

ソーシャルリスニングにおける分析アプローチの類型化

白土由佳^{*1}
Email: yuka@bunkyo.ac.jp

*1: 文教大学情報学部メディア表現学科

◎Key Words ソーシャルリスニング, データ分析, ソーシャルメディア, 社会調査

1. はじめに

ソーシャルメディアの一般化に伴い、それを通じたコミュニケーションの蓄積をデータとして活用することがさまざまな分野で行われている。ソーシャルメディアのデータを分析し活用する取り組みをソーシャルリスニングと呼ぶ。

筆者はこれまで、社会学の立場からソーシャルリスニングの実践を通じた社会の理解や、実践のためのフレームワークの検討に取り組んできた⁽¹⁾。本稿では、フレームワークの中の「データ理解」において、分析アプローチに焦点をあてる(図1)。ソーシャルリスニングを行うにはどのような分析アプローチが有効か。ソーシャルメディアのデータ特性を鑑みて、いくつかの事例を通じて検討し俯瞰的な視座を得たい。

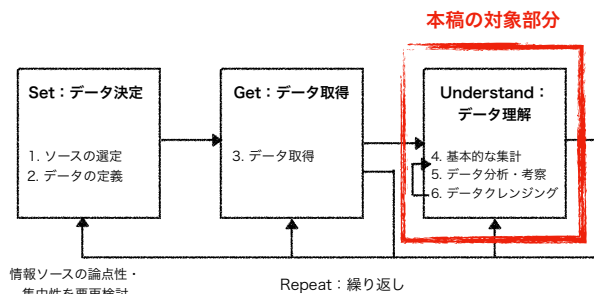


図1 ソーシャルリスニング実践フレームワーク
“SGUR”における本稿の対象部分

2. デジタル社会調査におけるソーシャルリスニング

本稿では、瀧川によるデジタル社会調査の整理⁽²⁾に基づき論を進める。瀧川は、社会生活のデジタル化を前提にデジタルデータを観察データ、サーベイデータ、実験データに3分類している(表1)。ソーシャルリスニングで対象とするデータはデジタルトレース(デジタルの足あと)と呼ばれるソーシャルメディアを通じた発信やコミュニケーションであり、観察データにあたる。

表1 「デジタルデータの分類」 瀧川⁽²⁾より引用

観察データ	デジタルトレース、オフライン行動のデジタル化、デジタル歴史・文書資料
サーベイデータ	様々な新種のデジタルサーベイ、サーベイと観察データのリンケージ
実験データ	サーベイ実験、マクロ社会学的実験、デジタルフィールド実験

瀧川はさらに、デジタル社会調査を社会学における3つの理論的・方法論的課題に関連づけて論じている。3つの

理論的・方法論的課題とは、(1)社会ネットワークの構造や関係のメカニズムの解明、(2)因果の推論と因果メカニズムの解明、(3)意味世界の探求である。

筆者がこれまで取り組んできた研究について、3つの理論的・方法論的課題に分類し、さらにソーシャルメディアのデータを主体と行動およびその集計という観点から分け、分析アプローチを類型化した(表2)。

表2 社会学の理論的・方法論的課題とデータ特性による分析アプローチの類型

		主体の属性	主体による行動	属性・行動の集計
社会学の理論的・方法論的課題	研究題目	つながり コミュニティ グループ・テキスト ハッシュタグ	テキスト	属性や行動の傾向
	構造・関係			
意味世界	A Wikipediaにおける編集者の活動分析	●		●
	B “東京県民”の多様な東京スタイルmixiの県民コミュニティにみる共有性と固有性ー共有化と生活化から生成される2つの“かわいい”ー4ファッションスタイルをめぐるネットコミュニティ分析ー	●		●
	C 当事者の語りに見る不妊治療を内包する生活の特徴		● ●	●
	D Twitterに見る不妊治療当事者のリアリティとメディアとしての役割の検討	●	●	●
	E ソーシャルメディアTwitterからみる「尾瀬」とは-尾瀬国立公園の保全と活用に向けて-		● ●	
	F 商店街に関するソーシャルメディア情報の分析ー横浜六角橋商店街の事例ーロコミ情報によるバクチャー(営業)ブームの分析		●	●

ソーシャルメディアのデータの分類について詳しく触れておきたい。本稿では、ソーシャルメディアのデータを主体と行動という観点で分けた。頻繁に更新されることのない属性、頻繁に更新されることを想定した行動、それらの集計である。主体の属性とは主体同士のつながりやグループあるいはコミュニティへの参加、テキストによる主体自身の属性の表明などを想定している。主体による行動とは投稿内容のテキストやハッシュタグ等を想定した。最後に属性や行動の集計とは、行動の頻度などである。

3. 各分析アプローチの事例

本章では、筆者によるいくつかの研究事例を通じて各分析アプローチを説明する。なお、筆者は因果の推論と因果メカニズムの解明の研究には取り組んでいないことから除外する。

3.1 社会ネットワークの構造や関係のメカニズムの解明

パターンA

主体の属性としてつながりデータ、およびその集計値を用いるパターンである。事例として Wikipedia における編集者の活動分析³⁾をあげる。各編集者が編集した記事をノード、編集順をリンクとしたネットワーク分析を行い、さらにネットワーク分析によって得られた平均経路長やクラスター係数を集計値として編集者の行動の類型化を行った。集合知はいかにして形成されるか、編集者の行為という観点から考えている。

3.2 意味世界の探求

パターンB

主体の属性としてコミュニティへの参加データ、およびその集計値を用いるパターンである。事例として上京者のライフスタイル分析⁴⁾をあげる。本研究では mixi の上京者コミュニティに参加するユーザを対象に、そのユーザらが他に参加するすべてのコミュニティから上京者らがどのようなライフスタイル特性を持つかを明らかにした。

属性 集計値	東京でコミュニティ 参加率 12.7%	東京でコミュニティ 参加率 14.4%	東京でコミュニティ 参加率 10.6%	東京でコミュニティ 参加率 28.2%	東京でコミュニティ 参加率 8.9%	東京でコミュニティ 参加率 46.6%	東京でコミュニティ 参加率 34.1%	東京でコミュニティ 参加率 12.8%
1	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ
2	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ
3	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ	●中々人の多いコミュニティ 参加者(参加人数)は10以上！ 参加者が多いコミュニティ 参加者が多いコミュニティ

図 2 岩手出身東京在住者コミュニティに参加するユーザのライフスタイル特性 山崎⁴⁾より引用

ここで注目したいのは mixi におけるコミュニティの特性である。mixi ではユーザが自由にコミュニティを作成、参加できる。それはさながら、ユーザが自由に項目を作成できるライフスタイル調査のようなものである。ユーザが自由に作成・参加できるコミュニティは、一般的なアンケート調査よりもはるかに自由度が高いことに加えて自己紹介のようなテキストによる属性開示よりもまとまりのあるデータとして捉えられることから、特定の集団に関するライフスタイル特性を見る上では有益であることが示唆される。

パターンD

主体の属性としてテキストデータ、主体による行動として同じくテキストデータ、さらにその集計値を用いるパターンである。事例として Twitter に見る不妊治療当事者の言説分析⁵⁾をあげる。Twitter はしばしば、不妊治療当事者がどのような治療を行っているか自己紹介に掲載し、同じ治療に取り組むユーザらが交流するという形で使われている。そこで自己紹介文に掲載されるキーワードを変数としてユーザを分類し、どのような治療に取り組んでいるかというユーザの傾向から当事者の悩みやメディア利用のあり方を明らかにした。

ソーシャルメディア上には不妊治療に関連する投稿が溢れているが、当事者による投稿、さらにはどのような治

療に取り組んでいる当事者による投稿かという観点で分類し言説を精査することで、より当事者の生活におけるリアリティに迫ることができた。

パターンF

主体による行動としてテキストデータ、およびその集計値を用いるパターンである。事例として六角橋商店街に関するソーシャルリスニング⁶⁾をあげる。六角橋商店街に関する投稿をデータとして収集したのちに各ユーザの投稿数という集計値を用いて投稿を分類した上で、投稿内容から商店街の価値共創のあり方を明らかにしている。

4. 分析アプローチの類型化によって示唆されること

以上、ソーシャルリスニングにおける分析アプローチの類型について、いくつかの事例を紹介しながら説明した。今や、ソーシャルメディアのデータ分析は決して珍しいものではなく、学術的のみならずマーケティングへの活用など多方面に応用されている。さらに、ソーシャルメディアのデータも手に入りやすい環境となっていることから、取り組みへのハードルは決して高くない。

一方で、ソーシャルリスニングを通じて社会学の理論的・方法論的課題へ迫るためには単に「特定のキーワードを含む投稿を集め分析するだけ」では不十分であると考えられる。これまでいくつかの事例で示した通り、分析は常に複数のデータを組み合わせで行われている。そのどれもが事前に決まった方法論に則っているわけではなく、その時々に応じて分析アプローチを工夫しての結果だが、本稿で分析アプローチを俯瞰することで改めて複数のデータの組み合わせの重要性が示唆された。複数のデータの組み合わせは、研究の目的とデータ特性に応じて取捨選択が求められる。

5. おわりに

今後は、従来型のアンケート調査を通じた社会調査のように、社会調査としてのソーシャルリスニングの方法論をより精緻化させていきたい。

参考文献

- (1) 白土由佳:“ソーシャルリスニングのフレームワーク SGUR (サグル) の提案と実践”, CIEC 春季カンファレンス論文集, Vol.12, pp.9-16 (2021).
- (2) 瀧川裕貴:“世界および日本におけるデジタル社会調査”, 社会学評論, Vol. 71, No. 1, p. 84-101 (2020).
- (3) 山崎由佳, 井庭崇, 熊坂賢次:“Wikipedia における編集者の活動分析”, 人工知能学会第二種研究会資料, No. SWO-021, pp.02- (2009).
- (4) 山崎由佳, 熊坂賢次:““東京県民”の多様な東京スタイルー mixi の県民コミュニティにみる共有性と固有性ー”, 情報社会学会学会誌, Vol.6, No.1, pp.59-73 (2011).
- (5) 白土由佳, 白土慧:“Twitter に見る不妊治療当事者のリアリティとメディアとしての役割の検討”, 2021 年度社会情報学会(SSI) 学会大会 (2021).
- (6) 白土由佳, 寺嶋正尚:“商店街に関するソーシャルメディア情報の分析ー横浜六角橋商店街の事例ー”, 余暇ツーリズム学会誌, No. 9, pp.31-40 (2022).