

論文

「#好きです韓国」が付与されたツイートに関する定量的分析

水沼友宏

【要約】 近年日本では、日本国外、特に韓国にルーツを持つ人々に対する差別的言動が、Twitterを含むソーシャルメディア上で目立つようになっている。しかし2019年、日韓関係悪化を懸念した人々がTwitter上で「#好きです韓国」というハッシュタグを含むツイートを投稿するというムーブメントが起きた。本研究は、Twitterにおいて「#好きです韓国」が付与されたツイートの特徴を、「#嫌いです韓国」が付与されたツイートや同時期のツイートと比較することによって明らかにした。結果「#好きです韓国」を含むツイートを投稿するユーザはライトユーザが比較的多く、その内容は「#嫌いです韓国」を含む投稿と比較して多様であることが分かった。加えて「#好きです韓国」を含むツイートでは、韓国に関する好きなもの、個人的な経験を含む投稿がそれぞれ18.9%、10.9%を占めた一方、「#好きです韓国」や韓国に対するネガティブなツイートも14.4%と一定数を占めたことも分かった。

【キーワード】 Twitter、ヘイトスピーチ、定量的分析、テキストマイニング

1. はじめに

近年日本では、日本国外、特に韓国を含む朝鮮半島にルーツを持つ人々に対する差別的言動がソーシャルメディア上で目立つようになっている。例えば、国際人権NPO「ヒューマンライツ・ナウ」が2014年に実施した在日コリアン16名を対象とした聞き取り調査では、在日コリアンの人々が受けた被害として、在日韓国青年会のフェイスブックに書き込みや嫌な反応がある、Twitterで毎日ヘイトスピーチが届く、Twitterではヘイトスピーチが嫌でも入ってくる、といったものが挙げられている¹⁾。このような背景のもと、実際にTwitter上の在日コリアンに対する投稿に関する定量的調査も実施されており、高²⁾はコリアンに関するツイートはネガティブな内容のものが多く、古典的・現代的レイシズムを表出する投稿が頻繁に見られること、これらのツイートはプレゼンス（投稿数及びフォロワー数）の極端に

高い少数のアカウントによって占領されていること、などを報告している。

しかし、2019年8月、Twitter上で「#好きです韓国」というハッシュタグをつけたツイート（以下「#好きです韓国ツイート」）が投稿されるといふムーブメントが起きた。このムーブメントは、安倍・文政権のもとでの日韓の関係悪化を懸念した人々が、関係改善を企図して起こしたものであり、韓国のSBSニュースでは6日間で2万3,000件の#好きです韓国ツイートが投稿されたことが報道された。またこのムーブメントは、これに呼応した韓国のTwitterユーザが「#好きです日本」を付与したツイートを投稿する一方、これに敵対心を持った日本のTwitterユーザが「#嫌いです韓国」というハッシュタグをつけ、韓国に関するネガティブな内容を含むツイートを投稿するなど、様々な動きにつながった。

本研究は、Twitterにおいて「#好きです韓国」が付与されたツイート（#好きです韓国ツイート）

について、定量的分析を行い、その傾向を明らかにするものである。特定の国にルーツを持つ人々に対して、ソーシャルメディア上で数多くの差別的な投稿がなされる現代において起こった特異なムーブメントについて分析を行い、その傾向や特徴を示すことで、人種差別やヘイトスピーチを抑制するための糸口を探ることを目的としている。

2. 先行研究

先述したように、国際人権NPO「ヒューマンライツ・ナウ」¹⁾は、ヘイトスピーチに関する国際的基準や日本における状況を概観した上で、在日コリアン16人に対し個別インタビューを行い、彼らがヘイトスピーチで被った被害等を調査した。結果、不特定多数の在日コリアンを対象としたヘイトスピーチが蔓延しており、これにより、恐怖、自尊心の傷つき、社会生活への影響、子供への影響、日本社会に対する恐怖など、様々な被害が起きていることが明らかにされた。

このような背景のもと、ソーシャルメディア上の投稿を分析し、ヘイトスピーチを定量的に分析する研究も少なからず実施されている。例えば、河野・北村³⁾は、2014年にYahoo!ニュースで配信されたFIFAワールドカップ関連のニュースに対する289件のウェブコメントの分析を行い、約40.1%が異なる人種に対する差別的なコメントであったこと、特に「韓国人」「朝鮮人」への差別的なコメントが多かったこと、中国人や、日本では普段話題とならないクロアチア人に対しても差別的なコメントが見られたことなどを明らかにした。また、高²⁾は、2012年11月15日から2013年2月16日までにTwitter上に投稿された、コリアン⁴⁾に関する113,189ツイートを分析している。結果、コリアンに関するツイートのほとんどがネガティブなものであったこと、このようなツイートはプレゼンス(投稿数及びフォロワー数)の極端に高い少数のアカウントによって占領されていたこと、計量テキスト分析の結果、

古典的レイシズム関連語や現代的レイシズム関連語が一定程度のツイートで見られたこと、などを示した。曹⁵⁾は、2016年の熊本地震の際にTwitter上に投稿された日本以外の国にルーツを持つ人々に関する流言を調査している。2016年4月14日から21日に投稿された83,774件のツイートについて、計量テキスト分析を行った上で、さらに「犯罪」と「コリア」に関する語句を持つツイート200件を対象に内容分析を行った結果、被災地においてコリアンをはじめとする日本国外にルーツを持つ人々による「犯罪」が横行しているというツイートが見られたものの、その比率は13.0%にとどまり、そのような情報は「デマ」であると告発する投稿が64.0%と、それよりも遥かに高い比率を占めていたことを明らかにしている。

このように先行研究では、ソーシャルメディア上の差別扇動に対抗する声が上がっていることも明らかにされているが、特に韓国にルーツを持つ人々に対するポジティブな投稿に焦点を当てた調査はほとんど実施されていない。そこで本研究では、そのようなポジティブなツイートに着目し、どのようなユーザがどのような内容の投稿をしているのかを明らかにする。

3. 分析方法

本研究の分析対象は、(1)「#好きです韓国」を含むツイート(#好きです韓国ツイート)、(2)「#嫌いです韓国」を含むツイート(以下「#嫌いです韓国ツイート」)、(3)ワイルドカードツイート、とする。以下、それぞれについて詳述する。

本研究では、#好きです韓国ツイートの特徴をより鮮明にするため、そのようなツイートに対抗する形で現れた「#嫌いです韓国」というハッシュタグを含むツイート(#嫌いです韓国ツイート)についても調査対象とした。

データ収集に当たっては、Twitterで「#好きです韓国」がトレンド入りした2019年8月7日⁶⁾に投稿された#好きです韓国ツイート、#嫌いで

す韓国ツイートを収集するため、Twitter 公式 API を用いて、投稿日時を 2019 年 8 月 7 日の 0 時から 24 時、検索クエリを「#好きです韓国」あるいは「#嫌いです韓国」と指定した収集を行った。

以上の方法でツイート収集を行った結果、#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイートをそれぞれ 11,900 件ずつ収集できた。しかし、これらの中には「#好きです韓国」「#嫌いです韓国」両方のハッシュタグを含むツイートも含まれていた。そこで、両ハッシュタグが付与されていたツイートを除いたところ、調査対象のツイートは、#好きです韓国ツイートが 8,248 件、#嫌いです韓国ツイートが 10,309 件となった。

これに加え、本研究では、同日（2019 年 8 月 7 日）に日本国内で投稿された日本語のツイートをランダムに抽出したもの（以下「ワイルドカードツイート」）も、調査対象とした。ワイルドカードツイートの収集にあたっては、Excel の Rand 関数を用いて時間 (hh:mm) をランダムに抽出し、これを用いて 50 区分（例えば、11:11 ~ 11:12 までなど）のツイートを収集した。Twitter 公式 API を用いて、左記区間を指定し、1 リクエストごとに最大 100 ツイートまでの投稿を収集したところ、4,401 件のワイルドカードツイートを収集できた。調査対象サンプルのツイートの件数、投稿日、収集期間（API を使ってツイートの収集を行った期間）は表 1 にまとめた。

本研究では、上述の方法で収集したツイートについて、以下の 2 つの分析を行う。すなわち (i) ユーザに関する分析、(ii) ツイート内容に関する分析、の 2 つである。ユーザに関する分析にあたっては、投稿者のアカウント開設年、フォロワー数、フォロワー数、投稿数、について調査した。さらに、高⁷⁾の調査に習い、アカウントの寡占率を示

す下記 $UserShare(a)$ を算出した。

$$UserShare(a) = \frac{T_{user\text{rank}(a)}}{T_{all}} \times 100 \quad (1)$$

$T_{user\text{rank}(a)}$ は全投稿者のうち投稿数が上位 a 位までのユーザのツイート数、 T_{all} は総ツイート数を指す。例えば、上位 25 位までのユーザが全ツイートの 10.1% を占めていた場合、 $UserShare(25) = 10.1$ となる。なお、本研究では高と同様に、 $a = 25$ 、 $a = 50$ 、つまり、 $UserShare(25)$ 、 $UserShare(50)$ を算出し、アカウント寡占率についての考察を行った。

次に、上記 (ii) のツイートの内容の分析について述べる。この分析にあたっては、ツイート内容の重複率の算出、及び、重複を除いたツイートのテキスト分析を行った。ツイートの重複率の算出にあたっては、まず、重複を除去したユニークツイート数を算出した。加えて、テキストの重複率を示す下記 $TweetShare(a)$ を算出した。

$$TweetShare(a) = \frac{T_{rank(a)}}{T_{all}} \times 100 \quad (2)$$

$T_{rank(a)}$ は全ツイートのうち投稿数が上位 a 位までのツイートの数、 T_{all} は総ツイート数を指す。また、テキスト分析にあたっては、計量テキスト分析（テキストマイニング）ツールである KH Coder⁸⁾ version 3 を使い、頻出語とその共起ネットワークを示した。形態素解析には Mecab を使い、KH Coder の前処理（分析対象ファイル内の文章から語を切り出す処理）にあたっては、強制抽出する語として「好きです韓国」「嫌いです韓国」「ハッシュタグ」を指定した。この作業は、これらの語が分割（例えば「好きです」と「韓国」に分割）されるのを防ぐための処理である。

さらに、上記 KH Coder を用いた分析に加えて、本研究では #好きです韓国ツイートに関して、

表 1 サンプル数

	サンプル数	投稿日	収集期間
#好きです韓国ツイート	8,248	2019 年 8 月 7 日	2019 年 8 月 19 日～9 月 18 日
#嫌いです韓国ツイート	10,309	2019 年 8 月 7 日	2019 年 8 月 19 日～9 月 18 日
#ワイルドカードツイート	4,401	2019 年 8 月 7 日	2019 年 11 月 18 日

視認による各ツイートの内容分析を行った。調査対象は#好きです韓国ツイートの重複を除き(2,106件)、ランダム抽出した700件である。この700件のツイートそれぞれに対し、以下の15の項目に分類した。すなわち、(1)好きです韓国のみ(「好きです韓国」のみ、あるいは、ほぼ「好きです韓国」のみの内容)、(2)好きなもの(KPOPが好き、韓国料理が好き、など好きなものを述べたもの)、(3)経験(韓国での経験や、日本での韓国の人々との経験を述べたもの)、(4)感謝(韓国や韓国に関する人々への感謝を述べたもの)、(5)政府と国民は別(政府と国民は別である、別だと考えるべきという趣旨のもの)、(6)歓迎(韓国の人々を歓迎するという趣旨のもの)、(7)祈り・願い、(8)日本や日本政府への批判、(9)#嫌いです韓国や韓国を嫌う人々への批判、(10)#好きです韓国や韓国への批判、(11)その他の意見、(12)韓国からのツイート、(13)リプライ、(14)不明・リンク切れ、(15)その他、の15個である。これについては、4.4.3節でも詳述する。なお、ツイートに他のツイートやWebページへのリンクが付与されている場合は、それらも考慮し分類を行った。

4. 結果

以下では、(i) ユーザに関する分析、(ii) ツイート内容に関する分析、の順にそれぞれの結果を示す。

4.1 ユーザに関する分析結果

以下では、ユーザに関する分析結果を述べる。まず、4.1.1節でフォロワー数、フォロワー数、ツイート数、アカウント設置年の結果を述べ、4.1.2節で *UserShare*(*a*) の結果を述べる。

4.1.1 フォロワー数、フォロワー数、ツイート数、アカウント設置年の結果

表2は、(1)#好きです韓国ツイート、(2)#嫌いです韓国ツイート、(3)ワイルドカードツイートを投稿したユーザのフォロワー数の平均値・中央

値・最大値・最小値を示したものである。同様に、表3、表4はそれぞれのユーザのフォロワー数、ツイート数の平均値・中央値・最大値・最小値を示したものである。表中の「#好きです」「#嫌いです」「ワイルド」はそれぞれ、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザ、#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザ、ワイルドカードツイートを投稿したユーザを指す。

例えば、表2から、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザのフォロワー数の平均値、中央値(それぞれ979.0、365.0)はいずれも、#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザのフォロワー数の平均値、中央値(それぞれ1,090.8、404.0)や、ワイルドカードツイートを投稿したユーザのフォロワー数の平均値、中央値(それぞれ1,099.1、493.0)よりも少ないことが分かる。

表3から、フォロワー数についても同様に、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザの平均値、中央値(それぞれ893.1、271.0)はいずれも、#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザの平均値、中央値(それぞれ972.3、294.0)やワイルドカードツイートを投稿したユーザの平均値、中央値(1,135.4、459.0)よりも少ないことが分かる。表4を見ると、ツイート数については、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザの平均値(49,020.0)は、#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザの平均値(41,761.6)やワイルドカードツイートを投稿したユーザの平均値(38,430.9)よりも少ないものの、中央値に着目すると、フォロワー数やフォロワー数と同様、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザ、#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザ、ワイルドカードツイートを投稿したユーザのツイート数がそれぞれ10,823.0、12,130.0、13,399.0であり、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザのツイート数が最も少ないことが分かる。加えて、それらのフォロワー数、フォロワー数、ツイート数について、Bruner-Munzel 検定を行ったところ、いずれの間にも有意水準1%で有意差が認められた。

以上から、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザは、#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザやワイルドカードツイートを投稿したユーザに比べフォロワー数、フォロワー数、ツイート数が少ないことが示唆された。

表5は、アカウント設置年に関する結果を示したものである。括弧内には、合計ユーザ数に占める割合を示した。例えば、#好きです韓国ツイ

表2 フォロワー数

	#好きです	#嫌いです	ワイルド
平均値	979.0	1,090.8	1,099.1
中央値	365.0	404.0	493.0
最大値	247,081.0	319,286.0	137,926.0
最小値	0.0	0.0	0.0

表3 フォロワー数

	#好きです	#嫌いです	ワイルド
平均値	893.1	972.3	1,135.4
中央値	271.0	294.0	459.0
最大値	198,628.0	293,829.0	219,130.0
最小値	0.0	0.0	0.0

表4 ツイート数

	#好きです	#嫌いです	ワイルド
平均値	49,020.0	41,761.6	38,430.9
中央値	10,823.0	12,130.0	13,399.0
最大値	1,305,393.0	3,134,403.0	1,266,543.0
最小値	1.0	1.0	6.0

トを投稿したユーザのうち2018年にアカウントを設置したユーザ数は1,475ユーザであり、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザ（計8,248）の17.9%を占めることが分かる。

表5から、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザは2018年または2019年にアカウントを設置したユーザが37.3%（17.9%+19.4%）にのぼり、その値は#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザの27.2%（14.7%+12.5%）やワイルドカードツイートを投稿したユーザの17.6%（9.9%+7.7%）よりも高いことが分かる。また、2018年または2019年にアカウントを設置したユーザの比率について比率の差の検定を行ったところ、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザと#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザの間、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザとワイルドカードツイートを投稿したユーザの間、いずれも有意水準1%で有意差が認められた。

以上から、#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザやワイルドカードツイートを投稿したユーザに比べ、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザは比較的最近（具体的には、2年以内に）アカウントを設置したユーザが多いことが分かる。

以上、フォロワー数、フォロワー数、ツイート数、アカウント設置年の結果から、#嫌いです韓国ツイートを投稿したユーザやワイルドカードツイ

表5 アカウント設置年

	#好きです韓国	#嫌いです韓国	ワイルドカード
2007	19 (0.2%)	16 (0.2%)	31 (0.7%)
2008	28 (0.3%)	26 (0.3%)	27 (0.6%)
2009	418 (5.1%)	382 (3.7%)	250 (5.7%)
2010	839 (10.2%)	1,111 (10.8%)	689 (15.7%)
2011	634 (7.7%)	752 (7.3%)	358 (8.1%)
2012	417 (5.1%)	640 (6.2%)	312 (7.1%)
2013	384 (4.7%)	634 (6.1%)	367 (8.3%)
2014	462 (5.6%)	797 (7.7%)	385 (8.7%)
2015	474 (5.7%)	746 (7.2%)	367 (8.3%)
2016	575 (7.0%)	936 (9.1%)	416 (9.5%)
2017	919 (11.1%)	1,472 (14.3%)	424 (9.6%)
2018	1,475 (17.9%)	1,511 (14.7%)	434 (9.9%)
2019	1,604 (19.4%)	1,286 (12.5%)	341 (7.7%)
計	8,248 (100.0%)	10,309 (100.0%)	4,401 (100.0%)

トを投稿したユーザに比べ、#好きです韓国ツイートを投稿したユーザは、フォロー数、フォロワー数、ツイート数が少なく、比較的最近 Twitter を始めたライトユーザである傾向が示唆された。

4.1.2 UserShare(a) の結果

#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイート、ワイルドカードツイート、それぞれの *UserShare*(25)、*UserShare*(50) の値は表6のようになった。*UserShare*(a) の定義は(1)式に示した通りである。つまり、*UserShare*(25) は投稿数が多い上位25ユーザの投稿が全体の投稿数に占める割合、*UserShare*(50) は投稿数が多い上位50ユーザの投稿が全体の投稿数に占める割合を指す。表6から、#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイートの *UserShare*(25) は、それぞれ6.2%、6.5%とほとんど変わらず、比率の差の検定の結果、5%水準で有意差も認められなかった。一方、ワイルドカードツイートについては、*UserShare*(25) は4.0%と、#好きです韓国ツイートや#嫌いです韓国ツイートのそれに比べ低い値を示し、いずれも比率の差の検定の結果、有意水準1%で有意差が認められた。また、*UserShare*(50) についても、同様の傾向が見られた(#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイート、ワイルドカードツイートの *UserShare*(50) の値はそれぞれ8.4%、8.5%、6.2%。有意差も同様の傾向を示した)。

高²⁾は、コリアン関係のツイートの *UserShare*(25)、*UserShare*(50) はそれぞれ10.1%、12.8%、ワイルドカードツイートの *UserShare*(25)、*UserShare*(50) はそれぞれ0.16%、0.27%であったことを報告している。高ほど大きな差異は見られなかったものの、本研究の結果も高の研究と同様、コリアン関係のツイート(#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイート)の *UserShare*(a) はワイルドカードツイートのそれに比べ低い傾向を示した。

表6 *UserShare*(a)

#好きです韓国	<i>UserShare</i> (25)	6.2%
	<i>UserShare</i> (50)	8.4%
#嫌いです韓国	<i>UserShare</i> (25)	6.5%
	<i>UserShare</i> (50)	8.5%
ワイルドカード	<i>UserShare</i> (25)	4.0%
	<i>UserShare</i> (50)	6.2%

4.2 ツイート内容に関する分析結果

以下では、ツイート内容に関する分析結果を、(i) テキストの重複に関する結果、(ii) KH Coder を用いた計量テキスト分析の結果、(iii) 視認による内容分析の結果、の順に述べる。

4.2.1 テキストの重複に関する結果

表2に示したように、調査対象のサンプルは、#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイート、ワイルドカードツイートそれぞれ、8,248件、10,309件、4,401件、だった。これらについて、重複を除いたところ、それぞれ2,106件、1,834件、4,401件、となった。つまり、それぞれ2,106件、1,834件、4,401件のユニークツイートが存在することになる。

TweetShare(a) の値は表7のようになった。表7から、#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイート、ワイルドカードツイートの *TextShare*(25) は、それぞれ50.3%、70.5%、0.6%であることが分かる。*UserShare*(a) の結果とは異なり、#嫌いです韓国ツイートの *TweetShare*(25) が#好きです韓国ツイートの *TweetShare*(25) よりも20%以上も高く、比率の差の検定の結果1%水準で有意差も認められた。また、*TweetShare*(50) についても、#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイート、ワイルドカードツイートがそれぞれ60.0%、75.1%、1.1%であった。また、いずれの間にも有意水準1%で有意差が認められた。

以上から、#嫌いです韓国ツイートは同じ内容のツイートの比率が高いことが分かる。言い換えると、#嫌いです韓国ツイートに比べ、#好きです韓国ツイートは多様なツイートがなされる可能

性が示された。

表7 TweetShare (a)

#好きです韓国	TweetShare(25)	50.3%
	TweetShare(50)	60.0%
#嫌いです韓国	TweetShare(25)	70.5%
	TweetShare(50)	75.1%
ワイルドカード	TweetShare(25)	0.6%
	TweetShare(50)	1.1%

4.2.2 計量テキスト分析の結果

以下では、KH Coder を用いた計量テキスト分析の結果を、特徴語の分析、共起ネットワークの順に述べる。

表8は、重複を除去した#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイート、ワイルドカードツイートについて、出現回数の多い語上位50件を示したものである。表中の「回数」は語の出現回数を指す。例えば、#好きです韓国ツイートについて2番目に多く出現した語は「韓国」であり、1,490回出現したことが分かる。品詞はKH Coderによって付与されたものをそのまま記載した。

表8を見ると、「韓国」「日本」「好き」「嫌い」「反日」「旅行」など多くの語が、#好きです韓国ツイートの上位50語、#嫌いです韓国ツイートの上位50語、いずれにも含まれることが分かる。一方、#好きです韓国ツイートの上位50語にしか含まれない語としては「大好き」「優しい」「仲良く」「KPOP」「歴史」「文化」などが、#嫌いです韓国ツイートの上位50語にしか含まれない語としては「台湾」「キャンセル」「速報」「保守」などがある。ただし、これらの語がどのようなつながりを持っているかは表8からは分からない。そこで、これらの語を使ったネットワークを描写したところ、図1、図2、のようになった。

図1、図2はそれぞれ、#好きです韓国ツイート、#嫌いです韓国ツイートの共起ネットワークを示したものである⁹⁾。共起ネットワークの描写に当たっては、集合の類似度にJaccard係数を用い、出現数が40以上の語を対象に、Jaccard係数の

上位60位までの共起関係を描写するように指定した。また、丸の大きさは出現数の多さを、線(edge)の濃さは、Jaccard係数の大きさを表す。なお、未知語についてはネットワーク描写のサンプルから除外した。

以下では、それぞれのネットワークに出現する語に着目する。まず、#好きです韓国ツイートの共起ネットワーク中には、「料理」と「美味しい」をつなぐものが存在する。これらの語を含むツイートは「料理が美味しい」や「韓国旅行で食べた料理が美味しかった」という内容を含むツイートであった。また「旅行」と「行く」をつなぐネットワークも見られるが、そのような単語を含むツイートには、旅行に行ったときの経験を語るものや、「旅行に行きたい」という願望が述べられるものが含まれていた。また、図1中には比較的大きなネットワークとして「大震災」を中心にしたネットワークがあるが、「大震災」を含むツイートとしては、東日本大震災のときに沢山の人が応援してくれたことを忘れてはいけない、という内容のものや、NAVERまとめの記事¹⁰⁾とともに、東日本大震災の時に韓国で掲げられた日本を応援する複数の横断幕を紹介するものが見られた。一方、「政治」と「文化」をつなぐネットワークもあるが、そのような語を含むツイートは「文化と政治は違う」や「政治と文化は分けて考えるべき」という内容のものが含まれていた。

一方、#嫌いです韓国ツイートの共起ネットワーク中には、「不買」と「運動」をつなぐものがあるが、このような語を含むツイートは、日本製品の不買運動を批判するツイートが多くを占めていた。また、図2における最も大きなネットワークは「キャンセル」や「台湾」を含むものである。このような語を含むツイートの多くが、「日本人の夏休みの旅行先に異変 韓国をキャンセルして台湾に変更する人が増加」という2ちゃんねるのまとめサイトを引用していた。高²⁾はTwitterにおける言説の分析の結果「知らしむべき真実が知らされていない」という不満が広範に見られ、とく

表8 語の出現回数

#好きです韓国ツイート				#嫌いです韓国ツイート				ワイルドカードツイート			
	抽出語	品詞	回数		抽出語	品詞	回数		抽出語	品詞	回数
1	好きです韓国	タグ	2,118	嫌いです韓国	タグ		1,738	T	未知語		1,944
2	韓国	地名	1,490	する	動詞 B		1,491	cO	未知語		1,881
3	する	動詞 B	1,321	韓国	地名		1,144	https	未知語		1,876
4	T	未知語	985	T	未知語		961	する	動詞 B		1,163
5	https	未知語	954	https	未知語		941	ない	否定助動詞		576
6	co	未知語	946	co	未知語		934	IN	未知語		524
7	ない	否定助動詞	868	RT	未知語		824	M	未知語		469
8	RT	未知語	844	ない	否定助動詞		755	I	未知語		418
9	好き	形容動詞	718	日本	地名		566	AT	未知語		387
10	日本	地名	643	好き	形容動詞		379	なる	動詞 B		299
11	人	名詞 C	500	台湾	地名		350	ある	動詞 B		244
12	韓	地名	300	人	名詞 C		322	今日	副詞可能		234
13	ある	動詞 B	270	日本人	名詞		306	笑	人名		220
14	なる	動詞 B	269	嫌い	形容動詞		286	W	未知語		178
15	言う	動詞	251	言う	動詞		270	東京	地名		170
16	思う	動詞	251	なる	動詞 B		217	思う	動詞		168
17	国	名詞 C	201	国	名詞 C		183	ん	否定助動詞		156
18	いる	動詞 B	195	ある	動詞 B		163	ない	形容詞 B		148
19	ない	形容詞 B	195	旅行	サ変名詞		160	暑い	形容詞		146
20	日	地名	190	思う	動詞		155	おはよう	感動詞		143
21	嫌い	形容動詞	181	韓	地名		154	行く	動詞		138
22	行く	動詞	180	反日	名詞		148	やる	動詞 B		127
23	日本人	名詞	179	いる	動詞 B		127	ありがとう	感動詞		117
24	見る	動詞	167	タグ	名詞		126	いい	形容詞 B		114
25	関係	サ変名詞	156	ない	形容詞 B		125	いる	動詞 B		114
26	政治	名詞	153	夏休み	名詞		124	見る	動詞		114
27	タグ	名詞	146	キャンセル	サ変名詞		121	場所	名詞		114
28	悪い	形容詞	136	異変	名詞		121	人	名詞 C		114
29	今	副詞可能	134	増加	サ変名詞		121	大阪	地名		111
30	良い	形容詞	130	変更	サ変名詞		121	言う	動詞		108
31	大好き	形容動詞	122	トレンド	名詞		116	良い	形容詞		107
32	いい	形容詞 B	118	ん	否定助動詞		110	O	未知語		99
33	知る	動詞	110	見る	動詞		102	できる	動詞 B		83
34	ん	否定助動詞	108	日	地名		99	H	未知語		78
35	嫌	形容動詞	103	やる	動詞 B		92	来る	動詞		77
36	旅行	サ変名詞	99	政府	名詞		87	頑張る	動詞		75
37	仲良く	副詞	98	悪い	形容詞		85	仕事	サ変名詞		74
38	文化	名詞	94	いい	形容詞 B		79	今	副詞可能		72
39	政府	名詞	93	今	副詞可能		78	ぬ	否定助動詞		71
40	K	未知語	91	嫌う	動詞		74	月	名詞 C		67
41	国民	名詞	89	速報	サ変名詞		74	Y	未知語		66
42	できる	動詞 B	85	行く	動詞		73	A	未知語		63
43	歴史	名詞	85	W	未知語		71	S	未知語		63
44	KPOP	未知語	82	もう	副詞 B		70	出る	動詞		63
45	やる	動詞 B	78	自分	名詞		69	C	未知語		62
46	ハッシュタグ	タグ	78	知る	動詞		69	お願い	サ変名詞		62
47	自分	名詞	77	国民	名詞		68	前	副詞可能		62
48	反日	名詞	77	いう	動詞 B		64	もう	副詞 B		61
49	優しい	形容詞	75	どう	副詞 B		64	K	未知語		60
50	本当に	副詞	73	保守	サ変名詞		64	D	未知語		59

水沼：「#好きです韓国」が付与されたツイートに関する定量的分析

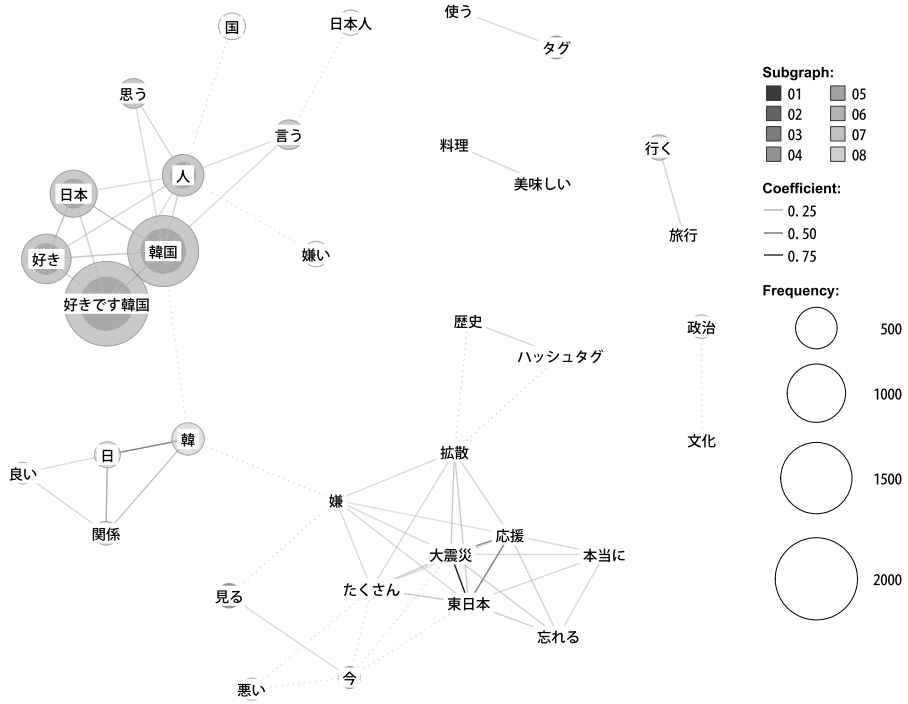


図1 #好きです韓国ツイートの共起ネットワーク

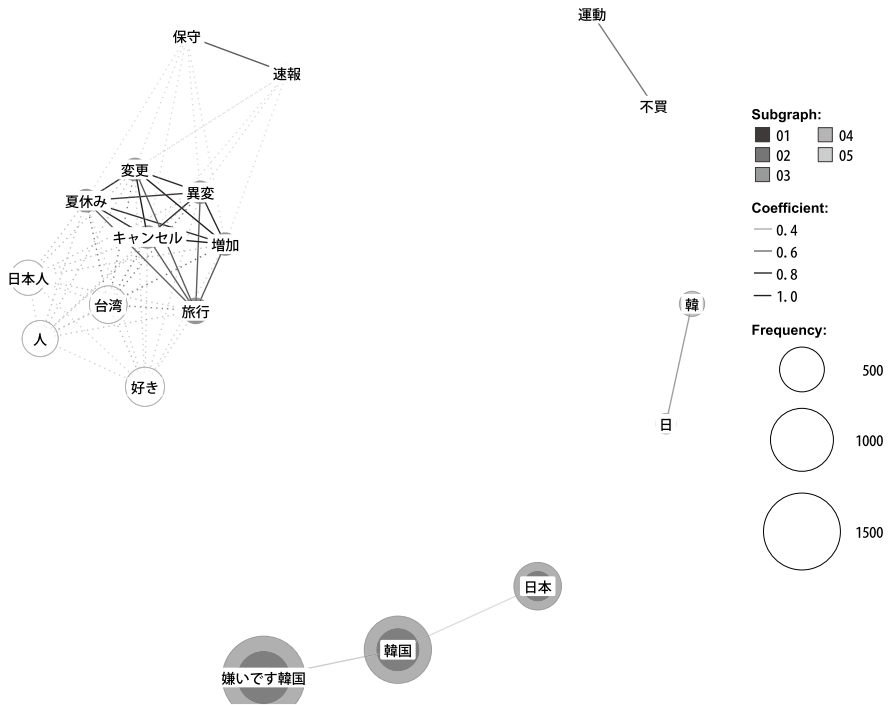


図2 #嫌いです韓国ツイートの共起ネットワーク

にマスコミに対する不信と、代替メディアとして2ちゃんねるや2ちゃんねるまとめブログに依存する傾向が見られた」と述べているが、本研究でも#嫌いです韓国ツイートにおいて、2ちゃんねるまとめブログを引用する傾向が見られた。

4.2.3 視認による内容分析の結果

#好きです韓国ツイートの特徴をより詳しく調べるため、#好きです韓国ツイートの内容分類を行った。結果、表9のようになった。表9中の比率は、分析対象サンプルツイート(700件)に占める比率を指す。なお、複数の項目に分類されたツイートもあるため、値の合計値は100%を超える。

最も多いものは「好きなもの」に分類されるツイート(18.9%)であった。このようなツイートで言及された好きなものとしては、KPOP、韓国の食べ物(韓国のり、キムチ、チヂミ、キムパ、ノグリラーメンなど)、ハングル文字、民族衣装、テッキョン、韓国コスメ、軍服、K2、テレビ番組、映画、韓国のアイドル、俳優、プログラマー、野球選手、バイオリニスト、イラストレーター、など、さまざまなものが見られた。

次に多いのは「#好きです韓国ツイートや韓国への批判」の14.4%である。#好きです韓国というハッシュタグをつけたツイートにもかかわらず、本文はヘイトスピーチともとれるツイートが一定程度含まれていたことには留意する必要がある。3番目に高い値を示したのは「祈り・願い(12.0%)」であり、「好きです韓国のみ(11.6%)」「その他の意見(11.1%)」「経験(10.9%)」「#嫌いです韓国や韓国を嫌う人々への批判(7.4%)」と続く。「祈り・願い」に該当するものとしては「日韓関係がこれ以上悪化しないでほしい」「韓国人の方達に嫌われたくない」「いつか、韓国に旅行に行きたいなあ」など、国家単位のものも個人的なものも両方が見られた。「経験」に該当するものとしては、「昨年旅した韓国で知り合った人たちの温かさを忘れません。」や「車でハングル道を教えてくれたオジさん。切符を買ってくれた

オバさん。日本で覚えたという、春の小川を歌ってくれたタクシーのおじいさん…」というように韓国での経験を述べたツイートや、日本で出会った韓国に関係する人々との交流を述べたものが見られた。また、「感謝」には、前節でも言及した東日本大震災時の応援や寄付に対する感謝や、韓国での経験に対する感謝なども見られた。加えて、韓国人が日本で行ったフリーハグの動画を引用し、これに感謝をするツイートも見られた。

表9 ツイートの分類結果

分類	比率
好きです韓国のみ	11.6%
好きなもの	18.9%
経験	10.9%
感謝	3.4%
政府と国民は別	4.6%
歓迎	0.6%
祈り・願い	12.0%
日本や日本政府への批判	3.0%
#嫌いです韓国や韓国を嫌う人々への批判	7.4%
#好きです韓国や韓国への批判	14.4%
その他の意見	11.1%
韓国からのツイート	0.4%
リプライ	5.0%
不明・リンク切れ	4.1%
その他	6.3%

5. おわりに

本研究では、Twitterにおいてハッシュタグ「#好きです韓国」が付与されたツイートの特徴を明らかにすることを目的として、2019年8月7日に投稿された「#好きです韓国」が付与されたツイート8,248件の分析を行った。同日に投稿された「#嫌いです韓国」が付与されたツイート(10,309件)や、同日に投稿された全ツイートの中からランダム抽出したツイート(4,401件)と比較したところ、「#好きです韓国」が付与されたツイートを投稿したユーザは、フォロワー数、フォロワー数、ツイート数が少なく、比較的最近(具体的には2年以内に)Twitterアカウントを設置したライトユーザである傾向が示唆された。また、

高²⁾は、Twitter上のコリアン関係の分析で「マスコミに対する不信と、代替メディアとして2ちゃんねるや2ちゃんねるまとめブログに依存する傾向が見られた」と述べているが、本研究でも「#嫌いです韓国」が付与されているツイートにおいては、2ちゃんねるまとめブログを情報源として引用する傾向が見られた。しかし一方で「#好きです韓国」が付与されているツイートにおいては、そのような傾向は見られなかった。さらに、「#好きです韓国」の内容分析の結果、「#好きです韓国」が付与されたツイートは「#嫌いです韓国」を含む投稿と比較して多様な内容であること、韓国に関する好きなもの、韓国に関する個人的な経験を含むツイートがそれぞれ18.9%、10.9%を占めた一方、「#好きです韓国」や韓国に対するネガティブなツイートも14.4%と一定数を占めたことも分かった。

本研究の限界としては、(1) 調査対象日時が限定されていること、(2) 視認による分析では客観性が保てないこと、の2点がある。(1)については、TwitterAPIの制限により、調査対象日時が8月7日の1日分のツイートしか収集できなかったこと、かつ、8月7日のツイートに限ってもすべてのツイートは収集できていないことを指す。このため、より長期間を対象とした場合、傾向が異なる可能性がある。特に重複に関する結果については、そのような傾向が変わる可能性は十分考えられる。また、(2)は、内容による分類が著者(1名)による視認で行われたことを指す。この点についても、より多くの人員を投与して、客観性を上げる必要がある。

今後は、対象範囲を増やし、客観性を向上させることで、レイシズムに対抗するポジティブな投稿の実態をより鮮明なものとしたい。そのようなことを積み重ね、ヘイトスピーチにより傷つく人々が少しでも減ることを願う。

謝辞

本研究は「駿河台大学 令和1年度 特別研究助成費」の助成を受けたものである。

注

- 1) 国際人権 NGO ヒューマンライツ・ナウ「在日コリアンに対するヘイト・スピーチ被害実態調査報告書」(2014) <http://hrn.or.jp/activity2/ヘイトスピーチ調査報告書.pdf> (2019-10-13 参照).
- 2) 高史明『レイシズムを解剖する：在日コリアンへの偏見とインターネット』勁草書房 2015 227p.
- 3) 河野洋, 北村薫「スポーツの国際大会とウェブ上のレイシズム：2014FIFA ワールドカップブラジルに関する日本のウェブコメントに着目して」『スポーツ産業学研究』vol. 27, no. 2 (2017), p. 149-162.
- 4) 高の論文では、国、籍国・地域や居住国・地域などを限定することなく、「韓国人」「朝鮮人」などの呼称で言及される対象一般についての言説を収集し、「コリアン」に関する言説として分析している。
- 5) 曹慶鎬「インターネット上の災害時「外国人犯罪」の流言に関する研究：熊本地震発生直後の Twitter の計量テキスト分析」『応用社会学研究』no. 60 (2018), p. 79-89.
- 6) oryoury「#好きです韓国 #嫌いです韓国 韓国にまつわる Twitter タグがトレンド入り【時事切り】」<https://oryoury.com/293/> (2019-10-13 参照).
- 7) 高史明 前掲2) p. 32-33.
- 8) <https://kncoder.net/>
- 9) 紙面の関係上、ワイルドカードツイートの共起ネットワークは割愛した。
- 10) NAVER まとめ「東日本大震災後の韓国の街」<https://matome.naver.jp/odai/2137287302606028401> (2019-10-13 参照).

Investigation into Japanese tweets with the hashtag ILoveKorea

By Yuhiro MIZUNUMA

[abstract] In Japan, there are many hate speech posts directed toward minority people, especially anti-Korean hate speech posts, on social media, including Twitter. However, in July 2019, a new movement occurred. It was the “ILoveKorea” movement, and thousands of tweets have been posted by Japanese Twitter users with the hashtag “IloveKorea.” Almost all such tweets were posted with not only the hashtag but also positive sentences on Korea. In this paper, the tendency of such tweets was investigated by considering the user who posted the tweets and the contents of the tweets. We obtained 8,248 tweets posted with the hashtag “ILoveKorea” (henceforth, “ILoveKorea tweets”), 10,309 tweets posted with the hashtag “IHateKorea” (henceforth, “IHateKorea tweets”), and 4,401 tweets which randomly selected among the tweet posted in the August 7th, and compared them. It was found that ILoveKorea tweets were posted by the lighter user of Twitter. It was also discovered that the ILoveKorea tweets were posted with positive sentences on their favorite Korean things such as Korean cuisine, K-pop, and user experience such as “I was helped by Korean people in Korea.”

[keywords] Social media, Anti-hate-speech, Text mining