Twitter におけるユーザープロフィールと拡散力の関係分析

プロジェクトマネジメントコース・ソフトウェア開発管理グループ 矢吹研究室 1142016 井上 乃祐

1. 序論

Twitter は 2006 年に開始したサービスで, コミュニケーションツールのひとつとして利用されているソーシャル・ネットワーキング・サービスである. 国内ユーザーは 2014 年 6 月では 1980 万人, 2015 年 5 月では 2390 万人であり, 月間アクティブ率は 70.2 %である. [1]

Twitter はツイートと呼ばれる 140 字以内の短い文字列を投稿するサービスである。自分以外のユーザーのツイートを読むためには,そのユーザーのページにアクセスする方法以外に,そのユーザーをフォローすることでツイートを読むことができる。フォローしているユーザーのツイートはまとめられ,タイムラインを形成する。

そのほかの機能にリツイート呼ばれるものがあり、それは他の人のツイートを再びツイートするというものである。自分の画面上に流れてきたツイートをリツイートすると、自分のフォロワーの画面にも流れる。同じように、自分がフォローしているユーザーがリツイートすれば、自分の画面上にリツイートが流れてくる。リツイートされるツイートには、ツイート内容という情報以外にアイコンや、ユーザーのIDなどの本質以外の情報も含まれる。

私は現在ツイッターを利用していて,フォローしているユーザーからリツイートが流れてくることがある.その流れてきたリツイートを見てみると,似たような内容でもリツイートされた回数に違いがあることに気づいた.そこで私はプロフィールのアイコンがリツイート率に影響があるのではないかと考えた.

2. 目的

Twitter のアイコンが拡散力に影響があるかを調べ、情報の本質でないアイコン部分が本質に与える影響を調べる。

3. 手法

VirtualBox をインストールして仮想マシンを作成し、そこに Ubuntu をインストールする.その後、Ubuntu 上で Python と Tweepy をインストールして、Streaming API を使用するプログラムを実行し、リツイートされたツイートを集める.

その後,リツイートされたツイートのアイコンを いくつかのタグで分類し,Rを用いて重回帰分析を する.

4. 結果

分析した結果,若い男性,中年の男性,子供の男の子のタグをつけたアイコンが多くリツイートされていた.

5. 考察

上記の結果を見ると,若 い男性,中年の男性,子供 の男の子のタグをつけたア イコンが多くリツイートさ れていた.この結果から 性のアイコンのほうが, イートに信頼感や,説得力 があるからではないかと考 えた.

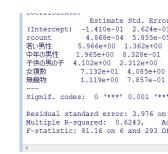


図1 分析結果

6. 結論

Twitter では男性のアイコンのほうがリツイートされる割合が高いと言う結論がでた.

参考文献

[1] GaiaX SocialMedia Lab. 【保存版】3 分で総復習!2015年、11のソーシャルメディア最新動向データまとめ. http://gaiax-socialmedialab.jp/ socialmedia/435(2016/1/14閲覧).