

# 「ネット世論」研究から見る「ハイブリッド・エスノグラフィー」の必要性

木 村 忠 正 (立教大学)

## 1. はじめに

本稿は、メディア研究の方法論という観点から、筆者が取り組んでいるネット世論研究の実践を紹介し、デジタルネットワークが私たちの生活に深く浸透し、人々の活動が組み込まれていく社会におけるメディア研究の方法論的課題を明確にすることを目的とする。

筆者は、マスメディアを中心としたメディア研究や、政治コミュニケーション研究、その文脈での「世論」研究を直接的な専門にしているわけではない。文化人類学を知的出自・基盤とするが、1990年代前半にインターネットと出遭ったことから、インターネットをフィールドとした人々の行動とインターネットを含みこんだ生活世界の変容について、それ以来調査研究に取り組んできた。

インターネット上での人々の行動はデジタル化されており、計量テキスト分析やネットワーク分析などの量的分析方法論が急速に発展を遂げている。他方、方法論的に文化人類学を特徴づけ、その中核となるのがエスノグラフィーであり、文化人類学が、エスノグラフィーという方法により、インターネット上での行動、インターネットを含みこんだ生活世界にいかにかアプローチできるのか。サイバースペースというフィールドにおけるエスノグラフィーは、従来のアナログ世界を前提とした方法論を根底から問い直す必要が生じる。

例えば、アナログ世界でのエスノグラフィー調査において、調査者は、協力者の了解を得て、同時・同所的に接する（観察、聞き取り、話し合い、参加、行動など）ことが必然であり、「干渉的（obtrusive）＝反応的（reactive）」とならざるをえない。反応型＝干渉型調査では、調査対象者の行動、態度、発話に、意識、無意識を問わずバイアスが生じるが、エスノグラフィー調査では、参与観察にもとづく双方向的調査者－協力者関係により、反応性を無効にしようとする。つまり、相互に相手の存在を認識し、活動を積み重ねることにより、協力者が調査者を日常生活の一部として受け入れ、自己開示する関係形成が志向される。そして、協力者の了解、信頼の醸成にもとづいた、同時・同所の長期的参与観察が、密度の高い質的調査へと結実することが目指される。

しかし、デジタル世界において、「フィールド」は、同時性、同所性の制約から解放される。調査者は、協力者と同時・同所である必要はなく、多時・多所的、異時・異所的に関わることができる。しかも、調査者と協力者とは相互に非対称的な関係を取り結びうる。つまり、調査者は、必ずしも協力者に知られることなく、協力者の残す多様な痕跡にアクセスし、量的、質的に掘り下げることができる。他方、協力者も、デジタル世界の記号として、調査者に捕捉されたとしても、アナログ世界のアイデンティティは秘匿しておくことができる。つまり、ソーシャルデータであれば、個々のアカウントのきめ細かい行動、態度、発話を、場所・時間を共有せず、非干渉的＝非反応的に観察することが可能であり、参与観察に縛られない、非反応型（nonreactive）＝非干渉型（unobtrusive）エスノグラフィー方法論の可能性が大きく拓けているのである。もちろん、それに伴い、研究倫理の問題もまた生じるが、人類学的フィールドワーク＝参与観察＝同時・同所的という等式はアナログ世界だからであり、デジタル世界では所与のものではない。

このように、デジタルネットワークを対象としたエスノグラフィー調査は、従来のアナログ世界を前提とした方法論に再考を迫るものであり、インターネット研究に関心を持つ文化人類学者、エスノグラフィー的アプローチに取り組むコミュニケーション研究者たちは、「オンラインエスノグラフィー」（Markham 1998, 2005；Gatson 2011）、「ヴァーチャル・エスノグラフィー」（Hine 2000）、「サイバーエスノグラフィー」（Robinson and Schulz 2009）、「デジタル人類学」（Horst and Miller eds. 2012）、「デジタルエスノグラフィー」（Murthy 2008；Pink et al. 2016）など方法論的議論において多様な展開を積み重ねてきた。

筆者もまた、こうした問題意識、学術的議論の展開を踏まえながら、『ハイブ

リッド・エスノグラフィー』(木村 2018b) という形で筆者なりの方法論をまとめた。そこで、本稿では、拙著にもとづき、エスノグラフィー的アプローチの変革という大きな枠組みにおける「ネット世論」研究の実践から、デジタルネットワーク社会におけるメディア研究の方法論的課題を読者とともに考える機会としたい。<sup>(1)</sup>

## 2. 「ネット世論」の構造

インターネット研究の文脈で考えると、インターネットが社会的に普及し始めた1990年代後半、サイバースペースに対して、新たな「公共圏」としての期待が生じた(吉田 2000; 干川 2001)。それは、サイバースペースでは、オフラインにおける人間関係や社会経済的な地位に縛られず、また時間、場所の制約からも解き放たれて、自由闊達に議論ができる可能性が拓かれたからである。

しかし匿名制では、表情などの社会的な手がかりが乏しく、匿名の陰に隠れている意識から、無責任で不適切な発言、過剰な「言い争い」「炎上」が生じやすい一方、登録制、メンバー限定などの仕組みにすると、ほとんど利用者がいなくなってしまう。他方、インターネットは聞き上手とともに、話し上手であり、自分の聞きたいことを耳にし、似たような嗜好性や価値観をもった話し相手には困らない。従って、似た者同士が交流、共感し合うことにより、特定の意見や思想が増幅される「エコーチェンバー(反響室)」現象や、さほど極端ではない個々人の意見が、集団として先鋭化された意思へと「リスキーシフト」され「集団成極化」が起こりやすい。

そこで、インターネット空間における社会的議論は、「ネット世論」と呼ばれ、従来の世論とは異なる傾向を持つとの認識が広がってきた。それは、新たな公共圏の創出よりもむしろ、「ネット炎上」を引き起こし、フェイクニュース(嘘のニュース)やオルタナティブファクト(もう一つの事実)が流布、拡散、世論操作が跋扈する空間ではないかとの懸念も大きい(荻上 2007; 蜷川 2010; 小峯 2015; 田中・山口 2016; Vosoughi et al. 2018など)。

このような捉え方をすれば、「ネット世論」とは、公論としての「世論」ではなく、「世情(public sentiment)」としての「世論」(佐藤 2008)が煽情的に増幅された言説空間、社会一般の世論とはかけ離れた偏ったものということになるだろう。もちろん、「炎上」「フェイク」「世論操作」などが、社会的にも学術的に

も重要な課題であることは間違いない。しかし、丹念に分析すれば、過度な言説はごく一部の人々が繰り返す局所的現象であり、その背後には膨大な人々が、さまざまな社会的出来事、政治的関心について、自ら感じることを、けして過激ではない自分の言葉で折に触れて投稿している。したがって、「ネット世論」を過度な言説とのみ捉えることは、現象を矮小化して捉える見方に陥ってしまう。エスノグラフィーの観点からみれば、ネット上のコメント集積から一つ一つを精査し、そこにはさまざまな意見や感情があることに着目し、リツイートや「いいね」をするといった、言説・感情・行動の複合体を「ネット世論」として捉えることが望まれる。

もっとも、こうしたエスノグラフィー的「世論」の捉え方はネットに限らず、アナログ世界でも同様にあてはまる。しかし、従来のアナログ世界では、「ニュース」に対する人々の感情、意見を、個別に丁寧かつ広範に捉えることは不可能だ。桂敬一は、「社会的に大きな影響力をもつと思われたりするものが選定され、新聞や放送を通じて情報として世間に提供されるのが通例で、それらをとらえてニュースと称する<sup>(2)</sup>」と規定しているが、インターネット以前、マスメディアがゲートキーパーとして、社会的に重要な事柄を選定し、媒体に掲載するものが「ニュース」であった。そして、いわゆる「世論調査」の結果の解釈も含め、ゲートキーパーを中心としたメディアに関係する人々の意見が「世論」の中核とならざるをえず、大部分の一般の人々にとって、理念的には、「世論」は自らもその一部である集合的表象であるはずにもかかわらず、実態としては、そこから疎外される他者であったといつてよいだろう。

ところが、デジタルネットワークの社会への浸透は、「ニュース」の産出、流通、「世論」・「世情」形成プロセスの構造を根底から変革し、「ニュース」「世論」それ自体、アナログ世界とは異なるものへと変貌を遂げている。図1は、ニュース産出・流通、ネット世論形成プロセスをメディアコミュニケーション構造として模式化したものである。

この図をもとに本稿は、「ニュース」を、「社会的関心を集める、あるいは、社会的に重要な事柄（出来事や議題・争点）に関する情報」、 「世論」を、「ニュースに対する意見・態度の社会的分布」、そして、「ネット世論」を、「ニュースに対するネット（ソーシャルメディア）上の意見・態度の社会的分布」とそれぞれ定義しておきたい。

先述の通り、アナログ世界では、マスメディアがゲートキーパーとして、社会

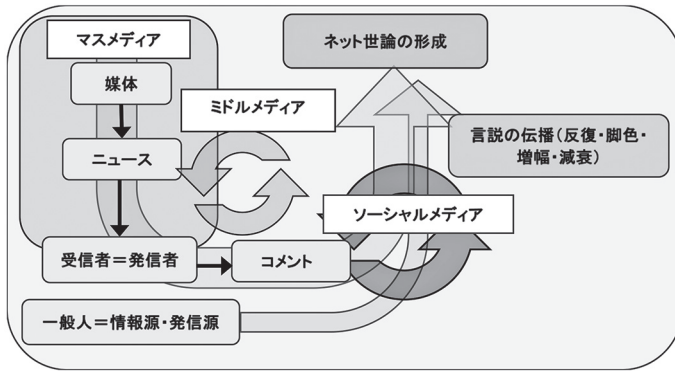


図1 日本社会におけるネット世論の構造

的に重要な事柄を選定し、媒体に掲載するものが「ニュース」であった。それに対して、ソーシャルメディアを中心としたインターネットは、従来のマスメディアとは独立した取材、情報源を、「ニュース」産出流通回路として新たに構築してきた。一方で、フリージャーナリスト、評論家などが、ブログ（フィルターブログ）、メールマガジン、Twitter等を駆使し、ジャーナリズム的機能を担うようになり、他方で、匿名掲示板やTwitterなどにおいて、独自の観点から収集した情報が投稿され、それが社会的関心と呼び「ニュース」として扱われる場合もネット上では一般化している。

また、こうしたネット上の情報も「ニュース」として扱う、「ガジェット通信」「BuzzFeed Japan」「J-CAST ニュース」「ロケットニュース24」のようなオンラインニュースサイト、ネット上で関心を集める情報を集約する「NAVER まとめ」「痛いニュース」のような「まとめサイト」が成長し、「ミドルメディア」（藤代 2017）とも呼ばれる世論形成空間として、発展してきたことも重要である。ネット上に発信され、多くの関心が集まる「ニュース」を、ミドルメディアがとりあげることで、さらにネットの関心を惹いたり、マスメディアでもニュースとして報じられ、いっそう社会的関心が昂進することも珍しくなくなっている。つまり、マスメディア、ミドルメディア、ソーシャルメディアの交錯する広大なメディア空間が、ネット世論形成のプラットフォームとして発展し、その社会的影響力が増大しつつある。

表1は筆者が2016年7、8月、関東・東海・関西圏16～70歳の男女1100人を対

表1 ウェブ調査による年代別ニュース・情報サイト利用率（単位：％）

	デジタルネイティブ		デジタル移民		全体平均
	16～24歳	25～35歳	36～50歳	51～70歳	
Yahoo! ニュース閲覧	60.0	76.5	78.2	72.4	72.5
ニュースポータルサイト閲覧	32.5	37.0	39.9	33.8	35.8
新聞社サイト	26.0	29.5	35.6	39.1	34.0
ニュースアプリ利用	30.0	31.0	17.4	20.2	23.2
動画サイトでの記事閲覧	42.5	34.5	31.9	29.1	33.3
まとめサイト	47.0	46.5	31.2	11.9	29.8
2ちゃんねるまとめサイト	39.5	31.5	23.8	11.9	23.7
2ちゃんねる閲覧	33.0	32.5	25.2	13.9	23.8
LINE でのニュース閲覧	44.5	23.5	20.1	8.5	20.9
Twitter でのニュース閲覧	43.0	27.0	16.1	7.9	20.0
Yahoo! ニュースコメント欄閲覧	38.0	48.0	41.9	40.3	41.7
Yahoo! ニュースコメント欄書込	14.0	12.5	9.4	10.2	11.1
商品・サービスへの評価・レビュー・コメント書込	29.0	33.0	28.2	26.6	28.6
個人掲示板・コメント欄書込	13.0	14.0	10.4	9.7	11.3
企業掲示板・コメント欄書込	9.0	9.5	5.4	2.7	5.8
2ちゃんねる書込	11.5	11.5	5.4	2.0	6.4
匿名掲示板書込	10.5	8.5	4.7	2.2	5.5
ネット「拡散行為」	21.5	12.0	4.0	2.7	8.2
ネット「炎上」参加	10.0	8.0	3.0	2.2	4.9
ネットアらし行為	7.5	7.0	2.3	1.5	3.8

2016年7・8月、関東・東海・関西圏16-70歳男女、有効回答数1100。関東、東海、関西の3地域で人口比に対応し、それぞれ5割、2割、3割となるようにした上で、それぞれの地域で、5歳刻み、男女で均等になるよう割り付け。表の項目は、いずれも、「日に2、3回以上」「日に1回」「週に3～5回」「月に3～6回」「月1、2回かそれ以下」「以前アクセス／利用／行動していたが今はしていない」「アクセス／利用／行動したことがない」の7つの選択肢でたずね、表の割合は、「日に2、3回以上」「日に1回」「週に3～5回」「月に3～6回」「月1、2回かそれ以下」のいずれかに回答した人の合計の割合である。

象として実施したウェブアンケート調査の結果である。ニュース接触という観点からみて、Yahoo! ニュースの閲覧がネット利用者にとって、大きな位置を占めているが、他のニュースポータルサイト（ミドルメディア）も、年代を問わず3分の1以上利用されており、スマートフォンでのニュースアプリ利用は、35歳以

下のデジタルネイティブ層で3割を超えた。また、デジタルネイティブ層は、「まとめサイト」に半数近く、「動画サイトでの記事閲覧」、「2ちゃんねる」、「LINEでのニュース閲覧」、「Twitterでのニュース閲覧」に3分の1程度アクセスしている。つまり、10代から30代では、図1に示したメディア生態系が、ニュース接触の回路として日常生活に組み込まれている様子を見とることができる。

実際、ソーシャルメディアサイト投稿数、閲覧数等を見ると、Twitterの日本語ツイートが1日6千万～1億程度、2ちゃんねる（5ちゃんねるとなったが、本稿では2ちゃんねる）では1日あたり250万投稿、1億ページビューといった規模の活動が生起しており、主要なミドルメディアも、月間アクティブ利用者数（MAU：Monthly Active Users）は数百万から千万単位、1カ月あたりページ閲覧数は、NAVERまとめが8億、ハムスター速報、痛いニュース、ロケットニュース24、Gigazine、J-CAST ニュース、ねとらぼなどは1億の水準に達する。

### 3. 「ネット世論」へのエスノグラフィックアプローチ

#### 3-1 ハイブリッド・エスノグラフィーとは何か

前節のようにネット世論形成過程を模式化した上で、本稿の観点から、方法的に重要なのは、「ネット世論」に対して、エスノグラフィー的にアプローチすることが可能なことである。Twitter、掲示板、ブログ、ニュースサイトのコメント欄など、多様なソーシャルメディアのログデータ（以下、「ソーシャルデータ」と表記する）は、匿名化した上で、非反応的＝非干渉的に、数十万、数百万水準の投稿アカウントに関して、具体的な行動を（時間軸を遡って、あたかもリアルタイムのように）観察、調査することができる。

もちろん、アナログ世界でのフィールドワークのように、協力者と強いラポールを形成し、生活世界について、深く多元的に、きめ細かく聞くことはできない。また、現段階では、異なるサービスでのアカウントを相互に紐づけ、体系的に分析することは、一部商用サービスを除けば不可能に近い。しかし、従来型のフィールドワークでは、ネット利用しているディスプレイを協力者の肩越しに観察することや、協力者のオンラインでの活動を研究者が参与観察することは現実的に難しい。また、質的調査では、協力者数がきわめて限られざるをえないことも言うまでもない。

万能な方法はなく、いかなる方法にも強みと弱みがある。「エスノグラフィー」

を同時・同所性、参与観察から解き放ち、個々の協力者の行動、発話、態度を、自然的状況において文脈に即して、きめ細かく把握することだと規定すれば、デジタルネットワーク「における／を介した」人々の活動に関する新たなエスノグラフィーの可能性が拓かれる。

「エスノグラフィー」がアナログ世界からデジタル世界に移行するに伴い、「干渉＝反応」と「非干渉＝非反応」とが対称性をもつことと並び、ここで確認しておきたい方法論的に重要な革新は、「定性」と「定量」もまた対称性をもつことである。ここでいう「対称性 (symmetry)」とは、もともと、Bloor (1976) が科学知識社会学における「ストロングプログラム」を展開する際に導入した概念である。Bloor は、科学的言明 (信念) の真／偽、合理／非合理について、どちらも説明が必要であり (公平性, impartiality), さらに、真は自然との整合性、偽は社会的要因といった非対称的説明ではなく、どちらも同じ体系で説明される必要 (対称性) があると主張した。

先に議論したように、エスノグラフィーが「干渉的＝反応的」であったのは、アナログ世界の論理に従っていたからであり、デジタル世界では「干渉／非干渉」は対称性を獲得する。そして、こうした対称性は、「定量／定性」に関しても同様である。従来のアナログ世界では、質的データ、量的データはそれぞれ独立しており、互換性がなかった。印刷文字情報としてのテキストを考えれば、基本的にアナログのままでは質的に留まり、自生的に量的ではありえない。それに対して、デジタル世界では、テキストは研究の必要性に応じて、「量的」でも「質的」でもありうる。ネットワーク上の人間関係も、質的にアプローチしようと思えば機微に触れることになり、ネットワーク密度、中心性 (次数、近接、媒介)、拘束度など量的分析もできる。つまり、「定量／定性」というのは、デジタル世界において、研究対象により予め規定されるものではなく、研究者がどちらかに固着する必然性はない。むしろ、研究者は、デジタルデータをどちらの側面からも対称的にアプローチすることこそが、事象を多角的に掘り下げて分析することを可能にするだろう<sup>(3)</sup>。

「ハイブリッド・エスノグラフィー」とは、この「干渉性／非干渉性」、「定量／定性」の対称性を指しており、筆者が、「デジタルエスノグラフィー」「サイバーエスノグラフィー」ではなく、「ハイブリッド・エスノグラフィー」という語を用いる理由である。

では、「ハイブリッド・エスノグラフィー」とは、より具体的にどのようなも



のか。筆者が取り組んでいるソーシャルデータを対象にした調査では、具体的に、①投稿アカウントそれぞれの投稿、②投稿に関連した特性データ、③投稿アカウント・投稿メッセージ同士のネットワークデータについて、体系的分析を試みている。方法論的にここで重要となるのは、①（計量）テキスト分析、②データ構造解析（多変量解析各種方法）、③（社会的）ネットワーク分析である。

拙著（木村 2018b）第10章では、日本最大のオンラインニュースサイトポータル Yahoo! ニュースのコメントデータをもとに、日本社会における「ネット世論」分析をハイブリッド・エスノグラフィーの実践として展開しているが、膨大なデータをもとにした分析は重層的、複合的であり、本稿の限られた紙幅では、具体的に紹介することが難しい。そこで、本稿では、ソーシャルデータに関する上記①～③の分析方法に関して、ネット世論研究分野における具体的な分析事例を紹介したい。それぞれの分析事例は、これまでの方法論的枠組では、エスノグラフィーとは言えず、研究者たちもエスノグラフィーを意図しているわけでは全くない。実際、それぞれはエスノグラフィーとしては、個々の文脈に即したキメの細かい分析という観点からは十分とはいえない。しかし、これらの方法をもとに、「ネット世論」を始めとして、ソーシャルデータをもとにした複合的、立体的で厚い記述を行う可能性は拓かれていると考えるものである。

### 3-2 計量テキスト分析，データ構造解析

ネット世論，ソーシャルデータ研究には、計量テキスト分析が不可欠なことは言うまでもない。アナログ世界における日本語テキストデータは、英語と異なり、単語が分かち書きされていないため、用いられている単語の数を数え上げることすら難しかった。しかし、コンピュータ処理能力の向上と自然言語処理研究の発展により、90年代半ばから日本語形態素解析ソフト（JUMAN, ChaSen（茶筌）、MeCab など）、2000年代には日本語テキストマイニングソフト（KH Coder, MLTP など）がフリーソフトウェアとして公開されるようになり、デジタル化されたテキストデータの量的分析も近年長足の発展を遂げてきた。2018年現在で考えれば、日本語を対象としたテキスト分析では、形態素解析に MeCab、辞書として mecab-ipadic-NEologd を用いることで、精度の高い分かち書きデータを手にすることができる。

分かち書きデータをもとに、さらにどのような分析をするかは、研究の主題如何である。ここで本稿の観点から重要となるのは、個々のアカウント毎の行動、

発言を識別するための属性データを工夫し、多様な多変量解析手法を用いて、体系的にアカウントの特性を明らかにすることである。例えば、Twitter であれば、アカウント毎のツイート数（収集対象期間、累計数）、フォロワー数、フォロー数、RT 数、メンション数、ハッシュタグ数、メンションやハッシュタグの類型化、利用語彙の特徴にもとづく指標など、様々な属性データを考案することができる。テキストデータ自体の分析とともに、こうしたアカウント毎の特性を分析するための変数と分析法を工夫することが重要となる。その際には、ビッグデータであればあるほど、仮説検証型ではなく、探索発見型の思考が求められることも強調しておきたい。予断をなるべく抑制し、多様な変数を構成、その変数間の関係から、アカウントの特性がどのように現れるかを、データとその背後にある人々の活動と粘り強く格闘しつつ、探索発見的にアプローチすることが、文脈に鋭敏な深い分析を可能とする。

ドイツの日本研究者 Schäfer ら（2017）の研究を参照してみたい。<sup>(4)</sup> Schäfer らは、2014年12月14日に投票が行われた日本の衆議院議員総選挙に関連し、Twitter での投稿アカウント分析を行った。具体的には、2014年12月8日から30日のツイートを対象とし、複数のキーワードによる検索を行い、<sup>(5)</sup> 54万2584ツイートを取得した。

彼らはこれらのツイートに関して、まず MeCab による分かち書きを行い、空白、@、#、URL、RT 記号を削除したうえで、同様の語句を用いた重複ツイートを判定するアルゴリズムを用いて、重複ツイート（全く同一とは限らないが表現を一定以上共有しているツイート）を特定した。その結果、43万1050ツイート（79.4%）が重複と判定された。RT 記号をもとにした RT 自体、30万7670ツイート（56.7%）に達し、Twitter において、リツイートが過半数以上を占めていることを示しているが、リツイート以外のツイート（23万4914）の61%（14万3869）が、互いに表現が類似し重複したものであることが分かる。

こうした重複ツイートは、特定の立場や争点、特定の人・組織・立場への非難を拡散するボット活動による部分も多いと考えられる。つまり、単純なリツイートではなく、あたかもオリジナルのツイートを発信しているように見えながら、同様の表現を繰り返しツイートする（場合によっては組織的な）プログラムの活動による可能性がある。そこで Schäfer らは、リツイート以外のツイートで、5以上重複ツイートされた3722のツイート（これらを本稿では、「ツイート群」と呼ぶことにする）について、いくつの異なるアカウントが、それらの重複ツイート群に

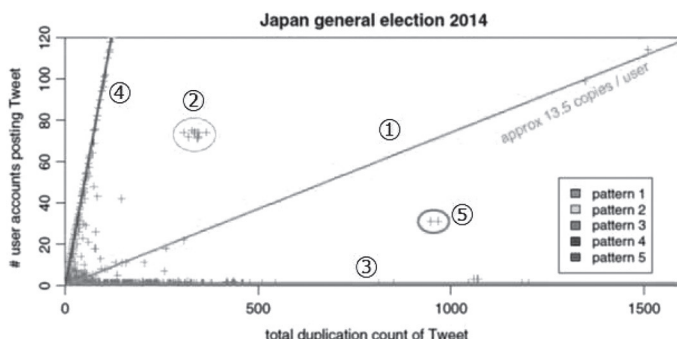


図2 重複ツイートの関与アカウント数とツイート数の散布図

出典：Schäfer et al. 2017：301, ①～⑤は筆者が補足

関わっているかを特定し、ある1ツイート群に含まれる重複ツイート数と関与するアカウント数による散布図を作成した。それが図2で、横軸が、ある1ツイート群に含まれる重複ツイート数、縦軸が関与するアカウント数を示している。

この図から、関与アカウント数と重複ツイート数との関係で5つのパターンが識別された。パターン①：原点あたりから右上に、関与アカウント1あたり13.5延べ数が増加する線形的関係。パターン②：70～80アカウントが300～400程度の重複ツイートに関与している11のツイート群。パターン③：1アカウントが数十か千単位の重複ツイートをしている。パターン④：1アカウントは1ツイートしかしていないが、数十、数百がツイート群を構成している。パターン⑤：30程度のアカウントが、1000近くの重複ツイートに関与している2つのツイート群。

これを踏まえ、Schäferらは、個々の重複ツイート群に立ち戻り、そのテキスト分析から、2つの主要な政治的意図を持った活動（安倍支持と塩村あやか議員のなりすまし）を特定し、具体的なツイートとアカウントの行動を詳細に分析している。他方、パターン④については、オンラインニュースサイトなどからシェアボタンでTwitterにシェアされたものであること、つまり、互いに無関係の個々の利用者が特定のニュースをシェアボタンで共有することで、ボット活動のように見えることが明らかとなった。

この研究は、日本学研究者によるものであり、大量のツイートデータの特徴を識別しながら、個々のアカウントの個別のツイートに即した分析を展開しており、ハイブリッド・エスノグラフィー的アプローチと考えることができる。

### 3-3 ネットワーク分析

Twitterをはじめ、ソーシャルデータでは、アカウント、メッセージなどをノードとし、フレンド、フォロワー、いいね、タグ付け、トラックバックなどを、ノード間の多様なつながり（エッジ）と捉えるネットワーク分析もまたきわめて重要である。

ネットワーク分析は、「社会的ネットワーク分析」（SNA：Social Network Analysis）として、社会科学においても発展してきているが、数理科学としての発展が著しく、人類学やエスノグラフィーには縁遠い存在に思われるかもしれない。だが、実際人類学者間においても、さほど広く認識されていないが、社会科学分野におけるSNAの形成・展開において、人類学もまた大きな役割を果たしてきた。つまり、エスノグラフィー調査においてSNAを展開する可能性を拓いてきたのである。

ここで詳述はできないが、アメリカ人類学では、1920年代後半から1940年代、Harvard大学のLloyd Warnerを中心に、産業化・都市化が進展しているアメリカ社会の工場やコミュニティをフィールドとして、インフォーマルな個人間関係の研究が積極的に開拓された（例えば、Warner ed. 1963）。イギリス人類学では、Barnes, Gluckman, Mitchell, Bottら（「マンチェスター派」と呼ばれることもある）が、都市化、産業化に伴い、人々の生活自体が個人化、多元化、複合化し、個々人が複数の社会文化的集団、組織、人間関係に、多様な形で参加、所属している状況に取り組む必要性から、個々人の帰属、参加の仕方を研究主題化し、「社会的ネットワーク（the social network）」（Barnes 1954）という語を用いるようになった。さらに、密度（density）、到達可能性（reachability）、多重関係性（multiplexity）、強度（intensity）など社会的ネットワークを捉える基本的な概念も、彼らの研究により具体化された（Mitchell ed. 1969）。

人類学的SNAは、現在のSNAが対象とするような数千、数万、数億といった大量データを扱うわけではない。むしろ、せいぜい数十といった限られた社会的主体を対象として、ノードのあり方、ノード間の関係性を、個別の文脈に沿って丹念に掘り下げていくことで、定量的分析と定性的分析とを高次に組み合わせることを可能にしたものである。

現代のSNAは、数万、数億といった文字通り桁違いのノードを対象に、人類学的SNAを志向することができる。ここでは、ソーシャルデータをもとに、きめ細かい文脈に沿ったネットワーク分析の事例として、Kelly and Etling（2008）

によるイランのプロゴスフィアを分析した研究を例にとりたい。彼らは、ハーバード大学バークマンインターネット社会リサーチセンターの「インターネットと民主主義 (Internet and Democracy)」プロジェクトにおいて、2007年7月から2008年3月にかけて、9万8875にのぼるペルシャ語によるブログを毎日トラッキングした。ブログを開設し、記事を書き、他のブログ、外部リソースにリンクを貼る、といった行為は、それぞれのブロガーが独立に行っていることである。そうしたブロガーたちの十万、百万単位の独立した行為が収集され、集合的行為として可視化され、分析の対象とされる。

ネットワーク科学的、SNA的に分析する際、量的にだけでは解析することはできない。ブログ同士のリンク関係だけではなく、ブログがリンクしている、ニュースサイト、オピニオンサイト、動画共有サイトなどを分析に加える必要があり、そうした情報源サイトの性格と影響力は、実際に研究者が質的に検討し、当該サイトを分析に加えるか否か、取捨選択をしなければならない。そうしたリンク関係の取捨選択を経て、6000余りのブログについて、ネットワーク近接性・密度 (network neighborhoods) 分析と、関心指向クラスター分析 (attentive cluster analysis)<sup>(6)</sup>により視覚化された結果が図3である。

さらに、量的データ解析の結果として、図に現れているような、相互に関連したいくつかのクラスターが見いだされるが、個々のクラスターがそれぞれどのようなブログの集まりかを知るには、やはり実際に、研究者がブログや参照する情報源を質的内容分析する必要がある。

ここで、デジタルネットワークデータがもたらす革新は、質的内容分析する際、分類されたクラスターから、そのクラスターを構成するブログ、情報源にすぐにアクセスすることができることである。従来の量的分析の場合、人為的作業 (タスク) により量化され、データ分析は度数、分布、行列などにもとづくため、データが量的データとして析出される元々の質的文脈にアクセスすることは困難であった。しかし、デジタルネットワークデータの場合には、きわめて容易に、個々の質的文脈に立ち戻ることができる。

こうした「量的／質的」、「量化／質化」の往復運動を経て、ペルシャ語のプロゴスフィアは、(1)世俗・改革派 (Secular/Reformist)、(2)保守・宗教 (Conservative/Religious)、(3)ペルシャ詩・文学 (Persian Poetry and Literature)、(4)その他雑多 (Mixed Networks、スポーツ、セレブ、少数民族文化、ポピュラー文化などに関連した小規模な集積の緩やかなクラスター) に分けられた<sup>(7)</sup>。

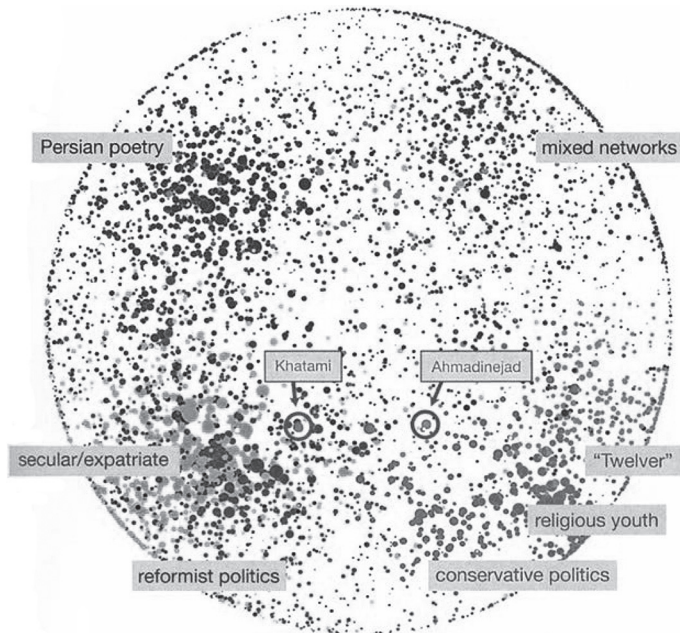


図3 ペルシャ語ブログスフィアの構造 (Kelly and Etling 2008)

出典： [http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Iran\\_blogosphere\\_map.jpg](http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Iran_blogosphere_map.jpg)

一般に、欧米の関心は、「世俗・改革派」クラスターのブログに集まり、オンラインの言説空間が、反体制、民主化を求める声に満たされているかのような印象を持つが、この分析では、ペルシャ語のブログスフィアにおいて、保守派、宗教的要素の強いブログもまた同程度に強く、アフマディーネジャードとハタミを焦点として、2つのクラスターは対峙していることが示された。

このような分析は、SNA、ネットワーク科学といった数理科学的指向性をもった方法論において、サンプリングを行い、仮説を構成して、母集団を推計したり、実験群と対照群とを比較する仮説検証型ではなく、データマイニングによりデータの構造を抽出し、その意味を探る、探索発見、仮説生成型推論が強く求められる、まさにこの文脈において、量的分析と質的解釈とが組み合わせられる必要が生じることもまた明確に示している。

デジタルネットワークでは、調査関心対象について、場合によっては全数となる大規模なデータが捕捉可能であり、仮説はむしろ予断として機能してしまうリ



スクがある。ちょうど、エスノグラファー（民族誌研究者）が、フィールドである村落を初めてたずねる状況に似て、予見をもたず、探索発見的に深く分け入ることが重要となる。テキスト、発話、音声、音楽、画像、動画など、アナログ世界では第一義的に質的とみなされていたデータは、デジタル世界においてその第一義性を失い、質的、量的と相互変換しながら仮説・理論生成へとつながるものとなるのである。

#### 4. おわりに

木村（2018a）でも議論しているが、筆者が、ネット世論研究を通して強く感じていることは、ポスト学術研究（Ziman 1994, 1996）、モード2科学（Gibbons et al. 1994=1997）が新たな次元へと進展し、〈学術研究／ビジネス研究〉という二分法がもはや意味をなさなくなっているということである。IT企業、とりわけ、Google、Amazon、Facebookなどのネット企業が収集し、解析しているデジタルネットワークデータは、ネットワークコミュニケーション、人間、社会の行動、思考に関する研究を進める上で、従来の学術研究／ビジネス研究という区分、棲み分けを全く無意味にしてしまう。

アナログ世界を対象としたビジネス研究は、限られた人員、予算の範囲で、ビジネスの関心を優先せざるをえない。むしろ、そうしたビジネスの関心を満たし、意思決定に資するデータ以上は求められていない。ところが、Google、Facebook、Amazonなどのネット企業は、私たちの行動、認知、感情等に関する文字通りのビッグデータを手にしている。そして、こうしたネット企業が収集しているデータこそ、学術研究にとっても中核的な価値をもつ。私たちの生活にとってネットワークが不可欠になればなるほど、ネット企業は、たんなるビジネス目的を越え、私たちヒトのあり方を解き明かすために不可欠なデータを手にしていくことになる。さらにそれを学術研究には及びもつかない資本と人材で研究開発を推進していることは、とくに人文・社会・人間科学研究者は真剣に捉える必要がある。

本稿では、あえて、積極的主題とはしなかったが、炎上、拡散、世論操作などは、これからの社会で一層調査研究が必要であり、それには、ここで展開したハイブリッド・エスノグラフィー的アプローチも有効であろう。ビッグデータ分析は秒進分歩で進展しており、人文・社会・人間科学研究は、権力やビジネスが、

自らの利害を優先して、そうした新たな技術を濫用することに注意を払いながら、自らも積極的に開拓することが求められているだろう。

## 注

- (1) したがって、本稿は、拙著（木村 2018b）に議論の大半を負っている。より具体的な分析等、関心をもたれた読者には、拙著を参照いただければ幸いである。また、ネット世論の具体的な分析結果自体は、木村（2017）も参照されたい。
- (2) 日本大百科全書（小学館）「ニュース」
- (3) この「対称性」に関する議論は、木村（2018b）にもとづき、木村（2018a）でも議論している。
- (4) Twitter データをもとにした日本におけるネット世論研究としては、高（2015）が方法論的観点からも示唆に富む。また、ハイブリッド・エスノグラフィーの観点からは、北村ら（2016）も、Twitter 利用に関して、ウェブモニター調査と万単位のアカントでのツイート収集を組み合わせしており、方法論的に興味深い。
- (5) 具体的な検索キーワードとしては、「総選挙」、「衆院選」、「アベノミクス」、「消費税」、「TPP」、「集团的自衛権」、「復興」、「エネルギー」、「再稼働」など主要争点、主要政党名並びに党首名で、合計28。
- (6) ネットワーク近接性・密度分析は、ブログ相互のリンクにより近さを計算し表現する手法であり、関心指向クラスター分析というのは、それぞれのブログが参照している外部ソース（ニュースサイト、オピニオンサイト、動画共有サイトなど）を分析し、どの程度同じ外部ソースを参照しているかによってブログをクラスターに分ける手法である。
- (7) 図3では、(1)世俗・改革派、(2)保守・宗教がさらに細分化されて表示されている。

## 引用・参考文献

- Barnes, J. A. (1954) "Class and Committees in a Norwegian Island Parish," *Human Relations*, 7(1) : 39-58.
- Bloor, David, (1976) *Knowledge and Social Imagery*, Routledge.
- 藤代裕之（2017）『ネットメディア覇権戦争』光文社
- Gatson, Sarah N. (2011) "The methods, politics, and ethics of representation in online ethnography," *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*, 4 : 245-275.
- Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., Scott, P. and Martin T., (1994 = 1997) *The New Production of Knowledge: The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies*, Sage. (小林信一監訳『現代社会と知の創造——モード論とは何か』丸善ライブラリー)
- Hine, Christine M. (2000) *Virtual Ethnography*, Sage.
- Horst, H. A. and D. Miller eds., (2012) *Digital anthropology*, Berg.
- 干川剛史（2001）『公共圏の社会学——デジタル・ネットワーキングによる公共圏構築へ向けて』法律文化社



- Kelly, J. and B. Etling, (2008) "Mapping Iran's Online Public: Politics and Culture in the Persian Blogosphere," *Berkman Center Research Publication, No. 2008-01. The Berkman Center for Internet & Society, Harvard University.* [http://cyber.harvard.edu/sites/cyber.harvard.edu/files/Kelly&Etling\\_Mapping\\_Irans\\_Online\\_Public\\_2008.pdf](http://cyber.harvard.edu/sites/cyber.harvard.edu/files/Kelly&Etling_Mapping_Irans_Online_Public_2008.pdf) (2018年7月11日閲覧)
- 木村忠正 (2016) 「定性・定量融合法 (mixedmethods) にもとづく日中『デジタルネイティブ』の政治意識とネットワーク行動に関する調査研究」 *Annual report of the Murata Science Foundation*, No. 30, 村田学術振興財団, 252-263
- (2017) 「『ネット世論』で保守に叩かれる理由」『中央公論』2018年1月号 134-141
- (2018a) 「CMCのエスノグラフィー方法論からみた説明体系における『対称性』の拡張」(特集「越境する・社会・学」), 『学術の動向』23(4) 24-30
- (2018b) 『ハイブリッド・エスノグラフィー』新曜社
- 北村智・佐々木裕一・河井大介 (2016) 『ツイッターの心理学』誠信書房
- 小峯隆生 (2015) 「『炎上』と『拡散』の考現学——なぜネット空間で情報は変容するのか」祥伝社
- 高史明 (2015) 『レイシズムを解剖する』勁草書房
- Markham, A. N. (1998) *Life online: Researching real experience in virtual space*, Vol. 6, Rowman Altamira.
- (2005) "The methods, politics, and ethics of representation in online ethnography," In N. Denzin and Y. Lincoln eds., *The Sage Handbook of Qualitative Research*, SAGE, Thousand Oaks, California Sage, 3rd ed. : 793-820.
- Mitchell, J. C. ed. (1969) *Social networks in urban situations: analyses of personal relationships in Central African towns*, Manchester University Press.
- Murthy, D. (2008) "Digital ethnography: An examination of the use of new technologies for social research," *Sociology*, 42(5) : 837-855.
- 蜷川真夫 (2010) 『ネットの炎上力』文藝春秋
- 荻上チキ (2007) 『ウェブ炎上——ネット群集の暴走と可能性』筑摩書房
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. and Jo Tacchi, (2016) *Digital ethnography*, Springer, 161.
- Robinson, L. and J. Schulz (2009) "New Avenues for Sociological Inquiry: Evolving Forms of Ethnographic Practice," *Sociology*, 43(4) : 685-698.
- 佐藤卓己 (2008) 『輿論と世論——日本の民意の系譜学』新潮社
- Schäfer, F., Evert, S. and P. Heinrich (2017) "Japan's 2014 General Election: Political Bots, Right-Wing Internet Activism, and Prime Minister Shinzō Abe's Hidden Nationalist Agenda. Big data, 5(4) : 294-309.
- 田中辰雄・山口真一 (2016) 『ネット炎上の研究』勁草書房
- Vosoughi, S., Roy, D. and S. Aral. (2018) "The spread of true and false news online," *Science*, 359 (6380) : 1146-1151.
- Warner, W. L. ed. (1963) *Yankee City. One Volume, Abridged edition*, Yale University Press.

- ty Press.
- 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』  
世界思想社
- Ziman, J. (1996) “Is science losing its objectivity?” *Nature*, 382 (6594) : 751-754.
- (1994) *Prometheus Bound: Science in a dynamic steady state*, Cambridge  
University Press.