

# イマジナリー・コミュニケーション I ～顧客間インタラクションと2ちゃんねる

棚 橋 豪

## 0. 生産・消費・電子メディア

生産／消費のマーケティング・コミュニケーションに焦点を当てる時、両者を媒介する電子メディア活用の如何が鍵を握っている。電子メディアの発展は、マーケティングの在り方や消費そのものの意味に多大な影響を及ぼしてきたのは周知の通りである。

とりわけ近年のウェブ・マーケティングの潮流では、コミュニティ・サイトを介在させた手法が注目を集めている。本稿は、関係性マーケティング論への一視覚として、「便所の落書き」と揶揄されるほどまでに破綻した…かのように見えてしぶとく生き続けるサイト「2ちゃんねる」を手がかりにしよう。ここにおいて、我々は既存のネット・コミュニティ（論）の陥穽を見いだすことができる。

時代を遡ること20年前、電子計算機やネットワークの拡充が企業にもたらされようとしていた頃、生産／消費の関係は一つの転換期を迎える。企業は消費者という得体の知れない魔物を前にして、より高度な情報処理技術で対峙することが可能になった。それらは「ワン・トゥ・ワン・マーケティング」や「データベース・マーケティング」へと結実していく。

これらは総称として「関係性マーケティング」とも呼ばれたが、しかしながら実際に顧客との「関係性」が築けたのかどうかは疑わしい。関係性マーケティング（論）は、生産／消費間の協調関係やコミュニケーションといった両者の「双方向性」を基点とすることで従来のマーケティングとの理論上の差別化を図った。だが「ワン・トゥ・ワン・マーケティング」や「データベース・マーケティング」は実質的には、膨大な顧客情報を計算機で一括管理するだけで、またその情報をもとにダイレクト・メールを消費者に送りつけるだけだったのである。

結局、それらの手法は、企業が一方的に消費者に働きかけていくという意味で、従来のマーケティング手法の延長線上にあった。それらは、いわば「双方向性」ではなくむしろ「より徹底された一方方向性」を志向したものであったと言えよう。

その後のインターネット普及期では、より本質的な生産／消費の「双方向性」が模索されるようになる。國領（1999）はこの可能性に先鞭をつけている。彼は単なるB2Cだけでない、企業とC2Cの関係「顧客間インタラクション」の重要性を指摘した。具体的には、ウェブ上の消費者間のコミュニティ構築が、次世代型「関係性のマネジメント」の鍵になることを説いている。実際に、現代のネット上に群生するウェブ・コミュニティの存在は、彼に先見の明があっ

たことを裏付けているだろう。

しかしながら、この「顧客間インタラクション」の詳細は、未だ実務家、研究者の双方にとって十分に解明にされたものであるとは言えないのが実情である。そこで本稿は、この問題への手がかりを模索するにあたって、日本独特のネット・コミュニティである巨大電子掲示板「2ちゃんねる」に注目したい。皮肉にも、ネット・コミュニティの中で最もビジネス性を放棄した筈の「2ちゃんねる」。しかも運営形態は法人どころかNPO法人ですらない。

このジャンクな電子掲示板は、一見インタラクションの場としてノイズだらけで破綻している。しかしその一方で移り変わりの激しいネット環境を生き抜いてきた。果たしてこのコミュニティ・サイトはどのように理解すれば良いのか？ これへの考察がそのまま、インターネット時代の「関係性のマネジメント」のヒントになるとと思われる。

## 1. 「2ちゃんねる」の対話接続様式

名無しさん：日記を書くときマイミクがみんなコメントつけてくれるので、

ソワソワしてマメに見ちゃう

名無しさん：あんまりソワソワしないで

名無しさん：ぬるぽ

名無しさん：ガッ

名無しさん：うるせえやつらだなあ…

### 1-1. 「提供型モデル」とマネジメント

ネット・コミュニティ編成には、コミュニケーションにさらなるコミュニケーションを連接させて秩序立てるルールや仕組みが不可欠である。このような対話のコンテキストを欠いた場合、恐らくコミュニティは錯乱をきたし、メンバーの有効な情報伝達は破綻するだろう。さらに、健全なネットの対話を阻害する「荒らし」の蔓延を許すことになりかねない。ここでは「マジレス」は機能不全に陥り、ネット・コミュニティは頓挫してしまう…

以上はネット・コミュニティのマネジメント思想として広く支持された定説である。確かに、ネット・コミュニティにおける対話接続の侵犯や妨害は忌むべき事態として理解されてきた。事実、ネット・コミュニティ運営者は、天下りの「荒らし」や「煽り」を駆逐し、ネット・コミュニティの規範監督を担わなくてはいけない。しかし、このような天下りのネット・コミュニティ・マネジメントは、ある条件のもとでしか効力を発揮しないことに注意する必要がある。

石井・水越（2006）によれば、天下りの管理が有効なのは、ネット・コミュニティの編成

目的が「コミュニケーションの結果」に求められる場合である。運営者は、メンバー間のコミュニケーションの文脈を整備してやることにより、顧客間インタラクションをビジネスへ活用可能となる。

他方、ネット・コミュニティ編成目的が「コミュニケーションそれ自体」にある場合、マネジメントはより繊細な舵取りを強いられることになる。コミュニティの目的は、対話の場を提供してやることだ。当然コミュニティの規律はユーザーの自生的な秩序に任せるのが望ましい。しかしながら自由な対話の場をマネジメントするということは、如何なることなのだろうか？ これを考えるに、「コミュニケーションそれ自体」を志向するサイトをさらに「課金型モデル」と「提供型モデル」に分けてみよう。

「課金型モデル」では、サイトの主題は限定的に扱われ、またメンバーは実名的に扱われる。サイトの主題と課金が自ずと参加メンバーを規定し、さらに実名性により、現実世界で行われるような対話接続が期待できる。このようにサイト内容を事前にそして厳格に定義することによって、対話の文脈は荒れることが少ない。

一方で、多様な価値観を持った匿名的ユーザーに、対話の場を提供する「提供型モデル」はどうだろうか？ そこではコミュニケーションを秩序立てる手掛かりがなく、もはやそれはマネジメントの埒外ではないのか。もしそのようなサイトを目指したならば、恐らくそのサイトは、冒頭の定説よろしく頓挫を強いられることになる…果たして本当にそうだろうか？

かつてのIT革命ブームや昨今のWEB2.0などを嘲笑うかの如く躍進し続けるサイトが、ここにある。日本を代表する「便所の落書き」。無数の「名無しさん」たちが、マジな対話の綻びを求め、そしてその破綻すらポジティブに戯れてしまう想像的対話の場「2ちゃんねる」である。

## 1-2. イマジナリー・コミュニケーション

対話のズレを志向しながらも、他方において意味不明のノイズまでナンセンス・ジョークとしてしまう対話。本稿ではこれをイマジナリー・コミュニケーションと呼ぶことにしよう。これは、対話の文脈を破綻させると同時にこれを修復していく対話接続である。任意の文脈を所与として展開されるマジレス・コミュニケーションとはその趣を大きく違える。

ネタに次ぐネタの応酬の果てに極限に達したネタは、もはやその発言がマジメになされたレスポンス＝マジレスなのか、それともネタレスなのか判別できない。そして、マジかネタか解らないことそれ自体がさらなる語りの糧となるのだ。かかる対話において、もはや純粋な「荒らし」や「煽り」など存在し得ないことは明らかだろう。というのも「荒らし」の目的は対話の障害であるが、しかし「2ちゃんねる」はまさに対話の脱線をこそ対話の原動力としているのだから。

イマジナリー・コミュニケーションとは、我々がリアルの日常世界で行われるような「ユーモア」と等価である。ユーモアとは、マジメなレスポンスでもなければアイロニーでもない。アイロニーのような発話者の高みにたったイヤミな視線をさらに超えた場所にユーモアは存在する。このユーモアの活性化こそ、運営者とメンバーの双方を巻き込みながら、この匿名掲示板を内側から持続させてきた原動力の正体ではないのか？

また、この種の対話を維持するためには、コミュニティ管理者もやはりキワドイ舵取りが要求されるだろう。これらの詳細は後述するが、その前にひとまず「2ちゃんねる」が登場するまでの来歴を紐解いていこう。

## 2. 電子掲示板の系譜

「2ちゃんねる」の台頭以前、我が国の電子掲示板 (Bulletin Board System) の文化的土壌は、インターネット普及黎明期の「あやしいわーど」や「あめぞう」などのアンダーグラウンド系掲示板で培われてきた。そして、さらなる源流は、パソコン通信時代の商用BBSへと辿り着く。その代表格が「NIFTY-Serve」である。

### 2-1. パソコン通信時代

1985年、電電公社民営化に伴い、我が国の通信事業は自由化へとシフトする。この法改正が事実上、パソコン通信文化の幕開けを告げる。多くの商用BBSが運営を開始する中、1987年に「NIFTY-Serve」も開局する。開局時の会員総数は3000人である。その後、通信インフラの整備に伴いユーザー数を増進させていき、1990年には会員総数は10万人、1995年には200万人超が集う国内最大手商用BBSとなる。さらに時代は進み、パソコンによる通信が「インターネット」を意味するようになる中、パソコン通信ユーザーは減少していく。これを受けて、既存のパソコン通信サービスもまたウェブサイト版の「@nifty」内へ移転されていき、2006年3月31日に終幕を迎えた。

全盛期における「NIFTY-Serve」のコミュニケーションは、「フォーラム」内の「電子会議室」で行われた。このフォーラムはテーマ別にカテゴライズされており、具体的に「フォーラム一覧」のカテゴリー・メニューでは図のように表示される。各カテゴリーの中には、さらに個別的テーマに細分化されたフォーラムが存在する。例えば、フォーラム一覧における「8. 生活／ライフスタイル」の中には、専門フォーラム「1. 料理フォーラム」、「2. バッカス・酒フォーラム」、「3. DIYフォーラム」、「4. 手芸とファッションのフォーラム」…「25. 全国生協フォーラム」等が連なる。専門フォーラム総数は1995年時点で390種を超えていた。

## フォーラム一覧 FLIST

- |                    |                |
|--------------------|----------------|
| 1. ビジネス／経済／行政      | 2. 科学／技術／語学    |
| 3. 書籍／文芸           | 4. 社会／教育／研究    |
| 5. スポーツ            | 6. 音楽／映画／放送    |
| 7. 旅行／車            | 8. 生活／ライフスタイル  |
| 9. 健康／医療           | 10. 占い／クイズ／ゲーム |
| 11. ワープロ／パソコン／周辺機器 | 12. ソフトウェア     |
| 13. ホビー／ノンセクション    | 14. フォーラムイベント  |

多様化した各フォーラムを目安にして、ユーザーが興味に応じた対話の場を選択するという意味では、かつての「NIFTY-Serve」と現在の「2ちゃんねる」はさほどの違いは見られない。しかし、そうはいつでもやはり、両者の存立様式は、ユーザー間の絆の在り方において対照的である。

小島 (2005) は『パソコン通信』とは何だったのか』において、「NIFTY-Serve」と「2ちゃんねる」を大きく分け隔てるものが「発言の質」であることを指摘する。クオリティは、「NIFTY-Serve」の方が高かった。この背景には通信コストの問題がある。パソコン通信時代、通信コストは商用BBSへの接続料に加えNTTへの通話料が発生した。現在のような定額制やパケットフリーなどの課金方式は存在しなかったのである。

パソコンそれ自体の敷居の高さと通信コストの高さが、ユーザーの質を規定していた。匿名掲示板とはいえ、そこにはある種の連帯が存在していたことは想像に難くないだろう。さらに、この通信コストを節約するために、自動巡回ソフト「NifTerm」などを使用するのが常套手段であった。これを用いて、オンラインでログを収集し、回線を一旦切断したオフライン状態でログを閲覧する。そして、この制約が「オフラインでじっくり読んで考え、返事をするというスタイル」を築いた。

まさにパソコン通信文化は、「匿名の世界ではあったが、礼節には厳しい社会であった」のである。そこでのユーザー間のやりとりは「理路整然と長文の説教を食らう」ことはあっても、「2ちゃんねる」の「氏ね!」といった条件反射的な誹謗中傷に巻き込まれることはなかった。それは小島のようにレスを真に受けてしまう世代にとって、耐え難いノイズなのだ。<sup>1</sup> こうして、90年代半ばから始まるインターネット普及に伴い、ネット・コミュニティにかつての「礼節」が薄れる中、「NIFTY-Serve」の住人たちは戸惑いを隠せなかった。彼らはコ

<sup>1</sup><http://japan.internet.com/research/20050708/1.html>

インターネット上でのコミュニケーションで憤りを感じる度合いは、世代、性別において格差がみられることが明らかにされている。この調査で、最も憤りを顕著に示したのは40歳以上の男性であった。

コミュニティ難民となりネットワークをさまよう。しかし、この漂泊は、彼らが培ったネット文化を、より公共的なウェブへと波及させていくものでもあったのだ。

## 2-2. ネタ化するアンダーグラウンド

「NIFTY-Serve」の「フォーラム」が表の顔であるならば、「NIFTY-Serve」の有料サービス「ホームパーティ」や「パーティオ」は裏の顔と言えるだろう。それらは、ユーザー個人が電子会議室を開設できるサービスであり、IDとパスワードを教えた仲間内での連絡に使用するものであった。実際にそのようにも使用されたが、このサービス内容が私信扱いであるということ、すなわちニフティ当局が個人会議室を検閲や削除できないことを利用して、キワドイ投稿を売りにした掲示板も存在した。

この怪しげな方の「ホームパーティ」の一つに、1995年に開設された「あやしいワールド」が挙げられる。この時代の掲示板の特色や史的背景については『教科書には載らないニッポンのインターネットの教科書』に詳しい。これによると、「しば」氏こと芝雅之氏が「あやしいワールド」を開設した動機は、当時の地下鉄サリン事件をモチーフにした「霞ヶ関」というゲーム—都内地下鉄路線図にサリンをまく駅を指定すると、死亡者数が淡々と表示されるという不謹慎ゲーム—を配布するためであった。<sup>2</sup>

もともと「霞ヶ関」は、アンダーグラウンドのみで限定的に公開されており、内輪のブラックユーモアとして流通していたが、マスコミに大々的に取り上げられるや否や批判的となる。この批判を、話題と受け取とめた興味本位のユーザーたちは、これを入手可能なネットへと集中する。「アンダーグラウンド」が、もはやかつての閉鎖的コミュニティのものではなく、大衆化されたネットワークの中で、ネタとして消費されていくことを暗示していた。

### ・あやしいわーど

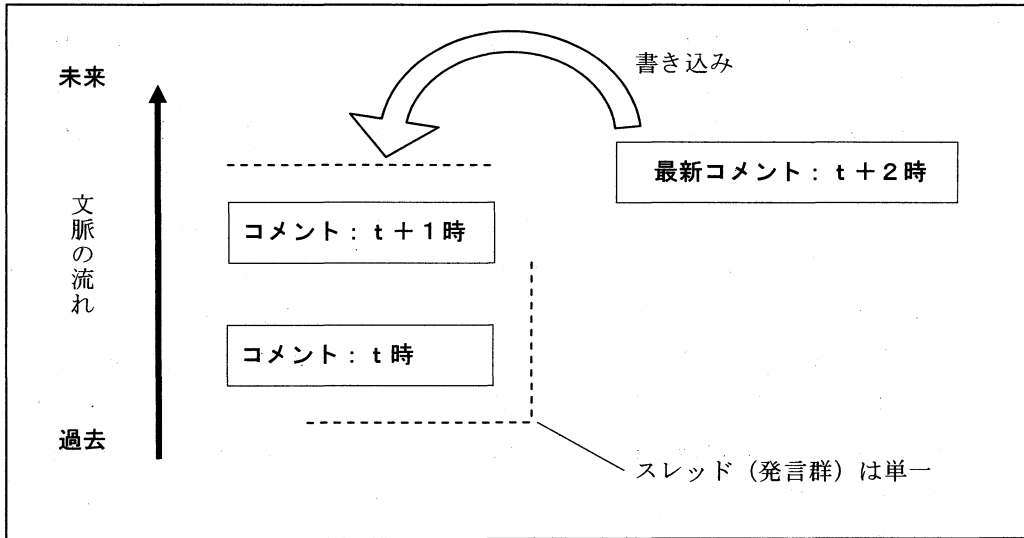
翌年の1996年、「NIFTY-Serve」の中にあつた「あやしいワールド」はウェブ上の掲示板「あわしいわーど」（「わーど」が平仮名である点に注意）として公開される。

掲示板の構造としては、Minibbsタイプと呼ばれる「積み上げ型」を採用している。このタイプの掲示板は、書き込みを行うと、そのコメントがリストの最上段に記載される。誰かが書き込んだ最新コメントを、上段に積み上げて画面上に表示していく方式である。この方式は、限定された仲間内での連絡に向いているが、反対に、不特定多数が

<sup>2</sup>私見によれば、このゲームが批判を浴びた理由は、表層のゲームコンセプトに在ったのではない。むしろ、本来的な意味でのゲームコンセプトそのものの欠落にあつたと推察する。このゲームでは、何も考えなくても、淡々と死者数を表す数字が反射的に表示される。そこにはゲームをゲームたらしめるコンセプトは無いに等しいものだった。そして、まさにそこにおいて、理念すらなかったオーム真理教の実際の犯罪と重ね合わされてしまったのである。

リアルタイムに参加するやり取りには不利である。活発な書き込みは、古い記事を下方へ流してしまい、ログ情報把握は煩雑となるからだ。もっとも、単一のスレッド（発言群）内で多人数がとりとめない話題をチャットしていくところに、「あやしいわーど」の醍醐味があったのだが。

積み上げ型掲示板



「あやしいわーど」でやり取りされた内容は、文字通りに怪しい違法コピーソフトやポルノといったものから顔文字「＼(´ー`)ノ」やそこはかかない雑談といったものまで、幅広い書き込みが混在していた。

「しば」氏の元祖「あやしいわーど」は1998年に閉鎖される。閉鎖理由は定かではないが、激増するアクセスに統制が効かなくなったことも、その一つだろう。その後、このサイト文化を受け継ぐべくして、暖簾分けした小規模掲示板群が2007年現在も運営されている。この文化的持続力の誘因は、もはやベタなアングラ情報とは無縁であろう。むしろ、そこはかかない、ダラダラとした対話接続にこそ「あやしいわーど」の個性があったと推測できる。

前掲書における、管理人「しば」氏へのインタビューで、このサイトが人気を博した理由を彼は次のように述懐している。「アングラというか、もっとダラダラしたところ。アングラ掲示板ってある意味マジメじゃないですか。ダメな感じがよかったんじゃない？」と。この「ダメな感じ」は、単なる「ダメ」とは次元を異にする。「ダメな感じ」は、そもそも「ダメ」を認めない礼節のBBSとは異なり、また「ダメ」情報を垂れ流すだけのアングラサイトとも異なる。前者は雑談するにはマジメ過ぎるし、後者も具体的な目的論のもと裏技を追求していく点で、「ある意味マジメ」なのだ。

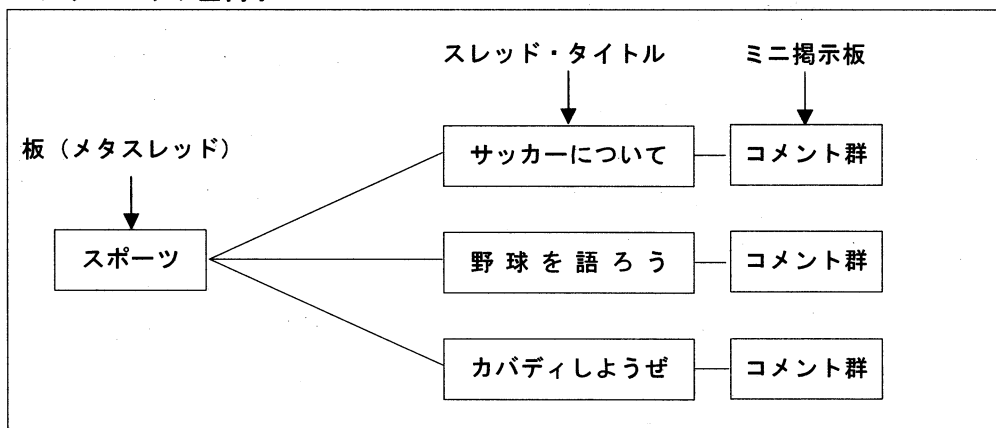
「あやしいわーど」が発見したものは、匿名的不特定多数がドラドラと井戸端会議をしてしまう、奇妙な対話接続の可能性である。そこでは、本当に「ダメ」なものすら「～な感じ」を付け加えてあえて肯定してしまうような志向性、ネタ文化が隠顕していた。

## ・あめぞう

現在ならば、何か目的のサイトや情報を探す時は、迷わず検索エンジンを使うだろう。しかし、90年代後半の検索エンジンは過渡期にあった。それゆえにユーザーは、目的に応じて検索エンジンと任意のリンクサイトを使い分けるのが習いであった。このようなサイト環境の中、1997年に「あめぞうリンク」は公開される。このサイトは、当初、管理人「あめぞう」氏の私的ブックマークをリンクサイトにしたものだった。

さらに、このリンク集の中には、「あめぞう」氏自身の掲示板も含まれていた。後に、「あめぞう」というサイト名は、この掲示板自体を指すようになる。「あめぞう」掲示板は加速度的にユーザー数を増やしながらか、掲示板システムを充実させていく。そして革新的な掲示板システムを大成させた。「あめぞう」氏はresbbsタイプの掲示板を改良して、1998年に「マルチスレッドフロート型」を構築する。これは現在、「あめぞう型掲示板」、「2ちゃんねる型掲示板」とも呼ばれるシステムである。以下に図説しておく。先の「積み上げ型」が単一のスレッド内で書き込みが行われるのに対して、複数のスレッドを備えるのが「マルチスレッド型」である。このスレッド群の集合体（メタスレッド）を「板」と呼ぶ。

マルチスレッド型掲示



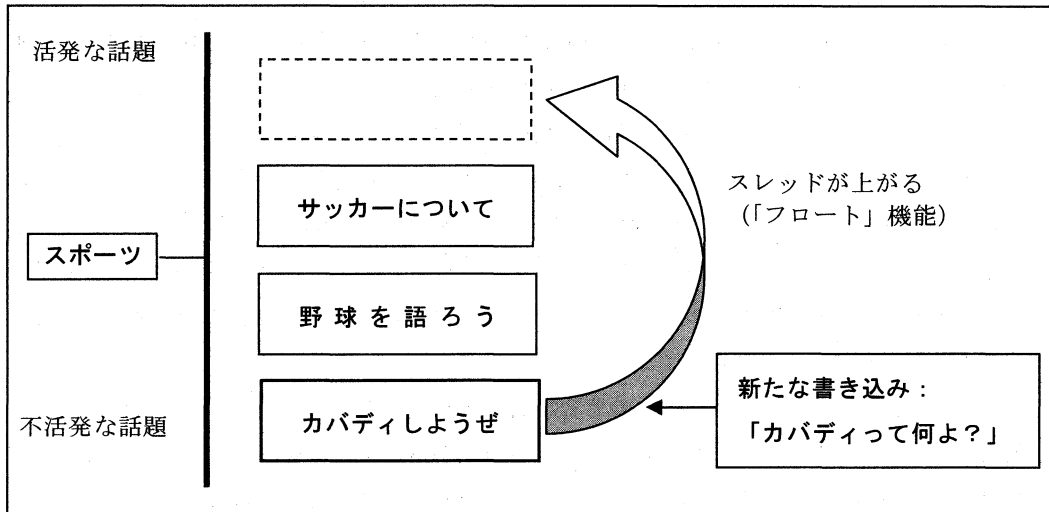
「マルチスレッド型掲示板」は、「板」の中に、事実上のミニ掲示板としてのスレッドを連ねている。このマルチスレッド化によって、先述の「NIFTY-Serve」でいう「フォーラム」と同様に、ユーザーはより専門化したテーマで話し合うことができる。また、



ユーザーがスレッドを立てて管理していくので、管理人は多様なテーマを扱った掲示板を少ない労力で運営可能にする。

「マルチスレッドフロート型」は、これにさらなる改良を加えたものである。任意のスレッドに書き込みが行われると、そのスレッドはスレッド一覧の最上段に表示される。多くのユーザーが注目するスレッドは、書き込まれる確率が高くなり、常に上段に存続することになるだろう。この時、板内のスレッドの配列は、そのまま「どんなスレッドが今、話題なのか」を示している。いわば、ホットトピックの指標として機能している。

マルチスレッドフロート型掲示板



以上のような特徴を持つ「マルチスレッドフロート型」は、少人数向きの「積み上げ型」とは対照的に、多数のユーザーが利用して初めてその真価が発揮される。「あめぞう」にこれが導入されるのと期を同じくして、本家「あやしいわーど」閉鎖により、ネットコミュニティ難民達は「あめぞう」へと漂着していく。大量のユーザー流入と板の拡充による「あめぞう」掲示板の活性化は、一個人のサイトを巨大匿名掲示板へと変貌させた。これが後の「2ちゃんねる」の母体であった。

### 3. 関係性はマネジメントできるか？

「あめぞう」の後継掲示板として「2ちゃんねる」が、そして更なる展開として「1ch.tv」が出現する。前者は「あやしいわーど」「あめぞう」が育てた「ダメな感じ」を積極的に汲み取ろうとし、後者はそれを浄化させたビジネス・モデルを指向した。両者のその後の顛末は、関係性のマネジメント可能性に重要な示唆を与えている。

### 3-1. 「あめぞう」のセカンド・チャンネル

「あめぞう」掲示板は、評判が評判を呼び雪だるま式に成長した。さらに、そこへ大量の難民が雪崩込み、一層の肥大化を招く。このことは同時に、次の二大問題を抱え込むことを意味していた。技術的問題がその一つである。ユーザーの大量アクセスにより、サーバ負荷が高まった。サーバへの高負荷はサイト不安定化につながり、対話の場としてのサイト価値を減損させてしまうことになる。これを回避するために、サイト運営はより大規模かつ格安のサーバ調達を迫られることになった。

もう一つは、対話のマナー問題である。ユーザー間の揉め事、「内部告発」板における噂話、「荒らし」などの膨大な苦情処理に、運営者は追われる羽目となる。組織化されたサイト運営ならばともかく、それは個人が処理するには荷が重かった。

以上の問題解決に伴うコストは、個人が趣味で運営するには現実的ではなかった。結果、「あめぞう」掲示板は自らの重みに耐えかねて、1999年6月頃から失速していく。これと入れ替わるように、「ひろゆき」こと西村博之氏が、「あめぞう」掲示板のセカンド・チャンネルとして「2ちゃんねる」を立ち上げた。自身の性格を「メモ事好きってのがあってしょうね、要するに」と分析するこの管理人にとって、「2ちゃんねる」のリスクな運営それ自体が趣味だったのかもしれない。

ところで、ここにもう一つ注目すべき史的背景が存在する。「あめぞう」の後継掲示板は、何も「2ちゃんねる」一つではなかったという点である。確かに現在から振り返れば、ウェブ掲示板の系譜は「あやしいわーど」→「あめぞう」→「2ちゃんねる」という時系列として把握できる。しかし、開設当時の「2ちゃんねる」総板数は47であり、現在の10分の1にも満たなかった。この程度の規模ならば、当時でも多数の掲示板が存在していた。また「マルチスレッドフロート型」システムも、すでに遍く採用されており、技術的に目新しいものではなかった。しかしながら、他にもない「2ちゃんねる」だけが、持続し、巨大化の一途を辿っていったのである。

一体、「2ちゃんねる」の独走を許した要因は何であろうか？ それは偶然の産物か？ それともマネジメントの賜か？ これへの回答は「1ch.tv」との比較から明らかになると思われる。

### 3-2. 「1ch.tv」の残夢

『「2ちゃんねる」を見て、こんな失礼で、酷い、めっちゃめっちゃなBBSがあつていいのか』とは西和彦氏の発言である。「2ちゃんねる」に疑問を呈した彼はバリューエクステンジ社と共に、2001年10月「1ch.tv」を立ち上げる。この発言からも理解できるように、この掲示

板の基本コンセプトは反「2ちゃんねる」を標榜するものだった。

パソコン初心者やかつてのパソコン通信文化に慣れ親しんだ者にとって、「2ちゃんねる」は意味不明な記号が渦巻き、辛辣な誹謗中傷が書き殴られる、まさに「便所の落書き」であった。しかしその一方で、自身を社会問題化させながら社会を問うメディアとして、もはや無視できない存在でもあった。1999年の「東芝サポート事件」、2000年の「西鉄バスジャック事件」、2001年の「日本生命社員へのプライバシー侵害」など、「2ちゃんねる」掲示板は社会を挑発し、反対に告発される。そして、2ちゃんねらーは、この報道をさらなるネタとして祭り上げていく…

もちろん、「1ch.tv」の反「2ちゃんねる」精神は、西氏の単なる感情的な反骨精神に根ざしたものではない。彼は「2ちゃんねる」の可能性を評価した上で、掲示板に滞留する情報流通のプラットフォームを企画しようとした。明確な収益モデルのない「2ちゃんねる」に対して、「1ch.tv」はより直接的な課金モデルの可能性をウェブ掲示板に見出したのである。

「1ch.tv」は半年後に有料化予定だった。掲示板に書き込まれた一つの記事に5円や10円といった対価をユーザーが支払う、マイクロペイメントシステム導入を視野に収めていた。もし、クレジットカードで1円から数100円単位の決済を多頻度に行えば、決済コストは高くつき、ネット取引の利点を生かすことができない。対して、マイクロペイメントシステムでは、専用のウォレットソフトやプリペイドカードを設けることにより、決済コストを抑えることができる。結果として、低額のデジタルコンテンツ市場が構築可能となる。<sup>3</sup>

ただし、情報を売るためには、情報自身にそれ相応の価値がなくてはならない。「1ch.tv」が試みた情報価値向上の仕組み作りは、次のような特徴を持っていた。インターフェイスは「2ちゃんねる」と同じく「スレッドフロート型」である。さらに「1ch.tv」の運営方針に沿うべく若干の改良が加えられた。一例を挙げると、「投票ボタン」機能により、他者の書き込みに賛同の一票を投じることができる。マイクロペイメントとの親和性を高めるために、情報価値の計量化が目論まれたのである。

ユーザーによる書き込み内容は原則自由とされた。ただし、情報有料化を念頭に入れて、より厳格なルールに基づいた言説の取り締まりが推し進められた。負の情報、すなわち誹謗中傷や「荒らし」などに厳然たる対応が採られたのである。削除部分は「2ちゃんねる」では「あぼーん」<sup>4</sup>という記号に置き換えられるのに対して、「1ch.tv」では削除された痕跡すら残されない。言説のマナーの審判は、あくまでも管理人に委ねられていることを仄めかしていた。

<sup>3</sup>例えば、10円の記事が300万部売れば、3000万円の売り上げを瞬間的に計上することになる。

<sup>4</sup>「行け！稲中卓球部」の擬音が元ネタとされる。「あぼーん」は直接の意味を持たないが、しかし、「このコメントは削除されました」の婉曲表現として機能している。またユーザー自身が用いる造語でもあるゆえに、「削除された」という受動的感覚を紛らわせる効果を持っていると思われる。

以上のようなコンセプトを携えて、「1ch.tv」の有料化サービスは2002年2月に開始される予定だった。しかし2007年現在、未だマイクロペイメントシステム導入は実施されていない。無料サービスの現段階ですら、閑古鳥が鳴いている。コミュニティ内の言説と管理が一筋縄ではいかないことを物語っている。

### 3-3. 管理がめんどうくさいという管理

國領(1999)の『オープン・アーキテクチャ戦略』に代表されるように、電子市場を活かしたビジネス・モデルの可能性は、以前から示唆されてきた。それは従来の「売り手からの一方的コミュニケーション」や「売り手と顧客の双方向コミュニケーション」の枠組みを超えた「顧客間インタラクション」をビジネスに活用しようとする戦略である。

しかしながら、その具体策は茫漠としている。すなわち「顧客間インタラクション、そしてそれを基盤とするコミュニティと企業がどのように共存していけるのか、まだ不明な点が多い」のである。否、むしろ曖昧で不明瞭なものをそのまま活かすようなスタイルでしか、この戦略は成立しないと云った方が良いのかもしれない。

この問題は「1ch.tv」の破綻に象徴されるだろう。「1ch.tv」はこの事への配慮を欠いていた。端的に、自由で柔軟なコミュニティを天下りの管理で統制することは、それ自体矛盾めいている。対話の場合は、企業がこれを完全掌握するならば、もはやプラットフォームではない。例えば、他人の実名と電話番号が書き込まれるといった問題発言は、誰もが削除されることを望むだろう。しかし、より微妙な内容の書き込みに関して、管理人が主観的な価値判断のもとで削除してしまうならば、もはや自由な発言の場としての趣をも消し去ってしまうことになる。

これに関しては「2ちゃんねる」は放任主義である。仮に挑発的な内容が書き込まれたら、それは書き込みで反論すれば良い。その審判は第三者のユーザーの書き込みに委ねられるだろう。このような対話接続は、徹底した論駁という形を採るか、さらに脱線させて全てネタにしてしまうこともできる。いずれにせよ、これらは素朴なマジレス・コミュニケーションのフレームに収まりきらない。これが「2ちゃんねる」の狙いである。

『2ちゃんねる宣言』における西村博之氏へのインタビューがこれを裏付けている。彼にとってコミュニティ管理は「面倒くさい」のである。しかし、管理人があえて無責任を装うことが、自生的コミュニティの要諦でもある。「要は、話し合いをして、どういうプロセスでそれが決まったかということが、そのままのこるわけじゃないですか。そこに怪しい面があれば、それはつつけるようになってるし。ただ、強権的に何かを決めるとすると、強権的に決めたその人が決めた理由ってわからない。見えにくい」のである。

『インターネットと〈世論〉形成』における彼へのインタビューでは、「企業がやっている

掲示板は、関連企業の批判を許さないですね。2ちゃんねるにはそれがない」とある。「2ちゃんねる」は他のメディアをネタ化して茶化してしまうのと同時に「2ちゃんねる」自身もその対象となる。このような自己批判を含む言説空間は、民主的なコミュニティとして安定する。むしろ、自身にとって都合の悪い批判を許さないことが、かえって致命的な批判を生み出してしまい、「荒らし」の誘因となるのだ。

「2ちゃんねる」は自身への批判を排除しない。「2ちゃんねる」批判の主導者は2ちゃんねらー自身である。そのような前提のもと、もはやありきたりの批判では、誰も相手にすらない。黙殺されるか、せいぜい一笑に付されるのが関の山である。ゆえに、何でもありの言説空間の中での自己批判は、より巧妙な形をとることになる。時としてそれは「2ちゃんねる」的なものそれ自身を帰結するだろう。<sup>5</sup>

もちろん、「2ちゃんねる」は完全な野放しで運営されているわけではない。実際、何でもありが即面白いとは限らない。何でもありが利便性と面白さに繋がる仕組みを考慮する必要がある。例えば、「2ちゃんねる」において、「ニュース速報+」板と「ニュース速報」板の区分は重要な意味を持っている。当初は「時事ニュース」板のみだったが、ガセネタや一般性のないスレッドが乱立したため、情報の客観的性格が失われてしまった。そこで、運営者は「記者制」を設け、公認したユーザーのみがスレッドを立てられる「ニュース速報+」と、一般ユーザーが立てられる「ニュース速報」に取り分けたのである。

前者「ニュース速報+」はニュースの情報源を記載するので、報道の客観性を踏まえた上で、ユーザーはマジメなニュースを閲覧することができる。また、ニュース・スレッドは、「マルチスレッドフロート型」の特性により、ユーザーの関心が高いものが上段の「一面記事」になることを意味しており、それ自体がニュース性を持っている。<sup>6</sup>この「記者制」により、利便性の高い動的なデータベースを構築している。

後者「ニュース速報」は、一般のニュースの他に、公共性の薄いニュースや全くの私信が混在している。この板の意義は、もはや客観的なデータベースにはなく、「ダメな感じ」をただらだと接続させる対話それ自体にある。そこでは、虚構をまことしやかに語り、事実がパロディ化される。事実と虚妄が入り交じった井戸端会議、ネタ・コミュニケーションが営まれる。マジメな「ニュース速報+」が制度として確立されていればこそ、中途半端な「ニュース速報」が許容されている。

<sup>5</sup>例えば、「名無しさん」で書き込むユーザーが多い中、あえてハンドルネームを晒し、他のメンバーに相談事を持ちかける。そして罵詈雑言の中、「おまいら…本当にありがとう」と謙る「電車男」は、そんな「2ちゃんねる」文化への風刺ではないか。「2ちゃんねる」ではあり得ないような逆説的主体を、あえて演じているかのようだ。その一方で、彼は赤裸々にリアル・ラブ・ストーリーを告白する。果たして、この話はフィクションなのかそれともマジなのか？ しかし、情報の真偽判定は下されず、曖昧にされたまま世間を流布する。電車男という幻像は、そのまま母体である「2ちゃんねる」の管理なき管理という（或いはそう装うという）曖昧さをそのまま反映している。

<sup>6</sup><http://www.2nn.jp> 新聞社のニュースサイトやロボット検索型の総合ニュースサイトと異なり、「2ちゃんねる」のデータベースを母体とした「2CH NEWS NAVIGATOR+」のようにユーザーの関心を反映したものが「一面記事」となるニュースメディアが構築されている。

以上に見たように、「2ちゃんねる」は、「1ch.tv」のような権力的マネジメントではない。他方において「2ちゃんねる」は、ルールなき全くの無秩序サイトでもない。明らかな誹謗中傷は削除して灰色なものはユーザー達の裁量にまかせてしまうような場を維持する創意工夫が為されてきた。その一つは、有益な情報がリアルタイムに更新される、生きたデータベースの構築であり、もう一つは、噂話のように真偽の判別がおぼつかないまま接続されていく想像的対話、イマジナリー・コミュニケーションの活性化である。

#### 4. イマジナリー・コミュニケーションの存立機制

一見すると無茶苦茶で何でもありのようで、意外にもマターリと纏まる「2ちゃんねる」。この秩序編成に理論的考察を加えておこう。マジだかネタだかわからないイマジナリー・コミュニケーションを読み解く鍵は、ユーモアと時間である。

##### 4-1. ネタとは何か ～アイロニーとユーモア

これまで、多くの論者が「2ちゃんねる」について考察し、そのネタ的な側面について言及してきた。例えば、鈴木(2002)は、「2ちゃんねる」に、マジレスなき「すべてがネタである『かのように』振る舞う」コミュニケーションの接続を見出している。あるいは、北田(2004)は、ネタにネタを連ね社会を「嗤う」ユーザー達が、反対に素朴なロマン主義に転倒する社会診断を下した。さらに、鈴木(2005)は、『電車男』の真偽に代表されるように、ネタなるものを「ウソか本当かという判断を留保したところに生じる曖昧な状態」と定義している。また「2ちゃんねる」に批判的な意見は、このネタ感覚が不誠実と受け止められた場合である。

端的に言おう、ネタとは笑いを誘う何かである。しかし、「嗤笑」や「微笑み」といったように様々な「笑い」がある。これを整理する際、柄谷(1999)のアイロニーとユーモアの峻別を参考にしよう。彼によれば、「アイロニーが他人を不快にするのに対して、ヒューモアは、なぜかそれを聞く他人をも解放する」とある。<sup>7</sup>

アイロニーが他人を不快にする理由は、単に発話内容が相手への否定的見解を述べているからではない。むしろ、アイロニーの不快さは、発話者自身を棚上げにした、高みに立った笑いに起因している。橋元(1989)がいうように、アイロニーとは「相手の言語的反応の誘

<sup>7</sup>柄谷の考察と同時期に、上野俊哉(『反構造としての笑い』に所収)もまたアイロニーとユーモアを区別したうえで、ハンプティダンプティの高みの笑い=アイロニーに対して、「ユーモアの笑いは階段を昇らない」と言っている。さらに彼は、発話者自身をも笑いの対象にするようなシニカルな笑いを第三の笑いを見なした。「2ちゃんねる」での書き込み「おまえは俺か？」に代表される融解した主体間のボケ/ツッコミは自己言及的である。この意味で、上野のシニカルは本稿が定義するユーモアのカテゴリー内にある。

出を期待するものではなく、一方的な評価を相手に押し付け、発話者が独断の態度の表出に自己満足するような種類の発話行為」を指す。アイロニーは、発話者の高みに立ったステイックな独白であり、すでに対話接続を棄却している。

例えば、「きれいな顔だね」と発話して、正反対の「きたない顔」を意味させる場合を考える。この時、この「きれいな顔だね」が字義通りのものでなく、アイロニーであることを意味させるために、「反語信号」が加味される。「きれいな顔だね」に随伴する特殊な音調、ウィンク、咳払い、また「ほんとに」「さぞや」等の副詞・感嘆詞が、暗黙の否定詞として機能している。

またこの時、橋元（1989）によれば、アイロニーは「きれいな顔だね」と現実と背反した発話をする仮人称を経由した発話となる。すなわち、「自分以外の仮想の人物に視点を移し、その人物に『話し手』の役割を荷わせて発話行為を遂行する」のである。アイロニーにおける仮人称の存在は、先の「反語信号」により仄めかされる。

しかし、あくまでもアイロニーの本質はモノログである。発話者の立ち位置は、「反語信号」が首尾良く聞き手に伝わり、そして「仮人称」が難なく仮想することができるような高みにある。アイロニー発話者は、このような条件のもと自己満足して嘲笑うにすぎない。

果たして「2ちゃんねる」のネタ性は、このようなアイロニーの応酬だろうか？ 確かに、そのような側面もなくはない。しかし大局的に「2ちゃんねる」では、アイロニーの激化によって、皮肉にもアイロニーの存立機制それ自体を相殺してしまうようなコミュニケーションが繰り返されている、と言った方が良い。我々は、この対話の前提を壊し尚接続させていく態度をユーモアと呼ぶことにする。ユーモアは時間を伴うという意味において、アイロニーとは一線を画しているのだ。

#### 4-2. 時間とユーモア

笑い学者モリオールは『ユーモア社会をもとめて（原題：Talking laughter seriously）』において、次のように述べている。

「表象のユーモアとよんでいるもののより高度な形態に目をうつすとき、そこに見出すのは、言語の「メカニズム」に生じるズレというよりも、むしろ語られる事柄に生じるズレ、言語がそれを伝達するためにもちいられるメッセージ内容に生じるズレである」

ここで我々はモリオールの深読みを試みよう。モーリスは「ズレ」の本質を「視点移動」であるとしている。日常の視点からズレた視点へ移動することにより、ユーモアが生まれる可能性がある。我々の考えでは、この「視点移動」の最たるものは、語り手の視点それ自体

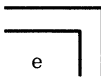
を相対化するような視点と関係があるように思われる。少なくとも高みに立ちつくしたアイロニストにはこれがない。

これに加えて、モーリスはユーモアの条件として「言語の使用を支配する規則への違背」を挙げている。これに対する我々の見解は、これだけではまだユーモアの本質に迫れないように思われる。なぜならば、この定義に従えば、文脈の破壊行為がすべからくユーモアとなってしまうからだ。ユーモアは、もちろん、ナンデモアリな行為ではない。留意すべき点は、文脈が破綻しながらも、尚、その破綻を肯定してしまえるダイナミックな対話接続＝時間である。

以上のような、論点をより形式的に扱うために、我々はスペンサー＝ブラウンの代数表現を援用する。彼自身は論理学者であり、ユーモアについて何ら言及していない。しかしながら彼は、その論理を規定する文脈の破綻それ自体を論理的に語ってしまったのだ！ その意味において、彼はなかなかのユーモリストである。

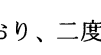
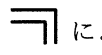
ユーモアは、アイロニーを可能にする地平が切り崩されたところに存在する。この点について、大澤（1999）のスペンサー＝ブラウン理解を応用して、ユーモアの考察を試みよう。

我々の考えでは、スペンサー＝ブラウンの記号表現を応用すれば、アイロニーは二重否定として表現される。すなわち、字義通りの「きれいな顔だね」は、すでに本来の「きたない顔だね」の否定である（「きたない顔だね」ではない）。これに加え、それが字義通りのものではないことを指示する「反語信号」を加味させる。この「反語信号」は字義的表現の外に隠された否定詞である。よって、「きたない顔だね」を意味したアイロニー表現は、別言すると「「きたない顔だね」ではない」ではない → 「きたない顔だね」という二重否定的肯定という形をとる。この二重否定的肯定は、スペンサー＝ブラウンに則って次のように表記される。

e    →    

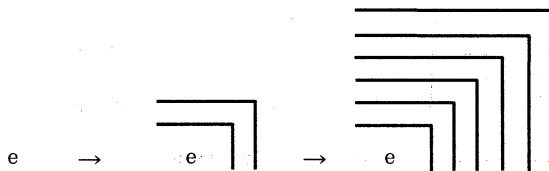
「きたない顔だね」 → 「きれいな顔だね」・「反語信号」

「「きたない顔だね」ではない」ではない」

ここで記号  cross は、否定操作を表しており、二度の否定操作  により表現 e は指し示される（反射 reflexion）。日常会話などのある閉じた文脈の中では、否定の否定によるアイロニー発話（二重否定的肯定）は可能である。ところが、「2ちゃんねる」ではそうはいかない。仮に「きれいな顔だね」と皮肉っても、さらなる発話者から「オマエモナー」と言われ、さらなる否定表現が上書きされるのがオチである。皮肉につぐ皮肉の応酬…「2ち

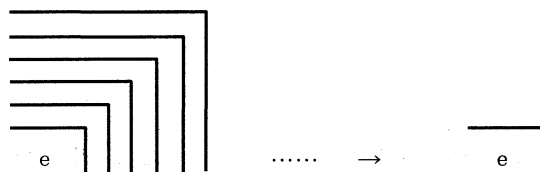


ゃんねる」の対話接続は、先述のcrossがさらに外部に付け加えられていく。<sup>8</sup>



(皮肉)「きれいな顔だね」 → 「「きれいな顔だね」と皮肉るおまえもきれいな顔だね」と皮肉るおまえもきれいな顔だね」と皮肉るおまえも…

「2ちゃんねる」の底なしの文脈は、記号crossの無限の発散「…」として表現される。レスは無限後退に陥り、対話接続は不可能であるように思われる。しかし、スペンサー＝ブラウンの転回はこの無限個のcrossを「大きな数」として、あえて数え上げてしまう点にある。有限の数である以上、それは偶数か奇数のどちらかである。そこでcrossが奇数である場合、反射を適用していくと次のように表現される。

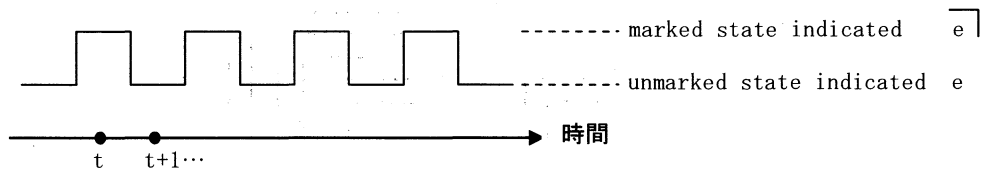


二重否定的肯定（反射）の破綻

アイロニーの応酬の極限を介して帰結するものは、アイロニーの破綻である。ここで二重否定的肯定の規則は破れて、「表現 e は表現 e ではない」という矛盾した表現になる。スペンサー＝ブラウンはこの有様を「想像的狀態」(imaginary state) と呼んだ。もはや発言内容は、ネタかマジかという真偽基準が揺ぎ、虚構の様相を呈することになる。しかしこの矛盾を指摘するだけでは終わらない。さらに、スペンサー＝ブラウンは、この矛盾が矛盾のまま留まらずに、この破綻を肯定して秩序を再編成する機制を「時間」と呼んだ。先の「表現 e は表現 e ではない」という想像的狀態は、「時間」導入により「表現 e が、マークされた時 t、

<sup>8</sup> 「2ちゃんねる」がマジレスを敬遠する傾向にある以上、婉曲的なアイロニー発話をとることは、容易に想像できる。しかしながら、アイロニーは、皮肉が皮肉として通用する空間を与件とした発話である以上、モノログの域を出ない。「2ちゃんねる」ではそのような立ち位置自身が「オマエモナー」という形式で他者により覆される。結果、アイロニー（二重否定）の応酬とは、スペンサー＝ブラウンの記号表現では、「オマエモナー」というメタレベルへの発散という点では、素朴な一重の否定を連ねていく作業と理論的に同義である。また、橋元の議論と異なり、われわれが問題にするのは、その果てに行き着く虚数的状態を肯定するような対話（われわれはこれをユーモアと呼んでいる）である以上、このアイロニー（二重否定的肯定）と直接的肯定の理論的差異は本質的にないものとして考える。（橋元は、アイロニー発話は、直接表現よりも、イヤミの度合いが増幅されるとしているが、われわれの考えでは、そのようなアイロニーがアイロニーとして十全に機能すると信じて疑わないその態度にこそイヤミを看取するのである。）

マークされていない時  $t+1$ 、マークされた時  $t+2$ 、…」となり、矛盾を非問題化していく。<sup>9</sup>



この真偽基準の決定不可能性が、先送りされていく契機こそ、もう一つの笑いであるユーモアに他ならない。アイロニーが二重否定的、静的な独白であるのに対して、ユーモアは「時間」に開かれた動的な対話である。ユーモアは、対話のズレを指向しながらその差異を肯定し、さらなる対話へ接続させていく。「2ちゃんねる」ではこのような態度を、破壊的な「ネタレス」の極限を経由した肯定表現「あえてマジレス」で繋いでいく対話接続に見出すことができる。もはや「あえてなされたマジレス」は両義的な意味合いを保持している以上、これへの素朴な煽りは通用しないのである。繰り返そう、イマジナリー・コミュニケーションは、ユーモアが紡ぐ時間の内に生成するのだ。<sup>10</sup>

## 5. 2ちゃんの品格

「2ちゃんねらーである自分が誇りに思えるかっていったら、思えないじゃないですか」とは当の管理人の言葉である。「誇り」は匿名的世界とは相容れないものなのかもしれない。小島信良（2005）の所感によれば、パソコン通信時代の難民達は「mixi」へ漂着し邂逅を果たしたという。かつての「礼節」がそこにはあるらしい。しかし、SNSと「2ちゃんねる」は排他的なものでない。無責任にだべりたい時もあるし、「名無しさん」だからこそいえることもある。

例えば、「mixi私の決め事」などのように、「mixi」内のローカルルールは、「2ちゃんねる」の「ソーシャルネット」板にて告白されている。匿名である分、無責任ゆえの本音を語ってしまう、SNSを補完するもう一つの社交場となっている。また、「Yahoo!オークション」で信用

<sup>9</sup> このスペンサー＝ブラウン解釈は、郡司（2002）に詳しい。またスペンサー＝ブラウンの議論は、彼の「時間」概念をどう理解するかによって評価が分かれる。時間を、単に矛盾を完全解消して安定させる装置として解するならば、それはただのフィードバック回路と変わらない。本稿はスペンサー＝ブラウンを、あくまでもコミュニケーションを「破綻させ接続させていく」断続性の一断面を説明するための隠喩として使用している。

<sup>10</sup> 近年のダウンゴの新サービス「ニコニコ動画」は、特定の動画にユーザーがテロップライクなコメントを書き足していくサイトである。しかしこれはユーモアという観点からして、「動画版2ちゃんねる」と見なして良いのだろうか？ 予めツッコミが予想される動画に対して、予想どおりのツッコミがなされていくケースが多いのが現状である。それは凡庸な漫才コンビのボケ／ツッコミの関係に他ならない。そこには本稿が考察した意味での「時間」が存在しない。ただし、よりマクロなメディア環境における「ニコニコ動画」の占める位置を考えれば、TVなどの他の映像メディアに対する予想外のツッコミを喚起する可能性は有していると思われる。

できない出品者は、「Yahoo!」内の掲示板ではなく「2ちゃんねる」の「オークション」板で晒し者にされる。そこでは、オークションの取引履歴だけでは見えにくい不正が暴かれる。

以上のように、「2ちゃんねる」はマジメなサイトを茶化すだけではなく、よりマジメに補完する反作用を持ち合わせている。匿名的世界が持つ、何でもありのネタの極限は「あえてマジレス」という風変わりな建設的発言を潜在させているのである。

この匿名性は対話のネタ指向に拍車を掛けているように思われる。完全な文脈の無視は「厨房」と呼ばれ、ズレない文脈の完全性は「ジサクジエン」と呼ばれるからである。これを避けるために、匿名での対話は、絶妙に文脈を差異化して接続していくことを宿命づけられている。

「2ちゃんねる」の匿名性に関して正確を期すならば、これはすでに完全な匿名掲示板ではない。「2ちゃんねる」管理人は、2003年からIPアドレスを取得している。管理人は、掲示板に書き込みをしたユーザーがどこのサーバを経由したのかを把握している。いくら超越的管理手法を拒絶しても、「2ちゃんねる」は物理的にはクライアント／サーバ型のネットワークである。その結果、不可避免的にネットワークの中心と管理責任が発生してしまう。

今後、「2ちゃんねる」的なものは、Winny2のBBS機能に見られるような純匿名的で中心なきP2P型掲示板へと転移していくかもしれない。掲示板運営に付きものだったサーバ調達問題からも解放されることになる。もっとも、その場合でも、「顧客間インタラクション」とビジネスの論理は、キワドイ共存を繰り広げていくことに変わりはないだろう。

## オフライン文献

- 石井淳蔵・水越康介 (2006) 『仮想経験のデザイン』有斐閣。
- 井上トシユキ (2003) 『2ちゃんねる宣言』文春文庫。
- 遠藤薫編著 (2004) 『インターネットと〈世論〉形成』東京電機大学出版局。
- 大澤真幸 (1999) 『行為の代数学』青土社。
- 柄谷行人 (1999) 『ヒューモアとしての唯物論』講談社学術文庫。
- 北田暁大 (2005) 『嗤う日本の「ナショナリズム」』NHKブックス。
- 國領二郎 (1999) 『オープン・アーキテクチャ戦略』ダイヤモンド社。
- 鈴木淳史 (2003) 『美しい日本の掲示板』洋泉社。
- 鈴木淳史 (2005) 『「電車男」は誰なのか』中央公論新社。
- 鈴木健介 (2002) 『暴走するインターネット』イースト・プレス。
- 西村博之 (2007) 『2ちゃんねるはなぜつぶれないのか?』扶桑社。
- 2ちゃんねる監修 (2004) 『2ちゃんねる公式ガイド2004』コアマガジン。
- 橋本良明 (1989) 『背理のコミュニケーション』勁草書房。
- 支倉楨人監修 (1995) 『NIFTY-Serveの上手な使い方教えます』技術評論社。
- ばるばら (2005) 『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。

山口昌男監修 (1993) 『反構造としての笑い』 NTT出版.

### オンライン文献

BroadBandWatch 「アスキー特別顧問の西和彦氏ほか2社が『1ch.tv』の開設を発表」

<http://bb.watch.impress.co.jp/news/2001/10/04/1ch.htm> (2001年10月4日)

ウィキペディア「2ちゃんねる」

<http://ja.wikipedia.org/wiki/2ちゃんねる> (2005年10月25日)

ウィキペディア「1ch.tv」

<http://ja.wikipedia.org/wiki/1ch.tv> (2005年12月26日)

小野信良 「『パソコン通信』とは何だったのか」

<http://plusd.itmedia.co.jp/lifestyle/articles/0502/21/news012.html> (2005年2月21日)