

「新浪微博」の登場はどのように中国の社会問題を可視化させているか

周 洲
松野良一

How Has the Microblogging Site Sina Weibo Accelerated the Visualization of Social Issues in China?

Zhou ZHOU
Ryoichi MATSUNO

Abstract

This article examines the mechanisms by which China's microblogging site Sina Weibo has accelerated the visualization of social issues. Though the Internet in China is subject to heavy government censorship, Chinese users continue to post their opinions, photos, and other content online, particularly on popular sites such as Sina Weibo. To better understand the way the site has affected social issues in China, we gathered Sina Weibo case materials from November 2011 to August 2012, and analyzed user comments, mass media coverage, and local government reactions.

This research revealed three mechanisms by which Sina Weibo has facilitated the visualization of social issues. First, the site helped visualize users' emotions. Offline, emotions such as anger, jealousy, prejudice, and dissatisfaction are often invisible; however, once someone posted an opinion about a popular topic, other users immediately expressed these otherwise invisible emotions. Second, the site changed the mode of communication between local government and its citizens. Before microblogging, Chinese local governments and mass media usually engaged in one-way communication with the public. After its appearance, local governments and mass media were unable to ignore people's opinions; in fact, in some cases we reviewed, local governments actually held press conferences to reply to citizens' comments. Third, the site immediately made local issues national. Microblogging sites such as Sina Weibo have taken local issues (which, before the digital era, were only discussed locally) and made them the topic of nationwide discussion.

Key Words

Microblogging, Sina Weibo, Visualization of Social Issues, Emotions, Communication, Nationwide Discussion

目次

1. 問題と目的
 - 1.1 研究の背景
 - 1.2 研究の目的
2. 中国におけるマイクロブログ（微博）
 - 2.1 微博とは何か
 - 2.2 流行の理由と成果

3. 微博上で可視化された社会問題
 - 3.1 禁狗令事件
 - 3.2 「犬肉祭」中止事件
 - 3.3 劉翔ロンドン五輪棄権事件
4. 微博における社会問題の可視化に関するモデル
5. 結 論

1. 問題と目的

1.1 研究の背景

デジタル時代に入った現代において、大きな変化の1つは、人のコミュニケーション行動が、インターネットの普及によって変わったことである。例えば、何かを知りたい時、昔は新聞を読んだり、テレビを観たり、そして図書館へ行って専門の本を借りることで解決した。しかし、今なら自然にパソコンを開いてGoogleなどの検索エンジンを使って色々調べることが、常識になっている。キーワードを入力するだけで、すぐたくさんの関連サイトが揃い、回答を簡単に見つけることができる。「インターネットこそが頼もしい」と思っている人は、増加している。

そのような時代において、人とのコミュニケーション手段も変化している。ブログ、SNSサイトそしてマイクロブログの出現によって、メディアも多様化し、技術の進化によって新たな機能も備わるようになった。マイクロブログなどのインターネットサービスを使って、情報収集しながら、同時に人との交流も可能になり、そして何より自分自身が情報の発信者にもなれるのであ

る。

その変化は、社会生活にも影響を与えている。情報入手のソースが単一でなくなった現在、何を信じていいかは、情報を入手する人の行動次第になっている。

中国大陸では政府の政策によって、Facebookなどのサイトへアクセスができない。しかし、そうした現状においても、状況は徐々に変化している。中国においても、「微博」(ウェイボー、中国オリジナルのマイクロブログ)をはじめ、多様なソーシャルメディアが登場し、社会における人間のコミュニケーション行動を少しずつ変えているのである。

2012年9月時点で、中国全土における微博ユーザーは327億人に達したとされる。インターネット使用者において、微博の利用者数は88.81%を占めていると推測されている。それほど多数の人たちが微博を使っている。このため、現在どんな話題が注目の中心になっているか、特定の事件に大体どんな見方を持っているかについて、微博を調べてみれば中国社会の現状と全容を把握することも可能である。中国大陸において、新しいメディア・微博の重要性は増加し、その社会的な機能について研究する価値は大きいと思える。

微博は、中国政府によって監視され、時にはサイト自体が閉鎖されたり、文言が削除されたり、特定の言葉が検索できなくなったりする。しか

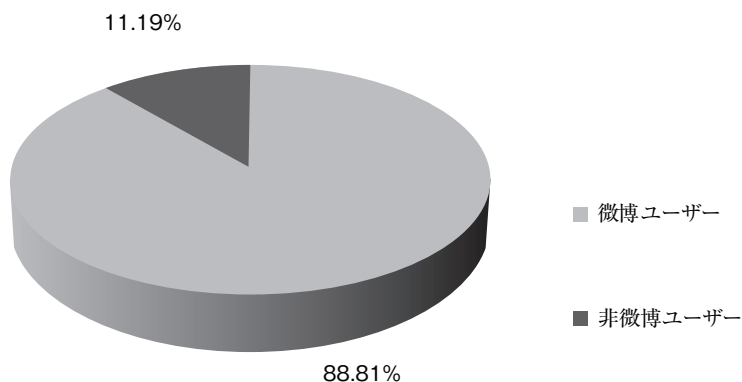


図 1-1 インターネット使用者における微博ユーザーの割合¹⁾

し、そういう条件下においても、微博には一般ユーザーの生の声が投稿されており、地方によってはそれによって市民が行動を起こしたりする。また、地方政府の不正が指摘されたり、地方における話題が一気に全国ニュースとして伝播するという現象も生じてきている。

1.2 研究の目的

本研究では、微博を使ったコミュニケーション行動を研究対象にし、微博という新しいメディアによって発生した社会的事象、事件について、以下2つの目的を設定し、分析および説明を試みる。

1つ目、微博によって、どのような社会問題が可視化されているのかを明らかにすること。

微博の登場によって、人々は自らの体験、自らが耳聞きしたもの、さらには意見を気軽に写真や動画つきで発信できるようになった。時には、投稿されたものが話題を呼び、大きな共感を呼ぶこともあるし、逆に批判が集中して炎上することもある。また、発生した事件や事象、社会問題を巡って議論が展開されることもある。

こうした微博の登場によってもたらされたさまざまな現象は、これまでのアナログ時代には見られなかった傾向である。

微博はどうやって隠されている問題や現象、意見などを明らかにするのか、そして本来なら地方の小さな問題だったものが、なぜ全国的な話題となり議論として展開されていくのかについて分析を加える。さらには、そのメカニズムについてモデル構築を試みたい。

2つ目、「政府・マスコミー市民」間のコミュニケーションがどのように変容しつつあるのかを明らかにすること。

微博が出現する前のメディアは、政府による検閲や統制という圧力によって支配されていた。市民はただ政府および、その代弁者であるマスコミ

から受信する一方だった。しかしながら、微博の登場で、市民にとって重要なツールとなり、市民からの情報が拡散され、同じ考え方を持っている人を集めることができる。そうやって一人一人の小さな意見も大きくなり、政府も無視できないほど大きな勢力になっている。そこで、政府・マスコミー市民の関係もこれまでとは異なる形となり、相互に変化し合う傾向が強くなっていると思われる。

世界的に見れば、ツイッターやFacebookなどのソーシャルメディア関係の研究は多数あるが、微博をメインにする研究はまだ少ない。本研究を通し、微博の特性と微博がもたらしている効果について明らかにしたい。

2. 中国におけるマイクロブログ（微博）

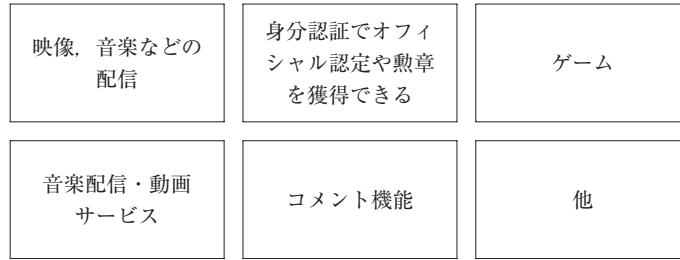
2.1 微博とは何か

マイクロブログとは、ブログの一種でマイクロブログ、つぶやきブログともいう。2009年の株式会社新浪による新浪微博サービスの開始後、2012年の8月までには微博サービスに登録したユーザー数は3.68億人を突破した。個人ユースのみならず、各企業や商品のプロモーションなどにも積極的に活用されている他、中国全体の社会に対する影響力を保持するまでに至っている。

利用者は、主に自身の状況や雑記などを短い文章で、サービスを提供しているウェブサイトへ投稿する。ミニブログ内の利用者間でコミュニケーションを取れるようになっている。

投稿内容が短いテキストであるため、更新が容易で、結果的にほぼリアルタイムでコミュニケーションが行われることが多い。そのため、利用者はチャットをしているかのような体験が得られる。画像や動画、ウェブサイトのURLを投稿できるものもある。ミニブログの多くは、パソコンだけでなく携帯端末から利用することができる²⁾。

アメリカ発のツイッターは、2012年7月1日時点でユーザー数が5億1700万人に達し、ソーシャル・ネットワークとして第2位である³⁾。

図 2-1 「新浪微博」独自のサービス⁴⁾

微博は140字の制限やリツイートの機能など Twitter を参考にしたところは多数あるので、Twitter の中国版とよく言われている。しかし、完全なコピーとは言いがたい。違う社会制度と政策の影響で、微博は微博なりの特徴を持っている。分かりやすく説明すると、微博は Twitter と Facebook の間の中間的な立場にあるメディアである。

映像、音楽などの配信サービス、そしてコメント機能など新浪微博のオリジナルサービスは、特徴の1つとして、進化しつつ、より数多くのユーザーを獲得している。

図 2-2 を見ると、市場シェアが50%を超えた3つのサイトがある。その中で、シェア1位を占めているのは株式会社新浪が提供しているサービスで、新浪微博（シンランウェイボー）と呼ばれ

ている。新浪微博の他にも複数の「微博」と呼ばれるマイクロブログサービスが提供されている。しかしながら、中国内において、微博と言えば一般的に新浪微博を指すことが多い。

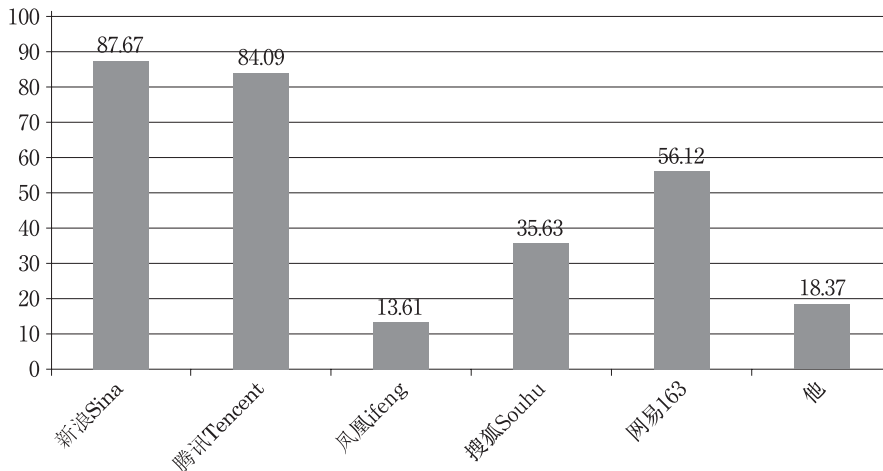
2.2 流行の理由と成果

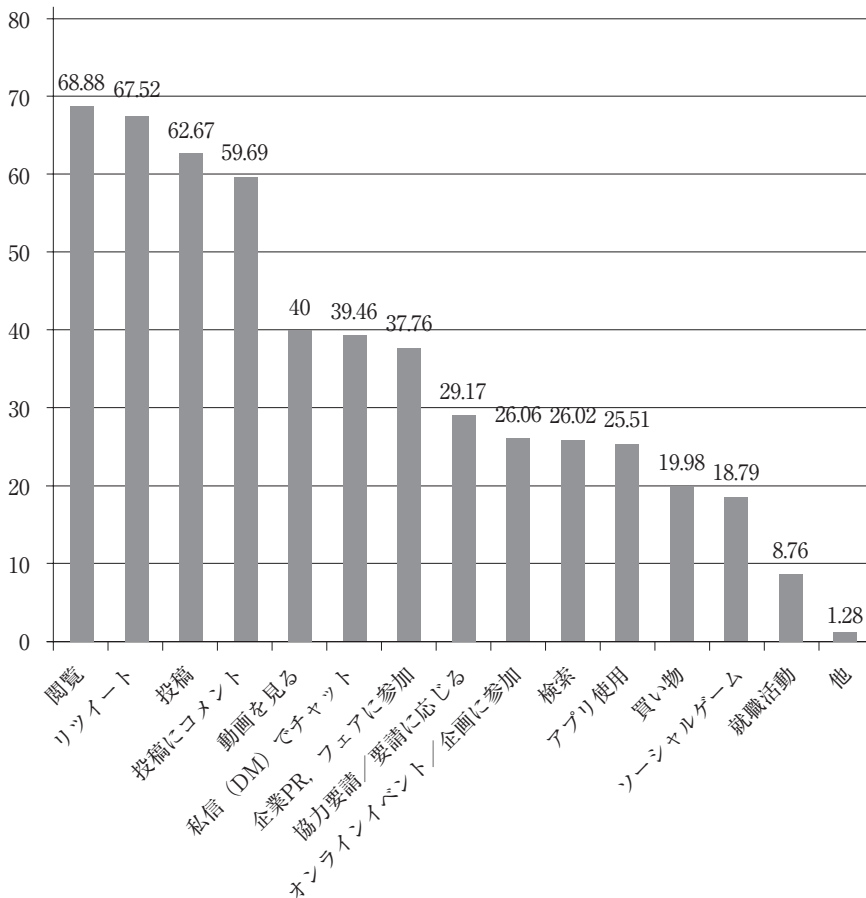
新浪微博が爆発的な人気を得たのは、3つの理由があると考えられている。

2.2.1 プロと素人が差別されていない使いやすさ

微博を利用したい場合、メールアドレスと簡単な個人情報を登録するとすぐに無料で使える。そして普通の掲示板と違い、投稿は極めて自由に制限されていない。また、操作は簡単で、使用方法を短時間で身に付けることができる。

一般ユーザーでも、VIP（新浪公式に身分認定され、名前のあとには黄色い勳章が付いている個人

図 2-2 中国国内における微博市場のシェア（単位は%）⁵⁾

図 2-3 微博ユーザーの微博上における行動分析 (単位は%)⁶⁾

ユーザーのこと)でも、プロでも素人でも、使い方をさえ分かれば、微博上で同じように言論が展開できる。

さらに、動画、音楽そしてゲームを楽しむことができる。また、企業アカウントへの参加によって、気に入りの商品情報、リアルに使えるクーポン券を貰うことも可能。微博を利用するだけで、コミュニケーションし、情報収集も同時に達成できる。

それらはユーザーにとっては、新聞、テレビなどのマスメディアが提供できないメリットである。

2.2.2 多様なメディアで利用できる便利なアプリケーション

微博は、PCは当然ながら、スマートフォンや

タブレット型PCで、場所や時間と関係なく、いつでもサービスを利用できる。そして図2-3から、ユーザーは単一ではなく、自分の都合に合わせて、その時一番使いやすいアプリケーションを選び、複数のメディアを使っていることも分かる(図2-4)。

直接のアプリケーションに限らず、他サイト、例えば動画(YOUKU)や通販サイト(TAOBAO)、読書、芸能関係の口コミサイト(DOUBAN)の共有機能を使い、微博サイトに投稿することもでき、リアルタイムで微博上のフォローをシェアすることもできる。

2.2.3 140字以内でつぶやける簡便さ

微博上に投稿するには140字の制限がある。微

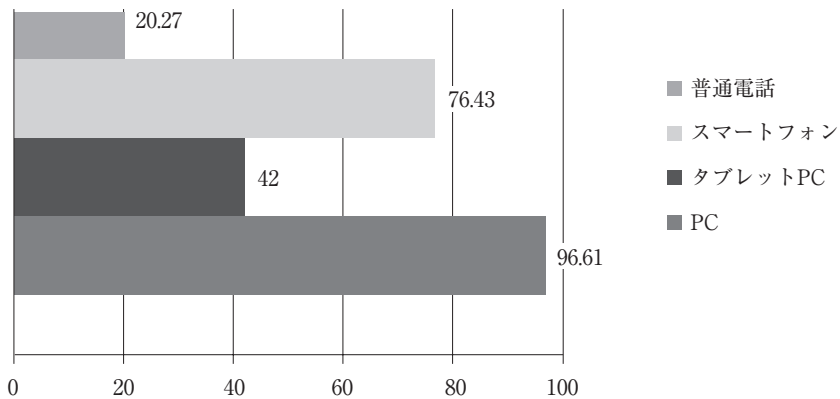


図 2-4 微博ユーザーが使っている各アプリの割合分析 (単位は%)⁷⁾

博へのつぶやきは「記事を書く」より自由に行えるイメージが強い。また各種の便利なアプリケーションの働きで、いつでもどこでもなんでも書き込める。しかも多様で実用性が高い機能を多数備えているため、文字だけの投稿は当然ながら、顔文字付きのつぶやきでも投稿可能。これまでのブログよりさらに便利なツールが提供されている。

3. 微博上で可視化された社会問題

微博には、一般ユーザーと新聞社などの公式企業アカウントによる大量の投稿がなされるため、微博を利用するだけで、時間、場合を問わずにいつでも最新の情報を受信することが可能である。

その情報の量の多さと更新スピードの速さを誇る微博には、Twitterと同じく、キーワードと同様のランキングがあり、毎日更新されている。範囲は国内から国際まで、ジャンルは生活、政治および芸能の分野など多岐にわたっている。現在どのような話題が盛り上がっているか、ランキングを見るとすぐ分かる。そして、ユーザーはそれらの話題に対して書き込みをしたり、投票したりしている。それらの行動を分析することによって、ユーザーが何に関心を持ち、どういうふうを考えているかが、基本的には把握できる。

本章では、以下の方法で、微博上で取り上げられた社会問題と反響について事例研究を行った。研究対象とした期間は、2011年11月から2012年8月まで。微博上で議論された事件および問題

を取り上げ、さらにユーザーの書き込み、マスコミの報道をレビューした。そして、重要事件をピックアップし、事件概要を踏まえると同時に、水面下に隠れていた問題を、微博がどのように可視化していったのかについて考察した。

事例選択の方法は、キーワードランキングを参考にしたが、その事件は単なる一過性のものでなく、その後には炎上あるいは大きな議論につながった事例を選んだ。つまり、微博上で問題になる前に、すでに社会に問題が存在していたものの、水面下でくすぶりつづけていた状態だった。それが、微博に取り上げられたために、一気に大議論が巻き起こることになり、水面下から水面上に浮上し、現実の社会問題として大きく取り上げられることになった事例である。

例えば、3.1の事例は動物の虐待、違法飼養問題と関係している。また3.2の犬肉祭の事例もアナログ時代にはなんら問題にならなかったことだがデジタル時代に大きな問題になった事例である。3.3の事例も、あるスポーツ選手の栄光と挫折をきっかけに、国の政策への不信感、地方と上海の軋轢、などが微博によって水面上に噴き上げられた形となった。

これらの事件を事例研究の対象とし、国民の意識の水面下にあった社会問題が、微博によって、どうやって可視化されるように至ったのか、ユーザーなどがどのように問題を解決しようと試みられたのかについて分析を行った。

3.1 禁狗令事件

2012年4月、微博上で一連の犬に関するツイートが多数にリツイートされ、その内容と画像があまりにも衝撃的すぎるため、一気に注目されるようになった。

下の画像もそのうちの1つで、犬を抱いているその女性の背中に書いた「殺狗先殺我」を訳すと、「犬を殺したいなら、まず私を殺しなさい」という意味である。

では、なぜそのような激しい反発を招いたのだろうか。そしてなぜ1001回のリツイートと136件のコメントで話題になったのだろうか。

この事件は、微博上で「ハルビン市における禁狗令事件」と言われている。禁狗令は略称で、全称は『ハルビン市養犬管理条例』で、2011年11月から施行されることが発表された。同条例は総則、管理と監督、免疫と登録、養犬行為規範、検査と処理、法律責任および付則の7章からなっている。今までの条例と違い、この条例に養われる犬は各世帯1匹までとし、大型犬や獐猛な犬は飼育禁止となる。また、オープンテラスでの飼育禁止、公共場所での犬小屋設置禁止、定期的に毛の手入れをして入浴をさせる飼い主の義務などが定

められている。条例実施後、養われる犬は自分の「戸籍」を持たなければならない。飼い主にも固定的な住宅を持つことに限定され、犬が人を襲うなどの事故が発生した場合、責任を問われることになった。

そして、2012年4月には、身長50センチ以上、体長70センチ以上の犬は、すべて飼育禁止となることが発表された。実際、2011年11月に政策を実施すると発表した時には、人々はそれにあまり関心を持ってなかった。5ヶ月後、論争になったのは、該当する犬種リストのためである。

もし凶暴化した場合に、人間に危害を加える恐れがある大型の犬種だけではなく、リストの中には、まったく危険ではない犬種も多数あった。そして政策により、11月1日前には飼い主自身で解決するが、締め切りを過ぎてまだ解決していない場合には、政府側によって回収・処置される予定であった。いずれにせよ、愛犬と一緒にいたいなら、ハルビン市から引越すしかない。ただ、現実的に、そう簡単には引越できない人がほとんどである。

リストの発表とほぼ同時に、微博上では「ハルビン市政府は、すでに飼育禁止の犬を回収し始めた」と書かれ、しかも警察風の人が極めて乱暴に犬を扱い回収し、捕獲された犬はケージの中に閉じ込められている様子がアップされた。飼い主が悲しそうにそれを見ている写真がついているツイートは、間もなく数万人にツイートされた。全国的に、ハルビン市政府のその理不尽なやり方に対し、批判の声が上がった。

一方で、その騒ぎに対して、ハルビン市政府も迅速に記者会見を開いて対応し、記者から出された微博上のツイートに関する質問に回答した。

記者：「ネットに流れている各種のうわさについて、政府側から正式的なコメントをお願いします。」

ハルビン市政府：「今迄のところ、まだ回収処置は始まっていません。うわさの『乱暴な扱い』『犬の殺処分』などはいっさいありません。うわさをどうか信じないでほしい。市民の信頼を裏切



写真3-1 「犬を殺したいなら、まず私を殺しなさい」と背中に書いたユーザー⑧

表 3-1 飼育禁止となる犬⁹⁾

飼育禁止となる犬 (49種)
チベタン・マスティフ、ビット・ブルテリア、ドゴ・アルヘンティーノ、フィラ・ブラジレイロ、土佐犬、セントラル・エイジアン・シェパード・ドッグ、重慶犬、ボルゾイ、ジャーマン・シェパード・ドッグ、ビット・ブル・テリア、ブルマスティフ、カネ・コロソ、グレート・デーン、コーカサスオフチャルカ、ナポリタン・マスティフ、スタッフォードシャーブルテリア、アフガンハウンド、ポインター、ワイマラナー、ブラッド・ハウンド、バセンジー、ブルドッグ、秋田犬、ニューファンドランド、ケリー・ブルー・テリア、中国田園犬、中国山紅犬、中国昆明犬、ドーベルマン・ピンシャー、ベルジアン・シェパード・ドッグ、ロットワイラー、ダルメシアン、セントバーナード、ビレニアン・マウンテンドッグ、オールド・イングリッシュ・シープドッグ、アイリッシュ・ウルフハウンド、サルキー、グレイトハウンド、オーストラリアン・シェパード、ブーヴィエ・デ・フランドル、ダッチ・バージ・ドッグ、ボーダーテリア、アラスカン、マラミュート、シベリアン・ハスキー、ゴールドンレトリバー、チャウチャウ、サモエド、ラブラドルリトリバー、セッター

@哈尔滨身边事 V

#关注#《哈尔滨市养犬管理条例》新闻发布会：记者问：“怎样看待网上各种传言？”哈市公安局回答：“目前为止，我局还没有开始犬类整治工作，也没有网上所称的“满城打狗”、“没收屠杀大型犬只”，希望广大市民不要轻信网上传播的谣言，要相信公安机关一定会全力做好犬类管理工作。”via：新浪黑龙江



4月18日 16:46 来自新浪微博

👍 | 转发(2928) | 评论(399)

写真 3-2 ハルビン市政府が記者会見を行ったことに関する報道ツイート¹⁰⁾

る行為は、我々はぜったい致しません。」

このように、政府は速やかに市民の疑問に答えた。しかしながら、そのコメントでは、微博上の人をうまく説得できなかった。リツイートの数も

元々の「うわさ」よりはるかに少ない。自分が住む町で、警察が犬を虐待に近い形で扱っている様子を見たことがあったり、警察は市民に親切ではないことを人々は日ごろから知っているためと思われる。市民の情報ではなく、政府の見解だから



庞小暴：一直就纳闷 身边家里有大狗狗的都养的很好啊 照常遛弯 也没听说什么禁令 谣言太可怕 (4月30日 14:46)

回复

写真 3-3 一般ユーザーのコメント11)



kingo猫猫：我就在哈尔滨，虽然这里说什么没有满城打狗，但是在这个社区里面真的已经没有大型犬了，包括温顺的金毛和拉布拉多，也确实有人和大型犬饲养者说，要不送走要不统一管理！统一管理是什么？为什么不能养大型犬，能不能给个合理解释？！//@安琪爱火影爱家教爱银魂：//@表示鸭梨再大都顶得住：//@BOBO沫沫：(4月20日 09:27)

回复

写真 3-4 一般ユーザーのコメント12)

信用できないと思っている人が多くて、騒ぎはより拡大することになった。

その中にあって、あるハルピン市在住の市民は微博上で、ハルピン市政府への不満の声とは別に、市政府の見解を支持するツイートをした。

「うわさがこわいよ。周りにいる大きなワンちゃんを飼っている友達はいつもと同じです。散歩に行かせてますが、禁狗令なんて聞いてません。」

「いまハルピン市に住んでいる者です。犬があっちこっちで捕まったりしていることはないが、団地には本当に大型犬はもういないです！ラブラドルみたいなおとなしい犬もね。確かにそういう犬の飼い主に、別所へ送るか同一管理を言いに行った人がいます。同一管理って何ですか、なんで大型犬だけ飼えないですか。政府の理由を知りたいです。」

一般市民の証言により、うわさは偽物だと判明して騒ぎは一時的に収まった。その後、このハルピン市養犬管理条例は施行された。

ハルピン市医療センターの統計によると、2012年11月に狂犬病ワクチンを接種した人数は612例で、2011年11月より102例減少した。すなわち、ハルピン市養犬管理条例の実施によって、大型犬の管理が厳しくなり、犬が人を襲う事件も減った。

同条例が不備だった時期には、一部の人は、動物を飼うモラルが低かったとされている。犬や猫

を飼うのはよいが、生活苦などで飼えなくなったから捨てたり、ストレス発散の目的で野良猫を虐待する事件が多数発生していた。

人を襲う事故を起こしたら、飼い主は責任を問われなければならないのに逃げる。そして飼い主ではなく、ペット自身が攻撃され処分される。日常生活において事故は起きていた。例えば、縄を付けずに犬を散歩に行かせたり、犬が苦手な人をわざと驚かせたりしていた。また、年に一度の健康診談に行かない飼い主もいた。このため、万が一それらの犬に襲われたら、狂犬病などの病気に感染するリスクもあった。

一部無責任な人のため、多くの人を制限する政策は万全ではないが、結果的に、この条例は、多数の市民からの理解を得た。

では、この事件において、微博はどんな働きをしたのだろうか。

微博がまだ登場していなかった時代には、政府はマスコミを使って政策を発表し、市民には相談せずに、強引に従わせるといふ、一方的なコミュニケーションのみが存在していた。

市民が政策に疑問か不満を感じても、政府へ自分自身の意見を言える方法はわずかだった。

1つ目は、政府あるいは公式サイトに設置されているポストやメールフォームへ手紙（メール）を送ること。

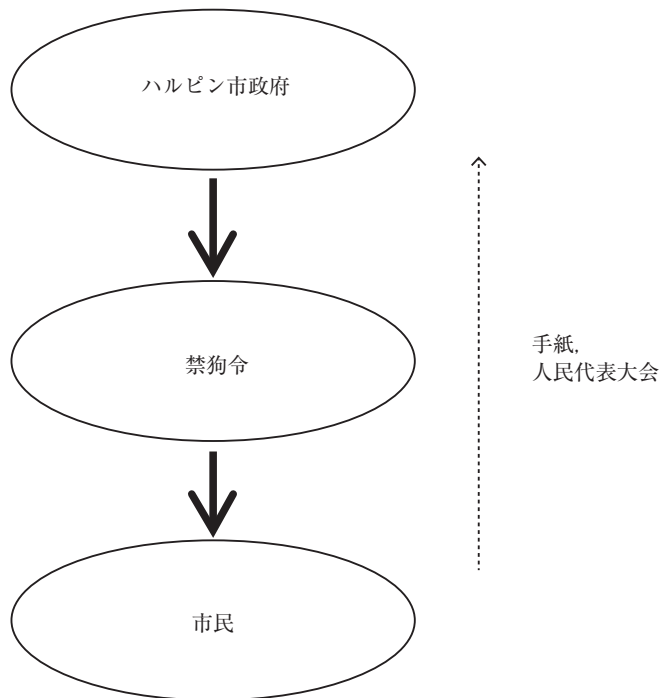


図3-1 微博登場前の時代の「市民—政府」間の関係図

書くのは簡単だが、担当者から返事が貰えるかどうかは疑問である。また、実際政府の人に真剣に読んでもらえるかどうか保証されない。

2つ目は、人民代表大会のような「偉い人たち」に会える政府会議に参加すること。

人民代表大会に参加するには、まず人民代表に選ばなければならない。それだけでも相当難しい。たとえ当選しても、行使できる権利は提案するだけ。最終的に認められ、実現される提案はほんの少力で、かつ時間がかかる。

すなわち、一般市民は基本的には政府に口が出せないのが、現実であった。

「禁狗令」を市政府が下したら、嫌でも従う。犬を他市の人に託すか、引越すか。道は2つしかなかった。上は上、下は下という政府と市民との関係は堅固で交流および相談を求めることは相当難しかった。

しかし、微博が登場してから、政府に意見を言える方法が1つ増えた。

微博を使うだけで（発言するだけで）、政策に

対する自分の見解を投稿できる。そして同じ見解を持っている人にリツイートされて、大きな言論的な力を持つようになることもある。政府でもその力を無視するわけにはいなくなった。ネットで炎上する前に、政府はマスコミを使って市民に対応することになる。政府側が、微博の意見に注目し始めた点、記者が微博の意見について質問し始めた点など、市民のネットでの言論を政府やマスコミが重要視し始めている表れの1つと思われる。

今回の件で、結果的には、微博上の言論はハルビン市政府の政策を変えられなかった。

しかしながら、微博の登場前よりも、政府と市民間のコミュニケーションは前進していることが伺える。

政府は、どういう理由や背景で、この政策を作成することになったのか説明する必要が生じてきた。そして市民の疑問に対して、記者会見などの方法を使って回答した。理由を理解した多数の市民は、その説明を聞いて納得した。市民の不満や

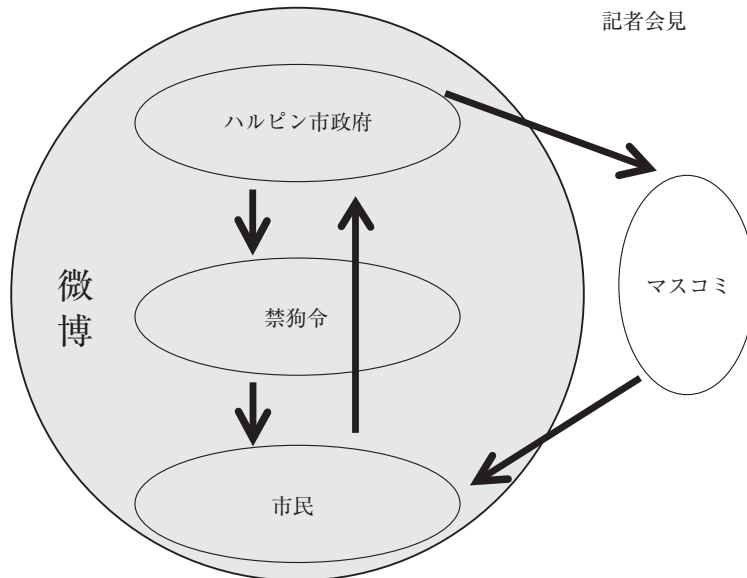


図 3-2 微博が登場後の「市民—政府」間の関係図

不安は、いつもくすぶっており、微博がそれらの可視化を促進したと言える。

地方政府は今後、微博上の動きを見ながら、政策の作成・公表を慎重にしていくと考えられる。完全とは言えないが、微博の登場によって、市民と政府の関係は、一方向から相互に影響しあう関係に変わりつつあると考えられる。

3.2 「犬肉祭」中止事件

2011年9月8日、中国で一番大きな掲示板「天涯社」では、『触目惊心，浙江金华湖边的狗肉？』（耐えられない！浙江省金华市の犬肉祭）が投稿された。

大量の生々しい写真付き、人がお祭りを祝いながら、平然とケージ中の犬を殺して食べる様子が詳しく報道され、最後のところで「こんな祭りはやめて欲しい」と、意見が掲載された。非常に残酷な光景が多く掲載され、多くの人たちをびっくりさせた。「ひどい。」「犬肉を食うなんてありえない」などのコメントが、微博を含め多くのマイクロブログサイトに転載された。微博だけで、4桁以上の人にリツイートされた。

「犬肉祭」とは何か。金华市政府によれば、そ

れは明朝皇帝朱元璋を発案者として、最初は犬肉を食いながら戦いの勝利を祝う行事だった。しかし、犬肉を食べる習慣だけが現代まで残っていた。

金华市政府は、マイクロブログ上の報道を動物保護協会の人に指摘されたために、素早く9月19日に記者会見を開いた。10月18日～20日に開催予定の金華犬肉祭は中止になり、今後、再開の見込みはないと発表された。事実上、600年の歴史を持つこの伝統的な行事は、永遠に中止されることになった。

責任者は中止したことについて、2つの理由をあげた。

1つ目は、市のイメージが「犬肉祭り」のツイートで悪化したため、イメージを改善するため。

マイクロブログ上で多数転載された報道は、金华市のイメージを野蛮、残酷なものとした。市のイメージを回復するため、犬肉祭を一刻も早く中止にすべきこと。そして元来、犬肉を食べるのは、豚肉、牛肉を買えなかった時代の選択だったこと。現在は、わざわざ犬肉を食べる必要はないことから、中止を決断したという。

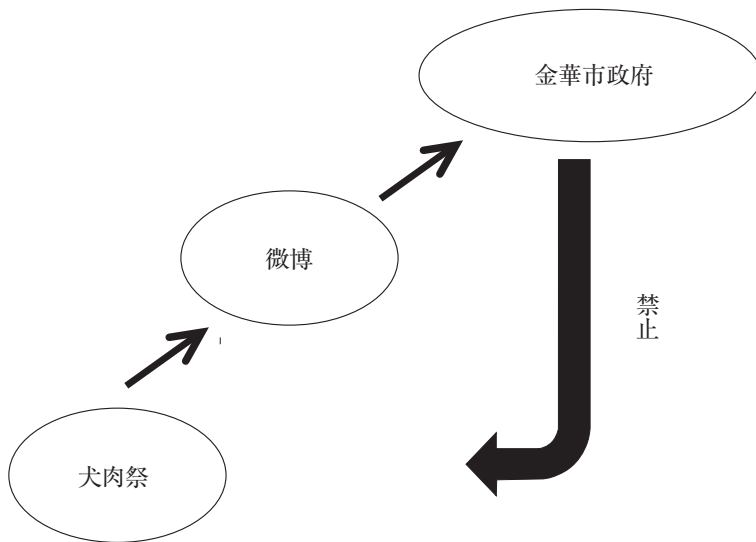


図 3-3 「犬肉祭」事件におけるコミュニケーションの流れ

2つ目は、外資系の企業の誘致のため。

外資系の企業は、すでに微博上でアカウントを設立しビジネスに生かしていた。外資系企業を誘致するために、犬肉祭を中止することでイメージを良くし、投資に相応しい環境が整えられていることをアピールできると市政府側は考えた。

犬肉祭を最終的に中止できたのは微博（および掲示板）の力が極めて大きいと見られている。

ユーザーが、微博などのソーシャルメディアや掲示板で、犬肉祭の残酷さと時代遅れについて拡散した結果、金華市政府は中止の決断に追い込まれたのである。

本来ならば、「犬肉祭」は歴史的な背景があり、犬を殺し、そして食べることも伝統的食文化として、政府に黙認されていた。

しかしながら、微博は、金華市というローカルな場所での行事を、全国版のニュースに仕立てあげてしまった。このため、中国中の人々に知られ、注目された。単なる微博空間におけるつぶやきだったにもかかわらず、マスメディア及び政府関係者もその件についての強い関心を示した。

そのマスメディアや政府関係者の注目は、金華市政府にとっては圧力となり、犬肉祭の存在が必要かどうか、改めて検討することになった。そし

て結果的に、中止を決断した。

この事件においては、微博はそもそもの発信地ではないとはいえ、拡散の面では大きな影響力を発揮した。そして、微博上では、犬肉祭を巡るつぶやきや写真が、企業ユーザーサイトと近接しているという状況がある。犬肉祭の中止を検討する際には、金華市は、微博の影響力の大きさを考慮に入れざるをえなかった。

一般人による投稿が、多数の支持を得て、最終的に政府の政策を変えたという事例の1つである。また、微博（ネット上）の議論はそれに関係する自治体政府のイメージと繋がり、外資系の投資誘致の面においても、影響力を及ぼす可能性があることが示唆された。

3.3 劉翔ロンドン五輪棄権事件

劉翔とは、1983年生まれ、中国上海出身の陸上競技選手。2004年アテネオリンピック男子110mハードルの金メダリストである。アジア人で初めて、オリンピックの陸上短距離種目における金メダリスト、世界選手権優勝、世界記録（当時）という、いわゆる「トリプルクラウン」を達成した。中国では「アジアの昇り龍」や「黄金の昇り龍」、「13億人の象徴」と称された。

そんな彼が2012年ロンドン五輪大会について、微博上で過大に議論された。2012年8月12日の陸上男子110メートル障害予選で、彼は振り上げた左足がハードルを越えずに転倒。ゴールにたどり着くことすらできず、途中棄権という結果を招いた。

アテネ五輪男子110メートルハードル金メダリストとして、ロンドン五輪での結果は決してよくないが、責められるほどのことではない。しかし、なぜか微博上では彼を批判する声がとても多かった。

微博では今回劉翔の件について、ユーザーを対象に、投票が行われた。

投票では3つの問題が設置されている。

1つ目は、「劉翔の予選での転落を見て、どう思っているか」。

「驚いた！また彼が同じ不幸にあったとは」に投票した人は一番多く、613,357票で53.81%を占めている。

他選択の票数は以下の通りになっている。「シ

ョック！一番悲しい方法で五輪と別れたね」(17.36%, 197,823票), 「感動した、最後まで頑張っていた」(13.05%, 148,710票), 「失望した、(北京五輪の)リベンジできなかった」(9.06%, 103,266票), その他(6.72%, 76,596票)。

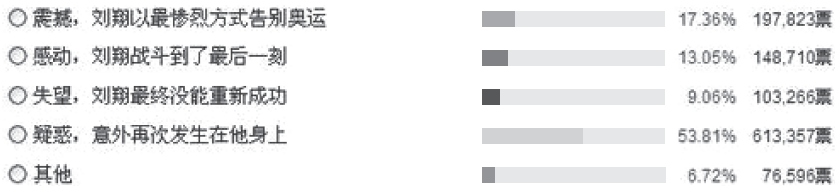
2つ目は、「片足で跳ねてハードルにキスしたという別れた方をどう思っているか」。

「理解、そして感動した」(22.24%, 253,549票), 「残念ながら、劉翔の時代はもう終わった」(21.14%, 240,959票), その他(5.55%, 63,314票)と比べ、「わざとしか見えない、なんかのパフォーマンスみたい」と思っている人が51.07% 582,207票だった。

3つ目は、「怪我をしながら試合に出た劉翔についてどう思っているか」。

「英雄を尊敬し、その体育精神に拍手」(17.82%, 208,675票), 「健康のほうが大事、無理しないでいい」(16.14%, 188,973票), 「分からないので言えない」(6.45%, 75,545票)に対して、「動機はどれも怪しくてかんたんに信用できない」と疑っ

1. 看到刘翔预赛第一栏意外摔倒，你的感受是？



2. 刘翔单腿跳跃亲吻栏架的告别，你的感受是？



3. 你如何看待在有伤的情况下，刘翔坚持比赛？



表 3-2 微博にて行われた投票結果

ている人が一番多い。全体の59.59%を占め、合計697,922票だった。

普通は不可抗力による不幸の事故で、残念と思う人が多いと推測した。しかし、投票を見てみると、劉翔の途中棄権の件については、「表に報道されたこと」が信用できないという人が半分以上いた。

そして、こうなった理由も、怪我ではなく、なにか裏があると思う人が6割近くを示している。

微博上の書き込みを分析、考察すると、以下の3つの問題が浮き上がって来た。

3.3.1 金メダルへの過剰期待

アテネ五輪で金メダルを取った劉翔は、それ以降マスコミや一般民衆に民族のヒーローと見られ、期待されていた。金メダルが取れる実力がある以上、いい成績を出すのは当たり前と思込んだ人が多数存在していた。

通常は、試合の中継は準優勝からのはずであるが、予選の段階から中継に入った。劉翔が出た年の陸上男子110メートル障害予選もそうだった。中継が始まる前に、CCTVも自分の微博上でフォロワーに、これからの中継を見逃さないように投稿した。それは劉翔の活躍を見込んだツイート行動と解釈できる。

しかしながら、金メダルへの過剰な期待によって、マスコミは、試合に勝って金メダルが取れるはずだと報道する。一方で、良い成績を取ることができなかった選手については、彼らを見下す報道がマスコミによって行われることがある。

同じく2012年のロンドン五輪大会の女子ウエイトリフティング試合で、メダルが取れる実力を持っていた期待の新人がミスを犯し、次の試合に進むことができなかった。

その新人はまだ若く、国際大会の経験もあまりないため、失敗してもおかしくなかったが、一部のマスコミに「今度の五輪大会で一番の恥」として、報道された。あまりのひどさに微博上でも、報道した新聞社へ大量のクレームが送られた。「メダルを取らなければ、意味がない」という

「基準」が現在でも多くのマスコミで通用している。

その影響を受け、一般の人でもそれを基準に選手を判断しはじめた。それで、金メダルが取れなかった劉翔に失望したと考えられる。

3.3.2 政府への不信心

劉翔は、北京五輪でのアキレス腱のけがが回復し、2009年～2011年に徐々に各大会に参加し、上位の成績を取めた。そして2012年5月、5季ぶりの12秒台をマークし、完全復活したと報道された。ロンドン五輪では、絶対に良い成績が取れると民衆に期待された。しかし、予選で転落した時、CCTVの女子アナウンサーは泣きそうな声で、「彼がけがしている、ここまで頑張ってきたから、責める理由はない」と言い続けていた。そして翌日の記者会見で、劉翔のコーチも、「けがは北京五輪以来、実は完治していない」と説明した。

試合前にはもう回復しており万全の状態だと、散々宣伝した拳句、途中棄権してからは彼がけが人なのだと説明する。そのやり方に、不満が爆発した。「騙された」「なぜ最初から白状しない?」「劉翔に参加させるより、もっと若い選手に行かせたほうが良かった」と微博上で議論された。

3.3.3 選手への不信心

中国のスポーツ選手育成システムは欧米諸国と違う。最初の訓練は自払のだが、一旦地方・国家の代表に選ばれると、その人にかかる費用は全部政府が負担している。すなわち、選手たちは税金で育てられたものとも言える。

劉翔の件では、多くの人が自分の税金がメダルを取れない人に使われて、結局無駄遣いになったと不満をこぼした。

アテネ五輪以来、劉翔は普通の訓練以外、多数の広告や社交活動にも出るようになった。そして途中棄権の後、間もなく彼のスポンサーの企業も「今回失敗しましたが、劉翔を応援続けます。彼は相変わらず我が中国のヒーローです」とコメ

ントした。もしかすると、彼が失敗した原因はけがではなく、商業活動に参加し過ぎて普段の訓練を怠けたとバレないように、わざと試合でパフォーマンスしていたという説も、たくさんの人に受け入れられた。けがは本当だとしても、民衆は劉翔への感情が複雑になり、彼自身の説明や解釈にも完全に信用できなくなったことが、微博のツイートの分析から見えてくる。

以上の3点は微博上の投稿をレビューするとすぐ分かる点だが、もう1つ水面下の問題も投稿によってより明確になった。

3.3.4 出身地への一般的なねたみ

それは地方の人が、劉翔の出身地である上海に対して、恨みと反感を抱いているという問題である。

劉翔の件では、金メダルを取った時は「中国全体の誇り」、失敗したらすぐ「上海人の失態」に変わった。

上海、北京などの大都市は経済に恵まれているため、文化、施設などの面においてトップクラスである。

同じ大学教育を受けるなら、地方にも良い大学があるが、数的にも質的にも上海、北京などの大都市の大学の方がはるかに有利である。卒業後の就職を考えると、キャリアアップの面においてもチャンスが多い。地方より上海、北京へ行く方が良い人生がおくれると思われる。

大学入学試験は、地方それぞれで行うため、試験問題や方法そして合格ラインも異なっている。

地方の学生は一生懸命に頑張っただけで優れた人材にならないと、大都市の大学への入学ができない。それに比べて、上海、北京にいる学生の合格ラインはそれほど厳しくない（ゆるくもない）。それを見て、不公平だと思える人も結構存在している。なぜ全国統一試験をやらないのか、地方の学生は、「上海や北京にいる学生は、自信がなく政策に庇われないと大学へ行けない」という見方をしており、所詮臆病者だと見下している。

教育の面だけではなく、多くの地方の人が上海などの大都市に引っ越し、新しい生活を始めようとしている。そこで、もし慣れないことがあったら、「上海の人のマナーが悪い」「外来者を排除しようとしている」という批判が出る。正直、そういう外来者に親切でない人も確かにいる。逆に外来者のマナーが悪い場合もある。

地方の人と大都市の人が、お互いに誤解しあっている現状がある。「上海の人はクールで、地方からの人に親切でなく、差別している」といううわさが間もなく広まり、不思議な常識になった。そして上海へ行ったことのない人さえも、そういう影響を受け、上海の人に対し不思議な意識を持ち始めた。

そうした地方の人たちの、上海の人に対する偏見や予断が、微博における、劉翔の危険＝「上海人の失態」というツイートにつながった可能性もある。

4. 微博における社会問題の可視化に関するモデル

微博上では、日常的には見えない人間の感情や不満などのくすぶりが、一気に吐き出される。これによって、通常は水面下に隠されている社会問題が、微博によって可視化される。このことは、微博がもたらす効果の1つである。

以下のモデルは、これまで紹介し論じてきた事例を総括し、微博の社会問題可視化のメカニズムについて、3つのモデルを使って説明を試みたものである。

4.1 微博による人間の無意識の可視化モデル

当モデルで説明したいのは、微博によって、通常は水面下にある市民感情（意識）が、ツイートなどの表現によって水面上に上昇していくメカニズムである。

微博が登場する前は、情報の発信や拡散はすべて政府そして政府が認可したマスコミによって行われてきた。

当然、言論の自由はある程度あるが、市民の考

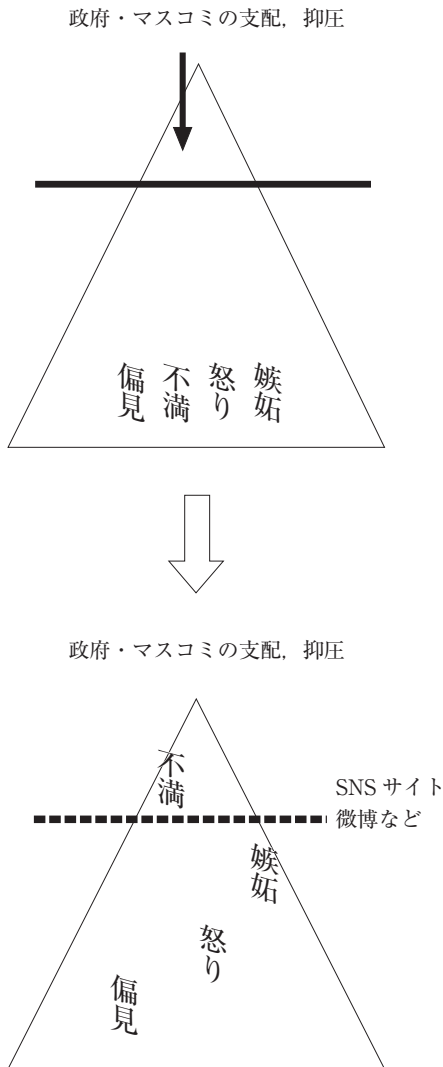


図 4-1 人間の無意識の可視化モデル

えや反応はあまり重視されていなかった。特に、中央政府を批判することは、基本的にタブーとされてきた。

強引で一方向的に近い形で、市民はただ情報の受け手となり、無意識のうちに自分の感情を抑えるようになった。

気持ちを隠しているという行為が習慣になり、「どうせわたしたちと関係ない」「そんなことは上の偉い人に頼めばいい」などというあきらめ論的思考、態度になっていた。

しかしながら、微博の登場によって、そういう「認識」は変わり始めた。

政府とマスコミはいまだに大きな権力を持っているが、前と比べ、メディアの様相が変化してきた。

流されている情報の多さと多様性においては、微博の方がマスコミよりも、格段に大きなものになって来たと考えられる。昔のようにテレビやラジオや新聞に頼るだけではなく、市民は今では、インターネットで大量の情報を収集することができる。

市民は特に微博を使って、本当の意味で初めて情報の発信者側に立った。個人は上の圧力をあまり考えずに自分が見た真実、自分の観点で送信する。同じ事件でも、マスコミで報道されたことと市民が発信した情報が全然違うこともめずらしくない。その場合、多くの人々は、市民からの情報を信じたがる傾向がある。政府やマスコミが支配する社会への不信や嫉妬が、徐々に水面下から水面上に揚がってくるようになった。

4.2 微博による「政府・マスコミ—市民」間関係の変容モデル

現在もなお、政府・マスコミと市民との関係は絶対的で一方的なものである。

強いて言えば、政府は絶対権力を持ち、マスコミに対しても、干渉したり検閲を行っている。そこで、中国大陸におけるマスコミは国営私営を問わず、政府の統制下で情報を流さざるをえない。普通の市民は、報道されたことに対して疑問を持ったとしても、政府の利益に反すれば、間違ったところがあっても修正してもらえない。政府の威信を保つために、市民が口を出す機会はずかである。

では、1人で政府やマスコミを動かさないなら、1000人は、10000人は、100000人はどうなるのだろうか。

微博上でたった1人の書き込みであっても、数万人からリツイートされて支持を貰えたら、ネット上だけではなく、現実の社会に対しても大きな

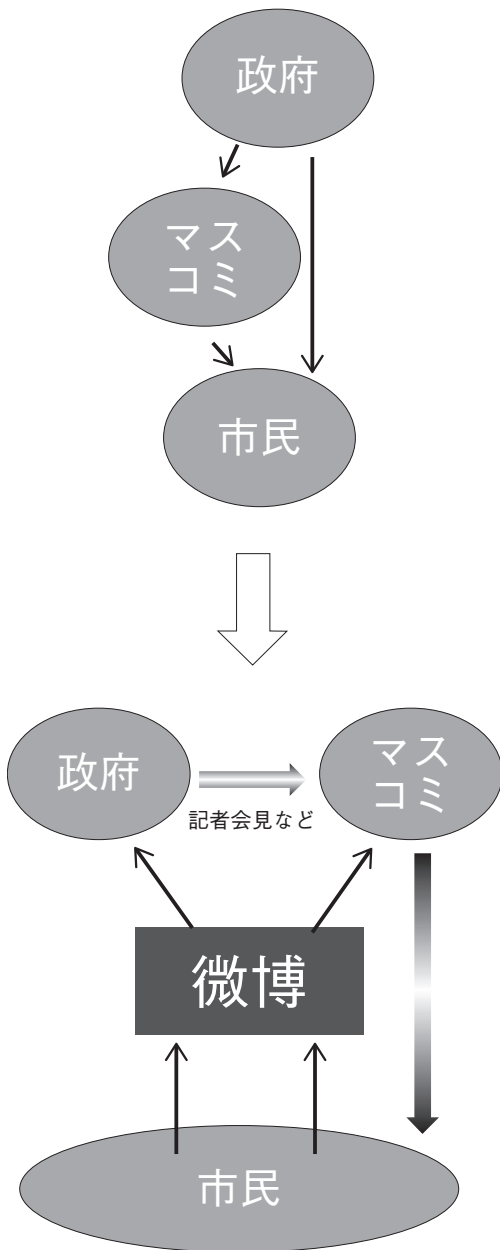


図 4-2 「政府・マスコミー市民」間関係の変容モデル

影響を与えることは可能である。政府がもし、下手に処理したり無視したら、ネット炎上だけに収まらない事態になる可能性を秘めている。このため、政府も微博上の市民の声を無視するわけにはいかなかった。

政府は微博から上がってきた疑問について、記

者会見などの方法で市民の元へ回答を届ける。その行動によって、少なくとも「政府は市民の声に関心を寄せてくれている」「政府は市民を無視していない」ということが証明でき、最悪の事態への発展を回避することができる。

すなわち、現在においては、「政府・マスコミー市民」との関係は、まだ平等とは言えないが、お互いに影響しあっているのは確実である。微博を通し、政府やマスコミも市民に「気を遣う」ようになり、報道の面でも、ネット上の反応を考慮して行う、という変化が少しずつだが生じている。

4.3 微博がもたらした情報拡散範囲の変化に関するモデル（地方の話題が全国の話題になる）

微博が現れる前には、地方の話題は地方で終わっていた。極めてクローズドな空間であった。しかし、微博の登場によって状況が変わり始めた。つまり、地方の話題が、その内容によっては、全国ニュースになる現象が生じてきた。

マスコミは規模により、地方と全国の2種類に分けられている。

全国範囲に情報を広める北京にあるマスメディアと比べ、地方のマスメディアはあくまで地方の話しか報道できないので、影響力は極めて小さい。時々全国級のマスコミも地方の話を取り上げているが、数は少ない。

また、マスコミの基準によってニュースが取捨選択されるため、必ずしも報道されるとは限らない。そして政府からの圧力を抱えていることもあり、「政府の都合」のいいように報道しなければならない。そんな状況であるため、全国向けに報道される地方の話は実に少ない。地方の話はほとんど地方の土地に止まっていた。

そんな現状は微博の登場で変わり始めた。微博は全国の多数のユーザーに利用されており、地域と関係なく、小さい地方の話でも全国の注目を浴びることが可能である。ただ、注意すべきなのは、地方の話といっても、すべて全国へ広まるわ

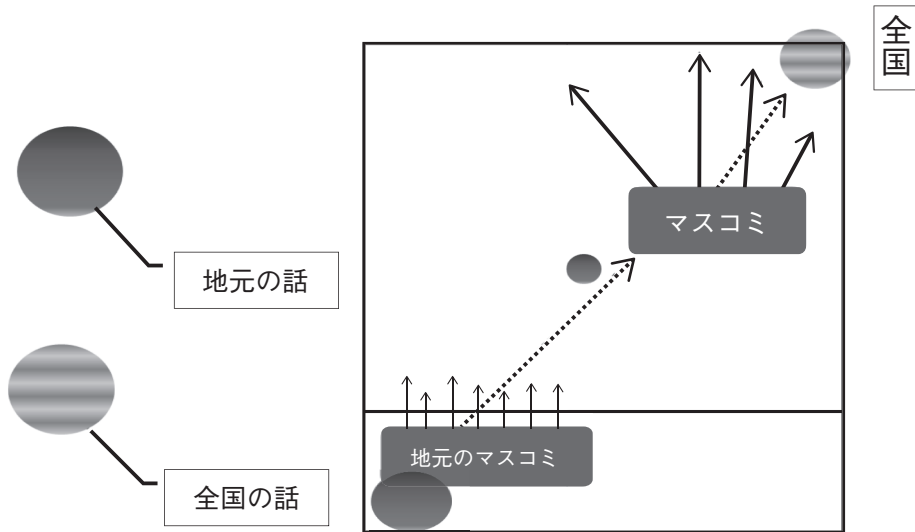


図 4-3 情報拡散範囲の変化に関するモデル①

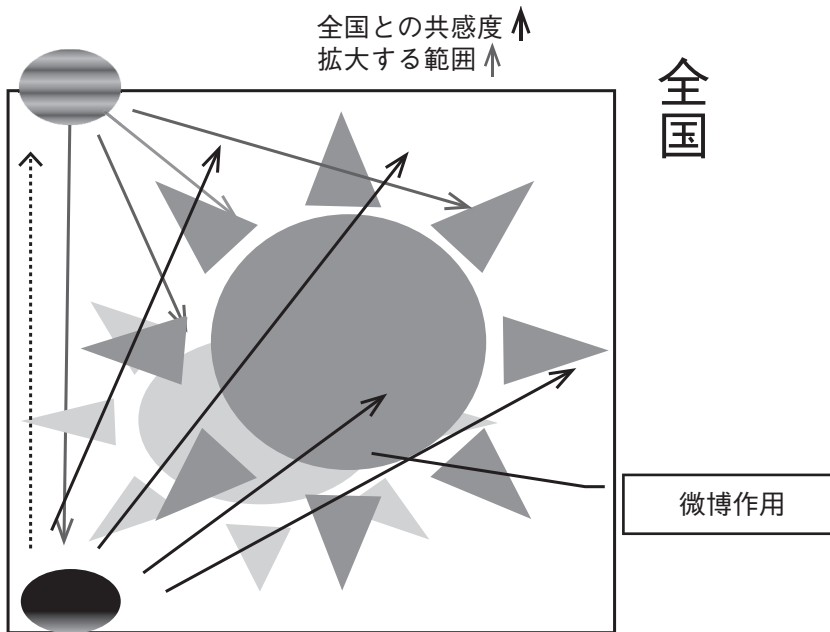


図 4-4 情報拡散範囲の変化に関するモデル②

けではない。前章で取り上げた事例のように全国的な共感が得られる地方の話に限られている。共感度が高いほど、速いスピードで広まっていき、そしてその結果引き起こされた影響も大きい。

具体的に解釈すると、なぜハルピン市および金華市の事件は全国的な話題になったのか、元々ハ

ルピン市と金華市の住民しか関心を持っていない話題であるとはいえ、全国の犬の飼い主や愛犬家も、その事件に自分の体験や感情を重ねたと考えられる。「その政策が実行されたら、自分の住んでいる町でも似たような法令が出かねない。」「このままほうっておけば、他所の犬も被害にあう恐

れを否定出来ない」など様々な思いに駆られ、一見自分と関係ないことでありながら、真剣に反対の意思表示行動を起こした。結果的には期待されたようにならなかったケースも多々ある。しかし、微博の力によって全国ニュースになってしまった事件は、話題の発生地へ影響を与えた。

拡散範囲だけではなく、マスコミが従わなくてはいけない「基準」も、微博においては存在しない。このため、マスコミでは報道していない、そして報道できないことも多数発信されている。微博を利用してから、多くの人々は、他の地方のことを知り、そして改めて社会を認識したと言っても過言ではない。ただ、微博でも完全に言論が自由とは言いがたい。「政府の都合」に反することがあれば、間もなく通報され、書き込みの削除もしくはアカウントの禁止などのペナルティが課される。それは検閲問題とつながっている。

これはすぐには解決できない問題だが、微博という新メディアの登場によって、いずれ改善される日が来る可能性もある。

5. 結 論

微博を研究テーマにしたのは、元々身近で中国人が多く愛用していること、そして外国の企業から注目を浴びているメディアであることが、理由である。

確かに、微博を代表する中国のソーシャルメディアは、外国のコピーと言われることが多い。それは否定できない。しかし、コピーとして誕生したものの、微博は自らの特徴を持つようになった。それは微博ならではのものであり、そして通信ツールとしてだけでなく、微博が生み出したコミュニケーションが社会に与えている影響力は大きい。さらには、その議論はネット上だけのものではなく、現実の地方政府や現実社会へも大きな影響を及ぼし、変化をもたらしている。

微博のおかげで、より多くの人々が登録して投稿するようになった。そしてどんな地方にいても、全国からの大量の情報を受信しながら、自分自身の考えも重視するようになった。昔から存在して

いたマスメディアは本当の真実を教えてくれているのか、自分が真実だと思っていたことは本当に正しいか。そうした疑問を持って、真実にたどり着こうとする人が増えている。そして彼らのそうした探索活動が活発化することで、また「自由」に近づけたような気がするのである。

そして、一般人だからこそ、マスメディアと比べ、立場などを考えせずに発言することができる。このことによって、世間的にはあまり知られていない、もしくは従来重視されてこなかった問題が急に表（サイト、言論空間）に現れ、議論の対象となるのである。

一方、一部の人によって広められる「偽情報」も問題であり、微博が自由環境であるが故に起きた問題点とも言える。しかし、それは数多くの発信の中のわずかであり、これからどうやって安定的な微博の言論環境を保つのが、1つの大きな課題になるだろう。

なお、微博上の社会問題の可視化は、当然マスメディアにも大きな影響を与えた。ネタを探す活動は、昔は自分の足でやらなければならなかったが、今は微博を閲覧するだけで、話題になった事件をピックアップして報道することも可能になった。そしてマスメディアも微博を有効活用するようになり、話題となったり議論された事件や事故の解決にも力を入れるようになってきた。マスメディアと微博という異なるメディアはどうやってそのバランスをとるのか、そしてどう相互作用しあうか、両者の関係を明確にすることも、今後の研究テーマの1つだと考えている。

先進国と比べれば、おそらく中国におけるソーシャルメディアは、未熟かもしれない。しかしながら、その存在が果たしている影響力は、ますます増加し、無視できないものになっている。政策の策定においても、話題になった問題の解決においても、政府側は今後も微博上の言論、そしてその変化に慎重に対応していくことになるだろう。

微博は、通常は見えない水面下にある社会問題のくすぶりを可視化させる機能をもつ。すなわち、現実社会とは異なる、もう1つの仮想空間、

言論空間を生み出していると言うことができるだろう。政治的にも経済的にも、今後微博に関する研究は、ますます重要になり、注目すべきだと考える。

注

- 1) 『2012 中国微博藍皮書』（中国互聯網數據中心、2012）を基に作図した。
- 2) <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%9F%E3%83%8B%E3%83%96%E3%83%AD%E3%82%B0> より引用したもの。
- 3) 「Twitter, 今年6月にユーザー5億人超かーブラジル急成長ツイート数では日本語が依然英語に次いで2位」<http://jp.techcrunch.com/archives/20120730-analyst-twitter-passed-500m-users-in-june-2012-140m-of-them-in-us-jakarta-biggest-tweeting-city/>
- 4) 『中国マイクロブログ（微博）調査』（日本貿易振興機構、2011）より。
- 5) 『2012 中国微博藍皮書』（中国互聯網數據中心、2012）を基に作図した。
- 6) 『2012 中国微博藍皮書』（中国互聯網數據中心、2012）を基に作図および訳した。
- 7) 『2012 中国微博藍皮書』（中国互聯網數據中心、2012）を基に作図および訳した。
- 8) <http://weibo.com/1875096933/yfhvwcDMD>
- 9) 「『ハルビン市養犬管理条例』の内容を基に作成した。
- 10) <http://e.weibo.com/1688383542/yfbugnno4?ref=http%3A%2F%2Fweibo.com%2Ffav%3Fleftnav%3D1%26wvr%3D5%26page%3D2%231357412726901>
- 11) <http://e.weibo.com/1688383542/yfbugnno4?ref=http%3A%2F%2Fweibo.com%2Ffav%3Fleftnav%3D1%26wvr%3D5%26page%3D2%231357412726901>
- 12) <http://e.weibo.com/1688383542/yfbugnno4?ref=http%3A%2F%2Fweibo.com%2Ffav%3Fleftnav%3D1%26wvr%3D5%26page%3D2%231357412726901>

参考文献

(書籍)

- 大橋正和『次世代XML Webサービスとシチズン・セントリックの考え方』（Webサービスイニシアティブ2005）
- 荻上チキ『社会的な身体～振る舞い・運動・お笑い・ゲーム』（講談社 2009）
- 勝間和代、広瀬香美『つながる力 ツイッターは「つながり」の何を変えるのか?』（ディスカヴァー・トゥエンティワン 2009）
- 小林直樹・日経デジタルマーケティング『ソーシャルメディア炎上事件簿』（日経BP社 2011）
- 三浦基・小林憲一「テレビの見方が変わる～ツイッターの利用動向に関する調査～」『放送研究と調査 AUGUST 2010』（NHK放送文化研究所 2010）
- 三浦元博・山崎博康『東欧革命～権力の内側で何が起きたか～』（岩波新書 1992）
- 南塚信吾、宮島直機『89・東欧改革 何がどう変わったか』（講談社現代新書 1990）
- 永井清彦・南塚信吾・NHK取材班『社会主義の20世紀 第1巻』（日本放送出版協会 1990）
- 矢野直明「『総メディア社会』の進展とサイバーリテラシー」『AD STUDEIS vol.31』2010
- 山田賢一「中国ブロガーが見た日中メディアの課題～ツイッター・ブログ時代の情報交流のあり方～」『放送研究と調査 MARCH 2011』（NHK放送文化研究所 2011）
- 山田賢一「『ブログジャーナリスト』を通じてみる中国メディアの今」『放送研究と調査 OCTOBER 2012』（NHK放送文化研究所 2012）
- 吉次由美「東日本大震災に見る大災害時のソーシャルメディアの役割～ツイッターを中心に～」『放送研究と調査 JULY 2011』（NHK放送文化研究所 2011）
- 『中国マイクロブログ（微博）調査』（日本貿易振興機構、2011）
- Anthony Giddens『社会学 第五版』pp.585-594. 而立書房、2009
- 『2012 中国微博藍皮書』（中国互聯網數據中心、2012）
- (Web)
- 「ソーシャル化された民主化運動としてのジャスミン革命」(2011) <http://agora-web.jp/archives/1290006.html>
- 「Facebook, ユーザー数が8億人を突破したと発表」

- (2011) http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1109/26/news_030.html
- 「米国ドミノピザ事例、動画大炎上を乗り越え、ソーシャルメディアや iPhone をフル活用」(2010)
- 「ZOZOTOWN 送料無料になった経緯を経営者目線で語る (社長 twitter 炎上→無料)」(2012) <http://shachoublog.net/nyu-su/zozotown.html>
- 「客に「お前みたいな奴は二度と注文しなくていいわ」ZOZOTOWN 社長暴言ツイートで謝罪」(2012) <http://www.j-cast.com/2012/10/22150939.html?print=all>
- <http://jp.techcrunch.com/archives/20120730analyst-twitter-passed-500m-users-in-june-2012-140m-of-the-m-in-us-jakarta-biggest-tweeting-city/>
- <http://old.nbd.com.cn/newshhtml/20110803/20110803023215427.html>
- <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%A1%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%9A%E3%83%BC%E3%82%B8>
- <http://www.weibo.com/>
- <http://blogs.itmedia.co.jp/saito/2010/05/tweet-2.html>
- http://www.dailymotion.com/video/x8zsdd_domino-s-pizza-gross-employees-film_news?start=13
- http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=dem6eA7-A2I#!