

中国のソーシャル・メディア微博で人気の 日本人ユーザーの研究

ZHU Tiantian

2011 年以降、中国のソーシャル・メディア微博は急速な発展段階に入り、ユーザー数も急増した。中国 DCCI インターネットデータセンター(2012)の統計によると、微博のユーザー数が約 3 億 2700 万人に達し、中国は世界一のミニブログユーザー数を誇る国となった。また、微博は中国人にとって人々の生活の一部になりつつある。微博で情報を受信・発信することができる。民衆の詳しい関心や動向が分かるだけでなく、問いに対するフィード・バックも可能である。

メディアがコントロールされている中国において、国民にとって唯一の発言権と呼ばれているものがミニブログだといっても過言ではない。中国でのミニブログに関する現状を把握することが必要だろう。

微博の利用者はすべてが中国人ではない。少数の外国人も微博で活躍している。2 年前、微博において、日本人ユーザーは全くなかったが、最近よく見かける。微博ユーザーのファンの数とファンの意見などはミニブログの影響力を図る上で、重要な指標である。微博の中で一定の影響力をもつ日本人ユーザーを選び、彼らの特徴を分析した。彼らの発信内容とそれらへの人々の反応について研究した。

本研究は、微博の中で一定の影響力をもつ日本人ユーザー山下智博、蒼井空、藤井リナの三人を研究対象として分析する。具体的には、山下智博、藤井リナ、蒼井空という三人が 2016 年 5 月から 2017 年 4 月の期間において、注目を集めた発信内容 30 件を取り出し、彼らの表現形式の種類とカテゴリーの分類の 2 つの観点から内容を分析した。三人が投稿した内容の共通点と相違点を探究したうえで、ファンの反応における共通点と相違点を究明してきた。加えて、三人が微博を発信する時の語り口とスタイルを探究してきた。

三人はそれぞれ特有なスタイルを持って、微博を発信している。自分が得意とする分野に着目して、内容を投稿しているので、カテゴリーは違っている。一方で、三人には共通点がある。三

人とも中国の特有の祝日で、微博を発信して、感謝などの内容を投稿した。

また、山下智博、蒼井空、藤井リナは「#・・・#」という表記を用いて、話題づくりに励んでいる。表現方式も多種で、絵文字や顔文字もよく使っている。

彼らは中国の文化に詳しい上に、中国の文化と中国のソーシャル・メディア微博の使い方をよく把握しているのだろう。それは、彼らが人気を集める理由のひとつと考えられる。

最後に、ユーザーとファンに関しては、共通点も探究してきた。三人が微博を投稿する時、政治に関する内容を一回でも発信していない。また、ファンのコメント欄でも、政治の内容に言及していない。日本人ユーザーとファンの間では親密な関係で、交流が活発に行われている。中日の主流メディアの間で見られるような緊張感がこの三人の微博には存在していない。政治的な問題を避けて日本の文化的なものに着目しているため、中国人のユーザーにとっては彼らのことを受け入れやすいのだろう。

つまり、政治的問題には触れず、中日の文化差異にアプローチすることで、日本人ユーザーと中国人ユーザーとの間で絆を築くことに成功している。中国のソーシャル・メディア微博を通じて、中日関係が新たな展開に入り、個人間での相互理解を促進し、異文化交流を深めることができたのである。

日本人ユーザーとファンの関係は中日間の文化交流の一種ともいえるものであり、今後、さらに発展し、中日関係に良い影響を与えてくれることを期待したい。