

## 海・外・情・報

中国

## AIがニュースの編集・発信

ユーザーの興味ありそうなものを選別

北海道大学大学院  
准教授シロ  
ル  
茹

人工知能（AI）は世界的にホットな話題と言えるだろう。それは日本でも中国でも例外ではない。8月8日、中国四川省の九寨溝で発生した地震では、その第一報が、国家地震局のウェブサイトチームが研究開発したロボットによってわずか25秒で書き上げられ、中国版LINEの「微信」の公式アカウントを通して幅広く発信された。この出来事はたちまち報道界に、AIが記者の「飯のタネ」を奪ってしまうのではないかと熱い議論を巻き起こした。

中国のAIという点、日本ではNHKが報じた中国ITの最大手テンセント（騰訊網）のおしゃべりロボット「Baby Q」が引き起こした「反党反乱」回答が大きな話題になった。「共産党

万歳」というユーザーの声に対し、「あなたはとも腐敗した無能な政治に万歳するのか」と答えたという。思わず吹き出してしまうような話だが、キヤスターが楽しみにロボットの反党言論騒ぎを伝えた結果、逆におしゃべりロボットの「飯のタネ」が奪われてしまった。テンセントは直ちにおしゃべりロボットのサービスを停止したのだ。恐らく不必要な面倒をこれ以上招かないためだろう。中国ITの巨頭である検索サイトの「百度」、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）微信のテンセント、ネットショッピングの「阿里巴巴」はいずれも巨額の投資をしてAIの開発を行ってきた。そのテンセントが偶然であっても党に対する不忠の言葉を吐き、政治的なりスクを引き起こすなどと考えたこともないだろう。目下、19回党大会を控え、中国国内は厳しい報道管制が敷かれている。なかなか硬派の情報が得られない外国メディアにとって、この超エリート企業のAI「失敗談」は格好の話題だったに違いない。だが、それが今後大きな政治問題になるとは思えない。しかしながら、AIロボットは中国において今や報道分野で活用されつつあり、その意味ではAIの政治的正確性が今後、重要な問題となっていくだろう。中国にとどまらず、実は世界が直面する問題でもある。

## 携帯電話のネットユーザー7億人突破

中国のインターネット情報センター（CNNIC

C）は8月4日、今年6月末段階の「インターネット発展状況統計報告」を発表した。CNNICは半年に1回、報告を公開しているが、今回の報告の特色は、携帯電話が一層普及し、携帯の用途が生活のさまざまな方面に広がったという点だ。まず基本的なデータを紹介しておくと、インターネット利用者は7億5100万人に達したが、携帯を通じたネット利用者が7億2400万人となっている。それだけ日常生活の中で、携帯を使った行動が増えているということだ。中でも携帯を使ったデリバリーの普及が最も速く、ユーザー数は2億7400万人で、半年間で41.4%の増加となった。続いてオンライン教育も同じく22.4%の伸びで1億2000万人に上っている。スマートフォンやコンビニでの電子決済も今や日常茶飯事で、携帯決済の規模は5億人を突破した。テンセント研究院の調査では「現金を持たずとも、携帯あれば安心」に、同感と答えた人は84%にもなっている。チャットやニュース閲覧、情報検索といった基本的な機能の利用だけでなく、行政サービスや医療などさまざまな分野に用途が日本以上に広がっている。

CNNIC報告で注目したいのは、インターネットによるニュース発信サービスに明確な変化が起きているという指摘だ。これまでのように、メディアの側が情報を取材し、その結果を編集して発信するというモデルから、ユーザーの求めに応じてデータ配信するというモデルに変わりつつあ

るといふ。つまり、ニュース専門メディアだけでなく、一般ユーザーを含めたネット上に発信された大量のニュース情報を、AIが取捨選択、厳選して、ユーザーに向けて推薦、個別配信するというモデルだ。大手ポータルサイトの動向を長期観測してみると、それぞれのサイトがAIの推薦機能を強化してきており、今後さらに激しい競争が展開されることになるだろう。

### 利用者の興味に合わせるAI発信

ニュース生産の過程で、AIが地震情報を書いたとはいえ、記者が失業する日はまだまだ先のことだろう。しかし、ニュース情報の個別配信の分野で、「今日頭条」(きょうのトップニュースの意)をはじめとする統合プラットフォームでまさに変革が巻き起こりつつある。ニュースの編集、発信がAIの手に移りつつあるのだ。つまり、AIがユーザーの好みや閲覧習慣、社会的な関心度などのデータを基に、ネット上の大量の情報からユーザーが興味を持ちそうなニュースを選別し、個別に発信するというシステムだ。

「今日頭条」はデータ発掘技術を活用した推進エンジンで、2012年3月に設立された。そのホームページの紹介によると、取材記者、編集者を持たず、コンテンツ生産は行わない。従って、情報に対して、立場、価値観を持たない。アルゴリズムの技術フルに運用して、ユーザーが最も関心を持つであろうニュースを選択し、発信す

る。16年6月段階の累計アクティブユーザー数は4億8000万人を超え、毎日利用する人も4700万に達している。このプラットフォームに「头条号」という専門的に情報を発信するアカウントも設置されていて、メディア、国家机关、企業、さらに個人発信者のアカウント数は60万を超えた。自らを「ニュース運搬人」と称し、注目を集めるニュースサイトに成長した。

世論の毀誉褒貶も甚だしく、14年には多くのメディアから著作権侵害で訴えられ、「剽窃商人」とやゆされている。だが、情報を個別に発信するという優位点があり、数多くのメディアから期待され、実際提携プロジェクトも進行中だ。

中国では3年前からメディア融合戦略が本格化し、メディアのデジタル化が加速した。その中で、全国的なマスメディアであれ、地方のメディアであれ、「微博(中国版ツイッター)」、「微信」、ニュースアプリなどの新しいSNSサービス製品が生まれ、ユーザー獲得の戦いが繰り広げられている。その結果、情報過多の時代に入り、ネット上には真実、娯楽、フェイク情報が混在し、優れた報道や評論が埋もれてしまった。ユーザーの側も見極めできない状態に陥ってしまった。

中山大学などが行った17年中国におけるメディアコンテンツの生産者とその職業習慣に関する調査によると、「現在進行中の変化は、ビッグデータやアルゴリズムなどの技術の発展が、コンテンツ生産、発信において伝統メディアの「ゲートキ

ーパー(門番)」の役割、機能を低下させている。ニュース生産と発信の分離が進行中で、伝統メディアとコンテンツ生産者がその発信において、プラットフォーム企業への依存が深まり、コンテンツ生産においても自ら積極的にプラットフォーム側のアルゴリズムに迎合し、アクセス数や読者の関心を得ようとしている」という。

伝統メディアがこうしたプラットフォームに依存する背景はよく理解できる。多くのユーザーが付かなければ、メディアは広告媒体としての力を落とし、経営難に陥るからだ。

7月21日、上海の「澎湃」ニュースが「今日頭条」との提携に調印した。「澎湃」は14年、上海新聞集団傘下の「東方早報」の新たなプロジェクトで、ネット配信する、モバイル時代の時事ニュース専門サイトとして出発した。だが、母体となった紙媒体の「東方早報」が今年停刊、全面的にオンライン化することになり、上海市政府も出資して動画サイトも設置した。その上「今日頭条」と提携し、そのアカウントから情報発信するというのは、AIの力によって情報を取捨選択し、多くのユーザーを集める「今日頭条」の集客力に期待する表れだ。最新の報道によると、「今日頭条」の一日平均の動画の発信量は7月段階で20億本、3か月間で25%増加したという。

ニュースの王様だったマスメディアがAIの下にひざまずこうとしている。それは世界の今後の潮流となるかもしれない。