

中国におけるマイクロブログの利用実態と認識

筑波大学

図書館情報メディア研究科

2013年3月

201121756

李 妍

目次

1. はじめに.....	- 3 -
1.1 マイクロブログとは何か.....	- 3 -
1.2 中国におけるマイクロブログの普及.....	- 3 -
2. 研究目的.....	- 6 -
2.1 中国における言論の自由.....	- 6 -
2.1.1 マスメディアと言論の自由.....	- 6 -
2.1.2 インターネットの普及による言論統制の変化.....	- 7 -
2.1.3 マイクロブログにおける言論の自由の拡大.....	- 8 -
2.2 研究目的.....	- 10 -
3. 先行研究.....	- 12 -
3.1 利用実態に関する先行研究.....	- 12 -
3.2 「言論の自由」という視点から見るマイクロブログ.....	- 14 -
4. 調査方法.....	- 15 -
5. 調査結果.....	- 17 -
5.1. 調査回答者の属性.....	- 17 -
5.2. マイクロブログの利用状況.....	- 19 -
5.3. 利用実態に関する考察.....	- 25 -
5.4. マイクロブログ上の言論の自由.....	- 25 -
5.4.1 利用者の経験について.....	- 25 -
5.4.2 利用実態と利用者の考え方の関係.....	- 29 -
5.4.3 マイクロブログ上の「言論の自由」に関する考察.....	- 31 -
参考文献.....	- 35 -
付録.....	- 37 -

図表目次

図

図 1	新浪マイクロブログ（新浪微博）の画面	- 5 -
図 2	問券星のトップページ	- 16 -
図 3	処分された経験と発言内容のクロス集計	- 28 -
図 4	処分された経験と処分に対する考え方のクロス集計	- 29 -

表

表 1	利用者/非利用者における性別割合	- 18 -
表 2	利用者/非利用者における職業割合	- 18 -
表 3	利用歴	- 18 -
表 4	利用契機	- 19 -
表 5	登録頻度	- 20 -
表 6	投稿頻度	- 20 -
表 7	利用目的	- 21 -
表 8	投稿内容	- 22 -
表 9	フォローの内訳	- 23 -
表 10	マイクロブログのメリット	- 24 -
表 11	マイクロブログのデメリット	- 24 -
表 12	処分された経験と発言タイプのクロス集計	- 27 -
表 13	登録頻度と処分に対する考え方のクロス集計	- 30 -
表 14	投稿頻度と処分に対する考え方のクロス集計	- 31 -

1. はじめに

1.1 マイクロブログとは何か

マイクロブログ・サービス（以下「マイクロブログ」と呼ぶ）とは、140文字以内に制限された記事を投稿（ツイート）でき、それらの記事を閲覧（フォロー）できるようにするツールである。マイクロブログの利用者はフォローしている他のユーザの投稿を自らのタイムラインに流し込む行為によって、好みのユーザの投稿を時系列順にリアルタイムに一覧できる¹。また、リツイートなどの機能でコミュニケーションも可能である。マイクロブログは近年世界的に普及しつつあるが、2006年7月にサービスを開始した代表的なマイクロブログである Twitter は特に爆発的に普及する傾向にある。全世界でおよそ2億人が Twitter を利用していると推測されるが、日本では2011年10月時点で1866万人の Twitter ユーザがいると報告されている²。

1.2 中国におけるマイクロブログの普及

Twitter に代表されるマイクロブログが世界的に流行っている一方、中国では国産のマイクロブログ（「微博」）が注目を集めている。中国国内ではインターネット規制と検閲が厳しく、「金盾プロジェクト」というシステムによって、IPアドレスをブロックするため、Twitter は利用できない。特殊なアプリケーションを使用することで Twitter を利用することができないわけではないが、高度な技術的知識を必要とするので、実行する人は少ない。そこで中国では国産のマイクロブログが人々に広く利用されている。2012年9月の時点で、マイクロブログ利用者は3.27億人に達し、全国の19歳以上のインターネット利用者のうち、88.8%がマイクロブログ利用者になった³。2011年上半年の爆発的な増加（2011年6月の利用者伸び率は208.9%）の以来に、現在はすでに安定的な成長の段階に入っている（2012年6月の利用者伸び率は9.5%）と報告される⁴。いくつかのマイクロブログサービスのうち、利用者数が特に多いのは2009年8月に開始した「新浪微博」と2010年4月に開始した「腾讯微博」である。この二つのサービスが中国のマイクロブログ全シェアの9

割近くを占めている。利用者数は共に 2 億人強である。

中国のマイクロブログ「微博」は Twitter と Facebook の機能をかけ合わせたようなサービスである（図 1 参照）。具体的には、発布（ツイート）、転発（リツイート）および熱門話題（トレンド）といった機能を持つ点が Twitter と類似している。Twitter と同程度の手軽さと使いやすさで人気を博している。これまで転発（リツイート）以外に評論（コメント）を書き込める点で Twitter と異なると言われてきたが、最近 Twitter でも「返信」という機能で簡単にコメントを書き込むことができるようになったので、差は縮まっている。一方、「微博」は Facebook と似たような機能も持っている。それは友人とリアルタイムでチャットできること、また「微博」のタイムラインから離れることなく写真・映像・音楽を簡単に楽しめること、である。マイクロブログは 140 文字という制限があるものの、漢字文化の中国人にとっては十分な情報量を手軽にやり取りできるツールとみなされる。マイクロブログは手軽にやりとりができ、かつ音楽や動画が簡単に見られるといった多くの機能を持ち合わせていること等の理由から急速に中国 IT 社会に普及し、主なソーシャルメディアとみなされている。

しかし、この最新のインターネット・メディアが全国的に普及する一方、中国のマスメディアは今までも厳しい統制によって抑圧されている。次章では、中国における情報メディアと言論統制の関係について説明する。



図 1 新浪マイクロブログ（新浪微博）の画面

2. 研究目的

2.1 中国における言論の自由

2. 1.1 マスメディアと言論の自由

中国では、テレビ・ラジオ・新聞などの伝統的メディアは基本的に、政府の意思を受けて制作した報道が主流であり、中国共産党や政府の政策決定を国民に宣伝するのが主な役割である。共産党中央宣伝部の指導のもと、テレビ・ラジオについては国務院・ラジオ映画テレビ総局が、新聞・雑誌については国務院・新聞出版総署が、それぞれ報道や言論の内容をチェックし、共産党の意向に反するものは刑法の「国家転覆罪」に相当するとして、報道することを禁止してきた⁵。中国のマスメディアには多数のタブーがあり、共産党の歴史や党首などに関する政治の主題は特に厳しく検閲される。例として、1957年の反右派闘争、1949年の大躍進から1966～76年の文化大革命に至る20年間の歴史、それに1989年の天安門事件がある⁶。これらのタブー視される話題については特に厳しく検閲され、当局の意思に反する表現が報道されることは絶対がない。

マスメディアが共産党の意向を反する行動をした後、規制を受けた事例として、以下のようなものがある。政府が行うメディア管理手段の一つに、編集責任者の交代があるが、広東省の南方グループをはじめとする開明的なメディア、具体的には大手メディアである中国青年報とその付属の週刊「氷点週刊」などはそれに抵抗した。これらの政府の方針に従わないメディアに対して、政府が規制を行った。2006年1月11日発行の号に掲載された中山大学の袁偉時教授の論文「近代化と歴史教科書」で示された義和団の乱に関する歴史認識が共産党の意思に反していたため、「氷点週刊」は停刊を命じられた。

さらに、中国における社会科学分野の研究テーマは政府による統制下にあり、研究者個人が自由に選択することはできない。したがって、政府がタブー視している文化大革命や1989年の天安門事件などを批判的に検討する研究者は存在せず、結果として、それらの話題を多面的に報じる出版物やテレビ番組は一切存在しない。

2.1.2 インターネットの普及による言論統制の変化

前節において、中国には厳しい言論統制が存在することを述べたが、近年ではインターネットの普及に伴って、中国の言論統制が揺らぎはじめている。現在ではインターネット上の「論壇」（BBS フォーラム、掲示版）などで政府の政策を批判する言論、あるいは「言論の自由」や「民主」などの西側諸国の価値観と同じような詞を含む言論を日常的に目にするようになりつつある。このように言論統制が緩和されてきた背景には、技術的要因、市民の意識的な要因の二つが存在すると思われる。技術的要因とは、膨大な情報がネット上に流通するうちに、隅にある個人的な発言まで検閲と規制が追い付かない可能性がある、ということである。また、単一化された言論しか見えないマスメディアの時代と比較して、様々なネット言論を見ることができ、一般人の言論の自由を要求する意識が以前より高まっていて、政府が簡単に抑圧することができなくなっている。結果として、インターネット上で既存のメディアでは抑えられてきた言論が、かなり自由度が増した形で展開されている⁶。

「中国インターネット状況白書」⁷によると、現在中国には、数百万の「論壇」と2.2億のブログが存在し、その6割以上は日常的かつ積極的にネット上で発言する。ネット上のニュース報道や「論壇」を通じた言論は、中国共産党の宣伝を主目的とする従来型メディアと異なり、自由度はかなり拡大している。以前であれば、政府の政策に対する批判言論は徹底的に弾圧されたが、現在では当局の規制が追い付かない可能性があるため、ネット上で目立ってきている。

発言の自由度の拡大はマスメディアにも影響を与えている。2010年3月に「中国経済時報」が山西省で児童が規格外のワクチン注射を受けて死亡や重症になったことを告発記事として報じたが、国営新華社通信は中国経済時報の記事を否定する記事を発表し、政府もこの事件を調査中とした。しかし、この「山西ワクチン事件」の告発記事はすでにインターネットを通じて全国に転送され、広がっていった。4月に中国衛生省が、ワクチン注射を

受けて異常反応を起こした児童は、問題ワクチンの接種と関係があるという調査結果を発表し、当該のワクチンは問題があると承認した。この事件のように、インターネットと既存のメディアが相互に社会に影響を与えることで、より自由なメディア環境が形成されつつある。

但し、インターネット上での発言であっても完全に自由なわけではない。一党独裁の根幹を揺るがすような言論は許されない。例えば、「共産党打倒」という言葉を書き込んだ人が逮捕されたこともあるので、インターネット上の言論の自由にも限界がある。すなわち、共産党批判に直接つながらないという前提条件を守れば、国内の諸問題について不満を投稿することができる、という程度に自由だということである。

2.1.3 マイクロブログにおける言論の自由の拡大

すでに述べたとおり、マイクロブログは新たなインターネット・メディアの一つとして、注目されている。マイクロブログ上での発言の大部分は一般の人たちが投稿したものであり、身の回りに起こっていることや日々の生活の様子などがリアルタイムで流され続けている。一般市民に発言の機会が与えられ、事件や事故に関する情報を広げることが可能になるので、誰でもジャーナリストになれるメディアとして紹介されることも多い。そして、マイクロブログはネットニュースや「論壇」と比較して、より自由であるとみなされる。

マイクロブログが自由度の高いメディアとして認識されていることに起因すると思われるが、事件や事故が発生した際には、マイクロブログの社会的なメディア特性が顕著になる傾向が見られる。それはマスメディアやブログ・掲示版では実現できなかった、個人の政治的意見が容易に発信できること、しかもより多くの人に見られるということである。また、マイクロブログでは、情報がマスメディアより早く伝わることも多く、すでに述べたとおり、大量な投稿がかなりの速度で流通するので、政府の検閲と削除が追い付かない可能性がある。すなわち、個人の政治的意見が容易に発信できること、投稿はより多くの

人々に見られることと速報性の理由で、マイクロブログはもはや単純なコミュニケーションツールではなく、市民の意識や意見を表す、重要な社会的なメディアなのである⁸。実例を挙げると、2011年7月23日に中国浙江省で発生した、いわゆる“中国高速鉄道事故”には、マイクロブログ上のオピニオンリーダーも、一般人も、これまでになく注目した。事故現場からの最新情報の報道、乗客が救助を求める書き込み、事故処理への議論や中国政府の対応に対する不満など様々なものがマイクロブログへリアルタイムに投稿された。この事故に関する最初の発言は事故が発生した後13分に新浪マイクロブログに書き込まれた助けを求めるメッセージであったとされており、10万回以上リツイートされた。この助けを求めるツイートに代表される発言は当初は単にリツイートされたが、時間がたつと、書き込まれたコメントは政府批判に変わった。討論は、政府が事故に遭った車両を現場に全て埋め、事故原因の究明も一切しないという事故対応に対して行われ、「人命軽視だ」「真相究明が先」と政府批判が展開された。事故後の報道について、マスメディア側は相変わらず報道統制を受けたために、マイクロブログに後れをとる形になった。高速鉄道事故は中国政権がこれまで続けてきた言論統制へ変化の兆しをもたらした事件としても注目された。

但し、自由度がインターネットよりずっと高いといわれているマイクロブログ上でも、管理人による検閲が行われている。“敏感詞”といわれる政府や公良秩序に反する単語を含む発言が管理人によって削除される、ということは、掲示板、ブログとマイクロブログ上でしばしばみられる。実例を挙げると、2012年9月に中国での反日デモが発生した時、デモ現場からの最新情報を表したテキストと写真がリアルタイムにマイクロブログに投稿されたが、敏感詞である、“反日”、“抗日”、“砸车”（車を壊す）、“打砸”（打つことと壊すこと）、“抗议”（抗議する）、“游行”（デモ）、“集会”、“示威”（デモをする）などといった語を持つ発言について、管理人が非常に速いスピードでツイートを削除し、また公開を禁止していた。さらに、2011年にマイクロブログの实名制（マイクロブログ利用者の実名登録を義務付け）が北京市と上海市において開始され、その後全国にしだいに広がっている。

本人確認に合格した利用者しか投稿できなくなる。実名登録者以外の投稿は強制的に削除される。このことにより、これまで以上に反政府的な内容は発言しにくくなることが予想される。筆者は、投稿が削除されたり、公開を禁止されたりという状況、あるいは自由に発言できない中国の現状は、重大な問題であると考えます。

一方、筆者の意見と違う意見を持つ者もいる。2010年に中国の人権活動家である劉曉波氏がノーベル平和賞を受賞することをめぐって、あるブロガーが自分の書いた「劉曉波」という敏感詞を含む文章が削除された際に感じたことをブログに書き込んだ⁹。そのブロガーによれば、「削除されて、最初には怒ったが、冷静的に考えると、このようなことは自分以外の人も遭遇したことがあり、常に発生するので、仕方ないと思うようになった。自分の書いた文章を見直して、どの言葉が「敏感詞」になってしまったのかを推測するようになったとのことである。この人物のように、ネット上の発言が削除されることについて、不満がないわけではないが、それほど大きな問題だと感じない人もいるようである。

そこで本研究では、一般市民がマイクロブログを利用する中でこのような検閲を経験、または他者が検閲を受けているところに遭遇したことがあるのかどうか、をたずねるとともに、もしそのような経験がある場合に、検閲についてどのような認識を持っているのか、について明らかにすることを目的とする。

2.2 研究目的

本研究では、マイクロブログの利用実態と利用者が言論の自由に対して抱く意見の間に関連性があると仮定し、一般市民の言論の自由に対する認識をマイクロブログの利用実態という側面から明らかにする。利用実態のうち、認識に最も関連があると思われるのは、マイクロブログの登録頻度（閲覧頻度・投稿頻度）である。頻繁に登録しない利用者は、マイクロブログ上で発言が削除されるということを見た機会も少ないと思われるので、あまり重大に考えないのではないかとと思われる。一方、頻繁に利用する者であれば、そのような出来事に遭遇する機会がより多く、重大な問題と思える可能性もより

大きいと思われる。

さらに、中国のマイクロブログに関する調査はすでにくつかなされているが、どれも本研究とは関心の方向性が異なる。例えばマイクロブログの利用実態を把握してマーケティングを展開するための調査やマイクロブログと SNS の利用実態を比較するための調査も存在する。しかし、マイクロブログを、特に事件や事故などが発生する際に、その事件や事故に関する情報をかなりのスピードで拡散させるメディアとしてみなし、利用者もそのようにとらえているのかどうかを明らかにした研究はまだない。また、マイクロブログは言論の自由の観点から見たとき、中国における最先端のメディアとして評価され、また政治的また社会的な問題に関する議論の場を提供しているといった言論がしばしば見られる一方で、そのマイクロブログにおいて発言が削除されたり、公開を禁止されることが日常的に起きているということについて、一般の利用者がどのように思うのかが明らかになっていない。

そこで本研究において、マイクロブログの利用実態を調査するとともに、一般市民がマイクロブログ上での言論の自由と検閲について、どのような認識を持っているのかについて調査することを目的として、一般市民を対象としたマイクロブログ利用実態調査を実施する。そして、利用実態という観点から言論の自由に対する認識を整理する。

3. 先行研究

3.1 利用実態に関する先行研究

中国におけるマイクロブログに関する調査は、すでにいくつかなされている。国や大きな調査会社を実施した大規模の調査を見ると、CNNIC¹⁰（中国互聯網信息中心（CNNIC 中国インターネット情報センター））が発表した2012年の報告書によると、2012年6月の時点で、マイクロブログ利用者は2.74億人に達し、全国インターネットユーザの50.9%が微博を利用しているが、もはや爆発的な増加ではなく、安定的な成長の段階に入っている。そして、DCCI¹¹インターネット・データセンターが実施したものがある。「2010年微博とコミュニティ調査データ」という調査報告では主にマイクロブログとソーシャルメディアとの利用状況の比較が行われている。結果によると、マイクロブログの利用目的において、上位になったのは「気持ちや考え方を記録する」「娯楽のニーズのため」「人脈をつくる」などである。よく利用される微博の機能は「評論（コメント）」「関注（フォロー）」「熱門話題（トレンド）」などがある。最もフォローする人は「友人」「専門家」「有名人」などである。DCCI¹¹が発表した2012年の報告書によると、マイクロブログ利用者数が飽和に達している。3.27億の利用者のうち、男性が57.4%、女性が42.6%である。19歳から41歳未満が82.41%を占め、26歳から36歳未満の利用者が50.6%を占める。利用者の54.0%が大学卒業である。複数のアカウントを持つのが主流ではなく、ほぼ7割の利用者が1個のアカウントしか持たない。平均として一人が1.45個のアカウントを持ち、1日2.13通をツイートし、3.12通をリツイートする。また、利用者の7割が1日に1回および1回以上の頻度でログインするが、時間帯がフラグメンテーションになっている。つまり、半分の利用者がランダムな時間帯にマイクロブログを利用している。ユーザは主に娯楽のためにマイクロブログを利用するが、ポジティブな情報の方がネガティブなものより拡散される傾向にある。利用者の5割が個人の趣味についてツイートやリツイートする。ほぼ5割の利用者が「プライバシーが侵害される恐れがある」ために、ツイートやリツイートをしないようになった。

さらに、研究者や民間調査機関が行った比較的小規模な調査も存在する。喻国明・欧亜

¹²によるマイクロブログの調査結果によると、マイクロブログの利用者は高学歴・青年層が中心である。発言内容の多くは「個人の生活記録」、「個人の感想」、「社会的に関心の高い問題」、「知人と個人的なやりとり・連絡・挨拶」であった。また、「关注」（フォローするアカウント）が50人以下の利用者が全体の76.4%であり、マイクロブログは小さい範囲での付き合いに使われているようである。

縮元信調査ネットワーク¹³と北京市ネットワーク媒体協会とが2010年に主催した「微博の特徴と利用者の利用状況に関する調査」において、中国全国の2,043人に対して質問紙調査が行われた。回答者において、男性が6割、女性が4割を占めた。20代が67%であった。回答者全体の74%が感情や考え方を表すためにマイクロブログを利用する。最も発信される内容は「個人の考え方」であり、75.8%を占めた。31%の回答者が携帯/スマートフォンでマイクロブログを利用する。53%の回答者が面白いと思ったツイートをリツイートする。

Twitterと中国のマイクロブログを比較する研究も存在する。張永祺と石井健一¹⁴の研究によると、マイクロブログにおいて日本人がフォローの相互性が高く、個人間のやりとりに使う傾向が見られるのに対して、中国ではリツイートの利用率が高く、リツイート回数も日本より多い。また、中国のマイクロブログでは情報が有名人など影響力の高い人から低い人へ伝わる。このため、中国では人気発言がリツイートによって短期間で多くの人に伝達される。一方、日本では情報が水平方向に伝わる傾向がある。

以上の先行調査からわかるのは、マイクロブログの利用者は、男性が約6割、女性が約4割を占め、20代と30代の利用者が最も多い。最も利用される機能は、ツイート、リツイート、コメント、フォローとトレンドである。利用者は主に個人的なやりとりでマイクロブログを利用する。先行調査の結果から見えるのは、マイクロブログを個人的なメディアとみなす利用者の姿であるが、その一方で、前章で述べたように、メディア研究者はマイクロブログの社会性に注目する傾向にある。すなわち、社会的な出来事について、市民が議論するツールとしてマイクロブログをとらえる傾向にあるということである。そこで本研

究では、“市民はマイクロブログを社会的なメディアとして、とらえているのか”という観点から利用実態調査を行う。

3.2 「言論の自由」という視点から見るマイクロブログ

中国において、研究界はマイクロブログを比較的自由的なメディアと評価している一方、マイクロブログ上の法が不十分であることに注目している。「言論の自由」という視点から見た研究は数少なく、大部分はマイクロブログ上の偽り情報や誹謗中傷が多いという現状を述べ、法律の側面で論じている。例えば、王瑾¹⁵の研究は、マイクロブログは国内の言論の自由を反映する主なプラットフォームであり、その中に流通する情報は人々の生活に便利を提供している同時に、悪影響を与える情報も伝播されている可能性がある」と指摘する。したがって、憲法が規定する公民の言論の自由を守ることに基づいて、マイクロブログ上の法制を整えることが重大な問題になっている。

張瀟涵¹⁶は「偽り情報、誹謗中傷、政府が社会に対して悪影響を及ぼすものとみなす発言を怖がって、マイクロブログを厳しく検閲すると、中国の言論自由の発展また法的社会の建築に不利である」と論じたが、論文では主に米国の言論の自由の歴史、またそれに関する法律を分析し、マイクロブログの「公約」と比較した。

このように、「言論の自由」という視点から見るマイクロブログに関する先行研究は、そのほとんどが抽象的に中国のマイクロブログ上の現状を報告し、法律の側面で討論しているものである。マイクロブログ上の検閲と規制に注目し、一般人が言論の自由という視点からマイクロブログをどのように見るのかについて、実証的に行われる研究が存在していないが現状である。したがって、本研究は言論の自由という視点から、一般人の考え方を実証的に調査する。

4. 調査方法

一般市民の行動・意見を明らかにするためには、ウェブアンケート調査が最も効果的かつ適切な方法である。本研究では、中国における一般市民がマイクロブログをどのように利用するのかという利用実態や利用状況を把握することを目的としているので、ウェブアンケート調査を採用した。2012年10月9日から16日にかけて中国の「問券星」(<http://www.sojump.com/>)という調査会社のウェブサイト(図2参照)でアンケート調査を実施した。

「問券星」という調査会社とは、誰でも調査票をウェブページに無料で載せることができ、その調査票を目にしたインターネット利用者であれば誰でもが回答できる形式をとっているインターネット調査会社である。2種類のサービスがある。一つは、回答者を登録会員に限定して行う調査であり、基本属性で調査対象を絞り込んだ調査ができる。但し有料である。もうひとつのサービスは、会社のホームページに調査票を掲載し、そのページを見れば誰でも回答ができるタイプの調査である。本研究では、広く一般市民の行動を調査するのが目的であるため、後者のサービスを利用した。但し回答者数を確保するため、会社のトップページで調査自体を推薦してもらったサービスを利用した(有料)。

調査票は3項目18問によって構成される(付録参照)。第1項目は、問1から問4まで、回答者の概況を把握するために、全員に対して基本属性、すなわち性別・年齢・職業とマイクロブログの登録状況を聞く。第2項目は、問5から問14まで、回答者のうちにマイクロブログ利用者だけに、利用歴・利用契機・利用頻度(登録頻度と投稿頻度)・利用目的・投稿内容・フォローについてといった利用状況を聞く。第3項目は、問15から問18まで、マイクロブログ上の「削除」の現象についてである。言論の自由とマイクロブログがどのようにかかわっているのかを解明し、利用者が実際にマイクロブログを自由な言論の場として利用しているのかも明らかにするために、回答者が削除される恐れがある発言を投稿したことがあるかどうかという経験、および削除される際の意識などを尋ねる。マイ

クロブログの利用者に聞くが、3つの状況に分けた。自分のツイートやリツイートについて削除や公開禁止を経験した、他人のものが処分されたことを見たことがある、その両方を経験した、という3つの状況である。質問として、問16は経験したツイートやリツイートのタイプ（ポジティブ・ネガティブ・中立など）についてである。問17では発言の内容（日常生活・文化・社会的な出来事・政治や経済など）を聞く。問18では、回答者が処分ということに対する考え方を尋ねる。

最終的に、578件の回答を得た。但し、その中にIPアドレスも回答内容も全く同じであるものが複数含まれていたため、それらを排除した。最終的な有効回答を573件とした。

一般の調査質問紙がここに表示される

推薦サービスを利用した調査がここに表示される

図 2 問券星のトップページ

5. 調査結果

5. 1. 調査回答者の属性

調査の第1項目では、回答者の基本的な属性とマイクロブログの登録状況を尋ねた。

回答者の性別構成は男性が50.4%、女性が49.6%である。「18歳以上30歳未満」が77.8%を占めており、回答者の職業について、「会社員」が54.1%、「学生」が27%である。また、「公務員」が7.0%、「教員」が6.5%を占める。すなわち、調査回答者の基本属性については、男女がほぼ半分ずつであり、年齢と職業において、若年層また会社員と学生が主体となった。

マイクロブログの利用状況をたずねたところ、マイクロブログのアカウントを持っていると回答した者は90.2%にのぼり、非常に高い利用率であった。DCCI²の2012年中国マイクロブログ利用状況に関する調査によると、マイクロブログの全国利用率が88.81%であり、本調査よりやや低かった。本調査は特に回答者を限定することをしなかったが、調査名に「マイクロブログ利用実態」という単語が入っていることから、利用者の方が積極的に回答した可能性があり、その結果として利用率が他調査より高くなった可能性がある。性別、職業とマイクロブログ利用状況をそれぞれにクロス分析した結果を表1と表2に示す。まず性別において、マイクロブログのアカウントを持っている男性が49.9%、女性が50.1%である。持っていない男性が55.4%、女性が44.6%である。女性の方が、利用者が多かった。職業と利用状況の関係は、アカウントを持っている会社員が56.2%、学生が24.6%、公務員が7.5%、教員が6.2%である。持っていない学生が50.0%、会社員が34.0%、教員が8.9%である。非利用者における学生の占める比率が高かった。クロス分析の結果によると、全回答者において男性の人数がやや多いが、アカウントの登録率は女性の方が男性より少し高い。職業と利用率のクロス分析結果は全回答者の職業の分布とほぼ同じで、会社員が1位、学生が2位、公務員が3位、教員が4位という順番となった。一方、非利用者における学生の占める比率が高かった。

表 1 利用者/非利用者における性別割合

性別	利用者	非利用者	総計
男	49.9%	55.4%	50.4%
女	50.1%	44.6%	49.6%
総数	100% (n=517)	100% (n=56)	100% (n=573)

表 2 利用者/非利用者における職業割合

職業	利用者	非利用者	総計
学生	24.6%	50.0%	27.1%
公務員	7.5%	1.8%	7.0%
会社員	56.2%	34.0%	54.1%
教員・教師	6.2%	8.9%	6.5%
無職	1.9%	1.8%	1.9%
その他	3.5%	3.6%	3.5%
総数	100% (n=517)	100% (n=56)	100% (n=573)

次に、マイクロブログ利用者 (n=517) に対して、利用歴 (登録期間) を尋ねたところ、72.5%が「半年から2年」と回答した (表3参照)。これが2010年から2012年前半までの間である。中国においては、2009年に新浪を皮切りに四大ポータルサイトが相次いでマイクロブログのサービスを提供し始めたが、本調査の回答者の多くが四大ポータルサイトのサービスを開始以降にマイクロブログの利用を開始したことがうかがわれる。

表 3 利用歴 (n=517)

利用歴	割合
半年以内	8.5%
半年から1年	26.1%
1年から2年	46.4%
2年から3年	13.5%
3年以上	5.4%

本調査の回答者の基本属性と利用歴との関係は以下のとおりである。回答者の性別は男女がほぼ半分ずつである。年齢は若年層が7割を占める。職業について会社員と学生が主

体となっている。

5. 2. マイクロブログの利用状況

これ以降、マイクロブログ利用者（n=517）に対して、尋ねた結果を述べる。マイクロブログの利用状況を第2項目として調査した。具体的には、利用歴・利用契機・利用頻度（登録頻度と投稿頻度）・利用目的・投稿内容・フォローについてである。

利用契機について、「知人がやっていて興味を持った」が47.6%で最も多く、次いで「特に情報源がないが、マイクロブログの流行りを感じて興味を持った」が16.4%、「メディア（本/新聞/雑誌/テレビ/ネットニュースなど）を見て興味を持った」が12.8%、「他人に勧められて興味を持った」が12.6%である（表4参照）。情報源として、知人や周りの人を回答した人が圧倒的に多かったことから、人々が周りの人からの影響を非常に大きく受けていることがわかる。また、明確に情報源を指し示せないが、無意識にマイクロブログの流行りを感じて、利用し始めた人も少なくない。マスメディアも一つの重要な情報源として、人々が新たな物事を受容する時に大きな影響を与えている。“誦元信”²が2010年8月に実施した調査において、本調査における選択肢「特に情報源がないが、マイクロブログの流行りを感じて興味を持った」と類似した選択肢「マイクロブログは新メディアなので、一度やってみたい」が設けられていたが、26.0%の回答者がこれを選んでおり、本調査と類似し、高い順位になっている。

表4 利用契機（n=517）

利用契機	割合
知人がやっていて興味を持った	47.6%
他人に勧められて興味を持った	12.6%
有名人がやっていて興味を持った	6.8%
メディアを見て興味を持った	12.8%
マイクロブログの広告を見て興味を持った	2.3%
特に情報源がないが、流行りを感じて興味を持った	16.4%
その他	1.6%

利用頻度において、登録頻度と投稿頻度を分けて調査した。ここでいう「登録」とは閲覧と投稿の両方を含むものである。誂元信の調査結果によると、マイクロブログ利用者の21%は閲覧のみをする。したがって、本調査においても登録頻度のうち、特に投稿頻度はどのようになっているのかを明らかにしたいと考えた。つまり利用者がよく閲覧のみをすると思われるが、投稿はどの頻度なのかについて、明らかにしたい。結果として、登録頻度は「1日に数回」と回答した人が40.8%、「1日に1回」が24.3%であったが(表5参照)、投稿頻度は「不定期だが、よく投稿する」人が37.9%で最も多く、「たまに投稿する」人が28.0%で二番目である(表6参照)。

表 5 登録頻度 (n=517)

登録頻度	割合
1日数回	40.8%
1日1回	24.4%
毎週に何回	12.6%
不定期	20.0%
登録したが、利用したことはあまりなかった	2.3%

表 6 投稿頻度 (n=517)

投稿頻度	割合
1日数回	17.6%
1日1回	12.6%
不定期だが、よく投稿する	37.9%
たまに投稿する	28.0%
投稿したことはあまりなかった	3.9%

次に利用目的についてたずねた。これは、主たる目的を3つまで回答するよう求めている。「考え方や日常生活を記録するため」が52.0%で最も多く、次いで「ニュースを知るため」が47.3%、「特定の個人・団体の情報を得るため」が34.8%、「知り合いと人間関係を維持するため」が28.2%という結果となった。「暇つぶしのため」(24.0%)、「知識を取得

するため」(21.3%)、「(社会的な話題などについて)議論するため」(14.9%)も一定数回答があった(表7参照)。結果が示すのは、一番目の目的として、利用者が考え方や感想や趣味を記録することのためにマイクロブログを利用するということである。もう一つの主たる利用は情報を入手することである。すなわち、マイクロブログの主たる利用目的は言いたいことを言うことと情報収集であると考えられる。利用者はマイクロブログを個人的なものをやり取りする場として利用しているのではないかと思われる。先行調査と比べるところ、「誦元信」の調査結果によると、人々がマイクロブログ上での最も主たる行動は「自分の考え方や気持ちを書く」であり、74.0%を占めた。最も発信される内容は「個人の考え方」であり、75.8%を占めた。すなわち、先行研究も本研究と同じ結果であった。

表 7 利用目的 (n=517)

利用目的	割合
考え方や日常生活を記録するため	52.0%
暇つぶしのため	24.0%
ニュースを知るため	47.4%
知識を取得するため	21.3%
特定の個人・団体の情報を得るため	34.8%
プロモーション・割引情報を得るため	13.0%
知り合いと人間関係を維持するため	28.2%
新しい友人を作るため	6.6%
流行りを乗り遅れないため	7.5%
(社会的な話題などについて)議論するため	14.9%
特に目的はない	5.6%
その他	0.6%

投稿内容についても、多いものから順に3つまで回答してもらった形で質問した。結果を見ると、最も投稿される内容は「考え方や感想について」で、59.6%である。次いで「趣

味について」が 44.1%、「社会のニュースや事件について」が 40.8%である。「今何をしているのかについて」(26.3%)、「逸話や名言について」(21.7%)、「マイクロブログ上のイベントに参加する/周知することについて」(21%) などについても一定の回答があった(表 8 参照)。人々が考え方・感想または趣味について投稿する傾向にあるということは、利用者はマイクロブログを個人的なものを発信し、自己を周囲に表現するためのメディアとして捉えていることを示している。この結果は、利用目的で最も回答の多かった「考え方や日常生活を記録するため」ということも対応している。

表 8 投稿内容 (n=517)

投稿内容	割合
今何をしているのかについて	26.3%
考え方や感想について	59.6%
趣味について	44.1%
社会のニュースや事件について	40.8%
マイクロブログ上のイベントに参加する/周知することについて	21.0%
逸話や名言について	21.7%
特にテーマもないつぶやき	12.6%
その他	1.0%

マイクロブログ上でのフォローについて、57.9%の回答者のフォロー数が 100 までである(「50 以下」が 24.4%、「50~100」が 33.7%)。回答者の 20.1%が 100 以上 200 までをフォローしている。フォローの内訳について、「知り合い」が 69.1%、「有名人」が 31.3%、「マイクロブログ上で出会った人」が 24.4%、「家族」が 21.7%である(表 9 参照)。結果から、利用者が身近な人から普段話せないような有名人まで幅広くフォローしていることがわかる。以上のフォローに関する調査結果を誦元信の調査結果と比較してみると、フォローの数に変化が見える。2010 年の調査においては、100 以上フォローしている者が 14.6%であるのに対して、フォロー数が 10 以下である者が 43.1%であった。本調査では、利用者

がもっと多くのアカウントをフォローしているという結果になった。これは時間の推移に伴って、マイクロブログが普及していることを示しているのではないと思われる。一方、フォローの内訳については、本研究と先行調査とで、それほど差がない。誦元信の調査では、実世界の友人とネット上の友人が1位と2位を占め、有名人が3位を占めている。その結果によると、有名人がアカウントを持っているかどうかということがマイクロブログの普及の初期に影響を与えたが、普及につれて、マイクロブログが一般人の記録道具とコミュニケーションをするプラットフォームになっていることが考えられる。

表 9 フォローの内訳 (n=517)

フォローの内訳	割合
知り合い	69.0%
家族	21.7%
マイクロブログ上で出会った人	24.3%
有名人	31.3%
企業や団体など	10.4%
メディア	11.8%
逸話や名言を発信するアカウント	13.4%
その他	1.0%

マイクロブログのメリットとデメリットについてたずねた結果を表 11、表 12 に示す。メリットについては、「マスメディアとブログなどより、情報のやり取り速度が速い」が 62.9%で最も多く、次いで「ツイート/コミュニケーションする際の便利と手軽さ」が 48%、「マスメディアとブログより、トレンドの話題が身近になっている」が 39%である。また、「URLリンクとハッシュタグなどの機能があって、ユニークだ」が 28%、「マスメディアとブログなどより、有名人などとの距離が近い」が 25.5%である。「自分の意見が多くの人に見てもらえる」が 21.9%、「比較的に自由な言論の場になっている」が 17.2%である(表 10 参照)。ここからわかるのは、マイクロブログの様々な特徴の中でも特に情報伝播の側面が最大のメリットとしてとらえられているということである。また 140 文字で投稿する際の手軽さ

と話題が一般人にとって身近になるという二つの特徴によって、マイクロブログが容易に身近な話題を投稿かつ拡散するメディアとなっているのではないかと考えられる。一方、デメリットについて、「流言や噂が多い」が55%、「情報が整理されていないので見にくい」が42.9%、「140文字で書き切れない」が36.1%、「誹謗中傷などの投稿がある」が34.2%、「プライバシーが侵害される恐れがある」が27.9%である。「使い方が難しい/面倒くさい」が15.9%、「時間を取られてしまう」が15.7%である（表11参照）。回答者は、マイクロブログ上の流言や噂が多い点、また情報が整理されていない点を特にデメリットとしてとらえていることがわかる。

表 10 マイクロブログのメリット(n=517)

メリット	割合
便利と手軽さ	48.0%
ユニークだ	28.0%
情報のやり取り速度が速い	62.9%
有名人などとの距離が近い	25.5%
トレンドの話題が身近になっている	38.9%
自分の意見が多くの人に見てもらえる	21.9%
比較的に自由な言論の場になっている	17.2%
その他	0.4%

表 11 マイクロブログのデメリット(n=517)

デメリット	割合
140文字で書き切れない	36.2%
使い方が難しい/面倒くさい	15.9%
情報が処理されていないので見にくい	42.9%
誹謗中傷などの投稿がある	34.2%
流言や噂が多い	54.9%
時間を取られてしまう	15.7%
プライバシーが侵害される恐れがある	27.9%
その他	0.8%

5.3. 利用実態に関する考察

本調査における回答者のマイクロブログの利用率は9割を超え、中国の一般的な調査と比べても、高い数字であった。利用者の性別を見ると、女性の方が、利用率が高い。また、利用者においては会社員の占める比率が最も高いが、非利用者は学生の方が多かった。

利用契機とフォローするアカウントに関する調査結果、利用者が利用の際に最も多くやり取りをするのは知人や周囲の人たちであり、また利用開始の理由も知人の影響を受けたためである、ということが明らかになった。4割の人が1日に数回ログインするというやや高い利用頻度であり、最も発信する内容は自分の感想や趣味について、あるいはニュースのリツイートである。このことは、利用目的をたずねた設問において、多くの人が考え方や日常生活を記録するため、またニュースを知るためにマイクロブログを利用している、と回答したことと対応している。

最後に、利用者が考えるマイクロブログのメリットとデメリットについて、マイクロブログは既存のメディアと比べ、利便性が高く、情報の伝達速度が速いほか、話題が身近になるという点も特徴である。一方、流言や噂が多い、情報が整理されていないといったデメリットも顕著になっている。すなわち、人々は情報量が増えて便利であると感じる一方で、信用できない情報も多くあると認識している。

5.4. マイクロブログ上の言論の自由

5.4.1 利用者の経験について

本研究の第3項目では、マイクロブログ管理人の意思によってツイートを処分されることについて、人々がどのように感じているのかをたずねた。調査ではまず、自分のツイートやリツイートが削除されたり、公開を禁止されたりことがある、他人のものが処分されたりしているのを見たことがある、両方も経験したことがある、の3つの状況に分けた。結果を見ると、何らかの処分を経験した回答者は346人、全回答者(n=573)のうち6割を占める。自分のツイートやリツイートが削除されたり、公開を禁止されたりするを経験した人

は 41 人で、全回答者の 7.2%を占める。他人の処分されたことを見た人は 234 人、全回答者のうち 40.8%を占める。上記の両方を経験した人は 71 人、12.4%である。

処分されたツイートのタイプについて、自分のツイート/リツイートが削除されたり、公開を禁止されたりすることを経験した 41 人のうち、「ポジティブな発言」を処分されたと回答した者は 34.1%、「ネガティブな発言」を処分されたとした者は 31.7%であった。「ポジティブなものもネガティブなものもあった」と「覚えていない」はともに 12.2%である。他人のツイート/リツイートが削除されたり、公開を禁止されたりしたのを見たことがある 234 人のうち、「ネガティブな発言」であったと回答した者が最も多く 51.3%、次いで「ポジティブなものもネガティブなものもあった」という回答が 17.1%である。「覚えていない」が 13.7%である。自分のも他人のも両方経験した 71 人のうち、「ネガティブな発言」と「ポジティブなものもネガティブなものもあった」がともに 26.8%である。「中立的な発言」は 4.3%である。「ポジティブな発言」は 2.9%を占める（表 12 参照）。他人の発言が処分されるのを見た人と、自分のも他人のも両方経験したと回答した人とは、同じ回答傾向にある。すなわち、彼らはネガティブな発言が処分されていた、と感じている。しかし、自分の発言が処分された人は、問題となった発言がポジティブなものである場合もあればネガティブな場合もある、と感じており、処分された回答に、一定の傾向があったとは感じていない。言葉を換えれば、発言が不適切であったとは感じていない人が多い。ここから、他人の発言が処分されるのを見ることと自分の発言が処分されることを体験することとの間には、大きな差があると思われる。すなわち、自分の発言であればポジティブで特に問題ない発言が削除されたと感じるのに対して、他人の発言が処分された時はネガティブな内容だから処分されたのだ、感じるのである。

表 12 処分された経験と発言タイプのカロス集計 (n=346)

削除されたり、公開を禁止されたりの経験の有無			
発言のタイプ	自分(n=41)	他人(n=234)	両方(n=71)
ポジティブ	34.1%	9.8%	14.1%
ネガティブ	31.7%	51.3%	26.8%
中立	9.8%	8.1%	21.1%
両方	12.2%	17.1%	26.8%
覚えていない	12.2%	13.7%	11.3%

処分されたツイートやリツイートの内容についてもたずねた（複数回答）。自分のツイート/リツイートが削除されたり、公開を禁止されたりする経験を回答者の51.2%は、削除されたツイート内容については「文化について」であったと認識している。「社会的な出来事について」と「日常生活について」がそれに続き、43.9%と41.5%である。「政治や経済について」も31.7%を占める。他人のツイート/リツイートが削除されたり、公開が禁止されたりしたのを見た回答者の71.4%は、削除されたツイート内容を「社会的な出来事について」であったと回答した。次いで、「政治や経済について」が57.7%、「文化について」が34.2%であった。「日常生活について」が19.2%を占める。自分が処分された人はツイートの内容は「文化について」と多く報告した一方、他人のものが処分されたと見た人は「社会的な出来事について」が多いと報告している。両方を経験した人のうち、「社会的な出来事について」が76.1%で最も多く、「政治や経済について」が53.5%を占める。「文化について」と「日常生活について」はそれぞれ39.4%と29.6%である（図3参照）。他人が処分されたことを見たのみの方は、処分された内容は社会的な事件・政治・経済に関する話題が多いと報告しているが、自分の発言が処分された人は、問題となった発言は文化に関するものが最も多いと感じ、しかも日常生活に関するものも多いと感じている。言葉を換えれば、他人が処分されたことを見た人は、不適切であった発言は社会的な事件・政治・経済に関するものと思ったが、自分が処分された人はそう感じていない人が多い。

ここから、他人の発言が処分されるのを見ることと自分の発言が処分されることを体験することとの間には、大きな差があると思われる。すなわち、自分の発言であれば文化や日常生活に関して、特に問題ない発言が削除されたと感じるのに対して、他人の発言が処分されたことをみた時は、社会的な事件・政治・経済に関する内容であったと感じるのである。

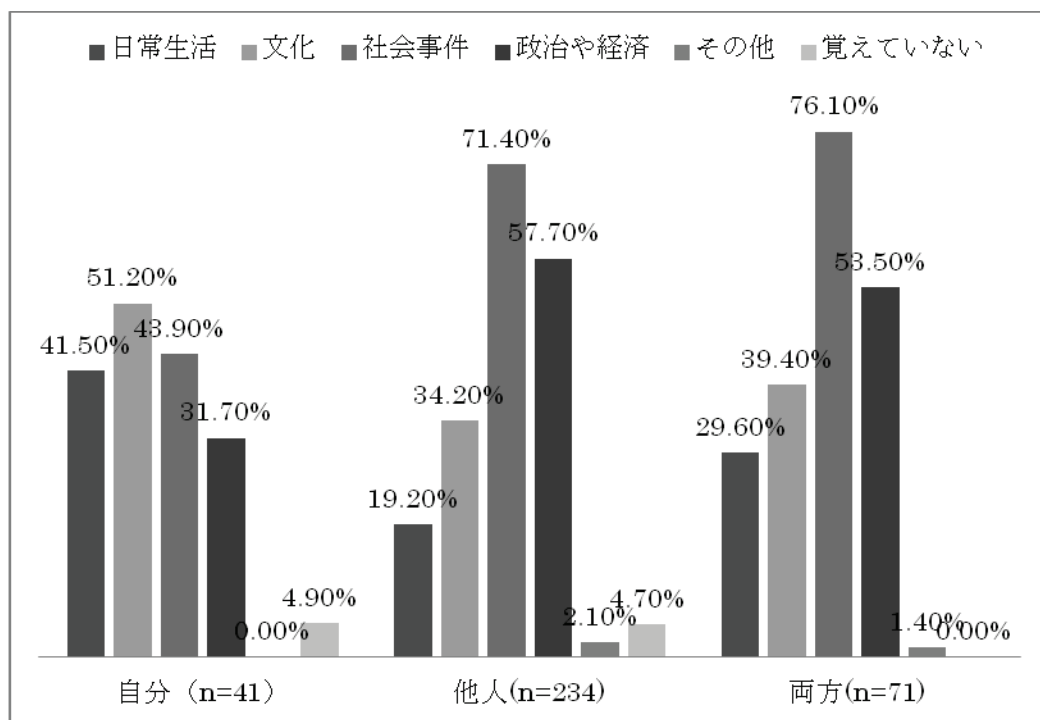


図 3 処分された経験と発言内容のクロス集計 (n=346)

自分のツイート/リツイートが削除されたり、公開を禁止されたりという経験があった人のうち、「削除された/公開が禁止されたツイートは不適切な内容が多いので、処分は当然だと思う」人は最も多く、39%を占める。「はっきりした不適切な内容でなければ、処分すべきではないと思う」が 19.5%、「削除されても公開が禁止されても、仕方ないと思う」が 17.1%、「ツイートの内容によって、処分に賛成したり、反対したりと思う」が 14.6%を占める。自分が処分されたら、反発しない傾向が見える。これに対して、他人のツイート/リツイートが削除されたり、公開が禁止されたりを見た人のうち、「ツイートの内容によって、

処分に賛成したり、反対したりと思う」人が最も多く、33.8%である。次に、「削除されても公開が禁止されても、仕方ないと思う」人、また、「はっきりした不適切な内容でなければ、処分すべきでないと思う」人はそれぞれ26.9%と23.1%である。「処分は当然だと思う」が12.8%を占める。両方を経験した71人のうち、33.8%が仕方ないと思って。「内容によって、処分に賛成したり、反対したりと思う」と「はっきりした不適切な内容でなければ、処分すべきではない」がそれぞれ19.7%と18.3%を占める。「処分は当然だと思う」人は14.1%である（図4参照）。すなわち、自分が処分を経験した人は、処分は当然であるまた仕方ないといった反発しない態度を持つ傾向を見せ、他人の見た人も内容によって賛成また反対する、仕方ないといった過激的な態度を持たない傾向が見える。

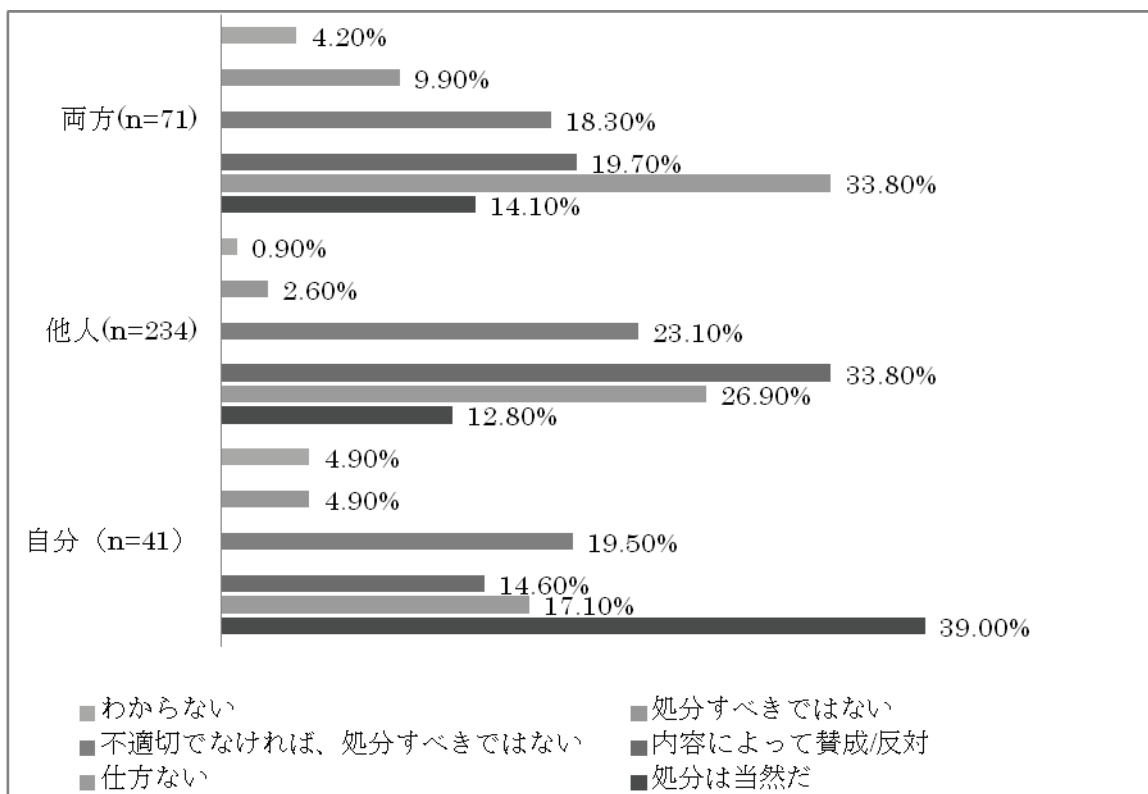


図 4 処分された経験と処分に対する考え方のクロス集計 (n=346)

5. 4.2 利用実態と利用者の考え方の関係

マイクロブログの利用実態と利用者の言論の自由という問題との間に、関係があると筆

者は予想したが、調査結果は予想に反していた。

利用頻度の高い利用者は処分に遭遇する機会がより多く、処分は問題と思える可能性もより大きいと予想したが、結果（表 13 参照）によると、頻繁にマイクロブログを利用して（ログインのみと投稿）利用者は「削除されても公開が禁止されても、仕方ないと思う」、「内容によって、処分に賛成したり、反対したりと思う」と「不適切な内容でなければ、処分すべきではないと思う」といった中立的な態度を示す選択肢を選んだ。1日に数回でログインする利用者において、「内容によって、処分に賛成したり、反対したりと思う」が 26.6%で最も多く、「はっきりした不適切な内容でなければ、処分すべきではないと思う」が 25.4%、「削除されても公開が禁止されても、仕方ないと思う」を選択した人が 24.9%である。これと比較すると、不定期でログインする利用者において、「内容によって、処分に賛成したり、反対したりと思う」が 32.7%で最も多く、「はっきりした不適切な内容でなければ、処分すべきではないと思う」が 26.5%、「削除されても公開が禁止されても、仕方ないと思う」が 20.4%である。頻繁に登録する人と頻繁に登録しない人とは、処分に対する意見に大きな差はない。登録頻度と関係なく、大部分の人が冷靜的な態度を表す選択肢を選び、マイクロブログ上の削除されるまた公開を禁止される処分に対して、過激な意見を持っていない。

表 13 登録頻度と処分に対する考え方のクロス集計 (n=346)

処分に対する考え方	登録頻度				
	1日数回 (n=169)	1日1回 (n=82)	毎週に何 回(n=44)	不定期 (n=49)	登録したが、利用 したことはあまりな かった(n=2)
処分は当然だ	17.8%	13.4%	18.2%	12.2%	50.0%
仕方ない	24.9%	32.9%	31.8%	20.4%	50.0%
内容によって賛成/反対	26.6%	29.3%	31.8%	32.7%	0.0%
不適切でなければ、処分 すべきではない	25.4%	15.9%	13.6%	26.5%	0.0%
処分すべきではない	4.1%	4.9%	4.5%	4.1%	0.0%
わからない	1.2%	3.7%	0.0%	4.1%	0.0%

また、投稿行為と処分に対する意見との関係を見ると、結果は以下の通りである（表 14 参照）。

「1日に数回」、すなわち非常に頻繁に投稿する人において、処分を「削除されても公開が禁止されても、仕方ないと思う」が最も多く、29.1%を占める。「内容によって、処分に賛成したり、反対したりと思う」は22.8%、「不適切な内容が多いので、処分は当然だと思う」は21.5%である。たまに投稿する人において、最も多いのは「内容によって、処分に賛成したり、反対したりと思う」を選んだ人、33.8%である。次に、「はっきりした不適切な内容でなければ、処分すべきではないと思う」が24.3%、「削除されても公開が禁止されても、仕方ないと思う」が23.0%を占める。頻繁に投稿する者とたまに投稿する者との間に、それほど大きな差はない。投稿頻度が高い者でも低い者でも、マイクロブログ上の発言が削除されるや公開を禁止されることについて、冷静にとらえる傾向にある。

表 14 投稿頻度と処分に対する考え方のクロス集計

処分に対する考え方	投稿頻度				
	1日数回 (n=79)	1日1回 (n=52)	不定期だが、よく投稿する (n=136)	たまに投稿する (n=74)	投稿したことはあまりなかった(n=5)
処分は当然だ	21.5%	21.2%	12.5%	13.5%	20.0%
仕方ない	29.1%	42.3%	22.1%	23.0%	40.0%
内容によって賛成/反対	22.8%	26.9%	30.9%	33.8%	0.0%
不適切でなければ、処分すべきではない	20.3%	5.8%	27.2%	24.3%	20.0%
処分すべきではない	2.5%	0.0%	6.6%	4.1%	20.0%
わからない	3.8%	3.8%	0.7%	1.4%	0.0%

5. 4.3 マイクロブログ上の「言論の自由」に関する考察

マイクロブログは社会的な属性があり、マスメディアやインターネットと違って、自由度がもっと拡大したメディアといわれている。また、マイクロブログは政治の民主化とい

う議題と関係づけられ、多く討論されている。鄧建国¹⁷によると、マイクロブログは市民が政治に参加することに大きな影響を与えている。例えば社会事件が発生した時、マイクロブログの利用者がマイクロブログを見ていて政府の対応に対して何らかの意見を持った時に、以前であれば傍観していたところを、省長や市長に直接電話をかけるといった積極的な行為をしたということも報告されている。但し、すでに述べたように、マイクロブログは完全な自由なわけではないということを本研究の調査結果が実証した。全回答者 573 人のうちに 6 割の人が発言に対する規制を経験したと報告していることから、マイクロブログ上の発言に対する規制が発生していることは確かである。

本調査では、マイクロブログが完全に自由ではないことについて、利用者がどのように感じているのかを明らかにした。その結果、回答者は経験によって、異なる表現と考え方を持つ傾向があることがわかった。すなわち、まず自分のツイートが処分された人と他人のツイートが処分されたことを見たのみの人とは、違う表現と考え方を持つ傾向が見える。自分のツイートが処分された場合には、ポジティブな投稿が多く、しかも文化についての発言が多いと感じている。処分は当然だという感じは強く、処分に対して反発しない傾向にある。それに対して、他人が処分されたのを見た人は、ネガティブタイプの発言がより多く処分され、しかも社会的な出来事に関する発言が多いと感じている。処分に対する考え方は中立的なものになり、ツイート内容によって処分に賛成する場合もあれば、反対する場合もある。両方を経験した人は、発言のタイプについて、ネガティブなもの、またネガティブとポジティブなものがともに多いと報告しているが、発言の内容について、他人が処分されるのを見ただけの人と同じように、処分された発言の多くは社会事件と政治や経済についてであったと報告している。処分に対する考え方は、仕方ないと思った人が多い。

ここからわかるのは、他人の発言が処分されるのを見た人は客観的かつ冷静に判断する一方、実際に処分を経験した人は自分が悪かった、と感じる傾向にあるということである。

すなわち、処分を見ただけの人と両方を経験した人の回答によれば、マイクロブログ上では、社会事件や政治経済に関する内容が特に規制される傾向があるが、実際に経験した人によると、一般人の日常生活や娯楽に関する内容まで様々な発言が削除されている。しかし、他人の発言が処分されるのを見た人はマイクロブログ上の処分について仕方ないという諦観した意見を持つが、自分の発言が処分された人はそれ以上に自分が悪かったと思う傾向にある。すなわち、ここからわかるのは、処分にに関する経験に関わらず、利用者はマイクロブログ上の言論に対する処分を「言論の自由」と結び付けて考えてはいないのではないか、ということである。これは、マイクロブログ上の管理人による処分は重大な問題だとする筆者の意見と矛盾している。すなわち、一般の利用者は、マイクロブログを手軽に利用できるツールとして認識しており、発言が削除されたり、公開を禁止されたりといったことに遭遇する可能性があっても、それを重大な問題だとは思わない、ということである。それ故、当然利用をやめるということもない。

さらに、利用実態において、言論の自由に対する認識と最も関連があると思われる利用頻度（登録頻度・閲覧頻度）と認識のクロス集計結果によると、非常に頻繁に登録、もしくは投稿する者と頻繁に登録もしくは投稿しない者の間に差がほとんどなく、処分に対する意見はともに中立的なものであった。すなわち、利用者は利用頻度と関係なく、マイクロブログ上で処分されることを冷静に受け入れる傾向が見える。利用者の言論の自由に対する認識と利用実態とは関係していないように思われる。

最後に、本研究の不十分なところについて述べる。ウェブアンケート調査のテーマはマイクロブログという語を含んでいたため、回答者がマイクロブログ利用者に偏った可能性がある。これにより本調査の利用率が先行調査より高くなったと思われる。また、回答者が政府の規制を恐れて処分について本音を表現していない可能性がある。言葉を換えれば、調査票は、中国において自由に発言することができないという事実を明らかに述べていない、または自由に発言できないということをどのように思うのかといったような質問を含

んでいないにもかかわらず、マイクロブログ上での削除現象を巡って質問したので、回答者はインターネットの情報規制を恐れて本音を表現していない可能性がある。これは本研究の不十分な点であり、より容易に回答でき、本音を確実に引き出せる質問紙を作ることは今後の課題として残されている。

参考文献

1. 眞野裕也, 青山俊弘, ミニブログユーザの記事嗜好を用いたクラスタ発見, 日本高専学会誌, 15(3), 43-46, 2010-08-30
2. BLOGOS、mixi, Twitter, Facebook, Google+, Linkedin 2011年10月最新ニールセン調査。mixi の集計方法に変更があり、推定利用者数が大幅減、2011 - 11 - 21、
<http://blogos.com/article/24409/>
3. DCCI 互聯網数据中心 (DCCI インターネット・データセンター) , 2012 中国微博蓝皮书, 2012 - 9
4. DCCI 互聯網数据中心 (DCCI インターネット・データセンター) , 2012 中国微博蓝皮书, 2012 - 9
5. 山田賢一, 中国のネット上を賑わす“言論の自由”, 放送研究と調査, 53(4) (通号 623) 2003 - 4, 34 - 41
6. 山田賢一, 中国のネット上を賑わす“言論の自由”, 放送研究と調査, 53(4) (通号 623) 2003 - 4, 34 - 41
7. 中国国務院新聞辦公室, 中国インターネット状況白書, 2010 - 6
8. 李紹章, 微博言論自由及其边界, 北大法律信息网・法学在线, 2011
9. 平中要, 遭遇“被删帖”, 百家争鸣,
http://blog.boxun.com/hero/201210/pingzhogyao/63_1.shtml
10. 中国互聯網信息中心 (CNNICインターネット情報センター) , 第30次中国互聯网络发展状况报告, 2012
11. DCCI 互聯網数据中心 (DCCI インターネット・データセンター) , 2010 微博与社区調查数据, 2011
12. 喻国明、欧亚、张佰明、王斌, 微博: 一种新传播形态的考察—影响力模型和社会性应用, 人民日报出版社, 2011 - 5

13. 北京市網絡媒体協會・縮元信調查ネットワーク, 微博媒体特性及用戶使用狀況研究報告, 2010
14. 張永祺、石井健一, 中国のマイクロブログ(微博)における情報伝達の特徴 : Twitter 日本人利用者との比較, 情報通信学会誌 29(4), 47-59, 2012-03-25
15. 王瑾, 论微博与宪法言论自由, 实事求是, 2012 - 3, 85-87
16. 张潇涵, 论微博中的言论自由, 商品与质量 : 学术观察, 2012 - 10, 276
17. 童希, 社会性媒体的传播机制及社会影响—“微博元年 : 传播与社会”圆桌论坛综述, 新闻记者
<http://xwjz.eastday.com/eastday/xwjz/node528384/node528385/u1a5749683.htm>

付録

「中国におけるマイクロブログの利用実態と認識」調査票（日本語版）

調査対象者 皆様

この度、私は修士論文「中国におけるマイクロブログ利用実態と認識」に関する研究のアンケート調査を実施いたします。調査にご協力下さいますよう、お願い申し上げます。なお、本調査の結果は、今後の私の研究活動以外には利用いたしません。回答していただいたデータは、統計的に処理され、個々の調査データについては秘密を厳守いたしますので、皆さんにご迷惑をおかけすることは決してありません。

- 問 1～問 3 はあなた自身についてうかがいます。問 4 はあなたのマイクロブログの登録・利用状況についてうかがいます。当てはまるのを一つ選んでください。

問 1 あなたの性別を教えてください。

- 1) 男 2) 女

問 2 あなたの年齢を教えてください。

- 1) 18 歳未満
2) 18 歳以上 25 歳未満
3) 25 歳以上 30 歳未満
4) 30 歳以上 40 歳未満
5) 40 歳以上

問 3 あなたの職業を教えてください。

- 1) 学生
2) 公務員
3) 会社員
4) 教員・教師
5) 無職
6) その他

問 4 マイクロブログを登録していますか？一つを選んでください。

- 1) している 2) していない

- 問4に1)を選んだ人は問5からの質問を回答してください。選択肢2)を選んだ人はここまで回答は終了です。

問5 あなたがマイクロブログを登録してから、どれくらい経ちましたか？一つを選んでください。

- 1) 半年以内
- 2) 半年から一年
- 3) 一年から二年
- 4) 二年から三年
- 5) 三年以上

問6 マイクロブログの利用のきっかけについて、一つを選んでください。

- 1) 知人がやっていて興味を持ってきた
- 2) 他人に勧められた
- 3) 有名人がやっていて興味を持ってきた
- 4) メディア（本/新聞/雑誌/テレビ/ネットニュースなど）を見て興味を持ってきた
- 5) マイクロブログの広告を見て興味を持ってきた
- 6) 特に情報源はないが、マイクロブログの流行りを感じて興味を持ってきた
- 7) その他（具体的に： ）

問7 あなたがどのような頻度でマイクロブログを利用していますか？一つを選んでください。（閲覧のみも投稿も含む）

- 1) 1日数回
- 2) 1日1回
- 3) 毎週に何回
- 4) 不定期
- 5) 登録したが、利用したことはあまりなかった

問8 あなたのツイート/リツイート（投稿すること）の頻度について、教えてください。一つを選んでください。

- 1) 1日数回
- 2) 1日1回
- 3) 不定期だが、よく投稿する
- 4) たまに投稿する
- 5) 投稿したことはあまりなかった

問9 マイクロブログの利用目的について、最も当てはまるのを選んでください。(三つまで選ぶことができる)

- 1) 考え方や日常生活を記録するため
- 2) 暇つぶしのため
- 3) ニュースを知るため
- 4) 知識を取得するため
- 5) 特定の個人・団体の情報を得るため
- 6) 企業・商品のプロモーション・割引情報を得るため
- 7) 知り合いと人間関係を維持するため
- 8) 新しい友人をつくるため
- 9) 流行に乗り遅れないため
- 10) (社会的な話題などについて) 議論するため
- 11) 特に目的はない
- 12) その他 (具体的に:)

問10 あなたがマイクロブログ上で、最も主たるツイート/リツイートの内容について、選んでください。(3つまで)

- 1) 今、何をしているのかについて
- 2) 考え方や感想について
- 3) 趣味について
- 4) 社会のニュースや事件について
- 5) マイクロブログ上のイベントに参加する/周知することについて
- 6) 逸話や名言について
- 7) 特にテーマもないつぶやき
- 8) その他 (具体的に:)

問11 あなたがマイクロブログ上で、フォローしているアカウントの数を教えてください。一つを選んでください。

- 1) 50人以下
- 2) 50人～100人
- 3) 101人～200人
- 4) 201人～300人
- 5) 301人～500人
- 6) 500人以上

問12 フォローしているアカウントの内訳について、上位の二つを選んでください。

- 1) 知り合い
- 2) 家族
- 3) マイクロブログ上で出会った人
- 4) 有名人
- 5) 企業や団体など
- 6) メディア（三联生活周刊など）
- 7) ネット上の逸話や名言を発信するアカウント（微博搞笑排行榜など）
- 8) その他（具体的に： _____）

問 13 マイクロブログの最もいいところはどれだと思いますか？一つを選んでください。

- 1) ツイートする際/コミュニケーションする際の手軽さと便利
- 2) URL リンクやハッシュタグなどの機能があって、ユニークだ
- 3) マスメディアとブログなどより、情報のやり取り速度が速い
- 4) マスメディアとブログなどより、有名人などとの距離が近い
- 5) マスメディアとブログなどより、トレンドの話題が身近になっている
- 6) マスメディアとブログなどより、自分の意見が多くの人に見てもらえる
- 7) マスメディアとブログなどより、比較的自由的な言論の場になっている
- 8) その他（具体的に： _____）

問 14 マイクロブログの最も良くないところはどれだと思いますか？一つを選んでください。

- 1) 140 文字で書き切れない
- 2) 使い方が難しい/面倒くさい
- 3) 情報が整理されていないので見にくい
- 4) 誹謗中傷などの投稿がある
- 5) 流言や噂が多い
- 6) マイクロブログに時間を取られてしまう
- 7) プライバシーが侵害される恐れがある
- 8) その他（具体的に： _____）

問 15 マイクロブログ上では、管理者がツイートを削除したり、公開を禁止したりすることがあるといわれています。このことについて、あなたの経験をうかがいます。一つを選んでください。

- 1) 自分のツイート/リツイートが削除された/公開が禁止されたことがある
- 2) 他人のツイート/リツイートが削除された/公開禁止されたことを見たことがある
- 3) 上記の2種類をともに経験した

- 4) 経験したことはない
- 5) 覚えていない

- 選択肢 1)、2)、3) を選んだ人は問 16 からの質問を回答してください。選択肢 4) と 5) を選んだ人はここまで回答が終了です。

問 16 あなたが経験した削除された/公開が禁止されたツイートはどのようなタイプでしたか？一つを選んでください。

- 1) ポジティブな発言
- 2) ネガティブな発言
- 3) 中立的な発言
- 4) ポジティブなものもネガティブなものもあった
- 5) 覚えていない

問 17 あなたが経験した削除された/公開が禁止されたツイートはどのような内容でしたか？当てはまるのを全てを選んでください。

- 1) 日常生活について（知り合い/有名人などの生活について発言）
- 2) 文化について（芸能人/映画/テレビ番組など）
- 3) 社会的な出来事について（事件/事故など）
- 4) 政治や経済について（政府/企業に対するものも含む）
- 5) その他（具体的に： ）
- 6) 覚えていない

問 18 管理人が削除する/公開を禁止するといった処分について、あなたはどのように思いますか？一つを選んでください。

- 1) 削除された/公開が禁止されたツイートは不適切な内容が多いので、処分は当然だと思う
- 2) 削除されても公開が禁止されても、仕方ないと思う
- 3) ツイートの内容によって、処分に賛成したり、反対したりと思う
- 4) はっきりした不適切な内容でなければ、処分すべきではないと思う
- 5) どんな発言であっても、処分すべきではないと思う
- 6) わからない

ここまで回答は終了です。ご回答ありがとうございました。

「中国におけるマイクロブログの利用実態と認識」調査票（中国語版）

关于微博使用习惯与使用状况的调查

作为一名在海外学习媒体专业的研究生，因为自己每天都用微博，所以对于大家如何使用微博产生了兴趣，想调查一下。并且希望能够通过此调查，将国内与微博有关的情况介绍给海外的媒体学界。

向您保证该调查的所有数据与信息都只用于我的个人研究，一定会尊重您的隐私。

题目很简单，只会占用您两三分钟时间。

非常感谢每一位来填写问卷的朋友，期待您的参与！

这一页的题目是有关您的基本个人情况，以及您是否是微博用户（包括所有品牌的微博）

1. 请问您的性别是（单选题）

- 1) 男
- 2) 女

2. 请问您的年龄是（单选题）

- 1) 18 岁以下
- 2) 18 岁到 25 岁
- 3) 26 岁 30 岁
- 4) 31 岁到 40
- 5) 40 岁以上

3. 请问您的职业是（单选题）

- 1) 学生
- 2) 公务员
- 3) 一般职员
- 4) 教师
- 5) 未工作

6) 其他职业

4. 请问您是否是微博用户? (单选题)

- 1) 是
- 2) 否

● 选择了“是”的人请从第5题开始回答。选择了“否”的人问卷到此结束。

5. 请问您使用(注册)微博多长时间了? (单选题)

- 1) 半年以内
- 2) 半年以上一年以内
- 3) 一年以上二年以内
- 4) 二年以上三年以内
- 5) 三年以上

6. 请问您当初注册微博时因为? (单选题)

- 1) 因为朋友使用自己也感兴趣了
- 2) 因为他人推荐
- 3) 因为喜欢的名人明星使用
- 4) 因为在媒体中(报纸电视等)看到, 于是感兴趣了
- 5) 看到了微博的广告
- 6) 并没有特别的原因, 只是因为感到了微博的流行
- 7) 其他 (具体: _____)

7. 请问您登录微博的频率是?(包括浏览) (单选题)

- 1) 每天好几次
- 2) 每天一次
- 3) 每周三四次
- 4) 不定期
- 5) 注册后没怎么使用过

8. 请问您发微博的频率是? (单选题)

- 1) 每天好几次
- 2) 每天一次
- 3) 不定期, 但经常发
- 4) 偶尔发
- 5) 注册后几乎没发过

9. 请问您使用微博的主要目的是？（多选题）

- 1) 记录日常生活与想法
- 2) 打发时间
- 3) 获知新闻
- 4) 学习知识
- 5) 得到关注的对象的信息
- 6) 得到商家活动，商品促销的信息
- 7) 与熟人朋友保持联系
- 8) 认识新朋友
- 9) 赶潮流，不想落伍于时代
- 10) 就一些问题与他人讨论，浏览他人观点
- 11) 没有特别的目的
- 12) 其他（具体：_____）

10. 您在微博上发或转发的内容主要有以下哪些？（多选题）

- 1) 现在在哪里或在做什么
- 2) 感想与想法
- 3) 兴趣爱好
- 4) 新闻或社会事件等
- 5) 参加微博上的活动或将活动转发以便更多人知道
- 6) 幽默与名言等
- 7) 并没有特别的主题, 随便发
- 8) 其他（具体：_____）

11. 请问您在微博上的关注数大概是多少？（单选题）

- 1) 50 以下
- 2) 50 到 100
- 3) 101 到 200
- 4) 201 到 300
- 5) 301 到 500
- 6) 500 以上

12. 您主要关注哪些人或团体？（多选题）

- 1) 熟人朋友
- 2) 家人

- 3) 在微博上认识的人
- 4) 名人明星
- 5) 企业或团体的账户
- 6) 媒体 (例如三联生活周刊)
- 7) 经常发幽默和名言的账户
- 8) 其他 (具体 : _____)

13. 以下微博的优点之中, 您最认同的是哪三项? (多选题)

- 1) 使用时非常简便轻巧
- 2) 用很多其他媒体没有的新功能, 比如 URL 链接, #号自造关键词等
- 3) 信息的传播速度比之传统媒体和博客等更快
- 4) 与名人明星的距离更近
- 5) 比之传统媒体, 微博上的热门话题更贴近普通人生活
- 6) 自己的想法能够被更多人看到
- 7) 比之传统媒体和博客等, 微博上的言论更加自由
- 8) 其他 (具体 : _____)

14. 以下微博的缺点中, 您最认同的是哪三项? (多选题)

- 1) 因为 140 字的字数限制, 发微博时感到不便
- 2) 微博的使用方法很麻烦, 搞不懂
- 3) 微博上的信息都是没有整理过的, 难以找到有用信息
- 4) 对他人的诽谤中伤很多见
- 5) 不实信息与谣传很多见
- 6) 因为玩微博, 占用了很多时间
- 7) 有隐私被侵犯的危险
- 8) 其他 (具体 : _____)

15. 在微博上, 有时会出现微博被管理员删除或是被禁止公开的情况. 请问您是否经历过或看到过这种情况? (单选题)

- 1) 自己创作的微博(或转发)被删除或被禁止公开
- 2) 看到过他人的微博(或转发)被删除或被禁止公开
- 3) 以上两种都经历过
- 4) 没有经历过, 也没有看到过
- 5) 不记得了

● 选择了 1), 2), 3) 的人请从 16 题开始作答。选择了 4) 与 5) 的人问卷到此结束。

16. 以上您所经历过的情况中, 被删除或被禁止公开的微博属于以下哪一种? (单选题)

- 1) 发表积极观点的微博
- 2) 发表消极观点的微博
- 3) 发表中立观点的微博
- 4) 既有积极的也有消极的微博
- 5) 不记得了

17. 以上您所经历过的情况中, 被删除或被禁止公开的微博都涉及了以下哪些内容? (多选题)

- 1) 与日常生活有关的内容
- 2) 与文化艺术有关的内容 (比如对明星或电影电视等的评论)
- 3) 与社会事件有关的内容 (比如对热点事件的评论)
- 4) 与政治经济有关的内容 (比如对政府或企业的评论)
- 5) 其他 (具体: _____)
- 6) 不记得了

18. 对于管理员删除或禁止公开微博这类管理, 您是怎么想的? (单选题)

- 1) 被删除或被禁止公开的微博的内容都是不好的, 应该对其进行管理
- 2) 对这类管理感到很无奈
- 3) 依据微博的内容, 或赞成或反对这类管理
- 4) 如果并非明确的不适宜公开的内容, 就不应该管理
- 5) 不管是怎样的内容, 都不应该被管理
- 6) 不清楚

问卷结束。非常感谢您耐心的回答

