

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、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。この結果から男性のアイコンのほうが、ツイートに信頼感や、説得力があるからではないかと考えた。

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

```
----- Estimate Std. Error
(Intercept) -1.410e-01 2.624e-01
rcount      4.868e-04 5.855e-05
若い男性    5.966e+00 1.362e+00
中年の男性  1.965e+00 8.328e-01
子供の男の子 4.102e+00 2.312e+00
女寝敷     7.132e+01 4.085e+00
無機物     1.119e+00 7.857e-01
-----
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 3.976 on
Multiple R-squared:  0.6243,    Adjusted R-squared:  0.6047
F-statistic: 81.16 on 6 and 293 Df,    p-value: < 2.2e-16
```

図 1 分析結果