

# 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。その他の機能にリツイートと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、自分のタイムライン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。

Twitter を利用していると、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数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

API を使用し、リツイートされたツイートをランダムで集める。次に 1 度だけリツイートされたアイコンと、2000 回以上リツイートされたアイコン

のデータをそれぞれ 100 個ずつ、計 200 個集める。次にアイコンを 24 種類のタグ (若い男女、中年の男女、年配の男女、ロゴ・マーク等) で分類し、見比べる。

## 4. 結果

1 度だけリツイートされたアイコンは女性のアイコンが多く、その中でも若い女性のタグをつけたものは 17 個含まれていた。2000 回以上リツイートされたアイコンでは男性のアイコンが多く 100 個のデータの中の 39 個のアイコンが男性のタグをつけたものだった。その中でも若い男性のタグをつけたものが 21 個と半数以上を占めていた。

## 5. 考察

若い女性のタグをつけたアイコンがリツイート数が少ない理由として、日記のようなツイートが多く、他人があまり興味を持つようなことをツイートしないからではないかと考えた。次に若い男性のタグをつけたアイコンが多くリツイートされる理由として若い男性は流行、トレンドに早く追いつきツイートすることが多く、話題になりやすくリツイートが多くなったのではないだろうか考える。

## 6. 結論

本研究で、男性アイコンのほうがリツイート数が高くなるという結果が出た。また今後の課題として、アイコンを分類する上でタグ付けをする作業を、自分の目で見て手作業による分類方法を使用していたため、アイコンの分類に多少の主観が入ってしまっている。画像認識サービスによる分類を使用することによって客観的にアイコンを分類し調査することが今後の課題と言えるだろう。

## 参考文献

- [1] GaiaX SocialMedia Lab. 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\(2016/1/14 閲覧\)](http://gaiax-socialmedialab.jp/socialmedia/435(2016/1/14%20閲覧))).