

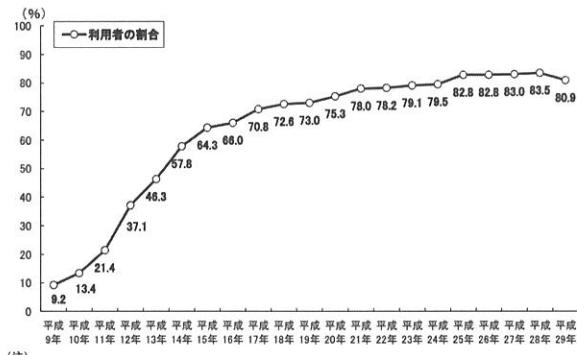
〈論文〉

# ソーシャルメディアにおける コミュニケーション活動の分析 —Twitter 特有表現を含んだつぶやきの言語解析—

森岡 宏行

## 1. はじめに

情報社会が成熟し、インターネットの利用も様々な形で行われるようになった。『平成30年版 情報通信白書』によると、2017年のインターネットの利用率は80.9%である。2013年の調査では、82.8%の利用率であったが、ここ数年は普及率も頭打ちになっている（図1）。



- (注)
- ① 平成9～12年までの数値は「通信白書（現情報通信白書）」からの抜粋。
  - ② インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、スマートフォン、タブレット端末、ゲーム機等あらゆるものを含む（当該機器を保有しているか否かは問わない）、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む。
  - ③ 調査対象年齢については、平成11年までは15～69歳、平成12年は15～79歳、平成13年以降は6歳以上。
  - ④ 「無回答」を除いて集計。

図1 インターネット利用率の推移  
(出典：総務省「平成29年通信利用動向調査」)

インターネットが普及し始めたころは、パソコンで利用することが一般的であったが、スマートフォンによる利用も普及と同時にされるようになり、2017年には、インターネットの利用状況は逆転して、パソコンよりもスマートフォンが多い状況にまでなっている（図2）。

その中で、インターネット上では様々なサービスが展開され、特にソーシャルメディア（Social Media）の1つであるSNS（Social Networking Service）は、インターネットユーザの54.7%が、インターネット利用の目的に挙げ、2016年より増加し、特に若い世代でより多く利用されている（図3）。

このように、インターネットでは各ユーザ間でのコミュニケーションが可能な環境になり、それにとまなう様々なコミュニケーションのあり方が登場している。

本研究では、ソーシャルメディアにおけるコミュニケーションの中で、

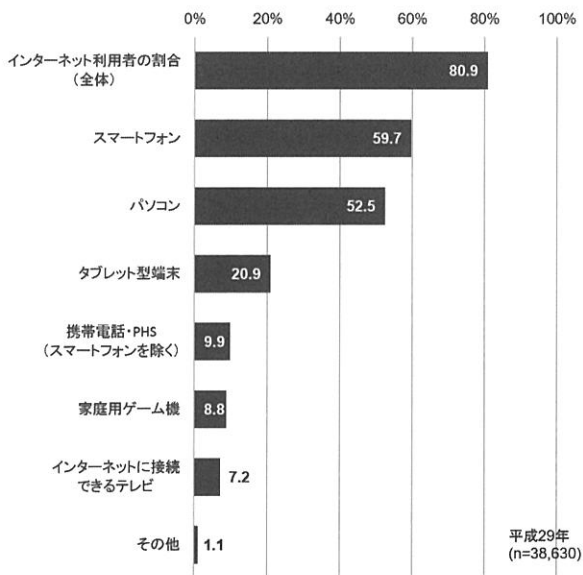


図2 インターネットの端末別利用状況  
(出典：総務省「平成29年通信利用動向調査」)

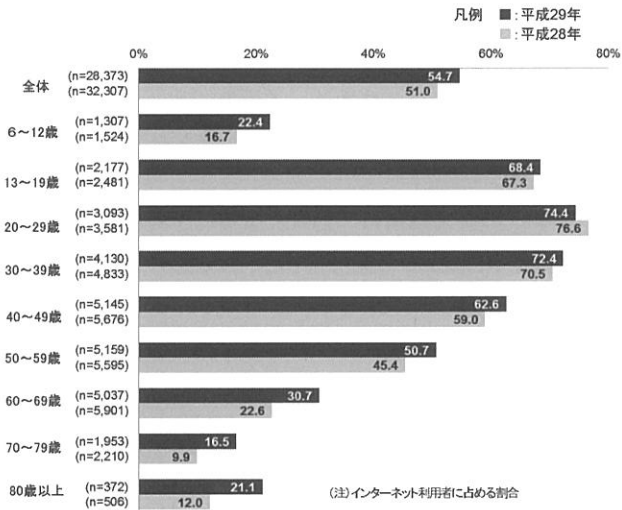


図3 SNSの利用状況 (出典：総務省「平成29年通信利用動向調査」)

Twitterのコミュニケーションに注目した。Twitter特有の表現が行われているツイートに注目し、その言語解析をおこなうことで、Twitterユーザのコミュニケーションの分析を行い、情報社会の成熟にともなったコミュニケーションの在り方を探る。

## 2. インターネットにおけるコミュニケーションの変遷

1969年に、ネットワークを介したコミュニケーションは、カリフォルニア大学ロサンゼルス校 (UCLA) とスタンフォード研究所 (SRI) の2台のコンピュータを接続することから始まった。異種のコンピュータの接続が成功すると、初のメーリングリストであるMSGGroupが作成され、現在に至るインターネット上でのコミュニケーション活動の始まりになった。

日本においては、インターネット登場以前から、パソコン通信によるコミュニケーションが行われていた。1993年にインターネットの商用利用が解禁されてからも、Webサイト、電子メール、電子掲示板 (BBS)

やチャット、インスタントメッセージ（IM）などを利用したコミュニケーションが行われていた。

ブロードバンドの普及などにより、インターネットへの接続が、一般的になると、Web2.0という概念とともに、様々なコミュニケーションツールが登場した。

ブロードバンドの普及以前は、個人による「テキストサイト」と呼ばれるWebサイトが、日記などを書くことでWebサイトの閲覧者とWebサイト内のBBSなどを通じてコミュニケーションをとっていたが、2000年頃に、日記を書くことに特化したブログが登場し、ブログを作成するブロガーと閲覧者が、ブログのサービスを通じてコミュニケーションをとる形に移行していった。WebサイトはHTMLでの記述や、Webページのサーバへのアップロードなどが必要であることから、ブログのサービスを提供している企業に登録をすれば、すぐに日記を書けるブログの手軽さは、インターネット上に情報発信をすることや、閲覧者のコメントを通じてコミュニケーションを行うことにインターネットユーザの関心を引いた。

2004年になると、それまでも1999年の「東芝クレマー事件」のように、インターネットと現実社会が結びつくことはあったが、SNSが利用され始めることで、コミュニケーションにおける実生活とインターネットの結びつきが顕在化し始めた。

それまでインターネット上の不特定多数とのコミュニケーションと、電子メールなどによる実生活の延長上にあるコミュニケーションはツールによって使い分けられていることが多かったが、SNSが利用されるようになり、両方のコミュニケーションが1つのサービス上で行われるような状況も多くなり、インターネットと実生活の垣根も下がり始めた。

このような新しいコミュニケーションツールは、ソーシャルメディアと呼ばれ、情報社会の中で、様々な面において利用されている。

ソーシャルメディアのサービスは、日々増加している。ソーシャルメディアは様々な分類が考えられるが、ブログを中心とした「パブリッシング」他のユーザとの情報の共有を中心とした「シェアリング」メッセー

## Social Media Landscape 2018

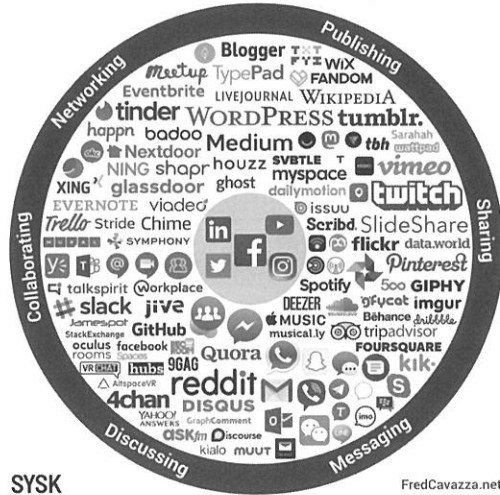


図4 2018年のソーシャルメディアの構成要素  
 (出典：FredCavazza.net <https://www.socialmediamodelen.nl/2018/07/social-media-landscape-update-2018/> (2019年2月20日アクセス))

ジのやり取りを中心とした「メッセージング」議論のサービスを中心とした「ディスカッシング」企業のサービスなど現実世界とのつながりを中心とした「ネットワーキング」という図4のような構成要素で表しても、サービスを分類するのは難しいほど、多種多様なソーシャルメディアが存在している。

また、多くのインターネットユーザがソーシャルメディアを利用し、特に若い世代では高い利用率になっている(表1)。

この中で、電子メールの代用としての利用の側面が強いLINEは文字やスタンプの投稿が利用の前提となりやすいが、東日本大震災時における様々な情報収集での利用といった閲覧のみでも利用が行えるTwitterは、特に日本においては、アクティブユーザ数が4,500万人と多く(Twitter Japanの2017年10月27日のツイート参照<https://twitter.com/TwitterJP/status/923671036758958080>)、ソーシャルメディアの中でも

表1 主なソーシャルメディアの利用率

	全年代(N=1500)	10代(N=139)	20代(N=216)	30代(N=262)
LINE	75.8%	86.3%	95.8%	92.4%
Facebook	31.9%	21.6%	52.3%	46.6%
Twitter	31.1%	67.6%	70.4%	31.7%
mixi	4.3%	3.6%	8.8%	5.3%
Mobage	4.9%	9.4%	10.2%	5.0%
GREE	2.5%	2.9%	4.6%	2.7%
Google+	23.7%	20.9%	25.5%	24.8%
YouTube	72.2%	93.5%	94.0%	87.4%
ニコニコ動画	18.9%	31.7%	34.7%	18.3%
Snapchat	2.1%	5.0%	9.3%	0.8%
Instagram	25.1%	37.4%	52.8%	32.1%

※30代までを抜粋

(出典：総務省平成29年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査)

コミュニケーション活動が活発である。

### 3. Twitterにおける特有表現とコミュニケーションの分析

インターネット上では「ネットスラング」や「パスワード」と呼ばれる新語（主に流行語）が生み出されている。現実世界でも、流行語が毎年登場するように、コミュニケーション活動が活発に行われれば、それにもなった新語が登場する。

前章で述べたとおり、日本においてTwitterはコミュニケーション活動が活発であり、Twitter特有の表現も登場している。例えば「FF外から失礼します」「フォロバ」「無断RT」「無言フォロー」「クソリプ」は、Twitterのシステムに関連した表現である。

匿名掲示板などから「ネットスラング」のような表現が出現することは、パソコン通信の時代から存在していた。しかし、上述の表現は「ネットスラング」とは少し異なる。これらは、Twitterのシステムを利用する上で、ユーザによって作り出された語（概念）である。この特有の表現を含んだツイートによるコミュニケーションがどのように行われている

るのかをツイートを集集し、形態素解析を行い、どのような語を利用しながらコミュニケーションを行っているかを分析する。

Twitter特有の表現が、どのような状況で利用されているかを分析することで、ソーシャルメディアでも活発なコミュニケーションが行われているTwitterでのコミュニケーション活動の状況を探る。

### 3.1 オンライン上におけるコミュニケーション研究事例

本研究のように、日本語によるオンライン上におけるコミュニケーションに関する研究はいくつか存在する。金<sup>(1)</sup>はパソコン通信のコミュニケーションに関して、パソコン通信上で質問調査を行い、パソコン通信での態度などを分析した。

ネットスラングを用いたコミュニケーションについて、内山<sup>(2)</sup>は、匿名掲示板や動画投稿サイトを中心にネットスラングを文法や表記などから分類し、これらの語がどのような効用を持つかを指摘した。岩崎<sup>(3)</sup>は、方言とネットスラングについてTwitter上の表現に着目し、どちらにも関心を引くために利用される語があることを指摘している。

岡田<sup>(4)</sup>はTwitter上で新語がどのように変化し、形成されていくのかをアイドルグループの略語を利用し、その過程を分析した。

Twitter上のコミュニケーションにおける日本語の変化について、宇野<sup>(5)</sup>は「新しいミ形」の表現形式について、用例の調査を行い、その利便性について指摘している。

<sup>(1)</sup> 金官圭「パソコン通信におけるコミュニケーションの特徴とその利用に関する研究」『マス・コミュニケーション研究』(1996) 49巻 pp. 110-127

<sup>(2)</sup> 内山弘「ネットの日本語-2 ちゃんねるとニコニコ動画を中心に」『地域政策科学研究』(2010) 7巻 pp. 219-236

<sup>(3)</sup> 岩崎真梨子、前田梨沙、川島大樹「若者が着目するインターネット上の表現：ネットスラングと方言」『江戸工業大学紀要』(2017) 36巻 pp. 41-56.

<sup>(4)</sup> 岡田祥平「Twitterを利用した新語・流行語研究の可能性：アイドルグループ「Sexy Zone」の略語を例に」『新潟大学教育学部研究紀要』(2013) 6巻1号 pp. 49-74

<sup>(5)</sup> 宇野和「Twitterにおける「新しいミ形」」『お茶の水女子大学国語国文学会』(2015) pp.106-194

北村<sup>(6)</sup>はオンライン調査データを用い、Twitter上に投稿されたツイートのテキスト分析を併用して、Twitter利用者がどのような感情を抱くと、ツイートするのに着目し、肯定的な感情を抱いたときにツイートされやすいことを示唆した。

北村ら<sup>(7)</sup>はソーシャルメディアにおける感情語に着目して、投稿動機と感情語についてオンライン調査とTwitterのログデータを分析し、その相関関係を分析し、Twitter利用の動機の違いで、ポジティブな感情語やネガティブな感情語の利用数の違いがあることを指摘している。

高桑ら<sup>(8)</sup>は、Twitterにおけるリプライの内容に着目し、その内容から実際に会っている友人（リア友）を機械学習の利用で推定する実験を行い、個人情報の漏えいの危機に対する指摘を行っている。

このようにオンライン上におけるコミュニケーション研究は行われているが、本研究のようにTwitterのシステムに関連した特有の表現に着目した研究は行われていない。

### 3.2 研究方法

本研究ではTwitter特有の表現が、どのような場合にTwitter上で利用されるかを探るため、その特有の語を使用したツイートを収集し、分析を行う。Twitter特有の表現は、いくつか存在するが、本研究では「FF外」を分析対象とする。本来は「FF外から失礼します」が分析対象として想定されるが、想定外の使い方や、同じ意味でも言い回しが違うとカウントされなくなってしまうこと考慮し、「FF外」という言葉で区切り、取りこぼしを極力少なくする。

#### a. ツイートの収集方法

---

<sup>(6)</sup> 北村智「Twitter利用者はどのような感情をツイートするのか：利用動機の観点からの分析」『コミュニケーション科学』（2016）43巻 pp. 3-21

<sup>(7)</sup> 北村智、河井大介、佐々木裕一「ソーシャルメディアにおける感情語使用と投稿動機 ネットワーク構造の関係：ツイッターでのポジティブ感情語・ネガティブ感情語に着目して」『社会言語科学』（2017）20巻1号 pp. 16-28

<sup>(8)</sup> 高桑蘭佳、佐々木太良、藤岡淳「機械学習を用いたTwitterユーザー間のリプライ解析：リア友の推定」『電子情報通信学会技術研究報告』（2018）117巻487号 pp. 115-119



ツイートの収集はTwitter APIとデータベースを利用する。Twitter APIから5分おきに「FF外」を検索クエリとして送信し、「FF外」を含むツイートを収集し、以前の検索結果より新しいツイートが収集された場合、そのツイートをデータベースに登録する。5分おきの設定はTwitter APIの利用制限と収集に利用するデータベースを含むサーバへの負荷を考慮して設定した。今回収集したツイートデータは「ユーザID」「スクリーンネーム」「ツイート内容」「ツイート日時」である。このうち、分析として利用するのはツイート内容のみとする。

#### b. 収集期間

収集期間は2018年11月8日～11月19日で行った。

#### c. 分析方法

収集後、対象ツイートに対して形態素解析を行い、どのような語が利用されているかを分析する。さらに、それらの語をクラスタ分析し、「FF外」がどのようなツイートの際に登場するのかを分析した。形態素解析およびクラスタ分析には「KH coder」<sup>9)</sup>を利用した。

#### d. 仮説

本研究における仮説は以下のとおりである。

- ①リプライでの利用が多くなる
- ②あいさつの代用として使用される
- ③意見や会話（チャット）のきっかけに利用される

①は「FF外（から失礼します）」は、コミュニケーションのきっかけとして利用されることが想定されるので、結果的にリプライでの利用が多くなるという仮説をたてた。それに関連して、②もコミュニケーションのきっかけとして「初めまして」などの挨拶の代用であると想定した。

また、③に関してはTwitter上のコミュニケーションの種類はいくつも考えられるが、その中でも相手に意見を言ったり、お喋り（チャット）

<sup>9)</sup> 樋口耕一「テキスト型データの計量的分析」『理論と方法』（2004）19巻1号 pp. 101-115

をしたりするための挨拶の代用として利用されるという仮説をたてた。

### e. 収集結果

収集結果は表2のとおりである。

表2 「FF外」に関するツイートの収集結果

総ツイート数	241,533ツイート
リツイート数	75,081ツイート
リプライ数	113,869ツイート
総抽出語	9,305,735語

収集ツイート数は241,533ツイートになり、このうちリツイート数は75,081ツイート、リプライ数は113,869ツイートである。また全ツイートを形態素解析した結果、9,305,735語が抽出された。

### 3.3 分析

仮説①に関して、収集ツイートにおける種類の割合を表したのが、図5である。

リツイート数の割合が31%、リプライ数の割合が47%、それ以外のツイート数の割合が22%となっている。リプライが多いかどうかの基準は、

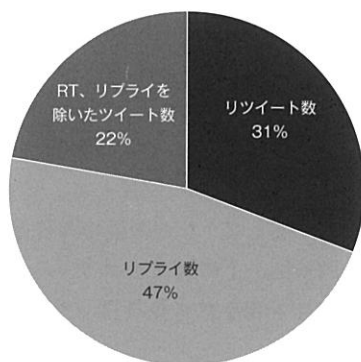


図5 収集ツイートにおけるツイートの種類の割合

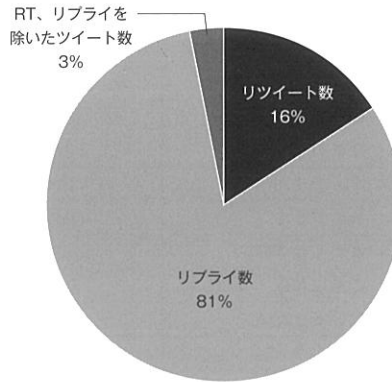


図6 「FF外から失礼」のツイートの種類の割合

Twitter利用者全体のツイートにおけるリプライの割合との比較であるが、その資料が存在しないため比較できない。しかし、Twitterの性質上、リプライやリツイートを行わない通常のツイートが一般的なツイートになるため、その割合が最も多くなる。その点を考慮すれば、リプライ数の割合が最も高くなっている収集ツイートは、リプライが多いと判断してよいだろう。

また、この収集ツイートは「FF外」であるため、「FF外から失礼します」という語（またはそれに類する語）以外のものも収集されている。そこで「FF外から失礼」を抽出して、割合を出してみると図6のように、リプライ数の割合が81%になり、リプライの割合が飛躍的に高くなっている。

通常のツイートに関しては3%と、ほとんどツイートされていないことから、「FF外（から失礼します）」というツイートは、リプライでの利用が多くなるという仮説①に関しては支持された。

仮説②を検証するために、形態素解析した収集ツイートのうち、あいさつに関する語を抽出し、その種類と出現回数を分析した表が表3である。

出現したあいさつの種類は19項目であるが、下位項目は出現回数も少

表3 あいさつに関する語の出現回数  
(19項目中上位10項目)

あいさつ	出現回数
ありがとう	10,023
はじめまして	2,690
すみません	2,667
おめでとう	2,324
ごめんなさい	1,559
こんにちは	936
すいません	809
おはよう	520
こんばんは	455
有難う	257

数であるため、上位10項目で分析する。あいさつの中で「ありがとう」の出現回数が10,023回と最も多い。

仮説②をたてた理由のとおり、「初めまして」などコミュニケーションを取り始めるきっかけとしてのあいさつに限定すると「はじめまして」「こんにちは」「おはよう」「こんばんは」になり、出現総数も4,601回である。「FF外から失礼」のツイート数から出現の割合を出すと4.6%程度であるため、出現率は低い（出現回数は「FF外」での回数なので、実際はこれよりも低い値の可能性が高い）。

代用されないのであれば「FF外から失礼します」と併用して、最初のあいさつが行われるはずである。Twitterの性質（文字数制限など）上、あいさつをしないまま、コミュニケーションが始まる可能性も否定できないが、それならば「FF外から失礼します」も必要ないので、併用されていないのならば、代用されていると考えるのが自然である。

以上のことから、仮説②に関しては、あいさつの中で「ありがとう」などのコミュニケーションのきっかけとして使用されると想定したものと違う語が多く出現したが、「コミュニケーション開始時のあいさつ」に限定した場合は支持された。

仮説③に関しての分析を行うため、収集ツイートがどのような語を

使ってツイートされているかを確認する必要がある。全てのツイートを確認することは不可能なので、形態素解析したものから、階層的クラスタ分析を行いツイートの内容を確認する。

しかし、収集したツイートはリツイートを含み、そのリツイートは異なるユーザが行うと同じツイートでも収集される。つまり、リツイート数が多いものは、語の関係性に重みがついてしまう。本研究は抽出語が多く、出現回数が上位の語で分析を行わざるを得ないため、多数出現している同じリツイートを分析に入れてしまうと、ツイート内容の傾向を探るのが困難になってしまう。したがって、ここでは完全に重複しているツイートは、重複分を削除したものを形態素解析し、分析を試みた。また、形態素解析をするさいに、仮説③におけるツイート内容の分析に「FF外から失礼」という語は不要のため、解析から除外した。

このような条件で、収集ツイートを解析した結果、出現回数が多い語が表4である。

表4 出現回数が多い語(上位15項目)

抽出語	出現回数
FF外	82,004
募集	20,405
お願い	20,239
RT	19,737
人	16,480
思う	15,203
失礼	13,495
参加	13,265
歓迎	12,342
ありがとう	9,628
リブ	9,313
交換	8,757
通話	8,390
可能	8,129
言う	7,149

最も多く出現したのが「FF外」である。これは「FF外から失礼」という語に使用されていないものになっている。以降「募集」「お願い」「RT」「人」「思う」「失礼」となっている。「FF外から失礼します」という意味では使われていない可能性の高い「FF外」の出現も多く、この抽出語から、どのような内容のツイートがされているかは、不確実な想像しかできない。

さらに階層的クラスタ分析を行い、語の関係性からツイート内容を探る。語における距離はJaccard法を用い、クラスタの形成にはWard法を用いた。最小出現語数は2000に設定し、分析に用いる語を89とした。また、内容の傾向を探るためには、ある程度特徴的な語で形成する必要があるため、動詞や形容詞、副詞の中でも、接尾であったり、接続であったりする種類ものは除外して10のグループにクラスタリングした。これをもとに「KH coder」でデンドログラムを作成したが、サイズが大きく、全てを掲載するのが困難であるため、ツイート内容が推定しやすい部分を中心に分析を行う。

図7の1つ目のクラスタは、ゲームに関してツイートしているものである。

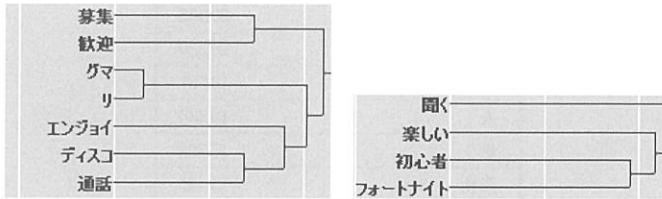


図7 ゲームに関するクラスタ

左側のクラスタで抽出された「グマ」「リ」は、特定のオンラインゲームに特有で使用される「リグマ」をソフトウェアが一般的な用語ではないことから、違う語として抽出してしまった結果である。「リグマ」は「リーグマッチ」の略語で、意味の詳細は省略するが、このクラスタにも表れているとおり「リグマ募集」のような形で使用される。ツイート

の内容は「オンラインでゲームを一緒に遊びましょう」という呼びかけの  
 のものが多い。

また、オンラインで遊ぶときに、併用してアプリケーションソフトを  
 使って通話をしたという内容のツイートもこのクラスタに表れている。  
 「ディスコ」は、通話用アプリケーションソフトの「Discord（ディス  
 スコード）」の略語である。

右側のクラスタも、「フォートナイト」というオンラインゲームに関  
 することであり、左右のクラスタの違いは、ゲームの種類の違いである。  
 前述の「表4 出現回数が多い語（上位15項目）」からも、「募集」「歓迎」  
 などが多く出現していることから「ゲーム参加者の募集」のツイートが  
 「FF外」に関するツイートとして特徴的であることが分かる。

他のクラスタで、特徴的なものは図8および図9である。

これらは、売買または交換をするための呼びかけがされているツイー  
 トである。図8では「チケット」「余る」「譲」や「定価」「譲渡」など、  
 売りたい物や買いたい物をツイートしているクラスタになっている。「チ

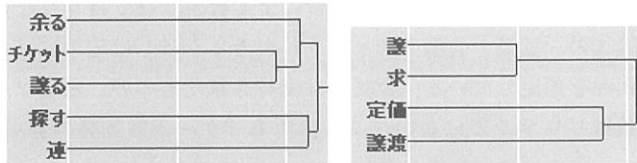


図8 売買に関するクラスタ

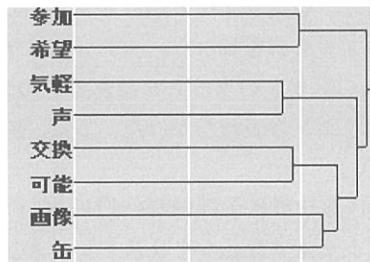


図9 物々交換に関するクラスタ

ケット」とあるように、収集ツイートでは5,270回出現し、イベントのチケットの売買に関するツイートが多いが、「譲渡」に関するツイートを目視確認したところ、趣味に関するものを中心に様々な物の売買についてツイートされていた。

図9における交換に関するツイートは、様々な種類の缶バッジ（クラスタでの語は「缶」）を、他の種類の缶バッジと交換するなど、趣味で収集しているアイテムの交換を呼びかけるものである。

クラスタを確認する限り、どちらも「趣味に関する物を手に入れる」という目的でツイートされている。

その他のクラスタは、ツイート内容がまとめられるようなものではなかったが、仮説③の「意見や会話（チャット）のきっかけ」は支持されないものであった。ユーザ同士がオンラインゲームを行ったり、その中で通話をしたり、あるいは、共通の趣味のものに関して、売買したり交換したりすることは、コミュニケーションにより成立するものであるという点では「コミュニケーションのきっかけ」であり、仮説②のようにあいさつの代用の側面であることがうかがえる。

「FF外」の収集ツイート全体の分析による仮説③は支持されなかったが、仮説③の「意見や会話（チャット）のきっかけ」は相手にリプライを送る状況を想定している。仮説①は支持されたものの、収集ツイートの約半数はリプライではない。この分析も「ゲーム参加者の募集」「趣味に関する物の売買や交換の募集」といったリプライよりも、通常ツイートが想定されるものがクラスタリングされている。

このことを踏まえて、収集ツイートからリプライのツイートのみを抽出して、階層的クラスタ分析を行った。デンドログラムには「趣味に関する物の売買や交換の募集」のクラスタはあるものの、「ゲーム参加者の募集」に関するクラスタは表れなかった。また、新たに特徴的なクラスタが表れた（図10）。

左側のクラスタは「ありがとう」「嬉しい」「好き」「可愛い」「素敵」「おめでとう」など、ポジティブな語がクラスタリングされている。「好き」「可愛い」「素敵」「おめでとう」は、フォローをしていないユーザのツイー



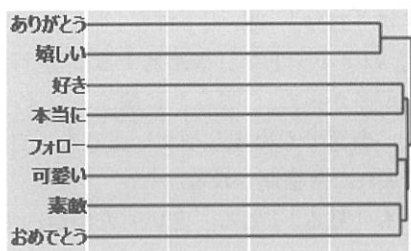


図10 交流に関するクラスタ

トを検索やリツイートなどで見て、その内容に対してリプライをしたものと推定される。「好き」のツイートを目視確認したところ、同じ趣味の物に対して「自分も好き」というリプライを送っているものが多い。

反対に「ありがとう」「嬉しい」は、前述のようなツイートに対して、リプライをしていることが推定される。「ありがとう」のツイートを目視確認したところ「FF外からありがとう」という内容のツイートが確認できた。全てのツイートを確認することは難しいので「ありがとう」の周辺にどのような語が多く出現しているかを「KH coder」による「コロケーション統計」で探ってみたところ「FF外」が圧倒的に多く出現(3,470回)し、2番目に多く出現した「リプ(リプライの略語)」(206回)も「FF外からリプしてくれてありがとう」になる可能性が高いことから、「ありがとう」は「FF外からありがとう」という内容のものも多く含まれていることが示唆される。

また「フォロー」も目視確認をすると「(これをきっかけに) フォローします」という内容が多く、交流のきっかけにしていることがうかがえる。

交流に関するクラスタの他に、図11のようなクラスタも表れた。

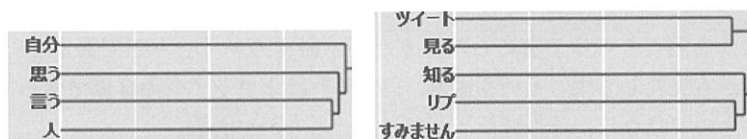


図11 意見に関するクラスタ

左側のクラスタは「自分」「思う」「言う」「人」がクラスタリングされている。「思う」のツイートを目視確認すると「〇〇と思う」という使い方の「思う」が多かった。「思う」に関するツイート内容が様々なので、特徴的でない会話でも出現しやすいような「自分」「言う」「人」がクラスタとして表れたと推測される。

右側のクラスタも「見る」「知る」といった特徴的でなく会話でも出現しやすいような語がクラスタリングされている。「ツイート」「見る」からは「ツイートを見る」ことをきっかけにリプライをしたことをツイートしている可能性を示唆している。「ツイート」を前述した「コロケーション統計」にかけてみたところ「見る」が最も多く出現していたことから、それがうかがえる。

また「すみません」は「(FF外から)失礼します」の代わりに使われていた。右側のクラスタの語のツイートを目視確認すると、自分の考えを必ずしも述べているわけではなく「趣味に関する物の売買や交換の募集」をしたり「交流のきっかけ」にしていたりするものも散見された。

以上の結果から、リプライの分析を行うと「交流を目的にしたツイート」をしたり「自分の思っていることや考えを相手に伝える(意見する)」といったことが行われたりしている結果となり、仮説③は部分的に支持されたと考えられる。

#### 4. Twitter特有の表現から考えるソーシャルメディアのコミュニケーションの構造

本研究においてTwitter上で使用されている「FF外」という語を分析したが、それによってTwitterユーザのコミュニケーションの機微が見えてきた。インターネットにおけるコミュニケーションは、インターネットの普及とともに歩みを進めてきたが、オンラインとオフラインという大きな隔たりの中で進められてきた。本研究のキーワードである「FF外から失礼します」という語も、「FF外」はオフラインの世界で使われるものではなく、その隔たりを感じさせるものである。

しかし、この語を通して見るコミュニケーションの世界は、オフライ

ンのコミュニケーションである現実世界のコミュニケーションのような多様なものになっていた。

ゲームで遊ぶ約束をしたり、同じ趣味の人に趣味の物を売ったり、収集したグッズを交換したり、インターネット上で交流したり、意見を言ったりするのも、以前から行われていたが、それらが現実世界のコミュニケーションに近づいている。階層的クラスタ分析で表れた特徴的な語である「ありがとう」「嬉しい」「可愛い」「素敵」「おめでとう」「すみません」など、相手の気持ちを慮った語が複数出現した。仮説でたてた「あいさつの代用」は、本研究において肯定されているが、現実世界では本論に入る前に、前置きがいくつも入ったり相手への配慮が行われたりする。

仮説に挙げてはいなかったが、あいさつ以外の部分は、ツイートは本文（本論）だけであると考えていた。しかし、リプライの階層的クラスタ分析を行うと、前章の結果だけでなく、図12のようなクラスタが表れた。

これは、本文ではない相手への配慮で構成されたクラスタである。「突然」「申し訳」は「突然（リプライして）申し訳ない」という謝罪である。「検索」「初め」は「初めまして」「検索をかけてリプライしました」というあいさつとリプライをした（または出来た）理由である。「宜しい」は「よろしくお願いします」「よろしいでしょうか」といった相手への許諾である。「教える」「頂ける」は「教えていただけないでしょうか」というへり下りの表現である。



図12 相手への配慮に関するクラスタ

これらが独立したものではなく、同じクラスタであるということは、これらの語がお互いに近いところで出現していることであり、140字という制約の中でツイートを行うのにも関わらず、相手への配慮のための言葉をいくつも挿入しているということを示唆している。

このように「FF外から失礼します」というTwitterの「オンラインの世界」で利用する言葉は「オフラインの世界」の構造を持ち込んだことで出現した言葉であると考えられる。つまり、コミュニケーションにおいてオンラインとオフラインの境界は無くなってきているのである。

マクルーハンが「メディアは身体の拡張」であると提唱し、インターネットの登場により、その主張が再評価されたが、身体のみでなく文化やそれに関連したコンテキストもオンライン上で拡張するのだろうか。お互いのコンテキストが拡張し、交わったときに、我々は何のようなコミュニケーションを行うのだろうか。

本研究ではTwitter上のコミュニケーションの多様化に注目した。インターネット環境の整備が進み、インタラクティブなやりとりが出来るようになっただけでなく、現実世界の複雑なコミュニケーションの構造も持ち込み始めていることを示唆した。

## 5. おわりに

本研究ではソーシャルメディアにおけるコミュニケーション活動について、Twitter特有の表現から考察を行った。Twitter上でのコミュニケーションがどのように行われているかに対して、一定の分析結果を出すことが出来た。

しかしTwitter特有の表現は他にも「無断RT」「無言フォロー」なども存在し、「FF外」という語のみの分析で結論を出すのは性急であろう。今後は、これらの表現も収集し、分析を進めていく必要がある。

また、本研究で様々なコミュニケーションが行われていることを示唆したが、それらが我々にどのような影響を与えるかまでは考察できていない。ツイートの収集と同時にこのことを念頭に置いて分析を行っていききたい。

さらに、本研究で考察を進める中で、新たな疑問が生まれた。コミュニケーションにおいて、オンラインとオフラインの境があいまいになった場合、目や耳から直接入る「言葉」「音」「映像（画像）」の裏にあるコンテキストは、オンライン上でどのように我々に影響を及ぼすのか。これは本研究の延長線上にも通じているので、本研究を進めながら考えていきたい。

#### 【参考文献】

- (1) Hafner, K. "Where Wizards Stay Up Late: The Origins Of The Internet" (Simon & Schuste, 1998)
- (2) ばるぼら『教科書には載らないニッポンのインターネットの歴史教科書』翔泳社（2005年5月10日）
- (3) 総務省『平成30年版 情報通信白書』日経印刷（2018年7月1日）
- (4) 総務省「平成29年通信利用動向調査」[http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/180525\\_1.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/180525_1.pdf)（2019年2月20日アクセス）
- (5) 総務省「平成29年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」[http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000564530.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000564530.pdf)（2019年2月20日アクセス）