

中国版ツイッター・微博（ウェイボー）

北京事務所

遅ればせながら、明けましておめでとうございます。と申しましても、中国はいまが年の瀬、春節（旧正月）を目前にのべ数億人規模の国民移動が想定される帰省ラッシュの真っ只中です。ここで東日本大震災の心痛が記憶に刻まれた一年に別れを告げさせていただきながら、新年早々に中国版ツイッター・微博（ウェイボー）を始めた感想を皆様と分かち合いたいと思います。

■ 膨大なつぶやきが渦巻く雑談の空間

みなさんは中国版ツイッター＝「微博/weibo（ウェイボー）。以下、微博と記す」のことを知っていますか。暦が変わって間もない日、私はついにこの微博を始めました。

昨年までも流行りの微博を「断片情報が雑然と行き交うスーパー」と見て敬遠していた私の考えが変わったのは、郭美美（赤十字会職員による汚職）事件など告発報道の第一情報源がいずれも微博だったことや、微博を知らないゆえ議論に加われず面食らったことがきっかけです。

「微博」とはつまり、「ミニ（微）ブログ（博客）」の中国語訳語です。ブロガーが発信した 140 文字以内の情報が直ちに全フォロワーに同時送信され、コメントやリツイート機能によってさらに多くの人たちがリアルタイムでこれを共有し議論の輪に加わるので、関心度の高い情報は短時間に全国に知れ渡ります。2009 年秋、中国の大手ニュースポータルサイト新浪（SINA）が微博サービスを本格開始して爆発的な人気を集め、有名人や経済人、学者などがこぞって微博を利用するようになり、現在の利用者数は 2 億 5,000 万人に上っています。

さて、初めて微博に挑戦した日、早速注目してきた有識者や作家、愛読している新聞雑誌をフォローし、友人たちにフォロー要請を行いました。次に自分のトップページを開いた時、止めどなく降り注ぐ情報の流れに私は圧倒されました。刻々と更新される膨大なつぶやきはまさに縦横無尽、偽らず気取らず本音で話しあう気持ちよさが読む側にも伝わり、おのずとコメントをしたくなります。100～1,000 万人のフォロワーを擁すブロガーらが、こうして雑談する口ぶりで国家や各地方の民生施策を論じ、裏付け情報の考証を行ったり、大気環境などのアンケート調査への協力を呼びかけたりしています。短文ゆえの歯に衣着せぬ物言いや、ブロガー同士の機知に富んだ対話、あるいはリラックスしている状態などをリアルタイムで眺めて思わず快哉を唱えました。ブロガーの価値判断に同調したい時は、自身の微博にリツイートして共感者を募ることもできる開放感がなんとも気持ち良かったです。

■ 微博で拾い上げた年末年始のエピソード

それではさっそく私が2週間足らずの短期間に見聞した中から、心に残ったエピソードを3つほど紹介させていただきます。

①「帰省の切符を見せ合おう」

毎年この時期の春節大移動は、多くの方にとっては試練の連続です。今年1月初、あるブロガーが「帰省の切符を見せ合おう」という提案をしたところ、多くの反応がありました。その中で、ちょっと胸が詰まった一枚の写真があります。「天津—廊坊—蘭州—ウルムチ—伊寧」と、片道だけで4回乗り換えて、2泊3日をかけてようやく目的地に辿り着く5枚続きの鉄道乗車券でした。彼や彼の仲間たちのこの必死の帰省は、故郷への年に一度の回帰儀式なのでしょう。多くの方がこの出稼ぎ青年に「頑張れ！」とコメントしていました。

②「一緒に帰ろう・自家用車乗り合わせのお誘い」

春節が迫るにつれ、各都市の列車乗車券の売切れ情報がネットに掲示され、切符売場前のごった返しや長蛇の列の写真がリツイートされるこの時期、CCTVのキャスター数人が微博に「あなたの隣の空席を彼や彼女の希望に変えませんか」と呼びかけ、乗り合いを提案しました。用意されたウェブサイトに入ると、左右に「自家用車提供者」と「乗り合い希望者」欄が対称になっています。前者の場合は、出発日、出発地、経由地、目的地、空席数、特記要望などを、後者の場合は人数、性別、出発地、経由地、目的地、運転免許の有無などを記入すれば、プライベートコメントやメールにより相互に情報確認を行い、乗り合わせ契約書、損害保険などの手続きを終えて「GO!」と相成るわけです。同ページに、乗り合いで出発している利用者からの感謝のメッセージがぶら下がっていました。

③「西安で意識不明になった日本人男性を助けましょう」

写真入りの実名の支援依頼を発信したのは、重態になった77歳の日本人男性、山田茂さんの教え子。10年前から西安に滞在し、ボランティアとして熱心に日本語教師をされた山田茂さんがスピーディに帰国できる手筋を！という呼びかけを地元紙などがリツイートし、日中のブロガーが連日動いて関係部署につなぎ、山田さんの帰国が無事実現されました。多くの中国人と日本人が山田さんの容態を心配し、ある有名な中国人が、在中国日本国大使館に行きつくようとアドバイスをし、個人の人脈を総動員してでも何とかしようと焦る姿を、多くの中国人が私と同じ気持ちで見守っていたのではないのでしょうか。

■ 情報の取得や情報発信の手段の変化

ソーシャルメディアの微博は、既存メディアとはまるで違うツールのように思います。多くの人が情報源にしている新聞雑誌やウェブサイトなどは、情報の受け手が一方的に受け入れることしかできません。他方、微博の世界では、情報の受け手のほうが自主的に送り手とリアルタイムでやり取りを行いながら、情報を取捨選択することが可能であり、その内容を補完したりインパクトを加えたりする働きが可能です。

微博にみられる情報発信の手段の変化も、示唆に富んでいます。

情報を発信したい場合、既存メディアを介しての PR を行うという発想に囚われず、自身がメディアになって、ダイレクトに発信し、受け手とコミュニケーションを行いながらアウトプットを調整できるのです。多くの有名人や政界、経済界のリーダーたちが微博にて自身の所信やビジョン、哀歓などを肉声で語り双方向交流を図る。これこそ微博の魅力でしょう。

中国国内での知名度をアップし、観光客招致や地場産品販促効果を狙いたい自治体のみなさま、微博というツールを生かした情報発信を研究されてはいかがでしょうか。

■ 微博の勧め ～日本のみなさまへ

新浪微博の「中日交流会」というアカウントが行った「中国人観光客の春節期間訪日目的地調査」に、フリーコメントで回答した興味深い例を偶然見つけました。訪問希望順位は以下の通りです。

- | | |
|------------------------|--------------|
| 1位：北海道、東京、秋葉原、京都、沖縄、大阪 | 2位：箱根、奈良 |
| 3位：どこでもいいから日本に行きたい | 4位：温泉 |
| 5位：富士山 | 番外：雪と桜、岐阜白川郷 |

すでに観光 PR 等に微博を利用されている自治体もありますが、微博ならではの強みを活かして趣向を凝らせば、マーケティング・ツール、双方向情報発信手段等として効果的な活用が可能ではないでしょうか。

また、ここで中国語や中国に関心がある方に、ぜひ個人として、微博にチャレンジされることをお勧めしたいです。

中国の微博は、旅券番号さえあれば、外国人も登録できます。日本の政界経済界の有名な方も利用されています。彼らの微博へのコメントは日本語と中国語の両方です。中国内の日本語層の厚さや、サブカルチャーに慣れ親しんでいる潜在的な日本ファンの数などを念頭におけば(例：宮崎駿監督のファンによる微博のフォロワーは常時 10 数万人で推移)、別に有名でなくとも「本物の日本人〇〇です」と名乗るだけで、交流を希望するフォロワーがついてくるかもしれません。

SNS によって人と人の交流はもはや、国境を簡単に跨ぎ、いつでもどこでも可能になってい

ます。SNS によるコミュニケーションは、相互理解を深めるためにかけがえのないツールでしょう。

余談ですが、中国で一番知名度の高い日本人が行っている微博のフォロワーは 900 万人超 (2012 年 1 月時点)。日々ファッション情報等を更新し、コメントにはこまめに返事を書き、またファンのために「合格祈願」「恋愛成就」などかわいい字を書してアップしたりする彼女は「人柄、芸術とも優れている」として若年層を中心に好かれているということです。

■ 注視は即ち力量、やじ馬が中国を変える！

中国社会に与えた微博の影響を評価したキャッチフレーズです。それを立証する例は枚挙にいとまがありません。当事者や目撃者が情報発信する微博は、汚職横領や不正腐敗の発覚・摘発の第一次証拠を提供し続けてきました。

先日の台湾の大統領選挙を新浪微博が生中継したことは、一昔前ではありえなかった画期的な出来事です。あの日のコメント欄に溢れていた応援と羨望のメッセージが、中国社会の進歩を突き動かす力になるでしょう。微博は私生活をシェアするためのツールというより、個人が独自の意見や主張を発信しながら政治や社会に間接的に関わることができるツールという意味もあるのです。

3月以降、新浪、網易、騰迅、搜狐が一斉に実名制を導入しますが、虚偽の情報の氾濫を防ぎ、微博をより健全なコミュニケーションの場にしていけると支持する声が強いです。これもひとえに中国の微博利用者が、個々人の責任ある情報発信をより重視する特徴を反映しているものかもしれません。なお、実名制といえども、それは登録認証を真実の身分情報で行うことを義務づけるという話で、アカウント名は架空のものでも自由ですから、プライバシーは守られます。

中国の微博のもう一つの特徴は、行政が運営するオフィシャル微博が多いことです。「中国政府微博研究レポート」によると 2011 年 3 月現在で実名認証済みの政府微博は 1,708 ページ、政府関係者個人の微博は 720 ページあります。これらがボトムアップ型の意見収斂の装置としてよりよい機能をすることを期待したいところです。

最後に、メディアとして微博の情報発信力について表現された言い回しを紹介します。フォロワー増やしのために「ゾンビユーザーアカウント売買」を手掛ける業者までが現れているというのは笑えませんが・・・

「フォロワーが 1 名以上は、独り娯楽。100 名以上は社内広報誌。1,000 人以上は公告欄。フォロワー 1 万人以上はマガジン。10 万人以上は夕刊紙。100 万人以上はローカルテレビ局。フォロワー 1,000 万人以上は省級テレビ局。1 億人以上は必ず CCTV だ」

微博用語対訳

注 冊 :	ログイン
找 人 :	ユーザ検索
評 論 :	コメント
轉 發 :	リツイート
加關注 :	フォロー
粉 系 :	フォロワー
黑名單 :	ブラックリスト
互 粉 :	相互フォロー

(金 丹実 (Jin Danshi) 主任調査員 北京事務所現地スタッフ)

