

YouTube 動画のコメント欄内で、視聴者がコメントをする意味

1220508 友草 晴耀

指導教員 朝岡 孝平

研究背景

本稿で取り上げるのは、動画系ソーシャルメディアである YouTube のコメント欄についてである。YouTube 動画のコメント欄内では、視聴者が一人一人異なる表現方法で意見や感想を記載し、様々なコメントが見られる。それは、動画内容に対して直接感想を述べるだけにとどまらない多様なコミュニケーションが展開されていると言える。視聴者は、そういったコミュニケーションに何を求めているのだろうか？これを解き明かすことで、YouTube を媒介に自社の商品やサービスを売り出したい企業にとって、コメントを盛り上げる方法などを示唆できると考えられる。

研究目的

本研究は、YouTube の視聴者にとってコメントをすることはどのような価値があり、コメント欄がどんな場所であるかを明らかにし、YouTube 動画に視聴者がコメントをする意味を理解することを目的とする。

調査・分析方法

本稿では、オンライン上で行うネットノグラフィを調査として使用し、質的データ分析を行った。YouTube の動画コメントを API から python 言語で取得し、コメント内容、返信数、「いいね！」の数、名前を取得した。取得したコメントの中から抽出したコメントをコーディングし、分析する。

分析結果

YouTube 動画のコメント欄では、先行研究で説明するブランドパブリックの特徴と同じ特徴を持っていた。また、視聴者にとってコメント欄は、自己の表現に加え、他の視聴者や動画投稿者からの承認欲求を満たす場、動画投稿者やチャンネルとのつながりを高める場であると考察できた。

考察・結論

YouTube 動画にコメントをすることは、視聴者にとって幅広い自己の表現ができるという価値があり、チャンネルや動画投稿者、またはそこで紹介される商品とのつながりを高めることができるという価値があると分かった。さらに、コメント欄は、投稿者や他の視聴者に対し、一人のファンであるという承認欲求を満たす場となり、チャンネルや投稿者に対し、愛情を示す場となる。本論文の結論から、企業のマーケティングにおける YouTube の活用に対して、動画内で商品やサービスを他者に動画投稿者に紹介してもらう上で、単に商品を紹介するだけではなく、その商品と絡めて自分をアピールしてもらうようなコメントをしてほしいと語り掛けることが、よりコメント欄の活発化につながると考えられる。