

# エンドユーザーから見る生成 AI の社会的受容

## — 日中韓 SNS 投稿の比較分析 —

華金玲 慶應義塾大学

白土由佳 文教大学大学

キムダジョン KDDI 総合研究所

**Keywords :** ChatGPT、テクノロジー、社会的受容、東アジア、テキスト分析

### 1 目的

ChatGPT など生成 AI（人工知能）が世界中で同時多発的に大きな注目を集めている。本研究は ChatGPT について日中韓 3 カ国のソーシャルメディアへの投稿を収集し、いつどこで何が話題になり、どのような形で盛り上がっているかについてエンドユーザーの生の声に基づいたテキスト分析を行う。本研究の目的はエンドユーザー側から人々の AI に対する反応と捉え方を考察し、日中韓における AI の社会的受容を明らかにしようとしている。

### 2 方法

本研究は、ソーシャルメディアのデータを通じた社会状況の理解として捉えられる。ChatGPT の世界的な盛り上がりについてソーシャルリスニング的なアプローチをとり、日中韓のソーシャルメディアへの投稿を収集し、分析に用いるデータとして、日本と韓国では Twitter、中国では Weibo への 2022 年 12 月以降の書き込みデータを用いる。日本と韓国、中国でどのような話題があり、どのようなキーワードと関連した形で議論されているか。またその話題性が時間と共にどのように変化しているかについて個別具体的な文脈で分析を行う。

### 3 結果と結論

以上の ChatGPT に対する日中韓の人々の SNS への投稿内容を分析したところ、日中韓の人々の反応に共通した部分とそれぞれの特徴が確認できた。主として投稿数と投稿分布、投稿内容の差異である。日中韓の共通点として、2022 年 12 月から 2 月末までの 3 ヶ月の投稿数を各月の上・中・下旬ごとに集計したところ、投稿数の分布では 12 月上旬、1 月下旬、2 月中旬に集中し、日中韓で投稿数が異なっているにもかかわらず 3 カ国同様同時期に投稿が集中していることがわかった。投稿が集中している 12 月上旬、1 月下旬、2 月中旬について掘り下げて分析したところ、同じ期に投稿が集中している状況であっても 3 カ国で必ずしも同じ話題になっている訳ではないこともわかってきた。ChatGPT 使用初期の 12 月上旬以外、国によって投稿内容と注目単語が異なっている。日本では「遊ぶ」「面白い」といった遊び感覚の投稿が全期間で比較的一貫しているが、韓国は「技術」「作る」「性能」「夢中」といった ChatGPT の技術的側面に注目している。中国は「できる」「可能性」「ツール」など ChatGPT を使うことによってこれまでできなかった何が可能になるのかといったイノベーション的な部分への関心が高い特徴を具体的に確認できた。

以上