知人との交流や異性の交際相手に恵まれた若者を指す。リア充は2ちゃんねるを発祥とするネットスラングであり、同サイト内では、嫉妬を伴いながら、ネタとして扱われ、時に皮肉や嘲笑の対象となる。それゆえ、犯罪の吹聴や誹謗中傷のように明白な非がなくとも炎上へと発展する。炎上を招いたメッセージ投稿者の属性として「大学生」が多数を占めるが、それは「リア充」をはじめとして「ゆとり」や「DQN」といった、2ちゃんねる内でネタにされ、嘲笑されるカテゴリと大学生が密接に関係しているためと考えられる。^{*12}

本節では2ちゃんねるの祭りを手がかりに炎上の成り立ちを説明した。祭りとは炎上は完全に同一というわけではない。祭りは炎上のように批判や非難が伴わず、掲示板サイトの中で完結する場合もある。しかし、双方とも現象の仕組みは共通している。炎上に見られる批判や非難は、投稿者の反省や所作の改善を真剣に追求するものではない。問題の投稿メッセージや投稿者の素性をネタに相互行為を展開することが可能であり、投稿者に対して所属組織から下された譴責や処分的情報を通じて「他

人の不幸で今日も飯がうまい（メシウマ）」、あるいは「ざまあ（ざまあみろ）」とあざ笑うことが可能であるがゆえに炎上は成り立つ。こうした文化は2ちゃんねるに親和的ではない者には不愉快に映るだろう。だが、2ちゃんねるでは一種の規範なのであり、炎上はその規範、すなわち文化を反映した現象と言える。

2 若年層を中心とする携帯電話の文化

前項では、炎上が成立する過程を2ちゃんねるの文化によって説明した。次いで、炎上の引き金となるメッセージの投稿、ならびにその投稿者についての考察を行っていく。

まず一つの前提として、投稿者は自身の投稿が2ちゃんねる、ならびにその圏域でネタにされ、炎上に発展することを見越していたら、問題含みのメッセージを投稿することはなかったのではないかと考えられる。コンピュータ・ネットワークを介したやりとりでは、相互行為の相手を挑発する「煽り」や、過剰な反応が見込めそうな話題をあえて提起する「釣り」のように、問題含みのメッセージが意図的に投稿される場合もある。だが、炎上を招いた投稿メッセージに「煽り」や「釣り」の特徴は認められない。

このように考えると、投稿者の不注意が炎上の引き金となるメッセージの投稿を招いた、と言えそうである。だが、類似の事象が繰り返し起きていることや、投稿者の属性が大学生を中心とする若年層に集中しているといった規則性に着目すると、問題含みのメッセージが投稿される理由は個人の問

題に還元できないのではないかと、という論点が生じてくる。そこで本項では、若年層の日常生活の相互行為で中心的な位置を占める携帯電話の利用に着目して、炎上の原因となるメッセージが投稿される理由を探っていく。^{*13}

前述のとおり、炎上を招いたメッセージの投稿者は大学生を中心とした若年層に集中している。一九八〇年代後半から一九九〇年代前半に生まれた彼らは「86世代」「橋元ほか二〇一〇」とも呼ばれ、「ケータイのネットリテラシーが非常に高く、ケータイをメインに情報収集しコミュニケーションを行なっている」と言われる「橋元ほか二〇一〇…五三」。彼らは中学生や高校生の頃から携帯電話を所持し、友人や知り合いとの携帯電話を通じた相互行為に慣れ親しんできた。^{*14} その手段の中心は「ケータイメール」であろうが、「プロフ」も看過できない。

プロフはプロフィールサイトの略称で、携帯電話からの利用に適した自己紹介サービスである。二〇〇六年頃から流行し、利用者の大半は中高生が占めているという「佐野二〇〇七／渡辺二〇一〇ほか」。サービスの利用は容易であり、あらかじめ用意された質問に答えるだけでサイトが生成される。その質問項目は、名前（ハンドルネーム）、性別、誕生日、星座などの個人情報から、好きな食べ物、好きな異性のタイプ、将来の夢といった性向や自己表現に至るまで多岐にわたっている。プロフは一見すると自己紹介をするだけのサービスとして映るが、ゲストブック（掲示板）、リアルタイムブログ、メールボックスなどの機能も備わっており、友人や知り合いとの交流も可能である。実際、プロフは同世代の仲間内の関係を紡ぐうえで重要な役割を果たしてきたと言われている「佐野二〇〇七／土井二〇

○八ほか」。

なぜプロフに着目するのか。プロフは携帯電話に適したサービスで利用者も中高生が中心であることをふまえると、ブログ、ミクシイ、ツイッターへの投稿をきっかけとする炎上と結びつかないように映る。しかし、炎上を招いた投稿者のミクシイやツイッターのホーム画面を見ると、プロフとの類似性が確認される。^{*15}

ミクシイへの投稿を引き金とした「サイゼリヤ返金詐欺事件」(表⑥-8)では、金銭をだまし取ったと日記に書き込んだ二名の高校生は、同サービスのホーム画面に自身の名前(本名)、年齢、誕生日、学校名といった個人情報掲載していた。加えて、趣味、自己紹介、好きなペット、好きな有名人、好きな言葉といった性向や自己表現も掲載していた。これらはプロフの項目と類似している。また、問題となった日記には同年代の友人や知り合いによるものと見られるコメントが投稿されていた。これもプロフに設置されたゲストブックへの書き込みと類似している。

ツイッターの炎上事件に関しても同様のことが言える。サッカー選手との宴席を実況して問題視された事件(表⑥-17)では、フォロワー関係にある友人や知り合いに向けて実況や返信をしている。ツイッターは投稿者と面識のない者もメッセージを見ることがができる。しかし、同事件の引き金となったツイッターのやりとりを見る限り、知り合い以外の第三者に見られている意識は低いようである。また、投稿者はミクシイのホーム画面に名前(本名)、現住所、アルバイト先、学歴といった個人情報を公開し、好きな音楽や好きなスポーツといった趣味を紹介していた。

いずれのケースも、投稿者が実際にプロフのサービスを利用していかどうかはわからない。しかし、プロフと通じる作法でミクシイやツイッターを利用していることはうかがえる。そして、このような個人情報の提示を通じて友人や知り合いとの交流を図る行動様式は、なぜ炎上の引き金となるメッセージが投稿されたのか、という問いへの理解をもたらす。

前述のように、メッセージは友人や知り合いに向けられたものであり、投稿者は炎上を招いたメッセージが第三者に閲覧されることを念頭に置いていない。また、その投稿メッセージは仲間内では問題視されるとは限らない。むしろ、「裏領域の行動」[Goffman 1959]のように、仲間内での隔意のなさを表すやりとりとも言える。しかし、インターネットには壁や扉で隔てられた「裏領域」はない。そして、ブログ、ミクシイ、ツイッターといったサービスの設計は携帯電話向けに調整されているわけではない。そのため投稿メッセージが友人や知り合いではない第三者に発見・閲覧される可能性は携帯電話向けのサービスよりも高い。結果として、投稿メッセージが誹謗中傷や反道徳的な行為と判断され、さらにネタとして扱われながら、炎上へと発展していくのである。

3 ソーシャルメディアの普及と異なる文化圏の接触・衝突

炎上の発生には、一方における2ちゃんねるの文化と、他方における若年層が担う携帯電話の文化が関係している。ただし、双方はインターネットという共通のプラットフォームに根ざしながらも接点をほとんど持たなかった。それでは、なぜ双方が接点を持ち、炎上へと至るようになったのか。

まず、一方にインターネットにおける携帯電話の文化の広がりが見られる。前述のとおり、若年層はブログ、ミクシィ、ツイッターといったサービスをプロフ的な作法、すなわち、面識のある他者と交流する手段として用いていた。しかし、いずれも元々は携帯電話向けに設計されたサービスではない。^{*16} それゆえ、プロフのように利用者属性や技術的特性により相互行為の領域が抑制されているわけではない。ブログ、ミクシィ、ツイッターは、携帯電話を通じた利用に対応し、若年層は主に携帯電話でサービスを利用している。だが、その相互行為の領域は利用者意图にかかわらずインターネットの全域に広がる。

他方で2ちゃんねるの文化も通時的に見ると日本社会を文脈とするインターネット空間で広がりを示している。2ちゃんねるは一九九〇年代後半のアンダーグラウンド(アングラウ)なインターネット文化を継承する掲示板で、その文化も特異であった。同掲示板サイトの文化を象徴するアスキーアートやスラングは「内輪」の繋がりを担保する手段として使用され「北田二〇〇五/濱野二〇〇八」¹⁷のような作法は外部のウェブサイトには持ち込まれなかったという「加野瀬二〇一〇」。しかし、利用者が増加し、社会の関心を集めるにつれ、掲示板文化の認知は広がっていった。また、ブログや動画投稿サイトのような新しいオンラインサービスにも2ちゃんねるの文化は波及し、掲示板の投稿をまとめたブログ(まとめサイト)や「ニコニコ動画」などは多くのユーザーを集めている。もともと掲示板内で完結する祭りの一つとも言える炎上が、アマチュアが運営するニュースサイトやまとめサイトで取り上げられ、時には、大手ポータルサイト「Yahoo! JAPAN」のトップページや、

雑誌・新聞等のマス・メディアで報道されること自体が、2ちゃんねる文化の広がりを示している。^{*17} もちろん、「2ちゃんねる的なものがネットの全域を覆っているわけではない」「東・濱野編二〇一〇…四七四」。ただし、時勢と新たなサービスの普及に伴い2ちゃんねるの文化が広がっていったことは確かである。

若年層が中心を担う携帯電話の文化と2ちゃんねるの文化は異なるものであり、双方の文化圏の間には境界も存在する。しかし、ソーシャルメディアが普及し、利用される過程で、双方の文化圏は拡大し、接触を持つ可能性が高まっていた。そして同時に炎上が発生する可能性も高まっていたのである。川上量生「二〇一四」は、一方で、比較的古くからインターネットに慣れ親しみ、2ちゃんねるの文化を含むインターネット上の文化に親和的な人々を「ネット原住民」と定義し、他方で、携帯電話の文化に親和的で、ブログ、SNS、ツイッターといったソーシャルメディアの流行・普及とともにインターネット空間へ参入してきた人々を「ネット新住民」と定義したうえで、炎上を双方の住民間の「文化的衝突」として説明している。川上の指摘もふまえて炎上が生じた仕組みを説明するならば、炎上というのは、異なる文化圏、およびその文化圏に属する人々との接触・衝突によって生じた現象である、と言うことができる。

四 下位文化理論から見る炎上——インターネット空間の都市化

前節では2ちゃんねるの文化と、若年層が中心を担う携帯電話の文化の双方に着目して炎上が発生する仕組みを論じた。炎上という現象を研究対象として設定し、インターネット上における文化圏の接触と衝突という観点から炎上を説明した本章は、インターネット上に見られる新たな現象を論じた試みとして評価しうる。だがここで論を終えると、ともすると(間々ある)新しい現象を取り上げただけの議論にとどまりかねない。要するに、学術的な示唆が乏しいままに終わる可能性がある。そこで以下では炎上に類する文化現象に着目して考察の発展を試みる。その際に着目するのは、都市社会学の下位文化理論の中で論じられてきた異なる下位文化を持つ集団の成員間で生じる摩擦や紛争である。下位文化理論は、都市社会学者のクロード・フィッシャーが提示した理論で、都市におけるネットワークを基盤とする多様なコミュニティの発展および特徴を、通念とは異なる独特の信念、価値、規範、慣習のセットである「下位文化」の観点から明らかにすることを主眼としている。この理論は四つの基本命題と三つの派生命題から構成されており、そのうち「場所が都市的になればなるほど、下位文化の強度は増大する」[Fischer 1975=2012:138]と「下位文化の強化に関する命題において、異なる文化を有する集団間の文化的衝突に相当する言及が認められる。

下位文化の強度を促進する第二の過程は、集団間関係にかかわるものである。ある場所における下位文化の多様性と規模が大きければ大きいほど、下位文化同士の対照と紛争が増大し、その結果、下位文化の強度が増大する。集団の水準においては、共住が可能にする競争と紛争は、内集団の凝集性を促進する。 [Fischer 1975=2012:140]

フィッシャーの提示した下位文化理論は地理的な場所を基盤とする都市を対象としたものであり、その視座をインターネット空間の現象へ展開することが妥当か否かという問題はある。だが、炎上の考察を発展させていくうえで示唆を得ることができる。

一つは、炎上という現象をインターネット空間への人口の増加という観点から把握することが可能となる。フィッシャーの下位文化理論は、都市への人口の集中を変数とする理論であり、その理論に依拠するならば、炎上という文化的衝突は、インターネット空間における人口の集中によって生じた現象であると捉えられる。一節で示した炎上の事例に目を向けると(表⑥参照、炎上は継続して発生しているように見える。しかし、炎上が頻発するのは、ブログ、SNS、ツイッターといった「新しい」オンラインサービスの利用者が増加する時期と対応していた。つまり、「新しい」オンラインサービスの普及により、インターネット空間の人口が増加し、特有の文化を持つコミュニティが形成された。その結果、古くからインターネット空間で活動していた人々や、そうした人たちが帰属意識を持つコミュニティとの間で文化的衝突、すなわち、炎上が生じたと考えられる。

もう一つは、2ちゃんねるの文化に親和的な人々が、炎上を招いたメッセージの投稿者、およびその言動を皮肉や嘲笑の対象としていた理由を補足することができる。前節では、異なる文化圏に属する人々の間での接触や衝突という観点から炎上の仕組みを説明したが、「下位文化の強度の増大」という視座を取り入れると、もう少し踏み込んだ議論が可能となる。

フィッシャーは「下位文化の強度」について、「下位文化的な信念、価値、規範そして習慣が存在し、それらに愛着があり、力があることを指す」[Fischer 1975=2012:138]と述べ、前述のように、対照と紛争により下位文化の強度が増大すると論じている。炎上の過程で、とりわけ2ちゃんねるの文化に親和的な人々が、「リア充」、「ゆとり」、「DQN」といった異なる文化を持つ人々の所作を皮肉や嘲笑を交えつつ、批判・非難していたのは、自らが親和性を抱く集まりの文化の「強度」を確認し、その増大を図る行為であった、と言えるのではないだろうか。炎上を通じて、実際に2ちゃんねる、およびその圏域の文化の強度が増したか否かを実証するのは難しい。だが、2ちゃんねるの圏域に特有の習慣や規範が先鋭化する炎上は、「集団の水準において」内集団の凝集性を促進し、「個人の水準において」自集団の規準をより強く確認」[Fischer 1975=2012:140]する行為であったと考えるのは、決定的外れとまでは言えない。

以上、都市社会学の下位文化理論の知見を参照することで、炎上をインターネット空間の都市化という観点から把握することを試みた。このような考察はインターネット上で生じた目新しい現象の説明にとどまらない研究の方向性を示すものである。しかし、もはや「炎上」は、本章で焦点を当ててきたソーシャルメディアを通じて一般ユーザーによる情報発信に端を発する現象の範囲に収まらない。いまや、有名人や企業によるインターネットを通じて情報発信や、テレビやラジオにおける発言をきっかけに巻き起こる批判や非難も「炎上」と定義されている「田中・山口二〇一六」。こうした変化に目を向けるならば、異なる（下位）文化を持つコミュニティ、および成員間の衝突という観点から炎上を説明することはできなくなる。ただし、下位文化理論の中には炎上の範囲や意味の変容に対応するような命題も含まれている。

フィッシャーはコミュニティ間の紛争による下位文化の「強化」を「都市が生み出す社会変動の半面にすぎない」[Fischer 1975=2012:141]と述べたうえで、もう一つの「半面」をなす下位文化の「普及」に言及している。「場所が都市的になればなるほど、普及の源泉の数が増大し、下位文化への普及が増大する。普及とは、ある下位文化成員が別の下位文化成員の行動や信念を採用することを指す」[Fischer 1975=2012:141]。このことは要するに、一方のコミュニティの（下位）文化を、他方のコミュニティが採用することを意味している。この命題を炎上に展開すると次のように言える。

ブログ、SNS、ツイッターの普及により、若年層を中心とする携帯電話の文化に親和的な人々がインターネット空間へと新たに流入した。そして、2ちゃんねるの文化に親和的な人々、およびその集団と接触が生まれて衝突が発生した。この衝突、すなわち炎上は、2ちゃんねるの圏域に特有な文化の強度の増大をもたらした。しかし同時に、炎上の範囲や意味は拡大し、有名人や企業によるインターネットを通じて情報発信や、テレビやラジオにおける発言をきっかけに巻き起こる批判や非難も炎

上と呼ばれるようになっていった。このことは2ちゃんねるの圏域で顕著に認められた炎上をめぐる作法が、別の文化圏へと普及したと把握することもできる。「ネタ的」や「アイロニカル」とも呼ばれる2ちゃんねるの文化が広く採用されたわけではない。ただ、問題含みのメッセージを発信した人物や組織を批判・非難するという作法に関しては採用された。その結果、炎上の範囲や意味は拡大していったのである。

炎上の範囲や意味の拡大に関する議論は別途の課題となる。だが本節で都市化の進展を対象とした理論に基づく考察を展開したことで、そうした発展的な研究の道筋を作ることができた。その先にあるのは、文化的な接触や衝突の問題ではなく、インターネット空間の大衆化という問題、そして、大衆をめぐる考察であろう。

おわりに

本章では、ブログ、SNS、ツイッターなどのインターネットを通じた情報発信・交流サービスへの一般ユーザーによる投稿を端緒とする炎上について考察した。先に述べたとおり、炎上の範囲や意味は拡大しており、本章の考察対象は、いまだ炎上的一端を構成するに過ぎない。だが、現在広く認知されている炎上の理解を深めるうえで、その原点を把握することは重要である。ソーシャルメディアを通じた一般ユーザーによるメッセージの投稿を引き金とした炎上の事例を歴史的に整理したう

えで、日本社会を文脈とするインターネット空間に見られる特有の文化に着目して、炎上が発生する仕組みを読み解いた本章には一定の価値が認められる。また、都市社会学の低位文化理論を参照しながら炎上をインターネット空間の都市化と結びつけた発展的な考察については、地理的な場所を基盤とする都市を対象とする研究の知見をインターネット空間の現象へ援用することが妥当であるか否か検討するべきではあるが、炎上を単なるネットスラングやバズワードとしてではなく、学術的な研究対象として扱うことができた。このことも本章のささやかな成果である。

最後に今後の課題を挙げる。それはやはり炎上の範囲や意味の拡大への対応である。ここでは理論的な観点からの考察を課題として提示する。本章では低位文化の普及という観点から炎上の範囲や意味の拡大に触れたが、別の観点から考察することも可能である。例えば、一般人や有名人を問わず誰しもが批判や非難を受ける対象となり得るといふ問題は、可視性、公共性、リスク〔Thompson 1995, 2005; Carton 2010 = 2012〕といった観点からの考察が考えられる。他にも、比較的初期の段階から炎上の問題を取り上げていた荻上チキ〔二〇〇七〕が指摘していた「群衆」という観点からの考察や、前節の最後に触れた「大衆化」や「大衆」という観点からの考察も想定される。このように炎上という現象は、その範囲や意味が拡大しても、むしろ、拡大することによって考察の幅に広がりが見込まれる。このことは学術的な研究対象としての発展の可能性を示すものである。また、炎上をめぐる規範的な視座、すなわち、炎上という問題にどのように向き合うかという社会的な課題に対しても、社会科学の知見を交えた研究は示唆を与えてくれるものと考えられる。

- 1 本章における「炎上」はインターネット空間で一般ユーザーが関与する現象を対象としているが、後述のとおり、現在では企業や組織、有名人の行為や発言に対して批判が生じることも「炎上」と呼ばれる。田中辰雄・山口真一〔二〇一六〕では、炎上を「ある人物や企業が発信した内容や行った行為について、ソーシャルメディアに批判的なコメントが殺到する現象」と定義している〔田中・山口二〇一六：五〕。こうした事例を扱う際には、企業や組織の不祥事や有名人の失言といった位相からのアプローチも必要となる。
- 2 IT系のアナリストや批評家による言及として、伊地知晋一〔二〇〇七〕、荻上チキ〔二〇〇七〕、中川淳一郎〔二〇〇九〕、蛭川真夫〔二〇一〇〕、小林直樹〔二〇一一〕、永島穂波〔二〇一一〕などがある。
- 3 例えば、平井智尚〔二〇〇七b〕や是水論〔二〇〇八〕がブログ炎上をテーマとした考察を行っている。遠藤薫〔二〇〇七〕や鈴木謙介〔二〇〇七〕も炎上について若干の言及を行っている。また、田中・山口〔二〇一六〕は炎上に関する研究の一つの集大成と位置付けられる。ただし、現在においても学術的な研究の十分な蓄積があるわけではない。
- 4 「2ちゃんねる圏」については、第三章注1参照。
- 5 居酒屋で子供の拳動を注意されたことに腹を立てた保護者が店員に暴行し、その始終をインターネットの日記に掲載したことで批判が巻き起こった「JOY祭り」(二〇〇三年五月)は、炎上の先駆けとされる。ただし、本章ではブログ普及以降の炎上を対象としているので、ここで指摘するにとどめる。
- 6 同事件は警視庁が摘発に踏み切ったこともあり、全国紙各紙(読売新聞・朝日新聞・産経新聞…二〇〇九年二月六日、日本経済新聞…二月七日、毎日新聞…二月一日)で報道されている。各紙とも総合面や社会面で紙幅を大きく割いている。
- 7 ツイッターの書き込みを発端としてミクシイのページが発見されるケースもあるように、炎上は複数のサービスにまたがることもある。
- 8 比較的少数の参加者間で起こるフレイミングは具体的な事例を挙げるのが難しい。日本のパソコン通信で起きていたフレイミング(通称「バトル」)については以下のウェブ記事が参考になる。
ちゆ一二歳「バトルウォッチャー・哭きの竜さんの二二年」(http://hyu.to/n0502_sp.html)。
- 9 炎上を招くメッセージがたびたび投稿されることから、ツイッターは「バカ発見器」とも呼ばれる〔永島二〇一一〕。
- 10 総務省の調査によると、ブログ、SNS、ツイッターといったソーシャルメディアに投稿する目的は「知人・友人に読んでもらいたいから」が最も多い(平成23年版 情報通信白書「総務省二〇一一…一六八」)。
- 11 2ちゃんねるの祭りに関する考察は、平井智尚〔二〇〇七a〕や伊藤昌亮〔二〇一一〕などを参照。
- 12 それぞれのカテゴリに当てはまる人々の振る舞いに対しては「リア充爆発しろ!」「ゆとり(笑)」「DQN氏ね」といった侮蔑や嘲笑が向けられる。
- 13 ここで言う「携帯電話」は、主に「フィーチャーフォン」を指す。なお、スマートフォンの普及と炎上の関係について、平井〔二〇一二a〕は、「炎上は今まで以上に発生するかもしれないし、もしくはまったく起こらなくなるかもしれない」〔平井二〇一二a…六九〕という見通しを示しているが、現状をふまえると「今まで以上に発生」していると言えるだろう。
- 14 内閣府「二〇一一」の調査によると、自分専用の携帯電話を所有する割合は中学生で四二・八%、高校生で九五・一%となっている。また、自分専用または家族共有の携帯電話所持者のメール利用率は中学生が九四・六%、高校生が九八・七%となっている。
- 15 携帯電話向けサービスとミクシイの連続性については次のような指摘がある。「例えば最近ではmixiなどのSNSがモバイルでも強い存在感を発揮するようになっており、高校を卒業すると同時にホームへ」

電話向けホームページ」なども卒業してSNSに移行するというケースも見られる」。

CNET Japan (二〇〇九年三月五日)「ホームペ」「プロフ」「リアル」——ケータイ世代が生み出す新コミュニケーション」(<https://japan.cnet.com/article/20389316/3/>)。

- 16——例えば、ミクシイは利用者数が五〇〇万の二〇〇六年七月時点で、ページビュー(PV)はパソコン経由が六一億で、モバイル(携帯電話)経由の一二億を上回っていた(株式会社ミクシイ・プレスリリース、二〇〇六年〇七月二六日)。しかし、利用者の増加とともに双方の差は縮まり、利用者が一一五三万となった二〇〇七年八月には、モバイル経由のPV(六〇・九億)がパソコン経由のPV(五九・八億)を逆転する(同社二〇〇八年度第四四半期及び通期決算説明会資料)。ツイッターも、当初はパソコン経由の利用が中心であったが、日本語版サービスの携帯電話経由の利用登録が可能となった二〇〇九年一〇月以降、利用者は急増している。同月に約二〇七万であった利用者数は、半年後の二〇一〇年四月には約九八八万に増加している「ニールセン二〇一〇ほか」。

- 17——「サイゼリヤ返金詐欺事件」(掲載日二〇〇八年一〇月二三日)や「アデイダス社員顧客中傷事件」(同二〇一一年五月二〇日)などがYahoo! JAPANのトピックスに掲載された。