

ライブ動画配信における配信者と視聴者のコミュニケーション

—配信者による言語使用を中心に—

陳 昕懿 (鹿児島大学)

発表要旨：

インターネットや通信技術の急速な発展により、コミュニケーションは文字媒体によるテキストのやり取りや、顔と音声の両方を楽しめるビデオ通話など、多様な形で現れている。コミュニケーションの場は現実空間からオンライン空間へと拡張し、それに伴い「ことばの実践」(砂川, 2019:212)にも新しい変化が見られる。テクノロジーの急速な発展を背景に、ライブ動画配信は販売活動やゲーム中継、友達作りなど、様々な社会的活動の場として利用されるようになってきている。

本研究では、近年中国で盛んに行われている、販売目的に特化したライブ動画配信(「E コマースライブ配信」と呼ばれる)を取り上げ、そこで展開されるライブ配信者と視聴者のコミュニケーションに着目したい。E コマースライブ配信は、配信者が音声で商品やサービスを説明し、視聴者がコメントを送ることで当該商品やサービスの詳細を確認するなど、配信者と視聴者がインタラクティブ性の高いコミュニケーションを行える場である。つまり、音声言語と文字言語の両方が交じりあったオンラインコミュニケーションの特殊なケースの一つである。本研究では、その特殊性を考慮しながら、中国で影響力のある 10 名の E コマースライブ配信者によるライブ配信を対象に、視聴者とのコミュニケーションの一環として、配信者は(1)視聴者のことをどう呼ぶか、(2)どのようなスピーチアクトを遂行するか、(3)特定のコメントをどう取り上げてそれにどう言及するか、の 3 点から配信者による言語使用を談話レベルで分析する。それによって、E コマースライブ配信という新たな販売活動の場において、配信者が常に「ものを売る側」という前もって与えられた固定的な立ち位置を保ち続けるのではなく、視聴者との相互行為の中で自らの立ち位置を交渉しながら、視聴者との心理的距離を調整していることが明らかになるだろう。

参考文献：

- 落合哉人・新山聖也(2024). YouTube Live における「雑談配信」の談話分析—声で話す VTuber と文字で話す視聴者とのやりとりに着目して— 社会言語科学会第 48 回大会発表論文集, 19-22.
- 片岡邦好・池田佳子・秦かおり(2017). コミュニケーションを枠づける—参与・関与の不均衡と多様性. 東京:くろしお出版.
- 鈴木孝夫(1973). ことばと文化, pp.129-206. 岩波書店.
- 砂川千穂(2019). メディアとコミュニケーション. 井出里咲子、砂川千穂、山口征孝(編)言語人類学への招待—ディスコースから文化を読む, pp.205-229. ひつじ書房.
- 細馬宏通・村岡春視(2022). 遠隔コミュニケーションの時間的なずれは相互行為分析にどのような影響を与えるか. 社会言語科学, 25(1), 230-237.
- 村上嘉英(1999). 中国語と日本語の人称代名詞について. 中国文化研究, 16, 21-38.
- Goffman, Erving. (1981). Forms of Talk. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.