

ライブオーディエンスのTwitter利用の特徴とその様相

—お笑いライブ参加とTwitter利用の相互作用について—

Usage of Twitter on a Live Japanese Comedy Performance:
Interaction between the live performance experience and Twitter use

高橋 みちな*

Michina TAKAHASHI

1. 研究背景と目的

Twitterの利用者数は近年増加の一途を辿っており、2012年12月の時点で月間アクティブユーザー数が2億人を超えたと報告されている¹⁾。Twitter利用者に関しては、利用者間のネットワーク分析ならびに利用者による投稿の内容分析についての研究が多くなされている。前者については、利用者間情報伝播に関する研究 (Cha, Haddadi, Benevenuto, and Gummadi., 2010)、利用者のフォロー/フォロワー関係によるネットワークの研究 (小出・斉藤・風間・鳥海, 2013) がある。後者については、内容分類を提案する研究 (Dann, 2010; Honeycutt, and Herring, 2009; Java, Song, Finin, and Tseng, 2007; Jansen, Zhang, Sobel, and Chowdury, 2009)、日本では東日本大震災の際の投稿データからキーワードを抽出しその投稿傾向を数量的に分析する研究 (梅島・宮部・荒牧・灘本, 2011; 須田・小嶋・伊藤・石亀・鳥海, 2013) がなされている。しかしながら、Twitter利用の在り方 (具体的

には利用方法・利用行動ならびに時間的推移によるそれらの変化、あるいは利用者同士のコミュニケーションの様相) を具体的なツイートのレベルまで検討した研究は管見の限りほとんど存在しない。

Twitter利用の在り方に大きく影響を与える要因として、Twitterのアーキテクチャが挙げられる。140字という制約、リプライ (返信)・リツイート (再投稿)・ハッシュタグ²⁾などの機能、PC・携帯電話・スマートフォンなど複数の手段により利用可能といった点がコミュニケーションの即時性・共時性・偶発性・選択的な同期性の面でその利用の在り方に影響を与えている (濱野, 2008: 203-204)。しかしアーキテクチャはその利用の在り方を完全に決めるものではない。利用者は様々な機能用途に応じて利用するため、予め利用の在り方は決められないのである。やや大袈裟かもしれないが、利用者が創造的に利用法を生み出しているといえるかもしれない。本論文では、お笑

*東京大学大学院学際情報学府博士課程

キーワード: Twitter、ライブ、オーディエンス、コミュニティ、テレビ

いライブ参加時のTwitter利用に関して実際のデータを分析することにより、現実の出来事とTwitter利用との相互作用を示すことを目的とする。

従来、「ライブ」というと音楽の生演奏が想定され、ポピュラー音楽研究の分野で自明のものとして語られてきた（宮入・佐藤 2011：19）。しかし近年、ライブと銘打った様々なイベントが行われるようになっている。本論文

では研究の第一歩として、筆者が長年関与してきたお笑いライブを対象とする。なお、お笑いライブは1980年代後半頃から寄席とは異なる演芸場や劇場で行われるようになったライブである。これは都市部で誕生した比較的新しいものであり、今回の検討は、ある種のオーディエンス・コミュニティの初期段階の記録としての意義も考えられる。

2. お笑いライブ参加におけるTwitter利用とは

2.1 対象メッセージデータについて

対象とするデータは、お笑いライブ「第二回 鬼ヶ島単独ライブ『地獄への通学路』」に関する投稿である。今回は、オーディエンス5名（A・B・C・D・E）ならびにDのフォロワー（X）の計6名の投稿を対象とした。なお、A・B・C・D・Eの5名はTwitter上でフォローをし合っており、互いの投稿を各自のタイムライン上で閲覧することができる関係にあった。XはDをフォローしている者であった。

当該ライブは、プロダクション人力舎所属のお笑い芸人「鬼ヶ島」（野田祐介・大川原篤史・和田貴志）による単独ライブ公演であり、2011年12月17日から18日にかけて東京都杉並区にある劇場「座・高円寺2」にて全3公演（17日19時開演・18日14時開演・18時開演）が開催された。公演ではコントが6作品演じられ、それぞれの幕間にはVTRによるコントが流された。公演時間は約2時間であり、途中

休憩はなかった。なお、B・C・Dは18日14時の公演を、Aは18日18時の公演を、Eは17日19時と18日18時の公演の2回をそれぞれ鑑賞した。Xはいずれの公演も鑑賞していない。

対象となったメッセージ数は計34であり、うち8メッセージが他者へのリプライ、3メッセージが他者の投稿のリツイートであった。なお調査時点（2011年12月）では、Twitterを利用してお笑いライブに参加するオーディエンスは限られており、キーワード検索による投稿の抽出も数が限られてしまった。そのため今回は、当該ライブについての投稿を行っており、筆者がTwitterを通じてメッセージ内容を研究に利用するための許諾をとることができた計6名による投稿を対象とした。これは投稿の著作権と投稿者のプライバシーも考慮した判断である。

2.2 お笑いライブに際するTwitterメッセージの分類

お笑いライブに限らず、ライブ体験に際し投稿されたTwitterのメッセージ分類は管見の限り存在しない。そこで、筆者のこれまでのお笑いオーディエンスに対する観察、およびライブに際するTwitter投稿の経験にもとづき、お笑

いライブの際に投稿されるTwitterメッセージの分類を作成した（表1は分類とそれに含まれるメッセージの例を示す）。これにより、メッセージは時間軸（投稿のタイミング）と投稿者のライブ体験に関わる軸で分類される。

表1 お笑いライブに際し投稿されるTwitterメッセージの分類

	投稿タイミング	分類	メッセージ内容
(1)	開演前	参加報告	向かっていること・会場にいること・期待感等 (例:「今から向かいます」「楽しみ!」)
(2)		レポート	会場の様子・当日券や物販の販売状況等の情報 (例:「すごい人」「グッズ売り切れた」)
(3)	終演後	終了報告	ライブが終わったこと・ライブ後の行動報告 (例:「終わってご飯食べながらライブ話中」)
(4)		感想	おもしろかった・つまらなかった等の感情 (例:「面白かった」「今日のネタはイマイチ」)
(5)		レポート	披露されたネタ・ライブの構成・出演者の発言や 服装・使用BGM、客席の反応等の情報 (例:「スーツだった」「企画は大喜利だった」)
(6)		意見	芸人への思い・ネタの解釈等の批評・考察 (例:「あのネタはオチを変えた方がいい」)

具体的には、時間軸（投稿のタイミング）を「開演前」・「終演後」の2種類に、ライブ体験に関わる軸を「報告」・「レポート」・「感想」・「意見」の4種類に分類した。ただし、「感想」・「意見」はライブの内容に関係するものとしたため、「開演前」には存在しえない。このため、全体の分類は、6種類となった。分類にあたり、複数の要素を持っている投

稿については、メッセージの主要な部分にもとづいて分類した。

表2には、今回対象とする2.1節のお笑いライブ参加時の投稿数をまとめた。演目や出演者など公演に関する内容についての主観的なメッセージである「(6)意見」の割合が最も高いことがわかる。

表2 対象ライブに際し投稿されたTwitterメッセージの分類ごとの数と割合

	投稿タイミング	分類	投稿数	割合
(1)	開演前	参加報告	4	11.8%
(2)		開演前レポート	1	2.9%
(3)	終演後	終了報告	3	8.8%
(4)		感想	5	14.7%
(5)		終了後レポート	3	8.8%
(6)		意見	18	52.9%

なお、現行のお笑いライブは開演中に携帯電話・スマートフォンなどを使用できないものがほとんどである。本論文で対象としたお笑いラ

イブも禁止されていたため、上記の分類には開演中のメッセージに関するものは含まれていない。

3. お笑いライブに際するTwitter利用の実際

本章では、2.2節で分類したお笑いライブに際し投稿されたメッセージの内容を分類ごとに具体的に検討し、お笑いライブ参加とTwitter利用の相互作用の様相を示す。なお、わかりやすさを考慮し、調査対象者が鑑賞した公演の開

催日・開演時間を問わずライブ参加時に発生する出来事の順に対応するよう投稿を例示する。

3.1節・3.2節が開演前、3.3節から3.6節までが終演後の投稿である。

3.1 (1) 参加報告

まず「(1) 参加報告」に該当するメッセージを例示する。以下は、18日昼公演を見に大阪から東京に向かう旨を記したDの投稿である。

D1 「と、いうわけで今から東京行きます！」 posted at 2011.12.17 23:08:18

この投稿に対し、GのフォロワーであるXから反応（リプライ）があった。

X2 「@D え！いな☆なんかの観覧ですか？」 posted at 2011.12.17 23:10:00

D3 「@X鬼ヶ島の単独ですー」 posted at 2011.12.17 23:30:30

些細な会話であるが、これがDの今回のライブ体験のはじまりである。D1の語尾についた

「！」マークから、ライブが楽しみであるという感情の高揚や期待感がうかがえる。

また、Eは17日の公演に向かう際、自分と相互フォローの関係にあり、当日昼に別のお笑いライブに参加したPに対して次のリプライを送っている。

E4 「@P おつです！楽しかったようで何よりっす！こっちは鬼ヶ島会場に向かってますよー」 posted at 2011.12.17 17:40:17

E4は、Pが鑑賞したライブの楽しさを共有し、E自身はこれから「鬼ヶ島」のライブに参加することを伝えている。他者のライブ体験を受けて、自身がこれから鑑賞するライブへの期待感を膨らませていることが伝わる交流である。

3.2 (2) 開演前レポート

続いてライブ前に投稿された「(2) レポート」のメッセージを示す。以下は、18日の昼公演にやってきたBの投稿である。

B5 「わたしの前で鬼ヶ島ボールペン売り切れ…！」 2011.12.18 13:51:08

3.3 (3) 終了報告

次に、ライブ後の「(3) 終了報告」としてのメッセージを例示する。

A6 「若武者→鬼ヶ島単独の素敵なハシゴが終わった。今年ももう終わりだなあ。」 2011.12.18 20:38:16

E7 「鬼ヶ島単独三公演目（見るのは二回目）行ってきました！この流れで新宿駅の鬼ヶ島表紙an（筆者注：無料配布されているアルバイト情報誌）の山を見ると、まるでまだコントが続いているかのような…」 2011.12.18 20:47:54

AとEは18日の夜公演を鑑賞した。A6では、公演前に別のライブに行っていたために、その「ハシゴ」が終わったことを中心に、ライブ終了を報告している。E7では、ライブの終了報告がなされるとともに、ライブ後の自らの行動

3.4 (4) 感想

続いて「(4) 感想」として投稿されたメッセージを例示する。

E9 「おにがしま単独終了ーおにがし

これは、会場限定で販売されるライブグッズを購入しようとしたが、目前で売り切れたことの悔しさを含めたグッズ販売状況の報告である。

によるライブの余韻が記されている。

C8 「鬼ヶ島単独→GO!GO!ライブ終了。今日お付き合いくださったみなさまほんとうにありがとうございました。楽しかったです。」 2011.12.18 22:54:08

Cは18日の昼公演を鑑賞し、その後別のライブに参加し、それらの終了を投稿した。C8は、その際共に行動した仲間に感謝の意を示す投稿である。不特定多数の人間が目にするTwitterに仲間内の交流を記述するこの投稿は、相手を明示しなくとも分かるだろうという推測のもとにある曖昧さとゆるやかさのあるコミュニケーションを示す。Twitterによるオーディエンス同士の繋がりや在り方の一端が見て取れよう。

ますきだー」 2011.12.17 21:41:32

E10 「鬼ヶ島サイコーー!!両方の意味でー!!!」 2011.12.17 22:06:28

D11 「鬼ヶ島単独昼公演終了ー！」

あー、、、笑い疲れた…」2011.12.18
16:53:10

B12「鬼ヶ島単独楽しかったー！ザマンザの後の最初のライブが鬼ヶ島でよかったー！」2011.12.18 17:55:49

D13「大阪に帰ってきて電車の中です。今回は日帰りだったけど、なかなか濃密な時間を過ごせてよかったなあ、と。鬼ヶ島単独は当然面白かったし、Go!Go!Liveも楽しかったなあ」2011.12.19 06:56:48

3.5 (5) 終演後レポート

「(5) 終演後レポート」としては、次のような投稿が見られた。

E14「エンドトークの「やっと終わった」「やっと終わったとか言うな！」て言い争いからの三人での罵り合い、昔東京03（筆者注：お笑い芸人）もやってたよねwいいなあ！」2011.12.18 21:05:30

B15「鬼ヶ島単独千秋楽終わったのでちょっとだけ。ライブ中に全員で玉入れしたんだぜ…！座席に「玉」が置いてあった時の怖面白さ…！細かい所までこってて素晴らしかった。ネタは120%鬼ヶ島でもっと見たいわ。昼の部カメラ入ってたのでDVD化するんじゃないかな？ってちょっと期待しちゃう。」2011.12.18 22:31:35

ライブ後、Eは出演者に対する自らの思いを（E9・E10）、Dは笑い疲れたことを（D11）、Bは楽しい気持ちを投稿した（B12）。また、Bの投稿からは前日にテレビ放送された漫才コンテスト『THE MANZAI 2011』（フジテレビ）（メッセージ中「ザマンザ」）から立て続けに好みのお笑いを見られた満足感が伝えられている。なお、大阪から東京にライブを見に来ていたDは、大阪に戻ってからも「面白かった」と投稿している（D13）。

A16「鬼ヶ島単独、爆笑問題から花が来ていたのが嬉しかった。タイタンライブに出たからかな？この関係性、大事に大事に育っていきます様に。関根さん親子やレッカペのプロデューサーさんから来てたのもとても素晴らしい。」2011.12.18 22:50:57

E14は、ライブのエンディングトークの内容に触れている。BはTwitterで千秋楽が終了したことを確認し、ライブの内容に言及するB15を投稿した。A16は会場に届いていた花についての報告とそれに対する思いを述べている。これらはいずれも語り手の考えや判断が含まれるが、プログラムやライブ会場に関する客観的なレポートである。

3.6 (6) 意見

最後に「(6) 意見」すなわちライブで見た芸人やネタに対する批評・考察として投稿されたメッセージを例示する。

E17 「やっぱり鬼ヶ島にはドグラマグラが似合うなー、別に本人たちは意識してなさそうなのがあまた良いじゃありませんか」
2011.12.18 20:58:35

E18 「ラジオとかテレビとか、ここ数ヶ月いろんな媒体で鬼ヶ島見れたけど、ライブのパワーはやっぱり次元が違いますね〜。ライブの鬼ヶ島最強すぎます！」
2011.12.18 21:14:41

C19 「鬼ヶ島すごかったなあ。ふたりでネタ作っててひとりにはネタ考えなくて、それであのブレなさって。私は世にも奇妙な物語と笑わせえるすまんが心底恐ろしかった子供なので、あの世界はほんとうに恐ろしい。理屈も通じない、救いも約束されない世界。純粹な恐怖は、そのまま笑いだった。」
2011.12.18 23:02:29

C20 「「運動会」が怖かったなー。あれ、そのまんま丸尾末広に漫画にしてもらいたいよ。」
2011.12.18 23:04:58

E21 「運動会の大川原さん、鬼ヶ島女生徒役史上最高のキュートさだったわあ…」
2011.12.18 23:45:08

E22 「単独ライブ中に（しかもあんなオチの直後に）お客さん参加のアトラクション入るって、もうなんすかね、どういう脳の作りしてたらそんなことが思いつくんすかねえっつって」
2011.12.18 23:47:33

Eは「鬼ヶ島」が持つ世界観に関する意見（E17）、最近の「鬼ヶ島」の活動と今回のライブを比較した意見（E18）、出演者に対する思い（E21）、ライブの内容・構成に対する賛辞（E22）を述べている。Cはライブの世界観を中心に思いを述べている（C19・C20）。C19・C20はライブ全体やネタの世界観に関連する他の作品を対比的に示しており、ネタに対する考察の要素を持つ。Cのこれらの投稿に対し、Eは次のように反応した。

E23 「@C あの眼帯の野田さん（筆者注：「運動会」における野田祐介）のファンになっちゃいましたよ！他の野田さんと別人すぎます！」
2011.12.18 23:18:45

C24 「@E 個人的に、あれで足元が下駄だったら本気で丸尾末広の漫画の登場人物でした！あとは江戸川乱歩とか。眼帯の説明もなんもないのに、あれだけで異常性がびしびし伝わってくるのがすごかったです……。」
2011.12.18 23:25:39

E23は、C20の投稿に対するリプライである。C20の投稿をきっかけに2人の間ではライブの世界観が共有されていることが確認された。ここでCとEは、短時間に複数の投稿連続で行ったり（E17-18・C19-20・E21-22）、リプライを重ねたりしている（C20-E23-C24）。これは、Twitterを介して両者の間にライブの余韻が継続しているために、更新間隔の短い投稿・リプライがなされているものと考えられる。

また、Eは自分がフォローしている他者（Q・R・S）の投稿をリツイートし、自らの感想を投稿している。

E25 「グランジ惚れます！ RT @Q: 昨日の鬼ヶ島単独を、グランジ（筆者注：お笑い芸人）が観に来ていた。ご自身たちが認定されている大会（筆者注：『THE MANZAI 2011』）を見ずして鬼ライブに来る心意気。」 2011.12.18 21:00:34

E26 「RT @R: 第二回鬼ヶ島単独ライブ「地獄への通学路」行きました。とにかく個々のネタの密度が濃い。コンセプチュアルで美しい舞台。面白かったです。」 2011.12.18 21:39:32

E27 「今日はもう、ものすごいいろんな方向に狂ってらっしゃいましたねー！人って34歳であんなにジャンプできるんですね、痺れましたよ RT @S: 狂った役をやるおおかわらさんちょうツボだなあ。笑いがとまらない！」 2011.12.18 21:48:45

EはQやSの投稿に自分の意見を加え（E25・E27）、Rの投稿を再投稿する（E26）リツイートをしている。このように、Eを介してQ・R・Sの投稿が拡散される。リツイートによってもライブ体験が共有され、オーディエンス同士の繋がりが広がるのである。

そして、Dは主に芸人に対する考察を中心とした感想を相次いで投稿している。

D28 「鬼ヶ島の単独は本当にただただ鬼ヶ島で、あんなにブレずに怖さと可愛さが同居

したネタを作り続けることができるってのはすごいなあ、と思いました。」 2011.12.19 07:47:05

D29 「鬼ヶ島のネタの怖さって子供の頃に漠然と感じるような物語の中の恐怖心を刺激するよなあ、と思うのです。呪いのネタとか留年のネタとか直接的なやつはそんなに怖くないんだけど、ずっと立たされるネタとかはバックボーンが怖すぎるんだよ！」 2011.12.19 07:48:42

D30 「呪いのビデオでの野田さんの「見たね？」ってセリフは僕は割りとは本気であーいうの怖いです。Youtubeにアップして、何も知らない人が見たら、本当に何かしらのおかしい映像だと思われそうな。」 2011.12.19 07:56:16

D31 「呪いのネタ、本編の方は、とにかく大川原さんがかわいかったなあ、と。あれこそ、絵本の世界じゃん！」 2011.12.19 07:58:52

これらの投稿を見たEは、ネタの怖さに関する投稿（D29）に反応し、Dと議論する。

E32 「@D ですよね…！！>子供の頃の恐怖 立たされるネタは設定があんなにムチャクチャなのに、野田さんの感情の動き方とかが変に現実味あるのが怖いですよ。本当に9年間人生をムダにされた真相があんな発覚の仕方したら、そりゃ叫ぶしかないわみたいな…」 2011.12.19 08:00:26

D33 「@E もうとにかく大川原さんの感情が見えないところもとにかく怖いです。け

ど、教師の理不尽さ、って本当にあーいうところがあったりするんですよね・・・怖い・・・」2011.12.19 08:02:28

E34 「@Dですねえ！子供の視点から見た大人への恐怖みたいのを感じますよ、大川原先生。最後野田さんが救われなさすぎてもう、鬼ヶ島おそろしすぎます！」2011.12.19 08:10:53

E32はD29の意見に同意する旨の投稿であ

る。これを受け、両者はさらに議論を重ねている（D33・E34）。なお、大阪から上京していたDのこれらの投稿は帰阪してから連続でなされている。これは即時的な共有ではないが、D（と投稿に反応したE）の主観的な時間軸では、ライブの余韻が翌朝も継続しているのかもしれない。もしそうならば、Twitterの繋がりにおいてはこうした時間のズレも容認されるゆるやかさがあると考えられる。

4. お笑いライブ参加時とテレビ視聴時とのTwitter利用にみる 現実の出来事とTwitter利用との関わり

3章で具体的な投稿を検討してきたように、お笑いライブ参加時のTwitter利用は共時性を重視した現実の出来事との相互作用を特徴としている。Twitterと現実の出来事との関係で言えば、顕著な出来事がある場合、それについての情報がTwitterに集積される。災害時のTwitter利用はその一例である。しかしライブ体験の場合、前章の投稿例にあるように、リアルタイムにライブを楽しみ、体験を共有する行為、すなわち時間の流れの共有が重視される傾向にある。

こうしたライブ参加時と関連するTwitter利用として、テレビ視聴時のTwitter利用がある。生放送・音楽番組・バラエティ番組といっ

たテレビ文化はライブと近接的であり、お笑いライブはテレビバラエティに出演する芸人が登場する点でとりわけ近接性が高い。

テレビ視聴時のTwitter利用の事例研究にWohn & Na (2011) がある。同研究と本論文の事例は、ライブとテレビという対象の異なり、日米間のTwitter利用傾向の異なり、対象とするTwitter利用者の異なり、対象データの規模・収集方法の異なりといった条件の差があり、そのまま比較することは困難である。今回は予備的検討として、3章のお笑いライブ参加時とテレビ視聴時のTwitter利用それぞれの特徴をみることにより、現実の出来事とTwitter利用との関係を考察する。

4.1 テレビ視聴時のTwitter利用についての事例研究

テレビ視聴時のTwitter利用の事例研究であるWohn & Na (2011) は、主に（1）テレビ視聴中に投稿されるメッセージのタイプ、

（2）テレビ視聴中の他の利用者とのインタラクション（リプライ）量、（3）テレビ視聴体験を共有する記号（ハッシュタグ・URL

など)の使用量をリサーチクエスチョン(以下RQ)としている。分析に使用されたデータは、いずれも米国の全国放送の番組である平日昼間の政治番組ならびにアイドルオーディション・バラエティ番組に際して投稿されたメッセージである。メッセージは放送時間付近(放送前・放送

中・放送後)に収集され、プライバシー設定が「公開」で、予め設定したキーワードを含み、英文で書かれたものが対象となった。政治番組は1,307メッセージ、バラエティ番組は1,012メッセージが分析対象とされた。

表3 テレビ視聴時のTwitterメッセージ分類とその割合(Wohn & Na, 2011)

	分類	メッセージタイプ	政治番組	バラエティ番組
(a)	注意	自分に関する客観的なメッセージ	15.53%	22.1%
(b)	情報	プログラムに関する客観的なメッセージ	22.8%	28.7%
(c)	感情	自分に関する主観的なメッセージ	23.3%	17.2%
(d)	意見	プログラムに関する主観的なメッセージ	38.3%	31.9%

RQ(1)については、主観的/客観的、自分自身に関する事/プログラムに関する事の2つの軸によって、メッセージ内容は(a)注意・(b)情報・(c)感情・(d)意見の4種類に分類され、その割合はそれぞれ表3のようになっている。割合が高いのは、政治番組・バラエティ番組ともに「(d)意見」である。RQ(2)については、放送中に利用者同士のインタラクションが確認された投稿は全体の4%以下であり、研究対象とされたテレビ視聴者同士

はインタラクティブではないことが明らかとなった。RQ(3)についてはハッシュタグの使用が多く、ピーク時には政治番組の35%、バラエティ番組の40%の投稿に使用されていた。これらの結果からWohn & Na(2011)は、利用者は「(d)意見」を最も多く投稿し、番組視聴中に直接的なやり取りこそしていないものの、ハッシュタグなどを使用してメッセージをシェアすることで擬似的な視聴集団を形成し、テレビ視聴を共同体験ととしている。

4.2 出来事に対する投稿の継続性

テレビ視聴時のTwitter利用の特徴として、番組の前後のTwitter利用が少ないことが挙げられる。Wohn & Na(2011)によると、特にバラエティ番組の場合、放送が終了すると投稿数が激減するという。これは、政治番組と比較してバラエティ番組が放送後に議論が継続するような内容ではないためであるとされている。他方、お笑いライブに際するTwitter利用の場合、3章でみ

たようにライブ開演前から投稿がなされ、終演後はテレビ視聴よりもある程度長時間、投稿が続けられる。この傾向は、本論文で対象としたライブではそもそも開演中に投稿ができないことに影響されていると考えられる。

ただし、この点が傾向に影響する唯一の要因であるか否かは議論の余地がある。たとえば、オーディエンスの性質の違いも要因の1つであ

り得る。テレビ視聴中の投稿は、チャンネルを合わせれば誰もが視聴できるという点で不特定多数の視聴者が行うものであり、それは番組中の一時的な視聴者集団による投稿である。他方、お笑いライブに際しての投稿は、ライブという限定的な体験をした者によって投稿され、関心を持つ者同士で共有されるものである。なお今回対象としたデータでは、6名中5名が相

4.3 出来事に対する投稿内容

Wohn & Na (2011) においては、番組内容によって投稿されるメッセージタイプの割合が異なることが示唆されている。表3のとおり、政治番組・娯楽番組とも「(d) 意見」の割合が最も高いが、政治番組の方がその割合が高くなっている。これは娯楽番組と比較して、政治番組は議論が発生しやすい内容であるためであると考えられる。

番組中のリアルタイムなTwitter利用が可能であるテレビ視聴とは異なり、お笑いライブは公演中のリアルタイムな投稿は困難であるが(2.2節参照)、お笑いライブについても同様

互フォローの関係にあり、同じライブを見た者同士リプライを送ることに抵抗が薄かったために、議論が継続した可能性も考えられる。このように、現実の出来事が生じた際のTwitter利用は、利用者の関係性によっても対象となる出来事に関する投稿の継続性が左右されることが考えられる。

に、ライブのプログラムによって投稿されるメッセージタイプの割合が異なる可能性がある。さらに言えば、番組内容だけでなく視聴者(ライブの場合は参加者)の知識やプログラムへの参与度合いによって投稿内容が異なり、割合が変わってくる可能性もある。本論文で対象としたお笑いライブ参加時のデータにおいてライブ後に意見交換が行われているのは、その影響かもしれない。つまり、現実の出来事についてTwitterに投稿される内容は、投稿者のその出来事に対するコミットメントの程度によっても変化する可能性があり得る。

5. 結論と今後の課題

5.1 結論

本論文では、お笑いライブに関して現実の出来事とTwitter利用との相互作用について検討した。対象としたライブ参加時の投稿は、時間の流れの共有を重視する点に特徴があり、本来は個別の体験であるライブを共同体験化する傾向がみられた。また、自分がライブへ参加する旨や、同じライブに参加した者へのお礼を不

特定多数に向けて投稿するTwitter利用の在り方もみられた。これは、リプライ機能による対象を明示した返信とは異なり、文脈を共有する仲間の存在を前提とするものである。コミュニティの外部から見れば誰に宛てたメッセージか分からないものでも、その中にいるメンバーが閲覧すれば分かる。これはライブという限定的

な体験への参与、さらにはTwitterの140字という字数制限や複数の利用手段をもつアーキテクチャが可能にしたTwitterの創造的な使用といえるかもしれない。

お笑いライブのように外部に生起する現実の出来事の場合、Twitterの利用がその出来事を介した利用者の共同性の感覚を生む。ただし、その出来事について投稿する人々の関係性や、出来事へのコミットメントの程度によって投稿行動の継続性や投稿内容に差が生まれる可能性がある。この可能性の検討については今後の課題としたい。

また今回対象としたライブでは、会場の様子

5.2 今後の課題

本論文では、予備的検討としてテレビ視聴時のTwitter利用に関する研究を参照しながら、外部に出来事が生じた場合のTwitter利用の特徴についても検討した。しかし、対象はお笑いライブ・政治番組・バラエティ番組であり、知見を一般化するにはデータの種類や量、調査対象とするオーディエンスなど多くの要因を考慮に入れた考察が必要となる。たとえば、日米間でTwitterの利用およびそれに対する認識が同様であることを前提とすることはできない。2010年12月のピュー・リサーチセンターの報告によると、米国と比較して日本のソーシャルメディアの利用率は低いとされている³⁾。他方、ニールセン・オンラインによる2010年3月の月間インターネット利用動向調査においては、Twitterへの訪問者数の割合（リーチ率）で日本が米国を抜いて世界第1位となったことが報告されている⁴⁾。このインターネット利

やライブレポート、ライブを見た後の思いといった言語化された体験が即時に投稿され、それを目にした他者とのインタラクションや他者の投稿のリツイートがみられた。これは、本来一回性の個別体験であったはずのお笑いライブが共有され、蓄積されていく過程と捉えることができる。つまり、お笑いライブに際するTwitter利用は、オーディエンスの単純な体験共有やそれに伴う繋がり（コミュニティ形成）への希求を満たすだけでなく、オーディエンスにとってより豊かな体験を提供する可能性があると考えられる。

用動向の違いはライブ参加・テレビ視聴に際するTwitter利用の在り方に影響している可能性がある。

本論文は事例研究として、現実の出来事とTwitter利用との相互作用について創造的ともいえるかもしれない側面をみてきた。Twitterが「いま」・「ここ」に関する情報を共有できるツールであると考え、音楽など他のライブにも今回の知見は一般化できる可能性がある。しかし、今回のような利用法がお笑いライブに特化したものか、ライブ一般にも見られるかについては更なる検討を要する。

今後は、お笑い以外のライブ・Twitter以外のツールについても研究対象を拡げることにより、インターネット・コミュニケーションに参与する人々によるソーシャルメディアの創造的使用について考察を深めたいと考えている。

註

- 1) 2012年12月18日（日本時間同19日）付のTwitter社公式アカウントによる投稿
<https://twitter.com/twitter/status/281051652235087872>（2013.10.27 参照）による。
- 2) Twitterにおいて特定の話題に関する投稿を示す記号。投稿の際に「#文字列」と入力すると同じ「#文字列」が含まれる投稿をグループ化して表示することができる。この「#文字列」をハッシュタグと呼ぶ。
- 3) Global Publics Embrace Social Networking: Computer and Cell Phone Usage Up Around the World — Pew Research Center, December 15, 2010.
<http://pewresearch.org/pubs/1830/social-networking-computer-cell-phone-usage-around-the-world>（2013.10.27参照）による。
- 4) 「『mixi』の訪問者数が1,000万人を突破、Twitterも急成長を維持〜ニールセン・オンライン、2010年3月の月間インターネット利用動向調査結果を発表〜」—— ニールセン・ネットレイティングス, 2010年04月27日。
http://www.netratings.co.jp/news_release//2010/04/Newsrelease20100427.html（2013.10.27参照）による。

参考文献

- Cha, M., Haddadi, H., Benevenuto, F., and Gummadi, P.K. (2010) : *Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy*, Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, pp.10-17. <http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/cha10influence.pdf>（2013.10.27 参照）.
- Dann, S. (2010) : *Twitter Content Classification*, First Monday, 15 (12-6) . <http://journals.uicui/ojs/index.php/fm/article/view/2745/2681>（2013.8.14参照）.
- 濱野智史 (2008) : 『アーキテクチャの生態系 —情報環境はいかに設計されてきたか』NTT出版.
- Honeycutt, C. and Herring, S. (2009) : *Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter*, Proceedings of the Forty-Second Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-42) , pp. 1-10.
- Jansen, B., Zhang, M., Sobel, K., and Chowdury, A. (2009) : *Twitter power: Tweets as electronic word of mouth*, Journal of the American Society for Information Science and Technology, 60 (11) , pp. 2169-2188.
- Java, A., Song, X., Finin, T., and Tseng, B. (2007) : *Why we Twitter: Understanding microblogging usage and communities*, Proceedings of the Ninth WEBKDD and First SNA-KDD Workshop on Web Mining and Social Network Analysis, pp. 56-65.
- 小出明弘・斉藤和巳・風間一洋・鳥海不二夫 (2013) 「ネットワーク分析によるTwitterユーザのフォロー形成に関する一考察」情報処理学会論文誌. 数理モデル化と応用, 6 (2) , 164-173.
- 宮入恭平・佐藤生実 (2011) : 『ライブシーンよ、どこへ行く ライブカルチャーとポピュラー音楽』青弓社.
- 須田剛裕・小嶋和徳・伊藤慶明・石亀昌明・鳥海不二夫 (2013) : 「震災時におけるツイッターのトレンドワードと拡散情報を利用したデマ推定の一考察」, 情報処理学会全国大会講演論文集2013 (1) , pp.99-101.
- 梅島彩奈・宮部真衣・荒牧英治・灘本明代 (2011) : 「災害時と平常時Twitterにおけるデマとデマ訂正ツイートの特徴分析」電子情報通信学会技術研究報告, データ工学 111 (361) , pp.59-64.
- Wohn, D.Y. and Na, E.K. (2011) : *Tweeting about TV: Sharing television viewing experiences via social media message streams*, First Monday, 16(3-7), <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3368/2779>（2013.8.14参照）.



高橋 みちな (たかはし・みちな)

1987年12月生まれ

[最終学歴] 東京大学大学院学際情報学府修士課程修了

[専攻領域] インターネット・コミュニケーション論

[著書・論文] 高橋みちな (2013)「ライブという場の現代的様相とその機能に関する探索的研究—Twitterで繋がるお笑いオーディエンスの事例から—」コンテンツ文化史学会『コンテンツ文化史研究』vol.8,pp.34-54.

[所属] 東京大学大学院学際情報学府博士後期課程

[所属学会] 社会情報学会、コンテンツ文化史学会

Usage of Twitter on a Live Japanese Comedy Performance: Interaction between the live performance experience and Twitter use

Michina TAKAHASHI*

Abstract

This study examines the creative use of Twitter by audiences to connect tweets to the live performance experience. In the Internet age, to some extent, live experiences have been reappraised by entertainment fans. It seems that the distinctiveness of Twitter communication enhance the enjoyment of live performances. However, not much practical research has been conducted. In this study, the tweets posted on Twitter by live audiences are qualitatively analyzed. Analysis of these tweets indicates that audiences at live performances share their experiences on Twitter before as well as after the performance. Tweeting enhances the audiences' experience of the live performance and their feelings of connection to each other. This study demonstrates the tactful use of Twitter by live audiences on Japanese comedy. Therefore, generalizability of its effect to other types of live performances must be verified. To do this, we need to gather and examine tweets for several live performances and audiences.

*Graduate School of Interdisciplinary Information Studies, the University of Tokyo

Key Words : Twitter, Live Entertainment, Audience, Community, Watching TV .