

中国のウェブ日記サイト「年輪」の事例研究

廖 菲
川 浦 康 至

アジア太平洋地域のインターネット利用者は2005年末時点で3億6670万人と、地域別では最も多い（インターネット協会、2006）。同地域は、人口構成比で世界の56%を占め、これまでの普及状況から推測すると、同地域におけるインターネット利用者の増加は世界全体の利用者増に大きく影響すると見られている。なかでも伸張著しいのが中国である。

Internet World Stats（2006）によれば、中国のインターネット利用者数はアジア第1位、世界第2位となっている。9.4%という普及率こそ、米国（69.3%）や日本（67.2%）、カナダ（67.9%）に及ばないものの、それだけに今後、中国のインターネット人口は増加する可能性が高く、世界のインターネットの動向を見通す上で目が離せない。

1. 中国のインターネット利用状況

インターネット利用者は中国語で「網民」と呼ばれる。CNNIC（中国ネットワークインフォメーションセンター）によれば、網民とは、週1時間以上インターネットを利用する6歳以上の中国国民をさす。CNNIC（www.cnnic.cn）は、1997年6月から年2回のペースで（発表は1月と7月）、インターネット利用状況の

定点調査を行っている。

2006年7月に発表された「第18回中国インターネット発展状況統計報告」によると（CNNIC, 2006a）、同年6月末で中国国内のインターネット利用者は1億2300万に達し、総人口（13億人）の9.4%を占めるまでに至った。2005年7月の第16回調査結果と比べると、利用者は2000万人増え、前年同期比で19.4%という伸びを示している。9年前の初回調査（1997年）から見ると、198.4倍という数字である。

まず、CNNICの最新調査（2006年6月実施、CNNIC, 2006a）をもとに、中国のインターネット利用状況から見ていこう。

1-1. アクセス方法

2002年5月、中国電信（CHINA TELECOM）がブロードバンドサービスを開始し（中国インターネット実験室、2005）、2005年にインターネット利用者が急増、現在もなお増加傾向にある。2005年6月より2400万人多い7700万人となり、前年同期比では45.3%である。専用線接続は2005年6月以降、減少に転じ、現在までで110万人少なくなっている。ダイヤルアップ接続はそれより早く、2005年1月の第15回調査時点から減り続け、第18回調査では前年同期比で

750万人も減少した。ブロードバンドサービスの拡大に伴って、ダイヤルアップ接続市場が縮小しつつある。

1-2. 利用者の構成

(1) 性別

利用者の男女比率は、男性7232万人(58.8%)、女性5068万(41.2%)であり、男性が多い。しかし、性別の利用者数を前年同期比で見ると、女性は21.8%増、男性は17.8%増と、女性利用者の伸びが著しく、今後差は縮まると予想される。

(2) 婚姻状況

婚姻状況別では、未婚者55.1%、既婚者44.9%となっていて、これまでの調査結果同様、未婚者が過半数を占める。しかし絶対数で見ると、前年同期に比べ、既婚者は30.8%増、未婚者は11.5%増で、既婚者の間にも急速にインターネット利用が広がっている。

(3) 年齢

35歳以下が82.3%を占め、35歳以上は17.7%にとどまる(図1)。利用者の絶対数では、

35歳以下が前年同期の20.9%増、35歳以上は前年同期の13.0%増となっていて、これまでの調査結果と大きな変化は見られない。インターネット利用者の大半は若い世代で占められている。

(4) 学歴(在学・卒業)

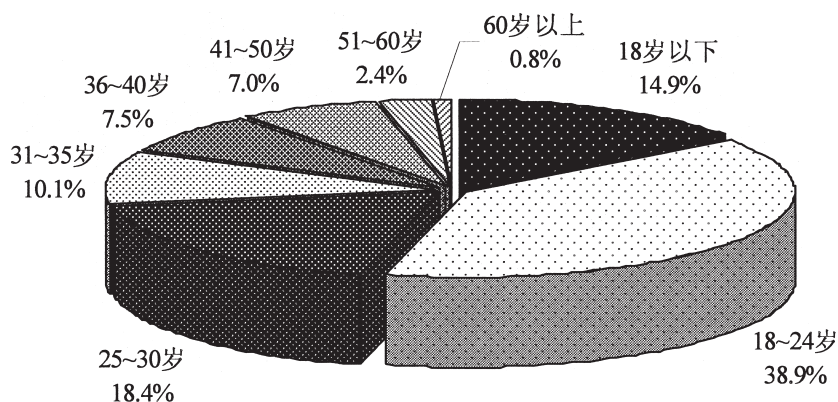
高校(高専を含む)が最も多く、31.6%を占める。以下、四年制大学(24.7%)と三年制大学(23.0%)が続く。全体として、四年制大学以下の利用者が72.4%と、利用者の大半を占める。絶対数で見ると、四年制大学以下は前年同期比21.6%増、四年制大学以上は同じく14.0%増となっていて、四年制大学以下利用者の増える速度は四年制大学以上の利用者より速い。

(5) 職業

最も多いのは学生で、36.2%を占める。以下、会社員28.9%、無職(離退職を含む)8.5%、教師と公務員7.4%と続く。

(6) 収入

月収2000元以下(無収入を含む)は78%、2000元以上は22%である。低収入の利用者が



数据来源: 中国互联网络信息中心(CNNIC)

図1 中国のインターネット人口構成(年齢別)

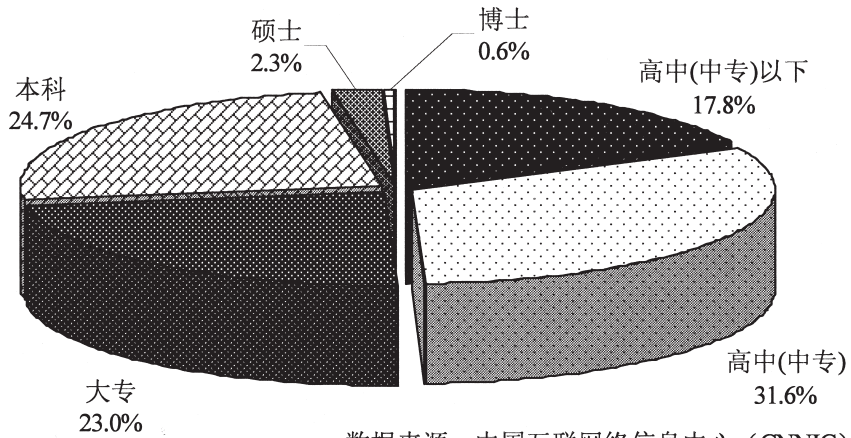


図2 中国のインターネット人口構成（学歴別）

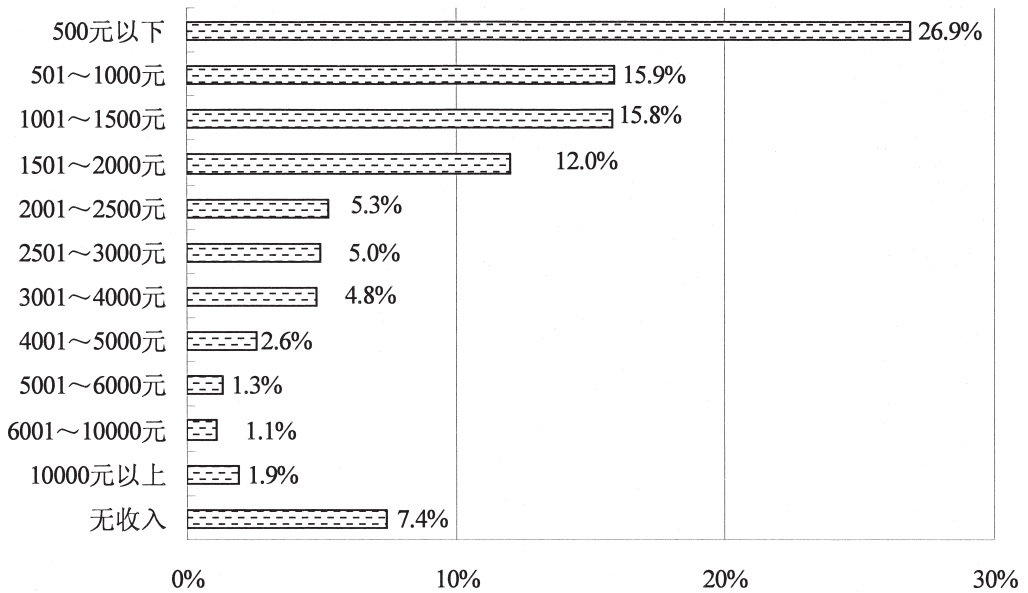
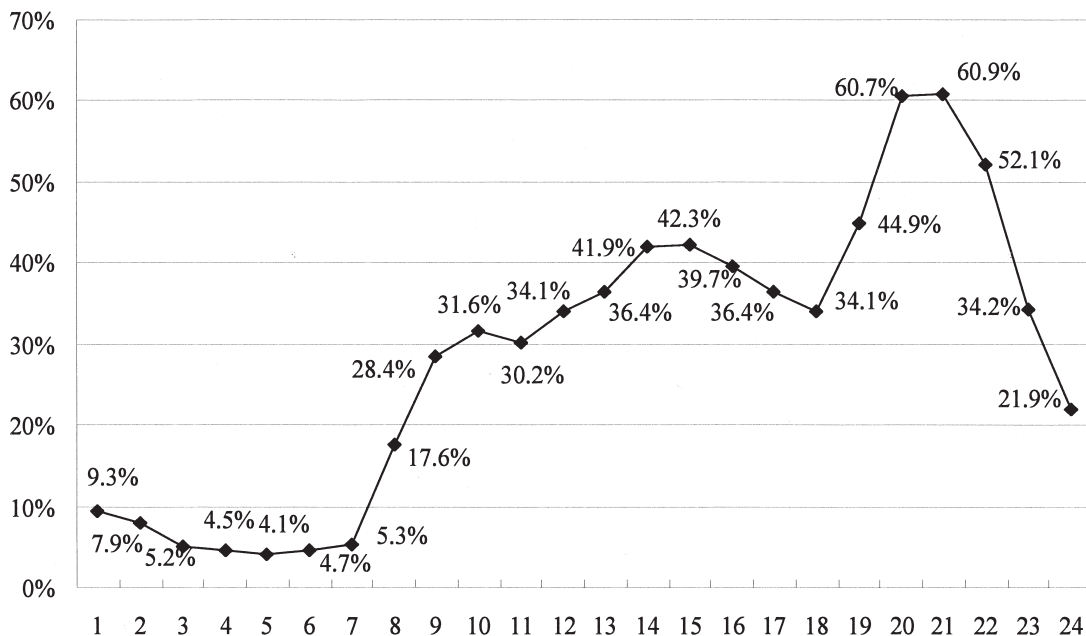


図3 中国のインターネット人口構成（月収別）

大半を占めている。2000 元以上の利用者は前期同期比 32.0% 増、2000 元以下の利用者は前期同期比 16.3% 増となっていて、2000 元以上の利用者の伸びが2000 元以下の層より大きい。

以上をまとめると、中国のインターネット利用者は依然として、男性、未婚、35 歳以下が

中心で、四年制大学以下の学生が圧倒的に多い。平均月収に関しては2000 元以下に含まれる利用者が多い。したがってインターネット利用状況の説明要因として、「利用者の多くは若者である」ことから、他の属性についても説明がつくと言えよう。



数据来源：中国互联网络信息中心（CNNIC）

図4 時間帯別にみるインターネット利用率

1-3. 利用行動

(1) 情報の入手手段

インターネットは82.6%で、1位に挙がっている。以下、テレビ64.5%、新聞は57.9%となっている。

(2) 利用時間

インターネット利用者の1週間あたりの平均接続時間は16.5時間で、前年同期比17.9%増、また2001年6月の調査における週あたりの平均接続時間は8.7時間であることから、この5年間でほぼ倍増したことになる。CNNIC(2006a)は「一部のインターネット先進国よりも使用時間は長い」と分析している。接続時間の長さは、インターネットが日常生活に浸透しつつある証と言えよう。

(3) 利用時間帯

インターネットの利用時間帯は、これまでの

結果と同様、早朝1時から7時までの利用が最も少なく、8時から急激に増加し始め、10時に1回目のピークを迎え、31.6%の利用者がこの時間にインターネットを利用している(図4)。11時になると少し下がり、正午から再び上がり始め、15時台に2回目のピークを迎え、42.3%のユーザーがこの時間帯に利用している。16時以降は減少に転じ、その後、19時から増え始め、21時台に3回目の(最大の)ピークを迎え、利用率は60.9%まで上昇する。そして23時以降は急降下していく。時間帯別利用率の推移は、このように生活リズムと符合している。

(4) 各種サービスの利用状況

よく利用されるインターネットサービスは「ニュースを読む」と「検索エンジン」で、ともに66.3%とトップを占める。以下、「メール

の送受信」64.2%、「掲示板」43.2%、「チャット」(ウェブ上のチャットルームは除く)42.7%と続く。「ブログ」は23.7%と、やや低めである。

2. 中国におけるブログの成立過程

中国で「ブログ」は「博客」と呼ばれる。この名称は、2002年7月、方興東(清華大学新聞与伝播学院博士課程、「博客中国」サイトの発起人)、王俊秀(「博客中国」編集長)の2人によって正式に命名されたものである。同年8月、方と王の2人は「博客中国」サイトを立ち上げ、これが中国における最初のブログとなった(2005年7月、「博客網」www.bokee.comに社名変更)。翌9月には、「博客」という言葉が「中国青年報」や「南方週末」など大手新聞紙上で紹介され、その後、「浙江杭州中国博客」www.blogcn.com、「博客動力」www.blogdriver.comといったブログサイトがあいついで生まれた。

2002年12月、千龍新聞網サイトは「2002年博客在中国」をテーマとするカテゴリーを設け、博客中国サイトと共同で「第1回博客現象研究討論会」を開催、ブログに関する研究を開始した。中国社会科学院研究員の閔(2003)は、「2002年中国網絡媒体回顧」で、ブログの登場を五大ニュースの1つに掲げた。

2003年3月、南開大学と中国科学技術大学はブログサイトを開設し、さらに上海中医薬大学が研究・教育手段としてブログを利用し始めた。ブログは大学を中心に広がっていった。同年、「博客中国」のユーザーである王吉鵬がインターネットポルノに対する反対運動を始め、

ブログの影響力がはじめて社会的に認知された。

しかし、この時点ではブログの社会的認知度はまだ低く、知名度を一気に高めるきっかけになったのは「木子美波風」とされる。

2003年6月、「博客中国」の女性ユーザー、木子美(ムーツーメイ)が「遺情書：木子美網絡性愛日記」をネットで公開した。それは数多くの男性との交際を官能的に描いた内容で、ただちに注目を集めることとなった。8月、彼女は相手の一人の本名をブログで明らかにした。この日記はたちまち多数のBBSに転載され、インターネット上で大きな話題となった。11月、中国の大手ポータルサイト「新浪」www.sina.com.cnが「木子美風波」をテーマとするカテゴリーを設けたことで(<http://news.sina.com.cn/z/mzmrfb/>)、アクセスが急増、「博客中国」サーバーはそれに耐え切れず、システムダウンを余儀なくされた。その後、マスコミ報道と「遺情書」の出版(木, 2003)、その後の発行禁止騒ぎと、彼女のブログは社会現象化し、同時に彼女自身も有名人となった(中国情報局, 2003)。

「木子美網絡性愛日記」の影響で、インターネット上のモラル、書き手や読者の心理、表現の自由など広範な議論がインターネットユーザー間で盛り上がった。ブログ技術から「木子美」を論じる人もいれば(郭, 2003)、中国人の性觀念の変化を論じる人もあらわれた(李, 2003)。中国でブログを最初に始めた方(2003)は、「木子美がブログを大衆に膾炙し、ブログの普及に大きく貢献した」と主張し、「急激に増えたアクセス数にどう対応していくかという問題よりも、政府当局がブログ事業に対してどのような管理手段を講じてくるかが重要な懸念

である」と指摘した。

2005年、こうしたブログブームの中、大手チャットソフト会社の騰訊(Tencent)は、QQと連動するQ-Zoneブログサービスを提供し、「搜狐」sohu.comや「新浪」はじめ、大手の各ポータルサイトは競うようにブログ(ホスティング)サービスをスタートさせ、本格的なユーザー争奪戦が始まった。

CNNIC(2006b)の調査によると、2006年8月末現在、中国のプロガー人口は1748.5万人に達した。これは中国インターネットユーザーの14.2%に相当し、うち1ヶ月に1回以上、更新するアクティブ・プロガーは769.4万人である。他方、ブログ読者は7556.5万人で、インターネットユーザー全体の6割を超え、そのうち5470.9万人が自分はアクティブ読者(よくブログを読む人)と答えている。アクティブ・プロガーの数は今後も伸び続け、2006年末までに1000万人を突破すると予測されている。

3. 「年輪ネットワーク日記」

今回、事例研究として取り上げる「年輪ネットワーク日記」www.diarybooks.comは、このようなブログブームを背景に生まれたウェブ日記サイトである。ただし「木子美」ブームに乗ったわけではない。2004年、まだ「木子美」旋風が吹き荒れていた頃、「年輪」ユーザーの中に「木子美」を騙って官能的な日記を書く者が現れた。しかし主宰者は当該ユーザーのIDを抹消し、「木子美、年輪不歓迎你」日記を発表、「年輪」サイトの「純浄」を訴えた。これをきっかけに、「年輪」サイトは「真実の心情を書く、静かな

空間」と特徴づけられるようになった(利用者も同様の認識を持っている(廖・川浦,2005))。

2006年、「年輪」サイトの情報コーナーに「年輪ネットワーク日記本和Blog(博客)」が掲載され、サイトの趣旨や内容、雰囲気から「年輪」と一般ブログとを峻別し、「年輪」が「真実の心情を書く」「生活の記録」の場であることがいっそう鮮明になった。

「年輪」は、「グーグル中国」や「百度」www.baidu.comなど、主要な検索エンジンで「ウェブ日記」を検索すると、決まって上位にあがってくるサイトである。「年輪」は初期に開設されたブログサイトの1つで、利用者が最も多く、日記活動も活発である。またオフ会が継続的かつ組織的に開かれるのも「年輪」の大きな特徴となっている。

オフ会の大半が深圳市で開催される点も注目に値する。もともと漁村だった深圳市は1979年に広東省直轄市に昇格、翌80年には経済特区の指定を受けた(<http://www.sz.gov.cn/>)。総人口701万人中82%が流入人口で占められ、平均年齢も30歳未満と若い。「移民」と「若者」は、まさに深圳のキーワードである。

3-1. サイトの運営形態

(1) 主宰者・管理人

「年輪ネットワーク日記」は2002年11月1日、2人の証券会社社員、羅江南さんと石磊さんの副業として始まった。彼らは、それ以前もいくつかのサイトを立ち上げてきたものの、ことごとく失敗に終わった。「年輪」も当初は個人的に使用するブログシステムとして作られたが、外部から、誰でも使えるようにしてほしいとの要望に答え、登録制サービスとして運用されるよ

うになった。2人の創設者のうち、羅さんが主宰者として、もっぱら企画立案やサーバーなどハードの調達を行い、石さんがシステム管理を担当している。

2005年4月、サイトは会社法人となった(中国では、インターネットサービスの運営母体はすべて会社法人として当局に届け出なければならないしくみになっている)。

(2) ボランティア管理人

社員として働いているのは、主宰者と管理人の2人だけである。では、どのようにして20万人のユーザーを管理しているのか。それらを担っているのは、ボランティアの管理人集団である。彼らの大半は「年輪」のヘビーユーザーでもある。応募のきっかけはさまざまだが、利用しているうちに主宰者や管理人と個人的に連絡を取り合うようになり、志願して管理人になったケースが多い。2004年4月中旬、サイトの情報コーナーにボランティア管理人の公募が告知されると志願者が殺到し、ボランティア管理人の人数は大きく増えた。現在、約30名のボランティア管理人が従事しており、いままも公募中である。

彼らの主な仕事は、日記の日常的な管理である。具体的には、(a)卑猥な内容や政治的に問題になりそうな内容、他からの転載による内容を削除したり、本人しか閲覧できないように設定すること、(b)推薦にふさわしい日記を見つけ、それらにコメントを積極的につけること、(c)利用者からの質問に答えること、の3点である。

管理人は原則として、1日最低4時間QQやMSNチャットにオンライン状態で待機していなければならない。彼らはチャットで他の管理人と相談しつつ、管理業務を行なう。「年輪」

の画面には、「現在オンライン中の管理人リスト」が表示され、ユーザーからリクエストがあると、それに対応しなければならない。その他、サイトの運営について企画立案するケースもある。

これら管理業務の遂行は、成績として自動的にカウント、点数化され、ランキングがなされ、管理人用のページで公開される。ただし、上位にランキングされても、特にメリットがあるわけではない。

3-2. サイトの規模

(1) 登録ユーザー数

登録ユーザー数の推移を、サイト主宰者の日記記録から調べた。表1がその結果である(6, 7万人を超えた時間は不明。13万人を超えたの

表1 「年輪」ユーザーの推移

年	月	登録者数
2004年	3.19	2万
	5.29	3万
	7.7	4万
	8.26	5万
	不明	6万
	不明	7万
	2005年	2.1
3.13		9万
4.19		10万
5.30		11万
7.14		12万
9月上旬		13万
10.22		14万
12.13	15万	
2006年	2.9	16万
	4.1	17万
	5.31	18万
	7.30	19万
	10.20	20万

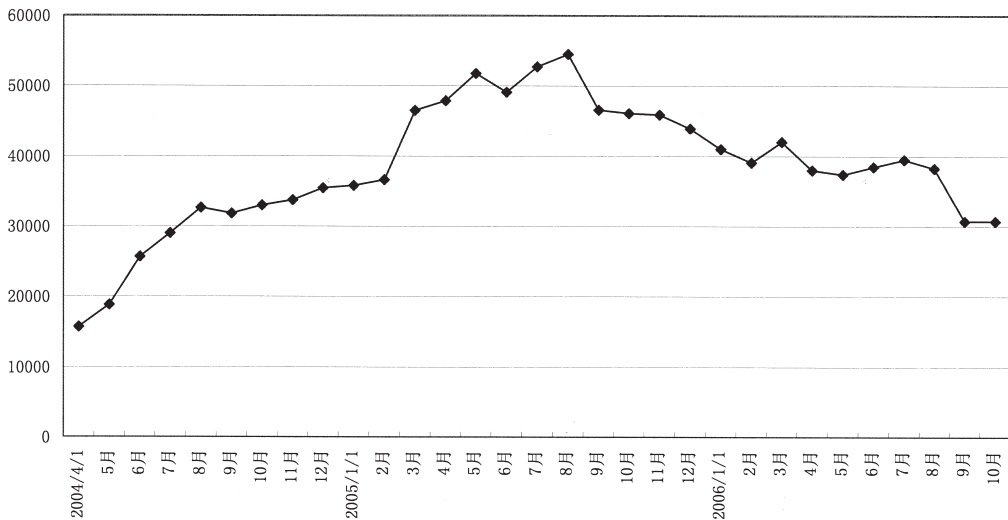


図5 投稿数の推移 (年輪)

は2005年9月の前半と推測される)。全体をながめると、2005年は増加が著しく、2006年に入ってから停滞気味である。

(2) 投稿数

サイトの活発さをはかる指標として投稿数についても調べた。ボランティア管理人たちによる管理は即時的なものではなく、後から日記が削除されたり隠されたりする可能性があるため、管理者による削除などの作業が一通り終わるのを待ってから計数は行った。具体的には、毎月中旬以降、「投稿時刻」が前月になっている日記を検索し、カウントした。2005年4月から投稿数のカウントをした結果を図5にかかげる。

投稿は2005年2月から一気に増え、2005年8月にピークを迎えた後、急減し、2006年10月末まで減少傾向が続いている。2005年の投稿数の急増については、2005年1月サイト上で公募、選ばれた日記が書籍化されたこと(羅・石・王, 2005)、その後3月になって、週刊誌との共同企画で、誌面掲載用の女性の生活や感情に関する日記の募集が始まったことが影

響していよう。これによって、新規ユーザーが増加し、あわせて既存ユーザーのモチベーションが高まったためと考えられる。

投稿数とオフ会の関係についても調べたが、オフ会の開催と投稿数との間には直接の関係は見られなかった。オフ会の開催地が深圳に限られているため、サイト全体にまでその影響が及ばなかったのであろう。

2005年8月以降の登録ユーザー数と投稿数に注目すると、ユーザーが増えているにもかかわらず投稿数は減っていて、ユーザーの活動が鈍くなっていると言える。データからはうかがえないが、登録のみで投稿しない幽霊ユーザーの増加、1人あたりの投稿頻度が減っているなどの事態が想像される。また、投稿数は減ってもコメント数は増えていて、サイト全体の活性度は落ちていない可能性もあるが、確証はない。

3-3. サイトの特徴

(1) 「推薦日記」「推薦日記本」

1件の公開記事が3人以上のボランティア管

理人から推薦されると、トップページの「推薦日記」欄に掲載される。1人の管理人は、1件の日記に対して1度しか推薦できない。日記には、推薦1回につき☆印が1つ付けられ、最大5つまで付けられるようになっている。

同様のシステムに「推薦日記本」欄もある。これは記事単位ではなく、日記全体をボランティア管理人が推薦したものである。

(2) 「自薦日記本」

自己アピールしたいユーザー向けには「自薦」機能が設けられている。記事が10件以上になると、ユーザーは自薦ボタンをクリックするだけで、自分の日記をトップページの「自薦日記本」欄に表示させることができる。

(3) 「加密日記」

「加密日記」(記事単位で暗証番号を付与する機能)は、その後「日記と日記友人の分類」機能に発展し、「年輪」の重要な特徴である。

ユーザーは非公開にしたい記事に鍵(暗証番号)をかけ、その日記を他人が見られないように設定できる。同時に、暗証番号を誰かに教え、その人だけにその記事を読ませることもできる。つまり暗証番号を知りえた人だけが記事を閲覧できるようにする機能である。記事ごとに暗証番号を変える機能もある。誰にどの記事を公開するのか、暗証番号によって選択することが可能である

2005年9月、「隠れる日記」機能がリリースされた。個人設定の中にある「日記を公開しない」を選択すると、そのユーザーの日記全体を隠すことができ、検索にも引っ掛からない。ただし、すでに公開している記事がある場合は、その日記の名称やユーザーのニックネームを変更しないと設定変更が反映されない。

表2 記事の閲覧と日記友人

記事ランク	友人ランク		
	A	B	C
A	○	×	×
B	○	○	×
C	○	○	○

注：○閲覧可，×閲覧不可

2006年9月、暗証番号の管理に伴う負担を軽減するため、「日記と日記友人の分類」機能がリリースされた。記事と日記友人(閲覧者)の双方を3ランクに分け、閲覧をコントロールする機能である。いずれも3段階で、記事の方はA→B→Cの順で公開度が広がり、日記友人の方はA→B→Cの順で記事の閲覧範囲が広がる(表2)。

(4) 「有声日記」

2004年4月7日から始まったサービスに、有声日記(ラジオ日記)がある。毎回4本の記事が収録され、更新は1ヶ月に3回のペースで行われる(2006年11月現在、95回目を迎えた)。サイトには日記アナウンサーがいて、ボランティアの日記アナウンサーは気に入った日記記事を見つけると、その作者に連絡を取り、許可を得て音声日記を作製、サイトに公開する。ユーザーによる自主的な申し込みも受け付けるが、標準語への配慮から、日記アナウンサーに録音を任せるケースが大半を占める。

(5) 有料サービス

VIPユーザーサービス「年輪」サイト初の有料サービスが、2005年3月にリリースされたVIPユーザーサービスである。利用料は、年間60元と格安である。VIPユーザーには、以下の特典が与えられる。(a)「1日最大投稿数3件」という制限が取り払われる、(b)個人プロ

フィールに6枚まで写真や画像がアップロードできる, (c)25件までだった「日記友人」と「お気に入り日記」がそれぞれ100件まで登録できる, (d)「日記友人」を集めたメーリングリスト(ショートメッセージリスト)機能が作れる, (e)気に入らないユーザーや嫌がらせをするユーザーをブラックリストに登録し, 日記にコメントを書けなくし, 送られてきたショートメッセージを受信拒否することができる, (f)ボランテ

ィア管理人と同様, 日記を推薦できる。ただし, 彼らの☆印とは異なる青リング印が付く。青リングは年間18個しか使えない。その日記が3人以上のボランティア管理人にも推薦されると, 青リングはVIPユーザーに返還される。

「恋人同士日記」第2弾の有料サービスは, VIPユーザー向けにリリースした「情侶日記」(恋人同士日記)である(2006年1月)。このサービスを利用すると, それまで別々だった恋

表3 オフ会の開催状況

回	時	期	テーマ
1	2004年	3.20	年友「一網情深」
2		9.18~19	西沖で集まれ, 情を海に繋ぐ
3	2005年	5.14~15	ネットから飛び出て才能を發揮し, 海に入って激情をぶつけ合おう
4		5.18	登山隊1—筆架山の約束
5		6.5	登山隊2—南山で会おう
6		6.19	登山隊3—鳳凰山の縁
7		7.4	登山隊4—楊梅坑へ出漁, 逍遥する
8		8.7	登山隊5—羊台山で悟る
9		8.12	登山隊6—深圳衛星テレビ局の番組収録
10		8.21	登山隊7—梧桐山を攀じ登る1
11		10.1~3	登山隊8—乳源峡谷探検ハイキング
12		11.1	3周年誕生交誼会
13		11.10~11	登山隊9—迎年友, ライチ園で贅沢
14		11.19~20	登山隊10—深夜の無人島1
15		11.27	登山隊11—排牙山へ挑む
16		12.11	登山隊12—遼溪竜でプチ・ロッククライミング
17		12.26	登山隊13—馬峦山で梅堪能
18	2006年	1.2~3	登山隊14—ハッピー・ニューイヤー
19		2.12	登山隊15—再び梧桐山へ2
20		3.12	登山隊16—東・西沖海岸沿いハイキング
21		4.8~9	登山隊17—無人島続編2
22		4.22~23	登山隊18—迎年友, 大亜湾島遊
23		6.18	登山隊19—バドミントン大会
24		7.16	登山隊20—大脳殻山に登ろう
25		10.3~5	登山隊21—大連山ハイキング
26		11.5	4周年誕生交誼会

注:「年友」は「年輪」ユーザを, 登山隊の後の数字は回数をそれぞれ示す。

人同士の日記を、同一画面に収めることができる。1つの表紙の下に2人のニックネームが表示され、そこから各自の日記に入る構成になっている。もちろん、恋人同士とはいえ、各自IDを持ち、分けるようにすることもできる。

3-4. サイト外の活動

(1) オフ会

オフ会の開催状況 2004年から2006年11月10日までに、計26回のオフ会が行なわれた(表3)。そのうち、公式オフ会は、1, 2, 3, 12, 26回の計5回である。

オフ会の呼びかけ まず「年輪」登山隊から説明しよう。

2005年5月14日から15日、「年輪ネットワーク」サイトに「走出ネットワーク 沐浴大海 激情」(ネットから飛び出て才能を発揮し、海に入って情熱をぶつけ合おう)をテーマにしたオフ会が開かれた。そのオフ会に参加した1人の女性ボランティア管理人「相約星期八」は「年輪」にある「誠意」や「情熱」に感動し、オフ会の他の中心メンバーと冗談半分で「登山隊」を企画した。週末は山のぼりのできるだけ身体を動かそうという計画であった。

「登山隊」のメンバーはQQチャットルーム「年輪ネット登山隊」を作り、普段からそこで雑談などを行うまでにメンバー間のコミュニケーションを活発にした。

オフ会の呼びかけ方法は、サイトがオフ会を主催する公式オフ会も、「登山隊」が主催する非公式オフ会も、実施1週間や2週間前から情報コーナーに呼びかけ文が掲載される。ただし「登山隊」主催の場合は、QQチャットルームで呼びかけを掲示する場合も多い。

呼びかけ文には、時間や場所、テーマと主な内容、参加方法、注意事項が明記される。オフ会の会費は、発生した料金を割り勘で参加者が負担する。表4に、呼びかけ文の例を挙げる。

オフ会のようす 2004年から2006年11月10日までに行われた計26回のオフ会のうち(表3)、その後のオフ会活動に大きな影響を与えたのは、第2回と第3回と考えられる。その理由として、この2回は1泊2日の日程となっており、泊り込みのオフ会であったことがあげられる。この回のプログラムとして、スイミングとサーフィンに加え、バーベキューや歌会、風船割りなど多彩なレクリエーションが企画された。こうした活動構成がその後のオフ会の基調を方向付けた感がある。また、第3回のオフ会をきっかけに、深圳在住のユーザーは自発的にオフ会を行なうようになった。ボランティア管理人の「相約星期八」はじめ、オフ会の参加者は「交友・遠足・集まり」というテーマで、定期的にオフ会を開くことを決めた。オフ会はすべて深圳市郊外と周辺都市の郊外で行なわれた。古参が徐々に定着し、新参者を歓迎、「登山隊」メンバーは現在90人にのぼる。

オフ会には、ユーザー本人以外に家族や友人も参加できる。主婦の日記作者が乳幼児や高校生の娘を連れ、夫まで動員し、参加する光景がしばしば見られる。さらには、その子どもに出し物をさせるなど、親密なコミュニティでしか行なわれないような催しが行なわれている。このように、日記作者たちはオンライン世界を出て、オフライン世界で顔を会わせ握手を交わす。

(2) チャットルームの誕生日パーティ

サイト開設後、2周年と3周年を迎えたとき、チャットルームで2時間にわたる誕生日パーティ

表 4 オフ会の呼びかけ文の例

DATE	2005年9月22日	WEATHER	晴れ	WEEK	木曜日
広東乳源大峡谷徒步探検					
				作者	管理人
テーマ	広東乳源大峡谷徒步探検				
難度	チャレンジレベル				
項目	山登り 河渡り ロック・クライミング ハイキング				
人数	6から8名まで(突発事故が起こった場合、対処できるようにするため)				
資格	「登山隊」オフ会に2回以上出た経験者(お互い理解し合い、協力しあうのが容易なため)				
装備	1. フック付きロープ(ロック・クライミング用、河渡りの際、荷物をスムーズに運ぶため) 2. 宿泊用テント(宿泊ポイントのスペースが狭いと予想されるため。スピーディな歩行と負担軽減のため、2人か3人で1つのテントに泊まることを薦めます) 3. 防水リュック(リュック内の荷物はしっかり防水処理を行なってください。特に撮影機材がある場合は注意してください。念のため、リュック全体を入れるような防水袋も用意してください)				
時間	2005年10月1日から10月3日まで(2泊3日)				
参加方法	チャット: QQ183641862 相約星期八(ニックネーム)まで 認証メッセージとして「峡谷行き」を明記すること				
参加費用	600元くらい(装備費と交通費込み)				
注意事項	(保険事項など、省略)				
声 明	原則として、申し込みをした時点で参加者と見なします。キャンセルの場合はお早めに! 今回のオフ会はユーザーの自発的な活動であり、本サイトは法律責任に一切応じません!				

注: 表現は、文意を損なわない範囲で省略、修正してある

ィが開催された。あらかじめプログラムが構成され、司会役も決められていた。

まず主宰者によるオープニングスピーチがあり、ユーザーが簡単な自己紹介と祝辞を述べる。その後、参加メンバーによるカラオケや朗読が行なわれ、最後は主宰者の話で締められた。この模様は音声ファイルとして記録され、誕生日記念イベント用のページに約1ヶ月間にわたり公開された。イベント用ページには、その後、主宰者のエッセイ、ユーザーからのお祝いコメント、サイトの歴史などが掲載されている。

(3) 出版社との提携

2004年8月、「年輪」は中国三峡出版社と出版契約を結び、2005年1月サイト内で公募・選抜した日記を掲載した『年輪ネットワーク日記(-)』が刊行された。現在、年輪サイトは複数の雑誌に不定期的に日記記事を提供している。

4. 管理者へのインタビュー

2人の管理者、羅江南さん(50代前半)と

石 磊さん (30代前半) に、年輪サイトの開設経緯や運用状況、今後についてうかがった (インタビューは2005年11月と2006年4月の2回に分けて実施された)。

—まず「年輪」を始めた動機や理由を教えてくださいいただけますか。

羅 システム管理人の石さんは、証券会社での私の部下です。親しい仲間ですね。彼はとてもパソコンに詳しくて、サイトを作るのが好きのようです。彼は「年輪」まで、確か何個もサイトを作りましたが、どれも長くは続かないまま終わりました。文学サイトでした。それは難しいでしょうね。詩はまだいいけど、小説を書くのは大変なことです。普通の人は、とてもそういう気力がないでしょうね。そして、彼は日記サイトを作ることを私に提案してきました。

石 2002年、私は修士の入学試験に備えて、試験準備をしていました。勉強の心得などを記録するためにホームページを作りました。ホームページにはコメント機能を設けました。閲覧者から「私も書きたいな」という要望がだんだん集まるようになり、それに答えて登録制の日記サイトを作りました。人が集まるようになって、5000人ぐらいに増えた時、借りたサーバーに限界が来て悩んでいたとき、羅さんに相談し、サーバーを借りてもらい、「年輪」ができました。

羅 私は大学の専門が文学で、文章を書くのがとても好きなので、すぐに彼の提案に乗りました、直感で。日記の名前は「群衆基礎」がいいと思いました。日記をつける人は多いだろうし、簡単に誰でも気軽に書けるし、つまり参加性が高いということで、きっと長く続き、事業

を拓げて行けるだろうと思いました。

—いま振りかえって、「やってよかったな」と思うことはどんなことですか。

羅 まず「年輪」の基調が正しかったですね。「静かで、真実の心情を書く」というテーマがよかったと思います。政治的な問題やポルノを禁止し、上品な雰囲気を作ろうとずっと努力しています。あと、コミュニケーションの活性化に力を入れています。ほとんどのサイトでは、主宰者が表に出ません。しかし、私も石さんも、サイトに日記を書き、公開しています。そうして、まず奇妙な感じを払拭し、利用者に親近感を与えます。技術面のことは石さんに任せ、私はユーザーと連絡を取る役割を担っています。MSNやQQのチャットルームでユーザーと話し合ったりしています。自慢話になりますが、私には個人的な魅力もあるでしょうね (笑)。

—以前、羅さんの日記は「インフォメーション」コラムにありましたが、今は表示されません。どうしてですか？

羅 はい。やはりプレッシャーがありました。ホームページに表示されると、まず頻繁に日記を更新しないといけないというストレスがあり、しばらく書かないとなんとなく申し訳ないと感じます。でも、毎日ネタがあるわけでもないでしょう。困りますね。妻から、日記を公開するのをやめるように言われたことも関係しています。生活のこまごましたようすを人に知られたくないようです。

石 そうですよ。ちょっとサイト内で有名になったら、感情など、プライベートな内容が書けなくなります。恥ずかしいです。

羅 最近日記を怠けています。書く時間があまりありません。ユーザーの日記をたくさん読

まないといけないからですね。

—「年輪」は、どのようなしくみで運営されていますか（管理人など）。

羅 ボランティアの管理人の皆さんがよく働いてくれています。みなさん、熱心なユーザーで、サイトの運営について日々語り合っています。記事を推薦したり、コメントを書いたりしてくれます。特にコメントが重要です。コメントのやり取りはサイトを活性化します。いままでにサイトにはいくつかの変化がありました。それらの多くは彼らによって提案されたものです。例えば「ラジオ日記」や「年輪」誕生日記念サイトとか。すべてボランティア管理人のアイデアでした。また、誕生日記念チャットパーティの成功も彼らのお陰です。本当に助かりました。

—新着コメントのある日記はサイトのトップページに反映されるようになってきました。なぜですか？

石 大多数の日記はコメントが付かないでしょう。コメントがあるとしても、普通は1件か2件で、すぐに日記の海に流れられてしまいます。もったいないですね。1件でもコメントがあれば、すぐにホームページに表示させ、もっと多くの人に見せ、もっとコメントをもらえるようにした方がいいのではないかと思います、この機能をリリースしました。

—「年輪」を、他の日記サイトと比較したとき、どんなことが特徴としてあげられますか。

羅 われわれは最初から、そして今も「日記」という言葉にこだわっています。書くものは「真の心情」「生活」でなければいけないと、サイトのインフォメーションで明記しています。「年輪」はハメをはずすところです。みんなが

静かに自分の心情を吐露することができるからです。他のブログサイトと違って、「年輪」はただの日記（自分の感想感情の表出）を書くところです。コピペなどが見つかったら容赦なく削除するなど、管理を厳しくしています。それは特徴と言えるでしょう。

—利用者にとって、「年輪」はどのような意味を持っていると思いますか。

羅 まずストレスを発散させる場所でしょう。ふだんの仕事が忙しくても、ここで一息つけます。そして、みんなの心情を吐露する場です。利用者はみんな中国各地からやってきて、深圳に根付いてないでしょう。話し合い相手がいなくて、孤独感や寂しさをよく感じるでしょう。「年輪」は、そのような孤独や寂しさを和らげる場です。

石 日記の7割に暗証番号がかかっています。誰かに向かって真情を吐露するのではなく、自分と向き合って真情を書くだけで、何かの満足感が得られるのではないのでしょうか。また「年輪」はコミュニケーションツールとして、友だちを探すのにも使われています。

羅 やはり日記は、その人の生活環境や性格、人柄を表すと思います。事前に日記を読んでから友だちになれば、心配も少ないでしょう。

—「年輪」の人気の理由は何だと思いますか。

羅 前にも言いましたが、それは「年輪」のテーマでしょうね。利用者たちはお互いにコミュニケーションし、支えあい、苦しみを分かち合い、ストレスを共有する、それも人気の一つだと思います。

—「年輪」を運営していて、よかったと思うのはどんなことですか。

石 日記を読んで、書いている人の生活を知り、その社会をリアルに知ることができます。社会を感じることができます。「この社会はもう終りだ」なんてとんでもない話だと分かります。もう1つの収穫は満足感です。「年輪」はわれわれの作品です。みなさんに使ってもらって、誇りに思っています。あと、本の出版はね、本当に自慢できます。うれしかったです、編集しただけですが。実際、いまの会社の中では、私は普通の平社員だけど、ネットの世界ではいろいろ活躍できます。

羅 充実感です。実際に1つのことをやり遂げた感じです。私も「年輪」をやる前は仕事が終わった後やることがなくて、つまらなかったです。サイトができてから、やることが一杯あって、充実していて楽しいです。あと、友だちがたくさんできました。私はよく日記作者とチャットで話し合いをします。いまは、どこへ行っても、現地に年輪ユーザーがいます。とにかくたくさん友だちができました。

— 「年輪」の運営で苦勞されていることはどんなことですか。

羅 2人でこのサイトを支えるのは無理だということ。私と石さんは、営業もしていますし、技術面の管理もしています。本当に大変です。今はボランティアの管理人がいて、みなさん努力してくれていますが、まだまだ人が足りません。日記を管理するのは苦ではありませんが、技術的な問題を解決できる人が足りません。営業する人も足りません。

石 システムのことでいろいろ苦勞しています。特に印象深いのは、2003年8月、サーバー会社からサーバーに故障が生じたという連絡が突然あった時です。もちろん利用者はログイ

ンができなくなりました。利用者を待たせないよう、臨時サーバーに一時的にシステムを移すことにしました。そのため、前書いた日記が一部見られないなど、一時的に日記が正常に表示できなくなりました。われわれは、システムを移すのと同時に、「情報コーナー」で利用者へのこのことを告知しましたが、その時、一部のユーザーからひどいことを言われました。インフォメーションを読んでいなかったのかも知れません。とにかくひどいこと言われました。その時、すごく落ち込んで、やる気がなくなりました。もうやめようかとも思いました。幸い、その日の深夜4時ぐらいに故障は解決し、翌日から通常通りの運用になりました。みんなに無料で利用させてあげているのに、ちょっとしたミスでこんなに怒られるなんて納得いきませんでした。まあ、著作権は大事な問題ですからね。みなさんの日記をなくさないよう、いつも細心の注意を払っています。

羅 以前は無料サーバーを使っていました。無料なのはいいのですが、故障がしょっちゅうありました。今は有料サーバーを使っています、保証が付くからです。でも、問題がないわけではありません。サーバースペースが足りない！ サイト画面の表示が遅い、といったことがらです。スペースを拡大しないといけません。あとは、さきほども言ったように、技術者が足りないことです。

石 そうですね。サイトのメンテナンス、画面のデザイン、プログラムの開発など、私の技術だけでは対応できません。そこまでの能力は持ち合わせていませんので。

羅 そうですね、やはり専門家がが必要です。あと、石さんも学業に、家庭に、と忙しいです

ね。今は修士論文を書いているし、お子さんも生まれたばかりです。

—はじめてのオフ会が開かれることになったきっかけを教えてください。

石 うんー、思い出せないな…

羅 春遊（春の遠足）のように、みなさんを誘って遊びたいだけです。特に意図はありません。みなさんと会って、話をして、とてもいい感じでしたね。まずは集合、そして山登りにいきました。本当は滝を見たかったのですが、見えなかったものですから、代わりに山でお茶を飲んだのです。西沖の海にも行きました。

—当時、参加者はお互い、知り合いでしたか？

羅 2人くらい知り合いがいたけど、あとはほとんど知らないネット友人でした。

—初めてオフ会を開くことになったとき、ドタキャンに対して、心配しましたか？

石 ドタキャンする人は一杯いましたね。申し込んだけど、結局来なかった。そういえば、ドタキャンしかけたけど、結局自分で車を運転して途中参加してくれた人も1人いました。

羅 まあ、われわれがオフ会を開催する意図はどうでもいいですね。参加者の気持ちの方が大事ですから。彼らが、オフ会の内容に興味を持っているのか、それともオフ会の参加者に興味を持っているのか、そちらが問題でしょう。

石 最近のオフ会は、以前のオフ会とちょっと雰囲気が変わりました。最近のオフ会は、どちらかといえば参加者たちはプログラムに興味をもって、野外生活の新鮮さや刺激などを求める、遊び志向でしょう。前はそうではありませんでした。どんな人が参加するのか、わくわくしていました。よく読んでいる日記の作者

と会い、話ができ、うれしかったですね。今は、誰がどんな日記を書いているのか、どうも興味がなさそうです。お互いに相手を分かろうともしない、遊びたいだけ。

羅 特に「登山隊」のメンバーは、日記に興味がないようです。本当に日記に関心がある人たちは、「年輪歓笑」のチャットルームにいます。彼らは本当に日記に執着しているアクティブな作者です。

—「年輪」の今後の計画ないし予定や目標を教えてください。

羅 まずはビジネス化、商業モデル化です。そうしないとお金が入ってきません。投資しないといけません。「年輪」会社を作る！ いまはね、ちゃんとした会社ではないですから。副業としか言えません。

—有料サービスを提供し、ユーザーから利用料を取るというのはどうですか？

羅 それは難しいと思います。中国人は、まだ有料制に慣れていないから、拒否するでしょう。あと、お金の徴収方法もいろいろと難しいです。海外のようにネットショッピングやネット決済が普及していないので、たとえお金を払おうとしても、どうしても銀行の窓口まで1度足を運ばないといけません。利用者にとっては面倒です。今はなんと言っても、「年輪」の知名度を高めること、人気を集め、ブランド化すること、が先決でしょう。有名になれば、広告も入ってきますから。その後でネット決済システムを整え、お金を取るなら、抵抗感も少なく、納得してもらえますでしょう。「年輪」そのものを大きく変えることはないと思います。ただ、別のサイトを立ち上げて、そこでお金を稼いで「年輪」を支える計画はあります。いま

既にシステム管理人がサイトを構築中です。あまりいい話ではないですが、ボランティアの管理人の中には怠けている人もいます。私はそれを責めることはしません。ボランティアでやってもらっていますから。ですが、サイトの盛り上がりは彼らにかかっているのです。今後の課題としては、彼らの自主性をいかに引き出すかです。あっ、そういえば、今年の投稿数は去年に及びませんでした。去年の最大投稿数は1日2000を越えたのになあ…。今の投稿数は1日1400件くらいですねえ。まあ、ユーザーも、最初は新鮮さや好奇心を感じているのですが、だんだん飽きてしまうのかもしれない。人を永遠にここに留めておけるとは思ってはいませんが。

—「年輪」を始めてから、おふたりの生活にどんな変化がありましたか。

羅 まず忙しくなりました。前は仕事が終わって遊びに行ったりとかできましたが、「年輪」を始めてからは、すぐ家に帰って、ご飯をすませ、パソコンの前に座り、日記を読んだりコメントをつけたりするようになりました。ほとんどの時間をパソコンの前で過ごしています。妻に「娘の勉強に関心を持っていない」「オフ会で浮気してるんじゃないの？（冗談半分）」などと文句を言われたりもしました。ある日の深夜2時くらいに、相約星期八さんから電話がありました。彼女たちが日記仲間と飲んでいるらしく、大きな声でしゃべっていたので、受話器から漏れる声で妻が起き、「こんな時間に女から電話をもらうなんて、あんたは何をやってるの!？」と怒られたこともあります。後で、彼らを厳しく注意しました(笑)。「(年輪に) 嵌りすぎだよ!」って。

石 「年輪」ができてから、もっと忙しくなりましたよ。

5. まとめ

情熱的な主宰者と献身的な管理人というボランティアベースで運営されている「年輪」、オフ会を積極的に開き、オンライン活動とのバランスを図っている「年輪」は、全体として顔の見えるコミュニティと機能しており(日記自体は匿名で書かれる)、理想的な活動形態と言える(利用者が伸びてきた背景として、「年輪」利用者の大半が住む地域の急速な都市化と、それに伴う若年層の増加は無視できない)。

今年になって、「年輪」の登録ユーザー数と投稿数が伸び悩んでおり、その背景が気になる。オフ会の開催が深圳に集中していることが影響しているかもしれない。総合的な解明には、利用ログの分析やユーザー調査も必要だろう。

「年輪」内の日記は、公開度をコントロールできる点でSNS (mixi) と類似していて、主宰者の計画には入っていないものの、コミュニティ機能を備えることでSNSサイトとして発展しうる可能性がある。今後の動きに注目したい。

付記 研究の実施にあたって、東京経済大学個人研究助成費の支援を受けました。ここに記して感謝いたします。

文 献

中国情報局 2003 中国文化に強烈なインパクト
「木子美」話題沸騰 http://news.searchina.ne.jp/disp.cgi?y=2003&d=1112&f=national_1112_007.shtml

中国のウェブ日記サイト「年輪」の事例研究

- CNNIC 2006a 中国互聯網絡發展狀況統計報告
(2006年7月) [http://www.cnnic.cn/
uploadfiles/doc/2006/7/19/103601.doc](http://www.cnnic.cn/uploadfiles/doc/2006/7/19/103601.doc).
- CNNIC 2006b 2006年中国博客調查報告
[http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/
2006/09/23/4175.htm](http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2006/09/23/4175.htm)
- 方興東 2003 是禍是福, 我們該如何評說“木子
美現象”? [http://news.sina.com.cn/s/2003-11-
17/20262153370.shtml](http://news.sina.com.cn/s/2003-11-17/20262153370.shtml)
- 郭震旦 2003 木子美是網絡媒体下的“蛋”
[http://tech.sina.com.cn/i/w/2003-11-
15/1647256620.shtml](http://tech.sina.com.cn/i/w/2003-11-15/1647256620.shtml)
- インターネット協会(監修) 2006 インターネ
ット白書2006 インプレス
- Internet Worlds Stats 2006 Top 20 Countries
with the highest number of Internet users
<http://www.internetworldstats.com/top20.htm>

- 李銀河 2003 用不着对她做道德評論 [http://
www.meide.org/1/3/198.html](http://www.meide.org/1/3/198.html)
- 廖菲・川浦康至 2005 人はなぜウェブ日記を書
き続けるのか: 中国のウェブ日記サイトの利用
者調査から 日本社会心理学会第46回大会論
文集, 438-439。
- 羅江南・石磊・王波(編) 2005 年輪網絡日記
(一) 三峡出版社
- 閔大洪 2003 2002年中国網絡媒体回顧
[http://it.sohu.com/24/96/article204639624.
shtml#2](http://it.sohu.com/24/96/article204639624.shtml#2)
- 木子美 2003 遺情書 二十一世紀出版社
年輪網絡日記 2004 網絡日記と博客の相違
<http://www.diarybooks.com/different.htm>
- 中国互聯網絡實驗室 2005 中国互聯網絡發展大事記
(1986~2003) [http://www.chinalabs.com/
view/01000JIM.html](http://www.chinalabs.com/view/01000JIM.html)