

「いいね」するとタイムラインはどう変わる？

横田 浩輔

目的

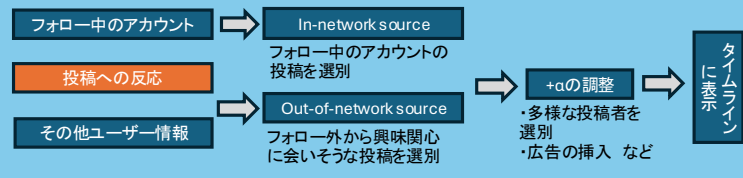
研究目的:「いいね」する行為がSNSの「おすすめ機能」によって表示される投稿に及ぼす影響を分析する。(「おすすめ機能」は、SNSがタイムラインに表示する投稿を選別するために行う処理の総称としている)

昨今、SNSが政治など様々な分野において多大なる影響力を持つようになっていく。SNSの中心である「タイムライン」に表示される投稿の傾向を調べるのは重要だと感じた。友人との会話の中でも、とある投稿をいいねしたら同様の投稿が大量に流れてきた、など、ユーザーによる投稿への反応がそのままおすすめ機能によって表示される投稿に影響があり、それが多くの人々に日常的に影響を及ぼしていることがわかった。以上のことから、SNSにおけるユーザーの投稿への反応によるタイムラインへの影響の程度を調査しようと思った。

この研究によって、SNSにおいてエコーチェンバーやフィルターバブルが形成される経緯や、その対策方法についてより深く分析することができる。

おすすめ機能の仕組み

X(旧Twitter)は、ユーザーがフォローしているアカウントや、ユーザーと傾向が似ているアカウントの傾向に基づいて、タイムラインに表示する投稿を決定する。また、ユーザーの投稿に対する反応(「いいね」、「リポスト」など)も、おすすめ機能に影響する。なお、これは2023年時点での情報なので、機能が変化した可能性もあり得る。



調査方法

傾向を調べるにあたっては、文字情報が一番分析しやすいと考え、X(旧Twitter)で調査を行うことにした。また、分析にあたって投稿が属する「分野」を設定し、投稿を分類した(右図参照)。

手順:

①新規アカウントを作成

この際、作成時に選ぶ「興味がある」分野を「音楽」に設定し、「ORICON NEWS」をフォローする

②タイムライン上の最初の15件の投稿を画面録画を用いて記録する(これを「試行」と呼ぶ)。「ニュース」分野のものと判断できる投稿にいいねし、ページを更新する。

③この作業を繰り返し、Excel上に各試行で記録した投稿の投稿者・内容・ジャンル(ニュース、意見・感想など)を記録する。

④傾向を調べる

各試行ごとに表示された各分野の投稿数を整理し、「ニュース」分野の投稿数について分析する

分野	投稿内容
ニュース	ニュースサイトへのリンクが含まれる投稿
意見・感想	投稿者の意見や感想が記されていたり、面白目的など、投稿者の意見表明以外に主な目的が無いと考えられる投稿
広報	企業による広報投稿
動画	投稿に添付されている動画が主な内容となる投稿。動物の動画など。動画を含む投稿の全てが「動画」分野に分類されるわけではない。
補足:各試行において分析した投稿は、概ねこれらの4つの分野に分けられる。「動画」は動画の共有を目的とする投稿が多く、「意見・感想」の枠には入らないと考えた。	

条件:ORICON NEWS以外のアカウントはフォローせず、投稿への「いいね」のみ行う。

この方法による調査を、8月28日から29日にかけて、9月30日、10月29日の3回にわたって繰り返し、「いいね」による影響に加えて時間を置いた場合のおすすめ機能の傾向についても調査した。合計の試行回数は25回で、内訳は以下のとおり。

8月末の試行回数:11回

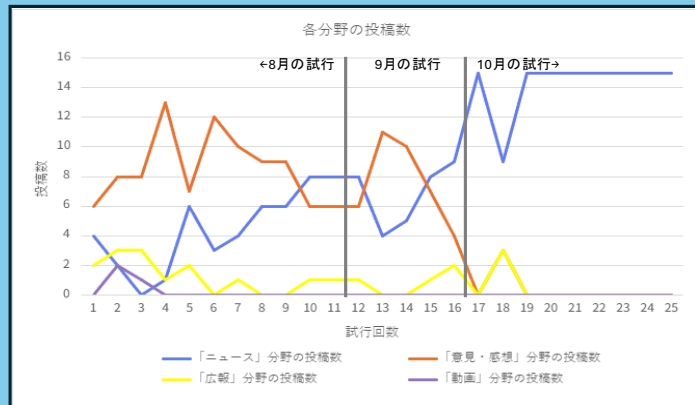
9月末の試行回数:5回

10月末の試行回数:8回

参考文献

・Twitter (March 31, 2023). "Twitter's Recommendation Algorithm". X Engineering. https://blog.x.com/engineering/en_us/topics/open-source/2023/twitter-recommendation-algorithm (2025年11月9日閲覧)。

結果



2025年8月30日に11回、9月30日に5回、10月28日に9回、合計25回の調査(試行)を行った。

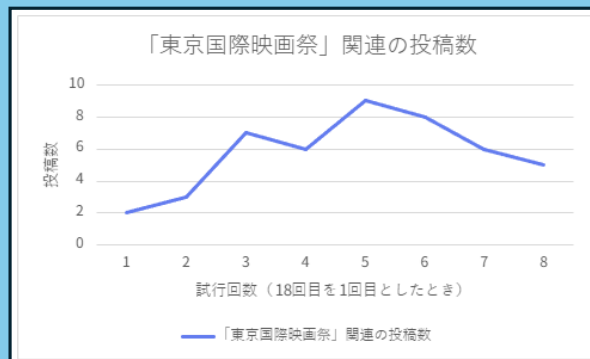
全体的な傾向としては、「ニュース」の投稿をいいねするとともにタイムラインに表示される「ニュース」関連の投稿の数も上昇している。特に10月28日の調査ではこれが顕著で、最後の4回の調査では連続して「ニュース」の投稿が調査対象の15件の投稿の全てを占めていたことがわかる。

このデータから、「いいね」する行為とその投稿のジャンルは、その後のタイムラインに表示される投稿のジャンルに影響を及ぼすことがわかった。また、前調査から1ヶ月経ったあとの調査では、最初は少しニュース関連の投稿が減少していたことから、時間経過によるある程度の減少傾向はあると言える。

ただし、アカウント作成当初はユーザーの情報が不足している状態のため、試行結果に影響があった可能性がある。具体的には、10月の試行で「ニュース」分野の投稿数が大幅に増加した理由について、「いいね」した投稿の数が増えたことによっておすすめ機能がアカウントの傾向を的確に分析できるようになった可能性が挙げられる。

今回の調査の中で特徴的だったのは、同日の調査ではその日の最初に「いいね」したトピック(その日のニュースなどの一時的な話題)に関する投稿が多く表示されたことである。例えば、10月28日の調査では最初の試行で「いいね」した投稿に、その日に行われていた「東京国際映画祭」関連の投稿が含まれていたことから、試行を繰り返すごとに同イベント関連の投稿が増加していった(下図)。

「東京国際映画祭」に関する数投稿は22回目の試行で最大の9件となったが、それらの投稿(+他の「ニュース」分野の投稿)を全ていいねしたにもかかわらず、その後の関連投稿数は減少した。このことから、一過性のトピックについての投稿にいいねをすると、同トピックについての投稿は一時的に増加するが、少なくとも他のトピックの投稿も合わせていいねしている場合は、その後は投稿数が減少すると考えられる。



今後の展望

これらの調査結果から、Xのおすすめ機能は、ユーザーの反応した投稿の分やおよび当該投稿のトピック(話題)に影響されており、特に短時間では「いいね」したトピック関連の投稿数が大きく増加することが分かった。今後は、トピックに注目した調査を行って特徴を分野に注目したものと比較したり、他のSNS(Threads, Instagram等)でも同様に調査・分析をして特徴を比較していきたい。また、多様性指数(シャノン多様性指数など)を応用して定量化を行い、ユーザーによる行動の影響について定量的な評価・比較を行っていきたい。