

Twitter におけるユーザプロフィールと拡散力の関係分析

PM コース 矢吹研究室 1142016 井上 乃祐

1 研究の背景

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、月当たりのアクティブユーザは全世界で 2 億 4100 万人、投稿数は一日あたり約 5 億ツイートされていると言われ、多くの人に使われているソーシャル・ネットワーキング・サービスである [1]。その中にリツイートという機能があり、あるツイートの内容を自分のフォロワーの全員に拡散させる機能である。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、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。そこで私はユーザープロフィールが拡散率に影響があるのではないかと考えた。

2 研究の目的

Twitter におけるユーザプロフィールと拡散力の関係を分析する。今回は、ユーザープロフィール内にある、アイコンに着目し分析する。

3 プロジェクトマネジメントとの関連

アイコンでの拡散率の違いが生じるのならば、企業のツイートを受け取る際にステークホルダにより早く情報を伝えることが出来ると言える。これは 9 つの知識エリアの中のリスク管理マネジメントとさらには、企業の公式 Twitter アカウントがユーザーからの質問に回答することも多いことから、コミュニケーションマネジメントと関連すると言えるだろう。

4 リツイートされたデータを集める方法

Twitter の API を用いて、タイムラインに流れてきたリツイートのアイコンと、リツイート数、お気に入り数、フォロワー数、を自動で保存しデータを 300 個集める。

その後リツイートされたアイコンを、若い男性、中年の男性、年配の男性、子供の男の子、男複数、若い女性、中年の女性、年配の女性、子供の女の子、女複数、男女複数、初期アイコン、男アニメ、男アニメ複数、女アニメ、女アニメ複数、アニメ・マスコット、マスコット・キャラクター、無機物、自作の絵、動物・ペット、ロゴ・マーク、景色・風景、文字、食べ物、の 25 要素でタグ付けする。

説明変数を 25 個のタグ付けしたデータ、目的変数をリツイート数/フォロワー数で重回帰分析をする。

5 現在の進捗状況

Twitter の API を使ってリツイートされたデータを 300 個集め、それを図 1 のようにエクセルに入力した。さらにそのデータを説明変数を 25 個のタグ付けしたデータ、目的変数をリツイート数/フォロワー数で重回帰分析をした。

拡散率を上げる要素として一番影響があるのが若い男性。次に中年の男性。その次は子供。

私は女性のほうが拡散率が高くなると予想していたが 結果は男性のアイコンの方が拡散率が高くなった