

インターネットにおける

ユーザーの発言に関する社会学的考察

～Facebook のスポーツページの投稿とエンゲージメント分析から～

スポーツ文化研究領域

5010A057-1 長島 大介

研究指導員：リー・トンプソン教授

【研究動機】

現在、人間社会は非常に速い速度で変化を続けている。その速さを産みだしているのはインターネットの存在である。インターネットによって人間は「モノ」だけでなく「情報」にも不自由しない社会が広がっている。武田(2011)は O'Reilly の言葉を用いてそれを新たな革命と表現している。

一方で Whannel(2010)の指摘するようにスポーツは現代社会を読み解く上で重要な要素であるだけでなく、長い間、人間社会のなかで変わらずにその存在感をしめしてきた。

上記2点からインターネットとスポーツの関係性を考察していくことがスポーツの今後の未来を考える上でも重要であるという考えから本研究に取り組んだ。

【背景】

富永(2003)は社会を継続的な意思疎通と相互行為が行われている空間だと指摘した。G.H.Mead(1934)も指摘しているように相互行為は社会の最小構成要素であり現代を読み解く上でも相互行為に関して考察する重要性は高い。

メディアの研究は吉見(2004)が指摘するように送り手、受け手、内容といった角度から研究が進められてきた。しかし、イン

ターネットの登場によってこの枠組みの見直しの必要性が出てきた。ソーシャルメディアを中心とした web2.0 の世界では O'Reilly(2005)が指摘するように誰もが送り手、受け手の役割を担うため Negroponte(2001)の指摘するような真のパーソナル化の認識とそれに基づく分析が必要だった。

【研究目的と仮説】

本研究は Facebook のスポーツに関連する相互行為（エンゲージ）の特徴を明らかにすることを目的とした。

仮説としては Facebook 上で①スポーツに関する投稿が存在し、②チームからの情報共有やファンを煽るような投稿等が存在し、③スタープレイヤーや重要なゲームに関連する投稿等にユーザーが高い関心をしめず、④ユーザーが高い関心を示す投稿にはナショナリズム、ジェンダー、ヒーロー、物語など、先行研究ですでに指摘されているようなスポーツに期待され、求められている要素が浮き彫りになると仮定した。

【調査方法】

本研究では MLB のボストンレッドソックスの Facebook ページへ対する投稿を記録したのち、全ての投稿に対して相互行為の成立の確立（エンゲージメント率）を算出

した。エンゲージメント率は投稿に対するコメント数とイイね！の数の和を投稿時点でのファン数で割ることで求めた。その後、KJ法を参考に投稿内容を分類、分析した。投稿内容の要訳をもとに筆者がグルーピングし、そのグループに名前をつけて分類した。エンゲージメント率が高い投稿の質的特徴を分析するため、エンゲージメント率が高い投稿トップ100を抽出し、分類したグルーピングをもとにトップ100の中にもどのような特徴がみられるのかを分析した。

【調査結果】

調査の結果、対象となった投稿を943件確認した。投稿内容に基づき分類した結果、20種類のグループが確認できた。エンゲージメント率が高い投稿に関する特徴として①対戦カード別にみた際に、ヤンキースに関連する投稿が12%、ヤンキースを含む同地区のチームに関連する投稿、②投稿内容としてはプレイヤーの活躍に関する投稿が41%を占め、20種類もあるグループのうち、5グループに分類された投稿に集中、③一番エンゲージメント率が高かったのはレスター投手が患った病から再発なく5年目を迎えたということを知らせる投稿といった結果が確認できた。

【考察】

まず、Facebookの構造から考えられることとして、Facebookの投稿に何らかのエンゲージメントをすることはそれを他のユーザーに「公開」という性質を持つ行動であるという点である。言い換えればこれはユーザーによる自己表出であり、「見られる自分」を意識したエンゲージメントが展開されているといえる。

次に仮説の検証に関しては投稿の内容自

体は仮説と大きなかい離は確認できなかった。ニュースのような投稿や、ファンを煽るような（疑問形によるファンへの投げかけ）投稿も確認できた。

エンゲージメントが高い投稿に関してはスタープレイヤーに関する投稿、重要なゲームに関する投稿、ライバル関係にあるチームに関連する投稿の他にも仮説で設定した内容と大きくかい離しない結果となった。

しかし、エンゲージメント率が高い投稿に共通する要素として、誕生と成長、ライバル、困難からの復活、勝利と栄光、祝福といった要素がある。この要素はPropp(1987)が分類した昔話の形式に重なる部分が確認できた。ここから明らかになったことはFacebookページ上でユーザーがエンゲージメントをしながら新たな昔話の醸成に参加しているという大きな特徴が存在するということであった。チームとファン（ユーザー）双方の意図が交わる部分にスポーツに求めるもの、スポーツに期待するものが顕在化する場としてのFacebookページの存在も明らかになり、新しい昔話の醸成へのファンの参加をとおして従来のマスメディアが提供していたスポーツに関連するコミュニケーションとは異なった社会的行為がそこには存在すると言える。

【結び】

本研究の結論としては、Facebook上のスポーツに関連する投稿とエンゲージは昔話の醸成をしながら高度な社会的欲求を満たすべくチームとユーザーの相互行為が行われているという特徴が存在することが明らかになった。